経営発達支援計画の概要

実施者名	小松商工会議所(法人番号 8220005003448)
実施期間	平成28年4月1日~平成33年3月31日
目標	小規模事業者が抱える課題を当商工会議所自らの課題と捉え、小規模事業者と一体となり経営力向上、新商品開発・販路拡大、新分野進出等を支援し、地域を支える小規模事業者の持続的発展と地域経済活性化を目指す。 ①小規模事業者の安定した経営基盤の確立 ②ものづくり小規模事業者の強靭化 ③小規模事業者における国内外の販路拡大 ④消費関連産業の拡充・強化 ⑤地域資源を活用した農商工連携の拡大 ⑥小規模事業者に寄り添った経営支援体制の確立
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 【地域の経済動向調査に関すること】(指針③) ①景気見通し調査の実施(四半期毎) ②商工会議所L080調査の実施(12回/年) ③小規模振興委員(各種業界団体・組合等)連絡会による景気動向調査(年2回) ④小松市内企業労働事情実態調査の実施(雇用実態の把握) 【経営状況の分析に関すること】(指針①) ①経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナー・研修会等の開催を通した、小規模事業者への経営分析の実施 ②専門機関や外部専門家等を活用した専門的分析の支援 【事業計画の策定支援に関すること】(指針②) 事業計画策定等に関する特別相談会、個別相談会の実施により、事業計画策定を目指す小規模事業者を掘り起こし、計画策定に向けた伴走型支援を実施 【事業計画策定後の実施支援に関すること】(指針②) ①定期的な巡回訪問による予実管理等のフォローアップ ②創業後の伴走型支援(意見交換会、税務・記帳相談等) ③創業者向け「ワンストップ相談窓口」の設置(小松市等との連携) 【需要動向調査に関すること】(指針③) ①小規模事業者がターゲットとする市場動向調査の実施 ②小規模事業者が販売する商品・サービス等の需要動向調査の実施 【新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること】(指針④) ①「新商品・新技術開発支援助成事業」の実施 ②国内商談会(金沢・福井・富山)や海外商談会出展に伴う販路開拓支援 ③販路開拓と消費関連産業の底上げを図る上での人気事業所の紹介 ④「小松空港」を活用した海外販路の開拓支援 3、販路開拓支援 1. 地域経済の活性化に資する取組 ①当地域経済の活性化と図るための「小松市どんどんまつり」の実施 ②I C T を活用したやさしいまちづくりの推進 3、農商工連携の拡大を目指す「こまつ・アグリウェイプロジェクト」の推進
連絡先	〒923-8566 石川県小松市園町ニ 1 番地 小松商工会議所 中小企業相談所 経営支援課 <u>TEL:0761-21-3121</u> FAX:0761-21-3120

経営発達支援事業の目標

■地域の現状■

・小松市は、石川県の南部に位置し、西部は海、南は福井県、東西は白山市、加賀市に接している人口 108,585 人 (平成 27 年 4 月現在)の市である。

小松は、加賀藩 3 代藩主前田利常が小松城主だったころから、織物や伝統工芸の職人が城の周りに集まり栄えてきた歴史的背景を持ち、ものづくりを大切にする心が受け継がれている地域である。現在も小松の産業の中心は製造業であり、世界的にも有名な建設機械メーカー(コマツ)があり、その関連会社も多く存在している。さらに、日本有数のバス製造メーカー(ジェイ・バス㈱)も存在している。

このように小松市は、機械工業や鉄工業が盛んな地域である。さらに 日本一のシェアを誇るパーティーション(間仕切り)メーカーの企業も ある。伝統ある繊維産業や九谷焼は、高い技術や磨かれた美意識もある など伝統工芸から最先端技術までが1つの市に存在するまさしくものづ くりの街である。



「表1」は平成24年6月に石川県県民文化局県民交流課統計情報室が作成した平成22年国勢調査産業等基本集計結果(石川県関係分)を抜粋したものである。この表によると、人口5万人を超える市(金沢市、七尾市、小松市、加賀市、白山市)の中では、小松市は最も第2次産業比率が高いことが分かる。

「表 2」で示すとおり、当商工会議所の会員数3,315件の内、製造業の会員数は794件(全会員の23.9%)である。経済センサス(平成24年)によると我が国の全産業の事業所数は、5,453,635に対し、製造業の事業所数は、493,380(全体の9.0%)である。このデータから勘案しても当地域は、ものづくりが盛んな地域であることが分かる。

|表 1| 平成22年国勢調査産業等基本集計結果(石川県関係分)

産業3部門別就業者数の割合(地域別・平成22年)

	地	域		第1次産業 (%)	第2次産業 (%)	第3次産業 (%)		地 域		第1次産業 (%)	第2次産業 (%)	第3次産業(%)
石	J	1	県	3.3	28. 7	68.0	羽	咋	市	5.6	32.6	61. 9
加	賀	地	堿	2.0	28.6	69.4	カン	ほく	市	2.4	37.9	59.7
能	登	地	域	9.6	28.8	61.6	白	山	市	2.9	32.9	64.3
南	į.)[]	賀	2.5	37. 6	59.8	能	美	市	2.0	40.5	57. 5
石	Щ	中	央	1.8	25. 6	72.7	Ж	北	町	5. 7	37. 4	56. 9
中	É	岜	登	6.7	30.8	62.5	野	々 市	町	1.1	27.4	71.5
奥	É	ŧ	登	15.1	25. 0	59.9	津	幡	町	2.4	29.1	68.5
金	ì	尺	市	1.5	22.0	76.5	内	灘	町	1.2	27.1	71.7
七	J.	킽	市	6.2	26. 1	67.7	志	賀	町	10.6	33.3	56.1
小	ŧ	公	市	2.1	37. 6	60.3	宝	達志水	町	6.4	36.5	57. 1
輪	Į.	計	市	14. 4	26. 3	59.3	中	能 登	町	5.0	36.5	58.5
珠	Š	Н	市	14.7	26. 2	59.1	穴	水	町	12. 4	21.8	65.8
加	亨	買	市	3. 2	35.8	61.0	能	登	町	17.8	23.5	58. 7

表 2

小松商工会議所業種別会員数(平成26年度末現在) 業種=日本標準産業分類平成14年3月改訂版コードにより区分

業種	平成 26 年度末件数
鉱業・採石業・砂利採取業	0
建設業	614
製造業	794
電気・ガス・熱供給・水道業	3
情報通信業	27
運輸業・郵便業	84
卸売・小売業	776
金融・保険業	32
不動産業・物品賃貸業	60
学術研究・専門・技術サービス業	278
宿泊業・飲食サービス業	310
消費関連サービス業・娯楽業	144
教育・学習支援業	29
医療・福祉業	62
複合サービス事業	6
サービス業	79
その他	17
合 計	3, 315

尚、会員のうち、小規模事業者は2,868社である。

一方で、JR小松駅前に存在していた百貨店「大和小松店」が2010年に撤退するなど、当市の消費者向け小売やサービス等(以下、「消費関連産業」という。)は十分に機能していない状況である(弱み)。

「大和小松店」の撤退以降、百貨店の購買は金沢市に奪われ、当地域の消費関連産業の需要は一部金沢市が担っているなど、当地域の購買が金沢市に流れている状態である。

さらに、小松市は、南加賀地域の中心都市でありながら、他の地域の中心都市と比べ3次産業比率が低く、南加賀地域の購買が小松市ではなく、他地域に流れている可能性がある。

- ・能登地域の中心都市 ⇒ 七尾市の3次産業比率 67.7%
- ・石川中央地域の中心都市 ⇒ 金沢市の3次産業比率 76.5%
- ・南加賀地域の中心都市 ⇒ 小松市の3次産業比率 60.3%

そこで、当市と金沢市との比較を行った表が次頁の「表3」である。これは、国勢調査、事業所・ 企業統計調査、経済センサス(基礎調査)の情報を基に、当市と金沢市の比較を行った結果を示し たものである。

小松市の人口や事業所数は、金沢市と比べほぼ2割4分の水準であることが分かる。一方で、小売業年間販売額、織物・衣服・身の回り品小売業年間販売額等は、金沢市と比べ2割を下回っていることが分かる。

表3 小松市・金沢市の比較データ

(国勢調査、事業所・企業統計調査、経済センサスを基に作成)

項 目 名	小松市	金沢市	単位	小松/金沢
人口総数	108, 905	460, 842	人	23.6%
65 歳以上人口	25, 395	95, 926	人	26.5%
全産業 事業所数	6, 501	27, 478	事業所	23.7%
全産業 従業者数	54, 666	259, 684	人	21.1%
小売業 年間販売額	10, 855, 364	58, 492, 152	万円	18.6%
専門スーパー 年間販売額	115, 319	1, 451, 773	万円	7.9%
その他スーパー 年間販売額	67, 480	471, 019	万円	14. 3%
織物・衣服・身の回り品小売業 年間販売額	498, 862	4, 125, 321	万円	12.1%

小松市は、2025 年度を目標年度とした小松市都市デザイン(基本構想)の中で北陸の際立ったまち「国際都市こまつ」を目指し、2015-2025年の Next10 年ビジョンを策定したところであり、国内のみならず、国際的な窓口である小松空港を活用した特徴ある国際都市を目指している。

現在、小松市は、石川県内の中で「ものづくりのまち」として、当県と海外を結ぶ役割を担っており、地域に国際空港を保有していることは強みであるといえる。

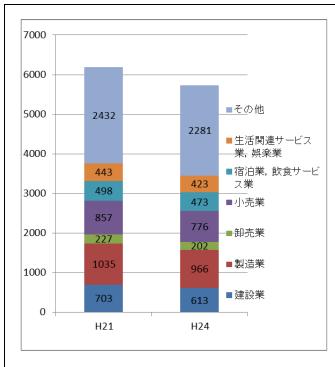
■小規模事業者の現状■

小松市における小規模事業者の現状は、消費者ニーズの多様化、集客力の強い商業エリア(金沢)が近隣に存在すること、地域住民と経営者の高齢化、後継者不足等々の外部環境変化への対応の遅れが影響し、小規模事業者の数が減少している。



次頁の図「小規模事業者数の推移」で見ると平成21年と平成24年の比較において、

- ① 小規模事業者全体の事業所数は、461事業者(▲7%)の減少
- ② 業種別でみると、建設業の事業所数は、90事業所(▲13%)の減少、小売業は、81事業所(▲10%)の減少
- ③ 建設業の減少は、公共事業の減少等によるもの
- ④ 小売業の減少は、競争の激化や後継者不足や金沢の影響によるもの 等が読み取れ、併せて推測される。



図「小規模事業者数の推移」 (事業所・企業統計調査、経済センサス)

当商工会議所は、各産業の景況を把握するため、当地域の各協同組合、商店街の役員等で構成する「小規模企業振興委員連絡会」を設け、業種別の景況を把握している。当連絡会で議論された内容の内、特筆すべき点を以下に示す。

(平成27年9月現在)

【製造業関連の意見】

- ・中国など海外における需要に停滞感が出てきた。
- ・建設機械等の部品製造企業(主としてコマツ関連の仕事)においては、当分低調な状況が続く。

【小売業関連の意見】

- ・旧大和小松店の跡地問題、イオンモール出店に 対応する問題もあるが、個店としても組合として も魅力ある店やまちになっていくため頑張って いきたい。
- ・次世代の経営者の顔が見えてこない。(後継者 不足)
- ・人気店を1件でも多く作り人の流れを作り出す。 【建設業関連の意見】
- ・若年技術者の雇用と育成及び輸入資材の高騰を 懸念する。

等の意見があった。

■小規模事業者の抱える課題■

A. 小規模事業者全般的な課題

平成27年度に当商工会議所が、議員・評議員企業225社を対象に、四半期毎に業況判断指数DI値等による景気動向調査によると「今期(四半期)に直面している経営上の問題点」の質問に対する上位5回答は、

	平成27年度第一四半期	平成27年度第二四半期
需要の停滞、売上の減少	24.4%	24.1%
従業員の確保難	12.5%	21.9%
販売単価の低下・上昇難	1 1. 9%	16.1%
経費の増加	13.6%	10.9%
仕入れ単価の上昇	18.8%	10.2%

となっており、北陸新幹線金沢開業後、第二四半期で従業員の確保難を掲げる企業が多かった一方で、北陸新幹線開業後も売上の減少や販売単価の低下を経営課題に挙げている会員が多いことがわかった。

また、当商工会議所会員の約8割5分が小規模事業者であることから、小規模事業者においても 同様の課題を抱えていると考えることができる。

地域経済が活性化するためには、雇用を創出する企業とその企業の成長を支える人材の双方が必要であり、まさしく地域経済の両輪であるといえる。そこで、上記現状を勘案し、**当地域の強みを伸ばし、弱みを克服する課題**を下記の通り抽出した。

B. 当地域の強みを伸ばす課題

地域経済を支える小規模製造業の持続的発展

当地域においては、世界的に有名なものづくり大企業の城下町として鉄工業関係を中心に多くの小規模事業者が存在する。その大企業の技術を下支えしているのが、小さくともそれぞれに特徴を持った小規模製造業者である。よって、当地域は、ものづくり小規模事業者の「量」及び「質」が整っている稀有な地域である。

しかし、一方で当該小規模事業者は、原材料の価格変動等や国内外の経済情勢に敏感に左右され、 企業間の景況感に大きなバラツキが生じている。特に小規模企業を中心とする大企業の孫請け企業 にその傾向が強い。

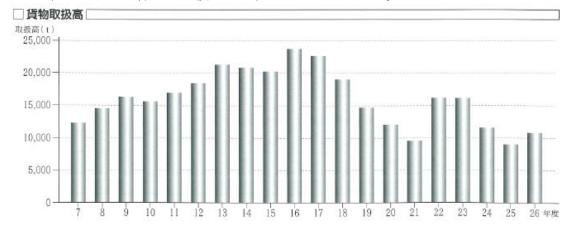
このため、<u>既存大企業の協力事業所としてだけではなく、新商品・新技術の開発や新分野に進出が</u>可能となるまでの経営力を身に付け、自立した「小さくともきらりと光るものづくり小規模事業者」の持続的発展が課題である。

小松空港を活用した販路拡大

小松空港は、平成6年12月に輸入促進地域(FAZ)の指定を受け、貨物取扱高を順調に増加させてきた。しかし、当空港の貨物取扱高は、平成17年3月にFAZの目標年度が終了したのち減少しており、現在は、ピーク時の半分程度となっている。

また、これまでの海外展開は、輸入促進(FAZ)という観点で展開しており、<u>当地域の農産物や加</u>工食品、伝統工芸品の販路拡大(輸出)という観点からは、まだ大いに課題があると言える。

小規模事業者にとっての海外展開は、ハードルが高いと考えがちであるが、当地域の小規模事業者で当商工会議所や専門機関を活用し、海外に販路を開いた小規模事業者も存在する。その事業者をきっかけに、他の小規模事業者も海外への販路開拓に意欲を示していることから、当会議所においては、その動きを伴走型支援で加速化させる方針である。



C. 当地域の弱みを克服する課題

消費関連産業事業者が家業に明るい将来性を見出すこと

当地域では、「表3」に示す通り、金沢市と比べ消費関連産業の発達が遅れており、旧大和小松店の撤退や、道路事情が改善されたこと等により、金沢市に顧客を吸引されている状況が続いている。かつては、小規模事業者(消費関連事業者)で賑わっていた商店街も、経営者の高齢化や経営環境の変化に付いていけず、空き店舗が存在している。(小規模企業振興委員連絡会においても、後継者不足が課題として挙げられている。)このまま、後継者が育つことなく、個店事業者の廃業に繋がる環境が続けば、当地域での消費関連産業はますます力を失う可能性がある。このため、

- ①人気店を1件でも多く作り人の流れを作り出し、
- ②その人気店に続き当地域で成功する店を増やし、

<u>③その流れを見た既存商店の後継者が、家業に明るい将来性を見出し事業承継に意欲を出す、</u> **この好循環を作り出す必要**がある。

この循環を作り出し、地域住民が住んでよかったと思える消費関連産業の支援と育成が、当該地における課題の一つである。

■小規模事業者の中長期的な振興の在り方■

小松商工会議所は、地域の総合経済団体として商工業の総合的な改善発達を図るために以下の長期ビジョンを策定している。

「小松商工会議所の長期ビジョン」

小規模事業者に寄り添い、創造的ものづくりと消費関連分野の強化を支援し、NEXT 1 0 年日本最 強の小規模企業が集積する町「こまつ」を目指す。

そのために、以下の項目を指針として事業展開する。

一、ものづくり産業の振興と発展

新製品の開発、新技術の促進、販路開拓等の経営革新に取組む他、小規模事業者の ICT化や経営改善等の振興対策及び雇用の確保と安定に積極的に取り組む。

一、地方創生とコンパクトな「まちづくり」の推進

少子高齢化、人口減少の時代を迎えるに当たり、ふるさとに誇りを持ち、魅力ある 住みやすいまちをつくる為、「まち、ひと、しごと」創生戦略に対して、積極的に取 り組んでいくと共に、地域コミュニティの担い手である地域商業の再生と市民が必要 とする機能・環境を結集したコンパクトなまちづくりの推進を図る。

一、交流人口と物流の拡大推進

北陸新幹線の延伸や小松空港の国際化に伴う交流人口の増加に向け、加賀地域の連携 推進の一層の強化と、北陸新幹線や小松空港等の高速交通網の整備促進を図ることに より、活力溢れる地域経済の構築に向け取り組む。

■経営発達支援計画の目標■

- ①小規模事業者の安定した経営基盤の確立(需要の拡大・人材確保)
- ②ものづくり小規模事業者の強靭化(新商品・新技術の開発、新分野進出への経営力強化)
- ③小規模事業者における国内外の販路拡大
- ④消費関連産業の拡充・強化
- ⑤地域資源を活用した農商工連携の拡大
- ⑥小規模事業者に寄り添った経営支援体制の確立

小松商工会議所は、従来、経営改善普及事業、特に金融・労務相談等に積極的に対応し、小規模事業者の経営基盤強化に取り組んできたところである。

近年、人口減少などの社会情勢やグローバル化等の経済情勢の動きは急激で、小規模事業者を 取り巻く経営環境が劇的に変化していることを踏まえると、小規模事業者の自助努力のみで克服 できない課題が多岐にわたっている。

これらの課題を当会議所の自らの課題と捉え、小規模事業者と一体となって、経営力向上や新

商品開発・販路拡大、新分野進出等を支援し、**地域を支える小規模事業者の持続的発展と地域経済 活性化**を目指す。

■経営発達支援計画の事業方針■

- 1. 小規模事業者の経営に対する伴走型支援
 - ①経営指導員の金融・労務相談等の経営改善普及事業に加え、地域の祭りやイベント等を通じて、小規模事業者が気軽に相談できる人間関係を形成する。
 - ②悩みや課題を抱える小規模事業者に対して、経営指導員が親身に対応し、経営者と一緒になって考えることで経営課題の明確化を図る。
 - ③明確化された経営課題の解決に向け、経営環境や事業者の個性・能力を総合的に勘案し、課題解決に適した外部専門家や中小企業支援機関、外部団体等をコーディネートし、個別企業の経営課題を解決する伴走型支援を実施する。

2. 地域の強みを伸ばし、弱みを克服する支援

- ①当地域の強みである<u>ものづくり小規模事業者をさらに伸ばす「小さくともきらりと光るもの</u>づくり小規模事業者」の育成・支援
- ②既存商店の後継者が、家業に明るい将来性を見出せる、魅力ある人気店や特徴あるサービス を提供する小規模事業者の育成・支援
- ③創業や事業承継等による地域産業持続的発展の支援

3. 多様な連携体制による地域経済活性化

- ①小規模事業者の持続的発展のためには、小松商工会議所が主体となり、地域の多様な関係団体との連携体制を強化する。
- ②こうした連携体制の下、市内商工業者の大多数を占める小規模事業者に対して、地域資源を 活かしたブランド開発、まちづくり、ものづくり支援を行うことにより、小規模事業者の資 質の向上を促し、地域経済の活性化を目指す。
- ③併せて、創業支援、農商工連携、国内外の販路開拓に積極的に取組み、地域経済の活性化に 寄与する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

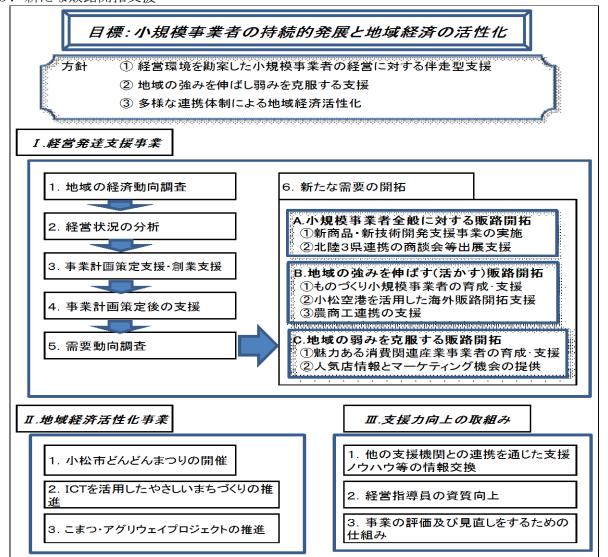
(1)経営発達支援事業の実施期間(平成28年4月1日~平成33年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

当商工会議所が、経営発達支援事業を実施するにあたっては、3つの事業方針を踏まえて、経営指導員等のさらなるスキル向上、地域の他の支援機関との連携体制の強化はもとより、組織として需要を見据えた計画的な経営を伴走型で支援するスキームを再構築し、当地域における小規模事業者支援の中核拠点としての機能を強化する。

そのために、経営状況の調査分析から事業計画書の策定、販路開拓による売上増加、利益確保に至るまでを以下の順序で一貫して伴走型で支援する。

- 1. 地域経済動向調査
- 2. 経営状況の分析(経営分析及び課題の明確化)
- 3. 事業計画の策定(戦略策定及び行動並びに数値計画の策定)
- 4. 策定後の実施支援(フォローアップや各種公的支援策の活用)及び需要動向調査
- 5. 新たな販路開拓支援



I. 経営発達支援事業の内容

- 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】
- (1) 小松商工会議所独自調査 ≪拡充≫管内景気動向調査・小規模企業振興委員連絡会・雇用実態調査・通行量調査

(現状)

管内景気動向調査

小松商工会議所議員・評議員企業225社を対象に、四半期毎に業況判断指数DI値等による景気動向調査を実施し、商工会議所の会報に掲載する形で情報提供していた。(この会報は、当商工会議所HPにPDFで添付されており、会員以外も閲覧可能である。)

小規模企業振興委員連絡会

地元における各業界(鉄工・繊維・建設・商業・伝統産業・運輸・観光)については、各組合並びに団体の代表者を小規模企業振興委員として委嘱し、各組合ごとに年2回(8月・2月)の景気動向を調査し、当地産業全体の課題の抽出を行う。

雇用実態調査

業種を問わず一定規模以上(従業員10名以上)の地元企業約500事業所を対象とした雇用実態(雇用条件)を経年的に調査することにより、地元企業の労働実態並びに地域水準を把握し、地元企業の労働施策に資することを目的に実施している。

通行量調査

大型店進出による消費者動向やその影響、また各種店舗や公的施設の出店・設置による通行量の変化を抽出し、商業の振興に資することを目的に経年的に実施している。

(課題・解決方法)

管内景気動向調査

景況調査をより地域経済の実態を反映したものとし、調査・分析結果の信頼性を高めることが 課題である。

解決方法として、母集団である地域の中小企業の業種構成を勘案しながら、調査対象事業者の 再編を図る。

小規模企業振興委員連絡会

調査対象とする各組合並びに団体の構成会員数が減少傾向にある。

解決方法として、各組合を通して小規模事業者が必要とする魅力ある情報の提供を持続的に行い、小松商工会議所と各組合等との繋がりをよりアピールすることにより、構成員減少の歯止めをかける。

雇用実態調査

情報を希望する企業に配布しているのみであり、収集した情報をいかに情報発信するかが課題である。

解決方法として、調査対象事業所に配布する他、地元行政機関、並びに管内事業所で雇用実態 を活用すべき事業所に周知する。

通行量調査

昭和50年より経年的に調査しているが、街並みや道路事情の変化、大型店の出店等に伴い時代に適した調査地点の再考が課題である。

(目標)

• 実施回数

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
管内景気動向調査	2	4	4	4	4	4
(上段調査事業者の再編)	0	1	1	1	1	1
小規模企業振興委員連絡会	1	2	2	2	2	2
雇用実態調査	1	1	1	1	1	1
通行量調査	1	1	1	1	1	1

[※]現状=平成27年4月1日~10月末日現在

• 情報提供回数

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
管内景気動向調査	4	4	4	4	4	4
小規模企業振興委員連絡会	1	2	2	2	2	2
雇用実態調査	1	1	1	1	1	1
通行量調査	1	1	1	1	1	1

[※]現状=平成27年4月1日~10月末日現在

• 提供事業者数

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
管内景気動向調査	3, 315	3, 400	3, 400	3, 500	3, 500	3, 500
小規模企業振興委員連絡会	3, 315	3, 400	3, 400	3, 500	3,500	3, 500
雇用実態調査	550	600	600	650	650	650
通行量調査	251	270	270	280	280	290

[※]現状=平成27年4月1日~10月末日現在

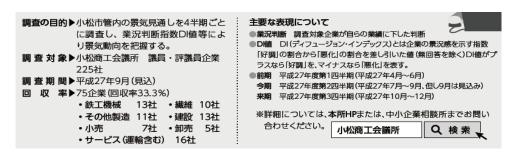
(調査・分析対象)

管内景気動向調査

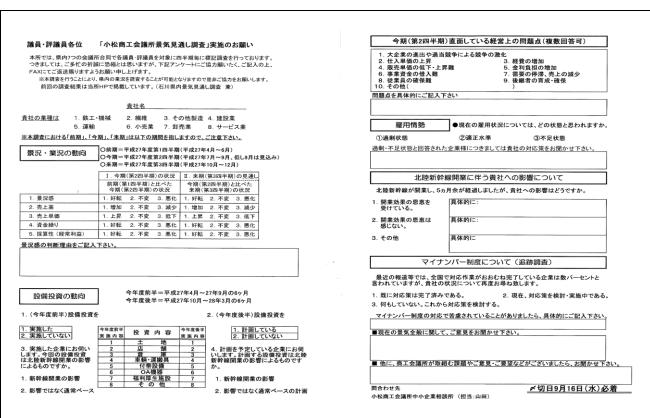
小松商工会議所 議員・評議員企業225社を対象に、四半期毎に業況判断指数DI値等による景気動向調査を実施する。

具体的には、7業種(鉄工機械、繊維、その他製造、建設、小売、卸売、サービス(運輸含む))毎に区分し、①景況感 ②売上高 ③売上単価 ④資金繰り ⑤採算性(経常利益)について調査を行い、DI(ディフュージョン・インデックス景況判断指数値)を用いて、今期を基準に、前期、来期を比較期間として四半期毎に景況感を分析する。

管内景気動向調査は、1年毎に調査対象事業者の再編を図る。



※本所会報より抜粋



※調査票

小規模企業振興委員連絡会

以下に示す地域の各協同組合、商店街の役員等で構成されている「小規模企業振興委員連絡会」の中で委員から直接各種業界の「生の声」を6カ月毎(8月・2月)にヒアリングしている。

★ヒアリング内容(項目) ⇒ ①最近の業界の景気動向 ②今後の業界の見通し

当商工会議所において事前に上記内容のヒアリング調査を実施・取りまとめを行い、連絡会開催時に再確認、併せて各業界との意見交換を行うことで当会議所と業界間で情報の共有を図るものである。

今後は、各組合等を通じた小規模事業者への情報提供を積極的に行い、当会議所の各種事業への参加や活用を促すことで、業界構成員減少の歯止めをかけていく。

三日市商店街振興組合	小松鉄工機器協同組合	小松管工事協同組合
八日市商店街振興組合	小松鉄工団地協同組合	小松魚商協同組合
小松中央通り商店街振興組合	(一社)小松能美建設業協会	栗津温泉旅館協同組合
栗津駅前商交会	石川県九谷窯元工業協同組合	小松建具組合
小松織物工業協同組合	南加賀青果食品商業協同組合	小松能美建築組合連合会
小松撚糸工業協同組合	加南トラック事業協同組合	_
小松絹耀織マーク協同組合	石川県電気工事工業組合加南	_
	本部	

雇用実態調査

業種を問わず一定規模以上(従業員10名以上)の地元企業約500事業所を対象とした雇用実態(雇用条件)調査を実施している。

調査内容は、6業種(製造業、建設業、運輸業、卸売・小売業、飲食店・宿泊業、その他)毎に区分し、①雇用形態毎の従業員数(男女別) ②新規学卒者の採用人数と初任給 ③年齢所定内給与(男女別) ④年齢別賞与(男女別) ⑤従業員1人当たりの平均昇給額 ⑥来年度の採用予定(人数)について調査している。



※調査票より抜粋

通行量調査

小松市内の商業集積地10ヶ所において毎年6月第3週目の木・日曜日の午前7時~午後8時の間、1時間毎に歩行者・車両通行数を方向別に分けて調査実施している。

28年度以降は、時代や街並みに適した調査地点を選定し実施する。

(手段·手法)

管内景気動向調査

調査対象事業者に対して調査票を送付し、FAXの返信にて回収する。このほか、経営指導員が巡回訪問してヒアリングにより調査・回収を行う。

小規模企業振興委員連絡会

連絡会開催の約1ヶ月前に調査用紙を送付し、FAXもしくはメール返信にて回収する。その回答を取りまとめ、連絡会開催時に公表、委員1人毎に内容の再確認を行い最終のとりまとめを行う。

雇用実態調査

業種を問わず、一定規模以上(従業員10名以上)の地元企業約500事業所を対象に、調査票を送付 し郵送にて回収している。このほか、経営指導員が巡回訪問してヒアリングにより調査・回収を 行う。

通行量調査

小松市内の商業集積地10ヶ所(JR小松駅前中心商店街内及び近辺8カ所、JR栗津駅前商業 集積地区2カ所)それぞれに調査員2名を配置させ、午前7時~午後8時の13時間1時間毎に歩 行者と車両の通行量を方向別にカウントする。時間帯において、「通勤・通学者が多い」「旅行者 の団体あり」等の特記事項を調査員に記入させている。

(活用方法)

管内景気動向調査及び小規模企業振興委員連絡会での調査結果は、従来から、月刊の商工会議 所会報誌・ホームページ等により公表し、地域の事業者に対して情報提供を行っている。

雇用実態調査は、情報を希望する企業に配布しているのみである。

また、通行量調査は、調査地点の各商店街振興組合に配布し、その殆どが小規模事業者となる 組合員に調査結果を周知している。

今後は、いずれの調査資料においても、小規模事業者の伴走型支援の現場にて、より積極的に活用していく。具体的には、業界の状況や今後の地域経済の景気動向を把握する資料として、経営指導員が小規模事業者を巡回訪問する際に情報提供するほか、小規模事業者が市場動向や競合状況などの外部環境分析を行う際、また経営分析・事業計画策定の際に活用する。

(2) LOBO調査 ≪拡充≫

- ①"LOBO"とは "CCI(Chamber of Commerce and Industry) Quick Survey System of Local Business Outlook" (商工会議所早期景気観測システム) の略称。平成元年4月より調査を実施している。
- ②LOBO調査は、商工会議所のネットワークを活用して、各地域の「肌で感じる足元の景気 感」を全国ベースで毎月調査し、その集計結果をリアルタイムでLOBO調査実施会議所へ提 供することにより、商工会議所としての政策提言活動などの活発化に資することを目的に実施 している。

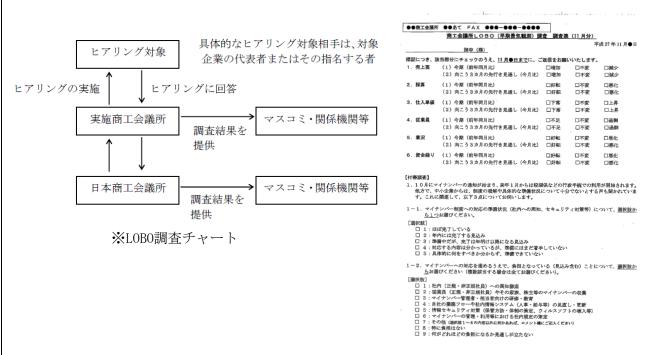
(目標)

LOBO調査の実施により毎月の景況感や直面する経営環境の課題を把握する。また、調査結果については、より後方的でかつタイムリーな地域経済の景気動向として、小規模事業者の伴走型支援の現場において積極的に活用する。

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
情報提供回数	12	12	12	12	12	12
提供事業者数	3, 315	3, 400	3, 400	3, 500	3,500	3,500

(調査・分析対象)

当月の業況・売上・採算・資金繰り・仕入れ単価・従業員の状況のほか、付帯調査として設備 投資や採用動向など直面する経営課題について月毎にテーマを設定して調査・分析している。



※調査票の抜粋

(手段・手法)

調査対象事業者に対して調査票をFAXにて送付し、FAX返信にて回収する。このほか、経営指導員が巡回訪問してヒアリングにより調査・回収を行う。

(活用方法)

当商工会議所を含む全国の商工会議所の連携により、毎月のLOBO調査を実施し、商工会議所会報に掲載し、情報を提供している。

今後は、小松商工会議所独自調査結果と併せて、経営指導員が小規模事業者を巡回訪問する際に情報提供するほか、小規模事業者が市場動向や競合状況などの外部環境を分析する際、また経営分析・事業計画策定の際に活用する。

(3) 地域の金融機関や公的機関の経済分析結果 ≪拡充≫

小松商工会議所独自調査やLOBO調査だけではなく、金融機関や公的機関の経済分析結果も 積極的に活用する。

例えば、石川県の地方銀行である北國銀行の景気動向調査(石川県内企業の経営見通し)では、14業種(繊維工業、鉄鋼・金属製品、一般機械等、電気機械、食料品製造業、木材・木製品製造業、印刷・紙・紙加工品製造業、その他の製造業、卸売業、小売業、建設業、運輸・通信業、ホテル・温泉旅館業、サービス業その他)毎に区分し、①国内景気の見通し ②所属業界の景況見通し ③自己企業の経営見通し(売上高、受注状況、経常利益等) ④採算の見通しについて調査し、DIを用いて、今四半期を基準に、過去5年~未来0.5年を比較して景況感を分析する。

(目標)

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
情報提供回数	1	6	12	12	18	18
提供事業者数	2	6	12	12	18	18

※経営指導員6名 平成28年度指導員数×1、平成29年~度指導員数×2、平成31年度以降指導員数×3

(3つの調査の全体的な活用方法)
当会議所では、(1)~(3)で集めた情報(調査結果)により地域経済の動向を把握し、域内経済
の好循環や地場産業の育成に繋げるべく、当地域の中長期的な経済予測と対策や、小規模事業者
の経営分析を行う際の参考資料として、また、小規模事業者の事業計画策定に伴う根拠資料とし
て活用する。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】≪拡充≫

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナー・研修会等の開催を通じて、経営分析を必要とする小規模事業者の母数を集める。さらに、小規模事業者を対象に、経営分析・事業計画策定の意義・効果について気づきを促すセミナーを開催し、母数を確保する手段とする。

集まった母数に対し、中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」を活用し、 過去3期程度の財務資料を基に経営分析を実施する。

また、石川県においては、企業ドック制度(18頁参照)が存在することから、専門的な課題等の解決に向けて、石川県、地域金融機関、石川県産業創出支援機構のコーディネーター、本所が委嘱する商工調停士等の専門家と連携して本制度を活用し、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支援・サポートする。

これらの活動を通じて1つでも多くの小規模企業の経営分析を行うことで、その先の事業計画 策定に繋げていく。

(課題・解決方法)

多くの小規模事業者は、事業計画作成は常態化しておらず、従来の指導においては、小規模事業者からの補助金申請や資金調達の相談に応じて、経営分析・事業計画策定を支援してきた。

よって課題としては、小規模事業者に対する経営分析・事業計画策定の動機づけがあげられる。 解決方法として、小規模事業者に対して、経営指導員による具体的な活用事例の紹介や、セミナー開催を通じて経営分析・事業計画策定の意義・効果について気づきを促す。

(目標)

過去の実績を鑑み、経営分析に取り組む小規模事業者の掘り起こしをするためのセミナーに加え、加速するICT技術への対応、改定される中小企業関連の各制度の啓発等、小規模事業者から求められるトピックのセミナーを開催する。経営指導員の巡回訪問や窓口相談の場においても、小規模事業者のアイデアや悩みを傾聴しながら計画に基づいた経営の意義・効果を訴え、経営分析・事業計画策定を行うことを事業者に提案していく。

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
巡回訪問個別件数	99	190	200	200	200	200
セミナー・研修会個別企業指導数	406	850	850	850	850	850
経営分析件数	68	94	105	113	113	113

※現状=平成27年4月1日~10月末日現在

(事業内容)

(1) 巡回訪問・セミナー

巡回訪問、地元主要産業に関連したセミナーや企業人としての基礎研修会の開催により、分析の対象となる小規模事業者をピックアップする。

小規模事業者が、運転・設備資金が必要となる際に、石川県の制度融資やマル経資金等を斡旋するが、当商工会議所はその際に小規模事業者の過去2期分の財務諸表を把握することができる。これを経営状況等を把握する機会と捉え、窓口に来た金融機関担当者や事業者に対し、経営分析の実施を勧め、経営分析を実行する予備群(母数)を確保する。

(2) 経営状況の分析

(1)で確保した母数の中で必要に応じて、過去の決算書を入手し、現金預金、売掛金、有形固

定資産、短期借入金、長期借入金、売上高、売上総利益、営業利益等の情報を中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」に入力することで、安全性、収益性、生産性の視点から財務分析を実施する。

実施した経営分析の結果は、当所が小規模事業者に対して制度融資等を斡旋する際や、確定 申告時の指導・支援をする際等、一歩踏み込んだ経営支援を行うために活用する。

併せて、次項に示す「企業ドック制度」での活用時において、小規模事業者に対して面談形式にて財務分析結果を説明し、対話を通じて、経営理念や経営ビジョンの整理等を行い、小規模事業者の課題を明確化させるために活用する。



また、商品・顧客分析(商品・顧客毎の販売動向から売上貢献度、収益貢献度等を分析)や 商圏分析、さらには、事業者の経営資源と外部の経営環境からSWOT分析を行い、小規模事 業者の「強み・弱み・機会・脅威」を抽出し、整理分析を行う。

(3)課題の明確化

経営状況の分析から、差別化要因、ターゲットとなる顧客を導き出し、小規模事業者の強み と機会を勘案した経営方針や課題を明確化する。

(実施方法)

(1)対象事業者の抽出

小規模事業者に対して経営分析・事業計画策定の意義、効果について気づきを促すことにより、経営分析に取り組む小規模事業者の積極的な掘り起こしを図る。

イ)周知

会報誌やホームページ等を通じて支援事業や小規模事業者の声を紹介し、経営分析・事業計画策定の意義効果について気づきを促す。

ロ)経営分析・計画策定の提案

小規模事業者に対し、巡回相談や窓口相談を通して、経営分析・事業計画策定の意義を伝え、 それに取り組むことを提案する。また、セミナー等に参加した小規模事業者に対し、同様の活動を行う。

(2)経営分析の実施

イ)悩みや課題を抱える小規模事業者に対して、<u>経営指導員が親身に対応し、経営状況の把握・</u> 経営状況の分析を勧め、事業者と一緒になって経営課題の明確化、課題抽出を進める。

ロ)外部専門家や外部機関を活用(企業ドック制度等)

専門知識を有する商工調停士や中小企業診断士と連携しながら、小規模事業者の過去2期分の決算書、直近3カ月以内の試算表、販売計画、過去の改善計画、販路等の項目を元に経営分析を行うため、石川県独自の「企業ドック制度」を活用する。

この制度は、いわば企業版人間ドックであり、「経営の安定化」「販路拡大」「現場改善」「地域資源や新技術を活用した商品づくり」「IT技術の活用」等の様々な経営指導を必要とする小規模事業者を対象に分析を行う。

分析手法は、小規模事業者からのヒアリング並びに、巡回訪問時に工場や商店の現場を視察し、従業員の配置や役務内容、保有する技術や設備、財務管理者とのヒアリング等、現状を把握しながら課題を整理し分析する。

また、技術的な課題や海外販路開拓など専門的な分野については、公設試、中小企業支援センター、中小機構、よろず支援拠点等の外部機関を活用する。

将来を見据え、早め早めの「診断」を「企業ドック制度」で外部専門家派遣

東日本大震災の影響により、企業を取り巻く経営環境が変化する中、県内中小企業の経営悪化を未然に防ぐため、希望する企業に外部専門家を無料で派遣する「企業ドック制度」を設けております。自社の事業等を客観的に分析し、経営環境の変化に対応するため、「企業ドック制度」をご活用ください。



② 外部専門家 を派遣 無料

課題に応じた専門家を派遣 します。派遣費用は本所が 全額負担します。

1社につき4回程度まで派遣が可能です。

【外部専門家】

- ・中小企業診断士
- 経営コンサルタント など

3 支援内容

- (1) 企業の課題、問題意識等を問診
- (2) 問診に基づく分析 (企業の現状、取り巻く外部環境)
- (3) 将来に向けた的確な対策や戦略策定についてのアドバイス

活用例

- ・現場改善によるコストの削減
- マーケティング戦略の策定
- 地域資源を活用した商品開発原価計算・料金体系等の整理

経営環境の変化に 適合した事業展開!

オーダーメイド の支援!

(活用方法)

分析した結果は、未だ事業計画の策定に至っていない当該小規模事業者に提供する。この分析 結果を事業計画策定に活用することで、抽出した課題解決、並びに今後の事業計画(資金計画・ 収支計画・行動計画等)策定と実行に繋げる。

3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

(1)事業計画策定支援 ≪拡充·新規≫

当商工会議所は、上記1の「経済動向調査」、上記2の「経営状況の分析」等の結果を踏まえ、小規模事業者の経営力向上を目指すため、本所商工調停士や石川県産業創出支援機構等と連携し、事業計画策定支援及び、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の持続的発展を図っていく。 併せて、当地域を支えるものづくり小規模事業者が、原材料価格の変動や、国内外の経済状況

併せて、当地域を支えるものづくり小規模事業者が、原材料価格の変動や、国内外の経済状況 に左右されにくい収益体質の事業所となるよう、本支援事業を通して経営力の強化を図っていく。

(事業内容)

①対象事業者の抽出

経営分析を実施した小規模事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」や、窓口相談、巡回 指導等により、事業計画策定を目指す小規模事業者を抽出、対象とする。

②事業計画の策定支援

経営分析を実施した小規模事業者に対して、中小企業診断士等と連携し、経営分析結果を活かした事業計画書策定支援を積極的に行う。さらに、小松市等が展開する「小松ブランド(28頁参照)」「こまつもんブランド(21頁参照)」、石川県等が展開する「石川ブランド(21頁参照)」「活性化ファンド(33頁参照)」、国等が実施する「持続化補助金」「ものづくり補助金」等の認定・採択を目指す事業者に対しても、併せて事業計画の策定指導を行い、その事業者がさらに伸長するよう策定支援を行う。(石川県の「企業ドック制度」や国の「ミラサポ事業」を活用し専門家を派遣したマンツーマンの経営指導を積極的に実施し、本所経営指導員と共にその策定にあたる。)

一方、経営不振に陥った小規模事業者、またその状態に陥る可能性が大きい事業者に対しては、石川県中小企業再生・事業転換支援事業の一環で<u>「再生支援プログラム」を活用して実施する「経営安定特別相談会」、関係金融機関や保証協会等を交えた「検討会」を開催することにより、事業計画を含む「経営改善計画」を策定して現状の危機を回避する。</u>

(47頁「連携体系図:事業I」参照)

(目標)

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
特別·個別相談会開催回数	56	80	80	80	80	80
事業計画策定事業者数	55	70	75	80	80	80

[※]現状=平成27年4月1日~10月末日現在

(2)創業支援・第二創業(経営革新)支援 ≪拡充≫

地域における新規開業の促進・地域雇用機会の創出等を図るため、小松市、日本政策金融公庫等と連携して「創業塾」を開催し、事業計画の策定指導をとおして一環した創業支援を行う。(20 頁参照)

(事業内容)

- ①地域における新規開業の促進・地域雇用機会の創出等を図るため、小松市、日本政策金融公庫等と連携して<u>「創業塾」を開催し、事業計画の策定指導をとおして一環した創業支援を行う。</u>(20頁参照)【指針②】
- ②第二創業(経営革新)に関する相談会を開催し、第二創業(経営革新)計画の策定を支援し、第二創業(経営革新)支援を実施する。【指針②】

(目標)

平成27年度実施した創業塾では定員40名のところ12名の参加であったが、次年度以降は各支援機関と更に連携を強化し20名以上の受講者を目指す。

加えて、各支援機関と連携し、塾の内容を拡充させるとともに、塾修了後もハンズオンでの支援 を実施、開業まで結びつけることを目指し、受講者の2割となる8件の創業を目標とする。

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
創業塾開催回数	2	2	3	3	3	3
創業支援者数(計画策定含む)	12	20	25	28	28	28
第二創業(経営革新)支援者数	1	4	5	5	5	5

- ※1. 現状=平成 27 年 4 月 1 日~10 月末日現在
- ※2. 開催回数には同窓会研修会・意見交換会も含む



(3) 農商工連携の取組み支援 《新規》

小松市は「環境王国」認定市町村となり、積極的に当地域で育った農林水産物のPRを行っている。この動きを加速化させるため、JA小松市と連携し、農商工連携支援を積極的に展開している。(下記及び32頁連携図参照)

本商工会議所では新たに、<u>地域農産物を活用した新商品等の開発を目指す小規模事業者に対</u>して事業計画の策定支援を実施し、商品の販路拡大に加えブランド化に繋げる支援を行う。

(目標)

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
農商工連携による事業計画策定	0	4	4	4	4	4
JA 小松市との協議連絡会	1	2	2	3	4	4

(事業内容)

TPPの発効を勘案した上で、JA 小松市(一次産業者)と商工会議所(二次・三次産業者)が連携して農商工連携に取り組む小規模事業者を掘り起こし、これらの事業者に対して事業計画の策定支援を実施する。【指針②】

具体的には、当商工会議所では、JA 小松市との協議連絡会を定例化(年 2-4 回)し、農商工連携の取り組みを希望する事業者についての情報交換(情報収集・情報共有)を行う。

その中で、実現性を有した意欲のある事業者に対し、事業計画策定への取り組みを促し、事業計画策定の支援を行う。さらに、策定した事業計画は、「こまつもんブランド」や「石川ブランド」等のブランド認定申請においても活用する。

「こまつもんブランド」

小松市は平成23年10月に「環境王国認定協議会」より環境王国として認定されており、現在、「環境王国こまつ推進本部(事務局:小松市環境共生部内)」が当地域を代表する「安全・安心・おいしい」小松産農林水産物として119商品を「こまつもんブランド」として認定している。

当商工会議所では、JA小松市との連絡協議会を定例化し、これまで認定されていない特徴ある地域農産品を農商工連携のもとブランド認定に向けて、積極的に事業計画策定と販路開拓の支援を行っていく。

「環境王国」



そこに住む地域住民の方々が築き上げた優れた自然環境と農業のバランスが保 たれ、安心できる農産物の生産に適した環境の地域である。

この地域を環境王国と認定し、地域の人々と消費者とが共に連携し、「官」「民」が一緒になって環境保全に努め、未来に継ぐことを目的に活動する地域である。 環境王国ロゴマークは厳しい認定条件を満たした市町村の農産物やその加工品 にのみ認められる安心・信頼のブランドの証である。

「石川ブランド」

石川県が県内の中小企業者等が開発又は改良した製品のうち、技術の独自性や新規性等において優秀な製品を「石川ブランド製品」として認定し、販路開拓の支援を行うとともに、その中から特に魅力的なブランドとして将来の成長が期待できる製品を「プレミアム石川ブランド製品」として認定し、価格競争に巻き込まれない新たな価値を発揮するブランド製品づくりのための集中支援を行っている。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業計画策定後の支援 ≪拡充・新規≫

3.で挙げた「事業計画の策定支援」対象者のすべてを策定後の支援対象とし、策定した事業計画の進捗状況について巡回訪問等により確認するとともに必要な支援を行い、小規模事業者の計画に基づいた経営を伴走型で支援する。

また、公的支援制度(融資・補助金)等を通じた資金調達や各種ブランド認定等に向けた申請支援、「創業塾同窓会」を通じたフォローアップも実施する。

(課題・解決方法)

これまでの課題として、現状の計画程度のフォローアップの頻度が低く、販路開拓の機会損失や問題の発見が遅れること等があげられる。

解決策として、定期的なフォローアップにより策定した事業計画の進捗状況を的確に把握し、 機会損失の低減及び問題の早期発見を図る。

(目標)

事業計画策定後、3カ月に1度巡回訪問し、予実管理を行う。また、持続化補助金等の申請支援を通じたフォローアップも実施する。

(27 年度持続化補助金の採択率は 48%弱(19 事業所/39 事業所)であったが、以降は 50%以上の 採択率を目標に計画策定の指導にあたる。)

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
フォローアップ対象数(※)	68	98	109	117	117	117

[※]創業支援者・第二創業支援者を含む

(事業内容)

- ①計画策定後に、国・県・市区町村、並びに本商工会議所が行う支援策等の広報、案内により 周知し、フォローアップを実施する。
- ②3か月毎に、策定した計画の収支計画並びに行動計画の予実の把握を行う。さらに、実績が上回った理由、及び計画未達の場合はどのように後れを取り戻すか等、経営者とともに課題解決に向けたフォローアップ指導を実施する。

③補助金活用支援 →

国の持続化補助金を活用し、販路開拓支援を行う。

また、小松市や石川県特有のブランド認定「小松ブランド」「こまつもんブランド」、石川県等が展開する「石川ブランド」や補助金「活性化ファンド」を活用した販路開拓も併せて支援する。

- ④創業・第二創業(経営革新)・農商工連携の取組み支援 ↓
 - イ) 創業後のフォローとして、先輩経営者との意見交換会、研修会による個別フォローアップ、税務・記帳相談を重点的に行い、また、「創業塾同窓会」を通じて、起業成功事例等をテーマとした研修会や意見交換会等により、伴走型の支援を実施する。

さらに、事業計画策定事業所と同様に3カ月に1度巡回訪問し、予実管理を行う。具体的には、策定した計画の収支計画、及び行動計画の予実の把握を行う。

- ロ)平成27年度以降、小松市が中心となり本所ならびに金融機関、日本政策金融公庫が連携を図りながら<u>「こまつ創業支援ネットワーク」を構築</u>し、「サイエンスヒルズこまつ」にある「こまつビジネス創造プラザ」内に<u>「ワンストップ相談窓口」を設置する等、年間を</u>通じて創業者の支援を行う。(48頁「連携体系図:事業II」参照)【指針②】
- ハ)各種「ブランド」として認定された商品等(持続化補助金・石川ブランド・活性化ファンド等の採択商品も含む)に対しては、国内外の商談会出展を促す等の情報提供や販路開拓支援を行う。

さらに、未だ認定されていない、地域農産品を活用した魅力ある商品に対し、農商工連携のもと、ブランド認定に向けて積極的に事業計画のブラッシュアップを行い、策定後の 販路開拓の支援に繋げていく。

ニ) 公的融資制度の活用促進 →

従来から小規模事業者に利用を促しているマル経融資に加え、小規模事業者の持続的発展 の取組みに必要な事業資金を低利で融資する「小規模事業者経営発達支援融資制度」等の活 用を促し、持続的に支援していく。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

需要を見据えた経営戦略の策定や効果的な販売促進策を立案するため、下記調査を実施する。

- (1) 小規模事業者がターゲットとする市場の動向調査
- (2) 小規模事業者が販売する商品・サービス等の需要の動向調査

(課題・解決方法)

当商工会議所においては、従来当地域の消費関連事業者の中で、新たな商品開発やサービスを提供しようとする事業者が、必要とする地域内外の需要動向に関する情報提供を積極的に行ってきたところである。

課題としては、小規模事業者が自社の商品・サービスに対するニーズをより明確に把握し、支援することがあげられる。

よって、課題解決に向け、小規模事業者が、ターゲットとする顧客のニーズや需要を自ら明らかにできるよう適切な支援ができる支援体制を整備していく。

具体的には、経営指導員が小規模事業者にヒアリングを実施し、その小規模事業者がターゲットとする市場の動向を小規模事業者とともに調査する。これらの活動により、具体的なターゲットや商品の特徴がある程度絞り込み、販売する商品・サービス等の需要の動向調査を実施する。

(目標)

支援対象事業者数	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
ヒアリング件数	80	100	110	120	120	120
市場動向調査支援	55	70	75	80	80	80
需要動向調査支援(※)	_		6	12	18	18

[※]経営指導員6名 平成29年度指導員数×1、平成30年度指導員数×2、平成31年度以降指導員数×3

(1)市場動向調査 ≪拡充≫

(事業内容)

- ① 小規模事業者(創業者や第二創業者含む)とのヒアリングにより、想定されるターゲット市場を選定する。
- ②地方自治体の情報(人口等)、全国消費実態調査、家計調査等を活用し、ターゲット市場の年齢構成や市場規模等を把握する。
- ③地域経済動向調査や業界紙、機械受注統計、住宅着工統計等の統計資料を活用し、当該サービス・商品等にかかる市場の動向を把握する。
- ④ 地域の人気店が、どのようにして顧客ニーズを把握し、ニーズに合ったサービス・商品を提供して人気店になり得たのか、その事由を把握するための人気店調査を毎月実施する。

≪実施例≫(手法例)

【小規模事業者がハウスメーカーの場合】

- 1) 建設工業新聞等を活用し、当地域のハウスメーカー毎の建築棟数を把握する。
- 2) 小規模事業者と経営指導員が当地域のハウスメーカー毎の坪単価を調査する。 この2つの情報を活用し、小規模事業者独自のポジショニングマップ(縦軸:年間建築棟数、

横軸:坪単価)を作成し、資料を基に、当社のターゲット市場を明らかにする。

(活用方法)

- ①事業計画を策定する小規模事業者の、計画策定における基礎資料として活用する。
- ②事業計画を策定する小規模事業者の、具体的販促戦略の資料として活用する。

(2)需要動向調査 ≪新規≫

小規模事業者(創業者や第二創業者含む)が、自ら開発・販売する新規商品(製品)・サービスに対するターゲット顧客のニーズを把握するための調査分析を実施する。

(事業内容)

①市場分析や地域経済動向調査等を通じて具体的な顧客(ターゲット)を絞り込み、どの項目 をどのようにして収集するか確定する。

②調査の実施

小規模事業者が開発・販売する新規商品(製品)・サービスに対するニーズ・需要・購買行動を把握する調査を実施する。

調査方法は、<u>ターゲットユーザーへのヒアリングやグループインタビュー等の手法</u>(手段)により調査を実施する。

≪実施例≫ (手法例)

- イ) ①で得られたターゲットが、よく購買している人気店(市場動向調査④)の記事を紹介し、小規模事業者と共に当商工会議所の経営指導員がその店舗を調査分析する。
- ロ) 当商工会議所は、地域密着の事業を行っていることから、企業にどのような従業員が存在するかの情報把握も可能である。この強みを活かし、ターゲットに該当する人や企業を小規模事業者とともに調査することで、ターゲットユーザーに対する需要動向調査支援を行う。

【具体的調查項目:例"食品"】

見た目、食味、購入したいと思う金額、新商品の改善点等、新たに提供する商品・サービスの改良ポイントを調査する。

ハ) 小規模事業者が製造業の場合、経営指導員が、小規模事業者が取引したいターゲットに近い事業所を、当商工会議所の役員事業所や会員事業所から抽出し、その事業所が当該小規模事業者に求める事柄をヒアリングした中で、ターゲットユーザーが求める品質・コスト・納期(QCD)等の具体的要望事項を把握する。

③結果の検証

小規模事業者が開発・販売する新規商品(製品)・サービスがターゲットのニーズ・需要に適合しているか検証する。また、外部専門家を活用し、実践的な需要動向の把握に努める。

(活用方法)
得られた需要動向調査結果は、調査を求めた小規模事業者に提供する。これにより、小規模 事業者は、提供された情報を、新商品(製品)・サービスの改良や販売する際に活用(HP等)す
事業有は、促供された情報を、利筒品(製品)をリーころの収長や販売りる際に活用(AF等)りるほか、既存商品・サービスの改善(改良)の際にも活用することが可能となる。
小規模事業者が製造業であれば、ターゲットユーザーの具体的要望事項を小規模事業者に提
供する。(小規模事業者はその情報を基に自社の生産体制等ターゲットユーザーと取引できる
環境を整える事ができる。)

需要動向調査を実施した事業者をはじめ、事業計画に基づいて販路開拓に取り組む当地域の小規模事業者を対象に、新たな販路開拓を支援する。

(課題・解決方法)

当商工会議所では、小規模事業者の販路開拓支援要望に基づき、商談会・展示会の出展への支援、販路拡大に向けたブランド認定等、小規模事業者に合った支援を実施してきた。その際、商談件数の把握には努めているものの、商談に伴う成約実績・売上高の増加額の追跡確認など、事業実績の検証が十分ではなかった。また、当地域の強みを活かした販路開拓においても、拡充の余地はまだまだ残されていると考える。

今後は、当地域の強みを活かした販路開拓はもとより、事業実績の検証等を確実に実施し、次 年度以降の経営発達支援事業にその検証結果を活かしていく。

小規模事業者販路開拓支援

①当商工会議所では、本地域の「ものづくり」における新産業創出に寄与するため、<u>「新商品・新技術開発支援助成事業」を実施</u>し、新商品開発、新技術開発等を行う管内中小企業者等に対して開発や販路開拓等に必要とする経費の一部を助成し、創造的企業の育成を促す。

≪拡充≫

- ②併せて、当会議所が共催・後援する「かなざわマッチング商談会」「ふくいビジネス商談会」「とやまビジネスドラフト」や「機械工業見本市金沢」(29頁参照)の国内商談会への出展を促し、販路開拓に繋げるとともに、各種ブランド認定等の支援を積極的に行う。**≪拡充≫**
- ③また、「ものづくり」における新産業創出に加え、地域の農産物を活用した商品等の販路開拓を狙いとし、国内に加え、小松空港を活用した海外販路開拓を積極的に支援する。 具体的には、経営指導員が地域の小規模事業者に対し、後述の「小規模事業者への海外販路開拓支援のスキーム」で販路開拓の場への参加を促し、その結果を事業者にフィードバックすることで、事業者の販路拡大に関する課題を明確化し、段階的に解決し支援していく。 さらに、販路開拓については、よろず支援拠点や中小機構及び、金融機関等と連携し、当商工会議所では対応できない場合においても、専門機関と事業者をつなぐ役割を果たすことで、小規模事業者の販路開拓に寄与する。**《拡充》**
- ④ものづくり企業を支える人材が、当地域に満足して居住するために必要となる消費関連産業の強化を図るため、地域の人気店を取材紹介し、商工会議所の会報で紹介する。 (消費関連産業はまさしく地域に根差した事業を行う必要があり、これら人気店の取材内容は、その他事業者にとって水平展開可能な内容となる。)≪拡充≫
- ⑤新たに、農商工連携に取組む小規模事業者への販路開拓支援を積極的に行う。**≪新規≫**

(事業内容)

A. 小規模事業者全般に対する販路開拓

①本所管内において、小松市が年に一度実施する「小松ブランド新製品等販路開拓支援事業」 (注1)において認定された商品・製品を開発した事業所、並びに下記募集期間に応募があり、本 所に設置する審査会にて認定した事業所に対し、開発費・広報費・展示会出展費等、新商品・新 技術の開発・販売・啓発に伴う経費の一部を助成する<u>「新商品・新技術開発支援助成事業」を実</u>施する。尚、募集期間は毎年8月初旬~9月末日とするものである。【指針**④**】

| 注1:「小松ブランド新製品等販路開拓支援事業|

今後成長が見込める医療・福祉・環境・情報通信等の分野における新製品・新技術開発を支援するため、本市の中小企業者等が行う新製品販路開拓等に要する経費に対して補助金を交付し、もって、本市の「ものづくり」における新産業創出に寄与することを目的に実施。

(目標)

・今後成長が見込める各分野における新製品・新技術開発を継続的に支援すべく、年間3~4事業所を目安としてその新製品・新技術を認定し販路開拓に繋げていく。

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
認定(助成)事業所数	3	4	4	4	4	4

[※]現状=平成27年4月1日~10月末日現在

②当会議所が共催する「かなざわマッチング商談会」「ふくいビジネス商談会」「とやまビジネス ドラフト」等の商談会の概要・募集要項等を、会報の折り込みや当所ホームページに掲載し、 広く周知を図った上で、意欲のある小規模事業者に販路開拓の場をタイムリーに提供する。

(目標)

・当会議所が共催する上記3つの近県商談会への出展数は年間計1~9社程度であり、今後は 事業計画の策定等の支援をとおして出展事業所の掘り起こしを行う。

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
出展事業所数	7	10	10	12	12	12
商談件数(1事業所5件)	35	50	50	60	60	60
成約件数(上記件数 10%)	3	5	5	6	6	6

[※]現状=平成27年4月1日~10月末日現在

B. 当地域の強みを伸ばす(活かす) 販路開拓

①「小さくともきらりと光るものづくり小規模事業者」の育成・支援

当地域には世界的に有名な企業等、いわゆるものづくりの大企業が存在する。その大企業を 縁の下で支えているのが当地域の「ものづくり小規模事業者」である。

とりわけ当商工会議所の会員は、小規模事業者が多数を占めており、大企業の孫請け事業者が多い。大企業の直接下請け企業は、企業としての経営体制(経営分析・事業計画の策定、またそれを基にしたPDCAサイクルの実行)が整っている事業所は多いが、孫請けになるとその体制が整っていない事業所が多い。(技術はあるが、自ら経営を見つめなおす機会に乏しい。)特に、策定した事業計画に基づいた販路開拓の取組みが弱い小規模事業者が多い。

ものづくりに携わる事業者には、事業内容に専門的な事柄が多く、これら事業者の販路開拓には、石川県工業試験場や石川県産業創出支援機構、外部専門家等を積極的に活用した支援を行う。ターゲット企業が見つかった場合においても、そのターゲット企業と小規模事業者を繋ぐために、上記専門機関や専門家と連携し支援する。

更に、優れた技術を持ち、新たな製品を開発したものづくり小規模事業者には、県内で開催

される<u>「機械工業見本市金沢(MEX金沢)」(次頁参照)への出展</u>を促し、販路開拓に繋げていく。

(目標)

・窓口・巡回指導や事業計画策定支援事業を通して、新製品開発事業者に出展を促す。

	支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	
	出展への支援件数	0	1	1	1	1	1	
	商談件数(1事業所5件)	0	5	5	5	5	5	
	成約件数	0	1	1	1	1	1	

※現状=平成27年4月1日~10月末日現在

「MEX金沢」

金属工作・加工機械及びその関連製品並びに電機・電子関連 機器等の流通促進と技術交流をはかり、産業と貿易の振興発展! に寄与することを目的に開催。

昭和38年(1963年)に76のメーカーが集まり第1回が開催されて以来、多くの方々にご支援をいただき、毎年春に石川県金沢市にて開催。昭和59年には特許庁の博覧会指定を受け、時代とともに発展し、地方を代表する総合的な機械工業見本市に成長した。

- 主催:一般社団法人石川県鉄工機電協会
- ・後援: 石川県、石川県市長会、石川県町長会 石川県商工会議所連合会、石川県商工会連合会 ジェトロ金沢



②小松空港を活用した海外販路の開拓支援

当商工会議所では、国際定期便4路線(上海・台北・ソウル・ルクセンブルク)を持つ「小松空港」を活用した、地域経済の国際化に長年取り組んでおり、小規模事業者の海外事業展開の支援実績もある。

小規模事業者の中には、既にこのような取組みがあることから、当該事業者が JETRO 等の専門機関の適切なサポートを受け、<u>当地の空のゲートウェイとなる「小松空港」を活用し、自社商品(製品)の海外販路拡大に取り組むことにより、国内に加え世界のブランドとなる可能性が十分にある。</u>

既に海外展開を実施している小規模事業者は、事業者自らがその商品の特徴(強み)を的確に 把握し、且つ、自社の課題(海外を含めた販路拡大に関する課題)を把握し、その課題を改善 したことが海外販路の拡大に寄与している。

よって、国内の展示商談会出展をスタートとし、海外商談会出展をゴールとした小規模事業者への国際化支援プログラム<u>(展示会等を通じてその事業者の販路拡大に関する課題を明確化</u>及び解決)を、多くの小規模事業者に推奨していくこととする。

当商工会議所は、「小松空港」を有するご当地会議所であることから、石川県知事・金沢市長・小松市長・石川県商工会議所連合会・石川県商工会連合会等からなる「小松空港国際化推進協議会」の事務局を担っており、当地域のみならず、石川県・福井県の小松空港を活用した国際ビジネス展開推進の一端を担っている。

特に、ルクセンブルク大公国に本社を置く「カーゴルックス航空」が、平成6年にルクセンブルク大公国と小松空港をつなぐ国際定期貨物便の運航を開始して以降(現在も週4便が就航)、平成27年6月には、中正国際空港(台北)への国際旅客定期便が大型化し、本格的に国際貨物の取り扱いを開始、本年1月からアゼルバイジャンからの国際貨物便がチャーター運航されるなど、国際貨物の取扱量が増加する環境が整いつつある状況である。

対ルクセンブルクついては、平成26年11月にルクセンブルク市内で開催された「料理ワールドカップ2014」と同時開催された世界見本市「エキスポガスト」に石川県ブースを出展し、「食」をテーマに石川県の物産を出品・アピールするなど、当商工会議所では、今後更に当地域の食品等の輸出拡大を目指すこととしている。

・※ 右写真は、当地域で日本酒の製造販売を行っている小規模事業者「東酒造㈱(ブランド名「神泉」)」が、世界見本市「エキスポガスト」に出展した様子。

ケンプ・コーラー社 (ルクセンブルク大公国王室御用達の食品店兼レストラン) 社長:ギル・ケンプ氏と商談中である。ケンプ・コーラー社からは、当地にワイン・チョコレート・ビール等の輸入実績があり、当地からは日本酒・醤油の輸出実績がある。



更に、小松空港国際化推進協議会会員事業所の他、「いしかわブランド」や「小松ブランド」、また、農商工連携に取組む事業所等、当地域の中で一定の認定を受けた小規模事業者や、優れた事業計画を策定した意欲ある事業者に対し、当商工会議所が海外で実施する展示商談会に積極的に参加を促すことで、海外販路開拓の支援を行っていく。 (これまでは輸入に力を入れていたが、本計画では、「輸出」も積極的に展開していく。)

具体的には、欧州方面については、当商工会議所と強い繋がりを持つ「ルクセンブルク商業会議所」と連携し、欧州全域に販路を持つ会社「ケンプ・コーラー社」等と小規模事業者をつなぐ役割を果たす。

また、併せて小松空港と国際旅客定期便が就航する路線就航地(上海・台北・ソウル)への販路開拓支援を行う。(現在、台湾の高雄市や台北市の市場調査を行っており、平成28年度内には、何れかにおいて商談会等を実施する予定。)

尚、小松空港を活用した海外販路開拓支援のスキームは次頁の通りである。

【小規模事業者への海外販路開拓支援のスキーム】

「第1ステップ」

対象⇒すべての小規模事業者

支援→優れた事業計画を策定した意欲ある企業を見出し、「いしかわブランド」や「小松ブランド」、農商工連携事業等、当地域の中で一定の認定を獲得するための支援を行う。



「第2ステップ」

対象→第1ステップで一定の認定を獲得、もしくは認定されなくとも優れた事業計画を保有する企業

支援→「かなざわ商談会」「ふくいビジネス商談会」「とやまビジネスドラフト」等の<u>国内</u> <u>商談会への参加を促し</u>、商談会を通じた販路開拓のノウハウを実践的に身に着ける支援 を行う。



「第3ステップ」

対象⇒第2ステップ(国内の商談会)で商談会ノウハウを得た小規模事業者

支援→日本貿易振興機構(JETRO)等の国際貿易専門機関の協力を仰ぎながら、小規模事業者 の海外展開の可能性を模索する。

(海外経済状況や需要動向等の情報を提供し海外展開の実現性を探る)



「第4ステップ」

対象⇒第3ステップで海外展開を希望する小規模事業者

支援→当商工会議所が関連する<u>海外展示商談会等への参加を促す</u>とともに、海外商談会で 必要なブランディング(どのような背景でこれを作っているのか?)や供給体制、価 格設定等、専門機関のサポートを得ながら商談会出展に必要となる支援を実施する。 更に、海外展示会等の出展に係る経費に対する各補助制度や助成制度の紹介、その活 用アドバイス等を実施する。

※ 小松空港と定期貨物便で結ばれている都市(ルクセンブルク)については、長年の交流 を経て蓄積してきた人的交流も活用しながら、<u>当商工会議所にしか成し得ない実践的</u> な販路開拓支援を実施する。

(目標)

・販路開拓に向け、海外商談会に出展する企業の支援を実施する。

支援内容	26 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
販路開拓支援事業所数	4	5	6	6	6	6

③農商工連携の支援

現在、当地域においては、建設機械メーカーであるコマツ(㈱小松製作所)・小松市・JA 小松市の3者が発足した「こまつ・アグリウェイプロジェクト」が進行しており、当地域において、地域農産物を活用した動きが出てきている。

このような中、当商工会議所では農商工連携に取組む事業者に対して、<u>新たに下記の支援事</u>業を実施し、当地域の農商工連携事業の推進と当該小規模事業者の販路開拓に繋げていく。

1) 6次産業チャレンジ支援事業

(事業内容)

新たに、小松市内の農産物を活用した新商品の製造・販売を実施する事業者に対し、係る経費の一部を助成するもの。

※助成対象経費=小松市の農産物仕入れ経費、企画・販売促進費

(目標)

農商工連携に取組む事業者の販路開拓支援を実施する。

支援内容	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
販路開拓支援事業所数	4	4	4	4	4

2) JA 小松市との連携支援事業

(事業内容)

JA小松市との連携支援事業

小松商工会議所

農商工連携の取組みを希望する 事業所の把握

JA小松市

農商工連携の取組み可能な生産者 の把握

小松商工会議所・JA小松市との連携:「協議連絡会」開催

- ①情報の確認→実現性の検討
- ②生産者(1次産業)と小規模事業者(2次・3次産業)とのマッチング

小松商工会議所

- ①事業計画の策定支援
- ②助成金・ファンド等を活用した事業化への支援

(事業計画のブラッシュアップ)

- ①ISICOの**活性化ファンド事業**への申請
- ②販路拡大への支援
- ③地域ブランド化への支援

当商工会議所は、JA 小松市と連携協議を行った結果、平成 27 年 12 月 3 日に JA 小松市と第 一回目の連絡会を開催している。

今後は、TPPの発効を勘案した上で、この<u>連絡会を更に発展</u>させ、JA 小松市(一次産業者)と商工会議所(二次・三次産業者)が連携し、農商工連携支援事業を推進していく。

その中で、協議連絡会の当面の役割として、当地域の一次事業者と二次・三次事業者のマ

<u>ッチングを目指していく。</u>(それぞれ考え方が異なる事業者をマッチングさせるためには、それぞれの事業者が1つの目標に向かって事業を行うことが大切であると考える。) このため当商工会議所は、

- a) 「石川県産業創出支援機構(ISICO)」が実施する活性化ファンド事業(補助金事業)のうち、 農商工連携事業の採択を目指すことを事業者に推奨し、採択を目指す過程の中で、事業計 画の策定、及びブラッシュアップ、更には事業化の支援を行っていく。
- b)また、当商工会議所では、当地域のグローバル企業に勤務する従業員が、国内はもちろん 海外でも使用したいと考える地域農産物活用商品の開発及び、販路の構築を長期目標とし て掲げる。
- c) 消費関連産業の底上げを図るために、地域農産物を活用した新商品等の開発を目指す小規模事業者に対し、商品の販路開拓に加え<u>ブランド化</u>を目指す支援事業を実施し、<u>農商工連携の拡大を図り販路拡大に繋げていく。</u>

(目標)

本経営発達支援計画では、その中期目標として、上記 ISICO の活性化ファンド事業(農商工連携)の採択件数を年10件(現在5件)、更に農商工連携で支援した商品を1品以上、海外商談会に出展させ、販路開拓や販売促進に繋げることを掲げる。(下図参照)

ISICOの活性化ファンド事業



C. 当地域の弱みを克服する販路開拓

魅力ある人気店や特徴あるサービスを提供する消費関連産業事業者の育成・支援

(創業者や第二創業者へのサポート事業を含む)

小規模企業振興委員連絡会での意見にあるとおり、<u>消費関連産業の強化を図るためには、人気店を1店でも多く作ることが大切</u>である。この実現の為には、既存事業所の活性化は大切であるが、加えて、以下の取組みと支援が販路拡大に繋がると考え実施する。

- 1) 当地域での創業者や第二創業者への強力なサポート事業を展開することが重要であり、よって、新規店舗で人気店となる店舗を1つでも多くつくり、持続的に支援していく。
- 2) 人気店については、小松市で展開している「小松ブランド(28 頁参照)」や石川県で展開している「石川ブランド(21 頁参照)」の応募・認定を積極的に支援するなど、人気店のブランド化に向けた支援も併せて行う。
- 3) 毎月発行している当商工会議所の会報には、地域事業者の紹介コーナーがあり、そのコーナーに地域の人気店を積極的に紹介する。その人気店取材の中には、地域の消費者の動向を必ず聴取し、地域動向の生の声を聞く機会とする。人気店が目標数に達した後は、既存事業者にその人気店を紹介する。(商工会議所では、同業種の3店舗程度を紹介し、事業主自らが先進事例から学び得る環境を整える。)

さらに、当地域のマーケティングを希望する事業者に対し、<u>当商工会議所で実施している雇用実態(雇用条件)の調査結果や、小松市内の通行量調査等の調査結果の他、人気店3店舗程度の情報を積極的に提供し、既存事業者や創業希望者等がその店舗を利用・研究することで、実践的なマーケティングを行う機会を提供していく。</u>

事業者自らがその人気店に学び、商業者として切磋琢磨する仕組みを作ることで<u>地域の消費</u> 関連産業全体の底上げを図る。

(目標)

・窓口・巡回指導を通して、指導員6名が人気店1事業所/月を紹介する。

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
人気事業所紹介件数	42	72	72	72	72	72

[※]現状=平成27年4月1日~10月末日現在

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

地域における関係者間で意識の共有を図るためには、関係機関が共同で実施する事業を継続的に実施し、まずは、職員同士の人間関係の形成を図ることが大切である。(本所では、その役割をまつりが担っている。)人間関係を形成した職員が、地域の活性化に資する事業(「ICTを活用したやさしいまちづくり」や「こまつ・アグリウエイプロジェクト」)等に取り組むことで、意識の共有を更に図る。

1. 「小松市どんどんまつりの開催」≪拡充≫

当商工会議所並びに小松市、JA小松市の主催3団体の他、関係協力機関多数を含む「小松市どんどんまつり実行委員会」を年間計2回行い、今後の地域経済活性化、並びに中心市街地の賑わい創出支援の方向性を検討する。また、検討した地域活経済性化等の方向性を踏まえ、小松市の将来の産業と文化の発展を希う市民総参加のまつりとすることを目的とした「小松市どんどんまつり」を開催し、当地域経済の活性化を図る。

(事業内容)

- (1)上記の実行委員会において、本所管内の経済・文化の発展、中心市街地の賑わい創出等を中心とした地域の活性化の方向性について検討する。
- (2)本まつりが市民総参加の秋の市民祭典として、日頃の市民の活動や地域の伝統・文化等の発表の場とすると共に、市民の交流を深め、来場者にも小松の自慢ができるもの、誇れるものを紹介し、市民自らが内外へ向け小松をアピール・情報発信できる、そんな企画・催しの詰まったまつりへと充実を図る。
- (3)本まつりは、JR小松駅周辺において「小松中心商店街」の他、7 3の協賛団体(企業含む)と連携して実施する。



(小規模事業者へのメリット等)

- (1)本まつりは、協賛団体としてまつりを構築する各業界団体(鉄工・建設・商店街・観光・生活衛生等、各種団体)の現世代と次世代の小規模事業者が、まつりの成功に向けて一致団結し、<u>世代間交流や異業種交流</u>を積極的に図ることにより、<u>事業承継や後継者育成、第二創業のきっかけづくり</u>の一翼を担っている。
- (2)まつり開催地域の小規模事業者は、不特定多数の来場者に対して<u>新商品の啓発</u>を図り、また、既存商品の売れ筋傾向を掴み取ることで消費者動向を把握し、今後の販売促進に繋げていく。
- (3) 小松市には、ものづくり関連企業への就労を目的とした外国人労働者とその家族等が平成27年6月現在で1,418人居住しており、まつり当日は小規模事業者との交流イベントを通して市内の消費拡大に繋げている。

(目標)

・平成27年度が40回目の節目を迎え市民と共に創り上げる祭りを<u>下記のコンセプトを基に再構築し、</u>28年度以降は、更に市民に愛されるまつりとなるよう検討を重ね、20万人の来場者を目指す。(平成27年度来場者=150千人)

項目	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
開催回数(述べ回数)	41	42	43	44	45
来場者数(単位=千人)	200	200	200	200	200

小松市どんどんまつりコンセプト(第 40 回(H27 年度)以降)

小松市が発展をする契機になったのは、前田利常公が小松城に居してこの地方の産業・文化を 奨励してからである。

小松発展の礎を築いた前田利常公の遺徳を偲び、利常公ゆかりの場所を事業に取り組むとともに、節目となる年(H29 小松天満宮遷座合祀 80 周年、H32 市制 80 周年、H37 どんどんまつり 50 周年)には、メモリアルとなる事業を展開し、新たな文化を創造していく。

(4)小松市どんどんまつり実行委員会組織(平成 27 年度開催)

役職	所属団体	所属団体役職
会長	小松市	市長
副会長	小松市議会	議長
<i>II</i>	小松商工会議所	会頭
<i>II</i>	JA小松市	代表理事組合長
<i>II</i>	小松市町内会連合会	会長
実行本部長	小松市	副市長
理事	小松市教育委員会	教育長
<i>II</i>	航空自衛隊小松基地	小松基地司令
"	小松市議会	経済建設常任委員長
<i>II</i>	小松市交通安全協会連合会	会長
"	小松市防犯交通推進隊連合会	会長
<i>II</i>	小松中心商店街振興組合連合会	会長
"	小松市文化協会	会長
<i>II</i>	(一社)こまつ観光物産ネットワーク	事務局長
"	小松市校下女性協議会	会長
"	小松青年会議所	理事長
"	小松市国際交流協会	会長
"	小松商店会連盟	会長
"	小松市総合政策部	部長
監事	小松市	会計管理者
"	JA小松市	代表理事専務
運営委員長	小松商工会議所	専務理事

以下、運営委員21名で構成

2.「ICTを活用したやさしいまちづくり」の推進 ≪新規≫

(経緯と事業内容)

小松市では当商工会議所等の協力のもと、平成27年度において、地域の消費を喚起するため 国が創設した「地域住民生活等緊急支援のための交付金」を活用し、ICTを活用したやさしい まちづくりの推進を図るために、市民、及び市内に通勤・通学する者に電子マネー化したプレミア ム商品付「やさしいまちづくりカード」を販売すると同時に、市内小規模事業者を中心にクレジ ットカードや電子マネーを読み取る端末機を設置する事業を行った。

(※端末機設置店舗数=123台)

今後は、カード読み取り端末機の更なる普及を図るとともに、キャッシュレスのメリットをPRし、ICTを活用したまちづくりを推進する。

(小規模事業者へのメリット等)

- (1)カード読み取り端末機の導入により、大都市圏や外国人など従来になかった客層の開拓に繋り、売上拡大に期待することができる。
- (2)「やさしいまちづくりカード」を活用した新たなポイントシステムの導入により、より多くの 商店が連携しつつ、本商工会議所を含む商店以外の関係団体も加わって、まち全体として事業 に取組むことにより、小規模小売店舗における消費の拡大が見込める。

(目標)

平成35年の北陸新幹線小松駅開業を目途に、クレジットカード・電子マネー使用可能店舗の 更なる拡大を図る。

・カード読み取り端末機の導入店舗

1 19 = 7 0 + 7 + 114 + 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	00 左岸	90 年度	90 左座		20 左座
	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
端末機:導入店舗数	133	143	153	163	173

(実施体制)

小松商工会議所、小松商店会連盟、小松市、他関係団体

おもて



うら



3.「こまつ・アグリウエイプロジェクトの推進」《新規》

平成25年7月24日、コマツ(㈱小松製作所)、JA小松市、小松市の三者は、農商工連携の促進や農業技術と農業人材の育成、里山の振興と保全等のテーマを掲げた連携協定を締結し、「こまつ・アグリウエイプロジェクト」をスタートさせた。

世界的な建設機械メーカーであるコマツの持つ「ものづくり」のノウハウを農業に活用することで、農作業の効率化など新しい農業の形となるような先進的な取り組みを進めている。

プロジェクトでは、農業の生産性向上、雇用創出による地域経済の活性化、地域人材の活用、 新商品の開発等の取組みを通じて、小松市の農業の活性化を図ることで、日本の農業を元気にす ることを目指しており、<u>農商工連携の取組み拡大を目指す本商工会議所においても、本プロジェ</u>クトを推進し、地域経済の活性化と小規模事業者の育成・支援・発展に寄与する事業を展開する。



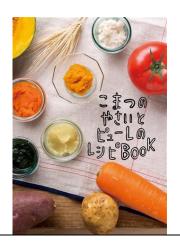
(事業内容)

(1)地元農産物のピューレ化事業

プロジェクトの第1弾として、「形が不揃い」などの理由でこれまで廃棄されていた規格外の農産物をピューレ状に加工することで、素材の無駄のない利用が可能となった。

地元の農産物を用いたピューレは、お菓子やパン、カレーなど 様々な商品に使用されている。

また、より多くの方に小松市産の農産物を知っていただくため、 石川県立大学の協力のもと、小松市産の農産物やピューレを使った レシピ開発を行った。レシピブックは道の駅こまつ木場潟や小松市 役所などで配布している。



(2) 小松トマトハウス栽培のICT化事業

生産者の経験や勘に頼ったこれまでの農業では、異なる天候条件や圃場の立地に対応して、収穫量や品質の維持に多大な労力が必要であった。

「こまつ・アグリウエイプロジェクト」では、温度や湿度、日照量、炭酸ガス量などの環境データを収集・蓄積し、それを分析してノウハウを抽出。農家の栽培技術の底上げを図るとともに、 生産のマニュアル化を推進し、収量と品質の向上を目指している。

(目標)

本商工会議所では農産物を活かした新商品開発の観点から、先述の「6次産業チャレンジ支援事業(32頁参照)」を通して農商工連携に取組む小規模事業者を支援し、地域経済の活性化に繋げていく。

支援内容	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
農商工連携取組み支援	4	4	4	4	4
事業所数					

Ⅲ.経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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 ≪拡充≫

経営発達支援事業を円滑に実施するため、他の中小企業支援機関や専門家との間で支援ノウハウ等の情報交換を行い、経営指導員自らの支援・指導能力向上を図ることを基本的考え方とする。

- ①日本政策金融公庫小松支店管轄内の3商工会(山中・能美市・河北町)及び、本所を含む2会議所 (小松・加賀)の経営指導員で構成する「小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会」を 日本政策金融公庫主幹のもと年間2回実施しており、以下の項目で情報交換を行っており、今後も継続していく。
 - 1) 小規模事業者への提供情報の的確性の確認や経営指導方法
 - 2) 近隣エリアにおいて共通する課題の共有
 - 3) 小規模事業者への支援ノウハウ、支援の現状、管内景況等
 - 4) 小規模事業者の制度融資を活用した事業資金の需要状況
 - 5)「小規模事業者経営改善資金(マル経)」の利用促進と啓発方法
- ②行政関係機関、管内金融機関、(公財)石川県産業創出支援機構(よろず支援拠点含む)、石川県信用保証協会の各担当者と本所経営指導員による「金融円滑化懇談会」を比定期的に開催しているが、今後は以下の項目で定期的(1回/年)に開催し情報交換を行っていく。
 - 1) 再生支援プログラムの活用傾向と対策
 - 2) 小規模事業者の経営状況にかかる分析と情報共有
 - 3) 各融資制度、保証制度の活用動向並びに傾向と対策
 - 4) 小規模事業者に対する各関係機関の支援課題の整理と情報共有
 - 5) 小規模事業者の支援に基づく各関係機関への要望事項
- ③石川県内において、石川県商工会議所連合会・石川県商工会連合会による**経営指導員研修**が実施されており、その研修において各地域の需要動向、小規模事業者に対する支援ノウハウ、支援の現況等の情報交換を行い、今後の経営指導に繋げていく。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

日本商工会議所が主催する研修の参加に加え、石川県商工会連合会・石川県商工会議所連合会が合同で主催する「経営指導員研修会」に経営指導員が年間4回(20時間)以上参加することで、売上げや利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。

また、経営改善計画策定等に関する「経営安定特別相談会」では、商工調停士や中小企業診断士等の外部専門家が作成する経営改善計画とは別に、本所経営指導員が事業者に対して伴走型の経営指導を行いながら、【別添1】の経営改善計画の概要を作成させる。

更に、専門家を派遣実施する「企業ドック制度」を活用した経営指導の後、定期的に事業者へのフォローアップ指導を実施しており、実施内容については【別添2】を指導員が作成しデータ保存している。

これら様式は本案件共通の様式としており、指導員全員が共通で閲覧可能であり、若手経営指導員は、ベテラン経営指導員の指導とその実績を閲覧することで、更には、専門家に随行して専門的指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。

また、経営指導員を中心とした中小企業相談所打合せ会議を週1回開催し、組織内で経営指導員のノウハウ、民間金融機関や石川県信用保証協会等の動向、情報を共有する。

3. 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

毎年度、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本所が委嘱する商工調停士(下記10名)との「意見交換会」(年1回)をはじめ、本所主催のもと行政関係機関、管内金融機関、(公財)石川県産業創出支援機構、石川県信用保証協会が参加開催する「金融円滑化懇談会」を通じて事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。
 - ※本所が委嘱している商工調停士の構成
 - a: 北陸税理士会小松支部からの推薦税理士 3名
 - b:(公財)石川県産業創出支援機構からの推薦中小企業診断士 5名
 - c: 小松市内中小企業診断士 2名
- ②石川県小規模事業経営支援事業費補助金等交付要綱に基づき、石川県商工労働部経営支援課経営支援グループ担当者による事業の「完了検査」、並びに同者によって不定期に行う「指導監査」を通じて事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。
- ③上記①を踏まえ、本所内に設置する「総務企画委員会」により、事業の実施状況、成果の評価・ 見直し案の提示を行う。
- ④本所正副会頭会議において、評価・見直しの方針を決定する。
- ⑤事業の成果・評価・見直しの結果については、本所常議員会へ報告し、承認を受ける。
- ⑥事業の成果・評価・見直しの結果を本所のホームページ(http://www.komatcci.or.jp/)で計画 期間中公表する。

【別添1】

経営改善計画の概要

【事業	模況等】			
	会社名 又は 氏 名	会社名(個人の場合は屋号)	代表名(個人	人の場合は氏名) 印
	住 所 (連絡先)	T -	従業員数	人 (うち派遣社員 人、バート 人)
事業	事業内容	(業種)	創業年月	
概要・	ਜ਼-ਸਮਾਦ	(取扱商品等)	後継者(続柄)	
現状分に	販売先	一般消費者	仕入先	○○株式会社 ××スーパー株式会社
析	強 み (優位性)	(商品・技術・立地・経費等) ・質のよい青果の仕入れがあり、目利きの ノウハウもある。 ・料理長への顧客の評価は高い。 ・従業員が地域の居住者で、顧客と顔見知 り	弱 み (悪化要因)	(商品・技術・立地・経費等) ・数値管理が徹底されていない。 ・メニュー構成に特徴がない。 ・従業員の接客にばらつき。
外部環境	機 会 (環境変化 のうち対応 力が競合相 手より強いも の)	・地域に外食店舗が減少しており、近隣の住民が当社を利用する機会が増えている。 ・商圏の居住者は高齢化率が高いが、富 裕者が多く、付加価値の高いメニューによ る増収が見込める。	脅 威 (環境変化 のうち対応 力が競争相 手より弱いも の)	1
	現状の 問題点	課題1 店舗ごとのターゲットの明確化・お客相 課題2 顧客にマッチした商品・サービスの提付 課題3 各店舗の収益状況の把握		
		事業者名(自署すること)	金融機	関 ana
	改善に向けた表明事項	本計画は、〇〇銀行殿と十分話し合った上で 自身が主体となって立案したものであり、責任 持って取り組んでいくことを表明する。	を画である	が、当社の当面の課題を踏まえた合理的な計 ると理解し、メイン金融機関として、それが実現 こうしっかりサポートしていく所存である。

記入例

作成日 平成〇〇年〇月〇〇日

前々期	前期	第1期	第2期	第3期	第4期	(単位:千円 第5期
実績	実績	計画	計画	計画	計画	計画

減価償却①+当期利益②						
簡易キャッシュフロー						
借入金残高						
債務償還年数(年)						
(注) . 餘日土	70 - (3#6	工/m/+n/m/工	* ## ## (A)	左門 供 1 富	文が	

・簡易キャッシュフロー=(滅価償却費①+当期利益②)- 年間借入返済額 ・借入金残高=短期借入金+長期借入金 ・債務償還年数=借入金残高・(滅価償却費①+当期利益②)

【借力	し明細表】	(平成	年	月 日時点)				(単位:千円)
	お借入	先の名称		現在の残高	毎月の返済額	短期・長期	保証人・担保の有無	備考
1					@			
2					@			
3					@			
4					@			
5					@			
6					@			
6 合計					@			

【短期的対応: 当面1年間】 ※作成日が決算日から6ヶ月以上経過している場合は、翌事業年度についても記載 教**住目標** (25年12月期) 項目 具体的内容 主担当 課題1 店舗ごとのターゲットの明確化・お客様属性の把握 開催1 店舗ごとのターゲットの明確化・お客様異性の把値 ①店舗・曜日・時間でターゲットを明確化 ②服客の「人衆・金値・カッゴリ」を配金化・実施把値 ③服客が無料率の影響 原風2 原常にマッチした商品・サービスの提供 ①展題1のターゲットや客様を確認またメニュー教室 ②料理ごとの原報が振りたい商品特別的商品を影響 原風3 名店舗の収益が沢の把握 ①共進度との展温を考慮した店舗別領益を超 ②常食会画の設置 ②あるそも店舗件側の検討 完 社長 完 店長 完 店長 0 原領率 ▲5% ō 経理部長 完 社員 完 社員 社員 販管費 ▲0.5M 0 | ②の今へで近回は今回の供釈 その他 (使素素) 野磁な日標。 健果に対し豪幸 (使素素) 月前のモーティング開催、社長のバッセンを共有 (仕入等) 漁業の状況を選 (仕入等) 漁業の保護把握 完 社長 完 社長 完 店長 完 房長 人件費 +0.2M

【中長期的対応:2年目】

<u>[</u>	長期的	対応:2年目】					
	4 項目			実施	時期		主担当
42		具体的内容		(26年1	2月期)		
*			第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	
改	課題1	1 店舗ごとのターゲットの明確化・お客様属性の把握					
7	6	①~③を踏まえた具体策の実施	0	→			社長
ô	課題2	! 顧客にマッチした商品・サービスの提供					
異	3	新商品の開発	0	→			料理長
体	課題3	各店舗の収益状況の把握					
秉	3	あるべき店舗体制の検討	完				社長
	(A)	定館・集製の改集		0	-		計具

【中長期的対応:3年目】

				実施時期					
紐	項目	目	具体的内容		(27年1	2月期)			
営改				第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期		
*	課	羅1	店舗ごとのターゲットの明確化・お客様属性の把握						
~		(4)	①~③を踏まえた具体策の実施				完	社長	
0	課長	2	顧客にマッチした商品・サービスの提供						
元		35	商品の開発				完	料理長	
策	課長	E 3	各店舗の収益状況の把握						
		④店	僧-施設の改修		完			社長	

【別添2】

※フォローアップ実施後、担当指導員が作成

(様式5)

企業ドック相談事業 フォローアップ調書【記入例】

支援機関	小松商工会議所	指導員名	0000
支援企業名	㈱○○○	派遣専門家氏名	中小企業診断士〇〇〇
支援実施時期	平成24年12月 ~	平成25年1月	

○支援概要、支援の経緯

支援内容・テーマ	:	財務管理と経営の安定低
又饭门台 /	٠	別伤日生と性呂の女だり

○フォローアップ実施内容

実施日	担当者	方法	確認内容	対 応
H25. 6. 20	000	訪問	経営改善計画の進捗状況確 認	売上を含む計画内容の80%以上 を達成しており引き続き金融 機関・保証協会の協力を得て条 件変更(リスケ)を同条件にて 継続。
H26. 3. 12	000	訪問	帳票類の確認と経理事務担 当者との借入金返済状況の 確認	財務管理について
H26. 6. 19	000	訪問	経営改善計画の進捗状況確認、決算期に向けた経営方針 の確認。	計画内容の80%以上を達成しており、6月決算に向けた経営方針の確認、及び以後のキャッシュフローの考え方について指導。

※適宜、追加して記載。

(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 (27年10月現在) (1)組織体制 経営発達支援事業は下記①に示す「中小企業相談所」が実施する。 ①小松商工会議所 全体組織図 事務局次長兼課長 総務財政課 課長補佐 小松市派遣 課長補佐 小松市より (兼務) 課長補佐 専務理事 (兼務) 庶務係 庶務係 (兼務) 庶務係 (兼務) 常務理事 事務局長 空港国際化 (兼務) 室長 推進室 次長 (兼務) 庶務係 (兼務) 相談所長兼課長 経営指導員 (兼務) 中小企業相談所 経営支援課 共済担当課長 経営指導員 係長 記帳専任指導員 係長 経営指導員 (兼務) 係長 経営指導員 補助員 補助員 (兼務) 経営指導員 経営指導員 経営指導員 経営指導員 (兼務) 庶務係 補助員 (兼務) 庶務係 (兼務) 庶務係 (兼務) 記帳指導員 (兼務) 臨時 課長 (兼務) 事業課 係長 (兼務) 庶務係 庶務係 (兼務) (嘱託) 会館係 (兼務) 臨時 ②事務局職員数·経営指導員数等 職員総数=20名(内、臨時1名 嘱託1名 派遣1名) ・総務財政課=7名(内、兼務4名 派遣1名) 空港国際化推進室=3名(内、兼務3名) 事業課 = 6名(内、兼務4名) • 中小企業相談所 = 1 2 名(内、兼務8名) 含む 経営指導員 6名 補助員 2名 記帳専任職員 1名 記帳指導員(臨時)1名

(2) 連絡先

〒923-8566 石川県小松市園町二1番地 小松商工会議所内 中小企業相談所 経営支援課

TEL:0761-21-3121 FAX:0761-21-3120 U R L : http://www.komatcci.or.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)

	28 年度(28 年 4 月以降)	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
必要な資金の額	18, 060	18, 210	18, 210	18, 210	18, 210
小規模企業対策事業費	10, 260	10, 410	10, 410	10, 410	10, 410
振興委員活動事業費	250	250	250	250	250
調査研究費	810	810	810	810	810
講習会開催事業費	3, 560	3, 600	3,600	3,600	3,600
企業ドック推進費	1,850	1,850	1,850	1,850	1,850
再生·事業転換事業費	2,630	2, 700	2,700	2,700	2,700
新製品・新技術助成事 業	200	200	200	200	200
創業人材育成事業費	760	800	800	800	800
6 次産業チャレンジ支 援事業	200	200	200	200	200
海外商談促進事業	3, 700	3, 700	3, 700	3, 700	3,700
まつり開催事業費	4, 100	4, 100	4, 100	4, 100	4, 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

会費、県補助金、市補助金、各種事業収入、事業受託費

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する 事項

連携する内容

- 事業 I. 経営安定特別相談会(再生支援プログラム活用)
- 事業Ⅱ. ワンストップ相談窓口事業 (創業・第二創業支援)
- 事業Ⅲ. JA 小松市との連携支援事業(農商工連携支援)

連携者及びその役割

事業 I. (1)氏名又は名称

- ①石川県
- ②(公財)石川県産業創出支援機構(ISICO)
- (2)住所
 - ①石川県金沢市鞍月1丁目1番地
 - ②石川県金沢市鞍月2丁目20番地石川県地場産業振興センター新館
- (3)代表者
 - ①石川県知事 谷本正憲
 - ②理事長 石川県知事 谷本正憲

事業Ⅱ. (1)氏名又は名称

- ① (株) 北國銀行、② (株) 北陸銀行、③ (株) 福井銀行、④ (株) 福邦銀行、
- ⑤金沢信用金庫、⑥北陸信用金庫、⑦鶴来信用金庫、⑧(株)日本政策金融公庫
- (2) 住所
 - ①石川県金沢市広岡2丁目12番6号、②富山県富山市堤町通り1丁目2-26、
 - ③福井県福井市順化1丁目1番1号、④福井県福井市順化1丁目6番9号、
 - ⑤石川県金沢市南町1-1、⑥石川県金沢市玉川町11番18号、
 - ⑦石川県白山市鶴来本町1丁目ワ107番-2、
 - ⑧東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー
- (3)代表者の氏名
 - ①取締役頭取 安宅 建樹、②代表取締役頭取 庵 栄伸、
 - ③取締役兼代表執行役頭取 伊東 忠昭、④代表取締役頭取 東條 敬、
 - ⑤理事長 忠田 秀敏、⑥理事長 西出 武夫、⑦理事長 松浦 俊和、
 - ⑧代表取締役総裁 細川 興一

事業Ⅲ. (1)氏名又は名称

小松市農業協同組合(JA 小松市)

(2)住所

石川県小松市上小松町丙 252

(3)代表者

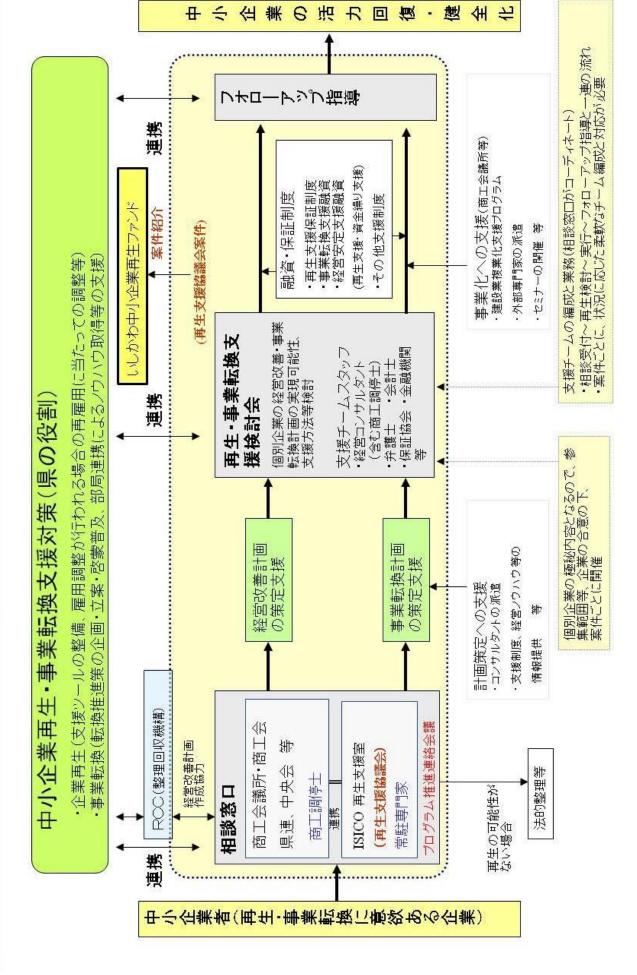
代表理事組合長 西沢耕一

※ 上記 I ~Ⅲのそれぞれの役割は「連携体系図」に記載するもの。

連携体制図等

- ※ 1. 上記事業 I ~II の「連携体系図」は別添とするもの。
- ※ 2. 上記事業Ⅲの「連携体系図」は本文 32 頁に挿入。

再生支援プログラム 業基盤の強化] 曲 の体系図: 粣 舯



事業Ⅱの体系図: ワンストップ相談窓口事業

市区町村	小松市							
創業支援事 業者	小松商工会議所、市内民間金融機関(北國銀行、北陸銀行、福井銀行、福邦銀行、北陸信用金庫、金沢信用金庫、鶴来信用金庫)、日本政策金融公庫							
概要	小松市では、平成24年3月に小松市産業振興プランを策定。がんばる企業へのサポートを強化し、意欲的な取組を支援してきた。また、女性起業家の育成・支援を通じ、これまで17件の起業を実現・サポートしている。本計画では、この取組を強化、新たに「こまつ創業支援ネットワーク」を構築することで、昨年度実績の倍となる34件の創業実現を目指します。平成27年3月~29年度末にかけて、創業希望者に対して、窓口相談、創業塾、インキュベーション事業等による支援を実施します。							
年間目標数	創業支援者件数:130件 創業者数:34件							
特徴	小松市では、ビジネスモデルの構築、資金調達など創業に必要となる要素に応じて関係機関の強みを生かした適切な創業支援の提供を行います。 「日本語」 「日本語 「日本語」 「日本語 「日本語」 「日本語」 「日本語 「日本語」 「日本語 「日本語							
	相談受付 市場の見 ビジネス 売れる商 価格設定 資金計画 事業計画 各種手続 創業後 フォロー 大田 大田 大田 大田 大田 大田 大田 大田 大松市							
	7 MAIN							
日本政策	・窓口による創業相談 (2-1) ・金融支援 ・ 金融支援 ・ <u>創業塾を実施</u> (2-2) ・専門家派遣 ・ 起業情報提供							
・起業情報提供								
北陸先端科学 · 產學官連携	苏斯坦斯 沙斯坦图							