経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	紀州有田商工会議所（法人番号 6170005002548） 有田市（地方公共団体コード 302040）
実施期間	令和３年４月１日～令和８年３月３１日
目標	**経営発達支援事業の目標** （１）小規模事業者とのコミュニケーションを積極的にとり、小規模事業者に自社の強みや長所を周知すると共に、継続的に濃密な支援を長期に渡り積極的に行う。 （２）６５歳以上の経営者がスムーズに事業承継できるよう情報提供や専門家派遣を活用し、支援を行う。 （３）小規模事業者の情報化の推進のため、ＳＮＳを使った情報発信などにより、ＩＴに関する苦手意識の払拭と推進を図る。 （４）小規模事業者の販路開拓に向けた取り組みを支援することにより、商品やサービスのブラッシュアップや売上アップに繋げる。
事業内容	**経営発達支援事業の内容** **３－１．地域の経済動向調査に関すること** 地域の統計データや景況調査、RESAS から得た情報を整理、分析して調査結果を事業者に提供すると共に、分析結果を当所商工ニュースやＨＰで広く周知する。 **３－２．需要動向調査に関すること** 地元でのイベントや有田市内外で開催する有田市物産展で、小規模事業者の新商品や既存商品をブラッシュアップするための需要動向調査を実施する。 **４．経営状況の分析に関すること** 経営状況を分析する事業所の掘り起こしに努めると共に、定量分析、定性分析の両面を実施し、今後の事業計画策定に活用する。 **５．事業計画策定支援に関すること** 経営指導員等が小規模事業者との関係を密にし、事業継続や拡大に繋がる事業計画策定に積極的に関与、支援する。 **６．事業計画策定後の実施支援に関すること** 事業計画を策定した全ての事業者を対象に、事業計画の進捗状況に合わせ、フォローアップの頻度を調整しながら売上アップに繋げる。 **７．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること** 展示会出展支援やＩＴを活用した販路開拓支援事業を実施し、新たな需要の開拓を積極的に支援して、小規模事業者の売上アップ、粗利益率の増加を図る。 **地域経済の活性化に資する取り組み** 地域の活性化に向けた取り組みを、有田市産業振興課を始めとして各関係支援機関と連携、検討し観光客誘致等に取り組んでいく。また、「紀文まつり」「有田ふるさとうまいもんまつり」「浜のうたせ」の活用により地域の賑わいを創出していく。
連絡先	紀州有田商工会議所　中小企業相談所（指導課） 〒649-0304　和歌山県有田市箕島３３番地の１ ℡：0737－83－4777　FAX：0737―83―4782　E-mail　kacci@gold.ocn.ne.jp 有田市産業振興課 〒649-0304　和歌山県有田市箕島５０番地 ℡：0737－83－1111　FAX：0737―83―3108 E-mail　sangyosinko@city.arida.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有田市の概要

有田市は、和歌山県の北西部、県庁所在地の和歌山市から南へ約 25ｋｍ、大阪市から約 100ｋｍという圏内にあり、北は海南市、東は有田川町、南は湯浅町に隣接し、西は紀伊水道に面している。

面積は約 37 平方キロメートル（市域は東西約 10ｋｍ、南北約 5ｋｍ）で、有田市の中心を東から西に流れている有田川の河口に位置している、海・山・川の豊かな自然に恵まれた温暖な地域である。

「ありだ」という地名については、日本書紀に「紀伊国阿提郡」として初めて登場し、その後の日本後紀では「紀伊国在田郡」と変わり、明治に入ってから現在の「有田」になったといわれている。

昭和 28 年（1953 年）、有田地方は未曽有の大水害を被り、この復旧のために強固な自治体組織が必要だという気運が住民間で盛り上がり、国の小規模町村合併方針もあり、昭和 29 年（1954 年）9 月、1 町 3 村が合併し、有田町として発足した。そして、その翌年に人口が 3 万人を超え、昭和 31 年（1956 年）5 月 1 日に、和歌山県下で 7 番目の市に昇格し、有田市が誕生した。

交通面においては、有田市内には、ＪＲきのくに線が通っていて、特急が停車する箕島駅からは、約 85 分で大阪まで行くことができる。また、隣町の有田川町には阪和自動車道のインターチェンジがあり、大阪まで約 2 時間、関西空港まで約 1 時間でアクセスできる。

有田市の産業は、明治２０～３０年頃より除虫菊の栽培による蚊取り線香の製造や、作業用手袋・靴下の製造、水産加工業などの地場産業が立地している。昭和１０年代後半には大手企業による石油精製工場が進出、その後、非鉄金属製造工場が進出し、当市の中心産業となっている。

また、有田市は温州みかんを中心とした果樹栽培が盛んで、「有田みかん」の産地として、全国的に有名である。近年においては、有田みかんを使った加工品（ジュース、ジャム、ジュレ、ピール等）の開発、商品化も行われ、全国販売や海外展開も行われている商品もある。

漁業においても、有田市には県下一の箕島漁港があり、多くの底引き網漁船等が紀伊水道等に漁に出て、県下有数の漁獲高を誇っている。中でも「太刀魚」は、日本一の漁獲量を誇っている。

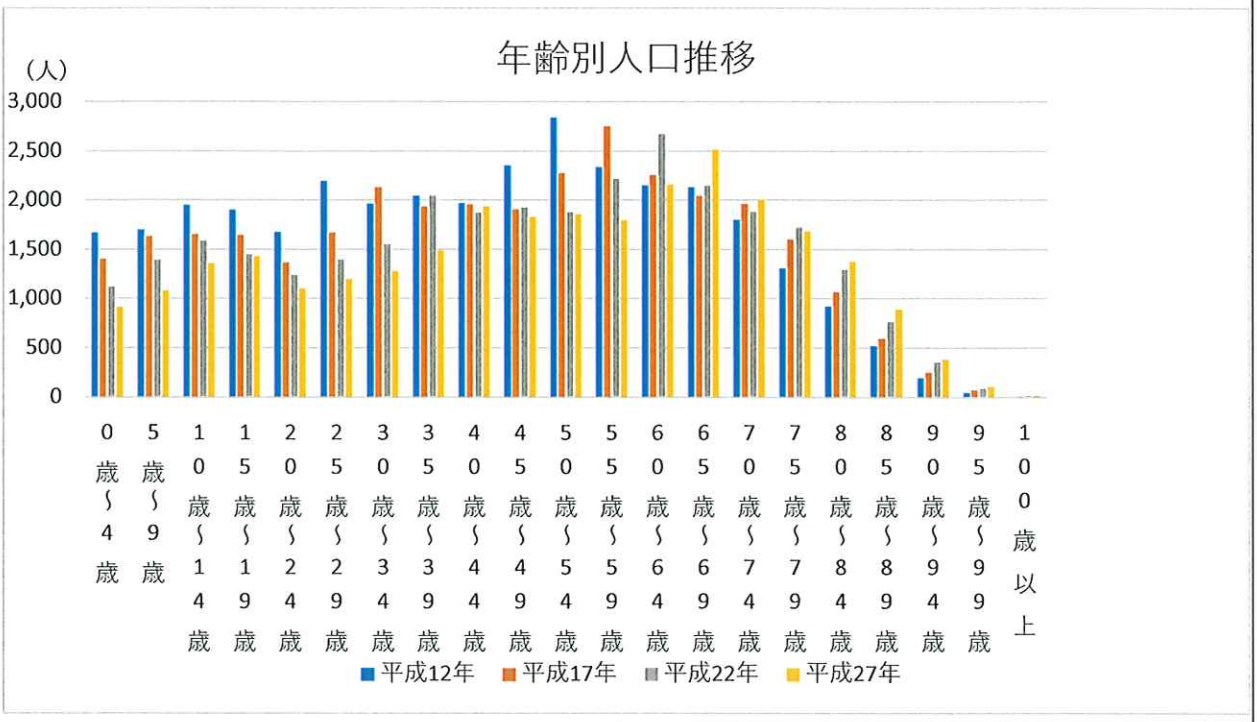
②有田市の人口

有田市の人口は、昭和 40 年代や 50 年代に 3 万 6 千人を超えていた時期があったが、減少傾向が続き、平成 27 年（2015 年）には 3 万人を下回り、令和 2 年（2020 年）8 月 31 日現在の人口は 27,375 人である。また、現役世代である 15 歳～64 歳以下の人口は減少傾向にあり、平成 27 年には 1 万 7 千人を下回る一方、65 歳以上の人口は増加傾向にあり、同年で高齢化率が 31％を超えている。

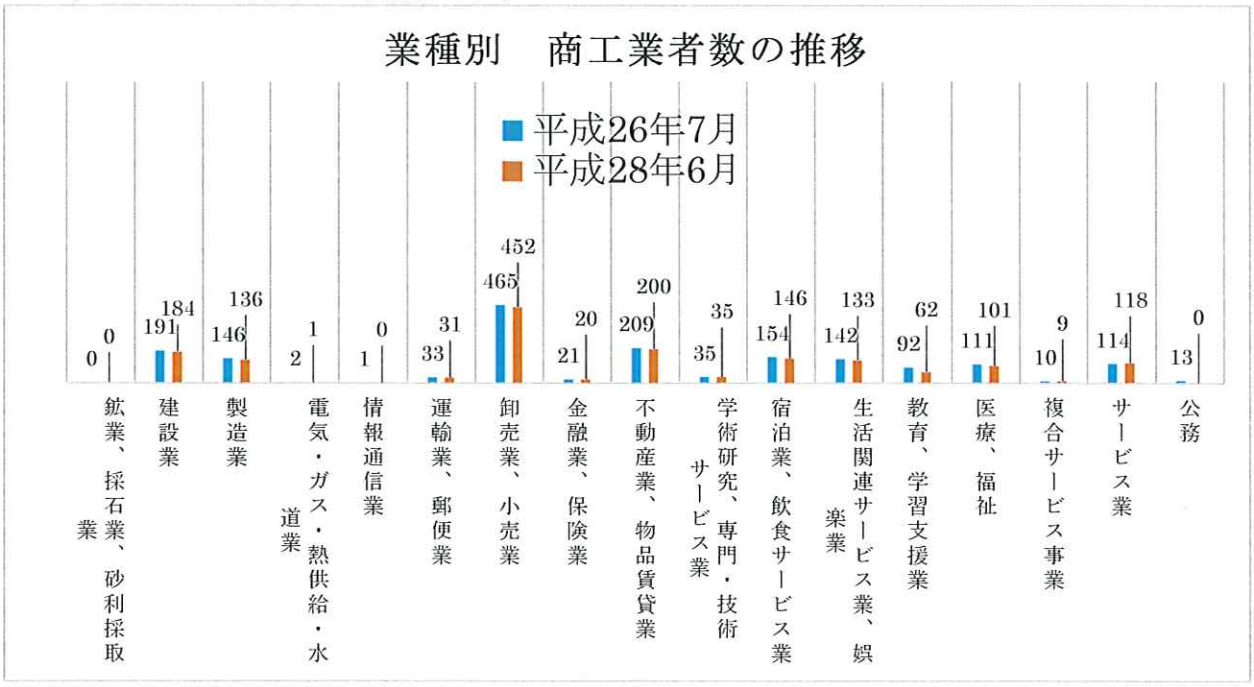
平成 10 年（1998 年）以降、死亡数が出生数を上回る自然減の傾向が続き合計特殊出生率は増減を繰り返すが、既に人口減少が進んでいるため、出生数は減少傾向（出生数：平成 26 年度 195 人、平成 30 年度 151 人）が続いている。また、転出数が転入数を上回る社会減の傾向（転出超

過数：平成 26 年度△250 人、平成 30 年度△240 人）も続いている状況である。

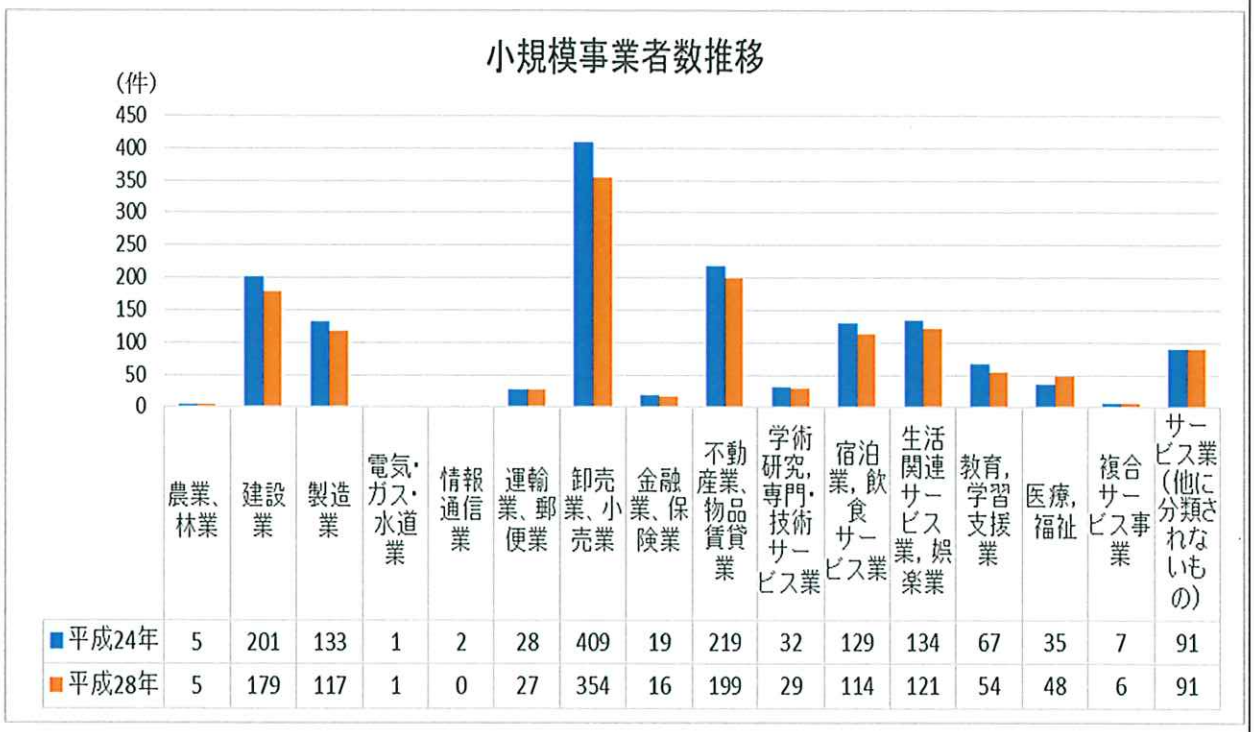
有田市の人口推移としては、平成 12 年（2000 年）では 33,637 人、平成 17 年（2005 年）が 32,139 人、平成 22 年（2010 年）が 30,509 人、平成 27 年（2015 年）が 28,382 人と減少していて、平成 22 年から平成 27 年の５年間では 2,127 人、約７％減少した。



商工業者数は平成 26 年（2014 年）７月には 1,739 社だったが、平成 28 年（2016 年）６月には 1,628 社と２年間で 111 社減少した。



小規模事業者数は、平成 24 年（2012 年）には 1,512 人だったが、平成 28 年（2016 年）には 1,361 人と 151 人減少した。

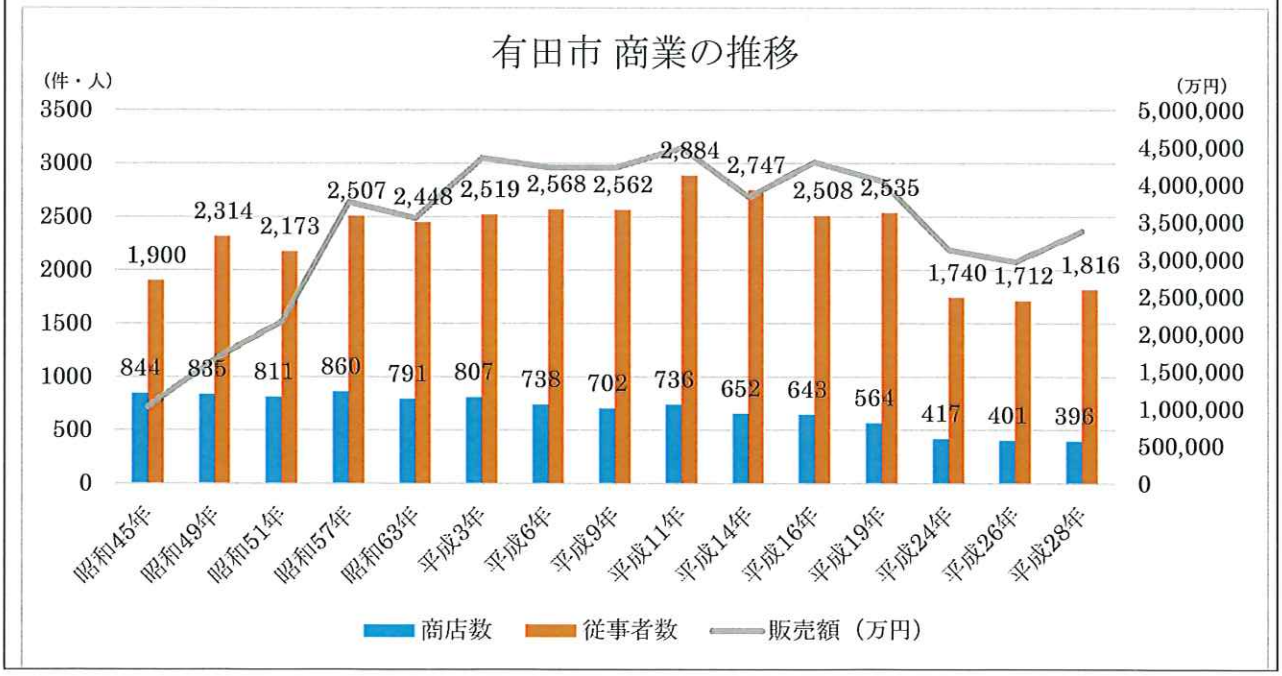


	農業、林業	建設業	製造業	電気・ガス・水道業	情報通信業	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	学術研究，専門・技術サービス業	宿泊業，飲食サービス業	生活関連サービス業，娯楽業	教育，学習支援業	医療，福祉	複合サービス事業	サービス業（他に分類されないもの）
平成24年	5	201	133	1	2	28	409	19	219	32	129	134	67	35	7	91
平成28年	5	179	117	1	0	27	354	16	199	29	114	121	54	48	6	91

③有田市における主な産業別の現状と課題

【卸・小売業の現状と課題】

有田市内の卸・小売業の事業所数は、昭和 51 年には 811 事業所、売上総額 216 億円だったが、昭和 56 年の大型店の出店を皮切りに、ロードサイト店等中規模店の出店が相次ぎ、昭和 60 年には 838 事業所、売上総額 367 億円、平成 6 年は 738 事業所、売上総額 423 億円、平成 19 年は 564 事業所、売上総額 404 億円と推移している。



市内外の大型店やフランチャイズ店へ買い物客が流れ、中心商業地には空き店舗が増加し、空洞化が広がり、昭和５５年には商店街・商店会が有田市内に１２個所あったが、現在は休眠状態の商店街・商店会がほとんどで、その形態をなくし、まちの活力が低下しつつある。

商店街に加盟している個店も年々減少傾向であり、商店街として、お盆前や年末などの時期にイベントを実施することは難しくなってきており、商店街として機能は失われつつある。その様な中、地域の有志の方が集まって、地域活性化に取り組む動きもみられるようになり、当所もやる気のある個店や団体を全力で支援していくことに重点をおいている。

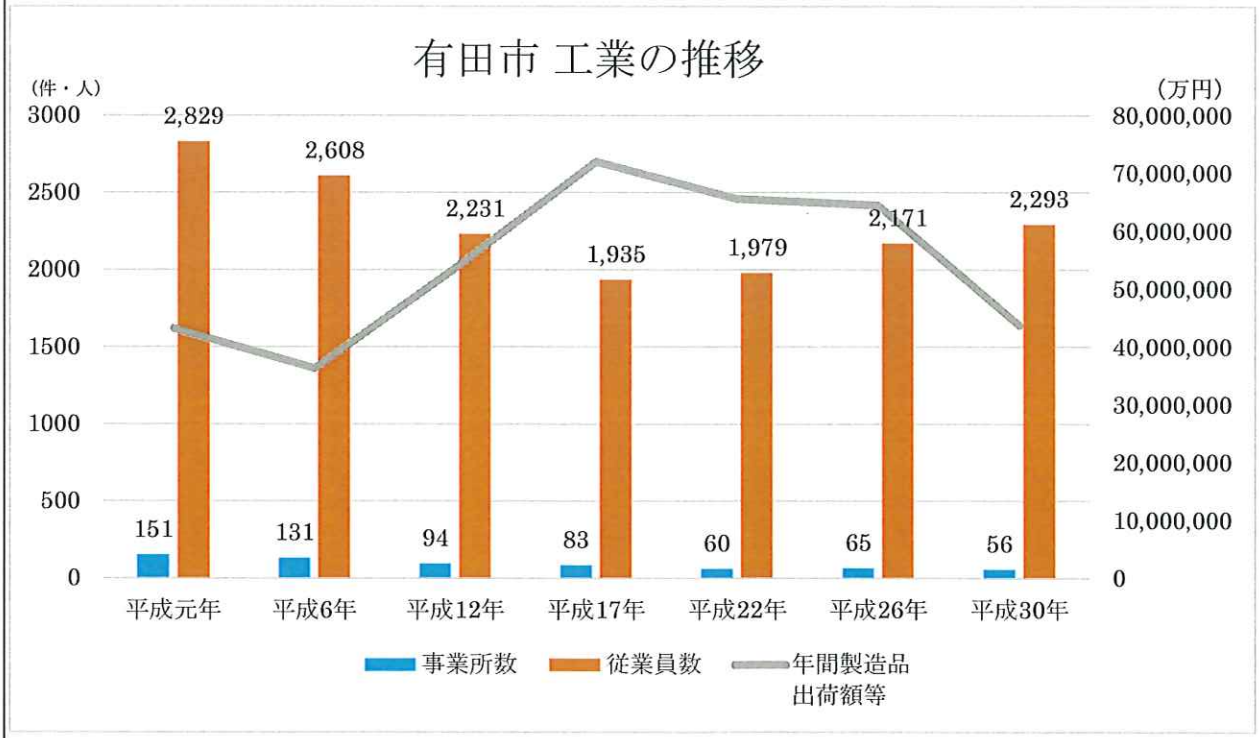
【工業の現状と課題】

有田市の工業は、出荷額においては石油精製が群を抜いており、大手企業が市の北部に位置している。次いで、非鉄金属工業の工場が有田川河口付近にある。平成 17 年（2005 年）では、従業員４人以上の事業所が 83 社、製造品出荷額が 7,204 億円だったが、平成 30 年（2018 年）では従業員４人以上の事業所が 56 社、製造品出荷額が 4,375 億円に減少したが、和歌山県内の市町村別製造品出荷額は和歌山市に次いで２位であり、製造業が盛んなまちである。

有田市南西部を中心に、しらす加工やえびせんべい、かまぼこ、天ぷらなどの水産食品加工業が盛んである。特にしらす加工は品質が良いとの定評があり「紀州ちりめん」として名が知られており、関西だけでなく関東方面へも多く出荷されている。

また、当地は蚊取り線香発祥の地であり、全国生産額の約５割を出荷している。輸出を通じて有田市を広く国際的にも知られる地域にしてきた。また、蚊取り線香の作業工程で類似点も多い薫物線香の製造も発展してきており、お線香は、近年、仏事用線香だけではなく、アロマ効果のあるものなど、いろいろな楽しみ方に広がってきている。また、手袋や靴下の繊維工業も、高度経済成長と共に成長してきた当市を代表する地場産業である。

有田市を代表する地場産業は多いが、中規模、小規模の事業者が多く、後継者問題や従業員の高齢化など、技術と事業の継承が大きな課題である。また諸外国で作られる低価格な商品の勢いもあり厳しい状況にある。急速に進む IT 化の流れや、多様な消費者ニーズに対応していくことが重要であり、強みとなる技術力、新商品の開発力、製品の魅力を対外的にアピールする能力も必要となってくる。

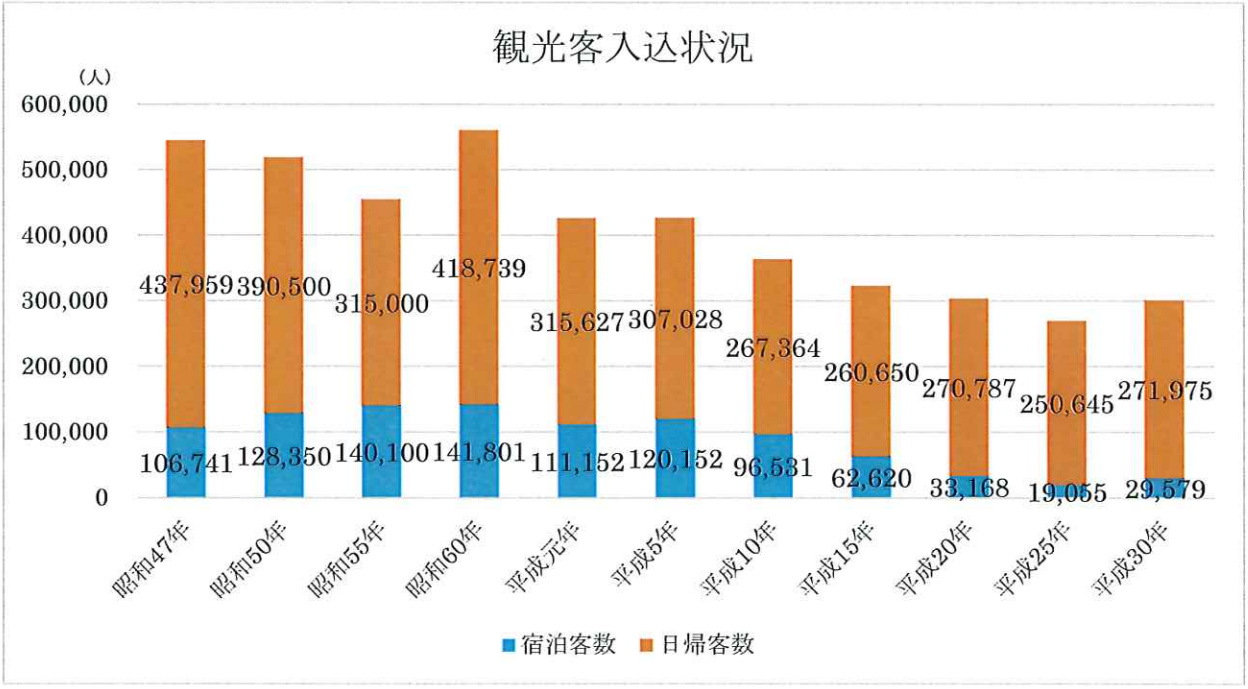


【観光、飲食、サービス業の現状と課題】

有田市の観光客数は、全盛期の昭和 60 年度（1985 年度）は 560 千人（内、宿泊客数 141 千人）だったが、年々減少傾向であり、平成 30 年度（2018 年度）は 301 千人（内、宿泊客数 29 千人）と約 46%減少している。その影響もあり、有田市内の観光、宿泊、飲食、食品加工業者などが、売上は 35 年前と比較すると 20～60%下がっている。

しかし、平成 29 年度（2017 年度）から有田市が取り組んでいる「西海岸エリア５つ星プロジェクト」（有田市の自然や地域資源を活用した再開発プロジェクト）などにより、観光客数は平成 25 年度の 269 千人からは、平成 30 年度 301 千人と約 11%増加した。

各事業者において、それぞれ工夫を凝らし観光客誘致対策に取り組んでいるが、有田市に観光客を呼び込む観点から考えると、地ノ島海水浴場、みかん狩り、熊野古道や新鮮な魚料理等あるが、魅力不足であるのに加え、観光客受け入れ施設の老朽化やキャッシュレス化、バリアフリー化の遅れ、無料 Wi-Fi が利用できる店舗や多言語表記の案内板、パンフレットが少ないなど、インバウンド客を含めた観光客の受け入れ体制の整備の遅れが課題である。



【農業、漁業の地域産業の現状と課題】

有田市の農業は、有田みかんを代表する柑橘類の栽培がさかんであり、2010 年からは有田みかんを再ブランド化していく原産地呼称管理制度を導入し、認定農家を増やしブランド向上を目指している。

有田市の漁業は、市の南部に箕島漁港があり、太刀魚が全国一の漁獲量を誇り、高級魚として海外への輸出も進められている。

農業、漁業ともに、従事者の高齢化や後継者不足が深刻であり、消費者の嗜好の変化によるみかん消費の減退、漁獲量や水揚げ金額は年々減少傾向にある。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

有田市の小規模事業者を取り巻く現状や環境を踏まえ、当所の小規模事業者に対する支援方針としては、各小規模事業者が抱える課題に対し伴走しながら持続的発展を支援していく『個社支援』と、商工会議所が地域の総合経済団体及び小規模事業者支援機関として、また、地域の活性化にもつながる『面的支援』に全力で取り組み、10 年先を見据えて、地道に本計画を実施していくことが必要であると考えている。

「個社支援」を行うための第一歩として、巡回訪問や窓口対応での面談などにより、小規模事業者とのコミュニケーションを積極的にとり、事業者の意識改革を図り、強みや長所をはっきりと認識（『事業者の気づき』）させる。ＩＴ化がより一層進んでいる 10 年後でも、当地域では、情報化についていけない小規模事業者などもある程度いると予想されるが、事業者ができる範囲での情報化支援や小規模事業者に代わり、商工会議所ができるＩＴ支援などを実施するなど、寄り添った支援を行っていく。また、やる気のある小規模事業者に対しては『伴走型支援』により、事業の維持や発展、経営革新や情報化への対応、新商品開発やワークショップ、物産展、商談会なども活用した販路開拓など、事業者が抱える課題に対し、濃密な伴走支援を行い、方策を見つけ出していく。1 年や 2 年など短期間での実績ではなく、継続的に小規模事業者とコンタクトを取り、長期支援を続けていく。

また、有田市創業補助金などの活用など、有田市産業振興課と協力して、新規創業者や第二創業者、後継者などの育成、支援体制を整え、小規模事業者の増加等による地域振興、まちの活性化を目指していく。

また、地域の現状と特色、地域資源などを最大限活用し、和歌山県、有田市、支援機関、地域金融機関等と連携して、観光客を含む来市者を増やすとともに、有田市の人口減少を食い止め、活力あるまち有田市を目指す。

有田市の第４次長期総合計画では、「地域特性を活かした強い産業のまち」を目標に掲げている。具体的には、当所などの関係機関と連携を取り、市民が市内で充実した消費生活を営み、市内の商業が活性する施策や支援を推進し、技術革新や情報化への対応と高付加価値を付けた商品開発や販路開拓を図り、新たな地域産業育成に取り組んだり、新規起業を後押しする取り組みを推進する。さらに、関係機関・団体とも協力しながら、既存産業の経営基盤強化支援とともに、新規に創業する者及び就労する者への積極的な支援に取り組むとしている。

当所も、地域の総合経済団体として、有田市と連携して市内の小規模事業者に対し、積極的にアプローチを行い、事業者の経営に対する考え方を、守りから攻めにかえてもらい、次の 10 年に繋げていく支援を実施する。

（３）経営発達支援事業の目標

上記を踏まえ、有田市内の小規模事業者の持続的発展が地域経済の長期的振興になるために、以下の目標を設定する。

目標①　伴走型支援の強化

経営指導員等は、日頃から巡回訪問を行い、事業者とのコミュニケーションを積極的にとり、経営状況を把握し、事業者の強みや長所を認識させる。また、ヤル気のある事業者に対しては、短期間ではなく、継続的に濃密な支援を長期間に渡り、積極的に行っていく。

目標②　小規模事業者の事業継続、事業承継対策の推進

代表者が６５歳以上の事業所を中心に、スムーズに事業承継ができるように情報提供や専門家派遣を活用するなど支援を続けていく。

目標③　地域及び小規模事業者の情報化推進

代表者が高齢者である小規模事業者などは、ＩＴを活用した情報収集や情報発信が不得手で、進んでいないことが多い。そのような事業者に対して、ＳＮＳを使った情報発信や販路開拓支援などＩＴに関する苦手意識を払拭させ、ＩＴ推進を支援していく。

目標④　販路開拓の推進

売上アップにつながる販路開拓を望んでいる事業者に商談会や物産展などの情報を提供するとともに、商品やサービスのブラッシュアップ支援も専門家の指導を受けながら、支援を行っていく。

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３年４月１日　～　令和８年３月３１日）

（２）目標の達成に向けた方針

目標①　伴走型支援の強化

〈方針〉　経営指導員等が、定期的に小規模事業者への巡回訪問や窓口応対を実施し、事業者とのコミュニケーションを積極的にとり、経営資源の内容や財務内容など経営状況を把握する。そこで、事業者が欲している情報等を提供しながら、事業所の意識改革を図り、強みや長所をはっきりと認識（事業者の気づき）させる。

また、ヤル気のある小規模事業者に対しては、一緒になって事業の維持や発展、経営革新や情報化への対応、新商品開発や販路開拓支援、専門家派遣の活用など１年や２年など短期間での実績ではなく、継続的に濃密な支援を長期間に渡り、積極的に行っていく。

目標②　小規模事業者の事業継続、事業承継対策の推進

〈方針〉　小規模事業者の現状把握を行う中で、事業者が事業承継を検討している場合は、５年から１０年の準備期間が必要といわれている。承継に対する心構えや準備することなど、初期の段階から支援を始め、事業承継計画の策定に係る指導や助言など支援を行っていく。また、和歌山県事業承継ネットワークと連携し、スムーズな事業承継ができるように情報提供しながら、長期間の支援を実施していく。

目標③　地域及び小規模事業者の情報化推進

〈方針〉　小規模・零細事業者は、大企業や中小企業と比べＩＴ化が遅れている状況にある。そのような中、当所は消費者ニーズや多様化に関する需要動向調査など情報収集を行い、事業者へ情報提供し、事業者のＩＴに関する意識改革やＩＴ推進に対する取り組みを支

援していく。具体的には、ｗｅｂサイトの構築支援やＥＣサイトの構築支援、ＳＮＳなどを使った情報発信、キャッシュレス化の推進を支援するとともに、ＩＴ関連のセミナーや専門家派遣も実施し、長期間に渡っての小規模事業者のＩＴ化の取り組みを支援していく。

また、市内の観光施設や公共施設、飲食店などに対し、Wi－Fi 環境の整備を推進し、地域のＩＴ化への促進を支援していく。

目標④　販路開拓の推進

〈方針〉　小規模事業者にとっては、売上アップにつながる販路開拓ができるかどうかは、事業の継続や拡大に大きく関わってくる。販路開拓を望んでいる事業者に対し、商談会（ＢtoＢ）の開催や出展情報の提供、当所などが主催する物産展（ＢtoＣ）の開催、新しいチャネル（ＥＣサイト）の構築や活用など市内、市外、県外に新しい需要の拡大を支援していく。

また、地域資源（みかんなどの柑橘類、にんにく、太刀魚などの魚等）を活用した新商品や新製品の開発支援や既存商品やサービスのブラッシュアップ、ブランド化の推進を専門家の指導も受けながら、支援していく。

経営発達支援事業の内容

３－１．地域の経済動向調査に関すること

（１）現状と課題

［現状］

３カ月に１回、有田市内の４０事業者を対象に、「中小企業景況調査」を実施。また、日商ＬＯＢＯ調査を毎月３者対象に実施し、結果を常議員会等に報告、資料提供している。ＲＥＳＡＳ（地域経済分析システム）などを活用した分析や分析結果の公表はできていない。

［課題］

分析結果を事業者への巡回時や窓口指導での資料として、十分に活用できていないため、小規模事業者の事業計画策定など分析に活かせていないのが現状である。また、ＲＥＳＡＳ等ビッグデータを使っての情報収集や分析はできていないので、ＲＥＳＡＳを十分に活用できるスキルを経営指導員等が身につけ、そこから得た情報を小規模事業者に提供する。

（２）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
① 地域の経済動向分析の公表回数	－	１回	１回	１回	１回	１回
② 商工会議所ＬＯＢＯ調査の公表回数	１２回	１２回	１２回	１２回	１２回	１２回
③ 市内景況調査の公表回数	４回	４回	４回	４回	４回	４回
④ 有田市統計データの情報提供回数	－	３回	３回	３回	３回	３回

（３）事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

有田市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。

【分析手法】

・「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市内景気動向調査の活用

有田市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、毎月（年 12 回）実施している日本商工会議所「LOBO 調査（早期景気観測）」及び四半期ごとに（年４回）実施している「市内景況調査」をもとに、年４回調査・分析を行い、公表する。

【調査対象】

・LOBO 調査…市内小規模事業者３社（製造業１社、小売業１社、サービス業１社）

・市内景況調査…市内小規模事業者４０社（製造業７社、建設業６社、卸売業４社、小売業１４社、サービス業９社）

【調査項目】

業況、売上、採算、資金繰り、在庫、仕入単価、従業員数の今期と来期の各ＤＩ値、設備投資の有無、今後の見通し、直面している経営課題　等

【調査手法】

訪問・面談し、各調査項目や要因等について、直接聞き取る。

【分析手法】

景況感をＤＩ値化した上で、経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う。

③有田市統計データの活用

有田市の統計データについて、最新のデータを把握するため、年３回直接有田市役所の担当課に問い合わせ、データを取得し、年３回分析を行い、公表する。

【調査項目】

人口推移、公共工事高、建築確認件数、市の事業進捗状況、市の事業者に対する補助金執行状況　等

【調査手法】

有田市産業振興課や財政課等に問い合わせを行い、情報収集を行う。

（４）成果の活用

・調査結果は、経営指導員等が巡回指導する際に、情報提供や助言の参考資料とする。

・当所が発行している「商工ニュース」（毎月１日に新聞折り込みしている市民版）やホームページに掲載し、広く事業者等に周知する。

・小規模事業者に対する事業計画策定や新分野進出、販路開拓支援の参考として活用する。

・地域の現状把握のため、各種会議資料として活用する。

３－２．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

［現状］

これまでは、補助金申請や新商品開発の際に、相談や問い合わせのあった一部の事業者に対して、インターネットによる情報収集や当所職員が一消費者となり回答してきた。物産展などでの来場者アンケートは、調査項目が不足していて、分析内容も不十分なものだった。

［課題］

今後需要動向調査をしていく際は、マーケットインの考え方を取り入れ、調査項目や分析内容を改善した上で、実施する。

（２）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
① 有田ふるさとうまいもんまつり来場者アンケート	―	５社	５社	５社	５社	５社
② 有田市物産展での来場者アンケート	―	10社	10社	10社	10社	10社

（３）事業内容

①地元イベントの来場者を対象として需要動向調査

地元でのイベント「有田ふるさとうまいもんまつり」（来場者約７千人）や有田市内もしくは有田市外で開催する「有田市物産展」で、小規模事業者の新商品や既存商品をブラッシュアップするための需要動向調査を実施する。

具体的には、地元の特産品であるみかん等の加工品やえび菓子、水産加工練り製品などを来場者に試食・試飲してもらい、アンケートを実施し、調査結果を分析した上で、当該店にフィードバックすることで、商品のブラッシュアップに繋げる。

【サンプル数】

有田ふるさとうまいもんまつりの来場者 100 人

有田市産業展の来場者 100 人

【調査手段・方法】

各イベントの来場者に出展商品を試食・試飲してもらい、当所経営指導員等が聞き取りの上、アンケート表に記入する。

【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、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】

①味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ等

【調査・分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が直接説明する形でフィードバックし、更なる改良の支援等を行う。

４．経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

［現状］

管内の小規模事業者の多くが、これまでの経験や勘を頼りに事業を行っており、経営分析を行っている事業者は少ない。また、これまでの経営分析は、マル経融資の際や持続化補助金などの補助金申請時がほとんどであり、受動的な対応が中心となっている。

［課題］

経営分析による事業の見える化ができておらず、事業経営の方向性が定まらない。経営指導員等が積極的に経営分析の必要性を周知し、聞き取った数字や情報などから経営分析を行い、小規模事業者に自店の魅力や強みを認識してもらう（事業者の気づき）ように指導していく必要がある。

（２）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
① セミナー開催件数	―	２回	２回	２回	２回	２回
②分析件数	40 件	54 件	54 件	57 件	57 件	60 件

＊分析件数のうち、毎年 10 件は、セミナー参加者や専門家派遣事業実施事業者の中で、意欲的で販路開拓の可能性が高い事業者を目標とする。

（３）事業内容

①経営状況を分析する事業者の掘り起こし

現在当所が行っている経営分析は、マル経等金融相談や補助金申請時などがほとんどであり、経営分析自体を目的とした掘り起こしは実施していなかった。そこで、今後は巡回訪問、決算申告相談時、専門家派遣事業実施時などに、事業者に経営分析の必要性を訴求し、その中で事業拡大や販路開拓などに関し、意欲的でやる気の感じられる事業者を掘り起こし、経営分析セミナーへの参加を推進して、定量分析や定性分析などを学んでもらい、今後の経営に役立ててもらう。

②経営分析の内容

【対象者】

セミナー参加者や専門家派遣事業実施事業者の中から、意欲的で販路開拓の可能性の高い 10 社を選定する。

【分析項目】

定量分析（財務分析等）と定性分析（ＳＷＯＴ分析）の両方を実施

《財務分析》　売上高、経常利益、損益分岐点、収益性（売上高総利益率、売上高経常利益率）、成長性、（売上高増加率）、生産性（一人当たり売上高）等「数字による経営課題の抽出・明確化」を行う。

《SWOT 分析》　数字では表現できない事業所の強み、弱み、脅威、機会等の分析を行う。特に小規模事業者の「強み」については徹底的に調査・分析を行う。

【分析手法】

経営分析のツールとして、新たに経営支援基幹システム「ＢＩＺミル」を導入するとともに、経済産業省の「ローカルベンチマーク」により、経営指導員等が調査・分析を行う。

（４）分析結果の活用

分析結果は、分析を行った事業者にフィードバックし、自社が置かれている現状を把握して

もらうことで、今後の事業計画策定及びフォローアップに活用する。さらに、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。

5．事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

［現状］

金融相談や持続化補助金等補助金申請時の事業計画策定支援が大半であり、それ以外での事業計画策定に関する相談はほとんどないのが現状である。また、当所からも補助金申請の際以外に事業計画の策定を進めることはほぼできていないのが現状である。

［課題］

事業計画策定の意義や重要性が小規模事業者に浸透していないため、事業計画策定セミナーを開催しても参加者が集まらない。経営分析から事業計画策定に繋げていくために、小規模事業者に対して、経営指導員等が積極的に必要性や重要性を説明し、事業計画の策定に繋げていかなくてはならない。

（2）支援に対する考え方

小規模事業者に事業計画策定の意義や重要性を簡単に説明しても、事業者の意識や行動を変えさせることは容易ではない。経営指導員等がじっくりと時間をかけてヒアリングを行い、ヒト・モノ・カネ・情報などの経営資源をフル活用するため、事業計画策定の必要性を説明し、納得してもらう必要がある。日頃から小規模事業者との関係を密にし、積極的に関与することで、事業継続や拡大に繋がる実効性のある事業計画策定を支援する。

４．で経営分析を行った小規模事業者の６割程度／年の事業計画策定を目指す。

（3）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
①事業計画策定セミナー	１回	１回	１回	１回	１回	１回
②事業計画策定件数	22 件	32 件	32 件	34 件	34 件	36 件

（4）事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

【内容】

・事業計画策定の必要性と意義
・事業計画を策定するには
・事業計画策定の事例
・事業運営開始後の見直し　等

【支援対象】

・経営分析を行った事業者、事業計画策定方法が分からない事業者等

【参加事業者数】

・１５社

②事業計画の策定

【支援対象】

・経営分析を行った事業者、持続化補助金等の補助金申請者　等

【手段・手法】

・事業計画策定セミナーの受講者に対し、「地域の経済動向調査」、「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、経営指導員等が担当制で事業者を支援し、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。

6．事業計画策定後の実施支援に関すること

（1）現状と課題

［現状］

事業計画策定後のフォローアップは行っているが、計画的に訪問し、策定した事業計画の進捗状況を確認できていない場合が多く、売上増加や利益率の増加など効果の把握ができていない。また、事業者も事業計画を策定したことがゴールとなり、策定した事業計画に対し、ＰＤＣＡサイクルを実行している事業者も少ないのが現状である。

［課題］

経営指導員等による事業者への巡回訪問が不定期であったり、訪問回数が少ないため、事業者の状況を把握できていない。事業者自らがＰＤＣＡサイクルをまわせるように、伴走型支援を実施していく。

（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支援する。ただし、事業計画の進捗状況等により巡回回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、巡回回数を減らしても支障のない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

（3）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
フォローアップ対象事業者数	22 社	32 社	32 社	34 社	34 社	36 社
頻度（延回数）	88 回	156 回	156 回	162 回	162 回	178 回
売上増加事業者数	—	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
利益率３％以上増加の事業者数	—	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社

（4）事業内容

事業計画策定事業者に対し

令和３年度／32 社のうち、6 社は毎月 1 回、16 社は年 4 回、10 社は年 2 回
令和４年度／32 社のうち、6 社は毎月 1 回、16 社は年 4 回、10 社は年 2 回
令和５年度／34 社のうち、6 社は毎月 1 回、17 社は年 4 回、11 社は年 2 回
令和６年度／34 社のうち、6 社は毎月 1 回、17 社は年 4 回、11 社は年 2 回
令和７年度／36 社のうち、7 社は毎月 1 回、18 社は年 4 回、11 社は年 2 回

とする。

ただし、事業者からの申し出や緊急性等により 1 か月間に何度もフォローアップを行うなど、臨機応変に対応していく。

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、担当している経営指導員等以外の経営指導員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、フォローアップ巡回頻度の変更等を行う。

７．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］

当所は、事業者の販路開拓支援として、大都市圏（東京、名古屋、大阪）等で、物産展を開催してきた。また、和歌山市などで開催されている商談会への事業者の出展支援を行ってきた。

［課題］

今までは、商談会や展示会への出展に関してのＰＲや、出展前や出展後のフォロー等支援が不十分であった。これからは出展者のフォローなど十分に行った上で実施していく。また、物産展へ出展する事業者は一部に偏っているので、幅広く出展事業者を募っていく必要がある。

（２）支援に対する考え方

①展示会の出展支援

小規模事業者自身が自力で大都市圏や他地域へ販路を広げることは、経営資源の脆弱性からみても非常に困難である。そこで、当所が展示会や商談会、物産展のブースを借り上げ、事業者の出展を支援するとともに、その後のマーケティングや売上アップ、販路開拓につなげていく。特に、当地域の特産品である柑橘類の加工品やえび菓子、水産加工品などを製造している事業者を中心に支援を実施する。

②ＩＴを活用した販路開拓支援

小規模事業者（特に年配の事業者）の中には、ＩＴに関する知識が乏しく、販路開拓にＩＴを活用できていない事業者が多くいる。そこで、事業計画を策定した事業者に対して、当所がＩＴを活用した販路開拓の方法を支援する。また、コロナ禍では、消費者及び事業者双方とも対面での販売に抵抗を感じる人も少なくない。ＩＴを活用することで、地域内外を問わず、自店の商品を広く周知や販売することが可能となる。ＩＴ活用は業種を問わず取り組むことが可能であり、全業種を支援の対象として実施する。

（３）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
①わかやま産品商談会出展事業者数	４社	７社	７社	７社	８社	８社
成約件数／社	－	１社	１社	１社	２社	２社
②売れ筋商店発掘市参加事業者数	－	５社	５社	５社	５社	５社
成約件数／社	－	１社	１社	１社	２社	２社
③有田ふるさとうまいもんまつり出展事業者数	－	７社	７社	７社	８社	８社
売上額／社	－	５万円	５万円	５万円	５万円	５万円
④有田市物産展出展事業者数	－	２０社	２０社	２０社	２０社	２０社
売上額／社	－	５万円	５万円	５万円	５万円	５万円

⑤ＩＴを活用した販路開拓支援事業者数	―	３社	３社	３社	３社	３社
売上額／社	―	120 万円	120 万円	120 万円	120 万円	120 万円

（４）事業内容

①展示会の出展支援

・「わかやま産品商談会」への出展（ＢtoＢ）

【概要】

公益財団法人わかやま産業振興財団及び和歌山県が主催の 2020 年で 17 年目を迎える「わかやま産品商談会 in 和歌山 2020」は、和歌山市内で開催される食品生産事業者等が出展する展示商談会で、小売業や卸売業、メーカー、外食関連等のバイヤーなどが来場する。コロナ禍での開催である 2020 年度は 11 月 19 日に開催され、70 社が応募しているが、展示会当日の密を避けるため、抽選で選ばれる 50 社が当日の出展予定で、来場予定者も 240 人に限定されている。

例年は出展者約 70 社、約 300 人の来場者がある。

【支援対象】

7 社（食料品製造業、小売業）

・「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」への出展（ＢtoＢ）

【概要】

大阪商工会議所が主催のＢtoＢの商談会で、百貨店やスーパー、専門店など大手流通業のバイヤーが買い手企業としてブースを構え、そこに全国の製造業者や卸売業者が売り手企業として直接売り込みをかける商談会で、同種の商談会としては日本最大級の規模である。2020 年度で 24 回目を迎える。

例年は買い手企業約 70 社、売り手企業は約 750 社が来場し、約 5,000 件の商談が行われる。ただし、2020 年度はコロナ禍により、密を避けるため、一日一社の買い手企業との商談会として開催される。

【支援対象】

5 社（食品・食材、住・生活雑貨、地域特産品等製造業者、卸売業者）

・「有田ふるさとうまいもんまつり」への出展（ＢtoＣ）

【概要】

当所が主催している多くの市民が来場する（来場者約 7,000 人）人気のまつりで、有田地域の産品を使った食のコンテストが中心のイベントである。特産品を製造している事業者もブースを構え（出展者 7 社）、来場者に自店の商品をＰＲするとともに、売上アップを目指している。

【支援対象】

7 社（食料品製造業、小売業）

〔有田ふるさとうまいもんまつり〕

・「有田市物産展」への出展（ＢtoＣ）

【概要】

有田市内特産品製造業者などが出展する「有田市物産展」は、有田市内もしくは来店客が多い大阪府内や和歌山市内のスーパー、高速道路サービスエリアなどで開催している。来場者数は開催場所により異なるが、一日当たり約 3,000 人から 1 万人が来店する人気のイベントである。特産品を製造している事業者がブースを構え（出展者 20 社）、来場者に自店の商品をＰＲするとともに、売上アップを目指している。

【支援対象】

20 社（食料品製造業、小売業）

②ＩＴを活用した販路開拓支援事業

【概要】

ＩＴを活用して新たな販路開拓を模索する小規模事業者に対して、売上アップに貢献するホームページやＥＣサイト等の構築や運用支援、ＩＴ補助金の利用促進支援を行う。また、Ｗｅｂマーケティングの基礎、ホームページの作成、運用方法等について、ＩＴセミナーの開催や専門家派遣を活用し、新たな販路開拓の支援を行う。

【支援対象】

3 社（全業種対象）

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

８．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、本計画に記載の事業を適正に遂行するために、行政機関（県及び市の担当者）、金融機関、外部有識者、当所専務理事を委員とする「事業検証委員会」を開催し、事業の評価、検証、見直しを行い、今後の事業に反映させている。

［課題］

評価の高い事業を伸ばしたり、評価の低い事業に関してはより深い検証、見直しをするなど、当所の経営発達支援計画を実施するために、効果的なＰＤＣＡサイクルをまわす必要がある。

（2）事業内容

毎年度、「経営発達支援計画 事業検証委員会」を開催。有田振興局企画産業課課長、有田市産業振興課課長、日本政策金融公庫和歌山支店融資第二課課長、外部有識者（中小企業診断士）、当所専務理事の 5 名が委員として、また、事務局として、当所から事務局長、法定経営指導員（1 名）及び経営指導員（2 名）の 4 名及び有田市産業振興課担当職員 1 名の計 10 名で委員会を開催する。

委員会では、経営発達支援計画の進捗状況について委員から評価を受け、目標に達していない項目については意見をもらい、計画を見直す。その後、さらなる効果や成果を求め見直した計画を遂行していき、ＰＤＣＡサイクルを適切にまわしていく。

本事業の成果・評価・見直しの結果などについては、当所ホームページにて事業計画期間中、公表する。

9．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］

当所の経営指導員等の資質向上として、和歌山商工会議所（県内商工会議所研修担当商工会議所）が主催している経営指導員研修会や経営支援員等研修会、中小企業基盤整備機構が主催する中小企業大学校や各専門コースへの派遣、日本商工会議所や中小企業庁、和歌山県などが主催する各種説明会、セミナーなどに経営指導員だけでなく、参加可能な若手職員も参加し、各自の資質の向上を目指している。

［課題］

当所の中小企業相談所（指導課）職員７名のうち、４名は経営指導に携わっている経験年数歴が５年未満の若手職員であり、事業者への支援スキルや資質にばらつきがある。日頃の小規模事業者に対する指導は、その事案を担当した経営指導員等に任せている部分が多いため、その差を埋めるべく、指導課職員のスキルアップが課題である。

また、一般職員については、経営指導員等が一緒になって、育てていく時間を確保することが現状はできておらず、商工会議所全体として小規模事業者を支援していく体制が不十分である。

（2）事業内容

経営指導員 3 名だけでは、小規模事業者に対する濃密な指導及び日頃の支援には時間的に限界があり、その対策として、当所は職員全員が一丸となって、小規模事業者の支援にあたっていく必要がある。そのために、当所全体の指導能力向上を目指し、指導スキルや指導経験が少ない指導課の若手職員や一般職員の資質向上を図っていくことが重要となる。当所は、以下の事業を行い、当所全体の指導能力アップや職員の資質向上を目指していく。

① 外部講習会等の積極的活用

指導スキルが不足している指導課の若手職員や一般職員を経営指導員研修会や経営支援員等研修会、和歌山県商工会連合会が主催する「経営指導員等向け小規模事業者支援研修」へ派遣し、小規模事業者に対する伴走型支援を行える資質の向上を目指す。また、経営指導員は外部講習会等も活用し、経営分析や事業計画策定スキルなど支援能力の向上を図り、小規模事業者が抱えている課題の解決や事業計画策定支援に尽力する。

②スーパーバイザー事業、専門家派遣等の活用

経験の浅い指導員等を対象に実施されているスーパーバイザー事業に、若手職員を参加させ、現場で事業者の経営アドバイスに長けた専門家による「人材育成」を行うことで、経営指導能力向上と支援力の底上げを図る。

また、エキスパート制度や補助事業などで実施している専門家派遣にも担当経営指導員だけでなく、若手職員も参加させ、専門家による実践指導方法を学び、組織全体としての支援能力の向上を図っていく。

③ＯＪＴ制度の導入

支援経験が豊富や経営指導員が、指導課若手職員や一般職員を対象に巡回指導や窓口相談の機会を活用したＯＪＴを積極的に実施し、事業者との接し方、会話の進め方、話の聞き取りの仕方などを学んでもらい、小規模事業者への巡回時のコミュニケーション力や指導力の向上を目指す。

④指導課職員の定期ミーティングの開催

指導課職員が日頃の巡回や窓口相談の際に生じた問題や疑問点などの課題解決のため、

定期的なミーティングを月 2 回開催し、各人が考える解決策などを出し合い意見交換することで、職員の支援能力の向上及び情報の共有化を図る。

⑤データベース化

経営指導員等がカルテシステムに支援内容を適時・適切に入力し、担当する経営指導員等が不在の際にも、その小規模事業者の状況が職員全員で共有できるようにするため、データベース化の強化を図る。

１０．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］

公益財団法人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、和歌山県社会保険労務士会、日本政策金融公庫和歌山支店、地域金融機関など各支援機関とは、担当者レベルでは緊密な連携をとりながら、小規模事業者支援に繋げている。

［課題］

今後は、経営革新の認定や事業承継、リスケなどより高度で専門的な分野において、各支援機関と更なる連携の強化を図り、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必要がある。

（2）事業内容

①和歌山県事業引継ぎ支援センターとの連携

和歌山県事業引継ぎ支援センター主催で、年 1 回連携会議が開催され、事業承継を検討し始めている事業者や事業を譲りたい事業者の支援制度など情報交換を行っている。また、事業引継ぎ支援センターの担当者と直接、対象事業者の情報交換や専門家としてアドバイスをもらうなど、今後も連携をとりながら、事業者支援を実施していく。

② 日本政策金融公庫和歌山支店との連携

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（日本政策金融公庫和歌山支店主催の協議会）や和歌山支店担当者が毎月 1 回第 2 水曜日に当所において金融相談を実施しているなど、密接な関係にあり、月 1 回以上情報交換を行っている。2020 年に入り、コロナマル経など事業者への新しい支援制度も増えている。これからも、小規模事業者に対して、マル経や普通貸付などの金融支援を素早く、今まで以上に綿密な情報交換をしながら小規模事業者支援につなげていく。

③ 市内金融機関との連携

有田市内には、紀陽銀行、きのくに信用金庫、ありだ農業協同組合があり、特に事業者と関わり合いの深い金融機関は、紀陽銀行ときのくに信用金庫である。この 2 行とは、毎年 1 回金融懇談会を当所主催で開催し、各行融資担当者と経営指導員等の間で情報交換している。コロナ禍の状況下では金融懇談会の開催を毎年 2 回に増やし、金融機関担当者との接点を持ち、市内の業種別動向や各行の金融制度など情報交換を行うとともに、個別案件については、当所が事業者と金融機関担当者とのパイプ役となって、よりよい方向での金融支援となるよう支援していく。

④ 和歌山県社会保険労務士会との連携

現在、和歌山県社会保険労務士会の事業の一環として、月 1 回労務相談として、社会保険

労務士１名が当所へ来て事業者等の相談に対応してもらっている。コロナ禍の中、雇用調整助成金など助成金や有給休暇、働き方改革など労務に関する相談は増加傾向であり、今後も和歌山県社会保険労務士会と連携しながら、事業者自身で対応することができない相談に応じていくとともに、経営指導員等の労務に関する資質向上にもつなげていく。

地域経済の活性化に資する取組

１１．地域経済の活性化に資する取組に関すること

（１）現状と課題

［現状］

全国の地方都市と同様、有田市でも商店街は空き店舗が増えており、中には空き店舗が取り壊され、住宅や駐車場になっているところも多い。1960 年代から 1980 年代に賑わっていた商店街には人通りもほとんどなく、かつての面影はないのが現状である。

［課題］

当所も有田市と連携・協力しながら、地域活性化に向けたイベントや取り組みを行っているが、イベントは一時的な集客に留まっており、継続的な交流人口の増加には繋がっていない。また、当市には多くの観光客を呼び込める観光スポットが少なく、如何にして観光客を誘致する仕組みを構築できるのかが大きな課題である。

（２）事業内容

①有田市産業振興課との懇談会の開催（年３回）

有田市の商工業者の振興を含めた地域活性化策について、当所職員 5 名と有田市産業振興課の担当職員５名で、年３回懇談会を開催し、今後の地域活性化策や商工業施策、経営発達支援計画の進捗状況確認、お互いの取り組み等について意見交換を行い、連携支援や情報の共有を図っている。

②「紀文まつり」の開催

有田市で毎年８月に開催される、来場者が約 35,000 人になる花火大会をメインとした最大のイベント。紀文まつり実行委員会が年３回以上開催され、市外からの観光客増加対策を含むその年のステージイベント等の内容を検討している。また、紀文まつり当日は、有田市内の旅館宿泊客の花火観覧接待や店舗出店などで協力し、地域の活性化につなげている。

③「有田ふるさとうまいもんまつり」の開催

2002 年から行っている当所最大のイベントで、毎年約 7,000 人が来場している。2017 年からは、「有田ふるさとうまいもんまつり」と名前を替え、『地元でとれる食材』をテーマにしたグルメコンテストをメインイベントとして開催しているが、2020 年度は新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため中止となった。

当所は実行委員会の事務局として、有田市産業振興課の担当者も含め、地域経済の活性化及び地域のにぎわい創出策の検討を行っている。

2019 年度は、グルメコンテストに 20 店舗が参加。評判の良かった料理などに対し、当所はイベント終了後も支援を行っている。

④産直市場「浜のうたせ」の運営協力

有田箕島漁業協同組合が中心となって令和２年５月 30 日に箕島漁港近くにオープンした「浜のうたせ」の運営協議会に当所も参画し、毎週１回開催している運営会議に出席、集客

や広報、イベント担当として、運営に協力している。

新鮮な魚や海鮮丼などが評判となり、市外や県外からのお客様を含め、平日で約300人から400人、休日には約700人の来店客がある。市内の特産品や食品などの製造業者約40店が浜のうたせに商品を卸していて、売上アップと地域の活性化に寄与している。

⑤箕島地区の賑わい創出事業

活気がないといわれている有田市に『賑わい』を取り戻そうと、若者中心の地元有志の団体「ワンハート」が中心となり、有田市の中心地である箕島地区で各種イベントを実施している。2019年度は小学校の運動場を使い、盆踊りを開催。地域の子どもたちだけではなく、年配の方も大勢参加し賑わった。当所は、ワンハートの事務局を担当し、運営会議を年6回開催するなど、運営の中心的な役割を果たしていく。

⑥「有田就職フェア」の開催

有田地域（有田市及び有田郡3町）への就職希望者や求人募集事業所を支援しようと、当所が事務局となり、ハローワーク湯浅及び有田市産業振興課と開催に向けた会議を年3回開催している。令和元年度は第9回有田就職フェアを令和2年（2020年）1月に開催。有田郡市の30社が参加し、9名の方の採用内定につながった。

また、令和元年度から、有田郡市にある3校（箕島高校、耐久高校、有田中央高校）と、高校卒業予定者の採用を検討している事業所に参加してもらい、就職懇談会を当所で開催。高校の就職担当者と事業所とのパイプ役となり、地元での就職を推進した。

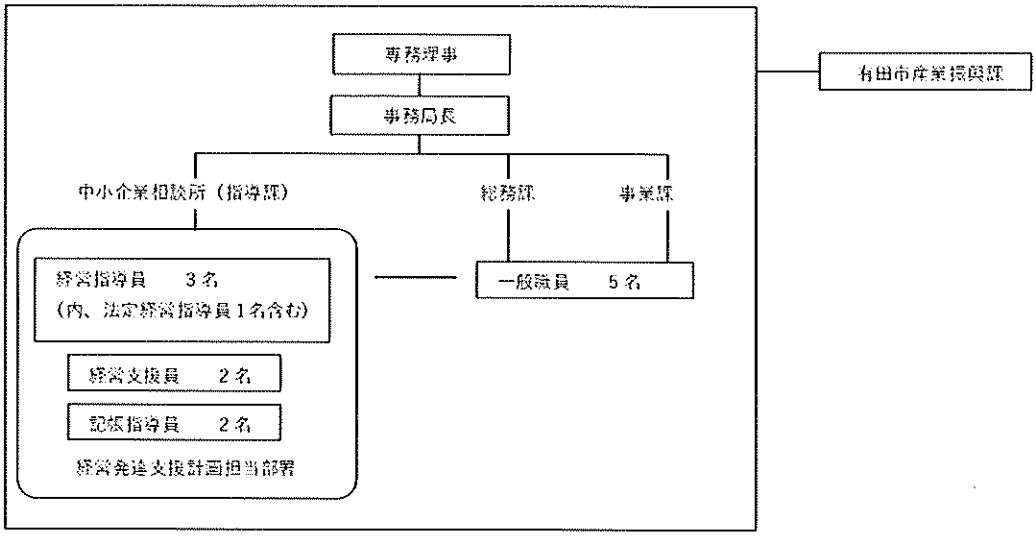
（別表２）

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５年４月現在）

（１）実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制　等）



（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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏　名：高松　敬子

■連絡先：紀州有田商工会議所

電　話　０７３７－８３－４７７７

ＦＡＸ　０７３７－８３－４７８２

E-mail　kacci@gold.ocn.ne.jp

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。

（３）商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会議所

〒649-0304

和歌山県有田市箕島 33 番地の 1

紀州有田商工会議所　中小企業相談所（指導課）

電　話　0737-83-4777

ＦＡＸ　0737-83-4782

E-mail　kacci@gold.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒649-0304

和歌山県有田市箕島 50 番地

有田市　産業振興課

電　話　0737-83-1111

ＦＡＸ　0737-83-3108

E-mail　sangyosinko@city.arida.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３年度	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度
必要な資金の額	6,580	6,580	6,580	6,580	6,580
中小企業相談所特別会計					
１）講習会費	500	500	500	500	500
２）指導運営費	200	200	200	200	200
一般会計					
１）地域振興事業費	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300
２）調査研究費	180	180	180	180	180
３）ものづくり支援事業費	300	300	300	300	300
４）人づくり事業費	100	100	100	100	100
５）まちづくり事業費	500	500	500	500	500
６）観光振興事業費	300	300	300	300	300
７）情報化推進事業費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200

（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
会費収入、事業収入、国補助金、和歌山県補助金、有田市補助金

（備考）調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

（別表４）

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
① ② ③ ・ ・ ・
連携して事業を実施する者の役割
① ② ③ ・ ・ ・
連携体制図等
①   ②   ③