

経営発達支援計画の概要

実施者名	小浜商工会議所（法人番号 5210005008426） 小浜市（地方公共団体コード 182044）
実施期間	令和３年４月１日～令和８年３月３１日
目標	【目標①】独自の強みや地域資源を活かした商品・サービスの展開による競争力強化 【目標②】新たな販路の創出による売上および収益力の強化 【目標③】後継者の育成と事業承継の円滑な実施による地域活力の向上 【目標④】歴史的、文化的資源を活用した需要開拓支援
事業内容	I. 経営発達支援計画の内容 １－１. 地域経済動向調査に関すること 小浜市中小企業景況調査や国が提供するビッグデータ等の情報を活用することで小規模事業者の事業計画策定に活用する。 １－２. 需要動向調査に関すること 展示会やイベント等から需要動向を調査し、調査結果を参考とした新商品・新サービスの開発を支援する。 ２. 経営状況の分析に関すること 経営分析の必要性や有用性について普及啓発を図る。意欲的で販路開拓の可能性が高い事業者を対象として経営分析を行う。 ３. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った中から、より意欲があり、実現可能性の高い小規模事業者に対して中長期的な事業計画策定支援を行う。 ４. 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全ての小規模事業者や集中支援が必要な小規模事業者に対するフォローアップを行う。この他、販売促進や人材育成等に関するセミナーを開催することで実行につなげる。 ５. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会や商談会への出展支援やホームページ、ECサイト等の充実による販路開拓支援を行う。 II. 地域の活性化に資する取り組み 関係機関や事業者と連携しながら下記の事業を実施する。 ①旨いもんすごろく、②OBAMA食のまつり、③ふるさとしごと塾、④若狭小浜未来創造会議
連絡先	小浜商工会議所 中小企業相談所 所在地：〒917-8533 福井県小浜市大手町５番３２号 TEL:0770-52-1040 FAX:0770-53-3567 E-mail:soumu@obamacci.or.jp 小浜市 産業部 商工観光課 所在地：〒917-0078 福井県小浜市大手町６番３号 TEL:0770-53-9705 E-mail:syokou@city.obama.fukui.jp

(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地域の現状

ア. 位置と地勢

小浜市は福井県南西部に位置し、総面積は232.87km²（うち山林190.94km²）。北は国定公園の指定を受けた日本海で唯一の長いリアス式海岸を有する若狭湾に面し、南は東西に走る京都府北部の山岳地帯で一部滋賀県とも接している。（図表1参照）

【図表1：小浜市の位置】

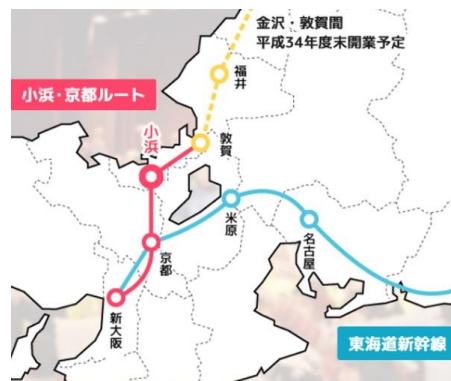


イ. 市内を取り巻く交通網

【北陸新幹線】

2023年3月末に北陸新幹線が金沢駅から敦賀駅まで開業される予定である。今後、小浜市にも新駅が設置され、京都駅を経て新大阪駅へ延伸される予定であり、2046年に全線開業とされている。全線開業によって小浜～京都間は約19分で結ばれることとなり、観光誘客や交流人口、定住人口の増加の他、企業進出等も考えられ、市内を含めた広域的なエリア全体の経済発展に大きな期待がかかる。（図表2参照）

【図表2：北陸新幹線 小浜・京都ルート】



【高速道路】

小浜インターチェンジを境として、東に北陸自動車道、西に舞鶴若狭自動車道が国道27号線と並行するように伸びる。平成26年7月に全線開通されて以降、北陸・中京・関西との往来利便性が格段に向上し、土日祝には県外からの観光客が多数訪れている。（図表3参照）

【図表3：小浜市を取り巻く高速道路】



ウ. 市内の地域資源

古くは万葉集に「かにかくに人は言ふとも若狭道の後瀬の山の後も逢はむ君」と歌われた本市は今なお語り継がれる旧来の伝承や、市内各地に点在する数々の寺社と文化財等が、華やかに栄えた往年の文化を色濃く残している。また、古代より「御食国」として朝廷に海産物を貢いできた歴史を有し、今もなお若狭ガレイを皇室に献上している他、小浜市では平成13年に全国のまちづくり条例を制定するなど食文化のまちでもある。なかでも本市を代表する地域資源は下記のとおり。

《重要伝統的建造物群保存地区「三丁町」》

市街地西部にある古い町並み「三丁町（さんちょうまち）」は今から400年前に栄えた商家町と茶屋町の姿を現在も見ることが出来る。今もなお芸妓を抱える料亭もあり、千本格子の家々が軒を連ね三味線の音が流れる同地域は平成20年に国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された。旧家をリノベーションした宿泊施設やカフェ等が営業している他、同地区への移住もみられる等、市内の人気エリアとなっている。（図表4参照）



【図表4：重要伝統的建造物群保存地区「三丁町」】

《日本遺産と鯖（さば）のまちづくり》

福井県は北陸地方に位置付けられているが、本市を中心とする若狭地域は近畿地方との歴史的・文化的なつながりが深く、風俗、習慣、言語などに深い共通性が見られる。特に、古代から日本海を隔てた対岸諸国との交易が開けていたことから日本海側屈指の要港として栄え、陸揚げされた各地の物産品や大陸文化は「鯖街道（さばかいどう）」等を経て京都や奈良へもたらされた。奈良・平安時代には海産物や塩を朝廷に献上する「御食国（みけつくに）」と呼ばれ、「海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国若狭と鯖街道」として平成27年に日本遺産に認定されている。

現在では小浜市とKDDIによる鯖養殖事業をきっかけとして、IoTを活用して養殖された鯖を「酔っぱらい鯖」としてブランド化し全国の飲食店で親しまれている。（図表5参照）

【図表5：鯖の歴史】



一昼夜かけ鯖街道を経て鯖を京都へ



IoTを活用した養殖鯖「酔っぱらい鯖」が全国へ



今もなお引き継がれる鯖の歴史

《塗箸全国シェアNo. 1の若狭塗箸》

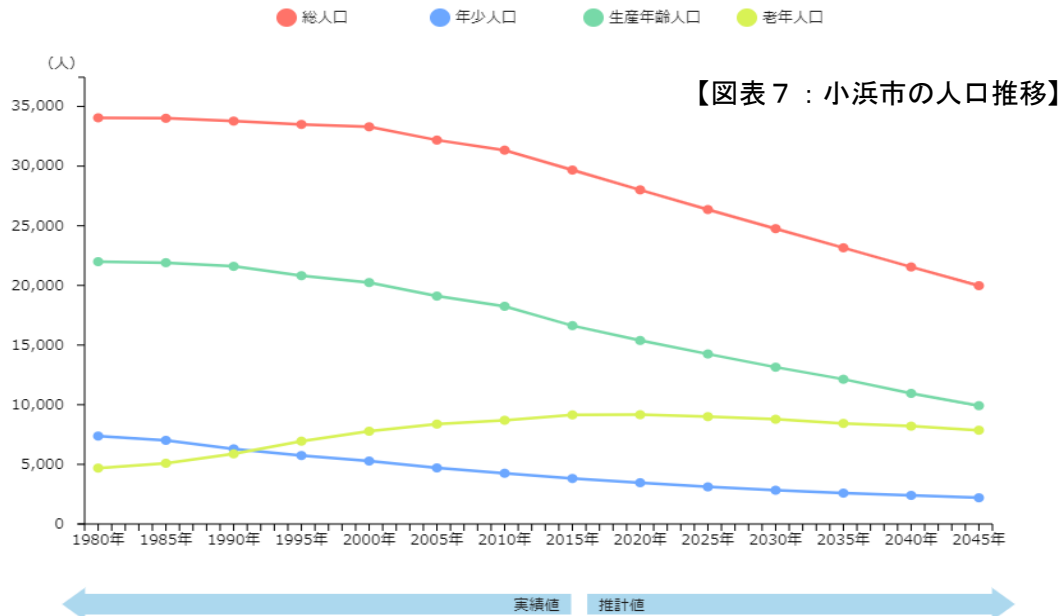
小浜市の主要産業である若狭塗箸。江戸時代の慶長年間に海底の様子をデザインしたものが始まりとされており、木地に何重にも漆を塗り研ぎしながら、若狭塗箸最大の特徴である貝殻や卵殻を施して仕上げられる。若狭塗箸は年間約800万膳の生産量を誇り、全国の塗箸シェア約80%を占めている。近年では平成27年のミラノ万博にも出展しており、海外での評価も高く海外展開も加速している。（図表6参照）



【図表6：若狭塗の研ぎ出し】

エ. 人口推移

小浜市の人口は29,027人（令和2年8月1日時点）。1980年以降、年々減少を続けており、2030年には約24,000人、2040年には約21,000人になると予測されている。また、2040年には65才以上の老年人口が全体の約40%を占めると予測され、高齢化に伴う労働人口の減少が懸念される。（図表7参照）



オ. 事業所数の推移

小浜市内の事業所数は人口と比例するように年々減り続け、平成21年から平成28年の7年間で248件が減少している。（図表8参照）業種別に平成24年から平成28年の4年間の件数および割合を見てみると、「卸売業、小売業」が最も多く、続いて「宿泊業・飲食サービス業」となっている。これらの業種を合わせると平成28年には全体の41.5%を占めており、これらが市内の主要業種であることが分かる。多くの業種で事業所数は減少しているものの「農林漁業」、「生活関連サービス業、娯楽業」の件数および割合がともに増加している。（図表9参照）

【図表8：事業所総数の増減】

	平成21年	平成28年	増減数	増減率
事業所総数	2,013	1,765	▲248件	▲12.3%

出典：平成21年、平成28年経済センサス

【図表 9：業種別事業所数の推移】

黄色＝上位業種 水色＝増加傾向の業種

	事業所数					
	平成 24 年		平成 26 年		平成 28 年	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合
農林漁業	8	0.4	12	0.7	13	0.7
鉱業、採石業、砂利採取業	－	－	－	－	－	－
建設業	213	11.5	205	11.3	190	10.8
製造業	178	9.6	179	9.8	167	9.5
電気・ガス・熱供給・水道業	2	0.1	2	0.1	2	0.1
情報通信業	13	0.7	11	0.6	10	0.6
運輸業、郵便業	20	1.1	17	0.9	19	1.1
卸売業、小売業	532	28.8	512	28.1	489	27.7
金融業、保険業	34	1.8	34	1.9	34	1.9
不動産業、物品賃貸業	80	4.3	75	4.1	67	3.8
学術研究、専門・技術サービス業	65	3.5	70	3.8	68	3.9
宿泊業、飲食サービス業	263	14.2	247	13.6	244	13.8
生活関連サービス業、娯楽業	162	8.8	163	9.0	167	9.5
教育学習支援業	41	2.2	46	2.5	46	2.6
医療、福祉	71	3.8	80	4.4	81	4.6
複合サービス事業	19	1.0	21	1.2	21	1.2
サービス業（他に分類されないもの）	145	7.9	145	8.0	147	8.3
総 数	1,846	100.0	1,819	100.0	1,765	100.0

出典：平成 24 年、平成 26 年、平成 28 年経済センサス

カ. 業種別従業員数の推移

業種別従業員数を見ると「卸売業、小売業」が最も多く、続いて「製造業」が多い。平成 28 年ではこれらの業種で全体の 40.8%を占めている。一方で「製造業」の減少が著しく、4年間で467人が減っており、今後の人材確保が難しくなることが想定される。逆に、農林漁業は4年間で約3倍増加、「医療、福祉」は4年間で約1.2倍増加となっていることから、件数が増えたことによって従業員数も増えたことが分かる。(図表 10 参照)

【図表 10：業種別従業員数の推移】

黄色：上位業種 水色：増加傾向の業種

	従業員数					
	平成 24 年		平成 26 年		平成 28 年	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合
農林漁業	61	0.5	172	1.4	185	1.4
鉱業、採石業、砂利採取業	－	－	－	－	－	－
建設業	1,210	9.2	1,081	8.6	983	7.7
製造業	2,551	19.5	2,190	17.3	2,084	16.3
電気・ガス・熱供給・水道業	87	0.7	94	0.7	34	0.3
情報通信業	76	0.6	70	0.6	59	0.5
運輸業、郵便業	369	2.8	267	2.1	297	2.3
卸売業、小売業	3,159	24.1	3,031	24.0	3,144	24.5
金融業、保険業	423	3.2	347	2.7	348	2.7
不動産業、物品賃貸業	268	2.0	247	2.0	220	1.7
学術研究、専門・技術サービス業	373	2.8	659	5.2	748	5.8
宿泊業、飲食サービス業	1,569	12.0	1,329	10.5	1,406	11.0
生活関連サービス業、娯楽業	559	4.3	615	4.9	598	4.7
教育学習支援業	216	1.6	177	1.4	218	1.7
医療、福祉	1,100	8.4	1,264	10.0	1,336	10.4
複合サービス事業	282	2.2	307	2.4	306	2.4
サービス業（他に分類されないもの）	791	6.0	780	6.2	856	6.7
総 数	13,098	100.0	12,630	100.0	12,822	100.0

出典：平成 24 年、平成 26 年、平成 28 年経済センサス

キ. 小規模事業者数の推移

平成 21 年と平成 28 年の 7 年間で 244 件が減少しており、小規模事業者数の減少率が高い。事業所総数の減少のうち約 98.4% が小規模事業者であることから、小規模事業者の厳しい経営実態が伺える。（図表 11 参照）

【図表 11：小規模事業者の増減】

	平成 21 年	平成 28 年	増減数	増減率
事業所総数	2,013	1,765	▲248 件	▲12.3%
うち小規模事業者数	1,729	1,485	▲244 件	▲14.1%
小規模事業者数の割合	85.9%	84.1%	－	－

出典：平成 21 年、平成 28 年経済センサスより集計

業種別の小規模事業者数を見てみると「卸売業、小売業」が最も多く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」となっている。減少数を見てもこれらの業種が多数を占めている。一方で「農林漁業」、「医療、福祉」の件数が増加していることが分かる。（図表 12 参照）

【図表 1 2 : 業種別小規模事業者数の推移】

黄色 : 上位業種 水色 : 増加傾向の業種

	平成 2 1 年			平成 2 8 年		
	事業所 総数	うち小規模 事業者数	小規模事業 者数に占め る割合 (%)	事業所 総数	うち小規模 事業者数	小規模事業 者数に占め る割合 (%)
農林漁業	7	5	0.3	13	12	0.8
鉱業、採石業、砂利採取業	—	—	—	—	—	—
建設業	226	217	12.6	190	183	12.3
製造業	194	164	9.5	167	143	9.6
電気・ガス・熱供給・水道業	2	1	0.1	2	1	0.1
情報通信業	16	15	0.9	10	9	0.6
運輸業、郵便業	22	15	0.9	19	14	0.9
卸売業、小売業	590	403	23.3	489	316	21.3
金融業、保険業	37	30	1.7	34	27	1.8
不動産業、物品賃貸業	85	83	4.8	67	66	4.4
学術研究、専門・技術サービス業	64	59	3.4	68	62	4.2
宿泊業、飲食サービス業	291	289	16.7	244	236	15.9
生活関連サービス業、娯楽業	167	167	9.7	167	159	10.7
教育学習支援業	42	39	2.3	46	40	2.7
医療、福祉	70	51	2.9	81	61	4.1
複合サービス事業	35	31	1.8	21	17	1.1
サービス業（他に分類されないもの）	165	160	9.3	147	139	9.4
総 数	2,013	1,729	100.0	1,765	1,485	100.0

出典：平成 21 年、平成 28 年経済センサスより集計

ク. 卸売業、小売業の年間販売額および売場面積

市内で最も多い「卸売業、小売業」の平成 2 6 年と平成 2 8 年を比較すると、年間販売額および売場面積ともに増加している。特に小売業の年間販売額が 20.4%増加している背景には大規模小売店の出店が大きく影響していると推測される。平成 2 3 年以降、店舗面積 1000㎡以上の大規模小売店は小浜市に 4 店舗出店しており、商品アイテム数やサービス、営業時間等に劣る小規模小売店は競争激化の中厳しい経営環境となっている。（図表 1 3 参照）

【図表 1 3 : 卸売業、小売業の年間販売額および売場面積】

		平成 2 6 年	平成 2 8 年	増減率
卸売業	年間販売額（万円）	2,314,234	2,428,655	+4.9%
小売業	年間販売額（万円）	2,908,733	3,504,295	+20.4%
	売場面積（㎡）	38,921	42,046	+8.0%

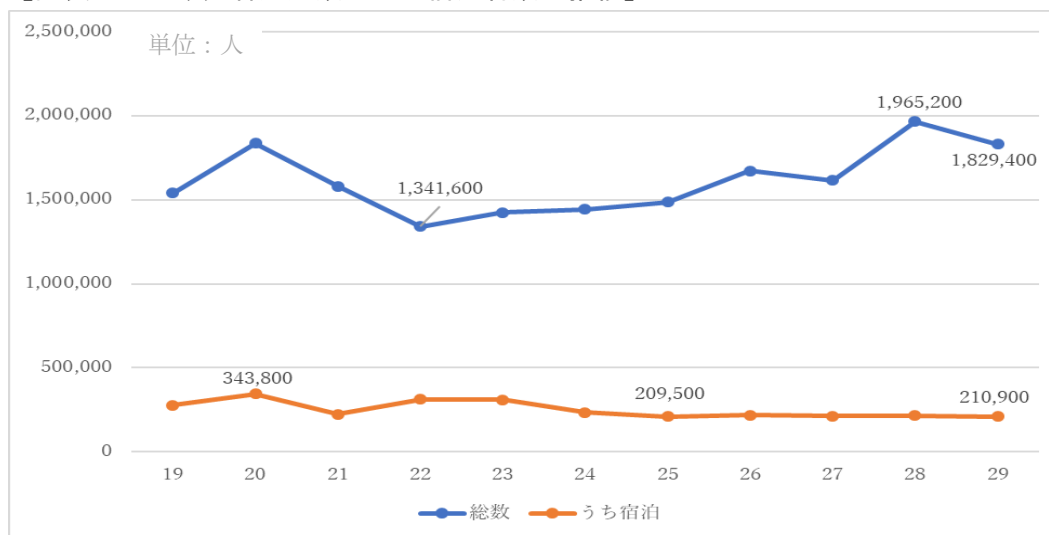
出典：福井県政策統計・情報課 福井の商業

ケ. 観光客入込数および宿泊者数の推移

平成 1 9 年から平成 2 9 年の観光客入込数を見てみると、平成 2 0 年以降にリーマンショックの影響によって入込数および宿泊者数が減少した後、緩やかに回復してきた。平成 2 6 年に北陸自動車道・若狭さとうみハイウェイが開通すると北陸や中京からの入込数が増加し、平成 2 8 年には小浜市の中核的観光拠点となる小浜市まちな駅・旭座がグランドオープンした等の要因によって過去最高と

なる196万人の入込数があった。観光客入込数は増加傾向にあるものの、近年の宿泊者数は約21万人前後で横ばいの状況である。(図表14参照)

【図表14：観光客入込数および宿泊者数の推移】

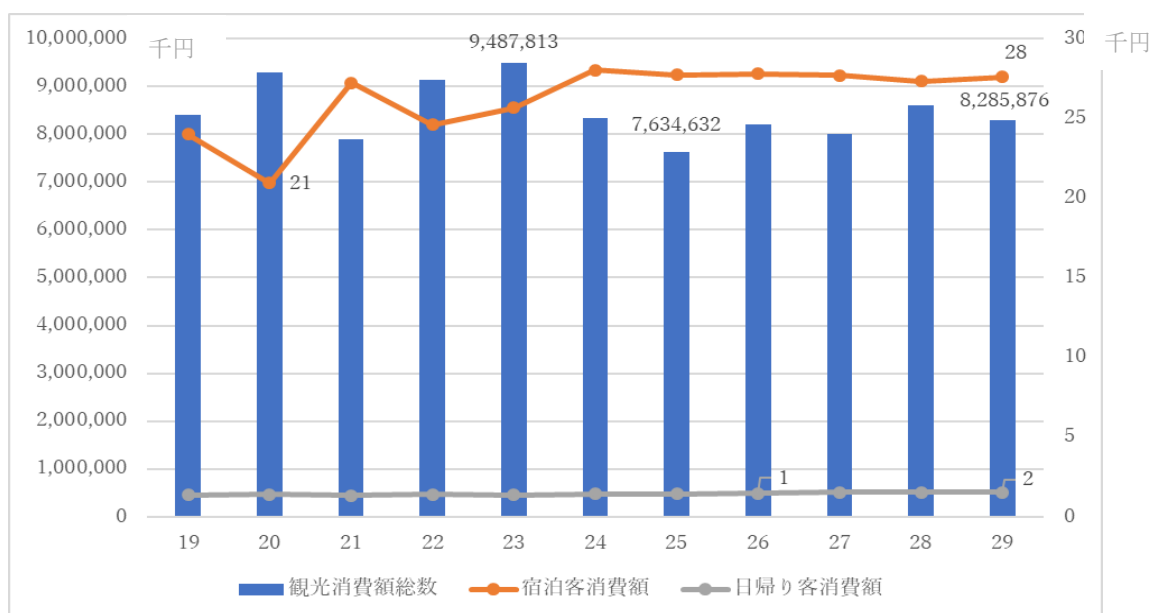


出典：平成30年度小浜市統計書

コ．観光消費額の推移

平成23年の94億8781万3千円を最高額として、直近データの平成29年は82億8587万6千円となっており、消費額が伸びていない状況である。宿泊客と日帰り客の観光消費額を見ると、宿泊客は2万8千円であるのに対して、日帰り客は2千円と大きな差があり、いずれも伸びていない。(図表15参照)

【図表15：観光消費額の推移】



出典：平成30年度小浜市統計書

サ. 特産工業品目の状況

小浜市における特産工業品目の出荷額は平成24年の29億4千万円から1.3倍増の40億5千万円まで増加している。このうち若狭塗箸に関しては、使い捨て箸の環境問題を背景とした社会の意識変化によって飲食店等における塗箸需要が増加したこと、また日本国内におけるインバウンド需要が増加したこと等が推測される。(図表16参照)

【図表16：特産工業品目の推移】

	平成24年	平成28年
産出事業所数(件)	29	28
出荷額等(万円)	294,080	405,337

出典：福井県政策統計・情報課 福井の工業

②市内事業者の課題について

ア. 人手不足

当地域の人口減少と比例して、業種を問わず人手不足が大きな課題となってくる。人手不足によって事業継続が困難となってくる事業者も出てくると想定される中、IT、IOT、ICT、RPA等の積極的な活用によって業務効率化や生産性向上に努める必要がある。

イ. 事業承継

当所が令和2年7月から8月にかけて実施した「事業承継実態に関するアンケート調査」によると、60才以上の経営者が全体の51%を占めているが、このうち26%が廃業予定と回答している。さらに、60才以上の経営者のうち、事業承継の意欲はあるものの現時点で後継者不在の回答を含めると、47.9%が廃業の可能性があるという回答している。特に小売業、製造業、飲食業・宿泊業で廃業の可能性が高くなっており、雇用や市内経済への影響が懸念される中、事業承継ネットワーク等との連携強化による事業承継支援が必要である。

ウ. 観光消費額の伸び悩み

小浜市内には国宝や景勝地等、歴史や文化を中心とした観光コンテンツが豊富にあり、地域の特色を活かした商品が多数あるものの、市内の観光消費額は宿泊客で2万8千円前後、日帰り客で2千円と伸び悩んでいる。今後さらに観光消費額を増大させていくためには、着地型観光メニューの充実や商品のブラッシュアップ等によって地域全体の魅力向上を図る必要がある。

エ. 大規模小売店に負けない小規模小売店の魅力向上

大規模小売店の複数出店によって、経営資源に乏しい小規模小売店は厳しい競争にさらされている。小規模小売店が生き残っていくためには大規模小売店との差別化を図り、商品やサービスに対する付加価値を向上させていくことが必要である。

オ. 地域の特産品(若狭塗箸や食品等)の販路開拓

現状の販路にとどまらず、国内外に新たな販路を開拓していくことが必要である。特産品に対する消費者からの評価が高いものの、販路開拓に係る人員、資金等がネックとなり、積極的な販路開拓が展開できない点が大きな課題である。商談会への出展支援やホームページおよびECサイトの強化、また専門家の活用等によって販路開拓支援していく必要がある。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えたビジョン

地域の現状から見たこの先10年後には、経営者の高齢化、人手不足、後継者不足、大型小売店との競争等が益々進行し、小規模事業者の裨益に拍車が掛かるものと想定でき、事業者のみならず地域経済にとっても大きな課題になり、当市全体の発展には市内経済を支える小規模事業者の持続的な成長が、必要不可欠である。

こうした課題を解決する為には、消費者のニーズを捉えた魅力ある店づくり・商店街づくりと、小規模事業者それぞれが持つ独自の強み、地域資源を活かした付加価値の高い商品・サービスを生み出し、ホスピタリティーの向上から当市の魅力を伝え、市外をはじめ、外国からの交流人口を取り込み、市内中心部から市内全体に賑やかさを広げていくことが重要である。

②小浜市第5次総合計画（平成23年度～令和2年度末）との連動性・整合性

小浜市第5次総合計画にある「観光」の基本方針として「体験観光等を通じた総合的なプロデュースを行うなど、市内全体の回遊性を高めることにより、地域産業および経済への波及効果を創出し、地域経済の活性化をめざします。」とあり、また「商業」の基本方針として「消費者のニーズに合わせた個性と魅力ある店づくりを支援します。」とある。当所では小規模事業者それぞれが持つ独自の強みを活かした支援を行うこととしており、総合計画との連動性・整合性は合致している。

なお、小浜市第5次総合計画の期限が令和2年度末となっていることから、令和3年4月以降は小浜市第6次総合計画の内容と連動性、整合性を持たせて支援を展開していく。

③商工会議所としての役割

当所は地域唯一の経済団体として、全ての事業者に頼られる「総合的な相談窓口」としての役割が期待されている。こうしたことから、小規模事業者が抱える経営課題に対してワンストップで対応できることが求められており、国・県・市の支援情報を正確に把握し、行政・支援機関・専門家等とのネットワークの連携を強化していく必要がある。また、市の第5次総合計画を実現する上で、市民（事業者）、団体、行政機関との連携中心的な役割を担うため、当所では経営指導員だけではなく、全職員が小規模事業者の経営課題を共有し、経営支援スキルの資質向上に努め、全所体制で対応していく。

（３）経営発達支援事業の目標

経営環境の変化に素早く対応できる力強い小規模事業者を創出すると共に、地域活力の向上を目指して以下の4点を目標とする。目標の達成に向けて、当所が持つネットワークを最大限活用し支援を実行していく。

《事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標》

【目標①】独自の強みや地域資源等を活かした商品・サービスの展開による競争力強化

小規模事業者を取り巻く経済環境が大きく変化する中、激化する競争に生き残っていく為には、小規模事業者それぞれが持つ独自の強みや豊富な地域資源等を活用して、他企業とは差別化した商品・サービスを展開していく必要がある。これには自社の分析や市場分析を理解した上で事業計画を策定することが重要であり、伴走型支援によるPDCAサイクルによって競争力に磨きをかけていく。

《事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標》

【目標②】新たな販路の創出による売上および収益力の強化

国内ひいては地域内の人口が年々減少していくと予想される中、小規模事業者が持続的に成長していく為には、既存の顧客に留まらず国内外に新たな販路を開拓することが必要である。その

為には自社の強みを把握し、商品やサービス等をブラッシュアップし、付加価値を高めていくことが重要である。商品やサービス等の強化に向けた伴走型支援を行うと共に、商談会や催事への出展支援やEコマース等への出店支援等を行うことで、新たな販路を開拓し、売上および収益力の強化を図る。

《事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標》

【目標③】 後継者の育成と事業承継の円滑な実施による地域活力の向上

当地域においては事業承継は大きな課題の一つである。事業承継を円滑に進める為には、後継者の育成やM&Aの積極的な活用が必要である。当所では福井県事業承継ネットワークや地域の支援機関等と連携を強化することで事業承継を支援していく。また、後継者を育成することで事業承継が円滑に進むよう支援を行う。事業承継によってこれまで長年培ってきた競争力のある技術、商品、サービスを衰退させることなく、新たな発想によって更に発展させることで地域活力の向上につなげる。

《地域への裨益目標》

【目標④】 歴史的、文化的資源を活用した需要開拓支援

小浜市内にある歴史的、文化的資源を活用した、当地域でしか創出することの出来ない特徴的な新商品や新サービスの展開に向けた支援を行う他、エリアリノベーション等を実施することで新たな需要の開拓や地域の魅力向上を図る。

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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】 独自の強みや地域資源等を活かした商品・サービスの展開による競争力強化

(方 針) 大手企業の進出や価格競争が激しくなる中、小規模事業者の創意工夫や機動力を活かして、それぞれが持つ強みや地域資源等を活用した商品・サービスの展開および磨き上げによる競争力強化が必要である。当所ではセミナーの開催や巡回指導等によってそれぞれが持つ強みを認識させ、商品やサービスに活かすよう専門家等とも連携しながら支援していく。

【目標②】 新たな販路の創出による売上および収益力の強化

(方 針) 国内人口が減少していく中、小規模事業者が持続的に成長していく為には、現状に留まらずに新たな販路を獲得し続ける必要がある。新たな販路開拓として商談会への出展支援を行うことで取引先を増やし、売上増加および収益力の強化を図る。

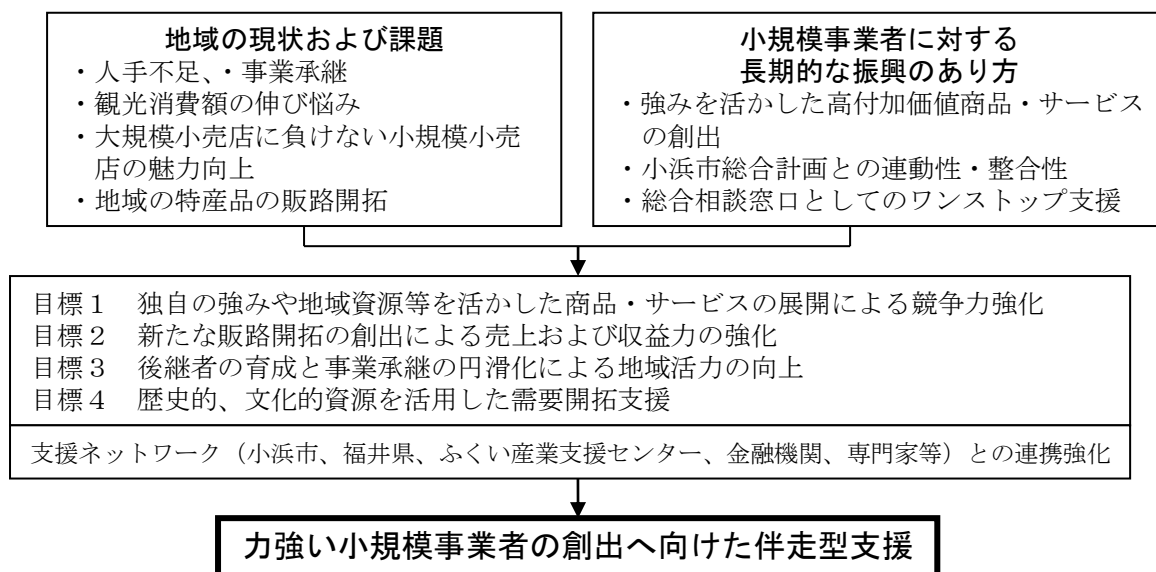
【目標③】 後継者の育成と事業承継の円滑な実施による地域活力の向上

(方 針) 経営者の高齢化が進行する中、雇用や商品・サービスの供給等、地域経済を支える小規模事業者の事業承継は大きな課題である。事業承継のニーズを調査や巡回等によって的確に把握すると共に、掘り起こしを積極的に行う。福井県事業承継ネットワークや地域内の支援機関と連携を強化して、専門家派遣や後継者育成セミナー等を実施することで円滑な事業承継を進める。

【目標④】 歴史的、文化的資源を活用した需要開拓支援

(方 針) 小浜市内にある歴史的、文化的資源を活用した、当地域でしか創出することの出来ない特徴的な新商品や新サービスの展開に向けた支援を行う他、エリアリノベーション等を実施することで新たな需要の開拓や地域の魅力向上を図る。

《目標達成に向けたスキーム》



3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕小浜市と当所が共同で年4回実施する「小浜市中小企業景況調査」や、福井県が年1回公表する「観光客入込数調査」の結果を分析すると共に、市内事業者からのヒアリング等によって市内経済の動向を把握してきた。しかしながら、こうした地域経済の情報を小規模事業者に提供する頻度が低いのが現状である。

〔課題〕経済動向データの提供頻度が低い理由には、データがいつでも提供できる整備状況に課題がある。また、RESAS等のビッグデータを活用してこなかった為、多角的な視点からの分析が出来ておらず、今後はこうしたビッグデータを収集・加工して、小規模事業者の経営に活用できるよう解説を交えて提供することが必要である。またビッグデータを詳細に分析する経営指導員のスキル向上が必要である。

(2) 目標

小規模事業者が現状から今後についての経済動向を正確に把握し、環境の変化に対応した適切な事業計画を策定することを目標とする。それぞれの公表回数は以下のとおり。

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
(3)-①公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
(3)-②公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
(3)-③公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
(3)-④公表回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

①小浜市中小企業景況調査結果の収集・分析

小浜市が市内の事業所を対象として年4回実施する「小浜市中小企業景況調査」の結果を、経営指導員が小浜市ホームページから収集し分析を行う。

【分析対象】小浜市中小企業景況調査結果の情報

【分析項目】売上高、採算、来店客数、従業員数、業況、資金繰り等

【分析手法】経営指導員が業種毎の景況感、売上動向、経営課題等について分析を行う。

②国が提供するビッグデータの活用

国が提供するビッグデータを活用して、マクロ的視点から地域経済の動向等を分析する。そのツールとして「RESAS（地域経済分析システム）」を用いる。

【分析対象】小浜市内の全産業の情報

【分析項目】◆人口マップ

現在から将来の人口構成を分析

◆産業構造マップ

域内での金銭の動きや労働生産性等を分析

◆観光マップ

どの地域からの観光客が多いかを分析

◆まちづくりマップ

人の動きを、平日、休日、流入元、流出先等について分析

【分析手法】経営指導員が上記の項目について分析を行う

③福井県観光客入込数調査結果の収集・分析

豊富な観光地を有し、第3次産業が多数を占める当市において、観光客の動向を把握することは必要不可欠である。福井県が毎年5月に公表する「観光客入込数調査」の結果を、福井県ホームページから収集し、分析を行う。

【分析対象】観光客入込数調査結果の情報

【分析項目】入込数、主要観光地、発地別入込状況、観光消費額等

【分析手法】経営指導員が上記項目について分析を行う。

④原子力発電所の運転停止および廃炉の影響に関する調査

当市がある福井県嶺南地域には15基の原子力発電所が立地しているが、東日本大震災以降、多数の発電プラントが運転を停止しており、15基のうち7基が廃炉（申請中）となる予定である。当市にも原子力産業の事業者や従事者も多数おり、今後の状況を注視していく必要がある。こうしたことから運転停止や廃炉に伴う事業者の影響状況に関して、年2回調査を行う。

【調査対象】原子力産業に直接的、間接的に関連のある事業者（20社程度）

【調査項目】売上動向、雇用動向、今後の取引状況等

【調査手法】調査票をFAX送信し、FAX受信により回答を得る

【分析手法】経営指導員が全体および業種別に分析を行う。

（４）成果の活用

- ・収集、調査、分析した結果は当所ホームページ等に掲載し、管内事業者へ経営に活用できるよう解説を交えて提供する。
- ・経営指導員等が事業計画策定等の経営指導を行う際の参考データとして活用する。
- ・小規模事業者への支援施策を検討する際の基礎資料として活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕 売上拡大に向けて小規模事業者独自に新商品や新サービスを開発しているが、需要動向に基づいた事業展開とは必ずしも言えず、経験と勘に頼った事業展開である場合が見られる。当所としても新商品や新サービスの開発希望している小規模事業者の掘り起こしが十分に出来ておらず、需要動向調査に基づいたデータを十分に提供出来ていない。

〔課題〕 需要動向調査を基礎データとした新商品・新サービス等の開発を希望する小規模事業者の掘り起こしが課題である。また、常に最新の調査結果を整備し、経営指導員が情報共有し、小規模事業者へ正確に情報を伝えるスキルも課題である。

（２）目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
(3)-①調査対象数	50件	100件	100件	100件	100件	100件
(3)-②調査対象数	100件	100件	100件	100件	100件	100件
(3)-③調査対象数	12回	12回	12回	12回	12回	12回
(3)-④調査対象数	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①食品バイヤーのニーズ調査（B t o B）

食品関係のバイヤーが来場する展示会（スーパーマーケット・トレードショーを想定）等にて来場者したバイヤーを対象としてアンケート調査を実施する。

【 サンプル数 】 来場者100名

【調査手段・方法】 経営指導員が聞き取り、アンケート票へ記入する。

【 調査項目 】 味、大きさ、価格、パッケージ、ネーミング、賞味期限、販売ターゲット、販売想定場所、改善ポイント等

【分析結果の活用】 当地域からの出展事業者へ配布する他、新商品や新サービスの開発、商品のブラッシュアップを希望する事業者へ提供し、販路開拓に向けた取り組みを支援する。

②消費者のニーズ調査

市内外で開催されるイベント等（OBAMA食の祭を想定）にて来場者した消費者を対象としてアンケート調査を実施する。

【 サンプル数 】 来場者100名

【調査手段・方法】 経営指導員が聞き取り、アンケート票へ記入する。

【 調査項目 】 味、大きさ、価格、パッケージ、ネーミング、賞味期限、改善点等

【分析結果の活用】 当地域からの出展事業者へ配布する他、新商品や新サービスの開発、商品のブラッシュアップを希望する事業者へ提供し、販路開拓に向けた取り組みを支援する。

③各種媒体からのニーズ調査

新聞、WEBサイト、業界誌等から最近のトレンドやニーズを調査して取りまとめる。

【調査手段・方法】 経営指導が各種媒体からデータを収集する。

【 調査項目 】 売れ筋商品、トレンド動向、キーワード等

【分析結果の活用】 収集して分析した結果は、販路開拓を目指す小規模事業者へ提供する。

④道の駅「若狭おばま」の売れ筋商品調査（B t o C）

市内観光拠点の中核である道の駅若狭おばまにおいて、売れ筋商品をスタッフから聞き取り調査することで観光客が求めている商品を把握する。

【調査手段・方法】 経営指導員が道の駅駅長およびスタッフへヒアリング調査を行う。

【 調査項目 】 売れ筋商品、来店客層、来店客の要望等

【分析結果の活用】 収集して分析した結果は、販路開拓を目指す小規模事業者へ提供する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 これまでは金融相談や補助金相談等で対応した場合のみの場当たり的な経営分析となっている他、簡易的な分析に留まっているケースもあり、本来抱える経営課題の解決に至っているとは言い難い。

〔課題〕 金融相談や補助金相談等といった場当たりの対応で、一過性の対応になっている。また、相談対応した事業者に対しては、経営状況をヒアリングする機会があるが、それ以外の事業者は分析する機会が非常に少ない。セミナー開催時や巡回訪問から、分析が必要な小規模事業者の掘り起こし、経営状況の分析から自社の状況を知らしめる必

要がある。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
掘り起こし件数	—	100件	100件	100件	100件	100件
分析件数	—	60件	60件	60件	60件	60件

(3) 事業内容

①経営分析の普及啓発と掘り起こし

小規模事業者にとって経営分析の必要性・有用性を、経営指導員による巡回訪問やホームページ、SNS等で発信することで普及啓発を図り、掘り起こしを行う。また、各種セミナー開催時にも周知すると共に個別相談の時間を設けて相談対応を行う。

②経営分析の実施

【分析対象】掘り起こした中から、意欲的で販路開拓の可能性の高い30事業者を対象

【分析項目】

- ・商品、サービスの内容
- ・損益計算書、貸借対照表の内容
- ・SWOT分析
- ・組織形態
- ・経営上の課題

【分析手法】財務状況や人材状況等を確認する経営分析ヒアリングシートを作成し、経営指導員等が同シートに基づいてヒアリングを行う。
(同シートの活用によって職員間でのヒアリングレベルの均一化を図る。)

(4) 分析結果の活用

- 分析した結果を支援先の小規模事業者へフィードバックすることで、自社の状況（強み、弱み、脅威、機会など）を認識させ、事業計画策定の基礎資料として活用する。また、分析結果をデータベース化して当所内で情報共有することで、当所全職員が小規模事業者の実情を把握するとともに支援スキルの向上に活用する。
- 高度で専門的な課題が抽出された場合には、専門家や金融機関等と連携を図りながらより詳細な分析を行い、事業者へフィードバックする。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 小規模事業者は経営資源（ヒト・モノ・カネ・情報）に乏しく、これまでの“経験”や“勘”に頼った経営になりがちである。こうしたことから目の前の課題解決に注力するあまり、中長期的な視点からの事業計画策定が出来ていない小規模事業者が多く見受けられる。当所においては、補助金や金融に関する事業計画作成に係る一過性の策定支援に留まっており、中長期的な支援が不足している。特に、創業間もない経営基盤の不安定な小規模事業者との接点が不足していることからフォローが不足している。

〔課題〕 補助金の事業計画作成支援や巡回訪問、セミナー等を契機として、中長期的な視点からの事業計画策定の重要性を伝え、小規模事業者と経営指導員の長期的な関係性を築く必要が

ある。まず商工会議所という組織を早期に認識してもらい、創業後も窓口相談や補助金、金融といった接点を持つことが必要である。

（２）支援に対する考え方

補助金の中でも小規模事業者の関心が高い持続化補助金の相談を契機として、経営分析および事業計画の策定につなげていく。経営分析を行った中から、より意欲があり、実現可能性の高い小規模事業者に対して中長期的な事業計画策定を支援していく。

（３）策定件数の目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定件数	15 件	30 件	30 件	30 件	30 件	30 件
事業承継計画策定件数	1 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
創業計画策定件数	5 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件

（４）事業内容

①事業計画の策定支援

【支援対象】 経営分析を行った小規模事業者

【手段手法】 経営分析を行った事業者に対して、経営指導員が担当制で張り付き、マンツーマン支援によって事業計画策定を指導する。

策定にあたっては「３．経営状況の分析」から得られた結果と、「２．地域の経済動向調査」、「６．需要動向調査」を活用して進める。また、経営指導員では策定が困難な場合には、専門家派遣等を活用して進めていく。

なお、小規模事業者持続化補助金の他各補助金の申請者についても、事業計画策定の指導支援を行う。（経営分析の実施が前提）

②事業承継者に対する事業計画の策定支援

【支援対象】 事業承継を検討している事業者

【手段手法】 経営者の高齢に伴う廃業を減少させる為に、事業承継について巡回や窓口での事業承継診断を実施し、承継支援が必要な事業者の掘り起こしを行い、事業計画の策定を指導する。

事業承継は高度な専門知識を必要とする場合がある為、福井県事業承継ネットワーク等と連携を図り、専門家を交えながら課題解決していく。

③創業者に対する事業計画の策定支援

【支援対象】 創業希望者、創業後間もない小規模事業者

【手段手法】 当所の創業支援窓口による対応の他、年２回実施される得する街のゼミナールに参加者に対して計画策定を支援する。

【周知方法】 当所と創業者との接点が少ないことから、小浜市とも連携しながら地域住民に働きかけが出来るよう広報活動を行っていく。

【例】市から、産業競争力強化法で支援した創業者を紹介してもらい、事業計画の策定を支援する。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 事業計画を策定支援したものの、その後の進捗状況の確認が不足しており、支援先事業者のPDCAサイクルが回っていない状況が見られる。また、伴走型で進捗状況を確認し、その都度軌道修正しているものの、担当した経営指導員のみが実行支援した情報を保有しており、職員間で共有されていないことから、全体として支援スキルの向上につながっていない。

〔課題〕 経営指導員3名という限られた人員の中で、経営分析や事業計画策定、各調査等に重点が置かれ、事業計画策定後のフォローアップが恒常的に不足している点が大きな課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者によっては環境の変化や目標達成意欲等の違いから進捗状況に差が出てくると考えられる。そこで、事業計画の進捗状況に応じて、順調に進行している場合は経営指導員が対応し、そうでない場合には専門家等を交えて、現状の課題を見極めた上で軌道修正していく。

(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
フォローアップ対象事業者数	15件	30件	30件	30件	30件	30件
頻度(延回数)	60回	120回	120回	120回	120回	120回
売上増加事業者数	—	15社	15社	15社	15社	15社
利益率増加の事業者数	—	15社	15社	15社	15社	15社

(4) 事業内容

①事業計画を策定した全ての小規模事業者に対するフォローアップ

事業計画(事業承継、創業を含む)を策定した全ての小規模事業者を対象として、経営指導員が原則3ヶ月ごとに巡回訪問を行い、事業計画の進捗状況の確認を行う。こうした中から、軌道修正が必要で集中的に支援する事業者と、順調に進捗しており定期的な支援で問題ない事業者に分類し、集中支援が必要な事業者については中小企業相談所内でその後のフォローアップ頻度を決定する。

②集中支援が必要な小規模事業者に対するフォローアップ

事業計画にズレが生じている事業者に対しては、中小企業診断士等の専門家と共に課題を明確にし、軌道修正を行う。フォローアップ頻度は、事業計画が順調に進捗するまで毎月1回を基本として、状況を見ながら回数を減らして通常のフォローアップに戻す。各回で支援した内容を中小企業相談所内で情報共有することで、各事業者の経営課題を認識すると共に、新たな支援の方向性を見出し、事業計画の着実な進捗および成果に向けて支援していく。

上記の①、②に関して進捗状況が思わしくなく、事業計画との間に差異が生じていると判断する場合には外部専門家など第三者の視点を投入し、差異の発生要因および今後の対応策を検討の上、フォローアップ頻度を増やす。

③販売促進、人材育成、生産性向上等に関するセミナーの開催

事業計画策定後の具体的なアクションを成果につなげる為に、販売促進、人材育成、生産性向上等に関するセミナーを実施する。セミナー終了後には個別相談を実施し、事業計画を進める上での課題について聞き取り、課題解決を図っていく。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 小規模事業者の販路開拓として、年間1回のみ食品関係の大型展示会（スーパーマーケット・トレードショー）への出展支援を行っている。出展希望者には出展に向けた複数回の事前セミナーや専門家による個別相談を行っているものの、経営指導員による事前準備や事後のフォローアップが不十分である。

〔課題〕 展示会出展者に対して、特に出展後のフォローアップが不十分だと認識しており、実際の取引に向けて、商談先の分析やアプローチ法等について伴走型で支援していく必要がある。また年間1回の出展では出会えるバイヤーとの人数や機会が限られる為、複数回にわたって展示会への出展支援を検討する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

人口減少が進行する中、持続的な経営を行なっていく為には、広域的に新たな顧客を開拓していくことが重要である。しかしながら、小規模事業者は経営資源が脆弱な為、全国的に販路開拓を行うにあたっては相当な労力と資金を必要とし、なかなか思い通りに進まない状況にある。当所ではこうした小規模事業者の販路開拓を支援する為、首都圏で開催される展示会・商談会への出展を補助金を活用して支援する他、ホームページやECサイトの強化に向けた支援を行う。

(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①展示会や商談会への出展支援事業者数	6社	6社	6社	6社	6社	6社
うち、商談成約件数	20件	30件	30件	30件	30件	30件
②ホームページおよびECサイトの充実による販路開拓支援事業者数	5社	5社	5社	5社	5社	5社
うち売上増加事業者数	—	4社	4社	4社	4社	4社

※①の読み取り方については、6社の出展に対して30件の商談成立が目標

※②の読み取り方については、5社の支援に対して4社の売上増加が目標

(4) 事業内容

①展示会や商談会への出展支援（BtoB）

地域の特徴を活かした食品を取り扱う小規模事業者の販路開拓を支援する為、全国から食品バイヤーが集まる日本最大級の展示会であるスーパーマーケット・トレードショー等への出展支援を行う。小規模事業者にとっては全国への販路開拓だけではなく、日本最大級の展示会へ出展することで、全国各地の商品に触れ、現在のトレンドや最新情報を獲得することが可能となり、既

存商品の改良や新商品開発につなげていく。

【対象事業者】 事業計画を策定した事業者のうち、BtoBの販路開拓に意欲的な事業者

【対象展示会】 スーパーマーケット・トレードショー等

概要：全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸、中食、
外食、海外などから多数のバイヤーが来場する。

来場者数：3日間合計80,428名（2020年実績）

出展者数：2,331社・団体、3,599小間

- 【支援内容】
- ・出展者向けセミナーの開催専門家によるセミナーを開催し、ノウハウを習得させる。
 - ・出店希望者には、展示会などへ出展を支援し、ニーズの収集、商品（サービス）のPR、顧客の取込み等の術を体験し習得させる。
 - ・個別の課題については、セミナーを担当した専門家と経営指導員が課題解決を図り、伴走型の個者支援を行う。

②ホームページおよびECサイト等の充実による販路開拓支援（BtoB、BtoC）

近年ではホームページやECサイトを保有する小規模事業者が増加しているものの、更新の頻度が低く、実際に稼働しているか不明なページもある。こうしたページは事業者にとってマイナス効果を生じさせることがあり、ホームページおよびECサイトの充実を図る必要がある。そこで、専門家派遣や補助金の活用等によってホームページおよびECサイトの充実を図り、販路開拓を強化していく。

【対象事業者】 事業計画を策定した事業者のうち、ホームページおよびECサイト等による販路開拓に意欲的な事業者

- 【支援内容】
- セミナーの開催 専門家によるセミナーを開催し、ノウハウを習得する。
 - 個別相談 個別の課題については、よろず支援拠点や専門家派遣を活用して課題解決を図り、伴走型の個者支援を行う。

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

（1）現状と課題

〔現状〕 福井県産業政策課長、小浜市商工観光課長、中小企業診断士、当所専務理事、事務局長、中小企業相談所長、経営指導員2名の8名で構成される評価委員会を毎年1回9月頃に開催しており、事業の評価および見直しを図っている。

〔課題〕 9月頃に開催している為、当該年度の約半分が経過している状況である。年度前半に開催して前年度の見直しを図ることで、見直し結果を当該年度の事業にも反映させていく必要がある。

（2）事業内容

① 福井県産業政策課長、小浜市商工観光課長、外部有識者として中小企業診断士、当所専務理事、事務局長、中小企業相談所長、法定経営指導員1名、経営指導員1名の8名で構成される評価委員会を毎年1回開催し、経営発達支援事業の評価を行う。

② 当該評価委員会の評価結果は役員会にフィードバックした上で、当該事業計画に反映させると共に、当所ホームページや会報へ掲載することで、地域の小規模事業者が閲覧可能な状態とする。

9. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 福井県商工会議所連合会が実施する経営指導員研修への参加や、専門家派遣時の同行、先輩職員によるOJT等によって資質向上に努めている。

〔課題〕 経営指導員個々の能力にバラツキがあり、支援内容および成果に差がある。支援内容や成果を情報共有して更なる資質向上を図る必要がある。

(2) 事業内容

①支援能力向上に向けた積極的な外部講習会等への参加

経営指導員は福井県商工会議所連合会が実施する経営指導員研修へ年2回以上の参加を義務付ける。この他、現在の支援能力に不足している財務や事業承継、生産性向上等といった専門知識の習得に向けて、中小企業大学校や中小機構、ふくい産業支援センター等の外部機関が実施する専門研修を積極的に受講する。

②支援情報の共有化による支援能力向上

事業者を支援した内容および成果をデータベース化して情報を共有することで、経営指導員だけでなく、職員全員がそれぞれの支援事例を把握し、経営指導員の変更があった際にも継続して支援が行える体制を整える。また、月1回程度、職員全員に対して支援事例を共有する場を設けることでより詳細に支援事例をインプットし、今後の支援能力向上につなげる。

③専門家との同行による支援能力向上

専門家派遣時に経営指導員が同行することで、事業者との対話、課題の引き出し方等のテクニックを吸収すると共に、専門的な支援を落とし込んでいく過程や成果を吸収する。

10. 他の支援機関との連携に通じた支援ノウハウの情報交換に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 福井県内の商工会議所および商工会、金融機関と適宜情報交換を行っている。この他、新聞やテレビ等で有力な支援事例を入手した際には、現地支援機関と情報交換を行っている。

〔課題〕 情報交換は適宜行っているものの、入手した情報が所内で共有できておらず、事業者支援に活かされていない。地域内および地域外の支援機関との情報交換の場を設け、情報共有する必要がある。

(2) 事業内容

① 小浜市内の3金融機関（福井銀行、福邦銀行、小浜信用金庫）と情報交換を年2回開催する。各行の経営支援事例や事業承継等について情報交換し、今後の取組について方向性を共有しながら事業者支援に活かしていく。

② 小浜市、㈱まちづくり小浜、若狭おばま観光協会と情報交換を年2回開催する。観光をメインとした市内動向や各地の成功事例について情報共有し、観光関連業の支援に活かしていく。

③ 日本政策金融公庫武生支店管内の県内4商工会議所（小浜、敦賀、武生、鯖江）による「経営改善貸付推薦団体連絡協議会」において、支援ノウハウ、成功事例、今後の課題等の他、各地の

資金需要動向や地域経済動向について年1回情報交換を行う。

1.1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 小浜市や㈱まちづくり小浜、若狭おばま観光協会、金融機関、商店街等と連携して、多様な地域活性化事業を実施しているが、その効果が広く小規模事業者が届いているとはいえない。地域が持つ魅力や観光資源といった強みを活かして更に地域経済を活性化させ、小規模事業者に潤いを与えなければならない。

〔課題〕 地域活性化を牽引していく人材の育成が課題である。また、いかに地域の特色を活かした事業を展開していくかが課題であり、一過性に終わらず持続的に地域活性化に寄与する事業を展開する必要がある。この他、連携組織や協力者が固定化しており、更なる活性化に向けて新たな連携者の参画を促進しなければならない。

(2) 事業内容

① 旨いもんすごろくの実施（年1回）

【連携組織】 当所、小浜市、小浜西組町並み協議会、福井銀行、福邦銀行、小浜信用金庫

【内容】 国の重要伝統的建造物群保存地区「三丁町」を中核として、市内にある歴史的・文化的な施設等をすごろくゲームによって周遊することで、市内外の方々に地域の魅力を発見してもらう事業である。連携組織が旨いもんすごろく実行委員会を組織し、当所は事務局として当日に向けて合計6回の会合を行う他、企画や当日運営を担っている。同イベントをとおして、インバウンドを含めた新たな観光客の取り込みやリピーターの創出を図るとともに、U・Iターンの促進も図る。子供たちにとっては、地域の魅力を発見することで郷土愛の醸成に寄与し、将来的な定住につなげる。

② OBAMA食のまつりの実施（年1回）

【連携組織】 当所、小浜市、㈱まちづくり小浜、若狭おばま観光協会

【内容】 市内の土産品や料理等を広くPRし、売上向上に寄与する為、地元や全国からご当地グルメが約70店舗出店するOBAMA食のまつりを開催している。連携組織がOBAMA食のまつり実行委員会を組織し、当日までに10回の会合を行い、当所は企画から当日の運営等の役割を担っている。当日には関西や中京、北陸地方から年齢層を問わず2日間で約5万人が訪れる。

③ ふるさとしごと塾の実施（年11回）

【連携組織】 当所、小浜市、小浜市校長会

【内容】 小学校、中学校、高校生等を対象に、地元企業の見学や代表者等による講話をとおして、職業観の醸成に寄与すると共に、地元企業への認識を高めることで、地元就職や将来的なUターンにつなげる事業である。連携組織で小浜市キャリア教育推進協議会を組織し、当所は当事業の事務局を担っている。企画から学校と企業の調整等を行い、年間11回の事業を実施している。

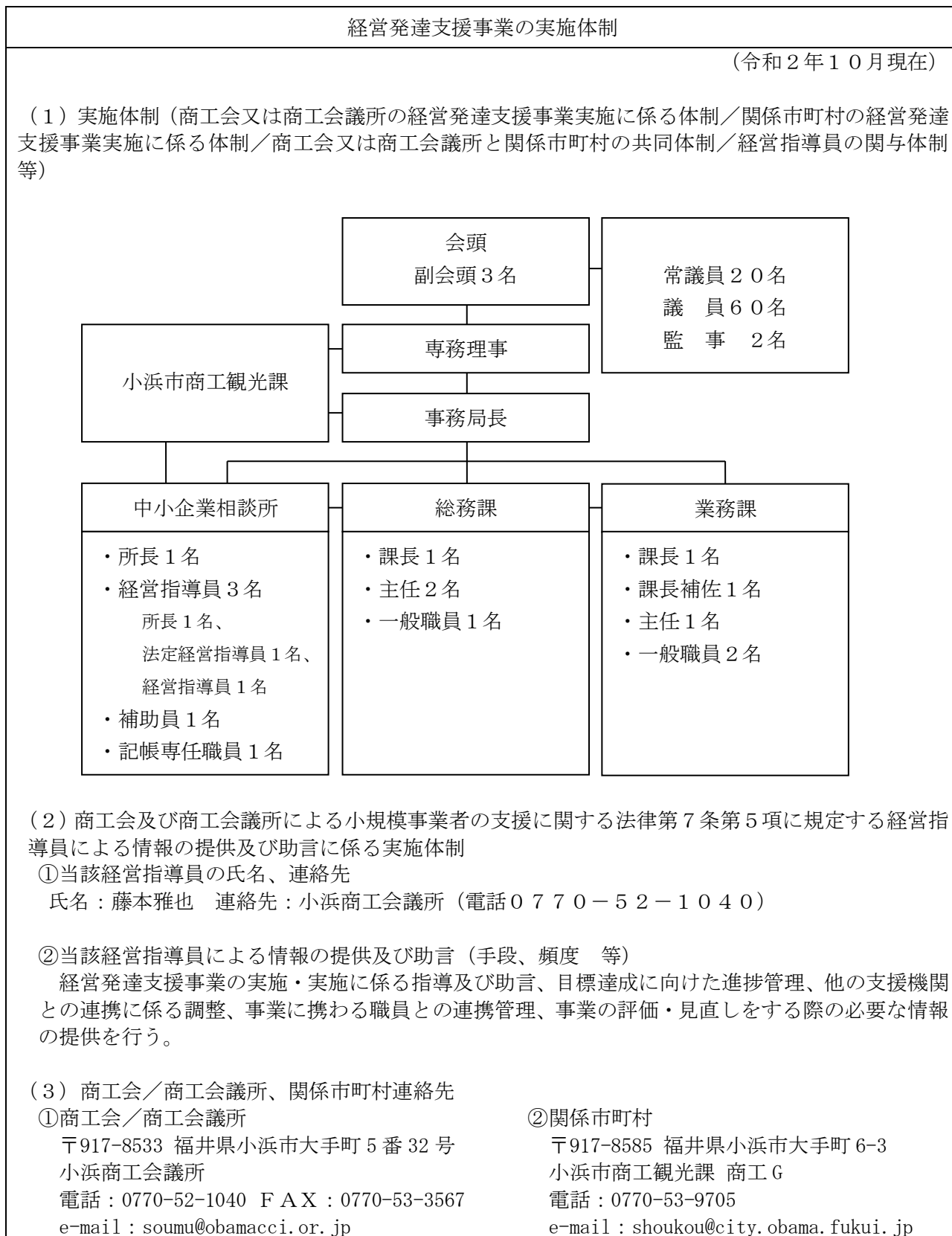
④ 若狭小浜未来創造会議（仮称）の実施（年5回）

【連携組織】 当所、福井県立大学、小浜市、㈱まちづくり小浜、若狭おばま観光協会等

【内容】 令和5年春には北陸新幹線敦賀開業を迎え、令和28年には当市を通る全線が開通する予定である。全線開通すると小浜～京都間は19分で結ばれることとなり、当市を取り巻く環境が大きく変化すると想定される。こうした中、行政や関係団体等と将来に向けた当市のまちづくりについて議論を重ねる。当所は同事業の事務局を担い、活発な議論を促進させ、まちづくりに寄与していく。年間5回の会合を想定。

(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 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
必要な資金の額	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
計画策定支援事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
需要開拓支援事業	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
地域活性化事業費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000

(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、福井県補助金、小浜市補助金、伴走型小規模事業者支援事業補助金

(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