

経営発達支援計画の概要

実施者名	川上村商工会（法人番号 3150005007295） 川上村（地方公共団体コード 294535）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①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、その後もP D C Aサイクルを回し小規模事業者の持続的な発展を目指す。</p> <p>②地域の経済動向調査、需要動向調査、事業所の経営分析を関連させて小規模事業者への活用のためフィードバックする。</p> <p>③川上村の第5次川上村総合計画の「産業プラン」・「観光プラン」で、経済団体として中核的な役割を商工会が担う。</p>
事業内容	<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> 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）と景気動向分析を実施。</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b> 新商品開発の調査を実施、調査結果は事業者にフィードバック。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b> 経営分析セミナーを開催し、結果は事業者にフィードバック。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b> 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伝え続け、強み、弱みを理解し、事業の成長発展に活用できる需要を見据えた事業計画の策定支援を実施。</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リポートシートを用いて巡回訪問等を実施し、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。</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> 新たな販路の開拓にはD X推進に注力し、D Xに向けた取組を支援。</p>
連絡先	<p>川上村商工会 〒639-3553 奈良県吉野郡川上村迫 1335-3 TEL 0746-52-0127 FAX 0746-52-0043 E-mail kawas5@m5.kcn.ne.jp</p> <p>川上村 暮らし定住課 〒639-3594 奈良県吉野郡川上村迫 1335-7 TEL 0746-52-0111 FAX 0746-52-0345 E-mail r-tatsumi@vill.nara-kawakami.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

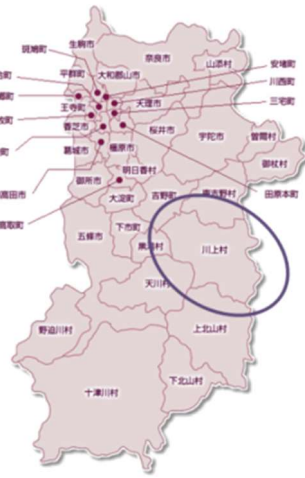
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

立地

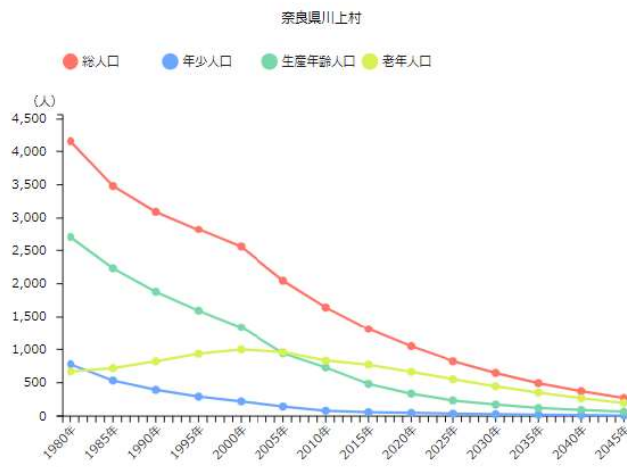
奈良県吉野郡川上村は県の東南部に位置し、大峰山系（世界遺産に登録された大峯奥駈道）と、台高山脈（大台ヶ原山地）に囲まれている。吉野川は村の中央部を貫流し、和歌山市に紀の川として流れている。村の面積は269.16km<sup>2</sup>、その内山林は約95%の256.00km<sup>2</sup>を占めている。



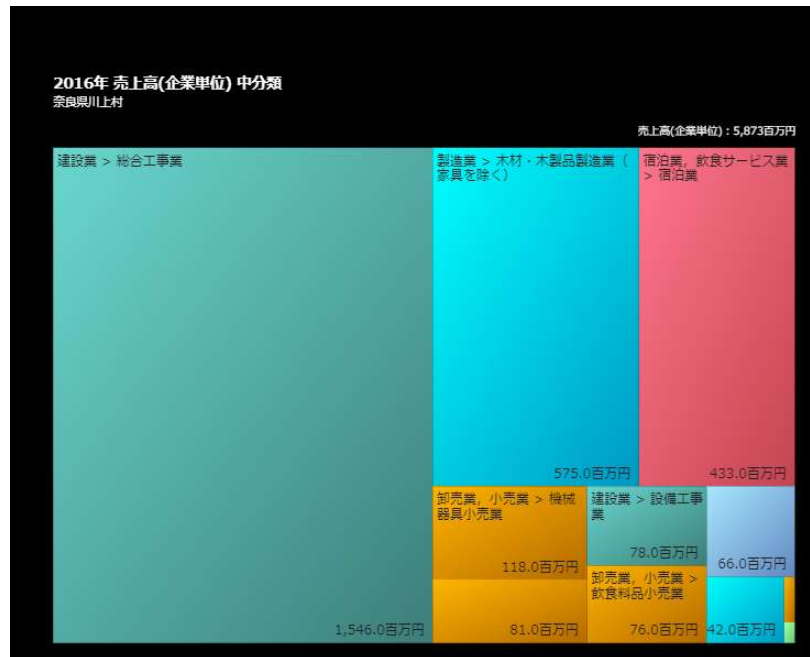
図：川上村の位置

人口の動き

人口は、昭和30年半ばには8,000人を超えていたが、伊勢湾台風の大規模な被害を受けて以降、大迫ダムと大滝ダム建設に伴う水没者の村外移住や、若壮年層の都市部への流出が反映して、現在では、1,300人を割り込み年々減少している（令和3年8月末時点で1,293人）。高齢化が急速に進み、高齢者（65歳以上）の割合は60%を超える（2022年以降のデータは予測値）。



図：川上村の人口推移（出典：RESAS）



図：川上村の産業構造（出典：RESAS）

## 地域産業

### 商業の状況

後継者の村外流出や、事業主の高齢化により村内商業は減少傾向を辿っている。対象顧客の若者は村外流出し、残された自動車を利用できない住民や体の不自由な住民の高齢化も著しく、川上村はこの現状を受けて、移住・定住促進に村全体を上げて取り組んでおり、総務省の支援により一定期間地域に居住して、住民の生活支援などの地域協力活動を行いながら、地域への定住・定着を図る「地域おこし協力隊員」を委嘱しており、現在8名の隊員OBが定住し事業者（商工会員）として活躍している。

さらに、地域インフラの存続も危うく、地域の商店は売上も減少し厳しい状況が続いているが、「一般社団法人かわかみらいふ」が設立され、村で唯一のガソリンスタンドを存続させ、移動スーパー・宅配も実施し地域社会の担い手となっている。

### 工業の状況

建設業に関しては、県内でも珍しく「大迫ダム」・「大滝ダム」の2つのダムがあり、特に大滝ダム竣工（平成25年）まではとても賑わっていた。

海づくり大会の天皇・皇后放流行事（平成26年）による来村のための道路整備や、紀伊半島大水害（平成23年）の災害復旧工事が現在も行われてきたが、公共事業の減少の影響、また、入札における村外の競争相手の増加により、産業構造の中で一番大きな売上高(1,546百万円)を占めるにも関わらず、工事の売上げが大滝ダム竣工前の1/3になっており厳しい状況にある。

製造業（主に素材・製材・木工業などの木材業）に関しては、「吉野林業の発祥地」である当地域は、基幹産業として木材業が栄えてきた。しかし近年は木材需要の減少

と他の資材との競争により木材業界全体が低迷しており、昭和 55 年をピークに木材の市場規模は 1/10 程度までに減少している。その中で平成 27 年度からは、川上村、川上村森林組合、川上郷林産協同組合、吉野木材郷土組合連合会、川上産吉野材販売促進協働組合が一体となり、木材業情報拠点の構築のため「一般財団法人吉野かわかみ社中」が設立され、官民一体となって木材業を再生させる動きが加速しているが、自伐林業者などの山林所有者が多いため林道の整備が遅れ、伐出に利用するヘリコプター経費など、搬出にかかる経費により赤字経営を強いられている事業者も多い。このような基幹産業の衰退は村内人口の減少を招いており、村全体の経済やインフラ整備にも深刻な影響をもたらしている。

明るい兆しとしては、吉野林業の発祥地である当地域で、村内移住者などによる木工業者が増えてきている（平成 29 年から 5 者増）ことである。

#### 観光業の状況

観光業では、地域内には宿泊施設 9 施設、温泉 2 ヶ所、道の駅 1 ヶ所が存在しているが、地域外からの集客を見込める特筆すべき名所旧跡に乏しく、主に春から秋にかけてのありのままの自然景観と地元食材料理を楽しむ温泉利用の顧客で成り立っているが、顧客の高齢化や施設の老朽化により顧客の数が減少している。平成 29 年から現在まで、宿泊施設も 4 件廃業しており、観光業のさらなる衰退が確認できる。

#### 川上村総合計画

川上村の第 5 次川上村総合計画（平成 26 年度策定～令和 6 年度）では、関係団体として「産業プラン」・「観光プラン」の中核的な役割を商工会が担うため会議等で意見を具申ししてきた。

川上村総合計画では、「6 つのプランで目指す 10 年後の姿」として、「環境プラン」「コミュニティプラン」「子育てプラン」「福祉プラン」「産業プラン」「観光プラン」と、それを支える「15 のプロジェクト」がある。

商工業者に関しては、「産業プラン」「観光プラン」が関連するが、抜粋・要約すると、以下のようになる。

川上村総合計画 抜粋・要約
産業プラン
林業・木材業再生
「吉野かわかみ社中」を中心に、「持続可能な川上産吉野財の一環供給体制と情報拠点の構築」
元気な地域産業づくり
様々な担い手による、元気な地域産業づくり
観光プラン
健康と旨処巡り

各事業者個々の取り組みを、ツアーによりネットワークし相乗効果を得る

水源地街道 寄り道処 案内所づくり

来訪者をおもてなしする拠点を明確にし、にぎわいを創出する

## ②課題

### 小規模事業者数

平成 28 年 3 月 31 日時点：138 事業所

令和 3 年 3 月 31 日時点：121 事業所

5 年間で 17 事業所が減少している。

### 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、人手不足により、販路開拓や新規事業への取り組みが難しい状況にある。

大迫・大滝ダム建設に伴う国道改良整備による交通事情の向上により、車で 40 分程の櫃原市などへ消費の流出が続いている。

#### 商業の課題

村内顧客を主とする食料品小売業は村民の 60%以上が 65 歳以上の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、車により櫃原市等で買物をするため、現在は利用率の低い 20 代から 40 代の村内顧客を獲得することが課題である。

道の駅は手洗い休憩が中心となっており、また、周辺商店も殆どの車はどんな商品を扱っているかも判らず通過してしまい、村内の消費に繋がっていない。観光客に対して村内で消費活動をしてもらうための販促が課題である。

#### 工業の課題

就業者数の多くは、65 歳以上で高齢化が進展している。このため、将来にわたる担い手不足が強く懸念される状況にある。

建設業は、公共工事が少なくなったにも関わらず、売上のほとんどをこの入札に頼っていることが課題である。

木材業は、熟練した技術が必要であるが、高齢による廃業が多く、技術の承継をどのようにしていくかが課題である。

木工業は、新たな商品開発により消費者ニーズを掘り起し、村内消費を拡大することが課題である。

#### 観光業の課題

「道の駅」があり、事業者の販売促進の一端を担っているが、施設の立地により駐車場が狭小であるなど十分な機能を発揮できていない。

中心地にあるホテル「杉の湯」でさえ、村外周辺温泉施設への観光客の流出などで客足が落ち、事業者への波及効果に生かせず、消費に結びつかない課題がある。

## (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

総合計画中の林業・木材業再生、元気な地域産業づくり、この中で、多様な働き方を目指し新たに事業者となる方のきめ細やかな支援が必要である。

これにより、小売業や製造業の活性化を図り、既存事業者の雇用創出と労働人口の増加、事業者の減少を緩やかにする。

### ② 総合計画との連動性・整合性

令和3年3月議会での「所信表明」により、川上村の第5次川上村総合計画の、「環境プラン」中の「環境基本計画」を令和2年度3月に「第2次環境基本計画」と策定し、「SDGs 未来都市」認定への申請をまとめ、「水源地の村づくり」の集大成として取り組んできた「かわかみ源流ツーリズム」の推進を進めるとの表明があった。

さらに、「かわかみ源流ツーリズム」の推進母体である「一般財団法人かわかみ源流ツーリズム」と「公益財団法人吉野紀の川源流物語」を連携協力させるため「かわかみ源流グループ」を設置し、公共機関の連携、情報共有をはかるため、令和3年8月の商工会理事会において、商工会館の1Fで「かわかみ源流グループ」が事務所を開設することが決定し、ここでは事業者と観光客との交流ができるような「観光案内所」、「事業者のショールーム」機能も併設させる予定である。

商工会は、川上村（かわかみ源流グループ）と連携し、本事業と川上村の施策との連動性・整合性を図る。

### ③ 商工会としての役割

地域の事業者に対し、直接的な売上や利益の向上に関する支援や、販路開拓、技術の承継・向上に向けた情報の提供や講習会を開催し、金融機関などの支援機関と連携を図り、国・県等の施策を活用し地域経済を支える中心的な役割を担っていく。

## (3) 経営発達支援事業の目標

商工会では上記の課題・小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、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、事業計画に基づく経営の推進、需要の開拓に向けた支援、直接的な売上等の向上に結びつく支援等を行い、小規模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、中長期的には、高齢による廃業が増えていくなかで、小規模事業者数の減少を緩やかにし、地域経済を活性化させるため、以下の目標を設定し実現化に取り組む。

①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、その後もP D C Aサイクルを回し小規模事業者の持続的な発展を目指す。

②地域の経済動向調査、需要動向調査、事業所の経営分析を関連させて小規模事業者への活用のためフィードバックする。

③川上村の第5次川上村総合計画の「産業プラン」・「観光プラン」で、経済団体として中核的な役割を商工会が担う。

#### 経営発達支援事業の内容及び実施期間

### 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事業計画策定を本事業終了後も当地域に浸透させ、小規模事業者の事業承継者や創業予定者へ伴走型の支援を実施する。

奈良県商工会連合会、奈良県よろず支援拠点、その他専門家と連携し、小規模事業者に寄り添ったきめ細やかな伴走型の支援を行うべく、経営指導員等職員の能力向上も目標とする。

②小規模事業者の限られた資源を集中させるために、地域の経済動向を把握し、需要拡大のため、需要動向調査による需要分析を行い、消費者ニーズにあった商品の提案や事業の展開を支援する。

小規模事業者が製造・販売する特産品の販売を増やすため、DX推進に注力し、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、小規模事業者の販路開拓を支援する。

③川上村、地域団体と連携し、「産業プラン」、「観光プラン」を担い、木材業などの技術を承継したいと考える後継者や創業予定者などを支援し、元気な地域産業づくりをめざし、地域の旨処の訴求力向上の取組みを進め、観光PPや地域資源の価値を高め、にぎわいを創出する。

### 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]

平成 29 年度に、一般財団法人南都経済研究所が発表する「ナント地域経済調査」から、個人消費、有効求人倍率等、主要な統計指標を選定し、奈良県が発表する「奈良県経済の動向」等からも消費者物価指数、景気動向指数など地域の経済動向に関する情報を収集整理した。

全国商工会連合会が実施する小規模企業景況動向調査を参考とし、地域性も考慮に入れた調査票を作成した。4 半期ごとに、素材業 1 者、木工業 1 者、飲食業 2 者、宿泊業 1 者 計 5 者に関して、売上額、採算、資金繰り、業況などの D I を調査した。

### [課題]

調査を実施したものの、ビッグデータ等を活用した、より専門的な分析が出来ていなかったこと、広く小規模事業者に周知できていなかったことなどを踏まえ、改善した上で実施し、小規模事業者への巡回訪問や窓口相談において経済動向調査の重要性を理解してもらい、情報提供をすることで、事業計画策定の基礎資料にする。

## (2) 目標

	公表方法	現況	R4	R5	R6	R7	R8
①地域の経済動向分析の公表回数	HP 掲載	0 回	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	0 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 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） 当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、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、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。



## 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、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。

### 【調査手法】

調査票を郵送し返信用封筒で回収する。経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

### 【調査対象】

管内小規模事業者4社（製造業、建設業、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

## （4）調査結果の活用

調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。  
経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。  
分析結果を各事業所の「経営状況の分析」や「事業計画の策定」に利用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### （1）現状と課題

#### 【現状】

これまで実施していないため、商品を開発する際も消費者ニーズを捉えることができていないのが現状である。

#### 【課題】

今まで気づかなかった消費者ニーズを掘り起し、村内消費を拡大し、事業計画の活用や、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。

### （2）目標

	現況	R4	R5	R6	R7	R8
①新商品開発の調査 対象事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
②調査結果の活用 事業者へのフィードバック	0者	2者	2者	2者	2者	2者

### （3）事業内容

#### ①新商品開発の調査

特産品を活用した新商品を開発するため、木工業者（雑貨・家具）において、特産品の「吉野杉」を利用した新商品を開発する。

具体的には、「道の駅」において、試用 及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該事業者にはフィードバックすることで、新商品開発に資する。

**【調査手法】**

（情報収集）「道の駅川上」の来場客が増加する 5 月に、来場客に 開発中の雑貨・家具を試用してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

（情報分析）調査結果は、経営指導員等が分析を行う。

**【サンプル数】**

来場者 30 人

**【調査項目】**

「良い or どちらでもない or 悪い」 商品に対して好意的かどうかを調査し、  
①見た目、②使いごごち・手触り、③香り、④木目、⑤サイズ感、⑥価格、⑦機能等さらに、下記の情報項目を収集する。

性別・年齢・住まい・雑貨 or 家具に重視するのは 価格 or デザイン or 機能  
・雑貨 or 家具をどこで購入しますか 実ショップ or 雑誌通販 or ネットショップ  
・雑貨 or 家具への考え方 手づくり or 好きなデザイナー or 高くても良いもの or 価格重視など

（その他必要に応じて項目は追加する。）

**②調査結果の活用**

調査結果は、経営指導員等が QC7 つ道具（※1）・新 QC7（※2） つ道具などを利用、ターゲット像、新商品のコンセプトなどを分析し、当該事業者には直接説明する形でフィードバック、事業計画に反映し、商品の更なる改良等を行う。

※1 QC7 つ道具：定量分析のための 7 つ道具

①チェックシート、②ヒストグラム、③管理図、④散布図、⑤パレート図、⑥特性要因図、⑦層別

※2 新 QC7 つ道具：定性分析のための 7 つ道具

①親和図法、②連関図法、③系統図法、④マトリックス図法、⑤アローダイアグラム法、⑥PDPC 法（過程決定計画図）、⑦マトリックスデータ解析法（専門の統計ソフトが必要であり本事業では使用しない）

**5. 経営状況の分析に関すること**

**（1）現状と課題**

**[現状]**

平成 29 年度に実施し、貸借対照表を作成している法人事業者向けに実施したが、ほとんどが建設業者で、村や県の土木事業で入札が取れた時に工事を受注し売上になる

経営状態であり事業計画の必要はないとの事で、事業計画を作成する事業者を発掘できなかった。

**[課題]**

実施したにも関わらず、事業計画を作成する事業者を発掘できなかったことを受けて、自らの経営能力を向上させたいと考える意欲的な小規模事業者を発掘し、経営力の“見える化”に努め、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

	現況	R4	R5	R6	R7	R8
①セミナー開催回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2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）

セミナーの開催を通じて、経営分析によって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】**

村の全世帯に届く川上村広報とホームページで広く周知し、さらに、巡回・窓口相談時に案内する。

②経営分析の内容

**【対象者】**

セミナー参加者の中から、「自らの経営能力を向上させたい」と考える意欲的で、売上向上の可能性の高い2者を選定する。

**【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2期分の収益性、生産性、安全性および成長性を分析する。  
《非財務分析》下記項目について、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) ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 ・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

(外部環境) ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

**【分析手法】**

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、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームワークで整理する。

#### (4) 分析結果の活用

分析結果は、年度推移、同業他社と比較をし、分析した結果は事業者にフィードバックするとともに、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。

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]

平成 29 年度から令和 2 年度の 4 年間で、個別セミナーを実施し、計 16 者の事業計画を策定し、計 14 者で売上向上の成果（2 者はコロナ禍で売上減少）を出すことができた。

##### [課題]

成果を出すことはできたが、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透せず、法定経営指導員が事業計画を策定していて、事業者自身が作成した事業計画ではない。粘り強く意義や重要性を説明し、時間をかけて事業者自身で事業計画を作成してもらうことを目指す。

#### (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すべて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事業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。

さらに、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。

#### (3) 目標

	現況	R4	R5	R6	R7	R8
①DX推進セミナー	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定事業者数	3者	2者	2者	2者	2者	2者

※現状は、法定経営指導員が事業計画を策定していて、事業者自身が作成した事業計画ではない。粘り強く意義や重要性を説明し、時間をかけて事業者自身で事業計画を

作成してもらうことを目指すため、事業者数は3名から2名に変更する。

#### (4) 事業内容

##### ①DX推進セミナー開催

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。

##### 【募集方法】

村の全世帯に届く川上村広報とホームページで広く周知し、さらに、巡回・窓口相談時に案内する。

##### 【カリキュラム】

・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・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。

##### ②「事業計画策定セミナー」の開催

##### 【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】

セミナーの受講者に対し、事業者自ら事業計画が策定できるように粘り強く張り付き、確実に事業計画の策定につなげていく。

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伝え続け、強み、弱みを理解し、事業の成長発展に活用できる需要を見据えた事業計画の策定支援を行うことを目標とする。

## 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]

平成29年度から令和2年度の4年間で、計16者の事業計画策定後の実施支援をし、計14者で売上向上の成果（2者はコロナ禍で売上減少）を出すことができた。

#### [課題]

成果を出すことはできたが、実施支援は専門家主導だったため、訪問回数も限られ、法定経営指導員が課題を自主的に明らかにすることはなかったが、法定経営指導員が1人で訪問し課題を明らかにし、訪問回数も向上させるとともに、法定経営指導員の資

質向上もはかる。

### (2) 支援に対する考え方

経営発達支援事業の中でも、事業計画の策定とその後の支援が特に重要であると位置づけ、小規模事業者にとっても経営の指針となる事業計画は、木材業者などが事業を拡大し、従業員を雇い、技術を承継する後継者を育てるなど、その後の経営戦略にも大きく関わってくるため、各種専門家に助言を受けながらきめ細かい丁寧な支援を行うとともに、長期的には事業計画策定が本事業終了後も当地域に浸透し、事業者自らが継続的かつ意欲的に事業を計画し、発展していくことを目標とする。

### (3) 目標

支援内容	現況	R4	R5	R6	R7	R8
フォローアップ対象事業者数	3者	2者	2者	2者	2者	2者
頻度(延回数)	6回	8回	8回	8回	8回	8回
売上増加事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
利益率10%以上 増加事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

### (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する。

その頻度については、四半期に一度とする。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]

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、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、取組みを支援していく必要がある。

## (2) 支援に対する考え方

今後数年間は、ワクチンを無効化する変異株が猛威をふるう「With コロナ」の時代となり、コロナ禍で中止になっている展示会に変わる「3密」を避ける、新しい販路の開拓方法が求められている。

さらに、デジタル技術の発展で小規模事業者が地域経済に貢献する手段は増えたため、販路の開拓にはDX推進に注力し、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、等の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

支援内容	現況	R4	R5	R6	R7	R8
① SNS活用	0者	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率/者	10%	10%	10%	10%	10%	10%
② ECサイト利用	0者	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率/者	10%	10%	10%	10%	10%	10%
③ ネットショップの開設	0者	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率/者	10%	10%	10%	10%	10%	10%

## (4) 事業内容

「DX推進セミナー」で、販路拡大に興味を持ち、時間をかけても自らDXに取り組みようとする事業者を対象にする。

### ① SNS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。

### ② ECサイト利用 (BtoC)

店主の顔を見て、説明(こだわりなど)を聞きながらほしいものを探す体験など、値段だけでなく小さくても意味があるお店を選んでもらえる、楽天が運営するネットショップの提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

### ③ 自社HPによるネットショップ開設 (BtoC)

グーペが運営するネットショップの立ち上げから、店主のこだわり(哲学)などは経営指導員と考え、商品構成、ページ構成、PR方法等はITの専門家と連携し、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]

平成 29 年度から、毎年 5 年間に渡って実施し、事業の実施・成果の報告・成果の評価・検証後、商工会役員会にて報告・承認を受けてきた。

##### [課題]

役員会での報告はしてきたが、事業の検証時に、川上村くらし定住課長に参加してもらっておらず、さらに事業結果を、小規模事業者が常に閲覧可能な状態にはなっていないため、改善を加え年 1 回実施する。

#### (2) 事業内容

当会の役員会と併設して、川上村くらし定住課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとし、年に 1 回、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。

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、年に 1 回ホームページで掲載することで、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]

平成 29 年度から毎年、5 年間実施してきているが、奈良県商工会連合会が実施する研修等での資質向上にとどまっており、個別能力の不足を補うための外部研修には参加できていない。また、支援ノウハウを共有する仕組みについてもできていない。

##### [課題]

個別能力の不足を補うための外部研修に参加していくが、「With コロナ」で研修に参加する機会が減ることも考えられるため、支援の中で、経営・DXに関するデジタル書籍、デジタルデータ、メールマガジンなどを活用しながら資質向上をはかる。

支援ノウハウを共有する仕組みも作り出す。



## (2) 事業内容

### ①外部研修等による資質向上

中小企業基盤整備機構、中小企業大学が行う研修等に参加し、ニーズに対応した支援資質の向上、小規模企業者の売上や利益の向上を重視した支援能力の向上に努める。

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＞

ア) 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) 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等

ウ) その他取組 オンライン経営指導の方法等

なお、本事業の「経営分析」「事業計画策定」「DX推進」に関するすべてのセミナーは、当地域の小規模事業者日々接している法定経営指導員が行う。

上記のセミナーや「Kindle Unlimited」のデジタル書籍、「JRS 経営情報サービス」のデジタルデータ、「日本公庫」のメールマガジンなどを活用しながら、知識の習得からテキスト作成、きめ細やかなセミナーまで実施することで、「形骸化されたものでなく小規模事業者を活かせる資質向上」をはかる。

### ②情報共有による資質向上

職員2名体制であるため、日々情報交換を行い、他地域で情報交換した支援内容についても共有し、お互いに協力をして、「OJT制度」、「定期ミーティング」の役割を果たしているため、それぞれ特別には行わないが、本事業で支援する小規模企業者の課題解決方法を協議し、支援ノウハウを共有化するため、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共有させ閲覧できるようにして、支援能力の向上をはかる。

(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3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)	
法定経営指導員 1名 経営指導員 1名  以上 職員数 2名	川上村 くらし定住課
(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：金井 哲也	
■連絡先：川上村商工会 TEL. 0746-52-0127	
②法定経営指導員による情報の提供及び助言	
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川上村商工会	
〒639-3553	
奈良県吉野郡川上村迫 1335-3	
TEL 0746-52-0127	
FAX 0746-52-0043	
E-mail kawas5@m5.kcn.ne.jp	
②関係市町村	
川上村 くらし定住課	
〒639-3594	
奈良県吉野郡川上村迫 1335-7	
TEL 0746-52-0111	
FAX 0746-52-0345	
E-mail r-tatsumi@vill.nara-kawakami.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)

	R4	R5	R6	R7	R8
必要な資金の額	300	300	300	300	300
専門家派遣費	264	264	264	264	264
協議会運営費	33	33	33	33	33
セミナー資料など	3	3	3	3	3

(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 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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等