

経営発達支援計画の概要

実施者名	高浜町商工会（法人番号 8210005008423） 高浜町（地方公共団体コード 184811）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>①事業者の意識改革のもと具体的なアクションにつながる経営計画の策定支援 ②新たな観光需要の取り込みに向けた商品・サービスの育成・開発と販路開拓支援 ③人手不足による経営基盤の弱体化を防ぐための求人材の向上支援及び生産性の向上支援 ④創業・第二創業支援を中心に新たなビジネス及び需要に対応できる企業の育成 ⑤事業承継支援による事業の持続化支援</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 地域の実態や課題を踏まえながら RESAS 等を活用した地域経済動向や観光動向および景況調査による景気動向の分析を行い、事業計画策定支援に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 展示商談会や地域イベント等でマーケティング調査を実施し、個社へフィードバックすることで、観光需要の取り込みや訴求力のある商品・サービスの開発につなげる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営分析に取り組む事業者を掘り起こし、定量・定性それぞれに個社の経営分析の実行支援を図ることで現状と課題を導き出し、事業計画の策定に活用する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画に取り組む事業者を掘り起こし、セミナー等も活用し事業計画の策定を支援する。また創業者や事業承継者の事業計画策定についても重点的に取り組む。</p> <p>7. 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事業者の進捗を適宜確認し、フォローアップに努め、セミナーや専門家派遣等も活用し、計画実行後の成果につなげていく。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商品のブラッシュアップ支援、IT活用やプレスリリース等による情報発信支援、展示商談会出展支援等を通じた販路開拓支援により、売上や利益率向上につながる支援を目指す。</p>
連絡先	高浜町商工会 〒 919-2229 福井県大飯郡高浜町三明 1-36-1 TEL 0770-72-0226 FAX 0770-72-2810 E-mail: takashou@taka-syou.jp 高浜町 産業振興課 〒 919-2292 福井県大飯郡高浜町宮崎 86-23-2 TEL 0770-72-7705 FAX 0770-72-4000 E-mail: machi@town.takahama.lg.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 現状

【立地】

高浜町は福井県の最西端に位置し、西は京都府と接し、南西の飯盛山脈を背にして北は日本海に面している。若狭湾国定公園に指定されている美しい海と山々に囲まれながら、豊かな歴史・文化を育んできた町である。特に東部から中央にかけて8kmに及ぶ海岸は、白い砂浜と松林など変化に富み、特に夏は関西・中京方面よりの海水浴客で賑わう。また、町の西部にある青葉山は標高693mで、その雄姿は若狭富士と呼ばれ、シーズンには登山客も多く訪れる。町の70%は山林で、日本海に注ぐ河川の流域に耕地約520haが帯状をなしている。

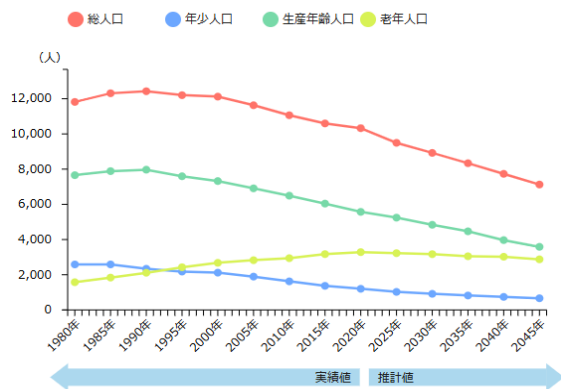
福井県最西端の町
高浜町
TAKAHAMA



【人口】

国勢調査による高浜町の人口は、1975年から1990年にかけて緩やかに増加していたが、1990年の12,425人をピークに減少に転じている。令和6年10月末時点の人口は9,562人、世帯数4,290世帯であるが、今後も減少傾向は続くことが見込まれ、2045年には人口が7,126人までの減少が予測されている。

また、65歳以上の高齢者数は一貫した増加傾向にあり、2000年に20%を超え、2015年では3,185人で30%を超えた。2045年の推計値では高齢化率が40.36%にも上るなど高齢化の更なる深刻化も予測されている。



※「RESAS」人口マップ 人口推移より

【交通】

鉄道は、福井県敦賀市と京都府舞鶴市を結ぶJR小浜線が町域のほぼ中央を東西に横断しており、上下線とも概ね1時間に1本で運行しており、町内には4駅が開設されているが、利用は学生の通学がメインであり、買い物や観光等への利用は少ないのが現状である。

北陸新幹線の福井県内への延伸により2024年3月には福井・敦賀駅が開業し、将来的には当町から30分圏内の小浜市までの延伸が計画されており、観光面にとってプラスの材料となっている。

町内を通過する高速道路(舞鶴若狭自動車道)は、2014年7月に小浜IC~敦賀JCT間の開通により、全線開通となった。これにより関西、中京の両方面からの利便性が大幅に向上している。

【産業】

高浜町における主要な産業は海をメインとした観光産業、原子力関連産業、漁業や農業等を中心とした1次産業である。主要産業それぞれの現状は以下のとおりである。

<観光産業>

高浜町における観光資源の多くは、若狭湾の自然を活かしたものとなっている。西日本でも有数の海水浴のまちとして発展し、町全体で計7つのビーチがあり、最盛期にはひと夏で150万人以上を集客し、500軒以上の民宿が営業していたが、その後、レジャーの多様化、日焼けを嫌う指向などを背景に、海水浴客数は1978年頃をピークに減少し続け、2024年は町内全体で15万人程度にまで落ち込んでいる。

現在、当町への目的別の観光入込客数では、「自然」が年間入込客数の約40%を占め、次いで「スポーツ・レクリエーション」が31%となっている。四季別の観光入込客数では、夏季（6月～8月）が最も多く、年間入込客数の約54%を占めている。（令和5年 福井県観光客入込数調査）

近年の観光入込客数の推移では、2010年の103万人をピークに減少傾向にあったが、2016年にアジア初・国内初となる「ブルーフラッグ※」（海の国際認証）の認証を受けたことをはじめ、キャンプ、サップ等のマリンスポーツ等にも力を入れており一旦下げ止まりも見られた。コロナ禍で大幅な減少があったものの徐々に回復傾向にあり、2023年の年間観光入込客数は65万人であった。また、2027年に日本で初めて開催される生涯スポーツの国際総合競技大会「ワールドマスターズゲームズ関西」におけるライフセービングの競技会場にもなっているなど、インバウンド需要も含め当地域の観光産業への波及効果も期待されている。

※『ブルーフラッグ』

海の国際環境認証のひとつで、水質、環境マネジメント、安全性、環境教育など33の基準をクリアしたビーチやマリーナだけに与えられる。これまで世界51カ国、5121カ所のビーチやマリーナが認定され、高浜町の若狭和田海水浴場がアジアで初めて認証された。現在、日本で12ヶ所のビーチが認証されている。（西日本では当町を含め3ヶ所のみ）



<原子力関連産業>

昭和49年から国のエネルギー政策の根幹をなす原子力発電施設の立地を受け入れ、地域経済の活性化や雇用の創出という観点から協力・推進・発展してきたこともあり、当町の基幹産業として地域経済への影響も大きい。しかしながら、東日本大震災後以降の政策転換により、関連産業全体としての需要は低迷している。再稼働に向けた安全対策工事等によって建設業関連においては一部特需的な要素も見られたが、高浜発電所の関係在籍者数は2021年1月以降減少傾向が続いており、間接的に影響を受ける宿泊業、卸・小売業、サービス業などといった業種では需要の減少が続いている。特に民宿利用者で顕著な減少が見られる。将来的には廃止措置が見込まれており、関連需要の減少が地域産業に及ぼす影響が懸念されている。

<漁業や農業を中心とした1次産業>

当町では日本海（若狭湾）の豊かな漁場のもとに漁業が発展してきた。水揚げされる魚種も豊富で、ふぐ・アマダイ・ぶり・鯖・など多くの海の幸が魅力となっている。また近年ではフグなどの養殖も盛んで、旅館や民宿で提供する料理のセールスポイントにもなっている。しかしながら、現在は漁獲量の減少、漁業従事者の高齢化、担い手不足などの課題を抱えている。

農業分野に関しても、一次製品の価格低迷や後継者不足もあり、就労者は大幅に減少しているが、近年ではイチゴやトマトの大規模ハウス栽培に取り組む事業者が増えつつある。

こうした状況の中、高浜町では海浜資源を活かした産業・観光振興に向けたリーディングプロジェクトとして「海の6次産業化※」事業が推進されており、今後の漁業や観光業の振興にとっての好材料となっている。

※高浜町『海の6次化事業』

高浜町では、基幹産業である漁業の再生を目指すと共に、地域住民や来訪者に喜ばれる地域振興の核として、高浜町コンパクトシティ構想における賑わいゾーンの中心的役割を担う6次産業化施設として『UMIKARA』が2021年7月に開業。また、2019年に開業した『はもと加工販売所』に加え、水揚げされた魚の『荷さばき施設』が2023年8月に供用開始され、エリア一帯を『若狭高浜たらふく市場』として通年での安定した誘客を目指している。地域产品中心の物販事業、高浜漁港で水揚げした魚介類を活用した飲食事業、水揚げや競りの見学など、高浜の食や体験を満喫できる観光スポットとして集客の増大を図っている。



また、賑わい（集客）を創出するためのソフト面を充実化する事業や若狭高浜漁業協同組合が所有する加工場との連携で高浜の海の魅力と水産加工品を含む地域産品を広域に届ける開発・販売事業を担う地域商社として、民間会社「柁まちから」が設立され、地域が確実に収益をあげられる仕組みづくりが進められている。

<産業分類別の事業所数の推移>

産業分類別の事業所数においては「宿泊、飲食サービス業」が最も多く、次いで「建設業」、「卸売、小売業」となっており、観光産業や原子力関連産業が当町の基幹産業となっている。また、2012年と2021年の事業所数（事業所単位）の推移を比較してみると、「宿泊業、飲食サービス業の減少が顕著であり、海水浴客を中心とした観光需要の減少や発電所関連のビジネス需要の減少が大きな要因となっている。

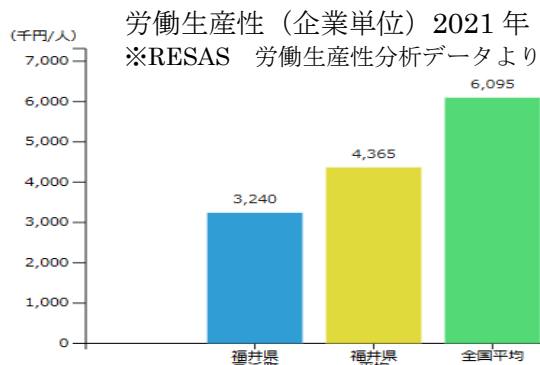
産業分類	2012年		2021年		増減
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	
農業、林業	5	0.9%	12	2.2%	7
漁業	1	0.2%	1	0.2%	0
建設業	90	15.8%	92	16.9%	2
製造業	27	4.7%	26	4.8%	▲ 1
電気・ガス・熱供給・水道業	2	0.4%	2	0.4%	0
情報通信業	2	0.4%	1	0.2%	▲ 1
運輸業、郵便業	11	1.9%	12	2.2%	1
卸売業、小売業	104	18.3%	83	15.2%	▲ 21
金融業、保険業	8	1.4%	5	0.9%	▲ 3
不動産業、物品賃貸業	10	1.8%	13	2.4%	3
学術研究、専門・技術サービス業	16	2.8%	18	3.3%	2
宿泊業、飲食サービス業	154	27.1%	123	22.6%	▲ 31
生活関連サービス業、娯楽業	47	8.3%	40	7.3%	▲ 7
教育、学習支援業	18	3.2%	23	4.2%	5
医療、福祉	14	2.5%	27	5.0%	13
その他サービス事業	60	10.5%	67	12.3%	7
合計	569	100%	545	100%	▲ 24

※出典「経済センサスー活動調査」

<町内産業の労働生産性の現状>

2021年における高浜町の産業全体における平均労働生産（企業単位）は、3,240千円/人となっており、全国平均の6,095千円/人および福井県の平均4,365千円/人を大きく下回っている状況にある。

中でも「宿泊業、飲食サービス業」においては平均1,538千円/人と低い水準となっているのが現状である。



<商工業者の現状>

高浜町の商工業者内訳については下表のとおり。

業種	建設	製造	卸売	小売	飲食 宿泊	サービス	その他	合計
商工業者数	120	29	14	57	108	98	22	448
小規模事業者	103	24	10	50	106	81	14	388

(※R5 商工会実態調査より)

商工業者が抱える経営課題の現状について、今年8月に管内の会員企業を対象にアンケート調査を実施したところ、既存や新規の販路開拓等の根本的な事業課題に加え、「人材確保」、「業務の効率化」、「事業承継」が大きな課題となっている。また、経営課題を認識しつつも半数近くの企業が課題への対応に取り組めておらず、その要因としては後継者不在やそもそも対応方法が分からないといった現状がうかがえる。

『令和6年度 高浜町商工会 経営課題等のアンケート調査結果』抜粋

(※回答数 145社/308社 回答率 47%)

○現在の経営課題について

1位	既存商圏・顧客・販路との関係強化	37.9%
2位	人材確保	35.2%
3位	新たな商圏・顧客・販路の開拓	33.1%
4位	業務の効率化	26.2%
5位	事業承継・廃業・M&A	21.4%
6位	運転・設備資金の確保	17.9%
7位	自社の強みの把握・活用	15.9%

○経営課題への対応について、新たな取り組みを検討しているか

既に考えている・何か考えたい	76	52.4%
今は考えていない・様子を見たい	63	43.5%
未回答	6	4.1%

○考えていない・様子を見たいと回答した事業所の理由

1位	後継者がいない	44.4%
2位	どのように考えたらよいか分からない	23.6%
3位	その他	16.6%
4位	資金不足	15.4%

② 課題

○人口減少や基幹産業を中心とした管内消費の落込みに伴う事業者減少の抑制

人口の減少や高齢化の進展に加え、観光産業をはじめとした基幹産業の低迷により、特に宿泊業や飲食業および小売やサービス業を中心に事業者の大幅な減少に歯止めをかけていくことが求められている。そのためにも個々の企業の経営基盤の強化が最重要課題となっている。

○地場産業の維持と育成につなげるための地域産品のブランド価値の向上

漁業や農業などの1次産業の衰退に歯止めをかけるためには、1次産品及びその加工品等を他の競合産品と差別化し消費者に優先して選択してもらえるように（ブランド化）することによって収益性を改善させる必要がある。

現在、高浜町が進める「海の6次化事業」などとも連携し、こうした課題の解決につなげていく必要がある。

○新たな観光スタイルに対応した事業の育成など

観光客を中心とした消費需要の獲得観光需要を取り込み既存事業者の収益向上につなげていくことが求められている。北陸新幹線の延伸、ブルーフラッグの認証や若狭高浜たらふく市場といった新たな観光ニーズに合わせた観光メニューの拡充も進むなど、観光面にプラスとなる材料も増えてきている。

こうした状況を積極的に捉えた、地域内の消費の落ち込みを補う観光需要の積極的な取り込みが課題となっており、販促活動の積極的な推進や創業や第二創業も含めた新たなビジネスの育成が必要となっている。

○経営課題の解決に向けた事業者の意識改革と生産性の向上

事業者へのアンケート結果からも、事業者自身が経営課題を認識しつつも、多くの事業者が課題への対応に取り組めておらず、町内事業者の生産性低下の要因ともなっており、特に小規模事業者においてそうした傾向が顕著となっている。

こうした状況を改善し生産性を向上させていくためにも、事業者自らが自発的に課題解決に取り組むための意識改革をうながす支援が重要となる。

○人材確保、事業承継など事業継続に向けた対策

事業者へのアンケート結果からも、小規模事業者における人材の確保が喫緊の課題となっている。また、経営者の高齢化も進展しており、地場産業の持続的な経営を支援していく上で、非常に重要な課題となっている。

(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て

高浜町商工会では前述の現状や課題を踏まえ、以下の3点を長期的な基本方針として掲げ、小規模事業者の振興に取り組む。

<基本方針>

- ◆小規模事業者の減少に歯止めをかけ、持続可能な経営体力のある企業の育成を図る
- ◆地域資源を活かした商品の開発・改良支援による販路開拓と地域ブランドの確立
- ◆地域経済の環境変化に対応できる新たなビジネス等の育成

地場産業の衰退を阻止し、事業者の減少に歯止めをかけるため、個々の企業が自発的に経営課題の解決に取り組み、成長に向けた具体的なアクションを促すための事業計画の策定を支援し、事業承継支援も踏まえた持続可能な企業の育成を図ることを最重要課題と位置づける。

また、高浜町が進める「海の6次化事業」との相乗効果も鑑み、商品開発や地域ブランドの確立についても重点的に取り組む。

加えて、創業や第二創業、新たな販路開拓への取り組み等も含め、新たな観光スタイルや、原子力関連産業における先行き不透明な地域経済の環境変化に対応できる新たなビジネスの育成並びに、そうした需要を開拓できる力のある企業の育成に取り組む。

② 高浜町総合計画（令和3年～令和12年）との連動制・整合性

高浜町で策定された総合計画の産業分野において以下の目標を掲げている。

1. 地場産業が元気で、生きがいを持って働けるまち
2. ブランド化を推進し、選ばれるための魅力を創出するまち
3. 起業家を支援し、新たな産業と働く魅力を創出するまち
4. 原子力と共生し、関連産業を育てるまち

また、商工業の振興にかかる主要施策方針について高浜町では以下の方針を掲げている。

- 地域の素材や特性を活かした商品開発に係る取り組みを支援します。
- 移住者や若者など新規創業や事業継承に関心のある人を支援します。
- 商品のブラッシュアップを進め、地域内外の消費の拡大を支援します。
- 原子力関連産業の雇用維持と地元企業の技術力向上、人材育成の取り組みを支援します。

高浜町商工会としては、これら高浜町が掲げる目標も十分に認識しながら、課題の解決を図っていくための長期的な基本方針を定めており、町の施策との連動制・整合性を踏まえた計画となっている。高浜町と商工会が密接に連携していくことで、管内の小規模事業者に対して、より効果の高い支援を実施していくことが可能である。

③ 商工会としての役割

高浜町商工会では、高浜町総合計画との連動制・整合性を踏まえ、上記の長期的な基本方針に沿って、町内小規模事業者に対する経営発達計画の実行部分を担い、個社支援を中心に、事業者が計画に基づいた事業経営および需要を見据えた経営を促進する。

日頃から地域の小規模事業者と接し、実情を把握している商工会だからこそできる伴走支援により、事業者の売上や収益の維持向上を実現し、地域経済の基盤となる商工業の維持発展を通じた地域活性化への役割を果たしていく。

（3）経営発達支援事業の目標

前述の高浜町の現状と課題をしっかりと認識しながら、小規模事業者の中長期的な振興のあり方を踏まえた上で、経営発達支援事業の目標を以下のとおりとする。

- ①事業者の意識改革のもと具体的なアクションにつながる経営計画の策定支援
- ②新たな観光需要の取り込みに向けた商品・サービスの育成・開発と販路開拓支援
- ③人手不足による経営基盤の弱体化を防ぐための求人力の向上支援及び生産性の向上支援
- ④創業・第二創業支援を中心に新たなビジネス及び需要に対応できる企業の育成
- ⑤事業承継支援による事業の持続化支援

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7年4月1日～令和12年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた指針

①事業者の意識改革のもと具体的なアクションにつながる経営計画の策定支援

- 事業者自身が経営課題を認識しつつも、多くの事業者が課題への対応に取り組めていないという現状を踏まえ、事業者との対話と傾聴を通じて本質的な課題を明確にすることで意識改革を促しながら、課題解決に向けた自発的な事業計画の策定につなげる。
また、策定した計画をしっかりと実行に移してこそ、課題解決につなげることができるため、より具体的なアクションにつながる実行力のある計画策定を支援目標とする。
- 事業の実施後はPDCAのサイクルに沿って効果を検証し、次の取り組みへと継続的な事業実施に向けたフォローを推進する。

②新たな観光需要の取り込みに向けた商品・サービスの育成・開発と販路開拓支援

- 海水浴客等の既存観光需要が減少する中、特に影響を受けている宿泊・飲食事業者を重点的に支援し、新たな観光需要の取り込みにつながる商品やサービスの育成・開発を促す。
- セミナーや個別指導を通じて、目的意識を持った戦略的な販路開拓への取り組みを支援する。
- 小ロットでも高品質な地域資源をマーケットインの考えに基づき、チャンネルに合った新たな商品開発並びにブラッシュアップを推進し、地域製品のブランド化に向けた商品基盤の強化を図る。
- 町が推進する「海の6次化事業」とも連携し、新たな販売施設での販売推進や、地域商社「まちから」と連携し、域外への発信も強化する。
- 加えて、これまでに開発された商品等に等についても、引き続き展示商談会等への出展を促し販路開拓を図っていく。

③人手不足による経営基盤の弱体化を防ぐための求人力の向上支援及び生産性の向上支援

- 上記課題からも、小規模事業者における人材の確保が喫緊の課題となっていることから、小規模事業者の人材確保に向けた支援を強化する。また、労働力不足を補うための生産性向上支援についても積極的に支援に取り組んでいく。
- 人材の確保支援として、商工会で運用している「高浜町求人ポータルサイト」の活用によって求人支援を行う。スマートフォン等からの簡単な操作で求人情報の発信や効果的な企業紹介の仕方など、求人等の不得手な小規模事業に対してもしっかりと伴走支援を行う。
- セミナー等の開催によって、生産性向上につながるIT活用手法について紹介する他、専門家派遣等も活用し、IT化が可能な業務の洗い出しと最適なツールの導入支援を行う。
- その他、従業員個々のスキルアップにつながるセミナーや人材教育への支援を実施する。

④創業・第二創業支援を中心に新たなビジネス及び需要に対応できる企業の育成

- 上記課題にも掲げたとおり、新たな観光ニーズに合わせた観光メニューの拡充も進むなど、観光面にプラスとなる材料も増えてきている。こうした状況を積極的にとらえ、地域内の消費の落ち込みを補う観光需要の積極的な取り込みに対応できる企業の支援を拡充していく。
- 創業や第二創業においては、地域の経済動向情報の提供をはじめ、創業計画の策定支援や高浜町の創業支援補助金等の補助金活用支援においても伴走し、新たなビジネスの育成に力を入れる。
- 既存事業者においても、環境の変化に対応し、新たな需要の開拓に向け、販促活動の積極的な推進など新たな売上の獲得に向けた支援を実行する。

⑤事業承継支援による事業の持続化支援

- 事業承継診断の実施により取得した情報をもとに、承継ニーズの把握に努め、円滑な承継に向けた伴走支援を推進する。
- 福井県の事業承継ネットワークとの連携により、事業承継に精通した専門家と共にプッシュ型の支援を推進し、事業承継計画を策定することで、事業承継の推進を図る。

上記目標の達成に向けては、福井県、地域金融機関、その他支援機関、各種専門家等の協力を得ながら、傾聴と対話による伴走支援によって経営発達支援事業を展開していく。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

四半期毎に、製造業・建設業・小売業・サービス業の各業種において全国商工連合会が行う「小規模企業景域動向調査」を年4回実施している。また、今年度においては全会員企業を対象にした景気動向や経営課題に関するアンケート調査も実施している。この他にも、「RESAS」を活用した地域経済動向分析も一部実施している。

【課題】

調査項目に関しては景気動向に関するものが中心となっており、当地域特有の経済的な実態を把握するには不十分であった。また、調査結果の提供についても主に会員企業への配布にとどまっており、管内小規模事業者全体や創業予定者等に向けた周知が不足している。

「RESAS」(地域経済分析システム)も一部活用は行っているものの、当地域の課題を踏まえた十分な分析や活用が進んでいないため、今後は課題意識を踏まえた、より有効な分析・活用が課題である。

(2) 目標

支援内容	公表方法	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
景気動向分析の公表回数	HP掲載	未実施	4回	4回	4回	4回	4回
観光動向分析の公表回数	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域経済動向分析

経営指導等が外部専門家と相談し、RESAS(地域経済分析システム)等を活用し、地域の実態や課題を踏まえながら経済動向分析を行い、年1回当会のホームページで公表すると共に、事業計画作成セミナー開催時や創業相談の際などの場面においても個別に提供することで具体的な活用につなげる。

【調査手法】

経営指導員等が外部専門家と相談し、RESAS（地域経済分析システム）や高浜町が公表する統計調査情報を活用して地域経済動向を調査・分析する。

【調査項目】

- ・地域経済循環マップ・生産分析
- ・まちづくりマップ・From-to 分析
- ・産業構造マップ
- ・高浜町人口統計、高浜発電所在籍者数（民宿利用者数、町内・町外在住者数）
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景気動向調査

当地域の景気動向の実態を把握するため、全国商工連合会の「中小企業景気動向調査」を活用し、四半期毎に、製造業・建設業・小売業・サービス業の各業種における定点的な「経済・景気動向調査」を実施し、都度結果をホームページに掲載すると共に個社支援に活用する。

【調査手法】

経営指導員等が調査票の内容をもとに面談・ヒアリング方式で実施し、地域の経済・景気動向を調査・分析する。

【調査項目】

月別売上や前年同期比及び前期比及び来期見通しの売上単価・数量、仕入単価、従業員数、設備等稼働率、借入難度、借入金利等、更には設備投資の実施や今後の予定の有無や直面している具体的経営課題等とする。

③観光動向分析

高浜町や観光協会、福井県等が公表する観光関連の統計情報ならびに「RESAS」の観光マップ情報等を収集・分析した情報を年1回ホームページに掲載すると共に、観光課連関連の事業者支援に活用する。

【調査手法】

経営指導員等が高浜町や若狭高浜観光協会、福井県交流文化部観光誘客課等が公表する観光入込客数等の統計データや福井県観光連盟が提供している福井県観光データ分析システム「FTAS」データおよび「RESAS」の観光マップ情報等の情報を収集・分析する。

【調査項目】

- ・観光入込客数（目的別、季節別、主要観光地別、観光メニュー別等）
- ・福井県観光データ分析システム「FTAS」（集客数、リピート率、来訪目的、来訪者層、NSP）
- ・「RESAS」まちづくりマップ From-to 分析（宿泊者属性等）

（4）調査結果の活用

各調査結果については、町内小規模事業者の実態として、事業計画策定等の経営支援につながる生のデータとして活用し、個社の事業計画の精度を高めるとともに、地域内小規模事業者が活用し易いように、当会ホームページにて公表する。加えて、経営支援員等が巡回を行う際の参考資料としても活用する。

観光関連情報に関しては、特に観光関連事業者の取り組みに役立てる。また、当町独自の観光客誘致対策にもつなげていく。

創業や第二創業においては、創業計画の策定支援や高浜町の創業支援補助金等の補助金活用支援の際に活用し、新たなビジネスの育成につなげていく。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

依然として、小規模事業者の多くは、自社の商品やサービスの需要動向について、的確に把握しているところは少なく、マーケットインの発想での商品やサービスの開発ができていたとは言い難い面も多いのが実情である。

これまでも、展示商談会等でのバイヤーへの求評や販売会での消費者アンケート調査等において需要動向調査は行ってきているものの、近年のコロナ禍も影響し調査機会が十分に確保できなかったこともあり、調査対象はまだまだ一部の事業者に限られているのが現状である。

【課題】

販売する商品や提供するサービスに関する需要動向を調査・分析することにより、小規模事業者が気づけていない潜在ニーズの存在を自覚し、新たな需要開拓につなげていくことが求められる。

特に本計画で目標に掲げている「新たな観光需要の取り込みに向けた商品・サービスの育成・開発」につながる需要動向に関する調査を拡充していく必要がある。

(2) 目標

支援内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①調査対象事業者数	4社	7社	7社	7社	7社	7社

(3) 事業内容

①展示商談会（BtoB）や催事、地域のイベントや販売拠点（BtoC）でのマーケティング調査

新たな観光需要の取り込みにつながる商品やサービスの育成・開発を促すため、地域産品や土産品、地域グルメ等を提供する事業者を中心に、商品等に関する需要動向を調査・分析する。調査商品や提供するサービスの特性に合わせ BtoB 向けおよび BtoC 向けそれぞれの調査に対応する。

【調査手法】 選定した小規模事業者の商品やサービス等について、その商品等の特性に合わせて「BtoB 向けの展示商談会や催事、BtoC 向けの地域イベントや販売拠点等を選択し、バイヤーや消費者に対してアンケートやヒアリングを実施する。アンケート調査に関しては収集業務の効率化を図るため Google フォーム等も活用して実施する。

【調査場所】 BtoB：展示商談会、催事等（ギフト・グルメショー、スーパーマーケットトレードショー、HCJ、福井のネクストブレイク商品認定事業評価委員会など）

BtoC：イベント、地域販売拠点（高浜産業まつり、若狭高浜たらふく市場など）

【調査対象】 地場産業の食品関連事業者の商品、土産品、地域グルメ、体験サービス等

【調査項目】 BtoB：味、パッケージ、容量、価格、市場性、重要視されるポイントなど

BtoC：味、食感、質感、パッケージ、容量、価格、今後の購買意欲など

(4) 調査結果の活用

調査結果は経営指導員等が情報を整理し、必要に応じて専門家等の助言も得ながら分析を行い、調査対象事業者に対してフィードバックを行い商品やサービスのブラッシュアップにつなげる。

単なる集計データだけでなく、CS ポートフォリオ分析などにより、改善に向けた課題等についても分析し提供する。

これにより、小規模事業者が気づいていない潜在顧客の存在を自覚し、より訴求力のある商品やサービスの開発を図ることで、新たな需要の開拓につなげていく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

依然として税務・金融・補助金申請の機会が中心とはなるものの、セミナーを開催し経営分析の必要についての認識を高めるようにも取り組んでおり、以前に比べ分析に取り組む事業者は増えつつある。しかしながら、自社の現状を把握しておらず、これまでの経験や勘を頼りに事業活動を行っている事業者がまだまだ多いのも実情である。

また、分析内容も事業者によっては非常に簡易なものとなっており、十分な内容とは言えないケースも多いのが現状で、経営分析の必要性への認識についても依然として低い状況である。

【課題】

経営分析の必要性についての認識が低い事業者に対して、対話と傾聴によって経営分析の必要性や重要性への理解を深め、自発的に分析に取り組む事業者の掘り起こしを行っていく必要がある。

また、分析の基礎となる情報についても、単なる財務状況だけでなく、事業機会や課題など、少しでも多くの情報提供を行い、事業者の内発的動機付けにつなげていくことが課題である。

(5) 目標

支援内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
経営分析事業者数	11件	20件	20件	20件	20件	20件

(3) 事業内容

①巡回や窓口相談での分析事業者の掘り起こし

巡回、窓口相談でヒアリングを行い経営計画策定につなげていける意欲的な事業者の掘り起こしを行う。経営指導員だけでなく、経営支援員も記帳指導等を通じて積極的な分析を促す。

②経営分析の実行支援

【分析対象】事業計画策定、金融、税務支援を行う事業者、各種セミナー参加者で意欲的な事業者、創業者・創業後間もない事業者、事業承継を検討している事業者

【分析項目】定量分析：財務分析（収益性、効率性、生産性、安全性、成長性など）
定性分析：SWOT分析、クロスSWOT分析、バリューチェーン分析、PEST分析

【分析手法】ヒアリングによる対話と傾聴によって抽出された、事業者の本質的な課題に合わせたツールやフレームを選択し経営分析を行う。

定量分析では、商工会の会計システム「MA1」、中小企業基盤整備機構「経営自己診断システム」、経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用し財務分析を行う。定性分析においては、SWOT分析やバリューチェーン分析、PEST分析等のフレームを活用し、事業者の現状と課題を導き出す。

また、事業者に少しでも多くの情報提供を行い、事業機会や課題を伝えることによって、事業者の内発的動機付けに繋げることが重要であるため、経営支援専用の「生成AIシステム(keytas)」を導入する。これにより、経営分析の効率的かつ深掘りした分析に役立てると共に、経験の浅い経営支援員等が支援を行う際のスキルの補完にも役立てる。

更に、より高度な分析を必要とする際は、専門家も交えて分析を行う。

(4) 成果の活用

- ① 個社が保有する技術やノウハウの強み・各種経営資源及び財務状況等の分析結果を事業者にフィードバックし、事業計画策定に向けたデータとして活用する。
また、分析結果を経営支援システムやデータサーバ上において情報を集約し、共有できる状態とすることで、担当者が代わってもスムーズな支援が継続できる体制を整える。
- ② 高度で専門的な課題が抽出された場合には、その課題分野における専門家も交えてより詳細な分析を実施したうえで事業者にフィードバックを行う。
また、金融支援等を必要とする際には、金融機関とも情報を共有しながら、連携した丁寧なサポートにつなげていく。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現 状]

今年 8 月に実施した全会員企業を対象に実施したアンケート調査の結果においては、事業計画の作成について「作成したことがない」と回答した事業者が回答者全体の 44%を占めており、依然として、管内小規模事業者の多くが事業計画の策定に取り組めていないのが現状である。

しかしながら、多くは補助金申請がきっかけではあるものの、事業計画策定セミナーへの参加者等を中心に、これまでに比べ事業計画の策定に取り組む事業者は増加してきており、売上の増加等の結果につながっている事業者も多い。

[課 題]

事業計画作成の必要性への認識はこれまでに比べ進みつつあるものの、前述のアンケート結果のとおり依然として事業計画の作成に興味を示さなかったり、苦手意識があるため取り組めていなかったりする小規模事業者もまだまだ多く、事業者自身が内発的動機付けのもと能動的に事業計画の策定に取り組めるよう支援を強化していく必要がある。

また、事業計画策定のきっかけとなる巡回や窓口相談時の働きかけの強化や事業承継や創業相談の機会を効果的に活用していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

経営分析を実施した事業者を中心に事業計画の策定を支援していくが、まずは事業者が取りかかりやすい事業計画フォーマットを利用して策定につなげていく。

また、依然として事業計画の作成に興味を示さず、取り組めていない小規模事業者に対して、DXや販売促進など取り掛かりやすい切り口から興味を持ってもらいながら、事業計画策定の必要性、重要性を啓蒙し、掘り起こしにつなげる他、事業承継や創業に関する相談の機会を捉えて、事業計画策定に向けた内発的動機付けを促し策定につなげていく。

(3) 目標

支援内容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
事業計画作成セミナー 開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定件数 (支援のみの件数は除く)	17件	20件	20件	20件	20件	20件
うち、創業者の計画作成件数	2件	2件	2件	2件	2件	2件

(4) 事業内容

①経営計画作成セミナーの開催による事業計画策定支援

【実施内容】講師を招聘して、小規模事業者の販路開拓に繋がるための事業計画策定セミナーを実施する。講演会ではなく、有意義で実践的な講習会にするために、そのセミナー時、実際に事業者が計画書作成できる時間を設けていく。また、次回までの課題（宿題）を与えた実践的なセミナーにしていく。さらに、講師だけでなく、計画書作成時は経営指導員も一緒に作成指導を行う。最終的には具体的なアクションプランまでを導き出す。

【対象者】小規模事業者、補助金活用希望者、経営分析実施事業者 等

【受講者数】15名程度

【募集方法】郵送、FAX、メール、ホームページ・Facebookへの掲載、巡回や窓口での周知

②経営分析実施者等の事業計画の策定

【支援対象】経営分析実施事業者、経営計画作成セミナー参加者 等

【支援内容】経営分析実施者や経営計画作成セミナー参加者のフォローを行い、経営指導員等が事業者の課題に応じて、事業内容、市場動向、販売戦略、財務計画等の項目を中心に計画書の内容を確認しながら伴走型で事業計画書の作成を支援する。
経営課題の状況に応じて、外部の専門家や金融機関等とも連携し確実な事業計画の作成支援を行う。

③事業承継に対する事業計画の策定

【支援対象】事業承継を検討している事業者

【支援内容】経営者の高齢化に伴う廃業を減少させるために、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、事業主の意向を確認し、承継支援が必要な事業者の掘り起こしを行う。事業承継においては、自発的に進まないケースが多いことや、より高度な専門知識も求められるため、専門家も交えながらプッシュ型の支援による事業承継計画の策定を目指す。支援においては、福井県事業承継引継ぎ支援センターも活用し、各種専門家や金融機関等との連携を密にしながら進めていく。

④創業者に対する事業計画の策定

【支援対象】創業希望者、創業して間もない事業者

【支援内容】窓口での創業相談の他、定期的に創業相談会を開催し、創業者の知識向上を図り、創業計画の策定支援を行う。創業相談会については、一般の方（サラリーマン）が訪問しやすいように夜間や休日等の時間帯を設定し相談に対応する。
相談者の中から具体的に創業へと踏み出す方に対して事業計画の策定支援を行う。

【周知方法】潜在的な創業希望者に広く周知を図るため、高浜町と連携しながら、高浜町広報誌での相談会案内や各家庭への全戸配布（約4,000世帯）も行い、創業計画策定につながる相談者数を増加させる。

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]

事業計画策定後の計画実行に関しては、補助金等を活用するケースも多く、そうした事業者へは比較的高い頻度でのフォローアップを行っているものの、全ての事業者に対しての充足したフォローアップには至っていない。事業者の中には計画が思うように進まず停滞してしまっているケースも見られ、その後の計画の見直しといったPDCAのサイクルによる円滑な改善にまで十分にフォローができているとは言い難いのが現状である。

[課題]

当会は経営指導員が1名の商工会であり、限られた人員の中、どうしても事業計画の策定支援に重点が置かれ、計画策定後のフォローにおいては計画どおりの対応に至らず、頻度が不足しているケースもある。事業計画策定支援に偏らず、策定事業者へのフォローをしっかりとセットで計画的に実施していくことが課題である。

また、具的なアクションに関しては、売上や利益の増加など、より成果につながる取り組みとなるよう支援の質も高めていく必要がある。

加えて、計画が停滞しているようなケースに対しての計画の見直しも含めたフォローアップにも力を入れていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後のフォローは、事業計画策定者すべてを実施支援の対象とし、フォローアップの記録を経営支援システム等に記録すると共に、現状や課題、支援の内容をはじめ、しっかりと計画実行の効果を捉えるための売上や収益状況までの進捗を適宜確認できる状態を整備する。

また、課題であるフォローアップ頻度の不足を解消するため、指導員だけでなく経営支援員とも連携しながら実施する。

加えて、計画に基づいた計画策定後の具体的なアクションのサポートとして、販売促進、店舗改善、IT活用やDX等に資するより高度な支援については、専門家派遣による実行支援によって質の高い支援を目指す。

(3) 目標

支援内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
フォローアップ実施事業者数	17社	20社	20社	20社	20社	20社
うち、創業者	2社	2社	2社	2社	2社	2社
フォローアップ回数(延べ)	43回	80回	80回	80回	80回	80回
うち、創業者	6回	12回	12回	12回	12回	12回
売上高増加事業者数	9社	14社	14社	14社	14社	14社
利益率3%以上増加事業所数	6社	10社	10社	10社	10社	10社

※フォローアップの目標値は事業計画策定後1年間のフォローアップ実績のみを計上

(4) 事業内容

① 経営分析の実施を踏まえ、事業計画を策定した事業者のフォローアップ支援

フォローアップの頻度は事業計画策定後、1年間は原則3カ月に1回実施し、事業計画の進捗状況の確認を行う。2年目は原則年2回の進捗確認を実施する。フォローアップの頻度は原則的な回数とし、計画の進捗状況に応じて適宜回数を増減させる。フォローアップの記録については財務情報も含め適宜「経営支援システム」に記録し、職員間で共有しつつ、計画実行の効果を捉えながら支援に努める。

特に計画との乖離が大きい場合には、専門家や連携支援機関等の第三者も交えながら、その原因と課題を洗い出し、その都度、事業計画の修正及び改善策を提案する。

②事業承継に対する事業計画策定後のフォローアップ支援

事業承継支援者に対しては、原則 3 ヶ月に 1 度巡回訪問等によりフォローアップを行うと共に事業承継税制や支援策など承継の円滑化に資する情報提供を行い円滑な承継に向けた支援に努める。

また、代表者交代直後の半年間においては通常よりもフォローアップの頻度を高め 2 ヶ月に 1 回の進捗確認を実施する。また、事業承継に関する手続きなどが円滑に進められるよう支援する。事業承継に関しては専門的な課題も多く想定されるため、積極的に専門家派遣制度を活用しフォローアップに努める。2 年目以降については事業計画の進捗状況により個々に判断する。

③創業者に対する事業計画策定後のフォローアップ支援

創業者に対しては、通常のフォローアップよりも頻度を増やし、1 年目は原則 2 ヶ月に 1 回の進捗確認を実施する。特に売上・利益・資金繰り等の財務面について重点的に確認を行うとともに、課題や問題点を確認した場合には、更に頻度を増やし、原因と対策を分析し、事業計画の修正について支援していく。2 年目以降については事業計画の進捗状況により個々に判断する。

④販売促進、店舗改善、IT化、DXに資する専門家派遣の実施

【実施内容】計画策定後の具体的なアクションをサポートするため、販売促進や店舗改善等に資する高度な課題については専門家派遣により、効果的な計画実行を後押しする。加えて、IT化、DX等についても専門的な視点から人的資源の不足する小規模事業者の課題に対応し、より効率的な事業計画の実行につなげていく。

【対象者】事業計画策定事業者、販売促進支援希望者、IT化、DX支援希望者等

【募集方法】郵送、FAX、メール、ホームページ・Facebook への掲載、巡回や窓口での周知

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]

当会ではこれまでも、各種展示会・商談会への出展支援を積極的に推進してきており、地域産品等の新たな需要の開拓において一定の成果を上げている。しかしながら、支援先はまだ一部の事業者に限られているのが現状である。

また、需要開拓へのITの活用についてもセミナー等を通じて支援を推進しているものの、まだまだ活用が進んでいない。

[課題]

現状を踏まえつつ、目標に掲げた「新たな観光需要の取り込みに向けた商品・サービスの販路開拓」を図る上においても、更に新たな需要の開拓支援に資するメニューを拡充し、より幅広い事業者の支援につなげていく必要がある。特にIT活用等に関しては手法の周知だけでなく、継続的な活用の実行支援についても強化していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

高浜町内では観光産業が基幹産業である故に食品関連の小規模事業者が多く、そうした事業者の中には小規模経営であるため、小ロットではあるが質の高い商品も多く、価値に見合った商品へのブラッシュアップ並びに販路開拓が求められている。こうした地場産業である食品関連事業者においては引き続き重点的に支援を行っていく。

一方で、課題を踏まえ、「新たな観光需要の取り込みに向けた商品・サービスの販路開拓」に向けて、飲食業や宿泊業等へ支援の幅も広げながら、販路開拓能力の向上支援やホームページやSNS等のITの活用、プレスリリース活用等についても実行支援も含め積極的に支援を図っていく。

(3) 目標

支援内容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
I T活用等による情報発信 支援事業者数	7社	10社	10社	10社	10社	10社
うち、売上増加事業者数	3社	7社	7社	8社	8社	8社
展示会出展支援事業者数	4社	6社	6社	6社	6社	6社
うち、商談成約件数	3社	5社	5社	5社	5社	5社

(4) 事業内容

①商品開発およびブラッシュアップ支援

特産品や土産品等において、商品価値に見合った売れる商品にするために、パッケージデザイン・量目・生産性の向上・物流・商流・商品提案書（商談会シート）の記入方法などのアドバイスを伴走支援する。上記の指導を行う中で、より高度な課題は専門家（販路コーディネーター、デザイナー等）による支援を行う。

また、飲食店や宿泊施設を対象に新たな集客につながる飲食メニューの開発や既存メニューのブラッシュアップについて専門家（フードコーディネーター）等も活用しながら伴走支援する。

また、地域資源を活かした商品開発・改良による高付加価値化を目指すべく、漁業者や農業者等とのマッチングや具体的商品開発においては、高浜町の地域商社「(株) まちから」とも連携を図っていく。また、資金面については金融機関とも連携し、スムーズな資金調達を支援すると共に補助金等の活用についても支援に努める。

②ホームページ・SNS、プレスリリース等を活用した情報発信による販路開拓支援(BtoC)

I T活用による情報発信はSNSや無料で作成できるホームページなど、費用をあまりかけずに導入することができ、小規模事業においても取り組みやすい需要開拓の手段の一つであるが、中高年世代の経営者には苦手意識やノウハウがなく活用できていないケースや、一部利用している事業者においても目的意識が曖昧で、ビジネスへは有効に活用できていないケースもまだまだ多く見受けられる。こうした点を商工会がフォローを行い、新たな需要開拓に向けた活用を進めていく。

加えて、自らの情報発信はもとより、来年度の公開に向け高浜町で制作が進められている「デジタルマップ（写真だけでなく動画等も掲載可能）」を活用した情報発信支援や「新商品・サービスプレス発表会」など高浜町や商工会によって具体的な情報発信を後押しする。

【対象事業者】 事業計画策定し域外等への販路開拓を目指す事業者、新たな商品・サービスの開発やブラッシュアップを支援した事業者等

【支援メニュー】 ○情報発信に資する各種セミナーの開催

- ・ホームページ作成、SNS活用、写真撮影実践、ショート動画活用実践、生成AI活用、Canva活用、プレスリリース活用等のセミナー開催
- ・上記テーマによるビジネス活用について専門家を講師に招きセミナー開催によってノウハウを習得する。

○ホームページ活用支援

- ・商工会推奨のホームページ作成システム「グーペ ※基本無料」を活用し

た販路開拓支援。

- 「高浜町デジタルマップ」による情報発信支援（令和7年度開設予定）
 - ・高浜町内の飲食店・宿泊施設・サービス店などの情報について、高浜町が新たに制作する「高浜町デジタルマップ」への写真や動画の掲載による情報発信を支援することで販路開拓につなげる。
- 新商品・サービスのプレス発表会
 - ・新たに開発した商品やサービスについては、プレスを集めた発表会を開催することで情報発信による販路開拓を後押しする。
- 専門家派遣による個別のIT活用支援
 - ・上記セミナーの参加者や、ITを活用し販路開拓につなげる事業者の個別の課題に対しては専門家派遣により、より具体的で実効性のある取り組みとなるよう伴走支援を行う。

③展示商談会出展支援事業(BtoB)

【出展展示会】 グルメショー、スーパーマーケットトレードショー、HCJ等を想定

【対象事業者】 新商品開発事業者や新たな需要開拓に意欲のある事業者

【支援の内容】 事前支援と、出展期間中はレイアウト・商談状況を見ながら現場でのアドバイスを行う。来場者を対象に価格、デザイン・形状、商品への意見等のアンケート・ヒアリング調査を実施。

【効果の検証】 展示会終了後に出展者にアンケート調査を実施。出展報告書とともに需要開拓の成果（商談数・商談成約数など）、事業者の商品・役務に適した展示会であったかどうかについて分析を行う。また、需要動向調査の結果をもとに出展商品のブラッシュアップを行い出展後の事業者支援についても継続して実施していく。

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]

理事会の開催毎に経営発達支援計画に伴う事業の進捗状況及び今後事業予定等について説明を行い、参加役員からの意見等を求めると共に、年1回外部有識者等による事業評価を行い次年度の事業実施に反映している。

[課題]

評価を行う上での情報が十分とは言えないため、定量的な情報として目標設定した項目だけでなく、支援を行った事業者の売上や利益の拡大といった事業成果に関する情報について幅広く収集すると共に、定性面においても理事会等で得られた意見やアンケート結果等の情報もしっかりと踏まえた中で評価を行い、見直しに活かしていく必要がある。

(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、以下の方法により評価・検証を行う。

- ①実際の支援を受ける地域内小規模事業者の生の意見が聞ける場として、その代表者が集まる当会理事会において、参加理事に加え、高浜町産業振興課長、高浜町総合政策課長、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して、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。なお、課題を踏まえ、評価に必要な定量面・定性面の情報に関しては支援企業の事業成果の把握につながる売上や利益面に関する情報及びアンケート結果など幅広い情報を収集し提示する。

②上記理事会の場において、評価・見直しの方針を決定する。

なお、上記以外の理事会の開催毎に経営発達支援計画に関する進捗状況について定量情報も踏まえつつ報告を行い、都度参加者からの意見等を求め評価や見直しに活用する。

③事業の成果・評価・見直しの結果については、総代会議へ報告し、承認を受ける。

④目標設定、事業実施、事業評価、見直し・改善案策定の一連のPDC Aサイクルを構築することで、より成果を重視した事業実施体制を構築する。

⑤事業の成果・評価・見直しの結果を総代会議資料（当商工会会員全員に配布）及び当商工会のホームページ（<http://www.taka-syou.jp/index.html>）で計画期間中公表し、地域の小規模事業者が常に関覧可能な状態にし、事業の評価及び見直しをするための仕組みの構築を図る。

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、経営支援員等は、不足している能力を補うべく福井県商工会連合会や中小企業基盤整備機構が主催する研修から個々に必要な研修を選択して参加し資質向上を図っている。しかしながら、職員同士の支援ノウハウの共有や一般職員も含めた資質向上においてはまだまだ不足している部分も多い。

【課 題】

一般職員も含め組織全体での支援ノウハウ共有に向けた取り組みの強化が課題となっている。また、個々能力の資質向上においても属人的になりがちであり、組織全体として必要な能力を見極めた上で取り組む必要がある。

加えて、DXやIT化に関する知識や支援能力においては、他のスキルに比べ劣っている部分も多いことから、重点的にスキルアップを図る必要がある。

（2）事業内容

①法定経営指導員のマネジメントによる組織全体として計画的な支援能力の向上

全国商工会連合会が主催する各種研修やWEB研修、福井県商工会連合会の主催する基本能力研修に加え、中小企業基盤整備機構の主催する小規模事業者支援研修や中小企業大学の主催する各種専門研修に経営支援員や一般職員も含め計画的な参加を促す。

派遣する研修については法定経営指導員が中心となり、経営状況の分析、計画策定・実施支援、市場調査支援、販路開拓支援の一連の支援スキルの向上について、個々の支援能力やその時求められる課題等を踏まえた上で、派遣する職員ならびに研修内容を選択し組織全体でのバランスを考えながら支援能力の向上につなげていく。

中でも、DXやIT化に関する知識や支援能力の向上については全体的な底上げが課題となっていることから、関連する研修等について優先的に参加を促す。

②OJTの実施による経営力再構築伴走支援に係る能力の向上

事務局長や経営指導員が中心となり、経営支援員や一般職員とのペアでの巡回指導や窓口相談

をOJTとして実施することで、特に研修だけでは習得しづらい経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の向上を中心に実践支援の中で支援能力の向上に取り組む。

③情報の共有化による支援能力の向上

経営指導員や経営支援員等が「経営支援システム」に随時経営カルテ等のデータをできるだけ詳細に入力し、小規模事業者の支援状況等を職員間で共有出来るようにすることで、担当外の職員でも個々の企業の支援状況を確認できる体制を整える。

また、専門家派遣の実施報告書や各種研修会等の資料についてもできるだけファイルサーバー上で管理し、職員がいつでも確認できるよう情報の共有化をはかり支援力の向上につなげる。

④専門家派遣制度を活用した支援能力の向上

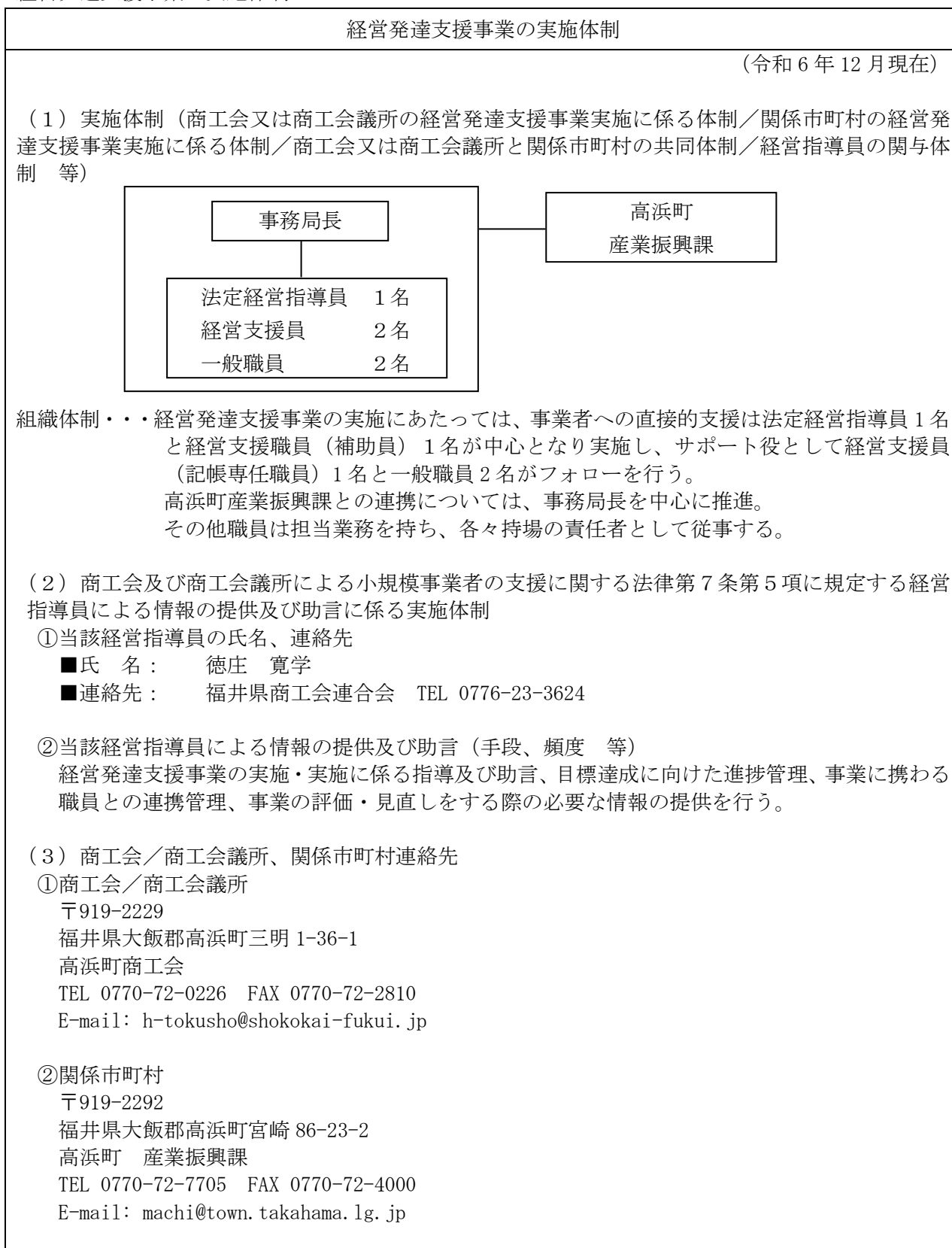
福井県商工会連合会による専門家派遣制度（エキスパートバンク）や当会独自事業等による専門家派遣制度を活用する際、経営支援員、一般職員が同行し、専門家が行う経営課題に対する支援方法や事業者との対話を聞きながら、相談対応能力の向上を図る。

⑤経営支援勉強会の開催

四半期に1回のペースで「経営支援勉強会」を開催し、法定経営指導員を中心に事務局長および経営支援員や一般職員も含めて上記で得られた知識・ノウハウ等を職員全員で共有を図る。その際に、併せて経営発達支援計画の進捗状況についても確認し、共有を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	7,900	7,900	7,900	7,900	7,900
分析調査費	200	200	200	200	200
セミナー等開催費	500	500	500	500	500
専門家派遣費	500	500	500	500	400
事業計画実行支援事業	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700
需要開拓支援事業	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
広報費	200	200	200	200	200
経営支援ツール導入費	200	200	200	200	260
能力向上研修費	100	100	100	100	100

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
<ul style="list-style-type: none"> ・国補助金 ・福井県補助金 ・高浜町補助金 ・会費収入 ・手数料収入等

(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携者なし
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