

経営発達支援計画の概要

実施者名	白山商工会議所（法人番号 5220005002667） 白山市（地方公共団体コード 172103）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	1. 白山ブランドとなる独自オリジナル商品の開発を通じて、小規模事業者の販路拡大を図り、地域の活性化を図る。 2. 新規創業の促進と円滑な事業承継の支援を強化し、小規模事業者数の増加に繋げる。 3. 小規模事業者の受注機会の拡大と新規取引先の開拓支援を行う。
事業内容	<p><u>地域の経済動向調査に関すること</u></p> <p>①小規模事業者の経営動向調査 ②国が提供するビッグデータ「RESAS」（地域経済分析システム）の活用</p> <p><u>需要動向調査に関すること</u></p> <p>①「道の駅めぐみ白山」を活用した新商品の調査 ②市場トレンド調査</p> <p><u>経営状況の分析に関すること</u></p> <p>①経営分析を積極的に実施 ②専門家派遣を利用した分析 ③経営分析気づきセミナーの開催</p> <p><u>事業計画策定支援に関すること</u></p> <p>①小規模事業者の計画策定支援 ②事業計画セミナーの開催</p> <p><u>事業計画策定後の実施支援に関すること</u></p> <p>①フォローアップ支援を四半期毎以内で実施</p> <p><u>新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u></p> <p>①商談会への出展支援 ②地域イベント等への出展による販路開拓支援</p> <p><u>地域経済の活性化に資する取組に関すること</u></p> <p>①地域活性化イベント「サマーフェスティバルHAKUSAN」の開催 ②白山市の地域力発見！知っとるツアー「産業観光」の実施 ③中心市街地活性化事業 まちゼミの実施</p>
連絡先	<p>白山商工会議所 中小企業相談所 経営支援課 〒924-0871 石川県白山市西新町 159-2 TEL：076-276-3811 FAX：076-276-3812 E-mail：info@hakusancci.or.jp</p> <p>白山市産業部商工課 〒924-8688 石川県白山市倉光二丁目1番地 TEL：076-274-9542 FAX：076-274-4177 E-mail：k-mori@city.hakusan.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

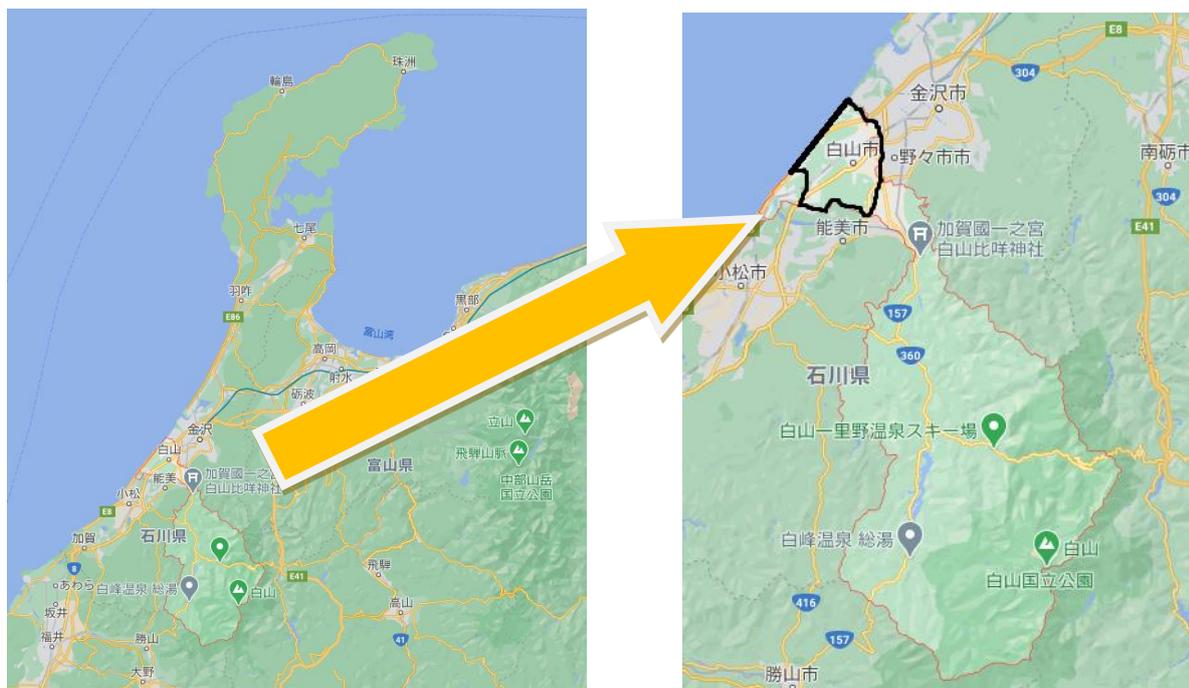
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

・白山市の概要（立地と沿革）

当市は石川県加賀地方の中央部、県都金沢市の南西部に位置しており、平成17年2月に1市2町5村が新設合併して誕生した。県内の自治体で最大の面積754.93km<sup>2</sup>を有し、市全体が白山手取川ジオパークとして認定されている。人口でも金沢市に次いで2番目である。南部は自然豊かな山々に囲まれ、日本三名山の白山を有する。市域に沿うように県内最大の河川である手取川が流れており、豊富で良質な水にも恵まれ、稲作をはじめ各種農作物の栽培にも適している扇状地は、とても強固な地盤となっている。当商工会議所の管轄は、北部の旧松任市（59.93km<sup>2</sup>）であり、住宅都市化が進むとともに、工業用地が造成されている。市内には北陸自動車道の白山IC、徳光スマートIC、美川ICがあり、国道8号線や国道157号線、石川広域農道、加賀産業開発道路などの主要道路が走り、交通アクセスが良好である。平成27年3月に北陸新幹線が開業され、県都金沢市を中心に石川県内は総じて活況を呈しているものの当市では、その開業効果は一部業種にとどまっているのが現状である。平成30年6月15日、国連が定める「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向けた優れた取組を提案した自治体として、白山市が「SDGs未来都市」に選定されている。「住みよきランキング2019」（東洋経済新報社調べ）で白山市が総合評価全国1位になった。その中で当市は、子ども医療費助成や転出入人口比率などが評価されている。

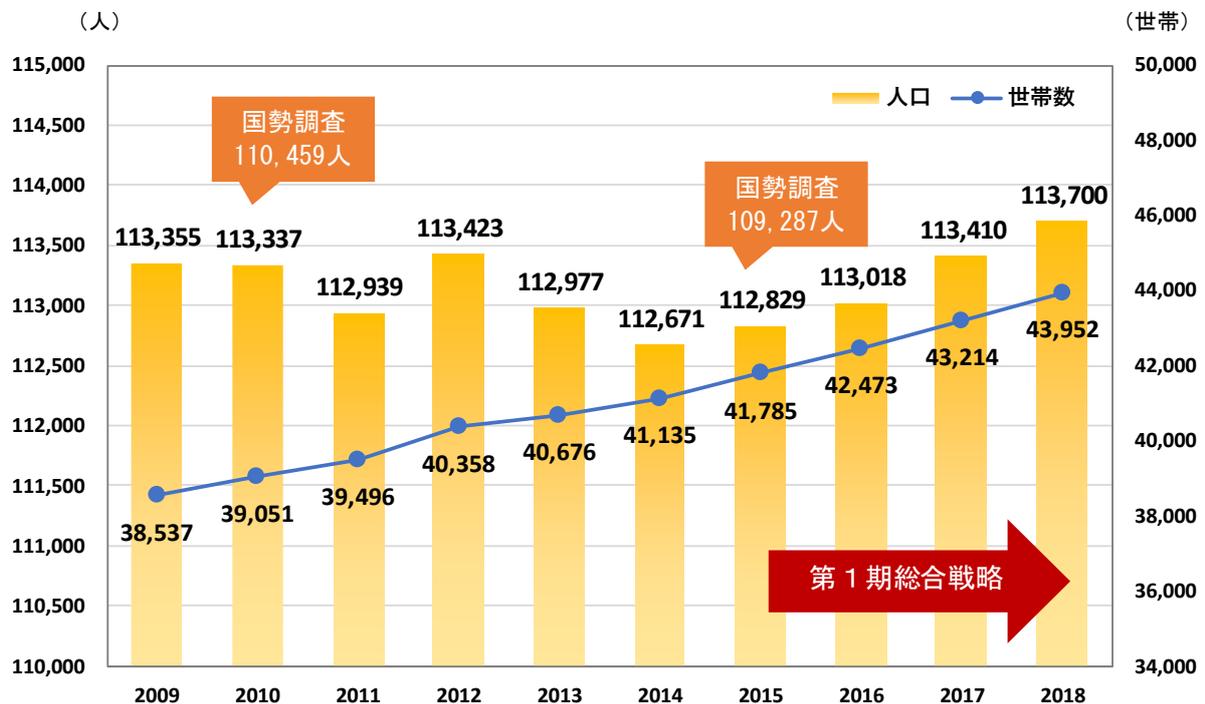


・白山市の人口

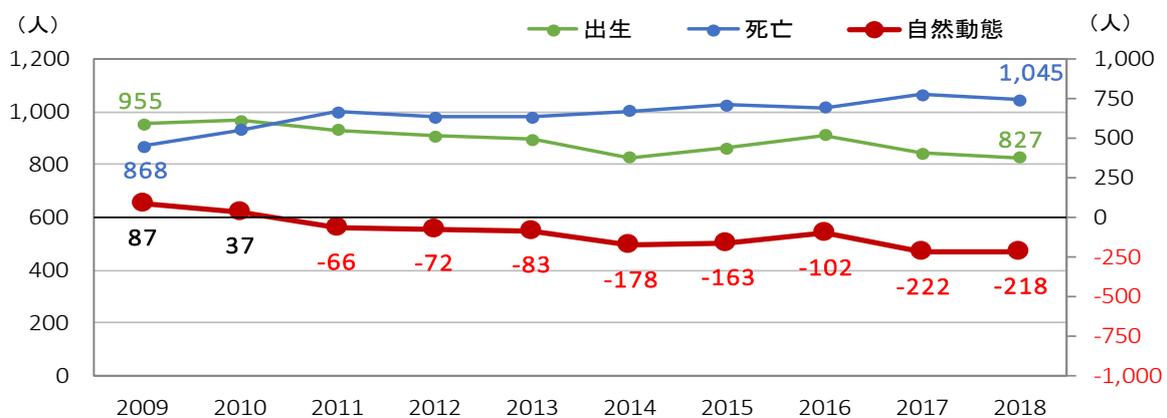
【第2期白山市まち・ひと・しごと創生総合戦略より】

- ・総人口は、2010年から2015年にかけて減少しているものの、2015年以降の人口は増加している。
- ・特に、2016年以降は定住促進支援制度等により近隣市町からの転入者が増加し、社会動態が転入超過となり、人口が増加する要因となっている。
- ・少子化・高齢化はさらに進行しており、高齢者の増加に伴う医療・福祉などの対応が求められている。
- ・さらに、20～40歳代の未婚率の上昇（晩婚化）や合計特殊出生率を算定する際の基準とされている15～49歳の女性人口の減少がみられ、若い世代が結婚・妊娠・出産・育児をしやすい環境のさらなる充実が必要となっている。

【人口の推移】

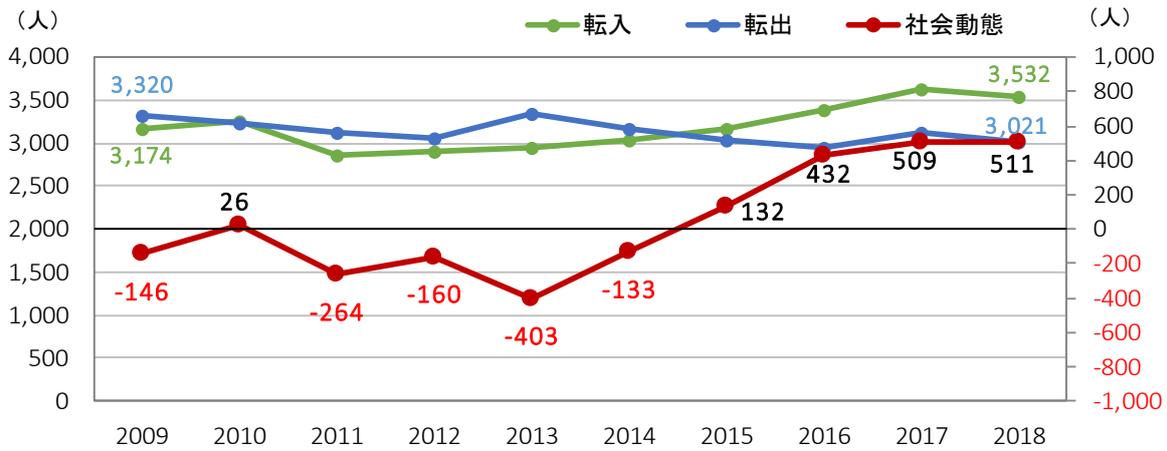


【自然動態の推移】



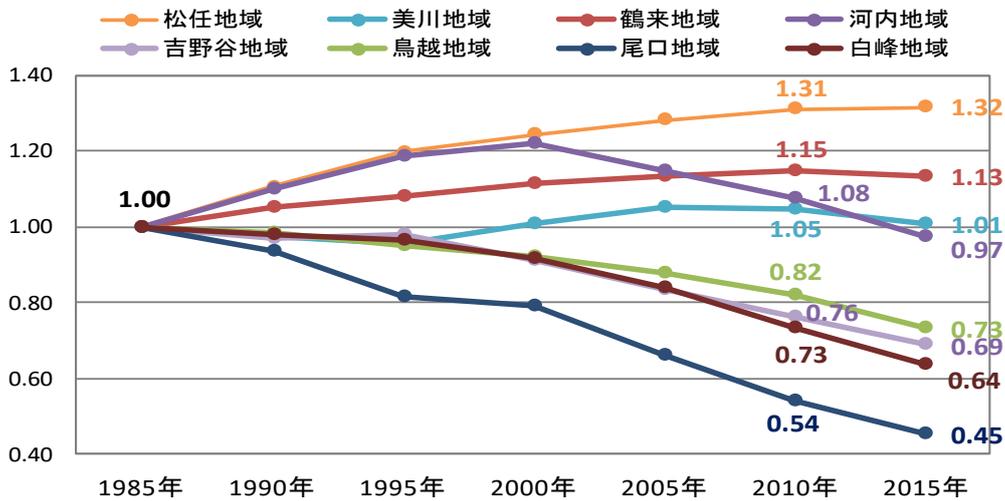
出典：石川県の人口動態（各年10月から9月の合計）

【社会動態の推移】



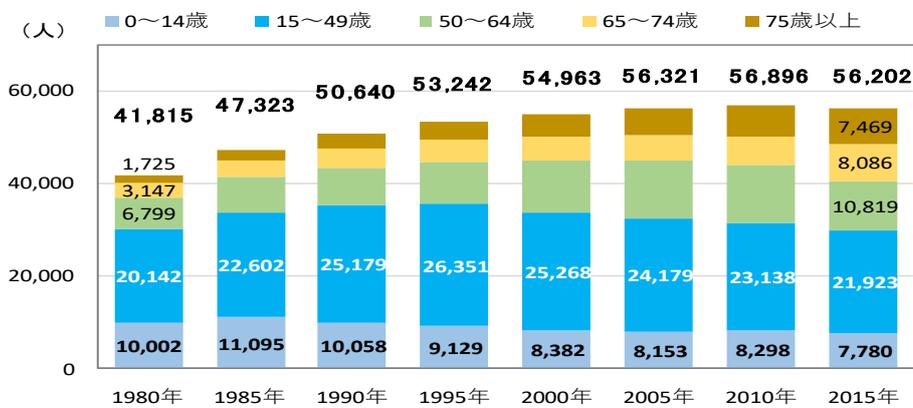
出典：石川県の人口動態（各年10月から9月の合計）

【地域別の人口増減値の推移】（1985 = 1.0 とした場合）



出典：国勢調査

【女性の人口の推移】



出典：国勢調査

※「年齢不詳」の人口を除くため、年齢階級ごとの人口の合計と総人口が異なる

・白山市の産業

(農 業)

広い耕地と豊富な水を生かした稲作が平野部を中心に盛んであり、県内コメ生産額の14%を占める。他、トマト・レタス・メロンなどの野菜やナシの栽培も盛んである。しかし、農家数は激減しており、経営耕地面積も年々減少している。

(商 業)

当市では商店街において古くから様々な都市機能が集積し、人々の交流の場として賑わいを形成してきた。その中で、大きな変化があったのは平成7年に大型商業施設の「アピタ松任店」、「イオン松任店」の郊外出店により商店街の購買率が減少した。平成27年4月には白山市役所前にミニショッピングモール「ラスパ」、平成27年8月には近隣に会員制ホールセールクラブ「コストコ」も出店し、令和3年7月には市内郊外の白山IC近くに北陸最大級の「イオンモール白山店」の出店も予定しており、商業環境はますます激化の様相である。

商店街の店舗は殆どが小規模事業者であり最寄り品の取扱い店舗が少なく、買回り品の取扱店舗が多い。又、近隣の大型商業施設の影響は大きく購買率も減少傾向であり、経営者の高齢化や後継者不足という問題も深刻化している。各個店は多様化する消費者ニーズと時代に対応した魅力ある店づくりが求められている。

(工業・建設業)

当市では、立地企業に対する各種支援制度や工業団地の整備などに取り組み、工業は概ね順調に発展してきた。中小企業にはニッチトップの企業もあり、部品製造から完成品製造まで幅広い企業が立地しており、従業員数、製造品出荷額等は増加傾向で県内1番目である。小規模事業者は工作機械や繊維機械、産業用機械の二次下請け、三次下請けが殆どであり受注先の業況の影響を受ける企業が多い。又、経営者の高齢化や後継者問題を抱えている事業所も見受けられる。工業統計の推移によると現在は平成15年と比べて、事業者数は減少しているが、従業者数は7.4%増加し、1事業所当たりの出荷額等は約23%増加している。今後は新分野などの進出に配意した調和ある産業構造の確立と、これらの企業の立地・支援に努める必要がある。

建設業においては事業所数が多いが、公共工事の減少により経営環境は厳しい現状にある。

(観 光)

俳人「加賀の千代女」の生誕の地で、観光施設として千代女の里俳句館、松任中川一政記念美術館、白山市立博物館、松任城址公園、聖興寺の神社仏閣などの歴史的な建物はあるが他の地域に勝るような魅力や集客力に乏しい。特産品としては、あんころ餅、地酒、米、松任梨等があり、地域として剣崎なんば、発酵食品等のブランド化を進めている。

又、令和5年度内の建設を目指す白山総合車両所の見学施設「ビジターセンター」や平成30年4月にオープンした道の駅「めぐみ白山」と地域の企業見学「産業観光」を活用した地域振興策を模索している。

・小規模事業者

## 小規模事業者数

業種別事業者数

業種	平成 27 年	令和 2 年	対前回比	割合
A 農業林業	24	23	△ 1	1%
B 漁業	0	0	0	0%
C 鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	0	0%
D 建設業	662	634	△ 28	29%
E 製造業	343	302	△ 41	14%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0	0%
G 情報通信業	14	25	11	1%
H 運輸業、郵便業	53	45	△ 8	2%
I 卸売業、小売業	347	317	△ 30	15%
J 金融業、保険業	12	13	1	1%
K 不動産業、物品賃貸業	52	66	14	3%
L 学術研究、専門・技術サービス業	143	164	21	8%
M 宿泊業、飲食サービス業	152	172	20	8%
N 生活関連サービス業、娯楽業	153	174	21	8%
O 教育、学習支援業	18	64	46	3%
P 医療、福祉	46	52	6	2%
Q 複合サービス業	4	0	△ 4	0%
R サービス業(他に分類されないもの)	111	102	△ 9	5%
合計	2,134	2,153	19	100%

### ②課題

- ・地域産業、基幹産業といわれる業種が無い事が特徴となっている。
- ・白山ブランドの推進と育成が進んでいないので前進させたい。
- ・定住人口は微増しているが事業所数、従業員数は減少している。
- ・特に小規模事業者数については10年前と比較すると事業所数、従業員数は減少が著しい。5年前と比較すると微増している。
- ・既存商店街の空き家、空き店舗が増えてきている。
- ・市内郊外に北陸最大級の「イオンモール白山店」の出店が令和3年7月予定されており、地元小規模事業者への影響が懸念される。
- ・多様化する消費者ニーズと時代に対応した魅力ある店づくりが求められている。
- ・小規模事業者は経営課題として人材の確保、後継者問題を抱えている。
- ・全産業の経営課題として「需要の停滞」「従業員の確保難」が挙げられる。

## (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

小規模事業者を取り巻く環境や全体像を踏まえ、小規模事業者の個々の現状課題に応じて持続的発展を支援する「個社支援」と、個々の企業から活気が溢れる地域、活気に満ちた地域を実現する「地域力向上支援」の実現に繋げる。

「個社支援」においては、経営課題に即応するために、新しい取引先の確保と既存顧客の囲い込みが必要である。その為に、販路開拓セミナーの開催支援等を行い、企業活力向上を実現するとともに、6次産業化の促進とブランド化、地域外から稼ぐ仕組みを強化し、企業の魅力アップを図る。

「地域力向上支援」においては、多様化する消費者ニーズに対応した魅力ある商店街づくり、白山市の特徴である製造業等の工業団地の集積をいかしつつ、産業観光を軸として、地域の活性化と振興を行う。

そういった事を中心として、交流人口や定住人口の増加を図り、地元企業への就職率を向上させることにより、小規模事業者の増加に繋げたい。

### ② 第2次白山市総合計画（2017～2026）との連動性、整合性

当市は、県内有数のものづくりの集積と高い女性就業率を誇っているほか、白山や手取川、日本海の恩恵を受けた豊かな水と農林水産資源を有し、醸造をはじめとした伝統的な発酵食品文化など、多様な魅力がある。

人口減少に伴い市場が縮小する中、農林水産業を活かした産地化の強化とブランドの育成、地産地消や6次産業化の推進、空き店舗や空き家などの活用による新たなサービスの展開など、地域資源を活かした地場産業を育てていくとともに、地域産業の高次化等に寄与する企業や先端技術を有する企業の誘致が求められている。

このことから、伝統産業の継承や商店街の活性化、中小企業などの育成、支援に取り組み、既存の産業基盤を活かすとともに、創業への支援や、新たな工業用地の整備による、多様で付加価値の高い産業の集積を図る。

又、若者をはじめとした市民が魅力を感じる働く場の確保と安心して働ける環境の創出とともに、産学官金などの多様な連携、共存による賑わいと活力がみなぎる元気なまちを目指しており、当所と連携を進めていく。

### ③ 白山商工会議所としての役割

小規模事業者の事業活動を支援するためには、個社（個店）の自らの強みを活かし、地域に潜在する需要の掘り起こしを行い、専門的な支援により事業所の労働生産性を向上することで、地域を支える事業者の活力向上を図る。

又、当商工会議所が中心となり、国、県、市の行政機関や各支援企画との連携を密にし、ネットワークを活かした個社支援に加えて、地域の諸問題の解決を図る役割が求められる。

加えて、小規模事業者の意見や要望等を集約し、一步先んじた要望活動を実施し、地域の小規模事業者の更なる発展の為に、当地域の魅力ある街づくりに取り組む。

### (3) 経営発達支援事業の目標

当地域の小規模事業者にとっては、近年の厳しい経営状況の中で、人口は微増しているものの事業所数、従業員数とも10年前と比較すると減少しており、地域経済を活性化させるには事業所数を増やす取組みを行う必要がある。

このような中で、当商工会議所では土地基盤の安定した用地と豊かな水、そして自然災害が極めて少ないという好立地を活かして、新たに事業者を増加させ創業者を支援する取組みと、現在商売を営んでいる小規模事業者を持続的に経営支援する必要があると考える。

当地域の生産年齢人口は、減少傾向であり経営者の高齢化も顕著になっており、後継者問題を解消するため事業承継に関する取組みを行う。

又、白山ブランドとなる独自商品の販路拡大に取り組む事業者を支援することを目的に、各種支援策を講ずる。

これらの地域性を活かした支援を行う為には、小規模事業者との伴走型支援が必要であり、改めて組織体制、支援体制を整備し充実、強化させ、その中で経営指導員、補助員、記帳指導職員、一般職員、契約職員が総力を挙げて、支援を遂行する。

この地域にとって、中小企業の約9割を占める小規模事業者の持続と発展は必要不可欠であり、地域情勢を踏まえ、当商工会議所では自ら経営改善に取り組む意欲ある事業者や創業者の抱える経営課題解決のため、以下の重点事業を実施する。

#### 【地域への裨益目標】

目標1. 白山ブランドとなる独自オリジナル商品の開発を通じて、小規模事業者の販路拡大を図り、地域ブランドの確立に繋げる。

#### 【小規模事業者を想定した目標】

目標2. 新規創業の促進と円滑な事業承継の支援を強化し、小規模事業者数の増加を図る。

目標3. 小規模事業者の受注機会の拡大と新規取引先の開拓支援を行う。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日 ～ 令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

**目標1に対する方針**

新たに開発した白山ブランドとなる独自商品の販路拡大に取り組む事業者を、支援することを目的に、各種支援策を講ずる。特に市産の物を活用したブランド開発と販路拡大を行う。

**目標2に対する方針**

創業塾を定期的で開催し、受講者に対しては経営分析、事業計画の策定と支援後のフォローアップを充実させることにより、創業者を全面的に支援する。  
事業承継については、石川県事業引継ぎ支援センター、石川県産業創出支援機構のプッシュ型事業承継支援高度化事業との連携を密にして、強化する。

**目標3に対する方針**

新たな受注機会を拡大させるために、魅力ある店舗づくりや販売促進活動に取り組み、併せてインターネットを利用して全国に向けて商品や店舗の魅力を発信する。  
また、県内外の各種ビジネス商談会の出展を促す。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 現在、当所管内の小規模事業者を対象とした経済動向調査を行っているが、地域全体としての経済動向の把握にとどまっており、回収率は低い。地域小規模事業者への具体的な支援活用は行ってこなかった。

[課題] 管内の小規模事業者を対象とした経済動向調査は定期的を実施し、調査結果を基に分析、成果のフィードバックを充実させる。調査の回収率が低いので、巡回や電話連絡等で回収率を上げる取り組みを行う。

国が提供するビックデータ、経済センサス等の統計資料等を活用、加工し、小規模事業者に分かりやすく解説する。

(2) 目 標

	現 行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
経済動向調査	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
LOBO調査	9 回	9 回	9 回	9 回	9 回	9 回
ビックデータ活用	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

### (3) 事業内容

#### ①小規模事業者の経営動向調査

【調査項目】管内の小規模事業者の状況を確認する為

【調査対象】管内2, 153社

【調査項目】景況感、売上高、仕入・売上原価、資金繰り、採算性、直近の年商規模、現在の経営課題

【調査手法】対象事業者へ調査票を郵便で送付し、FAXで回収

【分析手法】経営指導員による集計、分析

#### ②LOBO調査（商工会議所早期景気観測システム）

【調査対象】管内9社

【調査項目】景況感、売上高、仕入・売上原価、資金繰り、採算性、直近の年商規模、現在の経営課題

【調査手法】対象事業者へ調査票を持参し、FAXで回収

【分析手法】経営指導員による集計

#### ③国が提供するビッグデータ「RESAS」（地域経済分析システム）の活用

【調査目的】地域経済に関する様々なビッグデータ（産業の強み、人の流れ、人口動態など）を、地図やグラフで分かりやすく「見える化（可視化）」して、小規模事業者に提供する

【調査項目】人口（増減、構成、推移）

産業（事業所数、従業者数、年間商品販売額、労働生産性）

観光（訪問者数、消費額、交通手段）

### (4) 成果の活用

①経営指導員等が巡回、窓口相談により伴走型支援を行う際の参考資料として活用する。

②調査結果は、白山商工会議所ホームページやメールサービスに掲載し、事業者へ広く周知する。

③事業計画や経営分析を作成する際の参考資料として活用する。

## 3-2. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

[現状]女性の視点、感性を活かした小規模事業者支援を行う為に、女性職員の女性目線で市内の特産品、地場産品女性目線での需要動向調査を行い、結果を配布した。又、金城大学短期大学部学生、卸小売業部会、女性会による意見交換会や懇談会により率直な意見を聞いたり、アンケートを行ったりしたが、効果的な分析、資料の提供が出来たかは未知数である。

[課題]これまで以上に、需要動向に係る調査項目と情報提供項目、手法を見直し、当該事業者にはフィードバック、反映させる仕組みを構築する必要がある。

(2) 目 標

	現 行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①新商品調査	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
情報提供件数	0 社	1 0 社	1 0 社	1 0 社	1 0 社	1 0 社
②市場トレンド	0 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
情報提供件数	0 社	5 0 社	5 0 社	5 0 社	5 0 社	5 0 社

(3) 事業内容

①「道の駅めぐみ白山」を活用した新商品の調査

白山市産の農林水産物を活用した白山ブランドとなる新商品開発への取り組みや、白山市産の農林水産物を活用して新たに開発した商品の販路拡大に取り組む事業者を支援することを目的として行う。具体的には、「道の駅めぐみ白山」において、白山市6次産業化チャレンジ支援事業開発商品（※）として商品化された物のアンケートを実施し、調査結果を分析した上で、フィードバックすることで、商品をブラッシュアップする。

【サンプル数】 来場者100人

【調査手段】 アンケート票へ記入してもらうサポートを経営指導員、補助金等が行う。

【調査項目】 年齢、性別、味、大きさ、価格、見た目、パッケージ

【分析方法】 中小企業診断士等の専門家に意見を聞き、経営指導員が分析する。

【分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該食品製造業、飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる商品のブラッシュアップを行う。

※白山市6次産業化チャレンジ支援事業開発商品

6次産業化または農商工連携による白山市産の農林水産物を活用して新たに開発（白山ブランドとなる独自商品）の販路拡大に取り組む事業者を支援することを目的に、開発に係る経費の一部を補助している事業。平成28年度から実施されており11の商品開発が実現している。

②市場トレンド調査

新商品や新サービスの開発に役立てる為、世の中のトレンドなど需要動向を把握する調査を行う。下記の情報項目となる新聞情報誌、会報、ホームページ、メルマガ等の情報を収集し、整理、分析し併走型支援に有効活用する。

【調査項目】 新商品が属するジャンルの消費動向、売れ筋・トレンド情報と新商品

【分析手段・手法】

日経ビジネス、日経MJ、日経テレコン、商業界、J-Net21

日経テレコンのPOS情報、日経流通新聞、消費動向調査

FAVO（※1）、金沢情報（※2）、Paret白山版（※3）

※1 FAVO (地元情報誌)

フリーペーパーのマガジンとして20代40代の女性を中心に多くの支持を受けている。情報、グルメ、観光などエンタテインメント情報誌。

※2 金沢情報 (地元情報誌)

住宅、求人、グルメ情報を中心としたフリーペーパーマガジン。

※3 Palet白山版 (地元情報誌)

地元の情報に特化した好奇心探索マガジン (フリーペーパー)

【成果の活用】小規模事業者の相談時に情報収集した項目を活かして提供する他、専門家指導の際に利活用と共にマル経資金、小規模事業者持続化補助金の計画書作成の際に活用する。

#### 4. 経営状況の分析に関すること

##### (1) 現状と課題

[現状]小規模事業者が経営状況の分析をしているケースは少ない。補助金の申請等で必要に迫った事業所は作成しているケースもあるが、殆どの場合には経営分析を行っていない。巡回指導や窓口相談、経営分析セミナーを開催しているが、関心が低く、取り組んだことが無いのが現状である。

[課題]経営分析作成の意義や重要性の理解が小規模事業者に浸透していないので、必要性を説明し、小規模事業者に理解をしてもらう。又、外部専門家等と連携するなどして、分析方法を改めて構築した後に、進めていく必要がある。

##### (2) 目標

	現 行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
経営分析セミナー開催件数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
経営分析件数	4 0 件	6 4 件	8 0 件	8 0 件	8 0 件	8 0 件

※小規模事業者数 2,153 件の 3.7%となる 80 件を支援する

※経営指導員 4 名×20 名=80 件

##### (3) 事業内容

①巡回、窓口相談の対応時に経営分析の必要性を説明。経営環境を把握するために現状分析等の結果を踏まえながら、何処に経営の問題をあるのかを探り、経営分析を行い、事業計画に繋げる。

②専門的な課題については、石川県「企業ドック」の専門家派遣事業を利用し、専門家と経営指導員等が連携して、支援する。

特に、業務改善や品質改善によって生産性向上を行う高度な専門性を有するものは専門家の支援を行う。

③経営分析気づきセミナーの開催

【対象者】小規模事業者

- 【分析項目】現状分析（SWOT分析、3C分析、競合分析）  
 財務分析（貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書）  
 販売分析（ABC分析、売れ筋分析、顧客満足度分析、ニーズ分析）  
 【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

(4) 分析結果の活用方法

経営分析結果を行った内容は、分析を実施した全ての小規模事業者へフィードバックし、事業者が自らの経営状況を把握するとともに、事業計画策定に向けた資料として活用する。また、分析結果はデータベース化して内部共有する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]経営状況の分析と同様に、小規模事業者が自ら事業計画策定支援をしているケースは少ない。創業やマルケイ制度、各種融資制度を利用する際や、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、活性化ファンド等補助金の申請用の事業計画は作成している事業所もある。前回の経営発達支援計画期間中に策定支援を行ったが十分ではない。

[課題]事業計画作成の意義や重要性の理解が小規模事業者に浸透していない。経営分析から事業計画作成に繋げるために、より積極的に重要性を働きかけていく必要がある。これまで経験がない事業所にいかに策定してもらうかが課題となっている。又、地域経済動向調査、経営状況の分析、需要動向調査を踏まえた実現可能性の高い事業計画策定を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画の策定について、意義を理解していただくためにはハードルが高いことから、まずは地域経済動向調査によって興味を示した事業所の掘り起こしを行い、対象事業所リストを作成して、所定の事業計画書テンプレートを整備し支援を行う。

(3) 目 標

	現 行	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
事業計画セミナー開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定件数	35件	60件	60件	60件	60件	60件

※経営指導員4名×15名=60件

(4) 事業内容

①経営分析を行った小規模事業者に事業計画の策定を促し、経営分析を踏まえて事業計画の必要性について啓蒙に努め、策定支援に繋げる。その為に事業計画書の必要な事業所リストを整備する。

- ②事業計画書の様式については、これまでの計画内容、実績を踏まえて、専門家と連携を図り、事業計画書の基本テンプレートを整備し、活用する。
- ③巡回指導を強化し、小規模事業者から経営課題解決のための様々な経営課題を受けるとともに、経営力向上等を図るため事業計画策定の必要性について啓蒙に努め、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。
- ④事業計画策定等に関するセミナーを随時開催するとともに、併せてセミナー終了後に個別相談を行い個別案件について具体的な指導を行う。個別相談については小規模事業者、セミナー講師、職員の三者相談として併走型支援を充実させる。
- ⑤石川県「企業ドック」の専門家派遣事業を利用し、専門家と経営指導員等が連携して、事業計画書を作成する。
- ⑥はくさん創業応援塾を行い、事業計画書の立て方、創業者の心構え、経営の基本や各種手続き、融資制度や補助金など、創業に役立つ集中講義を行う。
- ⑦事業承継の計画実行支援に際し石川県事業引継ぎ支援センター、石川県産業創出支援機構のプッシュ型事業承継支援高度化事業と連携しながら事業承継が円滑に行えるよう支援を行う。支援を行う際は、事業計画書を作成する。

## 6. 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]これまで行ってきた事業計画策定後の支援は、確認件数も不十分で、実施支援としての十分なフォローアップが不足していた。経営指導員で殆ど対応している為訪問回数も少なくフォローアップ体制が確立出来ていなかった。

[課題]巡回の訪問頻度や窓口に来てもらう来訪頻度を増やす仕組みが出来ていない。フォローアップの目標は掲げているが件数に達しておらず、支援頻度を多くすることが重要である。補助員や一般職員も一丸となってフォローアップ体制を強化することが課題である。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者が経営にPDCAサイクルを取り入れて実践することにより、経営の安定に繋がり、自主的に経営力の向上に繋がる。基本的には3年間の支援を想定し、目標とする売上や利益が達成したと判断した時点で支援を終える。

事業計画を策定した全ての事業所を対象として、基本的には四半期に一度のフォローアップを行う。ただし、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所と、訪問回数を減らして実施する事業所と見極めた上で、フォローアップを行う。

### (3) 目標

	現 行	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
フォローアップ対象事業者数	20社	60社	60社	60社	60社	60社
頻度(延べ回数)	50回	256回	256回	256回	256回	256回
売上増加事業者数	3社	19社	19社	19社	19社	19社

利益率3%以上 増加の事業者数	2社	5社	5社	5社	5社	5社
--------------------	----	----	----	----	----	----

#### (4) 事業内容

① 事業計画策定後においては、フォローアップは、巡回指導及び窓口相談により、3ヶ月（四半期毎）又は小規模事業者から求めがあったときに実施することを原則とする。経営課題を確認するとともに、問題があればその解消に向けた指導・助言を行う。経営指導員で解消が困難な課題である場合、専門家によるフォローアップも検討する。

② 実施支援においては、経営状況の分析で活用する「経営分析統一フォーマット」と支援後に作成する「フォローアップ調書」（※1）と「相談カルテ」（※2）を活用する。各分野の専門家と連携し、事業計画の遂行状況の確認を行うとともに、必要な指導・助言を行い、取り組む

##### ※1 フォローアップ調書

- ・計画書策定が完了した段階で作成する。
- ・一冊で、事業計画書策定の経緯及び実行段階がわかるようにまとめる。

##### ※2 相談カルテ

- ・相談日、相談内容、相談種別（巡回、窓口、電話）等を記入する。
- ・TOAS（商工会議所パッケージシステム）にて一元管理して、事業所ごとに相談履歴を検索、閲覧出来るようにする。
- ・相談履歴の一覧表は毎月末出力し相談件数、相談内容等を確認する。

③ 事業計画作成支援一覧表を毎月1日に作成し、対象事業者の実施支援の状況を確認する。フォローアップの頻度が3ヶ月（四半期毎）を超えないように対応し、伴走型支援の充実度を向上させる。

### 7. 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]現状においては、展示会や地域イベントへの出展支援や活性化ファンド（新商品・新サービスの補助事業）の申請手続きを行っているが事業者の販路開拓支援については、十分におこなえていない。主な理由としては、小規模事業者に対して展示会の内容等が十分に伝わっていなかったことや、地域イベントの出展料を鑑みた場合の費用対効果の問題が挙げられる。又、出展への事前、事後のフォローアップも不十分であった。

[課題]展示会に出展する際の費用やPR方法について課題がある場合が多いことから、展示会出展に係るPRや補助金制度についての支援についても適宜実施するとともに、効果が高い出展となるように支援を行う。出展前には、出展品目やレイアウト等の支援、出展後は経営指導員が売上や成約状況の確認を伴走して行い効果のあるものにする。

#### (2) 支援に対する考え方

当商工会議所の主催で展示会を開催しても出展企業は集まらない為、近隣や首都圏で行われる展示会の出展を促す。出展に際しては、経営指導員を中心に展示支援を伴走型で行う。又、その際は出展料の補助制度があれば利用し、事前、事後のフォロー

アップを充実させる。

(3) 目標

	現 行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①商談会						
ア. かなざわマッチング商談会 出展企業数	7 社	10 社	12 社	12 社	15 社	15 社
成約件数	2 件	2 件	3 件	3 件	5 件	5 件
イ. イチ押し商談会 出展企業数	3 社	3 社	3 社	3 社	5 社	5 社
成約件数	1 件	1 件	1 件	1 件	2 件	2 件
ウ. しんきんビジネスフェア 出展企業数	7 社	10 社	12 社	12 社	15 社	15 社
成約件数	3 件	3 件	5 件	5 件	7 件	7 件
エ. MEX金沢 出展企業数	16 社	16 社	16 社	20 社	20 社	20 社
成約件数	5 件	5 件	5 件	7 件	7 件	7 件
②地域イベント						
ア. マルシェドウハクサン 出展企業数	25 社	30 社	30 社	30 社	30 社	30 社
売上額/社	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
イ. グルメストリート 出展企業数	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社
売上額/社	18万円	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
ウ. KARA旨グランプリ 出展企業数	5 社	10 社				
売上額/社	12万円	13万円	13万円	13万円	13万円	13万円

(4) 事業内容

(事業内容)

①商談会への出展支援

ア. 「かなざわマッチング商談会」

北陸3県の商工会議所、商工会が連携して行う「完全事前調整型」の商談会への出展を支援し、新たな需要の開拓につなげる。

- ・主 催 北陸3県商工会議所
- ・商談分野 製造業、小売業、卸売業等
- ・参加企業数 241社 (令和元年度実績)
- ・商談件数 429件 (令和元年度実績)

イ. 「イチ押し商品売り込み商談会」

一般的な商談会とは異なり、買い手企業(大手小売業など)が会場のブースで待機する中、売り手企業が先着順で商品売り込む形式の「逆」商談会となっている。

- ・主 催 金沢商工会議所
- ・商談分野 食品、食材、生活雑貨、衣料、家具、地域特産品、一般消費者向け商材ほか

・バイヤー 16社

ウ. 「しんきんビジネスフェア」

北陸3県16信用金庫が合同で開催するビジネスマッチング商談会への出展を支援し、新たな需要の開拓となっている。

- ・主催 一般社団法人 北陸地区信用金庫協会
- ・商談分野 製造業、IT産業、食品、住宅、医療、観光、農業分野等
- ・参加企業数 239先 (令和元年度実績)
- ・商談件数 1,966件 (令和元年度実績)

エ. 「ME X金沢【機械工業見本市】」

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、産業と貿易に繋がっている。

- ・主催 石川県鉄工機電協会
- ・商談分野 製造業者
- ・来場者数 6万人 (令和2年度実績)
- ・出展者数 210社、6団体、701小間 (令和2年度実績)

オ. 出展前後のフォローアップ支援

商談会等の情報提供を行うと同時に、巡回、窓口において出展の詳細について個別に説明する。事前準備として企業情報や商品の特徴、優位性、取引条件が明確になっているかを確認する。出展後、成約に至らなかった場合は、その理由を分析し改善点を検討し、次回に繋げる。

②地域イベント等への出展による販路開拓支援

地域経済の活性化に資する取り組みでイベント、各地で開催される物産に出展することで、小規模事業者の顧客への商品や店舗のPRを行う。事業者への負担も少なく当日の売上につなげるだけでなく、その後のリピーターにもなりやすいことから有効な販路開拓の方法である。

ア. マルシェ ドゥ ハクサン～白山の旬の味を食べマルシェ～の出展促進

白山市の特産品や季節の味覚が一堂に集まるイベントで5月、10月に松任駅前にて実施しており、白山市の地産地消課とタイアップして行う。出展企業は殆どが小規模事業者であり、過去の平均売上高は10万円となっている。本イベントを契機に地元食材の剣崎なんばや発酵食品を使った商品開発や販売促進に繋がっている。

イ. サマーフェスティバルHAKUSAN グルメストリートの出展促進

飲食店によるテント市を8月に松任総合運動公園で実施する。出展企業は白山商工会議所の会員企業で殆どが小規模事業者であり、過去の平均売上高は18万円となっており、新商品のPRや新規顧客の創出にも繋がっている。

ウ. サマーフェスティバルHAKUSAN KARA旨グランプリの出展促進

飲食店による辛くて旨いグランプリを競うイベントであり8月に松任総合運動公園で実施する。過去の平均売上高は12万円となっており、本イベントを契機に地元食材の剣崎なんばや発酵食品を使った新商品開発や販売促進に繋がっている。又、グランプリ受賞や上位入賞した飲食店は店舗や商品のPRとなり、売上の大幅増加に繋がっている。

## 8. 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]本計画に記載の事業を適正に行うために、事業の評価、検証を行い、見直しを実施する評価委員会を開催して、評価委員の意見を聞いている。毎年度、評価・検証を行い、次年度事業に取り入れて反映させてはいるが、充分とはいえない。

[課題]効果的なPDCAサイクルを回すために、外部の評価委員会を行う前に四半期ごとに点検、評価する仕組みを導入する。また、課題の変化に柔軟に対応するよう計画の見直しが発生した場合は、迅速に対応する仕組みを構築する。

### (2) 事業内容

#### 1. Plan (計画)

当所にて、今までの実績や将来を予測して経営発達支援計画書を作成する。点検、評価を踏まえ改善により計画の見直しを行う。

#### 2. Do (実施・実行)

経営発達支援計画書に基づいて、他機関と連携しながら当所にて業務を実施する。

#### 3. Check (点検・評価)

評価委員会において提示された評価結果に基づいて、改善案を示し改めて同評価委員会の指示を受ける。

〈Check項目〉

- |              |               |
|--------------|---------------|
| ○地域の経済動向調査   | ○経営状況の分析      |
| ○事業計画策定支援    | ○事業計画策定後の実施支援 |
| ○需要動向調査      | ○新たな需要の開拓     |
| ○地域経済の活性化    | ○他の支援機関との連携   |
| ○経営指導員等の資質向上 |               |

#### Check1

所内で経営発達支援計画のワーキングチームを組織し、事業の進捗状況について協議し、評価、見直しの方針を決定する。(四半期1回 4月、7月、10月、1月)

#### Check2

経営発達支援を行った全ての小規模事業者に対しアンケート調査を実施する。

〈アンケート項目〉

- 全体評価 ○今後の支援課題 ○支援の評価 ○具体的な要望、意見

#### Check3

外部の有識者等による評価委員会を毎年度開催し、事業の実施状況、成果の評価、効果的支援のための改善案の提示を行い、効果的なPDCAサイクルの構築を図る。

〈評価委員会メンバー〉

副会頭、税理士、中小企業診断士、白山市産業部商工課、法定経営指導員

#### Check4

事業の成果・評価・見直しの結果について、白山商工会議所正副会頭会議、総務委員会に報告し、承認を受ける。(年1回 6月頃)

#### 4. Action (改善)

評価結果から事業内容を見直す。

事業の成果・評価・見直しの結果については白山商工会議所会報、ホームページで計画期間中に公表する。<https://hakusancci.or.jp>

又、商工会議所事務所において常時、閲覧可能な状態にする。

### 9. 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] 日本商工会議所や石川県商工会議所連合会が主催する研修への参加が中心となっている。先輩経営指導員によるOJTや不定期のミーティングを実施しているが、支援ノウハウの共有には至っていない。支援内容のカルテ管理については、TOASのカルテ管理で一部は共有出来ている。支援分野としては専門性の高い事業承継や生産性向上の知識、ノウハウが不足している。

[課題] 必要な研修の参加は行っているが、参加した職員だけが知識やスキルを習得する傾向にあるので、内部ミーティングや資料の共有を行うなどして、全体としてのスキルアップを目指し、支援ノウハウの共有も行う。経営指導員web研修は、あまり利用しなかったため、積極的に受講する。又、不得意分野の事業承継や生産性向上についての研修会があれば率先して受講し、専門家派遣相談会にも積極的に専門家と一緒に相談に乗りながら自らの支援スキルを高める。

#### (2) 事業内容

経営指導員等がコンサルティング業務を強化する為に下記の事項を行う。

- ① 経営発達支援特別チームが個別案件を持ち寄り、経営分析、経営計画書を基に経営状況の確認と利益計上されている事業所の特徴を意見交換する。  
支援ノウハウのデータについては共有サーバにて保存・管理し、紙媒体についてはファイリングして一まとめにする。
- ② 毎月末に行う全職員参加の「職場会」と週初めに行う「朝礼」において、小規模事業者に関する情報交換と支援内容、支援方法の向上を図る。
- ③ 日本商工会議所が主催する研修会に参加に加え、中小企業大学の主催する研修会に積極的に参加することで、経営支援の基礎能力習得や地域の課題に対応する支援能力の向上を図る。(年間1回参加)
- ④ 石川県商工会議所連合会が主催する研修会一般コース(国・県等の施策などの知識) 特別コース(金融、補助金申請、税務、経営改善、事業承継、経営革新、創業などの専門知識)に参加し、商工労働行政の一般的情報を得るとともに小規模事業者支援事業の実施に当たって必要となる専門的な知識の習得を得る。(最低15時間)
- ⑤ WEB研修を受講し、全国の経営指導員等が、小規模事業者の高度化・多様化するニーズに対応し、創業・経営革新につながる提案型指導ができるよう、経営指導員等の専門家や資質向上に必要な知識を習得できるシステムを活用し、計画的な受講(受講時間、進捗管理)することで支援能力の向上を図る。
- ⑥ 当商工会議所主催の専門家派遣相談会(事業承継個別相談会、生産向上トレーナー制度)に専門家と一緒に相談に乗ることで、自らの支援スキルを高める。

## 10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 経営改善普及連絡協議会においては、県内の商工会議所経営指導員や日本政策金融公庫と定期的な情報共有、意見交換を行っている。日本政策金融公庫とは経営指導員と懇談会を開催し関係を密にしている。市内の3商工会とも不定期だが懇談会を行っている。友好提携の藤枝商工会議所とも連携している。

[課題] 各支援先と連携体制を築いているが、個人間のみならず組織間で連絡を共有出来る体制を構築したい。今後も内容を充実させ、頻度も増やし、継続的に連携を強化することが課題である。

### (2) 事業内容

#### (1) 石川県内の商工会議所間での連携（各々年1回）

石川県では一般職員研修、経営改善普及事業連絡協議会、共済制度担当者研修を年に各1回行っており各種会議の中で小規模事業者の現況、課題、需要動向、支援ノウハウに関して意見交換を行う。

#### (2) 市内商工会との連携（年4回）

白山市には当商工会議所と3商工会（鶴来、美川、白山）があり、年に4回程の会議を行っているが、議題の中で小規模事業者の現況、課題、需要動向、支援ノウハウに関して情報交換、意見交換を行う。

#### (3) 石川県、白山市との意見交換会（年2回）

石川県商工労働部経営支援課担当者並びに白山市産業部商工課担当者と個別事案について年に2回程の意見交換。内容は需要の動向、支援ノウハウ等に関することにポイントを置き実施する。

#### (4) 日本政策金融公庫、金融機関との連携、意見交換会（年1回）

日本政策金融公庫、北國銀行、北陸銀行、福井銀行、北陸信用金庫、金沢信用金庫、鶴来信用金庫の担当者と経営計画策定支援、創業支援、協調融資による金融支援について情報を共有する。日本政策金融公庫と情報交換を行う経営改善普及事業連絡協議会において地域の需要動向、支援ノウハウの情報交換を行う。

#### (5) 専門家との連携及び情報共有

商工調停士、弁護士、司法書士、行政書士、中小企業診断士などの専門家と小規模事業者の現状や支援手法について情報交換を行う。

#### (6) 友好提携している藤枝商工会議所との連携（年1回）

経済、観光、文化交流等の各種情報交換と加えて小規模事業者に関する事の情報共有を図る。

## 1.1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 白山商工会議所が事務局となっている「サマーフェスティバルHAKUSAN」並びに、その中で行われている「KARA旨グランプリ」は地元イベントの夏の風物詩として知名度も上がり、来客数も増加傾向である。  
現状の中心商店街は、空き店舗は数店舗あり、2021年7月頃、郊外に大型のイオンモールがオープン予定である。

[課題] 市民に定着してきた、「サマーフェスティバルHAKUSAN」と「KARA旨グランプリ」を更に盛り上げ、県内外から集客を行う必要がある。  
まちづくりの観点から中心商店街は、空き店舗対策やイベントを開催し賑わいを創出することが課題となっている。

### (2) 事業内容

#### (1) 地域活性化イベント「サマーフェスティバルHAKUSAN」の開催

子供から大人まで一体となって楽しめるイベントの祭典「サマーフェスティバルHAKUSAN」を開催し地域活性化を図る。3つのテーマ（①白山市の伝統文化と人々を繋ぐ、②楽しむ空間を創造し観客と会場を繋ぐ、③食を通して人と地域を繋ぐ）を軸としたプログラムを白山商工会議所が主体となり行っており、「サマーフェスティバル白山実行委員会」にて決定する。県内には大規模的なグルメコンテスト、子供向けイベント、伝統行事が一体となったイベントは開催されておらず、将来的にはサマーフェスティバルHAKUSANが白山市の夏の風物詩として知名度を上させ観光客増加にも繋げる。

- 実行委員会メンバー
- 白山商工会議所正副会頭
  - 白山市町会連合会会長
  - 松任市農業協同組合代表理事
  - 白山商工会議所青年部会長
  - 白山市産業部長
  - 白山市観光文化スポーツ部長
  - 白山市観光連盟理事長
  - 白山市北消防団団長
  - 金城大学短期大学部教授
  - テレビ金沢事業・コンテンツ部マネージャー
  - あさがおテレビ代表取締役
  - 白山青年会議所理事長
  - 白山商工会議所女性会会長
  - 白山市商工会議所青年部理事
  - 白山商工会議所専務理事
- 実行委員会                   年間 3回開催
- 企画委員会                   年間 10回開催

### ①「KARA旨グランプリ」の開催

白山市内外より約30店の飲食店がサマーフェスティバル会場に集い、各店自慢の辛くて旨い一品を販売し、その年のナンバー1メニューを決定する。各店のメニューは通常の1/3程度の量を低価格で販売され、来場者は食べ歩いた中から気に入ったメニューに投票を行う。料理には唐揚げ、カレー、焼きそばからスイーツまで豊富である。また味以外にも見た目、レイアウト、PR方法などでも様々な工夫を凝らしており来場者を魅了する。来場者数、投票数をより一層向上させ主催者、出展者、来場者全体で楽しめるよう改良していく。出品したメニューは、グランプリ終了後も各店で商品化し、売上や知名度向上に繋げる。またグランプリ出店を通して、白山市特産のとうがらし「剣崎なんば」を使用したメニューの商品化を促進し、既存の「剣崎なんば」を使用した調味料やスイーツと併せて地域のブランド商品として全国的に広める。

■部会メンバー 白山商工会議所青年部メンバー39名  
金城大学短期大学部ゼミ11名

■部会会議 年間15回開催

### ②園児のステージショーや大道芸パフォーマンスなど子供からご年配の方までの幅広い世代に来場していただけるような事業を行っている。

虫送り太鼓、盆踊り、手筒花火、ちびっ子パフォーマンスなどの伝統文化の実施についても、引き続きご年配の世代に楽しんで頂く内容に加え、若い世代も地域の行事に関心を示す工夫と仕掛けを行う。

■部会メンバー 白山商工会議所青年部メンバー32名  
金城大学短期大学部ゼミ11名

■部会会議 年間14回開催

#### ■参加団体

虫送り太鼓（2青年団、3太鼓保存会）、手筒花火（有志20名）  
盆踊り（市内6企業、市内5団体、市民300名）  
ちびっ子パフォーマンス（市内3幼稚園）

### (2) 白山市の地域力再発見！知っとるツアー「産業観光」の実施

白山商工会議所管内には、世界に誇るものづくり企業が集積し、一方で創業100年を超える老舗企業も多数存在する。しかし、そこに住んでいる多くの一般市民の中には身近にそんな企業があることを知っている人は少ないのが現状である。

当所では、市民の皆様を対象に管内にあるモノづくりや老舗企業を知っていただく、企業や店舗をバスや徒歩で巡りながら普段見ることのできない製造現場や事業内容に触れていただき、知っているようで知らない地元企業の素晴らしさや技術力の高さなどを見聞し、知っていただくことを目的に、市内企業を巡る「地域力再発見知っとる!?ツアー」を企画、実施する。

■主催 白山商工会議所  
■対象 一般市民  
■見学先 市内企業2～3社  
■時期 毎年3月頃

※白山商工会議所が主体となり、白山市、市内企業と連携を図り実施している。

### (3) 中心市街地活性化事業 まちゼミの実施

市内中心市街地を活性化するため、商店街を構成する経営力のある魅力的な店が増えるよう下記の事業を行う。

- ①まちゼミを通じて自店の魅力（強み）、客の求めている商品・サービス（ニーズ）等を店主自身が汲み取り、自店の経営戦略を考えるきっかけづくりとする。
- ②各回の受講者は5人以内とし、もし定員を上回る応募があった場合は、講座の追加開催等で対応する。
- ③当商工会議所としてもお店めぐりツアーを企画。まちゼミ参加店の紹介、店頭商品の試食を通じて商店街の魅力、まちゼミの魅力を情報発信する。
- ④受講者からアンケート形式で感想を聞き取り、講座内容のブラッシュアップを図る。また、店主相互の受講を奨励、受講した感想や改善点のアドバイスを行うことで商店街内のコミュニケーション改善につなげる。
- ⑤まちゼミ参加店向けのブラッシュアップ研修会の開催に際して、持続化補助金、マルケイ融資等の小規模事業者向け施策の普及・浸透を図る。
- ⑥希望する店舗には、企業ドック等を通じた専門家指導や経営計画の策定支援、HP整備に向けた取り組み等の集中的な支援を行う。

■主 催 まつとうまちなか協同組合40社

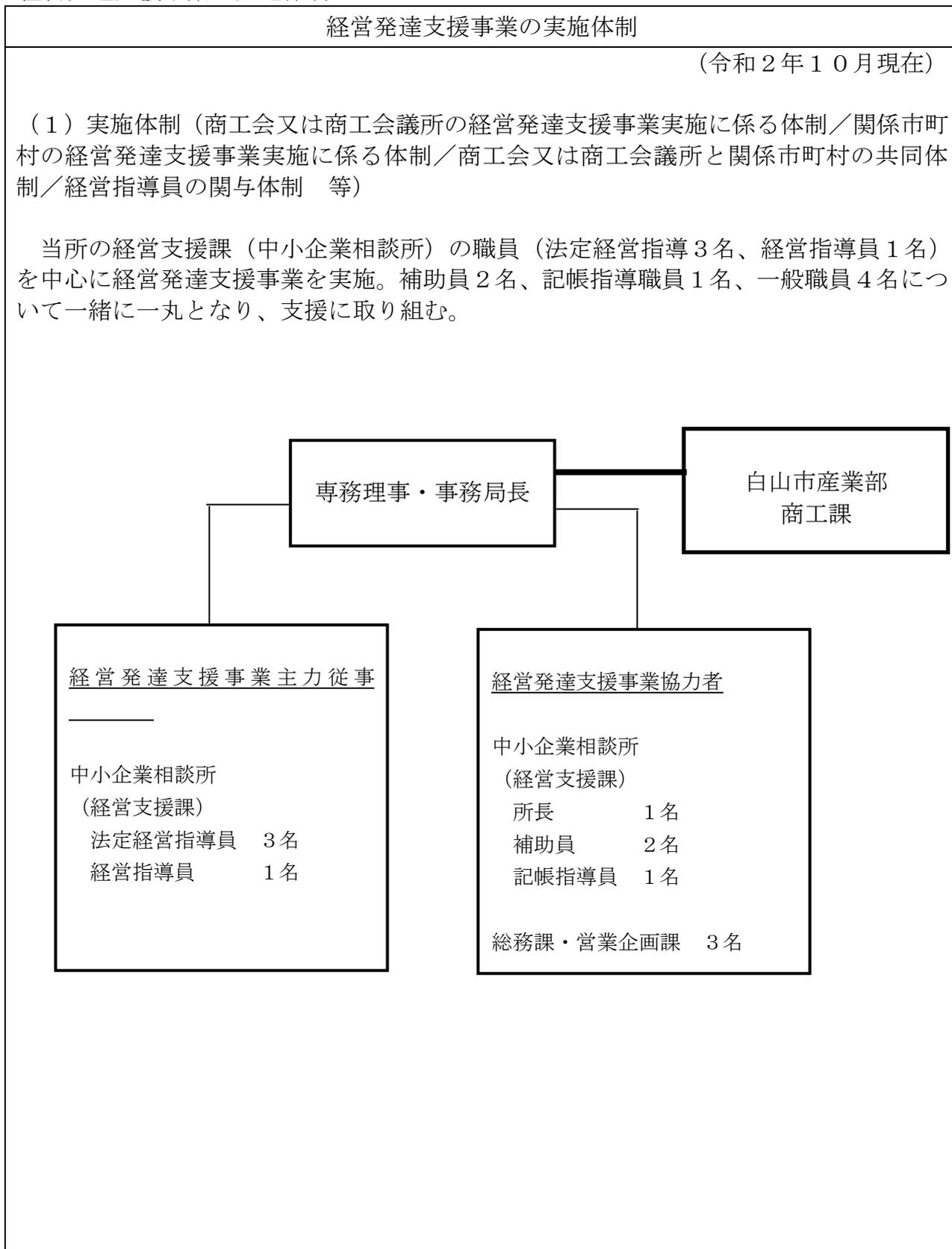
■対 象 一般市民

■講座数 27

※白山商工会議所はオブザーバーとして担当職員が会議等に参加している。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名： 藤岡 克宗、杉野 健、馬田祐子  
■連絡先： 白山商工会議所 TEL076-276-3811

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒924-0806  
石川県白山市西新町159-2  
白山商工会議所 中小企業相談所  
TEL076-276-3811

②関係市町村

〒924-8688  
白山市産業部商工課  
TEL076-274-9542

(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 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度
必要な資金の額	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500
専門家派遣費	500	500	500	500	500
セミナー開催費	500	500	500	500	500
チラシ作成費	200	200	200	200	200
事務費	200	200	200	200	200
管理費	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

(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。

