

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	上北山村商工会（法人番号 6150005007326） 上北山村（地方公共団体コード 294519）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 小規模事業者の持続的発展と事業所数の維持、そして地域活性化に向けて、行政、金融機関、その他支援機関と連携し、地域内の小規模事業者に対して、ビジネスプランに基づく経営の推進、需要の開拓に向けた支援、直接的な売上等の増加に結びつく支援等を行い、事業者の自走化、自己変革力を会得し経営力を強化・再構築する「経営力再構築伴走型支援」に取組み、長期的な視点で事業者の発展と地域振興に取り組むこととする。
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること 経済動向調査の重要性の周知、情報提供により、経営計画策定の支援の一助とする。 2. 需要動向調査に関すること 消費者目線でのニーズを調査・分析し、新たな需要の開拓に繋げることを目標とし、調査を実施する。 3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の状況を数値化し、強み・弱みを理解した上で、事業の成長・発展の有効なツールとして活用し、その後の事業計画策定に繋げることを目標とする。 4. 事業計画の策定支援 小規模事業者の持続的発展の為、DX 推進セミナーや事業計画策定セミナーを開催し、小規模事業者自らが取り組む事業計画策定について支援を行う。

	5. 事業計画策定後の実施支援 事業計画の実施状況をフォローし、専門家等と連携しながら伴走型の支援を行う。 6. 新たな需要の開拓支援 特産品物産展への出店支援。DXに向けた取り組みを行い、SNS や IT 活用による販路開拓支援を実施する。
連絡先	上北山村商工会 〒639-3701 奈良県 吉野郡上北山村 河合 3 6 0 番地の 8 TEL:07468-3-0074 FAX:07468-2-0205 e-mail:kamikita@m5.kcn.ne.jp 上北山村 企画政策課 〒639-3701 奈良県 吉野郡上北山村河合 330 TEL:07468-2-0001 FAX:07468-3-0265 e-mail:kikakuseisaku@vill.kamikitayama.lg.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

①現状

A. 上北山村の立地

当村は、奈良県吉野郡の南東部地域に位置し、東に大台ヶ原山地、西に世界遺産“大峰奥駈道”を有する大峰山脈に囲まれた自然と歴史に育まれた山村である。本村の面積およそ 274.22 km²のうち約 97%が山地によって占められており、平地が極めて少ない地域となっている。

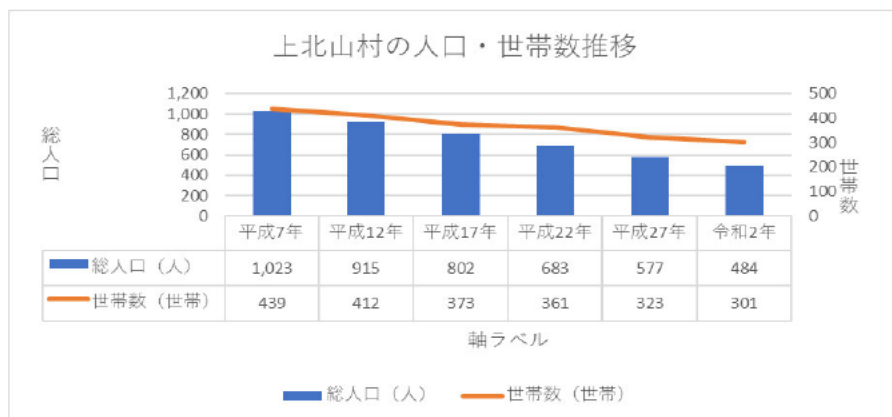
村内唯一の幹線道路である国道 169 号線は、北からは三重・和歌山へと続く“東熊野街道”へのルートとして、南からは、大阪・神戸・京都等大都市へのアクセスに利用されており、観光シーズンには多くの車の往来がある。



B. 人口の動き

人口は昭和 35 年の 3,800 人をピークに減少を続け、現在 464 人、世帯数 299 (国政調査・住民基本台帳 (R4 年 9 月末)) であり、かつての主産業であった林業の衰退、都市基盤・利便性の弱さなどにより人口流出が進んでおり、奈良県内で最大の人口減少率を示している。

令和 2 年の奈良県人口動向調査では、県内における人口減少率が上北山村は奈良県 7 位であり、上位 10 市町村の中に吉野郡の町村が 6 地域を占める割合となっており、都市部への人口流出が山間地域において課題となっている。



(上北山村人口統計)

C. 地域産業の現状

■商業の状況

人口減少やインターネットによる全国配送サービスや移動販売、国道改良工事の完成に伴うアクセス向上による地域外への購買力流出により、村内商業は減少傾向をたどっている。自動車を利用できない住民や体の不自由な住民のために、早くから商品配送サービスや店舗への送迎等の対策をとってはいたが、利用者の 60%以上が高齢者ということもあり、売上は年々減少し、厳しい状況が続いている。

そういった中で、いちはやくから村外への販売ルートを構築してきた事業所(食品販売業者)は今もなお、精力的に活動が続けている。

■工業の状況

工業では、建設業・製造業などの事業所があるが、こちらについても少しずつではあるが減少傾向にある。建設業に至っては、公共事業の減少の影響・入札における村外からの競争相手の増加により厳しい状況にある。

村内木工業・加工業は吉野杉を使った割箸製造、けやきを中心とした木工品加工業・木製遊具の製造等を行っている事業があり、インターネットによる販売や道の駅、特産品取扱店(村内外)への販売を中心として活動しており、その中でも木製遊具は全国の個人家庭や幼稚園等からの注文を受け、好評を得ている。

■観光産業の状況

上北山村の観光資源としては日本百名山の一つ吉野熊野国立公園「大台ヶ原」があり、年間約 10 万の観光客が訪れる村内最大の観光拠点がある。

その他にも、県内では数少ない雪遊びが楽しめる和佐又山や魚釣りや川遊びが出来る北山川等、魅力ある観光資源が存在している。

また、村内の若者で構成される村づくり団体「ワーク 2 1」が主体となって開催する自転車レース「ヒルクライム大台ヶ原 since2001」は、全国各地から 800 人ほどの参加者が集まり、大会当日は村内人口を上回る 1,000 人超の来村者が訪れる村内挙げての一大イベントが開催されている。

地域内には、キャンプ場が 1 ヶ所、宿泊施設が 4 施設、温泉が 2 ヶ所、道の駅が 1 ヶ所存在しており、いずれも春から秋の間、利用者が多く、年齢層の高い利用者が多くを占めている。

D.上北山村総合計画

- ・上北山村では、令和２年度から「第四次上北山村総合計画」をスタートし、上北山村の将来像として、「水と緑とともに生きる郷 上北山」を掲げている。
- ・商工業・観光に関する施策では、「産業が活性化する活力ある村づくり」を目標に、商工業では、特産品の加工・開発や宿泊業の活性化、生活支援事業の実施等を推し進め、雇用機会の創出を目指しており、観光業では、観光資源の発掘を行うとともに、エコツーリズムやナイトライフ観光といった新たな観光ニーズの創出、そして観光で来訪する交流人口の滞在時間や交流時間の増加を行い、観光立村を目指す。

②課題

A. 上北山村の商工業者数

平成 23 年 3 月 31 日

業 種 事業所	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サ ー ビ ス 業	その他	合計
総事業所数	18	6	0	18	14	12	8	76
小規模事業者数	18	5	0	17	12	12	5	69

令和 3 年 3 月 31 日現在

業 種 事業所	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サ ー ビ ス 業	その他	合計
総事業所数	12	6	0	12	8	10	17	65
小規模事業者数	12	6	0	12	8	9	13	60

- ・当商工会管内（令和 3 年 3 月時点）の商工業者数は 65、小規模事業者 60、小規模事業者割合は 92% である。
- ・平成 23 年と令和 3 年とを比べると総事業所数は約 15%減、小規模事業者数は約 14%減少している。

B. 商工業者の業種別課題

■ 共通課題

- ・個人経営者や家族経営者が多くを占め、営業・販売・事務をこなしているため、マンパワー不足により、販路開拓や新規事業への取り組みが難しい状況にある。
- ・大滝ダム建設に伴う国道改良工事完成による交通事情の向上により、樫原市等への消費の流出が続いている。さらに、追い打ちをかけるように新型コロナウイルス感染症の拡大で、業種によっては深刻な影響が表れている。

■ 商業

- ・村内利用者を主とする食料品小売業は利用者の6割が高齢者であることから、今後さらなる利用者の減少が考えられ、車により樫原市等で買物をするため利用率の低い20代から40代の顧客を獲得することが課題。
- ・大台ヶ原や川遊び、キャンプの観光客は多いが、食材などを事前につけてくるため、村内の消費に繋がっていない。このような観光客に対して村内で消費してもらうための販促と魅力ある地域特産品の開発が課題である。

■ 工業の課題

- ・就業者数の多くが55歳以上である一方、30歳以下は約1割であり、高齢化が進展している。このため、若い優秀な人材の確保が全体の課題となっている。
- ・木工業は、手作業による熟練した加工技術が必要であるが、高齢による廃業が多く、加工技術の伝承をどうするかが課題である

■ 観光産業の課題

- ・大台ヶ原を中心とする観光資源は村の中心地より外れており、観光客を上手に取り込めず、消費に結びつかない課題がある。
- ・上北山村には「道の駅」があり、村内商工業者の販売促進の一端を担っているが、施設の老朽化等により十分な機能を発揮できていない。

(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

小規模事業者の本質的な課題を見つけ出し、それに応じた対話型の支援を持続的に行い、経

営基盤の強化と雇用を確保し、10年後の商工業者の減少を最小限にとどめる。

また、デジタル技術の導入による販売促進、生産性の向上、経営体制やビジネスモデルの変革など、デジタル技術を有効活用し環境の変化に柔軟に対応できる小規模事業者の育成に努める。

② 上北山村総合計画との連動性・整合性

第四次上北山村総合計画にある「産業が活性化する活力ある村づくり」

当商工会では、小規模事業者に対して、経営分析による自社の経営課題把握と事業計画策定・実行支援により、売上の確保と拡大、新事業への創出、競争力の強化を図るため、事業者を対象としたセミナー等開催や専門家派遣等、個社支援に取り組む。

また、豊富な地域資源を活かした商品開発や、展示会等への出店強化に向けた伴走支援を行い、販路の増加と売上高の確保を図り、地域の活性化と雇用創出に努める。

③ 商工会としての役割

人口の減少や産業の衰退、後継者問題、新型コロナウイルス感染症の影響など、上北山村の産業振興は大変厳しい状況にある。

これらの現状を踏まえ、上北山村の総合計画に掲げる“かみきたファンが行き交い、存民がいきいきと暮らす村 上北山村”を目指し、魅力あふれる村となるため、産業の活性化を進め、小規模事業者の経営基盤の充実と経営発展を下記の通り目指します。

(3) 経営発達支援事業の目標

上北山村商工会は上記の現状・課題を踏まえ、奈良県商工会連合会、行政、金融機関、その他支援機関と連携し、地域内の小規模事業者に対して、ビジネスプランに基づく経営の推進、需要の開拓に向けた支援、直接的な売上等の増加に結びつく支援等を行い、事業者の課題解決に向けた取組みを継続的かつ計画的に行いながら、長期的には、人口減少という中で小規模事業者数の維持と事業所の発展、そして地域振興に取り組むため、以下の目標を掲げ、事業に取り組む。

【目標】

① 小規模事業者の事業計画策定支援

小規模事業者の持続的発展のため伴走型の支援を実施し、小規模事業者の経営力向上を目指すとともに、事業計画の必要性を地域に根付かせ、経営分析による自社の経営課題把握と事業計画策定・実行支援し、経営基盤強化と販路拡大を図る。

② 経営力再構築伴走支援

伴走支援に当たっては、小規模事業者と十分なコミュニケーションを図り、対話と傾聴を通じて事業者自らが変わっていく力、潜在力を後押しし、経営力を強化・再構築することを目的とした「経営力再構築伴走支援」を実施する。

③ IT を活用した販路開拓支援

小規模事業者自らが自社の商品やサービスを効果的に買い手に PR できるよう展示会や物産展等への参加を積極的に勧奨し、販路開拓を継続的に支援する。

また、インターネット上での販路開拓は、この山間地域において非常に重要であることから、IT 化の推進に取り組み、小規模事業者の広報対策や売上増加、利益の確保を集中的に支援することを目標とする。

④ 商工会職員の資質向上

伴走型の支援能力向上のため、職員同士の連携を図るとともに、行政・関係団体とも連携し職員の経営支援スキルを向上させる。

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 小規模事業者の事業計画策定支援

地域の小規模事業者の経営力向上のため、各種支援機関と連携し、事業計画の策定を行い、小規模事業者の持続的な発展に向けた伴走型の支援することを方針と指す。その後もPCDAを行い、継続した支援を行うことで、長期的に小規模事業者の発展を目指す。

② 経営力再構築伴走支援

対話と傾聴を通じて、地域を支える小規模事業者の個々の課題解決に向けて、支援を行う。事業者自らが変わっていく力や潜在力を引き出す創造的な支援を行い、「ローカルベンチマーク」等の支援ツールを活用し、小規模事業者の持続的発展を支える役割を担う。

③ ITを活用した販路開拓支援

IT技術を活用し、地域特産品の消費者への訴求力向上の取組みを進め売上向上を目指すとともに、観光PPや地域資源を高め、地域への定住者や創業予定者等への情報発信を行い、地域づくりに貢献することを方針とする。

④ 商工会職員の資質向上

高いレベルで伴走型支援を実施できるよう、支援ノウハウの共有化や研修による経営支援力向上を図るとともに、上北山村、関係団体と連携を通じて支援に関するスキルの向上を図る。

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]

経済動向の情報としては、経営指導員が巡回訪問の際にヒアリングを行ったり、金融機関等からの情報や、行政からの情報等を収集・分析し公開してきたが、小規模事業者との共有が十分に行われておらず、有効活用出来ていないのが現状である。

〔課題〕

国の RESAS（地域経済分析システム）を活用した分析や全国連の景況調査の分析を広く提供する他、小規模事業者への巡回指導において経済動向調査の重要性を理解してもらい、情報の提供をしてゆくことが課題である。

（２）目標

支援内容	現 状	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 定期景況調査回数	0 件	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
② 分析活用回数	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
① 及び②の公表 回数	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

（３）事業内容

①定期景況動向分析

村内の定期景況調査を年 2 回行い、地域経済の実態把握と動向を分析する。

調査対象	管内の小規模事業者 8 者 【建設業 2 者、製造業 1 者、飲食・宿泊業 2 者、小売業 2 者、サービス業 1 者】
調査項目	売上高の増減、利益の増減、資金繰り、雇用状況、新型コロナウイルスの影響、今後の見通し等
調査手法	調査票を作成し、対象事業者を巡回して聞き取りを行う。
分析方法	経営指導員により集計・分析を実施。必要により専門家と連携する。
公表回数	年 1 回

② 地域の経済活動分析（国が提供するビックデータの活用）

当商工会地域において意欲的な小規模事業者に対し、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、情報を収集・分析を行い、ホームページ上で年 1 回情報を提供する。

【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、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 → 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。

(4) 調査結果の活用

- ・収集した情報は整理・分析を行い、上北山村商工会ホームページに公表し、村内小規模事業者へ周知する。
- ・小規模事業者への巡回指導においての基礎資料にする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営発達計画1期の1年目は需要動向調査を行ったが、その後はコロナウイルス感染拡大防止のため、動向調査を控えていた。そのため十分な調査が行えなかった。

また、多くの事業者は商品開発や販売戦略において、経験や勘といった従来の思考からの脱却に至っていないのが現状である。

[課題]

上北山村の特色をいかした小規模事業者（特産品販売事業者、食品及び木工製造業者）の需要動向調査を実施することで、今まで気づけなかった消費者ニーズを掘り起し、小規模事業者の経営計画の活用や、新たな商品開発、新サービスの開拓に繋がる情報の提供を行うことが課題である。

(2) 目標

支援内容	現 状	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
調査対象事業者数	0 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

小規模事業者が販売する商品や提供するサービス等について、消費者目線でのニーズを調査・分析し、需要動向を把握することで、既存商品の改良、新商品開発に繋げ、消費者ニーズにあった商品・サービスの提供を行うことで、新たな需要の開拓に繋げることを目標とし、調査を実施する。

- ① 村の観光地である大台ヶ原や村内道の駅において、新商品開発目的に重点をおいた調査表を作成。一般消費者にむけヒアリングによるアンケート調査を実施する。

※数量、方法。項目については下記の通りとする。

【調査場所】道の駅吉野路上北山（観光案内及び地元特産品販売施設）

（年間来客者数 約 6 万人）

大台ヶ原物産店（国立公園にある地元特産品販売施設）

（年間来客者数 約 5 万人）

【調査数】各場所 観光客 1 0 0 人

【調査方法】観光客が多く訪れる夏・秋において、職員が下記の項目を聞き取り調査を行い、アンケートに記入する。

【調査項目】性別・住居（都道府県まで）・交通手段・来村目的・来村回数・土産物の購入品目・土産物に求めるもの。

調査結果を分析した上で、会員数の 1 割を占める製造販売業者 5 店にフィードバックをし、新商品・新サービスの改良改善、開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

※分析手段、方法、活用は下記の通りとする。

【分析手段・方法】調査結果は専門家と協議連携し、職員が分析を行う。

【調査結果の活用】調査結果は特産品販売事業者・食品及び木工製造業者へフィードバックし、今後の商品・サービスの開発及びブラッシュアップに活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

これまで経営分析については、決算支援や金融支援、補助金申請の際など毎年 2 社程度の分析を行ってきた。しかしながら、事業者の経営発達に寄与する経営分析には至っていない。

〔課題〕

今後は、巡回訪問時やチラシの配布、セミナーの開催により経営分析の重要性を改めて幅広く周知し、理解してもらう為の取り組みを行うことが課題である。

また、対話と傾聴を通じて、情報の収集・整理を行い、小規模事業者の経営力の“見える化”に努め、小規模事業者の強み・弱みを理解し、事業計画の策定支援やその後の支援に結びつける。

(2) 目標

支援内容	現 状	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
分析実施事業者数	1 者	5 者	10 者	10 者	10 者	10 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）

景気調査の対象事業や新型コロナウイルスの影響等で経営状態が悪化している事業所を中心に巡回訪問を行い、経営分析の重要性を啓発し情報の収集にあたる他、セミナーの開催を通じて対象者の掘り起しを行う。

分析対象者については経営状況により商工会からのアプローチする事を基本としますが、セミナー出席者や、巡回訪問でも希望者を募ります。

- ・募集方法・・・会員への郵送による周知、新聞折込による周知。
- ・開催回数・・・年間 1 回
- ・参加者数（予定）・・・10 人程度

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 10 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)
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT 活用の状況	
・人材、組織	・事業計画の策定、運用状況	

【分析手法】経営分析は、経営指導員等が実施するが、必要に応じて中小企業診断士等の専門家を活用する。

事業者の状況に応じて、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」等を活用し、経営指導員が分析する。

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

○分析については年度推移、同業他社と比較をし、分析した結果は個社に提供するとともに、

その個社の抱える課題を共有し、その課題に応じた支援を行い、事業計画策定に活用する。
また専門的な課題等については、奈良県商工会連合会や専門家と連携し、その課題解決のための支援を行う。

○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]

事業計画策定は、これまで補助金申請や融資の申込時においてのみ行っていたので小規模事業者からの自主的な事業計画の策定に至っていないのが現状である。

[課題]

様々な経営環境の変化に対応できるためにも、事業計画策定の意義や重要性を浸透させる取り組みを行うことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定するプロセスを通じて、顧客のニーズを適切につかみ、自社の強み・弱みを認識するほか、事業所の方向性を理解できる。小規模事業者の持続的発展の為、上記、地域の経済動向調査や経営状況の分析及び需要動向調査の成果を活用し、対話と傾聴を行いながら、小規模事業者自らが取り組む事業計画策定について支援を行う。

さらに、変化の激しい経営環境において、今後事業を継続していくにはデジタル技術を活用し、小規模事業者の新しい価値の創造も必要となってくる。小規模事業者の持続的発展のためにもDXセミナーの開催にも取り組んでいく。

(目標) 小規模事業者にとって事業計画策定がなくてはならないものとなるよう、職員が巡回訪問などで粘り強く啓蒙を行い、需要を見据えた事業計画に策定支援を行うことを目標とする。

支援内容	現 状	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
事業計画策定セミナー	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
DX セミナー	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定数	1 者	5 者	10 者	10 者	10 者	10 者

【事業内容】

- ① 事業計画の意義や重要性、計画策定の基礎知識などの知識習得のための事業計画策定セミナーの開催

デジタル化による影響や経営に及ぼすメリットや必要性を啓蒙するための DX セミナーの開催

(募集方法)

- ・ 当会からの広報及び、村内全世帯が所持しているデジタル広報へ掲載し募集する。
- ・ 経営指導員による巡回訪問して参加を促す。

(実施内容)

セミナー 年2回の開催（事業計画策定セミナー1回、DX セミナー1回）

② 事業計画の策定

(支援対象)

経営分析を行った事業所や、セミナー参加者、各種補助金申請を行った事業所を中心に事業計画策定支援を行う。

(支援手法)

事業計画の重要性や意義、有効性を理解してもらうべく巡回訪を行うと共に、セミナー開催により、小規模事業者の意識改革と掘り起しを粘り強く行う。

また、上記5での経営分析をおこなった小規模事業者の中でも青年部員など次世代の経営者には積極的なアプローチを行う。

創業及び第二創業を目指す経営者をいち早く察知し、事業計画策定の必要性を伝える。

支援にあたっては、奈良県商工会連合会やその他専門家等と連携し、その小規模事業者に合った質の高い計画になるよう、伴走型の支援を目指す。

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

[現状]

事業計画策定後のフォローアップ支援は、職員の巡回訪問の際にヒアリング等を行い、サポートを行ってきた。しかしながら、計画の策定の多くが補助金申請や融資実行の際のものであったのが現状である。

[課題]

今後は、定期的な巡回を行い、進捗状況の確認を行い、計画推進にあたって必要な支援を行っていく。また、専門的な支援が必要な場合は奈良県商工会連合会やその他専門家を派遣して小規模事業者に寄り添った伴走型の支援に取り組むことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

対話と傾聴を行いながらフォローアップに努め、事業者自らが変わっていく力、内発的動機づけを行い、潜在力を後押しし、支援する。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の内容や進捗状況により、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のない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

なお、必要に応じて、各種専門家と連携しながら、支援も行う。

(3) 目 標

支援内容	現 状	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	1 者	5 者	10 者	10 者	10 者	10 者
頻度（延回数）※	12 回	44 回	80 回	80 回	80 回	80 回
売上増加事業者数	—	3 者	5 者	5 者	5 者	5 者
利益率 5 % 以上増加の事業者数	—	3 者	5 者	5 者	5 者	5 者

※令和 5 年度 3 者×12 回＝36 回
2 者× 4 回＝ 8 回
計 44 回

令和 6 年度以降 5 者×12 回＝60 回
5 者× 4 回＝20 回
計 80 回

(4) 事業内容

事業計画策定に至った全ての小規模事業者に対して、進捗状況の確認を行うとともに必要なフォローを実施する。

また、PDCA により計画がうまく進んでいない小規模事業者に対しては、フォローアップの頻度を上げ、計画の練り直し等が必要な場合は専門家と連携し、小規模事業者の不安を取り除きながら、伴走型の支援を行う。

頻度については、事業計画策定 10 者のうち、5 者は毎月 1 回、5 者は四半期に 1 回とする。また、進捗状況が思わしくない事業者に対しては、専門家派遣を活用し、軌道修正に向けて専門家と連携した支援を目指す。

持続化補助金や公庫の融資を利用するにあたって事業計画を策定して小規模事業者についても上記のフォローアップを行い、事業計画の継続的な支援を行う。

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]

新たな需要開拓に関しては、商品やサービスの広報支援、商談会や物産展等への参加情報提供を行ってきたが、一部の小規模事業者への提供と偏っていた。

また、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に向けた取り組みが進んでおらず、商圏が限られた範囲にとどまっている現状である。

[課題]

商談の技術向上を含め、計画策定支援だけでなく、商談後までを含めた持続的な支援により、販路開拓に結び付けていく。

また、今後新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取り組みを支援していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者自らが自社の商品やサービスを効果的に買い手にPRできるよう展示会や物産展等への参加を積極的に勧奨し、販路開拓を継続的に支援する。

DXに向けた取り組みとして、インターネット上での販路開拓は、この山間地域において非常に重要であることから、IT化の推進に取り組み、小規模事業者の広報対策や売上増加、SNS情報発信、ECサイトの利用等、利益の確保を集中的に支援することを目標とする。

(3) 目標

支援内容	現 状	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 展示即売会参加事業者数	1 者	3 者	3 者	3 者	5 者	5 者
売上額/者	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
② 商談会参加事業者数	0 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
③ SNS 活用事業者	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ EC サイト利用事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

⑤ ネットショップの開設者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

① 展示即売会参加事業 (B to C)

柏原市商工会主催の「柏原市商工祭り」において出店ブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に出店し、新たな需要開拓を支援する。

【出店予定者】木工製造業者・食品製造業者

柏原市商工祭り・・・大阪柏原市で行われる市民を対象とした総合イベント。約 50,000 人の来場者がある。

② 商談会参加事業 (B to B)

橿原商工会議所と奈良県商工会連合会主催の「ビジネスマッチなら」に地域内の事業者を参加させる。参加にあたっては、経営指導員等が事前・事後の支援を行う。

【出店予定者】木工製造業者・食品製造業者

ビジネスマッチなら・・・奈良県最大規模のビジネス商談会

実績 エントリー事業者数 300 社以上

参加バイヤー 50 社以上

全商談件数 約 1,000 社

③ SNS 活用

IT の活用は、この山間地域において非常に重要であることから、SNS を活用した情報発信力 UP、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

【支援業種】産品販売事業者・食品及び木工製造業者

④ EC サイトの利用

インターネットを活用した販路開拓を促すため、大手ショッピングサイト等の提案を行いながら、サイトの構築・運営等の伴走支援を行う。

【支援業種】産品販売事業者・食品及び木工製造業者

⑤ ネットショップの開設

IT を活用した需要拡大支援を行い売上増加に繋がるよう、商工会ホームページ作成サービス「グーベ」の利用促進支援を行い、“売れるホームページ作り”を目指し、IT 活用による売上高の増加やホームページのアクセス数増加支援を行う。

【支援業種】産品販売事業者・食品及び木工製造業者

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]

事業の評価及び見直しをするための仕組みについては、経営発達運営委員会を開催し、外部有識等を交えて、事業の成果の共有と評価及び見直しを行ってきた。

[課題]

今後は、評価結果等の公表をホームページなどで行うことで、多くの事業者を実施内容を閲覧してもらい、目標の達成に向けた新たな支援メニューの提言など小規模事業者のニーズをより収集できる環境の整備が課題である。

(2) 事業内容

① 経営発達支援事業評価委員会の開催

法定経営指導員、上北山村、商工会正副会長及び、奈良県商工会連合会、外部中小企業診断士等の専門家、地域の関連機関を交えて、委員会を開催し、事業の実施状況、成果の報告、成果の評価・検証を行い、見直し案の方針を決定する。

② 事業の成果・評価・見直しの結果については、商工会理事会へ報告し、承認を受ける。

③ 事業の成果・評価・見直しの内容については、上北山村商工会ホームページで年1回以上公開し、幅広く事業者に閲覧可能とする。

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]

職員の資質向上の取り組みとしてこれまで、奈良県商工会連合会が主催する職種別の研修会、通信講座の受講等を行ってきた。また職場内での情報共有にも努めてきたが、定期的な開催には至っていなかった。

[課題]

今後は、奈良県商工会連合会の研修に加え、各種団体が開催する研修等に積極的に参加し、職員の支援能力の向上と情報共有化のシステムを構築することが課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上研修会】

経営指導員及び一般職員の支援能力の向上のため奈良県商工会連合会主催の経営支援能

力向上研修会に対し、積極的に参加し、経営指導員等の支援能力向上を図る。

【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・デジタル化の取組〉

ア) 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、電子マネー商取引システム等の IT 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等

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 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

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。

②OJT 制度の導入

支援経験豊富な経営指導員と一般職員が小規模共済の支援を通じて指導方法や助言方法、情報提供、提案方法を学ぶなど 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 情報共有による資質向上

支援を行った案件については小規模事業者支援システムに情報を蓄積させ、職員だれもが閲覧できるようデータ保管・ファイリング保管する。

支援事例の課題点・成功事例・失敗事例を事務局内において毎週定期的に報告し、内容についてもデータ保管・ファイリング保管し、職員全体で伴走型の支援能力向上に努める。

(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)	
上北山村商工会 総会・理事会 事務局 法定経営指導員 1 名 経営支援員 1 名 上北山村 企画政策課	
(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：金岩 修平 ◇連絡先：上北山村商工会 電話番号：07468-3-0074	
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 〒639-3701 奈良県吉野郡上北山村河合 360-8 上北山村商工会 TEL07468-3-0074 Fax07468-2-0205 e-mail : kamikita@m5.kcn.ne.jp	
②関係市町村 〒639-3701 奈良県吉野郡上北山村河合 330 上北山村役場 企画政策課 TEL07468-2-0001 Fax07468-3-0265 e-mail : kikakuseisaku@vill.kamikitayama.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, 2 0 0	1, 2 5 0	1, 2 5 0	1, 2 5 0	1, 2 5 0
経済・需要動向調査費	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0
経営分析費	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0
事業計画策定事業費	2 5 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0
販路開拓事業費	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0
事業評価及び見直し 委員会運営費	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0
資質向上関係費	5 0	5 0	5 0	5 0	5 0

(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
会費収入、手数料収入、事業収入、国補助金、県補助金、村補助金

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