

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	串本町商工会(法人番号 8170005005805)・古座川町商工会(法人番号 6170005005781) 南紀くろしお商工会(法人番号 5170005005799)・北山村商工会(法人番号 5170005005287) 串本町(地方団体コード 304280)・古座川町(地方団体コード 304247)・太地町(地方団体コード 304221) 那智勝浦町(地方団体コード 304212)・北山村(地方団体コード 304271)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	1)「観光関連」事業所群の多面的展開への支援 2)「地域特産品」事業所群の新たな販路開拓の支援 3)「地域内消費関連」事業所群への事業の継続力強化支援 4)激変する環境変化への迅速な対応と業務改善支援 5)セーフティネット等による資金調達過多による資金繰り対策 6)小規模事業者のDX推進支援
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域の経済動向調査に関すること 地域経済動向分析、中小企業景況調査分析、景気動向調査分析し周知。 2. 需要動向調査に関すること 商談会・物産展等において個社アンケート調査を実施し、販路開拓、新商品開発、既存商品の事業計画策定資料として活用。 3. 経営状況の分析に関すること 相談業務において情報収集し財務分析及びSWOT分析を実施する。経営上の問題点と課題を事業の見直しや事業計画策定資料として活用。 4. 事業計画策定支援に関すること DX推進セミナー、事業計画策定セミナー、創業セミナーを実施し、実際に役立つ事業計画の策定を支援。 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定事業者に、定期的かつ継続的にフォローアップを実施。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 「地域特産品関連」事業者を対象に、販路開拓支援、IT活用、PR支援。 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 1. 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 毎年度、事業の実施状況及び成果について「事業評価会議」で検証・評価・見直しを行い、PDCAサイクルを定着させる。 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること 経営指導員等の支援能力のばらつきを緩和しITスキルと知識向上を実現。
連絡先	・串本町商工会 〒649-3503 和歌山県東牟婁郡串本町串本2410番地 TEL 0735-62-0044 FAX 0735-62-1285 E-mail kusimoto@w-shokokai.or.jp ・古座川町商工会 〒649-4104 和歌山県東牟婁郡古座川町高池715番地の1 TEL 0735-72-3110 FAX 0735-72-0175 E-mail kozagawa@w-shokokai.or.jp ・南紀くろしお商工会 〒649-5335 和歌山県東牟婁郡那智勝浦町築地8-5-1 TEL 0735-52-1089 FAX 0735-52-5423 E-mail info@mikumano.or.jp ・北山村商工会 〒647-1604 和歌山県東牟婁郡北山村下尾井340番地 TEL 0735-49-2119 FAX 0735-49-2337 E-mail kitayama@w-shokokai.or.jp ・串本町 産業課 〒649-3592 和歌山県東牟婁郡串本町サンゴ台690番地5 TEL 0735-62-0557 FAX 0735-62-6970 E-mail sangyou@town.kushimoto.lg.jp ・古座川町 地域振興課 〒649-4104 和歌山県東牟婁郡古座川町高池673番の2 TEL 0735-72-0180 FAX 0735-72-1858 E-mail info@town.kozagawa.lg.jp ・那智勝浦町 観光企画課 〒649-5392 和歌山県東牟婁郡那智勝浦町築地7-1-1 TEL 0735-52-2131 FAX 0735-52-3011 E-mail kanko05@town.nachikatsuura.lg.jp ・太地町 産業建設課 〒649-5171 和歌山県東牟婁郡太地町太地3767番地の1 TEL 0735-59-2335 FAX 0735-59-2570 E-mail kankou@town.taiji.lg.jp ・北山村 産業建設課 〒647-1603 和歌山県東牟婁郡北山村大沼42 TEL 0735-49-2331 FAX 0735-49-2207 E-mail : k-hatajiri@vill.kitayama.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東牟婁地域の概況

東牟婁（ひがしむろ）地域は、紀伊半島の南端部に位置し、古くから歴史、風習や習慣、文化等あらゆる面について地域内交流が盛んである。当地域は、串本町、古座川町、那智勝浦町、太地町、北山村の4町1村を範囲とし、串本町商工会、古座川町商工会、南紀くろしお商工会、北山村商工会の4商工会が支援を行っている。

東牟婁地域は、「熊野」の名称で知られ、行政は、地域のさらなるブランド化を求め「熊野」を全国のみならず全世界に発信している。

その話題性も追い風となり、観光客の増加に繋がっていたものの、令和2年度前半より拡大した感染症流行の影響が大きく、観光客数全般において従前と比較して大きく下落している

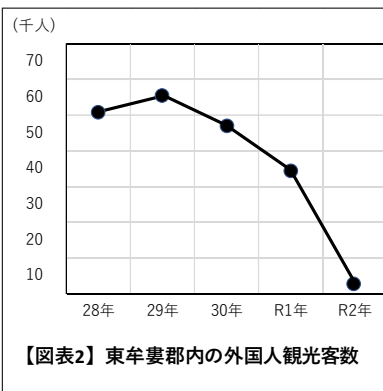
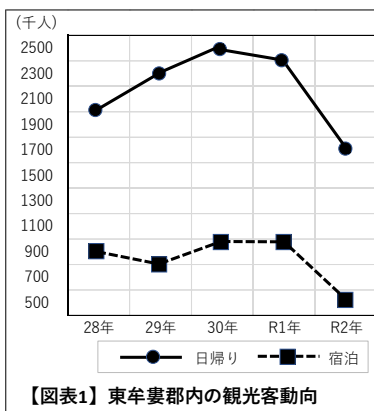
【図表1】。

また当地域は、地域資源を活用した「観光関連産業」や「地域特産品産業」が盛んであり、以前より当該産業により、地域内に資金循環を起し、地域の消費を喚起し「地域内消費関連産業」の成長を促してきた。

「観光関連産業」であるが、東牟婁地域は、大都市圏から遠く離れ、歴史的に有名な「熊野古道」のある地域として全国的に認知されており、地域に点在する観光スポットでは、多くの観光客を集めている。また世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の登録により、インバウンド観光客が増加していたが感染症流行の影響が大きく、令和2年より大幅に下落しており、事業継続のために大幅な方針転換を図る必要が生じている【図表2】。

しかしながら大都市圏から遠方であるために宿泊型観光が盛んであったが、ここ数年で高速道路が南進し、大阪からでも3時間程度で到達でき、日帰り観光や体験型観光などのニーズを持つ観光客も増加しつつある。また当地域に、日本初の民間ロケット発射場【スペースポート紀伊】の誘致が決定し、すでに建設に入っており、感染症流行の影響は大きいものの、観光客の増加要因となる要素は増加しつつある。

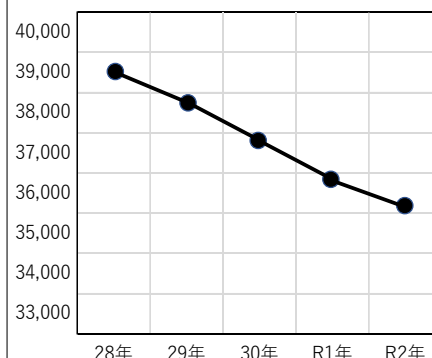
「地域特産品産業」であるが、当地域では、漁業、林業、農業特産品等が盛んであり、延縄の生まぐろ漁水揚げ日本一である勝浦漁港やくじら漁で有名な太地漁港、紀州材を産出する林業、「じゃばら」や「ぼんかん」などの産地が各所に点在している。



一方、当地域においても若者の都会への移動と全国平均を大幅に超える高齢化は激しく【図表3】、産業構造に打撃を与えるまでに至っている。また、10年前の平成23年、台風12号による紀伊半島大水害の影響により一時は、観光客の大幅減少に見舞われたが、官民一体とな

東牟婁地域	町村名	高齢人口比率(%)
	古座川町	52.6
	北山村	44.7
	串本町	45.4
	太地町	43.2
	那智勝浦町	42.1
和歌山県平均		32.4
全国平均		28.7

【図表3】R2東牟婁郡の高齢化率



【参考】東牟婁郡の人口推移

り復興を推し進めた結果、観光客も以前と同水準まで回復しつつあったが、自然災害の激甚化や感染症流行等の従来と比較して著しい事業環境の変化に合わせ柔軟な対応ができるよう、小規模事業者自身が、変化を転機と捉え、顧客ニーズや自社の強みに着目し、事業の再構築を図る必要性も高まっている。

②東牟婁地域内の小規模事業者の現状と課題

東牟婁地域内の小規模事業者の状況は以下（図表4）のとおりである。

【図表4】東牟婁郡内の商工業者数に対する小規模事業者数の割合

	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	227	124	733	378	592	134	2,188
小規模事業者数	224	119	640	350	543	122	1,998
小規模事業者比率	98.7%	96.0%	87.3%	92.6%	91.7%	91.0%	91.3%
業種別構成比	11.2%	6.0%	32.0%	17.5%	27.2%	6.1%	100.0%

※「太地町」「那智勝浦町」は、「南紀くろしお商工会」が管轄
（出典：H28 経済センサスより）

【図表4】に示すとおり東牟婁郡における商工業者数に対する小規模事業者数は91.3%を占めており、業種別構成比は【卸・小売】が32.0%、次いで【サービス業】が27.2%、【飲食宿泊】が17.5%という特徴のある地域である。

次いで、小規模事業の現状と課題をより具体的に明記するため、前頁、1. 東牟婁地域の概況で示したように、小規模事業者を「観光関連産業」、「地域特産品産業」「地域内消費関連産業」を構成する3つの事業所群（※）に分けて考えていきたい。

※事業所群を3つに区分した理由は、当地域の小規模事業者の現状と課題を明記するには、従来の業種区分より小規模事業者の主要となる顧客層で分けた方が分かりやすいためである。

1)「観光関連」事業所群

①「観光関連」事業所群の現状

東牟婁地域の観光関連産業を構成する「観光サービス事業所」、「飲食業」、「宿泊業」では、以前より観光拠点に依存した事業展開を行ってきた。総じて、設備更新などが遅れ、情報発信力に劣り、販路開拓力も受動的であったため、顧客の支持を失っている状況の中、小規模事業者の廃業や倒産が相次ぎ、それが更なるイメージ悪化を招いて悪循環を呈しているという現状である。また働き方改革や税制、食品衛生法等の制度改正がなされる中、対応に苦慮する事業者も数多い。特に令和2年前半より感染症流行の影響を大きく受け、事業の見直し、再構築を余儀なくされる小規模事業者も多数存在する。

しかし、顧客のレジャースタイルや観光ニーズをいち早く取り入れ、設備更新等を行っている事業所群や、カヌーやラフティング、スキューバダイビングなどアクティビティ提供型・体験型観光を行う事業所群においては、新たなリピーター観光客が増加している。

またプラス要因として、当地域の串本町に日本初の民間ロケット発射場【スペースポート紀伊】の誘致が決定し、すでに建設に入っており、地域経済、特に観光関連事業所群に大きな好影響をもたらすと期待されている。

②「観光関連」事業所群の課題

観光関連産業を構成する小規模事業所においては、この現状を打破するため、以下の課題を解決する必要がある。

- 顧客のレジャースタイルや観光ニーズの収集
- 観光拠点享受型からアクティビティ提供型・体験型への観光メニューの提案
- 地域観光拠点のネットワーク化による多彩な観光メニューの提案
- 全国的な情報発信力、(代理店等への)販路開拓力、経営収益力の強化
- 受動的な経営管理体制からの脱却と利用客へのホスピタリティの強化
- 個店の強みを最大限に活かした事業の継続力強化
- 創業やIターン、事業承継の促進による産業の新陳代謝の促進
- 働き方改革や税制改正、食品衛生法等の制度改正への早急な対応
- 感染症流行による事業環境変化への柔軟な対応
- DX化推進による事業の継続力と競争力の強化

2)「地域特産品」事業所群

①「地域特産品」事業所群の現状

東牟婁地域の地域特産品産業を構成する「農林水産業」、「製造加工業」、「小売業」等では、従来より、都会にある主要取引先に商材を提供し収益を得ていたが、この20年で社会経済環境の変化に伴い大きな影響を受けてきた。農業では、都会の必要とする産品のみならずスポットが当たり、林業では後継者不足と外材の輸入過多により大きな打撃を受け、漁業においては漁獲量制限等などの規制を受けている。また働き方改革や税制、食品衛生法等の制度改正がなされる中、対応に苦慮する事業者も数多い。特に観光客に土産物を販売する小売業においては、感染症流行の影響により観光客数が激減し、事業継続を図るために新たな販路の開拓や事業の見直し、再構築を余儀なくされる小規模事業者も多数存在する。

顧客ニーズの変化による需要の減退により、削りぶしなどの地域特産品の製造加工業も業容が悪化しており、以前のように東牟婁地域に資金を還流させる機能が減退してしまっている。

しかしながら、顧客のニーズを取り入れた事業所では、競争力のある新製品等を展開することにより収益増となっている事業所も増加しつつある。またプラス要因として、当地域の串本町に

日本初の民間ロケット発射場【スペースポート紀伊】の誘致が決定し、すでに建設に入っており、地域経済、特に観光関連事業所群への好影響と相まって地域特産品事業所群にも大きな好影響をもたらすと期待されている。

②「地域特産品」事業所群の課題

地域特産品産業を構成する小規模事業所においては、この現状を打破するため、以下の課題を解決する必要があるが生じている。

- 的確な顧客ニーズを把握、及び事業経営への反映
- 顧客ニーズに対応した地域資源活用型新商品・新サービスの開発
- 都会に存在する取引ニーズを念頭においた情報発信・販路開拓への取組み
- 地域資源活用商品を全国・全世界ブランドに育てるためのブラッシュアップ
- 個店の強みを最大限に活かした事業の継続力強化
- 創業やIターン、事業承継の促進による産業の新陳代謝の促進
- 働き方改革や税制改正、食品衛生法等の制度改正への早急な対応
- 感染症流行による事業環境変化への柔軟な対応
- DX化推進による事業の継続力と競争力の強化

3)「地域内消費関連」事業所群

①「地域内消費関連」事業所群の現状

東牟婁地域の消費関連産業を構成する「建設業」、「卸・小売業」、「消費・生活関連サービス業」等は、地域人口の減少や、地域内の資金還流の減少により力強さを失っており、これが事業経営者の高齢化による経営意欲の減退と相まって、情報発信力や販路開拓力の低下を招いている。さらに大手量販店等の大手資本が当地域にも進出してきており、域内資金還流を享受できない状況となっている。また働き方改革や税制、食品衛生法等の制度改正がなされる中、対応に苦慮する事業者も数多い。

しかしながら、新規に創業した事業所や後継者に世代交代した事業所では、果敢に販路開拓や情報発信、ネットワーク化を推し進め、経営を盛り立てている事業所も増えてきており、いわゆる新陳代謝が活発化しつつある。

②「地域内消費関連」事業所群の課題

地域特産品産業を構成する小規模事業所においては、この現状を打破するため、以下の課題を解決する必要があるが生じている。

- 地域内顧客のニーズを的確に把握し販売チャンスに結び付ける
- 小規模事業所経営者の経営発展意欲の喚起
- 事業所の強みを最大限生かした事業の継続力強化
- 大手量販店等の大規模店に負けない地域密着展開力の強化
- 情報発信力、販路開拓力などの個々の経営資源の強化
- 創業やIターン、事業承継の促進による産業の新陳代謝の促進
- 働き方改革や税制改正、食品衛生法等の制度改正への早急な対応
- 感染症流行による事業環境変化への柔軟な対応
- DX化推進による事業の継続力と競争力の強化

(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

東牟婁地域は、大都市圏から遠く離れており、風光明媚で自然豊かな観光資源や、豊富で質の高い地域資源に恵まれた地域である。この様な当地域のポテンシャルを考えると、熊野地域というブランドとしての知名度と産業の資源があり、これを活かした活性化を地域が一体となって進める必要がある。

また、このような画一された圏において地域経済活動の発展を図っていくには、①「地域外から資金を呼び込む力」と②「地域内で資金を循環させる力」が必要である。

「地域外から資金を呼び込む力」には、地域資源、観光資源という強みを最大限にPRし実際の来訪に繋げる必要がある。しかし感染症の流行により観光客、特に外国人観光客の誘致に支障をきたしており、従来のPR活動の強化に加え、戦略の再検討や新たなターゲットの創造が必要になる。また都市部の企業地方分散化の動きを機会と捉え、当地域の魅力と組み合わせた企業誘致も必要である。

また「地域内で資金を循環させる力」については、地域外から呼び込んだ資金を使える場所がなければ、せっかく呼び込んだ資金も還流せず経済波及効果が働かず効果が薄くなってしまう。そのため高齢化等の理由による廃業件数を減少させ、事業のブラッシュアップや地域資源及び観光資源の魅力と組み合わせ等により魅力度を増加させ事業承継、M&A等の促進により、必要な業種が途絶えてしまうことを防ぎ資金還流と止めない努力が必要となる。

それに加えて、人口減少や災害の激甚化、改正が相次ぐ各種法令への対応、感染症の流行等大きく変動する外部環境、それに合わせて変化する消費者のニーズに対応するように、小規模事業者自身のモチベーションアップや小規模の強みである小回り性を活かした変化が必要となる。

② 東牟婁郡内各町村の長期総合計画との連動性・整合性

■ 東牟婁郡内各町村の長期総合計画

東牟婁郡内各町村の長期総合計画から東牟婁郡各町村の長期的な産業施策及び観光振興策について要約する。

串本町は、黒潮の恵みを活かした水産業、風光明媚な自然を活かした観光業、本州最南端の温暖な気候を活かした農林業等の産業が盛んな地域である。産業の振興については、業種の垣根を越えた交流により新たな産業の育成や6次産業化を推進する計画である。また観光については、魅力的な観光資源、大阪からの紀勢道延伸、日本初の民間ロケット発射場という地域資源を活かした観光振興を図り、新たな魅力を国内外への発信を強化していく計画である。

古座川町は、清流「古座川」や天然記念物に指定されている奇石、岩峰など美しく豊かな自然環境をもつ地域である。主要産業の農業及び林業は低迷している状況であるが、農林漁業についてはニーズを捉えて、付加価値のある6次産業の育成をすすめる、また観光については、温泉等の既存観光の充実と体験型観光の拡充、SNS等による情報発信を強力に推し進めていく計画である。

那智勝浦町は、農林水産業・商工業を振興し、地域資源同士を組み合わせた観光振興により持続可能な循環型社会の実現と経済の活性化を図り、町の個性を生かした産業で雇用が生まれるまちづくりを推進する。観光振興は広い雇用に繋がるため基幹産業を支える取組として欠かせない。そのため（一社）那智勝浦観光機構を設立しマーケティングとプロモーション人材を配置し、国内外からの人の流れをつくり、観光による地方創生の実現を目指す。また、都市部にはない独自の魅力（自然環境、豊かな農産物・海産物、世界遺産や文化財等）を発信し、移住・定住、農林水産業の後継者確保・育成にも取り組む計画である。

太地町は、商工会等各種関係団体等と連携し効率経営や積極経営の意識づくりから経営基盤の

強化を図る。水産業と観光と工業の連携、6次産業化の推進により、地元密着型に加え町訪問者を対象とする商業活動拡大に努める。工業振興については、水産加工業と連携し、町ならではのふるさと産品・特産品を開発し製造業の育成・支援に努める。開発したふるさと産品を多様なチャンネルで販路拡大し、ブランド力を向上させ、商工業の後継者確保、育成に務める計画である。また地場産業との調和や自然環境保全にも考慮した企業誘致も検討する。

北山村は、全国唯一の飛び地の村で古くから林業で栄えてきた過疎化がすすむ村である。むらづくりのビジョン「自然と人が調和するじゃばらと筏の里・北山」を掲げて、豊かな自然を活かすむらづくりを推進する。施策の柱としては、農業、林業、商工業等の独自産業の強化と観光レクリエーション等の観光振興がある。今後は事業者や観光業者など育成や補助制度を確立し独自産業の強化に努め特産品「じゃばら」の生産・加工・販売の拡大、じゃばら農家や観光の柱である筏師の育成を行っていく。観光については基幹産業と位置づけ、核である「筏下り」に加え、季節性を問わないコンテンツを育成し、これらを大都市圏にPRし、関係人口の増加に取り組む計画である。

以上、東牟婁郡内各町村の長期計画には類似点が数多く、風光明媚な自然豊かな観光資源を活かした観光振興や地域の農林水産品を活かした特産物をPRするとともに、少子高齢化による商工観光業の衰退に歯止めをかけ、また都市圏からの企業誘致を推進するなど共通する部分も数多く、東牟婁地域の町村にとっての共通の課題を長期的に解決していく方針である。

■ 4 商工会のビジョンと郡内町村の長期計画との連動性・整合性

このように東牟婁地域の商工会のビジョンは、郡内町村の長期計画と連動し、大都市商圏から遠く離れた風光明媚で自然豊かな観光資源や、豊富で質の高い地域資源に恵まれた当地域のポテンシャルと熊野地域というブランドとしての知名度を活かした活性化を地域で一体となって推進し、特にこの商圏において地域経済活動の発展を図っていくには、上記【①10年程度の期間を見据えて】の項目のとおり①「地域外から資金を呼び込む力」と②「地域内で資金を循環させる力」を伸ばす必要があり、大きく変動する外部環境、それに合わせて変化する消費者のニーズに対応するように、小規模事業者自身のモチベーションアップや小規模の強みである小回り性を活かした変化への対応を郡内の商工会が一丸となり、郡内町村と連携しながら効果的に支援していく。

③商工会としての役割

東牟婁地域においては、各商工会は、地域の経営を含めた「よろず相談処（どころ）」として、地域の小規模事業者の経営に密着してアットホームな支援に取り組んできたものの、経営環境の変化は著しく、小規模事業者の抱える課題も多様化高度化しており、各商工会単独での支援も困難な事案も増加してきた。

このような状況に鑑み、平成26年に東牟婁地域の4商工会で東牟婁経営支援センターを発足させ、小規模事業者の多様化・高度化する課題に対し、各商工会に所属する指導員の持つ経営支援能力の共有と集中化により効率化・高度化を図り、解決に取り組むようになった。

東牟婁地域内の「観光関連産業」「地域特産品産業」「地域内消費関連産業」を構成する個々の事業所群の持つ特有の課題を、従来各商工会で蓄積してきた情報を共有し、各商工会のそれぞれの強みを結集し、丁寧なアプローチにより、高度化する課題を効率的に解決していく道筋をつけられるようになってきた。

東牟婁郡内の町村と私たち4商工会の長期的なビジョンを実現するために、共に連携し熊野地域一体として①「観光関連」事業所群、及び「地域特産品」事業所群に対し、個々の事業所の状況に応じた多面的な経営支援を実施し、「地域外から資金を呼び込む力」を発展させると同時に、②「地域内消費関連」事業所群に対し、これも個々の事業所の状況に応じた多面的な経営支援を

実施して、「地域内で資金を循環させる力」を育み、もって、地域経済の発展に貢献していく所存である。

(3) 経営発達支援事業の目標

前述の、①「地域外から資金を呼び込む力」と②「地域内で資金を循環させる力」を発展させるためには、①「観光関連産業」「地域特産品産業」そして②「地域内消費関連産業」を各々構成する小規模事業所群の持つ、個社の経営的な課題をきめ細かく解決していく必要がある。よって、私たち4商工会は一体となり、以下の目標を強力に推進していくこととする。

【目標の項目】

1) 「観光関連」事業所群の多面的展開への支援

既存観光資源だけではなく、外部環境変化に応じた多面的展開が重要となる。そのために地域内外の経済動向に応じた新たな販路開拓支援とD X推進による効果的な発信方法を検討し支援する。

2) 「地域特産品」事業所群の新たな販路開拓の支援

従来のターゲットに加え、有望なターゲット市場を創造し、豊富で質の高い地域特産品を磨き上げ、熊野地域というブランド知名度を活かした情報発信・販路開拓をD X化推進により強化する。

3) 「地域内消費関連」事業所群への事業の継続力強化支援

高齢化による事業承継問題と環境変化への対応として、情報提供、テイクアウト実施支援、制度改正への対応推進、D X化推進等により、事業の継続力強化に繋がる支援を実施する。

4) 激変する環境変化への迅速な対応と業務改善支援

激変する環境変化、ニーズの変化に対応した迅速かつ成功確率の高い事業の再構築支援、そのための事業計画策定支援、事業計画活用により独力でのP D C Aサイクル実施を支援する。

5) セーフティネット等による資金調達過多による資金繰り対策

激甚化する災害や感染症流行によって調達した資金について、経営状況のモニタリングによる事故の予防と事故が起きた場合の救済策を検討実施する。

6) 小規模事業者のD X推進支援

従来の支援能力はもとより、事業者D X推進に先駆けた経営指導員等の支援能力の革新により進化する事業者への対応力を強化する。

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) 「観光関連」事業所群の多面的展開への支援

激変する環境変化に対応するために、既存観光資源に依存した経営だけではなく、その時々
の外部環境に応じて、新たな市場の可能性を模索する必要性が生じている。そのために地域内外
の経済動向を分析し情報提供を行い、新たな販路開拓につながる支援とD X推進により、ター
ゲット市場へのより効果的な発信方法を検討していく。また種々の制度改正への迅速な対応を
支援し、事業の継続可能性を高めていく。

2) 「地域特産品」事業所群の新たな販路開拓の支援

自然災害の激甚化や感染症流行等による環境の変化やニーズの変化を事業機会と捉え、従
来のターゲットに加え、国内に限定しない有望なターゲット市場を創造し、豊富で質の高い
地域特産品を、熊野地域というブランド知名度を活かした情報発信に力を入れ販路開拓を支
援する。

また種々制度改正への対応やD X化を推進することにより経営資源の蓄積を支援し個店の
強みを最大限に活かし事業の継続力強化に繋げていく。

3) 「地域内消費関連」事業所群への事業の継続力強化の支援

地域の高齢化が進む中、地域内の事業者にも高齢化が進み事業承継の問題が発生する。事
業承継促進による消費機会減少の防衛、環境の変化やニーズの変化を事業機会と捉え、①事
業所群の変化への情報提供、②テイクアウト実施支援、③種々の制度改正への対応推進、④
D X化推進に向けた意識向上により、事業の継続力強化に繋がる支援を実施する。

4) 激変する環境変化への迅速な対応と業務改善支援

消費者ニーズの変化に加え自然災害や感染症の流行等、環境の急激な変化に対応するため、
財務分析・S W O T分析で得た分析データを、事業者と共有し迅速かつ成功確率の高い、事
業の再構築支援・事業計画策定支援・事業計画策定後の計画の実施支援・独力でのP D C A
サイクル実施を支援する。

また、I Tツール等デジタル化に向けた支援を行い、D Xの推進を図る。

5) セーフティネット等による資金調達過多による資金繰り対策

近年の自然災害の激甚化や感染症の流行により事業環境は著しい変化を起こし、かつ、非
常に厳しい状況が続いており、事業の継続を図るため、事業者はこれまで以上の資金調達を
余儀なくされた。今後の見通しは今なお不透明であり、事業者にとってさらに厳しい状況も
予測される。この資金調達が将来的なリスク要因となることを避けるため、日々の巡回等
により事業者の経営状況のモニタリングを行い、資金ショート等事故が起こらないよう多面的
に予防策を検討・講じるほか、事故が起きた場合でも、事業者がソフトランディングできる
よう救済策を検討・講じていく。

6) 小規模事業者のDX推進支援

経営環境の変化は激しく、特に近年の感染症の流行により、デジタル化が進んできている。これらの環境変化に対応するために、小規模事業者へのDX推進、ITリテラシーの向上等に対応していく必要がある。その為に、従来の支援能力はもとより職員のDX推進に向けたIT知識、ITスキルの向上を図り、定型業務の自動化、デジタルデータの活用、ECサイト構築等DX推進にむけたデジタル化支援を図っていき、今後の事業の発展に繋げていく。

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】

地域内の経済動向調査については、「中小企業景況調査」・「景気動向調査」・「経済情報」の調査において地域内4商工会間で共有し、小規模事業者に情報の伝達など一定の成果があったが、広く周知するまでにはいかなかった。また、ビッグデータを活用した経済動向分析とそれに伴う小規模事業者支援を実施していない。

【課題】

ビッグデータ等を活用した専門的な分析ができていなかったため、経済動向や各種データの収集方法を改善し、分析結果を4商工会間で共有し、商工会HPに掲載し、広く周知して小規模事業者支援や地域経済活性化に活かしていく。

(2) 目標

	公表方法	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②中小企業景況調査分析の公表回数	HP掲載	—	4回	4回	4回	4回	4回
③景気動向調査分析の公表回数	HP掲載	—	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）

当地域内において本当に稼げる産業や事業者に対して、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。

【分析方法】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。

【調査方法】・「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」→産業の現状等の分析
- ⇒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中小企業景況調査分析

管内の中小企業等の景気や設備投資の状況を把握するため、また近年では、感染症や災害などで経営環境に生じる変化を把握のために和歌山県商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」の分析を4商工会で行い、HPで公表する。

【調査対象】管内小規模事業者（製造業・建設業・小売業・サービス業）

【活用項目】業況判断DI、売上額DI、採算DI、資金繰りDI、借入難易度DI、従業員過不足DI、生産設備過不足DI

【分析方法】地域経済動向について、上記の調査から情報収集を行い、4半期ごとに分析し、4商工会HPで公表する。

③景気動向調査分析

管内の小規模事業者の景気等の状況を把握するため、また近年の変化する経営環境で事業者の財務基盤に生じる変化の分析を行うために和歌山社会経済研究所が実施している「景気動向調査」の分析を4商工会で行い、HPで公表する。

【調査対象】管内事業者（建設業・製造業・商業・サービス業）

【活用項目】業況BSI、売上高BSI、収益BSI、受注高BSI、仕入価格BSI、販売価格BSI、在庫BSI、設備投資マインド、資金繰り

【分析方法】地域経済動向について、上記の調査から情報収集を行い、4半期ごとに分析し、4商工会HPで公表する。

（４）成果の活用

これらの分析結果は、以下のように活用する。

- ①商工会HP等での公表を行い、事業所に広く周知する。
- ②小規模事業者の事業計画策定のための基礎資料として活用する。
- ③地域経済動向を的確に把握し、小規模事業者支援や地域経済活性化への取組みの推進につなげる。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】

地域の経済動向調査と同様、補助金申請や経営革新の申請等、その都度、必要に応じた調査資料の収集と提供は行ってきた。また、伴走型小規模事業者支援事業で参加した各展示会や物産展においてアンケート式での需要動向調査を実施し、各小規模事業者に一定のフィードバックをしてきた。

【課題】

フィードバックした調査項目が、その後の新製品開発や新市場での顧客獲得には効果的でなかった為、近年大きく変化した事業環境に合わせた、調査項目等に改善し実施する必要がある。

(2) 目標

内 容	支援事業者数	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①商談会(B to B)における個社のアンケート調査支援事業者数	串本町	2	2	3	3	4	4
	古座川町	2	2	2	2	3	3
	南紀くろしお	2	2	3	3	4	4
	北山村	1	1	2	2	3	3
	合 計	7	7	10	10	14	14

内 容	支援事業者数	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
②物産展(B to C)における個社のアンケート調査支援事業者数	串本町	3	3	3	4	4	5
	古座川町	2	2	3	3	3	4
	南紀くろしお	3	3	3	4	4	5
	北山村	1	1	1	2	2	3
	合 計	9	9	10	13	13	17

(3) 事業内容

《商談会・物産展等における個社のアンケート調査》

じゃばら・柚子・ポンカンの農産物加工品、マグロ等の水産加工品に代表される「地域特産品」事業者が販路拡大のため物産展や商談会に出展する際に、当該個社の需要動向調査として、消費者やバイヤーにアンケート調査を実施する。

①商談会(B to B)における個社のアンケート調査

商談会において、じゃばら・柚子・ポンカンの農産物加工品、マグロ等の水産加工品に代表される「地域特産品」について試食・試飲してもらい、商品評価についてアンケートに記入してもらう。

なお、価格、内容量、パッケージ等については、配布するサンプル商品を見てもらい、アンケートに記入してもらう。

《B to B アンケート調査概要》

アンケート対象者 : 商談会の当社ブースに来場したバイヤー等

アンケート項目 : 品質、内容量、価格(下代)、パッケージ、取引ロット、満足度等

アンケート配布回収 : 当社ブースにて配布、当社ブース内のアンケートBOXで回収

アンケート設問方式 : 選択肢方式

アンケート回収数 : 20人(1調査対象商品あたり)

②物産展(B to C)における個社のアンケート調査

物産展において、じゃばら・柚子・ポンカンの農産物加工品、マグロ等の水産加工品に代表される「地域特産品」について、販促も兼ねて試食・試飲してもらい、商品評価についてアンケートに記入してもらう。

なお、価格、内容量、パッケージ等については、販売用商品を見ていただき、アンケートに記入してもらう。

《BtoCアンケート調査概要》

アンケート対象者：物産展で試食いただいた消費者

アンケート項目：品質、内容量、価格、パッケージ、満足度等

アンケート配布回収：当社販売ブース付近にて試食用サンプルとともに配布回収

アンケート設問方式：選択肢方式

アンケート回収数：20人(1調査対象商品あたり)

【調査・分析の手段と手法】

販路拡大に取り組む「地域特産品」事業所に「商談会・物産展等における個社アンケート調査」の実施支援を行う。

収集した情報等は、整理・分析を行い、当該小規模事業者提供とする。

(成果の活用)

1)商談会(BtoB)における個社のアンケート調査、2)物産展(BtoC)における個社のアンケート調査の分析結果について、下記のとおり当該事業者の支援に活用する。

- ① 販路開拓に活用する。
- ② 新商品開発、既存商品のブラッシュアップに活用する。
- ③ 事業計画策定時の資料として活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

以前の分析では、小規模事業者の思いや経営の本質の情報収集を行い、事業者が抱える経営課題の把握と支援を行ってきた。しかしながら、近年の災害や感染症など想定外の経営環境変化に対応できる支援が望ましい。

【課題】

今後の小規模事業者支援には、事業者の変化する経営環境に対応するため、より細部に渡る分析を行い、リアルタイムでの情報の共有し、迅速に課題解決に繋がる支援を行うことが必要である。

(2) 目標

経営分析件数

経営分析件数	現 状	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度	8 年度
串本町	1 8	2 2	2 4	2 6	2 6	2 6
古座川町	6	1 0	1 2	1 4	1 4	1 4
南紀くろしお	2 8	3 2	3 4	3 6	3 6	3 6
北山村	1	3	4	4	4	4
合 計	5 3	6 7	7 4	8 0	8 0	8 0

(3) 事業内容

【調査を行う手段】

4 商工会での窓口相談と日常巡回を通じて、

- ◆経営に前向きで、なんとか改善に結び付けたい小規模事業者
- ◆経営に問題点を有するが、どう改善したらよいかわからない小規模事業者
- ◆問題点に気付いていないが、このままでは経営が悪化すると推察される小規模事業者

これらを支援対象事業所として掘り起こし、小規模事業者の同意を得て、細やかで傾聴的なヒアリングを、その事業所の状況に応じ1回～複数回に渡り実施し、詳細な情報収集に努める。

【分析を実施する方法】

小規模事業者の事業を総合的に検証するため財務分析及びS W O T分析を実施する。

① 財務分析

3期分の決算書を元に財務分析し、分析した結果は中小企業の財務指標を活用し全国の同業者との比較や、グラフ化するなど、経営者に自社の経営状況が分かりやすいよう工夫し、情報提供に努める。

(財務分析項目)

- ・収益性分析 経営資本対営業利益率(%)、売上高対営業利益率(%)等
- ・安全性分析 総資本対自己資本比率(%)、自己資本対固定資産比率(%)
流動比率(%)等
- ・効率性分析 経営資本回転率(回)、自己資本回転率(回)、
売上債権回転率(回)等
- ・生産性分析 従業員一人当たりの年間売上高(円)、
従業員一人当たりの付加価値額(円)等
- ・成長性分析 総資本増加率(%)、売上高増加率(%)、
営業利益増加率(%)等
- ・損益分岐点分析 損益分岐点、安全余裕率

② S W O T分析

ヒアリングした項目と、商工会が調査する経済動向・需要動向調査により、小規模事業者の保有する技術やノウハウ等の無形資産・知的資産・人的資産などの経営資源や、業界動向・経済動向などの外部環境を分析し、小規模事業者の置かれている現状と、経営者の今後の意思決定に必要な自身が気づいていない強みの掘り起こしに重点を置いたS W O T分析を行う。

【分析項目について】

- | | |
|--------|---|
| 「内部環境」 | ヒト：経営者、後継者、従業員、組織体制、経営者及び従業員の
I Tリテラシー等
モノ：商品・製品、価格、機械設備、I T化等
カネ：収益性、効率性、安全性、成長性、C F等
情報：ノウハウ、知的財産、情報収集力、情報のデジタル化、H P等 |
| 「外部環境」 | マクロ的要素：自然環境、社会環境、産業構造等
ミクロ的要素：需要状況、顧客動向、競合動向、製品関連技術、原材料市場と供給業者の動向等 |

(4) 成果の活用

経営状況の分析結果は、以下のように活用する。

① 小規模事業者へのフィードバック

小規模事業者の経営に対する問題点と今後の課題を、わかりやすく明示し、フィードバックすることで、自身の事業を改めて把握していただく。

② 事業計画策定時の資料

小規模事業者への分析結果の提供を通じた信頼関係の構築により、事業計画策定の意義と重要性を理解してもらい、事業計画策定支援に結び付けた際の資料として活用する。

③ 経営指導員が当該小規模事業者を支援する際の資料

事業者から得られたデータを定性的・定量的の両側面から分析し、問題点と課題を明確にした「小規模事業者支援カルテ」を作成し、当該小規模事業者を支援する者が共有化して活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

今までの事業計画策定支援については、主に経営革新認定のための申請や、補助金の申請手続きに必要な事業計画策定の支援にとどまっており、小規模事業者の自主的な経営推進への支援、デジタル化推進には弱さを残している。

【課題】

今までも実施しているものの、小規模事業者にとって事業計画策定に対する重要性や認知度が低い現状がある。事業計画策定の重要性を浸透させるセミナーの開催、周知方法などを改善し経営力の向上に繋がる事業計画策定支援を実施していく。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者、創業予定者に対し、事業計画策定の重要性を周知すると共に、中小企業診断士等の専門家と連携し、地域経済動向調査、経営分析結果及び需要動向調査を踏まえ、商工会からの巡回指導を中心とした積極的な提案による需要を見据えた事業計画を策定する。又、デジタル化に向けたセミナーを事業計画策定前に行い小規模事業者等の事業の持続的発展を図る。

(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	—	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③創業セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	53者	60者	67者	73者	73者	73者
串本町	18者	20者	22者	24者	24者	24者
古座川町	6者	8者	10者	12者	12者	12者
南紀くろしお	28者	30者	32者	34者	34者	34者
北山村	1者	2者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

①「DX推進に関するセミナー」の開催

DXに関する意識の向上及び、基礎知識の習得、ITツールの活用事例や、SNSを利用した情報発信方法・ECサイトの構築、利用方法等を中小企業診断士、ITコーディネーター等の専門家を講師として、デジタル化推進に関するセミナーを開催する。

支援対象：経営分析を行った小規模事業者、DXに興味を示す事業者等

募集方法：各商工会HP、SNS、新聞折り込み、広報等を活用して周知を行う。

参加者数目標：15名/1回

セミナーを受講した事業者に対して、フォローアップを行い必要に応じてIT専門家派遣を行う。

②「事業計画策定セミナー」

事業計画策定の重要性や意義、認知度の向上、事業計画策定の活用事例（持続化補助金、事業再構築補助金等）を中小企業診断士等の専門家を講師として事業計画策定セミナーを開催する。

支援対象：経営分析を行った小規模事業者・補助金申請を行う事業者

募集方法：各商工会HP、SNS、新聞折り込み、広報等を活用して周知を行う。

参加者数目標：12名/1回

③「創業セミナー」

参加創業予定者に対し、創業時の基礎知識、事業計画策定の重要性等を解説し、創業予定者の不安の緩和、知識の習得を中小企業診断士等の専門家を講師として創業セミナーを開催する。

支援対象：創業予定者、事業承継予定者

募集方法：各商工会HP、SNS、新聞折り込み、広報等を活用して周知を行う。

参加者数目標：15名/1回

- ☐ ②及び③で掘り起こした小規模事業者、創業予定者に対し、経営に関する最大複数回の面談を実施して、「実際の経営に役立つ事業計画」の策定支援を行っていく。
- ☐ 小規模事業者、創業予定者が自ら経営計画を策定するという本来の姿を意識し、断定的な支援は極力行わず、小規模事業者が自ら気づき、書き出せるようなコーチング手法を活用した支援を行っていく。
- ☐ デジタル専門家派遣や専門家派遣等を活用して、小規模事業者、創業予定者が策定した事業計画を専門家に見てもらうことで、精度の高い事業計画の策定を行う。

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】

これまでも実施しているが、不定期に行っており事業計画の進捗等フォローアップがうまく出来ていない。

【課題】

これまでも実施しているものの、不定期であり、売上等の成果指標についても事業者との共有が不十分であった。現状の改善をして、計画の進捗状況に応じたフォローアップを行う。

（２）支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象にし、事業計画進捗度の確認を行い、売上・利益の経営指標を把握し、継続的に支援できる仕組みを構築する。進捗状況に合わせて訪問回数の増減を行い、フォローアップ頻度の調整をする。

（３）目標

フォローアップ 事業者数	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	５３者	６０者	６７者	７３者	７３者	７３者
頻度（延回数）	－	２４０ 回	２６８ 回	２９２ 回	２９２ 回	２９２ 回
売上増加事業者数	－	２０者	２２者	３６者	３６者	４８者
利益率１％以上 増加事業者数	－	２０者	２２者	３６者	３６者	４８者

（４）事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、担当職員を設定しフォローアップを実施する。フォローアップ頻度については、３ヶ月に１回（四半期毎）の訪問を基本とするが、状況に合わせて訪問頻度を増減し対応を図る。また、事業者からの相談、申出等がある場合は臨機応変に対応し、事業計画が、「絵に描いた餅」とならぬよう、定期的かつ継続的なフォローアップを行う。

- ① 小規模事業者がどの位置にあるか確認作業を行い伴走型で支援する。
- ② 計画と実績に大きな乖離が生じた場合は要因分析を行い、どうして計画通りにいかなかったのか、どうすれば計画の進捗が叶うのかを、小規模事業者と一緒に考え、専門家派遣等を活用して随時計画の見直し、原因分析を行い、対策を講じる。

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】

県商工会連合会等が行う物産展、商談会への出展等の一律的な情報提供のほか、販路開拓度に応じた個店の支援を実施し、成約や販路開拓に対する心理的垣根の解消等、一定の評価が得られたものの、業種や支援者数が限られてしまうため、選定方法に検討が必要である。

また、コロナ禍において小規模事業者のオンラインによる販路開拓等への関心もより高まっているが、「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いないのが現状である。

【課題】

事業者により、展示会・商談会に向くもの、物産展に向くものがあるため、その選別をする必要がある。

また、今後の新たな販路開拓にはD X推進が必要であることを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者の販路開拓度（販路開拓の進展度）は、各々の事業所によりさまざまである。「販路開拓をしたいが経験が無いケース」、「既に物産展参加など販路開拓はしつつあるが未だ成果があがっていないケース」、そして「より販路開拓での成果として顧客ニーズを掴んだがこれを活かしていないケース」などが存在する。

当事業においては、各々の小規模事業者の販路開拓における進展度を３段階に分け、各々が必要とする需要開拓に関するニーズを検討し、適切なメニュー提供を通じて、新たな需要の開拓を可能としていくものである。

また、特に感染症の流行による急激な環境変化に対応するため、小規模事業者の販路開拓の進展度に応じた自社H PやS N Sの活用、E コマースへの取組等、I Tツールの利活用の推進・支援を図り、小規模事業者がD Xへ取組む必要性の意識向上の後押しをする。

◆小規模事業者の販路開拓度に応じた具体的な個社支援イメージ

販路開拓度	ステージ別支援の考え方	支援内容
ステージ1 ：初期段階	販路開拓の重要性を啓発し、商談会や物産展等への参加を促していく。参加事業者への情報提供を通じ、事前準備を支援し、参加後はアンケートを収集し、フォローアップに努め、販路開拓への心理的垣根を取り払っていく。 また販路開拓先に自社の情報を継続的に提供するためD Xに向けI Tツールを活用した初歩的な情報提供の実施支援を行っていく。	① 販路開拓支援セミナー ② 商談会での商談支援 ③ 域内外物産展参加支援 ④ 自社H P立ち上げ、S N S活用支援 ⑤ マスコミP R支援
ステージ2 ：成長段階	物産展参加数、商談件数、マスコミへのP R件数、それに続く、売上実績額等の集計を通じ、個々の事業者の成長を明確にトレースし、常に事業の振り返りを行いつつ、更なる販路開拓の進展に向けた伴走型支援を行う。 また、自社H PやS N Sの活用度をアップさせ情報提供力の向上を図ったり、E コマースへのエントリーを促し、実際の販売チャンスを提供する等の支援を行う。	① 販路開拓支援セミナー ② 商談会での商談支援 ③ 域内外物産展参加支援 ④ 自社H P、S N S活用度アップ支援 ⑤ 「ニッポンセレクト.com」等出店支援登録推奨 ⑥ マスコミP R支援
ステージ3 ：高度化段階	自社の商品を、真に「売れる」商品に育て、販路開拓上での成果を上げるために、バイヤーと小規模事業者との双方向での意見交換を促すなど、商談等の仲介支援を行う。 また、D Xの確立に向け自社H PやS N Sの双方向型情報交流の実現を支援し、E コマースでの販売金額アップを図る。	① 商談会での商談支援 ② 域内外物産展参加支援 ③ 自社H PやS N Sの双方向型情報交流支援 ④ E コマース収益力向上支援 ⑤ マスコミP R支援

(当事業の支援対象)

販路拡大と情報提供先拡大を増やす意欲を示した「地域特産品関連」に携わる小規模事業者

(効果的な取組となるような工夫改善)

◆ 小規模事業者の販路開拓度に応じた3段階の支援

当事業においては、過去の販路開拓支援での反省を鑑み、地域小規模事業者各々の販路開拓における進展度を3段階に分け、各々が必要とする需要開拓に関するニーズを検討し、適切なメニュー提供を通じて、販路開拓度に応じたきめ細かい販路開拓支援を実施し、「地域ブランド商品」の販売事業者数ならびに販売金額の向上を図る事で、実際に新たな需要の開拓に寄与するものです。

◆ 企業プロデュースの受付

個々の小規模事業者の支援カルテ内に、事業所毎の販路開拓度並びに支援内容がわかる「販

売促進シート」を作り、効果的かつ無駄のない新たな需要開拓支援を実施する。

【支援カルテ内容、販売促進シートの内容】

- ・販路開拓度（ステージ１～ステージ３）の状況
- ・小規模事業者の販路開拓に対する希望、意向
- ・小規模事業者（もしくはそのご家族、従業員）のＩＴリテラシー
- ・販路開拓において取り扱う商品・サービスの特徴
- ・過去からの販売促進支援履歴
- ・販売促進に関する小規模事業者が抱える問題点と課題
- ・具体的な支援内容（下記（４）事業内容 １）～６））の明記

◆ ＦＣＰ展示会・商談会シート事前制作

農林水産省による「ＦＣＰ展示会・商談会シート」の事前記載を通じ、商談において売り込むべき品目についての長所・売り込みポイント等のブラッシュアップを図る。

（３）目標

	現状	４年度	５年度	６年度	７年度	８年度
販路開拓セミナー受講者数	１８名	２０名	２０名	２５名	２５名	３０名
商談会支援事業者数	４者	６者	６者	８者	８者	９者
商談成立件数/者	１件	２件	２件	３件	３件	４件
物産展支援事業者数	８	１０	１２	１５	１５	１５
売上額/者	３万円	５万円	８万円	１０万円	１０万円	１０万円
自社ＨＰ、ＳＮＳ活用事業者数	４者	６者	８者	１０者	１０者	１０者
売上増加率/者	－	５％	８％	１０％	１０％	１０％
Ｅコマース活用事業者数	４者	６者	８者	１０者	１０者	１０者
売上増加率/者	－	５％	８％	１０％	１０％	１０％
マスコミへのＰＲ支援事業者数	４者	６者	８者	１０者	１０者	１０者

（４）事業内容

１）販路開拓支援セミナー

販路開拓の重要性や広域への顧客獲得で重要な点、また、商圈にとらわれない販売方法や新たな広報手段、販路開拓先を広げる方法などをわかりやすく説明するセミナーを開催する。

① 支援対象小規模事業者

ステージ１（初期段階）の小規模事業者

ステージ２（成長段階）の小規模事業者

② 支援内容のステージ別目的

- ステージ1（初期段階）の小規模事業者には、販路開拓の事業経営上の重要性を説き、商談会参加等やIT活用等に関する心理的障壁を取り払う。
- ステージ2（成長段階）の小規模事業者には、商談会等での成約実績向上のやり方やITツールの実践力向上についての情報を提供する。

2) 商談会での商談支援

和歌山県、（公財）わかやま産業振興財団、和歌山県商工会連合会が実施する商談会やその他の食品関連の商談会等（例、日本政策金融公庫主催アグリフードEXPO、国際食品・飲料展FOODEX JAPAN、フードストア ソリューションズ フェア、ツーリズムEXPO）への参加を促し、百貨店・高級スーパー等のバイヤーとの商談を支援する。

※参加を予定している展示商談会

・フードストア ソリューションズ フェア

概要 9月にインテックス大阪で開催される食品関係の展示商談会

主催 日本食料新聞社関西支社

対象者 食品メーカー、地域の食品・農産品の生産者等

規模 2日間開催 来場者数7,886人（令和2年度）

・ツーリズムEXPO

概要 11月に開催される旅行に関する展示商談会

主催 日本観光振興協会、日本旅行業協会、日本政府観光局

対象者 観光関連事業者、自治体等

規模 4日間開催 来場者数151,099人（令和1年度、大阪開催）

・わかやま産品商談会

概要 1月（大阪）、9月（和歌山）に開催される展示商談会

主催 和歌山県（1月）、わかやま産業振興財団（9月）

対象者 自社で食品等を生産又は加工する和歌山県内の事業者

規模 1日開催 来場者630名（大阪）、309名（和歌山）※令和1年度

事前準備としての農林水産省による「FCP展示会・商談会シート」の記載や販促媒体の制作、各々の商談時に生じる具体的課題解決のための対応を通じ、販路開拓度に応じた支援を実施する。

① 支援対象小規模事業者

ステージ1（初期段階）の小規模事業者

ステージ2（成長段階）の小規模事業者

ステージ3（高度化段階）の小規模事業者

② 支援内容のステージ別目的

- ステージ1（初期段階）の小規模事業者には、参加事業者への情報提供を通じ、事前準備を支援し、参加後はアンケートを収集し、フォローアップに努め、さらには、商談会販路開拓への心理的垣根を取り払っていく。
- ステージ2（成長段階）の小規模事業者には、個々の事業者の商談会参加実績、成約実績等の成長を明確にトレースし、常に事業の振り返りを行いつつ、更なる販路開拓の進展に向けた提案を行っていく
- ステージ3（高度化段階）の小規模事業者には、自社の商品を、真に「売れる」商品に育て、販路開拓上での成果を上げるために、商談時に経営指導員が、バイヤーと小

規模事業者との双方向での意見交換を促すなど、商談の仲介支援を行う。

3) 域内外物産展への参加・展開支援

全国商工会連合会や和歌山県商工会連合会が主催する物産展への小規模事業者の参加を促し、参加希望者には出展にあたっての準備等の支援を行い、知名度の向上及び売上の向上を図る。和歌山県太地町の「道の駅たいじ」（域内）や和歌山県かつらぎ町の「道の駅かつらぎ西」（域外）に物産展を開催し、地域内外の消費者への販売を通じ、支援環境づくりも積極的に行う。

※4 商工会で開催する物産展

- ・東牟婁フェア in 道の駅たいじ（仮称）
概要 10月「道の駅たいじ」で開催する域内物産展
対象者 食品等を生産又は加工する4商工会管轄区域内の事業者
規模 1日間開催 来場者 約300名
- ・東牟婁フェア in 道の駅かつらぎ西（仮称）
概要 11月「道の駅かつらぎ西」で開催する域外物産展
対象者 食品等を生産又は加工する4商工会管轄区域内の事業者
規模 1日間開催 来場者 約500名

① 支援対象小規模事業者

ステージ1～3の小規模事業者

② 支援内容の共通目的

- ☐ 物産展で扱う商品の知名度向上やブランド化、及び売上の向上を図ること
- ☐ 物産展に来客されるお客様との対話を通じ、売る喜びを感じてもらうこと
- ☐ 商品についてのお客様の要望を収集することにより、商品改善の糸口とすること

4) 自社HP、自社SNSを活用した支援

自社HPや自社SNSといったIT情報提供ツールを活用し、顧客や販売先企業に対し、商品の良さのアピールや日々の経営活動、経営者の思いなど、こちら側の顔が見える情報提供を始めとし、双方向型情報交流にまで至る情報提供支援を実施し、販路拡大をIT面から支援する。

① 支援対象小規模事業者

ステージ1（初期段階）の小規模事業者
ステージ2（成長段階）の小規模事業者
ステージ3（高度化段階）の小規模事業者

② 支援内容のステージ別目的

- ☐ ステージ1（初期段階）の小規模事業者には、全国商工会連合会の事業所HP作成サービスである「グーペ」を活用した簡易的な自社HPの作成支援、Facebookなど簡易な自社SNSの立ち上げ支援を行い、その活用を促すこと。
- ☐ ステージ2（成長段階）の小規模事業者には、自社HPの更新頻度の向上や自社SNSの閲覧数上昇など、その活用度をアップさせ情報提供力の向上を図るための支援を行うこと。
- ☐ ステージ3（高度化段階）の小規模事業者には、自社HPや自社SNSでの双方向型

情報交流システム（コメントや質問・問い合わせ）などの機能を充実させ、顧客ニーズの収集についての仕組みを稼働させること

5) Eコマースを活用した支援

全国商工会連合会の公式ショッピングサイト「ニッポンセレクト.COM」や和歌山県が運営する「おいしく食べて和歌山モール」への登録を促し、Eコマースを新たな需要開拓のひとつとして小規模事業者を提供する。また、外部専門家等を招聘し、自社独自運営でEコマース店舗の立ち上げ支援を実施し、販売金額の向上を図る

① 支援対象小規模事業者

ステージ2（成長段階）の小規模事業者

ステージ3（高度化段階）の小規模事業者

② 支援内容のステージ別目的

- ☐ ステージ2（成長段階）の小規模事業者には、行政が支援するEコマースHPへの出店を通じ、新たな需要開拓のひとつとしての認識を得てもらうこと。
- ☐ ステージ3（高度化段階）の小規模事業者には、自社独自運営でのEコマース店舗の立ち上げ支援を通じ、販路開拓により売上の拡大、商品ブランド力の向上を図ってもらうこと。

6) マスコミへのPR支援

個々の商工会が実施する域内物産展などのイベント情報、地域ブランド製品としての商品紹介などについて、地元各新聞社、及びテレビ局等に頻繁に情報提供を行うことにより、全国誌への記事紹介等に結び付ける。

① 支援対象小規模事業者

ステージ1～3の小規模事業者

② 支援内容の共通目的

- ☐ パブリシティとしての公共性を活用し、小規模事業者としての信用力を填補し、もって、実際に顧客の目に触れる機会を多くすることで、域内物産展等での売上向上を図り、また、地域ブランドとしての地位を確立すること。

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事業の実施状況及び成果について、事業評価会議を年1回開催し、検証・評価・見直しを行っている。

【課題】

事業評価会議で提案された改善案を、事業に取り組んでいるが、徹底されていない。

P D C Aサイクルの定着に至っておらず、検証・評価・見直しがスムーズに出来る「仕組みづくり」が課題である。

(2) 事業の内容

下記の仕組みにより、経営発達支援事業のP D C Aサイクルを定着させる。

- ① 毎年度、事業の実施状況及び成果について、町村担当者各1名、法定経営指導員、外部有識者1名（中小企業診断士を想定）で構成する「事業評価会議」を開催し、検証・評価・見直しを行う。
- ② 結果については、広域商工会東牟婁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。
- ③ 検証・評価・見直し内容については、

串本町商工会ホームページ	(http://kushimoto-shokokai.com)
古座川町商工会ホームページ	(http://www.kozagawa-field.net/index.htm)
南紀くろしお商工会ホームページ	(http://www.mikumano.or.jp/)
北山村商工会ホームページ	(https://r.goope.jp/srb-30-58/)
各商工会のホームページに掲載公表（年1回）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】

経営指導員等職員の、経験年数にばらつきが出てきており、これに伴い支援能力の差が生じてきている。又I Tスキル等にもばらつきが出てきており個人差が生じる。

【課題】

これらを踏まえて、支援能力に関する個人差の緩和、DX推進にむけた職員全体のI Tスキル、I T知識の向上等の課題がある。

(2) 事業内容

ア) 各研修会への参加	経営指導員のみならず職員全体の支援能力向上のため、中小企業庁や和歌山県商工会連合会、和歌山県等が主催する「経営指導員研修」、「職員研修会」等に職員を計画的に派遣する。
イ) D X推進対応にむけた研修会への参加による、I Tスキル・リテラシーの向上と内外への効果的アウトプット	重要度の高い課題であるD X推進対応にむけて、経営指導員のみならず職員全体のI Tスキル、I Tリテラシーの向上、事業者に合わせてD X関連の相談や指導を実現させる為、D X推進に係る相談・指導能力向上に繋がる下記①～③のセミナー等へ積極的に参加し、職員全体が効果的なアウトプットを行えるように努めるものとする。 ①業務効率化等の内側にむけた取組み (定型業務の自動化、クラウド型会計ソフト、I Tツール、テレワークの導入、補助金や税務申告等の電子申請、セキュリティ対策等) ②需要開拓等外側(販路開拓等に繋がる)にむけた取組み (ホームページやS N Sを活用した自社P Rや情報発信方法、E Cサイトの構築と活用、オンライン商談会・展示会等) ③その他の取組み (Z O O M等活用した経営指導の方法等)
ウ) W E Bセミナー	E ラーニング「経営指導員等W E B研修」において、経済学・経済政策、財務・会計、企業経営理論、運営管理、経営法務、経営情報システム、中小企業経営・中小企業施策等の知識を習得する。
エ) O J T	ベテラン経営指導員が若手経営指導員にO J Tを行い、支援ノウハウの移行を重視する。
オ) 専門家派遣事業	・各種専門家派遣制度、デジタル専門家派遣制度を活用して、専門家に同行し専門家が用いる支援スキルを学ぶ。

【共有のしくみ】

- ・全国商工会連合会のクラウド型システム「商工会基幹システム」、「B i z ミル」において事業所データや支援内容、支援経過のデータを継続して入力し共有する(以前から同システムを利用しているが、経営発達支援事業の観点から伴走状況がよく分かるよう整理する)。
- ・経営指導員のみならず全職員参加型のミーティングを開催し、I Tツールの活用方法や経営状況の分析結果、事業計画の作成状況・実施状況など経営発達事業の実行状況の伝達、意見交換等を行い職員全体の支援能力向上を図る。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



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、4 商工会の管轄地域が広域的であり実務的対応が困難なため 2 名の配置を行うものとする。

(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

〒649-3503 和歌山県東牟婁郡串本町串本 2 4 1 0 番地
串本町商工会
TEL : 0735-62-0044/FAX : 0735-62-1285
E-mail : kusimoto@w-shokokai.or.jp

〒649-4104 和歌山県東牟婁郡古座川町高池 7 1 5 番地の 1
古座川町商工会
TEL : 0735-72-3110/FAX : 0735-72-0175
E-mail : kozagawa@w-shokokai.or.jp

〒649-5335 和歌山県東牟婁郡那智勝浦町築地 8 丁目 5 番地 1
南紀くろしお商工会
TEL : 0735-52-1089/FAX : 0735-52-5423
E-mail : info@mikumano.or.jp

〒647-1604 和歌山県東牟婁郡北山村下尾井 3 4 0 番地
北山村商工会
TEL : 0735-49-2119/FAX : 0735-49-2337
E-mail : kitayama@w-shokokai.or.jp

②関係市町村

〒649-3592 和歌山県東牟婁郡串本町サンゴ台 6 9 0 番地 5
串本町 産業課
TEL : 0735-62-0557 (商工観光グループ) /FAX : 0735-62-6970
E-mail : sangyou@town.kushimoto.lg.jp

〒649-4104 和歌山県東牟婁郡古座川町高池 6 7 3 番の 2
古座川町 地域振興課
TEL : 0735-72-0180/FAX : 0735-72-1858
E-mail : info@town.kozagawa.lg.jp

〒649-5392 和歌山県東牟婁郡那智勝浦町築地 7 丁目 1 番地 1
那智勝浦町 観光企画課
TEL : 0735-52-2131/FAX : 0735-52-3011
E-mail : kanko05@town.nachikatsuura.lg.jp

〒649-5171 和歌山県東牟婁郡太地町太地 3 7 6 7 番地の 1
太地町 産業建設課
TEL : 0735-59-2335/FAX : 0735-59-2570
E-mail : kankou@town.taiji.lg.jp

〒647-1603 和歌山県東牟婁郡北山村大沼 4 2
北山村 産業建設課
TEL : 0735-49-2331/FAX : 0735-49-2207
E-mail : k-hatajiri@vill.kitayama.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

【4 商工会合計】

(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	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
セミナー開催費	1,020	1,020	1,020	1,020	1,020
専門家派遣費	480	480	480	480	480
旅費	320	320	320	320	320
通信運搬費	200	200	200	200	200
チラシ等費	1,020	1,020	1,020	1,020	1,020
展示会費	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
支援能力向上費	460	460	460	460	460

(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。

【串本町商工会】

(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	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
セミナー開催費	290	290	290	290	290
専門家派遣費	140	140	140	140	140
旅費	90	90	90	90	90
通信運搬費	60	60	60	60	60
チラシ等費	290	290	290	290	290
展示会費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
支援能力向上費	130	130	130	130	130

(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。

【古座川町商工会】

(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	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
セミナー開催費	220	220	220	220	220
専門家派遣費	100	100	100	100	100
旅費	70	70	70	70	70
通信運搬費	40	40	40	40	40
チラシ等費	220	220	220	220	220
展示会費	750	750	750	750	750
支援能力向上費	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、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。

【北山村商工会】

(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	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
セミナー開催費	220	220	220	220	220
専門家派遣費	100	100	100	100	100
旅費	70	70	70	70	70
通信運搬費	40	40	40	40	40
チラシ等費	220	220	220	220	220
展示会費	750	750	750	750	750
支援能力向上費	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、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。

【南紀くろしお商工会】

(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	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
セミナー開催費	290	290	290	290	290
専門家派遣費	140	140	140	140	140
旅費	90	90	90	90	90
通信運搬費	60	60	60	60	60
チラシ等費	290	290	290	290	290
展示会費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
支援能力向上費	130	130	130	130	130

(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。

(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
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