

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	志賀町商工会 (法人番号 9220005005451) 志賀町 (地方公共団体コード 173843)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 持続的発展の後押し、計画的経営の提案を行う 2. 新商品・新サービス提案を通して個者のセルフプロデュース力向上の支援 3. 地域資源活用とブランド力をつけることで交流人口拡大を強化する
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 地域動向調査に関すること 国が提供するビッグデータや商工会が独自に収集した情報を要約し、小規模事業者の現状把握や分析を行い、経営課題の抽出に役立てる。 4. 需要動向調査に関すること RESASなどの情報活用に加え、地域内の一般消費者を顧客とする小規模事業者に対し、お客さま満足度調査を実施し事業者に提供することで需要開拓を行う。 5. 経営状況の分析に関すること 巡回窓口相談時、必要性等説明し賛同を得た小規模事業者に対し「ロカベン」を実施。経営状況把握をしながら課題発見や解決に繋げていく。 6. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者に対し、セミナー、巡回指導等で経営分析やロカベン等を実施し、事業計画策定支援を行っていく。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定した事業者に対して四半期ごと目標設定やPDCAサイクルを行う。必要に応じ、専門家からの助言、指導を受ける。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓、新規需要の開拓を目指す小規模事業者に対し、DXを活用し、プロモーションを交えながらB2B、B2Cの支援を行う。
連絡先	<p>志賀町商工会 住所 石川県羽咋郡志賀町高浜町ニの13番地1 〒925-0141 TEL 0767-32-1002 FAX 0767-32-4004 Email:shika@shoko.or.jp 志賀町 商工観光課 住所 石川県羽咋郡志賀町末吉千古1番地1 〒925-0198 TEL 0767-32-9341 FAX 0767-32-3978 Email:shokan@town.shika.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

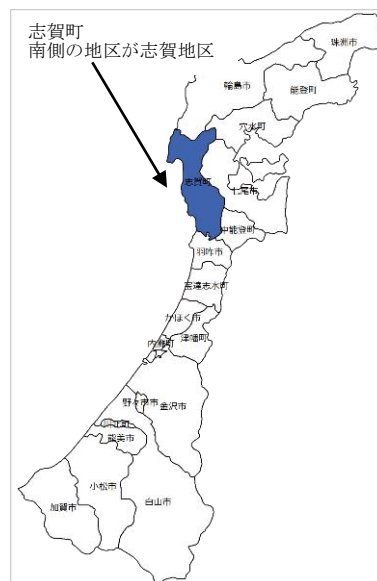
1. 目標

(1) 地域の現状および課題

①地域の現状

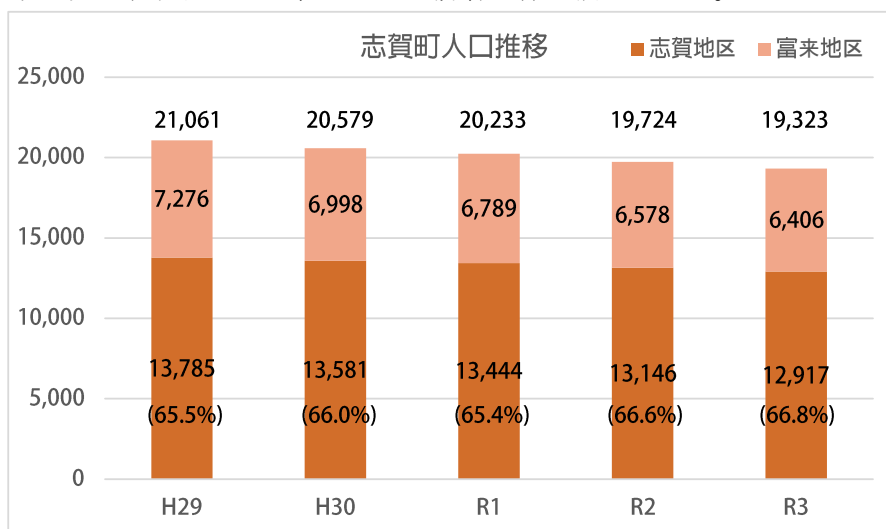
1) 立地・風土

志賀町は能登半島西側にあり、県の中央北寄りに位置し面積247平方キロメートル、海岸線約50キロメートルの町である。能登半島国定公園の一角にあり、海岸部分北側は奇岩が並ぶ能登金剛、南側は海水浴場で知られる大島海岸があり、景勝地が続く観光地となっている。地域内を流れる米町川を中心に古くより人々が住んでおり歴史の古い地域でもある。2005年隣町の富来町と合併し、現在に至っているが、町内には2つの商工会が存在していて、当商工会は旧志賀地区、町内南地域を担っている。面積は123平方キロメートルあり町内およそ半分の49.8%を占めている。



当地区名は、平安書物に初めて名を連ね、知られたところでは、平家の落人が隠棲したことや畠山氏の出城建立など歴史的に要衝地であったことを伺い知ることができる。現在の当地は、自動車専用道路「のと里山海道」が南北に通じ、インターチェンジとして「上棚矢駄」、「西山」「徳田大津」を抱え、徳田大津には七尾市より富山方面に延びる「能越自動車道路」のジャンクションがあり、昔も今も交通の要衝として位置するのは変わっていない。しかし残念ながら、公共交通を見ると、鉄道において、1972年北陸鉄道能登線が廃駅となり、これより鉄道空白地帯となり現在に至っている。他は路線バスのみとなり、高齢化とモータリゼーションの発達とともに便数は、減少を続けている。

2015年北陸新幹線開業により、観光客の県内への交流人口は大きく伸びたが、上記のような交通利便性により、当町への誘客は伸び悩んでいる。



資料：志賀町HP人口動向より

2) 人口動態

・人口推移

1970年合併により第2次志賀町発足。現在の志賀町は2005年旧富来町と合併して今に至っている。そのタイミングより商工会は、志賀町商工会と富来商工会の2体制で運営をされている。人口において、平成27年に作成された「志賀町人口ビジョン」によると平成17年（2005年）より世帯数、世帯人員共に減少を続けており特徴としては、県、全国に比べて老年人口が10%以上高くなっている、他所より高齢化の進行が顕著であること。若年層の転出が金沢市や他県に多いと分析し町は移住定住の促進と若年層の転出に歯止めを掛けることが必要と提言している。

平成29年からの志賀町商工会地区と富来商工会での人口比率を調べてみると、6対4となっており現在も大きく変更はない。しかしここ5年間の志賀町全体で人口の推移を比べてみると減少傾向であるが、当商工会地区に於いてはその幅は小さく、町全体の人口における比率はわずかであるが、微増となっている。（上記 グラフ参照）

これを志賀町商工会地区内、8ブロックに分けて調査をすると、下記のようにまとめることができる。（表1）

表1 志賀町商工会地区人口数・前年比率

地区名	平成30年		平成31年		令和元年		令和2年		令和3年	
	人口数	人口数	前年比	人口数	前年比	人口数	前年比	人口数	前年比	
高 浜	3,431	3,404	-0.8	3,453	1.4	3,396	-1.7	3,367	-0.8	
志加浦	1,977	1,958	-1.0	1,923	-1.8	1,873	-2.6	1,836	-2.0	
堀 松	1,962	1,931	-1.6	1,912	-1.0	1,874	-2.0	1,849	-1.3	
上熊野	871	844	-3.1	815	-3.4	782	-4.0	772	-1.3	
土 田	2,138	2,103	-1.6	2,061	-2.0	2,013	-2.3	1,958	-2.7	
加 茂	814	794	-2.5	793	-0.1	802	1.1	796	-0.7	
下甘田	960	944	-1.7	923	-2.2	893	-3.2	859	-3.8	
中甘田	1,632	1,603	-1.8	1,564	-2.4	1,513	-3.3	1,480	-2.2	
合 計	13,785	13,581	-1.5	13,444	-1.0	13,146	-2.2	12,917	-1.7	
町全体	21,061	20,579	-2.3	20,233	-1.7	19,724	-2.5	19,323	-2.0	

資料：志賀町HP人口動向より（単位：人、%）

これによると、わずかだが町全体の減少率より、当商工会地区が抱える地区の減少率が緩やかになっており、また、地区によってその減少幅が小さいことがわかる。ちなみに高浜地区は当商工会も所属する地区で旧志賀町の中心地区となっている。志加浦地区は地区北部で旧富来と隣接している地区である。逆に中甘田地区は南部の羽咋市と隣接している。旧町の人口集中地区は前述の高浜地区および堀松地区となっていて、40%がそこに住んでいる。町としては、堀松地区や高浜地区内で土地整備を行い分譲に力を入れており、減少幅は小さいまま推移していくと期待している。

・年齢構成

志賀町の年齢別人口を調査すると、年少人口、生産年齢人口、老年人口に分けた場合、どこの地方都市と同様に減少をしている。下記の掲載とおり、直近5年間の7月末で計測をすると、平成29年度を100とした場合、人口は令和3年時点、▲8.3ポイントに比べ、0～14歳が▲18.3%、生産年齢人口である15～64歳が▲13.8%と大きく減少していることがわかる。加えると、65～人口は1.0%増加しているのも他所と同じような結果となっている。

人口減少の要因は、高齢者の自然減だけでなく、働く世代やそれに伴う家族が金沢や他県などへの流出によるものと捉えることができる。（表2参照）

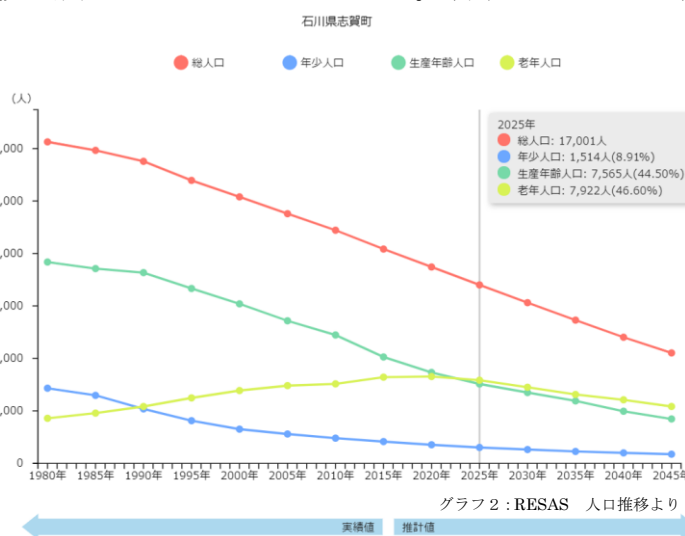
表2 志賀町7月末時点年齢別人口の推移

	H29 (2017)	H30(2018)		R1(2019)			R2(2020)			R3(2021)		
			前年比		前年比	H29比		前年比	H29比		前年比	H29比
0-14	1,945	1,850	95.1%	1,784	96.4%	91.7%	1,688	94.6%	86.8%	1,589	94.1%	81.7%
15-64	10,637	10,239	96.3%	9,940	97.1%	93.4%	9,495	95.5%	89.3%	9,173	96.6%	86.2%
65-	8,479	8,490	100.1%	8,509	100.2%	100.4%	8,541	100.4%	100.7%	8,561	100.2%	101.0%
合計	21,061	20,579	97.7%	20,233	98.3%	96.1%	19,724	97.5%	93.7%	19,323	98.0%	91.7%

資料：志賀町HP人口動向より（単位：人、%）

・将来動向

「志賀町人口ビジョン」では、令和2年（2020年）以降、人口減少の第3段階である老年人口、年少・生産年齢人口ともに減少の段階に入っているとみている。このことは、RESASによる志賀町の人口推移の推計からも知ることができる。（下記グラフ2より）今後、志賀町は自然減及び生産年齢・年少人口の減少による人口減少がますます進み、厳しい状況になっていくと思われる。



3) 産業概要

i 業種構成

当町は、古くから産業の盛んな地区で農業、林業はもとより養蚕畜産業、水産業などがあり、特産品としては、安部屋瓦、百浦、上野で製塩業、のと縮（晒布）、紙漉による製紙業があった。生活のスタイル等により今ではほとんど残っていないがそこから派生した事業として、林業は製材業や建築・建設業へ、縮織は昭和の時代に化学繊維などの織物業へと変化をしていった。昭和50年代になると産業振興政策の一環として「能登中核工業団地」竣工、昭和50年代後半には能登有料道路開通による物流の発展、平成になり志賀原子力発電所の営業開始、「堀松工業団地」竣工などで多くの製造業の進出がある。



能登中核工業団地

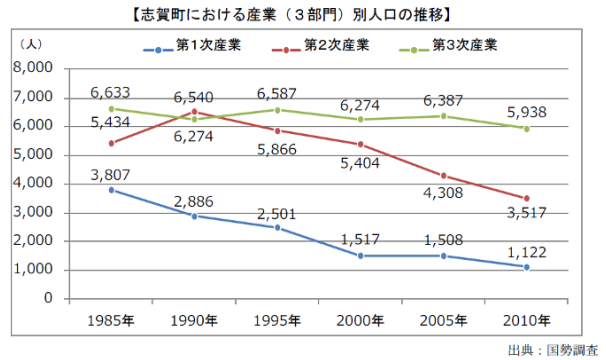


志賀原子力発電所

令和3年（2021年）8月1日現在、当商工会地区の小規模事業者を業種別でみると、「建設業」（187事業所）、「卸売・小売業」（136事業所）、「製造業」（68事業所）「宿泊業・飲食サービス業」（66事業所）、「生活関連サービス・娯楽業」（57事業所）全体で615事業所の83.1%を占めている。商工業者（小規模事業者以外）では667社ある。当地区事業所の構成については、上記に示したように、過去からの流れで製造業や建築・建設業が作られ、そこに勤める従業員のための不動産や出張従事者の宿泊業、飲食業が生まれ

増えていったと思われる。平成29年（2017年）と比べると、「建設業」（▲71事業所）、「卸売・小売業」（▲52事業所）、「製造業」（▲31事業所）が減っていった要因は、人口の減少による担い手の減少、働き手の域外流出、人口減による需要の減少が想像される。それ以外にも基幹産業として栄えてきた繊維業は時代と共に中国、アメリカ等に生産を奪われて従事する者が減っていったことも挙げられる。直近のデータはないが、下記右図のグラフに示すように第1次産業、第2次産業が年々減少をしており、第3次産業の減少幅は小さいものの、人口と共に減少している。ここにおいても、人口流出が課題になってくる。ちなみに、旧志賀町での従業者の内の町内比率は77.4%（2019年）となっており、多くの就労者は町内で働いていることがわかる。

業種	平成29年		令和3年		増減	
	うち会員数	3月会員数	うち会員数	3月会員数	うち会員数	3月会員数
A 農業林業	3	2	5	5	2	3
B 漁業	0	0	0	0	0	0
C 鉱業、採石業、砂利採取業	3	0	1	0	-2	0
D 建設業	258	114	187	103	-71	-11
E 製造業	99	54	68	47	-31	-7
F 電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	1	0	1	0
G 情報通信業	0	0	0	0	0	0
H 運輸業、郵便業	24	12	20	13	-4	1
I 卸売業、小売業	188	93	136	88	-52	-5
J 金融業、保険業	1	0	0	0	-1	0
K 不動産業、物品賃貸業	19	9	11	10	-8	1
L 学術研究、専門・技術サービス業	26	11	22	11	-4	0
M 宿泊業、飲食サービス業	76	48	66	51	-10	3
N 生活関連サービス業、娯楽業	77	31	57	31	-20	0
O 教育、学習支援業	19	0	11	4	-8	4
P 医療、福祉	11	4	10	5	-1	1
Q 複合サービス業	3	0	0	0	-3	0
R サービス業（他に分類されないもの）	26	13	20	15	-6	-3
合計	833	397	615	384	-218	-13



（表「業種別小規模事業者数」商工会実績より）

ii 主要産業と景況感

石川県が指定した志賀町で中小企業者が利用できる地域資源は以下のとおりとなっている。
（農林水産物）

石川米	大麦	そば	大豆	能登大納言小豆
さつまいも	自然薯	だいこん	かぼちゃ	原木シイタケ
すいか	能登野菜	柿	ブルーベリー	ぶどう
リビーロマン（ぶどう）	ぎんなん	能登栗	能登牛	能登豚
いのしし	しか	エアリーフローラ（花）	県材木	スギ
能登ヒバ	間伐材	どじょう	マグロ	ブリ
タラ	のどぐろ	カレー	サヨリ	岩ガキ
あわび	サザエ	イカ	タコ	甘えび
イサザ	加能ガニ・ズワイガニ	海藻	うなぎ	

（食品・機械・繊維・工芸品など）

ころ柿	牛乳・乳製品	干物	魚の糠・粕漬	水産練製品
海藻加工品	いしる（魚醤）	加賀料理	百万石の鮓	西能登おもてなし丼
能登海洋深層水	茶	和菓子	発酵技術	金属加工機械部品
建設機械部品	化学製品	擦糸・かさ高加工糸	絹織物	化合繊維物
ニット生地	レース	組みひも	IT製品	デジタルコンテンツ
珪藻土・珪藻土製品	竹粉・竹チップ	木質ペレット	さくら貝	

(観光資源)

能登半島国定公園	能登金剛	能登のキリコ祭	能登の伝統芸能	いしかわの酒蔵
能登の里山里海				

志賀町商工会地区で地域資源を活用した特産品となると表記の網掛けとなっている商品が、産業化されている。

①農業

当地域内において、若手後継者が入ることにより、純粋な農業者ではなく、法人形態をとった企業化された事業者が、少しずつではあるが増えてきている。その事業者たちはJAなどからの脱却を図りつつ、地域内外にルートを作り、ネット等を活用して販路を広げつつある。景況感はコロナ禍において、飲食店への販売を落としつつも巣籠り需要を上手に捉えており、個別企業においては、その売上を伸ばしつつある。それ以外に町内後山地区においては上記の「ころ柿」を生産し、JAにおいて販売を行っている生産者もいる。

②小売業

当地区内では、136事業所、小規模事業者の22%を占めているのが、小売業である。主に食料品小売業で、各種商品小売業は各業種1～2店しか存在していない。買い回り品の取り扱いが多く、身の回り品等が少ないのが特徴となっている。モータリゼーションの発達とコロナ禍において急速に発達したインターネットによる購入の普及で今後、食品や日用品などの買い回り品にまで影響が出るのではないかと懸念されている。また、地域内における利便性に関して、コンビニエンスストアやドラッグストアの位置付けというものが大きく、食品を取り扱う大手スーパーやドラッグストアに購買が移行しており小規模小売業は苦しい立場に置かれており、後継者のいない事業所では事業の先行き不透明感より廃業が増えている。

③飲食業

当地区内における、飲食業は39事業所。食堂・レストランから専門料理店、うどん・そば、酒場、喫茶店など多岐に亘るだけでなく、民宿などの宿泊業でも飲食サービスを併設しており、それらを含めると60店強、人口一人当たり0.5と少ない。顧客の多くは地元もしくは、出張者。観光地に隣接している地域ではあるが、観光客利用による売上はそれほど多くない。コロナ禍において、外食、特に夜の外食が減少しており、テイクアウトで乗り切ろうとしている業者も増えてきている。また、出張者に関しても、控えている企業が多く、観光客も減少、地域内飲食業者は厳しい状況にある。

④製造業

地域内の製造業者は68事業所。地域内の工業団地に、多くの企業(25社 36.8%)が集中している。その多くは企業誘致に依るもので、従業員を多く雇用しており、就業人口、製造業者数の底上げをしている。多くの製造業はコロナにより一時的な売上減少を経験し、2021年に入り少しずつ上向きになってきてはいるが、受注スパンが2四半期くらいから直近期もしくは数ヶ月手前と短くなってきており、先行きが見えにくくなっている。また、少数ではあるが食品等の製造、加工販売者もここに含まれる。

⑤建設業

当地域内で、建設関連企業は187事業所、小規模事業者全体で30.4%と一番多い業種となっている。その業態は土木建設から建築業、個人で仕事を請け負う「一人親方」の大工や左官業者と多岐にわたっている。景況感というと、近年公共事業が減少しつつあり、またコロナ禍において復興施策が商業重点に置かれ後回しになっており、建設業者に厳しく、特に当地区建設関連事業者は、産業概要にも記述した通り、志賀原子力発電の依存も大きく原発未稼働の中、こちらも難しい企業運営を求められている。また、建築業では人口減少の中、新築工事が減少、リフォーム事業に活路を見出すことをして、また付随する大工、左官業も同じ状況となっている。各業者はそのため、営業圏を近隣の地域にまで広げており、生き残りのためにその地域の同業他社としてのぎを削っ

ている。

⑥観光業

当地域では、宿泊業を中心に、特産品開発販売や特産品を利用した飲食店などが一部事業を営んでいるが、その割合も小さく、地域資源の活用もそれほどされていない。

②地域課題

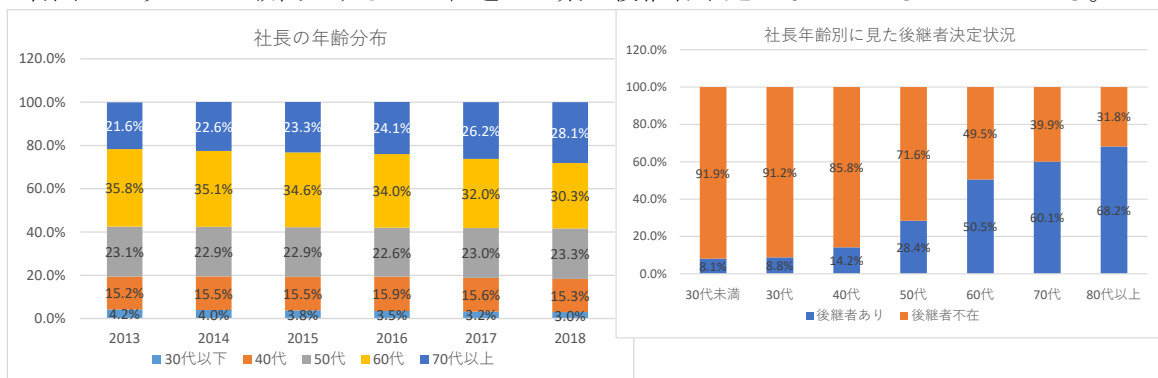
1) 地域

現状、人口動態で示しているように、長期的に人口減少が続いており、町の人口ビジョンでも将来的にも減少をしていくとみている。その中で14歳までの年少人口や15歳から65歳までの就労人口の減少が顕著であり、その影響として、事業の維持力の低下や購買力の低下が懸念材料として挙げられる。先述の町のビジョンにおいて、人口流出や年少人口減少の歯止めをかけるために、働き場所の創生で工業団地への誘致を進め、住宅地の造成を行っているが、実際は直近6年間における中能登地区の人口減少率が、志賀町が一番大きく、働く場所の整備や人口流出に歯止めを掛けることは喫緊の課題となっている。

2) 小規模事業者

i 後継者問題

「小規模企業白書2020」において、下左図のように社長の年齢分布は70歳以上の占める割合は年々増加傾向していることがわかる。一方、40歳以下の割合が減少しており高齢化が見て取れる。しかしながら、社長の年齢別後継者の有無について調査すると、下右図のように80歳代ですら30%近い企業が後継者不足となっていることがわかる。



資料：(株)東京商工リサーチ「全国社長の年齢調査」

資料：(株)帝国データバンク「全国・後継者不在企業動向調査(2019年)」

志賀町商工会地域内では、アンケートで調査したところ、約30%の企業が廃業を予定していて、特に小売業においては42%の事業者が廃業と答えている。廃業予定企業の65%が「後継者不在」、23%が「市場のニーズがなくなっている」と答えている。特に建設業の82%が後継者不足と答えていて突出している。

ii 経営課題

当商工会で行ったアンケートにおいて見えてきた経営課題を挙げる。

- ・建設業では、従業員及び熟練技術者の確保難。製造業では、設備の老朽等の問題による製品ニーズへの対応が難しい。小売業では、大手進出による競争激化及び需要の停滞。サービス業では需要の停滞、設備の老朽化を挙げており、過疎化による人材確保難、グローバル化の中、市場の変化や需要の変化への対応が規模により難しくなっていることが課題とされている。
- ・新たな需要として新商品や新サービスの対応、それらを現在と違う形で新たにプロモーションをすることが求められているが、それらへの対応をするために従来のビジネスモデルから強みを抽出し再構築を行い、新たなモデルを作ることで新規に顧客を取り込むことが課題となっている。

- ・人口減により商圏拡大が求められているが、他地域との競争を考えると交流人口の拡大が必須になってくると思われる。そのための商品・サービスの創出が急務となっている。

3) 商工会の支援上課題

地域内事業者が抱えている「経営課題」の内、商工会が支援を行うことでの必要と思われる課題を挙げる。

- ・商工会の金融斡旋や経営支援、税務・労務相談などの「制度」の浸透。商工会からの支援を巡回等で周知し、商工会事業を「利用する」ようにする。
- ・地域資源の活用について、認識度を上げて、利用することを提案、取り組むことで新たなニーズを創作する支援を行う。
- ・総じて小規模事業者が抱える経営課題を認識する支援を通して、持続的発展のための継続支援を行う必要がある。
- ・小規模企業白書2021に掲載されているが、経営指導員が考える「デジタル化」による事業貢献度（約85%）と小規模事業者が考える事業上の必要性（約43%）では、コロナ禍において意識が高まった（以前は約29%）もののまだ乖離があり、「デジタル化」への支援を積極的に行う必要がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①長期視点を見据えた基本方針

10年程度の長期的な視点に立って考えた場合、自然減と人口の流出による人口減少やそれに伴う購買力の低下、商工業者の高齢化による廃業、先行き不安による事業承継難、地方は大変難しい方向に流れていき、行政の舵取りも難しくなっていくと思われる。その中で、商工業者は時代の流れにただ流されて手を拱くというわけにはいかない。行政と共に歩むだけでなく、自ら考え動き提案していく必要があると考える。そのためには行政と商工会が何か一石を投じる必要があるのではないかと危惧する。新たな市場開拓や新規顧客獲得に向けた開拓などはもう一業者だけが行うには難しい時代に入っているのではないかと危惧する。当商工会として、感じ、行動に移していく必要があると考えるのは、交流人口による外貨獲得、新商品開発を地域ぐるみで行い、広報することでそれに組みする事業者の拡大を図り、地域の発信力を高めていくことである。石川県としての注目は、2023年予定の北陸新幹線延伸、国内では大阪での万国博覧会開催など国内外の移動チャンスが多く到来する予定である。これらは当町にとってただ通り過ぎていく観光客でなく当地区に向けてやってくる顧客として考え行動し成果として行く必要がある。こうした、起こり得る環境の変化を取り込むために、官民一体となり、仕掛けていく必要があると考える。

そのために当商工会としては、まず提案し、小規模事業者と共にこれら環境下の中で同じベクトルで取り組む方々を中心に事業を構築し、または再構築を行い、ブランドを立ち上げて仕組を作ることで持続可能で住み続けられるまちづくりに貢献したいと考えている。

②商工会としての役割

商工会は昔より、「経営支援と地域支援」は両輪の輪といわれており、当商工会においても同様に取り組みを行っている。引き続き、これらを実施することで成果を挙げていく方針である。

経営支援において、当商工会では、従来経営改善普及事業、金融支援、税務支援、労務支援等経営基盤についていわゆる対処療法的な支援を行ってきた。しかし、近年では経営環境も変化し、業種業界単位ではなく個人の経営資源を見直し、課題を抽出し解決を模索する支援など多様化してきており、持続可能な事業をおこなうためにPDCAサイクルを用いて事業を進めていく必要があると考える。そこで、事業計画策定など一歩踏み込んだ支援をおこない具体的に進めていく伴走型支援に取り組んでいくものとする。

また、地域を取り巻く環境変化にも対応していくことの必要性から地域資源などの利用促進

やそこから派生する商品・サービス開発を支援することが地域振興策の一つであることから積極的に関わっていきたいと考える。個者による自助努力だけでは難しいことから部会やスタンプ会、異業種など関係団体と共同して取り組む。

③行政との連動性・整合性

令和2年度から6年度分を記した町の総合戦略「第2期志賀町創生総合戦略」では地方創生の流れより人口減少や地域活性化を目指すとしている。その目標を6つ「地方における安定雇用」「地域への新しい流れ」「地域への誇りと愛着を育てる」「結婚、子育ての希望を叶える」「安心して住み続ける基盤づくり」「いきいきのびのび活躍できる環境づくり」としている。当商工会としては、その中で「地方における安定雇用」と「地域への新しい流れ」の2分野は商工会における個者支援と地域振興の2つの面で密接に関連していることから、町が交流人口拡大を図り、地域の活性化に繋げるとしている「農産物のブランド化推進」「特産品推奨事業」は当商工会の考える商品開発や販路開拓支援に共通していると考えられる。また、羽咋広域で進める雇用安定対策として雇用推進サイトなども安定した雇用に対する取り組みとして正しくリンクしていると考えられる。このことから町と協調し、連携した事業実施が可能である。

(3) 経営発達支援事業の目標

「振興のあり方」方針等を参考に当商工会での経営発達支援計画の目標として、3点を掲げる。

①持続的発展の後押し、計画的経営の提案を行う

小規模事業者の多くが未だに勘や経験に頼っている中で、各々事業所が、漠然と持つ数字や経営課題を整理し、認識するために「事業計画の作成」を行う。外から見てわかるものが自社から見てわからないのは常であるため、商工会がそれを「見える化」することで強みを理解し、そこから課題への解決方法を確認し実行する。見える化の中にはこの先、ビジネスに変革をもたらすDXの活用についてなども挙げられる。商工会としてはその元となる「計画書」を作成する支援を行うことから始まり、発展させ、見直し、次へと繋ぐいわゆるPDCAサイクルを利用しながら計画経営を行う支援、提案を行う。すなわち、自己分析力に対して、少し弱みのある小規模事業者においても強みを理解し、利用するための支援とする。

②新商品・新サービス提案を通して個者のセルフプロデュース力向上の支援

小規模事業者個者の力を見直し、事業について分析、そこから自己の強みを抽出、事業計画を作成することで、事業の強化、事業の再構築を進めていくことが大切であり、その個者が活動しやすい環境を作り、支援する体制づくりが必要である。そのためには、見直しや環境づくりだけでなく小規模事業者の「新たな試み」に対する支援も欠かせない。

今までも当商工会地区内で、各事業所は新商品・新サービスを創出してきたが、それを上手く周知できてきていないのは、目立った産業や商品が少ないことから想像ができる。そこで、商工会では、地域内外への販路拡大やパッケージ作成に関する支援を通じてセルフプロデュースの必要性を認知して他者との差別化を行い、新規顧客獲得に向けての支援を行う。

また、国や県、志賀町行政や県連合会、日本政策金融公庫、地元金融機関、中小基盤整備機構を始めとする支援機関、地区各種団体と連携を図り、支援を行い、地域を発展させていく。

③地域資源活用とブランド力をつけることで交流人口拡大を強化する

当地域は、現状把握により見えてきているとおり、高齢化、人口減少による購買力の低下は顕著であり、行政と連動しながら事業継続に寄与していくつもりだが、下降していく状況は一筋縄ではいかないと考える。しかし、それらへの対処は喫緊の課題ともなっており難しい舵取りが必要であるのも事実である。商工会では、既存事業からの事業再構築の後押しをしていくために、小規模事業者による岩ガキやころ柿・赤土西瓜以外にも地域資源の活用と町・商工会により交流人口を創り上げていくことが大事であると捉えている。当商工会地区は原子力発電所に依存してきた部分も多々あるが、今世の流れではそれだけに頼ることも出来

ず、町ぐるみで再構築も必要である。このようなことを念頭に置き、主要産業でも明記した**地域資源**を用いてそれをブランドにまで上げていくために商工会としてもその支援・仕掛を行う必要がある。

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4年 4月 1日～令和9年 3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①持続的発展の後押し、計画的経営の提案を行う。

本支援計画において、地域の動向調査や消費者アンケート調査など通して、各々事業所の課題やビジネスチャンスを確認・把握を行う。それに基づいて各企業と共に事業計画策定を行うことで、持続的発展へと繋がる支援に繋げていく。

②地域資源活用とブランド力をつけることで交流人口拡大をする。

人口減少の歯止めに寄与し、購買力の維持を図ることを目的とした取り組みを行うために、町、関係団体と共に地域資源を活用とした商品やサービス活用の支援を行う。また、それらにブランド力をつけるため、交流人口拡大を目標としたブランド化事業等を推進する。

③新商品・新サービス提案を通して個人のセルフプロデュース力向上の支援

企業の事業継続に賭ける新商品・新サービス開発の取組みは、地域資源利用の有無に関わらず生き残りのために必須である。そのために当商工会としてもその支援を重点的に行いたいと考える。計画書作成時において商品サービス等を考える事業所において伴走型による支援を行う。具体的には周知のための紙やネットでの広報やブラッシュアップのため展示会等のトライアル支援、販路拡大支援などである。これらを支援することで企業のセルフプロデュース力の向上も図っていく。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当商工会では、前回の経営発達支援計画認定時に一度だけ、地域内全小規模事業者636社を対象としたアンケート調査を実施した。結果、域内小規模事業者の経営課題の傾向が把握できるなど、調査自体は大変有益ではあった。しかし、翌年度以降は、調査自体は実施したものの、経営指導員の業務負担が大きいことから、集計・分析にまで手が回らなかった。

【課題】

個々の小規模事業者が漠然と感じている景況感や社会情勢について、経営に資する情報として、「毎年」独自に分析したものを提示する。その他、会社経営に影響を及ぼしかねない社会情勢等について、地域内の特徴を示しながらとりまとめ、公表する。

(2) 目標

項目	公表方法	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
地域の経済動向調査の公表	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
経営動向分析調査の公表	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向調査（国等が提供するビッグデータの活用）

地域内の事業者らに対して、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済の活性化を目指すため、RESAS（地域経済分析システム）やMi e Na（市場情報評価ナビ）を活用した地域経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】

経営指導員等がRESAS（地域経済分析システム）やMi e Na（市場情報評価ナビ）等を活用、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・地域経済循環マップ・生産分析により何で稼いでいるか等を分析
- ・まちづくりマップ・From-to分析により人の動き等分析
- ・産業構造マップにより産業の現状等を分析

ほかに、志賀町内、各地区における商圈、労働人口分布、購買力分析を用いて、総合的に分析を行い、事業計画策定支援などに反映をさせる。

②景気動向分析

地域内の景気動向等についてより詳細な実態把握のため、アンケート調査を年1回実施し、年1回公表する。

【調査手法】

地域内の卸売業、小売業、サービス業（飲食以外）、サービス業（飲食）、建設業、製造業の6つのカテゴリーの小規模事業者に対して、各10社選定してアンケート調査を行う。なお、経営指導員が各事業所に調査票を配布・回収する方法をとり、記入部分の不備や自由回答部分の未記載に関しては、直接口頭でまたは電話やメールにて追跡して回答を得ることとする。得た回答に対して、業況判断DIを全産業・業種別で比較する。

【調査項目】

売上、対前期比、業況、設備投資の状況、経営上の問題点、従業員数や売上規模、経営者の年齢や後継者の有無、客層、商圈など

(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、地区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。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当商工会では、これまで地域内小規模事業者の需要動向調査に関しては、経営指導員の日々の指導やインターネット（RESAS）等を使った情報収集など、経営指導員の資質に頼っていた。結果、販路開拓等の具体的な取り組み内容が、消費者の声が反映されないまま事業者の思いつきで決まってしまう、成果が伴わない要因となっている。

【課題】

小規模事業者に対し、客観的データに基づく改善テーマを提示する。お客さま満足度調査を実施し、その評価を分析して改善テーマに優先順位をつけた調査書を提示する。

(2) 目標

項目	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
アンケート調査・分析	未実施	5社	5社	5社	5社	5社

(3) 事業内容

地域内の一般消費者を顧客とする小規模事業者に対して、お客さま満足度調査を実施する。総合満足度及びそれを構成する要素を調査・分析する。年5社実施する。

【調査対象企業】

当商工会の関与のもとでこれから事業実施計画書を策定する事業者または、すでに事業計画書を策定し、伴走型支援を行っている事業者であって、且つ下記に該当するものに限る。

- ・域内の地域の暮らしを支える産業（農林水産を含む）に属する事業者
- ・地域の観光・宿泊・飲食・食品などの地域資源を活用している

【調査手法】

事業所内又は店舗内に調査票と回収箱を設置し、抽選によるプレゼント企画も実施してお客さまからの回答を促す。50枚（域内客と域外客の両方で分析をしたい場合は、それぞれ50枚計100枚）集まった時点で回収し、重回帰分析を行って満足度・貢献度、感想などの観点でデータを抽出し調査書を作成する。

【調査項目】

おいしさ・ボリューム・品揃え・清潔感・気づかい・価格など

(4) 成果の活用

経営指導員等が調査書を持参して直接説明する形でフィードバックする。なお、「総合満足度への貢献は高いが、満足度が低い要素」が、優先度の高い改善活動のテーマとなる。また「総合満足度への貢献が高く、かつ満足度も高い要素」をさらに高めて、業績アップを目指すことも検討できる。各々の事業所の販路開拓等の具体的な課題の設定に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当商工会では、小規模事業者が金融機関に融資申込みするときなど、個別具体的な事案が発生したときに限り、経営指導員が様々なツールを使って経営分析を行っている。結果、積極的に経営分析を促すことはなく、また、経営指導員自身のスキルが高まらないため、過去5年間、経営分析を行った小規模事業者の件数は少なかった。

【課題】

あれもこれもと様々なツールを使って経営分析するのではなく、有益なツールを一つに絞り、繰り返し使い込むことでスキルを高めること。且つ、経営分析を促すタイミングをルール化することで、経営分析を行う小規模事業者の件数を増加させる。

(2) 目標

項目	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
経営分析事業者数 (ロカベン診断)	未実施	15社	15社	15社	15社	15社

(3) 事業内容

経営指導員の窓口相談時に経営分析の必要性や重要性を説明し、賛同いただいた事業所に対して「財務」と「非財務」の両面から経営診断を行う「ローカルベンチマーク（経済産業省）」を実施する。経営指導員と事業者が相談しながらシステムに入力し、その場で診断結果を提示する。年15社を想定している。

【分析手法、項目】

財務分析のパートでは、確定申告書類の損益計算書や貸借対照表などから該当する数値を入力し、売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性を算出する。自社の

経営状態が、同業種の企業と比べてどの位置にあるのかを点数化し、チャートで表示する。非財務分析のパートでは、「業務フロー」、「商流」、「経営者、事業、企業を取り巻く環境・関係者、内部管理体制という4つの視点」で、企業の現状を整理する。差別化のポイントや顧客から選ばれている理由、その他現状の課題についても整理して見える化する。

(4) 成果の活用

- ・分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、現在の姿を客観的に把握していただく。
- ・必要に応じて外部専門家を派遣し、経営課題解決等に取り組む。
- ・分析結果を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

【現状】

当商工会では、これまで事業計画策定セミナーを毎年企画し、開催してきた。また、必ず個別相談会もセットし、かつ、意欲ある事業所には専門家を派遣するなどして、経営指導員が傍について手厚く事業計画策定支援を行ってきた。しかし、事業計画を策定する事業者を積極的に掘り起こすことまでは、できていなかった。

【課題】

当商工会では、「新商品・新サービス提案を通して個々のセルフプロデュース力向上」を方針に掲げている。新商品開発等補助金や同業経営者の成功事例、及び、DXに関する意義を知っていただき、小規模事業者に芽生えた意欲・アイデアをすくいあげていく。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、引き続き、持続化補助金などの申請のタイミングに併せ、事業計画策定セミナーを開催していく。ローカルベンチマーク診断に賛同いただいた事業所や青年部や各事業部会に参加いただいた事業所に対して、伴走型支援を行っている模範となる事業者の成功体験や採択事例を紹介し、経営指導員が個別にセミナー参加を促す。ローカルベンチマーク診断経由で4社、経営指導員のアプローチ経由で4社、DXセミナー経由で3社、事業計画策定セミナーの広報経由で4社、計15社の事業計画策定を目指す。

(3) 目標

項目	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
DX推進セミナー開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	11件	15件	15件	15件	15件	15件

(4) 事業内容…いずれも年1回、チラシとホームページで集客し、集合研修を実施する。

①DX推進セミナー開催

DXに関する意識の醸成、基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたIT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。

【支援対象】小規模事業者 定員10名程度。

【募集方法】会報やホームページ掲載を行い周知する。

【セミナー】DX総論、DX関連技術や具体的な活用事例、クラウド型顧客管理ツールの紹介等。必要に応じてIT専門家派遣も実施。

また、セミナー受講者の中から取組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じ、IT専門家派遣を行う。

②事業計画策定セミナー開催

【支援対象】小規模事業者 定員10名程度。

【募集方法】会報やホームページを行い周知する。

【支援方法】強み・機会の洗い出し、自社のコンセプトターゲット、競合優位性、スケジュール等、集合研修に併せて個別面談会も実施。

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】

当商工会では、当初の計画通り、事業計画を策定した事業者に対して四半期に1回（年4回）訪問し、進捗確認を行っている。予実の乖離を確認した場合は、適時、事業者の意向を確認して専門家を派遣するなどの対策を講じている。また、予期せぬ事態が発生するなど、計画した事業内容が継続困難な場合は、再度、事業計画を策定するよう促している。

【課題】

当商工会では、「持続的発展の後押し、計画的経営の提案を行う」ことを目標に掲げている。今後は、P・D・C・Aサイクルを高精度化し、より高い実効性をもって支援する。

(2) 支援に対する考え方

引き続き、事業計画書を策定した全ての事業者を対象に、経営指導員等が伴走しながらP・D・C・Aをサイクルする。なお、今後は四半期ごとに目標設定とP・D・C・Aをサイクルさせ、より関与度を高くして目標達成の実現可能性を高めていく。

(3) 目標

項目	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
フォローアップ対象事業者	7件	15件	15件	15件	15件	15件
頻度 (延回数)	28回	60回	60回	60回	60回	60回
売上増加 事業者数	—	4社	4社	5社	5社	6社
利益率3% 以上増加数	—	4社	4社	5社	5社	6社

(4) 事業内容

事業計画策定15社に対し、四半期に一度、事業計画書を基に、経営指導員等が定期的に巡回訪問して進捗状況を確認する。これまでは、定期に予実の乖離を確認し、必要に応じ助言・専門家派遣を行っていたが、今後は「四半期ごとに目標設定とP・D・C・Aをサイクルする」ことで、支援スタイルを点から線に変えて取り組んでいく。なお、予実に大幅な乖離が生じた際には、計画の見直し等についての助言も行う。また、事業計画の進捗状況に応じて訪問回数を増やすことも柔軟に行って、持続的発展に導いていく。

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】

当商工会では、新たな需要を開拓すべく、これまでは商工会や行政等が主催する商談会・展示会への出展を働き掛けてきた。しかし、マンパワーの足りない多くの小規模事業者にとって、商談会などへの参加はハードルが高く、仮に参加したとしても安定した販路開拓にまでつながるケースはほとんどなかった。また、地域内の小規模事業者の多くはITを活用した販路開拓に関心があるものの「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、そのDX推進に向けた取り組みが進んでいない。

【課題】

マンパワーの足りない小規模事業者でも取り組める、実効性の高い販路開拓策で支援すること。また、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、その取り組みを拡大させていく必要がある。事業者側の魅力を見える化し、且つ、消費者側の選択の利便性を高めることで、当商工会が方針として掲げる「地域資源活用とブランド力をつけることで交流人口拡大へのきっかけづくり」に直結すると考える。

(2) 支援に対する考え方

近年、スマホの普及率が増加したこと、及び、消費者のニーズが「モノ消費」から「コト消費」へと変化したことにより、お客様のニーズを喚起する方法に見直しが必要と迫られている。これまでと同じやり方では、現状を打破することはできない。

「コト消費」時代のプロモーションに相性の良い、動画を活用したプロモーションを推進していく。動画により「商品・サービスから得られる価値」を見える化することによって、消費者側に魅力を伝え、選択の利便性を高めていく。

また、せっかく小規模事業者がプロモーション動画を制作しても、多くの方に気づいていただければ、新たな需要の開拓は期待できない。よって、当商工会地域外の企業や個人が地域内事業所・店舗・地域資源情報を知りたいときに必ず訪れてくれるようなポータルサイトの構築を目指し、消費者側の選択の利便性をさらに高め、販路開拓の実効性を高めていく。なお、動画制作の対象事業者は、これから当商工会の関与の元で、事業計画を策定する事業者やすでに策定し伴走型支援を行っている事業者に限るものとする。個社の魅力を高めて広く認知させることが若者の地元就職の拡大に直結すると考えている。特にバーチャル工業団地においては、経営者や従業員の人が垣間見える内容とし、建設業と製造業の多くが課題としている「従業員の確保」にも貢献していく。

(3) 目標

ポータルサイトの構築を行う。現状と課題を踏まえ、新たな試みとして、ITを活用し営業・販路拡大に寄与した取り組みをする。商業、工業のポータルサイトを構築することを目的として、そこに掲載する情報を動画によるものとする。そのために下記のようなセミナーや動画制作支援事業者数を目標として掲げ、実施する。

項目	現 状	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
ポータルサイト 構築セミナー開催 (動画撮影セミナー)	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
ポータルサイト向 動画制作件数	未実施	10件	10件	10件	10件	10件
ポータル サイト構築	未実施	1件 (商店街)	1件 (工業団地)	0件	0件	0件
商店街サイト閲 覧者数	未実施	2,000回	2,000回	2,500回	2,500回	2,500回
工業団地サイト マッチング数 (件/1社)	未実施	3件	5件	5件	7件	10件

(4) 事業内容

【支援対象】 商業、工業でホームページによる掲載で販路を拡大したいとする事業計画策定支援を実施し、計画を策定した事業者。それらに、動画撮影のセミナーを開催し、次に専門業者を介した動画制作、最終的にはバーチャル商店街やバーチャル工業団地となるポータルサイトの構築に取り組んでいく。

【支援方法】

①セミナーの開催

動画撮影のセミナーを年1回チラシとホームページで集客して集合研修を実施する。

動画撮影のセミナー（定員10名程度）

プロモーション動画で集客する方法、動画撮影のやり方を学ぶ。
インスタグラム、ユーチューブ等の配信に適した動画や思わずクリックしたくなる動画の制作方法や制作に必要なスマホアプリやツールの紹介をする。

②動画を活用したプロモーションを行う。

地域内の暮らしを支える産業（農林水産を含む）と地域の観光・宿泊・飲食・食品等の地域資源を活用している小規模事業者、及び域内の製造業や建設業等の小規模事業者に対して、年10社、プロモーション動画を制作する。

③動画のポータルサイトを構築する。

域内の暮らしを支える産業や地域の観光等地域資源を活用している小規模事業者に対してバーチャル商店街となるポータルサイトを構築する。また、製造業や建設業等に関してはバーチャル工業団地となるポータルサイトを構築する。

各ポータルサイトは、全体を見渡せるトップページの他、各々の事業所・店舗を紹介するページを一枚ずつ制作し、そこに「コト消費」を刺激するプロモーション動画を設置する方法で作成していく。また、そもそも地域内に足を運んでいただけるよう当地域の魅力を発信する地域資源情報の掲載、当サイトの存在に気付いていただけるようインターネット広告も実施する。

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

【現状】

当商工会では、経営発達支援計画評価委員会を設置したものの、外部有識者等が参加しての評価委員会は開催できないこともあった。

【課題】

評価委員会を開催したものの、これまでは数値目標が達成できたか否かの話題が中心で、今後どうやって行ったらよいかの建設的な話し合いは少なかった。

(2) 事業内容

- ・ 当会会長と、志賀町商工課、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「協議会」を毎年1回開催し、経営発達支援事業の推進状況について評価を行う。
- ・ 評価委員会で協議したいテーマを事務局が選定し、開催を呼びかける時にあらかじめメンバーにお伝えしておく。経営発達支援に資する前向きな話し合いができる土壌を作る。
- ・ 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。

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

【現状】

当商工会では、これまで個々の経営指導員が石川県商工会連合会等の課題別研修会に積極的に参加してきた。

【課題】

経営指導員同士が個別に企業を担当することで、経営指導員のスキル・ノウハウの共有ができていなかった。当商工会の内部で、経営指導員同士で経営支援能力を向上していく仕掛けを構築する。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

当商工会において、新商品開発、販路開拓などの支援について経験が不足していると捉え、それを補うため、経営指導員及び一般職員の支援能力向上を目的とし、経営指導員研修（石川県商工会連合会）や県のセミナー等に参加する。また、中小企業大学校が実施する研修にも参加し、経営支援に関する新しいノウハウを収集する。

②経営支援会議の開催

経営支援会議を毎月1回、開催する。経営指導員が集まって、個別企業の課題解決の相談やIT等の活用方法や具体的なツール等を紹介しあうなど、主にアイデア出しや意見交換に主眼を置いた研修を実施する。他の指導員の考え方や個別具体的な指導方法が目の当たりとなり、新たな気づきを得ることで資質向上につなげていく。

③データベース化

担当経営指導員が適時、基幹システム上の企業情報を更新することによって、小規模事業者の支援状況を職員全員で共有し、担当以外の職員も一定レベル以上の対応ができるようにする。

④DX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推進への対応に当たっては、経営指導員及び、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推進取組みに係る相談・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をする。

【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

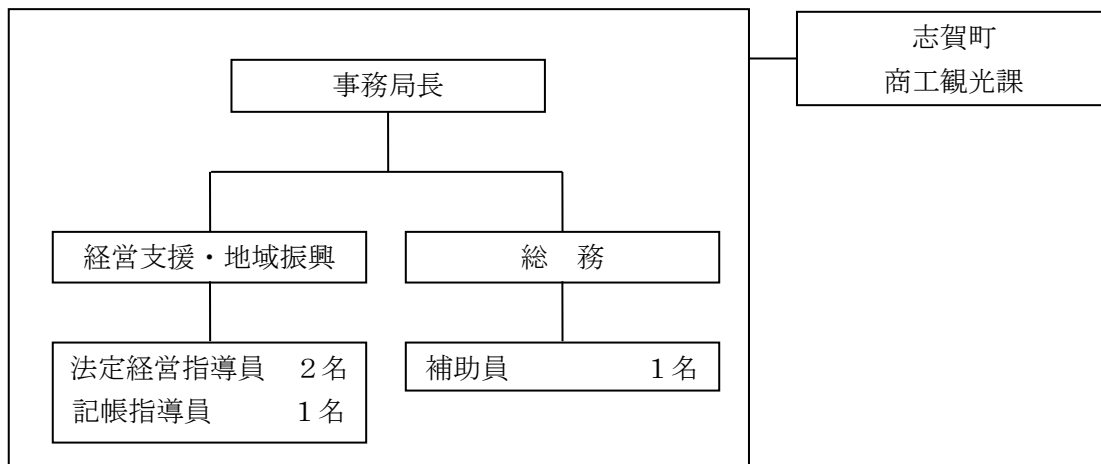
(別表2)

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3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、山海 雄也
- 連絡先 志賀町商工会 TEL:0767-32-1002

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・実施に係わる指導および助言、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。
当計画の法定経営指導員については、異動により事業計画の推進業務に対し停滞を避けることを理由として2名配置を行うこととする。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒925-0141 石川県羽咋郡志賀町高浜町二の13番地1
志賀町商工会
TEL:0767-32-1002 / FAX:0767-32-4004
Email:shika@shoko.or.jp

②関係市町村

〒925-0198 石川県羽咋郡志賀町末吉千古1番地1
志賀町 商工観光課
TEL:0767-32-9341 / FAX:0767-32-3978
Email: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)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	3,400	3,400	2,100	2,100	2,100
①経済需要動向調査費	250	250	250	250	250
②事業計画策定事業費	150	150	150	150	150
③需要開拓費 ・販路開拓支援 ・チラシ作成	2,800	2,800	1,500	1,500	1,500
④ソフトウェアサービス費	200	200	200	200	200

(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（伴走型小規模事業者支援推進事業補助金）・県補助金（小規模事業者経営支援事業費補助金）・町補助金（志賀町商工会事業補助金）・商工会費収入、各種手数料収入等

(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	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	