

経営発達支援計画の概要

実施者名	入善町商工会(法人番号 1230005003908) 入善町(地方公共団体コード 163422)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>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</p> <p>②小規模事業者の事業計画策定支援とフォローアップ</p> <p>③DX等の推進による経営の効率化、省力化と需要開拓</p> <p>④事業承継支援と創業者育成支援</p>
事業内容	<p>経営発達支援の事業内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビッグデータの活用や中小企業景況調査、中小企業金融実態調査の実施。調査結果は整理・分析し事業者に情報提供を行う。 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者ニーズを把握するため、ネット上でのキーワード分析・検索や展示会、イベント等でアンケート調査を実施する。ネットで分析・検索したものを精査し、実施したアンケートについては分析を行い、新商品開発・新サービス開発・既存商品の改善に役立てる。 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析セミナーを開催するとともに経営分析の重要性や手法を伝え、事業者自らが経営課題等を認識することで事業計画策定に結び付ける。 <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析により明確になった課題解決に向けて、実現性の高い事業計画書策定に向け伴走支援を行う。 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画実行時には進捗状況に応じフォローアップ支援を行う。必要に応じて専門家派遣を行うことで、より実現性の高い支援を行う。 <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内外での展示会・商談会への出展支援を行う。また、DXに向けた取組として、SNS・ECサイト等を活用し販路開拓を支援する。
連絡先	<p>入善町商工会</p> <p>〒939-0626 富山県下新川郡入善町入膳 5232-5</p> <p>TEL : 0765-72-0163 FAX : 0765-72-2080</p> <p>E-mail : nyuzen@shokoren-toyama.or.jp</p> <p>入善町キラキラ商工観光課 商工観光係</p> <p>〒939-0693 富山県下新川郡入善町入膳 423</p> <p>TEL : 0765-72-3802 FAX : 0765-74-2108</p> <p>E-mail : syokokanko@town.nyuzen.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) 地域の現状及び課題

1) 立地環境

入善町は富山県の北東部にあり、3,000m級の尾根が連なる北アルプスを背に、清流・黒部川がつくり上げた黒部川扇状地を中心に町が形成されている。面積は71.25平方km、主な産業は黒部川扇状地の恵みを生かした農業（従業者数673人 令和2年）と工業（従業者数 4,978人 令和2年）であり、チューリップ球根の生産量は2021年においては1,539千球と県内で4番目、町の特産品である入善ジャンボ西瓜はその大きさから観光土産品や贈答品として町内外の方々に購入されている。ほかにも町の特産品として日本海固有水の入善海洋深層水があり、牡蠣の養殖やパックご飯の製造に使われている。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通り、交通の要衝となっている。



(黒部川扇状地)



(チューリップ)



(入善ジャンボ西瓜)

2) 人口構造

入善町の人口は令和6年4月末現在、22,451人であり、平成2年頃の約30,000人をピークに減少し続けており今春、消滅可能性自治体と発表された。国立社会保障・人口問題研究所による推計では、今後ますます人口減少が加速し、入善町の人口は令和12年（2030年）には、19,698人まで減少すると見込まれている。

人口推計

2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年
25,335人	23,480人	21,579人	19,698人	17,827人	15,919人	14,098人

国立社会保障・人口問題研究所

賃貸住宅建設大手の大東建託（東京）が、令和6年10月30日に発表した富山県内の居住満足調査によると「街の幸福度ランキング2024」で入善町がトップとなった。このような情報を大々的にアピールし移住者を増やす取組を強化することが重要となる。

人口は町の活力と元気の目安となることから、人口減少に歯止めをかける施策として、出会いの場づくり、産み育てやすい環境づくりに加えて、安全・安心な生活環境の整備などによる定住の促進など、行政は「ストップ人口減少」の取組みを強化しており、商工会は祖の施策に呼応したイベントを実施している。

3) 産業動向 業種構成及び小規模事業所数

入善町の産業構造（R5年産業分野別就業者数）は、第1次産業就業者は713人、第2次産業就業者は4,978人、第3次産業就業者は6,379人となっている。

入善町の事業所数は、商工会基幹システムの事業者管理情報

（2024.3.31）によると卸売業、小売業246社（構成比 23.1%）、建設業283社（構成比26.5%）、宿泊・飲食サービス業63社（構成比5.9%）、生活関連サービス業118社（構成比11.1%）、サービス業（他に分類されないもの）52社（構成比4.9%）、医療福祉38社（構成比3.6%）、製造業127社（構成比11.9%）、その他139社（構成比13.0%）であり、全体の事業所数は、1,066社である。5年前

（2019.3.31）の事業所数は1,225社であり、この5年間で159社の事業所が減少している。また、小規模事業者数においても142社が減少しており、その中でも卸売業・小売業が312社から246社に、宿泊・飲食業が92社から63社と大幅な減少となっている。これは2019年から猛威を振るった新型コロナウイルス感染症による行動制限等の影響と事業主の高齢化による廃業が大きいと考えられる。2023年5月新型コロナウイルス感染症が5類に移行されコロナ禍前の生活に戻りつつあることから、経営環境の変化に耐えうる足腰の強い事業所、持続的発展できる事業所に導くための支援が必要不可欠となっている。

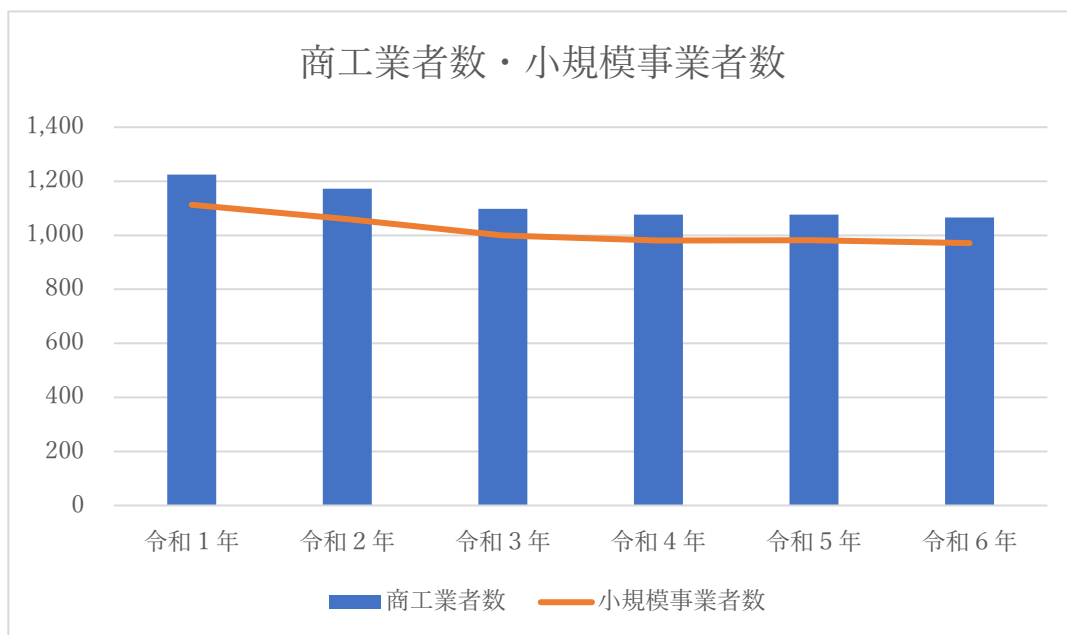
賃貸住宅建設大手の大東建託（東京）が30日に発表した県内の居住満足度調査「街の幸福度ランキング2024」で、入善町がトップとなった。2位は富山市だった。2020、24年の調査期間に県内に住む男女計6475人が回答し、幸福度を

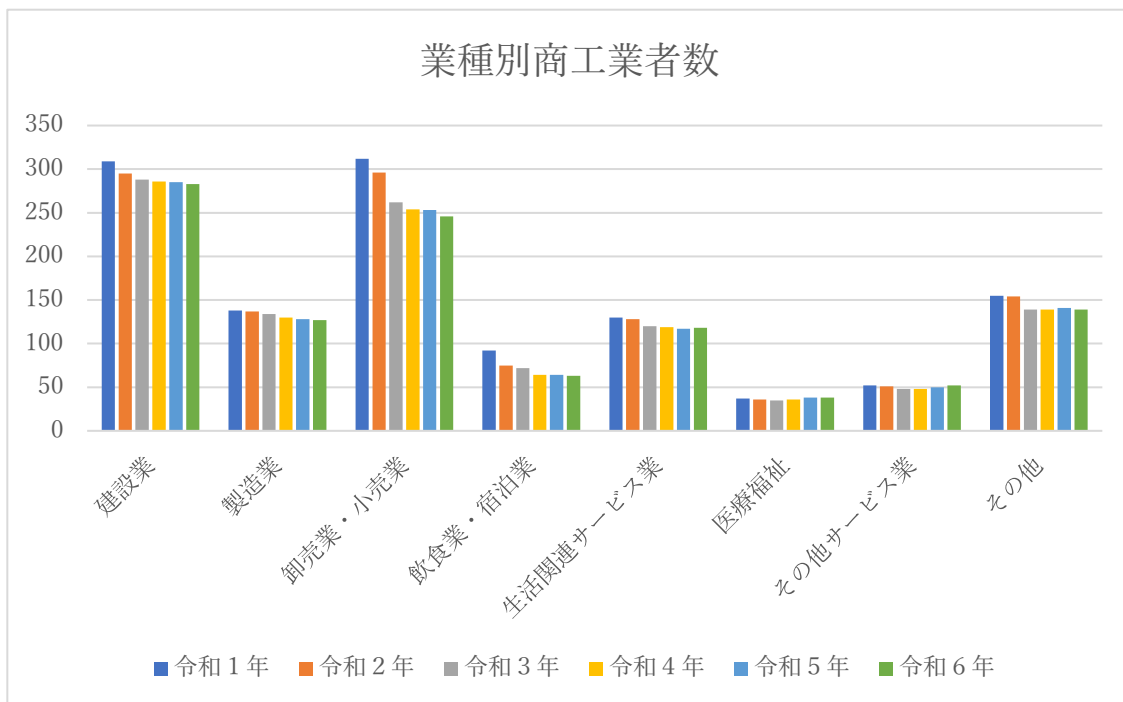
10段階で評価した。トップ3の各市町は昨年より順位を一つずつ上げた。昨年1位の滑川市は5位に下がった。

入善町の「住みたい街ランキング」も発表され、昨年3位の射水市が1位に上がった。2位は南砺市（昨年1位）、3位は魚津市（同2位）。

街の幸福度ランキングも発表された。射水市が3位、富山市が2位、入善町が1位。

北日本新聞 R6.10.31





4) 入善町の産業別の現状と課題

【商業の現状と課題】

入善町の商業は、人口減少に加えて新型コロナウイルス感染症の感染拡大による行動制限により需要の停滞が長く続き苦戦が続いていたが、幸いに国・県・町の給付金やゼロゼロ融資によって持ちこたえている。しかしながら最近の為替相場から物価高騰により仕入れ単価の上昇や燃料費、資材費高騰など利益の確保が難しい状況が続いている。他にも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、ネット販売により購買力流出に歯止めがきかず、地域の商店は厳しい経営状況が続いている。さらには経営者の高齢化や後継者問題等、悩みを抱える事業者は増加傾向にある。

当町の2024年3月現在の卸売・小売事業所数は246店舗であり、2019年の312事業所数から5年で66店舗が減少している。中心商店街では後継者がいない店舗も多くシャッターを下ろす店舗が増え、20年前の賑やかなイメージはなく閑散とした通りとなっている。一方で商工会や町に寄せられる町民の声は、「普段の買い物がしづらくなった」という声も多くなっている。町では、公共交通（デマンドタクシー）を駆使することで、買い物難民を支援しており、商工会では町の受託を受けてその配車サービスを支援している。このことで買い物ニーズを捉えており、小規模事業者へのフィードバックを行っている。今後は、人口減少に歯止めをかけるためにも事業者等への支援強化に加え、町民が買い物しやすい環境整備の両面から商業振興に取り組むことが重要となる。そのためには、消費者ニーズを適切にとらえることも大切だが、店舗情報や商品情報の発信力強化・販路開拓を目的としたDXの活用・自社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が重要である。

【工業の現状と課題】

入善町の工業は、町が積極的に工場誘致を進めてきたことで、これまでアサヒ飲料(株)、ウーケ(株)、サンリッツ(株)などの製造工場が進出しており、町民の雇用確保と町の自己財源(固定資産税等)に大いに貢献している。また、2022年には海洋深層水を活かしサーモン養殖を行うため三菱商事とマルハニチロの合弁会社アトランドが新工場を建設中である。他にも、2023年、入善沖に入善マリンウインドウ合同会社が入善洋上風力発電事業を開始するなど新たな企業誘致が進んでいる。

一方で既存の小規模事業者は、物資高騰による利益確保や最低賃金の大幅な引き上げ、働き方改革による人材不足・事業承継問題など多くの課題を抱えている。



洋上風力発電

【農業の現状と課題】

町の基幹産業である農業は事業所が増加傾向にある。そして経営者の年齢も若年化が進んでいる。30代から50代の比較的若い農業者が小規模事業者持続化補助金や県の補助金を活用して商品開発を行い町外への販路拡大に取り組んでいる。加えてJAみな穂・入善漁業協同組合とイベント協力を通じて地域振興に取り組んでいることや、農商工連携による新商品の開発を進める動きも出てきている。今後も地域の特色を生かした新商品開発に取り組む事業者を支援し、農産物加工品の高付加価値化と販路開拓を推進していくことが重要である。



物産展への出展(農業者)

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方
10年程度の期間を見据えて(入善町商工会振興計画)

①小規模事業者への伴走型支援による経営力向上と持続的発展

人口減少や少子高齢社会の影響を受け小規模事業者を取り巻く環境は厳しいことが予想される。地域経済を支える小規模事業者のやる気を引き出し、地域全体で持続的発展に結び付く取組みが大変重要であり、小規模事業者が持続的発展するためには自社の弱みや脅威などの本質的課題を正しく理解し、自らの強みや機会を取り込んで、課題に取り組むための力を生み出せる事業所を増やしていくことが重要である。

事業者支援として新商品・新サービスの開発、商品・製品のブランド力強化そして積極的に域外に販路拡大を行うために事業者の経営力向上を図ることが大切である。

他にも、多様化する顧客ニーズに対応するには、早急に小規模事業者の事業のIT化・非対面型ビジネス手法に関しても取り組んでいかなければならない。

さらには、創業や事業承継しやすい環境づくりや、事業者のDX推進、事業計画策定や販路開拓に向けたセミナー・個別相談会の実施といった個々の事業者支援に加えて専門家と連携した高度な相談対応等により、小規模事業者の経営基盤の強化を促進し、長期的な経営を実現していく。

これらの取組みによって、少子高齢社会で消費が縮小していく地域経済のみを販路先とするのではなく、町内外に販路を切り拓いていく。

②入善町総合計画との連動制・整合性

入善町総合計画(第7次)に掲げる「水」が支える自然と文化、「大地」が築く暮らしと産業、そして「人」が育む未来と安心のまちづくりを基本理念に、目指す将来像を「扇状地に夢と笑顔があふれるまち入善 ～子どもたちの未来のために～」とし、その実現に向け「にゅうぜん『まち・ひ

と・しごと』づくり戦略を策定している。戦略の基本目標の一つであるしごとづくりでは、●持続可能な基幹産業を築く担い手の育成と仕組みづくり、●地域資源の高価値化と地場産業の持続的発展、●選ばれる企業誘致活動の推進と新たな産業の創出、●生活を支える商業の活性化とまちのにぎわいづくり、●多彩な雇用ニーズへの対応を基本目標としている。

当商工会は、入善町と連携し、経営発達支援計画に基づく個社支援を行っている。町と連動した創業者支援、地域経済活動に資する多角的な事業推進を行うと共に、地域資源を活かした新商品開発や販路拡大を行う事業者支援とPR支援、個社の経営分析の他にも地域の経済動向・需要動向の調査研究を実施しており、入善町が目指す地域及び商工業の振興と連動性・整合性があるといえる。

③商工会の役割

当商工会は、これまで富山県、各支援機関と連携し地域経済団体として、小規模事業者支援など事業者に寄り添った伴走型支援を行い、地域の活性化、産業振興の役割を担ってきた。今後も小規模事業者支援機関として、職員のIT技術、経営支援等のスキルアップや関係機関との連携強化による支援力の強化に努め、地域小規模事業者に対し、調査・経営状況の分析・事業計画の策定・需要動向調査・販路開拓支援・フォローアップ支援までを一貫して販路開拓に資する。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)及び(2)を踏まえ、経営発達支援計画の目標を以下のとおり設定し、既存資源のみならず、これまで活用されてこなかった地域資源をテコに地域への裨益に繋がる事業を通して、地域のコミュニティを下支えしている小規模事業者が持続的発展することで、地域経済を活性化できるよう取り組む。

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

小規模事業者の現状や将来像を踏まえ経営分析による経営課題の把握を行い、対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行い、事業継続を実施する。

②小規模事業者の事業計画策定支援とフォローアップ

事業計画策定においては「経営状況の分析」「実行可能な事業計画の策定」が重要であり、計画策定後の実行段階においては、「定期的な進捗チェック」「チェックに基づく事業計画の修正」が必要となることから、当商工会は事業計画策定からフォローアップを伴走型支援として積極的に実施し、小規模事業者の経営力の強化を図る。

③DXの推進による経営の効率化、省力化と需要開拓

DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得を支援することにより、経営の効率化、省力化に加えて、ITツールの導入やWebサイト構築の取り組みを支援する。

④事業承継支援と創業者育成支援

事業者の高齢化による廃業や後継者不足など事業承継に係る課題を洗い出し、富山県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し事業承継計画を策定することで、円滑な事業承継の推進を図る。

創業については創業相談会を開催し、実現性の高い事業計画の策定を支援し、事業前、事業後もきめ細かいフォローアップを行い計画実現まで伴走支援を行う。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

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。

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

小規模事業者が自社の経営状況を正しく認識することが大切であり経営指導員が中心となって経営分析等によって経営課題を明確化し、事業者にフィードバックし経営体質強化への取り組みを促していく。その為には財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行っていく。加えて入善町が抱える地域資源を活用する企業と連携を図りながら、小規模事業者の新たな起業を促進するため支援を行う。具体的には電力工事事業者による風力発電事業から派生する再生エネルギー事業の促進である。また、飲食業による養殖事業を活用した新しいレシピの考案などである。

経営分析・事業計画策定・デジタル化・補助金活用等に関するセミナーを実施し、知識の習得を行うとともに前向きな事業活動の支援を行っていく。新商品・新サービス等の開発段階では、必要に応じて市場動向や需要動向に関するデータ等を提供すると共に、事業計画策定支援を行う。事業計画策定と併せて、補助金等の活用提案、販路拡大のための展示会・商談会等への出展、IT活用などを支援して経営体質を強化させていく。

富山県よろず支援拠点、(公財)富山県新世紀産業機構、富山県総合デザインセンター、(一社)富山県発明協会、富山県商工会連合会などと連携し、小規模事業者の経営体質強化に関する支援を実施していく。

②小規模事業者の事業計画策定支援とフォローアップ

小規模事業者の経営力強化のためには経営分析及び事業計画の策定が重要となる。事業計画策定においては「経営状況の分析」「実行可能な事業計画の策定」が重要であり、計画策定後の実行段階においては、「定期的な進捗チェック」「チェックに基づく事業計画の修正」が必要となる。当商工会は、事業計画策定からフォローアップを伴走型支援として積極的に実施し、小規模事業者の経営力の強化を図る。

③DX等の推進による経営の効率化・省力化と需要開拓

販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、消費者の需要動向の調査・分析結果の情報提供や、県内外で開催されるBtoB、BtoCの展示会や商談会等への出展支援を通じて、売上向上・販路拡大につなげて効果的な販路開拓支援を行う。一方、町の基幹産業である農業では一部の事業者が6次化によって付加価値を高め、収益向上を図れているが、多くは農作物の栽培に終始している。その原因は労働時間が長く、6次化に取り組める時間的な余裕がないためである。そこで省力化を進めることで6次化に取り組む機会を増やし、6次化で作り出された農業加工品については従来から支援に乗せて販路開拓や情報発信に努める。

DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得を支援することにより、経営の効率化に加えて、ITツールの導入やWebサイト構築の取り組みを支援する。その為には経営指導員等の支援能力向上が重要であり、職場内でのOJT研修を開催する。



水田用自動止水機

(稲作の水管理を大幅に削減する)

④事業承継支援と創業者育成支援

事業承継支援においては、事業承継相談会を開催するとともに、富山県事業承継・引継ぎ支援センターと連携を密にして情報共有を図りながら事業承継計画を策定することで、第三者承継を含めた円滑な事業承継の推進を図る。また、創業者育成支援では、創業相談会を開催するとともに、国・県・町の施策を活用し金融機関・専門家と連携して支援する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域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として、富山県商工会連合会と連携し管内11事業所へ「中小企業景況調査」を四半期ごとに継続実施している。また、「中小企業金融実態調査」を年に一度、管内60事業所を対象として実施している。それぞれ、調査結果報告書を基に回答事業所に必要な情報を提供してきたものの、公表の方法が不十分であった。さらに、「RESAS」(地域経済分析システム)等のビッグデータが活用できる環境にあったが、地域経済動向に関する情報の収集、整理、分析及び提供の体制が不十分である。他には、当商工会と地元金融機関4行・行政等で地域経済の動向について情報交換会を行っている。地元の景況情報の共有を図るほかにも、新規開業・事業承継案件の情報交換を行うことで、金融機関や行政と協調した事業計画等の策定を行っている。

[課題]

各種調査の結果については、調査データとして提示するだけでなく、管内の経済動向にまで落とし込み、詳細な分析を行ったうえで提示する必要がある。また、分析結果を調査対象企業だけでなく、支援先の事業者が必要とする資料としてカスタマイズし活用することが課題である。他にも、国等が提供するビックデータや「RESAS」から情報の収集、分析した結果を職員間で共有し、調査結果を公表する仕組みづくりを行う支援体制に改善することを課題としてより実効性のある事業計画策定支援に繋げることも必要である。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 中小企業景況調査の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
② 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 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

(3) 事業内容

①中小企業景況調査(全国商工会連合会 実施)

管内小規模事業者の景気動向等について、既存の「中小企業景況調査」を継続し、年4回(4月・7月・10月・1月)調査・分析を実施する。全国(約8,000社)、県内商工会地区(150社)の景況を把握できる調査であり、製造業・建設業・小売業・サービス業の4業種の景況判断に有用である。従

来の集計結果だけでなく、独自の調査項目結果を追加し、地域特性が把握できる形で、年4回当会HPで公表する。

【調査手法】経営指導員等の巡回訪問により調査票を配布・回収

【調査対象】管内小規模事業者11事業者（製造業2、建設業2、小売業3、サービス業4）

【調査項目】月別売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資、引き合い状況、経営上の課題等

② 中小企業金融実態調査（富山県商工会連合会 実施）

管内中小企業・小規模事業者等の景況感や金融動向等について、既存の「中小企業金融実態調査」を継続し、年1回（7月）調査・分析を実施する。県内商工会地区（約1,000社）の景況実績や金融実態を把握できる調査であり、景況判断に有用である。従来の集計結果だけでなく、独自の調査項目結果を追加し、地域特性が把握できる形で、年1回当会HPで公表する。

【調査手法】経営指導員等の巡回訪問により調査票を配布・回収

【調査対象】管内中小企業・小規模事業者60事業者

【調査項目】属性（業種・業歴・従業員規模）、営業状況（売上高・前期比・翌期見込、採算状況）、経営課題、金融状況（資金繰り、借入状況）、設備投資及び資金計画、各種支援策の利用状況等

③ 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用と分析）

小規模事業者・創業希望者等が新ビジネスの検討や事業計画の策定に際して、管内の地域の経済・消費動向等を把握する必要があり、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用して地域の経済動向等に関する情報収集・分析を行って情報提供すると共に、年1回当会HPで公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」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 「産業構造マップ」⇒産業ごとの現状等を分析 ※上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

（4）調査結果の活用

情報収集・調査、分析した結果は、ホームページや商工会広報誌に掲載し、管内小規模事業者に広く周知を図り、事業者が地域経済動向に関して現状把握できるようにする。また、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とし、精度を高めた経営分析や事業計画策定支援に活用するほか、金融機関・行政との情報交換会の資料として提示する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

[現状]

当商工会では、地域の需要動向調査（消費動向調査）を毎年10月に開催している「にゅうぜん商工フェア」において行い、需要動向を把握してきたが、令和2年からの新型コロナウイルス感染症拡大の影響から調査を行えていない。これまでの調査結果は商工会ホームページでの公開や関係機関連絡会議（入善町や金融機関との情報交換）の共有資料とするほか、経営指導員が巡回する際には小規模事業者へフィードバックすることで経営支援に役立ててきた。個社支援では、神奈川県日吉での「とやまの逸品フェア in 日吉」や東京都日本橋とやま館での「とやまの逸品フェア」の出展時にテストマーケティングを行い、事業者へフィードバックを行い商品のブラッシュアップに努めてきたものの、継続的支援を行えていないことから中途半端な支援で終わり販路拡大に結び付いていない。

[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するものの売上拡大に直接的に繋がっ

ていない要因として、消費者・生活者の潜在的なニーズを把握できなかつたり、商品のブラッシュアップが中途半端であったり、プロモーションの手法が課題であったり、一步踏み込んだ支援が行えていないためである。また、需要動向調査（消費動向調査）では新型コロナウイルスの影響による顧客ニーズの変化などにより、従来の需要とは異なる消費者ニーズが生じていることも考えられることから、新型コロナウイルス感染拡大後の需要動向についての情報収集を行うとともに、その情報を分析し、事業者支援に活かすことが課題となる。

(2) 目標

調査対象事業者数	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 産業展	25者	25者	25者	25者	25者	25者
② 展示会、商談会等	6者	8者	8者	8者	8者	8者

(3) 事業内容

① 産業展での需要動向・消費者ニーズ調査

顧客ニーズの変化に対応するため、当商工会が開催する展示会においてブースを訪れた来場者に対して、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。また、インターネット検索を通して、消費キーワードを分析する。具体的には消費トレンドワークを中心に消費に関するキーワードを分析して小規模事業者へ消費トレンドを伝え、販路開拓に活かしてもらう。

【想定しているイベント】

●にゅうぜん商工フェア「産業展」 事業計画を策定した小規模事業者25者を想定。自社のPRや販路開拓の場として開催。来場者：約5,000人

(調査手法) 来場した消費者に対し、アンケート調査または聞き取り調査を実施。調査票は、各満足度項目については5段階評価、改善点は記述式を予定。

(サンプル数) 1事業者あたり30件

(調査項目)

対象事業者	調査項目	調査方法
飲食料品	属性(性別・年代)、味、価格、大きさ、パッケージ、見た目等に関する満足度及び改良点等	アンケート調査・聞き取り調査
非食品	属性(性別・年代)、デザイン、価格、大きさ、パッケージ、使用感等に関する満足度及び改良点等	アンケート調査・聞き取り調査

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

※消費動向調査を経営発達支援計画期間中に1回以上実施する。

(調査方法) 一般世帯を対象にアンケート調査・聞き取り調査を行う。

(サンプル数) 200件

(調査項目)

対象者	調査項目	調査方法
一般世帯	・属性（性別・年代・地域・家族構成・自家用車所有等） ・買い物動向や意識 ・買い物する場所 ・ネット販売等	アンケート調査・聞き取り調査

(調査結果の活用) 調査結果を広報誌やHPで公表する。また、小規模事業者へ情報提供を行い、事業計画策定などに活用する。

②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。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し継続支援を実施する。

【想定している展示会・イベント会場】

- 「日本橋とやま館」（東京・日本橋）2016年6月にオープンしたセレクトショップであり、首都圏における富山の情報発信拠点。県産食材・名産品・地酒・工業製品などを取り扱い、富山の素材と食文化、手仕事が生み出す、衣・食・住・遊を彩る商品を販売。年間来場者：約300,000人
- 「とやま にかわエリアの展示販売会」（東京・KITTE）地元の食材（農産加工）などを使った商品を持つ農産加工業者等を中心に、事業計画を策定した事業者を優先して出展し（2者程度を想定）、首都圏を中心に新たな需要の開拓を支援する。
- 「とやまの逸品フェス in 関西」（大阪）2024年3月北陸新幹線が敦賀まで延伸し関西圏の需要や顧客ニーズを捉える。
- 「かがやき TOYAMA 逸品フェスタ」（神奈川）毎年秋に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に出展し新たな需要の開拓を支援する。

(調査手法) 来場したバイヤーや消費者に対し、アンケート調査または聞き取り調査を実施。調査票は、各満足度項目については5段階評価、改善点は記述式を予定。

(サンプル数) 1事業者あたり30件

(調査項目)

対象事業者	調査項目	調査方法
飲食料品	属性（性別・年代）、味、価格、大きさ、パッケージ、見た目等に関する満足度及び改良点等	アンケート調査・聞き取り調査
非食品	属性（性別・年代）、デザイン、価格、大きさ、パッケージ、使用感等に関する満足度及び改良点等	アンケート調査・聞き取り調査

(調査結果の活用) 調査結果を整理分析し、小規模事業者へ情報提供し、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]

当商工会の経営分析の実施機会としては、決算指導、マル経資金等の金融支援、補助金申請支援などがある。小規模事業者の経営分析支援として、補助金申請支援時には財務分析及び非財務分析（SWOT分析等）の両面から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では財務状況

等の分析に偏っている傾向があることから、顧客分析、取引先分析などの広義の経営分析への気付きを促し、事業計画の策定に結び付けていく必要がある。また、経済産業省の「ローカルベンチマーク」ツール等を利用して比較的簡易に経営分析ができる環境にあるものの、必要性を感じる事業者が少なく、事業者支援に有効に活用できていない。

[課題]

小規模事業者は、経営の良し悪しを財務面から推し量る意識が強く、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ことや、問題・課題を整理して対策を講じるに至らない小規模事業者が多く、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。

経営分析が経営力向上につながるとの認識がなく、セミナーの開催や日頃の支援機会を通じて理解を深めていく。小規模事業者支援を担う経営指導員は日頃の経営相談の中で事業者との対話と傾聴から経営の本質的な課題について認識してもらうことも大切である。

(2) 目標

支援内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
経営分析セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
経営分析事業者数	60者	60者	60者	60者	60者	60者

※経営分析事業者数は、セミナー参加事業者、巡回・窓口相談等による経営分析者数である。

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催（経営分析を行う事業者の発掘）

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、事業計画策定や事業承継等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。

（募集方法）チラシを作成し、巡回等のほか、地域への新聞折込やホームページで広く周知する。

（開催回数）1回

（参加者数）10者程度

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）・定量的分析 収益性、生産性、安全性、成長性など

・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
<ul style="list-style-type: none"> 商品、製品、サービス 取引先、仕入先 人材、組織 	<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 事業計画の策定状況など
	<ul style="list-style-type: none"> 商圏内の人口動向、人流 競合、新規参入の脅威 市場動向、業界情報

（分析手法）事業者の状況にあわせて、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、事業者や経営指導員等が入力して分析を行う。定性的分析については、SWOT分析、マーケティングの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

分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画策定、事業承継計画策定に活用すること

や、分析結果を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。他にも事業者支援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

[現状]

当商工会の事業計画策定の支援は、持続化補助金等、補助金の申請や金融斡旋時の資金計画を中心としたものである。小規模事業者の持続的発展を目的とした事業計画策定では、これまで一定数の事業者が事業計画を作成しているものの、多くの事業者は事業計画策定の必要性や重要性の認識が低く、取組んでいない事業者が多く存在する。また、セミナー参加を促してセミナーに参加しているものの計画を策定するところまで進まない事業者も存在する。小規模事業者は業務のすべてを経営者が担っており、近視眼的な経営になりやすいため、長期の投資計画が策定できず、勘、経験、度胸で経営している。そのため過剰な投資や資金繰りを無視した経営に繋がっている。

[課題]

小規模事業者が主体的に事業計画策定に取り組むためには内発的動機づけが重要である。セミナー自体を取組みやすい内容にし、参加事業者の計画への理解と重要性を認識し、自ら取り組むことが必要である。また、当商工会では創業者支援に取り組んでいるものの、創業者に向けた事業（創業）計画策定セミナーは開催していないため、創業者や創業予定者だけを集めた集中的な支援施策が必要である。さらには、遅れがちである小規模事業者に向けて、DXへの理解促進と意識向上を図り、自社商品・サービスの競争力強化していく取組への支援も課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者や創業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化には繋がらない。経営状況の分析や地域の経済動向・需要動向の分析等の手法を踏まえ、事業計画の策定にあたる。事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に取り組むために、経営指導員等が対話と傾聴を通じ丁寧にサポートする。

前述のセミナー受講者で経営状況分析を行った事業者や、巡回・窓口指導にて分析を行った事業者、持続化補助金等、補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高い事業者を選定し事業計画策定に繋げる。事業承継計画の支援は、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や富山県よろず支援拠点、富山県商工会連合会等と連携し、計画策定支援を行う。事業承継に向けた早めの準備の必要性を認識するため、経営指導員がヒアリングチェックシートを活用して、経営者と事業承継に関する対話・相談に取り組む。小規模事業者の競争力の維持・強化を目指すため、DXに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

支援内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
② DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③ 個別創業相談会	9回	9回	9回	9回	9回	9回
事業計画策定事業者数	30者	31者	31者	31者	31者	31者

※事業計画策定事業者数はセミナー・相談会参加者（1事業者で重複する場合も想定）に加えて、巡回・窓口相談等による策定事業者数である。

（４）事業内容

①事業計画策定セミナー

・経営分析を行った小規模事業者や事業計画策定に取り組む前向きな事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。事業計画策定セミナーの内容は以下のとおりとする。事業計画策定こそが持続的成長のための経営の基本と捉える気運を高めていく。

（支援対象）経営分析を行った小規模事業者や、補助金等の申請を検討している前向きな小規模事業者。

（支援手法）セミナーを受講した小規模事業者の中から事業計画策定に取り組む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）中小企業診断士等

（回数）1回

（カリキュラム）

・事業計画作成の重要性と成功のポイント、経営環境分析、自社の強みを活かした新たな取組の立案、事業計画作成ワーク

（参加者数）10者程度

②DX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

③ 個別相談会の実施

・創業相談会

創業者予定者及び創業後おおむね3年以内の方を対象に、個別創業相談会を実施する。創業に当たって必要な心構えから創業計画書の作成、必要な融資や補助金の申請手続きのアドバイス、また業種ごとに必要な許認可等の手続き方法を説明する。さらに詳細な相談内容については、専門家派遣制度を活用し、税理士や中小企業診断士を始めとした専門家から具体的なアドバイスを提供する。

（支援対象）創業者予定者及び創業後おおむね3年以内の方

（募集方法）開催案内チラシ配布及びホームページにて告知

（講師）中小企業診断士、税理士、社会保険労務士、職員等

（回数）7回

（参加者数）7者

・事業承継相談会

親族内で事業承継を考えている事業者、事業を第三者に引き継いでもらいたい等、事業承継に不安や課題がある方に事業承継の流れや中長期的計画の必要性を認識してもらうとともに、事業承継計画の策定を支援する。事業承継時の課題や解決策などを知ってもらい円滑な引継ぎ支援を行う。

(支援対象) 事業承継を考えている小規模事業者

(募集方法) 開催案内チラシ配布及びホームページにて告知

(講師) 中小企業診断士、税理士、事業承継・引継ぎ支援センター等

(回数) 2回

(参加者数) 4者

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]

これまでに事業計画策定に取り組んだ小規模事業者の進捗状況等を経営指導員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。しかしながら、状況確認は不定期であり、多くの場合は事業者からの問合せにより対応しているため、取り掛かりの鈍い事業者や実施段階で新たな経営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散見される。また、事業実施から年数経過するうちに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状況について把握することができていない場合もあった。

[課題]

事業を実施した後には、検証・評価、改善、再度計画の立案、実行するというPDCAサイクルを意識した支援が求められる。今後は、事業者に寄り添う伴走支援による状況確認等を行いながら、継続的な事業実施に対するフォローアップ体制の構築が課題である。

(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とし、声掛けや巡回等で定期的な状況確認を行うとともにソーシャルネットワークネットワークを活用して気軽に相談できる体制を構築する。具体的にはラインで相談グループを創設して、事業計画を策定した事業者にはライン登録を行ってもらい、事業者から気軽に相談できるようにする。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でき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頻度を増やす。計画に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、専門家派遣を実施するなど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取り組む。事業者の自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなど、事業計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

支援内容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
フォローアップ対象事業者数	30者	31者	31者	31者	31者	31者
頻度(延回数)	140回	142回	142回	142回	142回	142回
売上3%増加事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者

※頻度(延回数) 30者の内15者は2カ月に1回、10者は四半期に一度、6者は年2回のフォローアップを行う。ただし事業者の申出、状況等によりフォローアップ頻度を臨機応変に対応する。

(4) 事業内容

事業計画策定を支援した小規模事業者や創業者等を対象として、経営指導員等が巡回訪問や窓口相談等により、定期的かつ継続的にフォローアップを行う。事業進捗度、当面の課題や支援ニーズ、売上・利益状況の確認、計画と実績の乖離などについて、1者あたり四半期ごとに1回程度を目安にヒアリングを行い、事業者の状況に対応してフォローアップ頻度を臨機応変に調整する。なお、進捗状況が思わしくなく、策定した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や富山県新世紀産業機構、富山県よろず支援拠点等の外部専門家と連携して、要因の洗い出しと課題の整理等を行う。必要に応じて中小企業診断士等の専門家派遣を活用し、第三者の視点から気づきを与えると共に、事業者の自走化に向けて潜在力を引き出す。

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]

当商工会では販路開拓の支援として、商工会が開催する産業展の他、富山県、富山県商工会連合会等が主催する県内外の展示会・商談会を中心に意欲的な事業者の出展支援を行ってきた。首都圏での展示会では消費者等を対象としたテストマーケティングや情報発信等をフォローしてきたが、事後のフォローが不十分であった。一方、小規模事業者が事業を廃業することで地域資源が利用されず、消費が町外に流出している。

近年はDX化が進みオンライン商談会による販路拡大も増加傾向にあるものの、IT活用に不慣れた事業者が多く、オンライン出展や商談会について消極的であった。これまで、巡回訪問や窓口相談、各種補助金申請等の際に、DX推進やDXによる販路開拓手法の情報を提供しているものの「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等の取り組みは一部の小規模事業者に限られている。

[課題]

出展した小規模事業者が成果を上げていくためには、出展当日の支援に加え、準備段階からの事前支援および商談後のアフターフォローなどの事後支援の取組みが課題である。より多くの小規模事業者がDXを活用して販路を拡大するために、効果的なオンライン商談会の活用方法やネット販売、SNSの導入方法などをセミナー開催や専門家の指導を受けながら支援していくことが重要である。町内の人口減少が進んでいることから、商圏拡大のため今まで以上に販路開拓が必要であることを事業者理解・認識してもらい、DXによる取り組みを後押ししていく。

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定を行った意欲的な事業者を重点的に支援する。商工会が開催する産業展、県内外で開催される既存の展示会・商談会等への出展を目指し、支援事業者の顧客ターゲットやマーケットを検討した上で選択する。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行い、アンケート調査票作成時や販促物制作時の助言指導、バイヤー商談後のアフターフォローなどについて、従来に比べてより踏み込んだ支援を行う。また、展示会期間中は、商品陳列方法、接客などきめ細かな伴走支援を行う。DXに向けた取り組みとして、SNS等を活用した情報発信、ホームページ作成、ECサイトの導入・運用方法、IT活用による営業・販路開拓などに関するセミナー開催や相談対応を行い、小規模事業者の理解度を高めた上で、必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど、事業者の意欲向上とDX推進を行う。

一方、UIJを通じて入善町に起業が進むことで新たな需要の掘り起こしになることから、UIJを促進する民間の団体を組成する。UIJを支援する団体を組成するために商工会ではローカルソリューション委員会やイノベーション委員会を組織する。先進的な取り組みを行っている富山県南砺市井波地区や石川県白山市鶴来地区の事例を参考にしながら受け皿団体の結成を目指す。

(3) 目標

支援内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① BtoB・BtoC 展示会・商談会出店事業者数	6者	8者	8者	8者	8者	8者
① BtoB 展示会・商談会成約件数／者	—	1件	1件	1件	1件	1件
① BtoC 展示会・商談会売上額／者	—	8万円	8万円	8万円	8万円	8万円
② EC サイト登録事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

事業計画を策定して新商品開発、販路開拓に取り組む小規模事業者を中心に、県内および大都市圏における展示会・商談会出展支援を実施する。

① BtoB・BtoC 展示会・商談会出展支援 東京、大阪等大都市圏におけるバイヤーとのマッチング商談会への参加支援を実施する。

【想定している展示会・商談会】

●「日本橋とやま館」（東京・日本橋） 2016年6月にオープンしたセレクトショップであり、首都圏における富山の情報発信拠点。県産食材・名産品・地酒・工業製品などを取り扱い、富山の素材と食文化、手仕事が織りなす、衣・食・住・遊を彩る商品を販売。年間来場者：約300,000人

(支援対象者) 事業計画の策定を支援した食料品製造業や農産加工業者、建設業等(2者想定)

●「とやま にいかわエリアの展示販売会」（東京・KITTE） 地元の食材（農産加工）などを使った商品を持つ農産加工業者等を中心に、事業計画を策定した事業者を優先して出展し、首都圏を中心に新たな需要の開拓を支援する。

(支援対象者) 事業計画の策定を支援した食料品製造業や農産加工業者、建設業等(2者想定)

●「とやまの逸品フェス in 関西」（大阪） 2024年3月北陸新幹線が敦賀まで延伸し関西圏の需要や顧客ニーズを捉える。

(支援対象者) 事業計画の策定を支援した食料品製造業や農産加工業者、建設業等(2者想定)

●「かがやき TOYAMA 逸品フェスタ」（神奈川） 毎年秋に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に出展し新たな需要の開拓を支援する。

(支援対象者) 事業計画の策定を支援した食料品製造業や農産加工業者、建設業等(2者想定)

上記については、支援事業者の目的や属性によって効果が変わるため、参加する展示会・商談会については、意向調査を踏まえて年度毎に見直し選定する。

② EC サイト等利用による販売促進支援を実施する。

巡回訪問、窓口相談、セミナー参加者等により EC サイト等の新規利用事業者を発掘し、意欲ある小規模事業者に対して伴走支援を行いながら、EC サイト利用を促進する。EC サイトの立上げから商品構成、掲載写真、SNS との連携などを IT コーディネータ専門家と連携しながら、運用まで継続的に支援を行う。

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]

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会議」を年度毎に1回開催し、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。職員間ではクラウド型経営支援ツール「Biz ミル」を活用し、支援対象である小規模事業者情報と支援実績を紐づ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、事業評価及び見直しについては「経営発達支援計画評価会議」に留まっており、会議等の意見を基に内容を改善しなければならない。

(2) 事業内容

PDCA サイクルを適切に回し経営発達支援事業を効果的に実施するために「経営発達支援計画評価会議」を年度毎に1回開催する。本計画に記載された事業の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 富山県経営支援課、入善町キラキラ商工観光課、中小企業診断士等の専門家、金融機関支店長、法定経営指導員等をメンバーとする経営発達支援計画評価会議を開催し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。
- ② 上記の評価等を受けて、当商工会の理事会において評価、見直しの方針を決定する。

(評価結果の公表について)

事業の成果・評価・見直しの結果については、当ホームページで公表する。また、成果のあった企業の取り組みをまとめてベンチマーク事例集として、小規模事業者に提供する。

(評価結果を踏まえた見直し体制について)

経営発達支援計画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、その改善策案を評価結果とともに次年度計画などに盛り込む。

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]

当商工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等に参加し、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。また、職員個々が持つ知識・情報・支援スキルにばらつきがあり、中小企業診断士資格を保有する事務局長が、経営指導員等に対して定期的に経営支援に関するノウハウ等を提供することで、経営支援能力の向上を図っている。

[課題]

小規模事業者の多様な課題に対応するため、個々の職員として資質向上を図り、組織としての支援力の底上げを図ることが課題である。その中でも、これから小規模事業者にも推進していかなくてはならないDXに関しては、職員のレベルアップが必要不可欠である。

(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、支援ノウハウなどの習得を目指す。また、職員の基本姿勢(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の醸成、本質的課題の掘り下げの実践に繋げるためにOJTにて支援能力の向上を図る。

小規模事業者に対して技術の向上、新たな事業分野の開拓などに寄与する情報の提供ができるようにAI、Fintech等の新たな技術情報の収集やマーケティング調査方法の習得と知識の更新に努めていく。

②各研修会の受講

全国商工会連合会、富山県商工会連合会、富山県新世紀産業機構等が主催する研修会に積極的に参加する。特に富山県商工会連合会が主催する技術研修は小規模事業者の経営について机上では分かり得ない現場での体験を通して身をもって学ぶことができる貴重な機会である。また、農業関係団体が主催する「6次産業化セミナー」や、中小企業大学校が主催する研修に、経営指導員が受講することで、売れる商品開発や売上、利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。

③ 職員間の定期ミーティングの開催

各職員がその時対応している支援先や支援内容の状況など現場での情報の共有化や支援内容について協議するために定期的(月1回)にミーティングを開催する。意見交換などにより、職員の支援能力の向上を図る。

④ データベース化

経営指導員等が経営支援システムの経営カルテのデータ入力を随時行うことで、経営指導員だけでなく、職員全員が相互共有でき、どの職員も一定レベル以上の対応が出来るようになる。

⑤経営支援マネージャーの取得及び更新

内部資格制度である経営支援マネージャーの取得や更新するために、富山県商工会連合会などが主催する研修会に積極的に参加する。

1 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

当商工会では、入善町と北陸銀行、富山第一銀行、富山銀行、にいかわ信用金庫、富山県商工会連合会とで開催する「支援機関連携会議」において、各機関の支援ノウハウ、支援の現状、成果、課題等について情報交換を行っている。この会議には経営指導員が全員出席し、支援する職員の資質の向上を図るとともに、案件発掘から経営状況の分析、需要を捉えた事業計画の策定に活かされている。

[課題]

他の支援機関が主催する会議については、限られた職員のみでの出席に留まり、経営指導員等への支援ノウハウの情報共有は十分ではないため、議事録だけの報告だけではなく、必要に応じて全職員のミーティングを行うことが必要である。

(2) 事業内容

① 支援機関連携会議の開催（年1回）

入善町と北陸銀行、富山第一銀行、富山銀行、にいかわ信用金庫、富山県商工会連合会とで開催する支援会議は、これまでの実績から地元小規模事業者の支援に欠かせないものであるため、定期的実施する。

経営指導員が他の支援機関の職員の支援方法について学ぶことで（具体的には金融機関の資金調達手法や高度な金融、法律知識に学び修得することで）、新たな支援ノウハウを身につけることができ、小規模事業者の多様な支援ニーズに適切に対応できる。

② 富山県商工会連合会 経営支援会議での情報交換（年2回）

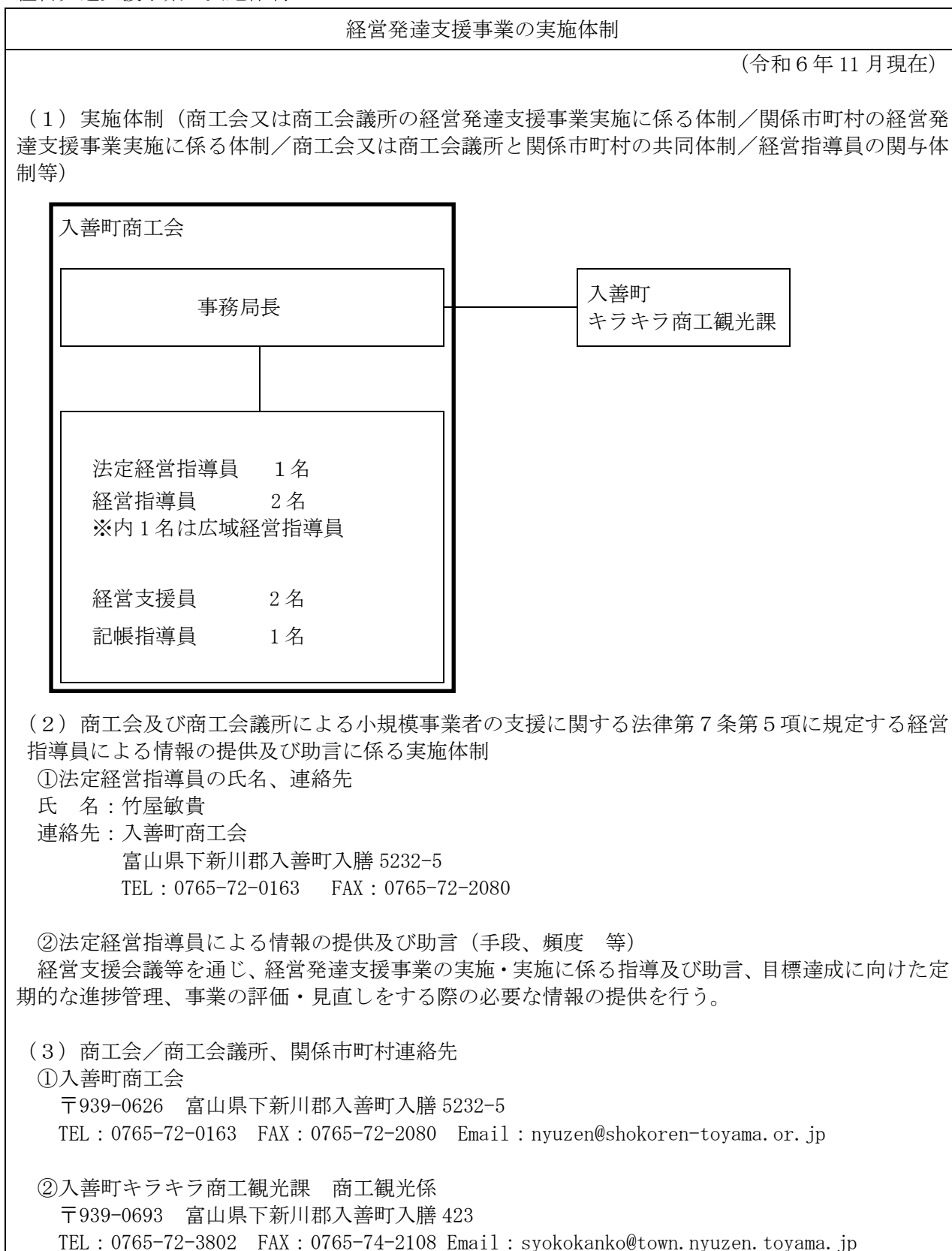
富山県商工会連合会が開催している経営支援会議において支援ノウハウや支援の現状について情報交換を行う。県下商工会の経営指導員や県商工会連合会の専門経営指導員、各種支援機関担当者が参加するため、地域外での豊富な支援事例を知ることができ、当商工会の事例にも活用できる。

③ 日本政策金融公庫主催のマル経協議会への出席（年2回）

小規模事業者経営改善資金融資の活用推進を目的に行われる会議で、日本政策金融公庫担当者及各商工会経営指導員が参加し、各地域の景況や支援事例について情報を交換し、支援に役立てる。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
必要な資金の額	31,886	31,886	31,886	31,886	31,886
人件費	28,486	28,486	28,486	28,486	28,486
専門家派遣費	450	450	450	450	450
セミナー開催費	700	700	700	700	700
産業展・物産展出展費	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
会議費等	50	50	50	50	50

(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、全国連補助金、県連合会補助金
② 自主財源 会費収入、特別賦課金収入、手数料収入、受託料収入

(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。

