

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	川北町商工会（法人番号 9220005002993） 川北町（地方公共団体コード 173240）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現 ② 競争力のある小規模事業者の育成に向けた支援 ③ 地域資源を活用した企業連携による新たな商品・サービスの開発と販路開拓の支援
事業内容	3. 地域の経済動向調査に関すること 地域の経済動向分析を行うために「RESAS」（地域経済分析システム）の活用や管内の景気動向調査を行う。 4. 需要動向調査に関すること 川北町の地域資源を活用した新商品を開発する事業者を対象に、商品の開発・改善のための調査を実施する。 5. 経営状況の分析に関すること 販路開拓に意欲的な事業者に対し、定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「SWOT分析」の双方で支援する。 6. 事業計画策定支援に関すること ① DX推進セミナーの開催・IT専門家派遣を実施し、DXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組みを推進する。 ② 事業計画策定セミナーを開催し、外部専門家とも連携しながら、計画策定を伴走型で支援する。 7. 事業計画策定後の支援に関すること 経営指導員が巡回指導を行いながら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。計画と進捗状況のズレが生じている場合、計画の修正等行っていく。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 北陸地区や首都圏で開催される展示会や商談会への参加を促すとともに、SNS・自社HP・ECサイトを活用し、販路拡大を目指している事業者を支援する。
連絡先	川北町商工会 〒923-1267 石川県能美郡川北町字壺ツ屋93 TEL：076-277-2133 / FAX：076-277-2733 E mail：kts@shoko.or.jp 川北町 産業経済課 〒923-1267 石川県能美郡川北町字壺ツ屋174 TEL：076-277-1124 / FAX：076-277-2584 E mail：sankei@town.kawakita.lg.jp

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

【立地】

川北町は、加賀平野の中央に位置し、平坦で肥な田園地帯が拓けている。行政区域は、東西約10.6km、南北約1.3km（総面積：14.64km²（平成27年1月1日土地概況調査））と、手取川に沿って東西に細長い形状をしている。

これまで度重なる手取川の氾濫と戦い続け、昭和9年の大水害で、町は壊滅的な被害に見舞われたものの、強固で懸命な精神により復興を遂げ、手取川の伏流水や肥沃な大地の恵みを受け豊かな地域社会を築いてきた。

明治40年に中島村、草深村、砂川村の3ヶ村が合併し川北村が誕生し、昭和55年より町制を施行し、令和2年に、40周年を迎えるに至っている。

町内は、小学校区のまとまりを中心に、東部・中部・西部ごとにバランスのとれた住宅地が形成されている。



川北町は、石川県の2大都市である、金沢市と小松市のほぼ中間にあって、どちらへも約15kmと比較的近距離に位置し、両市とは同町を縦断する国道8号線・加賀産業開発道路などアクセスのし易い道路によって結ばれている。

また、車での移動で北陸自動車道 美川ICより10分、JR美川駅より7分、小松空港より20分の距離に位置し主要都市へのアクセスがよい。

石川県能美郡
川北町へのアクセス

主要都市→石川県へ

- ◎東京ー金沢 北陸新幹線約2時間30分
- ◎大阪ー金沢 JR特急約2時間30分
- ◎名古屋ー金沢 JR特急約3時間
- ◎羽田ー小松 飛行機で約1時間



川北町中心部まで車で

- ◎北陸自動車道 美川ICより10分
- ◎JR美川駅より7分
- ◎小松空港より20分
- ◎金沢市中心部より30分



【人 口】

川北町の人口は、金沢市や小松市への通勤圏および手厚い行政サービスにより、県内有数の人口増加率で推移してきた。

川北町総合計画策定時は全国的な人口減少にもかかわらず町の人口増加は顕著であり、県内では有数の人口増加率を示している。また、町の世帯人員は3.57人/世帯と県平均を上回り、農村集落を基本とした多世代家族が多く、他の自治体で増加が著しい高齢者世帯等の割合は小さくなっている。

川北町総合計画では2025年の将来人口を6,800人と掲げ、豊かな田園環境と調和し、町のスケールに見合った適正な自治体運営を目指すものとしていた。

しかし、全国的に少子高齢化が進むとともに川北町においても同様の傾向が現れ、令和2年の国勢調査人口等基本集計結果では、人口6,135人、世帯数は1,915世帯となっている。全国動向と同様に人口の減少、高齢化の進行がみられ、老年人口の割合は平成27年に20.5%だったものが、令和2年には23.6%となっている。

また、「世帯人員、0歳～14歳の年少人口」の割合も減少はしているものの県内他市町とくらべると依然として高い。

令和5年8月時点では人口6,091人、世帯数2,020世帯となり、世帯数は一貫して増加傾向にあるが、人口・世帯人員（一世帯当たり人口）は減少傾向にある。出生率の改善に向けた積極的な施策展開を行うとともに、転出の抑制に向けた取組の推進が求められている。

【町の人口推移】



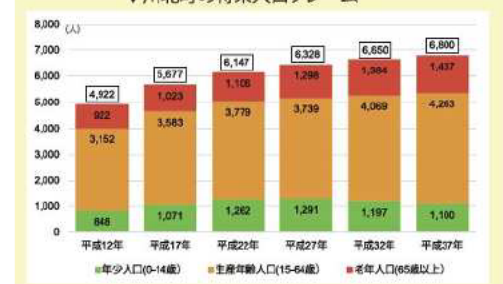
【主な人口指標の比較】

	川北町	白山市	能美市	金沢市	小松市	石川県
人口増加率 (H22対H17)	8.28%	0.92%	3.12%	1.71%	-0.60%	-0.36%
世帯人員 (H22)	3.57 人/世帯	3.02 人/世帯	3.05 人/世帯	2.42 人/世帯	2.89 人/世帯	2.65 人/世帯
高齢者世 帯率 (H22)	10.3%	15.2%	15.1%	16.5%	18.0%	18.3%

【年齢階級別人口の比較 (H27 推計)】

	川北町	白山市	能美市	金沢市	小松市	石川県
年少人口 (0～14歳)	20.4%	14.5%	15.5%	13.2%	14.2%	13.1%
生産年齢 人口 (15～64歳)	59.1%	59.8%	60.0%	61.9%	58.2%	59.0%
老年人口 (65歳以上)	20.5%	25.7%	25.7%	25.0%	27.6%	27.9%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

▼川北町の将来人口フレーム



（出典：川北町総合計画）

【年齢階級別人口・世帯数の比較】

	川北町	白山市	能美市	金沢市	小松市	石川県
年少人口 (R2) (0歳～14歳)	1,057 17.2%	15,178 13.7%	6,819 14.1%	56,180 12.1%	13,857 13.0%	137,365 12.1%
生産年齢人口 (R2) (15歳～64歳)	3,630 59.2%	64,208 58.2%	28,985 59.7%	283,255 61.1%	61,671 58.1%	657,990 58.1%
老年人口 (R2) (65歳以上)	1,448 23.6%	31,022 28.1%	12,719 26.2%	123,819 26.7%	30,688 28.9%	337,171 29.8%
合計	6,135 100%	110,408 100%	48,523 100%	463,254 100%	106,216 100%	1,132,526 100%
人口増加率 (H27対R2)	△3.04%	1.03%	△0.73%	△0.53%	△0.66%	△1.86%
世帯数 (R2)	1,915	40,958	18,192	207,520	41,312	469,910
世帯増加率 (H27対R2)	3.6%	6.55%	4.84%	3.98%	8.24%	3.65%
世帯人員 (R2)	3.20 人/世帯	2.70 人/世帯	2.67 人/世帯	2.23 人/世帯	2.57 人/世帯	2.41 人/世帯

表の数値は令和2年国勢調査人口等基本集計結果（石川県関係分）の概要より

【産 業】

ア. 農業

川北町は、手取川扇状地の肥沃な土壌と水利を活かした県内有数の穀倉地帯として発展し、農業が町の基幹産業として営まれてきた。

町内の圃場整備は完了しており、町ではこれまで農業生産基盤の整備や農業構造の改善などに取り組み、生産効率の向上が図られつつある。

◇農家数の推移

昭和中期には、町の大半が農家世帯であったが、兼業化や高齢化が進み、全国同様に農業離れが進行している。

令和２年時点で個人農家は１０２人、法人経営が１１社となっている。

◇農産物

川北町の基幹作物は水稻（すいとう）で、良質米産地としての地位を維持している。また、需給バランス等も踏まえつつ麦や大豆、イチジク、ナスといった市場性（付加価値）の高い農産物の生産に取り組んでいる。

イ. 商工業

川北町は商店街がなく、集落散村の中にぼつりぼつりと小売店、飲食店が点在している。繊維関連の製造業が早くから営まれ、昭和中期からは、インフラ整備に伴い鉱業・建設業や近隣市町の建設機械メーカーや自動車メーカーの下請けをする鉄工所等の企業が増え始めた。

兼業化や高齢化で農業離れが進行するなか、昭和５０年代以降、行政主導で農村地域工業等導入促進法に基づく優良企業の誘致や大型商業施設が郊外に進出し、便利な買い物環境が形成されるなど、町内商工業の振興が行われた。

これに伴い、工業出荷額・商業販売額ともに増加しているが、その一方で、経済の不況などの影響を受け地元中小企業の業況は低迷している。

ウ. 管内の小規模事業者

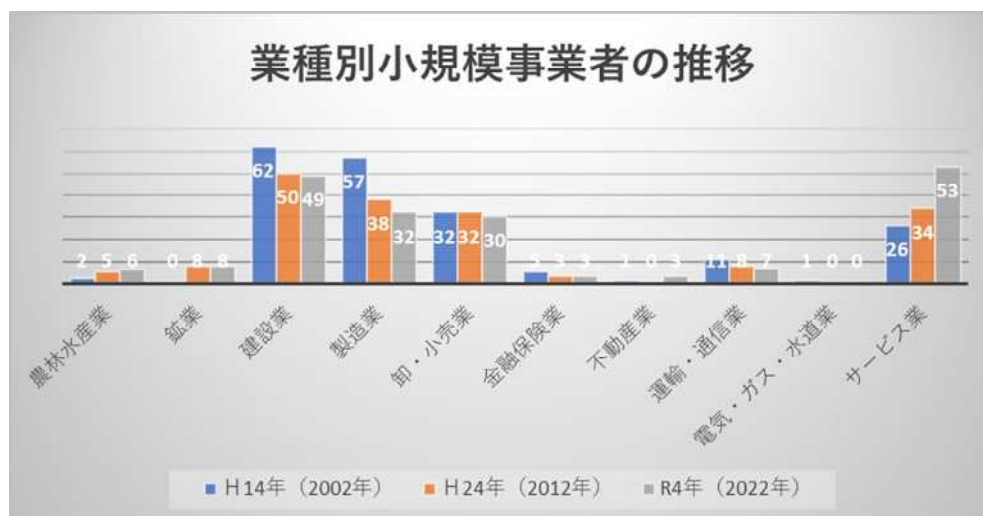
令和４年度末の川北町内の小規模事業者を業種別の割合で見ると、サービス業が２７．７％と最も高く１０年前と比較して５６％の増加を示している。美容室、エステなど自宅を改装して事業を始める事業所が増えている。予約がしやすく、待ち時間が少なく、自分のスケジュールに合わせてサービスを受けることができるなど、消費者にフレキシビリティと便益を与えるといった要因等により美容室やエステを自宅に持つ事業所が増加していると考えられる。次に建設業が２５．７％と２番目に高い割合になっている。しかし、１０年前との比較では１６％と一番の減少率を示している。景気減速の影響や、経営者の高齢化・後継者不在といった要因で、倒産廃業があり、なかでも繊維関係では平成１４年に１３社あった企業が、令和４年には３社と激減している。３番目に割合の高い建設業も公共事業の減少から事業規模の縮小化がみられる。

また、全体に占める割合は低いですが、大きな増加を示しているのが農業である。個人農家が減少するなか、町では集落営農組織の法人化等の支援を強化し、農業法人や集落営農法人が設立され、農業を営む商工業者が増加している。

【川北町商工会管内の業種別小規模事業者数の推移】

産業分類	川北町地区の内訳							石川県全体	
	H14年（2002年）		H24年（2012年）		R4年（2022年）		H22⇒R4	R4年（2022年）	
	事業者数	構成比	事業者数	構成比	事業者数	構成比	増減率	事業者数	構成比
農林水産業	2	1.0%	5	2.8%	6	3.1%	20%	169	1.2%
鉱業	0	0.0%	8	4.5%	8	4.2%	0%	26	0.2%
建設業	62	31.5%	50	28.1%	49	25.7%	-2%	3,437	24.0%
製造業	57	28.9%	38	21.3%	32	16.8%	-16%	2,129	14.8%
卸・小売業	32	16.2%	32	18.0%	30	15.7%	-6%	4,005	27.9%
金融保険業	5	2.5%	3	1.7%	3	1.6%	0%	81	0.6%
不動産業	1	0.5%	0	0.0%	3	1.6%	-	370	2.6%
運輸・通信業	11	5.6%	8	4.5%	7	3.7%	-13%	302	2.1%
電気・ガス・水道業	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	-	9	0.1%
サービス業	26	13.2%	34	19.1%	53	27.7%	56%	3,815	26.6%
合 計	197	100%	178	100%	191	100%	-	14,343	100%

出典：石川県商工会連合会「商工会の現況 平成4年、平成14年、令和4年」



【観 光】

ア. 町内外の交流を促進するイベント・施設

県内有数のイベントである川北まつり「手取の火まつり」は、今年で第38回を迎え、北陸最大規模の花火大会でもあることから、県内外から大勢の来訪者が訪れ、来訪者は年々増加傾向にある。

また、川北温泉と町図書館を併設したふれあい健康センターには、毎日多くの集客があり、隣接するサンアリーナ川北やコミュニティ&スポーツ公園などとともに、川北町の中心的な交流ゾーンを形成している。



(写真：川北まつり「手取の火まつり」)



(写真：ふれあい健康センター)

イ. 川北ブランド

川北町は、米や麦、大豆、イチジクといった豊富な農産物から「地ビール」や「和菓子 いちじく太鼓」などの加工品、同町商工会が町とともに企画したご当地グルメ「かわきた味噌豚どん」、加賀雁皮紙といった工芸品など、地域固有の特産ブランドを有しており、地場企業との協働により産直物産館を拠点とした特産物販売に取り組んでいる。

これら特産ブランドの町内外での販売・PRの展開により、豊かな“農”の町としてのイメージが定着しつつある。



(写真：地ビール)



(写真：いちじく太鼓)



(写真：かわきた味噌豚どん)

②課題

ア. 農業振興における課題

近年、安全・安心な食材や地産地消が注目されるなど、消費者の「食」に対する関心が高まり、産地間競争が激化しつつあります。今後は、今まで以上に町内外での販売・流通を見据え、食品卸業・加工業への出荷を拡充するなど、農産物を純粋に「つくる」から「いかに売るか」を考え、農業経営の創意・工夫を高めていくことが望まれる。

イ. 商業振興における課題

町郊外や近隣市町に大型商業施設が立地し、自家用車等による便利な買い物環境が形成されている中、その進出が小規模事業者の後継者不在に繋がる要因ともなり、経営者の高齢化に伴いそのまま廃業に至るケースが多く見られる。また、急速な技術革新とデジタル化の進展に対応できていない事業者が多く、この問題に対処しないと、競争力を維持し、事業を持続させることがますます難しくなる。商店街がなく集落ごとに点在する店舗が多い同町では、流入する消費者をいかに個店に導き寄せるかが重要な課題である。

ウ. 工業振興における課題

平成17年に町内既存大手企業の大規模増設がされて以来、全国的に企業誘致活動の競争が激しい中、令和元年には医薬品容器製造業の企業進出があった。同町のさらなる工業振興を図っていくためには、北陸新幹線の開業を契機とした経済効果を享受するために、優良企業の誘致活動を継続的に推進することが望まれる。また、下請け体質の高い地場企業の事業拡大を促進するために、個々の技術力や町の地域資源を活かして独自の製品開発・生産を行い、流通・販売経路を開拓していくことが望まれる。

エ. 観光振興における課題

町の個性を磨き上げていくため、川北まつりをはじめ、手取川の自然や特産品、イベントなど、町の魅力を発信するとともに、町内外の交流を促進していくことが求められる。また、産直物産館やレクリエーション施設など充実した既存施設を活かし、素通り・通過型から立ち寄り・滞在型の町へと、情報発信・交流拠点機能を強化していくことが望まれる。

オ. ブランド振興における課題

地域資源を活用した川北ブランドの町内外での販売・PRの展開により、豊かな“農”の町としてのイメージが定着しつつある。一方、全国各地でこれらブランド戦略が展開されつつあり、町の独自性やPRの更なる強化が求められている。地域に根ざした川北町独自のブランド振興

に向けて、産業界と行政が連携した共同研究や、農商工による異業種間の連携・交流などを促進し、農産物や伝統工芸品をはじめ川北ブランドの特色を活かした商品のさらなる開発や販売を強化し、首都圏をはじめ全国各地に発信していくことが課題となる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

川北町の老年人口割合は23.6%（R2）であり、近隣市町や石川県全体の老年人口割合（29.8%）に比べ低い割合だが、近年、高齢者の数は増加傾向にある。本格的な高齢社会の到来に備えて高齢者がいつまでも川北町で安心して暮らせるための身近な買い物環境の整備が必要となっている。

また、急速な技術革新とデジタル化の進展が、新たな市場を創造し、既存のビジネスモデルを変革している。それに加えて消費者の期待と要求は急速に変化しており、顧客志向のビジネスモデルが重要となり、競争相手との差別化が求められ、小規模事業者はこの変革に応じる必要がある。

経営資源の少ない小規模事業者にとって、この変革に応じることは容易ではない。しかし、この変革に対応することができれば、小規模事業者にとって新たなビジネス機会を獲得し、効率性を向上させ、競争力を高める道が開いている。

そのためにも、商工会は事業者に対しデジタル化移行への支援、専門的なセミナーによる経営スキルの向上を支援するなど、引き続き各事業者に寄り添った伴走型の支援が重要である。

② 川北町総合計画との連動性・整合性

本町では、平成28年度を初年度とする川北町総合計画（基本構想及び基本計画）と第1期川北町版総合戦略を並行して策定しました。

この基本計画において産業・交流分野の方針では「農・商・工のバランスのとれた、産業の振興と交流を促進するまちづくり」を掲げ、川北町で生産される農産物や特産品をはじめ、製造・加工技術、人材など、町の地域資源が有機的に好循環する地域循環型産業を展開し、川北ブランドとして町内外への発信をめざす等としている。

また、第2期川北町版総合戦略においては、総合計画で示す『キラリと輝く“ふるさと川北”』～みんなで手を取り“若さあふれる”まちづくり～の実現のために、4つの基本目標を掲げ「まち・ひと・しごと」を一体的に創生するために講ずべき施策の方向、具体的施策をとりまとめ展開している。なかでも商工会と関連性が高い項目については以下のとおりとなっている。

◇基本目標 『地域で働きやすい 産業と雇用環境を生み出す』

- ◇施策
 - ア. 町の特性を活かした農業の展開
 - 経営所得安定対策の推進
 - 地域振興作物等の産地化・ブランド化の推進
 - 食の安全・安心の確保（減農薬・有機栽培・生産出荷履歴の明確化等）
 - 認定農業者や集落営農の組織化と支援
 - イ. 中小企業の競争力向上
 - 産官連携・異業種間交流の推進
 - 農商工の連携
 - 新規事業開拓・起業の支援
 - 商工会など地域貢献事業の支援と活動推進
 - ウ. 川北ブランドの魅力向上と発信
 - 新商品の開発に対する支援
 - 川北ブランドの町内外・全国への販路拡大
 - 地産地消の推進（町内消費の拡大）

- 返礼品を活用したふるさと納税事業の推進
- 他市町との連携事業の推進

これらのなかでも、「中小企業の競争力向上」「川北ブランドの魅力向上と発信」については、当会の経営発達支援計画との連動性・整合性が取れている。また、当会では川北町産業経済課と定期的に会議を開催し、会議を通じて各種施策の情報交換や実施状況方向、各種事業のすり合わせを行い、川北町とともに小規模事業者の持続的な発展に資する伴走型支援体制の整備に取り組んでいきたい。

③ 商工会としての役割

川北町商工会は地域経済の健全な発展を促進し、地元の企業や事業者が事業を継続していくための支援を提供してきました。小規模事業者が先を見通すことが困難な時代において、これからは経営者自らが自社の経営課題を見極め、様々な環境変化に柔軟に対応して自社を変革させていく「自己変革力」を高めることが求められている。本会では小規模事業者の支援体制を一層強化し、経営指導員等による伴走支援により小規模事業者の経営力向上、デジタル化への対応や、独自性のあるオリジナル商品の開発を促進するなど、競争力のある企業育成に努め地域の支援機関としてのリーダー的な役割を果たしていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

経営者との対話と傾聴を通じて、事業者が抱える本質的な課題に気づくよう促し、内発的な動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援し、小規模事業者の経営力向上に努め、事業継続を実現する。

② 競争力のある小規模事業者の育成に向けた支援

小規模事業者が新たなビジネス機会を獲得し、効率性を向上させ、競争力を高めるため、デジタル化移行への支援、専門的なセミナーによる経営スキル向上の支援により経営者を育成する。

③ 地域資源を活用した企業連携による新たな商品・サービスの開発と販路開拓支援

大学や県の研究機関等との連携や異業種間の交流機会を拡大し、地域資源を活用した独自性のあるオリジナル商品の開発を促進するなど、競争力のある企業育成と商品の販路開拓に努める。

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による事業継続を実現

小規模事業者が先を見通すことが困難な時代において、成長・事業継続していくには、経営者自らが自社の経営課題を見極め、様々な環境変化に柔軟に対応して自社を変革させていく「自己変革力」を高めることが必要となっている。

経営発達支援事業により経営指導員が経営者との対話と傾聴を通じて、事業者が抱える本質的な課題に気づくよう促し、内発的な動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援し、小規模事業者の経営力向上に努め、事業継続を実現する。

② 競争力のある小規模事業者の育成に向けた支援

急速な技術革新とデジタル化の進展が、新たな市場を創造し、既存のビジネスモデルを変革している。それに加えて消費者の期待と要求は急速に変化している。顧客志向のビジネスモデルが重要となり、競争相手との差別化が求められ、小規模事業者はこの変革に応じる必要がある。

経営資源の少ない小規模事業者にとって、この変革に応じることは容易ではない。しかし、この変革に対応することができれば、小規模事業者にとって新たなビジネス機会を獲得し、効率性を向上させ、競争力を高める道が開いている。

そのためにも、経営発達支援事業により商工会が事業者に対しデジタル化移行への支援、専門的なセミナーによる経営スキル向上の支援など、引き続き各事業者に寄り添った伴走型の支援を行い経営者の育成を実現する。

③ 地域資源を活用した企業連携による新たな商品・サービスの開発と販路開拓支援

地域資源は、特有の価値や魅力を持ち、それをビジネスに活かすことは、地域経済の発展にとっても大きな意味を持っている。経営発達支援事業により商工会が大学や県の研究機関等との連携や異業種間の交流機会を拡大し、地域資源を活用した独自性のあるオリジナル商品の開発を促進するなど、競争力のある企業育成と商品の販路開拓に努める。

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〕 コロナ禍における管内の経済動向を把握するための調査を定期的を実施し、分析して公表を行った。その調査結果は主に町への要望として活用した。ビックデータを活用し分析した小規模事業者への有益な情報提供は行えていない。

〔課題〕 これまで実施しているものの、ビックデータ等を活用した専門的な分析ができていなかった為、改善した上で実施する。

(2) 目標

	公表方法	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10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 景気動向分析の公表回数	HP 掲載	5回	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

① 地域の経済動向分析（国が提供するビックデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投入し、効率的な経済活性化を目指すため、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い、年1回公表する。

【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、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・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析

・「まちづくりマップ・From to 分析」→人の動き等を分析

・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

② 管内の景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年2回調査・分析を行う。

【調査手法】 調査票をFAXで送付し、FAXでの返信・巡回時に経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う

【調査対象】 管内小規模事業者の3分の1にあたる60事業者程度を対象

（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業など）

【調査項目】 売上額、仕入価格、収益、資金繰り、経営課題、事業承継、雇用、設備投資 等

(4) 調査結果の活用

○調査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

[現状] 当会では需要動向調査をアンケートや外部調査会社に依頼するなど、業種毎に手段・手法を変えて調査を実施し事業者にフィードバックできていない。

[課題] 需要動向調査に関する支援先の発掘ができていない。今後は地域資源を活用した商品開発や、メニュー開発に絞って、事業者に周知するなど改善した上で需要動向調査を実施する。

(2) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
①新商品開発の調査対象事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
②試食、アンケート調査対象事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

(3) 事業内容

川北町の特産品である「イチジク」「柿」など地域資源を活用した新商品を開発する事業者を対象に、商品の開発・改善のための調査を実施する。具体的には、町産直物産館において、試食及び来館者にアンケートを実施し、調査結果を分析した上で事業者にフィードバックすることで、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

(情報収集)

1～2週間程度の期間を定め町産直物産館に来館する客に開発中の商品を店頭で試食してもらい、物産館スタッフが聞き取りアンケートに記入する。また、物産館で8月に開催されるイベント「青空市」の他、不定期で開催されるイベント等も活用し、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

(情報分析)

調査結果は、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50人

【調査項目】 ①味、②食感、③色、④大きさ、⑤価格、⑥見た目、⑦パッケージ等

【調査結果の活用】 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、更なる改良等を行う。

5 . 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] これまで経営分析セミナーは実施せず、経営指導員が個別での経営分析を行ってきた。当会で実施してきた経営分析は、主に融資斡旋や事業計画策定の際も財務分析としてのものが多かった。経営目標や戦略の策定にはほとんど活用されていなかった。

[課題] これまで実施しているものの、「利益率の改善」といった財務データから見える表面的な課題のみに着手していたため、さらに「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握につなげ、経営目標や戦略の策定に活用していく。

(2) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
①セミナー開催件数	－	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	9者	10者	10者	10者	10者	10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。

【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10者を選定

【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》直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、対話を通じて、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、機会を整理する。

(内部環境)		(外部環境)
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT活用の状況	・競合
・人材、組織	・事業計画の策定・運用状況	・業界動向

【分析手法】事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、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。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

○分析結果を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。

○分析結果をデータベース化、内部共有を行い、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】これまで経営計画・事業計画策定セミナーは実施せず、個別で経営計画・事業計画策定支援を行ってきた。

【課題】これまで個別での支援を実施しているものの、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、個別支援に加えセミナーも実施し事業計画策定の意義や重要性の理解を浸透させる。

(2) 支援に対する考え方

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述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、5.で経営分析を行った事業者の5割程度／年の事業計画策定を目指す。

また、持続化補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の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の維持・強化を目指す。

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、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

(3) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
①DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

(支援対象、募集方法、講師、回数、カリキュラム、参加者数等)

【セミナー（カリキュラム）の事例】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法 等

また、セミナーを受講した事業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専門家派遣を実施する。

②「事業計画策定セミナー」の開催

(支援対象、募集方法、講師、回数、カリキュラム、参加者数等)

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

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

〔現状〕これまで事業計画策定後のフォローアップを実施してきたが、一部定期的にフォローアップができていない事業者がいる。

〔課題〕これまで実施しているものの、不定期であり、そもそも訪問回数が少ないため、改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うこと。これにより現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、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る。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	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
フォローアップ対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
頻度(延回数)	—	20回	20回	20回	20回	20回
売上増加事業者	—	3者	3者	3者	3者	3者
利益率1%以上増加の事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2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5者に対し、3ヶ月に1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、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、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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

[現状] これまでほとんど実施していない。

地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

[課題] これまで、ほとんどが事業者に対しての商談会の案内程度にとどまり、事前・事後のフォローも不十分であったため、改善した上で実施する。

今後、新たな販路の開拓には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) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある小売及びサービス業を重点的に支援する。商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、北陸3県や首都圏で開催される既存の展示会・商談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、きめ細かな伴走支援を行う。

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	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
①商談会等参加支援事業者数	情報提供のみ	2者	2者	2者	2者	2者
商談成立数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
②SNS活用事業者	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率	—	3%	3%	3%	3%	3%
③ネットショップの開設者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率	—	3%	3%	3%	3%	3%
④ECサイト利用支援事業者数	情報提供のみ	1者	1者	1者	1者	1者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件

(4) 事業内容

①商談会等出展支援（BtoB・BtoC）

北陸3県や首都圏で開催される既存の展示会・商談会への参加を促進し2者の参加を目指す。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、きめ細かな伴走支援を行う。事後には商談相手へのアプローチ支援など実効性のある支援を継続的に行っていく。

【想定する展示会・商談会】

名称	対 象	種別	規模
ニッポン全国物産展（東京）	食品・特産	(BtoC)	来場者数： 約 58,000 人 (3 日間)
石川県アンテナショップ（東京）	食品・特産・工芸	(BtoC)	来場者数： 約 200,000 人 (年間)
かなざわマッチング商談会	全業種	(BtoB)	直近実績： 418 社 (5 日間)
ふくいビジネス商談会	全業種	(BtoB)	直近実績： 316 社 (5 日間)

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自社HPによるネットショップ開設（BtoC）

商工会が推奨するホームページ作成サービス **Goope（グーペ）** を活用し、自社のホームページ立ち上げ、リアルタイムによる商品PRを可能にする。また、このシステムのウェブ販売機能を活用するなど運用支援を行うことで売上増に繋げる。

④ECサイトの利用（BtoB・BtoC）

全国商工会連合会等が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効率的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等、多角的な販売促進の支援を行う。

【想定するECサイト】

名称	対象商品	種別
ニッポンセレクト.com	食品・特産	(BtoC)
ふるさとチョイス	食品・特産・工芸	(BtoC)
ビジネスマッチングサイト「ジェグテック」	全業種	(BtoB)

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〕これまで経営発達支援事業評価委員会（川北町商工会会長の他、外部有識者として、川北町産業経済課長、中小企業診断士）を毎年1回開催し、事業の評価、見直し等を行ってきた。

〔課題〕これまで評価に従って適宜、事業内容や進め方を見直してきたが、不適正な目標設定、不十分な改善によりPDCAの効力が半減していた。

今回の計画では目標値の設定は実現可能性のある適正な目標設定に改善し、注力すべき改善項目を明確にしてPDCAサイクルがより効果的に回るよう実施する。

(2) 事業内容

○当会の組織運営委員会と併設して、川北町産業経済課長、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「評価委員会」を毎年度1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価・見直しを行う。

○評価項目は当計画において設定した各項目の定量目標と実績を比較し、改善点の設定と改善方法の検証に活用する。

○当該委員会の評価結果は、理事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、当会HP及び会報に掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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〕これまで石川県商工会連合会主催の経営指導員研修会等への参加や各種支援機関との情報交換を行ってきた。また、資格取得を推進するなどスキルアップを図っている。

〔課題〕これまで研修会で学んできた内容については復命書での回覧にとどまっている。現場で活かせる支援力を向上させるため、経営指導員だけでなく、事務局長・経営支援員間とも支援ノウハウの共有を図り、組織全体としての支援力向上を図る必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

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、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び石川県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

当会では、事業評価委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校各校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

【DX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DX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の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DX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。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子決裁システム等のITツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等

【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、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、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

②OJT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職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月2回、年間24回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④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。

11. 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] これまで能美山中川北広域3商工会での連絡会議や、石川県商工会連合会が開催する経営支援連絡会議、各種研修会の中で、他商工会の経営指導員等と支援事例やノウハウについて情報交換を行っている。

[課題] 経営発達支援事業の円滑な実施に向けて、これまで以上に地域経済情勢に関する情報や小規模事業者の経営支援に関する情報を収集し、各支援機関との連携をとりながら支援力向上を図る必要がある。

（2）事業内容

①経営支援連絡会議への出席（年4回）

石川県商工会連合会が開催する標記会議へ出席。各種支援施策の効果的な活用と経営支援ノウハウの共有を図る為に、県内商工会の指導員が一堂に会し情報交換を行う。

②能美山中川北広域3商工会連絡会議への出席（年2回）

近隣の3商工会が持ち回りで開催する標記会議に出席。他の商工会の支援事例や地域での取組み、保有する支援ノウハウ等について情報交換を行うほか、管内の企業視察研修等を実施する。

③小規模事業者経営改善資金推薦団体連絡協議会への出席（年2回）

日本政策金融公庫小松支店が開催する標記会議へ出席。管内の経済情勢や経営改善資金等の貸付実績、推進に係る取組み工夫事例などの情報交換を行うとともに、融資制度の説明を受ける。

④いしかわ創業・事業承継支援ネットワーク会議への出席（年2回）

石川県産業創出支援機構（ISICO）が開催する標記会議に出席。行政、経済団体、金融機関等の関係機関が一堂に会し国、県の創業・事業承継に関する施策について情報交換を行う。

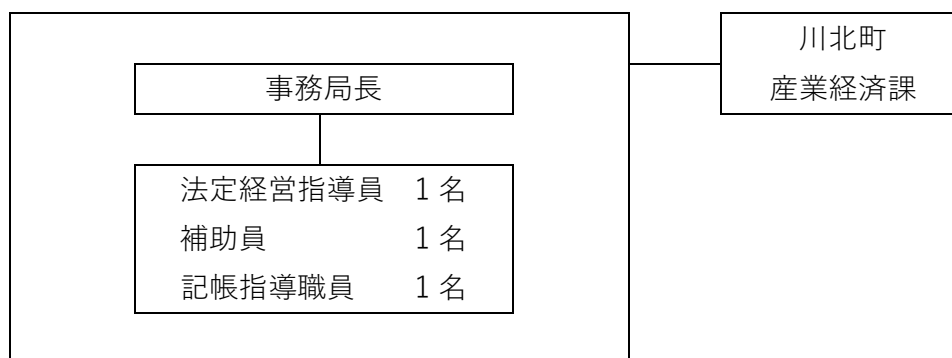
(別表 2)

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 1 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：坂井 雅弘

■連絡先：川北町商工会 TEL. 076-277-2133

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 ・ 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。

(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

〒923-1267 石川県能美郡川北町字壺ツ屋 9 3

川北町商工会

TEL : 076-277-2133 / FAX : 076-277-2733 E mail : kts@shoko.or.jp

②関係市町村

〒923-1267 石川県能美郡川北町字壺ツ屋 1 7 4

川北町産業経済課

TEL : 076-277-1124 / FAX : 076-277-2584 E mail : sankei@town.kawakita.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)

	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度
必要な資金の額					
①各種調査事業費	10	10	10	10	10
②事業計画策定支援事業費	100	100	100	100	100
③販路開拓支援事業費	500	500	500	500	500
④事業の評価及び見直しのための会議費	138	138	138	138	138

(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、国、県及び町補助金、事業受託料収入、手数料収入、雑収入、特別賦課金など

(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	
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	