

経営発達支援計画の概要

実施者名	大和郡山市商工会（法人番号 2150005002842） 大和郡山市（地方公共団体コード292036）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>大和郡山市は、小規模事業者及び地域の課題解決に取り組み、地域経済の活性化への裨益と長期的な振興を達成するために、5つの重点支援の目標を掲げる。</p> <p>【目標1】＝城下町エリアを主とした市内創業者の輩出 【目標2】＝事業の成長（持続的成長）と事業承継（終わり）を見据えた持続可能な成長・発展サポート体制の確立 【目標3】＝駅を核とした「歴史と生活が交差する活力拠点」の形成と商業活性化による新たなまちの賑わいの創出 【目標4】＝伴走型支援を担う専門人材の育成と高度な経営支援スキルの獲得 【目標5】＝市場ニーズを捉えた高付加価値商品の創出と戦略的販路開拓の促進</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 景況調査の調査レポート、ビッグデータ等の活用により地域の経済動向・雇用状況の分析をおこない、地域課題を抽出するとともに調査結果を公表して各支援に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小売業、飲食業を主とするアンケート調査をおこない売れ筋情報等の収集と分析結果を該当事業者や創業者へフィードバックして、需要の開拓支援等につなげる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 巡回・窓口指導やセミナー開催で支援事業所を掘り起し、「現状分析シート」を用いて定性分析・定量分析をおこない小規模事業者の課題を明確にする。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定セミナー・個別相談会を開催して掘り起こした支援事業所の「事業計画」策定支援をおこなう。創業スクール、個別相談会を開催し、創業・第二創業者の掘り起こしと実創業者の増加を図る。またデジタル化への対応に気づきを与えるDXセミナー・DX支援相談会を開催し、時代の変化への対応力と稼ぐ力の自走化を目指す。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定を支援した事業者に対し、四半期に1回程度のフォローアップ支援の強化と事業計画の実施支援をおこなう。また創業者・第二創業者へフォローアップセミナーと情報交換会を開催し、支援の強化を図る。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業 物産展、展示会・商談会等への機会の提供と事前の準備と事後のフォローを併せておこなうとともに、ITを活用した情報提供により効果を高める。</p>
連絡先	<p>大和郡山市商工会 〒639-1160 奈良県大和郡山市北郡山町 185-3 TEL 0743-53-5955 FAX 0743-54-1229 Email: info@yamato-koriyama.com</p> <p>大和郡山市 産業振興部 地域振興課 〒639-119 奈良県大和郡山市北郡山町 248-4 TEL 0743-53-1151 FAX 0743-55-4911 Email: tiiki@city.yamatokoriyama.lg.jp</p>

(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) 地域の現状と課題

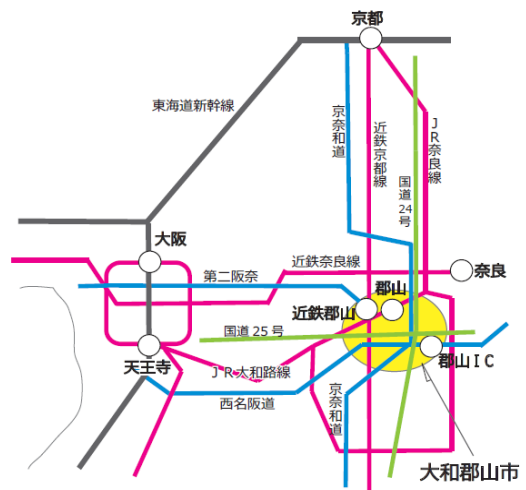
①大和郡山市の現状

立地

大和郡山市は、貴重な歴史・文化資源を有する奈良県北部の大和平野に位置し（東西9km、南北7km、面積42.69平方km）、大阪・京都から車・鉄道（JR・近鉄）ともに1時間足らずといった良好なアクセス性に恵まれ、大阪都市圏のベッドタウンとして発展し続けてきた。

平成27年3月以降、京奈和自動車道の供用・延伸が進み、大和まほろばスマートICや郡山IC、郡山下ツ道JCTなどが供用されている広域的な交通条件に恵まれた地域である。

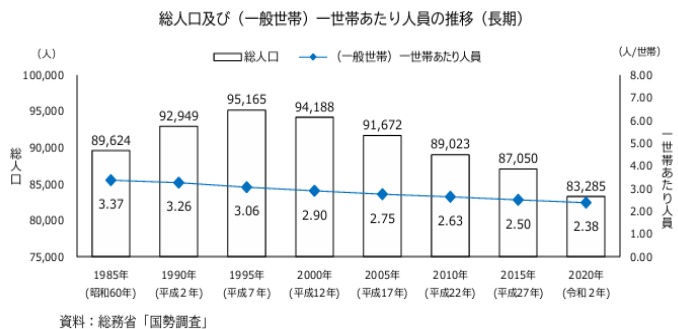
今後、リニア中央新幹線の名古屋～大阪間の構想の具体化に向け、中間駅設置の提案もおこなわれており、さらなる利便性向上による観光振興、物流の効率化による企業立地の促進が期待されている。



人口

大和郡山市の総人口は83,285人（令和2年の国勢調査より）。かつて増加の一途をたどっていた人口は、平成7年の95,165人をピークに年々減少傾向にある。（国勢調査より）

一方、世帯数は市内中心部に複数のマンションが建ち並び、交通手段の利便性から購入者が増え増加傾向にある。しかしながら、少子・高齢化や核家族化の進行にともない、今後一層、世帯人員が少なくなっていくと予想される。



産業

大和郡山市の産業の特徴は、商業・工業・農水産業・観光のどの分野においても、一定以上の規模と特色がある「バランスの良い産業構成を併せ持った」都市であるといえる。

- 歴史的な城下町として発展した市街地と郊外に大型モール・チェーン店を持つ「商業都市」
- 県下最大の昭和工業団地や地場産業（靴やメリヤス）などの「工業都市」
- 金魚の産地、治道トマト・大和丸ナスの産地としての「農・水産業」
- 城下町の古い街並みや歴史ある寺社・金魚を観光資源とした「観光業」

そして、下表にみられるように、県下4番目の人口でありながら、多くの産業分類で上位を占め、全産業合計では奈良市に次いで2位という高い総生産額を示している。

■産業分類別の市内総生産額（令和7年9月30日公表の奈良県市町村民経済計算）

産業分類	総生産額（百万円）	県下順位
製造業	188,323	1位
卸売・小売業	40,325	3位
運輸業	22,490	2位
サービス業	5,844	5位
農林水産業	1,461	5位
鉱業	0	—
建設業	8,686	6位
電気・ガス・水道業	7,176	5位
金融保険業	10,371	4位
不動産業	38,119	4位
情報通信業	6,619	4位
全産業合計	404,121	2位

平成21年から新たに創設された経済センサス基礎調査データによると、事業所数は下図のとおり、平成24年では▲11%と大きく減少していたが、平成26年調査では13%の増加（大型ショッピングセンターの出店等による増加と推測される）となり、平成28年調査においては減少がみられたが県内4番目の事業所数となっている。令和3年調査では事業所数（前回比▲1.5%）であったのに対して、小規模事業者数の減少幅は▲3.4%と大きくなっている。一方で従業員数（前回比+5.5%）は増加しており、コロナ禍を経て大型ショッピングセンターや南部の昭和工業団地において雇用増の動きが出ていると推測される。

■事業所数、従業者数の推移（経済センサス平成24年、26年、28年、令和3年調査より）

大和郡山市	H24年	H26年	H28年	R3年
事業所数	2,831	3,213	3,001	2,955
小規模事業所数	1,945	1,945	1,780	1,718
従業員数	37,742	41,043	38,625	40,758

（※公務除き、事業内容等不詳を含む。）

ア) 商業の現状

商業の中心は、古くからの市街地である近鉄郡山駅前3商店街と近鉄筒井駅前商店街の4つに小規模事業所が集中しており、商店街には城下町として栄えていた面影のある商店が並んでいる。中でも柳町商店街には郡山城の城下町にかつて上流花街があった名残で呉服屋が立ち並んでいる。

一方で、国道24号線が大和郡山市の南北に通っていることや西名阪自動車道・京奈和自動車道の郡山インターもあり、車通りも多く商業の立地としてアクセスが良く、郊外の主要幹線道路沿いには、イオンモールやアピタなどの大型ショッピングモールや電機店、ホームセンター、ファミレス、全国展開の飲食店などチェーン店の出店が多い。

下表からも小売業、卸売業の事業所数、従業員数、年間販売額のいずれも増加しており、大型店出店による活性化がみられるが、エリア別にみると、令和7年10月には駅前中心市街地にあった大型テナントビル（アスモ大和郡山）が撤退するなど、郊外の大規模店舗と中心市街地の小規模店舗に二極化がより一層進んでいる。

また、事業主の高齢化による後継者問題や大型店の新規出店、撤退後の消費者のニーズの変化や、インターネット販売の日常化などによる地元の小規模商店への影響が大きくなっている。

■事業所数、従業者数、年間販売額の推移（平成19年及び令和3年の経済センサスより）

	小売業			卸売業		
	H24年 (2012年)	R3年 (2021年)	増減	H24年 (2012年)	R3年 (2021年)	増減
事業所数	453事業所	512事業所	13.0%	168事業所	176事業所	4.8%
従業者数	4,302人	4,921人	14.4%	2,056人	2,378人	15.7%
年間販売額	829億円	858億円	3.5%	1,346億円	1,398億円	3.9%

イ) 工業・建設業の現状

大和郡山市には奈良県最大の「昭和工業団地」が立地し、宇宙開発から日用品まで幅広い、多くの企業が誘致されており、日本有数の技術力を有する製造業など、オンリーワン企業が集積している。これらの企業は、それぞれの高度な技術力や商品力、生産力を活かして相互に連携し、世界に向けた情報発信を通じて顧客ニーズを把握し、新たなビジネスチャンスの創出を進めている。同時に、雇用の創出や関連産業の発展にも寄与し、地域の産業基盤を力強く支えている。

コロナ禍では生産調整や雇用調整などで多くの企業が大きなダメージを受けたが、下表のように県下4番目の人口でありながら、工業の面においては奈良県のトップを維持し続けている。

大和郡山市の製造品出荷額は奈良県全体の23.9%を占め、機械・金属製品、化学、食品、運輸・物流、卸売・小売業など多様な業種が集まる。昭和工業団地は昭和42年（1967年）の開発以来、県内産業を牽引してきた存在であり、現在では約140社が操業する県内最大の工業団地へと発展している。西名阪自動車道、国道24号・25号、大和中央道といった幹線道路に加え、平成26年には団地内に「大和まほろばスマートインターチェンジ」が整備され、交通利便性は一層向上している。

さらに、京奈和自動車道の一部である大和北道路では約12.4kmの区間で整備が進められており、開通すれば県内主要都市間や関西広域とのアクセスが大幅に向上するほか、国道24号の渋滞緩和、物流効率の改善、観光・医療アクセス向上など多面的な効果が期待されている。

しかし、2025年現在も事業は継続中で、奈良市街地を地下トンネルで抜ける区間の設計見直しなどが続いており、全線開通時期は未定である。このため、昭和工業団地をはじめとする地域産業は当面、既存の高速道路や幹線道路を主体に活用しつつ、大和北道路の完成による広域ネットワークの強化を将来の大きな発展要因として見据えている。

■主要4指標の上位3市町村比較表（令和3年の経済センサスより）

	1位	2位	3位
事業所数	奈良市 202事業所 (12.8%)	大和郡山市 130事業所 (8.2%)	大和高田市 106事業所 (6.7%)
従業者数	大和郡山市 10,760人 (18.8%)	奈良市 5,711人 (10.0%)	橿原市 4,934人 (8.6%)
製造品出荷額等	大和郡山市 4,102億円 (23.9%)	奈良市 2,407億円 (14.0%)	橿原市 2,175億円 (12.7%)
付加価値額	大和郡山市 1,810億円 (28.3%)	橿原市 841億円 (13.2%)	奈良市 670億円 (10.5%)

また、大和郡山市の地場産業としては、メリヤスや紳士靴の製造が代表的である。紳士靴製造は第二次世界大戦後、白表草履の衰退を背景に大阪市内の業者から手縫い靴の技術が導入されて本格的に生産が始まり、昭和31年頃の最盛期には約60軒の業者が存在した。その後、昭和38年頃から機械化が進むにつれて製造の中心は手縫い靴から厚着靴へと移り、昭和59年には奈良県靴工場団地（現：小泉工業団地）が建設されるなど、地域の産業基盤形成に寄与してきた。

現在も組合数を減らしながらも、原材料の高騰などの影響を受けながら、海外製品との差別化を図りブランド化した自社製品やOEM製品の製造により大和郡山市の地場産業を支えている。

メリヤスについては、明治44年頃に材木町で生地製造工場が誕生したのを契機に、大正から昭和にかけて「郡山メリヤス」と呼ばれるほど急速に発展し、市の主要産業として広く知られた。しかし、いずれの産業もグローバル競争の激化や大手企業の海外進出、輸入品との価格競争に直面し、近年は事業所数が大幅に減少している。

そのほか市内には建築・リフォーム・土木・設備工事・造園など幅広い建設関連業者が存在し、地域のインフラ維持に重要な役割を果たしている。しかし、長引く景気低迷により小規模事業者の売上が厳しく、公共事業の入札が難しい企業を中心に、請負単価の低迷や採算悪化に伴う廃業、関連企業の連鎖倒産などの課題も見られる。

これらに加え、大和郡山市には金属加工、樹脂・プラスチック成形、化学製品製造、食品加工といった工業系の地場産業も根付いている。特に金属部品や機械加工を中心とする中小製造業は、昭和工業団地をはじめとする市内工業地に多数立地し、大手メーカーの下請けや高度加工を担うなど、市の産業構造を支える重要な存在となっている。樹脂成形や化学製品の分野でも、少量多品種生産を得意とする企業が多く、地域特有の技術力が現在も維持されている。

工業においても、原材料価格の高騰や従業員不足、人件費の上昇の影響を大きく受けており、利益を出すことに苦労しているのが現状です。特に昭和工業団地周辺や市内全域にある小規模事業者は下請け企業が多く、売上の減少や赤字体質に加えて、経営者の高齢化や設備の老朽化、IT化の遅れが一層目立ってきている。

ウ) 金魚養殖業の現状

大和郡山市では、金魚の養殖産業が盛んにおこなわれてきた。

昭和40年代は経済発展と養殖技術の進歩に伴い生産量が年々増加し、国内はもとより欧米諸国や、東南アジアなど外国まで輸出されていたが、近年は都市化に伴う水質汚濁等の環境悪化、また高齢化による後継者不足などで生産量、養殖業事業者数ともに減少し、金魚の生産は平成12年の17億7,100万円から、令和5年は1億400万円まで大幅に落ち込んでいる。（大和郡山市調べ）

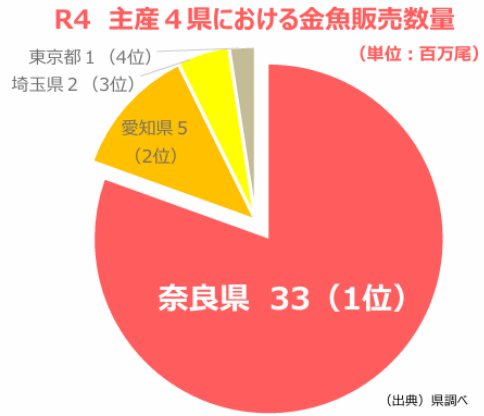
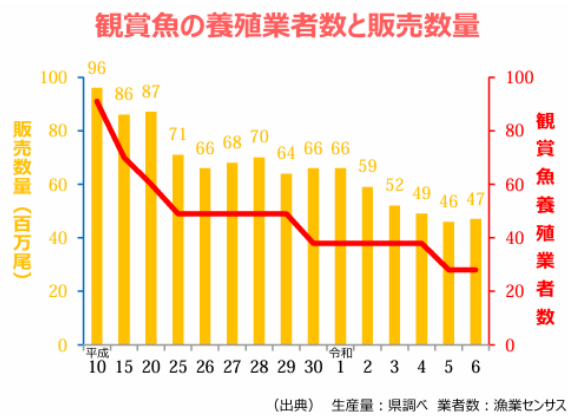
また令和5年には下表にもあるとおり、現在は養殖農家約26軒、養殖面積約30ヘクタールで、この20年間で3分の1に縮小するなど急速に減退した。

■内水面漁業統計（大和郡山市調べ）

調査年	事業所数	養殖池数 (面)	養殖面積 (㎡)	養殖業従事者数 (人)	組合員数 (人)
H15年	62	1,084	900,000	149	35
H20年	55	1,194	697,000	149	28
H25年	46	930	612,097	135	27
H30年	36	888	478,797	113	25
R5年	26	620	303,300	57	22

ないすいめんぎょぎょう
（※内水面漁業とは、河川・池・沼など淡水における漁業のこと）

しかしながら、「奈良県のさかな」にも指定されている金魚は販売尾数が全国1位（令和4年奈良県調べ）で、そのうちの約7割を金魚すくい用の和金が占めており、その大半が大和郡山市で現在も生産されている。また金魚品評会が毎年4月上旬桜花満開の頃、金魚にゆかりの深い柳澤神社でおこなわれ、市民はもちろん、近郊の愛好家にも好評を博している。大和郡山市では、その振興にむけて、金魚を飼う文化を復活させるため、「全国金魚すくい選手権大会」の開催や「金魚マイスター」の養成の取り組みなど金魚を活かしたまちづくりをおこなっている。



エ) 観光業の現状

当市中心部にある郡山城は天正8年に築城され、城跡には約400年前の石垣が現存し、桜の名所として知られている。桜の開花時期の3月下旬から4月中旬まで開催される「お城まつり」には県内外から多くの来場者が訪れる。

古い城下町の面影を残した街路や建造物（大正13年に建てられ、今もなお上流花街の面影を色濃く残す遊郭建築「町家物語館（旧川本家）」など）、市内に点在する金魚養殖場、あじさいで有名な矢田寺、日本最古の厄除霊場の松尾寺、古事記の伝承者として知られる稗田阿礼を祀っている売太神社、令和8年には大河ドラマが放映される主人公・豊臣秀長の菩提寺である春岳院、墓所である大納言塚など、多くの観光資源を有しているが、地元への経済効果は一部分のみにとどまっている。

市内には6区域に分けて名勝が点在しており（1. 城下町付近 2. 矢田丘陵付近 3. 小泉・松尾山付近 4. 稗田町付近 5. 筒井・額田部付近 6. 金魚探索（郡山駅付近））、来場者が域内を巡る様な仕掛けは十分に整っていない。

春季を中心に城下町としての特性を活かした「お城まつり」や「時代行列」などのイベントを開催しているが、市内には観光関連事業者の数は少なく、多くの来場者の消費額は低額で日帰り客が中心となっている。

当市の産業の特徴として金魚養殖が上げられ、歴史は享保9年（1724年）に柳澤吉里公が甲斐の国（山梨県）から大和郡山へ入部のときに始まると伝えられている。毎年8月には「全国金魚すくい選手権大会」が開催され、県外からも多くの人々が参加や応援に訪れ、平成26年の第20回記念大会の際、市内に宿泊した人は参加人数3,839名のうち宿泊施設4箇所76名に留まっている。

観光産業関連業種として、宿泊業、タクシー、金魚関連の土産物などを販売している小売業があるが、事業規模、事業者数も少なくそれぞれ点在しており、個々に販促をおこなっているのが現状。

令和8年にNHK大河ドラマ「豊臣兄弟！」の放映を予定しており、行政（奈良県、大和郡山市）、観光協会、商工会、鉄道会社、旅行会社などが観光客の増加を見越した準備をおこなうとともに、既存イベントへの相乗効果や、地域経済への波及効果をチャンスと捉えている。

■主なイベント観光来客数 (大和郡山市役所、観光協会、商工会調べ) (単位：人)

イベント名	R4年 観光客数	R5年 観光客数	R6年 観光客数	R7年 観光客数
盆梅展(2月)	10,615	8,118	6,066	—
大和な雛まつり(3月)	5,630	7,982	6,153	6,013
お城まつり(4月)	78,000	205,445	240,000	195,727
やまとの夏まつり(8月)	5,000	5,000	5,000	5,000
全国金魚すくい 選手権大会(8月)	1,788	17,450	19,012	18,753

②大和郡山市の課題

大和郡山市は今後も人口減少が続くことが予想され、令和7年(2025年)時点には約8万人程度に減少する見込みである。また年齢構成で見ると平成10年に14.1ポイントであった高齢者人口比率は、平成20年に22.2ポイント、平成30年に31.4ポイント、令和4年には33.2ポイントとなり、奈良県の平均、全国平均をとともに上回り、超高齢社会への突入している。

人口減少は労働人口の減少にもつながっており、奈良県商工会連合会による景況調査においても、人材の確保が経営上の悩みとして上位にあがってきている。

またコロナ禍や世界各地の紛争による原材料不足や燃料高騰の影響を受けて、多くの業種において売上減少や経費の増加、雇用の調整など長期的な経営課題が重なっている。

管内の事業者においても、経営者の高齢化だけでなく、利益確保のための価格転嫁、進んでいくデジタル化に対応した生産性の向上や、時代のニーズや顧客の変化にスピーディーに対応していくため、経営者のリテラシーの強化が喫緊の課題となっている。そして経営や事業について自らが考えて、変化する社会経済や顧客ニーズに対応し自走していける「稼ぐ力」を備える仕組みづくりが必要である。

ア) 商業の課題

・大型ショッピングセンターの郊外への出店により消費者が利便性の良いほうへ流れ、小規模事業者が営む市内商店や商店街の各店舗は苦戦をしいられている。また駅前ショッピングセンターの閉店・駅前再開発に伴う人の往来の変化がおこりうるため、近隣住民の利用増加を促すための取組が課題である。

・郊外の大型店との二極化が進む中で、商業に関わる多くの小規模事業者がいる商業集積地区では、後継者難から世代交代が進まずに昔からの品揃えで営業する店舗が多いため、多様な消費者ニーズに対応できる店舗が少なくなっており、商店街や中心市街地への面的な支援による新陳代謝の促進と魅力ある店舗づくりが課題である。

・大型店の出店のほか、店主の高齢化、近隣住民の利用減少など衰退要因の複合化、構造化により商業に関わる小規模事業者の廃業が加速しており、創業者の創出や事業承継も含めた小規模事業者の掘りおこしが課題である。

・消費税増税・物価高騰によって、小規模事業者の販売価格の値上げは難しい反面、仕入価格の増加や必要経費の高騰による利益の減少や、最低賃金の年々の引き上げによる人件費の増加が小規模事業者の経営を圧迫しており、経営体質や改善や意識改革、デジタル化や設備導入を中心とした生産性の向上、販売方法の改善などが課題である。

イ) 工業の課題

・市内の製造品出荷の大半を占める昭和工業団地では、長期にわたる不況により企業経営が圧迫され、工場の縮小や閉鎖が相次いでいる。その影響で、工業団地からの下請けを主な業務とする関連小規模事業者では、取引の縮小や停止が発生している。さらに、コロナ禍以降の世界情勢の不透明化による原材料費の高騰で利益確保が困難な状況にあり、小規模事業者にとって固定経費である人件費が大きな負担となって、経営体力の低下が深刻な課題となっている。

・工業団地からの下請けが多い管内の小規模事業者にとってはそれ以上の利益減少がみられ、生産設備のデジタル化や老朽化した設備の入れ替えなどによる生産性の向上・業務効率化が喫緊の課題である。

・市内の地場産業では、小規模事業者が大半を占める繊維工業や小規模工業系の加工・成形事業所を中心に、後継者不足や技術者の高齢化、若手育成の不足が深刻な課題となっている。

・主要4指標（従業者数、製造品出荷額、付加価値額など）によれば、大和郡山市はすべての項目で上位3位以内に入るなど活発にみえるが、工業団地の数字を差し引いた場合、どのくらい数値が下がるのか、今回、経営発達支援の対象とするべき小規模事業者の業況が数字として見えていないことが問題である。

ウ) 金魚養殖業の課題

・金魚養魚場を地域財産として機能させるための取組が少ないことが課題である。

・養魚した金魚は他県への卸販売が主流を占めており、市内に金魚販売所が少なく、小売業として成立していない。金魚が「まちの地域財産」という意識をもってブランディングをおこない、小売業や観光業への利活用の動きへと連携していくことが必要である。

・金魚すくい選手権などの金魚関連イベントはあるが、単発告知・個別告知に終わるのでなく、まちの代名詞としての「金魚」を見える化することも課題である。柳町商店街を中心に「金魚ストリート」として常設の金魚水槽の展示や集客イベントをおこなっており、その取組への支援や拡大、面的支援を地域全体でおこなっていくことも必要である。

・養魚のための餌代等の高騰により、経費がかさみ収益率が下がってきているため、収益率を改善していくことが課題である。卸売りによる低価格大量販売からの脱却を図り、金魚ブームやコロナ禍での観賞魚ブームなど、消費者ニーズに対応したB to Cの直売の検討やインターネットによる全国、世界への販売移行など、若い世代や新規事業者の参入がしやすい生産・販売体制の構築を検討していくことが必要である。それにより事業主の高齢化による後継者問題の解決にもつながる。

エ) 観光業の課題

・大和郡山市は世界遺産を有する奈良市、斑鳩町と隣接し、車移動の拠点となる西名阪自動車道の郡山・まほろばICや京奈和自動車道にも隣接しているうえ、公共交通機関のJR・近鉄の駅もあり、車や電車で奈良に観光に来る人の多くは大和郡山市を通るが、次の観光地への通過点となっているため目的地として集客する滞在型観光への転換が大きな課題である。

・令和8年にはNHK大河ドラマの主人公 豊臣秀長が治めた地である大和郡山に対する消費者の関心が集まることが見込まれるため、それを契機に訴求力を高め、地域特産品や地域資源を活かした地域産品の開発や滞在型観光の起因となる仕掛けが喫緊の課題である。なおかつ単年度に終わらない、通年で多くの人の流れを生む「通年型観光」への転換が必要である。

・観光客の増加に伴い、案内看板の設置（多言語表記含む）、公共トイレの整備（民間のトイレ利用の仕組化を含む）、飲食店、土産物店の情報共有やキャッシュレス化対応なども必要となる。

・隣接する奈良市に訪れる多くのインバウンド客を市内に誘客するために域内で「見る」「食べる」「買う」「遊ぶ」といった消費を喚起する仕掛けが必要であり、これらを実現するために観光関連事業者を増やすことと観光をビジネスの視点で捉える既存事業者への働きかけが課題である。

・春夏を中心にお城まつり・金魚すくい大会などの観光イベントが開催されているが、域内からの来場者が多い状況であるため、県外からの交流人口を増やすために、域外に向けた広域・最新の情報発信が課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①今後10年を見据えた振興ビジョン

●奈良県は令和7年2月に「新しい産業政策のパッケージ2025」に基づき、「奈良」が持つポテンシャルを最大限に引き出し成長していくための「8つの柱」を掲げ、具体的な取組みにつなげている。後述の大和郡山市第5次総合計画も踏まえ、小規模事業者を支援することによる地域経済の活性化への裨益と大和郡山市の小規模事業者の課題解決と長期的な振興を目的として、「7. 企業価値を次世代につなぐ事業承継」及び「8. スタートアップへの支援」を重点的に取組み以下の目標を設定する。

県は「7. 企業価値を次世代につなぐ事業承継」の具体的な取組として、◎専門家による適切な支援の促進 ◎優秀な後継候補者とのマッチング支援 ◎優良事例の横展開を図るなど、県内の事業承継の流れを加速させている。

また「8. スタートアップへの支援」の具体的な取組として、◎奈良発のスタートアップのロールモデルを生み出す ◎産学官とスタートアップの連携を促進する ◎未来の起業家育成のためのアントレプレナーシップ教育／起業家教育の実施などにより県内の起業を後押ししている。

奈良の成長に必要な「8つの柱」

- 1 人材確保の抜本的強化
- 2 用地確保と先進的なグリーン化
- 3 生産性向上と新規事業への強力な支援
- 4 行政対応の不満・ボトルネック解消
- 5 新たな成長のフロンティア（海外展開）
- 6 重点的な外国人材の呼び込み
- 7 企業価値を次世代につなぐ事業承継
- 8 スタートアップへの支援

(奈良県の産業政策のパッケージ2025より)

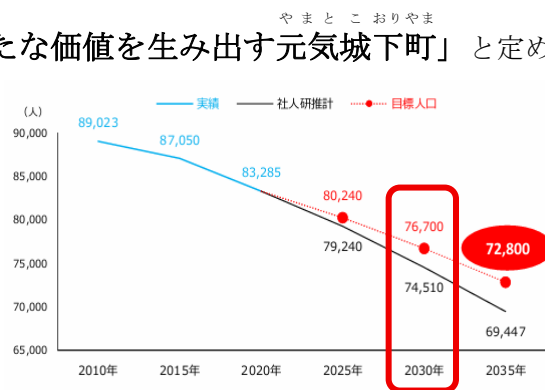
●大和郡山市は現在、第5次総合計画を策定中であり、これまでの「平和のシンボル、金魚が泳ぐ城下町」の基本的な姿勢を保ちながら、令和12年(2030年)までの将来像及びまちづくりの基本方針、そして具体的な戦略目標を定めている。

総合計画では将来像を「希望と誇りをつなぎ、新たな価値を生み出す元気城下町」と定め、

・新たな価値やこれからの大和郡山の誇りにつながるまちづくり

- ・みんなが過ごしたくなる安心できるまちづくり
- ・まちが育んだ価値を知り、みんなが愛着を持ち、応援したくなるまちづくり

を基本目標として様々な施策を確実に実施していくことで、令和12年(2030年)時点には7万4千人程度に減少する見込みの人口を、7万6千人強に維持していく計画である。



そのためにリーディングプロジェクトとして4つの戦略目標をたて、重点的な取り組みとして限られた地域資源を効率的・効果的に活用できるように、地方創生に関連する「大和郡山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」と一貫性を保ちながら実施することとなっている。

下記の戦略目標の中から経済面でのアプローチが必要な要素として、地域内での「衣・食・住」の充実や魅力を高めていくことが不可欠であり、中心市街地や駅前、住居増加エリアでの飲食業や小売店舗の商業集積を計画的に形成させ、活力ある新規創業者など若い世代のチャレンジに対して支援をおこなうとともに、やる気のある既存事業者に対しては新たな商品開発や新たな事業分野への展開を支援する。

また、地域にある有効な資源をマッチングさせることで事業承継や第二創業の動きを加速させて、地域内で働ける町を作ることで廃業率の減少と開業率の向上を図る。

そのような住民のニーズに合ったまちづくりをおこなうことで地域経済全体の底上げにつなげていき、これらの魅力創出が、転出を抑制し、転入を増加させることで人口の減少をくい止め、10年後の将来像である「希望と誇りをつなぎ、新たな価値を生み出す元氣城下町」を実現していく。

■第5次大和郡山市総合計画 前期基本計画

戦略目標1 雇用を生み出す環境を整備する

- 施策 1-1 多様な働き方と企業の経営安定支援
- 施策 1-2 新たな産業振興と起業の活性化
- 施策 1-3 雇用を生み出す新たな農業の確立

戦略目標2 新たな人の流れや交流を促進する

- 施策 2-1 まちのにぎわい創出
- 施策 2-2 地域ブランドの向上

戦略目標3 子育て、子育てを応援する

- 施策 3-1 子育てに関する支援の充実
- 施策 3-2 妊娠・出産に関する支援の充実
- 施策 3-3 特色ある学びの創造

戦略目標4 安全・安心で暮らしやすいまちをつくる

- 施策 4-1 公共交通環境の整備・充実
- 施策 4-2 安全・安心なまちづくり
- 施策 4-3 持続可能な行政運営の推進

赤下線が、当商工会が本計画において重点的に連携して関わる施策

②奈良県及び大和郡山市の産業ビジョンとの連動性

上記の10年を見据えた産業ビジョンに基づいて立てられた分野別の施策取組や戦略を実現していくために策定しており、地域の活性化への裨益と大和郡山市の小規模事業者の課題解決及び長期的な振興を目指す取組みとして、重点的エリアを駅前中心市街地＝城下町エリアに定めて、市、商工会、関連団体、企業、市民が一体となって実施していくものである。

その中で、本経営発達支援事業に基づいて当商工会が目指す目標及び事業内容は、産業ビジョンとの連動、整合しており、大和郡山市商工会及び関係機関、関係団体等が連携を密にし、ワンストップで総合的に支援を実施していくことで、大和郡山市の魅力の発信とブランディングをおこない、地域経済の底上げにつなげていく。

③大和郡山市商工会の役割

大和郡山市総合計画における「将来像」を目指し、地域の創業による賑わい創出や事業承継による経営の安定化を図っていくために、当商工会は地域唯一の総合経済団体として、既存事業者や創業者に対し「対話と傾聴」を基軸とする伴走支援により小規模事業者の新たな価値創造が実現できる環境を創り上げていく。

地域の事業者減少をくい止めるための創業者支援と事業承継支援、時代のニーズや顧客の変化にスピーディーに対応していくためのDX支援を重点的におこなうことで、経営者の経営リテラシー強化を図り、経営や事業について自らが考えて自走する事業者を増やしていく。

そして、大和郡山市商工会は「創業で事業者を増やすまち。事業承継で事業を減らさないまち。」による賑わい創出を目指す。

以上を踏まえて、「大和郡山市における小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」として、本経営発達支援事業の目標を掲げ、各事業を展開する。

【目標1】＝城下町エリアを主とした市内創業者の輩出

10年後における地域のあるべき姿：

中心市街地において起業が盛んであり、年間創業数が安定的に5者（10年間で50者）、事業定着率（5年生存率）が80%超を維持する姿である。

創業支援の拠点、資金・人材・知財・販路の支援が連携し、若い世代が魅力的に感じる業種の起業や地域課題解決型ビジネスが持続的に生まれる。自らが市場の動向や顧客ニーズをキャッチして分析し、計画、実行、検証をおこない自走している。

理由：人口減少と高齢化で事業の担い手が不足する中、創業による地域経済の新陳代謝の促進と産業と働き方の多様化を促し、地域の稼ぐ力を再構築する必要がある。単発支援ではなく、計画・資金・実行・検証の伴走体制を整え、失敗コストを下げて生存率を高めることが重要である。

【目標2】＝事業の成長（持続的成長）と事業承継（終わり）を見据えた持続可能な成長・発展サポート体制の確立

10年後における地域のあるべき姿：

経営計画を自ら策定し、実行する支援企業が売上高を5%向上させる姿である。

また、経営管理に関する指導により営業利益を3%向上させる。後継者候補育成と第三者承継の市場が整備され、要支援企業の80%超が計画的に承継完了する姿である。承継後の磨き上げ支援やDX支援により、売上・利益のV字回復と雇用維持を実現する。

理由：経営者の高齢化による廃業抑制は地域供給網と雇用の防波堤である。早期の事業承継計画、M&A仲介・金融・専門家連携の仕組みが不可欠であり、承継後の経営改善まで切れ目なく支援する必要がある。経営環境の変化が激しい中、持続的成長を実現するために市場分析や売れる仕組みづくりへのサポートが重要であり段階に応じた支援が必要である。

【目標3】＝駅を核とした「歴史と生活が交差する活力拠点」の形成と商業活性化による新たなまちの賑わいの創出

10年後における地域のあるべき姿：

駅前再開発は単なる交通結節点の整備に留まらず、大和郡山市の持つ歴史的・文化的魅力（郡山城跡など）と、中心市街地における市民の日常生活の利便性とを結びつけ、誰もが使いやすく、活力に満ちたコンパクトな拠点エリアを創出する姿である。そこには新しい担い手が参入することで地域ニーズに合ったまちが創られる。（目標1とも連動）

駅周辺商店街及び中心市街地への面的支援により各店舗の売上高が10%以上増加する。

理由：「立ち寄る駅」から「目的地となる駅前」へと進化するため駅周辺の中心市街地エリアにおける持続的な商業活性化と市民生活の質の向上を実現する必要がある。特に地域貢献性の高い生活利便型店舗や地域密着型店舗の活性化を図るためである。

【目標4】＝伴走型支援を担う専門人材の育成と高度な経営支援スキルの獲得

10年後における地域のあるべき姿：

AIやデジタルツール活用や省力化投資、業務効率化などの小規模事業者の多様化する様々な経営課題に対し、対話と傾聴、課題抽出、改善策の提案、実行支援までをおこない経営改善が図られる姿である。

単なる知識の習得に留まらず、若手職員に対するOJT体制の構築と実施を通じて職員個々の支援能力向上を実現し、組織全体の支援力の底上げを達成する。デジタル化支援においては業務効率化が図られ収益性が5%改善する。

理由：小規模事業者を成長させるための「経営パートナー」としての役割を確立し、地域の経営者の経営リテラシー（経営戦略、人材戦略、知的資産、知的財産、デジタル等の経営管理にかかる知識等）を向上させる支援能力を身につけて地域経済全体の「未来価値」を創造するためである。

【目標5】＝市場ニーズを捉えた高付加価値商品の創出と戦略的販路開拓の促進

10年後における地域のあるべき姿：

小規模事業者の収益力強化と競争力向上のため高付加価値商品を開発する。大型施設等を活用し定期的に試行販売（テストマーケティング）できる場を提供し、高付加価値商品の売上高構成比を10%超に向上させる姿である。自らがインターネットやSNSでの広報や販売、キャッシュレス対応などの市場環境の変化に対応していく力をつけた経営者となる。

理由：市場ニーズを捉えた高付加価値商品の創出と戦略的販路開拓の促進は、小規模事業者の収益力強化と競争力向上に直結する最も「攻め」の目標である。この目標を達成するために「テストマーケティング」の場づくりやデザイナーとの連携（商品デザイン、WEBデザイン、パッケージデザイン）、流通コンサルタント、流通バイヤーと連携し、売れる商品づくりを支援）、販路開拓を希望し、商談会等に参加する事業所への参加前の事前フォローや参加後の事後フォローを実施し確実に販路拡大を図る。

(3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者及び地域の課題解決に取組み、地域経済の活性化への裨益と長期的な振興を達成するために、5つの重点支援の目標（KPI、KGI）を以下のとおり設定する。

【目標1】＝城下町エリアを主とした市内創業者の輩出

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：創業件数25者、5年生存率80%、創業後5年の平均売上5,000千円/者。

KPI：創業スクール受講者150人、創業計画策定事業者30件、創業融資実行数10件、補助金採択事業者15者、年間実創業者数5者

設定した理由：

KGIは創業の量と質（新規・継続・売上）を示す成果指標である。KPIは創業プロセスを定量化し、創業予備軍の掘り起こしや長く継続ができる経営者の育成、創業計画の策定に必要な経営分析によるボトルネックの特定を可能にする。計画→資金調達は補助金や融資による経営資源の強化につながり、年間実創業者数は一年間ごとの達成を把握するため。

【目標2】＝事業の成長（持続的成長）と事業承継（終わり）を見据えた持続可能な成長・発展サポート体制の確立

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：事業承継完了件数5者、営業利益3%増達成事業者数5件

KPI：承継診断実施15者、事業承継計画策定5者、マッチング成立3件

設定した理由：事業承継完了件数と事後業績は実効性の最終指標である。診断→事業承継計画策定→マッチングのKPIは承継プロセスのプロジェクト行程を可視化し、進捗管理と停滞段階を特定することで改善や支援の修正を可能にするため。

【目標3】＝駅を核とした「歴史と生活が交差する活力拠点」の形成と商業活性化による新たなまちの賑わいの創出

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I : 新規出店数 5 件、売上高 1 0 % 増加事業所数 3 件

K P I : 経営計画策定 8 件、補助金採択 5 件、資金調達 2 件

設定した理由：K G I は対象エリアへの出店（賑わい）実績と稼ぐ力の増加を示す成果指標である。K P I は稼ぐ力を身に付けるための取組みを定量化したものであり、経営計画の策定に必要な経営分析による経営の振り返りとボトルネックの特定を可能にする。補助金や資金調達は経営力を増すための経営資源の強化に繋がるため。

【目標 4】＝伴走型支援を担う専門人材の育成と高度な経営支援スキルの獲得

支援計画の認定期間（5 年間）目標：

K G I : 補助金採択支援件数（職員一人当たり）1 5 件、デジタル化支援件数 1 0 件

K P I : 専門家派遣同行件数 1 0 0 件 経営分析担当件数（職員一人当たり）3 0 件、事業計画策定 2 0 件、補助金申請（職員一人当たり）2 0 件、セミナー受講（職員一人当たり）1 5 件

設定した理由：K G I は高度化、複雑化する経営課題を伴走支援して経営者の意識を変化させて自走にもっていく支援スキルを定量化した成果指標である。K P I は事業者の課題や強みを正確に分析する能力を向上させる行程を可視化したものであり成果に繋がる支援スキル蓄積のプロセス管理を可能にするため。

【目標 5】＝市場ニーズを捉えた高付加価値商品の創出と戦略的販路開拓の促進

支援計画の認定期間（5 年間）目標：

K G I : 高付加価値商品（新商品・改良品）の売上高構成比率 1 0 % 達成事業者数 5 者

K P I : 物産展出店事業者数 3 0 者、高付加価値商品の創出件数 1 5 件、商談会参加延べ件数 3 0 件、専門家派遣 2 0 件、

設定した理由：K G I は目指すべき小規模事業者の競争力強化と収益力向上を示すための成果指標である。K P I は競争力の高い商品を生み出すためのプロセスが適切に実行されているか、生み出した商品を市場に効率よく届けるための活動の進捗を可視化するため。

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8年4月1日～令和13年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標1】=城下町エリアを主とした市内創業者の輩出

【達成方針1】

- ・新規創業者輩出のために創業スクールを年1回(計5日間延べ30時間)開講する。受講後のフォローアップのため税務・会計や売れるお店づくりのためのセミナーを実施する。専門家を活用することにより創業ファーストステージで起こる様々な課題解決に取り組む。
- ・大和郡山市役所、大和郡山まちづくり(株)との連携により城下町エリアの遊休不動産を活用し、「出店場所の開拓」と「実創業者の育成」を両輪で推進する。これにより、地域外からも若者を惹きつける魅力的な事業を生み出し、実創業者の輩出と交流人口増加と地域経済の活性化を実現する。
- ・「産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画」に基づき、市内、市外の開業希望者に広く創業スクールの周知をおこない、城下町エリア(中心市街地)での開業率アップを目指す。

【設定した理由】

- ・創業者の輩出のためには、手に届く距離感で魅力的に感じる業種の開業事例を積み上げていくこと。そのためには、創業初期段階で起こり得る様々な経営課題を事前に検証し事業継続率を高める支援を講ずることで、失敗コストを下げ成功確度を高めることができる。
- ・県内での当創業スクールの認知度は高く、平成17年以降の11年間で受講者総数367人(男性87人、女性280人)を数え、実創業者数も74人を輩出してきた。

(経営発達支援計画での直近8年間の創業支援実績)

開催年度	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
創業スクール受講者数	27人	40人	30人	30人	27人	31人	30人	30人	30人
実創業者数	6人	5人	12人	6人	8人	7人	6人	6人	3人
実創業者数／受講者数	22.2%	12.5%	40.0%	20.0%	29.6%	22.5%	20.2%	20.0%	10.0%



(創業スクールなら2025の卒業生集合写真と授業中のグループワーク風景)

【達成方針2】

- ・若手起業家が城下町に出店できる場を大和郡山まちづくり(株)、地元商店街等と連携の上で創

出し、地域の歴史・文化を活かした魅力的な事業の創業を重点的に支援する。これにより、エリアのブランド力と交流人口を高め、持続的な賑わいを創出する。

【設定した理由】

- ・空き店舗や遊休不動産を「出店できる場」として発掘し提供する。単に創業者の数を増やすだけでなく、創業という活動を、大和郡山市が抱える「城下町エリアの遊休不動産増加」と「地域外からの交流人口の減少」という二つの地域課題の解決に直結させ新しいビジネスの機会を創出する。
- ・地域に根差したカフェや他地域に無い店舗が定着することで、エリアのブランド力が高まり、特定のターゲット層が繰り返し訪れる交流人口の増加につながり、短期的ではない持続的で質の高い賑わいを生み出すことができる。

【目標2】＝事業の成長（持続的成長）と事業承継（終わり）を見据えた持続可能な成長・発展サポート体制の確立

【達成方針1】

- ・既存事業の持続的発展のために経営計画を自ら策定し実行できるよう、知識の習得、計画の策定、実行段階におけるアドバイスをおこなう。

【設定した理由】

- ・売上高の増加と営業利益の改善を実現するために経営者自身が自律的に経営計画を策定する能力を習得し、事業の持続的な発展と自走化を実現できる能力を養うため。

【達成方針2】

- ・奈良県内初の大和郡山市事業承継地域ネットワークを活用し「事業承継個別相談会」、「事業承継セミナー」を開催し事業承継の機運醸成と承継案件の発掘に取り組む。
- ・経営指導員の巡回、窓口相談を通じて支援対象事業所の掘り起こしをおこない、奈良県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し早期の課題解決に取り組む。

【設定した理由】

- ・早期着手であるほど承継後の経営状況は良好であるという事実から、早期診断や早期の計画策定に着手できるよう専門家を活用しながら完了達成を目指す。
- ・相談窓口が地域にあることで、相談件数がこれまでよりも増え、スピーディーで丁寧な対応が可能となる。



(2023/8/28 大和郡山市事業承継地域ネットワークの締結式とこれまで3回開催したセミナー風景) 構成機関4機関の代表として、大和郡山市長、大和郡山市商工会長、日本政策金融公庫奈良支店長、奈良信用金庫理事長が調印し、奈良県内初の事業承継に関する地域ネットワークが大和郡山市で発足。スタートからこれまでに、定例相談会15回(22件)と臨時相談会10回(15件)を開催し、令和5年には当地域ネットワークでの事業承継のマッチング事例第1号が誕生した。

【目標3】＝駅を核とした「歴史と生活が交差する活力拠点」の形成と商業活性化による新たなまちの賑わいの創出

【達成方針1】

- ・大型店舗の郊外化が進む大和郡山において、中心市街地での小売店、飲食店を主とする集積を図り、隣接する住宅地の住民や消費者の需要に応えられる拠点を増やしていくことで賑わいを創出する。

- ・地域経済の新陳代謝の促進及び新店舗の出店による賑わい創出のため、創業スクールの開講と伴走型の創業支援により実創業者の輩出と稼ぐ力の習得により商業活性化を目指す。
- ・資金力、発信力の弱い小規模事業者に対して経営状況分析や事業計画策定支援をおこない、消費者のニーズに応えられる「稼ぐ力のある」事業者を増やしていく。

【設定した理由】

- ・大和郡山市の駅前再開発は、近鉄郡山駅の移設を中心としたもので、それに伴い隣接する大型商業施設（アスモ大和郡山）も閉鎖となった。徒歩での買い物が困難な地域住民への対応が必要であり、さらに、人流の変化により旧駅周辺の商店街エリアは商業機能の低下が懸念されることから、既存事業者への支援並びに新規創業者の輩出により、その活力が旧駅周辺エリアへ波及するようにする。

【達成方針2】

- ・新駅周辺の商業活性化のために事業者交流と活動を生む「場」を創出する。
- ・地域資源（金魚、郡山城址、城下町の歴史・街並み、寺社等）を活かし市内へ観光客、消費者を呼込める事業を、市観光協会、地元商店街と連携を図り、地域の事業者がその機会を活用し売上向上に貢献できるように取り組む。

【設定した理由】

- ・駅前広場の多機能化と賑わいの波及効果を創出する。新駅前広場を単なる交通空間で終わらせず、週末のマルシェ、ストリートパフォーマンス、地域イベントが開催できるオープンスペースとして活用する。駅周辺の活力が、既存の商店街（特に旧近鉄郡山駅前の商店街）へ波及するように、動線上のデザイン統一や、共同イベントの実施を計画的に行い、駅周辺との連携強化を図る。

【達成方針3】

- ・小規模事業者のIT化、DX推進支援による生産性の効率化や販路開拓や経営管理の向上にも資するセミナーや個別相談会を開催する。

【設定した理由】

- ・駅前出店に際して、市場や顧客ニーズに対応するためのキャッシュレス対応などのデジタル化が求められるため。

【目標4】＝伴走型支援を担う専門人材の育成と高度な経営支援スキルの獲得

【達成方針1】

- ・職員個々のスキルに応じた支援能力の向上に必要となる研修体制を構築する。特に若手職員に対するOJT体制の構築や個々の支援目標の設定とその進捗管理、支援内容のデータベース化による支援ノウハウや情報の共有などにより、職員全体の支援力の底上げを図っていく。
- ・支援ニーズを集約、整理し、支援課題を明確にする。集めた情報は次年度以降の支援情報として蓄積し、職員間で共有し支援の方向性を明確にする。

【設定した理由】

- ・個人の経験や知識を組織全体の財産として共有・活用できる仕組みを構築し、支援の質を標準化・向上させる必要がある。経営分析のみならず、DX支援や補助金、融資支援、税務支援、労務支援など多岐にわたる支援力が求められるため。

【達成方針2】

- ・小さな成功体験の積み重ねが自信に繋がり、新たな領域の支援へのチャレンジに繋がることから、ベテラン職員や外部講師の助言・ノウハウを活かして経営支援スキルを習得する。

【設定した理由】

- ・単なる座学研修だけでなく、ベテラン職員による若手職員への同行・OJTをおこなうことで定期的に支援内容について職員間でレビューし合い、他者視点からのフィードバックを得る機会を設

けることで、支援品質を客観的に高めることができる。

【目標5】＝市場ニーズを捉えた高付加価値商品の創出と戦略的販路開拓の促進

【達成方針1】

- ・流通コンサルタント、流通バイヤー、デザイナー（商品デザイン、WEBデザイン、パッケージデザイン）と連携し、売れる商品づくりの支援をおこなうことで高付加価値商品の戦略的な販路開拓に関するノウハウを習得する。
- ・奈良県商工会連合会、県内商工会議所、流通バイヤー等と連携し、OJTによる販路開拓の支援スキルを向上する。

【設定した理由】

- ・商品開発、販路開拓の支援をおこなうにはマーケティングや流通に関する知識が欠かせないが、日常業務の中では習得しづらい領域であるため積極的なOJTが必要である。

【達成方針2】

- ・物産展の開催や、産業フェア・ビジネスマッチング、個別商談会等の販路開拓の機会となる開催情報を提供し、参加事業者の掘り起しをおこなう。
- ・販路開拓を希望し、商談会等に参加する事業所への参加前の事前フォローや参加後の事後フォローを実施し確実に販路拡大を図る。

【設定した理由】

- ・販路開拓の入口である商談会で契約の全てが決まることは無い。いかに事前準備、事後フォローを丁寧かつ的確・スピーディーにできるかが重要であるため販路開拓希望者の掘り起こしとブラッシュアップ支援に取り組む。

【達成方針3】

- ・小規模事業者のIT化、DX推進支援による生産性の効率化や販路開拓や経営管理の向上にも資するセミナーや個別相談会を開催する。

【設定した理由】

- ・市場や顧客ニーズに対応するためのデジタル化が求められ、人手不足対策や業務効率化によるコスト削減が事業の継続に不可欠になってきているため。

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)

- ・当商工会における独自の地域経済動向調査は、全国商工会連合会受託事業として年4回15事業所を対象に実施する中小企業景況調査としておこなっているが活用・公表はできていない。
- ・奈良県の経済動向による情報収集を毎月と、ハローワーク大和郡山管内の雇用情報収集を年に2回おこなっている。

(課題)

- ・中小企業景況調査で得た情報は、その調査結果レポートを対象事業所へ渡し、内部資料の蓄積にとどまっており、RESAS（地域経済分析システム）や統計・調査を通しての統合分析ができておらず事業者への還元・支援への有効活用が課題である。
- ・金融機関（奈良信用金庫・南都銀行）の統計資料も、特に何もせず同じく内部資料の蓄積にとどまっているため、有効活用する必要がある。

(2) 目標

支援内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
景況動向調査対象事業所数・実施頻度	15件 四半期	15件 四半期	15件 四半期	15件 四半期	15件 四半期	15件 四半期
景況動向調査分析の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
地域の経済動向調査	—	1回	1回	1回	1回	1回
地域の経済動向分析の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
周知公表の方法	窓口 掲示	ホームページ への掲載	ホームページ への掲載	ホームページ への掲載	ホームページ への掲載	ホームページ への掲載

(3) 事業内容

これまでの独自の景況調査、各種経済調査に加えて、国のビッグデータを活用し小規模事業者が希望する分析をおこない情報の提供をおこなう。多くの小規模事業者が必要とするであろうと思われる調査結果や分析結果は適宜、大和郡山市商工会の会報やホームページにて広く公表する。

① 景況動向調査の実施

中小企業景況調査は年4回（5月・8月・11月・2月）、市内15事業所（小売業・製造業・建設業・サービス業）の実施により、四半期毎に景況感や経営上の問題点等を把握・集計する。

全国商工会連合会より届く全国版の景況調査報告書（約8,000事業所が対象）と地域の経済動向との比較分析をおこなう。製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業の業種別に動向を整理し、各種媒体で公表し、小規模事業者の事業活動の参考に供するほか、個別事業者の経営指導時に利用する。

調査項目の見直しを定期的の実施し、外部との連携や新商品開発状況などの調査項目を追加した。加えて、調査の分析を経営指導員がおこなうとともに必要に応じて外部の専門家と連携することにより、職員の資質向上とスキルの共有化による組織全体の支援レベル向上につなげる。

【調査対象】 15者

【調査項目】 業種、従業員数、売上高、売上の増減、経営状況の見通し、資金繰り、経営課題、消費者動向、業況DI等

【調査手法】 巡回による聞き取り又はFAXもしくはメール

【分析手法】 経営指導員が分析をおこなう。

【公表の方法と回数】 年4回、四半期ごとに調査をおこない、都度ホームページにて公表する。

② 地域の経済動向分析 「RESAS」の活用

駅前エリア、城下町エリアなどにおける創業者、既存事業者に対し、限られた職員による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には、効率的でより効果的なツールを選ぶことが重要である。

経営指導員が「RESAS」を活用した地域の経済動向分析をおこない、必要に応じて専門家の意見を聞きながら地域課題を抽出して、管内事業者へホームページや会報で公表します。

【調査対象】 創業者、既存事業者、事業後継者、金融利用者など

【調査項目】 ・「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

※上記を総合的に分析し情報提供すると共に、事業計画策定支援等に反映する。

【調査手法】 経営指導員等がシステムを利用して実施する。

【分析手法】 景況感D Iを用いて比較分析するとともに、必要に応じて外部専門家へ分析を依頼

【公表の方法と回数】 年1回調査をおこないその結果をホームページへ掲載するとともに、会報にも掲載して関係者が自社等の経営方針等に活用できる情報として周知する。

(4) 調査結果の活用

- ・小規模事業者が経営計画を策定する際の情報として、地域の経済動向に関する情報を提供し各事業者の現況把握・外部環境認識に役立つよう活用する。これにより、地域の小規模事業者の新たな需要の開拓に寄与する事業に繋げる。
- ・分析結果を小規模事業者の事業計画策定支援や金融支援等に反映する。必要に応じて外部専門家による派遣をおこない支援テーマや支援対象企業を選定する。
- ・分析結果については、状況に応じて必要なデータを抽出・編集し、適切な情報を提供する。ホームページにて管内事業者に対し、景況調査を年4回、経済動向調査を年1回公表する。
- ・経営指導員等の窓口や巡回支援時の参考資料とし、また個社ごとの「事業計画の策定」及び「策定後のフォローアップ」支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

- ・地域の経済動向調査は、これまで国が提供するビッグデータを活用した分析に限定されており、頻度も不定期であったため、小規模事業者の商品・サービスに対する市場ニーズや消費動向の把握についても十分ではなかった。
- ・観光や地域ブランドについての認知度や購買行動に関する定量的なデータが十分でないため、消費者ニーズに沿った商品開発や販売戦略に活用できていない。

(課題)

- ・販路開拓や新商品開発に取り組む小規模事業者が得られる情報は、経営指導員の知識や経験に依存しており、客観的で有効な情報を収集して整理分析する仕組みづくりが課題である。
- ・不定期におこなうビッグデータ分析では実際の顧客の消費行動や需要に対する意見を反映した具体的な需要動向を把握しきれていない。
- ・各方面から統計資料や情報紙として提供されているデータなどを基に分析した資料を、どのように小規模事業者に提供していくかの手法が不足している。
- ・対象事業者が点在しており、業種やエリアをしぼった需要動向調査をおこなえていない。

(2) 目標

支援内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
新商品開発の調査対象事業者数	1者	10者	10者	10者	10者	10者
試食、アンケート調査対象事業者数	未実施	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

- ・コロナ禍以降に様変わりした社会の中で、消費者ニーズに対応した販売促進や生産性向上を効果的に進めるためには、需要予測に基づく市場調査が必要である。
- ・新商品の開発（主に小売業、飲食業を対象）や販路拡大につなげてもらえるように支援していく。

また、今回から小売業、飲食業など中心市街地での新規事業者や前向きなチャレンジを目指す事業者に沿った需要予測支援を行い、今後の販売促進に活かしてもらおう。

そこで、当商工会が年2回（6月・10月）に主催する大和郡山フェアの出展者および大和郡山イオンで通年開催している、起業間もない事業者向けのスタートアップマルシェの出店事業所の中で、厳しい経営環境下で新たに高度な課題解決（経営環境変化への対応等）の推進を目指す事業者に対して、アンケート調査を通じたマーケティング支援により成果向上を図る。

- ・新商品開発や売れる商品づくりへのチャレンジと販路拡大の支援につなげるため、デザイナー（商品デザイン、WEBデザイン、パッケージデザイン）、流通コンサルタント、流通バイヤーと連携し、売れる商品づくりの支援をおこなう。

【目的】

- ・目標とする城下町エリアでの創業者の輩出と駅前エリアの賑わい創出の達成を想定して、小規模の小売店や飲食店、場合によってはサービス業も含めた需要動向調査をおこない支援する。
- ・小規模事業者が販路を新規拡大したり、売れる商品開発をおこなったりする場合、プロダクトアウトではなく、マーケットインの考え方が重要であり、自社の商品サービスのマーケットやターゲット、トレンドやニーズといった需要動向を把握、整理して、情報提供することで、今まで事業者が気づいていなかった顧客の存在を自覚させ、需要開拓に繋げていくことを目的とする。
- ・整理分析したデータは、巡回指導や窓口相談で経営指導員がおこなう支援の際、有益なアドバイスにつなげる。

【対象事業者】

- ・大和郡山フェアやスタートアップマルシェの出店者で、中心市街地エリアで、小売店、飲食店など集積を目指す事業者及び新商品の開発や需要予測支援を望んでいる事業者の計10者。

【調査手段】

主催する物産展等でのアンケート調査による情報収集

- ・「大和郡山フェア（物産展）」や「スタートアップマルシェ」などにおいて、来場者に対して、商品トレンドや売れ筋商品、今後売れるであろう商品や今後の話題の技術等のアンケートをおこない、今後の商品開発等に役立つ生の情報として整理分析し、出展する事業者へフィードバックする。

【サンプル数】 来場者100人

【調査項目】

- ・対象事業者の商品ごとのア、味 イ、色 ウ、形・大きさ エ、価格 オ、見た目 カ、パッケージなど対象事業者の商品ごとの特性に合わせた調査項目をその都度設定して、より具体的なフィードバックができるよう検討する。
- ・マーケット分析（商圏、生活経済圏、ターゲットエリア分析）
- ・市場動向、最新トレンド動向
- ・売れ筋商品

【成果の活用方法】

- ・個社支援に必要な分析結果は、調査対象事業者に対して報告書として個別指導をおこないフィードバックする。
- ・個人が特定されないものに限り、当商工会に備え付けることで、小規模事業者が閲覧して、必要に応じて活用できるようにする。
- ・事業計画策定や創業計画策定・事業承継計画書策定時に情報を提供し、効果的な計画策定を促す。
- ・販路開拓支援時に情報を提供し、効率的なアプローチにつなげる。
- ・3か月に1度「経営指導員による勉強会」を開催し、需要動向調査の結果を説明し、情報を職員間で共有する。
- ・得られた情報は職員で共有し蓄積する。巡回指導や窓口相談時に必要な業種に対して情報提供やアドバイスをおこなう。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

- 金融相談の際に簡単な財務分析をおこなっているほか、小規模事業者持続化補助金の申請の際に聞き取りと分析による強み等の把握をおこなっている。
- 確定申告指導と税務署への代理送信をおこなう全員の確定申告内容について、決算状況を決算ソフトによりデータ化するとともに、翌年度の申告指導のデータとして活用している。
- これまでも経営分析セミナーなどにより参加者を募っているがその場での現状分析シートの記入と分析のみで、事後のフォローアップやアクションプランの設定にまで至っていない。

(課題)

- 簡単な財務分析のみにとどまっており、専門的かつ活用できる分析データの提供、継続的な支援につながっていない。また、分析結果を提供したとしても、小規模事業者にもわかりやすい・活用しやすいツールになっていないことも課題である。さらに補助金申請や金融支援等の緊急性の高い支援においては、現在発生している問題やその取り組みを重視して、先を見据えた経営改善まで取り組めていない。
- 現状分析シートなどの活用はおこなっているが、創業・事業拡大・販路開拓・事業承継といった目的別の抽出や分析、評価の仕組みがない。
- 分析項目や分析手法が職員のスキルによって異なり、情報・ノウハウが共有されておらず分析ツールの標準化が課題である。
- 決算分析は、確定申告結果の把握にとどまっており、有効に活用できておらず、経営状況の分析の必要性や分析が必要な事業所の掘り起こしができていない。

(2) 目標

支援内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
経営分析セミナー開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー受講者の経営分析(財務+非財務)事業者数	5者	20者	20者	20者	20者	20者
セミナー受講以外の経営分析(財務+非財務)事業者数	20者	35者	35者	35者	35者	35者

(3) 事業内容

【目的】

- 経済動向調査の結果による地域や経済の動きの中で、小規模事業者が抱える問題を、独自に作成している「現状分析シート」において、3C分析やSWOT分析の手法(非財務分析)を用いて分析するとともに、「経営診断システム」による決算書3期分の入力と収益性・安全性・生産性・成長性を分析(財務分析)することで経営状況と経営課題を明確にして、その解決に向けた支援をおこない持続的発展につなげていく。
- 小規模事業者が持つ強みや経営資源、財務内容を分析し、活用しやすいツールとしてフィードバックすることで、小規模事業主自らが直面している経営課題に気づき、自主的な事業計画策定といった経営の自走化につなげていく。
- ローカルベンチマークや経営デザインシートを活用して、事業主自らが自社の財務・非財務の両面から経営状態を知り、課題を発見し解決するための対応策の策定につなげていく。
- 必要に応じて、奈良県商工会連合会、奈良県よろず支援拠点、各種専門家と連携しながら、最も

重要な伴走型の支援を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

【分析対象者】

小規模事業者の経営分析を有効におこなうには、事業主の分析に対する意識、計数管理についての認識の有無が大きく効果を左右するため、次の方法で自ら希望する成長志向の事業所を掘り起こす。特に城下町エリア・駅前エリアでのやる気のある既存事業者、事業承継者や活力ある創業者に対して支援をおこなう。

- ・ 経営指導員による巡回指導、窓口相談での周知
経営分析および事業計画策定支援についての周知を口頭またはチラシにておこなう。
- ・ 当商工会が、年2回発行している広報紙「商工会だより」で周知
経営分析および事業計画策定支援についての記事を掲載し配布するとともに、当商工会館エントランスに配置する。
- ・ 市内の金融機関、日本政策金融公庫への周知
各金融機関との連携により、分析希望対象者の照会をおこなう。

【分析手段】

- ・ 経営分析の必要性を理解してもらい、分析が必要な事業者の掘り起こしをおこなうために、経営分析セミナーを開催する。
- ・ 掘り起こしによりピックアップした小規模事業者に対して、まず、「現状分析シート」を用いて、訪問または窓口での聞き取り（ヒアリング）をおこなう。
- ・ 定性分析（非財務分析）については、SWOT分析の手法を用いて、自社が有する経営資源（内部環境）の強み・弱みと、上記で調査した経済動向や業界動向（外部環境）の機会・脅威を整理する。さらに、クロスSWOT分析（TOWS分析）の手法を用いて掛け合わせることで事業計画策定につなげる。
- ・ 定量分析（財務分析）については、中小企業基盤整備機構が運営する「経営自己診断システム」を活用し、わかりやすい分析データの提供をおこなう。
- ・ 事業所の状況に応じて経済産業省の「ローカルベンチマーク」・「経営デザインシート」や中小企業基盤整備機構の経営計画ツール等の分析ツールを駆使し経営分析から課題を抽出する。
- ・ 必要に応じて、奈良県商工会連合会、奈良県よろず支援拠点、各種専門家と連携し、小規模事業者の現状把握と分析をおこなう。

【分析項目】

- ・ 定性分析項目：「現状分析シート」…企業概要（ヒト・モノ・カネ・情報）、3C分析（既存、新規顧客、競合相手、自社の特徴）、外部環境分析、SWOT分析、自社の課題
- ・ 定量分析項目：「現状分析シート」……3期分の決算書（最低でも2期分）
「経営診断システム」…収益性（粗利率・営業利益率・純利益率など）
安全性（自己資本比率・流動比率・長期適合率など）
生産性（一人当たり売上高など）
成長性（前年比増収率など）

【成果物】

現状分析シート及び経営診断システムの結果を分析結果レポートにしてフィードバックする。専門家等も活用して重点テーマ別の課題についてもレポートに加えて提供する。

（4）分析結果の活用方法及び期待できる効果

- ・ 経営分析セミナーの開催により分析対象の事業者の掘り起こしができ、面談による分析結果の提供により、自社の経営状況を客観的に知ることができるので、抽出した経営課題の解決に向け

た支援や事業計画策定につなげる。

- ・現状分析シートを活用したSWOT分析や経営診断システムによる分析結果を、分析用結果レポートとして当該小規模事業者にフィードバックする。
- ・財務分析についてはKPIを設定して継続した伴走支援の進捗確認をおこない、改善が遅れている場合は、分析シートの再度の作成や経営者からの聞き取りをおこない、改善策を提示する。必要に応じて専門家派遣を活用する。
- ・事業主に分析ツールを活用してもらうことで自社の現状認識が可能となり、経営の自走化が実現する。
- ・統一様式として、「現状分析シート」「経営診断システム」を活用することで、経営指導員個人の経験やスキルに左右されない伴走支援が可能となる。商工会内部での活用としては、結果シートを職員間で共有することで、複数の職員による横断的・継続的な伴走支援により小規模事業者の持続的な発展に結びつける。
- ・分析手法やフォローアップ手法について内部研修をおこない、情報の共有とスキル向上を図る。
- ・分析結果を集約することで、地域の小規模事業者が抱える共通の課題が見えてくるので、重点支援分野の決定につながる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

- ・単発的な簿記講習会・パソコン講習会、青年部主体の部員対象（若手経営者・後継者向け）の自己啓発セミナーの開催。また、経営セミナー（販売促進セミナー、生産性向上セミナー）・事業承継セミナー等を開催している。
- ・創業者に対しては、創業スクールの開催による知識の蓄積はおこなえているが、事業計画策定まで進めていない受講生が多い。また、スクール以外の創業希望者に対しては、商工会に来館して初めて個別に対応するにとどまっている。
- ・急速に進むデジタル化の流れで、小規模事業者にとっても身近な決済手段や受発注にキャッシュレスやシステム化の要請が強まっている。
- ・金融相談の際に、小規模事業者との面談により経営分析と資金計画、返済計画を作成している。

(課題)

- ・単発で終わるセミナーでは、小規模事業者への情報提供はおこなっているが、実際に小規模事業者が具体的に実行しようとした時の支援ができていないことが課題である。
- ・経営セミナーや個別相談により個々の事業所の問題提起をおこなったり、アンケート調査などの需要動向調査により課題の把握はおこなったりしているが、事後の課題解決に至っていない。
- ・創業と第二創業については、地域商業の衰退、地域人口の減少等により、創業、事業継続のハードルが高くなっており、これまで以上の伴走支援が必要でありセミナー開催以外の支援の仕組みづくりが課題である。
- ・これまでの支援は、創業支援も含めて、場当たりの対策にとどまっており、詳しく聞き取り分析する手法がとられておらず、根本的な経営課題の解決につながっていないことが課題である。
- ・取引先や顧客から求められるデジタル化の要請に対して、何をどうしてよいか分からない状態のままの事業者が多いが支援する仕組みができていない。
- ・事業承継について、事業を受け継ぐ側の後継者まかせとになってしまっており、承継する側の親の知識、認識が十分でないことから承継がスムーズに進まないことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

- ・これまでの課題に加えて、上記3の経済動向調査や上記5の経営分析の結果を収集し分析する。それによりあぶり出された地域のニーズや見えてきた経営課題を分野別に整理して、それぞれの

課題を確実に解決するために事業計画策定セミナー、事業承継セミナー、創業セミナー、DXセミナーを実施する。自らが本質的課題を認識し、当事者意識をもって課題に対応していく事業者を重点的に支援していく。

- ・経営分析を実施した小規模事業者のうち、年間8割程度が事業計画を策定することを目指す。持続化補助金の申請をおこなう事業者に対して実現可能性の高い事業計画策定を支援する。
- ・各事業計画策定においては奈良県商工会連合会、奈良県よろず支援拠点、各種専門家と連携しながら伴走型の指導・助言をおこない、小規模事業者の経営リテラシーの向上を図り、経営の自走化を支援する。

また、地域との連携が必要な案件については、各商店街や、同業者組合、金融機関などとのマッチングをおこない、策定する事業計画の有効性を高めるとともに、地域の賑わい創出に重要な個社の発展のために、下記の数値目標を目指していく。

- ・創業と第二創業についても、大和郡山市が認定を受けている産業競争力強化法に基づく「大和郡山市創業支援等事業計画」の創業促進策としっかり連動して、地域の創業者を増やすとともに、創業後3年以上事業継続がしていける事業所をつくるために、専門家等と連携しながら事業計画策定を伴走支援する。

(3) 目標

支援内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画個別相談件数	15件	20件	20件	20件	20件	20件
事業計画策定事業者数	10者	15者	15者	15者	15者	15者
補助金活用のための事業計画策定事業者数	20者	30者	30者	30者	30者	30者
計画策定専門家派遣回数	1回	3回	5回	8回	8回	8回
創業体験セミナー・創業スクール開催回数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
創業体験セミナー・創業スクール受講者数	30名	35名	35名	35名	35名	35名
承継セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
承継セミナー受講者数	2社	5社	5社	5社	5社	5社
事業承継計画書策定事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
事業承継専門家派遣回数	1回	3回	3回	3回	3回	3回
DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
DX支援個別相談者数	2者	6者	6者	6者	6者	6者

(4) 事業内容

①「事業計画の策定セミナーと個別相談会」開催による「事業計画」策定と実施支援

【目的】

これまでの単発的な経営セミナー、金融相談会、持続化補助金などの補助金申請時の経営計画作成セミナーなどに留まっていた事業計画策定支援から、需要を見据えた伴走型の指導・助言

による事業計画策定支援等へと発展させ、物価高騰や外部環境の変化による収益減少から回復するために、必要な経営改善や事業再構築の方向性と施策を検討し、学びと実践により事業のV字回復と成長に結びつけることを目的とする。

国の施策を活用した事業計画策定に関するセミナー、個別相談会を合わせて、年1回以上開催し、事業計画策定を目指す成長志向の小規模事業者の掘り起こしと伴走支援による自走化を図る。

【具体的手法】

経営分析を実施した小規模事業者を対象として以下の内容のセミナーを1回実施する。

- ・事業環境の変化に応じた経営改善・事業再構築のあり方
- ・支援施策を活用した経営改善・事業再構築の進め方
- ・前項において、経営分析を実施した小規模事業者については、現状分析シート・結果シートを活用した事業計画策定を支援する。
- ・経営分析から事業計画策定へのプロセスを補助金申請に活用する。

【実施方法】

- ・経営分析の実施時に担当した経営指導員が同席して継続的な伴走支援及び補助金申請につなげる。
- ・支援対象者の募集告知方法としては、当商工会ホームページ・広報紙による情報発信と、市役所等でのチラシ配布をおこなう。また、経営指導員による巡回指導、窓口相談の際に募集告知を口頭またはチラシにておこなう

【成果指標】 事業計画策定件数、補助金申請件数

②地域での創業体験セミナー・創業スクール開催による創業・第二創業等の支援

【目的】

・平成26年度から毎年開催している創業体験セミナー、創業スクールを継続実施します。大和郡山市が策定している産業競争力強化法に基づく「大和郡山市創業支援等事業計画」に沿った創業及び第二創業（経営革新）に関する相談会とも連携し、市内での創業・第二創業を目指す小規模事業者の掘り起こしと、実創業者の増加を図る。

【具体的手法】

・中小企業診断士や販路開拓、マーケティング、IT支援の専門家などによる経営計画策定支援（創業スクール体験講座および本講座）を年2回と個別相談会を実施する。

創業スクール体験講座の開催

- ・創業の心構え、先輩創業者による体験談

創業スクール本講座の開催

- ・創業の基礎知識、支援施策について
- ・マーケティング思考による営業、販促力の向上
- ・創業計画策定とプレゼンテーション
- ・財務会計、人材育成について

フォローアップは専門家派遣による高度支援にて対応

【実施方法】

受講者は地域で実創業を目指す創業予定者、創業に興味がある方を想定。

開催周知の方法としては開催チラシの作成と市内各所への配布、ホームページ、フェイスブックページでの情報発信をおこなう。

【成果指標】 実創業者数、創業計画書策定事業者数、創業融資実行数、

③ 大和郡山市事業承継地域ネットワークと連携した「事業承継計画」策定と実施支援

【目的】

令和5年に発足した「大和郡山市事業承継地域ネットワーク」を通じた事業承継の相談者に対して事業承継セミナーを年1回開催し、事業承継計画書策定を本気で目指す被承継者と承継させ

る小規模事業者の掘り起こしをおこなう。支援に際しては、事業承継・引継ぎ支援センターの専門家と連携した伴走支援で事業承継計画の策定まで導く。

【具体的手法】

「経営のバトンタッチ」を支援するための事業承継セミナーと個別相談により、事業承継計画策定と事業承継の実例を生み出す。

【実施方法】

事業承継に意欲的な事業者と創業希望者を対象として少人数制を想定。

企業がこれまで培ってきた様々な財産（人・物・金・知的資産）を上手に引継ぎ、承継後の経営を安定させるために必要な情報をわかりやすくレクチャー。

開催周知の方法については開催チラシの作成配布やホームページでの情報発信をおこなう。

フォローアップ方法は和郡山市事業承継地域ネットワークの専門家派遣による高度支援にて対応する。

【成果指標】 セミナー参加企業数、事業承継計画策定数

④ 「DX推進セミナー」開催とDXアドバイザーによる個別相談支援

【目的】

急速に進むデジタル化の流れで、小規模事業者にとって身近な決済手段や受発注にキャッシュレスやシステム化の要請が強まっており、DXに対する知識を経営者自らが自分事として認識し、理解を深めてもらうことで、社内での体制づくりやITツール導入などの取組を推進する。

【具体的手法】

小売店、飲食店、ネット販売事業者、製造業者、運送業者など対象は多岐にわたる。

まずはDX推進セミナーを開催し、意識の醸成や基礎知識を習得したうえで、DXアドバイザーと経営指導員が同行する形で事業所を訪問して複数回の個別相談や導入支援をおこなう。

【実施方法】

受講者はデジタルリテラシーの低い事業者や観光客が訪れる小売店、飲食店のほか、下請け中心の製造業者、運送業者、創業者などを想定。

開催周知の方法としては開催チラシの作成と市内各所への配布、ホームページ、フェイスブックページでの情報発信をおこなう。

【成果指標】 セミナー参加数、DX診断実施件数、DX診断の評価向上件数、ITツール導入件数

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

- ・事業者からのフォロー要請があった場合だけ、計画書の実施状況把握をおこなっている。
- ・創業者に対しては、創業融資の申込者など特定の事業者へのフォローにとどまっている。
- ・実施頻度やフォローの方法が担当者ごとに異なっており統一されていない。
- ・日本政策金融公庫のマル経融資や経営力強化資金において必要とされる「事業計画進捗状況報告」を作成するためのフォローにとどまっている。
- ・職員ごとの自分の得意な伴走メニュー（創業支援、金融支援、販路開拓など）に支援が偏っている。支援スキルや指導ツールの共有ができていない。

(課題)

- ・これまでの事業計画策定支援は、金融申込や補助金申請が入口となる場合が多いため、融資の決定、実行や、補助金の採択、申請がゴールとなっており、事業計画の実施進捗状況の確認把握をする仕組みづくりが課題である。
- ・経営資源や経営リテラシーを意識した支援をしていなかったため、仕組みとして習得状況の把握

や段階別の学習支援をおこなう必要がある。

- ・創業セミナー、スクール開講後は、担当職員だけが個別に連絡のあった相談のみに対応しており、実創業につながるまでの計画的な伴走支援ができていないため、フォローした内容、進捗状況を職員間で共有化していくことが必要である。
- ・進捗が芳しくない場合の効果検証と事業計画の見直しをルール化する必要がある。
- ・フォローが職員による支援のみとなっており、必要に応じて、奈良県商工会連合会、奈良県よろず支援拠点といった専門家派遣による高度支援につながる仕組みづくりが課題である。

(2) 支援に対する考え方

- ・事業者の経営リテラシーの習得と経営の自走化を重視して、計画的にフォローアップすることで課題解決につながるプロセスを支援する。
- ・事業者のデジタル化には継続的・中長期的な支援が必要であり、重点的な支援により事業者自らがDX化への歩みを進めていける体制づくりをフォローアップする。
- ・場当たりのでなく、計画実施後の進捗状況の確認をPDCAの手法を駆使して行い、4か月に1度の巡回指導および必要に応じた専門家や外部支援機関による個別フォローアップ支援を充実させて、事業計画の見直し、改善を行い、小規模事業者の売上・利益の拡大を目指す。
- ・創業・第二創業については、事後のフォローアップセミナーを新たに年2回開催するとともに、巡回等を中心とした伴走型の個別支援を実施することで、実創業につなげていく。
- ・事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象に、実施状況の進捗確認や現況を聞き取りする。
- ・上記の進捗確認の結果、進捗状況が芳しくない場合（具体的には、事業計画の進捗率が予定よりも50%以上遅延している）は、経営分析時に設定したKPIや目標の達成度を経営指導員が経営者とともに確認して、未達の原因を検証して必要があれば事業計画の見直しと目標や行動計画の修正をおこなう。また必要に応じて専門家による高度で詳細なチェックをおこない、より精度の高い見直し案を提案する。

(3) 目標

支援内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
経営計画 フォローアップ事業者数	10者	45者	45者	45者	45者	45者
フォローアップの頻度 (延べ回数)	年1回 10回	年3回 135回	年3回 135回	年3回 135回	年3回 135回	年3回 135回
売上増加事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
利益率3%以上増加の 事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
創業・第二創業 フォローアップ支援件数	15件	20件	20件	20件	20件	20件
フォローアップの頻度 (延べ回数)	年1回 15回	年3回 45回	年3回 60回	年3回 60回	年3回 60回	年3回 60回
創業・第二創業 フォローアップセミナー の開催・受講者数	2回 30名	2回 30名	2回 30名	2回 30名	2回 30名	2回 30名
創業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
第二創業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
事業承継計画 フォローアップ事業者数	3者	9者	9者	9者	9者	9者

フォローアップの頻度 (延べ回数)	年1回 3回	年3回 20回	年3回 27回	年3回 27回	年3回 27回	年3回 27回
DX支援フォローアップ 事業者数	2者	6者	6者	10者	10者	10者
フォローアップの頻度 (延べ回数)	年1回 2回	年3回 18回	年3回 18回	年3回 30回	年3回 30回	年3回 30回

(4) 事業内容

【支援内容】

①フォローアップ支援の強化による「事業計画」策定と実施支援

- ・これまで小規模事業者への「事業計画策定」実施後の支援は、事案が生じた際の実施にとどまっていたが、今後は、国、県、市の行う支援策等の広報を巡回指導や案内により周知するとともに、事業計画策定支援をおこなったすべての事業所に対して、4か月に1度巡回訪問し、計画実施後の進捗状況の確認をおこなう。実施後半年以降（3回目～）の巡回については、それぞれの事業所の進捗状況に合わせて巡回頻度に幅をもたせる。
- ・フォローアップカルテをデータ作成し、職員間で共有することで、複数の職員による横断的・継続的な支援をおこなう。
- ・助成金や補助金等の情報提供を積極的におこなうとともに、B to B、B to Cの商談会や展示会等による販路拡大、売上拡大による利益アップにつなげる。

【進捗管理の方法】

- ・事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象に、実施状況の進捗確認や現況を聞き取りする。
- ・上記の進捗確認の結果、進捗状況が芳しくない場合（具体的には、事業計画の進捗率が予定よりも50%以上遅延している）は、経営分析時に設定したKPIや目標の達成度を経営指導員が経営者ととともに確認して、未達の原因を検証して必要があれば事業計画の見直しと目標や行動計画の修正をおこなう。また必要に応じて専門家による高度で詳細なチェックをおこない、より精度の高い見直し案を提案する。

②創業・第二創業者の「フォローアップセミナー」開催によるフォローアップ支援の強化

- ・創業スクールで作成した事業計画の進捗状況や計画改善のための「フォローアップセミナーと情報交換会」を毎年2回開催する。フォローアップセミナーでは、税務面や金融面、店舗運営管理など創業実務面に特化した支援をおこなう。また、創業予定者が活用可能な販路開拓、販売促進に活用可能な補助金等の支援施策に関する情報提供と活用に向けた具体的アドバイスも実施する。
- ・創業者及び第二創業者へのフォロー体制は、SNSグループによる情報発信と近況把握、個別相談の受付をおこなう。個別相談会では、創業スクールの受講生および過年度の卒業生を中心に、実創業まで導くための創業計画書のブラッシュアップをおこなう。
- ・必要に応じて4か月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認をおこなうとともに、専門家・外部機関による個別フォローアップ支援、融資相談、税務相談、セミナーの開催などの経営改善支援につなげる。奈良県がおこなっているチャレンジ応援資金といった金利優遇の貸付、当商工会による借入金利の一部助成等（平成26年度から実施）を重点的におこない開業後支援を実施する。

【進捗管理の方法】

- ・事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象に、実施状況の進捗確認や現況を聞き取りする。
- ・上記の進捗確認の結果、進捗状況が芳しくない場合（具体的には、事業計画の進捗率が予定よりも50%以上遅延している）は、経営分析時に設定したKPIや目標の達成度を経営指導員が経営者ととともに確認して、未達の原因を検証して必要があれば事業計画の見直しと目標や行動計画の修正をおこなう。また必要に応じて専門家による高度で詳細なチェックをおこない、

より精度の高い見直し案を提案する。

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)

- ・小規模事業者の新たな需要の開拓に寄与する事業として、奈良県商工会連合会等主催の商談会・展示会等の開催情報の提供と参加事業所への事前支援をおこなってきた。
- ・市内の大型ショッピングモール内で、市内事業所の製造商品または取扱商品の販売の場（物産展）として「大和郡山フェア」を開催してきたほか、起業間もない事業者による出店機会として「スタートアップマルシェ」も通年で実施している。
- ・ITの活用を通じた販路開拓支援としては、無料のホームページ作成サービス（ゲーペ）及び大阪商工会議所の「ザ・ビジネスモール」の紹介（提供）をおこなってきた。
- ・個社の商品に対して消費者のモニター会の開催と事後の報告会等をおこなってきた。

(課題)

- ・商談会、展示会等の参加は事業者任せに任せており、参加の有無や、参加するための事前アドバイスや参加後のフォローアップ支援が不足しているため、訴求対象との取引につながるための事前、事後の支援が課題である。
- ・あくまで商談会、展示会の開催情報の提供のみにとどまっており、顧客ニーズに合う商品づくりに関する助言ができていないため、売れる商品づくりに関する支援をおこなうことが課題である。
- ・ITの活用を通じた販路開拓支援としての、利用・登録環境は提供しているが、そのPRが不足している。

(2) 支援に対する考え方

- ・「スタートアップへの支援」（奈良県の新しい産業政策のパッケージ2025）と「新たな産業振興と起業の活性化」（第5次大和郡山市総合計画 前期基本計画）に資する独自の取組として、イオンモール大和郡山でのスタートアップマルシェというポップアップイベントが、創業間もない事業者にとって販売機会と新規顧客獲得の場として、自らが稼ぐ力の向上につながる。
- ・商談会、展示会、ネット販売等の成果を上げるためには、消費者のニーズを小規模事業者が理解していることが必要である。個社の商品の需要動向調査（消費者のアンケート調査含む）結果をフィードバックして、消費者のニーズを伝え「売れる商品を作る」という意識を持てるように支援する。
- ・訴求対象者からの要望や改善の提案に対し、奈良県商工会連合会・奈良県よろず支援拠点など他の支援機関を活用して専門家によるデザイン支援等を実施するなど成約確立を上げる工夫をおこなう。
- ・大型ショッピングモールのフェアにおいては、地域の消費者に店舗・商品の認知度アップと出店者の商品が地元定番商品として取引が可能になることを支援する。
- ・ネット販売の効果を上げるためには、WEB自体の認知度を上げる必要がある。また、効果的なWEB上でのプロモーション活動も重要である。ネット販売に取り組む小規模事業者には、奈良県商工会連合会や奈良県よろず支援拠点等の連携支援機関を通じてITの専門家を招聘し、ネット販売に効果のある戦略構築ができるよう支援する。
- ・物産展の開催や、産業フェア・ビジネスマッチング、個別商談会等の販路開拓の機会となる開催情報を提供し、参加事業者の掘り起しをおこなう。
- ・販路開拓を希望し、商談会等に参加する事業所への参加前の事前フォローや参加後の事後フォローを実施し確実に販路拡大を図る。
- ・売り場づくりの専門家を活用し、店舗レイアウト・POP・導線設計などを改善することで、購

買意欲を高める売り場づくりを支援する。

- ・ SNS販促強化のため、商品撮影（写真・動画）の専門家を活用し、視覚的に訴求力の高いコンテンツ制作を支援する。
- ・ ネットマーケティング専門家による支援（SEO、広告運用、SNS 広告、分析支援など）を提供し、デジタル販路の拡大を図る。

(3) 目標

	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 物産展参加事業者数 (他機関主催を含む)	5 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
① 売上額 / 1 社あたり	—	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円
② 商談会参加事業者数	20 者	25 者	25 者	25 者	28 者	30 者
② 商談会成約件数 / 者	1 件	3 件	3 件	5 件	5 件	5 件
デザイン・商品開発支援	3 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
専門家派遣回数	—	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
③ グーペ・ビジネスモ ール支援事業者数	10 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
グーペ・ビジネスモ ール取引登録件数 / 者	2 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件

(4) 事業内容

①地域大型ショッピングモールでの物産展「大和郡山フェア」の開催により、出店する小規模事業者の認知度向上を図るとともに、起業間もない事業者が出店する「スタートアップマルシェ」においても、同様に認知度向上を促進する。

- ・ 市内の大型ショッピングモールと連携し、例年、物産展を5日間開催しているが、他の支援機関とも連携し、別の大型店でも開催することで、新たな商圈での顧客獲得及び大型店と小規模事業者の取引機会の創出に取り組む。
- ・ 現状の参加数から毎年度数社の上乗せを図り、支援企業のベースを増やしていく。

【支援対象業種】 飲食業・小売業・食料品製造業・水産業・農業

【訴求対象】 一般消費者・バイヤー

【効果を上げる取組】 訴求対象からの要望、改善提案に対する支援

※ 令和7年度開催の大和郡山フェア実績

開催場所：イオンモール大和郡山催事場

来場者数：3日間で95,874人 出店者数：8社 出店売上：1,429千円

※ 令和7年度開催のスタートアップマルシェ実績

開催場所：イオンモール大和郡山 2階 無印良品前

出店者数：32社(令和6年10月～令和7年9月) 出店売上：2,022千円

【参考】市内大型ショッピングモールの商圈は近隣市・町からの集客もあり、フェアの広告チラシも例年約32,000枚を折込している。

②奈良県商工会連合会等が主催する商談会等を活用し、販路開拓支援に取り組む。加えて、当会独自で開催する個別商談会も実施し、地域特産品の販路拡大を図る。

・奈良県商工会連合会等が主催する「ビジネスマッチなら商談会」及び各種商談会及び同時開催される販路開拓につながるセミナー等への参加周知をおこなう。

【支援対象業種】小売業・製造業・建設業・農業

現状の商談会エントリー数からの増加を図り、R8年以降は純増を目指す。

【訴求対象】バイヤー・加工業者・事業所間取引

【効果を上げる取組】

- ・出展事業者の把握と課題解決のためのヒアリングをおこなう。
- ・訴求対象者からの要望や改善の提案に対し、奈良県商工会連合会・奈良県よろず支援拠点など他の支援機関との支援ネットワークを活用し、専門家の活用等を通じて成約確立を上げる支援をおこなう。
- ・商談の成果を上げるために、バイヤーからのコメントを集約し、参加事業者へのフィードバックをおこなう。商談会、展示会への参加を通じて、顧客ニーズに合う商品開発に繋がるように支援する。
- ・商談会時には商工会職員が同席し、課題の共有化を図り、商談後のフォローアップ支援に活かす。

※ 令和7年度開催のビジネスマッチなら実績

参加バイヤー：JWマリオットホテル、NEXCO西日本、株式会社オークワなど

商談会開催数：13回

・当会独自で開催する個別商談会を実施し、地域特産品の販路拡大支援をおこなう。

【支援対象業種】小売業・製造業・農業・食品関連事業

現状の商談件数からの増加を図り、R8年以降は純増を目指す。

【訴求対象】バイヤー・加工業者・地元事業者

【効果を上げる取組】

- ・出展事業者の把握と課題解決のためのヒアリングを当会独自でおこなう。
- ・バイヤーや関係者からの要望・改善提案に対して、当会独自の支援体制を基盤に、奈良県商工会連合会・奈良県よろず支援拠点などの専門家ネットワークを活用し、成約確立向上の支援をおこなう。
- ・商談会で得られたバイヤーからのコメントを集約し、参加事業者へフィードバックをおこなうことで、顧客ニーズに合致した商品開発・販売戦略につなげる。
- ・商談会当日は商工会職員が同席し、課題の共有化を図るとともに、商談後の個別フォローアップ支援に活かす。

③ITを活用した販路開拓支援に取り組む。

・自社ホームページが無い事業者及び、既にホームページがある事業者にはより多くの閲覧機会を得るために、全国商工会連合会のホームページ作成ツール「グーペ」、大阪商工会議所の「ザ・ビジネスモール」の登録による販路開拓支援をおこなう。

・当商工会のホームページにも会員事業所の登録・紹介ページを設けている。

※「グーペ」は、商工会員は無料でホームページをもつことができ、パソコンがあまり得意でない方でも容易に作成でき、大手の検索エンジン等にかかりやすくなるメリットがある。よって、既にホームページを持っている事業所においても共用することで、SEO対策にもなり、認知度の向上にもつながる。

※ザ・ビジネスモールも無料で登録ができ、「グーペ」とは違った切り口で、企業間取引もできるメリットがある。

【支援対象業種】すべての業種（特に当市が目指す商業集積地でのやる気のある既存事業者、事

業承継者や活力ある創業者に対しては優先的に支援をおこなう)

【訴求対象】企業・一般消費者

【効果を上げる取組】

- ・登録事業者の販売状況の把握と課題解決のためのヒアリングをおこなう。
 - ・ネット販売の効果を上げるためには、WEB自体の認知度を上げる必要があるため効果的なWEB上でのプロモーション活動が重要である。効果が出ずに困っている小規模事業者には奈良県商工会連合会や奈良県よろず支援拠点等の連携支援機関を通じてITの専門家を招聘し、ネット販売に効果のある戦略構築ができるよう支援する。
- ④上記の「新商品の開発」・自社の「ホームページの作成」等の経費に対して持続化補助金を活用して取り組めるよう申請・実施・報告まで伴走型の支援をおこなう。

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するための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

(現状)

- ・有識者、行政機関等と当会理事、職員による事業検討会議を事業実施完了後におこない、事業結果について理事会において報告承認を毎年度受けているが、未達成やズレが生じた場合のルールがなく、曖昧なまま次年度へと引き継がれている。
- ・評価結果の公表が限定的で不十分な状態である。

(課題)

- ・目標の達成度合の確認やタイムリーな進捗状況の把握などをおこなう仕組みができていない。
- ・評価や見直しの結果を表すフォーマットやフィードバックする仕組みができていないため、効果的な見直しができていない。

(2) 事業内容

設定した目標や成果指標を用いて、効果的、計画的に評価・見直しをおこなうために、評価を示すフォーマットを作成するとともに、見直しを実施するためのPDCAサイクルを構築する。

【定量的把握】

- ・各目標ごとに設定したKPI、KGIの達成度を把握する。
- ・収集したデータを統合し可視化する。

【評価手法】

- ・経営支援会議を設置し、構成員に外部有識者（中小企業診断士等）、法定経営指導員、市町村担当者を含める。
- ・1年に1回以上開催し、実施状況の確認と情報共有を図るとともに総合評価を実施する。
- ・停滞している項目については問題点や課題を抽出して対策を検討する。

【評価・見直しの頻度】

- ・評価は5段階評価+改善提案方式とする。
- ・反省点、改善点を精査して次年度の支援計画に反映する。
- ・達成率により、継続（5割以上）、見直し（2割以上）、事業の撤退・縮小（2割未満または未実施）の判断をおこなう。
- ・事業撤退の場合は、対象を縮小するなど職員のマンパワーの範囲で個別支援を実施する。
- ・提示された見直し案を理事会で報告・検討のうえ承認を受け、大和郡山市へも報告する。
- ・理事会で承認された事業の実施状況・成果の評価・見直し案を総代会で報告し承認を受ける。

【結果の公表方法】

- ・総代会で承認後、結果を地域の小規模事業者が常に閲覧できるようにする。常時備え付け、ホームページ等に掲載し年1回公表する。

経営支援会議 年間1回開催 ・実施状況の進捗確認と情報共有 ・停滞項目の問題点と対策検討 ・事業の成果を評価 ・次年度への見直し検討 ・理事会への報告 ・結果を商工会に常備 ・ホームページで公表（年1回）	構成人員 7人	
	外部専門家（中小企業診断士）	1名
	大和郡山市産業振興部地域振興課	1名
	大和郡山市商工会事務局長	1名
	大和郡山市商工会法定経営指導員	1名
	大和郡山市商工会経営指導員	3名

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)

- ・奈良県商工会連合会が主催する職員研修会への参加にとどまっている。
- ・中小企業基盤整備機構が主催する研修会への派遣がほとんどおこなえていない。

(課題)

- ・個人の努力や自己啓発に任せている状態。
- ・個人の意思に任せた資格取得を目的とした自己啓発しかない。
- ・経験年数の浅い職員の支援ノウハウの向上と組織内での共有化ができていない。
- ・支援スキルに必要な経営リテラシー向上と自律的課題設定力の醸成に寄与する研修が必要。

(2) 事業内容

【考え方】

- ・小規模事業者は著しい物価高や人材不足など様々な経営課題を有しているものの改善策が見つけられず現状打破に悩むケースが多い。職員として事業所の経営課題に向き合い、「現場で成果を出せる支援力」を磨くことを目的に、課題抽出 → 改善提案 → 施策実行 → 成果創出までを一貫して支援できる能力を習得する。
- ・小規模事業者の支援ニーズは高度化しており、販路開拓支援、商品開発支援など「具体的な結果」を求められる支援場面や、経営革新支援、事業計画支援など「正解のない課題」に対し、ノウハウと情報に基づいた選択肢を提供し、事業者と共に考えてそのプロセスを支援する場面も多く求められている。これらの支援モード業務に対応できる職員の育成と資質向上に取り組む。
- ・従来の税務・金融などの基礎的な経営指導においても、税制の改正等により最新の情報収集や知識が必要である。国の支援施策や補助金も小規模企業振興基本法の成立施行により拡充されており、それに対応できる情報収集力と支援力が求められている。情報収集力を強化し、実際に支援しながら学ぶOJTと外部の研修等で学ぶOFF-JTをバランス良く組み合わせ、経営指導員等の支援能力の向上を図る。

【取組内容】

- ① 外部から講師を招聘し、課題抽出から成果創出までの一貫した支援力を向上させるための当会独自の研修会を開催する。
- ② 中小企業庁の施策マップを活用する。小規模事業者の利益の確保に資する支援施策を比較対象の中から見つけ出し、支援先事業者に多くの選択肢を与える事ができる提案型の支援力向上を実現する。
- ③ 小規模事業者の利益に資する経営課題に対して、奈良県商工会連合会の専門家派遣制度、ミラサポの専門家派遣制度を活用し、OJTにより専門家の知見や支援ツール、支援方法など支援ノウハウの習得に努める。
- ④ 経営リテラシー向上への寄与

研修やOJTにより、小規模事業者の経営の自走化に向けたプロセスを支援するスキルを身に付ける。

- ⑤ 奈良県商工会連合会、中小企業基盤整備機構、奈良県よろず支援拠点、流通バイヤーと連携しOJTによる販路開拓、商品開発の支援スキル向上を実現する。
- ⑥ 経済動向調査、需要動向調査等を踏まえて、地元金融機関、中小企業診断士等の専門家と連携し経営分析力の向上に取り組む。
- ⑦ 「事業計画書」の策定と計画策定後の実施に向けた伴走型の支援スキルを奈良県商工会連合会が主催する職員向け研修会で習得する。
- ⑧ 他の支援機関（奈良県産業振興センター等）や金融機関等が開催するセミナーの情報を収集し経営指導員等の参加を推進し資質向上に取り組む。

(3) 組織内で共有する仕組み

- ① 研修会、説明会等に参加した職員は、資料等の回覧だけでなく、支援スキル向上のために全職員が知っておくべき情報は朝礼や会議等で共有を図るようにし、支援スキルの全体最適化を図る。
- ② 職員の異動や退職でノウハウが分断しないように専門職務担当制から複数職務担当制への移行を目指す。
- ③ 事業計画策定や補助事業施策の活用支援に係る支援ノウハウや情報については特に奈良県商工会連合会との連携及び共同実施により職員全体の支援能力の向上を目指す。
- ④ 3か月に1度「経営指導員による勉強会」を開催し、業況分析結果、景況調査結果及び需要動向調査結果に基づき、小規模事業者の課題を抽出・情報分析し、解決に向けた支援策について情報を職員間で共有する。
- ⑤ 「経営指導員による勉強会」で得た業況分析結果、景況調査結果及び需要動向調査結果について雇用状況統計資料と共に情報を共有・活用し、これらを用いて巡回指導や窓口相談時に情報提供やアドバイスをおこなう。
- ⑥ 経営状況の分析については、「現状分析シート」「経営診断システム」を活用する。これらを活用することで、経営指導員個人の経験やスキルに左右されない支援が可能となる。小規模事業者に対するフィードバックは「分析結果シート」を使用する。本シートを職員間で共有することで、当該事業者に関する経営状況を複数の職員間で共有・把握することが可能となり、小規模事業者の持続的な発展に結びつける。

1 1. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効率的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

現在は、年に1度、商工会役員、行政の商工担当課と金融機関（奈良県信用保証協会、日本政策金融公庫奈良支店）を交えた情報交換をおこなっている。また、奈良県商工会連合会、行政機関とは国、県等の関連する施策等の情報交換を必要に応じておこなっている。しかしながら、経営指導員等の支援ノウハウに関しては個別の能力と努力に任されてきており、他の支援機関との情報交換による支援ノウハウの共有は十分におこなわれていないのが現状である。

(2) 事業内容

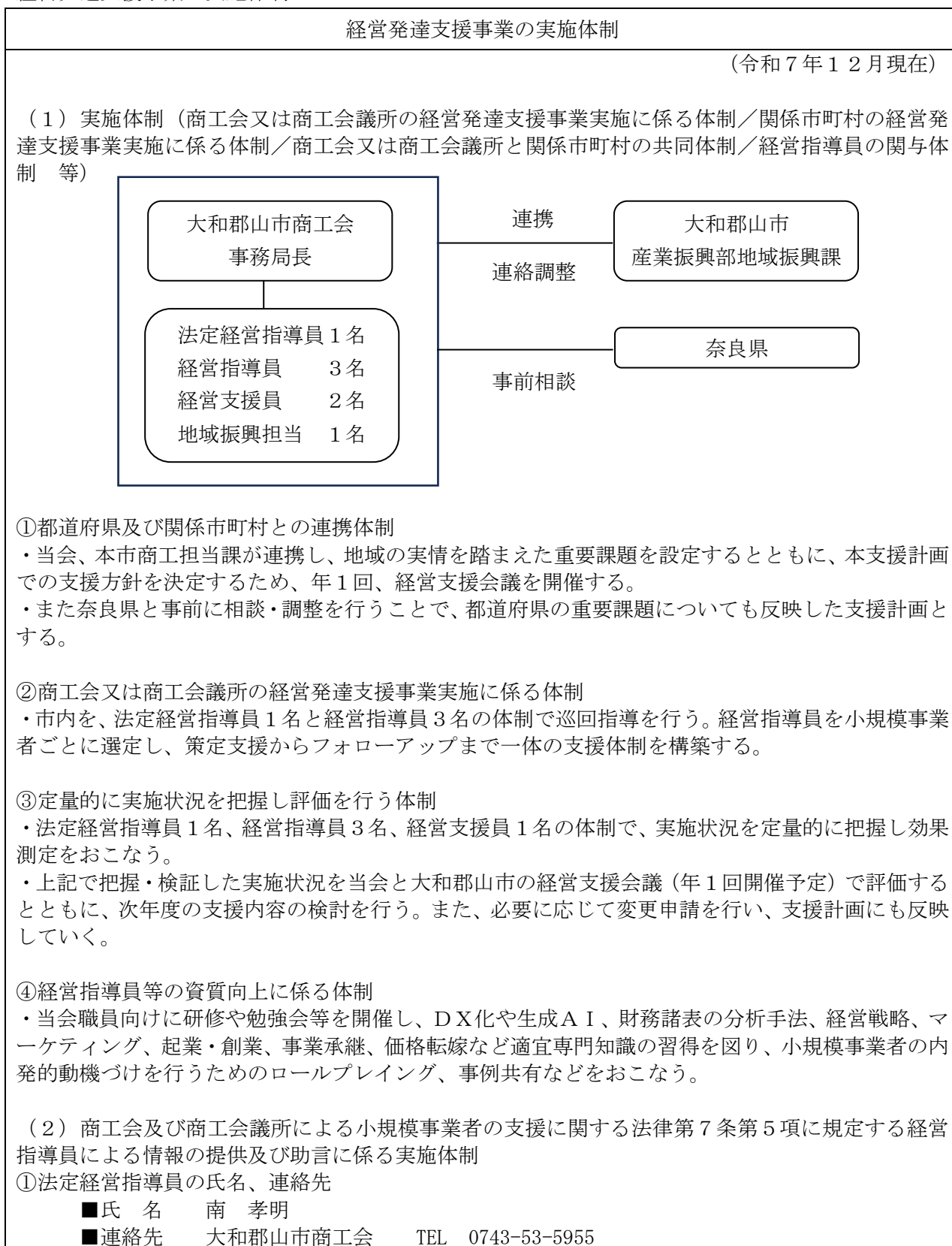
目標達成に必要な連携、情報交換を下記の通りおこなう。

情報交換先	情報交換の方法	頻度	情報交換の内容	得られる効果
北和地区商工会広域協議会	北和地区商工会広域協	四半期に1度	同じ商工会の視点での相談内容や支援事例など支援ノウハウの活用がは	管内小規模事業者の景気動向の把握

管内の4商工会	議会支援会議		<p>かりやすい情報が得られる。 またエリアが異なることでの相談内容や支援の違いが分かり比較分析が可能となる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の需要動向に関する情報 ・小規模事業者の需要開拓に関する支援ノウハウ情報 ・小規模事業者の需要開拓に資する支援施策情報 ・需要開拓に意欲的な小規模事業者に関する情報 	<ul style="list-style-type: none"> ・管内小規模事業者の需要動向の把握 ・需要開拓に資する支援スキルの共有と伝達
奈良県よろず支援拠点	奈良県よろず支援拠点コーディネーター巡回訪問	随時 (年4回程度)	<p>よろず支援拠点が得意とするIT活用や製造業者支援、高度なデザイン支援などでの有益な情報が得られる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が需要開拓を進める上の経営相談に関する情報 ・小規模事業者の需要動向に関する情報 ・小規模事業者の需要開拓を進める上の基盤構築に有効なよろず支援拠点が有する専門家情報 	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の需要動向の把握 ・需要開拓に資する支援施策の入手 ・専門家情報の入手 ・解決難易度の高い経営課題へのアプローチ
奈良県商工会連合会	県連商工会指導員、経営指導員巡回訪問	年6回	<p>奈良県内のエリアが異なる相談内容や支援ノウハウが分かり比較分析が可能となる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の需要開拓に資する支援ノウハウに関する情報 ・小規模事業者向けの最新支援施策に関する情報 ・小規模事業者からの経営相談に関する情報 	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の需要開拓に関する支援ノウハウの入手 ・最新の支援施策の入手 ・小規模事業者の需要開拓に資する専門家情報の入手 ・解決難易度の高い経営課題へのアプローチ
奈良県発明協会	発明協会コーディネーター巡回訪問	随時 (年4回程度)	<p>知的財産に関する専門的かつ高度な支援において有益な情報が得られ、支援力の向上につながる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者向け支援施策情報 ・知的財産支援に関する情報 	<ul style="list-style-type: none"> ・最新の知的財産支援施策情報の入手 ・知的財産権支援の専門家情報の入手
奈良県事業承継・引継ぎ支援センター	サブマネージャー・エリアコーディネーター巡回訪問	年12回/毎月1回	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者からの事業承継相談に関する情報 ・大和郡山市事業承継地域ネットワークの相談対応を事業承継の専門家としておこなうための事業承継に関する情報 	<ul style="list-style-type: none"> 最新の支援施策の入手 ・小規模事業者の事業承継に資する専門家情報の入手

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②法定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と実施にかかる指導及び助言をおこなう。計画を予定通り実施し、指導及び助言については必要に応じて都度おこなう。

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おこなう。3か月に1回程度の経営指導員による勉強会や会議を実施して、事業の進捗確認や事業の評価・見直しに関する検証をおこなう。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・南 孝明は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当する又は該当しない。

（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

〒639-1160 奈良県大和郡山市北郡山町 185-3
大和郡山市商工会
TEL 0743-53-5955 FAX 0743-54-1229
Email : info@yamato-koriyama.com

②関係市町村

〒639-1198 奈良県大和郡山市北郡山町 248-4
大和郡山市 産業振興部 地域振興課
TEL 0743-53-1151 (代表) FAX 0743-55-4911
Email : tiiki@city.yamatokoriyama.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)

	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
必要な資金の額	5,760	5,760	5,760	5,760	5,760
① 経済・需要動向調査費	200	200	200	200	200
1. 調査研究費	50	50	50	50	50
2. アンケート関連費	150	150	150	150	150
②経営状況分析費	160	160	160	160	160
1. セミナー開催費	160	160	160	160	160
③事業計画策定事業費	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
1. 各セミナー開催費	700	700	700	700	700
2. 創業スクール開催費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200

	3. 個別相談会開催費	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
	④事業計画策定後支援費	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
	1. 個別相談開催費	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250
	2. セミナー開催費	250	250	250	250	250
	3. 創業フォローアップ セミナー開催費	200	200	200	200	200
	⑤販路開拓事業費	500	500	500	500	500
	1. 販路開拓費	500	500	500	500	500

(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
会費等自主財源：2,200,000円 国伴走型補助金：3,000,000円 大和郡山市補助金：500,000円 事業参加者負担金：60,000円 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。

(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 並びに法人にあつては、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