

(経営発達支援計画の概要)

実施者名	和束町商工会 (法人番号 3130005008345) 和束町 (地方公共団体コード 263656)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 小規模事業者の経営基盤の強化における持続的発展。 (2) 地域の強みや経営資源を活用し、地域活性化を図り販路拡大を目指す。 (3) I T・デジタル技術を活用して、小規模事業者の変革、 更には競争の優位性を確立し、売上拡大・利益向上を目指す。
事業内容	経営発達支援事業の内容 <u>3. 地域の経済動向調査に関すること</u> 「RESAS」(地域経済分析システム)等の国が提供するビックデータの活用及び管内の地域経済動向調査から得た情報を整理・分析し公表を行う。 <u>4. 需要動向調査に関すること</u> 展示会・商談会に参加する小規模事業者の商品やサービスに対して需要動向調査・地域内観光客に対して基幹産業であるお茶の需要動向調査を実施する。その調査結果を分析し小規模事業者にフィードバックを行い商品開発や既存商品の改善を図る。 <u>5. 経営状況の分析に関すること</u> 巡回支援を通して、経営分析実施事業者の掘り起こしを行い、経営の分析を実施し、事業計画の策定に結び付ける。 <u>6. 事業計画策定支援に関すること</u> 事業計画策定セミナーを開催し、策定の重要性(必要性・有益性)を理解頂き、実現性の高い計画策定ができるように、経営支援員がフォローアップを行いながら実施する。 事業計画策定時においてD X推進セミナーを開催し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。 <u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 過去に事業計画を策定された小規模事業者の進捗状況を把握し、状況に応じたフォローアップを定期的且つ継続的に行う。 事業計画との間にギャップが生じている場合は、専門家の支援を仰ぎ対応策を検討する。 <u>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> 展示会・商談会への参加を促進する。(主に茶業関連業者) 基幹産業の茶業及び観光関連に関わる小規模事業者に対して、SNS情報発信・ECサイトの利用等、I Tを活用した販路開拓支援を行い、観光需要の回復を目指す。
連絡先	和束町商工会 〒619-1212 京都府相楽郡和束町大字釜塚小字生水 16-1 電話:0774-78-3321 FAX:0774-78-4030 Mail:wazuka-sci@kyoto-fsci.or.jp 和束町 建設農政課 〒619-1212 京都府相楽郡和束町大字釜塚小字生水 14- 2 電話:0774-78-3008 FAX:0774-78-2799 Mail:kennou@town.wazuka.lg.jp

別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

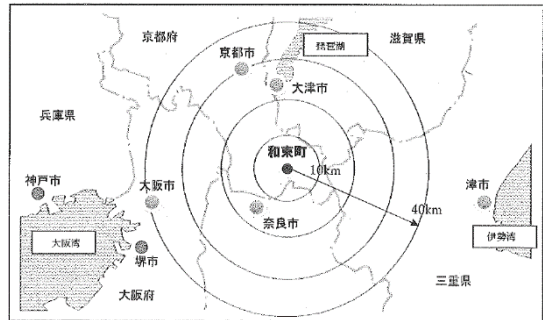
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

立地

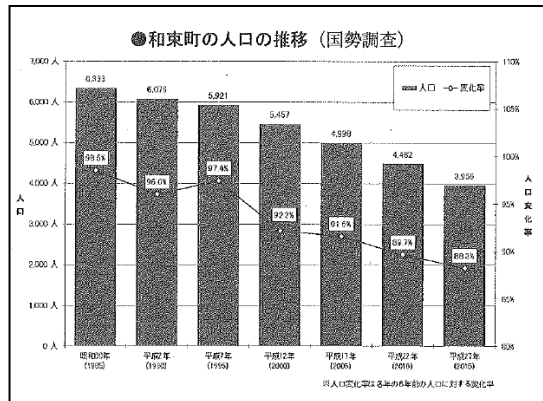
和東町は、京都府南部の相楽郡に属し、府都京都市から約30Km、奈良市から約15Km、大阪市から約40Kmに位置している。和東町を含む相楽地域は、京都府の南端に位置し、近畿圏の広がりの中で捉えると中心に位置し、和東町の半径約100Kmには、5つの政令指定都市（京都市、大阪市、堺市、神戸市、名古屋市）と4つの県庁所在地（奈良市、大津市、和歌山市、津市）を抱える大都市圏に近い中山間地域である。



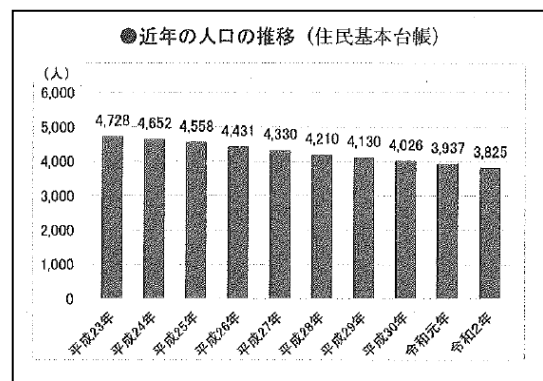
「日本で最も美しい村連合」に加盟し、茶畑景観が京都府の景観資産の文化的景観第1号に登録され、世界文化遺産登録への動きも始まっている優れた環境を有している。

人口（推移）

大正9年の国勢調査開始以降、総人口は昭和30年に、戦後のベビーブームと南山城水害の災害復旧のためピークを迎え7,614人だったが、その後は農山村における全国的な傾向と同様に若年層（男子）の流失が目立ち、昭和45年頃までは減少傾向を辿っている。その後、平衡を保っていたが、平成2年から27年にかけては漸減傾向にあり、平成27年には3,956人となった。



直近10年間（住民基本台帳）の人口の推移では、人口減少が続いており、平成23年が4,728人、平成27年が4,330人、令和2年が3,825人となっている。

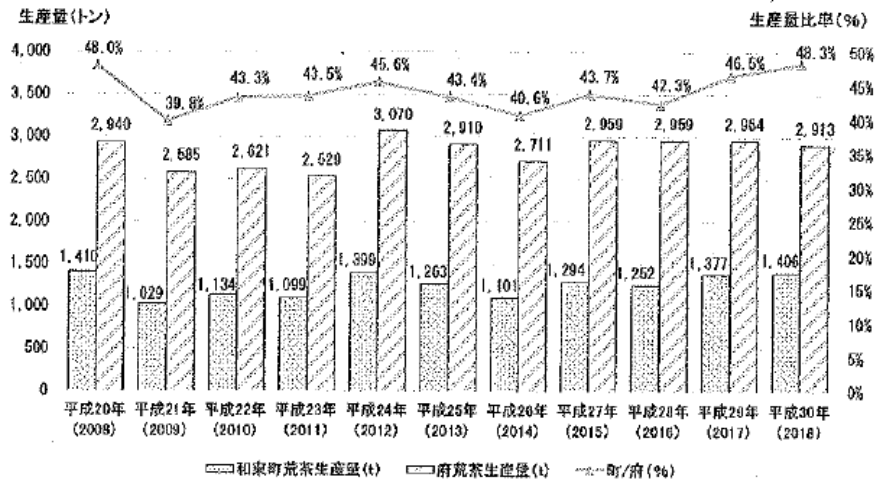


産業・業種別の景況感

(製造業・卸売業)

和東町の主産業である茶業である。生産量は平成20年から平成30年までほぼ横ばいで推移し、平成30年には1,406トンとなっている。京都府全体の生産量に占める生産量比率は、横ばいで推移し、平成30年には48.3%と京都府で生産されている荒茶料の約5割を和東町で生産している。

●荒茶生産量（京都府茶業統計）



製茶業者を中心にお茶「煎茶・てん茶」を活用した商品の開発等、6次産業化に向けた規模拡大・設備増強の共同化が進んでおり、海外展開も視野に入れた多角的な販路開拓に取り組む事業者が増加している。

業種別商工業者数の推移（うち小規模事業者数）

小売業・サービス業

近隣地域の都市化が進行する反面、人口減少に歯止めがかからず、大手量販店へ消費購買力が流出し、厳しい状況にある。

建設業

商工業者に占める割合は高いが、平成13年頃から公共工事が減少し、徐々に土木工事の廃業が増加し、厳しい状況にある。

	平成30年	令和1年	令和2年
建設業	64 (64)	64 (64)	64 (64)
製造業	59 (55)	59 (55)	59 (55)
卸売業	2 (3)	2 (3)	3 (3)
小売業	33 (32)	33 (32)	32 (32)
サービス業	36 (36)	36 (36)	36 (36)
その他	21 (13)	21 (13)	22 (13)
合計	215 (203)	215 (203)	216 (203)

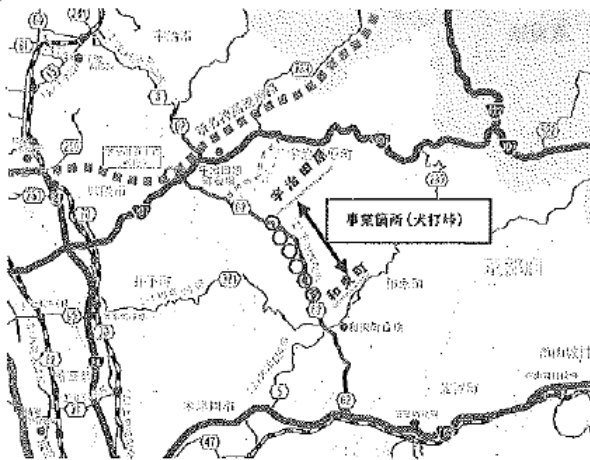
特産品

お茶を原料とした菓子（飴、団子、クッキー、ケーキ、ジェラート類）、調味料（ドレッシング）、茶ビール等の特産品の開発、また、お茶と茶畑景観を活用した観光産業（宿泊・飲食等）を中心に、スローライフを提案する農家民宿等、かまどでご飯等田舎ならではの体験を通じた着地型観光に注力している。

交通

町内には鉄道はなく、奈良交通バスに行政が補填をしながら、日に13～15往復するバスを運行している。交通アクセスや生活の利便性が悪いが、2023年に京都府宇治田原町と和束町を結ぶ府道宇治木屋線のバイパス「(仮称)犬打峠トンネル」の開通を予定しており、開通後は、広域道路網の整備効果が波及し、新名神高速道路インターチェンジまで15分、京都市まで30分で結ばれ、地域産業の振興をはじめ、茶の販売や茶文化を活かした観光客の呼び込みに大いに期待が寄せられている。

●主要地方道宇治小屋線（犬打峠）道路整備



和
東

②課題

和東町総合計画（商工・観光）課題・産業別状況

和東町の商工業の強みとしては、主産業が茶業であり、京都府の荒茶生産量約5割を占め、生産額は概ね約30億の横ばいで推移し、宇治茶の里として事実上、質・量ともにトップクラスの茶産地である。

観光業においては、町の面積の大半が自然環境と茶畑に囲まれた“茶源郷”の環境を有する自然環境豊かな地域であり、その特色を活かした教育観光やインバウンドの観光に力を入れたことから、入込客数は、（平成30年）約18万人で高い伸び率を示している。代表的な茶畑景観エリアを含めた緑泉コースを中心に、人の回遊ルートの整備、特にグリーンティ和東～運動公園一帯を「交流拠点エリア」とし、湯船マウンテンバイクランド周辺を「レクリエーション拠点エリア」と位置付け、“まち全体がお茶のテーマパーク”としたコンセプトの観光事業が今後求められている。

逆に弱みとしては、観光での交流人口が増え、多彩な人材が転入してはいるものの、町域が広く中山間地や高標高の斜面地に形成されている集落が多いことから、地域内の連携が十分に形成されておらず、湯船や小屋地域は中心部から遠いため、生活交通の利便性の確保が難しく、町外の信楽町や木津川市との繋がりが強い傾向にある。

基幹産業である茶業も後継者の問題の影が見られ、耕作放棄地も増えている。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年を見据えた計画

和東町の基本的課題は、（1）人口減少の抑制 （2）定住性の向上 （3）協働体制の構築にあり、小規模事業者支援により長期的に実現する項目は、次の7つである。

- （1）豊かな自然や里山の環境を活かした特色ある商品とサービスを開発し、小規模事業者が持続可能な共生環境をつくる。
- （2）経営の強み・弱みを相互に補完し合う小規模事業者連携ネットワークを構築し、町内の内需拡大を図る。
- （3）“まち全体がお茶のテーマパーク”をコンセプトにした大戦略を小規模事業者の個別戦略まで落とし込み、融合化を図る。
- （4）日常生活の利便性・快適性を高めるため、新しいIT・デジタル技術を駆使し、SNSを活用した効果的な販売促進とマーケティングにより、商品・サービスの品質向上を図る。

- (5) アフターコロナに向け、和東町の自然や生業の景観の魅力を盛り込んだ、新しいスローライフ商品・サービスを子育て世代をターゲットに提供し、定住化を図るとともに、高齢者も安心して暮らせる環境提供する。
- (6) 小規模事業者のBCP（事業継続計画）作成を支援し、防災・減災への対応と町内の安全・安心な環境を構築する。
- (7) 主産業である茶業の6次化を積極的に推進し、小さくてもきらりと光る「和東ブランドの形成」を図る。

以上の7項目に取り組むことにより、“足腰の強い地域産業づくり”を実現し、令和12年に交流人口300,000人到達を目指す。

②和東町総合計画と連動

和東町総合計画において、生業の景観を活かしながら「お茶+α」の複合的展開が求められている。特に次世代を担う子どもたちは、和東町の自然に対し、高い評価をしており、未来の地域経済を支える貴重な人材として、和東町の定住とUターンの確保を図るべく、この自然環境を守りつつ、産業振興に注力し、和東町の魅力と質を高めていかなければならない。そのため町内のネットワーク化を図ることで、小規模事業者の力を結集し、強み相互に強化し、弱みは相互に補完し合える連携を実現し、大きな“和東の力”となるよう官民連携の仕組みづくりに取り組む必要がある。

③商工会の役割

地域の強みである経営資源（和東茶）を活かした商品開発、また、和東町内の小規模事業者の相互連携を構築し、アフターコロナに向けた、IT・デジタル技術を駆使した国内外への販路拡大に向けたDX化を強化支援し、小規模事業者の経営体質強靱化と収益改善指導に積極的に取り組んでいく。また、関西学術研究都市に隣接する地の利を活かし、茶摘み体験や農家民泊、ワーキングホリデーなどさまざまな農村里山文化体験の場を観光事業の一環として創出し、京都府「お茶の京都」構想と連動した観光振興事業を“まち全体がお茶のテーマパーク”として、もう一つの地域産業の柱となるべく育成していく。

和東町全体の魅力を醸成することで、雇用の場を創出し、「基幹産業のお茶」・「生業の景観を最大限に活用した観光事業」の持続的発展に向け、組織を上げて全力で取り組んでいく。

(3) 経営発達支援事業の目標

商工会は伴走支援を通じて、経営課題を持つ小規模事業者に対し、その解決方法を提示していく。また、個社支援だけではなく、管内唯一の公的経済団体の優位性を活用し、小規模事業者を全面的に支援することで、地域活性化を図る。

- ①小規模事業者の経営基盤強化における持続的発展
- ②地域の強みの経営資源を活用した地域活性化を図る
- ③IT・デジタル技術を活用し、小規模事業者の変革、更には競争の優位性を確保し、売上拡大と利益向上を目指す

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援計画の実施期間、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) 小規模事業者の経営基盤の強化における持続的発展

小規模事業者に対して、売上増加や経常利益の確保に向けて、地域の経済動向調査・需要動向調査を基にした市場動向等消費者ニーズを把握し、経営分析の結果により持続的発展や成長を遂げる事業計画策定の支援を行う。更に経営力・技術力・サービスの維持向上により持続的に小規模事業者の育成と経営基盤の強化を図る。そして完成した事業計画が計画通りに実践できるよう、定期的に進捗状況を把握し、事業成果・評価及び見直しを行い、必要に応じて中小企業診断士等の専門家と共に支援を行う。

2) 地域の強みや経営資源を活用し、地域活性化を図り販路拡大を目指す

和束町農村振興課と観光案内所等のそれぞれと定期的に連絡会議を開催して、これまで25年以上築き上げてきた「和束茶ブランド」を主とした観光振興で地域の活性化を図る。そして全国で開催される展示会・商談会への出展でアンケート調査を実施し、調査を基にした新商品の開発・既存商品の改良を行い、日本全国更には海外（中国・ヨーロッパ他）への販路開拓を目指す。

3) IT・デジタル技術を活用し、小規模事業者の変革、更には競争の優位性を確保し、売上拡大と利益向上を目指す

職員のITスキルを中小企業基盤整備機構や京都商工会議所、京都府商工会連合会が主催する研修等で高め、経営にITを活用することの意識を浸透させ、SNSの活用やECサイトの利用により、小規模事業者の販路開拓につながる支援を進めていく。

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]

現状では、全国連が四半期ごとに実施する中小企業景況調査と観光客へのお茶統計調査・観光入込客分析を実施している。地域内経済動向調査は、数件の情報収集に留り限定的な情報量である。又収集したデータの分析は、専門的な分析が出来ていなく活用する仕組みが構築されていない状況であり、会員への定期的な情報提供は実施していない。

[課題]

当初の数値目標が15件であり、収集したデータの分析・活用には少なくとも25件以上が必要と考えられる。経営環境の変化が激しい時代にあって調査結果にはタイムリーな情報が求められているので、経営課題解決のために分析資料として活用するには、四半期ごとの情報提供が最適である。

(2) 目標

	公表方法	現行	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
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビックデータの活用）

ビックデータの活用ができていなかったため、当地域における効率的な地域活性化を目指すため「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】経営支援員が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】「地域経済循環マップ・生産分析」 → 稼ぎがしら等を分析
何で稼いでいるかを分析
「産業構造マップ」 → 産業の現状等を分析
「まちづくりマップ・From- to 分析」 → 人の動き等を分析
⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

管内の詳細な景気動向に関する実態を把握するため、管内小規模事業者の中から調査対象事業者を選定し、巡回及び郵送で管内景気動向調査を実施する。また和東町の茶畑は、京都府指定の景観資産第1号として知られ日本遺産にも登録され、毎年多くの観光客が訪れています。そのため観光産業が基幹産業である茶業に次いで重要であり、観光飲食業や宿泊業に関する事業者の割合を多くして調査を実施する。年4回調査・分析を行う

【調査手法】基本的には調査票を郵送し、返信用封筒で回収
その他には、巡回訪問において聴き取りにより回収

【調査対象】管内小規模事業者25社（管内小規模事業者25/187）
茶業、製造業、建設業、小売業、観光飲食業、宿泊業、サービス業

【調査項目】売上高、客単価、客数、資金繰り、仕入単価、採算（経常利益）経営課題（最も重要な改題）、必要な支援策（販促支援・資金調達・事業承継）

(4) 調査結果の活用

○調査した結果は、収集した情報を整理・分析し数値のみではなく、グラフや図表注釈を入れながら小規模事業者にわかりやすい形でレポートにまとめ、HP・広報誌・経営支援員の巡回等で広く周知する。

○小規模事業者支援を行う上で、地域経済の動向は貴重で必要な情報であり、経営分析や事業計画策定支援時におけるデータとして活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

展示会や物産展などを利用して小規模事業者が販売する商品やサービスについて顧客

ニーズを調査し、簡易分析したデータを提供している。事業者の個別商品等に対するニーズの収集は出来ていない。また提供したデータに基づいた新商品開発等の提案や支援、事業計画策定時に活かされておらず情報提供に留まっているのが現状である。

[課題]

需要動向調査の提供について、重要とされる情報の取り方や分析結果の説明は、各経営支援員のスキルに任せているため、今後は経営支援員の情報共有が必要で各事業者にあった情報収集や調査結果の提供が必要である。更に基幹産業である製茶業については、国内需要のみならず海外需要についても、国・地域ごとの需要動向と併せて輸出環境を的確に捉えることが重要である。

(2) 目標

	公表方法	現行	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
① 展示会等を活用した調査	HP掲載	0回	2者	2者	2者	2者	2者
② 地域内観光客へのアンケートによる調査 (お茶需要動向)	HP掲載	50件	50件	50件	50件	50件	50件

(3) 事業内容

① 展示会等を活用した需要動向調査

小規模事業者が行う新商品開発や既存商品の改善を支援するため、府内外で開催される展示会や地域内で開催される地域まつり等への出展時にアンケート調査を実施する。

更には、調査結果を分析し事業者にフィードバックすることで新商品開発や既存商品の改善に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画策定に反映する。

(1) BtoB 調査

新たな販路開拓に寄与するための展示会等に出展する事業者が展示会等に出展した際に、来場者に対して、アンケート調査を実施する。

【調査手法】

(情報収集) 展示ブースを訪れたバイヤー等に対し、出展者及び経営支援員が商品又は製品の評価・意見についてアンケートにより調査を行う。

(情報分析) 調査結果は、中小企業診断士等の専門家に意見を聞きつつ、経営支援員が分析を行う。

【サンプル数】 1者あたり10件

【調査項目】 価格、デザイン、改善点、取引条件、味、自由意見他

【調査結果の活用】

分析結果は、経営支援員等が事業者に対して直接説明する方法でフィードバックし、更なる改善等を行う。

(2) BtoC 調査

事業者が地域内外のイベント等において個社の商品・サービスに対し設定したターゲット等の意見を収集するためにアンケート調査を実施する。

【調査手法】

(情報収集) イベントブースを訪れた消費者等に対し、出展者及び経営支援員が商品又は製品の評価・意見についてアンケートにより調査を行う。

(情報分析) 調査結果は、中小企業診断士等の専門家に意見を聞きつつ、経営支援員が分析を行う。

【サンプル数】 1者あたり10件

【調査項目】 味、価格、デザイン、改善点、取引条件、自由意見他

【調査結果の活用】

分析結果は、経営支援員等が事業者に対して直接説明する方法でフィードバックし、更なる改善等を行う。

②地域内観光客へのアンケートによる需要動向調査（お茶需要動向）

茶業関連業者が行う新商品開発や既存商品の改善を支援するため、和東町観光案内所を訪れる観光客にアンケート調査を実施する。

更には、調査結果を分析し茶業関連業者にフィードバックすることで新商品開発や既存商品の改善に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画策定に反映する。

【調査手法】

(情報収集) 和東町観光案内所を訪れた観光客に対し、経営支援員等が日本茶の種類や加工品の興味等お茶に関することや、和東町観光案内所販売する商品（お茶及び雑貨品）の評価・意見についてアンケートにより調査を行う。

(情報分析) 調査結果は、経営支援員が分析を行う。

【サンプル数】 50件

【調査項目】 和東茶の認知、日本茶の種類認知、性別、年齢、住まい、日常の飲み物、お茶を使用した加工品への興味、観光案内所で販売しているお茶（味、質、価格、デザイン、改善点、自由意見他）

【調査結果の活用】

分析結果は、経営支援員等が事業者に対して直接説明する方法でフィードバックし、更なる改善等を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営分析は、自社の経営状況を客観的に把握するために重要である、これまでは補助金申請・

金融支援・セミナー・記帳指導及び決算指導などで経営状況の分析の重要性を周知してきた。しかしながら、小規模事業者にはその重要性があまり浸透しておらず、依然として関心度が低いままであり、事業計画策定まで行う事業者は、セミナー参加者の一部に留まっている。

[課題]

精度の高い経営状況の分析を実施するためには、財務分析だけでなくSWOT分析などの非財務分析を合わせて実施する必要がある。更により正確な経営状況を把握できれば実現性のある事業計画策定に繋がるため、今後は分析手法の充実化が課題と言える。

(2) 目標

	現行	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
①セミナー開催件数 (事業計画策定セミナー同時開催)	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析 事業者数	件	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

セミナーへの参加者が、経営分析によって自社の問題点等を把握し、改善に向けた経営課題を明確にする。経営分析結果を活用した事業計画の策定について理解を深める。

【募集方法】開催チラシ全会員へ郵送、ホームページで周知、経営支援員が窓口・巡回支援時に案内

②経営分析の内容

【対象者】経営分析セミナー参加者の中から、関心度が高く意欲的で販路拡大の可能性の高い10者を選定

【分析項目】定量分析「財務分析」・定性分析「非財務分析」

≪ 財務分析 ≫直近2期分の収益性、生産性、安全性、成長性等

≪ 非財務分析 ≫ SWOT分析（外部環境の「機会」と「脅威」、内部環境の「強み」と「弱み」）を行い、更にクロスSWOT分析により、事業の方向性や課題を分析する。

〔外部環境〕市場環境（社会動向、政治動向、市場動向など）

競合状況（競合動向、仕入先動向、販売先動向など）

〔内部環境〕知的資産（人的資産、組織体制、技術など）

設備状況（設備、遊休設備、不動産、工程、生産管理など）

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、定量面及び定性面から事業所の経営状態を経営支援員が分析を行う。内容によっては、専門家の意見を求め、より詳細で精度の高い分析を行う。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果は、書面化し事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- ・分析結果は、データベース化し内部で共有することで、経営支援員のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

補助金支援、決算支援、金融支援など事業計画策定への掘り起こしを行いながら事業計画の策定を実施している。しかしながら事業計画策定における必要性や有益性などの理解がさえていないため補助金や融資を目的とした事業計画策定に留まっている。そのため事業計画を経営改善に殆ど活かさきれておらず、実現可能性の低いものが多く十分な支援が出来ていない。

[課題]

事業計画策定における必要性や有益性などの理解が浸透していないため、経営支援員の説明方法やセミナー開催方法などを見直し、将来の展望を見据えた事業運営や地域の特性を踏まえた戦略的な事業計画策定を行うことが課題である。

(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説明しても、主体的な行動や意識変化を促せないため、補助金等の申請で事業計画の策定を行う事業所は年々増加しているにも関わらず、依然として事業計画策定の意義や重要性を理解していない事業者が多い。そうしたことから、事業計画策定セミナーのカリキュラムを工夫するなどにより、5. で経営分析を行った事業者の5割程度の実現可能性の高い事業者を選定し、事業計画策定を目指す。また、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを開催し、小規模事業者の生き残りを図るための競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	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
①DX推進セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー開催件数 (経営分析セミナー同時開催)	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー・IT専門家派遣」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWEBサイト構築等の取組みを推進していくために、セミナーを開催する。

DX推進セミナーの概要	
支援対象	管内小規模事業者
募集方法	開催案内チラシ（郵送）、ホームページ他
講師	中小企業診断士他
回数	1回
カリキュラム	DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等） SNSを活用した情報発信方法、 ECサイトの利用方法等
参加者数	20名程度

また、セミナーを受講した事業者から取組み意欲の高い事業者に対しては、経営支援員による支援やITの専門家派遣を実施する。

②「事業計画策定セミナー」の開催

事業計画策定支援においては、地域経済動向調査及び需要動向調査の結果を踏まえながら、経営分析により明確となった課題の解決に向けて、経営支援員が伴走して実現性の高

い事業計画策定支援を実施する。また、持続的な発展のためには、安定した利益確保が必要であることから、利益を確保するための具体的な取り組みを含んだ事業計画づくりを支援していく。

事業計画策定セミナーの概要	
支援対象	経営分析を行った事業者
支援手法	事業計画策定セミナーの受講者に対して、経営支援員が伴走して事業計画の策定につなげる。 また、専門家も活用し精度の高い事業計画にする。
募集方法	開催案内チラシ（郵送）、ホームページ他
講師	中小企業診断士他
回数	1回
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・時勢にあったテーマで実施 ・事業計画とは ・事業計画の必要性と有益性 ・事業計画の作成ポイント
参加者数	15名程度

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]

過去に事業計画を策定された事業所に対して、定期的にフォローアップは行っているが、当初の目標設定が年々増加する内容となっており、毎年目標には遠く及んでいない。またフォローアップの支援内容についても、検証や見直しが十分と言えない状況である。

[課題]

定期的なフォローアップの中でも、補助金等の進捗状況を管理するものが多く、本来の目的である事業計画を実施する中で、新たな課題や計画修正など多岐にわたる問題が発生してくる状況を把握し、事業者の成長発展に貢献できるフォローアップ支援を実施していくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後の支援は、事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、事業者それぞれの事業計画の進捗状況、経営環境、事業者の意欲などにより、巡回支援回数を増やして集中的に支援すべき事業所と、ある程度順調と判断し巡回支援回数を減らしても支障のない事業所を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	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
フォローアップ 対象事業者数	5者	6者	6者	6者	6者	6者
頻度（延回数）	6回	48回	48回	48回	48回	48回
売上増加 事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者
経常利益率1%以上 増加の事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者

※当会のフォローアップ対象は、経年で実施することとし、よって年度ごとの事業計画策定事業者数とは同数とならない。

(4) 事業内容

事業計画策定を行った事業者に対して、経営支援員が定期的な巡回支援を実施し、策定された計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

頻度については、事業計画策定6者の内、3者は毎月1回、残り3者は四半期に一度とする。

尚この回数は、現状の支援状況から推測した回数であり、事業者の進捗状況をしっかりと見極めて臨機応変に対応する。

また、進捗状況が遅れているなど、事業計画との間に大きなギャップが生じ経営支援員では解決が困難な課題が発生した場合には、中小企業診断士等の専門家の支援を仰いで、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討し、フォローアップ頻度の変更を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

和束町の主産業である「和束茶ブランド」の認知度は、物産展や商談会への出展、リーガロイヤル（京都・大阪。東京）等の高級ホテルとのコラボレーション企画や JAPAN ブランド育成支援事業等により、京阪神等広範な地域の人々に浸透している状況であり、茶業関連業者の販路開拓に寄与している。

その一方で、茶業関連業者以外の販路開拓支援は、限られた経営支援員で支援を行っていることから、数件の支援に留まっている。

[課題]

物産展や商談会への出展支援についても、事前・事後のフォローが十分でなかったため、経営支援員間で問題点を抽出し改善した上で実施する。

小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓の関心があるものの「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のDXに向けた取組が進んでいなく、今後は販路開拓にはDX推進が必要であるということを事業主・後継者・従業員に理解・認識してもらう支援が必要である。

(2) 支援に対する考え方

広範な販路開拓については、商工会が独自で展示会・商談会を開催することは困難なため、過去の出展参加の実績のある展示会等や京都府商工会連合会から案内のある展示会等への出展を目指し、より効果的な取り組みに繋がるよう事前及び事後を見据えた伴走支援を実施していく。

DXに向けた取組としては、SNS情報発信・ECサイトの利用等、IT活用による販路開拓に関するセミナーの開催や経営支援員による個社支援、更には必要に応じてIT専門家派遣を実施するなど事業者のレベルにあった支援を行う。

(3) 目標

	現行	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
①展示会 出展事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②商談会 参加事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	—	1者	1者	1者	1者	1者
③SNS活用事業者	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ECサイト利用者	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ネットショップの 開設者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①展示会・商談会への参加推進

事業計画を策定した小規模事業者や本会が開催したセミナーを受講した事業者を中心に出展を募り、展示会・商談会等のテーマにあった商品・製品等を有する事業者に対して重点的に情報提供を行う。

参加予定の展示会・商談会			
名称	概要	来場者数	出展社数
ニッポン全国物産展 (B to B 及び B to C)	首都圏において大規模な展示販売会を開催し、地域経済を支える中小・小規模事業者等が開発した商品の PR、テストマーケティング、販売力の向上等を目的とする。	約15万人 (3日間) 2019年実績	350社以上 2019年実績
地方銀行 フードセレクション (B to B)	有名百貨店をはじめとする幅広い食品担当バイヤーが一堂に集まり東京にて開催される大商談会と1年間にわたるデータベース商談会を併用する事により更なる販路開拓を目指す。	13,412名 (2日間) 2019年実績	1,031社

② I Tを活用した新たな販路開拓支援の実施

小規模事業者のホームページの活用、更にはフェイスブックやインスタグラムなどのSNSも含めたI T活用による情報発信強化の支援を行っていく。

《想定するI T活用》

- ・ I T活用が進んでいない事業者：ホームページ開設支援
- ・ I T活用が進んでいる事業者：サイト内でのショッピング機能追加やSNS活用による販路開拓支援

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

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〕

これまでも外部有識者で構成された事業評価委員会を年1回開催しており、PDCAサイクルを適切に回す仕組みを構築できている。

〔課題〕

委員会開催の1週間程度前に実績報告書を送付し、その内容を確認いただいてから事業評価委員会を開催することで短時間でも効果的な委員会としているが、年度途中に進捗状況を報告する仕組みがなく、途中経過を報告する仕組みが求められている。

(2) 事業内容

主に外部有識者で構成された「事業評価委員会」を年1回開催することにより、経営発達支援事業の進捗状況等についての評価を行う。委員会開催前に各委員に進捗情報の提供を行うなど、委員会当日に円滑な審議が行えるようにする。また、年度途中に最低1回、各委員に途中経過を報告することにより、それまでの課題解決が行われているのかを確認してもらう。

事業評価委員会の委員構成

- ・ 中小企業診断士等外部専門家
- ・ 和束町農林振興課長等職員
- ・ 本会事務局長
- ・ 本会法定経営指導員・経営支援員

事業評価委員会の意見・評価・見直しについては、「報告書」として書面に取りまとめ、当会の理事会及び通常総会において報告・承認を受け、事業実施方針等に反映させる。

また、商工会のホームページ等で公表することで、管内の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

これまでは、経営指導員等の支援能力の習得については、京都府商工会連合会等主催の研修会、全国商工会連合会等主催の研修会以外は、個々の意識と自己研鑽に依存されている。

〔課題〕

個々の持つ知識を支援現場で有効に活用できていない場合があり、ベテラン支援員のアドバイスを受けるなどの場を持ち、組織全体の支援スキル向上を図ることが必要となる。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

職員の職務歴に応じて中小企業基盤整備機構や京都商工会議所、京都府商工会連合会が実施する研修会に職員を派遣し、ベテラン経営支援員による実地訓練で高度な企業診断能力を習得させる。

【DX推進に向けたセミナー】

DX推進に向け、ECサイトの構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等の最新の知識を習得し、IT支援の能力向上を図る。

②OJT制度の導入

相楽BS巡回ミーティングを活用し、他の商工会のベテラン支援員から助言を受けることより、支援能力向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

支援成果については、京都府商工会連合会が定める「経営支援事例報告書」に記録し、経営発達支援事業の成果の「見える化」を図り、組織内で情報とノウハウを共有する。

④データベース化

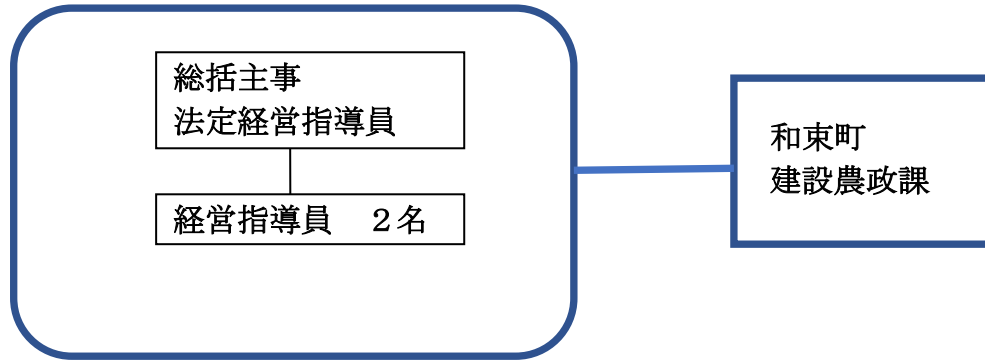
経済動向、需要動向調査で得られる各種情報を整理・分析し、支援に活かすとともに、DXに向けた相談・指導能力の習得し支援能力の向上を図る。

様式第3 (別表2)

経営発達支援事業の実施体制

(令和7年6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 法定経営指導員の氏名、連絡先

◇氏名 太地 康之

◇連絡先 和束町商工会 TEL : 0774-78-3321

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

① 商工会/商工会議所

〒619-1212 京都府相楽郡和束町大字釜塚小字生水16番地

和束町商工会

TEL : 0774-78-3321 FAX : 0774-78-4030 E-mail : n-bou@kyoto-fsci.or.jp

② 関係市町村

〒619-1295 京都府相楽郡和束町大字釜塚小字生水14-2

和束町役場 建設農政課

TEL : 0774-78-3008 FAX : 0774-78-2799 E-mail : kennou@town.wazuka.lg.jp

様式第3 (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	1,000	1,500	1,500	1,500	1,500
個別専門相談会 開催費	700	900	900	900	900
展示会等出展費	300	600	600	600	600

(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、京都府補助金、和束町補助金、商工会費、商工会自己財源 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。

様式第3 (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

連携して事業を実施する者の役割

連携体制図等