

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	東庄町商工会（法人番号 3040005013404） 東庄町（地方公共団体コード 123498）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 ビジネスプランの推進による小規模事業者の経営力向上 創業支援や事業承継支援による小規模事業者数の減少抑制 情報発信支援や展示会等への出展支援による新たな販路開拓
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること 現状では地域経済動向の情報収集のみで、情報の周知、提供が限定的となっている。その為、情報の分析、活用、周知方法等の抜本的な見直しが課題であり、地域経済の業種ごとの景況や動向等の調査・分析を年1回行い、ホームページや会報等で公表する。 2. 需要動向調査に関すること 現状では小規模事業者が各種補助金の申請時において、インターネットの情報サイト等を活用して商品や地域内外の需要動向調査を行っている。独自の消費者ニーズを把握するアンケート調査等を行っていないので、情報提供の内容が限定的となっている。消費者やバイヤー等のマーケットインの考え方に基づく情報提供が課題であり、今後は消費者ニーズの調査として町内イベントにてアンケートを実施し、特産品を活用した新商品を開発する。また各種統計データ等を活用し、売れ筋や市場動向等の情報提供を行い、調査結果は小規模事業者への伴走型支援に活用する。 3. 経営状況の分析に関すること 現状では定性分析（SWAT分析）が中心となっており、定量分析（財務分析）の視点が不足している。事業計画の着実な実施には数値に基づく経営の推進が不可欠であり、小規模事業者に「経営分析」の重要性を説明する。その中で対象事業者を掘り起こし、「ローカルベンチマーク」等を活用した経営分析を実施し、分析結果をデータベース化することで、事業計画策定等に活用する。 4. 事業計画の策定支援 現状の資金調達や補助金申請を目的とした限定的な事業計画策定支援から業績の

	向上や経営基盤の強化に繋がるような事業計画策定支援が必要である。その為、事業策定前の前段階において、D X推進セミナー（I Tツールの実演会、W e b サイト構築、クラウド型顧客管理ツール、S N S活用等）を開催して小規模事業者の競争力の維持や強化を図り、需要動向や経営分析を踏まえた事業計画の策定支援をする。 5. 事業計画策定後の実施支援 現状では事業計画策定後のフォローアップは金融支援や補助事業終了後の報告書類に限られており、策定した事業計画に従った経営改善や目標達成の支援が不十分となっている。今後は定期的な巡回訪問による事業計画の見直しや検証、新たな課題解決に向けた提案など、きめ細やかなフォローアップを実施する。また伴走型支援による事業計画の見直しだけでなく、高度な課題に対しては、専門家（中小企業診断士等）と連携することで策定した事業計画の実現性を高める。 6. 新たな需要の開拓支援 現状では地域内で開催されるイベント等への出展、また地域外で開催される物産展、商談会等の情報提供の支援が中心となっており、出展が一部の小規模事業者に偏っている。町内で開催されるイベントにおいて（B t o B）と（B t o C）を最大限に活用し、伴走型支援を行うことで、D X推進による新たな需要の開拓に向けた取り組みとしてS N S、E Cサイト、自社H Pの作成等のI T活用による情報発信（B t o C）をすることで新たな需要の開拓を支援する。
連絡先	東庄町商工会 〒289-0601 千葉県 香取郡東庄町 笹川い6 7 1 番地の3 TEL:0478-86-3600 FAX:0478-86-2236 e-mail:tounosho@sweet.ocn.ne.jp 東庄町 まちづくり課産業振興係 〒289-0692 千葉県 香取郡東庄町 笹川い4 7 1 3 番地1 3 1 TEL:0478-86-6075 FAX:0478-86-4051 e-mail:ma.sangyo@town.tohnosho.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

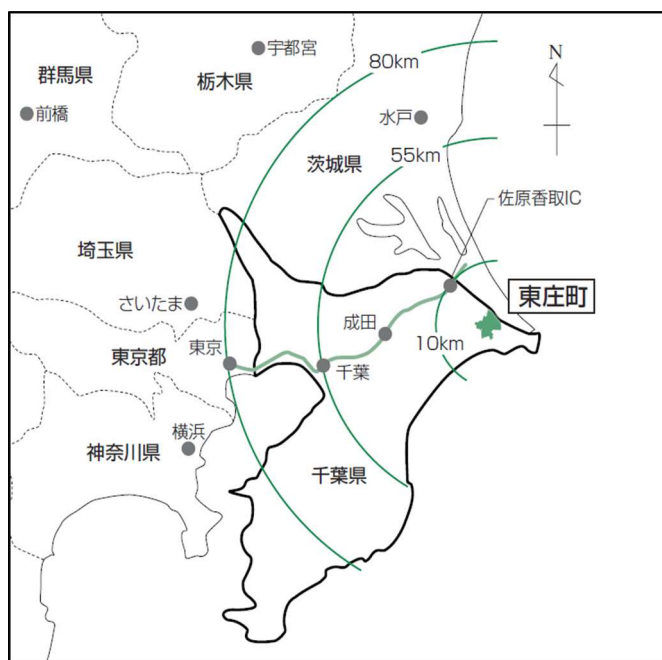
(1) 地域の現状と課題

① 現状

(ア) 立地

本町は、千葉県の北東部に位置し、東京都心からは約 80 km、千葉市からは約 55 km、成田市からは約 30 km の距離にある。東庄町商工会の管轄区域は本町全域であり、本町の面積は約 4.6 km² で、西側は香取市、南側は旭市、東側は銚子市、北側は利根川をはさみ、鹿島臨海工業地帯のある茨城県神栖市と接している。

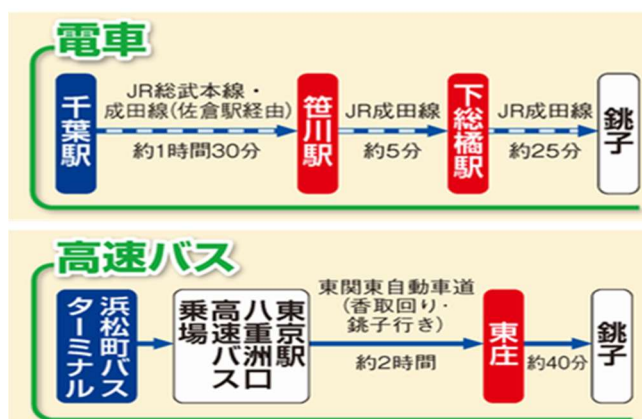
また東関東自動車道の佐原香取 I C からは 10 km 強の位置にあり、圏央道（首都圏中央連絡自動車道）の整備が進んでいるため、関東圏内の移動時間については今後さらに短縮されることが見込まれている。



(出典：東庄町公式ホームページ)

(イ) 交通網

本町の北部から北東部にかけて通る J R 東日本の成田線と国道 356 号線が、町内外を結ぶ大動脈となっている。県都千葉市の J R 千葉駅までは J R 笹川駅から普通電車を利用して約 1 時間 30 分で結ばれている。また、都内（東京駅八重洲口）までは高速バスを利用して約 2 時間で結ばれているとともに、自動車では国道 35



(出典：東庄町公式ホームページ)

6 号線から県道 253 号線を經由し、東関東自動車道の佐原香取 I C から高速

道路を利用して都内（東京駅八重洲口）まで約１時間３０分で結ばれているなど、長距離移動の利便性は比較的高い状況にある。さらに、町内各地区を循環する町内循環バス（外出支援バス：おでかけ号）が運行されており、町民の重要な交通機関として利便性の向上に貢献している。

（ウ）人口と世帯数の推移

本町の人口は、平成２４年４月に「15,174」人であったが、令和４年４月には「13,287」人と減少傾向となっている。一方で、世帯数は平成２４年４月に「4,858」世帯であったが、令和４年４月には「5,245」世帯と増加傾向にあり、核家族化が進行している状況が窺える。さらに、６５歳以上の高齢化率を見ると、平成２４年には２８．９％から令和４年には３９．５％まで上昇しており、当町においても全国的な傾向と同様に核家族化や少子高齢化の進展が窺える。

なお、本町は平成２９年４月から県内で７番目となる「過疎地域自立促進特別措置法」（旧法）に基づく過疎地域に指定されている。また、令和３年４月に「過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法」（新法）により、新たに過疎地域として指定を受けている。

項 目	H24. 4. 1	H27. 4. 1	H30. 4. 1	R3. 4. 1	R4. 4. 1
人 口(人)	15,174	14,754	14,206	13,580	13,287
世 帯 数(戸)	4,858	5,052	5,142	5,271	5,245
65 歳以上(人)	4,378	4,822	5,162	5,228	5,252
高齢化率(%)	28.9	32.7	36.3	38.5	39.5

（出典：東庄町公式ホームページ）

（エ）商工業者数と小規模事業者数の推移

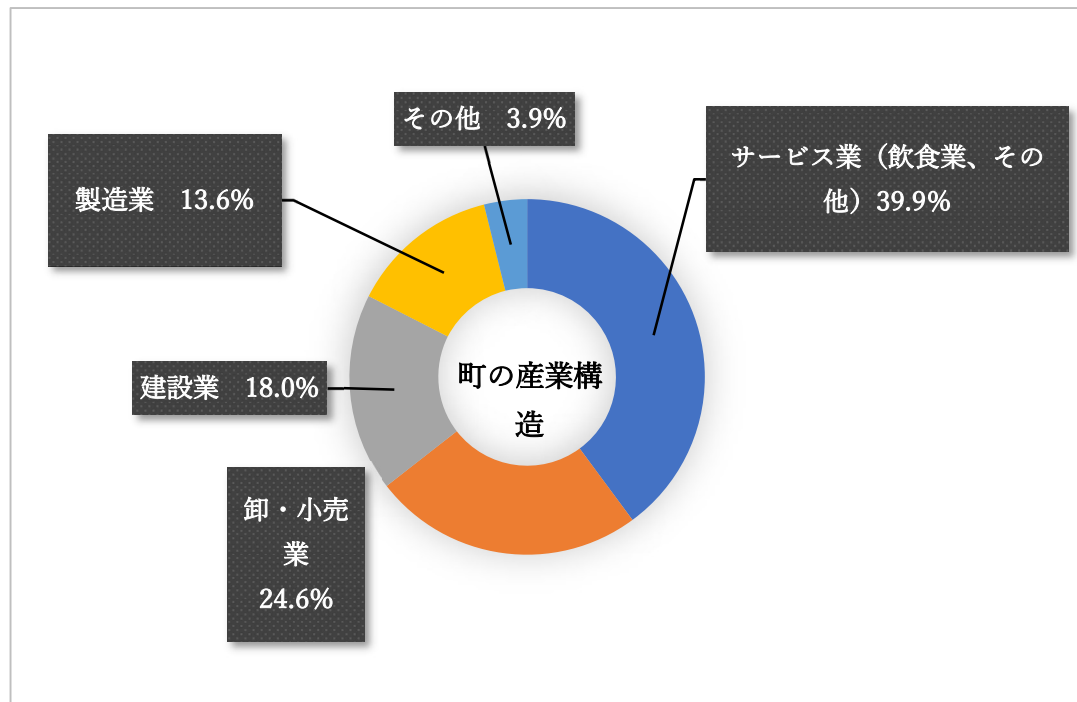
商工業者数は平成２４年以降、大幅に減少となっている。内訳を見ると、「製造業」は横ばいであるが、「建設業」「卸・小売業」「サービス業（飲食業）」「サービス業（その他）」、「その他」の業種は減少傾向にある。また、小規模事業者数も平成２６年以降、減少となっている。

業 種	H 2 4	H 2 6	H 2 8
建設業	1 0 5 者	1 0 4 者	9 4 者
製造業	7 2 者	6 9 者	7 1 者
卸・小売業	1 4 3 者	1 3 4 者	1 2 8 者
サービス業(飲食業)	4 7 者	4 2 者	4 3 者
サービス業(その他)	1 8 2 者	1 7 7 者	1 6 5 者
その他	2 3 者	2 2 者	2 0 者
商工業者数：合計	5 7 2 者	5 4 8 者	5 2 1 者
うち小規模事業者数	4 9 6 者	4 9 6 者	4 4 7 者

（出典：経済センサス）

(オ) 産業構造

平成28年の本町における商工業者構成比を見ると、「サービス業」が39.9%と最も高く、次いで「卸・小売業」が24.6%と続き、さらに「建設業」が18.0%、「製造業」が13.6%と続いており、第3次産業が中心の産業構造となっている。

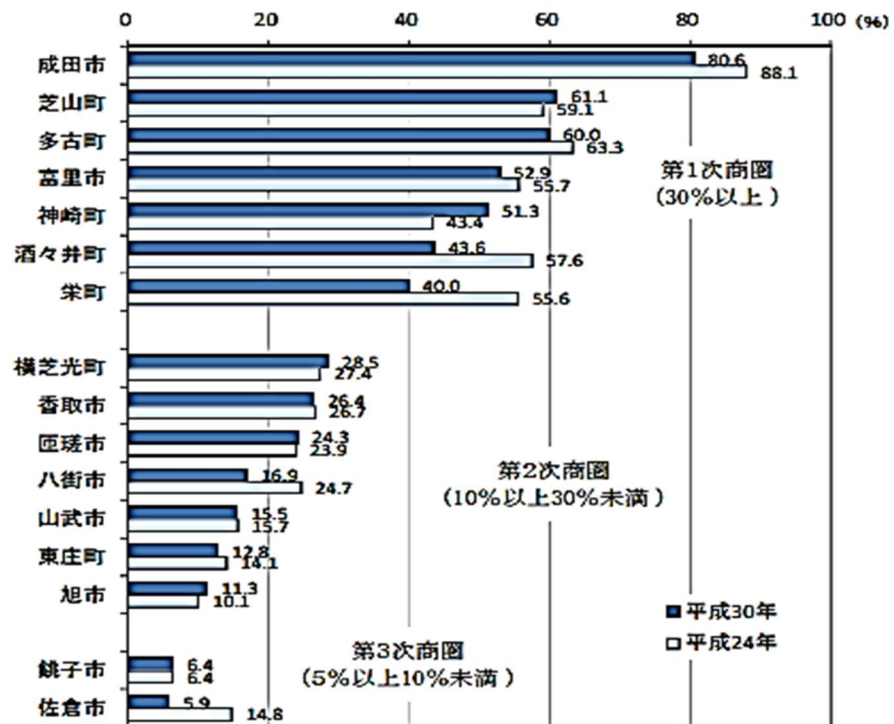


(出典：平成28年度経済センサス)

(カ) 商圈

平成30年の千葉県消費者購買動向調査によると、本町は成田商圈と銚子商圈の第2次商圈に属している。本町から成田商圈への消費流出は平成24年の14.1%から平成30年の12.8%へと減少傾向となっており、銚子商圈への消費流出も平成24年の16.1%から平成30年の14.5%へと減少傾向となっている。一方で、茨城県への消費流出は平成24年の16.9%から平成30年には21.5%と増加傾向となっている。成田商圈、銚子商圈及び茨城県への消費流出を合わせると約50%もの消費が町外へ流出している。

図表 4－2－3 成田商圏の吸引状況（市町村別）



図表 4－11－5 銚子商圏の市町村別吸引率・商圏人口・吸引人口

商圏 (基準吸引率)	平成30年					平成24年		
	市町村	市町村 吸引率	市町村 人口 (商圏人口)	吸引人口	前回調査からの 区分の変化	市町村	市町村 吸引率	今回調査での 区分の変化
第1次商圏 (30%以上)	計	1	63.6%	60,798	38,789	計	1	75.5%
	銚子市		63.6%	60,798	38,789	銚子市		75.5%
第2次商圏 (10%以上30%未満)	計	1	14.5%	13,609	1,970	計	2	14.5%
	東庄町		14.5%	13,609	1,970	東庄町		16.1%
第3次商圏 (5%以上10%未満)	計	1	8.9%	64,931	5,773	旭市		14.1%
	旭市		8.9%	64,931	5,773	旭市		14.1%
合計	3	33.4%	139,338	46,541	第2次から、	3	41.9%	第3次へ

図表 5－1－7 茨城県への流出状況の経年変化

在住 市町村	平成30年		平成24年		変化	
	流出率	流出人口 (人)	流出率	流出人口 (人)	流出率 (ポイント)	流出人口 (人)
東庄町	21.5%	2,926	16.9%	2,502	4.6	424
香取市	13.5%	10,074	9.4%	7,612	4.1	2,462
計	14.7%	13,000	10.6%	10,114	4.1	2,886

(出典：平成30年度千葉県消費者購買動向調査)

(キ) 業種別の景況感

定期的（四半期ごと）に行っている中小企業景況調査と経営指導員の巡回訪問や窓口相談等での聞き取りによる業種別の景況感は次のとおりである。

卸・小売業	食肉販売では、コロナ渦の影響により飲食店からの注文が減少しているが、スーパーからの注文が堅調である。一方で、衣料品や日用品・雑貨等の小売業では、成田商圏や隣接している茨城県神栖市等へ多くの消費が流出しているなど、景況感は厳しい。
サービス業	飲食・宿泊業では、団体・個人の宴会や宿泊のキャンセル、首都圏学生のサークル合宿の自粛、鹿嶋臨海工業地帯（茨城県）への出張需要の減少及びインバウンド停止等により需要が停滞している。 また、生活関連サービス業（理美容業やクリーニング業等）では、人口減少による需要の低迷や経営者の高齢化等から厳しい経営環境にあり、景況感は厳しい。また、運送業でも人手（運転手）不足や燃料費高騰による輸送コストの増加等から厳しい経営環境にある。一方で、介護関連サービス業では慢性的な人手不足感を抱えているものの景況感は安定している。
建設業	住宅建設関連事業者は、業界内での二極化が顕著となっている。住宅建設が中心の事業者では、木材をはじめとする建築資材や労働力不足に伴う人件費高騰等による建築コストの増加と人口減少に伴う需要の減少などから景況感は厳しい。一方で、リフォームが中心の事業者では、災害復旧関連等のリフォーム需要の増加により景況感は比較的安定している。 また、その他の建設事業者では、公共事業の減少や大手建設事業との競争等によって厳しい経営環境を強いられている。
製造業	袋物加工（財布・かばん）の製造業では受注の停滞や従業員の高齢化などによって事業規模の縮小を余儀されるなど、経営環境は厳しさを増しており、景況感は悪い。その他の製造業（金属部品やプラスチック加工業者等）では、需要回復の兆しはあるものの、需要停滞が高止まりしている。

(ク) 特産品

本町では養豚業が最も盛んであり、年間10万頭を処理する食肉センター（屠殺場）がある。銘柄豚が複数あり、都内の飲食店に納める事業者も多い。また袋物（財布・かばん）の製造加工も盛んで、有名ブランド品の製造加工を都内の問屋から発注される事業所も多く、バブル崩壊前までは、町民の多くが袋物の製造加工作業に携わっていた。その他、農産物としては、いちご（品種：アイベリー）、小かぶ（品種：ホワイトボール）、米、ねぎなどの生産も盛んである。



特産の革製品



特産のイチゴ

(ケ) 第6次東庄町総合計画

本町では、住民生活が将来にわたって持続可能なまちづくりを目的に、将来像を「躍動・連携・地域力 とうのしょう〜地域の宝を地域の力で次代へ〜」とし、平成29年度から令和8年度までの10年間を計画期間とする「第6次東庄町総合計画」を平成29年3月に策定している。本計画は、基本計画が前期基本計画と後期基本計画に分けられており、前期基本計画を平成29年度から令和3年度までとし、後期基本計画を令和4年度から令和8年度までとしている。また、基本計画で定めた諸施策を具体化するための計画として実施計画3年ごとに実施計画を定めることになっている。

商工・観光分野では基本方針として「経営改善に向けた情報提供の充実による商工観光業振興」、「農林漁商工連携による6次産業化の推進」及び「グリーンツーリズムの推進」等とし、この基本方針のもと「商工業の育成」や「観光客受入れ体制の整備」等を施策として掲げている。

なお、基本方針と施策の具体的な内容は次のとおりである。

基本方針

経営改善に向けた情報提供を充実するなど商工観光業振興に取り組めます。また、農林漁商工連携による6次産業化を推進することにより、地域資源を活用した産業振興を促進します。また、事業者だけでなく就業希望者への支援として情報提供を行うとともに、健全な雇用環境維持のため、制度や労働者の権利についての周知を推進します。交流人口の増進を図るために、着地型観光の推進や、通年誘客のためのイベントの検討などを通じて、本町ならではのグリーンツーリズムを推進します

施策

- 商工業の育成
- 雇用対策の推進
- 観光客受入れ体制の整備

主な取り組み

- 6次産業化やブランド化を通じた販路拡大への支援
→イチゴや豚など付加価値の高い農産物を6次産業化などさらなる付加価値向上に向けた展開などの推進
- 商工業事業者支援にかかる各種制度の周知・情報提供
→商工業者・商工会などが取り組む事業の支援や、国や県の推進する商工業支援の制度や事業についての周知
- 農林漁商工連携、6次産業化の促進
→農林漁商工連携のもと、一次産品の6次産業化を推進し、地域資源を活用した産業振興
- 買い物利便の総合的な確保
→本町で伝統的に営まれてきた製品加工業についての販売支援
- 就業支援情報の提供
→高齢者が暮らしやすい買い物利便の維持に努め、必要に応じ、町内循環バス「おでかけ号」のルート検討や商工関連施設の整備についての検討
- 若年層や高齢者の就業支援
→就業支援の制度や事業などについて情報提供を推進するとともに、求職中の若年層や今後増加する高齢者の就業支援
- 労働環境の改善の促進
→職場内での労働時間や労働環境の維持改善に向け、事業者・労働者双方に向けて、法律や制度の情報提供
- 地域資源を活用した観光振興
→観光協会などと連携しながら、町内の観光資源のPRを推進するとともに、観光拠点づくりの検討
- 6次産業化などの販路となる観光拠点づくりの検討
→観光農業の主力であるイチゴや、都市住民の体験交流の推進など、農業と連携した観光誘客
- スポーツ施設を活用した交流人口増進
→相撲場や弓道場など、伝統的かつ本町固有のスポーツ資源を活用し、合宿の誘致などによる交流人口増進

(出典：第6次東庄町総合計画)

② 課題

(ア) 卸・小売業の課題

- ・大型店との価格競争ではなく、個店の付加価値を見出す差別化が課題である。
- ・消費者の需要動向を捉えた商品やサービスを提供し、店舗の魅力向上に向けての取り組みが課題である。
- ・新たな需要の開拓に向けてキャッシュレスへの対応やネット通販等への取り組みが課題である。
- ・後継者の育成による円滑な事業承継への取り組みが課題である。

(イ) サービス業の課題

- ・これまで宿泊サービス業は団体の宴会及び宿泊需要が収益源であったが、コロナ禍で宴会そのものの需要の激減により、酒類の提供の有無に依存しないメニューの開発や飲食サービスの提供が急務であり、課題である。

- ・生活関連サービス業（理美容業、クリーニング業等）では、消費者の需要動向を捉えた新たなサービス提供への取り組みが課題である。
- ・新たな需要の開拓に向けてＳＮＳ等の活用による情報発信や後継者の育成が課題である。

（ウ）建設業の課題

- ・建設資材の高騰等や従業員の高齢化による人材不足などの経営環境の変化に対応し、適正利益の確保を可能とする経営の財務体質への転換が課題である。
- ・堅実な財務体質へ転換するために、数値管理に基づく経営を推進し、経営基盤の強化を図ることが課題である。
- ・住宅事情の変化に伴い在来工法住宅の需要は減少しており、新たな住宅工法への対応による新たな需要の開拓が課題である。
- ・後継者の育成による事業承継が課題である。

（エ）製造業の課題

- ・ＩＯＴを活用した先端設備の導入による生産プロセスの改善やデータ収集、活用による生産性向上が課題である。
- ・限定的な取引先からの脱却に向けてビジネスマッチング等による新たな需要の開拓が課題である。
- ・原材料価格の高騰や人材不足への対応、加工技術のベテラン熟練技術工から若手技術者への技術の伝承が課題である。
- ・後継者の育成による事業承継が課題である。

（オ）観光業の課題

- ・観光バス事業者は、インバウンド需要による成田空港を利用する海外からの観光客をターゲットに事業を展開してきたが、コロナ渦によって海外からの観光客が激減しており、国内旅行を中心とした新たなビジネスモデルへの転換や新分野への展開等が課題である。
- ・新たな需要の開拓に向けてＳＮＳ等の活用による情報発信が課題である

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① １０年程度の期間を見据えて

少子高齢化に伴うマーケットの縮小や地域外への消費流出、さらには生活様式の変化等による消費者ニーズの多様化や経営者の高齢化、デジタル化の進展など、小規模事業者を取り巻く経営環境は以前にも増して厳しい状況となっている。

こうした経営環境の変化を要因とした様々な経営課題に対しては、従来からの金融や税務等といった主に経営管理に関する基礎的な経営改善普及事業による支援だけでは対応できなくなっている。また、こうした経営環境の変化を要因とした廃業等によって小規模事業者数が減少傾向となっており、今後もこのような状況が続くものと予想されている。

以上を踏まえ、これらへの的確な対応に向けて、当地域における小規模事業者の今後１０年程度の期間を見据えた長期的な振興のあり方は、「ビジネスプランの推進による経営力の向上」や「新たな販路の開拓」等とし、具体的には下記のとおりとする。

(ア) 内部環境（強み・弱み）や外部環境（機会・脅威）等を把握し、それらを活用して導き出した方向性や改善策と経営実態等を踏まえて実現可能性の高いビジネスプランを策定し、これに基づく経営を推進することによって経営力を向上させ、小規模事業者の振興を図る。

(イ) 小規模事業者は地域活力の源泉となっている。経営環境の変化や後継者難による廃業等に伴い地域の小規模事業者数が減少傾向となっているため、創業・第二創業による新たなビジネスの創出や親族・第三者への事業承継に向けての支援を通じて小規模事業者数の減少を抑制し、地域活力を維持することによって小規模事業者の振興を図る。

(ウ) 地域資源等を活用して開発した商品や新たなサービス等を提供・発信する機会を増大させるため、情報発信支援や展示会等への出展支援に取り組み、これらを通じて新たな販路を開拓し、売上を増加させることによって小規模事業者の振興を図る。

② 第6次東庄町総合計画との連動性・整合性

第6次東庄町総合計画では、商工・観光分野において「経営改善に向けた商工観光業振興」や「農林漁商工連携による6次産業化の推進」等を施策の基本方針として掲げ、この方針のもと「地域資源を活用した産業振興」や「販売支援」等の各種施策に取り組んでいる。

商工会としても小規模事業者の今後10年程度の期間を見据えた長期的な振興のあり方（前記（2）の①）において「ビジネスプランに基づく経営の推進による経営力向上」や「地域資源等を活用した商品開発等による新たな販路の開拓」等を掲げており、第6次東庄町総合計画との連動性・整合性は図られている。

③ 商工会としての役割

当商工会では、小規模事業者の長期的な振興の方向性（前記（2）の①）で掲げた今後10年程度を見据えた長期的な振興のあり方と第6次東庄町総合計画との連動性・整合性（前期（2）の②）を踏まえ、従来から取り組んできた金融や税務等といった主に経営管理に関する経営改善支援に加えて、今後は小規模事業者が将来にわたって持続的に発展できるよう、個社支援を中心とした経営発達支援事業への取り組みが必要となっており、重要な役割となっている。

具体的には、消費者等の需要動向や経営分析の結果等を踏まえた事業計画の策定支援や新たな需要の開拓に向けた支援（販路開拓支援）などの取り組みを伴走型によって支援することが必要となっている。また、地域で唯一の総合経済団体として東庄町をはじめとする他の支援機関との連携強化を図り、地域経済の活性化に寄与するとともに、国・県・町等の中小・小規模事業者向け施策の普及と活用を推進することも必要となっており、重要な役割となっている。

（3）経営発達支援事業の目標

上記（1）及び（2）を踏まえ、小規模事業者に対する伴走型支援によってビジネスプランの推進による経営力の向上に取り組むとともに、地域資源等を活用した

新商品の開発やSNS等のITを活用した販路開拓などの支援を伴走型によって取り組み、これらを通じて地域経済の活力の源泉であり担い手でもある小規模事業者の持続的发展を図り、もって地域経済の活性化と地域での雇用の創出等に貢献することを目的に、以下の①から③を目標として掲げ、経営発達支援事業を実施する。

- ① ビジネスプランの推進による小規模事業者の経営力向上
- ② 創業支援や事業承継支援による小規模事業者数の減少抑制
- ③ 情報発信支援や展示会等への出展支援による新たな販路開拓

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① ビジネスプランの推進による小規模事業者の経営力向上

地域経済動向調査や需要動向調査を行い、これらによって得られた情報（地域事情、業界動向、市場規模及び消費者ニーズ等）と、経営分析（SWOT分析や財務分析）から導き出された経営課題等を踏まえてビジネスプランの策定を伴走型によって支援する。また、ビジネスプラン策定後は経営指導員が定期的に巡回訪問してPDCAサイクルへの取り組み状況等の確認や細かな修正等のフォローアップを行うとともに、経営指導員では対応が困難な高度な経営課題や事業計画の変更等が生じた場合には、それらの解決に向けて専門家や関係支援機関と経営指導員が連携してフォローアップを行い、これらの一貫した支援を通じて小規模事業者の経営力向上を図る。

② 創業支援や事業承継支援による小規模事業者数の減少抑制

創業・第二創業予定者に対してビジネスプランの策定支援や創業資金調達に向けての資金計画策定等を支援するとともに、創業後においてはビジネスプラン見直しなどのフォローアップを伴走型によって支援する。また、千葉県事業承継・引継ぎ支援センター等の関係支援機関との連携により、小規模事業者の円滑な事業承継に向けて事業承継計画策定の支援やフォローアップなどに取り組み、これらを通じて創業や事業承継を促進し、地区内小規模事業者数の減少を抑制して地域活力の維持を図る。

③ 情報発信支援や展示会等への出展支援による新たな販路開拓

商品・サービスの開発等に取り組む小規模事業者を対象に、IT（SNS等）を活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みによる情報発信を支援する。また、各種イベントや商談会・展示会等への出展を支援するとともに、マーケットインの考えに基づく来場者（消費者、バイヤー）へのアンケートの実施・分析による需要動向の把握や商談成立等を支援するなど、これらの販路開拓支援を通じて新たな需要の開拓を図る。

I 経営発達支援事業の内容

3 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

① 現状

千葉県商工会連合会が四半期ごとに実施している中小企業景況調査事業の調査結果や新聞、インターネット等の活用により収集した経済動向情報を、小規模事業者持続化補助金等の申請に必要な事業計画策定時に小規模事業者へ情報提供している。

② 課題

地域経済動向の情報収集のみで分析をしていなく、収集した情報の提供が小規模事業者持続化補助金等の申請に必要な事業計画策定時に留まっており、情報提供が限定的となっている。また、収集した情報も広く地域の小規模事業者へ周知されていないなど、収集・分析方法及び活用・周知方法等の抜本的な見直しが課題となっている。

(2) 目 標

内 容	公表方法	現行	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9
地域経済動向調査回数	—	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
地域経済動向調査 分析結果の公表回数	HP 掲載他	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(3) 事業内容

地域経済動向調査の実施

地域経済について詳細な実態を把握するため、地域内の小規模事業者を対象に、業種ごとの景況や動向等の調査・分析を年1回行い、公表する。

(ア) 調査手法

経営指導員が調査対象事業者を訪問して調査票に基づきヒアリングを実施する。またその際、「RESAS」（地域経済分析システム）を積極的に活用する。

(イ) 調査対象

管内小規模事業者50者（「製造業」、「建設業」、「卸・小売業」、「飲食業」「その他サービス業」から各10者）

(ウ) 調査項目

「売上」、「受注」、「収益」、「資金繰り」、「雇用」、「経営上の問題点」
「設備等の状況」等

(エ) 分析方法

経営指導員が商売繁盛相談窓口事業により千葉県商工会連合会から月 1 回派遣される専門家（中小企業診断士等）等と連携して分析する。

(4) 活用方法

分析した情報は、商工会のホームページや商工会報等で広く小規模事業者等へ提供するとともに、事業計画策定等の伴走型支援や経営指導員等による巡回・窓口相談指導の参考資料として活用する。

商売繁盛相談窓口事業とは

千葉県商工会連合会が県内商工会のマンパワー不足を補うことを目的に、千葉県の補助事業を活用して県内 40 商工会に毎月 1 回、専門家（中小企業診断士）を派遣し、小規模事業者等からの経営相談（高度な経営相談が中心）に対応している事業である。

4 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

① 現状

小規模事業者持続化補助金等の各種補助金申請支援時に、インターネットの情報サイト等を活用して商品や地域内外等の需要動向調査を行い、これらによって得られた情報を小規模事業者へ提供している。

② 課題

各種統計データ等の活用による需要動向の収集・分析や消費者ニーズを把握するためのアンケート調査等を実施していないので、小規模事業者への情報提供の内容が限定的で不十分なものとなっており、消費者やバイヤー等の意見を踏まえたマーケットインの考え方に基づく情報提供が課題となっている。特に、新商品の開発等によって販路開拓・拡大に取り組んでいる小規模事業者へのマーケットインの考え方に基づく情報提供は重要な課題となっている。

(2) 目標

内 容	現行	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9
①新商品開発 アンケート対象事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②市場動向等に関する情報提供 対象事業者数	—	1 6 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者

(3) 事業内容

① 消費者ニーズ調査

販路開拓や拡大に取り組む小規模事業者の特産品（銘柄豚等）を活用した新商品開発を支援する。具体的には、町内で開催される「東庄ふれあい祭り」等において来場した消費者を対象に、試食とアンケートを実施する。

（ア）調査手法

- ・情報収集 来場した消費者に対して経営指導員等が聞き取りによりアンケート調査を実施する。
- ・情報分析 調査結果は、商売繁盛相談窓口事業により千葉県商工会連合会から月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）の助言を得て、アンケート調査により収集した情報を経営指導員が分析する。

（イ）サンプル数 来場者30人

（ウ）調査項目

味、デザイン、商品名、容量やサイズ、価格、ネーミング等

（エ）調査結果の活用

調査結果は、当該小規模事業者へフィードバックするとともに、小規模事業者への伴走型支援に活用する。

② 市場動向等に関する情報提供

商品やサービスの開発等に取り組む小規模事業者や事業計画策定等に取り組む小規模事業者を対象に、各種統計データ等を活用して売れ筋情報や市場動向等の情報提供を実施する。

（ア）調査手法

- ・情報収集 日経テレコンのPOSデータ、家計調査年報、業種別審査事典及び買物動向調査等の各種統計データ等を活用して必要な情報を収集する。
- ・情報分析 調査結果は、商売繁盛相談窓口事業により千葉県商工会連合会から月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）の助言を得て、収集した情報を経営指導員が分析する。

（イ）調査項目

売れ筋情報（商品情報）、消費動向、市場規模、業界動向、競合状況、商圈等

（ウ）調査結果の活用

調査結果は、当該小規模事業者へフィードバックするとともに、小規模事業者への伴走型支援に活用する。

5 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

① 現状

千葉県商工会連合会が導入した千葉県内商工会の独自の経営分析ツールである経営問診票を活用してSWOT分析等による経営分析に取り組み、小規模事業者の経営資源等の実態を明確にして経営課題や経営目標等を導き出している。経営問診

票を活用して令和元年度から令和3年度までの3年間で合計29事業者の経営分析を行った。

② 課題

経営問診票による経営分析は、定性分析（SWOT分析）が中心となってしまう傾向にあり、定量分析（財務分析）の視点が不足している。策定した事業計画の着実な実施にあたっては、数値に基づく経営の推進が不可欠のため、定量分析（財務分析）への取り組みが課題となっている。

（2）目標

	現行	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9
経営分析事業者数	3 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者

（3）事業内容

① 経営分析を行う事業者の発掘

経営指導員による巡回・窓口相談や確定申告時期に開催する決算指導会などの機会を捉えて「経営分析」の重要性を説明し、対象事業者を掘り起こして経営指導員が経営分析を実施する。

② 経営分析の内容

（ア）対象者

巡回・窓口指導等によって掘り起こした意欲的な小規模事業者、金融斡旋の利用を検討している小規模事業者、事業計画の策定が必要な各種補助金等の申請に取り組む小規模事業者及び記帳システム利用者等とする。

（イ）分析項目

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

≪財務分析≫収益性、生産性、安全性および成長性の分析

≪非財務分析≫事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

（ウ）分析手法

経営指導員が千葉県内商工会の独自の経営分析ツールである経営問診票や経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用して経営分析を実施する。

（4）活用方法

① 当該小規模事業者へフィードバックし、事業計画策定や小規模事業者持続化補助金申請等に活用する。

② 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。

6 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

① 現状

資金調達や小規模事業者持続化補助金等の各種補助金申請を目的とした事業計画策定支援が中心となっており、事業計画の内容も補助金申請等で決められている限定的なものとなっている。

② 課題

補助金申請等に伴う限定的な事業計画策定支援から業績の向上や事業発展に向けて経営基盤の強化などにつながるような事業計画策定支援が課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定の前段階においてD Xセミナーを開催して小規模事業者の競争力の維持・強化を図るとともに、経営分析を行った小規模事業者や経営力向上等に取り組む小規模事業者に対して需要動向や経営分析の結果を踏まえ、需要を見据えた事業計画の策定を支援する。また、小規模事業者持続化補助金等の申請や事業承継支援制度等を活用する小規模事業者で事業計画の策定に前向きな者を選定して事業計画の策定を支援するとともに、事業計画策定の内容が専門的で高度な場合には関係支援機関の専門家派遣制度を活用して支援する。

(3) 目標

内 容	現行	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9
①D X推進セミナー 開催回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
D X推進セミナー 参加事業者数	—	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者
②事業計画策定事業者数	3 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者

(4) 事業内容

① D X推進セミナーの開催

D Xに関する意識の醸成や基礎知識等を習得するため、また実際にD Xに向けたI Tツールの実演会等、W e bサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

(ア) 支援対象

経営分析を行った小規模事業者、経営力向上等に取り組む小規模事業者、各種補助金等の申請に取り組む小規模事業者及び事業承継に取り組む小規模事業者等

(イ) 内 容

D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I 等）や具体的な活用事例、クラウド型顧客管理ツールの紹介、S N Sを活用した情報発信方法、E Cサイトの利用方法等

(ウ) 開催方法

I T 専門家を招聘して開催する。

(エ) 募集方法

ホームページや商工会報への掲載、市広報への掲載、チラシの配布、巡回・窓口指導時の受講勧奨による募集等

② 事業計画策定支援

(ア) 支援対象

- a D X 推進セミナーを受講した小規模事業者の中から取り組み意欲の高い小規模事業者を発掘して事業計画策定につなげる。
- b 経営分析を行った小規模事業者、経営力向上等に取り組む小規模事業者、各種補助金等の申請に取り組む小規模事業者及び事業承継に取り組む小規模事業者の中から取り組み意欲の高い小規模事業者を発掘して事業計画策定につなげる。
- c 創業予定者

(イ) 策定方法

- a 商売繁盛相談窓口事業の活用による事業計画策定支援
千葉県商工会連合会から商工会へ月 1 回派遣される専門家（中小企業診断士等）の相談窓口を経営指導員が同席し、専門家（中小企業診断士等）と経営指導員が連携して専門的で高度な事業計画策定（ものづくり補助金や経営力向上計画等を活用）を支援する。
- b 小規模事業者持続化補助金申請の活用による事業計画策定支援
小規模事業者持続化補助金の申請を活用し、経営指導員が販路開拓に向けての事業計画策定を支援する。
- c 事業承継支援の活用による事業計画策定支援
千葉県事業引継ぎ支援センター等と連携し、経営指導員が事業承継計画策定を支援する。
- d 金融幹旋の活用による事業計画策定支援
小規模事業者経営改善資金（マル経資金）等を活用し、経営指導員が円滑な資金繰り等に向けての事業計画策定を支援する。
- e 創業支援制度の活用による事業計画策定支援
創業予定者に対して創業支援制度等を活用し、経営指導員が開業に向けての事業計画策定を支援する。

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

① 現状

事業計画策定後のフォローアップは不定期で支援回数も少なく、またフォローアップの内容が金融支援（マル経幹旋）後の資金繰り状況の確認や小規模事業者持続化補助金等の補助事業終了後の報告書類の作成支援などといった限定的で偏った

ものとなっており、策定した事業計画に従った経営改善や目標達成のための支援が不十分となっている。

② 課題

定期的な巡回訪問による事業計画の見直しや検証、新たな経営課題等の解決に向けての提案など、策定した事業計画が着実に実行され、経営基盤強化や経営力の向上等につながるようなきめ細かなフォローアップを行うことが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

経営指導員による伴走支援により事業計画の進捗状況に応じて見直しなどのフォローアップをきめ細かに実施するとともに、その過程で顕在化した高度な課題に対しては千葉県商工会連合会等の関係支援機関の専門家派遣制度を活用して専門家（中小企業診断士等）と連携し、専門的なフォローアップを実施することによって策定した事業計画の実現性を高める。

(3) 目標

内 容	現行	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9
①フォローアップ 対象事業者数	3 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者	1 6 者
フォローアップ 頻度（延回数）	6 者	3 2 者	3 2 者	3 2 者	3 2 者	3 2 者
フォローアップによる 売上増加事業者数 （対前年比）	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②専門家活用 フォローアップ回数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

※目標数値の根拠

フォローアップ対象事業者数 事業計画策定事業者数

フォローアップ頻度（延回数） 事業計画策定事業者数×2回（臨機応変に対応）

売上増加事業者数 経営指導員2名×1事業者

専門家活用フォローアップ回数 2事業者×1回

(4) 事業内容

① 巡回訪問による定期的・計画的なフォローアップ

(ア) 支援対象

事業計画を策定した小規模事業者を対象とする。

(イ) 実施方法

経営指導員の定期的・計画的な巡回訪問によりフォローアップを実施する。

(ウ) 進捗状況の遅れ等に関する対処方法

千葉県商工会連合会の専門経営指導員や商売繁盛相談窓口事業で派遣される中小企業診断士等の専門家の指導・助言に基づき今後の対応策を検討するとともに

に、フォローアップの頻度を上げて集中的に支援する。

② 専門家派遣制度を活用したフォローアップ

(ア) 支援対象

経営指導員によるフォローアップにより、その過程で高度で専門的な課題等が顕在化した小規模事業者を対象とする。

(イ) 実施方法

千葉県商工会連合会等の専門家派遣制度を活用して専門家（中小企業診断士等）と経営指導員が連携し、高度で専門的な課題等が顕在化した小規模事業者に対して高度で専門的なフォローアップを実施する。

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

① 現状

地域内イベント等への出展・出品支援や地域外で開催される物産展・商談会等の情報提供を中心とした支援にとどまっており、支援内容が十分とは言えない状況となっている。

② 課題

イベントや物産展等への出展者が一部の限定された小規模事業者に偏っている。また、バイヤー等を対象としたマーケティング調査などの出展期間中の支援や出展後の成果・検証等に関する支援も課題となっている。

(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、近隣市町等で開催される各種イベント等への出展や、町内で開催される「東庄ふれあいまつり」への出展を経営指導員が事前支援や事後フォローなどを伴走型によってきめ細かに支援し、これらを利用して近隣エリアでの新たな需要の開拓を図る。また、DX推進による新たな需要の開拓に向けた取り組みとしてSNSの活用、ECサイトの活用、自社HPの作成等を促し、IT活用による情報発信を支援する。

(3) 目標

内 容	現行	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9
①東庄ふれあいまつり出展事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
新規取引先開拓数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上額／店舗（単位:千円）	—	3 0	4 0	5 0	6 0	7 0

売上増加額／店舗（単位:千円）	—	10	10	10	10	10
②SNS活用セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
SNS活用セミナー参加事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
SNS活用セミナー受講後支援者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上額／店舗（単位:千円）	—	100	200	300	400	500
売上増加額／店舗（単位:千円）	—	100	100	100	100	100

（４）事業内容

① 東庄ふれあい祭り出展支援（B to B）及び（B to C）

新商品の開発等に取り組んでいる販路開拓に前向きな小規模事業者を町内で開催される「東庄ふれあいまつり」へ出展させて、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】 「東庄ふれあいまつり」の概要

毎年11月3日、文化に日に合わせて開催される。農業や商工業をはじめ、町内の様々な団体、グループが総動員で参加し、これまでに32回に渡って開催。昨年、一昨年とコロナ禍により、2年連続中止となったが、通常期であれば本町の特産品を使ったブースが多数出店する。また本イベントは芸能人のゲストや司会、ステージイベントが盛り沢山であり、今後とも商品地域住民の交流を深めるだけでなく、近隣地域との商談の場として、重要な行事の一つとなっている。

来場者数：約20,000人（2019年実績）

出展者数：約54者・団体（2019年）

（ア）出展前の支援

- a 小規模事業者に対して出展情報を提供
- b ブースレイアウト、陳列方法及び販促ツール等の支援
- c 出展商品に関するアンケート項目や商談シート等の作成支援

（イ）出展期間中の支援

経営指導員が同行し、アンケート調査の実施やブース設営等を支援する。

（ウ）出展後の支援

- a 商談の成立に向けて名刺交換した商談相手へのアプローチを支援する。
- b 商売繁盛相談窓口事業により千葉県商工会連合会から派遣される専門家（中小企業診断士等）と経営指導員が連携してアンケート調査の内容を分析し、その結果を当該小規模事業者へフィードバックする。

② SNS、ECサイト、自社HP作成等の活用セミナー開催による販路開拓支援（B to C）セミナーの開催によって小規模事業者の販路開拓を支援する。

(ア) 支援対象

SNS、ECサイト、自社HP作成等を活用して販路開拓に取り組もうとしている小規模事業者

(イ) カリキュラム

SNS（ツイッター、インスタ、ユーチューブ等）による情報発信。ECサイト、自社HP作成等

(ウ) 募集方法

ホームページや商工会報への掲載、チラシの配布、巡回・窓口指導時の受講勧奨による募集等

(エ) 効 果

SNS、ECサイト、自社HP作成等の活用により、新たな顧客の獲得や既存顧客の囲い込みが期待できる。

(オ) 受講後の支援

経営指導員は、セミナー受講者に対して宣伝効果を向上（フォロワー数の拡大等）させるための支援を実施する。

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

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

① 現状

商工会内部の監査会で監事によって事業の評価・見直しが行われており、それらの結果を理事会や総会で報告している。

② 課題

商工会の内部関係者による事業の評価・見直しのため、内容が十分ではなく、また結果の公表も商工会の内部関係者に限られている。外部の有識者等を加えての事業の評価・見直しによるPDCAサイクルを適切に回す仕組みや効果的に公表を行うための仕組みを構築することが課題となっている。

(2) 事業内容

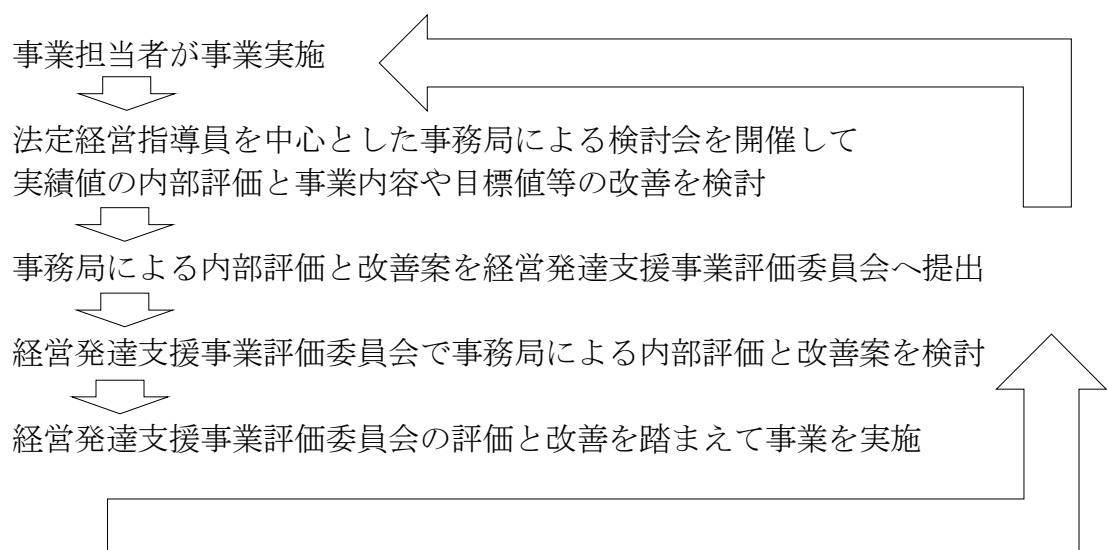
① 法定経営指導員が経営発達支援事業の実施に向けた指導を行うとともに、経営発達支援事業の実施状況を、次の（ア）、（イ）、（ウ）の評価項目についてABCDEの5段階評価にて定量的に把握・管理する。

- (ア) ビジネスプランの推進による小規模事業者の経営力向上
- (イ) 創業支援や事業承継支援による小規模事業者数の減少抑制
- (ウ) 情報発信支援や展示会等への出展支援による新たな販路開拓

【事業進捗率のABCDE 5段階評価】

- A・・・進捗率100%以上 B・・・進捗率75%以上100%未満
 C・・・進捗率50%以上75%未満 D・・・進捗率25%以上50%未満
 E・・・進捗率25%未満

- ② 外部有識者（中小企業診断士等）、町担当課職員、商工会正副会長及び法定経営指導員で構成する経営発達支援事業評価委員会を設置し、事業年度終了後に年1回（6月頃）開催して経営発達支援事業の進捗状況や効果等についての評価・見直しを実施する。
- ③ 経営発達支援事業評価委員会での評価・検証結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページや商工会報へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常時閲覧できる状態とする。
- ④ PDCAサイクルの具体的な仕組み



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

① 現状

千葉県商工会連合会の職員研修会や中小企業大学校東京校の研修会等の机上研修会への派遣を中心に職員の資質の向上等を図っている。特に、経営指導員については机上研修への派遣だけではなく、千葉県商工会連合会から商売繁盛相談窓口事

業により月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）によるOJTによって支援ノウハウや知識の向上を図っている。

② 課題

職員個々による知識や情報、支援ノウハウの習得に留まっており、習得した知識等を職員間で共有する体制の構築が課題となっている。また、職員個々の知識や情報、支援ノウハウに差があり、支援能力の標準化も課題となっている。

（2）事業内容

① 研修会への派遣による資質の向上

（ア）小規模事業者の経営改善や課題解決に向けて基礎的な知識の習得による支援能力の向上と組織全体としての支援能力の向上を図るため、経営指導員、補助員及び一般職員を千葉県商工会連合会が開催する基本能力研修会や業務分担別研修会、専門スタッフ研修会等に派遣する。

（イ）事業計画策定支援や販路開拓支援等の経営発達支援事業の実施に伴い必要となる専門的な知識の習得と実践的な支援ノウハウの習得による支援能力の更なる向上に向けて経営指導員に不足している能力を特定し、それを補うために経営指導員を中小企業大学校東京校が開催する課題別・専門研修に定期的に派遣する。

（ウ）【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員、補助員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

特に、千葉県産業振興センター等が開催するDX推進関連のセミナーへ経営指導員、補助員及び一般職員を計画的・定期的に派遣する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

- ・事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組
RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等
- ・事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組
ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等
- ・その他取組
オンライン経営指導の方法等

② OJTによる資質の向上

千葉県商工会連合会の商売繁盛相談窓口事業により月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）の窓口相談や巡回相談に経営指導員が同席・同行し、専門家（中小企業診断士等）から経営課題の解決等に向けた高度な支援ノウハウを習得することにより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講師を務め、I T等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、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1回／月初）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とともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(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4年11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)	
東庄町商工会 法定経営指導員 1名 (事務局責任者) 東庄町商工会 経営指導員 1名 補助員 1名 連携 連絡調整 東庄町 まちづくり課 産業振興係	
(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制	
① 法定経営指導員の氏名、連絡先 氏 名：経営指導員 泉水 俊彦 連絡先：東庄町商工会 TEL 0478-86-3600	
② 法定経営指導員による情報の提供及び助言 経営発達支援事業の実施、実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。	
(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先	
① 商工会 〒289-0601 千葉県香取郡東庄町笹川い671-3 東庄町商工会 TEL 0478-86-3600 Fax 0478-86-2236 E-mail : tounosho@sweet.ocn.ne.jp	
② 関係市町村 〒289-0692 千葉県香取郡東庄町笹川い4713-131 東庄町 まちづくり課産業振興係 TEL 0478-86-6075 Fax 0478-86-4051 E-mail : ma.sangyo@town.tohnosho.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)

	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度
必要な資金の額	4 0 0	4 0 0	4 0 0	4 0 0	4 0 0
消費者ニーズ調査 アンケート・試食	3 0	3 0	3 0	3 0	3 0
D X セミナー開催費 講師謝金他	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0
東庄ふれあい祭り 出展関係費	5 0	5 0	5 0	5 0	5 0
SNS セミナー開催費 講師謝金他	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0
評価委員会開催費	5 0	5 0	5 0	5 0	5 0
大学校研修参加費	5 0	5 0	5 0	5 0	5 0
D X セミナー参加費	2 0	2 0	2 0	2 0	2 0

(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
国補助金、県補助金、町補助金、会費収入、手数料収入、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)

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 並びに法人にあっては、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