

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	久御山町商工会 (法人番号 2130005006837) 久御山町 (地方公共団体コード 263222)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>地域経済を支えている小規模事業者が持続的に発展していくため、以下の目標を掲げて伴走型支援に取り組み、合わせて「ものづくりの苗処」のイメージ定着を図り、活力と賑わいのある地域の発展に貢献していくことを目指す。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 事業計画策定支援を行い、小規模事業者の経営力向上を図る。 2) 販路開拓支援を行い、小規模事業者の新たな需要を開拓する。 3) 創業、事業承継支援を行い、地域小規模事業者数の維持拡大を図る。 4) DX導入支援を行い、小規模事業者の競争優位性確立を図る。 5) 地域農産物の販路拡大と農商工連携や6次産業化を図る。
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること ビッグデータの活用や地域の景気動向調査を実施して、小規模事業者の経営に役立つ情報を提供する。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の自社商品やサービス等について調査を実施し、調査結果を集計・分析した上で、今後の商品開発に活かせる情報を提供する。 5. 経営状況の分析に関すること 継続的な発展に意欲的な小規模事業者に対して、財務状況や自社の強みと弱み等の内部環境や置かれている経営環境を適正に把握できるように経営状況を分析し、課題解決に役立てる。 6. 事業計画策定支援に関すること 継続的な発展に意欲的な小規模事業者に対して、事業計画策定の重要性を説明し、策定支援を実施する。また事業計画策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、競争力の維持・強化を目指す。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者に対して、定期的に事業計画の進捗状況の確認と差異分析を行い、事業計画の達成に向けた支援を行う。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓を目指す小規模事業者に対して、展示会や商談会への出展支援を行うとともにIT活用支援もを行い販路拡大の機会を作り、売上収益の増加を目指す。
連絡先	<p>久御山町商工会 〒613-0036 京都府久世郡久御山町田井浜代5番地1 TEL:075-631-6518 FAX:075-631-6750 E-mail:kumiyama@hyper.ocn.ne.jp</p> <p>久御山町 事業建設部 産業課 〒613-8585 京都府久世郡久御山町島田ミスノ38番地 TEL:075-631-9964 FAX:075-631-6149 E-mail:sangyo@town.kumiyama.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

ア) 立地

京都府久御山町は、京都府の南部、京都市中心部から南方向へ約 15km に位置し、北は京都市伏見区、東は宇治市、南は城陽市、南西は八幡市に接している。町面積は 13.86 km² で、東西は約 3.5 km、南北は約 4.3 km の平坦地でコンパクトな町である。

久御山町の中央部を南北に通過する国道 1 号の東側は整然とした工業地で、西側は農業基盤が整備されたほ場となっている。

交通インフラに関しては、鉄道駅はないものの、久御山ジャンクションを中心に第二京阪道路や京滋バイパス（京都縦貫自動車道）、国道 1 号などの広域幹線道路網により、京都や大阪、奈良、滋賀等に短時間でアクセスできる道路交通の要衝といえる有利な立地条件を備えている。隣接市の主要駅から路線バスが運行されているが、自家用車の依存度が高い地域である。



イ) 人口

人口は、令和元年 10 月 1 日現在 15,399 人・6,458 世帯（令和元年版久御山町統計書）が居住し、昭和 60 年（人口 19,136 人・5,818 世帯）をピークに減少傾向が続いている。さらに、年齢階層別人口推移の状況を見ると、全国と同様に、久御山町においても少子高齢化現象が進展している。一方、常住人口（夜間人口）及び昼間人口の状況を見ると、昼間人口の方が常住人口（夜間人口）よりも多く（昼夜間比率 177%）隣接する京都市、宇治市、城陽市、八幡市等との間に通勤・通学による流入人口が流出人口を大きく上回っている。

表 1 久御山町の人口及び世帯数の推移（資料出所：令和元年版久御山町統計書）

年次／区分	人 口 (単位：人)			世帯数 (単位：世帯)	備考
	総数	男	女		
平成 17 年	16,610	8,169	8,441	5,818	国勢調査
平成 22 年	15,914	7,780	8,134	5,870	国勢調査
平成 27 年	15,805	7,699	8,106	6,216	国勢調査
令和元年	15,399	7,495	7,904	6,458	推計人口

ウ) 産業

久御山町の業種別事業所数・従業員数の推移を表2に、産業小分類従業者規模を表3に示す。業種分類別の状況を見ると、平成28年調査では「製造業」が530事業所と最も多く、次いで「卸売・小売業」357事業所、「飲食・サービス業」309事業所、「運輸・郵便業」126事業所、「建設業」114事業所等となっている。平成18年から平成28年の事業所数の増減をみると、製造業が2割弱、建設業が3割弱減少しているのに対し、運輸・郵便業、卸売・小売業、飲食・サービス業は増加している。従業員数では、製造業が1割強、建設業が3割強減少しているのに対し、医療・福祉業は大型病院の進出により、約2倍の増加となっている。

また、従業者規模事業所の状況を見ると、従業者19人以下の事業所数合計は1,283事業所であり、全体の81.2%を占めている。

表2 業種別事業所数・従業員数推移

業種	H18		H21		H24		H28		増減(H18～H28)	
	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数
製造業	641	9,884	597	9,529	562	8,829	530	8,731	-111	-1,153
建設業	154	1,304	147	1,223	128	868	114	895	-40	-409
運輸・郵便業	117	3,718	132	5,409	110	3,341	126	4,288	9	570
卸売・小売業	344	4,010	351	4,081	285	3,387	357	4,078	13	68
飲食・サービス業	296	2,586	298	2,916	286	2,518	309	2,749	13	163
医療・福祉業	34	1,092	48	1,206	39	1,090	41	2,113	7	1,021
その他	104	1,025	132	1,224	208	598	102	593	-2	-432
総数	1,690	23,619	1,705	25,588	1,618	20,631	1,579	23,447	-111	-172

※H18事業所・企業統計調査、H21経済センサス基礎調査、H24経済センサス活動調査、H28経済センサス活動調査より
出典：『久御山町第2期産業振興計画』（京都府久御山町令和2年3月）

表3 産業小分類従業者規模

産業小分類 従業者規模	事業所数	従業者数(人)
1～4人	686	1,597
5～19人	597	5,713
20～99人	257	9,814
100人以上	27	6,323
出向・派遣従業者のみ	12	-
全産業(公務を除く)	1,579	23,447

※H28経済センサス活動調査より

②課題

ア) 工業

工業事業所は、金属製品製造業と生産用機械製造業で全体の4割以上を占め、この他、食料品製造業やプラスチック製品、電子部品・デバイス・電子回路、繊維工業など様々な業種の事業所があり、特定業種の集積ではなく幅広い業種が立地している。生産形態は、全体の約3割が「下請け製造」、同じく約3割が「自社製品主体の製造業」となっており、金属製品製造業等で「下請け製造」が多く、食料品製造業では、「自社製品主体の製造」が多い。久御山町内製造業事業所の強みとしては、「技術力・製造(加工)精度」、「短納期対応(ス

ピード)」、「多品種小ロット生産」をあげることができる。

最近の売上高は従業員 50 人以上の事業所では増加傾向であるが、小規模事業者になると減少傾向にある。

イ) 商業

道路交通の要衝にある有利な立地条件を活かし、大型店やチェーンストア、フランチャイズ店の出店が多くなっている。これらの商業施設や量販店との競合により、地域への消費人口の入込み増加だけでなく地域内の消費者のニーズを吸収されており、価格、品揃え、設備、広告、消費者ニーズへのマッチング等の経済環境の変化に対応できていないことによる競争力の低下や事業継続が困難な事が課題となっている。小規模事業者にとっては、売上減少や利益確保が困難な経営状況となり、事業承継・継続の促進が阻害される状況となっている。また商業関連団体への未加入店舗が多く、組織の弱体化や商店街等活動の停滞を招いている事も課題の一つである。

ウ) 全産業

新型コロナウイルス感染症の影響が拡大し始めた令和 2 年 3 月頃から、当会管内においても製造業と非製造業の業況が急速に悪化した。製造業は、国内外の需要減少の他、感染拡大防止に向けた工場の稼働率低下等から幅広い業種で生産活動が低下している。非製造業は、緊急事態宣言による外出自粛や休業要請により飲食店を中心に売上が急減した。新型コロナウイルス感染症の影響拡大・長期化が予想され、大きな打撃を受けた商工業者の事業継続に向けた支援が必要となっている。

小規模事業者の課題

【取引環境・マーケット等の問題】

- A. 販路の開拓・確保が難しい
 - ・下請け取引が多く独自の営業活動を実施してこなかった。
 - ・一定の人員やコストをかける必要があるため、販路開拓に必要な市場を把握しづらい。
 - ・消費者ニーズに沿う品揃え等が不十分である。
- B. 新規参入が増えて競争が激化
 - ・デジタル技術の普及や工作機械の高精度化により、新規参入のハードルが下がった。
- C. 原材料費やエネルギー費の高騰
 - ・円安傾向で原材料等の価格が上がり、経営を圧迫している。
- D. 取引先からのコストダウン要請
 - ・原材料等の高騰分を価格に転嫁できないだけでなく、逆にコストダウンを要請される。
- E. 人件費の高騰
 - ・労働人口の減少や最低賃金の引き上げにより、人件費が高騰している。

【人材の育成・確保の問題】

- A. 生産・技術面の人材不足
 - ・育成に携わる指導者や指導時間が確保できない
 - ・定着率が低い
- B. 商品開発・販路開拓の人材不足
 - ・ノウハウを持った人材がいない
- C. 後継者不足
 - ・将来の業績に不安があり、親族に継ぐ意思がない

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

小規模事業者を取り巻く環境は厳しいものになることが予想される。このような状況に対して、商工会としても、地域経済を支えている小規模事業者が継続的に発展していくことが地域振興において大変重要であり、また小規模事業者が持続的に発展するためには、自社の強みや特徴を正しく理解し、高い付加価値を生み出せる事業者を増やすことが重要である。個々の事業者支援として、伴走型支援の強化及び質の向上、事業者ニーズの高いセミナーの開催、高度な相談内容に向けて専門家や金融機関等と連携し小規模事業者の経営力強化を図る。

工業関連業種に対しては、各企業が持つ独自技術に着目して、その技術を活かすことができる販路開拓を支援することで、事業規模の拡大を図り、下請け体質からの脱却を目指す環境を整備していく。また商業関連業種に対しては、地域に根差した小規模事業者が消費者ニーズに細かく対応できる強みを活かして潜在需要（昼間人口 28,086 人・人口の約 1.8 倍）を中心に地域外からの誘客や消費を呼び込むことで稼げる事業者になるように支援する。

さらに、既存の事業者への支援と共に新たな起業を促進する創業支援及び事業承継の推進により事業者数を維持し、久御山町の企業誘致事業と連携し地域全体で経済の活性化を目指す。

②久御山町総合計画等との連動性・整合性

ア) 久御山町第5次総合計画

久御山町第5次総合計画（2016－2025 年度）では「つながる心 みなぎる活力 京都南に『きらめく』まち ～夢いっぱい コンパクトタウン くみやま～」を将来像に掲げられており、商工業振興に該当する基本方針は下表のとおり。

☆基本計画：魅力と個性にあふれた強い産業を育みます

工業【基本方針】
◆産業を豊かに育む町として、「ものづくりの苗処（なえどころ）」をコンセプトにした産業振興を図ります。
◆産学官連携を軸にした地域企業の事業活動の高度化・活性化による産業の維持・発展を促進します。
◆企業ニーズに応じた産業用地の確保に努めます。
商業・サービス業【基本方針】
◆大規模商業施設と中小小売店舗が共存した魅力あふれる商業空間の維持・向上を図ります。
中小企業・就労【基本方針】
◆金融支援や商工会が行う経営相談等を通じて町内中小企業の安定経営を支援します。
◆企業立地の特長を生かした創業支援や就労支援を推進します。
産業・交流プロモート【基本方針】
◆「ものづくりのまち久御山」の情報を町内外に向けてさらなる発信を強化します。
◆異業種交流を通じて、農商工連携への発展を積極的に推進します。
◆住民と産業の交流機会を通じて、地域産業に対する理解と応援（興味と関心）の意識を育みます。
◆観光による賑わいの創出とブランド化の推進により、地域的・経済的活性化を図ります。

イ) 第2期久御山町総合戦略

第2期久御山町総合戦略(2020-2024年度)は、第1期と同様、久御山町第5次総合計画の具現化に向けた取組を進めることとされており、「住みよい 希望にみちた町 久御山」がまちづくりの基本理念となっている。商工業振興に該当する基本目標は次のとおり。

☆基本目標2：産業活力の発揮

【施策】1 戦略的なものづくり産業の振興

(1) ものづくり産業の指針づくり

- ものづくり産業の町内定着と活性化を図る第2期産業振興計画の策定
- 産業を豊かに育む町「ものづくりの苗処」をコンセプトにした産業振興の継続

(2) 創業支援の仕組みづくり

- 創業支援にかかる商工会や金融機関と連携したネットワーク「久御山チャレンジスクエア」の効果的な活用

2 町内企業の育成支援

(1) 産業用地の計画的な確保

- 町の産業の活性化を図るための「みなくるタウン(産業立地促進ゾーン)」の整備の促進
- 企業誘致や町内企業の事業拡大に向けた企業立地マッチングの継続や拡充

(2) 働く人の交通利便性向上

- 企業を対象としたMM(モビリティマネジメント)の実施や夜間も明るく安全な通勤環境の整備による徒歩や自転車利用の促進
- 「まちの駅クロスピアくみやま」のバスターミナルの機能充実

(3) 中小企業の経営力の強化

- 中小企業の経営の安定を図る事業資金の低利融資や保証料・利子の補給支援
- 行政、商工会等の支援制度の情報発信の強化

(4) 企業間連携など新たな発展活動の促進

- 活力ある中小企業の育成に向け、その中核となる商工会への支援・連携
- 同業種・異業種交流を促進し、新たな展開・連携に向けた交流機会の創出
- 次代の担い手となる経営者や後継者の育成

(5) 町内企業への就業の促進

- 町内企業の人材確保のため、町内企業・人材マッチングをめざした会社説明会の実施
- 町内企業の人材育成や将来の人材確保に向けた企業訪問バスツアーの開催やPR

ウ) 久御山町第2期産業振興計画

久御山町第2期産業振興計画(2020-2024年度)は、「つなぐ・つながる・そだてる ものづくりの苗処 久御山」をコンセプトに①産業基盤の向上、②情報発信強化、③連携・交流の強化、④人材・後継者育成、⑤創業支援の5つの目指すべき方向性が設定されている。

久御山町の産業を取り巻く環境は、少子高齢化による人口減少、多様化する消費者ニーズや地域間競争の激化、環境・エネルギー問題の顕在化など、先行き不透明な社会経済情勢にあるなか、「久御山町第2期産業振興計画」においては、町内事業者が持続して操業するための方向性として、企業同士や企業と産業支援機関、産業支援機関同士の交流・連携、人材・後継者の育成、さらには、自社の理念や強みを見つめ、長期的なビジョンを持って事業者自身の成長を支援する必要性等を示している。これらはいずれも経営発達支援計画に据える目

標と連動性・整合性を有する。

③商工会としての役割

小規模事業者が経営力を向上するには、自ら事業計画を策定し、その事業を実施し、PDCAサイクルによる事業の評価と見直し等が求められる。

しかし、小規模事業者は事業計画の必要性・策定に対する意識が低いのが現状である。商工会は事業者に対して事業計画の策定支援、策定後の支援、そしてPDCAによる事業の評価や見直しに関する一連の指導、事業者に寄り沿った形の伴走型支援で実施することが役割となる。

また、今回のコロナ禍にあっては、新型コロナウイルス感染症の影響を受けている事業者に対し持続化補助金・持続化給付金・家賃給付金等の支援策に関する迅速な情報提供のほか、「プレミアム付き商品券事業」を実施。地域内の消費喚起と地域経済の早期回復を図ったところである。

商工会は地域の支援機関としての中核的な機能・役割を果たすべく久御山町行政と「連携体」を構築し、小規模事業者に対する伴走的な支援、そして地域の小規模事業者だけにとどまらず、その小規模事業者を支える中小企業・消費者など、地域社会の福祉に資する事業を幅広く実施することが当会としての役割と考える。

(3) 経営発達支援事業の目標

地域経済を支えている小規模事業者が持続的に発展していくため、以下の目標を掲げて伴走型支援に取り組み、合わせて「ものづくりの苗処」のイメージ定着を図り、活力と賑わいのある地域の発展に貢献していくことを目指す。

- ①事業計画策定支援を行い、小規模事業者の経営力向上を図る。
- ②需要動向調査・販路開拓支援を行い、小規模事業者の新たな需要を開拓する。
- ③創業、事業承継支援を行い、地域小規模事業者数の維持拡大を図る。
- ④DX導入支援を行い、小規模事業者の競争優位性確立を図る。
- ⑤地域農産物の販路拡大と農商工連携や6次産業化を図る。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①事業計画策定支援を行い、小規模事業者の経営力向上を図る。

小規模事業者の自立的かつ持続的な事業継続を目的とし、伴走型支援により経営力強化と持続的発展を図る。巡回・窓口支援時に小規模事業者からの相談を受ける際や、各種セミナー開催等を通じて、事業計画策定等を目指す小規模事業者の掘り起しを行い、小規模事業者のニーズに沿った事業計画策定支援を行う。また、Withコロナ、Afterコロナ対策のため、いち早く各種施策の紹介を行うとともに申請支援を行う。

実施期間5年の間で、管内の小規模事業者の5%程度が自社の経営の現状を分析し、経営力を強化できるようにする。期間中の目標事業計画策定件数は60件。

②需要動向調査・販路開拓支援を行い、小規模事業者の新たな需要を開拓する。

久御山町産業売込み隊事業等を活用した展示会の「場の提供」及び農商工の調和の取れた本町の魅力的な地域イメージ「ものづくりの苗処」の情報発信を強化し、地域イメージ向上を図り、販路開拓支援を行う。また、企業集積のメリットを活かし、町内外の取引拡大を支援するとともに、併せて新たな事業展開への支援、made in Kumiyama 製品の開発・販売、ブランド力の向上を図るための競争力強化・新たな担い手の確保の実現に向け支援を行う。

期間中の目標販路開拓事業者数は30者。

③創業、事業承継支援を行い、地域小規模事業者数の維持拡大を図る。

創業支援ネットワーク「久御山チャレンジスクエア」を活用し、創業予定者・既創業者の情報収集を行い、支援対象者の掘り起こしを行うとともに、久御山町創業支援事業計画に基づいて、相談窓口の設置や創業塾の実施、専門家の派遣による個別相談などにより、創業予定者のニーズに応じた支援の強化を図る。また、小規模事業者の高年齢化が進んでいる中で、後継者問題等による廃業対策として、事業承継ネットワークや京都府事業引継ぎ支援センターと協力して、承継診断から具体的な計画策定支援・フォローアップに至る支援体制を構築し、円滑な事業承継推進に努める。

期間中の目標創業・事業承継者数は20者。

④DX導入支援を行い、小規模事業者の競争優位性確立を図る。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、デジタルやIT技術の急激な発達と浸透によって産業構造や社会構造の変革が起こっている。小規模事業者は既成概念や慣例に囚われた行動様式を捨て、サービスの提供モデルを刷新すべき時であり、デジタル化を前提とした変革、すなわち「デジタル・トランスフォーメーション（DX）」を強く推進していく必要がある。DX推進セミナーを開催しデジタル化を自分ごととして捉え、デジタル技術を経営に結び付け、小規模事業者ビジネスモデルの変革を図る。

期間中の目標DX導入事業者数は10者。

⑤地域農産物の販路拡大と農商工連携や6次産業化を図る。

法人化や先端技術導入等の経営力強化に向けて取り組む農業者を支援し、地域資源（農産物）を活用した商品のブランド化や販路開拓支援に取り組むために、農業者と商工業者の連携を推進する。

期間中の目標農商工連携事業者数は2者。

上記①～⑤の目標達成を通じて、小規模事業者の持続的発展を前進させ、地域経済の活性化に貢献する。またモノづくりの苗処のイメージ定着を浸透させる。

I 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]隣接する宇治市と城陽市の商工会議所と連携し、宇城久区域商工会議所・商工会広域連携協議会の共同事業として年2回（1月・7月）、製造・商業（卸・小売）・運輸・通信・建設・サービスの各業種を対象に景気動向調査を実施し、地域の経営経済の状況を調査・分析している。経営指針の資料として活用いただくため、調査結果はDM等で管内の小規模事業者に発信しているが、その分析について十分とはいえない。

[課題] RESAS（地域経済分析システム）等の市場評価システムの操作スキルが支援員間で差があること等から十分な情報提供が行えなかったが、改善した上で小規模事業者に対する的確な支援を行うため、ビッグデータ等を活用した専門的な分析、地域の経済・消費動向等の情報収集・分析、成果の提供を実施する。

新型コロナウイルス感染症の影響により今後の経営環境は非常に大きく変わる可能性があることから、他機関が公表している調査資料を収集し、管内に合った条件で分析することが課題である。加えて、地域の小規模事業者に広く周知し、活用につなげる支援が必要である。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	2回	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

①地域経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営支援員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【分析手法】・「地域経済循環マップ・生産分析」 → 何で稼いでいるか等を分析
・「まちづくりマップ・From to 分析」 → 人の動き等を分析

- ・「産業構造マップ」 → 産業の現状等を分析
⇒上記のデータを総合的に分析し、小規模事業者の事業計画策定に反映できるように支援する。

②景気動向分析

管内小規模事業者の景気動向等について、宇城久区域商工会議所・商工会広域連携協議会の共同事業で年2回実施する景気動向調査の回収率の向上を図り、2市1町の広域的な景気動向及び各区域別や業種別にも細分化して分析し詳細な実態を把握する。

【調査対象】 久御山町・宇治市・城陽市管内 1000 社（内、久御山町管内 200 社）

【調査項目】 操業度・売上額、販売価格、営業利益、資金繰り、雇用、設備投資等
経営上の問題点等

【調査手法】 調査票を郵送し返信用封筒で回収及び巡回時にヒアリングを実施
回収率 50%以上（久御山町管内 100 社以上）

【分析手法】 宇城久の経営支援員等が連携し分析を行う

（4）成果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果は当会のホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- 経営支援員等が巡回指導を行う際の参考資料とするとともに、事業計画等を作成する際のデータとして活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

[現状]巡回・窓口相談や事業計画作成セミナー等の受講者、補助金申請の作成時等に、小規模事業者から相談を受けた時点において、個別にインターネットや情報誌等で得られた情報を提供する程度に留まっている。

[課題]小規模事業者も売上拡大に向けて独自新商品や新サービスを開発しているが、需要動向の情報は、既存顧客の限定的な情報に留まる場合が多く、需要動向に基づいた事業展開とは必ずしも言えず、経験と勘に頼った事業展開である場合が見られる。そこで、行政や商工会が開催するイベントへの来場者に対し、商品・サービスについてのニーズ調査を実施し分析をすることで、消費者の需要動向を把握し、従来の経験則を重視した商品・サービス作りからの脱却を図る。

（2）目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
調査対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

（3）事業内容

①当会主催の「くみやま商工会フェスタ」等を活用し、自慢の逸品紹介や新製品を発表する出展事業者5者が販売している商品・サービスを対象にアンケート調査を実施し、調査結果を集計・分析した上で、当該5者にフィードバックすることで、今後の商品開発に活かす。

【サンプル数】 出展事業者1者あたり来場者30名

【調査手段・手法】フェスタに来場された方(男性・女性・親子・年齢層別)から、アンケートやヒアリングにより消費者ニーズの調査・収集を行う。アンケート設計については、事業者と専門家及び経営支援員が行う。

【分析手段・手法】調査結果は、専門家に意見を聞きつつ、経営支援員が分析を行う。

【調査項目】 来場目的、購入商品、価格、量、見た目、ニーズ等の情報

【調査・分析結果の活用】分析結果は、イベント出展者にフィードバックし、商品の改良や新たな商品開発など、消費者ニーズに沿った商品戦略策定の基礎データとして活用する。また、調査で得られた情報のうち、個社固有の情報以外で、小規模事業者の経営に資する情報については、組織内で共有し、日常の経営支援において活用する。

②内閣府が実施する「全国消費動向調査」・市場情報評価ナビ「M i e N a」・日経POS情報「売れ筋ランキング」からのニーズ調査の活用及び新聞、Webサイト、業界誌等から最近のトレンドやニーズを調査して取りまとめる。

【調査手段・方法】 経営支援員が各種媒体からデータを収集する。

【調査項目】 売れ筋商品、トレンド動向、キーワード等

【分析結果の活用】 収集して分析した結果は、販路開拓を目指す小規模事業者へ提供する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]小規模事業者の個々の経営分析は、補助金申請や融資相談時等必要な都度行っているが、分析内容については現状結果分析(補助金申請の為の分析)にとどまっている。経営分析の重要性や事業計画作成の必要性への理解が不十分のため、分析結果を事業計画策定に活かせていない。

[課題]これまでも経営支援員による分析を行ってきたが、経営分析をする際にその手法や結果の平準化を図ることや、さらに高度専門的な分野においては外部専門家等と連携するなど改善した上で実施する。

自社で事業分析する事業所は少なく、自社で分析ができないというよりは、経営分析の必要性についての認識が低い事業者が多いため、経営分析の必要性や重要性を広く周知し、事業者の掘り起こしを行っていく必要がある。

(2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①経営分析 セミナー 開催件数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析 事業者数	—	16者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者発掘のため「経営分析セミナー」を年1回以上実施する。セミナー開催の周知については、当会のホームページや会員あてダイレクトメールで行う。また、巡

回訪問時や窓口相談における情報収集において経営改善に意欲的な事業者、小規模事業者持続化補助金・ものづくり補助金等希望事業者、販路拡大や後継者のいる事業者、若手経営者等前向きな事業者からの掘り起こしを行っていく。

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者の中で意欲的な事業者、持続的な発展を目指す事業者、創業者・創業後間もない事業者、事業承継を検討している事業者

【分析項目】定量分析の「財務分析」と定性分析の「SWOT分析」を実施

≪財務分析≫売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

≪SWOT分析≫経営理念、市場規模、顧客ニーズ、強み、弱み、機会、脅威等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」・中小機構の「経営計画つくるくん」・株式会社エイチ・エーエルの「Bizミル」等を活用し、財務分析・SWOT分析を行い、より高度な分析を必要とするときは、専門家も交えて分析を行う。

(4) 成果の活用

○経営分析結果を事業者にフィードバックし、課題解決に向けた必要な支援施策を提案し、事業計画策定支援に活用する。

○経営分析結果は組織内で共有し経営支援員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]経営状況の分析支援や需要を見据えた事業計画の策定支援は積極的に実施してこなかった。過去に「経営力向上計画作成セミナー」を実施するも参加者が少なく、加えてセミナー受講後に計画を作成した事業所も少ない。小規模事業者は、日々の業務に忙殺され、定期的に事業計画を作成している事業者はほとんど無く、作成の意義や作成方法を知らない事業者も多い。

[課題]事業計画策定支援は、経営分析同様補助金申請や融資相談時等必要な都度行っているが、作成した事業計画において「申請用の事業計画」に陥ってしまい事業者の「事業の方向性」を考慮した具体的で実現可能な事業計画が作成されていないこともまだまだ多い。

今後は、事業の持続的発展が期待される小規模事業者に対して、セミナーと個別相談をセットにするなど、事業計画策定に向けたセミナーとなるよう、開催内容を改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

管内の小規模事業者が事業計画を策定する必要性を理解し技術を習得して経営環境の変化への対応力を高めることが、小規模事業者自らの経営の持続的発展に繋がるものとする。当会は、前述の経営状況の分析を実施した小規模事業者及び巡回訪問や事業計画策定支援セミナー等で掘り起した新たな取組等を行う意欲ある小規模事業者に対して事業計画策定の重要性を説明し、経営の持続的発展が期待できる以下7つのケースの小規模事業者(※)に対して、策定支援を実施する。

また事業計画策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

創業予定者については、創業後早期に経営を安定化させ事業存続率を高める事を目的とした事業(創業)計画策定支援を実施する。

- ※①生産性を向上したい小規模事業者
 ②強みを明確化したい小規模事業者
 ③販路拡大や新たな取組(経営革新)を計画している小規模事業者
 ④事業承継等を予定している小規模事業者
 ⑤補助金の活用に取り組む小規模事業者
 ⑥融資制度の活用に取り組む小規模事業者
 ⑦その他、持続的発展が期待される小規模事業者

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①D X推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	2者	8者	12者	12者	14者	14者
③創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定者数	2者	4者	4者	4者	4者	4者

(4) 事業内容

①D X推進セミナーの開催

D Xに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にD Xに向けたI Tツールの導入やWe bサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象】 経営分析を実施した小規模事業者

- 【手段・手法】
- ・ 募集方法…商工会ホームページ、会員にはダイレクトメール
 - ・ 開催回数…年1回
 - ・ 内 容…D X総論、D X関連技術や具体的な活用事例等
 クラウド型顧客管理ツールの紹介
 SNSを活用した情報発信方法
 E Cサイトの利用方法等
 - ・ 参加者数…15者

セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営支援員等による相談対応・経営支援を行う中で必要に応じてI T専門家派遣を実施する。

②事業計画策定セミナーの開催

経営分析を行った事業者に対して、経営課題の解決策の提案や事業所の強みを生かした事業計画を策定するためのセミナーを開催する。

【支援対象】 経営分析を実施した小規模事業者

- 【手段・手法】
- ・ 募集方法…当会ホームページ、会員にはダイレクトメール
 - ・ 開催回数…年1回

- ・内 容…経営に関する調査・分析を基にした事業計画の立案
- ・参加者数…15 者

受講者に対して、経営支援員が担当制で張り付き伴走型支援によりフォローし、セミナー終了後 1 ヶ月以内に外部専門家による個別相談を実施することで確実に事業計画策定につなげていく。

③創業セミナーの開催

創業予定者や第二創業・創業間もない経営者を対象にして、円滑な創業を促進し、開業後の事業経営に向けた準備をするためのセミナーを宇治商工会議所と城陽商工会議所との共同で開催する。

【支援対象】創業予定者や第二創業、創業間もない経営者

【手段・手法】 ・募集方法…新聞折込チラシ、当会ホームページ

・開催回数…年 1 回

・内 容…創業の心構えと経営の基本

事業の仕組みとしてのマーケティングと販売戦略

事業活動における会計税務、労務の基礎

創業計画について

・参加者数…20 名（内、久御山町内在住 5 名）

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]小規模事業者から問い合わせがあった時に巡回訪問や窓口相談に対応しているため、経営支援員による事業計画策定支援後、継続的な実施支援を行う事は少ない。

[課題]経営支援員が事業計画を策定した小規模事業者及び創業者へ、巡回訪問及び窓口相談を通じて、定期的に計画が順調に推移しているかについて、進捗の確認及び実施支援を行っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者及び創業者が策定した事業計画を推進・実現するため、経営支援員は、巡回訪問及び窓口相談を通じて、原則 3 ヶ月に 1 回以上計画のフォローアップを行う。

また、事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗度合いにより、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業所と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業所を見極めたうえで、フォローアップ頻度を設定する。事業の進捗度合いが特に遅れている事業者については専門家による個別相談を実施し、軌道修正や目標の再設定を行う。

(3) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
フォローアップ 対象事業所	4 件	4 件	1 3 件	1 9 件	2 0 件	2 2 件
頻度（延回数）	1 2 回	1 6 回	5 2 回	7 6 回	8 0 回	8 8 回

売上増加事業者数	—	1者	5者	6者	6者	6者
利益率2%以上増加の事業者数	—	1者	5者	6者	6者	6者

※次年度以降の事業計画を策定するため令和4年度策定のフォローアップは令和5年度に実施する。

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、巡回訪問及び窓口相談において原則3ヶ月に1回定期的に事業計画の進捗状況を確認するとともに差異分析を行い、計画遂行上の課題を把握し、PDCAサイクルに基づき課題への対応方法を事業者とともに検討する。なお、更なる支援が必要な場合は頻度(延回数)を増やすだけでなく、外部専門家を活用しながら軌道に乗せるための支援を実施する。

事業計画2年目以降について当初1年間事業計画の進捗確認を実施した結果、計画通りに推移している小規模事業者に関しては、画一的な進捗確認から事業者のニーズに合わせた実施支援に切り替え、計画との差異がある事業者に関しては、引き続き進捗確認を行うとともに計画の修正も含め実施支援を継続する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]管内の小規模事業者は既存顧客に依存したビジネスモデルが多く、新たな需要(顧客)の開拓に関しては、限られた資金や人員の問題で十分に取り組めていない事業者が多い。当会においても、新たな需要(顧客)増のための展示会出展やイベント開催等施策を実施してきたが、その成果を確認するには至っていない。また、オンラインによる販路開拓等に関心があるものの、高齢化や知識不足等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

[課題]今後は、需要調査の結果情報の提供や、出展事業者に対して事業実施主旨の理解を徹底しつつ、事前(事業参加による需要開拓目標と方法検討)・事後(参加後の結果検証と事後展開検討)フォローも行い、小規模事業者が具体的に販路を拡大し結果(取引先増加、売上増加)を得られる施策として実施する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が、販路開拓を図るための支援として、大都市圏で開催される大規模等展示会への「場の提供」による出展支援及び商談会への出展支援、地域のイベントでの新商品発表会の開催等、小規模事業者のニーズに合わせた情報発信・販路拡大の機会を作るとともに、事前の準備から見込み客へのアフターフォローの方法まで、小規模事業者に寄り添った支援を行う。

また、DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

これらの支援を継続することにより、小規模事業者自らが効果的な需要開拓手法を習得し、さらなる販路開拓に取り組めるよう自立を促す。

(3) 目標

	現行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
①くみやま商工会 フェスタ出展事業 者数	—	20者	20者	20者	20者	20者
売上額/社	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②出展会・商談会 参加事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数/社	—	1件	1件	2件	2件	2件
③ザ・ビジネスモ ール登録事業者数 (新規)	5件	6件	8件	10件	10件	10件
④SNS活用事業 者	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	2%	2%	2%	2%	2%
⑤ECサイト利用 事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	2%	2%	2%	2%	2%

(4) 事業内容

①くみやま商工会フェスタ出展事業（BtoC中心）

年1回開催する既存の地域イベントである「くみやま商工会フェスタ」等を活用し、自慢の逸品紹介や新製品の発表など地域消費者に商品をPR・販売する機会を設けることにより、消費者から生の声を聞き商品改良を行い、地域内の需要の掘り起こしを支援する。

平成30年度開催概要 ※令和元年度及び令和2年度はコロナウイルス感染症拡大防止対策により未実施

目 的	来場者数	出展者数
会員企業の活動内容・魅力等を広く一般住民・商工業者に情報を発信し、周知を図る。	3,500人	12者

②展示会・商談会参加事業（BtoB）

大都市圏等広範囲な販路を獲得するために展示会等への出展を支援する。商談時のプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

想定展示会

名 称	概 要	来場者数	出展社数
メッセナゴヤ	製造業を中心とした日本最大級の異業種交流展示会。	約6万人	1,442社

③商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」の活用促進

商工会議所・商工会が運営する商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」について、ダイレクトメール・ホームページの他、巡回や窓口相談においても積極的にPRし活用を支援する。

④ SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

⑤ 「カラーミーショップ」ECサイト利用（BtoC）

全国商工会連合会が連携するGMOペパボが運営するカラーミーショップサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状] 毎年開催する総代会において事業の報告は行っているが、外部評価は行われていない。加えて事業の達成度合の確認や進捗状況の把握などを行う仕組みが出来ていない。

[課題] 今後は、外部有識者等の第三者をメンバーに交えた「事業実績評価委員会」を設置して、客観的かつ効果的な経営発達支援事業の評価及び見直しを行うPDCAサイクルを適切に回す必要がある。

(2) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

①商工会事務局は、年2回、事業実績報告書を作成し、目標値と対比することにより、各事業の成果や進捗状況を把握する。

②外部有識者（中小企業診断士等）・久御山町産業課長等・京都府山城広域振興局農商工連携推進課参事等・京都府商工会連合会経営支援課職員・当会法定経営指導員で構成された「評価委員会」を年1回開催することにより、事業の実施状況・成果等経営発達支援事業の進捗状況等の評価を行うとともに見直し案の提示を行う。事業の評価については、下図の評価視点により評価する。

○評価視点

チェック項目	評価の視点
必要性	小規模事業者を支援するために必要不可欠な事業であるか
	商工会が主体となって実施すべき事業であるか
	商工会内部の管理運営上必要な事業であるか
有効性	事業の成果は上がっているか
	目標に対する達成度は十分であるか
	地域経済の活性化に貢献しているか
	小規模事業者の課題解決に貢献しているか
	商工会内部の管理運営上の課題解決に貢献しているか

効率性	効率性向上に努めているか
	成果を落とさずにコストの削減や業務負担を縮小する方法はあるか

○判断基準

目標値に対する達成率	評価
76% ～ 100%以上	A
51% ～ 75%	B
26% ～ 50%	C
0% ～ 25%	D

③当該「評価委員会」での事業の成果の評価及び見直しの結果は、当会理事会に報告し承認を受け、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページへの掲載及び当会事務所での常時備え付けを行うことで、管内の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 京都府商工会連合会・京都商工会議所が主催する研修会への積極的参加を促し、必要に応じて外部主催の研修会に参加しているが、受講によって得られたノウハウは各職員個人の資質向上に留まっている。

[課題] 個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有し、職員全員の資質向上につながる仕組みの構築が必要である。また、地域小規模事業者の総合的な経営改善に資するためには、幅広い知識や資格の習得が必要である。

(2) 事業内容

① 個別の能力開発計画に合わせた経営支援員研修等への計画的参加

これまでは、経営支援員研修は経営支援員自らが、研修内容を選択して参加してきたが、今後は経営発達支援計画を遂行するために必要な実践力の向上を図ることを目指し経営支援員個別能力開発を鑑みて、年度当初に研修計画を策定する。また研修計画は主に京都府内の経営支援員研修をはじめ中小企業大学の専門研修や、その他中小企業支援機関が実施する専門研修等を積極的に受講し、一層の支援力向上を図る事を目的とする。なお、研修計画の策定においては、経営発達計画支援事業の円滑な推進を図るため、事業計画策定支援、経営革新支援、知恵の経営報告書支援、販路拡大支援、地域経済活性化支援等の研修を重点的に参加促進し、従来の経営支援に必要な能力に加え、小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウの習得にあたる。また、研修で得たノウハウ等は報告書を作成、所内職員での回覧や、支援情報交換会議で情報共有を行う。

② DXに向けた相談・支援能力の習得

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営支援員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・支援能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

- ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組
RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等
- イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組
ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用
オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等
- ウ) その他取組
オンライン経営支援の方法等

③経営発達支援事業の推進に係る経営支援員のOJTの実施

支援キャリアの浅い経営支援員等が事業計画策定支援等の業務に携わる際は、ベテラン経営支援員が現場で随行支援を行い、OJTを実施する。従来、窓口・巡回支援は経営支援員が1名で実施してきたため、十分なOJTが実施出来ていなかったが、今後は経営支援員がペアとなり支援を実施する事により支援能力の向上を図る。また、経営支援員間で定期的に「支援情報交換会議」を行い、研修内容や支援情報の交換・ノウハウの共有化を図る。

④職員間の定期ミーティングの開催

経営支援員研修会等へ出席した経営支援員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

⑤経営発達支援に係る支援能力向上のための自己啓発の実施と評価

職員の支援能力向上には、職員自身の日頃からの自己啓発が必要である。各経営支援員は、年度当初に目標設定シートを活用し「資質向上のための目標設定」を行う。

また、事務局長は年度ごとにこれを評価・経営支援員へのフィードバックする仕組みを構築するとともに、経営支援員が自己啓発に取り組みやすい環境整備を推進する。

⑥支援情報、ノウハウの蓄積

基幹システムや経営支援システム上でデータ入力した経営カルテにより支援情報を商工会内で蓄積し、経営支援員がいつでも小規模事業者の企業情報を閲覧可能な状態で保管し、支援力の向上につなげる。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 京都府商工会連合会が主催する会議や研修会は支援技術を習得するためものが多く、府下商工会の経営支援を対象にタイムリーな支援上の問題等を持ち寄り、協議を行う会議等は少ない。また、商工会組織以外の支援機関との情報共有の場が少なく、情報も経営環境や市場動向などの表面的な情報交換に留まっている。

[課題] 各連携支援機関との会議や情報交換の場に対して積極的に出席することで、収集した情報・ノウハウをデータ化するなど整理・活用しながら、職員間で支援ノウハウを共有することにより、個人ではなく商工会組織として小規模事業者支援に繋げる必要が

ある。

(2) 事業内容

① 京都府内中小企業支援機関との情報交換（年2回）

京都府内の中小企業支援機関（京都府、商工会、商工会議所、中小企業団体中央会、京都産業 21 等）にて構成される京都府中小企業応援隊の全体研修会等に積極的に参加し、商工会以外の中小企業支援機関と支援ノウハウや各地域の需要動向等に係る情報の共有化を図り、新たな需要開拓を進める基盤構築を図る。

② 京都府内商工会経営支援員との情報交換（年2回）

京都府商工会連合会が主催している「経営支援力向上研究会」及び「経営革新等認定支援機関地域プラットフォーム連絡会議」等へ参加し、他の中小企業支援機関と支援ノウハウや各地域の需要動向等に係る情報の共有化を図り、新たな需要開拓を進める基盤構築を図る。

③ 宇城久区域商工会議所・商工会広域連携協議会担当経営支援員との情報交換（年4回）

現在、宇城久区域商工会議所・商工会広域連携協議会担当の経営支援員と定期的に支援内容等の情報交換の場（ミーティング等）を持っており、引き続き、定期的な情報交換の場を設置し、支援情報、支援ノウハウ等に係る情報の共有化を図り、管内における小規模事業者の新たな需要開拓を進める基盤構築を図る。

④ 山城区域商工会広域連携協議会担当経営支援員との情報交換（年2回）

現在、山城区域商工会広域連携協議会担当の経営支援員と定期的に支援内容等の情報交換の場（ミーティング等）を持っており、引き続き、定期的な情報交換の場を設置し、支援情報、支援ノウハウ等に係る情報の共有化を図り、管内における小規模事業者の新たな需要開拓を進める基盤構築を図る。

⑤ 行政・金融機関との情報交換（年2回）

久御山町創業支援ネットワーク「久御山チャレンジスクエア」の連絡会議において、久御山町産業課及び日本政策金融公庫京都支店、京都信用保証協会山城支所、地域金融機関と懇談の場を持ち、地域金融情報の交換や小規模事業者・創業者への支援ノウハウ等に関する情報交換を実施する。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]久御山町は、道路交通の利便性や住工混在がなく、操業環境が良いこと等から、企業が育つ環境が整っている。しかしながら「久御山町」の知名度は全国的には高くなく、技術力が高い企業であっても久御山町にあることが知られていない。また、町内企業間の繋がりが薄く、一体となって情報発信するための基盤が整っておらず、対外的な情報発信の取組が不十分なことから「久御山ブランド」が浸透していない。結果として本町立地企業の販売・受注機会を損失しているといえる。

さらに、農業と商工業では連携についての考え方に温度差があり、農商工の間で連携が少ないことに加え、町内の事業所同士でもどこにどのような業種の事業所があるか知らないという声もある。

[課題]実施団体間についてはもとより、小規模事業者との間の連携や意識の共有を図り、事業の改善等に取り組むことによって、更に事業効果を高めていく必要がある。

(2) 事業内容

①「くみやま商工会フェスタ」の開催（年1回）

ひと・もの・しごと・会社をつなぐをテーマに、当会が久御山町の後援を得て、主催事業として開催。

久御山町内外の子ども、学生、保護者等に当会の会員企業をPRして地元の消費マインドを刺激し町内への誘客を促進するとともに、将来働く企業の候補先となるようPRしていく。また、会員企業同士及び会員と非会員企業のマッチングにより、地域内の企業間ネットワークを構築し、交流・連携促進を図っていくためのきっかけづくりとしていく。

②「ものづくりのまち久御山」ブランド確立に向けた地域イメージ情報発信（年2回会議）

久御山町、JA京都やましろ久御山町支店、久御山町農産物直売所運営協議会、まちな駅クロスピアくみやま運営協議会、久御山町商工会の5団体で「久御山町産業売込み隊」を結成しており、産業情報の積極的な発信により知名度の向上を図り、ブランド化を推進するとともに自社の強みに気づき、それを活かした事業者の情報発信力を強化する。

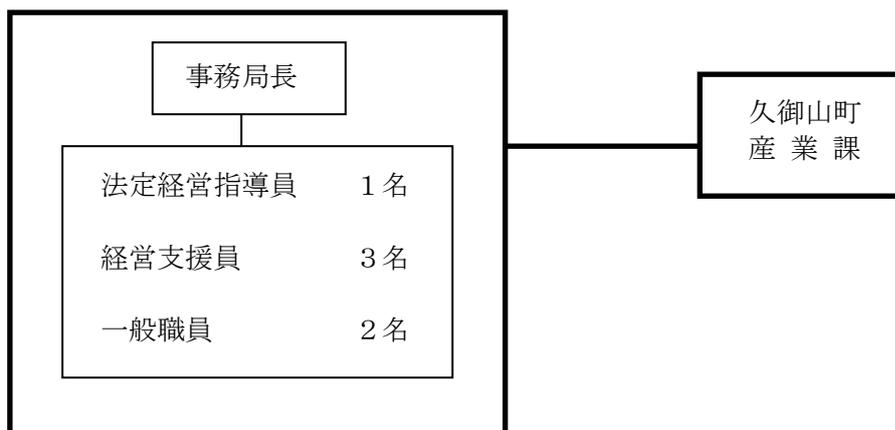
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3年11月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：片岡幸富

■連絡先：久御山町商工会 TEL. 075-631-6518

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

月1回、職員会議において、経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報提供等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒613-0036 京都府久世郡久御山町田井浜代5番地1
久御山町商工会

TEL: 075-631-6518 / FAX: 075-631-6750

E-mail: kumiyama@hyper.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒613-8585 京都府久世郡久御山町島田ミスノ38番地
久御山町 事業建設部 産業課

TEL: 075-631-9964 / FAX: 075-631-6149

E-mail: sangyo@town.kumiyama.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	5,700	5,700	5,700	5,700	5,700
経済動向・需要動向調査費	650	650	650	650	650
講習会・セミナー開催費	1,850	1,850	1,850	1,850	1,850
専門家派遣費	500	500	500	500	500
展示会出展費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
その他事務費	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
京都府補助金、久御山町補助金、商工会会費、その他(手数料、特別会計収入等)

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

