

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>砺波商工会議所 (法人番号 4230005005455) 砺波市 (地方公共団体コード 162086)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 1) 自社の技術やサービスを継続的に向上・改善出来る経営力の高い小規模事業者の育成 2) 小規模事業者の販路開拓並びに売上の向上 3) 創業・事業承継・第二創業の促進と円滑化による地域経済の活性化と担い手の育成</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業景況調査 (LOBO調査) ・小規模事業者実態調査 2. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・新商品・新サービスのターゲットに応じた「消費者モニター調査」 ・当所イベントでのアンケート調査の実施 3. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・「経営計画作成セミナー」を通じた意欲的な事業者の発掘と経営分析 4. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・経営計画作成セミナーの開催 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・定期的なフォローアップの実施 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」の活用促進 ・産業フェア・展示会・商談会への参加促進による販路開拓支援 ・ホームページ・ソーシャルメディアの活用促進支援 ・創業・第二創業支援
<p>連絡先</p>	<p>砺波商工会議所 指導課 〒939-1332 富山県砺波市永福町6番28号 TEL: 0763-33-2109 FAX: 0763-33-4422 Email: tonami@ccis-toyama.or.jp</p> <p>砺波市役所 商工農林部商工観光課 〒939-1398 富山県砺波市栄町7番3号 TEL: 0763-33-1111 FAX: 0763-33-6854 Email: shoko@city.tonami.lg.jp</p>

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 砺波市の現状及び課題

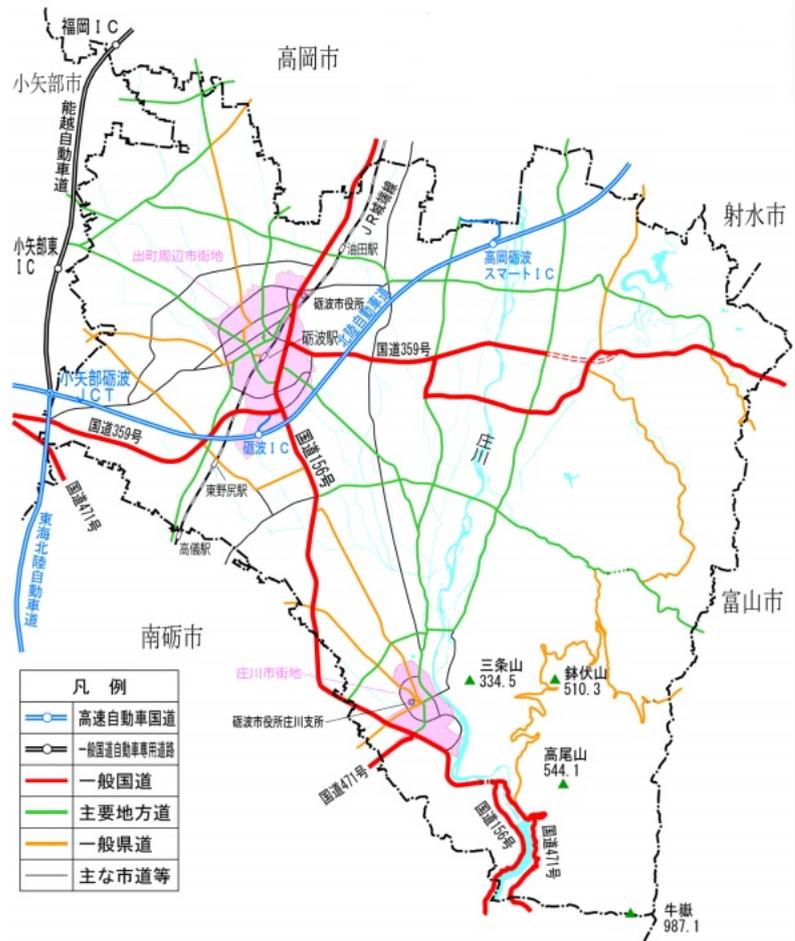
① 砺波市の概要

富山県砺波市（となみし）は、富山県の西部に位置する。平成16年に旧砺波市と旧庄川町が合併し人口約49,000人となる。市内には商工会議所と商工会が存在しており、当所が管轄する旧砺波市は人口42,500人、面積96k㎡。一級河川の「庄川」が市内を貫流し、扇状地の農村部には家々が点在する散居村の美しい田園景観が広がる。

農業は米作が中心だが、水田の裏作として始まったチューリップ栽培は、球根出荷量日本一を誇り、年間650万球以上を生産。近年は、となみ野農協が中心となってタマネギの生産にも注力している。

交通面では、市内を南北に国道156号線及び北陸新幹線と接続するJR城端線が通っており、東西には北陸自動車道及び国道359号線が通っている。また市内中心部にはJR砺波駅や北陸自動車道砺波インターチェンジ、高岡市との市域境界に高岡砺波スマートインターチェンジ、小矢部市との市域境界に北陸自動車道と東海北陸自動車道及び能越自動車道が交わる小矢部砺波ジャンクションを有するなど交通の要衝となっている。

それもあって、石川県や岐阜県などからの流入も多く、大型商業施設やドラッグストアなどが多数出店している。

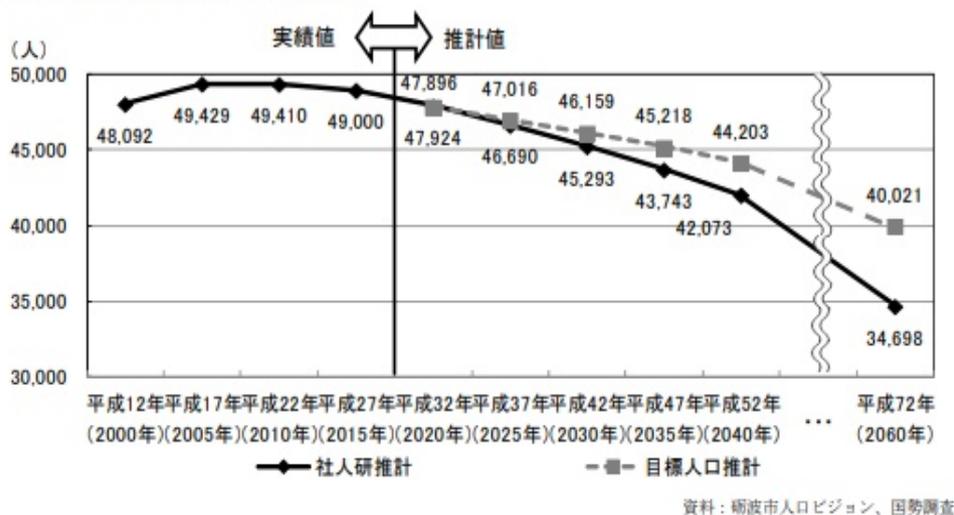


観光面では、毎年ゴールデンウィークに「となみチューリップフェア」を開催しており、国内外から約 30 万人が来市する。他にも季節毎に花に関するイベント（花しょうぶ祭り、コスモスウォッチング）や「出町子供歌舞伎曳山」「夜高（よたか）祭り」、「獅子舞」といった祭りが市内各地で行われており、地域コミュニティが盛んな地域である。

②市内・管内の人口と商工業者数

本市の人口は平成 27（2015）年国勢調査において 49,000 人となっており、人口のピークであった平成 17（2005）年以降、やや減少傾向で推移している。国立社会保障・人口問題研究所による将来推計によると、2040 年の人口は 42,073 人と予測されているが、砺波市の人口ビジョンでは、長期的に人口減少を抑えることで、2040 年の人口を 44,203 人とすることを目指している。

■人口の推移及び人口推計・目標人口推計



砺波市全体の人口が減少する一方で、管内人口は、2011 年（平成 23 年）から 2015 年（平成 27 年）にかけては 119 人増加している。これは、旧砺波市は増加したが旧庄川町が大きく減少したためである。

しかし、その後は旧砺波市も減少に転じ、令和 2 年度は 42,455 人と 2015 年比で 535 人減少した。また今後も緩やかに減少するとみられている。減少の主な要因は、出生数は緩やかに減少、死亡数は増加傾向にあり、自然動態のマイナスによるものが大きい。また転入者数より転出者数が多い社会減もあり、大都市圏のみならず、富山市や金沢市、その近郊への転出超過が目立っている。

商工業者数は、2011年（平成23年）から2015年（平成27年）の間に195件減少したが、令和2年度は2,205件と横ばいに推移。

当所会員数は、2011年（平成23年）から2015年（平成27年）の間に64件減少。その後も緩やかに減少が続いており2020年（令和2年）は1,055件となっている。要因は、「廃業による脱会」が最も多く、「経費削減のための退会」も一部みられる。

	2011年	2015年	2020年
砺波市の人口	49,452	49,292	48,244
管内人口	42,871	42,990	42,455
商工業者数	2,401	2,206	2,205
当所会員数	1,146	1,082	1,055

（資料：当所事業所調査より）

③業種別の小規模事業者数の推移

業種別の小規模事業者数の推移を見ると、「製造業」「卸・小売業」「サービス業」の減少が多い。要因は、「後継者不在による廃業」が最も多く、次いで「販売不振による廃業」となっている。

	2011年 (H23年)	2015年 (H27年)	2020年 (R2年)
農業、林業、鉱業	33	31	30
建設業	449	431	443
製造業	263	216	199
電気・ガス	0	0	0
情報通信業	13	10	15
運輸業	40	31	31
卸・小売業	471	398	391
金融・保険業	20	17	30
不動産業	36	39	41
飲食店・宿泊業	201	198	186
医療・福祉	51	50	49
教育・学習支援業	49	46	48
複合サービス	0	0	1
サービス業	393	372	368
合計	2,019	1,841	1,832

（資料：当所事業所調査より）

④工業の現状と課題

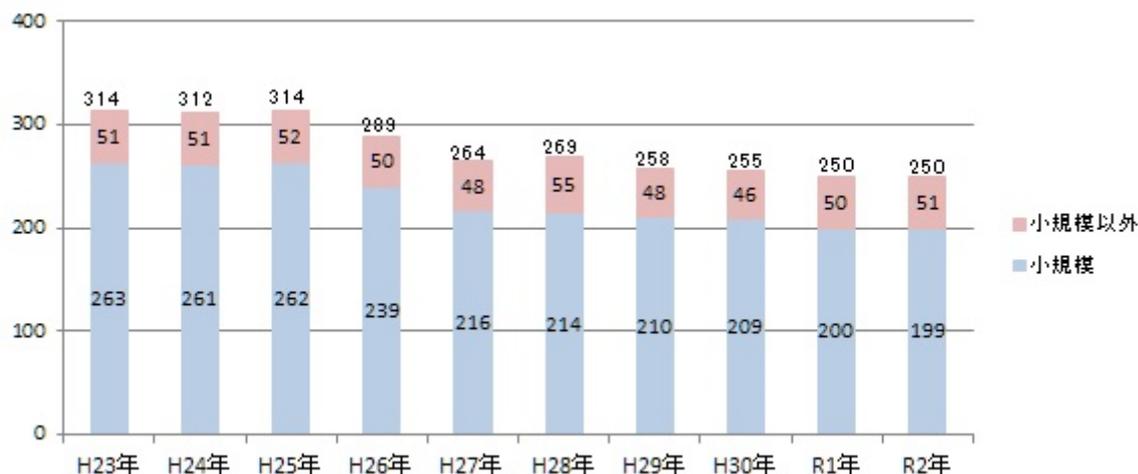
明治・大正時代は、酒造業、織物業、印刷業、農機具製造業などが市内の工業を牽引してきた。昭和 40 年後半から 1 級河川「庄川」の豊かな水資源を生かした工業団地の整備が進められ、平成 6 年に松下電子工業（現在：タワー パートナーズ セミコンダクター株式会社）の進出をきっかけに、北陸コカ・コーラ砺波工場やサンエツ金属㈱といった大手企業が立地したことで、製造品出荷額は大幅に増加。上位 3 業種で約 70%を占めるようになった。

事業者数の推移は、小規模事業者は右肩下がり減少しているのに対し、小規模以外はほぼ横ばいで推移している。製造品出荷額の推移は、平成 24 年から平成 29 年までは景気の好調もあって順調に増加していたが、平成 30 年に減少。

工業における課題は、「製品単価の引き下げによる収益性の低下」「営業力不足」「専門知識・技術を有する人材不足」が主な課題と考えられる。これに対し、人材の育成を図るとともに新技術・新商品の開発、販路開拓などの企業体質の改善が必要である。

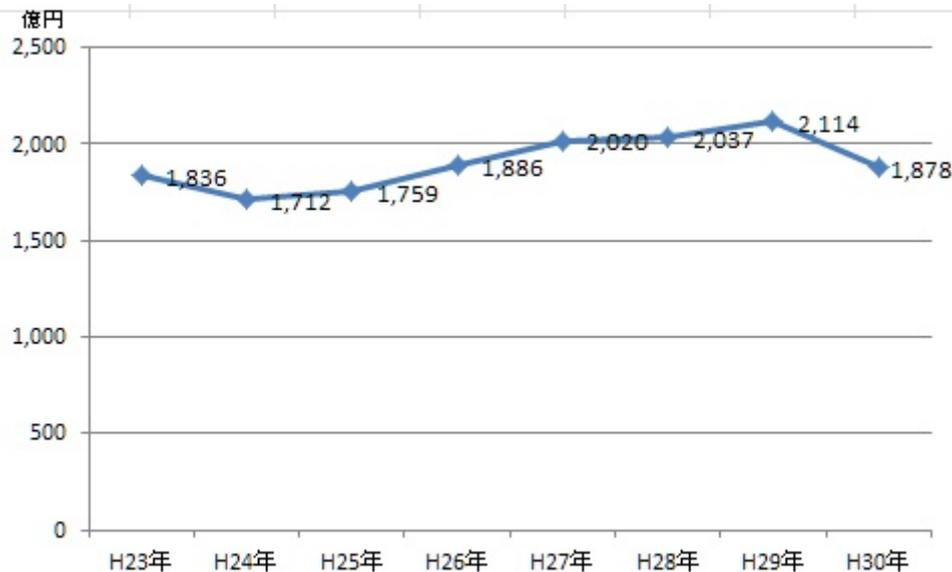
■ 製造業の事業者数の推移

(資料：当所事業所調査より)



■ 製造品出荷額の推移

(資料：富山県工業統計調査より)

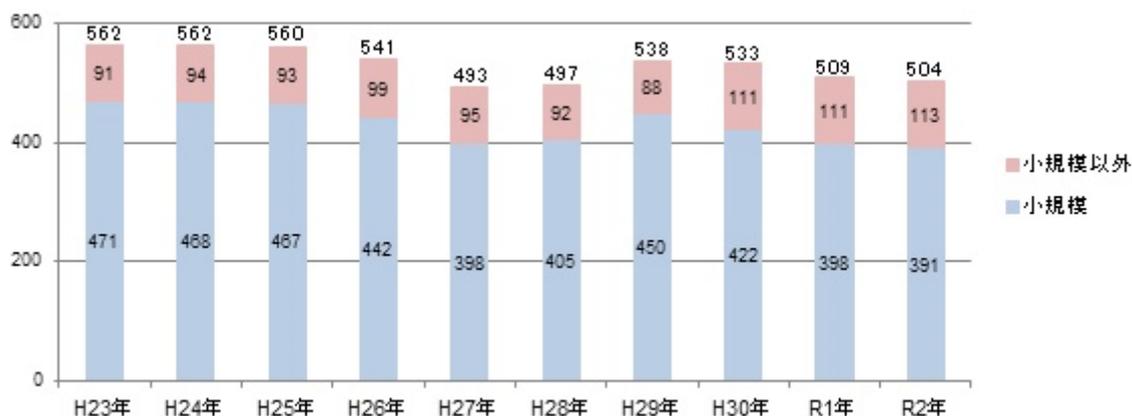


⑤商業の現状と課題

「卸・小売業」「飲食・宿泊業」「サービス業」の小規模事業者数は減少傾向にあるが、小規模以外の事業者数は増加も見られる。これは、大規模小売店や大手資本のチェーン店等の進出が激しいことを表している。現在、大型店（1000㎡以上）、チェーン店、フランチャイズ店、コンビニの売場面積は砺波市商業売場面積全体の約80%を占めるようになった。一方、砺波駅前周辺を中心とした中心商店街は後継者不在による廃業が進んでいる。またインターネット販売も拡大しており、小規模事業者を取り巻く環境はますます厳しくなっている。売上減少の要因で最も多かった意見は「営業力不足」で、次が「同業他社との競合激化」となっている。

■卸・小売業の事業者数

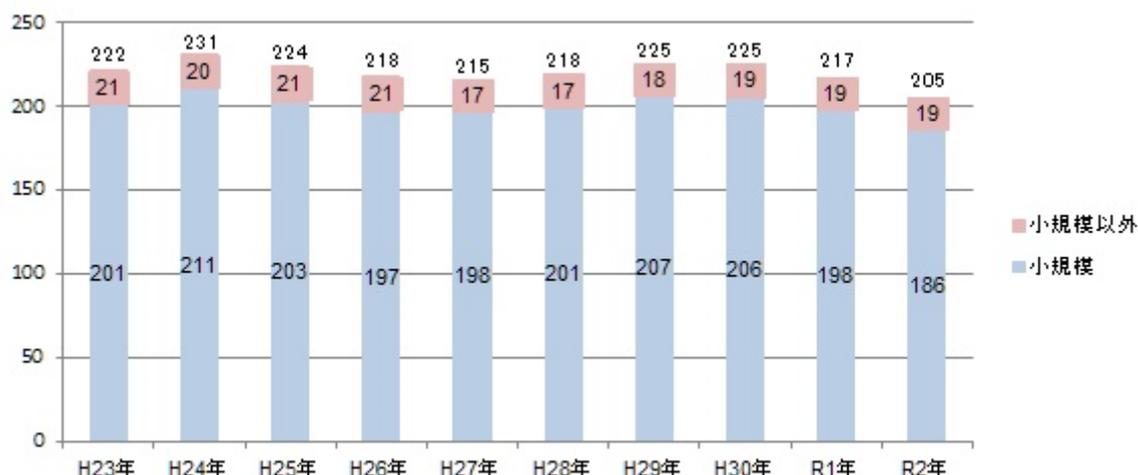
(資料：当所事業所調査より)



飲食業は、夜営業のお店が多く、砺波駅前周辺は夜の繁華街として賑わっている。最近では、市の「空き店舗再生みんなでチャレンジ事業補助金」を活用して昼営業のお店も少しずつ増えてきている。また周辺の市町村にはない様々な種類のチェーン店が出店していることから、市外からの集客も多い。競争が激しい業種であるが、小規模なお店が多く、コツコツと地道に商売をしているため営業年数も長いお店が多い。

■飲食店、宿泊業の事業者数

(資料：当所事業所調査より)



小規模事業者は、より一層、顧客のニーズを敏感にキャッチし、自店の強みを生かして他店との差別化を明確に打ち出して顧客が喜ぶ商品・サービスを創造し、提供していく事が求められる。また営業力強化のためにホームページのほか、SNS、動画、チラシ、広告など多様なツールを活用し自社をPRする必要がある。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①第2次砺波市商工業振興計画との連動性・整合性

第2次砺波市商工業振興計画では、地域の強みを最大限に生かすと共に、「ひと」「しごと」「くらし」など様々な要素が多様な形で「つながる」ことで、「活力」ある商工業の発展を目指しており、次の4点をポイントとして掲げている。

(1) 砺波らしい産業の振興・支援

○基幹・既存産業の振興・強化

本市の大半を占める小規模事業者を始めとする既存事業者に対し、生産性向上や販路拡大などの新たな取組みの実施や、人材育成、資金調達における支援を行う。また、製造業等の基幹産業の強化を図るとともに、技術革新や販路拡大に向けての支援を行う。また、事業主の高齢化に伴い、後継者の対応が課題であり、スムーズな事業承継に向け、事業主の意識醸成に取り組む。

(2) 起業・創業支援と企業誘致の推進

○起業・創業者の育成・支援

創業支援事業計画に基づき、創業支援事業者が相互に連携し、起業・創業者のニーズに合った支援を実施する。また、起業・創業に向けたインキュベータ施設として砺波市ハイテク・ミニ企業団地の活性化を図るとともに、起業・創業者の自立と経営基盤の強化や第二創業に対して、継続的に支援を行う。

(3) 市街地の魅力と賑わいの創出

○商業の推進と後継者育成

消費者のニーズやライフスタイルの変化等、新たな商業環境に対応していくため、経営者と商工団体、行政などが連携し、消費者に必要とされるサービスや商品の充実を目指す。また、様々な要因により事業の継続が困難な事業者に対して、円滑な事業承継を推進するとともに、小規模事業者に対しての支援の充実を図る。

(4) 雇用環境の整備

○人材の確保・活用

今後、労働力人口の減少が見込まれる中、離職者の早期再就職や企業の人材確保の支援を行うとともに、若者や女性、高齢者、障がい者など労働意欲を持つ誰もが、その意欲と能力に応じて働くことができる雇用環境の整備を支援する。また、テレワークやフレックスタイム制度の導入等、多様な働き方の活用に向けた調査、検討を進める。

②商工会議所としての役割

これまで当商工会議所では、金融・税務・労務相談等の経営改善普及事業を中心として地域の小規模事業者の経営支援に注力してきた。しかし、地域の小規模事業者は厳しい経営環境にあり、抱える課題も事業者ごとに複雑化・多様化していることから、従来の経営改善普及事業の支援方法だけでは対応できなくなっており、経営力強化など個々の課題を解決するための支援が求められている。

身近な支援機関である商工会議所は、市や県などの行政機関をはじめ、金融機関中小企業支援機関等と連携を密にしながら、にぎわいと魅力にあふれる地域づくりに率先して取り組み、小規模事業者が持続的に発展していくための伴走型支援体制を構築していく。

(3)経営発達支援事業の目標

目標：「小規模事業者の持続的発展による地域経済活性化」

当市は、商工農のバランスのとれた地域であり、事業者の8割以上が小規模事業者であることから、小規模事業者の経営分析や経営計画の作成支援、販路開拓等の各種事業に取り組み、経営力の高い小規模事業者を育成するとともに、創業者や第二創業の育成・支援、地域資源等を活用した新たな商品・サービスの開発など、小規模事業者の持続的な発展を支援することによる地域経済活性化を目指す。

- 1) 自社の技術やサービスを継続的に向上・改善出来る経営力の高い小規模事業者の育成
- 2) 小規模事業者の販路開拓並びに売上の向上
- 3) 創業・事業承継・第二創業の促進と円滑化による地域経済の活性化と担い手の育成

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3年4月1日 ～ 令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

- 1) 経営指導員等の巡回指導や、金融・税務・労務等の窓口相談等の機会を通じて、小規模事業者の経営課題の掘り起こしを行い、経営課題に対応した事業計画の策定を支援し、フォローアップをすることによって、経営力の高い事業者の育成を支援する。
- 2) 県内外で開催されるビジネスフェアへの出展や、ビジネスマッチング事業への参加、WEB・SNSの活用、オンラインの商談会や展示会、マスメディアとの連携など、多種多様な販路開拓の機会を創出し、小規模事業者のビジネスチャンスの拡大を図る。
- 3) 中小企業・小規模事業者は、地域の経済と雇用を支えているほか、我が国の国際競争力と経済活力の源泉であり、中小企業の経営支援のほか、創業者の育成・支援、後継者育成による円滑な事業承継、時代の変化に対応した第二創業の支援等を実施する。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 企業が持続的に発展していくためには、時代の変化に対応する事が重要である。そのためには、地域経済の状況や外部環境の変化を敏感に捉えることが必要であるが、小規模事業者の多くは経営資源が限られており、また日々の業務に追われて情報収集する機会が少ない。当所では、日本商工会議所が実施している中小企業景況調査（LOBO調査）や富山県の「経済情勢報告」、労働局の雇用情勢等で経済動向を把握しているが、インプットはしているもののアウトプットはできていないのが状況である。

[課題] 日本商工会議所の中小企業景況調査（LOBO調査）や各種調査情報を収集・公開するとともに、当商工会議所においても小規模事業者の実態調査を実施・分析することで、小規模事業者の外部環境や経営状況、直面している課題を把握し、今後の経営戦略を立案する際の基礎情報として活用してもらう。

(2) 目標

内容	現行	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
国内の中小企業の景況の情報提供（LOBO調査）	未実施	11回	11回	11回	11回	11回
管内の小規模事業者の実態調査・公表回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① 中小企業景況調査（LOBO調査）

日本商工会議所が各地商工会議所のネットワークを活用して地域や中小企業が「肌で感じる足元の景況感」や「直面する経営課題」（採用、設備投資、資金動向等）を全国ベースで毎月調査し、その結果を集計・公表している。このデータを当所としても会報誌やホームページで情報発信する他、巡回や窓口相談時に経営指導員が中心となり、全職員が小規模事業者を提供する。

② 小規模事業者実態調査

小規模事業者の生の声を拾い、直面している課題や現状の問題点を商工会議所が把握するために管内小規模事業者への巡回や窓口相談時にヒアリングによるデータの収集を行う。

【調査対象】 管内の小規模事業者 100 社

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

【調査手法】 確定申告相談の際に窓口・巡回等で事業者にヒアリングを行う

【分析手法】 経営指導員等が外部専門家と連携して分析を行う

その他、効率的な経済活性化を目指すために「RESAS」の活用も検討する。

(4) 成果の活用

- 情報収集・調査・分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- 経営指導員等が巡回指導や窓口相談を行う際の参考資料とする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 当所では需要動向に関する調査は、事業者の方から新商品や新サービスに関する相談があった際には、よろず支援拠点やエキスパートバンクなどの専門家を活用して支援を行ってきた。

[課題] 支援する担当者や専門家の性別や年齢・価値観によって感覚が異なるため、事業者が本来聞きたいターゲットのニーズをきちんと汲み取ることが出来ていない。

(2) 目標

内容	現行	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
新商品開発の調査対象事業者	未実施	1件	2件	3件	3件	3件
試食、アンケート調査対象事業者数	未実施	1件	2件	3件	3件	3件

(3) 事業内容

① 新商品・新サービスのターゲットに応じた「消費者モニター調査」

新商品・新サービスの開発の成功確率を上げるには消費者のニーズを的確に捉えて反映させる必要がある。そこで、事業者が求めるターゲットの消費者モニター調査を実施する。例えば、商品のターゲットが女性であれば当所の女性会約 20 名、若者であれば青年部約 20 名など当所の人的ネットワークを活用して消費者と経営者の視点を合わせ持った当所独自のモニター調査を実施・分析し、事業者にフィードバックする。

② 当所イベントでのアンケート調査の実施

食に関する新商品開発については、当所で毎年、食をテーマにした地域活性化イベントを開催しており、市内外から多数の集客も見込めることから、その際にアンケート調査を実施・分析して顧客の生の声を商品開発に活かしてもらう。

【サンプル数】 来場者 50 人

【調査項目】 ①見た目 ②味 ③硬さ ④香り ⑤大きさ ⑥価格 ⑦パッケージ

(4) 成果の活用

○情報収集・調査・分析した結果は事業者にフィードバックし活用してもらう。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]管内の小規模事業者で経営状況の分析を行っている事業者は、経理を税理士や会計士に委託している一部の事業者には見られるが、殆どの事業者は行っていないのが現状である。当所においても、税務や金融の相談時に事業者の決算書を見ることはあるが、分析・指導にまでは至っていない。その要因としては、事業者から経営分析の依頼が無い、経営指導員のマンパワー不足やスキル不足、が考えられる。

[課題]小規模事業者の経営力向上のためには、まずは自社の経営状況を正しく認識することが必要である。そして、「こうなりたい」という目標を設定し、目標と現状のギャップをどの様に解決していくのか計画を立て、PDCAサイクルを回すことが重要である。そこで、今後は事業者に対して経営分析の重要性を伝えるとともに、経営分析を行う機会の創出、当所の支援体制の整備、経営指導員のスキルアップ等、管内小規模事業者の持続的発展に向けた伴走型支援を行う為、以下の事業を実施する。

(2) 目標

内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
分析件数	0件	10件	10件	10件	10件	10件

(3) 事業内容

○「経営計画作成セミナー」を通じた意欲的な事業者の発掘と経営分析
次ページに記載の「経営計画作成セミナー」を通じて、意欲的な事業者を発掘し、事業計画の作成と合わせて経営分析を行う。

<経営分析の内容>

【対象者】セミナー参加者や小規模事業者持続化補助金の申請希望者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い5社を選定。

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。

<財務分析>売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

<SWOT分析>強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチワーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

(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、事業計画の策定等に活用する。

○分析結果は、データベール化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]小規模事業者の多くが事業計画を持っておらず、事業計画は融資や補助金等の外部資金を獲得するための手段との認識が強く、かつ事業計画は支援者主導で策定されていた。小規模事業者が主体的に作成していないため、事業者の意志がしっかりと反映されているとは言い難く、その実行性は低い。

[課題]今後は融資や補助金等の申込みを契機に事業計画の必要性と主体性を事業者に訴えながら、持続的発展力の向上を図る。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対して事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、行動に移すにはきっかけが必要であり、「経営計画作成セミナー」や小規模事業者持続化補助金等の申請を契機として、専門家による説明や経営指導員等によるヒアリングによって課題の整理や掘り起こしを行い、その中でも事業者の熱意や実現可能性の高いものを選定して事業計画の策定に繋げていく。

(3) 目標

	現行	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
経営計画作成支援セミナー	0回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	0件	10件	10件	10件	10件	10件

(4) 事業内容

経営計画作成セミナーの開催

【対象者】小規模事業者持続化補助金の獲得を目指す方、創業・第二創業を目指す方など経営計画の作成を目指す小規模事業者

【募集方法】当所会報にチラシ折込、ホームページ・メルマガに情報掲載

【回数】年1回開催

【カリキュラム】中小企業診断士を講師に迎え、事業計画策定の必要性を説き、売上や収益性の向上等の意識改革を図る。

【参加者数】20名程度

セミナーの受講者に対し、経営指導員等が分担し、外部専門家も交えて計画策定を支援する。

6. 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] これまで当所では、経営に関する様々なセミナーを開催してきたが、セミナーを行うことが目的となっており、そのセミナーを活用して小規模事業者がどうなったのか、どのように経営に寄与したのかを意識した支援を十分に行っていなかった。この状況は事業計画策定後の支援についても同じ状況であった。

[課題] 小規模事業者は、事業計画を策定したものの日常業務に追われ、着手が遅れがちになることが多分にある。また資金的な要因で実行できない場合もあるため、計画通りに着手できるよう事業者に寄り添った支援が必要である。

今後は小規模事業者が掲げた目標に向かって、実行⇒評価⇒改善⇒計画修正を繰り返し、小規模事業者の持続的発展力を高める。また、これらの支援には専門的な見地が必要となることから、よろず支援拠点や富山県商工会議所連合会の専門家派遣制度を利用し、課題や段階に応じた支援を実施する。

(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するが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

内容	現行	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
フォローアップ 事業者者数	—	10件	10件	10件	10件	10件
頻度（延べ回数）	—	68回	68回	68回	68回	68回
売上増加事業者数	—	5件	5件	5件	5件	5件
利益率1%以上増加 の事業者数	—	2件	3件	3件	3件	3件

(4) 事業内容

事業計画策定10社のうち、4社は毎月1回、4社は四半期に1回、他の2社については年2回とする。ただし、事業者からの申し出等により、臨機応変に対応する。

なお、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した場合は、専門家など第三者の視点を投入してフォローアップを行う。

7. 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〕 当所では、「ザ・ビジネスモール」への参加や県内外で開催されている展示会や商談会等の情報を事業者提供したり、砺波商工会議所としてブースを出展し、市内企業のPRを行っている

〔課題〕 小規模事業者は、優れた技術・製品がありながらも情報発信力や営業力が弱いため、販路開拓が思うように進まないことが多い。当所では「ザ・ビジネスモール」への参加や展示会・商談会の情報提供、県外のビジネスフェアへの出展をしているが、成約までにはなかなか結び付いていない状況である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の持続的な発展に向けて、商工会議所の広域的なネットワークを活かした販路開拓支援を強化するとともに、ホームページ・SNS等のITの活用等、新たな需要の開拓に向けた支援を行う。

(3) 目標

内容		現行	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①「ザ・ビジネスモール」の活用	登録件数	49件	60件	70件	80件	90件	100件
	商品登録	14件	17件	20件	23件	26件	30件
②とらみ産業フェア (当所主催で3年に1回開催)		未実施	開催			開催	
②展示会・商談会出展企業数		2企業	5企業	5企業	5企業	5企業	5企業
②成約件数/社		—	1件	1件	2件	2件	2件
③ホームページ・ソーシャルメディアの活用セミナーの開催		未実施	1回	1回	1回	1回	1回
④創業塾の開催		1回	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

① 商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」の活用促進

商工会議所・商工会が運営する商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」について、会報・ホームページの他、巡回や窓口相談においても積極的にPRして活用して頂けるようサポートする。



② 産業フェア・展示会・商談会への参加促進による販路開拓支援

当所主催の産業フェア（3年に1度開催）をはじめ、県内外で開催される展示会・商談会について、それぞれの小規模事業者にもマッチする催事の情報提供と参加の促進を図り、より効果的な販路開拓を支援する。



③ ホームページ・ソーシャルメディアの活用促進支援

今やホームページやソーシャルメディア等は販売促進には欠かせないツールであり、その効果的な活用方法に関するセミナーを開催し支援する。

④ 創業・第二創業支援

新規創業や第二創業は、地域に暮らす人たちに新しい商品・サービスを提供し、暮らしやすさの向上や雇用の創出など地域経済を活性化させる効果がある。

そこで、創業を支援するための「創業塾（第二創業希望者も受講可能）」を開催し、事業計画の作成方法や各種手続きについて分かり易く説明し、創業者の背中をもう一押しするサポートを行う。

8. 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] 当所では職員個人の業務目標の達成度を評価するシステムはあるが、経営発達支援事業全体を評価するシステムが無い。

[課題] よって、経営発達支援事業を評価するための、砺波市商工観光課、法定経営指導員、外部の有識者を交えた評価体制の構築が必要である。

(2) 事業内容

○ 毎事業年度終了後に、砺波市商工観光課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「協議会」にて評価を行う。

○ 当該協議会の評価結果は、正副会頭会議または常議員会にフィードバックした上で、当所のホームページに掲載し、地域の小規模事業者が常に閲覧できる体制を整える。

9. 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] 全職員に「経営指導員等 WEB 研修」の受講と効果測定受験を義務付けており、職員の資質向上を図っている。また、簿記やリテールマーケティング検定等の資格取得についても推奨しており、資格に応じて手当を支給するなど職員のモチベーションのアップも図っている。

[課題] 当所ではこれから世代交代を迎えることから、今回の申請を機に時代に応じた指導体制の構築を図るため、各種研修会への参加義務付けなど職員の更なる資質向上を図る。

(2) 事業内容

① 外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、日本商工会議所や富山県商工会議所経営指導員協議会、中小企業大学校等が主催する経営支援に関する研修に全職員が年1回以上参加する。

② 職員間のミーティングの開催

経営指導員研修会等に出席した経営指導員等が順番で講師を務め、情報共有を図るとともに、意見交換を行うことで職員のコミュニケーションスキルを高め、支援能力の向上を図る。

③ データベース化

経営指導員等が業務日報のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応が出来るようにする。

10. 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]他の支援機関との連携については、現状は下記に記載した支援機関の情報交換をする会議が年に数回開催されており、当所としても参加し、支援ノウハウ等の情報交換を行っている。

[課題]今後も引き続き、積極的に参加し情報交換を行うとともに、所内でも報告書を回覧するなど職員相互の情報共有を図る。

(2) 事業内容

①商工会議所経営指導員全国研修会(年1回)

全国の商工会議所の経営指導員が集い、先進的な指導事例(需要開拓等)の習得など経営支援のノウハウ、指導体制について情報交換を行う。

②富山県商工会議所経営指導員協議会(年4回)

県内の商工会議所の経営指導員が集い、経営指導の状況や地域経済の動向など情報交換を行う。

③富山県中小企業支援ネットワーク会議への出席(年1回)

中小企業診断士協会、富山県新世紀産業機構、富山県工業技術センター、発明協会、金融機関、商工会議所、商工会などの中小企業支援機関が参画する「富山県中小企業支援ネットワーク会議」に出席し、富山県内の最新の経済動向等を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの情報交換を行うことで支援スキルの一層の向上に努める。

④小規模事業者経営改善資金融資制度協議会(年2回)

日本政策金融公庫高岡支店と同店が管轄する商工会議所・商工会において、金融支援のノウハウや実績、地域の経済状況等について情報交換を行う。

11. 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

[現状] 当所では、地域活性化を目的に毎年様々な事業を実施している他、指導機関として様々な団体の事務を受託している

[課題] これらの事業が地域経済並びに小規模事業者にとって経済効果のあるイベントとなるよう今後もPDCAを回しながら、関係機関と連携して推進していく。

また、事務を受託しているそれぞれの団体が業界やメンバー企業の活性化、交流、連携を目的に活動しており、今後も当商工会議所が事務局として時代の変化を捉えながら事業活動を推進し、会の発展並びにメンバー企業の繁栄に貢献していく。

(2) 事業内容

① 「となみ産業フェア」の開催

当所では3年に1度、「となみ産業フェア」を開催している。これは、市内の企業を中心に交流のある地域の企業も含め約100社が一堂に会して自社の商品・技術・サービスをPRするイベントで、砺波市役所、JAとなみ野、砺波金融協会、砺波工場協会等と連携して実施しており、出展企業からも高い評価を頂いている。よって、今後も開催する予定であるが、出展企業にとって満足度の高いイベントとなるよう県内外で開催される産業フェアや展示会・商談会を参考にしながら、今後も改善しながら行政や関係機関と連携して実施していく。

② 伝統文化・伝統芸能に対する支援

当市には、「出町子供歌舞伎曳山」「夜高（よたか）祭り」「獅子舞」といった祭りや「太鼓」「民謡」などの伝統文化が大切に受け継がれている。これらは、地域の人々が多大な時間とお金をかけて協力して作り上げており、苦勞が大きい分、コミュニティーの絆もかなり深くなる。当市の連帯感の強さはこれらによって培われたものであり、今後も商工会議所としてこれらの活動を支援し、この連帯感を当所の地域経済の活性化事業等（プレミアム商品券事業等）にも繋げていく。

③ 「砺波市商店街連盟」「砺波工場協会」「中心市街地創造研究会」等の各種団体を通じての地域経済の活性化

当所では、上記3団体の事務を受託している。

「砺波市商店街連盟」は市内の事業者が加盟している団体で、毎年、売り出しや研修会等の事業を実施。

「砺波工場協会」は市内の工業関係の事業者が加盟しており、メンバーの交流事業や研修視察、地元の工業高校生に地元企業を紹介する企業見学会等を実施。

「中心市街地創造研究会」は、市内の若手経営者らがメンバーで、中心市街地の活性化のために今まで商店街のアーケードを利用したチャレンジショップの開催や空き店舗の情報を纏めたホームページを開設した。

それぞれの団体が、業界・会員企業・地域の発展と活性化のために知恵を絞りながら活動しており、今後も当商工会議所が事務局として時代の変化を捉えながら事業活動を推進し、会の発展並びにメンバー企業の繁栄に貢献していく。

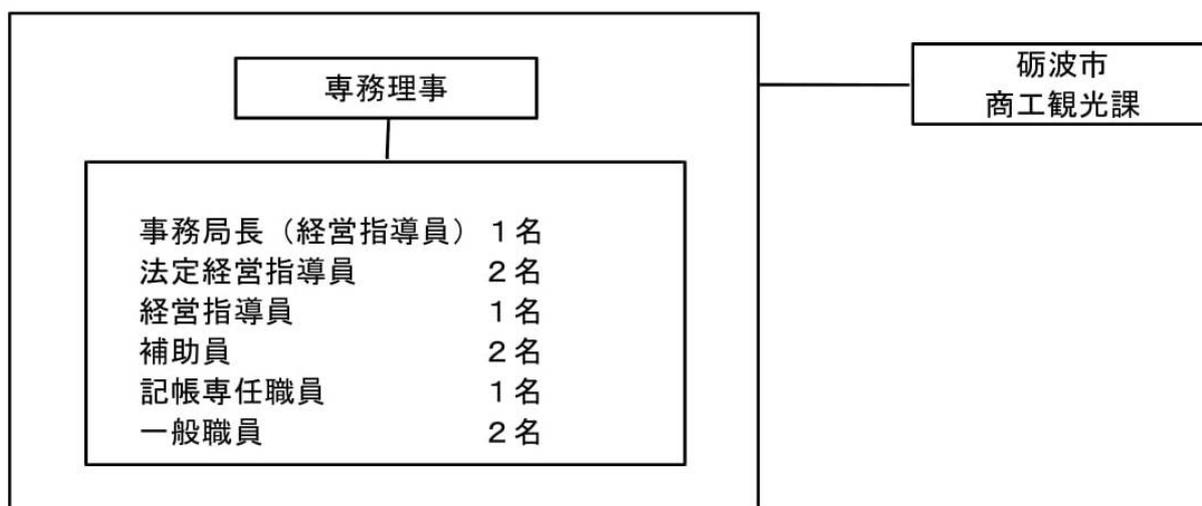
(別表2)

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2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： 今井 聡、堀田 哲博
■連絡先： 砺波商工会議所 TEL：0763-33-2109

- 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、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報提供を行う。

- (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

〒939-1332

富山県砺波市永福町6番28号

砺波商工会議所 指導課

TEL：0763-33-2109 FAX：0763-33-4422

E-mail：tonami@ccis-toyama.or.jp

②関係市町村

〒939-1398

富山県砺波市栄町7-3

砺波市 商工観光課

TEL : 0763-33-1111 FAX : 0763-33-6854

E-mail : shoko@city.tonami.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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	21,890	12,390	12,390	21,890	12,390
事業費	17,200	7,700	7,700	17,200	7,700
会議所活性化	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
講習会開催費	1,540	1,540	1,540	1,540	1,540
金融指導費	400	400	400	400	400
小規模事業普及費	350	350	350	350	350

(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

国補助金、県補助金、市補助金、会費収入、特別賦課金、事務委託手数料、各種事業収入

(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。

