

経営発達支援計画の概要

実施者名	広陵町商工会（法人番号 8150005005716） 広陵町(地方公共団体コード 294268)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>当地域の小規模事業者が抱える課題を解決するために行政等、関係機関と連携して以下の項目を伴走型で支援する。</p> <p>(1) 支援強化のため支援ニーズの実態を把握し、経営状況を分析する。個々の企業の現状・課題を抽出、事業計画策定・販売促進・販路開拓・人材育成を目指す。</p> <p>(2) 地域の雇用に大きく貢献している、地場産業や積極的な新商品開発に取り組む事業者が、事業規模を維持、発展ができるよう販売促進や販路開拓事業に取り組む。</p> <p>(3) 地域経済を活性化するために地域消費者に受け入れられ、新たな雇用を創出できる創業者を支援する創業セミナーに取り組む。</p> <p>(4) 中小企業・小規模企業振興条例が制定されたことを受けて、町内企業の持続的発展に向け、より地域の活性化に繋がるような取組みを行う。</p>
事業内容	<p>I 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</p> <p>①RESASを活用した地域内の経済動向調査</p> <p>②ヒアリングシートを活用した小規模事業者への経済動向調査</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>消費者ニーズや消費者動向の把握を支援し、販路開拓や新商品、新製品開発等に活用する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>経営分析を通じて自社の経営状況を把握し、そしてそれを基に事業計画の策定等への活用を促す。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>各種セミナーや創業塾を通して、事業計画策定に必要となる分析や調査に対する知識習得を支援し、事業者自身にて事業計画の策定を行える体制を実現させる。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>事業計画の実施状況について定期的に確認を行い、進捗状況ごとにフォローアップを行うとともに、将来的な自走化を目指した事業者内の運営体制について支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>IT導入が進捗しない事業者に対し、DX化やSNS活用による需要開拓支援を行う。また地場産業事業者や新商品開発事業者に対し、展示会や商談会への出展支援を行う。</p>
連絡先	<p>〒635-0821 奈良県北葛城郡広陵町笠 162 番地          広陵町商工会 TEL 0745-55-3535 FAX 番号 0745-55-2614          E-mail info@koryonet.or.jp          〒635-0814 奈良県北葛城郡広陵町南郷 583-1          広陵町役場 産業総合支援課 TEL 0745-55-1001 FAX 番号 0745-55-1009          E-mail:sangyo@town.nara-koryo.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

##### ・ 立地

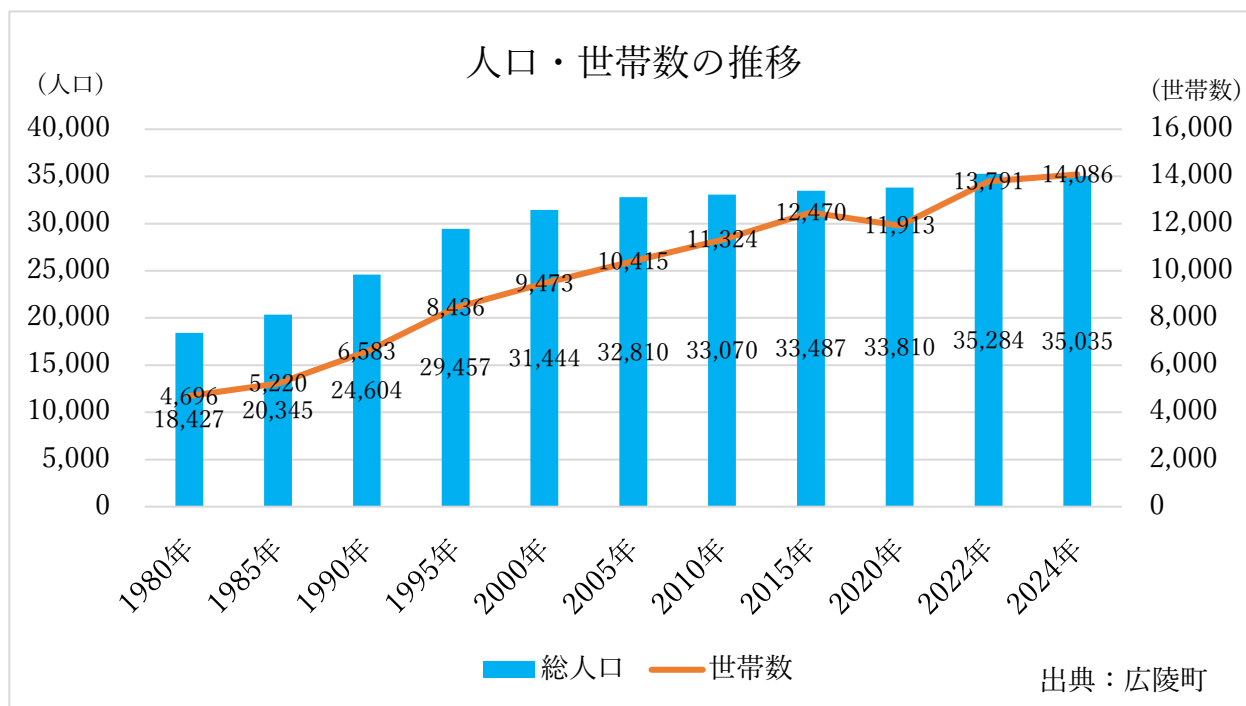
広陵町は、奈良盆地の中西部にあり、近畿圏の中核都市である大阪市へ直線距離で約30kmに位置している。鉄道では近鉄線、道路では中和幹線が開通し交通の利便性が高ことから真美ヶ丘ニュータウン開発以降人口が急増し、奈良県で最も人口が多い町になった。



##### ・ 人口の動き

広陵町の人口、世帯数は1980（昭和55）年代前半からの真美ヶ丘ニュータウンの形成を契機に大規模住宅開発が行われ、急激な増加を遂げてきた。2000（平成12）年の国勢調査では31,444人、9,473世帯となり、以後人口・世帯ともゆるやかな増加傾向をたどり、2022年（令和4）年12月には人口のピークを迎え35,284人、13,791世帯となっている。

2024年9月末現在の人口は35,035人と、ピーク時より若干の減少が生じているが、転入世帯の増加は続いており、世帯数は14,086世帯と人口ピーク時より増加している。

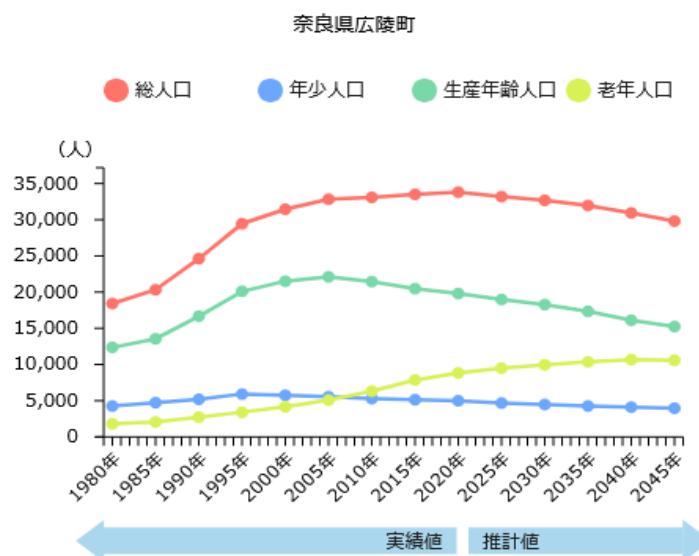


### ・年齢3区分別人口割合

年齢別の人口を年少人口（0～14 歳）、生産年齢人口（15～64 歳）、老年人口（65 歳以上）の3段階に区分し、1980（昭和55）年以降の推移を見ると、生産年齢人口は、1995（平成7）年までは総人口の急増と同様の動きとなっているが、その後ゆるやかに増加し、2005（平成17）年の22,134 人がピークとなっている。

年少人口は4,000 人台から5,000 人台で推移し、1995（平成7）年に5,934 人でピークを迎え、以降は減少傾向にあるものの、長期間4,000人台規模は維持できる見通しである。

老年人口は増加し続け、2010（平成22）年には6,335 人となり、年少人口を上回った。



出典：地域経済分析システムRESAS

### ・広陵町の商工業者数

令和5年商工会実態調査によると、商工業者数は1,045件、小規模事業者数は786件であり、ほぼ横ばいである。町内の従業者規模別事業者数と従業者数町内の事業者数・従業員数を従業者別規模でみると、従業者数300 人未満の事業者が100.0%となっている。このように町内に立地する事業者のほとんどが中小企業となっている。

	事業者数			従業員数		
	実数	構成比		実数	構成比	
総数	1045	100.0%	100.0%	9502	100.0%	100.0%
1～4 人	700	67.0%	100.0%	1792	18.9%	100.0%
5～9 人	145	13.9%		1172	12.3%	
10～29 人	135	12.9%		2305	24.3%	
30～49 人	39	3.7%		1516	16.0%	
50～99 人	16	1.5%		1085	11.4%	
100～299 人	10	1.0%		1632	17.2%	
300 人以上	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%

### ・産業分類別事業者数・従業員数の割合

令和3年度における産業別事業者数では、「製造業」が224事業者（全産業の21.8%）と最も多く、次いで、「卸売業、小売業」が214 事業者（同20.8%）「建設業」が98 事業者（同9.5%）となっており、これらの上位3産業で全産業の約5割を占めている。

従業員数をみると、「製造業」が2,300人（全産業の25.3%）と最も多く、次いで「卸売業、小売業」が1,846人（同20.3%）、「医療、福祉」が1,316人（同14.5%）を占めており、これらの上位3産業が全産業の約6割を占めている。

産業大分類	事業者数	従業員数
農林漁業	5	23
鉱業 採石業 砂利採取業	0	0
建設業	98	607
製造業	224	2,300
電気・ガス・熱供給・水道業	2	53
情報通信業	3	7
運輸業 郵便業	18	623
卸売業 小売業	214	1,846
金融業 保険業	8	86
不動産業 物品賃貸業	49	116
学術研究 専門・技術サービス業	37	133
宿泊 飲食サービス業	83	906
生活関連サービス業 娯楽業	75	284
教育 学習支援業	30	433
医療 福祉	90	1,316
複合サービス事業	8	31
サービス業（他に分類されないもの）	81	293
合計	1,025	9,057

産業大分類別事業者数・従業員数

（出典：令和3年経済センサス活動調査）

### 〈小規模事業者の現状〉

広陵町は繊維製造業が最も多く、次にプラスチック製造業がある。繊維産業の大半は靴下産業で、靴下産業は、明治時代に広陵町が大和木綿の産地であったため当地域で靴下産業や織布（蚊帳）産業が発達し、戦後、ウーリーナイロン糸の登場により両産業は飛躍的に発展した。しかし、円高や安価な人件費等の影響を受け中国等の海外製品の輸入が増加し、靴下業界では国内消費量における輸入割合が7割を超え、国内生産は3割程度に減少した。当地域においても靴下事業者は、平成元年をピークに事業者数、生産量が減少しているが、現在でも地域雇用に貢献する地場産業である。

プラスチック製造業は、日用雑貨、家電、食品、医療、工業用など多様なプラスチック製品を製造している。資本力の少ない小規模企業のプラスチック製造事業者は海外への進出ができず、売上が低下している。

商業・サービス業については、真美ヶ丘ニュータウンの開発当初(1990年頃)は、飲食店・美容関係・アパレル関係等の小売店・接骨・鍼灸院など、住宅と道路開発に伴って増加したが、近年では、サービス業関係は定着しているものの、飲食店は入れ替わりが激しく10年以上の定着が難しい状況になっている。

### 〈小規模事業者の課題〉

繊維製造業及びプラスチック業界では、輸入品に押され、低価格商品では対抗できないので、対抗するには高付加価値商品の開発が必要となっている。合わせて、技術者の高齢化や後継者不足が深刻である。

商業・サービス業では、消費者ニーズの多様化・競合店の増加により、新規顧客獲得や新商品開発が必要となっている。またどの業種にとっても人手不足が共通の大きな課題となっている。

## ・商工会の取組みの現状

地域の総合経済団体及び小規模事業者支援機関として、金融相談、会計・税務相談や労務相談等を経営改善普及事業として実施してきた。また、地域の経済総合団体として、町や靴下組合等の関係機関と連携して靴下の市（靴下の製造直売）やかぐや姫まつり等の各種イベントを開催し、小規模事業者の販路開拓及びPRの場を提供してきた。また、講習会事業として毎年創業セミナーを開催し、受講者は平均20名、内2事業者程度の創業を支援してきた。

広陵町との連携として、平成30年10月1日に、奈良県内の市町村で初となる、町内の中小企業や小規模企業だけでなく、町民の生活をより良いものとするを目的とした「広陵町中小企業・小規模企業振興基本条例」が施行された。現在は2期目となり、広陵町中小企業・小規模企業振興計画の実行を進めるとともに、ワークショップ・課題別小委員会・全体委員会を広陵町・商工会・県同友会・金融機関・教育機関・地元事業者・住民が集まり適宜見直しを行っている。

## ②課題

### 〈工業〉

- ・繊維製造業の内、靴下製造業の大半は他社ブランドを生産するOEM生産で、ブランド会社の経営状況に左右され、取引の縮小や停止により企業経営を圧迫している。こうした課題を克服するために、自社ブランドを立ち上げた靴下事業者も増加傾向であるが、一方でブランド知名度の向上等新たな問題に直面している。
- ・繊維製造業の内織布製造業については、蚊帳以外の用途について提案を行うといった新商品開発を行うなど、積極的な販路開拓を行っている事業者についても、認知度不足等により販路開拓に繋がっていない。
- ・プラスチック製造業は、大企業の下請け・孫請けとして構成部品の製造を行う事業者が大半である。様々な企業の要望に対応できる高い技術力を持つ事業者も存在するが、企業からの需要について把握できていないため、有効な製品提案が実施できずにいる。
- ・円安による原材料や電気料金の高騰分の全てを製品単価に転嫁できない場合があり、利益確保が難しい。
- ・後継者不足、技術者の高齢化など今後事業を担っていく人材が不足している。

### 〈商業、サービス業〉

- ・大型ショッピングセンターや全国展開を行うチェーン店の出店により、消費者が利便性のある大型店を利用する割合が増え、小規模商店の売上が減少し、利益の圧迫が閉店を加速させた。
- ・小規模商店の経営を安定させるための固定客の確保、新規顧客の獲得や新たな販路開拓が課題である。
- ・大型店と同様の商品を販売し価格競争に陥っている小規模事業者もあり、大型店との差別化を図る専門性の高い商品販売が課題である。
- ・地域の高齢化に伴い医療・福祉事業が伸びており、特に介護事業者が増加している中で経営上、労務問題として労働者の定着や労働者不足が恒久的な問題となっている。

### 〈商工会の取組みの課題〉

小規模事業者支援内容は、各事業者から要望に答える形で目先の融資金額の調達や税務申告に必要な決算を申告時期に作成するなど計画的な支援ができておらず、さらに、事業を継続するために安定した収益を得るための販路開拓や販売促進支援など各事業者の要望に答える形で単発に支援していた。また各種イベントにしても毎年恒例のイベントを前年同様開始し、関係機関で十分協議して開催しているとは言えない状況である。

また、広陵町との連携として、「広陵町中小企業・小規模企業振興計画」策定に対する課題として、『人材確保・育成』『経営基盤の強化』『地域間連携の強化』『情報発信力の強化とDXの推進』があり、計画推進に向けて協議を重ねる必要がある。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ① 10年先を見据えた振興ビジョン・目標

将来にわたり町内を活性化するためには、地域の小規模事業者が存続し、また新たな事業者が誕生することで地域雇用が増加することが重要である。

既存の町内事業者においては2020年の新型コロナウイルス感染症拡大以降、新たな生活様式に対応していくため、新商品の開発や販路開拓など新たな取り組みによって、存続を図る事業者も存在する。一方では当会会員事業者において、代表者年齢構成比で経営者の年齢が60代以上となっている割合は約半数となっており、対応が急務となっている。

他方で、広陵町は町外から若い世帯の転入者数が一定数維持できており、そうした世帯では独立するなどにより、新たに開業する事業者も存在する。また既存住民においても、上記年齢別人口割合で述べた通り若年世代数は比較的維持される見通しであり、こうした世代の創業も見込まれる。こうした層の開業支援を行うことも、今後にわたる町内活性化には必須である。

こうした現状を踏まえ、以下の内容を「10年後を見据えた振興ビジョン・目標」とする。

- ア. 新商品の開発や、販路開拓に意欲的に取り組む企業を支援するため、広陵町と連携を行い伴走型支援の充実と活用の促進を図る。
- イ. 地域ブランド商品や地場産業をより多くの人々に認知されるよう、町内外に向けて事業者の優れた製品・技術をPRする機会を設け、経営基盤の強化に向けた支援を行う。
- ウ. 広陵町や奈良県事業引継センター等との連携のもと、第三者への承継も含めた事業承継対策支援を行い、廃業による町内事業者の減少を抑制する。
- エ. 若年層や転入者などの創業を積極的に支援するなど、新規事業者が参入しやすい環境を整える。

### ② 「第5次広陵町総合計画」との連合性・整合性

広陵町は目指すべき将来像やその実現に向けて骨格となるまちづくりの総合的かつ、計画的に行政運営を推進していくための指針として、広陵町総合計画を策定している。現在は令和4年度を開始年度とする「**第5次広陵町総合計画**」が施行されている。同計画においては分野ごとの目標および実現させるための施策を定め、町の状態を表す指標を設定することで各施策が目標の実現に近づいているか評価を行っている。

その中で産業振興に関する項目が、「**【基本目標6】地域が活性化するまち**」内の「**施策6-2 地域経済の振興**」となっている。当施策では各指標の向上を目指しており、今回の当会経営発達支援計画においても、町と連携し関連する各指標の向上を図るものとする。

この「**【地域経済の振興】**」の中で上記振興ビジョンに関連する部分は以下の通りである。

展開方向	指標名	関連する 当会振興ビジョン
既存企業への支援及び地場産業の育成	設備投資や新商品開発への資金支援をした事業者数	ア
	町の優遇・支援を受けて新規事業を開始した企業数	ア
	製品の高付加価値化、新規の販路開拓、情報発信に向けた伴走型支援を行った事業者数	ア イ
	町の支援を受け売上げが増加した事業者数	ア イ
	地域ブランド商品の消費拡大に向けた既存企業の優れた製品・技術の町内外への積極的なPRの支援件数	イ
	町の支援により事業承継した中小企業・小規模企業の数	ウ
創業者・起業家への支援	町の支援を受けて創業したスタートアップ企業数	エ
	創業・起業を目的とした町の各種補助制度の利用件数	エ

### (3) 経営発達支援事業の目標

これまでに述べた「地域の課題解決」及び、「小規模事業者の中長期的な振興の在り方」を実現するための目標を示す。

- ①小規模事業者支援強化のため支援ニーズの実態を把握し、経営状況を分析することで個々の企業の現状・課題を抽出し、事業計画策定を伴走型で行い販売促進・販路開拓・人材育成を目指す。
- ②地域の雇用に大きく貢献している町内事業者の経営の維持及び、地域ブランドをけん引する地場産業事業者や、積極的な新商品開発を行う優れた技術力を持つ事業者の販路開拓を拡大させるために、商品ブラッシュアップ支援や、展示会・商談会への参加、DX化促進支援を行う。
- ③地域経済を活性化するために、地域消費者に受け入れられ、新たな雇用を創出できる創業者及び、町内事業者の経営維持を担う後継者を育成支援するため、創業セミナー開催や事業承継支援の実施を行う。
- ④中小企業・小規模企業振興条例が制定されたことを受けて、町内企業の持続的発展に向けより地域の活性化につなげる。
  - ・事業を円滑に発展させるための各種制度と情報発信と労働環境の整備を行う。
  - ・中小企業の競争力を高めるための企業間・地域間連携を推進する。
  - ・町全体のブランド力向上に関わる施策を推進する。
  - ・町内中小企業に関するあらゆる側面において情報発信を強化する。

### 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7年4月1日～令和12年3月31日）

### (2) 目標の達成に向けた方針

経営発達支援事業の目標を達成するための取組み方針を示し実現化に取り組む。

- ①小規模事業者の実態把握調査と経営分析
  - ・中小企業景況調査等で小規模事業者の実態と支援ニーズを集約、整理し支援課題を明確にする。
  - ・調査によって得られた支援ニーズを職員及び関係機関と共有し支援の方向性を明らかにする。
  - ・経営分析を求める意欲的な事業者は、巡回指導、講習会、広報誌で募集し、分析対象者を掘り起こし、事業計画策定を伴走型で支援する。
- ②小規模事業者の販売促進、販路開拓支援
  - ・ビジネスマッチングや国内外展示会、商談会、物産展など販売促進、販路開拓につながる情報を提供し、参加企業の掘り起しを行う。
  - ・繊維製造業やプラスチック製造業をはじめとした広陵町を代表する産品を全国に発信できるよう、広報事業を町、関係団体と連携して実施する。
  - ・事業計画策定事業者に対して、新商品開発や販売促進、販路開拓を専門家と連携して支援する。
  - ・定期的に地域内で「靴下の市」を開催し、靴下製造業者の販売促進を支援するとともに需要動向調査を実施して売れる商品づくりを支援する。
- ③伴走型の創業支援
  - ・地域内外の広く広報し、創業意欲が旺盛な受講者を集め創業セミナーを開催し、創業計画策定を伴走型支援する。
  - ・広陵町と連携して創業及び事業承継支援事業を行い、地域内の創業及び後継者による事業承継を促し、地域雇用に貢献できるよう支援する。
- ④中小企業・小規模企業振興に向けた支援
  - ・人材の確保・育成、経営基盤の強化に対する支援。  
インターンシップ制度の充実・設備投資促進補助金の見直し・経営に関するセミナーや勉強会の機会の創出 等。

- ・地域間連携・ブランド力・情報発信の強化に対する支援。  
異業種交流会・地域ブランド商品の開発・商品デザインや販路開拓に対する支援。インターネット活用した町内企業の魅力の発信を行う。

## 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、地域の経済動向に関する調査は、全国商工会連合会の景況調査（四半期ごとに15事業者）を実施しているが調査結果の分析や情報提供について実施できておらず、地域の小規模事業者の経営分析や事業計画策定等に活かされていない。

小規模事業者にとって、従業員の高齢化に伴い新規雇用及び人員確保が大きな課題となっている。官公庁が発信している情報をさらに活用し、小規模事業者の経営の一助となるよう情報を提供していくこと、また管内小規模事業者の経済動向を把握し、経営分析や事業計画策定に活用していくことが今後の課題である。

#### (2) 目標

項目	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
① 地域の経済動向分析	—	2回	2回	2回	2回	2回
② 小規模事業者経済動向調査	4回	4回	4回	4回	4回	4回
町行政に情報提供	1回	1回	1回	1回	1回	1回

#### (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）

当地域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や経営資源を集中投下し、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年2回行い、商工会ホームページにて年1回公表する。

- ・調査項目 ⇒ 人口マップ、地域経済循環マップ、まちづくりマップ、産業構造マップ
- ・調査方法 ⇒ 経営指導員が「RESAS」を活用し、地域の経済動向分析調査を実施

##### ②ヒアリングシートを用いた管内小規模事業者に対する経済動向調査

管内の経済動向について、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」および「中小企業景況調査」を基に中小企業診断士等専門家と連携し作成したヒアリングシートを用いた調査を年4回行い、経営指導員が分析を行った上で、商工会ホームページにて年1回公表する。

- ・調査対象 ⇒ 管内小規模事業者15社  
内訳）製造業、建設業、卸売業、小売業、飲食・サービス業
- ・調査項目 ⇒ 売上、経常利益、仕入価格、資金繰り、雇用状況、顧客層、経営上の問題点等
- ・調査方法 ⇒ 四半期ごとに対象15事業者に直接ヒアリングを行う。

#### (4) 成果の活用

調査報告書をホームページに掲載し職員による巡回・窓口支援で提供し、小規模事業者の事業計画策定資料として活用する。さらに、町行政に情報提供を行う事で、各種小規模事業者施策の基礎資料として活用してもらう。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

これまで当会が実施した、経営発達支援計画に基づく需要動向調査は以下の通りである。

- ① 広陵町・隣接する河合町にまたがる馬見丘陵公園で開催されるフラワーフェスタにて、来場者を対象に事業者の提供する商品や展示、フライヤー等の配布を通じて行うアンケート調査
- ② 東京にて実施された東京ギフトショー等展示会にて、来場バイヤーを対象に事業者の提供する商品の展示・販売・フライヤーの配布等を通じて行うアンケート調査

またこれまで実施した需要動向調査の課題は以下の通りである。

- ① 町内開催イベントであるフラワーフェスタは、特産品や飲食物といった物販出店者のみの募集となり、試作品展示や試供品の提供のみでの参加は困難な状況であり、動向調査を行える業種に偏りがあった。  
また令和6年よりフラワーフェスタの開催規模が縮小し、これまで調査を行っていた業種においても継続が困難となっている。
- ② 都市圏での需要を調査するため、東京ギフトショーを主に展示会でのアンケート調査を行ってきた。東京ギフトショーは日本最大規模の展示会であり、来訪バイヤーも非常に多い。ブースに来訪する、多くのバイヤーにアンケート調査を依頼するには人員が不足しており、現状のままでは困難である。

### (2) 目標

項目	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 調査対象事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
② 調査対象事業者数	4者	4者	4者	4者	5者	6者

### (3) 事業内容

町内事業者に町内イベント、展示会等の出展支援を実施し、町内への来訪者及び、町外における町内事業者商品の需要動向調査を実施する。

○具体的内容

#### ① 町内イベントでの需要動向調査（広陵クリスマスフェスタ）

〈概要〉

広陵町・河合町にまたがる『馬見丘陵公園』。馬見丘陵古墳群などをふくむエリアに広がり四季折々の花々が楽しめる。近隣市町村以外にも県外からや観光バスでの来場者があり、季節の花と飲食物販ブースで会場をにぎわしている。

広陵クリスマスフェスタは花木が閑散とするクリスマスシーズンに開催する、県内有数のイルミネーションイベントであり、行楽シーズンと同等の来場者を誇る。

従来は上記フラワーフェスタ同様、特産品・飲食を扱う物販事業者以外の参加は困難であったが、新たな取り組みとして町内事業者紹介ブースを設ける。これにより、これまでイベント出展による自社PRが実施できなかった事業者の参加を促し、より多様な業種の事業動向調査実施が可能となる。

〈対象事業者〉

町内特産品物販業・飲食業事業者 8者

町内製造業事業者 2者

〈アンケート数〉

来場者 20名/1者

〈調査回数・時期〉

広陵クリスマスフェスタ開催期間中（12月21日～25日）に、各事業者の参加日にて実施。

〈調査方法〉

事業者の提供する商品の試食・展示・販売・フライヤーの配布等を通じて、来場客にアンケート調査を行う。

なお、アンケートについては、下記の調査項目を主として必要に応じて中小企業診断士等の専門家と連携して作成し、20名のデータを収集する。

〈調査項目〉

共通項目：年齢、性別、居住地 等

飲食物販売事業者用：食べる頻度、好きな飲食物、購入の決め手、購入目的 等

特産品事業者用：購入の決め手、購入目的 等

製造業事業者（ブース出展）：展示品・PR動画・販促物の感想、事業者への印象 等

〈分析方法〉

中小企業診断士等専門家の助言の下、経営指導員による分析会議を調査の都度行い、分析結果としてまとめる。

〈活用方法〉

分析終了後、巡回訪問等を通じて迅速に該当事業者にフィードバックを行う。

②大都市圏商談会での需要動向調査

〈概要〉

㈱ビジネスガイド社が主催する「東京インターナショナルギフトショー」を主眼に置き、都市圏の展示会を中心とした町内事業者に対する出展支援に関連し、会場内にて需要動向調査を実施する。当展示会は消費財関連業界の国内のメーカー・輸入商社・欧米メーカーで、生活者のライフスタイルに対応する新製品を主体に展示。その豊富さ、多彩さ、ユニークさでは、日本一。市場と流通をリードする最も実質的なトレードショー（業者専門見本市）といえることができる。

東京都内で開催される展示会に出展を希望する小規模事業者のために、東京ギフトショー（来場者約220,000人、出展者約3,000件）に出展し、展示方法やデザイン支援等をサポートする

〈アンケート数〉

来場者 30名/1社

〈調査回数・時期〉

東京で開催される『東京ギフトショー』（9月又は2月開催）は、日本最大級の展示・商談会である。会場内でバイヤーを対象に調査を行う。

〈調査方法〉

事業者の提供する商品の試食・展示・販売・フライヤーの配布等を通じて、バイヤーにアンケート調査を行う。また調査の効率化を図るために、将来的にはWEBフォーム等を活用した回答方式への移行を検討する。

なお、アンケートについては、下記の調査項目を主として必要に応じて中小企業診断士等の専門家と連携して作成し、30名のデータを収集する。

〈調査項目〉

繊維製造事業者用：年齢、性別、居住地、購入の決め手、購入場所、購入目的、購入頻度 等

プラスチック製造事業者用：業種、所在地、製品用途・要望、ロット数、希望納期 等

〈分析方法〉

中小企業診断士等専門家の助言の下、経営指導員による分析会議を調査の都度行い、分析結果としてまとめる。

〈活用方法〉

分析終了後、巡回訪問等を通じて迅速に該当事業者にフィードバックを行う。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

これまで、経営分析支援については、税務相談時やマル経等事業資金、各種補助金、経営革新申請時等に経営分析支援を行ってきた。しかしこうした分析結果を活用するには繋がっておらず、経営分析を活用し事業者自身が事業計画等を策定できる体制実現を支援する必要がある。

今後は、事業を発展、維持するために経営分析の重要性を周知し、小規模事業者が利用しやすい経営分析方法を導入する。

具体的な改善点は、新たに経営状況分析シートを作成し、マル経等事業資金、各種補助金、経営革新申請時や創業者支援で使用し、経営分析を行う。

また、事業計画策定セミナー等を開催し意欲的な小規模事業者を発掘する。

### (2) 目標

支援項目	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
経営分析件数	—	16者	16者	16者	20者	20者

### (3) 事業内容

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・窓口相談・各種セミナーの開催等を通じて、意欲的で販路拡大の可能性の高い16者の選定を行い、経営・財務分析を行い、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対してより丁寧にサポートを行う。

経営指導員等が行う金融や販路開拓、経営革新等の相談業務の他に、経営分析等に関するセミナー等を開催し、SWOT分析（自社の強み、弱み、脅威、機会）等による経営分析を実施し、その後、事業計画策定につなげていく。

また、財務分析による経営分析を中小企業基盤機構が運営する「経営自己診断システム」を活用し、収益性、安全性、生産性、成長性を分析する。

### (4) 成果の活用

経営状況の分析結果については、事業者にフィードバックし、事業計画策定に前向きな事業者に対して着手するよう提案することで、経営指導員のスキルアップにつなげる。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

今までの事業計画策定支援は、金融相談や各種補助金申請相談時に小規模事業者の要望に答える形で支援していた。しかし支援を継続していくにつれ自身にて事業計画を策定が行える事業者と、経営指導員の積極的な支援が必要となる事業者の二極化が進んでいる。また経営計画を策定するにあたり必要となる、上述の経営分析についても、自身にて実施を行えない事業者は未だ多く存在する。

### (2) 支援に対する考え方

経営革新計画策定や、これらを実現させるためものづくり補助金や持続化補助金などの申請を行うにあたり、事業計画の策定は必須となる。こうした取り組みを目指す小規模事業者に対して、計画策定にあたりどのような事項が必要となるかについて、理解を深めるための支援は必須であると考えられる。

事業計画策定セミナーを開催することで、経営計画策定に必要な動向調査や経営状況分析、

需要動向調査の重要性や実施方法を伝達し、事業計画策定につなげていく。必要に応じて外部専門家を交えてフォローアップを実施する。

### (3) 目標

支援項目	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①事業計画策定セミナー回数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
②DX・ITツール 活用推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③創業塾	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定件数	5者	8者	8者	8者	10者	10者
創業塾時事業計画策定件数	2者	3者	3者	3者	3者	3者

### (4) 事業内容

事業計画策定等に関する参加型セミナーを開催し、事業計画策定を目指す小規模事業者の支援を行う。

#### ①事業計画策定セミナー

経営分析を行った事業者を対象として、事業計画策定を支援する。ものづくり補助金、持続化補助金等の相談時に分析を行い、事業計画策定セミナーを年2回開催し、小規模事業者の事業計画策定支援を行う。

〈講師〉 中小企業診断士 等

〈募集方法〉 ホームページ、会報、チラシ 等

〈想定参加者数〉 20者

〈フォローアップ支援対象〉 セミナーに参加した全事業者

〈手段・手法〉 セミナー受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、必要に応じて外部専門家も交えて事業計画の策定につなげていく。

#### ②DX・ITツール活用推進セミナー

DXやChatGPTといったITツール活用知識を取得することにより、事業計画策定に必要となる各種分析や調査等について効率化を図るとともに、自身での計画策定を行えるよう、事業者の資質向上を支援する。

〈講師〉 中小企業診断士 等

〈募集方法〉 ホームページ、会報、チラシ 等

〈想定参加者数〉 20者

〈フォローアップ支援対象〉 セミナーに参加した全事業者

〈手段・手法〉 セミナー受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、必要に応じて外部専門家も交えて事業計画の策定につなげていく。

#### ③創業塾

創業塾開催時に創業予定者に対し事業計画策定を支援する。

〈講師〉 中小企業診断士 等

〈募集方法〉 ホームページ、会報、チラシ 等

〈想定参加者数〉 20者

〈フォローアップ支援対象〉 セミナーに参加した全事業者

〈手段・手法〉 受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、必要に応じて外部専門家も交えて事業計画の策定につなげていく。

## 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

当会が小規模事業者を支援し事業計画を策定する場合は、概ね補助金や融資申請等目前課題への対応が目的であるため、中長期的な目標達成プロセスや経営戦略・戦術といった補助金以外の目的にほとんど活用されていない。また、当会においても策定支援した事業者へのフォローアップも十分とはいえず、策定支援した事業者からの要望のみに応じる受動的支援に留まっている。

事業計画の本来の目的を達成するためにフォローアップを定期的実施し、計画の進捗状況や課題を把握し、適宜外部専門家の指導の下、計画修正や課題解決に向けた支援が必要である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した小規模事業者を対象とし、定期的に事業計画の進捗状況や課題等を把握する。その上で計画が順調に進捗している事業者と、計画の停滞等が生じている事業者を見極め、後者へは集中的にフォローするなど、個々の事業者の状況に応じたフォローアップを行う。

また将来的には、事業計画実施の自走化が実現することを目指す。そのために経営者自身が課題を認識し、その解決策を経営者と従業員が当事者意識を持って協議し、見出せるようにするなど、フォローアップを通じて事業所全体の意識改革へとつなげる。

### (3) 目標

支援項目	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① フォローアップ対象事業者数	7者	11者	11者	11者	13者	13者
② 頻度(延回数)	28回	44回	44回	44回	52回	52回
③ 売上増加事業者数	3者	3者	3者	4者	4者	4者
④ 利益率3%以上増加の事業者数	3者	3者	3者	4者	4者	4者

### (4) 事業内容

具体的な改善点は、今後、事業計画策定支援を行った事業者に対し、支援内容として経営指導員が計画策定後基本3ヶ月に1回巡回や電話、メール等で進捗状況を確認し課題の抽出や解決方法について支援していく。また、事業者ごとに状況を見極め必要などには随時フォローアップを行う。当初の事業計画と進捗状況にズレが生じた場合は、事業計画を見直すとともに新たな目標に向かって奈良県商工会連合会、中小企業基盤機構近畿支部、奈良県よろず支援拠点などの連携先と協力して変更を行う。

販路開拓や需要拡大については、上記の関係機関と連携しながら中小企業診断士等の専門家を派遣して伴走型の支援を行う。

## 8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状と課題

以前は、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、商談会・展示会等の開催情報の提供や、商工会が提供するITを活用した販売促進支援として無料の簡易ホームページの作成サービスの提供を行ってきたが、参加後のフォローアップ支援ができていないため売れる商品づくりや販路開拓が適切に支援できていなかった。こうした状況を踏まえ、第一次経営発達支援事業では、需要動向調査の結果を基にし、小規模事業者が売れる商品づくりや販路開拓ができるよう、ITを活用した販路開拓や、物産展への参加や展示会出展などの支援を行ってきた。

これまでの支援内容及び課題については以下の通りである

支援内容	目的	課題
①IT を活用した 新たな情報発信	全国商工会連合会が提供する無料HP 作成サービスの利用を促進することで、事業者の情報発信機会を増加させ販路開拓につなげる。	HP による情報発信支援を実施したが、事業者からは高齢化、知識不足、人材不足といった理由により HP 作成への抵抗感が少なからず聞かれた。こうした事業者でも活用できるDX ツール等の活用の提案及び、運用支援を実施する必要がある。
②靴下の市 出展支援	靴下の町広陵町を町内外に周知するために、靴下製造事業者が直売を行う機会を提供し、情報発信及び直接消費者からの需要や評価などを得ることで、商品開発の参考とする。	新型コロナウイルス感染症の拡大により開催が中止となった。その後再開となったが予算規模の縮小により会場の変更及び参加事業者の減少により、来場者数も減少となっている。これにより以前同等の消費者ニーズ調査を行えなくなっている。
③奈良県 商工観光館 出品支援	近鉄奈良駅に近接する奈良県商工観光館内にあるアンテナショップに地場産品を出品することで、広陵町の産業をアピールするとともに事業者の販路拡大に繋げる。	新型コロナウイルス感染症の影響によりショップが一時閉店となった。その後奈良県商工観光会館が閉館されたため、ショップも消滅したため支援継続が不可となっている。
④ビジネスマッチ なら参加支援	奈良県商工会連合会が主催する、県内最大級の商談会であるビジネスマッチならに参加し、大手小売店やバイヤーなどとの商談機会を設けることで、販路拡大につなげる。	商談会や関連する販売会に事業者が参加した際、バイヤーや消費者に製品の特色や優位性などを十分に伝達できないという場面が見られた。参加支援だけでなく、展示ブースやプレゼンテーションなどのブラッシュアップ支援も必要である。
⑤東京インター ナショナル ギフトショー 出展支援	日本最大級の展示商談会である東京ギフトショーに出展し、国内外のバイヤーとの商談機会を設けることで、販路拡大につなげるとともに、様々なバイヤーからの意見を収集することで、今後の商品開発の参考とする。	東京ギフトショーへの出展を通じて一定の成果は得られたが、参加事業者からは業種に特化した展示会や、北米・欧州・東アジア等など海外展示会への出店希望といった意見が挙げられている。事業者の状況に合わせた、様々な展示会の提案が必要となっている。

## (2) 支援に対する考え方

販路開拓のための DX 推進支援については、IT 導入が進んでいない飲食・小売・サービス・建設事業者を中心に支援を行う。SNS 等による情報発信、EC サイトや Google ビジネスプロフィールの活用等、事業者の状況や目的に合わせたテーマのセミナー開催を行い、更なる需要開拓を促す取り組みを行う。

商談会・展示会出展については、広陵町の地場産業が多く存在する繊維製造業者、プラスチック製造業者や、新商品開発を実施している意欲的な事業者を中心に支援を行う。出展事業者へは、商談成立件数を増やすための取り組み、主に出品前に行うべき準備と、商談成立後に行

なうべきこと、出展中商談中対応について、セミナーの開催や他の支援機関が開催するセミナーへの参加を促し、専門家派遣等も活用しながら具体的なアドバイスを行う。また事業者の希望やレベルに応じて、東京ギフトショー等の総合展示会だけではなく、PR したい商品・サービスを紹介するに相応しい展示会を、事業者自身が選定できるスキルを習得させるとともに、製品 PR 手法や出展ブースのレイアウトについても自身で企画できるよう支援していく。

### (3) 目標

項目	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①DX 推進支援数	2 者	4 者	4 者	4 者	8 者	8 者
売上目標/社	—	5%増	5%増	5%増	5%増	5%増
②靴下の市出展支援						
物産展出展事業者数	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
物産展売上目標(1日)/社	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円
③ビジネスマッチなら参加支援						
参加事業者数	3 者	7 者	7 者	7 者	8 者	8 者
商談会成約目標/一事業者	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
④各種展示会出展支援						
出展事業者数	4	6	6	6	6	6
商談会成約目標/一事業者	2 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件

### (4) 事業内容

#### ①DX 推進支援

IT ツールの活用や、SNS やインターネットサービスを利用した発信の実施を希望するものの、未活用となっている事業者に対し、経営指導員や必要に応じ専門家を活用した伴走型支援を実施し、IT 知識・技能を高める。具体的には、事業効率化に必要となるの DX ツールの選定や、SNS や Google ビジネスプロフィール活用による情報発信を自身で行うためのスキル習得支援を行う。

支援目標事業者数は、当初 4 件（指導員一人につき 1 件×4 名）、4 年目より 8 件（指導員一人につき 2 件×4 名）とする。

また広陵町は大和木綿の生産地として繊維製造業が発展してきた。また家内工業として始まったプラスチック製造業も繊維製造業に次ぐ規模となっている。これらが町を代表する地場産業であるが、近年後継者不足や機械の老朽化と事業主の高齢化に伴い事業者の廃業が増加している。

こうした地場産業が衰退している現状の打開及び、新商品開発実施事業者を支援するため、事業計画策定事業者等で個々の事業者の販路開拓に有効な県内外の物産展、商談会、展示会の情報を提供し、出展を促すとともに事業者別の販売戦略やパッケージ作りなどを専門家と連携して支援し「売れる商品づくり」を目指す。

#### ②靴下の市出展支援 (BtoC)

広陵町は靴下産業が始まって100年以上の歴史があり、日本一の生産量を誇っているが、その認知度はまだまだ低い。多くの消費者に知ってもらうことを目的に、靴下製造事業者が直売できるイベントを行う。広陵町商工会・広陵町靴下組合・広陵町等が連携を組み、広陵町の地場製品の魅力を広く消費者に知ってもらうため、自社の PR や情報発信を行う展示即売会である。

令和5年度年度（春・秋）実績…出展数 44社、来場者数 約7,000人。

〈支援前〉消費者が分かりやすく購買意欲がわくような展示ブースのセッティングや POP の作成

支援を行う。

〈支援当日〉来場者に対し、出展事業者別に商品の特徴や価格などお買得情報を案内する。

〈支援後〉イベントで得た消費者ニーズを踏まえて自社商品開発に取り組む。

〈支援策・効果〉小規模事業者に対して、消費者のニーズを的確にとらえた商品・サービスの提供の支援を行う。

\*靴下製造者などの製造関係事業者にとっては、普段なかなか接することの出来ない消費者の声が聴ける貴重な機会の場となる。

\*消費者の意見を取り入れた商品開発につながる。

\*イベントがきっかけで、固定客が獲得出来る様になる。

\*自社ブランドの宣伝になる。

### ③開催内容: ビジネスマッチなら参加支援 (BtoB BtoC)

奈良県商工会連合会が主催する、個々に商談する機会を得るのが困難な県内の小規模事業者が県内外の大手百貨店、量販店、流通バイヤーと商談を行うことができる他、事業者同士の商談を行う事ができる。

令和5年度実績…バイヤー参加数 62社、参加企業 399社 全商談件数 1,108件。

〈支援前〉自社のプロフィールや自社商品などを簡潔にまとめた商談用紙の作成支援を行う。

〈支援当日〉商談時間が短いため、要点をまとめたわかりやすいプレゼンテーションをするよう支援する。

〈支援後〉名刺交換した商談の相手に対し、後日電話やメール等で連絡を取り商談成立に向け取り組むよう支援する。

〈支援策・効果〉経営指導員が出展業者を把握し、課題の解決のためにヒアリングを行う。必要となれば、奈良県商工会連合会・奈良県よろず支援拠点と連携し、専門家の派遣によりネーミングやパッケージの改良等を行い、より成約確立を上げる支援を行う。

\*販路開拓のチャンスが広がる。

\*自社商品について見直しするきっかけとなる。

\*自社ブランドの宣伝になる。

### ④各種展示会出展支援

東京インターナショナルギフトショーを主として、都市圏にて開催される展示会に参加し、効果的な販路開拓を支援する。出店事業者に対しては、商品の展示の仕方やブースの飾り付けなどについて、専門家を交えてアドバイスを行う事前支援、バイヤーに対しアンケート調査を実施する当日支援、アンケート結果は専門家を交えて分析し、結果を事業者にフィードバックする事後支援を実施する。名刺交換した商談の相手に対し、後日電話やメール等で連絡を取り商談成立に向け取り組むよう支援する。

また(1)現状と課題においても述べた通り、事業者の製品特性や展開希望地域に応じて、専門分野に特化した展示会や、北米、欧州、東アジアといった海外にて開催される展示会への参加も検討する。

〈参考〉東京インターナショナルギフトショー(展示会) (BtoB)

㈱ビジネスガイド社が東京ビックサイトで毎年開催する日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の見本市。

令和6年春実績…参加企業 2,939社 来場者数 約220,000人。

〈支援策・効果〉

経営指導員が出展業者を把握し、課題の解決のためにヒアリングを行う。必要となれば、奈良県商工会連合会・奈良県よろず支援拠点と連携し、専門家の派遣によりネーミングやパッケージの改良等を行い、より成約確立を上げる支援を行う。

- \* 販路開拓のチャンスが広がる。
- \* 自社商品について見直しするきっかけとなる。
- \* 自社ブランドの宣伝になる。
- \* より多くの流通バイヤーと商談できる。

## 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

第一次経営発達支援事業では、支援実施結果及び支援事業への要望について支援事業者ごとに聞き取り、広陵町・外部有識者・法定経営指導員で構成する評価部会へとフィードバックを行い、事業の評価及び見直しを行ってきた。しかし要望については事業者ごとに意見が異なり、評価部会にて折衷案を構築し次年度の事業内容へと反映させているものの、事業者が希望する事業見直しに繋がっていないケースが発生した。

事業者の事業発展に寄与する支援事業を実施するためにも、各事業者の要望に可能な限り沿うよう、事業見直しを実施できる体制の構築が必要となる。

#### (2) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法によりPDCAサイクルの評価・検証を行う。

- ①各支援事業の実施終了後、支援事業者合同での実施結果及び要望の聞き取りを行い、事業者が互いの結果や要望を把握するとともに、支援事業者同士の歩み寄りを促すことにより、可能な限り多くの事業者の希望に沿う要望をくみ取る。
- ②支援事業者からの実績や要望を、広陵町・外部有識者（中小企業診断士等）・法定経営指導員からなる部会にて、半期ごとに事業の実施状況や成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ③正副会長において、評価・見直しの方針を決定する。  
事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。
- ④事業の成果・評価・見直しの結果を広陵町商工会のホームページで年1回公開する。

### 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

これまで、奈良県商工会連合会、中小基盤機構等が開催する研修会へ参加をしているが、実際にそこで得た知識を生かして、小規模事業者に対して支援等を行うことができていないのが現状である。また支援スキルやノウハウが個人に帰属することが多く、商工会内で共有できておらず、その仕組みも構築出来ていない。よって属人化から標準化するための仕組みの構築が必要となっている。

加えて、新型コロナウイルスの感染拡大以降生活様式が変化し、DX（IT化）に関連する相談も徐々に増加傾向にあるため、経営指導員等のDX推進に向けた支援スキルの向上は必須と言える。

#### (2) 事業内容

- ①外部講習会等の積極的活用

中小企業基盤機構や奈良県、奈良県商工連合会等の主催する研修会に年2回以上参加すること

で、経営分析の手法や経営計画策定など、小規模事業者の利益確保につながる支援の能力の習得を図る。

研修会等については、極力自分の担当分野以外や、知識が不足している分野に参加し、全員がどの分野も支援できることを目指す。

#### 【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員等の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び近畿経済産業局が主催する支援機関向けセミナー・奈良県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を参加する。

#### 【事業計画策定セミナー】

当会では、P D C A 評価委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業基盤機構が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を実施する。

#### 【DX 推進に向けたセミナー】

小規模事業者への DX 推進への対応にあたっては、経営指導員及び経営支援員を含めた全職員の IT スキルを向上させ、その上で小規模事業者の IT リテラシーの向上を図っていく必要がある。そのために、DX 推進取組に係る相談・支援能力向上につながるテーマ（クラウド会計ソフト、電子マネー商取引、情報セキュリティ、オンライン展示会、SNS を活用した広報など）のセミナーを積極的に受講する。

### ② O J T 制度の導入

経営指導員が小規模事業者を支援した事例について、指導・助言内容を一般職員にフィードバックし、職員全体の支援能力の強化を図る。O J T を実施し、職員一丸となって事業者を支援する。

職員が少数になり、異動や退職でノウハウが分断しないように O J T や複数職員で問題に取り組むことにより、職員全体の支援能力の強化を図る。

### ③ 職員間の定期ミーティングの開催

支援担当者による勉強会（年 4 回程度）を開催し、実際に携わった小規模事業者の経営課題を抽出・情報分析した後、解決に向けた支援策について担当者間で意見交換し、様々な支援ノウハウを習得する。

### ④ データベース化

経営指導員が習得した支援ノウハウ、巡回時の事業者との接触記録、事業者の経営分析結果等を経営カルテとして蓄積し、情報の共有化を図ることで経営支援体制を構築する。支援担当者会議には、支援担当者だけでなく組織全体（一般職員等）で支援ノウハウ・支援情報を共有する。

(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6年11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)	
事務局長1名、経営指導員4名(法定経営指導員1名含む)、経営支援員1名、合計6名で本計画を実施する。	
<b>【広陵町商工会全体組織】</b>	
<pre>graph TD; A[事務局長] --- B[広陵町 産業総合支援課]; A --- C["経営指導員 4名 (法定経営指導員 1名)"]; A --- D[経営支援員 1名]; A --- E[一般職員 1名];</pre>	
(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：金岩 政夫	
■連絡先：広陵町商工会 TEL 0745-55-3535	
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・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	
〒635-0821	
奈良県北葛城郡広陵町笠 162	
広陵町商工会	
TEL 0745-55-3535 FAX 0745-55-2614	
E-mail info@koryonet.or.jp	
②関係市町村	
〒635-8515	
奈良県北葛城郡広陵町大字南郷 583 番地 1	
広陵町役場 産業総合支援課	
TEL 0745-55-1001 FAX 0745-55-1009	
E-mail sangyo@town.nara-koryo.lg.jp	

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
必要な資金の額	7,040	7,040	7,100	7,340	7,340
需要動向調査	100	100	100	100	100
経営状況分析	720	720	720	960	960
事業計画策定支援	920	920	920	920	920
事業計画策定後の実施支援	240	240	300	300	300
新たな需要開拓	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
事業評価・見直し	60	60	60	60	60

(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、国庫補助金、県補助金、町補助金、事業参加負担金、その他

(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。

