

平成 29 年度伴走型小規模事業者支援推進事業

## 平成 29 年度伴走型小規模事業者支援推進事業報告書

平成 30 年 2 月

下市町商工会

黒滝村商工会

天川村商工会

## 目次

1. 事業の概要と体制	
1-1. 事業の名称 .....	4
1-2. 事業の目標 .....	4
1-3. 事業計画の具体的目標 .....	4
1-4. 事業プロジェクト参加者名簿 .....	5
2. 事業実施状況	
2-1. 地域経済動向調査.....	5
1) 当初計画の内容	
2) 当初計画の実施状況	
3) 評価	
2-2. 経営状況の分析.....	7
1) 当初計画の内容	
2) 当初計画の実施状況	
3) 評価	
2-3. 事業計画策定支援.....	9
1) 当初計画の内容	
2) 当初計画の実施状況	
3) 評価	
2-4. 需要動向調査.....	11
1) 当初計画の内容	
2) 当初計画の実施状況	
3) 評価	
2-5. 新たな需要の開拓に寄与する事業.....	15
1) 当初計画の内容	
2) 当初計画の実施状況	
3) 評価	

2-6. 地域経済の活性化に資する取組	23
1) 当初計画の内容	
2) 当初計画の実施状況	
3) 評価	
2-7. 事業の成果、評価及び見直しをするための仕組みの構築	37
1) 当初計画の内容	
2) 当初計画の実施状況	
3) 評価	
3. 総括	
1) 総括	40

はじめに

この報告書は、平成 29 年度伴走型小規模事業者支援推進事業について、当初計画、その実施状況、及び評価をまとめたものである。

この報告書を利用して、次年度以降の事業に役立ててほしい。

## 1. 事業の概要と体制

### 1-1. 事業の名称

平成 29 年度伴走型小規模事業者支援推進事業

### 1-2. 事業の目標

下市町・天川村・黒滝村の現状と課題を的確に把握し、地元行政、金融機関、各種関係団体等との連携を図り、木材と観光を中心に、それらを支える地元商工業の発展による地域経済の復権を目指した伴走型支援を行う。

基幹産業である木材・木工製造業関連を中心に地域産品など各種製造業者について、地域内だけでなく、県内外への市場開拓を支援する。

また、観光産業においては、地域の観光資源を有効活用した体験型の事業を実施することで、観光関連事業所の維持発展を図り、地域経済の振興を図ることを目標とする。

### 1-3. 事業計画の具体的目標

#### 【経営発達支援事業の目標】

- 目標 1 地域経済動向調査を行い、小規模事業者の持続的発展と事業計画や経営分析を行うために活用する。
- 目標 2 経営分析を行い、客観的かつ実態的な経営状況を把握し、自身の経営課題を明らかにし、持続的に事業を発展させることに繋げる。
- 目標 3 経済動向調査・経営分析等の結果を基に小規模事業者が経営課題を解決するために事業計画策定への支援を行う。
- 目標 4 需要動向調査を実施し、整理分析して同業種の小規模事業者に提供し、新商品開発や販路開拓に繋げる。
- 目標 5 商談会・展示会に出展し、販路拡大を行う。
- 目標 6 地域経済の活性化に資する取組みとして「地域経済活性化会議（仮称）」を設立。  
基幹産業、観光ビジネス、地場産業の連携による地域活性化イベントの拡充・開催。
- 目標 7 各機関との事業評価会議の開催

#### 1-4. 事業プロジェクト参加者名簿

平成29年度 経営発達支援委員会名簿						
	氏名	名称(肩書)	郵便番号	住所	電話番号	FAX番号
1	尾上 利市	黒滝村商工会 会長	638-0251	奈良県吉野郡 黒滝村寺戸66-1	0747-62-2128	0747-62-2673
2	熊谷 禎彌	下市町商工会 会長	638-0041	奈良県吉野郡 下市町下市125	0747-52-8717	0747-52-8380
3	弓場 昭	天川村商工会 会長	638-0301	奈良県吉野郡 天川村川合319-4	0747-63-0818	0747-63-0217
4	保延 薦	専門家 中小企業診断士	630-0212	生駒市辻町753 諏訪東生駒ビル401号室	0743-85-7807	0743-85-7806

事務局として、下市町商工会、黒滝村商工会、及び天川村商工会の職員も委員会に出席。

## 2. 事業実施状況

### 2-1. 地域経済動向調査

#### 1) 当初計画の内容

##### 【目的】

地域経済動向調査を行い、調査結果について情報を提供し、経営計画作成支援に役立てる。

##### 【実施時期】

毎月1回 6月～2月 計9回

##### 【調査内容】

南都経済研究所が毎月公表する「ナント経済月報」と奈良県統計課が毎月公表する「奈良県の経済動向」を活用して下記項目を調査する。

##### 【調査項目】

奈良県内の経済の状況・消費物価指数・企業倒産件数・個人消費・県内の宿泊者・観光客数・景気動向指数等を収集・分析する。

##### 【収集・分析方法】

専門家に委託 中小企業診断士 月1回 9回

##### 【成果物】

調査報告書

##### 【成果物の活用方法】

分析結果を事業計画策定支援に活用

##### 【補助事業実施の効果】

- ・分析結果は、3商工会の経営指導員連絡会議において、小規模事業者の経営状況の分析や事業計画策定支援する際に基礎資料として活用する。
- ・3商工会のHPへの掲載や巡回指導を通じて、域内の小規模事業者に情報提供し、経営状況の分析や事業計画策定支援における基礎データとして活用する。

## 2) 当初計画の実施状況

- ・計画通り、毎月1回6月～2月計9回実施した。
  - ・内容は、奈良県内の経済の状況・消費物価指数・企業倒産件数・個人消費・県内の宿泊者・観光客数・景気動向指数等の収集・分析に加え、毎月小規模事業者が興味があり役立つ特集（例えば10月は事業承継の現状）を掲載した。
  - ・各商工会のHPへの掲載や巡回指導を通じて、経営状況の分析や事業計画策定支援における基礎データとして活用した。
- (地域経済動向調査7月の例)

## 6. 7月の特集：奈良県市町村民経済計算（平成29年7月知事公室統計課）

図 10 市町村ごとの総生産(名目)と県内シェア率 (018年度)

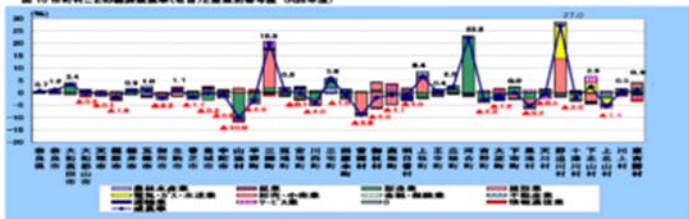


表 5 市町村ごとの総生産(名目)と県内シェア率 (018年度)

市町村	1418年度		成長率	県内シェア	1417年度		成長率	県内シェア
	総生産	県内シェア			総生産	県内シェア		
奈良県	3,517,704	3,540,714	0.7	100.0				
奈良市	1,097,290	1,018,992	-7.2	28.8				
大和郡四郷	149,982	145,736	-2.8	4.1				
天理市	379,106	369,345	-2.6	10.4				
天理市	199,957	199,688	-0.1	5.6				
橿原市	346,400	340,738	-1.6	9.6				
橿原市	123,209	124,404	0.9	3.5				
高市市	92,115	93,345	1.3	2.6				
御所市	79,894	80,453	0.7	2.3				
生駒市	225,238	227,732	1.1	6.4				
吉野市	139,954	128,782	-8.0	3.6				
葛城市	123,842	123,687	-0.1	3.5				
宇陀市	58,949	57,813	-1.9	1.6				
山添村	12,566	11,315	-9.6	0.3				
早稲町	29,879	28,999	-2.9	0.8				
三郷町	32,542	32,999	1.4	0.9				
斑鳩町	42,984	43,213	0.5	1.2				
雲南町	17,183	17,182	-0.1	0.5				
川西町	41,915	43,098	2.8	1.2				
高市町	11,168	11,817	5.8	0.3				
高市町	11,389	80,803	6.1	2.3				
高市町	4,129	3,757	-9.0	0.1				
高市町	2,738	2,653	-3.1	0.1				
高市町	17,156	16,974	-1.0	0.5				
高市町	12,225	12,095	-1.0	0.3				
高市町	35,900	38,198	6.4	1.1				
高市町	54,249	54,443	0.4	1.5				
高市町	59,547	61,041	2.5	1.7				
高市町	37,379	45,905	22.2	1.3				
高市町	23,251	22,584	-2.8	0.6				
高市町	42,695	42,200	-1.2	1.2				
高市町	14,098	14,100	0.0	0.4				
高市町	2,254	2,117	-6.1	0.1				
高市町	5,314	5,288	-0.5	0.1				
高市町	2,294	2,914	27.0	0.1				
高市町	21,428	20,587	-3.9	0.6				
高市町	7,915	8,088	2.2	0.2				
高市町	2,745	2,598	-5.4	0.1				
高市町	5,754	5,781	0.5	0.2				
高市町	4,495	4,678	4.1	0.1				

①成長率は、黒滝村は▲5.2%。製造業、建設業等がマイナスになっている。

②下市町は、プラスマイナスゼロで横ばい。製造業等がプラスに寄与している。

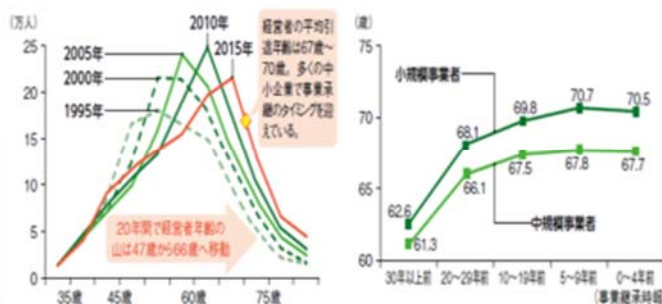
③天川村は、▲0.5%でほぼ横ばい。サービス業等がマイナスになっている。

④奈良県全体では0.7%成長しているものの、マイナスの市町村が22で、プラス（ゼロも含む）の市町村17を上回っている。

(地域経済動向調査10月の例)

## 6. 10月の特集：事業承継（中小企業庁）

■ 中小企業の経営者年齢の分布(年代別) ■ 中小企業の平均引退年齢の推移



資料：中小企業庁委託調査「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」(2015年12月、(株)帝国データバンク)、(株)帝国データバンク「COSMOS1 企業単独財務ファイル」, 「COSMOS2 企業概要ファイル」再編加工  
資料：中小企業庁委託調査「中小企業の事業承継に関するアンケート調査」(2012年11月、(株)野村総合研究所)

### (1) 経営者の高齢化

経営者の平均年齢の山は、2015年では66歳になっている。

小規模事業者の平均引退年齢は既に70歳を超えている。

いずれもサラリーマンであれば定年になっている年齢である。

奈良県は58.9歳で1990年の時は54.2歳であったことから、25年で4.7歳上がったことになる。

### 3) 評価

計画通り実施し、HPにも掲載したことで多くの小規模事業者に役立つものと考えられる。

## 2-2. 経営状況の分析

### 1) 当初計画の内容

#### 【目的】

経営分析セミナー及び経営分析による課題抽出を行い、小規模事業者の経営課題を明らかにし、持続的に事業を発展させるように繋げていく。

#### 【実施内容・実施時期】

#### (1) 経営分析の提案

巡回・窓口指導により経営分析について必要性を訴えるとともに、事業所の経営状況について聞き取り調査を行い、経営分析の必要な小規模事業者を抽出し経営分析を提案する。6月～8月実施する。

#### (2) 経営分析セミナーの開催

専門家（中小企業診断士）より各種分析手法を説明してもらうことで、事業所に経営分析の必要性・手法を理解してもらう。

セミナー開催 1回 6月実施 20事業者参加予定

#### (3) 経営分析による経営課題抽出

地域経済動向調査の分析結果、県内同業事業所等の統計、県外同業事業所等の統計、立地条件、その他の情報をもとに財務分析やSWOT分析などの各種分析手法を用いて当該小規模事業者の経営分析を実施し、経営課題のあぶり出しを行う。

**【セミナー開催の成果】**

事業計画策定数 15事業者

**【開催の周知方法】**

3町村の役場の広報にチラシ折り込み及び3町村会員事業所へ郵送

(415会員)

**【セミナー実施後のフォローアップ方法】**

事業計画策定出来るように、経営指導員が巡回を行う。

**【成果の活用】**

- ・調査結果を事業所別にデータ化する。
- ・事業所別データを整理統合し業種、業態別データにまとめ、地域独自のデータを作成し、今後の経営支援に役立てる。
- ・分析結果を当該事業所に提供し、経営課題を明らかにする。また、経営指導カルテに記載し、これらを利用し経営計画策定事業や小規模事業者の事業展開に活用する。

**2) 当初計画の実施状況**

- ・経営分析セミナーを、8月24日(木)、下市観光文化センター2階研修室で実施した。
- ・参加者は、17名であった。
- ・内容は、「自社の決算書の作り方を知る」「財務会計と管理会計」「ものさしがないとわからない」「経営者が知っておくべき指標」「自社の将来を見据える」「演習」であった。プロジェクターと書面によって、講義形式で進め、質問を適宜受けながら進めた。
- ・今まで自社の決算書等を利用して、経営分析を行ったことがある小規模事業者は少なかったことから、自社の決算書の見方を理解するよい機会となった。
- ・セミナー実施後、経営指導員が巡回を行いフォローアップに努めた。
- ・地域独自データの作成はできなかったが、各小規模事業者の経営課題を明らかにした。
- ・調査結果を事業所別にデータはできなかったが、小規模事業者の事業展開に活用できた。



## 5. 経営者が知っておくべき指標

### 【1】売上高の動きと全体の動きを知る

#### (1) 過去10期を並べてみる (長期的視線)

過去10期の損益計算書を並べてみる。  
売上の動きに合わせて費用 (特に人件費) も動いているか確認してみる。

同じように貸借対照表も並べてみる。  
売上の動きに合わせて在庫や固定資産、借入金も動いているか確認してみる。

#### (2) 過去3期並べてみる (中期的視点)

過去3期を、得意先別に分けて比べてみる。得意先で大きく動いている先があれば、理由を確認する。

#### (3) ここ1年の動きを前期と並べてみる (短期的視点)

ここ1年の動きを、前期と比べて見る。売上が大きく動いていたら、理由を確認する。



### 3) 評価

セミナーには、17名とほぼ計画通りの参加者があった。すぐには計画策定に結びつかないものの、小規模事業者の経営課題を明らかにしたことで、今後の事業展開に役立ったと考えられる。

### 2-3. 事業計画策定支援

#### 1) 当初計画の内容

##### 【目的】

事業計画策定セミナー・個別相談会を開催し、計画的な事業推進支援に繋げる。

##### 【事業実施時期・内容】

巡回訪問により事業計画策定提案並びに事業計画策定の必要性を説明し、推進を行う。また、事業計画策定を目指す小規模事業者向けに、セミナーの開催及び個別相談会を実施する。

- ・事業計画策定セミナー開催 9月1回、参加事業者 15名予定
- ・個別相談会 10月 1回、参加事業者 5名予定

##### 【セミナーの周知方法】

15事業者に郵送

##### 【セミナー実施後のフォローアップ】

事業計画策定に向けて個別相談会及び経営指導員による巡回指導

##### 【補助事業実施の効果】

事業計画策定を行うことにより、今後の補助金申請 (持続化補助金・ものづくり補助

金等申請)に役立てることが出来ると見込まれる。

## 2) 当初計画の実施状況

- ・経営計画書作成セミナーは、9月25日(月)、下市観光文化センター2階研修室で開催した。参加者は10名であった。
- ・セミナーの内容は、「計画書の策定手順」「計画書に必要なもの」「計画書にあればなお良いもの」「ビジネスモデル」「経営方針・今後の方向性」「経営課題」「当面の資金繰り」「投資計画」「アクションプラン」「PL計画」であった。プロジェクトと書面によって、講義形式で進め、質問を適宜受けながら進めた。
- ・ほとんどの小規模事業者が計画書を策定したことがなかったため、実際の利用可能な計画書の策定手順を知る良い機会となった。
- ・個別相談会は、10月24日(火)と25日(水)に、下市町商工会3階研修室で開催された。参加者は、8名であった。
- ・個別相談に先立って、経営指導員が小規模事業者を巡回し、経営課題を自分で理解してもらえるように調査表と一緒に考えて作成した。
- ・今回は、計画書の策定の仕方と、実際に実行できる計画書を策定するために必須である経営課題、及び、何をすべきかまではできたが、計画策定まではできなかった。

(経営計画書作成セミナーのレジュメ例)

## 2. 計画書の作成手順



### 3) 評価

経営計画書作成セミナーには計画よりも少ない10名の参加であったが、個別相談会には計画を上回る8名が参加したことは評価できる。

また、計画書として数字に落とし込むことができなかつたのは反省すべき点ではあるが、小規模事業者自らが経営課題を把握し、かつ、何をすべきかを認識できたことで、今後の計画書の策定や事業展開に役立つものと考えられる。

## 2-4. 需要動向調査

### 1) 当初計画の内容

#### 【目的】

アンケート等による需要動向調査を行い、分析結果を新商品・売れる商品の開発に活用する。

#### 【実施時期】

8月中の5日間

#### 【調査方法】

黒滝村のアンテナショップ（奈良の奥座敷市場）で、来場者のアンケートを実施する。調査票・分析は委託する。委託先（未定）。

#### 【アンケート項目】

「箸」について

材質（吉野杉・桧）の香り、手触り・感触、箸袋のデザイン、価格、サイズ等、あったら良いなと思う吉野杉・桧の商品

#### 【観光について】

行先、目的、滞在期間、手段、予算、感想など

#### 【アンケート調査数】

各100件

#### 【結果の活用方法】

事業者に提供・説明。新商品や販路開拓に活用する。

#### 【補助事業実施の効果】

収集したアンケートの分析結果は、事業者にわかりやすく提供する。これにより、新商品開発や新たな販路開拓に繋げることが出来る。

### 2) 当初計画の実施状況

- ・「木工品・観光」に関するアンケート調査を、8月中に実施した。
- ・実施場所は、黒滝村アンテナショップ「奥座敷市場」。
- ・アンケートは、212枚回収した。
- ・主な調査結果は以下のとおり。

#### 【アンケート結果概要】

##### 【1】アンケート回答者概要

(1) アンケート調査集計数：212名

分析：今回の回答者は、ほぼ男女同数（男性51%、女性45%）であり、来訪者は男女のバランスが良いことがわかります。理由として、夫婦での来訪者が多いことが考えられます。

男性	女性	不明	合計
108	96	8	212
51%	45%	4%	100%

## （2）年齢

20代未満	20代～	30代～	40代～	50代～	60代～	70代～	その他	不明	合計
23	11	27	57	42	27	21	1	3	212
11%	5%	13%	27%	20%	13%	10%	0%	1%	100%

## （3）どこから来られたか

下市町	黒滝村	天川村	奈良県内	大阪府	京都府	兵庫県	三重県	和歌山県	その他	不明	合計
1	1	1	65	89	8	14	16	6	8	3	212
0%	0%	0%	31%	42%	4%	7%	8%	3%	4%	1%	100%

## 【2】「杉箸」「桧箸」について

### （1）良いと思う点（複数回答可）

香りが良い	安心安全である	エコである	持ちやすい	衛生的である	プラスチック製より食べやすい	その他	合計
147	64	78	30	20	31	7	377
39%	17%	21%	8%	5%	8%	2%	100%

その他の意見として、「色がきれい」、「かっこいい」、「使用したことがない」、「割りやすい」、「ブランド力」が各々1人いました。

分析：良い点で最も多かったのが「香りが良い」で39%、次いで「エコである」で21%です。「香り良い」という特徴は、他の箸、特に輸入される割箸には絶対にできない強みと言えます。この「香りが良い」という強みを、どのように消費者に訴えることができるかが、課題と言えます。

また、「エコである」ことを知っている消費者が来訪者の約2割はいることがわかります。

この「エコである」という強みを知らない消費者に対して、如何に知ってもらうかも、課題と言えます。「エコである」ことを認識して頂くことで、「エコ」に関心の高い消費者を取り込むことができます。

「安心安全」という意見も17%あります。「安心安全」は今後益々重要度が増すものと考えられる強みと言えます。

### （2）良くないと思われる点（複数回答可）

1回の使い捨ては、もったいない	エコでない	プラスチック製より食べにくい	その他	回答なし	合計
102	9	4	6	95	216
47%	4%	2%	3%	44%	100%

良くないと思われる点を挙げていない回答者が44%いました。これは、半数以上の回答者が「割箸」に悪い点がないと考えていると考えられ、好意的であることがわかります。

また、「1回の使い捨ては、もったいない」という意見が102名、回答者のほぼ半

数の48%を占めていました。つまり、「エコである」ことを半数の消費者がまだ理解していないということです。消費者に「エコである」ことを浸透させることによって、需要を伸ばせる可能性があると言えます。

また、品質の良い「杉箸」や「桧箸」は、複数回、何カ月か使うことができます。1回で使い捨てするものだという考え方が間違っていることを、どうやって消費者にわかってもらうかも、課題と言えます。

### 【3】割り箸の利用するシーン等（複数回答可）

運動会・ハイキング等屋外で食事	自宅への来客用	お土産品(プレゼント含む)	原則買わない	頂きもので用を済ます	その他	合計
123	88	18	36	23	10	298
41%	30%	6%	12%	8%	3%	100%

【4】割り箸を購入するときの選ぶ理由（1番目、2番目として2つ選んでもらいました。なお、未回答者がいます。）

#### （1）1番目に優先する理由

価格の安さ	品質の良さ	製造した地域	材質	見た目の良さ	機能性(先端が細い等)	その他	合計
87	48	14	21	9	9	1	189
46%	25%	7%	11%	5%	5%	1%	100%

#### （2）2番目に優先する理由

価格の安さ	品質の良さ	製造した地域	材質	見た目の良さ	機能性(先端が細い等)	その他	合計
16	36	15	27	34	25	0	153
10%	24%	10%	18%	22%	16%	0%	100%

#### （3）1番目、2番目に優先する理由合算

価格の安さ	品質の良さ	製造した地域	材質	見た目の良さ	機能性(先端が細い等)	その他	合計
103	84	29	48	43	34	1	342
30%	25%	8%	14%	13%	10%	0%	100%

1番目、2番目に優先する理由を合算して見てみますと、最も多いのが、「価格の安さ」で30%です。また、1番目の理由では、「価格の安さ」が46%とほぼ半数を占めています。来客用等利用するシーンによって、価格だけで選ぶことはないのですが、やはり、価格は購入するかどうかの大きな要素と言えます。

価格の安いボリュームゾーンを狙う場合には、輸入品に対抗することになります。また、このゾーンは使い捨てを前提とした割り箸になると考えられますので、厳しい競争にさらされることとなります。

写真館が子供向けを分けて新たな市場として成功したように、1回で使い捨てをする割り箸と別の商品ゾーンを作り上げ、新たな市場として作り上げることが重要だと考えられます。

次に優先する理由は、「品質の良さ」で25%です。また、1番目の理由でも「品質の良さ」が25%を占めており、利用シーンによっては、値段よりも品質を重視して購入する消費者が多くいることがわかります。この消費者に、使い捨て割り箸とは別物であると理解して頂き、如何に取り込むかが課題と言えます。

3番目に優先する理由が、「材質」で14%です。「杉箸」「桧箸」のいい香りと軽くて扱いやす等の特徴を活かして、普段使いの箸というイメージを持ってもらえるように

なれば、市場は広がると考えられます。

## 【5】来訪目的

### (1) 概要

観光	買い物	里帰り	食事	寺社・仏閣見学	キャンプ	その他	合計
107	6	6	2	28	24	32	205
52%	3%	3%	1%	14%	12%	16%	100%

### (2) 観光の内訳（複数回答、未回答あり）

洞川温泉	天川村	鍾乳洞	ゴロゴロ水	道の駅	やすらぎ村	みたらい溪谷	黒滝村	森の交流館	黒滝温泉	谷瀬	その他	合計
26	24	7	5	4	4	4	2	2	2	2	5	87
30%	28%	8%	6%	5%	5%	5%	2%	2%	2%	2%	6%	100%

最も多い観光地は、「洞川温泉」で30%、次いで「天川村」で28%でした。この「天川村」と記載した来訪者の中には、洞川温泉、みたらい溪谷、鍾乳洞、ゴロゴロ水等天川村の観光地に行かれた方々も含まれていると思われることから、来訪者の8割以上が天川村の観光地を目的に来訪していると思われます。

また、温泉を目的に来訪する観光客も多いことから、日帰りで気軽の来られる、あるいは、他の目的のついでに、気軽に寄れる温泉の需要が見込まれます。

加えて、下市町や黒滝村も合わせた3市町村を一つ観光地として認識して頂けるようになれば、その他の地域も寄って頂ける消費者が増えるものと考えられます。

これらの消費者が好むお土産が必要だと思われます。

## 【6】滞在期間

日帰り	1泊	2泊	それ以上	不明	合計
120	61	21	2	8	212
57%	29%	10%	1%	4%	100%

## 【7】お土産を購入されたかどうか

### (1) お土産を購入されたかどうか

購入した	購入していない(まだ購入していないを含む)	不明	合計
82	92	38	212

### (2) お土産の購入額

500円未満	500円～1,000円未満	1,000円～2,000円未満	2,000円～3,000円未満	3,000円～5,000円未満	5,000円～10,000円未満	10,000円以上	合計
1	3	7	4	7	2	2	26
4%	12%	27%	15%	27%	8%	8%	100%

### (3) 一つのお土産にかける費用

300円程度	500円程度	800円程度	1,000円程度	1,500円程度	2,000円以上	不明	合計
1	14	25	76	23	31	42	212
0%	7%	12%	36%	11%	15%	20%	100%

## 【8】今回の予算

### (1) 食事の予算

500円未満	500円～1,000円未満	1,000円～1,500円未満	1,500円～2,000円未満	2,000円以上	不明	合計
0	8	35	7	68	94	212
0%	4%	17%	3%	32%	44%	100%

## (2) お土産の予算

500円未満	500円～1,000円未満	1,000円～1,500円未満	1,500円～2,000円未満	2,000円以上	不明	合計
0	5	28	4	61	114	212
0%	2%	13%	2%	29%	54%	100%

## 【9】この地域についての感想

自然	川・水	空気	緑・山・森林・木	静か	癒し、ほっとする等	合計
25	21	19	12	7	6	90
28%	23%	21%	13%	8%	7%	100%

感想を書いて頂いた中で、多く使われている言葉をキーワードとしてまとめてみました。最も多かったのが、「自然」です。また、「川・水」「空気」や「緑・山・森林・木」等も大きく括れば自然と言えますので、来訪者が自然を求めて来訪されていると言えます。

大阪府から近い日帰りのできる地域にある特性を活かして、川や森林という武器をどうやって上手く使うかが、課題と言えます。

このほか、食事の場所が少ない、宿泊施設がほしい、観光のアピールが足りない等、要望等の意見がいくつかありました。主要な意見を以下のように示しておきます。

## 【10】まとめ

来訪者の特徴をまとめますと、大阪府から、40代の男性が、観光として自然の豊かさを求めて、天川村に、日帰りで来る、ということになります。

今回のアンケート調査を集計して、大阪近郊の自然豊かな観光地としての潜在的な力は非常に高いものであることがわかります。

この大阪から近く、森林と清流を持つ地域をどうやって活かしていくか、地域全体で考えていく必要があります。

## 3) 評価

- ・アンケート枚数は、212枚と計画を大幅に上回り、アンケート調査内容の精度は高いものになったと考えられる。
- ・収集したアンケートの分析結果を報告書にまとめ、各商工会に置き、また、経営指導員が小規模事業者への指導の際活用した。
- ・事業者にわかりやすく提供した結果、新商品開発や新たな販路開拓に繋げることが出来たと考えられる。

## 2-5. 新たな需要の開拓に寄与する事業

### 1) 当初計画の内容

## 【目的】

新たな需要の開拓に寄与するため、サービスや商品力を向上させ、東京ギフトショーに展示出展を行い、販路開拓を図る。

## 【実施時期】

- 9月 東京ギフトショー視察
- 2月 東京ギフトショー出展

## 【想定される支援出展事業者】

ターゲット 製管業者 木工業者

## 【想定される出展事業者数】

3事業者

## 【事業内容】

東京ギフトショー出展に向け、ブラッシュアップ、デザイン支援、出展ブースのデザイン等を展開する。

- ・商品・サービスや、製品・技術の本質的な商品力向上に関すること。
- ・ネーミング、パッケージの改良に関すること。
- ・広報手段、PR等に関すること。
- ・出展ブースは2ブースで各商工会より1事業所、計3事業所出展予定。
- ・専門家による商品開発の指導を現地にて実施。

## 【想定される成約数】

1業者当たり 10件 計30件（目標）

## 【補助事業実施の効果】

東京ギフトショー出展により、首都圏のバイヤーのニーズを得ることが出来、さらに、新たな販路を開拓することにより、事業者の売上・利益の向上を図ることが出来る。また、出展事業者の新たな商品開発やデザインの改良が出来る。

## 2) 当初計画の実施状況

- ・平成30年1月31日（水）～2月3日（土）の4日間、東京ビッグサイトのギフトショーに出展した。
- ・参加者は、4事業者であった。
- ・専門家による現地での指導を実施した。
- ・出展するだけでなく、アンケートも実施した。主な調査結果は以下の通り。

## 【アンケート結果概要】

### 【1】アンケート回答者概要

(1) アンケート調査集計数：92名

	1月31日(水)	2月1日(木)	2月2日(金)	2月3日(土)	合計
回答者数	28	34	27	3	92
構成比	30.4%	37.0%	29.3%	3.3%	100.0%

今回のアンケートは、ギフトショーの会場という状況から回答を依頼できたのは、熱心に見て頂いた方に限られた。また、断られた方もいるため、正確な見学者の人数は把握できないが、アンケート回答者のおよそ5倍程度（500人程度）であったと推



測される。

また、2月3日は、1月31日（水）～2月2日（金）までの3日間と異なり、大半の企業が休日である土曜日で、一般の消費者向けに開放された日であったことから、入場者数自体が少なく、また、商談目的でないことからアンケートを行うことが非常に難しく、極端に少数となった。実際の当ブースの見学者は50人程度であったと推測される。

[出展企業]

- ①株式会社熊弥商店 熊谷禎弥 割箸・木製品卸 (下市町)
- ②杉英商店 中井英夫 木工業（カッティングボード等製造） (黒滝村)
- ③観和工芸 阪中隆一 木工業（ぐい飲み、ベンチ等製造） (黒滝村)
- ④天川アロマ 仙 桑田雅人 アロマ製造販売 (天川村)

[商工会他]

下市町商工会、黒滝村商工会、天川村商工会経営指導員

(2) アンケート回答者の属性

	製造業者	小売業者	卸業者	飲食・旅館	企画(製造)	建築業者	マスコミ	商工会	研究所	その他	無回答	合計
回答者数	13	28	3	4	5	3	2	2	1	6	25	92
構成比	14.1%	30.4%	3.3%	4.3%	5.4%	3.3%	2.2%	2.2%	1.1%	6.5%	27.2%	100.0%

【2】当社ブース

(1) 見学して頂いた理由

	目的があって立ち寄った	目的は無いが興味をそそられて立ち寄った	知人等から出展すると聞いて立ち寄った	たまたま通りすがりで立ち寄った	合計
回答者数	16	42	3	31	92
構成比	17.4%	45.7%	3.3%	33.7%	100.0%

(当ブースの全景)



目的があって立ち寄ったのは、17.4%であまり多くないが、「目的は無いが興味をそそられ立ち寄った」が45.7%を占めており、今回の当ブースのインパクトがあったと言える。今回のブースは、黒を基調とした囲い、本

物の切り株や針葉樹の葉を配する、桧のアロマの香りを出す等、他のブースではやっていないオリジナリティを出した。

また、全ての商品には、参考上代を付けて、商談に結びつくように工夫を行った。

今回のブースは、いわゆるメイン通りに面しているわけでも広いわけでもない、どちらかといえば人通りは多くない通りに面していたにも関わらず、近くのブースに比べて、たまたま通りすがりで立ち寄った見学者も多くいた。

(2) 見学して頂いた感想 (複数回答可)

	見て良かった	面白かった	期待した内容ではなかった	つまらなかった	何とも言えない	無回答	合計
回答者数	49	41	0	0	4	1	95
構成比	51.6%	43.2%	0.0%	0.0%	4.2%	1.1%	100.0%

「何とも言えない」と無回答がネガティブな感想であったと仮定して、約95%が好意的な感想を持ったこととなり、非常に高い評価を得たと考えられる。

特に「見て良かった」が「面白かった」を上回る過半数の51.6%を占めており、商品の良さ、吉野の木・木製品の良さを伝えられたと推測される。



これは、展示した商品の内容が良かったということが最も大きいですが、出品して頂いた4名全ての出展者に現地まで参加して頂き自らの商品の説明をして頂くと共に、各商工会の方々も積極的に商品の説明を行った等、対応が良かったことも大きいと言える。

(出展者の中井氏(左)が見学者に対応している様子)

### 【3】キーワード

#### (1) 地域 (複数回答可)

	奈良	吉野	下市町	天川村	黒滝村	合計
回答者数	26	37	0	8	5	76
構成比	34.2%	48.7%	0.0%	10.5%	6.6%	100.0%

アンケートに回答に、あらかじめ地域を記載しておいて気になるキーワードに○を付ける方法でアンケートを行った。

東京でのアンケートにも関わらず、奈良ではなく吉野というキーワードに回答者のほぼ半数、全回答者の約40%が興味を持った。吉野というブランドの知名度の高さが窺われる。

一方で、「天川村」という回答も10.5%と1割を超えており、天川村の全国的な知名度の高さが窺われるものの、知名度としてはまだまだ高くなく、現状では全面に吉野を出すことがイメージ戦略としては有効と言える。

#### (2) 興味 (複数回答可)

	森林	自然	観光	グルメ	癒し	体験	川・水	空気	静か	合計
回答者数	35	28	9	8	24	8	5	7	5	129
構成比	27.1%	21.7%	7.0%	6.2%	18.6%	6.2%	3.9%	5.4%	3.9%	100.0%

最も興味があるキーワードは「森林」で27.1%、2番目が「自然」で21.7%、3番目が「癒し」で18.6%であった。

ブースのテーマを考えれば、回答者が森林や自然と回答する数が多いのは当然であると言えるが、吉野＝森林・自然と言うイメージがあることが理解できる。

3番目に癒しが来ていることは特徴的であると言える。森林・木＝癒しと言う連想になっていると考えられる。

また、今回のテーマに全く関係のなかった「体験」が「グルメ」と同じく6.2%あったことから、東京等の企業に対して、何らかの体験ツアーを行うことは、集客に効果的だと考えられる。

### (3) 商品に求めるもの他

	材質	品質	エコ	香り	安心安全	機能性	価格	デザイン	合計
回答者数	30	18	14	33	12	5	6	25	143
構成比	21.0%	12.6%	9.8%	23.1%	8.4%	3.5%	4.2%	17.5%	100.0%

前回の道の駅での割り箸のアンケート回答で多かったのが「香りが良い」で39%だった。そして、今回も1番が「香り」で23.1%、2番が「材質」で21.0%、3番が「デザイン」で17.5%だった。

やはり、木の商品に対しては、香りというキーワードは欠かせないものと言える。また、2番目に材質がきており、我々にとっては「吉野の木」という強いブランドを上手く活かせる方法を考えれば、地域の発展に繋がると言える。

3番目が「デザイン」であり、商品のデザインだけでなく、パッケージも含めたデザインの重要性が理解できる。

一方で、「価格」は4.2%と2番目に少なく、「機能性」は3.5%と今回のキーワードで最も回答者が少なかった。前回の道の駅でのアンケートでは、割り箸についての自由意見で「価格が高い」という意見が多かったこととは対照的な結果となった。

ここから、まずは価格に拘らず、機能性ではなく良いデザインの商品を作ってみることがギフトとして商品を考える場合には重要であると言える。

その他の意見として、「日本」や「アイデンティティ」等があった。

【4】探している商品、困っていること（自由記述）

回答数	商品
5	カッティングボード
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・木のカラトリー</li> <li>・和精油</li> </ul>
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・花道具</li> <li>・木のおもちゃ</li> <li>・木のランチョンマット</li> <li>・名刺入れ</li> <li>・国産材の箸</li> <li>・国産材のお弁当箱</li> <li>・木の製品で黒文字のような製品でゴルフで使う1本フォークを作ってほしい、又は、木の製品でマーカーを作ってほしい</li> <li>・ヒノキ玉</li> <li>・椅子</li> <li>・桧オイル</li> <li>・箸置き、箸</li> </ul>
機能等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・手仕事の商品</li> <li>・和を生かした外国人向けデザイン商品</li> <li>・DIY用塗料を扱っている。ワークショップで使える塗る木製品</li> <li>・木のぬくもりを感じられる衣食住に関わるもの</li> <li>・コンパクトな木のもの</li> <li>・良い香りのキッチン用具（持続性のある香り）</li> <li>・イベントができるところ</li> <li>・国産材製品全般</li> <li>・家具店に置ける小物</li> <li>・教材に使用できる商品</li> <li>・桧など木を使った癒しの商品、生活全般に広げる小物家具、バス用品</li> <li>・本当に役立つ優れたもの</li> <li>・陶磁器とのコラボ製品</li> <li>・白木製品</li> <li>・木のディフューザー</li> </ul>

【5】当ブースで興味を持った商品

回答数	商品
18	箸(割り箸)
12	・カッティングボード ・(天川)アロマ
9	・ヒノキ玉(香り桧)
6	・箸置き
4	・ぐい飲み
3	・樽酒スティック
2	・香野槇 ・精油 ・ベンチ ・ディフューザー
1	・カホン ・コースター ・カップ ・切り株 ・桧の紙 ・ハンガー ・名刺入れ

【6】知名度

(1) 下市町、天川村、黒滝村を知っているか(複数回答可)

	下市町	天川村	黒滝村	知っている計	何れも知らない	合計
回答者数	13	21	15	49	55	104
構成比	12.5%	20.2%	14.4%	47.1%	52.9%	100.0%

【7】今後の対応(複数回答可)

	製品資料	各市町村の観光資料	営業コンタクト	製品サンプル提供	見積書作成	対応不要	無回答	合計
回答者数	24	2	3	10	5	16	45	105
構成比	22.9%	1.9%	2.9%	9.5%	4.8%	15.2%	42.9%	100.0%

## 【8】まとめ

今回のギフトショーには、935社の参加があり、その中には大手企業や、奈良県を含む地方公共団体も多く出展していた。その中で、決して大きなブースでも、メイン通りにも面していない当ブースが、多くの見学者を集め、アンケートにも回答してもらえたこと、今後のコンタクトの話も多くあったことは、ショーへの参加は成功であったと言える。

この成功の主な要因は、大きく①ブース全体の吉野の森林をイメージした展示がインパクトがあったこと②出展した商品自体に魅力があったこと③出展者が全員参加（4日間の一部のみ参加した出展者もいた）して、見学者に対応したこと、そして、④3つの商工会の職員が全員商品知識を持って、熱心に見学者に対応したこと等であったと考えられる。

今回のアンケートで再確認された「吉野ブランド」の強さ、「低価格よりも、材質」、「機能よりもデザイン」、そして「香り」、これらのキーワードを活かして、今後の発展につなげていく必要がある。

・ギフトショーの商談件数は以下の通り（平成30年2月20日現在）単位：件

企業名	(株)熊弥商店	天川アロマ仙	杣英商店	観和工芸	合計
商談件数	15	10	13	10	48
商談中	5	2	3	3	13
成立	1	1	2	0	4

### 3) 評価

・アンケートも実施したことでバイヤーが求めているものや、3町村の知名度等を確認できた。これを小規模事業者に経営指導員が巡回する際等に提供することで、出展して小規模事業者以外にも役立つことができる。

・現状は、1事業者当たり平均1件の成立であるが、商談は48件と平均12件あり、出展成果は認められる。

・出展した4事業者は、多くのバイヤーとの会話から多くのヒントを得た。また、他の出展者からも多くの話を聞くことで、新商品等のアイデアを得ることができたと考えられる。

## 2-6. 地域経済の活性化に資する取組

### 1) 当初計画の内容

#### (1) 「地域経済活性化会議（仮称）」の設立

##### 【目的】

現状商工会と行政の連携はしていたが、地域全体での連携はできていなかった。地域全体で目標を設定し、同じ方向性で地域経済の活性化に取り組むため本会議を設立する。

**【実施時期】**

年2回開催・・・平成29年6月・平成30年2月

**【実施内容】**

行政・地域の各種団体と連携して「地域経済活性化会議（仮称）」を設立し、地域経済の地盤再構築・活性化に向けて情報や方向性を共有する。



（第1回活性化会議）

**【地域経済活性化会議メンバー】**

3町村商工会・3町村行政・黒滝村森林組合・吉野杉箸商工業協同組合・大峯山洞川温泉観光協会・奈良県農協など各種団体





(第2回活性化会議)

## (2) 観光モニターツアーの実施

### 【目的】

地域経済の活性化に資するため、観光モニターツアーを実施し、情報収集、新サービス開発等に繋げる。

### 【実施時期】

観光モニターツアー 平成29年9月実施

### 【実施内容】

3町村に存在する地域資源を活かし、体験・観光・食などを盛り込んだ観光ビジネスモニター実施する。参加者にアンケート調査をし、専門家に分析を依頼する。

- ・ ツアー企画 外注 旅行会社
- ・ 募集人数 25名
- ・ 内容 林業体験を中心に3町村を1泊2日で周る  
アンケート調査を実施 調査・分析は委託
- ・ 成果の活用方法  
調査結果を参画事業者に提供

### 【補助事業実施の効果】

地域経済活性化会議(仮称)を設立することにより、それぞれの事業が効率的に進められているか評価し、改善に資することが出来る。

観光モニターツアーを実施し、参加者のアンケート調査結果に基づき、今までに開発された地場産品、開発中の特産品についてターゲット・顧客ニーズなどに合っているか再検討し、ブラッシュアップすることにより、3町村で首都圏を含む都市部への販路拡大・情報発信ができる。

### 2) 当初計画の実施状況

- ・ 地域経済活性化委員会を発足した。メンバーは、以下の通り。

平成29年度 地域経済活性化委員会名簿

	氏名	名称(肩書)	郵便番号	住所	電話番号	FAX番号
1	前田 斉	黒滝村 企画政策課長	638-0292	奈良県吉野郡 黒滝村寺戸77	0747-62-2031	0747-62-2569
2	中本 欽也	下市町 地域づくり推進課長	638-8510	奈良県吉野郡 下市町下市1960	0747-52-0001	0747-54-5055
3	樋口 貢	天川村 地域政策課長	638-0392	奈良県吉野郡 天川村沢谷60	0747-63-0321	0747-63-0329
4	兵庫 保行	吉野杉箸 商工業協同組合 理事長	638-0041	奈良県吉野郡 下市町下市3075-7	0747-52-2229	0747-52-2229
5	貝本 博幸	黒滝村森林組合 組合長	638-0251	奈良県吉野郡 黒滝村寺戸154	0747-62-2124	0747-62-2179
6	久保 達治	大峯山洞川温泉 観光協会 会長	638-0431	奈良県吉野郡 天川村洞川528-2	0747-64-0333	
7	梶 哲也	奈良県農協 下市支店長	638-0041	奈良県吉野郡 下市町下市2851	0747-52-2585	
8	植林 衛	奈良県農協 天川支店長	638-0301	奈良県吉野郡 天川村川合278	0747-63-0304	
9	尾上 利市	黒滝村商工会 会長	638-0251	奈良県吉野郡 黒滝村寺戸66-1	0747-62-2128	0747-62-2673
10	熊谷 禎彌	下市町商工会 会長	638-0041	奈良県吉野郡 下市町下市125	0747-52-8717	0747-52-8380
11	弓場 昭	天川村商工会 会長	638-0301	奈良県吉野郡 天川村川合319-4	0747-63-0818	0747-63-0217
12	保延 薦	専門家 中小企業診断士	630-0212	生駒市辻町753 諏訪東生駒ビル401号室	0743-85-7807	0743-85-7806

事務局として、下市町商工会、黒滝村商工会、及び天川村商工会の職員も委員会に出席。

・ 7月13日(木)に、第1回地域経済活性化委員会を開催。委員長は、弓場昭会長(天川村商工会)を選任。副委員長は、尾上利市会長(黒滝村商工会)を選任。

出席者は12名。

・ 平成30年2月19日(月)に、第2回地域経済活性化委員会開催。内容は、「平成29年度伴走型小規模事業者支援推進事業報告について。」出席者は、14名。

・ 観光モニターツアーを実施。内容は、以下の通り。

「三町村の観光・匠の技を体験！」～日帰りの旅～

モニターツアーの実施(アンケート調査も併せて実施)

実施日時 ; 平成29年10月14日(土)  
実施内容 ; 割箸工房見学・割箸づくり体験・林業体験  
参加者 ; 18名参加

	開始時間	終了時間	要時間	担当者	内容
	9:30				近鉄大和八木駅集合、観光バスに乗車
	9:30	10:30	60分		バスにて、下井町の割り箸工場へ移動
1	10:30	11:30	60分	下市町臨時職員 榎井氏(割り箸製造工程の説明) 下井町役場地域づくり推進課 課長 中本氏(歓迎の挨拶、下市町の割り箸産業の説明等) その他:体験の補助者1名	【割り箸工場にて】 1. 歓迎の挨拶等 2. 割り箸産業の歴史等説明 3. 割り箸の製造工程説明 4. 割り箸の製造工程の見学 5. 体験 参加者全員が、一人5本づつ、天取り及び面取りの作業を機械を利用して体験  初めての経験で、参加者全員が興味を持って体験、工程が多く、丁寧に製造されていることに感心していた。また、割り箸は間伐や木材として使わない箇所を利用したエコの製品であることを知って、感心していた。
	11:30	12:00	30分		バスにて、黒滝村森林組合へ移動
2	12:00	13:00	60分	黒滝村森林組合の職員(林業体験の指導員を兼ねる)5名	【黒滝村森林組合にて】 1. 吉野杉の歴史、割り箸に利用される箇所、現在森林組合で働く10名のうち大半が県外からの移住者であること等の説明。 2. 昼食(柿の葉すし)を食べながら、樽丸作り(樽に利用する製材の製造工程を伐採から配送まで説明)及び実際に林業を行っている場面のビデオを視聴。  参加者全員が、森を守る大変さを知って感心。また、昔の樽丸作り職人の技を見て、感心した。
	13:00	13:05	5分		バスにて、林業体験ツアーをする森へ移動
3	13:05	14:50	105分	同上 黒滝村商工会会長 尾上氏	【体験ツアーを行う森にて】 1. 実際に伐採する工程の説明 2. 樹齢100年の木を指導員が、チェーンソーを利用して実際に伐採する所を間近で見学 3. 参加者全員が、指導員の指導を受けながら鋸等を利用して伐採を体験  参加者全員が、樹齢100年の木の伐採の迫力に感動。また、樹齢20年程度の木の伐採を体験し、林業の面白さと、奥の深さを実感した。
	14:50	15:00	10分		バスにて、黒滝村森林組合へ移動
4	15:00	15:20	20分	黒滝村森林組合の職員(林業体験の指導員を兼ねる)5名	【黒滝村森林組合の敷地にて】 1. 希望者がチェーンソーに丸太切り、鋸による丸太切りを体験  チェーンソーを扱う難しさと太い丸太を切ることに感動。
	15:20	15:30	10分		バスにて、黒滝道の駅へ移動
5	15:30	15:40	10分		トイレ休憩、地元名産品を見学、購入
	15:40	15:50	10分		バスにて、オーカワの直売所へ移動
6	15:50	16:00	10分		オーカワの直売所にて、コンニャク等地元名産品を見学、購入
	16:00	16:05	5分		バスにて下市町商工会館へ移動
7	16:05	16:30	25分	黒滝村商工会、下市町商工会、天川村商工会経営指導員	【下市町商工会館にて】 1. 参加者全員がアンケート回答 2. 各商工会から、各町村の名産品や産業について説明
	16:30	17:10	40分		バスにて近鉄大和八木駅へ移動
		17:10			解散

・アンケートの概要は以下の通り。

#### 【アンケート結果概要】

##### 【1】アンケート回答者概要

###### (1) アンケート調査集計数：18名

今回の回答者は、ほぼ男性8名、女性10名です。女性だけのグループや男性だけのグループ、あるいは男女のグループ、男性単独、女性単独での参加がありました。

グルメツアー等参加者が女性に偏るような内容でなかったことから、このような割合になったと思われます。

母集団数が18名であるため、アンケート調査の結果に偏りが出る可能性があります。

男性	女性	合計
8	10	18
44%	56%	100%

###### (2) 年齢

20代未満	20代～	30代～	40代～	50代～	60代～	70代～	合計
0	1	2	4	2	7	2	18
0%	6%	11%	22%	11%	39%	11%	100%

40代～60代の割合が、72%を占めており、参加者は比較的年齢層が高いと言えます。今回のツアーが若い方には魅力的でなかった可能性があります。

特に60歳代が約4割を占めており、この年齢層の興味があるツアーだったと言えます。

###### (3) どこから来られたか

奈良県内	大阪府	兵庫県	合計
12	4	2	18
67%	22%	11%	100%

奈良県からの参加者が大半です。参加された奈良県の来訪者のうち市町村までわかる方の内訳は、生駒市3人、奈良市、田原本町各2人、大和高田市、天理市各1人です。

林業等の体験ツアーで、地域の振興、地元中小企業の発展に役立つことが目的でしたので、地元からの参加は少なかったと思われます。

###### (4) 職業

会社員	自営業	主婦・主夫	無職・定年	その他	合計
11	3	1	2	1	18
61%	17%	6%	11%	6%	100%

参加者の61%が会社員、17%が自営業者、団体職員の方も含めると、約83%が現役で仕事を持っている方々です。

土曜日の開催であったことから、参加しやすかったものと思われる一方で、無職の方や主婦・主夫の参加者が少ないのは、観光色が薄い体験ツアーであったためだと思います。

## 【2】「杉箸」「桧箸」について

### (1) 良いと思う点（複数回答可）

香りが良い	安心安全で	エコである	持ちやすい	衛生的であ	プラスチック製	その他	合計
13	7	9	3	3	3	3	41
32%	17%	22%	7%	7%	7%	7%	100%

このアンケート調査は、割り箸工場見学、林業体験をして頂いた後で行ったものです。その体験等を踏まえて、香りの良さや安心安全、エコである等の点が上位に上がったものと思われる一方で、体験ツアーに参加されていない方々へのアンケート調査結果と、とそれほど内容は変わっていないことは課題と言えます。

「杉箸」「桧箸」の良い点は、消費者にある程度知られていると言えます。

### (2) 良くないと思われる点（複数回答可）

1回の使い捨ては、もったいない	その他	回答なし	合計
10	3	7	20
50%	15%	35%	100%

このアンケート調査は、割り箸工場見学、林業体験をして頂いた後で行ったものであるにも関わらず、「1回の使い捨ては、もったいない」という意見が50%あります。この割合は、体験ツアーに参加されていない方々へのアンケート調査結果と、とそれほど内容は変わっていないのは課題と言えます。

その他の意見にもあるように、使い捨てだからもったいないという考え方を払拭する必要があります。

### 【3】割り箸の利用するシーン等（複数回答可）

運動会・ハイキング等屋外で食事	自宅への来客用	お土産品(プレゼント含む)	原則買わない	頂きもので用を済ます	その他	合計
13	10	1	2	3	2	31
42%	32%	3%	6%	10%	6%	100%

最も多いのが「運動会・ハイキング等屋外で食事」で42%です。運動会であれば、必ず子供も利用しますので、子供用の割り箸の需要があるものと考えられます。ただし、この場合には使い捨てが前提になっていると考えられます。

次に、「自宅への来客用」で32%です。この場合には、比較的高級な割り箸の利用が考えられ、「杉箸」「桧箸」の需要が見込まれます。この場合には、利休箸のように最初から2つに分かれている箸であれば、何度でも利用できるため、高級品でも需要があると考えられます。

ここまでは、体験ツアーに参加されていない方々へのアンケート調査結果と、とそれほど内容は変わっていません。

一方で、「原則買わない」「頂きもので用を済ます」方の割合は16%でツアーに参加

されていない方に比べてやや少なくなっています。

【4】割り箸を購入するときの選ぶ理由（1番目、2番目として2つ選んでもらいました。なお、未回答者がいます。）

（1）1番目に優先する理由

価格の安さ	品質の良さ	製造した地域	材質	見た目の良さ	形(先端が細い等)	その他	合計
8	5	2	0	0	1	1	17
47%	29%	12%	0%	0%	6%	6%	100%

（2）2番目に優先する理由

価格の安さ	品質の良さ	製造した地域	材質	見た目の良さ	機能性(先端が細い)	その他	合計
0	2	3	1	5	3	0	14
0%	14%	21%	7%	36%	21%	0%	100%

（3）1番目、2番目に優先する理由合算

価格の安さ	品質の良さ	製造した地域	材質	見た目の良さ	機能性(先端が細い)	その他	合計
8	7	5	1	5	4	1	31
26%	23%	16%	3%	16%	13%	3%	100%

1番目、2番目に優先する理由を合算して見てみますと、最も多いのが、「価格の安さ」で26%です。また、1番目の理由では、「価格の安さ」が47%とほぼ半数を占めています。来客用等利用するシーンによって、価格だけで選ぶことはないのですが、やはり、価格は購入するかどうかの大きな要素と言えます。

しかし、体験ツアーに参加されていない方々へのアンケート調査結果（30%）に比べれば少なくなっていますので、成果が出ていると言えます。

また、3番目に優先する理由が、「製造した地域」が16%となっています。これは、体験ツアーに参加されていない方々へのアンケート調査結果（8%）に比べて、大幅に増えています。今回の体験ツアーでの経験が、吉野地域で作られている割り箸の良さを知ってもらうのに役立ったと思われます。

【5】割り箸工場施設見学について

良かった	普通	良くなかった	合計
14	3	0	17
82%	18%	0%	100%



（割り箸の制作）

【5】林業体験について

良かった	普通	良くなかった	合計
17	0	0	17
100%	0%	0%	100%

【6】ツアー全体について

良かった	普通	良くなかった	合計
16	2	0	18
89%	11%	0%	100%

【7】今後どんなツアーに参加したいか

(1) 日数

日帰り	1泊	2泊以上	合計
10	7	1	18
56%	39%	6%	100%

(2) 費用

5,000円以下	10,000円以下	20,000円以下	20,000円以上	合計
9	7	1	0	17
53%	41%	6%	0%	100%



【8】まとめ

総括すれば、参加者は決して多くはなかったものの、雨という悪天候の中でほぼ全員に満足して頂いたことは、大成功であったと言えます。

今回の体験ツアーで、参加者には、地域の自然の良さを知ってもらっただけでなく、住民の優しさも知ってもらえたことは、高く評価できると考えます。

今後、参加者にこの良さを広めて頂くにはどうすればいいのか、あるいは、目的をブラさないで、多くの参加者を集めるにはどうすればいいのか、を考えていく必要があります。





(担当者からの説明を  
聞く)



### 3) 評価

- ・地域経済活性化会議で、アンケート結果等を議論することで、行政の立場からの意見が出てきたり、今後行政として行うべきことのヒントになったと考えられる。また、今後改善した方が良く等々の意見も出て有用であった。
- ・1泊2日の予定であったが、集客する時間が足りなかったこと等によりあまり集まらず、日帰りツアーとなった（但し、基本的な内容は、変更なし）。来年度は、募集の時期や開催方法等について、工夫が必要である。
- ・参加した者は、雨天という悪条件の中にも関わらず、ほぼ全員が満足していたことは評価できる。
- ・今回、体験ツアー、特に林業体験は、非常にインパクトがあり、集客に効果的であることがわかった。



(担当者から説明を聞く)



(実際に割り箸を制作)



(黒滝村森林組合で説明を聞く)



(林業体験)



(林業体験)



(林業体験)



(林業体験)



(林業体験)

## 2-7. 事業の成果、評価及び見直しをするための仕組みの構築

### 1) 当初計画の内容

#### 【目的】

事業の実施状況の評価し、PDCAサイクルを構築、展開する。

#### 【実施時期】

事業評価会議 6月・10月・2月 計3回実施

#### 【事業内容】

- ・事業評価会議を開催し、評価・検証・見直しを行い、PDCAサイクルを回していく。
- ・事業内容は各商工会のHP・窓口にて閲覧ができるようにする。

#### 【事業評価会議のメンバー】

地元3町村行政・金融機関・外部有識者（中小企業診断士等専門家等）・各3町村の商工会長

#### 【補助事業実施の効果】

事業評価会議をすることにより、今後の成果と次年度への計画の反映となる。

### 2) 当初計画の実施状況

- ・事業評価委員会を発足した。メンバーは以下の通り。

平成29年度 事業評価委員会名簿

	氏名	名称(肩書)	郵便番号	住所	電話番号	FAX番号
1	前田 斉	黒滝村 企画政策課長	638-0292	奈良県吉野郡 黒滝村寺戸77	0747-62-2031	0747-62-2569
2	中本 欽也	下市町 地域づくり推進課長	638-8510	奈良県吉野郡 下市町下市1960	0747-52-0001	0747-54-5055
3	樋口 貢	天川村 地域政策課長	638-0392	奈良県吉野郡 天川村沢谷60	0747-63-0321	0747-63-0329
4	寺井 宏昌	南都銀行 下市支店長	638-0041	奈良県吉野郡 下市町下市100	0747-52-3801	
5	三長 努	南都銀行 黒滝支店長	638-0233	奈良県吉野郡 黒滝村長瀬22-5	0747-62-2121	
6	尾上 利市	黒滝村商工会 会長	638-0251	奈良県吉野郡 黒滝村寺戸66-1	0747-62-2128	0747-62-2673
7	熊谷 禎彌	下市町商工会 会長	638-0041	奈良県吉野郡 下市町下市125	0747-52-8717	0747-52-8380
8	弓場 昭	天川村商工会 会長	638-0301	奈良県吉野郡 天川村川合319-4	0747-63-0818	0747-63-0217
9	保延 薦	専門家 中小企業診断士	630-0212	生駒市辻町753 諏訪東生駒ビル401号室	0743-85-7807	0743-85-7806

事務局として、下市町商工会、黒滝村商工会、及び天川村商工会の職員も委員会に出席。



(事業評価会議)



(事業評価会議)

・ 6月26日(月)に第1回事業評価委員会を開催した。委員長は、熊谷禎彌会長(下市町商工会)を選任。副委員長は、樋口貢課長(天川村役場)選任。出席者は14名。

・ 12月21日(木)に第2回事業評価委員会を開催した。内容は、「平成29年度伴走型小規模事業者支援推進事業の中間報告について」「平成29年度伴走型小規模事業者支援推進事業の今後の事業計画について」出席者は14名。

・ 平成30年2月19日(月)に第3回事業評価委員会を開催した。内容は、「平成29年度伴走型小規模事業者支援推進事業報告について」。出席者は14名。

### 3) 評価

- ・ 委員会は、計画通り3回実施した。
- ・ 金融機関の支店長にも委員になってもらったことで、評価が多角的になって良かった。
- ・ 各町村の課長にも参加してもらったことで、地域全体で課題や強みを共有できたことは評価できる。

### 3. 総括

#### 1) 総括

今年度は、ほとんどの事業を計画通りに実行できたことは、評価できる。但し、計画書の作成等、一部やり残したことがあるため、来年度には実行するべきである。

また、小規模事業者の今後の発展に役立つ情報を多く収集できたことから、引き続きこの情報を活用して、事業の発展に役立てていきたい。

各商工会の職員の負担は相当の重たかったが、小規模事業の売上に直結する等、成果が出た。

主な成果、課題を整理すると以下ようになる。

#### 【成果】

- ①地域経済動向調査を毎月一回行い、公表したことによって小規模事業者の事業の発展の参考にできた。
- ②経営分析セミナーを開催し、自社の強みや弱みを決算書や数字で理解することに役立ち、経営課題を把握させることができた。
- ③事業計画策定セミナーを開催し、実行できる計画書の策定の手順、作成方法を理解してもらえた。
- ④その後、個別相談会と経営指導員の巡回によって、小規模事業者自らが経営課題とその解消方法、解消のための施策について理解してもらえた。
- ⑤需要動向調査のためのアンケートのよって、来訪者の特徴や、地域の強み、今後の課題等を把握し、小規模事業者に提供することができた。
- ⑥東京のギフトショーに出展し、出展者の事業の拡大に寄与できたと共に、アンケートも実施して、バイヤーが求めるものを把握し、小規模事業者に提供することができた。
- ⑧地域経済活性化会議を開催し、行政との連携強化、情報の共有ができた。また、観光モニターツアーを実施し、当地域の強み、今後の課題を把握できた。
- ⑨事業評価会議を開催し、金融機関の見方等多角的に今回の事業の評価ができた。その際の意見をその後の事業進行に反映することができた。

#### 【課題】

- ①より多くの小規模事業者に、セミナー等に参加して頂く工夫が必要である。
- ②最終的には、巡回や個別相談の時間を増やし、経営計画書を策定してもらい、より、事業の発展の貢献する必要がある。
- ③更にギフトショーのような展示会に出展し、今回気づいた点を修正して、成約件数を増やす努力が必要である。
- ④観光モニターツアーの参加者を増やし、当地域の良さと課題をより多く把握する必要



がある。

⑤より行政との連携強化、金融機関との情報共有を行い、地域の発展につなげる必要がある。

以 上