

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	山添村商工会（法人番号 7150005002912） 山添村（地方公共団体コード 293229）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	<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による事業継続を実現</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</p> <p>（３）経営課題の設定から課題解決の伴走型支援による自己変革</p>
事業内容	<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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国及び県内の経済動向調査結果を整理分析し事業所へ提供する。 ・R E S A Sを活用して地域内の経済動向を調査し、国及び県等のデータと比較分析も行い、事業所へ提供する。 <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域特産品に対する需要動向を調査し、販路開拓や新商品開発等に活用する。 <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・巡回指導や申告相談時に事業所の経営分析を実施し問題点の把握を行う。 <p>4. 事業計画の策定支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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W e 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。 ・小規模事業者の持続的発展の為、事業計画策定セミナーおよび個別相談会を開催し、参加され各事業者の事業計画策定支援を行う。 <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定支援を行った事業者に対しP D C A方式により、実施状況の確認、変更を伴走型で支援する。 <p>6. 新たな需要の開拓支援</p>

	<p>・新商品を開発し、商談会参加や物産展および展示会出展、ITを活用した情報発信等の支援を実施して新たな需要を開拓する。</p>
連絡先	<p>山添村商工会 〒630-2344 奈良県 山辺郡山添村 大字大西 151 TEL:0743-85-0033 FAX:0743-85-0035 e-mail:yamazoes@kcn.jp</p> <p>山添村 地域振興課 〒630-2344 奈良県 山辺郡山添村 大字大西 151 TEL:0743-85-0041 FAX:0743-85-0219 e-mail:m-onoue@vill.yamazoe.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現状

奈良県北東端の大和高原の一角に位置する山添村は、奈良県を代表する大和茶の産地として発展してきた。しかし過疎化による人口減少と若者の流出、高齢化や後継者不足による大和茶の生産量の減少と耕作放棄地の増加など様々な問題を抱える。そうした中、村は村民、議会、行政が「和合結束」し、「元気で、夢や生き甲斐が持て、安心して暮らせる村」の実現に向け、課題解決に取り組んでいる。

ア) 立地と交通

山添村は奈良県の北東端、大和高原の一角に位置する人口3,226人(県内39市町村中29位)、世帯数1,110世帯(同30位)、面積66,52km²(同15位)の村である。(総務省「国勢調査 人口等基本集計」(2020年))。地勢は標高120~620mで起伏に富み、ゆるやかな傾斜地が多い。

東部は三重県伊賀市及び名張市、北西部は奈良市、南部は宇陀市に接している。村内を名阪国道が縦断していることから、車を利用すれば大阪市内へは約1時間、名古屋へは約1時間30分と、豊かな自然に恵まれながらも都市部に近い。

また、村の面積の約80%を森林が占めており、その山間からの清らかな流れはのちに木津川へと注ぎ、この流れに沿って30の集落と農地が点在する。

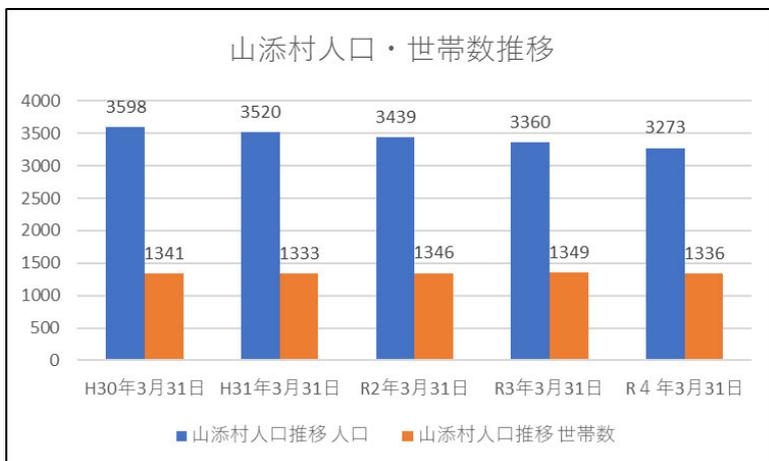
村の歴史は古く、^{ぬのめ}布目川、^{おろせがわ}遅瀬川、^{なぼり}名張川、^{かさま}笠間川等の流域では、発掘調査によって縄文時代の遺跡や遺物が数多く出土するなど太古から生活が営まれていたことが確認されている。また、奈良時代に建立された際の礎石が当時のまま残る^{けほらはいじ}毛原廃寺や、僧・行基が開基したと伝わる^{こうのじ}神野寺など、深い歴史を持つ村である。

1956年9月に添上郡東山村と山辺郡波多野村、豊原村の3村が合併し、現在の山添村を形成し、2016年に立村60年を迎えた。

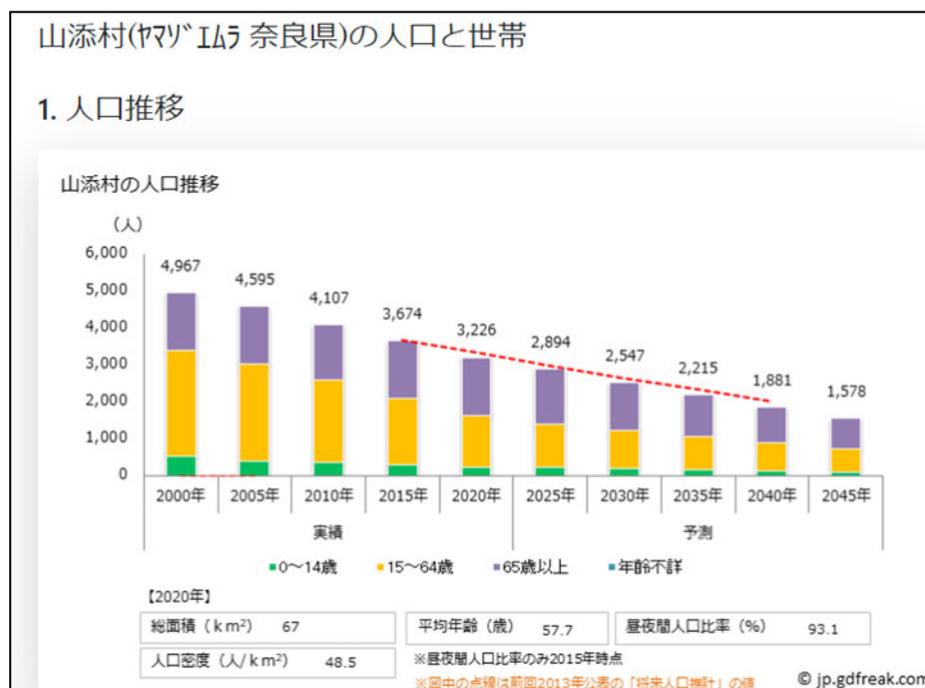


イ) 人口の動き

村が誕生した 1956 年には、8,082 人であった人口は、2022 年 3 月には、3,273 人と減少を続けている。



また「将来推計人口 (2018 年 3 月推計) によると今後 2020 年から 2045 年までにはさらに▼51.1% 減少し、約 1600 人になる見込み。この時 2045 年の平均年齢は 2020 年の 57.7 歳から 3.6 歳上昇し 61.3 歳となる。



総務省 国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口、総務省 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数を基に GD Freak が作成

②課題

山添村における商工業者数は 187 社（平成 28 年度経済センサス）、そのうち小規模事業者数は 160 社で全体の約 85.5%を占めている。平成 18 年度との比較では商工業者数全体では 35 社の減少となっているが、小規模事業者だけでみると 39 社の減少となっており、より厳しい状況がうかがえる。その大きな理由として小規模事業者の経営者の高齢化と後継者不足があり、毎年廃業する事業所は多くある。

以上のような厳しい状況の中で山添村商工会は、会員数 112 名、役員 12 名、事務局職員 2 名で構成されており地域に密着した唯一の総合経済団体として、金融相談・労務・税務会計相談をはじめとする経営改善普及事業を行いながら、地域経済の発展に努めてきた。

区分	平成 18 年	平成 21 年	平成 24 年	平成 28 年
商工業者数	222	220	205	187
うち小規模事業者数	199	191	174	160

（経済センサスによる）

ア) 農林業

・補助制度を活用した設備や機械等の支援を通してリーダー的担い手の育成を図るとともに、農業体験等を通じて村を積極的に PR し I ターン者を含む新規就農者並びに後継者の育成を進める。

また各種事業を活用し、米や茶をはじめとする村内の農産物について生産設備の更新による省力化を進め、生産性の向上や、国内だけに限らず海外を見据えた販路拡大について生産者が積極的に参画できる環境を整備し安定経営の実現をめざす。

イ) 商工業

・山添村観光協会と連携を図り、地域の伝統・技術や観光キャラクターを活かした地域名産品や土産物づくり等、観光振興を通じた新たな需要の開拓と特産品の生産・販売による収益の向上を図るとともに、生産現場の見学機能の創出や魅力ある店舗づくり等の支援を行う。

ウ) 観光業

・フォレストパーク神野山の各施設の魅力を最大限活用し、体験型イベントを定期的に開催することにより、神野山の魅力を更に磨き集客力を高めていく。また民間の観光事業者との連携により、滞在時間の延長と稼ぐ力の強化を図る。

団体旅行から個人（少人数）旅行、発地型観光から着地型観光など新型コロナウイルス感染症の影響による観光スタイルの変化が進む中、山添村観光協会の組織を強化するとともに、観光客の受け入れ体制の構築と観光の産業化（稼ぐ観光）に向けた自主的な活動を支援する。

（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

今後、ますます高齢化社会は進み、小規模事業者においては売上減少、人材不足、また後継者不足や廃業という課題が深刻化していく。

しかしながら、当地域においてはさまざまな地域資源がある。それを地域ブランドとして新商品開発を行い、出口販売戦略として山添村「花香房」・東京アンテナショップ「奈良まほろば館」を有効活用して、販路拡大につなげることで地域経済が活性化する。

そして、小規模事業者が持続的に事業を発展させる為には、山添村の地域資源と強み、国内外の需要の動向を分析し、新たな需要を獲得するためのビジネスモデルを構築する支援が必要となる。そこで、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を継続的に行い、今後 10 年程度の期間を見据えた

長期的な振興策のあり方を検討していく必要がある。

②山添村総合計画との連動性・整合性

山添村において、令和3年に「地域の持続的発展の基本方針」が制定された。

基本方針として、小さくても輝きみなさんと共に「いい村」づくりをめざし、5つの方針（基本的視点）「災害に強い村づくり」「生活のしやすい村づくり」「教育・福祉と健康の村づくり」「農林商工業の振興」「観光力アップ」が設定されている。

その中に、各種事業を活用し、米や茶をはじめとする村内の農産物について生産設備の更新による省力化を進め、生産性の向上や販路拡大について生産者が積極的に参画できる環境を整備し、安定経営の実現をめざすなど新たな需要の開拓と特産品の生産・販売による収益向上等が掲げられている。

山添村商工会としては、山添村役場（地域振興課）や地域活性化に関係する団体と連携し、情報の共有・協議を行い、当事業と村の施策との連動性・整合性を図る。

③山添村商工会の役割

商工業者の自助努力及び創意工夫による取り組みを寄り添って支援するなど、商工業の振興のための事業活動を通じ、地域社会に貢献するよう努める。具体的には、価格競争によって収益確保が困難な事業者に対しては、顧客の需要（ニーズ）等の市場環境に対応して経営の磨上げ、また経営革新を支援することによって、商品・サービスの高付加価値化を実現し、小規模事業者の収益拡大を図る。

今後も多様化する経営課題に対し、情報提供や課題解決に向けた提案を行い、小規模事業者の事業継続、持続的発展のための支援が求められており、地域総合経済団体として、行政や関係機関と連携しながら、伴走型支援に積極的に取り組み、事業計画策定を通じ、地域資源を活用した特産品の開発・地域の特性を活かした事業を推進しながら、小規模事業者の持続的発展のための支援事業に取り組む。

（3）経営発達支援事業の目標

当事業において、地域の小規模事業者の抱える経営課題を解決するための支援を行うため、また、地域の活性化を図るために以下の目標を設定する。

- ①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現
- 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
- ③経営課題の設定から課題解決の伴走型支援による自己変革

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による事業継続を実現

激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっている上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

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

地域特産品・サービスの開発・改善を支援し、IT技術を利用した提供方法の推進や山添村の施設「花香房」や首都圏アンテナショップ「奈良まほろば館」を活用した販路開拓の支援等を通して、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

③経営課題の設定から課題解決の伴走型支援による自己変革

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繋げる。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を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとど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】商工会としての地域内での経済動向調査を毎年行っておらず、山添村においても経済センサス以外のデータが殆どない状態である。また、これまで、経営指導員等による巡回訪問や窓口相談、金融相談、記帳・税務相談など日常的な相談を通しての景気・経済動向の把握。金融機関や行政機関等からの情報入手による現状把握となっており、十分な地域経済状況が把握されているとは言えなかった。

【課題】ビッグデータ等の情報収集・整理を行っておらず、事業者に対して情報提供を行える体制ではなかった。今後は、小規模事業者が事業計画策定に活用できる情報を提供するため、RESAS等のビッグデータを活用した分析結果を地域の小規模事業者に対して広く提供できるよう改善を図る。

(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	—	1回	1回	1回	1回	1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）

地域内の小規模事業者を取り巻く経済動向を把握し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員が地域経済分析システム「RESAS」等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】経営指導員が、「RESAS」（地域経済分析システム）や「奈良県経済の概況」、「奈良県の地域経済レポート」等を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】・地域経済循環図：地域の資金の流れを分析

- ・産業構造マップ：産業の現状を分析
 - ・奈良県の地域経済レポート：県内市町村の経済動向を分析
 - ・奈良県経済の概況：個人消費・雇用情勢・生産活動等の分析
- 上記の分析結果を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②管内景気動向調査

管内の小規模事業者を対象により詳細な実態を把握するため、年1回アンケート調査を実施し、調査・分析を行う。

【調査手法】村内事業者へ調査票を郵送し、返信用封筒にて回収する。調査票の回収率については、80%を目標とする。

【調査項目】売上額・売上の増減・資金繰り・雇用情勢・後継者の有無・経営上の問題点。

【調査対象】会員事業者（法人・個人含む）20社（商工業、建設業、農業その他から）

【分析手法】経営指導員が分析を行う。

(4) 調査結果の活用

情報収集、調査、分析した結果等は、管内の小規模事業者が活用しやすいよう、ホームページに掲載し広く周知する。

また、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とし、小規模事業者の今後の見通しや対応策の立案。事業計画策定の支援を行う際の基礎資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】これまで商工会としては、個社に対しての需要動向調査や個々の商品に関するアンケート調査も行っておらず、小規模事業者に対し十分な情報提供が行えていない状況である。

【課題】田舎ならではの付加価値の高い商品（特産物等）があることも考えられ、滞在的な需要も期待されることから、特産品関係の生産販売事業者の需要動向調査を実施することで、新たな商品の開発のヒントとなり、売上の向上や販路拡大が見込める。

また、既存商品・サービスのブラッシュアップを図り、消費者ニーズにあった提供を行うことが可能となるため、需要動向調査を実施する。

(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 新商品開発の 調査対象事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者
② 試食、アンケート 調査対象事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①地域資源を活用した特産品の開発と既存商品の改良、販路拡大に向けて、消費者ニーズを捉えることを目的に、「花香房」や「奈良まほろば館」等において消費者へのアンケート調査を実施する。

調査・分析結果は、対象事業者へ報告し、消費者が求めている商品の開発や商品のブラッシュアップに繋げてもらい、事業計画策定に活用する。

【調査手法】 来訪者を対象としてヒアリングによるアンケート調査を実施する。

【調査項目】 来村客および来館客の属性・来村目的・来村回数・お土産について（価格・パッケージデザイン・大きさ・求めるもの等）

【分析手段】 調査内容を集計し、専門家に協力を依頼して、職員が分析を行う。

【活用方法】 特産品関係の生産・販売事業者に調査内容と分析結果を報告し、必要に応じて専門家と連携して、新たな商品の開発や既存商品の改良のために活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】経営状況の分析については、記帳・税務指導や金融機関に対する提出資料の作成などの場面における財務的な分析支援がほとんどであった。

巡回訪問・窓口相談による金融相談指導、記帳・税務、申告指導等の際に、その都度の小規模事業者に対しての財務分析、資金繰り等の現状把握に留まっており、経営状態の改善や今後の方向性を導くための継続的な分析は実施していなかった。また、本格的な経営分析支援に関しては、商工会側の専門知識が不足しており、その重要性を小規模事業者へ積極的に働きかけてこなかった。

【課題】経営分析や事業計画作成の必要性を感じている事業者が少なく、自社の経営状況や課題を把握していない方が多い。日頃の巡回や窓口相談、個別相談会、様々な調査等を通じて、対象者の掘り起こしを行う必要がある。そのためには経営状況の把握と分析、事業計画の必要性を理解認識してもらう必要がある。また、高度・専門的な知識が不足しているため、必要に応じて外部支援機関や専門家等との連携を図り分析を行う。

(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 件数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者 数	—	3者	3者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（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うワークショップ型のセミナーを通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【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3者を選定

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

《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脅威、機会を整理する。

(内部環境)	(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入れ先、取引先 ・人材、組織 	<ul style="list-style-type: none"> ・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
	<ul style="list-style-type: none"> ・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

う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- ・そして、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】事業計画策定に関する支援については、補助金申請や融資の申込みで策定する程度であり、経営分析と同様、小規模事業者の成長発展に向けた事業計画策定の支援は行っていなかった。

【課題】事業計画策定の必要性・重要性を理解していただくためにも巡回訪問やセミナー開催にも力を入れ、小規模事業者の意欲を高める。また、調査結果を踏まえた小規模事業者の抽出された課題の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

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、5. で経営分析を行った事業者の事業計画策定を目指す。

また、持続化補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し事業計画の策定につなげていく。

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い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

5. で実施するワークショップ型のセミナーを通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

(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	—	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
③事業計画策定事業者数	—	3者	3者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

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、セミナーを開催する。

(支援対象、募集方法、講師、回数、カリキュラム、参加者数等)

【セミナー（カリキュラム）の内容】

- ・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

また、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、経営指導

員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。
(支援対象、募集方法、講師、回数、カリキュラム、参加者数等)

②「事業計画策定セミナー」の開催

地域の経済動向や需要動向調査を踏まえて、事業計画作成に取り組むことを考えている事業者に対しては、事業計画策定セミナーを通じて伴走型の支援を行う。

(支援対象、募集方法、講師、回数、カリキュラム、参加者数等)

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

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】小規模事業者の経営課題の解決を図るための事業計画策定後の実施支援においては、相談等があれば対処的に支援するといった状況になっている。また、計画の策定が目的となってしまう、PDCAサイクルを確立していない小規模事業者が多い状況にある。

【課題】計画の実践を継続するためのモチベーションの維持のために、経営指導員等が巡回訪問時に進捗状況の確認や見直しの改善を図る。

計画実施のフォローアップを通じPDCAサイクルを確立させるために、よろず支援拠点等を活用して専門家の派遣等も行いながら伴走型の指導・助言を行い事業の持続的発展を図っていく必要がある。

(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」を見いだすこと、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うことで現場レベルでの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い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、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訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップを行う。

(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	—	3者	3者	5者	5者	5者
頻度(延回数)	—	9回	9回	15回	15回	15回

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定3者を毎4ヶ月に1回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]これまで実施していない。

地域内の小規模事業者の多くは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」、「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]これまで実施しているものの、展示会出展の事前・事後のフォローが不十分であったため、改善した上で実施する。

今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であることを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、県外や首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。

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、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

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。

(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首都圏物産展出展事業者数	—	3者	3者	5者	5者	5者
売上額/者(万円)	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②SNS活用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者(%)	—	10%	10%	10%	10%	10%
③ネットショップ開設事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者(%)	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①商談会への参加(BtoB)

奈良県商工会連合会と連携しながら、個別商談会の開催情報を収集し、事業計画策定支援を通して、新商品・新サービスの開発をした事業所や既存商品の改良等を行った事業所をはじめ、意欲のある事業者巡回訪問等にて情報提供を行い、商談会への参加提案を行う。専門家とも連携して顧客ターゲット別の営業力強化支援や商品・サービスのブラッシュアップ支援から参加後のフォローアップ支援まで一貫して個社支援を行う。

②首都圏物産展出展(BtoC)

奈良県商工会連合会主催の「首都圏物産展」に、毎年、管内の主要業種たる事業者3者を選定し参加させる。また、加えて物産展でのディスプレイが効果的になるよう事前研修を行うとともに、

事後には、ネット販売支援など、固定客化に向けた実効性のある支援を行う。

③ SNS活用 (BtoC)

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。

④ 自社HPによるネットショップ開設 (BtoC)

ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

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】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機関に問合せをし、情報収集を行っている状況である。

【課題】各連携機関との連携を密にし、情報の共有を図り、幅広く意見を聞くことが出来ていないことが課題であり、今後は外部有識者等の意見を拝借してPDCAサイクルを行っていく必要がある。

(2) 事業内容

- ① 正副会長及び奈良県商工会連合会、山添村役場地域振興課課長、法定経営指導員、外部中小企業診断士等の専門家を交えて半期ごとに事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。
- ② 当該協議会の評価結果は、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、HPに掲載(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・奈良県商工会連合会、中小基盤機構等が開催する研修会へ参加をしているが、実際にそこで得た知識を生かして、小規模事業者に対して支援等を行うことができていないのが現状である。

【課題】小規模事業者の取り巻く環境、課題の多様化に伴い、会員の求めている支援を行っていくためには、専門的な研修等を受けることによる職員のスキルアップが必要である。

また、今後、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に向けたコミュニケーション能力向上やデジタル化による経営となっていくため、DXの推進を進めていくためのスキルアップも必要である。

(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」(DX推進に向けたセミナー、コミュニケーション能力向上セミナー)に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定セミナー】 当会では、P D C A評価委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

【D X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D X推進への対応にあたっては、経営指導員等のI T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D X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。

＜D Xに向けたI T・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 R P A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I T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

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P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用オンライン展示会、S N S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 オンライン経営指導の方法等

【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実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、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ことで、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

②O J T制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員等がチームを組成し、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。

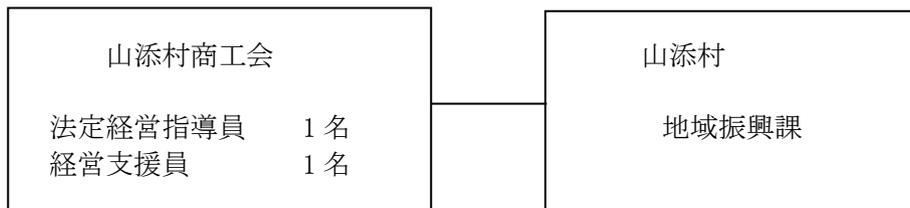
(別表2)

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：小野 和彦

■連絡先：山添村商工会 TEL. 0743-85-0033

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)

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

〒630-2344 奈良県山辺郡山添村大字大西 151

山添村商工会

TEL : 0743-85-0033 FAX : 0743-85-0035 E-mail : yamazoes@kcn.jp

②関係市町村

〒630-2344 奈良県山辺郡山添村大字大西 151

山添村地域振興課

TEL : 0743-85-0041 FAX : 0743-85-0219 E-mail : m-onoue@vill.yamazoe.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	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
経済動向調査					
需要動向調査	400	400	400	400	400
・ 専門家謝金	200	200	200	200	200
・ 委託費	200	200	200	200	200
経営計画策定					
・ 事業計画策定	300	300	300	300	300
セミナー					
・ 個別支援	300	300	300	300	300
販路開拓	400	400	400	400	400
支援事業					
・ 首都圏物産展	300	300	300	300	300
出展費用					
・ 広報費	100	100	100	100	100
印刷費					

(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、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。

