

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	富山市八尾山田商工会（法人番号 9230005003454） 富山市（地方公共団体コード 162019）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （目標1）「観光・交流のまちづくり」の実現による産業振興 （目標2）「新たな価値を創出する産業づくり」のための省力化、自動化 （目標3）創業、事業承継支援
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること ①既存調査の拡充とビッグデータ活用による経済動向分析</p> <p>4. 需要動向調査に関すること ①イベント会場におけるテストマーケティング</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析セミナーの開催 ②経営指導員による経営分析支援</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること ①事業計画策定セミナー開催 ②DX推進セミナー開催 ③創業セミナー開催 ④経営指導員による創業・事業承継等事業計画策定支援 ⑤専門家活用による創業・事業承継等事業計画策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①計画的で定期的な伴走型事後指導 ②個別相談会の開催 ③専門家の活用による計画実践への支援・助言</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会・商談会の参加による販路開拓支援 ②IT・DX活用による販路開拓支援 ③マスメディアの活用による情報発信</p>
連絡先	<p>富山市八尾山田商工会 〒930-2354 富山県富山市八尾町東町 2149 八尾ふらっと館 1階 TEL 076-455-3181 /FAX 076-455-0606 E-mail: yy-toyama@shokoren-toyama.or.jp</p> <p>富山市商工労政課 〒930-8510 富山県富山市新桜町 7番 38号 TEL 076-443-2070 /FAX 076-443-2183 E-mail: syokorosei@city.toyama.lg.jp</p>

(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) 地域の現状と課題

①現状

○地域概要

富山市は富山県の県庁所在地であり県のほぼ中央部に位置する。市内には現在1つの商工会議所（富山商工会議所）と3つの商工会（富山市北商工会・富山市南商工会・富山市八尾山田商工会）が存在している。

その中で富山市八尾山田商工会は富山市の南部に位置し、平成17年の市町村合併以前における旧八尾町と旧山田村を地域とする。平成21年には隣接地縁も深い旧八尾町を管内とする八尾町商工会と旧山田村を管内とする山田村商工会とが合併し現在に至っている。

旧八尾町地域の旧市街地は浄土真宗の古刹・聞名寺の門前町として成り立ち、江戸時代には飛騨と越中との交易や特産の和紙・蚕種・生糸の生産地となり、当時の富山藩の御納所として栄えた。

その豊富な経済力が背景となって、今も続く「おわら風の盆」や「曳山まつり」などの町民文化が花開き、その歴史と面影を今に残す情緒ある街並みは年々整備されている。

旧山田村地域は、そのほとんどが中山間地であり、中山間農業地域および山間農業地域として第一次産業の比率が高く特産の農産品も多い。また、富山市中心部から車で30分程度の近距離にも関わらず、豊かな自然と温泉やスキー場などのレジャー施設もあることから第3次産業の比率も高い。

○人口の推移

富山市の人口は、平成17年の市町村合併後も減少傾向にあり、今後の人口推計においてもその傾向は変わらない。

その中において、本商工会管内の八尾・山田地域の人口減少率は富山市全体の減少率を上回り、推計値でもその傾向はますます顕著になることが見込まれている。

【資料1】富山市及び管内人口の推移

(単位：人)

	H27 実績値	R2 実績値	R6 実績値	R17 推計値	R27 推計値
富山市人口	418,979	414,659	402,337	378,360	354,958
内八尾地域	20,654	19,525	17,714	14,665	12,254
内山田地域	1,578	1,389	1,202	860	623
八尾・山田計	22,232	20,914	18,916	17,821	12,877

出典 実績値は、富山市HP（住民基本台帳各3月末より抜粋、外国人含む）

推計値は、富山市将来人口推計報告書より（推計値は各12月末にて）

また、人口減少にあわせて、高齢化も進んでいる。これに比例して事業主の高齢化も進んでおり、事業の担い手不足が深刻化している。そのため、事業承継支援の需要は年々増加傾向にあり、後継者となる人材確保が急務である。また、新規創業者の確保も地域経済の維持に不可欠である。

【資料2】管内年齢別の人口推移（八尾・山田地域）

	R3 人口（割合）	R4 人口（割合）	R5 人口（割合）	R6 人口（割合）	R7 人口（割合）
19歳以下	3,026(14.7%)	2,850(14.2%)	2,687(13.7%)	2,539(13.1%)	2,386(12.6%)
20～34歳	2,622(12.7%)	2,453(12.2%)	2,418(12.3%)	2,448(12.7%)	2,364(12.5%)
35～49歳	3,674(17.9%)	3,518(17.5%)	3,320(16.9%)	3,189(16.5%)	3,019(16.0%)
50～64歳	3,844(18.7%)	3,849(19.2%)	3,840(19.6%)	3,881(20.1%)	3,924(20.7%)
65歳以上	7,405(36.0%)	7,419(36.9%)	7,354(37.5%)	7,294(37.7%)	7,223(38.2%)
合計	20,571	20,089	19,619	19,351	18,916

出典 富山市HP（住民基本台帳各3月末にて）

○産業について、

製造業については、早くから軸受け等の金属加工や電子部品製造の企業及びその下請け企業が立地し、その企業から独立開業した事業者も多く点在する。和紙製造など伝統産業が息づく一方、富山八尾中核工業団地には、ハイテク関係企業の主力工場やソフト開発、医薬品・化学製品製造業などの先端技術産業も多く進出している。事業所数としては、小規模な事業者を中心に減少傾向にあるが、構成比を見ても、県・市と比べ多くなっている。

建設業については、地場の受注を中心とした建設業の他、旧来から職人の町として建築関係者が多い。近年は建築工事の受注環境の変化から一人親方的な職種別工事業者も増加しており、事業所数として減少率は低く、構成比を見ても、県・市と比べ多くなっている。

商業・飲食・サービス業については、旧市街地や福島地区は嘗てのD I D地区であり、当時は足元の定住人口と近隣地区からの購買力の流入もあって店舗も多く複数の商店街を形成する地区であったが、近年は定住人口の減少と商業の中心が郊外大型店へ移行したことにより、特に商業に関する事業所数の減少が進む。業種別の構成比率を見ても、飲食・宿泊・サービス業については、県・市とほぼ同様の構成比を示すが、商業については県・市と比べ6%以上も低くなっており、今後もこの傾向が進むと思われる。

【資料3】富山県・市・管内の産業大分類別事業所数

(単位：社)

産業大分類	富山県	構成比	富山市	構成比	八尾山田	構成比
全産業（公務除く）	48,987	100.0%	19,456	100.0%	810	100.0%
農林漁業	810	1.7%	141	0.7%	20	2.5%
鉱業、採石業、砂利採取業	35	0.1%	7	0.0%	-	-
建設業	5,420	11.1%	2,079	10.7%	135	16.7%
製造業	4,702	9.6%	1,322	6.8%	122	15.1%
電気・ガス・熱供給・水道業	73	0.1%	31	0.2%	1	0.0%
情報通信業	442	0.9%	264	1.4%	7	0.9%
運輸業・郵便業	1,059	2.2%	396	2.0%	15	1.9%
卸売・小売業	12,270	25.0%	4,884	25.1%	164	20.3%
金融業・保険業	946	1.9%	459	2.4%	6	0.8%
不動産業・物品賃貸業	2,134	4.4%	1,142	5.9%	21	2.6%
学術研究・専門・技術サービス業	1,933	3.9%	959	4.9%	19	2.3%
宿泊業・飲食サービス業	4,886	10.0%	2,016	10.4%	72	8.9%
生活関連サービス業、娯楽業	4,426	9.0%	1,656	8.5%	70	8.6%
教育、学習支援業	1,561	3.2%	683	3.5%	19	2.3%
医療、福祉	3,684	7.5%	1,524	7.8%	60	7.4%
複合サービス事業	399	0.8%	117	0.6%	10	1.2%
サービス業（他に分類されないもの）	4,207	8.6%	1,776	9.1%	69	8.5%

出典 富山市 HP R3 経済センサス活動調査結果より

②課題

本会管内は人口減少地区であり、足元の定住人口の減少は、事業者等（小売・サービス・飲食業）、中でも第一次商圈を主たる顧客としている最寄り品店等の事業者数の減少が進んでいる。

また、地区内の買回店や専門店も比較的小規模の店舗が多く、郊外型の大型店との競合など厳しい経営が強いられている。

この状況下で商工会員数も減少しており、直近の4年間では、従業員規模で「6～20人」7.7%減、「5人以下」が6.4%減と、比較的小規模な事業所の減少が目立つ。その脱会理由も大半が廃業であり主な要因として経営者の高齢と後継者不在が挙げられ、今後もこの傾向が続くと思われる。地域の現状でも記載した通り、当会地域において創業者の確保と事業承継の支援は喫緊の課題であり、伴走的に支援をしていく必要がある。

また、当会では業種の中でも建設業や製造業が占める割合は県内でも高い数値を示している。その中

で、生産年齢人口が減少し続ける現状では、人手不足感は顕著であり、省力化やデジタル化による生産性向上が不可欠である。

【資料4】直近に於ける商工会員数等の推移（会員数、従業員規模別推移、脱会状況、小規模事業者数）

	R3 会員数	R4 会員数 ／比較		R5 会員数 ／比較		R6 会員数 ／比較		R7 会員数 ／比較	
① 会員数	565	563	99.6%	549	97.2%	546	96.6%	531	94.0%
従業員数別内訳									
5人以下	486	484	99.6%	470	96.7%	467	96.1%	455	93.6%
6～20人	52	52	100.0%	51	98.1%	50	96.2%	48	92.3%
21人以上	27	27	100.0%	28	103.7%	29	107.4%	28	103.7%
② 脱会状況									
脱会員数	△28	△17	－	△27	－	△17	－	△20	－
内法定脱会※1	△16	△13	－	△23	－	△13	－	△13	－
内任意脱会※2	△12	△4	－	△4	－	△4	－	△7	－
③ 小規模事業者数※3	868	869	100.1%	859	99.0%	862	99.3%	859	99.0%

出典 本会実態調査より（比較はR3年度実績を100%としての比較値）

※1 法定脱会 倒産・廃業（個人事業主の死亡含む）・地区外移転

※2 任意脱会 法定脱会理由によらない脱会（自由脱会）

※3 小規模事業者数は、本会独自調査による

【資料5】直近に於ける創業・事業承継支援等実績

	R3 件数	R4 件数	R5 件数	R6 件数	R7 件数
創業指導件数	6	0	13	9	26
創業者数	1	0	2	9	5
事業承継指導件数	0	6	10	7	10
事業承継企業数	0	3	5	10	6

出典 本会実態調査より

○地域が抱える課題について

令和6年3月に富山市から発表された「第2期富山市工業振興ビジョン第1次改訂版」では、持続可能な成長を目指す力強く活力ある「産業都市とやま」を掲げている。その中で富山市工業振興の課題として次の5つを取り上げている。

- 1) GXの重要性の高まり、
- 2) DXの重要性の高まり、
- 3) 企業誘致及び企業用地の円滑な提供、
- 4) 人材・労働力の確保、
- 5) 頻発する災害

GX、DXへの対応は「大幅な賃上げ」、「少子高齢化・人口減少」、「人手不足」といった経営環境への適応していく上で、無視できない課題となっている。また、富山県が同月に発表した「富山県ものづくり産業未来戦略（改定版）」においても類似の見解を示している。中小・小規模企業に対する総合的支援として、「中小・小規模企業のDX、GX支援」、「適切な価格転嫁の実現に向けた支援」、「技術等のある企業の事業承継支援」、「防災・減災対策のための事業継続支援」、「県と（公財）富山県新世紀産業機構が一体となった総合的支援」の5つの施策の方向性を提示している。

○地域資源の活用と着地型観光の推進について

交流人口の拡大による地域活性化を目標とする本会の地域振興策は、「越中おわら」に代表される民族芸能、日本の道路百選などのまちなみ景観や、造り酒屋、越中和紙などの産業に代表される地域資源を活用し、当該地域に來訪する観光客による消費活動を通じた地域への人・もの・金の還流を図る着地型観光事業により地域経済の底上げを目指すとしており、この実現を目指して計画した地域内事業者の連携による「地域産業資源活用事業計画」は平成30年に中部経済産業局の認定を受けている。

しかし、地域の高齢化と人口減少が進み地域社会が瓦解しつつある現況では、交流人口拡大による経済効果だけでは地域の本質的問題が解決されない。交流人口拡大のための体験・交流といった着地型観

光を切り口に、段階的に移住・定住へと誘う取組が必要であり、そのための計画策定と着実な事業遂行が求められる状況にある。本会では、令和4年から2年間にわたり、この課題をテーマに「八尾山田ひと・まち再生会議」で協議を重ねた結果、令和7年度から富山県地方創生局が主管する「移住者受入モデル地域育成支援事業」を実施することを決め、富山市と協働での事業提案作業を進めている。

【資料6】本商工会地域に関わる県指定の地域資源（抜粋）

	地域資源名
・農林水産物	エゴマ、啓翁桜、ぱれいしょ、八尾黒ゴマ、八尾そば、八尾の桑リンゴ
・鉱工業品又は鉱工業品の生産に係る技術	越中和紙、柿栖、清酒、天蚕、富山の一般機械、富山の金属製品、富山のくすり、富山のプラスチック、富山の県産材、富山の電子材料・電子部品、ますの寿司
・文化財、自然の風景、温泉地その他地域の観光資源	越中おわら、越中和紙工房、酒蔵、諏訪町本通り、曳山

【資料7】観光入込数（県・市は年間延べ数 おわら風の盆は各年9月1～3日分）（単位：千人）

	R1	R2	R3	R4	R5	R6
富山県	31,001	16,867	17,717	24,388	27,710	26,724
富山市	7,080	3,467	3,764	5,058	5,892	5,406
内おわら風の盆	175	中止	中止	120	190	130

出典 富山県観光客入込数（推計）より

※令和2年、令和3年は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、前夜祭を含め中止になった。
また、令和4年からは規模を縮小し、前夜祭の開催は中止となっている。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①長期的な振興のあり方

データが示す様に管内の事業者数は減少している。特に経営基盤が脆弱で環境変化への対応力が弱い小規模な事業者ほど減少傾向は大きく、加えて経営者の高齢化と後継者不足が進むと、今後さらに事業者数の大幅な減少が見込まれ、結果として地域経済の活力が大きく失われることが懸念される。

更には、昨今の原材料費の高騰や人材不足に加え、コロナ禍後に顕著となったDX化への対応や人件費高騰等は、経営基盤の脆弱な小規模事業者が対応に苦慮するところであり、今こそ商工会の伴走型支援の力量が問われるところである。

以上の状況を鑑みた今後10年間の小規模事業者支援の在り方は、成長が期待できる経営者に対しては、業種ごとにテーマを定めた研修会等を適宜開催し意識改革を図るとともに、時代に適応した経営計画の作成から販路開拓に至るまでの一貫した支援を、また廃業等が憂慮される経営者に対しては、第三者を含めた事業承継、もしくは廃業までのソフトランディングの支援を行う。

また、創業セミナーや事業計画策定セミナー等により、地域内はもとより地域外からも広く創業希望者を募り、専門家派遣事業やサポート機関等の手厚い支援により地域への定着を図る。加えて、このような支援を体系化し計画的に実施することで、持続可能な地域社会経済の確立に努める。

また、商工会地区では、地域の中心的人材の引退と人々の価値観の変化により、地域は「ひと」も「まち」も大きな転換期にある。持続可能な地域社会づくりは商工会の生命線でもあることから、交流人口の拡大を切り口に、滞在から移住や定住に至るまでを一体化した事業を地域一丸で取り組む。事業実施に当たっては、商工会内に委員会を設け、地域内外の関係機関や会社及び法人と連携した組織を設立し、県及び市との連携と支援により、補助事業等を活用しながら着実に活動を推進する。

②富山市総合計画等との連動性・整合性

富山市の第2次総合計画（2017～2026）では、新しい活力と魅力の創造をもって躍動する「人・まち・自然が調和する活力都市とやま」を目指すべき都市像とし、人口減少や少子高齢化が進み社会経

済構造が大きく変化する中であっても、将来を見据え持続可能な都市として発展して行くことを目指している。その原動力となる4つのまちづくりでは、「人が集い活気にあふれ希望に満ちたまち」を目標に、その達成に向け、「新たな価値を創出する産業づくり」を政策の一つに掲げ、産業活力強化のための各種施策の実施を通じて、「ものづくり・しくみづくり」の強化による産業振興を図るとともに、企業誘致、創業支援及び人材育成等を進めるとしている。

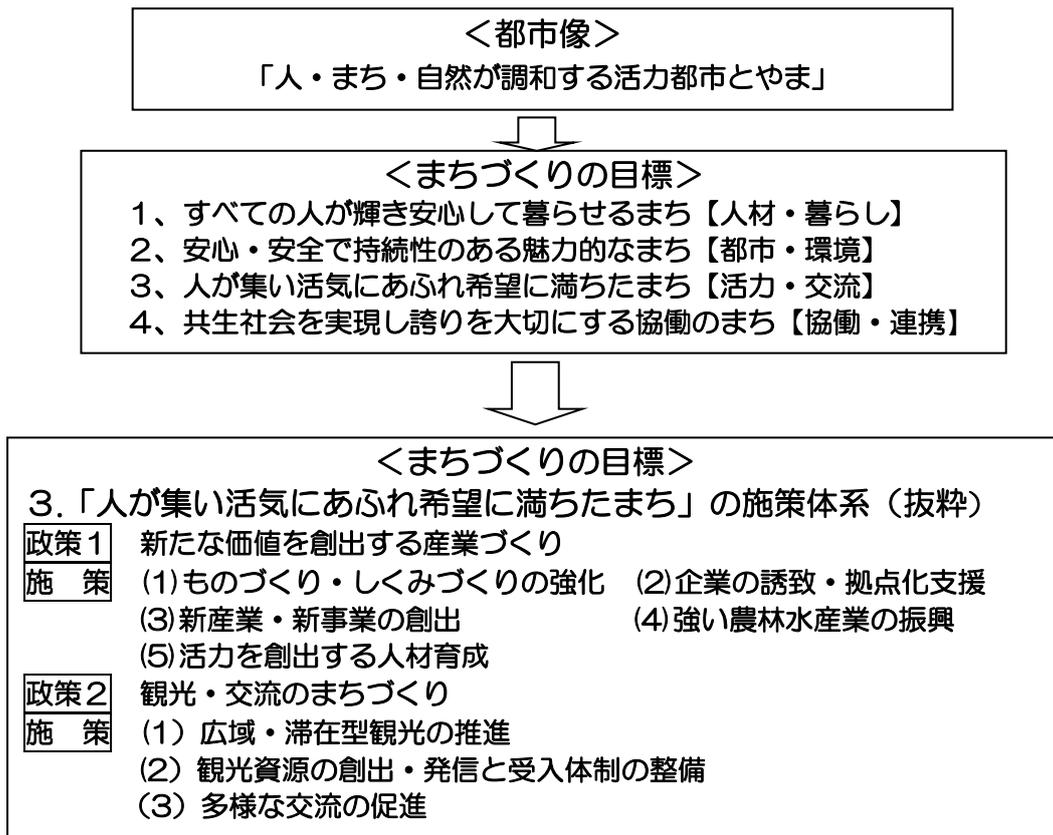
また、「観光・交流のまちづくり」では、富山地域の魅力を富山ブランドとして確立して広域的な観光集客や交流人口の拡大を図り、観光産業の活性化を図るための観光資源の創出・発信と受入体制の整備を行うことを目指すとしている。

本会の経営発達支援計画の策定にあたっては、小規模事業者が持続可能な事業体質への改善を図ることで「ものづくり・しくみづくり」能力を強化し、「新たな価値を創出する産業づくり」を図るとともに、地域内外から人材を募集し、創業及び第三者による事業承継を推進することで、創業・人材育成及び雇用の安定等を図りたい。

また、「観光・交流のまちづくり」の実現についても、通過型観光から滞在型の観光へ、地域資源を活かした体験・交流型プログラムの創出と情報発信の強化を図り、それが移住・定住に結びつくよう、「縁」（出会いづくり）・「職」（仕事さがし）・「住」（くらし支援）をキーワードに、受入態勢の整備を図りたい。観光資源を有効活用し、地域小規模事業者まで裾野を広げていくことで、地域経済の活性化につなげていく。

なお、事業の実施にあたっては、富山市との協働体制により、富山県の認定を受けて「移住者受入モデル地域育成支援事業」を実施する予定であり、行政と商工会及び民間事業者が一体となった地域づくりを推進する予定としている。

<富山市の第2次総合計画（2017～2026）抜粋>



●富山県、富山市の産業ビジョンとの整合性

富山県では令和6年3月に「富山県ものづくり産業未来戦略」を改訂しており、以下のように発表している。（一部抜粋）

「ものづくり産業が更なる発展・成長を続けていくためには、各企業が環境・社会課題の解決に向け

た積極的な投資による新たな価値を創出・提供し、長期的かつ持続的な成長原資（稼ぐ力）を創造していくことが必要である。また、その活動の見える化により、顧客や社会の共感や支持を得ることで、企業の魅力や評価が向上し、投資や人材を呼び込み、更なる成長へとつなげる好循環（図1）を実現し、競争力を高めていくことが重要である。」

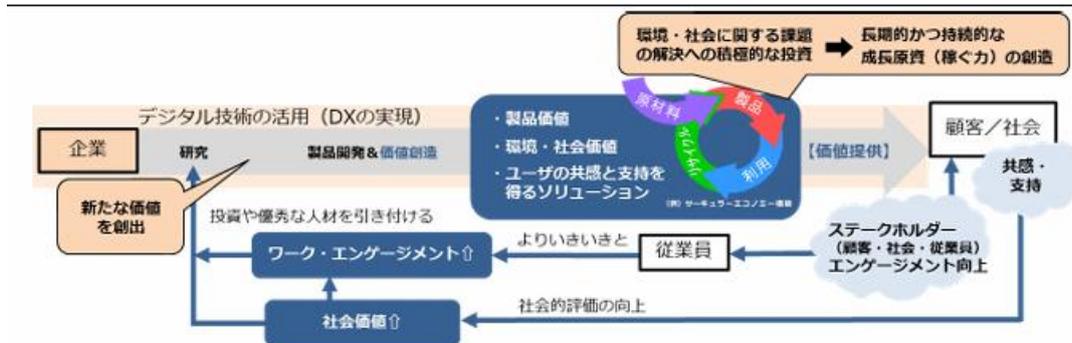


図1 新たな価値の循環

- ・ものづくり企業が、環境・社会に関する課題の解決に向けて投資し、顧客や社会に対して「製品価値」に加え、「環境・社会価値」や「ユーザーの共感と支持を得るソリューション」などの抽象的な価値を提供する。
- ・顧客や社会はそれらの価値に共感・支持し、エンゲージメントを高める。あわせて従業員のワーク・エンゲージメントが高まる。
- ・共感を得た顧客や社会からの社会的評価の向上や、エンゲージメントが高まった従業員のいいきと働く姿により、企業には投資や優秀な人材が引き寄せられる。
- ・これらのリソースを研究開発に投入することで、イノベーションを起こし「新たな価値」の創出に繋げることで、成長の好循環を生み出す。

その中で、前述の実現にあたっては「本県のものづくり産業の大宗を占める中小・小規模企業が稼ぐ力を創造し、適正な取引価格のもとで国内外に販路を切り拓いていくこと」を重視している。

また、同月に富山市から発表された「第2期富山市工業振興ビジョン第1次改訂版」では、持続可能な成長を目指す力強く活力ある「産業都市とやま」を掲げている。その中で、商工会は中小企業の経営基盤の強化の面で「小規模企業活性化支援」と、起業・創業の促進の面で「創業支援の充実」の2点で主体的な立場を期待されている。また、創業に関しては、「富山市創業支援ネットワークの形成」において、各支援機関との支援体制を構築している。

以上の点から、商工会の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方について、県や市の産業ビジョンと方向性は一致している。

③商工会としての役割

当地域において小規模事業者の稼ぐ力の向上を図る「経営リテラシーの向上・自律的課題設定力の修得」と地域経済の振興発展を目指す「地域経済全体の底上げ」の双方に関わりをもつ唯一の総合経済団体は本商工会のみであり、そのためにも、行政を含めた各支援機関等と方向性を共有し、連携・連動性を一層強化して本計画を推進する体制を整備する。そして、その中心的役割を商工会が担って行くことにより、個社の持続的発展はもとより、地域経済の振興発展、地域雇用の確保、交流・定住人口の増加等を合わせて実現することにより産業面から地域の活力向上に寄与し、事業者や商店街が従来から担ってきた地域におけるサービス機能やコミュニティ機能による活気の維持にも寄与していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 「観光・交流のまちづくり」の実現による産業振興

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：観光関連売上8%増、消費平均単価5%増、平均滞在時間10%増

K P I：体験型コンテンツ造成3本、キャッシュレス対応率80%、多言語対応店舗15%増

設定した理由：

地域資源を活かした体験・交流型プログラムの創出と情報発信の強化を図るとともに、受入体制の整備を行う必要がある。売上、平均単価、滞在時間は波及効果の核心指標となる。造成数、決済、多言語は集客から購買までの行動ステップを定量化することができ、最適化を図る上でのボトルネックの特定や迅速な改善PDCAを可能とするためである。

② 「新たな価値を創出する産業づくり」のための省力化、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5%向上、離職率20%改善、残業時間10%削減

K P I：勤怠管理のAI導入件数5社、作業日報のDX化3社、経理会計システムのDX化5社

設定した理由：生産性、離職率、残業時間は人手不足改善の明確な指標となる。システムのAI活用やDX化は省力化、自動化に直結し、成果との因果を明確にできるためである。

③ 創業、事業承継支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：創業延べ40件、承継完了延べ20件、創業、事業承継後2年で売上10%増

K P I：創業計画策定20件、事業承継計画策定15件、マッチング成立3件、セミナー受講35人
設定した理由：完了件数と事後業績は実効性の高さを示す指標である。事業計画の策定から伴走支援を通じて事業者を自走化に導くまでの過程を定量化し、成果の測定を可能とするためである。

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 「観光・交流のまちづくり」の実現による産業振興

- ・達成方針1：地域産業資源活用事業計画の着実な遂行
宿泊施設、和紙工房、酒蔵、観光施設を結んだ回遊ルートの魅力をアップさせる。また、観光ボランティアと連携したガイドツアーを商品化する。回遊ルートで商店での商品購入につなげる流れを仕組み化する。
- ・設定した理由：点在する地域産業資源を線で結ぶことにより、滞在時間と支出を拡大することが可能となるためである。導線設計により、機会損失を減らし、複数施設での売上拡大に波及する。
- ・達成方針2：体験学習型イベントのブラッシュアップと発信力強化
既存の地域イベントの洗い出しと商品力強化を図る。地域イベントは既存に限らず新規創出も含めて検討したうえで、通年プログラムを3本造成する。また、支援機関と連携して発信力を強化する。
- ・設定した理由：季節偏重は収益の不安定をもたらすためである。「おわら風の盆」という大型コンテンツに依存せず、通年商品によって、人員と設備の稼働率を均し、回遊率と消費平均単価の向上につながる。体験学習からの物販への誘導により、地域全体の収益最大化に寄与する。
- ・達成方針3：「ふるさと住民」制度(※1)の創設と運用
各種特典を付与することで町民意識を高揚させ、情報交換を積極的に行える体制を整える。また、スマートフォンでの「ふるさと通信」を送付することで来訪頻度をアップさせる。
- ・設定した理由：来訪頻度をアップさせることで、ザイオンス効果を誘発させるためである。当人のみならず、口コミ効果も期待でき、観光関連売上拡大に直結する。
(※1)「ふるさと住民」制度…ふるさとに思いを馳せる方や地域の力になりたい方、二地域に居住する方など継続して来訪する準町民的意識者が自治体に登録して地域との関わりを深くするものを「ふるさと住民」制度という。仕事や趣味等で継続的に居住地以外の地域に関わる「関係人口」の増加を目指し創設されたものである。
- ・達成方針4：受入環境の整備
キャッシュレス対応率を80%まで引き上げる。また多言語対応店舗を15%増やし、機会損失を低減させる。
- ・設定した理由：言語・決済の摩擦は購入の阻害要因となるためである。受入環境を整備することで、再訪促進につながる。

② 「新たな価値を創出する産業づくり」のための省力化、自動化

- ・達成方針1：労務におけるAIの活用
勤怠管理にAIを活用し、従業員の働き方の可視化によって業務改善につなげる。
- ・設定した理由：AIの活用により、人為的なミスの防止、正確なデータ管理が可能となるだけでなく、リアルタイムでの勤怠状況の把握と分析ができ労働時間を適正化できるためである。
- ・達成方針2：自動化、デジタル化の促進
作業日報や経理・会計システムのDXを進め、ムダな作業の削減と効率化を促す。
- ・設定した理由：付加価値の高い工程に人的資源を集中されることが可能となり、費用対効果にも優れているためである。
- ・達成方針3：省力化・自動化で生み出したヒトや時間の活用
効率化により確保された人手や時間のリソースを商談会や展示会など販路開拓に充てる。
- ・設定した理由：AIの活用やDX化による業務効率化が図られるが、そこで捻出されたヒトや時間を販路開拓に充てることで、競争力強化に資するためである。

③ 創業、事業承継支援

- ・達成方針1：対象者の掘り起こしと事業計画の策定
創業希望者を金融機関等管内支援機関と連携して創業希望者を洗い出す。また、移住・定住希望者も

対象とする。創業セミナーなど、創業に必要な知識習得を促し、創業計画策定を支援する。

事業承継対象者として65歳以上の経営者をリスト化し、承継診断を勧め、資産・人材・知財等の棚卸しを行う。事業承継にあたっては、富山県事業承継ネットワークを活用し、専門家と連携して承継までの道筋を示しながら、事業承継計画の策定を行う。

・設定した理由：可視化が無ければ、創業も事業承継も停滞してしまうためである。事業計画策定により、関係者との合意形成が容易となり、金融支援も得やすくなる。

・達成方針2：第三者承継のマッチング体制強化

商工会と富山県事業承継ネットワーク、事業引継ぎ支援センターとの連携を強化し、売り手、買い手候補のリストを整備していく。移住・定住希望者には意向を確認して、必要に応じて買い手としてリストに加える。

・設定した理由：親族承継だけでなく、第三者を含めた選択肢の提示により、事業承継完了率が伸びるためである。

・達成方針3：創業、承継後2年の伴走支援

創業、事業承継後24カ月の売上や粗利益をモニタリングし、商品改良や販路開拓を伴走支援する。

商工会はこの2年間で、事業者との「対話と傾聴」を通じて、本質的な課題に対する気づきを与え、事業者が納得して自ら行動する力を引き出し、自走化できるよう支援する。

・設定した理由：創業や事業承継がゴールではなくスタートであり、軌道に乗るまでの伴走支援によって財務状況の悪化や離脱を防ぐためである。数値管理によって早期の軌道修正が可能となり、売上成長にも貢献できる。

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

従来から、地域の経済動向調査として、富山県商工会連合会からの委託を受けて実施してきた「中小企業景況調査」については、管内9事業所を4半期毎に調査対象として実施している。又年に一度の「中小企業金融実態調査」については、管内60事業所を調査対象として実施しており、それぞれ、調査結果の冊子を基に必要な情報の提供を行ってきたが、公表の方法も不十分であり有効な活用事例は少なかった。ついては、今後公表方法の工夫にてより活用の範囲と場面を広げたい。特に、新規事業の開発や販促戦略、創業や事業承継の支援に直結する形で活用につなげたい。

さらに、RESAS（地域経済分析システム）等の各種ツールにて国・県等のビッグデータが活用できる環境にあるにもかかわらず、データの収集・分析・カスタマイズ加工及び活用提案の体制が不十分であったことを考えるに、今後は、事務局の体制を整備し、支援場面での調査結果の活用意識や事業者が活用し易いデータの収集から分析・加工能力の向上及び公表方法の工夫に取り組む必要がある。

(2) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
ビッグデータの分析結果公表	—	1回	1回	1回	1回	1回
中小企業景況調査結果公表	4回	4回	4回	4回	4回	4回
中小企業金融実態調査結果公表	1回	1回	1回	1回	1回	1回
	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①既存調査の拡充とビッグデータの活用による経済動向分析

○中小企業景況調査（富山県商工会連合会実施）

※全国（約8,000社）内県下商工会地区（150社）の景況を把握できる数少ない調査であり、製造業・建設業・商業・サービス業の4業種の4半期毎の景況判断に有用。

<実施方法>

年4回実施。（管内では9社を対象に経営指導員のヒアリング調査にて実施。）

従来の全国・全県下の集計結果に加え、独自で管内調査分データの集計結果を追加し、地域特性が把握できる工夫を行う。

<主な調査項目>

業況・売上額・採算・資金繰り等のD・I推移、設備投資予定、経営課題他

<結果の公表回数・方法>

公表回数 年4回。

結果概要をレポートとして本会HP掲載、巡回相談時の配布、事務局窓口等に設置。

○中小企業金融実態調査（富山県商工会連合会実施）

※県下商工会地区事業者の金融実態把握のための調査であるが、景況に関する設問も充実しており、またサンプル数も約1千社と多く景況判断に有用。

<実施方法>

年に1度実施。（管内では60社を対象に経営指導員のヒアリング調査にて実施）

従来の全県下の集計結果に加え、独自で管内調査分データの集計結果を追加し、地域特性が把握できる工夫を行う。

<主な調査項目>

属性（業種・業歴・従業員規模）、営業状況（売上の現況・前期比・翌期見込み、採算状況）

経営課題、金融状況（資金繰り、借入状況）、設備投資及び資金計画、各種支援策の利用状況他

<結果の公表回数・方法>

実施の都度公表。

結果概要をレポートとして本会HP掲載、巡回相談時の配布、事務局窓口設置。

○国のビッグデータ等を活用して地域の経済動向分析を行うため「RESAS（地域経済分析システム）」等各種ツールの活用

<主なRESASの活用データと調査項目>

「産業構造マップ」にて産業の現状を分析

「地域経済循環マップ（生産分析）」にて何で稼いでいるかを分析

「まちづくりマップ（From-to分析）」にて人の動き等を分析

<その他ツールの活用>

業種別審査辞典及び各種経営指標による全国の業種別情報の活用

とやま統計ワールド、富山県経済月報（富山県）等による富山県内の統計情報の活用

北陸経済研究所（地元地銀シンクタンク）等が公開する地域経済データの活用

<結果の公表回数・方法>

年1回 レポートとして本会HP掲載、巡回相談時の配布、事務局窓口等設置

(4) 成果の活用

調査及び分析した結果は、小規模事業者が理解し易い様に図やグラフを用いた「地域景況レポート」等として取りまとめ、本会ホームページで公表すると共に、経営指導員等の巡回等の際や商工会及び管内金融機関等の窓口での配布を通じて情報提供を行い、地域内小規模事業者等が地域経済動向に関する現状把握を深め、的確な事業計画策定など自社の経営判断に役立てることが出来る体制を取る。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

事業者にとって自社の取り扱う商品の販売やサービス・役務の提供の業況は、需要の動向に強く左右されることは言うまでもない。特に、近年の消費者ニーズや市場環境・社会構造の変化は速度を増して様変わりして行く中で、事業の持続的発展、特に商品開発等の際などには従来以上にこれらの動向を的確に捉え機敏に 대응することが求められる。

しかしながら、多くの商品開発においては作り手である事業者の都合や制約の中で進められることが多く、需要の動向把握として消費者のニーズやトレンドを的確に把握する手段を持ち合わせず、結果としてマーケットとのミスマッチが原因で売上に繋がらないことも多い。特に小規模事業者にとっては限られたヒト・モノ・カネ・情報等の経営資源の中での商品開発であり、ビッグデータや地域データの収集分析やテストマーケティング等市場の動向調査を自社で効果的に行うことは容易ではない。

このような状況から、小規模事業者の売れる商品づくりに向けた事業計画の実施支援の一環として、テストマーケティング調査の実施強化を図り、需要動向調査に係る支援能力を修得する必要がある。

(2) 目標

・ イベント会場でのテストマーケティング

想定する事業者	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
食料品等製造・販売業者 (お菓子・寿司・惣菜)	2社	3社	3社	3社	3社	3社
非食料品製造・販売業者 (観光土産品・工芸品・日用品)	1社	2社	2社	2社	2社	2社

(3) 事業内容

① イベント会場等におけるテストマーケティング

商品開発や販路拡大などの事業計画の実施支援については、特に事業者がマーケットインの視点をもつことが不可欠であり、そのためには適切で効果的な需要動向の収集・分析と結果の提供及び活用に向けての支援を行う必要がある。

ついては、事業者が商品やサービスについて、テストマーケティングにて直接消費者から評価情報を得ることは大きな意味を持つ。そのための有効な実施機会の場の一つとして各種イベント会場の活用を図る。

<活用が想定されるイベント等>

○ 越中八尾の特産フェア (日本橋とやま館主催)

イベント概要 日本橋とやま館で実施する富山の秋祭紹介と特産品販売イベント。
8月から約1か月間開催

集客数 1日あたり約50人程度。

主な客層 50～60歳代の一般客

○ なりひら風の市 (上新町商店街主催)

イベント概要 中心商店街で実施する集客イベント。
4月～から11月の各月第2土曜日開催

集客数 毎回約300～500人程度。

主な客層 町内の一般客

○ 商店街納涼夜店 (各商店街主催)

イベント概要 毎年7～9月に各商店街等で実施 (福島、西町、東町)

集客数 毎回約500～1,000人程度。

主な客層 町内の一般客

※事業計画が狙う客層と各イベントの来場客層のマッチング度、商品開発の進捗度合を考慮して活用するイベントを選択

< 予定調査項目 >

・ 飲食料品

属性(性別・年代)、食味、価格、ボリューム、パッケージ、ネーミング等の関する満足度及び要改善点

・ 非食料品 (工芸品及び日用品)

属性(性別・年代)、価格、デザイン、パッケージ、ネーミング、使用感等の関する満足度及び要改善点

< 調査方法 >

- ・ 1商品あたり 50～100 件程度のサンプル数を目標に記入式アンケート調査又は一部聞き取り調査
- ・ 調査票は、各満足度調査項目については 5 段階(満足⇔不満足)評価、改善点は記載又は個別聞き取りにて調査。

(4) 成果の活用

調査結果は分析・整理を行い個社の事業計画にフィードバックすることにより、商品開発及び販売戦略の見直しと更なる新商品開発・販売の参考データとして活用する。また、商工会事務局内で事業者の支援データとして経営指導員間でも共有活用できるよう管理する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

過去、経営指導員等の巡回・窓口相談の際に、自社の経営状況を的確に把握するために経営分析の必要性を説いてきた。

しかしながら、現状としては税理士関与事業者やパソコンによる財務会計ソフトの利用者等は、損益計算書に加え、貸借対照表にて定量的な経営分析数値が出力される環境にあり、また、そうではない事業者でも「ローカルベンチマーク」システム等で比較的簡単に経営分析が出来る環境にあるものの、その有効な活用には至っていない。

このような中で、「どぶり勘定的な経営」から脱却し、「自社の経営状況把握のため、経営分析を自律的かつ継続的に実施し、その結果を経営に活用できる事業者の育成」に向けた取組を進めたい。

しかしながら、自律的に経営分析を行うことは、従来から適切な経営状況の分析を行ってこなかった事業者にとっては、ある意味で経営に対する大きな意識改革であり、その切り替えは容易ではないと思われるが、今後更に経営環境が厳しくなることが見込まれる中においては、経営分析の必要性と有効性を理解し自主的に経営分析を行う事業者への育成が必要と思われることから、セミナーの開催や日頃の指導・支援の場面を通じて地道に訴えて行くなど、当面は経営指導員等の細やかなサポート体制が必要と考える。

(2) 目標

項目	現状	R 8 年度	R 9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
セミナー開催 件数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
延べ参加事業 者数	9 社	2 0 社	2 0 社	2 0 社	2 0 社	2 0 社
経営分析件数	2 5 件	4 0 件	4 0 件	4 0 件	4 0 件	4 0 件

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

< 募集方法 > チラシ配布 (機関誌折込、金融機関窓口設置) と商工会ホームページによる告知。

< 開催回数 > 年間 2 回

< 参加者数 > 1 回につき 5 ～ 1 0 人

＜内 容＞ 経営分析の仕方、経営分析結果の見方・活かし方、改善の事例
(ローカルベンチマーク等活用可能システムの使用方法含む)

②経営指導員等による経営分析支援

- ＜対象者＞ 経営分析セミナー参加者（セミナー参加者のフォローアップとして）
積極的経営を目指す事業者（巡回・窓口相談での掘り起し）
設備投資及び資金計画予定者
補助金等申請の予定者
- ＜分析項目＞ 財務分析(定量分析)・定性分析（SWOT分析）
- ・ 定量的分析項目
 個社の売上持続性 収益性 生産性 健全性 効率性 安全性
 各業界指標との比較分析（ローカルベンチマークの例）
 - ・ 定性的分析項目
 経営者・事業・外部環境・社内体制を着目点としたヒアリングシート作成、SWOT分析として 強み、弱み、脅威、機会等
- ＜分析手法＞ ローカルベンチマーク（経済産業省）、経営計画つくるくん（中小機構）等ソフトの活用
会計ソフト付属の分析システム結果の活用
経営指導員等のヒアリング（定性的分析）ヒアリングシート作成

（４）分析結果の活用

分析結果は当該事業者にフィードバックし、事業者自身が経営状況の把握や事業計画策定等に活用するとともに、経営指導員等と課題共有し、事業計画策定へ繋げる。

また、商工会事務局内においては、当該事業者の相談データとして、また類似事業者の経営支援事例として活用出来るよう、経営指導員間等で情報共有する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

事業計画の策定支援についてはここ数年その取り組みを強化してきたが、まだ補助金申請や創業融資等の必要性から端を発する事例がほとんどであった。

については、変化する経営環境の中において、常に自社のビジネスモデルの構築及び再構築を図ることの必要性和、その実施のために事業計画の策定が重要であることのアナウンスがまだまだ不足していたと感じている。加えて、昨今の自然災害などの経営リスクに対して準備や対策を講じている事業者はごくわずかである。

したがって、本会の個社への経営支援もその多くは適切な事業計画が無い故に場当たりの支援に留まっていたケースが多く見られた。

このことから、いままで以上に事業計画に基づく経営の重要性を小規模事業者も経営指導員等も共に認識し個社支援に当たる必要がある。

（２）支援に対する考え方

今後の経営環境の激しい変化の中で、前向きに経営の持続的発展を目指す事業計画を検討する事の必要性和、そのための手順として①自社の経営状況を把握し、②各種データを裏付けとした適切な事業計画を策定し、経営者や企業の思いを「見える化」することの意義。そして、③その計画の実現に向かって経営資源や内外の協力体制を効率的に集約し活用することが事業に取り組むためには正攻法であることをまずは小規模事業者に理解してもらいたいが、現況ではそこに至る小規模事業者は多くない。また、災害リスクに対して、小規模事業者のサプライチェーンの維持もしくは早期復旧に資するための事業継続力強化計画策定の重要性の訴求も不可欠である。

については、その理解を深める方法の一つとして、セミナーや巡回窓口相談の際には過去のセミナー受講者の要望でもあった、「小規模事業者が事業の成功をイメージし易いような参考事例の紹介を多く取り入れること」を工夫し、小規模事業者が当事者意識を持ち、自ら課題に取り組めるように促す。

また、経営指導員等も自身及び同僚職員の経験や成功事例を効果的に共有し活用することにも従来以上に努めたい。

また、経営資源が限られる小規模事業者が事業計画の実行性を高めるために、IT・DXの手法を取り入れられるよう、DX推進セミナーを実施する。

さらに、専門的な知識が必要な計画策定においては、経営指導員等と連携の上で専門家の助言や指導を受けながら効果的に実施する。

(3) 目標

項目	現状	R 8 年度	R 9 年度	R 1 0 年度	R 1 1 年度	R 1 2 年度
計画策定セミナー開催	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
DX推進セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
創業セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定件数	1 9 件	3 5 件	3 5 件	3 5 件	3 5 件	3 5 件
内創業・事業承継計画策定数	1 5 件	1 5 件	1 5 件	1 5 件	1 5 件	1 5 件
内創業・事業承継	1 1 件	1 2 件	1 2 件	1 2 件	1 2 件	1 2 件

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

- <内 容>
- ・事業計画の考え方
 - ・経営状況分析の活用について（自社及び商品・サービス等のSWOT分析など）
 - ・顧客・市場ニーズの把握について
 - ・目標設定と事業計画書の作成について
 - ・事業継続力強化計画策定について
- <対象者>
- ・経営分析セミナー受講者及び地区内小規模事業者
 - ・経営革新や新商品開発・新分野進出等を目指す事業者
 - ・創業予定者・事業承継予定者等
- <募集方法>
- ・経営分析セミナー受講者への個別勧誘。
 - ・地区内小規模事業者には、チラシ配布（機関誌折込、金融機関窓口）、と商工会ホームページによる開催告知。
 - ・金融機関等管内支援機関と連携し、経営に積極的に取り組む経営者や経営革新、新商品開発、新分野進出を目指す事業者を洗い出し、個別に案内。

② DX推進セミナーの開催

- <内 容>
- ・DX総論
 - ・AI活用事例
 - ・SNS活用
 - ・ECサイト構築 等
- <対象者>
- ・経営分析セミナー受講者及び地区内小規模事業者
 - ・業務効率化や販路開拓を目指す事業者
 - ・創業予定者・事業承継予定者等
- <募集方法>
- ・経営分析セミナー受講者への個別勧誘。
 - ・地区内小規模事業者には、チラシ配布（機関誌折込、金融機関窓口）、と商工会ホームページによる開催告知。
 - ・金融機関等管内支援機関と連携し、経営に積極的に取り組む経営者や業三効率化や販路開拓を目指す事業者を洗い出し、個別に案内。

③ 創業セミナーの開催

- <内 容>
- ・創業の心構え
 - ・ビジネスプランの策定（自社及び商品・サービス等のSWOT分析など）
 - ・資金調達方法
 - ・税務会計、人事労務の基礎知識
 - ・ITを活用した販路開拓方法
- <対象者>
- ・創業予定者、創業間もない事業者等
- <募集方法>
- ・地区内小規模事業者には、チラシ配布（機関誌折込、金融機関窓口）、と商工会ホームページによる開催告知。
 - ・金融機関等管内支援機関と連携して創業希望者を洗い出し、個別に案内。

④ 経営指導員等による創業・事業承継等事業計画策定支援

- <対象者>
- ・事業計画策定セミナーの受講者（受講後のフォローアップとして）
 - ・日頃の巡回相談等からの掘り起こし（相談履歴の中より補助金申請、売上増加、新商品開発、新分野進出等にて抽出）
 - ・創業者予定者及び事業承継予定者で事業計画策定が必要と思われる事業者

⑤ 専門家活用による創業・事業承継等事業計画策定支援

- <実施方法> 専門的な知識が必要な計画策定においては、経営指導員等と連携の上で専門家の助言や指導を受けながら効果的な実施支援を行う。
- <想定される専門家の助言・支援>
- ・専門性の高い業種や商品・製品の計画事案
 - ・許認可や知的財産権など専門知識が必要な計画事案
 - ・IT、DX等先進的な知識や情報が必要な計画事案等

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

これまで、事業計画を策定し推進している事業者へは経営指導員を中心として巡回等による伴走型支援を行ってきたが、計画事業が複数年にわたる場合や、補助事業実施における補助対象期間終了以降の進捗度確認や効果測定、更には、計画と実践とのズレの把握とその解消支援については十分とは言えなかった。また、経営戦略や人材戦略、ITなどに関する経営リテラシーの把握とその段階別支援が不十分であり、最終的に経営者自らがPDCAサイクルを回し、自走化まで導くまでの体系が未整備であった。

については、効果的な伴走支援が十分に行えない理由の一つに、経営指導員等限られた商工会のマンパワーでの支援体制を取らざるを得ないことがあり、支援体制の改善を図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の事業計画を実現に向けて伴走型で支援できるのが商工会の強みであり、その点でも計画策定以降の継続的な支援により、本来の計画目標に到達するまで当該個社の計画を支援する使命を果たして行きたい。

その意味において、原則として事業計画策定支援を行った全事業所を対象として伴走支援にてフォローアップ支援を行う。その際、経営の自走化を意識し、経営者自身が課題と解決策を見出せるようコーチング等により伴走支援する。

については、限られた人員で出来るだけ多くのフォローアップ支援ができる効率的な支援体制として経営指導員等による定期的かつ計画的な巡回による進捗状況の確認を基本にしなが、併せて個別相談会の開催や専門家の活用を行う。目標やKPIの達成度合いをモニタリング・可視化し、計画と実績のズレの補正支援にも的確に対応して行く。

フォローアップでは、小規模事業者の経営リテラシーの修得状況を見定め、事業者の段階にあった支援を行う。

(3) 目標

項目	現状	R 8 年度	R 9 年度	R 1 0 年度	R 1 1 年度	R 1 2 年度
フォローアップ事業者数※1	1 9 社	3 5 社	3 5 社	3 5 社	3 5 社	3 5 社
内創業・事業承継	1 1 社	1 5 社	1 5 社	1 5 社	1 5 社	1 5 社
支援回数※2	8 2 回	1 3 5 回	1 3 5 回	1 3 5 回	1 3 5 回	1 3 5 回
内専門家※3	7 社	7 件	8 件	8 件	8 件	8 件
目標達成事業者数※4	1 2 社	1 3 社	1 5 社	1 5 社	1 5 社	1 5 社

※1 フォローアップ対象事業者は事業計画策定支援事業者+過年度の計画策定事業者等

※2 支援回数(延べ回数) 一般支援は専門家含み年3回 創業・事業承継支援は年5回(濃密支援)

※3 専門家活用には個別相談会分含む 個別相談会 年2回開催・1回3名参加にて

※4 目標達成 創業・事業承継は目標売上 その他は売上増加10%又は利益率3%増加

(4) 事業内容

①計画的で定期的な伴走型事後指導

限られた経営指導員等のマンパワーにて効率的な伴走型支援を行うため、支援先事業者の計画内容やその遂行能力を考慮した巡回頻度の設定や、売上実績データが把握できるタイミングに合わせた巡回時期を設定した計画的な巡回による計画策定後のフォローアップ支援の実施。

②個別相談会の開催

事業計画策定後の支援、特に計画と実績のズレの補正支援として、対応策が比較的軽微で事業者が中心となって取り組めるものは、個別相談会を機会として解決の助言を行う。

＜実施内容＞ 相談員 中小企業診断士・経営指導員

内 容 計画の進捗度の確認、
今後の計画実施について
計画の課題解決について

開催回数 年2回 1回3時間(1人1時間×3社)

事前申込にて相談内容把握し、効率的な面談を考慮

＜対象者＞

- ・事業計画策定セミナー受講者
- ・事業計画を実践している小規模事業者
- ・事業計画の進捗度を確認したい小規模事業者
- ・事業計画を見直したい小規模事業者

＜募集方法＞

- ・事業計画策定セミナー受講者への個別勧誘。
- ・巡回相談等による要参加者の洗い出しと個別勧誘
- ・チラシ配布(新聞および機関紙折込、金融機関窓口設置)と商工会ホームページによる開催告知。

③専門家の活用による計画実践への支援、助言

事業計画策定後の支援として、特に計画と実績のズレの補正支援として、対応策に専門的な知識や助言が必要と思われる場合においては専門家の活用を図る。

＜実施方法＞ 専門的な知識が必要な計画策定後の支援において、経営指導員等の判断で専門家の助言や指導を受けることが必要と見込まれる場合は、助言を受ける内容と専門家のマッチングを考慮し効果的に実施する。

＜想定される専門家の助言・支援課題＞

- ・専門性の高い業種や商品・製品に関わる課題
- ・解決に専門知識が必要な課題(許認可や知的財産権、IT等先進的な知識等)
- ・専門家の助言指導で飛躍的に進捗する計画

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

事業計画の実施について、特に独自で販路開拓が難しい小規模事業者に対して、従来から展示会や商談会の出展支援を行っているが、より効果を目指すためには、出展当日支援に加え準備等の事前支援及び商談後のアフターフォローとしてバイヤーからの助言要望に応えることなどの事後支援が大切であるが、現状ではその事前・事後の支援については十分とは言えなかった。

中でも、全国に市場を求めたい商品の販路開拓の計画については、今後も展示会・商談会への出展を支援メニューの一つとするが、出展費用が嵩むケースも多く補助事業としての妥当性も吟味しながら確実な効果を見込んだ上での取組を実施したい。

一方、機動的且つ比較的低負担で取組めるITの活用やマスメディア等の媒体の活用も一定の効果が見込まれることから、これらを活用した支援にも今後は対応出来るよう職員の当該支援能力の向上にも取り組みたい。

(2) 支援に対する考え方

今後も、独自で販路開拓が難しい小規模事業者に対して、その事業計画に最も効果的と思われる各種の販路開拓支援を実施して行きたい。特に、管内地域事業者で大きな割合を占める製造業や観光・交流のまちづくりを担う観光関連業を重点支援する。

については、支援効果をより確実にするためにも、商談会・展示会の出展の際の事前及び事後支援や、IT・マスメディア等の活用促進にも従来以上に取り組みたい。

また、支援効果の最大化を目指して専門家の助言・支援の活用を図ることも念頭する。

(3) 目標

項目	現状	R 8 年度	R 9 年度	R 1 0 年度	R 1 1 年度	R 1 2 年度
展示会等出展事業者数	2社	3社	3社	3社	3社	3社
内、成約件数	2社	3社	3社	3社	3社	3社
IT活用	3社	4社	4社	4社	4社	4社
マスコミ活用	—	2社	2社	2社	2社	2社
内売上増加件数	2社	3社	3社	3社	3社	3社

(4) 事業内容

①展示会・商談会の参加による販路開拓支援（BtoB）

全国商工会連合会、富山県商工会連合会及び各種支援機関等で開催される商談会・展示会を販路開拓の機会と捉えて参加を支援する。

なお、展示会・商談会の出展については、事業計画とのマッチングを図った上で出展先を検討すると共に、参加の際には、主催者との連携や専門家の効果的な活用などなどの事前及び事後支援を実施し、参加事業者毎に事業計画の遂行に向けた効果的な出展を支援してその成果の獲得を目指す。

○全国及び海外市場を目指す計画による商談会・展示会への出展支援

例えば、和紙製品等は地場の伝統産業であり、全国でも稀な商品であることから全国はもとより海外市場をも狙う事業計画を持つことから、事業計画内容及び計画の進捗状況を考慮し「ライフスタイルweek」等海外を含め全国的バイヤーが注目する商談会への出展支援を考える。

また、食料品の商品開発の場合など地域の逸品としての付加価値をもって市場投入を計画する場合などは、全国の地方銀行が各地の逸品的食料品を出展対象にした「地方銀行フードセレクション」等への出展支援を考える。

<想定する商談会の概要>

商談会名 「ライフスタイルweek」

概要 “新生活”を提案し東京で2回（春・夏）関西で1回の年間3回開催される商談会。

雑貨・ファッション雑貨・インテリア雑貨・文具紙製品等の8つのカテゴリー別の専門展が同時開催される。

来場者数 1日当たり11千人(延べ3日開催※)

出展数 海外含め約1400社※

(※ライフスタイル Week 夏の実績)

商談会名 「ものづくりワールド」

概要 中小ものづくり事業者を対象とする展示商談会。東京・大阪・名古屋・福岡の4会場で年4回開催している。IT、DX製品、部品、設備、装置、計測製品などが出展し、製造業の設計開発、製造、生産技術、情報システム部門の方々が来場する世界最大級の製造業の展示会である。

来場者数 30,615人(2025年大阪での実績)

出展数 1,024社(2025年大阪での実績)

○県内市場を目指す計画による商談会・展示会への出展支援

富山県が主催する「富山県ものづくり総合見本市」は、県内の食品から工業製品に至る出展がある展示商談会であり、特に県内及び北陸3県の市場をターゲットとした工業製品等には販路開拓の好機である。また、同様に「とやまグルメ・フードフェス」は富山の食の魅力を県内外に発信することを目的とした、食料品の展示販売会である。県内の消費者に販路を広げたい、食料品製造業者や小売業者にとって新規顧客獲得につながる展示会である。

事業計画内容及び計画の進捗状況を考慮し毎年1～2社程度の小規模事業者の出展支援を目指したい。

○その他の商談会・展示会への出展支援

その他、全国商工会連合会や富山県商工会連合会等が開催する定期・不定期の商談会や、富山商工会議所が主催するビジネス交流会等も実施内容と支援先事業者の事業計画とのマッチング効果を見極めながら販路開拓の機会として活用する。

○商談会・展示会等への参加効果の向上のための支援強化について

(参加事前支援の強化)

・事業者の事業計画と各商談会・展示会とのマッチング(各商談会の目的・規模・費用及び来場者の属性など)検討

・申込み手続き支援及び商談資料(商談シート)の作成、効果的なプレゼンテーションの支援

(参加後フォローアップ支援の強化)

・商談結果を基に成果の確認や課題の把握を行い、課題は事業計画の遂行に的確に反映させる。

② IT、DX活用による販路開拓支援(BtoC)

ITを活用した販路開拓は小規模事業者にとっては機動的で比較的成本をかけずに取り組める需要の開拓の一手段であるが、過去においてその効果的活用例は少なかった。また、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、DXの活用に踏み込めるよう支援をしていく。

については、各個社のホームページによる販路開拓支援として、ホームページの新規作成や既存ホームページの見直しについて専門家の助言や補助金を活用し”商品が売れるホームページづくり”に助言することや、「産直お取り寄せNセレクト(全国商工会連合会)」・「J-Good Tech(中小機構)」などのECサイトの活用支援を通じて事業計画における販路開拓の遂行を支援する。

③ マスメディアの活用による情報発信(BtoC)

小規模事業者の商品・サービスは知名度も低く情報発信力も乏しい故に、商品力があっても実売に結び付かないことも多い。

しかしながら、発信力あるマスメディアに取り上げられた場合には、それをきっかけに需要開拓に繋がった事例が珍しくないことに着目し販路拡大支援の一つとしたい。

特に、地元の新聞社やテレビ・ラジオ局などの地域密着メディアは地域の話(地域資源の活用等)

の情報を、又、フリーペーパー等は新店情報について商工会に情報の提供を求めてくることが多いことから、支援個社の商品・サービスの効果的な情報発信手段としてこれらマスメディアを活用したい。

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

従来、経営発達支援計画の「協力体制づくり」と「実施状況の報告と評価」を目的に地域の支援機関を中心に経営支援協議会を行っていたが、評価による見直しの機能及び評価の公表体制については不十分であった。

会議の進め方、メンバーの選考、評価しやすい資料作成、公表の仕方等について再検討を行い、事業の課題が適切に見直されるためのP D C Aサイクルが回るように改善が必要である。

(2) 事業内容

① 経営発達協議会（事業評価委員会）の充実

<協議会実施と充実策について>

- ・年一回開催し、経営発達支援計画事業の進捗状況や実施成果について評価を受ける。
- ・有識者として、地元事業者のリアルな経営状況の実情を知る地元開業の税理士の参画を図る。
- ・協議会へは担当以外の経営指導員等も参加し、委員の生の評価を実感し共有する。

<構成委員>

有識者	外部有識者 中小企業診断士 地域有識者 地元税理士
行政担当	富山市商工労政課長
支援機関	日本政策金融公庫富山支店 事業統轄 地元金融機関の支店長 富山県商工会連合会専門指導員
事業者	商工会役員（正副会長・業種部会長等）
事務局	事務局長 法定経営指導員（委員会運営担当） 経営指導員等

<評価結果の公表について>

評価結果は地域の小規模事業者が閲覧可能な本会商工会ホームページにて公表する。

<評価結果を踏まえた見直体制について>

経営発達協議会（事業評価委員会）における評価結果を事務局職員が共有し、全員にて改善策を検討し、その改善案を評価結果と共に商工会役員会にフィードバックし、次年度計画案を決定することによって当該事業のP D C Aサイクルが効果的に回るような体制を整備する。

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

従来、経営指導員等の資質向上については、各種研修会の参加や自己研鑽によって行ってきたが、研修会参加については経営指導員とその他の職員とは参加の機会に差があり、また、自己研鑽についても個人の意識の差が大きいことから職員毎の支援能力にはバラツキが大きい現状にあった。

については、支援機関として、組織全体で小規模事業者への支援を行う体制の構築づくりのためにも、職員が個々の支援能力の向上に努め、組織全体としてレベルアップを図る体制が必要である。さらに、小規模事業者が「やる価値を実感できる小さな成功体験」を積み重ねる支援を行い、経営リテラシー向上と自律的課題設定力の醸成に寄与する研修体系が必要である。

(2) 事業内容

次の取り組みを通じて職員の資質向上を図り、小規模事業者に対する伴走型支援を適切に実施するため体制を構築する。

①各種外部研修会の計画的な受講

小規模事業者の発達支援に必要と思われるスキル・ノウハウに加え、自ら考えるプロセスを促す支援手法の修得や、個人が不足しているスキルの補充のために計画的に各種研修会に参加する。

(参加を予定する研修会)

- ・富山県商工会連合会、富山商工会議所が主催する経営指導員等を対象とした「経営力向上計画策定研修」「支援能力向上研修」「企業診断実習」等への参加。
- ・(独)中小企業基盤整備機構が主催する「経営指導員向け小規模事業者支援研修」等への参加
- ・その他、富山県、とやま人材育成カレッジ、(公財)富山県新世紀産業機構、富山県よろず支援拠点等が開催する「事業者向け研修会」の内、専門的な知識習得や支援スキル・コミュニケーション力向上や小規模事業者の自律的課題設定力習得に資する手法など有用と思われる研修会への参加

(計画的な受講について)

職員毎に年度当初に取得すべきスキル項目や受講したい研修内容を事務局長との面談にて申告し、その受講の目的及び効果を勘案した上で受講計画を策定する。

②支援現場におけるOJTによる支援能力向上

- ・専門家と同行による資質向上

専門家派遣の際には、経営指導員・経営支援員も専門家と同行し、指導現場でのOJTによって企業支援能力（ヒアリング手法、支援の進め方、分析の視点、事業展開の手法、専門的支援知識等）を高める機会とする。

- ・県商工会連合会のOJTスーパーバイザーの活用による資質向上

富山県商工会連合会のOJTスーパーバイザー制度を活用し、経営指導員や経営支援員が得意な案件や経験の無い案件の支援に対しスーパーバイザーに同行を依頼し、OJTにて企業支援能力（支援の進め方、分析や課題の着眼点、事業展開の手法、専門的支援知識等）を高める。

- ・経営指導員同士の同行による資質向上

主担当の経営指導員に他経営指導員や経営支援員等が同行し、指導現場にて事例を共有し、互いの得意・不得意分野を補完し合いながら経営支援に関するノウハウを高め合う。

特に経験の浅い職員は、先輩指導員のノウハウを吸収し、成功事例を共有し、「やる価値が実感できる小さな成功体験」を積み重ねる支援を現場で実践する。

③組織内での支援ノウハウの共有とデータベース化

- ・毎月1回の職員情報連絡会議にて、研修会受講における情報や各々が担当する事例での支援ノウハウの内容や成果及び課題についての情報を交換し共有することにより、職場内での支援ノウハウの向上を図る。

- ・個社支援の記録は日々記録の経営カルテとともにクラウド型経営支援ツール<経営支援システムPlus>に入力される、その共有化された支援データの活用を事業者支援に活かせる体制を構築する。

④経営リテラシー向上への寄与

- ・研修やOJTを通じて小規模事業者の経営の自走化に向けたプロセスの支援
- ・財務・人材・知財・デジタル活用など、段階別に学習し、実践し、定着までの流れを体系化する。

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

従来、他の支援機関との連携については、形式的な連絡会議への参加程度に限られており、各種支援機関から得た情報や支援ノウハウなどについても事務局全体での共有は不十分であり、組織として小規模事業者への支援に効果的に生かされ易い体制ではなかった。

このような状況から、経営発達支援事業を円滑に実施するためにも各支援機関等との連携による支援ノウハウ等の情報交換を積極的に図り、その結果が支援現場で生かされる体制づくりが必要である。

(2) 事業内容

①支援機関との広域連携及び情報交換の強化

以下の機会を利用し、支援ノウハウ等の情報交換の強化を図る。

○「経営支援会議(富山県商工会連合会主催)」での情報交換

富山県商工会連合会が年2回ないし3回開催する「経営支援会議」に参加し、支援ノウハウや支援の現状等について情報交換を行う。

特に、当該会議は、実際の支援現場で活躍する県下商工会の経営指導員や県商工会連合会の専門経営指導員、各種支援機関担当者などが参加し、各々の支援事例の情報交換が行われることから、情報交換の貴重な会議として積極的に参加し効果的に活用する。

○金融機関との情報交換

日本政策金融公庫とのマル経協議会(原則年1回)及び、地元金融機関や支援機関が参加する経営発達懇談会(事業評価委員会)を利用し情報交換を行う。

マル経協議会は日本政策金融公庫富山支店が「小規模事業者経営改善資金融資」の活用推進を切り口に会議を行うが、実内容としては、日本政策金融公庫担当者と各商工会経営指導員が参加し、各地の景況や支援事例を情報交換し合う会議であり、地域経済動向の情報及び小規模事業者が需要開拓に取り組んだ支援情報の交換の機会として引き続き積極的に参加する。

また、地元金融機関等が参加する、経営発達懇談会(事業評価委員会)は、事業評価の場であるとともに、地域に在る市中銀行支店長等との支援情報交換の場とし、商工会では持ちえない情報(例えば①商工会非会員の情報。②各金融機関が日ごろの営業を通じて持っている地域及び地域事業者の景況情報。③各金融機関が独自で行う小規模事業者への需要開拓に向けた支援メニューとその活用事例)などについて経営指導員等と情報交換を行う場として活用する。

○「富山市商工会議所商工会連携強化懇話会」での情報交換

当該懇話会は、富山市内にある富山商工会議所と3つの商工会の定例的(年1~2回程度)な情報交換の場であり、市内における各管内の景気状況や各会議所・商工会の事業者支援情報、及び富山市の小規模事業者支援施策等情報交換の場であり積極的に活用する。

本連携懇話会を広域的支援体制構築の端緒としたい。

○情報の職員間での共有について

各種会議等にて取得して情報については、職員の情報連絡会議(月1回程度開催)にて共有を図り事業者の支援に活用する。

1 2. 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

本会では、「越中おわら」に代表される民族芸能、日本の道路百選などのまちなみ景観や、造り酒屋、越中和紙などの産業に代表される地域資源を活用し、当該地域に来訪する観光客による消費活動を通じた地域への人・もの・金の還流を図る着地型観光事業により地域経済の底上げを目指してきた。

しかし、地域の高齢化と人口減少が進み地域社会が瓦解しつつある現況では、交流人口拡大による経済効果だけでは地域の本質的問題は解決されない。根本的な解決に向けては、着地型観光事業を切り口に、滞在から移住や定住に至るまでを一体化した事業を地域一丸で取り組むことが必要であり、そのための計画立案と着実な事業遂行が求められる現状にある。

(2) 事業内容

①着地型観光事業の推進による交流人口増加（「縁」づくり）

平成30年に中部経済産業局の認定を受けた「地域産業資源活用事業計画」（八尾町の地域文化資源を活用した「暮らすように旅する」体験型観光事業）の着実な実施をベースに、年間を通して多彩な体験・交流型事業を多面的に展開することで交流人口の増加を図り、継続して来訪する準町民的意識者「ふるさと住民」の増加を図る。「ふるさと住民」制度は仕事や趣味等で継続的に居住地以外の地域に関わる「関係人口」の増加を目指し創設されたもので、スマホを通じた情報交換によりリピート率拡大を図る。地域の暮らしへの理解を段階的に深めることで移住や定住に向けた「フック」とする。

<実施内容>

- ・地域産業資源活用事業計画の着実な遂行
宿泊施設、和紙工房、酒蔵、観光施設を結んだ回遊ルートの魅力アップ
観光ボランティアと連携したガイドツアーを商品化
- ・体験学習型イベントのブラッシュアップと発信力強化
既存の地域イベントの洗い出しと商品力強化。
新規イベントの創出と合わせて通年プログラム化
支援機関と連携して発信力を強化
- ・「ふるさと住民」制度の創設と運用
各種特典を付与することで町民意識を高揚
スマートフォンでの「ふるさと通信」を送付することで来訪頻度をアップ

<主な関係者>

- ・一般社団法人越中八尾観光協会
発足当初は商工会が事務局であったが現在は一般社団法人化している。設立の経緯からも商工会と一体的に活動を展開しており、商工会の地域振興事業の一翼も担っている。主な事業は、「八尾曳山展示館」と「おわら資料館」の指定管理者としての管理運営を軸に、通年観光推進をテーマとした各種イベントを意欲的に実施している。

②交流から移住・定住推進に向けた支援策の展開（「職」・「住」づくり）

令和4年から2年間にわたり開催した「八尾山田ひと・まち再生会議」で結論を得た、体験・交流といった着地型観光事業を切り口に、移住・定住へ段階的に導くプログラムをパッケージ化して事業展開することで、地域外からの新たな創業者発掘出や事業承継を着実に推進し、持続可能な循環型地域経済の確立を目指すという目標達成のため、まず初動段階として、富山県地方創生局が主管する「移住者受入モデル地域育成支援事業」を活用した5年間の事業を富山市と協働で実施する。

<実施内容>

- ・移住者受入促進に向けた計画策定(1年目)
目指す地域像の明確化、事務局体制の確立、関係機関の連携構成の確立、実施事業の検討
- ・策定した計画に基づいた事業の実行(2~5年目)
実行委員会を軸に関係機関が機動的に機能する実行組織の確立

移住者向けセミナーや移住フェアの開催(ふるさと回帰支援センター等と連携)
 ふるさと町民制度の運営・イベントの企画実施・通信誌等の発行(地域おこし協力隊の導入)
 移住希望者向けの創業・事業承継相談会の開催
 就職斡旋や合同企業説明会の開催(八尾町工場協会と連携)
 移住者向けの住宅相談会開催と空き家等の改修相談強化(八匠の住宅相談所と連携)

<主な関係者>

・八尾町工場協会

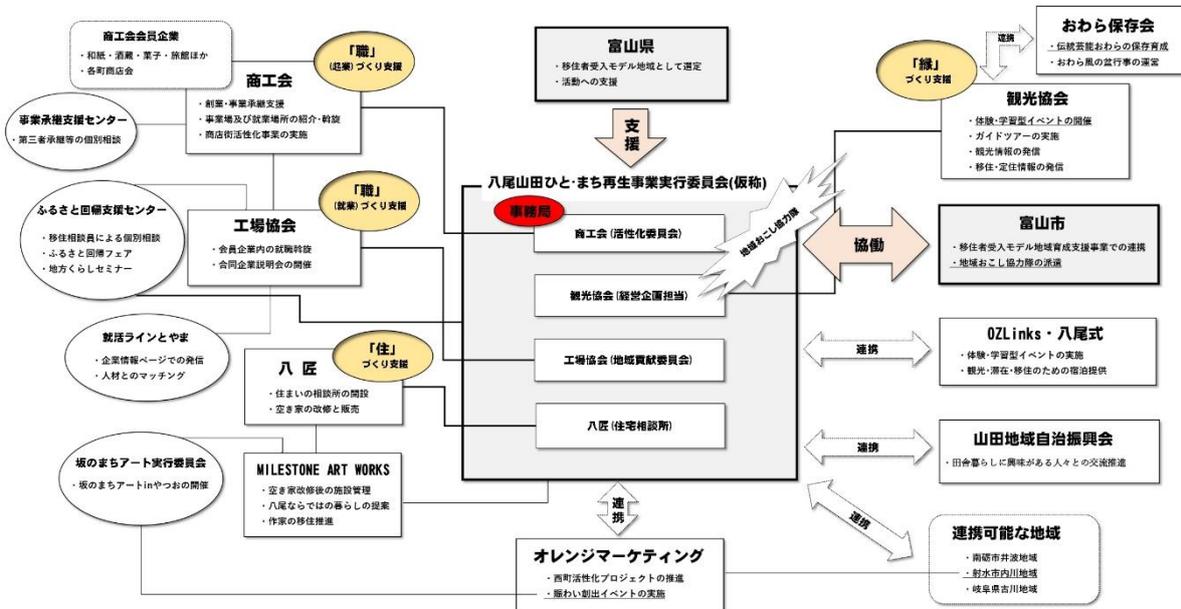
八尾地域の電子部品や金型製作など「ものづくり企業」53社が加入する任意団体であり、商工会が事務局を担っている。会員企業全体で約4,000人の雇用があり、主な事業には行政機関への建議陳情のほか、各種研修事業や地域貢献事業等など活発に活動を展開しており、特に八尾地域唯一の県立校「八尾高校」全生徒が参加する「企業見学会」は、地元企業が地域に根差した存在としてプレゼンスを高める活動として関係機関から高い評価を得ている。

・一般社団法人 八匠(住宅相談所)

昭和46年、諏訪町通りが日本の道路百選に選定されたことを契機に、八尾町がHOPE計画を策定し、景観形成のための街路整備事業等を開始したことがきっかけとなり、行政と連携した民間活動を興すべく、地域の建設事業者が連携して「八匠」を設立し、無料の地域住宅相談所を開設した。行政による道路の石畳化や無電柱化と連動し、HOPE計画で提案された意匠の住宅への改築を勧めることで、現在の美しいまちなみ景観形成に大きな役割を果たした。全加入事業所が商工会の会員企業で構成される。

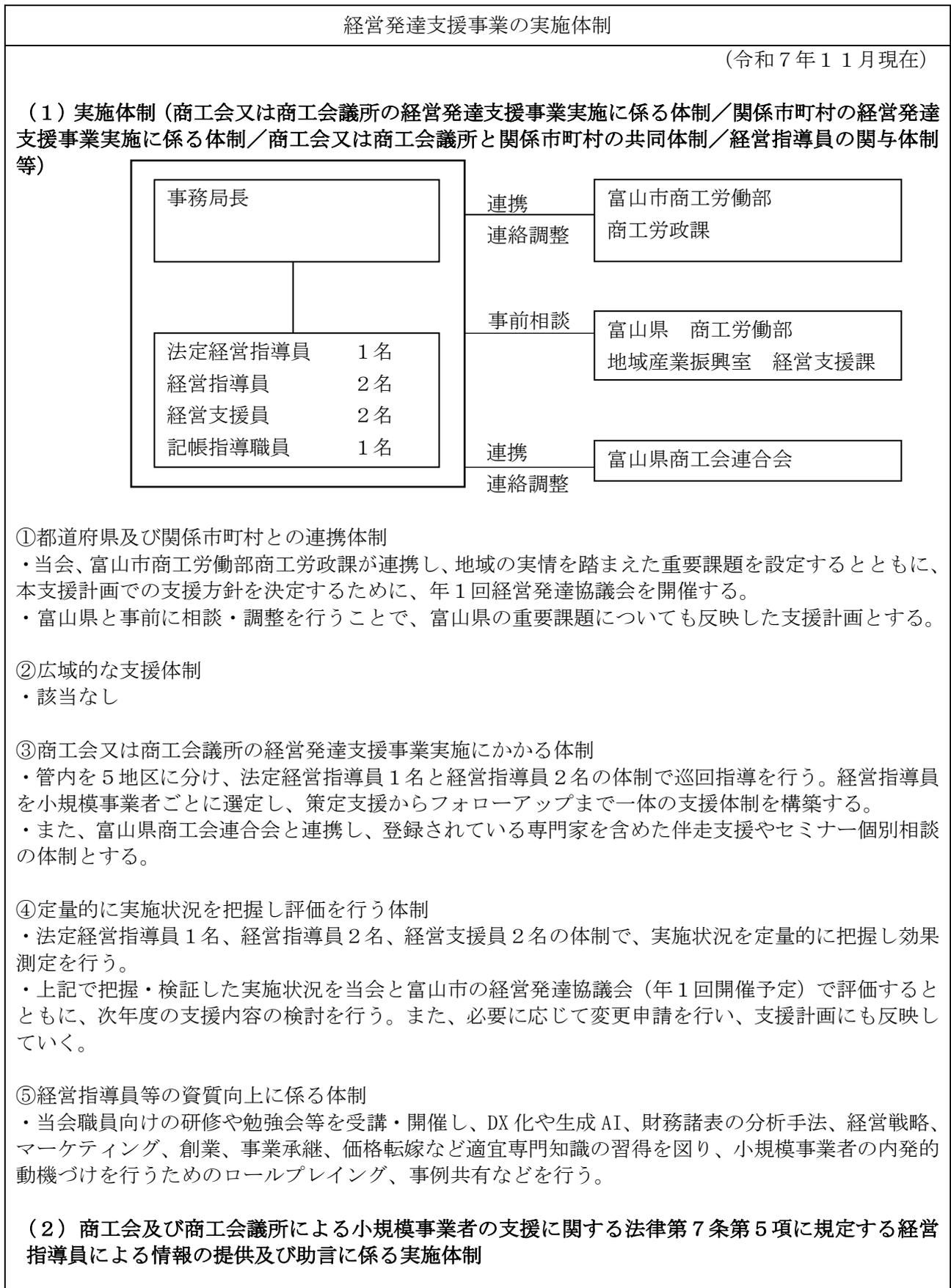
<実行委員会組織図>

八尾山田ひと・まち再生事業実行委員会(仮称)組織図(案)



(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名 佐野 浩之
 連絡先 富山市八尾山田商工会
 富山市八尾町東町 2149 八尾ふらっと館 1階
 TEL 076-455-3181 FAX 076-455-0606

②当該経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・佐野浩之は、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／商工会議所

〒939-2354 富山県富山市八尾町東町 2149 八尾ふらっと館 1階
 富山市八尾山田商工会
 TEL 076-455-3181 /FAX 076-455-0606
 E-mail: yy-toyama@shokoren-toyama.or.jp

②関係市町村

〒930-8510 富山県富山市新桜町 7番 38号
 富山市商工労政課
 TEL 076-443-2070 /FAX 076-443-2183
 E-mail: syokorosei@city.toyama.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)

	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	37,000	37,000	37,500	37,500	38,000
人件費	28,500	28,500	29,000	29,000	29,500
事業費					
調査事業費	200	200	200	200	200
セミナー開催費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
専門家謝金	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
販路開拓費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
地域活性化事業費	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
事務費他	300	300	300	300	300

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、各種手数料収入、及び 補助金 (国・県・市補助金ほか)

(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	
① 富山県よろず支援拠点 チーフコーディネーター 中陳 和人	富山県富山市高田 529 番地
② 富山県事業承継・引継ぎ支援センター 統轄責任者 竹田 淳一	富山県富山市高田 529 番地
③ 一般社団法人越中八尾観光協会 会長 鈴木 聡	富山県富山市八尾町上新町 2898-1
④ 八尾町工場協会 会長 水上 賢信	富山県富山市八尾町東町 2149
⑤ 一般社団法人 八匠 代表理事 滝本 満也	富山県富山市八尾町上新町 2794-1
連携して実施する事業の内容	
6. 事業計画策定支援に関すること	
7. 事業計画策定後の実施支援に関すること	
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 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 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること	
連携して事業を実施する者の役割	
連携者	役割
富山県よろず支援拠点	専門分野のコーディネーターと連携して対応することにより、より実現性が高くまた公正な視点での事業計画の策定から事業の評価・見直しを図ることが可能となる。
事業承継・引継ぎ支援センター	事業承継の分野に関する相談に連携して対応することにより、専門的支援を可能とする。また、連携を通じて支援ノウハウ等を情報交換にもつながる。
一般社団法人越中八尾観光協会	地域経済の活性化において、観光関連の分野に関する相談に連携して対応することにより、専門的で実効性の高い支援を可能とする。
八尾町工場協会	地域経済の活性化において、製造業の分野に関する相談に連携して対応することにより、専門的で実効性の高い支援を可能とする。
一般社団法人 八匠	地域経済の活性化において、建設関連の分野に関する相談に連携して対応することにより、専門的で実効性の高い支援を可能とする。

連携体制図等

