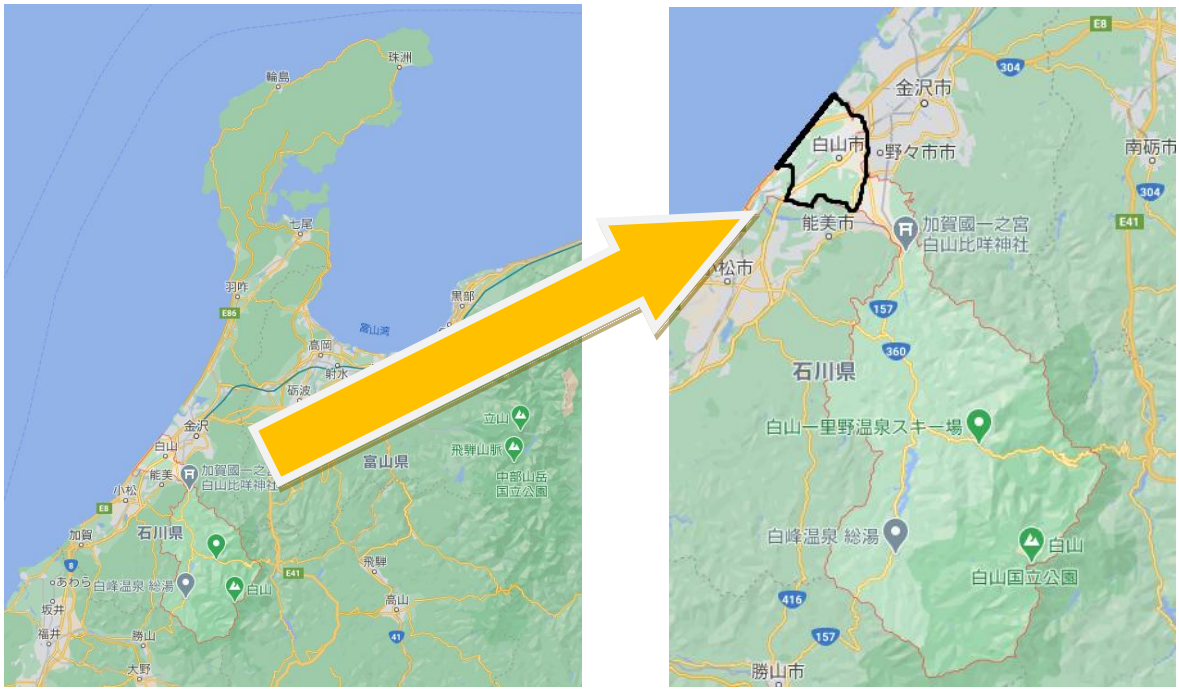
経営発達支援計画の概要

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８年４月１日～令和13年３月31日
目標	目標①　創業予定者及び創業者に対する支援体制強化 目標②　円滑な事業承継、事業マッチング支援の推進 目標③　デジタル化による生産性向上や高付加価値経営の転換支援 目標④　人手不足対策、人材確保と多様な働き方の推進 目標⑤　小規模事業者の受注機会の拡大と新規取引の開拓支援 目標⑥　白山ブランドとなる独自オリジナル商品の開発 目標⑦　観光と連携した産業振興
事業内容	３．地域の経済動向調査に関すること ①小規模事業者の経営動向調査 ②ＬＯＢＯ調査（商工会議所早期景気観測システム） ③事業承継アンケート ４．需要動向調査に関すること ①「ショート動画」視聴者アンケート ②交流人口増加に向けた市内主要施設利用者意識調査 ③市内消費購買行動実態調査 ④「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）の活用 ５．経営状況の分析に関すること ①経営分析セミナー（実務型）の開催 ②Biz ミル＋keytas を活用した伴走型経営分析の強化 ６．事業計画策定支援に関すること ①はくさん創業応援塾の開催 ②事業承継セミナーの開催 ③ＤＸに向けたアクションプラン策定セミナーの開催 ④専門家派遣の活用 ７．事業計画策定後の実施支援に関すること ①「Biz ミル＋keytas」を活用した支援体制の構築（伴走支援のＤＸ化） ②課内ミーティングの強化（経営指導員のノウハウ共有と資質向上） ８．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①地域イベントへの出展促進 ②商談会への参加促進 ③イチ押し商品及びサービスのＰＲ（ショート動画作成事業） ④白山市の恵みを活用した独自の商品開発取組における支援
連絡先	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 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：syoukou@city.hakusan.lg.jp

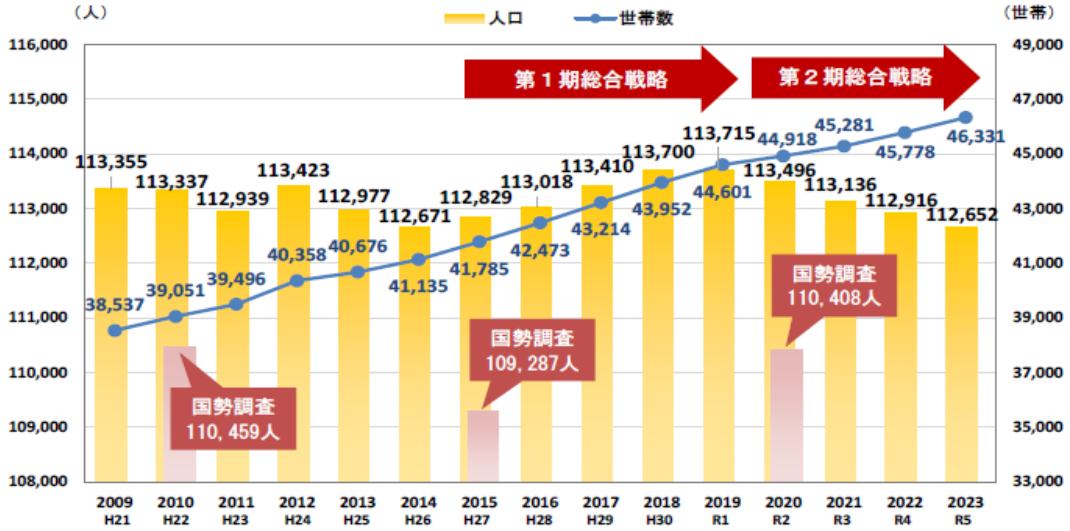
（別表１）

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 ・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いる。平成１７年２月に１市２町５村が新設合併して誕生し、県内最大の面積（７５４．９３㎢）と、金沢市に次ぐ第２位の人口を有する。南部は日本三名山の一つである白山を擁する自然豊かな山々に囲まれ、市域に沿って県内最大の河川である手取川が流れている。豊富で良質な水資源に恵まれ、手取川が形成した強固な地盤の扇状地は、稲作をはじめとする農業に適している。市全体が「白山手取川ジオパーク」であり、令和５年５月２４日にはユネスコ世界ジオパークとして正式に認定された。 当商工会議所の管轄である北部の旧松任市エリア（５９．９３㎢）は、金沢市のベッドタウンとして住宅都市化が進むとともに、工業用地も造成されている。市内には北陸自動車道の白山ＩＣ、徳光スマートＩＣ、美川ＩＣが設置され、国道８号線、国道１５７号線、加賀産業開発道路などの主要道路網も整備されており、交通アクセスは良好である。 平成２７年３月の北陸新幹線金沢開業による経済効果は、県都金沢市周辺に比べ、当市においては一部業種にとどまっているのが現状である。一方、令和６年３月１３日には、北陸新幹線の金沢・敦賀間開業に合わせ「トレインパーク白山（白山市立高速鉄道ビジターセンター）」がグランドオープンし、新たな交流拠点としての活用が期待される。 こうした中、当市は平成３０年６月に「ＳＤＧｓ未来都市」に選定されたほか、東洋経済新報社「住みよさランキング２０１９」では、子ども医療費助成や転出入人口比率などが評価され、総合評価全国１位を獲得するなど、良好な生活・定住環境を有する都市として評価されている。 

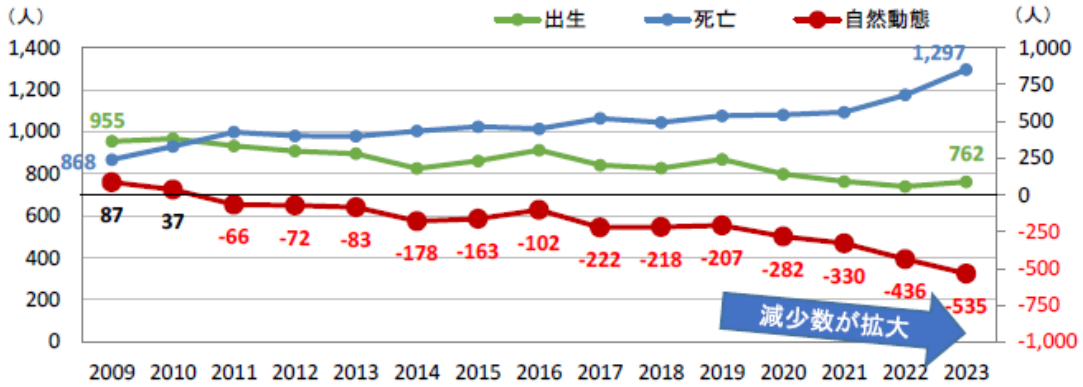
・白山市の人口　　【第２期白山市まち・ひと・しごと創生総合戦略より】
・総人口の動向では平成２７「２０１５」年から令和２「２０１９」年にかけて人口は持ち直したが、住民基本台帳ベースの総人口は令和元「２０１９」年の１１３，７１５人をピークに、直近（令和５「２０２３」年）まで減少傾向にある。
・人口減少の要因は、市の定住促進支援制度等により、コロナ禍の令和３「２０２１」年を除いて転入が転出を上回る「社会増」は維持している 。しかし、出生数の減少と死亡者数の増加による「自然減」の減少幅が拡大しており、社会増でカバーしきれないことが総人口減少の主な要因となっている 。
・少子高齢化の進行と労働力 少子化・高齢化は進行している。生産人口（１５～６４歳）は減少が続く一方、老年人口（６５歳以上）は増加を続けている 。これは、市内事業所における将来的な労働力不足や、高齢者向け市場の拡大といった消費構造の変化を示唆している。
・人口動態は地域差が大きく、当商工会議所の管轄の松任地域では人口が増加傾向にある一方、白山ろく地域では人口減少が顕著である。
・将来の人口構造への懸念 ２０～４０歳代の未婚率が上昇し晩婚化の傾向にあることや 、出生の中核を担う１５～４９歳の女性人口の減少が続いており、これらは将来の出生数や労働力確保において一層の課題となる可能性がある。

【住民基本台帳に基づく人口等の推移】



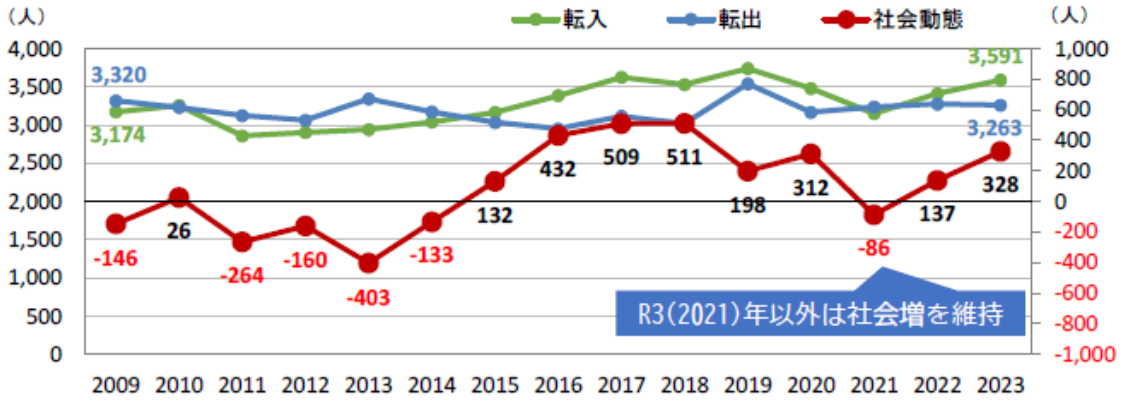
出典：住民基本台帳（12 月末時点）、国勢調査（10 月1日時点）

【自然動態の推移】



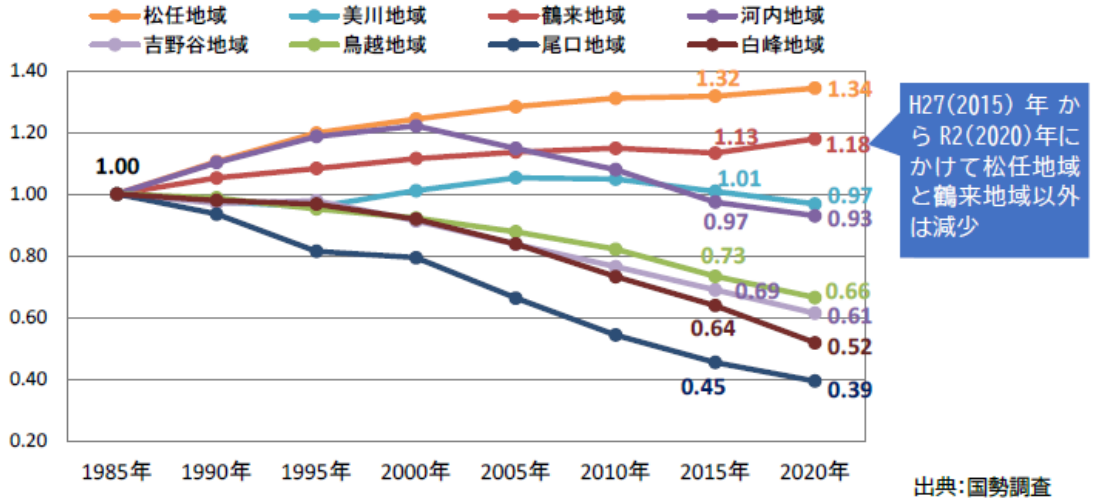
出典：石川県の人口動態（各年 10 月から9月の合計）

【社会動態の推移】



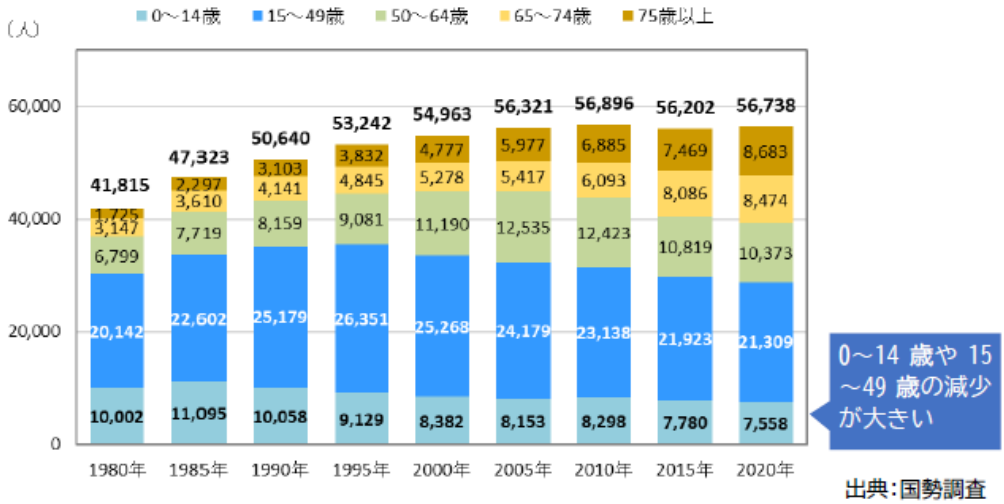
出典：石川県の人口動態（各年 10 月から9月の合計）

【地域別の人口増減比較率の推移】（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

市の産業

（農　　業）

手取川扇状地の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、県内コメ産出額の約１４％を占める県内有数の穀倉地帯である。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、農林業センサス等の統計が示す通り農家数は長期的な減少傾向にあり、農業従事者の高齢化と後継者不足は深刻さを増している。経営耕地面積も減少が続く中、今後は農地の集約化や農業法人の育成、スマート農業の導入による生産性向上が急務となっている。

（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。しかし、平成７年の「アピタ松任店」、「イオン松任店」等の大型商業施設の郊外出店に伴い、商店街の購買率は低下した。さらに、平成２７年の「ラスパ白山」、「コストコホールセール野々市倉庫店」、そして令和３年７月には北陸最大級の「イオンモール白山」が市内横江町に開業したことにより、商圏は広域化した一方で市内商業環境は激変している。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。大型商業施設の集積により市外からの流入人口は増加したものの、既存商店街や個店への回遊性は限定的であり、購買率の流出に歯止めがかからない状況にある。加えて、長引く物価高騰による消費マインドの変化、経営者の高齢化や後継者不足も重なり、廃業を選択する事業者も見受けられる。各個店においては、デジタル技術の活用や、変化する消費者ニーズ（モノ消費からコト消費へ）に対応した、独自性と魅力ある店づくりによる差別化が強く求められている。

（工業・建設業）

当市は、豊富な水資源や電力、充実した交通インフラを背景に、積極的な企業誘致や工業団地の整備に取り組み、工業は順調に発展してきた。経済センサス等の統計においても、製造品出荷額等は県内第１位を堅持しており、石川県を牽引する「ものづくりのまち」としての地位を確立している。市内にはニッチトップ企業を含め、機械金属加工、食品製造、繊維など、部品製造から完成品製造まで幅広い企業が集積している。近年、従業員数や製造品出荷額は堅調に推移しているものの、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。また、原材料・エネルギー価格の高騰や、生産年齢人口の減少に伴う深刻な人手不足が経営の重荷となっている。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。能登半島地震の復興需要も一定程度あるが、資材価格の高騰や働き方改革への対応も迫られており、民間需要の取り込みや事業転換などの経営革新が必要とされている。

（観　　光）

「加賀の千代女」生誕の地であり、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、聖興寺等の歴史文化施設を有するが、広域的な集客力を持つ観光拠点の形成が課題である。特産品としては、あんころ餅、地酒、フグの卵巣糠漬け等の発酵食品、剣崎なんば等があり、これらを活用した「食」のブランド化を進めている。新たな動きとして、令和６年３月の北陸新幹線県内全線開業に合わせ、白山総合車両所に隣接する見学施設「トレインパーク白山」がオープンした。同施設や、好調な集客を続ける道の駅「めぐみ白山」を核施設とし、市内周遊を促す仕組みづくりが急務である。今後は、これら拠点施設と、地域の企業見学（産業観光）、白山手取川ジオパーク等の資源を有機的に連携させ、体験型観光コンテンツの造成による地域振興と交流人口の拡大を目指している。

・小規模事業者

小規模事業者数

業種別事業者数　（単位：者）

業種		平成27年	令和２年	令和７年	対前回比	割合
A	農業林業	24	23	26	3	1%
B	漁業	0	0	0	0	0%
C	鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	0	0	0%
D	建設業	662	634	635	1	29%
E	製造業	343	302	289	△ 13	13%
F	電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0	0	0%
G	情報通信業	14	25	40	15	2%
H	運輸業、郵便業	53	45	38	△ 7	2%
I	卸売業、小売業	347	317	281	△ 36	13%
J	金融業、保険業	12	13	13	0	1%
K	不動産業、物品賃貸業	52	66	78	12	4%
L	学術研究、専門・技術サービス業	143	164	173	9	8%
M	宿泊業、飲食サービス業	152	172	171	△1	8%
N	生活関連サービス業、娯楽業	153	174	198	24	9%
O	教育、学習支援業	18	64	62	△2	3%
P	医療、福祉	46	52	55	3	3%
Q	複合サービス業	4	0	4	4	0%
R	サービス業(他に分類されないもの)	111	102	97	△ 5	4%
合計		2,134	2,153	2,160	7	100%

②課題

・小売・卸売業は、令和２年から令和７年にかけて、全業種で最大となる３６事業者の減少が見込まれており、地域商業の空洞化が深刻である。

・製造業も１３事業者の減少傾向にあり、地域経済の基盤が弱体化している。

・建設業は全事業者の約 29%を占め、産業構造が特定の業種に偏っている 。

・北陸最大級「イオンモール白山」が令和３年７月に出店しており、地元小売・サービス業者にとって、大きな影響が出ている。

・地域の定住人口は微増しているにもかかわらず、地元事業所の従業員数は減少しており、定住人口増が労働力に結びつかない。

・多くの産業で、事業存続のボトルネックが「需要」だけでなく「人材確保」や「後継者問題」といった内部要因にシフトしており、深刻な後継者、人材不足が顕著である。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方
①創業予定者及び創業者に対する支援体制強化
創業希望者に対し、はくさん創業応援塾（経営・財務・人材育成・販路開拓）や個別相談を通じた計画・資金・販路の一貫した伴走支援を行うとともに、創業後の定着率向上を目指すフォローアップ体制を強化する。また、白山市が推進する「仕事・雇用」創生と連携し、地域課題解決型や地域資源活用型の創業を促進する。
理由：人口減少に伴い事業所数が減少傾向にある中、地域経済の新陳代謝を促し、新たな雇用の場を創出するため。特に廃業が増加する小売・サービス業において、新たな感性を持つ創業者の定着が急務であるため。

②円滑な事業承継、事業マッチング支援の推進
経営者の高齢化が進む会員事業所に対し、早期の「事業承継診断」「事業承継アンケート」による課題の見える化と「事業承継計画」の策定を支援する。事業承継マッチングプラットフォームrelay（リレイ）、石川県、事業引継ぎ支援センター等と連携した第三者承継（M&A）やマッチング支援を強化し、黒字廃業の回避と技術・ノウハウの散逸を防止する。
理由：地域経済を支える製造業や建設業等において、後継者不在が事業存続のボトルネックとなっており、事業の譲渡や統合を含めた多様な選択肢による事業存続支援が、地域サプライチェーンの維持に不可欠であるため。

③デジタル化による生産性向上や高付加価値経営の転換支援
人手不足や原材料高騰に対応するため、経営力強化総合支援アドバイザー派遣制度のＩＴ専門家派遣やセミナーを通じ、バックオフィスの効率化（インボイス・電子帳簿対応等）から、ＥＣ・ＳＮＳ活用による販路開拓まで、段階的なＤＸ推進を支援する。単なるツール導入に留まらず、デジタルデータを活用した経営判断ができる体制づくりを促す。
理由：白山市デジタル田園都市構想総合戦略に基づき、市内企業の生産性向上と高付加価値化を図り、価格転嫁できる強い経営体質へと転換させる必要があるため。

④人手不足対策、人材確保と多様な働き方の推進
深刻な人手不足に対応するため、地元の石川県立松任高等学校、石川県立翠星高等学校と連携した企業説明会「地元企業を知ろう！」の開催や地元企業の見学バスツアーを開催する。若者・女性・シニア・外国人材など多様な人材の活用に向けた労務環境整備（ワーク・ライフ・バランス、賃上げ等）を支援する。また、従業員のスキルアップ研修を充実させ、定着率の向上を図る。
理由：定住人口は微増しているものの市内従業者数が伸び悩んでおり、労働力不足が事業継続の最大のリスクとなっている現状を踏まえ、「選ばれる企業」への変革を促す必要があるため。特に地元企業と地元就職促進を推進することで地域社会と個人双方に多様な良い効果をもたらす。
また、誰もが安心して活躍できる環境にするため、「女性・シニアの活躍推進」や「奨学金返還支援企業の周知」に努める。

⑤小規模事業者の受注機会の拡大と新規取引の開拓支援
企業の「イチ押し」商品・サービスを「ショート動画」を活用して顧客を開拓する。ショート動画を作成後は、視聴データや反応を分析し、消費者のニーズ（需要動向）を把握して商品改良に活かす。又、市内製造業等の技術力を発信する商談会の開催や、大手企業とのマッチング機会を創出し、下請け体質からの脱却と取引先の多角化を支援する。商談会は「かなざわマッチング商談会」「ＭＥＸ金沢」等を想定する。また、オンライン展示会やＥＣサイト活用支援を強化し、商圏の広域化と外需の取り込みを推進する。

理由：ショート動画については、企業のプロモーションに効果があるため。工作機械等の受注環境の変化に左右されやすい下請け構造を改善し、自社製品・技術の販路を自ら開拓できる「稼ぐ力」を持った事業者を育成するため。

⑥白山ブランドとなる独自オリジナル商品の開発
白山手取川ジオパークの恵み（水、発酵食、農産物等）を活用した新商品開発や、既存商品のブラッシュアップを支援する。専門家によるパッケージ改良やブランディング支援を行い、高付加価値な「白山ブランド」商品を創出し、ふるさと納税返礼品等への採用を目指す。また、市の推進するオーガニックビレッジや６次産業化と連携し、商工会議所は出口戦略（販路・ブランディング）を担う。
理由：大型商業施設との差別化を図るため、地域資源を活かした独自性のある商品を開発し、地域外からの購買力を呼び込むとともに、地域内経済循環を高めるため。

⑦観光と連携した産業振興
「トレインパーク白山」や「道の駅」等の集客拠点を核とし、まっとうまちなか商店街や工場見学（産業観光）への回遊を促す仕組みを構築する。飲食店・小売店の多言語対応やキャッシュレス化等の受入環境整備を支援し、インバウンドを含む観光消費の地域波及を図る。
理由：北陸新幹線敦賀開業やジオパーク認定による交流人口の拡大を、一部の施設だけでなく地域全体の小規模事業者の収益に結び付け、地域の活性化を図るため。

（３）経営発達支援事業の目標
①創業予定者及び創業者に対する支援体制強化
ＫＧＩ　創業後３年以内の事業存続率　９０％以上
ＫＰＩ　・創業相談件数１００件／年
　　・創業計画策定支援数１０件／年
　　・はくさん創業応援塾 開催回数３回／年、受講者６０名

②円滑な事業承継、事業マッチング支援の推進
ＫＧＩ　事業承継完了件数（親族内・第三者含む）　５年間で５０件
ＫＰＩ　・事業承継診断、アンケート有効回答件数５０件／年
　　・事業承継計画策定支援数１０件／年
　　・事業承継マッチングプラットフォーム relay（リレイ）への橋渡し数１０件／年
　　・事業引継ぎ支援センターへの橋渡し数　１０件／年

③デジタル化による生産性向上や高付加価値経営の転換支援
ＫＧＩ　支援事業者の労働生産性（または付加価値額）の向上　２％／年
ＫＰＩ　・ＡＩ・ＤＸ導入支援件数（専門家派遣等）　２０件／年
　　・デジタル活用セミナー開催数　２回／年

④人手不足対策、人材確保と多様な働き方の推進
ＫＧＩ　支援事業所における採用計画充足率８０％
ＫＰＩ　・企業説明会「地元企業を知ろう！」参加企業数２０社／年　参加生徒２００名／年
　　・地元企業の見学バスツアー　参加企業数１０社／年

⑤小規模事業者の受注機会の拡大と新規取引の開拓支援
ＫＧＩ 支援事業者の売上高増加額（または増加率） 前年比５％増
ＫＰＩ ・ショート動画作成件数２５件／年
・商談会・展示会等の開催・出展支援数 ５回／年
・ビジネスマッチング成約・商談件数 ２０件／年

⑥白山ブランドとなる独自オリジナル商品の開発
ＫＧＩ 支援による新商品・リニューアル商品の開発数 ５年間で２０件
ＫＰＩ ・商品開発・ブラッシュアップ相談件数 １０件／年
・テストマーケティング（アンテナショップ等）実施数 ２回／年

⑦観光と連携した産業振興
ＫＧＩ 観光関連・小売・飲食業支援先の売上高増加率 前年比２％増
ＫＰＩ ・白山市ふるさと応援納税加盟店（キャッシュレス等）２０件／年
・産業観光イベント・周遊促進の開催協力数 ２回／年

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（令和８年４月１日～令和１３年３月３１日）

（２）目標の達成に向けた方針
①：創業予定者及び創業者に対する支援体制強化
達成方針１：伴走型支援による「創業後の定着率（生存率）」重視の支援
設定した理由： 単に創業数を増やすだけでなく、創業後３年以内の廃業リスクを低減させるためである。「はくさん創業応援塾」での計画策定から、創業後の資金繰り・販路開拓・フォローアップまでを一貫して伴走支援することで、事業の安定化と地域への定着を図る必要がある。

達成方針２：地域課題解決型・空き店舗活用型の創業促進
設定した理由： 人口減少や大型店の出店により商店街の空き店舗が増加している課題に対応するためである。白山市の「仕事・雇用」創生戦略と連携し、地域の空きストックを活用した創業や、地域課題を解決するビジネスモデルを優先的に支援することで、まちなかの賑わい創出と新陳代謝を促す。

②：円滑な事業承継、事業マッチング支援の推進
達成方針１：早期の「見える化」による計画的な承継準備の促進

設定した理由： 経営者の高齢化が進む中、準備不足による黒字廃業を防ぐためである。早期に「事業承継診断」を行い、後継者不在や課題を「見える化」することで、親族内承継だけでなく、第三者承継やM＆Ａといった選択肢を余裕持って検討できる「事業承継計画」の策定へと導く。

達成方針２：地域内サプライチェーン維持のためのマッチング強化
設定した理由： 市内には機械金属加工等のものづくり企業が集積しており、１社の廃業が地域サプライチェーン全体に影響を及ぼす恐れがあるためである。県や事業引継ぎ支援センター、

「relay（リレイ)」等と連携し、技術やノウハウを絶やさないための第三者承継・マッチング支援を強化し、地域産業基盤を維持する。

③デジタル化による生産性向上や高付加価値経営の転換支援
達成方針１：バックオフィスの効率化から始める「守りのＤＸ」推進
設定した理由： 深刻な人手不足に対応するため、まずはインボイス制度や電子帳簿保存法への対応を契機とした業務効率化（守りのＤＸ）を支援する。事務負担を軽減することで、経営者が本業や付加価値向上（攻めのＤＸ）に時間を割ける環境を作り出し、生産性を底上げする。
達成方針２：データ活用による「稼ぐ力」の向上（攻めのＤＸ）

設定した理由： 原材料高騰分を価格転嫁できる強い経営体質へ転換するためである。ＥＣサイトやＳＮＳの活用支援にとどまらず、顧客データや販売データを分析し、経験や勘だけでなく客観的な数値に基づいた経営判断ができる体制づくりを支援し、高付加価値化を促進する。

④人材育成、人材確保と多様な働き方の推進
達成方針１：地元高校・大学と連携した「地元就職」の促進
設定した理由： 市内の定住人口は微増しているものの、労働力不足が深刻であるためである。地元の松任高校や翠星高校等と連携した企業説明会や見学ツアーを実施し、若年層に地元企業の魅力を早期に伝えることで、雇用のミスマッチを防ぎ、地元就職率の向上を図る。

達成方針２：多様な人材が活躍できる「選ばれる企業」への変革支援
設定した理由： 若者だけでなく、女性、シニア、外国人材など多様な労働力を活用しなければ事業継続が困難なためである。働き方改革推進支援センター等と連携し、賃上げやワーク・ライフ・バランスの整備、奨学金返還支援制度の導入など、労務環境の改善を支援し、人材定着率を高める。

⑤小規模事業者の受注機会の拡大と新規取引の開拓支援
達成方針１：「ショート動画」等を活用したデジタル販路開拓と需要分析
設定した理由： 従来の商談会に加え、動画等のデジタルツールを活用することで、時間や場所の制約を超えた顧客開拓を可能にするためである。動画の視聴データや反応を分析し、消費者ニーズ（マーケットイン）に基づいた商品改良へフィードバックさせることで、成約率を高める。

達成方針２：下請け脱却に向けた「強み」の発信と商圏の広域化
設定した理由： 特定親企業への依存度が高い下請け構造は、景気変動の影響を受けやすいためである。「ＭＥＸ金沢」等の商談会やオンライン展示会への出展支援を通じ、自社の技術・製品の強みを広域に発信し、取引先の多角化と自ら販路を開拓する「稼ぐ力」を育成する。

⑥白山ブランドとなる独自オリジナル商品の開発
達成方針１：白山手取川ジオパークの恵みを活かした高付加価値化
設定した理由： 大型商業施設との差別化を図るため、地域固有の資源（ジオパーク、発酵食、農産物）を活用した独自性のある商品が必要である。専門家によるブランディングやパッケージ改良支援を行い、価格競争に巻き込まれない「白山ブランド」としての高付加価値商品を創出する。

達成方針２：ふるさと納税やアンテナショップを活用したテストマーケティング
設定した理由： 開発した商品の市場性を確認し、地域外からの購買力を取り込むためである。市の「ふるさと納税」返礼品への採用や、県外アンテナショップ等での販売を通じた顧客の反応を商品改良に活かし、地域内経済循環を高める「売れる商品」へと磨き上げる。

⑦観光と連携した産業振興
達成方針１：「トレインパーク白山」等を核とした市内周遊・回遊の促進
設定した理由： 北陸新幹線延伸や新施設開業による交流人口の増加を、点（施設）だけでなく面（地域全体）の経済効果に波及させるためである。集客拠点を核に、まちなか商店街や産業観光（工場見学）へ誘導する仕組みを構築し、観光消費の裾野を小規模事業者まで広げる。

達成方針２：インバウンド対応を含む受入環境整備と体験型コンテンツの造成
設定した理由： 「モノ消費」から「コト消費」へのニーズ変化に対応し、滞在時間を延ばすためである。キャッシュレス化や多言語対応の支援に加え、ジオパークや産業資源を活用した体験型コンテンツを造成することで、満足度を高め、リピーターの獲得と消費単価の向上を図る。

３．地域の経済動向調査に関すること
（１）現状と課題
［現状］・小規模事業者を対象とした経済動向調査を年１回行っているが、回収率が低く、地域経済の現状分析に必要なデータ量が不足している。
・ＬＯＢＯ調査については、調査にご協力いただく企業数が横ばいである。
・経営者の高齢化は地域経済にとって深刻な社会課題となっているが、管内小規模事業者を対象とした調査を行ったことがなく、全容をつかめていない。

［課題］・調査結果を踏まえた事業者への具体的な支援策が不十分。
・ＲＥＳＡＳや県・市の景気動向データと独自調査の統合分析を行っていない。
・経年での比較や分析を行っていない。
・事業承継については、調査を通じて現状を明らかにすること。また事業所が必要な情報をいつでも入手できるよう、ホームページおよびＳＮＳを整備することや、経営指導員の引継ぎ先に関する情報把握に課題がある。
・ＬＯＢＯ調査の新規依頼先企業の確保が必要である。

（２）目標

	公表方法	現　行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
経済動向調査	ＨＰ掲載 会報掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
ＬＯＢＯ調査	ＨＰ掲載 会報掲載	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回
事業承継調査	ＨＰ掲載 会報掲載	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

（３）事業内容

①小規模事業者の経済動向調査（年１回）

【調査目的】管内の小規模事業者の状況を確認する為

【調査対象】管内の小規模事業者

【調査項目】Ⅰ事業所基本情報、Ⅱ直近の年商規模や選択方式（自由記載含む）、Ⅲ売上高、Ⅳ仕入原価、Ⅴ資金繰り、Ⅵ採算性、（Ⅲ～Ⅵについては当期１年間と半年後の見通しを５段階で回答）Ⅷ人材確保の課題（採用・定着）、Ⅸ会議所に求める支援策（記入式）

【調査手法】対象事業者へ調査票を郵便で送付し、回答はＦＡＸまたはＷＥＢサイト上の入力で回収する。

【分析手法】経営指導員等が集計、分析を行う。分析においては業種ごとのＤＩ値を経年比較するとともに、日本商工会議所ＬＯＢＯ調査の全国・北陸信越を活用してクロスチェックし、業種ごとの動向をまとめる。

②ＬＯＢＯ調査（商工会議所早期景気観測システム）

【調査目的】短期的な業況変化を把握するため。

【調査対象】管内８社

【調査項目】Ⅰ景況感、Ⅱ売上高、Ⅲ仕入・売上原価、Ⅳ資金繰り、Ⅴ採算性、Ⅵ直近の年商規模、Ⅶ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で回収する。

【分析手法】経営指導員による集計、分析

③事業承継アンケート

【調査目的】地域経済の維持に不可欠な小規模事業者における、経営者の高齢化の進行、後継者不在率、および事業承継ニーズについて把握する。

【調査対象】管内小規模事業者

【調査項目】Ⅰ後継者の有無、Ⅱ後継者候補の属性（親族、従業員、第三者など）、Ⅲ承継の時期（予定）、Ⅳ現在の取組状況、
Ⅴ公的支援の利用について　利用に関しては下記の２種類
　Ａ　オープンネームの後継者探し　→　石川県×relay（リレイ）（※）
　Ｂ　ノンネームの後継者探し　　→　石川県事業引継ぎ支援センター
　（※）relay（リレイ）は事業承継マッチングプラットフォームの名称

【調査手法】対象事業者へ調査票を郵便で送付し、ＦＡＸで回収する。

【分析手法】経営指導員による集計、分析

【有効回答件数】５０件

【橋渡し件数】Ａオープンネームの後継者探しは１０件／年
　　Ｂノンネームの後継者探しの目標は１０件／年

（４）調査結果の活用

①小規模事業者の経済動向調査

小規模事業者が事業活動に利活用できるようホームページやＳＮＳにて公表する。

また、経営指導員が事業所の事業計画や経営分析を作成時の参考資料として活用する。

②ＬＯＢＯ調査

地域および業種の動向を把握し自身の事業に反映できるよう、会報およびＨＰで公表する。

③事業承継アンケート

調査の結果、支援が必要な事業所に対して巡回指導でヒアリングを行い、事業承継マッチングプラットフォーム relay（リレイ）、石川県事業承継引継ぎ支援センター等へ引き継ぐとともに、進捗状況の確認を適宜行う。また、情報発信に関しては見やすさ、分かりやすさに配慮したページ作りを心掛け、必要な情報に素早くアクセスできるよう工夫する。

４．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

［現状］・昨年度２５社の販路開拓や新たな顧客獲得を目的とした、企業の「イチ押し」商品・サービス「ショート動画」を作成した。作成後は、周知を目的にチラシを作成し会員事業所へ配布した他、取引先の拡充や顧客層の拡大につながるよう、動画をまとめて「白山商工会議所イチ押し商品・サービス」として YouTube 配信および、地域の報道関係者を集めて事業説明会を開催した。その他、事業所へショート動画作成後のアンケートを行い、売上増加等の効果について確認をしている。

・地域住民を対象とした需要動向調査を行っていない。

［課題］・ショート動画事業については、視聴者データや反応を分析した消費者ニーズの把握。

・地域内の需要動向の状況確認。

・ＲＥＳＡＳのデータを活用した個々の事業者への支援。

（２）目標

	現　行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①ショート動画視聴者調査	0 者	10 者	10 者	15 者	15 者	20 者
②主要施設利用者意識調査	0 回	2 箇所 2 回	2 箇所 2 回	2 箇所 2 回	2 箇所 2 回	2 箇所 2 回
③購買行動調査	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
④RESAS の活用	2 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

（３）事業内容

①「ショート動画」視聴者アンケート

「ショート動画」事業のフォローアップとして視聴者アンケートを行い、結果を分析してＰＤＣＡサイクルを回す。

【調査方法】ショート動画の概要欄にアンケートフォームを掲載し回答いただく。

【調査項目】Ⅰ視聴目的、Ⅱ動画を見て興味を持った商品やサービス（選択方式）、Ⅲその理由、Ⅳ動画の共有意向や口コミ意向

【調査結果の活用】アンケート結果とショート動画の YouTube コメント欄の意見やクリック数、視聴完了率をクロスチェックして、動画作成事業者に視聴者の生の意見を分析し、個々の事業所の販路拡大および商品改良や、以降のショート動画作成内容の改良に役立てる。

②交流人口増加に向けた市内主要施設利用者意識調査

隣接する観光都市金沢市と比べると観光客の来訪が少ない。第２次白山市総合計画でも観光客が本市の様々な魅力に触れ交流人口の増加に繋がるよう、積極的に取り組むとされていることから、市内の主要観光施設来場者を対象にアンケートを行い交流人口増加のヒントを探る。

【調査方法】道の駅、白山トレインパーク来場者に各施設５０人を目標に経営指導員が直接アンケート調査を行う。（１施設につき調査サンプル目標２５人×２回）
【調査項目】Ⅰ利用者の年代、Ⅱ性別、Ⅲ居住地、Ⅳ利用目的、Ⅴ来店時間、Ⅵ利用頻度、Ⅶ同行者の属性、Ⅷ市内施設の認知度、Ⅸおよび地場産品の認知度
【調査結果の活用】交流人口増加を見込んだ地域イベントの企画や、既存イベントのスケジュール調整、ＰＲに活用できる。

③市内消費購買行動実態調査

大型商業施設が開業し、地域の小規模な店舗での購入が減少している。消費者が何をどこでどのように購入しているかを把握し、地域経済活性化や小規模な店舗の販売促進に活用するため調査を行う。

【調査方法】白山商工会議所のＬＩＮＥ登録者を対象に調査を実施し、３０％の回収率を目標とする。
【調査項目】Ⅰ居住地域、Ⅱ商品カテゴリー別の購入場所、Ⅲ購入頻度、Ⅳ購入理由、Ⅴ購入量の傾向（まとめ買い・小分け買い）
【調査結果の活用】地域住民の消費行動や購買経路を把握することで、地域の小規模な店舗の事業計画や販売促進の立案に活用する。また巡回や窓口相談時の参考資料として活用する。

④「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）の活用

ＲＥＳＡＳを活用し、地域の強みや課題を分析、把握して、小規模事業者の事業計画策定に活用する。

【活用データ】人口マップ、産業構造マップ、マーケティングマップ、地域経済循環マップ等のデータを活用する。
【結果の活用方法】事業所周辺の人口構成や年齢層を把握して、ターゲット顧客の分析状況等を把握し、チラシのポスティング等販売促進計画の資料とする他、地域の購買力や消費動向の変化を確認して、価格設定やキャンペーンの検討材料とするなど、個々の事業所の課題に即して活用する。

５．経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

［現状］

・小規模事業者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事業者が多いのが現状である。

［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必要がある。
これまで開催してきた経営分析セミナーは総論的な説明になってしまい、個社の現状に合った実務的なセミナーは開催できていなかった。
・巡回指導や窓口相談では、経営分析の手法や必要性の説明などに、指導員によるばらつきがあるため、一定程度標準化された支援を行うことが求められる。また、分析により明確になった経営課題を、事業者自身が正しく理解しているかの確認も必要なため、伴走支援の強化も必要である。

（２）事業内容

①経営分析セミナー（実務型）の開催

【目的】

参加者自身の現状に合わせた実務型のセミナーを開催することで、座学的な経営分析の必要性だけでなく、実際の経営状況に基づく分析を行うことで、事業者自身の理解・知識を深めることを目指す。

【内容】

自社の決算書を持参いただき、実際に財務指標の計算をしてもらう。そのうえで適正水準がどれくらいなのかなど、総論的な知識をお伝えする。財務分析だけではなく、ワークシートなどを活用し。ＳＷＯＴ分析などの定性分析も実際に行う。

非財務分析のＳＷＯＴ分析においては人材・組織や労務環境に関する課題を深掘りし、人材不足の解消に繋がるようにする。

【開催回数・募集方法】

年２回

チラシ・ホームページ・メール配信・ＳＮＳ告知、巡回・窓口での個別案内

②Biz ミル＋keytas を活用した伴走型経営分析の強化

【目的】

財務分析の標準化、経営指導員の資質向上、分析データの見える化、行政との情報共有

【内容】

・「Biz ミル」「keytas」は生成ＡＩを搭載しており、ヒアリング内容や取得した財務諸表の数値を入力するだけで、各種財務指標や SWOT 分析が自動で出力される。これにより、定量面・定性面ともに包括的かつ標準化された分析が可能となる

・本システムが自動で出力した分析結果を経営指導員が、事業者とともに確認し、実態に基づきさらなる分析を深めることで、両者の資質向上が期待される。

・システム内で支援計画の件数や目標達成数などが一覧で確認できる。

【分析項目】

財務分析…収益性、生産性、安全性、成長性

非財務分析…ＳＷＯＴ分析、クロス SWOT 分析

※「Biz ミル＋keytas」…(株)エイチ・エーエルが提供する経営分析・管理ツール

（３）目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 実務型経営分析セミナー	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②Biz ミル･Keytas を用いた経営分析	15 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者

※経営分析目標者数：指導員５名×１０者＝５０者

（４）分析結果の活用

①事業計画策定への接続

・分析により経営課題を明確にし、改善に向けた事業計画の策定につなげる。

②内部での活用

・他指導員の案件も確認できるため情報共有が容易に。

・ＡＩが回答したＳＷＯＴ分析を指導員がさらにブラッシュアップすることで、個人の資質向上にもつながる。

③行政との連携

・Biz ミル＋keytas に入力したデータは企業名を匿名化したうえで、石川県庁からもアクセスできるようになることから、地域の経済動向等の分野において、より細やかな連携が可能となる。

④人手不足対策、人材確保と多様な働き方の推進

・企業説明会「地元企業を知ろう！」を開催

地元高校生の地元就職促進を目的として、高校１年生に対する企業ＰＲ事業を開催する。人手不足を抱える企業に参加を促す。

参加企業　２０社　　参加生徒２００名

・地元企業の見学バスツアーを開催

白山市で活躍する企業を見て頂く機会を創出する。人手不足を抱える企業に参加を促す。

見学先　１０社

６．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、補助金申請に向けて、会議所の支援の下、事業計画を作成している事業所もあるが、これらはあくまで申請のための短期的な計画となることが多い。

［課題］

・そもそも経営計画を策定している事業者が少ない

・経営/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。

・ＫＰＩ／ＫＧＩを設定した長期的な事業計画策定ができていない。

（２）対象事業者

小規模事業者を主として、小規模事業者以外も対象とする。

実行性の観点から、規模に関わらず、自発的に相談に訪れた事業者、意欲の高い事業者が好ましい。

（３）支援に対する考え方

・事業計画作成の際には必ずＫＰＩとＫＧＩ（売上高、利益率、原価率、顧客数等）を設定する。

・前項の経営分析と同様にセミナーの内容が総論的な説明となり、参加者が具体的に理解できていないため、セミナーの開催手法を変更する必要がある。

・創業予定者に関しては、個別に経営に関する基礎的な知識を集中的に伝える必要があるため、創業に特化したセミナーを開催。

・創業、融資、補助金申請時の計画策定支援はもちろん、ＤＸ化に向けた取組や事業承継に関する取組に係る計画策定支援も必要。

・事業承継についてはニーズ調査から行う必要があるため、オープンネーム/ノンネームのアンケートを実施し、結果に基づきセミナーを開催する。

・巡回/窓口相談における事業計画策定提案の強化（指導員の意識向上、指導体制の統一）

【目的】日常業務から事業計画策定につなげるため
【手法】前項における経営分析システムを活用、分析のみに留めず、必ず事業計画の策定も提案する。

（３）事業内容
①はくさん創業応援塾の開催
【目的】創業を考える方に対して、経営に関する基礎的な知識を学んでもらい、創業後の事業継続力を高める。また、確度の高い創業計画の策定にもつなげる。本セミナーを通じ特定創業支援事業による証明書を発行し、各種創業関係の補助制度の利用につなげる。
【手法】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。
【回数】年３回
※これまでは年２回、土日で開催していたが、より多くの方に受講いただくため、平日開催を１回追加し、計３回の開催とする。
【募集方法】チラシ・ホームページ・メール配信・ＳＮＳ告知、巡回及び窓口での個別案内
②事業承継セミナーの開催
【目的】事業承継に向けた準備の必要性を喚起する。
【内容】事業承継の手段や事例紹介、計画の進め方など
本セミナーに関しては、当所の現状、事業承継計画を立てている事業者が少ないため、ワークショップ型ではなく、講義型の開催とする。
【募集方法】チラシ・ホームページ・メール配信・ＳＮＳ告知、巡回・窓口での個別案
③ＤＸに向けたアクションプラン策定セミナーの開催
【目的】これまで概論的なＤＸセミナーは実施してきたこと、世間的にもＤＸの概念は普及していることを踏まえ、より実務に落とし込んだ形でのセミナーを開催し、計画策定につなげる。
【内容】
・「誰が」「いつまでに」「何をするのか」といった、より具体的な行動計画の立て方を指導する。
・ワークショップの時間も設け、プランニングシートなどを活用し、個社ごとの計画を実際に作成する。
・セミナー開催後は参加者を対象に指導員が計画の策定状況など進捗確認を行い、積極的に事業計画の策定を促す。
【募集方法】チラシ・ホームページ・メール配信・ＳＮＳ告知、巡回・窓口での個別案内
④専門家派遣の活用
セミナーと併せて専門家の個別相談会を行い、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、専門家、経営指導員の三者相談として伴走型支援を充実させる。年間１０件以上の専門家派遣を行いたい。

（４）目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①はくさん創業応援塾	2 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
創業計画策定者数	5 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
②ＤＸに向けたアクションプラン策定セミナー	0 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
③事業承継セミナー	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業承継計画策定者数	0 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
事業計画策定事業者数	0 者	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者

※事業計画策定目標者数：指導員５名×５者（分析対象者の５０％）
※創業計画、事業承継計画の内、該当する計画のみ本計画における事業計画に含める。

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］

・フォローアップの目標は掲げてきたが、実際には件数の確認も進捗管理も行っていない。
・前回の計画でフォローアップ調書を作成し、フォローアップの間隔が３ヵ月を超えないことを目標としていたが、調書は作っておらず、頻度も管理していない。
・前項、前々項とも同様だが、小規模事業者の多くは融資や補助金など、目先のメリットを享受するためだけに、短期的な事業計画を策定することはあっても、そもそも長期的な計画を立てることは少なく、フォローアップの必要性を感じていない。
・これまで策定してきた事業計画が現状どうなっているのか、また、当時の事業計画書の原本およびデータがどこに保管されているのか分からない。
・そもそも対象事業者の事業計画の進捗状況を管理する仕組みが構築されていない。

［課題］

・フォローアッププロセスの整備（課内における統一的な運用）
・進捗状況の管理体制の構築（システムの導入）

（２）支援に対する考え方

・経営分析、事業計画の策定、進捗管理を一元的に運用できるシステム「Biz ミル＋keytas」を活用したフォローアップ体制を構築する。
・「傾聴と対話」に基づき、Observe（観察）Orient（状況判断）Decide（意思決定）Act（行動）のＯＯＤＡループを回していく。ＯＯ部分を丁寧に伴走し、ＤＡの部分は事業者の行動変容を促す。
・計画を立てても実行に移さない事業者がいる場合、「対話と傾聴」を重ね、何がネックになっているかを探りながら、事業者の腹落ち/行動変容を促す。これは極めて困難な課題であることから、粘り強く提案を継続し、諦めず継続的なフォローに努める。
・的確なアドバイスを行えるよう、指導員同士のノウハウ共有を通じ、より一層の資質向上を目指す。

・専門用語を並べても事業者の理解は得られにくいため、なるべく砕けた説明に努める。初期段階において座学的なロジックを理解しているのは指導員のみでよく、指導に基づき事業者が体感的に理解をしたうえで、専門的な知識を説明し、経営に対する理解を深めてもらう。
・対象事業者に対しては４半期に１回（３ヵ月に１回）以上の頻度で進捗確認を行う。
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を見極めた上で、フォローアップを行う。

（３）事業内容
①「Biz ミル＋keytas」を活用した支援体制の構築（伴走支援のＤＸ化）
【手法】
・対象事業者の情報を当該システムへ入力することを徹底する。
・初期の情報だけでなく状況の変化があれば都度、システムに入力する。
【運用手順】
1：相談を受ける
2：本システムへの事業者情報/相談内容の入力
3：本計画５項における経営分析の実施
（ＡＩ活用、アドバイスの標準化、知識の逆輸入→咀嚼→指導員の資質向上）
4：上記２を基に本計画６項における事業計画の策定
5：進捗状況の入力・管理（進捗状況の一元管理、見える化）
6：システム内に蓄積された情報を見ながら４半期に１回以上の巡回訪問/実地確認
7：ヒアリング内容のシステム入力
※この流れを繰り返していく。
②課内ミーティングの強化（経営指導員のノウハウ共有と資質向上）
【目的】
・システムには入力しきれない具体的な情報や、指導員の提案内容を報告しあうことで、主観的なノウハウを共有し、互いに高めあうことで課全体での知識の底上げを図る。
・システムに入力さえすれば機械的に進捗管理/共有することは可能だが、システムに入力するかどうかは個々の判断に委ねられる。ミーティングを通じて課全体としての判断基準をゆるやかに統一したい。
【回数】
・２回/月　※基本的には隔週で実施
【内容（ミーティング事項の例）】
・手元案件数や概要（非対象事業者も含む）
・上記システムを見ながらの担当者による進捗説明と今後の方針（簡潔に）
・共有された案件の中から１つを選び、全員で提案内容を検討（実例に基づくケーススタディ）

（４）目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
フォローアップ対象事業者数	10 者	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者
頻度（延回数）	40 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者
設定ＫＰＩ達成者数	0 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

※現行のフォローアップ対象者数、頻度：各指導員の継続案件数
※設定ＫＰＩ達成者数：フォローアップ対象事業者数の２０％

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］
地域イベント及び各種商談会への出店募集や業種別の販促用パンフレットの作成などを中心に支援を行ってきた。販促物の作成事業では紙ベースが中心となり、時代のニーズに沿っていないサービスになってしまった。今年度は世間のトレンドから新たに「縦型の３０秒ショート動画」の作成事業を実施し、自社イチ押しの商品やサービスをＰＲするほか、関連するセミナーの実施などから販路拡大につながる支援を広く行う。

［課題］
地域イベント及び各種商談会では、創業者や当所新規会員企業に十分な情報共有ができず参加企業が固定化されてしまっている。販促物の作成事業では参加企業へのアンケートを実施しておらず、その後の販路拡大につながっているかが不透明であることから、綿密な計画の策定と余裕を持った事業遂行が重要である。

（２）事業内容（支援に対する考え方・実施方法）
白山市の第二次白山市総合計画後期基本計画にもあるように、当市では「企業への支援による活力の創出」や「商業の振興によるまちのにぎわいの創出」を掲げていることから見本市の開催支援やイベントの開催などにより産業及び地域経済の発展を図る。
また「若者の地元就職の促進と安定した雇用の確保」にもつながるよう、企業ＰＲの支援も行い、顧客の創出と雇用の創出を図る。

①地域イベントへの出展促進
ア．サマーフェスティバルＨＡＫＵＳＡＮ グルメストリートの出店促進
飲食店によるテント市を８月に松任総合運動公園内で実施する。出店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、直近の平均売上高は２５万円となっており、新商品のＰＲや新規顧客の創出にも繋がっている。

イ．マルシェ ドゥ ハクサン
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。出店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。

ウ．ふるさと応援納税の加盟店舗拡大
白山市では現地決済型のふるさと応援納税（宿泊や飲食などの体験・サービスを返礼品にできる現地型のふるさと納税制度）に取組んでいることから、事業者へ当制度への参加登録を広く促し、新たな販路開拓及び売上増加を図っている。

②商談会への参加促進
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」の商談会への参加を支援し、新たな販路開拓につなげる。
・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　５１４社（令和６年度実績）
・商談件数　　３４２件（令和６年度実績）

イ．ＭＥＸ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　３万３千人（令和６年度実績）
・出展者数　２７５社、４団体、８５０小間（令和６年度実績）

③イチ押し商品及びサービスのＰＲ（ショート動画作成事業）
当所管轄区域内にて事業を営む小規模事業者や中小企業を中心に自社のイチ押し商品及びサービスに関するＰＲに活用できるツールの作成支援を行い、販路開拓につなげる。

④白山市の恵みを活用した独自の商品開発取組における支援
白山市と連携して、企業の新商品開発に伴うＰＲの後方支援を行う。専門家によるパッケージ改良やブランディング支援を専門家派遣による個別相談や関連するセミナーを実施し、「白山ブランド」商品の創出を図る。

（３）目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 地域イベント						
ア：グルメストリート	20 者	20 者	20 者	20 者	25 者	25 者
売上額	25 万円	25 万円	27 万円	27 万円	30 万円	30 万円
イ:マルシェドゥハクサン	24 者	25 者	25 者	30 者	30 者	30 者
ウ:ふるさと応援納税加盟店	37 者	40 者	50 者	60 者	70 者	80 者
売上額	10 万円	10 万円	10 万円	12 万円	12 万円	12 万円
② 商談会						
ア:かなざわマッチング商談会	6 者	10 者	10 者	15 者	17 者	20 者
成約件数	2 者	3 者	4 者	4 者	5 者	6 者
イ：MEX 金沢	14 者	14 者	15 者	15 者	18 者	20 者
成約件数	4 者	4 者	4 者	4 者	5 者	5 者
③イチ押し商品及びサービスのＰＲ	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者
④白山ブランド開発事業	3 者	3 者	5 者	7 者	9 者	10 者

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]

本計画に記載されている事業を適正に行うために、事業の評価・見直しを実施する評価委員会を開催し、委員から意見をヒアリングしている。評価・見直しを行いながら次年度事業に取り入れて反映させている。

[課題]

効果的なＰＤＣＡサイクルを回すためには、評価委員会のみでは充分な評価・見直しが行えていない。このことから四半期ごとに所内で点検、各項目で設定したＫＰＩなど数値目標の達成具合も加味しながら評価する仕組みを導入する。

（２）事業内容

１．定量的把握：設定したＫＰＩの達成率確認。

２．評価手法：年に一度の評価委員会開催。委員は中小企業診断士、税理士、白山市産業部商工課、法定経営指導員から構成される。

３．評価・見直しの頻度：四半期ごとの点検＋評価委員会開催時による委員からのフィードバック。以下の通り PDCA サイクルを回し、継続的な見直し・改善を図る。

●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。
●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。
●Ｃｈｅｃｋ（点検・評価）
評価委員会及び所内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。（四半期に１度　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。
〈委員会メンバー〉
中小企業診断士、税理士、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。（年に１度　６月頃）
●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。

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］
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おり、支援ノウハウの共有については、これらに参加した経営指導員による復命書やミーティングの場で共有を図っている。支援内容の管理についてはＴＯＡＳのカルテ管理で一部は共有できている。支援分野としては専門性の高い事業承継や生成ＡＩの活用ノウハウが不足している。

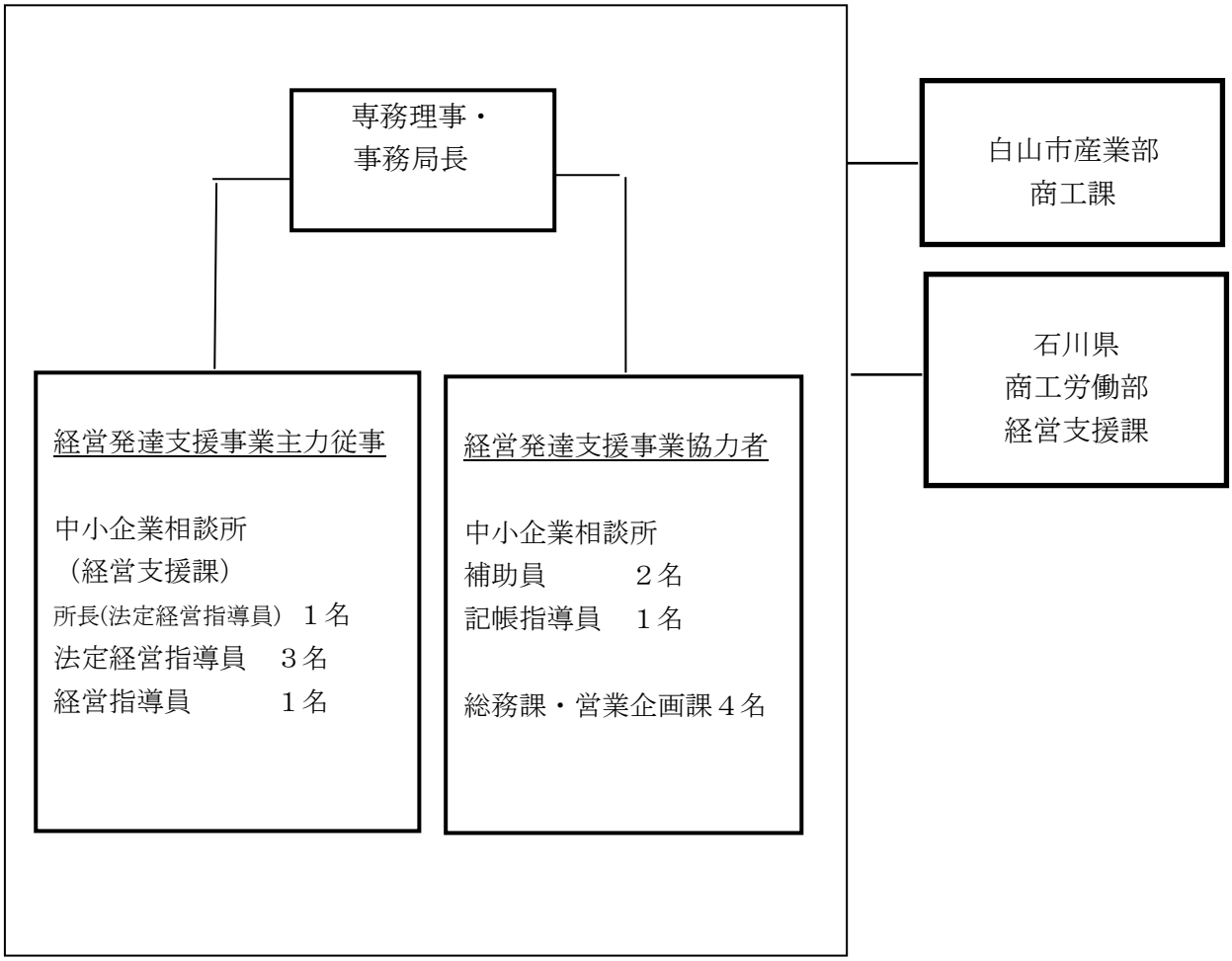
［課題］
経営指導員同士では支援内容やノウハウについて、ある程度共有されているが一般職員には共有が行き届いていないうえ、経営支援に関する知識や経験が不足している。各種研修会はＷＥＢ上でも視聴できるケースが増えていることから、これらの積極的な活用、受講を心掛ける。又、経営指導員は事業承継や生成ＡＩの活用についても率先して受講し、自らの支援スキル向上に努める必要がある。

（２）事業内容
経営指導員を含む職員全員がコンサルティング業務を行えるよう、またそのノウハウを共有し職員全員に「伴走者」としての意識向上を図れるよう以下の取組を実施する。
① 内外部の研修会への積極的な参加
経営指導員はもちろん、一般職員にも経営に関する研修会（申告や経理関係など）への積極的な参加を促す。外部への参加が難しい場合はＷＥＢセミナーの視聴や内部研修会を企画し、専門家を講師に迎えた研修会を実施する。経営指導員は日本商工会議所や石川県商工会議所連合会などが主催する研修会にも参加し、より専門的な知識の向上を図る。
② 朝礼での情報共有
毎週月曜日に行う朝礼の場で、補助金・助成金制度などに関する情報共有を職員全員に行い、支援知識の向上を図る。
③ 課内ミーティングの強化（指導員のノウハウ共有と資質向上）
個別具体的な情報や、指導員の提案内容を報告し主観的なノウハウを共有し、互いに高めあうことで課全体での知識の底上げを図る。
④ 専門家派遣制度への同席
経営指導員は専門家派遣制度に専門家と同席し、相談者と伴走しながら課題可決を図るとともに自らの支援スキル向上にも努める。

（別表２）

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制
（令和７年１２月現在） （１）実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等） 当所の経営支援課（中小企業相談所）の職員（法定経営指導４名、経営指導員１名）を中心に経営発達支援事業を実施。補助員２名、記帳指導職員１名、一般職員４名について一緒に一丸となり、支援に取り組む。



① 都道府県及び関係市町村との連携体制
・当会議所と本市商工課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年1回評価委員会を開催する。また石川県と事前に相談・調整を行うことで、都道府県の重要課題についても反映した支援計画とする。

② 広域的な支援体制（広域的な支援体制を構築する場合のみ記載してください）
・該当なし

③ 商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制
・法定経営指導員４名と経営指導員１名の体制で巡回指導を行う。事業策定支援からフォローアップまで一貫した支援体制を構築する。 必要に応じて専門派遣制度やセミナー・個別相談などから伴走支援を行う。

④ 定量的に実施状況を把握し評価を行う体制
・法定経営指導員４名、経営指導員１名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。上記で把握・検証した実施状況を当会議所と白山市による評価委員会（年１回開催予定）で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。

⑤ 経営指導員等の資質向上に係る体制
・当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、生成ＡＩや財務諸表の分析手法・経営戦略について学ぶ。

（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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏　名　：　藤岡　克宗、馬田祐子、杉野　健、中島佑輝
■連絡先　：　白山商工会議所　ＴＥＬ０７６－２７６－３８１１

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度　等）

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。
また、幅広い支援活動を行うため、４名の法廷経営指導員を配置する。

③ 広域経営指導員の当否

なし

（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　FAX076-278-3332　info@hakusancci.or.jp

②関係市町村
〒924-8688
石川県白山市倉光二丁目１番地
白山市産業部商工課
TEL076-274-9542　FAX076-274-4177　syoukou@city.hakusan.lg.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）

		R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
必要な資金の額		10,000	10,000	10,600	10,700	11,300
	講習会開催費	3,000	3,000	3,500	3,500	4,000
	通信運搬費	500	500	500	600	600
	印刷製本費	300	300	300	300	300
	消耗品費	100	100	100	100	100
	ソフトウェア・サービス費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	広報費	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
	委託外注費	100	100	200	200	300

（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
当所会員企業からの年会費、国及び県・市からの各種補助金　など

（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