

経営発達支援計画の概要

実施者名	十津川村商工会（法人番号 6150005007152） 十津川村（地方公共団体コード 294497）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 目標1 ：村の魅力と観光業による経済循環の創出 目標2 ：事業承継支援 目標3 ：住民生活を支える基盤産業（商業・建設業）の維持・強化
事業内容	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 RESAS や奈良県宿泊統計調査、奈良県観光動向分析を活用し、村全体の産業構造や観光動向を客観的に分析・可視化する。 4. 需要動向調査に関すること 観光客へのアンケート調査を実施し、消費者（観光客）の生のニーズを直接収集する。その結果に基づき、顧客単価の向上と滞在時間の延伸に直結する戦略的な施策を実行し、村内産業への経済波及効果を最大化する。 5. 経営状況の分析に関すること 外部専門家と連携し、財務・非財務（SWOT分析）に基づく個別経営分析を継続的に実施する。これにより、客観的なデータに基づき経営課題を明確化し、具体的な改善行動による持続的発展へと繋げる。 6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析対象者等に対し、専門家と連携した巡回指導や、財務・事業承継・マーケティング等のセミナーを開催する。策定した計画に基づき、経営指導員や専門家による伴走型支援を継続的に行い、独自のビジネスモデル形成と、計画的な経営推進による持続的発展へとつなげる。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 計画を成果へ結びつけるため、経営指導員と専門家が連携し、昨年度、事業計画策定支援を行った事業所は年3回、一昨年度以前に事業計画策定支援を行った事業所のうち、必要に応じて年2回程度の巡回指導を行い、伴走型フォローアップを徹底する。計画と実績の乖離を客観的に検証し、PDCAサイクルを定着させる。 8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること 地理的制約を克服し広域販路を拡大するため、デジタル化を推進する。低コストのHPツール「ゲーペ」導入や、経営指導員ならびに必要に応じてIT専門家等による実践的セミナー・個別指導を実施する。
連絡先	十津川村商工会 〒637-1333 奈良県吉野郡十津川村大字小原225番地の1 TEL: 0746-62-0132 FAX: 0746-62-0012 E-mail: info@totsukawa.org 十津川村役場 企画観光課 〒637-1333 奈良県吉野郡十津川村大字小原225番地の1 TEL: 0746-62-0004 FAX: 0746-62-0210 E-mail: kankou@vill.totsukawa.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

<十津川村の現況について>

※当会の管轄地域が十津川村全域であるため、まず村全体のデータならびに状況を説明する。

【立地】

十津川村は、和歌山・三重両県に接する奈良県の最南端、紀伊半島のほぼ中央に位置し、東西に 33.4 km、南北に 32.8 km、面積は 672.38 km²で、「奈良県の約 5 分の 1 の広さ」を占めている。村としては、「日本一の広さ」をもち、その 96%が山林であり、人工林がその半分を占めている。集落に点在する穏やかな斜面は耕作地として耕され、一部稲作や畑作が行われている。



村の中央には十津川本流が深いV渓谷をなして歪流し、四方を大峰山脈、伯母子山脈、果無山脈などの緑濃い山並みが幾重にも重なりあって取り囲み、雄大な山岳美が一望できる。観光産業に繋がる道として、村には 2 本の古道「大峯奥駈道」と「熊野参詣道小辺路」が通り、「紀伊山地の霊場と参詣道」として 2004 年 7 月 “世界遺産” に登録された。

【交通】

村内に鉄道はなく、公共交通機関はバスのみである。近鉄大和八木駅より和歌山県新宮駅まで日本一長い路線バスが運行されているが、本数も少なく住民や観光客などの移動手段は自家用車を中心となっている。

主要幹線道路は国道 168 号線である。国道を南下して約 1 時間半で和歌山県新宮市、北上して約 1 時間半で五條市に行け、大阪などの都市部へは車で約 3 時間を要する。関東方面からは東京から和歌山県白浜市まで飛行機が就航しており、東京から約 3 時間半となっている。

【人口】

村の人口は 1960 年をピークに減少一途を辿り、高齢化率は 40%を超え、集落においては「限界集落」が点在しており、少子高齢化や過疎化の進行が深刻な問題となっている。2025 年 4 月の総人口は 2,709 人。10 年前と比べると△ 22.6% (約 800 人) の減少で、3,000 人を割り込んだ。

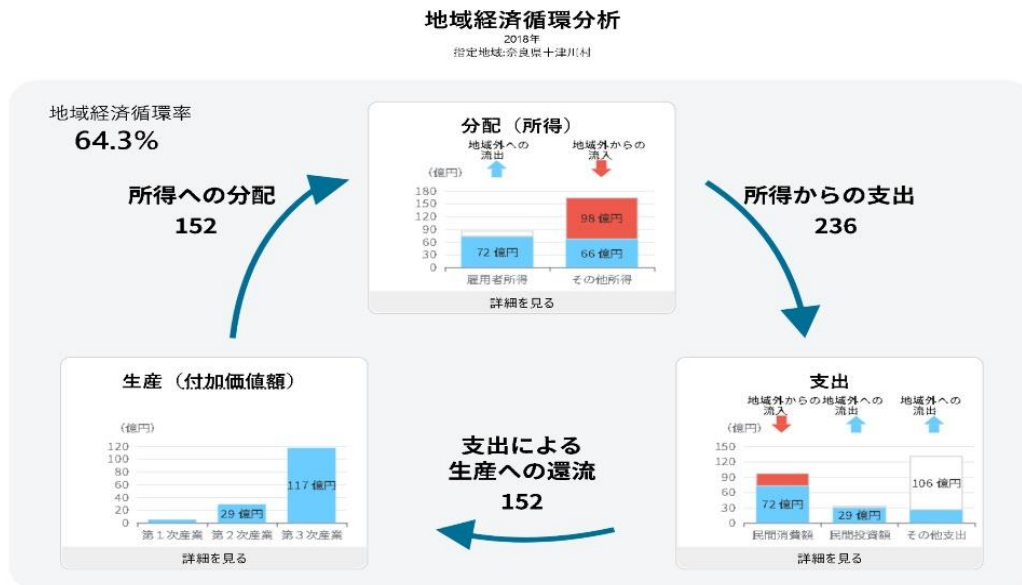
<地域産業の現状と課題>

- ・人口減少地域における生活関連サービスの維持

本村の商業は、人口減少に加え、インターネット通販や生協等の移動販売の利用拡大、さらには国道整備によるアクセス向上に伴う村外への購買力流出により、縮小傾向にある。村内消費動向調査 (平成 28 年) においても、食料品・日用雑貨等の村内購買率は約 20%に留まり、基礎的な生活商材の村外依存が進んでいる。村内の商店も廃業や規模の縮小化が進み、高齢者を中心とした「買い物難民」や「交通弱者」の増加が顕在化している。

また、建設業においては、公共工事の減少や村外企業の参入により経営環境は厳しさを増しているが、建設業は災害時の迅速な復旧対応や日々の道路保全を担う「地域の守り手」である。

このように、商業機能と建設業等の産業基盤は、住民が村で暮らすための必須インフラ（生活関連サービス）であり、これらの維持が困難になりつつあることが地域存続に関わる喫緊の課題である。



資料：RESAS 地域経済循環図（十津川村）

・地域資源を活用した産業振興

基幹産業である観光業は、水害やコロナ禍を乗り越え、回復基調にある。観光入込客数は約74万人（令和6年度）、宿泊者数は31,941人まで増加し、国道168号の改良によるアクセス向上、世界遺産・熊野古道や玉置神社の再評価、新たなアウトドアコンテンツの登場が追い風となっている。

「遠いが行く価値のある地」としてのブランドが確立されつつある中、この高まる観光需要を取り込むために、適切な需要分析を行い、ニーズにそった地域資源を活用した観光産業の創出を図り、多様化する観光客層に対応することで、地域経済の好循環を生み出す鍵となる。

（十津川村の地域別宿泊数）

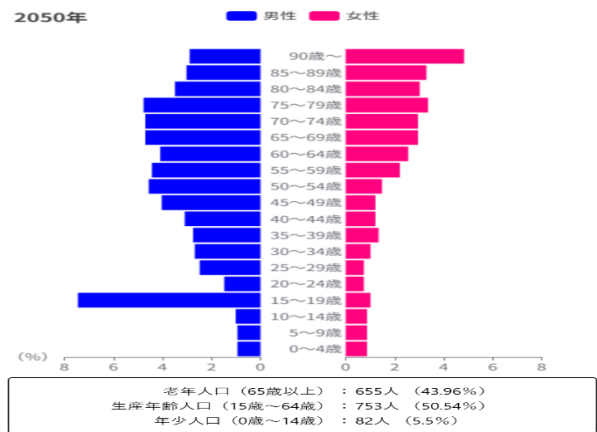
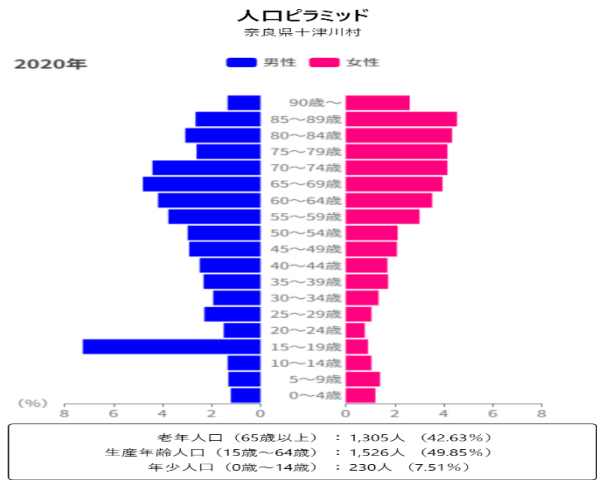
年 地域	平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度	令和 3年度	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度
湯泉地	9,691 名	9,394 名	4,753 名	4,390 名	4,545 名	4,594 名	4,787 名
十津川	24,233 名	21,029 名	15,377 名	16,448 名	19,579 名	15,749 名	20,472 名
上湯	3,165 名	2,752 名	2,207 名	1,657 名	3,001 名	2,993 名	3,650 名
その他	7,920 名	10,224 名	4,029 名	3,603 名	2,978 名	4,766 名	3,032 名
総合計	45,009 名	43,399 名	26,366 名	26,098 名	30,103 名	28,102 名	31,941 名

資料：観光協会調べ

- ・経営者の高齢化による事業承継ニーズの増加
村内の商工業者の多くは小規模な個人経営であり、経営者の高齢化が著しく進行している。

観光業をはじめとする地域産業全体において、「担い手不足・後継者不足」による事業縮小や廃止が相次いでいる。特に、建設業の多くは従業員 20 人以下の小規模事業者であり、技術や経営資源の承継が急務である。

また、前述の通り、事業者の廃業は単なる一企業の消滅に留まらず、地域インフラ（買い物、ガソリンスタンド、道路保全等）の喪失に直結する。従来家族内承継だけでは維持が困難な中、第三者承継を含めたあらゆる選択肢を検討し、事業を次世代へ繋ぐための支援体制強化が求められている。



【出典】
総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」
【注記】
2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（令和5年12月公表）に基づく推計値。
2006年に甲府市と富士河口湖町に分割編入した山梨県上九一色村については、富士河口湖町に統合している。
2025年以降のデータでは、福島県「英通り地域」に属する13市町村（いわき市、相馬市、南相馬市、広野町、楡葉町、富岡町、川内村、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、新地町、飯館村）をまとめて推計しているため表示されない。
総数には年齢不詳を含む。

資料：RESAS 人口マップ・人口構成分析

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①村の魅力と観光業による経済循環の創出

10年後における地域のあるべき姿：

十津川村総合戦略に掲げる『観光産業の活性化』の方針に基づき、持続可能な地域の活性を目指す。これにより、観光産業によって外貨を稼ぎ、観光産業が活性化することによって小売業や製造業の活性化を図り、雇用創出と労働人口の増加、商工業者の減少を食い止めることを目標とする。

理由：

回復基調にある観光産業は、地域外からの資金を獲得できる重要産業であり、小売・製造業への経済波及効果が高いため。当村の総合戦略とも整合する「観光」を起点とした経済循環の構築こそが、雇用創出と商工業者の減少を食い止めるための有効な手段であると判断した。

②事業承継支援

10年後における地域のあるべき姿：

「奈良県産業パッケージ 2025」の「7.企業価値を次世代につなぐ事業承継」の方針を踏まえ、当会も取り組みを行っていく。具体的には、奈良県事業承継・引継ぎ支援センター等との連携を強化し、商工会単独では対処が困難な専門性の高い課題についても、専門家と一体となって対応できる支援体制の確立を目指す。

具体的には、商工会は地域事業者との最も身近な相談窓口として、早期の承継意識の醸成や事業者の掘り起こし、実態把握を担い、その後の専門的な分析・承継スキームの検討・第三者承継のマッチング等は奈良県事業承継・引継ぎ支援センターと協働で進める。この『入口（商工会）-専門支援（引継ぎセンター等）』の役割分担が機能することで、これまで埋もれていた後継者不在事業者も支援対象として確実に拾い上げられる体制が構築される。

結果として、村内の小売業・飲食業・建設業・生活関連サービスといった地域インフラを支える事業者が、廃業に至らず継続的に承継されることで、高齢化・人口減少が進む地域であっても、必要なサービスが維持される「地域の暮らしを守り続ける経済基盤」が形成される。さらに、十津川村役場や奈良県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携により、奈良県産業パッケージに記載されている「優秀な後継候補者とのマッチング支援」を実現し、地域おこし協力隊などの外部人材の受け入れや移住者による事業引継ぎなど、多様な承継手段が一般化し、従来の「家族内承継だけに依存する」リスクから脱却することも視野に入れたい。既存事業を引き継ぐ動きが広がることで、地域産業が循環し、事業者も住民も将来に不安を抱かず生活できる持続可能な地域経済の姿を実現する。

理由：

地域インフラを支える事業者の廃業を防ぎ、暮らしを守るためには、商工会単独ではなく専門機関との連携による切れ目のない支援体制が不可欠である。また、従来の家族内承継に限らず、村外人材活用等の多様な選択肢を持つことが、持続可能な地域経済の実現に直結するため。

③住民生活を支える基盤産業（商業・建設業）の維持・強化

10年後における地域のあるべき姿：

「第二期十津川村 ころろ豊かなむら・ひと・しごと創生総合戦略」が目指す「基本目標」を踏まえ、一部の地域商店による移動販売の実施や、商業機能の維持により、高齢者等の買い物難民の課題が緩和され、日常の買い物が可能で環境が守られている状態を目指す。

また、車社会の生命線である村内のガソリンスタンドが安定的に維持されるとともに、建設業が「地域の守り手」として健全に存続することで、災害時の迅速な対応や日々の道路保全が確実に行われている。その結果、住民の安全な暮らしはもとより、村外からの観光客の円滑な往来や地域を支える物流網も守られ、地域社会と経済活動の基盤が将来にわたり確保されている姿を実現する。

理由：

商業、ガソリンスタンド、建設業は、住民の生命と暮らしを支える生活インフラであり、その維持が地域社会存続には必須であるため。

(3) 経営発達支援事業の目標

①村の魅力と観光業による経済循環の創出

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：伴走支援を実施した観光関連業者 利益の平均増加率 年3%増

KPI：観光客入込数 年10%増、宿泊者数 年5%増

設定した理由：

地域経済の核である観光業の集客効果（KPI）を多産業へ波及させ、村全体の経済循環を図るため。また、商工会の伴走支援で事業者の「稼ぐ力」を底上げし、入込客数の増加を確実な

利益増加 (KGI) へ結びつける必要があると判断したため。KPI に設定した数値に関しては十津川村や観光協会が調べを行っている調査結果をもとにチェックを行っていく。

②事業承継支援

支援計画の認定期間 (5年間) 目標:

KGI: 事業承継の取り組み事業者 年2者増

KPI: 事業承継診断 年3者

設定した理由:

地域インフラ維持のため、商工会が「入口」となり専門機関 (奈良県事業承継・引継ぎ支援センター) へ確実に繋ぐ連携体制の構築が急務であるため。また、事業承継はデリケートかつ長期的な合意形成が必要であり、短期間での「完了」を強いることは現場のハレーションを招く恐れがある。そのため、本計画期間においては、廃業リスクの回避に向けた早期の意識醸成と、計画策定等の具体的な準備への「着手 (取り組み開始)」を増やすことを最優先事項として設定した。

③住民生活を支える基盤産業 (商業・建設業) の維持・強化

支援計画の認定期間 (5年間) 目標:

KGI: 伴走支援を実施した事業者 付加価値額の平均増加率 年3%

KPI: 経営分析 (経営分析事業者数全体のうち) 年3者、

事業計画策定 (事業計画策定事業者数全体のうち) 年3者

設定した理由:

地域社会の存続に直結する生活インフラ産業 (商業・建設業) において、物価高や賃上げに対応し、地域の雇用を守り抜く経営体質の強化が急務であるため。専門家を交えた経営分析により適切な価格転嫁と高付加価値化を進めることで、人件費を含む「付加価値額」の向上 (KGI) を実現し、事業継続と安定的な生活基盤の維持を両立させる必要があると判断した。

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

①村の魅力と観光業による経済循環の創出

達成方針1：観光資源、食、運動、自然体験等により心身再生できる観光地づくり

「世界遺産の熊野古道小辺路」や「療養効果の高い温泉」を活用した「温浴施設の整備」および体験型観光拠点の創出による「心身再生の郷づくり」を推進するとともに、特産品の開発やジビエ・きのこの利用拡大による「食のブランド確立」、交流拠点の整備を通じた「周遊プランづくり」、さらには十津川道路等の「アクセス環境の充実」を一体的に進めることで、心身を再生できる持続可能な観光地づくりを目指す。

設定した理由

当村には、他地域と明確に差別化できる「世界遺産・熊野古道小辺路や玉置神社」、「源泉かけ流し温泉」といった良質な地域資源が存在する。現代社会において「健康」や「癒やし」への関心が高まる中、これらの資源を単体ではなく複合的に活用し、心身の再生をテーマとした高付加価値な滞在プランを提供することが、観光誘客において効果的であると判断したため。

また、高規格道路等の整備によるアクセス向上を好機と捉え、食や体験、交流拠点と有機的に連携させることで、通過型から滞在型観光への転換を図り、村内事業者全体への経済波及効果を最大化させる狙いがある。

「十津川道路等道路の整備」については、村内経済の重要な担い手である建設業者にとっても安定的な事業機会と雇用を創出する基盤整備であり、観光振興と地域産業の活性化を両面から実現する。

達成方針2：十津川村ならではのおもてなしサービスの提供

村のHPやSNSなどを活用した「発信方法の多様化」により村の魅力を広く届けるとともに、祭りや行事での観光客の受け入れといった「村の暮らしならではのおもてなし」を推進し、来訪者と住民が交流する十津川村ならではのサービスの提供を目指す。

設定した理由

デジタル化が進む現代において、HPやSNS等の多様な媒体を通じた情報発信は、新規顧客の獲得に不可欠であるため。

また、単なる観光消費にとどまらず、地域の祭りや行事への参加を通じて住民と触れ合う「村暮らし体験」を提供することは、来訪者の満足度を高め、ファン（関係人口）を増やすための最も有効な手段である。こうした十津川村ならではの人的交流や温かみのあるサービスを強化することで、他地域との差別化を図り、持続的なリピーター確保につなげる狙いがある。

②事業承継支援

達成方針1：事業継続と世代交代を実現するための伴走型支援体制の強化

商工会は事業者ごとの経営状況を的確に把握し、事業の継続可能性を高める伴走支援を徹底する。具体的な承継支援においては、年3者の事業承継診断を実施し、奈良県事業承継・引継ぎ支援センター等の公的専門機関と緊密に連携し、後継者候補の確保・マッチング、承継計画策定支援など、必要に応じた具体的な個別支援の体制を強化していく。

設定した理由

村内の小規模事業者の高齢化と後継者不在による廃業は、地域経済の基盤と雇用を脅かす喫緊の課題であるため。個別の複雑な経営状況に対応した伴走支援と、高度な専門性を補完するための公的支援機関との連携体制を確立することが、村の持続的発展に不可欠である。

達成方針2：潜在的ニーズの掘り起こしと専門機関への確実な橋渡し

商工会は、専門的な支援機関が対応する前段階として、事業者の「事業承継に対する早期の意識付け」と「潜在的な承継ニーズの掘り起こし」に注力する。

日常の巡回指導や専門家によるセミナー等を通じ、事業承継の重要性を周知徹底するとともに、相談に至った事業者に対しては、課題に応じて事業承継・引継ぎ支援センターや金融機関等の専門機関へ、円滑な橋渡しを行う体制を確立・強化する。

設定した理由

事業承継を成功させるには早期の「気づき」が不可欠であり、商工会がその役割を担う。また、商工会単独では専門支援に限界があるため、初期段階で外部機関への円滑な橋渡しを行うことが、支援効果最大化の鍵となるため。

③住民生活を支える基盤産業（商業・建設業）の維持・強化

達成方針1：地域住民の生活を支える商業機能の維持と買い物弱者対策の推進

地域商店による移動販売の導入・継続支援や、既存店舗の経営改善支援を強化する。これにより、高齢者を含む住民が食料品や日用雑貨などの生活必需品を確実に購入できる環境を整備し、地域内での「買い物の利便性」を確保する。

設定した理由

高齢化が進む山間地域において、買い物難民の発生は住民の生活維持に直結する深刻な課題であるため。移動販売等の方法を取り入れながら、商業機能を維持することが、住民が安心して住み続けられる地域づくりの必須条件であると判断した。

達成方針2：「地域の守り手」としての建設業の維持・強化と安全なインフラ環境の確保

災害時の緊急対応や日常的な道路保全を担う村内建設業者に対し、経営基盤の強化やノウハウの継承を支援する。具体的には事業継続力強化計画の策定を行う。これにより、地域防災および社会基盤を支える機能を存続させ、住民の安全な生活動線と、観光・物流を支える道路インフラを将来にわたり確保する。

設定した理由

災害リスクの高い当村において、即応可能な地元建設業の存在は、住民の生命と財産を守る最後の砦であるため。また、観光客の往来や物流を支える道路網の維持は、村の経済活動全体の生命線であり、その担い手の確保が地域存続に不可欠であるため。

達成方針3：生活関連サービス事業者の経営基盤強化と付加価値向上

ガソリンスタンド、小売店、建設業など、地域インフラを担う事業者に対し、物価高騰や人件費上昇に対応するための「適切な価格転嫁」や「業務効率化」を支援する。具体的には、デジタル化や省力化の支援を行い、適正な利益（付加価値）を確保できる強い経営体質への転換を促し、雇用の維持と事業の継続性を高める。

設定した理由

生活関連サービスは収益性の確保が難しい業種であるが、これらの事業者が撤退すれば村の生活基盤が崩壊するため。専門家支援や経営指導員の巡回指導等を通じて「稼ぐ力」を向上させ、経営の自立化を促すことが持続可能なインフラ維持と地域雇用の確保に繋がると判断した。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

現在、当会では十津川村や観光協会が公表する集計データを活用し、地域経済の動向把握に努めている。具体的には、村内の主要観光スポットである「玉置神社」「谷瀬の吊り橋」「瀨峡」等の入込客数データや地域別宿泊数を定期的に確認している。その増減傾向や季節変動について事務所内で共有・協議することで、日々の経営支援や巡回指導の方針決定に役立てている。

[課題]

現状取り扱っているデータは、「村内」の集計データに限定しており、近隣競合観光地との比較や、RESAS・県統計等の村外のデータを用いた地域全体の構造分析が十分に行えていない。そのため、競合他地域との十分な比較検討ができておらず、地域特有の「強み」や潜在的な「弱み」が不明確なままとなっている。この状況では、ターゲットとすべき観光客像の特定や、提供すべき体験の市場ニーズ、さらには地域内での消費行動の動向が不明確なままであり、観光施策の効果検証が不十分となっているため、村外データを活用し、現状よりマクロな視点で調査・分析を行う必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①産業構造分析 (RESAS 活用)	事務所備え付け	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②奈良県観光動向分析・奈良県宿泊統計調査 (奈良県ホームページ)	事務所備え付け	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①産業構造分析 (RESAS 活用)

調査対象：十津川村全体の人口動態、産業別構成等

手法：経営指導員等が RESAS 等のシステムを活用し、産業構造、観光分析、地域経済循環マップ (生産・分配・支出) 等のビッグデータを収集。これらを基に、当村の経済動向や強み・弱みについて、過去からの「経年推移」および近隣観光地との「ベンチマーク比較」を用いて多角的に分析・検証を行う。

目的：客観的な数値データに基づき、村内経済の構造的な課題等を可視化。これにより経験則のみに頼らない、根拠ある経営支援や地域振興策の立案に役立てる。

②奈良県観光動向分析・奈良県宿泊統計調査 (奈良県ホームページ)

調査対象：奈良県への観光客数 (延べ人数)、エリア別観光客数、宿泊・日帰り別観光消費額、来訪者の発地、営業形態 (ホテル、旅館、簡易宿所、キャンプ場) 別・エリア別の宿泊者数、外国人述べ宿泊者数、客室稼働率等

手法：奈良県が公表する各種統計データを収集し、県全体・吉野地域・当村の数値を比較分析する。具体的には、観光客数の経年推移に加え、宿泊施設形態別の利用実態や客室稼働率、インバウンド動向などを多角的に検証する。

目的：県全体の観光需要のトレンド（マクロ視点）と、当村の現状（立ち位置）を客観的に比較・評価する。

特に、来訪者の「発地」データから誘客ターゲットを精査するとともに、宿泊形態別の「稼働率」や「消費単価」の実態を明らかにすることで、単なる集客だけでなく、宿泊滞在の促進や高付加価値化（客単価向上）に向けた具体的な戦略策定の基礎資料とする。

（４）調査結果の活用

・調査結果に基づく支援テーマの「優先順位付け」

商工会が支援方針を決定する際の判断材料としてデータを活用する。調査結果から「価格転嫁」「資金繰り」等の課題における優先順位を定め、専門家派遣などのリソースを戦略的に配分することで、データに裏打ちされた効果的な指導體制を構築する。

手法：

- ・事務所内での分析・協議を通じた、重点支援テーマの決定
- ・重点テーマに対応可能な専門家の選定・確保および優先的な派遣

・RESAS 分析で抽出した重点産業への集中伴走支援

RESAS 等で抽出した「重点産業（宿泊業・観光業等）」に対し、経営指導員や専門家が集中伴走型支援を行う。データを根拠に支援対象を絞り込んで高付加価値化を促し、その成果を他産業との連携へ波及させることで、地域内経済循環の最大化を図る。

手法：

- ・成長意欲の高い重点産業事業者を選定し、経営指導員と外部専門家による継続的な伴走支援を実施
- ・観光客の消費動向分析に基づき、重点産業（宿泊等）と他産業（飲食・小売等）の連携を個別の経営指導を通じて促進（商品・サービス開発への助言など）

・観光振興施策および支援事業全体への反映

分析結果を観光協会・十津川村等の関係機関と共有し、村全体の観光戦略への提言や、商工会の支援メニューの改善に活用する。特に、KPI の達成状況を定量的に評価する際の指標とし、当会事業のPDCA サイクルを回すことで、次年度以降のより効果的な支援事業の構築や、地域の実情に即した新たな振興策の策定に役立てる。

手法：

- ・村・観光協会等と日頃からの情報共有や協議を通じて、データに基づく振興策の提案を行う。
- ・KPI 達成状況の検証（PDCA）と、次年度事業計画策定への反映

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

[現状]

現在、当商工会では伴走型支援事業の推進を通じて、経営指導員や専門家が事業所を巡回する中で、各事業者からのヒアリングを主要な情報収集源としている。この現場に根差した活動により、事業者が持つ客層、人気商品の傾向、顧客の反応といった「生の情報」を直接把握し、日々の経営指導に活用している状況にある。

[課題]

現状のヒアリング情報は、あくまで「事業者（売り手）側から見た肌感覚」に留まっており、実際にサービスを受ける「消費者（観光客）の直接的な評価やニーズ」が欠落している。

そのため、事業者が「良かれ」と思って提供しているサービスと、顧客が「本当に求めているもの」との間にミスマッチが生じている可能性があるが、それを検証する術がない。真の需

要を開拓するためには、供給側の論理ではなく、消費者の生の声（潜在ニーズ）を直接収集し、顧客視点の事実に基づいた商品開発・改善へと転換することが必要と考える。

(2) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①観光客需要動向調査の対象事業者数	未実施	8者	8者	8者	8者	8者

(3) 事業内容

①観光客需要動向調査

観光客動向調査を行う。具体的には、村内への観光客の協力を得て、当会が作成したアンケート調査を観光客に回答してもらう形式で実施する。これにより、属性データに留まらない「顧客の深層心理」や「リアルな消費行動」を可視化し、来訪者の満足度、不満要因、村内での立ち寄り先や購買の実態を徹底的に洗い出す。

調査結果は、商工会および外部専門家による分析を行い、単なる集客策ではなく、顧客単価の向上や滞在時間の延伸に直結する戦略的な商品開発・周遊促進策へと昇華させる。また、この成果を関係団体や事業者へフィードバックする意見交換会を通じて、顧客視点の発想を地域全体に浸透させ、村内産業への経済波及効果を最大化する地域内経済循環モデルの構築を目指す。

手法：村内の主要観光地にて協力を仰ぎ、アンケートを実施する。自由記述欄を重視し、具体的な「生の声」の収集に注力する。経営指導員と外部専門家が連携し、集計や定性情報の分析を実施する。

調査項目：利用者属性（居住地、年齢層、同行者、来村動機）、村内周遊行動（立ち寄り先、昼食場所、給油利用の有無）、消費実態（村内消費額、購入品目、買いたくても買えなかったもの）、満足度・潜在ニーズ（満足・不満点、再訪の意向、求めている体験やサービス）等

サンプル数：主要観光地に訪れた観光客 50 人程度

調査結果の活用：観光関連事業者へ結果を還元し、得られた知見（潜在的な購買需要やインフラへの不満点等）を、目標達成方針③である地域基盤産業（商業・建設業等）の維持・強化支援にも横断的に活用する。具体的には、経営指導員による巡回指導等を通じて、商業事業者へは「品揃えの最適化」を、建設業者へは「観光インフラ保全の質的向上」を働きかけ、宿泊業を起点とした経済波及効果を村内の生活基盤産業全体へと波及させる地域内経済循環モデルを構築する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営発達計画 1 期目より、継続して伴走型支援にて外部専門家（中小企業診断士等）と連携して経営分析を 3～5 事業所程度行っている。

[課題]

経営戦略や財務分析、会計等に関する経営者のリテラシー向上は喫緊の課題である。

経営者自身が自社の現状を客観的に把握し、経営改善につなげる力を養うためには、継続的

かつ個別性の高い支援が求められる。また、分析結果を実際の経営判断や事業計画策定に活かす仕組みづくりも今後の課題である。商工会としても、専門家派遣や経営指導員によるフォローアップ体制の充実を図る必要がある。

(2) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
個別経営分析 (財務・非財務)	3者	4者	4者	4者	5者	5者

※個別経営分析事業者数全体のうち宿泊業1者、商業・建設業3者程度を実施予定。
なお、これら以外の業種についても実施。

(3) 事業内容

①個別経営分析（財務・非財務）

目的：地域実情に即した指標を用いて、個々の事業者の「強み・弱み」を把握・蓄積する。

具体的には、小規模事業者の損益計算書を基にした定量分析により、経営数値を理解する力を高めることを目的として、財務的な強み・弱みを精緻に把握する。さらに、SWOT分析を用いた定性分析により、自社の「強み・弱み」や「機会・脅威」を整理し、経営者が自ら課題を把握・言語化できるよう支援する。

これらの客観的データに基づく経営課題の抽出を行うことで、具体的な経営改善や小規模事業者の持続的発展に直結する方向性を導き出す。

募集方法：各種関係団体のHPにて周知を行うよう依頼する。

内容：地域経済動向調査の結果に加え、県内でも特異な当村の地域事情を踏まえ、十津川村や観光協会、旅館組合、中小企業診断士等の関係機関・専門家と緊密に連携し、特に観光・宿泊分野における多角的な分析を行う。これらの地域実情に即した指標を用いて個々の事業者の「強み・弱み」を精緻に把握・蓄積し、客観的データに基づく経営課題の抽出を行うことで、具体的な経営改善や小規模事業者の持続的発展に直結する方向性を導き出す。

対象者：個人面談、青年部等より意欲的で販路拡大の可能性の高い事業所を選定

分析項目：

・財務分析（直近2期）：

収益性（売上総利益率・営業利益率の低下、実質赤字等）、生産性（売上増による労働生産性の向上等）、安全性（自己資本比率の低下・債務超過、流動比率の悪化等）、成長性（売上高増加率の伸長等）

・非財務分析（SWOT分析）：

商品・サービス（差別化・高付加価値化等）/仕入れ・取引先（原価高騰・外注依存等）
/人材・組織（後継者不足・体制未整備等）/技術・ノウハウ（許認可・有資格等）

分析手法：経営指導員等の巡回、窓口支援/専門家派遣

成果物：経営診断報告書

(4) 分析結果の活用

①小規模事業者支援への活用

・当該事業者にはフィードバックし、翌年度の事業計画の策定等に活用する。

・経営分析を通じて、事業者の自己認識を深化させ、自らの経営課題の抽出と明確化を図る。これにより、課題解決に向けた具体的な経営目標（粗利率、廃棄率、客単価、リピート率、集客力向上など）を定量的に設定することを促す。

②内部での活用（商工会内）

・データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

前年度に経営分析を行った事業所に対し、外部専門家（中小企業診断士等）による計画策定の個別支援やセミナーの実施を行っている。伴走型支援事業の継続により、事業計画策定の重要性は会員事業者に浸透しつつある。

[課題]

- ・近年の物価高騰や村・県といった公共工事の減少、人手不足や賃上げなど、経営環境はかつてないスピードで変化しているため、環境変化に即応した、より実効性の高い計画策定支援と、時流に合わせたセミナー開催や啓蒙活動が求められる。
- ・これまでのセミナーや専門家支援を通じて、事業計画策定の意義を理解する事業者は増加しつつあるが、依然として経営に関する基礎的知識（財務・会計・戦略等）の定着には課題として残っている。

(2) 支援に対する考え方

セミナーや専門家支援を通じて、事業計画策定の意義を理解する事業者が増加しつつあるが、依然として経営に関する基礎的知識（財務・会計・戦略等）の定着には課題が残っている。

今後は、経営分析や計画策定支援を通じて、経営者自らが数値や市場動向を読み解き、課題を自ら発見・解決できる力を養うことで、経営リテラシーの向上を促していく。

最終的には、外部支援に依存せずに自ら考え行動できる「経営の自走化」を実現し、地域の小規模事業者が中長期的に持続発展できる経営体質の確立を目指す。

そのため、本計画においては以下の支援方針を策定し、体系的な学びの場を提供する。

- ・事業計画策定を通じて、経営の根幹を成す計画的な経営の実現を目指す。そのための知識と実践力の習得を支援する。
- ・事業承継の円滑な準備を通じて、企業の存続と持続性を担保するための取り組みを行う。
- ・マーケティングセミナー等を通じて、売上獲得と販路拡大に直結する、市場に合わせた戦略的な活動の実践を支援する。

(3) 目標

	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①事業計画策定事業者数	3者	3者	4者	4者	4者	5者
②セミナー開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回

※①事業計画策定事業者数全体のうち宿泊業1者、商業・建設業3者程度を実施予定。
なお、これら以外の業種についても実施。

(4) 事業内容

①事業計画の策定

目的：経営分析の結果に基づき、具体的な戦略を計画として策定することで、経営者のリテラシー向上を促す。その結果、自立的かつ持続的な事業運営体制の確立を目指す。

支援対象：基本的には「5.」にて経営分析を行った事業者、その他専門家派遣等の支援を行った事業所。

手法：事業計画策定の重要性を広く認識していただくため、基礎的な経営知識の習得を目的とし

たセミナーや、事業承継に関する理解を深めるセミナーを実施し、経営者がビジョンや戦略を自ら考えるための基礎力を養う。

その上で、経営指導員が巡回・窓口相談を通じて、事業者とともに「事業計画を策定し、計画に基づいて経営を進めることが個社の持続的発展に有効であり、独自のビジネスモデル形成にも繋がる」という認識を共有する。必要に応じて専門家と連携し、計画策定や実行に伴う具体的な課題に対応するための専門的支援を提供する。

また、セミナーで得た知識を事業者が実務に活かせるよう、奈良県商工会連合会・中小機構近畿本部等と連携しながら、専門家派遣や伴走型支援を継続的に行い、経営者のリテラシー向上と自走的な経営体制の構築を促す。

②セミナーの開催（年2回）

経営分析を行った事業者の課題に応じて、適切なセミナーを開催。課題に応じてテーマの変更可能性あり。参加人数は3～10事業所程度の少人数制を想定。

対象：経営分析を実施した、または今後経営分析を行う予定のある小規模事業者。

実施方法：

- ・当会より告知文書を、会員をはじめ村内の小規模事業者にも伝わるよう送付する。
- ・指導員等の巡回などにより周知。

講師：中小企業診断士等外部専門家

以下、現在想定されるテーマを記載する。

○事業計画策定セミナー

目的：経営を行う上で「事業計画策定の重要性と、策定のための基礎知識」について啓蒙するため。

内容：経営計画に必要な財務の知識、財務諸表の見方、経営分析の指標等

成果指標：事業計画策定件数、計画実行率

○事業承継セミナー

目的：村内の高齢化が進む事業主に対し、事業承継の必要性と重要性を早期に認識させ、公的支援機関と連携した具体的な承継支援体制の活用を促すこと。

内容：村内のデータに基づき、事業承継が「待ったなしの経営課題」であることを認識させるとともに、親族内承継から第三者承継までの多様な承継手法やプロセスを解説し、さらに商工会や事業承継・引継ぎ支援センター等の公的支援機関の活用法を具体的に紹介しながら、相続対策や計画作成の重要事項について、事例を用いた形式で理解を深める。

成果指標：セミナー参加事業所のなかから、事業承継・引継ぎ支援センターへの橋渡しや、商工会による個別支援へ移行する。

○マーケティングセミナー

目的：外部環境（市場動向）と内部環境（自社の経営資源）を把握することから始まり、SWOT分析（自社の強み、弱み、機会、脅威）を啓蒙すること。

内容：マーケティングの基礎概念から、外部環境（市場動向）と内部環境（自社の経営資源）を把握する重要性を解説し、その上でSWOT分析（強み、弱み、機会、脅威）を具体的な事例を通じて啓蒙するとともに、分析結果を具体的な経営戦略や商品・サービス開発に繋げる手法について理解を深める。

成果指標：参加事業者が、外部環境（市場機会・脅威）と内部環境（強み・弱み）を客観的に把握し、自社の経営課題を明確に言語化できるようになること。

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]

事業計画を策定する小規模事業者は徐々に増加しており、計画に基づいた経営に取り組む動きも広がりつつある。しかし、計画の進捗管理や数値の把握が十分に行われず、PDCA サイクルが継続して回っていない事業者も多い状況にある。

経営指導員による巡回指導や専門家派遣を通じて、計画の振り返りや改善点の抽出を支援してきた結果、一定の理解促進や意識向上は見られるものの、財務・戦略等の基礎知識の不足から、計画と実際の経営との間にズレが生じる事例が依然として多い。

こうした状況を踏まえ、より丁寧なフォローアップや専門家との連携による支援の必要性が高まっている。

[課題]

小規模事業者の多くが財務・会計・戦略等の基礎的知識を十分に活用できておらず、事業計画を作成しても、進捗管理や数値の把握が不十分なまま運用されている事例が多い。その結果、計画と実際の経営との間にズレが生じ、PDCA サイクルが定着しにくい状況にある。

販路開拓についても、セミナーによる知識提供に留まり、実際の取り組みや継続的な改善に結びつかないケースが多く、学んだ内容を事業者自身が自社で活用する体制づくりには課題が残っている。

こうした状況を踏まえ、経営者が自ら考え、数値を読み取り、計画を実行できる「経営の自走化」を促すため、より体系的な支援や丁寧なフォローアップ体制の強化が求められている。

(2) 支援に対する考え方

策定した事業計画を着実な成果に結びつけるためには、実行段階における継続的なモニタリングと、環境変化に応じた軌道修正（PDCA）が不可欠である。

このため、特殊な地域性や顧客ニーズの変化を的確に捉えられているか、経営指導員や専門家が定期的に伴走し、計画と実績の乖離（ズレ）や新たな経営課題を客観的に分析・検証する支援を徹底する。

支援にあたっては、単なる数値管理や代行に留まらず、事業者が自社の状況を正しく把握し、解決策を自ら導き出せるよう「経営リテラシー」の向上を促す。これにより、外部環境の変化に揺るがない、自走可能な強い経営体質の確立を目指す。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ 対象事業者数	3者	5者	6者	8者	9者	10者
頻度（延回数）	9回	13回	15回	20回	22回	24回
売上増加 事業者数	—	2者	2者	3者	4者	4者
利益率3%以上 増加の事業者数	—	3者	3者	4者	5者	5者

(4) 事業内容

1年目の経営分析および2年目の事業計画策定の成果を確実に実行に移すため、当該事業所に対する伴走型のフォローアップ支援を重点的に実施する。

具体的には、経営指導員と専門家が連携しながら、昨年度、事業計画策定支援を行った事業

所は年3回、一昨年度以前に事業計画策定支援を行った事業所のうち、必要に応じて年2回程度の巡回指導を行うことを基本としてPDCAサイクルの進捗を確認する。その際、単なる進捗管理にとどまらず、事業者自身が定量・定性データやSWOT分析を用いて自社の現状を客観的に把握し、課題解決に向けた判断ができるよう、「経営リテラシーの向上」を強く意識した指導を行う。

また、計画と実績と比較して目標達成に影響を及ぼす程度の重大な乖離（ズレ）が生じた場合には、事業者と共にその根拠を外部環境の変化（市場動向など）と内部要因の課題（実行力、コスト構造など）に分けて洗い出し、必要に応じて経営指導員の巡回支援を増やすなど手厚く支援する。また、経営戦略の根幹に関わる抜本的な計画の練り直しが必要な場合は、外部専門家と連携し、専門的な助言や早急な立て直しを図る。

さらに、意欲ある事業者に対しては、経営革新や事業承継といった新たな取組にも主体的に向き合えるよう支援を深める。最終的には、確かな経営リテラシーを習得し、事業者自身が自社の分析から計画策定、そしてPDCAサイクルを自律的に回すことができる「経営の自走化」と、中長期的な持続的発展の実現を目指す。

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

[現状]

これまでの経営発達支援計画において物産展・商談会への出展支援に取り組んできたが、製造業が少ない当村では、重点産業である観光業、商業、建設業への波及効果は限定的であった。そのため、デジタル化の推進を通じて、村内の幅広い産業に資する支援を展開することとする。また、村内事業者の多くは高齢化が進んでおり、ITリテラシーへの不安から、自社ホームページの開設やSNSを活用した情報発信に取り組めていない事業者が多い。また、既に開設している場合でも、日々の業務に追われ、情報の更新が滞っているケースや、効果的な活用方法が分からず放置されているケースが散見される。

結果として、集客や販売促進は、従来の口コミや既存客、あるいは村や観光協会等の公的な発信に依存しており、個々の事業者が自らの強みを直接顧客へ届ける力が不足している。村内は製造業が少なく、広域での物産展等による販路開拓効果も限定的であるため、個々の事業者が地理的な制約を超えて広域にPRすることができるよう、デジタル化の支援を推進することとした。

[課題]

山間僻地という地理的条件にある当村において、村外からの新たな需要を取り込み、販路を開拓するためには、インターネットを活用した広域への情報発信が不可欠である。

しかし、小規模事業者単独では「操作方法が分からない」「何を発信すれば良いか分からない」といったスキル・ノウハウ不足が大きな障壁となっている。そのため、単なる立ち上げ支援にとどまらず、事業者が自走して情報を発信し続けられるよう、継続的な伴走支援を通じてIT活用能力の底上げを図ることが急務となっている。

(2) 支援に対する方針

「村の資源を活用した村内産業の継承・発展による雇用の創出と、多様な働き方にあわせて「しごと」を続けられる十津川村を目指すこと。」（出展：第2期 十津川村こころ豊かなむら・ひと・しごと創生総合戦略より抜粋）を踏まえて、以下の事業者に支援を行う。

エリア：十津川村全域

業種：観光業、宿泊業、飲食業、小売業、特産品製造業、建設業など

対象者：村内の小規模事業者（観光関連事業者、飲食・小売業者等）

・**デジタル化推進**：SNS活用、HP開設・更新等を、経営指導員や必要に応じて専門家派遣を行う。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
デジタル化推進 事業者数	0者	2者	2者	3者	3者	3者
売上増加率5% 以上の事業者数	—	1者	1者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

目的：山間僻地という地理的ハンディキャップを克服し、商圏を村外・全国へと拡大するため、小規模事業者がIT（ホームページやSNS）を有効活用できる体制を構築する必要がある。

しかし、現状では多くの事業者がデジタルリテラシーや専門人材の不足という課題を抱えており、導入したITツールを有効に活用し、自社の強みを効果的に訴求する「情報発信力」の弱さが、商圏拡大の最大の障壁となっている。

特に、当村の基幹産業である観光業を中心に、このWebを活用した誘客や魅力発信を強化することは、宿泊のみならず村内産業全体への経済波及効果が極めて高い。

このため、単なるツール導入にとどまらず、前述の課題を克服し、自社の強みや商品を効果的に訴求する「情報発信力」を身につけさせることで、新規顧客の獲得（BtoC）や新たな取引先の開拓（BtoB）を実現し、売上拡大と経営の持続的発展につなげることを目的とする。

課題：事業者の高齢化等に伴うITスキル・ノウハウ不足による情報発信力不足。

手法：

- ・低コスト・高機能なツール「グーペ」の導入促進 …ITスキルが低い事業者でも取り組みやすい手法として、全国商工会連合会が推奨するHP作成システム「グーペ」の活用を推進する。本システムは、「テンプレートが豊富で商品・サービスのアピールが容易」「導入・維持費用が安価」「全国組織のスケールメリットにより検索優位性が高い」という利点がある。これにより、技術的・経済的ハードルを下げ、スムーズな情報発信基盤の構築を図る。

- ・専門家と連携した実践的セミナー・個別指導 …IT専門家を招聘し、経営指導員と共に「ホームページ作成・活用セミナー」や「SNS運用研修会」を開催する。単なる操作説明にとどまらず、「写真の撮り方」「購買意欲をそそる文章作成」など、集客・販売に直結する実践的なノウハウを習得させる。

- ・経営指導員による定着支援と伴走型フォローアップ …研修後、操作に不慣れな事業者や更新が滞っている事業者に対し、経営指導員が巡回指導等を通じて継続的なフォローアップ（操作支援・内容への助言）を行う。事業者が自信を持って情報を発信し続けられるようになるまで伴走することで、「作ったままでの放置」を防ぎ、着実な販路開拓・売上向上へと導く。

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]

- ・当商工会内における会議において、経営発達支援事業の進捗確認は行っているが、評価指標が定量化されていない。
- ・評価結果の公表は限定的であり、地域事業者が常時閲覧できる仕組みが不十分である。

[課題]

- ・KPI・成果指標を用いた定量的評価の仕組みを構築する必要がある。
- ・毎年度1回以上の評価・見直しの定期化と、結果を公開する体制の確立。

(2) 事業内容

1. 定量的把握

本計画の進捗状況を客観的に検証するため、以下の3つの区分ごとに設定した成果指標（KPI・KGI）について、定期的な巡回指導や窓口相談、決算指導の機会を通じてデータを収集し、進捗管理を行う。

① 村の魅力と観光業による経済循環の創出

- ・収集・管理データ：観光関連業者の「売上・利益額」、村内「観光客入込数・宿泊者数」
- ・把握手法：伴走支援対象事業者への定期巡回時にヒアリングを行い、利益率の推移を確認する。また、村や観光協会が公表する統計データを用いて入込客数・宿泊者数の動向を毎年度モニタリングする。

② 事業承継支援

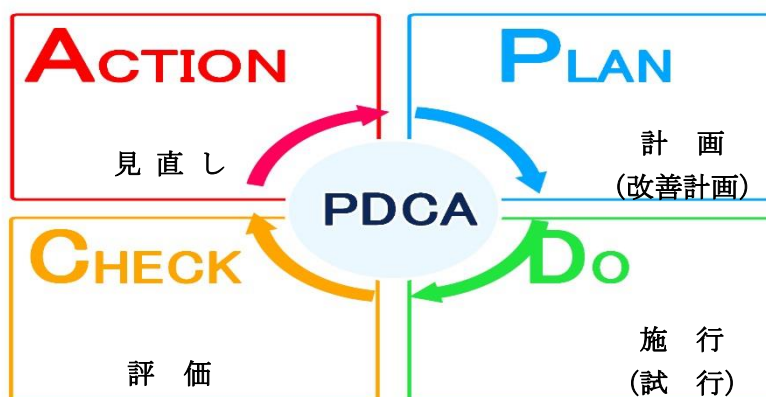
- ・収集・管理データ：「事業承継の取り組み開始事業者数」、「事業承継診断件数」、「事業承継・引継ぎ支援センターと連携した数」
- ・把握手法：経営指導員の日々の相談対応記録（支援カルテ）および事業承継・引継ぎ支援センターとの連携実績に基づき、相談件数や具体的な取り組み（計画策定着手やマッチング登録等）に進んだ件数を集計・管理する。

③ 住民生活を支える基盤産業（商業・建設業）の維持・強化

- ・収集・管理データ：支援事業者の「付加価値額（営業利益＋人件費＋減価償却費）」、「経営分析・計画策定件数」
- ・把握手法：経営分析や事業計画策定支援を実施した事業者から、毎期の決算書（財務諸表）を入手し、直近の付加価値額の推移を算出・データベース化することで、物価高騰に負けない稼ぐ力を獲得できているか定量的に把握する。

2. 評価手法

- ・外部視点を取り入れた評価体制の確立…外部有識者（中小企業診断士等）、村役場企画観光課長、経営指導員等を介した会議を年に1度行う。当商工会の内部評価だけでなく、第三者視点からの客観的な評価・助言を受けることで、事業の透明性と妥当性を確保する。
- ・半期ごとに進捗確認を行い、毎年度1回総合評価を実施する。
- ・評価は5段階評価と改善提案方式で、次年度の発達支援計画に反映する。



3. 評価・見直しの頻度

- ・年1回の総合評価と、半期ごとの進捗確認
- ・必要に応じて、地域の産業ビジョンにおける重点課題（事業承継、販路開拓等）を抽出・議論する。

4. 結果の公表方法

評価結果については事務所への常時備え付けとし、地域事業者が閲覧可能な状態を確保する。

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営指導員等は、県商工会連合会等が主催する各種研修会へ定期的に参加し、基礎的な知識習得や自己研鑽に努めている。しかしながら、実際の支援現場における提案力や課題解決のノウハウは、個人の経験年数や職務歴、得意分野などの「個のスキル」に大きく依存しているのが実情である。また、事業承継、IT活用、販路開拓など、小規模事業者が抱える経営課題は年々複雑化、高度化しており、事業者の伴走支援を担う商工会において、昨今業務の属人化が進み、担当者によって支援の質や深度にばらつきが生じている。

[課題]

個人の資質向上を図る研修の継続に加え、組織全体として成功事例や支援ノウハウを共有・蓄積する仕組みを構築し、支援レベルの標準化、底上げを図る必要がある。誰が担当しても、一定水準以上の質の高い支援を安定的かつ迅速に提供できる体制づくりが課題となっている。

(2) 事業内容

目的：小規模事業者の抱える経営課題が専門化する中、個々の経営指導員等のスキルアップを図るだけでなく、組織全体でのノウハウ共有と支援手法の標準化を推進する。これにより、特定の職員に依存しない強靱な支援体制を構築し、多様な事業者に対して均質な支援を提供することで、地域経済の担い手である小規模事業者の持続的発展に貢献し、事業者自身が自社の課題を的確に捉え、自律的な意思決定を行える「経営リテラシー」の向上と、真に自走できる強い経営体質の確立に寄与することを目的とする。

① 外部研修の活用による専門対応力の強化

県商工会連合会や中小企業庁等が主催の研修やセミナー（経営支援能力向上、事業計画策定、DX推進、コミュニケーション研修等）へ計画的に参加し、高度化する課題に対応できる知識を習得する。

② ノウハウ共有とOJTによる支援の標準化

クラウド型経営支援ツール（経営支援システム Plus「Shoko.Biz」）を導入し、支援対象となる事業者情報や支援履歴（経営カルテ）をデータ化・一元管理する。

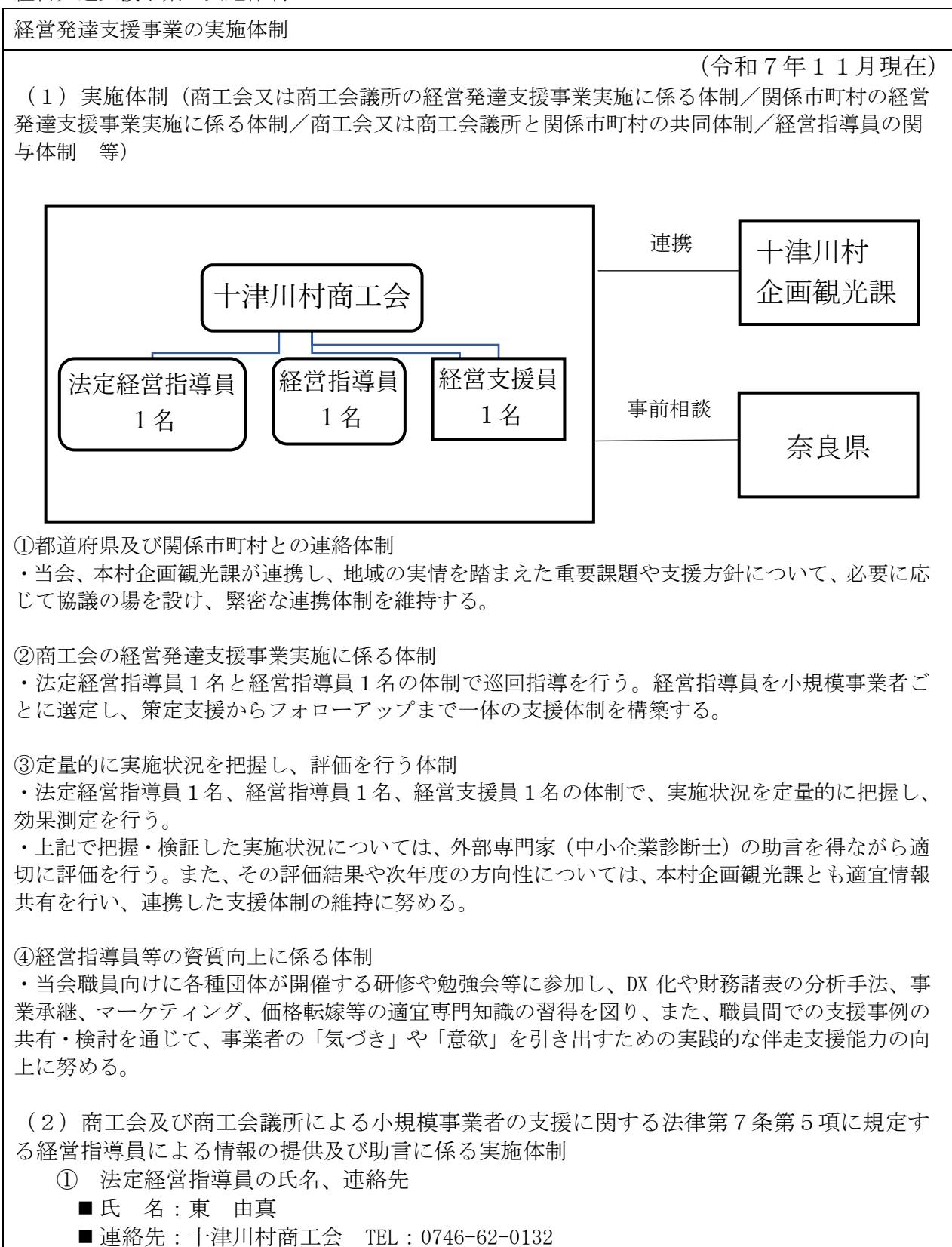
これにより、事業者属性ごとの多角的な分析・評価を可能にするとともに、成功・失敗事例を組織内で共有・蓄積することで、個人の経験則に依存しない支援体制を構築する。あわせて、蓄積されたデータやノウハウを活用したOJT（同行指導）を強化し、実務を通じた技術継承を進めることで、誰が担当してもデータに基づく効果的かつ均質な支援ができる「業務の標準化」と「戦略的な経営支援」を実現する。

③ 事業者の自走を促す対話・伴走スキルの向上

単なる指導にとどまらず、対話を通じて事業者の「気づき」を引き出す「傾聴力」や「質問技法」等を磨く。これにより、経営者が自ら課題に向き合い、主体的に意思決定（自走）できるよう導くための、質の高い伴走支援能力を養う。

(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

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 広域経済指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・東 由真は、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しない。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

③ 商工会

〒637-1333

奈良県吉野郡十津川村大字小原225番地の1

十津川村商工会

TEL : 0746-62-0132 / FAX : 0746-62-0012

E-mail : info@totsukawa.org

④ 関係市町村

〒637-1333

奈良県吉野郡十津川村大字小原225番地の1

十津川村 企画観光課

TEL : 0746-62-0004 / FAX : 0746-62-0210

E-mail : kankou@vill.totsukawa.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	2,300	2,310	2,350	2,560	2,600
○専門家派遣費 (個別相談)	2,000	2,000	2,000	2,200	2,200
○セミナー開催費 (講師謝金)	100	100	100	100	100
○チラシ作成費 (セミナー等の周知)	50	50	50	50	50
○需要動向調査費	0	10	0	10	0
○クラウド型経営支援 ツール	50	50	50	50	50
○職員の巡回支援・研 修参加等の交通費	100	100	150	150	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、共済事業等手数料収入、事業受託料収入、 国補助金、県補助金、村補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

