

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>越前町商工会 (法人番号 6210005008284)</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成30年 4月 1日～平成35年 3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>越前町の経済状況や小規模事業者を取り巻く環境は、地域全体の高齢化、居住・就労人口の減少、県外資本の大型店の進出、及びこれらに起因する事業所の魅力・吸引力低下の悪循環が進行している。これに対し、越前町商工会は、地区毎の、小規模事業者個々の持続的な発展を維持すべく、以下の目標にて活動を行う。</p> <p>目標① 小規模事業者への経営分析による支援 個社の抱えている本質的課題を抽出するため、適切な改善提案を行うために経営分析を行い、小規模事業者の持続的な発展を図るための支援を行う。</p> <p>目標② 地域内小規模事業者への事業計画作成による支援 短期的な経営相談に完結せず、個社・業界の抱える潜在的・本質的な課題の発掘と解決、業界全体の動向、消費者動向を見通した、持続可能な経営を実現する事業計画の作成を支援する。</p> <p>目標③ 目標①②の実施に向けた支援体制の整備・強化 各支援機関との連携を強化し、併せて職員の指導の向上を図り、当町の小規模事業者に対する経営指導の中核的な機関としての体制の整備・強化を図る。</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること ・小規模事業者を対象とする景況調査を実施し、地区、業種、規模毎に整理後、共通する課題・独特の課題を抽出し、事業計画策定に活用する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること ・地区毎に本質的な経営課題の発掘による長期視点での経営体質強化を目標に、内部経営資源分析・外部要因分析を行い、市場データとの比較により支援テーマを選定する。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること ・巡回訪問、調査事業、補助金・融資相談先、労務・税務支援先、創業・第二創業予定先セミナー参加者を対象に、事業計画策定を励行する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・上記策定先に対し、計画遂行状況のフォローを実施する。また、計画の縮小・廃止も視野に、各種調査事業の結果を踏まえて、計画の有効性を随時評価する。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること ・小規模事業者からの情報収集においては、巡回訪問等で地区の新商品開発や特産品開発をした事業所の掘り起こしを行う。その商品が内外において売れるかどうかを物産展等の催事においてアンケートによる調査を行う。</p> <p>6. 新たな需要に寄与する事業に関すること ・越前町、出先機関、観光協会等の面的なPRに加え、プレスリリースやITを活用した情報発信により、事業者単位での点的なPRを実施する。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>・越前町のまちづくり、及び地域経済の活性化を目的とする委員会を設置、今後の方向性の検討と、町民への意識統一・理解を図る。</p> <p>1. 観光産業の活性化による地域ブランド向上 ・町主催の振興イベント等について、小規模事業者及び地域経済への波及効果・経済的効果を追求した仕組み作りを推進する。</p> <p>2. 地域内商業活動の活性化による資金循環促進 ・地域ポイントカード組合・商品券組合に対し、各種調査事業の分析結果をフィードバックし、効果的な地域内購買促進事業の検討を支援する。</p> <p>3. 次世代労働力育成事業 ・後継者の不在、慢性的な労働力不足等の人的資源に関する経営課題を有する事業者に対し、求人活動の支援・人材育成を目的とするセミナーを実施する。</p>
<p>連絡先</p>	<p>〒916-0215 福井県丹生郡越前町 42-54 越前町商工会 TEL 0778-36-0800 FAX 0778-36-1128 E-mail echizen@shokokai-fukui.jp URL http://echizencho-shokokai.jimdo.com/</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

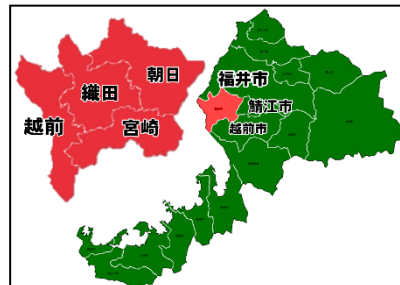
(1) 地域の概況

【自然概況】

平成17年2月1日、朝日町・織田町・旧越前町・宮崎村の3町1村が合併して誕生した越前町は、福井県嶺北地方の西端に位置し、東西17.8km、南北17.2km、面積152.96km²で、西は日本海に面し、東は鯖江市、南は越前市、南越前町、北は福井市にそれぞれ接している。

地勢的には、その大半が丹生山地に属し、全体的に標高が高く、沿岸部から北部にかけて500m級の山々が連なっている。このため、林野率は74.8%と高く、東部に広がる越前平野を除けば、中央部の織田盆地や宮崎盆地等に小規模な平地を残す程度で、耕地面積は比較的少ない。

また、町内地区間でも標高差が大きく、積雪量等の気候条件が大きく変わることも特徴である。



【歴史的概況】

越前町の歴史は、土器や石器類の出土から縄文時代に始まると言われている。また、この地が開発され始めたのは古墳時代と言われ、その当時の暮らしを示す古墳群や史跡が町内各地で数多く発掘されている。旧越前地区は、4～7世紀の古墳時代に古代製塩集落として形成され、早くから越の国府に最も近い海岸交通ルートとして開かれたと言われている。この頃には風光明媚な越前海岸の風景を求めて上級武士や文人墨客が海水浴に訪れるようになり、漁業と観光業を基幹産業とする今日の地区の姿が、300年前にすでに形成されていた。

【社会的概況】

越前町の平成29年9月1日現在の人口は22,086人で、世帯数は7,281戸である。近年、宅地造成等の効果により、世帯数は増加傾向にあるが、世帯人員は減少傾向にあり、核家族化が進行している。町内における人口流動においては、朝日地区・宮崎地区においては、ベッドタウン化が進み、人口減少及び高齢化の進行が比較的緩やかになっているが、町全体では少子・高齢化が進行し、高齢化率は28%と国や県の平均と比べて高く、町民の4人に1人以上が高齢者(65歳)以上となっている。

土地利用の状況では、森林が町全体の約75%を占め、農用地が約10%、宅地・その他が約15%となっている。また、都市計画区域面積は3,204haで町面積の21%を占め、このうち378haが用途地域となっている。

【経済的概況】

越前町は、比較的製造業や農林水産業が盛んで、製造業については、越前瓦と伝統工芸である越前焼の地場産業に加え、繊維や電気機械、水産加工品、木材・家具等の製造が行われている。農林水産業については、稲作を主体に筍やキノコ、野菜、花木類の栽培等、中山間の特色を活かした農林業が営まれ、特に漁業については、福井県の漁業基地として沿岸・沖合漁業を中心に福井県一の漁獲高を誇っている。

観光産業においては、海岸線エリアの越前地区を中心に、潤沢な海産資源と豊かな風土を強みとして、「越前がに」や「越前水仙」等の観光資源により、基幹産業に発展してきた。昭和43年に越前海岸が国定公園に指定され、昭和47年に北陸自動車道開通を期に脚光を浴び、新鮮な魚介類の宝庫として関西、中京方面の観光客に人気スポットとなった。観光客入込数では、平成4年の240万人をピークに、平成26年では140万人と年々減少の一途をたどってきた。下降要因としては、可処分所得の減少による観光支出の減額や他の観光エリアとの競争激化が理由と考えられている。

年度 (平成)	消費額(推計) (千円)	宿 泊 施 設		入込数(推計)	発 地 別	
		軒 数	収容人数		県 内	県 外
4年	9,624,000	91	4,903	2,406,000	529,300	1,876,700
24年	4,124,700	69	3,177	1,188,000	553,000	635,000
25年	4,234,100	64	2,419	1,233,000	556,000	677,000
26年	4,700,400	64	2,419	1,409,000	614,000	795,000
27年	6,773,000	61	2,257	2,166,000	658,000	1,508,000

このような現状を打破するために、越前町は、合併を機に「観光立町」を目指し、観光産業・伝統工芸産業の振興を図る指針を打ち出し、推進してきた。平成26年には舞鶴若狭自動車道及び北陸新幹線の開通を追い風とし、海岸線エリアに「道の駅越前」を設立、また4ヶ所存在した観光協会を一元化し、観光拠点である越前海岸線エリアへの集客力向上に取り組んでいる。

(2) 地域の小規模事業者の現状と課題

【越前町商工業の推移（合併10年後）】

○小規模事業者数の推移表

年月	建設業	製造業	小売業	飲食店	宿泊業	サービス業	その他	計
H19.4	299	253	243	70	70	202	29	1166
H29.7	276	224	216	74	52	150	30	1022
増 減	-23	-29	-27	4	-18	-52	1	-144

○地区別会員数の推移表

■ は地区基幹産業

【朝日地区】

年月	建設業	製造業	小売業	飲食店	宿泊業	サービス業	その他	計
H19.4	71	95	58	13	2	33	6	278
H29.7	65	64	47	12	1	31	11	231
増 減	-6	-31	-11	-1	-1	-2	5	-47

【宮崎地区】

年月	建設業	製造業	小売業	飲食店	宿泊業	サービス業	その他	計
H19.4	41	36	15	5	2	12	3	114
H29.7	28	27	12	2	2	9	1	81
増 減	-13	-9	-3	-3	0	-3	-2	-33

【織田地区】

年月	建設業	製造業	小売業	飲食店	宿泊業	サービス業	その他	計
H19.4	43	48	50	12	2	34	9	198
H29.7	42	33	34	10	2	27	12	160
増 減	-1	-15	-16	-2	0	-7	3	-38

【越前地区】

年月	建設業	製造業	小売業	飲食店	宿泊業	サービス業	その他	計
H19.4	44	26	80	16	50	44	5	265
H29.7	27	15	51	10	33	35	9	180
増 減	-17	-11	-29	-6	-17	-9	4	-85

【現 状】

越前町の地区別会員数の推移表でも分かるように、地区によって業種の偏りがあり、基幹産業も異なっている。朝日地区は鯖江市と隣接し、産業立地のための開発が進み、その地域の基幹産業ともつながり、眼鏡、繊維、木工家具製造業の下請加工業が盛んである。宮崎地区は、日本六古窯の1つである「越前焼」と「越前瓦」の産地として土を活かした窯業を中心とした製造業が盛んである。織田地区は、「劔神社」を中心とした門前町として発展した歴史から商業が栄えている。越前地区は、「越前がに」を売りとして、関西・中京等からの顧客が多く、観光産業が栄え旅館、民宿、海産物販売を中心とした産業が盛んである。このように地区毎に発展していく過程では、長く基幹産業が一翼を担っていたが、現在ではこれらの基幹産業において事業所数・規模共に縮小傾向が続き、それに伴い、各地区内の小規模事業者の売上も低迷している。また、近年では、域内居住人口・就労人口の減少、高齢化、近隣大型商業区への顧客流出により、地域商業の衰退傾向は顕著であり、商店街エリアにおいても、代表者の高齢化や後継者不足による廃業が増加している。

【課 題】

地区基幹産業の減少は、町内の消費に影響をもたらしてきた。朝日地区では、製造業（眼鏡、繊維）が31件の減少、宮崎地区の製造業（窯業）が9件の減少、織田地区では小売業が16件減少、越前地区では宿泊業が17件減少している。このように各地区の基幹産業であった業種の減少が目立ち、それに伴い他の業種の経営にも影響を及ぼしている。このような地区毎の経営環境や地区の事情に合った適切な個社への経営支援が必要となっている。

【小規模事業者業種別課題】

（建設業）

公共工事の減少、新築・改修案件の低迷、地域外事業者との競合により、業況の低迷が続いている。官制工事業者においては、対外向け販路開拓の効果が見込めないため、経営体質の根本的な改善が急務となっている。木造建築を主流とする一般建築工事業者では、強みの明確化と、それを活かした販路開拓が必要となっている。業界全体においては、事業者・従業員の高齢化による、組織の硬直化が進み、次世代の労働力確保が大きな課題である。

（工 業）

①食料品製造業

越前町の強みである潤沢な天然資源を原材料とした食料品製造業者は、ITの普及による販売チャネルの拡大を受け、従前の域内向けB to B販売に加え、ネット販売によるB to C販売、域外向けB to B販売が増加傾向にある。特に海産加工品の製造・販売業者においては、海産資源の活用・販路開拓を支援する町・県の支援もあり、都内アンテナショップや百貨店への卸販売、「楽天」等のオンライン販売で業績を上げる事業者も現れてきたが、大規模マーケットの進出に伴う域外業者との品質・価格競争の激化が進み、生産・受注体制の構築、取扱商品群のブラッシュアップが急務となっている。一方で、IT活用による販路開拓を希望・検討しながらも、ネット販売に必要な設備・知識・ノウハウが不足している。また、実施したものの期待した成果に及んでいない事業者も散見される。

②建材、機械部品製造、加工業

町内の製造業者・加工業者の多くは、町外・県外資本企業の下請・孫請の業態となっており、海外労働市場との競合に晒されている。一部の繊維加工・建材製造業者においては、下請からの脱却を目的に、保有ノウハウ・設備を活用した新商品開発・新分野進出を検討・実施している。

③窯業

地場産業である「越前瓦」の製造・販売・施工業者では、マイホーム離れ・和装離れ・海外安価製品との競合により出荷量が低迷しており、伝統工芸品である「越前焼」においても、経済低迷による芸術的支出の買い控え等の影響を受け、生産量・販売量が大きく減少し、共に事業者数が減少してきた。現存の事業者の多くは、タイル等の建材の開発、百貨店で展示販売会を活用し、売上の維持に努めている。

(商 業)

①飲食業、サービス業、小売業

織田・朝日地区に2ヶ所の商店街エリアを保有し、平成20年には、その組織体制を基盤とした2つのポイントカード組合が設立され、販促活動を支援してきた。しかし、少子高齢化・労働人口の域外流出による地域経済の縮小、域内外大型店・量販店の台頭、廃業による空き店舗率の増加が続き、商店街としての魅力・吸引力が低下している。これを受け、組合を主体に、商業活性化を目標とした消費者還元事業や大売出し事業等の消費喚起事業が企画・実施されてきたが、短期的・一時的成果に留まり、事業者個々の慢性的な業況不振の改善には至らず、大きな課題になっている。

②旅館、飲食業、小売業（観光関連）

北陸新幹線開通を機とした観光増進を目指す県の指針の下、「観光立町」を目指す町及び観光協会を主体とした「プレミアム旅行券発行」等の観光客誘引事業が実施されてきた。しかし、町主体の観光増進においては、地域全体をPRする面的な支援・施策に留まっているため、地域単位での競争においては効果を発揮するものの、事業者単位での差別化・経営力強化には及んでいない。

近年においては、観光客の滞在時間短縮、観光消費額の低迷、「消費型観光」から「体験型観光」への移行が顕著となっており、小規模事業者個社単位での経営力・競争力・情報発信の強化が重要である。

(3) 商工会の取り組みの現状と課題

【現 状】

平成19年4月に、朝日商工会、織田商工会、宮崎商工会、越前商工会の4商工会が合併し、会員数は合併当時855件から現在652件と減少している。職員数は事務局長1名、経営指導員4名、経営支援員5名の10名体制である。合併以後も、旧商工会の特性が職員配置や小規模事業者の意識に色濃く残っており、地区イベントへの協力や団体関係委託業務は、各支所・各担当者に振り分けられている。そのため、経営改善普及事業・地域振興事業では、地域・組合を対象とした、面的なイベントに対応する組織体制は確立している一方で、個社の経営分析・課題発掘・経営改善提案については、個人単位での対応に留まっている。また、経営相談の内容については、金融・税務・労務・販路開拓等、ニーズが多い。

創業・第二創業支援においても、資金調達・税務指導に関するものが多く、創業計画の策定・実施に向けた支援には及んでいない。経営計画やマーケティング戦略の策定といった、経営体質の根本的な改善の提案に至った経営支援案件は、実例は存在するものの、当時の手法・スキームの記録化・共有化はされておらず、再現・踏襲は困難な状態となっている。

【課題】

当商工会の現状と、過去の取り組みを踏まえた課題は以下の通りである。

＜経営支援体制に関する課題＞

- ①職員が表面的な経営改善提案に留まり、埋没する課題解決のための支援体制が構築できていないこと。
- ②職員の経営資源分析・把握スキルが不足しており、効果の高い改善提案ができていないこと。

＜地域経済振興に関する課題＞

- ①当町内ブランドの発信・強化において、市場ニーズ等の外部要因の分析が不足していること。
- ②販路開拓支援において、成果の測定・事業へのフィードバックが不足していること。
- ③当町内イベントへの資源投入は十分であるものの、波及効果の増進・測定が不足していること。

（４）地域小規模事業者の中長期的な振興のあり方

小規模事業者を地区・業種・規模別に、地域で必要とされているモノ・サービスの提供や地域内の取引を優先する小規模事業者を「地域維持・充実型」と「地域成長型」のグループに分類し、地域外からの需要獲得や地域産業資源を活用する小規模事業者を「広域維持・充実型」と「広域成長型」のグループに分類する。その分類した4グループ毎に個社支援の方向性を検討し、地区実情に合ったきめ細やかな指導を行い、事業の持続的発展のため伴走型支援を行う。

したがって個社が発展成長することで、個々の資金拡大につながり、町内の所得向上から地域消費の拡大を図る。それと同時に町内産品の利用推進、地域での買物の促進、事業者間取引の活発化により、町内での資金・資源の循環につなげ、地域経済の発展を図る。また、町内ブランドを向上させることにより、観光産業に与える経済効果が大きいことから観光関連事業者への継続的発展のため、個社の商品開発、販路開拓支援を行う。

（５）期間内における経営発達支援事業の目標

越前町の経済状況や小規模事業者を取り巻く環境は、地域全体の高齢化、居住・就労人口の減少、県外資本の大型店の進出及びこれらに起因する事業所の魅力・吸引力低下の悪循環が進行している。これに対し、当商工会は、地区毎に小規模事業者個々の持続的な発展を維持すべく、以下の目標にて支援強化を図り、個社の発展成長に繋げる。

目標① 小規模事業者への経営分析による支援

個社の抱えている本質的課題を抽出するため、適切な改善提案を行うために経営分析を行い、小規模事業者の持続的発展を図るための支援を行う。

目標② 地域内小規模事業者への事業計画策定による支援

短期的な経営相談に完結せず、個社・業界の抱える潜在的・本質的な課題の発掘と解決、業界全体の動向、消費者動向を見通した持続可能な経営を実現する事業計画策定を支援する。

目標③ 目標①②の実施に向けた支援体制の整備・能力強化

各支援機関との連携を強化し、併せて職員の指導の向上を図り、当町の小規模事業者に対する経営指導の中核的な機関としての体制整備・強化を図る。

(6) 目標達成に向けた経営支援方針

多くの業種、業態において、地域内競合や地域外との競合がさらに激化していくことが想定される状況の中で、競争力の強化の要となる個社の品質、機能、魅力アップが求められている。このような状況を打破するために、従前の短期的・表面的な経営指導ではなく、支援を必要としている事業者に関して本質的な課題を抽出していき、有効な経営指導を実施することが求められている。その本質的な課題に関しては、その業務範囲が地域内、広域なのか、また現状での充実を目指すのか、さらなる発展・成長を目指すのかによって支援の内容が大きく異なることになる。そのため、今後の支援の方向性として、地域で必要とされているモノ・サービスの提供や地域内の取引を優先する小規模事業者を「地域維持・充実型」と「地域成長型」のグループに分類し、地域外からの需要獲得や地域産業資源を活用する小規模事業者を「広域維持・充実型」と「広域成長型」のグループに分類する。その分類した4グループ毎に定期的な巡回指導にて、前向きに確実に事業を遂行していけるように指導していく。

経営支援方針①

相談対応や個別ヒアリングから認識できた課題を有している小規模事業者の中から地区、業種、規模別に対象を選定し、財務を中心とした内部分析と個社が持つ製品、サービスの特徴、顧客・競合ノウハウ等に対する外部分析を並行して行い、改善提案を行うための問題点を洗い出す。洗い出した問題点から、伴走型支援を実施し本質的な課題の抽出に向けて、継続的に検討を行っていく。

経営支援方針②

①で選定した小規模事業者に対し、経営分析、伴走型支援から見えてきた本質的な課題の解決に向けて、事業計画の策定を持続的に支援していく。計画策定にあたっては、内部分析からみた経営資源の強化・充実を図りながら、外部分析から把握した対応すべきニーズに対しての取り組みを段階的に計画に落とし込んでいく。この計画策定に関しては、商工会内のチーム支援に合わせ、専門家の意見を交えて実施していく。

経営支援方針③

当商工会の経営指導員全員で支援チームを作り、組織としての支援体制の強化、PDCAサイクルの実施による継続的な事業評価・高度化を目指す。そのために、組織内情報共有の充実、専門家や既存の関連団体との連携強化、新たな外部団体との連携、職員単位での支援及びスキルの向上を推進する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成30年4月1日～平成35年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

現在、当商工会においては、中小企業庁の中小企業景況調査（製造業：5、建設業：2、小売業：5、サービス業：3、計15件）を実施している。また、イベントにおける来場者数調査も実施しているが、地域の小規模事業者の経営実態を把握することができずにいるのが実態である。さらに、それらの調査結果は小規模事業者へフィードバックされておらず、各種支援にも活用されていない。

(事業目標)

これまでの景況調査に加え、年に1度、その調査対象の小規模事業者を60社まで増やし、詳細なヒアリング調査を実施することで、当町内における小規模事業者の経済動向をより細かく把握し、県連合会の経済動向調査等と合せて比較し、経済動向としてまとめ、小規模事業者へ提供する。

その際には、当商工会が最も支援が活かせる小規模事業者として捉えている「地域維持・充実型経営者」、「地域成長型経営者」、「広域維持・充実型経営者」、「広域成長型経営者」の4グループ毎に選定して実施し、次なる支援（経営分析、事業計画策定）にも繋げられるように進めていく。

(事業の内容)

(1) 調査の方法・手段、情報収集項目

①巡回訪問時にヒアリングによる経済動向調査

- ・調査対象 : 小規模事業者
- ・対象抽出方法 : 地区、業種、規模別に「地域維持・充実型経営者」、「地域成長型経営者」、「広域維持・充実型経営者」、「広域成長型経営者」の4グループ毎に各地区15件で、60件を地区担当経営指導員が選定する。
- ・調査方法 : 選定した地区、業種、規模別の60社に対し、巡回訪問の時にヒアリングにより調査表（調査項目記載）の記入をする。
- ・調査頻度 : 年1回
- ・情報収集項目 : 年齢、業歴、従業員、後継者、売上額、売上単価、売上数量、仕入、在庫、借入金、資金繰り、取引数、地域経済動向の見通し、雇用状況、観光産業と経営の関連度、事業承継、地区需要状況、IT化等、要望等

②中小企業景況調査の活用による経済動向調査

- ・調査対象者 : 小規模事業者
- ・対象抽出方法 : 既存の地区毎に選定している製造業5、建設業2、小売業5、サービス業3の計15件の小規模事業者。
- ・調査方法 : 中小企業庁「中小企業景況調査」の手法及びスケジュールに合わせて既存15社に対して、巡回時または、郵送にて調査を実施する。
- ・調査頻度 : 四半期に1度
- ・情報収集項目 : 3ヶ月間の月毎の売上額、前年同期・前期との比較、売上額、売上単価、売上数量、資金繰り、今期及び来期の新規設備投資、直面している経営上の問題点等

(2) 分析の手段・手法

①と②の調査項目を地区、業種、規模別に課題と地域経済動向の状況を4グループ毎に集計、整理し、その傾向を分析する。その後、外部機関の調査（福井県の経済動向調査・全国連の景気動向調査等）と比較分析し、経営指導員及び専門家を加えた支援チームによって、地域経済動向調査結果をレポートとしてまとめる。

(3) 活用方法

地域経済動向のレポートを経営指導員が小規模事業者への相談指導で紹介し、4グループ毎にその傾向について、周知と経営の参考に活用することを勧め、経営状況の分析や事業計画策定を支援する際の基礎情報として活用してもらう。また、地域経済情報としてHPに掲載し提供する。

(4) 目 標

内 容	現状	H30	H31	H32	H33	H34
① ヒアリングによる地域動向調査件数	0	60	60	60	60	60
② 経済動向調査件数	15	15	15	15	15	15

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

現状における当商工会での経営支援の取組は、金融相談や補助金申請、人事・労務・税務相談の面において、事業者からの相談をきっかけとする受動的な対応が多い。そのため、表面的・短期的な課題解決の提案は可能であっても、事業者が本質的に抱えている弱みの改善や、隠れた強みの発掘・強化に至らないケースが多い。

(事業の目標)

業種・業界が抱える一般的な外部要因だけではなく、内部分析・外部分析により個社の内部要因に起因する経営課題の発掘、内部資源の有効活用により本質的な経営体質の改善を提案及び支援を行う。また、専門的な課題については、専門家を加えた支援チームを設置して提案及び支援を行う。

(事業の内容)

(1) 調査の方法・手段

相談で商工会を訪問してきたこと等から課題が明確な小規模事業者及び、巡回訪問で把握した地域で必要とされているモノ・サービスの提供や地域内の取引を優先する小規模事業者を「地域維持・充実型」と「地域成長型」のグループに分類し、地域外からの需要獲得や地域産業資源を活用する小規模事業者を「広域維持・充実型」と「広域成長型」のグループに分類する。その分類した4グループを対象とする小規模事業者を経営指導員が地区毎に下記のことを考慮して選定し、その課題解決のために経営分析を行う。

○選定する際に考慮すること

- ・緊急性がある小規模事業者
- ・事業活動に関するタイミング
- ・後継者に譲るタイミング
- ・設備投資を伴う小規模事業者

(2) 分析を行う項目

- ・内部分析（全国連の経営分析システムを活用する）
財務諸表より損益決算書・貸借対照表・キャッシュフロー計算書を基にした財務分析。
収益性・安全性・活動性・生産性・成長性の分析項目ごとに行う。
- ・外部分析
商品・サービスの特徴、お客様の特徴・競合状況、人材・ノウハウについてのヒアリング

(3) 分析の手段・手法

経営指導員が地区別に選定した小規模事業の経営分析を全国商工会連合会の「経営分析システム」を活用して、財務分析を行う。分析した指標は、経営指導員全員で支援チームを作り、TKCが提供する業界平均データ「BAST」や、日本政策金融公庫が提供する定性調査資料「中小企業の経営等に関する調査」との比較を行い、個社の経営課題と改善点を洗い出しを行う。その課題が、専門的な課題の場合は、専門家を加えた支援チームにより改善の方向性を検討する。

(4) 活用方法

支援チームで経営分析した結果と改善提案内容を対象事業者へフィードバックし、経営の改善に活用する。併せて、当該内容を経営支援及び経営計画の策定に活用する。また、巡回訪問時の巡回ツールとしても活用する。

(5) 目 標

内 容	現状	H30	H31	H32	H33	H34
経営分析件数	24	28	32	36	40	44

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

当商工会管内の事業者では、商品・サービスの強みを活かした拡大志向の経営ビジョンを有しながらも、具体的な計画を作成し、それに即した事業展開ができていない事業者は少ない。顧客ニーズや市場動向の変化、競合先状況等の調査・分析結果が加味されず、成果に繋がっていない。

経営革新、新商品開発・新事業展開等の支援についても、従前の「できたものを売る」という作り手の理論に基づく経営展開の事例が見られ、当商工会の経営支援の考え方・体制・方針においても見直す必要がある。過去の新事業展開支援では、導入期においては有効性が認められるものの、その後の業況の大幅な改善に至っていない事も多い。

その実現には、外部要因・内部要因を的確に捉えた事業計画が必要不可欠である。地域経済動向調査・経営状況分析調査・需要動向調査を通じた、実現性・有効性の高い事業計画策定を励行する。

(目 標)

ニーズの多様化・高度化、マーケット規模の縮小が進む現代においては、経営スタイルの強化・改善・転換が小規模事業者には求められていることから、事業維持発展のために計画策定の支援を行う。

(事業の内容)

(1) 支援対象

- ・ 通常巡回訪問及び各調査事業において把握した事業計画策定希望者
- ・ 経営分析実施事業者
- ・ 各種補助金・金融の申請相談者
- ・ 労務・税務支援先事業者
- ・ 創業・第二創業相談者
- ・ 事業計画策定セミナー受講者
- ・ 潜在的な創業者や事業承継に課題を抱えている事業者

(2) 手段・手法

通常の巡回指導をしながら上記の支援対象者に対し、事業計画の必要性と有効性を説き、参加を促す。また、広く事業計画の必要性をを広めて意欲ある事業者を見つけるために事業計画策定セミナーを年に1回の開催をする。さらに、創業・第二創業予定者の掘り起こしを目的としたセミナーを年1回開催する。

(3) 活用方法

支援者毎に経営指導員や専門家による支援チームを組織し、事業計画を策定する。また、補助金申請や金融相談のあった事業者においては、短期的な課題解決のための計画策定を支援しつつ、中長期に渡る経営体質改善を目的とした事業計画策定の指導を行い、相談案件への対応に併せて策定を励行する。実際に創業を計画している相談者に対しては、創業計画のブラッシュアップの観点から、資金相談前の段階から関係を密にするため、検討段階からの支援を行う。

(3) 目 標

内 容	現状	H30	H31	H32	H33	H34
事業計画策定件数	0	5	10	10	15	15
・事業計画策定セミナーの参加者	0	10	10	10	10	10
・創業・第二創業経営者対象のセミナーの参加者	0	10	10	10	10	10

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

現状の支援体制では、補助金申請や金融相談に付随し策定した事業計画のフォローアップについて、有効性の評価方法・頻度・計画改善へのフィードバックといった、明確なスキームが構築されておらず、口頭でのヒアリング、定性面での評価、事業者からの相談による受動的な対応に留まっている。

要因としては、①計画そのものが初期稼働のみに注力した内容となっている、②計画における売上・広告効果等の数値目標が実現可能な数値目標として捉えられていない等が考えられる。

そのため、長期的な安定経営の実現に向け、有効的な事業計画策定と、その実施を継続的に支援する体制が必要となっている。

(事業の目標)

経済情勢が目まぐるしく変動する現代においては、計画の立案は容易ではない。内容によっては、当初計画の遵守が、事業者の負担に繋がりがねないケースも想定される。計画の立案・実行・評価・フィードバックのサイクルを構築し、事業の継続的な発展を目指す。そのために事業計画策定者に対し、経営指導員による計画遂行状況のフォローアップを行う。

(事業の内容)

(1) 指導内容 (フォローアップ支援)

事業の進捗具合を確認するために、四半期に1回の巡回訪問にて、定量的な面(売上、利益等の達成度とその要因)と定性的な面(課題解決に向けた取り組み自体と進む要因、進めない要因)の洗い出しを行い、商工会で対応しきれない分野については、専門家を活用して、事業計画の遂行上の問題点や新たな経営上の課題等を解決するため、指導及び支援を行う。

(2) 目 標

・フォローアップのための巡回を年に4回実施する。

内 容	現状	H30	H31	H32	H33	H34
事業計画策定支援件数	0	5	10	10	15	15
フォローアップ回数	0	20	40	40	60	60

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

当商工会においては、地域の特産品等を活用した商品開発が多くの小規模事業者によって行われている。しかし、それらの事業者の現在の活動は、商品開発・販路開拓において、「作り手がいいと思うものを作る」「できたものを売る」という作り手の論理で製造されたものに偏りがちである。従来手法に強いこだわりを持ち、若年層顧客・新規顧客のニーズから離れた商品開発、販路開拓であるために、その成果を経営に反映できていない事業者も多い。また、商品開発を行っている事業者に対して、当商工会は展示会等への参加機会を満遍なく提供できていないと言えない。

(事業の目標)

商品開発に取り組んでいる小規模事業者の持続的発展に向け、作り手側の論理だけでなく、顧客視点で商品の企画・開発を行っていくため、実際の消費者が望み、期待する情報を収集し、整理分析後、個社へフィードバックを行う。調査に当たっては、地元客でなく観光で町外から訪れた人に様々な意見、要望をアンケート調査していく。希望する商品開発の小規模事業者には、事業計画策定にも参加してもらい、商品開発から販路開拓まで繋げて支援を実施していく。この調査事業の活用によって、販路開拓にまで到達できる小規模事業者向けに、展示会、商談会への参加要請や県、県連合会と連携して首都圏等での販売会、イベント参加を検討していく。

(1) 町内イベントにおける需要動向調査

(目的)

商品開発に取り組んでいる小規模事業者の持続的発展に向け、作り手側の論理だけでなく、顧客視点で商品の企画・開発を行っていくため、実際の消費者が望み、期待する情報を収集、分析して、開発商品のブラッシュアップを行う。

(調査対象)

町内イベントに訪れた人

(調査方法)

町内の小規模事業者が開発した商品（及び開発しようとしている商品）、サービスを経営指導員が巡回訪問時にヒアリングを行い、地域資源、地域技術を活用している商品、サービスを優先し、10商品を選定する。その選定した商品、サービスを町内イベント等に訪れた人から本会独自の調査票により1商品あたり50件を目標に意見、要望等を収集し調査レポートとしてまとめる。

(調査項目)

町外から訪れた人の属性（住所、年齢、性別、来訪目的等）と商品に関する評価としてデザイン・パッケージ・価格・大きさ・ボリューム・用途・味等の感想、要望を聞き取りし、1商品当たり50件を目標として調査し、結果をレポートとしてまとめる。

(活用方法)

調査レポートを個社にフィードバックすることで、商品のブラッシュアップを行い、県商工会連合会等が主催する展示会、商談会への出品により、販路開拓を支援する。

(2) 町外来場者に対する需要動向調査

(目 的)

観光関連事業者（旅館業、土産製造・加工業等）の個社商品・サービスを支援するため、観光・お土産物に関する消費者ニーズを把握し、顧客視点で商品・サービスの企画・開発を行うための資料として提供する。

(調査対象)

越前町へ訪れた町外の人

(調査方法)

観光関連事業者の業種等に応じて当会独自に作成したアンケート調査票により、町内の観光施設やイベント、宿泊施設等で町外から訪れた人からの観光・お土産等に関する意見、要望を100名より収集し、経営指導員全員による支援チーム会議での意見と外部専門家の意見を加えて消費者ニーズを個社毎の調査レポートとしてまとめる。

(調査項目)

- 共通項目
 - ・町外から訪れた人の属性（住所、年齢、性別、来訪人数、頻度、観光の目的）
- 宿泊施設
 - ・宿泊料金、予約方法、満足度（全体・部屋・食事・サービス・接客等）、利用回数等
- 土産製造・加工業等
 - ・デザイン・パッケージ・価格・サイズ・ボリューム・用途・味等

(活用方法)

経営計画の策定を行った事業者のうち、新たな商品、サービスの開発を求める事業者に対して調査レポートを提供し、新商品開発等の推進及び支援をする。

(目 標)

内 容		現状	H30	H31	H32	H33	H34
需要動向調査の商品数		0	10	10	10	10	10
内 訳	(1) 町内イベントにおける需要動向調査	0	5	5	5	5	5
	(2) 町外来場者に対する需要動向調査	0	5	5	5	5	5

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(現状と課題)

地域産品の豊富な当町では、越前町観光協会が中心となり、TV・新聞・Webを利用した広報を継続的に実施している。当商工会としてもプレスへの帯同、PR事業への参画を行っている。しかし、地域ブランド全体をPRする面的な内容となっているため、個社の売上・業況への直接的な連動は薄い。

現状の商工会の需要開拓支援体制においては、展示会・商談会の紹介、展示会出展費用の一部補助等、事業者自身の事業意欲に基づく受動的な支援が中心である。また、商工会からの働き掛けによる需要開拓としては、100万会員ネットワークを活用した新商品PRを提案しているが、職員個人単位での取組に終始し、組織的な支援体制はできていない。

(考え方)

課題解決に取り組むため、新たな事業計画を策定しようとする事業者や積極的な事業展開に取り組む事業者を対象に組織的な支援を行い、企業の持続的発展に寄与する。

(事業目標)

町の推進する面的な需要開拓に併せて、積極的な事業展開に取り組む個社の需要開拓を強化することで、地域内の社会的・経済的な牽引事業所を育成し、その企業を中心としてネットワークを形成し、地域内における資金の好循環を生み出し地域経済の活性化を図る。

(支援内容)

(1) 展示会・商談会利用促進

(目的)

地域産品の認知度を高め販路拡大を図ることを目的とする。

(支援対象)

調査事業により掘り起こされた課題解決に取り組むため、新たな事業計画を策定しようとする事業者や積極的な事業展開に取り組む事業者（展示会・商談会が有効と認められる事業者）

(具体的な事業内容)

- ・ 専門家による商品のブラッシュアップ
- ・ 国、県、県連合会主催の展示会・商談会事業への参加募集
- ・ 出展計画の検討、目標設定、アフターフォロー、事業へのフィードバック支援

(2) ITを活用した販路開拓支援

(目的)

高度情報化社会におけるネット販売の確立には、実店舗運営と同様に他社との差別化、独自性の発揮が必要であり、SEOの対策も課題となる。そのため、IT活用による販路開拓の前段階として、ITの活用が集客・売上に結び付く商材かどうか、利益転嫁にはどのようなHPや取り組みが必要かといった事前知識の習得を支援し、業態・規模に応じた適正な情報化への投資を推進する。

(支援対象)

調査事業により掘り起こされた課題解決に取り組むため、新たな事業計画を策定しようとする事業者や積極的な事業展開に取り組む事業者（ITによる販路開拓・販売促進が有効・必要であると認められる事業者）

(具体的な事業内容)

- ・ IT活用セミナー…専門家の招聘によるネット販売等のスキル習得
- ・ 自社のHPによる商品紹介…100万会員ネットワークを利用したPR

(3) プレスリリース活用による販路開拓支援

(目的)

農林水産物が豊富で観光地としても知名度の高い越前町では、町観光協会の働き掛けもあり、年間を通じて地方紙等のメディアに掲載されている。しかし、個社経営への転嫁を目的とした商業的なアプローチの実績は少なく、「需要開拓を希望する事業者」と「地方欄の記事を探す新聞社」とのミスマッチが生じている。この現状に対し、商工会が窓口となり両者のマッチングを支援すると共に、効果的なプレスリリースを実施するためスキル習得を支援する。

(支援対象)

プレスリリースによる需要開拓においては、費用対効果の大きい反面、単なる目新しさ以外に、記事としての価値を担保する高い特異性と商品・サービス品質の良さが無くては、有効活用は困難と思われる。そのため、プレスリリースの活用による販路開拓支援においては、事業計画を策定した事業者、または策定中の事業者のみを支援対象とする。

(具体的な事業内容)

- ・マッチング支援…越前町商工会を通じ、各メディアへ新商品・サービスの情報を提供
- ・専門家派遣による支援…個社単独でプレスリリースを行う際のポイントを習得

(目標)

内 容	現状	H30	H31	H32	H33	H34
展示会・商談会での商談件数	10	10	10	10	10	10
うち成約件数	0	2	2	3	3	3
I Tを活用した販路開拓でのHP作成件数	3	5	5	10	10	10
うち新規取引件数	0	10	10	20	20	20
プレスリリース活用での支援件数	0	2	2	4	4	4
うち新規取引件数	0	4	4	8	8	8

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

(現状と課題)

現在行われている地域経済の活性化に資する取組は、経済活動におけるものは少なく、イベント、祭事が中心となっている。町主体の祭事は、その起源が商工会または商工会青年部の活動に由来するものも多く、地域活性化事業として町及び町観光協会、地区コミュニティが事業を引き継いだ後も、商工会の役職員が実行委員や事務局として事業に参加し、企画・運営に深く関わってきた。また商工会合併以後、買い物弱者対策の空き店舗利活用事業等、商工会・組合による社会貢献事業も行ってきた。

しかし、地場産業の弱体化、観光産業の競争激化、少子高齢化、それに伴う労働人口の減少等、越前町を取り巻く環境は厳しくなる一方である。地域における総合経済団体として、町、地域コミュニティ、観光協会と連携、地域経済活性化に対する商工会の責務と方針を明確化した上で、各地域団体と意識の共有の下、取り組みの実施と評価、改善の仕組みを作る。

(事業内容)

現在は、地域ブランド確立のため町商工観光課、町観光協会、商工会が単独で地域活動や観光事業が実施されており、情報の共有化が図れていないため、地域活動、観光事業を活用した小規模事業者支援が出来ていない。

このようなことから、越前町のまちづくりを目的とした町商工観光課、町観光協会、商工会等による委員と外部有識者で構成する「まちづくり活性化委員会（仮称）」を設置して、年4回の委員会を開催する。その委員会により、各団体等の地域経済活性化及び観光事業の共有化の方向性を検討する。

また、その会議で得た事業内容や検討した地域経済活性化の方向性を町内小規模事業者や観光関連業者に対して早期に事業情報提供する。さらに観光誘客を図るための事業への参加により、売上拡大を図るため、地域の活性化に資するため以下の事業を実施する。

(1) 観光産業の活性化による地域ブランドの向上

(現状と課題)

平成17年の合併以後、旧地域コミュニティを基盤に町の予算にて、観光PR、及び賑わい創出を目的としたイベントが実施されており、越前町商工会は、協賛団体として運営・企画に参加、バザー出店事業者の支援等を行っている。

近年では各イベント共に来場者数の低迷が問題視されている。町役場・観光協会・地域コミュニティにより集客力向上を目的とした新しい企画の開発、PR手法の検討がなされている。これに対し、商工会は、「イベントを通じて小規模事業者・地域経済に対し、どのような波及効果を創造すべきか」という地域の総合経済団体としての視点に立ち返り、単なるイベントへの協力から脱却し、イベントによる地域のPR、エリア外からの来場客を効率的に小規模事業者の経営活動に転換・波及・還元させる仕組みを作ることが必要と考える。

(事業内容)

- ・「まちづくり活性化委員会（仮称）」において、観光業を中心とした地域ブランド確立の方向性について検討
- ・観光PRにより観光客の流入による消費拡大を推進
- ・観光立町としての町民の役割の認識と観光イメージ効果の向上
- ・イベント実施に当たり協力体制と相乗効果の波及

(目標)

項目	現状	H30	H31	H32	H33	H34
イベント開催回数	8	8	8	8	8	8
各イベント出展者数	250	250	250	250	250	250
イベント来場者数	20万	22万	23万	24万	25万	27万

※イベントの内容（地域活性化及び観光増進を目的としたもの）

- 1月 「水仙まつり」…県花である越前水仙のPRを目的としたイベント
- 3月 「かに感謝まつり」…カニ漁終了に合わせた即売会イベント
- 5月 「越前陶芸まつり」…越前焼を中心とした即売会イベント
- 7月 「越前夏まつり」…海水浴シーズンのオープニングイベント
「あさひまつり」…朝日地区の伝統イベント、地域商店のPR
- 8月 「OTAIKO 響」…織田地区伝統の太鼓のPRを目的としたイベント
- 9月 「さかなまつり」…底曳網解禁に合わせた即売会イベント
- 11月 「越前かにまつり」…越前ガニ解禁に合わせた即売会イベント

福井県丹南エリア（越前市・鯖江市・池田町・南越前町）と連携し、工業・商業・観光の連携による魅力ある地域づくりを一部実施している。しかし、多くは各エリア単独での実施に留まっており、新たな連携による相乗効果が期待出来る。

（２）地域内商業活動の活性化による資金循環促進

（現状と課題）

当商工会では、域内商業者を対象に、「越前商業振興会」、「朝日商店振興協同組合」の２つのポイントカード組合と、「越前町商業振興協同組合」の商品券組合の事業委託を受けている。ポイントカード組合の２組合では、地域内購買促進事業として、カード利用者を対象とした旅行イベントや抽選会、商品との交換会を実施している。「朝日商店振興協同組合」においては、４月から１２月の期間、毎週木曜日を「朝日とくつく市」として空き店舗を活用した販売事業を行っている。商品券組合である「越前町商業振興協同組合」の商品券は管内事業者及び団体による利用が多く、返礼品等として地域に定着しており、地域内の購買に貢献している。

当商工会会員である商業系会員の多くは、上記組合のいずれかに加盟しており、カバー率は７０％強と高い水準を維持している。しかしその一方で、高齢化による地域内事業者の減少、町外資本の大型量販店の台頭により、地域内消費者による利用は減少傾向にある。

これに対応するため、各種調査事業を踏まえ、市場動向・域内消費者ニーズの変化を捉えた効果の大きい購買促進事業の展開のため、以下の事業に取り組む。

（事業内容）

- ・組合に対する各種調査事業の分析結果を用いた事業提案・検討会
- ・加盟店舗対象のポイントカード・商品券活用セミナー

（目 標）

内 容	現状	H30	H31	H32	H33	H34
調査事業の分析を活用した事業提案・検討会	０回	年２回	年２回	年４回	年４回	年４回
ポイントカード・商品券活用セミナー	０回	年１回	年１回	年１回	年１回	年１回

（３）次世代労働力育成事業

（現状と課題）

平成２８年度における商工会把握の廃業件数の内３割が、「事業主の高齢化」によるものであった。これに加えて、代表者は健在であるものの、後継者がいない、或いは代表権・事業の譲渡が可能な従業員がいないといった、「当代廃業予備軍」が非常に多い。

その一方で、製造業・建設業では、慢性的な労働力不足が続いており、優秀な人材の募集及び新卒者の採用・教育に熱意のある事業者も多く、血縁に依存しない事業承継を検討している事業者も存在する。しかし実際には、「求人票を出しても応募が無い」、「採用しても長続きしない」と言った、事業者と就労者のミスマッチが発生している。地域内における労働力人口の流出・減少は、個社経営への影響はもちろん、地域マーケットの縮小にも繋がる。これに対応するため、事業者の求人活動の支援として、以下の事業に取り組む。

事業遂行にあたっては、求人ニーズの高い事業者を対象とする委員会等を設立し、地域内の労働情勢・雇用状況に応じた施策を検討する。

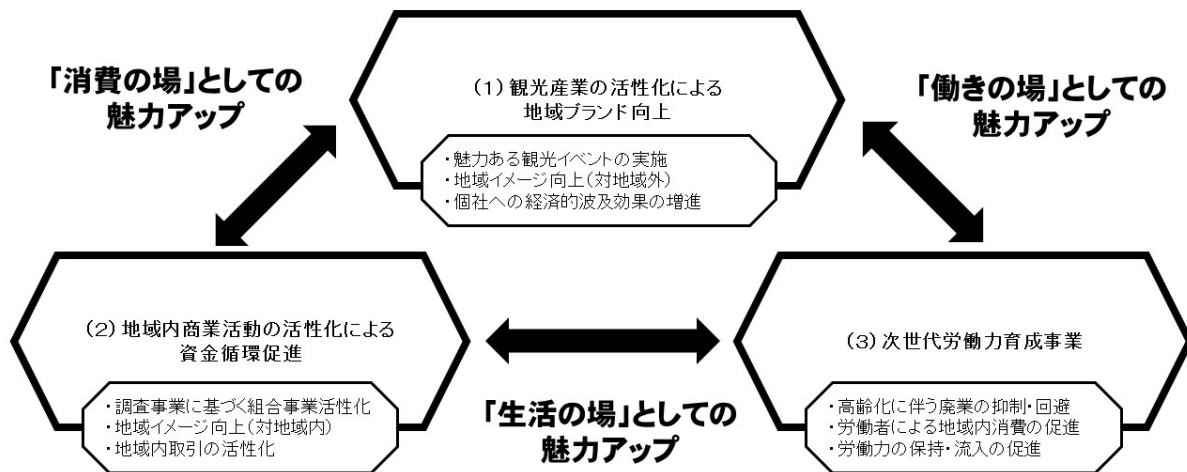
(事業内容)

- ・人材マッチングセミナー・・・求人票の書き方、IT等を活用した募集方法の習得等
- ・人材育成セミナー・・・採用者に対する教育指導スキル、指導マニュアル作成方法の習得等

(目 標)

内 容	現状	H30	H31	H32	H33	H34
人材マッチングセミナー	0回	年2回	年2回	四半期	四半期	四半期
人材育成セミナー	0回	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回

(4) 事業連携イメージ



(委員会実施目標)

内 容	現状	H29	H30	H31	H32	H33
まちづくり活性化委員会	0回	4回	4回	4回	4回	4回
地域コミュニティとの協議会等	0回	1回	1回	1回	1回	1回

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取り組み

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(現状と課題)

現時点での取り組みでは、地域内情報の共有についてはカバーされているが、地域外の消費者動向・ニーズの変化・若年層市場の把握が手薄い状態である。現在、県商工会連合会、日本政策金融公庫、地域内金融機関、丹南広域観光協議会、町観光協会と連携し、協力体制を構築しているが、主に地域事業者の動向等の情報交換、地域活性化事業の運営・企画の相談が中心であり、個社の販売促進・経営改善を目標とした内容とは言い難い。

また、特産品開発・観光増進の観点から市場の開拓・分析においては、外部からの情報提供が大きな要因となる。現時点では、事業者が個別に域外百貨店・県アンテナショップとの関係を構築し、自社経営に反映させているものの、地域全体を包括したネットワーク等が必要となっている。

(事業内容)

小規模事業者の新たな需要開拓への取り組みを支援するため、以下の事業を行い、各会議で、意見交換、情報交換した内容について、小規模事業者にその情報のフィードバックを行い、次の活動に繋がられるような支援を行っていく。

①県商工会連合会の経営支援会議での情報交換

個社の事業展開支援、販売促進支援のため県商工会連合会と県内13商工会が参加して行う経営支援会議において、情報交換を行い、経営支援の現状、課題解決のための方策について情報交換を行う。

②丹南地区小規模事業者経営改善資金推薦団体連絡協議会、金融機関との定期的情報交換

(連絡協議会は日本政策金融公庫武生支店と丹南4商工会)

日本政策金融公庫と金融支援の現状と課題、金融支援のノウハウ等について情報交換し、日本政策金融公庫の有する販路拡大のノウハウ等について定期的に情報交換、交流していく。また、日本政策金融公庫以外の金融機関とも情報交換の場を定期的に設けて意見交換、情報交換を行う。

③丹南地域周遊・滞在型観光推進策定委員会(丹南広域観光協議会)での情報交換

丹南地区の5市町、商工会議所、商工会、観光協会で組織する丹南広域観光協議会(年4回)に参加し、観光の動向等意見交換、情報交換を行う。

④越前町観光協会との定期会議

町観光協会と個社の観光需要拡大、観光動向について協議、情報交換を行う。また、イベントの開催や観光ニーズ、観光プラン等の意見交換、情報交換を行う。

⑤県内外バイヤーとの定期的情報交換

アンテナショップや県外バイヤーと小規模事業者個社の新商品、新たなサービスへの取り組み支援のため、外部マーケットへの販路開拓等についての情報交換を行う。

(連携先)

- ・日本政策金融公庫武生支店
- ・福井銀行朝日町支店、福井信用金庫織田支店、福邦銀行越前町支店
- ・丹南広域観光協議会、越前町観光協会
- ・福井県都心部アンテナショップ「南青山291」、県内百貨店バイヤー(新規)

(目 標)

内容	現状	H30	H31	H32	H33	H34
① 県商工会連合会経営支援会議での情報交換	年 1 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回
② 丹南地区小規模事業者経営改善資金推薦団体連絡協議会、金融機関との定期的情報交換	年 1 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回
③ 丹南広域観光協議会	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
④ 町観光協会との定期会議	年 0 回	年 1 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回
⑤ 県内外バイヤーとの定期的情報交換	年 0 回	年 1 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

経営指導員の資質向上を図るため、全国商工会連合会が主催する研修、中小企業大学校の主催する研修セミナー、日本政策金融公庫主催による勉強会や県商工会連合会主催による能力向上研修、WEB研修へ積極的に参加し、支援能力の向上を図る。経営支援員等は、県商工会連合会等の主催する研修を積極的に参加することで税務、金融、労務、経営の基礎的な支援力の向上を図る。

また、経営指導員の相談指導先での実務的指導力が不足していることから、専門的な支援の際には、専門家と帯同し、相談事業先に行くことで専門家の指導手順や対話手法を学び、実務的指導力を高め、スキルアップに繋げる。この資質向上に向けては、ふくい産業支援センターや福井県中小企業診断士協会と連携して行っていく。

さらに、指導スキルの平準化、支援内容の向上を目的に、事業所からの相談内容と支援内容の情報共有を行う。また、好評価となった案件については、相談からのプロセスを電子化により、記録・保存し、職員の指導資料として活用するため、ガルーン（ファイル共有化サーバー）で、情報の共有化を図る。

3. 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

毎年度、本計画に記載の事業実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ① 支援担当者による越前町経営発達支援会議を開催する。
- ② 外部の有識者を選定し、年 1 回経営発達支援計画に対する評価を行う会議を実施することにより、事業実施状況のチェック、成果の評価を受け、必要に応じて改善案・見直し案を提示してもらう。
- ③ その結果を正副会長会において、評価・見直しの方針を決定する。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果については、正副会長へ報告し、理事会で承認を受ける。
- ⑤ 事業の成果・評価・見直しの結果を越前町商工会ホームページにて計画期間中に公表する。
- ⑥ 四半期毎に職員会議等で報告会を開催し、事業の進捗状況・目標達成度に対する評価・改善提案を受け、翌年度以降の事業推進の資料とする。

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

		(単位 千円)				
		平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度
必要な資金の額		1,370	1,460	1,820	1,880	1,940
調査・分析事業		980	980	1,220	1,220	1,220
1	経済動向調査費	120	120	120	120	120
2	需要動向調査費	500	500	500	500	500
3	調査結果分析費	360	360	600	600	600
事業計画策定事業		120	120	120	120	120
4	策定推進講習費	60	60	60	60	60
5	創業セミナー費	60	60	60	60	60
需要開拓事業		120	180	240	300	360
6	PRセミナー費	60	60	120	120	180
7	IT活用講習会費	60	120	120	180	180
地域活性化事業		120	120	180	180	180
8	組合対象セミナー費	30	30	30	30	30
9	人材関連セミナー費	90	90	150	150	150
支援力向上事業		30	60	60	60	60
10	外部連携情報交換費	30	60	60	60	60

(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
国補助金・県補助金・町補助金・商工会自己財源

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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

連携する内容									
<p>1. 調査事業 (指針Ⅰ、Ⅲ) ・地域経済動向調査、個社経営動向調査、市場(需要)動向調査</p> <p>2. 事業計画策定・実施支援事業 (指針Ⅱ) ・セミナー・個別相談会の開催、計画策定審査、遂行状況審査</p> <p>3. 創業・第二創業支援事業 (指針Ⅱ) ・金融支援、空き店舗バンクの構築・活用</p> <p>4. 販路開拓支援事業 (指針Ⅳ) ・プレスリリース、IT活用セミナー、展示会出展</p> <p>5. 地域活性化事業 ・地域ブランドの強化・発信、地域内商業活動活性化、次世代労働力育成</p> <p>6. 資質向上、評価・見直しに関する事業 ・職員研修、外部市場動向の情報交換、有識者による事業評価</p>									
連携者及びその役割									
連携者名	代表者名	住所	連携内容項目						
			(◎は重点連携項目)						
			1	2	3	4	5	6	
福井県商工会連合会	佐飛 敏治	福井市宝永4-9-14	○	◎	◎	○		○	
役割	経営計画の策定支援、セミナーや個別相談等の情報・支援ノウハウの共有								
ふくい産業支援センター	山内 和芳	坂井市丸岡町熊堂3-7-1-16		◎				◎	
役割	経営計画の策定支援								
福井県中小企業診断士協会	津田 均	坂井市丸岡町熊堂3-7-1-16	○	◎					
役割	経営計画の策定支援、セミナーや個別相談等の情報・支援ノウハウの共有								
越前町役場商工観光課	内藤 俊三	丹生郡越前町西田中13-5-1			○	◎	◎		
役割	展示会、商談会の企画情報支援								
福井県商工労働部	西川 一誠	福井市大手3-17-1				◎	○		
役割	展示会、商談会の企画情報支援								
日本政策金融公庫武生支店	堀江 康喜	越前市府中1-2-3		○	◎			◎	
役割	金融支援、地域内経済動向に関する情報交換								
福井銀行朝日町支店	土屋 雅裕	丹生郡越前町西田中18-2-2		○	◎			◎	
役割	金融支援、地域内経済動向に関する情報交換								
福井信用金庫織田支店	藤木 徹	丹生郡越前町織田153-1-15		○	◎			◎	
役割	金融支援、地域内経済動向に関する情報交換								
福邦銀行越前町支店	岩谷 昇司	丹生郡越前町道口9-34-5		○	◎			◎	
役割	金融支援、地域内経済動向に関する情報交換								
越前焼工業協同組合	吉田 豊一	丹生郡越前町小曾原5-33	○			○	◎		
役割	地域産品の開発・販路開拓、ブラッシュアップに係る情報交換								
ふくい南青山291	西川 一誠	東京都港区南青山5-4-41	○			○	◎		
役割	都心部ニーズに関する情報交換、商品開発・販路開拓に係る支援								
むらからまちから館	本藤 俊男	東京都千代田区有楽町2-10-1	○			○	◎		
役割	都心部ニーズに関する情報交換、商品開発・販路開拓に係る支援								

連携体制図等

小規模事業者・創業者

(相談)

(経営支援)

< 支援機関 >

- ・ 福井県商工会連合会
- ・ ふくい産業支援センター
- ・ 福井県中小企業診断士協会
- ・ 越前町観光協会

< 行政 >

- ・ 越前町役場商工観光課
- ・ 福井県商工労働部

越前町商工会

< 金融機関 >

- ・ 日本政策金融公庫武生支店
- ・ 福井銀行朝日町支店
- ・ 福井信用金庫織田支店
- ・ 福邦銀行越前町支店

< その他 >

- ・ 越前焼工業協同組合
- ・ ふくい南青山291
- ・ むらからまちから館