

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	永平寺町商工会（法人番号 3210005005284） 永平寺町（地方公共団体コード 183229）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業計画策定支援 厳しい経営環境にある小規模事業者の経営力強化のため、事業者との対話と傾聴を通じて本質的課題を反映させた「事業計画策定・実行」を支援し、経営基盤強化と販路拡大を図る。</p> <p>②事業承継支援と創業者育成支援 小規模事業者の高年齢化が進んでいる中で、事業所の維持拡大のため後継者の確保と創業者の掘り起しが必要であり、事業承継支援と創業者育成支援に取り組み、賑わいのある街づくりを図る。</p> <p>③ I T を活用した競争優位性の確立と人材不足解消の支援 高齢である小規模事業者などは I T を活用した情報収集や情報発信が不得手で進んでいないことが多い。そのような事業者に対し S N S を使った情報発信や販路開拓支援など I T を活用した競争優位性の確立を支援する。また、人手不足解消に向けた I T ・デジタルツールを活用した業務の効率化・取組を支援する。</p> <p>④地域資源の魅力を活かした新たな販路開拓先への仕組みづくりの構築 当町には魅力ある商品を保有する小規模事業者が数多く存在することから、商品の開発・改善を支援し単独ではなく地域の統一ブランドに育て上げ、I T 技術を利用した提供方法の推進や、永平寺町や福井県内の施設や成長する都会市場へ向けた販路開拓機会を提供することで小規模事業者が新しい市場にチャレンジできる仕組みを構築する。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること 「R E S A S」を活用した地域の経済動向分析や、全国商工会連合会と連携して「中小企業景況調査」を行い、個社支援に活用する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>①物産展などのイベントの来場者(B to C)に対する調査 ②商談会に来場するバイヤー等(B to B)に対する調査</p>

	<p>展示会や商談会等に出展の際に、一般来場者やバイヤー等に対してアンケート調査を行い、新商品・サービスの開発とブラッシュアップにつなげる。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>多様な分析ツールを状況や局面によって使い分けながら、さらに高度・専門的な内容に関しては必要に応じて中小企業診断士や税理士等の専門家も積極的に活用しながら分析を行い、事業計画の策定に活用する。</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>①「DX推進セミナー」の開催・「IT専門家個別相談」の実施</p> <p>②「事業計画策定セミナー」の開催</p> <p>セミナー後には、必要に応じて当該専門家による個別相談会の開催や、経営指導員によるアフターフォローを行う。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>経営指導員等がPDCAの手法を活用して巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか、進捗状況を確認するなど定期的かつ継続的にフォローアップを行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>①県内外の物産展出展による需要開拓支援事業（BtoC）</p> <p>福井駅前や都市圏での物産展に出展することにより、地域性が十分に感じられる地域産品に関心を持った、観光客及び首都圏の百貨店や高級スーパー等への需要拡大に繋げる。</p> <p>②オンライン需要開拓支援事業（BtoB BtoC）</p> <p>ECサイトやSNS等、インターネットを活用した販売の機会を創出し、小規模事業者が地域外へ需要開拓を進めることを支援する。</p>
<p>連絡先</p>	<p>永平寺町商工会</p> <p>〒910-1133 福井県 吉田郡永平寺町 松岡春日 1丁目 15番地</p> <p>TEL:0776-61-0456 FAX:0776-61-3434</p> <p>e-mail:eiheiji@shokokai-fukui.jp</p> <p>永平寺町 商工観光課</p> <p>〒910-1133 福井県吉田郡永平寺町 松岡春日 1丁目 4番地</p> <p>TEL:0776-61-3921 FAX:0776-61-2474</p> <p>e-mail:shoko@town.eiheiji.fukui.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) 地域の現状及び課題

①現状

◆立地

・平成18年2月、吉田郡松岡町、永平寺町、上志比村が合併し、吉田郡に1町の新「永平寺町」となった。

・福井県北部（嶺北地方）のほぼ中央に位置し、東西約15km、南北10km、総面積94.43km²の町で、南と西は県都福井市、東は勝山市に、北は坂井市にそれぞれ接している。

・町内には、鎌倉新仏教のひとつで町名の由来にもなった曹洞宗の大本山永平寺があり、福井県最大の河川・九頭竜川が東西に流れ、福井大学や福井県立大学といった教育、学術研究機関が立地し、多様な地域資源に恵まれている。



◆人口

・人口は平成13年の21,200人をピークに減少傾向が続いており、令和4年6月は18,105人となり、ピークから約14.5%減少している。今後も減少傾向が続くことが見込まれ、2045年には総人口が14,307人までの減少が推計されている。また高齢化率も約37%に達する予測がされており高齢化の更なる深刻化も予想されている。

・令和4年6月時点において町内で従業している人数は第3次産業が最も多いが、町内に常住する就業者の総数をかなり下回り、産業の吸引力がなく、他市町へ労働力が流れている。

産業就業者数	10,414人
第1次産業	358人
第2次産業	2,743人
第3次産業	7,084人

(永平寺町ホームページより R4.10.1 現在)

◆産業

○業種別の商工業者数の推移

・管内の商工業者と小規模事業者の業種別内訳は下表のとおり。

		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食 宿泊業	サービ ス業	その他	合計
2018年	商工業者数	183	156	27	160	57	157	81	821
3月末	小規模事業者数	168	132	19	143	51	119	70	702
2022年	商工業者数	183	139	16	143	57	163	79	780
3月末	小規模事業者数	168	118	12	124	50	132	68	672

(永平寺町商工会実態調査より)

・2022年3月末時点で、管内の商工業者数は780人、小規模事業者数は672人で、管内商工業者の約86.1%が小規模事業者であり、福井県内商工会地域の商工業者に対する小規模事業者の割合約85.8%に比べるとやや高く、小規模事業者の占める割合が高い地域である。

・現状と4年前とを比べて、当商工会管内の商工業者数が約4.9%減、小規模事業者が約4.2%

減と比較的微減に留まっている。しかし、小売業者については商工業者数が約10.6%減、小規模事業者数が約13.2%減と高い減少率になっている。

◆交通

・東西に国道416号とえちぜん鉄道が走り、南北に通る国道364号とが町の中央で交差しており交通の要衝となっている。

・北陸自動車道（福井北インターチェンジ）と中部縦貫自動車道の結節点となっており、近隣市とも地域鉄道（えちぜん鉄道）で結ばれ、交通の利便性に恵まれた地域となっており、広域的な交通条件が整っている。

・JR福井駅発着のえちぜん鉄道勝山線の駅が町内に10カ所あり、福井駅から松岡駅（旧松岡地区）まで20分、永平寺口駅（旧永平寺地区）まで25分、山王駅（旧上志比地区）まで36分。

◆観光

・町名の由来でもある、鎌倉新仏教のひとつで町名の由来にもなった曹洞宗の大本山永平寺は県内でも有数の観光地であり、県内外から1年間を通して多くの観光客が訪れている。

・新型コロナウイルス感染症拡大の影響が出る前の令和元年には、年間52万人の観光客となっている。（福井県交流文化部観光誘客課「福井県観光客入込数（推計）」より）

②課題

◆業種別の現状と課題

【建設業】

○現状

・町内の建設業は約91.8%が小規模事業者であり、元請を行っている事業者は少なく、下請・孫請の事業者が多いため他企業の業績など外部要因からの影響が大きい。

・輸入木材が高騰する「ウッドショック」の影響で、資材の仕入れ価格が高騰している。

・新築住宅の着工件数は、長期的には右肩下がりで、大手住宅メーカーとの競争は激化している。

・町内の公共事業は減少していることに加え、町外からの入札参加業者が増え、競争は激しくなっている。

・一人親方の事業形態で、代表者が高齢化していることが多く、廃業件数が著しい。

○課題

・小規模な建設事業者であっても、自社の強みを活かし競争に勝ち抜き、町内外から受注を確保し、他企業からの影響に左右されない経営体質に改善することが課題。

・代表者が高齢化し、後継者がいないケースが多く、親族や従業員にとどまらない視点での円滑な事業承継が課題となっている。

【製造業】

○現状

・基幹産業であった繊維産業事業者は、これまで繊維商社からの言いなりで製造していたため、繊維商社の業績低迷に伴って取引は縮小され、事業者数は激減した。

・従来から「永平寺」のブランドを意識した町内の食料品製造事業者はあったが、近年は、永平寺ブランドのために町外から進出する製造業者も生じている。また、これらの事業者は町が認定する永平寺ブランド「SHOJIN」の認定を受け、業績向上を図っている。

・小規模製造業者においては、自社の強みを活かして売上・収益の拡大を実現している事業者もあるが、郡部での知名度に劣る事業者で、従業員確保の困難性が常にある。

○課題

- ・かつての基幹産業であった繊維産業事業者は、これまで培った優れた技術力を活かして、売れるものづくりを提案する経営に変革することが迫られている。
- ・永平寺ブランド「SHOJIN」認定を活用している製造事業者は、それぞれが企業独自で個々バラバラに動いており、地域資源、人的資源、経営資源の連携によりさらなる効果が期待されるため、連携が課題となっている。
- ・従来からの経営では厳しい経営環境に対応することは困難で、自社独自の技術・特長といった強みを活かして新事業に展開した経営革新や事業再構築を行う必要性が生じている。

〔商業（卸・小売、飲食、サービス業等）〕

○現状

- ・県都福井市に隣接した本町のベッドタウン的な特性や、利便性の高まった交通状況を要因とした消費の町外流出により、商業者は衰退傾向にある。
- ・隣接する福井市大和田地区は、近年に大規模小売店の出店が続き、福井県下最大の商業集積地域となり、小売業をはじめ多くの業種に影響を及ぼし町内小規模事業者の減少に拍車がかかっている。
- ・商業の小規模事業者の約47.2%が従業員0人であるほか、他の事業者を含めて人的資源は限られており、営業担当者を置くなどして販路開拓をすることが困難な状況である。また、日々の事業に追われ、有効な経営改善計画を立案することもできていない。
- ・消費の流出は外部環境によるものだと決め付け、売れる商品構成や来店したくなるサービス提供といった魅力ある店舗づくりに消極的になっている。
- ・商工会の会員では事業主の約40%が60歳以上で、その70%で後継者不在となっている。他の小規模事業者においても同程度であると推計され、廃業が後を絶たない。
- ・令和元年の永平寺への参拝者数は52万人あるが、門前商店街以外の商業者はその来訪者を自店にほとんど呼び込めていない。

○課題

- ・県都に隣接し、利便性の高い交通状況や永平寺への観光来訪者の増加を活かして、地域内流入人口増加による購買力向上対策を行うことが課題。
- ・店舗の減少による商業者の衰退を感じさせないためにも、創業者を増やすことが課題。
- ・個店の魅力ある店舗づくりのために、不足がちな人的資源を考慮に入れた経営改善計画を策定し、売上増加を図ることが課題。
- ・小規模事業者が有効な経営改善計画のもとに事業を好転させて、円滑な事業承継を行うことが課題。

〔観光業〕

○現状

- ・当町の永平寺は、福井県を代表する観光地であるが、参拝者数は平成元年の140万人をピークに減少を続け、平成26年には47万人となり、3分の1まで減少した。しかし、北陸新幹線の金沢開通など首都圏からのアクセスが改善された効果で、令和元年には参拝者数は52万人となり回復のきざしがあり、産業への波及効果も期待できたが、コロナの影響が出た令和2年は26万人、令和3年は19万人と大幅に減少している。
- ・町外からの流入客（観光客）をターゲットとする産業は、永平寺門前商店街だけのものと思われており、門前商店街以外の産業は流入客を活かしきれていない。
- ・当町の名前「永平寺町」は全国にも通じ、県内でも有数の地域資源であるが、それぞれの小規模事業者のはっきりしたブランド戦略が確立されていない。

○課題

- ・北陸新幹線の金沢延伸効果で一旦は観光客の増加による恩恵を受けられたが、その後継続して業績に反映できるよう小規模事業者が連携した取り組みを続けることが課題。
- ・永平寺の参拝者は町外からの流入がほとんどであるが、それは短期滞在の立ち寄り型にとどまって

おり、小規模事業者が外貨獲得などの十分な効果が得られるような取り組みが課題となっている。
・「永平寺町」は全国にも通じ、県内でも有数の地域資源であり、このように恵まれた環境は類いまれなもので、他の地域では決して味わうことができないものであるということを各小規模事業者が改めて自覚し、この素晴らしい町で事業経営している誇りと喜びを共有し、永平寺町ブランド「SHO J I N」のもとに業種を問わず連携して外からの資金を呼び込む仕組みを構築することが課題。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

現状から見たこの先10年後の小規模事業者は、「経営者の高齢化」「人手不足」「消費の町外流出」「デジタルトランスフォーメーションへの対応」など厳しい環境に置かれており、ますます多様な経営課題を抱えつつ事業を進めていかなければならない。

さらに、地域経済にとっても大きな課題であり、地域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、関係機関と連携した第三者承継も含めた事業承継支援や、DX導入支援などを通じて業務の効率化を図り、人手不足を解消させること、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、地域の魅力を伝え、地域全体に賑やかさを広げることで、商品やサービスを目当てに当商工会地域に訪れる交流人口を増加させ、定住人口の減少分を補えるような地域となることを目指していくことが重要である。

そのため、これまで当商工会が積み重ねてきた支援ノウハウ並びに支援能力を発揮し、小規模事業者の発展段階や課題を見極めた的確かつ専門性の高い支援を積極的に展開するとともに、企業経営の総合支援を担う地域経済の支援機関として、行政・専門家・金融機関など関係機関と強固なネットワークを作り上げ、きめ細かな伴走型個社支援で取り組む。

② 永平寺町総合振興計画との連動性・整合性

永平寺町では、平成29年度より「第二次永平寺町総合振興計画」に取り組んでおり、人口減少に対する地域活性化対策として、「地域の価値を高め、賑わいのあるまちづくり」の実現を目指し、商工業の振興、地域産物の販路拡大支援等の産業分野政策が掲げられている。商工会でも町と密接な関係にあることから、各産業政策においては、必ず、当商工会との連携が明記されており、町と連携し総合振興計画も取り入れながら、地域資源などを活用しての商品の統一ブランド化による販路開拓支援や経営力向上、観光客誘致などを支援し、基幹産業である地域商業・工業や観光産業の振興発展を図り元気で活力ある街づくりを推進する。

町と当商工会の連携は、近時においては、町長他幹部職員との定期的な意見交換会によって深耕され、地域の小規模事業者の実態に即した振興策を行うことができる体制となっている。

③ 商工会としての役割

小規模事業者の売上高は顧客ニーズの多様化や同業他社との競争激化等により年々減少しており小規模事業者を取り巻く経営環境は一段と厳しくなっている。

永平寺町商工会では、第二次永平寺町総合振興計画との連動制・整合性を踏まえ、行政・専門家・金融機関と連携し、さらに商工会職員も情報を共有化し経営支援スキルの資質向上に努め、長期的な視点で小規模事業者に対し経営発達支援事業による伴走型個社支援を行う。

支援にあたっては、一方的ではなく事業者自身に気付きや考える力をつけさせることも商工会の役割として重要である。そのため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行い、事業者自らが経営分析を行い、現状を正しく理解した上で当事者意識を持って行う事業計画策定を支援し事業計画に基づいた経営支援を行うことにより、事業者の収益力の強化や資金繰りなど経営基盤の強化を図り、地域経済の基盤となる小規模事業者の持続的発展の実現により地域経済活性化への貢献を果たしていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

上述の現状とあり方を踏まえ、小規模事業者の経営改善を図る支援機関として、経営発達支援事業を推進し、小規模事業者の持続的発展を促進させるために以下の目標を設定する。

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業計画策定支援

厳しい経営環境にある小規模事業者の経営力強化のため、事業者個社の現状や成長段階を踏まえ事業者との対話と傾聴を通じて「経営分析による自社の経営課題把握」を行い、本質的課題を反映させた「事業計画策定・実行」を支援し、経営基盤強化と販路拡大を図る。

②事業承継支援と創業者育成支援

小規模事業者の高年齢化が進んでいる中で、事業所の維持拡大のため後継者の確保と創業者の掘り起しが必要であり、事業承継支援と創業者育成支援に取り組み、賑わいのある街づくりを図る。

③ITを活用した競争優位性の確立と人材不足解消の支援

高齢である小規模事業者などはITを活用した情報収集や情報発信が不得手で進んでいないことが多い。そのような事業者に対しSNSを使った情報発信や販路開拓支援などITを活用した競争優位性の確立を支援する。また、人手不足解消に向けたIT・デジタルツールを活用した業務の効率化・取組を支援する。

④地域資源の魅力を活かした新たな販路開拓先への仕組みづくりの構築

当町には永平寺を始め、九頭竜川の恵みによる農作物や日本酒、精進料理に影響を受ける食文化など豊富な地域資源があり、魅力ある商品を保有する小規模事業者が数多く存在することから、商品の開発・改善を支援し単独ではなく地域の統一ブランドに育て上げ、IT技術を利用した提供方法の推進や、永平寺町や福井県内の施設や成長する都会市場へ向けた販路開拓機会を提供することで小規模事業者が新しい市場にチャレンジできる仕組みを構築する。

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) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業計画策定支援

小規模事業者個社の現状や成長段階を踏まえた経営革新計画策定や各種補助金申請の機会を活用し、地域の経済動向調査・経営分析・需要動向調査を踏まえ、事業者との対話と傾聴を通じて見つかった現状と課題を事業者自らが認識し、本質的課題を反映させた事業計画の策定を支援し実行を後押しする。これにより事業者の経営基盤強化と販路拡大を図り持続的発展を支援する。

また、事業者自身が自律的かつ柔軟に経営を正しい方向に導くことができることを目指し、多様な課題解決ツールを状況や局面によって使い分けながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②事業承継支援と創業者育成支援

小規模事業者の事業承継に関する調査によりニーズを把握し、福井県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し情報共有化を図り事業承継計画を策定することで、親族内または第三者等への円滑な事業承継の推進を図る。また、創業者育成では国県町の施策を活用し金融機関・専門家と連携して支援する。

③ITを活用した競争優位性の確立と人材不足解消の支援

WebサイトやECサイト構築支援、SNSを活用した情報発信を支援することにより、事業者の知名度や魅力度の向上を図ることで集客力の向上や競争優位性を確立し販路開拓に繋げる。また、補助金申請における電子申請やキャッシュレス化、オンライン商談、2023年10月から導入される電子インボイスの対応などIT・デジタルツールを活用した対応や、業務の効率化による人手不足への取組を支援する。

④地域資源の魅力を活かした新たな販路開拓先への仕組みづくりの構築

全国展開支援事業にて立ち上げた統一ブランドの「永平寺町ブランドSHOJIN」認定品の新たな商品開発やブラッシュアップを図り、ブランド化を進め展示会・商談会出展による取引先模索やPR活動により、知名度を高め、外部からの受注機会創出の支援を行う。

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]

全国商工会連合会からの受託事業として、製造業・建設業・小売業・サービス業の各業種において、管内15件の小規模事業者を対象に、四半期ごとに「中小企業景況調査」を実施し、小規模事業者を取り巻く経営環境の変化、業種や規模による経営状況や地域特有の課題把握に努めている。

[課題]

景況調査は、15社とサンプル数が少なく、地域の実態を幅広く把握するには必ずしも十分とはい

えず、より有効な情報提供を行うことが課題となっている。この課題を解決するため、新たに国が提供するビッグデータ「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し、地域経済循環マップ・産業構造マップ等の情報を収集する。収集した情報から、地域の経済動向を総合的に分析し、地域の小規模事業者の課題を抽出する。これにより、調査結果を経営状況の分析や事業計画の策定に活用していく。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載		1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析(国が提供するビッグデータの活用)

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、当商工会HPで年1回公表する。

【調査手法】

経営指導員等が、「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会と連携して「中小企業景況調査」を、個社支援に活用する。

【調査手法】経営指導員等による調査票の内容をもとにしたヒアリング

【調査対象】管内小規模事業者15社(製造業、建設業、小売業、サービス業)

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

(4) 調査結果の活用

調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。また、広報等により会員事業所へ周知し、各課題に対する商工会の支援策で小規模事業者が抱える課題にあった支援につなげていくほか、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現在行っている需要動向の調査は、展示会・即売会等に出展時、来場者に対してアンケートによる聞き取り調査を実施してきたが、永平寺町の特産品として全国に浸透した商品や、大きく販売を伸ばした商品は未だ生まれていない。

〔課題〕

小規模事業者が取り扱う既存の商品・サービスによる新たな販路拡大について、消費者ニーズ、需要動向等を的確に収集・把握し、新商品開発・新サービスの展開実現に向け、消費者ニーズと販売ターゲットを明確にし、新たな需要の開拓につなげるようにする。

(2) 目標

消費者ニーズや市場性についての需要動向調査を実施し、整理分析して事業計画策定時に小規模事業者を提供することで新商品開発や販路開拓に役立てる。

支援内容	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①物産展(B to C)にて調査する事業者数	5者	15者	15者	15者	15者	15者
②商談会(B to B)にて調査する事業者数	3者	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

①物産展などのイベントの来場者(B to C)に対する調査

当地域において、地域産品を町内外へ広くPRし販路拡大につなげる意欲のある事業者が取り扱う地域産品を地域ブランドとして認定する「SHOJINブランド事業」を平成29年度から実施しており、現在、28事業者が取り扱う51品(うち飲食料品関連46品、工芸品5品)がブランド認定されている。なお、同ブランド事業は毎年認定事業を実施しており、令和4年度も認定審査会を実施し2品が認定される予定となっているほか、認定後も3年に1度の認定更新審査があり、認定された商品については、町や商工会から販路開拓や商品開発に関する支援を重点的に受けられるメリットがある。

本事業では、SHOJINブランドの認定品や認定を目指す地域産品を中心に新たな商品開発とブラッシュアップを行うため、県外で開催される展示会、大規模小売店の催事スペースで開催している物産展イベントへ出展の際に、一般来場者に対して実際に見ていただき試食をしてもらうことによりアンケート形式での調査を行う。調査結果を分析した上で、地域の食品関係業者や小売店、飲食・観光サービス業者などの事業所にフィードバックすることで、新商品・サービスの開発とブラッシュアップにつなげる。

【調査対象】 B to Cの販路で当町の特産品や新商品開発を目指す小規模事業者

【サンプル数】 来場者 50人/1事業者

【調査手段・手法】 物産展等の来場者にアンケート調査を聞き取りにて行う。

【分析手段・手法】 調査した結果は、専門家等の意見を聞きながら、経営指導員が分析する。

【調査項目】 ①味 ②見た目 ③大きさ ④パッケージデザイン ⑤内容量

⑥価格 ⑦改良した方がいい所 等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該事業者にフィードバックし、必要に応じて専門家の派遣を行うなど更なるブラッシュアップの支援を行う。

②商談会に来場するパイヤー等(B to B)に対する調査

販路拡大を希望する小規模事業者に対して、商談会などへの出展を支援し、アンケート調査を実施する。

多種多様な業態のパイヤーに調査を行うことで、経営資源の乏しい小規模事業者にとって販路開拓の可能性のある事業領域(業態)の見極めや流通における課題や改善点を抽出する。

- 【調査対象】 B to Bの販路で永平寺町の特産品や新商品開発を目指す小規模事業者
- 【サンプル数】 バイヤー5人／1事業者
- 【調査手段・手法】 商談会（オンライン商談会含む）に来場したバイヤー等に試食、アンケート調査を聞き取りにて行う。
- 【分析手段・手法】 調査した結果は、専門家等の意見を聞きながら、経営指導員が分析する。
- 【調査項目】 ①味 ②見た目 ③大きさ ④パッケージデザイン ⑤内容量 ⑥価格
⑦改良した方がいい所 ⑧取引ロット ⑨条件 等
- 【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該事業者フィードバックし、必要に応じて専門家の派遣を行うなど、販路開拓の可能性のある事業領域（業態）の見極めや流通における課題や商品の改良等更なるブラッシュアップの支援を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

[現状]

小規模事業者への各種補助金計画書の作成支援やマル経融資申し込みの際に経営分析を行い、その必要性や重要性を広く周知しているが、自社の強みやビジネスモデルを自覚せず経営している小規模事業者が非常に多く、経営分析の重要性や事業計画作成の必要性への理解が不十分なため、分析結果を事業計画作成に活かせていない。

[課題]

経営分析の認識が低い小規模事業者に対して、「対話と傾聴」を通じて経営の本質的な課題の把握、経営分析の必要性や重要性を認識させることが重要である。

経営分析から事業計画策定や経営改善についての提案・助言まで経営指導員が中心となって対話と傾聴を行いながら伴走支援し、さらに高度・専門的な内容に関しては外部専門家等と連携するなど、より掘り下げて現場で活用できる分析を行うことで、経営課題の解決につなげていく。

（2）目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
経営分析事業者数	15者	30者	30者	30者	30者	30者

（3）事業内容

巡回訪問・窓口相談を通じた経営状況分析を実施する。基本的には、経営指導員が行うが、必要に応じて、中小企業診断士や税理士等の専門家も積極的に活用する。分析項目や分析手法等については、下記のとおり。

【調査対象】 巡回訪問・窓口相談を行う事業者の中で事業の成長・発展を目指し、ビジネスモデルの再構築等に積極的に取り組む事業者

【分析項目】 (定量面) 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

(定性面) 下記項目について、SWOT分析等による現状の強み・弱み・機会・脅威を整理する

(内部環境)	(外部環境)
--------	--------

- ・商品、製品、サービス ・技術、ノウハウ等の知的財産
- ・仕入先、取引先 ・デジタル化、IT活用の状況
- ・人材、組織 ・事業計画の策定・運用状況

- ・商圏内の人口、人流
- ・競合
- ・業界動向

【分析手法】経営分析は、経営指導員等が実施するが、必要に応じて中小企業診断士等の専門家を活用し、効果的な経営相談会へ誘導し行う。
 (財務分析) 経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用する。
 (非財務分析) SWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果を当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定に活用する。
- ・分析結果はデータで内部共有化することで、職員誰もがいつでも確認できる状態にし、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者を取り巻く環境は激変しており、顧客ニーズや自社の強み・弱みを踏まえた事業計画を策定し、それに基づく事業経営を行わなければならないが、小規模事業者は日常の仕事に追われ、課題に直面してから相談に来ることが多いことから、迅速な対応に限りがあった。

また、現状行っている事業計画策定支援は、ほとんどが補助金申請の際に実施しているものである。

[課題]

補助金申請のために事業計画作成に取り組む事業者は増えており、事業計画作成セミナー等をこれまでも開催してきたが、参加した経営者自身の事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透しておらず、補助金の獲得のみが目的となっていることが多くある。

これまでのセミナー開催での反省点も踏まえ、開催後のフォローアップを見直すなど改善することで、長期的な事業計画策定に取り組む小規模事業者のすそ野を広げることが課題である。

また、今後事業を継続していくうえで必要不可欠となっているITツールやデジタル技術の活用といった「デジタルトランスフォーメーション」関連について取り組むことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が経営分析・経済動向調査等の結果を踏まえ、将来に向けて経営力の向上を図るため、事業計画の策定を支援し企業の体質強化を行い持続的な発展を図るため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、「5. 経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った事業者の8割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、事業計画の策定前段階において小規模事業者においても実現可能なデジタルトランスフォーメーションへの対応を支援することで、当地域の小規模事業者の事業展開が社会全体のDX化の流れに遅れることのないようにするとともに、DX化により更なる事業の発展を目指す小規模事業者にとって効果的な支援を実施する。

「5. 経営状況の分析に関すること」で実施する経営分析支援を通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

(3) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
③事業計画策定事業者数	13者	25者	25者	25者	25者	25者
(うち、事業承継計画策定事業者数)	—	2者	3者	3者	4者	4者
(うち、創業計画策定事業者数)	3者	3者	4者	4者	5者	5者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催・「IT専門家個別相談」の実施

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

【支援対象】DX推進に興味を持っている事業者

【募集方法】巡回や窓口での周知、ホームページ、PRチラシ、公式LINEページ、郵送FAX等

【講師】DX活用実績のある中小企業診断士やITコーディネーター等

【回数】1回/年

【参加者数】15名程度

【カリキュラム】DX関連技術(クラウドサービス、AI等)の紹介、SNSを活用した情報発信、ECサイトの利用方法等

また、DX推進について意欲の高い事業者に対しては、必要に応じてIT専門家による個別相談を実施する。

【支援対象】DX推進について意欲の高い事業者

【募集方法】セミナーや巡回・窓口での周知、ホームページ、PRチラシ、公式LINEページ等

【講師】DX活用実績のある中小企業診断士やITコーディネーター等

【回数】随時

【カリキュラム】・DXに向けたITツールの導入方法

- ・業務処理の効率化や省力化など、自社内の業務プロセス、組織構成のデジタル化
- ・対面ビジネス+非対面ビジネス+DXの醸成など

②「事業計画策定セミナー」の開催

専門家によるセミナーを開催し、小規模事業者の経営改善につながるための講義を行う。また、セミナー後には、必要に応じて当該専門家による個別相談会の開催や、経営指導員によるアフターフォローを行う。

【支援対象】経営分析を行った事業者、補助金申請の相談者等

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

【募集方法】巡回や窓口での周知、郵送、FAX等

【講師】中小企業診断士等

【回数】2回/年

【参加者数】15名程度

【カリキュラム】事業計画作成の意義・必要性、事業計画の作成方法など

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]

事業計画策定後の実施支援について、これまでも当然実施してきたが、全てをフォローアップするには至っておらず、計画どおりに事業を実施していないケースや問題が発生してしまっからの支援という案件もあり、支援が後手に回ってしまっている現状も一部にある。

[課題]

支援が後手に回ってしまっている結果、経営課題の解決に時間を要する、あるいは根本的な解決ができない等の課題がある。

また、事業計画を実施していく中で、経営指導員等がPDCAの手法を活用して「計画との相違」「相違となった原因」「改善策」「再実施の取組み」を小規模事業者と共に考え、事業計画の達成に向けた支援を実施していく課題がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象とするが、事業計画を策定しても経営環境の変化の度合いとスピードが高まっており計画どおりに進捗するケースは少ない。

そこで、事業計画の内容や進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定し、事業者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮につなげる。

なお、必要に応じて専門家派遣事業等を活用し、軌道修正に向けて専門家と連携した支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	13者	25者	25者	25者	25者	25者
頻度(延回数)	39回	75回	75回	75回	75回	75回
売上増加事業者数	—	5者	10者	10者	10者	10者
営業利益率3%以上増加の事業者数	—	5者	10者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

原則として事業計画を策定した事業者に対して年3回以上行うものとし、具体的には以下の方法とする。

経営指導員等がPDCAの手法を活用して巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

事業計画策定後、6ヵ月間は原則3ヵ月毎にフォローアップを行い、進捗状況を確認する。フォローアップの期間は原則として1年間とするが(最初の6ヶ月で2回残りの6ヶ月で1回)、進捗状況により期間を延長して対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間に大幅な乖離が生じている状況が続くと予想される場合には、臨機応変に頻度を上げ、専門家や連携する支援機関など第三者を交えて、原因の分析と今後の対応策を検討する。

また、融資が必要な場合は、金融機関と連携しながら資金繰りの支援を実施する。

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]

新たな需要の開拓に関しては、全国商工会連合会や県連合会等の施策による物産展や商談会情報の提供と出展支援に加え、独自の企画による首都圏等で開催される商談会への支援事業にも積極的に取り組み、小規模事業者の需要開拓を支援している。

[課題]

地域内の小規模事業者は、近隣地域の事業所や個人や県内外の観光客を商圈とするなど多様な顧客をターゲットとしており、新型コロナウイルスの影響や人口減少、大型店等の進出により売上減少に歯止めが掛からず、新たな需要の開拓や掘り起こしに向けた効果的な取り組みも実施できていなかった。そのため、依然として厳しい経営状況となっているほか、人口の減少に伴う市場規模の縮小から、小規模事業者の多くは、地域外への販路拡大を目指しているが、商品の認知度の乏しさから、地域外への販路拡大に苦戦することが多い。

また、当商工会では永平寺町の特産品などを集めた「永平寺町ブランドSHOJIN」を構築し、地域外へのPRを進めている。永平寺町ブランドSHOJINには、精進料理や農産物など地域を代表する地域産品が多く、当町特有の地域資源として認知されれば、小規模事業者の販路開拓が進めやすくなる。地域のブランド力をさらに高めることが大きな課題の一つである。

もう一つの課題は、ICTを活用した販路開拓である。小規模事業者は、ECサイトやSNSなどICT活用を苦手とすることが多い。地域外への需要開拓を進める際に、ICT活用によるDX推進は避けては通れない要素であり、商工会としては地域の小規模事業者が時代の流れに乗れるように支援を進める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

永平寺町の特産品や農産物を活用して小規模事業者の製造する商品は、地域外でも需要を開拓できる可能性を持っている。しかし、小規模事業者が単独で需要開拓を進めようとする、認知度や経営資源の乏しさから需要開拓に苦戦することが多い。永平寺町では「永平寺町ブランドSHOJIN」に認定された事業者が連携して販路開拓事業進められる長所を生かし、行政の協力及び支援も得ながら、地域の特産品などを集め需要開拓を進める物産展・販売会を実施する。

また、ICTを活用したオンラインの需要開拓にあたっては、商工会と物産協会等の町内経済団体が連携して、永平寺町の小規模事業者の商品やサービスをPRすることで、永平寺町の魅力を発信することが必要と考えている。

さらに小規模事業者がECサイトやオンライン商談システムなどを活用して需要開拓が進められるようになるには、小規模事業者が先進的なICTの活用に触れ、実践する機会を作ることも商工会の役割の一つだと考えている。

(3) 目標

支援内容	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①物産展等出展事業者数(BtoC)	5者	20者	20者	20者	20者	20者
売上額/者	—	15万円	15万円	15万円	15万円	15万円
②オンライン需要開拓支援事業者数	—	20者	20者	20者	20者	20者

(BtoC)						
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
②オンライン商談 会支援事業者数 (BtoB)	—	10者	10者	10者	10者	10者
成約件数/者	—	2件	2件	3件	3件	5件

(4) 事業内容

①県内外の物産展出展による需要開拓支援事業 (BtoC)

北陸新幹線の福井延伸により交流人口の増加が期待される福井駅前での物産展への参加を実施することで、小規模事業者の需要開拓支援を実施する。具体的には、あわら市商工会や坂井市商工会との協力により物産展を開催することを予定している。これまで町内で単独で行っていた小規模物産展を近隣商工会との連携による規模拡大を行い、これまでよりも広域の一般消費者と直接会話する機会を設け、新たな販路開拓に繋げる。

また、平成29年度より出展し、新型コロナウイルス感染症の影響により中止となっていた、全国から40万人以上の観光客や多数の食品関係のバイヤーも多数来場する、国内最大の食の祭典「ふるさと祭り東京」についても今後も継続して出展することにより、国内外において関心が高まっている地域性が十分に感じられる地域産品に関心を持った、観光客及び首都圏の百貨店や高級スーパー等への需要拡大に繋げる。

【物産展名 (県内)】あわら市商工会、坂井市商工会、永平寺町商工会 ふるさとうまいもん市

【物産展名 (県外)】ふるさと祭り東京

【出展事業者数】県内10者、県外10者/年

【出展者業種】食品・特産品製造業者

【予想来場者数】県内延べ3,000人、県外延べ500,000人

【対象事業者】1. 永平寺町の特産品を製造または販売をする小規模事業者
2. 永平寺町の特産品・農作物を活用して商品を作る小規模事業者
3. 永平寺町に拠点を有し、新商品等の販路開拓を目指す小規模事業者

【支援の手法・手段】物産展への出展にあたり、以下の支援を計画している。

1. 出品する商品の構成や陳列、価格設定についての支援
2. 出品する商品のPOP・PR文・販促品作成等についての支援
3. 来場者に対するアンケート調査
4. 物産展販売結果のフィードバック

物産展への来場者の声を新たな需要開拓のヒントとするため、小規模事業者にフィードバックし、売上高の増加につなげる。

②オンライン需要開拓支援事業 (BtoB BtoC)

ECサイトやSNS等、インターネットを活用した販売の機会を創出し、小規模事業者が地域外へ需要開拓を進めることを支援する。

具体的には、永平寺町の小規模事業者が取り扱うECサイトの商品を拡充させ、小規模事業者の商品・サービスをPRする。ECサイトには、小規模事業者が持つホームページへのリンクを設けるほか、事業者とオンライン商談を申し込める問い合わせフォームを設置する。

また、ECサイトで申込のあった商談については、永平寺町商工会内にオンライン商談ブースを設置し、小規模事業者のオンライン商談会への参加を支援し需要開拓に繋げる。

【ECサイト】SHOJINオンラインショップ

【対象業種】 インターネットを使った需要開拓を目指す飲食店、食品製造業、サービス業など

【対象事業者】 1. 永平寺町域の特産品を製造または販売をする小規模事業者
2. 永平寺町の特産品・農作物等を活用して商品を作る小規模事業者
3. 永平寺町に拠点を有し、新商品等の需要開拓を目指す小規模事業者

【支援の手段・手法】 オンラインでの需要開拓にあたり、以下の支援を実施する。

1. ECサイトSHO J I Nオンラインショップで商品・サービスを紹介する。
2. 小規模事業者のホームページやECサイト等へのリンク設定する
3. ECサイトで掲載する写真や商品PR文に関するアドバイス
4. ホームページやECサイトの構築や活用、SNSの運用についての助言
5. ZOOM等を活用したオンライン商談の通信助言や商談スペースの提供

インターネット販売が未経験の小規模事業者に関しては、経営指導員が重点支援を実施するほか、必要に応じてIT専門家を派遣するなどして、新たな需要開拓を支援する。

また、SHO J I Nオンラインショップにて小規模事業者の商品・サービスを紹介する際は、経営指導員が小規模事業者から商品・サービスの特徴やこだわりを聞き出し、消費者に訴求できるよう「写真」や「PR文」を事業者と一緒に検討する。これにより、オンラインでの訴求力を高め、小規模事業者が運営するホームページやECサイトへの流入率アップを図る。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業の評価及び見直しについて、支援先の売上高や利益率などの定量的評価と、事業に対する意見などの定性的な評価の両方ともに、十分にはできていないのが現状である。

[課題]

これまで以上に経営発達支援計画の効率的な推進と本来の目的達成を図るため、支援先に対する十分なヒアリングを行い、事業全体の見直しと適正化に取り組むことが課題である。

今後は、外部の専門家等も加えた客観的な評価を受ける仕組みづくりが必要である。

(2) 事業内容

毎年度1回以上、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により事業の評価・検証を行い、見直しを行うPDCAサイクルの構築を図る。

①経営発達支援計画協議会の開催

当会の正副会長会議と併設して、永平寺町商工観光課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「経営発達支援計画協議会」を年度1回以上開催し、経営発達支援事業の進捗状況、結果について評価を行う。

②正副会長会議への報告・方針決定

「経営発達支援計画協議会」の結果を、正副会長会議で報告し、方針を決定する。

③理事会への報告

事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。

④ホームページへの掲載

事業の成果・評価・見直しの結果を、当商工会のHP【公式】永平寺町商工会(<https://r.goope.jp/shoko-eiheiji>)で公表し、計画期間中は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]

経営指導員及び経営支援員については、福井県商工会連合会が開催している基本能力研修等への参加を推奨していることに加え、税務署や労働局などの研修にも参加している。また中小企業大学校の支援担当者向け専門研修にも経営指導員は受講している。しかし研修内容等について復命書での形式上の報告にとどまり、組織全体としての研修成果を享受しているとは言えないのが現状である。

[課題]

経営指導員等の資質向上には、事業者支援に必要な様々な情報を共有した上で、全ての職員が理解し、資質及び支援能力の向上に努め、支援現場に活かせる体制を構築していく必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員等の支援能力の一層の向上のため、県商工会連合会で実施される「経営指導員研修」や中小企業大学校で実施される「専門研修」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

経営指導員等の支援能力を向上させ、効果的な事業計画策定につなげるため、中小企業大学校等が実施する「事業計画策定セミナー」へ積極的に参加する。

【DX推進に向けたセミナー】

地域の事業者のDX推進へ対応するため、経営指導員を含む全職員のITスキルを向上させるための研修などを実施するとともに、当会や関係機関が開催する下記のようなセミナーについても積極的に参加し、事業所のDX推進取組に係る相談・指導能力につなげる。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取組

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、情報セキュリティ対策等。

イ) 事業者にとって外向け(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) その他取組

従来から実施している、オンライン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。

【コミュニケーション能力向上セミナー】

伴走型支援に求められる事業者との対話を重視した経営支援を行うために、きめ細やかなコミュニケーション力やコーチング力を習得するための対話能力向上等の研修やセミナーについても積極的に参加し、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組み、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

2ヶ月に1回程度、職員間でテーマを決めて定期ミーティングを開催する。定期ミーティングでは、経営指導員が講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介を行う。また支援先に有益な情報や支援先の情報を共有化することで、職員の伴走型支援能力の向上を図る。

④データベース化

経営指導員等が基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況を、職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

1 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営支援に関する情報交換については、県内の他の商工会や支援機関との間で、定例の会議等を通じて定期的に実施している。

[課題]

経営支援内容が高度化し多岐に渡るようになり、より高度な経営支援に関するノウハウ等情報の共有については、まだまだ十分とは言えない状況である。行政、専門家、金融機関などとさらなる連携強化を図り、お互いの支援能力の向上や継続した経営支援を行っていくために情報共有の拡充が課題である。

(2) 事業内容

①福井県商工会連合会・県内商工会との情報交換「経営支援会議」への出席(年4回)

福井県商工会連合会主催で県内全13商工会の経営指導員(経営支援責任者)が集まる「経営支援会議」に出席し、県内各地の最新経済動向等を把握するとともに、小規模事業者への支援の現状、支援ノウハウ、補助金・助成金の内容、今後の課題などについて情報交換を行うことにより、より高度かつ効果的な小規模事業者への経営支援ノウハウの一層の向上に努める。

②日本政策金融公庫との情報交換「マル経協議会」への出席(年2回)

日本政策金融公庫福井支店国民生活事業の事業統括、融資課長、融資担当者と福井支店管内の6商工会(あわら市、坂井市、永平寺町、福井東、福井西、福井北商工会)と3商工会議所(福井、勝山、大野商工会議所)の経営指導員が集まって情報交換を行う「マル経協議会」に出席し、県内各地の最新経済動向等を把握するとともに、小規模事業者への金融支援について、踏み込んだ情報交換を行い、金融支援ノウハウの一層の向上に努める。これにより得られた有益な情報をマル経融資や創業融資などの金融支援に活用する。

③ふくい産業支援センターとの情報交換(年4回)

ふくい産業支援センターは、小規模事業者支援を行う上で中心的な役割を担うことが多いことから、補助金申請などの際に事業計画策定や補助事業の実施、フォローアップについて相談を行うなど、情報交換を行っている。

④福井県事業承継・引継ぎ支援センターとの情報交換(年4回)

福井県事業承継・引継ぎ支援センターは、事業承継の支援を目的に近畿経済産業局、北陸財務局福

井財務事務所、福井県と商工会、商工会議所、中央会（２２機関）、金融機関（１０機関）、士業団体（７機関）公的機関（７機関）、市・町（１７機関）で構成されており、所属コーディネーター等と情報交換を行い、事業承継に取り組みそうな事業者を積極的に支援していく。

⑤管内金融機関との情報交換（随時）

制度融資の申込や補助金申請などで融資担当者が商工会を訪問した際に情報交換を行うことで、地域の小規模事業者の動向について把握し、当該金融機関（福井銀行、福邦銀行、福井信用金庫）への融資申込や連携して事業計画の策定等を行うことに役立てる。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 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]

これまで当商工会では、地域経済活性化のための事業を実施するにあたり、関係機関と連携を行ってきた。ただし、連携はその都度、一過性のもので、小規模事業者に継続的な好影響を及ぼすことは少なく、小規模事業者の事業に好循環をもたらしているとはいえない状況であった。

[課題]

その反省も踏まえ、令和３年１１月より、研究機関（福井県立大学地域経済研究所、㈱福井キャピタル&コンサルティング）、商工会、町、金融機関（福井銀行、福邦銀行、福井信用金庫）、観光物産協会、福井公共職業安定所、ＪＡ福井県永平寺支部で構成する「永平寺町経済産業活性化協議会」を組織したが、情報交換の枠組みを作っただけにとどまり、互いの経営資源、情報、技術を共有・展開させるまでには至っておらず、当協議会の今後の有効活用が課題である。

（２）事業内容

○永平寺町経済産業活性化協議会の開催（年４回程度）

・研究機関（福井県立大学地域経済研究所、㈱福井キャピタル&コンサルティング）、商工会、町、金融機関（福井銀行、福邦銀行、福井信用金庫）、観光物産協会、福井公共職業安定所、ＪＡ福井県永平寺支部で構成する「永平寺町経済産業活性化協議会」を年４回程度開催し、地域資源を活かした産業振興施策の方向性や具体策等についての検討を行う。

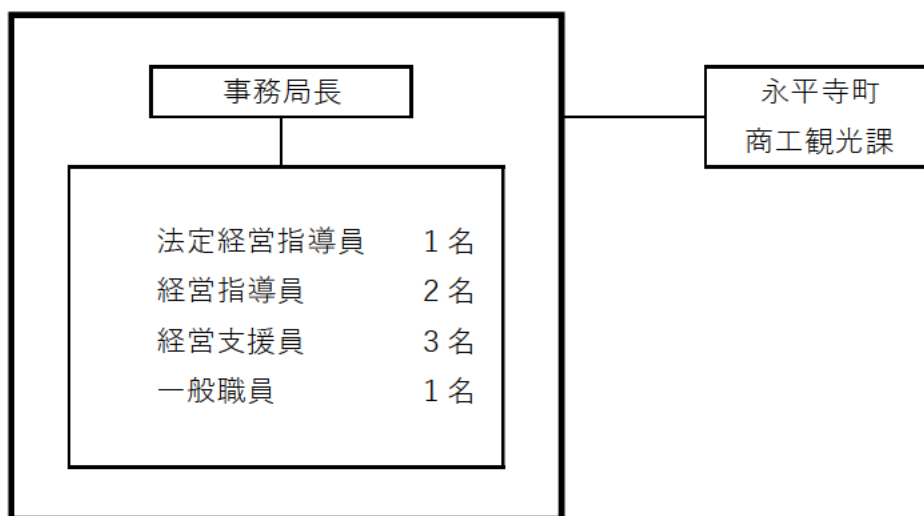
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和4年11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：清水 和人

連絡先：永平寺町商工会 TEL:0776-61-0456

②法定経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

手段：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。

頻度：経営指導員等が実施する事業計画策定支援の際の助言・指導を随時実施するとともに、年度当初に経営発達支援計画の各指針において、職員一人あたりの目標を設定し、経営発達支援事業の四半期毎の進捗管理の際に助言・指導を実施する。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒910-1133 福井県吉田郡永平寺町松岡春日1丁目15番地

永平寺町商工会

TEL:0776-61-0456 FAX:0776-61-3434 E-mail:eiheiji@shokokai-fukui.jp

②関係市町村

〒910-1133 福井県吉田郡永平寺町松岡春日1丁目4番地

永平寺町 商工観光課

TEL:0776-61-3921 FAX:0776-61-2474 E-mail:shoko@town.eiheiji.fukui.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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
調査事業費	300	300	300	300	300
経営分析事業費	200	200	200	200	200
事業計画策定支援事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業計画実施支援事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
需要開拓事業費	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500

(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
国補助金、県補助金、町補助金、会費収入、手数料収入、各種事業収入、本事業実施にあたり活用可能な委託事業費 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	
③	