

経営発達支援計画の概要

実施者名	津幡町商工会（法人番号 3220005007065）、津幡町（地方公共団体コード 173614）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目 標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小売・サービス業を中心とした個店の魅力と認知度の向上による売上拡大 2. 創業予定者のスムーズな開業、および、開業後の着実な顧客開拓の実現 3. 農商工連携による魅力ある地域ブランド産品（飲食物等）づくりと販路拡大 4. 製造・建設業を中心とした生産性向上や人材確保・育成による収益の確保 5. 経営基盤強化による円滑な事業引継ぎ
事業内容	<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 国が提供するビッグデータを活用した地域経済動向の情報提供によって、小規模事業者の経営課題抽出に役立てるほか事業計画策定の必要性認識を促す。 2. 需要動向調査に関すること 外部の需要動向調査（情報誌、レポート）の活用に加え、専門家によるマーケティング調査や各種商談会への出展によって消費者の生の声を収集して事業者を提供することで、需要開拓を支援していく。 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的確に把握・分析し、経営課題の発見や課題解決につなげていく。 4. 事業計画の策定支援に関すること 既存事業者、創業予定者、事業承継希望者に対して、セミナー・個別相談会の開催や外部機関との連携によって、事業計画の策定意義を浸透させるとともに策定支援を行っていく。 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること フォローアップによる進捗確認や外部機関と連携、専門家派遣等にて、計画の実施支援を図る。併せて、計画の実施に必要な人材確保・育成や生産性向上についても支援していく。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 顧客ターゲット層を設定し、選定された数社程度の事業者の小集団に対し、デザイン力のある web サイトおよび小冊子等を作成することで、地域のフラグシップショップを育成する。また、IT、公的支援施策、物産展・商談会などの取引先獲得および商品・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。 7. 農商工連携に関すること 6次産業化の推進による魅力ある地域ブランド産品づくりを実現していき、地域経済の活性化を図る。
連絡先	<p>津幡町商工会 〒929-0326 石川県河北郡津幡町字清水チ 326-3 TEL：076-204-6824 FAX：076-288-2134 E-MAIL：tubata@shoko.or.jp</p> <p>津幡町 産業建設部産業振興課 〒929-0393 石川県河北郡津幡町字加賀爪ニ 3 番地 TEL：076-288-6704 FAX：076-288-6470 E-MAIL：sangyou@town.tsubata.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) 地域の現状および課題

1) 現状

①位置

石川県のほぼ中央に位置し、県庁所在地の金沢市、内灘町、かほく市、宝達志水町、富山県高岡市、小矢部市の6市町と隣接しており、IRいしかわ鉄道やJR七尾線、国道8号線・159号線などの交通インフラにて容易にアクセスできるため、交通環境に恵まれた町である。

特に、県庁所在地である金沢市からは電車で約10分、同市中心市街地までは車で約20分であり、社会動態では金沢市との移動（転入、転出）が大多数を占めており、金沢市のベッドタウンと言える。

【津幡町の立地特性について】



②地勢

中山間地も多く、地積 110.59K²の約3分の2が緑に囲まれており、町内には日本海側屈指の規模を誇る石川県森林公園がある。

また、平坦地には市街地のほかに優良な農地が広がり、河北潟に続く東部承水路には日本海側随一のコースを持つ石川県津幡漕艇競技場がある。

③災害について

当地域では、令和5年7月の梅雨前線による大雨が激甚災害に認定にされており、令和6年1月の能登半島地震が石川県全域に激甚災害の認定となっている。

a. 豪雨災害（令和5年7月）

人的被害はなかったものの、住家が全壊7棟、大規模半壊1棟、中規模半壊43棟、半

壊 75 棟、準半壊（床上浸水）41 棟を含む計 373 棟が被害となった。その他、道路、河川、農地など 1,403 か所の被害となった。

b. 能登半島地震（令和 6 年 1 月）

当地区では震度 5 弱を観測しており、人的被害重症 2 人、住家被害 3,282 件（全壊 9 件、大規模半壊 4 軒、中規模半壊 8 件、半壊 70 件、準半壊 210 件、一部損壊 2,981 件）、その他被害（町の管理）が道路や河川、農地等で 1,136 か所、小中学校 11 校、上水道 47 か所、下水道 18,552m、農業集落排水 4,500m となっている。

特に地盤の液状化による道路や敷地の沈下により、配水管の破裂による断水や建物の傾斜・沈下が起こった。現在も復旧中で震災前までに戻すには数年かかると見込んでいる。

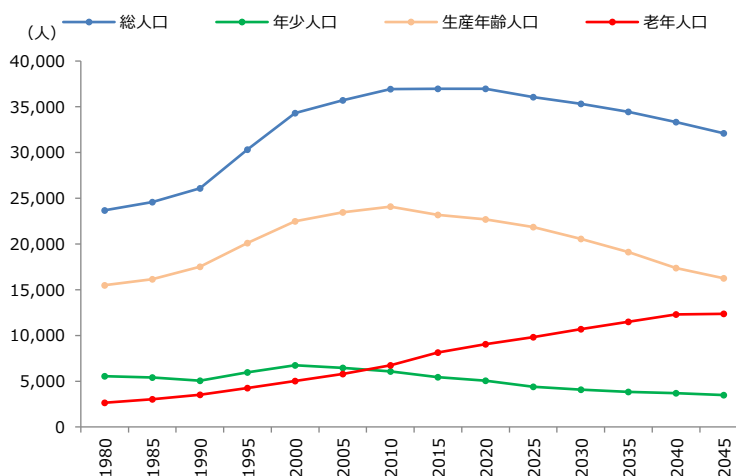
④人口推移について

a. 人口および年齢別構成

本町の人口は約 3 万 7 千人（※令和 6 年 9 月時点）であり、金沢市近郊という立地の特性や幹線道路の整備によるアクセスの向上に伴い宅地開発が進められ、昭和 53 年から令和 2 年までは人口が堅調に増加してきた。しかしながら、将来人口推計では、今後は世帯数とともにゆるやかに減少していくことが予想される。

また、人口構成では、年少人口・生産年齢人口の減少によって総人口が減少の一途を辿るが、反面で老年人口が増加していき、少子高齢化が進展する。

【津幡町の人口推移と年齢別構成】



(出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」)

b. 人口動態

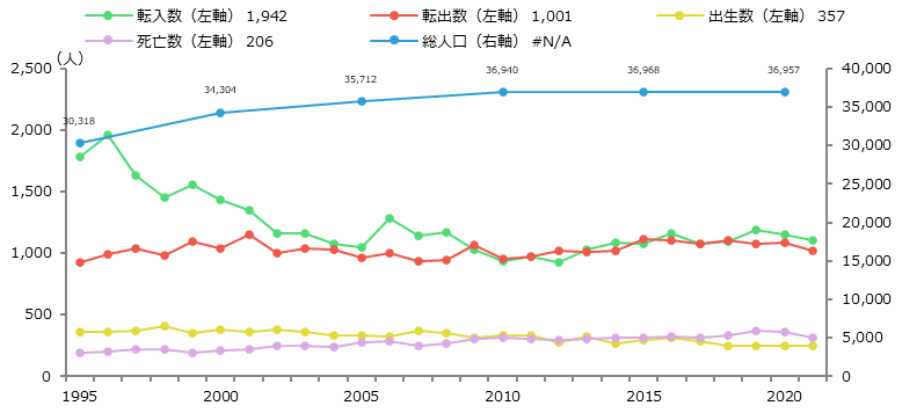
【自然動態】

死亡者数が増加傾向、出生数が減少傾向、自然減少の様相を呈し始めている。

【社会動態】

結婚や住宅取得等により 20 歳代後半から 30 歳代の転入が多いものの、進学や就職を契機とした 15~19 歳の転出が多くなっている。

【津幡町の人口動態推移】



(出典：総務省「国勢調査」「住民基本台帳人口移動報告年報」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」)

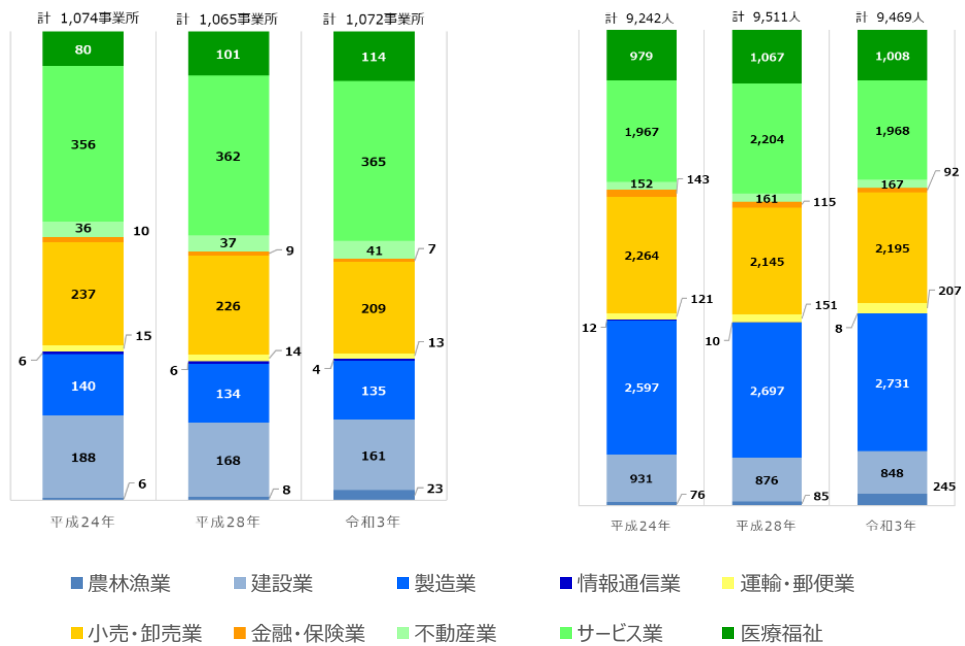
⑤産業について

a. 業種別の事業所数および構成比

本町の産業の特徴として、第3次産業が多く、特に小売・卸売業とサービス業の2業種で全事業所数の53.5%、全従業者数の44.0%と、各々半数近くを占めている。

また、従業者数で見ると、製造業も全従業者の28.8%とおおよそ全従業者の3分の1程度を占める。

【左図：津幡町の産業別事業所数 右図：同従業者数】



(出典：石川県統計情報室「石川県の商業統計」)

b. 主要産業の景況感等

【小売業】

ア) 全般

本町では、中小小売店が全小売業の86%、全従業者数は53%を占めているにも関わらず、年間商品販売額の内訳をみると52.6%と過半数が大規模小売店で占められている（※いずれも、大規模小売店のデータがある平成19年6月期の数値を引用）。

また、中小小売店は販売不振や後継者不在で廃業が相次ぐ反面で、本町が県庁所在地である金沢市のベッドタウンという特性から、町外に本店所在地を置く中規模～大規模のチェーン小売店舗がここ10年で相次いで進出している。

そのため、大規模・中小規模の全小売事業所でみると、平成19年から令和3年にかけて事業者数・従業者数・年間販売額ともに減少しているが、1事業所あたりの従業者数と年間販売額は増加している。1事業所あたりの事業規模の小さい地元企業が淘汰され、規模の大きい町外からの進出企業が増加していることが窺える。

	平成19年6月	全事業所に占める割合	平成26年7月	平成19年実績値対比	令和3年6月	平成19年実績値対比
事業所数(先)	207	-	140	▲ 67	156	▲ 51
うち大規模小売店	29	14.0%	×	-	×	-
従業者数(人)	1,931	-	1,661	▲ 270	1,639	▲ 292
うち大規模小売店	907	47.0%	×	-	×	-
1事業所あたりの従業者数(人)	9.3	-	11.9	2.5	10.5	1.2
うち大規模小売店	31.3	-	×	-	×	-
年間商品販売額(百万円)	31,936	-	29,188	▲ 2748	35,331	3395
うち大規模小売店	16,802	52.6%	×	-	×	-
1事業者あたりの年間商品販売額(百万円)	154	-	208	54	226	72
うち大規模小売店	579	-	×	-	×	-

※ X・・・統計データなし

イ) 小規模事業者が抱える問題点

地区内の小売店は減少傾向にあり、特にコロナ禍を通じて高齢店主の店舗を中心に後継者不在による廃業が目立っている。若いファミリー世代が地域に増加しているものの、集客力の高い大型店やドラッグストア等の多店舗店に消費者が流れている傾向は近年より強まっている。

小規模店主からは、「チラシやパンフレットといった自社商品・サービス内容をPRする術がない」、「ホームページを開設していないため、自社の事業内容・所在地等が認知されておらず、町外からの来店客数が少ない」、「SNSを使って自社PRをしたいが、使いこなせる人材が社内にはいない」といった相談が増加しており、販売促進が十分に行われていないことが問題点である。

【サービス業】

ア) 全般

本町のサービス業のうち、理美容業が 22.8%と最も多く、次いで飲食業が 21.6%、学習塾や各種教授業が 14.3%と 3 番目に多い。特に、飲食業や理美容業は、比較的創業や参入が多い業種であるが、反面で廃業や撤退も多い。これは、町外からの消費者吸引力が低いにも関わらず、町内での競合が激化していることにも起因する。

また、地元店舗では、小売業同様に後継者不足で廃業するケースも散見される。

1) 小規模事業者が抱える問題点

〈美容関連〉

美容関連では、エステや脱毛といった分野の女性創業者が増加傾向である。美容分野では大型店のブランド力よりもサービス提供者（人）にお客が付いてくる傾向があり、小規模事業者でも戦える分野である。子育てがひと段落した年代が多く、SNS や Canva といった無料のデザインソフトも上手く活用しているが、自宅で店舗運営といった少ない資金での創業が目立ち、軌道に乗り切れていないケースが散見される。

創業時には友人知人に加え、前職でのお客様が来店してくれるものの、一巡してからの新規顧客を獲得し、リピート化させるまでが課題と言える。

〈飲食業〉

円安や世界的な物価高、肥料の高騰による仕入単価の上昇、エネルギーや最低賃金引上げによる人件費や経費の上昇で、利益の確保が困難な状況となっている。

提供メニューの単価上昇や新商品開発などの売上増加策で対応しているものの、コロナ禍の外出自粛や営業時間の短縮によりゼロゼロ融資の借入を行っている事業者も多い。据置期間が終了して返済が始まる事業者も出始めており、収益力の向上や資金繰りの課題が生じている。

【製造業】

1) 全般

小売業同様に、製造業においても小規模事業者数は減少している。加えて、コロナ禍により仕入が困難となったことや、生産時間の短縮等により、2020 年（コロナ禍 1 年目）は製品出荷額等が大きく減少した（2019 年_59,576 百万円 → 2020 年_48,089 百万円の 19.3%減）。

本町には、旭山・富田・大坪の 3 工業団地が存在しているほか、現在東荒屋地区にも工場用地の造成が計画中である。今後も、町第 5 次総合計画に基づいて積極的な企業誘致を進めており、町内製造事業における雇用を増加させていく方針である。

【津幡町内製造事業者の製品出荷額等推移】



(出典：石川県統計情報室「石川県の商業統計」)

1) 小規模事業者が抱える問題点

設備投資による自動化やIT化が進んでいないこと、また、人材育成はもとより人材不足によって、生産性向上が図れていない事業者が多いことが問題点である。

働き方改革についても、「人員不足のため対応が困難」「どのように進めてよいか」という相談が多くなっている。最低賃金も上昇を続けており、労働時間の削減や男性の育休取得といったケースも小規模事業者で増えている。

エネルギーや資材の高騰による仕入額は上昇しているものの、価格転嫁に課題を抱える事業者も多い。人材の確保および育成、生産性の向上、価格交渉を行うにあたっての準備が課題といえる。

【建設業】

ア) 全般

本町の建設業は、前述の3業種、ならびに、医療福祉業に次いで事業所数・従業者数が多い業種である。総合建設業や木造建築業、職別工事などが多いが、受注高の大半を公共工事に依存している事業者が多い。

一般消費者や商業事業者を対象顧客としている木造建築・リフォーム事業者にとっては、町内で宅地造成が進んでいることが事業機会であるが、町外からの転入者が多いため、町外ビルダーの攻勢によって競争が激化していることが脅威である。

イ) 小規模事業者が抱える問題点

製造業同様に、人手不足が大きな問題点である。ハローワーク津幡によれば、有効求人倍率の高い職種のうち、建設関連業種が上位3位を占めている。

当会においても、ここ1~2年で人手不足に関する相談が急増しており、最も相談の多い業種が建設業である。

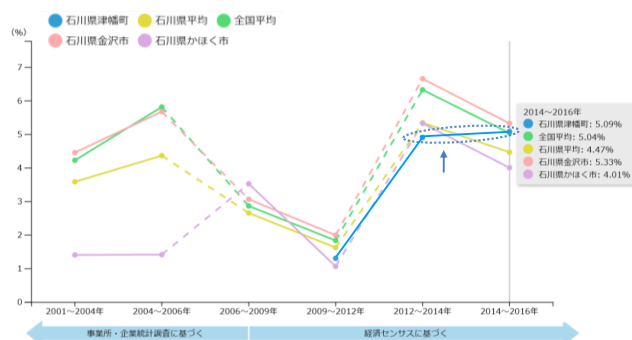
c. 商工業者の開業について

【新規開業】

前述のとおり、本町は県内他市町と比較してアクセスの良さ・人口規模の観点より、マーケットとして魅力がある地域であること、また、近年では当会を含めた支援機関・行政・金融機関の創業支援体制が充実していることから、ここ2~3年で創業者数は急激に増加している。

具体的には、2014年までは本町の創業比率は石川県平均、全国平均、人口規模が類似している隣接するかほく市のいずれと比較しても低位であった。しかし、2016年にかけて全国的に創業比率が減少している反面で、本町は0.18ポイント増加したことから、比率が逆転しており、県平均・全国平均・かほく市のいずれも上回った。

【創業比率の推移】



(出典：地域経済分析システム・RESAS「創業比率」)

※創業比率

ある特定の期間において、「①新設事業所を年平均にならした数」の「②期首において既に存在していた事業所」に対する割合で、①÷②で算出する比率。

【廃業】

「④主要産業 - b. 主要産業の景況感等」で述べたとおり、廃業は増加している。廃業を契機として当会を脱会する企業は、ここ3年間で52事業者と多く、そのうち「事業主の高齢化等」を含めた後継者不足に起因した廃業は約52%を占めている。新規開業が堅調に推移している反面で、事業承継が進まず廃業が増えていることが問題点である。

⑤農業について

本町では、土地面積が同規模の県内他町と比較すると、農業経営体が多い。近年は、県やJAと連携して特産品をブランド化し、販路拡大へ積極的に取り組む小規模事業者が増加している。

【本町の農業経営体】

	土地総数 (km ²)	農業経営体数 (先)	1km ² あたりの 農業経営体数
津幡町	110.59	350	3.16
A町(石川県内)	111.51	326	2.92

出典：国土交通省「平成25年全国都道府県市区町村別面積調」
農林水産省「農林業センサス」再編加工

町第5次総合計画においても、北陸新幹線金沢開業を契機とする観光・交流の促進や産業の活性化などの観点から、6次産業化の推進や特産品の販路拡大を推進している。

【津幡ブランド認定品 →

(左から：俱利伽羅そば、俱利伽羅米、おまん小豆茶)】



⑥観光・交流について

本町では、北陸新幹線金沢開業を契機として、観光客の増加や交流人口の拡大が期待されており、町として町第5次総合計画に基づき自然や歴史・文化、食などの魅力ある地域資源を全国に発信し、知名度の向上と活性化を図っている。

その一環として、下記の2公共施設の整備したほか、既存の県指定地域資源である「石川県森林公園」「俱利伽羅不動寺」を活用した各種レクリエーションやイベントなどが企画され、観光・交流の促進がなされている。

また、今後は、「町民・観光客が楽しめる体験型観光交流公園(仮称)の整備」、「着地型観光や体験型観光のコース作成等による交流の促進」が進められる。

【直近 5 年間に整備された町公共施設】



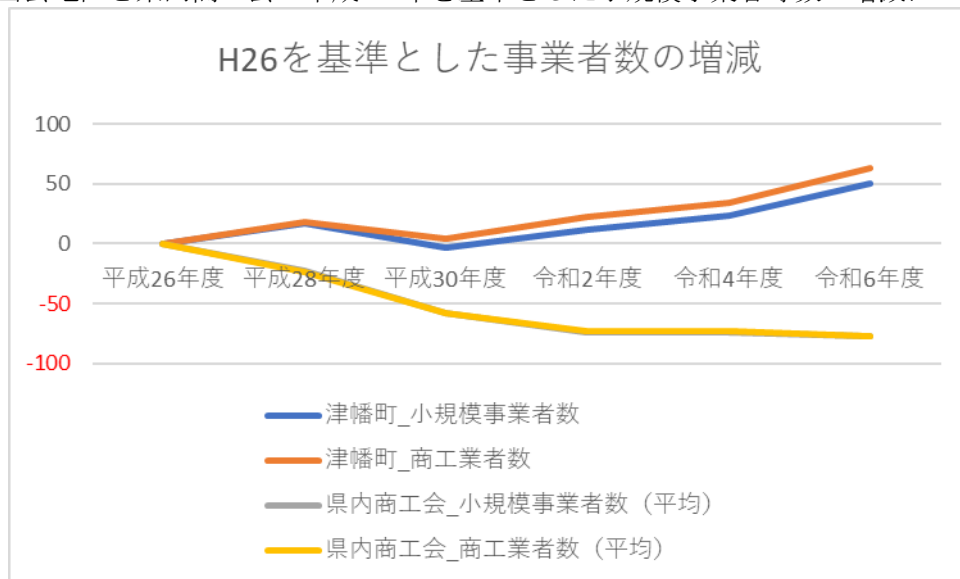
(左：屋内木育施設「もりのひみつきち」〔R6.7 開園〕、右：河愛の里 Kinschule 〔R3.7 月開館〕)

⑦商工会を取り巻く環境について

前述した通り小売業と製造業の小規模事業者数は減少しているものの、建設業およびサービス業の増加がそれらを上回っているため、当会地区内の小規模事業者数はここ 10 年間に於いて概ね増加傾向にある（一時的に減少した年度はある）。商工業者数も小規模事業者数と同様に増加傾向にあり、県内 20 商工会の平均事業者数と比較しても数が多い。また、県内 20 商工会は商工業者数および小規模事業者数が減少しているものの、当地区の商工業者数および小規模事業者数は増加傾向にある。

	平成26年度	平成28年度	平成30年度	令和2年度	令和4年度	令和6年度
津幡町_小規模事業者数	1,060	1,077	1,057	1,072	1,083	1,110
津幡町_商工業者数	1,192	1,210	1,196	1,214	1,226	1,255
県内商工会_小規模事業者数（平均）	790	767	732	715	716	713
県内商工会_商工業者数（平均）	876	852	817	803	803	799

【当会地区と県内商工会の平成 26 年を基準とした小規模事業者等数の増減について】



(出典：石川県商工会連合会「平成 26～令和 6 年度 商工会の現況」)

2) 課題

前述の地域の現状をふまえた本町・当会の課題は以下の通りである。なお、下記のうち、①～④については、「津幡町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本目標にも掲げられている。

①津幡町への移住・定住の促進

移住者向けに本町の魅力を情報発信してUIJターンを促すとともに、後述の地域産業の振興・雇用機会の創出などによって定住も促し、人口減少の抑制を図っていくことが課題である。

②活力を生み出す地域産業の振興

第2～3次産業については、中小・小規模事業者への支援体制を強化することによって、収益向上だけでなく生産性の向上、人手不足などの課題解決によって、地域の商工業者の活性化を図ることが課題である。

併せて、第1次産業の農業については、特産品の販路拡大や農商工連携による6次産業化を推進していくことが課題である。

③雇用機会の創出

積極的な企業誘致、新規創業者への支援の強化と創業機運醸成、就労環境の向上などによって雇用の拡充を図ることが課題である。

④地域の魅力を活かした観光・交流の促進

既存観光地の機能強化や受入体制の整備、演出の工夫などによって本町の魅力を向上させて、観光利用ならびに交流人口の増加を図っていくことが課題である。

⑤商工会の組織率向上による支援体制の維持・強化

町内小規模事業者へ公的支援施策の活用を一層推進するとともに、当会の支援実績等を認知させることで商工会のプレゼンスを高めて会員数を増やし、組織率向上を図ることが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

1) 津幡町の総合計画・基本構想

平成28年度に策定された町第5次総合計画では、「活力」「交流」「人財」「安心」をテーマに、「未来を見据えたまちづくり」「広域的で多様な連携と交流によるまちづくり」「参画と協働によるまちづくり」をまちづくりの視点として掲げ、地域産業に向けた中長期的な施策の方針・内容について、以下のように示している。

①産業の振興と雇用の創出

- a. 商業の振興（空き店舗の活用、中小小売商業者の活性化支援 等）
- b. 工業の振興（技術水準の高度化支援、新製品開発や新市場開拓の支援 等）
- c. 農林業の振興（6次産業化や地元特産品ブランド化の推進 等）
- d. 雇用機会の創出（新規創業者に対する助成制度充実、企業誘致、人材育成支援 等）

②観光・交流の推進

- a. 観光・交流拠点の整備・充実（体験型観光交流公園の整備 等）
- b. 観光資源の掘り起こしと磨き上げの推進（着地型・体験型観光コース作成 等）
- c. 観光受け入れ体制の強化（宿泊施設や公衆無線LANの整備 等）
- d. 多様な情報発信の推進（多様なメディアを活用した情報発信の推進 等）
- e. 広域観光の推進（観光資源のネットワーク化 等）

2) 小規模事業者に対する商工会としての長期的な振興のあり方

前述の課題と町第5次総合計画等をふまえ、当会としては以下の基本方針のもと、地域で雇用を維持して頑張る小規模事業者を側面から支援し、「成長発展」と「事業の持続的な発展」を図る。

①小規模事業者の経営基盤強化による地域商工業の活性化

外部環境の変化に対応した「持続的な経営」に取り組むために、明確なビジョン（目標）の設定とその実施を支援することで、収益の維持・向上を図る。

また、経営基盤強化によって磨き上げられた“魅力ある企業”の円滑な事業承継についても、併せて支援していく。

②地域資源を活用した新商品・サービス開発と積極的な認知度向上による大手との差別化

地元農産品や観光資源など地域資源を用いた独自商品・サービスの提供、および、町内外の消費者に対する自社商品・サービスの積極的な情報発信を支援し、大型店との差別化を図ることで、来店客数増加や商品販売数増加を実現する。

③地域振興事業や津幡ブランドの活用による町の魅力発信と認知度向上

交流人口を増加させるイベントや町ブランド事業の活用によって、津幡町の魅力を向上させ、来町者や創業予定者を誘致・支援していく。ひいては、定住・移住人口の増加や町内での雇用創出につなげる。

(3) 経営発達支援事業の目標

以上の外部環境や小規模事業者の現状等をふまえ、当会として経営発達支援事業の目標を以下の5項目に設定する。

【経営発達支援事業の重点目標】

- 1) 小売・サービス業を中心とした個店の魅力と認知度の向上による売上拡大
- 2) 創業予定者のスムーズな開業、および、開業後の着実な顧客開拓の実現
- 3) 農商工連携による魅力ある地域ブランド産品（飲食物等）づくりと販路拡大
- 4) 製造・建設業を中心とした生産性向上や人材確保・育成による収益の確保
- 5) 経営基盤強化による円滑な事業引継ぎ

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) 目標達成に向けた方針

1) 小売・サービス業を中心とした経営支援

経営発達支援事業の取り組みによって自社の経営課題を認識させるだけでなく、事業者毎の実情に応じた公的支援施策の活用推進を強化するとともに、他事業者の支援事例・成功事例を紹介していく。これらによって、事業計画策定を促し、その目標達成に向けた取り組みを伴走支援する。

2) 創業予定者および創業者に対する支援体制の強化

継続的に創業者向けのセミナー等を開催するとともに、町行政・商工会・金融機関が連携を密にすることで創業者の支援体制を強化する。

また、改善点として、町行政と連携しながら、創業者向けのインキュベーション施設等を整備し、創業初期の事業者へハード面での支援をしていく。

3) 農商工連携による地域ブランド産品（飲食物等）づくりの支援

石川かほく農業協同組合（以下、「JA石川かほく」）や町担当課との連携を強化し、特産品開発などに際して当会経営指導員や小規模事業者も積極的に関与することで、新たな地域ブランド産品づくりを推進していく。

また、特産品づくりだけでなく、物産展や商談会への出展・参加を支援して販路開拓にも寄与する。

4) 生産性向上や人材育成支援による人手不足への対応

人手不足が顕著な製造業・建設業へ支援していく。具体的には、各種公的支援施策の活用や外部支援機関との連携を通じて、生産性向上や人材育成の取り組み、働き方改革の推進などを支援し、労働生産性の向上に寄与する。

また、改善点として、地域の学校へ当地区内の事業者が、学生に目線を合わせた手法で会社説明を行い、若手地域住民の人手確保の基盤整備を構築する。

5) 事業の磨き上げと円滑な事業引継ぎの支援

今回の経営発達支援事業では、町行政や金融機関、石川県事業引継ぎ支援センター、石川県産業創出支援機構のプッシュ型事業承継支援高度化事業との連携を強化する。これによって、町内小規模事業者の事業承継診断や調査を進めて案件を掘り起こし、事業承継への早期着手を促して、円滑な引継ぎを支援していく。

また、後継予定者が“事業を引き継ぎしたくなる”魅力ある企業への磨き上げするために、前述の1)、3)、4)の取り組みを通じて経営基盤を強化し、事業の「持続的な発展」や「成長発展」を伴走支援していく。

物価やエネルギーの高騰、人手不足、DXなどの変化が激しい環境で、事業を成長・継続していくには、事業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る。

経営指導員は事業者に対して常に丁寧な傾聴と対話を心がけ、信頼関係の構築および継続を図っていく。「傾聴と対話」を通じ、本質的な課題に気づくよう促し、内発的な動機づ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をしていく。

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

【景気動向調査・金融動向調査・開業廃業調査・ニーズ調査・各機関等が実施する調査】

景気動向調査・金融動向調査・開業廃業調査・各機関等が実施する景況調査は、当会として地域の経済動向を把握するため、定期的の実施している。

【調査結果の個別事業者への提供】

調査結果は、理事会や総会で報告するとともに、巡回・来訪時の提供、当会会報紙および当会ホームページ掲載等を行っている。

2) 課題

【景気動向調査・金融動向調査・開業廃業調査・ニーズ調査・各機関等が実施する調査】

ニーズ調査を除く景気動向調査・金融動向調査・開業廃業調査・各機関等が実施する調査については、各機関別の情報源が複数あることから、内容や実施・公表の時期についても統一性を欠くため、地域の経済動向を事業者が把握しやすいよう、当会が一元化して提供していく必要がある。

【調査結果の個別事業者への提供】

地域経済を支える小規模事業者のニーズを的確に把握し、事業計画策定前の経営課題抽出に役立てていくため、調査結果のフィードバックを行う。

(2) 目標

NO	支援内容	現 状	令和 7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
1	地域の経済動向調査の結果（公表回数）	1	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

1) 国が提供するビッグデータ等による地域経済調査

景気動向調査・金融動向調査・開業廃業調査・各機関等が実施する調査は、地域経済調査に改善した上で下記のとおり実施。具体的には、地域経済分析システム「RESAS」等を活用した情報源の一元化により、内容を集約した調査を行い、年1回公表する。

	調査内容	調査目的
1	人口（構成、増減、新卒者就職、将来推計など）	顧客や市場の調査・分析、就職状況の調査など

2	産業構造（事業者数、従業者数、付加価値額、労働生産性など）	商品・サービスの品質向上、業務の効率化など
3	企業活動（創業者数、ローカルベンチマークなど）	創業および財務状況の状況調査など

(4) 調査結果の活用

1) 国が提供するビッグデータ等の活用

調査結果は、理事会や総会で報告するとともに、巡回・来訪時の提供、当国会報紙および当会ホームページ掲載等を行う。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

1) 現状

【各種調査結果にもとづいた需要動向の把握】

現状では、事業計画策定先のほか、小規模事業者持続化補助金など公的補助金申請・採択先に対して、各種調査結果にもとづいた需要動向の把握を行っている。

しかしながら、調査結果については、金融機関等が発表・公表している業界動向を中心とした情報の提供にとどまっており、事業者の売れる商品づくりのための情報収集・整理・分析が十分になされていない状況にある。

【販路開拓にあたっての需要動向の調査】

既存の商品・サービスの販路拡大や開発した商品・サービスの販路開拓にあたって、マーケティング調査情報や民間のマーケティングリサーチ会社の活用による個別商品リサーチを実施している。

2) 課題

事業者の商品開発や販路開拓等の事業計画策定には、業界動向・統計データの提供だけではなく、事業者が消費者やバイヤーの生の声を収集し、マーケットインの視点を持ってもらうことが課題となる。

(2) 目標

調査種類	現状	令和7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
各種調査結果にもとづいた需要動向の提供先数(社)	50	50	51	53	55	57
専門家によるマーケティング調査や各種商談会への出展先数(社)	5	5	5	5	5	5

(3) 事業内容

事業者が、商品・サービスについて直接消費者やバイヤーから評価・意見を得ることが重要な意味を持つ。そのため、有効な機会の一つとして物産展や商談会を活用し、需要動向を調査する。

1) 各種調査結果にもとづいた需要動向の提供

事業計画の策定にあたっては、金融機関等が提供する業界動向の調査結果に加え、オンライン上で無料公開しているPOSデータレポート等の中から、小規模事業者が販路開拓・拡大するうえで必要となるマーケット情報を収集し、当会が分析・整理して個別事業者提供することで、需要動向や商品・サービスに消費者ニーズ・トレンドを把握する。

[需要動向把握に用いる資料]

調査名	実施機関	把握する具体的項目	調査頻度
北陸経済研究	北陸経済研究所 (北陸銀行)	家計動向関連、企業動向関連	1ヶ月毎
KSP-POS データレポート	(株)KSP-SP	・マーケットトレンドレポート ・テーマレポート ・新商品売れ筋ランキング	毎月
日経POS情報・売れ筋商品 ランキング	日経テレコン	売れ筋商品ランキング	毎週
調査名	実施機関	把握する具体的項目	調査頻度
帝国ニュース北陸版	帝国データバンク	景気動向調査における 企業のコメントの抜粋	毎週

2) 専門家によるマーケティング調査や各種商談会での調査

①実施内容

レポートや情報誌等では得られにくい“消費者の生の声”を収集するために、民間のマーケティングリサーチ会社(例：石川県内では(株)ウーマンスタイルなど)活用するほか、商工会をはじめとした各支援機関や金融機関等の主催するマッチングイベントへの参加に合わせたアンケート調査を支援する。

[BtoC 調査]

対象業種	調査方法	調査内容
小売業	・イチ押し商品売り込み商談会 ・しんきんビジネスフェア	商品評価(味、デザイン、価格)、感想、ニーズ
サービス業	・テストマーケティング (民間リサーチ会社)	年齢、性別、サービスの質、価格、設備、雰囲気、感想、ニーズ
飲食業	・テストマーケティング (民間リサーチ会社)	味、年齢、性別、サービスの質、価格、設備、雰囲気、感想、ニーズ

②調査結果の提供方法

マッチングイベントでのアンケート調査は、経営指導員が分析結果を直接事業者説明する。テストマーケティングについては、専門家や消費者による調査結果を事業者提供形式でフィードバックし、さらなる改良等を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

1) 現状

【経営分析対象・件数】

現状では、①記帳サービス利用先、②融資斡旋先、③再生支援先を、主な対象者として分析を行っている。①については記帳システム、②と③については中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用した結果、前回の経営発達支援計画における経営分析先数は190件、目標達成率は82.2%となった。

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となっているため、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あり、小規模事業者の事業計画策定に繋がっていない状況である。

【巡回指導でのアンケート調査】

巡回指導時に実施するアンケート調査については、定性面を中心に実施しているが、調査結果については十分な活用がなされず、事業計画策定に必要な経営課題抽出に繋がっていない。

2) 課題

このような現状から、経営状況の分析が事業経営にとって必要であることを認識していただくために、積極的な経営分析実施機会の創出を行い、分析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

支援内容	現状	令和7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
経営分析先数	100	100	100	100	100	100

※ 数値：定性分析と定量分析の両方を支援した事業者数

(3) 事業内容

1) 経営分析実施事業者の掘り起こし

経営指導員の巡回・窓口相談時に経営分析の必要性や重要性を説明し、経営分析に関心を持っていただくことで経営分析実施事業者を増加させる。

経営指導員の巡回を強化すると同時に、窓口相談・記帳利用サービス先・金融斡旋先のほかに、小規模事業者持続化補助金等の補助金申請先も対象に加え、定量分析ならびに定性分析を実施する。

経営分析実施事業者の掘り起こし手法

- ・経営指導員の巡回訪問を強化して経営分析の必要性を伝える。
- ・記帳サービス利用者や申告相談会利用者のうち、経営状況に不安を抱える小規模事業者の経営分析を実施する。
- ・融資斡旋先、小規模事業者持続化補助金等申請先に経営分析を勧める。

2) 経営分析の実施

1) の取組みで掘り起こした事業者に対して経営分析を実施する。経営分析については、財務諸表を基に行う定量分析と、ヒアリングシートを活用し調査する定性分析の双方を合わせて行い、目標数についても定量評価と定性分析の両方を支援した事業者数とする。

① 定量分析

対象	分析項目	分析方法
記帳サービス 利用先	収益性・生産性 (損益分岐点分析)	商工会記帳システムの「経営診断」ツールを活用し、売上に対する利益率や労働生産性等を把握・分析する。
	安全性	商工会記帳システムの「経営診断」ツールを活用し、流動比率や自己資本比率等を把握・分析する。
	資金繰り状況	商工会記帳システムの「キャッシュフロー計算書」を用いて資金繰り状況を把握・分析する。
	借入金の返済目途	商工会記帳システムの「経営診断」ツールを活用し算出された債務償還年数を把握・分析する。
記帳サービス 利用先以外	収益性・生産性 (損益分岐点分析)	ヒアリング内容や提供された財務資料をもとに、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用する。主に、システム内の以下指標に着目することで、各々の項目について分析する。 【着目する指標】 ✓ 収益性・生産性：「売上高総利益率」、「従業員一人当たり売上高」 ✓ 安全性：「自己資本比率」、「当座比率」 ✓ 資金繰り状況：「資金繰り診断結果の判定」 ✓ 借入金の返済目途：「債務償還年数」
	安全性	
	資金繰り状況	
	借入金の返済目途	

② 定性分析

ヒアリングシート活用によるヒアリング項目	
<ul style="list-style-type: none"> ・従業員数、後継者の有無 ・社内での保有設備の内容、経過年数 ・主要取扱商品の強みと弱みについて ・自社商品や技術に係る産業財産権の有無 ・社内の組織体制・人事管理について ・従業員の採用および教育制度について 	
分析項目	分析方法
商品又は提供する役務の内容	<ul style="list-style-type: none"> ・経済動向調査の結果やTKC経営指標（外部環境の把握）、ヒアリング調査の内容（内部環境の把握）をもとにSWOT分析を行い、事業計画策定に必要な経営課題を抽出する。 ・なお、分析内容や抽出した経営課題は、当会ネットワーク内の企業カルテのほか、相談企業ファイルに保存し、今後の当該企業に対する支援の際に用いる。
保有する技術 又はノウハウ	
従業員等の 経営資源	

(4) 分析結果の活用

上記の方法で分析した結果（指標）を、以下の通り活用する。

活用主体	活用方法	具体的内容
事業者側	セルフモニタリングによる経営改善	定期的に経営状態に問題や改善すべき点がないかどうかをチェックすることで、経営の状況を事前に知ることができる。そのため、経営者自身の経営に対する（危機）意識の高まりを醸成し、危険回避に向けた行動ができる。
	意思決定	経営者自身が自社の現状を正しく把握し、それを通じて将来の予測精度を向上させることで、事業拡大もしくは経営革新のために最適な意思決定・目標設定ができる。 1)短期的意思決定 月次ごとに業績分析を行って、翌月以降の業務を軌道修正していき、これを12ヵ月繰り返すことで年度計画におけるPDCAサイクルを確立する。 2)長期的意思決定 設備投資は、投資する額よりもその設備が生み出す価値が高い時に投資実行となるが、こうした価値の算出を行うために適切な経営分析による自社の現状把握が必要となる。
	経営支援施策の利用	市場調査・経済動向によって把握・分析した「自社を取り巻く外部環境および強み・弱み」、および、経営分析によって把握した「財務課題（収益性や安全性、資金繰りの改善等）」「今後の事業領域と数値目標」で得られたデータ等を、経営革新計画や公的助成金の申請に流用することで、計画書や申請書がスムーズに作成できる。
商工会側	融資斡旋時	分析した経営状況を業種ごとにストックし、経営指導員が融資斡旋時に認定可否を判断する際の経営指標として活用する。
	次回経営指導時	分析した経営状況を企業ごとにストックし、今後、経営指導員が当該企業に指導・助言する際のカルテ（参考資料）として活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

1) 現状

現在、当会では、①既存事業者、②創業予定者、③事業承継希望者の3カテゴリに分けたうえで、①および②については「事業計画策定セミナー」や「創業者支援セミナー」の開催によって事業計画策定の重要性を認識していただくとともに、計画策定を促している。③については、巡回によって案件の掘り起こしを図り、現経営者へ早期の事業引継ぎを促すべくヒアリングなどを実施している。

【事業計画・創業計画】

計画策定自体は推進できているものの、「計画を策定しただけで、アクションプランなどの実施に向けて行動していない」「補助事業完了後や創業融資実行後に、経営計画書を見直ししていない」事業者が存在する。

【事業承継計画】

事業承継はセンシティブなテーマであり、経営指導員としても経営者に配慮しながら対話しており、ヒアリングのみで案件につながらないケースが多い。

2) 課題

【事業計画・創業計画】

本来の事業計画の目的である「将来のあるべき姿に向けた PDCA サイクルを回すため」という観点を、より多くの小規模事業者へ浸透させていくことが課題である。

「事業計画策定後の見直しがなされていない」ということは、本来の意義・目的のためではなく、「補助金や融資など、目先の目的のため」「セミナーに出席して、何となく策定した」ことが窺える。

【事業承継計画】

町行政や他支援機関、金融機関などと一層連携を強めて案件の掘り起こしを進めるとともに、統計データや税制措置などの施策を紹介することで「早期の事業承継着手」や「今後の承継を見据えた経営基盤の強化」を促していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

【既存事業者・創業予定者向け】

「将来のあるべき姿に向けた PDCA サイクルを回すため」という観点を浸透させる。具体的には、事業計画策定の前工程として、地域経済動向のデータ提供に加え、傾聴と対話により企業の課題設定や課題解決に向けた様々な障壁と施策を共に考えることで、経営者自らが変革の道筋を立てることを支援していく。

また、公的支援施策のうち小規模事業者持続化補助金については、当会経営指導員が講師となって、公募要領の説明に加えて申請書類作成のポイントや手法について講義を行う。

【事業承継希望者向け】

他支援機関等との連絡会をもって、事業承継希望者や見込者に係る情報共有を図り、連携を強化する。また、実際の相談については、なるべく石川県事業引継ぎ支援センターやよろず支援拠点などが実施する相談会や個別相談ブースを活用するなど、津幡町外で開催するなど配慮を払う。

事業承継診断（アンケート調査）に加えて、「事業承継を早期に行うことによるメリット、行わないことによるデメリット」や「事業承継税制・事業承継補助金などの公的支援施策」をまとめた書面などを作成したうえで、面談時に提示・説明することで早期の事業承継着手等を促していく。そして、案件の掘り起こしをしていく中で、事業承継の準備・早期着手の意向を示された方には、個別に事業承継計画概要書や事業承継計画の策定を進めていく。

(3) 目標

NO	支援内容	現 状	令和 7 年度	8 年度	9 年度	10 年度	11 年度
1	事業計画策定セミナーの開催 (回)	2	2	2	2	2	2
2	事業計画の策定事業者数 (社)	60	61	62	63	64	65

3	創業者支援セミナーの開催 (回)	1	1	1	1	1	1
4	創業計画の策定者数(社)	4	5	6	7	8	8
5	事業承継に係るミニセミナー や個別相談会の開催(回)	0	1	1	1	1	1
6	事業承継計画書または 計画概要書の作成事業者数(社)	3	3	4	4	5	5

(4) 事業内容

1) 事業計画策定セミナー・個別相談会の開催

【支援対象者】

- ・小規模事業者（経営分析を行った事業者、公的支援施策等の申請を希望する事業者など）

【手段・方法】

項目	内容
カリキュラム例	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 事業計画策定の目的・意義 ✓ 経営環境の認識と理解 ✓ 自社の課題抽出とアクションプランの作成 ✓ 経営力強化のための公的支援施策について
項目	内容
開催頻度	1回/年
告知方法	当会ウェブサイトとSNS、チラシ郵送、町広報紙など
想定参加者数	20名

2) 事業計画の策定支援

【支援対象者】

- ・小規模事業者（経営分析を行った事業者、公的支援施策等の申請を希望する事業者など）

【手段・方法】

項目	内容
手法について	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 巡回や窓口での経営・金融相談受付を通じて、経営問題を抱える小規模事業者の掘り起こしを行い、課題解決のための事業計画策定を支援する。 ✓ また、公的支援施策を契機とした計画策定も促していく。
用いるツールなど	<ul style="list-style-type: none"> ・各金融機関や調査会社が提供している経営指標データ ・ローカルベンチマーク（提供：経済産業省） ・業種別審査事典（提供：㈱きんざい） ・経営計画つくるくん（提供：中小企業基盤整備機構） ・Keytas: AI 経営支援ツール（提供：㈱H. A. L）

3) 創業者支援セミナーの開催

【支援対象者】

- ・ 創業予定者
- ・ 創業して間もない小規模事業者
- ・ 第2創業予定者

【手段・方法】

項目	内容
カリキュラム例	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 創業の心構えと必要な手続き ✓ 成功する創業計画について ✓ 創業に関する公的支援施策や融資制度 ✓ 開業後の販路開拓手法
開催頻度	1回/年
告知方法	当会ウェブサイトと SNS、チラシ郵送、町広報紙など
想定参加者数	15名

4) 創業者計画の策定支援

【支援対象者】

- ・ 創業予定者
- ・ 第2創業予定者

【手段・方法】

項目	内容
手法について	<ul style="list-style-type: none"> ✓ セミナー開催や、行政・支援機関からの情報等を通じて掘り起こした創業予定者を、当会経営指導員が個別にサポートする。 ✓ 中小企業庁「ミラサポ」や石川県創業コンサルティング事業を活用し、各分野に精通した中小企業診断士等の専門家を派遣し、実現可能性の高い創業計画書の作成も併せて支援する。
用いるツールなど	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各金融機関や調査会社が提供している経営指標データ ・ 各支援機関や金融機関が提供している創業支援事例 ・ 業種別審査事典（提供：㈱きんざい） ・ 経営計画つくるくん（提供：中小企業基盤整備機構）

5) 事業承継計画策定支援

【支援対象者】

- ・ 経営の承継・引継ぎを意識・検討している事業者
- ・ 経営者の年齢が60歳以上の事業者

【手段・方法】

項目	内容
手法について	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各支援機関や行政等と連携して、事業承継に係る案件や支援策などの情報共有を行い、見込先へ巡回訪問する。 ✓ 巡回にて面談した経営者に対して、診断票などを用いて現状・将来についてヒアリングするとともに、各種ツールを用いて早期の事業承継着手を促していく。 事業承継について具体的な意向を示した経営者については、個別に経営指導員が事業引継ぎ支援センター等と連携しながら、事業承継計画の策定を支援していく。 ✓ また、石川県産業創出支援機構と共催にて、事業承継ミニセミナーの開催や個別相談会を実施する。なお、個別相談会は、なるべく同機構内で行うなど、相談場所は津幡町外とする。
連携先	<ul style="list-style-type: none"> ・津幡町 ・金融機関 ・石川県事業引継ぎ支援センター ・石川県産業創出支援機構（プッシュ型事業承継支援高度化事業）
用いるツール等	<ul style="list-style-type: none"> ・事業承継診断票、事業承継計画書、事業承継計画概要書（※各々、県下「事業承継相談窓口」の統一書式） ・全国の支援機関や金融機関などが公開している事業承継事例 ・事業承継税制や補助金などの公的支援施策一覧

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、事業者の持続的発展に向けた事業計画遂行のため、各機関等との連携を図りつつ、当会として積極的かつ継続的なフォローアップを実施しており、評価検討会等においても一定の評価を得ている。しかしながら、事業計画の実施に必要な経営資源のうち「ヒト（人材）」の不足による労働供給面の悪化により、「計画の遂行に支障がある」という事業者が一定数存在する。

事業承継希望者向けのフォローアップは過去5年間において77者実施しているものの、家族間の関係や町内における風評などデリケートな問題であるため、効果は限定的である。

2) 課題

事業計画策定事業者向けのフォローアップについては、事業計画で定めた目標達と実績が乖離している場合の速やかな対応のため、セルフモニタリングの推奨など伴走型支援を通じて事業者を受動的から能動的な取組姿勢へと導いていくべきである。そのためには、人材の確保・育成や設備投資導入等により、事業者の生産性向上を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

伴走型の支援を実施していくため、経営指導員側からの一方的な支援とならないよう支援対象事業者の自主性を尊重しつつ、自走化を促すフォローアップを実施していく。

また、事業計画の実施支援に必要な「人材の確保・育成と生産性向上」については、当会が経営発達支援計画において重点支援業種としている小売・サービス業のみならず、人手不足が顕著な製造業・建設業も支援していく。

(3) 目標

NO	支援内容	現 状	令和 7 年度	8 年度	9 年度	10 年度	11 年度
1	フォローアップ対象事業者数	30	60	60	60	60	60
2	頻度（延数）	108	120	120	120	120	120
3	売上増加率 1%以上の事業者数	27	55	55	55	55	55
4	利益増加率 1%以上の事業者数	27	55	55	55	55	55

※フォローアップ対象事業者数
 現 状 数 値：令和 5 年度に事業計画を策定した事業者を含む
 5 ヶ年目標数値：単年度内に事業計画を策定した事業者のみ

(4) 事業内容

1) フォローアップ支援

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。フォローアップの頻度については、基本的には一律年 2 回とするが、事業計画の進捗状況や事業者からの申出等によって臨機応変に対応する。なお、進捗が芳しくなく事業計画の遂行にズレが生じている事業者に対しては、当会経営指導員による協議や他地域の経営指導員からの情報収集を行うこととし、ズレの程度に応じて必要となれば専門家派遣制度等を活用することで、速やかに問題の解消に当たる。

「人材の確保・育成と生産性向上」については、各種公的支援施策の活用や外部機関が主催するセミナーや連携体制のほか、動画や web による働くイメージを発起するような施策を用いる。特に事業者が欲しがる若い人材は動画や web からの情報収集が一般的であり、これらの媒体を通じて会社や業務内容の訴求が効果的となっている。

また、外国人の雇用といった場合には言葉の不都合も生じる。翻訳されたマニュアル作成や動画による手順説明により理解速度を早め、生産性の向上や安全性の確保の推進を図る。

人手不足が深刻化している中小・小規模事業者等に対し、人材採用・育成の包括的な手法を用い、人材確保・育成、働き方改革の推進、生産性向上に寄与する。

支援内容	施策カテゴリ	内容例
人材確保・育成の取組	補助金・助成金	・早期再就職支援等助成金・特定求職者雇用開発助成金 ・人材確保等支援助成金 ・65 歳超雇用推進助成金 等
	その他	・行政や各支援機関が実施する人手不足解消セミナー（例：高齢者や外国人の雇用対策） 等 ・若手人材に対して会社や事業内容を PR するため、動画や web を活用
働き方改革の推進	補助金・助成金	・業務改善助成金 ・時間外労働等改善助成金 ・キャリアアップ助成金 等
	その他	・セミナーや専門家派遣制度（石川県経営者協会） ・嘱託専門指導員の派遣（県連合会） 等

生産性の向上	補助金・助成金	<ul style="list-style-type: none"> ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金 中小企業省力化投資補助金 等
	その他	<ul style="list-style-type: none"> 経営力強化総合支援アドバイザー派遣事業(石川県) 等 動画によるマニュアル作成 外国人に対して、翻訳されたマニュアルや動画を活用

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

現状では、当会地区内に“地域型商業・サービス”の小規模事業者が多いことを鑑み、販路開拓・拡大支援として、商品・サービスのPRを柱に町ブランド認定事業の推進や物産展等への出展支援、インターネット販売・SNSなどITを活用した販路開拓・拡大を支援している。

また、製造業や建設業などの工業者から、新たな取引先を確保するため自社の事業内容や信頼性を伝えるウェブ関連の相談も増えている。

しかしながら、経営指導員による事後のフォローアップが不十分であり、今後に向けた課題抽出や改善点の検討を支援するまでに至っていない。

また、農商工連携による「地域資源を活用した新商品づくり」も支援しているが、そもそも本町特産の農作物の種類が少ないこともありハードルが高く、実績が上がっていない。

2) 課題

支援対象事業者に対しては、経営指導員が確実にフォローアップを実施して、成果確認と次回に向けた改善点を事業者とともに検討することで、PDCA サイクルを回して収益向上につなげていくことが課題である。

また、6次産業化商品の開発など農商工連携に関する取組は、経営指導員や会員事業所、JA石川かほくが相互に積極的な情報交換・共有を図り、お互いの強みや内部資源を用いて農作物を使った新商品開発を実現することも課題である。

(2) 支援に対する考え方

需要開拓の内容を以下の通り集団と個別支援に区分したうえで支援していく。

【集団支援】

① 既存 web ページの活用

当会では令和5年度に制作したオンライン店舗紹介&ビジネスマッチングサイト「つばたビズ」があり、117店舗が掲載されている（令和6年11月末時点）。地域内の事業所であれば、業種を問わず掲載が可能となっている。

ウェブサイト「つばたビズ」を活用し、新たな機能の追加やデザイン性の向上、各掲載事業者の情報追加・更新によりページの充実を図り、登録事業者および閲覧者の増加を目指す。「つばたビズ」の充実を図ることで、店舗の周知やビジネスマッチングへの個社支援につなげていく。



② マーケットインの視点で分類した小集団への支援

「つばたビズ」が地区内の事業者を網羅的に掲載しているのに対し、ヒアリングやアンケートを基にしたマーケットインの視点で新たに事業者をカテゴライズし、分類された小集団に対して支援を行っていく。

分類された小集団を当地域のフラグシップショップに位置付け、ターゲット層へ地域の特色を絡めた訴求力の高い web ページや動画、パンフレット等を制作し、掲載事業者の認知度やブランド力を高めることで新たな需要を開拓していく。

③ セミナーから個社支援までのパッケージ化

当会で開催するセミナーについて、企画段階から個社支援につなげる「セミナーと専門家派遣」のパッケージ化を狙う。セミナーで数時間の講話を聴いて実際の事業運営に生かすケースが少ないことから、セミナー後に国や県の専門家派遣等を行い、講師が事業者の個別指導を行うことで行動を促す。

セミナーのテーマが地域事業者にとって役立つかはもちろん、選定講師のフォローアップ対応の可否の確認や、参加者募集時にパッケージの企画説明を訴求するなど、事業者が運営に生かせる支援を行う。

【個社支援】

① デジタルインフラの整備

新たな需要の開拓にあたり、見込顧客および既存顧客への訴求手法がデジタル分野へ移行している。SNS や YouTube など無料で開始できることも多く、手間と時間をかけることで販売促進の有効なツールとなる。また、販売および顧客開拓方法においては、コロナ禍で EC サイトやマッチングサイトも急速に普及し、近年では無視できない状況となっている。これらの分野は機能的な追加や流行など変化の激しい分野である。

個社においては、これらデジタル分野でのインフラを時代の変化に合わせて整備する支援を行う。集団支援等の様々な販売促進施策において、閲覧新規見込客等が個社のデジタルページに着地でき、満足して来店・来訪できるような仕組みをしていく。

② 物産展・商談会等への参加支援

商工会を含めた各支援機関、町行政、金融機関などが開催する物産展・商談会の情報を収集し、各商工業者にマッチした会合への参加を支援する。

小規模事業者の中には、このような物産展・商談会へ出展・参加した経験のない方が多いため、「スムーズな商談のためのツール作り」や「効果的な商品・サービスの PR 手法」等についても支援していく。

フォローアップを確実に実施するため、物産展や商談会への出展・参加を支援した事業者には、当会所定のアンケートシートを提出してもらうことで、伴走支援につなげる。

また、新たな取組として、物産展のような対面形式だけでなく EC サイトへの登録・出展をサポートして、オンライン上での商品・販売も支援する。

〈アナログとデジタルの相互補完による認知度向上〉

認知度向上による制作物はパンフレット・冊子・チラシ等のアナログ分野や web ページ・SNS・動画といったデジタル分野に分けられる。また、広告についても同様であり、TV・新聞・ラジオ・雑誌等といったアナログ分野に対して web 広告・SNS 広告・YouTube 広告等のデジタル分野に分けられる。

認知度向上のための制作物や周知については、チラシ等によるアナログ広告からデジタル上の制作物へ誘導させることや、パンフレット等のアナログ成果物を SNS などのデジタル広告にて周知するなど、相互補完を行う関係にて周知を図る。

また、農商工連携においては、津幡町農商工連携6次産業化推進事業を受け、JA石川かほくや町担当課等とも連携を強化し、地元事業者の農産物を活用した新商品開発を支援する。

(3) 目標

NO	支援内容	現 状	令和 7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
■認知度向上に資する集団支援							
1	既存 web ページ「つばたビズ」 の参加事業者数 (社)	117	120	123	125	127	130
	売上増加率 (BtoC、%)	1	1	1	1	1	1
	もしくは 新規取引先開拓数 (BtoB、先)	12	15	15	17	17	20
2	分類した小集団の新規 web・冊子 等による参加事業者数 (社)	-	5	10	10	15	20
	売上増加率 (BtoC、%)	-	3	4	5	6	7
	もしくは 新規取引先開拓数 (BtoB、先)	-	1	1	2	2	3
3	販路開拓・認知度向上セミナーへ の参加事業者数 (社)	18	20	20	22	22	24
	売上増加率 (BtoC、%)	1	1	1	1	1	1
	もしくは 新規取引先開拓数 (BtoB、先)	6	7	7	8	8	8
■販路開拓に資する個社支援							
4	IT を活用した販路開拓支援 (社)	6	8	10	12	14	14
	売上増加率 (BtoC、%)	1	1	1	1	1	1
5	チラシ・冊子等を活用した販路開 拓支援 (社)	16	10	10	10	10	10
	売上増加額 (BtoC、万円)	-	5	5	5	5	5
6	各種ブランド認定の支援 (社)	1	1	1	2	2	3
	売上増加率 (BtoC、%)	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
	もしくは 新規取引先開拓数 (BtoB、先)	2	2	2	2	3	3
■取引先獲得や商品・サービスに資する支援							
7	物産展・商談会への出展・参加支 援 (社)	11	11	12	12	14	14

	売上増加率 (BtoC、%) もしくは 新規取引先開拓数 (BtoB、先)	2	2	2	2	2	2
	EC サイトを用いた販路開拓 (社)	14	15	15	15	15	15
8	売上増加率 (BtoC、%) もしくは 新規取引先開拓数 (BtoB、先)	1	1	2	2	2	3
		1	3	4	4	4	5
■農商工連携に関すること							
	農商工連携会議 (回)	0	1	1	1	1	1
9	津幡町 6 次産業化推進事業補助 金申請 (社)	0	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

1) 販路開拓・認知度向上セミナーの開催〔販路開拓に資する集団支援・個社支援〕

【内 容】

〔集 団〕

小規模事業者に対して、IT 活用による認知度向上の重要性を理解していただくとともに、ターゲットごとに活用できる IT ツール (ウェブサイト、SNS、動画、その他アプリケーションなど) の紹介、事業者自身で継続的な情報発信をしていくための仕組みづくりなどについて、セミナーを通して指導していく。

〔個 社〕

セミナー後に事業者がテーマに沿った IT ツールによる継続的な情報発信の仕組みづくりを構築していく場合、講師等が専門家派遣等によるフォローアップ支援を行い、IT 活用による認知度向上・販路開拓を確実に事業者へ遂行していく。

【手段・方法】

〔集 団〕

項 目	内 容
カリキュラム例	<ul style="list-style-type: none"> ✓ お客様から選ばれるための戦略的な仕組みづくり ✓ ターゲットの設定と販売促進手法の使い分け ✓ Google・SNS・YouTube・ChatGPT 等の活用方法 ✓ キャッシュレス決済導入と PR でお客様を増やす ✓ 小規模事業者の IT・AI 活用事例の紹介
開催頻度	1 回/年
告知方法	当会ウェブサイトと SNS、チラシ郵送、町広報紙など
想定参加者数	20 名

〔個 社〕 ※ セミナー後のテーマに沿った専門家派遣等のフォローアップ

項 目	内 容
想定事業者数	3 者
派遣頻度	9 回/年

2) IT を活用した販路開拓支援〔BtoC、認知度向上に資する個社支援〕

【内 容】

ウェブサイト・SNS・YouTube といった IT ツール活用にあたってスタートアップ支援（ウェブサイトの開設、SNS のアカウント作成、記事投稿等）を行う。

また、「アクセス解析による改善点の抽出」「SEO 対策によるアクセス向上」など運用支援も行っていく。

これらをもって、小規模事業者の認知度向上に寄与する。

【手段・方法】

項 目	内 容
支援内容	<p>【ホームページの作成・運用支援】</p> <p>ホームページ制作ツールの「Jimdo」「Goope」「Canva」を活用して、事業者のホームページ作成を支援するほか、サイト公開後のアクセス解析によって SEO 対策など運用支援も行う。</p>
支援内容	<p>・作成支援</p> <p>簡易なものは経営指導員が支援するが、デザインを含めた高度な内容を希望する場合には専門家からの指導を仰いだり、web デザイナーへ委託する。</p> <p>・運用支援</p> <p>経営指導員が中心となって支援するが、必要に応じて専門家派遣制度で IT コーディネーターを派遣し、助言・指導を仰ぐ。</p> <p>【SNS 等の作成・運用支援】</p> <p>・「Instagram」「google マイビジネス」「LINE 公式アカウント」「YouTube」「ChatGPT」の作成や運用方法を支援する。・作成・運用は、必要に応じて専門家派遣制度にて IT コーディネーター等を派遣し、助言・指導を仰ぐ。</p>
活用する公的支援施策等	<p>【専門家派遣等】</p> <p>アドバイザー派遣事業（県制度）、よろず支援拠点</p> <p>【補助金等】</p> <p>小規模事業者持続化補助金</p>

3) チラシ・冊子等を活用した販路開拓支援〔BtoC、認知度向上に資する個社支援〕

【内 容】

津幡町商工会にてチラシや冊子等の作成・配布を企画・運営し、複数の小規模事業者が共同

で実施する販売促進を支援する。

マーケットインによるターゲット層の絞り込みを行い、小集団に分類された事業者を掲載することで統一性を持たせ、掲載事業者のイメージ向上を図り販路開拓へつなげる。また、これらの小集団が同様の web ページを作成した際には、デジタルとアナログの相互補完により販路開拓の効果を強めていく。

【手段・方法】

項目	内容
紙面内容	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ターゲット顧客を中心に事業者を選定し「商品・サービスやその特長」など需要開拓に資する内容を掲載する。 ✓ 内容に統一感を持たせて消費者への訴求力を高めるため、テーマを設定する（例：スイーツ巡り、おしゃれピクニック）。
配布方法とエリア	<ul style="list-style-type: none"> ・町内へ新聞折込にて配布 ・掲載店舗の店頭設置にて配布 ・当会窓口設置にて配布 （※その他、当会ウェブサイトや SNS にも紙面データを掲載する）
頻度	1 回/年
告知方法	当会ウェブサイトと SNS、チラシ郵送、町広報紙、広告など
掲載事業者数	10 社内程度

4) 各種ブランド認定の支援 [BtoB・BtoC、認知度向上に資する個社支援]

【内容】

石川県と津幡町が各々実施しているブランド事業への認定申請を支援し、小規模事業者の商品・サービスに対する権威付けと信頼性向上によって、認知度向上を支援する。

【手段・方法】

主に下記のいずれか、もしくは、希望するもの全てについて認定申請を支援する。

項目	石川ブランド	津幡ブランド
概要	新規性や技術独自性等において優秀な製品をブランド認定し、価格競争に巻き込まれない差別化された製品づくりとブランド戦略の策定を促す。	町の資源を生かした町内産品をブランド認定し、全国に向けて町の輝く魅力を情報発信することにより、知名度向上と地域産業の振興及び活性化を図る。
認定者に対する支援例	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家のフォローアップ支援 ・シンボルマーク（右掲）の付与 ・ブランド化に係る経費の補助 	<ul style="list-style-type: none"> ・町ウェブサイトや物産展での PR ・認証マーク付与 ・ふるさと納税の返礼品
対象製品等	<ul style="list-style-type: none"> ・機械 ・情報 ・食品 ・繊維等産業材 ・伝統的工芸品 ・生活雑貨、インテリア等 	津幡町内で生産・製造されたもの
管轄	石川県商工労働部産業政策課	津幡町総務部総務課

5) スタンプ会と連携した共同販促事業の実施 [BtoC、取引先獲得や商品・サービス販売に資する支援]

【内 容】

地区内小規模事業者 50 店舗で構成される津幡町販売事業協同組合（※津幡町商工会が事務受託）と連携して、「ポイント 3 倍セール」、「プレミアム交換デー」の発行など共同販促事業を実施して、取引先獲得や商品・サービスの販売に寄与する。

【手段・方法】

項 目	ポイント 3 倍セール	プレミアム交換デー
概 要	従来、年に 4 回実施していたポイント 3 倍セールの 2 回増加して、消費者の購買意欲を高める。	ポイントが貯まったカードでお得な買い物等ができる企画を開催し、消費者の需要喚起を図る。
対 象	【支援対象】 主に津幡町販売事業協同組合員 50 社のうち事業計画策定事業者 (※地区内小規模事業者 商業者：48社、工業者：2社)	
頻 度	年 6 回	年 2 回

6) 物産展・商談会への出展・参加支援 [BtoC・BtoB、取引先獲得や商品・サービス販売に資する支援]

【内 容】

なお、フォローアップを確実にするための改善点として、出展支援事業者へ「フォローアップシート（新規）」を提出してもらう。

同シートの作成については、なるべく経営指導員が事業者へヒアリングしながら作成し、物産展・商談会における「成果」、「今後の検討課題」、「今後の取組方針（アクションプラン）」などのデータとして蓄積し、次回以降のフォローアップ支援に活用し、収益向上に向けて伴走支援していく。

【手段・方法】

主に下記のいずれか、もしくは、希望するもの全てについて出展・参加を支援する。

項 目	ニッポン 全国物産展	八重洲いしかわ テラス	イチ押し商品 売込商談会	しんきん ビジネスフェア
概 要	農工商連携や地域資源活用によって開発した商品等や、魅力ある隠れた地域産品等を紹介・販売する。	石川県内で生産・製造・加工された産品を東京・八重洲にて販売するアンテナショップ	販路拡大だけでなく仕入先開拓、外注先開拓、業務請負などあらゆるビジネスマッチングが可能。	中小企業と国内大手企業・海外企業をつなぎ、製品開発や新規取引などビジネスマッチングをサポートする。
対 象	中小・小規模事業者等	中小・小規模事業者等	中小製造業、卸売業	北陸三県の中小・小規模事業者
主 催	全国商工会連合会	石川県	金沢商工会議所	北陸地区 信用金庫協会

(※上記例以外に、支援企業のニーズに合った有用な物産展・商談会があれば活用していく。)

7) EC サイトを用いた販路開拓支援 [BtoB・BtoC、取引先獲得や商品・サービス販売に資する支援]

【内 容】

全国の潜在顧客の需要獲得やオンライン上での効率的なビジネスマッチングを支援することで、取引先獲得や商品・サービスの販売に寄与する。

【手段・方法例】

項目	サイト名
EC モール	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アマゾン ✓ 楽天 ✓ Yahoo ショッピング など
県内 EC サイト	<ul style="list-style-type: none"> ✓ miicha (ミーチャ) : 能登印刷 ✓ 発見! うまうま探検隊 : 能登印刷 ✓ COREZO (コレゾ) : 北國銀行 など
クラウドファンディング	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Makuake (マクアケ) ✓ READYOR (レディーフォー) ✓ CAMPFIRE (キャンプファイヤー) など
自社 EC サイト	<ul style="list-style-type: none"> ✓ カラーミーショップ ✓ Shopify ✓ BASE など

(※上記例以外に、支援企業のニーズに合った有用な EC サイト等があれば活用していく。)

8) 農商工連絡会議

【内 容】

6次産業化に資する取組により地域活性化を図るため、農商工連絡会議を実施する。会議を経て地域の農林漁業者、加工業者および販売事業者の候補者選定や連携体制の構築を図っていく。地域農産物の活用し、津幡町の補助金等を絡めながら商品・サービスの開発を行う。商品化となった際は、地域小売店や物産展およびCモールへ出店し、販路開拓を図っていく。

【手段・方法例】

項 目	内容等
目 的	津幡町農商工連携6次産業化推進事業を受け、地元農業者が生産した農産物活用により商工業者の新商品開発を支援し、地域活性化を図る。
会議頻度	年数回開催
連携機関	JA 石川かほく、津幡町産業振興課
利用制度	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 6次産業化推進事業補助金 (津幡町) ✓ 石川・津幡ブランドの認定
販路候補	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地元スーパー等の小売店 ✓ 物産展や EC サイト <ul style="list-style-type: none"> ➤ ニッポン全国物産展 ➤ 八重洲いしかわテラス ➤ 発見! うまうま探検隊 (EC サイト) など

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

事業評価検討会の開催によって、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。具体的には、専門家（中小企業診断士）や連携先を外部有識者として招聘し、計画に基づく進捗状況等について、定量・定性評価や見直し等を行っている。

異なる分野の外部有識者を事業評価検討会委員として招聘することで、当会の取り組みについて客観的な評価がなされている。また、重点項目に特化した取り組みの集中化や個別事業者の経営課題を解決するための専門機関の紹介など、様々な分野において幅広く適切な助言を得ている。

2) 課題

専門家等の助言を得て、毎年度見直しを行いながら、次年度に繋がる取り組みがなされているものの、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町内の経済状況等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

現状で、年1回開催している事業評価検討会を継続する。評価結果は、役員会等にてフィードバックした上で、今後の取り組みに反映させていくとともに、当国会報への掲載および当会ホームページへの公表を行うことで、町内の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

津幡町商工会 事業評価検討会	
目的	計画に基づく当会の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ことで、小規模事業者ひいては地域の持続的な発展に寄与する。
組織構成	・津幡町商工会（理事等5名・事務局長1名・法定経営指導員1名） 【外部有識者】 ・津幡町（担当課長1名・担当者1名） ・日本政策金融公庫（金沢支店事業統括1名） ・石川かほく農業協同組合（担当課長1名） ・専門家（中小企業診断士2名）
開催頻度	年1回
結果公表	当国会報への掲載・当会ホームページへの公表

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

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が図られている。また、当会経営指導員 1 名が実施した経営支援については県内最優秀事例に選ばれた。

2) 課題

経営指導員にはこれまでの経営指導力に加え、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、経営指導員個々のコミュニケーション力の向上が不可欠となる。

また、経営発達支援計画への法定経営指導員の関与が求められ、法定経営指導員資格の取得に向けた取組も重要課題となっている。

(2) 事業内容

経営指導員においては、各種研修会への積極的な参加、職員間のノウハウ共有によりスキルアップを図る。

1) 個々のスキルアップおよびノウハウの共有

各指導員が、全国商工会連合会・石川県商工会連合会・石川県商工会議所連合会等が主催する研修、中小企業大学校が主催する課題別研修へ積極的に参加する。

研修では、経営（例：事業計画書の策定、生産性向上、DX化対策）から金融（例：制度融資、経営改善計画書の策定）、労務（例：働き方改革制度）に至るまで幅広い知識・ノウハウを習得できる。これらを、研修を受講した経営指導員だけに留めずに、受講した者を講師として他経営指導員に研修内容を説明することで、組織内で知識・ノウハウを共有する。

2) コーチングスキルの向上

事業計画の実現に向け、傾聴と対話の確度を高めるため、経営指導員のコーチングスキル向上が必要となる。スキルアップに向けた講習会等に積極的に参加する。

3) 支援事例勉強会を通じた資質向上

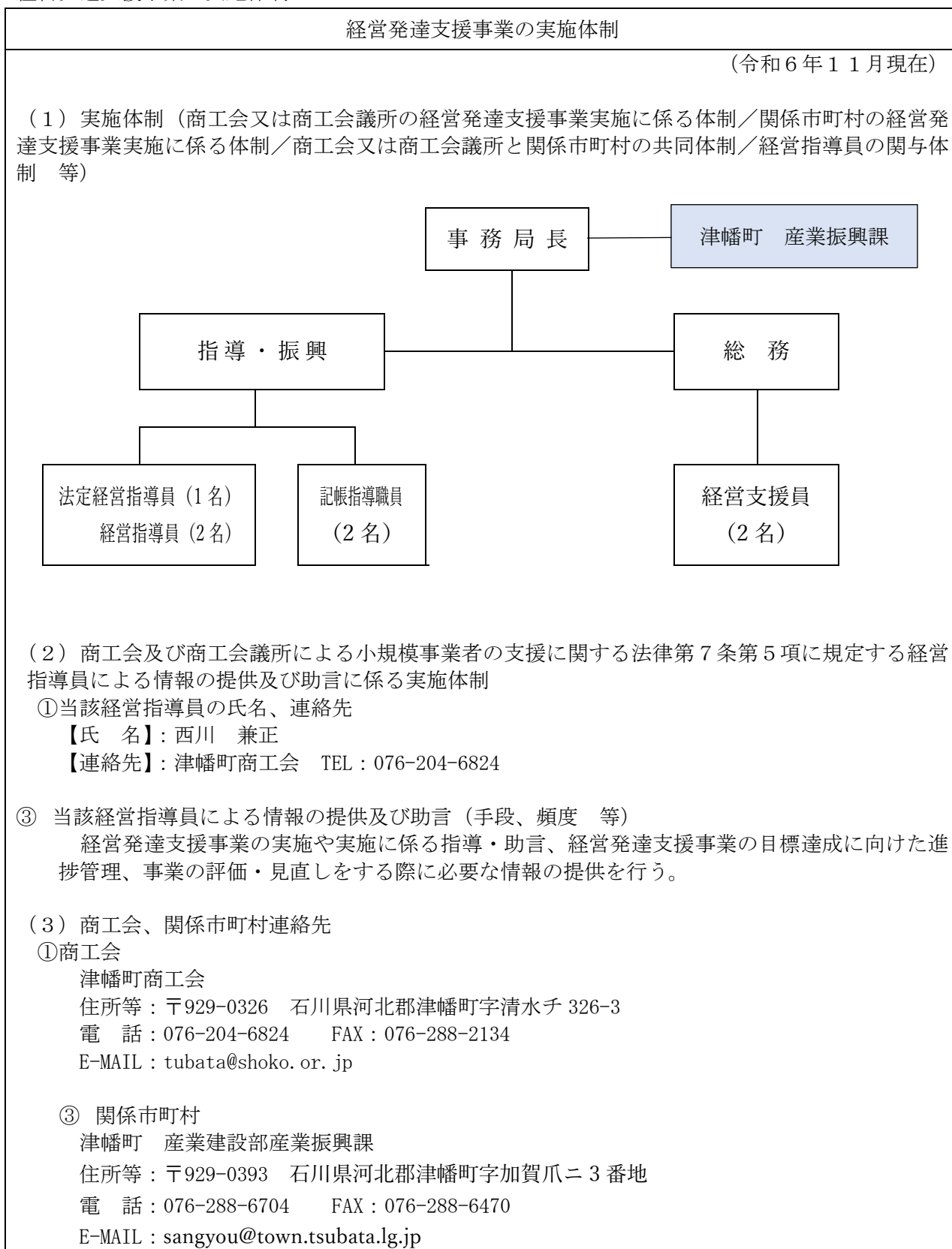
- ・各経営指導員が取り組んでいる小規模事業者への経営支援について持ち寄って、月 1 回の勉強会を実施することで、具体的な事例を通じて資質の向上を図る。
- ・また、石川県下商工会では平成 23 年より年に 1 度、優秀支援事例 10 事例をネットワーク上に公表している。経営革新や創業、事業再生、地域振興といった様々なテーマの事例があるため、当会内の支援事例だけでなく、これら県内他商工会の具体的な支援事例も勉強会に用いる。場合によっては、電話や対面によって当該事例の担当経営指導員より、支援事例に関する生の情報・ノウハウを吸収することで、当会経営指導員の支援能力を高める。

4) 公的資格取得による自己啓発

- ・経営指導員が各々自己研鑽により、中小企業診断士・社会保険労務士等の公的資格取得を目指す。また、資格取得に係る研修についても積極的に参加する。
- ・具体的には、経営指導員 1 名は経営指導に関する相談対応能力を高めるため、中小企業診断士（※現状で 1 名は有資格者）の取得を通して知識を補う。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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	8年度	9年度	10年度	11年度
必要な資金の額	53,670	53,670	53,670	53,670	53,670
① 人件費 (事務局運営等)	47,000	47,000	47,000	47,000	47,000
②事業計画策定支援事業費 ※セミナー開催 (広報、講師謝金等)	400	400	400	400	400
③事業計画実施支援事業費 ※経営相談会開催 (広報) ※ニーズ調査実施 (調査委託)	650	650	650	650	650
④創業・第二創業支援 ※セミナー開催 (広報、講師謝金等)	220	220	220	220	220
⑤販路開拓支援 ※各種物産展出展支援 (出展料) ※販路開拓セミナー開催 (広報、講師謝金等) ※チラシ等作成 (デザイン委託、印刷・配布等) ※web 関連の認知度向上施策 (制作・撮影・編集等)	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
⑥会議費 ※他の支援機関との連携強化 ※事業の評価及び見直し	400	400	400	400	400

(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) ・町補助金 (津幡町商工業振興事業補助金、津幡町観光イベント事業補助金) ・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