

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>八千代町商工会 (法人番号 4050005004351) 八千代町 (地方公共団体コード 085219)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>①小規模事業者（卸・小売・飲食業者）の業績向上・販路拡大による消費流出の抑制と消費流入の促進 ②競争力強化による小規模事業者（製造業者）の持続的な経営力向上 ③地域資源（特産品・観光資源）活用による小規模事業者の付加価値向上と地域ブランド構築、地域の活性化 ④事業承継・創業（第二創業）支援による、地域小規模事業者廃業率の低下と創業者の創出</p>
<p>事業内容</p>	<p>3-1. 地域経済動向調査に関すること ①国が提供するビッグデータの活用（RESAS） ②八千代町商工会独自の地域経済動向調査の実施</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること ①一般消費者を対象とした新商品等に対する需要動向調査の実施 ②取引先・バイヤー等に対する需要動向調査の実施</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること ①経営分析の内容「財務分析」と「定性分析」の双方を行う</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること ①「事業計画策定セミナー」の開催 ②「創業支援セミナー」の開催 ③「事業承継セミナー」の開催</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定支援者のフォローアップ ②創業計画策定支援者のフォローアップ ③事業承継計画策定支援者のフォローアップ</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①一般消費者向け（BtoC）への需要開拓事業 ②バイヤー等（BtoB）への需要開拓事業</p>
<p>連絡先</p>	<p>八千代町商工会 〒300-3572 茨城県結城郡八千代町菅谷 1177-27 TEL 0296-49-3232 FAX 0296-48-2958 E-mail info@yachiyo.or.jp 八千代町産業建設部 産業振興課 〒300-3572 茨城県結城郡八千代町菅谷 1170 TEL 0296-49-3943 FAX 0296-48-3001 E-mail sanshin3@town.ibaraki-yachiyo.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 八千代町の現状

【地域の概要】

八千代町は、茨城県の西南部、関東平野のほぼ中央に位置し、東京から60km、車で約1時間半の距離にあり、町域は南北に長く、東西に7.7km、南北に12.4km、総面積は59.1km²で概ね平坦な土地柄である。

町全域が関東ローム層上で連なり、北東部は沖積層で稲作と果樹園芸が営まれ、南西部は洪積層で畑地が大部分で町全体の65%を農地が占める緑豊かな農村地域である。

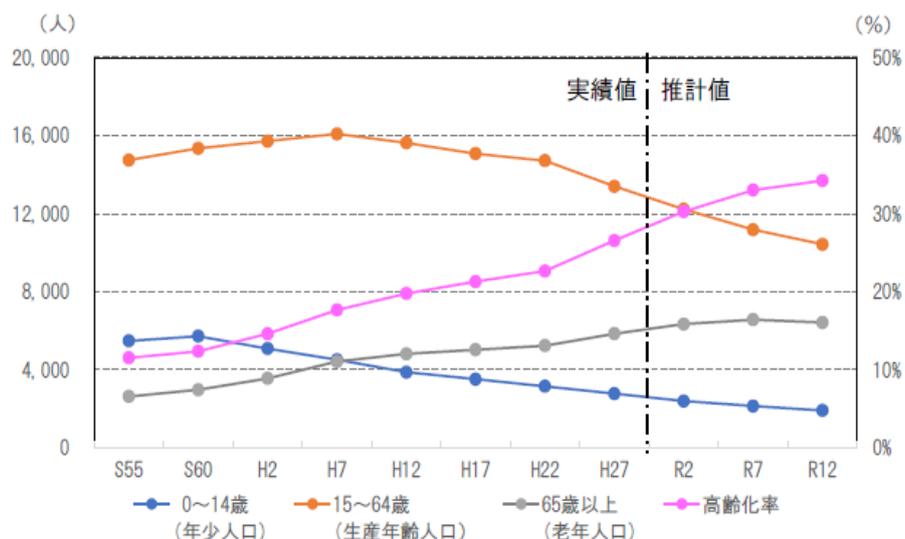
町の東を鬼怒川、南に東仁連川が流れ、中央を山川が貫流する豊かな水と自然に包まれた八千代町は、県内でも有数の園芸産地であり、特に「白菜」は全国一の生産量を誇り、「梨」は県の銘柄産地指定を受けている。



【人口動態】

八千代町の人口は平成7年(1995年)の25,008人をピークに減少傾向が続き、平成27年(2015年)では22,021人となっている。また、令和12年(2030年)の人口は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計(平成30年(2018年)3月推計)」の推計では、18,750人になるとされている。

年齢別構成をみると、年少人口は昭和60年(1985年)以降、生産年齢人口は平成7年(1995年)以降減少し続けている。老年人口は、これまで増加し続けてきたが令和7年(2025年)以降は減少に転じると推計されている。また、高齢化率は年々高くなってきており、令和12年(2030年)には34.2%になると推計されている。



【出典】実績値：国勢調査 推計値：国立社会保障・人口問題研究所(日本の地域別将来推計値)

【産業別の就業状況】

産業別就業状況を見ると、農林漁業の“第1次産業”が約2割で、県内では銚田市に次いで2番目に高く、農業を経済的な基盤としている人が多い状況。しかしながら、農家の高齢化に伴う労働力不足を補うため、外国人の農業研修生・技能実習生の受け入れに頼らざるを得ない状況も見られる。

“第2次産業”にあたる工業は、平成27年は約35%で就業者数も年々減少傾向にある。また、西山工業団地周辺以外は小規模事業所が多く、町内全域に分散している。各種サービス業の“第3次産業”を見ると、平成17年を境に減少傾向にある。

■産業別（3部門）15歳以上就業者数の推移 (単位：人)

	総数	第1次産業	第2次産業	第3次産業
平成7年	13,064	3,013	5,410	4,621
12年	12,813	2,610	5,281	4,915
17年	12,348	2,418	4,768	5,084
22年	12,107	2,444	4,159	4,930
27年	11,786	2,360	4,131	4,987

注) 総数には「分類不能の産業」を含む。 【出典】国勢調査

■産業大分類別従業者数の推移 (単位：人)

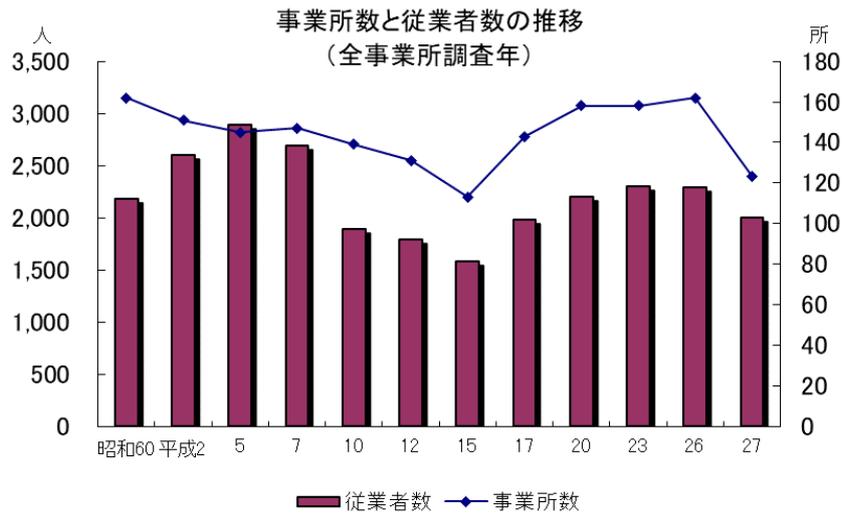
		平成7年	12年	17年	22年	27年
第1次	農林業	3,013	2,610	2,418	2,444	2,360
	うち農業	3,010	2,607	2,418	2,444	2,358
	漁業・水産業	-	-	-	0	0
第2次	鉱・採石・砂利採取業	8	3	3	4	3
	建設業	1,716	1,590	1,442	1,133	1,087
	製造業	3,686	3,688	3,323	3,022	3,041
第3次	電気・ガス・水道業	20	22	19	21	20
	金融・保険業	162	163	164	145	147
	不動産・物品賃貸業	31	20	23	62	62
	教育・学習業	-	-	321	289	299
	医療・福祉	-	-	556	715	846
	情報・通信業				58	44
	運輸・郵便業	725	822	855	776	802
	卸売・小売業				1,375	1,288
	宿泊・飲食サービス業	1,789	1,874	1,779	327	317
	学術研究、専門・技術サービス業				107	125
	生活関連サービス・娯楽業				341	302
	複合サービス事業				98	122
	サービス業（他に分類されないもの）	1,591	1,767	1,113	377	395
公務（他に分類されるものを除く）	303	247	254	239	218	
分類不能な産業	20	7	78	574	308	
	合計	13,064	12,813	12,348	12,107	11,786

【出典】国勢調査

【工業の状況】

平成 29 年の首都圏中央連絡自動車道路(圏央道)の開通などにより、町の立地条件は格段に上昇することが期待できる。古河名崎工業団地への自動車工場の立地を契機として、多くの関連企業の進出が見込まれている。そのため、従来からの取り組みに加え、町全体で継続的に企業誘致への取り組みを強化していく必要がある。

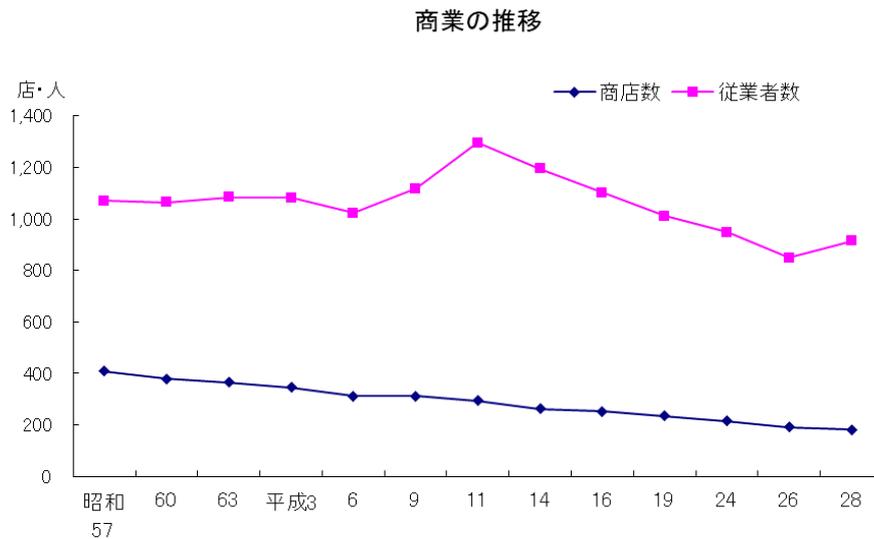
平成 27 年で事業所数は 123 か所、従業者数は 2,006 人、製造品出荷額は約 889 億円となっている。



<参考資料：工業統計調査・経済センサス>

【商業の状況】

八千代町の商業は、食料品や日用雑貨等の小売業を営む小規模店舗等が大半を占めている。商店数、従業者数ともに減少傾向で、平成 28 年で商店数は 181 店、従業者数 914 人、販売額は約 334 億円となっている。



<参考資料：商業統計、経済センサス>

【八千代町の商工業者数の推移】

八千代町の人口減少を背景に、地域内小規模事業者数の推移をみると、「製造業」では14.9%、「卸小売業」では23.3%の減少率となっており、これは後継者不足等による事業廃業等が主な理由となっている。「飲食サービス業」においても同様な減少がみられる。小規模事業者総数の推移を見ても9.8%減少している。

産業分類		商工業者数		小規模事業者数	
		平成21年	平成26年	平成21年	平成26年
D	建設業	254	231	199	186
E	製造業	185	162	114	97
G	情報通信業	1	1	1	1
H	運輸業・郵便業	45	47	13	16
I	卸売・小売業	266	217	206	158
J	金融業・保険業	10	10	3	4
K	不動産・物品賃貸業	18	16	15	14
L	学術研究, 専門・技術サービス業	20	19	17	16
M	宿泊業, 飲食サービス業	73	68	51	49
N	生活関連サービス業, 娯楽業	78	76	68	64
O	教育, 学習支援業	14	28	8	14
P	医療, 福祉	44	45	20	20
Q	複合サービス事業	11	11	5	5
R	サービス業 (他に分類されないもの)	68	71	56	56
合 計		1,087	1,002	776	700

※出典（「平成21年・26年経済センサス-基礎調査結果」（総務省統計局）

【八千代町の産業振興方針】（第6次八千代町総合計画（案））

八千代町の第6次総合計画は、「ともにつむぎ ひびきあう 協奏のまち 八千代」～いつまでも住み続けたい、みんなのまちづくり～を基本構想とし、次のような目標を掲げている。

①持続的な農業の振興

魅力ある農業の実現、意欲と能力なる担い手の育成・確保を図り、農産物の生産性の向上と八千代町の新しい農業への取り組みを推進する。

①の取組施策

1. 生産・流通体制を強化する

- ▶ 農業の中心経営体等の育成・確保を図るため、必要な農業用機械の導入を支援する。
- ▶ 生産者、茨城県、JA、市場等関係機関と連携し、首都圏などでの販売促進活動の強化とともに、各種PR活動を進める。
- ▶ 茨城県と連携し、本町の基幹産業となる農業に対するICTを活用したスマート農業の実践や省力化に向けた環境整備への支援を進める。
- ▶ 高品質米や安全・安心な「買ってもらえる米づくり」を進める。
- ▶ 野菜や果実については、生産施設の整備を推進するとともに、流通体制の強化を図る。
- ▶ 畜産については、優良種の導入と生産技術の改善を進め、質の向上を図る。

2. 農産物のブランド化と6次産業化を進める

- ▶ 本町の特産品等の全国的なPR活動を展開しながら、関係機関や各種団体との連携を図り、農産物や特産品の八千代ブランドづくりを進める。
- ▶ 農商工の連携による持続的な6次産業化の推進を図るため、事業化を目指す人材の発掘や生産者等が主導する商品開発や販路開拓等の取り組みに対し、制度事業の活用に向けた支援を進め、生産物の高付加価値化と観光等も含めたビジネスチャンスの創出を図る。

②地域に根ざした商工業の振興

商業では、関係機関と連携して経営の安定化を図りながら、新規創業を促す商業振興していくとともに、工業では、既存企業の事業拡大や新たな企業立地などによる工業振興による地域に根ざした商工業を推進する。

②の取組施策

1. 商工団体の育成・支援を進める

- ▶ 商工会との連携を強化し、消費者ニーズを把握しながら、商工団体の育成を支援する。
- ▶ 商工会等が中心に開催する各種イベントの情報提供やイベントを支援し、商業の活性化を進める。

2. 経営基盤の安定化を進める

- ▶ 商工会等と連携を図りながら、後継者の育成や確保に努める。
- ▶ 商工会や金融機関等を通じて、中小事業者への経営情報の提供を行うとともに、経営相談・資金金融の充実にも努め、経営・金融面からの支援を図る。

3. 新規創業や新たな事業展開を支援する

- ▶ 中小事業者の負担を軽減し商工業の健全な育成を図るため、中小企業の創業に向けた事業資金の支援を行う。
- ▶ 商工会や金融機関等の創業支援機関と連携した創業支援ネットワークを構築し、新規創業者への様々な情報提供とともに、セミナーや相談会等による新規創業者の開業を支援する。
- ▶ 産学官の連携により商業に関する調査・研究を実施するなど、成長が見込まれる新分野への進出や新たなサービス等の開発に向けた取組みに対して支援を図る。

4. 新たな企業の立地を進める

- ▶ 町独自の優遇措置等を活かし、新たな企業の立地を促進する。
- ▶ 企業ニーズ等を踏まえながら、新たな産業系土地利用の確保についての調査・検討を進める。
- ▶ 企業誘致を促進するため、国・県道や筑西幹線道路などの幹線道路の整備を促進していくとともに、幹線道路へのアクセス向上となる主要町道の整備を進める。

5. 企業の誘致や拡張と雇用を確保する

- ▶ 茨城県や近隣市町と連携し、企業ニーズを把握しながら、企業誘致活動を進める。
- ▶ 新たな企業誘致に向けた情報提供やPR活動を積極的に進める。
- ▶ 本町への事業所・工場等の進出を支援するとともに、地元雇用や町内居住を促す環境を整える。
- ▶ 既存企業の業務拡張や新規企業の立地に合わせて、地元雇用を促進する。
- ▶ 事業活動の効率化や従業員の労働環境の整備など、事業所周辺の生活環境の改善を図る事業者の取り組みを支援する。

③地域資源を活かす観光の振興

八千代の地域資源を活かしながら、地域間交流や近隣市町とも連携した多様な観光への取り組みを推進する。

③の取組施策

1. 地域資源を活用した観光事業を進める

- ▶ 女性消費団体や憩遊館、農業農村活性化推進機構等が連携し、既存の観光資源の活用を図る。
- ▶ 案内板等の設置や更新を進め、町内の観光資源の案内環境を充実する。
- ▶ 観光マップやパンフレット、インターネット等での情報発信を行い、八千代町のPR活動を進める。
- ▶ 八千代グリーンビレッジや直売所等を拠点に都市と農村の交流を進める。
- ▶ クラインガルテンでの農業と触れ合える体験を通して、本町への理解を深め、都市と農村の交流を進める。
- ▶ 各種団体が主体となる、地域での開催イベントを支援する。
- ▶ 野菜や果物の生産地として、収穫体験や農業体験等の農業体験型観光の充実を図る。
- ▶ 地域資源等を活かしたシティプロモーション活動を積極的に展開し、八千代町のイメージアップにつなげる。
- ▶ 町内にある様々な資源を再確認し、町内の伝統行事の活性化と保存に努め、観光資源として発掘するとともに、それらの観光資源を組み合わせるなどの活用を図り、交流人口の増加に努める。

2. 地域間連携による観光を進める

- ▶ 近隣市町と連携し、広域的な回遊型観光ルートの検討や観光キャンペーンの実施、イベント情報等の提供を進める。
- ▶ 茨城県観光協会などの関係団体と連携し、情報発信や誘客活動を行う。
- ▶ 外国人観光客に対する情報の発信・提供や受入体制の整備を推進し、インバウンド市場の新規開拓に向け、調査研究を進める。

3. 交流施設の機能を連携する

- ▶ 八千代グリーンビレッジ憩遊館、農村環境改善センター、町民公園などの既存の交流施設の充実とともに、施設間の機能連携の強化を図る。

4. 戦略的な観光情報を発信する

- ▶ ホームページやSNS、マスメディアなどの様々な方法を効果的に活用し、誘客につながる、常に新しい観光情報の発信を行う。
- ▶ 効果的な誘客を図るため、本町への旅行が多く見込まれるターゲットエリアや年代を選定し、旅行者に届くプロモーション活動の展開を推進する。

④働き続けられる雇用

労働に意欲のあるすべての人が能力を発揮し、多様な働き方が選択できるよう、関係機関や事業所等と連携し、雇用の安定と労働環境の充実を図る。

④の取組施策

1. 雇用の確保や安定化を進める

- ▶ ハローワークなどの関係機関と連携し、世代や特性に応じた就労機会の情報提供や合同面接会の開催など、就職支援を推進する。
- ▶ 就業していない若者に対し、専門機関などと連携し、職業意識の啓発や自立生活に向けた就業相談を推進する。

- ▶ UIJ ターン希望者や未就業者に対して、就労に向けた支援を推進し、就業者の確保に努める。
- ▶ 労働人口の減少や国の動向などを踏まえ、外国人労働者の受入に向けた対応を調査研究し、事業所における雇用の確保に努める。

2. 高齢者の就労を支援する

- ▶ 高齢者がこれまで培ってきた知識や経験を生かし、生きがいがつくりにつながる就業ができるよう、シルバー人材センターの運営を支援する。
- ▶ 元気な高齢者の増加を踏まえ、関係機関と連携しながら、就労機会の創出に努め、勤労に意欲を持つ高齢者の就労促進を図る。

3. 子育て世代の就労を支援する

- ▶ 結婚や子育てなどの理由で就業を中断した方を対象に、関係機関と連携しながら、就労に向けた相談会や、就労希望の実現に向けたセミナーの開催などを推進する。
- ▶ 子育てと仕事の両立を希望する方の就労活動を支援するため、託児サービスの実施や育児支援などを推進する。

4. 勤労者福祉を充実させる

- ▶ 労働者が安心していきいきと働き続けることができる環境づくりに向け、企業や関係機関等と連携し、ワーク・ライフ・バランスなどを推進する。
- ▶ 中小企業者の福利厚生の実現に向け、茨城労働局などの関係機関等と連携し、各種共済制度への加入促進を図る。

5. 誰もがいきいきと働くことができる環境づくりを支援する

- ▶ ワーク・ライフ・バランス社会の実現を図るため、事業主行動計画の策定に向けた普及啓発活動を進めるなど多様な働き方を支援する。
- ▶ 日本人だけでなく外国人もいきいきと働くことができる労働環境の構築を図るため、外国人の日本語習得や文化・交流等を進める事業所等の取り組みを支援する。

②八千代町における商工業の課題

当地域の現状から、人口減少とあわせ、廃業・後継者不足による商工業者の減少、それに伴う消費の地域外への流出から地域経済の減速といった流れが加速しており地域課題となっている。

商業（卸売・小売・飲食業）については、圏央道の開通や新たな魅力向上事業（八千代グリーンビレッジや直売所、ふるさと納税制度）等、地域経済活性化が期待される取り組みが推進されているが、この新たな機会を捉えた計画的な事業経営がなされていない。

旧態依然の経営体質から脱却できず、日々多様化する消費者ニーズに応えることができていない状況が散見される。

工業（製造業）においては、従来の特定の取引先からの受注依存度が高くなっている事業者が多く、日野自動車の進出や八千代町の工業団地創設による企業誘致をチャンスにとらえ、交通網の発達等により進出する新たな企業の技術ニーズにマッチする加工技術力の向上や新たな技術開発など、あらゆる受注対応力の強化・新たな受注獲得への意欲向上が課題と言える。

(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

当町の地域課題を踏まえ、地域雇用の受け皿となる小規模事業者、主に減少率が高い小売業者・飲食業・製造業等の活性化が必要不可欠と考える。

地域経済活性化をするため、地域資源等を活用した小売・卸売・飲食業者の商品魅力度・販売力強化、観光資源の開発による消費流出の抑制・消費流入促進と、製造業者の競争力強化・6次産業化推進による持続的な経営力向上から、地域内雇用の拡大を図る事業者育成・強化を10年後に見据えた長期的な小規模事業者振興のあり方とする。

② 八千代町総合計画との連動性・整合性

八千代町は、第5次八千代町総合計画（平成23年度～令和2年度）のビジョンを踏襲した第6次八千代町総合計画（案）（令和3年度～令和12年度）において、「商工業事業者の経営支援や観光資源の発掘と活用・PRによる町の活性化」を、10年後を見据えた目指すべき方向性・ビジョンとして掲げている。

八千代町商工会としても、八千代町総合計画に沿いながら、八千代町との関係を密にした地域資源（八千代グリーンビレッジの活用・地域産品等）活用による小規模事業者支援を行っていく。

③ 八千代町商工会としての役割

地域唯一の経済団体・小規模事業者の一番身近な支援機関として、当地域の経済活性化の課題となっている小売・卸売業・飲食業者・製造業者の減少対策として、当該事業者に対し多角的（事業継続性・販売力強化・事業承継・創業促進）な支援を行い、地域課題の解消に寄与する。

地域小規模事業者の経営課題の抽出から、課題解決を図る計画的な事業経営を推進し、販路拡大から売上の獲得に至るまでを伴走型で支援。元気な当該事業者の育成から地域経済活性化に寄与する事業者の創出を図ることを八千代町商工会の役割とする。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 小規模事業者（卸・小売・飲食業者）の業績向上・販路拡大による消費流出の抑制と消費流入の促進

※地域事業所による買物販売額を平成28年対比+5%の増加を目指す（5年後）

② 競争力強化による小規模事業者（製造業者）の持続的な経営力向上

※地域製造業者の製造品出荷額を平成27年対比+5%の増加を目指す（5年後）

③ 地域資源（特産品・観光資源）活用による小規模事業者の付加価値向上と地域ブランド構築、地域の活性化

※特産品活用事業者10件創出（5年後）

④ 事業承継・創業（第二創業）支援による、地域小規模事業者廃業率の低下と創業者の創出

※小規模事業者減少率を5%以内に抑制し、創業者14件を目指す（5年後）

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成方針

(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

①小規模事業者（卸・小売・飲食業者）の業績向上・販路拡大による消費流出の抑制と消費流入の促進

小規模事業者の現状を把握し、「気づき」を促しながら 新の経営課題を共有し、顕在化した経営課題を解決するため、計画的な事業経営の推進とともに 実行可能性の高いビジネスプラン策定支援を実施。さらに事業計画実行支援から新規売上獲得に至る需要開拓支援も伴走型で支援（イベント出展支援・展示商談会等出展支援）を行いながら、業績向上・販路の拡大を支援。業績の向上等から元気な事業者の創出から、消費の流出抑制・流入促進をする。

②競争力強化による小規模事業者（製造業者）の持続的な経営力向上

八千代町に進出している既存の製造業企業の業務拡張や新規製造企業の立地に合わせて、地域製造業者とのマッチングを行うことで、競争力強化や地元の雇用を促進させる。

競争力強化に必要な試作開発支援や需要開拓支援を行うことで、新たな仕事の受発注に繋げていく。

③地域資源（特産品・観光資源）活用による小規模事業者の付加価値向上と地域ブランド構築、地域の活性化

農業者の6次化推進も行いながら、地域資源等を活用した 新商品の開発やECサイト・メディア等の活用・展示商談会等による需要開拓支援を実施し、魅力度の高い地場産品の確立を目指す。

また、八千代町と連携による「八千代グリーンビレッジを拠点とした観光ルート」確立・特産品の販売機会を創出することで、商品魅力度向上による食品製造業者等の育成・新業態の事業者創出支援の展開につなげる。

④事業承継・創業（第二創業）支援による、地域小規模事業者廃業率の低下と創業者の創出

地域小規模事業者減少対策として、八千代町と連携した創業者支援体制の強化を図る。また、地域小規模事業者の後継者育成も同時に行う。

支援方法に関しては、専門家やセミナー等を活用して、創業に向けた効果的な創業計画策定支援や事業承継計画策定支援を行うことで、地域小規模事業者の育成を図る。

また、茨城県事業承継ネットワークと連携した事業承継支援も実施し、事業承継診断から具体的承継計画策定支援・フォローアップに至る支援体制を構築し、円滑な事業承継推進と魅力ある事業の持続的発展を支援する。

I. 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現在、小規模事業者は、地域の経済動向について新聞やインターネット等での情報は収集しているが、各種の調査・統計データ等による地域経済動向情報を整理し十分活用するには至っていない。商工会としても、地域の中小企業景気動向調査について地域としての分析や、定期的な情報発信を行うに至っていない。

今後は、小規模事業者に対して的確な支援を行うため、ビッグデータ等を活用した専門的な分析、地域の経済・消費動向等の情報収集・分析、成果の提供を行う。

(2) 目 標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①公表回数 (RESAS)	なし	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②公表回数 (景況調査)	なし	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用 (RESAS)

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、公表する。

【分析手法】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析
 - ・「まちづくりマップ・From-to 分析」→人の動き等を分析
 - ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析
- ⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②八千代町商工会独自の地域経済動向調査の実施

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年2回の調査・分析を行い商工会ホームページにて公表する。

【調査対象】管内小規模事業者 30 社(製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から 5 社ずつ)

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

【調査手法】巡回・窓口にて、抽出した対象企業に対し、調査票による年2回の定期アンケート調査を実施

【分析手法】経営指導員が外部専門家と連携し、調査項目の数値等推移比較(DI)・分析を行う。

(4) 成果の活用

○①、②の調査により収集した調査データを各々分析し、小規模事業者が活用しやすい情報(視覚的に内容をすぐ理解できるもの)に加工した「地域経済動向レポート」としてまとめ、商工会ホームページで、地域の小規模事業者へ広く情報提供・周知する。

○巡回・窓口指導時の参考資料としても活用。分析結果をデータベース化し、支援職員間での情報共有、経営分析指標・事業計画策定支援指標としての参考資料としても活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

従来、小規模事業者は商品・サービスの提供にあたって、自社の「売りたい」「作りたい」という意識が先行した「商品・サービス開発」をしており、「顧客ニーズに基づく商品・サービスの開発」という視点に欠けていた。

当商工会としても、需要動向調査に関する知識・認識が乏しく、情報収集等のノウハウ不足により、個々の小規模事業者に対し消費者ニーズ等の需要動向を的確に把握できるような支援はできていなかった。

地域小規模事業者に対し、プロダクトアウトからマーケットインへの意識改革を図るため、需要動向調査の必要性の認識を深め、調査結果を商品開発等へのフィードバックする支援をいかに進めるかが課題である。

今後、当商工会は、個々の小規模事業者が提供する商品・サービスの販売を促進するため、商品開発・改良等を行うための的確な情報を迅速に把握し、需要開拓等の成果につながる需要動向の情報収集・分析・活用についての支援を強化する。

また、商工会の経営指導員も需要動向調査の調査手法等の知識や手法の習得に取り組む。

(2) 目 標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①調査対象事業者数	1 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
②調査対象事業者数	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社

(3) 事業内容

①一般消費者を対象とした新商品等に対する需要動向調査の実施

サンプル数	50件／1アイテム
調査手段・手法	店頭・イベント等で聞き取りを行い、アンケート票へ記入する。
分析手段・手法	調査結果は、経営指導員等がまとめ、よろず支援拠点等の専門家に意見を聞いた上、分析を行う。
調査項目	①味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ等について調査する。
具体的な支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・実施スケジュールの作成 ・調査項目の選定 ・アンケートシートの作成提供 ・回収した調査票の分析、加工及び提供 ・調査結果を活用した商品の開発、改良等のアドバイス
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員等が事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

②取引先・バイヤー等に対する需要動向調査の実施

サンプル数	50件／1アイテム
調査手段・手法	取引先・展示商談会でのバイヤーに対し、商品評価シートを活用した聞き取り、アンケート
分析手段・手法	調査結果は、経営指導員等がまとめ、よろず支援拠点等の専門家に意見を聞いた上、分析を行う。
調査項目	①商品コンセプト、②販売想定、③ターゲット想定、④品質、⑤パッケージ、⑥価格、⑦納期等について調査する。

支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・実施スケジュールの作成 ・調査項目の選定 ・アンケートシートの作成提供 ・回収した調査票の分析、加工及び提供 ・調査結果を活用した商品の開発、改良等のアドバイス
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員等が事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現在、小規模事業者に対する経営分析の支援は、これまで、経営革新計画策定時や補助金申請書作成時に形式的に実施するにとどまり、小規模事業者の多くは、自社の業務改善やビジネスモデルの再構築に十分活用できていない他、その対象範囲は極めて限定的となっていた。

今後は、需要を見据えた事業計画を策定するための第一ステップとして、財務分析のみならず、非財務分析についても行う。高度かつ専門的な知識を有する外部専門家等と連携し、実現可能性・実効性の高い事業計画策定に繋げていく。

(2) 目標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
経営分析件数	未実施	40件	40件	40件	40件	40件

※法定経営指導員1名、経営指導員1名で試算

(3) 事業内容

①経営分析の内容

経営指導員を中心に、巡回・窓口相談の機会を活かし、対象事業者を掘り起こしていく。多くの小規模事業者は自社の経営分析をしたことがないため、経営分析の効果である「自社の機会や脅威」「戦略的強み・弱み」「不確実性」が明確になる点や、「真の経営課題を顕在化させることができる」といったメリットを訴求する。

【対象者】巡回・窓口相談を介した、掘り起こしによって気づきを得た小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い40社を選定

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う「財務分析」売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等「SWOT分析」強み、弱み、脅威、機会等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」、BIZミル等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

○分析結果は、当該事業者に対してフィードバックし、事業計画の策定時に活用する。

○分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

多くの小規模事業者は、需要動向の変化に大きく影響を受けている一方で、顧客ニーズや自社の強み・弱み等の自社の経営状況を十分に把握できていない。そのため自社の課題解決のために事業計画策定の必要性についての認識が低い現状である。

またこれまでの商工会での事業計画策定支援は、小規模事業者持続化補助金、各種補助金活用・金融支援等の機会を通じて実施するなど受動的な取組に留まっていた。

今後は、前項までの地域の経済動向調査、需要動向調査及び経営状況の分析等を踏まえ、効果的な事業計画策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、4. で経営状況の分析を行った事業者の約6割の事業計画策定を目指す。併せて、持続化補助金等の申請や事業計画策定に資するセミナーの開催を契機として、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

また、新規創業者や事業承継者については、創業・承継後間もなく取引関係の維持・構築や資金繰りに課題を抱え、事業縮小または廃業に至る事例が散見されることから、「創業者育成セミナー」「後継者育成セミナー」を開催し、「経営者の心構え」・「経営に必要な税務や財務」・「人材育成」・「販路開拓」の視点を踏まえたカリキュラムの提供により、創業者・事業承継者に必要な知識の習得を支援することで、実現性の高い創業支援計画・事業承継計画の策定につなげていく。

(3) 目 標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①事業計画策定件数	16件	24件	24件	24件	24件	24件
②創業支援計画策定件数	なし	2社	2社	3社	3社	4社
③事業承継計画策定件数	なし	2社	2社	3社	3社	4社

(4) 事業内容

①「事業計画策定セミナー」の開催

募集方法	・周知文書の作成配布・HPでの周知
回数	・1回（集団セミナー1回＋個別指導5回程度）
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析により把握した自社の問題点の確認 ・「地域の経済動向調査」「需要動向調査」の結果の活用 ・新規売上獲得につながる計画的な販路の拡大・需要開拓手法 ・商工会指導員が伴走型で支援する経営分析&事業計画作成ワーク ・個別相談会（経営指導員に専門家を加え伴走するフォローアップ支援）
参加者数	20名程度

②「創業支援セミナー」の開催

募集方法	・周知文書の作成配布・HPでの周知
回数	・1回（集団セミナー1回＋個別指導5回程度）
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・経営者としての心構え ・ビジネスプラン作成のポイント ・創業時に必要な届出について ・決算書、確定申告書の作成について ・市場分析と販路開拓のポイント ・社会保険、労働保険の基礎知識 ・必要資金の算定と収支計画 ・人材の視点から経営を学ぶ ・個別相談会（経営指導員に専門家を加え伴走するフォローアップ支援）
参加者数	5名程度

③「事業承継セミナー」の開催

募集方法	・周知文書の作成配布・HPでの周知
回数	・1回（集団セミナー1回＋個別指導5回程度）
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・事業承継の心構え ・ビジネスプラン作成のポイント ・事業承継時に必要な届出について ・決算書、確定申告書の作成について ・市場分析と販路開拓のポイント ・社会保険、労働保険の基礎知識 ・必要資金の算定と収支計画 ・人材の視点から経営を学ぶ ・個別相談会（経営指導員に専門家を加え伴走するフォローアップ支援）
参加者数	10名程度

上記の①～③各事業計画の策定

【手段・手法】各セミナーの受講者に対し、経営指導員等が張り付き、外部専門家等も交え、確実な事業計画策定につなげていく。

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

これまでの小規模事業者への事業計画策定後の支援は、計画策定までの支援でとどまっていたため、計画実行の進捗やその後の売上等の推移等の把握には至っておらず、支援成果や小規模事業者の経営状況の確認ができていなかった。

今後は、計画の進捗状況の確認や計画実行による売上・利益率の状況等把握まで、計画的な実行支援・フォローアップを行う。

売上等の状況・計画の進捗に応じた、事業内容の検証・計画見直し等を含めたフォローアップ実施体制を構築し、定期的な支援に加え、随時、地域小規模事業者の売上増加につながる支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

①事業計画策定支援者のフォローアップ

【対象者】事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。

【頻度】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者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。なお、事業計画と進捗状況とがズレている場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。

②創業計画策定支援者のフォローアップ

【対象者】創業計画を策定した全ての事業者を対象とする。

【頻度】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者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。また、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。なお、事業計画と進捗状況とがズレている場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。

③事業承継計画策定支援者のフォローアップ

【対象者】事業承継計画を策定した全ての事業者を対象とする。

【頻度】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者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。また、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。なお、事業計画と進捗状況とがズレている場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①事業計画策定支援者						
フォローアップ対象事業者数	16社	24社	24社	24社	24社	24社
頻度（延回数）	50回	96回	96回	96回	96回	96回
売上増加事業者	5社	10社	10社	10社	10社	10社
②創業計画策定支援者						
フォローアップ対象事業者数	なし	2社	2社	3社	3社	4社

頻度（延回数）		8回	8回	12回	12回	16回
売上増加事業者		1社	1社	2社	2社	3社
③事業承継計画策定支援者						
フォローアップ対象事業者数	なし	2社	2社	3社	3社	4社
頻度（延回数）		8回	8回	12回	12回	16回
売上増加事業者		1社	1社	2社	2社	3社

(4) 事業内容

①事業計画策定支援者のフォローアップ

経営指導員等が四半期に一度、事業所を訪問し事業主と面談しヒアリングを行う。
事業計画と進捗状況に相違がある場合は、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。
確認項目としては、業況（売上・利益）、事業計画における進捗状況、事業推進の課題、今後の展開等の確認を行う。

②事業承継計画策定支援者のフォローアップ

経営指導員等が四半期に一度、事業所を訪問し事業主と面談しヒアリングを行う。
創業承継計画と進捗状況に相違がある場合は、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。
確認項目としては、創業計画における進捗状況、創業後の課題、今後の展開等の確認を行う。

③事業承継計画策定支援者のフォローアップ

経営指導員等が四半期に一度、事業所を訪問し事業主と面談しヒアリングを行う。
事業承継計画と進捗状況に相違がある場合は、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。
確認項目としては、事業承継計画における進捗状況、事業承継後の課題、今後の展開等の確認を行う。

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

従来、小規模事業者に対する需要開拓支援は、各種商談会への情報提供等にとどまってお
り、売上増加に対する効果は十分とはいえなかった。

地域の小規模事業者が製造および販売する商品・サービス・技術等を、新たな消費者や販路
開拓したい取引先企業等にアピールし、売上・収益の増加につなげることが最も重要な支援と
位置付ける。そのうえで、販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、地域内外で開催する展
示会、商談会、即売会等への出展に関する事前支援・事後フォローを通して、販売促進、販路
開拓につなげて効果的な需要開拓支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに出展期間中には、陳列、接客など、きめ細やかな伴走支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①物産展出店事業者数	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
売上額/社	5 万円	1 0 万円				
②展示会出展事業者数	2 社	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社
成約件数/社	0 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

(4) 事業内容

①一般消費者向け（B to C）への需要開拓事業

支援対象者	一般消費者に対する需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
訴求対象	一般消費者
想定する物産展等	・「しもつま物産展」（令和 2 年 10 月に 2 日間開催 イオンモール下妻内）八千代町・下妻市・常総市・筑西市商工会が主催する物産展 来場者数およそ 2,000 人 出店者数 12 社（八千代町商工会で 3 社） ・「茨城県よろず支援拠点テストマーケティング会」（例年 12 月に 1 日開催 茨城県内のショッピングモール内 過去の開催地は水戸・つくばにて開催した。来場者およそ 2,000 人）
支援内容	商工会としては、参加する小規模事業者に対し、専門家派遣事業なども活用して商品のブラッシュアップや魅力的な陳列や接客、販売方法等専門支援も展開する。

②バイヤー等（B to B）への需要開拓事業

支援対象者	商社・バイヤー等の需要開拓を目指す事業計画を策定する小規模事業者等
訴求対象	地域内外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等
想定する展示会	・「全国食の逸品 EXPO」（令和 2 年 9 月に 2 日間開催 東京ビッグサイト）商談会参加事業者数 600 社、来場者数 50,000 人 ・「スーパーマーケットトレードショー」（例年 2 月 3 日間開催 幕張メッセ）商談参加事業者数 2,176 社、来場者数 88,412 人

支援内容	出展する小規模事業者に対し、専門家派遣事業なども活用して、必要な営業用ツール（企業概要書、商談シート、名刺等）の作成、アピールの仕方、バイヤーとの商談の進め方、魅力的な展示ブースの作り方等を支援する。
------	--

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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

従来、有識者（行政、中小企業診断士、金融機関）などにより、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行っている。今後も、経営発達支援事業の進捗状況等を確認・評価し、その後の事業実施方針等に反映させるためにも、毎年度事業実施状況についての検証・見直しを行う。

(2) 事業内容

- ①商工会正副会長、商工会事務局長、八千代町担当課長、金融機関、中小企業診断士、法定経営指導員等をメンバーとする「事業評価委員会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を年1回行う。
- ②商工会理事会において評価・見直しの方針を決定する。
- ③事業の成果、評価、見直しの結果については、商工会理事会へ報告し、承認を受ける。
- ④事業の成果、評価、見直しの結果は、事業実施方針等に反映させるとともに、八千代町商工会HPに公表する。(http://www.yachiyo.or.jp/)

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

八千代町商工会では職員の資質向上等については、茨城県商工会連合会の行う職員研修や県西ブロック職員協議会が行う研修会等への参加を中心に対応を図ってきた。しかし、小規模事業者の持続的成長に向けた経営力強化を支援していくためには、当会職員において、戦略上の意思決定に関与可能な高度な支援能力、実践的なノウハウなど習熟能力、職員間の知の共有が不可欠といえる。

現状、こうした能力向上のための取り組みが体系的・計画的に行われているとはいえ、また、ノウハウ等の共有化についても部分的なものにとどまっている。事業者の課題を的確に把握し、対応するためにもさらなる資質向上を図る。

(2) 事業内容

①研修会への積極参加による資質の向上

全国商工会連合会・茨城県商工会連合会が主催する研修の参加に加え、中小企業基盤整備機構の主催する研修に経営指導員及び経営支援員が年間1回以上参加することで、当商工会職員の弱みである経営分析、経営革新、販路開拓、事業再生といった、小規模事業者が行う戦略上の意思決定に関与可能な高度な支援能力の獲得・向上を図る。

②専門家・他の支援機関との連携による支援業務による資質向上

専門家・外部支援機関との連携支援体制の中から、よろず支援拠点等活用による支援実施の際には、必ず職員が同伴し支援ノウハウのOJT、支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月2回、年間24回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。

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

現状においては、他の支援機関との情報交換は、茨城県商工会連合会を中心とした商工会同士の交流や職員の人脈による専門家との情報交換会議を中心に参加しているものの、より具体的な情報・ノウハウ等の情報交換は行われていない。そのため、小規模事業者の複雑・多様化する課題解決や、新たな販路開拓を支援するためには、解決策やノウハウ等の情報交換に広がり少ない状況となっている。

今後は、次により、経営発達支援事業の円滑な実施に向けた、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を図っていく。

(2) 事業内容

①県西地区商工会職員連絡会議への出席（年4回）

茨城県商工会連合会が開催する県西地域（八千代町・下妻市・常総市・坂東市・古河市・筑西市・桜川市・五霞町・境町商工会）9単会が参加する連絡会議に出席（年4回）

県内、県西地域の最新の経済動向、施策を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

②日本政策金融公庫マル経協議会への出席（年1回）

日本政策金融公庫土浦支店管轄地域内の商工団体（八千代町・下妻市・常総市・坂東市・古河市・五霞町・境町商工会・古河商工会議所）が参加する「マル経協議会」会議へ出席。

地域の経済動向、事業者の現状、需要動向を把握するとともに、金融分野をはじめとした参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。特に、公庫との情報交換に主眼を置き、融資姿勢の確認、創業、再生等支援ノウハウを交換する。

③茨城県事業承継支援ネットワーク会議への出席（年1回）

茨城県、中小企業基盤整備機構、中小企業診断士、税理士等専門家との情報交換、ノウハウ交換を行い事業承継の事例、案件の把握をし、マッチング力及び支援ノウハウの一層の取得に努める。

④茨城県信用保証協会連絡会議への出席（年1回）

県内商工会、商工会議所の金融支援担当者が参加する保証協会主催同会議に出席し、県内の資金需要、景気の状態、金融支援の情報交換と支援ノウハウ獲得を図る。

⑤茨城県連携パートナー会議への出席（年1回）

茨城県よろず支援拠点が開催する「茨城県連携パートナー会議」に出席し、県内支援担当者の相談対応の能力向上と関係機関の連携体制を強化することで、小規模事業者の相談に必要な知識の習得、及び複雑化・多様化する相談に対応するための連携体制の構築を図る。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

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

現状においては、様々なイベント等の開催を通じて地域経済の活性化を試みているが、どのイベントにおいても、そのイベント当日の一過性の効果を得るに留まっており、イベント終了後においても継続的なにぎわい創出につながるような仕組み作りを検討・実行していくことが課題となっている。

今後は、より効果的な地域経済活性化を図るため、八千代町・農産物生産者等も含めた幅広い意見を取り入れるための「場づくり」を行い、地域内事業者の商品・サービスや観光資源を積極的にPRし、地域のブランド化および継続的な地域のにぎわいを創出する必要がある。

(2) 事業内容

①八千代町地域経済活性化協議会の開催

八千代町、商工会、JA常総ひかり、八千代グリーンビレッジ憩遊館等で構成する八千代町地域経済活性化会議を年2回行い、会議において地場産品を活用した地域活性化の方向性や、商工業者と生産者の連携による6次産業化支援も視野に入れた地域経済活性化についても検討する。

②八千代グリーンビレッジを活用による地域経済活性化

八千代グリーンビレッジを主体とした野菜や果物の収穫体験や農業体験等の農業体験型観光の充実を図ることで、地域経済活性化を行っていく。

それに合わせて、地域資源を活用した新商品の販売会等も実施し、八千代グリーンビレッジと連携した常時PRコーナーを設け、販路開拓につなげるほか、情報発信や商品紹介に結びつける。

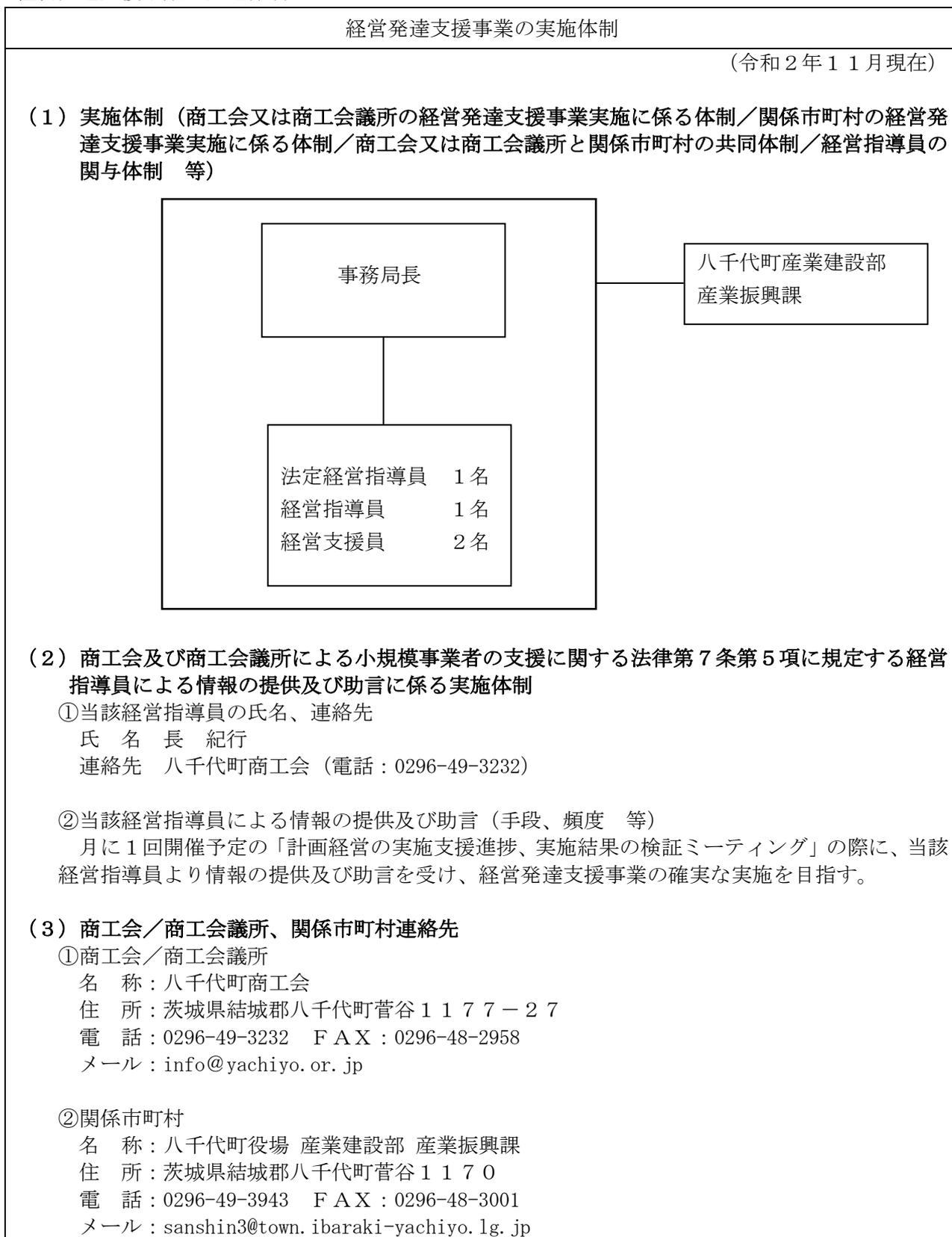
③将来の創業者創生に向けた若年層への啓発事業の実施

地域のにぎわいを創出し、地域経済の活性化を図るため、将来の創業者創生に向けて若年層への啓発を行う。

具体的には八千代町・地元企業・八千代町立中学校（2校）と連携し、様々な職業に就いている人たちの体験談の話を聞いたり、質問をしたりしながら「勤労観、職業観の育成」を図り、地元の企業を知ることにより、八千代町のすばらしさを理解することにもつながる。この事業を年1回開催する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○経営分析支援費	300	300	300	300	300
○事業計画策定セミナー開催費	350	350	350	350	350
○創業セミナー開催費	200	200	200	200	200
○事業承継セミナー開催費	200	200	200	200	200
○専門家派遣費	300	300	300	300	300
○需要開拓支援事業費	600	600	600	600	600
○事業評価委員会運営費	50	50	50	50	50

(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
自己財源(会費収入、手数料収入)・国補助金(伴走型小規模事業者支援推進補助金) 茨城県補助金・八千代町補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等