

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>(法人番号)                  黒滝村商工会 (9150005007315)・下市町商工会 (8150005007282)                  天川村商工会 (4150005007344)                  黒滝村 (地方公共団体コード 294446)・下市町 (地方公共団体コード 294438)                  天川村 (地方公共団体コード 294462)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>① 小規模事業者が必要とする各種データの収集と分析、情報の提供                  ② 豊富な地域資源を活用した地域産品の開発と販路開拓による地域経済の活性化                  ③ 地域内での消費需要拡大と観光資源を活用した新たな需要創出による小規模事業者の持続的発展に向けた伴走型支援</p>
<p>事業内容</p>	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b>                  RESAS や県、地方金融機関が公表しているデータを収集・分析し、提供することで、事業計画策定時の基礎資料として活用する。</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b>                  消費者の需要動向を物産展、各種イベント、商談会等を通じて調査・分析し、事業者を提供することで、新商品開発・新たなサービスの展開に向けたブラッシュアップを行う。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b>                  国等が提供している経営状況分析ツールを活用し、小規模事業者の経営状況を正確に分析することで事業計画策定につなげる。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b>                  DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するためのセミナー開催。さらに、小規模事業者や創業者が地域の経済動向や需要動向、経営状況の分析を踏まえた上で、事業計画策定セミナーや外部専門家と連携した個別相談等を実施する。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b>                  事業計画策定支援を行った事業所に対して、定期的な巡回訪問を実施し、計画実行の進捗状況の確認・計画の見直し検討について、フォローアップを行う。</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b>                  地域産品の販路開拓支援として展示会、物産展等への出展、商品開発に関するブラッシュアップを行う。さらに、DXの取り組みとして、SNS活用、ECサイトの利用、オンライン通販等の支援を行う。</p>
<p>連絡先</p>	<p>黒滝村商工会 〒638-0251 奈良県吉野郡黒滝村寺戸 66-1                  TEL:0747-62-2128 FAX:0747-62-2673 E-mail: ksci@m5.kcn.ne.jp                  下市町商工会 〒638-0041 奈良県吉野郡下市町下市 125                  TEL:0747-52-8717 FAX:0747-52-8380 E-mail: shimosh1@plum.ocn.ne.jp                  天川村商工会 〒638-0301 奈良県吉野郡天川村川合 319-4                  TEL:0747-63-0818 FAX:0747-63-0217 E-mail: tenkawa@m5.kcn.ne.jp                  黒滝村 企画政策課 〒638-0292 奈良県吉野郡黒滝村寺戸 77                  TEL: 0747-62-2031 FAX: 0747-62-2569 E-mail: kuro_ks@vill.kurotaki.lg.jp                  下市町 地域づくり推進課 〒638-8510 奈良県吉野郡下市町下市 1960                  TEL:0747-52-0001 FAX: 0747-54-5055 E-mail: kikaku@town.shimoichi.nara.jp                  天川村 地域政策課 〒638-0392 奈良県吉野郡天川村沢谷 60                  TEL: 0747-63-0321 FAX: 0747-63-0329 E-mail:chiikiseisaku@vill.tenkawa.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

今回共同で申請する黒滝村商工会、下市町商工会、天川村商工会が所在する地域は、奈良県の中央部に位置する「中吉野地域」といわれており、以前より「中吉野地区商工会広域協議会」を組織し、さらに、前回の経営発達支援事業についても共同申請し認定を受け、広域的な視点から小規模事業者の持続的発展を目指し様々な共同事業を行ってきた。今回も前回同様に3町村商工会が合同で取り組むことで、お互いに補完しながらより効率的、効果的に小規模事業者の伴走型支援が行えるものと判断し、新たな計画に基づいた事業の実施を継続的に行う。

1. 目 標

(1) 地域の現状及び課題

① 現 状

(1. 立 地)

黒滝村商工会、下市町商工会、天川村商工会がある地域は、通称「中吉野地域」と呼ばれており、奈良県のほぼ中央に位置している。中山間地域に位置し、黒滝村は面積の97%が山林で、川沿いの僅かな平地や山麓斜面に民家が点在した、山間の村である。下市町は、わが国最初の商業手形「下市札」が発行されるなど商工業が発達した歴史深い町である。また、天川村は、日本三大弁財天のひとつ天河大弁財天社や、修験道(山岳宗教)の修行場である大峰山系、人々を癒す秘湯、名水が存在しており、神秘的な趣きのある村である。

ともに鉄道はなく、3町村とも主要交通手段は国道309号線を走る奈良交通バスが唯一の公共交通機関である。

近隣の大都市圏からのアクセスは、自動車利用で大阪市から約2時間、京都市から約3時間、名古屋市から約3時間30分である。



黒滝村



下市町



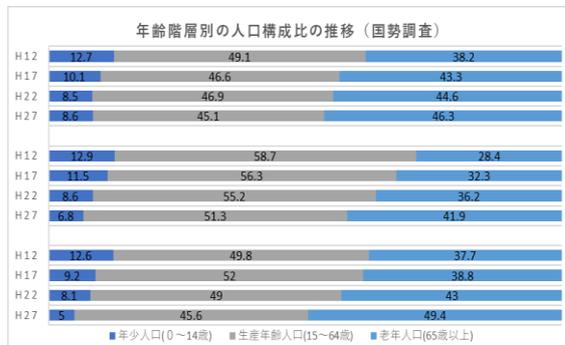
天川村

(2. 人口の動き)

人口、世帯数の推移では、3町村ともに減少傾向が続いており、このまま歯止めがかからないと「限界集落」に陥る危機感が高まっている。

また、年齢階層別の人口構成比の推移では、生産年齢人口の町村外流出や人口減少、少子高齢化が著しく、特に、黒滝村と天川村では老年人口の比率が4割を超え超高齢化社会に突入している。

吉野郡の他の町村(県南部山間地域)も人口の減少傾向は同様であるが、特に黒滝村、天川村は顕著な傾向を示している。



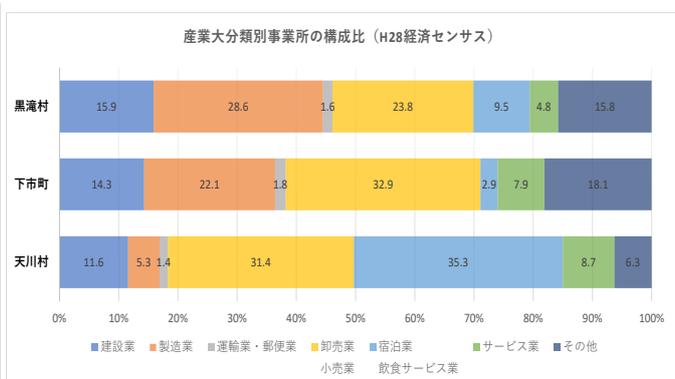
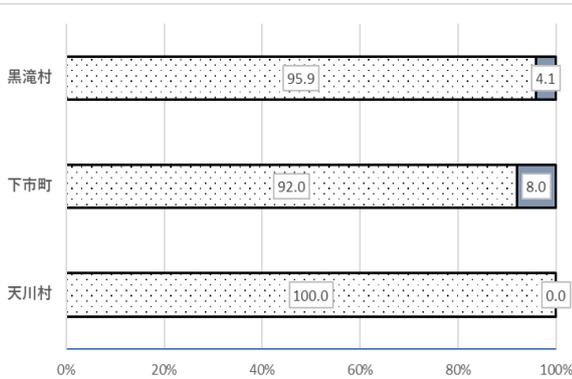
### (3. 事業所数の推移と地域産業の特性)

3 町村ともに事業所数の減少は年々減少を続けている。平成 24 年から平成 28 年にかけて黒滝村では 13.7%、下市町では 10.8%、天川村では 5.6%減少している。しかし、平成 21 年から平成 24 年と比較すると減少幅は、小さくなっている。

産業大分類別事業所数の構成比では、黒滝村は製造業、下市町は卸売業・小売業、天川村は宿泊、飲食サービス業が最も高く、また商工業者の内小規模事業所が占める構成比が、3 町村とも特に高い。

#### 【小規模事業所数の推移（経済センサス）】

		平成 21 年	平成 24 年	平成 28 年	増減数 (H24/H28 比較)	増減率 (%) (H24/H28 比較)
黒滝村	事業所数	91	80	69	△ 11	△ 13.7
下市町	事業所数	416	362	323	△ 39	△ 10.8
天川村	事業所数	262	231	218	△ 13	△ 5.6



#### 【商工業者のうち小規模事業所の構成比】

### (4. 商業の現状)

#### ◇下市町

3 町村の中で事業所数が最も多い。当地域の商業における中心的な役割を担っている。しかし、事業所数は減少の一途をたどっており、かつては商店街を形成していた街区においても、今では空き店舗が目立ち、その形跡はほとんど見られない状況にある。

#### ◇黒滝村

もともと小売業者が少ない地域で、必要最低数がある状況である。国道沿いの土産物店、地元住民向けの食料品店、雑貨店、食堂などが点在して残っている。

#### ◇天川村

観光地的要素が強いが、地元消費者向けの店舗は少なく、土産物店、喫茶店、食堂、旅館などの比率が高くなっており、その点が下市町、黒滝村とは異なる傾向を示している。

#### ◇共通項目

現在の車社会において広域での集客競争が激しく、小売業にとって厳しい経営環境が続いている。特に生活必需品においては、地域外の大店への大量買出しが多く、地域内小売店では買い忘れ品などの買い足し程度の売り上げとなっている。観光客向けにおいても、キャンプやハイキングの顧客が多く、販売品に限られるほか、客単価も低いため、入込客数の割に売り上げが伸びない傾向にある。

また、事業主の高齢化により後継者へ事業承継をすることも難しく、廃業するケースが増えてきている。しかし、当地域においてこれ以上事業所数が減少していくと、高齢化社会による買い物難民問題なども危惧される。

## (5. 製造業の現状)

### ◇黒滝村

主な特産品は、地元で採れた農作物や山菜などを使った吉野地方の伝統食・郷土料理の製造販売。また村の97%を山林が占める黒滝ならではの木工品などがあげられる。特に、磨き丸太(和風建築用高級柱材)は豊かな自然に育てられた良質の吉野黒滝材を一本一本丁寧に磨き上げた逸品である。村・森林組合・商工会が共働して、既存の家具メーカーやデザイナーと連携して商品開発を行い、売上拡大のために大都市圏でのバイヤー向け商談会に出展し各商品の販売増の可能性を探っている。



磨き丸太

### ◇下市町

町の総面積の79%を占める森林資源を活用した木工業が盛んである。特に割箸製造についての歴史は、南北朝以前にまでさかのぼることができるほど古い。特に下市町でしか製造されていない木工品として三方(宝)をはじめ、その他の木工品として神具、結納台、神酒の口、おひつ、集成材、銘木なども高い評価を受けている。また、銘木(磨き丸太)は、豊富な吉野材の樹齢20~40年生位の立木中より厳選し、木の皮を剥ぎ、寒風にさらして自然乾燥をさせたものを川砂などを用い一本一本手で磨き上げ、製品にしている。



三方(宝)

しかし、「箸の町」と呼ばれるほど生産量を誇ってきた割箸は、近年安価な輸入品等に押され、生産量の減少が続いている。また、後継者の減少、従事者の高齢化が進むとともに、家内工業が多いことから、共同化や機械化等も難しく、厳しい状況が続いている。

しかし、平成28年には、「三宝製作技術」「割箸製作技術」が日本遺産に登録されるなど、伝統的地場産業の技術継承と後継者育成に取り組んでいる。



### ◇天川村

以前は、基幹産業が林業であったようにそれに関する製材・銘木などが盛んであったが現在は衰退の一途をたどっている。それ以外では元々製造業が少ない地であるが、役行者が作ったと言われ1300年前から伝わる伝統薬「和漢胃腸薬 陀羅尼助丸」、大峯山系から湧き出る「ごろごろ水」などがある。唯一無二の豊かな地域資源を活かして作られた商品が多く、観光客・地域外の人を主なターゲットとしているため、減少傾向にはあるが影響は最小限となっている。



大峯山陀羅尼助丸

### ◇共通項目

中山間地域に位置する当地域において、木材・木工業は3町村共通の基幹産業である。しかし、安価な輸入材の流入、純和風建築物の施工件数の減少、需要低迷など厳しい経営環境の中、また事業主の高齢化が進む中で、若い世代が生活のために当地域外へ流出して、事業の後継者となり得ていないため3町村とも事業所数の減少が続いている。

## (6. 観光産業の現状)

当地域へは道路整備の促進に伴い観光客は年々増加し、現在では吉野地域に訪れる観光客数は年間約400万人と数えられる。

### ◇下市町

1ヶ所キャンプ場があるほか、下市温泉などがあるが、特にこの地域の観光拠点という位置づけにはない。

### ◇黒滝村

「森物語村」を始めとするキャンプ場やアウトドア系の施設があり、夏期のシーズンはオー

トキャンプなどで賑わう。

#### ◇天川村

1年間に60万人の観光客が訪れ、オートキャンプや、湯治・大峯修験などに訪れる。霊峯大峯山は古の昔より神仏が宿る霊地として全国から信仰を受けており、修験道発祥の地として数々の歴史と伝統が息づいている。精神修行の場としても心休まる聖地であり、神仏が宿り歴史と伝統の息づく郷として、観光の中心である「大峯山 洞川温泉郷」には多くの観光客が訪れている。

#### ◇共通項目

観光産業は天川村を中心として、当地域の一大産業といえる。しかし、残念ながら現状では地域への回遊性は低く、相乗効果が発揮出来ずにいる。

また、立地条件や観光資源の特徴から、冬期の入込客は極めて少ない。



大峯山 修業



温泉



キャンプ・BBQ

### (7. 中吉野地域3商工会の現状)

3商工会の会員合計数は420名(黒滝村 67名、下市町 198名、天川村 155名)、役員合計数46名(黒滝村 10名、下市町 15名、天川村 21名)、事務局職員合計6名で構成されている。地場産業の衰退、事業者の高齢化・後継者不足による廃業で会員数は著しく減少している。

#### ◇黒滝村商工会の現状

黒滝村商工会は経営指導員1名、経営支援員1名の2名体制。

平成20年から今年度まで全国展開支援事業に取り組み、「いのしし肉を使った特産品開発」、「吉野材を活用した木製品の開発」、「薬膳素麺、あげ饅頭の復活」など事業の展開を実施し、地域活性化や新たな事業展開に取り組んできたが、小規模事業者数の減少を食い止めることは出来ていない。そのような中、平成28年度には下市町丹生地区に黒滝村を中心とした奈良県南部地域の特産品を販売するアンテナショップ「奈良の奥座敷市場」をオープンさせている。黒字経営には至っていないが、事業者支援にはつながっている。

また、基幹産業である木材業が不振であるため、地域経済に勢いがなく雇用も減少しており、深刻な人口流出につながっているが、それらに対する支援や対応が出来ていない。

#### ◇下市町商工会の現状

下市町商工会は経営指導員2名体制。

平成22年、23年、27年度全国展開事業に取り組み、「三宝・割箸の独自技術を使った木工製品の開発と下市漆器の復活」、「割箸くずからのエコスタイル事業」、「薬膳プロジェクト事業」を展開し、新たな商品開発や販路開拓事業を行ってきたが課題解決には至らなかった。さらに、小規模事業者数も減少している。また、平成28年には町役場の協力を得て、商工会館の1階を改装し、地域の特産品などを販売するアンテナショップ「札の辻ステーション」をオープンさせ、観光案内所の機能を果たすなど町の拠点づくりとして現在運営を行っている。

#### ◇天川村商工会の現状

天川村商工会は経営指導員2名体制。

天川村は修験道の修行の拠点であることから旅館業の集中している洞川地区を中心に、観光ビ

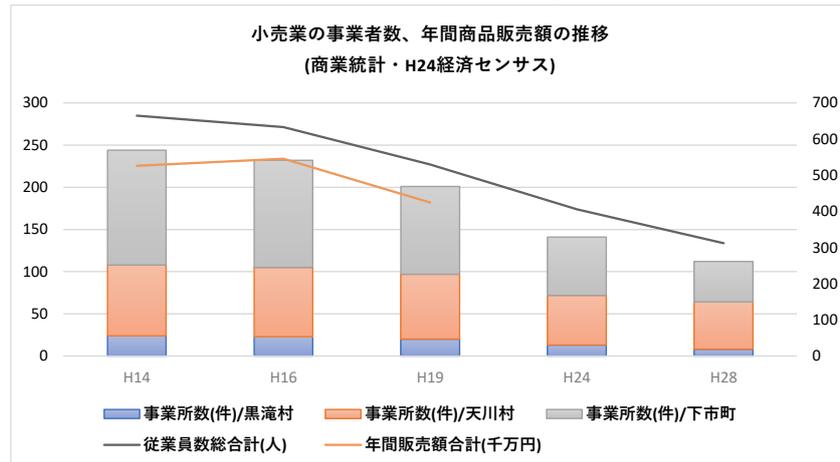
ジネス振興事業を展開しつつ、平成 27 年度・28 年度全国展開事業を実施し、地域産品の販路拡大に向け天川ブランド「満天土産・満天御膳」の確立に取り組んでいる。また、持続化補助金はじめとする各種補助金制度の活用にも力を入れている。各種イベントなども行い観光産業に力を入れているが、現在のところ小規模事業者は減少傾向にあるなど、商工業の衰退に歯止めをかけることが出来ていない。

## ② 課 題

### (1. 商業の課題)

価格競争・店舗の魅力度・品揃えや道路整備により、地域外市町にある大型店等への買い物客の取り戻しを図る必要がある。

地域密着型の専門店だからこそ出来る細やかな顧客対応によって、地元での消費を囲い込むような店舗作りをサポートしていき、事業所数の減少を食い止めることが課題となっている。



		H14	H16	H19	H24	H28
事業所数 (件)	黒滝村	24	23	20	13	8
	天川村	84	82	77	59	56
	下市町	136	127	104	69	48
	合計	244	232	201	141	112
従業者数 (人)	黒滝村	63	57	42	37	24
	天川村	209	195	179	138	129
	下市町	393	381	309	231	159
	合計	665	633	530	406	312
年間販売金額 (千万円)	黒滝村	38	33.1	24.5	17.8	17.9
	天川村	111.8	106.4	96.5	-	77.2
	下市町	376.6	405.9	303.6	189.5	139.4
	合計	526.4	545.4	424.6	-	234.5

### (2. 製造業の課題)

当地域のブランド力・商品力を高めて発信力を強めていき、市場の掘り起こしや商品開発など価格競争の波に影響されにくい市場の開拓が課題である。

またブランド力を高めることにより、若年層の域外の流出をくい止め、事業承継に繋げることが課題である。

		H19	H21	H23	H25	H28
事業所数 (件)	黒滝村	4	5	4	2	17
	天川村	3	6	4	3	10
	下市町	28	28	10	26	52
	合計	35	39	18	31	79
従業者数 (人)	黒滝村	25	30	25	16	53
	天川村	27	38	39	18	44
	下市町	468	441	435	538	471
	合計	520	509	499	572	568
製造品出荷額 (千万円)	黒滝村	3.1	3.4	2.7	X	Y
	天川村	X	3.0	2.3	1.5	3.1
	下市町	88.3	86.3	84.1	98.3	499
	合計	-	92.7	89.1	-	-

### (3. 観光産業の課題)

観光産業を地域の経済成長を担う牽引的役割を果たすリーディング産業と位置づけ、関係各機関との連携により、地域観光資源や伝統産業、農林漁業などを活用し、年間を通じて入込客が期待できるニュービジネスの立ち上げ、並びに地域独自のコミュニティ・ビジネスの創出、特産品開発、さらには観光まちづくりなど総合的な振興を図ることが課題である。

### (4. 中吉野地域3商工会の課題)

#### ◇黒滝村商工会の課題

中山間地域の資源を生かし、県内外の潜在的ニーズに沿った新商品の開発、改良による展開が必要不可欠となっており、商工会として十分な支援をする必要がある。磨き丸太などの木材業の振興、販路開拓、それに随伴する小規模事業者の持続的発展を図ることが課題である。

#### ◇下市町商工会の課題

基幹産業である木工業の復興と地域産品の掘り起しによる雇用創出と移住定住、また、それに随伴して小規模事業者の持続的発展、地元消費の拡大が課題である。

#### ◇天川村商工会の課題

大峰山への山上参り・アウトドアなど観光需要が夏期に集中しており、冬期は道路凍結などの自然環境もあり、厳しい状況である。冬期の入込客数を劇的に増加させることは難しいが、特産品・土産品の開発、新サービスの開発、イベントの充実などによる春期、秋期の観光客の取り込み、販売客単価の向上が課題である。

#### ◇共通の課題

- ①経営支援の努力は行っているものの、各種情報等を基にした計画的な、経営支援を行ってこなかった。
- ②支援や事業を実施してきたが計画的な事業評価、改善が出来ていなかった。
- ③他の関係機関、専門家等との連携がなく、地域の各種情報の共有や、その他必要な連携が十分出来なかったことなどがあげられる。
- ④既存の小規模事業者の売上げ、利益の増加を図る持続的発展を遂げるための取り組みを行う必要がある。

今後は本計画に基づき、広域的な経済動向を踏まえ、地域の経済動向、需要動向を確実に把握し、小規模事業者の経営分析、経営計画に基づき評価、改善を積み重ね継続的かつ確実な伴走型支援を行う。

さらに、そのために必要な職員の資質として、

- ①経済動向、消費動向等を示す各種の指標や統計を読み込む理解・分析をする能力。
- ②地域資源や地域内の経済状況を正しく把握し、情報化することが出来る能力。
- ③地域内の各小規模事業者の個別の経営課題を把握する能力。
- ④上記で把握した外的要因、事業所個別の要因など各種の情報を判断し、適切な経営計画策定を支援する能力。
- ⑤経営計画推進において、的確に評価し、改善に向けて柔軟に対応し目標に導くよう支援する能力。

これらの能力を修得することが改善すべき点として挙げられる。

## (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

上記で述べた中吉野地域の現状と課題、3商工会の現状と課題に対して、県や町村行政・地元金融機関・関係各種団体、専門家との連携を深め、以下の項目を中長期的な振興のあり方として定める

#### 1. 地域産品の掘り起こし

地域の現状と課題を的確に把握し、昔から伝わる食文化や地域産品にスポットを当て、製造事業者や販売事業者間の連携により新たな商品開発と既存商品のブラッシュアップを図る。

さらに、首都圏や大都市圏などへの新たな販路開拓によって売上を増加させ、地元経済の活性化を目指す。

#### 2. 地元消費の取り込み

今後、当地域内では高齢化社会が進み、買い物弱者対策が必要となってくる。このことも踏まえ、移動販売による買い物サービスの実施や地域住民向けのサービスを展開することで、地域のコミュニティー作りに寄与すると同時に小規模事業者の売上向上を目指す。

#### 3. 観光関連事業の発展

観光産業を地域の経済成長を担う牽引的役割を果たすリーディング産業と位置づけ発展させることが、地域経済の基盤を安定させ活性化につながる。旅館や土産品販売といった観光サービス業に携わる小規模事業者は、観光客向けのニーズを合わせ、品ぞろえを充実させることで販売強化を図り、持続的に売上向上を目指す。そのため、モニターツアー・イベントなどソフト面を充実させつつ、より一層地域の魅力を高めるため食・特産品を含めた地域全体でのブランド化を目指す。

#### 4. 地域産品の販路開拓・拡大

販路拡大を図るため、地域産品の商品力を高め発信力を強めつつ、適切な情報を適切な市場に発信する仕組みづくりをする。また、価格競争の波に影響されにくい商品開発・市場開拓をする。商品力・ブランド力を高めることにより売上や収益が向上することで、既存事業所の持続的発展、そして事業承継や新規創業を目指す。

### ② 3町村総合計画との連動制・整合性

黒滝村・下市町・天川村では、それぞれの総合計画に基づいて行政運営の指針を示している。それぞれの総合計画における、街づくりの基本方針及び具体的な戦略については以下のとおりである。

	基本構想における将来像	基本計画・基本目標
黒滝村	魅力ある 活力あふれる黒滝村	①働きたくなる村づくり ②住みよい村づくり ③訪れたくなる村づくり
下市町	新しい時代の流れを力に、多様な人材が活躍するまちをつくる	①ひとが集う、安心して暮らせる魅力的なまちをつくる ②下市町とのつながりを築き、新しいひとの流れをつくる ③結婚・妊娠・出産・子育ての希望を実現する ④地域経済の循環推進と安心して働けるまちをつくる
天川村	効果的に人口減少と地域経済縮小の悪循環を克服し、地域の活性化に向けての好循環を確立することをめざす	①〈しごとづくり〉地域に根ざした仕事による安定した雇用の創出 ②〈ひとの流れ〉天川村への新しい人の流れの支援 ③〈結婚・妊娠・出産・子育て〉若い世代の結婚・妊娠・出産・子育て希望の実現 ④〈まちづくり〉地区の小拠点づくり、ふるさとづくり

なお、上記の基本計画の中から経済面におけるアプローチの要素として以下が示されている。

	経済面における具体的な取り組み
黒滝村	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農業の振興</li> <li>・商工業の振興</li> <li>・シニア世代保有技術の活用・就労支援</li> <li>・6次産業の充実強化</li> <li>・起業家への支援充実</li> <li>・女性の視点を活かした事業の推進</li> </ul>
下市町	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第一次産業の後継者不足が進む中、農林業に興味を持つ者や就農希望者が農林業を体験・研修できる機会を提供する。</li> <li>・町内飲食物販等の場所の確保や各販売所の売り上げ向上のプロモーションなどと共に、都会や海外に発信できるブランドの構築を新たに行う。</li> <li>・ふるさと寄付金の返礼商品の掘り起こしと充実、企業・民間事業者へのプロモーション等により下市町への寄付・投資の増を図り、地場製品の流通促進と下市町への資金の流れを強化する。</li> <li>・金融機関との連携を図り、下市町で頑張る企業が柔軟な資金調達ができる支援を行う。</li> <li>・大学生等に町内の就業体験等の機会を設け、人材確保に結び付ける。</li> <li>・リモートワーク・コワーキング・ワーケーション・サテライトオフィスなどを活用した多様な働き方（仕事）を創生する。</li> </ul>
天川村	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特産品の開発と地域活性化のための交流の拠点づくり</li> <li>・農産物の生産・加工・販売業（6次産業化）の支援</li> <li>・林産物関連の生産と販路確保の支援</li> <li>・個人事業主による企業の支援</li> <li>・包括的創業の支援</li> </ul>

### ③商工会としての役割

平成26年6月20日は、小規模企業と商工会組織にとって、歴史を刻む一日となった。「小規模企業振興基本法（小規模基本法）」が可決・成立し、小さな企業に光が当たる確かな道筋が開かれた。あわせて、「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」も改正された。

小規模事業者が厳しい経営環境のなかで生き残りをかけて新たな取り組みを行おうとしても、情報やノウハウなど経営資源に制約があり、事業者単独の取り組みでは実施が困難な場合が多いと感じている。

商工会では、記帳指導や税務相談などの従来型の経営指導に加え、事業者が自社の強みや弱みを踏まえたうえで『事業の持続的発展』を目指していくために、小規模事業者の最も身近なパートナーとして事業者と共に事業計画を策定し、その実行面において着実なフォローアップを行っている。このように商工会は従来型経営支援のほか、事業者が単体で解決できない問題解決、事業計画策定支援や地域活性化等への取り組みについて、小規模事業者の伴走者となり課題解決まで丁寧にサポートする事業者に寄り添う支援者としての役割を担っており、今後も継続的な支援が期待されている。

## (3) 経営発達支援事業の目標

### ① 小規模事業者が必要とする各種データの収集と分析、情報の提供

地域内の小規模事業者に見合った企業動向・地元の経済動向や現況に関するデータを収集し、小規模事業者が活用しやすいように分析を行った上で、情報提供や経営計画策定による経営分析や財務分析を行うことで、個社の経営力の向上と持続的発展を目指す。

### ② 豊富な地域資源を活用した地域産品の開発と販路開拓による地域経済の活性化

木工関連に携わる事業者、食品製造事業者、農産物生産事業者など、各製造事業者の活性化並びに地域内における事業者間の連携を図り、さらに、生産技術を活かし新たな商品の開発と販路開拓を行うことで、観光資源と共に「中吉野ブランド」として地域ブランドを確立させ、地域外へ情報発信し、知名度アップを図ることにより小規模事業者の売上拡大を目指す。

また、売上増による地元住民の雇用増加を図り、働き手が域外へ流出することを防ぐ。

### ③ 地域内での消費拡大と観光資源を活用した新たな需要創出による小規模事業者の持続的発展に向けた伴走型支援

これまで域外の市町村へ流れていた顧客を取り込むために、生鮮食品の充実や品ぞろえの豊富な店舗づくりを推し進め、また、買い物弱者対策として移動販売によるサービスも展開することで地域内の消費増加を図る。

さらに、地域資源を活かした地域産品の需要創出と観光産業発展により小規模事業者自らがPDCAサイクルを構築させ自立した経営を行えるよう事業者に寄り添った伴走型支援を行うことで地域経済の活性化を図る。

## 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 小規模事業者が必要とする各種データの収集と分析、情報の提供

小規模事業者の持続的発展を図るため、国・県などが公表している地域の経済動向や需要動向などの各調査データを活用し整理・分析を行い、小規模事業者及び創業予定者へ事業計画策定支援や策定後のフォロー支援など（実行支援・伴走型支援）を、事業者に寄り添い、きめ細やかな支援を強化・徹底する。

### ② 豊富な地域資源を活用した地域産品の開発と販路開拓による地域経済の活性化

関係機関や専門家との連携を強化し、県内外とのB to Bビジネスを中心にした商品の消費傾向、求められる新商品の開発や既存商品の改良などを検討するとともに、新商品の開発に取り組もうとする小規模事業者の掘り起こしを行い、専門家を活用しながら全国を商圏とした商品づくりを行い、その販路開拓と商品のブラッシュアップ支援により売上増加を目指す。

### ③ 地域内での消費拡大と観光資源を活用した新たな需要創出による小規模事業者の持続的発展に向けた伴走型支援

地元小規模事業者の意識改革を図り、消費者のニーズをとらえた経営努力を重ねることで地域外へ流出している購買力を取り込むような支援を行う。

さらに、観光産業においては、中吉野の地域資源を活かした観光サービスの充実による観光入込客数の増加、観光客の消費拡大を目指す。関係機関や専門家との連携を強化し、市場の動向を十分に検討し、求められるサービスの開発、向上を図るとともに、地域資源（観光資源・文化資源など）の情報をホームページ等でより積極的な情報発信を行う。

また、小規模事業者自らが経営課題を見つけ出し、課題の改善に向けた事業の見直しができるようPDCAサイクルを構築させる。専門的な知見が必要な場合は、専門家と連携して支援を行い解決に導くことで経営強化を図り地域経済の活性化につなげる。

## 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] これまでは（一財）南都経済研究所等のデータをもとに地域経済動向調査を実施し、その結果をホームページへの掲載や必要な事業者には窓口にて配布を行っていた。

しかし、調査結果の整理や分析について十分に行えているとは言えない状況にあり、また、調査結果について、幅広く地域内の小規模事業者に周知できていなかった。

[課題] 収集した情報は、小規模事業者の相談時や事業計画策定支援時の活用のみにとどまり、限られた職員人員の中で、調査データを分析活用し、かつ、定期的に小規模事業者に提供で

きていなかった。

そのため、小規模事業者の事業計画策定など実際に活用できる調査項目を再度検討し、より効率的にデータの収集、整理、分析を行った上で、定期的に地域内の小規模事業者に幅広く提供するように課題の改善を行う。

## (2) 目標

今後は、国が提供するビックデータを活用するとともに、奈良県、全国商工会連合会、地元金融機関等が公表する各種調査データを収集し、それらを総合的に整理・分析を行う。

地域内の小規模事業者の実態と実情に合ったより精度の高い調査データに基づき、小規模事業者にとって事業計画策定時や新商品開発、新たな販路開拓目指す上での実用性のある基礎資料として活用することを目標とする。さらに、各商工会においてもホームページに掲載し、地域内の事業者に対して情報提供を行う。

### ①地域の経済動向分析の公表回数

	公表方法	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
下市町商工会 (回)	HP 掲載	1	1	1	1	1	1
黒滝村商工会 (回)	HP 掲載	1	1	1	1	1	1
天川村商工会 (回)	HP 掲載	1	1	1	1	1	1

### ②景気動向分析の公表回数

	公表方法	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
下市町商工会 (回)	HP 掲載	1	1	1	1	1	1
黒滝村商工会 (回)	HP 掲載	1	1	1	1	1	1
天川村商工会 (回)	HP 掲載	1	1	1	1	1	1

## (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「RESAS」(地域経済分析システム)をはじめ、「奈良県の地域経済レポート」(奈良県企画管理室)、や(一財)南都経済研究所が公表している「奈良県経済の概況」等の調査報告を活用し外部の専門家の協力により分析を行い、年1回公表する。

#### [分析手法] ■ RESAS (地域経済分析システム)

- ・「地域経済循環マップ」  
地域経済循環図 (地域内の資金の流れを分析)  
生産分析 (何で稼いでいるかを分析)
- ・「人口マップ」  
人口の社会増減 (転入出による人口の増減を分析)
- ・「産業構造マップ」  
産業の現状等を分析
- ・「まちづくりマップ・観光マップ」  
From-to 分析 (域外からの人の流れを分析)

#### ■ 奈良県経済動向

百貨店・スーパー販売額推移、消費者物価指数、延べ宿泊者数、観光客数、有効求人倍率を分析

#### ■ 奈良県企業動向調査報告書

業種別の売上額、採算(経常利益)、業況DI、今後の見通し、経営上の問題点を分析

⇒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 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実施している「小規模事業者景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年に1回3町全体の調査・分析を行う。

[調査対象] 地域内の小規模事業者 20社

※地域内の商工業者数構成比に合うよう、20社の内、製造卸業5社、建設業5社、小売業3社、飲食・サービス業7社とする。

[調査項目] 売上額、採算（経常利益）、資金繰り、設備投資、経営上の問題点、雇用

[調査手法] 調査票を郵送し、返信用封筒にて回収する。なお、各調査の調査票回収率については、80%を目標とする。

[分析方法] 3町商工会合同での分析会議を開催し、中小企業診断士等の専門家の助言・指導の下、地域別、業種別に整理し、小規模事業者が自らを取り巻く経営環境を的確に把握できるように、より小規模事業者目線に立った分析を行い、3町村全域の経済動向調査報告書としてまとめ活用する。

## (4) 調査結果の活用

情報収集した情報・分析結果等については、地域内の小規模事業者が活用しやすいよう各商工会のホームページに掲載して、地域の事業者幅広く周知する。

また、経営指導員が巡回訪問や窓口相談の際にも、小規模事業者に対して情報提供を行い、事業計画策定支援時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] これまでは3商工会においては、展示会・即売会等に出展時、来場者に対してアンケートによる聞き取り調査を実施してきた。そのデータを経営指導員と専門家の助言の下、事業者フィードバックを行い商品の開発・改良に役立てていた。

[課題] 小規模事業者が取り扱う既存の商品・サービスによる新たな販路拡大について、消費者ニーズ、需要動向等を的確に収集・把握し、新商品開発・新サービスの展開実現に向け、消費者ニーズと販売ターゲットを明確にし、新たな需要の開拓につなげるようにする。

### (2) 目標

消費者ニーズや市場性についての需要動向調査を実施し、整理分析して事業計画策定時に小規模事業者に提供することで新商品開発や販路開拓に役立てる。

	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①展示会等の出展時における商品に対する調査対象事業者数(件)	6	6	6	6	6	6
②アンテナショップ等で実施する来場者による動向調査対象事業所数(件)	—	30	30	30	30	30

### (3) 事業内容

① 地域資源を活用した地域産品の開発とブラッシュアップを行うため、奈良県外の各地域や展示会、大規模小売店の催事スペースで開催している物産展イベントへ出展の際に、一般来場者に対して実際に見ていただき試食をしてもらうことによりアンケート形式での調査を行う。調査結果を分析した上で、地域の食品関係業者や生活雑貨製造・販売業者、飲食・観光サービス業者などの事業所にフィードバックすることで、新商品・サービスの開発とブラッシュアップにつなげる。

[サンプル数] 180人（調査対象 30×6事業所）

[調査手段・手法] 展示会、大規模小売店の催事スペースで開催している物産展イベントへ出展の際に、来場者にアンケート調査を行う。

[調査項目] ①味 ②見た目、③パッケージ、④価格、⑤大きさ、⑥容量、⑦使いやすさ等

[分析方法] 調査内容を、中小企業診断士等専門家からの意見を踏まえて、経営指導員等が分析を行う。

[調査・分析結果の活用] 経営指導員が調査対象の事業者には調査内容と分析結果を伝えるとともに、必要に応じて専門家と連携して新たな販路開拓や、商品のブラッシュアップに活用する。

②3町村の管内にある下市町商工会・黒滝村商工会運営のアンテナショップ、天川村の特産品販売所にて、来店者による商品・パッケージ・価格・観光についての動向調査を実施。

[サンプル数] 300人（調査対象 10×30事業所）

[調査手段・手法] 下市町・黒滝村・天川村各町村において、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] ①来訪客の属性、②来訪の目的、③当地域への来訪回数、④交通手段、⑤滞在時間（期間）、⑥次の目的地、⑦お土産品の購入、⑧来訪による満足度 等

[分析方法] 調査内容を集計し、中小企業診断士等の専門家に協力を依頼して、経営指導員等が分析を行う。

[調査・分析結果の活用] 経営指導員等が新たな観光ビジネスを検討している事業者に対して、調査内容と分析結果を伝えるとともに、新たな体験型観光プログラムの開発や、地域経済への波及効果が高い観光ルートの設定に活用する。

※新型コロナウイルス感染症の拡大や大規模災害等が発生した際は、地域振興イベントが開催されず、上記①事業内容の実施が困難であるため、それら災害等が発生した際は、アンケート調査の実施については、各実店舗の顧客に対して、同様のアンケート調査を実施し、経営指導員等が外部専門家と連携した上で分析を行い、各事業者にフィードバックを行う。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] これまで、経営状況の分析に関しては、決算や税務申告の指導や金融支援、小規模事業者持続化補助金申請等の際に経営分析を行っている。合わせて経営発達計画1期目から事業計画策定を実施した事業所17者の経営分析を実施。

[課題] 経営分析を行った事業所はまだ少なく、自社の課題を明確にし、経営の持続的発展や経済動向や需要動向などの外部環境も見据えた経営状況分析への理解を深めてもらう。また、高度・専門的な知識が求められる場合は、外部の専門家と連携した支援を実施する。

### (2) 目標

地域内の小規模事業者が経営状況の分析に関して、自社の財務分析と経営分析を行い、客観的かつ実態的な経営状況を把握する必要性を理解してもらう。それらにより、小規模事業者が自社の事業状況を把握することにより経営課題を明らかにし、持続的に事業を発展させることに繋げる。また、経営指導員が、国等が提供する経営状況分析システムを活用し、巡回訪問・窓口相談を通じて経営課題の明確化に取り組むことへの必要性を訴え、事業計画策定支援につなげていくことを目標とする。

なお、経営指導員1人あたり年間2件の経営分析を行うことを目標とする。

		現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
下市町商工会	巡回窓口指導件数(件)	10	20	20	20	20	20
	経営分析件数(件)	2	4	4	4	4	4
黒滝村商工会	巡回窓口指導件数(件)	10	10	10	10	10	10
	経営分析件数(件)	2	2	2	2	2	2
天川村商工会	巡回窓口指導件数(件)	10	20	20	20	20	20
	経営分析件数(件)	2	4	4	4	4	4
3町村合計	巡回窓口指導件数(件)	30	50	50	50	50	50
	経営分析件数(件)	6	8	8	8	8	8

### (3) 事業内容

#### ① 経営分析を行う小規模事業者の発掘

巡回訪問・窓口相談を通じて、経営状況分析によって自社の経営課題等を明確化し、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。

#### \* 「巡回訪問・窓口相談」を通じて選定

日常における巡回訪問・窓口相談の際に、事業を持続させるために経営分析の必要性を理解してもらう。

なお、個々の職員別に各自年間スケジュールを立て、計画的に指導が行えるよう徹底する。

#### ② 経営状況分析の内容

[分析対象事業者] 上記①にて選定を行った小規模事業者

[分析項目]

<財務分析> 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率、キャッシュフロー等

<非財務分析> SWOT 分析(強み、弱み、機会、脅威)

3C 分析(自社、競合、顧客)

[分析手法] 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、独立行政法人 中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」等の分析ソフトを用いて経営指導員が分析を行う。

なお、より高度な分析を行う必要がある場合は、中小企業診断士等の外部専門家と連携して精度の高い分析を行い、経営状況の分析と経営課題の解決に向けた取り組みを検討する。

### (4) 分析結果の活用

分析を行った結果については、迅速に支援対象事業者に対してフィードバックを行い、今後の事業計画策定支援につなげていくための提案資料として活用する。また、分析結果のデータベース化を行い、3商工会で情報共有することで、職員の経営状況分析支援に対する分析手法等の統一化を図るとともに、職員のOJTに活用するなど、スキルアップにつなげる。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] これまで、巡回訪問や窓口相談、セミナー開催などにより、経営状況分析の必要性や重要性を説き、事業計画策定の提案を行ってきたが、実際には、各種補助金申請や金融機関からの融資を希望する事業者に偏ってしまっていた。  
また、個別相談会等を実施しても、そのあとのフォローアップを計画的に実施する体制ができていなかった。

[課題] 小規模事業者にとって、事業計画策定の意義や重要性を正しく理解し、各種補助金申請や融資希望時だけに関わらず、個社の経営状況分析結果から導き出された課題解決に向けた伴走型による支援を継続的に行う。また、事業計画策定セミナーの受講者についても、セミナー終了後は個別相談などのフォローアップを計画的に行うことで、充実した支援体制を構築する。

## (2) 支援に対する考え方

地域内の小規模事業者が、経営状況の分析結果から導き出された課題解決に向けて事業計画策定の必要性を理解していただき、地域の経済動向や需要動向などを踏まえた新たな事業展開や販路開拓に向けた取り組みを行う事業計画策定に対して、事業者に寄り添いながら伴走型の支援を行う。

さらに、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立させるため「DX」の推進にも努める必要がある。そのため、事業計画策定の前段階において、デジタル活用のための経営戦略・ビジョンを策定するための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。

支援対象者は、これまでに経営状況分析支援を行った事業者の7割程度の小規模事業者や、事業承継に取り組もうとする事業者、新規創業を計画している方と、各種セミナーの開催を通じて掘り起こしを行った意欲のある事業者に対して、重点的に事業計画策定の提案を行う。事業計画策定については、奈良県商工会連合会などの各支援機関と連携を図るとともに、中小企業診断士等専門家と連携した支援も行いながら、小規模事業者が需要動向を見据えて、売上と営業利益のアップに直結するような事業計画を策定するための支援を行う。

さらに、持続化補助金などへの申請に直接つながるような実現性が高い事業計画の策定支援を行う。

## (3) 目標

	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①DX推進セミナー開催回数(回)	—	2	2	2	3	3
事業計画策定事業者数(件) 下市町商工会	2	2	2	2	2	2
事業計画策定事業者数(件) 黒滝村商工会	2	2	2	2	2	2
事業計画策定事業者数(件) 天川村商工会	2	2	2	2	2	2
事業計画策定事業者数(件) 3町村合計	6	6	6	6	6	6

## (4) 事業内容

### ①「DX推進セミナー」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サイト構築などの取り組みを推進していくためにセミナーを開催する。

[受講対象] 地域内の小規模事業者

[周知方法] 地域内の小規模事業者幅広く周知するために広報にチラシ折込みを行う

[セミナー（カリキュラム）内容]

- ・DX総論等、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・SNS活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法等

[開催回数] 年2回

[参加者数] 1回につき10名程度

[フォローアップ支援の方法及び支援対象]

セミナーに参加した小規模事業者の内、今後、経営状況分析・事業計画策定に意欲的な小規模事業者については、中小企業診断士等の専門家と連携の下、継続して個別による事業計画策定支援を実施する。また、経営状況分析支援未完了の事業者については、「4. 経営状況分析に関すること」に基づき個別支援による経営状況分析を行ってから実施する。

## ②「個別相談会」の開催

[受講対象] これまでに経営状況分析支援を行った事業者、今後事業計画策定に意欲的な事業者

[周知方法] 各商工会の会員事業者への案内郵送、広報誌への記事掲載等

[フォローアップ支援の方法及び支援対象]

個別相談会を開催することで、経営指導員と共に中小企業診断士等の専門家と連携の下、個別による事業計画策定支援を計画的に行う。また、経営状況分析支援未完了の事業者については、「4. 経営状況分析に関すること」に基づき個別支援による経営状況分析を行ってから実施する。

## ③ 外部専門家と連携した個別による事業計画策定支援

経営状況分析支援を受けたものの、スケジュールの都合により上記①のセミナーに参加できなかった意欲的な事業者等に対して、巡回訪問を通じて、中小企業診断士等の外部専門家と連携した個別による事業計画策定支援を実施する。

また、各種補助金申請や小規模事業経営発達支援融資希望の事業者に対しては、地域の経済動向、需要動向を踏まえた上で経営状況分析を実施し、事業計画策定を実施する。

## 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] これまで事業計画策定を行った事業所へのフォローアップについて、経営指導員と専門家を交えて行ってきたが、計画の進捗具合・目標達成に向けたPDCAサイクルの確立まで十分な支援を行えていなかった。

[課題] 限られた職員数の中で、効率よく策定した事業計画の進捗状況を確認し、現状と計画との間に乖離がある事業所に対して、見直し・修正を行えるよう継続した支援方法の再検討が必要である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定後の基本的なフォローアップ方法を策定し、全事業計画策定事業所への定期的なフォローアップを実施する。その際に、進捗状況や経営課題の重要度、緊急度などにより支援方法や回数を柔軟に変更し対応する。必要であれば専門家との連携を行い、効率的・効果的な事業目標達成に向けた支援を行う。

### (3) 目標

事業計画策定支援を行った小規模事業者が計画を進めていく上で、経営指導員と共に遂行状況の確認や計画の見直し、新たな経営課題抽出について、事業者に寄り添い伴走型により支援することで、確実な事業計画の目標達成を目標とする。

	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
フォローアップ 対象事業者数（件） 3町村合計	17	23	29	35	41	47
頻度（延回数） 3町村合計	54	138	174	210	246	282
売上増加事業者数（件） 3町村合計	－	10	13	15	18	20
利益率3%以上増加の 事業者数（件） 3町村合計	－	5	7	8	10	12

#### （4）事業内容

##### ①職員によるフォローアップ

事業計画を策定した全事業所へ四半期に一度巡回訪問を実施し、事業計画の進捗状況を確認する。商工会主導のフォローアップだけではなく、経営していく中で突然課題や問題などが発生することが想定されるので、事業所からの急な相談に対してのフォローアップ体制も構築を行う。

基本、四半期に一度のフォローアップとし、事業所の必要性に応じて短期間での重点的な支援など柔軟な支援を行う。毎年度末に職員・専門家と3者にて事業進捗状況の再確認を行い、年度ごとのPDCAサイクルの確立を目指す。次年度へ向けスケジュール・目標・課題抽出などを加味し、事業計画の修正を行う。

##### ②専門家等によるフォローアップ

事業所の経営課題が複雑多様化しており、半期に1度中小企業診断士や税理士など課題解決に最適な専門家の選定を行い支援する。その際に職員も同行し、その後のフォローアップ方針を確認・決定し、継続的な連携支援体制を構築する。

※フォローアップ頻度の算出方法

- ①職員によるフォローアップ → フォローアップ対象事業所数×4回
- ②専門家等によるフォローアップ → フォローアップ対象事業所数×2回

### 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] 新たな需要開拓として、事業所に対して各種商談会、展示会、物産展の情報提供を実施した。また、展示会への出展時には、出展準備、出展時・出展後の商談フォロー、バイヤー等からの意見をもとにした商品ブラッシュアップなど販路開拓に向けた伴走型支援を実施した。

[課題] 商談会・展示会等への出展支援を実施し、バイヤーから多数の問い合わせはいただいたが商談成約率が低かった。小規模事業者のため商談に不慣れ・納品数量・卸価格などの理由で商談成約に至らなかった。商談に向けた事前支援の充実、そして商品のブラッシュアップに取り組む必要がある。

また、首都圏を中心とし出展を行ってきたが、事業規模などを勘案し、関西圏での販路拡大にも取り組む必要がある。

B to B取引に対応できない事業所は、オンライン販売など自社での販路開拓への支援が必要である。

#### （2）支援に対する考え方

地域内の小規模事業者が今後も持続的な発展と経営安定を目指すために、売上拡大や新たな販路開拓の取り組みに対して、自社の経営状況を的確に把握し、経済動向や需要動向を見据えた上

で、自社の商品やサービスの訴求ターゲットを明確化に行い、そのターゲットに対して最も効率的かつ効果的に商品・サービスの提供や情報発信を行う機会が増大するよう経営指導員が小規模事業者に対して積極的な支援を行っていく。

具体的には、商工会が自前で展示会等を開催するのが困難であるため、首都圏や関西圏等で開催される既存の商談会や展示会等への出展を目指す。出展にあたり、出展前の商談に臨む心構えや準備、出展期間中には、陳列・接客・バイヤーとの商談支援など、出展後は、商品等のデザイン改良支援やバイヤーとの継続商談支援など、きめ細やかな伴走支援を行い新たな販路開拓と売上拡大につながるよう支援を行う。

また、DXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用など、IT活用による営業・販路開拓に関する相談対応を行い、理解度を深めた上で、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。

#### ①地域産品の販路開拓支援

当地域は、「三宝」「吉野杉箸」「木製品（水組）」「吉野葛」「大峯山陀羅尼助丸」など歴史のあるオリジナリティの高い商品を製造している。それ以外にも、地域性のある高品質な商品が多数あるが、ニーズに合った商品ブラッシュアップ、販路拡大への取り組みができていないため、販売力が弱い状況である。

商品力・販売力を向上させるため商品ブラッシュアップ、販売・商談支援、販売・商談機会の提供を継続的に行い、効果的な販路拡大の支援を実施する。

#### ②事業所のオンライン通販支援

当地域内は小規模事業者が多数を占めており、卸に展開するまでに自社での販路拡大体制が整備できていない事業所も多い。自社サイトもない事業者も多いため、まずは自社サイトの作成、そして、販路拡大を目指すためオンライン通販の導入を支援する。

#### ③経営情報のデータ化

小規模事業者は売上額、販売数量、在庫状況など自社の経営状況を把握していないことが多いため、適切に情報を管理把握し、効果的な生産性の高い経営を目指すため、情報のデータ化に向けた支援を実施する。

### (3) 目標

	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①展示会等出展事業者数	6	6	6	6	6	6
売上額／者（万円）	10	50	50	50	50	50
②展示即売会出展者数	6	6	6	6	6	6
売上額／者（万円）	7	10	10	10	10	10
③SNS新規活用事業者（件）	—	9	12	15	18	21
売上増加率／者（%）	—	5	6	7	9	10
④ECサイト新規利用事業者数（件）	—	3	4	5	6	7
売上増加率／者（%）	—	10	10	10	10	10
④ネットショップの新規開設者数（件）	—	3	4	5	6	7
売上増加率／者（%）	—	10	10	10	10	10

#### (4) 事業内容

##### ①展示会等出展事業

■「ライフスタイルEXPO」「ギフトショー」などの大規模展示会への出展 (BtoB)

\*「ライフスタイルEXPO」

R X Japan(株) (旧: リードエグジビジョンジャパン) が幕張メッセやインテックス大阪などで毎年開催する展示会。

\*「ギフトショー」

(株) ビジネスガイド社が東京ビックサイトや大阪マーチャンダイジングなどで毎年開催する日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の見本市。(総出展企業 約 4,000 社、来場者数延べ 6 万人以上)

\*「東京グルメ&ダイニングショー」

(株) ビジネスガイド社が東京ビックサイトで毎年開催する地域のプレミアムフードが集まる、品質ライフスタイル志向の食の見本市。出展企業は約 250 社、来場者数は延べ 3 万人以上。

出展先については、出展事業所の取扱商品・希望販路などに合わせて最適な展示会を選定する。

■奈良県商工会連合会主催の「ビジネスマッチなら」などの商談会への出展支援 (BtoB)

(<事前予約型商談会> 大商談・モノづくり商談・観光商談・海外バイヤー商談・個別ミニ商談)

\*会場：奈良県「橿原神宮養正殿」周辺

\*参加バイヤー：約60社、\*エントリー事業所：約400社、\*商談件数：約1100件

奈良県商工会連合会と奈良県橿原商工会議所が共催する「かしはらビジネス商談会」への参加について、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、意欲のある事業者巡回訪問等にて情報を提供し、商談会への参加提案を行うとともに、奈良県商工会連合会の協力の下、専門家と連携して、参加に臨むまでの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展示即売会出展事業

■近畿圏内での展示即売会への出展支援 (BtoC)

奈良県内外の各地域において開催される展示即売会、大規模小売店の催事スペースで開催している物産展イベントへ出展。

事業計画を策定した事業者優先的に出店を促し、販売促進を図るとともに、来場客への試食、試飲の提供による消費者アンケートやヒアリングにより“生の声”を聴くことによって、消費者ニーズを捉えて、商品のブラッシュアップにつなげる。

例) 大阪府枚方市「Tサイト枚方店」、奈良市「イオン高の原店」など

■全国商工会連合会主催の「全国物産展」などの展示即売会への出展支援 (BtoC)

(全国の特産品が一堂に会す物産展で、接客販売力の向上と商品のブラッシュアップを図る)

\*会場：東京都池袋サンシャインシティ、出展数：約300社

\*主催：全国商工会連合会

全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」等にブースを設けて、事業計画を策定した事業者優先的に出店を促し、販売促進を図るとともに、来場客への試食、試飲の提供による消費者アンケートやヒアリングにより“生の声”を聴くことによって、消費者ニーズを捉えて、商品のブラッシュアップにつなげる。

##### ③SNS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みため、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。

##### ④ECサイト利用 (BtoC)・ネットショップ開設 (BtoC)

■事業所のオンライン通販支援

自社サイトがない事業所も多いため、確認を行いながら段階的に支援を行う。

- 1) 巡回訪問を行い事業所の状況確認を実施する。
- 2) 自社サイトがない事業所については、サイト作成を提案し、作成の方法などを支援する。  
サイト作成は、業者に依頼すると費用が必要となるため、第一歩として商工会会員向けサービス「グーペ」、「jimbo」などの無料サービスの利用も検討する。
- 3) オンライン通販の導入について、販売ツール（自社サイト、大手通販サイトなど）・導入方法・ランニングコストなど説明し、最適な提案を実施する。

オンライン通販体制構築のためには、費用も掛かるため各種補助金施策などを活用し効果的に実施できるよう支援する。

※新型コロナウイルス感染症の拡大や大規模災害等が発生した際は、展示会や展示即売会等が開催されないとき、また、出展に支障をきたす場合については、上記①・②の事業内容の実施が困難であるため、オンライン等による商談会出展など臨機応変に対応し、経営指導員等と外部専門家とが連携し、商談機会を増やすなど商談成立へ導けるよう支援を行う。

## 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り組み

### 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、町村担当者・金融機関・中小企業診断士を交えて事業評価会議は開催していたものの事業内容や経過報告を行い、評価意見を聞くだけの形式だけの会議に終わっていた。

[課題] 町村担当者及び中小企業診断士等の第三者をメンバーに交えた事業評価会議を年1回以上定期的に開催し、事業の評価や見直し、修正、変更など柔軟に遂行できる取り組みを行う。

#### (2) 事業内容

経営発達支援計画の事業評価および見直しについては、下記の手順により行い、PDCAサイクルを構築する。

- ① 経営発達支援事業の実施状況及び成果について、より柔軟に外部の意見を取り入れた仕組みとするため、黒滝村商工会長、下市町商工会長、天川村商工会長、黒滝村企画政策課長、下市町地域づくり推進課長、天川村地域政策課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、奈良県商工会連合会担当者をメンバーとして、新たに経営発達支援事業評価委員会を立ち上げ、年2回開催し、さらに必要に応じてその都度開催し、事業進捗状況、成果、見直し案について評価を行う。
- ② 経営発達支援事業評価委員会の評価結果等は、各3商工会理事会にフィードバックした上で、見直し結果を踏まえた今後の事業実施方針等に反映させる。
- ③ 事業の成果及び評価、今後の方針について、各商工会のホームページに掲載するとともに、各商工会事務局にも備え付けて、地域内の小規模事業者が常時閲覧できるようにする。

### 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] 小規模事業者の様々な経営課題の解決に導くための支援について、経営指導員等各々の指導ノウハウは独自のスキルによるものが大きい。また、その業務に従事している経験年数などにより知識や能力に差ができています。

各商工会では共有化するようにしているが、三町村での共有化はできていない。

[課題] 経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取り組みや個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組みを構築する。さらに、関係機関や専門家とも積極的に連携しながら個々においても支援能力を高める努力を行う。

## (2) 事業内容

### ①外部講習会等の積極的活用

[商工会職員等研修会受講]

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、奈良県商工会連合会主催の職員研修会等に積極的に参加する。

[DX推進に向けたセミナー受講]

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推進取り組みに係る相談・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・デジタル化の取り組み>

ア) 事業者にとって内向け(事業効率化等)の取り組み

ネットde記帳の推進、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)の取り組み

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、オンライン展示会出展、オンライン商談、SNSを活用した情報発信等

### ②OJT制度の導入

小規模事業者の課題解決に導く手段として、複数の職員で対応することで共有を図り、さらに高度な課題等については、中小企業診断士等の外部専門家とともに巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJT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。

### ③職員間の定期ミーティングの開催

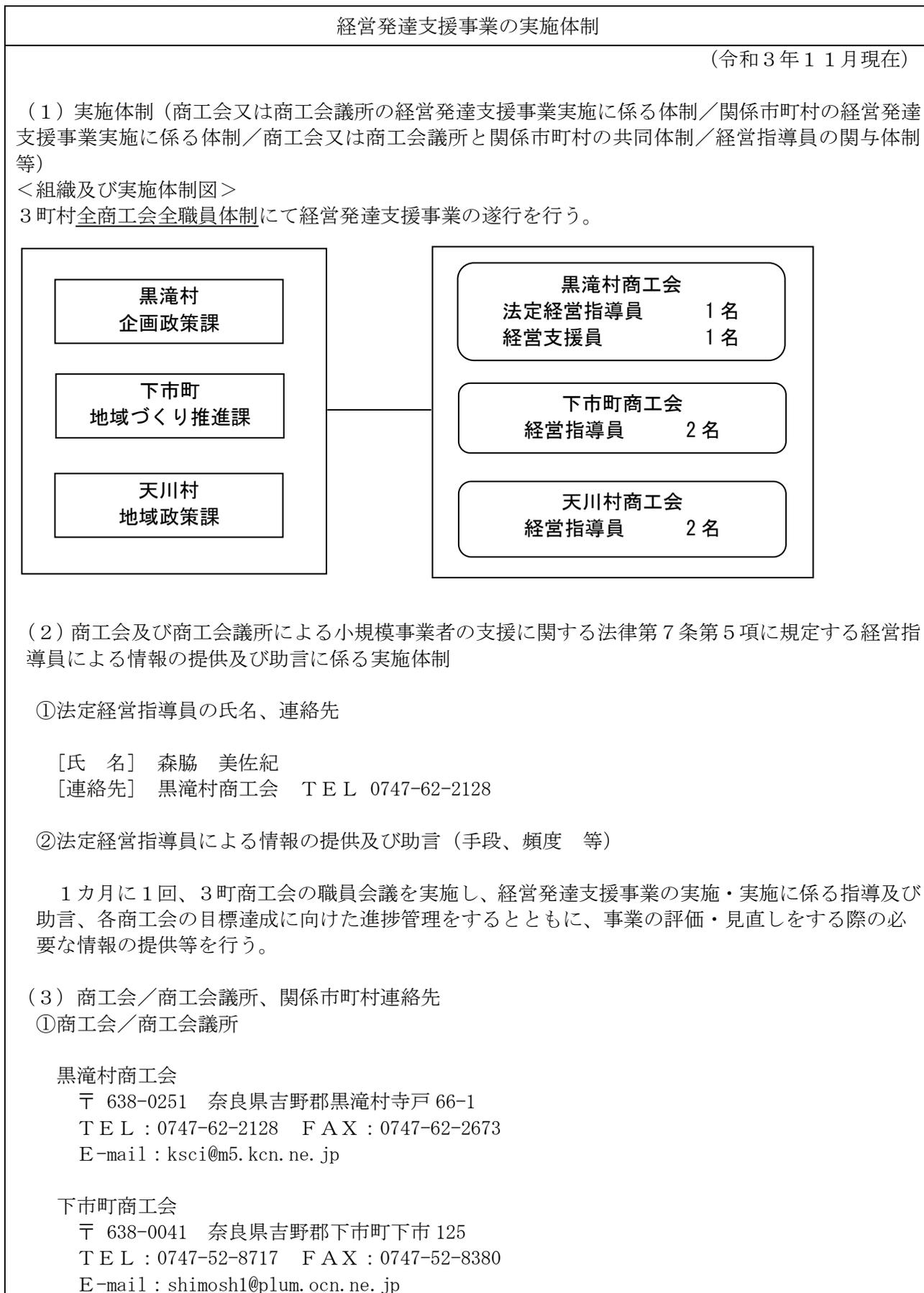
事務所内において、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング(月1回、年間12回)を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

### ④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適時・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



天川村商工会

〒 638-0301 奈良県吉野郡天川村川合 319 - 4  
T E L : 0747-63-0818 F A X : 0747-63-0217  
E-mail : tenkawa@m5.kcn.ne.jp

②関係市町村

黒滝村 企画政策課

〒 638-0292 奈良県吉野郡黒滝村寺戸 77  
T E L : 0747-62-2031 F A X : 0747-62-2569  
E-mail : kuro\_ks@vill.kurotaki.lg.jp

下市町 地域づくり推進課

〒 638-8510 奈良県吉野郡下市町下市 1960  
T E L : 0747-52-0001 F A X : 0747-54-5055  
E-mail : kikaku@town.shimoichi.nara.jp

天川村 地域政策課

〒 638-0392 奈良県吉野郡天川村沢谷 60  
T E L : 0747-63-0321 F A X : 0747-63-0329  
E-mail : chiikiseisaku@vill.tenkawa.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	5,500	5,500	5,900	5,900	5,900
専門家派遣費	300	300	300	300	300
セミナー開催費	200	200	100	100	100
個別相談会開催費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
販路開拓支援費	3,000	3,000	3,500	3,500	3,500
需要動向調査費	500	500	500	500	500

(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・町村補助金・事業受託費・共済事業等手数料収入等

(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。