

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	魚津商工会議所（法人番号：9230005003545） 魚津市（地方公共団体コード：162043）
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ■事業者の自立的な経営力強化・経営課題の解決のための伴走型支援の推進 ■新規開業者の支援と計画的な事業承継支援による事業所数増加・維持の取組強化 ■地域資源の積極的活用の推進及び交流人口の増加と需要拡大の推進
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 ①魚津市景況調査の実施 ②中小企業景況調査の実施 ③商工会議所ＬＯＢＯ調査の実施 ④地域の経済動向分析 4. 需要動向調査に関すること ①個人消費者向けのニーズ調査 ②商談会でのバイヤー向けニーズ調査 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の発掘 ②経営分析 6. 事業計画作成支援に関すること ①事業計画策定セミナー開催 ②ＤＸ推進セミナーの開催 ③創業者・第二創業者支援 ④事業承継計画策定支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①巡回や窓口指導による事業計画策定後のフォローアップ支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会、商談会への参加支援 ②ＳＮＳやＥＣサイト活用支援
連絡先	魚津商工会議所 中小企業相談所 〒937-0067 富山県魚津市釈迦堂1丁目12番18号 TEL 0765-22-1200 / FAX 0765-23-0120 魚津市商工観光課 〒937-8555 富山県魚津市釈迦堂1丁目10番1号 TEL 0765-23-6195 / FAX 0765-23-1060

(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) 地域の現状と課題

① 魚津市の概況

魚津市は富山県東部に位置し、富山市から東へ25kmの距離にあり、総面積は200.63k㎡。

北東は布施川を境に黒部市と、南西は早月川を隔てて滑川市・上市町と接している。北西には富山湾が広がり「蟹気楼・埋没林・ほたるいか」が当市の三大奇観としてよく知られている。

南東部は、最大標高2,415m（釜谷山：毛勝三山の一つ）に達する山岳地帯で、北アルプスに連なっている。これらの山々を源として、片貝川、布施川、早月川や角川などの河川が、市内を潤しながら富山湾に注いでいる。市の約70%が標高200m以上の急勾配な山地で占められ、台地から平坦地、海岸へとおだやかな斜面を形成している。海岸線は比較的平坦で、その延長は約8kmで、海中では、海底が急傾斜となり深層まで落ち込んでいる。そのため、魚津の港は昔から良港として船の出入りが多く、海底の湧き水に育まれ魚の種類も量も豊富で魚津の名のごとく県下屈指の漁場として広く知られている。

当市の歴史は、遠く南北朝時代には松倉城が築かれ、室町時代末までには、松倉城堡群と呼ばれる各支城が築かれるとともに、松倉金山の金の産出もあり長年にわたり栄華を誇り、新川一円を統治し、経済文化の中心地として繁栄した。明治の廃藩置県の後、短期間ではあったものの、石川県に吸収合併されさらに分離して富山県となる前の、新川県であった時代当時の魚津町に県庁が置かれていた。大正7年の「魚津の米騒動」は全国に広がり、時の内閣は総辞職に追い込まれ、日本初の本格的な政党内閣誕生の契機となった。

昭和27年4月1日に1町11か村が合併、魚津市が誕生し、その後、各地区で観光施設や文化施設が建設され、昭和60年には、松下電子工業（株）魚津工場（現タワー パートナース セミコンダクター（株））が操業を開始するなど、新川の中心都市として発展してきた。

また、平成27年3月14日に待望の北陸新幹線が開業し富山―東京間が2時間余りで行き来出来ることになり、観光やビジネス交流、企業誘致、若者のU・I・Jターンや定住促進等に取り組むことによりより一層の地域活性化に努めている。

また、平成27年3月14日に待望の北陸新幹線が開業し富山―東京間が2時間余りで行き来出来ることになり、観光やビジネス交流、企業誘致、若者のU・I・Jターンや定住促進等に取り組むことによりより一層の地域活性化に努めている。



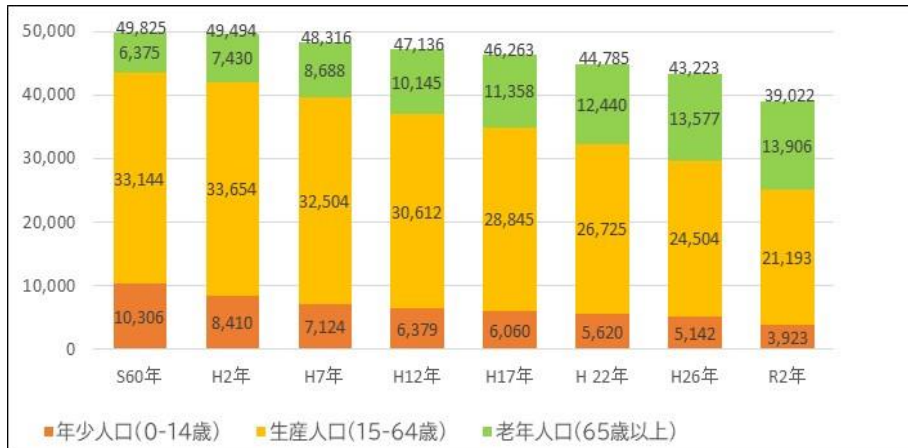
② 魚津市の現状と課題

ア. 人口・世帯数

当市の人口は、昭和27年の市制施行時の45,609人から昭和60年の49,825人まで増加してきたが、それ以降は減少に転じ、令和2年では39,022人にまで減少した。老年人口割合が全体の35.6%、年少人口割合が10.0%となっており少子高齢化の拡大も見られる。

世帯数は令和2年で15,800世帯となっており、継続的に増加傾向ではあるが、1世帯あたりの人員数は減少を続けており、核家族や単身世帯が増加している。

■人口の推移



(国勢調査より)

■世帯数の推移



(国勢調査より)

イ. 産業別事業者数・従業者数

第一次産業（農林漁業）においては全体的に就業者の高齢化、後継者不足が進む中、耕作放棄地の増加や鳥獣被害、木材価格の低迷と労務経費の増加、水産資源の減少、魚価安、燃料環境の高騰など、経営環境の悪化が原因で衰退している。今後は、海の幸、山の幸が豊かな地域性を生かし地産地消地域ブランド化や6次産業化を推進し経営の安定化を図り、担い手の育成に取り組む必要がある。

第二次産業（製造・建設業）においては資材の高騰や調達難、受注価格の低下、人材不足等取巻く環境は厳しさを増しており、企業の経営基盤の強化と安定を図り産業の活性化につなげていく必要がある。

第三次産業（販売・サービス業）においては大型店・ナショナルチェーンなどの進出、飲食店、美容院・エステサロン等の新規開業により増加傾向にはあるが、中心商店街を中心に廃業が進み近年の調査では減少となっている。今後は一層の活性化対策が必要である。

当市の産業別就業者数の推移をみると、総就業者数は平成7年をピークに減少し、第一次産業においては減少を続け昭和60年と比較すると約6割減となっている。第二次産業も平成2年以降減少を続けている。その一方で第三次産業の就業者は平成7年以降減少しているものの、ほぼ横ばいになっている。

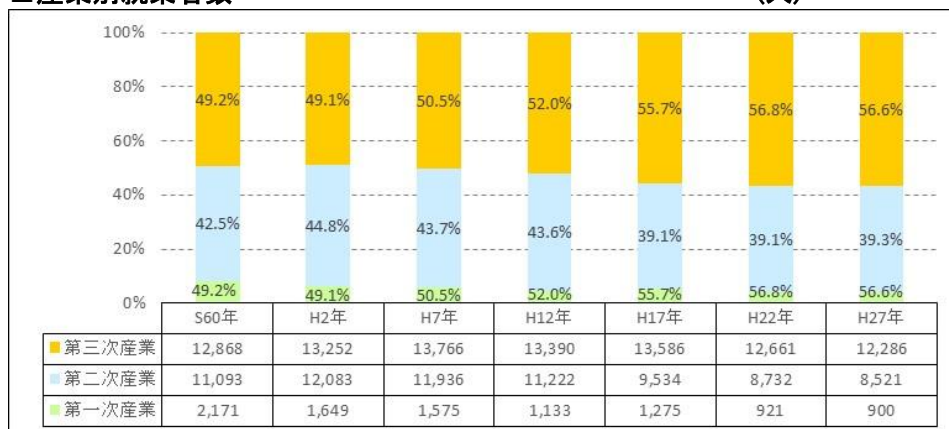
就業者の就業先産業をみると、製造業が最も高く（21.5%）、次いで卸売業・小売業（18.6%）、医療・福祉業（13.5%）となっている。

■小規模事業者数概要一覧

業 種	事業者数（平成 28 年 6 月）
農林漁業	13 企業
鉱業	2 企業
建設業	291 企業
製造業	211 企業
電気・ガス・熱供給・水道業	2 企業
情報通信業	17 企業
運輸業	28 企業
卸売・小売業	643 企業
金融・保険業	37 企業
不動産業	93 企業
飲食店・宿泊業	334 企業
医療・福祉	164 企業
複合サービス業・その他サービス業	586 企業
合 計	2,421 企業

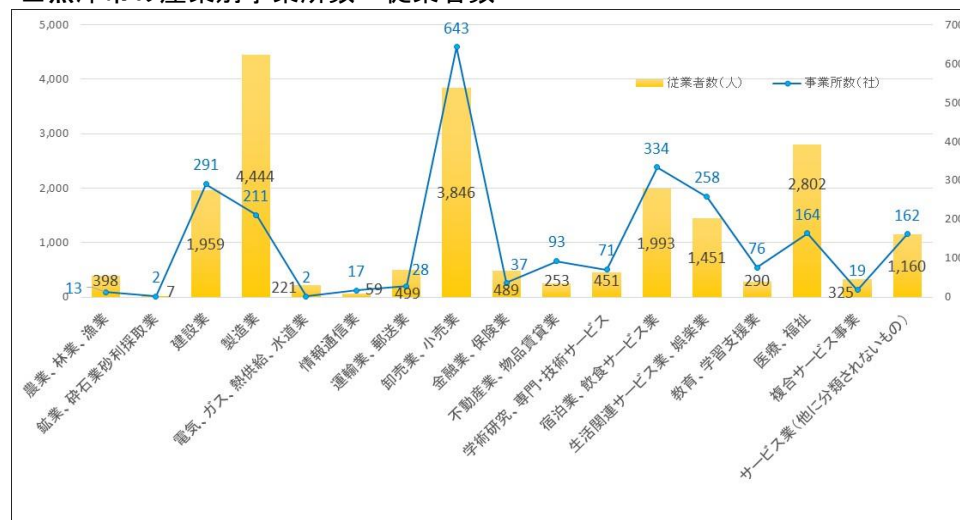
■産業別就業者数

(人)



(魚津市の統計より)

■魚津市の産業別事業所数・従業者数



(平成 28 年度経済センサス基礎調査より)

ウ. 開廃業の現状と事業所数の推移

少子高齢化による人口減少、消費税増税、後継者不足等、地域を巡る環境は依然厳しい状況にあり、当所会員では廃業が開業を上回る現状が続いている。

中心商店街においては、国道沿いを中心とした大型店、スーパーやドラッグストアなどのナショナルチェーンの進出の影響や店舗の老朽化、駐車場不足、後継者不足により廃業が著しく早期の対策が急務となっている。平成 18 年に 2,848 社あった事業所が平成 28 年には 2,350 社にまで減少、建設業、製造業、卸売業・小売業、飲食・宿泊業で 2 割前後の減少となっている。

■業種別事業所数の推移



	農業、林業、漁業	鉱業、砕石、砂利採取業	建設業	製造業	電気、ガス、水道業	運輸、通信、情報業	卸売業、小売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	飲食、宿泊、サービス業	合計
H18年	8	4	362	255	7	48	804	44	96	1,220	2,848
H26年	13	3	306	219	7	47	662	39	103	1,160	2,559
H28年	13	2	291	211	2	45	643	37	93	1,013	2,350

(平成 28 年度経済センサス基礎調査より)

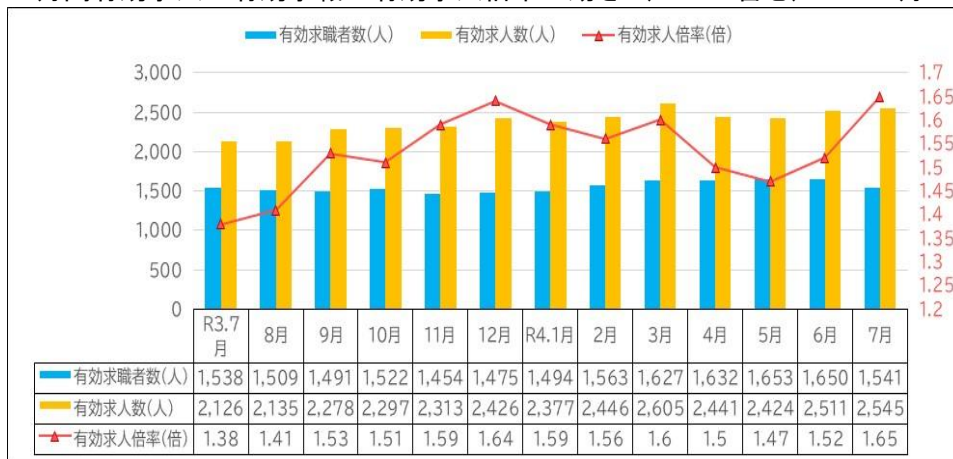
■近年の大型店出店状況

出店月日	面積(m ²)	店 名
平成 11 年 11 月 12 日	18,160	アピタ魚津店
平成 12 年 7 月 7 日	約 1,500	大阪屋ショップ魚津釈迦堂店 (食料品販売)
平成 14 年 4 月 16 日	4,483	ヤマダ電機テックランド魚津店
平成 17 年 12 月 10 日	7,922	コメリパワー魚津店
平成 18 年 12 月 1 日	1,246	大阪屋ショップ魚津本江店 (食料品販売)
平成 23 年 6 月 16 日	4,807	ケーズデンキ魚津店
平成 24 年 8 月 29 日	2,091	原信魚津店
平成 27 年 3 月 15 日	2,930	ジョーシン魚津店
令和 2 年 4 月 14 日	7,996	MEGAドン・キホーテUNY魚津店

エ. 雇用環境

ハローワーク魚津管内においては、引続き有効求人倍率は高い位置をキープしており雇用環境は良好と言える。しかし業種別に見ると偏りが見られ事務職等に求職者が集中する傾向にあり、建設業、製造業、サービス業、介護職において人材不足が深刻化している。また、小売、サービス、飲食業等においては、非正規社員の割合が高い。

■ 月間有効求人・有効求職・有効求人倍率の動き（パート含む） R4.7月



（ハローワーク魚津データより）

③ 魚津市及び小規模事業者の課題

近年、景気悪化による企業の海外移転や国内工場の集約化などが進む中で、市内においても代表的企業の㈱アイザック等の生産工場が市外へ移転し、魚津の製造業を牽引してきた日本カーバイド工業㈱と㈱スギノマシンがここ5年間に隣接する市へ本社・工場ともに移転となった。その他にも旧松下電子工業魚津工場（現パナソニック（株）オートモティブ&インダストリアルシステムズ 社セミコンダクター事業部北陸本部）は度重なる事業再編や企業買収などにより事業が流動的であり、多数の地元雇用を担う企業であることから、どのような事業展開になるかを注視し、雇用維持を働きかけるなどの必要性がある。製造業における小規模事業者においても下請け単価の上昇難や人材不足、原材料の高騰という問題をかかえ、年々事業所数は減少傾向であるが製品出荷額については増加している。（グラフ1参照）。地域経済を支え活力を維持していく為にも、新規産業の創出や企業誘致のほか、人材の育成や各種経営支援制度活用などにより、企業の経営基盤強化と安定化を図り、市内での定着化と産業の活性化に繋げていく必要がある。

商業においては、郊外型の大型量販店の進出が相次ぎ、中心商店街は、後継者不足や空洞化による衰退が進み、小売・卸売の商店数、年間販売額ともに減少が続いている。（グラフ2参照）

高齢化社会が進む中、中心商店街の店舗の廃業が進めば街中に住む買い物難民が増加、地域の衰退にも繋がることから中心商店街を取り込んだ周辺地域全体の活性化施策の積極的な支援が重要となっている。

また、人口減少に歯止めをかけるため、移住施策の推進、交流人口の増加、関係人口の創出・拡大、観光振興、魚津の強みを生かした商工業の振興の推進が必要である。

■ 製造業（従業員4人以上）事業所数と製造品出荷額 【※グラフ1】



（富山県統計調査より）

■商店数（小売、卸売）と年間販売額

【※グラフ 2】



(富山県統計調査より)

④ 創業の現状

当会議所地域での創業は近年主にサービス業（理美容、エステサロン等）の開業が多く、飲食業（居酒屋、BAR 等）、小売業、建設業と続く。

サービス業は理美容やエステサロン、塾などの対個人サービスの操業が多くみられる。

飲食業においては古くから県東部有数の飲食繁華街が旧 J R 魚津駅周辺を中心に現在もあり、廃業に伴う空き店舗への新規開業が多く見受けられる。建設業においては、従業員の一人親方への移行による開業が多く、あまり雇用を伴わない小規模な創業となっている。

また、市との協議により、当所の経営指導を受けた事業者に対し新規創業助成金等支援を行っている。

（２） 小規模事業者の長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

当所管内の地域経済を支える小規模事業者が、時代の変化に対応しながら創意工夫を凝らした販路開拓や生産性向上の取組を行い経営力を強化し、事業を維持拡大し持続的な発展をしていくことが求められている。

今後の10年間においては事業者数、人口ともに減少していくと予想されるが、小規模事業者が自社の経営状況を把握し各事業者の競争優位性を高めるための「事業計画」を策定し経営者自らが自社の内部環境、外部環境に合わせた目標、方向性を設定するため当商工会議所が伴走型の支援を行う。

魚津市には、高い技術力のモノづくり企業、富山県東部中心として栄えてきた商業集積や市内鉄道駅近隣の飲食店街の他、豊富な水産資源や果樹や農産物、自然・歴史を生かした観光資源などが多くあり、これらが互いに連携し魅力を高めあうことが重要である。

当所においては、魚津のあらゆる資源を素材にして地域の取り組みや個々の企業が魅力を発信し輝く事業活動を支援するため、「魚津をスターにするプロジェクト＝STAR! UOZU PROJECT」を推進しており、今後も継続して支援し地域振興と経済の活性化に繋げる。

また、当所管内では、事業者数の減少の理由として廃業が多くある中、サービス業や飲食業などでは多くの創業実績があるが、その創業者の多くが自身の専門分野以外のスキル不足から多様な経営課題を抱える。商工会議所が創業時から伴走型支援に取り組むことで企業の経営力を高め地域経済の活性化に繋げる。

② 魚津市総合計画との連動制、適合性

魚津市第5次総合計画（令和3年～令和12年）では、主要課題として地域資源を活かしたまちづくりや人口減少時代におけるまちづくりがあげられている。

特色ある農林水産物、観光資源、歴史や文化など、魅力ある地域資源が多く存在し、地域資源を活用し市民・事業者・行政の相互連携のもと交流人口の増加、関係人口の創出・拡大、観光振興、魚津の強みを生かした商工業の振興につなげる必要があげられている。

また、人口減少時代におけるまちづくりとして、魅力ある仕事を作り育て、若者・女性が働く場として選択されるまちにするため産業の活性化や雇用の創出に努める必要があげられている。

1. 総合計画施策22「観光の振興」では、地域資源のブランド化向上等があげられており、当所事業計画の重点事項には観光資源の活用や事業の推進があげられ、また、本計画の「2. (2) ③」にある地域資源の積極的活用の推進及び交流人口の拡大推進、「8. (2) (3)」による物産展の参加支援等があり整合性が取れている。
2. 総合計画施策26「工業・商業の振興」では、中小企業の経営基盤の強化として中小企業の新たな取り組みや経営基盤強化のため商工会議所との連携があげられ、商店街活性化や産業観光推進事業、新規創業者への継続的な支援があげられている。当所の事業計画の重点事項には、小規模・中小企業経営支援事業の推進があげられており、事業者に寄り添って支援する伴走型支援体制を整え、経営分析、事業計画策定など商工業者の様々な経営課題について魚津市と連携を図ることがあげられている。当所計画の目標達成に向けた方針「2. (2) ①～③」の各項目にある経営発達支援事業の内容（11013～8）は整合性が取れている。
3. 総合計画施策27「雇用・労働環境の充実」では、雇用機会が拡大し、誰もが安心して働くことができる環境の取り組みがあげられ、当所の事業計画の重点事項には、小規模・中小企業経営支援事業の推進があげられて、その中で働き方改革や労務課題への取り組みを推進するとしており、事業所が魅力ある雇用・労働環境づくりの拡充に努めることは、当所の計画の「5. (3)」経営分析に関することの事業内容、「6. (4)」事業計画策定支援に関することの事業等があり、整合性が取れている。
4. 総合計画施策29「中心市街地のにぎわいの創出」では、魚津駅、新魚津駅周辺及び電鉄魚津駅周辺の人口密度を維持し、生活サービスやコミュニティの持続が課題とされており、中心商店街や鉄道駅周辺の飲食店街の活性化策は、当所の計画は商店街エリアや中心市街地の事業者を含む支援計画であり、整合性が取れている。

③ 商工会議所の役割

商工会議所の役割としては、小規模事業者それぞれの経営課題を把握し改善することで、経営基盤の強化に繋げることと考える。例えば決算申告のための税務や経理などの経営指導だけでなく、内部環境や外部環境を見据えた経営環境の整理を指導するなど、さらに事業者寄り添った伴走型の支援を行うことで、事業者が自ら考え「事業計画策定」を行うことが重要であり、また継続的なフォローアップを行っていくことが必要である。

当所の退会理由の多数（令和3年度 6割強）が廃業であり、小規模事業者の後継者の育成によるスムーズな事業承継支援を行い事業縮小、廃業に歯止めをかけ事業の持続に繋げる。また、新規創業支援による事業所の増加や地域資源を活用した特産品の開発、自然や歴史資源を生かした新たな観光資源の発掘等、交流人口を増やす取組を行い、それらに関わる個々の小規模事業者の底上げと地域経済の好循環を生み出す仕組みの構築を目指す。

(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

小規模事業者の売上・利益の増加を図るため経営資源、財務内容、企業を取巻く社会環境等の現状分析に基づいた経営計画の策定支援を行い、将来ビジョンを見据えた意欲的な小規模事業者の育成を図り持続的繁栄に繋げる。

小規模事業者を取り巻く経営環境の変化の度合いとスピードが高まっており、デジタル技術の革新、人口減少社会、SDGs など不可逆的な変化に企業は迅速、柔軟に対応する自己変革力が必要である。

商工会議所の伴走支援の重要性が高まる中、経営者が直面する多くの経営課題に寄り添い対話や傾聴を重視した支援により自走化に導き自己変革力を促します。

② 創業及び事業承継支援による事業所数増加・維持の取組強化

魚津市の創業支援事業と連携をとり創業者のサポート体制を強化、市内事業所数の増加、雇用の創出を生み活力ある街づくりに繋げる。また後継者不足、経営資源不足による廃業の減少対策に取り組む。

③ 地域資源の積極的活用の推進及び交流人口の拡大推進

地方において人口減少が進む中、県外からの交流人口の拡大推進に向けた事業計画の策定、受入体制の強化を図ると共に、新規産業の創出・誘致、地域の特性を生かした商品開発やPR強化を図り新たな需要の開拓に繋げる。

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

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

事業者が直面する経営課題（デジタルトランスフォーメーション、カーボンニュートラル、人材確保難等）の解決のためには従来の補助金などのツールを届ける課題解決型の伴走支援ではなく、商工会議所の支援者と経営者との対話や傾聴を通じた信頼の醸成と本質的課題の掘り下げが重要で、経営者自らが経営課題に気づきその解決策の検討を行うための事業計画策定支援を行う。

事業者に寄り添った継続的な伴走型支援により、自走化を導き経営者の内発的動機付けを行い潜在力を引き出すための支援を行う。

また、事業者の現状分析（SWOT分析、3C分析等）を実施し支援ニーズを把握、課題解決を図り事業計画策定支援を通じ事業者の持続的発展に繋げる。また、経営者とともに事業計画の見直しに取り組み、新たな需要の開拓、持続性のある健全な経営に繋がるよう計画策定後も継続的にフォローアップを行う。

個社のコアコンピタンス発掘・確立を支援し、新たなビジネスモデルを構築することにより差別化を図り、競争力強化に繋げる。必要に応じ専門家を活用し適切な助言、支援を行う。

② 創業及び事業承継支援による事業所数増加・維持の取組強化

創業セミナーや個別相談会を通じ、新規開業者を支援し年間5件の新規開業を目標とする。国や県の創業支援制度や魚津市独自の支援制度の積極的活用を促し創業初期の負担軽減を図り創業し易い環境を創出、創業率の向上に繋げ、事業所数の増加を図る。創業後は経営力向上を図るため伴走型支援を実施する。

スムーズな事業承継を行うべく支援制度の説明・利用や後継者の育成について支援する。地域内では、健全経営にもかかわらず後継者不在という理由で突然廃業する事業所もあることから事前のきめ細かな巡回指導により、情報を収集するとともにM&Aを含む事業承継を計画的に実施することにより、廃業事業所を減少させる。

③ 地域資源の積極的活用の推進及び交流人口の拡大推進

平成27年3月に北陸新幹線が開業したことで関東圏からの観光客、ビジネス客の増加がみられた。新型コロナウイルス感染症の拡大により、首都圏からの来客が激減したが、富山県内や近隣県への旅行需要が増えるなど、新たなビジネスチャンスもある。新たな生活様式に対応し首都圏との往来も回復しつつある中、来県者の受入れ体制の整備強化（店舗改装、従業員教育等）に取り組むと共に、地域の特産品・自然や観光地の知名度アップの為、大都市圏及び県外物産フェアへの積極的参加を促し地域PR強化に取り組むことで交流人口の増加を図り、需要の拡大に繋げる。

当市では豊かな自然が生み出す豊富な水産資源や果樹、農産物等があるが、それらの地域資源活用について成熟しているとはいいがたく、これらの活用支援を強化する。

農商工連携の推進を図り、地域の特産品や観光資源を生かした観光土産品、観光コースの新規開発、新事業の創出を支援する。

また、ビジネス商談会・展示会等の場を提供し新たなビジネス機会を創出、需要の開拓、販路拡大に繋げ中長期的な事業の持続化に取り組む。

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〕地域の経済動向調査として、当所ではこれまでに管内の中小企業等を対象とした日本商工会議所の「商工会議所ＬＯＢＯ（早期景気観測）調査」や「中小企業景況調査」を実施してきたほか、市内 300 事業所を対象とした「市内景況調査」の実施や市内金融機関の預金貸出状況から地域の現状及び課題等を探ってきた。

〔課題〕これらの各種データは、当所職員が個々に分析し組織的に情報共有を図らないまま小規模事業者提供してきており、更には専門的な分析が出来ておらず、経営指導員の主観による分析データの提供となっている。

また、情報収集・分析の為に「RESAS」（地域経済分析システム）の活用が不十分である。

(2) 目標

	公表方法	現行	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
魚津市景況調査 公表回数	会報・HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
中小企業景況 調査公表回数	HP 掲載	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
RESAS 公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

① 魚津市景況調査の実施

毎年 1 月に経営状況に関する前年と前々年を対比や 2050 年までに温室効果ガスを全体としてゼロにする「カーボンニュートラル」への取り組みなどの調査を実施

行政への助成制度新設や拡充などの提言、並びに当所の支援体制の参考データとして活用
また、調査内容・調査対象事業所等について経営指導員による事前検討会議を開き、常に現況に即した調査とする。集計した結果をよろず支援拠点などの専門家と分析し、年 1 回公表する。

【調査手法】調査票を郵送し、返信用封筒で回収する

【調査対象】市内事業者 300 社（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業、その他）

【調査項目】売上動向・予測、景況、資金繰り、雇用、設備投資、カーボンニュートラルへの取組等

② 中小企業景況調査の実施

四半期ごとに業況（売上、経常利益、資金繰り、雇用など）について巡回、聞き取り調査し日本商工会議所に報告する。巡回、聞き取り調査の際に前回調査結果の情報を提供し、3 ヶ月内の業況の変化を小規模事業者と共有しつつ、所内でも同様の情報を共有、意見交換を行い経営指導員が専門家と連携し分析し、参考資料として活用する。

【調査手法】経営指導員等が調査票を基に巡回、聞き取りを実施

【調査対象】市内事業者 30 社（製造業 5 社、建設業 8 社、卸・小売業 10 社、サービス業 7 社）

【調査項目】売上高、資金繰り、経常利益、従業員数、設備投資、直面している問題点等

③ 商工会議所 L O B O 調査の実施

日本商工会議所が商工会議所の毎月実施している業種別早期景気観測（LOBO 調査）であり、身近な景気感が表れている。企業を取り巻く経営環境や課題がタイムリーに読み取れることから同業種で他社の小規模事業者の経営支援ツールとして窓口・巡回指導の際に活用するべく、経営指導員同士で情報を共有する。

【調査手法】 調査票をメールや F A X 送信し回収する

【調査対象】 市内事業所 5 社（建設業 2 社、卸・小売業 2 社、サービス業 1 件）

【調査項目】 売上高、仕入れ・販売単価、採算、従業員数、業況、資金繰り等

④ 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

地域の小規模事業者だけによる景況調査結果だけではなく、経営指導員が効果的な経営支援を行うため、地域経済分析システム「RESAS」活用し、地域経済の持続的な発展を目指すため経営指導員と中小企業診断士などの専門家によって地域の経済動向分析を行い、分析結果を年 1 回公表する。

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】 「地域経済循環マップ・生産性分析」 → 何によって稼いでいるかを分析

「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」 → 産業の構造等を分析

これらの分析結果を更に総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する

（４）調査結果の活用

情報収集した結果及び分析を当所ホームページに掲載し見える化を図り、会員のみならず広く周知する。また、経営指導員が窓口や巡回での指導を行う際に参考資料として活用し、迅速できめ細やかな支援に役立てる。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕 これまで都市圏のアンテナショップや大規模駅で開催する物産展や観光地で行われるイベントに参加時に試食や商品を購入した方々に調査を実施している。また、商談会などに小規模事業者と共に参加し、来場する大手百貨店などのバイヤーの方々にも調査を実施している。

〔課題〕 調査は実施しているものの、調査内容として小規模事業者らが必要としている情報と合致しているか不明であったり、回答が当方の意図したものと違っていたりしていた。

また、調査結果について専門家を交えて分析しておらず、調査結果のみを小規模事業らに情報提供しており、新商品や新サービスの開発に有効に活用されていない。

（２）目標

	現行	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
①個人消費者向け ニーズ調査対象事業者数	3 者	3 者	3 者	5 者	5 者	5 者
②商談会でのバイヤー向け ニーズ調査対象事業者数	2 者	2 者	2 者	4 者	4 者	4 者

(3) 事業内容

① 個人消費者向けニーズ調査 (B to C)

当所企画イベントやその他の市内で開催されるイベントにて、来場する多くの市内や県内の個人消費者の中で商品を購入した方達に、商品に関するニーズ調査を実施することによって商品の改良などのヒントを得る機会とする。

【調査対象イベント】・よっしゃ来い!!CHOUROKUまつり (毎年5月開催)
・魚津産業フェアまるまる魚津 (毎年10月開催) など

【調査手法】試食や商品購入者に対するアンケート調査

【サンプル数】商品購入者など200人

【調査項目】①回答者の属性(性別、年齢、家族構成など) ②魅力度・満足度
③商品自体の見た目 ④パッケージデザイン ⑤価格 ⑥容量
⑦意見・改善点など

【調査結果の活用】調査結果を経営指導員と専門家が分析し、当該事業者にフィードバックすることで商品の改良などを促す。

② 商談会でのバイヤー向けニーズ調査 (B to B)

大手百貨店などのバイヤーと接する機会として日本商工会議所が企画する展示商談会「feel NIPPON」等に事業者と共に出席し、バイヤーへのニーズ調査を実施することによって、商品の改良や新商品開発の糸口を見つけ、更には顧客や販路拡大に結び付ける。

【調査手法】ブース来場者に対するアンケート調査

【サンプル数】来場者100人

【調査項目】①回答者の属性(会社名、役職、性別、年齢など) ②魅力度・満足度
③商品自体の見た目 ④パッケージデザイン ⑤価格
⑥容量 ⑦取引条件 ⑧意見や改善点など

【調査結果の活用】調査結果を経営指導員と専門家が分析し、当該事業者にフィードバックすることで商品の改良などを促す。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 「巡回・窓口相談」、「セミナー」を介して経営状況分析に取り組む事業者の掘り起こしを行っているものの取組事業者数は少ない。税務申告相談者、融資相談者、新規創業者及び自発的な経営改善に取り組む相談者、100者程度の状況分析を行っているが、大半は財務診断が中心でありSWOT分析等を実施している事業者はごく一部のものとなっている。

[課題] 経験や長年培った感覚で経営を行っている事業者がまだまだ多く、セミナーの開催や対話と傾聴を行う伴走型支援を通じ経営全体の分析の重要性・必要性を訴え、意識改革に繋げていく必要がある。

また、経営状況分析を事業者とともに行う経営指導員の経験やスキルの差もあることから、当所の支援体制の整備、経営指導員のスキルアップ等、小規模事業者の持続的発展に向けた伴走型支援体制の整備等が課題である。

(2) 目標

	現行	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
① セミナー開催回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 経営分析事業者数	30 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者

(3) 事業内容

① 経営分析を行う事業者の発掘

●巡回・窓口相談体制の強化

今まで同様、巡回訪問や窓口相談者に対して積極的に経営分析・事業計画策定の必要性を繰り返し周知していく。中小企業庁、中小企業基盤整備機構等が発行するチラシやパンフレットを利用し 1 件でも多くの事業者に関心を持って経営状況分析から事業計画策定の必要性を理解してもらい経営分析実施事業所を増やすことを目標とし、地域内の小規模事業者の実態把握に努める。

●セミナーを通じた経営分析を行う事業者の発掘

セミナーの開催を通じて経営分析の重要性や手法を学んでいただき、自社の経営課題等を認識することで、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】チラシを作成し郵送や新聞折込を利用し周知するほか、巡回・窓口相談時に配布案内を行う。また、会報誌やホームページを利用し広く周知する。

【参加者数】15 名程度

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取組に積極的な 10 社を選定。

・巡回・窓口相談を通し販路拡大取組に積極的な事業者 40 社を選定。

【分析項目】・定量分析（財務分析）

安全性	自己資本比率、負債比率、流動比率、当座比率 等
収益性	売上高総利益率、売上高営業（経常）利益率、総資本利益率 等
生産性	労働生産性、従業員あたり売上高 等
成長性	売上高増加率、営業（経常）利益増加率、総資本増加率 等

・定性分析（内部環境、外部環境について「強み」や「弱み」を整理）

内部環境	・商品、製品、サービス ・取引先、仕入先 ・人材、組織 ・事業計画の策定状況など	・技術、ノウハウ等知的財産 ・デジタル化、IT 活用の状況 ・労働環境
外部環境	・商圏内の人口動向、人流 ・市場動向、競合、新規参入、業界情報	

【分析手法】経済産業省「ローカルベンチマーク」、中小企業基盤整備機構「経営自己診断システム」、日本政策金融公庫「財務診断サービス」等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。定性的分析については、事業者との対話を通じて SWOT 分析等によりフレームの整理を行う。また必要に応じて RESAS 等を利用しデータの収集を図り分析に役立てる。

(4) 分析結果の活用

- ① 分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、自社の状況を把握してもらい、改善点抽出のための資料とする。また、その後の事業計画策定についての基礎資料として活用する。
- ② 各事業所の分析データを基幹システム（TOAS）に蓄積しデータベース化する。全職員が適時に個社の状況把握ができる体制を整えることにより、同事業所への効果的な支援の実現ができるよう整備を行う。
また、職員全体の支援能力の底上げを図るため、類似の事業所指導における事例等を参考資料として役立てる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 日頃より各相談者に事業計画策定の必要性を指導しているが、計画書の必要性をあまり認識しておらず、軽視して面倒に思っている事業者が多い。事業計画策定事業者の多くは、小規模事業者持続化補助金をはじめとした補助金申請を目的としたものが大半であり、平時における事業計画の策定は件数も少ない。

〔課題〕 コロナ禍で廃業を余儀なくされる事業者も増える中、事業計画策定の意義や必要性を認識して頂き、経営状況分析を踏まえつつ、実効性のある事業計画の策定が急がれる。

そのためには今まで実施したセミナーの開催方法の見直しや改善等を行い、いかに意欲的な事業者の掘り起こしを行うか、それとともに経営指導員の計画策定支援スキルをいかに高めるかも課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画書の作成について意義や重要性を事業者自身に理解して頂くことを第一とし、実行可能な計画書作成ができるよう伴走支援している。しかしながら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ことも少なく、「事業計画策定セミナー」や補助金申請等を契機として、計画書策定者の掘り起こしをし、伴走支援に繋げている。

現状、補助金申請者の事業計画書作成支援件数が多いが、事業者と対話を重ね、補助金申請のためだけの計画書にならないよう「実現可能性」と長期的な「収益性」を重視し、自走化に向けた実効性の高い計画策定について伴走支援している。

また、経営力強化や競争力の維持・強化を図るため、小規模事業者のDX推進をサポートし、意識向上や課題解消への取り組みを支援していく。

(3) 目標

	現行	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
① 事業計画策定セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② DX推進セミナ	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③ 事業計画策定事業者数 (内、創業支援)	46 者 (5 者)	40 者 (5 者)	40 者 (5 者)	40 者 (5 者)	40 者 (5 者)	40 者 (5 者)
(内、事業承継支援)	(1 者)	(1 者)	(1 者)	(1 者)	(1 者)	(1 者)

※ 魚津市総合計画（新規創業者 令和元年 11 者、令和 7 年目標 25 者【会議所分 5 件含む】）

(4) 事業内容

① 事業計画策定の重要性周知及び取組事業者の発掘・計画書作成支援

巡回・窓口相談、セミナーにおいて、事業計画策定を目指す小規模事業者や創業者の掘り起こしを行い、事業計画策定の必要性・有効性を事業者が認識したうえで経営状況の分析結果を活用し、計画策定支援を行う。

計画策定については、事業者と経営指導員との対話を重ね、計画策定に対する認識を共有化し、持続的発展に向けての効果的な策定を行い、自走化支援に取り組む。

また、手法として中小機構が提供している経営計画策定アプリ「経営計画つくるくん」の活用も取入れ、経営計画作成が不慣れな小規模事業者にも気軽に取組んで貰えるよう工夫する。必要に応じ各支援機関（よろず支援拠点、事業承継引継ぎ支援センター等）と連携し、専門家の指導も取入れ、「実現可能性」と長期的な「収益性」を重視した実効性の高い計画策定支援を行う。

② 「事業計画策定セミナー」の開催

セミナーは経営分析の取組から事業計画書作成の一連の流れを理解していただく内容のものとし、小規模事業者を対象に事業計画の必要性や策定手順、目的と目標設定の考え方、新事業等の着眼点や発想のポイントなどを学んでいただくものとする。

その後、参加者の個別支援にて対話を重ね、信頼の醸成、課題の掘り下げを行い腹落ちに至った後、事業計画策定へと進む。

【支援対象】新商品開発・販路拡大等に取り組む事業者、補助金申請予定者等

【募集方法】チラシを作成し郵送や新聞折込を利用し周知するほか、巡回・窓口相談時に配布案内を行う。また、会報誌やホームページを利用し広く周知する。

【内 容】・経営分析の必要性、分析手法について（3C分析、SWOT分析等）
・計画経営の必要性、事業計画について、事業計画策定のポイント等

【参加者数】20名程度

③ 「DX推進セミナー」の開催

競争力を強化していくためには、DX推進が必要であり、事業計画策定にも大きく関わることからDXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するためのセミナーを開催する。

各事業者の実情に合ったDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築、働き方改革等の取組を推進していくために、セミナーには個別相談会も取り入れる。必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

【支援対象】生産性向上や事務効率化、販路拡大、労働環境整備等に取り組む事業者

【募集方法】チラシを作成し郵送や新聞折込を利用し周知するほか、巡回・窓口相談時に配布案内を行う。また、会報誌やホームページを利用し広く周知する。

【内 容】・DXとは
・AI、クラウドサービス等導入による成功事例
・SNSを活用した情報発信方法
・ECサイトの導入・運用方法等

【参加者数】20名程度

④ 創業者・第二創業者支援

小規模事業者の創業時においては、明確な経営理念やターゲットの絞込みなど、詳細な計画は無く、もっぱら開業資金に関する相談が多い。そして中長期的な見通しが無いまま創業に至っているのが現状である。特に創業まもない事業者(3年以内)は不安や悩みも多いことから重点的に接触して支援を行っていくこととする。

⑤ 事業承継計画策定支援

事業承継を先のことと考え、計画的に取り組まない経営者が多い。事業承継の準備を早い時期から取り組むことを啓発し、事業承継計画に基づき対策を講じることでスムーズな承継に備えるとともに、後継者不在による廃業に伴う経営資源・雇用・技術の喪失を防止する。

高度な相談に対しては、事業承継引継ぎ支援センターと連携し支援にあたるものとする。

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] 事業計画策定事業者に対するフォローアップは1回以上行っているものの定期的・継続的な事業計画の進捗状況支援までには至っていない。補助金採択者や融資先といった限定的な事業計画策定のフォローアップが中心となっており回数も多い。

その一方、計画策定後から年月が経過していくと訪問など状況確認の頻度が少なくなっており、フォローアップ回数の隔たりが大きい。

[課題] フォローアップがしっかりできている事業者は売上増など一定の成果を挙げているが、多くの場合は各経営指導員の判断や事業者の求めに応じて訪問しているため、進捗の遅い事業者や新たな課題に直面する事業者の対応の遅れから計画全体に影響を及ぼすケースが見受けられている。

そのような中、事業計画策定事業者の円滑な状況確認とそれに伴うフォローアップ支援の強弱を所内で情報共有を徹底し円滑な支援体制を構築することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、訪問や声掛けなどにより定期的な状況確認等を実施していく。事業計画の進捗具合等により、訪問頻度を増やして集中的に支援が必要な事業者と、ある程度予定通り順調に計画が遂行され、自発的に行動をし、訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めた上でフォローアップ頻度を設定し事業者の自走化を目指す。

(3) 目標

	現行	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
フォローアップ対象事業者数	54 者	45 者	45 者	45 者	45 者	45 者
頻度(延回数)	72 回	150 回	150 回	150 回	150 回	150 回
売上増加事業者数	10 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
利益率1%以上増加事業者数	10 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

※フォローアップ対象事業者数については、前年度から支援継続中の事業者を含む。

※頻度の基本的な内訳 30 者(4 半期に一度) 30 者×4 回=120 回

15 者(年 2 回) 15 者×2 回= 30 回

※創業と事業承継は除く

創業支援

	現行	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
フォローアップ対象事業者数	5 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
頻度(延回数)	12 回	26 回	26 回	26 回	26 回	26 回
創業半年後の黒字化事業者数	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

※フォローアップ対象事業者数については、前年度から支援継続中の事業者を含む。

※頻度の基本的な内訳 5 者 (4 半期に一度) 5 者×4 回=20 回

3 者 (年 2 回) 3 者×2 回= 6 回

事業承継支援

	現行	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
フォローアップ対象事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度(延回数)	2 回	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回
承継後利益率 1 %以上増加 事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

※各年のフォローアップ対象事業者数については、前年度から支援継続 (1 者) の事業者を含む。

頻度については、支援初年度に 4 回。支援継続者は 2 回。

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象として、担当経営指導員による巡回や窓口指導によりフォローアップ支援を行い、事業計画の進捗状況を確認し、事業者の状況に応じた支援を実施していく。

フォローアップ体制としては、担当経営指導員が行うが、指導員における経験やスキルの差があることから所内での支援状況の情報共有を徹底し各指導員の過去の事例も参考にしながら組織的なサポート管理ができるよう体制を整える。

基本的に事業者自身で P D C A サイクルを回せるようフォローアップを行うが、年 4 回 (四半期に 1 回) を基本とし、進捗が順調であり訪問回数を減らしても支障のない事業者においては年 2 回を目安とする。また多種多様な問題を抱える経営者においては不安も多く、依頼があれば回数にとらわれることなくフォローアップを実施する。特に計画の進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、巡回頻度を高め、事業者と原因等について対話を重ね、納得を得ながら自走化に向けて支援するが、必要に応じ富山県よろず支援拠点等の外部専門家と連携して要因の洗い出しと課題の整理等を行うものとする。

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] 従来、富山県・富山県商工会連合会が主催する展示会や、首都圏のアンテナショップなどでの物産展などを、新たな販路開拓の機会として、地域の特徴を活かした商品や特産を

製造、販売する小規模事業所へ参加を促すことと共に、商品の磨き上げやセミナーへの参加、専門家相談などを実施してきた。

〔課題〕 地区内を商圈とする大半の小規模事業者は、従来の業態・販売形態を重視している傾向があり、発想の転換や顧客ニーズの多様化への対応に苦慮する事が多い。

また人口の減少や大型店の出店等、商店街エリアや小規模事業者の厳しい現状は変わっておらず、販路拡大に繋がる多種多様な機会に対しても、人手の問題、資金、時間に余裕がなく、有効活用されていない。

I Tを活用した販路開拓等のD Xに向けた取組に関しては、多くの事業所では進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっているため、それらに対する支援が必要である。

（２）支援に関する考え方

小規模事業者に県内外で開催する物産展、フェアへの参加提案を実施し、商品・サービスのP Rを行い、新たな消費の掘り起しによる売上増加を図る。事業者の生産能力等も考慮しながら、全国展開可能な事業所には大都市圏等で開催されるビジネス商談会・展示会等の場への積極的参加を促し、ビジネス機会を創出、新たな販路開拓を図り売上拡大に繋げる。

その為には、自社が取り扱う商品やサービスについての特性や販売方法の明確化を図る必要があり、商品やサービスの特性、販売先、販売方法（ツール）、の現状分析及び明確化を必要に応じて専門家を交え検討し、新商品開発、ニーズに適合した商品の改良等に取り組み、県内外の新たな需要の開拓を図るべく出店支援を行う必要があり、経営指導員等は事前・事後の出店支援を行うとともに、出店期間中には、陳列、接客などきめ細かな伴走支援を行う。

また事業所のD X推進に関する課題と取組状況を把握しつつ個々の事業所の目的に応じて、S N SやE Cサイトを通じた販売などを行う事業所を増加させ売上の向上に繋げる。

（３）目標

年 度	現状	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
飛騨高山味祭り	2 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
販売額／者	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
魚津産業フェア 参加支援件数	5 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
販売額／者	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
EC サイト・オンラインショップ 等の新規利用・開設事業者数	15 者	18 者	18 者	18 者	18 者	18 者
利益増加率	1%	2%	2%	2%	2%	2%
日本商工会議所共同展示 商談会「feel NIPPON」	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数	5 件	7 件	7 件	7 件	7 件	7 件
とやまビジネスドラフト 参加支援件数	5 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
成約件数	3 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
S N Sの活用	4 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
利益増加率	1%	2%	2%	2%	2%	2%

(4) 事業内容

(B t o C)

① 飛騨の味まつり(岐阜県高山市)への出展

毎年春と秋にかけて高山市の本町通りを歩行者天国にして開催されているイベント。

魚津商工会議所と高山商工会議所は姉妹提携を結んでおり、比較的に近隣の観光地である高山市は、富山県と商圏としての結びつきも強く、当イベントへ出展することにより、事業所の売上向上や認知度向上を図ることを目的とする。

来場者は、主に高山市民、飛騨高山味祭りへ来訪する観光客が中心であり、出展する当所会員事業所には、当催事に関する情報と趣旨を提供し、出展計画の立案や支援を行う。必要があれば専門家派遣（よろず支援拠点・エキスパートバンク等）を活用し、出展内容や販売計画についてブラッシュアップを図る。

また出展時は、経営指導員等も会場に出向き出展商品販売補助や来場者アンケート用紙聞き取り調査補助を実施し支援し、出展後は、来場者アンケート結果の活用分析・整理を行ない、専門家を交え現状を把握し、今後の販売戦略等に繋がる支援を行なう。

② 魚津産業フェア(富山県魚津市)への出展

魚津産業フェアは魚津市と魚津商工会議所が主催し、魚津の商工業・農林水産業を、一堂に集め行われる展示会。市内の約100社を越える企業や団体が出展しており、事業PRや新商品の販売から展示を中心に2日間にわたり開催され、市内、県内を中心に約35,000人が来場する。

出展する当会員事業所へは、出展に際しての、販売する商品の内容や自社のPR方法について、計画の立案を支援し、必要に応じて専門家派遣を活用し問題の解決を図る。

また開業間もない、当所会員事業所について、新たな顧客の獲得へ繋げるため、積極的な出展を促し、売上拡大へ繋げるため支援を行う。

③ ECサイトやオンラインショップの開設

コロナ禍においてオンラインを通じての需要が増しており、従来の対面販売と並行して、大手ECサイトを通じての自社商品の販売やオンラインショップの開設など、新たな需要の獲得を目指す事業所への支援を推進する必要がある。

新たな市場では従来通りの販売とは異なるため、商品の磨き上げやパッケージのデザイン、市場の分析、商品の製造・供給体制など事業所と経営指導員が一緒になり専門家支援を活用しながら伴走支援を行う。

(B t o B)

④ 日本商工会議所 共同展示商談会「f e e l NIPPON」への出展

各地商工会議所で開発された特産品などの商品の販路開拓・PRを目的として開催されている。自社の販路開拓・拡大を目指す当所会員事業所に対して、共同展示・商談会などへの出展を通じ、新たな商機の創出を目的に出展する。

来場者は専門バイヤー等が対象となるため、出店前は、商談会の情報を提供、商品の特徴や魅力を分析し商品選択や商品PR方法の検討など事前準備を支援する。必要があれば専門家を交え、支援を実施。より良いプレゼン手法の支援の観点から、プレゼンセミナーの開催や商談会の進行等に最適な商談会シートの作成などを支援し商談成立を目指す。

出展中は、商品説明補助やバイヤーアンケートの聞き取り調査等を補助。出店後は商談先、商談内容の整理、バイヤーアンケート結果の活用分析・整理を行い、専門家を交えブラッシュアップを図り、今後の販売戦略等へ繋がる支援を行う。

⑤ とやまビジネスドラフトへのエントリー推進（B to B）

富山県下 8 商工会議所が参加、スタートした事業で地域内の全業種を対象に広く参加事業所を募集、ビジネスマッチングの場を提供することを目的に開催されている。

「とやまビジネスドラフト」は、新たなビジネスパートナーと出会える完全事前予約型の商談会。商談はリアル(対面)かオンラインのハイブリッドで行われ、最大で 10 件のビジネスマッチングが可能。取引き担当者との直接対話や、効率よく効果的な営業活動が可能、幅広い業種の情報も得られ有効である。この商談会を活かす支援として、エントリー前にはエントリー目的や目標、コンセプトの明確化、商品の魅力やこだわりを整理。エントリーに際しての諸手続きやプレゼン手法を支援し積極的な参加に繋げる。

平成 22 年度より富山県商工会連合会、石川県、福井県の商工会議所、商工会とも連携し県境を越えた取組もおこなっており、近年では北陸新幹線沿線や関西エリアの企業とも商談することができ、新たな需要拡大に役立てたい。

⑥ SNS の活用

インスタグラムやフェイスブックなどの SNS は、事業所の宣伝や販売促進活動にも使える重要なサービスであり、それらを有効的に活用することで新たな需要の拡大に繋げる。

個人から企業まで多くの事業所が SNS を活用しており、広告費をかけずに自社商品のファンづくりや認知度の拡大、サービスの販促ができるなどメリットは大きく、まだ実施していない事業所に対して積極的な取組の支援を行う。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み

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] 中小企業診断士、税理士、社会保険労務士の外部有識者、法定経営指導員及び魚津市による「経営発達支援計画事業評価委員会」を設置。年1回開催し支援件数、支援内容等、計画の成果・達成度について報告。評価委員より事業評価と見直し提言を受け次年度の事業実施に反映している。

またその内容を当所役員会にて報告し、事業の効果的なPDCAサイクルの構築や改善方法等、見直しを図っている。

[課題] 支援の目標数については評価委員も評価しやすいが、支援内容等については各委員の捉え方も違うために評価にも違いがあり、問題点・改善策がまとまらないこともある。それらの評価内容をPDCAサイクルに生かしどのように好循環に反映させていくかが課題である。

(2) 事業内容

① 外部有識者を含む第三者委員会による評価・見直し

魚津市商工観光課長（行政関係者）、外部有識者（中小企業診断士、税理士、社会保険労務士）、法定経営指導員等をメンバーとする「評価委員会」を年1回開催し、評価・検証・進捗状況等の確認を行う。

② 評価委員会の評価結果を踏まえた見直し案の立案と決定・承認

評価結果を受け、経営指導員内にて協議し支援体制や実施事業の見直し、具体的な改善方法を検討する。また評価委員会からの一連の流れについて当所役員会（正副会頭・監事会議）にて報告し、今後の事業実施について承認を受け効果的にPDCAを回していく。

③ 事業の成果・評価・見直しの結果の公表

評価委員会での評価結果は、役員会で報告した上で、当所ホームページへ掲載することで、地域の小規模事業者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] 経営指導員においては、富山県商工会議所連合会、日本商工会議所、中小企業大学校の主催する研修会や中小企業診断士養成講座、経営指導員等Web研修等へ積極的に参加し資質の向上を図っている。

また、月1回各課（中小企業相談所・総務課）のミーティングを行なうと共に役職員会議にて情報の共有を行っている。特に中小企業相談所内のミーティングにおいては、指導歴の浅い経営指導員には支援ノウハウを学べる場とするため支援事業者の情報共有、意見交換を行い、支援方法を検討するなど資質の向上に繋がるよう努めている。

更に各種の専門家派遣・相談に事業者と同行・同席することで、支援ノウハウの取得に努めている。

〔課題〕 経営指導員以外の一般職員については、上記で記載した資質向上研修等への参加機会はあるものの各自の担当業務も多忙であることから、なかなか参加に至っていない。

当所では指導カルテのデータベース化を行い、事業者情報の共有化に努めているものの一般職員に至っては、データベースの利用もなく情報共有も不十分であり、組織的な支援力の底上げを図ることが課題である。

（２）事業内容

① 外部講習会等の積極的活用及びW e b 研修の受講

小規模事業者の高度化・多様化するニーズに対応し、資質向上に必要な知識を身に付けるために、経営指導員及び一般職員は、富山県商工会議所連合会や日本商工会議所、中小企業大学校等が主催するセミナーに参加し、知識や実践的スキルを習得する。

また全国統一演習研修事業（経営指導員等W e b 研修）を積極的に活用することにより、支援に必要なスキルの習得を図る。

② 所内研修の実施及び当所企画セミナーへの参加

全職員を対象に税務・経理・労務・融資・事業計画・制度改正等、テーマを決めた所内研修会を年２回実施する。講師については個々の支援能力の向上を目的とし、可能なものについては職員にて担当することとするが、専門性の高いものについては外部からの専門家に依頼する。

また、経営改善普及事業にて小規模事業者を対象とした各種テーマのセミナーを実施しているが、補助対象職員のみならず一般職員も積極的に参加し資質の向上を図る。

③ D X 推進に向けたセミナー

地域の事業者のD X 推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のD X に対する理解度、I T スキルの向上が必須であり、事業者のニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、D X 関連のセミナーについて外部及び内部研修に積極的参加し資質の向上を図る。

④ 職員間の定期ミーティングの開催及びO J T の推進

月１回、課別の定期的なミーティングを開催し意見交換を行う。研修会等の情報や担当業務についての課題等について情報交換を行い組織内での情報共有を徹底し支援ノウハウの向上につなげる。特に中小企業相談所のミーティングにおいては、進行中の伴走支援について事業計画遂行状況や課題等について意見交換を行い議論する場を設け、課題解決への対応策、活用施策の提案、計画書のブラッシュアップを組織的に行うことにより支援手法やノウハウを共有することで、支援能力の向上に努める。

また必要に応じ支援経験の豊富な経営指導員と他の職員（一般職員含む）がペアとなり、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J T を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

⑤ 専門家相談への職員の同伴

昨今、専門性の高い相談が増え専門家による個別相談を活用する機会が多い。そういった相談時に職員が同伴・同席することで専門的知識や支援ノウハウの習得機会とする。それに伴い以後の同様の案件についての職員による指導力が向上し、相談時にスムーズな対応が可能になるとともに専門家への引き継ぎも効率よく進めることが可能になるものと思われる。

⑥ 資格取得の奨励

全職員を対象に長期的な自己啓発として目標を設定し公的資格取得に取り組む。所内にて資格取得に関する助成制度を設ける等、組織的に取り組むとともに、評価に反映させていく。

⑦ データベース利用・伴走支援についての研修等

経営指導員が支援内容等を基幹システム（TOAS）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。

また所内でのデータベース利用に関する研修を定期的に行い所内の全職員がデータベースを活用し小規模事業者の伴走支援に活用できるようにする。

一般職員については、伴走支援に対する認識度も低いことから研修では経営指導員が伴走支援について説明をして理解を深めてもらい、伴走支援におけるデータベースの活用方法について学ぶものとする。

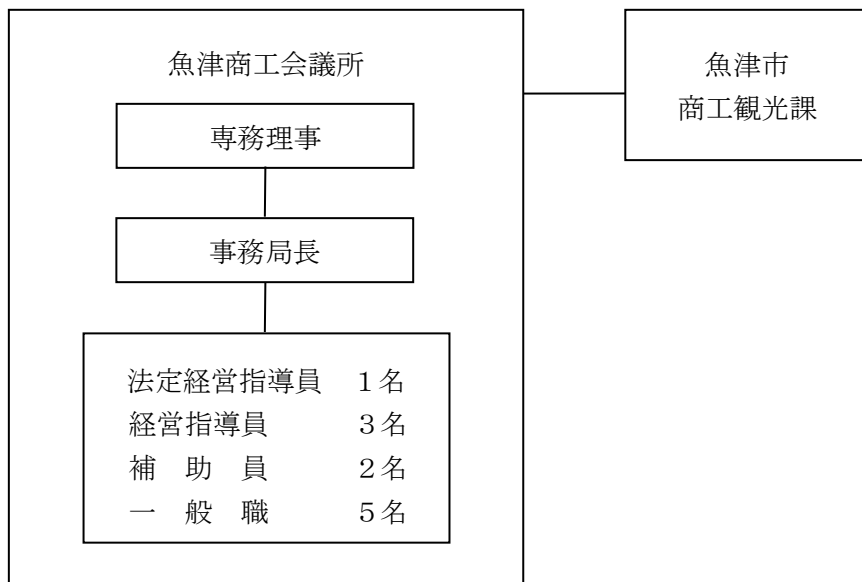
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和4年9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: 石原 清春

■連絡先: 魚津商工会議所 TEL 0765-22-1200

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導助言を行う。目標達成に向けた進捗管理を行い当所の役員会へ進捗状況を報告し事業内容について意見聴取する。

- (3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

① 魚津商工会議所

〒937-0067 富山県魚津市釈迦堂1丁目12番18号
TEL 0765-22-1200 / FAX 0765-23-0120
E-mail uozu@ccis-toyama.or.jp

② 魚津市商工観光課

〒937-8555 富山県魚津市釈迦堂1丁目10番1号
TEL 0765-23-6195 / FAX 0765-23-1060
E-mail syokokanko@city.uzo.lg.jp