

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

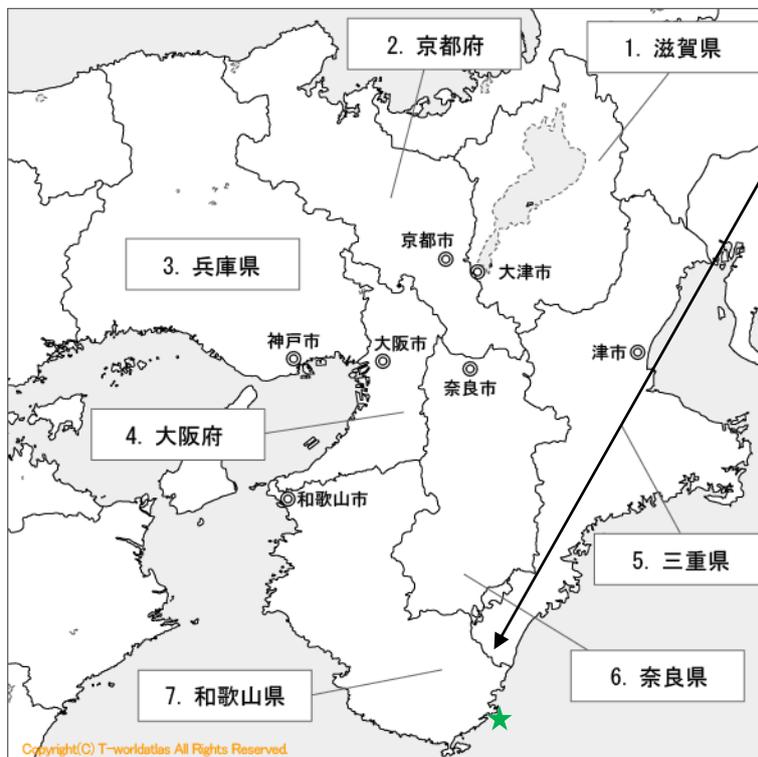
1. 目標

1. 地域の現状

紀宝町は平成18年1月に旧紀宝町と鵜殿村と合併し設立されました。同年4月に旧紀宝町商工会と鵜殿村商工会が新設合併し紀宝町商工会が誕生しました。紀宝町は、紀伊半島の南東部に位置し、三重県の南玄関口となっており、和歌山県新宮市と隣接しています。そのため、歴史・文化的背景から和歌山県との関係も深く新宮市等との県域を越えた連携・交流も盛んに行われています。面積は79.62k㎡で北西部には紀伊山地からつながる山塊が広く分布し、南東部には住宅地や商業地をはじめ、港湾を活用した製紙工場や製材工場が立地しています。

また、平地には水田が開け、丘陵地にはみかん畑が広がっています。温暖な気候と豊富な水資源に恵まれ、米、柑橘類、野菜等の農作物を生産しています。特に基幹産業として柑橘類(みかん、マイヤーレモン)の生産が盛んであり、獣害対策として切り替えたマイヤーレモンの生産量は国内で隣接する御浜町と併せて、トップのシェア(約90%:60t)を誇っています。

隣接する新宮市に大型ショッピングセンター、飲食店が多く存在し買い物、食事の利便性が非常に高く逆に紀宝町内では小売店、飲食店が少なく又、紀宝町の勤労者の約60%が新宮市で働いており、最寄り品的な商品は新宮市での購入人口が多くみられます。紀宝町の人口は、平成30年4月現在11,138人で、人口動態については昭和35年以降減少の傾向が続き、平成2年以降においてもほぼ横ばいから減少傾向にあり、町内の市場が縮小する中で地産地消の推進や新事業の展開など紀宝町における購買率をあげるような取組みを支援する必要があります。



三重県紀宝町



※紀宝町マイヤーレモン
(オレンジとレモンを
かけあわせた柑橘類)

2. 地域の小規模事業者の現状と課題

(1) 現状

紀宝町商工会管内の小規模事業者の推移は（表1）に示すとおりであります。建設業とサービス業が全体の6割強を占め県内の他地域に比べ製造業が極めて少ないのが特徴です。各業種のここ5年間の小規模事業者の増減の推移をみると、ほぼ横ばいでサービス業が若干増加している分全体では微増となっています。

商工会地域の小規模事業者の主な取引先、販売先については、和歌山県新宮市との繋がりが強く、就労者についても町内の約60%を新宮市で占めております。

地域の産業は、地域の特徴でもある柑橘類を栽培する第1次産業従事者が多く、それに関連した小規模事業者も存在し、数年前には国の小規模事業者新事業全国展開支援事業での新商品開発に取組み、新たな産業おこしを展開してきたことにより、一次産業に付随した事業も活力がある状況となっています。

（表1）紀宝町小規模事業者推移

年 度	建設業	製造業	卸・小売業	飲食 宿泊業	サービス業他	合計
平成25年度	126	30	82	34	121	393
平成26年度	122	28	79	34	121	384
平成27年度	125	29	80	35	138	407
平成28年度	125	30	82	35	138	410
平成29年度	125	30	81	37	141	414

（※） 三重県商工会連合会商工会運営資料より

(2) 課題

建設業者においては、他業種と比べ財務の変動が大きく公共工事等の入札件数が減少し競争の激化が問題にあげられるとともに、資材高騰に影響されやすい小規模事業者の財務体質の弱さも問題のひとつにあげられます。紀宝町においても廃業を余儀なくされる小規模事業者には、全体的に経営者の高齢化、後継者不在という問題をかかえており事業の継続が困難になっておりますが、ここ数年、事業承継の相談も増加しており小売業を除く業種においては、若者の商売に対する意識が変化しているように思われることから、ビジネスモデルの再構築、経営力の向上、新事業展開、事業承継等が課題となっています。

一方、小売業は、商品数や利便性で優位性を保つ大型店への顧客離れが生じ、より後継者が育ちにくい環境に置かれており、地産地消の推進と魅力的な商品構成・販路開拓・店舗づくりが課題となっています。

3. 紀宝町商工会の取組みの現状と課題

(1) 現状

紀宝町商工会は、小規模事業者数 431 名、会員数 282 名、役員数 15 名、職員 6 名（内補助対象職員 3 名）で構成されています。（平成 30 年 4 月現在）

従来は、小規模事業者に対し巡回・窓口指導により基礎的支援として経営改善普及事業（金融、税務、労働）を中心に指導を行ってきました。とりわけ経営支援については、小規模事業者の短期的な支援（資金繰り対策、確定申告問題等）の解決が大分を占め、地域活性化については、従来からのイベントを実施してきました。

小規模事業者数はサービス業において、わずかながら増加はしていますが経営者の高齢化が進んでおり、今後、事業を安定化し持続発展させるためには、従前の経営改善普及事業では解決できない状況にあります。

(2) 課題

当商工会の課題は、複雑化、多様化する外部環境の中で、時代の流れに対応するためには、経営発達支援計画に基づく伴走型支援による専門的支援の下、目先の課題解決にとどまらず経営発達支援計画の策定が求められています。

地域活性化事業についても継続的なイベント実施のように一過性のものとなっており、地域資源を活用した商品開発や販路開拓を行うなど小規模事業者の持続的発展、ひいては地域の持続的発展につながるよう、経営発達支援計画に基づく仕組みの構築が必要となっています。

4. 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

地域資源であるマイヤーレモンやみかん等の柑橘類を活用した「農商工連携」「6次産業化」支援や「空き店舗」を活用した創業・新事業展開支援、さらに小規模事業者全体の底上げを図るためのビジネスモデルの再構築・経営力向上等の支援を商工会職員が資質向上を図りつつ関係機関との連携を強化し伴走型支援を行うことにより、10年後には、小規模事業者が地域に必要な企業へと成長発展し、そうした企業が中心となって地域に活力を与え、町に賑わいをもたらし、町全体の活性化を目指していきます。

(商業)

第2次紀宝町総合計画基本計画編（※1）で構想している「道の駅ウミガメ公園」を拠点とし、商工業者と水産・農業事業者との連携を図りながら消費者ニーズが多様化する中で、地域内外の消費者ニーズを踏まえた経営戦略による新商品開発、販路開拓、人材育成等を地域一体となり行っていくように努めます。果実栽培（みかん、マイヤーレモン）を中心とした第一次産業者と商工業者との連携を図りながら「六次産業化」「農商工連携」に取り組みます。

紀宝町、商工会、関係団体で組織する「商業活性化委員会」（※2）で企画立案した「空き店舗対策事業」を活用した創業、事業転換支援により小規模事業者の維持確保や事業承継支援に取り組みます。

又、外部環境の変化に伴い商工会に寄せられる相談内容が高度化・専門化してきており、日頃の巡回・窓口支援により小規模事業者の経営課題を発掘し、将来を見据えた事業計画策定により売上、利益につながる伴走型支援に取り組んでいきます。

(※1) 第2次紀宝町総合計画基本計画編（平成29年～平成38年）

道の駅紀宝町ウミガメ公園の物産館においては、商工会、商業者、農林漁業者が一体となり、地元特産品のPRと販売促進等きめ細かな運営に取り組んでいます。町外からの集客機能及び全国へのアピール力強化のため、「紀宝町ブランド」を確立するとともに、地域を越えた広域連携を行う中で商品開発や特色あるイベントを創出すること。

(※2) 商業活性化委員会

紀宝町においては、商業集積地が国道42号線の旧鶴殿村にありますが、平成23年国道42号線のバイパス完成により商業の衰退が生じたため設立されました。

構成委員は、紀宝町幹部職員、商工会理事、第一次産業従事者の15名で旧鶴殿村商業集積地を中心とした商業活性化を目的としています。



【道の駅ウミガメ公園】



【かめっこ…焼き菓子】

(建設・製造業)

町内で約4割を占める建設、製造業者の支援については、外部環境が変化していく中、顧客ニーズに対応できる足腰の強い企業となるよう、ビジネスモデルの再構築や経営力向上を支援していきます。手持ち資産を活用し農業への進出をする企業や経営の多角化・事業転換を目指す企業、近隣市町と連携を図りながら農商工連携を行う企業等、地域経済社会に貢献する企業の支援も積極的に行います。

このようにビジネスモデル再構築や経営力向上、新事業展開を行う企業の事業計画作成を支援し、地域に役立つ小規模事業者の増加を促します。

5. 経営発達支援事業の目標

- ① ビジネスモデルの再構築・経営革新・新事業展開・農商工連携・6次産業化などの支援を通じて、地域を牽引する小規模事業者の発掘・育成を図ります。
- ② 事業者の実態や経営課題にあった支援実施を通じて、地域小規模事業者の経営力の底上げを図り、顧客ニーズや地域課題に対応できる企業を育成します。
- ③ 新商品開発や店舗づくり、地産地消の推進による紀宝町における購買力向上の支援を通じて、活力ある商業を育成します。
- ④ 創業者の発掘・創出及び事業承継者の人材育成と円滑な事業の立ち上げ支援を通じて、地域小規模事業者の維持・発展を図ります。

6. 目標の達成に向けた方針

- ① 地域を牽引する小規模事業者を発掘・育成するために、地元金融機関や行政等と連携して、ビジネスモデルの再構築や経営革新等を目指す経営に積極的な事業者を掘り起こし、その育成のために、各種支援機関との連携を含めセミナーの開催などによる重点的な伴走型支援を行います。
- ② 小規模事業者等の経営課題を解決し売上の拡大や利益の向上を目指すため、的確な情報収集・活用と適切な経営分析による事業計画策定及び実施支援を伴走型で行うため、経営指導員をはじめ商工会全職員が支援スキル・ノウハウの向上と共有に努めるとともに、高度かつ専門的な課題に備えるために、専門家や関係機関との円滑な連携体制を構築し、地域経済社会に貢献する企業の創出を目指します。
- ③ 紀宝町における購買力を向上させるために、新商品開発や魅力的な商品構成・店舗づくり等について、商工会の経営指導員が商業活性化委員会や専門家と連携し、伴走型で個店指導を実施します。
- ④ 創業予定者の起業や事業承継予定者の事業承継が円滑で確実に行われることを支援するために、事業計画策定から事業が軌道に乗るまでの間、経営指導員が各種支援機関との連携の上で濃密な伴走支援体制を作り、成長・発展の各段階に合わせた支援を行います。

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成 31 年 4 月 1 日～平成 36 年 3 月 31 日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状

全国商工会連合会が実施している業種別（建設業、製造業、小売業、サービス業）の中小企業景況調査の結果を利用し、D I 指数を当地区にもあてはめて小規模事業者への支援材料としていますが、他に紀宝町商工会は、調査事業として全国商工会連合会より委託を受け小規模企業景気動向調査を実施し、業種別に調査を行っています。

(2) 課題

小規模企業景気動向調査及び中小企業景況調査の調査報告書は全国商工会連合会から、分析した県全体のデータ資料の提供は受けるものの、地域別のデータがないことから、小規模事業者へのデータとして有効に活用していないことが問題であり、詳しい地域別データの作成と提供・活用が課題です。

(3) 事業内容

◇調査の種類

①中小企業景況調査の活用（拡充事業）

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「中小企業景況調査」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・分析を行います。

◇調査対象 30 社（建設業、製造業、小売業、サービス業）

◇調査項目 売上高・採算性、前年度比較、設備投資、在庫・人件費、
経営上の問題点

◇調査手法 経営指導員等によるヒアリング

◇分析手法 経営指導員が外部専門家と連携を図り分析を行います。

②消費者動向調査（新規事業）

紀宝町の協力を得て、年 1 回世帯数の 10%を抽出し調査項目を記載した統一の調査票を郵送しアンケートを実施します。これにより、地域の経済・消費動向について詳しく調査・分析を行います。

◇調査対象 531 世帯

◇調査項目 家族構成、勤め先、年収、景気感、商品別購入地域
商品・サービス別購入店、商品サービス別の年間支出額

◇調査手法 調査票を郵送し返信用封筒で回収します。

◇分析手法 経営指導員が外部専門家と連携を図り分析を行います。

③国が提供するビッグデータの活用（新規事業）

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、経営指導員が「RE S A S」（地域経済分析システム）活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表します。

◇分析手法 何で稼いでいるか等を分析→地域経済循環マップ・生産分析

人の動き等を分析→まちづくりマップ・From-to分析

産業の現状等を分析→産業構造マップ

※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します。

(4) 成果の活用

情報収集・調査・分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知します。経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とします。また、小規模事業者の事業計画策定支援にも役立てます。

(5) 目標

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
中小企業景況調査実施公表（回）	4	4	4	4	4	4
消費者動向調査の実施公表（回）	0	1	1	1	1	1
国が提供するビッグデータの活用・公表（回）	0	1	1	1	1	1

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1) 現状

これまでの経営分析は小規模事業者への巡回・窓口支援時において、財務諸表等からの限定的な分析（損益分岐点、売上高営業利益率、流動比率、売上総利益率、自己資本率等）を行い、数字の提示のみで有効な経営分析は行われておらず、有効な経営改善に向けた経営分析ではなく金融、税務、記帳などの直面する経営上の課題の解決にとどまっていました。

(2) 課題

日頃から巡回支援、窓口支援時に、金融・税務支援を通じ経営分析を限られた小規模事業者に行ってきましたが、分析をした企業数は少なく、内容的にも充実したものではありませんでした。今後は経営発達・経営向上に向けた事業計画の策定へ導くような的確な経営分析支援が課題となっています。

(3) 事業内容

①巡回・窓口相談時の経営分析（拡充事業）

巡回支援、窓口支援時に、経営・税務・金融支援を通じ経営分析を行ってきましたが、充実したものでなかったため分析の内容を見直し、定量分析の財務分析と定性分析のSWOT分析等の双方を実施します。

◇対象者 経営・税務・金融支援を受けた事業所 5社

◇分析項目 (定量) 5期比較、損益分岐点、比率分析

(定性) SWOT分析等

◇分析手法 商工会で活用している「弥生会計ソフト」を使い、経営支援員等が分析を行います。

②セミナー参加者の経営分析（新規事業）

経営分析を行う事業者発掘のため、経営分析による現状把握であることを念頭に経営分析セミナーを開催し事業計画策定に導くように適切で積極的な支援を行います。

◇対象者 セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い10社を選定

◇分析項目 定量分析の財務分析と定性分析のSWOT分析等の双方を実施

(定量) 売上高増加率、営業利益率、労働生産性、自己資本比率

E B I T D A有利子負債倍率、営業運転資本回転期間

(定性) SWOT分析

◇分析手法 経済産業省の「ローカルベンチマーキング」(※3)、中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」(※4)等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行います。

(※3) ローカルベンチマーキング

企業の経営状態の把握、いわゆる「健康診断」を行うツール（道具）として、企業の経営者等や金融機関・支援機関等が、企業の状態を把握し、双方が同じ目線で対話を行うための基本的な枠組みであり、事業性評価の「入口」として活用されることが期待されるものです。

(※4) 経営計画つくるくん

経営計画書の作成に不慣れな事業者の方、或いは、中小企業・小規模事業者の経営計画書作成の支援に携わる方に利用いただくことを目的として作成されたアプリです。

(4) 成果の活用方法

分析結果は、当該事業所にフィードバックし事業計画の策定等に活用します。

分析結果は、データベース化し内部で共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用します。

(5) 目標

	現在	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経営分析セミナー開催回数	0	1	1	1	2	2
経営分析件数（セミナーによる）	0	10	10	10	20	20
〃（巡回・窓口相談時）	0	5	5	5	10	10
経営分析件数 合計		15	15	15	30	30

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 現状

従来の経営改善普及事業は、経営指導員等による金融、税務、労務などの支援や小規模事業者の抱える専門的な課題を解決する支援が中心であり、小規模事業者の掘り下げたPDCAサイクルシステムに基づく事業計画作成支援の実績は少ない状況にあります。

(2) 課題

本会の個社への経営支援については、その多くは明確な事業計画が無い故に、場当たりの対応策での支援に留まっていたケースが多く見られました。このような状況から、今まで以上に事業計画に基づく経営の重要性を認識し、個社支援にあたる必要があります。

(3) 支援に関する考え方

小規模事業者については、ビジネスモデルの再構築を図るための事業計画策定の意義や重要性を述べても、実質的な行動や意識変化を促せることがないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫し取組みに対するハードルを下げること、経営分析を行った事業者の年間7割程度の事業計画策定を目指します。

(4) 事業内容

①経営分析を行った事業者を対象とした事業計画策定セミナーの開催（新規事業）

- ・募集方法：ホームページ及び小規模事業者への巡回時に案内し募集します。
- ・回数：年1回
- ・参加予定者数：15名
- ・カリキュラム：事業計画の必要性、事業計画作成手段・手法、儲かる仕組みづくり等

②事業計画の策定（新規事業）

- ◇支援対象 経営分析を行った事業者を対象とします。
- ◇手段・手法 事業計画策定セミナーの受講者に対し事業所ごとに経営指導員等が担当で張り付き専門家を交えて確実に事業計画の策定につなげていきます。

(5) 目標

	現在	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定セミナー参加事業者数	0	15	15	15	30	30
内、事業計画策定件数	0	10	10	10	20	20
(内訳) 販路開拓支援事業者数	0	5	5	5	10	10
(〃) 創業支援事業者数	0	2	2	2	4	4
(〃) 事業承継支援事業者数	0	3	3	3	6	6

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(1) 現状

巡回・窓口支援において金融、税務などの個々の支援、税理士、中業企業診断士、弁護士などを招聘し、専門的指導や補助事業申請に関する事業計画を行っていますが、事業計画策定を活用した経営戦略の中核となるPDCAサイクルをまわす十分な伴走型支援が出来ておりません。

(2) 課題

国・県の支援制度にチャレンジする小規模事業者に対しての申請書類作成支援中心の支援から、支援先小規模事業者の事業計画策定後の進捗状況を確認しながら、状況に応じた支援を伴走型で定期的に行うことが出来るフォローアップ体制の整備が課題となっています。

(3) 事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ支援（拡充事業）

事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、経営指導員等が概ね四半期に一度の頻度で巡回訪問し、事業の進捗状況の確認や改善等を行います。

②専門家派遣による高度専門的支援（拡充事業）

経営指導員等による巡回・窓口支援で、専門家による専門指導が必要であると判断した事業者に対して、経営課題の解決に向けてミラサポ等による専門家による支援を行います。

(4) 目標

	現在	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フォローアップ対象事業者数	0	10	10	10	20	20
フォローアップ年間合計（延数）	0	40	40	40	80	80
専門家派遣による高度専門的支援回数	0	10	10	10	20	20

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状

過去に「消費動向調査」と小規模事業者 200 件対象の「商業（第3次産業）の現状調査」を実施しましたが、管内の需要動向に関する調査は実施しておらず、また、地域住民生活等緊急支援としてのプレミアム商品券発行事業に伴い、商品券利用者の消費動向を調査し何に使用したか把握し、管内売れ筋商品のニーズを把握してきました。

(2) 課題

小規模事業者の経営実態として、少人数のため業務の役割分担が困難で需要動向等の情報収集に限界があります。そのため、顧客ニーズと経営者の考え方とのミスマッチが生じており、ビジネスチャンスを逃すケースがあり、今回実施する消費者ニーズ調査については、実施後の分析データを小規模事業者に提供し顧客志向型のマーケティングの導入を行う必要があります。

(3) 事業内容

①地域内での消費者ニーズ調査（新規事業）

地域内の需要動向を把握するため、町内消費者にどのような評価を受けているのか町内の最終ユーザーの消費者に対し「消費者ニーズ調査」を「道の駅ウミガメ公園」において年1回実施し、これらのデータを顧客層別などに収集・分析を行います。

（サンプル数） 来場者 50名

(調査手段・手法) 「道の駅ウミガメ公園」において比較的来場客が多い夏休み(8月)に地元から出店している食品製造業3社と飲食店2社を選定し、それぞれの事業者の「農商工連携」「6次産業化」で開発したスイーツや調味料の満足度について、店頭で試食していただき商工会の職員等が聞き取り調査を行い収集し、1社1社の個々の情報を分析し提供を行います。

(分析手段・手法) 調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きながら、経営指導員が分析を行います。

(調査項目) ①味 ②甘さ ③硬さ ④色 ⑤大きさ ⑥価格 ⑦見た目
⑧パッケージ等

(分析結果の活用) 当該店5店舗の食品製造業者、飲食業者へ提供し、さらなる改良や新たな需要の拡大等に活用します。

②調査機関からの情報収集と提供(拡充事業)

地域内・外での販路拡大を目指す小規模事業者については、上記①で消費者の生の声を収集するものの、競合他社も多いため、同類製品の売上げ状況等を分析し、消費者ニーズの動向等を把握することが必要です。そのために、日経テレコン・日本流通新聞・ECサイト売れ筋ランキング等の業界レポートや商品別売上ランキング等の情報を収集し、具体的な指数で消費者ニーズを把握し、①の調査を補完するものとします。

調査項目は、小規模事業者の新商品の類似品や競合他社の売上ランキングなどキーワード検索で行います。

(サンプル数) 5事業所

(調査手段・方法) 消費者ニーズ調査事業者に対し、日経テレコムや日経流通新聞等の情報を四半期に1回収集し、業種、業態ごとに項目を抽出し、事業者ごとに商品を整理し売上ランキングの変化と季節ごとの推移について比較分析をします。

(分析手段・手法) 調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きながら、経営指導員が分析を行います。

(調査項目) 事業者の新商品などの類似品や競合他社製品の売上ランキングなど

(分析結果の活用) 分析結果は、経営指導員が当該食品製造事業者・飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等に活用します。

活用する消費動向情報	収集する内容	対象	頻度
日経テレコム POS 情報	販売動向や売れ筋情報等	小売業	四半期に1回
日経流通新聞	ヒット商品の分析、消費者ニーズ	小売・サービス業	四半期に1回
EC サイト売れ筋ランキング	週間、月間等のランキング	全業種	適宜

(4) 目標

	現在	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
地域内での消費者ニーズ調査 対象事業者数	0	5	5	5	5	5
調査機関からの情報収集と提 供対象事業者数	0	5	5	5	5	5

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(1) 現状

当地域は、地域内経済だけでは成り立たなくなっているため、他地域での展示会、商談会への出展を促進していますが、県施策の活用支援や全国展開事業で支援対象とした小規模事業者の販路開拓支援に限定されています。また、インターネットを活用した販路開拓についてもあまり活用されていません。

(2) 課題

新たな需要開拓に有効な展示会・商談会を商工会が選定し、事前・事後の指導を含め展示会の有効活用を支援することが課題となっています。また、インターネットによる新たな需要開拓についても伴走型で支援する必要があります。

(3) 事業内容

① 展示会、商談会の出展支援（B to B）（新規事業）

（支援に対する考え方）

基幹産業である柑橘類に関する事業者等が開発した商品等の新たな需要開拓を図るため、展示会、商談会への出展を支援します。展示会を自前で開催するのは困難なため、都市圏で開催される既存の展示会・商談会や三重県・三重県商工会連合会等が開催する展示商談会への出展を目指します。出展にあたっては、展示会活用セミナーを開催し、事前事後の出展支援を行うとともに、出店期間中には、経営指導員が陳列、接客などきめ細かな伴走型支援を行います。

（支援対象）

基幹産業である柑橘類に関する事業者を支援対象とし、新商品などの展示・商談を行います。

・展示会名（想定）

〈第 13 回 しんきんビジネスマッチング「ビジネスフェア」〉

概要：東海地区 38 信用金庫の主催で、ポートメッセなごやに自慢の商品、技術、情報、知恵を持ち寄って、展示・PR を行い、展示商談会を開催。

来場者数：約 3,100 人

出展社数：342 社

〈グルメ&ダイニングスタイルショー〉

概要：食卓を切り口に、新しいマーケットとライフスタイル・食文化を創造する見本市

来場者数：約 27,000 人

出展社数：250 社

※ そのほか、三重県・三重県商工会連合会が開催する展示・商談会等

② IT を活用した需要拡大支援（B toC）（拡充事業）

（支援に対する考え方）

多くの小規模事業者は、販路拡大を求めているためインターネットを活用した情報発信が不可欠で、商品、サービス等を発信するサイトを活用した情報発信を促し、地区外に販路も求めている小規模事業者に対し巡回・窓口支援時に各サイトの説明と登録を促進します。また、新規顧客の獲得や通販事業の戦略や展開の方向性等の課題に対し定期的にフォローをしていきます。

（活用サイト）

- ・ニッポンセレクト.com（※5）
- ・商工会 100 万人会員ネットワーク（※6）
- ・紀宝町商工会HP（新構築）

紀宝町商工会のHPを作成し、事業所の商品のPRやEC取引ができるような体制を構築します。

（※5）ニッポンセレクト.com

日本全国の隠れた逸品や特産品が見つかる「全国商工会連合会公式ショッピングサイト」名産品のお取り寄せグルメや日本の匠の工芸品など取り扱っています。

URL <http://www.nipponselect.com/shop/default.aspx>

（※6）商工会 100 万人会員ネットワーク

全国商工会連合会が提供する小規模事業者支援サイトで、事業者間交流、小規模事業者PR、役立つ情報検索が可能です。URL <http://compass.shokokai.or.jp/>

（支援対象）

地区外に販路を求める小規模事業者を支援対象とします。

（4）目標

	現在	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
展示会、商談会出展事業者数	0	7	7	10	10	10
商談件数	0	5	5	7	7	7
成約件数	0	2	2	3	3	3
情報発信登録件数	0	10	10	10	12	12

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

(目標)

地域内の関係団体（町、JF、JA、自治会連合会、地域内事業者等）との連携を図り、地域内でのお金が回る仕組みを構築し、地域経済発展のため事業を展開します。

(現状と課題)

商工会における地域活性化イベントについては、紀宝町が主体となり商工会と連携を図りながら地域の関係団体で構成する「商業活性化委員会」において企画立案し実施しておりますが、内容がマンネリ化しイベントへの参加小規模事業者等も新規の出店事業者は少なく、地域の小規模事業者の売上等につながっていない状況にあります。また、紀宝町の協力を得ながら、地域木材を活用した住宅建築や空き家の解体、リノベーションに係る費用を支援する助成金制度を導入しています。

・現在の地域活性化に資する事業

事業名	内容	主体
紀の宝みなと市	毎月第二土曜日に紀宝町鶴殿港において、小規模事業者、第一次産業者等が地域の特産品等を出店及び誘客のイベントを実施しています。	・紀宝町 ・紀の宝みなと市 実行委員会
紀宝みなとフェスティバル	町内におけるイベントとしては最大で、商工会をはじめとする各種団体がその特性を活かした内容で出店し誘客を図っています。	紀宝町 共催：紀宝町商工会他
・移住促進のための空き家リノベーション支援事業 ・木造住宅建設促進対策事業 ・建物解体助成事業	一般住宅を建築する際の地元木材と地元建築業者による住宅建設の推進を図っています。	・紀宝町 ・紀宝町商工会
空き店舗対策事業	新規開業者の創業に係る支援を行います。	・紀宝町 ・商業活性化委員会

(事業内容)

1. 紀の宝みなと市の実施内容等の検討（既存事業改善）

毎月実施している「紀の宝みなと市」は、6年を経過しているがマンネリ化しているため、出店者による出店商品の見た目、味、価格、ボリューム等を伴走型支援によって改善し、イベント実施内容について、終了後、出店者による会議を毎月実施し改善につなげていきます。

また、商工会、町、JF、JA、事業者等で組織する「紀の宝実行委員会」において、誘客の手段としてイートインコーナーの設置について検討します。

2. 地元木材を活用した事業推進（既存事業改善）

紀宝町の委託を受け、商工会内部組織である建築部会の諸会議において、移住促進のための空き家リノベーション、木造住宅建設促進対策事業、建物解体助成事業を実施し、他地域からの移住促進や地域木材を使用した木造住宅の推進を実施し、地域賑わいの創出や地域産業の発展を図ります。

3. 空き店舗対策等事業の推進（既存事業改善）

小規模事業者の事業転換や新規開業を希望している者に対し、JR 鶴殿駅前の空き店舗を活用した空き店舗対策事業に取り組めます。

また、前述に記述した事業者に対し、入居前からの店舗改修に係る対応や経営計画作成支援と入居後の経営支援を四半期に一度実施し計画のフォローアップを実施します。

4. 関係団体との連携・会議開催（既存事業改善）

商工会、町、漁協、事業者等で組織する「商業活性化委員会」において特産品等販売促進のための誘客策として、賑わいを創出するためのイベントの内容の見直しや、地域の観光資源等を活用した地域経済活性化策に取り組めます。

（目標）

	現在	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
紀の宝みなと市出店者会議回数	1	12	12	12	12	12
空き家リノベーション支援件数	1	3	3	3	4	4
木造住宅建設促進対策件数	7	18	18	20	20	20
建物解体助成件数	5	10	10	10	15	15
空き店舗入居支援件数	3	5	5	5	7	7

（成果の活用方法）

前述の 1 から 4 までの各事業において、町の賑わいを生み出すイベントを実施することにより、小規模事業者の販路拡大等の事業機会を設け地域活性化の一助とすることができます。

III. 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り組み

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

（目標）

定期的に、小規模事業者に対する経営支援、地域イベント等の施策や制度説明に関連する諸会議等で、紀宝町、三重県、三重県産業支援センター、三重県よろず支援拠点、三重県商工会連合会、県下商工会、日本政策金融公庫、民間金融機関等の支援機関と、経済動向、経営支援策等の情報交換を行い、その諸会議で得た情報を小規模事業者支援に活用すると同時に、地域経済の新たな方向性を見出します。

（現状と課題）

地域経済活性化においては町行政と商工会と一体となった取り組みを行っています。小規模事業者支援については、専門家活用等が主体であり、県内の商工会等支援機関との日常的、定期的な情報交換が課題であります。

（連携内容等）

経営発達支援事業を実施するために、四半期に 1 度下記に記述する連携機関との諸会議で経営支援の情報共有を図ります。

連携機関	連携内容
紀宝町	紀宝町商業活性化委員会における空き店舗対策・紀の宝みなと市支援。公的金融支援の利子補給制度
三重県	中小企業・小規模企業者振興条例関連する振興協議会への参画
三重県産業支援センター	三重県版経営向上計画、経営革新計画、コミュニティファンド等の作成支援、ブラッシュアップ
三重県よろず支援拠点	コーディネーターとの連携による小規模事業者の販路拡大、経営改善等の相談に対応
三重県商工会連合会 県内各商工会	事務局責任者会議等による国、県等の小規模事業者支援施策の情報収集。経営支援や地域経済活性化に関連する情報交換
日本政策金融公庫、金融機関等	小規模事業者や創業しようとする者に対する国、県の金融施策支援

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(目標)

小規模事業者の経営課題解決のため、国（三重よろず支援拠点、ミラサポ等）、中小企業基盤整備機構、紀宝町、三重県、三重県産業支援センター、各支援機関と連携し、商工会事務局体制の強固な確立と職員の資質向上に努め伴走型支援により経営発達支援計画を遂行していきます。

(現状と課題)

職員のスキルに関し、現状では三重県商工会連合会、中小企業大学校等の研修や現場での専門家派遣事業でのスキルの移譲等を実施しています。経営指導員の小規模事業者への支援スタイルは単独で支援することが多く、職員間での情報共有が十分でなく支援に活かされておりません。

地域の実態や小規模事業者とは顔の見える関係にあり、個人レベルでの知識としてのスキルはあるものの、小規模事業者を取り巻くマクロ的な経済環境分析スキルや経営者観点からの売上、利益につながるスキルは不十分です。

今後は、利益につながるスキルを組織としてどのような方法で共有するかが課題となっています。

(具体的改善点)

小規模事業者支援の基礎としての中小企業大学校での各種研修会において、職種を問わず積極的に参加しスキルの習得に努めます。それに加えて、更なる支援能力を向上させるために、個々の職員が不得意とする分野を分析し、特に、小規模事業者の利益につながる支援ノウハウを専門家等の派遣を活用し補っていきます。

また、多様化する小規模事業者の経営課題ニーズを解決するため、各支援機関との連携による経営指導員等の情報交換を行い、習得した支援スキルを指導カルテグループウェア（※7）に書込み定期的な職員間のミーティング会議を実施します。

小規模事業者の支援に必要な経営情報については、三重県商工会連合会が運用している商工会事務局内の共有化されたネットワークシステムの指導カルテを活用し、経営情報の蓄積を図ります。小規模事業者の支援体制については、必ず2人1組となって小規模事業者の基礎的支援のノウハウの習得を図り、経営課題や経営計画策定支援を行い、組織としての支援力向上に努めます。

(※7) グループウェア

個々の職員が日々、小規模事業者の経営支援に関する時系列的な内容を個社別に経営カルテとして保存したデータ

3. 事業の成果、評価・見直しをするための仕組みに関すること

経営発達支援計画をPDCA サイクルシステムにのっとり、下記のとおり毎年度事業実施状況の評価、検証、見直しを行います。

経営発達支援計画評価委員会構成メンバーについては、学識経験者等の有識者による総合評価において見直し案を提示し、本会理事会において決定します。理事会で承認を得た後に、本会広報等において公表します。

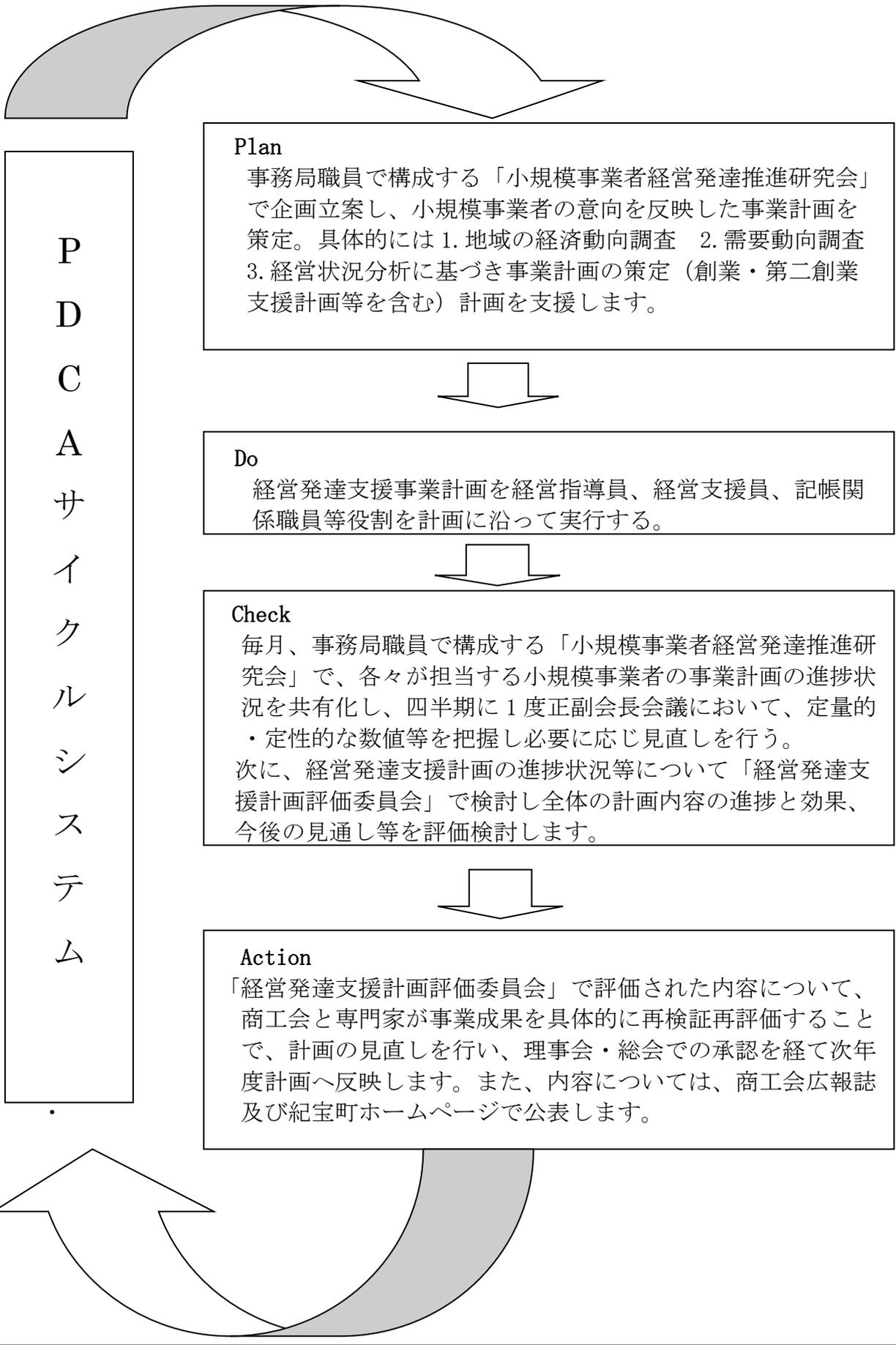
【具体的内容と目標】

項目	評価・検証方法	時期・回数	評価
定量的・定性的評価	進捗状況を数値等で把握し、必要に応じて見直します。	年に4回 5月、7月、10月、 1月	正副会長会議による内部評価
総合評価	全体の計画内容の進捗と効果、今後の見通し等を評価検討します。	年に1回	経営発達支援計画評価委員会による評価

【経営発達支援計画評価委員会構成メンバー】

- ◇学識経験者 吉村裕之（経営アドバイザー）
- ◇行政職員 稲葉祐二（紀宝町企画調整課長）
- ◇商工会役員 田尾友児（紀宝町商工会長）
- ◇商工会役員 廣畑勝也（紀宝町商工会副会長）
- ◇商工会役員 倉前 太（紀宝町商工会副会長）
- ◇商工会職員 鎌田文雄（三重県商工会連合会 南部経営支援センター センター長）

【紀宝町商工会経営発達支援計画事業のPDCA サイクルシステムのイメージ図】

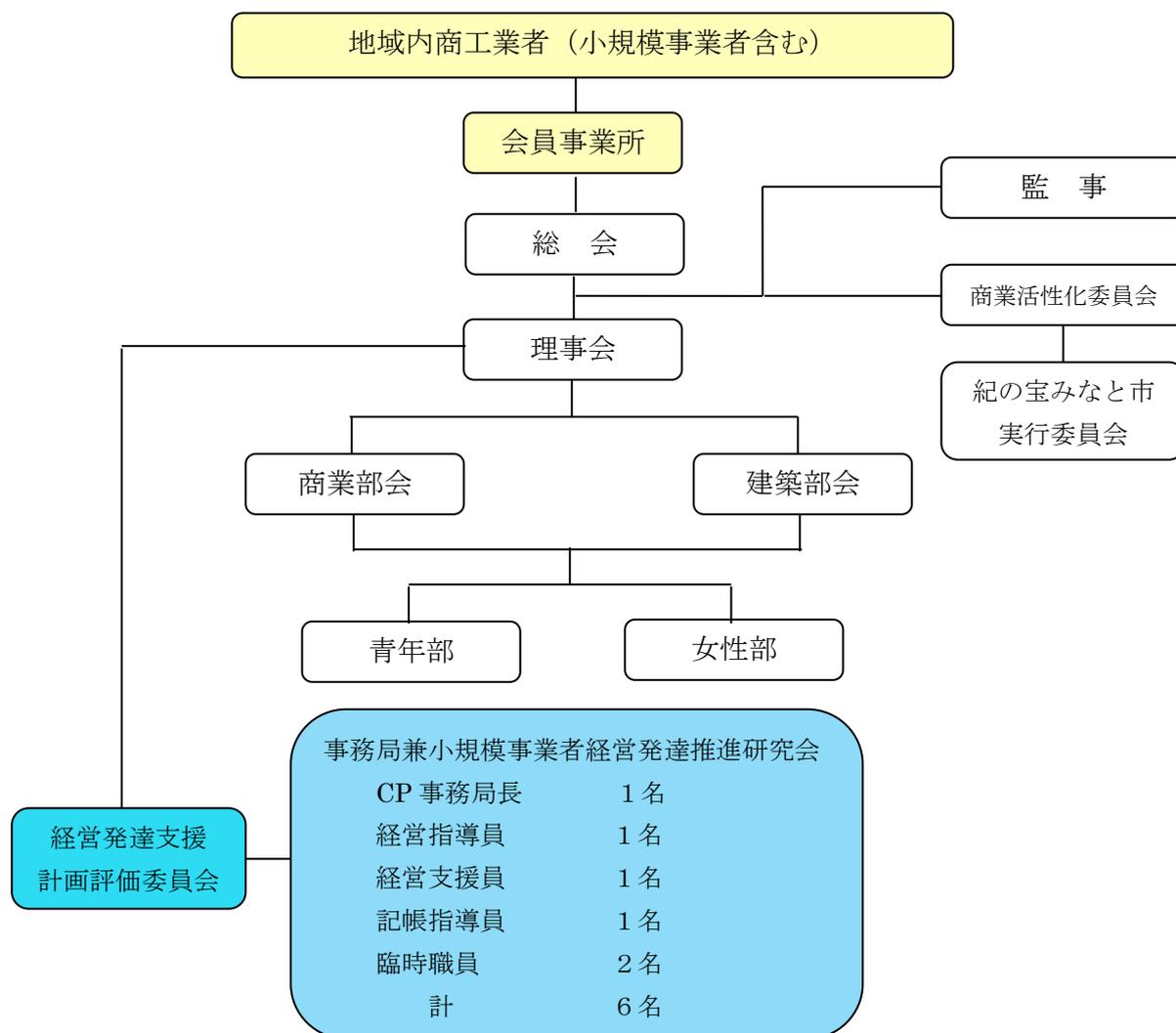


(別表 2)

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

(1) 組織体制 (平成 30 年 4 月 1 日現在)



※事務局と小規模事業者経営発達推進研究会は兼務し、定期的にミーティング会議を行い、経営発達支援計画評価委員会において、進捗状況の管理、事業評価・修正・見直しを行う。

(2) 連絡先

紀宝町商工会

〒519-5713 三重県南牟婁郡紀宝町成川 6 5 6

☎ 0735-21-6475 FAX 0735-21-6514

E-mail k-shouko@cello.ocn.ne.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)

	平成31年度 (31年4月 以降)	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
必要な資金の額	1,600	1,600	1,650	1,650	1,650
講習会開催費	200	200	250	250	250
指導事務費	500	500	500	500	500
施策普及事業費	400	400	400	400	400
人件費	500	500	500	500	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
三重県小規模事業支援費補助金、紀宝町小規模事業者育成補助金、紀宝町商工会費 手数料

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>①地域の経済動向調査・経営分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">・よろず支援拠点…総合的・先進的アドバイス・ミラサポ……専門家講師の派遣、創業・第二創業補助金の活用等・中小企業基盤整備機構……専門家講師の派遣、創業・第二創業補助金の活用等・金融機関（日本政策金融公庫 他）……創業に係る金融支援及び情報提供等・行政（紀宝町・三重県）……空き店舗の仲介斡旋・照会、補助事業等の斡旋 <p>②販路拡大に関するもの</p> <ul style="list-style-type: none">・よろず支援拠点…総合的先進的アドバイス・ミラサポ……持続化補助金、経営計画書作成セミナーの講師等・中小企業基盤整備機構……経営計画書作成セミナーの講師、展示会等参加支援・三重県産業支援センター……応援ファンド、補助金の紹介斡旋等・行政……見本市・商談会参加への支援等 <p>③地域活性化に資する事業</p> <ul style="list-style-type: none">・行政……農業生産法人化に係る助言、廃校等の跡地利用及び休耕地活用助言・中小企業基盤整備機構……地域資源活用・農商工連携・六次産業化に係る助言 <p>④職員の資質向上</p> <ul style="list-style-type: none">・三重県商工会連合会……専門スタッフ研修会等での連携・中小企業基盤整備機構……経営指導員向け研修等での連携・その他関係機関……研修等での連携
連携者及びその役割
<p>《三重県 知事：鈴木英敬》 （役割）情報提供・販路開拓 〒514-8570 三重県津市広明町13 TEL 059-224-3070</p> <p>《公益財団法人 三重県産業支援センター 理事長：山川 進》 （役割）情報提供・専門家派遣 〒514-0004 三重県津市栄町1-891 三重県合同ビル内 TEL 059-228-3326</p> <p>《三重県商工会連合会 会長：坂下啓登》 （役割）情報提供・専門家派遣・販路開拓 〒514-0004 三重県津市栄町1-891 三重県合同ビル内 TEL 059-225-3161</p> <p>《中小企業庁 長官：安藤久佳》 （役割）専門家派遣 〒100-8912 東京都千代田区霞ヶ関1-3-1 TEL 03-3501-1511</p>

《独立行政法人 中小企業基盤整備機構中部本部 本部長：花沢文雄》
(役割) 情報提供・専門家派遣

〒460-0003 愛知県名古屋市中区錦2-2-13 TEL 052-201-3003

《三重県よろず支援拠点 コーディネーター：高垣和郎》

〒514-0004 三重県津市栄町1-891 三重県合同ビル内 TEL 059-228-3326

役割：情報提供・専門家派遣

《三重県事業引継ぎ支援センター 統括責任者 齋藤雅伸》

〒514-0004 三重県津市栄町1-891 三重県合同ビル内 TEL 059-228-3154

役割：情報提供・事業承継支援・専門家派遣

《紀宝町 町長：西田健》

〒519-5701 三重県南牟婁郡紀宝町鶴殿324番地 TEL 0735-33-0333

役割：情報提供・連携支援・販路開拓・地域経済活性化

《熊野商工会議所 会頭：榎本正一》

〒519-4323 三重県熊野市木本町171 TEL 0597-89-3435

役割：情報提供・連携支援・創業、第二創業支援

《日本政策金融公庫 津支店 国民生活事業統轄：田宮良則》

〒514-0021 三重県津市万津町津133 TEL 059-227-5211

役割：情報提供・創業、第二創業支援・金融支援・販路開拓

《三重県信用保証協会 会長：植田隆》

〒514-0003 三重県津市桜橋3-399 TEL 059-229-6014

役割：情報提供・創業、第二創業支援・金融支援

《全国商工会連合会 会長：森 義久》

〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-7-1 TEL 03-6268-0088

役割：情報提供・販路開拓

《東海税理士会 尾鷲支部 支部長：野田国一》

〒519-3604 三重県尾鷲市港町6-13 TEL 0597-22-1887

役割：情報提供・連携支援

《新宮信用金庫 本店 理事長：浦木睦雄》

〒647-0004 和歌山県新宮市大橋通3-14 TEL 0735-22-6191

役割：情報提供・連携支援・金融支援

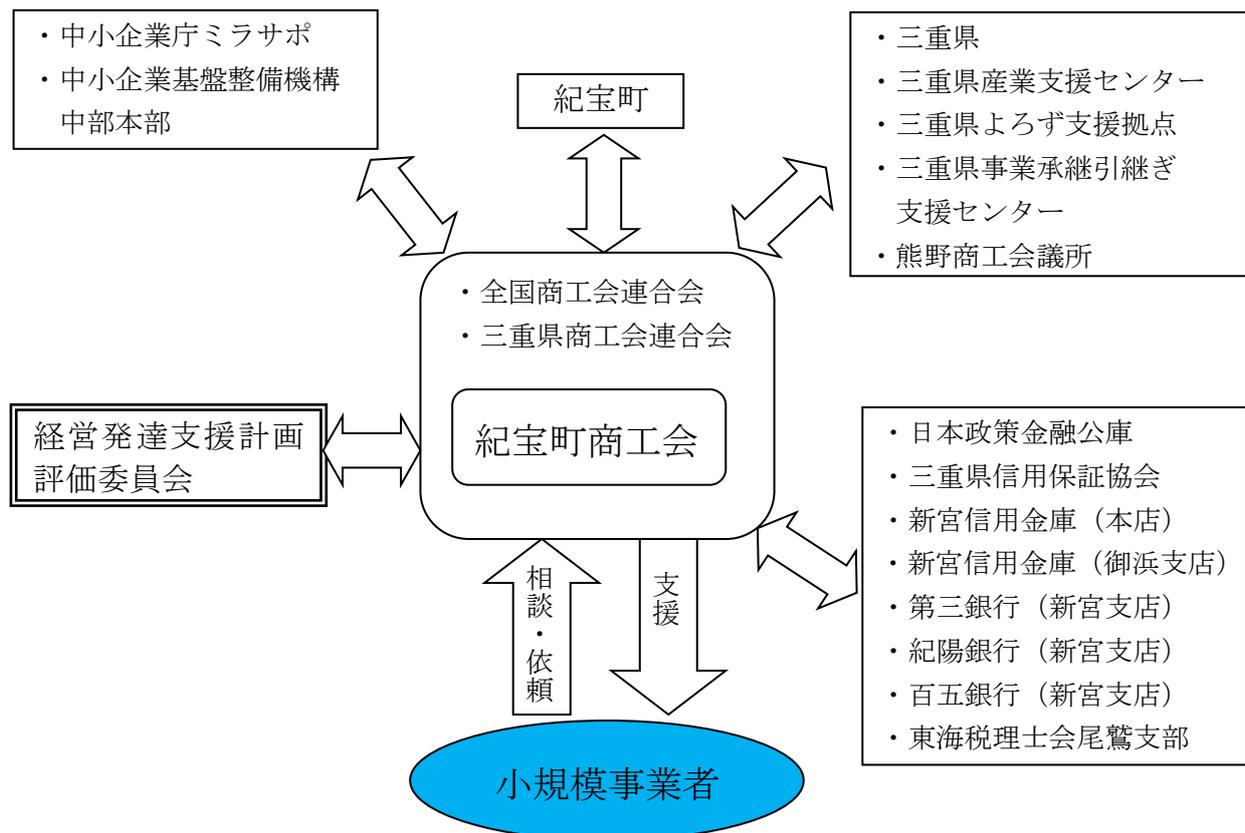
《紀陽銀行 新宮支店 支店長：北野暢哉》
 〒674-0004 和歌山県新宮市大橋通2-3-1 TEL0735-22-5161
 役割：情報提供・連携支援・金融支援

《第三銀行 新宮支店 支店長：服部隆弘》
 〒647-0044 和歌山県新宮市神倉4-6-36 TEL0735-22-5281
 役割：情報提供・連携支援・金融支援

《第三銀行 御浜支店 支店長：中楠貴之》
 〒519-5204 三重県南牟婁郡御浜町阿田和4926-8 TEL05979-2-2323
 役割：情報提供・連携支援・金融支援

《百五銀行 新宮支店 支店長：原 幸久》
 〒647-0004 和歌山県新宮市大橋通2-4-1 TEL0735-22-5111
 役割：情報提供・連携支援・金融支援

連携体制図等



【各指針に沿った各事業の連動性】

※各事業の連動は、指針①③の事業により、小規模事業者の内部経営環境を分析することにより小規模事業者の経営実態を把握・分析し、その小規模事業者の経営実態の分析結果に基づき、顧客志向の経営発達支援計画策定および計画の実施に対して商工会の伴走型支援（指導・助言）を行うことで新しいビジネスモデルの形成を支援します。さらに、新しいビジネスモデルを形成した小規模事業者が持続的発展するために、この小規模事業者を取り巻く経営環境分析結果に基づく、指針②の事業より小規模事業者は、PDCA サイクルシステムが組み込まれた経営発達計画の策定と、健全な経営が達成され、同様に商工会の経営発達支援企画事業の成果・見直しのためのPDCA サイクルシステムにも活用できることとなります。指針④の事業により、小規模事業者の持続的発展の基盤となる需要の開拓を推進するといったシステムで4つの事業は連動します。

以上のように、小規模事業者の経営の改善・発達を支援するための4つの基本指針に基づき、経営発達支援に向け、小規模事業者の経営の実態の変化・計画変更・各小規模事業者にあった支援を、下図の連動する事業を繰り返し実施し、小規模事業者の経営維持・持続的発展が可能となる伴走支援をします。

1. 地域の経済動向調査(中小企業調査、消費者動向調査、国が提供するビッグデータの活用 指針③)
2. 経営状況の分析(セミナー参加者の経営分析 指針①)
3. 事業計画策定支援(経営分析を行った事業者を対象とした事業計画策定セミナーの開催、事業計画の策定 指針②)
4. 事業計画策定後の実施支援(事業計画策定後のフォローアップ支援、専門家派遣による高度専門的支援 指針②)
5. 需要動向調査(地域内での消費者ニーズ調査、他機関からの情報と提供 指針③)
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業(展示会・商談会の出展支援、ITを活用した需要拡大支援 指針④)

