

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>天理市商工会（法人番号 6150005002913） 天理市（地方公共団体コード 292044）</p>
<p>実施期間</p>	<p>2023/04/01 ～ 2028/03/31</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①小規模事業者の自立的な経営力強化・再構築による事業継続を実現 経営環境が変化した今は、これまでのやり方では事業を維持継続していくことができないため、旧態依然の経営から脱却を図り、小規模事業者の自立的な事業継続に繋がります。</p> <p>②観光産業等地域資源の魅力を活かし地域のにぎわいづくりを推進 年々県内外から観光客が増加している地域の強みを最大限活かすため、観光客をターゲットにした小規模事業者の販路開拓を推進し、消費の流出入比率の改善を図ります。</p> <p>③小規模事業者の潜在力を引き出し成長へと導く伴走型の支援を実現 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへと繋がります。</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること 景況調査及び金融機関等の調査レポート、ビッグデータ等の活用により地域の経済動向・景気動向の分析をおこない、資料結果を公表して事業計画策定等の各支援に活用する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 店舗業種である小売業、飲食業の顧客へのアンケート調査を行ない、売れ筋情報等の収集と分析結果を該当事業者へフィードバックして、新商品開発と販路開拓支援につなげる。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p>

	<p>経営分析を行なう事業者を発掘するための経営分析セミナーを開催で支援事業所を掘り起こし、定性分析・定量分析を行ない、小規模事業者の課題を明確にする。</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>事業計画策定セミナー、DX 推進セミナーを開催し、セミナー等で掘り起こした支援事業所の事業計画策定支援を行なう。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>計画策定支援を行なった全ての事業所に対して、3ヶ月に1回巡回訪問し、計画実施後の進捗状況のフォローアップを行なう。</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>I Tを活用した商談会を含め、対面での物産展、展示会・商談会等への機会の提供と事前準備と事後フォローを併せて行なう。</p>
<p>連絡先</p>	<p>天理市商工会</p> <p>〒632-0016 奈良県 天理市 川原城町 361</p> <p>TEL:0743-62-1945 FAX:0743-62-1946</p> <p>e-mail:tenri@tenshoko.com</p> <p>天理市 産業振興課</p> <p>〒632-8555 奈良県 天理市川原城町 605</p> <p>TEL:0743-63-1001 FAX:0743-62-5016</p> <p>e-mail:sangyoukyousou@city.tenri.nara.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地域の現状

1. 立地について

天理市は奈良盆地東部中央に位置する宗教都市です。1954年(昭和29年)に天理教教会本部の所在地として、宗教団体名を冠する天理市として誕生し、以来、天理教とともに発展してきました。

市域には日本最古の道といわれる「山の辺の道」をはじめとして、大和古墳群など古代都市発祥の地として、数々の文化財や史跡が所在しています。一方で、大阪市中心部まで電車あるいは自動車を使い1時間程度で結ぶほか、市域を西名阪自動車道が貫いており、中京圏へも2時間程度でアクセスできるという利便性を有しています。

2. 人口の推移について

人口は平成7年の74,188人をピークに漸減傾向にあり、現在では62,282人(令和4年9月末現在)となっています。人口構造の特徴として、他地域と比較して20歳前後の年齢層が厚いことと、その年代の急激な落ち込みが挙げられます。その要因として、市内に位置する天理高校・天理大学への入学に伴う転入と卒業後の転出が考えられます。

このように、本市は都市的な性格のみならず、自然、歴史、宗教、学園等、多彩な性格を併せ持っています。



3. 商業について

商業は地域に賑わいと活力をもたらすものです。特に商店街は、地域における顔として地域経済の活性化や消費生活の充実を図っていく上で重要な役割を担っています。

天理市は、近隣他市に比べて大規模小売店の出店が少ない状況にあります。そのような中、天理本通り商店街は、天理駅から天理教本部(宗教施設)まで商店街がつながっており、天理教を参拝される帰参者や天理よろづ相談所病院の見舞客や山の辺の道への観光客など多くの来訪者をターゲットに約200店舗が営業を継続しております。

しかしながら、経営規模が小さいうえ競争力は弱い状況です。商業全体としても停滞感が見受けられ、特に全国的な動向とはいえ、各店舗のシャッターが年々閉められていくなど「商店街の衰退」も大きな問題となっています。

中小企業の経営基盤の強化を図るとともに新たな魅力の創出を支援し、また、商業振興について天理市との連携を図り、魅力ある商業・サービス業の振興・金融の円滑化を図っていくことが重要といえます。

天理市は豊かな自然・歴史文化・スポーツ・音楽をはじめとする様々な地域資源に恵まれ、多数の来訪者が訪れているものの、宿泊施設やお土産品・旅行社向け飲食店などが少ない為、域内消費が少ない素通り型が主流で、地域経済の循環に十分に繋がられていません。

商店街活性化の取り組みとして、空き店舗に対する取り組みや、天理駅前再整備事業が進む中、地元商店街へのにぎわいの循環の取り組みも重要であると考えます。

天理市においても大型店の出店計画も増加してきており、経営基盤の弱い小規模事業者は、新規顧客の獲得と新たな販路開拓が課題となっています。

<天理市商業の推移（商業統計調査）>

指 標	平成26年	平成19年	平成16年
商業事業所数（者）	548	824	870
商業従業者数（人）	3,628	5,172	5,212
商業年間販売額（百万円）	109,533	129,305	121,421

4. 工業について

天理市は、近隣他市に比べて、製造事業所1事業所あたり製造品出荷額や製造業従事者1人あたり製造品額が低く、中小企業が多く収益性の高い大企業が少ないと言えます。今後、県・関係機関等と連携を図り、地域未来投資促進法に基づく広域的な取り組みを強化していくこと、また、工業振興について天理市と連携を図り、中小企業を中心とした既存企業の活性化及び市民雇用の確保を図っていく必要があります。地場の伝統産業では和風・洋風を問わず襖や取っ手などに使われる引き手（全国シェア90%以上）の製造が盛んでありますが、一般的には広まっていません。

天理市の工業・製造業は他市と比べて事業所あたりの出荷額は低く中小零細企業が多い為、材料費の高騰や人材不足による製造原価の増加は収益を確実に圧迫しています。また、他市他県の大企業との力（人材・材料調達・金）の差により競争状況が悪化しています。地場伝統産業においては現代住宅に対応した新製品開発など技術力の向上が課題となっています。その他の地域では、西名阪国道と国道・県道の整備が行なわれており、物流アクセスの効率化が期待できます。今後は、部品加工中心の小規模事業者が多いことから、下請からの脱却や自社製品の開発などに挑戦し、他社にない特徴のある企業に生まれ変わることが課題であります。

<天理市製造業の推移（工業統計調査）>

指 標	令和1年	平成30年	平成29年
製造業事業所数（者）	102	102	108
製造業従業者数（人）	4,307	4,068	3,979
製造品出荷額等（百万円）	389,795	330,823	94,661

5. 観光産業について

天理市は緑あふれる美しい山なみ「大和青垣」に抱かれ、日本最古の道「山の辺の道」をはじめとした数多くの文化財や歴史遺産に恵まれています。また、京阪神からのアクセスも良く、天理教教会本部の所在地でもあり、宗教文化都市として個性的な発展を遂げてきました。山の辺の道へは年間約20万人とも言われる来訪者があり、JR・近鉄天理総合駅から天理教教会本部へは県下一長いアーケード街が続いています。

まちを特徴づける産品は乏しいものの様々なモノづくりが行われ、農業の継続による緑豊かな景観が維持され、また、音楽やスポーツも盛んで、まちおこしの積極的な取り組みもあります。

人口構成においては、10代後半から20代前半の割合が例外的に高く、20代後半から50代の「現役世代」の割合が低いという現状にあります。

このように、若者が多く、豊かな自然・歴史文化・スポーツ・音楽などをはじめとする様々な地域資源に恵まれ、多数の来訪者が本市を訪れているものの、宿泊施設や土産品・旅行者向け飲食店が少ないため、域内消費が少ない素通り型観光が主流となり、客単価が低く、地域経済の循環に十分につなげられていません。

そのことがプラスの連鎖を産まず、観光産業の発展を阻害する要因の一つとなっています。

- 天理ならではの魅力を可視化し、それらを活かしたプログラムの企画や、近隣自治体との連携による周遊型観光振興を通じて、交流人口の拡大を図ること。
- 総合的な市のブランド力の強化により、市場における競争力のある地域産品を生み出し、プロモーション力を高めること。
- 国内外への情報発信強化や受入れ体制整備を行ない、従来の日帰り・通過型観光から滞在型観光への転換・強化を図ること。
- 交流人口の増加がもたらす経済効果により、地域に好循環を生み出し、総合的な観光産業の発展につなげること。
- そのことにより日常的な賑わいが生まれ、「現役世代に選ばれるまち」となること。

以上の通り、地域連携による周遊観光や商業、農業との連携を強化し、地域特産品活用を観光につなげ、にぎわいのあるまちづくりへ向かっていくことが課題と言えます。

<天理市観光産業の推移>

指 標	令和2年	令和1年	平成30年
山の辺の道入り込み客数(人)	108,770	164,250	167,900
観光案内所利用者数(人)	150,505	172,059	182,665
ボランティアガイド利用数(人)	329	14,518	15,405

②地域の課題

1. 商業の活性化対策とその効果及び課題

天理市商工会は会員数1123人(令和4年10月末日現在)、役員27名、事務局職員7名で構成されています。天理市は奈良市・大和郡山市に隣接、北和都市圏内に位置し早くから天理教を中心とする宗教都市として発展を続けました。特に、商業においては年間200万人といわれる天理教参拝客の来訪等の好条件にも支えられ、これまで順調に推移していました。近年、大型スーパー・大型ショッピングセンターの進出・他都市の商業活性化、消費者の購買活動の変化などにより天理市商業をとりまく環境は大変厳しくなっています。

そのような危機感のなか、天理市商工業をとりまく内外の環境を総合的・広域的に把握し、その方向づけを具体的に実行するために必死に地域経済活性化事業に取り組んできました。商工会として過去に取り組んできた、又は現在取組中の主な地域商業経済活性化事業は以下の通りです。

平成17年～平成18年 特産品等販路開拓支援事業(特産品開発・販路開拓支援)

平成18年～ 中心商業活性化事業(新がんばる商店街100選)

平成19年～ 天理じゃんじゃん市(商工業活性化事業)

平成22年 地域商業活性化事業 国補助事業

(商店街活性化事業 天理市本通商店街協同組合・天理市三島本通商店街協同組合連携)

平成25年～ 商店街活性化事業 国補助事業

(商店街活性化事業 天理市本通商店街協同組合・天理市三島本通商店街協同組合連携)

平成26年～ 地域内資金循環等新事業開発検討事業
(天理市北部地域資源調査事業)

平成27年～ グランドビジョン樫本 ～ひと・こと・ものをつむぐまちづくり～
(奈良県商工会等地域魅力づくり支援事業)

上記事業は、すべて国・県の補助事業で、その事業の目的(通行量の増加・安心安全・お客様満足

度の向上)を達成するために実施し、その目標は達成してきており、新がんばる商店街100選に選ばれるなど、一定の評価を得ています。しかし、いずれの事業にしても地域経済の循環(小規模事業者の売上の増加・従業員数の増加)に十分に繋がっていません。

当会としては、広域的な経済動向と共に、市内の経済動向や需要動向、事業所経営分析を連関させて継続的に把握・分析・提供し、新規顧客の獲得と新たな販路開拓支援に繋げていくことが課題です。

2. 工業の振興対策とその効果及び課題

当会は年間延べ2,500回の徹底した巡回・窓口指導をすることで、小規模事業所に寄り添いながらの関係構築で培った信頼感・信用を前提に継続的な支援を個別事業所単位で実施してきました。その成果として、令和3年度は小規模事業持続化補助金の申請件数169件の内製造業28件、事業再構築補助金の申請件数15件の内製造業5件の事業計画作成支援を実施し、ものづくり補助金は3事業所の採択を受け、新商品の開発・パッケージ開発・販路の開拓まで伴走型ワンストップ支援をしています。

当会としては、広域的な経済動向と共に、市内の経済動向や需要動向、事業所経営分析を連関させて継続的に把握・分析・提供し、下請からの脱却や自社製品の開発などに挑戦し、他社にない特徴のある企業に生まれ変わる支援をすることが課題であります。

3. 観光振興対策とその効果及び課題

当市では日本最古の道と言われる「山の辺の道」をはじめとした歴史文化遺産・豊かな自然に恵まれているという特徴を活かして、天理駅前でのイルミネーションイベント観光客をターゲットにしたチャレンジショップ事業・櫟旅ウォークなどのイベント等、身近に参加でき、楽しめる観光の振興に努めています。しかしながら主要な観光地である石上神宮・黒塚古墳・長岳寺においては、観光客数が減少傾向にあります。

当会としては、旅行会社などと連携し、地域資源を活かした着地型周遊観光や商業、農業との連携を強化し、地域特産品活用を観光につなげ、にぎわいのあるまちづくりへ向かっていくことが課題といえます。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

地域の小規模事業者の10年後を見据えた中長期的な振興を図っていくために、域内事業所の実態を把握し、経営指導、金融対策、セミナー・講習会を通じて、当商工会では、天理市や他の支援機関、金融機関、各種専門家などと連携し、「事業の持続的発展・事業継続に軸足を置いた中小・小規模事業者への支援」に力を入れ、伴走型で経営状況の分析・事業計画策定支援などを実施します。

② 天理市総合計画との連動性・整合性

天理市商工会は、以上記載してきた小規模事業者の現状と課題を基に、また、天理市が策定した「天理市第6次総合計画」の「活力あふれる産業の推進と安心して働ける場の創出」「第2期天理市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の施策のもと、商店街の魅力の創出や既存工業の活性化、地域資源を活かした観光振興につながる事業を推進します。

③ 商工会又は商工会議所としての役割

天理市商工会は、小規模事業者が明日の経営を考える際、そのバックアップをする役割を担っています。金融や税務はもちろん、経理や労働、取引や情報など、経営に関するあらゆる相談に応じ、きめ細かく支援します。事業の発展や地域の発展のために総合的な活動を行う団体であり、国や都道府県の小規模企業施策(経営改善普及事業)の実施機関でもあり、小規模事業者を支援するために様々な事業を実施します。

(3) 経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の自立的な経営力強化・再構築による事業継続を実現

経営環境が変化した今は、これまでのやり方では事業を維持継続していくことができないため、旧態依然の経営から脱却を図り、小規模事業者の自立的な事業継続に繋がります。

②観光産業等地域資源の魅力を活かし地域のにぎわいづくりを推進

年々県内外から観光客が増加している地域の強みを最大限活かすため、観光客をターゲットにした小規模事業者の販路開拓を推進し、消費の流出入比率の改善を図ります。

③小規模事業者の潜在力を引き出し成長へと導く伴走型の支援を実現

小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへと繋がります。

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5年4月1日 ~ 令和10年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の自立的な経営力強化・再構築による事業継続を実現

小規模事業者を旧態依然の経営から脱却を実現するために、この経営発達支援事業の中で経済動向調査・経営分析・需要動向調査等を踏まえて、各支援機関との連携や専門家の活用による事業計画書の策定と計画実施・実施後のフォローアップ支援を充実させ、小規模事業所の収益力拡大と事業継続に取り組んでいきます。

②観光産業等地域資源の魅力を活かし地域のにぎわいづくりを推進

小規模事業者の販路開拓支援のために、行政や関係機関が主催する商談会や見本市等の開催情報を小規模事業者に提供します。また小規模事業者の取り扱う商品・サービスのブラッシュアップや出展する際にかかる経費などの内容の説明、出展に対する補助金や助成制度の紹介など、商談会や展示会、見本市に出展しやすい環境づくり、地元地域外の商工会・商工会議所との連携によるマッチング商談会、BtoBサイトの活用等により、販路拡大の機会を提供し、小規模事業者の収益力アップに貢献できる支援を行なっていきます。

③小規模事業者の潜在力を引き出し成長へと導く伴走型の支援を実現

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話と傾聴を通じて潜在力を引き出すことにより、個社に留まらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成していきます。

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

当商工会地域における経済動向の調査については、全国商工会連合会が行なう小規模企業景況調査で得た情報や金融機関等が発行する統計情報について、内部資料として保管しているだけというのが現状であり、またビッグデータ等を活用した専門的な分析は一切行っていませんでした。

国が提供するビッグデータや景気動向調査の分析結果は、小規模事業者の経営分析、事業計画策定等をはじめとした小規模事業者の経営支援に活用します。更に、当商工会のホームページで公表するとともに、経営指導員が巡回訪問時の相談業務において、小規模事業者への周知を図り、今後の経営の参考に活用することを勧め、経営状況の分析や経営計画を策定する際の基礎情報として活用してもらいます。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①地域の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	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（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、経営指導員等が「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ない、年1回公表します。

1. 調査手法

経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行ないます。

2. 調査項目

- ・「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
- ⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行なう小規模企業景況調査に加え、下記にある金融機関や公共機関が発表する統計資料を調査項目に追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行ないます。

1. 中小企業景況調査資料の活用

現在実施している中小企業景況調査は四半期毎に、市内15事業所（小売業・製造業・建設業・サービス業）に実施しています。全国商工会連合会がとりまとめた全国版の景況調査報告書より、業況判断・売上高・経常利益等のDI値との比較分析を実施します。

2. 地域の金融機関が発行する調査資料の活用

南都経済研究所が発行する「ナント経済月報」の統計資料から、個人消費、公共投資、生産活動等の主要指標を選定し、小規模事業者にとって有益となる情報を集計分析します。

3. 奈良県の経済動向調査の活用

奈良県知事公室統計課が発表する「奈良県の経済動向」の統計資料から、賃金、物価、観光等の主要指標を選定し、地域の経済動向の集計分析を行ないます。

(4) 調査結果の活用

- 調査結果は、小規模事業者が経営状況を分析する際の情報として提供します。これにより、地域の小規模事業者の新たな需要の開拓に寄与する事業に繋がります。
- 当商工会ホームページへの公表や地域内の小規模事業者への巡回訪問時に情報提供することで、経営計画策定における基礎資料として活用します。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

本市住民の年齢構成は、市内に天理高校、天理大学が立地しているため、20歳前後の年齢層が厚いのが特徴です。また、奈良市、大阪市といった都市部への時間距離も遠くないことから、ベッドタウンとして勤労者世帯も多く見られ、街中にはそれら学生層や勤労者世帯をターゲットとした飲食店や小売店が多数存在しています。しかしながら、それら店舗の多くは、長年の感と経験による従来からの品揃えによる営業活動を行っており、その結果として売上の伸び悩みが見られる状況となっています。

については、学生層や勤労者世帯をターゲットとした店舗業種の中から、ベーカリーショップ、スイーツショップ、飲食店（食堂）、精肉店、豆腐店を対象として需要動向調査を行います。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①新商品開発や販路開拓調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

調査は、アンケートにより直接消費者の声を聞く方法と、情報紙・業界紙から情報を収集する方法の二通りを実施します。天理市地域で人口構成割合の高い学生層や勤労者世帯を主なターゲットとする店舗業種（ベーカリーショップ、スイーツショップ、飲食店（食堂）、精肉店、豆腐店）について、各調査結果をとりまとめてフィードバックします。

①調査方法

1. アンケート調査

自店舗内で顧客へのアンケート調査により情報収集を行います。アンケート回収枚数は50枚とします。

2. 情報紙・業界紙等からの情報収集

関連する情報紙・業界紙より新商品開発の参考になる情報を収集します。

②調査項目

1. アンケート調査項目

1) ベーカリーショップ（試食）※令和5年度実施予定

購入者の属性、価格、味、品質、生地の柔らかさ、食感、香り、風味、見栄えなど

2) スイーツショップ（試食）※令和6年度実施予定

購入者の属性、価格、味（甘さの度合い）、食感、高級感、ボリューム、見栄え、食べてみたいケーキなど

3) 飲食店（食堂）※令和7年度実施予定

購入者の属性、価格、味付け、ボリューム、盛り付け、見栄え、ヘルシーさ、食べてみたいメニューなど

4) 精肉店（肉の試食）※令和8年度実施予定

購入者の属性、価格、味、口当たり・食感、やわらかさ、脂の乗り具合、よく食べる肉料理など

5) 豆腐店（試食）※令和9年度実施予定

購入者の属性、価格、味、口当たり・食感、風味、堅さ・柔らかさ、食頻度（もめん、きぬごし）、よく食べる豆腐メニューなど

(アンケート調査項目は、各業種の小規模事業者と意見交換して決定します。)

2. 情報紙・業界紙からの収集項目

1) ベーカリーショップ

日経産業新聞、日本パン菓子新聞、ベーカースタイル、日本食糧新聞、日経テレコム等の情報紙から、以下の項目を収集します。

- ・パン（食パン、菓子パン、惣菜パン）の生産量の統計データ
- ・パン用小麦価格等の統計データ
- ・パン食データ（食べる頻度、よく食べている年齢層、好みなど）
- ・パン購入の重視点（味、食感、価格等）など

2) スイーツショップ

日経産業新聞、日本パン菓子新聞、菓業食品新聞、日本食糧新聞、日経テレコム等の情報紙から、以下の項目を収集します。

- ・小麦、乳製品、果物など原材料に関する統計データ
- ・スイーツの新商品、有望商品に関する情報
- ・消費者嗜好（価格帯、味、カロリー等）に関する情報など

3) 飲食店（食堂）

日経産業新聞、日本食糧新聞、専門紙「月刊食堂」、「近代食堂」、日経テレコム等の情報紙から、以下の項目を収集します。

- ・最新メニュー情報、商品開発情報、接客サービス情報
- ・売れるメニューのレシピ情報など
- ・客単価に関する情報
- ・繁盛店に関する情報など

4) 精肉店

日経産業新聞、食品産業新聞、日本食糧新聞、日経テレコム等の情報紙から、以下の項目を収集します。

- ・食肉の流通量、輸入量等に関する統計データ
- ・精肉の安全性に関する情報
- ・消費者の好み（購入する部位、価格帯等）に関する情報など

5) 豆腐店

日経産業新聞、食品産業新聞、日本食糧新聞、月刊フードジャーナル日経テレコム等の情報紙から、以下の項目を収集します。

- ・豆腐、納豆等の大豆食品の生産量等に関する統計データ
- ・季節別調理法に関する情報
- ・繁盛店に関する情報など

③調査の頻度

1. アンケート調査は、夏期と冬期の年2回実施します。

2. 情報紙、業界紙からの情報収集を日々行いますが、経済動向調査の内の景気動向分析の取り纏めと時期を合わせて、年4回取り纏めます。

(4) 分析結果の活用

○分析結果は、整理分析し小規模事業者へフィードバックします。その上で、新商品の開発や新たな販路開拓の資料として活用してもらいます。

○分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用し、小規模事業者へ新商品開発や販路開拓の助言を行ないます。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

当商工会の小規模事業者に対する経営状況分析の実施状況としては、金融相談の際に簡易な財務分析を行なっているほか、補助金申請の際に、ヒアリングによる強み・弱み等の把握を行なうに留まっています。また、確定申告指導と税務署への代理送信を行なう全員の確定申告データについては、紙ベースにして次年度の確定申告時の参考資料として保管するに留まっています。

簡単な財務分析及び経営分析のみに留まっており、専門的且つ活用できる分析データの提供と継続的な支援に繋がっていません。また、分析結果を提供したとしても、小規模事業者にもわかりやすく、そして活用しやすいツールになっていないことが課題として挙げられます。また、分析項目や分析手法が、職員のスキルによって異なり、情報ノウハウが共有されておらず、分析ツールの標準化も課題であります。決算分析は、確定申告結果の把握に留まっており、有効に活用できておらず、フィードバックできるツールと仕組みづくりが課題です。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①セミナー開催回数	1回	3回	3回	3回	3回	3回
②経営分析事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者

(3) 事業内容

①経営分析を行なう事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

実際に参加者自らが経営分析を行なうワークショップ型のセミナーを通じて、小規模事業者が抱える問題を3CやSWOTの手法を用いて分析することで、現在の経営状況と経営課題を把握して、事業計画の策定等への活用について理解を深めてもらうと共に、対象事業者の発掘を行なう。

小規模事業者が持つ強みや経営資源、財務内容を分析し、活用しやすいツールとしてフィードバックすることで、小規模事業者自らが直面している経営課題に気づき、自主的な事業計画策定につなげていきます。

【募集方法】チラシを作成しホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い15者を選定

【分析項目】定量分析である「財務分析」と定性分析である「非財務分析」の双方を行なう

<財務分析>直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

<非財務分析>下記項目について、対話を通じて事業者の内部環境における強み・弱み、事業者を取り巻く外部環境の機会・脅威を整理する。

内部環境	外部環境
・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定、運用状況 ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行なう。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

②分析対象者

経営指導員による巡回訪問において、経営分析の重要性、経営分析内容を説明し対象者を募ります。加えて、経営分析セミナーを年3回開催することで、その出席者の中から分析対象者を募ることとします。

(4) 分析結果の活用

- 分析結果を当該小規模事業者にフィードバックすることで、個社の経営状況を客観的に知ることができ、抽出できた経営課題の解決に向けた支援や事業計画策定につなげます。
- 分析結果はデータベース化し内部共有することで、経営指導員個人の経験やスキルに左右されない支援が可能となります。また、複数の職員による横断的・継続的な支援により、小規模事業者の持続的な発展に結びつけることができます。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

これまで補助金申請に係る事業計画策定のセミナーを単発で実施しているものの、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、セミナーの開催方法や目的を見直すなどの改善を行なった上で実施します。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が自らのビジネスモデルを再構築する為に、顧客が真に求めているものや自らの強み弱みを踏まえたビジネスプランに基づく計画経営を推し進めることが重要になっています。そのことが、小規模事業者の持続的な発展に繋がるということを経営支援機関として広く啓発していくことが求められています。

その為に、経済動向や需要動向調査、経営分析の結果を収集分析することで、経営課題をあぶり出し、見えてきた課題を確実に解決する為の事業計画策定セミナーを実施します。また、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行ない、小規模事業者の競争力の維持・強化を図ります。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①DX推進セミナーの開催回数	—	3回	3回	3回	3回	3回
②事業計画策定セミナーの開催回数	1回	3回	3回	3回	3回	3回
事業計画策定事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

これまでITの利活用を通じた経営支援については、商工会が提供する無料のホームページ作成及びネットショップサービスの情報提供を行なうに留まっていました。DX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DXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくためにセミナーを年3回開催します。

【カリキュラム】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例

- ・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
- ・ECサイトの利用方法等

セミナー受講者から取組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行なう中で必要に応じてIT専門家派遣を実施します。

②事業計画策定セミナーの開催

平成26年度から開催している小規模事業者持続化補助金に対応した経営計画書作成セミナーを拡充実施します。(小規模事業者持続化補助金の令和3年度実績：申請169件)

これまでの単発的な経営セミナー、金融相談会、持続化補助金などの補助金申請時の経営計画作成セミナーなどに留まっていた事業計画策定支援から、需要を見据えた伴走型の指導・助言による事業計画策定支援等へと発展させ、国の施策を活用した事業計画策定に関するセミナーを年3回開催し、計画経営を志向する小規模事業者の掘り起こしを行ないます。経営分析を実施した小規模事業者については、現状分析シートを活用した事業計画策定を進めます。

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

これまで国の補助金の交付決定事業者に対する事業実施支援は行なってきたものの、事案が生じた際の実施で不定期であり、そもそも訪問回数が少ないため、対象事業者数の設定や訪問頻度、実施支援後の売上増加事業者数の目標を定めた上で実施します。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が答えを見出すこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行なうことで、現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行ない、潜在力の発揮に繋がります。

計画実施後の進捗状況の確認をPDCAの手法を駆使して行ない、3ヶ月に1回の巡回指導および必要に応じた専門家や外部支援機関による個別フォローアップ支援を充実させ、事業計画のブラッシュアップを行ない、小規模事業者の収益力の拡大を目指します。金融機関とも連携し、小規模事業者経営発達支援融資制度の利用を促し、必要に応じた金融支援を重点的に伴走することで、経営の改善と持続的発展につなげる仕組みを作ります。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者
頻度(延回数)	—	60回	60回	60回	60回	60回
売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

これまで小規模事業者への事業計画策定後の支援は、事案が生じた際の実施に留まっていますが、今後は、行政機関の行なう支援策等の広報を巡回指導や案内により周知するとともに、事業計画

策定支援を行なった全ての事業所に対して、3ヶ月に1回巡回訪問し、計画実施後の進捗状況のフォローアップを行ないます。同時に、経営カルテを作成し職員間で共有することで、複数の職員による横断的支援により、小規模事業者の持続的な発展に結びつけます。必要に応じて窓口相談を行なうなど、金融機関や奈良県よろず支援拠点、各種専門家とも連携しながら、事業計画の見直しや金融支援など必要な指導・助言による伴走型のフォローアップ支援を実施することで小規模事業者の収益力の拡大を目指します。

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

小規模事業者の新たな需要の開拓に寄与する事業として、商談会や展示会、見本市等の開催情報の提供を行なう程度に留まっていた。また、ITの利活用を通じた販路開拓支援についても、商工会が提供する無料のホームページ作成及びネットショップサービスの情報提供を行なうに留まっていた。

(2) 支援に対する考え方

今後は、小規模事業者の取り扱う商品・サービスのブラッシュアップや出展する際にかかる経費などの内容の説明、出展に対する補助金や助成制度の紹介など、商談会や展示会に出展しやすい環境づくり、地元地域外の商工会・商工会議所との連携による商談会の活用等により、販路拡大の機会を提供し、小規模事業者の収益力アップに貢献できる支援を行なっていきます。

DXに向けた取組としては、データに基づく顧客管理や販売促進、SNSによる情報発信、ECサイトの利用等、ITの利活用による販路開拓に関するセミナーを開催します。

(3) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①ニッポン全国物産展 の出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②かしはらビジネス商談会 の参加事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
③ITを活用した販路開拓支 援事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件

(4) 事業内容

①ニッポン全国物産展への出展事業 (BtoC)

(支援の内容)

個社の経営分析内容などの情報を活用し、展示会等を通じて多数の引き合いが成立するよう助言指導に努めます。展示会の出展を希望する商品やサービス等のブラッシュアップを行なう為、専門家と共に以下の助言指導を行なっていきます。

- ・商品やサービス、製品や技術の本質的な魅力向上に関すること
- ・ネーミングやパッケージの改良に関すること
- ・商談に使用する商品提案書の作成に関すること
- ・広報内容、PR手段に関すること

【参考】「ニッポン全国物産展」とは、全国商工会連合会が主催し、毎年秋の年1回、東京の池袋サンシャインシティで3日間にわたり、首都圏から延べ約10万名が来場する恒例イベントで、100程度の展示ブースがあります。

(支援対象)

需要動向調査において調査対象とした飲食店や食料品を扱う小売店のなかから、都市部に新たな販路拡大を求めている事業者を主な支援対象とします。

(支援効果)

売れる商品づくりを繰り返したうえで出展することで、商談や成約に結びつけることができます。地域だけにとどまらず、都市部においても新たな販路の開拓が期待されます。

②かしはらビジネス商談会参加事業 (BtoB)

(支援の内容)

奈良県商工会連合会及び橿原商工会議所主催の「ビジネスマッチなら かしはらビジネス商談会」への参加者を募り、地域外の新規顧客を開拓し販路拡大を図ります。商品やサービス、製品や技術に関する提案資料の作成およびプレゼンテーションの技法についての助言指導を行なうことで、商品やサービスの効果的なアピールができるように支援します。マッチング商談会に参加する小規模事業者へ事前に情報提供を行なうことや、連携する商工会・商工会議所との協議を密に行ない、幅広い商談機会を提供します。

(支援対象)

経営状況分析、事業計画策定支援を行なった意欲ある事業者を選定し参加していただきます。

(支援効果)

小規模事業者の出展機会の拡大や出展にあたって色々な備えをすることでの商品自体の魅力の向上、そして広報手段の改善などで、商談数及び成約数の増加が期待できます。

③ITを活用した販路開拓支援 (BtoB)

(支援の内容)

大阪商工会議所が運営する「ザ・ビジネスモール」の活用による販路開拓を支援します。企業情報登録の際は、自社の強みや商品ブランド名、事業内容に関する効果的なキーワード設定などの助言指導を行ない、取引機会の拡大が図られるよう支援します。検索機能(商談件数、商談成立や不成立の件数など)を活用することで取引実績を把握し、必要に応じて商品・サービスの見直しすることも助言指導します。

(支援対象)

IT活用を通じ、大きな経費をかけずに全国へ販路展開を目論む事業所を主な支援対象とします。

(支援効果)

「ザ・ビジネスモール」の運用実務をサポートすることで、成約数の増加が期待できます。サイトを活用することで、全国規模で取引機会を得ることができるようになり、営業力などの経営資源に乏しい小規模事業者の弱みを補完することができるようになります。

【参考】「ザ・ビジネスモール」とは、大阪商工会議所が運営する商取引支援サイトです。全国の商工会・商工会議所の会員の中から約28万業者(令和4年11月現在)が登録しています。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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

これまで当会では月1回行われている定例の理事会において、個々の事業の実施状況報告は行なっていたものの、外部組織を交えての評価・検証まではしておらず、次年度の事業に活かす仕組みがなかったため、改善した上で実施します。

今後は、行政や外部有識者等にも参画してもらい、個々の事業の実施状況を評価・見直し仕組みを構築します。

(2) 事業内容

本事業計画に記載の事業の実施状況及び結果について、検証・評価を毎年度行なうこととします。

- ①当会の理事会と併設して天理市産業振興課・外部有識者（中小企業診断士など）・奈良県商工会連合会・商工会の各部会長、法定経営指導員などで構成する「仮称：天理市商工会経営発達支援事業評価委員会」を設置し、毎年度末に1回以上、事業の実施状況・成果の評価を行ない、見直し案を提示します。
- ②提示された見直し案を理事会で報告・検討のうえ承認を受けます。
- ③理事会で承認された事業の実施状況・成果の評価・見直し案を総代会で報告し承認を受けます。
- ④総代会で承認後、天理市商工会のホームページ等に掲載し公表します。

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

現状の経営指導員の活動は、主に金融支援、記帳や税務指導、労務の各種手続きといった分野が大半を占めます。また、相談に来られた小規模事業者への対応という、いわば受け身の姿勢であったことは否めません。資質向上にあたっては、これまでの経営相談等の業務内容から、地域の商工会に不足していると考えられる販路開拓・マーケティング・経営力再構築・事業再生・DX推進などの分野について、研修等で支援能力向上を目指します。

小規模事業者の支援ニーズは高度化しており、販路開拓支援、商品開発支援など具体的な結果を求められる支援場面や、経営革新支援、経営力再構築支援など、ノウハウと情報に基づいた選択肢を提供し、事業者と共に考えてそのプロセスを支援する場面も多く求められています。これらの伴走型支援業務に対応できる職員の育成と資質向上に取り組みます。情報収集力を強化し、実際に支援しながら学ぶOJTと外部の研修等で学ぶOFF-JTをバランス良く組み合わせ、経営指導員等の支援能力の向上を図ります。

(2) 事業内容

- ①外部講習会等の積極的活用

【事業計画策定セミナー】

中小企業大学の主催する「事業計画策定セミナー」へ年4回程度参加することで、経営計画策定や経営分析の手法など、小規模事業者の利益確保につながる支援能力の習得を図ります。

【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、経営力再構築伴走支

援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につながる。

【DX推進に向けたセミナー】

小規模事業者へのDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び経営支援員を含めた全職員のITスキルを向上させ、その上で小規模事業者のITリテラシーの向上を図っていく必要があります。そのために、DX推進取組に係る相談・支援能力向上につながるテーマ（クラウド会計ソフト、電子マネー商取引、情報セキュリティ、オンライン展示会、SNSを活用した広報など）のセミナーを積極的に受講します。

②OJT制度の導入

中小企業診断士資格を保有する職員を講師として定例の勉強会を開催する傍ら、OJTも取り入れながら、職員全員のレベルアップを図ります。

③職員間の定期ミーティングの開催

支援担当者による勉強会（年4回程度）を開催し、実際に携わった小規模事業者の経営課題を抽出・情報分析した後、解決に向けた支援策について担当者間で意見交換し、様々な支援ノウハウを習得します。

④データベース化

経営指導員が習得した支援ノウハウ、巡回時の事業者との接触記録、事業者の経営状況分析結果等を経営カルテとして蓄積します。そうすることで、当該事業者に関する経営状況を組織全体で共有することが可能となり、小規模事業者の持続的な発展に結びつけることで、強固な経営支援体制を構築します。

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

これまで行政（近畿財務局奈良財務事務所、奈良県産業政策課、天理市産業振興課）や金融機関（南都銀行天理支店、大和信用金庫天理支店、奈良信用金庫天理支店、日本政策金融公庫奈良支店）などの関係機関と行なってきた情報交換は、主に市場動向や意見・要望等について話しをする表面的な情報交換程度に留まっていました。また、経営指導員等の支援ノウハウに関しては個々人での蓄積に任されており、他の支援機関との情報交換による支援ノウハウの共有は十分に行なわれていないのが現状です。

今後に向けては、小規模事業者個々の支援に繋がる必要な支援ノウハウや需要動向、地域経済の動向といった情報共有を密にし、相互の課題を掘り下げながら支援ノウハウの共有及び有益な情報交換の場となるように努めます。

（2）事業内容

①天理市との情報交換会

天理市産業振興課と連携強化を図り、情報交換会（年2回程度）を開催します。地域内の経済動向や小規模事業者に対する支援施策、域外での成功事例などについて情報交換し、小規模事業者にとって有益な情報を蓄積し、経営指導員等の支援能力向上に役立てます。

②市内金融機関との情報交換会

天理市内の金融機関（南都銀行天理支店、大和信用金庫天理支店、奈良信用金庫天理支店）との情

報交換会（年2回程度）を開催します。各行が融資取引後に取り組んだ経営改善事例や経営課題について情報交換し、金融機関と今後の支援についての方向性を共有し、個者別の支援に役立てます。

③奈良県北部5商工会による連絡会議

北和地区広域協議会管内の県北部内5商工会による連絡会議（年2回程度）において、個社の経営改善事例や支援ノウハウ、今後の課題の他、各地域の需要動向や地域経済動向について情報交換を行ないます。

上記①～③の情報交換会等から得られた情報（経営改善事例や地域の需要動向、地域経済動向等）を小規模事業者者に具体的に説明することで個社支援に活かします。

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に関すること

（1）現状と課題

天理市商工会では、以前から行政等の関係機関と連携して各種事業を実施し、一定の成果は上げてきました。しかしながら多くの場合に、その効果は一過性に留まってしまい、必ずしも小規模事業者の持続的な収益力拡大や新たな販路開拓に繋がっていると見えていない取組みでした。

関係機関との協力体制は整っていますが、各種事業の取り組み目的が小規模事業者の持続的な収益力拡大や新たな販路の開拓にあるということを、関係機関と共有していたとは言い難い現状です。また、事業が終了した後のフォローアップが十分に行なわれているとは言えず、自己満足的な事業に終始し、本来の地域経済活性化へ寄与したとは言えない状況です。

今後は天理市商工会が中心となって、県・市などの行政機関、天理市観光協会、天理市まちづくり協議会、天理本通り商店街、自治会等が地域経済活性化に向けての方向性を共有し、共に手を取り合って、域内小規模事業者の持続的な発展に向けて意見交換を重ね、意識の統一化を図っていきます。目的の共有を図ったうえで事業を実施することで、収益力拡大、販売力向上や新たな需要の拡大が図られ、小規模事業者の振興と地域経済活性化に寄与します。

（2）事業内容

①天理じゃんじゃん市の開催（年1回）

天理市では、年間を通じて市内の交流人口を増加させる為に様々なイベントが開催されています。その中でも、毎年11月に天理市の長柄総合運動公園を会場にして、地域の物産販売及び産業展示を中心とした「天理じゃんじゃん市」を開催しています。

<実施目的>

これからは農・商・工の各産業が天理の産業や物産をアピールしていき、地域産業の活性化によって「地域の元気」を創り出すことをこれまで以上に認識しなければならないと実感しています。

本事業は、これまでにない様々な情報発信やサービスの提供を行なうことにより、多くの市内外の人々が集い「天理らしさ」を発見してもらい、楽しく地元の産業に触れ合ってもらいたいことを実施目的としています。

<基本方針>

- 地域に密着した農業・工業・商業各産業の担い手がPRする
- 様々な地域、年齢、立場の人が交流し、出会いのあるまつり

- 事業者と消費者のふれあいのできるまつり
- 地域を見つめ、コミュニティーを育て、地域社会とまちづくりを考えるまつり

<事業展開>

1. 物産販売

天理市産業振興課・天理市観光協会・奈良県農業協同組合・各種団体と連携を図り、「見る」「買う」「体験する」「遊ぶ」「食べる」ブースの出展を行ないます。天理地域に根ざした店舗又は食メニューを輩出し、地域に浸透させるとともに、店の魅力を全国に発信することを目的として奈良県が主催する「あったかもんグランプリ予選会」を開催します。

2. フリーマーケット

地域社会と共に暮らす企業と住民の交流を促し、気軽に参加できる一般参加型での地域社会活動の一環としてのイベントとして、双方に活力を与え、溝のできやすい企業と住民の「コミュニティー広場」となることを主眼としています。

3. ステージイベント

朝和保育園・柳本保育園・天理市立南中学校吹奏楽部・まぐろ解体ショーなど各種団体等が参加している文化活動、伝統伝承芸能、公民館活動における発表のステージを行ないます。

4. イベント広場（抽選会・バドミントン大会・恐竜広場）

さまざまな年齢層で楽しめるゲームや子供が楽しめる「恐竜広場」の設置「模型飛行機フライトショー」やスポーツの街天理らしい「バドミントン大会」など事業者と消費者のふれあい活動を支援するコーナーを設置します。

5. 相談コーナー

消防署・自衛隊・総務部・防災課・産業振興課・食生活改善推進協議会・税金相談・年金相談・住宅ローン等の金融相談・行政相談等の各種相談コーナーを設置します。

(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4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：米田 紀洋

■ 連絡先：天理市商工会 TEL. 0743-62-1945

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

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・見直しを行なう際の必要な情報の提供等を行ないます。

(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

〒632-0016 奈良県天理市川原城町361番地

天理市商工会

TEL: 0743-62-1945 / FAX: 0743-62-1946 / E-mail: tenri@tenshoko.com

② 関係市町村

〒632-8555 奈良県天理市川原城町605番地

天理市 産業振興課

電話 0743-63-1001 / FAX: 0743-62-5016 / E-mail: sangyoukyousou@city.tenri.nara.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 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
必要な資金の額	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
○地域の経済動向分析等 調査関連費	500	500	500	500	500
○需要動向・経営分析等 調査関連費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○DX推進・事業計画策定等 セミナー開催費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
○展示会出展・商談会参加 等の販路開拓支援事業	500	500	500	500	500
○地域経済活性化事業	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
○委員会運営費	100	100	100	100	100

(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
会費、国補助金、県補助金、市補助金、事業参加者負担金 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。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携者無し
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等