

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>上市町商工会（法人番号 1230005002249） 上市町（地方公共団体コード 163228）</p>
<p>実施期間</p>	<p>2023/04/01 ～ 2028/03/31</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>経営者の抱える問題を丁寧にヒアリングし SWOT 分析、ベンチマーキングから経営課題を見える化し、必要性を納得した上で、自発的な改善に向けて、経営体質強化の取り組みを促す。</p> <p>経営の IT 化や情報化・デジタル化等により経営体質を強化し、販路拡大や生産性向上を図りながら創業希望者の夢の実現を支援する。</p> <p>事業承継計画の策定支援し、事業所の減少抑制を図る。</p> <p>観光産業のブランディング化と IT 活用による販路開拓を支援し、観光産業の底上げ及び観光地と中心市街地の連携を図る。</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>①地域の経済動向等分析調査</p> <p>②中小企業等景況調査の実施</p> <p>③金融機関との情報交換会</p> <p>④中心商店街・観光地通行量調査</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>①新商品開発の実施</p> <p>②メニュー開発の実施</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営分析セミナーの開催</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>①事業計画策定セミナー</p> <p>②事業承継個別相談</p> <p>③DX関連セミナーの開催</p>

	<p>④事業継続力関連セミナーの開催</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>①フォローアップ支援（専門家派遣）の実施</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>①展示会・②商談会等出展支援、③ECサイト等利用支援</p>
<p>連絡先</p>	<p>上市町商工会</p> <p>〒9300345 富山県 中新川郡上市町 南町 1 9 番地</p> <p>TEL:0764720716 FAX:0794724222</p> <p>e-mail:kamiichi@shokoren-toyama.or.jp</p> <p>上市町</p> <p>〒9390793 富山県 中新川郡上市町 法音寺 1</p> <p>TEL:0764721111 FAX:</p> <p>e-mail:s.shoukou@town.kamiichi.toyama.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) 上市町の現状及び課題

① 上市町の現状

(ア) 地域の概要

富山県上市町は県東部の中央よりに位置し、富山市の以東約 15 km にあり東南に長く延びた長方形に近い地形である。

総面積は 236.71 km²、東南部は標高 2,999m に達する剣岳を主峰として、北アルプス連峰がそびえ、早月川・上市川などの河川が日本海に注いでいる。山岳部が多く、山・川の四季・自然に恵まれた風光明媚な町である。

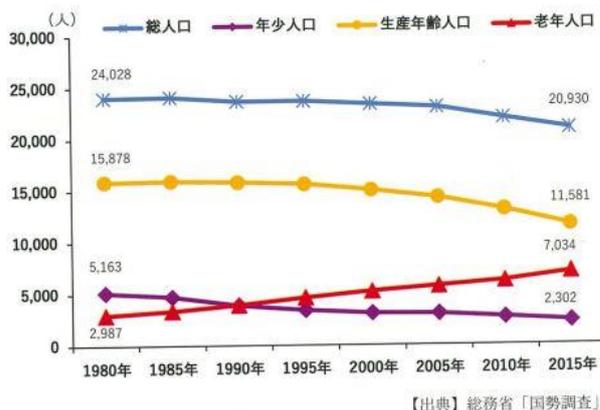
■ 上市町の位置



■ 人口 19,385 人、世帯数 7,755 世帯 (2022 年 9 月 1 日現在)

■ 人口推移

■ 人口の推移



【出典】総務省「国勢調査」

年	総人口	世帯数	生産年齢人口	老年人口	人口増減率	高齢化率
2000年	23,362	7,067	15,023	5,220	-1.18	22.34
2005年	23,039	7,364	14,279	5,708	0.19	24.78
2010年	21,965	7,415	13,084	6,199	-1.40	28.22
2015年	20,930	7,395	11,581	7,034	-1.07	33.61
2020年	19,351	7,256	10,280	7,199	-2.29	37.20

(2000年～2020年：国勢調査、2020年：上市町住民基本台帳)

■ 上市町の直近 20 年の推移 (基準値=2000 年)

- 1) 人口減少 … この 20 年で 4,011 人減少し、この 20 年で人口の約 17% が減少した。
- 2) 世帯数 … 上記の人口減少に比べ、世帯数は約 2.6% (189 世帯) 増加している。
- 3) 生産年齢人口 (15～64 歳) … この 20 年で 4,743 人減少し、総人口に生産年齢人口が占める割合は約 64% から約 53% と 11% の減少となった。
- 4) 高齢化率 (65 歳以上の人口割合) … 37.2% (約 15% 上昇) となり、全国的に見ても高い。

■進展する人口減少、高齢化率の予測

- 1) 上市町人口ビジョン（令和3年2月）における人口の将来展望では、2015年の人口（20,930人）＝100とすると、2030年＝93.3%（18,694人）、さらに10年後の2040年＝81.1%（16,982人）、2050年＝74.2%（15,526人）には3割減少すると推計している。なお、国立社会保障・人口問題研究所の上市町の人口シミュレーションでは、2030年＝81.7%（17,119人）、さらに10年後の2040年＝68.5%（14,335人）、2050年＝56.6%（11,842人）にはおおよそ半分近くになると推計している。
- 2) また、上市町人口ビジョンでは、上市町の高齢化率は2015年＝33.6%であるが、2040年には人口減少に伴う65才以上の割合は38.1%、さらに10年後の2050年には、37.0%に至る見込であり、上市町人口の約4割が65歳以上という超高齢化社会に直面する見込みである。なお、国立社会保障・人口問題研究所のシミュレーションでは、2040年には人口減少に伴う65才以上の割合は44.5%、さらに10年後の2050年には、47.6%に達する見込である。

■増加傾向にあった観光客入込数がコロナにより減少傾向



・左図は富山県地方創生局観光振興室が公表する暦年の上市町観光客入込数をまとめたグラフである。

・2011年、上市町が観光キックオフ宣言を行い、積極的にエコツーリズムに取り組んでおり、森林セラピー、大岩山日石寺等を活用したエコツアーに取り組み地道に観光メニューを追加して観光施策を充実させた。2015年3月には、北陸新幹線が東京～金沢間を結び、関東圏からの訪町が容易になったことから、2018年には、587千人となり観光キックオフ宣言からの7年間で50千人（約

9.4%）増えている。しかしながら近年は新型コロナウイルス蔓延により観光客入込数は減少傾向にある。

・上市町の主な観光資源は、「北アルプス劔岳」、「大岩山日石寺」、「眼目山立山寺トガ並木」、「穴の谷霊水」、「森林セラピー基地」など。

・2020年12月に北陸自動車道に上市スマートインターチェンジが開通され町に直接アクセスできる体制が整い、県内各地及び近県から観光客の増加が想定される。

・右図はRESASの分析情報であり、2022年1月の滞在人口の地域別構成割合を示しており、滞在人口の都道府県外ランキングでは、1位：石川県、2位：東京都、3位：愛知県となっている。大岩山日石寺門前町には3店舗のそうめん・山菜店があり、SNS等の情報から県外からも集客している。また日石寺の門徒が東海地方に多いことが影響している。

・RESASの分析情報から、上市町での滞在人口は14,003人であり97%が富山県内であるが、395人が県外滞在数を示している。冬場のコロナ禍の調査ではあるが、町外からの滞在、とりわけ県外からの入込は厳しい状況にある。上市町内宿泊施設は6施設、97部屋であり、観光客入込数の増加に対応できる施設数ではないが、目的型観光を目指し、地域資源である、劔岳、そうめん、山菜をアピールしながら入込客の増加に向け取り組んでいる。

滞在人口 / 都道府県外



滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

- 1位 石川県 133人 (33.67%)
- 2位 東京都 107人 (27.09%)
- 3位 愛知県 56人 (14.18%)

(イ) 地域経済の状況

■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、上市町では全事業者数に占める小規模事業者の割合が88.4%となっている。

上市町商工会の事業者管理情報(基幹システム)では、2022年3月時点の上市町小規模事業者数の上位3業種は、1位:I卸売業、小売業、2位:D建設業、3位:N生活関連サービス業・娯楽業となっている。2018年と比べて見ても上位3業種に変動はなく、また、上位3業種で小規模事業者数の65%を超える状況である。

一方で、小規模事業所数の推移では、5年間で32事業所(902⇒868、△3.8%)が減少している。特に小規模事業者の減少数が多い業種として、I卸売業、小売業であり39事業所が減少(306⇒267、△12.7%)している。当地区は富山県特有の配置薬販売業いわゆる売薬さんが多いことが特徴であり、事業主の高齢化が進み、後継者がおらず、販売許認可の関係から、事業承継が同業者へと引き継ぐケースが多いことが影響している。

D建設業では10事業所(204⇒214、4.9%)が増加しており、電気工事業や瓦工事業など建設関連事業所で経験を積み、独立開業したものが多い。

他業種は、増減があるものの概ね2018年水準を保っている。しかしながら経営者の高齢化が全業種において深刻な問題となりつつあり、複雑化する経営課題が相まって、小規模事業所の減少が続いている。

分類	小規模事業者数				
	2022/4/1 R4.4.1	2021/4/1 R3.4.1	2020/3/31 R2.3.31	2019/4/1 H31.4.1	2018/4/1 H30.4.1
A 農業、林業					
B 漁業					
C 鉱業、採石業、砂利採取業	9	9	9	9	9
D 建設業	214	208	205	203	204
E 製造業	65	66	67	69	70
F 電気・ガス・熱供給・水道業					
G 情報通信業	3	3	3	3	3
H 運輸業、郵便業	12	12	12	12	11
I 卸売業、小売業	267	277	278	283	306
J 金融、保険業	9	9	9	9	10
K 不動産業、物品賃貸業	21	21	20	20	20
L 学術研究、専門・技術サービス業	38	36	35	35	35
M 宿泊業、飲食サービス業	56	54	55	56	58
N 生活関連サービス業、娯楽業	98	94	95	96	100
O 教育、学習支援業	25	24	24	24	25
P 医療、福祉	22	21	21	21	22
Q 複合サービス業	1	1	1	1	1
R サービス業(他に分類されないもの)	28	28	28	28	28
S 公務(他に分類されるものを除く)					
T 分類不能の産業					
合計	868	863	862	869	902

②課題

【1】事業承継の推進

管内事業者は、これまで商圈が狭く地域生活と密着し営業を行ってきたが、経営体質が脆弱な小規模事業者は、自身の高齢化、後継者がいないことに加え、変革する経営環境の波に吞まれ、段階的に廃業等に至っていると推測する。

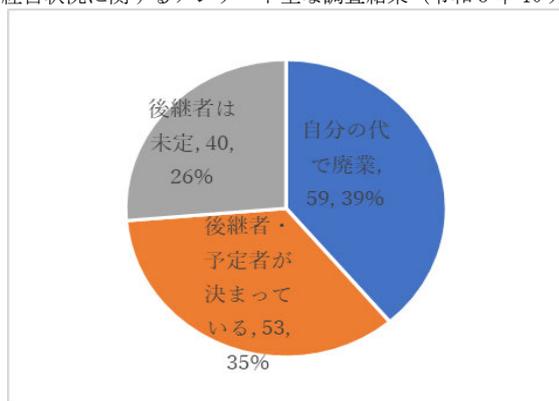
また、当会が独自に実施した小規模事業者を対象とした経営状況アンケート調査（令和3年10月）では、回答のあった152事業者のうち、「自分の代で廃業する」との回答が約39%となり、そのうち約42%の事業者が「10年以内に廃業等を検討」しており、このままでは雇用の維持、技術の承継、地域の利便性などが損なわれ、地域経済の衰退を招くことが予見される。

「自分の代で廃業する」主な理由としては、1. 後継者がいない（約48%）が最も多く、次いで2. 儲からないから（約25%）、3. 顧客の減少（約17%）となっている。

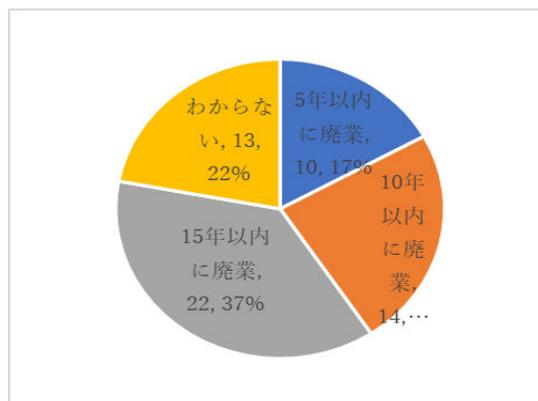
一方で、「後継者を決めている」「後継候補者がいる」（約35%）事業者数は53であり、息子等の家族を考えているとの回答が95%を占めた。うち、98%が具体的な取り組みはしていないと回答している。

加えて、他に40事業者が「後継者をまだ決めていない」（約26%）と答え、管内では事業承継が効果的に進んでいない状況が顕在化しており、小規模事業者の事業承継推進が喫緊の課題である。

●経営状況に関するアンケート主な調査結果（令和3年10月）



【後継者の状況について】



【廃業の予定について】

【2】産業別状況

1) 商業

現在、上市町には商業集積が旧商店街にカミール（9店舗）、上市町役場通りにパル（20店舗）、隣接する立山町のそばに24時間営業をするイオングループの3つがあり、生活必需品を中心に町民の買い物需要に対応している。

旧商店街のカミールは約100台の立体駐車場を完備し、車での買い物にも対応できるが、近隣高齢者の徒歩での利用が多い。役場前通りのパルは約489台の駐車スペースがあり、町内中心部にあることから最も利用が多く、イオングループは夜間営業を唯一行っているため、深夜にわたり利用客でにぎわっている。それぞれの商業集積は、商工会が発行する上市町共通商品券を商工会員の店舗では取扱いき商工会事業に個店が加盟して参加している。

町内の卸売・小売店において、古くからの和洋菓子店や酒飯店などに加え、商業集積内の店舗の廃業もあるが、多店舗があらたに創業されるなど緩やかな減少にとどまっている。

近年では、パン屋、ケーキ屋等の地域資源を活用し地産地消を経営コンセプトとした30代、40代経営者の小売店が増加傾向にあり、町内のみならず町外からも集客を図っており明るい兆しもある。

2) 工業

先述の経営状況アンケート調査結果では、「事業承継が終わっている」の回答が6件あり、建設業において5件の回答があった。本会が建設業で30代の後継者のいる1事業者に対し事業承継センター等を活用し支援した後、取引のある業者や同級生など30代、40代の後継者がいる建設業者が4社、自社でも事業承継を後継者に行いたいとで事業承継をすすめたことが要因となっている。建設業全体としてはまだまだ少ないものの、支援事例が取引先や世代に浸透するきっかけとなる事例として、他業種でも取り組んでいかねばならない。一方、大工や電気工事業等のような一人親方等も管内には多く、ニーズについてもアンケート等で拾い上げていく。

アンケートに回答した現経営者の年代では、60歳以上のいわゆる高齢者が占める割合が全体として55%を占めており、商業では約48%と経営者の高齢化が顕著である。

経営者年代	
20代	3
30代	11
40代	24
50代	41
60代	48
70代以上	25
	152

事業承継が終わってる	
卸小売業	0
建設業	5
製造業	1
サービス業	0
	6

事業承継は計画的に取り組む必要があり、計画を具体化するため、事業者が事業承継と正面から向き合う意欲をまずは喚起していくことが先決となる。

明確な後継者がいない事業所では、第三者承継や事業譲渡などの様々な方法を模索し、地域の活力に向けて、事業所の維持・存続を図っていく必要がある。

3) 観光・サービス業

上市町のサービス業にとって大きな課題である。先述の通り、上市町人口ビジョン及び国立社会保障・人口問題研究所の上市町の人口シミュレーションの2030年予測においては、現在の人口の1割程度が減少となり、地区内の資金循環に大きな支障が懸念される。特に飲食店や理美容業について人口減は直面する喫緊の課題となっている。しかしながら、大岩地区のそうめんや山菜等、地域に特化した食品コンテンツは、他地区から消費者を呼び込める力もあり、SNSやECサイトの活用で成果を上げている店舗もある。

観光業についてもウィズコロナアフターコロナを見据えた観光コンテンツの対策を開始しており、短時間で可能な体験型コンテンツを行政、観光協会が積極的に企画している。上市町の宿泊部屋数は少ないことから、日帰りで町内を散策する仕組み作りは重要であり、地域資源をSNSで売り込むことが徐々に成果として見え始めている。北陸新幹線及び直接アクセスが可能となった北陸自動車道の上市スマートインターが後押しとなり、大岩地区を中心に観光客を呼び込み、地区内を回遊させることが飲食店や土産物店への後押しとなるが、観光客の消費を喚起するまでには至っていない。地域資源等による新たな観光土産品開発、体験コンテンツなどの制作から、当地域ならではのオンリーワンの価値を生み出していくことが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①上市町商工会の振興計画（10年程度の期間）

管内事業者にとって、とりわけ商業者にとっては、上市町人口ビジョン及び国立社会保障・人口問題研究所の上市町の人口シミュレーションの2030年予測は重大な問題と受け止め、本会としても地域住民が暮らしやすく、魅力的で活力のある地域であり続けるために、事業者の存続及び体力をつけることが喫緊の課題である。また、商工会員数にも大きく影響が出ることが見込まれる。

また、事業者においても高齢化が進んでおり、町のみならず事業者の高齢化、後継者の不足に対しては事業承継や新規創業者の創出等で対策を講じなければならない。

これらを踏まえ、上市町商工会では以下の内容を重点項目として振興策に取り組んでいく。

【1】小規模事業者の経営体質の強化、事業再構築の推進

小規模事業者は地域密着型経営が多く、これら事業者は近未来的に、後継者問題に加えて、儲からないという認識が本会アンケート結果に現れている。儲からない理由が外的要因、内的要因にあるのかを現状分析し、経営指導員による対話とヒアリングから従来の延長線上ではない経営の気づきを与え、1. 経営のIT化や情報化・デジタル化、販路拡大や生産性向上のボトルネックに有効なツールの提案など伴走する必要がある。

また、伴走から自走に向けての問題解決に取り組むため、2. 経営の根本的な経営計画や実施計画の作成、ITツールの活用で経営課題の解消に継続的に取り組み、事業の磨き上げや経営体質の強化、新しい収益事業の創出・事業再構築を支援し、付加価値の向上を図っていくことで事業の継続と雇用拡大を目指し、地域経済の活性化に繋げていく。

【2】起業・創業者への支援

廃業数増加の一方で、管内では直近の3年間で毎年平均5件程度の新しい事業所が誕生している。コロナ禍になり、家庭内で飲食できるようなテイクアウト商品や、パン屋、飲食店が主であり、サラリーマンから独立開業した事業者が増えてきており、地区内ニーズもあり順調に営業している。

しなしながら厳しい経営内容の事業所で、開業したが数年で廃業に至ったケースもあった。

新規創業店舗は地域にとって望ましいことであり、開業したものの厳しい状況下にある事業者に対し、再度現状分析から問題点の洗い出し、さらに持続的に商売が発展できる可能性を見出し、経営計画を再構築する必要があり、PDCAサイクルのチェックから改善を行う。

また、これから創業の予定者についても、基礎知識の習得から、プランのブラッシュアップ、創業計画のまとめまで、創業希望者の支援フェーズに応じて時間を掛けながら、段階的な創業支援を講じていく。同様にヒアリングと対話を重視した経営計画の作成を支援していきたい。

【3】事業承継の推進

管内とりわけ商業、サービス業においては事業承継が効果的に進んでいない状況が顕在化しており、雇用の維持、コミュニティの担い手など、地域経済の活力の基盤となる小規模事業者の事業継続を図るため、これを重点的に事業承継を支援して円滑に推進させる必要がある。製造業や建設業など後継者のいる事業者から重点的に、事業承継計画の策定や第三者承継や事業譲渡など、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等と有機的に連携し、支援にあたる。

【4】観光産業の底上げ及び地域経済の活性化

先述の通り、上市町では観光客の入込数が年々増加傾向にあったが、コロナウイルスの蔓延により近年は減少に転じた。令和元年からのコロナ蔓延により観光地の飲食店では、事業主やその従業員の感染により3店舗の休業が余儀なくされた。観光地は他県からの移動往来もあり感染リスクも高く、また、飲食店は個人経営が多いため、就業規則や感染時の対応等のBCP対策を講じていないことで、従業員の対応、食材の余剰対策等の問題に直面した。また観光地の大岩地区は、山間の傾斜のあるところに位置するため、土砂災害や豪雨時の浸水対策が必須となっている。

大岩地区には、細田守監督「おおかみこどもの雨と雪」の舞台モデルになった古民家があり、聖地

巡礼で全国から大勢のアニメファンが訪れている。そうめんや山菜をブランディングしながら観光客をもてなす体制を構築する。

また、観光地から、車で10分程度に位置する特徴のある小売サービス業も点在する町中心市街地への立ち寄りについては、現状では殆ど見られていない。町中心市街地の多くの店舗は、情報発信力が乏しいため、観光客等にはその存在が見過ごされたままにある。

このギャップを埋めるため、個店のブランディング等を推進させて、中心市街地エリアに現在は殆ど見られていない観光客の誘導を図り、地域内で新たな消費を喚起させていく。

中心市街地エリアの店舗に足を運んでもらうために、1. 積極的に情報発信を行うこと、2. 観光客にとって訪れる目的を提案することなどを戦略的に展開していく必要がある。

そこで、観光客等を吸引する目的（新商品・サービス開発、コト開発、地域資源活用等）の創造にチャレンジする小規模事業者を重点的に支援していく。併せて、情報発信力の強化に取り組んでいき、観光産業の底上げを目指していく。

② 上市町総合計画との連動性・整合性

- ・ 当会の振興計画【1】～【4】は、管内事業者の事業と雇用の継続拡大、新たな創業、事業の継続計画策定を目指す点で、振興計画【1】及び【2】は、第8次上市町総合計画の基本目標「2. にぎわう上市～変化と継承へのチャレンジで“にぎわう”産業・基盤」の主要施策1-2-2「経営基盤への支援」、1-2-3「起業への支援と企業誘致」と連動している。
- ・ 振興計画【3】は、主要施策1-2-2「経営基盤への支援（事業承継）」と連動している。
- ・ 振興計画【4】は、主要施策1-2-2「経営基盤への支援（BCP策定）」、1-3-1「観光情報の発信」、1-3-2「上市ブランドの構築」、1-3-3「受け入れ体制の強化」と連動している。

③ 商工会としての役割

小規模事業者の振興に於ける当会の役割は、小規模事業者の直面する環境や構造変化に対し、持続的な発展や需要の創造掘り起こしのために課題設定と解決策を示し、自律的に経営管理できるよう自主化を促し、更には成果を達成するため伴走することに尽きる。

また小規模事業者の事業継続リスクへの対応能力の強化のため、自治体との連携を密にし、災害、疫災に対応できる事業者になれるようBCP策定支援を行う。

そのことが地域住民への暮らしやすさの提供、魅力的で活力のある地域であり続けることに貢献することとなる。何より、事業者の売上・収益増加等の具体的な成果を創出することが大事であり、掲げた振興策を計画的に実行し、支援目標の達成に繋げていく。

本会が支援能力の向上に努めることや、振興策の実行等にあたっては、町当局や関係支援機関と有機的に連携を図って取り組んでいくことが責務である。

地域に根ざした支援機関として、小規模事業者の経営環境や地域の実情等を深く理解する強みを発揮し、個社の伴走型支援により支援目標の達成を目指していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

上市町商工会では、以下の4項目を経営発達支援計画の目標とする。

目標	内容等
目標① 経営体質の強化、事業再構築の推進	小規模事業者が変革する経営環境に対応できるよう外的要因、内的要因にあるのかを現状分析し、経営の気づきを与え、経営計画や実施計画を作成し、事業の磨き上げや経営体質の強化、新しい収益事業の創出等 IT を活用しながらの事業再構築を支援し、小規模事業者の事業継続リスクへの対応能力の強化のため BCP 策定支援を行いながら地域経済の持続、活性化に繋げていく。
目標② 起業・創業者への支援	創業希望者、3年以内の起業者を支援フェーズに応じて手厚くサポートし、創業者の円滑な経営体制に導けるよう伴走支援し、地域の活力を生み出し多様なサービスを輩出し、暮らしやすく、魅力的で活力ある地域であることに貢献していく。
目標③ 事業承継の推進	事業承継計画の策定等を積極的に支援して、小規模事業者の事業存続と事業廃止の抑制を図り、雇用の維持、技術の承継、コミュニティの担い手など、地域の活力の基盤を存続させていく。事業承継計画の策定や第三者承継、事業譲渡等の専門機関と有機的に連携を図り、支援にあたる。
目標④ 観光産業の底上げ及び地域経済の活性化	そうめんや山菜等の地域資源を活用しブランディング化を図ると共に SNS や地域メディア、IT を活用して情報発信力の強化に取り組んでいき、観光産業の底上げを目指す。町中心市街地エリアに誘客する仕組みを構築し、新たな目的（新商品・サービス、コト体験、地域資源活用等）を生み出し、消費需要を喚起して地域外資金を獲得し、中心市街地の賑わいの創出、町の稼ぐ力・魅力を高めていく。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援計画の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (令和5年4月1日～令和10年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

上市町商工会では、以下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	実施方針
目標① 経営体質の強化、事業再構築の推進	<p>小規模事業者が自社の経営状況を正しく認識することが何より重要であり、経営指導員が中心となり経営者の抱える問題を丁寧にヒアリングし SWOT 分析、ベンチマーキングから経営課題が見える化し、必要性を納得した上で、自発的な改善に向けて、経営体質強化の取り組みを促していく。</p> <p>経営の IT 化や情報化・デジタル化、事業継続力強化および事業計画策定に関するセミナー等を実施し、知識の習得とチャレンジ意欲を喚起していく。具体的な新ビジネス、新商品・サービス等の開発段階では、専門家支援等で手厚く支援していく。併せて、補助金等の活用提案、展示会・商談会等への出展、IT 活用を支援し、新事業の成長と経営体質を強化しながら伴走支援していく。</p>

	<p>また、富山県よろず支援拠点、(公財) 富山県新世紀産業機構などと連携し、小規模事業者の経営体質強化に関する支援を有機的に実施していく。</p>
<p>目標② 起業・創業者への支援</p>	<p>上市町、管内金融機関、富山県よろず支援拠点、富山県信用保証協会、(公財) 富山県新世紀産業機構、日本政策金融公庫富山支店などとの支援ネットワークを活用して創業希望者・起業予定者を発掘し、創業支援と育成を実施していく。また創業後3年以内の事業者に対し経営指導員が中心となり、一定の時間を掛けて、現状の把握と事業計画とのズレが見える化し、軌道修正が必要であれば事業計画の見直し、ITを活用した新規販路先等があればブラッシュアップを行う。</p> <p>また、上市町と連携し、創業者支援補助金や空き店舗対策補助金を活用するなどして創業者をフォローアップする。</p> <p>創業後は伴走型で経過を見守りながら経営指導員による経過分析等のフォローアップ支援を行う。</p>
<p>目標③ 事業承継の推進</p>	<p>後継者がいる小規模事業者から事業承継計画の策定支援や準備の必要性を説明し、後継予定者等がいない小規模事業者にも、第三者承継、事業譲渡などの検討を呼びかけていき、事業所の減少に少しでも抑制を図っていく。</p> <p>親族内承継ほか、第三者承継、事業譲渡など、多岐の課題解決に複合的な支援が必要となり、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などと有機的に連携していく。</p>
<p>目標④ 観光産業の底上げ及び地域経済の活性化</p>	<p>観光地である大岩地区にある飲食店の支援からブランディングを図る。具体的にはそうめん、出汁等のEC販売や、山菜、くだもの等の地域資源を活用した商品開発及び展示会や商談会への出展を支援する。</p> <p>また、個人経営の飲食店を中心に、就業規則や感染時の対応等のBCP対策を講じ、土砂災害や豪雨時の浸水対策に対応させる。</p> <p>また、観光地から、車で10分程度に位置する町中心市街地への立ち寄りについて、SNSでの情報発信を強化し観光客に存在をアピールし誘導を図りながら、地域内で新たな消費を喚起させていく。具体的には中心市街地店舗のランチメニューや山菜情報、こだわりのお土産品などの情報をフェイスブックやトリップアドバイザーを活用して事業者と共同しながら、町観光協会や関係機関のネットワークを活用して、広く浸透させていく。</p>

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

現在、当会が継続的に行う地域の経済動向調査等に資する事業としては、富山県商工会連合会と連携して四半期毎に「中小企業等景況調査」を実施している。調査対象として、指定業種の7小規模事業者(小売業1、サービス業3、製造業2、建設業1、)数に加えて、独自に23小規模事業者を追加して実施している。課題として業種選定に偏りがあったことに加え、調査票回収、集計作業に遅延が生じ公表が遅れがちになったことから、業種のバランス、調査数の見直し(小売業4、サービス業8、製造業4、建設業4、)を図る。加えて独自調査項目としてBCP策定状況、事業承継状況について新たに設けると同時に、観光業に関連のある業種(飲食・宿泊業6)を含んで調査する。

これらの調査結果や分析結果について、小規模事業者の支援現場で有効に活用していくと共に、ホームページ上でも個社が特定できない内容を精査しながら、周知していく。

また、年1回、地元金融機関4行と地域経済の動向について情報交換会を行っている。新規開業案件の情報等が本会の創業支援から会員へと結びつく重要な位置づけとなっており、金融機関、創業予定者が希望すれば、事業計画等の策定について個別に連絡を取り合う体制もできており継続的に実施していく。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9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 中小企業等景況調査の公表回数	—	4回	4回	4回	4回	4回	4回
③ 金融機関との情報交換会	—	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④ 中心商店街・観光地通行量調査	—	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① 中小企業等景況調査

全国(約8000社) 県下商工会地区(150社)の景況が判断できる重要な調査である。この調査を継続し、独自に加えた13事業者加え製造業・建設業・商業、サービス業の4業種20小規模事業者の4半期毎に調査、分析を行う。

【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実施する。

【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、仕入価格、採算等の、設備投資予定、経営課題等に加え、BCP策定状況、事業承継状況を追加調査していく。

【調査の公表回数・方法】

公表回数年4回。結果概要をレポートとしてHPに掲載する。

② 地域の経済動向分析

観光地(大岩地区)から中心市街地への誘導と、観光地(大岩地区)への入込を把握するために、大岩地区入り口及び中心市街地での定点観測として通行量調査を年1回調査し、経営指導員等が動向分析を行い5年間の推移をHPにて公表する。

【調査手法】

・中心市街地(西中町商店街)において自動車、歩行者の通行量調査を観光客が多く訪れる9月中旬第三日曜を固定として実施する。

【調査項目】

・「西中町商店街県道157号線においての富山市⇒滑川市、滑川市⇒富山市方面の自動車、歩行者調査から状況等を分析。併せて、県外ナンバー自動車ナンバー数を把握する。上記結果を総合的に分析し、本会の観光支援事業に活用する。

(4) 調査結果の活用

1. 経営指導員等が商業、観光サービス業支援の際の参考資料とすると共に、支援の具体的なデータとして活用する。
2. 調査した経済動向分析結果は、ホームページに掲載し、広く管内事業者に周知する。
3. 調査結果は関係機関と情報共有を図ると共に、町施策への要望や商工会事業に反映させていく。

4. 需要動向に関すること

(1) 現状と課題

これまで、観光地でのお土産に関するテストマーケティングを商店街イベント「市姫さんど」において行ってきたが、食品製造業者が管内事業所の中には少ないことが問題であり、製造販売数が伸び悩んでいた。新しい商品を企画するにしても外注部分が多く、儲けが薄いところも課題である。

土産品だけでなく、今後は飲食店の新しいメニューなどにも視野を広げることで支援対象者のすそ野を広げることが課題であり、商品化の際にはコロナ禍で需要の高まったテイクアウトやEC販売にも対応できる商品を生み出すことが新たな課題になってくる。これらを集中的に支援し、具現化を進め個店の繁盛店化・観光産業の再構築に向けて、新たに観光客等が中心市街地エリアに足を運ぶ目的（新たな観光資源）作りとして、観光客等を対象とした需要動向調査、テストマーケティング等を実施して開発を支援する。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 新商品開発の調査対象事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
② メニュー開発等の調査事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

① 新商品・メニュー開発等の調査

新たな和洋菓子、ランチ定食メニュー、総菜メニュー等を開発する。地元から支持や認知を浸透させていくためにも、商工会が町中心市街地で開催されるイベントにおいて試食会等で、来場者アンケートを実施する。

【調査手法】

（情報収集）「市姫さんど」（6月、10月、第3日曜日）の来場者に開発中の商品等を試食や体験等をしてもらい、アンケート票により評価を受ける。

（情報分析）調査結果は、必要に応じ、販路開拓等の専門家やフードコーディネーターに意見を聞きながら、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 来場者 30 人程度

【調査項目】

（食品）①味、②見た目、③価格、④パッケージ、⑤魅力度・満足度、⑥意見・改善点など

（非食品）①価格、②パッケージ、③魅力度・満足度、④意見・改善点など

【調査結果のフィードバック】

- ・調査結果は、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、新商品開発等のブラッシュアップを図っていく。

(4) 成果の活用

調査結果は分析・整理を行い個社にフィードバックし販売戦略の見直しや新商品開発への参考データとして活用する。事業者支援データは職員間で情報共有を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者等に対する経営分析の機会として、決算指導、借入相談時、補助金申請支援などがあり、これらを通じて年間 130 件程度の財務状況等を把握している。

現状、補助金等の申請支援時には財務分析をはじめ非財務分析（SWOT分析等）の両面から小規模事業者の経営状況を分析している。一方、資金調達や決算指導の支援機会では財務状況等の分析が中心である。

また、小規模事業者は売上を確保することへの意識が強く、自社の強みや弱み、機会や脅威など、非財務分析から経営状況を計り知る機会が希薄であり、自社の経営状況を正しく認識する弊害となっていることが課題である。事業承継が効果的に進んでいない要因の一つと考えられる。

事業承継については、後継者がいる場合であっても深く話をしていない傾向が強く、まずは必要性をいかに経営者、後継者ともに認識させていくことが問題解決の第一歩である。事業継続力については、経営者側は即対応しなければならない課題ではないという意識が強く、災害やコロナ等の対応策から意識付けていくことが課題であり、今後はセミナーの開催や支援機会を通じて理解に繋げていく。

(2) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
① セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
② 経営分析事業者数	20者	20者	20者	20者	24者	24者

(3) 事業内容

① 経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

小規模事業者が、セミナーの開催を通じて経営分析の重要性や手法を学び、自社の経営課題等を認識することで、事業計画策定の必要性について理解を深めると共に、支援対象事業者の掘り起こしを行う。セミナー参加者には経営指導員がそれぞれに張り付き、ヒアリングをしながら SWOT 分析を行い自ら問題意識を持てるようにサポートする。また創業後 3 年未満の事業者を積極的に声掛けし、現状分析を行う場を提供することで、気づきの機会を与える。

【募集方法】チラシを作成し、経営指導員巡回時の配布、管内小規模事業者を対象とした広報誌への折込やホームページで周知する。

【開催回数】1回 【参加者数】10社程度

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者、事業計画策定・事業承継計画策定に取り組む事業者ほか

【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：内部環境における強みや弱み、外部環境を取り巻く脅威や機会を整理

(内部環境)	(外部環境)
・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	・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

【分析手法】

経済産業省「ローカルベンチマーク」、日本政策金融公庫「財務診断サービス」等のソフトを活用し、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、4P分析、などのフレームで整理する。事業承継に関しては、これらを組み合わせて課題等を整理し、関連づけていく。

(4) 分析結果の活用

1. 分析結果は、当該事業者フィードバックし、事業計画策定、事業承継計画策定に活用する。
2. 分析結果は、内部共有しデータベース化することで、経営指導員等の経営支援に活用する。
3. 事業者の基礎資料として事業計画策定後の効果検証等に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

これまで、小規模事業者持続化補助金等の補助金申請を中心に事業計画策定を支援してきた。新商品・サービス開発、生産設備導入、ホームページ・ECサイトの構築、展示会・商談会出展など、事業計画の円滑な策定と実施を支援し、販路拡大や生産性の向上等に少なからず効果が見られている。

またセミナーを開催することで、管内創業者の輩出に一定の成果が出ており、これからも創業計画等の策定を支援していく。

一方、管内の状況は小規模事業者の事業承継や事業継続力の取り組みが遅れており、経営状況の分析を踏まえながら、事業承継計画の策定、災害やサプライチェーン対策等のBCP策定を重点的に支援し、廃業予備軍の抑制を図るとともに事業継続に強い体質の事業者を創出する必要がある。

また、経営力強化や競争優位性の確立のため、小規模事業者のDXに向けた意識の向上や新たな課題への取り組みを支援していくことが必要でなる。

(2) 支援に対する考え方

1. 事業計画策定の支援は、経営状況の分析や地域の経済動向・需要動向の分析結果等を踏まえ、事業計画の策定にあたる。策定した計画内容が自ら納得でき必要性を自覚できるよう心掛け、経営指導員がヒアリングと丁寧な説明でサポートしながらセミナーを開催し、事業内容の具体化と実現性向上を自発的にすすめるよう促す。
2. 事業承継計画策定の支援は、経営状況や地域の経済動向の分析結果を踏まえて、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などと有機的に連携し、計画づくりの支援を展開していく。経営指導員のヒアリングによるニーズの掘り起こしから、富山県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、経営者および後継者等と個別相談会を開催していく。
3. 小規模事業者のDX推進に向けて、関連するセミナーを開催し、意識の向上や新たなツールの活用事例への取り組みについて推進を図っていく。

(3) 目標

		現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
① 事業計画策定 セミナー（3年未 満創業者含む）	開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
	受講者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
② 事業承継個別 相談会	開催回数	—	1回	1回	1回	2回	2回
	受講者数	—	2者	2者	2者	3者	3者
③ DX関連セミ ナー	開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
	受講者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
④ 事業継続力関 連セミナー	開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
	受講者数	—	7者	7者	7者	9者	9者
事業計画策定事業者数		—	8者	8者	8者	10者	10者

(4) 事業内容

① 「事業計画策定セミナー」の開催

中小企業診断士等が講師となり、目的と目標設定の考え方、事業計画の必要性や策定手順、新事業等の着眼点や発想のポイントなどを学び、事業計画をまとめていく。

（支援対象）経営分析セミナー参加者、3年未満創業者、新たな特産品開発等・販路拡大に取り組む事業者、補助金申請を予定する事業者など、10名程度。

（支援手法）受講者に対して経営指導員等が担当制で張り付き、専門家を交えて策定を支援。

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専門コーディネーターや中小企業診断士等が相談員を務め、開催する。

（支援対象）経営指導員のヒアリングによる希望者、承継意欲のある事業者 各回2名程度。

（支援手法）小規模事業者の個別具体的な相談に対応し、事業承継計画の策定に繋げていく。

③ 「DX関連セミナー」の開催

小規模事業者のDXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また、DXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取り組みを推進するため、関連するセミナーを開催していく。

具体的には、ECサイトの導入・運用方法、キャッシュレス導入、SNS等を活用した情報発信、小規模事業者のAI・IoT導入による成功事例、IT補助金などをテーマとするセミナーを想定。

（支援対象）生産性向上や業務効率化、新たな販売方法などを模索する若手事業者等、10名程度。

（支援手法）セミナー受講者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、必要に応じてIT専門家等の派遣を実施していく。

④ 「事業継続力関連セミナー」の開催

小規模事業者の事業継続力に関する基礎知識を習得するため、セミナーを開催していく。

具体的には、地域のハザードマップ、サプライチェーン対策、従業員の雇用・感染症対策等のBCP計画の策定に関するセミナーを想定。

（支援対象）従業員を雇用している飲食店を中心とするサービス業、製造業、建設業等の小規模事業

者等、10名程度。

(支援手法) セミナー受講者の中から取り組み意欲の高い事業者に対して、中小企業診断士等の専門家の派遣を実施する。

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

これまでに事業計画策定に取り組んだ事業者の進捗状況等を経営指導員等が確認しながら、必要に応じて専門家派遣等の支援を行うなど、事業計画の実施をフォローアップしてきた。

しかし、状況確認は不定期であり、多くの場合は事業者の求めに応じて訪問しているため、取り掛かりの鈍い事業者や実施段階で新たな課題に直面する事業者を見過ごしてしまうことが多かった。対応の遅れから計画全体に影響を及ぼすケースが見受けられている。

また、事業実施から年月が経過していくと、状況確認等の頻度が低くなり事業計画の進捗や目標達成の状況について、今後は十分に状況確認等を行っていくことで、計画実施を円滑に支援することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象事業者とし、声掛けや訪問等で定期的な状況確認等を実施。事業の進捗状況や目標達成状況などから訪問頻度を見極め、ある程度順調と判断される場合は訪問回数を減らし、逆の場合などは集中的にフォローアップ支援を行う。計画とズレが生じている場合は、原因が何であるかを経営指導員がヒアリングし、主観的に陥りがちな経営者に対し、第三者からの視点でアドバイスを与え、納得を得たうえで軌道修正の必要があれば、事業計画の見直し等に伴走する。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	8者	8者	8者	8者	10者	10者
専門家派遣事業者数	2者	2者	2者	2者	3者	3者
フォローアップ支援指導延回数	32回	32回	32回	32回	40回	40回
利益率1%以上増加事業者数	—	4者	4者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員等が巡回訪問等により、定期的かつ継続的なフォローアップを行っていく。スケジュール等進捗度、直面する課題等や新たな支援ニーズ、売上・収益効果、計画と実績の乖離などの状況について1者あたり4半期ごとに1回程度のヒアリングを行って確認を図り、小規模事業者の状況に応じてフォローアップ頻度等の変更を行っていく。

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、富山県よろず支援拠点などの外部専門家と連携して対応し、要因の洗い出しと課題の整理等を行いながら、必要に応じて専門家派遣等を実施し、第三者視点からの気づきを与え、自走化を促す。

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

当会では販路開拓の支援として、これまで主に行政、商工団体等の支援機関、同業種団体等が主催する、県内外の展示会・商談会の出展を支援してきた。また、日本橋とやま館を会場として「上市町フェア」に参加し、展示による首都圏消費者を対象としたテストマーケティングや情報発信等を支援してきた。

出展した小規模事業者が、ターゲットの生の声、競合商品の特徴・品質レベル、売れ筋感などを感じ持ち帰ってはいるものの、一部取引に結び付く事例もあるが自社商品等のブラッシュアップや新商品の開発等に十分に活かし切れておらず、事後のフォローアップが求められる。

また、コロナの蔓延により行動制限がかかったことから、都会での出展等が困難になったこともあり、リアル出展が相次いだ。オンライン商談会という手法もあったが、出店予定者は生の声を直に聴きたいとの思いから、オンライン出展については消極的であったことが課題である。DXを推進していく観点からも効果的なオンライン商談会の活用方法などもセミナーや専門家より指導を受けながら解決していく必要がある。当町の商圈は人口減少等の予測からも、これまで以上に販路拡大が必要であることを理解・認識してもらい、取り組みを支援していく。

(2) 支援に対する考え方

本会が独自で展示会等を開催することは困難であるため、県内外で開催される展示会等への出展を支援し、支援事業者の対象ターゲットやマーケットを勘案し、選択する。

出展に際する経営指導員等による出展事前・事後のフォローについて、アンケート調査票のアドバイスや展示方法等、今後の改良方針などについて、従来に比べてより踏み込んで後方支援する。また、展示会期間中は、接客などを伴走支援する。

DXに向けた取り組みとして、SNS等を活用した情報発信、ECサイトの導入・運用方法、IT活用による販路開拓、IT補助金活用などに関するセミナーへの参加を促し、小規模事業者のマインド変化と理解を高めていく。必要に応じてIT専門家等派遣を実施するなど、小規模事業者の意欲と導入への取り組みを支援していく。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 展示会等出展事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
BtoB 事業者	—	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数	—	3件	3件	4件	4件	4件
新規取引先開拓数	—	3件	3件	4件	4件	4件
② ECサイト等新規利用事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
収益増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

① 展示会等出展事業

首都圏の販路開拓にチャレンジする小規模事業者に展示会等の出展機会を提供し、商品開発及びブラッシュアップ、バイヤーとの商談機会、マスコミ活用などを通じて目標達成を支援していく。

1) 日本橋とやま館「上市町フェア」(企画開催：上市町、時期：9月～11月で各年調整)(B to C)

県内支援機関を対象として公募する、日本橋とやま館の催事コーナーにおいて、上市町が企画開催する。日本橋とやま館は富山県の首都圏アンテナショップとして、年間20万人を超える来館者を有しており、首都圏消費者ほか、流通バイヤーやマスコミ等からの注目度も高い。開催する展示販売会は、1週間程度の期間を想定しており、テストマーケティング等を通じて販路開拓を支援する。

出展支援対象事業者は、首都圏販路開拓に取り組む食品・非食品製造小売事業者とし、事業計画を策定若しくは地域資源を活用した商品等を有する小規模事業者の出展を優先的に支援する。

出展支援事業者数は2者程度を想定しており、期間中は事業者が原則日替わりで、エンドユーザーである首都圏消費者等に対して、直接接客し販売等を行うことを予定する。

2) 「ものづくり見本市」(富山県、石川県、福井県)(B to B)

北陸三県のいずれかで開催されるものづくりの商談会として、国内外約400社の展示ブースがあり、期間中の来場者数は約3万人。出展を支援する小規模事業者は、独自技術を活かした自社製品を開発する1者を想定している。

③ ECサイト等利用(B to C)

ECサイトに関するセミナーや個別相談等により、新たな利用支援先を発掘し、意欲のある小規模事業者に対して、個別に具体的なフォローを実施して、ECサイト利用開始を支援する。

一方で、大手ECサイトでは各社毎に販促支援・運用支援等の提供サービスや、販売手数料等の事業コストが相違することから自社のホームページでの販売構築や比較的安価なライブコマースなどの利用を視野に入れ、ECサイト利用による収益増加率5%を一つの目安として、利用提案を行っていく。ECサイトの運用開始後は運用状況等をフォローして観察し、必要に応じて専門家派遣等によるスキルアップや課題解消にあたる。

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と

(1) 現状と課題

本会では現在、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、「経営発達支援計画評価委員会」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諮っている。

また、平成30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た。

(2) 事業内容

経営発達支援事業の進捗状況や実績等について「経営発達支援計画評価委員会」を年度毎に1回開催し評価を行う。委員会の構成員は、当会正副会長のほか、上市町産業課長、法定経営指導員に加えIT関連等の専門性が高いことから富山県商工会連合会専門経営指導員、外部有識者として、中小企業診断士をメンバーとする。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、実施内容や効果等を計る基礎資料を作成し、個社の特定情報に抵触しない範囲で定量的に見え

る化し、経営発達支援事業の評価・見直しを行う基礎資料とする。

【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商工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】

経営発達支援計画評価委員会（事業評価委員会）における評価結果を職員が共有し、全員で改善策を検討し、その改善策案を評価結果と共に役員会へフィードバックし、次年度計画案を決定することで当該事業の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等に関すること

(1) 現状と課題

本会の経営指導員等は、県商工会連合会が開催する研修事業等を通じて、資質向上に努めてきた。しかし、職員個人の経験年数や指導経歴等のばらつきが要因となり、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った。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、小規模事業者にとって有益にDXに関する相談・指導対応を図るため、知識習得等に努めて支援能力向上を図ることが課題である。

(2) 事業内容

1) 外部講習会等の積極的活用

経営指導員等それぞれの不足する支援スキル解消のため外部講習会等を積極的活用し、知識や実践のスキルの習得を目指し課題を解消する。具体的には、以下に準じた内容を想定する。

① 「富山県デジタルトランスフォーメーションファーストステップセミナー」（富山県）

・デジタル化からDXへの変革プロセス。デジタルツール紹介、県DX関連施策紹介等

② 「小中規模の企業こそDX講座」（富山県よろず支援拠点）

・大企業だけの話でない中小企業が取り組む省力化、販路開拓の観点からデジタル化についての認識を深める。

・着眼点、納得性、継続性、ツールの使い方、KPIの設定など、改善活動の進め方を学ぶ。

また、地域の事業者のDX推進への対応について、経営指導員等のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能とするため、下記のような相談・支援能力の向上のためのセミナー等にも積極的に参加する。

③事業者にとって内向け（業務効率化等）の取り組みに関するセミナー等

（主なテーマ）ITツール活用、キャッシュレス、IT・IoT技術活用した業務効率化・生産性向上、クラウド、情報セキュリティ対策、など

事業者にとって内向け（需要開拓等）の取り組みに関するセミナー等

（主なテーマ）SNSを活用した販促、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、など

④「結果を出すコミュニケーション術」（とやま中小企業人材カレッジ）

経営指導員は、事業者への支援において、ヒアリング力や対話力、説得力のスキルが必要不可欠であり、支援能力の向上のためセミナーに参加し資質向上を図る。

2) OJT制度の導入

支援経験の豊富な県内経営指導員及び富山県商工会連合会と連携を密にし、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

3) クラウド型経営支援ツール「BIZミル」の活用

「BIZミル」を活用し、支援情報等を適時・適切に入力してデータベース化し、小規模事業者の事業計画や支援方法、支援の流れ、支援状況や効果等について、職員全体で共有し、支援ノウハウ等を蓄積していくことで、組織全体の支援能力向上に繋げていく。

4) ミーティング化の強化

本会指導員は、8年目の中堅経営指導員と、3年目の新人経営指導員の2名がペアとなり管内事業所の経営支援にあたっている。指導経験には差異があり、情報の共有が大切であることから経営指導員経験20年以上の事務局長を含め、支援内容の状況の進捗、問題点を共有することを目指し、隔週1回の進捗ミーティング、月1回の問題解決ミーティングを行い、円滑な支援になることを目指す。

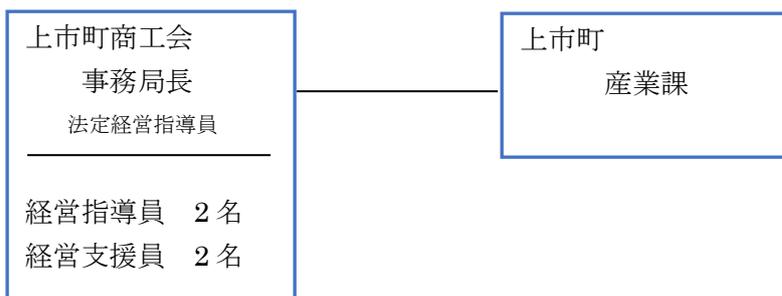
(別表2)

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4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 藤井 智

連絡先 上市町商工会

富山県中新川郡上市町南町19

電話 076-472-0716 F A X 076-472-4222

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/商工会議所、関係市町村連絡先

① 商工会/商工会議所

〒930-0345 富山県中新川郡上市町南町19

上市町商工会

電話 076-472-0716 F A X 076-472-4222

E-mail fujii@shokoren-toyama.or.jp

② 関係市町村

〒930-0393 富山県中新川郡上市町法音寺1

上市町産業課

電話 076-472-1111

E-mail s.shoukou@town.kamiichi.toyama.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)

	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
必要な資金の額	14,700	15,000	15,300	15,800	16,100
人件費	10,600	10,900	11,200	11,500	11,800
事務費	400	400	400	400	400
調査事業費	400	400	400	400	400
セミナー開催費	800	800	800	800	800
販路開拓費	700	700	700	900	900
地域活性化 事業費	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
会議費	100	100	100	100	100

(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、町補助金
② 自主財源 会費収入、手数料収入（記帳指導料）、受託料（共済事業、労働保険等）

(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。

