経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	鯖江商工会議所(法人番号4210005008071)鯖江市(地方公共団体コード 182079)
実施期間	令和4年4月1日~令和9年3月31
目標	経営発達支援計画の目標 ①事業継続・発展に意欲がある眼鏡・繊維・漆器業の小規模事業者への販路開拓支援 ・基礎研修(ビジネス・デザイン・テクノロジー(DX))の開催 ・現場研修(個社支援)の開催 ・実証実験(展示会)の開催 ②その他製造業、商業・サービス業等小規模事業者への販路開拓支援 ・①で実施した、支援内容・成果・課題を基に支援先を拡大
事業内容	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 鯖江市管内で実施する景気動向調査やLOBO調査、福井県内の 経済動向調査、国が提供するビッグデータ等の情報を小規模事業 者の経営分析や事業計画策定に活用。 4. 需要動向調査に関すること ①個社相談会における分析システムによる調査 ②オンライン展示会におけるアンケート調査 5. 経営状況の分析に関すること ①自社分析セミナーの開催 ②経営相談時の経営分析の実施 6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定支援が目的の専門家と連携した個社相談会を年間50回程度開催。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定事業者に対して、関わった経営指導員等が年2回から3回程度フォローアップを実施。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①SAN/CHI展示会出展事業 ②越境 EC サービス事業
連絡先	【鯖江商工会議所 中小企業経営相談所】 〒916-0026 福井県鯖江市本町 3 丁目 2-12 TEL 0778-51-2801 FAX0778-52-8118 E-mail yamada@sabaecci.or.jp 【鯖江市商工観光課】 〒916-8666 福井県鯖江市西山町 13-1 TEL 0778-53-2229 FAX0778-51-8153 E-mail Sakai.Tomoyuki@city.sabae.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鯖江市の現状

ア) 位置:

当市は、東西約 19.2 km、南北約 8.3 kmで面積は 84.59 km。県庁所在地の福井市と、大手企業工場が多い越前市との間、福井県のほぼ中央に位置し、ベッドタウンとしての性格も持つ。

西部を県内三大河川の一つである日野川が 南北に流れ、その流れに沿った越前平野に市 街地が形成されている。また、東部には三方 が山地に囲まれた盆地があり、風光明媚な田



園景色が広がる。また、中心地に位置する日本海側最大規模のつつじの名所「西山公園」と「道の駅 西山公園」が市を代表する観光地となっている。

2024年に開業を予定している北陸新幹線(金沢〜敦賀)では、当市には駅が設置されず、JR 北陸線の特急列車が、新幹線開業後に運航を取りやめる方針を示しており、名古屋や大阪方面との交通の利便性低下が懸念される。一方、当市と大垣市の所要時間が1時間20分短縮される、福井県と岐阜県を繋ぐ冠山峠道路のトンネル開通を2023年に控え、関西圏との新たな交流ルートとして期待が高まっている。



西山公園(日本の歴史公園 100 選)



公園と橋でつながる道の駅 西山公園

イ) 人口:

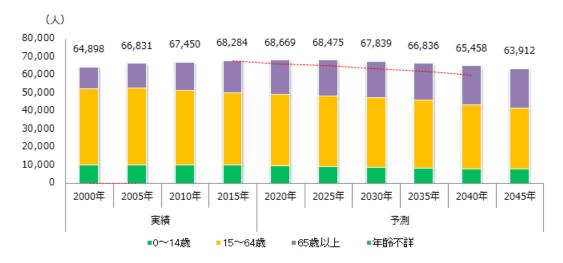
市制施行時の 1955 年に 47, 142 人であった本市の人口は、都市基盤整備による都市の近代化に加え、地場産業の発展や企業誘致、福井市、越前市のベッドタウン化により、2019 年 4 月 1 日 現在で総人口 69, 374 人まで増加。以降ほぼ横ばい状況で、2021 年 4 月 1 日現在、総人口 69, 353人(図表 1)・生産年齢人口(15 歳-64 歳)40,846 人となっている。

厚生労働省社人研の将来推計人口によると日本国際博覧会(大阪・関西万博)が開催される 2025 年現在の予想で総人口 68,475 人・高齢者人口(65歳以上)19,607 人・生産年齢人口39,499 人となっており、全国・県内他市と比較し、総人口減少率並びに高齢者率は低くなっているが、長期的には少子高齢化進行が想定され、2030年には高齢者人口(65歳以上)の割合は29%を超えると推定されている。(図表2)

(図表1) 鯖江市の人口と世帯数の推移

区分		人口 (人)		世帯数
上 河	総数	男	女	世市教
2000年	66, 194	32, 333	33, 861	19, 463
2006年	68, 039	33, 088	34, 951	21, 160
2011年	68, 667	33, 254	35, 413	22, 171
2016年	69, 095	33, 619	35, 476	23, 360
2021年	69, 353	33, 849	35, 504	25, 168
2025 年予想	68, 475	33, 401	35, 074	_
2030 年予想	67, 839	33, 172	34, 667	_

(図表2) 鯖江市の人口推移



ウ) 鯖江市の産業:

当市は冬期、毎日のように曇りの日が続き、積雪も多い北陸地方特有の気候により、農閑期の 副業として始まった<u>眼鏡フレーム製造</u>や、繊維大国と言われた福井県で中核的な地位を占めた <u>繊維産業</u>、湿気の多い環境が漆の固まる条件に適合し、古くから発展している<u>漆器産業</u>が<u>3大基</u> <u>幹産業</u>となっている。

域内の商工業者数は 3,516 (2016 年経済センサス基礎調査より) であり、小規模事業者数は 3,057 である。域内商工業者数に占める小規模事業者数の割合は 78.2%となっており、商工業者数 3,516 の中でも 27.3%を占める 961 事業者は製造業である。

コロナ禍等、近年の厳しい経営環境により元請けメーカーの売上不振や、機械化等による内製化により、下請けである小規模事業者への受注が減少し、高齢化や後継者不在も要因となり廃業による小規模事業者の減少が続いている。

商業:

鯖江市の商業は、江戸時代から城下町、門前町として栄えた鯖江地区と、明治以降鯖江第36連隊の街として変貌した神明地区を核として発達してきた。しかし、近年では郊外ロードサイドに出店する大型スーパーやショッピングセンターが新たな商業圏を形成し、ドラックストアの出店も相次ぎ、競争が激化。更にコロナ禍でネット通販の増加にも拍車がかかり、消費者の購買スタイルの変化に対応できない事業者は業績不振や後継者不足により廃業が増加し、中心市街地商店街では空き店舗が増加し、商業者数、販売額ともに減少傾向にある。(図表3)

(図表 3) 鯖江市商業統計調査

	商店数(件)		従業者数 (人)			年間商品販売額(百万円)			
区分	2007	2011	2014	2007	2011	2014	2007	2011	2014
	年	年	年	年	年	年	年	年	年
卸売業	215	166	183	1,588	1, 431	1,502	64, 489	53, 311	43, 935
小売業	668	468	474	4, 130	3, 102	2, 964	66, 441	50, 808	50, 916

製造業:

製造業の事業者数は減少傾向が続いており、2016年は2008年と比較し13.5%減少している。 (工業統計調査及び経済センサス活動調査)

本市最大の産業は眼鏡産業である。隣接地域を含めた市域で眼鏡フレームの国内生産シェアの約96%を占め、日本において唯一の圧倒的な集積地として地域経済を牽引している。加えて、繊維王国の中核を担ってきた繊維産業、1,500年の伝統を継承しつつ、業務用漆器において全国で約8割のシェアを有する越前漆器の地場産業を中心として当市は発展してきた。

製造品出荷額等の7割強をこの三大地場産業で占めていること、また事業者のほとんどが中小及び小規模事業者であることが特徴となっている。

事業者は優れた技術力を有し、特に眼鏡産業においては、国内での知名度が高いものの、中小及び小規模事業所であるがため、大・中企業の下請けや孫請け、また OEM 生産が大半で、大・中企業の業績に左右される場合が多い。特にコロナ禍では展示会中止による商談機会の減少や、発注先の売上減少に伴う受注減により、地場産業を取り巻く環境は厳しさを増している。



各種素材の眼鏡フレーム



眼鏡素材から派生したアクセサリー



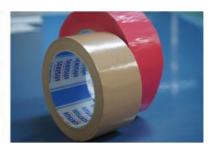
微細加工技術を転用した医療機器



伝統的な絹織物(羽二重)



細幅織物 (リボン)



工業用資材基布(布テープ)







蒔絵や沈金を用いた越前塗山車



木地を活かした雑貨・小物

◆鯖江市の眼鏡産業について

約110年前に始まった眼鏡生産も1970年代になると時流に乗り、輸出も急増。製造の自動化等により生産効率を追求するとともに、品質向上と技術開発に注力し、1983年には世界で初めてチタン金属による眼鏡フレームの製造技術確立に成功。0EM生産が主流であり、製造技術に特化し、仕様製品の技術開発のみに注力してきた結果、「眼鏡の部分品」等において、日本で圧倒的なシェアを持ち、また、世界三大産地としての地位を確立してきた。

一方、流通から遮断された OEM 生産に依存してきたことで、消費動向のキャッチや企画開発力、販売力が脆弱であり、市場ニーズに合致した製品を生み出せないという課題を持つほか、OEM 主体の秘密工場的な存在ゆえにブランド力に欠けるという大きな課題も存在する。

眼鏡製造業は、日本標準作業分類で「主としてメガネレンズの研磨を行う事業所及び眼鏡 枠又は完成した眼鏡を製造する事業所をいう」と定義されている。

なお、眼鏡製造業の生産品目を経済産業省「工業統計表 品目編」をもとに分析すると、福井県の出荷額シェアは、「眼鏡枠」が 96.6%、「眼鏡の部分品」が 96.1%である。もちろん眼鏡製造業は、鯖江市の基幹産業であり、眼鏡産業の従業員数は、全工業人口の約 49%、出荷額は約 45%を占める(図表 4)。このように眼鏡産業は当市にとって主要産業であり、産業振興が当市活力源泉の大きな要因である。







デザイン開発から仕上まで一貫生産システムで眼鏡フレームを製造するメーカー

(図表 4) 鯖江市工業統計調査

区分	事業所数 (件)		従業員数	汝 (人)	出荷額(万円)		
区为	2008年	2016年	2008年	2016年	2008年	2016年	
眼鏡	531	453	5, 308	4,803	7, 613, 559	7, 760, 015	
繊維	125	95	2, 294	2,026	4, 643, 303	4, 254, 625	
漆器	232	211	740	757	473, 710	507, 159	
その他	224	202	2, 977	2, 218	5, 711, 268	4, 583, 561	
合計	1, 112	961	11, 319	9,804	18, 441, 840	17, 105, 360	

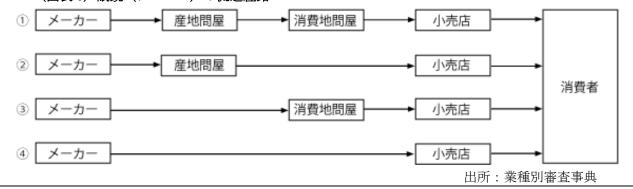
しかし2014年は2000年と比較し、産地の眼鏡製造品出荷額(フレームのみ)は、約59%減少しており(図表5)、地域経済に多大な影響を与えている。その要因は、スリープライス店などの廉価な小売店進出による、消費者の低価格品志向が強まったことや、中国・イタリアといった三大産地間における競争激化等が大きい。また日本は、中国の技術力や品質の向上により主力の中級品での価格競争を強いられ、またイタリアのブランド戦略の変更により、日本企業はブランドのライセンス契約が継続できなくなる場合が出てくる等、日本産地は価格・ブランドの両面で新たな脅威に直面しており、さらなるシェア低下が懸念されている。

(図表 5) 産地の眼鏡製造品出荷額等の現状・数値



なお、鯖江市における眼鏡製造業の構造は、以下の通りである。 図表 6 に示す通り、 産地の流通構造は大手量販店を中心とした川下の優位性が高く、複雑な分業構造 (200 以 上の工程) で、対企業の下請けとして製造を行ってきた歴史がある。そのことから、直接 消費者からニーズを入手することが難しく、かつ同業者間においても、共有することが困 難であった。

(図表 6) 眼鏡 (フレーム) の流通経路



最近の眼鏡産地である当市の動向としては、「めがねのまちさばえ」を前面に押し出した、全市挙げてのシティープロモーションの効果等もあり、国内では"めがね=さばえ"のイメージの浸透してきている。しかし、消費者との直接窓口となる眼鏡小売店においては、複数のメーカーを扱う東京の主要小売店10店で、2018年に当所が行った聞き取り調査では、顧客からの鯖江産めがねの指定はほとんどなく、また小売店側にも鯖江産めがねに拘って販売する意識がないことが分かった。

2020年は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、新作を発表する展示・商談会が国内外ともに軒並み中止となり、オンライン等を活用した新たな商談の機会創出の取組が模索され、産地有志メーカー8社と当商工会議所が実行委員会を組織。8月の2日間、都会での集中型ではなく、地方での散地型メガネ展示会「SAN/CHI2020」が、モノづくりマーケティング拠点 SABAE CREATIVE COMMUNITY (鯖江商工会議所1F)で開催された。

このような中、同年、近畿経済産業局の「地域ブランドエコシステム」構築を目指す 10 の地域ブランドの 1 つに「鯖江のめがね」が選定され、2025 年の大阪・関西万博の開催に向け、更なる知名度向上や市場開拓、インバウンド獲得等に向けた機運が高まっている。

支援モデルとなる10の地域ブランド一覧 京都府 福井県 ●和束茶 [和束町] 三木の酒米等「三木市] 鯖江のめがね [鯖江市] ■丹波篠山の黒大豆等 [丹波篠山市] ●淡路島の食と香り [淡路島] 滋賀県 信楽焼 [甲賀市] 大阪府 奈良県 ●泉州タオル [泉佐野市 他] 奈良酒「奈良県内] ▲ ■ 広陵くつした [広陵町] 和歌山県 ●和歌山二ット [和歌山市]



鯖江は、日本製めがねフレームの90%以上を生産する日本一のめがね産地です。堅くて軽く金属アレルギーを起こさない下ケシンを利用しためがねフレームの開発に世界で初めて成功するなど、常に世界最高品質のめがねをつくり続けています。

【課題や目指すべき方向性等】

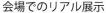
は森地で日前9 へこグロリエッリ 伝統と革新を併せ持ち世界最高峰のクオリティを誇る産地のボテンシャルを最大に活かし、ツーリズムや個 社プランディングなどに取り組み、世界に誇るジャパンプランドを目指します。

出所:近畿経済産業局 報道資料

2021年1月には、事前に関係機関や事業者と協議を重ね、近畿経済産業局令和2年度地域ブランド展開マーケティング支援事業の実証実験として、第2回目となる、メガネ展示会「SAN/CHI2021」を開催。展示会終了後、報告会を行い事業の成果や課題等を検証した。

現地とオンラインのハイブリットメガネ展示会 SAN/CHI2021 鯖江商工会議所 1F・B1







小売店(東京)のお客様に商品説明



取引先への紙芝居形式の新商品紹介



会場からオンライン工場見学



会場からのライブ配信



スタジオからのトークセッション配信

②現状から見た産業の課題

商業

- ・ネット通販や量販店などの競合との価格競争に巻き込まれないための、エシカル消費も見据えた、魅力ある商品・サービスの開発・改良。
- ・眼鏡、繊維、漆器などの産業観光と連動した来街者に対する、店舗・商店街の受入体制強化。

製造業

- ・事業者数、従業員者数の減少に歯止めをかけ、産地を維持・発展させていくために、従来からの OEM 強化と合わせ、景気やコロナ禍など外的要因に左右されない、国内外の小売店や顧客から支持されるマーケティング力強化。
- ・選ばれる産地として技術力の見える化と、効果的なプロモーションのための経営計画策定支援。そして、その実現のための多角的な支援。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

これまで、当商工会議所は小規模事業者に対し5人の経営指導員が中心に資金繰りや補助金申請に係る経営計画書策定支援、時代に合わせた講習会や相談会、集客イベント実施による地域活性化事業等に取り組んできた。また約15年に亘り、行政とも連携した創業塾を開催し、約100事業所の創業を支援してきた。

しかし、小規模事業者数や地域産業の売上減少に歯止めがかからない状況が続いており、2020年からの新型コロナウイルス感染拡大の影響で、小規模事業者を取り巻く環境は更に厳しさを増している。

このような中、地方の小規模事業者が継続的に発展するため、自社内や地域内の経営資源のみではなく、最先端のビジネスモデルやテクノロジー等、地域を超えた知見が必要な時代となってきている。今後10年間の目指すべき姿は、自社や地域の「強み」を地域内の支援機関と、地域外のコンサルティングファームや各分野の専門家が連携して支援することで伸ばし、新たな付加価値を創造できる企業体質に変化できる小規模事業者を増やすことである。

②鯖江市総合戦略との連動性・整合性

鯖江市は第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略を(2020年度~2024年度)を策定。このコンセプトに~世界のめがね聖地SABAEの確立~を掲げ、「この"めがね"とは、眼鏡産業だけを指すものではなく、繊維や漆器、農業などの「ものづくり」はもとより、これらの産業を支えてきた女性の活躍や歴史、伝統、文化、自然、環境、市民性など鯖江市固有の地域資源の全てを象徴するものです。「めがねのまちさばえ」の知名度が大きく向上した今、さらに、世界が認める「めがねの聖地SABAE」を目指して、これらの資源に磨きをかけ、世界に向けて魅力を発信し続けることで、 多様なステークホルダーが集まり、経済、社会、環境の好循環が生まれる持続可能なまちの確立を目指すものです。」と定めています。

鯖江商工会議所がものづくりマーケティング拠点「SABAE CREATIVE COMMUNITY (SCC)」を中心に眼鏡・繊維・漆器等、鯖江のものづくりの魅力を発信し、世界中から人々が集まるハブとなり、小規模事業者の発達支援を行うことは、鯖江市総合戦略とも連動し、整合性も図れている。

③鯖江商工会議所の役割

鯖江商工会議所は、これまで様々なプロジェクトを通して、地域の支援機関をはじめ、全国規模の専門家、教育機関、デザインコンサルティングファームと連携しており、近年はそれらのネットワークを活用した、消費者視点(デザインシンキング)の企業支援にも取り組んでいる。

2018 年 6 月から福井県、鯖江市、福井県眼鏡協会及び慶應大学大学院メディアデザイン研究科と連携し(産学官連携)、めがね産地のブランディングを図る「 $0\rightarrow1$ (ゼロ・トゥ・ワン)プロジェクト」を実施。消費者ニーズを捉えたデザイン開発を行うための勉強会や情報交換会、個社相談会、海外デザイナーとの協業による商品開発支援等を眼鏡メーカー25 社に行った。その成果披露の場として、同年 11 月 30 日から 12 月 2 日の 3 日間、世界に誇る眼鏡の魅力を東京から消費者に向け発信することを目的に、「Tokyo MEGANE Festival」を東京の表参道・青山周辺で開催した。

このイベントには3日間で延べ1万4,500人が来場、展示品の売上は予約受付分を含め、目標を上回る約900万円を達成した。







オープニングイベント (COMMUNR 2nd) 2018.11.30













展示即壳会 RAW TOKYO 会場(国連大学) 2018.12.1-2

同プロジェクトでは、一般消費者や企業から「鯖江の眼鏡を購入するにはどこに聞けばよいのか」「取引先を探したいが、相談場所が不明」といった声が多く上がり、海外の企業からは「正確な情報を取り次いでくれる場所はないのか」「どこで商談するか分からない」などという声が多数寄せられた。さらに国内外のデザイナーからも「産地企業と連携したいが、相談場所がない」等、対策を急ぐ声も多く聞かれた。

これらの事から、鯖江市の眼鏡産地企業が「商品開発力や営業力」を強化する際に、①「相談場所や情報を一元管理する基幹施設がない。」②「基幹施設が存在しない状態では、大規模イベントを頻繁に企画・開催する必要性があり、さらに受け皿がないことで、受注機会を失注してしまう懸念がある。」③「外注・工程間分業型である産地企業間のコミュニケーションが希薄化し、新商品開発頻度が悪化することも想定される。」といった問題が顕在化してきた。

そこで当所では、2020年1月に国の「共同・協業販路開拓支援事業費補助金(マーケティング拠点型)」の採択を受け、当商工会議所 1F を全面改装し、ものづくりマーケティング拠点の SABAE CREATIVE COMMUNITY (SCC) を開設。眼鏡・繊維・漆器等、鯖江のものづくりの魅力を発信し、世界中から人々を惹きつけるハブとなり、次のステージの小規模事業者支援として振興事業をスタートさせた。

ものづくりマーケティング拠点 SABAE CREATIVE COMMUNITY (SCC)





エントランス・展示販売スペース



メインエリア



コンシェルジュ



SCC カフェ



商談スペース



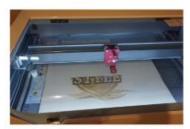
マルチユーススペース



イベントスペース



試作・制作スペース



レーザーカッター (試作・制作スペース)



Uスタ (多目的ホール)



Youtube スタジオ



最初の1年となる2020年は、新型コロナウイルス感染拡大と重なり、売上不振に陥った事業 者を支援するため SCC の施設を活用し、いち早く域外の専門家とのオンライン個社相談会やオン ラインセミナーを開催。厳しい状況を乗り切るための、きめ細かな経営計画策定支援を通年で実 施した。また、専門家の知見も取入れ、拠点機能を活かしたハイブリット展示会を開催し、他の ものづくり産地や支援機関、行政機関からも注目を集めた。

更に 2021 年 1 月には、当所地下倉庫を改装し<u>多目的ホール(U スタ)</u>と、事業者のプロモーション映像制作・配信のための YouTube スタジオを開設。

コロナ禍で地方が注目される中、デザイン経営とオープンイノベーション活用を加速させ、地域の小規模事業者や産業の体質改善に必要な事業を設計し、その実現に必要な支援体制の座組を構築し、実施していくことが当所の役割である。

(3) 経営発達支援事業の目標

鯖江市は小規模事業者の集積による<u>眼鏡産業、繊維産業、漆器産業</u>を中心としたものづくりのまちであり、この3大基幹産業の小規模事業者への経営発達支援が、地域振興にも直接的な影響を与える。

コロナ禍での調査でも、事業者が抱える喫緊の課題は売上・利益の確保となっており、特に製造業は影響が長引いている結果となっている。従って、本発達支援事業の目標は、以下の通り、先ず第1に眼鏡・繊維・漆器産業の小規模事業者の販路開拓の支援を総合的に実施。その成功モデルを他の産業にも波及させ、地域全体の経済を浮揚させることを目標とする。

- ①事業継続・発展に意欲がある眼鏡・繊維・漆器業の小規模事業者への販路開拓支援
- ②製造業、商業・サービス業など小規模事業者への販路開拓支援

(数値目標)

販路開拓、需要喚起により<u>工業出荷額の減少に歯止めをかけ、2031 年に 2008 年の水準まで回復</u>させる。(図表 7)

(図表6) 鯖江市工業の推移と見込

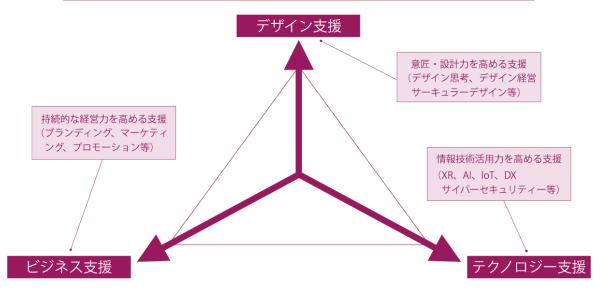
区分	出荷額(万円)							
四分	2008年	2016年	2025 年(目標)	2031年(目標)				
眼鏡	7, 613, 559	7, 760, 015	8,000,000	8, 500, 000				
繊維	4, 643, 303	4, 254, 625	4, 300, 000	4, 400, 000				
漆器	473, 710	507, 159	550,000	600, 000				
その他	5, 711, 268	4, 583, 561	4, 800, 000	5, 000, 000				
合計	18, 441, 840	17, 105, 360	17, 650, 000	18, 500, 000				

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方法

- (1)経営発達支援事業の実施期間(令和4年4月1日~令和9年3月31日)
- (2) 目標の達成に向けた方針

支援設計における基本コンセプト

<u>「デザイン」「ビジネス」「テクノロジー」の3軸による</u> 販路開拓に向けた『立体的支援』を個社および全体に対して提供していく。



デザイン・ビジネス・テクノロジーの3方向からのアプローチにより、ポスト・ウィズコロナ時代でも安定的に販路開拓ができるスキルセットを提供していく!

- ①事業継続・発展に意欲がある眼鏡・繊維・漆器業の小規模事業者への販路開拓支援
 - I. 基礎研修(セミナー)
 - 1) ビジネス 2) デザイン 3) テクノロジー (DX) の3つのテーマでセミナーを開催し、 参加事業所の経営課題を明らかにする。
 - Ⅱ. 現場研修(個社支援)

基礎研修で明らかにした個社毎の1) ビジネス 2) デザイン 3) テクノロジー (DX) の3 つの経営課題をもとに、域内外の専門家によるオープンイノベーションの個社支援を実施し、参加事業者のプロモーション映像を制作する。

- Ⅲ. 実証実験(展示会)
 - 1. 個社支援に参加した小規模事業者を中心に IT を活用したハイブリット型展示会「SAN/CHI」を開催し、プロモーション映像を活用し販路開拓を支援するとともに、事業の支援結果の実証実験を行う。
 - 2. 都市部で開催される展示会に、「SAN/CHI」に出展した小規模事業者から選考し、参加の支援を行う。

②製造業、商業・サービス業など小規模事業者への販路開拓支援

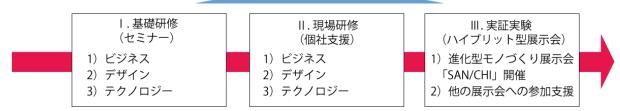
①で実施した、支援内容(過程)並びに成果・課題を公開し、参加事業者を募り、希望する 支援内容を実施する。

> 域内の製造業・商業・サービス業等の小規模事業者 域外のモノづくり小規模事業者

成果の公開・波及

事業継続・発展に意欲がある 眼鏡・繊維・漆器業 小規模事業者

総合的に支援



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]

当商工会議所では、地域の経済動向を調査・分析することで小規模事業者を取り巻く経営環境の変化やその影響、業種や規模別の経営実態、地域特有の課題、さらに支援ニーズ等の把握等に努め、会報やHPで公開しているが、分析結果を小規模事業者への経営支援に役立てることや、専門家による個社相談事業において活用することは行って来なかった。

「課題〕

今後は特に地域外の専門家による個社相談会実施に際し、専門家に当所で調査・分析を行った情報や、国等が公開しているビッグデータを提供し活用を推進する。また、経営指導員をはじめ職員の伴走型支援でも活用し、経営計画策定の基礎情報として活用する。

(2) 目標

内容	公表 方法	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
①景気動向調査 (公表回数)	HP 掲載等	1回	1回	1 回	1 回	1回	1回
②L0B0 調査 (公表回数)	H P 掲載等	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(3) 事業内容

①景気動向調査

(1) 景況調査

市内地場産業の小規模事業者を対象に実施していた「地場産業実態調査」を見直し、対象事業所に残りの全産業を加えた「景況調査」として実施、年1回公表する。

【目 的】 小規模事業者等を取り巻く域内経済環境を把握し、小規模事業者が事業計画策定 時に活用しやすいよう、分析し提供することを目的とする。

【対象者】 市内事業所者 1,635 社

【調查時期】 毎年1回

【調査項目】 業況、売上高の増減、顧客数の増減、採算状況、資金繰りなど

(2) 福井県内景気動向調査

福井銀行が四半期毎に発表する「景気動向調査」から主要な統計指標を選定し、小規模事業者に役立つ県内の経済動向を収集整理する。

【調査項目】 業況 DI、売上高 DI、収益状況 DI、受注残高 DI、雇用者数 DI、資金繰り DI など

(3) 福井県の経済動向調査

福井県政策統計・情報課が公表する「福井県月例統計指標」等や福井県財務事務所が公表する「県内景気予想調査(景況判断指数BSI)」から地域の経済動向に関する情報を収集整理する。

【調查項目】 鉱工業生産指数、大型店販売額、有効求人倍率、景況判断 BSI、売上高等

②LOBO 調査

毎月実施する LOBO (早期景気観測) 調査により、産業別の小規模事業者の経済動向を「売上高」「採算性」「仕入単価」「従業員数」「業況」「資金繰り」の6項目に分け、前年同時期との比較や向こう3ヵ月の先行き見通しについて調査を行う。また、地域に大きな影響のある社会事象があった場合、より地域の動向を把握するため、必要に応じ随時アンケート調査を行う。調査結果は、日本商工会議所が取りまとめ、全国ベースで集計・分析している。その結果を年2回公表する。

【対象者】 市内事業所者 6社

【調査時期】 毎月1回

【調査項目】 売上高、採算性、仕入単価、従業員数、業況、資金繰り

③国が提供するビッグデータの把握・活用

当所が開催する、専門家による個社相談会に際し、相談会に参加する事業継続・発展に意欲がある小規模事業者に対し、RESAS(地域経済システム)や専門家から情報提供を受ける、ビッグデータをもとに分析した地域経済動向をもとに、経営計画策定の基礎情報として支援を行う。

【目 的】 小規模事業者自身が、地域の現状・実態を把握し、事業計画策定に落とし込むこと。また、個社相談会に同席する、経営指導員等の職員が有効な専門家の情報収集・分析手法を身に着けることを目的とする。

【対 象 者】 市内事業所者 1,635 社

【実施時期】 個社相談会每

【調査項目】 個社相談会に参加する小規模事業者支援に必要な項目

(4)成果の活用

これらの分析結果は、支援にあたる当会議所の経営指導員と経営支援員が月2回の打合せ時に おいて、小規模事業者の経営状況の分析や事業計画策定を支援する際に基礎資料として活用す る。また、当会議所ホームページ及び会報への掲載や地元新聞記事、窓口、巡回訪問時、専門家による個社相談会を通じて、域内の小規模事業者に情報提供し、経営状況の分析や事業計画策定支援における基礎データとして活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

「現状]

専門家による経営計画策定の個社相談会では、個々の計画の方向性確認のため、中小機構の RESAS や経済産業省の統計や、総務省統計局の統計、Google トレンドのデータ等を有効活用して いる。

[課題]

経営指導員等、職員での伴走型支援では、これら分析システムやデータの活用は十分にできていないため、専門家の活用を参考に、職員レベルでの活用を推進する。

(2) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
①個社支援による対 象事業者数	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者
②アンケート回収数	150 件	200 件	200 件	200 件	200 件	200 件

(3) 事業内容

①個社相談会における分析システムによる調査

年間 50 回程度開催している、専門家による経営計画策定や新商品開発・改良の個社相談会において、専門家が各種分析システムを活用し、商圏の需要動向を調べ、小規模事業者が取組もうとする事業計画における仮説の検証を行う。個社相談会に同席する当所経営指導員や経営支援等の職員は、その活用法を実践で学び、今後の自身の小規模事業者への伴走型支援に活かす。

【目標】 支援先50者(年間)

【調査手段】 専門家の個社相談会と、当所経営指導員の経営相談において、対象事業者に最適な 分析システムを選択し、既存商品・サービス並び開発や改良を計画する新商品・サ ービスの需要を把握する。

【分析手段】 個社相談会で専門家(中小企業診断士等)が分析を行うともに、同席する経営指導員等がその手法を学び分析を行う。

【調査項目】 事業者毎の商品・サービスの①売れ筋商品 ②売れ筋価格 ③ネーミング ④パッケージ ⑤提供方法 ⑥購入者層 ⑦ライフサイクル

【活用方法】 分析結果は個社相談会において、参加する事業者に直接フィードバックし、計画に 反映させるとともに、経営指導員等の継続指導でも活用し、売れる商品・サービス の開発・改良に寄与する。また、参加する小規模事業者の同意を得て実施する個社 相談会では、地域内の同業他社に対して情報提供を行う。

②オンライン展示会におけるアンケート調査

コロナ禍の新しい形のめがね展示会として、有志事業者が実行委員会を立ち上げ 2020 年から 当所 SCC を会場に開催している、散地型のハイブリット展示会 SAN/CHI において、新製品に対す るアンケートを実施し、集計・分析結果を出展事業者にフィードバックして、個社の事業計画や 製品開発に反映させる。また、SAN/CHI を他の眼鏡事業者グループや他の産業毎に枠を広げ開催し、需要動向調査を実施する。

【目標】 回収数 200件(年間)

【調査手段】 ハイブリット展示会を通して、来場並びにオンライン参加のバイヤーや消費者に 対してオンラインアンケートを行う。

【分析手段】 展示会を支援する専門家と経営指導員等が連携して集計・分析を行う。

【調査項目】 ①関心・興味を持った製品名 ②製品の良い点 ③製品の悪い点 ④希望する価格 帯 ⑤取引方法・数量等に関する希望 ⑥製品開発に対する希望 ⑦展示会への 希望 ほか

【活用方法】 集計・分析結果は出展事業者にフィードバックし、それぞれの事業計画や製品開発 に反映させる。また、可能な範囲で地域内の同業他社に対して、展示会の成果発表 において情報提供を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

「現状]

当所では、経営支援基幹システム「BIZ ミル」を導入し、主に融資や各種補助金申請、事業計画策定支援時に、財務分析や SWOT 分析による経営状況の分析が行える体制づくりを行ってきたが、その活用は限定的で、分析後の小規模事業者へのフィードバックも不十分であった。 「課題」

経営分析と分析結果のフィードバックを、融資後のフォローアップや補助金の実績報告支援時に効率的に行えるよう、当所業務フローに組み込む。また、専門家による経営分析セミナーや個社相談会を通して小規模事業者の経営分析を行う。

(2) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
①セミナー開催件数	2 回	2 回	3 回	3 回	3 回	3 回
②経営分析事業者数	-	30 者	45 者	45 者	45 者	45 者
③フィードバック事 業者数	-	10 者	15 者	20 者	20 者	20 者

(3) 事業内容

①自社分析セミナーの開催

より多くの小規模事業者に対し、経営状況の重要性を認識してもらうため、経営分析に対する意識づけや事業者独自で行える分析の手法などをテーマにしたセミナーを年2回開催する。

小規模事業者自らが自社の現状把握を行うことの重要性と、その手法を学ぶためのセミナーを開催する。

【募集方法】 会報に掲載、ホームページ、SNS、創業・事業承継支援者への FAX 等

【開催回数】 年2回

【参加者数】 1回15名

【内 容】 経営計画の必要性、経営分析の手法と活用(財務分析・SWOT分析等)

②経営相談時の経営分析の実施

(1) 財務分析『定量性分析』

経営指導員、経営支援員によるマル経融資推薦、各種補助金の事業計画策定時の業務フローに組み込み、支援先から提供された2期分の決算書や収支見込を基に、BIZミルを活用し財務分析を行う。中小企業の財務指標等を活用して全国の同業者との比較を行い、自社の経営状況の把握と経営課題抽出により、小企業事業者に売上が低迷・減少している原因を分析する。また、自社分析セミナー参加事業者へのアプローチも行い、経営分析のフォローを実施する。

【対象者】 1)マル経融資、補助金申込事業者 2)自社分析セミナー参加事業者

【分析時期】 1)マル経融資推薦書作成時 2)補助金申請書類作成時 3)巡回・窓口相談時

【分析項目】 業種毎の地域の経済動向及び各項目(売上高、顧客数、採算状況等の推移)

- ・「収益性」…売上高総利益率、売上高営業利益率
- •「効率性」…総資本回転率、売上債権回転期間、棚卸資産回転期間
- ・「安全性」…当座比率、流動比率、自己資本比率
- ・「生産性」…従業員1人当たり売上高、従業員1人当たり粗付加価値額
- ・「成長性」…前年対比売上高伸び率、前年対比営業利益伸び率

(2) SWOT 分析『定性的分析』

経営指導員、経営支援員による各種補助金の事業計画策定時の業務フローに組み込み、定性的分析として、支援先へのヒアリングを基に SWOT T分析を行う。SWOT 分析は、外部環境や内部環境を強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)の 4 つのカテゴリーで要因分析し、事業環境変化に対応した経営資源の最適活用を図る経営戦略策定方法の一つであり、自社の成長戦略を描くのにもっとも効果的な手法である。この SWOT 分析を中心とする BIZ ミルの分析シートを活用し、職員のヒアリングレベルを統一化する。

【対 象 者】 1)補助金申込事業者 2)自社分析セミナー参加事業者

【分析時期】 1)補助金申請書類作成時 2)巡回·窓口相談時

【分析項目】 •「内部環境分析」 •「外部環境分析」

(3) その他分析ツールの活用

上記 SWOT 分析を基に「強み」「弱み」「機会」「脅威」をクロスさせた<u>クロス SWOT 分析</u>により、 戦略の方向性と事業領域を検討する。また、必要に応じ、アンゾフの経営戦略、PPM(プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント)、戦略ポジショニング、ポーターの事業戦略類型などのフレームワークを活用し、上記分析シートに加味・勘案した分析を行う。

(4) 分析結果の活用

経営分析を行った内容は、各業務フローに組み込み、分析を実施した小規模事業者へフィードバックし、事業者自らが状況を把握し、事業計画策定時や今後の方針策定の指針としてもらう。また、分析結果はBIZミルを用い、データベース化し経営指導員等で共有し、今後の経営支援に活用するともに、市内事業者の傾向を集計・分析し、その課題をセミナー、個社相談会のテーマに反映させる。

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、当所での小規模事業者や創業者に対する事業計画策定支援は、専門家によるセミナーや対面での個社相談会と、経営指導員による各種補助金申請や創業支援時の窓口相談で行ってきた。2020年からは新型コロナ感染症の影響で、専門家によるセミナーと個社相談会をオンラインに切り替え開催している。また、コロナ対策関連の補助金等の種類や申請件数が大幅に増加

したことで、窓口相談には経営支援員も積極的に関与している。 「課題]

新型コロナの影響が出始めた、2020年のゴールデンウイークにスタートした、専門家(中小企業診断士)のオンライン個社相談会は、新商品・サービス開発、販路開拓も含め様々な事業計画策定に対応しており、年間50回(1回3時間)以上の開催実績がある。これまでは、相談会に経営指導員が同席し、専門家のサポートを行いながら、ハイレベルな支援のノウハウを学んできた。

今後は、個別相談会に経営支援員等の指導員以外の職員にも同席させ、幅広く支援ノウハウを 取得させ、以後の伴走型支援に反映させる。







オンライン個社相談会

(2) 支援に関する考え方

コロナ禍における補助金等の拡充を機に、小規模事業者や創業者からの相談件数が大幅に増加し、それに伴い事業計画策定に対する意識が高まってきた。これを機に、補助金申請のみが目的ではなく、事業継続・発展、創業のための実現性可能性が高い計画策定のため、個社相談会と窓口相談をメインに支援を積極的に実施していく。

また、相談には可能な限り年2回以上の参加を促し、計画事業の進捗や成果の検証、計画の変 更などのフォローを行う。

なお、事業計画の策定前段階において、DX推進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。

(3) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
①DX推進セミ ナー	3 回	3回	3 回	3回	3回	3回
②事業計画策定 個社相談会	50 回	50 回	50 回	50 回	50 回	50 回
事業計画策定件 数	50 件	50 件	50 件	50 件	50 件	50 件

(4) 事業内容

①DX推進セミナー開催の開催

2021 年度に設置した当所 DX 委員会を中心に、小規模事業者向けのデジタルシフト、DX 推進に向けたセミナーを年3回以上企画。当所ホームページや SNS、巡回・窓口相談で募集し開催する。

【対 象 者】 市内小規模事業者(全業種)

【講 師】 市内外の IT 企業・IT コーディネーター等

【カリキュラム】・0 からはじめるデジタルシフト

- ・売上につなげる Web マーケティング
- ・販路開拓につなげる DX 活用

【参加者数】 各回 20 者

②事業計画策定個社相談会

事業計画策定支援を目的とした、専門家(中小企業診断士)による個社相談会を年間 50 回 (1 回 3 時間)程度計画。当所ホームページや SNS、巡回・窓口相談で募集し、講師と当所をオンラインで繋いで開催する。

【対 象 者】

- 1) 補助金申込事業者 2) 自社分析セミナー参加事業者
- 3) 新たな事業に取り組む事業者 4) 創業予定者・事業後継者

【手段・手法】 申込受付をした事業者から「事業概要」「問題・課題」「今後の構想」の情報を提出してもらい、事前に講師の専門家と情報を共有。当所からは該当業種の景況調査結果や、分析支援先の場合はその分析結果を準備する。当日、県外の専門家と当所会場(事業者)をオンラインで繋ぎ、各種分析システムや事例を活用し、専門家と当所経営指導員等が連携し、事業者毎の状況に対応したきめ細かな提案を行い、事業継続・発展のための実現可能性が高い計画を事業者と共に策定する。

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]

これまで当所では、小規模事業者に対して、マル経融資実行後に年2回以上、巡回・窓口でヒアリングを実施してきた。また、補助金採択事業者に関しては、事業者の状況にあわせて進捗状況の確認と助言、事業期間終了後の実績報告書作成時に事業成果のヒアリングを行ってきた。

[課題]

今後も引き続き、経営指導員等職員によるマル経融資利用者と補助金採択者に対するフォローアップを継続する。さらに、必要に応じ、専門家による個社相談会の参加を促し、進捗状況の確認、成果検証、計画見直しまでの支援を行う。

(2) 支援に関する考え方

支援対象は、事業計画策定を支援した全ての事業者とするが、計画策定や進捗状況の確認時に職員の判断により、より手厚い支援が必要と考えられる事業者に対しては、相談回数を増やすとともに、専門家による個社支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和	令和	令和	令和	令和
	2011	4 年度	5 年度	6 年度	7年度	8 年度
フォローア ップ対象事 業者数	30 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者
頻度(延回数)	30 回	110 回				
売上増加事 業者数	-	10 者	10 者	15 者	15 者	15 者
利益率 5% 以上増加の 事業者数	_	10 者	10 者	15 者	15 者	15 者

(4) 事業内容

①フォローアップの対象者

事業計画策定者全員に対してフォローアップを行う。

②フォローアップの実施

事業計画策定後は、関わった経営指導員等が計画のフォローアップを行う。事業計画の進捗状況等により、訪問回数の頻度を設定。フォローアップの際に出てきた課題に対し、職員のみでの対応が困難と判断された事業者に対しては専門家個社相談会を活用し、解決を図る。

③フォローアップの頻度

事業計画策定事業者約50者の2割程度は年3回、残りは年2回とする。但し、事業者からの申し出等により、柔軟に対応する。

④フォローアップ時の支援内容

事業計画の進捗状況の確認、計画通りに進んでいない場合は課題の把握、課題解決の方法などについてアドバイスを行う。同時に改善が必要な場合は、各種施策の活用や情報提供等、必要な支援を行う。

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]

当所では、2019 年まで鯖江市を担う産業を発信するため「さばえものづくり博覧会」を 3 日の会期で 10 年余り地元会場にて開催し、80 社以上の企業展示やワークショップが出展していた。しかし、新型コロナの感染拡大から 2020 年は IT を活用したオンラインでの産業紹介「バーチャルファクトリーツーリズム」を実施するのに留まった。

また、基幹産業の眼鏡産業が参加する、展示・商談会が国内外ともに軒並み中止となったことから、オンライン等を活用した新たな商談の機会創出の取組が模索され、オンラインとリアルのハイブリットメガネ展示会「SAN/CHI2020・2021」を当所 SCC で(リアル会場) 開催した。

「課題〕

バーチャルファクトリーツーリズムでは、産業紹介の意味合から、紹介した事業所は眼鏡・繊維・漆器産業から各1社ずつとなった。また、「SAN/CHI」は、眼鏡メーカーの有志により立案され、2020年度は2回の開催で延15事業所が参加したが、参加事業所によって、ITを活用したオンラインでの情報発信のノウハウや、取引先等との事前準備の差から商談件数、成約数に大きな違いがあった。

今後は、これらの取組みから得られた課題や成果を基に横展開し、より多くの産業や事業者が参加できる機会を設け、販路開拓におけるデジタルシフトを推進し、商品・サービスの提供・発信を支援することで、事業者のDXに繋げる。

(2) 支援に関する考え方

単発で展示会・商談会のみを開催するのではなく、EXP02025 を短期のゴールに見据え、産業毎に当所 1F SCC と地下 YouTube スタジオを拠点に、当所経営指導員と域内外の専門家、国内外のクリエイター等と連携し、小規模事業者のプロモーション強化とインバウンド獲得を目標に、1. 基礎研修 (セミナー)、2. 現場研修 (個社支援)、3. 実証実験 (ハイブリット型展示会)を毎年実施し検証を行う。EXP02025 終了の段階で、総体的な効果の検証を小規模事業者や専門家を交え実施し、その結果を域内外に報告・公開。また、それを基に更に 5 年~10 年先を見据えた地域産業の振興策を設計する。

また、展示会ではシリコンバレーに拠点を置くベンチャー企業とのコラボで 2021 年にスタートさせた、顔認証アプリ「職人顔辞典」(スマホを登録させている職人やその画像や映像にかざすことで、その職人のプロフィールや作業風景等が表示され、オンラインショップに繋い

で購入も可能)も活用し、デジタルシフトを支援する。

更に、海外展開を希望する小規模事業者に対しては、低予算・低リスクで貿易実務のノウハウが不要の、当所が提供する越境 EC のワンストップサービス「CROSS BORDER SABAE」による、海外販売支援を行う。この中で、費用が発生する海外 YouTuber による商品プロモーションを希望する場合は、小規模事業者持続化補助金等、販売促進のための補助金申請をサポートし、DX を目指す。



職人顔辞典のイメージ

(3) 目標

(O) HW						
	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
① SAN/CHI 展示会出展 事業者数	15 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
成約件数/ 1社	3件	3件	4件	5件	5件	5件
②越境 EC 利 用事業者数	2者	10 者	15 者	20 者	25 者	30 者
売上額/1 社	300,000円	300,000円	500,000円	800,000円	800,000円	800,000円

(4) 事業内容

①SAN/CHI 展示会出展事業(BtoB)

対象者:基礎研修(ビジネス・デザイン・テクノロジー)、現場研修(ビジネス・デザ

イン・テクノロジー) に参加した小規模事業者

イベント名:メガネ「SAN/CHI」・越前漆器展示会「SAN/CHI」等

概 要:会場と都市部の小売店、商談先等とオンラインで結ぶ展示会を開催し、小規模

事業者の商談機会を創出し、販路開拓や成約に繋げる

実施時期 :1月~2月の各3日間

来場予定 : リアル 100 名・オンライン 50 社

出展者数 : 各 10 事業者前後

②越境 EC サービス事業(BtoC)

象 者:海外に販路を求める小規模事業者

サービス名:越境 EC×海外 YouTuber「CROSS BORDER SABAE」

要:日本語のみで対応でき、低予算・低リスクで海外販売ができる越境 EC サービ

スと、海外 YouTuber プロモーションを組み合わせたワンストップサービスに

より、小規模事業者の海外販売支援を推進する。

実施時期 : 随時

利用者数 : 毎年新規5事業者(当所会員は無料でZenPlus に登録可能)

日本初! 海外販売ワンストップサービス

CROSS BORDER "SABAE.

鯖江商工会議所



™ ZenPlus ×



自社の商品を低予算で海外に販売できるサービスです。



ゼンマーケット(株)が提供する 越境 EC モールサービスです。 費用は、売上の10%のみ。 日本語のみの対応で OK 発送は大阪まで、決済も代行。



PROMO

ダイレクト㈱が提供する 海外 YouTuber プロモーション サービスです。

費用は、30万円~可能です (小規模事業者持続化補助金対象)





国別人気 YouTuber が取材・配信





海外に売る」場を提供中小零細企業が気軽に

向にある中、海外市場への進出は と意気込む。国内の市場が縮小領 とでいる。

人材で海外へ発信する

工会議所も応用できるシステムである。各地の地場産業や風土、文化の底上げ、ひいては県境や国境を超えたイノペーションも想定して設計しているという。

YOUTUBELOTY・メングは YOUTUBELOTY・メングは YOUTUBELOTY・バンラ海 YOUTUBELOTY・バンラ海 YOUTUBELOTY・バンラ海 YOUTUBELOTY・バンラットが担 コーでおり、繋げぬ丁ンタ族所、ゼ マーケット、ダイレクトのトリ ブル連携で、海外での商品販売を ブル連携で、海外での商品販売を

同時に、

1 FL 1 アをオキンネル登録者数 り入出えの大阪在任の人気香港 くっ以下J 1 Se Fが、自身の動画 で紹介。付け心地や製造現場を丁 で紹介。グラスの1 R 1 を貼って、ワン クリンクで商品サイトに飛べるよ うにした。同時に香港の取扱店舗

、の誘導も図り、

香港の売り

の誰もが利用できるサイトへのプロ田中英目さんだ。中小零細企業の田中英目さんだ。中小零細企業 輸江商工会議所の経営支援課課長 外へ発信できるようにし 外へ発信できるようにし 対象の越境サイトなど複数のサン対象の越境サイトなので、BtoB商品は不向づ BtoCで実績を築き、ますいいうメリットがあります。ます。

「機械プランドの確立を入べた」 シンの部間を実現するには、 シンペ大だけたはなく、ナナイン、テ ク・ロジーの観点は下列でする。 サーは前に関ーな業所の 全体版 事・は前に出て業所の 全体版 第一を到、他ののCOLMの のM COLM のCOCALM を接続させて に関ーなが、となったのの の COLM のCOCALM を接続させて に関ーなが、となったののの COLM のCOCALM を接続させて に関ーなが、となった。 に関ーなが、とない。 に関ーない。 に関しない。 に関いない。 に関しない。 に関ーない。 に関しない。 に関ーない。 に関しない。 に関ーない。 に関しない。 に関しない、 に関しない。 に関しない。 に関しない、 に関しない。 に関しない。 に関しない、 に関しない、 に関しない、 に関しない。 に関しない。 に関しない、 に関しない、 に関しない、 に関しない。 に関しない。 に関しない、 に関しない。 に関しない、 に関しない。 に関しない、 に関しない、 に関しない。 に関しない。 に関しない、 議所もデザイン思考をれたアプローチ法で、 を繰り返して商品の完成度を題の設定や試作、実践のサイ

製工商工会議所は、本部のペーシで紹介した結婚して申し、加工のフラスに加入からローションを掛け合わせ、次のアローションを掛け合わせ、次のアローションを掛け合わせ、アンストンプードスで最高した。その名も「CCOから BORDH COGGOL」 足を行えなられて、原本やナレビスの、順度、よを報告にする。

海外YouTuber×越境ECモールで

禁江南工会議所 所在地 福井県禁江市本町3-2-12 載 話 0778-51-2800

ー ② ZenPlus _{事業連携}

鯖江商工会議所 福井県鯖江市

論丁商丁会議所 PROMO 海外YouTuber プロモーション

上げている企業はあるが、一部の企 業が成長しても地場産業としての 面のの誰上げには至っていない。 そこで輸江両工会議所が展題解 決に向けて本格的に取り組んでい、 るのが、デジタル技術やデータを をしてビジネスモデルを変革す

安い、早い、簡単な海外販売を構築

か地場産業としてあるが、「脚江市。眼鏡以外にも譲る、世界三大眼鏡産地である垣世界三大眼鏡産地である垣

ポーションの機能だるの取り 配の50の位に日はつられるに をリフェスした。ポンプスの仕 組を行っては同じ、アンスの仕 組を行っては同じ、アンスの仕 組を行っては同じ、アンスの仕 組を行っては同じ、アンスの仕 組を行っては同じ、アンスの仕 組を行っては にあったが、他がしまり ボーフャングラスを可能を含せり ボーフャングラスを可能を含せり ボーフャングラスを可能を含せり ボーフャングラスを可能を含せり ボーフャングラスを可能を含せり ボーフャングラスを可能を含せり ボートにより、を要性した。付け に応じたを作は、少なに であり、ドルラード・アンタース をこり、ドルラード・アンタース で、トロード・アンタース ボート・アンタースを可能を含せり ボート・アンタースを可能を含せり ボート・アンタースを可能と を表り、ドルラード・アンタース エーア・アンタースを可能していた。 をこり、ドルラード・アンタース エーア・アンタースを可能していた。 をこり、ドルラード・アンタース エーア・アンタースを関わり、 をこり、ドルラード・アンタース エーア・アンタースを関わり、 をこり、ドルラード・アンタース エーア・アンタース エーア

環で

一学曲ビジネス産業が勢いづく時代 で、今や『世界』は最大単位では ありません。繋紅には唯一無二のモ ノづくり産業がある以上、世界一 デザ

れはデザインに必要な考え方やン思考」だと田中さんは説く。

日本商工会議所ビジネス情報誌 月刊 石垣 特集記事掲載 2021.9 月号

Ⅲ.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]

福井工業大学、会員以外の中小企業診断士、日本政策金融公庫武生支店、鯖江市等の外部有識者にて、経営発達支援計画評価委員会を組織し、事務局を当所経営支援課内に設置。毎年度1回、委員会を開催し、事業の実施状況、目標と成果に対する評価・見直し案の検討を行い、次年度に向けた見直しの方針を決定し、事業の成果・評価・見直しの結果を当所のホームページで公表してきた。

[課題]

これまでは、年1回の評価委員会でPDCAサイクルを回してきたが、今後は進捗状況を映像化し年に2回程度、当所役員会(常議員会)で報告し情報共有するとともに、意見を聴取し翌年の事業方針に反映させる。

(2) 事業内容

本事業の推進についての評価及び見直しをするため、内部評価(常議員会)と外部評価(評価委員会)のダブルチェック体制を整え、推進状況等について評価・検証を行う。

①隔月で開催している常議員会において、年2回程度、当該年度の事業の実施状況を短時間で理解しやすいよう映像化し、達成度と合わせて報告し、事業の成果及び見直し案について意見 聴収を行う。

②事業年度終了前に、外部評価委員会を開催し、事業の実施状況・達成度を報告。内部評価も 踏まえ、成果の評価を行い、見直しの方針を検討しまとめる。

※外部評価委員の構成

- (一社) 福井県中小企業診断士協会会員 (委員長)
- ・福井工業大学事務局長
- 鯖江市産業環境部部長
- · ㈱日本政策金融公庫武生支店長

※事務局

- 鯖江商工会議所専務理事
- · 鯖江商工会議所法定経営指導員
- ③外部評価委員会でまとめた成果・評価・見直しの方針を報告し承認を受け、次年度の方針を 決定し、事業計画に反映させる。
- ④事業の実施報告、評価、見直し結果は並びに事業計画は会報及び鯖江商工会議所ホームページ(http://www.sabaecci.or.jp)に掲載し、常時閲覧可能な状態にする。

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]

新型コロナウイルス感染症拡大前は、小規模事業者の補助金や融資申請に伴う事業計画策定支援は経営指導員が行い、その他の職員は税務相談等の限られた支援を行ったきた。しかし、コロナ禍で各種補助金・助成金等の支援制度が急激に増加し、支援件数も大幅に増加したことにより、

指導員以外の職員も相談・支援を行う機会が増え、0JT による対応を行ってきた。

「課題]

コロナ禍で、これまで実施してきた事業所を訪問しての専門家の個社相談会を、オンラインに切り替え、実施回数も年間 20 回程から 50 回以上に増やしている。これまでは、担当の経営指導員が同席し、専門家のサポートを行いながら、ハイレベルな支援のノウハウを学び資質向上にもつながってきた。

今後は、個別相談会に経営支援員等の指導員以外の職員にも同席させ、支援スキルの向上を図るとともに、経営支援基幹システム「BIZ ミル」を活用し、データベースの共有化を図り OJT での支援能力の底上げを図る。

(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】

福井県商工会議所連合会が実施する研修会への指導員以外の参加はもとより、当所が中小企業基盤整備機構や JETRO、日本政策金融公庫等の各種支援機関や、教育機関、デザインコンサルファーム等と連携して開催する事業者向けセミナー(オンライン含む)に、職員も参加させ事業者の目線に立った支援ノウハウを学ぶ。

【DX 推進に向けたセミナー】

当所 DX 委員会では事業所向けと、内部事務局向け(職員)の DX を推進しており、この中で経営指導員を含む全職員の IT スキルを向上させるセミナーや研修を実施するとともに、当所や関係機関が実施する、下記のようなセミナーにも積極的に参加し、事業所の DX に関する相談・指導力向上につなげる。

ア) 事業所にとっての内向け(業務効率改善等)の取組

生産管理システム、クラウド会計ソフト、電子決済システム、補助金の電子申請、情報セキュリティー対策等

イ)事業にとって外向け(需要開拓等)の取組

効果的なホームページ等の設計と SNS や各種販促ツールを組み合わせた EC サイト構築・運営、自社 PR・情報発信方法、動画撮影、編集のノウハウ等

ウ) その他の取組

従来から実施している、オンライン個社相談会に経営指導員以外の職員も参加させ、機材の 設営やシステムの操作を行うことで、ノウハウを学ぶ。

②0JT 制度の導入

経営指導員等の個人が有する知識や支援ノウハウを組織として活用するため、0JTを計画・組織的に実施する。窓口・巡回支援時にベテラン経営指導員中心に経営支援員、一般職員も同席させ、経営発達支援に必要な知識・情報・ノウハウ、手法を共有し、伴走支援の実効性、有効性を高め、組織全体の支援能力を向上させる。

また、専門家の個社相談会に経営支援員も同席させ、専門家のサポートを行いながら、ハイレベルな支援を体感させ、意識づけと資質向上を図る。

③データベース化

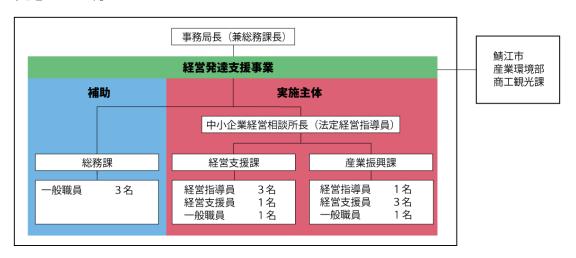
経営支援基幹システム「BIZ ミル」に経営指導員や経営支援員が、支援先のデータを随時入力し、データベースを相談所職員全員で共有することで、どの職員でも次の相談時にスムーズに対応できる環境を整える。

経営発達支援事業の実施体制

(2021年11月現在)

(1) 実施体制

経営発達支援事業は中小企業経営相談所を主体に実施し、総務課は事業内容に応じて補助する。 実施体制は、統括責任者として、中小企業経営相談所長(法定経営指導員)を設置。経営発達支援計画事業を実施するものとして、経営指導員4名、経営支援員4名を配置し、事業を長期的かつ継続的に実施していく。



- (2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制
- ①当該経営指導員の氏名、連絡先
 - 氏 名:山田 哲也
 - 連絡先:鯖江商工会議所 (SCC) TEL0778-51-2801
- 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

₹916-0026

福井県鯖江市本町3丁目2-12

鯖江商工会議所 中小企業経営相談所

TEL:0778-51-2801 FAX:0778-52-8118 E-mail:info@sabaecci.or.jp

②関係市町村

₹916-8666

福井県鯖江市西山町 13-1

鯖江市産業環境部商工観光課

TEL:0778-53-2229 FAX:0778-51-8153 E-mail Sakai.Tomoyuki@city.sabae.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	10, 300	11,000	11,000	11,000	11,000
○セミナー開催費○個社相談会開催費○展示会開催費○事業所プロモーション	500 3, 800 3, 000 3, 000	1,000 4,000 3,000 3,000	1, 000 4, 000 3, 000 3, 000	1, 000 4, 000 3, 000 3, 000	1,000 4,000 3,000 3,000

(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

会費収入、伴走型小規模事業者支援推進事業補助金、厚生労働省働き方改革推進支援助成金 国補助金、福井県補助金、鯖江市補助金 等

(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	
(2)	
3	
1	