

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>下北山村商工会（法人番号 5150005007327） 下北山村（地方公共団体コード 294501）</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>奈良県商工会連合会、行政、その他の支援機関と連携し、地域内の小規模事業者の経営力・販売力・生産力の向上支援を行い、事業者の課題解決に向けた取り組みを継続的かつ計画的に行いながら中長期的な視点で地域振興と事業者の発展に取り組む。</p> <p>下北山村の魅力の発信、地域特産品の販路開拓・販路拡大、新商品開発等に取り組む。</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</p> <p>国が提供するビッグデータ等を活用し地域の経済動向を把握・分析し、結果を小規模事業者へ情報提供する。情報は、事業計画策定支援の際の基礎資料として活用。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>売上の向上や販路拡大、新商品の開発、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を目的とし、村内施設においてアンケート調査を実施し、需要動向調査を行う。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>経営指導員の巡回・窓口相談を通じ、小規模事業者の実態を把握し経営分析を行う。専門的な課題については、外部支援機関・専門家と連携し支援を行いながら、事業計画策定に繋げる。</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p>

	<p>セミナーの開催・巡回訪問を強化し小規模事業者の意識改革と掘り起こしを引き続き行う。地域の経済動向や需要動向調査を踏まえた上で、事業策定セミナーを通じて小規模事業者自らが取り組む事業計画策定の支援を行う。また、DXに関する基礎知識を習得するためのセミナーを開催する。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>事業計画策定後は、経営指導員の巡回訪問を通じて進捗状況の確認と課題に対する必要な指導・助言を行う。また、PDCAサイクルを確立できるよう、計画実行のための現状分析、課題解決のために専門家の派遣等も活用しフォローアップ体制を構築し指導を行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>知名度の向上・販路拡大のため、展示会、商談会、物産販売展の情報提供、出展支援を行う。また、DXに向けた取り組みとして、SNSによる情報発信、ECサイトの利用、ネットショッピングへの出展等の支援を行う。</p>
<p>連絡先</p>	<p>下北山村商工会 〒639-3805 奈良県 吉野郡下北山村 大字上池原 1 0 2 6 番地 TEL:07468-5-2022 FAX:07468-5-2759 e-mail:s-shoko@m5.kcn.ne.jp</p> <p>下北山村 地域振興課 〒639-3803 奈良県 吉野郡下北山村大字寺垣内 983 TEL:07468-6-0001 FAX:07468-6-0377 e-mail:kanko@vill.shimokitayama.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

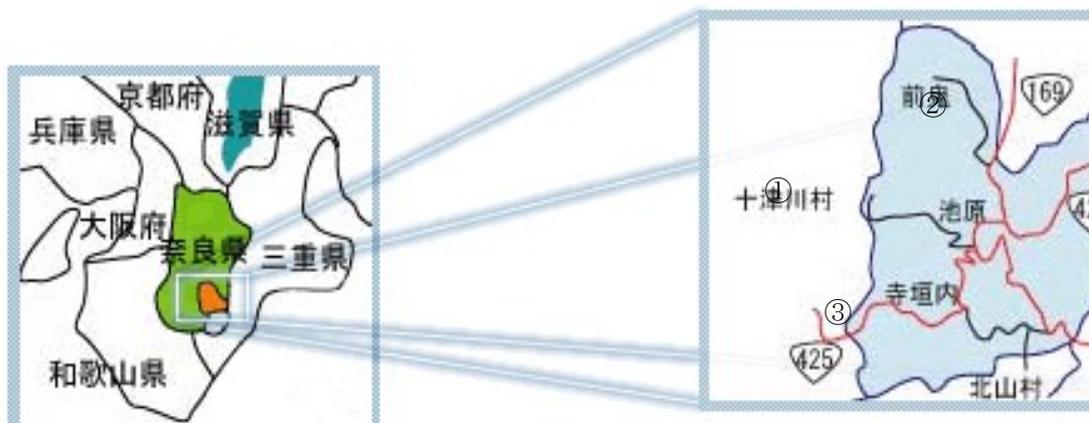
《下北山村の概要》

下北山村は奈良県の東南端に位置し、四方を山に囲まれた山村。西境には釈迦ヶ岳をはじめとする大峯山系の山々が連なり、2004年にユネスコ世界遺産に登録された「紀伊山地の霊場と参詣道」の大峯奥駈道になっており、村内の約半分が吉野熊野国立公園に指定されている。

奈良県橿原市から車で約2時間。三重県熊野市までは車で約40分の距離で、村の南北に国道169号が縦貫し、東西に国道425号が横断しており、村内はこの2本の国道と県道上池原・下桑原線によって一周(約30分)することができる。

下北山村を横断する北山川は大台ヶ原を源流に流れ下り、熊野川へと合流する。その北山川に10年の歳月をかけて建設されたのが池原ダムであり、高さ110メートル、堤頂長460メートルのアーチ式コンクリートダム。アーチダムとしては国内最大の総貯水容量と湛水面積を誇り、下流にある七色ダムとの間で揚水発電を行っている。

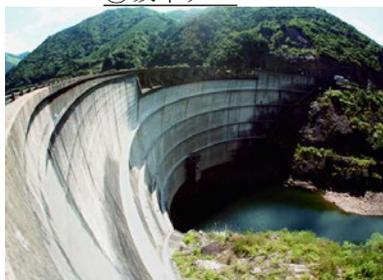
また、ダム湖百選にも選ばれており、日本有数のブラックバス釣りスポットとしても知られている。下北山村池原地区には池原ダム①があり、その北部には坂本ダム②、南部には七色ダム③があり、こういったダムに関連した工事の受注も行っている。



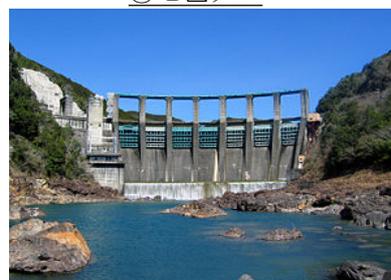
①池原ダム



②坂本ダム



③七色ダム



下北山村には古くから自家野菜として栽培されてきた『下北春まな』という野菜があり、栽培するにあたっての気候と土壌が適しており、りん・鉄分・カルシウム等の含有量が高いことから、村の特産品『下北春まな漬』として生産販売を行っており、平成20年4月には「大和野菜」に選定された。



下北春まな



下北春まな漬

①地域の現状

1) 商業の現状

当村の小売業者は建設業に次いで高い割合を占めていますが、減少傾向にある。住民の消費生活の広域化に伴い衰退の一途を辿っており、一部の食料品や日用雑貨以外は村外の商業地を利用している状況にあり、地元消費者の村外流出が7割以上にも達し、商業の衰退を一段と加速させている。また、商業者の高齢化が進んでいるとともに、地域の過疎化が進み経営環境は益々深刻になっており、売上げの減少は止められず現状維持をするのもやっとの状況である。その他、後継者不足、インターネット通販の拡大も大きな問題となっている。

2) 製造業の現状

吉野杉を使用した割り箸の製造や吉野杉を使った机や椅子が中心の木材製造加工、地域の特産品（下北春まな漬）を使用しためはり寿司、栃餅、さんま寿司など地場産業の小規模事業者が中心である。

従業員が少ないことにより、注文に対しての生産が追いついていないこともあるが、安定して注文があるわけではないので、従業員も安定して雇用することができない状況がある。

3) 建設業の現状

当村にとって大きな影響がある建設業。ダム関連の建築工事・道路整備・伐採作業・土砂の除去の下請け工事などの受注により、ある程度の安定に繋がることもあるが、公共工事・民間工事が減少しており、また入札方法が変わったことにより他の市町村の業者の参入により村外の業者名の工事も多く見られるようになり、競争の激化・ITの高度化など大変厳しい状況が続いている。

また、経費削減、成果書類の増加などにより現場担当者の負担が多くなってきている。下北山村の建設業者の特徴としては、土木工事業と建築工事業の二種類の業種の許可を取得し、様々な工事に対応できる体制をとっている事業所が多いと言える。

4) 観光ビジネスの現状

近年、社会経済と情勢等の影響もあり、観光施設全体の利用者は減少してきているが、各施設とも繰り返し訪れる利用者数は増加傾向にある。しかし、集客性の充足度となると、まだまだ村に吸引できるキャパシティーは広く十分に空いている。

また、アーチ式コンクリートダムとして国内最大の総貯水容量と湛水面積を誇る池原ダムや七色ダムはバスフィッシングのメッカとして多くの方々に知られており、全国各地から年間約5万人の人が訪れている。特に、池原ダムは刻々と変化する水位や入り組んだポイントの多さが魅力で、「日本一」との評価も高く、全国のアングラー達の注目を集めている。

このほかの観光資源では、前鬼不動七重の滝、明神池、石ヤ塔に代表される自然や、桜まつり、夏祭りなどのイベントがある。特に、平成16年には大峯奥駈道、前鬼が「紀伊山地の霊場と参詣道」として世界遺産に登録されたことから、この地域の自然が注目を浴びている。

5) 農業の現状

当村の気候と土壌に適しており、栄養価の高い、「下北春まな」を各農家と協力して生産しているが、生産量を増やすことやその年の気候により大きく影響を受けてしまうことなど、安定した生産出荷を行うことが出来ていないのが現状である。

6) 商工会の現状

下北山村商工会は、会員数49名、役員14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。

また、吉野地区の商工会（吉野町・東吉野村・川上村・上北山村）と広域連携を組み、大型ショッピングモールでの展示即売会への参加を行い、その他物産展や地域イベントなどにも出店し、特産品のPR・販売など地域経済の発展に貢献してきました。

また、地域活性化事業として各種団体と連携し、現在まで下記の事業に取り組んでいる。

- ・昭和59年より、村と協力し『下北山村夏祭り』を開催、地域外への下北山村のPRを行い、地域活性化に向けた事業の取り組み。
- ・昭和58年より、村・さくら祭り実行委員会と協力し、『さくら祭り』を開催し、物産品の販売・PR、村内業者のPRを行い、地域活性化に向けた事業の取り組み。

②地域の課題

	平成24年	平成26年	平成28年
農業・林業	4	4	4
建設業	21	18	15
製造業	5	4	4
運輸業	3	0	0
卸売業・小売業	13	14	13
電気業・水道業	2	2	2
金融業・保険業	1	1	1
不動産業	6	6	4
専門・技術サービス業	1	2	2
宿泊業・飲食業	9	9	7
生活関連サービス業	4	6	6
医療・福祉	2	2	2
複合サービス業	3	4	4
サービス業(他に分類されないもの)	15	16	16

(経済センサス基礎調査を基に作成)

1) 商業の課題

小規模事業者を取り巻く経営環境が著しく変化している中、事業主の高齢化が進み、それに加え後継者不足により将来を繋ぐ経営の継続に不安があることなど、経営を取り巻く環境が厳しく、その対応についていけない状況が続いており、世代交代が上手くできていない課題がある。

道路状況がよくなり利便性が高まったのは良いが、それにより地域外の大型量販店で買い物をする人や地域外からの移動販売業者が増え、地域内の商店は衰退傾向にある。

維持発展に向けての若い世代の起業や事業承継。村内者・観光客などの村外者のニーズに対応した商店の対応が課題である。

個々の商店の魅力アップだけでなく、観光産業や製造業など他業種や関係機関と連携した取り組みを行っていくことが課題である。

2) 製造業の課題

運送費や光熱費の高騰。従業員の雇用・確保難。需要と供給のバランスがうまくとれるよう、在庫を持つにはどうすればいいのか。など、利益が確保できる体制の整備が課題である。

インターネットによる下北山村の魅力の発信、「ニッポンセレクト.com」などを活用し、特産品の販路拡大・販路開拓の取組み支援を行うことが課題である。

『グーペ』への登録を勧め、販売促進と事業所、商品のPRを図り、新商品などの紹介やおすすめ商品などの情報は、スピーディーに行う必要がある。

3) 建設業の課題

地域に根付き正直に経営していた建設会社が真っ先にふるい落とされている。

勝ち残るためには自ら優秀な技術をアピールする必要がある。また、イメージアップ活動についても各現場に合わせた有効な手段を検討し公益性を訴えていく必要があり、各現場にて創意工夫することで能率的かつ経済的に工事を進め「良い・安い」ものを提供することに努めなければならない課題がある。

地域の需要の掘り起しを図ることにより、民間工事の受注の確保していくことが課題である。公共工事・民間工事の減少、入札方法が変わったことによる他の市町村の業者の参入。などから、経営革新的な取り組みを行う課題がある。

4) 観光ビジネスの課題

今後、きなり館レストランや売店等が一体となった魅力ある施設に改善していくことが望まれており、キャンプ場はコテージやバンガローについても、積極的な利用促進を図ることが課題である。

大峯奥駈道や前鬼が世界遺産に登録されたにも拘らず、ウォークや登山といった、地域の自然を活用したイベント等が行われていないので、村と協力して新たなイベントの実施に向けての活動をしていかなければならない課題がある。

観光立村としての村全体の方向性と集客力のアップを図るべく、下北山村のイメージアップのためのPRや観光施設の整備等を積極的に行っていかなければならない課題がある。

5) 農業の課題

本村の農産物の特産化を目指して「特産物加工所」「特産物集荷配送センター」を活用し、「南朝味噌」「下北春まな漬け」の特産物の生産、加工、販売の推進に努めているところだが、十分な安定した供給ができていない。

商業・製造業・観光ビジネスにも共通した課題となるが、6次産業化に取り組み商品開発や販路拡大を行い成長することで、地域商社的な役割も可能になり、地域全般に経済効果を

もたらしことができる。

来村者に対する高付加価値の提供と地元生活者に対する持続的な付加価値提供を目指すことで売り上げを確保し、来村者にとって魅力のある、村民にとっては住みやすい生活環境作りを目指すことが課題である。

6) 商工会の課題

これまでの下北山村商工会の行動方針は、経営改善普及事業の基礎的支援業務の金融・経理・税務・労働保険・部会活動など経営支援を支えることを通常業務とし、個別に具体的な相談や案件が生じた際に、経営支援・指導を行っていた。今後は巡回指導を強化し、商工会側からの積極的な提案や問題提示、解決に向けての協力や支援に取り組むことが課題である。

また、これまで地域活性化イベントを継続して実施しているものの、地場特産品の販売や特産品のPRの方法等に関する見直しや新たな取り組みは行ってこなかった。今後、イベント内容や販売・PR方法を見直し、リニューアル等の新たな取り組みを行っていくことが課題である。

広域的な経済・需要動向調査、地域内の経済・需要動向調査などを行っておらず、また、事業所の経営分析・把握・提供による支援が出来ていない状況であったので、まずは、巡回指導の強化、国や県、金融機関等が発信している調査資料を活用し、動向調査を行うことが課題である。

経営指導員等による巡回訪問において、本計画を実行するための実態の把握を行い、村・各支援機関・専門家とも連携し、小規模事業者の持続的発展のために伴走型の支援を行う。

小規模事業者の売上げに直結する支援や販路開拓支援等のセミナーを開催するに至ってなかったため、今後、経営分析に対する意識の向上や必要性を感じ、技術力の向上に繋がるためのセミナーを開催していくことが課題である。

引き続き、職員間の情報交換や研修など職員の資質向上に努め、小規模事業者に対し、巡回指導を更に強化し、経営の相談・指導・情報の提供を行い、積極的な提案の実施を行っていくことが課題である。

(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

上記の下北山村の現状と課題を踏まえて、行政、奈良県商工会連合会、金融機関、その他支援機関と連携をし、小規模事業者の持続的発展に向けて、地域経済の課題解決のための中長期的な振興のあり方を踏まえて経営力の向上、販路拡大・開拓に向けた支援、直接的な売上の増加に結び付く支援、地域活力の発展を目標に掲げ、伴走型の支援を実施し実現化に取り組むこととする。

② 下北山村総合計画との連動性・整合性

下北山村において、令和2年3月に「第2期下北山村 まち・ひと・しごと創生総合戦略」が制定された。

基本目標に、Ⅰ. 森と生きる 仕事づくり、ものづくり、ひとづくり。Ⅱ. 森に遊ぶもてなし、ふれあい、感動づくり。Ⅲ. 森で育む 子どもの笑顔ときなりライフ。

横断的目標に、Ⅰ. 多様な人材の活躍の場づくり。Ⅱ. 新しい時代の流れを力にする。が設定されている。

その中に、特産品の安定供給体制の確立とブランド化や「きなりブランド」商品の開発支援。木材利活用検討、地域資源を連携・活用したイベント等の実施等が掲げられている。

当商工会としては、下北山村役場（地域振興課及び農林建設課）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 下北山村商工会としての役割

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いる。

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) 経済環境の把握に必要な各種データの調査と分析、情報の提供
地域の経済動向、需要動向を調査・分析を行い、小規模事業者の取り巻く経済環境を把握し、その分析結果を小規模事業者へ情報提供し、事業計画策定への活用へと繋げる。
- 2) 小規模事業者の経営力向上に向けた支援
経営状況分析・事業計画の策定により、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、事業者自らも個々の課題を把握し、課題に対する改善策を見出してもらい、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り組みへ繋げる。
- 3) 地域資源を活用した新商品開発と販路拡大
木工製造業者、特産物の生産・加工・販売を行う事業者など、地域内における事業者間の連携を図り、新たな商品の開発や既存商品に対してのブラッシュアップ支援、販売力の向上など伴走型支援を行う。また、『グーペ』『ニッポンセレクト.com』などを活用し、下北山村の魅力の発信や特産品のPRなど情報発信力を強化し、商品付加価値の向上を図り、販路拡大・販路開拓を目指す。
- 4) 関係機関との連携の強化
下北山村をはじめとする関係機関等と連携して村内小規模事業者が参加できる事業や地域イベントを開催し、そこで近隣市町村で活躍している事業所の方々にも参加していただくことで交流の場を設け、情報交換や意見交換をしていただくことで、事業者間での連携の強化にも繋げる。
- 5) 小規模事業者への支援を遂行する職員のスキルアップ
小規模事業者の取り巻く環境や問題の課題に伴い、求められる支援を遂行するためには職員のスキルアップが必要であり、経営状況の分析や改善の提案、事業計画策定や販路開拓等の支援力や事業計画策定後もPDCAサイクルを行いながら計画の実践を支援する上で必要な知識とスキル・ノウハウの育成・強化に努める。

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) 経済環境の把握に必要な各種データの調査と分析、情報の提供

地域内の小規模事業者を取り巻く経済環境を把握することを目的に、経営指導員等による巡回訪問において本計画を実行するための調査・分析を行い、現状を把握し、外部環境の把握するために経済動向調査・需要動向調査などを行い、小規模事業者の経営課題と支援ニーズを明確化するとともに、その分析結果を小規模事業者へ情報提供し、事業計画策定への活力へと繋げる。

2) 小規模事業者の経営力向上に向けた支援

小規模事業者との対話と傾聴を通じて、経営分析や事業計画作成の必要性・重要性を認識してもらい、個々の課題を設定し、事業者自らも個々の課題を把握し、課題に対する改善策を見出してもらい、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行うことで、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り組みへ繋げる。

3) 地域資源を活用した新商品開発と販路拡大

木工製造業者、特産物の生産・加工・販売を行う事業者など、地域内における事業者間の連携を図り、新たな商品の開発や既存商品に対してのブラッシュアップ支援、販売力の向上など伴走型支援を行う。また、『グーペ』『ニッポンセレクト.com』などを活用し下北山村の魅力の発信や特産品のPRなど情報発信力を強化し、商品付加価値の向上を図り、販路拡大・販路開拓等の取り組み支援を行う。

4) 関係機関との連携の強化

下北山村をはじめとする関係機関等と連携して村内小規模事業者が参加できる事業や地域イベントを開催し、そこで近隣市町村で活躍している事業所の方々にも参加していただくことで交流の場を設け、情報交換や意見交換をしていただくことで、事業者間での連携の強化へと繋げる。

5) 小規模事業者への支援を遂行する職員のスキルアップ

小規模事業者の取り巻く環境や問題の課題に伴い、求められる支援を遂行するためには職員のスキルアップが必要であるため、他の支援機関と支援ノウハウの交換を行い、経営状況の分析、事業計画策定に活用できる支援ノウハウの習得に努める。また、職員の資質向上のための研修に積極的に参加し、その研修内容の共有化を図り支援力の向上に繋げる。経営状況の分析や改善の提案、事業計画策定や販路開拓等の支援力や事業計画策定後もPDCAサイクルを行いながら計画の実践を支援する上で必要な知識とスキル・ノウハウの育成・強化に努める。

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、下北山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	1	1	1	1
② 景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	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）49社（建設業・小売業・製造業・サービス業・飲食業・宿泊業・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、潜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、木工製造業者、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 地域特産品に関する調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①地域特産品に関する調査

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、「下北山温泉きなりの湯」や「下北山スポーツ公園キャンプ場」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】下北山村において、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。

【サンプル数】来場者 50 人

【調査項目】来村客の属性・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。

【調査結果の活用】特産品関係の生産・販売事業者、木工製造業者に調査内容と分析結果をフィードバックし、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対話と傾聴を通じて理解認識してもらい、経営の本質的課題へと繋げる。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 経営分析 事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

①巡回訪問による経営分析の内容・経営分析

情報収集を強化し、訪問を通じて経営分析の必要性・重要性について理解してもらうため説明指導を行う。巡回指導を通じて意欲的な小規模事業者を選定し、事業計画策定に繋げていく。

【対象者】巡回訪問等を通じて選定を行った小規模事業者

【分析項目】定量分析《財務分析》売上高・経常利益・損益分岐点・粗利益率 等。
定性分析《非財務分析》強み・弱み・機会・脅威 等。
《3C分析》自社・競合・顧客。

【分析手法】経営指導員等が、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」等を活用して分析を行う。さらに、専門的な分析が必要な場合は外部専門家と連携し分析を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者へフィードバックし、事業計画の作成等に活用する。また、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

小規模事業者の方に事業計画策定の重要性や目的を理解していただくよう、セミナー開催にも力を入れ、小規模事業者の意識改革と掘り起こしを引き続き行う。地域の経済動向や需要動向調査を踏まえて、経営状況の分析を行った事業者の中から、事業計画作成の必要性・重要性を理解し、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受講していただき、現状を正しく認識した上で、事業者本人が意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に取り組むため、対話と傾聴を通じて事業者に寄り添いながら伴走型の支援を行う。また、事業計画の策定前の段階において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。

当商工会としては、5.で経営分析を行った事業者の5割程度/年の事業計画策定を目指す。

(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 DX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
事業計画策定事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

DXに関する基礎知識を習得し、DXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取り組みについて小規模事業者に理解を深め、推進していくためにセミナーを開催する。

【支援対象】経営分析を行った事業者・DXに関心が高い事業者。

【募集方法】会員へのチラシの郵送・個別の巡回による告知。

【セミナー（カリキュラム）内容】

・DXの基本的な説明 ・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サイト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、必要に応じて専門家派遣を実施する。

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】経営分析を行った事業者・事業計画の策定を希望するセミナー参加者。

【募集方法】郵送・個別の巡回による告知。

【支援手法】経営課題の抽出・目標に向けた取り組み。

経営分析を行った小規模事業者については課題を明確にしていき、今後の経営ビジョンを検討し、事業計画を策定していく。

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

小規模事業者の自発的な計画策定の意識の醸成に向けて、巡回訪問の徹底による情報提供と現状把握、計画実行のための現状分析、課題の解決のために専門家を活用しての指導等のフォローアップ体制を構築する。

事業計画策定後の支援については、全ての事業計画策定事業者を対象とするが、事業計画策定の進捗状況や経営課題の重要度等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調であり訪問回数を減らしても実行していける事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定し支援の効率性を高める。

(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	—	5者	5者	5者	5者	5者
頻度(延回数)	—	20回	20回	20回	20回	20回
売上増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
利益率3%以上増加の事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象として、経営指導員が四半期に一度の巡回訪問を実施し、事業計画の進捗状況の確認を行う。基本、四半期ごとに一度のフォローアップとしてはいるが、経営指導員等の判断や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した場合には、よろず支援拠点等の外部専門家との連携を行うことで第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

また、支援を実施する中で経営指導員等では問題の解決が困難な場合には、専門家派遣制度等を活用しその解決に努める。その際は、経営指導員が同席し、助言・指導内容を把握し、事業者と共に問題解決にあたる。

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、展示会や商談会の開催情報を提供するだけに留まっており、参加事業者も毎回同じ顔ぶれで、変化のない商品の出展・販売になっていた。また、地域の特産品や地域のPRについても効果的に実施することが出来ていない状況にあった。

【課題】地域特産品の知名度向上と販売促進・販路拡大のために、展示会や商談会の情報提供により一層力を入れていく必要がある。

オンラインによる販路開拓の取り組みについて、事業者の高齢化や知識不足のため活用に至っていない事業所もあるため、情報発信・IT スキルのアップにより、効果的に情報発信が可能となるよう支援を行う必要がある。また、今後新たな販路開拓を行う上でDXの推進が必要であることを認識してもらい、DX活用の推進に向けた取り組みの支援を行っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

全国商工会連合会から提供される商談会への参加等の支援を行い県外への販路開拓を図る。経済・需要動向調査で得たことをもとに、顧客ニーズに合った商品やサービスの提供、情報発信を行う機会を増やすことができるよう、小規模事業者に対し積極的な支援を行っていく。

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による情報発信、ECサイトの利用など、IT活用による営業・販路拡大に関する相談対応を行い、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っていく。

(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 ビジネスマッチなら商談会参加事業者数	—	2者	2者	2者	3者	3者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
② イオンリテール「吉野フェア」出展事業者数	—	2者	2者	2者	3者	3者
売上額/者(万円)	—	10万円	10万円	10万円	15万円	15万円
③ SNS活用事業者数	—	2者	2者	2者	3者	3者
売上増加率/者(%)	—	5%	5%	5%	5%	5%
④ ECサイト利用事業者数	—	2者	2者	2者	3者	3者
売上増加率/者(%)	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

① ビジネスマッチなら商談会参加事業 (BtoB)

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、意欲のある事業者に巡回訪問等にて情報を提供し、橿原商工会議所・奈良県商工会連合会主催の「ビジネスマッチなら」商談会への参加提案を行い、参加させる。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 「吉野フェア」物産展出展事業 (BtoC)

(株)イオンリテールと吉野町商工会とで共同開催で奈良県内のイオンにて「吉野フェア」を9月に3日間の開催をしており、食料品と工芸品の販売が主である。販売手数料については、事前に(株)イオンリテールとの商談会があり、販売手数料の割合を決定している。

事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、販売促進を図るとともに、販売を通じて消費者ニーズを捉えて商品のブラッシュアップに繋げる。

③ SNSの活用

SNSを活用した情報の発信や販路の拡大は、経営資源が限られている小規模事業者にとっては、低コストで行うことができ、有効な手段と考えられる。また、商圈に制限がなくより遠方の顧客の獲得のため、取り組みやすいSNSを活用して消費者にダイレクトに情報発信ができ、効果的な宣伝広告になるよう支援を行う。

④ ECサイトの利用（BtoC）

顧客数や売上増加には、商圈に制限の無いECサイトによる販路拡大が有効と考えられるため、販路拡大に意欲が感じられる製造・販売業を中心に支援を行う。全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」や、楽天市場・Amazon.com等が運営するモール型ECサイトへの出品を提案しながら、商圈拡大に向けた支援を行う。

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事

(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

本計画の事業実施状況及び評価・見直しについては、毎年度1回、評価委員会を開催し、事業の実施状況、成果の評価、見直しを検証していく。評価委員会の委員として、正副会長及び奈良県商工会連合会、下北山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とする。また、より多くの意見を取り入れるために理事会において事業の実施状況の報告を行う際にも意見聴取を実施していく。

PDCAサイクルにて成果の評価・検証を行い、事業の成果・評価・見直しの結果については商工会の理事会・総会へ報告し承認を受ける。内容については下北山村商工会のホームページで計画期間中公表する。また、事務所でも閲覧できるようにしておく。

10. 経営指導員等の資質向上等に関する事

(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、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】

経営支援知識・能力、事業計画の策定、売上・利益の向上、販路開拓等の支援力の強化等を目的とし、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を派遣する。

【D X推進に向けたセミナー】

職員のI Tスキルを向上させ、小規模事業者のニーズに合った相談・指導を可能にするため、D X関連のセミナーについて積極的に参加する。また、I T関連の専門家とも連携を図り、I T支援力の向上に努める。

②O J T制度の導入

小規模事業者に対して、経営支援経験の豊富な広域指導員や奈良県商工会連合会の指導員とも連携してチームを組成し、巡回指導時や窓口相談の機会を活用したO J Tを積極的に実施し、さらに高度な課題等については専門家派遣制度等も活用し、職員全体支援能力の強化を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

支援ノウハウを共有化するため、月に1度ミーティングを行う。ミーティングでは他地域で情報交換した支援内容、研修会で得た知識を伝え、今後の支援向上に取り組む。また、小規模事業者の相談内容や現状を報告し、組織全体で情報を共有する時間を設ける。

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出来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。

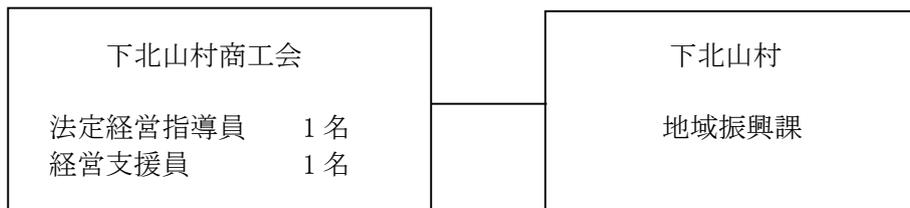
(別表2)

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：失尾 正憲

■連絡先：下北山村商工会 TEL 07468-5-2022

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、関係市町村連絡先

①商工会

〒639-3805 奈良県吉野郡下北山村大字上池原 1026 番地

下北山村商工会

TEL : 07468-5-2022 FAX : 07468-5-2759

E-mail : s-shoko@m5.kcn.ne.jp

②関係市町村

〒639-3803 奈良県吉野郡下北山村大字寺垣内 983 番地

下北山村 地域振興課

TEL : 07468-6-0001 FAX : 07468-6-0377

E-mail : kanko@vill.shimokitayama.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	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
経済・需要動向調査事業 (印刷・事務費 専門家謝金等)	200	200	200	200	200
経営状況分析 (専門家謝金等)	200	200	200	200	200
事業計画策定 支援事業 (セミナー開催・ 講師謝金等)	500	500	500	500	500
需要開拓に 寄与する事業 (物産展/展示会 参加費・専門家 謝金等)	550	550	550	550	550
事業評価・見直 し (専門家謝金・ 会議費等)	150	150	150	150	150
指導員等の 資質向上 (専門家謝金等)	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、村補助金、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。

