

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	行田商工会議所 (法人番号 8030005014142) 行田市 (地方公共団体コード 112062)
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ①事業計画に基づいた小規模事業者の経営支援を強化し、自ら考え行動する小規模事業者を育成する ②観光資源を活用した特産品開発や販路開拓支援を強化し、小規模事業者の付加価値向上を図る ③創業支援や事業承継支援により小規模事業者の減少を食い止め、事業継続を支援することで、地域の経済基盤を維持する
事業内容	3. 経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること ①ご用聞き運動による経済動向調査の実施 ②地域経済分析システム(R E S A S等)による経済動向調査の実施 3-2. 需要動向調査に関すること ①特産品開発支援 ②新商品・新サービス需要調査 (BtoC) ③展示会等需要調査 (BtoB) 4. 経営状況の分析に関すること 経営状況分析および分析成果の活用 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事業計画の策定支援 ③事業承継計画の策定支援 ④創業計画の策定支援 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①進捗管理 ②策定後のフォローアップ 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①街ゼミの開催 (BtoC) ②彩の国ビジネスアリーナの出展支援 (BtoB) ③ザ・ビジネスモールの登録推進および支援 (BtoB) ④販路拡大セミナーの開催およびフォローアップ (BtoC) (BtoB)
連絡先	行田商工会議所 中小企業相談所 〒361-0077 埼玉県行田市忍 2-1-8 T E L 048-556-4111 F A X 048-556-0059 e-mail info@gyoda-cci.or.jp 行田市 環境経済部 商工観光課 〒361-8601 埼玉県行田市本丸 2-5 T E L 048-556-1111 F A X 048-553-5063 e-mail syoko@city.gyoda.lg.jp

様式第3（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行田市の現状

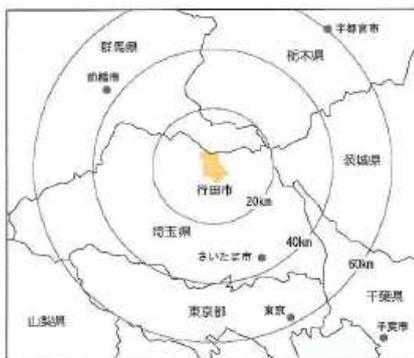
a. 位置及び沿革

行田市は、秩父連峰を望む関東平野の中ほど、埼玉県の北部に位置し、東京都心まで約 60 km の距離にある。市の北には利根川、南には荒川の大河川を抱え、その他多くの河川や水路が市内を縦横に流れる面積 67.4 km² のほぼ平坦な地形をしている。

市内には、国宝「金錯銘鉄剣」が出土した稲荷山古墳をはじめ、日本最大級の円墳である丸墓山古墳など 9 基の大型古墳が群集する特別史跡「埼玉古墳群」を有し、埼玉県名発祥の地として知られている。また、市内には悠久の眠りから目覚め開花した行田蓮など 42 種約 12 万株の蓮の花が咲く「古代蓮の里」、江戸時代の忍藩十万石の城下町を今に伝える「忍城址」のほか、かつての足袋産業の隆盛を物語る「足袋蔵」が日本遺産に認定されるなど、豊かな自然と歴史が息づくまちである。

交通面では、都心までを 1 時間程度で結ぶ J R 高崎線が市の南西部を、秩父鉄道が市の中央部を東西に走り、ともに市民の通勤・通学の足となっている。

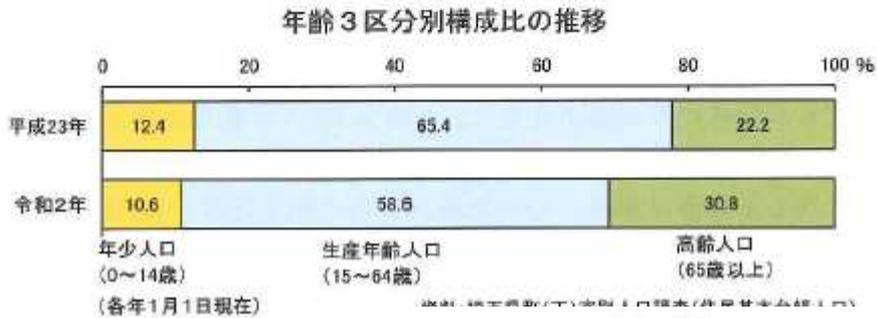
幹線道路は、国道 17 号及び国道 17 号熊谷バイパスが市内南西部を横断するとともに、国道 125 号が市内を東西に横断しており、首都圏及び隣接する都市と連絡している。また、高速交通網である東北自動車道、関越自動車道及び全線開通を控えた首都圏中央連絡自動車道の各インターチェンジへのアクセスも比較的良好であることから、広域的な交通利便性にも富んでいる。



b. 人口

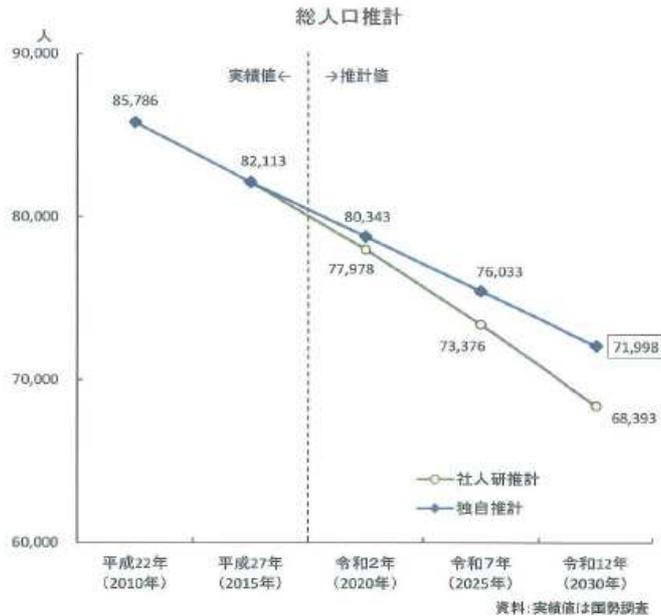
平成12年をピークに減少が続いており、令和2年1月1日現在で、80,916人となっている。

ここ10年間にける年齢構成の推移を見ると、平成23年は年少人口（0～14歳）が12.4%、高齢者人口（65歳以上）が22.2%だったものが、令和2年には年少人口が10.6%に減少する一方、高齢者人口は30.8%と増加しており、少子・高齢化が進行している。生産年齢人口（15～64歳）についても、総人口の減少とともに、65.4%から58.6%へと減少している。



将来人口は、国立社会保障人口問題研究所（以下、社人研）の最新の推計では、行田市の令和12年の人口は、直近の国勢調査である平成27年と比較して約83.3%の68,393人になると推測されている。

なお、行田市独自の推計では、様々な施策を推進することにより、人口減少の割合を緩和し、令和12年に72,000人の人口を維持することを目指す。



c. 観光

行田市は古墳時代～戦国時代～近代まで、歴史を感じることでできる観光資源が多数ある。

・足袋及び足袋蔵（日本遺産）

日本一の足袋生産地として知られ、足袋産業全盛期を偲ばせる足袋の倉庫「足袋蔵」が今も数多く残る“足袋のまち”であり、『和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田』として、2017年に日本遺産に認定されている。

行田市は、TVドラマ化された「陸王」（足袋屋がスポーツシューズを開発する話）の舞台で、ロケ地に使われた事もあり、観光客が訪れている。



・埼玉古墳群（国指定特別史跡）

埼玉県名発祥の地、行田市大字埼玉(さきたま)にあり、5世紀後半から7世紀はじめころまでに作られた9基の大型古墳が群集している。

令和2年に国の特別史跡に指定。

約30haの古墳公園内には、国宝「金錯銘鉄剣(きんさくめいてっけん)」などが展示されている「県立さきたま史跡の博物館」や、はにわ作り体験ができる「はにわの館」などがあり、古代のロマンを堪能できるスポットとして多くの人で賑わっている。



・忍城址

関東七名城の一つとされる忍城は、室町時代の文明年間(1469年～1486年)の初め頃に築城された。時は戦国時代の終わり、豊臣秀吉の関東平定に際して、石田三成らによる水攻めにも果敢に耐えたことから「浮き城」の別名が生まれたと伝えられている。

現在の忍城御三階櫓は、明治維新の際に取り壊されたものを再建したもので、最上階からは市内の景色が一望できる。

映画化もされた『のぼうの城』の城址である。



・古代蓮の里

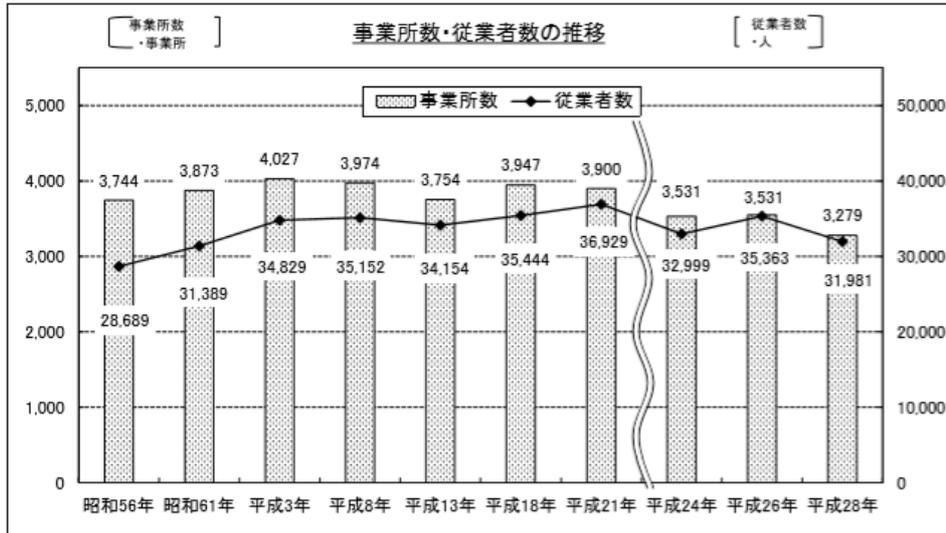
約1,400年から3,000年前のものとされる行田蓮(古代蓮)をはじめとする42種類、約12万株の蓮が植えられている。午前中に開く蓮の花は、6月中旬から8月上旬にかけて見頃を迎える。



d. 産業の動向

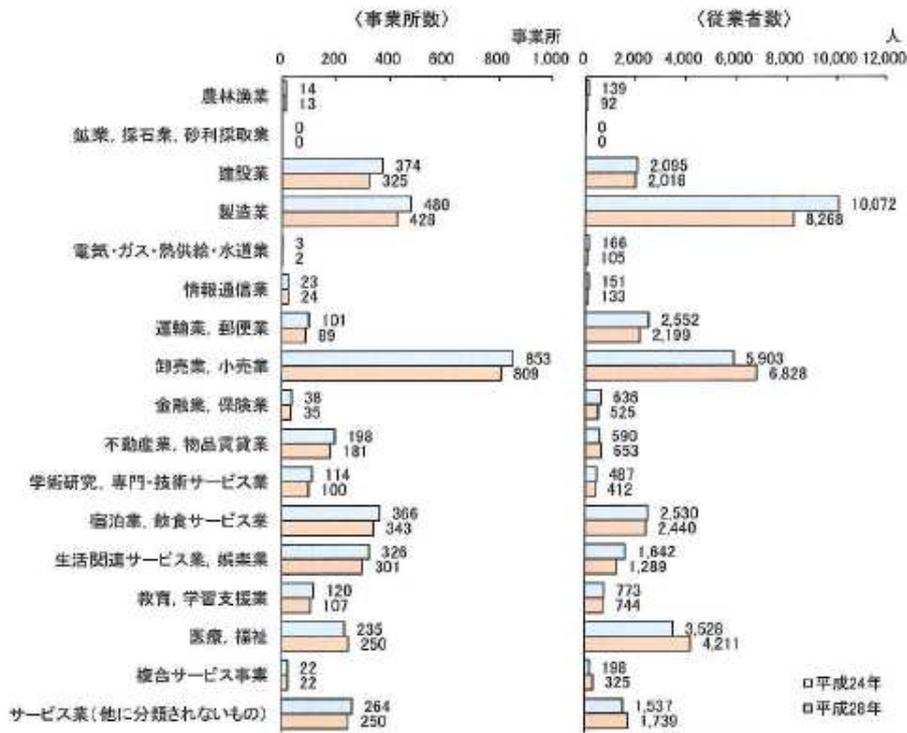
令和元年度統計ぎょうだ によると、産業別事業所数では「卸売業・小売業」「製造業」「宿泊業、飲食サービス業」「建設業」「生活関連サービス業、娯楽業」が上位を占めているが、いずれの業種も平成24年から平成28年にかけて減少している。

従業者数は、製造業が25.9%と最も多く、次いで「卸売業・小売業」「医療・福祉」「宿泊業、飲食サービス業」が上位を占めている。



※ 事業所・企業統計調査は平成18年をもって廃止され、経済センサスに統合。調査の対象は同様だが、調査手法が異なるため数値の差数が全て増加・減少を示すとは限らない。
また、単純な比較ができないことから、国は統計表の時系列比較を行っていない。

産業別事業所数・従業者数の推移



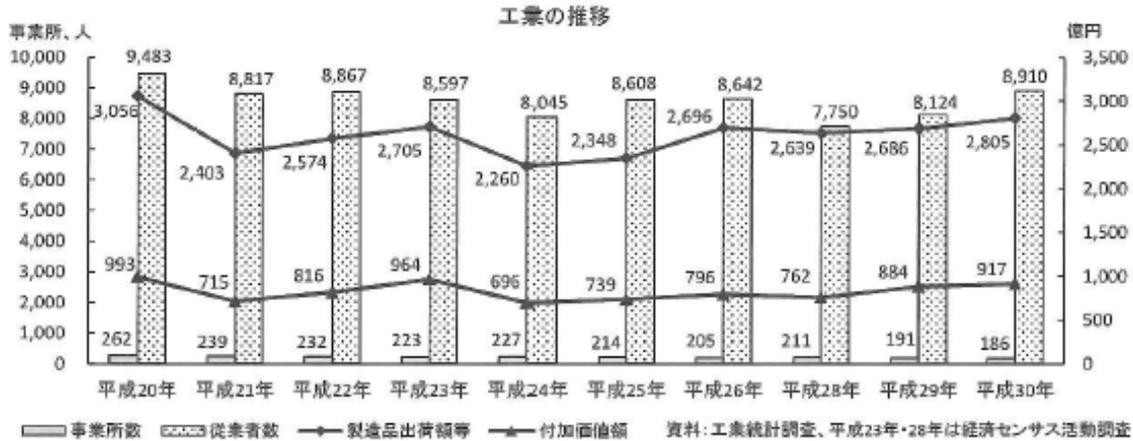
資料：経済センサス活動調査

e. 工業の概況

戦前より足袋・被服の生産地として栄えて来た繊維のまちである。昭和40年代より工業団地の整備が進み、現在3つの工業団地が集積している。

平成30年の市内の事業所数は186件で、製造品出荷額等は2,804億9,329万円、付加価値額は916億5,872万円となっている。

この10年間の推移は、事業所数は減少しているが、従業者数、製造品出荷額等、付加価値額は増減を繰り返しながらも横這いで推移している。



f. 商業の概況

平成19年に日本標準産業分類が改定されたことにより、それ以前の商業統計調査とのつながりを見ることができないため、平成24年及び28年の経済センサス活動調査と平成26年商業統計調査を用い推移を見る。

平成28年の事業所数は674件で、従業者数は4,814人、年間商品販売額は1,772億6,296万円となっている。

この5年間の推移は、事業所数は横這いだが、従業者数及び年間商品販売額は増加傾向である。

商業の推移 単位: 事業所、人、万円

	合計			卸売業			小売業		
	事業所数	従業者数	年間商品販売額	事業所数	従業者数	年間商品販売額	事業所数	従業者数	年間商品販売額
平成24年	680	4,361	12,153,800	174	1,140	8,837,600	506	3,221	5,316,200
平成26年	664	4,617	15,515,471	167	1,212	8,792,265	497	3,405	6,723,206
平成28年	674	4,814	17,726,296	170	1,358	10,697,671	504	3,456	7,028,625

資料: 平成26年は商業統計調査、平成24・28年は経済センサス

②行田市の課題

(ア) 人口減少、少子・高齢化への対応

人口減少と少子高齢化が進んでいる。主な要因としては、高齢化により死亡者数が増加していることに加え、出生者数が減少を続けていることが挙げられる。

また、令和2年における埼玉県の15歳未満年少人口を比較すると、埼玉県は12.19%に対して、行田市は10.64%と低い。65歳以上高齢人口を比較すると、埼玉県は26.19%に対して、行田市は30.76%と高い。このことより、埼玉県全体よりも、少子・高齢化の進行が著しく、市の活力減少につながっている。

社会動態では、転出者数が転入者数を上回る社会減となっており、なかでも10歳代後半から20歳代の若年層の転出が目立つが、一方で近年は30歳代の転入が増加しており、社会減の幅は緩やかになりつつある。

人口流出の抑制と流入促進に向けて、子育て支援の充実などの人口減少対策に取り組むとともに、将来人口推計に基づき、将来人口フレームに沿ったまちづくりの施策を、計画の中へ位置付けていく必要がある。

埼玉県及び行田市の年齢（3区分）別人口の比較

		全体人口	15歳未満 年少人口	年少人口対 全体人口比率	15～64歳 生産年齢人口	生産年齢人口対 全体人口比率	65歳以上 老年人口	老年人口対 全体人口比率
埼玉県	平成23年	7,263,549	975,318	13.43%	4,835,874	66.58%	1,452,357	20.00%
	令和2年	7,389,961	900,976	12.19%	4,553,252	61.61%	1,935,733	26.19%
	平成2年と比較	126,412	-74,342	-1.24%	-282,622	-4.96%	483,376	6.20%
	平成2年と比較 (比率)	1.74%	-7.62%		-5.84%		33.28%	
行田市	平成23年	87,297	1,0842	12.42%	57,117	65.43%	19,338	22.15%
	令和2年	80,916	8,613	10.64%	47,410	58.59%	24,893	30.76%
	平成2年と比較	-6,381	-2,229	-1.78%	-9,707	-6.84%	5,555	8.61%
	平成2年と比較 (比率)	-7.31%	-20.56%		-16.99%		28.73%	

(イ) 観光まちづくりの推進

豊かな観光資源に恵まれているものの、市内に点在しているため、観光客の回遊性が高くない。継続的に観光客を呼び込むためには、観光地としてのブランド価値を高める必要があり、官民一体で観光まちづくりを戦略的に推進する組織を設立する。そして、効果的・効率的に観光振興を図る。

(ウ) 既存企業の育成と活性化促進

中小企業にとって厳しい経済情勢が続くなか、既存の企業が操業しやすい環境整備や、企業活動への継続した支援が求められている。

(エ) 意欲ある商業活動への支援

市内へのスーパーやドラッグストア等の出店、近隣市への大型ショッピングモール出店により、買い物に関する市民の選択肢が多様化する一方で、商店街においては集客力低下や売上減少が著しい。さらに、経営者の高齢化や後継者不足なども見られる。

中心市街地における賑わいの創出に向けて、空き店舗の活用による起業支援等に取り組んでいる。今後も関連団体との連携により、魅力ある商店街の形成に向けて、個々の店舗の自助努力を促すとともに、意欲ある人材の育成に取り組んでいく必要がある。

(オ) 市内事業所数減少への対応

人口減少に伴い、小規模事業者数も減少傾向である。他に、事業者の高齢化による廃業も考えられる。令和1年12月1日現在の当所会員の内、年齢が把握できる代表者1,453件のうち、65歳以上の代表者629件であり、43.3%が高齢者である。このことは、高齢化により廃業を余儀なくされる事業者が増え、小規模事業者数が減少することが推測される。そこで、事業者数及び従業者数の増加を図るため、創業支援と事業承継支援を行い、地域経済を活性化させる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

行田市の人口は、社人研の推計によると、平成27年と令和12年の人口と比較して、13,720人減少。約83.3%の68,393人と推計される。人口の減少に伴い、小規模事業者数の減少が懸念される。

行田市内の経済的な活力の維持には、創業者の増加や、円滑な事業承継による小規模事業者の廃業防止が必要である。また、経済環境の変化に対して、小規模事業者自らが考え、対応できる力を身につけることも必要である。

当所としては、小規模事業者数の維持増加を目指し、事業承継支援や創業支援を行っていく。また、小規模事業者の自助努力への支援を行い、行田市内の経済活性化に寄与していく。

②第6次行田市総合振興計画（2021年度～2030年度）との連動性、整合性

行田市では、高齢者人口の増加、及び人口の減少が推計されている。小規模事業者においては、事業主の高齢化による廃業等の課題を抱えている。

なお、行田市は、「古代から未来へ 夢をつなぐまち ぎょうだ」を将来像とした、第5次総合振興計画（2011年度～2020年度）を策定している。そして、今年度で第5次総合振興計画が終了する。そして、現在計画中の第6次行田市総合振興計画（素案）に基づき経営発達支援計画を作成している。

この間、人口減少や少子高齢化の急速な進行に加えて、東京への一極集中、経済のグローバル化の進展、地球規模の環境変化、情報通信技術（ICT）の飛躍的な推進等、我が国、そして行田市を取り巻く環境が大きな変化を見せている。

このような状況の中、時代の変化に的確に対応するとともに、市民と行政が方向性を共有しながらまちづくりを進めていくための新たなまちづくりの指針として、「いにしえと未来を紡ぐ 誇れるまち ぎょうだ」の実現に向けた第6次行田市総合振興計画（2021年度～2030年度）を策定している。そこで、5つの基本目標を設定する。

目標1. いきいきと共に支え合うまち

市民が健やかで元気に暮らせるよう、福祉サービスの更なる充実を図り、いつまでも健康で生きがいのある生活を送ることができるまちを実現する。

目標2. 未来をひらく人材をはぐくむまち

安心して子どもを産み、育てられる環境を整えるとともに、時代を切り拓いていく人材を育てる。また、市民が生涯にわたり自らの能力を発揮できる環境づくりに取り組み、すべての市民がいきいきと暮らせるまちを実現する。

目標3. 安全で安心に暮らせるまち

災害時における危機管理機能の充実や、防犯、交通安全など生活の安全が確保され、市民が安全で安心に暮らせるまちを実現する。

目標4. 快適な住環境が確保されたまち

行田らしい景観づくりを進め、まちの魅力や価値を高めるとともに、快適に暮らせる住環境や便利に移動できる道路・交通ネットワークのあるまちを実現する。

目標5. 個性ある魅力を高めるまち

自然や歴史、文化などの地域資源を核に、訪れたいまちの賑わいの創出、地域産業の活性化など、市民、事業者、関係機関とともに、魅力あるまちを実現する。

- ・地域の魅力にあふれたまち
- ・地域産業が盛んなまち

商工業分野に該当する目標を具現化する、目標5の施策は以下の通り

目標5. 個性ある魅力を高めるまち

政策1. 地域の魅力にあふれたまち

観光客の満足度の向上を図るため、観光資源の磨き上げを行うとともに、情報発信力を強化し、来訪者の増加につなげる。また、施策の推進にあたっては、官民が連携した推進体制を構築し、地域が一体となって街の賑わい創出を目指す。

- 施策分野 1) 観光まちづくりの推進
2) 意欲ある商業活動への支援

政策2. 地域産業が盛んなまち

既存の企業が今後も市内で円滑に事業活動が行えるよう、経営安定化の支援に努めるとともに、地場産業の育成、支援体制の強化を図る。また、企業誘致活動や創業支援などの雇用促進と就労支援に取り組む。

- 施策分野 1) 既存企業の育成と活性化促進
2) 企業誘致活動の推進と雇用・就労環境の整備

当所では、従来から「地場産業の支援」「地域特性を活かした商品開発の支援」「経営力強化の支援」を行っている。経営発達支援計画では、「事業計画策定支援及び計画実施支援」、「特産品開発支援や販路開拓支援」を行う計画をしており、行田市総合振興計画の施策分野である「意欲ある商業活動への支援」「既存企業の育成と活性化促進」と連動している。また、行田市商工観光課と適宜打ち合わせを行い、各種施策の情報交換や状況報告、事業のすり合わせを行い、現在作成中の行田市総合振興計画との整合性を図る。

③行田商工会議所の役割

地域での産業支援の中心的な立場と組織率の高さや、支援機関とのネットワークを生かして、当地域の総合経済団体として、行政への意見要望や巡回・窓口相談等の持続的なサポートを通して、行政の実施する各種支援策の普及活動や事業所ごとの課題解決を行っている。地域企業の生の声を行政に届け、地域経済の活力向上に資する施策の立案・実施を要望している。これにより、地域経済の中心的な支援機関としての責務を果たし、ひいては地域経済の活性化に資することが使命であると考えている。

また、多岐にわたる経営課題の解決に向け、「政策提言」《みんなの力》、「中小企業の活力強化」《稼ぐ力》、「地域の活性化」《まちの力》を柱に事業として展開し、「GDP4,000億円」「住んで良し、訪れて良しのまち行田！！」「楽しく、豊か、ワイガヤのまち行田！！」「会員ファースト 地域ファースト」のスローガンの基、活動を行っている。

(3) 経営発達支援事業の目標

長期的な振興の在り方、地域の現状と課題を踏まえ、次の通り目標を定める。

- ①事業計画に基づいた小規模事業者の経営支援を強化し、自ら考え行動する小規模事業者を育成する
- ②観光資源を活用した特産品開発や販路開拓支援を強化し、小規模事業者の付加価値向上を図る
- ③創業支援や事業承継支援により小規模事業者の減少を食い止め、事業継続を支援することで、地域の経済基盤を維持する

以上の目標を掲げ、小規模事業者の支援に取り組むことで、小規模事業者の経営基盤の安定と事業継続を実現させ、地域雇用の維持並びに地域経済の活性化に資することを地域への裨益目標とする。

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

①事業計画に基づいた小規模事業者の経営支援を強化し、自ら考え行動する小規模事業者を育成する

自社の現状把握（強み・弱み）を行うための経営分析及び分析結果に沿った事業計画策定と実施、フォローアップを伴走支援により徹底して支援することで、小規模事業者に自社の経営の現状を知ってもらい、今後どうすればよいかの気づきを与え、自ら考え行動する小規模事業者を多く育成する。

②観光資源を活用した特産品開発や販路開拓支援を強化し、小規模事業者の付加価値向上を図る

「(一社) 行田おもてなし観光局」が主体となり官民一体で観光まちづくりの推進に取り組む中で、業種・職種の枠を超えた多種多様な小規模事業者のアイデアを集結し、市の観光資源を最大限活用した特産品開発や販路開拓を各種調査やセミナー、展示会出展等を通じて支援することで、これに関わる小規模事業者の付加価値向上を図り、売上を増やす。また、地域をあげて観光地としてのブランド価値を高め、観光事業の産業化に取り組む。

③創業支援や事業承継支援により小規模事業者の減少を食い止め、事業継続を支援することで、地域の経済基盤を維持する

行田市での創業者を増やすために、創業希望者を対象に「創業塾」を開設し、創業計画書作成を支援するとともに、創業後間もない事業者に対しては、事業がうまく軌道に乗るようマーケティング支援等を積極的に行うなど、創業から3年間を目途に事業継続のためのフォローを行う。

また、経営者の高齢化や後継者不足を理由とした廃業により、小規模事業者が減少するのを防ぐため、事業者のニーズを的確に把握しつつ、専門家とも連携しながら計画策定を行うとともに、事業承継・後継者育成セミナー開催やマッチングの推進等を行うことで、円滑な事業承継を支援する。

3. 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状としては、毎年行うご用聞き運動で調査を行い、会報にて結果を報告しているものの、小規模事業者が活用するまでに至らなかった。

課題としては、小規模事業者が活用できるデータとする事である。なお、環境変化の激しい近年においては、外部環境要因も重要になってくるので、ビックデータも用いる。

(2) 目標

	現行	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
①公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① ご用聞き運動による経済動向調査の実施

ご用聞き運動として、経営指導員が管内事業所を訪問し、景況感や需要動向、経営課題について聞き取り調査を行っており、結果を会報にて掲載している。これをさらに深掘りして、業種別、項目別にまとめ、地域の経済動向をより詳しく分析し、事業計画作成支援の際の基礎データとして活用する。また、65歳以上の事業主に状況を確認し、事業承継支援につながる情報も聞き取る。

調査対象	管内事業所 150 事業所
実施回数	年間 1 回 (10～12 月実施)
調査項目	売上増減、利益率増減、資金繰り状況、業界の動向、事業承継状況
調査手法	経営指導員による巡回訪問 及び 窓口相談時に聞き取り。
分析手法	業種別、項目別に集計、経営指導員が分析する。

② 地域経済分析システム (RESAS 等) による経済動向調査の実施

地域の経済動向を把握するデータとして、RESAS 等を活用する。

調査項目	行田市内の人口増減、地域間流動、観光、産業
情報収集方法	RESAS データ分析支援機能を使用
実施期間	令和 3 年度～令和 7 年度 年間 1 回
分析方法	担当経営指導員が集計を行い、経営指導員で集計結果を分析する。

(4) 成果の活用

会報、HP に掲載し、広く管内事業所に周知する。経営計画作成支援時の外部環境分析で活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状としては、行田市と行田商工会議所が連携して、観光地としてのブランド価値を高めるために、特産品開発の支援を行っており、新商品開発セミナー、専門家による開発までの個別支援、パッケージ開発等の支援を行っている。しかしながら、開発したものが観光地としてのブランド価値を高めるまでに至っていない。また、開発後のフォローを行っていない。その他、小規模事業者がアンケートを活用した商品開発を行っていない。

課題としては、特産品や新商品等の開発のさらなる支援と、フォローアップである。

(2) 目標

	現行	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
① 特産品開発等の調査対象事業者数	2 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
② 新商品・新サービス需要調査対象事業者数	—	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
③ 展示会等需要調査対象事業者数	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

(3) 事業内容

① 特産品開発支援

特産品等新商品を開発するため、管内飲食店や小売店等において、行田市にちなんだ商品を開発する。具体的には「古代蓮の里売店」「ぶらっとぎょうだ」において、試食やサンプルを配布して来場者アンケートを実施し、調査結果を分析したうえで、当該 5 店にフィードバックすることで、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

対象事業者	特産品を開発したい事業者
サンプル数	来店者50人
調査手段	「古代蓮の里売店」「ぶらっとぎょうだ」の来場者が増加する6月に、来場客に試食やサンプルを手にとってもらい、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。
分析手法	外部専門家の意見も聞きつつ、経営指導員等が分析を行う
調査項目	顧客属性（性別、年齢、居住地域、来店動機等） 商品自体（味、甘さ、硬さ、色、大きさ、価格、見た目、パッケージ等）
活用方法	アンケート結果を経営指導員が分析し、事業者に対してフィードバックして、商品の改良・開発等の面で、事業者に新たな気づきを与える

②新商品・新サービス需要調査（BtoC）

一般消費者の需要動向を知り、新商品・サービスを開発及び向上を図る。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

対象事業者	新商品サービス開発を行いたい事業者、事業拡大に意欲的な事業者等
サンプル数	来店者30人
調査手段	来店者に新商品サービスを提供し、事業者が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する
分析手法	外部専門家の意見も聞きつつ、経営指導員等が分析を行う
調査項目	顧客属性（性別、年齢、居住地域、来店動機等） 商品属性（興味のある商品、自社商品改良点、価格設定、要望等自由記述）
活用方法	アンケート結果を経営指導員が分析し、事業者に対してフィードバックして、商品の改良・開発等の面で、事業者に新たな気づきを与える

③展示会等需要調査（BtoB）

事業者の需要動向を知り、商品・サービスの向上を図る。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

対象事業者	新たな需要開拓に前向きな事業者
サンプル数	来場者10事業者
調査内容	新製品開発に関する事、製品の改良に関する事、自社にお願いしたい事等
調査項目	品質、納期、価格、機能、デザイン
調査対象者	展示会にきたバイヤー、取引先企業
活用方法	アンケート結果を経営指導員が分析し、事業者に対してフィードバックして、製品の改良・開発等の面で、事業者に新たな気づきを与える

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状としては、補助金申請書作成の際に、経営分析が必要となるので、補助金申請を希望した事業所に対して、各経営指導員が「事業所概要」「強み」「弱み」「課題」「解決策」等をヒアリングし、分析している。また、分析を経営指導員が行っているため、事業所自らが行っていない。なお、経営指導員が分析する際の数値分析項目を設定しておらず、比較分析等をしていない。

課題としては、経営指導員全員が行う数値分析項目と、比較分析する際の指標の設定である。また、事業所自らが経営分析できるように支援していく。そして、補助金申請を希望している事業所のみで留まっているので、経営分析の必要性を事業所に周知し、多くの事業所が経営分析に興味を示すようにしていく。

(2) 目標

経営状況分析件数延べ200件

継続的に支援を行うため、事業者自らが経営分析できるようになった支援先の洗い替えを、令和4年度より、1年毎に20件ずつ行う。

※1年間 1指導員10件（令和4年度以降は新規支援先5件 + 継続支援先5件）×4指導員

	現行	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
分析件数	20件	40件	40件	40件	40件	40件

(3) 事業内容

分析項目を統一するため、独自で「ヒアリング項目」「数値項目」を入力するシート（経営分析シート）を作成し、経営指導員打ち合わせの際に、全員で分析していく。

対象者	意欲的に販路拡大を図ろうとしている小規模事業者 ※管内の小規模事業者の多くは、従業員0~2人名、決算書は損益計算書のみであるので、主にその層で意欲のある者を対象とする
ヒアリング項目	・会社の経歴、社長の経歴 ・立地場所、営業時間、休曜日、座席数、従業員数 ・事業内容、商品サービス内容 ・平均客単価 ・既存客数 ・商圏 ・強み ・弱み ・顧客ニーズ ・市場動向、市場規模 経営方針、目標、今後のプラン
数値項目	・売上高 ・売上原価 ・総利益 ・人件費 ・経費 ・借入金 ※対象者は損益計算書のみを想定するので、貸借対照表の項目はほぼ使用しない
分析手法	・SWOT分析 ・損益分岐点分析 ・業界比較 ・資金繰り表
その他	事業所自身が自ら分析できる経営分析シートを作成し、使い方を教える。 経営分析シートの内容 ・SWOT分析「どのような現状なのかを知る」 ・損益分岐点分析「どれだけ売り上げれば、儲けがでるのかを知る」 ・資金繰り表「お金がいつ必要になるのかを知る」 ※あくまでも将来、小規模事業者自らが作成して活用できるように目指すので、経営分析シートの内容は、必要最低限のものとする。それ以上の経営分析を求める事業者については、経営指導員が支援して作成する。

※法人においては、貸借対照表があり、数値項目が異なる。しかしながら、多くの事業所が決算に関して税理士に任せきりになっているのが現状である。そこで、まず決算書の項目についての理解ができるように個別に支援していく。その後、前述以外の数値項目（安全性分析等）は必要に応じて支援していく。

(4) 分析成果の活用

分析により問題点、課題を抽出し、解決するための支援策を検討する。分析結果を事業所にフィードバックし、現状を認識してもらうことで、今後の主体的な行動につなげるためのきっかけづくりとして活用する。

事業所自身が分析できるようになることで、迅速に資金繰りや売上確保のための行動をとることができる。

また、分析結果をもとに、事業計画策定の支援につなげていく。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状としては、各種補助金申請書、経営革新計画、経営力向上計画、先端設備等導入計画等の計画書作成支援を行っている。また、補助金申請書作成セミナーを経営指導員が行っている。その他、事

業承継支援や創業支援の際の計画書作成支援も行っている。なお、計画書作成支援では各経営指導員により、計画の実行可能性と、その計画の評価基準の設定に差がある。小規模事業者においては、自ら計画が作成できない事業者も多数いる。

課題としては、経営指導員の実行可能性の高い計画書支援、及び評価基準の設定方法である。また、小規模事業者自身が、事業計画書作成を通して、将来を考えるきっかけを与えることである。

(2) 支援に対する考え方

事業拡大に意欲的な小規模事業者に対して支援する。そして、自らが、計画を作成及び実行できるよう支援を行う。

目標値としては、経営分析した事業者と、事業計画策定セミナーの参加事業者の計画策定支援をしていく。また、事業承継計画や創業計画については、現行よりも支援していくため、増加を見込む。

(3) 目標

	現行	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
事業計画策定件数	30件	33件	37件	40件	40件	40件
(内訳)						
補助金等における事業計画	20	21	23	23	23	23
事業承継計画	2	2	2	3	3	3
創業計画	7	8	9	10	10	10
経営力向上計画及び先端設備等導入計画	1	2	3	4	4	4

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

対象者	事業拡大に意欲的な事業者、経営分析を行った事業者、創業間もない事業者、売上が減少している事業者 等
開催数	1年回に2回
参加者数	20名程度
募集方法	当所会報、ホームページ、巡回
内容	・事業計画書とは何か ・現状分析の方法 ・分析後の行動 事業計画を自ら作成することで、自社の将来を考えるきっかけとなるよう、気づきを与えるセミナー内容とする。 ※補助金申請を目的とした内容とならないように注意する。
その他	事業者自らが使える計画書フォーマットを作成、支援する。

②事業計画の策定支援

対象者	事業計画策定セミナー参加者、経営分析を行った事業者 他
内容	セミナーで作成した計画書をブラッシュアップし、より具体的で実行可能な計画にするための支援を行う。 また、評価基準の設定も行う。
方法	事業者毎に経営指導員がつき、場合によっては中小企業診断士等の専門家の協力も得ながら、計画を策定していく。

③事業承継計画の策定支援

対象者	事業承継を考えてる小規模事業者、今後の収益が見込めるものの廃業を考えてる小規模事業者 他
内容	経済産業省が発行している事業承継ガイドラインに基づき、「現状把握」「承継方法、後継者確定」「事業承継計画作成」に関する支援を行う また、後継者育成やマッチングも支援も行う。
方法	事業者毎に経営指導員がつき、「事業引継ぎ支援センター」と連携を図りながら、計画策定支援および、実行支援を行う。

④創業計画の策定支援

対象者	行田市内で創業を考えている方
内容	中小企業整備基盤機構が発行している創業サポートブックに基づき、「創業理由ややりたい事等のヒアリング」「創業内容の具体化」を行い、「創業計画書」に関する支援を行う。
方法	事業者毎に経営指導員がつき、場合によっては中小企業診断士等の専門家の協力も得ながら、計画を策定していく。

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

現状としては、事業計画策定支援は行っていたものの、進捗管理や策定後のフォローアップは出来ておらず、相談があった場合のみ対応している。

課題としては、担当経営指導員が進捗管理を行い、進捗度合いにあわせたフォローアップを行うことである。

(2) 支援に対する考え方

事業計画の進捗状況等により、集中的に支援する事業者と、集中的に支援しなくても支障の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。

(3) 目標

経営指導員がヒアリングを行う。

各年度の対象事業者数は、経営指導員4名×5社=20社

	現行	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
対象事業者	—	20社	20社	20社	20社	20社
回数	—	40回	40回	40回	40回	40回
売上増加事業者	—	8社	8社	8社	8社	8社
利益率2%以上増加の事業者数	—	4社	4社	4社	4社	4社

(4) 事業内容

①進捗管理

上期、下期の年に2度、計画と実行状況のヒアリングを行う。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。そこで、大幅なズレがあれば、原因を探り、対処方法を検討していく。また、計画に無理がある場合には、計画を修正していく。

②策定後のフォローアップ

計画を実行するにあたり、専門的な支援が必要であれば、中小企業診断士等の専門家等と連携を図

り、支援を行っていく。また、実行に向けて必要と思われる各種支援策の情報を提供する。

なお、創業計画策定後については、事業継続につなげていくために、「顧客獲得策」「商品、サービス、店舗設備、オペレーションの改善」「資金繰り」等のフォローアップを積極的に行う。

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

現状としては、新規客の獲得支援として、商業・サービス業で街ゼミを開催している。販路拡大セミナーにおいては、SNSセミナーを行っている。しかしながら、街ゼミ参加者事業者が同じ顔ぶれとなっている。そして、売上につながる成果があまり出ていなかった。また、販路拡大セミナーについては、セミナー後の支援を行っていなかった。また、工業では、各種展示会やザ・ビジネスモールの周知に留まっており、踏み込んだ支援を行っていなかった。

課題としては、街ゼミは参加店舗及び街ゼミ受講者数を増やすことである。販路開拓セミナーは、セミナー後の支援である。各種展示会は出展支援していることの周知、及びその後のフォローアップである。ザ・ビジネスモールは、事業および活用方法の更なる周知である。

(2) 支援に対する考え方

事業を周知して、活性化を図る。また、ビジネスアリーナの出展支援を行う。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、出展期間中は、陳列や接客などの支援を行う。

(3) 目標

内容		現行	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
① 街ゼミの開催	参加店舗数	21店舗	28店舗	28店舗	28店舗	28店舗	28店舗
	売上増加率	—	3%	3%	3%	3%	3%
② 彩の国ビジネスアリーナの出展支援	参加事業者数	—	3事業者	3事業者	3事業者	3事業者	3事業者
	成約件数	—	1件	1件	1件	1件	1件
③ ザ・ビジネスモールの登録推進	登録数	21社	4社	4社	4社	4社	4社
	成約件数	—	1社	1社	1社	1社	1社
④ 販路拡大セミナーの開催	開催数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
	参加事業者数	13社	20社	20社	20社	20社	20社
	売上増加率	—	3%	3%	3%	3%	3%

※③ザ・ビジネスモールの登録推進においては、現行での登録件数である。

(4) 事業内容

① 街ゼミの開催 (BtoC)

店主(事業主)が講師となり、一般消費者に対して、体験型の少人数のゼミナールを実施する。店

主と一般消費者とのコミュニケーションを通して、信頼関係を築き、お店のファンづくりを行う。そのきっかけを提供する。

支援事業者	一般消費者を対象としている小規模小売業者およびサービス業者 具体的には商店街の商店主
1 店舗あたりの参加者数	5 人
効果	街ゼミ参加事業者を一般消費者が知ることができ、新規客となる可能性がある。
売上につながる方法	一般消費者が興味湧くゼミナールの内容を、経営指導員が支援する。また、接客方法等の支援も行う。ゼミナール終了後、参加した一般消費者を来店してもらえようような仕組みづくりの支援も行う。
参加事業者集客方法	会報、HPで周知する。また、経営分析対象事業者や事業拡大に意欲的な事業者等に説明する。
一般消費者集客	行田市内の新聞折り込み、行田市内の小学校、公的機関、金融機関他、合計 25,000 部配布する。

②彩の国ビジネスアリーナの出展支援 (BtoB)

彩の国ビジネスアリーナとは、さいたまスーパーアリーナで毎年1月に年1回(2日間)開催される展示商談会。中小企業の受注確保・販路開拓、技術力向上等を目的とし、広域的な企業間ネットワーク形成による新たなビジネスチャンス創出の場を提供する。2020年1月の実績：出展小間数772小間・来場者数17,192人。各関係機関との連携の下、募集・開催されるこのイベントは、約600社の企業・団体が参加する国内最大級の開催規模を見込んでいる。

対象事業者	事業者を対象としている小規模製造業者、IT業者
支援内容	中小企業の受注確保・販路開拓、技術力向上等を目的とし、広域的な企業間ネットワーク形成による新たなビジネスチャンス創出の場を提供する展示商談会。小規模事業者がこの商談会に参加するには、出展料や準備等の負担が大きく、参加しづらい。そこで、行田商工会議所でブースを借り、共同で出展できるスペースを提供する。
効果	商談以外にも、様々なセミナーや懇談会などもあり、多くの事業者と交流することができる。また、展示する製品が少ない事業者でも出展できるようになるので、販路拡大の機会を設けることができる。
参加事業者集客方法	会報、HPで周知する。また、経営分析対象事業者や事業拡大に意欲的な事業者等に説明する。
出店後のフォロー	名刺交換した商談相手へのアプローチ支援(外部専門家によるアドバイス)等商談成立に向けた支援を行う。

③ザ・ビジネスモールの登録推進および支援 (BtoB)

大阪商工会議所が運営している日本全国の企業を応援する商取引支援サイトで、日本全国400超の商工会議所・商工会(登録団体)が会員事業所の経営支援を目的に共同で運営。商工会議所・商工会の会員企業同士のビジネスマッチングを促進する。

現在26万社が登録しており、本サイトに自社PRページがあるので、見てもらえるように、書き方を支援する。

対象事業者	インターネットが活用できる製造業者、建設業者、IT業者、小売業者、サービス業者等
支援内容	ザ・ビジネスモールを利用するには、登録する必要がある。プロフィール入力にあたり、自社の事がわかりやすく説明できるように見せ方の支援を行う。
効果	販路拡大につながり、売上拡大が図られる
登録後のフ	登録事業者に3か月毎に状況を確認する。何も起こらない場合には、プロフィー

フォロー	ルの見直しを行う。また、有料で簡易ホームページ作成もできるので、そちらも紹介していく。
------	---

④販路拡大セミナーの開催およびフォローアップ (BtoC) (BtoB)

対象事業者	事業拡大に意欲的な事業者
内容	(商業・サービス業) チラシ、POP、SNS、プレスリリース等 (工業) 営業手法、マーケティング等
効果	販路拡大につながり、売上拡大が図られる
フォローアップ	セミナー終了後、経営指導員が支援する。また、経営指導員が対応しきれない案件においては、埼玉県よろず支援拠点や中小企業診断士等専門家の協力を仰ぎながら、支援していく。

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

現状としては、3か月毎に、事業報告会を正副会頭会議後に行っている。また、経営発達支援計画においては、1年間に1度、行田市より評価を受けている。しかしながら、評価をフィードバックして、次の行動に生かされていない。

課題としては、評価をフィードバックする仕組みをつくる。

(2) 事業内容

①法定経営指導員による事業実施状況と達成度の検証

3か月毎に、事業報告会を正副会頭会議後に行う。

②成果の評価

以下を構成員とする評価委員会による評価を年1回行う。

外部有識者：中小企業診断士等の評価できる実力をもつもの

法定経営指導員：4名設置

行政：本計画を共同で作成する行田市環境経済部商工観光課の担当

③見直し案の作成・承認

評価委員会にて出された評価に基づき中小企業相談所にて見直し案を作成。見直し案については、行田商工会議所正副会頭会議にて決定承認される。

④事業の結果報告

事業の評価報告、翌年度の事業計画について、常議員会、通常議員総会で報告する。

⑤結果の公表

事業評価、翌年度の事業計画を行田商工会議所のHPで公表する。

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

現状としては、埼玉県商工会議所連合会が主催する研修を受講している。しかしながら、受講内容の要点を経営指導員等が他の経営指導員等へ共有していない。そして、経営指導員等間に得意分野があり、支援ノウハウを有しているが、他の職員に教えていない。また、経営指導員と、一般職員とで

経営支援の手法が異なる。

課題としては、「経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力向上に向けた取り組み」と「情報や支援ノウハウの共有」である。

(2) 事業内容

① 支援能力向上に向けた取り組み

まず、相談所個々人のスキルマップを作製し、各人の強み・弱みの把握を行う。その結果を基に次の育成計画を実行する。

①-1 OJTによる資質向上

外部専門家や、得意分野の支援を行う経営指導員に、一般職員等が帯同し、支援ノウハウを吸収する。そして、組織全体としての支援能力向上を図る。

対象者：経営指導員、経営指導補助員、その他補助業務を行う一般職員

①-2 OFFJTによる資質向上

経営指導員や一般職員が、経営分析、事業計画策定手法、販路開拓や商品開発、IT利活用等、経営支援力の向上が必要な知識を補充するためのセミナーを受講する。

対象者：経営指導員、経営指導補助員、その他補助業務を行う一般職員

② 情報や支援ノウハウの共有

②-1 経営支援会議の開催

各担当者の支援についての内容や進捗度等の報告を毎月1回開催する。それぞれの指導員のノウハウや知識を集約し、全体の支援力向上を図る。

参加者：経営指導員、経営指導補助員、その他補助業務を行う一般職員

②-2 研修等の共有

経営支援会議にて、研修（具体的には、経営分析、事業計画策定手法、販路開拓や商品開発、IT利活用等、経営支援力の向上が必要な知識を補充するための研修）参加者が講師となり、説明する。説明する者もアウトプットすることで、さらに学習することを狙う。また、相談所長会議等の内容についても同会議にて共有する。

また、研修資料を共有できるように研修フォルダを作成し、資料の共有も行う。

対象者：経営指導員、経営指導補助員、その他補助業務を行う一般職員

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

現状としては、利根地域管内における商工団体連絡会議（管内10商工団体）、地域連携会議（加須市商工会、羽生市商工会、南河原商工会）へ参加し、支援の現状や事務的の情報交換を行っている。

また、行田市内に所在する7金融機関と、3か月に1度、連携機関会議を開催し、行田市内の状況や、施策や事業承継等の勉強会、情報交換を行っている。

しかしながら、支援ノウハウの共有はできていない。

課題としては、支援ノウハウを共有するための仕組みづくりである。

(2) 事業内容

① 商工団体との支援ノウハウの共有

利根地域管内における商工団体連絡会議及び地域連絡会議で、支援ノウハウの共有を図るための情報交換や勉強会を、1年間に2回行う。具体的には、補助金申請や経営革新計画作成に関するノウハウ、事業承継や創業支援の事例を共有する。

②金融機関との情報の共有

市内の状況や、事業承継などの支援ノウハウ等を1年間に2回共有する。

地域経済の活性化に資する取組

11. 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

埼玉古墳群や忍城址、古代蓮の里に加えて、ギネス世界記録に認定された世界最大の田んぼアート、日本遺産に認定された足袋や足袋蔵など、魅力ある文化・歴史資源が数多く存在する。

しかしながら、これらの観光資源は市内に点在しているため、観光客の回遊性向上が課題となっている。また、来訪した観光客を、市内での食事やお土産購入などの消費行動にどのように繋げていくかも課題となっている。

継続的に観光客を呼び込むためには、観光地としてのブランド価値を高める必要があり、官民一体で観光まちづくりを戦略的に推進する組織を設立する。

課題としては、観光による地域経済活性化の取り組みを全体的かつ中長期的に推進する仕組みを作り、面としての活動を行う。また、観光名所と、食・体験・ガイド等を結びつける旅行商品を企画・造成・販売するための舵取りするための組織を作ることである。そして、行田市の観光に関わる団体や事業者が丸一となって事業推進を協力し、観光の産業化を目指すことである。

(2) 事業内容

①地域経済活性化の取り組みを全体的に推進する団体「(一社) 行田おもてなし観光局」の設立、運営への協力

行田市全体としての地域経済活性化を推進するため、「(一社) 行田おもてなし観光局」という行田市版DMOを設立する。

「(一社) 行田おもてなし観光局」は、地域経済活性化の取り組みを行う際、業界（行政、商工業事業者、金融機関、交通事業者、宿泊事業者、農業事業者、足袋事業者、観光まちづくり団体）の組織より輩出されたメンバーの意見を取り入れながら、事業を推進していく。この中で、商工業事業者の代表として、行田商工会議所が選ばれており、商工業事業者の声を反映させていく等、運営への協力を行う。

※DMOとは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のことである。

※「(一社) 行田おもてなし観光局」の活動内容

○マーケティング事業

行田市の観光動向を数値化し、市や市内事業者に提供・共有することで、観光まちづくりに活用をしていく。

○プロモーション事業

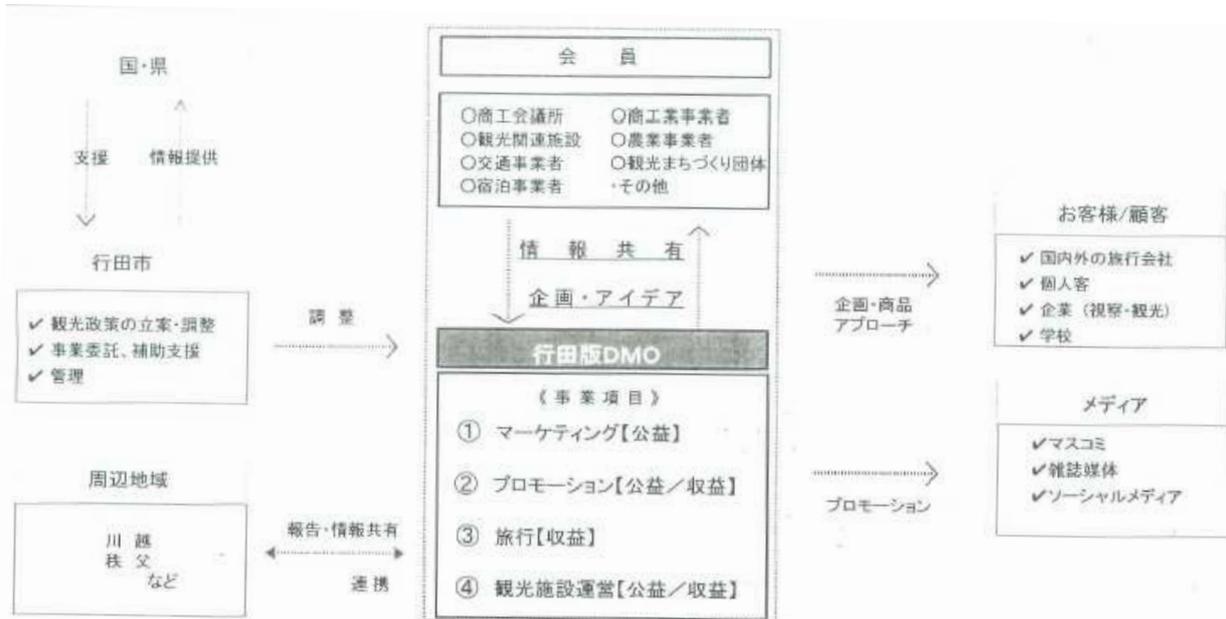
行田市の観光まちづくりの観点からのプロモーション及び市内行事等の支援や物販イベントへの参加を行い、市全体のブランドイメージを向上させる。

○旅行事業

市民や事業者との協働のもと地域資源を掘り起こし、旅行商品を造成し、新たな観光客を獲得していく。

○観光施設運営事業

行田市を訪れた観光客へのサービス向上を図る。



観光庁・経済産業省等の機関がDMO組織を支援

② 「(一社) 行田おもてなし観光局」運営会議への参画 (年6回)

当機構にて事業運営をするにあたり、行田市役所、行田商工会議所、商工業事業者、金融機関、交通事業者、宿泊事業者、農業事業者、足袋事業者、観光まちづくり団体などの関係者が一堂に参画する会議を、定期的に年6回開催する。

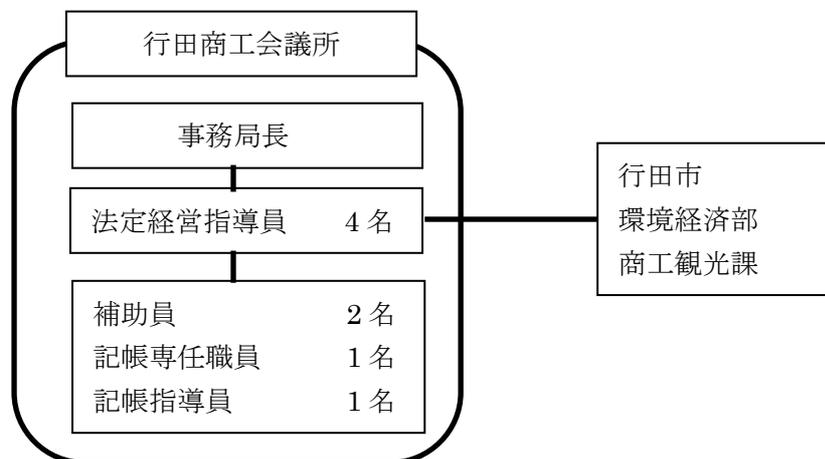
行田商工会議所は、商工業事業者の代表として、商工業事業者の声を反映させていくとともに、当団体への事業協力をしていく。

(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2年10月現在)

(1) 実施体制



行田商工会議所の事務局長の管理のもと、法定経営指導員と行田市の商工観光課が実施に向けて、協議を行う。協議において決定したことについては、法定経営指導員が中心となって実施する。

(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：坂田貴志、田口泰伸、福嶋正幸、吹譚秀和

■連絡先：行田商工会議所 〒361-0077 埼玉県行田市忍2-1-8

TEL 048-556-4111 FAX 048-556-0059

HP <http://www.gyoda-cci.or.jp> e-mail info@gyoda-cci.or.jp

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。

(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

〒361-0077 埼玉県行田市忍2-1-8

行田商工会議所 中小企業相談所

TEL 048-556-4111 FAX 048-556-0059

HP <http://www.gyoda-cci.or.jp> e-mail info@gyoda-cci.or.jp

②関係市町村

〒361-8601 埼玉県行田市本丸2-5

行田市 環境経済部 商工観光課

TEL 048-556-1111 FAX 048-553-5063

HP <http://www.city.gyoda.lg.jp> e-mail syoko@city.gyoda.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)

	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	63,930	63,930	63,930	63,930	63,930
中小企業相談所	56,590	56,590	56,590	56,590	56,590
商工振興費	7,340	7,340	7,340	7,340	7,340

(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、国補助金、県補助金、市補助金、事業収入等

(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。

