

経営発達支援計画の概要

実施者名	御坊商工会議所（法人番号 3170005004332） 御坊市（地方公共団体コード 302058）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>（1）小規模事業者と積極的にコミュニケーションを取り信頼関係を構築する。その結果、事業の持続化に向けた、経営の安定と強化を図る取り組みを支援する。</p> <p>（2）小規模事業者の需要の開拓に向けた取り組みを全面的に支援することで、売上・粗利益アップを図る。売上アップ等により小規模事業者に「ヤル気・勇気・自信」を植え付ける</p> <p>（3）観光客の誘致や地域に賑わいを創出することで、小規模事業者の販路開拓に寄与することはもちろん、地域の人達を元気にしたい。</p> <p>（4）職員の経営支援力の強化を積極的に図ることで、小規模事業者に対してより高度で内容の濃い支援を展開して行きたい。</p>
事業内容	<p>I. 当該計画における対象事業者や地域ニーズの掘り起こし</p> <p>1. 地域の経済動向の調査に関すること 統計データ分析で情報提供し、事業者の計画策定や課題解決を支援。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること テスト販売や消費者調査を通じて商品改良と販路開拓を推進。</p> <p>II. 対象事業者の経営発達に資する伴走支援</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 財務・SWOT分析を活用し、経営課題の解決と事業者の自発性を支援。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 経営指導員が事業計画の策定を支援し、持続可能な発展を目指す。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 計画実行を進捗管理や成功事例の共有を通じて強力に支援。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会やSNS、ネットショップ開設で新たな販路開拓を後押し。</p> <p>III. 経営発達支援事業の円滑実施に向けた支援力向上のための取組</p> <p>7. 事業の評価見直しをするための仕組みに関すること 委員会で成果を評価し、事業計画の改善と地域信頼構築を図る。</p> <p>8. 経営指導員等の資質向上等に関すること 研修やOJTで経営指導員のスキルを向上し、組織的対応を強化。</p> <p>9. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること 他機関と連携し、幅広い分野での事業者支援を多角的に実施。</p> <p>IV. 地域経済の活性化に資する取り組み 寺内町などの地域の観光資源を有効活用して地域の活性化に向けた取組みを御坊市はもちろん、各支援機関と共に検討し、その検討策を実行に移していくことで、観光客の誘致に繋げて行きたい。さらに「ごぼう商工祭」や「きのくにロケットフェスティバル」を通じて、地域に賑わいを創出して行きたい。</p>
連絡先	<p>御坊商工会議所 中小企業相談所 〒644-0002 和歌山県御坊市藪 350-28 電話番号：0738-22-1008 FAX番号：0738-23-1245 メールアドレス info@gobo-cci.or.jp</p> <p>御坊市 商工振興課 〒644-8686 和歌山県御坊市藪 350 番地 2 電話番号 0738-23-5531 FAX番号 0738-23-5848 メールアドレス syoukou@city.gobo.lg.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

1. 経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 御坊市の現状と課題

①御坊市の概要

紀伊半島海岸部のほぼ中央（県庁所在地の和歌山市までは、車で約1時間）、日高川の河口部に位置します。東西約8.4km、南北約16.3kmで、南北に細長く、海・山・川の自然に囲まれています。

文禄4年（1595年）に本願寺別院が建立され、本市はこの別院を中心に発展した町を核としています。この別院が「日高御坊」と称され、市名の由来となっています。

歴史文化に目を向けると、奈良の東大寺の大仏殿を建立された、聖武天皇のご生母「宮子姫」の生誕の地であり、宮子姫伝説は古のロマンを彷彿させています。

御坊市ゆかりの偉人としては、昭和39年の東京オリンピック招致に尽力した、日系2世の「和田勇」氏が御坊市第1号名誉市民として顕彰されました。

1928年に開通したJR御坊駅から西御坊駅までの全長約2.7キロを走る「紀州鉄道」は、日本一短いローカル私鉄として、御坊市民に親しまれています。

数多い祭りの中でも10月4・5日に開催される「御坊祭」は、御坊・日高地方最大のお祭です。御坊の市街地を沢山の屋台や四つ太鼓（当地域特有の太鼓台の総称）が練り歩きます。昔から「人を見たけりゃ御坊祭」と謳われたほど、当日は大勢の見物客が訪れます。

基幹産業である農業は温暖な気候を生かし、米や野菜、花の栽培が盛んでスターチスやカスミソウは全国でも有数の産地となっています。

商工業において、古くは、日高川上流で産する木材の集散地として、製材・製紙業が盛んだった時代もありました。しかし、JR紀勢線の開通や道路の利便性向上により、大型トラックの輸送網が発達。結果的に木材関連業は衰退しました。現在、卸・小売・サービス業が管内の事業所の大半を占めています。工業関連では、プラスチック関連業や古くからの醤油・味噌の醸造所、工業団地には企業誘致による化学・金属部品工場などが稼働しています。

近年は、高速道路の整備により京阪神地域との交通アクセスが飛躍的に向上した反面、大型商業施設の立地や県外への買い物客が急激に増加しており、地元商店での購買力が急速に低下しています。



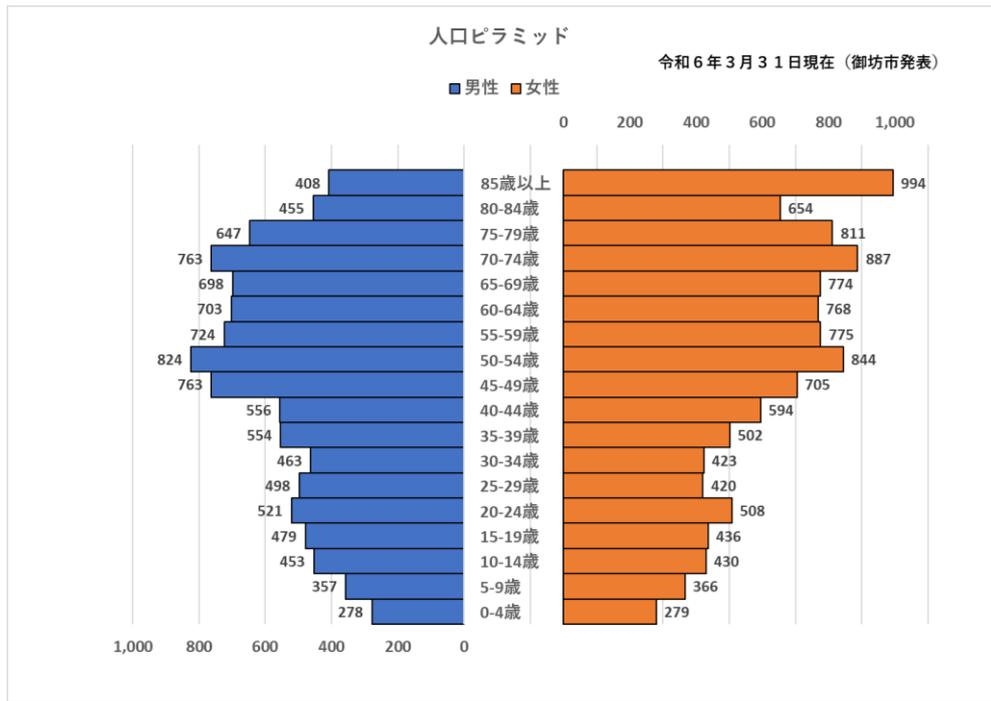
(御坊祭)



(紀州鉄道)



(スターチス)

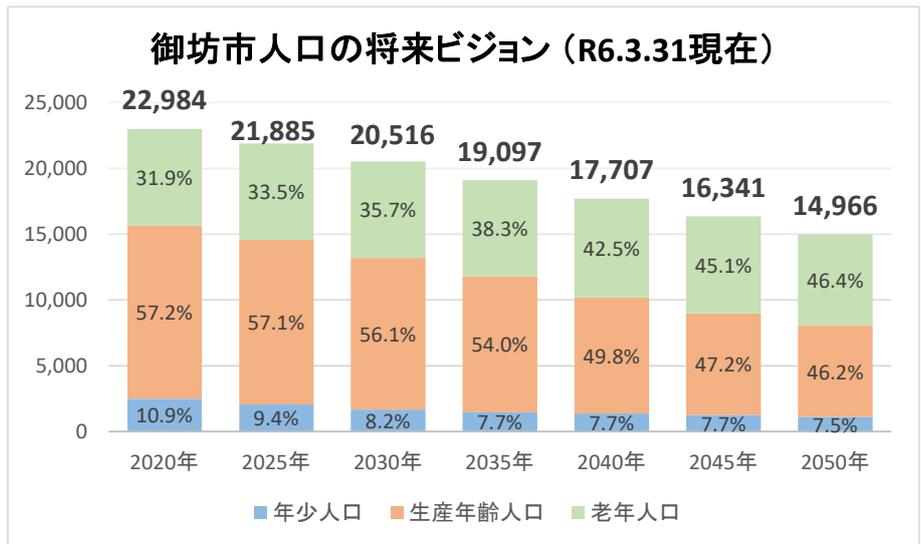


②御坊市の人口

御坊市の人口は、令和2年には22,984人でしたが、現在、約21,310人となり（1,674人減少）、大幅に減少しています。65歳以上の割合が、全体の33%を超えており、高齢化率が非常に高い。男女ともに、10代から20代の多くの若者が進学や就職、結婚等を機に大阪を中心とした大都市圏や近隣市町に転出し、その後も御坊市へ戻って来ません。また若いファミリー層が、住宅取得の際

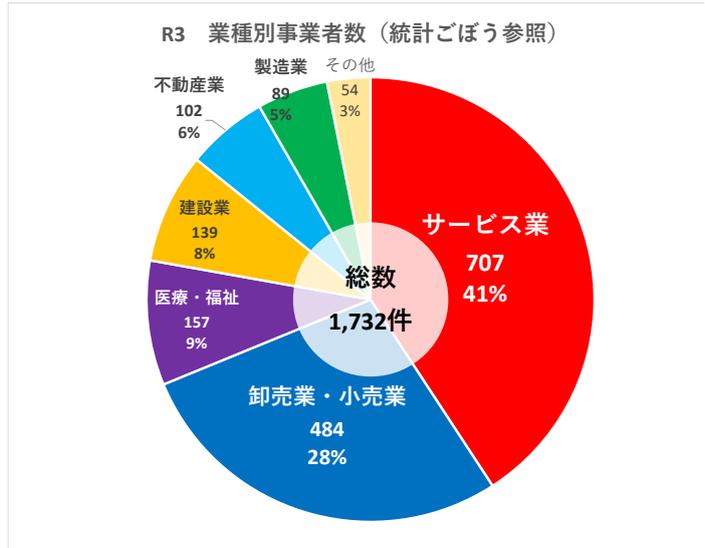
に市外に流出する傾向があります。「御坊市の人口ビジョン」によれば、2050年には、14,966人になると推計され、2020年から2050年までの30年間で約35%減少します。

2020年から2050年までを3区分別に減少率をみると、年少人口（0～14歳）55.2%、次いで、生産年齢人口（15～64歳）が47.5%減少。老年人口（65歳～）が5.4%減少すると予想されており人口減少と高齢化が顕著に表れています。生産年齢人口の大幅な減少は、地域の活力の減少、更には小規模事業者にとって、地域顧客の減少に直接結びつくため、大変厳しい現実を突きつけられています。



③管内の産業構造

過去 10 年間、当地域の産業構造に大きな変化は見られないものの、サービス業（飲食店を含む）や卸売・小売業の占める割合に若干の変動が見られます。平成 28 年にはこれらの業種が全体の 75% 以上を占めていたのに対し、令和 3 年時点では約 69%に減少しています。飲食店の新規開業が増加傾向にある一方で、開業から 1 年以内に廃業するケースも少なくありません。また、美容院や接骨院の新規開業が目立ち、業界内での競争が激化しています。市内の事業所全般においては、地場産業としての明確な地位が確立されておらず、家内工業的な小規模事業所が多い状況が続いています。



(2) 管内における主な産業別の現状と課題

【商業（卸・小売業、サービス業）の現状】

御坊市の商業は、国道 42 号線沿いや県道 26 号線沿いの郊外型地域と、かつての商店街地域で構成されています。しかし、モータリゼーションの進展により、一方通行が多い商店街地域は敬遠され、衰退が進行。平成 28 年に約 200 店舗あった商店街は現在約 100 店舗に減少しています。一方、駐車場を確保しやすい幹線道路沿いの地域は発展傾向にあります。小売業では、衣類販売業が大手メーカーや通販の影響で減少し、食料品小売業もコンビニ（12 店舗）、大手スーパー（6 店舗）、ドラッグストア（7 店舗）の進出により縮小しています。サービス業では、飲食店が約 240 店舗あり、コロナ禍の影響から回復しつつありますが、早期廃業も目立ちます。また、美容業の新規開業が増え、競争が激化。一方で理容業の新規開業は見られません。さらに、バイオマス発電所の建設に伴う作業員の宿泊需要により、市内のビジネスホテル 5 社は高い稼働率を維持しています。



市内の主な商業地域

【商業（卸・小売業、サービス業）の課題】

大型量販店の進出や大手資本のロードサイド店の進出により、地元の小規模事業者は衰退しています。特に中心市街地である商店街地域の衰退は著しく、御坊市と連携して、各種支援事業を実施しているものの、現在では店舗が住宅となる他、空き店舗の老朽化による解体が増えており、商店街としての機能が失われつつあります。

地元商店街振興組合では、消費者の囲い込みのため、年間を通じて様々なイベントを開催していますが、個社の売上アップに直接繋がっていないのが現状です。

現在の商店街振興支援では、商店街地域全体の底上げを図ることは容易ではありません。今後は、個社支援に重点を置いた、支援策に切り替えていく必要があります。

【工業の現状】

御坊市の工業は、現在、市の南部に位置する塩屋地区にある御坊工業団地（4社）、日高港湾企業用地（1件、**バイオマス発電所建設中**）、御坊市島地区にある御坊プラスチック団地（3社）が主な工業団地であり、工業団地には大きな工場が軒を連ねています。日高川の下流域には、50件以上の木材関連業があったが、現在は10件程にまで減少しました。

当地域ではプラスチック製品の製造が盛んであり（約10社）、特に各種樹脂製品の製造とともに、全自動麻雀卓の製造では、トップシェアを誇る**大洋化学㈱**があります。

特殊機械メーカーとしては、全自動養鶏システムの製造販売などで国産採卵養鶏機器のトップメーカーである**ヨシダエルシス㈱**や特殊ナットを製造している**紀州ファスナー工業㈱**など規模が小さくても技術力のある企業が市内に点在しています。食料品製造業に関しては、伝統のある「味噌・醤油の醸造所」が5社あり、伝統の味を現在に伝えています。

製造品出荷額を見ても、平成28年31,232百万円から令和3年には42,600百万円に大幅に増加しており、今後も増加が見込まれ、他の業種に比べて将来の見通しが明るい。

近年は、市内の建築用セラミック加工業3社が都市部の大手ゼネコンから、注文を受け売上が伸びているのが特徴的です。

【工業の課題】

キラリと光る事業所がある反面、御坊市内には、工業製品に関して地場産業と言える製品が少ないのが課題です。また、比較的安価な給与水準のため、雇用の確保が難しく若者が定着しない、更に昨今の売り手市場の影響で若者の新規雇用が難しく、従業員の高齢化が進んでおり、特に小規模事業者にとって、技術の継承が大きな課題です。

今後は、産官学の連携による独自技術の育成や創出、高付加価値型産業への転換促進による競争力強化を図る必要があります。更に個々の小規模事業者の強みとなる技術力やノウハウ、製品の魅力を対外的にアピールする能力が不可欠です。

【観光業の現状】

御坊は豊かな自然に溢れており、体験型施設が多いのが特徴です。日高川ふれあい水辺公園やオートキャンプ場、日高港湾にある「**EEパーク※1**」など、体験学習型施設を整備して観光客誘致を推進しています。特に昨今のアウトドアブームの影響で、キャンプ場は、季節を問わず



全自動麻雀卓



ペットボトルのリサイクルによる食器製品



セラミック加工のエントランス



野口オートキャンプ場



(EEパーク)

利用客が増加傾向にあります。

「御坊寺内町」には、本願寺日高別院を中心にして、江戸時代から明治・昭和へと時代の移り変わりを感じさせる街並みが今も色濃く残っており、散策スポットになっています。

また、いちごやメロン狩りが楽しめる、観光農園には、収穫の季節になると都市部から大勢の観光客が訪れています。

※1 EE パークでは新エネルギーを“見て、学んで、体感できます。新エネルギー立体図鑑&探索ゲームや御坊ギャラリーなど、楽しみながら学習することができます。



(本願寺日高別院)

【観光業の課題】

- ①御坊市における、観光客入込状況によると、令和5年には、約23万人の観光客が訪れたが、観光客の入込は年々減少傾向にあります。観光客の内、日帰客が16万人、宿泊客が7万人となっており、圧倒的に日帰客が多い。地域外からの観光客を誘致できる体制が整っていないため、滞在型の観光客が少なく、宿泊客は周辺の自治体に滞在するケースが多い。
- ②体験型施設や寺内町散策などの観光資源を、地域外に効果的にPRするための情報発信力が脆弱です。そのため、地域の魅力を観光客に伝えきれず、観光資源を最大限に生かすことが出来ていません。更に市内には地元の特産物等をPRできるような施設（道の駅など）が無く、やはりソフト・ハード両面において、対策が必要であると考えています。

今後、御坊市との連携強化はもちろん、御坊市単体でなく、周辺の自治体を巻き込んだ、観光客誘致に係る、長期的な戦略を練る必要性があります。

(3) 管内における、小規模事業者の全体像

①管内の小規模事業者数

平成28年に1,824件あった事業所が、令和3年の経済センサ活動調査によると1,523件と301件減少しています。小規模事業者においても218件減少しています。大きな特徴としては、管内事業者数に占める小規模事業者の割合が80%を超えていることです。やはり、経営基盤の弱い小規模事業者を積極的に支援しなければ、今後も事業者数が減少することが予想されます。

	管内事業者数	小規模事業者数	小規模事業者の占める割合
H28年	1,824件	1,508件	82%
令和3年	1,523件	1,290件	85%
増減率	301件(17%) ↓	218件(14%) ↓	

②小規模事業者の全体像

管内における小規模事業者の現状は、大型店の進出やネット通販による競争の激化、人口の減少・地元住民の高齢化による、消費マインドの低下や外部環境への対応の遅れ等々が複合的に作用し、廃業を理由に小規模事業者の件数が大幅に減少しています。

小規模事業者へのヒアリングによると、「売上・利益の減少」や「経営環境の変化への対応」等を理由に、今後の事業継続・発展へのビジョンが抱けず、商売への情熱、モチベーションが低下しています。先行きが不透明な事業を継がすより、サラリーマンの方が後継者のためだと考えており、自分の代で廃業を考えている小規模事業者が多い。

後継者不在と言うよりは、胸を張って事業承継できるプラス材料（売上や利益確保ができる、借入金が少ないなど）のある、小規模事業者が圧倒的に少ないのが当地域における大きな課題です。

(4) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

上記、小規模事業者を取り巻く環境や全体像を踏まえ、当所のビジョンとしては、小規模事業者の個々の現状課題に応じて持続的発展を支援する「**個社支援**」と、小規模事業者の活躍の場である、地域の活性化を目指す「**面的支援**」の両面から、10年後を見据えて、地道にコツコツと本計画を実施していく必要があると考えています。

「**個社支援**」においては、ヤル気のある小規模事業はもちろん、事業継続に消極的な事業者に対しても、積極的にコミュニケーションを取り、モチベーションを上げヤル気にさせることで、当所の経営発達支援事業による支援を推進して行きたいと考えています。

1年・2年の結果で一喜一憂せず、事業を長期間に渡り継続していく取り組みを小規模事業者とともに実践して、事業所の減少を最小限に食い止めて行きたいと考えています。

特に**事業承継支援**は、先代よりのバトンの後継者にしっかりと渡し、更に事業を発展、存続させていくうえで、経営指導員等が重要な役割を担うことになり、重点項目として、特に力を入れて行きたい分野であると考えています。

「**面的支援**」においては、今ある地域資源の魅力を最大限に活用・PRして、観光客の誘致に繋げて行きたいと考えています。そのためにも、効果的な情報発信を検討し、観光客の受け入れ体制を充実させ、御坊市はもちろん、周辺の自治体を巻き込んだ「**オール御坊・日高**」の観点から、小規模事業者を支援して行きたいと考えています。また、地域に賑わいを創出する事業を毎年継続的に開催することで、地域全体を明るく元気にして行きたいと思えます。

御坊市の第5次総合計画には、「**にぎわいと豊かさを創り出す活気あるまち**」を産業振興におけるテーマに掲げています。さらに商工業の発展のため、当所との連携を通じて、高齢化や情報化に対応した、新しい商品やサービスの創出に努めるなど「**日常の暮らしに密着した**」魅力ある街づくりを推進するとしています。

当所としても、地域の総合経済団体として、御坊市とスクラムを組んで、小規模事業者に対する支援を強化し、従来からの「**受け身の事業者支援**」から、積極的に事業所に働きかけて支援を行う、「**攻めの事業者支援**」にシフトすることで、事業を継続し発展を続ける小規模事業者を、少しでも多く次の10年に残して行きたいと考えています。

(5) 経営発達支援事業の目標

上記を踏まえ、地域の小規模事業者の持続的発展が地域経済の長期的な振興となるべく、以下の目標を設定します。

①小規模事業者と積極的にコミュニケーションを取り信頼関係を構築します。そして、事業の持続化に向けた、経営の安定と強化を図るための取組み（経営発達支援事業）を積極的に行います。

特に既存の事業所を存続させるため、事業承継支援を積極的に展開し経営指導員等が、事業主と後継者とのパイプ役となり、円滑な事業承継を促進します。

②小規模事業者の需要の開拓に向けた取り組みを全面的に支援することで、売上・粗利益アップを図り、売上アップ等による成功体験を積み上げることで小規模事業者に「**ヤル気・勇氣・自信**」を植え付けます。

③観光客には、「御坊に来て良かった。楽しかった、また来たい」と実感してもらいたい。

「**100人が1回訪れる町ではなく、1人が100回訪れる町**」を目標にして、観光客誘致の取り組みを実践します。さらに地域に賑わいを創出することで、小規模事業者の販路開拓に寄与することはもちろん、地域の人達を元気にします。

④職員の経営支援力の強化を積極的に推進することで、小規模事業者に対してより高度で内容の濃い支援を展開します。

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、目標の達成に向けた方針

(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) 目標の達成に向けた方針

① 小規模事業者への情報提供と事業計画策定支援

小規模事業者に対して、地域経済に必要な情報を積極的に提供します。また、事業者との積極的なコミュニケーションを通じて成功事例などを共有し、事業者の意欲を引き出します。

さらに、経営分析を実施し、各事業者のニーズに合った事業計画を策定し、その実施をサポートします。特に、事業承継に伴う既存事業所の存続や持続化に向けた取り組みについては、重点的に支援を行います。

② 新たな需要開拓と展示会支援

小規模事業者の新たな需要を開拓するため、展示会への出展支援を積極的に実施します。

展示会では、各商品の需要動向を調査し、その結果を事業者にフィードバックすることで、商品の改善や新商品の開発に役立てます。

また、IT やメディアを効果的に活用し、地域内外での新たな需要を掘り起こす取り組みを推進します。

③ 御坊市との連携による観光振興

御坊市との連携を通じて、自然豊かな体験型施設や「紀州鉄道」「寺内町」などの地域資源を有効活用し、観光客を呼び込む具体策を検討し実行します。

さらに、周辺自治体と協力し、広域的な観光客誘致の取り組みを進めます。

また、当所の目玉事業である「ごぼう商工祭」を継続開催することで、地域に賑わいを創出するとともに、参加事業者が地域コミュニティと連携し、多くの人に地元事業者の魅力を再認識してもらうことで、地産地消の推進に繋がります。

④ 信頼関係の構築と職員スキルの向上

経営指導員と小規模事業者との信頼関係を築くため、コミュニケーション能力の向上を図ります。

経営に限らず、幅広い相談に対応できる関係を構築し、事業者から信頼される人材を育成します。

この信頼が、経営支援事業へ事業者を導く重要なプロセスとなり、また、職員のスキル向上を目的に研修会への積極的な参加を促し、学んだ内容を全職員で共有することで、組織全体のレベルアップを図ります。これにより、組織的な支援体制の構築を実現します。

I. 当該計画における対象事業者や地域ニーズの掘り起こし

1. 地域の経済動向の調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

地域の経済動向に関する調査結果が、管内の小規模事業者全体に広く周知されていません。ビッグデータを活用した分析や、その結果を公表する取り組みが進んでいません。

[課題]

小規模事業者の商圈範囲や人口動態など、地域全体の経済状況を具体的なデータに基づいて把握し、情報提供する仕組みが整備されていません。そのため、現状は漠然とした数字による認識にとどまっています。

当所では、巡回訪問や窓口相談を通じて個別の事業所から声を拾い上げているが、それらの情報が職員間で共有されておらず、組織全体の支援に生かせていません。また、収集した情報の提供先も一部の限られた事業者にとどまり、広く活用されていません。

(2) 事業内容

統計データの活用と情報提供について、「統計ごぼう」や「指標から見た和歌山県の姿」、日本商工会議所が行う「景気動向調査」などのデータを経営指導員が収集・分析し、小規模事業者のニーズに応じたわかりやすい形に整理して提供します。これらの情報はHPを通じて広く周知するとともに、事業計画策定支援にも積極的に活用します。分析手法としては、3カ月に1回、小規模企業振興委員と経営指導員が委員会を開催し、業種別や地域別の状況、地域の実態といった「生きた情報」を共有します。また、補助金や融資を必要とする事業所や廃業が懸念される事業所などの個別情報の収集も行います。さらに、収集すべき情報とその入手先を明確にした「情報収集リスト」を作成し、職員間で共有することで効率的な情報収集を図ります。収集した情報は分析し、小規模事業者が事業計画を策定する際に活用できるよう整理します。こうして整理した情報は、経営分析の参考資料として提供し、小規模事業者が業種別や地域別の状況や地域の実態を把握できるよう支援します。個別案件については、経営指導員と小規模企業振興委員が同行訪問を行い、事業者の課題解決に向けた相談を開始します。巡回指導時には地域の経済動向に関する情報を切り口として提供し、事業者が相談しやすい雰囲気を作り出すことで、事業者の悩みや本音をスムーズに引き出せる環境を構築します。公表可能な有益な情報についてはHPを通じて広く公開し、多くの事業者が活用できるよう情報発信を行います。このように統計データを効果的に活用し、情報を整理・提供することで、小規模事業者の支援をより具体的かつ実践的なものにします。

種類 (提供元)	特徴	分析項目	分析したデータの活用方法
商工会議所LOBO調査 (日本商工会議所)	全国約3,000事業所の 各項目の集計結果	全国の直近の業種別地域別の景 気動向を分析して、自社の事業経 営の参考にします	・個別相談 ・HP(年に1回公表)
統計ごぼう (御坊市)	御坊市の詳細データ	市内の人口・経済など各分野の細 かな動きを分析して、販促活動や 事業計画策定の参考にします	・個別相談 ・HP(年1回公表)
業務月報 (ハローワーク)	労働情報	有効求人率等による、景気状況を 分析して、今後の事業経営や従業 員雇用の参考にします	・個別相談 ・HP(年に2回公表)
「RESAS」 (地域経済分析システム)	地域経済や人口動態 に関するさまざまな情 報を可視化ができます	地域の人口動態や産業構造を分 析し、商圈戦略や商品開発、競合 調査などに役立てます	・個別相談 ・HP(年に1回公表)

(3) 目標

項目		公表方法	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
LOBO調査 (早期景気観測調査)	調査 事業者数		5	5	5	5	5	5
	分析 公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
統計ごぼう (御坊市)	分析 回数			1回	1回	1回	1回	1回
	分析 公表回数	HP掲載		1回	1回	1回	1回	1回
業務月報 (ハローワーク)	分析 回数			1回	1回	1回	1回	1回
	分析 公表回数	HP掲載		1回	1回	1回	1回	1回
地域経済動向調査 (RESAS 活用)	分析 回数		-	1回	1回	1回	2回	2回
	分析 公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	2回	2回

2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで、巡回訪問や窓口相談、補助金申請時などに問い合わせのあった一部の事業者に対し、インターネットを活用した情報収集や業界の最新動向をまとめた資料、情報誌などから得た情報を個別に提供してきました。しかし、市場や需要動向を定量的に把握している小規模事業者は非常に少なく、多くの事業者は長年の経験や勘を頼りに需要動向を予測しているのが現状です。その結果、消費者ニーズとのミスマッチが生じ、これが経営課題の一因となっています。当所としてもこうした状況がある程度把握してはいたものの、具体的な解決策や効果的なアドバイスを提供するには至りませんでした。

[課題]

今後、人口減少等の社会的要因で縮小傾向にある管内商圈において、域内消費も比例して減少することが予測されます。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、消費者の購買行動において嗜好品から生活必需品（食料品等）へのニーズの高まりや、ECサイトの利用増加といった販売形態（D to C）の変化が見られています。

このような市場動向の変化を捉え、管内事業者が持続的な経営を続けていくためには、域外へ進出するなど新たな販路や顧客の獲得が必要です。そのためには、消費者ニーズを的確に把握し、それにマッチさせながら既存商品のブラッシュアップや新たな商品の開発を進めることが重要です。そこで、御坊市の地域資源を生かした“御坊市ならではの”の飲食料品や生活用品を対象に需要動向調査を実施します。その調査と分析の結果を対象事業者にフィードバックすることで、新たな需要の獲得に繋げていきます。

(2) 事業内容

管内には、地域資源を活用した独自性の高い商品を開発・所有する小規模事業者が存在しています。しかし、多くの場合、生産体制や供給体制が小規模であるため、域内販売や店舗販売の範囲にとどまっており、新規顧客の獲得や都市圏での販路開拓といった次のステップに積極的に取り組めていない状況があります。その結果、商品は初期ロットのままブラッシュアップが進まず、固定客に依存した販売に終始している事例が散見されます。

一方で、地域イベントでのスポット販売や地元商品を扱う物産販売所への卸売、さらには「ふるさと納税」の専用Webページへの出品といった取り組みは、比較的实施しやすい環境にあります。そこで、本調査では、以下のアプローチを通じて商品開発および販路開拓支援を進めます。

まず、市内外の観光客が集まりやすいイベント(例:御坊祭、きのくにロボットフェスティバル)と、市内住民が主に参加するイベント(例:ごぼう商工祭)においてテスト販売を実施します。これに加え、消費者アンケートを通じて意見を収集します。これらの調査で得られたデータを詳細に分析し、需要動向や消費者ニーズを明確化します。その結果を該当する小規模事業者にフィードバックすることで、商品改良や新たな販売戦略の構築を支援します。

最終的には、調査を基にしたデータ活用を通じて、小規模事業者の商品力強化と販路開拓を促進し、地域の産業振興に寄与することを目指します。

調査対象	観光客、市内住民
調査手段・手法	アンケート
分析手段・手法	○調査結果は外部専門家のアドバイスを受けながら、経営指導員・経営支援員がChatGPT等を活用し分析を行う。
情報収集、整理、分析を行う項目	消費行動やニーズ、地域の課題や潜在的な需要、他地域との比較分析
期待される成果	地域ごとの詳細な需要動向レポート 地域特性を反映した具体的な施策案 他エリア展開のためのベストプラクティスの抽出

(3) 目標

需要動向を把握し、消費者ニーズに対応した、商品のブラッシュアップを行い、「売れる商品」に仕上げます。

【数値目標】

項目	単位	現状	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
調査対象事業者	社	-	2	2	2	2	2
対象商品数	種類	-	2	2	2	2	2
調査回数	回	-	1	1	1	1	1

Ⅱ. 対象事業者の経営発達に資する伴走支援

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

多くの小規模事業者は、現状をデータで把握することなく、これまでの経験や勘に頼った経営を行っています。経営分析を実施している事業者は少数であり、事業の方向性を具体的に見定めることが難しい状況です。また、これまでの相談業務では、事業者からの依頼に基づいた情報提供や個別相談（例：資金繰りや税務相談など）を中心とした受動的な対応が主流であり、経営指導員から経営分析を積極的に働きかける機会が限られています。

〔課題〕

経営分析による「見える化」が進んでおらず、事業の方向性を明確にできていません。経営指導員等が経営分析の重要性を積極的に周知し、小規模事業者がその価値を理解し、自ら取り組む環境を整える必要があります。

(2) 事業内容

小規模事業者が今後の経営において経営分析の必要性を理解し、自発的に取り組むよう促すことを目的とします。そのために、巡回訪問や窓口相談を通じて事業者との対話を重ね、信頼関係を構築します。成功事例の共有や具体的なサポートを通じて、小規模事業者の意欲を引き出し、経営分析の導入を推進します。

【対象者】

意欲的に取り組む姿勢がある小規模事業者
経営分析の重要性を理解し始めた小規模事業者

【分析項目】

財務分析（定量分析）

売上高、経常利益率、損益分岐点、粗利益率、借入金過多などの指標を用いて、「数字による経営課題の抽出と明確化」を行います。

SWOT 分析（定性分析）

事業者の強み、弱み、脅威、機会を分析。特に「強み」の徹底的な掘り下げを行い、事業の競争優位性を発見します。

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」・「経営支援基幹システム（BIZミル）」

これらを活用し、経営指導員が調査・分析を実施します。

(3) 成果の活用

現状の把握と事業計画策定への活用

経営分析の結果を経営者にフィードバックし、現状を正確に把握して頂く。これにより、事業計画策定の際の方向性を明確にし、強みや潜在的な需要の発掘を行います。

経営課題の抽出と課題解決への取り組み

分析結果から抽出された経営課題について、経営指導員が事業者とともに解決策を模索。継続的な支援を行うことで信頼関係を深めます。

「見える化」による組織的な支援強化

「BIZ ミル」を活用することで、経営状況分析表の作成や情報共有を効率化。支援内容を組織全体で共有し、属人的な対応ではなく、組織的かつ一貫した支援を可能にします。

【BIZ ミルについて】

「BIZ ミル」は、事業者情報の共有から経営状況の確認、支援の進捗管理、見える化までを可能にするシステムで、伴走型支援を効果的に実施するためのツールとして活用します。

(4) 目標

	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
経営状況の分析件数	26 件	32 件	32 件	37 件	37 件	40 件

小規模事業者が持っている経営資源（強み）や財務内容を分析することで、現在の立ち位置を気付かせ、効率的で実現可能な事業計画策定に繋げていきます。

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

現在、事業計画策定は主に金融相談や補助金申請の場面で行われており、経営指導員がその重要性を積極的に説明し推進する機会は限られていました。

[課題]

事業計画策定の意義や重要性が小規模事業者に十分に浸透していません。その結果、事業計画策定セミナーを開催しても参加者が集まりにくい現状があります。事業計画策定を促進するためには、経営分析を出発点とし、経営指導員がその必要性を直接働きかけ、小規模事業者の理解を深める取り組みが求められます。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者は、大型店と比較して経営資源（ヒト・モノ・カネ・設備・情報など）が限られているため、これらを最大限に活用するには効果的な事業計画の策定が不可欠です。そのため、経営指導員は経営分析を通じた状況把握やヒアリングを行い、事業計画の重要性を理解してもらうことで、売上アップに繋がる実効性のある事業計画策定を支援します。

(3) 事業内容

経営分析を実施した全ての小規模事業者を対象に、経営指導員が事業者のニーズに応じて事業計画策定の必要性を直接的に働きかけるとともに、事業計画の策定支援を行います。この支援は以下の4つのカテゴリーに分類され、特に専門性が求められる場合には、法定経営指導員や専門家を交え、重点的かつ効果的に対応します。

① 一般的な事業計画策定支援

経営分析結果や地域経済動向を踏まえ、新たな需要の発掘や隠れた強みを生かして持続的な発展を目指す事業計画を支援します。これにより、事業者が自らの経営資源を最大限活用できるようサポートします。

② 専門的な事業計画策定支援

事業承継を目指した計画策定支援（重点項目）

経営指導員が事業者や後継者との信頼関係を構築し、長期的な視点で事業承継計画を策定するための支援を行います。具体的には、経営者への意識付け、課題の整理、方向性の明確化、事業資産

の把握、そして関係者間での合意形成などを重点的にサポートします。

③ 新たな取組みを活用した事業計画支援

新商品や新役務の開発を通じた生産性向上と売上拡大を目指す事業計画を支援します。特に、和歌山県が認定する経営革新計画を足掛かりとして、専門的な分野への挑戦も含めた支援を行い、事業者の新たな成長を後押しします。

④ 経営改善を目指す事業計画支援

金融機関のリスケジュールや債務者区分に関する事業計画策定を支援します。経営指導員が事業者とともに金融機関と協議を行い、現状分析や将来予測に基づいた経営改善計画書を作成し、事業者の経営再建を全面的にサポートします。

【支援対象】

経営分析を行った全ての小規模事業者を対象とします。

【手段・手法】

経営分析結果を基に、経営指導員が担当制で小規模事業者に寄り添い、綿密なヒアリングを通じて事業者の「思い」や「夢」を具体化し、事業計画に反映させます。また、専門的知識が必要な場合には、専門家を交えたサポートを行い、効果的かつ実効性のある事業計画策定を支援します。これにより、事業者の自律的な経営力向上と地域経済の活性化を目指します。

(4) 目標

経営状況の分析を行った事業者のうち事業計画策定件数 80%以上を目標とします。

	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
経営状況の分析件数	26 件	32 件	32 件	37 件	37 件	40 件
経営状況の分析件数のうち事業計画策定件数	20 件	26 件	26 件	30 件	30 件	32 件

5. 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]

計画策定後は、計画の実施状況や見通しの確認に留まることが多く、実施支援としての十分なフォローアップが不足している状況です。

[課題]

事業計画実施支援の具体的な方法を把握していない職員がいるほか、限られた職員で対応しているため、会議所としてのフォローアップ体制が十分に確立できていません。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、計画実施支援として、進捗状況を把握・管理するために年次売上目標を月次売上計画に具体化して進捗管理の指標とするとともに、経営指導員等がペースメーカーとしての役割を担い、アクション管理を通じて計画実施をサポートします。

【具体的な支援方法】

1. アクション管理の手法

小規模事業者は日々の業務に追われ、事業計画の実行が後回しになりがちです。この課題に対応するため、経営指導員等が事業者の進捗状況に応じて積極的に関与し、ペースメーカーとして月次売上計画を基に進捗管理を行います。これにより、アクションを事前に進め、計画の実施を後押しします。

2. 年間訪問サポート

事業計画を策定した事業所に対し、年間3回の訪問を基本とし、進捗状況を確認します。事業者からの要請や状況に応じて柔軟に対応し、必要に応じて訪問回数を増やします。特に計画から大きく乖離し、課題が深刻な場合には、専門家（エキスパートバンク・和歌山県よろず支援など）と連携し、計画の見直しや再策定を支援します。

3. 成功事例の共有

事業計画策定や実施による成功事例を「事業計画策定支援による成功事例」として取りまとめ、会報（地方紙折込）やHPで積極的に公開します。これにより、地域内に事業計画策定の重要性和有益性を周知し、成功事例を見た他の事業者が「自分も挑戦したい」と考える連鎖的な効果を狙います。さらに、巡回訪問や窓口相談の際にも成功事例を提示することで、事業者の意欲を高め、計画策定と実行を促進します。

（3）目標

事業計画の策定から、実施支援までを一貫してサポートすることで、小規模事業者の売上アップに貢献します。

事業計画策定支援を行った事業者の10%を売り上げ増加事業者数とすることを目標とします。

【数値目標】

	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
フォローアップ対象事業者数	20件	26件	26件	30件	30件	32件
頻度（延回数） （1事業所に付き、年間3回訪問）	60回	78回	78回	90回	90回	96回
売上増加事業所数	2社	2社	2社	3社	3社	3社

6. 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〕

小規模事業者は、新規の顧客開拓・新たな販路開拓を行うことの必要性を日頃から感じていますが、自社商品・サービスの強み、また具体的な手段・手法も分からず、課題として認識しているが未対応の事業者が殆どです。また、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みには興味はあるものの、その取り組みは進んでいないのが現状です。

〔課題〕

今後は、既存の販路にとらわれない、新たな販路の開拓に向けて展示会、商談会の事前事後のフォローを実施することで、小規模事業者の売上増加を支援します。また、事業者には新たな販路の開拓にはDX推進が有効であることを理解・認識いただき、その取組を支援する必要があります。

（2）支援に対する考え方

小規模事業者に商談会等の参加をただ促すだけでなく、自社の商品やサービスの商談を効果的に進めていけるように、商談会等の参加前後の支援を実施します。加えて、出展期間中は、陳列、接客などきめ細やかな伴走支援を実施します。

DXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理、販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、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実施します。

またその導入にあたっては必要に応じて IT 専門家派遣を実施するなど、事業者の段階に合った支援を実施します。

(3) 事業内容

① 展示会の出展支援事業

ア. 支援に対する考え方

御坊市では、小規模事業者が地域外や首都圏への販路を開拓することが課題となっています。

この課題に対応するため、今後は展示会や商談会への出展支援、インターネット販売の強化、デジタル技術を活用した販路拡大の支援を推進していきます。事業者が選定する展示会や商談会への出展に際しては、ブース料や広報費の一部を補助するとともに、出展ノウハウの提供や商談後の営業活動に関するアドバイスなど、出展効果を高める支援を実施していきます。

また、SNSを活用した宣伝活動やネットショップ開設支援にも取り組みます。情報発信力を向上させるためのセミナーや専門家派遣を行うとともに、商工会議所が運営する商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」の活用を促進し、インターネットを通じた販路拡大を支援します。さらに、地域イベントや近隣店舗での委託販売を活用し、リアルな場での販売機会の提供も進めていきます。

デジタル技術を活用した支援にも注力し、データ活用による顧客管理や販売促進、IoTやAIを活用した生産性向上を支援する計画です。特に、人口減少や高齢化による市場縮小が課題となっている食料品関連事業者や、工業関連事業者の販路開拓を強化し、支援対象の幅を広げていきます。これらの取り組みを通じて、御坊市の事業者が持続的な成長を目指し、地域内外での販売機会を広げられるよう支援していきます。

イ. 支援メニュー

①展示会出展支援 (BtoC、BtoB)

原則として事業者が主体的に出展する展示会を選定いただき、その出展に必要なブース料や広報費（看板、パネル、チラシ、カタログ製作費など）については当所が費用の一部を補助します。加えて、出展ノウハウの提供や、展示会終了後の営業活動に関するアドバイスも行い、出展効果を最大限に引き出す支援を行います。

②商談会への参加支援 (BtoB)

新商品開発を行った事業者や、販路拡大に向けて商談会参加を希望する事業者を対象に、商談会参加を支援します。商談会は各事業者の希望に基づき選定いただき、その出展に必要なブース料や広報費（看板、パネル、チラシ、カタログ製作費など）は一部補助します。また、商談手法やプレゼンテーションの指導、商談後のフォローアップや営業活動のアプローチについても支援を行います。

③SNS活用支援

小規模事業者の多くは顧客が地域内や近隣に限られているため、広域からの顧客獲得を目指して、SNSを活用した宣伝活動を支援します。SNSを通じた情報発信力の向上や、情報の拡散効果を高める方法について指導を行い、事業者が効率的に新たな顧客層へアプローチできるよう奔走型の支援を提供します。

④ECサイト利用支援 (主にB toB)

商工会議所・商工会が運営する商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」への登録を促し、登録者には当所の掲示板や公式ウェブサイトにて随時「買いたい案件情報」を掲載し、積極的に活用できるよう支援します。

⑤ネットショップ開設支援 (主にB toC)

自社ホームページにおけるネットショップの開設を行う事業者に対し、操作方法や商材の選

扱、商品撮影などについてセミナー開催や専門家派遣により継続的な支援を実施します。また、ネット販売が難しい商材や、地域の特産品を取り扱う事業者には、地域のマーケットイベントや近隣の協力店舗での委託販売を活用した販売機会の提供を進めていきます。

(4) 目標

	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
① 展示会出展事業者数	—	3社	3社	5社	5社	7社
売上額/者	—	2万円	2.5万円	2.5万円	3万円	3万円
② 商談会出展事業者数	—	3社	3社	5社	5社	7社
成約件数/者	—	1件	1件	1件	2件	2件
③ SNS 活用事業者数	—	1社	1社	1社	2社	2社
売上増加率/者	—	5%	5%	10%	10%	15%
④ EC サイト利用事業者数	—	1社	1社	1社	2社	2社
売上増加率/者	—	5%	5%	10%	10%	15%
⑤ ネットショップの開設者数	—	1社	1社	1社	2社	2社
売上増加率/者	—	5%	5%	10%	10%	15%

Ⅲ. 支援力を高める仕組みづくり

7. 事業の評価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】

当所では、毎年度、本計画に記載された事業を適正に遂行するために、事業の評価・検証を実施する「事業評価委員会」を開催しています。この委員会では、評価委員の意見を聞き、それを次年度の事業計画に反映させる取り組みを行っています。

【課題】

評価の高い事業はさらに発展させ、評価の低い事業や改善が必要とされる事業については、より深い検証を行う必要があります。これにより、当所の経営発達支援計画をより効果的に実施するためのPDCAサイクルを確実に回していくことが課題となっています。

(2) 事業内容

経営発達支援計画の遂行に係る事業評価委員会の開催

事業評価委員会の開催

法定経営指導員を中心に、御坊市や和歌山県、金融機関、中小企業診断士などをメンバーとする事業評価委員会を毎年1回開催します。この委員会では、経営発達支援事業の進捗状況や成果について評価を行います。

業績報告と個別案件の検証

法定経営指導員が業績報告を行い、さらに経営指導員が個別案件について説明を行います。この際、成功事例だけでなく、課題の多かった事例や失敗事例も取り上げ、次年度以降の取り組みに反映させます。

成果・検証結果の反映

委員会 で得られた成果や検証結果を基に見直しを行い、それを反映させた事業計画を常議員

会へ毎年1回報告し、承認を受けた上で次年度の事業に反映・実行します。

成果の公表

事業の成果や検証・見直し結果を御坊商工会議所のホームページで毎年公開するほか、当所窓口でも閲覧可能な形で公表します。これにより、事業内容の透明性を高め、地域社会との信頼関係を構築します。

更なる成果の追求

見直し案を基に、より高い効果や成果を求めて計画を遂行します。この取り組みを通じ、経営発達支援計画を着実に実現していきます。

以下のメンバーと共に、事業の実施状況、成果の評価・見直しの方針などを行います。

- ・外部有識者： 中小企業診断士1名、紀陽銀行御坊支店長1名、きのくに信用金庫御坊営業部長1名、和歌山県日高振興局担当課長1名
 - ・内 部： 御坊市商工振興課長1名、専務理事1名、事務局長1名法定経営指導員2名
- 事業実施状況及び成果の評価・検証・見直しの役割

	事業の実施	事業成果の評価	事業の検証	見直し案の策定及び提示	事業成果検証結果見直し案等の承認	見直し案公表
商工会議所・御坊市	◎		◎	◎		◎
事業評価委員会		◎	◎	◎		
常議員会					◎	

8. 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】当所は、限られた職員が巡回指導や窓口相談などを通じて、従来からの金融相談・斡旋、税務・労務の相談や手続き支援に加え、認定経営革新等支援機関として、先端設備等導入計画や補助金申請のアドバイス、採択後のフォローアップなど、小規模事業者への支援に積極的に取り組んでいます。これまでの地道な努力により、やる気がありモチベーションの高い小規模事業者を着実に取り込み、事業計画の策定や実施支援を通じて、その持続的発展に貢献してきました。この直近5年間、職員の退職はなく、徐々に経験が蓄積されてきたことで、組織全体としての基盤が強化されつつあります。

【課題】一方で、当所が抱える課題も依然として存在します。経営指導員4名のうち2名は在職10年未満であり、現場での経験を積む中で指導スキルは向上しつつあるものの、まだベテランの水準には達していません。加えて、他の職員については、依然としてベテラン指導員に業務を任せきりにする傾向があり、小規模事業者への指導に積極的に関わる意識やスキルが十分に育っているとは言えません。また、ベテラン指導員が新人教育や組織全体の指導体制強化に割ける時間は限られており、結果として負担が集中する状況が続いています。経験年数が増えていることは組織にとって大きなプラスですが、個々の職員が十分なスキルを発揮できるようになるには、引き続き体系的な教育や支援体制の整備が必要です。

(2) 事業内容

① 外部講習会等の積極的活用

ア. 若手経営指導員や一般職員の研修

若手指導員や一般職員のスキル向上を目指し、中小企業大学校関西校が主催する「事業計画策定セミナー」や和歌山県商工会連合会の「経営指導員等向け小規模事業者支援研修」に派遣します。

イ. ベテラン指導員の研修

ベテラン指導員には、事業計画策定後の実施支援能力を向上させるため、日本商工会議所主催の「経営支援能力向上セミナー」や、中小企業大学校東京校の専門研修に参加させ、より高度な支援スキルの習得を目指します。

② OJT 制度の導入

新人指導員や一般職員のスキル向上を目的として、ベテラン指導員とのチームを編成し、巡回指導や窓口相談の場を活用して OJT を実施します。この取り組みには中小企業診断士などの専門家の意見も取り入れ、効果的な教育を図ります。

③ 職員間の定期ミーティングの開催

職員全員を対象に、ベテラン指導員が講師を務める定期的な所内会議（月 2 回、年間 24 回）を開催します。この会議では、経営支援の基礎から地域の実情、会話術、話の聞き方といった支援ノウハウを共有します。講師が一方向的に話す形式ではなく、意見交換を交えたリラックスした雰囲気で行い、新人職員が安心して学べる環境を整えます。特にベテラン指導員には、若手職員の指導に対するモチベーションを高めることに注力してもらいます。

④ BIZ ミル活用による組織的な支援体制の構築

経営支援基幹システム（BIZ ミル）を活用し、支援継続中の小規模事業者の情報を適時・適切にデータ入力することで、職員全員が情報を共有できる仕組みを構築します。これにより属人的な対応を防ぎ、担当以外の職員でも一定水準の対応が可能となります。入力データには注意点や留意事項を明記することで、組織全体で一貫した支援を行える体制を整備します。

9. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

現在、県内の金融機関や支援機関と、金融支援や専門家派遣を通じて一定の連携が図られています。

[課題]

今後は、事業承継、経営革新の認定、リスケジュールなど、より高度な分野において連携をさらに強化する必要があります。商工会議所を中心に各支援機関が一体となり、小規模事業者の課題解決に向けた取り組みを積極的に支援することが求められています。

(2) 事業内容

① 日本政策金融公庫田辺支店との連携

日本政策金融公庫とは、年 1 回開催される「マル経連絡協議会」（日本政策金融公庫田辺支店主催の懇談会）や、田辺支店担当者による借入申込者の面接会場として当商工会議所を利用するなど、密接な関係を築いています。今後も、事業計画策定や実施支援、普通貸付やマル経融資の分野で迅速かつ綿密に情報交換を行い、小規模事業者を支援します。

② 市内金融機関との連携

御坊市内には紀陽銀行、きのくに信用金庫、近畿労働金庫、紀州農業協同組合があります。特に紀陽銀行ときのくに信用金庫は事業所と深い関わりがあり、当所の専務理事と事務局長がそれぞれ両行出身という強みを生かして連携を深めています。今後も 3 カ月に 1 度の情報交換会を通じて、地域経済動向や支援ノウハウを共有し、事業者支援の質をさらに高めていきます。

③ わかやま産業振興財団（企業カルテ）およびエキスパートバンクとの連携

わかやま産業振興財団が提供する専門家派遣制度を活用し、小規模事業者の新たな需要開拓や課題

解決に取り組みます。また、企業カルテを作成・提出することで、従来 1 回の専門家派遣を年間 3 回まで無料で活用可能となり、経営指導員の同行支援を通じてより充実した伴走型支援を実施します。

④ わかやまよろず支援拠点との連携

偶数月の第 2 木曜日に当所で定期的な出張相談会を開催しています。この相談会には小規模事業者と経営指導員が同行し、分析した現状を丁寧に説明することで、課題解決に向けた的確なアドバイスを受けることができます。また、経営指導員が専門家のアドバイスを直接聞くことで、自身のスキル向上にも繋げています。

⑤ わかやま働き方改革推進支援センターとの連携

毎月第 3 金曜日に当所会議室で出張相談会を開催しています。労務管理、職場環境改善、働き方改革に関する専門的なアドバイスを提供し、働きやすい職場づくりや生産性向上を目指す企業を支援します。経営指導員も事業者と同行することで、専門家からのアドバイスを学び、資質向上を図ります。

⑥ 事業引継ぎ支援センターとの連携

毎月第 3 火曜日に事業引継ぎ支援センターの担当者を招き、事業承継に関する無料相談窓口を設置しています。専門知識と経験を生かし、事業承継に関する悩みや課題に対応し、円滑な引継ぎを支援します。経営指導員も同行してアドバイスを受けることで、自身のスキル向上にも寄与します。

⑦ 和歌山工業高等専門学校との連携

年 2 回開催される産官学技術交流会を通じて、地元企業と和歌山高専のパイプ役を担い、情報交換を促進しています。和歌山高専の専門知識や技術者の経験を活用し、小規模事業者の商品開発や技術課題の解決を支援します。

IV. 地域経済の活性化に資する取り組み

(1) 現状と課題

[現状]

商店街地域では、老朽化した空き店舗が取り壊され、更地や住宅へと変貌しています。当時賑わいを見せていた商店街は現在、人通りも少なく、静まり返った状態です。

[課題]

当所では、御坊市と連携し、地域に賑わいを創出するためのイベントを開催し、地域経済の活性化に取り組んでいます。しかしながら、これらのイベントは一時的な集客にとどまり、継続的な交流人口の増加には繋がっていません。また、御坊市内には地域外から観光客を惹きつける「ブランド力」のある観光スポットが不足している現状があります。このような背景を踏まえ、観光客を継続的に誘致するための仕組みをどのように構築するかが大きな課題となっています。

(2) 事業内容

① 地域活性化・観光推進委員会

- 当商工会議所が中心となり、地域の活性化に向けた取組みを検討する委員会を開催。プレスリリースや検討した内容を実行に移すことで地域を活性化させます。
- 関係者：御坊市（2名）・日高振興局（1名）・市会議員（4名）・地元新聞社（2社）
御坊市商店街振興組合連合会（1名）・寺内町付近の自治会である東雲会（3名）
紀州鉄道（1名）・地内町会館（1名）・会議所（役員6名・事務局3名）
- 開催頻度：年間4回

検討した内容を実行に移します

「寺内町会館」の活用による観光客誘致活

上記の地域活性化・観光推進委員会の提案から、御坊市と連携して、平成28年10月より、寺内町に「寺内町会館」をオープン。年間来場者数約2,000人。御坊の偉人や御坊祭の祭礼装具、紀州鉄道のグッズなど御坊に纏わる品々を展示。館長を1名常駐させ、御坊の歴史や展示物の説明を行っています。今後も、観光客誘致の起爆剤として、更なる利用促進を検討していきます。



寺内町会館の見学風景

②「御坊日高地区雇用対策協議会」による人材確保事業

当地域には誇れる企業が数多く存在しているものの、その多くが知名度の低さに悩んでいます。地元の人々でさえ、これらの企業が何を製造しているのかを知らない場合が多く、これが求人を出しても求職者が集まらない一因となっています。

この課題に対応するため、地元の事業所や関係団体が一堂に会し、地元就職を促進するための取り組みや効果的なPR活動を検討する会議を開催しています。一つの事業所では難しい課題でも、多くの事業所が協力し、団体として行動することで、多様な知恵を持ち寄り、具体的な行動へと繋げることが可能になります。

- 関係者：協力事業所（36社）・御坊市（2名）・日高振興局（2名）・周辺自治体（5つ）
御坊金融協会（2社）管内高等学校（3校）・和歌山工業高等専門学校（1校）
御坊公共職業安定所（1名）・御坊市商店街振興組合連合会（1名）
会議所（事務局4名）
- 開催頻度：年間2回開催

事業名称	回数 (年間)	対象	事業内容
人材確保対策セミナーの開催	1回	協議会 会員事業所	外部専門家を招き人材確保対策のセミナーを開催
企業合同面談会 (就職フェア)	1回	地元就職希望者	地元企業と求職者との出会いの場を提供することにより、地元就職を促進させる

※上記の事業を継続して実施することにより、求職者に地元の企業が次第に認知されて、地元企業で働こうとする人が増加し地域の少子高齢化対策としても一定の効果があると考えられる。

③「ごぼう商工祭」の開催

今年で14回目を迎える当商工会議所最大のイベントは、商店街のスペースを活用して開催されます。令和6年度は会議所青年部が中心となり、地域の魅力を発信する場として企画・運営を進めました。

本イベントは、今後も継続的に開催することで、出店する事業所の商品やサービスを地域内外の多くの人にPRし、認知度の向上や売上アップに繋げることを目指します。また、地域外からの集客を促進する仕組みを検討し、事業所の新たな販路開拓をサポートしていきます。

さらに、地元の中학생や高校生をイベントの企画・運営に積極的に参加させることで、大人との交流を深めるとともに、将来、地元に戻ってくる若者を増やすことを狙いとしています。

この取り組みは、地域社会の活性化と次世代へのつながりを育む重要な機会となるでしょう。

○関係者：会議所青年部（55名）・御坊市商店街振興組合連合会（3名）・御坊市（3名）和歌山県（1名）・市内の高等学校（3校）・会議所（4名） ○開催頻度：年間1回

実行委員会は年間10回



飲食店出店エリア

④「きのくにロボットフェスティバル」の開催

○和歌山県内外の小・中・高校生を対象としたロボットコンテストを毎年開催しています。このイベントは、地域の青少年にもものづくりへの理解を深めてもらうとともに、日本のものづくりの発展と次世代の人材育成に貢献することを目的に継続して実施されています。イベントでは、国内の有名メーカーや中国・韓国など海外からゲストを招き、最先端技術を駆使したロボットのデモンストレーションが披露されます。このデモンストレーションは、参加者のみならず来場者にもものづくりへの興味を喚起し、刺激を与える内容となっています。さらに、このイベントをきっかけにもものづくりに興味を持った若者が、将来、御坊市に戻り、地元産業の発展に貢献することを期待しています。イベントは、地域の未来を支える大切な取り組みとして、今後も積極的に推進していきます。

○関係者：和歌山県（6名）・御坊市（6名）・県内公立学校（7校）日高町村会（1名）・和歌山県経営者協会（1名）・御坊青年会議所（1名）和歌山工業高等専門学校（3名）・御坊商工会議所（6名）・近畿大学（1名）和歌山大学（1名）・地方紙（2社）・地元金融機関（2社）

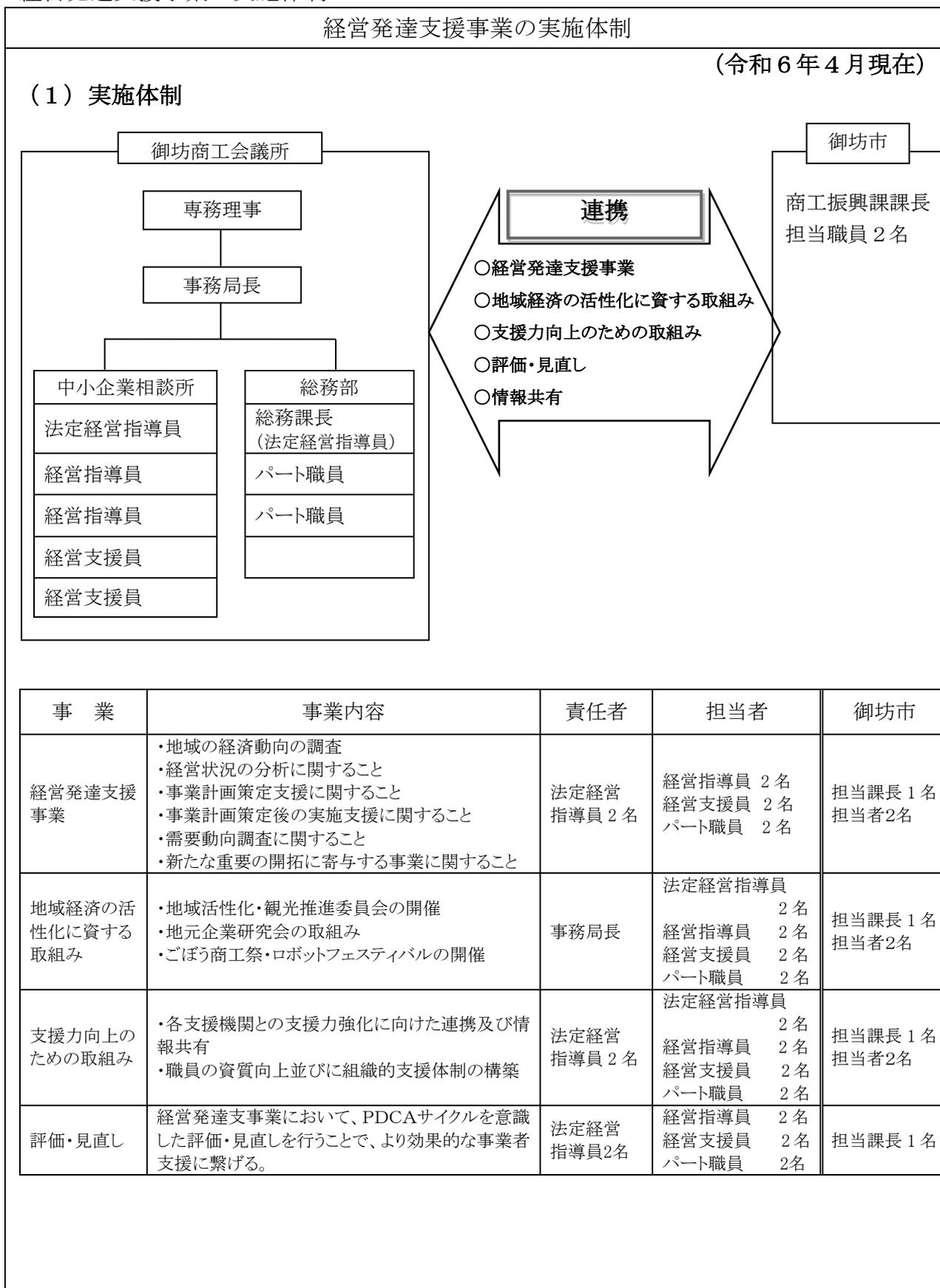
○開催頻度：年間1回 実行委員会は年間4回



ロボコン（中学生の部）

(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：佐藤浩知 ■氏名：大土かおり

■連絡先：御坊商工会議所 (TEL 0738-22-1008)

②経営指導員による情報提供及び助言

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・見直しをする際に必要な情報提供等を行う。

当計画の法定経営指導員については経営指導の質向上と支援体制強化のため、2名の配置を行うこととする。

(3) 連絡先

〒644-0002

和歌山県御坊市藪 350-28

御坊商工会議所 中小企業相談所

電話番号 0738-22-1008 F A X 番号 0738-23-1245

メールアドレス info@gobo-cci.or.jp

〒644-8686

和歌山県御坊市藪 350 番地 2

御坊市 商工振興課

電話番号 0738-23-5531 F A X 番号 0738-23-5848

メールアドレス syoukou@city.gobo.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	51,500	51,500	51,500	51,500	51,500
中小企業相談所	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500
地域振興費 (イベント開催、 展開会等への出展 費など)	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000

(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

国補助金、県補助金、市補助金、事業委託金、会費、受益者負担金等

(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。

