

経営発達支援計画の概要

実施者名	氷見商工会議所 法人番号：9230005007067 氷見市 市町村コード：162051
実施時期	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>今後5年間の経営発達支援計画の目標</p> <p>① 能登半島地震で被災した事業者の経営の安定化の支援</p> <p>② 地域経済循環の拡大や域外からの流入の更なる推進による小規模事業者の支援</p> <p>③ 新たなチャレンジ・創業・事業継承の促進による小規模事業者の持続的発展</p> <p>④ 事業環境のデータ・分析に基づく事業計画策定・実行支援による小規模事業者の持続的発展</p> <p>⑤ 経営力再構築伴走支援モデルの促進による小規模事業者の持続的発展</p>
事業内容	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p>① 地域の経済動向調査に関すること 各種統計・指標によるデータの収集・活用、小規模事業者調査の拡充</p> <p>② 需要動向調査に関すること 商品のニーズ把握、需要動向調査による需要の把握</p> <p>③ 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営分析による現状把握と分析</p> <p>④ 事業計画策定支援に関すること 経営力向上に向けた事業計画の策定支援、創業計画支援、事業継承支援</p> <p>⑤ 事業計画策定後の実施支援に関すること 計画に基づく実施とフォローアップ支援</p> <p>⑥ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商品・サービスのコンセプト明確化、マッチング支援、域内消費拡大、販売チャネル等販路開拓支援、観光需要の取り込み、ITの活用支援</p> <p>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</p> <p>⑧ 経営指導員等の資質向上に関すること</p>
連絡先	<p>氷見商工会議所 指導課 〒935-0013 富山県氷見市南大町10-1 TEL 0766-74-1200 FAX 0766-74-3511 e-mail himi@ccis-toyama.or.jp</p> <p>氷見市 産業振興部 商工観光課 〒935-0025 富山県氷見市鞍川1060番地 TEL 0766-74-8105 FAX 0766-74-8104 e-mail shokokanko@city.himi.lg.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)地域の現状と課題

###### 【氷見市の概要】

本市は、富山県の北西部、能登半島の基部に位置し、東西18.16km、南北21.92km、面積230.54km<sup>2</sup>で、東は、有磯海と呼ばれる富山湾に面し、南・西・北の三方は山並みが走り、北から西にかけては宝達丘陵が石川県との境界を形成し、南は二上山丘陵で高岡市境と接しています。

これらの山並みを水源として、河川が富山湾に向けて東流し、下流域には肥沃な沖積平野が広がります。

市の東側に長く伸びる約20kmの海岸線一帯は、能登半島国立公園に指定されており、晴れた条件の良い日には、富山湾越しにそびえる立山連峰の雄大なパノラマが眺望できます。

気候は雪国にあっても比較的温暖であり、県下でも暮らしやすい地域です。

交通面では、北陸新幹線やJR氷見線だけでなく、能越自動車道や国道160号、国道415号の整備が進み、高速バスの運行により広域的な利便性が高まっています。

本市は、持続可能な環境にやさしい漁法を持つ定置網の発祥の地としても知られ、氷見漁港には、四季を通じて多種多様な魚が水揚げされます。全国ブランドの「ひみ寒ぶり」は有名です。四季を通じて里山の幸も豊富です。はさがけ米、氷見牛、ハトムギ、マコモタケ、ブルーベリー、灘浦みかん、りんごなどがあります。本市では、これらの食材を生かした6次産業化にも取り組んでおり、ワインは全国コンクールで賞を受けるなど、豊かな食文化を育んでいます。また、本市の木材生産力は高く、建築材として住宅だけでなく県や市の施設でも数多く使用されています。さらに、温泉などの観光資源にも恵まれ、獅子舞に代表される伝統芸能や、史跡・名勝・天然記念物などの文化財も豊富です。本市が豊かな自然環境に恵まれ、地域資源が豊富であることを示しています。

###### 【人口の推移】

本市の将来人口について、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2040年(令和22年)には、総人口が29,466人台にまで減少すると推計されています。

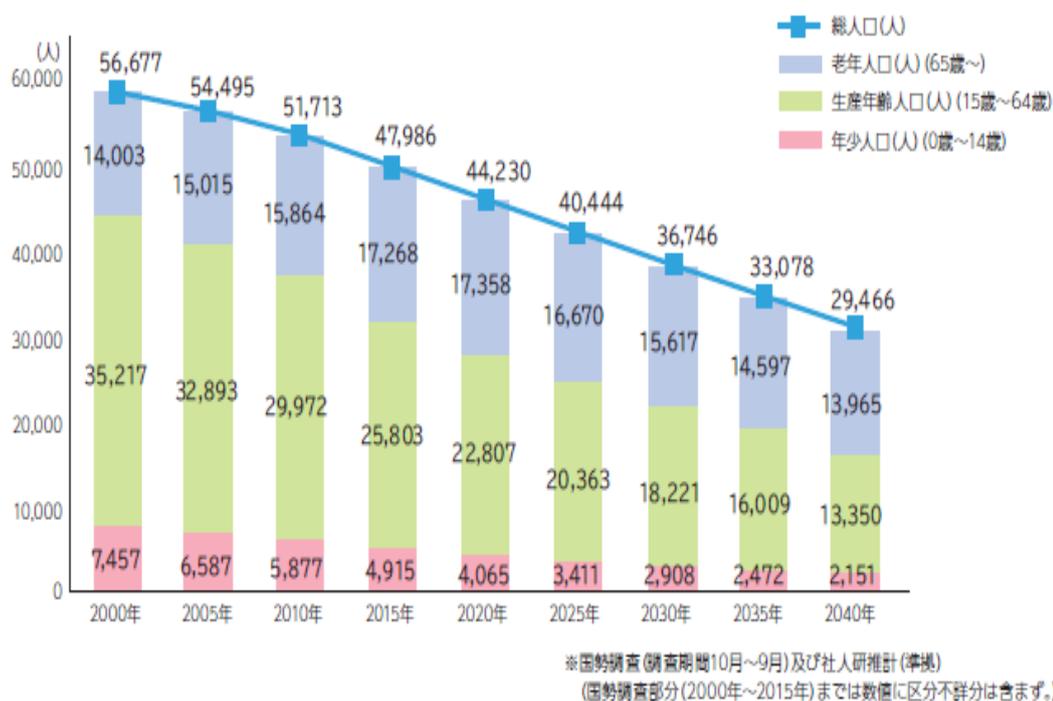
1950年の総人口は70,149人であり、2000年では56,777人と50年間では減少を続けており、2000年以降も減少傾向にあります。

年齢3区分(老年人口・生産年齢人口・年少人口)で見ると2040年までは総人口の減少に比例して3区分ともに減少がみられます。2040年では老年人口と生産年齢人口が同水準で老年人口が生産人口を超えています。年少人口も減少していることから、今後ますます人口減少、高齢化、少子化、生産年齢人口の減少が予測されています。

2020年(令和2年)3月に策定した「第2期氷見市人口ビジョン」では、合計特殊出生率の向上や定住・転入促進を図るための総合的な施策を展開することにより、人口減少を抑制し、2030年(令和12年)に37,900人、2040年(令和22年)に32,700人超を維持することを将来目標としています。



## ■ 総人口・年齢3区分人口の推移と将来推計



### 【産業の構造】

図①より事業所数は2009年の2,563事業所から2021年に1,974事業所と12年で30%減少している。従業員数も同じく12年間で20%減少している。事業所数の減少は高齢化による廃業や後継者不足が大きな原因と考えられ課題となっている。従業員数の減少もあり、人材の確保が課題となっている。

表②より氷見市内の売上高構成比の中で全国の数より大きなものとして製造業が34.1%と大きく、次いで建設業が17.6%、宿泊・飲食サービスが4.9%、生活関連サービス業・娯楽業が2.4%、農林業が1%、漁業が0.8%となっている。

表③より事業所数・従業員数・付加価値額の特化係数でみると漁業が38.66%、農業・林業が4.64%、宿泊業・飲食サービスが2.63%と高い。

図④により生産額で産業別の修正特価係数で全国平均以上をみると鉄工や金属・非鉄金属、繊維、電子デバイス等の製造業が多く、水産業も多い。

産業としては生産額や売上では製造業、建設業、宿泊・飲食業が多い。

事業所数・従業員数・付加価値額で見た特化係数で漁業、農業・林業、宿泊業飲食サービス業が高い。生産額ベースの修正特化係数では鉄工、水産業が多い。

産業全体で製造業・建設業、水産業、宿泊・飲食サービスは強みと言える。

製造業や建設業は下請けの事業者も多く生産性の向上、人材の確保・育成が課題となっている。水産業は氷見漁港で獲れる多種多様な鮮魚を中心として魚の町氷見として「寒ぶり」以外にもブランド化と水産加工品の販路開拓が課題となっている。

卸・小売業やサービス業などの業種が弱く。市内での需要を賄えていない、また市外に消費が流出している課題がある。

図⑤より商業では1994年から2014年の20年で事業所数は50%減少している。従業員数は42%減少している。販売額は52%減少している。

商業の減少率は他の業種より高く、高齢化による廃業が大きな原因と考えられる。大型店やコンビニエンスストアの出店ラッシュや他市への購買流出も要因と考えられる。

図⑥より工業では2007年～2019年の12年間では従業員数では20%減少している。製造品出荷額では30%減少している。製造業・建設業では人手不足が深刻な経営課題となっている。

図⑦より観光入込数では2016年から2023年の8年間の内、2016年と比較してコロナ禍流行期の2021年には47%と最も減少している。2023年には2016年の売上近くまで回復している。宿泊業は観光客の旅行形態の変化で団体から小グループ、家族単位への対応が課題となっている。

観光入込み数の中で宿泊者の数を増加させることで滞在時間を増やし消費を拡大させる課題がある。

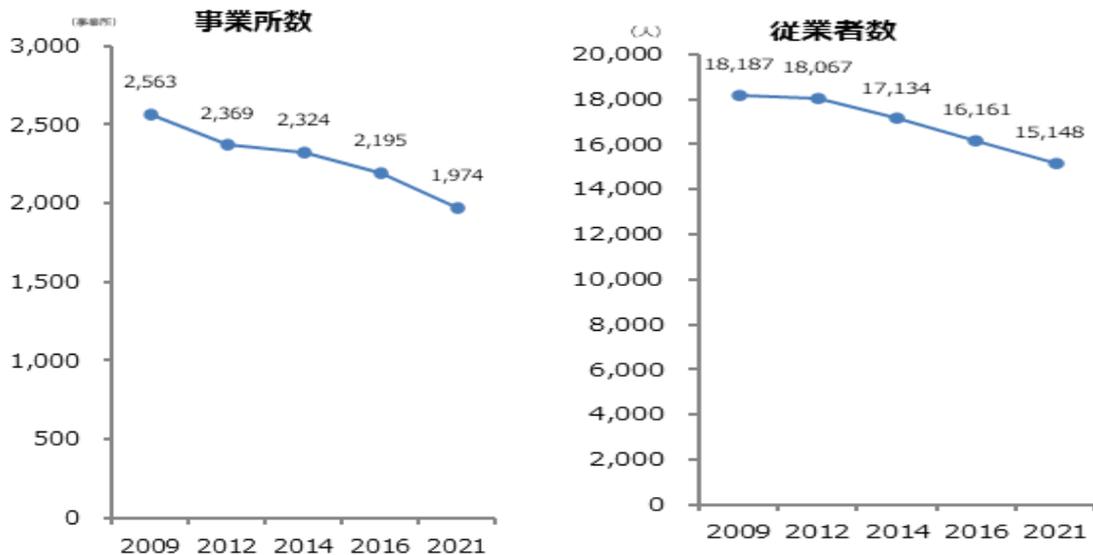
図⑧より地域産業循環図からみる氷見市の現状は【分配】として給与所得と企業の利益の1,863億円あり、その内【支出】として民間消費と民間投資とその他支出で1,464億円を支出している。それを【生産】として1,464億円の市内生産に回している。

経済循環の分配・支出・生産の総額を上げること、分配と支出の差額の399億円（市外流出分）を市内で支出することが課題となっている。また外から稼ぐ量を増加させることも課題となっている。

2024年の能登半島地震により、氷見市も大きな被害があり、事業者についても直接被害や間接被害を受け、経営に大きな支障をきたしている事業者も多くあり、市で発行した被災届出証明書は2024年1月～9月で256件の発行となっている。

2024年は再建に向けた取組の支援を優先的に実施している。事業再建への支援は継続し、今後は経営の安定化が課題となっている。

図① 事業所数・従業員数の推移



【出典】総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

表② 産業大分類別に見た売上高(企業単位)の構成比

2021年	氷見市	富山県	全国
農業, 林業	1.0%	0.7%	0.3%
漁業	0.8%	0.1%	0.0%
鉱業, 採石業, 砂利採取業	0.0%	0.1%	0.1%
建設業	17.6%	9.8%	7.1%
製造業	34.1%	31.0%	22.9%
電気・ガス・熱供給・水道業	0.0%	8.6%	2.1%
情報通信業	0.0%	1.4%	4.5%
運輸業, 郵便業	2.7%	3.5%	3.7%
卸売業, 小売業	21.1%	24.1%	28.4%
金融業, 保険業	1.2%	1.7%	7.0%
不動産業, 物品賃貸業	1.6%	1.7%	3.5%
学術研究, 専門・技術サービス業	0.7%	1.6%	2.8%
宿泊業, 飲食サービス業	4.9%	1.2%	1.2%
生活関連サービス業, 娯楽業	2.4%	1.5%	1.8%
教育, 学習支援業	0.6%	1.0%	1.0%
医療, 福祉	9.2%	8.5%	10.2%
複合サービス事業	0.0%	0.8%	0.5%
サービス業(他に分類されないもの)	2.0%	2.6%	2.9%

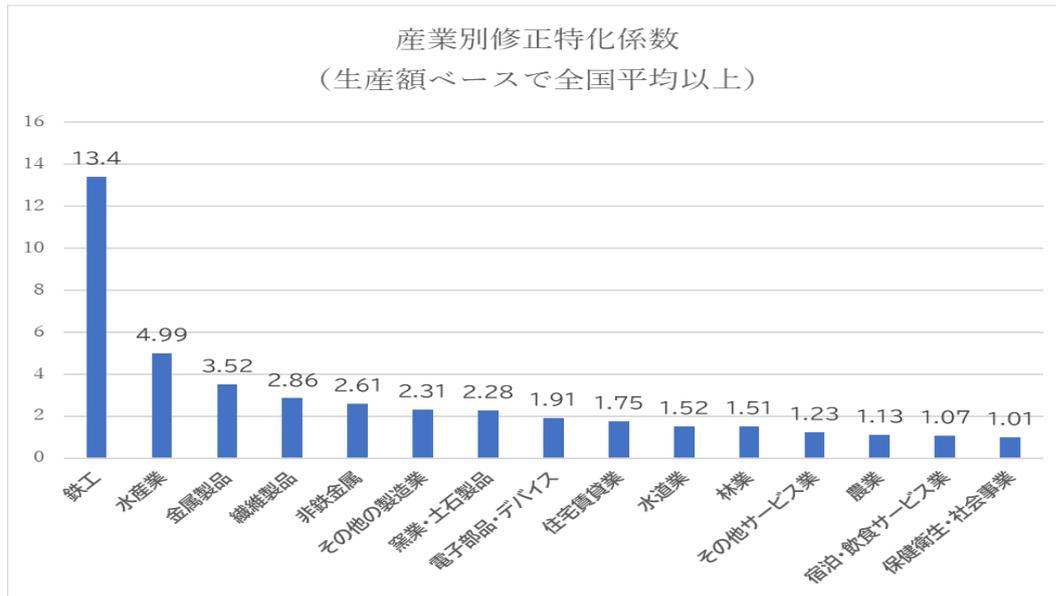
【出典】総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工データ

表③ 産業大分類別に見た事業所数と従業者数・付加価値額

2021年	従業者数	割合	事業所数	割合	付加価値額	特化係数
製造業	3,841	25.4%	211	10.7%	9,322	1.36
卸売業, 小売業	2,663	17.6%	493	25.0%	5,184	1.03
医療, 福祉	2,657	17.5%	154	7.8%	5,029	0.67
宿泊業, 飲食サービス業	1,362	9.0%	211	10.7%	1,693	2.63
建設業	1,079	7.1%	209	10.6%	4,518	1.79
生活関連サービス業, 娯楽業	630	4.2%	189	9.6%	858	1.66
サービス業(他に分類されないもの)	614	4.1%	202	10.2%	875	0.48
農業, 林業	464	3.1%	25	1.3%	494	4.64
運輸業, 郵便業	410	2.7%	33	1.7%	888	0.67
複合サービス事業	340	2.2%	44	2.2%		
不動産業, 物品賃貸業	248	1.6%	52	2.6%	516	0.40
教育, 学習支援業	236	1.6%	67	3.4%	398	0.48
金融業, 保険業	222	1.5%	22	1.1%	578	0.29
漁業	176	1.2%	8	0.4%	540	38.66
学術研究, 専門・技術サービス業	165	1.1%	49	2.5%	415	0.19
情報通信業	28	0.2%	3	0.2%		
電気・ガス・熱供給・水道業	13	0.1%	2	0.1%		
鉱業, 採石業, 砂利採取業	0	0.0%	0	0.0%		
合計	15,148	100%	1,974	100%		

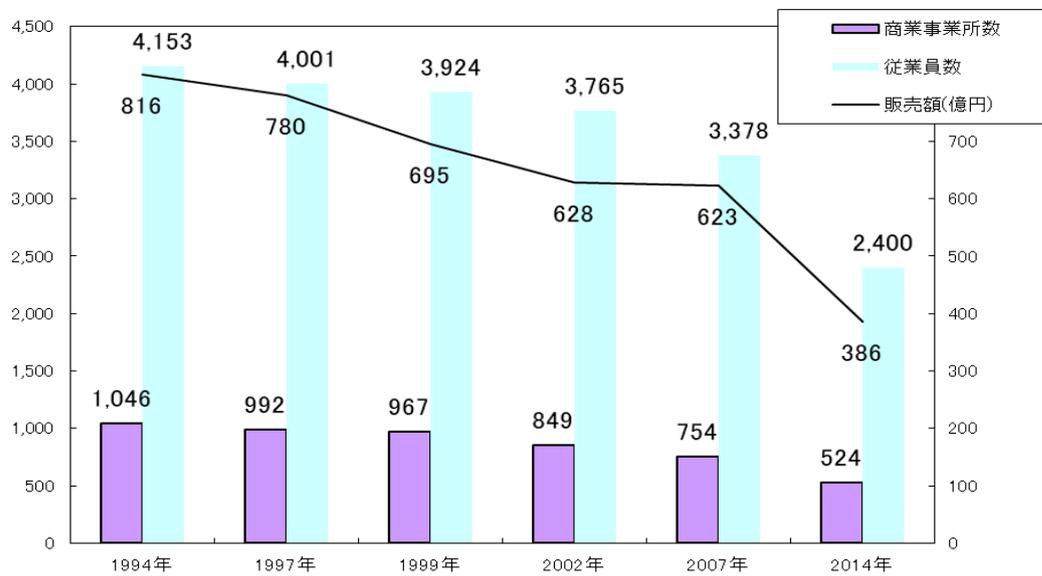
【出典】総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工データ

図④ 産業別修正特化係数（生産額ベースで全国平均以上）



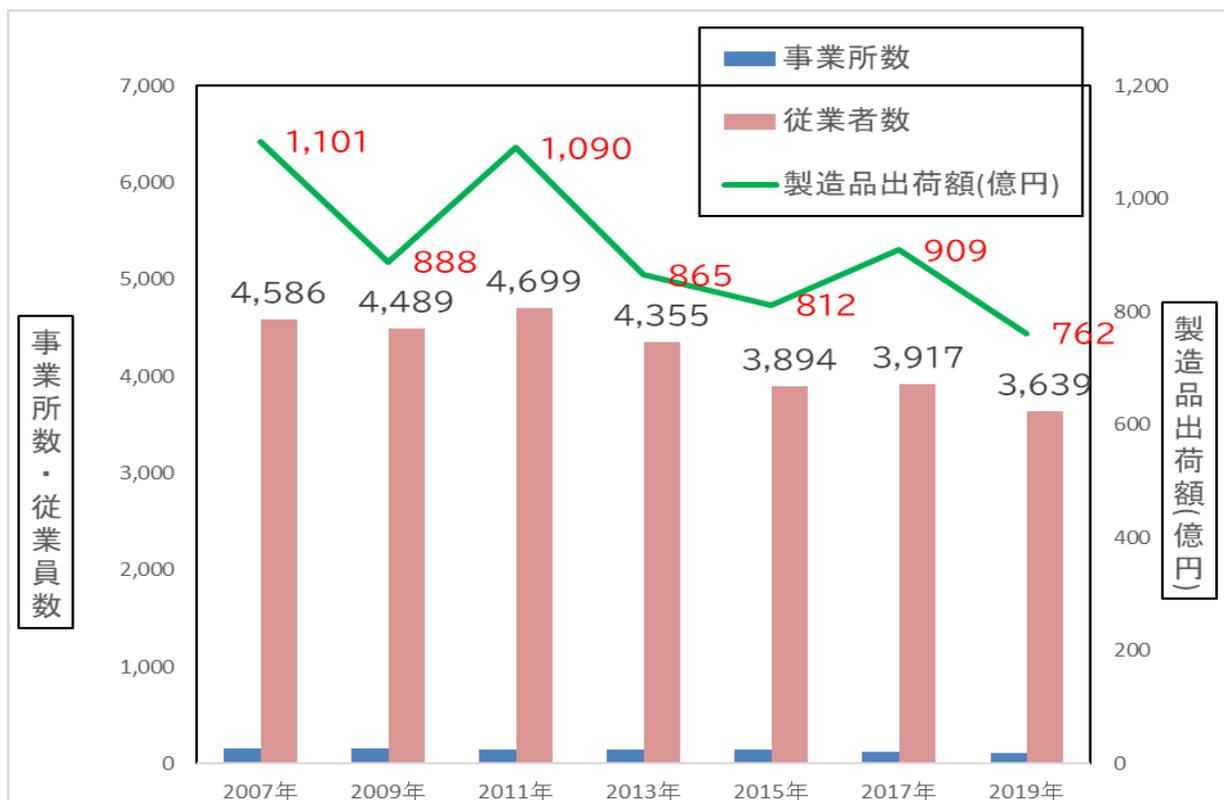
【出典】環境省「地域産業関連表」「地域経済計算」より抜粋

図⑤ 商業の推移（事業所数・従業員数・販売額）



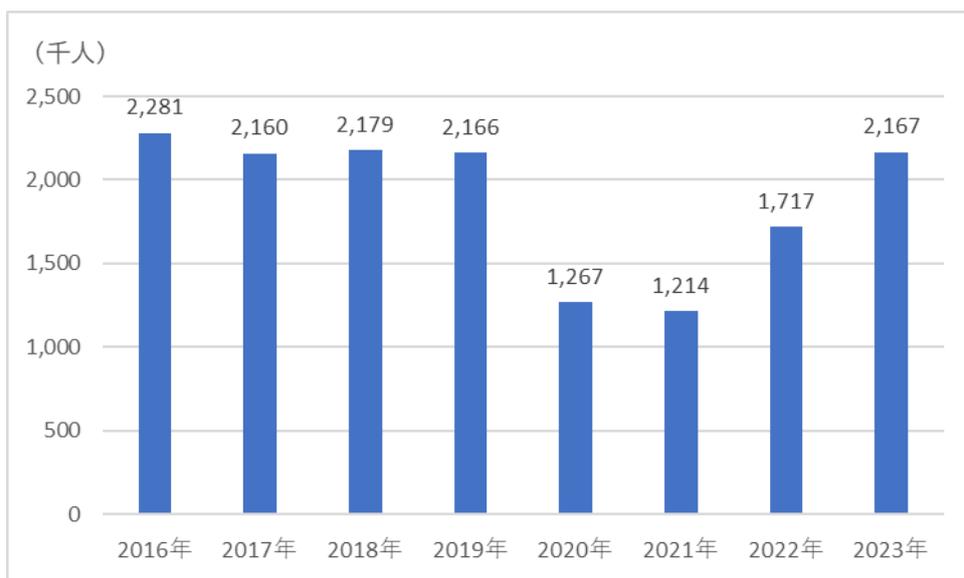
【出典】商業統計より（2014年は経済センサス基礎調査）

図⑥ 工業の推移（事業所数・従業員数・製品出荷額）



【出典】工業統計より抜粋

図⑦ 観光入込客数の推移



【出典】氷見市観光入込数の推移より抜粋

図⑧ 地域経済循環図



【氷見市総合計画の引用】

**【現状】**

第9次氷見市総合計画 基本構想令和4年～令和13年度

前期基本計画 (令和4年から令和8年)

目指す都市像 「人自然食文化で未来を拓く交流都市ひみ」

基本目標 (政策)

- ① 住みたいまち ②働きたいまち ③育てたいまち ④市民とともにつくる持続可能なまち

※上記基本計画の中で中小企業の振興策(小規模事業者)に関する取組内容を下記に抜粋する。

食を生かしたまちづくり	健全で豊かな食生活の実現	食文化の継承 食育の推進 地産地消の促進
	食を核とした地域産業の活性化	氷見ブランドの確立とブランド力の強化 6次産業化の促進
	食の魅力発信の推進	食の魅力発信の充実
商工業の活力が持続・発展するまちづくり	企業誘致の推進と既存企業への支援	魅力ある雇用の場を創出する企業等の誘致と設備投資の促進
	地域産業・企業の支援	起業・創業、継業の支援 企業の経営基盤の強化・変革への支援 地域内消費の拡大・促進 ふるさと納税の推進
	中心市街地の活性化	まちなかの賑わいの創出 まちなかの居住環境の向上
	産業人材の確保・育成	担い手対策の充実 勤労者福祉の増進と多様な人材が働き続けられる環境づくり

戦略的な観光の振興	戦略的な観光振興	観光 PR の強化 広域・滞在型観光の推進 インバウンド観光等受け入れ体制の整備
	地域資源を生かした 魅力ある地域づくり	氷見らしさの発揮 観光資源の発掘と創造

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ② 10年程度の期間を見据えて

本市の人口について、2040年には、総人口が29,466人にまで減少すると推計されています。また老年人口が生産人口を超え、年少人口の減少から今後ますます人口減少、高齢化、少子化、生産年齢の減少が推計されています。今後の10年間においてもこの減少は予測するなかで小規模事業者の経営環境も変化していくものと想定されます。しかし地域経済及び地域の生活を支え地域の雇用を維持している小規模事業者の役割は変わらず地域経済にとって重要な存在です。小規模事業者は自社の経営資源から事業の再構築を実践し、経営の合理化を推進し持続的な発展を求められています。その振興のあり方は下記の通りです。

- ・能登半島地震からR6年度は事業者の再建を開始する年としてR7年度以降は事業の再建から経営の安定化に向けた支援。事業継続力強化計画の支援
- ・地域経済循環について総額の拡大を目指し、域内への支出を拡大させ域外への支出を抑えることで市内の生産への投資拡大による経済の好循環の促進を進めてきたが、次のステップとして域内総生産の向上に向けて域外からの流入として特産品、観光振興（インバウンドを含む）工場誘致、域外からの取引などで外から稼ぐ力の拡大を促進し、外からの収入を増加することで経済循環の拡大に向けて事業者を支援する。
- ・販路拡大や新たな事業へのチャレンジ、新商品開発、生産性向上など売上の向上や利益増加に向けた取り  
組みや地域資源を生かした商品の活用やブランド化による販路開拓の支援。GXの推進、DXの推進
- ・地域の人口減少から人材確保や人材の育成が喫緊の課題となっており雇用と育成の支援
- ・中心市街地の活性化、賑わい創出に地域の事業者が関与し、歩いて楽しいまち、地域住民の生活を支え、住みたくなるまちづくりのための事業者支援。
- ・観光地として市外からの流入は宿泊や滞在時における市内消費の経済波及効果も大きく、観光に携わる事業者も多く、観光客のニーズの変化に対応した事業者への支援。
- ・人口動態や経営者の高齢化、後継者不足から小規模事業者数も減少が予想されます。そうした中で小規模事業者数の維持のためには創業者の育成や事業承継の支援。

### ③ 氷見市総合計画との連動性・整合性

第9次総合計画では「食を生かしたまちづくり」「商工業者の活力が継続・発展するまちづくり」「戦略的な観光の振興」を取組としており、当所の進める「域内消費」「事業再構築」「創業・事業承継」「雇用の維持」「販路拡大」「ブランド化」「中心市街地の活性化」「観光の振興」等に連動性・整合性がある。

### ④ 氷見商工会議所としての役割

能登半島地震で被災した事業者の経営安定に向けた支援を実施する。事業継続力強化計画の支援を実施する。

地域経済循環により域内消費の拡大と域外からの流入を促進し、観光推進、工場誘致、域外からの取引の拡大などを促進することにより事業者を支援する。

地域経済状況のデータを把握して情報提供し、個社の経営分析から事業計画策定の支援、事業計画実行のフォローアップを着実に実施する。

販路開拓、新商品開発、新事業展開への取組や生産性向上、創業や事業承継、GXの推進、DXの推進などについて事業者に寄り添った支援を実施する。

事業者支援において地域の経済団体として他の支援機関と連携し実施する。

小規模事業者の持続的な発展について支援する件数を増加すること。支援内容のノウハウを蓄積し活用することで地域経済の発展に繋げる。

少子高齢化が進む中で事業者の雇用や人材育成など雇用対策について支援する。

変化する経営環境の中で小規模事業者が自らの経営課題を認識し、事業計画に落とし込み、実践して計画を実現することで課題解決による支援を実施する。そのために商工会議所では伴走型支援をより推進し「対話と傾聴」による課題の設定から問題解決及びフォローアップを支援する。

### (3)経営発達支援事業の目標

今後5年間の経営発達支援計画の目標を以下の通りとする。

- ① 能登半島地震で被災した事業者の経営の安定化の支援
- ② 地域経済循環の拡大や域外からの流入の更なる推進による小規模事業者の支援
- ③ 新たなチャレンジ・創業・事業継承の促進による小規模事業者の持続的発展
- ④ 事業環境のデータ・分析に基づく事業計画策定・実行支援による小規模事業者の持続的発展
- ⑤ 経営力再構築伴走支援モデルの促進による小規模事業者の持続的発展

## 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

### ① 能登半島地震で被災した事業者の経営の安定化の支援

能登半島地震で被災した事業者は様々な面でマイナスからの再スタートを余儀なくされており、丁寧に寄り添い経営の安定化に向けて支援する。事業継続力強化計画を支援する。

### ② 地域経済循環の拡大や域外からの流入の更なる推進による小規模事業者の支援

経済循環の拡大や域外からの流入の推進を目指し、特産品、観光振興（インバウンドを含む）工場の誘致や域外からの取引による外から稼ぐ力の拡大や雇用の確保、中心市街地の活性化で域内消費を支える小規模事業者を伴走型で支援

### ③ 新たなチャレンジ・創業・事業承継の促進による小規模事業者の持続的発展

小規模事業者が取り組む経営革新、事業再構築、新分野進出、販路開拓、生産性向上、新たな取組、創業、事業承継、GXの推進、DXの推進等について事業者への啓蒙と気づきを促し、成長に繋げる。

### ④ 事業環境のデータ・分析に基づく事業計画策定・実行支援による小規模事業者の持続的発展

地域の経済動向、需要動向などデータや経営分析データに基づき、個社の取組を事業計画に作成し、計画実施からPDCAサイクルによる検証を通じたフォローアップを伴走型で支援する。雇用と人材育成についても伴走型で支援する。

### ⑤ 経営力再構築伴走支援モデルの促進による主規模事業者の持続的発展

地域経済・コミュニティを支える事業者の安定・着実な成長を目指し、対話と傾聴による信頼を得て、解決すべき本質的な課題を設定し、自己変革による問題の課題解決へ導き支援する。

# 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】

- ・地域経済循環の生産面、分配面、支出面のデータ、観光関連データを活用している。
- ・地域経済の動向調査について、小規模事業者に向けた情報提供を行っている。
- ・商工会議所 LOBO 調査、民間調査機関の北陸地域の調査状況を参考にする
- ・商工会議所独自の企業動向調査を実施し、結果をまとめ情報提供している。
- ・R6 年度においては能登半島地震の影響調査を実施している。

#### 【課題】

- ・地域の経済動向を分析し、業種別など判り易く整理するなどその内容を充実し情報提供する必要がある。
- ・地域全体の経済循環から見える強み、弱みについてブラッシュアップや補完をするかが課題である。
- ・地域経済の実態を把握する事により課題を抽出し、実情に合わせた整理・分析を行い、小規模事業者の目標達成のために有益で参考となる情報の提供が課題である。
- ・企業動向調査については基本的な項目に加え、時流に適応した項目を随時追加し、データを整理・分析することが課題である。

### (2) 目標

- ・地区内の人口推移、産業構造、市場の概要を掴み、整理・分析する。
- ・地域経済の動向、域内外の消費獲得、地場産業の振興、観光需要を基に事業所支援に活用する。
- ・LOBO 調査や北陸地域のデータを毎月分析しまとめて活用する。
- ・中小企業景況調査を年4回、32事業所で実施し、日商に報告し、調査結果を把握し経営指導員が事業者支援に活用する。
- ・当所独自の企業動向調査を年1回実施。中小企業者を対象として、会報への折込やFAX送信により約1,500社に送付する経済動向調査を実施し、80社を回収し、その中で小規模事業者の支援に活用する。
- ・地震の影響調査を実施し、被害及び再建の状況や課題を把握する。回収を80件とする。
- ・企業動向調査・景況調査結果の公表についてはHP及び会報にて5回の告知を実施

#### 調査実施目標数

支援内容	現状	1年度	2年度	3年度	4年度	5年度
企業動向調査回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
地震影響調査	2回	1回	1回	1回		
中小企業景況調査	4回	4回	4回	4回	4回	4回
調査結果提供回数 (HP・会報)	5回	5回	5回	5回	5回	5回

### (3) 事業内容

#### 国県市等の各種経済データの活用

#### 【調査の内容】

調査名	調査内容	情報収集・整理・分析
国勢調査	人口・世帯数・年齢構成	人口・世帯の推移・年齢構成推移
RESAS	地域経済循環・産業構造マップ・観光マップ・まちづくりマップ	地域経済の構造・産業構造・観光の動向・潜在人口・流動人口を可視化
観光に関する調査	観光客入込数・宿泊者数	観光の施設毎の入込状況・宿泊施設の宿泊の状況

## 中小企業景況調査

### 【調査の内容】

調査項目	売上額、仕入額、利益、資金繰り、引き合い、雇用、設備投資、経営課題				
調査業種	建設業	製造業	卸・小売業	サービス業	合計
対象件数	2	7	16	7	32

## 企業動向調査

### 【調査の内容】

調査項目	喫緊の経営課題、景気動向、経営の取組、設備投資計画、事業承継、賃金、労働時間、採用、働き方改革
------	---

## 能登半島地震影響調査

### 【調査の内容】

調査項目	被害の状況、直接被害・間接被害、売上の状況、復旧の状況、課題 公的支援、事業継続策定計画
------	---

## (4)調査結果の活用

### 国県市等の各種経済データ

- ・業種毎の分析データや観光、まちづくりのデータなどから情報を収集し、小規模事業者が地域経済の実情や市場の動向、顧客の実態を把握出来るように整理、分析し、今後の方向性を検討する基礎資料として活用する。
- ・情報の共有を図り、職員の巡回時や窓口相談において事業者へ提供し、支援に活用する。またHPや会報にて情報提供する。
- ・LOBO調査や北陸地域の調査結果を毎月報告書にまとめて支援に活用する。

### 中小企業景況調査

- ・四半期毎に32社について事業者の景況に関する動向を把握し、実態を掴んでいる。また巡回や窓口相談において分析結果を個社支援に活用する。

### 企業動向調査

- ・事業者の経営課題、設備投資、労働環境について整理・分析し個社の支援に活用する。
- ・所内で調査結果を基に分析し共有している。
- ・調査の結果を会報やHPにて告知し、窓口での個別企業の支援に活用する
- ・調査項目については毎年検討し、支援施策等を考慮し適宜追加して実施する。
- ・経済の好循環をもたらすモデルケースやそのメリットなどを抽出したものを業種毎に取り纏め、企業の実状や動向を掴み、今後の方針に活用する。

### 能登半島地震影響調査

- ・再建への取組状況を把握し、具体的な課題や問題点を調査し対応策を講じることで支援を実施。
- ・事業継続力策定計画の普及・計画策定を支援

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1)現状と課題

#### 【現状】

- ・観光動向アンケートから旅行者の観光に対するニーズや個社の商品、サービス、宿泊の需要について結果を分析している。
- ・展示会やイベント時に個々の事業者の商品やサービスに関して販売時にQRコード読み込みによるスマホ利用で消費者からのヒアリングを実施している。

#### 【課題】

- ・観光動向アンケート結果から、市外の居住者からは観光地やお土産、食の認知度が低い。
- ・事業者の提供する商品やサービス等に関する調査についてより多くのヒアリングやアンケートが

必要である。

- ・小規模事業者が新商品開発や販路開拓に活用するために消費者や地域のニーズを的確に把握し、事業実施へ結びつける必要がある。

## (2)目標

### 観光動向のアンケート調査

- ・観光客、観光見込み客を対象としてHPから収集するアンケートを氷見市が実施しており、その結果を共有する。

支援内容	現状	1年度	2年度	3年度	4年度	5年度
アンケート目標数	件	100件	100件	100件	100件	100件

### 商品の需要動向のアンケート調査

- ・特産品の事業者について個社の商品、販売について事業者毎のアンケートを実施。
- ・事業者が新商品開発や商品の販路開拓を行うにあたり、展示会やイベントで消費者と直に接する機会に事前に準備した項目でのアンケートについてヒアリングまたは記入してもらう。

支援内容	現状	1年度	2年度	3年度	4年度	5年度
サンプル数	件	50件	50件	50件	50件	50件

## (3)調査内容

### 観光動向のアンケート調査

項目	内容
目標	・観光客のニーズを把握し、宿泊及び土産品・食の全体の知名度の向上を図る。
調査項目	観光の目的、土産品・食の満足度（土産品、食べ物・料理、情報提供、満足度、おもてなし、宿泊施設、観光施設・資源）
手段	・ネットによる観光客にアンケート形式で回答 ・サンプル数100を目標とする。

### 商品の需要動向のアンケート調査

項目	内容
目標	・商談会やイベントでお客さんから直接商品や販売に対する意見やニーズをアンケートから収集し、ニーズを捉える。
調査項目	見た目、味、色あい、商品の大きさ、価格、パッケージ、その他印象等
手段	・展示会、イベントでのアンケートで回答 ・1事業者当たりサンプル数50を目標とする。

## (4)調査結果の活用

### 観光動向のアンケート調査

- ・地域のブランドの発信や観光地の知名度向上に効果を期待できる。
- ・アンケートにより、個々の事業者が需要を掴む参考データとし活用する効果がある。
- ・得られた結果を基に観光、宿泊、土産品の購入や食などについて消費者からのニーズを把握し事業所支援に活用する。
- ・観光関連の事業者の事業展開や新たな商品・サービスの開発、改良について事業者の計画策定時に活用する。巡回や窓口にて提供する。

### 商品の需要動向のアンケート調査

- ・アンケート結果を分析し、当該事業者にフィードバックすることにより、商品の改良につなげる。
- ・アンケート結果から販路拡大に必要な事項を分析し販路につなげる
- ・域外への販路の拡大についてのニーズの参考とする。
- ・得られた結果を基に商品や販売に対する消費者からのニーズを把握し事業所支援に活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1)【現状と課題】

#### (1)現状と課題

##### 【現状】

- ・ 記帳機械や会計ソフトの分析を活用し、小規模事業者の財務分析を行っている。
- ・ 職員の巡回・窓口相談、各種手続きで来所時に経営分析の必要性を告知している。

##### 【課題】

- ・ 事業者は経営力向上のために経営分析が必要とする意識が低い。
- ・ 収集した分析データの一元化による支援への活用が課題である。
- ・ 会計ソフトの活用では財務分析のみにとどまっており、経営分析としては十分とは言えない。
- ・ 売上・利益を向上することを目的にし、経営分析から経営計画へ繋げることを事業者自らが理解して活用することが課題である。
- ・ 地震による被災企業については再建に向けた経営分析が必要となっている。

### (2)目標

- ・ 巡回（300件）や窓口相談（600件）において、小規模事業者との面談の機会を増加し、経営力強化に対して取り組む姿勢のある企業を発掘する。
- ・ 自社の売上増加を目指して経営計画を作成するために、当初は積極的な事業者を100社程度ピックアップし、経営分析を実施する件数を年間80件実施する。
- ・ 経営分析セミナーを必要に応じて開催し、中小企業診断士を講師に迎え、参加者には自社の決算書及び財務諸表を持参して頂き、実際に自社の数字を見ながら分析を行う。  
(セミナーの内容としては、経営分析とは、貸借対照表、損益計算書、自社分析の進め方、SWOT分析を実施し、自社の強みを活かした事業計画への展開等)
- ・ 経営分析への勧奨、分析の状況について相談所職員が月1回の情報共有を図る。

支援内容	現状	1年度	2年度	3年度	4年度	5年度
巡回訪問件数	300	300	300	300	300	300
窓口相談件数	600	600	600	600	600	600
経営分析件数	80	80	80	80	80	80

### (3)事業内容

#### 経営分析の実施手法

- ・ 現在は職員全員で事業者を訪問し、巡回計画に基づく巡回により、小規模事業者と面談し、経営状況分析への取組みを理解してもらうことに努め、分析から計画策定への取組に繋げる支援を実施する。
- ・ 従来からの経営改善普及事業で金融相談、税務申告相談、労働保険手続きなど小規模事業者が窓口相談に600件の来所があり、この機会に積極的に事業をPRする。
- ・ 当所の受託団体である商店街連盟や青色申告会、青年部、女性会など団体に所属している事業所について個社の課題整理、経営状況の分析の必要性を積極的にアピールする。

#### 経営分析を行う項目

- ・ 経営分析では「貸借対照表・損益計算書」により財務分析表を作成する。
- ・ 損益計算書により過去の時系列による比較として売上高、原価率、利益率の分析を行う。
- ・ 貸借対照表による効率性、安全性などの財務分析を行う。
- ・ 在庫や棚卸し経費についても管理不足の面が見受けられ、それぞれの管理状況を把握し、また業務全般の流れなども確認し検証する。
- ・ SWOT分析により「内部環境・外部環境×強み・弱み・将来ビジョン・組織体制・今後の展開に向けてやるべきことなど、自社の現状、目標、課題が判りやすく把握できる経営状況分析表を作成する。
- ・ 必要に応じて専門家と連携し、分析の精度を上げる。

## 地震被災の状況分析の内容

- ・調査・ヒアリングにより資産の管理・保全、再建の状況を把握し、経営分析に繋げる。

### (4)分析結果の活用手法

- ・事業支援で得られた情報は活動履歴としてデータベース（TOAS）化し、相談所職員間で情報共有する。
- ・蓄積したデータは統一フォームにより「見える化」されており、履歴情報の確認、フォローアップに活用する。また計画策定へ繋げる。
- ・経営分析のデータから、地域での好実績の同業種事業所と自社の置かれている位置などを比較検討し、改善の材料とする。
- ・成功している店舗などの情報収集を行い、事業者の経営改善のヒントにする。
- ・被災企業については分析した結果により、経営安定の支援に繋げる。  
※TOASは商工会議所が運用しているデータベースでカルテ機能を有する

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1)現状と課題

#### 【現状】

- ・事業者は経験と勘に頼って、事業を予想しているケースが多い。
- ・小規模事業者は自社の将来について考えてはいるが、計画として纏まっていない。
- ・事業者に対して事業計画の必要性や重要性について認識が低く、まだ充分必要性の理解がされていない。
- ・事業計画策定のセミナーを実施しているが受講後に実際に事業計画の策定に繋がっていない。

#### 【課題】

- ・事業計画策定への経験、知識が不足しており、事業者単独では作成が難しい。
- ・経営分析から事業計画策定への啓蒙を会報、巡回、窓口等により積極的にアピールする必要がある。
- ・経営分析から経営計画策定へそして売上向上、利益率向上を実現するために参加者を募集し実行する企業を増加させる必要がある。
- ・経営環境変化に対して自社の本質的な課題の認識が進まない。
- ・被災した企業については分析した結果を参考に個企業の置かれている状況に応じた計画策定が必要になっている。

### (2)支援に対する考え方

- ・氷見まちづくり協議会（ビジネスサポートセンター）と連携し、事業者の経営計画策定を支援する。
- ・経営環境変化に対して対話と傾聴から信頼を獲得し、自社の本質的な課題の認識を促し課題の設定から自己変革による計画実行を確実なものとして問題解決の自走化を支援する。
- ・経済動向調査や経営分析から得られた情報を基に計画策定へ繋ぎ、自らのビジネスモデルの再構築を支援する。
- ・被災した企業については分析した結果を参考に個企業の置かれている状況に応じた計画策定が必要になっている。

### (3)目標

- ・事業者の経営力向上のための事業計画策定について総合的に支援する。
- ・事業計画策定支援を当初年間60件行う。
- ・専門家相談について年間15件実施し、より内容の充実を図る。

支援内容	現状	1年度	2年度	3年度	4年度	5年度
① 経営革新・ものづくり計画策定	1	2	2	2	2	2

② 小規模企業持続化計画策定	15	20	20	20	20	20
③ 創業の事業計画策定	16	15	15	20	20	20
④ 事業承継の計画策定	2	3	3	3	3	3
⑤ その他事業計画策定 (地震被災事業を含む)	26	20	20	25	25	25
(小計)	60	60	60	70	70	70
上記の内専門家相談件数	15	15	20	20	20	20

#### (4)事業内容

##### 計画作成支援の対象

- ・経営革新計画、経営力向上計画、先端設備等導入計画等、国・県・市の実施する各種施策・補助金に係る場合に経営分析を活用して事業計画の策定及び実行の支援を行う。
- ・氷見市創業支援事業計画に基づき、創業支援を実施しており、創業に係る事業計画の作成について支援を実施する。また創業後についても事業計画の作成について支援を実施する。
- ・事業承継に係る事業計画策定を支援する。またマッチングの支援や経営資源の引継ぎも実施する。
- ・域内消費の拡大や販路開拓、観光に関与する事業者の事業計画支援の内容を充実する。
- ・被災企業については設備資産の保全状況、取引先、顧客等ステークホルダーの変化、市場の状況を鑑みて個別の企業の実情に対応した計画策定を支援する。
- ・GX推進、DX推進に係る計画策定を支援する。
- ・事業継続力強化計画策定を支援する。
- ・より専門的な内容については、連携する専門家に繋ぎ具体的な支援充実を図る。

##### 計画策定支援の手法

###### 【ものづくり補助金・小規模事業者持続化補助金等計画策定支援等(国・県・市の補助金及び認定)】

- ・R1～R5年の5年間で持続化補助金等(国・県・市の補助金及び認定)の申請は235件で採択は181件の実績がある。

販路開拓や新たな展開を計画する小規模事業者へ重点的に小規模事業者持続化補助金(被災枠を含む)等の活用を提案し、ものづくり補助金、事業継続力強化計画他を含めて事業計画策定を年42件支援し、計画実行までをフォローする。

###### 【創業の計画策定支援】

- ・R1年～R5年の5年間で創業者の支援について69件の実績がある。
- ・創業者には、開業時に必要な各種手続きや創業実践セミナー、氷見市創業支援補助金、氷見市空き店舗開業支援補助金等について説明し、創業者の事業計画策定を年間15件支援する。
- ・必要に応じて地元新聞、ケーブルTVなどに依頼し、新規開業の紹介などメディアへの掲載を支援する。SNS等ITによる広告宣伝についても支援する。
- ・より専門的な内容については、連携する専門家に繋ぎ支援充実を図る。

###### 【事業承継計画支援】

- ・小規模事業者の事業承継を支援する。後継者への承継や相続、廃業の場合に事業引継ぎ先のマッチング、経営資源の引継ぎなど事業の円滑な承継に向けた計画の支援を年間3件行う。その後のフォローアップについても支援する。
- ・事業承継については、専門的な能力を要する分野でもあり、必要に応じて弁護士、税理士等専門家に支援を依頼し、小規模事業者の意向を汲み円滑な事業承継に取り組む。

###### 【専門家との連携】

- ・専門的な課題等については、基盤整備機構、信用保証協会、エキスパートバンク(※1)の専門家、よろず支援拠点のコーディネーター、事業引継ぎ支援センター、地域金融機関、日本政策金融公庫等、ひみまちづくり協議会(ビジネスセンター長)と連携し、小規模事業者の事業計画策定を15件支援する。

### 【事業計画の作成支援】

- ・経済動向調査、経営分析から得られた情報を活用し、気づきよる自社の本質的な課題を整理し、その課題を設定し自社の事業計画として策定する。
- ・経営革新、事業再構築、新分野進出、販路開拓、創業、事業承継、G X推進、D X推進等、自ら積極的に取り組む内容などを事業計画に織り込む。
- ・被災企業に対して分析を活用し、個企業の状況に即した内容で事業計画策定を支援する。
- ・専門家と連携し、事業計画の支援を充実する。

※ エキスパートバンク＝富山県商工会議所連合会で実施している専門家派遣制度

## 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】

- ・実施支援については計画実施後の結果として数字（売上や利益）の把握にとどまっている。
- ・実施支援について個社の売上向上、利益率向上に向けた取り組みへのフォローが弱い。

#### 【課題】

- ・実施支援の結果としての数字だけにとどまらず、P D C Aの観点からフォローアップする必要がある。
- ・実施支援の時期やその内容についてこちらからの一方的な情報の収集になりがちである。
- ・事業計画実施後から自己変革を伴う課題の解決への検証が必要となっている。

### (2)支援に対する考え方

- ・実施支援の結果についてP D C Aの観点からフォローアップする必要がある。
- ・事業計画実施後から自己変革を伴う課題の解決への検証を実施する。
- ・事業者との対話と傾聴を重視し、信頼を得ながらフローアップを実施する。
- ・実施支援に対してはP D C Aサイクルを小規模事業者自ら確認出来るように、計画の中で事業者が計画、実行、検証、改善についてその必要性を認識し、どのタイミングで誰が検証し、改善するのかを明確にして支援する。

### (3)目標

- ・数値目標については事業計画実施支援として年2回以上のフォローを実施する。フォローアップの対象事業者数及び売上・利益率の増加事業所数については次表のとおり実施する。
- ・フォローアップ回数は最小限の回数であり、必要に応じて回数を増加させる。

支援内容	現状	1年度	2年度	3年度	4年度	5年度
フォローアップ対象事業者数	53	55	55	55	55	55
フローアップ頻度 延べ回数	年2回 72	年2回 110	年2回 110	年2回 110	年2回 110	年2回 110
売上の増加事業者数	21	25	25	25	30	30
利益率の増加事業者数	15	15	15	20	25	25

### (4)事業内容

- ・事業計画を策定した事業者を支援対象とする。
- ・事業計画の実行時に必要なタイミングでP D C Aによるフォローを実行し、サイクルを上手に回す支援を行う。
- ・計画の実施内容についてその時期に遅れや停滞、ズレなどがある場合には再度内容を確認し、体制、方法などを確認しながら検証し、以降の実施について支援する。
- ・実施支援については計画策定を担当した指導員は支援の内容に応じて、最低年2回以上のフォローを実施する。フォローの頻度については内容に応じて複数回実施する。

- ・フォローの内容に応じて、氷見まちづくり協議会（ビジネスサポートセンター）等と連携した支援を実施。
- ・専門的な課題等については、基盤整備機構、信用保証協会、地域金融機関、日本政策金融公庫、エキスパートバンク、よろず支援拠点のコーディネーターの専門家と連携した支援を実施する。

## 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】

- ・小規模事業者は域外（海外を含む）で新規の取引先を確保するのが難しい。
- ・小規模事業者の販路開拓に対してバイヤーや消費者へのニーズの対応が充分とは言えない。
- ・小規模事業者は市場のマーケティング、商品力、訴求力、デザイン面、情報発信力が弱い。
- ・商談会、展示会参加への情報を提供し、出展による販路開拓を支援しているが出展後の商談成立に結びつく案件が少ない。
- ・観光入込客数はあるものの観光消費の獲得が弱い。

#### 【課題】

- ・小規模事業者は地域の特色を活かした商品を開発しているが、商品力、デザイン、訴求力、情報発信力への支援必要である。
- ・販路開拓に向けた人員や予算を懸けることが難しい状況である。
- ・水産加工品においてバイヤーのニーズである常温の商品が少ない。
- ・販路開拓に向けた事前の販売計画や市場のターゲット、展示会等出展への準備、出展後の取引に関するノウハウが不足している。
- ・観光において宿泊者数や滞在時間が少ないことにより観光客の消費が弱い。
- ・小規模事業者は情報発信にITを上手に活用しきれていない。

### (2) 支援に対する考え方

- ・小規模事業者へ商品力、デザイン、訴求力、情報発信力の支援が必要である。
- ・販路開拓に向けた人員や予算を懸けることが難しい状況である。
- ・販路開拓に向けた事前の販売計画や市場のターゲット、展示会等出展への準備、出展後の取引に関するノウハウの支援が必要である。
- ・小規模事業者の商品やサービスを具体的に把握し、商品コンセプト（誰に、何を、どのように）の明確化や、より消費者に分かりやすいデザイン、訴求力（優位性、視認性）を高める事やITを活用した情報発信を高める支援をする。
- ・水産加工品については常温の商品開発に向けた取り組みを支援する。また冷凍、冷蔵の流通過程に即した品質保持（真空パック等）を支援する。
- ・需要動向のアンケート結果を活用し、販路の拡大に向けて最も適合する流通チャネルを検討し、アプローチ方法を検討する。また、商品特性を踏まえた販路開拓を支援する。ケースによっては専門家の支援を受ける。
- ・新商品開発・販路開拓について氷見まちづくり協議会（ビジネスサポートセンター）と連携した支援を実施する。
- ・小規模事業者の不足しているノウハウを専門家（富山県よろず拠点支援の販路開拓コーディネーター他）と連携し補い、商品開発・販売計画の作成を実施する。
- ・販売計画策定や策定後の継続したフォローアップを実施する。
- ・商工会議所は小規模事業者が中心の受託団体（商店街、飲食店、民宿、特産品、青年部、女性会等）の事務局を受けており、異業種交流でお互いの商品やサービスを組み合わせた商品の開発などの実績がある。それらをつなぐ事により新たな商品の開発を図る。
- ・商品については、より地方色の強い「こだわりの地産品」として話題性があり、自然環境の恩恵である「旬を活かした」産地ならではの付加価値の高いものを積極的に支援する。
- ・観光需要の開拓について経済動向・需要動向調査から得られる結果を基に、域外からの観光需要を取り込むために支援する。
- ・販路の海外展開に向けた支援

### (3)目標

- ・展示会及び商談会の参加を当初年間12社、商談成立件数5件目標とする。
- ・県内外のイベントに出展する参加目標を、当初年間5社、商談成立件数を5件目標とする。
- ・首都圏他で2箇所、東海・中京、関西で3箇所の展示・即売会を実施し、参加を当初年間12社、1社/1日あたりの平均売上は5万円を目標とする。
- ・富山県支援センターの販路開拓のコーディネーターと連携し、販路の開拓に向けた販売計画を支援する。
- ・IT活用による販路拡大について5社支援する。

支援内容	現状	1年度	2年度	3年度	4年度	5年度
商談会出展支援者数	11社	12社	12社	14社	14社	14社
商談成約件数	4件	12件	12件	12件	12件	12件
イベントの出展 商談成約件数	5社 5件	5社 5件	5社 5件	5社 5件	5社 5件	5社 5件
売上額/社(平均)	4万	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円

- ・観光需要の開拓として事業者の情報提供(パンフレット、IT活用)を支援する。

### (4)事業内容

#### 【観光需要の開拓】

- ・支援対象を宿泊業、飲食店、体験施設、サービス業とする。
- ・観光においては、宿泊施設と一体となった観光政策の推進が課題であり、また市内の飲食店や土産物販売、コト消費が体験できる観光施設なども含めた個社の商品・サービスの充実、氷見らしいおもてなしの研究や、人材の育成を進める。
- ・個社の特徴を活かした地域特有の体験や、時間の過ごし方を企画し、観光客に情報提供する。
- ・ここでしか味わえない旬の魚料理を活かした食と加工方法を研究し、観光客に情報提供する。
- ・個社のITやSNSによる情報発信、マスメディアの露出機会の増加を支援する。

#### 【展示会・商談会・ビジネスマッチング出展支援(BtoB)】

- ・対象を工業製品、観光、地場産業、土産品、食等に関するBtoBの支援とする。
- ・地域資源の活用や地場産業・土産品を中心として出展支援を実施する。
- ・商談会の参加と事前準備を促すセミナーを開催する。
- ・首都圏(フードセレクション・メッセナゴヤ・商談会他)、北陸や県内(福井・金沢・富山ビジネスマッチング)海外(アメリカ、香港、中国、東南アジア他)での展示会、商談会への参加について補助金申請を含めて参加を促す。自社のPR及び商品認知度の向上、商品の引き合い増加に繋げ、商談成立を年5件目指す。企業の参加を年間12件目指す。
- ・商談会等でDMによる事前告知でバイヤーとのマッチングを積極的に支援する。

展示会名称	展示会概要	来場者数	出展者数
首都圏での大規模商談会 (フードセレクション、 Good Life フェア等)	東京ビッグサイト他 全国からバイヤーが参加	バイヤー 14,000人	3社
首都圏での商談会 (日本橋とやま館、MADE FROM 東京展等)	北陸・県・市・信金主催の商 談会	1,000人	4社
メッセナゴヤ	ポートメッセナゴヤ 日本最大級異業種交流展示会	62,000人	1社
海外での展示会	アメリカ、香港、中国、東南 アジア他	3,000人	1社
ビジネスマッチング	福井・金沢・富山(会議所主 催)	500社	6社

### 【イベント情報の提供とイベント出展支援(BtoC)】

- ・対象を観光、地場産業、土産品、食に関するBtoCの支援とする。
- ・各種異業種グループや同業者のグループ、特産品グループなど、関係団体と連携し、出展を5社支援する。
- ・連携する商工会議所主催等の物産展にて地域の地場産業を中心とした商品を展示・販売し、消費者からアンケートやヒアリングや売上の状況などから各地域の需要動向を把握する。同時に出店ブースにて事業者間での商談に繋げる。各地のニーズを踏まえ、供給量や価格、流通経路などを考慮しながら取引先や取り扱い商品を絞り込む。各地商工会議所と連携し、企業のマッチングを図り、売上と利益を確保し、地場産業の育成に繋げる。

### 【IT活用による販路拡大】

- ・支援対象にITを活用した販路拡大を実施する小規模事業者とする。
- ・小規模事業者はITを活用した告知、集客、商品の紹介について弱い面がありIT活用による販路拡大支援する。
- ・HP、スマホHP、SNS等を活用して、商品とその特徴をアピールする。また状況に応じてネットショッピングサイトを活用した商品の販路開拓を支援する。
- ・小規模事業者が自社でITやSNSを活用したPRを更新出来るように支援する。
- ・地場産品や新商品をHPで発信し域内消費の拡大を図る。

## 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】

- ・経営発達計画の実施状況及び成果について、年度の終了後、外部有識者で構成する年1回の評価委員会に報告し、評価・検証を行っている。
- ・評価委員会でいただいた評価を検証し、次年度の事業実施内容に反映している。

##### 【課題】

- ・事業実行の評価を受けているが、検証による改善を着実に実施する必要がある。

#### (2)事業内容

##### 【定量的に把握する仕組み】

- ・蓄積した支援データを可視化する。
- ・事業評価委員会を設置し、外部有識者として税理士、金融協会、国民生活金融公庫高岡支店が参加している。また氷見市、法定経営指導員が参加している。

##### 【事業の評価方法】

- ・事務局にて事業の進捗状況、成果について取りまとめ、年1回実施する評価委員会に報告し目標と結果について差異の確認、未達成の場合に見直しの説明を行い評価している。

##### 【評価見直しを行う頻度】

年1回の評価委員会でいただいた意見を基に次年度の事業実施内容に反映している。

##### 【評価結果の公表方法】

- ・事業評価委員会の評価・見直し結果については、事務所への常時備え付けにより、閲覧可能にしている。

## 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】

- ・ LOBO 調査や民間調査機関の北陸地域のデータを毎月分析しまとめて職員で共有している。
- ・ 富山県商工会議所連合会が開催する経営指導員研修会や日本商工会議所が開催する研修会（WEB・オンライン会議）に経営指導員及び職員が積極的に参加している。
- ・ 職場内で支援事例のノウハウの共有、情報交換として定期的に相談所打合せを実施している。
- ・ 随時職員勉強会にて支援に関する情報共有を実施している。

#### 【課題】

- ・ 支援ノウハウの向上のために、職場内での知識の共有化を図り、相談所若手職員や一般職員の人材育成により組織内での支援能力の向上を図る必要がある。
- ・ 職員が支援内容をデータで共有し、支援の質の個人差を解消する。

### (2) 事業内容

#### 【中小企業の支援に関する研修会等への参加】

- ・ 中小企業大学校や富山県商工会連合会の主催する経営指導員研修に積極的に参加し資質の向上を図る。また、日本商工会議所の主催する研修会にも積極的に参加する。
- ・ 中小企業基盤整備機構の研修会では経営分析や事業計画、販路開拓について習得できるため、積極的に経営指導員を派遣する。
- ・ 一般職員も経営指導員等の研修会に積極的に参加する。
- ・ 各種研修会の内容について経営指導員が講師となり、得た知識や気付き、要点などを説明し、OJTとして情報を共有する。

#### 【専門家と連携によるOJT】

- ・ 専門家派遣の相談時に経営指導員は必ず同行することとし、支援ノウハウを習得する有益なOJTと位置づけ、経営指導員の資質向上を図る。

#### 【支援ノウハウの情報共有】

- ・ TOASによるデータ共有により、支援ノウハウを共有し強化に努める。
- ・ セミナーを担当した際には職員が聴講し、その内容を共有する。また専門家派遣により得られた支援ノウハウ等を記載し、データとして蓄積し活用する。
- ・ 「職員勉強会」で一般職員も情報を共有し、経営発達計画の支援内容を理解し、組織全体としての対応をスムーズに実施する。

(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

(2024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)

事務局の体制

専務理事

(中小企業相談所)

相談所長 1人

経営指導員 3人

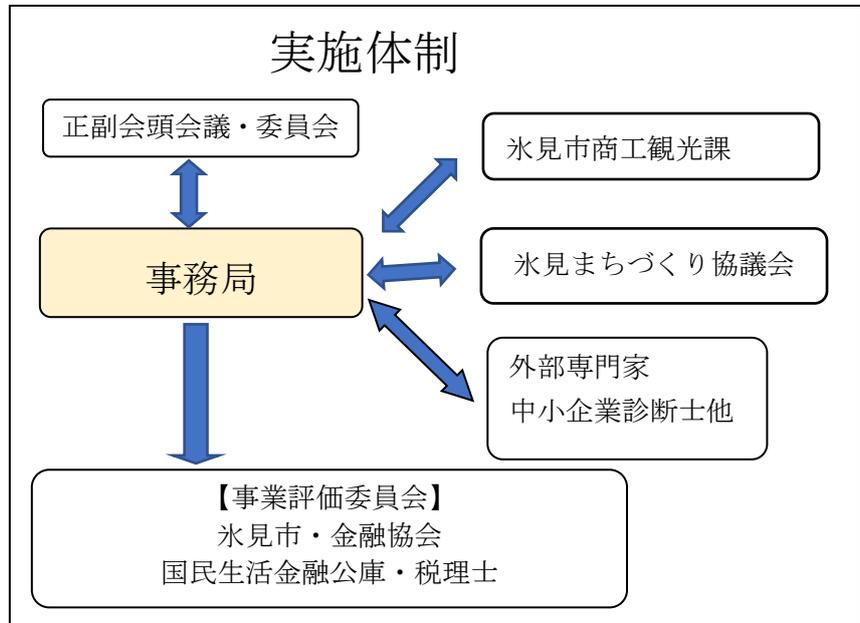
補助員 2人

記帳専任職員 1人

計 8人

(一般職員)

総務課 7人



(2) 法定経営指導員の関わり

① 法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：梶澤文夫 福田崇

連絡先：氷見商工会議所 中小企業相談所 TEL 0766-74-1200

② 法定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に係る指導・助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。法定経営指導員の年齢を考慮して2名とする。

(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

氷見商工会議所

〒935-0013 富山県氷見市南大町10番1号

TEL 0766-74-1200 FAX 0766-74-3511 E-mail himi@ccis-toyama.or.jp

②関係市町村

氷見市 商工観光課

〒935-8686 富山県氷見市鞍川1060番地

TEL 0766-74-8105 FAX 0766-74-8104 E-mail shokokanko@city.himi.lg.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	5,200	5,200	5,200	5,200	5,200
(小規模企業対策費)					
講習会等開催費	500	500	500	500	500
金融指導関係費	400	400	400	400	400
小規模事業普及費	800	800	800	800	800
伴走型補助金	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
(※補助事業で実施)	※3,500	※3,500	※3,500	※3,500	※3,500
計	5,200	5,200	5,200	5,200	5,200

調達方法

会議所会費収入、日商（伴走型補助金）、県補助金、市補助金、事業受託費、雑収入

(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

連携して経営発達支援事業を実施する者の氏名又は名称及び住所並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携なし
連携して実施する事業の内容
連携なし