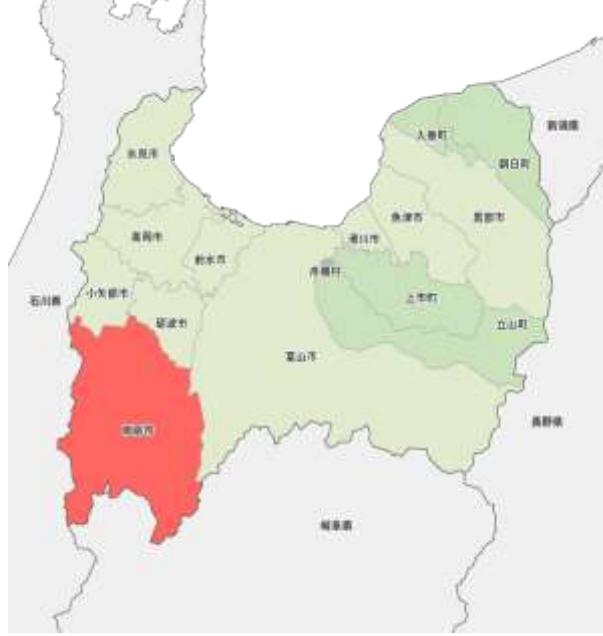


経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|--|
| 実施者名 (法人番号) | 南砺市商工会（法人番号 6230005005783） 南砺市（地方公共団体コード 162108） |
| 実施期間 | 令和6年4月1日～令和11年3月31日 |
| 目標 | <p>経営発達支援事業の目標</p> <p><u>①地域内小規模事業者の経営改善と経営力強化</u></p> <p><u>②地域内の小規模事業者の維持・存続を目的とした事業承継の推進</u></p> <p><u>③地域内の起業・創業者へのフォローアップと伴走支援</u></p> |
| 事業内容 | <p>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</p> <p>公的機関が提供するデータの活用し、事業計画策定や新たな商品開発など、計画策定の根拠として活用可能な情報の収集を行う。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>展示会等への出展を支援し、消費者等を対象にテストマーケティングを行うことでニーズやトレンド等を把握、分析し、売上増加を支援する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>対話と傾聴により小規模事業者の本質的な経営状況・課題を把握し、きめ細かな相談体制を構築することで経営改善に繋げる。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>セミナーや巡回・窓口相談等を通じ、経営課題解決に向けた実現性の高い事業計画書の策定を伴走支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>専門家派遣事業等の制度を活用しながら計画内容のブラッシュアップを行い、より実現性の高い事業計画を支援する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>大都市圏や県内等で新たな販路開拓を模索する小規模事業者に対し、展示会・商談会等の情報提供を行う他、DXを活用したツールを用いた販路開拓など売上増加に繋がる支援を行う。</p> |
| 連絡先 | <p>南砺市商工会 本部 〒939-1576 富山県南砺市やかた 324 Tel:0763-22-2536 Fax:0763-22-4317 e-mail : nanto@shokoren-toyama.or.jp URL : https://www.shokoren-toyama.or.jp/~nanto/</p> <p>南砺市役所ブランド戦略部商工企業立地課 〒939-1692 富山県南砺市荒木 1550 Tel : 0763-23-2018 Fax : 0763-52-6349 e-mail : shokoka@city.nanto.lg.jp URL: https://www.city.nanto.toyama.jp/cms-sypher/www/index.jsp</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南砺市の現状 | |
| 【立地、地勢】 | |
| <p>南砺市は、平成 16 年 11 月に 4 つの町（福光、福野、井波、城端）と 4 つの村（平、上平、利賀、井口）が合併して誕生し、富山県の南西端に位置します。北部は砺波市と小矢部市、東部は富山市、西部は石川県金沢市と白山市、南部は 1,000 ~ 1,800m 級の山岳を経て岐阜県飛騨市、白川村と隣接しています。面積は 668.64 km²（東西約 26 km、南北約 39 km）で、そのうち約 8 割が白山国立公園等を含む森林であるほか、岐阜県境に連なる山々に源を発した庄川や小矢部川の急流河川が北流するなど、豊かな自然に恵まれています。また、本市北部の平野では、水田地帯の中に美しい「散居村」の風景が広がり、独特的の集落景観を形成しています。気候は、典型的な日本海側気候で、散居村が広がる平野部では西風や冬の雪、夏の暑い日差しを遮る屋敷林（カイニヨ）で家屋を守っています。また、特別豪雪地帯に指定されている山間部では積雪が多く、最大 3 m を越えることもあります。南砺市商工会は、平成 21 年 4 月に 7 つの商工会（福光、福野、井波、城端、五箇山、利賀村、井口）が合併し、会員数 2,368 名の全国でも最大規模の商工会として発足し、地域唯一の経済支援団体として、小規模事業者の「経営改善普及」、「地域総合振興」の両輪を支えている。</p> | |
|  | |
|  | |
| 【人口】 | |
| <p>南砺市の人口は平成 16 年 11 月 1 日の合併当初は 59,230 人であったが、令和 2 年の国勢調査によると人口は 47,937 人であり、令和 5 年 9 月末現在 47,126 人と南砺市誕生から 12,104 人減少している。第 2 次南砺市総合計画より、2015 年策定の南砺市人口ビジョンの目標人口は、2060 年に 30,000 人として、子育て支援策、移住定住支援策に加え、若者の IJU ターンの促進や高齢者の平均寿命の延伸にも注力している。又、2019 年 4 月より、地域コミュニティにおける担い手不足の解消にも繋げる地域の実情に合った対策に取り組むことができる「小規模多機能自治」という新たな住民自治の仕組みをスタートした。</p> | |

南砺市人口ビジョンにおける将来目標人口



※社人研推計人口：2018年3月に国立社会保障・人口問題研究所から公表されたもの

【第2次南砺市総合計画より】

| 区分 | 2015年 国勢調査人口 | 南砺市人口ビジョンでの将来人口 | | | | |
|-----------------|-----------------|-----------------|---------|---------|---------|---------|
| | | 2015年 | 2020年 | 2030年 | 2040年 | 2050年 |
| 年少人口（0歳～14歳） | 5,622人 | 5,114人 | 4,654人 | 4,416人 | 4,423人 | 4,197人 |
| 生産年齢人口（15歳～64歳） | 27,176人 | 24,117人 | 20,219人 | 16,785人 | 14,667人 | 13,935人 |
| 老人人口（65歳～） | 18,529人 | 18,977人 | 17,844人 | 16,235人 | 14,129人 | 11,887人 |
| 合計（総人口） | 51,327人 | 48,208人 | 42,717人 | 37,436人 | 33,219人 | 30,019人 |

南砺まちづくりビジョン計画期間

南砺市の将来目標人口における年齢区分別人口



【第2次南砺市総合計画より】

【産業構造】

令和3年経済センサスより、産業分野における事業所数から、前回平成28年の調査後から、事業所数2,798と106社減少している反面、従業員数は23,323人と275名増加した。地域内における労働人口は、確保しているように捉えられるが、第1次産業の就労者が1,812名と大幅に増加したためであり、第2次、第3次産業は労働力確保が課題となっている。又、管内の特徴ある産業としては、「井波彫刻」「五箇山和紙」「木製バット」などの工芸品の製造業者に加え、昨今では、ワインの製造やクラフトビール、クラフトコーラの製造など、飲料品の製造、販売が新規参入している。

■経済センサス活動調査による産業（大分類）別全事業所数及び従業者数

（単位：事業所、人）

| 年次 | 総数 | | 農林漁業 | | 鉱業、採石業、砂利採取業 | | 建設業 | | 製造業 | | 電気・ガス・熱供給・水道業 | |
|-------|-------------|--------|---------------|-------|--------------|-------|---------|-------|------------|-------|-----------------|-------|
| | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 |
| 平成28年 | 2,904 | 23,048 | 53 | 698 | 2 | 7 | 362 | 2,625 | 420 | 8,449 | 9 | 100 |
| 令和3年 | 2,798 | 23,323 | 124 | 1,812 | 1 | 2 | 325 | 2,331 | 386 | 8,302 | 4 | 17 |
| 年次 | 情報通信業 | | 運輸業、郵便業 | | 卸売業、小売業 | | 金融業、保険業 | | 不動産業、物品販貸業 | | 学術研究、専門・技術サービス業 | |
| | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 |
| 平成28年 | 24 | 222 | 54 | 980 | 740 | 3,246 | 47 | 444 | 38 | 135 | 89 | 301 |
| 令和3年 | 19 | 253 | 44 | 939 | 643 | 2,986 | 43 | 301 | 47 | 217 | 79 | 312 |
| 年次 | 宿泊業、飲食サービス業 | | 生活関連サービス業、娯楽業 | | 教育、学習支援業 | | 医療、福祉 | | 複合サービス事業 | | サービス業 | |
| | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 |
| 平成28年 | 319 | 1,419 | 216 | 729 | 83 | 268 | 169 | 2,240 | 25 | 225 | 254 | 960 |
| 令和3年 | 294 | 1,209 | 215 | 667 | 77 | 245 | 185 | 2,424 | 24 | 229 | 288 | 1,077 |

【令和5年9月南砺市市勢要覧より】

【南砺市内小規模事業者数の推移】

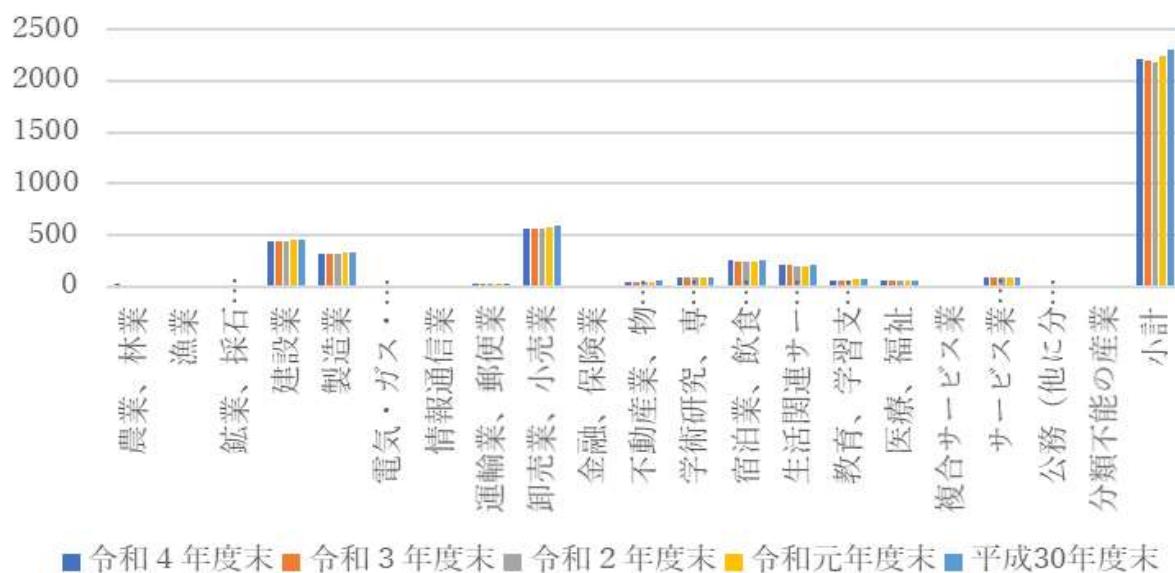
中小企業庁が2018年11月に公表した「中小企業・小規模事業者の数（2016年6月時点）」によれば、南砺市では全事業者数に占める小規模事業者の割合が89.9%となっている。

南砺市商工会の事業者管理情報の基幹システムより、令和5年3月31日現在、小規模事業者数は、2211者であり、平成31年3月31日現在の小規模事業者数と比較すると、92者減少している。又業種別の内訳では、令和5年3月31日現在では1位：卸・小売業、2位：建設業、3位：製造業となっており、平成31年3月31日現在と比較すると順位に変動はないが、3位の製造業の減少が明らかであり、5年間で28者減少（マイナス9%）している。

又、最も減少数が多いのは、「卸・小売業」であり、5年間で38者が減少している。当会地区は、旧町部に商店街組織を構え、地域住民の購買ニーズに対応してきたが、人口減少や後継者不足により廃業する事業者が多く、中でも「卸・小売業」の廃業が多い現状である。しかし、「学習研究、専門・技術サービス業」を営む小規模事業者は微増している。経営課題を洗い出し、課題を1つ1つ解決していくことが、小規模事業者の維持・存続を図る重要なポイントである。

| 南砺市商工会管内小規模事業者数 | 令和4年度末 | 令和3年度末 | 令和2年度末 | 令和元年度末 | 平成30年度末 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 農業、林業 | 23 | 21 | 21 | 20 | 20 |
| 漁業 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 鉱業、採石業、砂利採取業 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 建設業 | 446 | 443 | 438 | 452 | 454 |
| 製造業 | 313 | 317 | 320 | 330 | 341 |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 情報通信業 | 10 | 8 | 9 | 10 | 10 |
| 運輸業、郵便業 | 29 | 30 | 29 | 28 | 28 |
| 卸売業、小売業 | 560 | 558 | 558 | 573 | 598 |
| 金融、保険業 | 18 | 18 | 18 | 19 | 19 |
| 不動産業、物品賃貸業 | 45 | 45 | 44 | 49 | 54 |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 90 | 88 | 89 | 84 | 88 |
| 宿泊業、飲食サービス業 | 251 | 249 | 247 | 249 | 256 |
| 生活関連サービス業、娯楽業 | 209 | 205 | 201 | 203 | 209 |
| 教育、学習支援業 | 65 | 66 | 65 | 73 | 76 |
| 医療、福祉 | 58 | 56 | 56 | 55 | 58 |
| 複合サービス業 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| サービス業（他に分類されないもの） | 88 | 85 | 83 | 87 | 87 |
| 公務（他に分類されるものを除く） | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 分類不能の産業 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 小計 | 2211 | 2195 | 2184 | 2237 | 2303 |

過去5年間における南砺市内小規模事業者数の推移



※当会基幹システムより抽出

【商業の現状及び課題】

(1. 現状)

南砺市の商業は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による活動制限や、地域内的人口減少等により苦戦が続いている。特に昨今は、物価高騰により仕入れ単価の上昇など利益の確保が難しい状況が続いている。又、近隣の大型ショッピングセンターや大手ドラッグストアの進出など、購買力流出に歯止めがきかず、地域の商店街含め厳しい経営状況が続いている。さらに後継者問題や店舗の老朽化など、深刻な課題を抱える事業者は増加傾向にある。令和3年現在の商業事業所数は643店舗であり、平成24年の828事業所数から10年で185店舗が減少している。

■商業事業所数、従業員数、年間商品販売額

(単位:事業所、人、万円)

| 年 次 | 事業所数 | 従業員数 | 年間商品販売額 |
|---------|------|-------|-----------|
| 平成 24 年 | 828 | 3,407 | 5,013,620 |
| 平成 26 年 | 794 | 3,279 | 4,622,245 |
| 平成 28 年 | 740 | 3,096 | 5,201,144 |
| 令 和 3 年 | 643 | 2,917 | — |

(商業統計調査 経済センサス-活動調査、平成28年、令和3年は6月1日現在 平成24年は2月1日現在 平成26年は7月1日現在)

※H26年は商業統計調査 H24.28,R3年は経済センサス-活動調査の調査結果

※R3年年間商品販売額はR5.9公表

【令和5年9月南砺市市勢要覧より】

(2. 課題)

- ・店舗情報や商品情報の発信力強化
- ・新規顧客獲得を目的としたDXの活用
- ・自店及び商品のブランド力強化
- ・キャッシュレス化の推進などサービスのデジタル化

【製造業の現状及び課題】

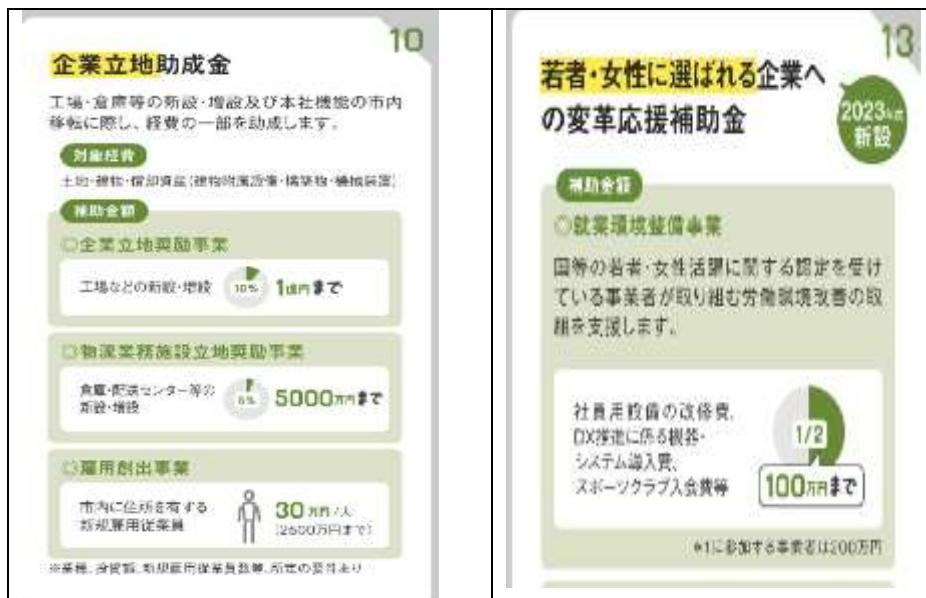
(1. 現状)

南砺市の製造業は、令和3年経済センサスより、生産額合計に対し、金属製品・生産用機械の製造品出荷額が約58.4%と、平成28年の調査時と比較すると全体との割合がやや増加傾向にある。(図1参照)又、令和3年の上位5業種の合計14,134,824万円を平成28年の上位5業種の合計22,084,710円と比較すると36%減少している。さらに、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により受発注の減少に加え、昨今のエネルギー価格の高騰による固定費の増加は、収益とのミスマッチが生じており、経営状況を圧迫している。さらに、職員の高齢化や設備の老朽化、人手不足により労働人口の確保は喫緊の課題である。その中、南砺市では企業誘致、労働人口の確保を積極的に取り組んでいる。人材を確保するために市内企業就職奨励金を創設するなど助成制度の充実を図り、企業誘致と人材確保を同時に進めている。

(単位:万円)

| 図1 | 生産用機械 金属製品 | 家具 装備具 | プラスチック | 食料品 | 繊維工業 | 合計 |
|---------|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 平成 28 年 | 10,652,249 | 1,794,611 | 1,584,304 | 1,537,172 | 1,447,040 | 22,084,710 |

| | | | | | | |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|------------|
| 令和 3 年 | 8,264,341 | 1,849,715 | 1,716,609 | 1,313,449 | 990,710 | 14,134,824 |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|------------|



【南砺市ホームページより】

(2. 課題)

- ・新たな顧客（販路）の獲得による受注確保と売上増加
- ・人手不足解消を目的とした DX 化を含めた設備投資の促進
- ・ゼロカーボンへの取り組みなど刻々と変化する社会情勢に対応するための経営力向上
- ・市内伝統工芸品の維持・存続するための新たな販路開拓と担い手不足の解消
- ・生産性の向上を図るデジタル化の推進

【観光の現状及び課題】

(1. 現状)

南砺市は、自然・歴史・文化・伝統文化など多彩な地域資源のほか、「世界遺産の五箇山合掌作り集落」を始め、「ユネスコ無形文化遺産の城端曳山祭」、「プロジェクト未来遺産の福野夜高祭」、「日本遺産の木彫りのまち井波」と 4 つの遺産を有する日本有数の観光名所である。又、世界的な版画家である棟方志功が生前 6 年 8 か月過ごした福光地域にある棟方志功記念館や、演劇の聖地として国際的な評価と日本のみならず外国人にも多くのファンを獲得した劇団 SCOT の活動拠点である利賀村、南砺市の真ん中に位置し、毎年春に貴重品種や原種の椿を展示する「南砺いのくち椿まつり」など、市内全地域で観光が可能な特殊な行政区となっている。しかし、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の令和 2 年は富山県内、南砺市内ともに観光客の入込が減少傾向にあったが、令和 3 年から増加に転じた。(図 2 参照) さらに令和 6 年 3 月 16 日に北陸新幹線敦賀延伸を控え、関西方面からの観光客入込が期待されている。

【単位：千人】

| 図 2 | 平成 31 年 令和元年 | 令和 2 年 | 令和 3 年 | 令和 4 年 |
|-------|-----------------|--------|--------|--------|
| 富山県全体 | 31,001 | 16,867 | 17,717 | 24,388 |
| 南砺市 | 3,667 | 2,377 | 2,472 | 2,774 |

| | | | | |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|
| 南砺市/富山県全体 ※全体との割合 | 11.8% | 14.0% | 13.9% | 11.3% |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|

【富山県ホームページより】

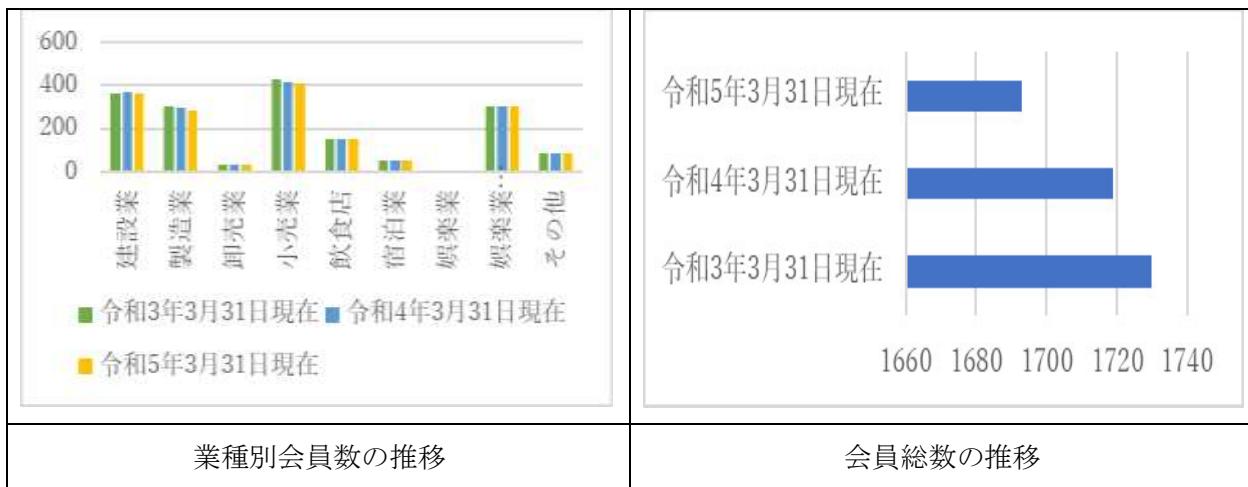


(2. 課題)

- ・地域資源を活用したイベント等の情報発信の強化
- ・滞在時間の確保に向け、体験スポットや飲食店、宿泊施設の情報発信の強化
- ・インバウンド獲得に向けた外国語対応及びキャッシュレス化の推進
- ・富裕層向け観光プランの立案
- ・観光業者、商工業者との連携強化
- ・関西方面の観光客を獲得に向けたニーズ調査

【南砺市商工会業種別商工会員数の推移 ※過去3年間】※定款・賛助会員を除く

| | 会員数 (定款・賛助を除く) | 建設業 | 製造業 | 卸売業 | 小売業 | 飲食店 | 宿泊業 | 娯楽業 | 娯楽業以外 |
|-------------|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 令和3年3月31日現在 | 1730 | 363 | 305 | 30 | 425 | 153 | 56 | 8 | 303 |
| 令和4年3月31日現在 | 1719 | 367 | 295 | 30 | 417 | 154 | 55 | 8 | 305 |
| 令和5年3月31日現在 | 1693 | 364 | 283 | 32 | 408 | 153 | 51 | 9 | 306 |



(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①南砺市商工会の振興計画（今後10年程度を見据えて）

管内において、喫緊の課題は、「人口減少」であると考える。第2次南砺市総合計画の人口ビジョンより、何も講じなければ2035年以降人口40,000人を下回る予想結果がでており、さらに2030年以降は、生産年齢人口（15歳～64歳）が20,000人を下回り、更なる深刻な人手不足が懸念され、全業種が危機感を抱いている。特に、製造業、商業者の減少率は他業種と比較すると高く、エネルギー

価格高騰の影響による物価高騰のキッカケとなった不安定な世界情勢の影響や後継者不在による事業承継問題などの経営課題が背景にある。この課題と真摯に向き合い、課題解決に向けた対策を講じていくために、南砺市商工会は以下、3つを重点項目として振興策に取り組んでいく。

【1】地域内小規模事業者の経営改善と経営力強化

小規模事業者の安定した経営を図るために、巡回や窓口相談の際の「対話と傾聴」を繰り返すことと、自社の現状やポジショニング、外部環境を分析し、分析結果を基に経営課題を洗い出し、課題解決に向け中長期的に解決策に取り組む必要がある。特に自社のあるべき姿を明確にとらえた事業計画の策定は必須であると考える。経営指導員等の巡回や窓口での支援の他、専門家によるセミナーを定期的に開催するなど経営に対する意識改革に努めていく。又更なる自社の発展を目指し、以下を中心に伴走支援を行い、将来的には小規模事業者が自走するまでに仕組みづくりを行う。

- ・各種事業計画の策定支援
- ・生産性の向上と利益確保
- ・人手不足解消に繋げるデジタル化の導入
- ・自社ブランドの強化と発信
- ・自社内のPDCAサイクルの確立

【2】地域内の小規模事業者の維持・存続を目的とした事業承継の推進

管内の事業承継は、業種問わず効果的に進んでいないのが現状である。事業承継を円滑にすすめていく為には、事業承継計画の策定が必須である。経営指導員等の巡回や窓口相談を通じての対話と傾聴により、課題を洗い出し、事業承継には時間を有することを説明する中で、専門支援機関である富山県事業承継引継ぎ支援センターや管内金融機関と密に連携しながら丁寧に支援していく必要がある。又、南砺市では「継業」という手法の事業承継についても推奨しており、南砺市の関係機関と連携していく必要がある。

※「継業」とは・・・身内や親族が事業を引き継ぐのではなく、「意思のある第3者」に継いでもらう取り組みのこと。(南砺市のチラシから引用)



【3】地域内の起業・創業者へのフォローアップと伴走支援

廃業件数が増加する一方で、管内井波地域を中心に創業支援事例が増加傾向にある。特に、南砺市は起業・創業者の初期費用を補助する支援制度が充実しており、地域外から転入し、開業した創業者も見受けられる。しかし、開業間もない事業者が廃業するなど、経営に対する基礎知識を高め、自走するまでの期間を伴走していく必要がある。開業前から経営者と対話と傾聴を繰り返すことで信頼関係を構築する。又開業後、5年間を目途に伴走することで事業の黒字化、安定化を目指し、創業計画のプラッシュアップや中長期的なビジョンを明確化した事業計画の策定などを支援していく。

②南砺市総合計画との連動性・整合性

当会の振興計画【1】～【3】は、管内小規模事業者の販売促進、事業の継続、拡大、新たな創業、事業の継続計画策定を目指す点で、第2次南砺市総合計画の第7章「南砺まちづくりプラン」の以下と

連動している。

- ・振興計画【1】は、第2次南砺市総合計画の第7章「南砺まちづくりプラン」②誰もが暮らしを楽しめる生活環境の充実：「買ってみたい」「行ってみたい」と思わせる魅力あるお店づくり、南砺のモノ、サービスの高付加価値化と連動している。

| 施策の内容 | やるべきこと（主な具体的事業） |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">●公共交通の利便性向上●「買ってみたい」「行ってみたい」と思わせる魅力あるお店づくり●南砺のモノ、サービスの高付加価値化 | <ul style="list-style-type: none">・空き家・空き店舗利用促進事業・クリエイティブ産業振興・発信事業・なんバスで暮らそう事業・南砺ブランド商品開発支援事業・官学・官民連携事業 |

第2次南砺市総合計画より

- ・振興計画【2】は、第2次南砺市総合計画の第7章「南砺まちづくりプラン」③地域の活力を支える産業の発展：明日を切り拓く後継者の育成と連動している。

| 施策の内容 | やるべきこと（主な具体的事業） |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">●既存産業の生産性向上への支援●明日を切り拓く後継者の育成●インバウンドで稼げる観光の育成●稼げる農林業の育成 | <ul style="list-style-type: none">・企業立地奨励事業・小規模事業者後継者支援事業・伝統的工芸品後継者育成支援事業・新規就農研修支援事業・とやま帰農塾推進補助事業・森林・林業担い手育成事業・なんと！幸せのおすそわけキャンペーン事業・南砺金沢線活用誘客促進事業・コンベンション支援等事業・地方創生道整備推進交付金事業 |

第2次南砺市総合計画より

- ・振興計画【3】は、第2次南砺市総合計画の第7章「南砺まちづくりプラン」①若者が住みたくない魅力づくり：若者の希望にあう就業への支援と連動している。

| 施策の内容 | やるべきこと（主な具体的事業） |
|---------------------|-------------------|
| ●若者の希望にあう就業への支援 | ・起業家育成支援事業 |
| ●多様な働き方に対する情報発信力の強化 | ・就活・雇用促進事業 |
| ●若者の住環境への支援 | ・就農マッチングツアーア事業 |
| ●関係人口との連携 | ・地域おこし協力隊 |
| ●移住希望者の受け入れ環境の充実 | ・定住支援事業 |
| | ・多世代同居推進住宅改修等助成事業 |
| | ・空き家バンク活用促進事業 |
| | ・移住コンシェルジュ事業 |
| | ・移住コーディネート事業 |
| | ・とやま呉西圏域連携事業 |

第2次南砺市総合計画より

③商工会としての役割

刻々と変化する社会情勢は、小規模事業者にとって生き残る為に変革を余儀なくされている。そんな中、当会の役割は小規模事業者が持続的な発展を遂げることが最重要であると考える。さらに、地域振興において小規模事業者は重要な役割を担っているなど、まさに地域振興発展の要となっている。小規模事業者の衰退＝地域の衰退である。小規模事業者が今後も持続可能な地域社会を構築する一翼を担うため、対話と傾聴を通じて、以下のとおり、商工会の役割を遂行していく。

- 小規模事業者の経営力強化と持続的な発展支援に向けた伴走型経営支援
- 新たな販路開拓、売上増加、利益確保にむけた見本市等への出展支援
- 専門支援機関と連携した円滑な事業承継支援
- 起業・創業者のビジネスプランを実現する為の創業支援

(3) 経営発達支援事業の目標

①地域内小規模事業者の経営改善と経営力強化

安定した経営を図るには、人材育成、財務管理、設備投資、デジタル化などの様々な経営課題を洗い出し、自社又は地域の内外部環境を分析する必要がある。分析結果を基に小規模事業者との対話と傾聴のプロセスを経た課題解決に向けた柔軟な提案を行い、経営改善、経営力強化を支援する。

②地域内の中規模事業者の維持・存続を目的とした事業承継の推進

対話と傾聴により後継者不足など事業承継に関わる課題を洗い出し、専門機関や金融機関と連携し、円滑な事業承継を支援する。

③地域内の起業・創業者へのフォローアップと伴走支援

実現性の高い事業計画書の策定など専門家や金融機関と連携し、開業前、事業開始後もきめ細かいフォローアップを実施し、対話と傾聴を繰り返すことで、計画実現まで伴走支援する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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

南砺市商工会は、以下の目標に対しての実施方針により、実施期間（5年間）に於ける目標を達成する。

| 目標 | 実施方針 |
|---------------------------------------|---|
| <u>①地域内小規模事業者の経営改善と経営力強化</u> | 刻々と変化する社会情勢を見極め、事業を継続、維持、発展していく為に、商品・サービス等のプラッシュアップ、販路開拓、適正価格の設定、デジタル化、設備投資等の取り組みを計画的に実施し、利益確保につなげる必要がある。そのためには、自社の経営状況を正しく理解し、課題等を洗い出すことが重要である。経営指導員等は、日々の巡回等を通じ、「対話と傾聴」を繰り返し、SWOT分析等の手法を活用しながら経営課題の見える化を図り、自社のあるべき姿や地域でのポジショニングを明確化していく。又、中小企業診断士等による経営力の強化を図るセミナーの開催や富山県商工会連合会の専門家派遣制度の活用や（公財）富山県新世紀産業機構などと連携しながら、小規模事業者の目標達成に向けて支援する。 |
| <u>②地域内の小規模事業者の維持・存続を目的とした事業承継の推進</u> | 管内会員数は、年々減少傾向にある。要因として後継者不足での廃業も多い。後継者不足で廃業した小規模事業者は事業承継に向けた計画を策定していない事業所が多い要因もあり、経営者との対話や傾聴を行いながら、富山県事業承継引継ぎ支援センターや管内金融機関と連携し、事業承継計画策定の必要性等について、計画の策定を支援していく。又、後継予定者等がいない事業所には、第3者承継や事業譲渡、南砺市が支援する継業の活用も含め、事業承継に向けた支援を行う。 |
| <u>③地域内の起業・創業者へのフォローアップと伴走支援</u> | 企業・創業者が実現性の高い事業計画書を策定する為に、開業前から伴走支援を行う必要がある。そのためには、経営者との対話と傾聴が最重要である。又、開業後も5年間を目途に、経営相談のほか、税務、財務、労務、金融と様々なジャンルの相談に対応していく必要がある。多種多様な相談にきめ細かく対応するために、富山県よろず支援拠点等の専門機関の活用や働き方改革推進支援センター富山の活用、富山県商工会連合会が運営する商工会とやま経営サポートセンターの活用、（株）日本政策金融公庫への相談など、商工会のネットワークを最大限活用しながら、自走に向けた支援を行う。 |

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】

当会は、富山県商工会連合会と連携し、四半期ごとに「中小企業等景況調査」を実施している。調査対象企業は24者であり、内訳は以下のとおりである。又当会独自に「南砺市企業等景況調査」も76者に対して同時に実施しており、計100者を調査対象として、売上高・採算性・設備投資・景況感を調査している。

| | 小売業 | サービス業 | 製造業 | 建設業 | 合計 |
|---------|-----|-------|-----|-----|------|
| 既存調査対象数 | 7者 | 10者 | 5者 | 2者 | 24者 |
| 独自調査対象数 | 23者 | 22者 | 13者 | 18者 | 76者 |
| 合計 | 30者 | 32者 | 18者 | 20者 | 100者 |

この調査結果を分析し、南砺市役所商工企業立地課職員と情報共有、当会広報誌やホームページで会員企業に公開している。又、会員企業に対して、毎年採用者数の調査「新規学卒就職者採用数調査」も実施している。

【課題】

継続的に調査を実施しているが、調査内容が支援内容に反映されていない。

(2) 目標

| 調査項目 | 公表方法 | 現在 | 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中小企業等景況調査 公表回数 | HP 及び 会報誌 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| ②南砺市中小事業等景況調査 公表回数 | HP 及び 会報誌 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| ③新規学卒就職者採用数採用状況調査 | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |

※HP=ホームページの略

(3) 事業内容

①中小企業等景況調査及び②南砺市中小企業等景況調査

中小企業等景況調査24社は、全国で四半期ごとに実施し、県下商工会地区でも同じく実施する為、管内のならず地区外の景況が判断できる重要な調査である。この調査を継続することはもちろん、独自の調査である南砺市中小企業等景況調査76社も継続することで、計100事業者の経営状況を把握・分析し、今後の支援に繋げる。

【調査手法】 経営指導員等が対象事業所を年4回訪問し、ヒアリング等により調査する。

【調査項目】 売上高（直近四半期の月別売上高）の実績と今後の見込み高、資金繰り状況、仕入価格、採算等、または設備投資予定や経営課題等を調査する。

【調査の公表回数・方法】 公表回数年4回。結果概要をホームページや会報誌の記事に掲載する。

【備考】 当会ではLINE公式アカウントの運用も開始した。ホームページに公開した際、LINE公式アカウントでも情報発信するなどデジタルツールも活用していく。

③新規学卒就職者採用数・採用状況調査

南砺市の協力も得て、管内事業者の4月1日現在の定期採用である新規学卒者数等を把握するため

年1回実施している独自調査である。調査結果については、南砺市商工企業立地課担当者と共有し、支援施策立案の資料として活用する。

【調査対象】管内事業者

【調査項目】新規学卒者採用数

(採用数、内市内在住者採用数、内市外在住者採用数、内県外出身者採用数)

(4) 調査結果の活用

- ・管内事業所等が、設備投資や商品開発等の新たな取り組みを開始する際の基礎資料として活用する。
- ・行政施策の立案など、小規模事業者の意見調査結果としての基礎資料として活用する。
- ・関係支援機関との意見交換会の際、管内小規模事業者の現状の基礎資料として活用する。
- ・ホームページ等にて、調査結果を広く公表する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会では、これまで愛知県金山総合駅での「南砺市物産フェア」や東京都日本橋とやま館での「とやまの逸品フェア」に出展に、首都圏等でのテストマーケティングを行い、商品のブラッシュアップに努めてきた。又、南砺市と協力し、南砺市独自の商品開発事業「南砺ブランド商品開発支援事業」を通じ、南砺の逸品の販売に注力してきたが、新たな販路開拓等の支援は不十分だった。

【課題】

テストマーケティングの結果を、商品にブラッシュアップして売上upに直接的に繋がっていない。又、首都圏のみならず県内での販路開拓を強化する必要がある。

(2) 目標

| | 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南砺市物産フェア出展 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 | 12者 | 12者 |
| ②とやまの逸品フェア出展 | 4者 | 5者 | 5者 | 5者 | 6者 | 6者 |
| ③県内物産展(新規) | - | 2者 | 2者 | 2者 | 3者 | 3者 |

(3) 事業内容

①南砺市物産フェアへの出展及び②とやまの逸品フェアへの出展について

南砺ブランド商品開発支援事業の認定商品（井波彫刻、五箇山和紙など伝統工芸品含め）を更なる販路開拓を目指し、首都圏や県内物産展でテストマーケティングを行う。又同時に来場者へのアンケート調査を実施し、トレンドの把握した結果をもとに商品のブラッシュアップに繋げる。

【調査手法】

(調査手法) 来場者に開発中の新商品について意見を伺うため、アンケート調査を実施する。

(情報分析) アンケート結果をもとに、専門家等から忌憚ない意見を聞き、更なる商品のブラッシュアップに繋げる。

(サンプル数) 1者につきアンケート回収数50とする。

(調査項目)

■食品 味、見た目、価格、パッケージ、魅力度・満足度、意見・改善点など

■非食品 価格、パッケージ、魅力度・満足度、意見・改善点など

(調査項目の活用) 結果をもとに、経営指導員や専門家が連携し、該当企業にフィードバックすることで、更なる売れる商品に磨き上げる。

(4) 成果の活用

ブラッシュアップ商品のストーリー等を整理し、経営支援会議にて経営指導員間で情報共有し、次なる支援事例に繋げる。

③県内物産展への出展について

県内の知名度 up や新たな販路開拓を目指し、県内の物産展について開催情報を発信し、管内小規模事業者の出展を支援する。又、出展に向けて、商品のブラッシュアップなどの伴走支援を行い、消費者ニーズ等とのマッチングも確認する為、出展時にはアンケート調査も実施し、市場と顧客のニーズを分析し、更なる商品のブラッシュアップに繋げる。

【調査手法】

(調査手法) 来場者に開発中の新商品について意見を伺うため、アンケート調査を実施する。

(情報分析) アンケート結果をもとに、専門家等から忌憚ない意見を聞き、更なる商品のブラッシュアップに繋げる。

(サンプル数) 1者につきアンケート回収数 50 とする。

【調査項目】

■食品 味、見た目、価格、パッケージ、魅力度・満足度、意見・改善点など

■非食品 価格、パッケージ、魅力度・満足度、意見・改善点など

(調査項目の活用) 結果をもとに、経営指導員や専門家が連携し、該当企業にフィードバックすることで、更なる売れる商品に磨き上げる。

5. 経営状況の分析に関するこ

(1) 現状と課題

【現状】

日々の巡回等にて、税務支援・金融・労務相談など多種多様な相談案件に対応している。しかし、支援先の全ての小規模事業者が経営状況を改善しているとは言い難い状況である。又自社の強み、弱みを把握し、外部環境を把握している小規模事業者も少ない現状である。

【課題】

小規模事業者の経営改善・経営力強化を図るため、経営者との対話と傾聴を通じ、自社を見つめ直す機会を創出し、経営課題を洗い出す必要がある。

(2) 目標

| | 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 |
|----------|------|---------|---------|---------|---------|----------|
| セミナー開催件数 | 1 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 |
| 経営分析事業所数 | 60 者 | 72 者 | 72 者 | 72 者 | 72 者 | 72 者 |

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業所の発掘（経営分析セミナーの開催）

経営分析セミナーを年 2 回開催し、自社の分析する機会をつくる。セミナーは、入門編・ブラッシュアップ編と 2 パターン計画し、事業者レベルに合わせたセミナー内容とすることで、更なる小規模事業者の経営力向上に繋げる。

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者、事業計画策定・事業承継計画策定等に取り組む小規模事業者

【分析項目】1. 定量的分析：財務分析（収益性、生産性、安全性、成長性など）

2. 定性的分析：自社における強みや弱み、外部環境を取り巻く脅威や機会の洗い出し

| 内部環境 | 外部環境 |
|-------------|-----------|
| ・商品、製品、サービス | ・商圏内の人口動向 |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・技術、知的財産 ・取引先、仕入先 ・DXの活用状況（SNS等含め） ・人材、社内体制 ・事業承継計画の状況 ・事業継続力強化計画の策定状況 ・資金繰りなど | <ul style="list-style-type: none"> ・競合他社の把握 ・新規参入の脅威 ・市場動向調査 ・業界情報 ・トレンドの把握 |
|--|--|

【分析手法】

中小企業基盤整備機構「経営計画つくるくん」、経済産業省「ローカルベーチマーク」、日本政策金融公庫「財務診断サービス」等のITツールを活用し、自社の状況を経営者及び経営指導員等が入力を行い分析する。定性的分析については、SWOT分析などのフレームで整理する。

（4）分析結果の活用

- ・分析結果は、当該小規模事業者にフィードバックし、各種計画の策定のブラッシュアップに活用する。
- ・分析結果は、当会事業所台帳等に落としこみ、データを集積させ、経営指導員等で情報共有する。
- ・専門家の意見を必要とする際は、分析結果を提供し、より実現性が高い計画の策定の基礎資料として活用する。

6. 事業計画策定支援に関するこ

（1）現状と課題

【現状】

管内小規模事業者に対して、各種計画の策定の必要性、有効性等を働きかけているが、浸透していない現状である。事業計画策定セミナーは年2回開催しているが、事業計画を策定している小規模事業者は少ない。

【課題】

事業計画策定の必要性について、わかりやすく小規模事業者に説明し、計画策定のメリット等を周知する必要がある。

（2）支援に対する考え方

事業計画の策定には、自社の分析や外部環境の把握など地域内の経済動向が大きく関わっている。日々の巡回等で培った情報等を小規模事業者と共有し、対話と傾聴と繰り返しながら、経営者が考えた事業所のあるべき姿を具体化した各種計画策定を目指す。

（3）目標

| | 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事業計画策定セミナー開催回数 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |
| ②事業承継個別相談会開催回数 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| ③DX関連セミナー開催回数 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |
| ④事業継続力強化計画策定セミナー開催回数 | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 事業計画策定事業者数 | 60者 | 72者 | 72者 | 72者 | 72者 | 72者 |

(4) 事業内容

①「事業計画策定セミナー」の開催

中小企業診断士等を講師に、創業者などを対象に自社の目的・目標の設定方法や、事業計画の必要性等を学び機会とする。

(支援対象) 創業前的小規模事業者、創業3年目未満の小規模事業者など

(支援手法) 参加者と経営指導員が伴走でセミナーに参加する。

②「事業承継個別相談会」の開催

富山県事業承継引継ぎ支援センターのエリアコーディネーター等と連携し、個別相談会を開催する。

(支援対象) 事業承継ヒアリングシートを活用し、事業承継に意欲ある事業者

(支援手法) 事業承継課題の洗い出しを行い、事業承継計画の策定に繋げる。

③「DX関連セミナー」の開催

ITコーディネーターや中小企業診断士等を講師に、自社の情報発信の強化、デジタル化による労働生産性の向上、販売チャネルの拡大などを学ぶセミナーを開催する。

(支援対象) デジタルツールの導入等で業務改善等を模索する小規模事業者

情報発信の強化を希望する小規模事業者

インターネットサービスを活用して新たな販路拡大を計画する小規模事業者

(支援手法) デジタルツールの紹介や活用事例を学び、必要に応じて導入支援に繋げる

④「事業継続力強化計画策定セミナー」の開催

中小企業診断士等を講師に、安定した経営を図る為に、事業継続力に関する基本的な考え方を学ぶセミナーを開催する。

(支援対象) 従業員を雇用している小規模事業者（業種問わず）

(支援手法) セミナー受講者の中で、計画策定に意欲的な事業者には専門家派遣制度を活用し、計画策定に支援を行う

7. 事業計画策定後の実施支援に関するここと

(1) 現状と課題

【現状】

これまで、各種計画策定に注力するあまり、策定後の変化についてフォローアップする機会が少ない現状であった。策定後のフォローアップを如何にして行うか改善する必要がある。

【課題】

計画策定により、小規模事業者の変化を敏感にとらえ、経営改善内容を把握し、計画内容の見直し等にも注力する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定事業者には、経営指導員のみならず、経営支援員等も積極的に関わり、対話と傾聴を繰り返し、事業計画策定に対するフォローアップ体制の強化に努め、経営者の内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる必要がある。計画の見直しや内部環境、外部環境の変化などを敏感に情報収集し、必要時は、富山県よろず支援拠点や県商工会連合会の専門家派遣事業の活用を検討するなど、支援施策も活用しながら伴走支援を行う。

(3) 目標

| | 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 | 60者 | 72者 | 72者 | 72者 | 72者 | 72者 |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|----------|------|------|------|------|------|
| フォローアップ 延べ数 ※48者×4回 ※24者×2回 | 160 回 | 240回 | 240回 | 240回 | 240回 | 240回 |
| 売上5%増加 事業者数 | - | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 |
| 利益率3%増加 事業者数 | - | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 |

(4) 事業内容

経営指導員のみならず、記帳担当職員等とも連携し、定期的な巡回等による対話と傾聴を繰り返し、経営状況、財務状況の情報共有を行うことで、小規模事業者の変化をタイムリーに捉え、事業計画とのズレがないか整合性を確かめながらフォローアップを行う。その頻度については、事業計画策定72者の内、48者は3か月1回、24者に対しては6か月に1回、必ず定期巡回等で対話と傾聴を行う機会を設けることとする。又、専門的な知識が必要な課題については、中小企業診断士や税理士等の専門家派遣制度を活用し、チームで支援する体制を構築し、伴走支援から自走を目指す。

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】

当会は首都圏や東海地方での展示会等の出展を促すなど、新たな販路開拓にむけた支援を展開してきた。出展時、アンケート調査を実施し、消費者やバイヤーの生の声を収集し、自社商品のプラッシュアップを繋げてきたが、新たな販路開拓からの売上upに結びついていない。又、新たな販路をECサイトなどのデジタルツールを活用するなどの支援が乏しい。

【課題】

商品をプラッシュアップ後のニーズとの整合性や売上upなど、その後のフォローアップが課題であると考える。又、DXを推進する取り込みとして、ECサイト開設やSNSでの情報発信強化を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

出展後のフォローアップがポイントであると考える。自社の商品等がアンケート調査や専門家による助言等により、変化した内容に着眼する。又、変化をデータ化し、経営指導員等で情報共有するなど、次の支援に生かす経験とする。又、商品の見た目も重要であり、SNSを通じた商品の情報発信を強化する。

(3) 目標

| | 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展示会出展者数 | 4者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 |
| ※①の内、売上が5%増加した事業所数 | - | 1者 | 1者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| ②展示会出展者の内BtoB成約件数 | - | 1者 | 1者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| ※②の内、売上が5%増加した事業所数 | - | 1者 | 1者 | 2者 | 2者 | 2者 |

| | | | | | | |
|---------------------------------|----|-----|-----|-----|-----|-----|
| ③展示会出展者の内 新たな顧客獲得数 (BtoC) | - | 2者 | 2者 | 3者 | 3者 | 3者 |
| ※③の内、売上が5% 増加した事業者数 | - | 1者 | 1者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| ④ECサイト開設 事業者数 | 5者 | 6者 | 6者 | 6者 | 6者 | 6者 |
| ※④の内、売上が5% 増加した事業者数 | - | 2者 | 2者 | 3者 | 3者 | 3者 |
| ⑤SNSアカウント 取得事業者数 | - | 10者 | 10者 | 12者 | 12者 | 12者 |
| ※⑤の内、売上が5% 増加した事業者数 | - | 2者 | 2者 | 3者 | 3者 | 3者 |

(4) 事業内容

①展示会等出展

とやまの逸品フェア（東京都日本橋）に出展し、首都圏での販路開拓やテストマーケティングを行い、売上upや自社の商品のプラッシュアップを繋げる。又、プラッシュアップを改めて評価する機会を設け、成果を具体化する。又、展示会を通じ、商品のプラッシュアップした事業者で、その後、売上が5%増加に繋がる事業者は、年間1事業を目指す。

②展示会出展者の内 BtoB成約件数

とやまの逸品フェアでの出展を通じ、バイヤーとの商談成立は年間1件を目指す。又、商談成立した事業者の売上5%増加を目指す。

③展示会出展者の内、新たな顧客獲得数 (BtoC)

展示会に出展後、新たな顧客した出展者は、展示会出展者数の50%を目指す。又、商談成立した事業者の売上5%増加を目指す。

④ECサイト開設事業者数 (BtoC)

新たな販路開拓を目指す事業所のDXの活用により、ECサイトを新たに開設する事業者数は年間6事業所を目指す。又、ECサイト開設した事業者の売上5%増加を目指す。

⑤SNSアカウント取得事業者数

自社や商品の情報を発信するツールとして、新たにSNSアカウントを取得する事業者は年間10事業所を目指す。又、SNSアカウントを取得した事業者の売上5%増加を目指す。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能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

(1) 現状と課題

【現状】

経営発達支援事業の評価及び見直しをするための仕組みとして、「事業評価会議」を年度毎に1回開催し、外部有識者等による事業評価と見直し提言を受けて、次年度の事業実施に反映している。また、本会役員会で事業の進捗状況及び結果の報告や、翌年の事業内容等に関する意見集約などを行っている。伴走型小規模事業者支援推進事業開始当初よりクラウド型経営支援ツール「Bizミル」を導入し、支援対象である小規模事業者情報と支援実績を紐付けてデータベース化、経営指導員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た。

【課題】

経営指導員間の情報共有に加え、経営支援員同士の情報共有、そして経営指導員と経営支援員との体制が構築できていない為、支援した事業者情報、内容の共有ができていない。よって、情報共有体

制構築が今後の課題である。

(2) 事業内容

事業評価会議は、当会正副会長のほか、南砺市商工企業立地課職員、法定経営指導員に加え、外部有識者として、中小企業診断士等をメンバーとする。

また、「Biz ミル（クラウド型経営支援ツールのデータベース）」を活用し、全職員が支援実施内容や効果等を閲覧可能な仕組みを構築する。

【評価結果の公表について】評価結果は、当会ホームページで公表する。

【評価結果を踏まえた見直体制について】評価結果を当会全職員が共有し、全員で改善策を検討し、その改善策案を評価結果と共に次年度計画等にフィードバックする。

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

【現状】

経営指導員等は、県商工会連合会や中小企業基盤整備機構が主催する研修事業等を通じて、経営支援の資質向上に努めてきた。しかし、職員別の経験年数の差により支援ノウハウの組織内共有を充分に図ることができなかつた。

【課題】

今後、組織としての支援能力の底上げを図ることが課題である。また、小規模事業者からの多様化する相談ニーズや急速に発展したDX化に対応すべく、さらなる知識のインプットが課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的な受講による新たな知識のインプット

経営指導員等それぞれが自身に足りない支援スキルを把握し、解消するため外部講習会等に積極的参加することで、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

②DX推進に向けたセミナー

DX化に関する知識の取得が強く求められていることから、DX関係の講習会には積極的な参加を促す。又、インプットした知識をアウトプット、そして小規模事業者への支援に繋げるアウトカムを実行する。

③OJT制度の活用・導入

県商工会連合会と連携を密にし、経営年数豊富な経営指導員等に巡回指導や窓口相談の機会にOJT制度を活用することで支援業務のノウハウを吸収し、組織全体としての支援能力の底上げを図る。

④経営支援マネージャーの取得

経営支援マネージャーの資格取得を目指し、県商工会連合会等が主催する研修会に積極的に参加する。

⑤ミーティングによる業務改善と情報共有の強化

各事務所内での業務の見直しや効率化を図るため、日頃から対話と傾聴を繰り返すほか、2か月1回会議を開催する。会議には、事務局長も参加し、課題等を洗い出し、解決に向け情報を共有する。又、経験年数が浅い職員の客観的な意見・提案を重要とする組織づくりを行う。

⑥クラウド型経営支援ツール「Biz ミル」の活用

小規模事業者の支援内容、支援実績の情報共有を図るため、全職員がBiz ミルにアクセス可能な体制づくりを構築する。

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

(1) 現状と課題

【現状】

他の支援機関との連携について、限られた職員のみ出席に留まり、経営指導員等への支援ノウハウ等の情報共有は十分ではなく、結果、小規模事業者へのアウトプット・アウトカムに繋がっていない。

【課題】

経営支援ノウハウの情報共有や経営支援マネジメント能力の底上げを図るため、限られた職員のみならず、ベテラン・中堅・若手経営指導員と分け隔てなく参加できる体制を構築する必要がある

(2) 事業内容

①南砺市ブランド戦略部商工企業立地課との情報交換会への参加（年1回）

南砺市商工企業立地課との市支援施策等の情報を共有する意見交換会に参加することで、管内小規模事業者への経営支援に繋がる。又、会議時に支援施策活用するに伴う小規模事業者からの要望等も市当局と情報提供し、支援施策の要件緩和や拡充等に繋げる。

参加者：事務局長、経営指導員 12名

南砺市商工企業立地課課長、係長、担当職員

②金融懇談会の開催（年1回）

マル経融資を推薦する経営指導員に加え、当会金融審査委員4名と日本政策金融公庫高岡支店支店長、融資課長、地区担当職員を交えた懇談会を行い、融資推薦書の留意点や事業者へのヒアリング時の確認事項又は、管内の金融事例等をインプットする機会とし、小規模事業者の金融相談に対するスキルアップを目指す。

参加者：金融審査委員4名（当会事務局長含め）、経営指導員 12名

日本政策金融公庫高岡支店支店長、融資課長、地区担当職員

③富山県よろず支援拠点コーディネーターとの意見交換会の開催（年1回）

当会経営指導員と富山県よろず支援拠点のエリアコーディネーター等との管内又は県内の経営改善や経営支援の支援事例をインプット、支援事例について意見交換する懇談会を行う。

参加者：事務局長、経営指導員 12名

富山県よろず支援拠点コーディネーター、エリアコーディネーター

④富山県よろず支援拠点「支援機関連携拡大ネットワーク会議」への出席（年1回）

県内の支援機関が集まる本会議に参加することで、支援事例の共有や、県内の動向等を把握し、管内の 小規模事業者に還元する。又、経営指導員間でも情報共有を行う手法として、経営支援会議を開催する。

参加者：経営指導員

⑤富山県事業承継引継ぎ支援センターネットワーク会議への参加（年2回）

県内の支援機関のほか、金融機関関係者も多数参加する本会議に出席することで、県内広く支援事例をインプットし、管内の支援に活かす。

参加者：経営指導員

⑥小規模事業者経営改善資金推薦団体連絡協議会への参加（年2回）

呉西地区（氷見市は商工会議所地区であるため、不参加）の各商工会の経営指導員等が参加し、呉西地区の金融支援状況や金融動向の情報を共有することで管内小規模事業者の金融支援に結び付ける。又、呉西地区の支援動向などの情報をいち早くキャッチすることで管内での事前対策の強化に繋げる。

参加者：経営指導員



⑦富山県商工会連合会商工会とやま経営サポートセンター連絡会議への参加（随時）

県内商工会の経営指導員等が集まる本会議に参加し、管内の支援事例の発信、他地区の支援方法の共有などを積極的に行う。又、共有事項は、本会経営支援会議等で、情報共有する。

III. 地域経済の活性化に資すること

1 2. 地域経済の活性化に資する取組

（1）現状と課題

【現状】

北陸新幹線敦賀延伸は、地域にとって外部からの消費獲得が期待できるが、消費者ニーズ等の調査を始め、関西圏へのマーケティング調査等は行っておらず、情報が不足している状況である

【課題】

関西圏の消費者ニーズに把握し、商品のブラッシュアップなど、顧客ニーズにあわせた取り組みを検討する必要がある。

（2）事業内容

北陸新幹線敦賀延伸後の、市内観光入込数の増加を見込み、関西方面の消費者ニーズ等の動向を調査する為、南砺市観光協会との連携しながら、観光協会職員と経営指導員等の情報交換会の開催や専門家を招聘したセミナーの開催等を計画する。

又、南砺ブランド商品開発支援事業に登録された商品を関西方面の消費者ニーズに合わせて、ブラッシュアップする支援に繋げ、地域商品の消費拡大、知名度向上を図る。

※南砺市観光協会の情報※

南砺市観光協会（代表者 会長 川合声一）
住所：富山県南砺市野田 1058-1 TEL：0763-62-1201

①観光協会職員と経営指導員等の情報交換会（年1回）

観光協会の職員と、市内の観光客の動向や県内外の動向について情報共有を行う機会とする。又、商工業者が新たに開発した商品やサービス等の情報提供を行い、市内の滞在時間延長に向けての意見交換等を行う。

②合同セミナー（年1回）

県内、市内を訪れる観光客のトレンドや動向などをインプットするセミナーを観光協会と合同で開催する。セミナーは商工会員からも参加を募り、今後の商品開発や新たなサービス提供を検討する材料としてセミナーを通じて情報提供を行う。

(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)

南砺市商工会の組織

役員 会長1名、副会長2名、理事30名、監事2名

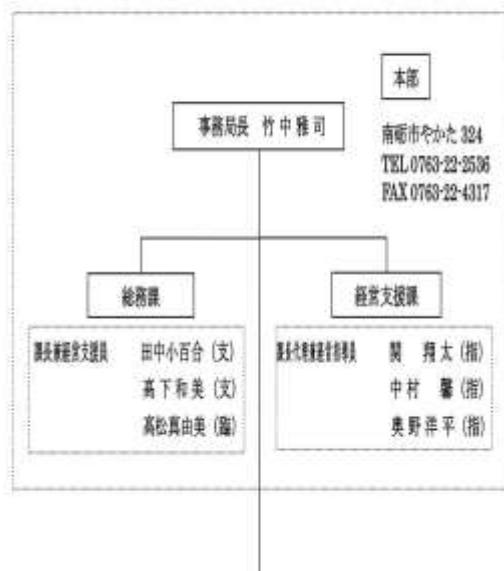
事務局 事務局長1名、法定経営指導員1名、経営指導員11名、経営支援員11名

記帳指導員1名、臨時職員6名

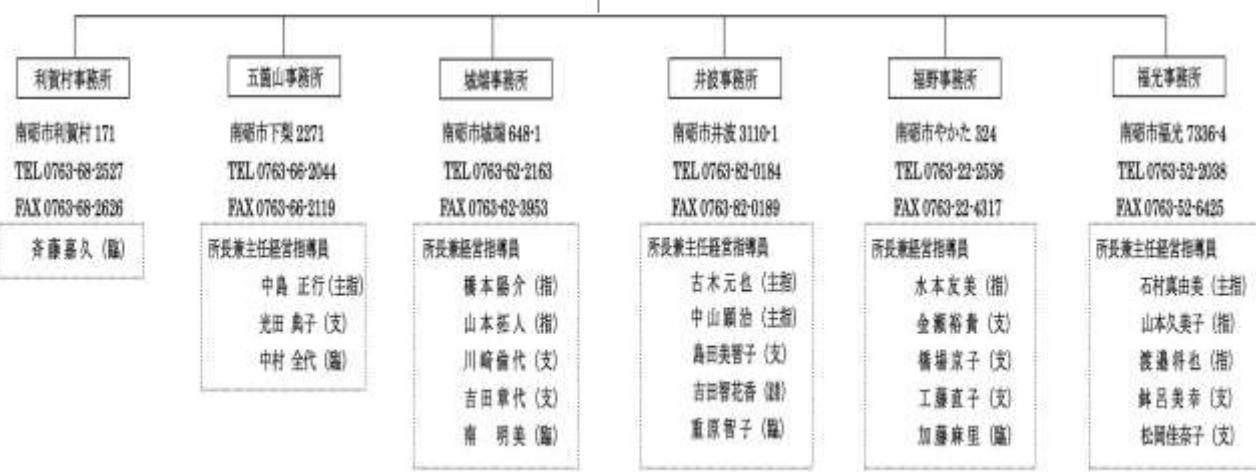
令和5年度 南砺市商工会事務局機構図

令和5年4月1日

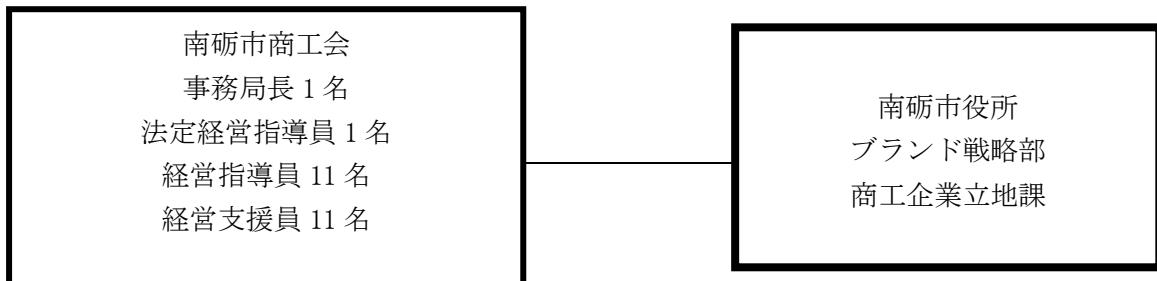
| 部会 | 事務局 |
|---------|---------------|
| 商業・サービス | 石村真由美 渡邊将也 |
| 工業 | 水本友美 |
| 建設業 | 橋本陽介 |
| 観光 | 古木元也 中山頼治 |
| 飲食宿泊委員会 | 関 邦太 |
| 会員審査委員会 | 関 邦太 |
| 青年部 | 中村 韶 |
| 女性部 | 高下和美 |
| 同友会 | 奥野洋平 |



| ■職員数 | |
|------|----|
| 事務局長 | 1 |
| (指) | 12 |
| (支) | 11 |
| (監) | 1 |
| (監) | 6 |
| 計 | 31 |



【 経営発達支援事業に係る南砺市との実施体制 】



(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 関 翔太

連絡先 南砺市商工会

〒939-1536 富山県南砺市やかた 324

電話 0763-22-2536 FAX 0763-22-4317

Mail nanto@shokoren-toyama.or.jp

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）

経営支援会議等を通じ、経営発達支援事業の実施・実施に關わる指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業評価・見直しをする際の必要な情報提供等を行う。

(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

南砺市商工会

〒939-1536 富山県南砺市やかた 324

電話 0763-22-2536 FAX 0763-22-4317

②関係市町村

南砺市役所ブランド戦略部商工企業立地課

〒939-1692 富山県南砺市荒木 1550 番地

電話 0763-23-2018 FAX 0763-52-6349

(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 | 280,000 | 280,000 | 280,000 | 280,000 | 280,000 |
| 1. 人件費 | 97,242 | 97,242 | 97,242 | 97,242 | 97,242 |
| 2. 指導事業費 | 37,835 | 37,835 | 37,835 | 37,835 | 37,835 |
| 3. 地域振興事業費 | 83,691 | 83,691 | 83,691 | 83,691 | 83,691 |
| 4. 受託事業費 | 9,350 | 9,350 | 9,350 | 9,350 | 9,350 |
| 5. 管理費 | 48,425 | 48,425 | 48,425 | 48,425 | 48,425 |
| 6. 経営発達支援事業費 | 2,500 | 2,500 | 2,500 | 2,500 | 2,500 |
| 7. その他 | 957 | 957 | 957 | 957 | 957 |

令和5年度総代会資料参照

(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、県、市、県商工会連合会補助金) |
| ②自主財源 (会費収入、手数料収入、受託料収入、特別賦課金) |
| など |

(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