

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	富来商工会（法人番号 5220005005232）志賀町（地方公共団体コード 173843）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日（5年間）
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 強みの再構築と計画的経営への転換による経営力向上</li> <li>2. 地域資源を活用した新商品・新サービスの開発と効果的なプロモーションによる新たな販路開拓</li> <li>3. 地域資源を活用した交流人口拡大による地域経済活性化と外貨の獲得</li> </ol>
事業内容	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域の経済動向調査に関すること 国が提供するビッグデータを活用した地域経済動向の情報提供によって、小規模事業者の経営課題抽出に役立つほか事業計画策定の必要性認識を促す。</li> <li>2. 需要動向調査に関すること 外部の需要動向調査（情報誌、レポート）の活用に加え、専門家によるマーケティング調査や各種商談会への出展によって消費者の生の声を収集して事業者に提供することで、需要開拓を支援していく。</li> <li>3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営状況を定量面・定性面の両面からの確に把握・分析し、経営課題の発見や課題解決につなげていく。</li> <li>4. 事業計画の策定支援に関すること 既存事業者、創業予定者、事業承継希望者に対して、セミナー・個別相談会の開催や外部機関との連携によって、事業計画の策定意義を浸透させるとともに策定支援を行っていく。</li> <li>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること フォローアップによる進捗確認や外部機関と連携、専門家派遣等にて、計画の実施支援を図る。併せて、計画の実施に必要な人材確保・育成や生産性向上についても支援していく。</li> <li>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 公的支援施策やIT等を活用した製品・サービスの認知度向上支援、および、物産展や商談会などの取引先獲得や商品・サービス販売に資する支援をもって、需要開拓に寄与する。</li> <li>7. 事業の評価・見直しをするための仕組み 計画に基づく事業の進捗状況等について、外部有識者を招聘し、定量・定性評価や取り組み内容の見直し等を行い、PDCAサイクルに基づく評価を改善に繋げていくことで、小規模事業者ひいては地域の持続的な発展に寄与する。</li> </ol>
連絡先	<p>○富来商工会 住所：〒925-0447 石川県羽咋郡志賀町富来領家町甲10 TEL：0767-42-2562 FAX：0767-42-2413 E-mail：<a href="mailto:togi@shoko.or.jp">togi@shoko.or.jp</a></p> <p>○志賀町 商工観光課 住所：〒925-0198 石川県羽咋郡志賀町末吉千古1番地1 TEL：0767-32-9341 FAX：0767-32-3978 E-mail：<a href="mailto:shokan@town.shika.lg.jp">shokan@town.shika.lg.jp</a></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

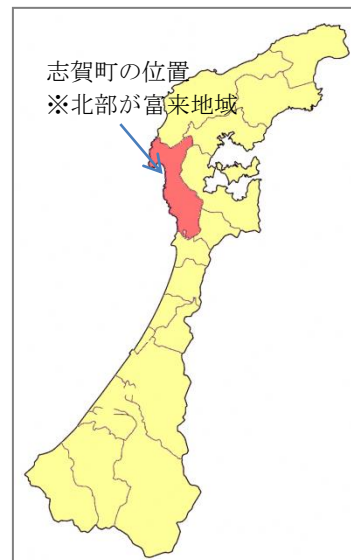
①現状

ア) 立地・風土

当商工会が位置する志賀町富来地域は、能登半島の中ほど西側に位置し、海岸線一帯は、能登半島国定公園に指定されているといった自然豊かな地域である。特に日本海の荒波によって創り出された巨大な岩の洞門「巖門」、さくら貝をはじめとする「日本小貝三名所」にも挙げられる美しい砂浜「増穂浦」など、県内でも海岸線の景勝地を数多く有している。

古くは福浦地区において、天然の入り江を港として活用していたことで知られており、奈良時代(7～8世紀頃)には大陸(現在の中国北部)にあった渤海国との交流の史跡が残っているほか、江戸時代には北前船の寄港地として利用され、大変な活況の時代もあった。

また、県内でも有数の漁獲量を誇る富来漁港を擁しているなど、水産資源が豊富であり、ブリやカニ、甘えびなどを中心に県内外からも需要の高い魚種の産地となっている。



能登地域を縦貫する専用道「のと里山海道」は当地域を通っておらず、最寄りICからも20分程度かかるため、金沢市内からも1時間超を要するなど交通の便は決して良くはない。また交通インフラは乏しく、公共交通機関は路線バスのみであり、近年の過疎化の進行から、便数も減少傾向にある。

平成27年に開業した北陸新幹線によって、観光客を中心に本県への流入人口は大きく伸びたものの、こうした交通利便性の悪さは、地域内誘客の妨げの要因の一つにもなっている。

また、当会所管の志賀町富来地域は、平成17年8月までは単独の行政区(富来町)であったが、平成17年9月に旧2町(富来町と志賀町)が合併したため、現在は新「志賀町」の北部地区となっている。(新町においては旧志賀町役場が本庁舎、旧富来町役場は支所)

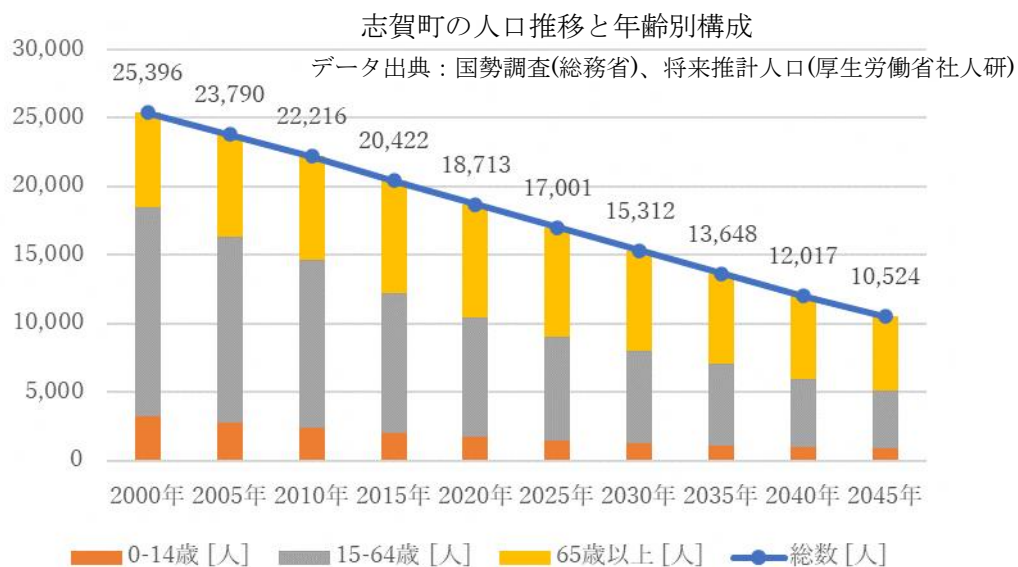
イ) 人口動態

a. 人口および年齢別構成

当町の総人口は減少傾向が続き、1990年から2015年の25年間で約8,400人(約33%)が減少した。特に、年少人口と生産年齢人口が減少し、老年人口が増加する傾向が長期的に

続いており、2015年では、年少人口割合が10.2%、生産年齢人口が49.6%、老年人口割合が40.2%となっている。

現状において、この傾向が大きく変わるような環境の変化は想定されておらず、将来人口推計では、20年後の2040年には人口が約12,000人に、高齢化率も約50%にまで上るといふ非常に厳しい予測も算出されている。



また、当商工会管内の人口推移を見ても、最近の25年間では約4,500人(約39%)の減少を辿っており、町内全体に比べ、その減少率の高さが際立っている。



## ウ) 産業の状況

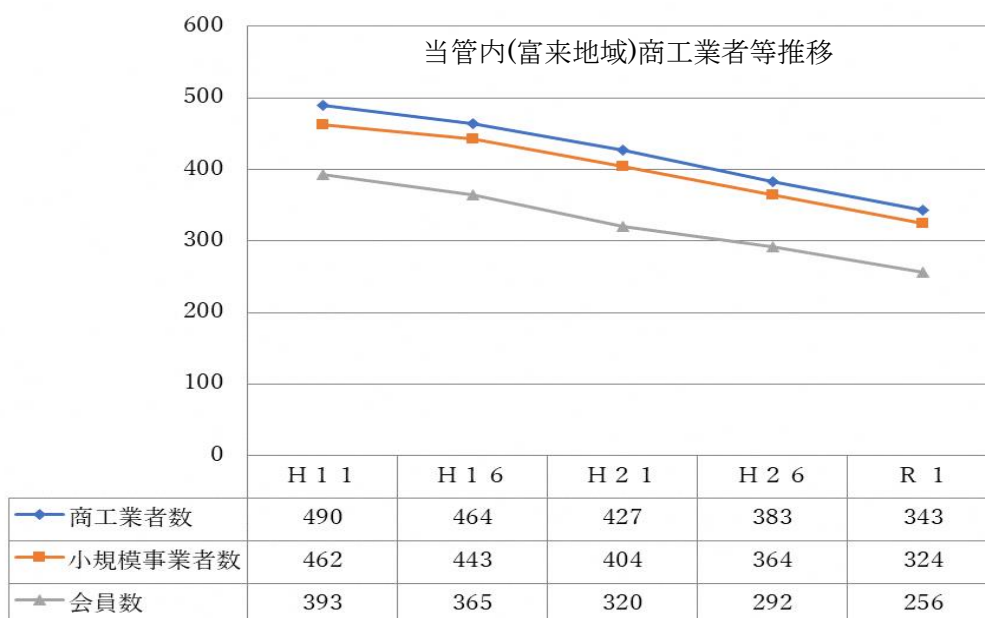
### a. 業種別の事業所数および構成比

当会管内の産業の特徴として、これといった基幹産業たる製造業がないことから、小売、サービス業といった商業中心の構成となっており、特に小売・卸売業とサービス業の2業種で全事業所数の6割超を占めている。また、飲食店やドライブイン、土産物店など、観光関連の事業者が比較的多いことも一つの特徴と言える。

ただし各業種ともに、総じて業績不振や事業主の高齢化に伴う廃業は多く、創業する事業所も少ないために事業所数は減少傾向を辿っている。

(管内の業種別商工業者数 ※H26年度末とR元年度末の比較)

	建設業		製造業		卸小売業		運輸通信業		サービス業		その他		合計	
	H26	R1	H26	R1	H26	R1	H26	R1	H26	R1	H26	R1	H26	R1
総事業所数	91	74	48	44	152	136	12	12	76	74	4	3	383	343
(構成比)	23.8	21.6	12.5	12.8	39.7	39.7	3.1	3.5	19.8	21.6	1.0	0.9	100	100
小規模事業者数	89	71	46	42	144	128	11	11	71	70	3	2	364	324
(構成比)	24.5	21.9	12.6	13.0	39.6	39.5	3.0	3.4	19.5	21.6	0.8	0.6	100	100



#### b. 主要産業の景況感等

##### 【小売業】

全事業所数の約4割を占めており、当管内において、小売業は中心的な産業と言える。ただし、道路交通の整備等による消費の広域化、或いはインターネットの普及から通信販売の利用なども増加しており、地元購買は流出が進んでいる。加えて、小規模事業者においては事業主の高齢化が進んでおり、後継者不在の事業所では、近年廃業も増えてきている。

当地域には町外資本による大型店はないため、小売店においても売上の急激な減少は見られていないが、近年は国道沿いにコンビニやドラッグストアなどの出店も相次ぐなどし、売上は下降傾向にある事業所がほとんどである。

##### 【サービス業】

当管内のサービス業のうち、飲食業が約50%と最も多く、次いで理美容業が15%が続いている。飲食業や理美容業は、比較的創業が多い業種であるが、反面で廃業や撤退も多い。これは、人口減少によって商圏内の購買力低下が進む中で、シェアの奪い合いが激化していることにも起因する。

また、地元店舗では、小売業同様に後継者不足で廃業するケースも散見される。

### 【製造業】

前述したように、当地域には基幹産業たる製造業は元々なく、従来あった電子部品や自動車部品の下請工場も減少が進んでいる。一方で水産加工食品業については地元海産物という強みを活かして営業を続けている。

また近年、製造業においては、概して人手不足の傾向が続いている中で、当地域の生産年齢人口の減少は、企業にとっては大きなデメリットであり、企業誘致を進める上でも大きな障壁となっている。

### 【建設業】

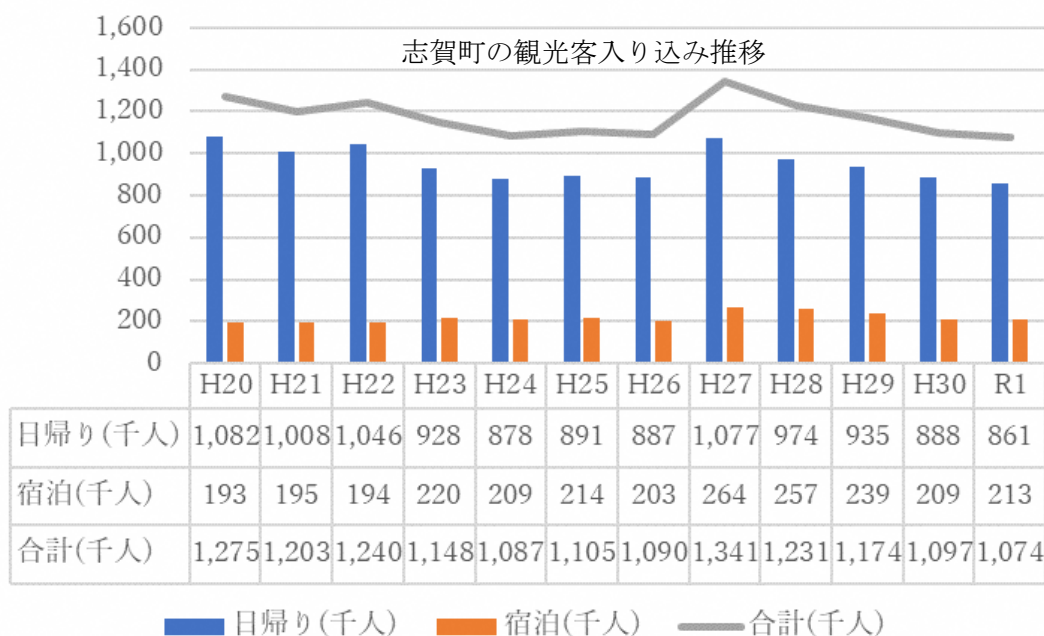
当管内において建設業は、小売業に次いで事業所数が多い業種である。中でも個人で仕事を請け負う「一人親方」の大工や左官業者が多い。こうした事業者は、主に一般消費者や商業事業者を顧客としているが、当地においては過疎化・高齢化の進展によって、事業機会の減少が著しい。また、町外ビルダーの攻勢によって競争が激化していることも脅威となっている。

### 【観光業】

前述のとおり、当管内は「能登半島国定公園」をはじめ、県内でも海岸線の景勝地を数多く有しており、またカニや甘えび、能登牛など食材の宝庫でもある土地柄であることから、県内外より訪れる観光客が多く、宿泊、飲食、土産物店といった観光関連業者が多い。

平成19年の能登半島地震以降、当地を訪れる観光客数は減少を続けていたが、平成27年に入り、北陸新幹線の開業や能登を舞台としたNHK朝ドラの放映が始まったことなどによって、観光客の入り込みは大きく増加した。また近年は国や県のインバウンド戦略や和倉温泉のプロモーション等が効を奏し、外国人観光客も徐々に増えている。

ただし、北陸新幹線の開業効果は、年を追うにつれ薄れてきており、北陸新幹線によって本県に訪れた観光客の引き込みが十分できていないという状況にある。



データ出典：志賀町商工観光課

## ②課題

- ア) 過疎化と高齢化が進み、既存の商圈が縮小していく中、小規模事業者においては従来のビジネスモデルでは対応できなくなっており、現状に合わせて強みを再構築し、差別化を図ることで、既存顧客の掘り起こしと新規客獲得を実現していくことが課題となっている。
- イ) 水産資源や自然景観など豊富にある地域資源を活用した新商品・新サービスの開発、さらに効果的なプロモーションに取り組むことで、新たな販路開拓を実現していくことが課題となっている。
- ウ) 既存の商圈が縮小していく中、製造業が少なく、商業に携わる事業者が多いという当地域の特性を考えた場合、交流人口の拡大は小規模事業者の持続的発展にとって必須の条件であり、当地域の代表的産業である観光業を中心に、地域全体を巻き込んだ取り組みが課題となっている。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ①長期的視点を見据えた基本方針

長期的（10年）な視点に立つと、県内でも急激な高齢化に加え、過疎化の進展も予測される当地域にあって、既存商圈内の購買力低下は避けられないことから、小規模事業者が事業を継続していくためには、新たな市場や顧客の開拓が不可欠であると考えている。

当会として注目しているのは、観光や地域資源を活用した外貨の獲得であり、特に近年 2015 年の北陸新幹線開業以降、2017 年に開かれた珠洲市での国際芸術祭、2018 年の能登立国 1300 年と、「世界農業遺産」にも認定された自然と文化が豊かな能登をアピールできるトピックスが続いていることである。さらに今後も 2023 年の北陸新幹線敦賀延伸や 2025 年の大阪・関西万博などを契機に更に拡大が見込まれるインバウンドなどは、当地域にとって新たな需要獲得の大きなチャンスと捉えている。

そうした外的環境の長期的動向を見据えた場合、当地が持つ食や観光など豊富な資源を活用した商品・サービスの開発は、域外から資金を獲得するという意味において、一つの突破口となり得るものである。

したがって、当会としては、特に小規模事業者がそうした方向性で取り組むビジネスモデルの再構築を積極的に支援していくとともに、地域全体としてのブランド力を向上させ、域内だけではなく町外、県外へと販路を拡大できるよう振興を図る方針である。

また当会では、経済のみならずコミュニティをも下支えしている小規模事業者の重要性は、長期的視点に立っても何ら変わることがないと認識しており、地域に根差した総合経済団体として、小規模事業者の振興に総力を挙げて行っていく方針である。

### ②商工会としての役割

当会では「個者支援と地域振興事業が当会事業の両輪である」という基本的な考え方を持っており、その双方を切れ目なく効果的に実施することで、着実な成果に繋げていきたい方針である。

個社支援において、これまで当会では、経営改善普及事業、金融・税務・労務相談等を中心に経営基盤の強化に携わってきたが、近年の経営環境の急速な変化や、抱える課題も事業者ごとに複雑化・多様化してきたことから、持続的発展のためには PDCA サイクルを用いて着実に事業を推進させることが重要となる。そのため、経営計画の策定のみならず、新たな商品開発や販路開拓等の具体的な取り組みに対して伴走型支援を実施していく方針である。

また、地域内商圈が縮小していく中、小規模事業者が事業を継続していくには、自社の強みを活かし、新市場すなわち外需の取り込みが重要となることから、的確な需要調査の提供やウェブを活用した情報発信、新たな販売チャネルの創設といった販路開拓支援にも注力していく考えである。特に、当地域に豊富な地域資源を活用した新たな商品・サービスの開発は、新市場開拓の

ために小規模事業者が取り組むべき有効な方策の一つであると考えており、地域経済を活性化するためにも、積極的な支援を図りたい。

一方、個々の事業者が自助努力によって、経営改善に取り組み、事業継続に努めていくということは基本原則であるが、地方に根差し、主として地域の生活・産業を事業機会とする小規模事業者のうち自助努力で対応の方向を見だし、転換していく能力を持つ事業所はきわめて限られている。そうした実態に即し、当会としては地域の活性化に資する取り組みも重視している。特に企業や関係機関等が地域全体を振興すべき問題であるとの認識から、町、商店街、観光協会（DMO）などの関係団体と共同して実施すべきと考えている。

### ③行政との連動性 ・ 整合性

昨年度において志賀町が策定した「第2期志賀町創生総合戦略（R2～ R6）」では、国の目指す「地方創生」の流れを受け、人口減少の抑制や地域の活性化を目指すものとしており、その基本目標として「地方における安定した雇用を創出する」「地域へ新しい人の流れをつくる」「地域への誇り・愛着を育てる」「結婚・出産・子育ての希望をかなえる」「安心して住み続けられる基盤をつくる」「誰もがいきいきのびのび活躍できる環境をつくる」の6点が挙げられている。

このうち、「地方における安定した雇用を創出する」「地域へ新しい人の流れをつくる」という2項目については、個社支援と地域振興という面で、当会の経営発達支援計画とも密接に関連している。

「地方における安定した雇用を創出する」においては、その具体的な事業として、「世界農業遺産に認定された豊かな里山里海の資源を活用した農林水産業の支援と産業振興」を目的とし、「農林水産物のブランド化推進」や「優良特産品推奨事業」が挙げられているが、これは当会の目指す「自社の強みや地域資源を活かした商品開発や販路開拓を積極的な推進」に共通する取り組みである。

また、「地域へ新しい人の流れをつくる」という分野においても「地域の魅力向上による交流人口増加」を目的とし、魅力創出を図るための新たなイベント実施や、観光協会（DMO）による事業展開などを推進していく計画が盛り込まれており、これも当会の目指す「地域資源を活用した交流人口拡大による地域経済活性化と外貨の獲得」と、まさにリンクする事業である。

本計画の推進には、町との連携はもとより欠かすことのできない重要なポイントの一つであるが、上述のとおり、ちょうど機を同じくして中長期計画の策定に取り組み、なおかつ連携可能な分野が多岐にわたっていることで、より協調した事業実施が可能である。

## （3）経営発達支援事業の目標

上記の「振興のあり方」を踏まえた上で、当会の経営発達支援計画の目標として、以下の3点を掲げる。

### ①強みの再構築と計画的経営への転換による経営力向上

最初に個社支援においてであるが、重視しているのは経営計画の作成である。今日の経営にとって、「計画書作成」の重要性は言うまでもないが、多くの小規模事業者は未だに勘と経験に頼った経営をしていることが少なくない。特に業歴が長く、事業主の高齢化が進む当地域において、この点は顕著に見られ、そのことが実際には他にない強みを持っていても活かしきれずに低迷を続けている要因ともなっている。自社の強みを棚卸し、それに基づいた経営構造の再構築こそが、現状を打破するポイントであり、すなわち経営計画を作成することである。

### ②地域資源を活用した新商品・新サービスの開発と効果的なプロモーションによる新たな販路開拓

当地域においては、既存商圈の縮小傾向は避けられない経営環境におかれているため、新たな販路開拓は必須の取組である。地域資源の活用は経営資源に限られた小規模事業者が他社との差別化を図る際に有効であり、特に地域外への販路を求める際には効果が高い。特に当地は甘えび

や加能ガニなどの水産物、能登金剛を中心とした自然景観、渤海国との交流にまつわる歴史的資産など地域資源が豊富であることから、小規模事業者が創意と工夫によって行う新商品・新サービス開発の支援を目標とする。

### ③地域資源を活用した交流人口拡大による地域経済活性化と外貨の獲得

前述したように既存商圏が縮小傾向にあり、基幹産業となる製造業の無い地域状況を鑑みたとき、最も合理的で有効な手段と考えられるのは、「交流人口の創出」のための事業展開であり、それによって、人・モノ・カネの動きを生み出し、新たな活力の創出を目指していきたい。特に当地域にとって、今なお飲食業や宿泊業、ドライブインといった観光関連産業は主力産業の一つであることから、本計画においても重点的に取り組むこととしている。

幸い、地域資源が豊富な当地においては、その活用によって、更なる交流人口増加の可能性も秘めている。加えて、今年6月には当管内の福浦地区が「北前船寄港地・船主集落」として、文化庁が認定する「日本遺産」に登録されたことで、誘客促進の大きな好機にも恵まれている。

以上、3つの目標のもとに、地域の中核団体として、国や県、志賀町等の行政や、町内の商工団体、地元金融機関、よろず支援拠点を始めとする支援機関、地元観光協会（DMO）や商店街等の各種団体との連携を図り、地域小規模事業者の活力を向上し、地域全体を発展させて行く。



## 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

前項で設定した「経営発達支援事業の目標」の達成に向け、以下の方針で事業を推進する。

①強みの再構築と計画的経営への転換による経営力向上

本計画においては、まずは地域の経済動向調査、経営状況の分析を通して、小規模事業者の課題や事業機会の把握を推進する。その上で、特に分析を実施した事業者を中心とした経営計画策定事業に注力したい考えであり、これによって持続可能な経営力向上を実現していく方針である。

②地域資源を活用した新商品・新サービスの開発と効果的なプロモーションによる新たな販路開拓

地域資源が豊富であるという当管内の特性を考えれば、地域資源を活用した新商品・新サービスの開発は、小規模事業者が活路を見出す取り組みとして特に有効であるとの認識から、当会でも重点的に支援を行いたい。特に、計画策定支援段階において「新商品の開発」を目指す事業所については、その後の市場導入前のブラッシュアップ支援 → 市場導入後のプロモーション・販路開拓支援といった開発フェーズの流れにおいて、切れ目ない支援を伴走型で展開し、着実に成果に結びつける方針である。

③地域資源を活用した交流人口拡大による地域経済活性化と外貨の獲得

過疎化と少子高齢化が進む一方で、当管内において観光産業は重要な産業であることから、町、商店街、観光協会などの関係団体と連携を図りつつ、交流人口拡大を目標としたイベント開催や地域ブランド確立事業を推進する方針である。

特に、上記(2)に挙げた「地域資源を活用して取り組む新商品・新サービス開発」については、イベントの目玉になったり地域ブランドの核となることで、地域外の資金・人材を呼び込むという好循環、すなわち地域経済活性化にも相乗的な効果を生むことから、支援の充実・推進を図りたい考えである。

### 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] 景気動向調査・金融動向調査・開業廃業調査・各機関等が実施する景況調査は、当会として管内の経済動向を把握するため、定期的に行っている。しかし、小規模事業者が求める調査内容と乖離しており、また、取りまとめする情報源が複数あることから、内容や実施・公表の時期についても統一性を欠いている。

[課題] 現状においては、地域経済動向調査において把握した当地域の情報について、その後の経営発達支援事業の根幹である事業計画策定に結びついていない状況にあった。そのことから、地域経済動向調査自体が、計画策定に結びつくための仕組み作りを行っていくことが課題である。

(2) 目標

項 目	現 状	R 3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
国が提供するビッグデータの活用 (公表回数)	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

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

【調査項目及び目的】

	調 査 項 目	調 査 目 的
①	人口(構成、増減、新卒者就職、将来推計など)	顧客や市場の調査・分析、就職状況の調査など
②	産業構造(事業者数、従業者数、付加価値額、労働生産性など)	商品・サービスの品質向上、業務の効率化など
③	企業活動(創業比率、中小・小規模企業財務比率など)	創業状況の調査、財務状況の調査など

【分析手法】・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析

・「まちづくりマップ・From- to 分析」→人の動き等を分析

・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

(4) 成果の活用

情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

3- 2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕本経営発達支援計画の目標の一つとして、「地域資源を活用した新商品・新サービスの開発支援」を掲げているが、小規模事業者による新商品開発は、事業者(作り手・売り手)の想いのみによって進められることが多く、買い手の視点(マーケットインの考え方)に欠けることがある。この背景として、買い手の嗜好や行動を見据えた調査が不足し、顧客のニーズや要望を捉えきれないことが考えられる。この点、当商工会としても、事業者に買い手の視点を醸成するための取り組みが不十分であるという反省がある。

〔課題〕今後の課題は、小規模事業者が顧客のニーズや要望等、買い手の視点を把握し、事業者の仮設とすり合わせることで、顧客に受け入れられる商品・サービスづくりができるようにしていくことである。

(2) 目標

項目	現 状	R 3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
調査対象事業者数	未実施	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社

(3) 事業内容

①当会において事業計画策定支援を行い、地域資源を活用した商品の開発を目指している事業者(個社)を対象とし、当該商品が消費者に受け入れられるコンセプトの商品になっているか、またどこを改良すべきかなどを把握する目的で、試食及び来場者アンケートを実施する。調査結果は、専門家の知見を加えた上で分析し、対象事業者にフィードバックすることで、より効果的かつ効率的にブラッシュアップを図ることが実現可能となる。

【調査手段・手法】「道の駅とぎ海街道」の来場客が増加する8月に、来場客に開発商品を店頭で試食等をしてもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【サンプル数】来場者 50 人

【分析手段・手法】調査結果は、専門家(フードコーディネーター、デザイナー)を招聘した上で、当該商品に対する評価(フードコーディネーターには味や見た目の観点から、デザイナーには、商品デザインや商品ラベル、パッケージの観点から)を加え、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】・デザインや大きさなど見た目の評価

・味や使いやすさなど商品価値の評価

・価格の受容性の評価

・購買意欲などの評価 等

【調査・分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が当該事業所に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] これまで当商工会では、主として①補助金申請時、②金融斡旋時、③記帳システム(会計ワークス)による決算申告時等の機会に経営分析を実施してきた。しかしながら、経営分析の内容は財務分析や資金繰り等の定量分析が中心となっているため、技術・ノウハウや知的財産権など定性分析については不十分であり、結果として有効な経営課題抽出に繋がっておらず、売上・利益向上の必要性を見いだせていない事業者が多いと考えられる。

[課題] このような現状から、経営状況の分析が事業経営にとって必要であることを認識していただくために、積極的な経営分析実施機会の創出を行い、分析対象事業者の掘り起こしを行うことが課題である。

(2) 目標

項目	現 状	R 3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
経営分析件数	1 9 社	2 0 社	3 0 社	3 0 社	3 0 社	3 0 社

(3) 事業内容

①経営指導員の巡回・窓口相談時に経営分析の必要性や重要性を説明し、経営分析に関心を持っていただくことで経営分析実施事業者を増加させる。

経営指導員の巡回を強化すると同時に、記帳システム利用先、金融斡旋先のほか、小規模事業者持続化補助金等の補助金申請先も対象に加え、定量分析ならびに定性分析を実施する。

## ②経営分析の内容

【対象者】巡回・窓口相談等を通じて経営分析の必要性や重要性を説明した事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い支援先を選定する。

【分析項目】定量分析と定性分析の双方を行う。

分析項目	分析内容（例）	分析目的
業界環境の動向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業界の成長性</li> <li>・市場規模</li> <li>・リスク要因</li> </ul>	取り巻く環境の中で、新事業展開に機会となる点、脅威となる点を整理・把握し事業計画策定に活かす。
自社の強みと弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主要取扱商品の特徴</li> <li>・保有する技術・ノウハウ</li> <li>・保有設備について</li> <li>・後継者の有無</li> </ul>	活かすべき強みと克服すべき弱みを整理・把握した上で、新事業の成功要因を検討する。
財務状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・財務諸表（成長性・安全性・生産性）</li> <li>・資金繰り（借入金・返済振り他）</li> </ul>	事業を展開していく上で経済的なバックボーンとなる資金繰り等を分析し、事業計画策定の際の整合性の確認等を確認する。

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

## （４）分析結果の活用

分析結果は、事業者にフィードバックし、事業計画の策定のきっかけとなるように活用していく他、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

## 5. 事業計画策定支援に関すること

### （１）現状と課題

[現状] これまで事業者の求めに応じ、個別対応によって経営計画策定支援をしてきたが、その目的が融資あるいは補助金の申請等、限定的なものであったために、支援対象も少なく、また事業計画策定の必要性や意義について十分な意識付けもなされていなかった。

[課題] 時代の流れがスピードを増す昨今の経営環境の中で、旧来のビジネスモデルでは対応が難しくなり、その再構築を求められる実情もあり、持続的経営にとっては事業計画の策定は不可欠であるという点を、事業計画策定セミナーのカリキュラムや計画策定支援の際に、より啓発を図りつつ実施することが課題である。

### （２）支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、当会独自に「事業計画策定セミナー」を企画開催し、そのカリキュラムを工夫するなどによって、4.で経営分析を行った事業者の8割程度／年の事業計画策定を目指す。

また、小規模事業者持続化補助金をはじめとする各種施策の周知や活用の勧奨を行い、その中からも実現の可能性が高い事業者を選定し、事業計画の策定につなげていく。

### (3) 目標

項目	現 状	R 3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
事業計画策定件数	15社	16社	24社	24社	24社	24社

### (4) 事業内容

#### ①事業計画策定セミナーの開催

管内事業者に対して事業計画策定の重要性を喚起し、取り組み意欲のある事業者を掘り起こすとともに、4. で経営分析を行った事業者を対象に事業計画策定セミナーを開催する。

【支援対象】経営分析を実施した事業者等、経営力向上に関心のある事業者を対象に、商工会ホームページでの周知や巡回・窓口相談等での個別の声がけにより募集する。

【手段・手法】事業計画策定を動機づけるセミナーを年に1回開催する。カリキュラム内容は、販路開拓・販売促進など経営手法の情報や知識の提供を行うとともに、計画策定の重要性を喚起するほか、経営分析の結果を基に、具体的な策定方法を学ぶことができるよう演習を交えた研修機会を提供する。また、セミナー実施後においては、当商工会の経営指導員が訪問し、考え方の整理や目的・手段の構築が効率的かつスムーズにとりまとめできるようフォローする。経営分析を実施した事業者の半数程度の参加を目標とし、具体的には、1開催あたり、10社以上の参加を見込む。

#### ②事業計画策定支援

【支援対象】経営分析を実施した事業者等を対象に、巡回・窓口相談等で個別に声がけし提案する。

【手段・手法】経営分析実施済みの事業所を優先的な対象先として、事業計画の策定支援を行う。前項で記述した事業計画策定セミナー、巡回や窓口での経営・金融相談、「小規模事業者持続化補助金」等の公募周知の機会を通じて、経営課題を抱える小規模事業者の掘り起こしを行い、その課題解決に向けた事業計画策定を支援する。

計画策定支援にあたっては、その前提として経営分析を実施するものとし、経営指導員が伴走して完成までをサポートする。特に、中小企業基盤整備機構が小規模事業者向けに開発したアプリケーション「経営計画つくるくん」の利用や、必要に応じて専門家派遣制度を活用するなどし、実効性の高いものとなるよう注力する。

## 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] 事業計画策定支援を行った事業者に対し、「事業計画に従って行われる事業が、確実に実施され、課題が解決されること」を目的に、原則として年4回(四半期に1回)を目標としたフォローアップを実施している。

[課題] これまで実施しているものの、フォローアップの計画性が不十分であったことで、訪問時期が不定期であったり、訪問回数に偏りが見られ、これらの改善が課題である。また、定期的な振り返りや新たな対策の検討等を通じ、絶えずPDCAサイクルを回すことで、事業計画の実効性を向上させることが課題である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。ただし事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

### (3) 目標

項目	現 状	R 3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
フォローアップ 対象事業者数	20 社	20 社	30 社	46 社	50 社	50 社
頻度 (延べ回数)	80 回	70 回	92 回	140 回	148 回	148 回
売上増加事業者数		8 社	12 社	18 社	20 社	20 社
利益率1%以上 増加の事業者数		8 社	12 社	18 社	20 社	20 社

※各年度のフォローアップ回数内訳について

R 3 年度：R2 度策定 15 社×4 回、R1 度策定 5 社×2 回、計 20 社、70 回

R 4 年度：R3 度策定 16 社×4 回、R2 度策定 11 社、R2 度策定 3 社×2 回、計 30 社、92 回

R 5 年度：R4 度策定 24 社×4 回、R3 度策定 16 社、R2 度策定 6 社×2 回、計 46 社、140 回

R 6 年度：R5 度策定 24 社×4 回、R4 度策定 16 社、R3 度策定 10 社×2 回、計 50 社、148 回

R 7 年度：R6 度策定 24 社×4 回、R5 度策定 16 社、R4 度策定 10 社×2 回、計 50 社、148 回

### (4) 事業内容

事業計画を策定した全事業者に対し、計画策定後 1 年間は四半期毎、以後の 2 年間は原則半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、計画策定後 1 年目は全事業者を対象とするが、2 年目は概ね 7 割、3 年目は概ね 4 割の事業者を対象とする。計画 2 年目以降に、対象事業者と頻度を落とす理由としては、フォローを重ねるうちに事業者の自主性と自走力を醸成し、独り立ち可能と判断できる事業者を見出していくためである。なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、当会経営指導員による協議や他地域の経営指導員からの情報収集を行うこととし、ズレの程度に応じて必要となれば専門家派遣制度等を活用することで、速やかに問題の解消に当たるなどし、フォローアップ頻度の変更等を行う。

## 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 当会では、事業計画策定を支援した事業者の中で、開発した新商品・新サービス等の販路拡大を目指している事業者に対して、当会が商品の PR や展示会開催等の情報を集約した「合同チラシ」として発行することで、効率的な認知度向上や誘客促進に寄与している。特に小規模事業者においては、概してプロモーション活動について不得手としているところが多く、新商品や新サービスを開発しても、その後の PR 不足によって売上や販路の拡大に繋がらないといった課題があるため、本事業は事業計画策定を支援した事業者に対するフォロー対策として位置付けている取り組みである。

また、首都圏など全国的な販路開拓を目指す事業者については、首都圏等、地域外で開催される商談会・展示会について、申込みから販促物の作成、展示ブースの演出、さらには出店後のフォローまで、一貫して伴走型の支援を行っている。

[課題] 情報誌発行事業においては、掲載企業の約 6 割で、売上や誘客増に効果があったとの実績があり、販路開拓支援に一定の成果を上げていると考えている。ただし、需要動向調査から得られた「顧客の声」等も掲載するなど消費者を巻き込んだ記事作りや、クーポン券を付すなどの相乗効果を狙った企画の導入など、より実効性を高めていく工夫が課題である。

一方、首都圏など全国的な販路開拓を目指す事業者については、商談会・展示会に対するノウハウ不足や出展費用が高額に上る等の理由から、出展までに至っていないという課

題がある。

## (2) 支援に対する考え方

小規模事業者においては、新商品や新サービスを開発しても、自前で展示会に出展したり、PRチラシを制作したりすることを不得手としているため、当会が独自に展示会やPRチラシを企画し、そこに管内事業者が合同出展することで、販路開拓の足掛かりの機会を創出する。展示会出展にあたっては、販促ツールの制作や陳列方法などの支援、またPRチラシの出稿にあたっては、写真撮影やキヤッチコピーの検討などの支援というように、経営指導員がきめ細かな伴走支援を行う方針である。

## (3) 目標

項目	現状	R3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
展示会出展事業者数	未実施	5社	5社	5社	5社	5社
売上額/社		10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
情報誌掲載事業者数	27社	30社	30社	30社	30社	30社
利益率1%以上増加の事業者数		15社	15社	15社	15社	15社

## (4) 事業内容

### ①首都圏における展示会の開催（首都圏へのBtoC、BtoB）

#### ア) 事業概要及び目的

当会が事業計画策定支援を実施し、計画を策定した事業者で、地域外への販路拡大に取り組む希望を持っている事業者に対して、当会が首都圏（石川県のアンテナショップ「いしかわ百万石物語江戸本店」）での合同展示会を開催し、事業者が目指す地域外への販路開拓を実現する。

（年1回）

#### イ) 対象企業

当会において事業計画策定支援を行い、地域資源を活用した商品の開発や販路開拓を目指している事業者

#### ウ) 実施方法

「いしかわ百万石物語江戸本店」2階の催事スペースを当会が貸切り、出展事業所の商品を展示・販売等を行い、販路開拓に繋げる。

【参考】「いしかわ百万石物語江戸本店」は、東京都中央区銀座で営業する石川県のアンテナショップで、平日は約200人、休日は約400人の来場が見込め、一般消費者のみならず、飲食業者や食品商社のバイヤー等、有望な地域資源や商品を見出す目的で来場する事業者も多いため、BtoBの商談も十分に期待ができる。

### ②地域密着型情報誌「とぎなび」の発行（町内もしくは県内へのBtoC、BtoB）

#### ア) 事業概要及び目的

当会が事業計画策定支援を実施し、計画を策定した事業者で、開発した新商品・新サービスの販路拡大に取り組む希望を持っている事業者に対して、当会が商品のPRや展示会開催等の情報を集約し「合同チラシ」として編集・発行し、効率的な認知度向上や誘客促進を図り、売上や販路拡大に寄与する。

特にSNSと連動させた販促企画によってWebとの相乗効果を図り、成果を高める狙いである。（年2回発行）

イ) 対象企業

当会において事業計画策定支援を行い、地域資源を活用した商品の開発や販路開拓を目指している事業者

イ) 媒体仕様

・ B4サイズ 両面カラー印刷 発行部数 10,000部

ウ) 配布方法

・ 新聞折込（北國新聞・北陸中日新聞朝刊）町内約 8,000部  
県内道の駅や空港などへの設置 約 2,000部

・ 当会では、誌面と同名（とぎなび）のWEBサイトを運営しており、同サイト上にも記事掲載することで、情報発信力を誌面とウェブとの相乗効果によって高める。

## 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] 事業評価検討会の開催によって、経営発達支援計画を持続的なローリングプランとするための協議を行っている。具体的には、専門家（中小企業診断士）や連携先を外部有識者として招聘し、計画に基づく進捗状況等について、定量・定性評価や見直し等を行っている。

[課題] 専門家等の助言を得て、毎年度見直しを行いながら、次年度に繋がる取り組みがなされているものの、PDCAサイクルに基づく相互牽制をより機動的かつ有効に機能させることで、小規模事業者にとって管内の経済状況等の変化に応じた効果的な支援を展開していくことが課題である。

### (2) 事業内容

商工会幹部（会長、副会長、商業・工業部会長、青年部・女性部部長）、志賀町商工観光課長、事務局長、法定経営指導員に、外部有識者として中小企業診断士を加えた経営発達支援計画評価会議を毎年度1回開催する。会議では、経営発達支援計画事業の進捗・目標達成度・小規模事業者への成果・解決すべき課題・修正すべき点などについて、事業の必要性、有効性、効率性の観点から評価・意見を求める。評価事項を盛り込んだ次年度以降の修正計画案は執行部会にて協議の上決定し、理事会、総会での報告を経て、当会事業計画に織り込む形で次年度から施行する。

また評価結果は、本会のホームページに掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

## 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] 現状では、個々の経営指導員において石川県商工会連合会等が主催する課題別研修会への積極的な参加や、経営指導員相互間での定期的な情報交換も行うなどスキルアップを図っている。

[課題] 中小企業施策の変化に柔軟に対応し、小規模事業者が持続的発展を遂げるための経営支援を充実させるため、経営計画策定等の実践的な支援能力強化は大きな課題である。また当会は小規模な商工会であり、職員数も少ないので、経営指導員のみならず他の職員においても経営支援能力の強化は必要であり、組織として事業者支援にあたる必要がある。このため経営指導員をはじめとする職員の支援能力の向上と、支援ノウハウの共有による組



織全体としての支援能力の向上を図ることが課題である。

## (2) 事業内容

### ①外部講習会等の積極的活用

経営指導員研修（石川県商工会連合会）への参加を必須化する。経営指導員研修には、一般コース（国及び県の講じている中小企業施策の普及を目的、年1回）と特別コース（より高度かつ実践的なノウハウ習得による支援能力の向上を目的、年3回）があるが、共に必須参加とする。

加えて、各支援機関主催の研修（小規模企業経営指導力強化事業「特別強化研修」・「企業診断の実務研修」、経営指導員向け小規模事業者支援研修「個者支援型」、消費税転嫁対策窓口相談事業 経営指導員向け研修等）の受講を奨励する。

### ②OJT制度の実施

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

### ③データベース化

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

## 10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 現状で実施している情報交換は、同一町内に所在している志賀町商工会と地域の景況把握や事業運営等の分野で行っているほか、石川県商工会連合会が主催する研修会や会議の中で、他商工会と支援事例やノウハウなどについて行っている。

[課題] 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より、小規模事業者の実態把握やニーズに合った支援策等の検討に活用できている。今後は、事業者の多様化する経営課題や変化する金融情勢に対して、他の支援機関との連携をさらに強化していくことが課題である。

### (2) 事業内容

#### ①商工会経営支援連絡会議の出席

[相手先] 石川県商工会連合会、および、石川県下の各商工会（全20商工会）の経営指導員

[手段（頻度）] 県商工会連合会の担当者、および、県下各商工会の経営指導員1名が出席し、会議形式で公的支援施策や商工会の支援メニューの活用方法等について共有・意見交換を図る。（年3回）

[ねらい] 支援ノウハウや施策、経済状況の情報共有のほか、県内各地における支援ニーズを把握し、当会地区内小規模事業者への伴走支援の参考とする。

#### ②羽咋郡市広域商工会協議会の活用

[相手先] 当広域（羽咋郡市）内の4商工会の経営指導員等

[手段（頻度）] 当広域（羽咋郡市）内の地域市場のニーズ・シーズ動向、小規模事業者支援事業の現況、経営革新計画承認に関する支援ノウハウなどを情報交換し、共有する。（年4回）

[ねらい] 同じ広域内の商工会の職員間で、参考となる支援事例や活用可能な支援ツールの交換

を行うことで、現場で有効なノウハウを共有化し、支援力の充実を図る。

### ③金融懇談会の開催

[相手先] 管内の金融機関（北國銀行、のと共栄信用金庫）および町商工観光課

[手段（頻度）] 地区内民間金融機関および町担当課と「事業者の資金ニーズ」、「経済情勢」、等  
についての情報交換・意見交換を図る。（年1回）

[ねらい] 地域の資金需要、経済動向に詳しい金融機関と情報交換を行い、新製品開発や新市場  
開拓が期待されるような当地域の動向を把握する他、金融支援ノウハウについて共有  
し、効果的な事業者支援に繋げる。

## 1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 地方において、小規模事業者が持続的に事業を発展させていくには、地域経済全体とし  
ての活性化は不可欠な要素である。とりわけ当地域においては、急速に進む過疎・高齢化  
によって、従来の商圏内購買力は縮小傾向を続けており、その重要性は高まっている。

これまで当会としても、H29～R1 にかけて、志賀町が国の「地方創生推進交付金」を受け  
て実施した『交流人口拡大推進事業』に積極的に協力をおこなってきた。とりわけ本交付  
金事業を実行するために組織された「志賀町賑わい創出委員会」においては、本会役職員  
が中心的なメンバーとして参画し、事業の推進、実現に貢献した。

[課題] 過疎化と少子高齢化が進む一方で、当管内において観光産業は重要な産業の一つである  
ことから、地域経済の活性化のためには交流人口の拡大が重要な課題となっている。

この点で、過去3年間にわたり志賀町が実施してきた『交流人口拡大推進事業』は、交  
流人口の拡大に一定の成果を上げており、当会としては引き続き、町、商店街、観光協会  
などの関係団体と連携を図り、事業の継続実施を実現すべきであると考えている。

また、交流人口の拡大と同時に、その効果が地域経済へ波及するような取り組み、例え  
ば地域の銘菓や特産メニューを巡るラリー企画のような事業の実施も課題である。

一方、当地は甘えびや加能ガニなどの水産物、能登金剛を中心とした自然景観、渤海国  
との交流にまつわる歴史的資産など地域資源が豊富であることから、事業者がそうした地  
域資源を活用して取り組む新商品・新サービス開発支援を通して、地域経済の活性化に相  
乗的な効果を生むことも課題である。

### (2) 事業内容

#### ①「志賀町賑わい創出委員会」への参画

観光客の誘致による観光産業の活性化、地域資源の活用によるイベント開催など、志賀町の活  
性化等を協議するため、志賀町、志賀町観光協会、宿泊業者、地元金融機関などの関係者が参画する  
委員会に参画する。（年3回）

当商工会からは、役職員が中心的なメンバーとして参画し、事業の推進、実現に貢献する。

#### ②さくら貝を核としたにぎわい創出事業

当地域を代表する観光スポット「増穂浦(ますほがうら)」は、鎌倉の由比ヶ浜、紀伊の和歌浦と  
並び日本小貝三名所の一つとして数えられ、色とりどりの可愛らしい貝が波打ち際に打ち寄せられ  
る美しい海岸である。（オリジナリティがある）中でも「さくら貝」は美しいピンク色が特徴の  
2枚貝で「幸せを運ぶ貝」とも言われている。美しい海を象徴し、また訪れた人が幸せになれるよ  
う祈りを込め、「さくら貝」を核とした地域の活性化を目指す。（ストーリー性がある）

「さくら貝」をテーマにした活動は、すでに当会青年部で物語「さくら貝伝説」の創作や「キャ

ラクターの制作、また当会女性部においてもアクセサリ制作や貝拾いを取り入れた周遊コース作りなどの事業展開を実施しているところであり、さらに町の『交流人口拡大推進事業』においては、さくら貝をモチーフにしたイルミネーション事業が開催されるなど、統一したテーマで事業展開をしていることで交流人口の創出に貢献している。

当会としても、行政や商店街、観光協会などと連携し、今後さらに地域を挙げた取り組みに発展させていくことによって、地域のブランドイメージとしてもPR力を高め、誘客促進に繋げていく計画である。

### ③地域資源を活用した新商品・新サービスの開発とプロモーション支援

先述したように、当地は食や文化といった地域資源が豊富な地域であり、事業者が創意と工夫によって活用することで、新商品・新サービスの開発の可能性は未だ広がっていると認識しており、そうした一つ一つのアイデアを着実に実現していくことで、地域外の資金・人材を呼び込むという好循環を生み出し、持続的な地域経済の活性化に繋げていきたい。

特に、志賀町においては、平成27年度より町の特産品としてふさわしい地場産品を「志賀町優良特産品」として認定する事業を行っており、当会としても管内事業者に対して認定申請を推奨するとともに、町と連携して品質の改善やプロモーション支援に努め、将来的な地域ブランド確立に資する考えである。

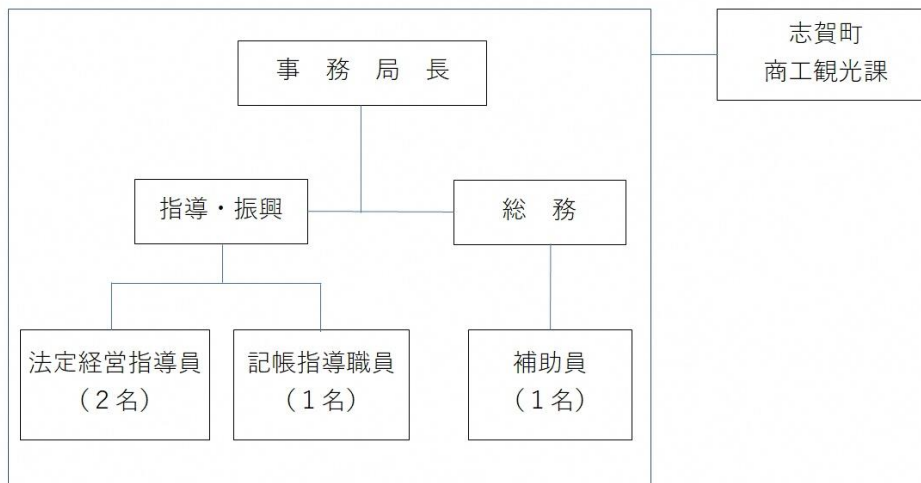
(別表2)

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2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)



(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：清水雅成、浜野誠一

■連絡先：富来商工会 TEL. 0767-42-2562

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、関係市町村連絡先

①富来商工会

〒925-0576 石川県羽咋郡志賀町富来領家町甲10

TEL : 0767-42-2562 FAX : 0767-42-2413

E-mail : togi@shoko.or.jp

② 志賀町 商工観光課

〒925-0198 石川県羽咋郡志賀町末吉千古1番地1

TEL : 0767-32-9341 FAX : 0767-32-3978

E-mail : shokan@town.shika.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 3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
必要な資金の額	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
①地域経済動向調査事業費 (印刷・事務費等)	150	150	150	150	150
②需要動向調査事業費 (広報・講師謝金等)	200	200	200	200	200
③事業計画策定支援事業費 ・事業計画策定セミナー開催 (広報・講師謝金等)	150	150	150	150	150
④需要開拓に寄与する事業費 ・展示会開催 (旅費・広報・会場設営費等) ・合同チラシ作成 (印刷・折込費等)	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
⑤事業の評価及び見直しのため の事業費 ・経営発達支援事業評価会議の 開催 (旅費・講師謝金等)	200	200	200	200	200
⑥地域経済の活性化事業費 ・イベント開催・運営等 (広報・運営費等)	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
<ul style="list-style-type: none"> <li>・国補助金 (伴走型小規模事業者支援推進事業補助金)</li> <li>・県補助金 (小規模事業者経営支援事業費補助金)</li> <li>・町補助金 (志賀町商工会事業(富来商工会分)補助金)</li> <li>・各収入 (商工会費収入、各種手数料収入、各種受託料収入)</li> </ul>

(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