

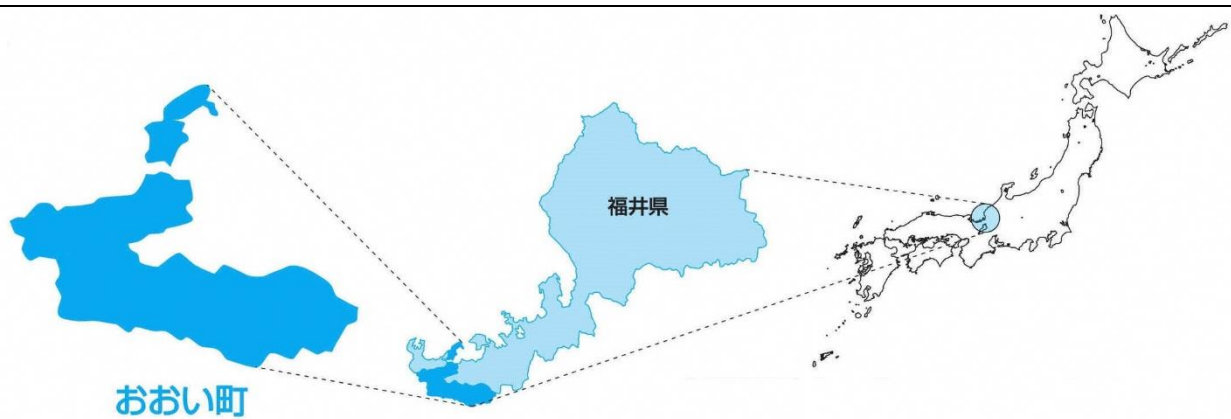
経営発達支援計画の概要

実施者名	おおい町商工会（法人番号 2210005008932） おおい町（地方公共団体コード 184837）
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日～令和 12 年 3 月 31 日
目標	① 小規模事業者自らが経営の改善・発達に向け、自発的に行う事業計画の策定支援 ② 地域に新たな活力を生み出すための創業・第二創業及び事業承継支援 ③ 地域資源を活かした、新商品・新サービスの開発支援と販路開拓支援 ④ 人手不足や生産性向上・業務効率化等に寄与する DX・デジタル技術の活用支援
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の動向調査に関する事 地域経済のおかれている状況を「RESAS」（地域経済分析システム）等を活用し、消費動向、観光客動向、地域経済循環動向を中心に分析し結果の公表を行う。また、小規模事業者が取り組むべき課題の抽出を行い、各事業者の課題に応じた支援に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関する事 観光商業施設において、地域産品の認知度やニーズ、競合商品との比較等についてアンケートを実施し、小規模事業者の事業計画策定や商品改善、販売手法の見直しに活用する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関する事 巡回や窓口相談及びセミナー開催により、経営分析を行う事業者の掘り起こしを行う。定量分析、定性分析を行い、フィードバックし、事業計画策定に活用する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関する事 DX 推進セミナーや事業計画策定セミナーを開催し、事業計画策定の意義や重要性を周知し、事業者に意義や重要性を浸透させる。また、事業者の本質的課題の把握に努め、実効性のある事業計画策定を支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関する事 事業計画を策定した事業者に対して、定期的なフォローアップを実施し進捗状況を把握するとともに、必要に応じて専門家と連携して課題解決を支援する。</p> <p>8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関する事 商談会・展示会の斡旋と商品・サービスのブラッシュアップ、商品開発支援による販路開拓支援をおこなう。また、IT 活用による効果的な情報発信支援も実施し、販売力強化を図る。</p>
連絡先	おおい町商工会 〒919-2107 福井県大飯郡おおい町成海 1-8-5 TEL：0770-77-0135 FAX：0770-77-9569 E-mail：ooiskk@kore.mitene.or.jp おおい町 商工観光振興課 〒919-2111 福井県大飯郡おおい町本郷 136-1-1 TEL：0770-77-1111 FAX：0770-77-1289 E-mail：shoukan@town.ohi.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標
<p>1. 目標</p> <p>①現状</p> <p>【立地】</p> <p>おおい町は、福井県の南西部に位置し、西は高浜町、京都府綾部市、南は南丹市、東は小浜市、滋賀県高島に接している。佐分利川沿いから海岸部に向かって開けた平野、南川とその支流沿いの平地、大島の小浜湾岸の平地が居住地となっている。町域の90%を占める山林と、美しいリアス式の眺望が得られる若狭湾に面し、山と海の豊かな自然に囲まれた町である。町は平成18年3月31日に旧大飯町と旧名田庄村の合併により誕生した。</p> <p>【人口】</p> <p>町村合併時の人口は9,198人であったが、現在(令和6年11月1日現在)は7,670人となっており、合併後は約16.7%の減少。50歳以上の人口が全体の約50%、65歳以上に関しては2,541人となっており、全体の33.1%を占め、他地域と比べても少子高齢化は著しい。おおい町も消滅可能性自治体の一つに挙げられてきたが、令和6年4月の発表では消滅可能性自治体を脱却してはいるが、人口減少及び少子高齢化問題については解消されておらず大きな課題となっている。</p> <p>【産業】</p> <p>当町には、関西電力大飯原子力発電所が若狭湾国定公園内に立地しており、当地域の経済は基幹産業である原子力発電所関連産業の需要に支えられている部分が非常に大きい。しかしながら、先の東日本大震災以降、原子力発電所の運転停止状態が続き雇用と交流人口の減少により「機械メンテナンス業」や「宿泊業」は受注及び売上が低下するなど直接的な影響により経営環境は悪化し、その他「小売業」や「飲食業」など関連するほとんどの業種においても間接的な影響を受け、売上の減少を余儀なくされてきた。</p> <p>このような状況の中、4基ある原子炉は2基稼働してはいるものの2基は2017年12月に廃炉となった。廃炉に伴う工事により一時的に地域経済に好影響をもたらされたが、4基が稼働していた状態による経済循環には及ばない状態であり、今後も地域経済の回復力は弱い状態であると考えられる。また、人手不足、人材不足は当地域でも大きな課題となっており、生産力の確保ができずますます地域経済の衰退が懸念される。</p> <p>【観光】</p> <p>当地域は豊かな自然に恵まれ、豊富な天然素材(梅、きのこ類、自然薯、海産物)を活用した「食品加工業」が盛んであり、地域の特徴を生かした安心・安全を提供できる産業として定着している。また、2014年7月の舞鶴若狭自動車道の全線開通によって関西方面のみならず、中部、北陸方面への交通の利便性が大幅に向上している。2023年3月には北陸新幹線の敦賀駅までの延長と敦賀駅の開業により、当地域が位置する嶺南地域への観光客等、人口の流入が増加し、当地域にも関東方面やインバウンドによる観光客も増加している。</p>



②課題

【地域内の小規模事業者における共通課題】

当地域の小規模事業者は発電所関連の需要に支えられ、地域内に一定の需要が確保されてきたことから、観光客の呼び込みや地域外からの集客、地域外に向けた販路の開拓といった部分への積極的な取り組みが不十分であったと言わざるをえない。発電所の運転停止から2基の廃炉と地域経済の停滞は避けられない状況である。

地域経済の基盤となる「人」が減少していく一方であり、平成27年には9,198人いた人口も約10年で7,500人となり今後も人口減少は進んでいく。消費主体となる「人」の減少による消費の低迷と企業側の人手不足、労働力不足による生産能力の低下も大きな課題である。

また、廃業を余儀なくされる小規模事業者には、全体的に経営者の高齢化、後継者不在という問題を抱え事業の継続が困難になっており、若者の商売に対する意識を変化させるために、ビジネスモデルの再構築、経営力の向上、新事業展開、事業承継等が課題となっている。

【製造業における課題】

先述のとおり、当地域は豊富な天然素材を活用した「食品加工業」が盛んであるが、県内他地域や他県を含めた地域間競争を勝ち抜けるような地域産品は限られており、それら競争を勝ち抜けるような商品の付加価値や魅力の向上およびそれらを活かせるより効果的な販路開拓を行うことが課題となっている。

【建設業における課題】

建設業者においては、他業種と比べ財務の変動が大きく公共工事等の減少と、資材の高騰に影響されやすい小規模事業者の財務体質の弱さがある。また、前述した人手不足についても大きな課題の一つとなっている。

【商業（小売・サービス業）における課題】

小売・サービス業は、商品数や利便性で優位を保つ大型店への顧客離れが生じ、より後継者が育ちにくい環境に置かれており、地産地消の推進と魅力的な商品構成や地域ならではのニーズに応えるサービス展開、そしてそれらの販路開拓や地域ニーズに応じた店舗づくり等が課題となっている。

③小規模事業者に対する長期的な振興のありかた

(1) 10年程度の期間を見据えて

第2次おおい町総合計画の基本目標2にある、「地域の宝を磨き上げ、産業の活力創出に取り組む町」について、小規模事業者は、地域の宝であるおおい町のもつ自然や景観、地域産品を最大限に活かし持続的発展に向けて取り組むことで小規模事業者自らも地域の宝として持続的な発展をしていく事ができると考えている。

そのことがおおい町全体の活性化に繋がるため、地域の宝を磨き上げるような、地域資源を活用する新たな創業、第二創業、事業承継に向けた支援をおこない、事業の持続的発展に向けた支援を強化していく。

また、今後ますます大きな課題となる人口減少と高齢化による労働力不足問題に柔軟かつ迅速に対応できるよう、それらの解決のためと近年急速な進展をみせるDX、IT、デジタル技術の活用による生産性向上や業務効率化への支援について、商工会をはじめその他支援機関や専門家などとの連携を強化し、総合的な支援を行うことで、産業の活力創出につながると考えている。

(2) おおい町第二次総合計画との連動性・整合性

おおい町が策定した、「第2次おおい町総合計画」では、「～協創・挑戦～ 輝く笑顔が支え合う 素敵なおまちづくり」「～発信・交流～ 磨こう地域の宝 つむいで響く賑いのまちづくり」「～共感・躍動～ 人と自然がおりにあす 夢つなぐまちづくり」の3つを掲げ、目指す町の将来像を「輝く笑顔がうみだす希望 情熱よせ合うふるさと“おおい” ～みらいへの贈物 魅力創生をあなたとともに～」と定めている。

この中で、基本目標を6つ設定しており、特に、6つの基本目標の2つ目となっている

「地域の宝を磨き上げ、産業の活力創出に取り組む町」

そして、この目標の細項目となっている

- ・商工業の振興として、経営環境の整備と経営基盤の強化に取り組み、中小企業の育成支援を行います。
- ・人材や後継者の確保・育成・支援に取り組むとともに、商工会活動を支援します。

これらを捉え、当商工会としては、町行政はじめその他関係機関との協力体制を再構築し、小規模事業者の課題等の情報共有を相互でおこない、以下の方針のもと、多方面からの総合的な伴走支援実施していく。

(3) おおい町第二次総合計画を踏まえた、商工会としての方針・役割

前述の町の総合計画を踏まえ、当商工会としては、

- ◆地域資源やその特性を生かした新たな商品開発とそれに伴う新たな需要の開拓
- ◆事業者自らに地域経済の担い手であるという意識を向上させ、多くの人がおおい町で働き続けることが出来るための事業者の育成支援

これらを柱とし、新たな事業への取り組みや新商品開発・販路開拓の支援、事業承継支援、創業支援などの取り組みを通じて、小規模事業者の持続的発展、ひいては産業の活力創出に寄与していきたいと考えている。

特に、既存の商業集積や産業集積が衰退する中で、観光・飲食・物販などの新たな産業集積地となっている「うみんぴあ大飯」とその周辺施設を新たな産業や新たな取組みを創出する拠点とし、新規創業や新事業展開に挑戦する場（「SEE SEA PARK」チャレンジショップ棟）として、また、既存の店舗を移転しての出店を考える町内外事業者の受け皿としての機能を果たしていく。

そして、商工会や町の商工観光課、第三セクターなどの地域産業団体の集積拠点として構成されている複合商業施設（「SEE SEA PARK」テナント棟）を中心に、関係機関とのワンストップ体制による支援体制の連携強化も図っていく。

更に、小売・サービス業者等が中心となり商工振興に取り組む「おおい町ポイントカード部会」においても、消費拡大サービス事業や加盟店独自サービスによる消費喚起に繋がる取組を展開していることから、それを中心とした、商工会・町行政等との連携による新たな仕組みにより、地域内消費の循環を生み、小売業・飲食業等などの振興、集客やにぎわいの創出を目指す。

④経営発達支援事業の目標

上記の現状と今後のあり方を踏まえ、小規模事業者支援機関として以下の目標を設定する。

(1) 小規模事業者自らが経営の改善・発達に向け、自発的に行う事業計画の策定支援

急激に変化し続ける経営環境におかれた小規模事業者自らが、経営状況分析により本質的な経営課題を明確にし、その経営課題を反映させた事業計画の作成及び実行を支援していくことで、小規模事業者の経営体質の強化を目指す。

(2) 地域に新たな活力を生み出すための創業・第二創業及び事業承継支援

意欲のある新規創業希望者や第二創業希望者の掘り起こしとその育成を強化するとともに、意欲のある後継者の育成と事業承継支援、被承継事業者の磨き上げ支援を強化することにより、産業の前向きな新陳代謝を図り、地域に新たな活力を生み出すことを目指す。

(3) 地域資源を活かした、新商品・新サービスの開発支援と販路開拓支援

特に、地域資源（「地域の宝」）を活用した、新商品・新サービス開発やその磨き上げについての支援を強化し、展示会やインターネット通販などを通じて顧客や販路の新規開拓に結び付けることを目指す。

(4) 人手不足や生産性向上・業務効率化等に寄与するDX・デジタル技術の活用支援

前述のとおり慢性的な人手不足の課題がある中で、DX・デジタル技術等の活用を推進することでの、生産性向上・業務効率化の実現、また情報発信力強化による地域外販路開拓の実現を目指す。

2. 経営発達支援事業の実施機関、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方針

①小規模事業者自らが経営の改善・発達に向け、自発的に行う事業計画の策定支援

特に、今後の成長・発展に向け、積極的な事業展開に取り組む小規模事業者に対して、自らによる事業計画の策定とその実行を支援し、小規模事業者の経営体質の強化を図る。

そのためにまずは、経営分析と事業計画策定の重要性について、巡回や様々な施策活用相談などで事業者との対話と傾聴を通じて、それを促していく。

②地域に新たな活力を生み出すための創業・第二創業及び事業承継支援

創業・第二創業に向けた準備段階から伴走支援を実行し、事業計画の重要性の認識並びに策定の支援を行い、事前に陥りやすい課題について検討・対策を行うこと等により、スムーズかつ実現性の高い創業・第二創業に繋がる支援を実施する。

また、事業承継を推進すべく、後継者候補を確保している事業者においては、事業承継計画の策定支援を強化し、より成長性・発展性の高い事業への変革を促す。後継者不在の事業者については、福井県事業承継・引継ぎ支援センター等との連携により、第三者承継も視野に入れた支援を行い、地域にとって必要な事業の継続・引継ぎを図る。

これらにより、産業の前向きな新陳代謝を図り、地域に新たな活力を生み出す。

③地域資源を活かした、新商品・新サービスの開発支援と販路開拓支援

当地域の宝となる各種天然素材を活用した地域産品等について、県内他地域や他県を含めた地域間競争を勝ち抜けるような新商品・新サービス開発やその磨き上げについての支援を強化し、商品特性や事業者特性を踏まえた、より適した販路開拓手法（展示会やインターネット通販など）の分析・選択とその実行支援を実施し、福井県を代表するような地域産品への成長を図る。

④人手不足や生産性向上・業務効率化等に寄与するDX・デジタル技術の活用支援

小規模事業者の大きな課題である人手不足や業務効率化の課題解決のためのDX・デジタル技術の活用による生産性向上および販路開拓の実現、そして、それらに伴う収益性の向上を目指す。各種セミナー開催等を実施し、既存のビジネスモデルに捉われない、現代に適した経営環境の変化にも柔軟に対応できる新たなビジネスモデルの構築を支援する。

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事

(1) 現状と課題

現在、全国商工会連合会からの受託事業として、4半期ごとに町内9社に「中小企業景況調査」を実施しているが、調査結果については経済動向の把握や全体で集計された報告書を会員

企業に対して提供しているに留まり、個社支援にまで活かしきれていないのが現状である。

また、当町では、2022年から地域のポイントカード事業のデジタル化がスタートし、小売・サービス業を中心とした消費動向情報（性別・年齢層・月別売上情報等）が取得できる状況にあるが、集計結果情報の分析や事業者への情報提供など、町内事業者への支援に十分に活用しきれておらず、個社支援を意識した情報の活用が課題である。

(2) 目標

	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
中小企業景況調査 公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
おおい町景況調査 公表回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
ポイントカード事業 消費動向調査	0回	4回	4回	4回	4回	4回
ビッグデータ活用 公表回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①中小企業景況調査

全国商工会連合会から委託を受けて4半期ごとに実施している「中小企業景況調査」を有効に活用するため、全国商工会連合会で集計された報告書並びに福井県商工会連合会で県内データとして集計された報告書を、これまでの調査対象企業に対してだけでなく、他の小規模事業者に対しても、個々の企業の経営計画策定における外部環境分析に活用しやすいよう、業界ごとに整理・加工し、巡回及び窓口相談時の他、業種別の集団セミナー開催時等の機会を利用し、より幅広く提供していく。

【調査対象】管内小規模事業者9社（建設業、製造業、小売業、サービス業）

【調査項目】売上額、前年度比較、設備投資、資金繰り、経営上の問題点等

【調査手法】経営指導員等によるヒアリング

【分析手法】法定経営指導員が中心となって集計・分析するほか、必要に応じて外部機関に委託して集計・分析を行う。

②おおい町事業所景況調査

従来の「中小企業景況調査」だけではサンプル数が少ないことから、年1回、町内の小規模事業者全体を対象に「おおい町事業所景況調査」を実施し、売上動向（月別、前期及び前年同期比較、来期予測）、雇用、資金繰り、設備投資の状況等について把握する。調査結果は業種ごとに集計し、先の「中小企業景況調査」による全国や県内のデータとも比較しながら、地域の経済動向の把握に活用するとともに、専門家等の助言も得ながら、小規模事業者が経営計画策定の際の外部環境分析にも活用しやすいよう取りまとめ、巡回やセミナーを通じて提供し、個社支援に活用する。

【調査対象】管内小規模事業者全社

【調査項目】売上額、前年度比較、資金繰り、設備投資、経営上の問題点等

【調査手法】調査票を郵送し、返信用封筒で回収。またはWEB回答による回収。

【分析手法】経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う。

③ポイントカード事業消費動向調査

管内の小規模事業者の中で、原子力発電所の運転状況、発電所の工事の状況による作業員数による影響、また、地域の日常的な消費活動について最も地域内消費について現実的な情報が期待できる。本調査の対象業種は、特に消費の地域外流出が顕著な事業者が多数存在するため、的を絞った調査を実施し、集計データの分析結果を法定経営指導員と外部機関が連携し、各事業者の持続的発展の一助となるよう、事業計画策定の伴走支援時に活用する。

【調査対象】主に小売・サービス業加盟店（31事業者）

【調査項目】年齢・性別・月別利用ポイント推移、イベント時売上推移（効果）

【調査手法】商工会管理の情報システムより抽出

【分析手法】経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う。

④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、限られた人材や経営資源を集中投下し、より効率的かつ効果的な地域経済の底上げを目指すため、「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、年1回、ホームページ等にて広く公表する。

【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

【分析手法】法定経営指導員が外部専門家と連携し上記の分析を行う。

（4）調査結果の活用

情報収集・調査・分析した結果は、ホームページ・公式SNSに掲載し、会員事業者だけでなく、広く管内事業者等に周知する。法定経営指導員等が巡回指導を行う際に管内小規模事業者や該当業種の売上動向等を説明し、地域経済動向を踏まえた、より個々の事業者の状況に応じた事業計画策定を行えるように、個社支援時やセミナー時等、様々な形で活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

現状において行っている需要動向の調査については、主に各種補助金申請時の資料として必要な場合等に限って実施していることが殆どである。また、セミナー参加者等に業種ごとの需要動向の情報を提供しているだけである。

小規模事業者の新たな需要開拓につながるような、よりその事業者に則した的確な情報収集と積極的な情報提供への取り組み強化が必要である。

（2）目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
各種調査対象事業者数	—	5社	5社	10社	10社	10社

（3）事業内容

①商業複合施設での来客アンケート調査

おおい町内でもっとも観光客等の集客がある施設で、来場者に対して、調査対象各事業者の地域製品の認知度やニーズの高い商品、商品への期待値、価格調査など、今後の地域産品

等の商品開発の方向性を検討できる情報についての収集・分析を行う。

【調査手法】スマホ等で簡単に回答できるように、アンケート専用フォーム（Google）で回答できるように、QRコードを施設インフォメーションに設置し、来場客に向けたアンケート調査を一定期間実施する。

【サンプル数】200人程度（予定）

※来場者20,000人（来場者の多い5月～10月）の1%程度

【調査項目】年齢・性別・目的・居住地・特産品について・価格について・期待する商品等

②効果的な情報発信のためのアンケート調査

一般消費者が、調査対象各事業者と同ジャンルの各種商品・サービスについて、様々な情報を入手する場合の情報取得のためのプラットフォームやどのような情報を得ようとしているのか、また、普段どのような形態の画像や動画などを閲覧しているのかなどの調査を実施し、デジタル技術を活用した販路開拓に向けた有益な情報を収集・分析する。

【調査手法】上記①と同様に、町内の集客のある施設にQRコードを設置し、来場客に向けたアンケート調査を一定期間実施する。

【サンプル数】200人程度（予定）

※来場者20,000人（来場者の多い5月～10月）の1%程度

【調査項目】利用プラットフォーム・動画の長さ・利用する時間帯・年齢・性別

③町内主要観光関連施設における調査

おおい町観光協会や町内の各種観光関連施設（道の駅、海水浴場、各種レジャー施設）を管理する組織と連携し、観光客入込数や各施設の集客数、道の駅での商品販売動向情報（売れ筋商品情報、販売額、平均単価等POSデータ）に関する情報等を収集・分析する。

本情報は、「宿泊業者」「飲食業」「食品加工業者」等の調査対象各事業者に対して提供することで、新たな集客手法や販売促進の一助として活用する。

【調査手法】各施設や団体と連携し、経営指導員を中心に情報収集をおこなう。

【調査項目】売れ筋商品情報、販売額（月別）、平均単価等、月別来客数

【サンプル数】合計4施設程度

（4）調査結果の活用方法

調査結果は、法定経営指導員等が集計し、外部専門家等にて分析を行う。

集計・分析結果は、法定経営指導員等が各対象事業者に対して直接フィードバックし、マーケットイン視点での商品やサービス開発・改良提案や販路開拓手法の見直し、また事業計画策定の一助とし、計画の実現可能性の向上等に活用する。

5. 経営状況の分析に関する事

（1）現状と課題

巡回訪問による指導や記帳指導、金融指導等を活用し経営分析を行い、分析データを現状の把握や事業計画の策定に一定程度活用している。しかし、経営課題も多岐に渡り、高度・専門的な知識が不足しているため、経営分析内容については、まだ表面的な部分も多いことから、外部専門家等との連携と、事業者との対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、より掘り下げた分析を行うことで効果的な経営課題の解決を支援する。

(2) 目標

	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経営分析セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	15社	30社	35社	35社	35社	35社

(3) 事業内容

①前向きに経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催等）

巡回指導時や各種施策活用相談等を通じて、今後の前向きな事業計画策定につながるような前向きな事業者の掘り起こしを行う。

それら事業者を中心とした経営分析セミナーを開催し、意識の高い事業者が集合することで、よりその意識を高める相乗効果を目指す。

また、巡回指導では掘り起こしきれない事業者については、各種メディアを活用し、経営分析セミナーを周知することで、その発掘を図る。

【募集方法】

新聞チラシ折込、会員事業所に対する郵送、ホームページ掲載等、公式 SNS 告知

②経営分析の実施手法とその分析項目等

前述のセミナー参加者を中心に、より意欲的な事業者を20社程度選定し、伴走支援のもと、事業者との対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、より掘り下げた分析を行う。具体的分析項目や手法等は下記のとおり。

【分析項目】（定量）売上高、経常利益、損益分岐点等の財務分析

（定性）SWOT分析等による、活かすべき強みや捉えるべきビジネスチャンスの明確化

（内部環境） 強み・弱み	（外部環境） 機会・脅威
・商品、サービス、製品 ・デジタル化、IT活用状況 ・事業計画策定 ・人材、組織、 ・技術、ノウハウ ・運用状況	・地域内外の人口、人流 ・競合 ・業界の市場動向

【分析手法】中小機構の「経営計画つくるくん」や経済産業省の「ローカルベンチマーク」、SWOT分析を中心としたフレームワークを活用し、事業者と経営指導員が一体となって分析を行う。

より高度な分析を必要とする場合は、専門家も交えた分析を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は各種指標を活用し、同業種と比較して、強みや弱みの整理を行い当該事業者にフィードバックし、今後の事業計画の策定に活用する。

分析した情報は企業毎の経営カルテ（福井県内共通の「経営支援システム」）に保存し、支援職員の誰もがいつでも確認できる状態とし、組織としての共有化を図る。

※分析を行った結果、専門的な課題等については、商工会連合会、地域金融機関、専門家等と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対して、より丁寧にサポートする。

6. 事業計画策定支援に関する事

(1) 現状と課題

現在行っている事業計画の策定支援は、主に各種補助金申請時の資料作成を目的に作成する場合が半数以上である。自らが経営の課題を把握し、経営改善に向け取り組んでいく事の意義や重要性について認識したうえでの事業計画策定を浸透させていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

個別巡回指導や施策活用支援の中で事業計画策定について重要性等を説明するだけでは自発的な行動や意欲的な意識をもち実行していくことにはなかなか繋がらないため、演習やワークショップ形式の内容を多く取り入れた事業計画策定セミナーを実施し、前述の「3. 地域の経済動向調査」、「4. 需要動向調査」、「5. 経営状況の分析」での自社のおかれている状況等を認識したうえで、事業計画策定に取り組んでいく。持続化補助金や商工会独自の補助金支援などへの申請も1つのきっかけとして、事業計画策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、経営分析セミナー参加者の6割程度の事業計画策定を目指す。

また、小規模事業者の業務効率化や生産性向上、また新たな販路開拓手法の確立を目指したDXへの取組みを事業計画に取り入れことに特化したセミナーも実施する。

(3) 目標

	現行	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年
①DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	1回	1回	2回	2回	2回	2回
③創業にかかる事業計画策定セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者	10	15	20	25	25	25

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

DXに関する基礎知識の習得とDXに向けたデジタル活用による効果的な情報発信及び業務効率化に向けた取り組みを推進するための事業計画策定も含めたセミナーを開催する。

【対象事業者】既存手法に捉われない新たな販路開拓手法を模索している事業者、人手不足対策を含め業務効率化を目指す事業者等

【募集方法】商工会会員に限定せず管内事業者へ幅広く推進していくため、ホームページ、公式SNS、チラシの新聞折込などで広く周知。

【講師】中小企業診断士・ITコーディネータ

【参加者数】20名程度

【カリキュラム】・SNS活用 (Google・Instagram・LINE等)

・AI活用 (生成AI・チャットGPT等)

・各種システム活用 (バックオフィス業務・生産工程管理等)

【支援の手法】セミナーで意識の醸成や基礎的知識の習得を行ったうえで、セミナー受講後、意欲的にDX化に取り組む事業者を対象に経営指導員が個別に面談及び支援していく中で、より高度な相談内容に等についてはIT専門家の派遣を実施し、その実現可能性の向上を図る。

②「事業計画策定セミナー」の開催

事業計画策定の重要性や意義への意識の醸成と自らで取組むことの必要性への腹落ちも含めた、将来の目指すべき姿の明確化とそれに向けたアクションプラン作成を目的としたセミナーを開催する。

【対象事業者】経営分析を実施した事業者で、今後の変革を意欲的に望む事業者

【募集方法】商工会員に限定せず管内事業者へ幅広く推進していくため、ホームページ、公式SNS、チラシの新聞折込などで広く周知。

【講師】中小企業診断士等

【参加者数】20名程度

【カリキュラム】

- ・事業計画の重要性
- ・経営理念、経営目標
- ・事業の確実性を検証
- ・数値計画を考える
- ・事業課題の解決策を考える
- ・アクションプランの作成 等

【支援の手法】事業計画策定セミナー受講者により実現性の高い計画策定を望む意欲的な事業者においては、専門家等の支援も交えて、より具体的かつ実効性の高い計画策定につなげる。

③「創業・第二創業（経営革新）に関する事業計画セミナー」の開催

創業に関する基礎知識と事業承継などをきっかけとし、新事業展開や新分野へ進出していくために必要な事業計画の策定方法について学び、よりスムーズな創業と創業後のより継続性のある事業活動およびより実現性のある第二創業の実現に向けた事業計画策定のセミナーを開催する。

【対象事業者】新規創業を志す者、創業間もない事業者、新事業展開・新分野進出を目指す事業者や事業後継者、引継ぎ希望者等

【募集方法】商工会員に限定せず管内事業者へ幅広く推進していくため、ホームページ、公式SNS、チラシの新聞折込などで広く周知していく。

【講師】中小企業診断士等

【参加者数】20名程度

【カリキュラム】

- ・ビジネスモデルの構築
- ・商品、サービス、ターゲットを考える
- ・マーケティングを考える
- ・数値感覚、数値計画を考える
- ・創業手続について 等

【支援の手法】前述同様、セミナー受講者により実現性の高い計画策定を望む意欲的な事業者においては、専門家等の支援も交えて、より具体的かつ実効性の高い計画策定につなげる。また、創業希望者においては、税務・労務等の実務や手続き等についても、経営指導員や記帳選任職員等の商工会職員が伴走型で継続的に支援していく。

7. 事業計画策定後の実施支援に関する事

(1) 現状と課題

これまでは持続化補助金等をはじめ、補助金の申請が関わってくる事業者については策定後もこまめな巡回等により事業者の状況を把握しフォローしているが、その他事業者については事業者からの相談があった場合に対応する程度にとどまっている。

小規模事業者は特に事業計画策定後、日々の業務に追われることで、計画の実行に対する検証や検証結果に基づく事業計画の見直しなどへなかなか手につかない事も多く、一度策定した事業計画を有効に活用していくためには、PDCAサイクルを確実に回していく事が重要であり、必要な際は計画の見直しやブラッシュアップなどにつなげるなど、それらを確実に実行していける仕組み作りが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じて自らで考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことにより、現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、計画の進捗フォローアップ等を通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、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する。社会情勢や経済環境の変化により事業環境が大きく変化した場合は、計画の抜本的な見直し厭わない、状況に応じた柔軟性のある計画の実行を支援する。

(3) 目標

支援内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数	—	25	25	25	25	25
頻度（延回数）	—	122	122	122	122	122
売上増加事業者数	—	10	10	10	10	10
利益率5%以上増加の事業者数	—	2	2	4	4	4

(4) 事業内容（計画策定後の支援手法）

事業計画策定を行った全事業者に対して事業計画策定後は、国・県・町等の行う支援事業等を巡回、窓口、広報案内、セミナー開催時、施策説明会等により周知し、提案型の指導のもと支援施策の活用を推進するとともに、高度な課題解決に際しては専門家派遣制度等も活用するなどして、計画的なフォローアップにより、計画の遂行確認と着実な計画の実行を継続的に伴走支援により実施する。

フォローアップ巡回等の頻度については各事業者の計画実行内容の経過を確認し、以下のように実施する。

- ①計画遂行が順調と認められる事業者 ⇒ 6カ月に1度
- ②概ね計画遂行は順調であるが新たな課題が生じている事業者 ⇒ 3カ月に1度
- ③現状と計画に大きな乖離が認められる事業者 ⇒ 1カ月に1度以上の割合

なお、上記③のケースにおいては、状況に応じて、専門家と同行し、フォローアップの頻度を高め、解離する原因究明、より現実的な事業計画の見直し等を支援する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事

(1) 現状と課題

これまでは、新たな需要開拓に対する取り組みに関して、商談会・展示会への出展支援を実施してきたが、思うように新規取引先の開拓に繋がっていない事業者が一定数存在するのが実情である。また、地域内の小規模事業者の多くはまだオンライン等による販路開拓への取組は進んでいない。関心や興味はあるが、オンライン上での情報発信や販売のノウハウなど知識と人材不足により取組めていない事業者が殆どである。

まずは魅力ある、競争力の高い商品へ既存商品のブラッシュアップとマーケットインの発想のもと新商品開発に取り組んでいく必要がある。また、商談会・展示会への支援についても、特に商談後のフォローについて、バイヤーへの積極的なアプローチやその具体的手法等について支援を実施すること、そして、それらを継続的かつ自発的に行えるような動機付けや仕組み作りが課題である。

また、前述のとおり、地域内発電所の運転停止と2基の廃炉の状況の中で、地域内需要の減少は避けて通れない状況であり、地域外需要を獲得していく必要もある。この状況の中で、取組みが遅れている、既存の流通取引や既存顧客だけに頼らない、消費者等への直接的かつ効果的なアプローチによる販路開拓への取り組みも大きな課題であることから、データ活用やSNS活用等のデジタルツールを活用した販路開拓を推進し、その必要性など理解・認識してもらったうえで、伴走支援を実施していく。

(2) 支援に対する考え方

商談会・展示会への支援については、商工会による展示会の開催や事業者単独での大規模な展示会の出展などは経費面・人材面、スケールメリットを鑑みても困難であるため、首都圏で開催される展示会への共同での出展を支援する。

出展に向けた商品ブラッシュアップはもとより、各事業者の商談シートや商品カルテの作成などについても支援し、展示会当日についても、商品の陳列やブースの装飾、接客・商談手法などについても伴走支援を実施する。

出展後についても、バイヤーへの継続的なフォローアプローチや各事業者が得たニーズ等の情報についての出展者全体での情報共有など、出展後のフォローも確実に実施していく。

また、デジタルツール活用に向けた取り組みとして、顧客管理データに基づく販売促進、SNS情報発信、その他IT活用による営業・販路開拓に関するセミナーの開催や相談対応をより積極的に行い、必要に応じてIT専門家等による支援も実施していく。

(3) 目標

項目	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①物産展出展事業者数	3者	3者	5者	5者	5者	5者
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②展示商談会参加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/社	—	1件	1件	1件	2件	2件
③SNS活用事業者	—	3者	3者	6者	6者	6者
売上増加率	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容（需要開拓支援の手法）

① 展示商談会出展事業

大都市圏で開催される「FOODSTYLE Japan・Kansai」、「グルメショー春」、「アグリフードEXPO東京」など「食品製造業」に特化した展示商談会への出展や各種商談会等への出展支援を行い、地域資源を活用した「食品加工業」の販路開拓と認知度の向上を図る。出展支援者には、展示会出展に向けた商品ブラッシュアップはもちろんのこと、単に出展を促すだけでなく、商談スキルの向上支援等も含め、より効果的な出展となるよう支援に取り組む。想定される展示会等については以下の通り。

◆「FOODSTYLE Japan・Kansai」（展示商談会）（BtoB）

㈱イノベントが東京ビックサイトやインテックス大阪で毎年開催する日本最大の外食・中食・小売業界を網羅する食の商談展示会。出展企業は約 800 社、来場者数は延べ 2.3 万人

◆「アグリフードEXPO」（展示商談会）（BtoB）

日本政策金融公庫が東京ビックサイトで毎年開催する地域性豊かな国産農林水産物・食品の国内外への販路開拓を応援する展示会。出展企業は約 450 社、来場者数は延べ 9000 人。

◆「グルメショー春」（展示商談会）（BtoB）

㈱ビジネスガイド社が東京ビックサイトで毎年開催する、新しいフードマーケットを切り拓く、プレミアムフードの見本市。出展企業は約 250 社、来場者数は延べ約 33,000 人。

支援対象者	当町の地域資源を活用した商品を有し、意欲的に地域外への新たな需要開拓を目指す小規模事業者（食品加工業者等）
訴求対象者	地域外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等
想定する展示商談会等	<ul style="list-style-type: none"> ◆FOODSTYLE Japan・Kansai 大阪・9月開催（インテックス大阪） 東京・11月開催（東京ビックサイト） ◆アグリフードEXPO 東京8月開催（東京ビックサイト） ◆グルメショー春 東京・2月開催（東京ビックサイト）
支援内容	商品ブラッシュアップと商談カルテ等制作や展示会出展中の接客やバイヤーとの商談サポート、出展後のバイヤーとの継続的な商談アフターフォロー等

② 物産展出展事業

展示商談会と並行して、コロナ禍以来、消費者との直接のコミュニケーションやニーズを把握する機会が減少していることから、消費者の生の声を聞く場として、また商品知名度の向上の場として、ひいては購入いただいた消費者からの継続的なリピート購入の獲得を目的として、物産展への出展支援も実施する。想定される物産展等については以下の通り。

◆「ニッポン全国物産展」（物産展）（BtoC）

全国商工会連合会が主催し、毎年、東京・池袋サンシャインシティで開催している日本全国の地域特産品や名産品、技術を活かした新商品が一堂に会する物産展。出展企業は約 360 社、来場者数は延べ約 15 万人。

支援対象者	当町の地域資源を活用した商品を有し、意欲的に一般消費者への直接の需要開拓を目指す小規模事業者（食品加工業者等）
訴求対象者	首都圏等の一般消費者
想定する物産展等	ニッポン全国物産展 東京・11月開催（サンシャイン池袋 展示ホール）
支援内容	商品のブラッシュアップと思わず手に取りたくないような陳列や接客、POP等の現場での情報発信手法、更には継続的なリピート購入につなげる（ファンの獲得）手法への支援

③ SNS等のデジタルツール活用

前述までの食品加工業関連に限らず、小売・サービス業については、主な顧客は近隣地域に限られているため、顧客範囲を広げ、新たな顧客獲得のため効果的な情報発信が必要、また、建設業など新築・リフォーム業者等についても、近隣地域に競合他社が増加しており、インターネット上での情報が重要となっているため、デジタルツールの中でもSNSを中心とし、更に特に一般ユーザー向け、Instagram、Google ビジネスサイト、LINE等に特化したセミナー開催を需要開拓を支援する。

支援対象者	デジタルツールを活用した情報発信力強化と需要開拓に取り組む意欲の高い小規模事業者
訴求対象者	地域内外の一般消費者
支援内容	SNS別活用方法や特徴、実際の操作方法などについて支援する。また商品・サービスの効果的なアピールポイントについても支援していく。

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み

9. 事業の評価及び見直しを支援するための仕組みに関する事

(1) 現状と課題

① 現 状

中小企業診断士など外部専門家やおおい町役場商工観光課などと年に1, 2回情報交換及び評価と見直しを実施しているが、定性的な評価に留まっている現状である。

② 課 題

定性的評価だけでなく、支援先の売上高や利益率などの定量的評価が不十分であることから、本計画の目的の真の達成には至っていないことから、その仕組みの再構築を図り、PDCAサイクルを回し、継続的改善を行っていける体制整備が課題である。

(2) 事業内容

前述の現状と課題を踏まえ、毎年度、本計画に記載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・見直し・改善を行う。

① 事業の実施状況を定量的に把握する仕組み

各種支援のアフターフォロー時に必ず直近決算書の取得等の定量的経営数値を収集し、福井県商工会の共通システムである「経営支援システム」にその情報を蓄積し、評価時にその収集した情報を集計・分析し提供する。

②事業評価の手法、頻度

おおい町商工観光振興課長、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協議会を年1回以上開催し、事業の実施状況、成果の評価・見直しを行う。

評価・見直しの結果を踏まえ、法定経営指導員は改善計画を策定し、それを繰り返し行うことで、PDCAサイクルの構築を図る。

なお、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。

③評価結果の公表方法

事業の成果・評価・見直しの結果を、おおい町商工会のホームページで計画期間中公表し、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。(http://ohi-shokokai.com)

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

①現 状

経営指導員及びその他職員の事業者支援能力の向上については、福井県商工会連合会が開催する基本能力研修や中小企業大学校が開催する研修等を各職員の希望に応じて受講しているのみで、基本的には個々の意識に委ねている状態である。

また各職員で学んできた内容についても復命書の中で回覧されるのみとなっており、職員間での共有ができていない。

②課 題

組織全体で、その学んだ知識やノウハウをより有用な形で共有し、組織としての支援力の底上げを図ることが課題である。

また、特に現状不足している、DX推進に必要なデジタル化・IT化に関する知識を含む支援スキルの向上を図ること及び小規模事業者の自己変革を促すため傾聴と対話の基本姿勢を基に経営力再構築伴走支援能力の向上をより重点的に図ることが課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会等計画的な受講による、組織全体としての支援能力向上

法定経営指導員を中心に、現状の組織の知識・経験・ノウハウ等の洗い出しを行い、組織全体としての能力やバランスを考慮しながら、外部講習の受講を計画的に実施する。

外部講習については、福井県商工会連合会が主催する「補助対象職員基本能力研修」に加え、中小企業大学校やその他外部機関が開催する専門研修やセミナーを受講し、経営支援能力の向上及びその情報を共有する。より重点的に知識・ノウハウ等を習得すべき項目については、下記のとおりである。

【DX推進に向けた知識・ノウハウ】

急速に変化していく経営環境に柔軟に対応し、小規模事業者の産業競争力強化は喫緊の課題である。当地域のDX推進にあたって、経営指導員及び経営支援員、一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせ相談・指導が必要となってくるため、DX推進の取組に係る相談・指導力の向上のための以下のセミナーに積極的に参加する。

ア) 事業者にとって内向け(業務効率化)の取組み

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子決裁システム等のITツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、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)の取組み

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組み

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャット ツール導入等

【経営力再構築伴走支援能力向上に向けた知識・ノウハウ】

本項目においては、中小企業基盤整備機構等の専門研修の受講に加え、相談現場で実践的に習得することも重要であることから、法定経営指導員の相談指導及び専門家派遣による相談指導の際に、その他職員もその相談現場へ同行し、OJTによる支援能力向上も図る。

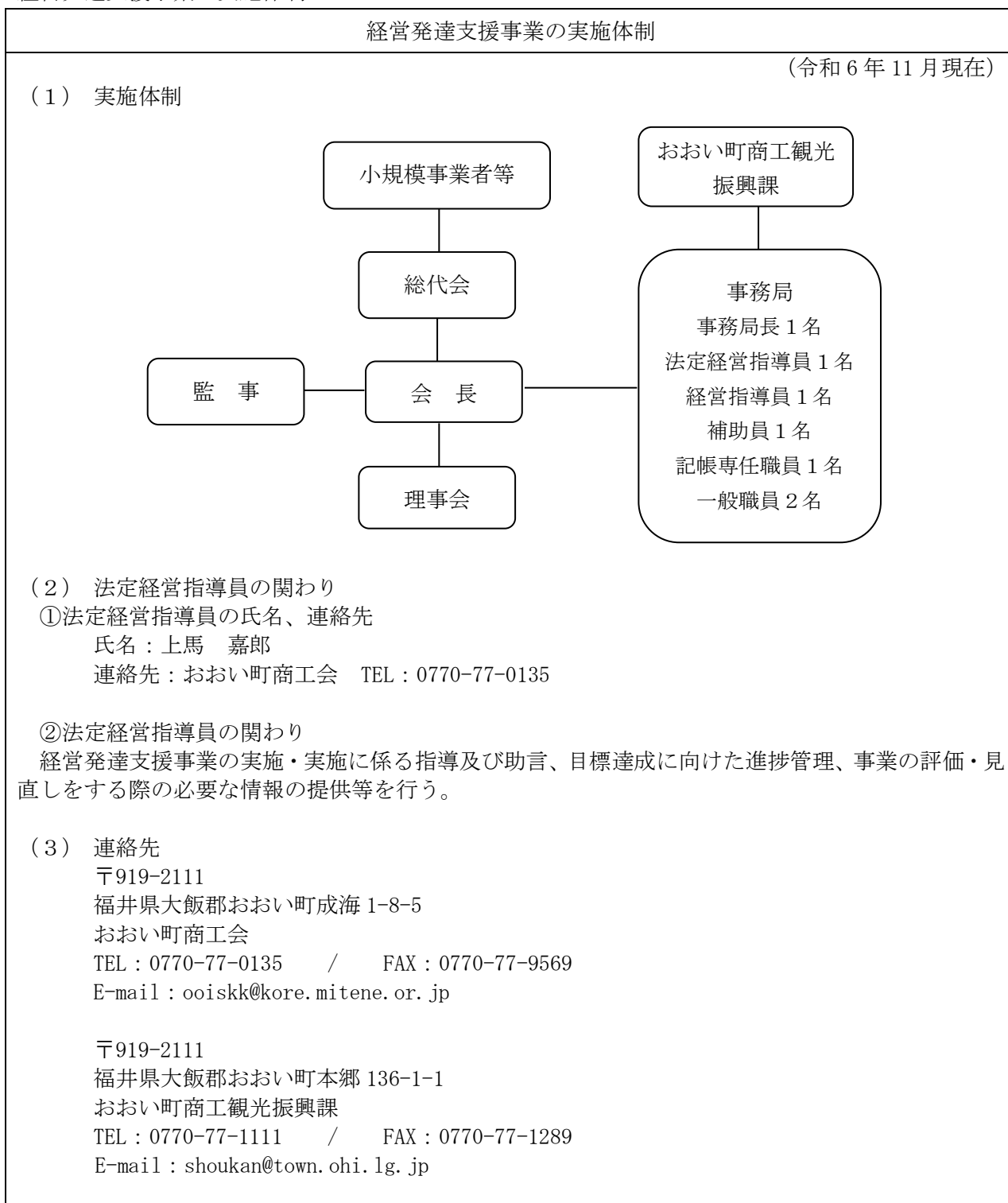
②支援ノウハウの組織内での共有の仕組み

経営指導員、補助員、記帳専任職員による経営支援会議を年6回程度定期的に開催し、経営環境の動向、支援課題、支援状況、フォローアップの進め方等の情報を共有するとともに、意見交換を行うことで支援の質を高めながら経営計画策定等の支援能力を向上させる。

また、支援の内容・結果・今後の方針等について、福井県商工会の共通システムである「経営支援システム」へ、より具体的に情報を入力するとともに、例えば決算書や事業計画書、専門家派遣報告書等においても本システムに蓄積することで、これまでの支援の流れやその内容等も含め、データ共有を図り、誰でも、いつでも、情報を取得できる体制を構築する。

(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	3,300	3,900	4,300	4,300	4,300
地域経済動向調査費	200	200	200	200	200
需要動向調査費	500	500	800	800	800
経営状況分析費	500	500	600	600	600
事業計画策定・実施支援費	1,100	1,500	1,500	1,500	1,500
需要開拓支援事業費	1,000	1,200	1,200	1,200	1,200

(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、国補助金、県補助金、町補助金、手数料収入

(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
該当なし
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