

新宮商工会議所行動計画

平成28年4月

目 次

(本文)

行動計画策定にあたって	1
理念	2
行動指針	2
計画期間	2
I 組織づくり	3
(1) 組織基盤の強化	3
(2) 財政基盤の強化	4
(3) 広報活動の充実強化	4
(4) 積極的な提言・要望・陳情活動	5
(5) 事務局機能の強化とサービス向上	6
(6) 職員の資質向上	6
II 企業づくり	7
(1) 経営支援体制の強化	7
(2) 創業・第二創業・経営革新の環境整備	8
(3) 事業承継の促進	9
(4) 人材育成機能の強化	9
(5) 地域雇用確保の取組み強化	10
III 地域づくり	11
(1) 中心市街地活性化への積極的な取組み	11
(2) 観光客の受入体制の整備・充実	12
(3) 地場産業である木材業の推進	13
(4) 広域交流・連携	14
(5) 観光資源の商品化支援	14
(6) 活力ある街づくりの推進	15
行動計画策定委員会の概要	17

(資料編)

①新宮市人口及び世帯数の推移	19
②新宮市内の商工業業者及び小規模事業所数	19
③会費額の推移	20
④一般会計収支の推移	20
⑤収益事業 事業収入の推移	21
⑥人件費の推移	22
⑦補助金の推移	22
⑧経営改善普及事業 相談件数の推移	23
⑨共通商品券発行事業の推移	23

⑩中心市街地商店街への出店と新宮市空店舗対策事業補助金の補助額	24
⑪中心市街地商店街の状況	24
⑫新宮市の小売及び卸売事業所数、事業者数、年間販売額	25
⑬新宮市の観光客数	25
⑭新宮市観光協会 来所利用数	26
⑮(株)新宮原木市場 決算期別取扱高の推移	26
⑯新宮木材協同組合 組合員数・工場数	26



行動計画策定にあたって

新宮商工会議所
会頭 関 康之

商工会議所は、業種の枠組みにとらわれない唯一の地域経済団体としての使命を果たすべく、社会構造・経済環境の変化に対し、柔軟に対応する方策に取り組み、積極的な事業展開が求められています。今日、地域経済は木材産業や建設業をはじめ、商業・サービス業などあらゆる業種において低迷が続いており、中小・零細企業を取り巻く環境は非常に厳しい状況にあります。

このような中、商工会議所は「会員企業の活力創出」のための経営支援のあり方や質の向上、「地域の活性化推進」のための課題発見力・立案力・事業実施力の向上、「組織力・体制の強化」のための基盤整備の充実について、社会環境や経済情勢を見据えて事業活動を進めていかなければなりません。併せて、地域の活性化を強力に推進するため、地域の特性や資源、財産を改めて検証し、将来に向けて明確なビジョンを作成し、共有することが求められております。又、当市においては、ここ数年の間に、文化複合施設の建設や市庁舎の建て替えといった大型プロジェクトが予定されており、地域再生の大きなチャンスを迎えております。

商工会議所と致しましても、この機会を見逃すことなく、会員のため、そして、会員と地域のためになる商工会議所を目指し、中期の行動計画を策定させて頂きました。今後、策定させて頂きました計画に基づき各年度において事業計画に反映させ各種事業を着実に進めて参りたいと考えておりますので、会員各位のご理解、ご協力を心よりお願い申し上げるところでございます。

理 念

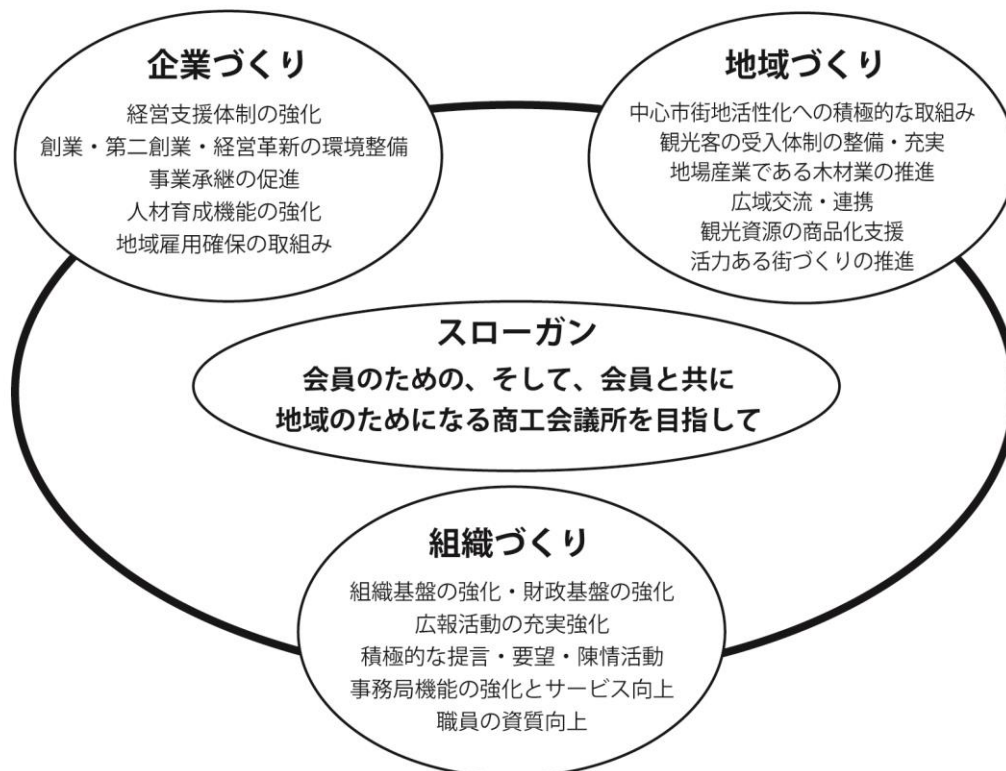
より豊かな、新しい商都創生に向けて、会員のための、
そして、会員と共に地域のためになる商工会議所を目指します。

行 動 指 針

1. 会員企業の改善発達をめざす。
2. 経済産業界が結束して地域振興、地域づくりに寄与する。
3. 行政と連携して地域づくりを実現する。
4. 組織力・体制の強化
5. 中期行動計画に基づき事業を推進する。

計 画 期 間

平成28年度～平成32年度（概ね5年間）



I 組織づくり

商工会議所は、法律に基づく公共性の強い団体であるが、事業活動を効果的・効率的に展開するために、人材や財政が制約されている中であっても、その組織・運営については、効率性を重視した企業マインドが強く求められている。新しい時代に先見性的に対応し、真のリーダーシップを発揮しうる組織を目指して、商工会議所は組織の強化と事務局の人材育成・活性化を図らなければならない。このため、商工会議所においては、まず、組織力の向上に向けた様々な取り組みが必要であり、直面する諸課題に柔軟に機能し対応できるよう適材適所の人事配置等による組織の活性化、部会・委員会を始めとする諸会議の見直しが不可欠である。また、商工会議所が自主的に行動するためには、経済的な裏付けがなくてはならず、会費や収益事業を中核とした自主財源を確保することによって、組織や事業活動の活性化に繋げなければならない。事業活動は商工会議所と会員を結ぶ絆であり、会員ニーズに対応した活動を展開し、自らの存在意義を高めることが求められている。

(1) 組織基盤の強化

現状

- ・市内商工業者の激減に伴い会員数が減少している。(資料1・2)
- ・新規創業者が少ない。
- ・地域や中小企業の抱える課題が複雑化、広域化する中、商工会議所活動への期待は年々拡大している。

課題

- ・会議所の存在価値の広報
- ・会員事業所が会議所に対しどのようなニーズを必要としているのかを把握
- ・商工会議所活動を支えるコアメンバーの意識の向上

目標

- ・新規会員の獲得と既存会員の退会防止による会員数の増加を図り、加入率50%以上を堅持し、商工会議所活動の基礎となる組織率強化を図っている。

計画

- ①会員事業所への定期的な巡回による会費相応の利用価値の創出
- ②新規開業者を支援し新規入会を促す。
- ③未加入事業者の名簿作成と名簿を活用した会員増強運動の実施
- ④任意退会申し出事業所への速やかな対応
- ⑤多様化、高度化する会員ニーズ等の把握
- ⑥部会、委員会の定期的な開催

⑦市に商工会議所への加入を勧奨する条例等制定への働きかけ。

⑧若手経営者（青年部等）の積極的な登用

（２）財政基盤の強化

現状

- ・廃業等による会員減、収益事業減、補助金減により財政基盤は年々悪化（資料 3・4・5・6）
- ・一般会計における剰余金の減少により、特別会計への積立金が難しくなっている。
- ・各種補助金、助成金の減額（資料 7）

課題

- ・会費収入の減少
- ・共済制度並びに労働保険等の収益事業の減少
- ・電気料金を始めとするランニングコストの増加
- ・新たな自主財源の確保

目標

- ・収益力の強化並びに改善を行っている。

計画

- ①共済制度の推進運動の実施による現契約の維持並びに拡大
- ②効率的な事務運営による経費の見直し。
- ③会員メリット等を明確化し、会員会費の見直し。
- ④労働保険事務手数料の見直し。
- ⑤関係団体の事務局を受託し、財源の確保に努める。
- ⑥新たな収益事業の検討
- ⑦効率的・効果的な予算の執行
- ⑧各種補助金を利用した事業の実施

（３）広報活動の充実強化

現状

- ・商工ニュースの発行（月一回新聞折り込みにて 14,000 部）
- ・ホームページの開設
- ・メールマガジンの発信
- ・Facebook ページの運営
- ・「情報サイトくまのーと」の開設

- ・会員事業所へのDM（年四回程度）
- ・地方紙への新聞広告や個別のニュースリリース

課題

- ・SNSを活用した情報発信能力を高める必要性
- ・地域情報、各種補助金等の情報発信能力を高める必要性

目標

- ・広報事業の強化により会員のみならず市民へ、商工会議所の理解度・浸透度を高める。

計画

- ①新たな媒体を活用した周知方法の検討
- ②事業者向けメールマガジンの普及とFacebookなどのSNSの活用
- ③会員向け各種案内の精査、スケジュール組みの検討
- ④新宮市、東牟婁振興局など各種行政機関、観光協会などと連携し、情報推進協議会（仮称）を立ち上げ、情報サイトの運営と情報発信を行う。
- ⑤商工ニュースやHPでの情報受発信能力を高めるとともに、専門性の高いHPを構築する。
- ⑥マスコミ等に対するパブリシティ活動を強化する。

（４）積極的な提言・要望・陳情活動

現状

- ・県連共通要望並びに単会要望として知事並びに関係機関に要望書を提出
- ・市長との定期的な会合を開催し、意見交換を行っている。
- ・インフラ整備（特に道路関係）について関係団体と連携して要望活動を行なっている。

課題

- ・要望すべき事項の集約が必要（各種業界での要望等）

目標

- ・業界や会員の声が直接的に当所事業に反映されるような部会・委員会活動を行う。
また国や自治体に取り組むべき施策への積極的な提言・要望・陳情活動を行う。

計画

- ①会員訪問や部会・委員会をはじめとする各種会議で、意見要望等の集約を行う。

②部会・委員会などの検証を、当所事業や行政等の施策に反映するための提言・要望活動を行なう。

③各種業界とも意見交換をおこない意見要望等の集約を行う。

(5) 事務局機能の強化とサービス向上

現状

- ・繋がり深い会員については手厚い指導がなされているが、全会員の継続的な訪問活動がおこなわれていない。
- ・各制度等について事務担当者しか明確な指導ができない。
- ・個別事業所に対する指導等について業務担当がそれぞれ対応しており、情報が共有されていない。

課題

- ・職員業務体制の整備
- ・職員研修制度の拡充
- ・各担当業務の情報の共有化

目標

- ・歴史ある商工会議所職員として、職員同士が切磋琢磨し、活力ある職場を構築し、会員に頼られる商工会議所となっている。

計画

- ①各業務のバックアップ体制の構築
- ②定期的、継続的な会員事業所の訪問
- ③会員の声を会議所活動に反映し、信頼度を高める。
- ④会員のニーズにあったサービスの提供
- ⑤BCPの作成

(6) 職員の資質の向上

現状

- ・それぞれに担当業務を与え専門性を高めている。
- ・外部研修（年20時間の研修）に参加
- ・事務処理関係、業務が硬直化している。

課題

- ・広域多岐に渡る専門的な知識が必要

- ・自らが改革する意識の向上
-

- ・地域ニーズや会員ニーズに的確に対応できる職員となっている。
-

計画

- ①内部研修、外部研修への参加
- ②資格修得制度の導入
- ③意識改革による接客サービスの向上並びに事務所内の環境整備
- ④諸規定の整備改正の検討並びに実施
- ⑤業務改革に向けた職員の提言活動

Ⅱ 企業づくり

商工会議所には、地域中小企業、とりわけその大半を占め、かつ、地域の伝統や文化を支えるなど地域コミュニティの中核的存在である小規模企業の経営基盤（人材、物、資金、情報等、）の強化、後継者の育成、経営革新に向けた様々な支援活動を展開することが求められている。中小企業は、これまで産業活力の源泉として地域経済の基盤を支え、その発展に大きく貢献してきた。今後も引き続き、地域経済、地域雇用、地域共同体の文化・伝統、地域環境・福祉、産業活力、産業構造改革等の担い手として、多様でかつ重要な経済的・社会的役割が期待されている。今ある中小企業の活性化と、さらなる経営革新、新規創業に向けられる中小企業の活力こそが、地域活性化の源泉となりえるものである。その為にも、経営指導員による伴走型の経営支援が必要不可欠であり、事業所とのコミュニケーションをより一層高め、信頼関係を深めることが重要である。

（１）経営支援体制の強化

現状

- ・経営指導員４名 補助員３名による専従体制をとっている。
 - ・金融・税務・経営等多岐にわたる指導案件について巡回・窓口指導にて対応（資料８）
 - ・繁盛店事業、一店逸品運動等個店対策事業を実施している。
 - ・エキスパートバンク事業等を利用し専門家の派遣を行っている。
 - ・各種講習会・講演会を開催し、経営者のスキルアップを行っている。
-

課題

- ・経営問題解決への対応度合と達成度の向上
 - ・経営相談の内容の高度化・複雑化に対応した支援体制の整備
-

目標

- ・事業を通じて販路や人脈の拡大が図られ新たなビジネスチャンスが創出されている。
- ・中小・小規模企業の資金調達や資金繰りが改善され、安定的な経営が図られている。
- ・新たな創業が行われ、雇用の創出や地域の活性化が図られている。
- ・多様で複雑化する中小企業の経営課題解決に応えられる支援機関となっている。

計画

- ①積極的な巡回指導を展開し、情報収集と支援業務の強化に努める。
- ②ワンストップ相談窓口による経営課題の解決支援
- ③企業経営に立つ講習会・研修会の開催
- ④各種補助金・助成金・融資制度・税制等に関する情報収集及び提供
- ⑤ビジネスチャンス拡大に向けた取り組みの強化
- ⑥マル経制度の積極的な利用促進
- ⑦専門家派遣制度（エキスパートバンク事業）を積極的に活用し、第二創業・経営革新案件への支援を強化する。
- ⑧経営発達計画の認定と計画に基づいたきめ細やかな指導体制の確立

（２）創業・第二創業・経営革新の環境整備

現状

- ・創業・第二創業・経営革新とも案件が少ない。
- ・経営革新等の内容が事業者理解されていない。
- ・創業、第二創業した事業者との接点がない。

課題

- ・今後、創業・第二創業・経営革新を支援する体制づくりが必要
- ・各種支援制度の周知不足

目標

- ・新規創業者や第二創業が活発化し、新たな雇用が創出され、地域商工業者数・雇用者数の減少が抑制されている。

計画

- ①新宮市創業支援事業に支援事業者として参画し、積極的な創業を推し進める
- ②経営指導員を中心としたワンストップ相談窓口の開設
- ③創業塾等の講座の開設
- ④専門家による専門性の高いバックアップの実施
- ⑤創業時・成熟期・安定期と企業経営のステージに応じた支援

- ⑥新たなビジネスチャンスの情報の提供
- ⑦支援制度を一括検索できる情報サイト「ミラサポ」の周知、利用促進
- ⑧廃業者と創業希望者のマッチング支援

(3) 事業承継の促進

現状

- ・経済センサス等指標では急激な事業の廃業が顕著である。
- ・経営者の高齢化が進んでおり後継者がいない事業所が多く存在する。

課題

- ・事業の廃業理由としては、「高齢の為」「後継者がいない」との理由が多い
- ・後継者がいるものの事業承継の準備が出来ていない。

目標

- ・地域活性化に資する事業承継・集約や事業引継ぎ、事業承継を契機とした後継者による新たな事業展開がなされている。

計画

- ①事業引継センター・事業引継相談窓口（和歌山商工会議所）の当所での定期的な開催
- ②事業承継のため、後継経営者の育成やマッチングに取り組み、円滑な事業承継を促進する。
- ③セミナー開催等を通じ、円滑な事業承継計画の浸透を図る。
- ④専門家派遣制度等の有効活用
- ⑤会員事業所への事業承継、後継等のアンケートを実施し現状分析を行う。
- ⑥事業承継円滑化のための税制措置などの広報並びに周知

(4) 人材育成機能の強化

現状

- ・青年部等での活動（異業種交流）
- ・中小企業等を対象としたセミナー、講習会の開催
- ・簿記検定、リテイルマーケティング検定、福祉住環境コーディネーター検定、P C 検定、珠算検定試験の実施
- ・新入社員研修の実施

課題

- ・従業員や社員の能力を高める為の研修会がなされていない。

目標

- ・新宮を担う人材育成を地域発展の重要な要素として位置づけ、企業人や企業人をめざす若者の能力開発を図るための取り組みがなされている。

計画

- ①新人マナー研修の開催
- ②就職セミナーの開催
- ③資格取得に向けた講習会の開催
- ④社員教育に関する助成金の広報や申請等に関する相談窓口を開催し、人材育成を推進しやすい環境整備支援の実施
- ⑤管内企業の人材育成を目的とした新入社員・中堅社員・幹部社員等を対象とした講習会・講演会の開催

(5) 地域雇用確保の取り組み強化

現状

- ・ふるさとUターンフェアの実施
- ・新規高校卒業者を対象としたビジネスセミナーの開催
- ・有効求人倍率の高いものの非正規社員の求人が多い。
- ・業種の不マッチ
- ・労働条件の不マッチ
- ・I ターンの取組がなされていない。

課題

- ・地域内の新規学卒者の地域内雇用が求められている。
- ・非正規社員から正規社員の登用が求められている。
- ・有期契約者から無期契約への変更が求められている。

目標

- ・若者が働きたいと思う魅力ある就職先の創出がなされている。

計画

- ①Uターン、I ターンを対象としたフェアの検討
- ②雇用定着率を高める取組みの検討
- ③雇用に関する各種補助金・助成金の情報収集および資料提供

Ⅲ 地域づくり

商工会議所は、一定の地域を基盤として成り立つ地域団体であり、かつ、様々な企業や業種・業態の商工業者を会員とする総合経済団体である。また、会員組織でありながら、会員の枠を超えて地域内の商工業の総合的な改善発達を図り、兼ねて社会一般の福祉の増進に資することを目的としている。街づくり組織として重要な役割を担う商工会議所が、商店街や中心市街地の空洞化問題に対処し、都市機能の再構築を目指して行政と緊密な連携のもと地域の顔である商店街や中心市街地の活性化を図り、地域間競争を踏まえた街づくりの推進に向けた活動をリードしなければならない。又、地場産業である木材業の振興や観光産業の振興も重要な課題であり、関係機関と連携を図り新たな事業展開が求められている。

（１）中心市街地活性化への積極的な取り組み

現状

- ・商店街調査事業の実施
- ・一店逸品運動の実施
- ・共通商品券事業の実施（資料 9）
- ・繁盛店事業の実施
- ・新宮市空き店舗対策事業の実施（資料 10）
- ・空き店舗が増え空洞化傾向にある。（資料 11）
- ・経営者の高齢化が顕著である。
- ・新宮市の基幹産業となっている。（資料 12）
- ・買い回り品を取り扱う専門店が集中している。
- ・核店舗（オークワ新宮仲之町店）の吸引力が低下している。
- ・一部空き店舗の老朽化が著しく景観を損ねている。
- ・後継者不足が顕著である。

課題

- ・経営者の意識の高揚
 - ・商店街が一体となった統一感のある活性化策の実施（イベント等の見直し）
 - ・新規創業者の出店促進
 - ・商店街を構成する店舗の業種が買回り品に集中している。
 - ・商店街活動を担う人材が高齢化、硬直化しており、活動が鈍化している。若手経営者のリーダーが育っていない。
-

目標

- ・都市再構築計画に基づきコンパクトシティの実現と魅力ある街づくりが進められている。
- ・「観光」と「商業」が一体となれるようなゾーンづくりが行われている。
- ・中心市街地への出店増加と若手経営者らを中心とした連携努力により、中心市街地の魅力がアップし集客力も向上し、活性化している。

計画

- ①ソフト事業（イベント他）を再検討し、効果的な展開を図る。
- ②観光客等に対応した環境整備並びに新規創業者の創出
- ③経営者の意識向上を図るための講習会・講演会の開催
- ④魅力ある個店づくりの為に各種事業のブラッシュアップ（一店逸品運動・繁盛店づくり事業等）
- ⑤文化複合施設の完成を見据えた各商店街の取り組み支援
- ⑥空き店舗への新規出店者に対する経営支援
- ⑦店舗間の情報の共有強化（商店街が一体となった販促活動等）
- ⑧現状把握の為に、定期的な調査事業の実施

（２）観光客の受入体制の整備・充実

現状

- ・世界遺産等観光資源が豊富にある。
- ・日本ジオパークに認定され地質学的にみても貴重な資源がある。
- ・文化人を多く輩出しており、文化水準が高い地域である。
- ・まちなか観光が推進されている。
- ・内外の観光客、特に外国人観光客が増加傾向にある。（資料 13・14）

課題

- ・熊野全体における新宮の位置づけ。
- ・広域が一体となった連携
- ・市内観光関係者が一体となった取り組み。

目標

- ・経済活動に結びつける観光の取組みがおこなわれている。
- ・新たな観光プログラムの開発・充実が図られ魅力向上がおこなわれている。

計画

- ①施設や案内板等の充実を行い、観光客の誘導・回遊性の向上を図る。

- ②外国語や接客接遇など「おもてなし研修」を実施し、受入体制の意識改革を図る。
- ③市・観光協会と連携して外国人観光客対策として、飲食店等へメニューの外国語表記促進を図る。
- ④市・観光協会と連携しパンフレットやホームページの多言語対応やターゲットを明確にした情報の整理や発信を図る。
- ⑤観光施設整備の要望

(3) 地場産業である木材業の推進

現状

- ・新築住宅建設が少なく地元木材の利用が減少している。
- ・大手ハウスメーカーの進出で在来工法建築の住宅が減少している。
- ・木材関連事業所従事者の高齢化が顕著である。
- ・行政からの木材住宅への補助がなされている。
(熊野材の家づくり普及啓発事業、乾燥熊野材需要拡大事業補助金 新宮市)
(紀州材で建てる地域住宅支援事業補助金 和歌山県)
- ・杉・檜の取扱量の減少並びに価格が低下している。(資料 15)
- ・新規参入事業者が少ない。
- ・高級素材である檜の需要が減少している。

課題

- ・木の魅力をどのように消費者（施主）に啓発するのか。
- ・地域外需要の新規開拓
- ・造作材（無垢製品）の需要を如何に高めるのか。
- ・熊野材のブランド化

目標

- ・文化複合施設をはじめ公共施設に熊野材がふんだんに使用され「木材の街」にふさわしい建物ができている。
- ・地域内だけではなく地域外の需要が増えている。
- ・構造材だけでなく加工製品の製造がおこなわれている。

計画

- ①過去実施した熊野材の家づくり事業の見直しと啓発活動の実施
- ②新宮木材協同組合等関係機関との連携を密にし、木材利用促進に関する要望・建議等を行う。
- ③新規需要先の調査及び開拓
- ④構造材以外の加工製品の研究

(4) 広域交流・連携

現状

- ・ Uターンフェアの開催
 - ・ 天空ハーフマラソンの開催
 - ・ 職員間の交流
 - ・ 女性会・青年部の交流事業
-

課題

- ・ 各地域でのイベントの実施時期等に統一感がない（同日開催等）。
 - ・ 民間レベルでの広域的な組織がない。
-

目標

- ・ 地域が一体となった広域的な組織が形成され、熊野地域浮上に向けての意識が醸成され、統一的な取り組みがなされている。
-

計画

- ①国・県・市の各種施策の普及と商工会議所の事業活動の実効性確保のため、関係機関との緊密な連携をはかる。
- ②県南地方の商工会等との広域連携、相互の交流を深める。
- ③的確な情報伝達ツールの選択とタイムリーな情報発信のための、地域における情報編集体制の整備（くまの一と等）

(5) 観光資源の商品化支援

現状

- ・ 新宮うまいもん見つけ等の事業で新たな特産品の商品化開発をおこなっている。
 - ・ ジオパーク関連の新商品開発を行っている。
 - ・ 観光コースやジオツアーなど試験的な試みを行っている。
 - ・ 観光ガイドの育成を行っている。
-

課題

- ・ 関係する団体・業界の統一的な取り組み
 - ・ 熊野地域が一体となった広域連携
-

目標

- ・ 新たな新宮の特産品・土産物が開発され、市外県外に広く認知され、観光関連産業、小売商業の購買力が向上されている。

- ・新宮の持つ資源（歴史・文化）に、更に磨きがかかり、新宮の魅力・ブランドとして内外に改めて再発信され、認知されている。

計画

- ①市・観光協会・関係団体と連携した事業の推進
- ②食をはじめとした同業者による商品開発とその支援
- ③外国人向けパンフレットの作成とネットによる広報
- ④観光地、ホテル、飲食店、小売店等が集約された情報ツールの作成
- ⑤見本市や展示会への出店のサポート

（６）活力ある街づくりの推進

現状

- ・郊外に医療センターや大型小売店があり、中心市街地のにぎわいが低下している。
- ・中心商店街において空き店舗が増加し、地価の減少が顕著である。
- ・老朽化した空き店舗が点在し、景観を著しく損ねている。
- ・人口の減少、高齢化が顕著で消費購買力が低下している。
- ・就業機会の不足により若年層が市外へ流出している。
- ・自動車専用道路の整備がなされ道路インフラが改善している。
- ・文化複合施設（図書館、文化ホール、熊野学情報センター）の建設が予定されている。
- ・市役所の新庁舎の建設が行われている。
- ・都市再構築戦略事業に採択されている。
- ・ふるさと創生総合戦略会議が行われ、新宮市の方向性が示される状況にある。
- ・外国人を含めた観光客が増加している。
- ・市内経済が停滞している。

課題

- ・中心市街地の再生
- ・広域が一体となった観光交流の促進
- ・雇用の確保
- ・地域経済の活性化
- ・行政・関係機関との街づくりに対する意見交換の促進

目標

- ・新宮市総合計画やふるさと創生総合戦略に基づいた計画が推進され、中心市街地の再生や安定した雇用も確保され、地域経済の活力が増進されている。
- ・行政・関係団体との連携が促進され、官民が一体となった街づくりが行われている。

計画

①都市基盤の整備促進

- イ 活気と賑わいの都市空間づくりの調査・研究、
- ロ 都市再構築戦略事業への協力

②中心市街地活性化事業の推進

- イ 文化複合施設の完成を見据えた商店街づくりの研究
- ロ 空き店舗対策事業の研究
- ハ 創業・第二創業の促進による新たな業種の誘致
- ニ 円滑な事業承継が行われるための支援
- ホ 高齢者等に対応した地域コミュニティを目指した商店街づくりの推進
- ヘ 地域課題の解決に向けた多様な活動主体との積極的な連携（商店街・企業・会議所等が実施）

③交流人口の拡大

- イ 文化、スポーツ、経済、観光など各分野の大会、イベントの誘致の推進
- ロ まち歩きが楽しめる都市づくりの推進
- ハ 広域観光の推進
- ニ 街なか観光を推進するための「憩いの場」や「イベント広場」の設置に向けた調査と研究
- ホ 商圏内での求心力を高めるための諸事業の実施（個店改善・一店逸品等）再掲

④市内産業力の強化による経済の活性化

- イ 木材業の推進
- ロ 個店の活性化による小売・サービス業の活性化
- ハ 産業としての観光業の推進
- ニ 地域資源を活用した新たな取り組みの研究と推進

⑤行政・関係団体との連携強化

- イ 街づくりについて役員等が参加した委員会、諸会議の内容についての情報収集及び情報の共有と検討
- ロ 街づくりについて行政・関係団体との定期的な会合の開催

新宮商工会議所行動計画策定委員会の概要

1. 目 的

商工会議所は、業種の枠組みにとらわれない唯一の地域経済団体としての使命を果たすべく、社会構造・経済環境の変化に対し、柔軟に対応する方策に取り組み、積極的な事業展開が求められている。一方、今日、地域経済は木材産業や建設業はもとより、商業・サービス業などあらゆる業種において低迷が続いており、中小・零細企業を取り巻く環境は非常に厳しい状況にある。

このような中、商工会議所における「会員企業の活力創出」のための経営支援のあり方や質の向上、「地域の活性化推進」のための課題発見力・立案力・事業実施力の向上、「組織力・体制の強化」のための基盤整備の充実について、社会環境や経済情勢を見据えて計画するとともに、地域の活性化を強力に推進するため、地域の特性や資源、財産を改めて検証し、併せて新宮市の中期のビジョンを民間レベルの視点から検討することを目的として委員会を設置する。

2. 委員会組織

新宮商工会議所役員議員及び職員で構成する。又、議題に合わせて専門家等を招聘しアドバイスを受けることができる。

担当副会頭兼委員長	新宮信用金庫	浦木 睦雄
副委員長	角新木材(株)	植松 浩
〃	(有)文具センターツツ井	筒井三輝朗
委 員	(株)福田	福田 一郎
〃	(株)紀陽銀行新宮支店	川村 益弘
〃	(株)熊野物産	丹羽 生
〃	新宮ガス(株)	中屋 吉広
〃	(有)ツバメプロパン池上商店	池上 順一
〃	熊野交通(株)	岡嶋 信行
〃	宮本産業(株)	宮本 昌幸
〃	(株)花清	中山 忠吏
〃	森本薬店	森本 祐司
〃	(有)リフレわかやま	児嶋 隆也
〃	(株)山一本店	瀬古伸一郎
〃	徐福寿司	里中 陽互
〃	新宮商工会議所	奥村 建二
〃	新宮商工会議所	尾畑 洋一

3. 会 議

原則毎月一回の開催とし、商工会議所において開催する。

又、必要に応じ随時開催できるものとする。

4. 事業

概ね、下記の事項について、中期ビジョンを策定するとともに実現のに向けた様々な取り組みを27年度内において立案するものとする。

I 組織づくり

- (1) 組織基盤の強化
- (2) 財政基盤の強化
- (3) 広報活動の充実強化
- (4) 積極的な提言・要望・陳情活動
- (5) 事務局機能の強化とサービス向上
- (6) 職員の資質向上

II 企業づくり

- (1) 経営支援体制の強化
- (2) 創業・第二創業・経営革新の環境整備
- (3) 事業承継の促進
- (4) 人材育成機能の強化
- (5) 地域雇用確保の取り組み強化

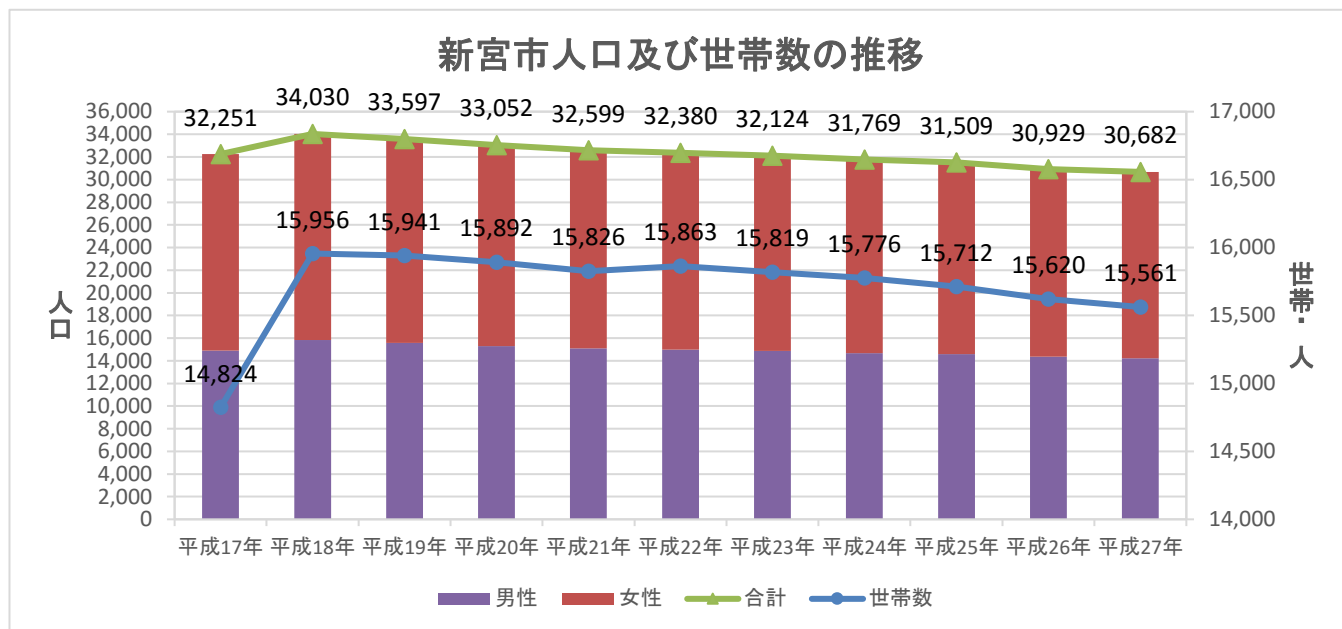
III 地域づくり

- (1) 中心市街地活性化への積極的な取り組み
- (2) 観光客の受入体制の整備・充実
- (3) 地場産業である木材業の推進
- (4) 広域交流・連携
- (5) 観光資源の商品化支援
- (6) 活力ある街づくりの推進

■資料① 新宮市人口及び世帯数の推移

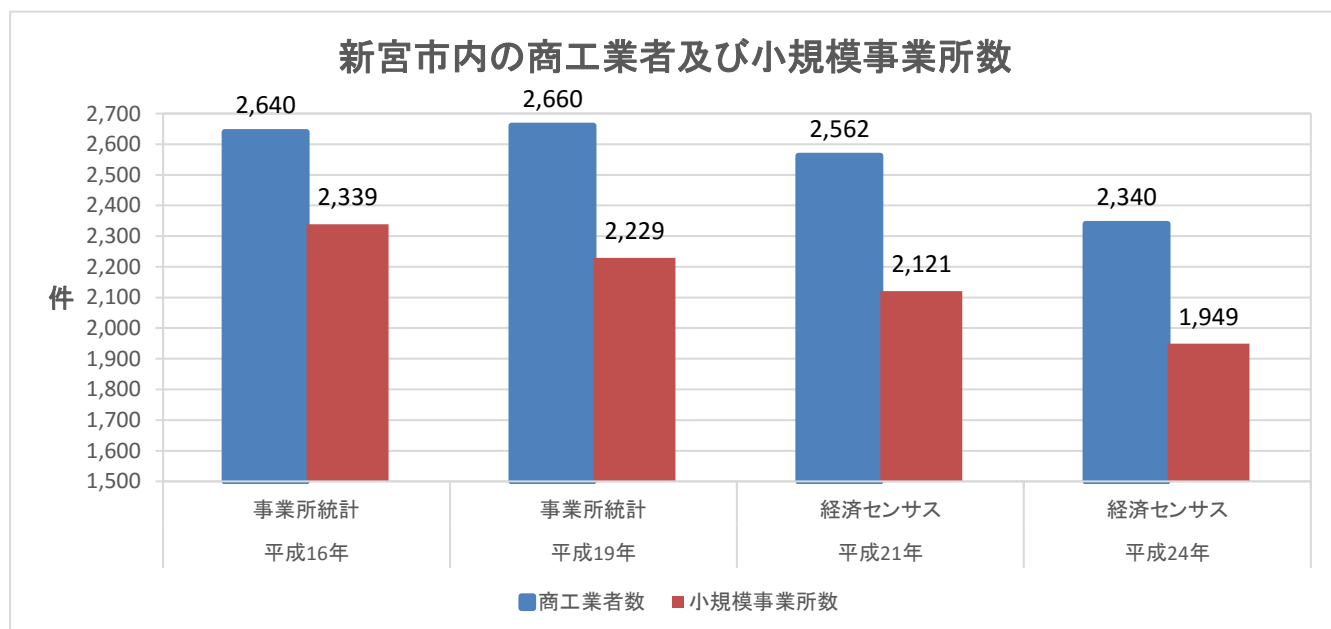
(平成27年は4月1日、その他は3月31日時点)

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
世帯数	14,824	15,956	15,941	15,892	15,826	15,863	15,819	15,776	15,712	15,620	15,561
男性	14,905	15,834	15,585	15,308	15,090	14,977	14,860	14,682	14,578	14,367	14,234
女性	17,346	18,196	18,012	17,744	17,509	17,403	17,264	17,087	16,931	16,562	16,448
合計	32,251	34,030	33,597	33,052	32,599	32,380	32,124	31,769	31,509	30,929	30,682



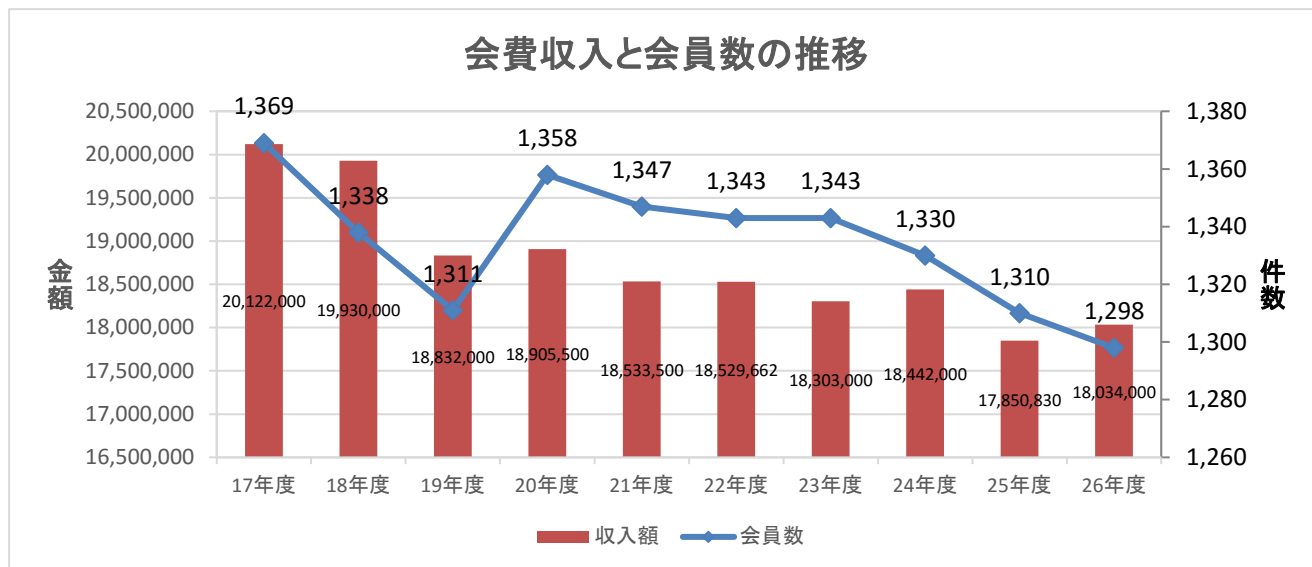
■資料② 新宮市内の商工業者及び小規模事業所数

	平成16年 事業所統計	平成19年 事業所統計	平成21年 経済センサス	平成24年 経済センサス
商工業者数	2,640	2,660	2,562	2,340
小規模事業所数	2,339	2,229	2,121	1,949



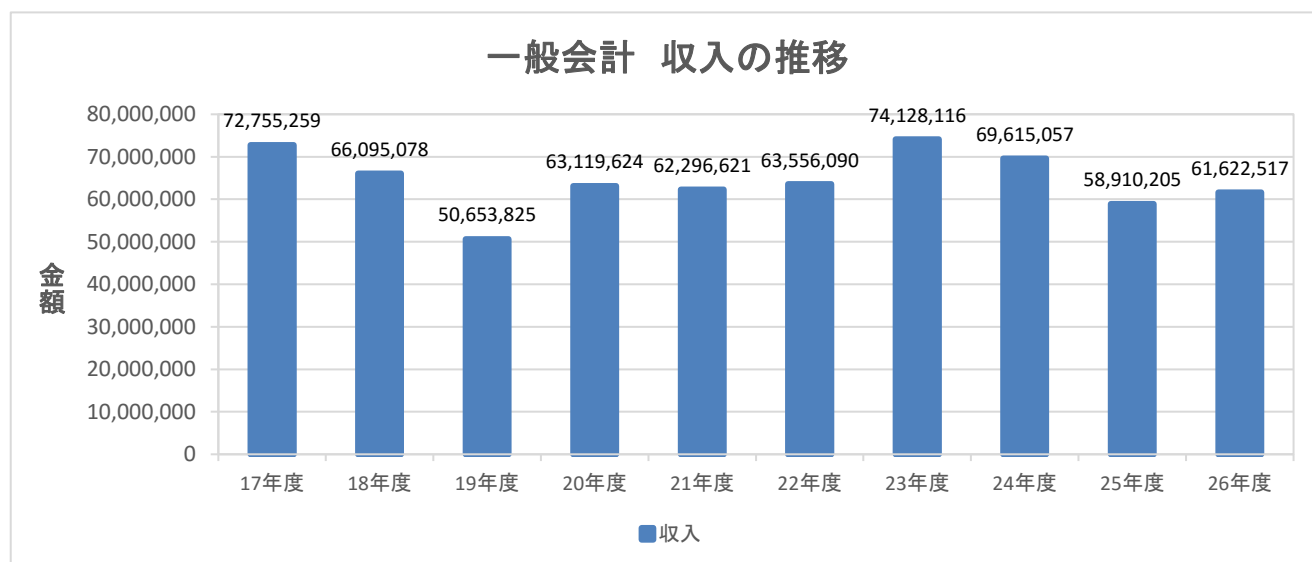
■資料③ 会費額の推移

	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
会員数	1,369	1,338	1,311	1,358	1,347	1,343	1,343	1,330	1,310	1,298
収入額	20,122,000	19,930,000	18,832,000	18,905,500	18,533,500	18,529,662	18,303,000	18,442,000	17,850,830	18,034,000



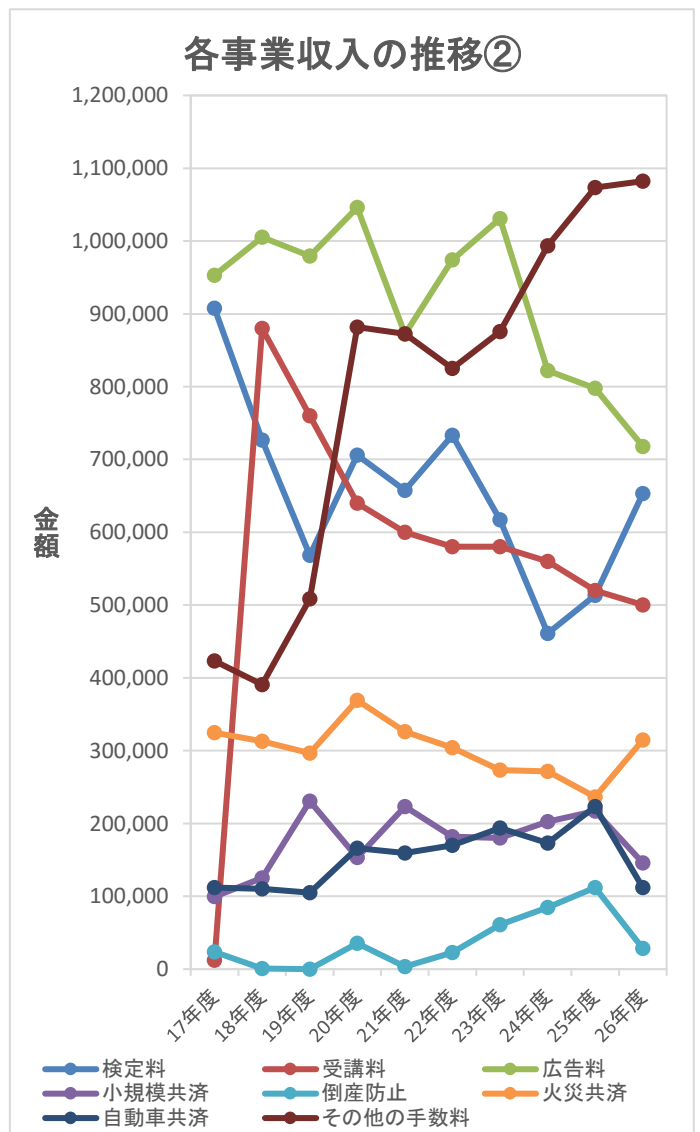
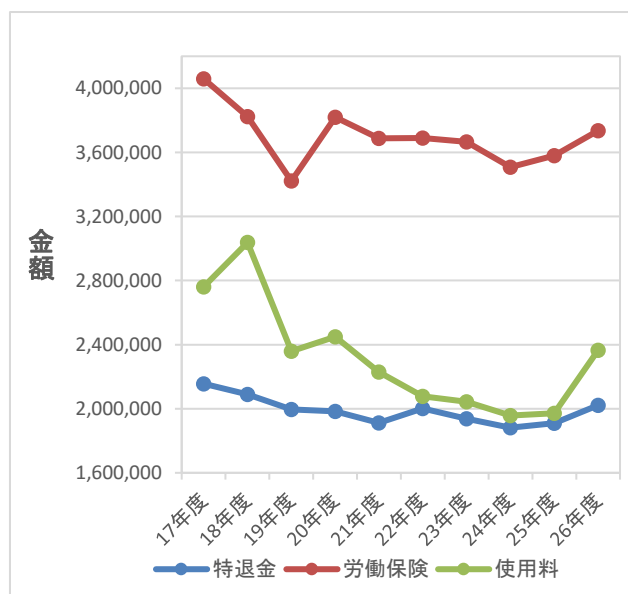
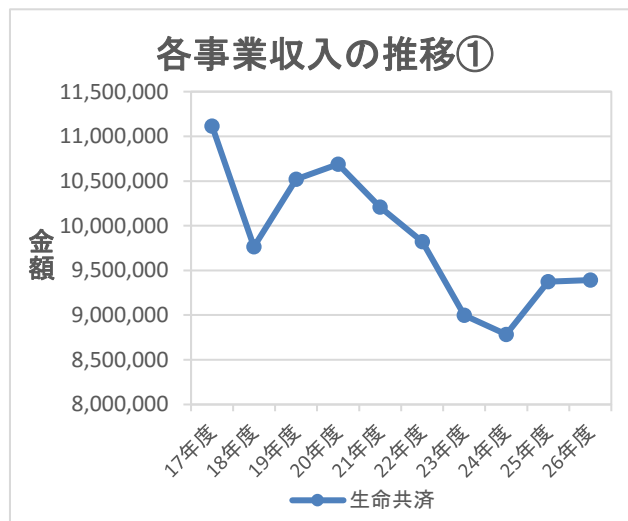
■資料④ 一般会計収支の推移

	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
収入	72,755,259	66,095,078	50,653,825	63,119,624	62,296,621	63,556,090	74,128,116	69,615,057	58,910,205	61,622,517
支出	70,658,834	65,864,999	49,034,990	56,655,769	48,264,875	54,942,642	64,817,643	61,307,198	52,094,566	53,223,294
剰余金	2,096,425	230,079	1,618,835	6,463,855	14,031,746	8,613,448	9,310,473	8,307,859	6,815,639	8,399,223
次年度繰越	2,096,425	230,079	1,618,835	6,463,855	6,031,746	6,613,448	7,310,473	6,307,859	6,815,639	7,756,858
特別会計へ積立分	0	0	0	0	8,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	0	0
単年度収益	-4,688,350	-1,866,346	1,388,756	4,845,020	7,567,891	2,581,702	2,697,025	997,386	507,780	1,583,584



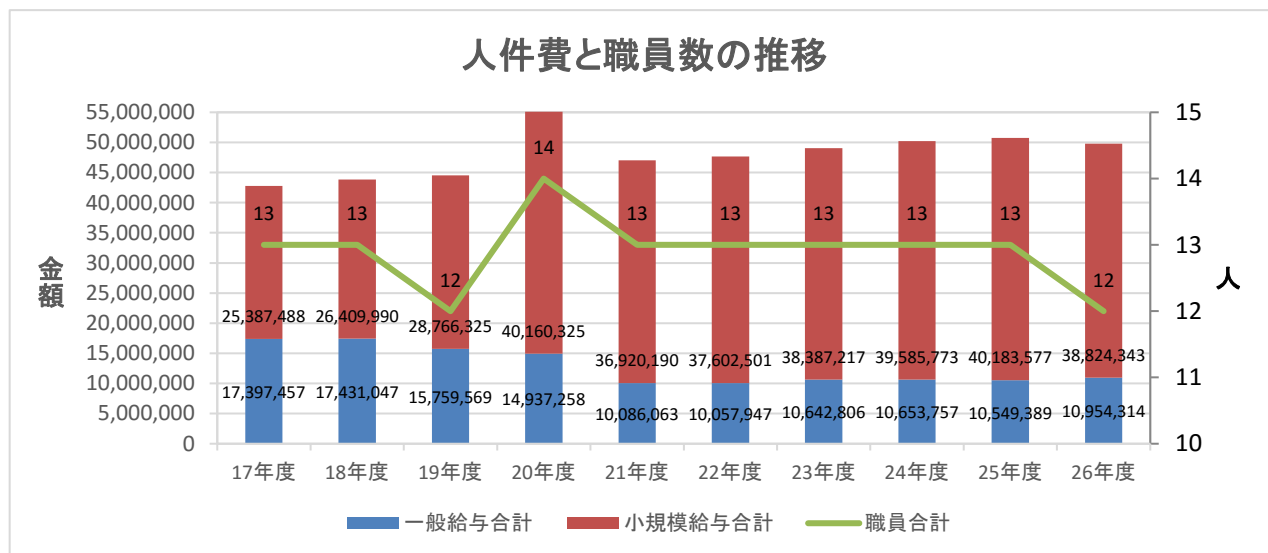
■資料⑤ 収益事業 事業収入の推移

	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
検定料	907,570	726,490	568,110	705,700	657,440	732,990	617,160	461,180	513,250	653,315
受講料	12,000	880,000	760,000	640,000	600,000	580,000	580,000	560,000	520,000	500,000
広告料	953,000	1,005,250	979,250	1,046,000	872,000	974,000	1,031,000	822,000	798,000	718,000
特退金	2,156,200	2,089,900	1,995,000	1,983,650	1,912,650	2,002,700	1,937,400	1,881,900	1,909,450	2,022,700
生命共済	11,115,788	9,763,805	10,518,876	10,690,040	10,207,740	9,821,812	8,997,321	8,783,996	9,373,879	9,390,225
労働保険	4,059,531	3,823,877	3,421,444	3,818,781	3,687,707	3,690,502	3,666,425	3,508,819	3,579,387	3,735,781
小規模共済	99,572	125,245	230,665	153,175	223,084	182,103	180,002	202,525	217,120	145,738
倒産防止	23,784	631	0	35,596	3,624	22,681	61,111	84,736	111,983	28,638
火災共済	324,581	312,806	296,756	369,250	326,238	304,026	273,462	271,416	236,540	314,509
自動車共済	111,862	110,316	104,998	166,114	159,369	170,019	193,591	173,008	223,175	111,897
その他の手数料	423,285	390,885	508,507	881,674	872,326	825,034	875,792	993,437	1,073,295	1,082,224
使用料	2,760,615	3,037,757	2,359,837	2,448,516	2,229,881	2,077,975	2,043,956	1,957,637	1,972,753	2,365,570
合計	22,947,788	22,266,962	21,743,443	22,938,496	21,752,059	21,383,842	20,457,220	19,700,654	20,528,832	21,068,597



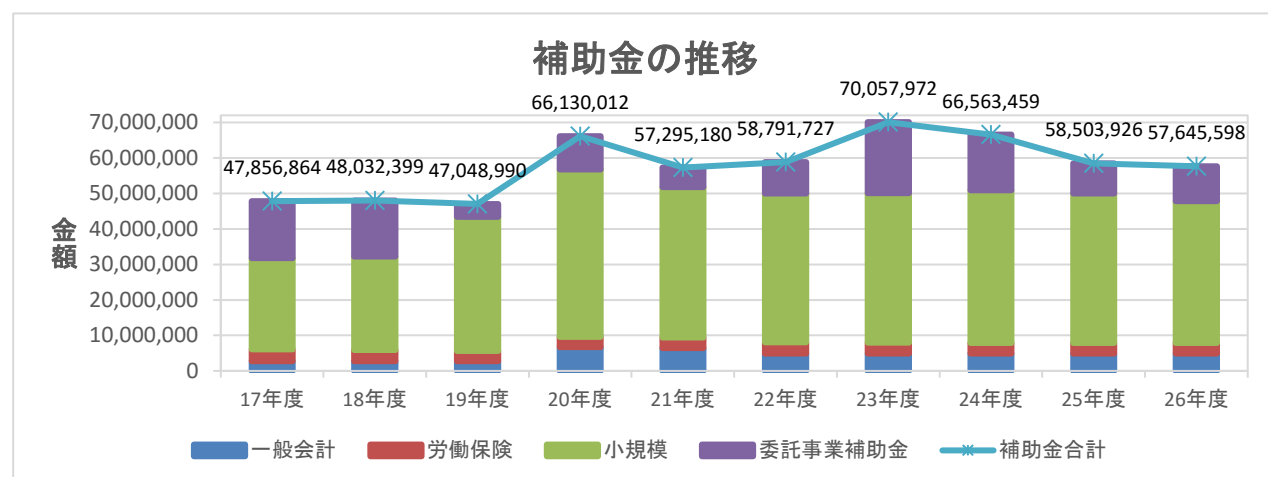
■資料⑥ 人件費の推移

	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
一般 人数	7	7	6	6	5	5	5	5	5	5
一般給与合計	17,397,457	17,431,047	15,759,569	14,937,258	10,086,063	10,057,947	10,642,806	10,653,757	10,549,389	10,954,314
小規模 人数	6	6	6	8	8	8	8	8	8	7
小規模給与合計	25,387,488	26,409,990	28,766,325	40,160,325	36,920,190	37,602,501	38,387,217	39,585,773	40,183,577	38,824,343
職員合計	13	13	12	14	13	13	13	13	13	12
給与合計	42,784,945	43,841,037	44,525,894	55,097,583	47,006,253	47,660,448	49,030,023	50,239,530	50,732,966	49,778,657



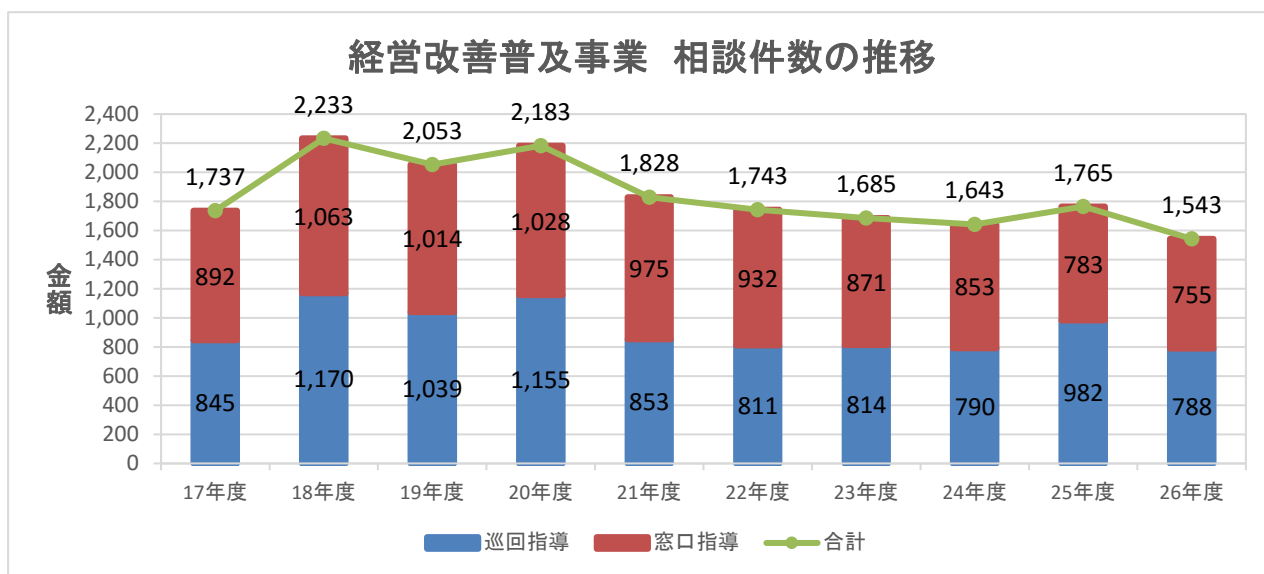
■資料⑦ 補助金の推移

	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
一般会計	2,700,000	2,700,000	2,700,000	6,700,000	6,400,000	4,900,000	4,900,000	4,900,000	4,900,000	4,900,000
労働保険	3,370,560	3,232,900	2,893,340	2,861,140	2,980,475	3,195,840	3,080,440	2,977,230	3,011,390	2,940,910
小規模	25,686,668	26,306,508	37,814,650	47,166,372	42,395,705	41,902,887	42,064,532	43,010,229	42,068,427	39,989,323
委託事業補助金	16,099,636	15,792,991	3,641,000	9,402,500	5,519,000	8,793,000	20,013,000	15,676,000	8,524,109	9,815,365
補助金合計	47,856,864	48,032,399	47,048,990	66,130,012	57,295,180	58,791,727	70,057,972	66,563,459	58,503,926	57,645,598



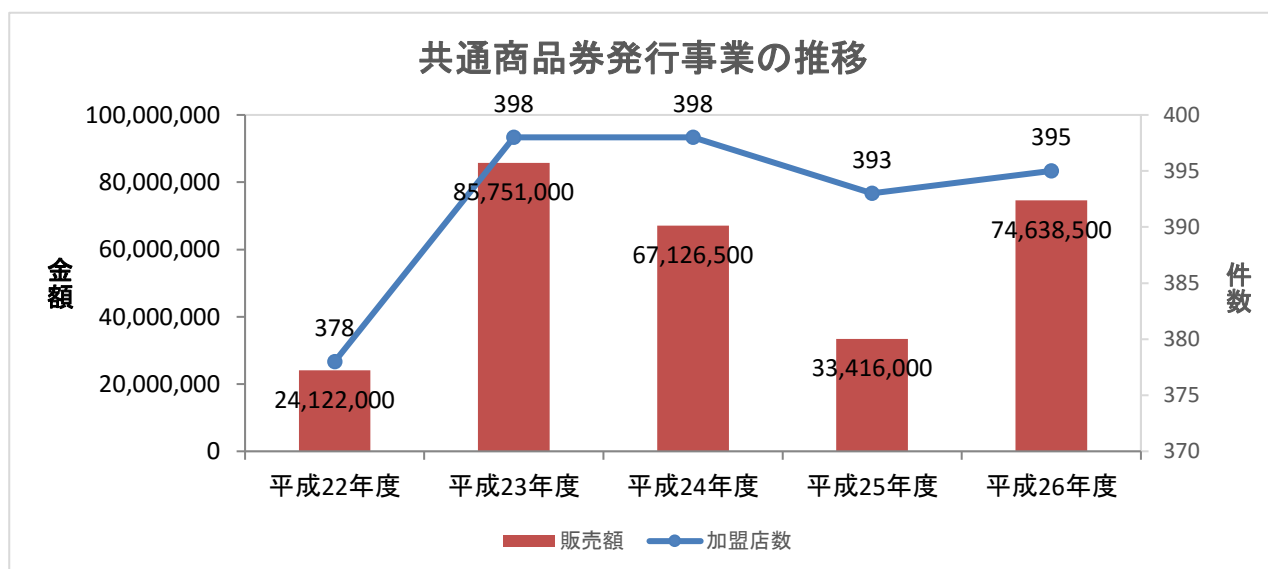
■資料⑧ 経営改善普及事業 相談件数の推移

	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
巡回指導	845	1,170	1,039	1,155	853	811	814	790	982	788
窓口指導	892	1,063	1,014	1,028	975	932	871	853	783	755
合計	1,737	2,233	2,053	2,183	1,828	1,743	1,685	1,643	1,765	1,543



■資料⑨ 共通商品発行事業の推移

	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
加盟店数	378	398	398	393	395
販売枚数	48,244	171,502	134,247	66,832	149,277
販売額	24,122,000	85,751,000	67,126,500	33,416,000	74,638,500
内 木材利用ポイント	-	-	-	6,920,000	12,720,000
内 プレミアム発行分	22,000,000	82,000,000	60,000,000	22,000,000	55,000,000



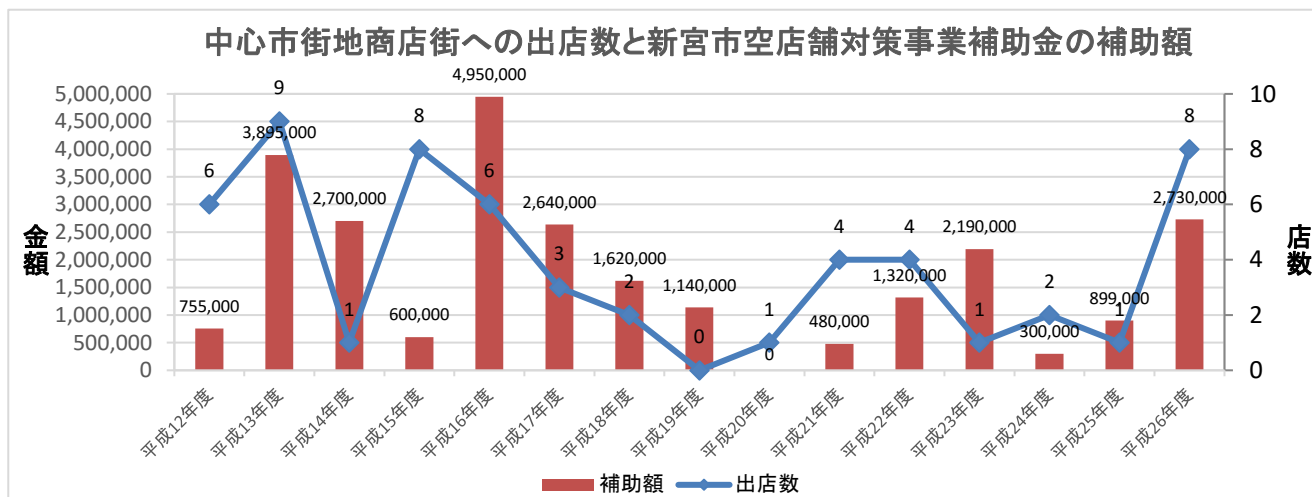
■資料⑩ 中心市街地商店街への出店数と新宮市空店舗対策事業補助金の補助額

(新宮市商工観光課資料より)

※平成25年度より制度拡充

	平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度
出店数	6	9	1	8	6	3	2	0
補助額	755,000	3,895,000	2,700,000	600,000	4,950,000	2,640,000	1,620,000	1,140,000

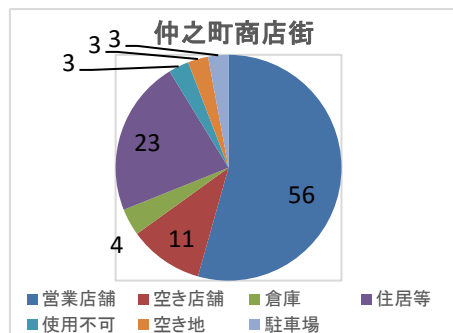
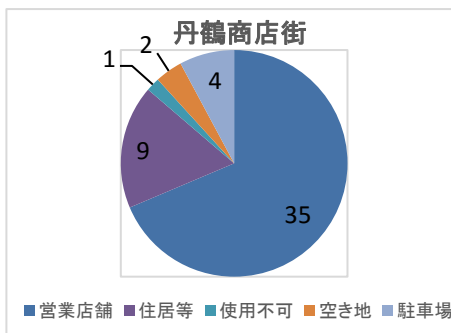
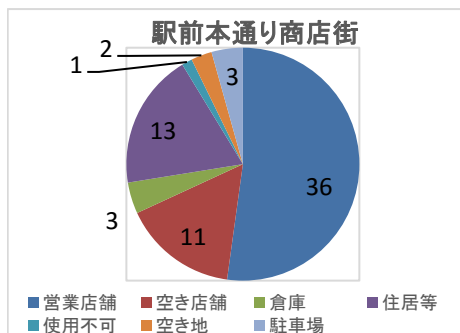
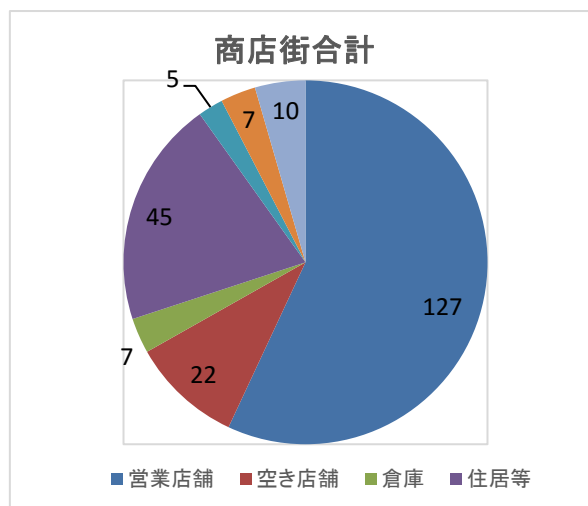
	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	合計
出店数	1	4	4	1	2	1	8	56
補助額	0	480,000	1,320,000	2,190,000	300,000	899,000	2,730,000	26,219,000



■資料⑪ 中心市街地商店街の状況(平成27年6月時点)

	駅前本通り商店街	丹鶴商店街	仲之町商店街	合計
営業店舗	36	35	56	127
空き店舗	11	0	11	22
倉庫	3	0	4	7
住居等	13	9	23	45
使用不可	1	1	3	5
空き地	2	2	3	7
駐車場	3	4	3	10
総建物数	61	44	97	202
総土地数	66	50	103	219

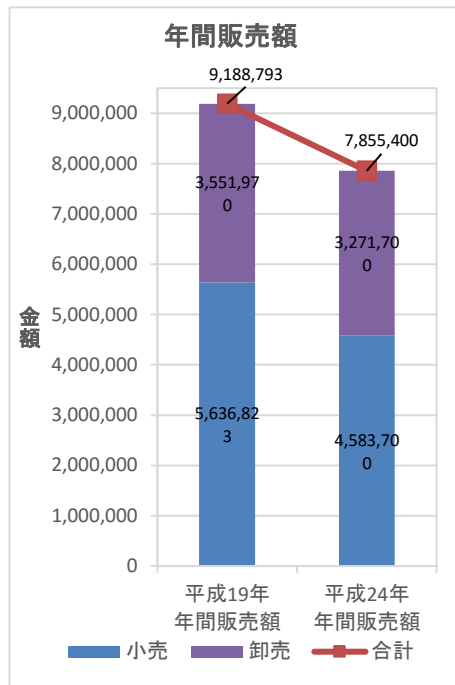
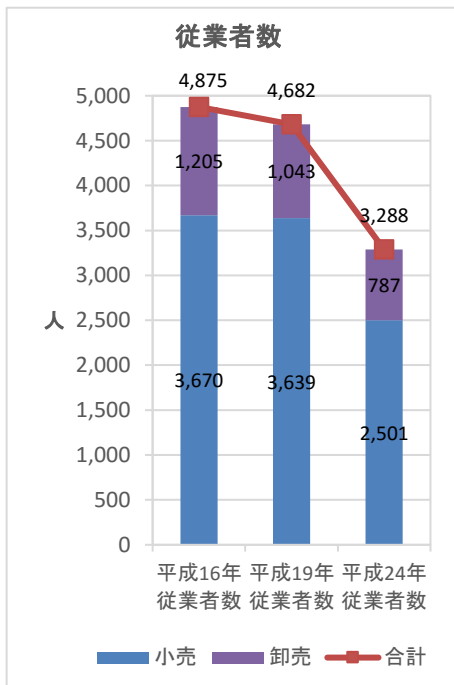
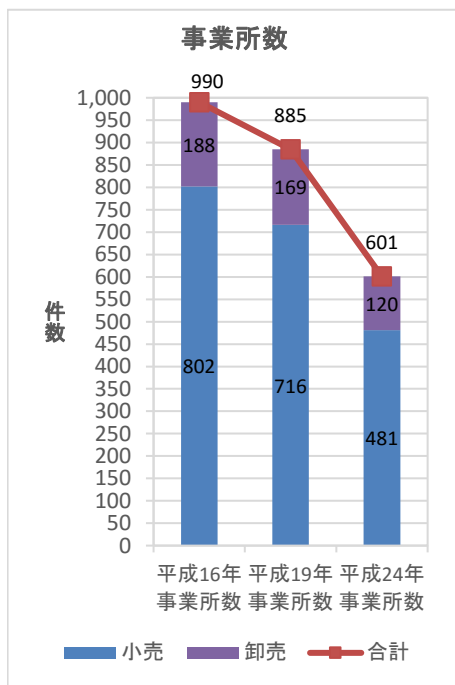
※総建物数との差異は、建物の1階と2階で営業している店舗があるため



■資料⑫ 新宮市の小売及び卸売事業所数、従業者数、年間販売額

(平成16年及び平成19年は商業統計より、平成24年は経済センサス調査より)

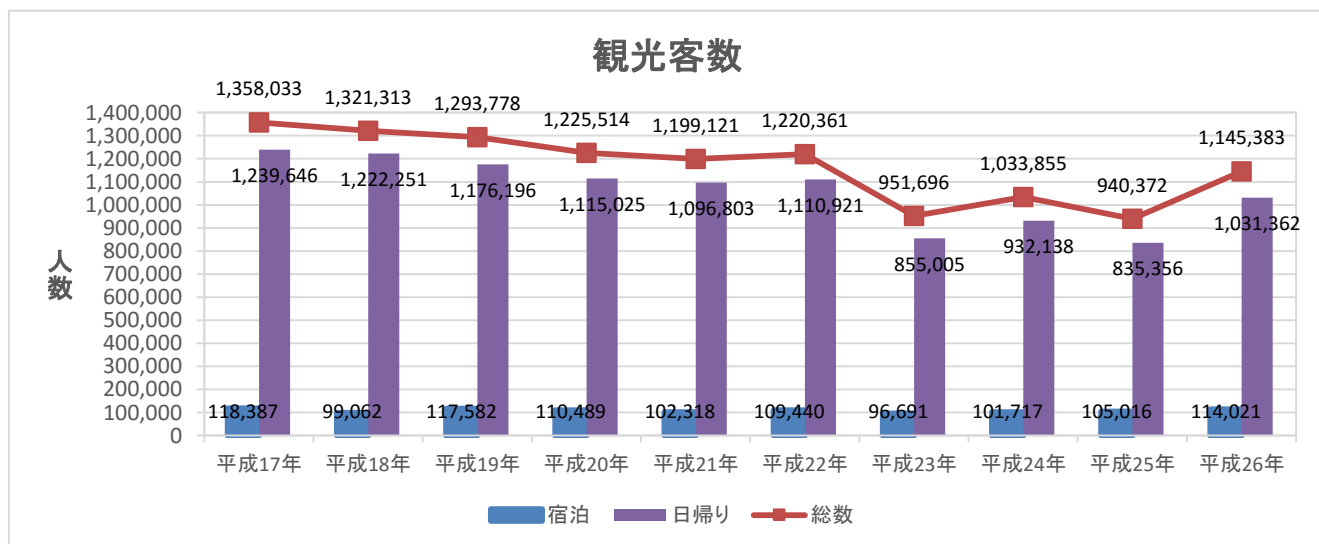
	平成16年			平成19年			平成24年		
	事業所数	従業者数	年間販売額	事業所数	従業者数	年間販売額	事業所数	従業者数	年間販売額
小売	802	3,670	-	716	3,639	5,636,823	481	2,501	4,583,700
卸売	188	1,205	-	169	1,043	3,551,970	120	787	3,271,700
合計	990	4,875	-	885	4,682	9,188,793	601	3,288	7,855,400



■資料⑬ 新宮市の観光客数

(和歌山県観光客動態調査)

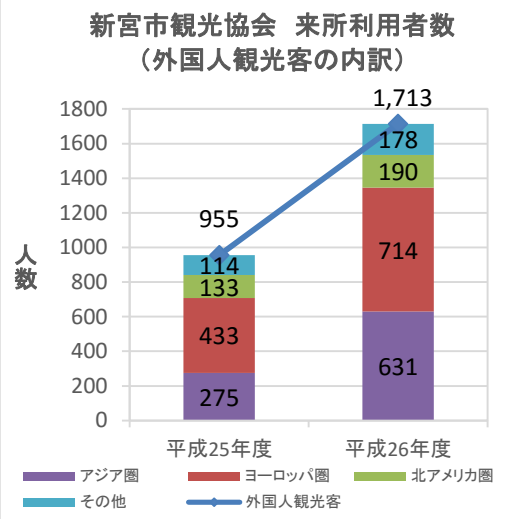
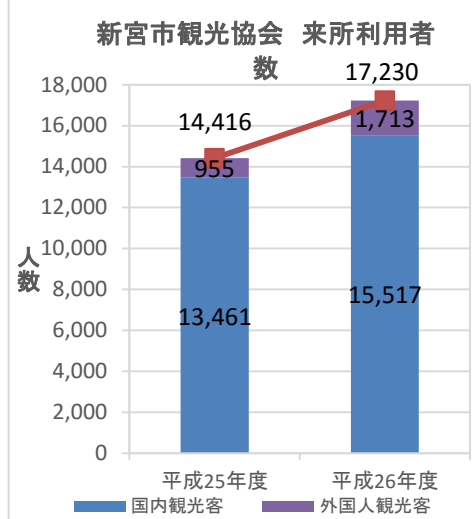
	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
宿泊	118,387	99,062	117,582	110,489	102,318	109,440	96,691	101,717	105,016	114,021
日帰り	1,239,646	1,222,251	1,176,196	1,115,025	1,096,803	1,110,921	855,005	932,138	835,356	1,031,362
総数	1,358,033	1,321,313	1,293,778	1,225,514	1,199,121	1,220,361	951,696	1,033,855	940,372	1,145,383



■資料⑭ 新宮市観光協会 来所利用者数

(新宮市観光協会調べ)

	平成25年度	平成26年度
国内観光客	13,461	15,517
外国人観光客	955	1,713
アジア圏	275	631
ヨーロッパ圏	433	714
北アメリカ圏	133	190
その他	114	178
合計	14,416	17,230



■資料⑮ 新宮原木市場(株) 決算期別扱高の推移

	第1期 S41.1-S41.6	第10期 S49.7-S50.6	第20期 S59.7-S60.6	第24期 S63.7-H1.6	第33期 H9.7-H10.6	第43期 H19.7-H20.6	第49期 H25.7-H26.6
扱数量(m³)	27,400	34,600	46,800	53,868	43,738	36,720	17,108
売上金額(万円)	35,967	131,949	163,093	229,389	117,493	47,622	24,241
杉平均単価(円)	25,900	33,400	26,100	28,800	22,400	11,400	12,300
桧平均単価(円)	54,100	67,200	57,100	74,800	37,500	16,400	16,400

(株)新宮原木市場提供)

■資料⑯ 新宮木材協同組合 組合員数・工場数

	昭和40年度	昭和50年度	昭和60年度	平成元年度	平成10年度	平成20年度	平成26年度
組合員数	153	121	77	65	52	33	29
工場数	49	44	29	27	20	14	10

