

経営発達支援計画の概要

実施者名	<p>かつらぎ町商工会（法人番号 2170005005018）・高野口町商工会（法人番号 3170005005017）九度山町商工会（法人番号 4170005004802）・高野町商工会（法人番号 6170005004643）                  橋本市（地方団体コード 302031）・かつらぎ町（地方団体コード 303411）                  九度山町（地方団体コード 303437）・高野町（地方団体コード 303445）</p>
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>目標1： 需要を見据えた経営及び新陳代謝の促進                  目標2： 地域経済の活性化に資する事業活動の推進                  目標3： 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備</p>
事業内容	<p>I.経営発達支援事業の内容</p> <p><u>3 地域の経済動向調査に関すること</u>                  和歌山県、地元金融機関等の経済情報、商工会記帳システム、経営支援システム Plus、RE S A S等からのデータを小規模事業者支援に活用する。</p> <p><u>4 需要動向調査に関すること</u>                  RE S A S、中小企業景況調査等を活用した事業戦略立案、また物産展等、商談会等でのアンケートを活用した需要動向調査により新商品開発、新たな販路開拓支援の強化を行う。</p> <p><u>5 経営状況の分析に関すること</u>                  全国連経営分析システム、RE S A S、ローカルベンチマーク、SWOT分析等を活用し、経営状況を把握、事業計画策定に活用する。</p> <p><u>6 事業計画策定支援に関すること</u>                  積極的な巡回指導、創業セミナーの開催、連携機関との共催による相談会等を通じて掘り起こしを行う。外部専門家とも連携し、IT・DX化、経営革新計画や経営改善計画、各種補助金申請支援等を推進するとともに、自らが当事者意識をもち課題に取り組む事業計画の策定支援を推進する。</p> <p><u>7 事業計画策定後の実施支援に関すること</u>                  策定後のフォローアップにより進捗確認や計画見直しを促がし、販路開拓の支援に繋げる。事業者自身が事業計画に基づく経営ができる為の支援をする。</p> <p><u>8 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u>                  IT化においては既存オンラインモールの活用と展示会・商談会、即売会、プレスリリースの活用にて販売促進支援を行う。また、必要に応じて関係機関・専門家との連携にて販路開拓支援を行う。</p>
連絡先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<u>かつらぎ町商工会</u> 和歌山県伊都郡かつらぎ町丁ノ町 2470 番地の 1                      TEL 0736-22-1402 FAX 0736-22-3411 E-mail info@katuragi.or.jp</li> <li>・<u>高野口町商工会</u> 和歌山県橋本市高野口町名倉 1028 番地の 1                      TEL 0736-42-2943 FAX 0736-42-0608 E-mail info@k-shokokai.com</li> <li>・<u>九度山町商工会</u> 和歌山県伊都郡九度山町九度山 1186 番地                      TEL 0736-54-4268 FAX 0736-54-4278 E-mail info-kudoyama@w-shokokai.or.jp</li> <li>・<u>高野町商工会</u> 和歌山県伊都郡高野町高野山53の1番地                      TEL 0736-56-2184 FAX 0736-56-3296 E-mail koya@theia.ocn.ne.jp</li> <li>・<u>橋本市 産業振興課</u> 和歌山県橋本市東家一丁目 1 番 1 号                      TEL 0736-33-1111 FAX 0736-33-1665 E-mail sangyo@city.hashimoto.lg.jp</li> <li>・<u>かつらぎ町 産業観光課</u> 和歌山県伊都郡かつらぎ町丁ノ町 2160 番地                      TEL 0736-22-0300 FAX 0736-22-6432                      E-mail sankan-syoukoukankou@town.katuragi.wakyama.jp</li> <li>・<u>九度山町 産業振興課</u> 和歌山県伊都郡九度山町九度山 1190 番地                      TEL 0736-54-2019 FAX 0736-54-2022 E-mail sanshin@town.kudoyama.lg.jp</li> <li>・<u>高野町 観光振興課</u> 和歌山県伊都郡高野町高野山 357 番地                      TEL 0736-56-2780 FAX 0736-56-2770 E-mail kankou@town.koya.wakayama.jp</li> </ul>

(別表1)

## 経営発達支援計画

### 経営発達支援事業の目標

かつらぎ町商工会、九度山町商工会、高野町商工会、高野口町商工会（以下「4商工会」という）は、隣接し同一商圏であり、共同で「経営支援センター」を設置し、4商工会の支援目標の統一、経営指導員等の人的資源の効率化、属人的な支援ノウハウ蓄積からの脱却・共有化等に広域的に取り組んできた。今回の経営発達支援計画についても、今までの成果・蓄積を生かすため、4商工会及び橋本市、かつらぎ町、九度山町、高野町で同様に共同申請を行う。

#### 1.目標

##### (1) 地域の現状及び課題

###### ① 現状

###### ・本地域全体の現状

当地域は、和歌山県の北東部に位置し大阪府と奈良県に接しており、平成16年ユネスコの世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」に認定され、高野町、かつらぎ町、九度山町それぞれにその構成資産群を有し、令和6年度世界遺産登録20周年を迎え、各所にて記念事業を展開している。特に「高野山」がある高野町は「空海（弘法大師）」が開いた真言密教の総本山でもあり、国宝等歴史的史跡も多い。その信仰につながる歴史を刻んだ参詣道も世界遺産に指定され、九度山町からかつらぎ町、高野町にまたがる。さらに、九度山町は戦国武将「真田幸村」が関が原の合戦の後に隠棲した地でもあり、それにまつわる史跡も多い。また九度山町、かつらぎ町では、多品種のフルーツが栽培されており、特に柿の生産量、品質においては国内有数の産地でもある。域内には、特産品等を販売する拠点（道の駅等）が5か所あり、来町者の観光窓口にもなっている。製造業としては、基布（ベースとなる布地）に毛が織り込まれた特殊な有毛布地である「パイル織物」が約130年の歴史を有しており、インテリア、寝装・衣料用品、電車や自動車の座席などに使われ、高野口町を中心に、かつらぎ町、九度山町に集積し、日本で屈指の一大産地を形成している。



商工会管轄地域別人口(令和6年5月現在)

商工会管轄地域	人口(人)
かつらぎ町	15,477
九度山町	3,842
高野町	2,641
高野口町	12,000
合計	33,960

## ・各地域と4商工会の現状

### 【かつらぎ町】

かつらぎ町は、柿・みかんを中心に多くの果樹が栽培されていることから和歌山県屈指の「フルーツの町」と言われており、年間を通して大部分の地域で果樹栽培が行われ、本町の基幹をなしている。

観光面では、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」に付随する歴史的文化資源や、上記の果樹を生かした観光農園、町内の自然を生かしたキャンプ場、町内に点在する4つの道の駅など、地域資源とそれを発揮する販売拠点を有しているが、県内の大きな観光拠点の通過点となっている現状がある。

また、域内で生産されるフルーツの種類は多いが、加工するなど付加価値をつけて市場に流通させる手段に乏しいことも今後改善すべき課題である。

小売業については、高齢化・人口減少による商店衰退に加え、大型店やコンビニ進出の影響により個人商店の売上が大幅に減少し、各商店の経営環境は厳しい状況にある。

製造業においては、食品加工、印刷関連、パイル織物を中心とした各種製造業の事業所を多数有し、県内有数の中堅企業が育っており、町内の雇用を創出している。

一方、「京奈和自動車道」(京都・奈良・和歌山を結ぶ近畿圏外周部の環状交通体系の一環をなす高規格幹線道路)が整備され、また京阪神地域と世界遺産の高野・熊野がある紀伊半島を結ぶ幹線道が完成した。かつらぎ町はこの東西、南北の幹線道の交差する場所に位置し、人の流れや物流が大きく変わり始め、数件の飲食店の出店もある。また町人口の減少率が少し改善している。

今後も交流人口を増やし、いかに地域再生へと繋げられるかが大きな課題である。

### 【かつらぎ町商工会】

かつらぎ町商工会 管内商工業者・小規模事業者数〈令和3年 経済センサス基礎調査〉

業種	建設	製造	卸・小売	飲食・宿泊	サービス	その他	合計
商工業者数	84	86	177	73	122	108	650
小規模事業者数	80	70	136	58	108	90	542

#### [商工会の現状]

かつらぎ町商工会では、巡回・窓口相談を通じて、金融支援、記帳・決算の指導、近年対応が急がれているDX化などの情報化への対応、労務、製造業への5S支援等に取り組んできた。

また、かつらぎ町と連携し創業の推進を行い、年間1,2件の創業に結びつけている。平成26年には当商工会が中心となり上記東西、南北の交差点である「京奈和自動車道」のパーキングエリアに地域特産物の販売拠点を立ち上げた、現在9年目となる「道の駅かつらぎ(上り線)」(商工会会員による出資法人にて運営)では、令和5年に売り場を改装し、より多くの町内事業者が出品できる環境を整えた。

下り線では「アンテナショップ」(商工会直営)を運営して7年が経過。地域内だけでなく、県内商工会の生産品、製造品、特産品等を委託販売していくことで、県外客への販路支援として大きな

役目を果たしている。現在は、地元特産のフルーツを使ったカフェを展開し、地産地消による特産品開発に力をいれている。

どちらも、コロナ禍には大きく売上を落としていたが、「県外客を呼び込む集客力」と「フルーツの町」として年間を通じて季節に応じたフルーツを提供できる体制は多くの出品者の販路として重要な店舗としてその役割を果たしてきている。今後は自動車道の店舗から、町内店舗の活性化へつなげていけるかが課題である。

商工会は、小規模事業者の持続的経営と利益向上を目指した伴走型支援に加え、地元特産品の開発等、地域振興へと繋ぐ支援が求められている現況にある。

### 【 九度山町 】

恵まれた気候風土により高い品質の農作物の栽培が可能である九度山町は、果樹栽培が主要産業であり、中でも富有柿が有名である。富有柿については品質が優れて味がよく、姿が整って美しく、日持ちがよい為、「日本一の富有柿」との評価を得ている。

また、九度山町は「高野参詣道町石道」「慈尊院」をはじめとした世界遺産に加え、戦国時代の武将真田昌幸、幸村父子ゆかりの「真田庵」などの歴史的文化資源、また溪谷美豊かな「玉川峡」を代表する自然環境に恵まれた町である。

2004年「高野参詣道町石道」等が世界遺産に登録されて以降、本町を訪れる観光者は増加している。平成26年には道の駅「柿の郷くどやま」がオープン、平成28年に放送されたNHK大河ドラマ「真田丸」の影響もあり、令和5年度は年間約78万人の観光客が本町を訪れている。

九度山町の多くは紀伊山地の支脈によって覆われていることもあり、本町の商工業は九度山地区に集約している。世界遺産エリアにおいては道の駅の建設にて一定の整備が完了しているが、真田エリアである旧商店街筋においては商工業店と一般住宅が混在していることから、観光振興を図る上で必要な駐車場が不足、また宿泊施設や飲食店等の絶対数が不足している点、また最近では空店舗が増えている点が課題となっている。

また本町の事業者の多くは小規模事業者であり、圏域内に立地する大型店や幹線沿道に立地する全国チェーン店の進出により厳しい環境に置かれている。工業においても繊維関連が主であり、製造品出荷額は年々減少傾向で厳しい状況にある。加え、高齢化、過疎化が進む九度山町においては商工業者の廃業、撤退が進み、商工業者は減少の一途を辿っている。

その対策として、町独自の創業支援補助金を設け、近年増加傾向にある移住者をはじめとする若年層の空き家等を活用した創業支援を商工会と連携して行っている。

### 【 九度山町商工会 】

管内商工業者・小規模事業者数〈令和3年 経済センサス基礎調査〉

業種	建設	製造	卸・小売	飲食・宿泊	サービス	その他	合計
商工業者数	24	12	40	17	24	22	139
小規模事業者数	23	10	37	15	21	22	128

## [商工会の現状]

九度山町商工会としての取り組みは、経営指導員による積極的な巡回、窓口相談を通じて、経営、情報化、金融、税務、労働、取引等の各分野において小規模事業者のニーズに応じた相談事業を推進。また相談内容や要望に応じ専門家派遣による相談指導を実施し、必要な支援を行ってきた。

加えて、行政と連携し創業支援やイベントの支援を行うなど産業振興向上を図り、またBCP、インボイス、DXセミナーなど小規模事業者のニーズに沿った講習会なども継続的に開催している。

また町内事業者の連携の場として、特産品である富有柿をはじめイチゴなど農作物毎の検討会を設置し販促支援に力を注ぐとともに、軽トラ市などイベント別の実行委員会の事務局として、イベントの定時開催や新イベントの創出、認知度向上において支援を行ってきた。イベントを通じ地域コミュニティーはもちろん近隣市町村の事業者と連携を図り「町」の枠を超えた「広域的な」支援について取組んでいる。

## 【 高野町 】

高野町は、和歌山県北部に位置し、弘法大師・空海が開いた真言密教の聖地である高野山を中心に広がる「宗教都市」である。標高約 1,000 メートルの山上にあり、平成 16 年には「紀伊山地の霊場と参詣道」としてユネスコ世界遺産に登録され、国内外から多くの参拝者が訪れる観光地となっている。産業は観光や寺院関連の第 3 次産業が中心で、就業人口の約 8 割が従事している。小規模な小売業や飲食業が観光客を対象に展開され、伝統工芸品や和菓子が地元の特色を支えている。また高野町では、宿泊客数においてインバウンド率が高く、またコロナ禍前の令和元年度・令和 5 年度比較では、宿泊客数（97.4%）、日帰り客数（93.7%）共にコロナ禍前の水準まで回復しつつある調査結果がある。

和歌山県観光客動態調査（単位：人）

	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度
宿泊客数 (内外国人)	224,393 (108,993)	51,052 (7,594)	54,133 (398)	98,218 (8,072)	218,644 (93,907)
日帰り客数	1,257,395	1,154,826	1,129,056	1,226,471	1,179,150

地元住民向けの生活関連業種の小売・サービス業については、地元住民の減少、高齢化率の上昇、交通網の発達による町外への消費流出など外部環境の変化を理由に苦しい経営状況が続いている。

観光については、外国人観光客に愛用されているガイドブック「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」にて、「高野山」が掲載されており、中でも旅行者へのお勧め度として『わざわざ旅行する価値がある』とする評価である「☆☆☆」を獲得している。また、世界最大シェアの旅行ガイドブック「Lonely Planet」の、2020 年 8 月に発行された「ULTIMATE TRAVEL LIST(世界の訪れるべき観光地トップ 500)」にて、113 位(日本では 5 位)に高野山が選ばれており、今後も引き続き世界中から観光客が訪れることが予想される。

## 【 高野町商工会 】

高野町商工会 管内商工業者・小規模事業者数〈令和3年 経済センサス基礎調査〉

業 種	建設	製造	卸・小売	飲食・宿泊	サービス	その他	合計
商工業者数	28	25	105	46	21	25	250
小規模事業者数	28	23	96	40	20	23	230

### [商工会の現状]

これまでの高野町商工会の対応として、経営指導員による巡回、窓口相談を通じ、金融・労務・財務について支援を行うほか、コロナ禍では、事業の持続に対する支援に取り組んできた。また今後、小規模事業者にも求められる「事業所のインバウンド対策の支援」に取り組んでいきたいと考える。インバウンドの増加などの環境変化に伴う事業の変革や、持続化補助金を活用しての補助事業などの事業基盤の盤石化など、事業所に応じた支援策に今後も取り組んでいく。

その他、商工会が加わる（一社）高野町観光協会の主催で、定期的に報恩高野市を開催、出展事業者に加えて町内各事業所に協賛いただいていた。

商工会には今後さらに、外国人観光客を含め、観光客を取り組むための飲食店・みやげ物店などへの事業計画の策定・実施の支援や、地元住民向けの生活関連事業者の経営改善計画策定・実施の推進などが求められている現状にある。

## 【 高野口町 】

域内の基幹産業は、パイル織物（織物の基布に毛が編みこまれている布地）であり織物関連事業者が多い。高野口産地は生産からほぼすべての工程を産地内でまかなえるという点で、日本のみならず世界有数のパイル織物産地である。生産された織物は、主にアパレル用品や絨毯、カーペット、毛布シーツ、電車や高級車用のシート等幅広く使われてきた。

しかし、海外製品の台頭による価格競争力の低下や人手不足による廃業が進み、産地における元請企業が減少している。また、国内の原材料メーカーの撤退、原材料の高騰等、取り巻く環境は非常に厳しい。

そのような中でも、織物会社それぞれが個性をもった商品開発に取り組んでいる。今までは中間素材の製造を行っていた織物会社が最終製品の製造を始めたり、下請け業者も自社製品を製造し EC サイト等で売上拡大に取り組む等、産地内でも新たな動きがみられるようになっている。

織物関連以外の製造業者も国内シェアの多くを占めている事業者や大手企業と取引のある事業者がある等、技術力の高い企業が存在している。しかし製造業全体で見ると後継者不足・従業員の人材確保、設備の老朽化等、課題が山積している。

小売業や飲食店、サービス業については、このような基幹産業であるパイル織物の衰退、大型チェーン店の積極的出店、新型コロナウイルス感染症の影響等もあり売上が減少した事業所も多い。アフターコロナとなり、売上は回復傾向であるが、飲食店を中心にコロナ前の水準にまで回復していない店舗も多く小規模事業者を取り巻く環境は非常に厳しい状況にある。

新たな展開としては、JR 高野口駅の改修（令和 8 年度完成見込み）が予定されている事や駅周辺で新たに温浴施設が建設される事もあり、高野口地域を観光地化しようという動きが行政からもできており、地域経済の活性化が期待されている。

### 【高野口町商工会】

管内商工業者・小規模事業者数〈令和 3 年 経済センサス基礎調査〉

業 種	建設	製造	卸・小売	飲食・宿泊	サービス	その他	合 計
商工業者数	46	118	169	55	88	84	560
小規模事業者数	46	112	126	42	80	69	475

#### [商工会の現状]

高野口町商工会は、巡回・窓口指導を通じ、金融・記帳・労務の支援に加えて補助金申請支援、事業承継、販路拡大支援等の支援に取り組んでおり、専門性の高い案件については、各支援機関や専門家派遣を活用し支援を行っている。また、橋本市より指定管理を受け橋本市地場産業振興センター(裁ち寄り処)の運営も行っており、地場製品の認知度向上や販売促進として会員事業所の売上増進に寄与している。

今後としては、織物産地全体のことを考えると、産地を維持する為にも紀州繊維工業協同組合と連携した企業支援の推進が求められている現状である。また、小規模事業者の持続的発展、地域の活力向上に繋げる目的で課題解決型の支援及び経営力再構築伴走支援に取り組んでいく。加えて、喫緊の課題である事業承継支援を和歌山県事業承継引継ぎ支援センターや日本政策金融公庫和歌山支店と連携し取り組んでいく。令和 5 年 7 月会員事業所（約 500 件）に向けて行ったアンケート調査でも回答者の約 4 割が廃業するとの回答を得ており、地域経済の衰退に繋がらないよう、第三者承継も含めた事業承継に関する情報提供、支援を行っていく。

#### ② 課題(4 商工会共通)

- ・地域・業種を選ばない IT 化・DX 化において、既存事業者の活用の遅れがみられると共に今後の人口減少等による経営環境変化及び多様化する消費者のニーズへの対応の遅れは小規模事業者の継続経営に大きな影響を与えることが予想される。
- ・交通の要所となったことで、当地域に点在する多くの経営資源や地域資源との繋がりにより新しい事業、創業事例も生まれつつあるが、これらの資源が持つポテンシャルをより広く、深く分析

出来ていない部分がある。

- ・経営支援センターが組織されてから、個社の状況を聞き取る機会、また個社支援を遂行する機会は以前に比べ格段に増えた。しかし市場の分析等、データに基づく計画書作成は、経営指導員が作成することが多く、事業者の自発的な参加は少ない。
- ・経営関連事務の代行等に加え、伴走型支援事業をはじめとする個社支援の必要性は浸透しつつあり、小規模事業者の売上げに直結する直接事業を行っているが、その効果は一部事業者にとどまっているのが現状。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ・かつらぎ町長期総合計画において

かつらぎ町のめざす姿として「商工業の振興によりまちの魅力が向上し、にぎわいとともにより経済活動が活発化しています。」とあり、取り組みの方向性については商工業の振興として「商工会や地元企業などが農林水産業分野と連携した取り組みを支援します。加えて本町の4つの道の駅の活用による地域特産品の販売やPR、イベントの開催などによる商品の消費喚起等に取り組みます。」となっており、道の駅活用やイベント開催による消費喚起とあり地域外からの誘客による振興である。

### ・九度山町長期総合計画において

九度山町は観光の振興の基本方針として「本町の特色である自然や歴史・文化などの多様な観光資源を活かし、観光拠点となる施設を核とした観光交流を活発にし、産業の振興や雇用の創出に結び付けるために、行政、民間事業者、町民が一体となり協働した観光のまちづくりを進めます。」となっている。また「事業者が置かれている厳しい経営環境に対応するために、商工会と一体となって新たな商業需要への対応に取り組むとともに地元の消費者のニーズに対応した商店街づくりを推進します。特に、近年の世界遺産登録、道の駅の整備、NHK大河ドラマ「真田丸」の効果などにより交流人口が増加していることから、観光や農業と連携した商業の振興を図ります。」ともあり、観光を主体としていることから地域外からの誘客による振興である。

### ・橋本市長期総合計画において

橋本市は施策を通じて実現したいまちの姿として「商業・サービス業が振興し、農や観光と連携した物販・飲食などの新たな商業・サービス業が展開されています。まちの賑わいが取り戻され、暮らしやすい自立したまちづくりに近づき、企業誘致の波及効果によって中小企業の生産力が向上し、一定の雇用が期待できるようになっています。また、伝統産業の後継者育成や技術の高付加価値化が行われている状況となっています。」となっています。施策としては「商店が集積している地域では、商業機能の充実や、満足度の高い商業・サービス業と雇用の創出を促進します。」「農・商・工・観光が連携した農産物や地域の特産品、名物料理などをいかした商業・サービス業の充実を促進します。」「駅前や市内商店では、観光需要など新たな機能を取り入れて、空家・空店舗の利活用の促進に努めます。」となっている。地元住民を中心としながらも観光需要も見込んでおり地域外からの誘客による振興も含まれている。

・ 高野町長期総合計画において

高野町は商工業の振興施策の方針として「町のにぎわいを支える商工業の振興に向けて、時代の流れに即した経営ができるよう、経営基盤の整備を図るとともに、人材の育成・支援を行います。」となっており、目標実現のための事業としては「商工業の活性化として伝統的技術商品の継承と育成、その技術を活用した新たな商品化を推進するとともに、ブランド認定や販路拡大、展示会等への参加支援等、包括的な支援を推進します。」「地域住民や商店が外国人観光客を歓迎することができるよう、観光協会や商工会、宿坊協会等の関係機関と連携して、啓発活動や研修会、セミナー等を開催し、異文化を受け入れ、互いを尊重することができる仕組みづくりを推進します。また、外国人観光客に訴求できる商品の開発に取り組みます。」とあり、観光地として積極的に外国人観光客をメインとして地域外からの誘客による振興も含まれる。

〈4市町長期総合計画において共通すること〉

当地域は今も昔も形こそ変われど、高野山への参拝客、観光客をターゲットにしている点では変わっていない。地域外からの誘客をターゲットとする点においては今後も続いていくと考える。

また、地域の特産品、農産品を活かした商業・サービスの充実についても共通した項目であり、各地域での特徴ある資源の活用は必須であると考えます。

地域外からの誘客については、日本人参拝客の減少と日本人観光客、外国人観光客の増加などにより需要の変化は生じており、観光業を中心に今後5年～10年の客層の変化に合わせて業態を変更していく事業者もでてくると思われる。今後は各地域で点在している、地域外からの誘客に注力する積極的経営に取り組む事業者の支援と、それらの点をつなぎ合わせ、当地域を商工会の枠を超えた線的、面的なものにしていくことにより地域の活性化にひいては小規模事業者の振興につながると思われる。インターネットで支払いまで完結する時代でもあり、振興のために小規模事業者のDX化支援も併せて行っていく。

これら内側の様々な支援の取組みと外側からの誘客の取組みによって地域振興と小規模事業者の振興につなげていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

・ 目標1 需要を見据えた経営及び新陳代謝の促進

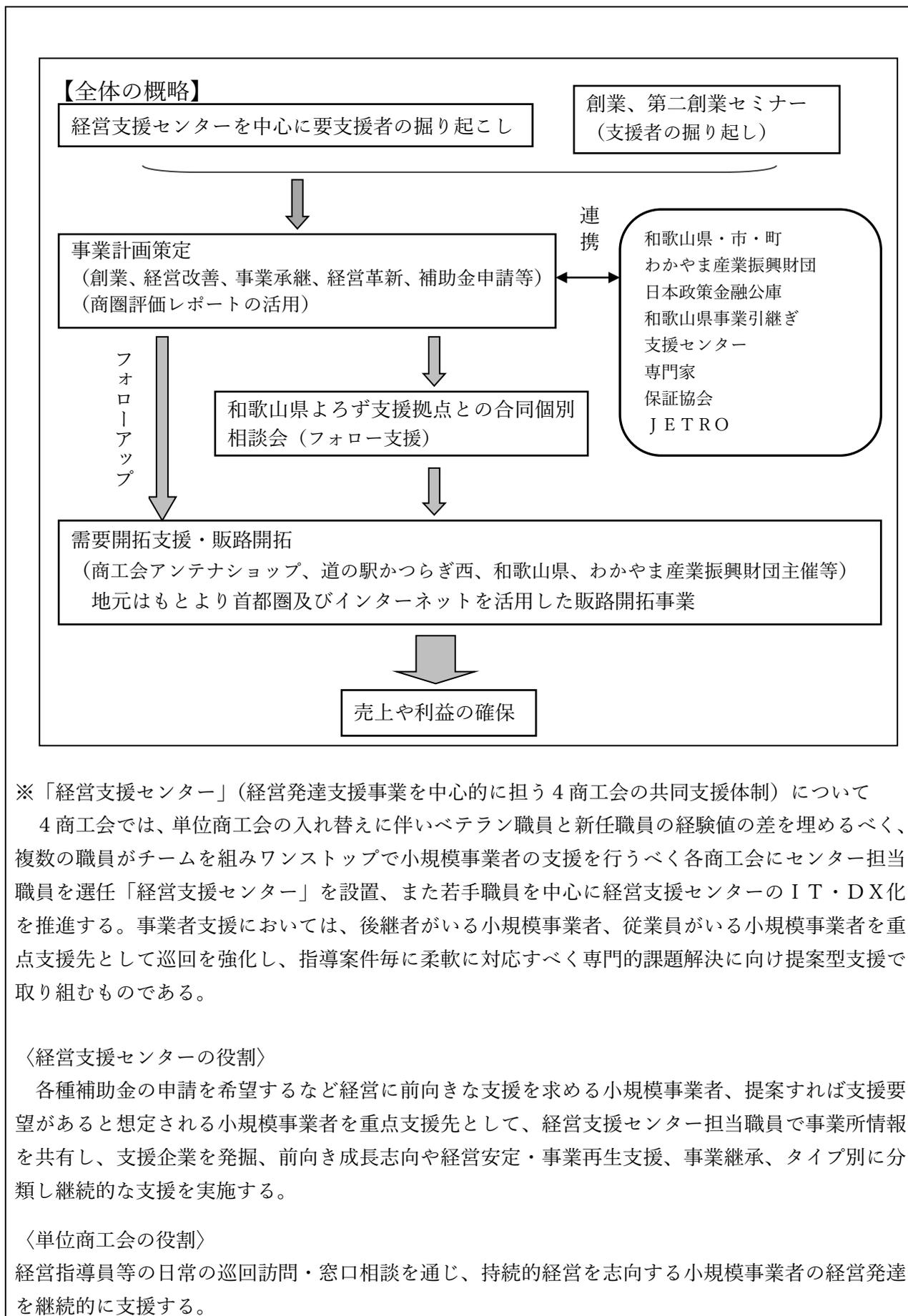
創業、事業承継、持続化発展に向けた事業計画、事業承継計画、経営改善計画、商品の開発、販路開拓など、小規模事業者の成長ステージに合った伴走支援を行う。

・ 目標2 地域経済の活性化に資する事業活動の推進

4商工会に点在する魅力ある地域資源や経営資源を組み合わせ、農商工連携観光サービスでの連携など「事業者間連携」にて地域経済の活性化を図る。

・ 目標3 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備

次の事業計画策定の定量的目標を達成し、事業計画策定後の実施支援とし行政・支援機関と連携し、売上や利益の確保に直結する支援にて「小規模事業者の持続的発展」と「地域経済活性化の好循環」をつくりだす。



※「経営支援センター」(経営発達支援事業を中心的に担う4商工会の共同支援体制)について  
4商工会では、単位商工会の入れ替えに伴いベテラン職員と新任職員の経験値の差を埋めるべく、複数の職員がチームを組みワンストップで小規模事業者の支援を行うべく各商工会にセンター担当職員を選任「経営支援センター」を設置、また若手職員を中心に経営支援センターのIT・DX化を推進する。事業者支援においては、後継者がいる小規模事業者、従業員がいる小規模事業者を重点支援先として巡回を強化し、指導案件毎に柔軟に対応すべく専門的課題解決に向け提案型支援で取り組むものである。

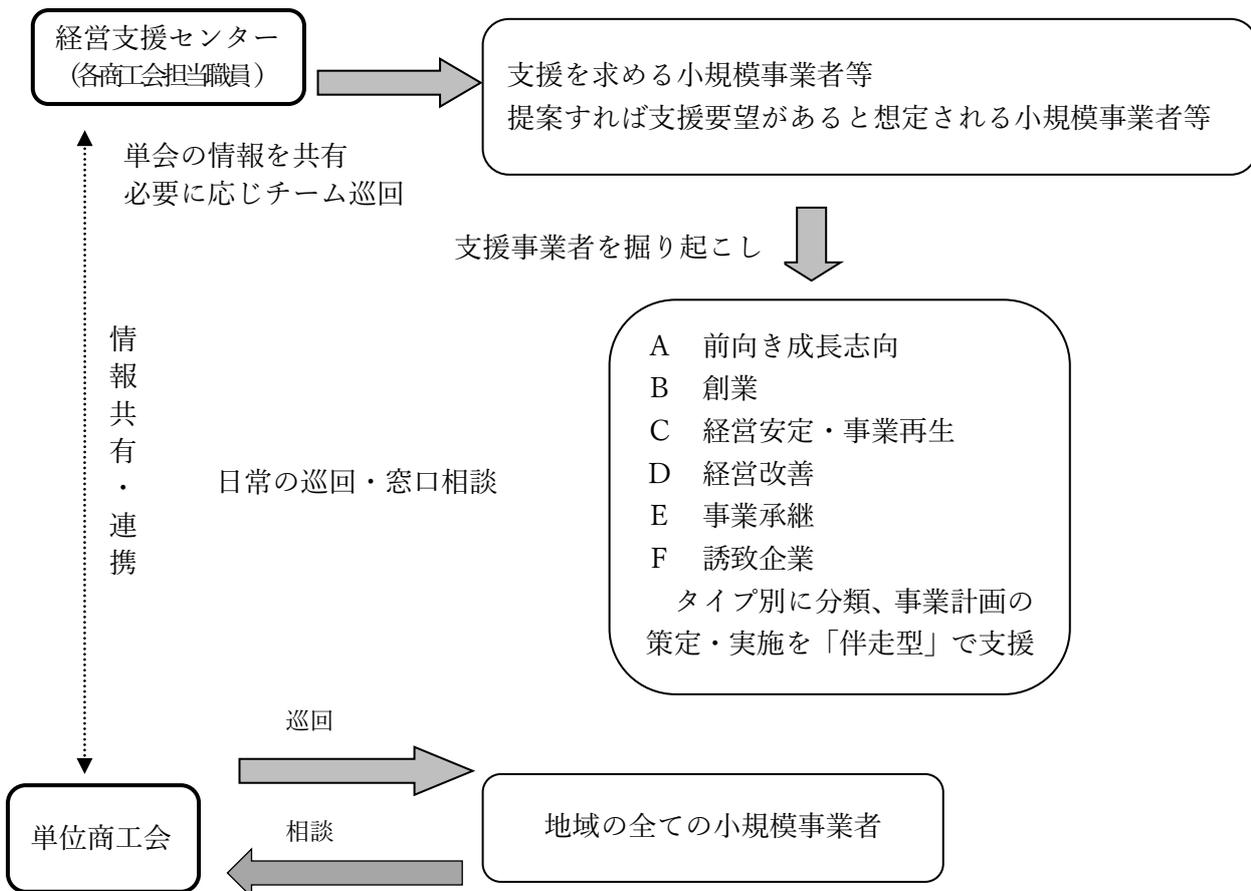
〈経営支援センターの役割〉

各種補助金の申請を希望するなど経営に前向きな支援を求める小規模事業者、提案すれば支援要望があると想定される小規模事業者を重点支援先として、経営支援センター担当職員で事業所情報を共有し、支援企業を発掘、前向き成長志向や経営安定・事業再生支援、事業継承、タイプ別に分類し継続的な支援を実施する。

〈単位商工会の役割〉

経営指導員等の日常の巡回訪問・窓口相談を通じ、持続的経営を志向する小規模事業者の経営発達を継続的に支援する。

<経営支援センターと単位商工会の役割分担・連携図>



**2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成方針**

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

・ 目標1 需要を見据えた経営及び新陳代謝の促進

創業、事業承継、持続化発展に向けた事業計画、事業承継計画、経営改善計画、商品の開発、販路開拓など、小規模事業者の成長ステージに合った伴走支援

経営支援センターでの掘り起し、また創業セミナーでの創業予定者の掘り起しを行い、要支援者を選定する。選定した小規模事業者等それぞれの成長ステージに合致した支援ができるよう、システムツール等を駆使し、経営分析を行い、課題を抽出する。また身近な認定支援機関、わかやま産業振興財団、和歌山県よろず支援拠点、和歌山県事業引継ぎ支援センター、日本政策金融公庫、和歌山県信用保証協会、中小企業診断士等の専門家と連携し課題解決を図る。販路の開拓に関しては、和歌山県、わかやま産業振興財団が主催する商談会は勿論のこと、かつらぎ町商工会が経営するアンテナショップ等を新たな販売チャネルとして利用を促進する。

## ・目標2 地域経済の活性化に資する事業活動の推進

地域資源や経営資源を組み合わせ、農商工連携、観光サービスでの連携等事業者間連携を推進

地域内には、かつらぎ町、九度山町に道の駅、農協関連の特産品等販売拠点が5件存在し、この様な販売場所は生産者の身近なものになっている。また地域内では、世界遺産、高野山、戦国武将真田など観光を目的とした入込客が膨らんでおり、外部環境としては恵まれた環境にある。域内の事業者及び生産者の中には、地域資源を活用した加工品に挑戦する事案もあり、このチャレンジを個社はもちろんグループ化などで共有・発信することにより小規模事業者の「点」が「線」となる支援が想定される。また令和4年からすべての加工食品に原材料の産地表示が義務づけられることにより、信頼感のある域内産の需要増に繋がる可能性もある。完成品ではなく原材料（一次加工）による需要も増加している。このように消費者目線に加え事業者目線での需要動向に注視し、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが主体的に経営に関わる伴走支援を実施する。

又、大都市大阪からのアクセスが格段に良くなったこともあり、新たな観光サービスを立ち上げる会社もありこのようなサービスは、食事・宿泊・体験（収穫体験等が多い）・土産の関連業者の波及効果も大きくその繋がりを提案、事業者間連携を促進しにぎわいの創出につなげる。また加工食品支援として、専門家派遣等によりブラッシュアップ出来た商品もあり、事業者間の連携を推進、地域で売れる商品づくりにより地元はもとより首都圏等でのリアル販売及びインターネット上での販路開拓を実施し、地域のブランド化を図る。

## ・目標3 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備

事業計画策定の定量的目標を達成し、事業計画策定後の実施支援として、行政、支援機関との連携にて小規模事業者の売上・利益の確保に直結する支援

目標1で支援を開始した事業者には、それぞれの課題を解決し次へのステージへ進んで頂くのが理想であるが、計画通りの経営が出来ない事業者もあると予測される。このような事業者には和歌山県よろず支援拠点との共同個別相談会を開催するなど、小規模事業者及び地域の実情に応じ、行政と支援機関が連携し徹底したフォロー支援により、売上げや利益確保に繋がる支援を行う。

事業計画をつくり実行する小規模事業者が、中長期的に5年で約20%、10年で約25%を占めるよう新たな需要を開拓し、売上と利益の確保に直結した支援を行っていく。

当地域においては、まず「支援を求める小規模事業者」「提案すれば支援要望があると想定される小規模事業者」を重点的に支援し、事業計画の策定・実施等を推進する。なお事業計画策定・実施においては、事業者との対話と傾聴により事業者の本質的な課題を自らが認識し、実行していくための支援を行う。

## I. 経営発達支援事業実施の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1)現状と課題

【現状】現状での地域経済の実態把握は、中小企業庁より実施している中小企業景況調査や、まち・ひと・しごと創生本部が提供する「RESAS」や全国商工会連合会が提供するクラウド型記帳システム「商工会クラウドMA1商工会エディション」を利用する事業所データを活用しているほか、経営指導員の巡回・窓口相談、各種講習会、個別相談会、連携機関からの情報を通して地域の経済動向情報を得ている。

【課題】収集した情報は小規模事業者の相談時や事業計画の策定（創業計画、経営革新計画、新規事業展開等）の際に個別に活用するにとどまり、分析および小規模事業者への周知には至っていない。またその公表においても各商工会での統一感はなく、今後は小規模事業者の経営に活かせるよう各商工会のホームページに掲載し情報の発信を行うなど、地域の経済動向を反映させた経営分析から経営計画の策定ため小規模事業者にも活用してもらえるよう改善を図っていく。なお現行の未実施は広域4商工会すべての公表についての回数であり、今後は公表フォームを統一し、どの地域の小規模事業者も同一の情報を得られる仕組みを構築する。

#### (2)目標

	公表方法	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
景況調査を利用した景気動向分析の公表回数	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
RESASを活用した地域経済分析の公表回数	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

#### (3)事業内容

①中小企業庁より実施している「中小企業景況調査」を活用した景気動向分析調査から、和歌山県地域の産業の状況等地域の景気動向について情報を収集し、全国の情報とも比較・分析し地域内小規模事業者の経営に役立つ景気動向を公表する。それにより、地域経済に関心をもっていただき、経済分析や事業計画策定の必要性を理解してもらうことを目的とする。

【調査手法】中小企業庁「中小企業景況調査報告書」の和歌山県商工会連合会発布版と、全国商工会連合会発布版から、景気動向指数(CI一致指数、TDB景気DI)、業種毎の動向(売上/加工/請負額、業種毎採算データ)、資金繰り、新規設備投資各業種の問題点等からの数値を総合的に分析、地域経済の動向を体系的に分析し事業者支援に反映する。

【調査対象】 調査期間内において管内の景況調査の対象事業者

【調査項目】 各業種(製造、建設、小売、サービス)の売上、採算、資金繰り、景気動向指数、設備投資、課題点 等

②地域経済分析システム（RESAS）を活用した調査（前回から引き続き継続）地域経済を客観的に分析し、小規模事業者に対する支援をより効果的なものとするため、政府の「まち・ひと・しごと創生本部」により提供される「地域経済分析システム（RESAS）」を活用した地域経済動向調査を行う。

【調査手法】 経営指導員等が「地域経済分析システム(RESAS)」を活用、地域経済動向分析を行う。

【調査項目】 ・「地域経済循環マップ・生産分析マップ」→何で稼いでいるか等を分析

・「人口マップ・人口マップ」→商圏内の人口構成等を分析

・「観光マップ・国内・From-to分析」→観光客の動き等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析・整理し、事業計画策定等の参考資料として活用する。

#### （４）調査結果の活用

○情報収集・調査・分析した結果は、各商工会のホームページにて4商工会統一で公開、小規模事業者が閲覧できる周知及び巡回指導や窓口相談の際に事業特性を踏まえた周知を行う。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

○小規模事業者が既存事業を見直し、経営変革に取り組む際の計画策定時に活用する。

○事業計画策定（創業計画、経営革新計画、新規事業展開等）や確定申告時における業種別比較や地域毎の比較において参考資料として、経営指導員及び小規模事業者が活用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### （１）現状と課題

【現状】 需要動向調査については、独自イベントでのアンケートや(株)MUTSUKI WORKS 中小企業診断士 内藤 敏 氏を招聘し、小規模事業者等の商品の評価会として、県外での消費者インタビューやフリートーク形式でのグループインタビューを行ってきた。

【課題】 各種アンケートにおいては実施が中心となってしまう、事業者へのフォローアップ不足からアンケート結果を正確に活かすことができなかった。また毎年同じ事業者の参加となっており事業者に偏りがあるため、より多くの事業者の参加及び消費者ニーズに沿った調査を行うなど調査方法を改善し実施する。

## (2)目標

支援目標	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①イベント等を活用した消費動向調査事業者数	－	6者	6者	6者	6者	6者
②中小企業景況調査数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
③商談会等での試食アンケート調査事業者	－	6者	6者	6者	6者	6者

## (3)事業内容

### ① イベント活用した消費動向調査（年1回）

WEB上でのオンラインイベントや道の駅等で行う特産品販売のイベントにおいて、事業者が出品する商品、製品について価格、パッケージなど総合的な評価を取得するためのアンケートを行う。出品する事業者としては、地元特産品や地場産品、食品の製造販売を行う事業所を想定している。

**【調査手法】** オンライン来場またイベントへ来場される一般の方を対象にアンケート回答用のウェブフォームを作成、ウェブサイトのQRコードをスマートフォンで読み取ってもらうことで回答を行えるようにする。また、回答に不安のある方は、指導員の聞き取りのもとタブレットなどで回答を取得する。

**【サンプル数】** 来場者30人

**【調査項目】** ①価格 ②パッケージデザイン ③食味など評価・改良点

**【調査結果の活用】** 職員がアンケートにて取得した情報を共有し、対象者への巡回や窓口相談の時に調査結果の提供を電子情報にて行う。その結果を基に必要に応じて専門家派遣等による、商品の改良、商品戦略・商品パッケージの見直しなど稼ぐ力をつけられる総合的な改善へ活かしていただき、今後の事業計画策定等へつなげていく。

### ② 中小企業景況調査（年4回：四半期毎）

地域の産業の状況等地域の経済動向について、一定時期ごとに変化の実態等諸情報を迅速・的確に収集を行う。対象とする事業者は、小売業、製造業、建築業、サービス業等、幅広い事業者を想定している。

**【調査手法】** アンケート調査用紙をもとに経営指導員による訪問面接調査を行う。

**【サンプル数】** 15者

**【調査項目】** 売上状況、仕入額の状況、業況、設備投資の有無、経営上の問題点等

**【調査結果の活用】** 景況調査報告書をもとに事業者へ情報提供を行い、自社の分析を行う。分析した結果から、新たな販売戦略や事業計画作成に活用する。

### ③ 商談会等での試食・アンケート調査（年1回）

各種商談会や展示会等に出店した際に、来場するバイヤー等に対して試食、アンケート調査を実施する。

【調査手法】バイヤーに対して食品製造業（ごま豆腐、柿の葉寿司等）、農事組合法人（ジュース、ジャム等）、飲食店（ドレッシング等）が出品する商品について試食・アンケート調査（ウェブフォームまたは紙面）を行う。

【サンプル数】来場者50人

【調査項目】①価格 ②内容量 ③パッケージデザイン ④取引ロット・条件  
⑤改良点

【調査結果の活用】アンケート結果を集計、職員それぞれが事業者にフィードバックし、新たな販路開拓、新商品開発の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】全国連提供の経営分析システム、SWOT分析、和歌山県連作成のヒアリングシート、経済動向調査やRE S A S、B I Zミル等の活用が浸透し、実績が増えてきた中であるが、いまだ案件数としては少なく、また各種補助金や経営力向上計画申請が目的とした経営分析が殆どとなっている。

【課題】財務分析において必須となる貸借対照表の作成がない小規模事業者も多く、経営改善普及事業を通じて財務分析、非財務分析の重要性を説明しながら、財務諸表等の作成を促す必要がある。また非財務状況から見える課題から分析に入ることが多く、経済動向調査やRE S A S、経産省のローカルベンチマーク、商工会新経営支援システム等からの外部環境の情報把握とSWOT分析を始めとする分析ツールを活用により本質課題に対する気づきを促し、いかに事業計画策定に繋げるかが課題である。

### （2）目標

小規模事業者が財務状態も含めて自身の事業を総合的に「見える化」できるようにすることを目標とする。各年度の目標数は新規分析件数。

支援目標	商工会名	現 状	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
経営分析件数 (件)	かつらぎ町	20	20	20	20	20	20
	九度山町	6	10	10	10	10	10
	高野町	4	10	10	10	10	10
	高野口町	28	20	20	20	20	20
	合 計	58	60	60	60	60	60

### (3)事業内容

#### ①経営分析を行う事業者の掘り起こし

巡回時のヒアリング等で経営状況について聞き取りを行い対象事業者の掘り起こしを行う。  
巡回に加え、経営支援センターと和歌山県よろず支援拠点の共同開催による経営相談会や創業相談会、経営支援センター主催の創業セミナー等において掘り起こしを行う。

#### ②経営分析の内容

##### 【対象者】

巡回・窓口相談またセミナー等の参加者の中から、経営に意欲的及び経営の改善が想定される60社を各商工会にて選定。年度当初、各商工会にて重点事業所リストを作成し商工会内及び4商工会にて情報を共有する。

##### 【分析項目】

###### <財務分析項目>

- ・収益性分析、安全性分析、効率性分析、生産性分析、成長性分析、損益分岐点分析

###### <SWOT分析>

次の情報をもとにSWOT分析を行い、経営状況を把握する。

- ・ヒアリングと財務分析で把握した経営状況
- ・地域経済動向調査結果及び外部環境に関する情報

ヒアリングと財務分析 で把握した経営状況	ヒト	経営者や従業員の特徴・技能、 後継者、従業員教育など	内 部 環 境
	モノ	商品、価格、販売方法、設備、 サービス、流通ルートなど	
	カネ	売上、経費、利益、単価、借入金 資金繰り及び財務分析項目など	
	情報	情報収集力・発信力、システム 顧客管理、製造ノウハウなど	
	顧客	商圈、市場規模	
地域経済動向調査結果 及び外部環境に関する 情報	競合	ライバルの状況、代替品	外 部 環 境
	政策	自社に影響のある政策	
	経済	景気動向、消費動向	
	社会	人口、世帯、事業者	
	技術	新しい技術	

#### 【分析手法】

収集した内容を、全国連経営分析システム、RESAS、ローカルベンチマーク、SWOT分析等を活用して分析を行う。また非財務分析においては分析のフレームで整理する。

#### (4) 分析結果の活用

経営分析ツール等を活用して分析を行った結果を事業者にフィードバックし「見える化」された現状を商工会と小規模事業者で共有し、自社の稼ぐ力を再認識し、自走化につなげていく。各種補助金申請はもちろん、対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、小規模事業者の業種、規模、また対象者のスキルに合った事業計画策定につなげるように取り組む。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】小規模事業者が経営の目標及び方向性を定めることを目的にこれまでも支援を行ってきたが事業計画策定への理解が浸透していない。また補助金申請および融資において事業計画策定は必須となっているが、自らが策定するケースは少なく事業計画策定の本質が伝わっていない。

【課題】事業計画策定が事業継続につながることを理解はあるものの、日々の業務から優先順位が後となっている。計画策定の重要性を理解してもらうため、補助金申請による策定のみならず巡回方法やセミナー開催方法を見直すなど、事業者自らの気付を促す取り組みとする。

## (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、巡回・窓口相談またセミナー等の参加者の中から、経営に意欲的及び経営の改善が想定される事業所を選定、5,で経営分析を行う60事業者のうち事業者の75%の事業計画策定を目指す。

経営支援センターと和歌山県よろず支援拠点の共同開催による経営相談会や、創業予定者対象の創業セミナー等を通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの「見える化」がされ、現状を正しく認識したうえで長期的経営計画をたてその中で抽出される課題を解決するためになされる事業計画策定に能動的に取り組むために対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。また相談会等にてDX推進に関する意識付けを促し、競争力の強化を目指す。なおDX推進支援においては業種や事業規模、相談者のスキルに差があるため、個別相談を中心とした相談にて小規模事業者にあった支援とすることが望ましいと考える。

## (3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
① 経営相談会	1	1回	1回	1回	1回	1回
② 創業セミナー	1	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	45	50者	55者	55者	55者	60者

※事業計画策定支援の対象は、事業者が本質的課題を認識し、納得した上で内発的動機づけ（当事者意識を持ち自らが課題に取り組む）を促すことを想定し、小規模事業者を選定する。

## (4) 事業内容

### ① 和歌山県よろず支援拠点と共同開催による「よろず経営相談会」の開催

事業者が抱えるあらゆる課題について「よろず経営相談会」を相談の入口として開催。個別相談として各事業者が自社の現状を正しく認識し、強み・弱みなどの気づきを得、当事者意識を持って課題に向き合うことにより事業計画策定への誘導を図る。加えて今後非常に重要となる事業者のDX推進に関する意識の醸成を図り、デジタルの利活用に向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進するために、経営指導員及び和歌山よろず支援拠点コーディネーターが、各事業者と個別対応で指導・助言を行う。

【支援対象】伊都郡内で事業を営む事業者、創業予定者

【募集方法】巡回・窓口対応時、行政の広報誌へ折込等

【講師・回数】よろず支援拠点コーディネーター、経営指導員 1回／年

【支援手法】経営指導員及び和歌山よろず支援拠点コーディネーターによる個別相談対応・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 経営支援センター主催「創業セミナー」の開催

創業に関する意識の醸成や基礎知識、ビジネスプラン策定手法を習得するために、セミナーを開催する。

【支援対象】各町内創業予定者

【支援手法】受講者の中から実際に創業した事業者に対し、経営指導員による個社支援を継続的に実施し、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】事業計画策定と同様、補助金申請・融資による計画策定が多く、事業計画策定の本質が伝わっていないため、日々の業務が優先され事業計画策定後の実施支援については優先順位が後に回り、確認頻度や時期は不定期となっている。

【課題】経営の目標及び方向性を定めることを目的とした事業計画を策定する小規模事業者は少ないことから、計画の確認・時期は不定期となるのは当然であり、補助金の実績報告においても定期的な売上げ、利益率の確認はなされないのが実情であり、本質的に事業計画を確認する体制を再構築する等の支援方法として改善実施する。

### (2) 支援に対する考え方

事業の当事者である事業主自身に「自走化」を意識付けしていただくようなフォローアップを行うことが重要であると考えている。そのためには、事業主が自ら「答え」を見出すこと、対話を通じてよく考えること、事業主と従業員と一緒に作業を行うことで、現場レベルで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事業主への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

小規模事業者と商工会職員、各団体や専門家と連携し、継続的なフォローアップを行うことにより、小規模事業者の事業の持続的発展に取り組む。

### (3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
フォローアップ対象 事業者数	15	30者	30者	30者	30者	30者
頻度(延回数)	120	180回	180回	180回	180回	180回
売上増加事業者数	—	10者	10者	14者	14者	20者
利益率3%以上増加の 事業者数	—	10者	10者	14者	14者	20者

### (4) 事業内容

事業計画を策定したフォローアップ対象事業者に対し定期訪問を行い、策定した計画が実行されているか定期的にフォローアップを行う。頻度については、フォローアップ対象事業者数30者のうち、10者は毎月1回、10者は四半期に1度、10者は年2回とする。ただし、事業所からの申出等により、臨機応変に対応する。なお、売上増加事業者数については各商工会にて事業者の数値を管理し、情報を共有する。また、計画実行の過程で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、他地区の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因および今後の対応について検討の上、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】** プレスリリースの活用として新商品の紹介で記者懇談会に参加し新聞やテレビで紹介され売上の増加に繋がった事業者があり、成功事例として実績を積み重ねている。ホームページの活用では「伊都橋本オンラインモール」を製作し、伊都地域で広域的な事業者紹介として掲載件数を増やしてきた。また百貨店での即売会や地域イベントへの参加にて伊都地域の販路開拓に努めているが、業務及び人員から小規模事業者が直接参加しての販路開拓の難しさを感じている。

**【課題】** 伊都橋本オンラインモール、即売会も含め業務及び人員から参加事業者に偏りが見られることが課題として挙げられる。積極的に取り組む小規模事業者と受動的な小規模事業者との格差をなくしITを活用した時間・場所に制約のない事業に取り組む。またDX推進においては前出の格差が明確となることが予想されるが、必要性を説明しながら事前・事後のフォロー体制を構築する。

(2) 支援に対する考え方

経営計画で抽出した課題を解決するための事業計画策定に取り組む事業者だけでなく、地域にとらわれず事業所や商品の認知度を高めていきたい事業者を重点的に支援する。ホームページを活用しての支援や展示会、即売会を通じてBtoB、BtoCの両面で事業者の販路開拓支援を行っていく。即売会に関しては、道の駅の他に、商工会ネットワークを活かして、各地のイベントに出店を行い商品の販売促進に繋げる。また、展示会に関しては、商工会が自前で開催する事は困難な為、既存の展示会の出展を目指す。

イベントや展示会出展時の広報としてホームページやSNSを通じて事前告知を行う。また、イベントや展示会当日にはQRコードを用いてのアンケート調査を行い、集計結果を分析し商品のブラッシュアップに繋がられるよう情報提供を行う。IT活用に関しては、専門家派遣も実施しながら事業者のITスキルの向上に繋げていく。

(3) 目標

支援目標	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①伊都橋本オンラインモール事業者掲載数	13者	35者	55者	75者	100者	120者
②商談会・展示会出展者数	-	6者	6者	6者	6者	6者
商談会展示会を通じての成約新規取引先開拓数	-	3件	3件	3件	3件	3件
③即売会 出店者数	9者	10者	10者	10者	10者	10者
即売会の売上件数	6万円	7万円	7万円	7万円	7万円	7万円
④記者懇談会への情報提供者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①伊都橋本オンラインモールの活用

会員企業の商品・サービスの認知度向上と販路開拓を目的に令和4年度「伊都・橋本オンラインモール」の製作を行った。掲載を想定している業種は指定せず幅広い業種を想定している。ページでは、事業者の紹介を行うのみならず職員が訪問し、店舗のお勧め商品やこだわりを紹介する「広報レポート」の作成を継続的に行う。今後は新たに、動画配信（FacebookライブやYouTubeライブ）を活用し動きのある広報活動を実施する。

なお課題にある参加小規模事業者の偏りの解消については下記2点をあげる。

- 商品やサービスを提供する「人」＝「経営者」を知ってもらうことで小規模事業者にスポットを当てる。
- 「人」＝「経営者」に焦点をあてることで、これまで広報支援の対象の外にいた事業者をピックアップすることが出来る。現状は商業者が多かったが、「人」に焦点をあてることで工務店や建設業、運送業等、業種を問わず幅広く広報支援を実施できる。

## ②商談会・展示会

小規模事業者が持つ自社商品の販売促進として、朝日新聞社主催の「GOODLIFEフェア」、  
「東京インターナショナルギフトショー」等への集団出展や和歌山県が主催する「わかやま  
産品商談会」への出展案内の実施を行う。想定している業種は地域差があるが製造業、農事  
組合法人、飲食業、小売業を想定している。出展する事で自社商品の認知度が向上するの  
に加え、商品に対してバイヤーや商品の様々な意見やリアルな評価を確認することができ、商  
品の販路開拓のみならずブラッシュアップのきっかけに繋げることができる。

(想定する展示会の規模)

名称：GOOD LIFEフェア

概要：朝日新聞社が運営する消費者に商品に込めたストーリーや理念、こだわりを伝  
え、ファンをつくることを重視した体験型の展示会

対象者：食品、非食品問わず幅広い業種

出店者数：約430社

来場者数：約35,000人

名称：東京インターナショナルギフトショー

概要：日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市

対象者：食品、非食品問わず幅広い業種

出店者数：約2,200社

来場者数：約140,000人

名称：わかやま産品商談会in和歌山（B to B）

概要：和歌山県内で開催される食品等の展示商談会

出展者数：85社

来場者数：146社・250人

## ③即売会（道の駅、アンテナショップやNibako等）での販売促進

京奈和自動車道パーキングエリア「道の駅かつらぎ西」、「Nibako」を活用した出店、「わ  
かやま紀州館」にて、東京交通会館等で即売会を実施。販売のみならず商品の訴求や消費者  
向けのアンケート調査の実施も行いたい。またイベントの告知は動画配信で事前周知し当日  
の様子はライブ配信を行う。イベント当日に来場できなかった方にはライブコマースを活用  
し販売を行う。

Nibako … ダイハツ工業株式会社が提供を行っている軽トラックの荷台を活用した移動販売車。令和5年度事業において実際に使用し、食品、非食品に関わらず自社商品を地域内外に販路開拓をしたい事業者からの商品を集め攻めの販売促進として活用する。

④伊都振興局記者懇談会への情報提供(BtoC・BtoB)

毎月1回、伊都振興局で開催される記者懇談会には、毎日・朝日・産経・読売新聞の記者、NHK和歌山放送局等が出席し地域情報の収集を行っている。事業所の商品及び新商品の資料提供及び事業者自ら懇親会へ出席し自社商品をPRする。また参加については事前にプレスリリースの手法、訴求のポイントを整理しより効果的なPRとする。併せて事後フォローについても支援する。

## 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】毎年度、事業の実施状況及び成果について、7月に中小企業診断士監修のもと市町村、各商工会会長、副会長、法定経営指導員で構成される「事業評価会議」を実施、事業の検証・評価・見直しを行ってきた。また毎年2月法定経営指導員を中心に各商工会経営指導員において本年度の振り返りと次年度の事業実施について情報を共有し市町担当者へ伝えてきた。

【課題】5年という期間の中で、評価委員の構成メンバーである各商工会長、副会長が交代する場合も想定されるので、発達支援計画の内容や進捗状況について継続的な共有が必要である。また評価会議において事業成果をわかり易く説明するよう求められており、定量的かつ定性的な部分についてはより具体的な報告となるように努める。

#### (2) 事業内容

- 毎年度、事業の実施状況及び成果について、市町村、外部有識者委員1名以上（中小企業診断士を想定）と各商工会長、法定経営指導員で構成される「事業評価会議」を開催。経営発達支援事業の進捗状況などについて5段階評価を行い、検証・評価・見直しを行っていく。
- 結果については、伊都橋本商工会広域協議会幹事会へ報告し承認を受けるとともに各商工会理事会に報告する。
- 年度途中において、4つの市町の担当課職員及び4つの商工会担当者（経営指導員等）が、経営発達支援計画に基づいた事業について経過報告等事務局レベルの情報交換会を開催する。（年2回程度）
- 経営支援センターが実施する創業支援、事業承継支援、その他経営改善支援など高度・専門的な課題解決に向けた事業計画策定・実施支援内容は和歌山県に報告する。
- 検証・評価・見直し内容について、毎年1回下記ホームページにて掲載公表する
  - ・かつらぎ町商工会ホームページ (<http://www.katuragi.or.jp/>)、
  - ・九度山町商工会ホームページ (<http://www2.w-shokokai.or.jp/kudoyama/>)、
  - ・高野町商工会ホームページ (<https://www.facebook.com/koyacho.shokokai/>)、
  - ・高野口町商工会ホームページ (<https://r.goope.jp/k-shokokai/>)

## 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】 伴走型補助金事業を推進する中で、支援能力の向上につながるホームページ作成ツールの操作研修を実施、また職員でチームを組んで事業所を訪問し、事業者紹介のホームページ作成をチームで行った。

【課題】 入社5年未満職員のITスキルレベルがバラバラで、ITスキルの低い職員がいるチームではそもそもチームで活動することが無理であった。今後はOJTを意識したチーム編成が必要、また教える側も教わる側もOJTの目指す目標を共有することが必要である。

### (2) 事業内容

#### ① 講習会の活用

##### 【DX推進】

職員間の能力差が大きいITスキルを向上させる為、以下の講習会を広域連携内で実施する。画像編集・動画編集・ECサイト構築・AIの活用やクラウドファンディング・キャッシュレス化等をテーマとし、これらについて経営指導員のみならず一般職員も含め、参加できる体制を整える。

##### 【経営支援能力向上】

経営指導員及び一般職員の支援能力向上のため、和歌山県商工会連合会や中小企業大学校、中小企業基盤整備機構等が行う経営支援能力向上をテーマとする講習会等に経営指導員及び一般職員を積極的に派遣する。

#### ② OJTの活用

##### 【コミュニケーション能力向上の為のOJT】

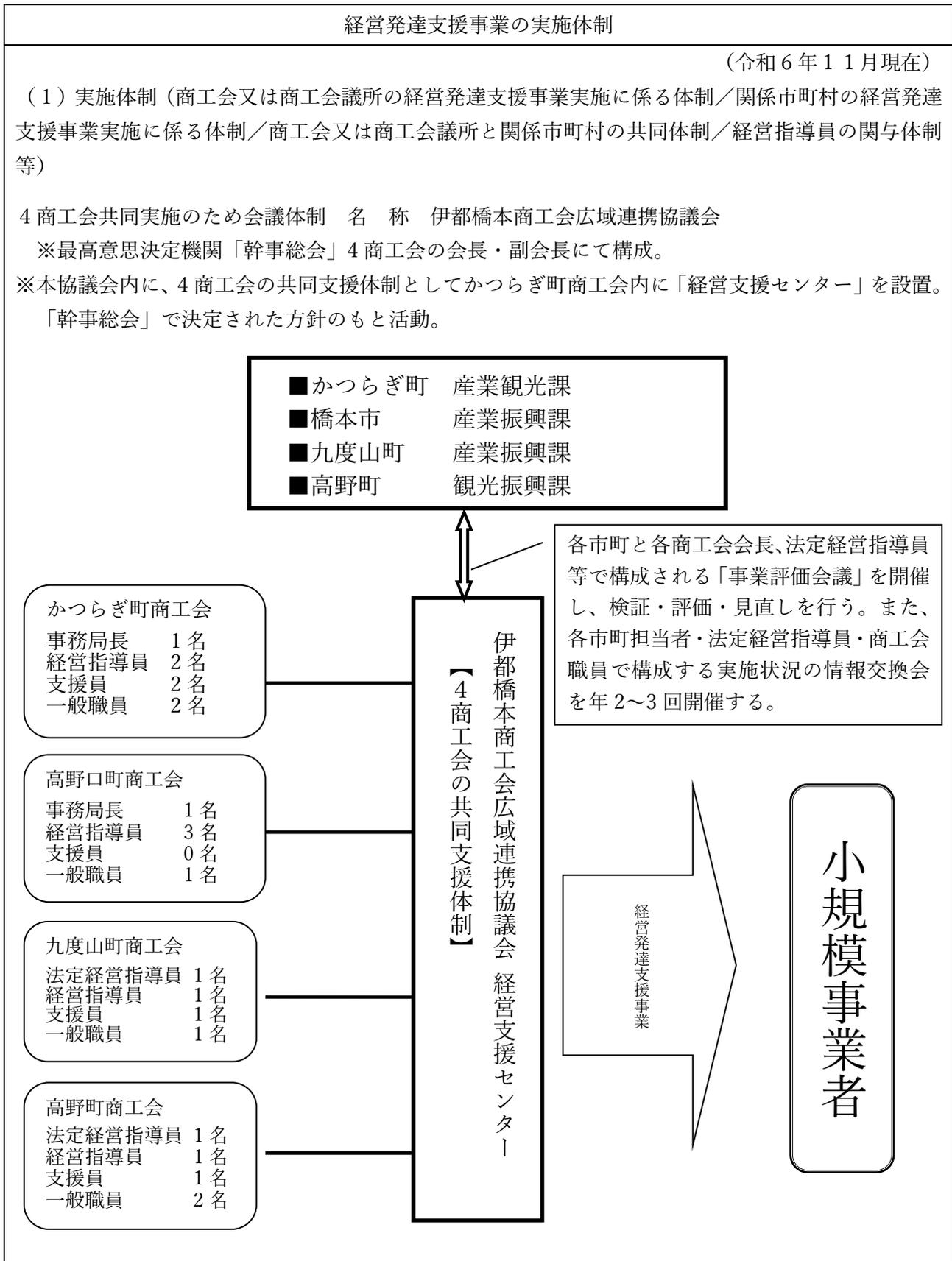
上記課題にあるようにベテラン指導員と若手指導員をバランスよくチーム編成し、チームで事業所巡回の際、OJTによる「対話と傾聴」の習得と向上をはかる。

#### ③ 支援ノウハウの共有

##### 【職員間の定期ミーティング】

経営指導員として日々の事業者支援を行う中で直面する問題は自分一人で解決出来なくても、先輩に相談すれば解決する事が多い。しかし当地においては在職5年未満の職員が多く、先輩が身近に居ない商工会も存在している。このような状況において職員の資質向上を図る手段として広域でミーティングを実施する。経営指導員や一般職員から「困りごと」を提出してもらい、職員それぞれがどう解決すれば良いのか話し合う。職員それぞれが発表することにより様々な解決方法が共有できるようになる。年3回程度実施。

(別表2) 経営発達支援事業の実施体制



(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 榎本真治

■連絡先 九度山町商工会 TEL 0736-54-4268

■氏名 北山恵将

■連絡先 高野町商工会 TEL 0736-56-2184

②当該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。当計画の法定経営指導員については、広域連携指導体制から2名の配置とする。

(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

・かつらぎ町商工会

和歌山県伊都郡かつらぎ町丁ノ町 2470 番地の 1 TEL 0736-22-1402

・高野口町商工会

和歌山県橋本市高野口町名倉 1028 番地の 1 TEL 0736-42-2943

・九度山町商工会

和歌山県伊都郡九度山町九度山 1186 番地 TEL 0736-54-4268

・高野町商工会

和歌山県伊都郡高野町高野山 53 の 1 番地 TEL 0736-56-2184

②関係市町村

・かつらぎ町 産業観光課

和歌山県伊都郡かつらぎ町丁ノ町 2160 番地 TEL 0736-22-0300

・橋本市 産業振興課

和歌山県橋本市東家一丁目 1 番 1 号 TEL 0736-33-1111

・九度山町 産業振興課

和歌山県伊都郡九度山町九度山 1190 番地 TEL 0736-54-2019

・高野町 観光振興課

和歌山県伊都郡高野町高野山 357 番地 TEL 0736-56-2780

(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

【経営支援センター】 / 4商工会合計

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
専門家派遣	500	500	500	500	500
セミナー開催	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
販路開拓	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
個別相談会	200	200	200	200	200

(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
構成商工会からの会費・負担金、県連事業受託費 (県補助金)

(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。

【かつらぎ町商工会】

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250
経営発達支援事業費	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250

(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、市町村補助金、事業受託費

(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。

【九度山町商工会】

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250
経営発達支援 事業費	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250

(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、市町村補助金、事業受託費

(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。

【高野町商工会】

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250
経営発達支援 事業費	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250

(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、市町村補助金、事業受託費

(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。

【高野口町商工会】

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250
経営発達支援 事業費	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250

(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
会費及び市町村補助金

(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
連携なし
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