

経営発達支援計画の概要

実施者名	奈良県御所市商工会（法人番号 9150005006309） 御所市（地方公共団体コード 292087）
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日～令和 12 年 3 月 31 日
目標	①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うえで、自立的な経営力強化を促し、事業の持続的発展に向けた支援を行う ②事業承継の推進により、小規模事業者の減少を抑制するとともに、地場産業の維持・継続に向けた支援を行う ③地域の魅力ある商品・サービスを活用した販路開拓・販売促進を図ることにより、地場産業の振興につながる支援を行う
事業内容	3. 地域経済動向調査に関すること 小規模企業景気動向調査をはじめ、「RESAS」等を活用し、地域経済動向から情報の収集、整理、分析を実施し、その結果を管内事業者を提供することで事業計画策定支援に活用する。 4. 需要動向調査に関すること 展示会等で、対象事業者の自社商品に係る需要動向の情報収集を行い、調査分析結果を活用し、販路開拓・新商品開発につなげる。 5. 経営状況分析に関すること 小規模事業者に対して、対話と傾聴により詳細な情報を習得するとともに、さまざまなフレームワークを使い、経営状況の分析を行い、結果をフィードバックすることで事業者の経営上の問題点や課題を明確にする。 6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定のセミナー等により、事業計画策定の意義や重要性について理解を深め、目標達成に向けた小規模事業者や創業者の事業計画策定を支援する。また、DX 推進セミナーの開催により D X への理解と認識を高め、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 策定した計画を着実に遂行するために巡回等による定期的かつ継続的なフォローアップを実施する。また、進捗遅れの事業者に対しては、専門家の招聘等により早期の原因究明に努め、打開策を検討する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓のために各種展示会等に出展するための一連の支援を行う。また、SNS での情報発信、EC サイトの利用促進を支援することで販路開拓を目指す小規模事業者の商圏拡大を後押しする。
連絡先	奈良県御所市商工会 〒639-2206 奈良県御所市 60-21 TEL:0745-65-1201 FAX:0745-65-1834 Mail: gose@pearl.ocn.ne.jp 御所市 産業建設部 農林商工課 〒639-2298 奈良県御所市 1 番地の 3 TEL:0745-62-3001 FAX: 0745-62-5425 Mail:syoukou-kigyoush@city.gose.nara.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

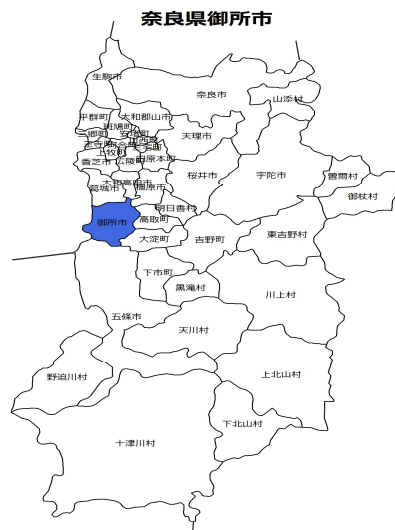
1. 目 標

(1) 地域の現状及び課題

【現状】

① 御所市の立地

- ・御所市は、奈良県西部、奈良盆地の最南西部に位置し、県庁所在地の奈良市、大阪市中心部にいずれも30km圏内、近畿の空の玄関口である関西国際空港へは西に約45kmの位置にある。
- ・総面積60.58km²、西部は葛城山（標高959.7m）、金剛山（標高1,125m）の金剛山地（国立公園）が南北に連なっており、南東部には巨勢山などの標高150～350mの丘陵地があり、そこから平地の広がる緑豊かな自然に囲まれた田園都市である。



② 交 通

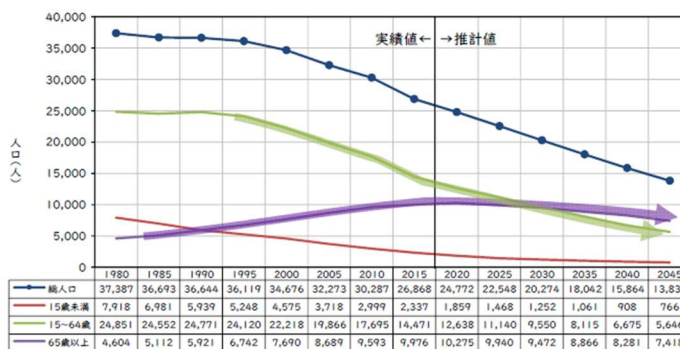
- ・鉄道は、JR和歌山線（市内に3駅）や近鉄御所線・南大阪線（市内に2駅）で、道路は国道24号・南阪奈道路などにより、都市部へはいずれも1時間前後で到達することができる。近畿の空の玄関口である関西国際空港へは京奈和道を利用し約60分と大都市近郊としての立地性を持っている。また市内に京奈和自動車道・御所南PA（御所の郷）も創設され、地元の商品を求めて市内外からの買い物客が訪れている。

③ 人 口

- ・大阪市近郊としての立地で人口が増加維持傾向にある奈良葛城地域のなかで、人口は減少の一途で推移し、1975年の37,554人をピークに2024年9月30日現在23,295人へと減少。2017年（平成29年）に過疎地に認定。今後2040年頃に総人口が15,000人を下回る推計となっている。

- ・傾向として中心部がある市北部（近鉄御所駅周辺地区）に集中していた人口の減少・流出が特に目立っている。（商業・小売業への影響大）

年齢3階層別人口の推移（1980年→2045年）



※総人口は年齢不詳を含むため、年齢3階層の合計と一致しない場合がある。

（出典）実績値：総務省「国勢調査」、推計値：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

- ・全体としては、高齢化率は35%を超え超高齢化社会になっているとともに労働人口も減少している。いずれも県内平均値を上回る率で増減している。
- ・また、空き家率も全国平均よりも10%程度・奈良県平均よりも9%程度高く、深刻な問題となっている。（令和5年住宅土地統計調査：御所市内空き家率24.3% 空き家3030戸）
- ・御所まちでは、中心市街地の歴史的佇まいを重伝建選定と活性化に向けて、その価値をリノベーションする商工業者の事業活動が活発になってきている。

④ 地域の産業構造

市内事業所数の変動

調査年	事業所数	建設業		製造業		卸・小売業		宿泊・飲食業		サービス業		その他事業	
		件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
平成21年	1,225	107	8.7%	215	17.6%	355	29.0%	79	6.4%	277	22.6%	192	15.7%
平成26年	1,155	94	8.1%	214	18.5%	296	25.6%	64	5.5%	283	24.5%	204	17.7%
令和3年	997	87	8.7%	173	17.4%	257	25.8%	51	5.1%	239	24.0%	190	19.1%
※参考：奈良県R3	45,583	4,228	9.3%	4,228	9.3%	10,853	23.8%	4,649	10.2%	16,462	36.1%	5,163	11.3%

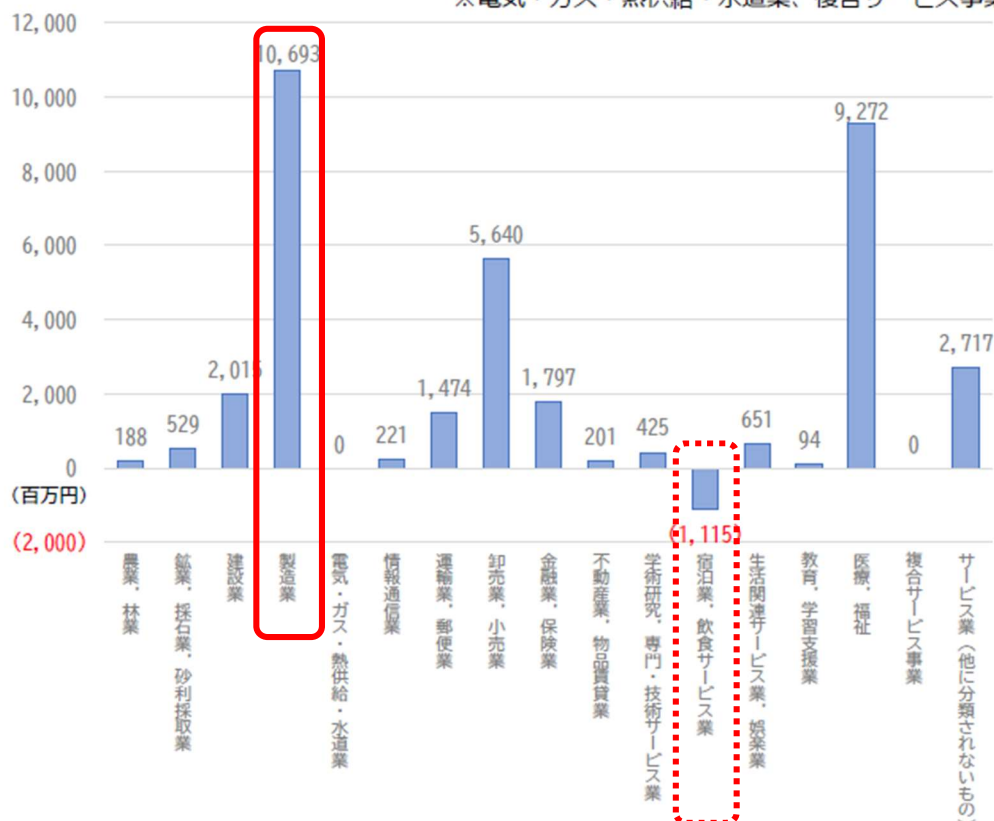
市内事業所従業員数の変動

調査年	事業者 従業員数	建設業		製造業		卸・小売業		宿泊・飲食業		サービス業		その他事業	
		員数	構成比	員数	構成比	員数	構成比	員数	構成比	員数	構成比	員数	構成比
平成21年	10,865	839	7.7%	2,693	24.8%	2,277	21.0%	480	4.4%	1,713	15.8%	2,863	26.4%
平成26年	10,531	686	6.5%	2,711	25.7%	1,810	17.2%	418	4.0%	1,743	16.6%	3,163	30.0%
令和3年	9,288	480	5.2%	2,388	25.7%	1,771	19.1%	391	4.2%	1,150	12.4%	3,108	33.5%
※参考：奈良県R3	444,916	21,134	4.8%	70,496	15.8%	92,250	20.7%	39,555	8.9%	142,580	32.0%	78,901	17.7%

経済センサス 奈良県統計 御所市統計より引用

企業が生み出す純付加価値額

※電気・ガス・熱供給・水道業、複合サービス事業は非公表



出典：総務省統計局『令和3年経済センサス 活動調査』を基に作成

- 御所市の産業構造について事業所数は、卸売業/小売業が最も多く、サービス業、製造業と続き、これら3業種で全体の約6割を占める。製造業の事業所数 173 は全事業所の 17.4%であり、奈良県全体の製造業の占める割合 9.3%と比べて高くなっており、統計データからも基幹産業が製造業関連事業であることが見て取れる。企業が生み出す純付加価値額は、製造業、医療/福祉、卸売業/小売業で大きく付加価値額を生み出している。

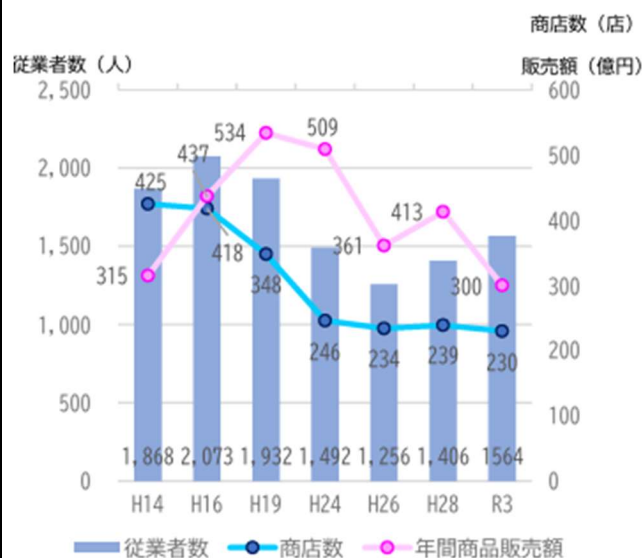
- ・一方、宿泊/飲食業の事業所数 51 は全事業所の 5.1%であり、奈良県全体の宿泊業/飲食業の占める割合 10.2%と比べて低く、付加価値額もマイナスとなっており、地域の観光資源を生かした観光ビジネスが十分にできていない状況である。

■歴史・立地を活かした地域産業（ものづくりのまち）

- ・御所市は、金剛葛城山系の伏流水と傾斜地形、その気候を活かした農商工の産業がある。日本の甘柿のルーツとなるその名も御所柿（ごしょがき）の産地として有名で、日本酒発祥の地とされる奈良において評価の高い酒蔵が3蔵もあり、“始まりの奈良”を支えている。
- ・江戸時代の末期から明治期にかけては大和緋（やまとがすり）の中心的産地として栄えた。その後、田園を活かした大和木綿の農業生産もかつてはありましたが、その繊維生産の伝統は、今日では靴下、ニット、織物、染色整理、縫製品などの多様な製品に引き継がれている。
- ・また、富山と並んで古くから医薬品・配置薬の産地としても全国に知られるほか、サンダルに代表されるゴム製履物、春雨、万年筆といった特産品産業も多く、まさに御所市は「地場産業のまち」として今なおその色彩を残している。

⑤ 商業および事業所について

■商業の推移



■従業者1人当たり年間商品販売額 （卸売業・小売業）（令和3年）



出典：総務省統計局『令和3年経済センサス 活動調査』を基に作成

商業の推移について、商店数は減少傾向にあるが、従業員数は増加している。そのため従業員一人あたりの年間商品販売額も県内全体より低い水準となっている。駅前商店街として、「商栄会」「末広」「新地」「御国通り」の4つの商店街がある、いずれもアーケードの老朽化や空き店舗化や店舗を解体して駐車場となるなど、空洞化が進んでいる状況である。

【課題】

御所市の産業構造について統計データからも基幹産業が製造業関連事業であることが見て取れる。しかし近年、事業主の高齢化と業績低迷が重なり、将来的に廃業を見込む事業所が顕在化している状況である。また地理的な利便性の高さで人口流入の反面、市外への消費流出も顕著になってきているため、円滑な事業承継や創業者の育成の他、魅力ある製品・サービスを提供できる店舗づくりに向けての取り組みが必要である。宿泊/飲食サービス業においても、商店街のシャッター通り化、宿泊地への2次交通の問題などがあり地域の観光資源を生かした観光ビジネスが十分にできていない状況である。

今後、地域内の経済が縮小していくことを考え、新規販路開拓先として県外や大都市圏、海外を目指す商品力の向上、D XやS N Sを活用した販売促進力向上を支援する必要がある。

（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

先述のとおり、御所市の人口は減少の一途をたどり、高齢化少子化による労働生産人口の減少が進んでいくとにより、市場環境は縮小し、地域経済だけでなく、地域全体の活力が低下していくことが懸念される。

このような状況を考えると、地域の活性化に向けて、新たな産業の創出や既存産業の振興を持続的に図り、交流人口を増加させ賑わいを創出することは重要となる。

そのためには、創業に対しての支援策や、意欲のある小規模事業者に対して、自社の経営資源や地域資源を活用した付加価値の高い製品・サービスの開発及び販路開拓、また、事業計画策定の推進等の支援に、御所市や他の関係機関と連携して継続的に取り組んでいくことが必要となる。

②御所市第6次総合戦略との連動制・整合性

御所市第6次総合計画（令和3年3月）では、7つの分野別施策方針のうち【分野3】中心市街地・にぎわいについて、人が輝き、魅力のあるまちづくり【分野4】産業・地域資源について、地域経済が活性化し、活力のあるまちづくりを掲げており、商工業の活性化については、農林業、商工業、観光がバランスよく振興し地域経済が活性化するように、①商工業の振興②企業誘致③創業支援④物流拠点づくり⑤農産物のブランド化と担い手の発掘育成⑥地域の魅力の創出發信等が重点施策となっている。

以上のように、御所市や関係機関と連携して、市の政策方針に合わせた市内商工業の振興を図り、地域経済の活性化に取り組むことは、本事業の目的である小規模事業者の経営力強化と地域経済の振興と合致する。

③商工会としての役割

御所市商工会は、地域の公的な総合経済団体として、御所市と連携して第6次総合計画の施策に取り組み、地域経済及び地域全体を活性化させる役割を担っている。

新たな産業の創出や既存産業の振興を持続的に図ることは、雇用の創出や交流人口を増加させることにつながり、地域を活性化させることになる。

そのためには、創業予定者及び創業後1年未満の事業者や小規模事業者に対して、支援を実施し地域の活性化を目指す。また後継者不足の課題に取り組み、事業承継支援を通じた地域経済の持続的・経済的発展に取り組む必要があります。小規模事業者それぞれの事業において自社の経営資源や地域資源を活用した付加価値の高い製品・サービスの開発及び販路開拓、また、事業計画策定の推進等の伴走支援を継続的に実施する必要がある。

(3) 経営発達支援事業の目標

前述の課題、振興のあり方、商工会の役割等を踏まえ、管内の総合経済団体として下記の目標を定め、地域の小規模事業者の経営支援に取り組む。

①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うえで、自立的な経営力強化を促し、事業の持続的発展に向けた支援を行う。

②事業承継の推進により、小規模事業者の減少を抑制するとともに、地場産業の維持・継続に向けた支援を行う。

③地域の魅力ある商品・サービスを活用した販路開拓・販売促進を図ることにより、地場産業の振興につながる支援を行う。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①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うえで、自立的な経営力強化を促し、事業の持続的発展に向けた支援を行う

小規模事業者が売上、利益率の向上による経営基盤の強化を目指すには、小規模事業者自身が自らの置かれている状況を把握するとともに、分析に基づき課題を認識し、その解決に取り組む必要がある。そのため、経営指導員等による巡回訪問を通じて小規模事業者との対話と傾聴を重ね、本質的な課題に気づきを得るとともに、納得したうえで課題解決に向けた自走化ができるように支援していく。

②事業承継の推進により、小規模事業者の減少を抑制するとともに、地場産業の維持・継続に向けた支援を行う

円滑な事業承継のために、後継者がいる事業所には承継計画の策定と実施を伴走型で支援する。後継者がいない事業所にも廃業一択ではなく、事業を継続するためにM&Aや事業の担い手の育成など、金融機関等の関係機関と連携して支援を実施する。

③地域の魅力ある商品・サービスを活用した販路開拓・販売促進を図ることにより、地場産業の振興につながる支援を行う

地域資源を積極的に活用した高付加価値商品の開発や既存商品のブラッシュアップを支援する。小規模事業者の自力だけでは人的資源の不足から新規販路開拓に取り組むのが困難であるため、大都市圏への展示会出展など支援を実施。同時にDX活用やIT化で生産性の向上を図り、自社の商品力・経営力を強化するよう支援を実施する。

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】

事業計画や経営分析に活用するために、平成28年から平成30年までに御所市経済動向調査、御所市消費動向調査を実施し、その結果を御所市商工会ホームページに掲載を行った。しかしその後は調査データの更新をしておらず、行政や金融機関からの統計資料をそのまま事業所に提供する、または個別の事業所支援の際に必要なに応じてその都度、統計資料を入手し提供するといった情報提供のみに留まっている。

【課題】

上記調査を実施するなか、より地域性が見られる調査データとすることや、事業者目線で分かりやすく利用しやすいデータとして提供する必要がある。またこれまでで実施できていなかった、ビッグデータ等を活用した専門的な分析及び結果の情報提供を行うことで、事業計画策定に有効活用できるようにする。

(2) 目標

	公表 方法	現行	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R 10 年度	R 11 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	—	1 回	1 回	2 回	2 回	2 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）

御所市においては、基幹産業である繊維・履物・医薬品・食品製造がいずれも地域産業の低迷により右肩下がりの状況となる中、これらを含む市内事業者が、限られたマンパワーや政策資源の中で、効率的に経済活性化を図れるよう、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い年1回公表する。

【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、外部有識者の助言の下、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」 地域の資金の流れを生産、分配、支出の3段階で可視化し、地域経済の全体像と各段階における資金の流出・流入の状況を分析。また生産分産業別の移輸入入の収支状況から、経済動向が他産業の経済動向に及ぼす「影響度」や地域全体の経済動向から受ける「感応度」を分析→何で稼いでいるか等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to 分析」 人の動き等を分析し、人を呼び込むためのまちづくり施策に活用→人の動き等を分析

- ・「産業構造マップ」事業所数や従業員数など数の大きさだけではなく、利益を生み出す力の大きい産業を抽出するため当地域の産業の「付加価値額」について産業構造マップを用いて分析→産業の現状等を分析

上記の分析を総合的にとりまとめ、事業計画策定支援等に反映する。

さらに情報収集先として、奈良県・御所市の指標を分析し、全国傾向と比較した各種経済指標の数値のギャップについて、検証し事業計画策定支援・経営分析支援に活用できるようにする。

情報源	情報収集・分析項目	収集目的（比較対象）
地域経済分析システム（RESAS）	付加価値額、労働生産性、産業構造、従業員数	全国や近隣地域との比較から御所市の小規模事業所の傾向を分析
全国の中企業動向トピックス（日本政策金融公庫）	全国の設備投資動向・業況判断・経営上の課題	全国の設備投資動向・業況判断・経営上の課題から御所市の小規模事業者が抱える課題の分析
ナント経済月報（南都銀行）	奈良県の景気動向、個人消費、住宅投資、設備投資、公共投資、雇用状況	全国と奈良県の数値比較と御所市の地域傾向と小規模事業者が抱える課題の分析
中企業景況調査表（全国商工会連合会）	全国の業種別業況判断・設備投資動向・経営上の課題	御所市の地域傾向と小規模事業者が抱える課題の分析
最近の求職・求人の状況（奈良労働局・ハローワーク大和高田）	求職者の性別年齢別状況・産業別求人の状況・求人求職の賃金情報	御所市の小規模事業者が抱える課題の解決

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う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、業種ごとの業況、機会、脅威など管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。なお、景気動向分析の結果に関しては、令和7～8年においては年1回、令和9年～12年においては6か月ごとの年2回公表する。

御所市商工会独自経営状況調査票による調査	
調査対象	管内小規模事業者15社（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業）
調査項目	売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等
調査手法	全国商工会連合会が行う小規模企業景気動向調査対象事業所
調査頻度	四半期（6月・9月・12月・3月期）
分析手法	小規模事業者の個別課題、地域の抱える課題について、経営指導員が外部専門家と連携し分析します。

（４）調査結果の活用

- ・地域の経済動向分析および景気動向分析について、収集した情報を整理・分析し、数値のみではなく、グラフや図表、注釈を入れながら地域内小規模事業者にわかりやすい形でレポート形式にまとめホームページに掲載し広く周知する。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の販路開拓に活用するために、平成 28 年から平成 30 年までに御所市消費動向調査を実施し、その結果を御所市商工会ホームページに掲載を行いましたがその後更新できていない状況である。また令和 5 年度に販路開拓事業で展示会に出展した事業所へ商品需要調査を実施したが、分析までは至らずに十分にフィードバックできていない状況である。

【課題】

事業所ごとに販路開拓のターゲット・経営戦略が異なることから、専門家の知見を踏まえた結果の
でる販路開拓支援のための需要動向調査を行うことが課題である。商品・サービスの市場動向、消費者のニーズ、地域内商圈シェア等を掴むことを目的に需要動向調査を実施し、販売促進や経営戦略に活用できるよう小規模事業者へ提供する。

(2) 目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①消費者を対象とした 調査対象事業者数	—	10 者	10 者	15 者	15 者	20 者
②展示会商談会参加者 を対象とした調査対象 事業者数	3 者	3 者	3 者	4 者	4 者	5 者

(3) 事業内容

①消費者を対象とした需要動向調査 (BtoC)

一般消費者に向けた新商品開発や既存商品のブラッシュアップ、販売戦略に活用するため、タイムリーかつ直接的な消費者の声を収集する。消費者の購買行動や指向を調査・分析しフィードバックすることにより、新商品開発や商品ブラッシュアップに活用する。

〔対象者〕 当地域の各種製造事業者、建築業、飲食店、小売店等

〔調査項目〕 ①ブランド認知率 ②商品の満足度 ③リピート率 ④ユーザーの属性 等

〔調査方法〕 ヒアリングシート（調査票）の記入を依頼

調査対象事業所 1 者につき、来場者規模により調査票 10 枚から 25 枚

特に各調査場所での商圈を意識して実施する

① 地元商店街での売り出しや展示即売会への来場者（市内消費者）

② 御所の郷 PA の来場者（市外および県外からの消費者・観光客）

③ 市内観光地（葛城山・寺社仏閣・御所まち等）での調査（観光客）

④ 県内物産展での消費者（県内消費者）を意識して調査を行う

〔分析方法〕 収集したデータは、経営指導員等と中小企業診断士等の専門家が共同して分析を実施

〔結果の活用〕 調査結果は調査該当事業所に直接フィードバックを行い、自社商品のターゲットの明確化や商品改良、新商品開発などの販売戦略に活用する。

②展示会商談会参加者を対象とした調査対象事業所（BtoB）

製造業を中心に下請け依存体質の改善、メーカーとしての自立を目標に、県や県連合会が開催する展示会および、大都市圏での展示会へ出展する事業所を対象に、ブースに訪れたバイヤーや面談者に対して製品や技術へのニーズを調査する。

〔対象者〕 当地域の各種製造事業者等

〔調査項目〕 ①価格・品質・味・量 ※価格対品質等 ②商品やパッケージの見た目
③取引ロット数 ④納期と納品方法 ⑤改善点

〔調査方法〕 ヒアリングシート（調査票）の記入を依頼
東京インターナショナルギフトショー・FOODJAPAN 等の国内外で開催される展示会へ出展した事業所 1 者につき、10 枚から 25 枚の調査を行い、特にバイヤーが求める商品について詳しくヒアリングし、市場トレンドを把握する

〔分析方法〕 収集したデータは、経営指導員等と中小企業診断士等の専門家が共同して分析を実施

〔結果の活用〕 調査結果は、調査該当事業所に直接フィードバックを行い、バイヤー目線での自社商品の課題の洗い出し、商品力や提案力の強化支援に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

【現状】

地域小規模事業者の経営状態の把握・分析は、事業者からの補助金申請や金融支援等の対応時にヒアリング・資料で把握するに留まっていることに加え、不定期かつ単発的である。また、個人事業所の経営データは、決算の数字と実態とずれていることも多く、分析が難しい。具体的な経営課題や経営状態まで踏み込んだ情報は把握しきれていない。

【課題】

現状では、補助金申請や金融支援など他の目的達成のために必要な情報を単発的に把握するに留まっていることや、経営指標の算出・分析のみに留まり、数値の改善や課題の改善まで到達していない事業所もあり、継続的に小規模事業者とのより積極的な対話と傾聴を通して経営の本質的な課題をあぶりだすことが必要である。

（2）目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①経営分析に関するセミナー 開催数	—	1 回	1 回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	—	10 者	11 者	12 者	13者	15 者

(3) 事業内容

① 経営分析セミナーの開催

【実施内容：分析手段・手法】

小規模事業者に経営分析の重要性と必要性を啓発し、「経験」の経営から「数値・経営戦略」への転換を推進する。

- ・小規模事業者に対し経営分析・経営戦略の重要性を解説する
- ・経営分析セミナーの開催を機会に、経営分析を行う事業所を選定する
- ・経営分析の必要性や手順について小規模事業者に理解を促す

経営分析セミナーの内容	
セミナー対象者	a. 事業計画や事業承継計画の策定を希望する地域内小規模事業者 b. 過去に金融支援を行った小規模事業者 c. 継続的な販路開拓を支援する小規模事業者
募集方法	a. 職員が巡回、窓口にて案内 b. 御所市商工会ホームページにて周知 c. 御所市広報誌へ掲載
回数	1回
カリキュラム	・経営分析、数値を把握すること、経営戦略の重要性 ・事業計画策定に向けての現状分析の必要性 ・経営分析の手法
参加者数等	1回開催につき、5～10事業者

② 経営分析の内容

【実施内容：分析手段・手法】

- ・各事業所の経営状態を把握し、今後の経営改善の指針となる経営分析書を作成する
- ・抽出された経営課題に応じてフォローアップ支援を実施する

経営分析の概要		
【分析対象者】	a. セミナー参加者及び事業計画策定や事業承継計画作成、金融支援を通じ経営分析が必要と思われる事業所 b. 経営指導員が行う日ごろの巡回を通じて経営分析の必要性がある事業所（金融支援等） なお、a、b 合わせて 10～15 者の経営分析を行う	
【分析項目】	定量分析たる「財務分析」と、定性分析（非財務分析）たる「3C分析」「SWOT分析」を行う。	
	財務分析	売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等
	SWOT分析	強み、弱み、機会、脅威
	3C分析	市場、顧客、競合、自社 等
【分析手法】	a. 事業所の状況や局面に合わせて、全国商工会連合会の「セルフチェックシート」「経営状況まとめシート」、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」等のソフトを活用し、経営指導員等で活用をし分析を行う。 b. 財務分析は中小企業診断士と、専門的課題は奈良県商工会連合会・その他専門家と主に項目別に整理・分析を実施する。	

(4) 分析結果の活用

- ・当該事業所へフィードバックし、事業計画の策定、経営課題の改善に活用する。
- ・データベース化し、小規模事業者の経営支援の参考資料とする。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者で事業計画を策定する事業者は少なく、事業主の勘や想いだけで経営している事業所もまだ一定数あると考える。事業計画を作成し、戦略を持って経営を実践する必要がある。

そのような中、事業計画策定支援をするなか自社の経営課題の解決に向け、補助金に申請し採択されたケースもあった。一方、事業主のモチベーションが続かず、そのままになったケースも見受けられた。

【課題】

小規模事業者における事業計画の策定目的は、補助金申請や融資等の目の前の課題対応のみが優先されがちであるが、本質的な事業計画策定の必要性・重要性を理解する必要がある。

経営環境の急激な変化に対応し、DXを活用による事業計画が必要となる。しかしながらDX推進に必要なデジタル化やICT整備の対応で遅れている。DX推進に向けた支援が課題である。

事業計画を策定支援し、そのフォローアップ支援を展開、販路開拓支援、事業承継支援に繋げていき、課題解決に向けた伴走型による支援を継続的に行う。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者は日常の仕事におわれ、事業計画作成についての意識は薄く、商工会としてもこの分野への支援を徹底する必要がある。

そこで商工会を拠点として経営指導員・経営支援員を計画策定基本チームとして設定、各種専門家と連携し、具体的な事業計画（経営計画・販路開拓計画・事業承継計画など）の策定に努める。

計画策定基本チームとして事業計画策定支援の目標、進捗状況ごとの支援方法、支援スケジュール、計画策定後のフォローアップまで一貫した伴走型支援を実施する。

(2) 目 標

	現行	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R10 年度	R11 年度
① DX 活用セミナー （個別相談）開催数	1 回	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)
② 事業計画策定セミナー （個別相談）開催数	1 回	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)
③ 事業承継セミナー （個別相談）開催数	1 回	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)
④ 創業セミナー （個別相談）開催数	-	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)	1 回 (1 回)
⑤ 事業計画策定支援件 数	10 件	10 件 (1 回)	11 件 (1 回)	12 件 (1 回)	13 件 (1 回)	15 件 (1 回)

(4) 事業内容（支援内容・手段・手法）

① 『D Xセミナー』及び『D X個別相談会』

- 【支援対象】 D X推進に意欲のある事業者、経営環境の変化に対応が必要な事業者
- 【募集方法】 御所市商工会HP並びに商工会広報等に掲載し周知
該当者に配布、経営指導員等が窓口・巡回にて周知
- 【参加者数】 セミナー15名/個別相談3名
- 【開催回数】 セミナー1回（2時間×1日）/年度 個別相談 1 回
- 【内 容】 I Tリテラシーの向上、D Xを活用した経営力の向上
現状分析と自社の強みの把握、数値計画について 等
- 【個別相談会】 セミナーを受講した事業者の中から、個別状況に応じ、専門家の指導支援を受け、より具体的な事業計画策定を行う。

② 『事業計画策定セミナー』及び『事業計画策定個別相談』

- 【支援対象】 経営分析を行った事業者及び事業計画策定を希望する事業者及び関心を有する事業所
- 【募集方法】 御所市商工会HP並びに商工会広報等に掲載し周知
該当者に配布、職員が窓口・巡回にて周知
- 【参加者数】 セミナー15名/個別相談3名
- 【開催回数】 セミナー1回（2時間×1日）/年度 個別相談 1 回
- 【内 容】 事業計画策定のメリット、施策活用のポイント
現状分析と自社の強みの把握、数値計画について 等
- 【個別相談会】 セミナーを受講した事業者の中から、個別状況に応じ、専門家の指導支援を受け、より具体的な事業計画策定を行う。

③ 『事業承継セミナー』及び『事業承継個別相談』の開催

- 【支援対象】 60歳以上の事業経営者、廃業を検討している事業所
- 【募集方法】 御所市商工会HP並びに商工会広報等に掲載し周知
該当者に配布、職員が窓口・巡回にて周知
- 【参加者数】 セミナー15名/個別相談3名
- 【開催回数】 セミナー1回（2時間×1日）/年度 個別相談 1 回
- 【内 容】 現経営者のための事業承継の考え方
後継者のための事業承継の心構え
承継のタイミング、財務承継と経営承継、小規模事業者M&A 他
- 【個別相談会】 セミナーを受講した事業者の中から、個別状況に応じ、専門家の指導支援を受け、より具体的な事業計画策定を行う。

④ 『創業セミナー』及び『創業個別相談会』開催

- 【支援対象】 御所市内創業者、第2創業者、創業希望者
- 【募集方法】 御所市商工会HP並びに商工会広報等に掲載し周知
該当者に配布、職員が窓口・巡回にて周知
- 【参加者数】 セミナー5名/個別相談3名
- 【開催回数】 セミナー1回（2時間×1日）/年度 個別相談 1 回

【内 容】・経営	創業計画書作成方法、創業の動機と目的、ビジネスアイデアと事業計画、創業に必要な手続き
・販路開拓	最初のお客づくり、商品サービスのセールスポイント
・財務	創業時に必要な資金、調達方法、売上・利益の予測と収支の立て方
・人材育成	労務管理の基礎知識、従業員の確保と基礎知識

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】

これまで、事業計画の策定支援を実施してきたが、策定自体が概ね補助金申請や融資申請資料など目前課題への対応が目的となっており、策定後の進捗状況の把握や課題解決に向けたフォローアップも状況確認のための巡回訪問やそのタイミングは担当の経営指導員任せであった。また、策定支援した事業者からの要望のみに応じる受動的な支援に留まるケースも多く限定的となっており、対応が後手に回ることが多いなど、フォローアップ支援が十分であったとは言えない。

【課題】

これまでは、担当の経営指導員の業務進捗状況に合わせて実施する巡回訪問や事業者からの求めや連絡を待つ受動的なフォロー体制であったため、策定支援を行った事業者の管理体制の見直しが必要である。

今後は、時期および回数を定め、適切な頻度で巡回訪問を行い、事業計画の進捗状況や計画遂行に問題点を抱える事業者へは訪問頻度を増やすなどフォローが後手に回らないよう事業者ごとに効果的なフォローアップを実施することで、策定した事業計画に沿った事業遂行を伴走支援する。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が主体となって計画を実行し、対話を通じて「答え」を見出せるよう、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い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定したすべての小規模事業者を対象とし、経営指導員等が定期的に巡回訪問等を行い、事業の進捗状況並びに計画実行に際して出てきた新たな課題などに対し、事業計画の進捗状況や経営課題の重要度などにより訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者とある程度順調と判断した事業者を柔軟に見極めた上で、適切な頻度で適宜フォローアップを行う。

(3) 目 標

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数	-	10 者	11 者	12 者	13 者	15 者
頻度（延数）	-	30 回	33 回	36 回	39 回	45 回
売上増加事業者数	-	5 者	5 者	6 者	7 者	8 者
利益率1%以上の増加事業者数	-	5 者	5 者	6 者	7 者	8 者

(4) 事業内容

事業計画策定に取り組んだ小規模事業者を対象に、経営指導員等が個別に担当し、巡回訪問等を実施することで事業計画の進捗状況を把握し、計画が着実に実行されているかを定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

フォローアップの頻度については、事業計画策定事業者に対して年間3回を基本とするが、進捗状況等により重点的に支援すべき事業者とある程度順調と判断した事業所を柔軟に見極め、頻度の増減を図るなど臨機応変に対応する。

なお、事業計画の進行状況が思わしくなく、差異や問題が生じていると判断する場合には、外部専門家等第三者の視点を投入し、その要因と対応策を検討の上、フォローアップ支援を実施する。

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】

これまで、販路開拓の支援として、意欲的な事業者を中心に首都圏や大都市圏及び奈良県商工会連合会等が主催する県内外の展示会・商談会への出展を実施してきたが、参加後の事業成果を個別具体的に把握しきれていないのが現状である。

また、過疎化が進む当地域においては内需だけでは販路に限界があるため、広域な販路開拓の必要性が高いが、地域内の小規模事業者の多くは、オンライン等による販路開拓に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」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いない。

【課題】

これまでの展示会出展支援等において、商談が成立するなどの一定の成果が出ている小規模事業者もあるが、恒常的な取引につながった事例は少なく、成果を上げていくためには、出展当日の支援に加え、準備段階からの事前支援および結果検証を踏まえた商談後のアフターフォローなどの事後支援の取組みが不十分であったため改善した上で実施する。

また、より多くの小規模事業者に対してDXに向けた取り組みを推進していくには、域内人口が減少していく中、販路を近隣商圈に限定せず、広域にわたる販路開拓が必要であることを事業者に理解・認識してもらうため、オンライン商談会の活用方法やECサイトの利用、SNSによる情報発信のなどをDX推進セミナー開催や専門家の指導を受けながら支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った販路拡大やDX推進に意欲ある事業所の販売戦略として重点的に支援する。繊維・履物・医薬品・食品製造等事業所については「ものづくりのまち」御所として基幹産業の底上げを図る。また地域性を生かした訴求力のある商品を取り扱う卸売業・小売業の事業所にも積極的に域外への販路開拓を支援する。

当会が自前で展示会等を開催するのは困難であるため、首都圏、大都市圏（大阪、名古屋、福岡、沖縄など）海外（アジア、欧州、北米など）を含め、支援事業者が販路開拓を目指す地域やターゲットを勘案し、より効果的な既存の展示会への出展を検討していく。出展にあたっては、経営指導員等が出展に関する一連の支援を行うとともに、出展期間中は、陳列、接客、情報収集など、出展後には、成果の検証・分析を含めたきめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取り組みとしては、SNS等を活用した情報発信、ホームページ作成、ECサイトの導入・運用方法、IT活用による営業・販路開拓などに関するDX推進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。

(3) 目 標

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① 展示会出展事業者数	3者	3者	3者	4者	4者	5者
成約件数／者	—	1件	1件	1件	1件	2件
② SNS活用	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率／者	—	3%	3%	3%	3%	3%
③ ECサイト利用	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率／者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①展示会等出展支援（B to B・B to C）

経営分析等を実施した上で、事業計画を策定して、新商品の開発、販路拡大に取り組む、製造業（繊維・履物・医薬品・食品製造等）、卸売業・小売業の小規模事業者を中心に、首都圏、大都市圏（大阪、名古屋、福岡、沖縄など）海外（アジア、欧州、北米など）で開催される既存の展示会への出展を促進し3～4者の参加を目指す。

次に、列記する展示会等への出展を中心に行うが、より出展効果を高めるために出展先の展示会については、支援事業者が販路開拓を目指す地域やターゲットを勘案し、追加・変更するなど随時見直しを行う。

出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には陳列、接客、情報収集など、きめ細かな伴走支援を行う。事後には商談相手へのアプローチ支援など実効性のある支援を継続的に行っていく。

【出展を想定する展示会等】

展示会名	展示会の概要	会場	出展者数	来場者数	支援対象者
東京インターナショナルギフトショー (同時開催の LIFE× DESIGN、LIVING & DESIGN、グルメ&ダイニングショー含む)	日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市である東京ギフトショーは「日本最大のトレードショー」。東京ギフトショーには、各界のショップ、百貨店、専門店、卸売業者など20万人のバイヤーが全国規模で参画。	東京都ビッグサイト	約3000社	約22万人	食品製造業・ 雑貨品製造事業所
GOOD LIFE フェア	メインは一般消費者（B to C）への即売であるが百貨店・卸売業、メーカー、外食・フードサービス業なども来場者する、地場産品や観光資源など地域資源をPRする自治体・団体、地域活性化・環境対策など持続可能な社会を目指す背景で開発された衣・食・住関連の製品を取り扱う企業が出展す	東京都ビッグサイト	約350社	約35,000人	観光・衣食住関連 製造業・卸売・小売り関連

	る展示会				
ファッションワールド	アパレル、バッグ、シューズ、アクセサリなど、あらゆるファッション商材が世界中から一堂に出展。	東京都 ビッグ サイト	約 400 社	約 21,000 人	繊維産業製造事業 所
ニッポン全国物産展	全国商工会連合会が中小・小規模事業者の商品展開力・販売力向上を図り、市場・販路開拓の実現と地域経済の活性化を図ることを目的に開催。	東京都 池袋サ ンシャ インシ ティ	約 130 社	約 6 万人	食品製造業
FOOD JAPAN	ASEAN 市場最大級の日本の食に特化した見本市。 ASEAN 市場の食品メーカー、レストランオーナー、ホテル、スーパー・小売、商社・卸売業との商談、マーケティングの場として機能している展示会。	シンガ ポール	約 200 社	約 7,500 人	食品製造業

②SNS活用（B to C）

小規模事業者（業種等を問わず）を対象に、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。支援にあたっては外部専門家も積極的に活用する

【想定する支援内容】

- ・ SNS の活用による販売促進、販路開拓のための支援
- ・ 生成AI（ChatGPT 等）の活用による業務効率化等のための支援 など

③ECサイト利用（B to B・B to C）

小規模事業者（業種等を問わず）を対象に、既存商圈の枠を超えた広域の販路開拓による事業拡大に繋がるよう、EC サイトの開設に至るまでの一連の支援を実施する。またEC サイトの開設にあたっては、より効果的なサイトとなるよう市場分析や顧客の需要動向等も踏まえた支援を実施する。

【想定する支援内容】

- ・ 大手EC サイトであるAmazon、楽天市場等のストアページ開設支援
- ・ 自社EC サイト開設のためのカラーミーショップ、BASE、STORES 等の活用支援 など

（５）期待する効果

商工会が販路開拓支援を行うことにより、事業者の販路開拓ツール（商談シート、ネット販売、SNS、POP等）を整備させることで、広報・販売手法・商談知識、商談力の向上・習得が図れるとともに、商談者のニーズを把握することにより、新商品開発や商品のブラッシュアップに繋げ、商談成果を向上させる土台を作り、域内人口が減少していく中、販路を近隣商圈に限定せず、広域にわたる販路開拓の必要性を理解するきっかけとし、さらなる販路開拓へ向けての意欲の向上につなげ、事業者の持続的発展が期待できる。

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

【現状】

これまで、経営発達支援事業の評価及び見直しをするための委員会等は構成しておらず、代わりに商工会正副会長等による三役会で事業の進捗状況を確認後、理事会及び総代会において、内部の関係者への事業報告を中心に実施しており、事業に対する評価と見直しが実施されていない状況である。他の支援機関と定期的に情報交換を行っているとは言えず、その都度発生する事案に応じて各連携期間に問合せをし、情報収集を行っている状況である。

【課題】

内部評価だけでは、適正な事業評価を受けることが難しいため、商工会事業の発展のためにも外部評価制度を取り入れることが必要である。各連携期間との連携を密にし、情報の共有を図り、幅広く意見を聞くことが課題である。今後は、経営発達支援事業の進捗状況等を確認・評価し、その事業実施方針等に反映させるため、外部有識者等の意見を拝借して PCDA サイクルを着実に回して毎年度事業実施状況について検証・見直しを行う仕組みが必要である。

(2) 事業内容

①正副会長、外部有識者（中小企業診断士、金融機関）、御所市産業建設部農林商工課長および担当職員、当会法定経営指導員及び担当職員からなる「事業評価委員会」を設置し、年1回開催することで、実施年度終了後に事業実施状況、計画進捗度、成果等の評価と検証及び見直し案の提示等を行い、次年度計画への反映を図る。

②当該委員会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページへ掲載（年1回）することで、地域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】

これまで、奈良県商工会連合会が実施する研修会等の他、奈良県主催や中小企業基盤整備機構が開催する研修会を受講し、資質向上に努めているが、それ以外のより高度かつ幅広い知識の習得は、各員の意識と自己研鑽に依存されている。また、商工会特有の問題として、ひとつの事業者とその担当経営指導員が1対1のまま長期間固定されることが多いために、小規模事業者へのアプローチ等が偏ってしまうことがある。

【課題】

研修会等で得た資質向上レベルには個人差があり、経営指導員のみならず職員全体で支援ノウハウを情報共有し、組織としての支援力の底上げを図ることが課題である。また、DXや事業承継の推進に向けて、小規模事業者にとって有益な情報を提供しながら適切な経営指導を行うためには、全職員が知識習得等に努めて支援能力向上を図ることも課題である。

（２）事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員等の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び奈良県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【中小企業大学校支援担当者研修】

中小企業大学校で開催されている「事業計画策定セミナー」、「事業承継セミナー」、「DX 活用支援セミナー」等の専門研修に経営指導員等が積極的に参加し資質向上を図る。

【DX 推進に向けたセミナー】

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、経営指導員等の 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、次のような DX 推進取組に係る相談・指導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＞

- ・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、電子決裁システム等の IT ツール、 オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策、生成 AI の活用

- ・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

- ・その他取組 オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入 等

【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経営指導員等が受講することにより、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げる。

【小規模事業者課題設定力向上研修】

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得する研修を経営指導員等が受講することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

①OJT 制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員等が、巡回指導や窓口相談の機会を活用した O J T を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る

②職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、I T 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（年間 4 回、適宜増加）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。

③データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を随時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(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6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）													
<table><tr><td colspan="2">御所市商工会</td></tr><tr><td>法定経営指導員</td><td>1名</td></tr><tr><td>経営指導員</td><td>2名</td></tr><tr><td>経営支援員</td><td>2名</td></tr></table>	御所市商工会		法定経営指導員	1名	経営指導員	2名	経営支援員	2名	<table><tr><td colspan="2">御所市</td></tr><tr><td colspan="2">産業建設部農林商工課</td></tr></table>	御所市		産業建設部農林商工課	
御所市商工会													
法定経営指導員	1名												
経営指導員	2名												
経営支援員	2名												
御所市													
産業建設部農林商工課													
(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：持田 裕生													
連絡先：奈良県御所市商工会 TEL. 0745-65-1201													
②法定経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）													
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の提供等を行う。													
(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													
〒639-2206 奈良県御所市 60-21													
奈良県御所市商工会													
TEL:0745-65-1201 FAX:0745-65-1834													
Mail: gose@pearl.ocn.ne.jp													
②関係市町村													
〒639-2298 奈良県御所市 1 番地の 3													
御所市 産業建設部 農林商工課													
TEL:0745-62-3001 FAX: 0745-62-5425													
Mail:syoukou-kigyou@city.gose.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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	6,000	6,200	6,200	7,000	7,000
3. 地域経済動向調査事業	300	300	300	300	300
4. 需要動向調査事業	300	300	300	300	300
5. 経営状況分析事業	450	450	450	450	450
6. 事業計画策定事業	450	450	450	450	450
7. 事業計画策定後の実施支援事業	1,000	1,200	1,200	1,500	1,500
8. 新たな需要の開拓に寄与する事業	3,500	3,500	3,500	4,000	4,000

(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
補助金(国、奈良県、御所市) 自主財源(会費収入、手数料収入等)

(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。

(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	
連携して実施する事業の内容	
①	
②	
・	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
・	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	