

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	羽咋市商工会（法人番号） 5220005005678 羽咋市（地方公共団体コード） 172073
実施期間	令和 4年 4月 1日 ～ 令和 9年 3月31日
目標	<p>①石川県アンテナショップ「いしかわ百万石物語江戸本店」や「ニッポン全国物産展」をはじめ、県内百貨店催事コーナーを活用し、地産原材料を使用した商品の新たな需要開拓と販路拡大 【菓子・食料品などの製造及び販売事業者】</p> <p>②商業・サービス業を対象とした個店の競争力強化 【商業・サービス事業者】</p> <p>③事業継続意欲の高揚と後継者育成、新規創業者の支援強化 【全業種、羽咋市と連携】</p>
事業内容	<p>経営発達事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向に関すること 小規模事業者の経営課題抽出に役立て、事業計画策定の必要性認識を促すため、国が提供するビックデータを活用した地域経済動向の情報を提供する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が開発した当該商品に対して、消費者アンケートの実施支援を行い、集計結果を専門家等の意見を加え対象事業者へフィードバックすることで、効果的なブラッシュアップを図る。</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状況を定量面・定性面の両面からの確に把握・分析し、経営課題の発見や課題解決につなげていく。</p> <p>4. 事業計画の策定支援に関すること 経営分析を実施した事業者等を対象に巡回・窓口相談及び事業計画策定セミナーやDX推進セミナーを開催し、ITツールの導入やWEBサイト構築の推進に取り組む。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者を対象に定期的かつ継続的にフォローアップを実施していく。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 公的支援施策やIT等を活用した製品・サービスの認知度向上支援、および物産展等の販路開拓や商品・サービス販売に資する支援をもって、需要開拓に寄与する。</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 計画に基づく事業評価（進捗状況等）について、外部有識者を招聘し、定量・定性評価や取り組み内容の見直し等を行い、PDCAサイクルに基づく評価を改善に繋げていく。</p>
連絡先	<p>○羽咋市商工会 住所 〒925-8585 石川県羽咋市旭町ア 139 番地 Tel : 0767-22-1393 Fax : 0767-22-8914 E-Mail : hakui@shoko.or.jp</p> <p>○羽咋市商工観光課 住所 〒925-8501 石川県羽咋市旭町ア 200 番地 Tel : 0767-22-1118 Fax : 0767-22-7195 E-Mail : syoukan@city.hakui.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) 地域の現状及び課題

① 現状

当商工会が位置する羽咋市は、能登半島の基部西側、半島中間部に位置し、面積約81.85 km²、東西南北ともに約10 kmのコンパクトな都市である。

「能登の里山里海」の豊かな自然環境を有し、日本で唯一の砂浜ドライブコースの『千里浜なぎさドライブウェイ』や『神子原地区の棚田』などは、当市が誇る貴重な観光資源である。

また、県内では金沢市に次いで2番目に重要文化財（建造物）が多い地域であり、これらの観光資源の魅力に加え、2015年（平成27年）3月の北陸新幹線開業も追い風となり、近年は、首都圏をはじめ、全国からこれまで以上に多くの観光客が訪れている。



ア) 羽咋市の沿革と人口推移

昭和33年に町村合併により石川県下7番目の市として誕生し、合併当時の人口は約30,000人だった。

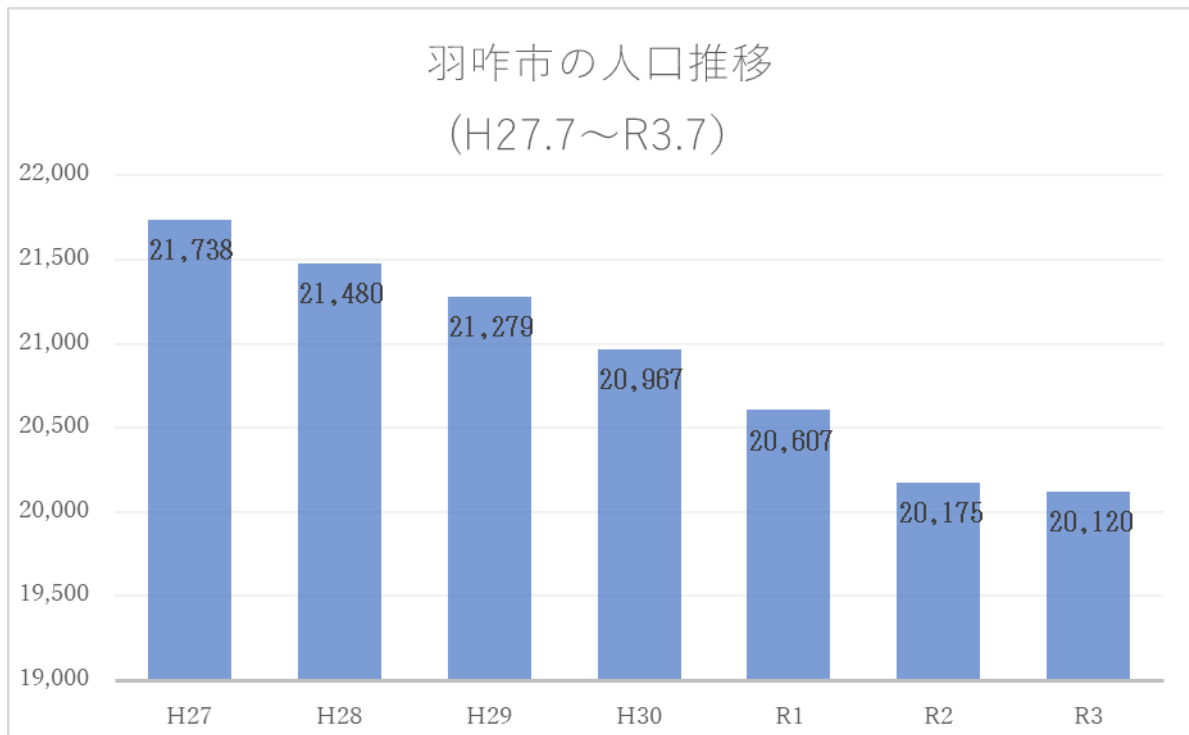
昭和60年以降、減少の一途をたどっており、平成27年に第1期「がんばる羽咋総合戦略」令和2年に第2期「がんばる総合戦略」でも人口減少対策を行いとしてあげている。

現在（令和3年7月1日現在）では、人口20,120人と大きく減少している。

沿革：

- 1889年 4月 町村制施行に伴い羽咋町が誕生
- 1954年 11月 羽咋町・栗ノ保村・富永村・一ノ宮村・越路野村・千里浜村・上甘田村の1町6村と下甘田村の一部（上中山地区）が、合併し羽咋町とした。
- 1956年 9月 羽咋町・邑知町と鹿島郡余喜村・鹿島路村の2町2村が合併し羽咋町となる。
- 1958年 7月 市制を施行し現羽咋市となる。

人 口 : 20,120 人 (令和 3 年 7 月 1 日現在) 世帯数 : 8,049 世帯



(石川県の人口動態石川県 県民交流課 統計情報室調べ 各年 7 月 1 日現在)

イ) 羽咋市の産業

a. 交通アクセス

当市内には、JR 羽咋駅、南羽咋駅、千路駅と 3 駅があり、国道 159 号線、249 号線、415 号線と 3 本の国道が交差するとともに、能登半島の海岸線を走る「のと里山海道」のインターチェンジ(千里浜 I C・柳田 I C)が市内に 2 箇所ある。

2013 年(平成 25 年)3 月末に能登有料道路が「のと里山海道」として無料化したことにより、金沢市など県内都市部へのアクセスの利便性が向上し、金沢市と中能登、奥能登地域、石川県と富山県をつなぐ交通結節点としての役割も担っている。

b. 羽咋市内の小規模事業者の業種別推移

当市を含む、この中能登地域は、古くから繊維産業が盛んで、昭和 30 年代後半から合繊長繊維織物の委託加工を主とした小規模機屋が増え、ピーク時(昭和 44 年当時)は、444 事業所、繊維関係従事者 4,433 人(羽咋市史より)の雇用があり、東北地方などから毎年多くの女工を受け入れている企業があった。

しかしながら、アジア振興国の追い上げによる繊維業界の慢性的な長期不況から現在では、56 事業所(うち 51 事業所が小規模事業者、令和 3 年 7 月 1 日現在)まで減少している。

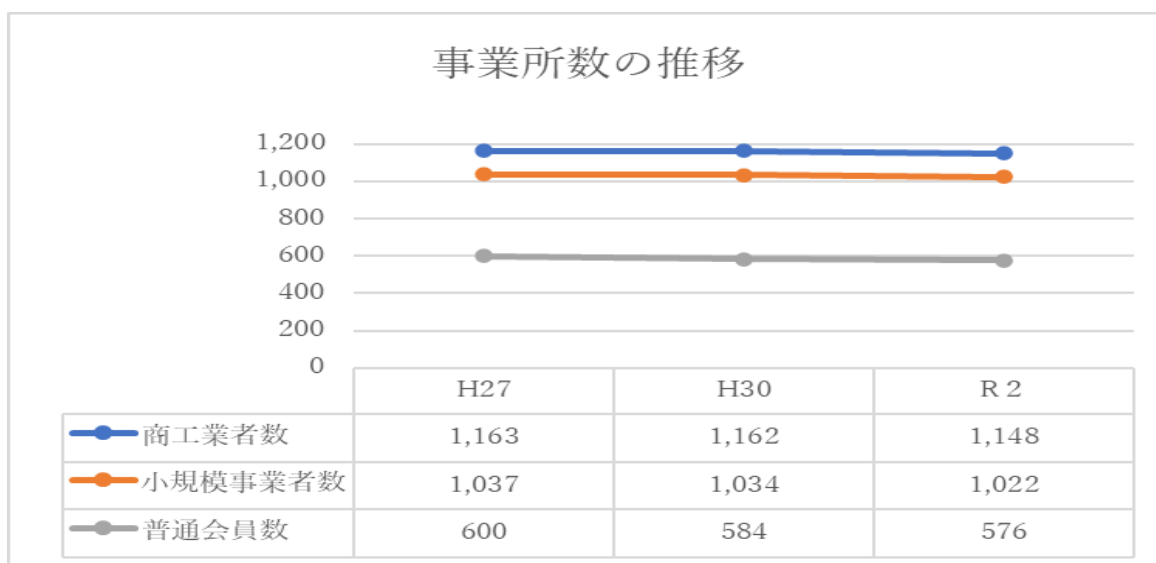
また、商業においては、古くから中能登地域の中心的な商業集積地として、JR 羽咋駅周辺に 5 つの商店街(本町通り商店会・パセオ通り商店会・中央通り商店街・駅東商店会・駅前通り商店街)が形成され、近隣から買い物客を集めていた。

昭和 50 年代以降、郊外型スーパーマーケットが市東部に進出し始め、平成に入ってから、ドラッグストアの進出もあり、人口 2 万人余りで、大手スーパー 2 店舗、ドラッグストア 6 店舗が乱立している。

羽咋市内の業種別事業者数の推移 (H27～R3)

	建設業		製造業		卸・小売業		運輸・通信業		サービス業		その他		合計	
	H27	R 2	H27	R 2	H27	R 2	H27	R 2	H27	R 2	H27	R 2	H27	R 2
総事業所数	209	207	153	132	413	391	32	25	289	309	58	61	1,152	1,127
構成比	18.1	17.9	13.3	11.7	35.9	34.7	2.8	2.2	25.1	27.4	4.9	5.4	100	100
小規模事業者数	199	197	143	132	366	344	22	17	259	277	48	55	1,037	1,022
構成比	19.2	19.3	13.8	12.9	35.3	33.7	2.1	1.7	25.0	27.1	4.6	5.4	100	100

(石川県商工会連合会発行 商工会現況より 各年4月1日現在)



○観 光

観光面では、国内で唯一海岸線を車で走行することができる「千里浜なぎさドライブウェイ」や「日蓮宗妙成寺」「能登一の宮氣多大社」「曹洞宗永光寺」など数多くの観光名所があり、どれも国や県の指定文化財となっている。

1989年頃から「UFOによるまちおこし」として全国でも話題にあがり、旧ソ連のルナ24号の月面車の予備機やランドマークとしてアメリカ「NASA」のマーキュリー型レッドストーンロケットの本物が展示されている宇宙科学博物館「コスモアイル羽咋」に、多くの見学者が訪れている。

近年では、「千里浜なぎさドライブウェイ」をゴール地点として行われている、SSTR（サンライズ・サンセット・ツーリングレース2013年より開催）が開催され全国から4,000台余りのバイカーが訪れている。

それを含め、年間の観光客は、平成25年では、約235万人余りだったものが令和2年では、新型コロナウイルス感染拡大が影響し約179万人と（羽咋市商工観光課データより）大きく減少している。



(コスモアイル羽咋)



(羽咋市ホームページより)

羽咋市の特産品には、岩ガキ（柴垣地区）やりんご（鹿島路地区）、地酒（御祖酒造(株)）などがあげられます。

2015年11月には、「羽咋市」と「はくい農業協同組合」が「農業振興に関する協定」を結び自然栽培の取り組みに力を注いでいる。

中でも、2005年10月にローマ法王への献上米として全国に報道された「神子原米」がブランド米としても有名となっている。



神子原米

② 課 題

ア) 卸・小売業

JR羽咋駅前を中心とした既存商業関係事業者も駅東側に県外大手資本の食品スーパーやドラッグストアなどの進出や消費者の生活圏拡大や事業主の高齢化に伴い、市内の小規模な小売事業者の廃業による減少が続いている。

そうした中で、事業を継続している小規模な小売事業者は、従来通りのビジネスモデルでは対応できなくなっており、自店の強みを活かし、既存顧客の掘り起こし、将来顧客の取り込みからの新規顧客獲得や既存客のリピー率向上を図りながら、後継者育成や起業を実現していくことが課題としてある。

イ) 観光・サービス

当市の自然、歴史、文化、風土等の地域資源を活用した観光地域づくりへの取り組みは、中心とする団体、組織がなく、官民一体となって取り組むことが重要である。

官民連携し独自の「観光地域づくり」を行い、交流人口の拡大を図り、関係人口の創出につなげ、当市の観光及び特産品を全国へ発信する仕組みを構築することが課題としてある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

今後10年程度を見据え、商圏内の人口減少による購買力低下は避けられず、小規模事業者が事業継続を行い、後継者育成を行っていくためには、新たな市場や顧客（取引先）の開拓が必要であると考えます。

当会としては、地域資源を活用した観光や特産品などの認知度向上を図る周知事業に注力すべきと考えます。

2015年の北陸新幹線開業以来、関東地区への往来が増え、石川県や能登の観光が注目されている。さらに北陸新幹線敦賀延伸や2025年の大阪万博など今後実施されることにより、関西方面への往来も増える。

また、当会が市からの支援を受けながら実施している地域商品券事業も市民への浸透率も高く、取扱額も年々増加傾向にあり、小規模事業者の集客に関して大いに活用できるものである。

そうした環境を見据えた場合、当市が持つ多くの観光資源を活かした商品開発や周知は、事業継続の意欲や後継者育成、当市での起業の切っ掛けづくりになるものである。

したがって、当会としては、小規模事業者が事業継続に意欲を出し、後継者育成や起業の後押しを行い、小規模事業者が認知度向上のための周知や県内外に販路を拡大できるよう振興を図っていく方針である。

個店の振興発展を図っていくことが地域コミュニティーの役割もある商店街への活力となり賑わい創出にもつながることから今後も変わらず振興発展に総力を挙げていく方針である。

②羽咋市まち・ひと・しごと総合戦略との連動・整合性

羽咋市では、第6次総合計画が2021年度末に策定されます。その基本戦略として、昨年度第2期まち・ひと・しごと総合戦略が策定され、産業振興に方針が示されている。

基本目標に、Ⅰ魅力あるしごとを創出、Ⅱ羽咋へ新たなひとの流れを創出、Ⅲ若者の生活、子育てを切れ目なく支援、Ⅳ安全・安心・快適な環境の整備と5つの基本目標が設定されている。

その中に、羽咋ブランドのPR、販売力強化、羽咋の自然・歴史・文化の活用とスポーツを通じた魅力発信、観光資源の魅力を活用した官民・広域連携による誘客促進、地域の賑わい創出、が記述されており、特に市内商店街の活性化については、商工会と連携した地域商品券発行や行政ポイント事業の推進と記述され、空き店舗解消や魅力ある商店づくり支援が盛り込まれており、市内小規模事業者が認知度向上のための周知や県内外に販路を拡大できるよう振興を図っていく点で、当商工会のビジョンと一致している。

③商工会としての役割

石川県や羽咋市、その他支援機関との連携し支援制度等を有効に活用しながら、小規模事業者にとって最初に思い浮かぶ支援機関として、小規模事業者の集客・販路などを含んだ経営課題の解決に向けた計画策定等に、共に取り組む伴走支援を行う。

主に下記項目の実現を目指す。

- ・販路開拓につながる商談会などの出展支援及びPR活動の強化
- ・個店のもつ強みを再構築することによる商業・サービス業店舗の活性化
- ・観光資源を活かした交流人口拡大に寄与する事業の支援強化
- ・地場製品のPR、認知度向上による製造及び販売事業者への支援を通じた活動強化
- ・地域商品券発行事業による市内購買力の強化

(3) 経営発達支援事業の目標

上記の①から③を踏まえ、本会では、以下の目標を掲げる。

- ①石川県アンテナショップ「いしかわ百万石物語江戸本店」や「ニッポン全国物産展」をはじめ、県内百貨店などの催事コーナーを活用し、地産原材料を使用した商品の新たな需要開拓と販路拡大【菓子・食料品などの製造及び販売事業者】
- ②商業・サービス業を対象とした個店の競争力強化【商業・サービス事業者】
- ③事業継続意欲の高揚と後継者育成、新規創業者の支援強化【全業種、羽咋市と連携】

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施機関 (R4年 4月 1日～ R9年 3月31日)

(2) 目標達成に向けた方針

当会の目標達成に向けた方針は、以下の通りとする。

- ①小規模事業者などが開発又は、既存商品の新たな需要の開拓と販路拡大をするために市場ニーズ、ターゲット層に訴求できるよう県内外の展示会・物産展などへの出展参加を提案する。
- ②魅力ある個店づくりについて、専門家のアドバイスや各種補助金助成金の活用を提案し、事業実施における支援を行う。
- ③新規創業予定者について羽咋市と連携し、創業計画の策定支援に取り組み、創業後のフォローアップも含め伴走支援を行い、創業活動促進を図る。併せて、小規模事業者の実態を把握し、専門家などと連携し事業の継続に向けても支援を行っていく。

○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〕 小規模事業者に対しては、日々の窓口指導、巡回指導時に景況感について聴き取りを行っている。

未接触事業所が発生しないよう各種施策普及を兼ねた、巡回強化時期を設け巡回を行っている。また非会員については、県連合会が主導する「巡回指導・訪問強調月間」を利用して訪問した際に聴き取りを行っている。その他、景気動向、金融動向、開廃業調査は、管内の景気動向を把握するため定期的に実施している。

〔課題〕 現状において景気動向、金融動向、開廃業調査は、管内の小規模事業者が求める内容とは乖離している場合があり、情報提供する場合や経営計画などに反映させる際には、必要に応じて最適化する必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
国のビッグデータの活用 (公表回数)	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①「RESAS」の活用

限られた資源で、効率よく経済活性化を目指すため、経営指導員が地域経済分析システム「RESAS」を活用して地域の経済動向分析を行い、年1回本商工会ホームページにて公表する。

〔調査項目及び目的〕

	調査項目	調査目的
①	人口（構成、増減、将来推計など）	顧客や市場の調査・分析の調査など
②	産業構造（事業者数、従業員数、労働生産性など）	商品・品質の向上、業務の効率化など
③	企業活動（企業財務比率など）	財務状況の調査など

〔分析手法〕

・地域経済循環マップ・生産分析	⇒	何で稼いでいるかを分析する
・まちづくりマップ・From to 分析	⇒	人の動きなどを分析する
・産業構造マップ	⇒	産業の現状などを分析する

上記を経営指導員が総合的に分析し事業計画や経営計画策定支援に活用する。

② 成果の活用

調査・分析した結果は、ホームページに掲載し、広く事業者等に周知するほか、経営指導員等職員が巡回や窓口相談時に参考資料として提供する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 小規模事業者の新品など新たな需要の開拓と販路拡大をするために県内外の展示会や物産展など情報提供を行ってきている。

また、いくつかの小規模事業者の商品を集め、物産展などへの商品提供を行ってきている。

〔課題〕 現状において小規模事業者が開発した商品並びに既存商品の販路拡大と市場ニーズを把握するため、県内外で開催される展示会、物産展などの情報提供を行ってきた。

これまでの出展状況をみると、小規模事業者が会場で消費者の意見を聞く姿勢に少し欠けていたのではないかとと思われる。物産展の場合は、会場で販売することに注力してしまい、顧客の意見を収集する作業が人員的に不足してしまい、的確な市場のニーズを把握することが難しいといえる。

(2) 目 標

項 目	現 状	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①新品等の開発調査

地域資源等を活用した商品の開発を目指している小規模事業者を対象として、当該商

品が消費者に受け入れられる商品になっているか、改良すべき点などを把握し、次につなげていくことを目的に購入者アンケートを実施する。調査結果は、専門家の意見を加え分析を行い、対象事業者へフィードバックを行うことで効果的なブラッシュアップを図ることが出来る。

〔調査手段・手法〕

「道の駅のと千里浜」または「神子の里」において対象事業者の商品を購入したお客様に対して、経営指導員等が聞き取り調査を実施する。

また、「ニッポン全国物産展」や石川県アンテナショップ「いしかわ百万石物語江戸本店」での物産販売イベントに出展した場合は、現地で経営指導員等が購入者に聞き取り調査を実施する。

〔サンプル数〕 購入者 50 人

〔分析手段・手法〕

調査結果は、専門家派遣制度を活用し、当該商品に対する評価をもらい、パッケージデザインや商品ラベルなどのアドバイスをもらい、経営指導員が分析を行う。

〔調査項目〕

- ・外 観 ⇒ 見た目の大きさやデザイン、商品ラベル
- ・価 格 ⇒ 価格の妥当性
- ・意 欲 ⇒ 購買意欲など

〔調査・分析結果の活用〕

分析結果は、当該事業所に経営指導員等が説明する方法でフィードバックする形をとり、改良等を促す。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状の課題

〔現状〕 これまで、①補助金申請時、②金融あっせん時、③記帳システムによる決算申告時等の機会に経営分析を実施していた。しかし、その内容については、資金繰りなどの定量分析が中心であった。技術ノウハウや知的財産権など定性分析については、不十分で結果的に本来の経営課題の抽出には、つながっておらず、売上増進・利益向上の必要性についての確に見いだせていない。

〔課題〕 このような現状から、事業経営には、経営状況の分析が必要かつ重要であることを認識してもらうために経営分析の実施機会を創出し対象事業者の掘り起こしを行うことが課題である。

(2) 目標

	現 状	R4 年度	R 5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
経営分析 事業者数	25 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者

(3) 事業内容

- ① 巡回・窓口相談時に経営分析の必要性や重要性を説明し、関心をもってもらい経営分析実

施業者を増加させる。

記帳指導職員をはじめ、経営指導員などにより記帳システム利用者、融資斡旋の他、小規模事業者持続化補助金を始めとした各種補助金申請先も対象に加え、定量・定性分析を実施する。

② 経営分析の内容

〔対象者〕管内の会員・非会員事業所を問わず、経営指導員の日々の指導を通じ、経営分析の必要性を説明し、販路開拓などに積極的な意識を持つ前向きな支援先事業者を選定する。

〔分析項目〕定性・定量の双方の分析を行う。

分析項目	内容	目的
業界環境の動向	・成長性、市場規模 ・リスク要因	事業展開に機会となる点、脅威となる点を整理・把握
自社の強み・弱み	・主要商品の特徴や保有する技術 ・保有設備や後継者など	強み・弱みを整理し事業の成功要因を検討
財務状況	・財務諸表 ・資金繰り	事業を実施するにあたっての資金繰りと事業との整合性等の確認

〔分析手法〕経営指導員等が、経済産業省「ローカルベンチマーク」中小機構の「経営計画つくるくん」などの関係ソフトを活用して行う。

(4) 分析結果の活用

分析した結果は、支援先事業者へフィードバックし、事業計画策定になるように活用していくほか、データ化して内部共有を図り、経営指導員等のスキルアップに活用

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕これまでの経営計画策定は、補助金申請や金融あっせん時などの限定的なものであり、支援する対象も少なく限られていた。また 事業計画策定の必要性について支援先事業者に意識づけさせていない。

〔課題〕平常時の経営環境下でもなかなか時代の流れに対応することが難しい。コロナ禍においてはさらに不確定要素が多く、事業計画策定はさらに難しい。

コロナ禍で、事業計画を作成しても意味がないのではなく、コロナ禍だからこそ事業計画が必要不可欠であるということを訴えていくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に、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を促せる訳でもないため、「事業計画策定セミナー」カリキュラムを講師となる専門家と協議し、5. で経営分析を行った事業者の7割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、小規模事業者持続化補助金を契機として各種施策の周知や活用の勧奨を行い、その中から実現可能性の高い事業者を選定し、事業計画策定につなげていく。

事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力維持・強化を目指す。

(3) 目標

項目	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①DX推進セミナー	—	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
③事業計画策定件数	15者	18者	18者	18者	18者	18者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー並びに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、DXに向けたITツールの導入やWEBサイト構築等のとりくみを推進していくためのセミナーを開催する。

〔支援対象〕

経営指導員等が日々巡回及び窓口指導で経営計画策定及び経営計画の重要性を感じ策定に前向きな事業者を対象に声掛けを行う。

〔手段・手法〕

DX推進につなげるための「DX推進セミナー」を年2回実施する。カリキュラム内容は、DX総論、DX関連技術や具体的な活用事例を交え、クラウド型顧客管理ツールやSNSを活用した情報発信方法、ECサイトの利用法等DX推進の動議つけとなるようなセミナーを提供する。また、セミナー実施後においては、当商工会経営指導員等が訪問し、現状の問題や課題を整理し、専門的かつ高度な事案など必要に応じて、IT専門家の派遣を行う。

②「事業計画策定セミナー」の実施

〔支援対象〕 経営分析を実施した事業者等を対象に、巡回・窓口相談等で個別に声掛けし提案する。

〔手段・手法〕 事業計画策定の動機付けとしたセミナーを年2回開催する。カリキュラム内容は、販路開拓・販売促進など経営手法の情報や知識の提供を行うとともに、計画策定の重要性を喚起する。

その他、経営分析の結果をもとに、具体的な策定方法等演習を交えた研修の機会を提供する。また、セミナー実施後に当会経営指導員等が考え方や目的・手段を整理し効率よくスムーズに計画策定に取り組めるよう支援する。の事業所を優先的な対象先として、事業計画の策定支援を行う。経営分析を実施した事業者の半数程度の参加を目標とし、1回開催あたり9者以上の参加を見込む。

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〕 補助事業などを切っ掛けに事業計画策定支援を行った事業者に対して、計画通りに行われているのかを目的に担当した経営指導員が不定期に巡回訪問しフォローアップを行っている。

〔課題〕 計画的なフォローアップが出来ておらず、訪問時期も不定期で回数に偏りがあり改善することやPDCAサイクルをいかに回すかが課題である。

(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するが、事業計画の進捗具合等により、訪問頻度を増やして集中的に支援が必要な事業者と、ある程度予定通り順調に計画が遂行され、自発的に行動をし、訪問回数を減らしても支障の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

	現 行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
フォローアップ対象事業者数	15者	18者	18者	18者	18者	18者
頻度(延べ回数)	—	72回	72回	72回	72回	72回
売上増加事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者
利益率5%以上増加事業者数	—	6者	6者	8者	8者	10者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問などを実施し、着実に策定した計画が遂行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを実施していく。

その頻度については、事業計画策定18者のうち、6者は、2ヶ月に1回、6者は3か月に1回、他の6者については、年2回とする。ただし事業者の申し出等により、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する場合には、他の経営指導員等の第三者の視点を入れ、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討の上、フォローアップ頻度の変更を行う。まあ、必要があれば専門家派遣制度などの活用を行い計画の見直しも実施する。

※6者(2ヶ月に1回)×年6回 = 36回

※6者(4半期に1回)×年4回 = 24回

※6者(半年に1回)×年2回 = 12回

合計 18者 72回

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】 事業計画を策定した事業者の他、新商品・新サービス等を行った販路拡大などに積極的な事業者に対して、当会が商品PRや展示会開催等の情報を個別に案内をおこなっている。

実施に事業者の出展があった場合には、出展に際して経営指導員等が指導・支援を行っている。特に小規模事業者において、プロモーション活動を苦手としているところが多く、新商品や新サービスを開発しても、開発したことで完結してしまいPR不足によって認知度も上がらず売上に繋がっていかないという課題もある。

また 全国的な販路開拓を目指す小規模事業者が首都圏など地域外で開催される展示会等に出席する場合は、申し込みから販促物の作成、展示ブースの演出、出店後のフォローまで一貫して伴走支援を行っている。

【課題】 展示会等への出展に対するノウハウ不足や出展期間におけるスタッフの確保や出展費用が高額になるなどの理由から出展を断念してしまう課題がある。また、展示会出展前・後のフォローが不十分と感じる場合もあり、改善した上で実施する。

今後、新たな販路開拓には、DX推進が必要であることを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存展示会への出展を目指す。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うとともに、出展期間中には、陳列、接客など決め細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者にあった支援を行う。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①首都圏における物産展	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	—	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
②SNS活用事業者	—	6者	6者	6者	6者	6者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
③ECサイト利用事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ネットショップの開設者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①首都圏における展示会出展事業及び（首都圏への BtoC）

ア) 事業概要及び目的

事業計画策定支援等を実施し、計画を策定した事業者で、地域外への販路拡大に取り組む希望を持つ事業者に対し、全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」や石川県アンテナショップ「いしかわ百万石物語江戸本店」にて、当会が実施する展示即売会にて事業者が目指す地域外への販路開拓を実現する。（各年1回）

イ) 対象企業

事業計画策定支援等を行い、地域資源を活用した商品の開発や販路開拓を目指している事業者

ウ) 実施方法

「ニッポン全国物産展」への出展と当会が「いしかわ百万石物語江戸本店」イベントスペースを利用（貸切）し出展事業者の商品展示・販売等を行い販路開拓に繋げる。

【参考】「ニッポン全国物産展」は、東京都豊島区にある池袋サンシャインシティで全区商工会連合会が主催し、11月中旬の週末3日間で来場者数100,000人（コロナ前）以上の一般消費者やバイヤー等が来場する。また「いしかわ百万石物語江戸本店」は、東京都中央区銀座で営業する石川県のアンテナショップで、平日は約200人、休日は約400人以上の来場が見込める。中には、有望な地域資源や商品を見いだす目的で来場す

る事業者も多いことからB toBの商談も十分に可能性がある。

②SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客を取り込むため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

③ECサイトの利用（BtoC）

大手サイトが運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。また、IT専門家の派遣も行う。

④ネットショップ開設（BtoC）

自社HPの立ち上げや既存HPを活用し、ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等のWeb専門会社やITベンダーの専門家と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

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〕 事業評価委員会によって経営発達支援計画を持続的なローリングプランとするための協議を行っている。委員には、市担当課長を委員長とし、連携先を外部有識者として招聘し、計画に基づく状況などについて評価を行っている。

〔課題〕 委員等の助言から毎年度の事業を継続し、次年度に繋がっていくように取り組んでいるが、PDCAサイクルに基づく相互牽制をより機動的かつ有効に機能させることで、小規模事業者にとって管内の経済状況などの変化に応じた効果的な支援を展開していくことが課題である。

(2) 事業内容

羽咋市商工観光課長、商工会幹部（会長・青年部長・女性部長）、事務局長、法定経営指導員に外部有識者として日本政策金融公庫金沢支店国民生活事業統括を加えた経営発達支援計画評価委員会を毎年度1回開催し評価を行う。

当委員会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HP及び会報へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態となる。

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〕 現状では、個々の経営指導員において石川県商工会連合会等が主催する課題別研修会への積極的な参加や経営指導員等全職員相互間での定期的な情報交換を行い、スキルアップを図っている。

〔課題〕 中小企業施策の変化に柔軟に対応し、小規模事業者が持続的発展を遂げるための経営支援を充実させるため、経営計画策定等の実践的な支援能力強化は大きな課題である。また、管内小規模事業者の支援ニーズは、多種多様となっており、経営指導員のみならず他の職員においても経営支援能力の強化は必要である。

組織として管内事業者の支援にあたる必要があり、そのため経営指導員をはじめとする職員の支援能力向上と支援ノウハウの共有による組織全体としての支援能力の向上を図ることが課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員研修会（石川県商工会連合会）への参加を必須化する。経営指導員研修には、一般コース（年1回 国・県が講じている中小企業支援施策の普及が目的）と特別コース（階層別 高度かつ実践的なノウハウ習得による支援能力向上が目的 年3回）がある。経営指導員は、一般コース・階層別特別コース共に必須参加とし、他の職員については、一般コースの必須参加とする。

また、各支援機関主催の小規模企業経営指導力強化事業「特別強化研修」・「企業診断の実務研修」等の参加について奨励する。

②D X推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のI T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D X推進の取組みに係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

《D Xに向けたI T・デジタル化の取組み》

ア) 業務効率化などの取組み（事業者にとっての内向き）

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のI Tツール、テレワークの導入、補助金の電子申請や情報セキュリティ対策等

イ) 需要開拓などの取組み（事業者にとっての外向き）

H P等を活用した自社P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用、S N Sを活用した広報等

ウ) その他取組み

オンラインによる経営相談・指導の方法等

③O J T制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J T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。

④職員間の定期ミーティング及びデータベース化

各研修会等に参加した職員が研修内容について報告を行う中で、I T等の活用方法や具体的なツール等について紹介し、経営支援の基礎から話の引き出し術に至るまで定期的なミーティング（月1回、年間12回）を開催し、職員の支援能力向上を図る。

また、担当経営指導員等が基幹システム上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。

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】 現状で行っている情報交換は、石川県商工会連合会が主催する研修会や会議の中で、他商工会との支援事例やノウハウなどについて行っているほか、同一ブロック内（羽咋郡市4商工会）での事務局連絡会議等での管内景況の把握や事業運営等の分野で行っている。

【課題】 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より、小規模事業者の実態把握やニーズに合った支援策等の検討に活用できている。今後は、事業者の多様化する経営課題や変化する金融情勢に対して、他の支援機関との連携をさらに強化していくことが課題である。

(2) 事業内容

①商工会経営支援連絡会議の出席

[相手先] 石川県商工会連合会及び石川県下の各商工会（全20商工会）の経営指導員

[手段（頻度）] 石川県商工会連合会の担当者及び県下各商工会の経営指導員1名が出席し、会議形式で公的支援施策や商工会支援メニューの活用方法等について共有・意見交換を図る（年4回）

[ねらい] 支援ノウハウや施策、経済状況の情報共有の他、県内各地における支援ニーズを把握し、当会地区内小規模事業者への伴走支援の参考とする。

②羽咋郡市広域商工会協議会の活用

[相手先] 当広域(羽咋郡市)内の4商工会の経営指導員等

[手段（頻度）] 当広域(羽咋郡市)内の地域市場のニーズ・シーズ動向、小規模事業者支援事業の現況、経営革新計画承認に関する支援ノウハウなどを情報交換し共有する。
(年4回)

[ねらい] 同じ広域内の商工会の職員間で、参考となる支援事例や活用可能な支援ツールの交換

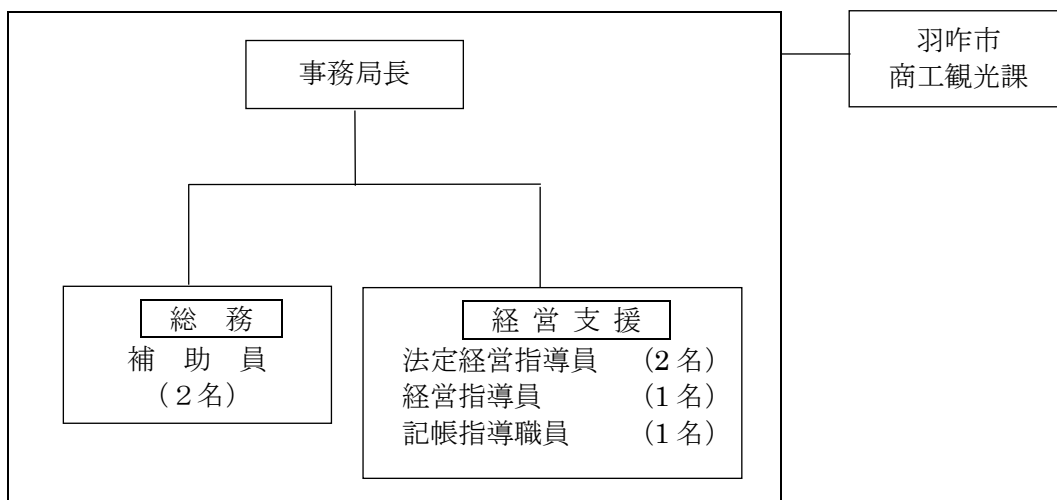
(別表2)

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 新田 茂、石尾真由美
- 連絡先 羽咋市商工会 Tel 0767-22-1393

②当該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の提供等を行う。

当計画の法定経営指導員については、石川県商工会連合会の人事一元化による定期異動対象者となっているため、経営発達支援計画実施中において、法定経営指導員の異動があった場合において、同経営発達支援計画の遂行に滞りなく継続した実施が行えるよう2名の法定経営指導員を配置する。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

① 羽咋市商工会

〒925-8585 石川県羽咋市旭町ア139番地
Tel 0767-22-1393 Fax 0767-22-8914
E-Mail hakui@shoko.or.jp

② 羽咋市商工観光課

〒925-8501 石川県羽咋市旭町ア200番地
Tel 0767-22-1118 Fax 0767-22-7195
E-Mail syoukan@city.hakui.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)

	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
必要な資金の額	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
①地域経済動向調査事業費 (印刷・事務費等)	100	100	100	100	100
②需要動向調査事業費 (広報・講師謝金等)	150	150	150	150	150
③事業計画策定支援事業費 (各 セミナー講師謝金・広報等)	300	300	300	300	300
④需要開拓に寄与する事業費 (展示会出展等に際しての旅 費・広報・会場設営・印刷費等)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
⑤事業評価及び見直しのための 事業費 (印刷・講師謝金等)	150	150	150	150	150

(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
<ul style="list-style-type: none"> ・国補助金 (伴走型小規模事業者支援推進事業補助金) ・県補助金 (小規模事業者経営支援事業費補助金) ・市補助金 (羽咋市小規模企業等指導事業費補助金) ・各収入 (商工会費収入、各種手数料収入、各種受託料収入)

(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。

(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関係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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
① ② ③	