

経営発達支援計画の概要

実施者名	わかさ東商工会
実施期間	平成27年4月1日～平成32年3月31日（5年間）
目標	<p>観光サービス関連業種を最重点支援業種とし、経営発達、持続的経営に取り組む小規模事業者を継続的かつ伴走的に支援することを通じて地域内小規模事業者全体の売上、利益向上を図る。</p>
事業内容	<p>地域の経済動向調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域内の経済動向を調査分析し、小規模事業者の持続的発展のための計画策定に随時活用できる体制を構築する。 <p>経営状況の分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が直面している課題を把握し、その解決に必要な情報について定量的、定性的の両面からのデータ分析を行ない、行う事業計画策定に落としこむ。 <p>事業計画策定支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営革新、持続的経営、創業、事業承継に前向きに取り組もうとする小規模事業者に対し巡回、窓口での相談、セミナーの機会を通じて事業計画策定を促進し、の取り組みで得た情報や専門家、連携支援機関等を有効活用しながら実現可能性の高い事業計画策定をサポートする。 <p>事業計画策定後の実施支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画を策定した小規模事業者が計画通り事業遂行し売上向上に結びつくまでの定期的なフォローアップを行う。 <p>需要動向調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が販路を拡大し売上向上を図るため、顧客ターゲットを明確化するために必要な情報収集と提供を行う。 <p>新たな需要の開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の売上向上のため、販路開拓に向けた展示商談会や販売会の機会を創出する。又、IT活用や売れる商品開発を促進することを通じて新規顧客を能動的に獲得していくための環境づくりを支援する。 <p>地域活性化の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「若狭路スポーツトリップ事業」と「特産品開発販売促進事業」を連動させるとともに、行政や関係団体を巻き込んだ取り組みに発展させ、交流人口の増加と小規模事業者の商品サービスの販売機会を結びつける仕組みを構築する。
連絡先	<p>わかさ東商工会 福井県三方上中郡若狭町中央 1-5 電話 0770-45-0222 FAX0770-45-1844 ホームページ:www.wakasa-higashi.jp メールアドレス:wh-admin@wakasa-higashi.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【地域の現状】

わかさ東商工会の管轄エリアである美浜町・若狭町は、若狭湾・三方五湖などの美しい景観、縄文遺跡や万葉集に代表される豊かな歴史と文化が継承されている地域であり、主に観光を主体とした町づくりが進められてきた。美浜町の総面積は **152.32** km²で人口は **10,106** 人(H26年10月現在)、主な産業は農林水産業、観光サービス業が中心である。また、関西電力の原子力発電所を有し、原子力産業と共生する町として発展してきた。一方、若狭町は総面積が **178.65** km²で人口は **15,952** 人(H26年10月現在)、主な産業は美浜町と同様、農林水産業、観光サービス業と若狭中核工業団地を拠点とした製造業が中心である。

両町は若狭湾国定公園の中心に位置し、国際的に重要な湿地を保全するラムサール条約に登録された三方五湖を中心に、風光明媚な自然環境と四季折々変化に富んだ観光資源に恵まれている。観光サービス業が盛んになった契機は、昭和43年両町を起点とするレインボーラインが開通したことで観光入込客数が急増、それにともない旅館や民宿、飲食店、観光物販店も増え、観光地として地域経済の一翼を担うようになった。

【地域の課題】

三方五湖やレインボーライン、水晶浜、熊川宿といった全国有数の観光資源を両町で共有しながらも両行政、観光協会などの観光振興施策や情報発信テーマに統一性がなく地域資源インパクトの分散が見られ、他の地域との差別化が明確に図れていない。又、両町とも豊富な海産資源や特産品のへしこや福井梅、そして三方五湖やレインボーライン、水晶浜といった風光明媚な観光資源を全面に押し出した町づくりを推進してきたが、今日の多様化するニーズへの対応の遅れ、地域間競争の激化の流れによって観光入込客数が極端に減少し、地域内のすべての産業、地域経済に深刻な影響をもたらしている。又、地域内の事業者のほとんどが小規模事業者であり、そのうち観光サービス関連事業者数も減少の一途をたどっている。このような状況の中で舞鶴若狭自動車道が全線開通したことを機会として観光サービス産業の活性化に取り組むことが期待されている。

■観光客数（両町統計）

平成 3年 340万人 → 平成24年 197万人（57.9%）に減少

■主要民宿の売上平均（当商工会サンプル調査）

平成 3年 46,190千円 → 平成25年 23,842千円（51.6%）に減少

■主要ホテルの売上平均（当商工会サンプル調査）

平成 3年 365,000千円 → 平成25年 165,000千円（45%）に減少

■ドライブイン平均売上（当商工会サンプル調査）

平成 3年 36,999千円 → 平成25年 22,866千円（61.8%）に減少

このような状況の中で、当エリアを横断する舞鶴若狭自動車道が全線開通し、3年後に開設されるスマートインターを含めて4つのインターチェンジと1つのサービスエリアが設置されている。このことは当地の観光産業の行末を大きく左右する非常に重要なターニングポイントであると認識しており、この機会を活用して新たな観光客を集客することにより交流人口を増やし、飲食サービス、特産品開発と販売促進に結び付けていくことが地域活性化に向けた支援の方向性であり、観光サービス関連産業の発展がその他の産業へ波及していくことが期待される場所である。

【目標】

当地の地域経済が発展していくためには、交通アクセス向上と相まって観光客をはじめとする当地への来訪者を増加させること、そしてそれに伴う地域内消費を促進させる仕組みを構築していくことが重要であり、その担い手となる観光サービス関連の小規模事業者の経営力向上が重要なポイントであることを認識している。

こうした現状の中、当地の小規模事業者の約60%を占める観光サービス関連産業を最重点支援業種と捉え、その個別企業の経営発達と持続的経営展開に向けた継続的支援を重点的に展開する。一方で、美浜町、若狭町の両行政のまちづくりプランと連携した地域振興事業に取り組むことを通じて活力ある地域の創造に寄与する。

その活動の柱として、平成23年から活動している「特産品開発販売促進プロジェクト」及び今年度発足した「若狭路スポーツトリッププロジェクト」、この2つの事業活動を両行政並びに地域金融機関や各支援機関、各種団体と連携しながらさらに活性化させ、この事業に参画する小規模事業者の持続的な経営力向上を図る。

「特産品開発販売促進プロジェクト」は現在、小規模特産品加工メーカー9社が中心に活動展開しているが、計画終了後には約50社が参画する事業として拡大させ、各社の新商品開発力と販売促進力を高めることにより売上、利益の向上につなげる。又、「若狭路スポーツトリッププロジェクト」は現在、小規模観光宿泊関連事業者9社を中心に活動展開しているが、計画終了後には約100社が参画する事業として拡大させ、各社の集客力向上と売上、利益の向上につなげる。

また本事業展開を通じて地域内交流人口の増加、特産品開発と販売促進、地域ブランドの創造を促進し、最終的には地域内の小規模企業全体の売上、利益向上に結び付けることを目標とする。

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27年4月1日～平成32年3月31日（5年間）

(2) 経営発達支援事業の内容

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】

(現状における課題)

現状において収集、活用している情報は県連合会や支援センターあるいは地域金融機関からの定期的なレポートが中心で、かつ支援現場に活用できるような分析や整理、各経営指導員が共有し有効活用する体制ができていない。

(改善対策)

地域内の経済動向並びに各業種に従事する小規模事業者が直面している業種特有の課題を抽出し、各種統計調査の活用や消費アンケート調査を実施するとともに、それらの情報について地域小規模事業者の販路拡大を想定して整理、分析し、小規模事業者の課題解決に向けて有効活用するために随時提供できる体制を整える。

項目	内容
目標	<ul style="list-style-type: none">・小規模事業者が持続的な経営展開に必要な情報を収集し、その課題解決のケースに応じ、随時提供する。・小規模事業者の持続的経営に向けた事業計画を策定するために必要な情報として整理、分析し随時提供できる体制を整える。
項目	<ul style="list-style-type: none">■地域内の観光客の動向（消費や活動エリアなど）<ul style="list-style-type: none">・じゃらんリサーチセンター「調査報告書」・観光協会「観光動向調査」■国内観光消費動向、旅行者のニーズ<ul style="list-style-type: none">・じゃらんリサーチセンター「調査報告書」■地域内の小規模事業者全体の動向、業種毎の動向<ul style="list-style-type: none">・美浜町/若狭町「商工業調査」・敦賀信用金庫「景気動向調査」■県内の小規模事業者全体の動向（規模別、業種別、地域別）<ul style="list-style-type: none">・県連合会「中小企業景況調査」・福井県「商業統計調査」■地域内の消費動向（購買先、品目、消費額など）<ul style="list-style-type: none">・当会「消費者アンケート調査」・当会「経営実態調査」■国内の消費動向（売れ筋商品、価格など）<ul style="list-style-type: none">・日経テレコン「POS 情報」

手 段	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の支援ケース（業種や経営規模、商品サービス、提供手法、販路など）に応じて活用できるように分析、整理し巡回、窓口相談において随時提供する。 ・情報を有する各支援機関との連絡を密にし、情報発信の都度、リアルタイムに情報収集できる体制を整える。（支援機関毎の担当者を決める等。） ・各支援機関より定期的に発信される情報について随時情報を蓄積し、書類ファイルの保管、サーバーヘデータ保管などの方法で全指導員が活用できるよう整理する。 ・歳末セール時期に当会が実施している「ふるさと元気フェア」に合わせて地域内消費者を対象とした買い物アンケート調査および参画事業者（約100社）を対象とした経営実態調査を実施する。
活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・次項「2. 経営状況の分析に関する事」において、小規模事業者の分析に必要な参考資料として活用する。 ・次項「3. 事業計画の策定支援に関する事」において、事業計画書を策定する際の根拠となる情報として活用する。 ・特に有効と思われる情報については会報やHPに掲載するとともに、連携団体（観光協会や飲食関連団体等）を通じて情報発信し、末端の小規模事業者へも浸透させる。 ・巡回指導や窓口指導、セミナーなど小規模事業者とコンタクトの機会を活用して各小規模事業者個々の実情に合った情報をピックアップ整理し提供を行う。

（新たな視点）

- 地域全体の経済動向を調査する視点として、別表4に示す連携団体を中心とする地域内の各業界団体が保有している情報や各団体の組織力を活用することにより地域全体の経済動向調査を効率的に実施する。また、収集した有益な情報も各団体組織を通じて情報提供し、全体に浸透させる。
- 特に重点支援業種（観光サービス関連事業者）については、観光協会や飲食組合、ドライブイン組合と連携し、それぞれの業種、業界における経営実態に基づいた課題を把握し、課題解決に有効な情報を取りまとめ提供する。

（目標数値）

項 目	現状 H26	H27	H28	H29	H30	H31
消費者アンケート調査サンプル数	0	300	0	0	300	0
観光協会加盟事業所の経営実態調査	0	0	50	50	50	50
飲食組合加盟事業所の経営実態調査	0	0	50	50	50	50
小規模事業者への情報提供件数	0	20	40	40	40	40

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状における課題)

現状における小規模事業者個々の経営分析は金融斡旋支援の現場での損益計算書、貸借対照表等の財務数値の簡易的な分析が中心である。又、経営全体の強みや弱み、顧客動向など定性的な分析がなされていない。

(改善対策)

小規模事業者が持続的発展していくための課題解決に必要な情報の収集と分析を、各種財務分析手法やSWOT、マーケティング4Pなどの手法を使って行い、個々の小規模事業者に対する経営計画策定支援に有効活用する。

項目	内容
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が直面している経営課題を把握し、その課題解決に向けた支援に活用するための情報を収集分析し、随時提供できる体制を整える。 ・小規模事業者の経営資源や財務状況を分析し、その情報を整理蓄積し、各経営指導員が経営計画策定をサポートする場面において有効に活用する。
項目	<p>■定量的なデータ分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・財務諸表（貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書）を基本とした数値分析により経営課題を抽出する。 ・ネットde記帳システムのデータ分析を有効に活用する。 ・業種、規模別の総合経営分析数値を活用する。 <p>■定性的なデータ分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SWOT分析手法を活用し「強み・弱み・機会・脅威」のカテゴリ毎に要因を分析し、成功要因の明確化につなげる。 ・経営理念や経営能力、信用、商品価値といった経営資源に着目した分析により、顧客満足度向上の側面から情報を整理する。 (日本経営品質賞アセスメント基準書の活用)
手段	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の経営現場を直接巡回訪問し、経営状況のヒアリングや財務諸表、諸帳簿等の確認を通じて分析し、事業者が抱えている経営課題を抽出する。 ・窓口相談における小規模事業者との対話により、事業所が抱える経営課題の抽出や経営状況を把握する。 ・小規模事業者が個々の経営状況を数値化、分析、活用できる環境を整えるため、ネットde記帳の導入を推進しそのデータを活用する。 ・管内小規模事業者に対し、チラシを配布することにより本事業の周

	知を図り、セミナー等への参画を促すことによって経営実態の把握につなげる。
活用方法	<ul style="list-style-type: none"> 分析した数値結果及び定性要因を小規模事業者個々の経営革新、持続的経営、あるいは補助金活用に向けた経営計画策定において具体的根拠として活用する。 マル経資金（含む第2マル経）活用の際の資金計画策定において分析結果を活用する。 高度かつ専門的な課題解決のケースにおいては専門家（税理士、中小企業診断士）を活用し、より効果的な計画策定支援を行う。

（新たな視点）

●財務諸表を中心とした財務データだけでなく、小規模事業者のビジネスモデル、経営資源、成長過程、既存事業分野の見通しや今後の経営方針、新分野展開、事業承継といった定性的項目に着目した経営分析を行ない、持続的な経営展開に寄与する。

●定性的分析について、日本経営品質賞認定セルフアセッサーの資格を有する経営指導員が中心となり、現在福井県商工会連合会が中心となって取り組んでいる商工会認証システム事業※との連動を図りながら小規模事業者の支援にあたる。

※商工会認証システム：経営課題について小規模事業者自らの気づきを誘発し経営の方向性を明確化させる支援施策

●特に重点支援業種（観光サービス関連事業者）については観光協会及び飲食組合、ドライブイン組合等の諸団体と連携し、その業種が抱えている課題や経営状況について調査分析し、その業種において手本となる事業計画策定につなげる。

（目標数値）

項目	現状 H26	H27	H28	H29	H30	H31
小規模事業者数（参考）	1,093	1,088	1,083	1,079	1,074	1,069
巡回訪問件数	3,719	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800
うち重点業種の巡回訪問件数	1,396	1,500	1,600	1,700	1,750	1,800
窓口相談件数	645	650	650	650	650	650
うち重点業種事業所の相談件数	159	170	170	170	170	170
経営分析実施事業者数	23	70	75	75	80	80
うち重点業種の経営分析実施数	12	50	52	52	64	64
ネット de 記帳導入、経営分析支援数	65	68	70	72	74	76
商工会認証システムによる支援数	5	6	6	6	6	6

※重点業種（観光サービス関連事業者）

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状における課題)

これまでの事業計画策定支援は、そのほとんどが単なる補助金の申請や場当たりの融資を目的とした支援にとどまっており、中長期にわたる持続的経営を視点とした支援や小規模事業者の目的に応じたきめ細やかな支援ができていないのが現状である。又、資金的側面からの支援については金融機関任せとなっている場面が多く、経営指導員が資金活用を事業計画に落としこむための積極的な提案ができていない。一方で、各支援機関との連携については専門家派遣や情報交換など部分的かつ限定的であり持続的経営を目指す小規模事業者の目線にあった支援とは言い難い。

(改善対策)

小規模事業者の経営発達に対する課題を解決するため、担当指導員が中心となり、「1. 地域経済動向調査」「2. 経営状況分析」の各事業において収集した情報や結果を有効に活用し、資金計画についても公庫資金を活用し一歩踏み込んだ助言を行ない、小規模事業者が持続的発展していくための事業計画の策定を支援する。又、中小企業診断士等の専門家及び各支援機関との連携関係を有効に活用することに加え、スピーディかつ効果的に課題解決に導く機会（セミナー、相談会等）を提供し、実効性のある事業計画策定と実行に向けた伴走支援を展開する。

項目	内容
目標	<ul style="list-style-type: none">・小規模事業者が経営革新や持続的経営に向けた事業計画策定を行ない実行に移すことの重要性、必要性の理解を深め、事業計画策定につながる支援案件を掘り起こす。・小規模事業者が経営課題を解決し、経営革新や持続的経営、創業、事業承継をスムーズに展開していくための事業計画策定を支援し着実に実行することにより売上利益の向上を図る。
支援対象	次の計画策定に前向きに取り組もうとする小規模事業者 ①経営革新に向けた計画策定 ②持続的経営に向けた計画策定 ③創業、事業承継に向けた事業計画策定 ④補助金活用に向けた事業計画策定

手 段	<ul style="list-style-type: none"> ・窓口相談及び巡回相談の機会により経営計画策定に前向きな小規模事業者に対し、事業計画策定支援を実施する。 ・以下①～④のセミナー、相談会について独自開催及び関係支援機関が実施する機会を活用し、地域内小規模事業者に対してチラシ配布やHP掲載などの広報活動を強化することにより、地域内に広く受講を啓蒙し、経営計画策定に取り組む小規模事業者を掘り起こす。 <ul style="list-style-type: none"> ① 経営革新セミナー・相談会 ② 持続的経営計画策定セミナー・相談会 ③ 創業、事業承継セミナー・相談会 ④ 補助金活用セミナー・相談会 ・事業計画策定支援の現場において、「1. 地域経済動向調査」「2. 経営状況の分析」「5. 需要動向調査」で得た情報の活用、並びに補助金や公庫資金活用を積極的に提案し事業計画に落としこむ。 ・特に高度な専門知識が必要な支援案件については、専門家派遣事業を活用し、税理士や中小企業診断士の指導も加えながら伴走的な支援を行う。 ・事業計画策定支援を展開する過程において、特に有効と思われる計画パターンを組織内で共有し、リメイクして活用する。
-----	--

(新たな視点)

- 小規模事業者毎の経営計画のパターン（上記の支援対象①②③④）に応じ、それぞれ次の目標に応じた計画策定支援を実施する。
(目標) ①経営計画の認定と新たなビジネスモデルの確立
②現状分析と強みを活かした持続的発展的経営の実現
③開業及び事業の継続
④補助金を活用した事業計画の遂行

- これまで実施していなかった経営計画策定セミナー・相談会の開催やその他商工会が取り組む発達支援事業を周知するチラシ作成やHP掲載による広報活動を積極的に展開する。このことにより経営発達に向けた取り組みの重要性を地域内小規模事業者へ啓蒙し、取り組みに前向きな事業所の潜在ニーズを掘り起こすことに注力する。そして、その事業者に対して数々の支援施策や補助金などの活用提案や課題解決に向けた助言により、経営計画策定・実行による持続的経営の実践を動機付ける。

- 特に小規模事業者が活用しやすいと思われる持続化補助金の活用や金融施策として日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」の活用について積極的に情報提供するとともに他の活用事例や手法を示すことにより計画策定に落とし込む提案を積極的に行う。

(目標数値)

項 目	現状 H26	H27	H28	H29	H30	H31
① 経営革新セミナー受講者数	0	0	8	8	8	8
経営革新に向けた計画策定件数	0	0	1	1	1	1
② 持続的経営セミナー受講者数	0	70	80	80	80	80
持続的経営に向けた計画策定件数	13	30	35	35	35	35
③ 創業、事業承継向セミナー受講者数	0	8	10	10	10	10
創業、事業承継に向けた計画策定数	0	2	4	4	4	4
④ 補助金活用セミナー受講者数	0	15	15	15	15	15
補助金活用にかかる計画策定件数	0	10	12	12	12	12

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状における課題)

現状においては、金融支援（マル経）後の資金繰り確認や補助事業終了後の報告書類の作成支援など限定的な支援にとどまっているのが現状であり、計画的、継続的なサポート支援ができていない。又、経営改善に必要とされる PDCA サイクルの展開を重視した助言やサポートができていない。

(改善対策)

担当経営指導員が伴走的、継続的かつ計画的にフォローアップ※することにより、経営現場での PDCA サイクルの定着と事業計画遂行を実践し売上利益の向上に結びつける。

※当会のフォローアップの定義

経営計画進捗度をモニタリングし、計画と実績の乖離要因を指摘するとともにその対策について助言を行う。又、小規模事業者の目線に立ち、専門家の活用や金融施策、補助金等の支援施策活用を提案し、伴走的に経営計画の展開を支援する。

項 目	内 容
目 標	<ul style="list-style-type: none"> ・経営力向上あるいは経営発達に前向きに取り組み、持続的発展にむけた経営計画を着実に実践し業績が向上する事業所を増加させる。 ・定期的なフォローアップにより計画遂行のモニタリングを行い、計画遂行の進捗や課題解決に対して伴走的な継続支援を行うことにより計画の実効性を高める。

指導内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営現場でのヒアリングによる計画進捗度の確認 ・ 計画遂行の阻害要因の抽出と解決に向けた助言 ・ 事業遂行に必要な資金の斡旋と資金計画策定支援 ・ PDCA の取り組みを定着させるための助言 ・ 新たな事業展開が可能な事案における方向性の提案 ・ 専門家の活用の提案 ・ より効果を上げるために有効な支援施策の紹介と活用サポート
頻 度	事業計画策定後、最低でも 3 ヶ月に 1 回は巡回訪問し計画の進捗度の確認と課題解決のために必要なアドバイスを行う。

(新たな視点)

- 作成した経営計画を遂行していく段階において資金調達が必要となった小規模事業者に対し、日本政策金融公庫の低利融資「小規模事業者経営発達支援融資制度」の活用を推進し、その利用のために必要な資金計画策定についても積極的に支援していく。あわせて、資金活用後においても資金繰り状況についてもモニタリングし、フォローアップを実践する。

(目標数値)

項 目 (フォローアップ延べ件数)	現状 H26	H27	H28	H29	H30	H31
① 経営革新に向けた計画策定	0	0	4	4	4	4
② 持続的経営に向けた計画策定	13	60	140	140	140	140
③ 創業、事業承継に向けた計画策定	0	8	16	16	16	16
④ 補助金活用に向けた事業計画策定	0	40	48	48	48	48

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状における課題)

これまでの需要動向の調査、把握については、主として展示会や商談会に参加することでバイヤーからの意見や情報を収集し活用していたが、その活用度合いは特産品開発に前向きな小規模事業者数社に限定され、宿泊業や飲食業、小売業といった他の小規模事業者が活用できる情報調査への展開がなかった。又、世の中に POS 情報やマーケティング情報、観光ニーズ情報など有益な情報が存在しているにもかかわらず、それらを整理、分析して小規模事業者へ提供することができていない。

(改善対策)

個々の小規模事業者が提供している商品サービスを意識し、それぞれの小規模事業者の実情に応じた需要動向調査と情報の分析を行う。また、各経営指導員の担当する業種を割り当て、それぞれの小規模事業者の販路拡大に向けた情報の収集と整理を行ない、支援する職員全員が情報共有するとともに小規模事業者に随時提供できる体制を整える。

項目	内容
目標	<ul style="list-style-type: none">・収集、整理、分析した情報を支援する職員が共有し、巡回指導や窓口相談の機会に小規模事業者へ提供し、経営計画策定に活用する。・小規模事業者個々の経営状況に応じた需要動向の情報を提供し、潜在ニーズの掘り起こしや新たな販路開拓、売上高向上につなげる。・小規模事業者自らが需要動向を能動的に把握し、経営計画に落とし込むことができるようサポートする。
対象	<ul style="list-style-type: none">・売上向上のためにマーケットイン志向の新商品サービスの開発やブラッシュアップに取り組もうとする小規模事業者・売上向上のために新たな分野へ進出しようとする小規模事業者
項目	<ul style="list-style-type: none">■売れる商品、市場調査<ul style="list-style-type: none">・日経テレコン POS 情報「売れ筋商品情報」・日経新聞等「売れ筋商品情報」■観光サービス商品の市場調査<ul style="list-style-type: none">・じゃらんリサーチセンター「観光調査報告」・観光マッチング商談会の現場でのリサーチ■特産品開発のための市場調査<ul style="list-style-type: none">・過去に参加した首都圏での展示会商談会において蓄積した情報（グルメ&ダイニングスタイルショー、地方銀行フードセレクション、フーデクスジャパン等）・新たに参加する展示商談会会場で実施するアンケート調査・専門家（販路コーディネーター）からの意見や情報■地域の消費ニーズ<ul style="list-style-type: none">・地域内の消費者動向調査（商品券事業のアンケート等）・ポイントカード加盟店舗対象（120社）のアンケート調査・「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業」で実施する販売会会場で収集する消費者アンケート・その他各小規模事業者が持つ顧客からの情報

手 段	<ul style="list-style-type: none"> ・巡回訪問、窓口相談の機会を活用し経営状況をヒアリングし、その状況に応じた情報提供や助言を行う。 ・展示会や商談会出展の機会に需要動向についてアンケート調査やバイヤーからの情報を収集する。 ・タブレット端末を活用しリアルタイムな情報収集と提供を行う。 ・必要に応じて専門家（販路コーディネーター等）を活用し小規模事業者の実情に応じた情報収集を行う。 ・「1. 地域経済動向調査」「2. 経営状況の分析」の結果を有効に活用し需要動向調査情報に付加することにより効果を高める。 ・マーケティング 4P、SWOT 分析手法を活用し小規模事業者が必要としている情報を収集する。
活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・収集した情報を実際に小規模事業者が活用できるように業種やサービス群別、カテゴリ別に仕分け、分析する。 ・情報の仕分けや分析、小規模事業者への効果的な活用提案において専門家を活用することでより効果を高める。 ・小規模事業者が策定する経営計画に落とし込み、経営の方向性やターゲットの絞込、販売戦略の立案などの判断材料として活用する。 ・特に有効と思われる情報については計画策定セミナーや広報誌等で告知する。

(新たな視点)

- 特に重点業種（観光サービス関連業種）については別表4に示す観光協会やドライブイン組合、飲食業組合等との連携関係を活用し、地域内の業界の状況や構成員としての各小規模事業者の情報を収集する。又、逆に情報を提供する場合にもそれらの組織力を活用し地域内の業界全体へ浸透させる。

(目標数値)

項 目	現状 H26	H27	H28	H29	H30	H31
調査情報提供事業所数	0	40	40	40	40	40
展示商談会でのアンケート調査サンプル数	0	50	50	50	50	50
販売会場でのアンケート調査サンプル数	0	150	150	150	150	150

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(現状における課題)

これまでも特産加工品に係る展示会や商談会に参加していたものの、それらは全国展開を目指す小規模食品メーカー数社程度に限定されていたのが現状であり、その他の業種（宿泊、飲食、小売等）を意識した取り組みではなかった。又、地域内での販売活動（店頭販売、道の駅、販売会等）は商品サービスの改善や新たな販路を見出すための能動的なニーズリサーチや広告宣伝の取り組みが低調で場当たりの販売に終始しているパターンが多い。一方では、すべての業種においてIT活用度合が低く、新規顧客を能動的に獲得していく能力が低い。こうした小規模事業者の課題解決に向けた取り組みがなされていない。

(改善対策)

小規模事業者の現状に応じた商品サービスの開発と、想定する市場に合致した商談会や取引先との商談会等の情報、あるいは地域住民の購買情報を収集提供したり、販売の機会を提供することにより小規模事業者個々の販路拡大に寄与する。ベーシックなやり方ではあるが、今一度地域内消費拡大にも目を向け、効果的な販促手法や訴求力を高めるためのセミナーを実施するなど小規模事業者が能動的に販路拡大を行う行動を促進させる。

特にIT技術の活用による効果が高いと想定される観光サービス業者や特産品メーカーを対象にSNSやネットエージェント、ネットショップ運営のノウハウを提供し自らが能動的に販路拡大、売上向上に取り組む環境づくりをサポートし、需要の開拓に寄与する。

項目	内容
考え方	販路開拓に前向きなやる気のある事業者に対し、その業種や商品サービスの種類や想定できる販路に応じた支援方法を選定し、その業種への波及効果や地域産業の発展も考慮しながら小規模事業者の持続的な発展につながるような伴走的な支援を行う。その中で販路を拡大し、売上げを伸ばすリーダーシップ的な事業者を創出し、その業種全体の底上げを図る。
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・IT活用を促進し、SNS技術、ホームページ、ショップサイト、ネットエージェントなどの活用手法を習得することにより新たな販路や需要の開拓により売上げ向上を図る。 ・小規模事業者の需要の開拓につながる機会の創出と、能動的に販路開拓に取り組む事業者の売上げ向上を図る。

<p>主たる 支援対象</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自発的に販路拡大に取り組もうとする意識の高い小規模事業者を業種や地域性を考慮してグループ化し、担当経営指導員を中心に、計画的、集中的に支援する。 ①若狭町特産の「福井梅」を使った特産加工品メーカー ②美浜町特産の「鯖のへしこ」を使った特産加工品メーカー ③国の重要文化遺産「熊川宿」一帯の特産熊川葛を使った飲食店や特産品加工メーカー ④観光地三方五湖レインボーライン周辺のドライブイン、飲食店 ⑤美浜町、若狭町一円の旅館民宿
<p>手 段 と 連 携 先</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■小規模事業者個々の販売能力向上 ・ I T活用、販路開拓セミナーを実施することにより、SNS技術を販売促進に活かす手法を身につける。(⇒連携先：産業情報センター) ・ 100万会員ネットを活用し小規模事業者個々のホームページとネットショップ構築を支援し、能動的に販路拡大できる体制づくりをサポートする。(⇒連携先：福井県商工会連合会) ・ 売れる商品サービスの開発、ブラッシュアップ能力の向上に向け、前項「1. 経済動向調査」「2. 経営状況分析」「5. 需要動向調査」で把握した情報や販路コーディネーター等の専門家を活用する。 ・ 持続化補助金を有効活用し3. 事業計画策定に連動させる。 ・ 地域内消費を喚起させるため、効果的な広告宣伝のセミナーを開催し、効果的なチラシやPOPサインなど訴求力を高め地域外への消費流出に歯止めをかける。 ■販路拡大の機会創出 ・ 展示会、商談会へ積極的に参加する。(連携先：県、金融機関) (全国に販路を求める事業者と地域内消費を求める事業者を色分けし、それぞれの目的にあった展示会、商談会等に参加する。) ※想定している商談会 地方銀行フードセレクション、しんきんビジネスフェア フードクスジャパン、スーパーマーケットトレードショー 観光マッチング商談会 等 ・ 特産品販売会を開催する。(⇒連携先：行政、観光協会) (地域内消費を目指す事業者を対象に独自販売会を実施する。 あきんど祭り、軽トラ市、町産業祭等会場での販売とPR) ・ 地域内で実施しているスポーツイベント会場において特産品を販売する。(⇒連携先：行政及び民間団体) ・ 観光協会が運営する道の駅を中心とする主要な販売店において地域内小規模事業者の商品取扱いを強化させる。(⇒連携先：観光協会) ・ 首都圏のアンテナショップでの販売促進を加速させる。 (⇒連携先：福井県、産業支援センター)

(新たな視点)

- これまで実施したことがなかったIT活用セミナー（SNS、ネットショップ運用）の開催を通じて最新のIT技術の活用方法の習得や成功事例を学習することにより小規模事業者の能動的な取り組みにつなげていく。
- 地域産品の地域内消費にも目を向け、地域内に存在する販売店に対して地域産品専用販売ブースの設置を働きかけ、特産品メーカーの売上向上を図る。
- 小規模事業者個々の経営計画に基づいた市場や販路に合致した身の丈に合致した展示会や商談会、販売会等の情報を各支援機関や行政等から随時収集し提供する。

(目標数値)

項目	現状 H26	H27	H28	H29	H30	H31
HP ネットショップ新規開設支援数	10	15	15	15	15	15
商品開発ブラッシュアップ支援事業所数	9	20	25	30	35	40
展示会・商談会参加事業所数	9	9	15	15	15	15
商品販売会出店事業所数	0	10	18	20	22	24
販路開拓補助事業活用事業所数	13	30	35	35	35	35

II. 地域経済の活性化に資する取組み

(現状における課題)

当商工会は2つの行政区域を管轄しているという独自の事情があるため、これまでの地域振興策には様々な弊害もあった。特に道路交通網の整備が進むにつれて近隣の敦賀市や小浜市への消費流出に歯止めがかからない状況が続いている。このことは地域内商業者にとっても影響が大きいばかりか、地域経済活性化の観点からも深刻な課題となっている。

地域の基幹産業である観光振興においては、その主たる活動は観光協会のみにも依存している。又、特産品開発について美浜町の「へしこ」、若狭町の「梅」を中心にそれぞれ事業展開してきたが、商工会・行政・観光協会単位がそれぞれで振興策や開発をおこなってきたため、情報発信テーマに統一性がなく、地域資源インパクトの分散等、他地域との差別化が明確に図れていない現状である。

(今後の目標)

当商工会が2つの行政区域を管轄していることを強みとして捉え、商工会が地域協働ネットワークの中核的存在となり、両行政、観光協会等と連携を図りながら次の2つの取組み①②を融合し、地域内の連携機関を巻き込みながら活性化させることに注力する。そのことにより、地域内交流人口の増加、地域産品販売促進、地域ブランドの創造を促進することにより地域経済活性化させ、最終的には地域内の小規模企業の売上、利益向上に結び付けることを目標とする。

(取組内容)

①若狭路スポーツトリッププロジェクト事業

(⇒交流人口増加と地域ブランド創造/ www.wakasaji-st.com)

当地域の恵まれた自然環境を最大限に活用した体験スポーツ関連事業を展開し積極的な広報活動を行うことにより「若狭＝スポーツ、健康」のイメージを全国に発信するとともに、当地への誘客による交流人口増加につなげる。現プロジェクトメンバー（観光事業者9社）を中心に、地域内の観光サービス関連の事業者（当初約30社、5年後100社）を加え、観光商談会や地域をPRするポータルサイトの運用、事業者相互の連携によるイベントの事業実施を通じた観光客誘客と滞在型観光の促進を図る。

具体的には、高速道路全線開通、5年後の福井国体開催の機会と団塊の世代が65歳以上になる時代背景（健康志向、長寿）、ファミリー層などの各世代特有の嗜好性を的確にとらえた体験スポーツと宿泊関連サービスを統一イメージ「若狭路スポーツトリップ」の基で展開していくことにより、減少傾向に歯止めがかからない当地区への観光・宿泊客数を増加させ、地域内の宿泊関連事業者の売上を向上させるのが狙いである。又、事業推進においては両町の行政、観光協会と連携しながら事業推進する。

②特産品開発販売促進プロジェクト事業

(⇒地域商品の販売促進/ www.wakasaajiroman.jp)

全国展開を視点とした商品開発と販売促進に前向きな小規模事業者（特産品加工メーカー：9社）を中心に、販売エリア限定の地域産品（お土産物等）を取り扱う新たな小規模事業者（ドライブイン、お土産物小売店等：初年度約30社）を加え、それぞれの商品のブラッシュアップや新商品開発と展示会出展や商談会の実施等の販売促進事業を展開する。商品ブラッシュアップについては、販路コーディネーターやデザイナー等の専門家と連携することにより売れる商品に改善していく。そして改善された商品や新たに開発された新商品を首都圏をはじめとするターゲット市場へ訴求するための展示会、商談会に出展することで新たな取引先の開拓や新たなターゲット市場の開拓を促進させ、事業者個々の売上を向上させる。合わせて、若狭ブランドを「若狭味浪漫」として全国へ発信することにより各メーカーの商品開発や販売促進活動を促進させる。

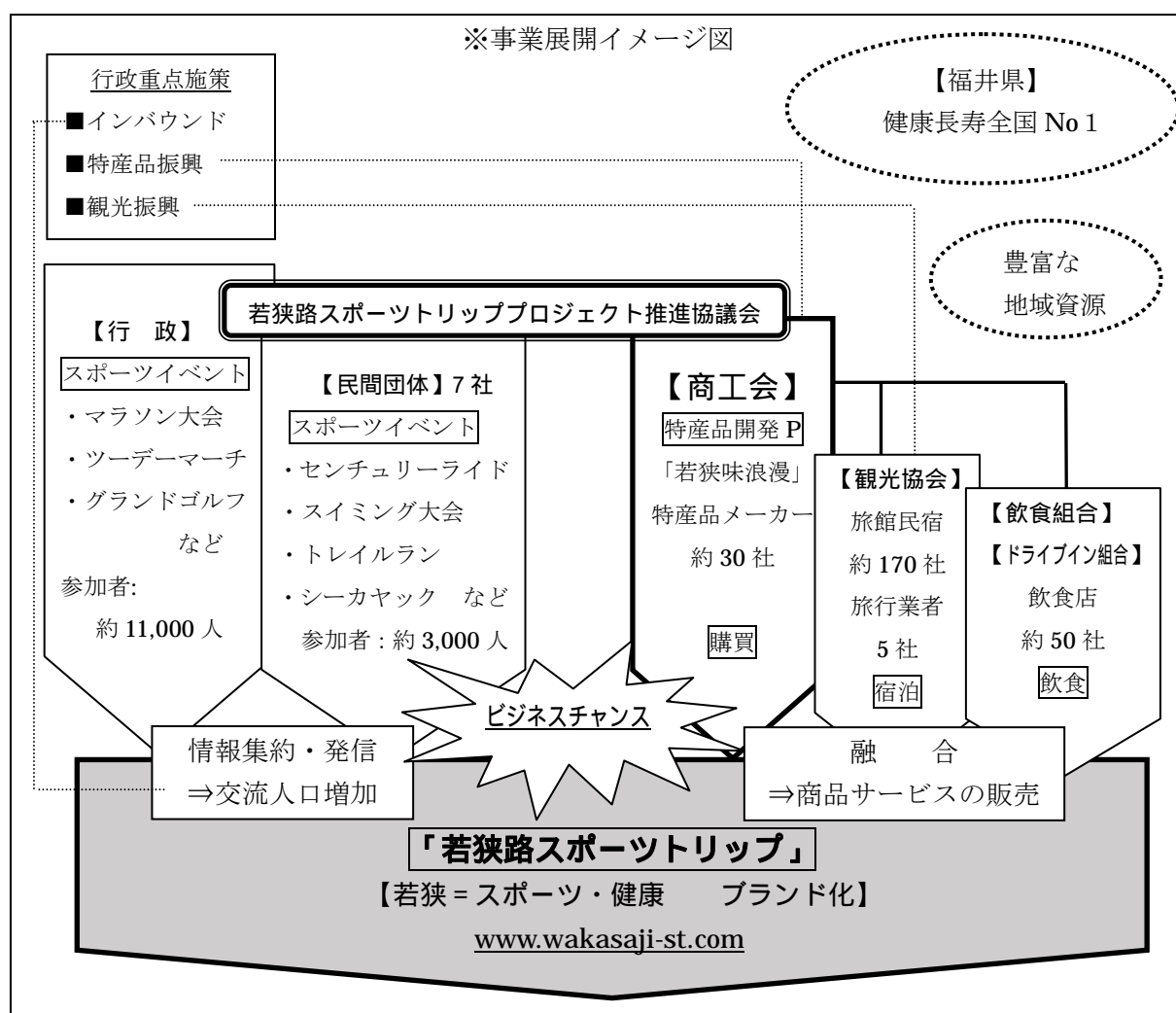
(展開方法)

事業展開においては、下記イメージ図※のとおり商工会並びに小規模事業者7社で構成する民間団体（一社若狭路活性化研究所）、行政の商工担当、観光協会、飲食組合等関連団体で構成する「若狭路スポーツトリッププロジェクト推進協議会」を設置し、他支援機関とも連携を密にしながら事業展開していく。

(期待できる効果)

上記①②事業を連動させ、集客と販売の相乗効果を狙う。期待する効果として、年間通じて開催されるスポーツイベント参加者の消費行動が宿泊、特産品の購買、飲食に結びつく仕組みを構築することにより、関連するすべての事業者の売上向上につながる効果が見込める。

特に美浜町、若狭町の両町が新総合振興計画に掲げる「インバウンド施策」「特産品振興」「観光振興」の取り組みと、福井県ブランドの一つである「健康長寿全国 No1」の取り組み連動させることにより大きな効果が期待できる。



(目標数値)

項 目	現状 H26	H27	H28	H29	H30	H31
スポーツイベント実施数	7	7	8	8	9	9
スポーツイベント参加者数	14,000	14,000	15,000	15,000	16,000	16,000
参画事業者数 (宿泊・飲食業者)	9	30	40	60	80	100
参画事業者数 (特産品メーカー)	9	30	35	40	45	50

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み

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

福井県並びに美浜町、若狭町の行政、及び福井県商工会連合会や支援センター（よろず支援拠点）等の支援機関、近隣の商工会、商工会議所、地域金融機関（福井銀行、福邦銀行、敦賀信用金庫、小浜信用金）、日本政策金融公庫との連携関係をより強化し、有効に活用する。定期的な意見交換会の実施等を通じて小規模事業者支援にかかる情報交換や支援ノウハウの共有を図ることで当会の支援力向上を図る。

特に売上利益の向上、販路拡大に関して、連携する機関が独自に実施している事業（商談会、経営セミナー、経営相談会等）について連携を深め、前向きな地域内小規模事業者に対して効果的に支援展開できる体制を構築する。

①福井県商工会連合会（高度支援チーム）との情報交換

⇒県連合会に設置されている高度支援チームとの情報交換と支援手法や支援に有効な情報を共有する。（年4回）
その他、小規模事業者支援全般において有機的連携を図る。

②福井県産業支援センター（よろず支援拠点）との情報交換

⇒年2回、よろず支援拠点に出向き、担当コーディネーターと情報交換を行い、支援に有効な情報を得る。

③近隣の商工会、商工会議所との情報交換

⇒嶺南地区商工会連絡協議会（嶺南地区3商工会が参加）の場において各指導員等が情報交換を行ない支援に有効な情報を得る。
又、各指導員の有する経営支援事例を発表し支援手法の習得や現状を打破するための気づきを得る。

④地域金融機関との情報交換

⇒年1回、金融機関連携会議を実施し、金融機関融資担当者と指導員等が情報交換を行ない、支援に有効な情報を得る。また、各金融機関が企画しているビジネス商談会等に積極的に参加し、地域小規模事業者のビジネスチャンスの創出につなげる。（販促支援）

⑤日本政策金融公庫（武生支店）との情報交換、経営相談会

⇒月1回、当地区の融資担当者と情報交換することにより支援に有効な情報を得る。また、地域小規模事業者向けの経営相談会を合同で実施する。（金融支援）

(目標数値)

実施項目	現状 H26	H27	H28	H29	H30	H31
県連高度支援チームとの情報交換会	0	4	4	4	4	4
県内よろず支援拠点との情報交換会	0	1	2	2	2	2
近隣商工会等支援事例研修会	0	1	1	1	1	1
地域金融機関との情報交換会	0	1	1	1	1	1
日本政策金融公庫合同経営相談会	0	1	2	2	2	2

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

金融、税務、労務、経営全般といった従来からの支援能力の向上に加え、地域内小規模事業者の売上利益の向上に短期的、直接的に結びつく戦略の立案や有効な支援施策の活用提案力、地域特性を踏まえ有機的連携を推進するコーディネート力等を向上させるという視点に加え、特に重点業種への支援について高い効果を得るため、商流・マーケットインを意識した商品開発に関する知識ネットワークの構築、IT（SNS）活用支援のための実践的な知識の習得、PDCAサイクルを定着させるための支援能力向上に向けて以下の取り組みを行う。

又、各指導員の取り組みとして自分が習得したい知識ノウハウのジャンルやフェーズを明確化させ、それに見合う研修やネットワークづくりに取り組む。

①研修会への積極的な参加

- ・ 中小企業基盤整備機構並びに全国商工会連合会等が主催する研修
- ・ 中小企業産業大学校が主催する研修
- ・ 県連合会が主催する研修
- ・ 県内商工会、商工会議所等が主催する研修

これらの研修に定期的に参加することにより、経営指導員等の資質向上を図り、経営発達や経営革新等の支援能力を向上させる。

②専門家派遣現場でのOJT

担当職員が専門家派遣の現場に同行し小規模事業者を支援する過程を通じて専門的な支援ノウハウを習得し、それぞれの支援現場で活用する。

③定期的な経営支援会議

本事業を担当する経営指導員等による経営支援会議を週一回実施し、各指導員等が抱えている支援課題や支援状況、専門家等との有効な連携関係などの支援情報を共有する。又、定期的に地域金融機関の担当者や近隣の支援機関の担当者を交えた支援事例等の情報交換会も合わせて実施し、それぞれの情報を共有することにより支援能力向上を図る。

④他の支援団体等との連携会議によるノウハウの共有

地域内小規模事業者と関わりの深い団体（税理士会、社労士会、中小企業診断士協会）に所属する専門家との連携会議を年1回程度実施し、各士業の立場からの情報や意見を収集し各業界の支援状況を把握するとともに、当会指導員等の支援状況や方針についても情報提供することにより商工会としての支援の立ち位置の確認と各士業との連携関係を深めることで支援能力の底上げにつなげる。

⑤上記①～④で得た支援ノウハウや情報の組織内で共有し展開する。

- ・各指導員が自身の資質向上計画を年度当初に立て、受講する研修や習得する知識ノウハウを明確にし、それを指導員で共有する。
- ・週一回の経営支援会議において各自の支援手法の共有を図る。
- ・指導員1名で対応することが困難な支援について2名以上の支援チームを構成することによりそれぞれが有する支援ノウハウを効果的に組み合わせることにより小規模事業者の売上向上に効果的な支援につなげる。合わせて、若手の経営指導員等の資質向上にも寄与する。
- ・経営カルテシステムに蓄積している支援データを活用することにより各指導員の支援手法を共有し、それぞれの支援現場に活用する。

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

①中小企業診断士等の有識者により事業評価や見直しに関するアドバイスを受ける機会を設定する。

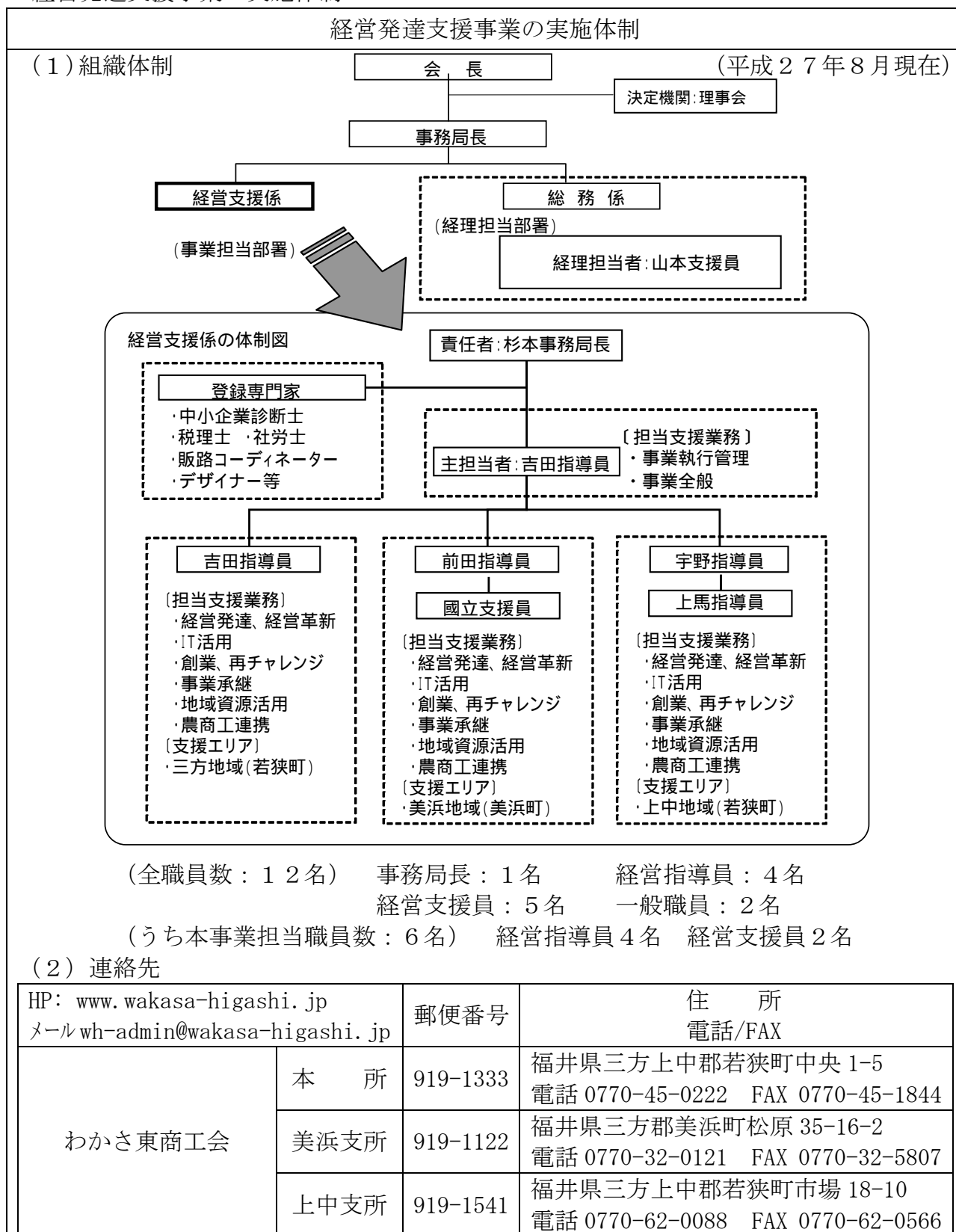
②理事会の場において本事業の遂行状況や成果の評価、並びに事業見直しの方針を決定する。(年4回)

③商工会事業評価システムを活用し事業の目標達成度を把握し、次年度以降の事業展開の判断に役立てる。又、その結果については通常総代会において報告し承認を受ける。(年1回)

④地域小規模事業者に対して、ホームページ上において事業進捗状況や成果、今後の事業計画について公表するとともに意見等も収集しながら事業の企画運営に取り入れる。(ホームページ：www.wakasa-higashi.jp)

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	27年度 (27年4月以降)	28年度	29年度	30年度	31年度
必要な資金の額	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Ⅰ. 経済動向調査	200	200	200	200	200
Ⅱ. 経営分析需要動向調査	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Ⅲ. 事業計画策定実施支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Ⅳ. 創業第二創業支援	400	400	400	400	400
Ⅴ. 販路開拓支援	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400

(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
会費収入、各事業収入、国、県、町の補助金収入、その他受託料収入等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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
<p>1. 地域の経済動向調査及び需要動向調査</p> <p>■連携者：若狭三方五湖観光協会、美浜町観光協会、ドライブイン組合、料理飲食業組合、美浜町商工振興会</p> <p>⇒地域内小規模事業者のうち重点支援業種（観光サービス）の事業者の実態調査及び支援ニーズを把握するためにそれぞれの業界団体と連携を図り、その業界全体が直面している課題抽出するとともに、事業展開の際、その効果を地域内全体に広く浸透させるために各団体の組織力を活用し、効率的な情報の収集と提供をしていくことにより事業の効果的な展開につなげる。</p> <p>2. 経営状況の分析</p> <p>■連携者：地域内金融機関（敦賀・小浜信用金庫、福井銀行、福邦銀行）</p> <p>⇒各金融機関が有している事業所の経営状況や課題などの情報を共有し、セミナーのターゲットの想定や企画内容の立案に役立てるとともに、効果的な事業展開を図る。</p> <p>3. 事業計画の策定及び事業計画策定後の実施支援</p> <p>■連携者：地域内金融機関（敦賀・小浜信用金庫、福井銀行、福邦銀行） 日本政策金融公庫武生支店</p> <p>⇒小規模事業者に対する実践セミナー・個別相談、フォローアップ、補助事業の活用提案の支援過程において、各金融機関が有している経営情報や金融情報などを共有、提供していくとともに事業計画策定において活用する。</p> <p>■連携者：福井県商工会連合会、福井県産業支援センター</p> <p>⇒課題を抱えている小規模事業者に対してその解決に向けて即効性のある効果をもたらすため、県連合会のエキスパートバンク事業や産業支援センター（よろず支援拠点）のコーディネーターと連携を蜜にし、有益な専門家の紹介や支援ノウハウ、支援施策情報の提供を受けるとともにそれらの情報を共有し、本事業の効果的な展開を図る。</p> <p>4. 新たな需要の開拓</p> <p>■連携者：福井県商工会連合会、福井県産業支援センター</p> <p>⇒IT技術の活用を促進する取り組み（セミナー、IT環境整備）について、事業の企画や専門家の活用について連携を図る。</p> <p>■連携者：地域内金融機関（敦賀・小浜信用金庫、福井銀行、福邦銀行）、観光協会、ドライブイン組合、料理飲食業組合</p> <p>⇒展示会や商談会、販売会などの情報や需要動向にかかる情報を共有し小規模事業者に対して提供する。</p>

5. 地域活性化にかかる取り組み

■行政、観光協会、ドライブイン組合、料理飲食業組合

⇒情報の集約、情報発信、スポーツイベント参加者の消費行動が宿泊や飲食、特産品販売に結びつく仕組みの構築について連携する。

連携者及びその役割

主要連携団体	代表	役割
若狭三方五湖観光協会 (101 社加盟) 若狭町三方 39-5-2	浜本 一夫	地域経済・需要動向調査、需要開拓にかかる若狭町内の各宿泊事業者及び業界全体の状況や各種情報提供と共有、地域活性化事業の連携
美浜町観光協会 (50 社加盟) 美浜町松原 35-7	大谷 正由	地域経済・需要動向調査、需要開拓にかかる美浜町内の各宿泊事業者及び業界全体の状況や各種情報提供と共有、地域活性化事業の連携
ドライブイン組合 (17 社加盟)	山田 義幸	地域経済・需要動向調査、需要開拓にかかる若狭町（三方地区）内の飲食サービス関連事業者及び業界全体の状況や各種情報の提供と共有、地域活性化事業の連携
料理飲食業組合 (26 社加盟)	島津 基寿	地域経済動・需要動向調査、需要開拓にかかる若狭町（上中地区）内の飲食サービス関連事業者及び業界全体の状況や各種情報の提供と共有、地域活性化事業の連携
美浜町商工振興会 (113 社加盟) 美浜町松原 35-16-2	河村 正義	地域経済・需要動向調査にかかる美浜町内の観光サービス関連事業者及び美浜町全体の経済状況、各種情報の提供と共有
地域内各金融機関 (4 銀行 9 支店)	敦賀信用金庫 小浜信用金庫 福井銀行 福邦銀行	管内の小規模事業者の経営情報の共有や地域動向調査、経営分析、計画策定実施、需要開拓にかかる連携
日本政策金融公庫 越前市府中 1-2-3	武生支店長 大西 俊典	創業事業承継に対する支援にかかる情報や金融施策情報の提供、計画策定実施にかかる連携
福井県商工会連合会 福井市宝永 4 丁目 9-14	高度支援チーム	計画策定、実施支援、需要開拓、その他各種支援事業の連携
福井県産業支援センター 坂井市丸岡町熊堂 3-7	よろず支援拠点	計画策定、実施支援、需要開拓、その他各種支援事業の連携

連携体制図等

