

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>相模湖商工会（法人番号 9021005003093） 相模原市（地方公共団体コード 141500）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和6年4月1日～令和11年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>目標① [地域小規模事業者の経営改善支援の強化] 目標② [成果につなげる需要開拓支援] 目標③ [商店街振興の再構築による地域経済活性化]</p>
<p>事業内容</p>	<p>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 小規模事業者の情報収集ニーズに基づいた地域経済動向の情報収集、分析、提供を行う。 4. 需要動向調査に関すること 商品開発・改善、サービス開発・改善、製品開発・改善のための顧客ニーズの調査を行う。 5. 経営状況の分析に関すること 総合的な経営状況を把握するため経営分析を行う。 6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を実施した事業者を対象として事業計画策定支援を行う。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者全てにフォローアップを行う。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・ビジネスマッチング支援 ・イベント等出展支援 ・SNS活用支援</p>
<p>連絡先</p>	<p>相模湖商工会 〒252-0171 神奈川県相模原市緑区与瀬 896 番地 TEL：042-684-3347 FAX：042-685-1654 E-Mail：sagamiko@e-shokokai.or.jp 相模原市 環境経済局 産業支援課 〒252-5277 神奈川県相模原市中央区中央 2-11-15 TEL：042-754-1111 FAX：042-754-1064 E-Mail sangyou.s@city.sagamihara.kanagawa.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地域の概況

相模湖地区は、神奈川県北西部に位置し、東京都と隣接する相模原市緑区相模湖地域（2006年3月に相模原市と合併した旧相模湖町）にある。

※相模湖地区の立地

相模湖地区は、相模原市緑区のうち次の地域からなる。

【小原、寸沢嵐、千木良、与瀬、与瀬本町、若柳】

相模湖商工会が管轄する地域についても、相模原市緑区の上記区域となる。

<神奈川県における相模湖地区の立地>



相模湖地区は、相模川上流を堰き止めた人造湖である相模湖の湖畔一帯に広がる自然豊かな地域で、地域内にJR中央本線相模湖駅があり都心部まで約1時間で移動できる。また、国道20号（甲州街道）、412号が地域内を通り、中央自動車道相模湖インターチェンジともつながり、近隣都県へのアクセスが非常に良い。

同地域にはJR相模湖駅に隣接する相模湖駅前商店街と相模湖に面する湖畔商業施設があるが、地域の人口減少や国道通行車両数減少等の影響もあり、かつての賑わいに比べると翳りが見られる中で、商店街や商業施設の活性化に向けて取り組んでいる。

当地域では、さがみ湖湖畔さくら祭り、湖上祭花火大会、小原本陣祭等の大型イベントが開催され多くの観光客が訪れている。また、相模湖地区を紹介する動画サイトやキャンプ・登山ブームの効果で相模湖や周辺山地を訪れるハイキング客が増加傾向にあり、神奈川県立相模湖漕艇場でもボート競技の学生等が定期的に利用している。また、地域内には大型民間アトラクション施設があり、多くの利用客が訪れている。地域商店街や商業施設の活性化には、こうした訪問客の需要獲得が重要である。

②地域の人口動態

相模原市の統計によると、相模原市全体では人口は増加傾向にあるが、相模湖地区の人口は、平成

8年の約11,000名をピークに漸減している。また、65歳以上の高齢化率は41.3%で相模原市のなかでも一番高く、高齢化が進んでいる地区である。 ※相模原市ホームページより出典

相模原市緑区と相模湖地区の世帯数・人口状況（令和5年1月1日現在）

区・地区名	世帯数	人 口		
		総 数	男	女
緑区合計	79,216	168,694	85,026	83,668
うち相模湖地区	3,342	7,270	3,715	3,555

相模湖地区の過年度の世帯数・人口推移

時期	世帯数	人 口		
		総 数	男	女
令和4年1月	3,694	3,462	3,799	3,663
平成25年1月	3,706	8,814	4,468	4,346
平成18年1月	3,791	10,354	5,350	5,004
昭和64年1月	3,044	10,077	5,121	4,956

③地域事業所の概況

・地域商工業者、小規模事業者数は、平成13年より減少傾向で推移している。特に製造業、小売業の減少が著しい。

年度	商工業者等数	商 工 業 者 の 業 種 別 内 訳							小規模事業者	県内商工会 地域商工業 者数合計	県内商工会 地域小規模 事業者合計
		建 設 業	製 造 業	卸 売 業	小 売 業	飲 食 ・ 宿 泊 業	サ ー ビ ス 業	※ そ の 他			
平成8年	483	64	66	11	154		114	74	398	29,306	23,696
平成13年	487	87	50	7	114	67	95	87	390	28,085	22,505
平成21年	443	78	40	19	76	53	93	84	389	27,402	22,324
平成26年	387	60	30	19	54	47	104	73	382	26,208	20,676

※商工業者等数は、8・13は事業者・企業統計、21・26は経済センサスによる。

※その他（鉱業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、金融・保険業、不動産業）

※商工業者等数は、全営全産業から（農林漁業、学術・開発研究機関、学校教育、医療業（療術業・医療に附帯するサービス業は除く）、保健衛生、社会保険・社会福祉・介護事業、協同組合、政治・経済・文化団体、宗教）を除外している。

④地域産業の状況

当地域の売上金額や付加価値額は、相模原市の他地域と比較してもっとも少ない。相模原市と比較して、1事業者あたりの売上額は1/3、付加価値額は1/2と稼ぐ力の低さが顕著である。

<相模原市の売上額、付加価値額>

	相模原市
売上額	2,403,806
付加価値額	690,089

事業所数	17,645
------	--------

<区の内訳>

	中央区	南区	緑区	合計
売上額	1,007,056	847,602	549,149	2,403,807
付加価値額	269,823	259,449	160,817	690,089
事業所数	6,851	6,245	4,549	17,645

緑区の内訳

	橋本	大沢	城山	津久井	相模湖	藤野	合計
売上額	363,899	59,204	32,109	61,020	14,883	18,034	549,149
(構成比)	66%	11%	6%	11%	3%	3%	100%
付加価値額	97,653	21,491	10,881	18,318	6,638	5,835	160,816
(構成比)	61%	13%	7%	11%	4%	4%	100%
事業所数	1,841	673	531	833	345	326	4,549
(構成比)	40%	15%	12%	18%	8%	7%	100%

※経済センサス 28 活動調査

※単位：百万円

※端数計算の都合で合計が合わない数値がある

・製造業の状況

小規模事業者の競争力低下や事業承継問題による淘汰、廃業があり、また一方では中小企業の効率化・大規模化が背景にあることが考えられる。

・建設業の状況

大手ハウスメーカーや総合建設業の傘下で業務を行う職別工事業に属する事業者が多く、若手の新規参入者も多いが競争も激しいのが現状である。適正価格での受注確保が課題といえる。

・小売業の状況

相模湖観光需要に関わる土産物等の小売業や釣り船・ボート等の物品賃貸業の事業者が多いのが特徴である。コロナ禍で人との接触が比較的少ない釣り需要が好調で、釣り客を相手にする小売業や釣り船・ボート等の物品賃貸業の業績が順調である。

・飲食業の状況

コロナ禍で激減した売り上げも、観光客の回復とともに回復傾向にあるが、地域住民の利用頻度は元に戻っていない状況で、新たなメニュー開発やサービス追加等の経営改善が急務とされる。

・サービス業の状況

当地域のサービス業は理美容業種が多く、競争も激しい。しかしながら固定客をうまくとらえており、多くの売り上げは期待できないものの、安定した需要確保が保たれている。

⑤商工会の現状

相模湖商工会は、昭和 37 年 3 月に設立し、会員数は 249 者(令和 5 年 4 月 1 日現在)であり、地区

内商工業者における会員組織率は 65.18%の地域総合経済団体である。

当会は地域事業者の振興方針として「経営改善普及事業による地域事業者の経営支援」、「相模湖駅前商店街及び相模湖畔商業施設の活性化」を掲げ、地域に役立ち頼りにされる商工会を目指し活動している。

【当会員数推移表】

年度	総会員数	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他
平成 26	296	25	28	10	52	38	82	61
平成 31	276	18	19	10	49	37	83	60
令和 5	249	16	17	9	45	31	73	58

⑥相模原市の総合計画の引用（商工・観光部分）

「未来へつなぐ さがみはらプラン～相模原市総合計画～」より抜粋

＜基本計画 緑区基本計画 概況より＞

産業においては、圏央道相模原インターチェンジの開通及び津久井広域道路の一部開通により、交通アクセスの利便性が向上したことで、周辺の産業拠点の更なる活性化が期待されています。また、株式会社さがみはら産業創造センターや商工会議所、商工会等と連携した中小企業への支援がより一層求められています。さらに、人口減少が進行することで、地域の活力が失われることや地域コミュニティの維持が難しくなることが懸念されることから、地域の特性を生かした雇用の場を創出するなど、地域活性化に向けた取組が求められています。

観光において、緑区の有する豊かな水源地域の自然・歴史・文化などの地域資源を生かした体験・交流型観光を推進するとともに、リニア中央新幹線の駅や車両基地の設置を見据えながら、地域の観光資源をネットワーク化することで、観光客の周遊性の向上やインバウンド観光の促進を図ることが求められています。あわせて、既存施設を活用した観光拠点の整備や登山道、散策路、トイレの整備など多くの観光客が訪れるための基盤づくりや、地域に触れて、リピーターとなってもらうための取組を進め、交流人口や関係人口の拡大につなげていくことが課題となっています。

商業においては、大規模小売店舗の出店により買物が便利になった一方で、商店街における買物客の減少、個人商店の後継者不足、インターネット通販の発達などによる消費行動の変化への対応といった課題があります。そこで、対面販売による住民とのつながりなど個人商店の魅力を高めるとともに、創業支援を行うなど、商店街などの活性化に努める必要があります。

＜基本計画 緑区基本計画 取組目標より＞

「創り合う・つながり合う」まちづくり

（地域経済の活性化、地域の特性を生かした観光振興、中山間地域の振興、文化財の保護と活用など）

＜基本計画 緑区基本計画 取組の方向より＞

- ・地域活力のあふれるまちづくりに取り組みます。
- ・地域の魅力を生かした観光振興に取り組みます。
- ・ネットワークを生かし、発展性あるまちづくりに取り組みます。

⑦課題

ア. 相模湖地区を取り巻く環境分析

強み (内部環境)	弱み (内部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・ J R相模湖駅や中央自動車道、国道 20 号等の東京都内への高いアクセス性 ・ 相模湖、甲州街道等の観光資源やさがみ湖湖上祭等のイベントの存在 ・ 地域内の大型民間アトラクション施設による地域外からの集客効果 ・ 神奈川県立相模湖漕艇場があり、県内外から多数の学生・一般客が通年で利用 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 相模原市他地域に比較して相模湖地区の事業所の売上金額や付加価値額が低い ・ 事業所数減少傾向にある ・ 大型イベントの観光客等に対する需要獲得が不十分 ・ 人口減少 ・ 高い高齢化率
機会 (外部環境)	脅威 (外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・ キャンプ・登山ブームによる入込客数の増加 ・ コロナ禍でも堅調なアウトドア需要 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域内国道の交通量の減少 (圏央道開通により相模湖インター利用車両数の減少) ・ 近隣に知名度の高い観光地の存在 (高尾山、甲州地域)

イ. 課題

これまで述べてきた現状を踏まえ、相模湖地区の主な課題は次のとおりである。

(ア) 売上や収益の改善による経営の持続化、高齢化、後継者不在への対応など事業承継の推進

(イ) 相模湖地域を訪れる観光客等に対する商品やサービスの訴求と需要獲得や、相模湖駅前商店街や湖畔商業施設の活性化など相模湖地域内の需要開拓

(ウ) 隣接都県での需要開拓や、充実した交通基盤によるアクセス性を活用した商圈拡大、商談受注につながるノウハウ獲得など相模湖地域外の需要開拓

(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

経営者が高齢化するなかで事業価値の向上や事業継続性を高めていくことが必要である。また、事業承継、人材確保の問題は大きな局面を迎えている。加えて、地域の観光資源を活用し、地域全体での需要拡大を図ることが必要である。

そのために当会としては、経営課題と需要動向等を踏まえた事業計画策定と計画実行のPDCAを支援し、事業計画に基づく計画経営にシフトする支援を行うことが求められている。また、策定した計画の遂行において、商品・サービスの競争力強化、収益拡大、需要拡大、人材育成や事業承継等、具体的でそれぞれの事業者にあった支援を行うことも求められている。

地域経済の活性化においては、地域資源を活用した特産品開発の支援や、地域外からの集客促進を支援することで地域経済の活性化に貢献することが求められている。

これら小規模事業者の計画経営に伴う経営品質向上や振興を実現するために、相模原市や、関係する支援機関等と連携を強化し、今まで以上に行政・中小企業支援機関・金融機関などと連携強化を図るとともに、小規模事業者に伴走した経営支援を実施することが必要である。

② 相模原市総合計画との連動性・整合性

先に述べた「未来へつなぐ さがみはらプラン～相模原市総合計画～」と本計画は次の点で連動性・整合性がある。

【産業・商業】

(地域経済の活性化) では、

- ・ 圏央道相模原インターチェンジや津久井広域道路などへのアクセスの良さを生かした産業の活性

化を図るとともに、リニア中央新幹線の開通など大きな可能性を生かした様々な地域経済活動の振興を促進します。

・地域を支える商店街や個人商店の維持・活性化を図るとともに、商工会議所や商工会等と連携し、地域に根差した個人商店の魅力と地域の特性を生かした新たな起業の支援・育成を図ります。

・高齢化や地理的な条件により、買物が不便に感じる方が今後増加することが予測される中、インターネット通販や日用品等の生活必需品の移動販売など、多様なニーズに応じた地域経済の活性化に努めます。

とあり、本計画との連動性・整合性がある。

【観光】

(地域の特性を生かした観光振興)では、

・豊かな自然・歴史・文化など地域資源を生かした体験・交流型観光を推進するとともに、おもてなしの機運の醸成と、観光を支える人材の育成・確保に取り組みます。

・リニア中央新幹線の開通を見据え、都市と自然が持つそれぞれの魅力を活用し、点在する観光資源や地域資源をつなぐ仕組みづくりを検討するとともに、マーケティングの視点を持った効果的な情報発信に取り組みます。

・観光協会や商工会議所、商工会など関係団体と連携し、既存の観光資源の磨き上げをすることにより、地域の特性や施設の特色を生かした観光振興とインバウンド観光の促進を図ります。

とあり、本計画との連動性・整合性がある。

③商工会としての役割

当会は、事業者のニーズに応えられるよう事業者との接点(巡回指導・窓口相談)を強めながら経営課題を把握し、問題解決に役立つ支援に取り組む。今後は、更に事業者に寄り添った経営支援を行い、地域の商工業者の持続的発展に寄与していくことが商工会の役割と考える。

また、国・県・相模原市の施策を小規模事業者に周知するとともに、小規模事業者の声を新たな施策に反映すべく提言を行うなど、国・県・相模原市と小規模事業者をつなぐ役割を担う。

・小規模事業者が顧客のニーズをとらえられるよう、環境分析を行い、事業計画作成支援を実施する。

・小規模事業者の事業計画実行に際し、競争力向上、収益力向上、需要拡大などの支援を実施する。

・相模原市のイベントなどを活用した販路開拓支援やブランド力の向上を支援する。

・事業を持続的するため、経営計画の策定・見直し、事業計画及び資金計画の策定支援を行い、ひとつでも多くの事業者の持続を支援する。

(3) 経営発達支援事業の目標

当地域の現状と課題及び長期的な振興のあり方を踏まえ、総合経済団体および小規模事業者支援機関として、関係支援機関との連携を強化し、以下の本計画(5年間)の目標を設定した。

地域経済の重要な役割を担う小規模事業者に対し、伴走した経営支援を実施し経営品質の向上を図り、持続的発展につなげる。支援姿勢としては、対話と傾聴を前提とし、支援者より適宜提案することで、事業者自身が思考し、答えを導き出せるよう寄り添って支援を行う。

また、個者の持続的発展を通じて地域経済の活性化につなげる。

目標① [地域小規模事業者の経営改善支援の強化]

地域小規模事業者に対し、経営改善や経営力強化を目的に、経営力再構築伴走支援モデルを活用した対話と傾聴による経営課題を事業者自らが認識することに重点を置いた伴走支援を行う。

また、次世代を担う若手経営者や後継者の育成支援及び事業承継支援を行う。支援においては同様に経営力再構築伴走支援モデルを活用する。

目標② [成果につなげる需要開拓支援]

地域小規模事業者の販路開拓・拡大等を目的とした需要開拓支援を行う。BtoB向けには商談会等

を活用した需要開拓支援を行い、BtoC 向けには観光客やイベントを活用した需要開拓支援を行う。
支援においては、環境分析やニーズを把握し、成果につなげる支援を行う。

目標③ [商店街振興の再構築による地域経済活性化]

相模湖駅前商店街や相模湖畔商業施設など、相模湖周辺の活性化支援を行う。地域内のイベントを開催し、活性化するとともに、商店街や商業施設個社にける経営改善や経営強化の支援を行う。

目標① [地域小規模事業者の経営改善支援の強化]

<数値目標>

事業計画策定件数 12 件、売上増加事業者数 6 社、利益率増加 1 社（令和 6 年度）

目標② [成果につなげる需要開拓支援]

<数値目標>

ビジネスマッチング成約 1 者、イベント等出展売上獲得 10 万円／者、SNS 活用売上増加率 5%／者（令和 6 年度）

目標③ [商店街振興の再構築による地域経済活性化]

・当地域の観光事業者の商品・サービスの開発・改善、需要開拓等経営の改善発達、地域経済活性化のためニーズ調査を実施する。

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

目標① [地域小規模事業者の経営改善支援の強化]

(方針) 地域小規模事業者の厳しい経営状況を踏まえ、神奈川県商工会連合会やよろず支援拠点等の専門家派遣を活用し、個々の経営実態に応じて伴走型で経営改善を支援する。あわせて、次世代を担う若手経営者や後継者の育成支援及び事業承継等を支援し、地域小規模事業者数の減少を抑制する。支援姿勢としては、対話と傾聴を前提とし、支援者より適宜提案することで、事業者自身が思考し、答えを導き出せるよう寄り添って支援を行う。

目標② [成果につながる需要開拓支援]

(方針) 地域小規模事業者の主要な経営課題である売上拡大に対して、近隣大都市等の地域外からの需要獲得を推進し、商談会・展示会の機会提供と受注獲得ノウハウを支援する。また、地域外の需要獲得の難しい業種の地域小規模事業者に対しては観光客やイベント客の需要獲得ノウハウを支援する。加えてホームページ作成等のIT化と情報発信ノウハウ等を支援する。

目標③ [商店街振興の再構築による地域経済活性化]

(方針) 相模湖周辺のハイキング客、相模湖漕艇場の利用客等の相模湖駅前商店街や相模湖畔商業施設への誘導を支援し、購買促進による地域商店街振興と地域経済活性化につなげる。

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

<現状>

会員事業者が小規模事業者持続化補助金等の補助金申請を行う際に、会員の求めに応じて、神奈川県商工会連合会の中小企業景況調査報告書を情報提供している。

しかし、業種別においては大分類が中心であり、かつ景気動向の推移を数値にて示すにすぎないため、各業種が抱える課題を説明するような資料としては不十分であることが多い。

<課題>

今後、会員事業者のみならず広く地域小規模事業者に情報提供を行うためには、地域経済動向に関する情報を定期的に収集し、業種別の課題を分かりやすく伝えられるように分析し、事業者が自由に閲覧できるような仕組み作りが必要となってくる。

- ・神奈川県及び相模原市の地域経済動向の収集・分析方法の構築
- ・地域経済動向の整理と地域事業者への定期的な提供方法の構築

(2) 目標

		現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
商工会HPでの提供	回	0	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

<目的>

- ・小規模事業者の情報収集ニーズに基づいた地域経済動向の情報収集、分析、提供
- ・会員事業者のみならず地域小規模事業者に対する定期的な情報提供

<内容>

[1] 地域経済動向の収集・整理

以下①～③の地域経済動向に関する情報源をもとに、神奈川県や相模原市緑区地域における企業の地域経済動向調査情報を収集・整理する。さらに地域小規模事業者がいつでも活用出来るよう、当会のホームページにて掲載する。(年1回)

① 中小企業景気動向調査 (神奈川県商工会連合会が提供する神奈川県地域のデータを使用)

中小企業経営者へのヒアリングにより、業況判断・売上高・経常利益等の「増加(上昇)」したとする企業が全体に占める構成比と、「減少(下降)」したとする企業の構成比との差(DI値)を、四半期毎に産業別・地域別等に算出する景気動向調査。

【調査項目】

地域：神奈川県商工会地区

対象：製造業、建設業、運輸業、小売業、飲食業、卸売業、不動産業、サービス業の8業種

項目：売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

② 相模原市地域の景気動向調査 (山梨信用金庫が提供する神奈川県西地域のデータを使用)

企業経営者へのヒアリングにより、業況判断・売上高・収益等の「増加(上昇)」したとする企業が全体に占める構成比と、「減少(下降)」したとする企業の構成比との差(DI値)を、四半期毎に産業別・地域別等に算出する景気動向調査。

【調査項目】

地域：相模原緑区、山梨県

対象：製造業、卸売業、小売業、サービス業、建設業、不動産業の6業種

項目：業況、売上、収益、資金繰り、設備投資、借入実施動向、経営上の問題点 等

③ 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

【調査項目】

地域：相模原市内

項目：地域経済循環マップの生産分析、まちづくりマップ・From-to分析、産業構造マップ

[2] 地域経済動向調査の分析手法

上記により収集・整理した情報を経営指導員が主体になり、外部専門家の助言を得ながら、地域、業種、時系列等、分析を行う。

(4) 成果の活用、情報提供の工夫

分析した調査結果を地域小規模事業者がいつでも活用出来るよう、当会のホームページにて掲載する。(年1回)

また、経営指導員等が窓口相談等経営支援における指導基礎資料として活用し、小規模事業者の事業計画作成支援、事業計画の見直しや需要開拓支援に活用することで、個別の課題解決に繋げる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

統計データ等のマクロ情報の提供にとどまっているため、個々の小規模事業者の需要動向を把握することはできていない。

<課題>

事業者ごとの需要動向を把握することで、事業計画策定や商品・サービスの開発・改善など需要開

拓につなげること。

経験と勘だけでなく、自社の商品・サービスに対して客観的にどれだけ必要とされているかを知る機会が必要。

(2) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
[1]小売業・飲食業に係る需要動向調査対象事業者数	0	3	3	3	3	3
[2]工業に係る需要動向調査対象事業者数	0	2	2	2	2	2
[3]観光業に係る需要動向調査対象事業者数※	0	205	205	205	205	205

※当地域の小売業、飲食・宿泊業、サービス業全体に資するものとして現在の事業者数を計上。

(3) 事業内容

[1]小売業・飲食業に係る需要動向調査

<[1]～[2]の目的>

商品開発・改善、サービス開発・改善、製品開発・改善を行うための顧客ニーズを調査する。

<内容>

個者の商品やサービスについての需要動向調査は、イベントや物産展等を通じて来場者にアンケートを行う。

【サンプル数】来場者 50 名（1 事業者あたり）

【対象】事業計画策定や策定後の支援を通じて、売上向上に繋がる需要開拓支援が必要な個者

【調査手段・手法】

観光客が集まる「相模湖湖上祭（来場客 約 5 万人）」、神奈川県商工会連合会が開催する「かながわ商工会まつり（来場客約 3 万人）」などのイベント等の来場者を対象としてアンケート調査を実施する。各イベントに出展している個者について、専門家等と連携し実施する。

【分析手段・手法】

アンケート調査票の策定については、調査項目を含め事業者及び専門家、経営指導員等が行う。また、調査項目と内容は、小規模事業者の需要獲得に十分な内容になっているか確認して必要に応じ見直しする。分析については、支援機関や専門家と連携し、経営指導員等が分析し、提供する。

【調査項目】下記の項目を実施する。

①味、②食感、③ボリューム、④価格、⑤見た目、⑥パッケージング、⑦持ち運びやすさ、⑧利用シーン、⑨どのような物を求めているか、など。

【分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が該当事業者に直接フィードバックし、既存事業の改善発達、サービスの開発等、事業計画策定時及びフォローアップ時に活用する。

また、調査で得られた情報のうち、個者固有の情報以外で、小規模事業者の経営に資する情報については、当商工会内で共有し、日常の経営指導において活用する。

[2]工業に係る需要動向調査

<内容>

工業展示会を通じて来場するバイヤー等に対しアンケートを行う。

【サンプル数】来場バイヤー等 30 名（1 事業者あたり）

【対象】工業系展示会に出展する事業者に対して、ニーズ把握のためのアンケート調査を実施する。具体的には「テクニカルショウヨコハマ」等に出展する事業者ブースに来場したバイヤー等（新規顧客対象者）に対してアンケート調査を実施する。

【調査手段・手法】

事業者ブースに来場した顧客を対象に、アンケート調査票を手渡し、ヒアリングを行いながらアンケ

ートを記入する。

【分析手段・手法】

アンケート調査票の策定については、調査項目を含め事業者及び専門家、経営指導員等が行う。また、調査項目と内容は、小規模事業者の需要獲得に十分な内容になっているか確認して必要に応じ見直しする。分析については、支援機関や専門家と連携し、経営指導員等が分析し、提供する。

【調査項目】 下記の項目を実施する。

①求めている製品又は技術②価格③納期④取引条件⑤対応条件など

【分析結果の活用】

分析結果は、支援機関や専門家と連携し、経営指導員等が報告書としてまとめ、経営指導員等が該当事業者に直接フィードバックし、製品の改善発達、開発等、事業計画策定時及びフォローアップ時に活用する。

また、調査で得られた情報のうち、個者固有の情報以外で、小規模事業者の経営に資する情報については、当商工会内で共有し、日常の経営指導において活用する。

[3]観光業に関する需要動向調査

<[3]の目的>

当地域の観光事業者の商品・サービスの開発・改善、需要開拓等、地域経済活性化のためのニーズを調査する。

<内容>

当地域に来訪した観光客やイベント来場者にアンケートを行う。

【サンプル数】 来場者 200 名

【対象】 当地域の観光需要に係る事業者のうち、事業計画策定や策定後の支援を通じて、売上向上に繋がる需要開拓支援が必要な個者

【調査手段・手法】

観光客が集まる相模湖湖上祭（来場約 5 万人）などイベント来場者や、ハイキング客を対象として、専門家等と連携しアンケート調査を実施する。

【分析手段・手法】

アンケート調査票の策定については、調査項目を含め専門家及び、経営指導員等が行う。また、調査項目と内容は、当地域の対象事業者の需要獲得に十分な内容になっているか確認して必要に応じ見直しする。分析については、支援機関や専門家と連携し、経営指導員等が分析し、提供する。

【調査項目】 下記の項目を実施する。

①観光目的、②相模湖地域を知ったきっかけ、③来場手段、④ 宿泊の有無、⑤お土産品に求めること、⑥満足度、⑦予算、⑧属性、⑨家族構成 など

【分析結果の活用】

分析結果は、支援機関や専門家と連携し、経営指導員等が報告書としてまとめ、地域全体の知名度向上に活用する。また、対象事業者の改善発達、サービスの開発等、個別事業者の事業計画策定時及びフォローアップ時における経営指導員等の支援に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

会員事業者に対して巡回訪問や窓口相談で経営課題などをヒアリングしているが、相談対応内容の多くは税務や金融であるため、経営分析を支援する機会はあまりないのが現状である。また、小規模事業者持続化補助金等、補助金申請の増加に伴い、事業者の経営分析支援ニーズが増加傾向にある。

また、効果的な経営分析支援の手法が確立されていない。

<課題>

経営分析の必要性を地域小規模事業者に周知していく必要があり、経営分析を希望する地域小規

模事業者の掘り起こしが重要となる。
また、限られた職員数で効果的な経営分析を実現するための分析方法を確立する必要がある。

(2) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
経営分析事業者数	0者	15者	15者	15者	15者	15者
経営分析セミナー開催数	0回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

<目的>

巡回指導や窓口相談で把握している事業者を対象として経営分析を行う対象者を選定する。加えて事業者へ啓もうのためセミナーを開催し、参加者のなかから経営分析を行う対象事業者を選定する。

対象事業者は、定量及び定性分析を実施し、小規模事業者の総合的な経営状況を把握するとともに、持続的発展に向けた支援の資料として、事業者へのフィードバックとともに指導に活用していく。

<経営分析セミナーの概要>

【募集方法】当商工会ホームページまたは地域情報誌等による募集

【開催回数】年1回

【参加者数】15者

【想定内容】経営分析手法や各種調査の活用など経営課題の発見・経営改善に役立つセミナー

【想定講師】中小企業診断士

<経営分析の内容>

【対象者】

- ・巡回指導・窓口相談を実施した事業者のうち、経営分析が必要な事業者
- ・経営分析セミナーの参加者のうち、経営分析を希望する事業者

【分析項目】

- ・事業分析：事業者の内部環境・外部環境における強み、弱み、脅威、機会等
- ・組織分析：経営理念、リーダーシップ、経営体制、組織状況等
- ・財務分析：売上高、売上総利益、経常利益、自己資本利益率、売上高総利益率、労働生産性、流動比率、当座比率、固定比率、総資産回転率、損益分岐点比率等

【分析手法】

- ・事業分析：SWOT分析、5フォース分析、バリューチェーン分析等の分析を行い、商品やサービス等自社の事業優位性を把握することや、機会や課題を分析する。事業分析においては、面談による対話と傾聴を繰り返し行い、事業者の想いや課題を整理する。
- ・組織分析：VSPROモデル等により組織マネジメントの分析、評価を行う。
- ・財務分析：収益性・効率性・安全性等の分析を行い、時系列比較、業種比較、ベンチマーク比較を実施する。なお、経済産業省提供の「ローカルベンチマーク」等事業者に合ったツールを活用し、分析・評価結果を事業者へわかりやすく提供する。

(4) 分析結果の活用

実施した経営分析結果は、経営指導員等が個者を訪問しフィードバックする。フィードバックする際には、分析であぶりだされた問題点や課題を助言する。

また、改善のアプローチの方向性等事業計画策定につなげる。加えて、分析結果は、データベース化し、経営指導員等の各支援に活用する。

※ローカルベンチマーク 報告書提供例



6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

小規模事業持続化補助金等、補助金申請に伴う事業計画策定支援が増加傾向にあり、事業計画策定支援のニーズが高まっている。

多くの地域小規模事業者は事業計画策定の経験がない。

<課題>

経営分析を含めた事業計画策定について実効性の高い支援を進めていく必要がある。

事業計画策定を希望する地域小規模事業者への支援体制の構築。

(2) 支援に関する考え方

経営指導員等は、事業の発展、経営課題の解決のため、地域経済動向調査、需要動向調査、経営状況の分析等の結果を踏まえて、伴走型の指導助言を行いながら小規模事業者の事業計画策定支援を行っていく。

小規模事業者に対し事業計画策定のポイントを知ってもらうことを目的にセミナーを開催する。セミナーにおいては、事業計画策定のポイントや、売上・利益率向上につながった事例などを踏まえ、個別事業者の支援を効果的に行う。また、小規模事業者持続化補助金等補助金や町の補助制度等を契機とした事業計画の策定支援についても支援を行う。

加えて、事業計画策定前段階において、ビジネス環境の激しい変化に対応するため、デジタル技術を活用し、競争上の優位性を活用するためDXの認識を高め、ITツール活用推進を図ることを目的にDX推進セミナーを開催する。

(3) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
事業計画策定事業者数	0者	12者	12者	12者	12者	12者
事業計画策定セミナー開催数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
DX推進セミナー開催数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業承継セミナー開催数	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

[1] 事業計画策定セミナーの開催

経営分析を実施した事業者を対象として事業計画策定につながるセミナーを開催し事業計画策定の手法や知識を身につける。

<セミナーの概要>

【募集方法】対象事業者に対してのDMまたは電話による募集

【開催回数】年2回

【参加者数】15者（経営分析を実施した事業者を対象）

【想定内容】事業計画書の策定手法、事業ドメインの確認、マーケティング戦略の基本的な考え方、事業計画からアクションプランへの落とし込み、計画の進め方など

【想定講師】中小企業診断士

[2] 事業計画策定の支援

経営分析により経営実態を把握し、経営課題を確認し、地域経済動向や需要動向を考慮して具体的施策に落とし込み、小規模事業者と一体になって事業計画の策定、アクションプランへの落とし込みを支援する。支援では経営指導員等に加え、必要に応じて専門家と連携し実施する。

また、支援においては理論や手順の押し付けではなく、事業者自身が考え、事業者自身が腹に落ちた事業計画が策定できるよう寄り添った支援を行う。

・事業計画策定項目において、収益は経常利益を管理指標として盛り込む。

・事業計画の策定において、必要に応じて次の補助金等の申請支援を行う。（経営力向上計画、経営革新計画、マル経融資、小規模事業者持続化補助金、ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金、IT導入補助金、事業承継補助金など）

<支援対象>経営分析を行った事業者を対象とする。

<支援体制>

事業計画策定支援にあたり、経営指導員等と専門家は支援のばらつきが発生しないよう方針や手法等を支援の目線を共有するよう努める。

経営指導員等、専門家及び支援機関（県連・よろず支援拠点）が連携し、伴走型で実施支援を行う。

[3] DX（デジタルトランスフォーメーション）推進セミナーの開催

経営分析を実施した小規模事業者とDX（デジタルトランスフォーメーション）を目指す小規模事業者を対象として、DXに対する意識の醸成や基礎知識の習得の他、ITツールの導入やWebサイト構築の取組を推進していく。

【募集方法】巡回・窓口相談時やチラシ作成により周知を図る

【開催回数】年1回

【参加予定数】10社（1回あたり）

【想定内容】DX総論、DX関連技術（クラウドサービスなど）、SNSを活用した情報発信方法など。

【想定講師】中小企業診断士など

【その他支援】セミナー受講後、実施支援を希望する事業者に対しては、専門家と連携し、課題対応やIT化支援を行う。

[4] 事業承継セミナーの開催

事業承継を検討している小規模事業者を対象として、事業承継に関するセミナーを開催し事業承継の手法や知識を習得させる。

【募集方法】巡回・窓口相談時やチラシ作成により周知を図る

【開催回数】年1回

【参加予定数】10社

【想定内容】事業承継の方法や時期、承継に係る心構えや税制など。

【想定講師】中小企業診断士や税理士など

【その他支援】セミナー受講後、実施支援を希望する事業者に対しては、経営指導員が個別相談を行う他、専門的知見については専門家と連携し、課題対応や支援を行う。

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

<現状>

事業計画策定後、小規模事業者の支援ニーズの把握に努めているが、金融、税務、労務などその場での問題解決できることへの対応が多く、フォローアップが出来ていない。

経営指導員等による策定した事業計画の進捗管理や課題解決を行うためのフォローアップ体制が構築されていない。

<課題>

事業計画のPDCAサイクルの意識づけ、進捗状況確認、経営課題解決の取組支援、必要に応じた事業計画の見直し等を行うこと。

専門家を含めた実行支援の支援体制の構築。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定をした全ての事業者を対象に、策定した事業計画の目標達成に向けて、巡回指導、窓口相談、必要に応じた専門家の活用等、事業計画の着実な計画実行を支援していく。

小規模事業者が事業計画に基づく目標管理型の事業運営を自発的に行えるよう寄り添って支援を行う。

(3) 目標

		現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
フォローアップ対象事業者数	者	0	12	12	12	12	12
頻度(延べ回数)	回	0	48	48	48	64	64
売上増加事業者数	者	0	6	6	6	8	8
経常利益率3%以上向上の事業者数	者	0	1	1	1	2	2

(4) 事業内容

<支援対象>

事業計画策定を実施したすべての事業者

<支援内容>

事業計画を策定した事業者全てをフォローアップの対象とし、巡回指導や窓口相談により、四半期に1度フォローアップを行う。フォローアップは、巡回指導、窓口相談による指導にとどまらず、電話やメールも効果的に活用する。

事業計画策定後のフォローアップでは、策定した事業計画の実施状況を定期的に確認し、事業計画に基づいたPDCAサイクルの定着と経営目標の達成を伴走型で支援する。具体的には、計画の進捗確認。売上、収益率など計画対比の確認。売上・収益率の計画差異の原因究明など、事業計画動が結果にどのように結びつくのか数値をもって対話し、定着が図れるまで寄り添い支援する。

事業計画における収益目標としては経常利益率を指標とし、事業計画で設定した収益目標の60%以上を達成基準とする。

<事業計画と進捗状況とがズレている場合の対処方法>

事業計画の進捗において、目標に達しない場合は、計画差異の原因追及や改善支援を行う。その場合、神奈川県商工会連合会やよろず支援拠点の専門家派遣事業等による専門家と連携し、支援を実施する。この場合、経営指導員等は専門家に同行し、支援知識やノウハウを習得する。

<フォローアップ支援の体制>

経営指導員等一人一人の対応ではなく、商工会全体でサポートできるよう、支援データはデータベース化し、必要な時期に必要なサポートを行える体制を整える。

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

<現状>

地域内のイベントにおいては、当商工会が共催となって多くの地域小規模事業者へ商品販売の機

会を作ってきた。また、神奈川県商工会連合会主催のかながわ商工まつりに参加し、地域小規模事業者の商品の域外販売を支援してきた。

一定の成果を上げている事業者もいるものの、取り組み自体のマンネリ化もあり、参加者の数が減少しているのが実情である。

<課題>

商工会が事業計画に基づく個者の販路開拓の取組みを側面支援するとともに、商談成約に有効な販路開拓の機会提供などを行うことが必要。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の需要開拓(売上向上・商談成約など)につながる成果を重視した支援を行う。

支援の質の向上としては、商品やサービスの品質向上に資する支援、商品やサービスの認知度向上、商談成約に関するノウハウの蓄積を図る。

また、DXに向けた取組として、ホームページやSNSを活用した情報発信、ECサイトの利用等の推進を支援する。加えて、専門性の高い課題は必要に応じてIT専門家派遣を実施し支援を行う。

(3) 目標

		現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
①ビジネスマッチング支援	者	0	2	2	2	2	2
① 成約件数	件	0	1	1	1	2	2
②イベント等出展支援	者	0	3	3	5	5	5
②売上額/社	万円	0	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③SNS活用支援	者	0	2	2	2	2	2
③売上増加率/社	率	0	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①ビジネスマッチング支援 (B to B)

製造事業者を対象とした個別商談会への出展を支援する。売上増加を支援の目的とする。具体的には次の通りである。

<想定商談会>

名称：テクニカルショウヨコハマ

概要：最先端の技術・製品が一堂に会する首都圏最大級の工業技術・製品に関する総合見本市として、技術・製品の販路拡大、ビジネスチャンスの創出を目的に開催する展示会。

参加事業者数：806社 (R01年参考)

商談実績：35,354人 (3日間合計、R01年参考)

<出展前の支援>

事前に出展で紹介するPR内容を決め、来場されるバイヤーにマッチしたPR手法(ブース装飾や販売手法まで)等を支援する。

また、ホームページでの発信方法等のノウハウもセットで支援する。

<出展当日の支援>

ブース運営方法(接客方法、スタッフ配置・ローテーション)等を支援する。

<出展後のフォローアップ>

見込み顧客リスト化(データ化)、見込み客へのアプローチ手法、製品改良・新製品開発等を支援する。成約において習得したノウハウや技術を活用し、さらなる事業拡大につなげる支援を行う。

支援全体において経営指導員等で対応できない専門的知見は専門家を連携し、助言指導を行う。

② イベント等出展支援 (B to C)

食品・物販関係の事業者を対象に、当地域で開催されるイベントや神奈川県商工会連合会が実施す

るイベントへの出展機会を提供し、需要開拓やテストマーケティング支援を行う。

<想定イベント>

ア. 相模湖湖上祭

概要：相模湖が誕生した1948年から開催され「かながわのまつり50選」にも数えられるイベント。花火大会も開催され、相模湖の上空で直径400mにも開く尺五寸玉と、全長500mにもおよぶ大ナイアガラが見どころ。

来場者数：約5万人

出展者数：20社

イ. かながわ商工会まつり

概要：横浜赤レンガ倉庫において、県内商工会地域の優れた特産品を紹介し、試飲や試食、販売を実施するイベント。

来場者数：約3万人

出展者数：53社

<事前支援>

商品のパッケージ、展示・販売方法、接客に関する指導・助言を行う。また、必要に応じてチラシデザイン等PRの支援を行う。

<当日支援>

経営指導員等が、ブースの設営・展示方法・POP等に関する指導・助言を行う。また、必要に応じてイベントにおける販売手法について支援を行う。

<事後支援>

経営指導員等が巡回指導を通じて、個別に改善のための振り返りを行う。また、必要に応じて個々のPR支援を行う。支援全体において経営指導員等で対応できない専門的知見は、専門家を連携し、助言指導を行う。

③ SNS活用支援

【支援対象者】

SNS等を活用して認知拡大を図り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

【支援内容】

- ・ホームページの改善、PR効果の高いコンテンツの作り方等に対する支援
- ・無料ホームページ作成ツール等の導入支援
- ・フェイスブック、X、インスタグラム等のSNSでの効果的な情報発信手法の支援
- ・商品・サービスの魅力的な認知拡大方法や、立地にとらわれない顧客の取込方など、事業者ごとの課題に応じた支援
- ・PRから発展しECサイトを利用する場合の支援
- ・課題に応じてITコーディネーターや中小企業診断士等専門家と連携した支援

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

これまでは、理事会及び総代会において経営改善普及事業、地域総合振興事業の報告は行ってきたが、経営発達支援事業実施後の評価及び検証は不十分だった。見直しについては、経営指導員等によって実施しており、商工会として評価・見直しを行う仕組み構築することが課題である。

(2) 事業内容

本経営発達支援事業の実施期間において、毎年度1回、本計画に記載の事業の実施状況及び成果に

ついて、以下の方法により外部有識者による評価・検証を行い、結果を公表する。次のスケジュールに沿ってPDCAを回し、地域小規模事業者に対する支援の改善を図る。

また、法定経営指導員は、経営発達支援計画の進捗状況を確認する。特に事業のプロセスに着目し、事務局と一体となって経営発達支援計画のPDCAを効果的に回す。

①実績報告書作成：5月－相模湖商工会事務局

当会事務局において実績報告書を作成する。

進捗管理表（様式は検討）を用いて実績や成果、課題を記入する。計画値を下回っている項目に対しては、その原因を明確化し業務改善を検討する。さらに、実績が計画値の60%を下回った場合には、当会事務局は是正案を必ず立案し、外部評価時に意見をもらう。

②外部評価：5月－外部評価委員会

実績報告書作成後に相模原市産業政策課、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）による外部評価を当会にて実施する。外部評価結果は実績報告書の外部評価欄に記載し、実績報告書公表時に開示する。

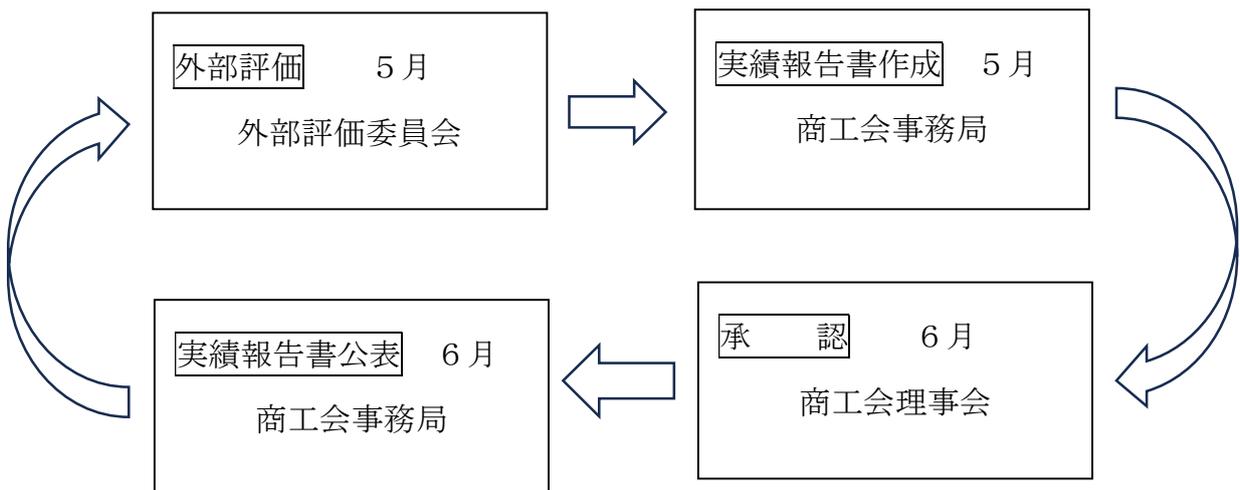
③承認：6月－相模湖商工会理事会

理事会において実績報告及び外部評価、是正措置を報告し、理事の講評と承認を受ける。

④実績報告書公表：8月－相模湖商工会事務局

理事会の承認後に実績報告書を商工会ホームページで公表し、地域小規模事業者が閲覧できるようにする。

事業評価に関するPDCA



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

当会の主要な支援項目は、税務・労働・金融などの申請や手続きに関する支援業務が主体となっている。そのため、経営革新等の事業・財務・組織運営など企業活動全般に及ぶ総合的な支援においては支援ノウハウが不足している状態であり、外部専門家に頼らざるを得ないのが現状である。

そのため、地域小規模事業者の経営改善に資する幅広い知識の習得や、職員全員の資質向上に資する研修や支援ノウハウ共有の仕組みづくりが必要である。

また、DX推進に支援を行うため、必要なスキル獲得のための研修会に積極的に参加することで、時代に合った能力を身につけることが求められている。

(2) 事業内容

①経営指導員を含めた一般職員の支援ノウハウの習得

経営指導員等職員がどのような知識・能力が不足しているか等を分析し、能力向上課題を明確にし、研修に参加する。

ア. 神奈川県商工会連合会主催研修会への参加

専門的支援能力の強化を目的として、経営指導員等職員は、神奈川県商工会連合会が開催する各種経営指導員研修会に参加する。

イ. 中小企業大学校開催の研修会への参加

伴走支援ノウハウを身につけることを目的として、事業者との対話や傾聴スキルの向上を図れる研修に参加する

ウ. 専門家支援への同行

地域内小規模事業者の支援に関し、専門家を事業者に派遣する場合（神奈川県商工会連合会エキスパート派遣事業、中小企業 119 等）には、経営指導員等職員が積極的に同席し、支援ノウハウや、対話や傾聴ノウハウ、情報収集手法や分析手法を学ばせる。

エ. DX推進支援のためのセミナー等参加

DX推進支援に対応するため、業務効率化のITツール（クラウド会計・電子マネー・セキュリティ関連等）のセミナーや、支援者向けのITツール説明会へ参加し、小規模事業者が活用するITツール、支援者が使うITツールの知識を常に最新に保つ。また、需要開拓支援へ対応するため、ECサイト構築・運用やオンライン展示会等へ参加する。

②経営分析結果や支援ノウハウを組織内で共有

ア. 月次勉強会

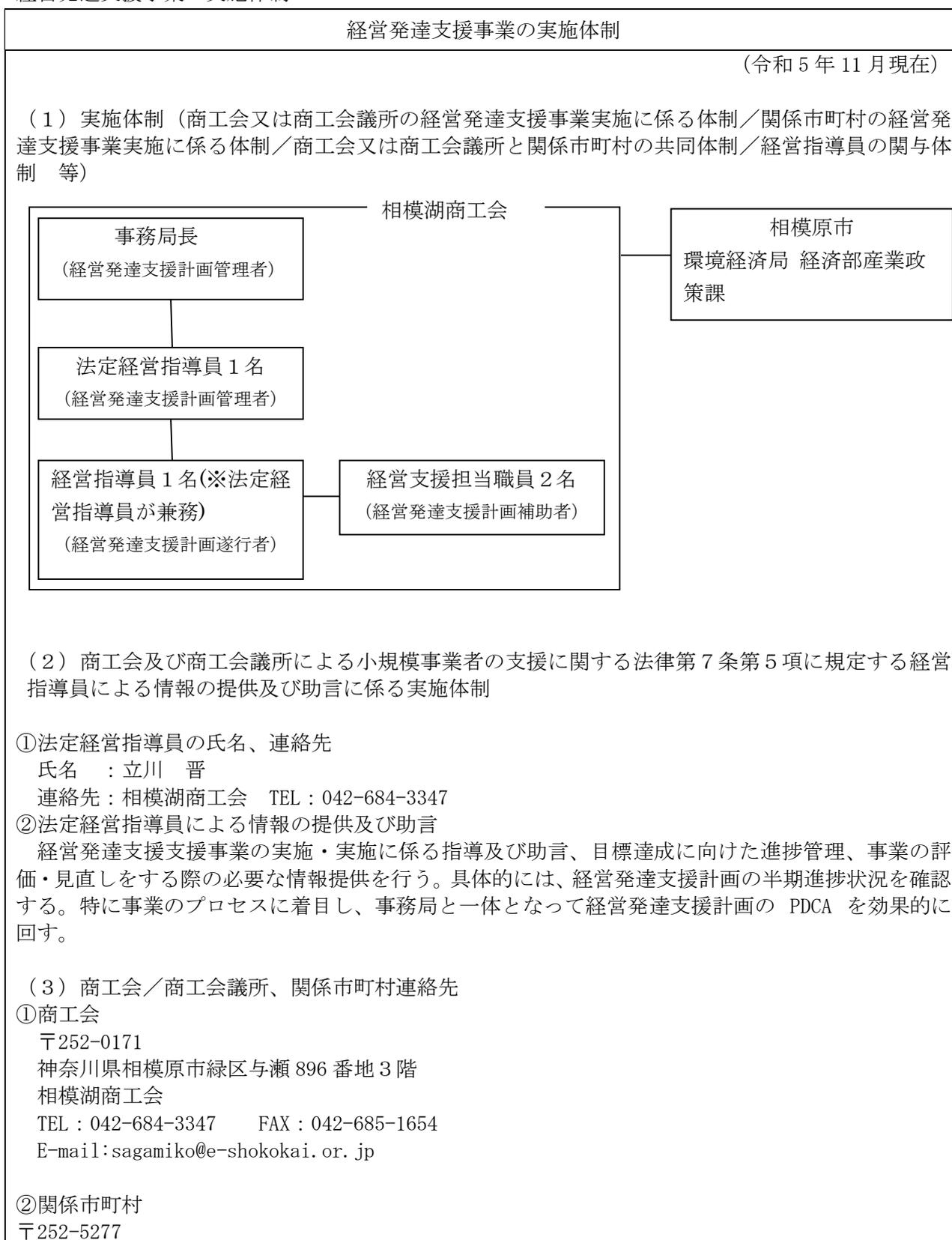
本経営発達支援事業における地域小規模事業者の支援状況（経営分析、事業計画策定、フォローアップ等の実施状況）を全職員で共有するとともに課題解決に向けた討議を実施する勉強会を毎月開催する。

イ. 支援ノウハウのドキュメント化

「月次勉強会」の内容を報告書にまとめ、他支援機関との情報共有時や実績報告書作成時に活用する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



神奈川県相模原市中央区中央 2-11-15
 相模原市役所 環境経済局 産業支援課
 TEL : 042-754-1111 FAX : 042-754-1064
 E-mail : sangyou.s@city.sagamihara.kanagawa.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)

	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
経営支援支援 事業費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
地域総合振興 事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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、市補助金、会費、手数料

(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。

