

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	山中商工会（法人番号 8220005004297） 加賀市（地方公共団体コード 172065）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	1. 地域の経済動向と需要動向の把握と事業計画策定による小規模事業者の経営力強化 2. 地域資源・地域特性を活かした事業展開と販路開拓支援 3. 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる
事業内容	・ 地域の経済動向調査に関すること 地域内小規模事業者の実態調査、主力産業に対する地域経済動向分析他を行い、その結果を提供することで経営計画策定の一助とする。 ・ 需要動向調査に関すること 小規模事業者による展示会やイベント開催時にアンケート調査を行い、その結果を分析し当該事業者へ提供する。 ・ 経営状況の分析に関すること 経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナー等開催）を行い、後に事業者による事業計画策定等へ結び付け、アフターフォローも含めた伴走型支援によって事業者の支援を継続する。 ・ 事業計画策定支援に関すること 対話と傾聴を通して改善意欲が高まっている経営分析を行った事業者に対し、事業計画策定と競争力強化のためのDX推進セミナー受講を提案し、実現可能な事業計画策定を目指していく。この事業者に対して対話と傾聴を通じて伴走型支援を行い、事業計画の確実な実行や事業環境変化への対応を支援していく。 ・ 事業計画策定後の実施支援に関すること 伴走型支援による計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げていく。 ・ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある伝統工芸産業、温泉観光業、商店街事業者を重点的に新たな需要・販路開拓を支援する。 ・ 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 事業評価委員会を開催し、商工会事業の評価を行い、評価内容を地域小規模事業者が観覧可能な状態とする。 ・ 経営指導員等の資質向上等に関すること 外部講習会等の積極的活用や独自セミナー等を行い、DX推進に向けたセミナー等を職員が受講することで事業者への伴走型支援を行うための資質向上をはかる。
連絡先	山中商工会〒922-0112 石川県加賀市山中温泉西桂木町ト5-1 TEL:076-204-6816 (0761-78-3366 は令和6年度より廃止予定) Fax:0761-78-1766、Eメール:yamanaka@shoko.or.jp ホームページ https://yamanaka.shoko.or.jp/ 加賀市産業振興部商工振興課〒922-0811 石川県加賀市大聖寺南町ニ41番地 TEL:0761-72-1111(代表)

(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

ア. 地域の歴史

石川県の最南端、福井県との県境にある当地は約1300年前に奈良時代の名僧行基により発見された温泉観光地域である。

江戸期には松尾芭蕉がその旅の中で温泉地最長となる宿泊をした地として有名である。文人墨客が訪れる温泉地としてその後も昭和天皇をはじめとして多くの文豪や政治家に愛される温泉地として発展してきた。

約450年前には現在の山中漆器(やまなかしっき)の礎となる木地挽き(きじびき)ろくろ技能者が住み移り、現在では日本一の出荷量を誇る漆(うるし)の里となっている。

山中温泉地域は全国でも珍しい「ものづくりと温泉観光が共存する」まちである。

イ. 地域の概要

- ・H17年市町村合併により山中町から加賀市となる。合併後旧加賀市内にあった2つの温泉街と旧山中町にあった山中温泉とにより、新加賀市は3つの温泉街を有する市行政地区となった。
- ・加賀市内にはJR北陸本線 加賀温泉駅があり、山中温泉地区からは車両にて15分程度の距離である。北陸新幹線が令和6年春に加賀温泉駅へ開通予定。近隣市である小松市には小松空港があり、当地区からは車両にて40分程度の距離である。
- ・当会は旧山中町地区を担当地域として、「温泉観光 山中温泉」「伝統工芸 山中漆器」「商店街」を主たる産業として成り立つ地域で活動している(3つの産業で地域事業者数の約9割を占めている)。
- ・当地区人口8,643人。加賀市人口62,867人(R5年7月1日現在)。
- ・面積 旧加賀市:151.61km² + 旧山中町:154.39km² = 新加賀市
- ・加賀市はその人口減少率の高さから「消滅可能性都市」とされている。旅館や商店が集まる山中温泉地区の人口減少率は加賀市の中でも高い。



*左図数値は加賀市しらべ

ウ. 地域産業の現状

当地域は a.「温泉観光（山中温泉）」、b.「伝統工芸 山中漆器」、c.「商店街」、を産業の主として成り立つ地域である（3つの産業で地域事業数の約9割を占めている）。



a. 「温泉観光（山中温泉）」の現状

- ・開湯は約1300年前。松尾芭蕉他文人墨客が数多く訪れている温泉地。近隣温泉に対して豊かな自然景観を楽しむことが特徴である。また北陸の海の幸を味わうことを目的にしたお客様も多い。
- ・16軒の温泉旅館が稼働中（令和5年9月現在の山中温泉旅館協同組合加盟旅館数は18軒。他に2軒が休業中）。中規模旅館が多い。バブル期以降、経営者が地元創業者親族から県外資本に代わる旅館が増加して来た（中国資本旅館1軒）。
- ・H28年には北陸新幹線開通により一時的に宿泊客が増加（約1割強増）したものの、H29年以降は減少しており、その後コロナ禍の影響を大きく受けた。

令和6年春に北陸新幹線延伸が最寄り駅である加賀温泉駅まで予定されており、東京から直通で来れることで首都圏からの宿泊者数増加を期待している。



その一方で今まで宿泊者の柱であった関西圏中京圏からのお客様が電車直通で来れなくなり、乗換が必要となることや、運賃価格が上昇することでの減少が懸念されている。

*左図数値は山中温泉旅館協同組合調べ。

- ・地域別の宿泊者数をみると、平成27年北陸新幹線金沢駅開通により下げ止まりを感じる時期もあったが、令和2年以後はコロナ禍による急激な落ち込みとなっている。新幹線開業前には1割程度だった関東からの宿泊客が増加、県内地域住民に対する旅行支援による県内客の増加、新幹線開通以降順調に伸びていた外国人観光客が激減、という結果を見て取れる。令和5年度からはコロナ禍

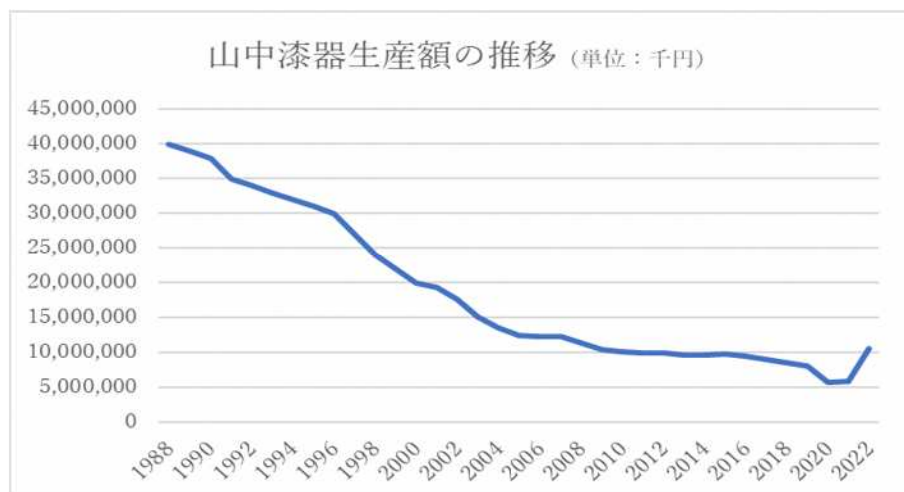
の影響が終息し始め、外国人客が増加（復調）している。



近隣市にある小松空港より直行便があるため、台湾からの宿泊者は以前から多い。

*上記グラフ数値は山中温泉旅館協同組合調べ。

b. 「伝統工芸 山中漆器」の現状



*上図数値は山中漆器連合協同組合調べ。

・約15年ほど前までは、伝統工芸的な製法による木製品は廉価な中国製品輸入品を地域内で再加工

・当地は生産量、生産額ともに日本一と言われる漆器産地である。生産品は「伝統工芸としての木製漆器製品」と「近代漆器と言われる樹脂製漆器製品」に分かれている。

近代漆器の割合が従事者と生産額の双方で木製漆器を上回っている。

する割合が多かったが、この数年は中国国内での製造単価上昇により急激に輸入が減少した。

- ・近代漆器製造は販売単価が元々廉価であったことから輸入輸送コストの面で（器物はひとつあたりの容積が大きく輸送コストがかさむ）製品輸入はほとんど行われておらず地域内で生産されている。
- ・全国的に伝統工芸品売上額が減少している。ライフスタイルの変化（西洋化）により伝統工芸品、特に一般身の周り品（食器等）の販売額が長期的に減少している。



* 左図の数値は石川県商工労働部経営支援課伝統産業振興室調べ。

○ 石川県の国指定伝統産業は山中漆器/九谷焼/加賀友禅/輪島塗/金沢仏壇/金沢箔/七尾仏壇/金沢漆器/牛首細/加賀繡。他県指定あり。

○ 左図生産額には山中漆器生産額も含まれている。山中漆器の生産額は石川県全体の伝統産業にたいして約半分を占めていることがわかる。

- ・新型コロナウイルス禍中の産業への影響は2極化した。観光業に特化していた漆器業者（京都や東京、成田空港等で外国人お土産物を製造販売）は壊滅的な影響を受け倒産する企業もあった。その一方で巣籠り需要を取り込むことが出来た企業は、新型コロナウイルス禍前よりも業績が上昇した企業もあった。
- ・山中漆器は輪島漆器と異なり、販売を行う企画製造卸企業と生産者企業が分離している。販売者は商品企画から製造管理・販売を行い、生産企業はいわゆる職人と言われる各作業工程を担う企業である。山中漆器生産者（職人）、山中漆器販売者（製造卸社・産地問屋）共に減少している。特に販売者数の減少に比べ、生産者（職人）数の減少が著しい。山中漆器連合協同組合では平成29年度に加賀市と連携し、生産者の後継者育成のための支援プログラムを立ち上げた。新しく山中漆器生産者に従事しようとする方々への支援金を支出している。



* 左図の数値は山中漆器連合協同組合調べ。

c. 「商店街」の現状

- ・山中温泉地区には5つの商店街がある。山中温泉南町ゆげ街道商店街、山中温泉湯の出町商店街振興会、山中温泉本町商店振興会、山中温泉湯の本町商店振興会、山中温泉中央振興会。その他に山中温泉商店協同組合（山中温泉商品券発行）、山中スタンプ会（ニコニコポイントカード発行）、山

中温泉料飲業協同組合、が組織されている。

- ・ 5つある商店街振興会加盟店は約100件強。
- ・ 地区内一般消費者への販売と旅館への卸しを主とする店舗が多い。
- ・ 観光客への販売比率は少ないが、近隣温泉地域に比べるとまちなか散策をする観光客の数は多い。そのため近年ではお土産物販売や街歩きの観光客に向けた店舗が新しく出店している。
- ・ 身の回り品販売は地区内の大型小売店が大きなシェアを持ち商店街での販売は減少傾向にある。
- ・ 近年は全国展開を行う県外大手資本旅館が地域内で増加しており、そういった旅館ではグループ旅館全体で一括仕入れを行うため、当地域の生鮮食料品店舗等は仕入価格や仕入規模の大きさが理由となり納入企業に選ばれないことが多い。併せて新型コロナウイルス禍と併せて地元旅館卸が販売比率の高かった企業では売り上げの減少傾向が続いている。
- ・ 新型コロナウイルス禍による売上への影響は大きかったと考えるが、地区内商店店舗数が著しく減少したとは言えない。売上額の小さな商店では各種給付金・支援金・補助金などの支援が大きかったと言える。

エ. 商工会の現状

- ・ 職員6名（事務局長、経営指導員2名、補助員1名、記帳専任職員1名、臨時雇用1名）。
- ・ 同じ市内に商工会議所もあり、市町村合併前の地域をそれぞれの担当地域として活動している。
- ・ 地域の商工業者数は減少傾向。地域の商工業者数は令和5年8月末現在588者（平成30年4月末現在678者）。
- ・ 商工会員数は令和5年8月末現在普通会員398者（平成30年4月末現在では461者）、特別会員112者（平成30年4月末現在では110者）、定款会員24社である。

組織率は67.7%となる

漆器製造卸を業とする小規模事業者数（個人事業主）が最も多い。

- ・ 各商店街団体は組織が小さいため、事務局を単独で持つことができず、商工会が事務局の委託を受けている。商店協同組合、スタンプ会、料飲組合、商店振興会（他青色申告会）等。
- ・ 当会で指導を行い、当会から税務署へ提出する確定申告事業者は令和4年度申告時189者。
- ・ 北陸銀行、金沢信用金庫と「産業振興連携協力に関する協定書」を結び、当商工会会員に対して会員歴、会費支払状況、研修会受講歴に応じて融資利率の引き下げ（0.1%～0.2%）を行っている。
- ・ 加賀市、加賀商工会議所、金融機関と共に創業支援に対する創業応援ネットワークを結んでいる。
- ・ 山中町が加賀市と合併後は山中温泉地域全体の公的機関としての役割が期待されており、行政との連携や陳情とりまとめ、祭の開催、地域おこしイベント主催、各種イベントの事務、等の活動が増えている。

オ. 加賀市の基本構想

- ・ 加賀市では2017年～2026年の基本構想として「第2次加賀市総合計画」を策定している。その中で基本理念として「これまで受け継がれてきた歴史や伝統、豊かな自然を有しており、私たちはこれらを後世にまで伝えていく必要があります。また、住む人が希望を持ち、これからも幸せに暮らし続けることができるとともに、訪れた人に、癒しと安らぎを感じていただくことが、加賀市の目指すべき方向性といえます。～略～「歴史と伝統文化の尊重」「美しい自然の保全と継承」「暮らす人や訪れた人が笑顔になるまち」といった3つの考え方を、加賀市が目指すべきまちづくりの「基本理念」とします」とうたっている。
- ・ 基本理念に基づく基本方針として、次の7つをあげている。
 - 1：安心の子育てと地域に根ざした教育による笑顔あふれるまちづくり 「子育て」「教育」
 - 2：観光と歴史、文化の振興による賑わいのあるまちづくり 「観光」「歴史」「文化」
 - 3：ものづくりと雇用創出で、活力と勢いのあるまちづくり 「ものづくり」「伝統産業」
 - 4：いつまでも元気で健やかに暮らし続けられるまちづくり 「保健」「医療」「福祉」
 - 5：みんなが手を取り、いきいきと安心して暮らせるまちづくり 「人・まちづくり」
 - 6：豊かな自然を守り育てる、美しく快適なまちづくり 「環境」「都市基盤」

7：将来を見据えた、効率的な行財政で支えるまちづくり 「行財政」

・加賀市では地区別における基本構想は策定していない。当会地域では『2：「観光」「歴史』、『3：「ものづくり」「伝統産業』における構想が特に商工会活動と連携すべき構想だと考える。

・更に基本方針に対する「施策の方向性」として

『基本方針2：「観光」「歴史」

①戦略的な観光振興施策の推進 ②三温泉共創による地域の魅力づくりの推進 ③都市圏への戦略的観光プロモーションの推進 ④海外都市交流と観光の推進 ⑤国内都市との広域交流の推進 ⑥伝統文化の継承・文化活動の充実』

『基本方針3：ものづくりと雇用創出で、活力と勢いのあるまちづくり

①産学官連携によるまちづくりの振興 ②IoTなどを活用した人材育成と新産業・研究への支援 ③企業誘致の推進 ④地元就職の促進とPRの推進 ⑤新規創業の支援 ⑥商工業の振興 ⑦伝統産業の継承・活性化 ⑧農林水産業の振興』

が掲げられている。

② 課題

ア. 地域産業の課題

a. 「温泉観光（山中温泉）」の課題

◆旅行形態の変化に対応した新たな事業計画が必要

・旅館ではこの30年に渡り「団体旅行から少人数・個人旅行へ」という旅行形態の大きな変化に対応をとって来た。旅館業は巨大な装置産業である。観光・旅行形態変化への追従は大きな設備投資が必要であり、対応には時間を必要とする企業も多い。中長期的な視野を持つ事業計画の策定と実行が必要である。

新型コロナウイルス禍が訪れたことで、従来の少人数・個人旅行対応に加えて、新たな旅行形態への対応を迫られる結果となった。ウイルスに対する感染防止対応は各旅館ですぐに対応がされたが、テレワーク・ワーケーション・リゾートワーク・マイクロツーリズム等対応が求められている。

当地域では4つの旅館が事業再構築補助金により新型コロナウイルス禍後を見据えて取り組みを行い、当会にて支援を行った。彼ら企業は上記対応を進めながら、グランピングや感染防止の観点から大浴場等他者との接触を嫌うニーズ変化に対応する事業取組を始めている。

・「旅先での出会いや物語」を求める旅行ニーズの変化に対応は完全には出来ていない。旅館は「館内で食事と宿泊とホスピタリティサービスを提供する場所」という考え方であり、滞在期間をどう楽しむかというサービスやコンテンツの提供が完全であるとはまだ言えない状況である。

全国でも稀有な「工芸ものづくりと温泉観光が共存する地域」でありながらお互いの魅力を活用することが出来ていない。海外観光客からは日本文化を感じる、魅力あるコンテンツと評価される伝統工芸・山中漆器との連携が取られていない。

・新型コロナウイルス禍前に順調に増えていた外国人観光客受け入れに関しては、言葉の壁問題などは事前予測よりも問題なく受け入れが進んでいる。

外国人観光客には大きく2つのタイプがあるように感じる。「宿泊費用は安く、地域の楽しみは自身の足で探す」「日本旅館ならではのホスピタリティを楽しみ長期宿泊を望む」お客様である。前者に対しては今まで当地域には無かった簡易宿泊所が開業する等対応が進んでいる。後者への対応は課題がある。旅館では一泊二日型宿泊に慣れ過ぎてしまったため（一泊二日利用のお客様がほとんどである）、長期宿泊時の食事やコンテンツ提供に対する対応が完全ではない。

b. 「伝統工芸 山中漆器」の課題

◆新たな販路開拓の必要性

・木製漆器製品の国内販売額は減少している。ライフスタイル、食生活の変化から伝統的な和食器を

使う機会が減少しているためと考えている。

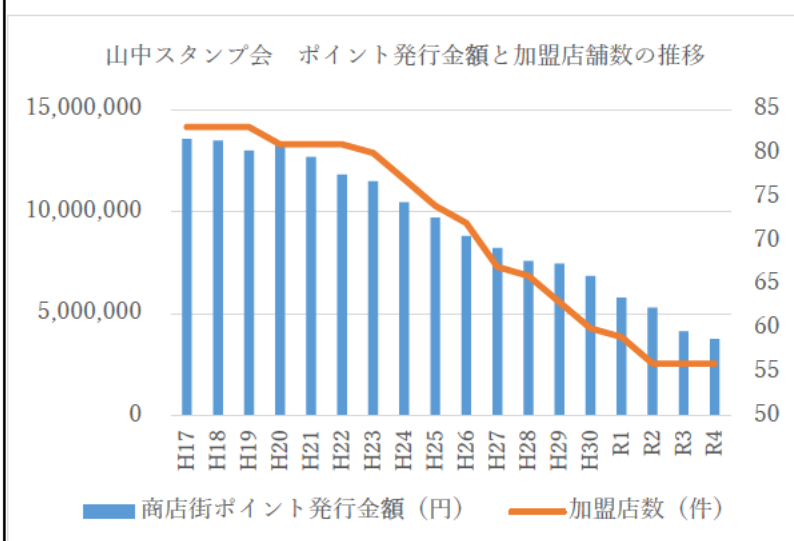
その一方で樹脂製である近代漆器では「電子レンジ対応」「食器洗浄機対応」商品を開発し、現代のライフスタイル需要にあった製品開発を行い、販売は堅調である。

- ・海外展開を試みる企業が出てきているが未だ模索の中にあると言える。山中漆器の海外販売は1900年パリ万国博覧会出展以降取組は断続的に続いている。近年では1970年代以降欧州展示会出展を皮切りに海外輸出はある程度の成果を得たが、その後アジア諸国からの安価な模倣品により競争力を失っている。その後は国のJAPANブランド育成支援事業による当会支援もあり、2010年代後半から米国・欧州へ新しいデザインによる漆器商品（主に樹脂製漆器である近代漆器。弁当箱が主力）の輸出取組を再開する企業が数社出てきている。
 - ・全国でも稀有な「工芸ものづくりと温泉観光が共存する地域」でありながらお互いの魅力を活用することが出来ていない。海外観光客からは日本的として魅力あるコンテンツと評価される伝統工芸・山中漆器との連携が取られていない。一部旅館では伝統工芸の制作過程を宿泊者に見学させることで評価を得ているが地域全体の取り組みとはなっていない。その一方でこの取り組みは長く商工会にて支援を行って来ているため、一部漆器企業にて当会支援による事業再構築補助金事業にて生産工程の見せる化・物語化・こと化が始まっている。
 - ・新型コロナウイルス禍内では巣籠り需要と思われる購買層により業績が上向いた企業もあったが、ポストコロナの動きを考えると新たな需要開拓の行動と商品企画が必須である。
 - ・産地誘客、産地紹介の取組が行われていない。今までは「産地は単に作る場所、売るのは都市圏。商品と産地での取り組みや背景は関係ない。」の考え方であり、産地内での漆器販売や産地紹介の取組はほとんど行われて来なかった。
しかしここ数年でいくつかの漆器小売店舗が地域内で開店し、また山中漆器連合協同組合内に（当会も参画して）ブランディング委員会が組織され、「産地」や「製造方法」「商品の背景や考え方」等の事業取組背景の広い認知から需要開拓を行おうとする事業が始まっている。
- ◆原材料価格の上昇と価格転嫁を盛り込んだ新たな事業計画の必要性
- ・漆器材料価格が高騰しているが販売価格に転嫁出来ていない。漆や金、樹脂や塗料と言った材料価格は上昇が続いているのに対して販売価格は引き下げ要求が強い。それでも近年は世間的な認知の元に最低限の価格転嫁は進んでいると考えている。

c. 「商店街」の課題

◆売上額の低迷

- ・店舗売上の減少。下図は地区内スタンプ会、ポイント発行金額とスタンプ会加盟店舗数の推移である。



* ポイント発行金額は各店舗によるポイント購入額である。店舗はポイントを買入れ、そのポイントを店頭にてお客様にスタンプとして配布する。そのためスタンプ配布量（ポイント発行金額）は売上額に比例する。

ポイント発行金額が令和4年度は平成17年度の約4割となっていることから、店舗での売上額減少が見て取れる。

* 左図数値は山中スタンプ会調べ。

◆消費形態変化、売上低迷に対する新たな事業計画策定が必要

- ・地区内の高齢化が進む中、新たな顧客層の獲得が必要。
- ・温泉観光客への誘客が出来ていない（販売品目の見直しや広報が出来ていない）。
- ・増加する海外からの温泉観光客への対応が出来ていない（外国語対応ホームページでの紹介、英会話や指差しカード整備などが計られていない）。
- ・クレジットカード、キャッシュレス決済等への対応については当会も支援を行い、この数年間で大きく対応店舗が増加した。
- ・一部オリジナル商品を開発する商店においてはECサイト等での需要開拓も必要である。

（２）小規模事業者に対する中長期的な支援のあり方

① 今後１０年間を見据えて

地域産業の特徴を活かし、環境変化に対応した事業展開を支援し、小規模事業者の強みを顕在化することで企業経営の持続的発展を図ると共に、地域経済の活性化を目指す。

当地区は３つの特徴ある産業で小規模事業者の９割以上を占めている。地域主産業の活性化はすなわち地域経済の活性化となる。

当地区事業者の大部分を占める極めて小規模な事業者には、事業計画を策定している事業者は未だ少数であり、事業計画を策定していても、経営分析が定量面のみで定性面の分析が不十分であったり、経済動向や事業者個々の商品・サービスに関する需要動向調査が十分に反映されているとは言えない例がみられる。また温泉観光や漆器産業は新たな時代における新たなニーズへの対応が重要である。ポストコロナを始めとする様々な生活の変化をとらえるための需要動向調査に基づいて、柔軟な事業計画の見直しも不可欠となる。

当地区は観光客が訪れる温泉観光地域である。商店街はもともと温泉観光事業者との結びつきが深く影響も大きい。漆器産業は従前には「当地域ならではの産業」という意識は薄かったが、今後の温泉観光との連携や産地の歴史文化を背景とした地域資源活用を強化する必要性を感じ始めている。温泉資源を持つ風光明媚な地域特性や地域資源を活かした事業展開を図っていくことは地域の全ての主産業従事企業において事業持続の上でたいへん重要である。

そこで、長期的な振興のあり方として「地域産業の特徴を活かした事業展開を支援し、小規模事業者の強みを顕在化することで企業経営の持続的発展を図ると共に、地域経済の活性化を目指す。」と定め、前述した小規模事業者の課題解決に向けての支援を実施していく。

② 加賀市「第２次加賀市総合計画」との連動性・整合性

加賀市は「第２次加賀市総合計画」の基本方針内において当会と関連性の高い『基本方針２：「観光」「歴史」』『基本方針３：ものづくりと雇用創出で、活力と勢いのあるまちづくり』を掲げている。

同じく「施策の方向性」として、『基本方針２：「観光」「歴史」 ①戦略的な観光振興施策の推進 ②三温泉共創による地域の魅力づくりの推進 ③都市圏への戦略的観光プロモーションの推進 ④海外都市交流と観光の推進 ⑤国内都市との広域交流の推進 ⑥伝統文化の継承・文化活動の充実』

『基本方針３：ものづくりと雇用創出で、活力と勢いのあるまちづくり ①産学官連携によるまちづくりの振興 ②IoTなどを活用した人材育成と新産業・研究への支援 ③企業誘致の推進 ④地元就職の促進とPRの推進 ⑤新規創業の支援 ⑥商工業の振興 ⑦伝統産業の継承・活性化 ⑧農林水産業の振興』を具体的に掲げている。

これは当会地域の主産業である「温泉観光 山中温泉」「伝統工芸山中漆器」が発展するための方針であり施策の方向性でもあり、当会経営発達支援計画との連動性・整合性が取れている内容である。

③ 山中商工会としての役割

当地域における小規模事業者にとって最も身近な地域総合経済団体である当会では「商工会は行きます、聞きます、提案します」をスローガンに掲げ、小規模事業者の経営改善に取り組んでいる。互いに胸襟を開いた関係を持つ相談先として、当会は地区小規模事業者の抱える経営課題を解決するための支援を実施し、小規模事業者の経営力を向上させていくために次の役割を担っていく。

ア. 自社の経営状況を把握した事業計画の策定

外部環境の変化に対応した小規模事業者の持続的な経営をおこなうために、自らの経営を客観的に捉える経営分析と、将来を見据えた収益の維持・向上を図るための事業計画策定支援を行う。

イ. 支援機関及び支援施策の活用推進

小規模事業者の計画策定から実行まで一貫した伴走型支援を実施する。計画及び実行過程で生じる様々な課題に対し、関係機関との連携と有効な支援施策の活用による課題解決を図る。

ウ. 地域資源・地域特性を活かした事業展開を行う小規模事業者と創業等の増加

地域資源・地域特性を活かした事業展開を図る小規模事業者や創業者に対して、需要開拓・販路開拓事業支援、事業計画策定支援、フォローアップ支援を通じて、地域の強みを活かせる小規模事業者の増加を図る。

（３）経営発達支援事業の目標

目標① 小規模事業者の経営力強化

地域の経済・需要動向を把握した上で、経営状況の分析・把握、それに基づいた事業計画の策定と実行による、小規模事業者の持続的な経営を可能とする経営力強化を行うことを目標とする。

目標② 地域資源・地域特性を活かした事業展開と販路開拓支援

山中温泉観光と伝統工芸山中漆器と言う地域資源の強みを活かし、産地主産業の活性化を図る。需要開拓・販路拡大・広報支援により、地域主産業等の小規模事業者の持続的な発展を目標とする。

目標③ 小規模事業者の力を引き出すことで地域全体での持続的発展を支援

当会は、地区小規模事業者に対して、外部環境変化に対応しながら自らの内発的な経営活動による持続的な発展のために支援を行う。当会による小規模事業者との「対話と傾聴」により、「小規模事業者の持つ強み（力）」と「自らの意志による持続的発展に向けての意志」を引き出すことが支援の際に重要なことと考える。当会は小規模事業者の「様々な課題の設定・解決」「経済・需要動向調査による外部環境変化の把握」「事業計画策定」「事業計画に基づく需要・販路開拓事業実行・振り返り・事業修正」に対して胸襟を開いて伴走型支援を行う。地域の小規模事業者の大部分が３つの主産業に所属すると言う特異な地域において、個社への支援は地域の面的な発展に直結する。

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6年4月1日～令和11年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

① 小規模事業者の自立的な経営力強化

小規模事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本旨的な課題への取組を反映させた事業計画策定の支援を行う。

絶えず変化を続ける環境変化に対応した事業改善を図る上では、財務データ等からみえる表層的な経営課題解決だけではなく、経済・需要動向調査に基づいて自らの経営を客観的に捉える経営分析と、将来を見据えた収益の維持・向上を図るための事業計画策定が必要である。

また、小規模事業者の将来的な自走化を目指して、多様な課題解決ツールの活用提案を各種セミナー開催や巡回時等に行いながら、最も身近な支援機関として小規模事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行して行くための継続的な支援を行う。

② 地域資源・地域特性を活かした事業展開と販路開拓支援

地域の主産業である「温泉観光(山中温泉)」「伝統工芸 山中漆器」「商店街」等、地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進する。

当地域の持つ地域主産業の商品・サービスに対する新たな開発・改善・需要開拓を支援する。展示会等出展や広報活動の支援を機会として、観光産業の持つ「域外需要を地域に呼び込む力」、伝統工芸産業の持つ「地域で生産し域外需要に発信販売する力」を活用して地域の魅力づくりに貢献する。

③ 小規模事業者の力を引き出すことで地域全体での持続的発展を支援

小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じてその小規模企業の持つ特有な潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。小規模事業者にとって地域の最も身近な支援機関だからこそできる伴走の仕方、支援を継続して行く。

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

① 現状

小規模事業者へのアンケートによる定期的な景気動向調査および RESAS を用いた経済分析により、地区内の経済動向の把握を図っているほか、支援ニーズの把握にも活用している。

また、調査結果については、巡回・来訪時の提供等により周知を図っている。

② 課題

景気動向調査においてタイムリーな調査項目（インボイス対応や雇用状況等）を盛り込んでおらず定型的な内容であったことから、事業者が求める調査内容と乖離していることが、過去に実施した事業評価委員会内において判明している。そのため、景気動向調査は事業者のニーズに沿ってその時期の状況により定型的な調査項目だけではなく、タイムリーな調査項目をも含むものとする。調査項目（内容）は当会が事業者のニーズを集約・取りまとめた上で調査の実施と結果を広く提供していく。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10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	1回
2. 景気動向分析の公表回数	HP掲載	1回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

① 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域の事業者に対し、限られた経営資源の集中投下による経済活性化を目指すために、経営指導員等が「RESAS」を活用した地域経済分析を行い年1回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」を活用し、地域経済分析を行う。

【調査項目】

	調査項目	調査の目的
1	地域経済循環マップ	地域特性を踏まえたマーケット分析等
2	産業構造マップ	産業の現状分析等
3	観光マップ	観光分野におけるマーケット分析等

② 景気動向分析

管内の景気動向について当地区の実情に合わせた当会独自のアンケートを年4回実施し、景気動向の詳細な実態の把握及び事業者の支援ニーズの把握を図っていく。

調査内容については、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」をベースにインボイ

スや雇用環境などタイムリーかつ調査要望が高い事項について盛り込んでいく。

調査手法	巡回訪問・来訪時にアンケートを実施する。 経営指導員等が回収したデータを整理し、分析を行う。
調査対象	管内小規模事業者 50 社
調査項目	売上高、客数、仕入単価、外注費、資金繰り、経常利益、設備投資他

（４）調査結果の活用

- 調査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。
- 経営指導員等が指導を行う際の参考資料とする。

４．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

① 現状

地域の主力産業である漆器業において、展示会出展時に来場者に対してアンケート調査を実施し、展示商品に対する評価及び“山中漆器”に対するイメージについて調査及び出展事業者への報告を行っている。

② 課題

本調査のフィードバックを事業者に対して行っているが、現状商品のブラッシュアップに結びついていないことから、調査項目を改善した上で実施していく。

（２）目標

	現状	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
調 査 対 象 事 業 者 数	11 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者

（３）事業内容

① 漆器展示会でのアンケート調査

山中漆器業者 12 社において、展示会出展時にアンケート調査及び出展事業者へのフィードバックの実施により、商品の改善や新商品の開発に資する。また、調査結果については事業計画に反映する。

【調査手法】 BtoB 向けの展示会において、出展ブースを訪れるバイヤーに対してアンケート調査を行う。アンケートは出展事業者が来場されたバイヤーに対して行う。

【分析手法】 中小企業診断士等の販路開拓専門家の分析意見を交えて経営指導員が行う。

【サンプル数】 来場者 100 人

【調査項目】 展示商品評価（デザイン・価格・パッケージ・手触り・質感、等）、商品ニーズ、企業イメージ、展示方法評価、広報物への評価、など。

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該漆器業者に直接行う形でフィードバックし、商品の改良や新商品の開発につなげる。

5. 経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

① 現状

これまで1 コース 3 日程の経営分析セミナーの開催により、利益率の改善方法等について分析を行っていた。

しかしながら、経営分析の内容は財務分析や資金繰り等の定量分析が中心であり、表面的な問題点しか把握できなかったことから、分析後の事業計画策定に結びつきにくい状況であった。

② 課題

これまでは経営分析から事業計画策定へと繋がりにくかったことから、今後は財務分析のみならず、「対話と傾聴」を通じて各社が抱える経営の本質的な課題を把握し、分析実施後の事業計画策定に繋げていく。

（２）目標

	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
セミナー開催件数	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
経営分析事業者数	23 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者

（３）事業内容

① 経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

実際に参加者自らが経営分析を行うワークショップ型のセミナーを通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。その後のアフターフォローも含め伴走型支援によって事業者の支援を継続する。

【募集方法】 チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

② 経営分析の内容

【対象者】 セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い 30 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「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》

分析項目	分析方法
売上持続性	ヒアリング内容や提供された財務資料を基に、経済産業省のローカルベンチマーク等を活用し、それぞれの項目について経営指導員等が分析を実施する。
収益性	
生産性	
健全性	
効率性	
安全性	

《非財務分析》

下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会整理する。

手法については対話と傾聴を通して各社の本質的な課題を抽出し、中小機構の「経営計画つくるくん」やSWOT分析、3Cフレームを用いて整理する。

内部環境	外部環境
・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 ・店舗、設備	・技術、ノウハウ ・デジタル化、IT活用 ・事業計画の策定、運用 ・販売促進、営業
	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・顧客ニーズ ・業界の動向

（４）分析結果の活用

○分析結果は、当該事業所にフィードバックし、事業計画策定などに活用する。

○データベース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とともにスムーズな支援が継続できる体制を整える。

○分析の結果生じる専門的な課題や資金繰りについては、専門家、政府系金融機関、地域金融機関等と連携し、きめ細かいサポートを伴走型支援によって行うことで経営の持続・発展に向けた実現性の高い事業計画づくりに反映する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

① 現状

これまで事業計画策定セミナーを毎年１回開催してきたが、事業計画策定セミナーについてはその意義や重要性の理解が十分に浸透していないため参加者は少ない。

② 課題

事業計画策定セミナーについて、経営分析を行った事業者への周知を強化することや持続化補助金申請に合わせて開催するなど運用を改善して参加者の増加を図っていく。

（２）支援に関する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と説明しても、行動や意識変化を促すことは困難である。そのため、対話と傾聴を通して改善意欲が高まっている５．で経営分析を行った事

業者に対し、分析で抽出された課題を如何に解決し持続的発展を果たすのかを描く次のステップとして事業計画策定を提案し、5割程度／年の事業計画策定を目指していく。

また、持続化補助金の申請に合わせた時期に開催することで参加者の増加を図り、事業計画の策定につなげていく。

加えて、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、策定する事業計画に積極的にDXを取り入れることによって競争力の維持・強化を目指す。

なお、5. で実施するワークショップ型のセミナーを通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じた伴走型支援により最適な意思決定のサポートを行う。

(3) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	4者	15者	15者	15者	15者	15者

(4) 事業内容

① DX推進セミナー開催・IT専門家派遣

DXに向けた意識の醸成や基礎知識習得の他、ITに関する取組レベルを引き上げていくためにセミナーを開催する。

また、セミナー受講者の内、取組意欲の高い事業者に対しては、必要に応じてIT専門家派遣を実施し取組を支援する。

【支援対象】 需要動向調査・経営分析実施者を含む管内小規模事業者

【募集方法】 チラシ、ホームページ

【講師】 IT専門家

【回数】 年1回

【カリキュラム】 DX総論、DX関連技術、各種システム、HP・SNS・ECサイトの活用等

【参加者数】 15名

② 事業計画策定支援セミナー

セミナー終了後には個別相談会を行い、必要に応じて外部専門家を派遣し、確実に事業計画策定につなげていく。

【支援対象】 需要動向調査・経営分析実施者、持続化補助金等の申請を目指す事業者

【募集方法】 チラシ、ホームページ

【講師】 中小企業診断士

【回数】 年1回

【カリキュラム】 現状分析、目標設定、ビジョン、課題抽出、改善策、アクションプラン等

【参加者数】 15名

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

① 現状

事業計画策定事業者向けのフォローアップは、これまで実施しているものの、フォローアップ回数や間隔が画一的であった。

② 課題

計画の進捗や課題の内容に応じてフォローアップを行う仕組みを作り運用することで、必要性の高い経営者に対する集中的な支援や、全体的なフォローアップ回数の増加を図っていく。

(2) 支援に関する考え方

経営者自身が自走化し、対話を通じてよく考えて答えを見いだすこと、経営者と従業員が一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、伴走型支援による計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げていく。

事業計画を策定した全ての事業者を伴走型支援によるフォローアップの対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、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、フォローアップを行う。

(3) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
フォローアップ 対象事業者数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
頻度（延回数）	86回	60回	60回	60回	60回	60回
売上増加 事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
利益率1%以上 増加の事業者数	12者	12者	12者	12者	12者	12者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。その頻度については、事業計画策定15者のうち、5者は隔月1回、5者は四半期に一度、他の5者については年2回とする。ただし、事業者からの申出等により、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、商工会県連合会の専門経営指導員や外部専門家など必要に応じて第三者の視点を投入し、対話と傾聴によって当該ズレの発生の原因や今後の対応方策を検討の上、事業者が納得できる計画やフォローアップの修正等を行う。

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

① 現状

温泉観光に対する需要・販路開拓事業として地域内イベントの開催支援を行っている（地域の民謡イベントやその他観光イベント）。環境変化に対応した事業再構築に向けての補助金事業支援等も行っている。

伝統工芸 山中漆器に対して地域内外（国内外）で開催される展示会開催や新たなブランド作り、生産工程の IT 等を支援している。

商店街に対しては石川県・加賀市と協力し商業活性化推進事業を開催しイベント事業を支援している。

② 課題

事業環境の変化に伴って新たな課題に対応した、中長期的な視野を持つ事業計画の策定とその計画に基づいた新しい商品やサービス開発による需要開拓が必要である。アフターコロナを見据えての新たな商品・サービスの開発、「温泉場とものづくり産地」が同居する地域の特徴を活かした視点等が現状では欠けている。

展示会出展支援では事業環境変化に対応した商品・サービス開発支援や事前事後の出展計画策定や見直しに対するフォローが不十分であった。改善の取組を行って実施する。

今後、新たな販路の開拓や既存事業の大幅な改善にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある伝統工芸産業、温泉観光業、商店街事業者を重点的に新たな需要・販路開拓を支援する。

DXに向けた取組として、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の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①国内外展示会出展参加事業者数 (BtoB)	11者	12者	12者	12者	12者	12者
成約件数／者	10.8件	12件	12件	12件	12件	12件
②SNS活用事業者	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率／者	—	5%	10%	10%	10%	10%
③ECサイト利用事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率／者	—	5%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

小規模事業者に対する新たな販路開拓事業を小規模事業者と共に経営指導員が中心となって企画

実行する。業界団体（山中漆器連合共同組合・山中温泉観光協会・山中温泉旅館協同組合・山中温泉商店協同組合等）と協力連携を行い、小規模事業者ひとりひとりへの支援且つ地域産業全体への波及効果を望むことが出来る新たな需要・販路開拓事業を支援する。

① 国内外展示会出展事業

ア. 観光業需要・販路開拓支援（BtoB）

北陸新幹線の延伸によりインバウンド需要を取り込むための環境づくりが進むこととなる。当地域内観光旅館では過去に海外トラベルマーケットに日本で初めて出展し、その後海外観光客の宿泊比率が8割を超えるようになった例がある。これら海外インバウンド客に向けた展示会出展支援を伴走型で行う。

【出展支援を検討する展示会】

○WTM 2023 - ワールド・トラベル・マーケット

- ・英国ロンドンで行われる世界の旅行バイヤーに世界最大の旅行先とブランドを紹介する展示会。
- ・2022 年来場者数 35,000 人、184 か国。3 日間開催。
- ・対象者 BtoB。宿泊施設、冒険旅行、航空陸上処理サービス、目的地管理会社サービス、グループ旅行サービス、観光団体、旅行会社、旅行技術サービス
- ・英国 ExCeL London 会場にて開催。

○その他国内外展示会

イ. 漆器ものづくりの需要・販路開拓支援（BtoB）

伝統工芸は食生活用の多様化など、対応すべき課題がある。ニーズに対応した新商品の開発を行いながらその訴求と市場からのフィードバックを展示会等への出展において行う必要がある。

一方で国内販路の頭打ちは現状避けられないものとする。

事業計画策定時において国内外需要・販路開拓を計画する意欲ある小規模事業者を伴走支援する。

【出展支援を検討する展示会】

○東京インターナショナルギフトショー

・国内最大のギフトマーケットショーであり、ギフト市場をメインの市場とする漆器において最適な展示会である。事業計画策定時に需要・販路開拓事業としてこの展示会出展を事業計画に盛り込む事業者が最大である。

- ・2023 年秋第 9 5 回開催 来場者数 149,844 名（うち海外来場者 552 人）。3 日間開催。
 - ・対象者 BtoB。来場者業者別割合 卸売 25%/メーカー15%/専門店 13%/その他小売 8%/百貨店 5%/その他
 - ・東京ビッグサイト会場にて年 2 回開催。
- その他国内外展示会

② SNS活用（BtoC）

観光業や漆器産業においては、「こと」の発信による「ブランド価値」の向上が必要である。そのためには SNS 活用による情報発信が大切である。商店街では現状の顧客が近隣の商圈を中心としていることから、遠方の顧客や観光客の取込のため、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。

③ ECサイト利用（BtoC）

BASE 等のショッピングカートASPも含めた各種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。

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

① 現状

年2回事業評価委員会を開催し、事業評価及び見直しを行っているが、評価委員会内において受けた今後に向けた提言について、次期計画策定に十分に反映出来ていなかった。

② 課題

P D C Aサイクルの内、C⇒Aの段階にボトルネックがあった為、新たな需要の開拓に寄与する事業等の方向性等について受けた提言について、次期計画策定の際に見返すなどして、計画に反映していく必要がある。

(2) 事業内容

① 事業評価委員会開催

役員会と併設して、事業評価と見直しについて外部有識者（中小企業診断士）、加賀市温泉支所長、加賀市商工振興課長、法定経営指導員等をメンバーとする委員会を設置する。委員会は年2回開催する。

委員会にて事業成果についての評価を受け、役員会にフィードバックした上で、P D C Aサイクルにそって事業の見直しと実行を行う。

② 結果の公表

年度当初の事業実施方針と事業評価委員会による評価結果を当会ホームページにて公表する。地域小規模事業者が常に観覧可能な状態とする。（年間2回）

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

① 現状

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、経営指導員相互間での定期的（週1回開催）な情報交換も行いスキルアップを図っているものの、現状では経営指導員を中心に行われており、その他職員の参加は限定的である。

② 課題

商工会職員には小規模事業者の持続的な発展を図るため、経営に寄り添う伴走型の支援が求められている。そのためには、経営指導員の支援力向上のみならず、その他一般職員の能力向上によって1つのチームとして支援に当たる必要がある。

(2) 事業内容

① 外部講習会等の積極的活用

【事業計画策定セミナー】

事業評価委員会において、事業計画の策定件数の増加の必要性が指摘されているため、中小企業大学校が実施する「事業計画策定セミナー」等への参加によって、一般職員に不足する計画策定に係る能力の底上げを図る。

【D 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、ホームページ等を活用した情報発信方法や SNS を活用した広報などD X推進取組に係る相談・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。

【コミュニケーション能力向上セミナー】

経営発達に必要不可欠と言える事業者が抱える本質的な課題を発掘する能力が不足していることから、対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修の実施により、伴走型支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

【小規模事業者課題設定力向上研修】

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

② O 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。

③ 共有の方法・データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援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できるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(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 5 年 1 0 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)	
事務局長 法定経営指導員 1 名 経営指導員 1 名 補助員 1 名 記帳専任職員 1 名 加賀市山中温泉支所 加賀市商工振興課	
(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：鹿野 雄一 ■連絡先：山中商工会 TEL：0761-78-3366 ②法定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、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、1 名の配置を行うこととする。	
(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先	
①商工会 〒922-0112 石川県加賀市山中温泉西桂木町ト 5-1 山中商工会 TEL：0761-78-3366 ／ Fax：0761-78-1766 ／E-mail：yamanaka@shoko.or.jp ②関係市町村 〒922-0811 石川県加賀市大聖寺南町ニ 41 番地 加賀市 商工振興課 TEL：0761-72-7940 ／ Fax:0761-72-7991 ／E-mail：shoukou@city.kaga.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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	9,740	9,740	9,740	9,740	9,740
○経済動向調査事業費	120	120	120	120	120
○需要動向調査事業費	100	100	100	100	100
○経営状況分析事業費	50	50	50	50	50
○セミナー開催事業費 (DX 推進等)	140	140	140	140	140
○経営計画策定支援事業費	120	120	120	120	120
○需要開拓事業費	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
○事業評価事業費	70	70	70	70	70
○ソフトウェアサービス	140	140	140	140	140

(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、加賀市補助金、石川県補助金、国補助金、特別賦課金他

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