

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	橋本商工会議所（法人番号 5170005004801） 橋本市（地方公共団体コード 302031）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>（1）地域経済循環の活性化 地域外の事業者に頼らず地元事業所を利用することで地域内の経済循環を活性化させる。</p> <p>（2）地域ブランドの確立 ブランディングと高付加価値化により外需を獲得し、価格主導権を確立する。</p> <p>（3）観光と連携した産業振興 地域産業と関連する各種商品・サービスの提案により粗利を高め、観光の裾野を地域小規模事業所に広く波及させる。</p> <p>（4）起業・創業支援 創業により新陳代謝と産業の多様化を促し、地域の稼ぐ力を再構築する。</p> <p>（5）事業承継支援 早期の事業承継計画・M&amp;A 仲介・金融・専門家連携・承継後の経営改善まで切れ目なく支援し、廃業を抑制していく。</p> <p>（6）人材不足対応（人材確保・省力化・自動化） DX・省力化を実施し、限られた人員の中でも最大限の売上を確保できる仕組み作りを実施する。</p>
事業内容	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b> JSTARTMAP による地域の統計データや、RESAS 等の分析システムを活用し、さまざまな情報を整理・分析し、小規模事業者の経営戦略や今後の方向性を決める参考資料とする。</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b> 潜在顧客の掘り起こし、需要開拓・販売戦略につながる情報収集を行い、その結果を経営指導員等が分析し、事業者へフィードバックして更なる改善を図る。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b> 小規模事業者に対して定量的な「財務分析」、定性的な「SWOT分析」を実施し、分析を行うことで、事業計画策定を支援する。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b> 経営分析を行った事業者、創業予定事業者、事業承継検討事業者の中で、新商品開発、事業展開等に取り組む事業者の事業計画策定を支援する。経営指導員等が個別に支援することに加えて、事業者向けにセミナー等を開催し、専門家を交えて支援を実施する。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> 事業計画を策定した事業者を対象に、経営指導員等が定期的に窓口・訪問にて各事業者の進捗状況を確認し、事業計画と進捗状況に差異が発生する場合は軌道修正を促すなど、計画的なフォローアップを実施する。</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> 商談会、展示会等に積極的な参加の支援を実施するとともに、情報発信、ネットショップなどによる新たな販路開拓を経営指導員等が支援することで、事業者の販路拡大・売上向上を支援する。</p>
連絡先	<p>橋本商工会議所 中小企業相談所 〒648-0073 和歌山県橋本市市脇1丁目3番18号 TEL:0736-32-0004 FAX:0736-33-3326 E-mail:info@hashimoto-cci.or.jp</p> <p>橋本市 経済推進部 産業推進課 〒648-8585 和歌山県橋本市東家一丁目1番1号 TEL:0736-33-6106 FAX:0736-33-1665 E-Mail:sangyou@city.hashimoto.lg.jp</p>

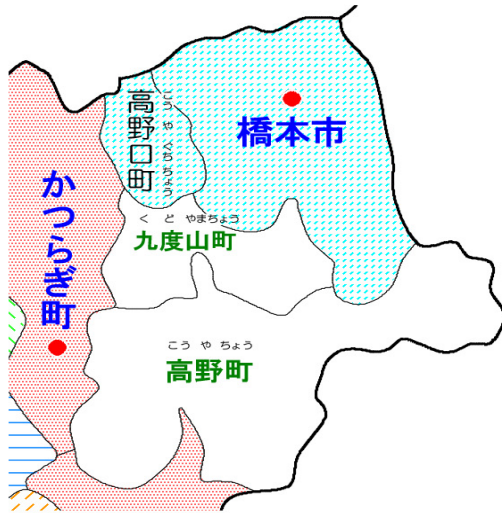
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

<橋本市とは(高野口町除く)>

橋本市は、2006年3月1日に旧橋本市と旧高野口町が合併して誕生。

旧橋本市は「橋本商工会議所」の管轄、旧高野口町は「高野口町商工会」の管轄となっている。



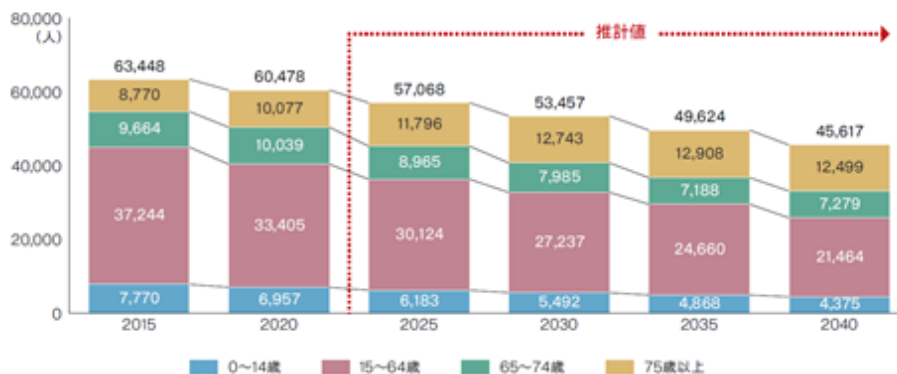
左図(国土地理院ホームページ内全国都道府県別・市町村合併新旧一覧図(2003年以降)「[https://www.gsi.go.jp/KOKUJYOHO/gappei\\_index.htm](https://www.gsi.go.jp/KOKUJYOHO/gappei_index.htm)」、右図和歌山県ホームページ関連リンク「<https://www.pref.wakayama.lg.jp/link/shichoson.html>」より引用)

橋本市は、和歌山県の北東端に位置し、面積 130.55k m<sup>2</sup>で、北は大阪府河内長野市、東は奈良県五條市、南西は和歌山県伊都郡かつらぎ町、九度山町、高野町に接し、和歌山市中心部、大阪市中心部とは直線とともに約40kmの距離にある。そして、世界遺産「霊場高野山」へのアクセス道入口に立地しており、高野街道と伊勢街道(大和街道)の二つの歴史街道の交差点にあり、その昔、物資を満載した舟が紀の川を発着し吉野材のいかだが紀の川を下るなど、古くから交通の要所として商業が発展してきた。

・人口減少における地域活力の確保

出生数が減少し続けている一方、2025年には団塊の世代が後期高齢者に達するなど、少子高齢化による人口構造の変化に伴う様々な課題の顕在化が見込まれます。その中でも若い世代の流出による地域活力の低下が課題となっている。

■年齢4区分別人口の推移と推計



※第2次橋本市長総合計画後期基本計画(令和5年3月)より

※事業所数（事業所単位）大分類（2021年）（RESASより）



業種ごとの事業所数を面の大きさで示したグラフである（高野口町商工会管轄含む）。当会議所地区内で、もっとも多いのは「卸売業、小売業」で394事業所。全体の21.6%を占めている。その後、「製造業」の232事業所、「宿泊業・飲食サービス業」の201事業所が続く。また最近では、キッチンカー事業を開業するケースが増えており、競争が激化している。市内の事業所全般的に、家族経営的な小規模事業者が大半を占めている。

業種	卸売業 小売業	製造業	建設業	宿泊業 飲食業	サービス業	その他	合計
小規模 事業者数	281	131	117	147	153	398	1227

※橋本商工会議所地区内の小規模事業者数（令和3年経済センサスより）

・賑わいと活力を創出するための地域産業づくり

橋本市は年間150万人以上の観光客が訪れる高野山へのルート上に位置し、京奈和自動車道が2017年に阪和自動車道と接続され、橋本市から関西国際空港まで約50分で移動が可能になった。近年では杉村やすらぎ広場ができ周辺地域からファミリー層が遊びに来るなど人口流動は増加しているが、飲食やサービスについて橋本市内の事業者を利用することが少なく地元事業者の利益につながっていない。周辺地域に滞在・在中する流動客に「買う」「食べる」「利用する」のニーズを満たす商品・サービスを提供できる事業者の育成が必要となる。

市町村別観光客推計総括表（単位：人）

	観光客総数			うち宿泊客			うち日帰り客		
	令和5年	令和6年	対前年比	令和5年	令和6年	対前年比	令和5年	令和6年	対前年比
橋本市	1,172,545	1,259,308	107.40%	67,272	66,450	98.78%	1,105,273	1,192,858	107.92%
旧橋本市	1,025,667	1,100,058	107.25%	62,770	62,266	99.28%	962,947	1,037,792	107.77%
旧高野口町	146,878	159,250	108.42%	4,552	4,184	91.92%	142,326	155,066	108.95%

※和歌山県地域振興部観光局 観光客動態調査報告（令和6年）より

・魅力的なまちづくり

自然豊かな環境にありながら都市部へのアクセスが良好であり、市内で生活しながら通勤・通学が可能であるという強みがあるが、橋本市の認知度についてはまだまだ低い。ターゲットを絞り橋本市の魅力を発信していく必要がある。

・雇用の創出と就労環境づくり

橋本市内の企業誘致が進むにつれて橋本市内での就職先が増加している。しかし、就職希望者は誘致企業を中心にした大きな企業への就職先を選ぶ傾向にあり誘致企業において2025年4月の従業員数が1,981人に対して地元雇用が1,114人となっている。事業規模が小さい事業所は依然として人手不足が課題となっている。



「第2次橋本市長期総合計画後期基本計画」  
第1章6頁より引用)

・創業を通じた事業の新たな担い手の確保

橋本市内では、人口減少と高齢化により事業の担い手不足が深刻化している。既存事業の廃業が増加する中、新規創業者の確保が地域経済維持の鍵となっている。

・経営者の高齢化による事業承継ニーズの増加

橋本市内の小規模事業者は経営者の高齢化が進み、後継者不在による廃業リスクが高まっている。事業承継支援の需要は年々増加しており、後継者となる人材の確保が必要である。

・最低賃金の引上げや物価高騰への対応力強化

最低賃金の引上げや原材料費の高騰により、橋本市内の事業者は収益圧迫に直面している。価格転嫁や生産性向上の取り組みが急務である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①：地域経済循環の活性化

10年後における地域のあるべき姿

地域外の事業者に頼らず地元事業者を利用することで経済を「生産」→「分配」→「支出」→「生産」・・・と循環させ地域を活性化させる。

理由

人口減少における人口構造の変化に伴い、「生産」「所得」「支出」において地域外への流出が大きな課題となっている。

②：地域ブランドの確立

10年後における地域のあるべき姿

橋本市内の特産品が全国展開し、主要ECと実店舗で安定販路を確保する姿である。生産・加工・販売の連携体制を確立し、付加価値を高め、観光・輸出需要も取り込む地域内好循環を実現する。

理由

人口減少で域内需要が縮小する中、ブランディングと高付加価値化により外需を獲得し、価格主導権を確立する必要がある。生産者の小規模分散を連携で補い、品質標準化と物語性で差別化を図るためである。

③：観光と連携した産業振興

10年後における地域のあるべき姿

通年で体験型コンテンツが確立し、宿泊・飲食・体験・物販が回遊導線で結ばれ、観光消費単価が向上する姿である。平日・閑散期にも地元の資源を生かした着地型ツアーと需要の高い時期は最適な価格設定にすることで需給最適化を図る。

## 理由

訪問動機を体験価値に転換し、短時間滞在と季節偏在を是正することが必須である。地場産業と関連する各種商品・サービスの提案により粗利を高め、観光の裾野を地域小規模事業者に広く波及させるためである。

## ④：起業・創業支援

### 10年後における地域のあるべき姿

橋本市内において起業が盛んであり、年間創業数が安定的に20件、5年生存率が60%を維持する姿である。創業支援拠点、資金・人材・知財・販路の支援が連携し、地域課題解決型ビジネスが持続的に生まれる。

## 理由

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

## ⑤：事業承継支援

### 10年後における地域のあるべき姿

後継者候補育成と第三者承継の市場が整備され、要支援企業の80%が計画的に承継完了する姿である。承継後の磨き上げ支援により、売上・利益のV字回復と雇用維持を実現する。

## 理由

廃業抑制は地域供給網と雇用の防波堤である。早期の事業承継計画、M&A仲介・金融・専門家連携の仕組み化が不可欠であり、承継後の経営改善まで切れ目なく支援する必要がある。

## ⑥：人材不足対応（人材確保・省力化・自動化）

### 10年後における地域のあるべき姿

DX・省力化により労働生産性が15%向上し、繁忙・閑散の変動にも少人数で安定稼働する姿である。多能工化とシフト最適化で離職率を低下させる。

## 理由

採用難が常態化する中、限られた人員で売上を確保していかなければいけません。DX・省力化を実施することで、限られた人員の中でも最大限の売上を確保する仕組み作りが必要である。

## （3）経営発達支援事業の目標

### ①：地域経済循環の活性化

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KG I：対象事業者の年間売上15%増

KPI：事業所紹介ページ「はしナビ」登録事業所数100件増、  
デジタル地域通貨「Hashi-Mo（ハシモ）」登録事業者数38件増

設定した理由

橋本市内における事業者の認知は必須である。登録事業者数を増やすことで地元事業者を知る機会が増え地域経済の循環に繋がる。橋本市役所が「市内の経済循環の向上」や「地域・行政課題の解決の促進」など地域を元気にすることを目的に導入しており、事業者の認知向上と決済方法の拡充に繋がる。

### ②：地域ブランドの確立

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KG I：地元商品（サービス）関連売上15%増、地元関連商品（サービス）開発1個/年

KPI：高野山麓ネット登録事業者3件増、ザ・ビジネスモール登録事業者49件増  
高野スイーツ登録アイテム数5件増

設定した理由

売上・粗利のKG Iは外需獲得と価格主導の実現度を測るためである。KPIはブランド要素（知的財産・パッケージ・販売チャネル・信頼認証）を段階的に積み上げ、成果に因果接続するプロセス管理を可能にするためである。

③：観光と連携した産業振興

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：観光関連売上 15%増、宿泊観光客数 15%増。

K P I：体験商品造成 4 本/年、

設定した理由

単価・滞在・売上は波及効果の核心指標である。造成数は集客から購買までの行動ステップを定量化し、ボトルネックの特定と迅速な改善 P D C A を可能にするためである。

④：起業・創業支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：年間創業件数 15 件、5 年生存率 50%、創業後 3 年の平均売上 500 万円/社。

K P I：事業計画策定 70 件、創業融資・補助金採択 50 件。

設定した理由

K G I は創業の量と質（継続・売上）を示す成果指標である。K P I は「計画→資金→拠点→伴走」の創業プロセスを定量化し、ボトルネックを特定して改善できるようにするためである。

⑤：事業承継支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：承継完了 6 件、承継後 2 年で売上 10%増・雇用維持率 75%。

K P I：事業承継計画策定 12 社、マッチング成立 6 件、金融同意取得 5 件

設定した理由

完了件数と事後業績は実効性の最終指標である。診断→事業計画策定→マッチング→金融同意→育成の K P I は承継プロセスのプロジェクト行程を可視化し、停滞段階の特定と資源集中を可能にするためである。

⑥：人材不足対応（人材確保・省力化・自動化）

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：労働生産性 20%向上、離職率 30%改善、残業時間 25%削減。

K P I：DX・省力化設備の導入 20 社増、スキマバイト等による人材確保 20 社増。

設定した理由

生産性向上・離職防止・残業削減は人手不足克服の最も重要なポイントである。設備導入・標準化・人材可視化の K P I は現場改善に直接つながるものであり、成果への因果を明確にできるためである。

## 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：地域経済循環の活性化

#### 達成方針1：地域内における連携モデル創出

地域外の大手企業と契約している事業所の場合、簡易な修理などについて即座に対応してもらえないことが多い。橋本市内の小規模事業所と連携することでタイムロスをすることなく事業を進めることが出来る。

#### 設定した理由

店舗修繕や社用車の簡易修理など即座に対応してほしい場合に、地元小規模事業者のほうが対応しやすく地域循環につながる。

#### 達成方針2：地元事業者の認知度向上

橋本市内の小規模事業者について、事業所紹介ページ「はしナビ」への登録事業者数を増強する。「はしナビ」については、橋本市などへの協力や広報誌「商工はしもと」などに掲載し一般の方への活用頻度を上げることで、より効果的に認知度を上げていく。

#### 設定した理由

専門的な技術を持っているにもかかわらず認知度が低い事業所も存在するため、広報することで販路拡大へつなげていく。

②：地域ブランドの確立

#### 達成方針1：販路の多層化（EC×卸×催事）

橋本商工会議所のご当地通販ショップサイト「高野山麓ネット」や商談取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」にて事業所の商品やサービス内容などを登録・営業を実施する。登録や運営をサポートすることで販路拡大に繋げ、合わせて地域ブランドの知名度を高める。

#### 設定した理由

ネット関連に抵抗のある事業所に対して、橋本商工会議所が管理しているサイトを活用することで安心して販路拡大に取り組める環境づくりを実施していく。

#### 達成方針2：体験・物語によるプロモーション

公式SNSを運用し、消費者の購買意思決定に強い影響を与える人物（いわゆるインフルエンサー）とタイアップ動画などを制作する。工房見学・地域体験を実施し、地域ブランド冊子を配布する。一般消費者やユーザーを活用したレビューキャンペーンを展開する。

#### 設定した理由

体験と物語は付加価値を可視化し、価格比較を回避できるためである。継続的な発信は検索需要を蓄積しEC転換率を押し上げる。来店体験は口コミと再購入を促し、レビュー向上と粗利改善に資する。

③：観光と連携した産業振興

#### 達成方針1：回遊導線の設計

駅・宿・飲食・物販・体験を結ぶ回遊マップを整備し、スタンプラリーと特典で移動を促す。宿泊者向けクーポンなどを発行し、体験後の物販購入へ誘導する。公式HPやSNSを利用して混雑・滞在を可視化する。

#### 設定した理由

点在資源を線で結ぶことで滞在時間と支出を拡大できるためである。導線設計は機会損失を減らし複数拠点の売上に波及する。低コストで実装でき、データが次の改善につながるため投資対効果が高い。

#### 達成方針2：通年型体験コンテンツの造成

春の自然体験ツアー、秋の収穫祭、福めぐりサイクリングツアー等を季節別に造成する。企画については橋本市やDMO・周辺の商工会と連携して企画し価格帯を階層化し、予約枠と人員を平準化する。

#### 設定した理由

季節偏重は稼働の波と収益の不安定を生むためである。通年商品により人員と設備の稼働を均し、単価と回遊を同時に高められる。体験は物販連動の起点となり、地域全体の収益最大化に寄与する。

#### ④：起業・創業支援

##### 達成方針1：資金・人材・拠点の三位一体整備（資源への接続）

連携している日本政策金融公庫・よろず支援拠点・行政などの情報共有を密にし、事前審査・書類作成を伴走する。

#### 設定した理由

創業者の最大課題は資金・人材・場所の不足である。三位一体でアクセス障壁を下げ、立ち上がりの固定費を低減することで生存率が向上する。専門支援の集約は手戻りを減らし、審査通過率を高め、時間短縮と質の担保に寄与する。

##### 達成方針2：販路・デジタル基盤の即時整備（初期売上の確保）

創業月からECサイト・キャッシュレス・SNS運用を標準導入し、「高野山麓ネット」「ザ・ビジネスモール」とふるさと納税に登録する。地域ブランド・観光事業者とコラボ出品、ポップアップ催事を実施する。CRMで見込み客管理とリピート施策を運用する。

#### 設定した理由

初期売上が立たないと資金繰りが悪化し、撤退リスクが高まるため、デジタル販路の即時整備にて商圈を拡張し、少人数でも販売を継続できる体制を構築。

#### ⑤：事業承継支援

##### 達成方針1：早期診断と事業承継計画策定

60歳以上の経営者に承継診断を実施し、資産・知財・人材の棚卸しを行う。5年計画テンプレートを提供し、関係者・金融機関の合意形成する場を設定する。課題別に税務・法務の専門家を配置する。

#### 設定した理由

可視化がなければ承継は停滞するためである。事業承継計画策定により関係者の期待が整合し、金融支援も得やすくなる。早期着手は選択肢を広げ、税務リスク低減や価値向上につながるため効果が高い。

##### 達成方針2：第三者承継のマッチング体制

橋本商工会議所×日本政策金融公庫×事業引継ぎ支援センターとで連携を取り、買い手候補リストを整備する。見学会・面談会を定例開催し、案件情報を標準様式で公開する。

#### 設定した理由

親族承継だけでは母集団が不足するためである。公的・民間ネットワークの統合で成約率が上がる。標準化されたプロセスは時間短縮・コスト削減をもたらし、小規模でも成立を後押しできる。

##### 達成方針3：承継後2年の伴走支援

承継後24か月の売上・粗利を月次モニタリングし、商品改良と販路開拓を伴走する。事業承継・M&A 補助金や持続化補助金などの申請支援を行い、管理会計の導入を支援する。離職防止の人事施策を整理する。

#### 設定した理由

承継はゴールでなくスタートである。初期の試行錯誤期に伴走することで赤字転落や離脱を防げる。数値管理により早期の軌道修正が可能になり、売上成長へ接続し地域雇用維持にも貢献する。

#### ⑥：人材不足対応（人材確保、省力化、自動化）

##### 達成方針1：選択的自動化・デジタル化

単純作業をDX・省力化などで代替し、人的資源を付加価値工程へ再配置する。効果測定を月次で実施する。

#### 設定した理由

単純作業を狙い撃ちすることが費用対効果に優れるためである。単純反復作業の機械化で生産性が上がり、人的資源を価値創出へ振り向けられる。測定により改善サイクルを維持できる。

## 達成方針 2：柔軟な就労と外部資源の活用

短時間雇用・シフトの柔軟化を導入し、地域人材バンクやスキマバイトを活用する。遠隔受注・バックオフィスは外部委託し、繁忙差を平準化する。一人の従業員が複数の業務をこなせるよう、多能工化研修を実施する。

### 設定した理由

フルタイム前提では母集団に限られるためである。柔軟な就労で潜在人材を取り込み、非中核業務の外部化で負荷を軽減する。多能工化は稼働安定を支え、離職率の改善にも効果がある。

## 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】 これまでの地域経済動向調査については、会員事業所を対象とした「橋本地域景気動向調査」を独自作成の調査票によるヒアリング調査で年2回実施している。

【課題】 これまで管内景気動向調査を実施しているものの、それらの情報が職員間で共有されておらず組織全体の支援に活かしていない。

#### (2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①ビッグデータ等分析公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②橋本景況調査公表回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③専門家による情報分析	-	1回	1回	1回	1回	1回

#### (3) 事業内容

##### ①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「RESAS」（地域経済分析システム）・JSTARTMAP・国勢調査等を活用し他地域と比較した経済動向分析を行い、年1回公表し、方向性の参考とする。

【分析手法】・「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

・「観光マップ」→目的地分析・インバウンド分析

・「企業活動マップ」→産業間取引分析・創業比率分析

⇒上記の分析を総合的に行い、地域の強み・弱みを「見える化」することによって、域外需要獲得に向けた地域のビジョンや戦略などを検討し、事業計画策定支援等に反映する。

【公表方法】・ホームページ等に掲載し、広く管内事業者等に周知。

##### ②景気動向調査

【目標】・地域景況状況の把握・分析を行い、結果を事業者へフィードバックし、事業計画等を策定する上での、経営判断指標とする。

【調査対象】・管内小規模事業者（卸小売業・建設業・製造業・飲食業・サービス業・理美容業・その他から7業種各10社ずつ）

【調査項目】・前年同期比較と今後の見通し

売上高・営業利益・資金繰り

雇用状況

設備投資の状況・販路開拓・事業承継・後継者の有無・事業継続力強化

経営上の問題点

付帯調査（※情勢に応じて追加）

【調査手法】・独自作成の調査票により経営指導員等でヒアリング調査を半期毎に1回

【分析手法】・経営指導員が分析し、必要であれば専門家と連携し更に詳細分析を行う。

【公表方法】・ホームページ等に掲載し、広く管内事業者等に周知。

### ③専門家による情報分析

上記の情報を元に中小企業診断士などの専門家に分析を依頼、橋本商工会議所内で分析内容を共有し、経営相談などに活用する。

### (4) 調査結果の活用

- 必要に応じて当該事業者にはフィードバックを行い小規模事業者の経営分析や事業計画策定等に活用する。
- 経営指導員等が巡回・窓口指導を行う際の参考資料とする。
- 分析結果を内部共有し、経営指導員のスキルアップに活用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

- 【現状】 これまで、当所における需要動向調査については事業者へ調査を行ってきた。
- 【課題】 これまでは、調査項目や分析内容が不十分だった。

### (2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
橋本市民向け需要動向調査	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
商品開発に関する要動向調査	-	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者

### (3) 事業内容

#### ①橋本市民向け需要動向調査

【調査項目】 「各業種における橋本市内事業所の活用頻度」「橋本市内事業所への利用金額」「商業関係における要望事項」等の市場調査

【調査手法】 実施方法として Google フォームを活用した橋本市民向けの需要動向アンケートを実施予定。抽選で景品をお送りすることで回答率を高める。

【対象エリア】 橋本市内

#### ②商品開発に関する需要動向調査

【調査手法】 市場情報評価ナビの商圈データ収集や JSTARTMAP による地域の統計データの活用

【調査項目】 商圈内居住者の年代構成、就業状況、世帯人員構成、持ち家率、所得状況、消費支出額、消費購買力、将来の人口予測等

【分析手法】 地域の需要特性を把握できる市場情報を導入し、中心部から半径 500m、1km、3km、5km 内の商圈データを経営指導員が表、グラフ化、地図等で見える化し、提供する。また、地元診断士もしくは和歌山県中小企業診断士協会に分析などを依頼することでより精度の高い活用データを提供する。

【対象者】 新商品（新サービス）を開発予定の小規模事業者

### (4) 調査結果の活用

- 必要に応じて事業者には情報提供し小規模事業者の経営分析や事業計画策定等に活用する。
- 経営指導員等が巡回・窓口指導を行う際の参考資料とする。
- 分析結果を内部共有し、経営指導員のスキルアップに活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】 これまでの当所の経営分析は、補助金申請や資金調達時における決算書類の解析による財務状況の把握等に留まっている。

【課題】 管内小規模事業者に対し、高度な分析には至っておらず、具体的な対策指導など事後フォローができていない。

## (2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
巡回指導	10件	10件	10件	10件	10件	10件
融資相談	15件	19件	19件	19件	19件	19件
確定申告相談	15件	19件	19件	19件	19件	19件
分析事業者数	40者	48者	48者	48者	48者	48者

## (3) 事業内容

管内地域の小規模事業者に対する経営指導員等の巡回時や、小規模事業者経営改善資金をはじめとする金融相談時、確定申告相談等の窓口相談を通じて、分析対象となる事業者を発掘し、経営状況や財務内容等について聞き取りを実施し、経営状況の分析に役立てる。また、必要に応じて専門家や各関係支援機関と連携し、支援を行う。

### 経営分析の内容

【対象者】 意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を選定

巡回指導・融資相談や確定申告相談などの際に経営状況分析に意欲な支援対象者を発掘する。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営自己診断システム」等のソフトやSWOT分析用専用フォーマットなどを活用し、経営指導員等が分析を行う。

## (4) 分析結果の活用

○分析を行うことで、事業者が経営を見直す「きっかけ」となり、経営の方向性を再確認することができる。

○分析結果は、当該事業者にフィードバックし、必要に応じて専門家と連携しながら、事業計画の策定等に活用する。3ヶ月毎に1年間フォロー活動を実施する。支援対象者の状況に応じて頻度を増やしフォローする。

○分析結果は、データベース化し内部共有することで、個々の事業者への一貫した経営指導及び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】 小規模事業者経営改善資金や開業資金など融資目的、また小規模事業者持続化補助金申請を目的とした事業者に対し、事業計画策定を含む一連の支援を実施している。

【課題】 融資や補助金申請目的の事業計画策定がほとんどであり、事業計画策定の本来の意義や事業計画に沿った経営の重要性についての理解が浸透しておらず、将来の事業所のあり方や経営ビジョンを見据えたものではない内容となっている。

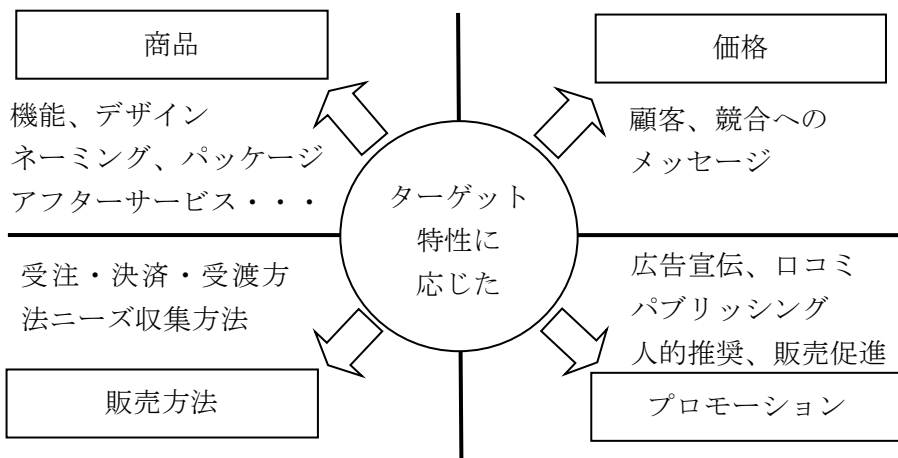
### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義・重要性の理解を促し、実質的な行動や意識改革を伴うような「経営分析セミナー」などを開催し、経営分析を行った事業者の事業計画策定を目指す。また事業計画の策定にあたっては、必要に応じて地域の経済動向調査、経営状況の分析及び需要動向調査の結果を考慮する。

事業承継を検討している事業者に対しても、事業計画（事業承継計画）は大変重要であるため、支援内容は異なるが、策定支援を行う。さらに、創業希望者・創業後間もない事業者に対しても、創業早期から事業計画の意義・重要性の理解を図り、実効性の高い計画策定に繋げていく。

【基本的な支援方法の共有】

- ①事業者・経営者との間で経営問題を共有する
- ↓
- ②実績値から経営課題を明らかにする
- ↓
- ③外部環境/市場（顧客と市場）を分析する
- ↓
- ④自社の強み・弱みを明らかにする
- ↓
- ⑤外部環境変化と事業者の強みを活かした解決案を探索する
- ↓
- ⑥解決案を盛り込んだ数値計画を策定する
- ↓
- ⑦今後の事業方針を明らかにする
- ↓
- ⑧計画実施後の進捗状況管理（評価・改善）



(3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
経営分析セミナーの開催	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
創業塾の開催	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	17 者	25 者	27 者	30 者	34 者	38 者

(4) 事業内容

①セミナーの開催

経営分析セミナーの開催

開催回数：年 2 回

カリキュラム：経営計画と補助事業を関連させる など

創業塾の開催

開催回数：年 1 回（4 回シリーズ）

カリキュラム：経営・財務・労務・販路 など

- ・事業承継を検討している事業者に対し、経営指導員等が承継に係る分析を実施し、専門家を交えて事業承継計画の策定支援を行う。
- ・創業希望者・創業後間もない事業者を対象として支援対象者を掘り起し、セミナー等の中で事業計画の重要性を学んでもらうことにより対象者の意識を高めたうえで計画策定支援を行う。また、創業に係る補助金等について情報提供し活用を促進する。さらに、事業計画策定後においても、フォロー活動を行い、進捗状況を管理し事業計画策定の効果が得られるよう支援する。

## ②事業計画の策定

【支援対象】経営分析を行った事業者、創業予定事業者、事業承継検討事業者

【手段・手法】セミナーの受講者に対し経営指導員等が担当制で対応し、IT 経営サポートセンターや IT 戦略ナビ with を活用・外部専門家を交えた事業計画の策定を実施することでフォロー活動に繋げていく。

## 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

[現状] 小規模事業者持続化補助金申請者等の事業計画策定事業者に対して、巡回や相談時に事業進捗状況について確認している。

[課題] これまで事業計画策定後の支援においては、巡回回数も少なく不定期であり、事業計画の進捗状況の把握やフォローアップが計画的に実施できていない。

### (2) 支援に対する考え方

【フォローアップ支援対象者】

経営分析を行った事業者、創業予定事業者、事業承継検討事業者

支援対象者に対して、事業計画に対する進捗状況を確認し修正・変更などを指導していく。

その中で生じる課題に対して DX や省力化については「IT 導入補助金」「省力化投資補助金」を活用するなど、各課題に対してフォローアップを実施する。

### (3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
フォローアップ対象事業者数	15 社	25 社	27 社	30 社	34 社	38 社
頻度 (延回数)	90 回	108 回	108 回	108 回	108 回	108 回
頻度	2 か月に 1 回	60 回	60 回	60 回	60 回	60 回
	4 か月に 1 回	20 回	30 回	30 回	30 回	30 回
	6 か月に 1 回	10 回	18 回	18 回	18 回	18 回
利益率増加事業者数	—	6 社	6 社	8 社	8 社	10 社

### (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するが、事業計画の進捗状況等により事業者を見極めたうえで、フォローアップ頻度を変更・修正していく。事業計画との間にズレが生じた場合には外部専門家などのアドバイスを頂き修正していく。

## 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] 自社製品の開発やサービス内容の向上などを補助金や専門家指導を活用しつつ行っている。

[課題] 販路開拓に繋がれず売上増加ができていない。

### (2) 支援に対する考え方

橋本市内で事業をしており、現在の商圈エリアを広げていこうと考えている事業所を対象として事業を進めていく。支援対象者に対しては、事業計画に対する進捗状況を確認し修正・変更などを指導していく。その中で生じる課題に対して商談会への参加などについては「小規模事業者持続化補助金」や橋本市の補助金を活用するなど、各課題に対してフォローアップを実施する。

### (3) 目標

		現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①	まっせ・はしもと 出展事業者数	30 社	35 社	35 社	40 社	40 社	40 社
	売上高/社	-	5 万円	7 万円	7 万円	10 万円	10 万円
②	エールはしもとシール ラリー参加事業所数	130 社	140 社	150 社	160 社	170 社	180 社
	対象期間の来客数/社	-	40 人	45 人	50 人	55 人	60 人
③	ザ・ビジネスモール 登録事業者数	71 社	80 社	90 社	100 社	110 社	120 社
	商談数	-	1 件	1 件	2 件	2 件	3 件
④	高野山麓ネット 登録事業者数	0 社	1 社	1 社	2 社	2 社	3 社
	売上増加事業者数	-	1 社	1 社	2 社	2 社	3 社
⑤	会員事業所紹介ページ 「はしナビ」登録事業所数	225 社	245 社	265 社	285 社	305 社	325 社
	新規取引先開拓社数	-	20 社	20 社	30 社	30 社	40 社

### (4) 事業内容

#### ①「まっせ・はしもと～柿まつり～」出展事業 (BtoC)

県内外から約2万人が来場し、橋本市の秋のイベントとして市民に親しまれる「まっせ・はしもと～柿まつり～」にて、小規模事業者に自身(自社)が営む業種に係る内容で出展することが出来る。経営指導員等が出展に際して、事前・事後の支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など細かい部分においても、支援を行い、新たな需要開拓を目指す。

#### ②エールはしもとシールラリー (BtoC)

消費者の方に、買い物を少しでも会員事業所店舗を利用していただき、またPRするための事業である。景品も登録店舗で利用できるデジタル地域通貨「Hashi-Mo (ハシモ)」のポイントとすることで、更に会員事業所店舗での利用となり加盟店舗の増加とともに効果が見込める。

#### ③ザ・ビジネスモールの活用 (BtoB)

ザ・ビジネスモールは、日本全国の企業をつなぐ商工会議所・商工会運営の商談取引支援サイトであり自社の最新情報や強みの掲載や買い手として外注先や仕入れ先を探すことができる。このサイトへ登録・利用することで、広範囲での事業所とのつながりを作ることができ新たな販路開拓につなげることができる。

#### ④紀州橋本ご当地スタイル「高野山麓ネット」の活用 (BtoC)

紀州橋本ご当地スタイル「高野山麓ネット」とは、橋本商工会議所のご当地通販ショップサイトであり、「ひねキングカレー」や「はたごんぼあられ」などのご当地商品を販売している。今後は小規模事業者の地元商品の販売等も検討しており、オンラインでの販路拡大をきっかけに需要の開拓へと繋げていく。

#### ⑤事業所紹介ページ「はしナビ」の活用 (BtoB・BtoC)

橋本商工会議所ホームページにて事業所紹介ページ「はしナビ」を掲載しています。このページについて、業種を問わず掲載しており一般の方以外にも関連業者を探している事業所も活用することが出来ます。登録事業者数を増加させ様々な広報関連へ掲載・周知することで橋本市内の事業所の活性化につなげていく。

## 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] 事業の評価及び見直しをするための事業評価委員会を年1回開催している。

[課題] 事業の評価及び見直しをするための事業評価委員会を開催し、改善案を提案され、事業に取り組んでいるが、徹底されていない。

#### (2) 事業内容

○橋本市経済推進部産業振興課長、和歌山県伊都振興局地域まちづくり課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、税理士、日本政策金融公庫和歌山支店担当者等をメンバーとする「評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

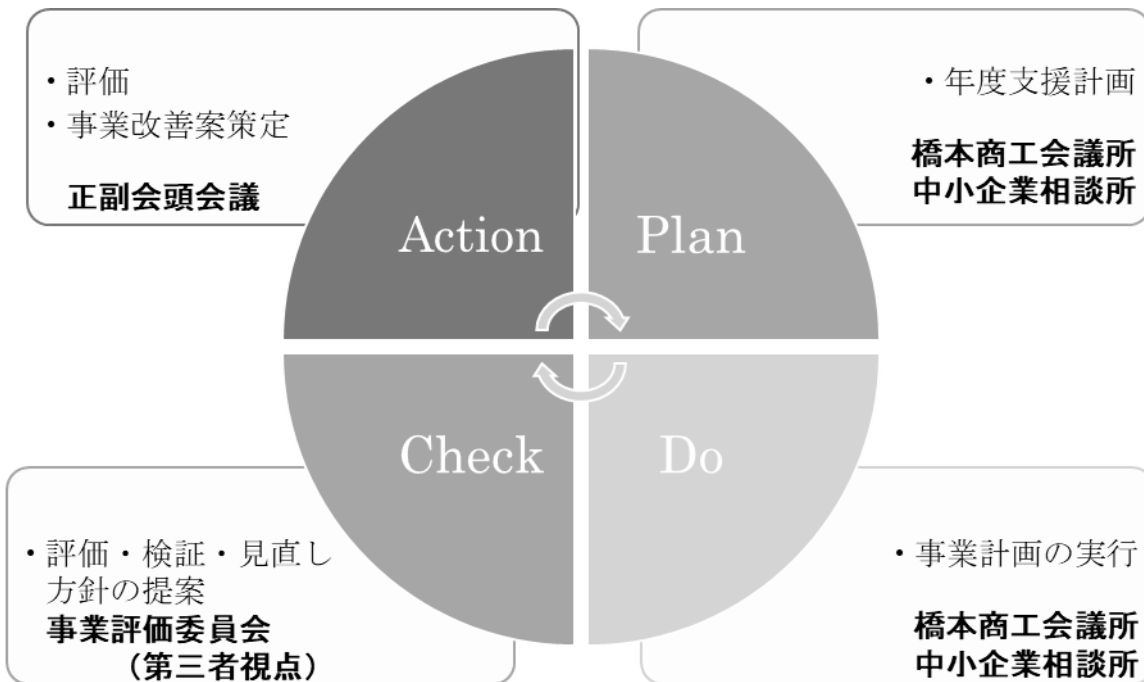
○当該評価委員会の評価結果は、正副会頭会議にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HP及び会報へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に関連可能な状態とする。

○正副会頭会議や常議員会において、事業の成果を報告し、見直しを含めて、方針の決定をする。

#### 【事業評価委員会の構成案】

外部委員 税理士、中小企業診断士、金融機関1名、橋本市経済推進部産業振興課長、和歌山県伊都振興局地域まちづくり課長

内部委員 専務理事、法定経営指導員



事業の成果・評価・見直しの結果を当所 HP (<http://www.hashimoto-cci.or.jp/>) に公表（年1回）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

[現状] 職員に求められている能力が専門的且つ広範囲になってきており、経営に関する知識や、経営分析・販路開拓支援などの知識不足により、十分な経営指導が行えず、専門的な分野の指導については、専門家へ依頼をするケースがある。

[課題] 経営指導員等の資質向上にあたっては、各職員に委ねられている部分が多く、研修等に参加するに留まり、組織としてのルール作りがなされていない。それに伴い、支援能力は各職員によってバラつきがあり、DX や IT スキルなどの組織全体の能力向上と支援能力の平準化が課題である。

### (2) 事業内容

#### ①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員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」及び和歌山県商工会連合会主催の「職員研修会」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。また、日本商工会議所が開催する各種セミナーや研修会への参加に加え、和歌山県、中小企業基盤機構等が主催する「中小企業支援施策」に関する「各種支援制度・補助金、助成金セミナー」にも積極的に参加する。その他、WEBセミナー等も積極的に活用し、職員の支援能力向上のため、底上げを図る。

#### ②専門家派遣事業への同伴

経営相談後の対応として、専門家派遣事業を活用するにあたっては、経営指導員等が同伴し、専門家の支援ノウハウを学ぶ。専門家との同行により支援ノウハウの向上と経営指導員等の資質向上に繋げる。

#### ③OJT制度の導入

若手職員が、経営分析や事業計画策定支援などを実施する際には、支援経験の豊富なベテラン経営指導員とチームを組成し、フォローを行う。巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、ベテラン職員が持つノウハウを継承していくことで、組織全体の支援能力の向上を図る。

#### ④職員間の定期的ミーティング（情報共有・勉強会）

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番に講師を務め、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回、年間12回）・支援担当者会議（週1回）を開催し、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。特に、会員支援に関する情報、補助金の申請状況について、他の職員と共有し、それぞれが保持する情報量・知識量の水準を高める。

#### ⑤データベース化（情報共有）

担当経営指導員等がTOASにデータを適時・適切に入力し、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定のレベル以上の対応を出来るようにする。

#### ⑥職員の自己啓発によるレベルアップ

当所HPのオンライン研修、さまざまな経営情報が満載でセミナー内容が約700タイトルあるWEBセミナー等を活用し、各分野の知識を習得できるよう自己啓発を促す。

また、多様化する経営課題全般に職員各々で対応することは、難しいため、得意とする分野、あるいは興味のある分野について、公的資格取得、または同等水準まで自己啓発により支援能力を高めることで、専門知識を有した職員が集まり、一体となって事業者支援できるように、レベルアップを図る。

所属する経営指導員全員が法定経営指導員の指定講習を受講し、法定経営指導員として質の高い経営指導ができるよう、計画的に講習を受講し、修了する。

## 1 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] これまで当所では、他の支援機関の開催する会議にて情報・意見交換を実施、また、県の研修の場などで、経営指導員等が個々に情報交換するにとどまっており、当初から積極的に支援機関と連携した支援力向上のための情報交換については取り組めていない。

[課題] 経営発達支援事業の円滑な実施のためには、他の支援機関と支援力向上を目的とした情報交換会を実施し、そこで得られた有効な情報（各種施策・制度、支援ノウハウ等）を当地域の事業者に置き換えて検証し、実施していくことが必要である。

### (2) 事業内容

#### ①伊都・橋本商工会広域連携協議会 経営支援センターとの情報交換（年3回）

和歌山県伊都振興局管内の4商工会が共同して経営発達支援計画の認定を受けて支援事業を行う組織である「伊都・橋本商工会広域連携協議会 経営支援センター」にて、支援担当者と、地域金融機関との交渉事例、課題解決に用いた支援スキームや招聘した専門家、商品等の需要動向など、地域に根差した支援ノウハウなどの交換を行い、実務へのフィードバックを図る。また、橋本市の最新の経済動向等を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行う。

#### ②和歌山県よろず支援拠点の活用（月1回）

よろず支援拠点担当者と、当管内事業者の支援ニーズの情報交換会を行うことで、小規模事業者がどのような指導・支援を必要としているか情報を掴むことにより、経営相談、指導に繋げる。

また、経営指導員等とよろず支援拠点の担当者が支援事例を相互に交換して融資や公的助成制度について効果的な活用方法を見出すことで、小規模事業者の支援実務へのフィードバックが期待できる。

#### ③日本政策金融公庫和歌山支店との情報交換（月1回）

国民生活事業担当者と、マル経融資の推薦・新設の融資制度の取り扱い方針等の融資実務に関する情報交換を行い、事業者への円滑な融資実現に役立てる。

#### ④粉河税務署管内税務事務連絡協議会の情報交換（年3回）

粉河税務署管内税務事務連絡協議会に参加し、商工会議所の施策を紹介するとともに、税理士が支援する現場の課題を把握し、支援ノウハウを習得して、小規模事業者の支援に活かす。持続化補助金やものづくり補助金、先端設備等導入計画の各種経営計画策定においては、税理士会からの紹介も多く、税理士会との横のつながりを深めることで、支援先の掘り起こしが可能になる。

#### ⑤事業承継引継ぎ支援センターとの情報共有（月1回）

経営者の高齢化と後継者不足による事業承継問題は、管内の小規模事業者において喫緊の課題であり、事業承継に対する準備不足が顕著になっている。事業承継に関する情報交換を行い、小規模事業者が円滑な事業承継を行えるようフィードバックする。

#### ⑥地元診断士もしくは和歌山県中小企業診断士協会の情報交換（年3回）

地域経済動向調査や景気動向調査・対象事業所の経営データなどについて、外部の中小企業診断士の方に分析・アドバイスを頂くことで分析方法や指導内容について経営指導員の資質向上につなげることが出来る。

## 12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 人口減少による地域内消費者の減少や商圈の縮小に伴う市街地の衰退、後継者不足による廃業など、地域経済衰退が危惧される中、世界文化遺産に登録された「黒河道」などの優れた観光資源が点在するものの、市街中心部への多くの誘客、リピーターの確保には至っていない。

[課題] 観光面においては、世界遺産等の観光資源があるものの、観光拠点が確立されておらず、観光資源を活かしきれていない。橋本の地域ブランド商品が登録されているが、ブランドの統一感がない。

### (2) 事業内容

#### ①高野七口・高野スイーツブランド拡充のための認定事業

橋本商工会議所・伊都郡各商工会で組織される伊都橋本産業創造センターにて、広域連携事業として、「高野七口・高野スイーツ」ブランドの商標登録を行い、商品を認定してきたが、新たな商品の認定が滞っており、新商品開発に向けた取り組みができていない。

「高野七口・高野スイーツ」ブランドの新商品開発による更なるブランド拡充を図るため連絡会議（年2回）を開催し、食品関連事業者に参加を呼びかけ、地域ブランドの拡充を図る。



#### ②はしもとグルメによる活性化事業

「ひね鶏」とは、生涯で卵を産み終えた鶏であり食用として短期間育成された鶏よりも肉質がしっかりしており弾力がある。橋本市は卵を始めとしてこの「ひね鶏」も地元の特産品となっており、食材として飲食店で利用されている。

特産品を使った地元グルメを開発・対象店舗を SNS なども利用して広域に周知・集客することで地産地消を実現し地域の活性化につなげていく。



#### ③地域活性化事業「はしもと紀の川花夢計画事業」の実施

橋本市は全国的な知名度で集客できる観光資源がないことから、橋本商工会議所が独自で、新しい観光資源を創ることを目的に、4月開花に合わせて下記の事業を実施する。

自然豊かなエリアに花木を設置し、市内はもとより県外の方に「花の街・はしもと」をPRする。訪れた人たちが橋本市内の事業所を利用してもらえる環境づくりを実施する。



#### ④サイクリング事業への協力

橋本地域は、清流「紀の川」を中心に自然環境に恵まれた地域であり、紀の川サイクリングロードを活用したサイクルツーリズムによる観光振興が重要である。また起伏にあふれた土地柄から、E-BIKE 愛好家にとっても魅力的なコースであり、2024年4月から橋本市においてE-BIKE レンタル事業も開始するなど、「サイクリングに最適なまちはしもと」として来訪者が増加している。

DMO が主催として開催されるサイクリング事業について、コース設定や企画運営の支援等を橋本商工会議所として実施し、橋本市に訪れた人たちが市内の事業所を利用してもらえるように環境整備を行う。



#### ⑤若者の地元就職、定住のためのU・I・Jターン事業

和歌山県・和歌山県経営者協会等、関係機関と連携した合同就職イベント等を開催し、若者の地元への就職、また都心部や県外からの地域内就職を促進する。

- ・橋本・伊都就職フェア（合同就職イベント）
- ・近隣の高等学校等との連携

#### ⑥橋本市地域通貨を活用したシールラリー

橋本市ではデジタル地域通貨「Hashi-Mo（ハシモ）」の積極的な活用を進めている。会議所のシールラリー事業の景品を登録店舗で利用できる「Hashi-Mo」ポイントとすることで、地域経済の活性化に繋げる。

**エールはしもとシールラリー2025** はしもとのお土産を楽しくめぐろうー深めよう地域の絆ー

シールを**5枚**集めて!抽選に応募!!

抽選でシールラリー参加店舗で使える  
「Hashi-Mo」のポイントが  
**当たる!!**

開催期間 **11月1日(土)~1月9日(金)**

景品

- 1等 **10,000ポイント**
- 2等 **5,000ポイント**
- 3等 **3,000ポイント**

抽選日 **2026年1月15日(木)必着**

抽選日 **2026年1月21日**

Hashi-Moの使える期間  
**2026年2月1日~2月28日23時59分**

TEL 0738-32-0004



⑦近隣商工会との広域連携事業

現在、橋本商工会議所・高野口町商工会・九度山町商工会・かつらぎ町商工会・高野町商工会の5団体で広域連携事業を実施している。2025年度からは広域でのデジタルスタンプラリーを実施しており、景品には各エリアの特産品を用意している。伊都エリアとしてPRしていくことでより大きなPRができ、事業者ごとに経営指導員が販売方法や陳列などのフォローを実施することで事業の発展へとつなげていく。

対象店舗にて  
お買いもの1,000円以上で  
QRコードでスタンプをGET!!

伊都・橋本  
**デジタル  
スタンプラリー**  
いとをかきし電子印畫め

11.1.0-11.30.0

デジタルスタンプを集めて  
豪華商品+GETしよう!

プレゼント - 各店舗の特産品詰め合わせセット -

伊都・橋本を巡りました賞	各店舗を巡りました賞	各店舗を1巡った賞
5 年間 30,000円相当	30 年間 3,000円相当	5 年間 15,000円相当

デジタルスタンプ集めた賞  
1年間  
30,000円相当

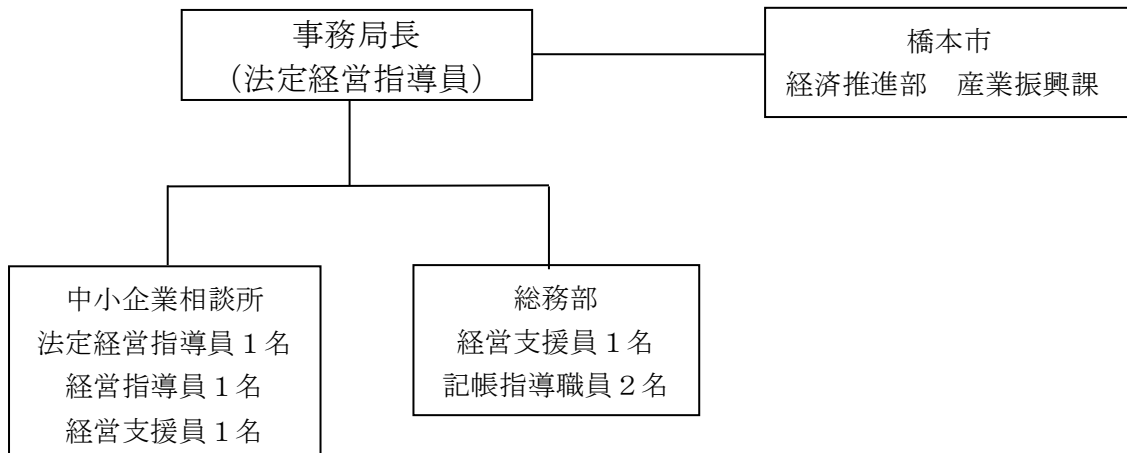
(別表 2)

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

(2025年12月現在)

(1) 実施体制



(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： 西村勇真

■連絡先： 橋本商工会議所 TEL. 0736-32-0004

②当該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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・西村勇真は、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

①商工会議所

〒648-0073

和歌山県橋本市市脇 1 丁目 3 番 1 8 号

橋本商工会議所 中小企業相談所

TEL：0736-32-0004 / FAX：0736-33-3326

E-Mail：info@hashimoto-cci.or.jp

②関係市町村

〒648-8585

和歌山県橋本市東家一丁目 1 番 1 号

橋本市 経済推進部 産業振興課

TEL:0736-33-1247 / FAX：0736-33-1665

E-Mail:sangyo@city.hashimoto.lg.jp

## (別表3)

## 経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
必要な資金の額	5,850	5,850	5,850	5,850	5,850
＜需要動向＞					
調査システム費用	400	400	400	400	400
専門家分析費用	600	600	600	600	600
＜セミナー関連＞					
講師謝金（2回分）	100	100	100	100	100
広報費（2回分）	200	200	200	200	200
＜シールラリー＞					
景品代	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
広報費	200	200	200	200	200
その他	450	450	450	450	450
＜創業塾＞					
講師謝金	100	100	100	100	100
広報費	300	300	300	300	300
＜地域活性化事業＞					
事業費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
国補助金・県補助金・橋本市補助金・一般会計事業費

(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