

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	小矢部市商工会 (法人番号 3230005007709) 小矢部市 (地方公共団体コード 162094)
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日 (5年間)
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域資源や地域ブランドを活用した新商品・新サービスの開発に取り組む小規模事業者を輩出し、販売額の拡大や利益確保を目指す 2. 事業の継続、後継者育成による円滑な事業承継推進により小規模事業者の減少に歯止めをかける 3. 消費者ニーズの把握、商品力向上の取組みを支援し、管内飲食店の魅力向上による売上増を目指す
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・ビッグデータの活用、中小企業景況調査、中小企業金融実態調査の実施、調査結果の整理・分析、情報提供 4. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・店頭ニーズ調査、来場者ニーズ調査、商品等アンケート調査の実施 ・調査結果の整理、分析、情報提供 5. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・巡回訪問、窓口相談での経営分析の実施 ・経営分析セミナーの開催 6. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析により明確になった課題をもとに、経営発達や持続的発展を目的とした事業計画策定を支援 ・事業計画策定セミナー、DX推進セミナーの開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画の進捗状況の確認や定期的なフォローアップ、事業計画の再構築の支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・商談会・展示会の参加促進による販路開拓支援 ・ECサイトへの登録やホームページによる販路開拓支援 ・SNSの活用による情報発信
連絡先	<p>小矢部市商工会 富山県小矢部市八和町5番15号 TEL 0766-67-0756 FAX 0766-67-6353 E-mail : oyabe@shokoren-toyama.or.jp</p> <p>小矢部市商工立地振興課 富山県小矢部市本町1番1号 TEL 0766-67-1760 FAX0766-67-1567 E-mail : syoko@city.oyabe.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) 地域の現状及び課題

①現状

1) 立地環境

小矢部市は富山県の西部に位置し、高岡市、砺波市、南砺市、石川県金沢市及び津幡町と接している。

市の地形は、北・西・南の三方が山地、東が平地となっており、小矢部市の最大河川である小矢部川は、南から北北東へ向かって市内を流れ、穀倉地帯を形成している。

市域は、東西 13.88km、南北 17.65km で、総面積は 134.11 k m²である。

交通面では、あいの風とやま鉄道、北陸自動車道、国道 8 号が東西の幹線として、東海北陸自動車道、能越自動車道、国道 417 号が南北の幹線として整備され、交通の要衝となっている。

当会は、平成 22 年 4 月に旧小矢部商工会と旧津沢商工会が合併し、小矢部市商工会となった。市内唯一の総合経済団体である。旧小矢部商工会の地区を管轄する小矢部支所と、旧津沢商工会の地区を管轄する津沢支所がある。



2) 人口推移

小矢部市の人口は、1986 年の 37,055 人をピークに減少に転じており、2020 年国勢調査では 28,983 人となっている。前回の 2015 年国勢調査と比べると約 1,400 人減少しており、県を上回る速さで減少している。

また、年少人口（15 歳未満）が 2,948 人（10.2%）、生産年齢人口（15～64 歳）が 15,183 人（52.4%）、老年人口（65 歳以上）が 10,852 人（37.4%）となっており、年少人口割合が富山県全体（11.2%）を下回り、老年人口が富山県全体（32.6%）を上回るなど、急速に高齢化が進んでいる。

【小矢部市の人口推移】

単位：人

項目	1985 年	1990 年	1995 年	2000 年	2005 年	2010 年	2015 年	2020 年
総人口	36,711	36,374	35,785	34,625	33,533	32,067	30,399	28,983
生産年齢人口	23,859	23,687	23,195	21,850	20,564	18,981	16,681	15,183
年少人口	7,656	6,570	5,462	4,637	4,064	3,669	3,319	2,948
老年人口	5,196	6,107	7,128	8,137	8,901	9,394	10,386	10,852
高齢化率	14.1%	16.7%	19.9%	23.5%	26.5%	29.2%	34.1%	37.4%

3) 昼夜間人口及び通勤・通学流動

小矢部市の昼夜間人口比率（夜間人口 100 人あたりの昼間人口の比率）は、2020 年時点で 101.1%となっており、2015 年よりも 2.5%増加し流出より流入が増加した。また、市外へ通勤・通学している人を都市別にみると、高岡市が 2,322 人で最も多く、次いで砺波市（1,464 人）、南砺市（1,108 人）となっている。また、他市町から本市への通勤・通学者をみると、高岡市が 2,521 人で最も多く、次いで砺波市（1,730 人）、南砺市（1,344 人）となっており、通勤・通学流動では、この 3 市との結びつきが強いことが伺える。

4) 地域経済の状況

ア. 就業人口

2021 年の市内就業者数は 16,276 人で、2014 年から増加に転じた。また、産業別就業人口の割合は、第三次産業の割合が 50.9%と過半数を占め、第二次産業が 42.6%と、この 2 つで 93.5%を占めている。経年変化をみると、第三次産業の割合が増加し、第二次・第一次産業は減少しており、特に第二次産業の減少が顕著である。

イ. 事業所数の増減

小矢部市商工会管内では、コロナ禍の影響等を理由に廃業した個人事業者が増加したことにより、建設業・製造業が減少。一方、店舗を持たないフリーランサーや副業として小規模な事業を行っていた者が、コロナ禍の施策支援を受けるため、小規模事業者として認識された要因により、卸・小売業、宿泊・飲食・サービス業が増加したと考えている。

2014 年

計	商工業者の業種別内訳				
	建設業	製造業	卸・小売業	宿泊業・飲食業・サービス業	その他
1454 社 (内小規模事業者数 1328 社)	206 社 (14.2%)	242 社 (16.6%)	390 社 (26.8%)	510 社 (35.1%)	106 社 (7.3%)

2021 年

計	商工業者の業種別内訳				
	建設業	製造業	卸・小売業	宿泊業・飲食業・サービス業	その他
1534 社 (内小規模事業者数 1390 社)	176 社 (11.5%)	207 社 (13.5%)	453 社 (29.5%)	569 社 (37.1%)	129 社 (8.4%)

(R3 経済センサス)

ウ. 小規模事業者数の推移

当会の組織率は、2023 年 3 月末で 60.1%となっている（商工会事業所台帳より）。会員数は、2019 年 3 月末と比較すると純減数 49。小矢部市商工会管内の商工業者数は 2023 年 3 月末時点で 1,400、内小規模事業者数は 1,274 で 91%である。

2015年から2017年にかけて三井アウトレットパーク北陸小矢部の開業効果によって、国道8号線沿いのロードサイドへの新規出店は増加した。一方、石動駅前周辺の商店街や津沢地区の商店街では高齢化による廃業が続いている。

直近5年間推移

年度	H30(2018年)	R元(2019年)	R2(2020年)	R3(2021年)	R4(2022年)
商工業者数	1,473	1,483	1,482	1,418	1,400
内小規模事業者数	1,341	1,350	1,326	1,290	1,274
会員数(組織率)	890(60.4%)	855(57.7%)	835(56.3%)	836(59.0%)	841(60.1%)

令和5年4月1日現在の小規模事業者業種別一覧(商工会商工業者台帳より)

商工業者数等集計表

小矢部市商工会

2023/4/1現在

分類	企業数		小規模事業者数		小企業数	
	商工業者数	内会員数	小規模事業者数	内会員数	小企業数	内会員数
A 農業、林業	16	13	15	12	12	9
B 漁業						
C 鉱業、採石業、砂利採取業	8	2	6	1	4	1
D 建設業	373	218	366	211	331	183
E 製造業	230	142	191	118	140	82
F 電気・ガス・熱供給・水道業						
G 情報通信業	12	9	12	9	10	8
H 運輸業、郵便業	32	18	25	14	13	5
I 卸売業、小売業	304	191	272	171	244	153
J 金融、保険業	9	8	8	7	3	3
K 不動産業、物品賃貸業	15	9	12	8	11	7
L 学術研究、専門・技術サービス業	73	43	70	41	65	38
M 宿泊業、飲食サービス業	112	67	108	65	104	62
N 生活関連サービス業、娯楽業	110	62	104	60	100	58
O 教育、学習支援業	12	3	11	3	11	3
P 医療、福祉	19	11	19	11	18	11
Q 複合サービス業	2	2	2	2	1	1
R サービス業(他に分類されないもの)	65	42	52	32	38	22
S 公務(他に分類されるものを除く)						
T 分類不能の産業	8	1	1	1	1	1
合計	1400	841	1274	766	1106	647

5) 小矢部市総合計画(第7次:2019年—2028年度)

第7次小矢部市総合計画において、小矢部市の将来像「魅力・安心・充実 しあわせ おやべ」のもと、以下の基本テーマ、基本目標を掲げている。

《まちづくりの基本テーマ》

魅力：住んでみたい魅力かがやくまちづくり

安心：住み続けたい安心感あふれるまちづくり
充実：住んで良かった充実感つたわるまちづくり

《6つのまちづくりの基本目標》

- ① 魅力あふれる産業と経済活力のみなぎるまち（6政策、22施策）
- ② 人をよびこむ都市空間と多彩な交流でにぎわうまち（10政策、29施策）
- ③ 未来にやさしい環境と安全安心に暮らせるまち（8政策、28施策）
- ④ 市民と行政が協働して自治体経営を支えるまち（5政策、18施策）
- ⑤ 人をすこやかにはぐくむ教育と歴史文化がいきづくまち（6政策、22施策）
- ⑥ 心がやすらぐ健康とあたたかな福祉で支え合うまち（8政策、33施策）

※①魅力あふれる産業と経済活力のみなぎるまち

- ・ 商工業の振興：市内商工業の活性化、地場産業の育成、経営改善の支援
- ・ 地域ブランドの振興：小矢部ブランド等の活用拡大
- ・ 中心市街地の活性化：都市機能の誘導、誘客による賑わい創出、まちなか定住の促進等
- ・ 企業立地の促進：創業者支援の推進等
- ・ 雇用の安定：雇用環境の向上、雇用の促進、就労への支援等

小矢部市では、人口減少や中心市街地からの人口流出、商工業の販売額・出荷額の伸び悩みに対し、居住人口の維持や交通利便性を活かした企業誘致など、本格的な少子高齢化社会の到来に向けた新たなまちづくりを進めている。

平成27年7月には東部産業団地に北陸エリア・日本海側初となるアウトレットモール「三井アウトレットパーク北陸小矢部」が開業。小矢部市では開業前の年間見込来場者数を300万～350万人と予測していたが、開業8ヶ月後には450万人超の来場者があったと発表された。小矢部市では平成26年に「小矢部市商業まちづくりプラン」を策定し、三井アウトレットパーク北陸小矢部の年間見込来訪者の1%を市内のまちなかの商店街や観光地等に取り込み、商業や観光の振興と賑わいの創出を図るための施策を進めている。

続く振興策として、あいの風とやま鉄道石動駅周辺整備事業による石動コミュニティプラザ整備、石動駅北公衆トイレ整備、石動駅前広場整備、観光案内所整備、新図書館整備、南北自由通路整備が完了し、石動駅を中心として多くの人々が集う賑わいのある中心市街地の再構築を進めている。

当会においても石動駅前商工会ビル（愛称める・びる）の整備が完了し、商店街の核となる飲食店やコミュニティスペース、シェアオフィスとして活用しており、中心市街地活性化を目的に積極的に取り組んでいる。

しかしながら、開業から数年たった今、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う影響などで本来期待される効果が表れていない状況であり、引き続き振興策を続けていく必要がある。

②課題

小矢部市の商工業について、小売業年間販売額及び製品出荷額等をみると、小矢部市の商工業に係る民間活力は県内他市と比較して弱いため、地場産業の商品開発や販

路開拓への支援、地元商店での消費を促進する取り組みが求められている。

小矢部市の既存企業や商店は、経営基盤が弱く、また後継者不足も問題となっている。これら中小企業の経営安定化のため、行政や関係機関と連携した経営力再構築伴走支援モデルでの支援が求められている。

2021年度 県内小売業年間販売額（万円）

	小売業年間販売額	人口1人あたり 小売業年間販売額
砺波市	7,446,683	155
魚津市	5,750,523	142
富山市	54,141,264	131
高岡市	20,641,817	124
小矢部市	2,982,611	103
黒部市	4,074,266	103
滑川市	3,004,644	93
射水市	8,237,460	91
南砺市	4,319,008	90
氷見市	3,921,334	89

（経済センサス）

2021年度 県内製造品出荷額等（万円）

	製造品出荷額等	従業員1人あたり 製造品出荷額
滑川市	35,273,967	5,025
射水市	47,639,215	3,721
富山市	135,090,124	3,230
砺波市	15,143,431	2,857
氷見市	9,889,512	2,814
高岡市	39,123,644	2,608
魚津市	9,677,894	2,538
南砺市	17,563,358	2,351
黒部市	19,612,090	2,034
小矢部市	9,103,008	1,663

1) 事業承継の推進

当会の会員数の推移をみると平成8年をピークに減少傾向に歯止めがかからない状況にある。特に高齢による廃業を理由とした脱会が目立っている状況であったが、コロナ禍の影響を受けた方が、国、県などの施策を活用したいと商工会に支援を求め、これを機会に会員数が増加した。しかし、県内他市よりも高齢化が進んでいることを考えると、商工業者の高齢化と後継者不足は顕著であり、このままでは地域経済の衰退は避けられないと考える。商工会及び地域にとって、新たな地域の担い手となる創業者の発掘や後継者の育成による事業承継の推進は喫緊の課題となっている。

2) 小矢部市における産業別の状況

ア. 工業：地場産業の商品開発や販路開拓への支援が課題

小矢部市の工業について、市制当初（1962年）のころは、繊維工業、ゴム製品、木材木工品、窯業などが主流であったが、現在は金属製品、食料品、繊維工業の3業種で製造品出荷額の5割以上を占めている。特に、金属製品の従業員数は製造業全体の39%、繊維工業の従業員数は製造業全体の13%を占めている。工業全体の事業所数・従業者数はともに減少傾向にあり、2021年度の製造品出荷額等をみると県内他市と比較して弱く、地場産業の商品開発や販路開拓への支援が課題となっている。

イ. 小売業：固定客依存への脱却のための新規顧客呼び込みが課題

小矢部市の商業について、商業地域は石動駅を中心とした石動市街地周辺部に分布する商店街でなっている。商店数の減少幅が県全体より大きく、販売額の伸びも県平

均を下回り、周辺地域の大型商業施設開業等によって近隣市町に購買力が流出している。また、商店街の集客力低下により地元商店街を訪れる市民は少なく、固定客に依存している。このことから、新規顧客を呼び込むために、品揃えや店の雰囲気づくりなど魅力ある個店が望まれ、また後継者の育成等経営体質の改善や街路・街灯の整備など環境整備事業の継続、空き店舗を活用する等にぎわい創出のためのイベント事業の充実による活性化が課題となっている。

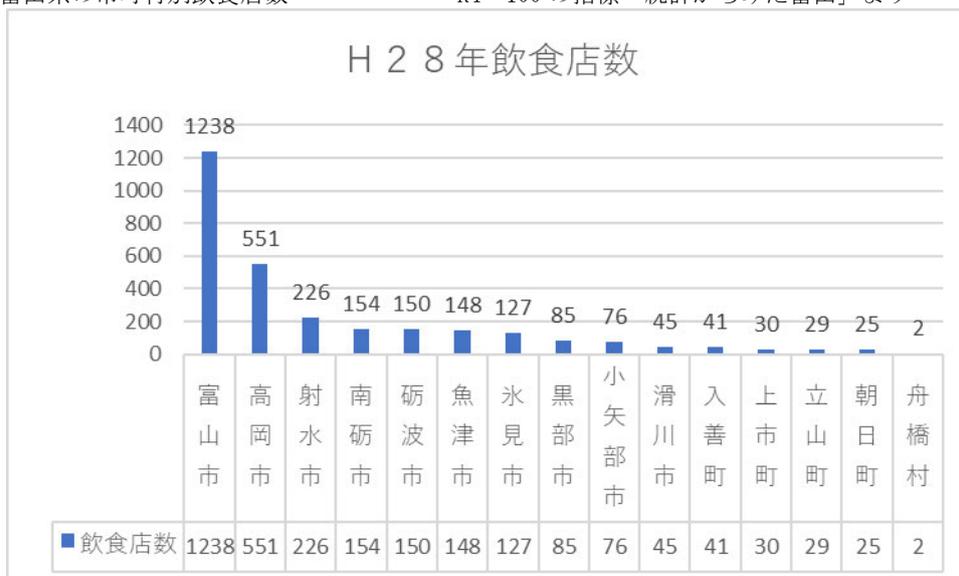
ウ. 飲食店：地元商店街の飲食店を増やしまちなか消費増加が課題

県内市町村の飲食店数をみると、小矢部市は近隣市と比べ飲食店や喫茶店が少ない。なお、平成 29 年に当会が実施した石動駅周辺来訪者へのアンケートの調査をみると、約 7 割の人が外食する場所について「砺波市」と回答している。

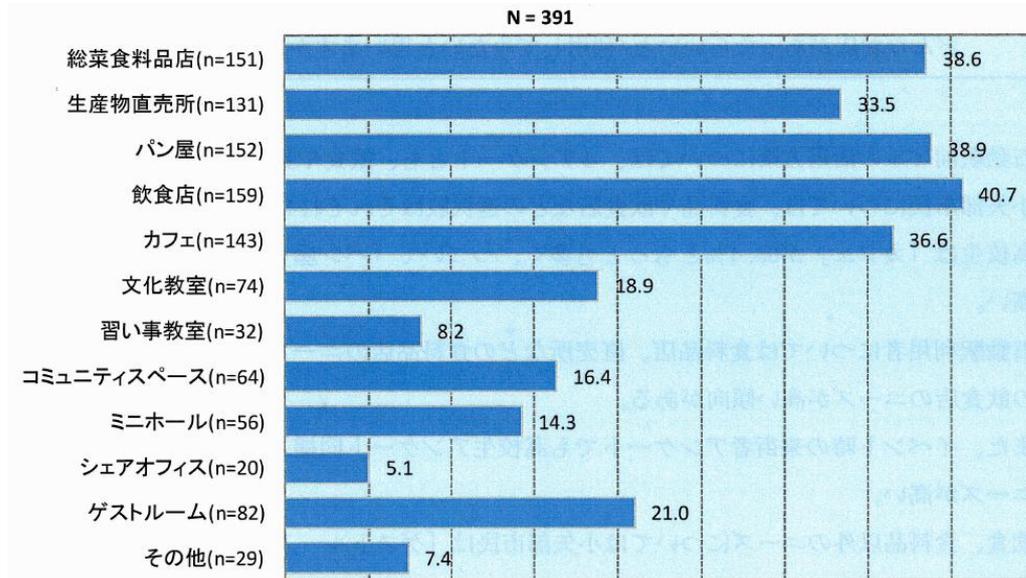
小矢部市内で営業している飲食店の一部においては、コロナ禍の影響から売上減少に伴い事業継続を断念したところも見受けられる一方、コロナ禍が落ち着いたことから新たに開業した飲食店もある。

富山県の市町村別飲食店数

R4「100の指標 統計からみた富山」より



平成 29 年に当会が実施した石動駅周辺来訪者へのアンケート「商店街にあればよい店は？」の結果



先述のアンケート調査結果によれば、商店街にあればよい店について、「飲食店（40.7%）」と回答した方が最も多いほか「惣菜食料品店」「生産物直売所」「パン屋」「カフェ」など食にかかわる需要が多く占められている。今後はこの需要動向に着目し、コロナ禍での教訓を踏まえたテイクアウトなどへの「食」に関する新たな取り組みにより消費増につながると捉える。また地元市民だけでなく、アウトレットパーク来訪客等をまちなかの商店街等へ取り込むために、飲食店を増やすだけでなく、個々のお店の特徴を活かした既存商店での新メニュー開発により、機会創出のための手法や宣伝方法が課題である。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて（小矢部市商工会振興計画）

小矢部市の持続的発展には、小矢部市が掲げる「魅力・安心・充実 しあわせ おやべ」の将来像実現に向け、住民が「住んでみたい、住み続けたい、住んで良かった」と実感できる“暮らしやすさ”や“活力ある地域づくり”が不可欠である。この実現には小規模事業者の果たす役割は重大であり、当会は小矢部市総合計画の理解に努め、以下を重点項目とし振興策に取り組んでいく。

1) 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現

小矢部市の人口1人あたりの小売業年間販売額及び製品出荷額は他市町村よりも低く、管内商工業者の9割以上を占める小規模事業者の底上げが地域の商工業の振興に直結するものとする。この経営基盤強化に向けて、当会では経営力再構築伴走支援モデルにより、対話と傾聴で丁寧な事業者へのヒアリングを行い、現状の把握と要因分析を事業者とともに進める。そして、経営計画やITツール活用による生産性向上、事業再構築による付加価値向上を図ることで、小規模事業者の自立的な経

営力強化による事業継続を実現し、地域経済の活力に繋げていく。

現在、小矢部市内には認定を受けた「小矢部ブランド」が16商品ある。これらの中には商品の原材料となる地域資源、地域特産があることから、これらを中心に活用した新商品、新メニュー開発を行うことで独自性を出しブランド力をつける。

2) 創業・事業承継の推進

管内の後継者育成が十分に行われておらず、結果として円滑な事業承継が進んでいない状況を踏まえ、地域経済の活力となる雇用やコミュニティの維持、小規模事業者の事業継続を図るため、事業承継支援を行う。従業員の雇用が多い製造業や後継者のいる事業者を重点支援先とし、富山県事業承継・引継ぎ支援センター、富山県よろず支援拠点、富山県商工会連合会と有機的に連携し、支援にあたる。

また、中心市街地の活性化のためには新規創業も重要である。当会が管理運営に携わる石動駅前商工会ビル（愛称める・びる）等を活用し、創業希望者の不足する経営知識・経験の充足や事業計画書策定等の支援を行う。

3) 中心市街地の活性化によるまちなか消費の促進

石動駅前を中心とした中心市街地の活性化は、商工会が管理運営する施設もあることから、駅周辺の賑わい創出に取り組んでおり、中長期的な振興を見据えた中核となる事業であり、郊外に立地するアウトレットパークを始めとする大型商業施設の来客者を中心市街地に誘導し賑わいを創出させる。その波及効果を商店街はもとより、市内全体に広げていく。

小矢部市では10年以上前から様々なイベント事業をスタンプラリー形式で行っている。アウトレット開業時にもスタンプラリーを導入して来街者に周遊いただき、お店の新規顧客になる機会を作った。複数店舗をいくつも周遊する手法で、顧客が新しいお店や商品・サービスと出会い消費促進につなげる。

②小矢部市総合計画との連動性・整合性

当会の振興計画は小矢部市総合計画の6つのまちづくりの基本目標①「魅力あふれる産業と経済活力のみなぎるまち」にある「商工業の振興」「地域ブランドの振興」「中心市街地の活性化」「企業立地の促進」「雇用の安定」と連動し、整合性が取れている。

小矢部市総合計画とは次の通り連動している。

1) 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現

基本目標①「魅力あふれる産業と経済活力のみなぎるまち」

- ・ 商工業の振興：市内商工業の活性化、地場産業の育成、経営改善の支援
- ・ 雇用の安定：雇用環境の向上、雇用の促進、就労への支援等

2) 創業・事業承継の推進

基本目標①「魅力あふれる産業と経済活力のみなぎるまち」

- ・ 企業立地の促進：創業者支援の推進等

- ・ 雇用の安定：雇用環境の向上、雇用の促進、就労への支援等

3) 中心市街地の活性化によるまちなか消費の促進

基本目標①「魅力あふれる産業と経済活力のみなぎるまち」

- ・ 商工業の振興：市内商工業の活性化、地場産業の育成、経営改善の支援
- ・ 地域ブランドの振興：小矢部ブランドの活用拡大
- ・ 中心市街地の活性化：都市機能の誘導、誘客による賑わい創出、まちなか定住の促進等

③小矢部市商工会としての役割

小規模事業者の振興における当会の役割は、小規模事業者が直面する経営環境や顧客ニーズの変化等に対し、小規模事業者自らが対応できるよう自走化を促すに尽きる。そのためには、小規模事業者がこれらの変化を捉え、自社の経営資源を踏まえて課題設定と解決に向けた取り組みの必要性を認識することが重要であり、当会では経営力再構築伴走支援モデルにて対話と傾聴により小規模事業者と信頼関係を築き伴走支援を行う。

これまで当会では、金融・税務・労務等相談等の経営改善普及事業を中心にして、地域の小規模事業者の経営基盤の強化・安定に注力してきたが、今後は、厳しさを増す小規模事業者を取り巻く経営環境を充分認識した上で、従前の相談支援のスタイルを見直し、小規模事業者の経営力強化を目的として、それぞれの個社の事業再構築支援に重点を置き支援していく。

個社の経営力強化並びに当会の支援能力向上は小規模事業者の持続的発展に繋がりを、さらに小矢部市総合計画の将来像「魅力・安心・充実 しあわせ おやべ」の実現に貢献する。このためにも地域に根ざした支援機関として、本会の支援能力向上に努め、小矢部市や関係支援機関と有機的に連携し、小規模事業者の経営環境や地域の実情を踏まえた上で経営力再構築伴走支援モデルで個々の小規模事業者と真摯に向き合い、売上・収益増加、雇用維持に向けて伴走支援を行い支援目標の達成を実現する。

(3) 経営発達支援事業の目標

小矢部市商工会では以下の3項目を経営発達支援計画の目標とする。

《目標1》 地域資源や地域ブランドを活用した新商品・新サービスの開発に取り組む小規模事業者を輩出し、販売額の拡大や利益確保を目指す

小規模事業者が変化する顧客ニーズを捉え、地域資源や地域ブランドを活用した新商品・新サービスの開発を支援することで、売上・利益の増加を図り事業存続につなげる。

経営指導員等が対話と傾聴で丁寧ヒアリングを行い、現状分析による課題の明確化や事業計画の策定支援を行い、新事業に挑戦する小規模事業者を支援し、メルヘンたまごなどの地域資源や地域ブランドを活用した新商品・新サービスを創出し、販売額の拡大や利益確保を図ることで経営体質強化の実現につなげる。そして新商品・新サービス創出とあわせて地域外への販路開拓を支援することで、地域内への資金流入を図り、地

域の活力に貢献する。

《目標2》 事業の継続、後継者育成による円滑な事業承継推進により小規模事業者の減少に歯止めをかける

小規模事業者の後継者育成を積極的に支援するとともに事業承継計画の策定等を支援し、円滑な事業承継を推進し廃業を抑制する。これにより、地域の雇用維持やコミュニティ基盤の維持、技術伝承を図り、地域活力の基盤存続につなげる。また、事業承継を機に変化する経営環境の対応やDX推進、事業再構築に取り組む場を創出し、経営力強化を図る。

《目標3》 消費者ニーズの把握、商品力向上の取組みを支援し、管内飲食店の魅力向上による売上増を目指す

高齢化の進む小矢部市においては中心市街地の活性化は地域住民の生活の基盤に直結する。経済動向調査や需要動向調査を行うことにより消費者ニーズの把握、潜在的顧客を発掘し、マーケットインを念頭においた商品やサービスの開発やブラッシュアップを支援することで小規模事業者の魅力を向上させる。小規模事業者の力を引き出し、地域全体で持続的発展の取組みへ繋げる。これにより地域の生活基盤維持に貢献する。

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6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

小矢部市商工会では、次の実施方針により実施期間（5カ年）に於ける目標の達成を目指す。

《目標1》 地域資源や地域ブランドを活用した新商品・新サービスの開発に取り組む
小規模事業者を輩出し、販売額の拡大や利益確保を目指す

新商品・新サービスの開発の必要性を小規模事業者自らが認識し、自立的な取組を促すためには自社の経営状況を正確に認識することが重要である。経営指導員等が対話と傾聴で丁寧にヒアリングを行い、SWOT分析等により小規模事業者の問題・課題を洗い出し、事業再構築の必要性への理解を経営者に促す。そのうえで、地域資源や地域ブランドを活用した新商品・新サービスの開発並びにその販路開拓を支援することで売上・利益の増加を図り経営体質の強化につなげる。

また、商品開発や販路開拓の過程において、ITを活用した生産・販売等の業務プロセス見直しによる生産性向上、補助金の活用等を専門家派遣も利用しながら行うことで、小規模事業者経営力再構築伴走支援モデルによる支援を行う。

《目標2》 事業の継続、後継者育成による円滑な事業承継推進により小規模事業者の減少に歯止めをかける

巡回訪問・窓口相談での掘り起し、事業計画策定セミナーを開催することにより、事業承継の早期の取り組みを促す。後継者不在の小規模事業者には第三者承継や事業譲渡等の検討を促す。これにより小規模事業者の減少に歯止めをかける。事業承継支援は富山県事業承継・引継ぎ支援センターや富山県よろず支援拠点、富山県商工会連合会と連携し行う。

《目標3》 消費者ニーズの把握、商品力向上の取組みを支援し、管内飲食店の魅力向上による売上増を目指す

変化する消費者ニーズに対応した商品やサービスの開発を促すため、経済動向調査や需要動向調査を実施し、その結果を踏まえて小規模事業者の支援を行う。また、調査結果やトレンドから、潜在的顧客のターゲット設定を行い、新規顧客の獲得に向けた支援を行う。マーケットインを念頭に優れた独自性を高めた商品やサービスの開発やブラッシュアップを支援することで、小規模事業者がもつ魅力を向上させる。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当商工会では地域の経済動向調査に関する事業として、会員事業所に年1回経済動向調査を実施しているほか、富山県商工会連合会と連携して中小企業景況調査や中小企業金融実態調査を実施している。

【課題】

会員事業所経済動向調査については、回答する会員事業所が限定的であるため有効な情報の公表には至っていないことが課題である。中小企業景況調査は四半期に一度、中小企業金融実態調査は年に一度定期的に調査しているもので、調査項目は景況感や売上の増減、資金繰りなどを問うものとなっている。その調査結果はHP掲載により情報提供しているが、十分に活用出来ていないと言えない。

また、関係機関から多くの調査、統計等の冊子などが集まっているが、本情報を経営指導員等で特に分析を行うことなく、一部の小規模事業者への資料提供に留まっている。調査情報の公表やその有効活用を経営指導員等が行うことができるように体制を構築することが課題である。また、ビッグデータ等を活用した専門的な分析は行っていないことから、今後はこれらを改善し、各資料を収集・分析し、巡回・窓口相談時に提供するとともに、ホームページ上で広く公表する。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
③中小企業金融実態調査の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域経済分析システム「RESAS」の活用による地域の経済動向分析

当地域における稼げる産業や事業者に対して、効果的な経済活性化を目指すため、「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を、経営指導員が中心となって行い、年1回ホームページで公表する。

(調査手法) 経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

(調査項目) 「地域経済循環マップ・生産分析」⇒ 何で稼いでいるか等を分析

「まちづくりマップ・From-to分析」⇒ 人の動き等を分析

「産業構造マップ」⇒ 産業の現状等を分析

上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に活用する。

②景気動向分析（中小企業景況調査）

管内の景気動向について詳細な実態を把握するため、富山県商工会連合会と連携して「中小企業景況調査」を行う。管内小規模事業者の景気動向について四半期毎に調査・分析を行う。調査結果はこれまで調査対象者に冊子として配布し情報提供していたが、広く周知・活用できるようホームページで公表、巡回訪問・窓口相談の際に情報提供できるよう全職員で情報共有し活用できる体制を整える。

（調査方法）経営指導員による聞き取り調査

（調査対象）管内小規模事業者（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業から13社）

（調査項目）業況判断、売上額、採算性、資金繰り、設備投資計画、経営上の問題等

③中小企業金融実態調査

現在、富山県商工会連合会と連携して管内事業者80社の金融実態調査を実施している。経営状況や資金繰り、融資制度の活用に関する調査を年1回実施する。調査結果は全職員で情報共有し、巡回訪問や窓口相談時に小規模事業者に提供する。またホームページで広く公表する。

（調査手法）経営指導員による聞き取り調査

（調査対象）会員事業所より抽出。運輸業を含む。

（調査項目）財務状況、資金繰り、融資制度の活用に関する動向

（4）調査結果の活用

- ・情報収集、調査、分析した結果はホームページで公開し、広く管内事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回訪問・窓口相談を実施する際の参考資料とする。
- ・後述の経営分析、事業計画策定の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現状】

小規模事業者の多くは勘やこれまでの経験により経営しており、必ずしも需要動向や消費者ニーズにマッチした商品やサービスの提供、品揃えが出来ておらず、消費者の支持を得られていない状況が見受けられる。

当商工会では、コロナ禍で首都圏での展示会が開催されないためにモニタリングなどの調査ができなかったことから、感染防止規制の中、令和2、3年度に市内アウトレットパーク北陸小矢部に於いて、新商品、新サービスのモニタリングを実施し、新商品等のブラッシュアップのために活用している。

【課題】

現状、定期的な調査は行っておらず、小規模事業者の商品開発や販路開拓に寄与できる支援は十分ではない。今後、テストマーケティングを兼ねた小矢部市内周遊イベントや来街者が増えるイベント時などを活用し、新商品、新サービスなどの試食やアンケートや需要動向に関する調査を定期的に行う。小規模事業者の独自性を高め、魅力あるものとするために、これらを分析、情報提供することにより、小規模事業者の販路開拓に

つなげることが課題である。

また、平成 27 年 7 月に開業した「三井アウトレットパーク北陸小矢部」の来訪者のまちなかに呼び込みたいとしているが、開業後 8 年経った現在、県外客等がまちなかや商店街を周遊し、購買につなげているといった効果は特に現れていないのが現状である。今後もアウトレットパークの来客者や従業員に対しニーズ調査を実施し、まちなかや商店街への誘客を図り新規顧客獲得につなぐ。

(2) 目標

項目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
①店頭におけるニーズ調査の調査対象事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者
②ニーズ調査の実施回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③展示会、商談会等出展による需要動向調査対象事業者数	4者	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①店頭におけるニーズ調査

小矢部市の地域資源・地域ブランドなどを使用した新商品を管内に約 100 店舗ある飲食店や菓子店のうち、毎年 4 事業者に対し開発を提案し、支援する。開発された新商品等について各店舗において来店者や顧客に対し商品・サービスに関するアンケート調査を実施し、調査結果を分析した上でフィードバックすることで、新商品開発に資する。来店者が興味を持ち積極的に調査に参加しやすくするための周遊イベントなどを活用する。

(調査手法) 商品開発に取り組む事業所が、来店客に対して店頭においてアンケートを配布し記入してもらおう。アンケート結果の集計・分析は経営指導員が行う。

(サンプル数) 1 事業者 20 件を目標に実施。

(調査項目) 性別、年代、価格、味、見た目、ネーミング等

(調査結果の活用) 調査結果は、経営指導員が当該飲食店・菓子店に伝え、今後の商品開発やブラッシュアップに活用する。

②三井アウトレットパーク北陸小矢部やまちなかイベント会場でのニーズ調査

三井アウトレットパーク北陸小矢部やまちなかイベント会場への来客者に、中心市街地やまちなかの飲食店や小売店に足を運んでもらうため、アンケート調査を実施することにより、どのようなお店や商品・サービスがあれば立ち寄ってみたいと思うか把握し、今後の商品やサービスの開発に繋げる。必要な場合モニタリングを行う。

(調査手法) 経営指導員等が来客者等にアンケート調査を実施する。アンケート結果の集計・分析は経営指導員が行う。

(サンプル数) 100 件を目標に実施。

(調査項目) 性別、年代、交通手段、立ち寄りたい店、気になる小矢部の
産品等

(調査結果の活用) 調査結果を整理分析し、小規模事業者に提供。今後の商品・
サービス開発、販売促進の参考資料として活用する。

③展示会、商談会等出展による需要動向調査

全国商工会連合会や富山県商工会連合会、関係機関等で開催される展示会・商談会
への出展を促し、販路開拓の機会とする。(想定される展示会等は21~22 ページ参照)

ブースを訪れたバイヤーや来場者に対して、商品紹介や試食を通じてアンケートを
実施し、集めた情報をもと商品開発やブラッシュアップに活かす。

(調査手法) 各ブースにおいて、アンケート調査票に基づき商品説明・試
食とあわせてアンケートを実施する。アンケート結果の集
計・分析は経営指導員が行う。

(サンプル数) 1事業者あたり30件

(調査項目) 性別、年代、価格、パッケージ、ネーミング等

バイヤーには出荷数、リードタイムなど取引条件を加える

(調査結果の活用) 調査結果を整理分析し、小規模事業者に情報提供し、今後の
商品開発、販売戦略の参考データとして活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

コロナ禍の間、その影響を大きく受けた小規模事業者が、国などの施策を活用するた
め、事業計画策定に向けた経営分析を必要として、商工会の支援を求めるケースが増加
した。この背景も有り、当商工会では、金融斡旋等の際に財務状況を把握するための経
営分析を行うことが多いのが現状である。また事業承継において後継者に対し経営の
話をしていないケースが見受けられ、経営者への意思付けが課題になっている。

【課題】

目的が資金調達などであったことから、本来の経営分析の必要性が十分に伝わってい
なかったため経営改善に活用出来ていないことが課題である。

今後は、コロナ禍が落ち着きをみせていることから経営改善のための経営分析を行っ
ていく。巡回訪問・窓口相談での掘り起しや経営分析セミナーを開催し、現状把握、財
務分析だけではなく、非財務分析(SWOT分析)を通じて課題を明確化し、事業者自らが
現状とのギャップを認識した上で、小規模事業者との対話と傾聴により事業再構築につ
ながる事業計画策定ができるよう経営力再構築伴走支援を行う。

(2) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①巡回窓口相談による経営 分析者数	28者	30者	30者	30者	30者	30者

②経営分析セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②セミナーによる経営分析事業者数	10者	15者	15者	15者	15者	15者
①+②経営分析事業者数	38者	45者	45者	45者	45者	45者

(3) 事業内容

①巡回訪問・窓口相談時の経営分析

巡回訪問・窓口相談時に、経営分析や事業計画の必要性を理解いただき、経営分析ツール（ローカルベンチマーク）を活用した経営分析を行い、小規模事業者を提供する。また、中小企業基盤整備が提供するアプリ「経営計画つくるくん」の分析を活用し、質問項目に応えることで初心者でも簡単に市場、競合、自社分析が可能となる。これらを活用して経営分析を行い、小規模事業者を提供する。

(対象者) 巡回・窓口での相談者、「商工会クラウド MA1」利用者で売上拡大に積極的な事業者や経営改善が必要と思われる事業者。事業承継予定者。

(分析項目) ・定量的分析 収益性、生産性、健全性、効率性、安全性、各業界指標との乖離
 ・定性的分析 SWOT分析等小規模事業者の内部環境（自社の強み・弱み）と外部環境（機会・脅威）を分析し、自社の現状を把握する。

(分析手法) 事業者の状況や局面にあわせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小企業基盤整備が提供するアプリ「経営計画つくるくん」を活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(内部環境)	(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・取引先、仕入先 ・人材、社内体制 ・事業継続力計画の策定状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術、ノウハウ等知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業承継計画の状況 ・商圏内の人口動向 ・競合、新規参入の脅威 ・市場動向、業界情報

②経営分析セミナーの開催

年1回経営分析セミナーを開催し、経営分析の必要性や分析手法の理解を深め、セミナー参加者の経営分析を行う。財務諸表による定量的分析や強み・弱み・機会・脅威を把握する定性的分析を行うことで課題の明確化を図り、事業計画策定に繋げる。

経営指導員は、受講後に巡回等フォローアップを行い、分析結果によって明確化した課題を事業者と共有化し、今後の改善策を共に検討しながら事業計画の策定へ繋げていく。

(募集方法) チラシを作成し、経営指導員巡回時の配布や広報誌への折込及びホームページにて告知するとともに「商工会クラウド MA1」利用者・若手後継者等に案内する。

- (開催回数) 1回
(参加者数) 15者程度
(対象者) セミナー参加者、事業計画策定、販路開拓に意欲的な事業者、創業3年未満の事業者や後継予定者のいる事業者等。
(分析項目) ・定量的分析 収益性、生産性、健全性、効率性、安全性、各業界指標との乖離
・定性的分析 SWOT分析等小規模事業者の内部環境（自社の強み・弱み）と外部環境（機会・脅威）を分析し、自社の現状を把握する。
(分析手法) 事業者の状況や局面にあわせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小企業基盤整備が提供するアプリ「経営計画つくるくん」を活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(内部環境)	(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・取引先、仕入先 ・人材、社内体制 ・事業継続力計画の策定状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術、ノウハウ等知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業承継計画の状況 ・商圏内の人口動向 ・競合、新規参入の脅威 ・市場動向、業界情報

(4) 分析結果の活用

経営分析の結果は小規模事業者にフィードバックし、今後の経営改善に活用するため、経営指導員と共に経営課題の明確化を図り、経営改善の方向性を示しながら、事業計画策定へと繋げる。

また、分析結果をデータベース化し、職員間で共有化を図り、今後の経営支援に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

金融斡旋や補助金申請時等に必要に応じて事業計画の策定支援を行っているが、資金調達や補助事業採択を目的としており、小規模事業者の持続的発展を目的とした事業計画策定支援は行っていなかった。

【課題】

これまでの事業計画策定支援は、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していなかったことが課題である。今後は、前述の経済動向や経営分析の結果を踏まえて、小規模事業者自らが経営課題を把握したうえで、目標を定め、その目標を達成できるよう事業計画の策定支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

経営分析により事業者自身が経営課題や今後の事業計画の必要性を理解してもらう

ことが何より重要である。これまで事業計画書を作成できずに経営改善が進まなかった小規模事業者に対し、「事業計画策定セミナー」の受講を通じて、事業者が自社の強み・弱み等の気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて経営力再構築伴走支援を行う。これにより、小規模事業者の経営課題や目標が明確化し、経営改善が図られ事業の持続的発展につなげる。

また、事業計画の策定段階において、DXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を支援する。

(3) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①DX推進セミナー開催回数	－	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	20者	20者	20者	20者	20者	20者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催・IT専門家派遣の実施

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWEBサイト構築などの取り組みを推進していくためにセミナーを開催する。内容は、DXの活用事例やSNSを活用した情報発信方法、ECサイトの利用方法等とする。

また、セミナーを受講した小規模事業者の中から取り組み意欲の高い小規模事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

(支援対象) 経営分析を行った小規模事業者等

(支援手法) セミナーを受講した小規模事業者の中から取り組み意欲の高い小規模事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

(募集方法) 開催案内チラシ配布(広報誌折込)及びホームページにて告知
経営分析セミナー受講者は個別に勧誘し参加いただく。

(講師) IT専門家より選定

(回数) 1回

(カリキュラム) DXの活用事例、SNSを活用した情報発信方法、
ECサイトの利用方法等

(参加者数) 10者程度

②事業計画策定セミナーの開催

経営分析を行った小規模事業者を対象としてセミナーを開催し、事業計画の考え方や目標設定と事業計画策定の仕方を学び、経営改善と目標達成のための事業計画策定

を行う。

(内容) 事業計画の考え方、顧客・市場ニーズの把握、目標設定と事業計画書の策定

(対象者) 経営分析を行った小規模事業者

(募集方法) 開催案内チラシ配布（広報誌折込）及びホームページにて告知

経営分析セミナー受講者は個別に勧誘し参加いただく。

③事業計画の策定

(支援対象) 経営分析をおこなった事業者を対象とする

(支援手法) 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員が外部専門家と連携しながら経営分析の結果や地域の経済動向調査等を踏まえて事業計画の策定を支援する。また、事業承継の課題を持つ小規模事業者に対しては、個別対応として、事業承継ネットワークや関連機関と連携して事業承継計画の策定に繋げる。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでは小規模事業者からの依頼により、金融あっせんや補助金申請時、専門家派遣等の際に必要な応じて支援を行っている。

【課題】

作成した事業計画について定期的に進捗状況を把握するまでには至っておらず、必ずしも経営改善や目標達成のための支援とは言えない状況であった。

今後は事業計画策定の必要性とその後のPDCAサイクルの重要性を浸透させ、目標達成に向けた支援を定期的実施していく。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての小規模事業者に対して、経営指導員等が定期的に巡回等を行い、事業の進捗状況並びに計画実行に際して出てきた新たな課題などのフォローアップを行う。自走化を意識し、小規模事業者自身が主体となって計画を実行し、対話を通じて事業者が答えを見出せるよう、計画の進捗フォローアップを通じて小規模事業者へ内発的動機付けを行い、潜在力の発揮につなげる。

フォローアップを通じて事業計画とズレが生じている場合は、その要因をヒアリングし、軌道修正が必要な場合は計画見直しを支援する。

(3) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ対象事業者数 (策定1年目)	20者	20者	20者	20者	20者	20者
フォローアップ対象事業者数 (策定2年目)	20者	20者	20者	20者	20者	20者

フォローアップ支援指導延回数（策定1年目）	80回	80回	80回	80回	80回	80回
フォローアップ支援指導延回数（策定2年目）	40回	40回	40回	40回	40回	40回
売上3%増加事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、四半期毎に事業計画の進捗状況を確認し、計画通りに進んでいなければその原因を検証し、対応策を考え修正、実行する。また、必要に応じて他の支援機関や専門家派遣を活用し、事業計画の達成に向けて事業者と共に取り組んでいく。事業計画策定後の進捗状況を定期的に確認し、PDCA サイクルを意識したフォローアップすることで、事業計画の実現性を高めていく。

事業計画の実施に係る資金調達については、日本政策金融公庫の融資制度「小規模事業者経営発達支援融資制度」、「小規模事業者持続化補助金」、「富山県中小企業チャレンジファンド」等の融資や補助金メニューについて周知、活用を促し、申請についてフォローアップする。

事業計画策定後1年間は年4回のフォローアップとし、2年目は年2回を目安とするが、小規模事業者の計画実施状況や計画と現状の差異等、状況に応じてフォローアップの頻度を見直しながら実施する。3年目以降は、必要がある場合には適宜支援を行うこととするが、原則として巡回訪問・窓口相談の際にフォローアップする。

また、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、富山県商工会連合会の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方法を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。売り上げ3%増加を目標とする。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

富山県商工会連合会や関係機関から展示会・商談会の案内を受け、会員へ告知する程度に留まっている。小規模事業者の販路開拓に寄与できる支援は出来ていなかった。また、ITを活用した販路開拓も十分に支援出来ていないのが現状である。

【課題】

小規模事業者に応じた展示会・商談会への出展を促し、展示会出展前や出展後のフォローを行い、効果的な出展となるよう支援体制を構築することが課題である。あわせて新たな販路開拓にはDX推進が必要であることを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、県内外で開催される展示商談会や販売会への出展を支援する。出展にあたっては、経営指導員等がブース演出や商談資

料、商品説明等、事前支援並びに出展の結果を踏まえた出展後の商品改良等の支援等、きめ細かな伴走支援を行う。

出展事業者は経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある製造業を重点的に支援する。

DXに向けた取組として、SNS 情報発信や EC サイトの導入、Zoom 等を利用したオンライン商談等、IT 活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、事業者の理解度を高めていく。IT 導入にあたっては必要に応じて IT 専門家派遣等を実施するなど、事業者の段階にあった支援を行う。

(3) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①展示会出展事業者数 (B to C) 1)、3)、5)	2者	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/者	3万	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
①商談会出展事業者数 (B to B) 2)、4)、5)	2者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	2件	2件	2件	2件	2件	2件
②ECサイト登録事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
ジェグテック登録事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上3%増加事業者数	—	1者	3者	3者	3者	3者
③マスコミ活用による情報発信 件数	—	4者	4者	4者	4者	4者
売上3%増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
④アウトレットとまちなか周遊 事業活用事業者数	—	5者	10者	10者	10者	10者
売上3%増加事業者数	—	2者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

①展示会、商談会出展による販路開拓支援 (BtoB、BtoC)

全国商工会連合会や富山県商工会連合会、関係機関等で開催される展示会・商談会への出展を促し、販路開拓の機会とする。

(想定する展示会・商談会)

1) かがやき TOYAMA 逸品フェスタ in 日吉東急アベニュー (BtoC)

富山県商工会連合会が毎年秋 3 日間にわたり神奈川県東急百貨店日吉店のイベントスペースで開催している展示会。

日吉店は東横線日吉駅前に位置し 1 日あたり 3 万人の来店者数がある。

特色を活かした商品を消費者などに紹介、販売することにより、販路開拓を支援するとともに、小規模事業者の商品展開力・販売力向上を図り、地域経済の活性化を目的としている。

食品製造業者等、1 者の出展を想定している。

2) 富山県ものづくり総合見本市 (BtoB)

富山県や富山県商工会連合会等関係団体が連携して主催する展示商談会
工作・産業機械、電子・電機、IT、プラスチック、アルミ、繊維、医薬品、
化学など広く県内外、海外のものづくり技術や製品を展示し、経済交流の促進
を図ることを目的としている。リアル開催では2019年に25,981人が来場。
ものづくり技術を有する製造業者等1者の出展を想定している。

3) とやまの逸品フェア in 日本橋とやま館 (BtoB、BtoC)

富山県商工会連合会が小規模事業者の販路開拓支援を目的に開催されている。
富山県が首都圏情報発信拠点としている日本橋とやま館で開催するもので、首
都圏消費者に対しPRやテストマーケティングの機会をつくることができる。
来場者は平日700名、土日1,000人が来場する。
食品製造業者等1者の出展を想定している。

4) 地方銀行フードセレクション (BtoB)

百貨店、食品スーパーなど仕入企業の食品担当バイヤーと食品企業との商談の
場を提供することを目的に毎年東京ビッグサイトで開催されている。
食品製造業者等1者の出展を想定している。来場者7,000人規模。

5) スーパーマーケット・トレードショー (こだわり食品フェア) (BtoB、BtoC)

一般社団法人全国スーパーマーケット協会 (一般財団法人食品産業センター) が
主催する食品流通業界のバイヤーや関係者が多く来場し、昨年度実績3,271小間
出展、62,525名来場した大型商談会。全国の小売業をはじめ、卸・商社、中食、
外食等多数のバイヤーが来場することから、販路開拓やマーケティングの機会に
つながる。
食品製造業者等1者の出展を想定している。

(支援内容) 出展前には、来場者へのアプローチ方法、効果的なプレゼン手法、商
談シートの作成等の支援を行う。出展後には、バイヤーや消費者の意
見を参考に商品のブラッシュアップや事業計画策定・見直し等の支援
を行う。

②IT を活用した販路拡大支援

小規模事業者においては依然としてITの活用が進んでおらず、ホームページ作成支
援やECサイトの活用支援を行うことにより、販路拡大の余地は十分残されており、積
極的に支援したい。

1) 「J-Good Tech (ジェグテック)」を活用した販路開拓支援

中小企業基盤整備機構が運営するビジネスマッチングサイト「J-Good Tech (ジ
ェグテック)」を活用し販路開拓支援を行う。製造業等の自社の技術・製品情報が
ウェブを通じて国内外に発信され、大手メーカーや海外企業等、新たな取引先の

開拓に繋がる。

※「J-Good Tech (ジェグテック)」

中小企業基盤整備機構が運営する Web マッチングサイトで、日本の中小企業と国内の大手・中堅企業や海外企業が登録し、企業間の取引を取り持つ。販路開拓や海外進出に意欲的な製造業者等が多く登録している。

2) EC サイトの開設、EC サイト利用促進

自社の EC サイトを有しておらず、かつ EC サイトで商品やサービスの販売を行っていない小規模事業者を中心にインターネットを活用した新たな販売方法を支援する。ネットショップの立ち上げから商品構成、ページ構成等必要に応じて IT 専門家等と連携し立ち上げから運用までを継続支援する。また、EC サイトの手数料等の費用を勘案し、事業者に応じたサイトの選定を支援するとともに、SNS との連動や効果的な商品紹介、写真撮影等、細やかな支援を行う。

③マスコミ等（プレスリリース）の活用支援

支援した小規模事業者の商品やサービス等について、テレビ・新聞社等のマスコミ向けにプレスリリースを行い、取材が受けられるように働きかける。メディアに取り上げられることにより知名度向上が図れ、需要拡大に期待が持てることから積極的な支援を行う。

(支援内容) 効果的なプレスリリース、プレゼン方法について支援を行う。

④アウトレットとまちなか店舗周遊事業の活用支援

小矢部市内の飲食店、小売りサービス業店舗が参加する周遊イベント事業に、地域資源、季節用商品、旬の原材料などを活用した新メニューや商品、サービスで参加する小規模事業者を支援する。既存顧客のほか、アウトレット等に来訪者した方を新規顧客とするため、またこのイベントに参加した顧客のリピート率を上げるために、独自性の高い魅力あるメニューや商品などを開発し、個々のブランド力をつけ、今後も継続して展開できる支援をする。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで、当商工会では組織的に事業実施における成果や改善の見直しをするための取り組みが不十分だった。年度当初に巡回指導件数等の目標設定をしているが、進捗状況の確認や結果の分析がなされていないため、有効な改善策を実施できない要因となっていた。また、これらのすべては内部での反省会に留まっており、事業評価について一部の関係者に開示されるのみであった。

平成 31 年度よりクラウド型経営支援ツール「BIZ ミル」を導入し、支援対象である事

業者情報と支援実績を紐付けてデータベース化し、指導員間の情報共有を図り経営発達支援事業の評価・見直しを行う体制を構築している。

【課題】

このような状況から、事業の評価及び見直しについては、必要に応じ外部の有識者を加え、的確な評価とその公表及び次への見直しにつなげるような仕組みづくりを構築することが課題である。

(2) 事業内容

PDCA サイクルを回し経営発達支援事業を効果的に実施するため、次の方法により本計画に記載する全ての事業の実施状況及び成果について評価・検証を行う。クラウド型経営支援ツール「BIZ ミル」を活用し、実施内容や効果などを個社特定情報に抵触しない範囲で定量的に見える化した基礎資料を作成し評価・見直しを行う。

①全職員参加による「経営発達支援会議」を四半期毎に開催し、事業の進捗状況や事業内容について協議する。

②外部の有識者を含めた「経営発達支援計画事業評価会議」を年1回開催し、事業の実施状況や成果の評価を受け、改善策の検討を行う。

[経営発達支援計画事業評価会議の委員構成案]

外部有識者	行政	小矢部市商工立地振興課
	有識者	中小企業診断士等
その他委員	支援機関	富山県商工会連合会専門指導員等
	〃	管内金融機関等
	事業者等	商工会役員等
	事務局	事務局長・法定経営指導員等

③事業評価会議の結果は理事会へ報告し、承認を得た後にホームページで公表する。

④評価結果を踏まえた見直し体制について

事業評価会議における評価結果を全職員で共有・改善策を検討し、その改善案を評価結果とともに理事会へフィードバックする。次年度に向けた計画案を決定することで、事業のPDCA 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に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

本会の経営指導員及び経営支援員は、県商工会連合会が開催する研修会や事業説明会に参加し、復命書を回覧することで情報の共有を行い、資質向上に努めてきた。

【課題】

職員個々が持つ知識・情報・支援スキルにばらつきがあり、支援ノウハウの組織内共

有を十分に図ることができなかつた。全体で情報共有し組織としての支援力の底上げを図ることが課題である。また、DX 推進に必要なデジタル化・IT 化に関する知識を含む支援スキルの向上を図ることや、小規模事業者の自己変革を促すため経営力再構築伴走支援能力の向上を図ることが課題である。

(2) 事業内容

①OJT による支援能力向上

専門家派遣の際には、経営指導員及び経営支援員も帯同することで、ヒアリング力や支援の進め方、分析の視点、専門的な知識、支援ノウハウ等の習得を目指す。また、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、経営指導員等が不得意な相談やこれまでに経験のない相談支援に対し、スーパーバイザーに同行を依頼する。

職員の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげるために OJT にて支援能力の向上を図る。

②各研修会の受講

全国商工会連合会や富山県商工会連合会、中小企業基盤整備機構等が主催する研修に加え、中小企業大学校やとやま中小企業人材育成カレッジの主催する課題別研修への積極的な受講を行う。研修会の内容を精査し小規模事業者への経営力再構築伴走支援能力向上につながるような研修を中心に受講する。受講した経営指導員等は、ノウハウ共有化のため、経営支援会議で報告する。

また、全国商工会連合会が行う、WEB 研修を全職員が計画的に受講し、年 1 回効果測定を行う。

(想定する研修会)

- ・コミュニケーション能力向上セミナー
- ・小規模事業者課題設定力向上研修等

③支援ノウハウの共有とデータベース化

毎月 1 回、一般職員を含めた全職員による経営支援会議を実施する。研修会受講による支援ノウハウや情報、小規模事業者への支援状況や課題等の報告を行い商工会全体として情報を共有化と支援ノウハウの向上を図る。

個人に蓄積しがちな支援手法や事例について、事業者の課題やこれまでの支援状況等の情報を共有化、データベース化し、担当してきた個々の職員が人事異動等で組織を離れても、次の職員が引き続きスムーズに支援できるよう、経営支援カルテを共有サーバに保存し、全職員がいつでも閲覧できるようにしておく。

④DX 推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者の DX 推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の IT スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のような DX 推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

＜DXに向けたIT・デジタル化の取組＞

1) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子決裁システム等のITツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策等

2) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用 オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

3) その他取組

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等

⑤経営発達支援計画推進会議の開催

小矢部市役所、富山県新世紀産業機構、富山県商工会連合会、専門家などの関係者等をメンバーとする経営発達支援計画推進会議を年1回開催し、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで組織としての支援能力向上を図る。

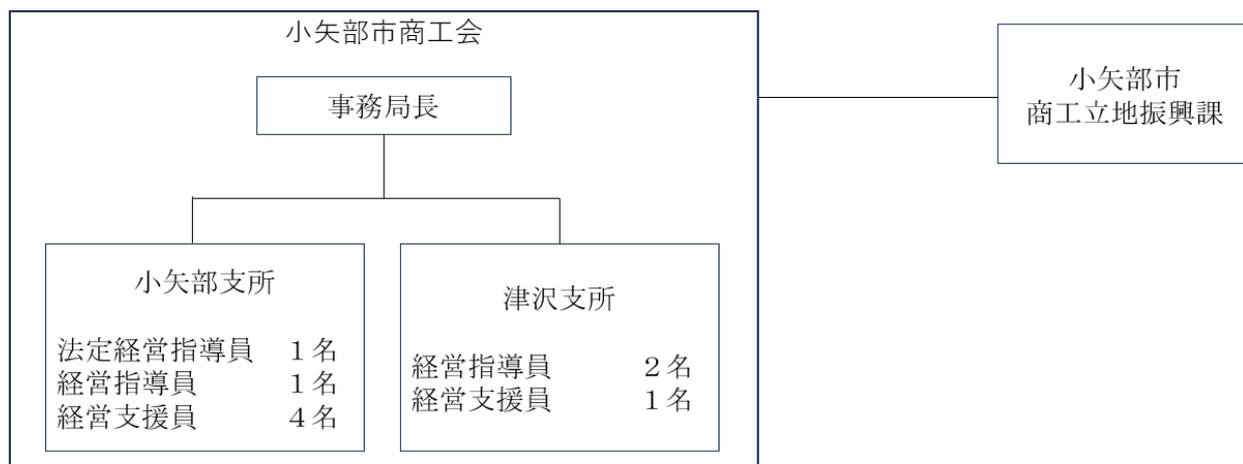
(別表2)

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

(令和5年11月現在)

(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制 等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名 小西祥子

連絡先 小矢部市商工会

富山県小矢部市八和町 5-15

電話 0766-67-0756 FAX 0766-67-6353

②法定経営指導員による情報の提供及び助言 (手段、頻度 等)

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

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①小矢部市商工会

住 所 〒932-0048 富山県小矢部市八和町 5-15

電 話 0766-67-0756 F A X 0766-67-6353 Email oyabe@shokoren-toyama.or.jp

②小矢部市商工立地振興課

住 所 〒932-8611 富山県小矢部市本町 1 番 1 号

電 話 0766-67-1760 F A X 0766-67-1567 Email syoko@city.oyabe.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

	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
必要な資金の額	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
専門家派遣費	500	500	500	500	500
セミナー開催費	600	600	600	600	600
展示会出展費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
DX 販路開拓費	500	500	500	500	500
経営発達支援計画事業評価会議費	100	100	100	100	100
指導員等の資質向上 研修費	300	300	300	300	300
地域経済動向、需要動向調査費	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
①補助金等 国補助金、県補助金、市補助金、全国連補助金、県連助成金
②自主財源 会費収入、手数料収入、受託料

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等