

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	長柄町商工会（法人番号 8040005010974） 長柄町（地方公共団体コード 124265）
実施期間	令和6年4月1日 ～ 令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （１）小規模事業者の自立的な経営強化による事業継続 （２）起業支援及び事業承継支援による地区内小規模事業者数の維持 （３）販路開拓支援による新たな需要の発掘
事業内容	１．経営発達支援事業の内容 ３．地域経済動向調査に関すること 国のビッグデータ（RESAS）を活用して地域経済の現状や人の動き等に関する調査を実施する。 ４．需要動向調査に関すること ながランテラス等にてアンケート事業を実施するとともに、統計データ等を活用して売れ筋情報等の調査を実施する。 ５．経営状況の分析に関すること 経営問診票（千葉県独自の経営分析システム）等を活用して経営分析を実施する。 ６．事業計画の策定支援 DX 推進セミナーや小規模事業者持続化補助金等の各種補助金申請、事業承継支援等を活用して事業計画策定支援を実施する。 ７．事業計画策定後の実施支援 巡回訪問により定期的・計画的なフォローアップを実施するとともに、専門家による高度で専門的なフォローアップを実施する。 ８．新たな需要の開拓支援 共同チラシを活用した地区内の新たな需要の開拓や SNS 活用セミナーの開催（BtoC）によって販路開拓支援を実施する。
連絡先	長柄町商工会 〒297-0218 千葉県 長生郡長柄町 桜谷 687 TEL:0475-35-3450 FAX:0475-35-1465 E-mail:info@nagara.sakura.ne.jp 長柄町 産業振興課 〒297-0298 千葉県 長生郡長柄町 桜谷 712 TEL:0475-35-4447 FAX:0475-35-4743 E-mail:sangyou@town.nagara.chiba.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

長柄町商工会が全域を管轄している長柄町は、面積47.11km²、房総半島のほぼ中央部、長生郡の西端に位置し、東京都心から50km圏、千葉市から25km圏にある。北西部は台地帯で市原市に、南部は平坦地で長南町、東部は茂原市に接しており、房総半島のほぼ中央、「千葉県のおへそ」の部分に位置する豊かな自然と温暖な気候に恵まれている。地質は、第4紀古層に属し、中央に権現森(173m)が隆起しており、北西部は成田群層の火山灰土で山林、畑地がその大半を占め、太平洋・東京湾の分水嶺となっている。南部は沖積層及び鶴舞群層に属し、水田を主とした地域で一宮川の上流をなしている。



(イ) 交通網

本町には鉄道が通っていないため、鉄道を利用する場合の最寄り駅は隣接している茂原市のJR東日本外房線茂原駅となる。しかし、当駅までは路線バスの本数が非常に少ないため、タクシーか自家用車での利用がメインとなる。

JR茂原駅からJR千葉駅までは約40分(快速電車)で結ばれており、JR東京駅までは約60分(特急電車)で結ばれている。

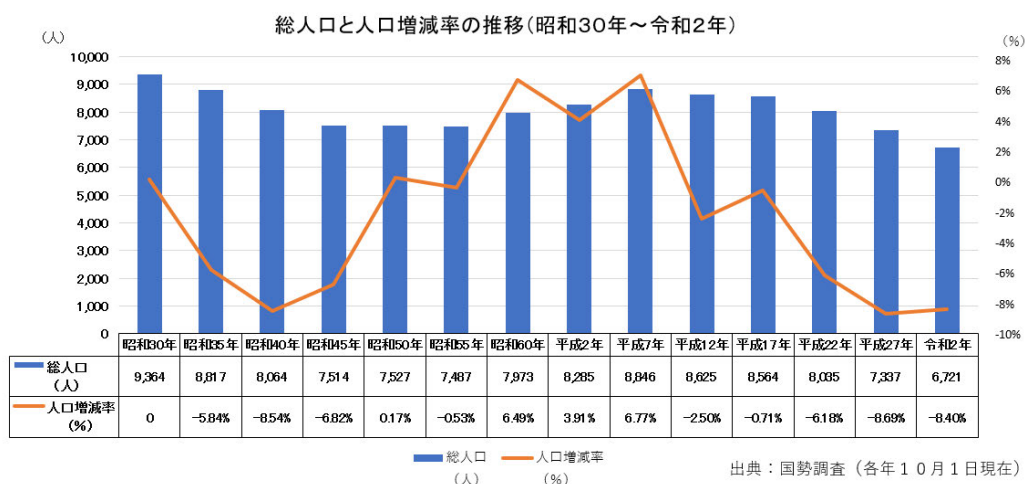
東京方面からは、京葉道路または高速湾岸線～千葉東金道路～千葉外房有料道路～茂原～長柄町、神奈川方面からは、東京湾アクアライン～圏央道～茂原長柄スマートインターチェンジの利用となる。



(ウ) 人口の推移

本町は、昭和30年4月に長柄村、日吉村、水上村の3村が合併し、長柄町として発足した。総人口の推移をみると、町が発足した昭和30年の9,364人をピークに昭和45年までは減少が続きましたが、昭和50年・55年までは横ばい、昭和60年からは増加に転じ、平成7年には昭和35年の8,817人を上回る8,846人まで回復しました。その後は減少傾向が続き、令和2年は6,721人となっている。

また、年齢3区分に別人口について、令和2年の国勢調査によると総人口6,721人のうち、15歳未満の年少人口が492人、15～64歳の生産年齢人口が3,268人、65歳以上の老年人口が2,961人となっている。構成割合は、年少人口が7.3%、生産年齢人口が48.6%、老年人口が44.1%となっており、少子高齢化が進行している様子が窺える。



年齢3区分別人口と構成割合の推移(昭和35年～令和2年)

	15歳未満		15～64歳		65歳以上		総人口	
	人数 (人)	構成割合 (%)	人数 (人)	構成割合 (%)	人数 (人)	構成割合 (%)	人数 (人)	構成割合 (%)
昭和35年	2,925	33.2	5,117	58.0	775	8.8	8,817	100.0
昭和40年	2,294	28.4	4,944	61.3	826	10.2	8,064	100.0
昭和45年	1,657	22.1	4,971	66.1	886	11.8	7,514	100.0
昭和50年	1,459	19.4	5,112	67.9	956	12.7	7,527	100.0
昭和55年	1,392	18.6	5,011	66.9	1,084	14.5	7,487	100.0
昭和60年	1,572	19.7	5,143	64.5	1,258	15.8	7,973	100.0
平成2年	1,551	18.7	5,274	63.7	1,460	17.6	8,285	100.0
平成7年	1,479	16.7	5,527	62.5	1,840	20.8	8,846	100.0
平成12年	1,198	13.9	5,296	61.4	2,131	24.7	8,625	100.0
平成17年	989	11.5	5,274	61.6	2,301	26.9	8,564	100.0
平成22年	819	10.2	4,793	59.7	2,423	30.2	8,035	100.0
平成27年	617	8.4	3,974	54.2	2,746	37.4	7,337	100.0
令和2年	492	7.3	3,268	48.6	2,961	44.1	6,721	100.0

出典：長柄町第2期人口ビジョン・総合戦略/国勢調査（各月10月1日現在）

※割合(%)は、小数第2位で四捨五入しているため、合計が100%とならない場合があります。

(エ) 商工業者数と小規模事業者数の推移

平成24年と令和3年の商工業者数を比較すると、建設業はほぼ横ばいの状況であるが、建設業を除く各業種において事業主の高齢化や人口減少による売上低下により減少傾向にある。なお、商工業者数は全体として減少傾向となっており、小規模事業者数も商工業者数と同様に減少傾向となっている。

業 種	H24	H28	R3
建設業	42	39	41
製造業	53	52	32
卸・小売業	46	43	36
宿泊・飲食業	34	35	28
サービス業	91	85	67
商工業者数：合計	266	254	204
うち小規模事業者数	208	201	188

(出典：経済センサス)

(オ) 産業構造

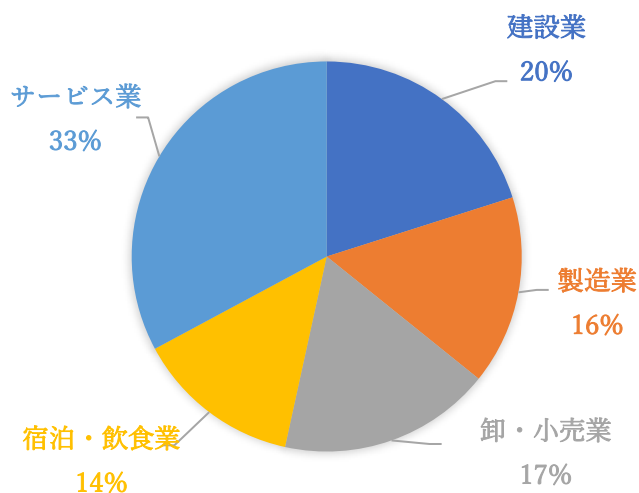
本町の基幹産業は農業で、稲作が中心であり、経営規模1ha以下の農家が多く、兼業農家が大半を占めている。商業は、周辺地域と比べて商業規模は極めて小さく、多くの商店が小規模の経営形態となっている。また、商店は町内に分散し、まとまった商業集積を形成していない。

工業は、工業団地等が存じておらず、町内に点在する小規模な事業所を中心に構成されている。

業種別割合は、「サービス業」が33%を占めており、次

いで「建設業」(20%)、「卸・小売業」(17%)、「製造業」(16%)及び「宿泊・飲食業」(14%)となっている。

令和3年業種別割合



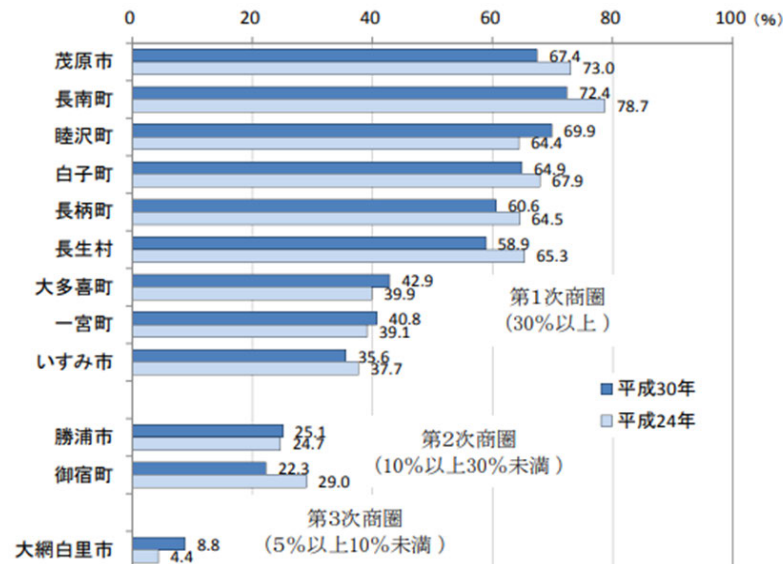
(出典：経済センサス)

(カ) 商圈

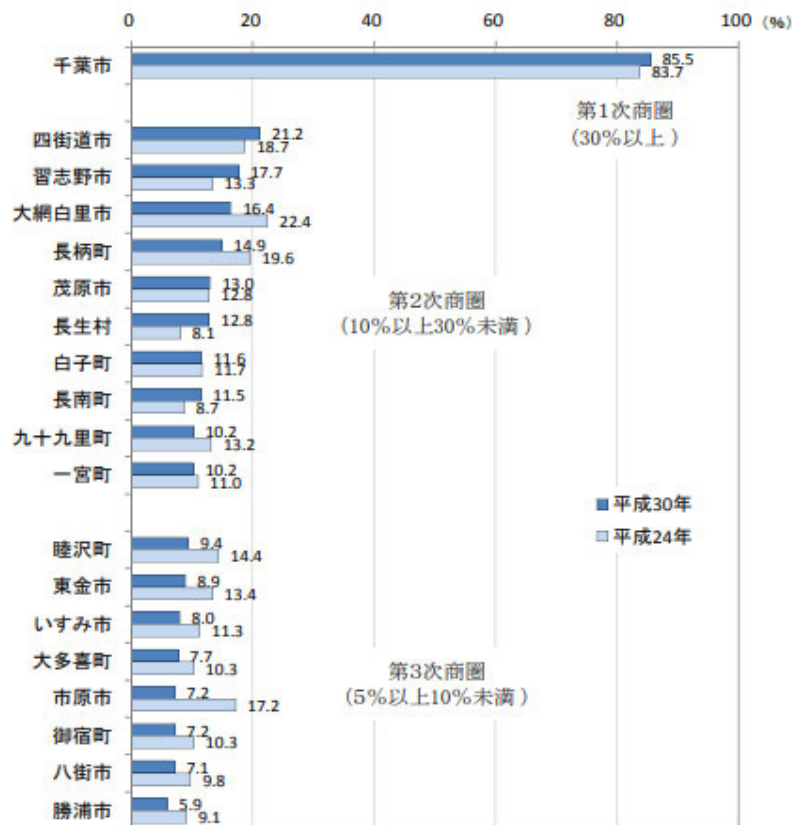
平成30年の千葉県消費者購買動向調査(商圈設定の基準は「衣料品」)によると、本町は茂原商圈(第1次商圈)と千葉商圈(第2次商圈)に属している。本町から茂原商圈へは60.6%の消費が流出しており、その他の品目では「食料品」、「飲食」及び「贈答品」の流出が顕著で、「食料品」では84.5%、「飲

食」では80.3%、「贈答品」では44.8%の消費が茂原商圏へ流出している。また、本町から千葉商圏へは14.9%の消費が流出しており、その他の品目では「贈答品」での流出が顕著で27.6%の消費が千葉商圏へ流出している。このように、本町から両商圏への消費流出は合計で75.5%にも達しており、これに人口減少が重なるなど、今後も本町での消費は縮小傾向にあると予想されている。

図表4-9-3 茂原商圏の吸引状況（市町村別）



図表4-1-3 千葉商圏の吸引状況（市町村別）



	平成 30 年			
	吸引率	食料品	飲 食	贈答品
茂原市	60.6%	84.5%	80.3%	44.8%
千葉市	14.9%			27.6%

	平成 24 年			
	吸引率	食料品	飲 食	贈答品
茂原市	64.5%	79.0%	81.6%	57.0%
千葉市	19.6%			26.7%

(出典：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窓口指導や巡回訪問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。

建設業	令和元年の房総半島による風雨災害からの道路・河川の復旧工事や公民館の新築等の公共工事を中心に受注が順調にあるが、原材料の高騰、人件費の上昇など利益の確保が難しくなっている。
製造業	機械・金属加工業等を中心に景況感は全体的に堅調ではあるが、原材料の高騰や輸送コストの増加等により利益の確保が難しくなっており、先行きが不透明のため設備投資が進まない状況にある。
卸・小売業	茂原市・市原市・千葉市等の地域外への消費流出や人口減少に伴う市場の縮小、さらにはインターネットショッピングや通信販売の利用増加など、卸・小売業を取り巻く経営環境は厳しさを増している。これらのことが要因となって売上が低迷しており、全体的に景況感は悪化している。
宿泊・飲食業	飲食店は新型コロナウイルス感染症の影響から消費者のライフスタイルが変わり、売上が低迷している状況が続いている。原材料の高騰が続く中で価格の転嫁ができずに利益率も減少している傾向にある。
サービス業	生活関連サービス業（理美容業等）では人口減少による市場の縮小や多様な消費者ニーズへ対応しきれないことなどから売上が低迷しており、全体的に景況感は悪く厳しい状況にある。なお、介護関連サービス業の景況感は堅調である。

(ク) 特産品

本町で採れた大豆と米麴などを原材料としたお味噌が有名であり、長柄味噌として道の駅で販売されている。健康に良い古代黒米（くろ米）を使用した味噌「一番みそ 黒米」、発芽玄米を使用した栄養価の高い手作り味噌「一番みそ ギャバ」は、長生郡6商工会推奨品に認定されている。



(ケ) 長柄町第5次総合計画（令和3年度から令和12年度までの10年間）

本町では、将来における町の進むべき方向についての総合的な指針となる最上位の計画である「総合計画」と少子高齢化による人口減少の抑制と活力ある地域社会の形成に主眼を置いた「まち・ひと・しごと創生総合戦略（総合戦略）」を一体的な計画として策定している。総合戦略は、いわば、総合計画に基づくまち・ひと・しごと創生に特化した分野別計画に位置付けられるが、本計画では総合戦略を総合計画の重点プロジェクトと位置付けている。

この総合計画の基本理念は、本町に住むすべての人が「住んでよかった」「住み続けたい」と思える町、そして「ふるさと」としての愛着を持ち、誇れることができる「生涯活動のまち」を目指し、「水と緑と笑顔が輝くヒューマンリゾートながら」を町の将来像と掲げて6つの基本目標を定め各種施策を推進している。

商業の振興

【取組方針】

経営の近代化やショッピングゾーンの整備等を促進し、町内購買力の向上を図るとともに、観光と併せたサービスの発展を目指し、魅力あふれる個性的で質の高い商店街・商業施設の形成に取り組みます。また、買い物困難者のニーズに答える支援策を模索します。

【取組の内容】

○魅力ある商店づくり

- ・生活必需品販売という大きな役割を担う商店を魅力あるものとするため、質の高い商店街の形成を進めます。

○既存商店の活性化

- ・経営意欲向上のため、講習会や研修会などを開催します。
- ・買い物困難者をはじめとする消費者のニーズに応えるため、移動販売等の新たな販売システムの導入を促進します。
- ・経営環境の変化に対応できるよう商業関係組織の育成と強化に努めます。

○商業集積地の形成

- ・民間事業者との連携の中、商業集積地形成を誘導し、商業の地域間競争に対抗できる魅力づくりを支援します。
- ・商業集積による新たな雇用創出が図られるよう取組を推進します。

工業の振興

【取組方針】

工業の振興を図るため、企業誘致を推進するとともに、地場産業や新規企業の育成に取り組みます。

【取組の内容】

○雇用の確保

- ・雇用の確保を図るため、新たな企業誘致を推進します。
- ・企業が安定した雇用確保が行えるよう情報提供等の支援に取り組みます。

○企業の安定化と育成

- ・商工会等と連携し、企業診断や融資制度の活用、研修事業の充実、柔軟性や創造性のある産業人としての人材育成を推進します。

○新規企業の誘致・育成

- ・成長性のある新規企業を誘致するとともに、早期の安定経営が図られるよう支援します。
- ・用地については、遊休する公共用地の払下げをはじめとした協力を行います。

観光・余暇産業の振興

【取組方針】

関係団体との連携を強化し、町内の観光資源のネットワーク化を図り、本町の魅力向上に努めます。また、老朽化した都市農園交流センターの再整備を進めます。

【取組の内容】

○観光基盤の整備

- ・長柄ダム周辺の都市農村交流センターを観光拠点とし、関係団体との連携を図りながら、イベントの開催や周辺の整備を行います。

○ネットワーク化の促進

- ・本町の観光力向上のため、関係団体と連携し、観光資源のネットワーク化を進めます。

○PR、イベント等の実施

- ・食、文化、自然、施設等のさまざまなイベントの開催を支援し、本町の魅力をPRします。

○人材・団体の育成支援

- ・観光振興に寄与するため、団体や事業者向けの講習会等を開催し、人材の育成を図ります。

② 課題

(ア) 建設業の課題

令和元年の房総半島による風雨災害は記録的な大雨による一宮川の氾濫により、本町の中心部である地域においてかつてないほどの大規模氾濫を起こした。そのため、災害の復旧工事や防災関連事業、河川整備工事等の公共工事需要は高まっている。また、近年のコロナ禍発生等により、生活スタイルの変化によるリフォーム工事も増加している一方、建設資材の仕入価格高騰や人件費の上昇による利益率の減少や環境変化に対応し利益の確保を可能とする経営体質へ

の転換が課題となっている。また、建設 DX への取り組みや環境変化への対応も課題となっている。

(イ) 製造業の課題

本町では、工業団地等が存しておらず、町内に点在する小規模な事業所を中心に構成されている。今後は、社会経済の変化に柔軟に対応するとともに、圏央道茂原長柄スマートインターによる交通利便性の向上を大きな強みとして、計画的に工業団地導入を推進していく必要がある。また、地元企業への就職、承継の推進が課題となっている。

(ウ) 卸・小売業の課題

本町の商業は、周辺地域と比べて商業規模は極めて小さく、多くの商店が小規模の経営形態となっている。商店は町内に分散し、まとまった商業集積を形成しおらず、町民の購買需要に対応しきれない状況にあるため、近隣の千葉市、市原市及び茂原市に依存している。町民の購買需要に対応するため、食料品や日用品といった生活必需品を取り扱う商業機能を整備するとともに、高齢者を中心とする買い物困難者に向けた移動販売や買い物代行、店舗への輸送サービス等の整備が必要となっている。さらに、経営者の高齢化に伴う廃業の増加、後継者の確保と円滑な事業承継も課題となっている。

(エ) サービス業の課題

宿泊・飲食業は、新規出店も少なく、従前からの施設・店舗では DX 推進への対応の遅れや後継者の確保・育成が課題となっている。

理美容業等は人口減少による市場の縮小や多様な消費者ニーズへ対応しきれないことなどから新たな顧客の開拓や後継者の確保・育成が課題となっている。

介護・福祉関連事業は、高齢者の増加から一定程度の需要が確保されているが、将来的には人口減少による市場の縮小が見込まれているため、経営環境に対応した経営が必要である。

(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

人口減少による市場の縮小や茂原市・市原市・千葉市等の地域外への消費流出や生活様式の変化等による消費者ニーズの多様化への対応、さらには経営者の高齢化・後継者難に伴う事業承継・廃業問題など、当地域の経済・社会を支えている小規模事業者を取り巻く経営環境は内部環境・外部環境ともに、以前にも増して厳しい状況となっている。

これらの厳しい経営環境に対応するため、当地域の小規模事業者の10年程度の期間を見据えた振興の方向性は次のとおりとする。

(ア) 小規模事業者自身が、内部環境（強み・弱み）や外部環境（機会・脅威）等を把握し、経営実態や地域の実情等を踏まえながらそれらを活用して経営基盤

強化に向けてのビジネスプランの策定・促進を推進することによって経営力の向上、事業の持続的な発展を図るとともに企業連携も視野に入れつつ、小規模事業者の振興を図る。

(イ) 需要動向調査等によって得られた情報を商品開発等に活用するマーケットインの考え方に基づく取り組みや情報発信等の販路開拓への取り組みを通じて新たな需要を開拓し、小規模事業者の振興を図るとともに、経営環境変化に対応するため、小規模事業者のデジタル技術の活用による情報発信等のDX対応支援を実施する。

(ウ) 小規模事業者は地域経済の活力の源泉として雇用機会創出等の役割を担っているため、起業支援、事業承継への取り組みを通じて小規模事業者数の減少に歯止めをかけ、地域経済の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。

② 長柄町第5次総合計画との連動性・整合性

長柄町第5次総合計画では、「水と緑と笑顔が輝くヒューマンリゾートながら」を町の将来像と掲げ、産業振興については「ひとがにぎわいを創る活発なまちづくり」を基本目標とし、既存する企業・事業主の経営支援と企業誘致、新しい産業や起業家の進出を支援し、町民の働く場と働く仕組みが充実したまちづくりを推進することとなっている。

商工会としても小規模事業者の長期的な振興の方向性（前記（2）の①）において「ビジネスプランの策定・促進による経営力の向上（事業の持続的な発展）」や「デジタル技術の活用による情報発信」等を掲げており、長柄町第5次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

小規模事業者の長期的な振興のあり方（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策を具体化するとともに、長柄町第5次総合計画との連動性・整合性を図るには、当商工会が従来から取り組んできた金融や労働、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、今後は地域の経済動向、消費者ニーズ等の需要動向及び経営分析の結果を踏まえた事業計画策定支援や新たな需要の開拓に向けた支援等の経営発達支援事業への取組が必要になってくる。

また、地域で唯一の総合経済団体として長柄町をはじめとする他の支援機関や専門家との連携強化を図り、小規模事業者の継続的な育成に向けて伴走型によるきめ細かな支援を実施するとともに、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取り組みなども実施する。

(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経営力の向上や販路開拓などに取り組み、これらを通じて地域経済や地域での雇用を支えるうえで重要な役割を担っている小規模事業者の持続的な発展を図り、もって地域経済の活性化と地域における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 小規模事業者との対話と傾聴を通じての自立的な経営強化による事業継続
- ② 起業支援及び事業承継支援による地区内小規模事業者数の維持
- ③ 販路開拓支援による新たな需要の発掘

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6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 小規模事業者との対話と傾聴を通じての自立的な経営強化による事業継続

地域の経済動向調査や需要動向調査、経営分析等を行い、これらによって得られた情報（業界動向、市場規模及び消費者ニーズ等の経営環境や強み・弱み等）を小規模事業者へ提供するとともに、これらを活用して経営基盤強化による経営力向上に向けて事業計画の策定に取り組む小規模事業者に対して対話と傾聴を通じ、経営指導員が伴走型によって支援する。

また、事業計画策定後は、経営指導員が定期的に巡回訪問して計画の遂行状況を確認、把握して継続支援を行うとともに、経営指導員では対応ができないような専門的で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関係支援機関の専門家派遣制度を活用するなどして小規模事業者へのフォローアップを行い、これらの一貫した支援を通じて経営基盤を強化し、小規模事業者の経営力向上を図る。

② 起業支援及び事業承継支援による地区内小規模事業者数の維持

起業家に対して長柄町創業補助金の活用や創業計画書の策定支援に取り組み、地域の雇用を創出する。

また、千葉県事業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、事業承継計画の策定支援やフォローアップなどの取り組みを実施し地区内小規模事業者数の維持を図る。

③ 販路開拓支援による新たな需要の開拓

新たな商品やサービスの開拓等に取り組む小規模事業者に対して、DXに向けた取り組み新たな商品やサービスの開発等に取り組む小規模事業者を対象に、DXに向けた取り組み（IT（SNS等）を活用した情報発信による販路開拓）を支援する。また、各種イベント等への出展を支援するとともに、マーケットインの考え方に基づく来場者（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の支援、さらには統計データ等の収集・分析によって得られた情報の提供など、これらの販路開拓支援を通じて新たな需要を開拓し、限定的な販路からの脱却を図る。

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

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、収集した情報の専門的な分析や地域の小規模事業者への情報提供も出来ていなかったため、情報の収集・分析方法や活用・周知方法等の改善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 回	1 回	1 回	1 回	1 回
地域経済動向調査 分析結果の公表回数	HP 掲載他	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

国のビッグデータ（R E S A S）活用による地域経済動向調査

当地域の産業と経済の現状や人の動き等を詳細に把握するため、国のビッグデータ（R E S A S）を活用して地域経済動向の調査・分析を行い、年 1 回公表する。

(ア) 調査項目

- ・「地域経済環境マップ・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。

(イ) 調査手法

経営指導員が R E S A S（地域経済分析システム）を活用して情報を収集する。

(ウ) 分析手法

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）と連携して分析する。

（４）調査結果の活用

収集・分析結果は、商工会のホームページ及び商工会報等を活用して広く小規模事業者等へ周知する。また、調査結果は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などにおいて、インターネットの情報サイト等を活用して需要動向調査を実施し、その結果得られた情報を小規模事業者へ提供しているが、内容は限定的なものとなっている。

② 課題

各種統計データ等の活用や情報等の収集については実施していたが、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ておらず、消費者ニーズを把握するために必要な、情報提供が限定的で不十分なものとなっている。小規模事業者に対して、消費者やバイヤー等の意見を踏まえたマーケットインに基づく情報提供、ビッグデータを活用した情報提供が課題となっている。

（２）目標

内 容	現行	R 6	R 7	R 8	R 9	R10
①新商品開発 アンケート調査対象事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②統計データ活用 需要動向調査対象事業者数	—	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者

（３）事業内容

①「ながランテラス」等を活用した需要動向調査

販路開拓や拡大に取り組む小規模事業者の特産品を活用した新商品開発を支援する。具体的には当商工会が運営に関与している「ながランテラス」（長柄町の農産物と商工会会員が提供するお弁当・お惣菜・飲料水・アクセサリーなどを販売する地域交流の広場）や「産直広場太陽」（地元の農家と連携した農産物直売所）、「道の駅なが

ら」等において来場者を対象としたアンケート調査を実施する。

(ア) 調査手法

経営指導員等が来場者に対してアンケート調査を実施する。

(イ) サンプル数 来場者 20 人

(ウ) 調査項目

品質、価格、パッケージ、商品名、容量、ネーミング、その他感想等

(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）の助言等を得てアンケート調査により収集した情報を分析する。

(オ) 活用方法

分析結果は当該小規模事業者へ情報提供するとともに、小規模事業者への伴走型支援に活用する。

② 統計データ等を活用した需要動向調査

需要動向についてより詳細な情報を把握するため、各種データ等を活用して売れ筋情報等の調査・分析を実施する。

(ア) 調査対象事業者

商品開発や事業計画策定等に取り組む小規模事業者

(イ) 調査項目及び調査手法

小規模事業者が必要とする情報を提供し、その結果の活用を図るため、調査項目等は事業者ごとに選定して調査を実施する。

調査項目	調査手法
売れ筋情報（商品情報）	日経テレコンの POS データ活用
消費動向、市場規模	家計調査年報を活用
業界動向、競合状況等	業種別審査事典を活用
業種・業界動向	日刊紙や業界紙等を活用
商圈	商業統計調査を活用
年齢別人口、世帯数	R E S A S 等統計資料を活用
その他の需要動向等	インターネット情報サイト等を活用

(ウ) 分析方法

経営指導員において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）の助言等を得て収集した情報を分析する。

(エ) 調査結果の活用

調査結果は、経営指導員等が当該小規模事業者にフィードバックし、商品開発

や新たなサービスの提供等に取り組む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。

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 6	R 7	R 8	R 9	R 10
経営分析事業者数	2 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 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、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

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≫ 直近3期の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

≪非財務分析≫ 下記項目について、対話を通じて、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。

(内部環境)			(外部環境)
・ 経営者の経歴、人脈	・ 商品、製品	・ サービス	・ 業界動向
・ 人材、組織	・ 技術、ノウハウ		・ 商圏内人口、人流
・ I T 活用の状況	・ 仕入先、販路		・ 技術革新動向

(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) 分析結果の活用

- 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

これまでの事業計画策定支援は、小規模事業者の金融斡旋や小規模事業者持続化補助金等の申請時の経営計画策定支援が中心であり、事業計画の内容も経営課題の解決のためという視点より、補助金申請等で採択される視点という限定的な支援内容となっている。

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経営課題の解決や業績の向上など、持続的発展に向けて経営基盤の強化や経営力の向上等が図られ、小規模事業者の事業の持続的発展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

経営分析を行った小規模事業者や経営基盤強化等に取り組む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、地域の経済動向調査、需要動向調査及び経営分析を伝える手法をわかりやすくするなどの工夫を行いながら事業計画の策定支援を実施する。

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、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支援する。

さらに、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を図るものとする。

なお、5. で実施する経営指導員による周知及び分析を通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

(3) 目標

内 容	現行	R 6	R 7	R 8	R 9	R 10
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	2 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者

※目標数値の根拠 経営指導員 1 名× 8 件

(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を習得するため、また実際にD Xに向けた I Tツールの導入や Web 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

(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

専門家を招聘して開催する。また、小規模事業者においてはD Xの前段階である I T活用のレベルからの支援も想定する。

(エ) 募集方法

ホームページや商工会報への掲載、町広報への掲載、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で取り組み意欲の高い小規模事業者
- 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で取り組み意欲の高い小規模事業者
- c 創業予定者

(イ) 支援手法

- 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、経営状況の分析を踏まえた上で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、経営指導員が需要動向調査を踏まえて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、需要動向調査や経営状況の分析を活用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、需要動向調査や経営状況の分析を踏まえた上で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、需要動向調査や経営状況の分析を踏まえた上で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巡回による支援回数も少なく、またフォローアップの内容が金融支援（マル経幹旋）後の資金繰り計画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実績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。実施するにあたって、自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員が一緒

に作業を行うことで、現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

対象については、事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、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、フォローアップを行う。

その過程で顕在化した高度な課題に対しては関係支援機関の専門家派遣制度を活用して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。

なお、事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、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、フォローアップを行う。

(3) 目標

内 容	現行	R 6	R 7	R 8	R 9	R10
①フォローアップ 対象事業者数	2 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
フォローアップ頻度 (延回数)	4 回	1 6 回	1 6 回	1 6 回	1 6 回	1 6 回
フォローアップによる 売上増加事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②専門家活用 フォローアップ回数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

※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1名×1事業者

専門家活用フォロー回数：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

(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

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、フォローアップの頻度（延回数）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

(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

地域内の小規模事業者は販路開拓等に関心があるものの、「費用」、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、新たな需要の開拓の取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。また、I Tを活用した販路開拓等のDXに向けた支援も十分ではないため、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

② 課題

小規模事業者が新たな需要の開拓を行うにあたり費用面等で困難な状況にある。さらには、地域外への重要な情報発信ツールであるSNS等のI Tを活用したDXの推進による販路開拓支援も課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

新たな需要の開拓を考えている小規模事業者を対象に、個店の商品やサービスを周知（移住定住者等の新規顧客の獲得）するため、「共同チラシ事業」を実施し、お客様のニーズ等を把握する。

また、DX推進に向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、I T活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてI T専門家派遣等を実施するなど事業者の段階にあった支援を行う。

(3) 目標

内 容	現行	R 6	R 7	R 8	R 9	R 10
①共同チラシ作成回数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
共同チラシ掲載事業者数	—	8 者	8 者	10 者	10 者	10 者
売上増加率/者	—	3%	3%	4%	4%	4%
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所数	—	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
売上増加率/者	—	4%	4%	5%	5%	5%
③ECサイト利用事業者数	—	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	8%	8%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

① 共同チラシを活用した地域内の新たな需要の開拓支援（BtoC）

共同チラシによる町内新規顧客の開拓と消費拡大及び個店の販売力を強化する。

(ア) 支援対象

新たな需要の拡大に取り組もうとしている小規模事業者

(イ) 実施方法

共同チラシは、年 2 回（B 4 両面カラー刷り）作成し、町内へ新聞折込をする。
また、商工会のホームページへ掲載する。

(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・窓口指導時の勧奨による募集等

(エ) 効果

個店の商品、サービスの認知度が向上することで来客数等の増加が期待できる。また、来客者等のニーズを把握することができる。

(オ) チラシ発行後の支援

経営指導員は、参加者に対して需要動向調査等を提供し、販売力強化に向けた支援を実施する。

② SNS活用セミナーの開催による販路開拓支援（BtoC）

SNS活用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

×（旧名称ツイッター）、インスタグラム、ユーチューブ等による情報発信

(ウ) 開催方法

I T 専門家を招聘して開催

(エ) 募集方法

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

(オ) 効果

S N S 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。

(カ) 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。また、高度な相談案件については、千葉県商工会連合会の実施する専門家派遣制度等を活用して個別支援を実施する。

③ E C サイト利用による販路開拓支援（B to C）

地域内外の販路を拡大する取組として、ショッピングサイト等を活用していなかった事業者に対して、紹介・提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等についてのアドバイス等伴走支援を行う。

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等で報告しているが、外部の有識者を交えての検証や評価・見直しは行われていない。

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ため、外部の有識者等を加えての事業の評価・見直しによる P D C A サイクルを適切に回す仕組みや公表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 経営発達支援計画の実施にあたっては、法定経営指導員が経営発達支援計画の実施に向けた支援・指導を行うとともに、経営発達支援計画の実施状況を 5 段階評価

し把握・管理する。

② 外部有識者（中小企業診断士等）、町役場担当課職員、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計画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、経営発達支援計画の実施状況や評価・見直しをする。

③ 経営発達支援計画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、ホームページ及び商工会報へ掲載（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
事業担当者が事業実施



法定経営指導員を中心とした事務局による検討会を開催して実績値の内部評価と事業内容や目標値等の改善を検討



事務局による内部評価と改善案を経営発達支援事業評価委員会へ提出



経営発達支援事業評価委員会で事務局による内部評価と改善案を検討



経営発達支援事業評価委員会の評価と改善を踏まえて事業を実施

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で開催される研修会等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これら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習得を図っている。

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

（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、全職員（経営指導員1名及び補助員1名）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) 経営指導員、補助員の I T 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 D X 推進取組に係る相談・指導能力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 D X 推進関連のセミナーへ経営指導員や補助員を計画的に派遣する。

＜ D X に向けた I T ・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

R P A 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 I T 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 P R ・情報発信方法、 E C サイト構築・運用
オンライン展示会、 S N S 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

(エ) 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図るため、全職員（経営指導員 1 名及び補助員 1 名）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及び中小企業大学校が開催する課題別・専門研修に定期的に派遣し、事業者と対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

② O J T の実施

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

千葉県商工会連合会の職員研修会等へ出席した職員が講師を務め、定期的にミーティング（月 1 回／月初）を開催し、 I T 等の活用方法や経営支援に必要な知識についての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

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、経営指導員以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5年11月1日現在)	
(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）	
長柄町商工会 法定経営指導員 (事務局責任者) 1名 長柄町商工会 補助員 1名 連携 連絡調整 長柄町産業振興課	
(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 渡辺 忠義 連絡先：長柄町商工会 TEL 0475-35-3450	
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 〒 297-0218 千葉県長生郡長柄町桜谷 687 長柄町商工会 TEL 0475-35-3450 Fax 0475-35-1465 E-mail : info@nagara.sakura.ne.jp	
② 関係市町村 〒 297-0298 千葉県長生郡長柄町桜谷 712 長柄町 産業振興課 TEL 0475-35-4447 Fax 0475-35-4743 E-mail : sangyou@town.nagara.chiba.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 6 年度	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R10 年度
必要な資金の額	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0
需要動向調査 消費者ニーズ調査費	4 0	4 0	4 0	4 0	4 0
DX セミナー開催費	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0
共同チラシの作成費	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0
SNS セミナー開催費	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0
大学校研修	8 0	8 0	8 0	8 0	8 0
事業評価委員会	3 0	3 0	3 0	3 0	3 0

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

(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