

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	朝日町商工会 (法人番号: 9230005004023) 朝日町 (地方公共団体コード: 163431)
実施期間	令和4年4月1日 ~ 令和9年3月31日
目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 事業承継を推進し、小規模事業者の事業存続と事業廃止の抑制を図る。 2. 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、地域に新たなビジネスと雇用を生み出していく。 3. 中心市街地エリアに観光客を誘客して新たな消費需要を創造し、町の賑わいの創出、稼ぐ力、魅力を高めていく。 4. 一人でも多くの創業希望者の夢を実現し、地域の活力の基盤である事業者を輩出して、暮らしやすく、魅力的な地域づくりに貢献する。
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①地域の経済動向等分析調査、②中小企業等景況調査の実施 2. 需要動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①地域資源等開発商品、②体験型まち歩きツアーによる調査の実施 3. 経営状況の分析に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①経営分析セミナーの開催 4. 事業計画策定支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①事業計画策定セミナー、②創業セミナー、③事業承継セミナー、④事業承継個別相談会、⑤DX関連セミナーの開催 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①フォローアップ支援（専門家派遣）の実施 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①展示会・②商談会等出展支援、③ECサイト等利用支援 7. 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 <ol style="list-style-type: none"> ①経営発達支援計画評価委員会の開催 ②クラウド型経営支援ツール「BIZミル」の活用 8. 経営指導員等の資質向上等に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①外部講習会等の受講、②OJT制度の導入、③「BIZミル」の活用 9. 地域経済の活性化に資する取組に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①地域ブランド育成協議会の開催、②ヒスイ商店街ブランド化事業の実施
連絡先	<p>朝日町商工会 〒939-0741 富山県下新川郡朝日町泊 418 TEL : 0765-83-2280 FAX : 0765-83-2282 E-mail fujita@shokoren-toyama.or.jp</p> <p>朝日町商工観光課 〒939-0793 富山県下新川郡朝日町道下 1133 TEL : 0765-83-1100 FAX : 0765-83-1109 E-mail kazuya-ootani@int.town.asahi.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) 朝日町の現状及び課題

①朝日町の現状

(ア) 地域の概要

富山県朝日町は県東端部の県境に位置し、東は新潟県糸魚川市と、西は入善町と、南は黒部市及び長野県白馬村と接している。

町の東～南部には北アルプス連峰がそびえ、小川・笹川・境川などの河川が日本海に注いでいる。面積は227.41km²、山岳部が圧倒的に多く、また全面積の約60%が中部山岳国立公園と朝日県立自然公園に指定されており、海・山・川の四季・自然に恵まれた風光明媚な町である。

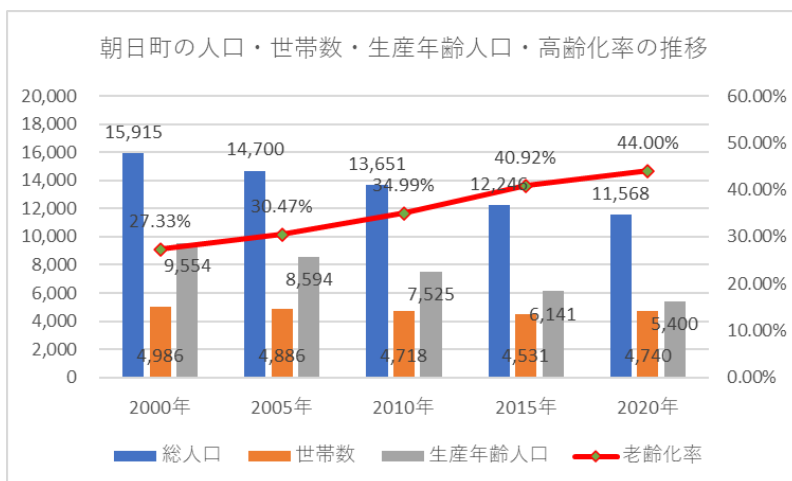


■人口 11,355 人、世帯数 4,723 世帯 (2021 年 9 月末日現在)

■人口推移

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	15,915	4,986	9,554	4,350	100.00%	27.33%
2005年	14,700	4,886	8,594	4,479	92.37%	30.47%
2010年	13,651	4,718	7,525	4,777	85.77%	34.99%
2015年	12,246	4,531	6,141	5,011	76.95%	40.92%
2020年	11,568	4,740	5,400	5,090	72.69%	44.00%

(2000年～2015年：国勢調査、2020年：朝日町住民基本台帳)



■朝日町の直近20年の推移(基準値=2000年)

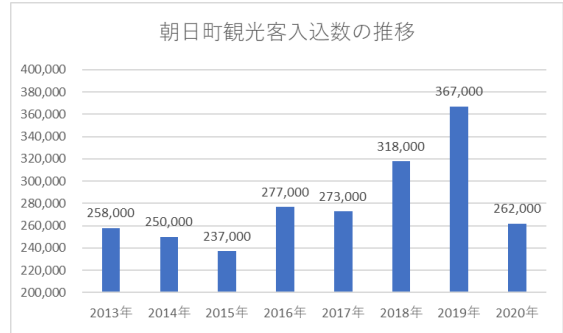
- 1) 人口減少・・・この20年で4,347人減少し、この20年で人口の約28%が減少した。
- 2) 世帯数・・・上記の人口増減率からみて、世帯減少率は約5%(246世帯)に留まっている。
- 3) 高齢化率(65歳以上の人口割合)・・・44%(約17%上昇)となり、全国的に見ても非常に高い。
- 4) 生産年齢人口(15～64歳)・・・この20年で4,154人減少し、総人口に生産年齢人口が占める割合は約60%⇒約46%となった。

■進展する人口減少、高齢化率の予測

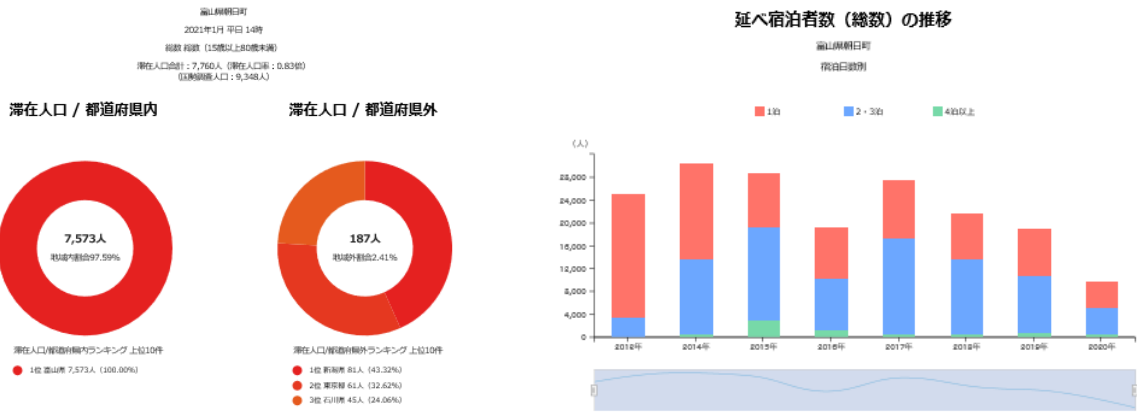
- 1) 社人研のシミュレーションでは、2010年の人口=100とすると、2030年=69.3% (9,460人)、2040年=55.3% (7,550人)になると推計している。
- 2) また、朝日町の高齢化率は2015年=40.9%であり、全国平均(26.6%)よりも14.3ポイント高く、今後は2045年までに20.2ポイント上昇し、61.1%に達する見込である。

■増加傾向にある観光客入込数

- ・右図は富山県地方創生局観光振興室が公表する暦年の富山県観光客入込数等をまとめたグラフである。
- ・2019年の朝日町への観光客入込数は367千人であり、この5年間で130千人(約32%)増えている。
- ・朝日町の子な観光資源は、「春の四重奏」、「ヒスイ海岸」、「全国ビーチボール大会」など。
- ・2018年10月に「ヒスイテラス」が整備され、県内各地及び近県から観光客が増加している。



- ・下図左はRESASの分析情報であり、2020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：新潟県、2位：東京都、3位：石川県となっている。
- ・下図右のRESASの分析情報から、観光客入込数の大幅増と比較して、朝日町の宿泊者数は伸び悩んでいる。



(イ) 地域経済の状況

■小規模事業者数の推移

中小企業庁が平成30年11月30日に公表した「中小企業・小規模事業者の数(2016年6月時点)」によれば、朝日町では全事業者数に占める小規模事業者の割合が91.8%となっている。

朝日町商工会の事業者管理情報(基幹システム)では、2021年3月時点の朝日町小規模事業者数の上位3業種は、1位:D建設業、2位:I卸売業、小売業、3位:K不動産業、物品賃貸業となっている。5年前となる2017年と比べて見ても上位3業種に変動がなく、また、上位3業種で小規模事業者数の過半数を超える状況が続いている。

一方で、小規模事業所数の推移では、5年間で823から660へ163事業所(△19.8%)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、小売業では49事業所が減少(177⇒128、△27.7%)しており、次いでD建設業では37事業所(183⇒146、△20.2%)、K不動産業、物品賃貸業では32事業所(109⇒77、△29.4%)が減少している。図らずも、上位3業種で減少した小規模事業者数の72.3%を占めている。反面、5年前と比べて事業所数が増加した業種は無い。

人口減少(2000年:15,915人⇒2020年:11,568人、△27.3%)と、多様化・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。

◆小規模事業者数推移（業種別）

	2017年3月末	2018年3月末	2019年3月末	2020年3月末	2021年3月末	5カ年間の増減数	5カ年間の増減率
A 農業、林業	2	2	2	2	2	0	0.0%
D 建設業	183	168	165	150	146	-37	-20.2%
E 製造業	57	55	55	52	49	-8	-14.0%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	1	1	1	1	1	0	0.0%
G 情報通信業	5	5	5	4	4	-1	-20.0%
H 運輸業、郵便業	10	9	9	7	7	-3	-30.0%
I 卸売業、小売業	177	162	158	144	128	-49	-27.7%
J 金融業、保険業	3	3	3	2	2	-1	-33.3%
K 不動産業、物品賃貸業	109	82	82	78	77	-32	-29.4%
L 学術研究、専門・技術サービス業	20	19	19	17	15	-5	-25.0%
M 宿泊業、飲食サービス業	71	68	68	66	63	-8	-11.3%
N 生活関連サービス業、娯楽業	84	71	70	71	71	-13	-15.5%
O 教育、学習支援業	46	46	46	45	45	-1	-2.2%
P 医療、福祉	25	24	24	23	22	-3	-12.0%
Q 複合サービス事業	3	3	3	3	3	0	0.0%
R サービス業（他に分類されないもの）	27	27	27	26	25	-2	-7.4%
合計	823	745	737	691	660	-163	-19.8%

出典：商工会実態調査、基幹システムより

②課題

【1】事業承継の推進

上記のように、朝日町では直近5年間で約20%にあたる163事業者数が廃業・解散している。

管内では地域生活と密着し、比較的業歴の長く、商圈が狭いなど、経営体質が脆弱な小規模事業者が厳しさを増す経営環境の波に吞まれ、段階的な廃業数増加に至っていると推測する。

また、当会が独自に実施した管内の小規模事業者を対象とする事業承継に関するアンケート調査（令和2年12月）では、回答のあった206事業者のうち、約46%の事業者が「自分の代で廃業する」と答え、そのうち約30%の事業者が「5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、コミュニティの担い手などを失っていき、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. 後継者がいないから（約38%）、2. 顧客の減少（約16%）、3. 儲からないので継がせられない（約15%）が、上位3つとなっている。

一方で、「後継者を決めている」（約18%）、「後継候補者がいる」（約8%）事業者数は53（約26%）であり、うち33事業者（約70%）は、「具体的な事業承継計画等が未策定」と答えている。

加えて、他に55事業者（約27%）が「後継者をまだ決めていない」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。

1. 回答者の属性等

●事業承継に関するアンケート
主な調査結果
(令和2年12月)

行ラベル	列ラベル								総計		
	39歳以下	40～49歳	50～54歳	55～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75～79歳			80歳以上
1 建設業		8	8	5	3	8	10	3	3	48	22.97%
2 製造業		4	4	2	3	1	3	3	8	28	13.40%
3 卸売業						1	1		2	4	1.91%
4 小売業	1	1	1	3	4	3	9	3	5	30	14.35%
5 飲食業		1	1	2	1	5	3	2	3	18	8.61%
6 宿泊業		2				2		1	1	6	2.87%
7 不動産業							1		1	2	0.96%
8 運輸業			1		1			1		3	1.44%
9 情報通信業			1						1	2	0.96%
10 医療・福祉業				1	1	2			1	5	2.39%
11 教育・学習支援業					2					2	0.96%
12 個人向けサービス	1	3	4	4	2	6	8	4	3	35	16.75%
13 事業者向けサービス		2	1			1	1	1	1	7	3.35%
14 その他		2		1	3	4	4	1		15	7.18%
14 農業				1						1	0.48%
(空白)		1	1				1			3	1.44%
総計	2	24	22	19	20	33	41	19	29	209	
	0.96%	11.48%	10.53%	9.09%	9.57%	15.79%	19.62%	9.09%	13.88%		
				65歳以上割合		58.37%					
					70歳以上割合		42.58%				
							75歳以上割合		22.97%		

2. 事業承継の意向

個数 / 5.事業承継の意向 列ラベル

行ラベル	1 後継者を 決めている	2後継候補者 がいる	3第三者へ譲 渡したい	4自分の代で 廃業する	5まだ決めて いない	総計
1 建設業	10	7		17	14	48
2 製造業	5	3	1	11	8	28
3 卸売業	3			1		4
4 小売業	2	2		15	11	30
5 飲食業	3	1	1	9	4	18
6 宿泊業	1		1	2	2	6
7 不動産業		1			1	2
8 運輸業	2				1	3
9 情報通信業		1			1	2
10 医療・福祉業				4		4
11 教育・学習支援業				1		1
12 個人向けサービス	5			25	6	36
13 事業者向けサービス	3			2	2	7
14 その他	3	1		7	4	15
(空白)				1	1	2
総計	37	16	3	95	55	206
	17.96%	7.77%	1.46%	46.12%	26.70%	
	25.73%					

3. 廃業の理由（上位3つまで）

なぜ自分の代で廃業を考えていますか？（上位3つ）	1後継者が いないから	2儲から ないので継が せられない	3家族や役 員の総意	4事業を続 けるには、 新たな設備 投資が必要 となるから	5技術等の 伝承が困難	6第三者へ の譲渡した いが、買い 手が無いと 思うから	7求人難、 人手不足	8顧客の減 少	9競争の激 化	10なんと なくそう考 えている	11その他	総計
1 建設業	13	6	5	1	3		1	3	1	3	1	37
2 製造業	7	3	1	3	1	1		1		3		20
3 卸売業								1				1
4 小売業	11	8	2			2		7	1	3	1	35
5 飲食業	6	4		1		2		2		3	2	20
6 宿泊業	2											2
7 不動産業												0
8 運輸業												0
9 情報通信業												0
10 医療・福祉業	5	2			2					1		10
11 教育・学習支援業	1				1							2
12 個人向けサービス	19	4	1	2	1			13		1	6	47
13 事業者向けサービス	2							1				3
14 その他	7	2			1	1		3				14
14 農業												0
(空白)	1	1						1				3
総計	74	30	9	7	9	6	1	32	2	14	10	194
	38.14%	15.46%	4.64%	3.61%	4.64%	3.09%	0.52%	16.49%	1.03%	7.22%	5.15%	

4. 廃業を行いたい時期（予定）

5.事業承継の意向 4

個数 / 9.実施時期 列ラベル

行ラベル	1) 1年以内	2) 1～2年以内	3) 3～5年以内	4) 5年以上先	5) 未定	総計
1 建設業	3	1			3	6
2 製造業	1	1		1		6
3 卸売業						1
4 小売業	1	1	2		1	5
5 飲食業		1			3	7
6 宿泊業						2
10 医療・福祉業					1	2
11 教育・学習支援業						1
12 個人向けサービス		1	6	2		12
13 事業者向けサービス		1		1		2
14 その他		2	1	1		3
(空白)						1
総計	5	8	10	13	42	78
	6.41%	10.26%	12.82%	16.67%	53.85%	

5. 事業承継：諸準備の状況

5.事業承継の意向 (複数のアイテム)

個数 / 6-2事業承継の状況 列ラベル

行ラベル	1これから後継者 (候補)に打診 する段階	2現在、後継者 (候補)の意思 を確認中	3既に合意がある が、具体的な準 備がこれから	4ある程度、事業 承継の準備・計 画等をまとめた	5計画に基づき、 諸準備を進めて いる	6その他	6事業承継済	総計
1 建設業	1	2	6	1	1	1	2	14
2 製造業	2	2		1		1		6
3 卸売業			3					3
4 小売業			3					3
5 飲食業			3					3
6 宿泊業			1					1
7 不動産業		1						1
8 運輸業			1	1				2
9 情報通信業						1		1
12 個人向けサービス			2	1		1	1	5
13 事業者向けサービス			2			1		3
14 その他		2	1			1		4
総計	3	7	22	4	5	3	2	46
	6.52%	15.22%	47.83%	8.70%	10.87%	6.52%	4.35%	

【2】産業別状況

1) 商業

現在、朝日町には任意の4商店会が組織され、合計約70店舗が加盟している。また、町内唯一の商業集積「あさひショッピングセンターアスカ」が町中心市街地エリアにあり、商業の中心と言える。

4商店会は、中心市街地エリアに3商店会、中心部から車で5分程度に1商店会あり、各商店会の活動状況は、地域の街路灯維持や催事等の協賛事業等が主な事業であり、「あさひ商品券事業」や「お買い物ラリー」などの販促事業等は、個店が商工会事業に加盟して実施する状況にある。

管内では卸売・小売店が直近5年間で49店舗(約28%)が廃業している一方で、オーガニック洋菓子店、県内カードゲームの聖地に例えられる玩具・雑貨店、ミシュランガイド掲載そば2店、焼肉店、ハーブ喫茶店、昭和レトロ喫茶店など、以前から知る人が知る店舗が点在していたが、Instagram等SNSを通じて情報がじわじわと拡散し、ファンが増えて一部に繁盛店化が見られている。

しかし、県内各地から知る人が目的のお店に来店するが、点と点が繋がらずに相乗効果を生み出すには至っておらず、また、観光客等のアンテナには届いていないことなど、地域商業の活性化として現状では未だ線が細い現状にある。他にキラリと光るエッセンスを有する店舗が複数あり、これらの繁盛店化により地域への吸引力を強め、地域商業活性化の線を太くしていくことが求められる。

2) 工業

先述した「事業承継に関するアンケート調査」結果では、特に製造業、建設業の事業承継が効果的に進んでいない現状が顕在化している。近年、朝日町当局では企業誘致に成果が見られているものの、管内の製造業、建設業の廃業が相次ぐことで、地域経済の落ち込みを招き、地域の雇用機会の減少と共に職場が失われて勤労世代が流出し、経済の地域内循環が鈍化することが懸念される。

アンケートに回答した現経営者の年代では、70歳以上の割合が建設業で約33%が占め、製造業では50%を占め、経営者の高齢化が顕著である。また、「自分の代で廃業する」と回答した割合が製造業で約39%、建設業で約35%を占めており、その主な理由として「後継者がいないから」を選んだ現経営者が、製造業、建設業共に35%となっている。加えて、両業種共に後継予定者等が存在する事業所においても、事業承継の諸準備状況では遅れが目立っている。

事業承継は計画的に取り組んでいく必要があり、速やかに計画を具体化するため、現状打開を図るためには、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

観光産業の再興は朝日町の大きな課題である。先述する通り、近年の朝日町観光客数入込は年々増加しており、2015年は237千人であったものが2019年では367千人となっている。

しかし、この5年間で130千人(約32%)増えてはいるものの、朝日町の宿泊者数は伸び悩んでいるなど、現状では十分な経済効果を生み出せずにある。RESASの分析情報からも、北陸新幹線の開業効果による首都圏からの来町や、新しい生活様式・コロナ感染防止と旅行ニーズを満たすマイクロツーリズムが浸透し、新潟県、石川県などの隣接する他県から来町される方が増えている。

これらの観光客の消費を喚起する動きが不足しており、地域資源等による新たな観光土産品開発、コト体験などの創造に取り組み、当地域ならではの特別な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朝日町商工会の振興計画(10年程度の期間を見据えて)

管内事業者の90%以上を占める小規模事業者の持続的な発展は、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ことに大きく寄与する。

しかしながら、2021年9月末で11,355人ある朝日町人口について、社人研のシミュレーションでは2030年に9,460人になると推計している。この予測通りとなれば、今後の10年間で人口が17%近く減少することとなり、高齢化率については2045年に61.1%に達すると予測している。

また、この直近5年間(2017年~2021年)で、管内では163小規模事業者が廃業等しており、事業者の減少率は約20%となっている。今後の事業廃業等の推移についても、当会が独自に実施した「事業承継に関するアンケート調査」結果からも厳しい見通しにある。

これらを踏まえ、朝日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】事業承継の推進

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、雇用の維持、技術の伝承、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。

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、手厚く支援にあたっていく。

【2】小規模事業者の経営体質の強化、事業再構築の推進

管内の小規模事業者は地域密着型経営が多い。これら事業者の廃業数増加の背景には、後継者問題に加えて、「自分の代で廃業する」主な理由からも、従来の延長線上では経営が立ちゆかなくなっていることが伺える。具体的には、1. 経営のIT化や情報化・デジタル化等が遅れ、販路拡大や生産性向上のボトルネックとなっていること、2. 売上の確保や収益性の改善に向けた具体的な対策が少ないこと、3. 新たな収益事業を生み出せていないこと、などが挙げられる。

これらの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ていき、地域経済の活性化に繋げていく。

【3】起業・創業者の輩出

廃業数増加の一方で、管内では直近の5年間で毎年平均1~2件の新しい事業所が誕生しており、これを支援してきた。暮らしやすく、魅力的で活力ある地域であるために、一人でも多くの創業者の輩出を目指していく。朝日町ではこれから更に消費人口が減少していき、創業者の事業が継続するためには、特異的な商品やサービス等の差別化がポイントとなり、ECサイトなど複合的な販売方法、観光客需要の取込みなど、これからの時代背景に即したビジネスモデルであることと、その成熟度が必要となる。そのために、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。

【4】観光産業の底上げを図り、地域経済の活性化に繋げていく

先述する通り、朝日町では観光客の入込数が年々増加し、2019年では318千人に達している。

しかし、現状でその恩恵はロードサイトにある飲食店等の一部事業者に限られている。管内では、マイクロツーリズムにより地域内観光を楽しむ県内外の観光客が増加しているが、この新たな需要を取り込む観光開発等が遅れている。特に、主要観光資源である「ヒスイ海岸」を訪れた観光客等が、車で6～8分程度に位置する町中心市街地に立ち寄る姿は、現状では殆ど見られていない。

一方で、町中心市街地にはキラリと光る店舗等が点在しているものの、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、新たな観光開発、地域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は、1. 観光客にとって訪れる目的を提供すること、2. 積極的に情報発信を行うこと、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の重点的に支援していく。併せて、小規模事業者のおもてなし人材育成や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朝日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、新たな収益事業を目指す点で、第5次朝日町総合計画の基本目標「1. 町に仕事をつくる、町の稼ぐ力・魅力を高める」と整合性がある。
- ・振興計画【1】及び【2】は、主要施策331「既存企業・事業所の支援・育成、若者の雇用機会の創出」と連動している。
- ・振興計画【3】は、主要施策332「起業・就業の促進（人材の育成、立ち上げ支援）」と連動している。
- ・振興計画【4】は、主要施策441「観光素材・観光拠点の魅力向上」、442「受入れ体制の整備」、443「情報発信・プロモーションの強化」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、小規模事業者の持続的な発展に成果を達成することに尽きる。引いては、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ことに貢献を果たすこととなる。何より、事業者の売上や収益増加等の具体的な成果を創出することが命題であり、その為には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必要がある。

そのためには、弛むことなく当会が支援能力の向上に努めることや、振興策の実行等に当たっては、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

朝日町商工会では、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 事業の存続と雇用の維持	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。
目標② 経営体質の強化	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る。また、新たな商品・サービス等の開発、新ビジネスを創造し、地域に新たな雇用を生み出していく。
目標③ 観光産業の再構築	町中心市街地エリアに観光客を誘客するため、新たな目的（新商品・サービス、コト体験、地域資源活用等）を生み出していく。 新たな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。
目標④ 起業・創業者の輩出	一人でも多くの創業希望者・起業者の夢を叶える。各支援フェーズに応じて手厚くサポートし、新たな事業所の誕生に繋げていく。管内に多様なサービスを輩出し、魅力的で暮らしやすく、活力ある地域づくりに貢献する。

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4年4月1日～令和9年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

朝日町商工会では、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 事業の存続と雇用の維持	現経営者が記名式で回答した「事業承継に関するアンケート調査」(令和2年12月)の結果に基づき、支援先・ニーズの発掘にあたっていく。事業承継計画の策定支援や、後継予定者等が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。 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、富山県商工会連合会などと有機的に連携していく。

<p>目標② 経営体質の強化</p>	<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先決であり、経営指導員が中心となって経営分析等から経営課題を明確化し、事業者にフィードバックして経営体質強化の取り組みを促していく。経営のIT化や情報化・デジタル化、事業計画策定・補助金活用等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、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、事業計画の策定を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活用などを支援し、新事業の成長と経営体質を強化させていく。</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、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有機的に実施していく。</p>
<p>目標③ 観光産業の再構築</p>	<p>町中心市街地エリアに点在する小規模事業者が有する、キラリと光る魅力を磨き上げて、新たな観光資源化を推進していく。具体的には、知る人が知る地元で人気の既存商品等(和洋菓子、ハーブティー、総菜、和洋服のリメイク品、お守りづくり、ランチメニュー、ノスタルジックな店舗ほか)などを観光客のニーズにマッチするように改良やブラッシュアップを施し、観光客が足を運ぶ目的(新たな観光資源)を開発していき、観光客等を対象とした需要動向・ニーズ調査、テストマーケティング等により開発を支援する。併せて、対象エリア以外の小規模事業者を含め、地域資源を活用した新たな商品開発・土産品開発に取り組む事業者を積極的に支援し、特産品開発を展開する。</p> <p>また、町中心市街地エリアに観光客を誘客する新たな動きを段階的に強めていく手段として、まち歩きイベント等を定期開催していく。事業者と共同しながらSNS等を活用して情報発信に努めていき、町観光協会や関係機関のネットワークを活用して、広くブランディングを進展・浸透させていく。</p> <p>小規模事業者の有する強みを活かして、繁盛店の育成と地域外資金を獲得する体制の構築を図っていく。町中心市街地エリアに観光客等を誘客する新たな活性化策を展開することで、観光産業の再構築に取り組んでいく。</p>
<p>目標④ 起業・創業者の輩出</p>	<p>朝日町、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。経営指導員が中心となり、一定の時間を掛けて、創業に必要な知識の習得、届出・準備事項の整理、ビジネスモデルのブラッシュアップ、創業計画策定支援等を実施する。</p> <p>また、朝日町と連携し、産業競争力強化法に基づく特定創業支援等事業として、「創業セミナー」を実施する。</p> <p>創業後は伴走型で経過を見守っていき、必要に応じてフォローアップ支援を行っていく。</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、当会では富山県商工会連合会と連携し、四半期毎に「中小企業等景況調査」を実施しており、調査対象として、指定業種の9小規模事業者（小売業3、飲食業2、サービス業2、製造業1、建設業1）に加えて、独自に5小規模事業者（宿泊業3、飲食業2）を追加して実施している。

主な調査項目は、売上高実績と今後の見込高、仕入価格、資金繰り、設備投資、景況感などであり、調査結果を冊子としてまとめて調査先に提供しているが、ホームページ等で広く公表していない。

他には、「RESAS」の分析データ、富山県統計調査課「とやま統計ワールド」、中部経済産業局の「経済動向・統計データ」、総務省統計局の「e-stat」などを活用し、ビッグデータ等の収集、整理、分析などを行って情報提供している。しかし、専門的な分析等が不十分であると言えることや、調査結果の提供が当該事業者となるなど、調査・分析結果の活用が限定的となっている。

また、管内では近年、人口減少に反して観光客入込数が増加しており、新たなビジネスチャンスと言えることから、この動向にフォーカスし、関連事項の詳細な情報収集・分析が求められる。

今後は、これらの調査・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、ホームページ等で広く公表し、管内広く周知していく。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8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
②中小企業等景況調査の公表回数	HP掲載	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向等分析調査

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回ホームページで調査・分析結果等を公表する。

【調査手法】

- ・経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した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・地域経済循環図」／地域の付加価値額、所得等循環の状況等を分析
 - ・「企業活動マップ」／業種毎に地域の稼ぐ力、伸びる力等を分析
 - ・「まちづくりマップ、観光マップ・From-to分析」／地域の観光客及び人口流動の状況等を分析
 - ・「分析テーマ：滞在人口」／滞在中が増える時期・減る時期、滞在者の季節変動、都道府県外からの滞在者の属性、流動人口メッシュ、地域の宿泊者の属性等を分析
- ⇒ 上記の結果を総合的に分析し、事業計画策定支援等に活用する。

②中小企業等景況調査

全国（約8,000者）・県下商工会地区（約150者）の小規模事業者の景況が判断できる重要な調査。指定業種（製造業・建設業・商業・サービス業）9事業者に加えて、管内の景気動向等をより詳細な

実査を把握するため、独自に業種を細分化して5事業者（宿泊業3、飲食業2）を追加して継続し、四半期毎に調査・分析を行う。

【調査手法】

- ・経営指導員等が対象事業所を訪問し、年4回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）実績と今後の見込み高、仕入価格、採算、設備、雇用人員、資金繰り等

（4）調査結果の活用

1. ①地域の経済動向等分析調査、②中小企業等景況調査は、結果概要をホームページに掲載してレポートし、広く管内事業者に周知する。
2. 経営指導員等が巡回等を行う際の参考資料とすると共に、創業や事業計画策定等の支援現場で具体的な管内経済動向の基礎資料として活用する。
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. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

これまでは、主に管内商圈市場の消費者を対象とする需要動向に関する調査を実施し、アンケート調査やテストマーケティング等により、小規模事業者の商品開発や販路開拓を支援してきた。

令和元年度には「小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業（調査研究事業）」に取り組み、「商店街まち歩き観光のモデル開発と個店の逸品開発事業」をテーマとして、中心市街地エリアのまち歩き観光の可能性と、観光資源・地域資源の棚卸しを実施し、活用策等を調査した。

事業に携わった小規模事業者等が自らの繁盛店化に向けて、新たな商品・サービス開発等に意欲を見せており、これを集中的に支援し、具現化を進めていくことが課題である。

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）を創造するため、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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①新商品開発等の調査対象事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者
②まち歩きツアー実施（モニター体験含む）による商品開発等の調査対象事業者数	—	12者	12者	12者	12者	12者

（3）事業内容

①地域資源等開発商品に関する調査

地域資源等を活用した新商品を開発するため、町中心市街地エリアの5小規模事業者が「ヒスイ」・「四重奏」等をモチーフとして、新たな和洋菓子、ランチ定食メニュー、総菜メニュー、ものづくり体験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エリアで月次開催するお買い物市で試食会や体験コーナーを設け、来場者アンケート等を実施する。

【調査手法】

(情報収集)「まめなけマルシェ」(4~12月、毎月第3火曜日)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、必要に応じてよろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、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制作等所要時間、②価格、③パッケージ、④魅力度・満足度、⑤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。

②体験型まち歩きツアー(モニター体験ツアー含む)実施による調査

令和4年度より、商工会が新たな観光開発事業として、「ヒスイ商店街まち歩きイベント」実施を予定している。年2回(4月、9月)程度の実施を計画しており、主に域外から参加者を募集する。

具体的には、店舗と史跡名勝等のまち歩きを通じて事業者とふれ合い、町の生活ぶり等を見て回る「ヒスイ商店街まち歩きツアー(仮称)」、飲食店・和洋菓子店などを回って食べ歩く「ヒスイ商店街食いだおれツアー(仮称)」の実施を企画しており、参加者が実際に店舗等に訪れて商品・サービス等を体験し、アンケートやテストマーケティングにより評価を受ける。

【調査手法】

(情報収集)「ヒスイ商店街まち歩きイベント」(4月、9月予定)の実施により、域外から参加者を募集し、実際に店舗等に訪れて、商品・サービス等を体験し、アンケートやテストマーケティングにより評価を受ける。

(情報分析)上記①(参照)に同じ。

【サンプル数】 域外の消費者等 40人程度(各回 20人程度)

(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制作等所要時間、②価格、③パッケージ、④魅力度・満足度、⑤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) 結果等の活用

また、調査結果は経営指導員等が整理・分析を行って個社の事業計画にフィードバックし、商品開発及び販売戦略戦略等のPDCAを回していく。事業者の支援データ等を職員間で共有していく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

当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り、これらを通じて年間120件程度の財務状況等を把握している。

現状の支援現場では、補助金等の申請支援機会では財務分析及び非財務分析(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が、資金調達や決算指導の支援機会では財務状況等の分析に偏っている傾向があり、事業者の気付きを促し、事業計画の策定に結び付けていくためにも、商工会業務の効率化を図りながら、改善に努めていく必要がある。

また、小規模事業者の傾向として、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、非財務面から経営状況を見つめ直す意識・機会が希薄と言え、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。

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き、併せて事業承継を推進させていく。

(2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	30者	30者	30者	30者	30者	30者

(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。
特に、事業承継に関するアンケート調査の回答事業者に積極的に呼びかける。

【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】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)
<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】

経済産業省「ローカルベンチマーク」、中小機構「経営計画つくるくん」、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て、経営指導員等が分析を行う。定性的分析については、SWOT分析、4P分析、ファイブフォース分析などのフレームで整理する。

事業承継に関することについては、これらを組み合わせることで課題等を整理し、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、データベース化し内部共有する事で、経営指導員等のスキルアップに活用する。
3. データベースは、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

当会では、ものづくり補助金や持続化補助金等の主に補助金申請の機会を通じて、事業計画策定を支援してきた。これにより、店舗改装、新商品・サービス開発、ホームページ・ECサイトの構築、展示会・商談会出展、生産設備導入など、管内小規模事業者の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、集中的なセミナー開催を通じて、創業者の輩出に一定の成果が出ており、今後も創業者の計画策定等を手厚く支援していく。

一方で、管内では小規模事業者の事業承継に関する対応が遅れている状況にあるため、このままでは廃業に拍車が掛かっていき、地域の活力の基盤を失っていくことになる。廃業予備軍の事業継続を図ることが切迫する課題であり、経営状況の分析を踏まえつつ、事業承継計画の策定が急がれる。

また、経営力強化や競争優位性を確立するため、加えて2023年10月から導入されるインボイス制度などの新たな経営課題に対応するため、小規模事業者のDXに向けた意識の向上や課題解消への取り組みを支援していくことが必要となる。

(2) 支援に対する考え方

1. 事業計画策定の支援は、経営状況や地域の経済・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。セミナーでは事例等を示しながら分かり易い内容で開催し、事業内容の具体化と実現性を高め、事業計画の策定を支援していく。
2. 集中的な創業セミナーを開催し、創業計画等の策定を手厚く支援して創業者の輩出に繋げていく。
3. 事業承継計画の策定に関する支援では、現経営者と後継予定者に寄り添いながら、経営状況や地域の経済動向等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、などと有機的な連携支援を展開していく。また、セミナーを開催して事業者の意識の向上や実質的な行動を促していき、富山県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、個別相談会を定期開催してフォローアップしていく。
4. 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課題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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①事業計画策定セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②創業セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③事業承継セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
④事業承継個別相談会開催回数	—	3回	3回	3回	3回	3回
⑤DX関連セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
⑥事業計画策定事業者数	15者	20者	20者	20者	20者	20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を務め、事業計画の必要性や策定手順、目的と目標設定の考え方、新事業等の着眼点や発想のポイント、ビジネスモデル・アイデア等を整理するフレームワークの活用方法などを学び、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、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する。

②「創業セミナー」の開催

朝日町と連携し、産業競争力強化法に基づく特定創業支援等事業に位置付けて「創業セミナー」を実施する。専門家(中小企業診断士、社会保険労務士等)が講師を務め、創業の心構えや、経営戦略、ビジネスプランの作成、従業員を雇用する際の知識、開業諸準備・各種届出、税務会計の基礎知識等を短期集中セミナーにより学びながら、創業計画を策定していく。

(支援対象) 創業予定者又は創業して間もない方 5名程度

(支援手段) 1ヶ月程度の期間で合計20h(4h×5日)の専門カリキュラムを組んで実施する。

受講者に対して経営指導員等が担当で張り付き、短期集中セミナーによる知識習得等をフォローしていく。

③「事業承継セミナー」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講師を務め、計画的な事業承継の重要性、ケース毎の事例紹介、事前準備の必要性、具体的な事業承継のプロセス、などを分かりやすく解説するセミナーを実施する。

(支援対象) 事業承継に関するアンケート調査の回答事業者、意欲のある事業者 10名程度。

(支援手法) セミナーの開催により意欲のある支援対象者を発掘し、開催後は個別相談会でフォローアップする。意欲のある事業者は、速やかに事業承継計画の策定支援を実施していく。

④「事業承継個別相談会」の開催

「事業承継セミナー」と連動して開催し、セミナー参加者のフォローアップ支援に位置付ける。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、また、年3回程度を定期開催していき、支援対象事業の発掘に繋げていく。

(支援対象) 事業承継に関するアンケート調査の回答事業者、意欲のある事業者 各回5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。

⑤「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、キャッシュレス導入、SNS等を活用した情報発信、ECサイトの導入・運用方法、小規模事業者のAI・IoT導入による成功事例、5G到来社会のビジネスモデル、IT補助金などをテーマとするセミナーを想定している。

(支援対象) 生産性向上や事務効率化、新たな販売方法などを模索する小規模事業者、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、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専門家等の派遣を実施していく。

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、状況確認のための訪問頻度は不定期であり、多くの場合は事業者の求めに応じて訪問しているため、一方では、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逃してしまうことが時にあり、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、訪問など状況確認の頻度が低くなっている。

小規模事業者の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、訪問や声掛けなどにより定期的な状況確認等を実施していく。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ていき、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にあたっていく。

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
フォローアップ 対象事業者数	15者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度	40回	80回	80回	80回	80回	80回
1. 年12回	0者 0	2者 24	2者 24	2者 24	2者 24	2者 24
2. 年4回	5者 20	10者 40	10者 40	10者 40	10者 40	10者 40
3. 年2回	10者 20	8者 16	8者 16	8者 16	8者 16	8者 16
売上増加 事業者数	3者	4者	5者	5者	5者	5者
利益率1%以上 増加事業者数	3者	4者	5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。独自の進捗状況チェックシートを用いて、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ていく。

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、これまで主に金融機関や商工団体等の支援機関、百貨店・流通団体等が主催する、県内外の展示会・商談会の出展を支援してきた。また、首都圏の販路開拓を望む小規模事業者が多いことから、日本橋とやま館を会場として「朝日町フェア」を企画開催し、展示販売等により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、マーケット特性やターゲットの生の声、競合商品の特性・品質レベル、売れ筋感などを肌で感じ取って持ち帰ってはいるものの、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、展示会出展事前・事後のフォローの改善が求められる。

また、管内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓に関心があるものの、高齢化、知識不足、人材不足、などの理由によりITを活用した販路開拓等の取り組みが進んでいないため、商圏が限られた範囲に留まっている。今後の当地域の特性を捉えて、DXを推進していくことが販路拡大に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必要がある。

(2) 支援に対する考え方

当会が自前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既存の展示会等への出展を支援する。展示会等は、支援事業者の対象ターゲットやマーケットを勘案し、選択していく。

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作成、チラシ・POP等プロモーションツール制作、アンケートの集計・分析とフィードバック、今後の開発・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、売場陳列、接客などを伴走型で支援する。

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開催や相談対応を行い、小規模事業者のマインド変化と理解を高めていく。また、具体的なDXの検討については、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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①展示会等出展事業者数	4者	7者	7者	7者	7者	7者
販売額／者	—	5万	5万	5万	5万	5万
②商談会等出展事業者数	2者	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数／者	—	1件	1件	1件	1件	1件
③ECサイト等新規利用事業者数	1社	1者	1者	2者	2者	2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（BtoC）

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、などを通じて目的達成を支援していく。

1) 日本橋とやま館「朝日町フェア」(企画開催：朝日町商工会、時期：9月～11月で各年調整)
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を活用し、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5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、直接接客して販売等を行うことを予定する。

2) 「きときと TOYAMA 逸品フェスタ in 日吉東急」(主催：富山県商工会連合会)

1日あたりの来店者が約3万人ある(株)東急百貨店日吉店(神奈川県)のイベントスペースにて、毎年秋に3日間に渡り開催される展示販売会。この催事は、日吉地区が高級住宅街であることから、比較的高価格帯の商品でも、差異化された商品力があれば、他所催事より売れる特徴で知られる。

出展支援対象事業者は、事業計画を策定若しくは地域ブランド商品等の開発・販路開拓に取り組む小規模事業者であり、2者程度の出展を想定する。

②商談会等出展事業 (B to B)

ものづくり等で自社の独自ノウハウや開発技術を有する小規模事業者について、新たな需要の開拓に向けて、商談会等の出展機会を提供し、目的達成を支援していく。

3) 「富山県ものづくり総合見本市」(主催：富山県)

富山県が主催し、隔年の秋に3日間に渡り、富山県産業展示館で開催される。ものづくりの商談会としては日本海側最大級の規模で開催され、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。

4) 「オール TOYAMA 県産食材商談会」(主催：富山県)

富山県が県産食材の販路拡大を目的として、県内の農林漁業者・食品加工業者を対象とした商談会。例年秋に開催され、首都圏を中心に県内外の料理人・バイヤー30者余りを招聘し、個別商談会等を行って食材の採用を働きかける。出展を支援する小規模事業者は、食品製造小売及び6次化商品を有する漁業者の計3者を想定している。

③EC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ていき、意欲のある小規模事業者に対して、個別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、利用想定先である大手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、対象事業者の事業内容やマンパワー、収益力や損益分岐売上などを見極めながら、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り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。現在の外部有識者は、(一社)富山県中小企業診断協会会長、(株)日本政策金融公庫富山支店長である。

また、令和2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、経営発達支援事業の評価・見直しを行う新たな体制を構築した。

(2) 事業内容

①「経営発達支援計画評価委員会」の開催

経営発達支援事業の進捗状況や実績等について評価を行う「経営発達支援計画評価委員会」を年度毎に1回開催する。委員会の構成員は、当会正副会長のほか、朝日町商工観光課長、法廷経営指導員、富山県商工会連合会事務局長、外部有識者として、(一社)富山県中小企業診断協会会長、(株)日本政策金融公庫富山支店長を主なメンバーとする。

当該評価委員会の評価結果は、本会役員会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させると共に、ホームページに掲載し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

②クラウド型経営支援ツール「BIZミル」の活用

また、クラウド型経営支援ツール「BIZミル」のデータベースを活用して、経営発達支援事業の実績等を可視化する。個社の特定情報に抵触しない範囲で見える化し、定量的に実施内容や効果等を計る基礎資料として用いて、経営発達支援事業の評価・見直しを行う。

【評価結果の公表について】

評価結果はホームページで公表し、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

【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委員会の評価結果を職員が共有し、全員で改善策等を検討する。その改善案を評価結果と共に役員会へフィードバックする体制により、翌年度の経営発達支援事業に反映させることで効果的にPDCAを回していく。

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

当会の経営指導員等は本事業や、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、支援ノウハウを組織内で共有する取り組みが不十分であり、職員個人の経験年数や指導経歴等に大きく左右される支援ノウハウ等について、全体で共有して組織的に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なDX推進を支援するため、新たな知識の習得等に努めて円滑な支援を行う必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員等のおおのの不足する支援スキルの解消を図るため、外部講習会等の積極的活用し、知識や実践的スキルを習得して課題を解消する。具体的には、以下に準じた内容を主に想定する。

- 1) 「デジタルトランスフォーメーション実現のためのアプローチ」(日経ビジネススクール)
 - ・DXとは何か、DX実現に向けての段階、活動の流れを説明できるスキルを学ぶ。
- 2) 「新たな需要を創造するための考え方講座」(日経ビジネススクール)
 - ・“予測、想像、考え抜く”手法、既存製品の活用、創造した需要の提案・発信方法等を学ぶ。
- 3) 「CS発想のマーケティング基礎講座」(日経ビジネススクール)
 - ・商品・サービス・企業事例から「顧客満足」の視点で「実践的なマーケティング」を学ぶ。
- 4) 「業務の生産性を高める！改善のポイント」(日経ビジネススクール)
 - ・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、喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員等のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、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。

- 5) 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・IoT技術活用した業務効率化・生産性向上、ITツール活用、クラウド、キャッシュレス、情報セキュリティ対策、補助金の電子申請など
- 6) 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) ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用したプロモーションなど

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と他の職員がペアとなり、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ていき、小規模事業者の経営分析や事業計画の策定から、支援の手段・流れ・頻度・効果やフォローなどの情報等を、担当以外の職員全体で相互共有していくことで支援ノウハウ等を浸透させて、組織全体の支援能力の底上げを図る。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

これまで当会では、中心市街地賑わい創出事業や特産品開発事業に取り組み、地域経済の活性化を喚起してきたが、一方で地域産品を生産する農林漁業団体等と有機的に連携してきたとは言い難く、新たな地域ブランドの育成に至らずにいる。

地域ブランドの育成に向けて、農商工連携や6次産業化の動きを強めていくことが課題であり、目的達成に向けて、中核農家・農業法人、花卉生産組合、農産物生産組合、内水面漁業組合、みな穂農業協同組合、朝日町業業協同組合、泊業業協同組合、などと協働関係を築いていく必要がある。

(2) 事業内容

①「地域ブランド育成協議会」の開催（年3回程度）

利害関係者に呼びかけて、新たに地域ブランド開発を目的とする協議会を立ち上げ、交流を活性化させることで、農商工連携や6次化事業による地域ブランド商品の開発、新たな地域資源等の育成の取り組みを推進していく。

年3回程度の開催を予定し、PDCAを回しながら具体的な成果を生み出していく。また、当会が協議会の事務局を担うと共に、販路等の出口戦略では中心的な役割を果たしていく。

②「ヒスイ商店街ブランド化事業」の実施

町中心市街地エリアに点在している小規模事業者のキラリと光る魅力を磨き上げて、新たな観光資源化を推進し、地域経済の活性化に繋いでいく。そのため、町中心市街地エリアを対象とする以下の活性化事業を実施し、当該エリアをヒスイ商店街としてブランド化に取り組む。

1)「ヒスイ商店街まち歩きイベント」事業（年2回程度）

（令和4年度に計画する内容：予定）

1.「ヒスイ商店街まち歩きツアー（仮称）」（4月頃）

主に域外から参加者を募集し、店舗と史跡名勝等を回るまち歩きを通じて事業者とふれ合い、町の生活ぶり等を見て回りながらヒスイ商店街や地域の魅力を体感する。

2.「ヒスイ商店街まち歩きツアー（仮称）」（9月頃）

同様に、エリア内の飲食店・和洋菓子店などを回って食べ歩き、ヒスイ商店街や地域の魅力を体感する。

2)「まちゼミあさひ」事業（年1回程度）

地域消費者を対象とする商業活性化事業。「まちゼミあさひ」は、管内の小規模事業者が連携して開催するもので、これまでに7回の実績がある。各回10小規模事業者程度が15講座程度を開設し、地域消費者60～100名程度の参加がある。実施店では、参加者が新たな顧客になるなど、効果が見られており、継続的な実施によりヒスイ商店街のブランド化を推進する。

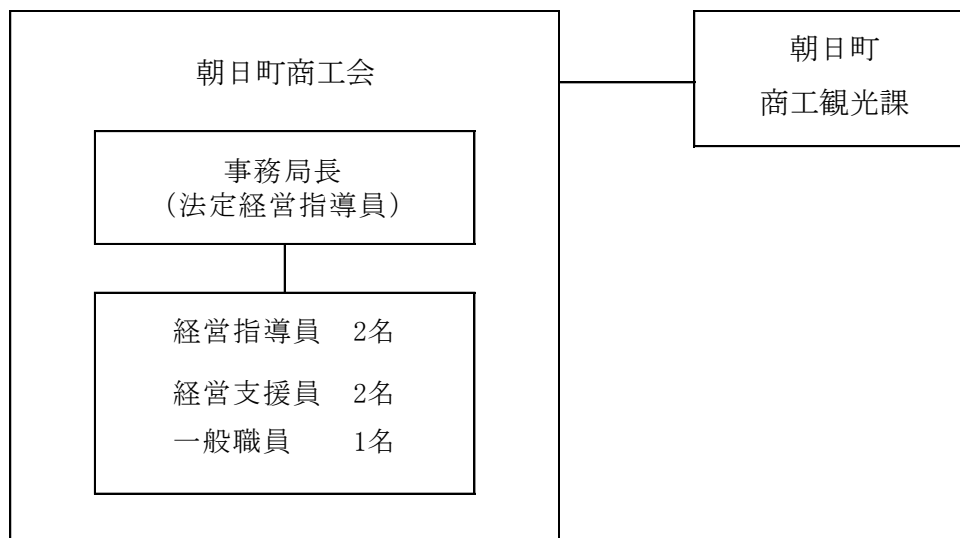
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3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当該経営指導員の氏名、連絡先

(氏名) 小林 光義

(連絡先) 富山県商工会連合会 TEL: 076-441-2716

朝日町商工会 TEL: 0765-83-2280

②当該経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理を担い、本会の役員会では、事業進捗状況を報告し事業内容等について意見聴取する(年2回)。また、有識者等が参画する「経営発達支援計画評価委員会」(年1回)において、事業の評価・見直しを図る際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①朝日町商工会 〒939-0741 富山県下新川郡朝日町泊 418

TEL: 0765-83-2280 FAX: 0765-83-2282

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

②朝日町商工観光課 〒939-0793 富山県下新川郡朝日町道下 1133

TEL: 0765-83-1100 FAX: 0765-83-1109

E-mail kazuya-ootani@int.town.asahi.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)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200
専門家派遣費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
セミナー開催費	800	800	800	800	800
展示会等出展費	800	800	800	800	800
イベント事業費	600	600	600	600	600
広報費	400	400	400	400	400
アンケート等調査費	100	100	100	100	100
通信運搬費	100	100	100	100	100
ソフトウェア使用料等	200	200	200	200	200
セミナー受講料等	100	100	100	100	100
会議費等	50	50	50	50	50
消耗品・備品等	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
会費収入、朝日町補助金、富山県補助金、国伴走型小規模事業者推進支援事業補助金

(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。

