

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>宇陀商工会（法人番号 1150005004609） 宇陀市（地方公共団体コード 292125） 曾爾村（地方公共団体コード 293857） 御杖村（地方公共団体コード 293865）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 「商・工・農・観」の小規模事業者と地元密着した人づきあいのある経営支援ネットワークを活かし、経営計画策定から商品・サービスの開発・改良、販売まで、関係機関と連携を図りながら伴走型で支援する。 ・「商業」－“戦略的販売手法の構築による販促力強化” ・「工業」－“地域ものづくり技術の承継と新規販路開拓” ・「農林業」－“魅力ある地域産品を活用した地域6次産業化の推進” ・「観光業」－“観光交流人口増加とカネの落ちる仕組みづくり”</p>
<p>事業内容</p>	<p>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> 景況調査及び金融機関等の調査レポート、業界誌等ビッグデータを活用し、地域の経済動向を把握・分析を行い、支援に有効な情報提供を行う。 <u>4. 需要動向調査に関すること</u> 支援に最適な情報を適切に把握・分析するため小規模事業者に対する支援と連動した需要動向調査を行い、支援に有効な情報提供を行う。 <u>5. 経営状況の分析に関すること</u> 巡回指導等を通じ小規模事業者の商品・サービスが持つSWOTや企業の定量・定性分析をし、事業計画策定や今後の事業展開に結び付ける。 <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や個社の課題解決に役立つ個別相談会を繰り返し行うことで、PDCAサイクルを意識した事業計画策定支援を行う。 <u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画策定事業者に対して、計画の進捗度合確認や新たな課題の発見、今後の戦略の練り直しなどについて伴走型で必要となる支援を行う。 <u>8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること</u> 事業計画に基づいた販路開拓支援として、物産展や展示会、商談会等への参加機会を提供し新たな需要開拓支援を行う。事前準備から事後のフォローまでを伴走型で支援することで個社ごとの成果を高める。</p>
<p>連絡先</p>	<p>【宇陀商工会】 〒633-0253 奈良県宇陀市榛原萩原 160-1 TEL:0745-82-2211 FAX:0745-82-6547 E-mail:uda-shokokai@kcn.jp</p> <p>【宇陀市農林商工部商工産業課】 〒633-0292 奈良県宇陀市榛原下井足 17-3 TEL:0745-82-5874 FAX:0745-82-8211 E-mail:s-kikaku@city.uda.lg.jp</p> <p>【曾爾村地域建設課】 〒633-1212 奈良県宇陀郡曾爾村大字今井 495-1 TEL:0745-94-2105 FAX:0745-96-2053 E-mail:kensetu@vill.soni.lg.jp</p> <p>【御杖村産業建設課】 〒633-1302 奈良県宇陀郡御杖村大字菅野 368 TEL:0745-95-2001 FAX:0745-95-6800 E-mail:sanken@vill.mitsue.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) 地域の現状及び課題

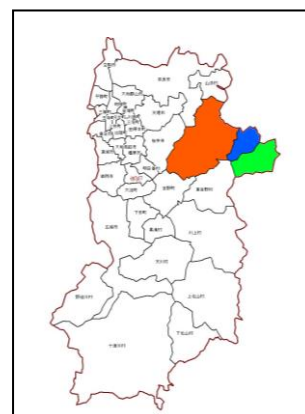
①現状

宇陀の立地・交通

宇陀商工会の管轄エリアは、宇陀市と曾爾村、御杖村の一市二村の広域に渡る。宇陀市は平成18年に旧大宇陀町・旧菟田野町・旧榛原町・旧室生村が合併し誕生した。宇陀地域は奈良県北東部の大和高原エリアに位置し、面積は374.84㎏にも及ぶ。北は奈良市、山添村、西は桜井市、南は吉野町、東吉野村、東は三重県名張市に接している。

管内に近畿日本鉄道大阪線3駅が所在し、京都・大阪方面や名古屋・伊勢方面と結ばれている。特に榛原駅(特急・急行停車駅)が奈良東部地域の乗降者拠点となっており、大阪市難波まで50分の距離である。

また自動車によるアクセスについては、管内を国道165号・369号線が横断している。最寄りの名阪国道針ICと大阪・松原JCT(西名阪自動車道)とが約1時間で結ばれる距離にある。こうした立地から、大和高原エリアの気候や土地を活かす農商工業が現在も承継されている。

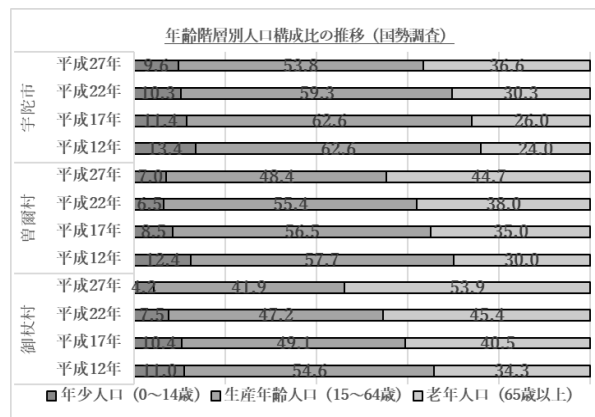


人口の動き

宇陀地域の人口の動きは、平成7年47,520人をピークに1市2村共通して減少傾向にある。平成22年と令和2年を比べると10年で約20%の減少がみられる。世帯数も平成12年をピークに減少に転じている。日本経済の成長に連れて若年人口の流出が拡大したことにより著しく過疎化・高齢化が進み、現在は高齢者だけの世帯が多くなっている。高齢化率の全国平均が28.4%、奈良県平均が28.7%であるのに対し、宇陀市36.6%・曾爾村44.7%・御杖村53.9%と大きく上回っている。このような中、地域の活気を取り戻すために地域資源を活用する創業支援や事業承継支援に積極的に取り組み、若い世代の開業を促進するような支援が求められている。

※人口・世帯数の推移(国勢調査)

		H17	H22	H27	R2
総人口(人)	宇陀市	37,183	34,227	31,105	28,144
	曾爾村	2,193	1,895	1,549	1,294
	御杖村	2,366	2,102	1,759	1,480
	合計	41,742	38,224	34,413	30,918
世帯数(世帯)	宇陀市	11,668	11,527	11,155	10,761
	曾爾村	724	675	622	590
	御杖村	852	812	748	703
	合計	13,244	13,014	12,525	12,054



## 地域産業

中山間地域に位置しているため、農業・林業等の1次産業が中心であるなか、主要産業として毛皮革産業・銘木製造業・大和伝統野菜等近郊農業がある。1,389件の事業者のうち、約83%にあたる1,153件が小規模事業者である。いずれも、大和高原エリアの気候や土地を活かす地域独特の農商工業が現在も引き継がれている。地域経済を成り立たせるために、地場産業の事業承継や地域農産品の付加価値向上が課題となっている。

### 【宇陀地域の農商工業者数】

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店 宿泊業	サービス 業	その他	合計
宇陀市 総事業所数 (小規模事業者数)	172 (171)	167 (157)	35 (31)	310 (256)	96 (71)	288 (199)	81 (57)	1,149 (942)
曾爾村 総事業所数 (小規模事業者数)	28 (28)	24 (23)	3 (2)	24 (23)	13 (10)	19 (13)	7 (5)	118 (104)
御杖村 総事業所数 (小規模事業者数)	25 (25)	18 (18)	3 (2)	26 (25)	8 (4)	40 (31)	2 (2)	122 (107)
地域内 総事業所数 (小規模事業者数)	225 (224)	209 (198)	41 (35)	360 (304)	117 (85)	347 (243)	90 (64)	1,389 (1,153)

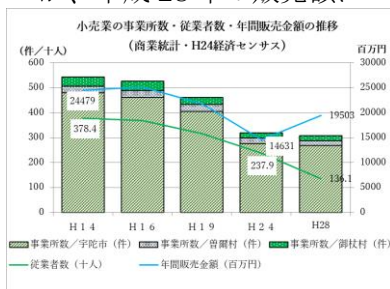
### i) 商業の現状

宇陀には、地域コミュニティが旧大宇陀町・旧菟田野町・旧榛原町・旧室生村、曾爾村、御杖村それぞれに残っており、生鮮食料品や日用雑貨用品を中心に昔ながらの生業的な店が多く、地域内消費者を対象とした零細店舗が多い。交通ハブ拠点である宇陀市榛原には畿内スーパーマーケットチェーンも展開し、地域の小型ショッピングモールもあるが近年の売上は下降している。

交通条件の改善や自家用自動車の普及等により、郊外の大型店舗への買い物客の流出が増え、さらに後継者不足、経営者の高齢化が進み、既存の商店街等、過疎地域だけでなく市の中心地においても活力が低下している。

一方で大和高原ならではの一定の集客力を持つ道の駅や農産物直売所が宇陀地域内に5か所あり、生鮮食品を中心とした新たな商業価値を生む拠点がある。

経済センサスによる統計推移を見ると、事業所数・従業者数・販売額ともに下降傾向にあるが、平成28年の販売額については上昇が見られた。



		H14	H16	H19	H24	H28
事業所数 (件)	宇陀市	479	462	405	276	268
	曾爾村	27	27	28	23	19
	御杖村	38	37	28	21	21
	合計	544	526	461	320	308
従業者数 (人)		3,784	3,695	3,171	2,379	1,361
年間販売金額 (百万円)		24,479	25,199	21,834	14,631	19,503

### ii) 製造業の現状

地域内の全産業のうち15%を占めている。製造品出荷額は平成24年工業統計調査によると1,051,932万円（御杖村を除く）となっており、平成24年同調査の1,307,759万円と比べて20%程度減少している。地域製造業として、建設業・プラスチック・金属加工業・銘木製造業等があり、奈良県にある製造業集積と概ね同様の傾向が見られる。例えば、建設業は公共事業に対する依存傾向が強く、収益性の低い仕事の受注が中心となっており、また銘木製造業では磨き丸太は床柱としての利用が多いため、建築様式の変化から需要が減少している等が挙げられる。また全般に、職人の高齢化により技術力低下および後継者不足に陥っている小規模事業者が少なからず見受けられる。

一方当地域特有の産業として、全国で唯一の原皮の輸入から、なめし加工、縫製、販売まで一貫したシステムをもつ「毛皮革産業※1」があり、地域を雇用の面からも支えている重要な産業となっている。毛皮（主にうさぎ、キツネ、ムートン）の出荷額は全国シェアの15%程度を占め、特に鹿皮においては90%以上のシェアを占めている。

※1)「毛皮革産業（もうひかくさんぎょう）」とは

【毛皮（けがわ）】と【皮革（ひかく）】を合わせて作った造語で、業界全体を指す。



毛皮ジャケット



印傳 カードケース



印傳 印鑑ケース



印傳 長財布

※製造業の事業所数、製造品出荷額の推移（工業統計）

		事業所数 (件)	従業者数 (人)	製造品出荷額 (万円)	1工場当たりの 製造品出荷額 (万円)
平成 24 年	宇陀市	54	649	1,204,246	22,301
	曾爾村	11	98	79,320	7,211
	御杖村	6	50	24,193	4,032
	合計	71	797	1,307,759	—
平成 28 年	宇陀市	59	577	964,745	16,352
	曾爾村	9	77	87,187	9,687
	御杖村	4	26	—	—
	合計	72	680	1,051,932	—

### iii) 農林業の現状

奈良県が認定する大和伝統野菜（千筋みずな、大和寒熟ほうれんそう、宇陀金ごぼう等）に加えて、トマト、ほうれん草などの高原野菜も基幹作物として生産している。また宇陀市では大和当帰を中心とした薬草プロジェクトが推進されており、豊富な農業資源を持つ。

地域内には地元野菜や農産加工物を取り扱う道の駅が3カ所、直売所が2カ所あり、新鮮で安心・安全な作物を提供している。

しかしながら個々の経営規模は零細で脆弱な農家が大部分を占めており、その構成は兼業農家が多く、離農傾向が強いこともあり農業事業者数は年々減少している。

林業は昔から単位面積あたりの収益は高く、「吉野杉」「吉野桧」といった非常に質の良いブランド木材を育ててきたことで、農業と並ぶ基幹産業として長い間宇陀地域産業の要となってきた。しかしながら近年の木材需要の伸び悩みや外材の輸入による木材価格の低下は、林家経済を圧迫しており、その結果、林家の造林意欲が減退し、収益の悪化に拍車をかけている。

※代表的な大和伝統野菜



大和寒熟ほうれん草



宇陀金ごぼう



千筋みずな

#### iv) 観光産業の現状

榛原から始まり伊勢神宮へのつづく「伊勢本街道」があり、古くからその宿場町として発展してきた。また宇陀松山城を背景とする重要伝統的建造物群保存地区や室生寺などの歴史的観光資源や、曾爾高原や又兵衛桜、宇陀温泉郷などの自然観光資源にも恵まれる。そういった観光資源と地域食材を活用した古民家カフェの創業や、滞在型・農業体験型観光ツアーの実施など「見る・食べる・遊ぶ・買う」の観光ニーズを満たす要素を揃える。各地域で地元食×歴史・大和高原自然観光イベントが開催され、年間通して多くの観光客を迎えている。

※宇陀地区主要観光資源の観光客数の推移（奈良県、宇陀市、曾爾村）（単位:人）

	H30	R1	R2
室生寺	142,634	136,554	73,975
宇陀松山重伝建地区	87,870	95,784	67,051
道の駅（大宇陀・室生）	252,293	173,974	121,414
曾爾高原	512,309	442,790	379,468
宇陀アニマルパーク（県施設）	216,380	191,110	167,350

#### v) 商工会の現状

当商工会は平成20年4月1日に宇陀市内の4商工会（大宇陀・菟田野・榛原・室生）と宇陀郡の2商工会（曾爾村・御杖村）の6商工会が行政の枠組みを越えて合併し誕生した。会員数752名（令和3年9月30日時点）、役員30名、事務局11名で構成される。

金融・税務・労務等の経営改善普及事業を中心に対応し、地域の小規模事業者に対して経営基盤の強化に対する効果的な支援を継続的に実施してきた。また平成28年に経営発達支援計画の認定を受け、小規模事業者の事業計画策定による経営の安定化と、計画に基づく販路開拓について支援を行っている。経済総合団体としての役割を認識し、疲弊しつつある地域経済の回復を図るために、地域商工業者の振興発展と併せて社会一般の福祉の増進を図ってきた。

### ②課題

#### i) 商業の課題

地域内の商店において店主が高齢化している上に後継者不足も重なり、自分の代で廃業という商店も多く、事業承継にも課題がある。さらに地域内交通拠点である榛原駅前の商店街も、廃業店舗・空き店舗が増加し休眠状態にあるなど、商業集積地としての魅力が薄れている。

また重要伝統的建造物群保存地区や道の駅にも多くの観光客が来訪しているが、その多くが自家用車で来られており、目的の場所への行き来の際に地元商店や飲食店に対する集客にはつながっていない。各個店における看板等のサインージ改善やストアコンセプトとディスプレイの統一化を図るなど、お客様を店舗に取り込む仕組みづくりが求められている。また個社によるECサイト構築など、販売チャネル拡大に向けた取組についても支援の必要性が高いと考えられる。

#### ii) 製造業の課題

宇陀地域にある製造業は全体として販路開拓が課題である。企業間取引が中心であり、“とりのお客様やエンドユーザーの声”を直接聞く機会を設定する必要がある。

また当地域の主要産業である毛皮革産業を重点的に、新商品開発や新しい用途の提案などにより振興を図ることで地域経済の活性化を図ることが求められている。

また原材料（原皮）価格の高騰が続き、小規模事業者の経営を圧迫しているため、商品の付加価値を高めるなどの利益確保に向けた取り組みを行う必要がある。

### iii) 農林業の課題

農林業事業者が減少する要因の一つに、収益ベースの取りづらさが考えられる。多くは 1 次産品そのものの販売が中心となっているため、独自性に乏しく購入層や販路が限られている。また地域内直売所での販売のみの事業者が多く、売れ残り等のロスが発生しやすい。

当地域の強力な地域資源である農産物等を有効活用して、地域ブランドとしての加工特産品開発など、6 次化支援・農商工連携・販路開拓が求められる。

### iv) 観光業の課題

歴史文化や自然環境、温泉など地域の観光資源を活かした観光ビジネス振興を図るとともに、団塊の世代・若者のドライブ・ワーケーション需要等にターゲットを絞った誘客戦略を展開することが求められる。

各観光資源が独立して誘客事業を展開しているため、地域内を観光客が回遊するよう、農商工事業者と連携した地域ブランディングが必要である。

### v) 商工会の課題

税務・金融・労務などの経営改善普及事業を中心に、事業者より具体的な案件が上がってきたときのみ個別支援を実施。また地域振興に関するイベントなどを実施することで地域全体の活性化を図ってきた。その結果、支援業務が少なく、事業者に対する支援が計画的・継続的でなく、一時的なものとなってしまっている。その上、事業者の多様化するニーズや経営課題の把握が的確に出来ておらず、それを職員間で共有できていないという課題も併せ持つ。

今後は経営発達支援計画を効果的に実施することにより、小規模事業者の持続的発展を目指してニーズや経営課題を的確に把握し、それを解決するためにより具体的な支援を実施する。また外部支援機関や専門家との連携を強化し、職員一人一人の資質を向上させることで多様化するニーズや経営課題に対する対応力を身につけ、小規模事業者への積極的な提案型支援や事業を実施する。

旧宇陀郡 6 町村に支所を設置しており、県下でもっとも商工会職員数が多いので、そのマンパワーを活用した事業・支援力を本事業にて展開したい。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ① 10 年程度の期間を見据えて

宇陀市・曾爾村・御杖村では、それぞれの総合計画に基づいて行政運営の指針を示している。それぞれの総合計画における、まちづくりの基本方針並びに具体的な戦略については以下の通りである。

	基本構想における将来像	基本計画・基本目標
宇陀市	みんなが生きがいをもて暮らせる 魅力ある健幸なまち 宇陀市 ～輝く歴史と文化の息づくまち～	・健幸なまち ・暮らしやすいまち ・活力あるまち ・生涯輝くまち ・自然豊かなまち ・地域力を発揮するまち
曾爾村	未来に つながる むらづくり 豊かなところで健やかに生活できる ふれあいづくり 安心し元気に生活できる活気づくり 美しい緑の中で快適に生活できる潤いづくり	・都市との交流によって力を得るむらづくり ・歴史と文化と自然に敬意を払って 継承していくむらづくり ・ひとりひとりが安心して育ち暮らせるむらづくり ・住民たちが村の将来を共に考え、 共に行動するむらづくり
御杖村	「みつつの杖」でつくる縁結びのふるさと ～倭姫に会える癒しと交わりの村～	・“創造の杖”で“仕事”の緑を広げる ・“育成の杖”で“ひと”の緑を育む ・“環境の杖”で“むら”の緑を深める

なお上記の基本計画の中から経済面におけるアプローチの要素として以下が示されている。

	経済面における具体的な取組
宇陀市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宇陀市産物の利用促進</li> <li>・付加価値の高い農産物づくりの推進</li> <li>・商店街、地元事業所活動の活性化</li> <li>・地域資源を活かした観光、交流の創出</li> </ul>
曾爾村	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業経営の安定、商店づくりへの支援</li> <li>・ITを活用した農産物の高付加価値化</li> <li>・農業、商工業、観光業の連携</li> </ul>
御杖村	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存商工業の振興と起業、事業承継等への支援の推進</li> <li>・6次産業化の推進</li> <li>・新たな土産品や観光サービスの開発</li> </ul>

上記総合計画を踏まえ、当地域の基幹産業・独自地場産業・地域資源の活用を軸として中長期的な振興のあり方を以下の通り設定する。

#### 中長期的な振興のあり方（宇陀商工会経営支援方針）

##### (1) 「地域産品を活用した魅力的な商品開発に向けた支援ネットワークの構築・更新・活用」

- ・流通バイヤーや旅行エージェントとの連携や農産物加工品、観光体験のサービス評価など、マーケティングの的を絞れるプロ・専門家や関係支援団体と連携し支援できるネットワークを向上させます。
- ・策定した事業計画を基に商品・サービスの課題、マーケティング等を振り返り、商・工・農・観の販路とセットなった支援マネジメントを実施します。

##### (2) 「宇陀地域に根付く独自地場産業の振興とその事業承継の実現」

- ・世界一のなめし技術を持つ毛皮革産業の振興と事業・技術承継を図ることが極めて重要です。商工会として特に販路開拓に力点を置き、結果としてモノづくり技術の継承につながるよう伴走型で事業者支援、プロジェクト事業を展開します。
- ・銘木製造業、日本酒・醤油醸造メーカー等の地域産業についても、今後持続的に経営を続けていただくためには事業承継が重要と考え、事業計画策定支援から伴走型で支援します。

##### (3) 「若手就農者による農業6次化と第2創業の応援」

- ・若手による地域農産物を活用した第2創業が多い宇陀地域において、新商品開発、改良も含めて新ビジネスの種を生む事業者の掘り起しの推進支援に取り組みます。
- ・地域内5か所の地域産品販売拠点との連携やEC活用など、生産・加工・販売を地域内で一貫して実施し、地域6次化により地域内付加価値向上を推進します。

##### (4) 「観光資源活用によるインバウンドと地域産品販路開拓によるアウトバウンドの推進」

- ・室生寺や宇陀松山重要伝統的建造物群保存地区や曾爾高原などの中心とした地域観光資源を活用しながら、四季を通じた着地型観光商品の開発・提案や売れる商品づくりを事業計画策定支援から伴走型で支援します。
- ・地域外物産展への出展や百貨店・スーパー等との商談を推進するなど、事業計画に基づく地域産品の販路開拓を伴走型で支援します。

## ②宇陀市・曾爾村・御杖村総合計画との連動性・整合性

当商工会ではこれまでも、上記のビジョンを踏まえて宇陀地域全体の取組として3市村・関係機関と連携して事業者支援に取り組んできた。そのなかで当会と特に関係性の高い「商・工・農・観」の各事業者支援に関して、当会の経営発達支援事業として踏まえたうえで、小規模事業者に向けた個社支援を通じて地域経済の底上げにつなげていく。

総合計画における将来像と地域が目指すまちづくり基本計画を実現するため、地域唯一の総合経済団体として身近な相談相手としての位置づけを守り信頼を高めていく。

## ③宇陀商工会の役割

当商工会は地域唯一の総合経済団体として、商・工・農・観の小規模事業者と地元密着した人づきあいのある経営支援ネットワークを有している。このネットワークとこれまでの支援ノウハウを活かし、総合計画における地域の将来像とまちづくり基本計画を実現・実行するため、小規模事業者の持続的経営と収益を生み出すビジネスモデルを伴走型で支援する。

具体的には『個別課題解決に向けた事業計画策定支援』や『策定された計画に基づいた販路開拓等の事業支援』など、小規模事業者の経営基盤を強固にするための基礎的支援を続け、社会経済環境の変化や災害等の緊急的な環境変化にも柔軟な対応が出来るよう、事業者に寄り添った支援を展開する。

## (3) 経営発達支援事業の目標

宇陀地域の現状と課題を踏まえて地域金融機関や他団体等の関係機関との連携を図り、地域事業者の持続的経営と収益を生み出す新たなビジネスモデルの構築を伴走型で支援するため、以下の4つの目標を掲げる。

- (1) “商” 戦略的販売手法の構築による販促力強化
- (2) “工” 地域ものづくり技術の承継と新規販路開拓
- (3) “農” 魅力ある地域産品を活用した地域6次産業化の推進
- (4) “観” 観光交流人口増加とカネの落ちる仕組みづくり

また上記目標を達成するために、経営発達支援計画の各事業進捗・達成状況について把握、支援方法や事業効果を振り返り、PDCAにより各事業・支援に取り組む。

## 2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (令和4年4月1日～令和9年3月31日)

### (2) 目標の達成に向けた取組方針

#### (1) “商” 戦略的販売手法の構築による販促力強化

- ・販売力強化に向けて、商品提案・売り場改善・パッケージ支援などに取り組む。
- ・経済動向調査や消費者需要動向調査等の結果を分析し、マーケティングを意識した販売戦略の構築を支援する。
- ・物産展や商談会等に関する情報提供と参加斡旋を積極的に推進し、域外需要の獲得に向けて伴走型で支援する。
- ・ホームページやECサイト構築などのIT利活用について、事業計画に基づいた効果的な取組となるよう、個社に応じたそれぞれの支援展開を構築しすすめる。

#### (2) “工” 地域ものづくり技術の承継と新規販路開拓

- ・独自地場産業である毛皮革産業の活性化に向けて、商品開発や既存商品の高付加価値化、販路開拓に係るプロジェクト事業を展開、継続的に伴走型で支援する。
- ・個社ごとの個別課題の抽出から事業計画策定、商品開発支援や展示商談会斡旋など、効果的な支援の方向性を提案し、各業界の特徴を意識した一気通貫の支援をすすめる。
- ・ものづくりに対する技術力を魅力とし、ブランディングにつながる支援を展開することで、従事者や後継者に対するモチベーション向上のきっかけとする。
- ・技術の継承を目的とし、親族内の承継のほかM&Aも踏まえた多様な事業承継を見据えた支援をすすめる。

#### (3) “農” 魅力ある地域産品を活用した地域6次産業化の推進

- ・地域資源、特に奈良県認定の大和伝統野菜を活用した6次産業化・商品開発を市・県・国の施策を絡め推進する。
- ・地域農産物の商談支援を実施、農関連ビジネスの商業化をさらに推進する。
- ・若手就農者を中心とした第2創業者に対しマーケティング支援を実施する。
- ・地域6次産業化による特産品開発・改良のための支援として農業者と商工業者とのマッチングを行うことで新たな取組を支援する。
- ・地域5か所の地域産品販売拠点を中心に、売り場づくりや見せ方提案など販売力向上に取り組む。

#### (4) “観” 観光交流人口増加とカネの落ちる仕組みづくり

- ・経済動向調査や需要動向調査の調査結果と個社に対する経営分析の結果を踏まえた支援計画を策定し伴走型で取り組む。
- ・広域な地域に点在する歴史的観光資源や自然観光資源を活用し、地域農商工業者と連携しながら着地型観光商品を開発する。
- ・酒蔵や古民家カフェなど、観光メニューと親和性の高い事業者のほか、ものづくり体験や農業体験など観光ターゲットが魅力的に感じる事業者を巻き込むことで、地域の農商工観が一体となったまちづくりを推進する。

## 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】

全国商工会連合会受託事業として、年4回15事業者を対象に景況調査を行っている。得られた調査結果をもとに作成された調査結果レポートは対象事業者にフィードバックしている。

また地域独自の経済動向調査や分析は行っておらず、金融機関や中小企業庁等が発行する調査資料に関しても収集と内部蓄積のみに留まっている。

##### 【課題】

景況調査についてはレポートを事業者に渡すのみにとどまり、独自分析や情報開示が出来ていないため、得られた情報を有効活用することに課題がある。また地域独自の経済動向調査を実施しておらず得られる情報の自由度がないため、効果的な支援につなげる基礎データの整理・分析に課題があり、改善した上で実施する。

#### (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(回)	HP掲載	—	1	1	1	1	1
②中小企業景況調査分析の公表回数(回)	HP掲載	—	4	4	4	4	4

#### (3) 事業内容

##### ①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

地域の小規模事業者に対し円滑に支援をすすめるために、経営指導員が「RESAS」等を活用した地域独自の経済動向分析を行い、年1回当会HPや広報誌等で公表する。

【調査手法】経営指導員が「RESAS」や「奈良県の経済動向」、「雇用求人状況」等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 生産分析など  
まちづくりマップ 人の動き分析など  
産業構造マップ 産業の現状分析など  
奈良県の経済動向 消費・求人・倒産件数など  
雇用求人状況 産業別の求人状況・賃金情報など

##### ②中小企業景況調査の実施と分析結果の公開

管内の景気動向等を把握するため中小企業景況調査を継続的に実施し、調査レポートを年4回公表する。調査レポートの公表時には全国の調査結果と地域経済動向に加え、金融機関レポートや毛皮革業界「毛皮ジャーナル」などの業界機関紙を活用し業種別に比較分析を行う。

【調査手法】経営指導員が事業所を巡回し、ヒアリングを行う。  
得られた情報と金融機関レポートや上記地域経済動向等を比較分析する。

【調査対象】管内小規模事業者15社（製造業3、建設業3、小売業4、サービス業5）

【調査項目】中小企業景況調査 業況・売上推移・採算・資金繰り・設備投資など  
金融機関レポート 景気動向指数・設備投資・個人消費・雇用状況など  
各業界機関紙等 業界ごとの業況・機会・脅威など

#### (4) 調査結果の活用

- ・調査結果については商工会ホームページや広報誌等を活用し公表する。
- ・得られた分析結果から支援ニーズを明確化することで、小規模事業者の事業計画策定支援および経営分析を実施する際の基礎的資料として活用する。
- ・収集した情報を整理し職員間で共有できるよう整備し、小規模事業者に提供する際のムラをなくす。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

物産展や展示会など、外部需要を獲得するための需要動向調査を年数回実施しているが、データの蓄積のみにとどまっており効果的な分析や公表はできていない。

##### 【課題】

観光需要やギフト需要など、支援シーンを想定した調査項目の設定や、客観的で有効な整理分析のための仕組みづくりが課題であり、改善したうえで実施する。

#### (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
①6次化商品開発 調査対象事業者数(者)	3	5	5	5	5	5
②地域ブランド形成 需要動向調査数(件)	140	150	150	150	150	150

#### (3) 事業内容

##### ①6次化商品開発に向けた需要動向調査

地域の魅力を活かし6次産業化に取り組む事業者の商品開発・改良に向けて、バイヤー等の専門家に対し個社ごとの商品需要動向調査を実施する。得られた情報を事業者にフィードバックすることで商品開発・改良に資する。また分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】バイヤー等の各分野流通販売の専門家を招聘し、最新トレンドを意識した意見や具体的な改善案を聞き、事業者の想いを踏まえたくえで開発・改良に活用する。

【サンプル数】支援対象商品を専門とするバイヤー1名～3名

【調査項目】商品ストーリー、見せ方、価格、チャンネルなど

【活用方法】バイヤーの直接フィードバックに加え、経営指導員が商品開発・改良に向けて伴走型支援を行う。

##### ②地域ブランド形成に向けた需要動向調査

地域の小規模事業者の商品開発等に対する基礎的データとして活用するため、物産展や展示会等で来場者に向けて観光関連商品に対する需要動向調査を実施する。また重点支援対象として、毛皮革関連商品に対する需要動向調査を奈良県毛皮革協同組合連合会、菟田野毛皮革産業振興協議会と連携し、毛皮革フェアや毛皮革ファッションフェア等で来場者に向けて実施する。

【調査手法】中小企業診断士等の専門家と連携し独自調査票を作成し、物産展や展示会等に出展した際に来場者に対しヒアリング調査する。

【情報分析】情報は中小企業診断士等の専門家の意見を聞きつつ、経営指導員が分析する。

【サンプル数】来場者50名程度×回数

【調査項目】土産・飲食の単価、購入方法、属性別ニーズ、デザイン、利用シーンなど

【活用方法】得られた分析結果から支援ニーズを明確化することで事業計画策定支援および経営分析、個別事業者の商品開発等を実施する際の基礎的資料として活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

金融斡旋や補助金申請時の支援の一環として実施しているが、基礎的な財務分析のみに留まっている。また分析手法が職員個人のスキルに依存しており、支援に必要となる情報やノウハウが共有化できていない。

#### 【課題】

小規模事業者の顧客獲得や売上増加など、専門的かつ活用性のある分析データの提供・継続的な支援につなげる必要がある。また同一事業者に対して異なる職員による支援展開が想定される。職員間の支援濃度の差をなくすよう分析ツールの標準化も課題であるため、改善した上で実施する。

### (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経営分析実施 事業者数(者)	30	40	40	50	50	60

### (3) 事業内容

#### ①経営分析の実施

施策活用時や確定申告時など、経営分析の必要性を理解いただきやすい時期に重点を置き、分析が必要な小規模事業者の掘り起こしを行う。また巡回指導時に経営分析の必要性を説明し実施を打診。希望された個社別の経営状況について中小企業診断士等の専門家と連携し分析する。

【募集方法】チラシを作成し施策活用時や確定申告時などに広く周知・配布。

特に必要性が高いと思われる事業者は経営指導員が巡回指導時に案内。

【対象者】意欲的で販路開拓を希望される事業者に重点を置き、経営指導員の判断によって打診する事業者を選定する。

【分析項目】定量分析 売上推移、営業利益率、流動比率、付加価値額、損益分岐点など

定性分析 保有資源（ヒト・モノ・カネ・情報など）、SWOT分析、3C分析など

【分析手法】経済産業省「ローカルベンチマークシート」や中小企業基盤整備機構「経営自己診断システム」、中小企業庁「経営計画つくるくん」など、簡易評価システムを支援の入り口とする。

必要に応じて中小企業診断士等の専門家や奈良県商工会連合会等と連携し、より専門的な分析を実施する。

### (4) 分析結果の活用

- ・分析結果を整理し対象事業者へフィードバックすることで、個別課題や進むべき方向性の可視化をし、効果的な事業計画策定につなげる。
- ・中小企業診断士等の専門家および奈良県商工会連合会等と連携し、個別課題の解消に向けた専門的かつ具体的な支援を実施する。
- ・蓄積された情報を整理し職員間で共有できるよう整備し、小規模事業者に提供する際のムラをなくす。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

第1期発達計画の認定後、小規模事業者の事業計画策定に対するセミナーや個別相談は連動的に実施ができています。一方で事業計画策定の意義や有効性が認知されておらず、事業計画策定の自立化には至っていない。

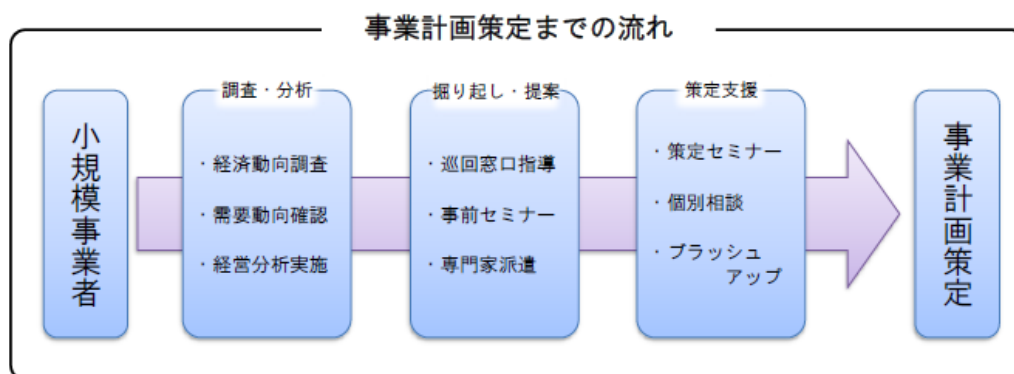
#### 【課題】

事業計画策定の意義や有効性を理解いただき自立化に向けて進められるよう、工夫が必要である。また回別にテーマを変えて実施するなど、新たな参加者の掘り起こしに向けて工夫をしているものの、その重要性が理解されづらく新たな参加者が得られていないため、セミナーの開催方法や告知手段を見直すなど、改善したうえで継続的に実施する。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者のなかには日々の仕事に追われ事業計画策定に手が回らない方が多くおられる。そういった方に事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化には結びつかず、結果として事業計画策定の自立化から遠ざかってしまう。そこで、経営指導員等による巡回訪問を密に行い、地域経済動向のフィードバックや経営分析打診をきっかけとした効果的で連動制の高い支援展開をすすめる。

また各種施策の活用や継続力強化支援、DXなどの実現可能性の高いものをきっかけとし、競争力強化・維持を目指した効果的な事業計画策定につなげる。



### (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
①事前セミナー 開催数(回)	—	2	2	2	2	2
②事業計画策定 セミナー開催数(回)	9	10	10	10	10	10
③創業・事業承継 セミナー開催数(回)	2 (創業のみ)	4	4	4	4	4
①～③個別相談会 実施数(回)	15	20	20	20	20	20
事業計画策定 事業者数(者)	20	30	30	30	30	30

#### (4) 事業内容

<支援の手法・手段>

##### ①事前セミナー・個別相談の実施

事業計画策定に取り組む前(後)に、より具体的で実現可能性の高いテーマを冠したセミナー・個別相談を実施する。想定されるテーマ・内容については以下の通り。

D X推進	D X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D Xに向けたI Tツールの導入やWEBサイト構築等の取組を推進 D X総論、関連技術、活用事例(SNS・EC)など
事業継続力強化	小規模事業者の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を図るため、防災・減災対策計画の策定を推進 地域防災計画、災害時避難計画、取引先対応など
働き方改革	就業機会の拡大や意欲・能力を存分に発揮できる環境づくりといった重要な課題解決に向けた取組を推進 労働基準法、労働安全衛生法、労働契約法、パート法など

##### ②事業計画策定セミナー・個別相談の実施

中小企業診断士等の専門家を招聘し集団セミナーを開催し、小規模事業者に事業計画の必要性を感じてもらい潜在的な計画策定希望者の掘り起こしを行う。また国や県、市村の施策の活用を希望する小規模事業者の掘り起こしを行い、経済動向調査と需要動向調査の結果を踏まえた事業計画策定支援を行う。

加えてセミナーの終了後、個別相談会を実施し参加事業者の事業計画策定につながるようフォローアップを行う。

##### ③創業、第2創業、事業承継に関する事業計画策定支援

行政・県連と連携し創業セミナーを開催し、地域内で創業を希望する小規模事業者の掘り起こしを行い、地域内の創業希望者についての情報を共有する。例えば、大宇陀松山の重伝建地区の空き家を活用した古民家カフェ等の開業を想定している。希望者に対し巡回訪問を実施し、創業計画の策定支援や補助金施策の活用提案等を行うことで円滑な創業が図れるよう支援する。

また小規模事業者の事業承継に関する考え方(業種転換や新分野、新事業への進出の意思等を含めて)や課題をヒアリングする。その後課題解決のための計画策定を提案し、円滑な事業承継が行われるよう支援する。必要に応じて中小企業診断士等の専門家を招聘し個別相談を実施する。

<支援対象>

- ・経営課題の解決に向けて積極的に取り組もうとする成長志向の事業者。「農業・銘木業・毛皮革製造業などの地域主要産業事業者」や「6次産業化に取り組む事業者」、「若手経営者・創業者」、「意欲ある経営者」に重点を置く。
- ・経済動向調査や需要動向調査、経営分析を通して事業計画策定の意義・重要性を理解いただいた事業者。

<募集方法>

- ・案内チラシを作成し商工会ホームページにて広く周知する。
- ・上記支援対象者に重点を置き、職員が巡回訪問時に案内する。

## 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】

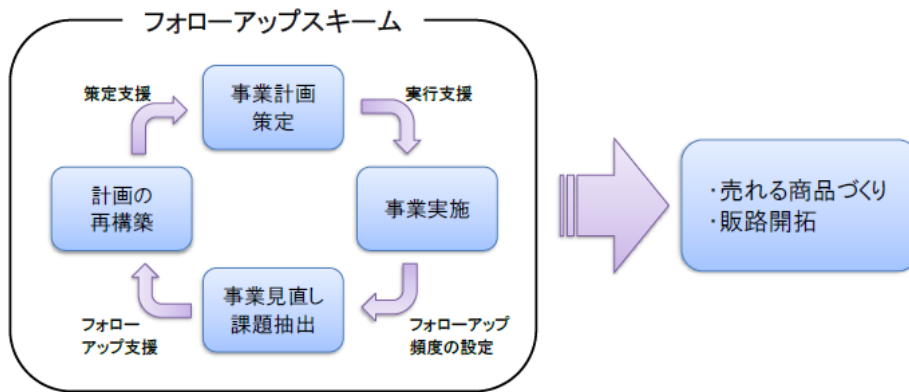
事業者から要請があった場合には、中小企業診断士等の専門家を招聘しフォローアップを実施してきた。一方で多くの事業者は計画策定がゴールとなってしまう、PDCAの確認など、計画策定の自立化に至っていない。

#### 【課題】

事業計画策定後の進捗確認を主体的に行い、個社ごとの新たな課題の抽出や想定される問題の洗い出しをするなど、フォローアップの仕組みづくりを改善した上で実施する。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、事業者からの要請有無に関わらず継続的に巡回訪問を行うなどフォローアップを実施する。ただし、事業計画の進捗状況等により訪問回数を増やして重点的に支援を要する事業者と、一定以上の自立化が確認できているなど訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めたうえで、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
対象事業者数(者)	20	30	30	30	30	30
フォローアップ延べ回数(回)	60	120	120	120	120	120
専門家派遣回数(回)	10	10	10	10	10	10
売上・利益率増加目標達成事業者数(者)	—	5	5	6	6	8

### (4) 事業内容

事業計画を策定したすべての事業者を対象として、経営指導員が巡回指導等により進捗状況の確認を行う。進捗状況が思わしくない場合や新たな課題が確認された場合など、必要に応じて中小企業診断士等の専門家を招聘し改善のための支援を行う。

フォローアップ頻度については、開業3年以内の新規創業者等を最重点対象とし10者は2ヶ月に1回、事業計画策定やPDCAに不慣れな小規模事業者等10者は3ヶ月に1回、自立化が確認される事業者等10者は6ヶ月に1回とする。ただし事業者からの要請や経済環境の変化等によって必要性が高まった際など、臨機応変に対応し継続的支援を行う。

## 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】

第1期発達支援計画の認定以降、小規模事業者の新たな販路開拓支援の一環として物産展・展示会への出展斡旋や商談会の実施・斡旋を進めてきた。また売上や成約率を高めるため、地域産品を活用した商品開発や量目変更、パッケージ改良など「売れる商品づくり」に対して支援を進めてきた。商品企画や食べ方提案など、バイヤー等の意見も取り入れながら継続支援を進めており、わずかではあるが個社の売上に貢献している。

#### 【課題】

個別フォローの徹底やIT活用による販路開拓支援などを行い、さらに効果的な支援を継続することで、個社の売上獲得に寄与する。

また今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

商工会が行う支援として、情報提供のみでなく、出展しやすい環境を整備し積極的に提案することが重要であると考え。これにより小規模事業者のモチベーションと支援の仕組みを向上させ、以下の事業を主軸とした事業者に寄り添った伴走型支援を実施することで売上・利益の増加に寄与する。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイト構築等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー・個別相談を実施することで、DXに向けた取組の重要性の理解度を高め、たうえで事業者の段階に合った支援を行う。

### (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
①②展示会・商談会						
参加事業者数(者)	3	15	15	15	20	20
商談件数(件)	7	45	45	45	60	60
成約件数(件)	1	3	3	3	5	5
③物産展						
参加事業者数	2	4	4	5	5	6
獲得売上高/件(万円)	10	10	10	10	10	10
④EC・ネットショップ						
開設事業者数	—	5	5	5	5	5
売上増加率(%)	—	3	3	3	3	3
④SNS活用						
活用事業者数	—	5	5	5	5	5
売上増加率(%)	—	3	3	3	3	3

### (4) 事業内容

#### <支援対象>

- ・ 策定された事業計画に基づいて、計画的な需要獲得に取り組もうとする成長志向の事業者。  
「農業・銘木業・毛皮革製造業などの地域主要産業事業者」や「6次産業化に取り組む事業者」、  
「若手経営者・創業者」、「意欲ある経営者」に重点を置く。
- ・ 商品開発や改良を通して、自社の魅力や情報を積極的に発信していきたい事業者。

<支援の手法・手段>

①バイヤー招聘による販路開拓支援 (BtoB)

策定された事業計画に基づく販路開拓事業を支援するため、奈良県商工会連合会や近隣商工会と連携し、主に流通バイヤーを招聘した個別マッチング商談会を当商工会が主体となって実施する。バイヤー招聘にあたっては、例えば農産品製造販売業×高品質八百屋青果ショップ、老舗和菓子屋×高品質スーパー、鹿革印傳小物×雑貨セレクトショップのように、商談品目に応じたバイヤーを選定する。

また高い成約率を目指すため、各分野のバイヤーを招聘した商談事前準備会を実施する。具体的には、地域の魅力である大和伝統野菜やそれらを使った6次化商品の販路開拓事業を支援するため、飲食店シェフやパティシエ、バイヤー等を招聘し、事業所や農場、加工場等を含んだ宇陀の魅力体験型モニターツアーを実施する。また同様に観光エージェントや観光メディアを招聘し、地域に点在する歴史的観光資源や自然観光資源に加え、古民家カフェ等の事業者を絡めたモニターツアーの企画を行うことで、着地型観光商品開発や体験商品開発等を商談する。

②他機関が開催する商談会の活用による販路開拓支援 (BtoB)

奈良県商工会連合会と橿原商工会議所が連携して実施する“ビジネスマッチなら”についての情報を周知し、小規模事業者の積極的な参加を提案することで商品・サービスの新たな販路開拓支援に取り組む。

また奈良県産業振興センター等の他機関が主催する商談会についても活用することで、事業者の規模や業種に見合った商談参加を提案することができ、効果的な販路開拓につながる。併せて地域工業産品である銘木・毛皮革製品については、中小機構近畿支部や奈良県地域産業課と連携し、商品開発・販路開拓イベント出展を斡旋支援する。

③物産展開催・出展斡旋による販路開拓支援 (BtoC)

様々な取組の出口支援のひとつとして、地域の魅力である“商・工・農・観”を担う小規模事業者の新たな販路開拓事業として、域外での物産展の開催と他機関主催への出展斡旋を積極的に行う。策定された会社ごとの事業計画に基づく効果的な出展支援を展開することで、短期的な売上獲得のみでなく、認知度向上による顧客獲得や百貨店・セレクトショップ等への定番化採用を目指し伴走型で支援する。また出展斡旋をする事業者の事業進捗レベルを見極め、開発・改良途中の商品のモニタリング(テスト販売)の場としても活用することで、今後の効果的な商品開発等につなげる。

④ECサイト・ネットショップ開設やSNS活用による販路開拓支援 (BtoC)

小規模事業者の多くが、現状の顧客が近隣商圈に限られていることから、ECサイトの活用やネットショップ開設に対する支援を継続的に行う。開設にあたっては、ページ構成や商品ラインナップ、PR方法などをWEB専門家やITベンダーと連携しながら支援する。また効果的なPRを目指して、SNSを積極的に活用した会社のファンづくりを推進し、ひいては地域へのファンづくりにつなげていく。

具体的な活用ツールとして、魅力を数珠つなぎに拡散できるInstagramやFacebook、イニシャルコストの少ないBASEや組織優位性の高い全国商工会連合会運営のニッポンセレクト.com、地域行政と連携したふるさと納税制度などを想定する。またそれらを連動させることで、日々の仕事との両立をしながら複数のチャンネルで販路開拓を図り、効果的な販路開拓につながるよう支援する。

## 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】

第1期経営発達支援計画の認定後、これまで年4回の理事会と年1回の総代会でのみ事業評価を行っていたところ、別途「発達支援計画評価委員会」を組織し、実施進捗状況や事業の成果、問題点や改善点などを洗い出し、事業の評価及び見直しを行っている。

##### 【課題】

事業目標の達成度やタイムリーな進捗状況（売上成果など）を把握する仕組みができていないため、こまめな事業進捗を管理・フィードバックする仕組みを構築するなど、効果的な事業評価・見直しが行えるよう改善し実施する。

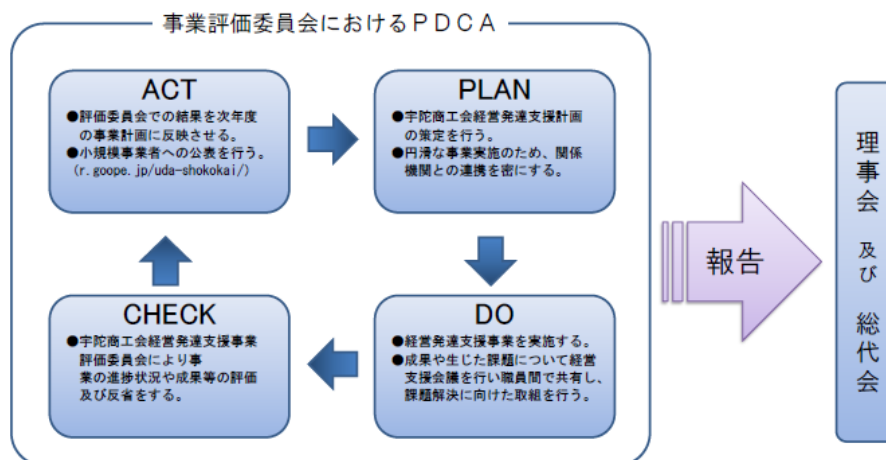
#### (2) 事業内容

##### <手段・手法>

- ・四半期ごとに年4回、法定経営指導員を含め当会内全職員による「経営支援会議」を行い、実施状況の確認と情報共有を図る。その際、停滞している事案や支援を妨げる問題が発生していないか確認し、必要であれば対策を検討する。
- ・当会の各地域代表である総務委員、奈良県商工会連合会指導課長、宇陀市農林商工部商工産業課長、曾爾村地域建設課長、御杖村産業建設課長、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「発達支援計画評価委員会」を、事業の進捗確認および評価、見直しを年2回行う。事業年度初めに昨年度積み上げの課題を踏まえた事業計画を検討し、年度末に成果の評価と問題点や改善点の洗い出しを行う。

##### <実施状況を定量的に把握する仕組み>

- ・支援事業者ごとに目標の達成度や成果を管理するフォーマットを作成し、四半期ごとの「経営支援会議」において進捗度を確認する。
- ・得られた売上高や利益率など、事業者から聴取しにくい事柄に関しても、支援の入り口においてその必要性を説明し理解いただく。
- ・得られた成果等を蓄積し、評価委員会において複数年度での推移を確認することで、短期的でない有効性の高い支援につながるよう見直しをすすめる。



## 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】

小規模事業者の支援に関するニーズが多様化するなか「受け身型指導」になってしまい、事業者の経営分析や個別課題を的確に把握した支援展開が行えていない。

#### 【課題】

事業者並びに地域振興の課題解決に向けた「提案型指導」を実施していくため、経営指導員はもちろん、職員一人一人の支援能力向上が必要である。

### (2) 事業内容

#### ①外部講習会の積極的な活用による支援能力向上

奈良県、奈良県商工会連合会等が開催する経営指導員研修会等において、他商工会の経営指導員の始動事例やスキルについて学び、毎月開催する全職員参加の業務連絡会議においてディスカッションすることで、職員一人一人の課題解決能力の向上を図る。

また中小企業大学の経営支援研修に参加することにより、売上獲得や利益率向上などの個別支援能力を重視したスキルの向上を図る。

#### ②職員間の情報共有による資質向上

複数職員による巡回指導を実施することで、人脈やネットワーク、支援技術など職員同士がノウハウ共有に努めることで組織力を高め、質の高い事業者支援につなげる。加えて、指導データを蓄積し職員間で事業者ごとの支援課題を共有することで、個々の職員に依存しない標準的な支援を展開する。

#### ③OJT制度の導入

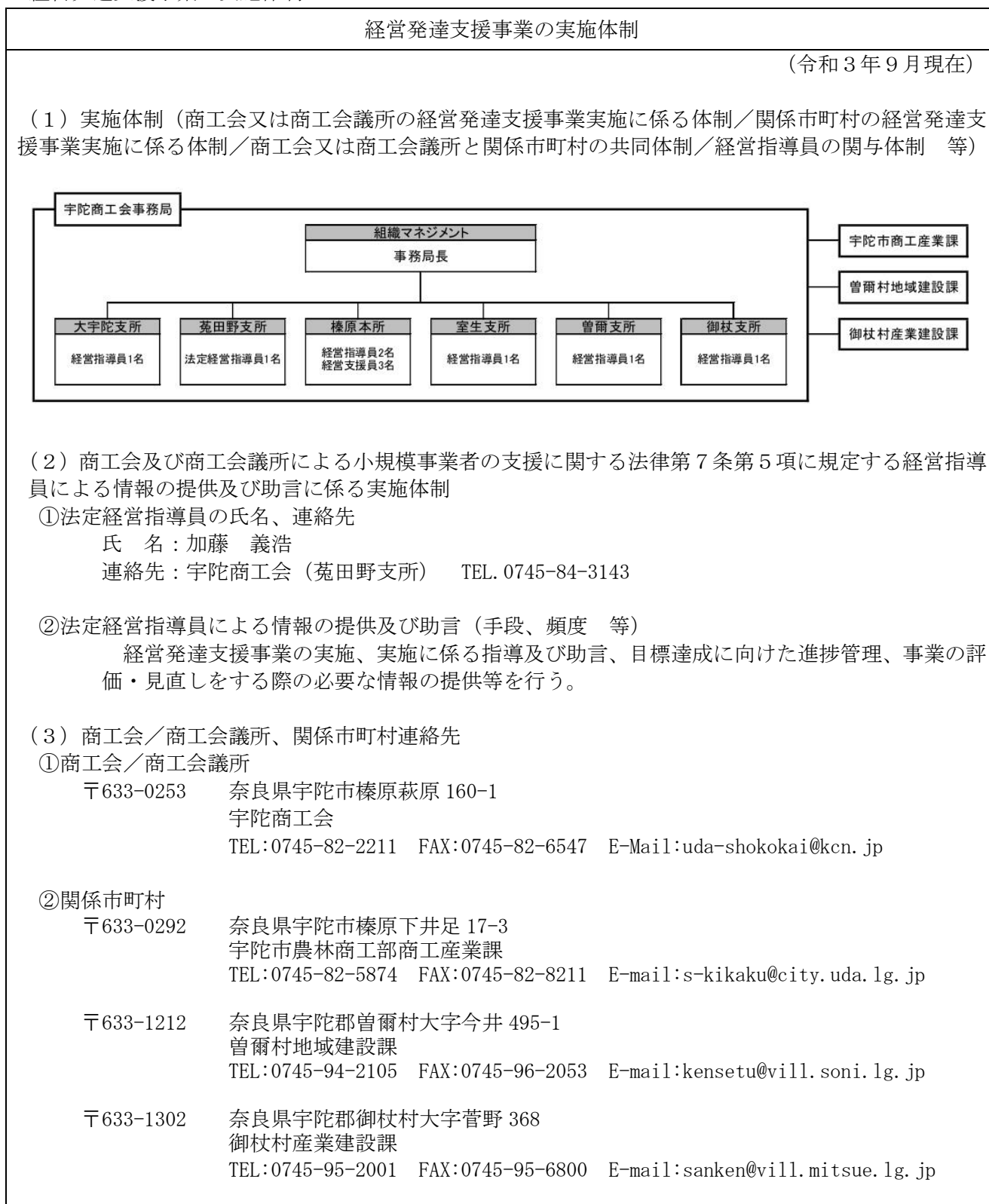
支援経験の豊富な経営指導員とその他職員がチームを編成し、巡回指導時や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施する。特に経営革新計画や事業承継等の頻度が少なく、かつ高度で専門的なスキルが必要とされるケースにおいては、OJTによって若手職員の支援能力を向上させ、ひいては組織全体としての支援能力向上につなげる。

#### ④DX推進に向けた勉強会への参加

喫緊の課題である地域事業者のDX推進への対応にあたっては、職員全体のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、(1)事業者にとって内向けの取組（業務効率化等）、(2)事業者にとって外向けの取組（需要開拓等）、(3)その他の取組（オンライン経営指導等）などの解決能力・指導能力の向上に向けた勉強会へ積極的に参加する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
<b>必要な資金の額</b>	<b>4,200</b>	<b>4,200</b>	<b>4,500</b>	<b>4,500</b>	<b>4,700</b>
<b>経済・需要動向調査事業</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>
・調査研究費	500	500	500	500	500
<b>経営状況分析</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>
・セミナー開催費	200	200	200	200	200
・専門家招聘費	300	300	300	300	300
<b>事業計画策定</b>	<b>800</b>	<b>800</b>	<b>900</b>	<b>900</b>	<b>1,000</b>
・セミナー開催費	300	300	300	300	300
・個別相談会開催費	500	500	600	600	700
<b>事業計画策定後の実施支援</b>	<b>450</b>	<b>450</b>	<b>450</b>	<b>450</b>	<b>450</b>
・セミナー開催費	150	150	150	150	150
・個別相談会開催費	300	300	300	300	300
<b>需要開拓に寄与する事業</b>	<b>1,700</b>	<b>1,700</b>	<b>1,900</b>	<b>1,900</b>	<b>2,000</b>
・商品ブラッシュアップ等にか かかる個別相談会開催費	800	800	800	800	800
・物産展/展示会参加費	400	400	500	500	500
・バイヤー招聘等支援費	500	500	600	600	700
<b>事業評価・見直し</b>	<b>150</b>	<b>150</b>	<b>150</b>	<b>150</b>	<b>150</b>
・評価委員会開催費	150	150	150	150	150
<b>指導員等の資質向上</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
・専門家招聘費	100	100	100	100	100

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、県補助金、市村補助金、手数料収入等

(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。

