

経営発達支援計画の概要

実施者名	岩出市商工会（法人番号 4170005003093）、那賀町商工会（法人番号 6170005003199）、紀美野町商工会（法人番号 9170005002198）、紀の川市商工会（法人番号 9170005003361） 岩出市（地方公共団体コード 302091）、紀の川市（地方公共団体コード 302082）、紀美野町（地方公共団体コード 303046）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （１）「需要を見据えた経営の促進」の目標 １．地域需要を見据えた経営の実践支援の強化 ２．成長志向型活動への移行・発展の促進 ３．事業環境の変化に伴う経営戦略策定支援の強化 ４．デジタル化の推進 （２）「観光需要取り込みによる地域小規模事業者の発展」の目標 １．地域資源活用による商品開発・サービス展開 ２．観光需要取り込みによる販路開拓の推進
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 1年毎に地域経済動向の情報を収集・整理・分析・活用・公開する。 ４．需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品（サービス）づくりに対し、マーケットインの考え方を浸透させるため、需要動向調査を支援し、持続的発展に繋がる事業計画の策定・実践及び販路開拓に繋げる。 ５．経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営分析を行い、財務状況や強み・弱みなどの現況を深く把握し、事業計画の策定支援、策定後の実施支援を適切に行うために活用する。 ６．事業計画策定支援に関すること 小規模事業者が経済社会情勢の変化に対応し、自らのビジネスモデルを再構築するため、更なる生産性・付加価値向上が出来るようDX化推進を中心とした事業計画の策定を支援する。 ７．事業計画策定後の実施支援に関すること 四半期毎に巡回によるフォローアップを行い、策定した事業計画の進捗状況を確認しながら状況に応じた必要な支援を伴走型で取り組む。 ８．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者が取り組む販路開拓に効果的な支援メニューを提案し、事業者の持続的発展と成長的発展を目指した伴走型の支援を行う。
連絡先	岩出市商工会 〒649-6232 和歌山県岩出市荊本 77 番地の 3 TEL：0736-62-7111 FAX：0736-62-6143 E-mail：info-iwade@w-shokokai.or.jp 岩出市 事業部 産業振興課 〒649-6292 和歌山県岩出市西野 209 番地 TEL：0736-62-2141 FAX：0736-63-5841 E-mail：sanshin@city.iwade.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

海草那賀地域（紀美野町、岩出市、紀の川市）には、4商工会（紀美野町商工会、岩出市商工会、紀の川市商工会、那賀町商工会）がある。4商工会は、それぞれの地域において、半世紀以上にわたり経営改善普及事業による小規模事業者の支援に取り組んできた。また、平成26年度には、多様化・高度化する小規模事業者の支援を拡充するため、4商工会共同で「海草那賀ブロック広域経営支援センター」を立ち上げ、広域的な支援に取り組んでいる。

しかしながら、小規模事業者は、人口減少、高齢化、競争激化、地域経済の低迷といった構造変化に直面しており、抱える経営課題も変化してきている。

このような変化に対応していくためには、4商工会がこれまで行ってきた経営改善普及事業の内容を見直し、小規模事業者の経営支援をより一層強化する必要がある。

よって、4商工会は、地域小規模事業者が構造変化に対応し持続的な発展ができるよう支援を行うために、力を合わせて経営発達支援事業に取り組む。

以下、地域、小規模事業者及び商工会の現状を分析し、課題を抽出した後、課題の解決をはかるための目標を設定する。

(1) 地域の現状及び課題

①海草那賀地域の概況

< 立地 >

当地域は、大阪府に隣接した和歌山県北部に位置し、「ひと・もの・かね」が行き交う同一経済圏の地域として海草那賀地域と呼ばれ「紀美野町」「岩出市」「紀の川市」がある。

【海草那賀地域の位置図】



< 地 勢 >

紀美野町は、中央を東から西に紀ノ川の支流、貴志川が流れ、その流域に広がる丘陵地と山地からなっている。紀の川市及び岩出市は、北に和泉山脈、南に紀伊山地を控え、この間を東西に一級河川紀の川が貫流している。南部からは貴志川が紀の川に合流しており、平野部はこれらの河川に沿って発達している。北側はすぐ大阪府で、岸和田市、貝塚市、泉佐野市、泉南市に接している。

当地域の中心部から 20 km圏に和歌山市、関西国際空港があり、50 km圏には大阪都心が含まれ、20 km圏人口が約 146 万人、50 km圏人口が約 845 万人と人口集積地に近接している。

< 交通条件 >

当地域へのアクセスは、車で 20 km圏の各都市並びに関西国際空港からは約 30 分～約 1 時間、50 km圏の各都市からは 1.5～3.0 時間の時間距離である。車でアクセスしやすい地域に大きな人口集積地を抱え、観光交流等に有利な条件を有している。

【広域的位置図】



【主な交通網】

区 分		岩出市	紀の川市	紀美野町
空港	関西国際空港	20 km圏内	20 km圏内	30 km圏内
鉄道	J R 和歌山線	船戸駅 岩出駅	下井阪駅 打田駅 紀伊長田駅 粉河駅 名手駅	
	わかやま電鐵 貴志川線		大池遊園駅 西山口駅 甘露寺前駅 貴志駅	
道路	阪和自動車道	泉南 IC～20 分 和歌山 IC～20 分	上之郷 IC～20 分	海南 IC～20 分
	京奈和自動車道	岩出根来 IC	紀の川東 IC 紀の川 IC	

＜ 人口動態 ＞

当地域の人口は、約 123,000 人（2020 年 12 月現在）であり、5 年前と比べて▲1.78%減少している。人口減少の要因としては、少子高齢化に加え、若者の就業による人口流出・出産率の低下等が挙げられる。人口減少の傾向は、中山間地域である紀美野町において顕著である。

地域内小規模事業者にとって人口動態は経営上の重要な要素であり、人口減少地域は地域の活力が低下し、それに伴い小規模事業者数も減少している。

なお、地区別の特徴は次のとおりである。

◇ 紀美野町は超過疎化・超高齢化

紀美野町の総人口は 2020 年現在、8,092 人である。5 年前と比べると▲12.1%減少している。2045 年の人口は約 3,650 人となり、およそ 10 人に 6 人が高齢者になると見込まれる。



【出所】総務省 国勢調査国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口、総務省 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数



【出所】総務省 国勢調査国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口、総務省 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数

◇ 岩出市はベッドタウン、全国で 34 番目に若い街

岩出市の 2020 年の総人口は 54,072 人であり、5 年前と比べると 1.2%の増加している。また、高齢化率は 23.9%であり、全国平均 (28.2%) よりも 4.3 ポイント低い。

2045 年の総人口は約 50,100 人となり、およそ 10 人に 3 人が高齢者になると見込まれる。



【出所】総務省 国勢調査国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口、総務省 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数



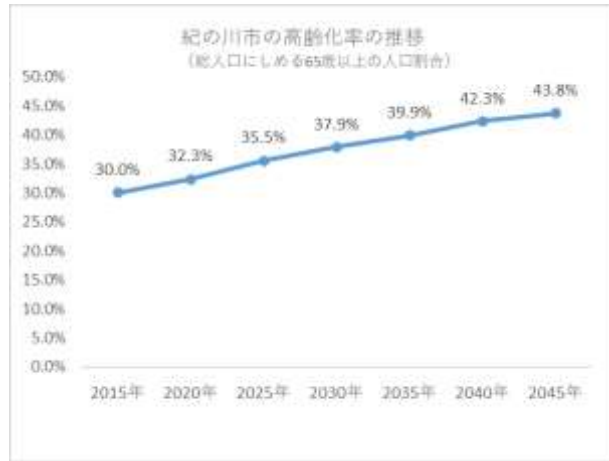
【出所】総務省 国勢調査国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口、総務省 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数

◇ 紀の川市は人口減少・高齢化が進展

紀の川市の2020年の総人口は60,878人であり、5年前と比べると▲2.8%の減少している。2045年の総人口は、約40,500人となり、およそ10人に4人が高齢者になると見込まれる。



【出所】総務省 国勢調査国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口、総務省 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数



【出所】総務省 国勢調査国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口、総務省 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数

< 地域資源 >

当地域は、自然が豊かで緑が多く、豊富な農産物、社寺仏閣を主とする文化財関係、アウトドアスポーツ関係施設、公園緑地やレジャー施設、各種の祭り・イベント、農業体験施設など、多種多様な資源がある。

- ① 自然に関しては、河川平野や段丘地、山地があり、多様で豊かな地理条件・景観を有している。
- ② 農産物に関しては、特に紀の川市は京阪神の大消費地に近い野菜・果物の産地であり、多種多様な野菜果物が年間を通して生産されている。
- ③ 特産品・加工品に関しては、特に農産加工品が多く作られている。
- ④ 神社仏閣に関しては、当地域は古代から人が住み着き、文化が栄えた地域であり、それぞれの時代に応じて、古墳や神社仏閣、及び各種の指定文化財などがある。
- ⑤ まつり・イベントに関しては、各地で伝統的な祭りや、地域産業や地域の自然生態を活かした風物詩豊かな祭りが、季節ごとに行われている。
- ⑥ 観光施設に関しては、各地域の特色を活かした施設がある。特に、民間施設であるが「めっけもん広場」(ＪＡ紀の里)、「たま駅長」(株式会社和歌山電鐵)はクリティカル・マスを超える注目度があり、地域ブランドとして確立している。

【対外的に著名な地域資源】

	紀美野町	岩出市	紀の川市
①自然	生石高原(西日本最大級のすすき大草原)		桃源郷(「あら川の桃」ブランド)
②農産物	柿 ぶどう 山椒	ねごろ大唐 なばな	八朔 いちじく 桃 柿 キウイ 清見
③特産品・加工品	しゅろ箒 家庭日用品 金山寺味噌	根来塗	多種多様な農産加工品
④寺社仏閣	野上八幡宮(国の重要文化財) 十三神社(国の重要文化財)	根来寺(日本桜の名所100選)	粉河寺(西国三番札所) 鞆淵八幡神社(国の重要文化財) 三船神社(国の重要文化財)
⑤まつり・イベント	きみの夏祭り 紀美野町農林商工まつり	いわで夏まつり・いわで楽市 紀州根来寺かくばん祭り	粉河祭り(紀州三大祭り) 紀の川市民まつり
⑥観光施設(民間施設を含む)	みさと天文台 (日本屈指の反射望遠鏡)	旧和歌山県議会議事堂 (国の重要文化財) 県植物公園緑化センター ねごろ歴史の丘(道の駅) 根来さくらの里(道の駅)	めっけもん広場(農産物産直) 青洲の里(道の駅) たま駅長(わかやま電鐵) 紀の川フライトパーク いちご狩り 龍之渡井

< 観 光 >

令和2年は新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴い、観光関連施設の臨時休業をはじめ、府県間の往来の自粛や各地でのイベントの中止等により、前年比で日帰り・宿泊客数ともに大幅に減少し、当地域での日帰り客数は対前年度比74%、宿泊客数は対前年度比51%まで落ち込んだ。

当地域(海草那賀地域)への観光客数は、令和2年現在、約290万人である。これは、和歌山県全体の観光客数約2,478万人の11.7%となる。

また、宿泊客と日帰り客の内訳を見ると、当地域への宿泊客の約4.8万人であり、和歌山県全

体の宿泊客数約 324 万人の 1.5%である。これに比べて日帰り客は和歌山県全体の 13.3%を占めており、よって、当地域は、滞在期間（時間）が短い、立ち寄り型・点的観光地であると言える。

【観光客推計表】

（単位：人）

地 区	観光客総数			うち宿泊客			うち日帰り客		
	令和元年	令和2年	対前年比	令和元年	令和2年	対前年比	令和元年	令和2年	対前年比
和歌山県	35,432,866	24,784,172	69.9%	5,502,058	3,243,968	59.0%	29,930,808	21,540,204	72.0%
海草那賀地域	3,917,653	2,909,511	74.3%	93,844	48,716	51.9%	3,823,809	2,860,795	74.8%
構成比率 （当地域／県）	11.1%	11.7%		1.7%	1.5%		12.8%	13.3%	

（地区別内訳）

紀美野町	483,879	398,396	82.3%	36,730	29,695	80.8%	447,149	368,701	82.5%
岩出市	1,719,633	1,239,122	72.1%	45,340	12,868	28.4%	1,674,293	1,226,254	73.2%
紀の川市	1,714,141	1,271,993	74.2%	11,774	6,153	52.3%	1,702,367	1,265,840	74.4%

資料：令和2年観光客動態調査報告書（和歌山県）

当地域の観光客を観光目的別に見ると、最も観光客数が多いのは「観光施設」の約 109 万人である。特に、紀の川市にある農産物の産地直販型大型店「JA 紀の里ファーマーズマーケットめっけもん広場」には、毎年 80 万人を超える買い物客が訪れている。

2 番目に多いのが、「社寺参詣」の約 80 万人である。当地域には、古墳や神社仏閣及び各種の指定文化財などがあり、特に対外的に著名な根来寺・粉河寺への観光客が多い。

3 番目、4 番目は「風景・自然鑑賞」「スポーツ・ゴルフ・ハイキング」の順番となる。当地域には、ゴルフ場やパラグライダーなどのアウトドアスポーツ施設、ハイキングコースなどがあり、豊かな自然の中でスポーツ・レクリエーションを楽しむ観光客が多い。

また、「花見」は約 18 万人が当地域に訪れ、和歌山県全体の 43%を占める割合となっている。

当地域は、京阪神の大消費地に近く、都市部からの小旅行地として車での日帰りレクリエーションが可能であり、都市部にはない魅力ある地域資源が多く、観光交流に有利な条件を有している。しかし、実際に利用され、知名度が高い地域資源は限られており、地域内資源相互の連携が弱くネットワークも形成されていない。そのために、滞在時間が短く、立ち寄り型の観光地、点的観光地となっており、選ばれる観光交流地域としての地域ブランド力や認知度は低い。

【観光客の目的別推計表】

（単位：人）

地区／観光目的	海水浴・川泳ぎ	キャンプ	スポーツ・ゴルフ・ハイキング	釣り	花見	観光農園	温泉・休養	社寺参詣	風景・自然鑑賞	観光施設	その他	合計
和歌山県	924,051	151,677	1,956,683	567,426	413,777	64,987	3,139,897	5,635,407	1,920,661	6,038,314	3,971,292	24,784,172
海草那賀地域	5,087	32,064	274,834	4,868	180,790	3,680	35,530	809,183	432,199	1,009,475	121,801	2,909,511
構成比率 （当地域／県）	0.6%	21.1%	14.0%	0.9%	43.7%	5.7%	1.1%	14.4%	22.5%	16.7%	3.1%	11.7%

（地区別内訳）

紀美野町	5,087	27,983	151,497	2,906	630	298	5,261	38,010	63,148	91,458	12,118	398,396
岩出市	0	0	27,375	0	170,460	0	0	571,873	305,209	64,385	99,820	1,239,122
紀の川市	0	4,081	95,962	1,962	9,700	3,382	30,269	199,300	63,842	853,632	9,863	1,271,993

資料：令和2年観光客動態調査報告書（和歌山県）

< 大阪万博 2025 >

大阪万博 2025 は 2025 年 4 月 13 日から 10 月 13 日の期間に大阪港の人工島の一つである夢洲（ゆめしま）で開催される万国博覧会である。新型コロナウイルス感染拡大の影響により東京五輪が当初ほどの経済効果を見込めない中で、3 年後に開催される大阪万博の経済効果に注目が集まっている。

現在のところ、想定来場者数は約 350 万人のインバウンド（訪日外国人客）を含む約 2,800 万人、経済波及効果は（試算値）約 2 兆円と見積もられている。新型コロナウイルスの感染拡大により、万博開催前の観光収入は減少する可能性があるが、それでも大阪万博による経済の波及効果は十分に見込めるものと考えられる。

また、万博を契機にして大阪圏及び関西圏の交通の便が改善することで、経済効果を期待する声も多い。特に関西国際空港へのアクセスが良さから、隣接する近隣地域を訪れる観光客が増えることが予想される。

1. テーマ・サブテーマ・コンセプト

テーマ：**いのち輝く未来社会のデザイン**

“Designing Future Society for Our Lives”

サブテーマ：多様で心身ともに健康な生き方
持続可能な社会・経済システム

真の豊かさを感じられる生き方、それを可能にする経済・社会の未来像を参加者で共創。

コンセプト：未来社会の実験場 “People’s Living Lab”

2. 日本・関西・大阪で開催する意義

- ① 未来社会で鍵となる科学・技術力、利他精神、アニメ等の文化
- ② アクセス等の利便性や治安が世界最高レベル
- ③ 多様な価値に対して寛容
- ④ 自然災害を乗り越え、自然と共生した持続可能な社会を提示

3. 基本事項

- ① 開催場所
夢洲（大阪市臨海部）
- ② 開催期間
5/3～11/3(185日間)
- ③ 入場者(想定)
約2,800万人
- ④ 会場建設費(想定)
約1,250億円
- ⑤ 経済波及効果（試算値）
建設費約0.4兆円 運営費約0.5兆円 消費支出約1.1兆円



資料：経済産業省 大阪・関西万博の概要について

②域内小規模事業者の現状と課題

＜小規模事業者数＞

平成 28 年の経済センサスによると、海草那賀地域の商工業者数は 3,786 者である。その内 81.9% が小規模事業者である。

小規模事業者は平成 26 年と比べて▲1.7%減少し、3,100 者となっている。なお、例外的に岩出市の小規模事業者は増加している。これは、和歌山市や大阪都市圏の郊外都市として、子育て世代を中心とした流入人口の増加に伴うものである。

地 区	業 種	平成26年度			平成28年度			増減	
		商工業者		割合	商工業者		割合	商工業者	
			小規模事業者			小規模事業者			小規模事業者
海草那賀地域	建設	441	432	98.0%	431	424	98.4%	△ 10	△ 8
	製造	418	341	81.6%	410	331	80.7%	△ 8	△ 10
	卸売・小売	1,162	883	76.0%	1,171	878	75.0%	9	△ 5
	飲食・宿泊	430	325	75.6%	431	324	75.2%	1	△ 1
	サービス	747	651	87.1%	727	639	87.9%	△ 20	△ 12
	その他	634	523	82.5%	616	504	81.8%	△ 18	△ 19
	合 計	3,832	3,155	82.3%	3,786	3,100	81.9%	△ 46	△ 55
(地区別内訳)									
紀美野町	建設	77	76	98.7%	76	75	98.7%	△ 1	△ 1
	製造	88	78	88.6%	89	80	89.9%	1	2
	卸売・小売	156	148	94.9%	153	141	92.2%	△ 3	△ 7
	飲食・宿泊	33	30	90.9%	38	35	92.1%	5	5
	サービス	73	66	90.4%	71	66	93.0%	△ 2	0
	その他	41	37	90.2%	40	33	82.5%	△ 1	△ 4
	合 計	468	435	92.9%	467	430	92.1%	△ 1	△ 5
岩出市	建設	121	116	95.9%	122	120	98.4%	1	4
	製造	80	66	82.5%	75	61	81.3%	△ 5	△ 5
	卸売・小売	390	265	67.9%	407	266	65.4%	17	1
	飲食・宿泊	203	131	64.5%	207	130	62.8%	4	△ 1
	サービス	295	244	82.7%	283	239	84.5%	△ 12	△ 5
	その他	246	199	80.9%	255	208	81.6%	9	9
	合 計	1,335	1,021	76.5%	1,349	1,024	75.9%	14	3
紀の川市	建設	243	240	98.8%	233	229	98.3%	△ 10	△ 11
	製造	250	197	78.8%	246	190	77.2%	△ 4	△ 7
	卸売・小売	616	470	76.3%	611	471	77.1%	△ 5	1
	飲食・宿泊	194	164	84.5%	186	159	85.5%	△ 8	△ 5
	サービス	379	341	90.0%	373	334	89.5%	△ 6	△ 7
	その他	347	287	82.7%	321	263	81.9%	△ 26	△ 24
	合 計	2,029	1,699	83.7%	1,970	1,646	83.6%	△ 59	△ 53

資料：平成 28 年度経済センサス

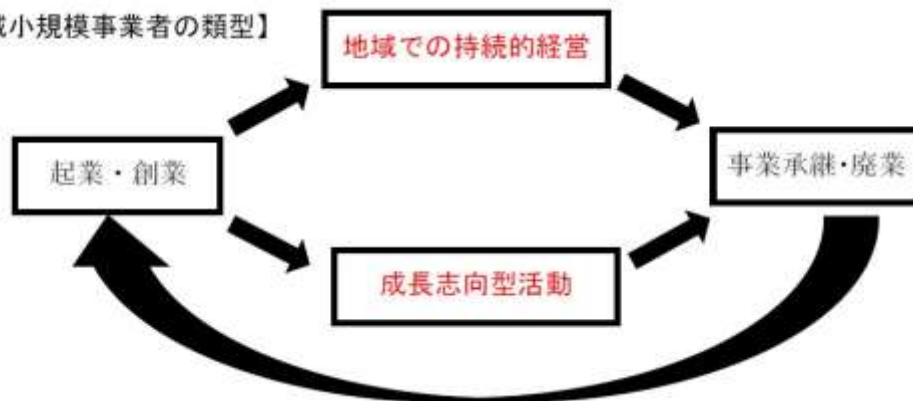
＜小規模事業者の類型化＞

地域に 3,100 者存在する小規模事業者に対して、効果的な経営発達支援計画を策定するためには、小規模事業者を類型化して分析する必要がある。類型化については、業種毎に一律に類型化を行うのではなく、中小企業庁「小規模企業の振興を図るための施策のあり方について－小規模企業基本政策小委員会報告書－（平成 26 年 2 月）」の考え方（手法）に倣い、経営課題に応じて類型化を行うことにした。具体的には、既存の小規模事業者を①地域での持続的経営を行っている者（主に地元需要を賄う小規模事業者）と②成長志向型活動を行っている者（地域外の需要を積極的に取り込む活動を行っている小規模事業者）に類型化を行った。

この類型によると、域内の小規模事業者のほとんどが①「地域での持続的経営を行っている者」に含まれる。また、一部ではあるが②「成長志向型活動を行っている者」が存在する。

以下この類型に着目して現状を分析し課題を抽出する。

【地域小規模事業者の類型】



＜地域で持続的経営を行っている小規模事業者の現状＞

1. 岩出市・紀の川市西部の幹線道路沿いに商業集積

岩出市及び紀の川市西部の幹線道路（国道 24 号線）沿いに大型店の進出が相次いでいる。また、幹線道路沿いのテナントに小規模事業者（小売・飲食・サービス）の出店も増加し、商業集積が進んでいる。

2. 地元需要を賄う経営スタイルが多い

小規模事業者の商圈は狭く、ほとんどが地元需要を賄う経営スタイルである。同時に、地域の人間関係や立地環境に依存しており、簡単に当該地域を離れることが困難である。

3. 商圈人口の減少・高齢化の脅威

地元需要を賄い、簡単に当該地域を離れることが困難な小規模事業者にとって、商圈人口の減少・高齢化が大きな脅威となっている。

4. 購買スタイルの変化による消費流出

I T 技術の発達、普及により消費者の購買スタイルが変化し、インターネットを通して地域外から商品等を購入する人が増えてきている。地域外からの同業他社（大手通販）の参入との競争の激化、業務のスピード化や顧客ニーズへの対応の要求が増大している。

5. 都市部への消費流出

近隣の和歌山市郊外・大阪南部に大型ショッピングモールが進出し、道路交通アクセスの発達に伴い、都市部への消費流出が増加している。

6. 経営者層の高齢化

経営者層の高齢化に伴い、後継者不足、事業承継や廃業の問題が顕在化してきている。

7. 経営課題の抽出・対応が不十分

地域に特化した経済動向データが少なく、また人的資源が不足している小規模事業者が独自調査することは困難なため、現状分析による経営課題の抽出が不十分であり、対応方針が検討できていないケースが多い。

8. 廃業・空き店舗の増加

前述の要因により、売上が減少し経営の維持が困難となっている事業所が廃業を余儀なくされ、古くからの商店や商店街では空き店舗が増加している。

9. 地域で持続的経営を行っている小規模事業者の潜在力

地域で持続的経営を行っている小規模事業者の中には、高い技術や独自性があり、取り組み次第で、付加価値を上げ、成長志向型活動に移行できる能力を持った事業者が見受けられる。

10. 需要を見据えた経営の対応が不十分

新型コロナウイルス感染症をきっかけとした社会変容のトレンドや、消費者の新たなニーズを的確につかみ、販路開拓や新事業の創出につなげていくことへの対応が不十分である。

11. ビジネスモデル再構築への取り組みが困難

事業環境が大きく変化するなかで、今後の事業を持続可能なものとしていくため、ビジネスモデルを再構築することが必要であるが、取り組みが経営体力的にも困難である。

12. 競争力を高めるＩＴデジタル化の対応が不十分

事業環境が大きく変換し、今後ますます社会のデジタル化が進んでいくと見込まれる中、ＩＴデジタル化についての検討及び対応がほぼ出来ていないのが現状である。

13. 財務基盤と感染症の影響を踏まえた経営戦略の不足

小規模事業者における経営環境が変化するなか、資金繰り及び財務に対する意識、また、業績との関係性の分析がなされていないため、対応が遅れるとともに、時代の変化に合わせて経営戦略の見直しに取り組むことが出来ていない。

14. 生産性の向上への取り組みの遅れ

人材不足や働き方改革の影響のもと小規模事業者における経営環境は非常に厳しいが、生産性の向上を図るための取り組みがなされていない。

<成長志向型経営を行っている小規模事業者の現状>

1. 産地直販・6次産業化・ネット通販の活用

紀の川市には、都市部からは新鮮な農産物を求めて大勢の買い物客が訪れている。特に農産物の産地直販型大型店「JA紀の里ファーマーズマーケットめっけもん広場」の年間利用客は80万人を超え、そのうち70%以上が他府県からの買い物客である。これに伴い、産地直販や地域の豊富な農産物を活かした6次産業化による経営に取り組み、ネット通販を活用するなどして売上を伸ばしている小規模事業者や創業者の例が見受けられる。

2. 中山間地域を活用したカフェ

紀美野町では、中山間地域のロケーションを活用したお洒落なカフェが急増している。行列のできる店舗もあり、地域外や他府県からの来客も多い。マスコミにも再三取り上げられるなど、カフェの町として有名になりつつある。

3. ベッドタウンニーズへの対応

岩出市では、大型店との競合が激化しているなか、ベッドタウン化の進展を捉えた飲食店・生活関連サービス業が伸びており、地域外の需要を取り込んでいる例が多い。

4. インターネットの普及に伴う競争の激化

インターネットの普及に伴い、それを活用して売上を伸ばす事業所がいる一方、大手や同業他社との競争が激化し、価格競争を余儀なくされ、シェアを奪われる事業者が増えてきている。要因としては、競合との差別化をはかれていない又はターゲットに対し自社の商品やサービスの強みを十分訴求できていないことなどがあげられる。

5. 市場調査・商品開発・プロモーションの弱み

成長志向型活動を行っている小規模事業者は、一部の成功事例を除き、大部分が十分な成果を上げられていない現状がある。要因としては、小規模が故の市場調査・商品開発・プロモーションの弱さがあげられる。

6. 需要を見据えた経営の対応が不十分

新型コロナウイルス感染症をきっかけとした社会変容のトレンドや、消費者の新たなニーズを的確につかみ、販路開拓や新事業の創出につなげていくことへの対応が出来ている事業所がいる一方、不十分な事業所も多い。

7. ビジネスモデル再構築への取り組みに課題

事業環境が大きく変化するなかで、販路開拓や新事業の創出につなげていくため、ビジネスモデルを再構築する必要があるが、従来からのビジネスモデルの延長線上で成長への取り組みを行う事業所が多い。

8. 競争力を高めるＩＴデジタル化の対応が不十分

事業環境が大きく変化するなかで、今後ますます社会のデジタル化が進んでいくと見込まれる中、ＩＴデジタル化についての対応が出来ている事業所がいる一方、検討及び対応が出来ていないの事業所も多いのが現状である。

9. 財務基盤と感染症の影響を踏まえた経営戦略の不足

小規模事業者における経営環境が変化するなか、資金繰り及び財務に対する意識、また、業績との関係性の分析がなされていないため、対応が遅れるとともに、時代の変化に合わせて経営戦略の見直しに取り組むことが出来ていない事業所は多い。

10. 生産性の向上への取り組みの遅れ

人材不足や働き方改革の影響のもと小規模事業者における経営環境は非常に厳しく、生産性の向上を図るための取り組みがなされていない事業所は多い。

<地域小規模事業者の課題>

前述「小規模事業者の類型毎の現状」から抽出した課題を以下にまとめる。

1. 需要の変化・減少に対応する売上の維持・拡大が最大の課題

地域で持続的経営を行っている小規模事業者の商圏は狭く、ほとんどが地元需要を賄う経営スタイルである。同時に、地域の人間関係や立地環境に依存しており、簡単に当該地域を離れることが困難である。

よって、小規模事業者が進展する人口減少・少子高齢化社会で持続的に経営を行っていくためには、地域における需要の変化・減少に敏感に対応し、売上を維持・拡大することが最大かつ喫緊の課題である。

2. 小規模事業者の強みを活かし、需要を見据えた経営及びビジネスモデル再構築を行う必要性

地域で持続的経営を行っている小規模事業者は、大企業や中堅企業との競争の中、顔の見える顧客との関係を積極的に活用して事業を行っている。そのため、顧客ニーズの変化に敏感に対応しやすいという「小規模事業者ならではの強み」がある。この強みを活かすことが、前記 1 の課題を克服するための重要な要素となる。そして、顧客との接点を密にしながら、人口の高齢化に伴う買い物弱者等の利便性を向上させるなど新たな商業サービスの掘り起しや充実をはかり、多様な商品・サービスを提供していく「需要を見据えた経営を行う」ことが生き残りの鍵となる。

また、事業環境の変化に合わせ、新製品の開発や新事業分野への進出などビジネスモデル再構築を含め柔軟な対応が求められる。著しい経営環境の変化を転機と捉え、顧客のニーズや自社の強みに着目し、事業を見直すことも重要である。

3. 更なる生産性及び付加価値向上の必要性

一方、成長志向型経営を行っている小規模事業者を取り巻く環境は、①競争が激化すると同時に、②新たな需要を取り込める可能性や、③インターネットを通じ新たに幅広い商圈に直接アプローチできる可能性も増加している。

このような環境において、小規模事業者が新たな潮流を捉えるためには、前記 2「強みを活かし、需要を見据えた経営」に加え、生産性を上げ、高付加価値化を進めることにより、イノベーションを実現していくことが重要となる。

4. DX化の必要性

コロナ禍を契機とした、事業の非接触化・省力化・効率化や新たな事業展開を図るためには、デジタル技術を活用したビジネスの変革に取り組むことが重要である。しかしながら、デジタル化推進に向けては、アナログな文化・価値観の定着といった組織的な課題や明確な目的・目標が定まっていないといった事業方針上の課題がある。

5. 情報発信・売り込み強化

また、前記 2 及び 3 の成果をターゲットに訴求することが重要である。そのための基礎的な体力として、小規模事業者自身による情報発信や売り込みのスキルを向上させることが必要となる。

6. 外需取り込みの必要性

2020 年の 3 月まで急激に成長していたインバウンド需要は、新型コロナをきっかけに現在は大きく縮小している。しかしながら、2025 年には大イベントなる大阪万博が予定されている。2025 年の大阪万博での動員数は 2,800 万人、経済効果は 2 兆円と想定されている。これは大阪中心とした関西地方に大きな経済効果がもたらされることとなり、関西国際空港から車でアクセスしやすい当地域にも経済効果の影響が出ることが期待される。大阪万博まであと 3 年。今から外需の取り込む対策をしておくことで、外国人観光客の集客や大阪万博でもたらされる経済効果によって売上も大きく変わってくると考える。

③商工会の取組みの現状と課題

<商工会の取組みの現状>

1. 支援体制

海草那賀地域では、小規模事業者の類型による役割分担を行い、①地域での持続的経営を行っている小規模事業者の支援は単位商工会、②成長志向型活動を行っている小規模事業者の支援は、海草那賀ブロック経営支援センター（以下「経営支援センター」という。）にて対応している。なお、経営支援センターは、平成 26 年度に多様化・高度化する小規模事業者の相談に対応するために海草那賀地域の四つの商工会が共同で設置した機関である。

【単位商工会と経営支援センターの役割分担】



2. 地域で持続的経営を行っている小規模事業者の支援

海草那賀地域には、4つの商工会があり、小規模事業者（約3,100者）の経営に関する相談（年間約7,550件）について、経営指導員（13名）が従事し、巡回・窓口指導を通じて基礎的な経営指導を行っている。ここでは、主に記帳指導や税務指導等、小規模事業者の経営資源の不足を補完することに重点を置いている。

しかしながら、前述した地域小規模事業者の最大の課題である「需要の変化・減少に対応する売上の維持・拡大」に対応していくためには、現行の基礎的な経営指導による個社支援だけでは限界がある。

【商工会別の小規模事業者数及び職員数】

地区	商工会名	小規模事業者	職員数			
			経営指導員	経営支援員	その他	計
紀美野町	紀美野町商工会	430者	3名	1名	2名	6名
岩出市	岩出市商工会	1,024者	3名	1名	2名	6名
紀の川市	紀の川市商工会	1,423者	6名	3名	5名	14名
	那賀町商工会	223者	1名	1名	2名	4名
合 計		3,100者	13名	6名	11名	30名

【商工会別の経営改善普及事業の指導実績件数】

地区	商工会名	巡 回	窓 口	計
紀美野町	紀美野町商工会	1,104	1,307	2,411
岩出市	岩出市商工会	317	1,063	1,380
紀の川市	紀の川市商工会	425	3,041	3,466
	那賀町商工会	85	217	302
合 計		1,931	5,628	7,559

3. 成長志向型活動を行っている小規模事業者の支援

経営支援センターによる支援は、成長志向型活動を行っている小規模事業者を対象に、中小企業・小規模事業者に対する国県補助金等の申請支援を中心に行っている。

現在、人員は4名（経営指導員1名×4商工会）であり、全員単位商工会の業務と兼務している状況である。

今後は、前述した成長志向型活動を行っている小規模事業者の課題である「更なる生産性・付加価値の向上」や「情報発信・売り込み強化」に対応するには現行の体制では不十分であることが懸念される。そのため、経営支援センターの人員見直し、専任化、資質向上、専門家の活用など、支援機能を拡充する必要がある。

4. 地域振興事業

当地域は、豊富な農産物、様々な歴史文化資源、豊かな自然環境、京阪神圏に近接した立地環境など観光交流のための素材（地域資源）や立地環境に恵まれている。単位商工会においても、特産品の開発及びPR・地域の祭り・イベントなどに積極的に参画し地域振興に寄与しているところである。

しかしながら、実際に利用され、知名度が高い地域資源は限られており、地域資源相互の連携が弱くネットワークも形成されていない。そのため、観光客の滞在時間が短く、立ち寄り型の観光地、点的観光地となっており、選ばれる観光交流地域としての地域ブランド力や認知度はまだまだ低い。また、地域振興事業を通じて小規模事業者の売上維持・拡大に十分繋がっていないのが現状である。

要因としては、①域内商工会の連携やネットワークが不十分であり、地域資源と立地条件を活かしきれていない、また、②域内小規模事業者による観光交流客の受け入れ体制も不十分であることがあげられる。

<商工会の取組みの課題>

前述「商工会の取組みの現状」から抽出した課題を以下にまとめる。

1. 小規模事業者に事業機会を提供していく必要

進展する少子高齢化・人口減少社会に向けて、商圏が狭く周囲の経済社会情勢の影響を受けやすい小規模事業者の経営については、自助努力・個社支援だけでは限界がある。

今後は、これまで別々に展開してきた地域振興事業について、域内商工会が連携しネットワークを形成することにより、農商工連携による観光交流人口への対応など地域と連携した取り組みによる活性化方策を検討し、地域ぐるみにぎわい創出、地域ブランドを活かした魅力ある商品、サービスの展開、さらにはこれらの地域の魅力向上と観光をセットにした観光交流人口の増加策など、地域全体を活性化するための面的な支援に取り組み、小規模事業者に事業機会を提供して行く必要がある。

2. 需要を見据えた事業計画の策定支援

進展する少子高齢化・人口減少社会に向けて、小規模事業者の最大の課題である「需要の変化・減少に対応する売上の維持・拡大」に対して効果的な支援を行うには、従来の基礎的な経営指導では限界がある。今後は、顧客ニーズなど需要側に着目して、需要を掘り起こしていく、又は需要を引き寄せていくことが必要となる。そのためには、小規模事業者の販売する商品・サービスの需要動向に関する情報の収集、整理、分析及び提供を行い、小規模事業者が経済社会情勢の変化に対応し、顧客ニーズや自らの強み・弱みを踏まえ、需要を見据えた事業計画を策定し、実践できるよう支援を行う必要がある。

3. 同一商圏内の単位商工会の連携

前述の課題を克服し、小規模事業者支援をより一層効果的・効率的にするためには、①同一商圏内の単位商工会間の指導ノウハウの共有・活用・連携が不可欠であり、②既存の連携支援組織体制である「海草那賀ブロック広域経営支援センター」を活用、機能拡充することにより、スケールメリットを活かした取り組みを行う必要がある。

また、行政や支援関係機関との連携を密にし、地域ぐるみで支援ができるよう体制を整備する必要がある。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

海草那賀地域の商工業の約８割を占める小規模事業者は、地域経済の活性化や雇用の創出はもとより、地域社会の活力を維持していく上でも、極めて重要な役割を担っている。

しかしながら、地域小規模事業者は、進展する人口減少・高齢化・競争の激化、地域経済の低迷といった構造変化に直面しており、需要の変化・減少に対応する売上の維持・拡大が最大の課題となっている。

そのような厳しい経営環境において、地域小規模事業者が持続的に事業を発展させていくためには、地域内外の需要動向や自らの強みを分析し、新たな需要を獲得するために事業を再構築していくことが必要であるが、これらの取組を独力で行うことは、多くの小規模事業者にとって容易ではない。

よって、４商工会は、小規模事業者による意欲ある取組を強力に支援し、小規模事業者の持てる力を最大限に引き出していくため、これまでの経営改善普及事業に加え、自らの強みである「伴走型」支援の特色を活かし、地域小規模事業者の身近な支援機関として、

岩出市「第３次岩出市長期総合計画」

・基本計画第５章「にぎわいと輝きのあるまちづくり」

紀の川市「第２次紀の川市長期総合計画」

・基本計画第３章「商工業の振興」、「観光資源を発掘・活用した観光振興」

紀美野町「第２次紀美野町長期総合計画」

・基本方針「活力ある産業のまちづくり（産業振興・観光）」

を踏まえ、次の二つを柱にした事業に連携して取り組み、地域小規模事業者の長期的な振興をはかる。

＜需要を見据えた経営の促進＞

地域小規模事業者の最大の課題である「需要の変化・減少に対応する売上の維持・拡大」の解決をはかるために、地域小規模事業者が「需要を見据えた経営」を実践できるよう４商工会が連携し、地域小規模事業者の４つの類型に応じたきめ細やかな伴走型支援を次のとおり行う。

- ① 地域の小規模事業者のほとんどを占める「地域での持続的経営」行っている小規模事業者が、地域で進展する人口減少・少子高齢化社会に対応し、地域の需要を見据えた事業計画を策定・実践することにより持続可能な経営を行い発展していけるよう支援する。
また、これにより潜在力を引き出し、地域外の需要を取り込むなど「成長志向型活動」への移行を促す。
- ② 「成長志向型活動」を行っている小規模事業者が、新たな潮流を捉え、更なる生産性、付加価値向上に取り組み、その成果をターゲットに訴求できるよう情報発信・売り込み強化などによる販路開拓を支援する。
また、事業環境の変化に合わせ、新製品の開発や新事業分野への進出などビジネスモデル再構築を含め柔軟な対応が求められるため、この変化を転機と捉えたうえで、顧客のニーズや自社の強みに着目し、事業再構築の策定を支援する。
さらに、事業の非接触化・省力化・効率化や新たな事業展開を図るための、デジタル技術を活用したビジネスの変革に取り組むことが重要であるため、小規模事業者のデジタル化推進に向けての取り組みを支援する。

＜観光需要取り込みによる地域小規模事業者の発展＞

海草那賀地域は、京阪神の人口集積地に近く、都市部にはない魅力ある地域資源（豊かな自然、農産物等）が多く、観光交流に有利な条件を有している。

また、地域小規模事業者の中には、地域の強み・自らの強みを活かして成長志向型活動を展開し地域外の需要を獲得している者や、地域の強み・自らの強みを活かした事業を再構築することにより成長志向型活動に移行できる能力を有する者が存在する。

これら地域の観光資源と小規模事業者の持てる力を最大限に引き出し、有機的に連携させたいことで、地域外の活力を呼び込み、地域全体としての事業力・経済力の向上をはかる。これにより、地域小規模事業者に事業機会を提供し、持続的な事業の発展を促す。

（３）経営発達支援事業の目標

長期的な産業振興のあり方や岩出市「第３次岩出市長期総合計画」、紀の川市「第２次紀の川市長期総合計画」、紀美野町「第２次紀美野町長期総合計画」に記載された本市町経済の現状と課題、取り組み目的を踏まえ、小規模事業者に対して長期的な振興（「需要を見据えた経営の促進」「観光需要取り込みによる地域小規模事業者の発展」）を目指し、以下の通り目標を設定する。

海草那賀ブロック地域の人口が減少に転じる中、小規模事業者の持続的成長発展のためには、市場の確保と新たな事業展開等が必要となる。そこで、第２期の目標として、こうした環境変化に迅速に対応できる経営力の強化及び新たなビジネス機会の開拓支援を行うなど、多様な経営課題への対応力を高める。

<「需要を見据えた経営の促進」の目標>

- １． 地域需要を見据えた経営の実践支援の強化
- ２． 成長志向型活動への移行・発展の促進
- ３． 事業環境の変化に伴う経営戦略策定支援の強化
- ４． デジタル化の推進

<「観光需要取り込みによる地域小規模事業者の発展」の目標>

- １． 地域資源活用による商品開発・サービス展開
- ２． 観光需要取り込みによる販路開拓の推進

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方針

「地域の現状及び課題」や「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、新たな経営発達支援計画で掲げた目標達成に向け、常に身近で支援を行っている経営指導員が、事業者の課題を的確に把握・理解・対応できる能力を身に付けて、伴走型支援を行うことで「需要を見据えた経営の促進」及び「観光需要取り込みによる地域小規模事業者の発展」を推進していく方針である。

<需要を見据えた経営の促進>

1. 地域需要を見据えた経営の実践支援の強化

「地域での持続的経営」を行っている小規模事業者が、多様化する地元の需要を賄うと共に地域の潜在的な需要の創造・掘り起こしをはかり、持続可能な経営を行い発展していけるよう事業計画の策定・実践を伴走支援する。

2. 成長志向型活動への移行・発展の促進

「地域での持続的経営」を行っている小規模事業者の潜在力を引き出し、地域外の需要を取り入れるよう事業計画策定・実践を伴走支援する。また、「成長志向型活動」を行っている小規模事業者が、新たな潮流を捉え、更なる生産性・付加価値向上ができるよう事業計画の策定・実践を伴走支援する。

3. 事業環境の変化に伴う経営戦略策定支援の強化

事業環境が大きく変化するなかで、今後の事業を持続可能なものとしていくため、また、販路開拓や新事業の創出につなげていくため、財務状況を把握したうえで、事業環境の変化に伴う生産性の向上も含めたビジネスモデル再構築及び事業再構築の計画策定・実践を伴走支援する。

4. デジタル化の推進

D Xに向けて、小規模事業者に今後のデジタル化の重要性を訴求し、経営者及び事業所全体の意識改革を促し、それに伴い I T ツールの利活用、業務プロセスの見直しなど小規模事業者がデジタル化への取組を邁進してもらうよう積極的に推進する。

<観光需要取り込みによる地域小規模事業者の発展>

1. 地域資源活用による商品開発・サービス展開

海草那賀地域の独自の魅力を持つ「地域資源」の持続的な発展・再生産の仕組みを構築し、地域の小規模事業者の活力を最大限に発揮していくため、事業の掘り起こしから事業者の現状の棚卸し、アイデアの創出、商品化及びサービス展開に至るまで小規模事業者が持続可能な経営を行い発展していけるよう伴走支援する。

2. 観光需要取り込みによる販路開拓の推進

コロナ禍における国内客向けのマイクロツーリズムから 2025 年大阪万博に伴うインバウンドの回復を見据えたうえで、海草那賀地域の魅力向上と観光をセットにした観光交流人口の増加策など、地域全体を活性化するための面的な支援及び地域資源活用による商品・サービス展開の情報発信等 I T デジタル化を駆使した販路開拓支援等、小規模事業者に事業機会を提供していく。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

4 商工会では、経営指導員が相談指導（巡回・窓口）の際、地域の経済・市場・需要等の動向についてヒアリング等により実態把握に努めてきた。しかしながら、①組織的・計画的な調査ではないため、経営指導員個人の経験やスキルに左右されることが多く、また、②収集したデータは、相談指導の際の内部データとしての活用に留まっている。

そのため、近年の構造変化に対し地域小規模事業者が持続的に発展するための支援を行うための基礎資料としては内容的に不十分であり、見直す必要がある。

【課題】

4 商工会が経営発達支援計画を実施していくうえで、地域の経済動向を調査し把握することは必要不可欠である。今後は、海草那賀ブロック広域経営支援センターを中心に4 商工会が連携し、地域の経済動向調査及び収集したデータの整理・分析を行い、地域小規模事業者役に役立つ情報を提供し、経営発達支援に積極的に活用する。

これにより、地域小規模事業者の「需要を見据えた事業計画策定」や「実効性の高い販路開拓」を効果的・効率的に支援して行くことが可能となる。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
① 地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
② 景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
③ 経済動向調査の公表回数	HP掲載	-	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、経営指導員等が「RE S A S」（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行い、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RE S A S」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産分析」→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

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

【調査手法】調査票を郵送し返信用封筒で回収する

経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う

【調査対象】管内小規模事業者 50 社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から 10 社ずつ）

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

③和歌山県の経済動向調査資料の活用

和歌山県が発表する「経済動向調査」等から消費者物価、製造品出荷額、卸売販売額、小売販売額、事業者数、従業者数、課税対象所得、農業産出額等、主要な統計指標を選定し、地域小規模事業者役に役立つ県内の経済動向を収集整理する。

【調査手法】経営指導員等が「経済動向調査」を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】消費者物価、製造品出荷額、卸売販売額、小売販売額、事業者数、従業者数、課税対象所得、農業産出額等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

（４）調査結果の活用

- 各商工会ホームページに掲載広く管内事業者等に周知する。
- 相談指導業務（窓口・巡回）など、あらゆる機会を通じて域内の小規模事業者へ情報提供し、経営状況分析や事業計画を策定する際の基礎データとして活用する。
- 地域ぐるみで支援ができるよう連携機関等へ情報提供し、共有活用する。
- 巡回時のコミュニティツールに活用し、小規模事業者と接する機会を増やし支援先を発掘する。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】

小規模事業者が商品・サービスを開発する際、特定の原材料や素材がありきであったり、個社の技術でつくれるものは何かといったように、シーズ発想を元にしたプロダクトアウト型の商品開発になりやすい傾向があり、4 商工会もそれに応じた支援を行っていた。

【課題】

しかしながら、消費者に受け入れられる売れる商品をつくるためには、ニーズ発想をもとにしたマーケットイン型のアプローチが不可欠である。よって、今後は、海草那賀ブロック広域経営支援センターを中心に4 商工会が連携し、個社に対しマーケットインの考え方を啓発し、対象となるマーケットの動向等の情報を提供等、個社自身にニーズの重要性を気付いてもらい、シーズ発想をニーズ発想に引き込んでいくような支援に取り組む。

（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新商品開発の 調査対象事業者数	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
②試食、アンケート調査対 象事業者数	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者

（３）事業内容

【調査対象商品（サービス）】

個社（支援対象者）が取り組む下記の商品（サービス）を調査対象とする。

1. ブラッシュアップをはかる既存商品（サービス）
2. 新たな商品（サービス）のコンセプト

3. 試作品（サービス）

【調査対象者】

1. ターゲット層に近い顧客（顧客名簿等から抽出）
2. ターゲット層に近い消費者
3. 予定する販路先のバイヤー等

【調査項目】

調査項目は、個社・指導員・専門家の3者で協議し、個社毎の課題や調査対象者に応じて選定する。なお、主な調査項目は、個社の取り組み段階に応じて次のとおり設定する。

■第1段階 新たな商品（サービス）コンセプトの設定

個社が取り組む①ブラッシュアップをはかる既存商品（サービス）及び②新たな商品（サービス）のコンセプトに関して、想定するターゲット層の反応や意識を検証するために、以下の項目を調査する。

〈主な調査項目〉

- ・ 商品（サービス）に関心がありそうか、欲しいと思っているか
- ・ 誰に関心を示しているか、ターゲットとなるのは誰か
- ・ どのような使い方、機会を想定しているか
- ・ どのような効果、効用を期待しているか
- ・ 商品（サービス）に関連して、現状で困っているようなことはあるか

※ 個社は、当該調査により得られた評価を踏まえて、商品（サービス）開発の方向性や基本方針を定める。また、必要があればこのサイクルを繰り返し、商品（サービス）コンセプトを練り直す。

■第2段階 試作品（サービス）の開発

個社が商品（サービス）コンセプトに基づいて開発した試作品（サービス）について、想定するターゲットや販路での評価を検証するために、以下の項目を調査する。

〈主な調査項目〉

- ・ 商品（サービス）コンセプトは正確に伝わっているか
- ・ 使用した（食べた）印象はどうか
- ・ どのような場面で使用したいと思っているか
- ・ 商品機能・使用面で改善点はあるか
- ・ 価格（量）をどのように設定すべきか

※ 個社は、当該調査により得られた評価を踏まえて商品（サービス）化に向けた改良に取り組む。また、必要があれば、このサイクルを繰り返し、商品（サービス）化につなげる。

① 新商品開発の試食、アンケート調査

個社が商品（サービス）コンセプトに基づいて開発した試作品（サービス）について、想定するターゲットや販路での評価を検証するために調査を実施する。具体的には、かつらぎ町商工会が運営する京奈和自動車道「かつらぎ西SAアンテナショップ」において、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該5事業所にフィードバックすることで、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

（情報収集）「かつらぎ西SAアンテナショップ」の来場客が増加する10月に、来場客に開発中の試作品（サービス）を店頭で試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

（情報分析）調査結果は、専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】来場者100人

【調査項目】①味、②色、③大きさ、④価格、⑤見た目等

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該事業所に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

(4) 調査結果の活用

分析結果は、①新たな販路開拓、②新商品（サービス）開発、③既存商品（サービス）のブラッシュアップ、及び④事業計画策定等に活用し、個社の持続的発展につなげる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでは、経営指導員が相談内容に応じた経営分析を行ってきたが、主に金融相談時の財務や経営の簡易な分析により、弱みを改善（補完）する経営指導が中心であった。そのため、近年の構造変化に対し地域小規模事業者が持続的に発展するための支援としては不十分であり、見直す必要がある。

【課題】

4商工会が経営発達支援計画を実施していくためには、まず、個社の財務状況や強み・弱みなどの現状を深く知る必要がある。今後は、海草那賀ブロック広域経営支援センターを中心に4商工会が連携し、個社の経営分析を行い、その分析結果を個社にフィードバックし、経営課題の抽出や解決に向けた支援や事業計画策定につなげていく。

これにより、地域小規模事業者の「需要を見据えた事業計画策定」や「実効性の高い販路開拓」を効果的・効率的に支援して行くことが可能となる。

(2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
① セミナー開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
② 経営分析事業者数	70者	70者	70者	70者	70者	70者

(3) 事業内容

<経営分析の手段と手法>

① 経営分析を行う個社のピックアップ

商工会HP、商工会報、DM、巡回等により経営分析の必要性・重要性を積極的に周知し、経営分析を行う事業所を次のとおり掘り起こす。

② 巡回による掘り起し

経営指導員が巡回等により事業所の基礎情報を収集しタイプ別に分類後、重点支援対象小規模事業者の絞込みを行い、経営分析の実施を働きかける。

【支援対象小規模事業者】

- ・事業計画策定に意欲的な小規模事業者
- ・後継者がいる小規模事業者、従業員がいる小規模事業者
- ・収支状況が悪化し、経営改善計画が必要とされる小規模事業者
- ・経営環境の変化から事業再構築が必要とされる小規模事業者

③ 経営分析セミナーの開催（年1回）

専門家による経営分析セミナーを開催し地域小規模事業者の参加を募る。なお、当該セミナーには前記で掘り起こした重点支援対象小規模事業者にも受講を促す。

④ 経営分析及び結果のフィードバック

前記でピックアップした個社に対し、経営分析を行うとともに、その結果をフィードバックする。また、経営分析セミナーにおいて、経営分析結果に基づいた課題の抽出や解決に向けての個別相談を併せて実施する。

(4) 分析結果の活用

経営分析結果を当該小規模事業者にフィードバックする。これにより、自社の経営状況を客観的に把握することができ、課題の抽出や解決に向けた事業計画策定につなげる。経営指導員が経営分析結果を活用し、より効果的・効率的な支援を行う。また、分析結果を職員間で共有し、複数の職員による横断的・継続的な支援に取り組む。

<経営分析を行う項目>

1. 財務分析

分 類	項 目
収益性	経営資本対営業利益率、売上高対営業利益率等
安全性	総資本対自己資本比率、自己資本対固定資産比率、流動比率等
効率性	経営資本回転率、自己資本回転率、売上債権回転率等
生産性	従業員一人当たりの年間売上高、従業員一人当たりの付加価値額等
成長性	総資本増加率、売上高増加率、営業利益増加率等

※ 財務分析システムとして、経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用する。

2. 売上分析

分 類	項 目
売上分析	A B C 分析、粗利分析、損益分岐点、付加価値額等

3. S W O T 分析

分 類	項 目
外部環境分析 (機会・脅威)	マクロ的要素：自然環境、社会環境、産業構造等 ミクロ的要素：需要状況、顧客動向、競合動向、製品関連技術、原材料、市場と供給業者の動向等
内部環境分析 (強み・弱み)	ヒト：経営者、後継者、従業員、組織体制等 モノ：商品・製品、価格、機械設備等 カネ：収益性、効率性、安全性、成長性、C F 等 情報：デジタル化、ノウハウ、知的財産、情報収集力等

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで、経営指導員が相談内容に応じた事業計画策定支援を行ってきたが、主に金融相談や補助金申請時の事業計画策定支援であり、対症的な経営指導が中心であった。

[課題]

近年の構造変化に対し地域小規模事業者が持続的に発展するための支援としては不十分であることから、見直しの必要がある。

(2) 支援に対する考え方

近年、人口減少など小規模事業者を取り巻く経営環境が激変していることを踏まえると、小規模事業者が経済社会情勢の変化に対応し、自らのビジネスモデルを再構築するため、顧客ニーズや自らの強み・弱みを踏まえた事業計画に基づく経営を推進することが重要となっており、毎年、経営分析を行った全ての事業者の事業計画策定を目指す。

また、事業計画の策定前段階においてD Xに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

今後は、海草那賀ブロック広域経営支援センターを中心に4商工会が連携し、地域経済動向調査や経営分析結果、需要動向調査の成果を活用しつつ、地域小規模事業者が需要を見据えた事業計画を策定できるよう支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
① D Xセミナー開催件数	3回	3回	3回	3回	3回	3回
② 事業計画策定セミナー	3回	3回	3回	3回	3回	3回
③ 個別相談会	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	70者	70者	70者	70者	70者	70者

(4) 事業内容

①D X化推進セミナーの開催・個別相談

事業継続力と競争力を高める観点から小規模事業者のデジタル化（D X化）の重要性が急速に高まっている。これを踏まえ、セミナーの開催、個別相談及びフォローアップを通じて小規模事業者が目指す方向性に合わせたきめ細やかな支援に取り組み、小規模事業者が直面する課題解決をはかるとともに、中長期的にはD X化による労働生産性向上を見据えた経営戦略の策定及び実践を支援することにより、事業継続力と競争力を高め、持続的発展を促進することを目的としてセミナーを開催する。

【募集方法】

商工会HP、商工会報、DM、巡回等によりD X化の必要性・重要性を積極的に周知する。

【支援対象小規模事業者】（参加者数 70 者）

- ・事業計画策定及びD X化に意欲的な小規模事業者
- ・後継者がいる小規模事業者、従業員がいる小規模事業者
- ・収支状況が悪化し、経営改善計画が必要とされる小規模事業者
- ・経営環境の変化から事業再構築が必要とされる小規模事業者

【講師】

I T業界に特化し、尚且つ事業継続力と競争力を高め、持続的発展に向けた経営分析及び事業計画策定等トータルの支援が可能なコンサルタント

【カリキュラム】

- ・D X化ガイダンス
- ・デジタル化への取り組み
- ・デジタル化での販路開拓
- ・デジタル人材の育成
- ・W E Bマーケティング戦略 等

【専門家による個別相談】

セミナーを受講した事業者の中からセミナーではフォローできない個別の具体的な内容

及び取り組み意欲の高い事業者に対しては、専門家によるきめ細やかな助言・指導を行う。

②事業計画策定セミナーの開催・個別相談

専門家による講義を受けながら、個社が事業計画を策定する。経営指導員が個社の事業計画策定の進捗状況に応じた伴走支援を行う。

【募集方法】

商工会HP、商工会報、DM、巡回等により事業計画策定の必要性・重要性を積極的に周知する。

【支援対象小規模事業者】（参加者数 70 者）

- ・経営分析を行った小規模事業者
- ・事業計画策定及びDX化に意欲的な小規模事業者
- ・後継者がいる小規模事業者、従業員がいる小規模事業者
- ・収支状況が悪化し、経営改善計画が必要とされる小規模事業者
- ・経営環境の変化から事業再構築が必要とされる小規模事業者

【講師】

事業継続力と競争力を高め、持続的発展に向けた経営分析及び事業計画策定等トータルの支援が可能なコンサルタント

【カリキュラム】

- ・事業計画の必要性
- ・事業計画作成の流れ
- ・経営環境の把握
- ・経営の方向性とコンセプトの策定
- ・持続的発展につなげる商品開発の考え方
- ・売上げ向上のためのマーケティング
- ・売上げ計画の作り方 等

【専門家による個別相談】

- ・セミナーを受講した事業者の中から個社が策定した事業計画書を専門家に相談しながらブラッシュアップする。
- ・個社の事業計画のブラッシュアップについて、経営指導員が伴走支援する。

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】

これまでは、事業計画策定後の実施支援については、経営指導員の判断により行ってきた。そのため、個社の自主性や経営指導員の経験・スキルに左右されることが多く、指導内容・頻度等に差異が生じ、結果的に計画が頓挫してしまう案件が見受けられた。

【課題】

今後は、策定した事業計画が画餅に帰さぬよう、海草那賀ブロック広域経営支援センターを中心に4商工会が連携し、個社が策定した事業計画を着実に実践できるよう、四半期毎に巡回によるフォローアップに取り組み、持続的発展につなげていく。

（2）支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業所を対象に、四半期毎に巡回によるフォローアップを行い、策定した事業計画の進捗状況を確認しながら状況に応じた必要な支援を伴走型で取り組むことにより、需要を見据えた経営の促進をはかる。

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
フォローアップ対象事業者数	70 者	70 者	70 者	70 者	70 者	70 者
頻度（延回数）	280 者	280 者	280 者	280 者	280 者	280 者
売上増加事業者数	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
利益率3%以上増加の事業者数	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者

(4) 事業内容

①経営指導員が定期的（四半期に1回）に巡回し、進捗状況を確認する。

計画と実績に大きな乖離が生じている場合は、要因分析を行い、フォローアップ頻度を増すなど解決に向けての支援を行う。また、必要に応じて専門家の派遣や関係機関との連携によるフォローアップを行う。

②事業計画遂行に必要な情報提供

- ・地域経済動向調査・需要動向調査の情報提供
- ・事業計画遂行における資金需要に対する小規模事業者経営発達支援融資制度等
- ・国、県、市町村の小規模事業者施策等作成支援

③財務分析による成果確認

経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用した財務分析を行い、事業計画遂行の成果を財務指標等により確認する。

④前記の指導により、個社のPDCAサイクルの確立をはかる。

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]

これまで小規模事業者の多くは、人口減少や大型店等の進出により売上減少を余儀なくされ、それに対して新たな需要の開拓や掘り起こしに向けた効果的な取り組みが行えず、依然として厳しい経営状況となっている。また、商工会による販路開拓支援も単なる商談会や展示会の紹介や周知に留まっていたため十分な支援ができていなかった。

また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

[課題]

今後は、商品・サービスのブラッシュアップ、出展経費の説明、出展助成制度の紹介等、見本市や展示会等に出展しやすい環境づくり、商談会等BtoBサイトの活用等により、販路拡大支援を行い、小規模事業者の売上増加や利益確保に貢献できる支援を行う。また、各種販路開拓補助金の活用も視野に入れ支援を行う。

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、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

地域の強みを活かした特産品を取り扱っている小規模事業者の全国（主に首都圏）への販路開拓を支援することを目的として、首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。新型

コロナウイルス感染症対策及びD X化を促進するためにオンラインを活用した出展支援に取り組む。

また、D X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 サイトの利用等、I T活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてI T専門家派遣等を実施するなど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
スーパーマーケット・トレードショー出展事業者数	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
わかやま産品商談会出展事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
SNS 活用事業者	-	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者
売上増加率/者	-	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %
EC サイト利用事業者	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	-	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %
ネットショップ開設事業者	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上増加率/者	-	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %

(4) 事業内容

<支援対象>

既存の販路だけでなく新たな販路を開拓したいと考えている小規模事業者、新商品・新サービス、独自技術・新技術の売り込みを図りたい事業者を中心に、需要開拓支援を行い販路拡大に導く。

<手法・手段>

新たな需要の開拓を目指す個社を支援対象として、需要開拓を実施する個社を選定する。選定した個社に対し、個社の開拓したい商品や商圏・ターゲット層などに応じた具体的な需要開拓支援メニューを提案し、需要開拓支援を実施する。

① スーパーマーケット・トレードショー出展支援事業（B to B）

【想定される出展事業者】

需要を見据えた事業計画を策定し、全国展開・首都圏への販路開拓を目指している事業者のうち、事業内容等について総合的な評価を行い、出展により確実に成果が上がる見込みの4者を専門家及び経営指導員の協議により選定する。

【出展方法】

コロナ禍の先行きが不透明なため感染症対策として、また、D X化による販路開拓支援の一環としてオンラインを活用した出展及び商談に取り組む。

【展示会概要】

- ・ 名称：スーパーマーケット・トレードショー
- ・ 主催者：一般社団法人全国スーパーマーケット協会
- ・ 開催内容：スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する日本最大の商談展示会
- ・ 開催時期：毎年2月

- ・場所：幕張メッセ（千葉県千葉市美浜区中瀬 2-1）
- ・来場者：全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食、海外等のバイヤーが、例年約 8 万人来場する。2020 年はコロナ禍により来場制限を行い完全招待制となり 26,385 人の実績であった。
- ・開催規模：例年は出展者数が 2,000 社・団体を超える開催規模であるが、2020 年はコロナ禍により 1,349 社・団体の開催規模であった。

【フォローアップ】

- ・経営指導員の伴走による出展サポート
- ・出展後、獲得したリードを活用した販路開拓を支援するとともに P D C A サイクルを確立し、経営の継続的な改善をはかり、成果を上げ、持続可能な経営に繋げる。

② わかやま産品商談会出展支援事業（B to B）

【想定される出展事業者】

需要を見据えた事業計画を策定し、近畿圏への販路開拓を目指している事業者のうち、事業内容等について総合的な評価を行い、出展により確実に成果が上がる見込みの 2 者を専門家及び経営指導員の協議により選定する。

【商談会概要】

- ・名称：わかやま産品商談会
- ・主催者：公益財団法人わかやま産業振興財団、和歌山県
- ・開催内容：優れた県産品を有する企業の販路開拓を支援するため、県内企業と県内外の購買企業の商談の場を提供する商談会
- ・開催時期：毎年 9 月
- ・場所：和歌山市
- ・来場者：県内外の百貨店、スーパー、商社、問屋、通販、企業の職域販売、ホテルの購買部等
- ・開催規模：出展者数が 50 社

【フォローアップ】

- ・経営指導員の伴走による出展サポート
- ・出展後、獲得したリードを活用した販路開拓を支援するとともに P D C A サイクルを確立し、経営の継続的な改善をはかり、成果を上げ、持続可能な経営に繋げる。

③ I T（HP 作成）・E C サイト活用による情報発信支援

独力での I T を活用した情報発信が困難な事業者に対して、I T 活用セミナーの開催・ホームページの作成や E C サイト活用等、I T を活用した需要開拓のためのセミナー（毎年 1 回開催）を開催し、インターネットによる情報発信を支援する。

【自社 HP によるネットショップ開設（B to C）】

全国商工会連合会のホームページ作成ツール「グーペ」を活用し、HP の立ち上げから定期的な更新作業、ネットショップの立ち上げにいたるまで経営指導員が寄り添って支援を行う。

【SNS 活用】

「Facebook」、「Twitter」、「Instagram」等の SNS サイトを活用し、自社 P R、商品 P R 等事業者負担無くネットによる情報発信ができるよう支援していく。また、ホームページと連動させることで情報発信の充実を図る。

【E C サイト出店支援（B to C）】

和歌山県食品流通課の「和歌山県商品カタログ」と「和歌山県産中間加工食品カタログ」への商品登録やヤフーショッピングサイト上に開設している「ふるさと和歌山わいわい市場」への出店支援することで商品 P R 力を向上させ、ビジネスチャンスを持てるよう支援する。

【ふるさと納税返礼品出品支援】

ふるさと納税返礼品カタログへの商品登録を支援し、新たな需要開拓機会を提供する。

〔効果〕

I Tの活用を推進することにより、個社の新たな需要開拓と情報発信力の向上に資することができ事業者の商品やサービスの認知度を高めることで販路開拓に繋げる効果がある。

④ アンテナショップを活用した需要開拓支援

【「むらからまちから館」「わかやま紀州館」出品支援】

首都圏での商品P Rと需要開拓を考えている事業者を主にして、1日平均2,500人の来場者がある全国商工会連合会が運営するアンテナショップ東京有楽町「むらからまちから館」及び和歌山県のアンテナショップである「わかやま紀州館」への商品P Rに繋がる販売機会を持てるよう支援する。

【「かつらぎ西SAアンテナショップ」出品支援】

かつらぎ町商工会が運営する京奈和自動車道「かつらぎ西SAアンテナショップ」への出品支援し、京阪神方面への進出を考えている事業者に対し、進出商談機会が持てるよう支援する。

〔効果〕

地域の市場において顧客獲得が激化する中、アンテナショップ等出品支援により売上増加し、個社の商品の改良点と事業展開の改善点を見つけ出すことができ、需要開拓の足掛かりとなる。

⑤ メディア等を活用した需要開拓支援

事業者の新商品・新サービスを、支援センター（4商工会）が積極的にプレスリリースすることで、新聞記事への掲載、業界新聞や雑誌へのパブリシティ獲得など効果的な商品P Rを図ることで、需要開拓支援をする。

〔効果〕

個社の商品やサービスの販路開拓において、経営資源に限りがある事業者には、より効果的であり、P R機会を増やし認知度向上を図ることにより需要開拓に繋げられる。

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〕

事業評価委員会では、実施状況の報告、成果の評価、見直し案の提示を行っている。

〔課題〕

評価委員会からの意見や改善内容について、改善しきれていないことが課題である。

（2）事業内容

下記の仕組みにより、経営発達支援事業のPDCAサイクルを定着させる。

- ① 事業の実施状況及び成果について、外部有識者（中小企業診断士を想定）と各商工会会長、各市町商工関係担当者、法定経営指導員で構成される「事業評価委員会」を年1回開催し、検証・評価・見直しを行い、PDCAサイクルを回していく。
- ② 結果については、海草那賀ブロック商工会広域協議会幹事会へ報告し承認を受けるとともに各商工会理事会に報告する。
- ③ 経営支援センターが実施する経営革新承認や経営改善計画作成支援（金融機関提出用）、創業支

援、地域資源活用支援、農商工連携支援など高度・専門的な課題解決に向けた事業計画策定・実施支援内容は和歌山県に報告する。

- ④ 検証・評価・見直し内容については、各商工会HPにて掲載公表する。
- ・岩出市商工会ホームページ (<http://www2.w-shokokai.or.jp/iwade/>)
 - ・那賀町商工会ホームページ (作成中)
 - ・紀美野町商工会ホームページ (<http://www2.w-shokokai.or.jp/kimino/>)
 - ・紀の川市商工会ホームページ (<http://www.shokokai.or.jp/30/3020810000/index.htm>)

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]

若手経営指導員を主体とした資質向上の研修会である中小企業大学校の研修（基礎Ⅰ・基礎Ⅱ・専門コース）や、和歌山県商工会連合会が主催する各種研修会への参加を推進している。

また、「スーパーバイザー派遣事業」を活用し、企業支援のノウハウや実績等を有する専門家（中小企業診断士・社会保険労務士の有資格者等）をスーパーバイザーとして活用し、OJT指導による支援力の向上を図っている。

[課題]

経営支援の実務経験やノウハウ等が少ない若手経営指導員の資質向上には時間が必要ではあるが、年々、事業者からの相談内容は高度化・専門的となっているため、支援体制の構築と資質向上の強化・推進は急務な課題である。

(2) 事業内容

① OJTによる経験値の向上

経営指導員と経営支援員・記帳指導職員等がチームで小規模事業者を支援することを通じて、情報収集・指導・助言等のスキルをOJTにより学び、伴走型の支援能力の向上を図る。また、専門家等の派遣指導には同行し、事業計画書策定、コミュニケーション力等についてのスキル習得に努め、売上や利益を確保することに重視した支援能力の向上を図る。

② DX化推進に向けた専門分野の資質向上

経営指導員及び経営支援員・記帳指導職員等の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、和歌山県や全国商工会連合会、和歌山県商工会連合会が主催する研修会等DX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについて積極的に参加する。

③ 定期的な勉強会による情報の共有

経営指導員等が習得した支援ノウハウについて、経営支援員・記帳指導員を含め職種を横断した「経営支援勉強会」、「IT等活用支援勉強会」、「情報交換会」を四半期に1回実施することにより、すべての職員がノウハウを共有し、支援能力の向上に繋げる。

④ スーパーバイザー派遣事業の活用

小規模事業者支援の知識、実績、ノウハウを豊富に保有している、スーパーバイザー（中小企業診断士・社会保険労務士資格保有）を活用し、定期的な資質向上研修会や相談案件ごとのOJT指導を行うことで、支援力の向上を図る。

⑤ システムを活用した情報共有

共有サーバーである「基幹システム」、「BIZミル」を活用し、4商工会内で常に支援内容の情報共有を図り、継続的に伴走型支援の取組みを実施する。

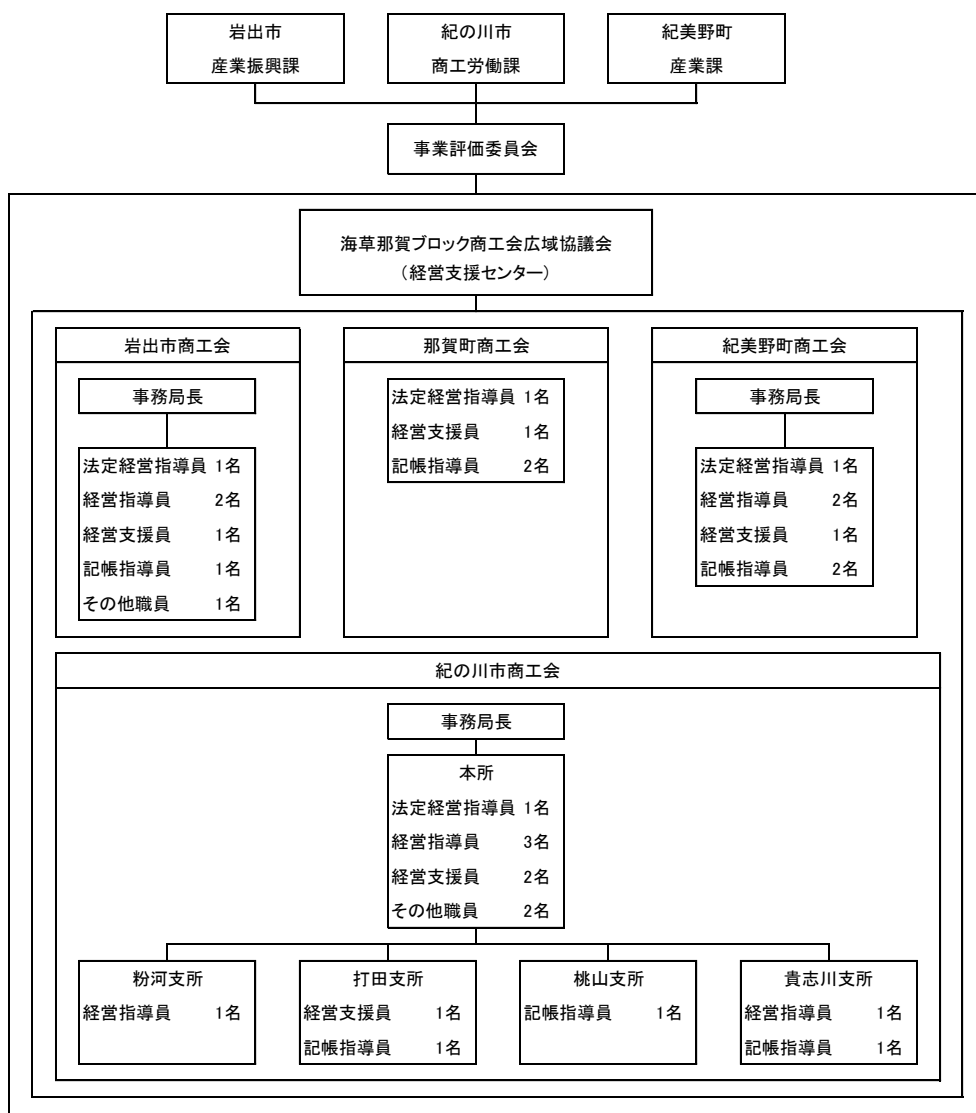
(別表2) 経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3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）

4 商工会及び2市1町が共同で事業を実施するために必要な検討を行う実施体制として事業評価委員会を設置する。



- (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：榎本 実
- 連絡先：岩出市商工会 TEL：0736-62-7111
- 氏 名：徳山 欣哉
- 連絡先：那賀町商工会 TEL：0736-75-4026
- 氏 名：川本 泰寛
- 連絡先：紀美野町商工会 TEL：073-495-3260
- 氏 名：酒井 一正
- 連絡先：紀の川市商工会 TEL：0736-74-3000

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。

当計画の法定経営指導員については、4 商工会からなる実施体制の理由により、4 名の配置を行うこととする。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町連絡先

①商工会

- 〒649-6232 和歌山県岩出市荊本 77 番地の 3
岩出市商工会
TEL：0736-62-7111 / FAX：0736-62-6143
E-mail：info-iwade@w-shokokai.or.jp
- 〒649-6631 和歌山県紀の川市名手市場 144 番 1
那賀町商工会
TEL：0736-75-4026 / FAX：0736-75-2365
E-mail：naga_shokokai@ial.itkeeper.ne.jp
- 〒640-1243 和歌山県海草郡紀美野町神野市場 226 番地 1
紀美野町商工会
TEL：073-495-3260 / FAX：073-495-3261
E-mail：kimino@w-shokokai.or.jp
- 〒649-6531 和歌山県紀の川市粉河 878 番地 2
紀の川市商工会 経営支援課
TEL：0736-74-3000 / FAX：0736-74-3002
E-mail：info@kinokawa-sci.or.jp

②関係市町

- 〒649-6292 和歌山県岩出市西野 209 番地
岩出市 産業振興課
TEL：0736-62-2141/ FAX：0736-63-0075
E-mail：sanshin@city.iwade.lg.jp
- 〒649-6417 和歌山県紀の川市西大井 338 番地
紀の川市 商工労働課
TEL：0736-79-3901/ FAX：0736-77-0917
E-mail：k030500-001@city.kinokawa.lg.jp
- 〒640-1192 和歌山県海草郡紀美野町動木 287 番地
紀美野町 産業課
TEL：073-489-5901/ FAX：073-489-2510
E-mail：sangyo@town.kimino.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)

商工会/年度	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
必要な資金の総額 (合計)	7,300	7,300	7,300	7,300	7,300
(内訳)					
1. 事業計画策定支援事業費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
2. 販路開拓支援事業費	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300
3. 経営支援ツール運用費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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、市町村補助金、事業受託料収入、手数料収入、受託料収入

(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 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携者なし
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等