

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>珠洲商工会議所（法人番号：5220005006602） 珠洲市（地方公共団体コード：172057）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>(1) 小規模事業者の強みや地域資源を活用した新たな商品・サービスの開発・販路拡大による地域経済の活性化 (2) 環境変化に対応できる経営 (3) 自らで課題解決できる仕組みの構築 (4) DX推進による生産性向上</p>
<p>事業内容</p>	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること ①各種経済動向調査等の実施 ②国が提供するビッグデータの活用</p> <p>4. 需要動向調査に関すること ①新商品開発・ブラッシュアップに関する調査の実施 ②宿泊施設に関する調査の実施</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営分析の実施と掘り起し</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること ①事業計画策定セミナー開催 ②DX推進セミナー開催 ③事業計画策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 経営指導員等が巡回指導または窓口相談等によって定期的に進捗状況を把握し、新たな課題の抽出や実行する上での助言を行う。必要によって専門家派遣制度を活用する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①B to B向け展示会・商談会等への出展支援 ②ECサイト等を活用した販路拡大支援 ③SNS等の活用による情報発信、プレスリリースによるプロモーション支援</p> <p>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 外部有識者評価委員会による評価と見直し</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること ①外部研修会等の活用 ②OJTの実施 ③所内研修の実施（テーマにDXを含む。） ④定期ミーティングの開催</p>
<p>連絡先</p>	<p>●珠洲商工会議所 〒927-1214 石川県石川県珠洲市飯田町一丁目1番地9 電話番号：0768-82-1115 FAX：0768-82-1608 メールアドレス：suzucci@lilac.ocn.ne.jp</p> <p>●珠洲市 産業振興課 〒927-1295 石川県珠洲市上戸町北方一字6番地の2 電話番号：0768-82-7775 FAX：0768-82-7802 メールアドレス：sangyou@city.suzu.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

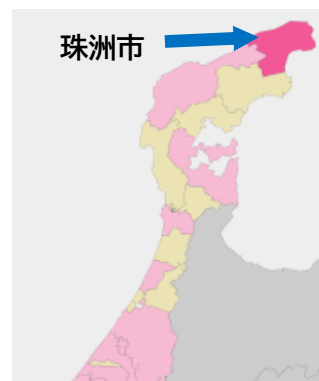
1) 地域の現状

① 珠洲市の概要

珠洲市は能登半島先端に位置し、石川県の県都・金沢市からは140km余り（車で2時間10分程度）離れ、低山と丘陵地が多く、三方を海で囲まれている地域である。

ユネスコの無形文化遺産に登録されている農耕儀礼「あえのこと」、日本遺産に認定され豊漁や豊作を祈願して行われる「キリコ祭り」など農林水産業に密接に結び付いた伝統文化や祭礼、国の重要無形民俗文化財の指定を受けている日本で唯一珠洲市で受け継がれてきた「揚げ浜式製塩」など長い歴史のなかで育まれてきた農林漁法、伝統文化や祭礼が今もなお色濃く受け継がれている。

それらをはじめとして、里山里海で育まれる自然と調和した四季の暮らしそのものが高く評価され、「能登の里山里海」として世界農業遺産の認定を受けている地域である。



▲農耕儀礼「あえのこと」



▲キリコ祭り



▲揚げ浜式製塩

《本市における近年の主要な取り組み等》

i) 奥能登国際芸術祭の開催

平成29年に奥能登国際芸術祭が開催された。開催期間中には71,260人が当市を訪れ鑑賞したと推計されている。第1回奥能登国際芸術祭の鑑賞者のうち25%は石川県外、59%は珠洲市外の県内からの来訪者であった。特に、石川県外からの来訪者のうち6割は珠洲市を初めて訪れる鑑賞者であった。

また珠洲市の調査によると、経済波及効果は5億2千万円であった。市内事業者へ経済的な波及効果があったとともに、当市の魅力発信、交流の促進につながっている。また開催後においても、大手旅行代理店等によって常設作品の鑑賞を組み込んだバスツアーが造成されるなど観光入込み増加に寄与している。

第2回の奥能登国際芸術祭は、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響により1年延期され令和3年に開催される予定であり、今後も定期的開催の見込みである。

飲食業・宿泊業・土産品製造小売業などの事業者にとって奥能登国際芸術祭は、大きなビジネスチャンスの一つとなっている。



▲奥能登国際芸術祭

ii) 能登SDGsラボの開設

また、国連が定める「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向けた優れた取り組みを提案した自治体の1つとして、本市は平成30年に「SDGs未来都市」に選定された。本市では「能登SDGsラボ」が開設され、産学官金が連携しSDGsの取り組みを進めている。大学側の研究シーズと企業側の様々なニーズをマッチングさせ、一次産品等の付加価値向上や新たな商品開発もしくは既存商品の改良・改善に至るまでのコーディネートを実施している。



▲平成30年に開設された能登SDGsラボ

また、過疎地でイノベーションを担う人材を育成する「能登里山里海SDGsマイスタープログラム」を展開されている。SDGsの柱である環境保全、経済成長、社会的包摂性の3つの観点を意識したプログラムが実施されている。

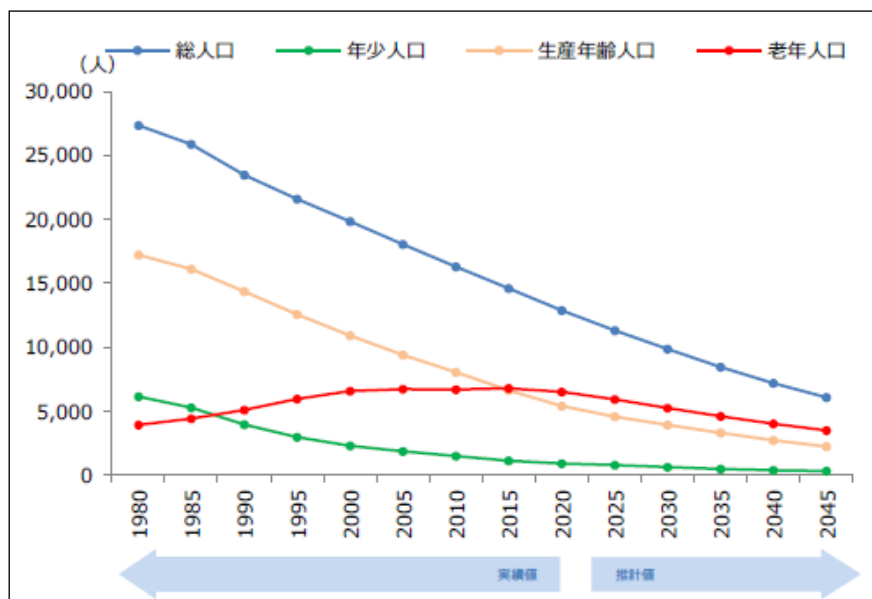
管内事業者にとっては、新たな商品・サービスの開発もしくは既存商品の改良において、外部のノウハウ等を活用する支援体制が構築されている。

②人口

当市の人口は、総人口・年少人口・生産年齢人口は、減少の一途にある。市制当初の昭和29年の38,157人をピークに人口減少が続き、令和2年12月31日現在の住民基本台帳による人口は13,708人である。国立社会保障人口問題研究所の推計によると、今後は年2.5%前後の減少が継続し、2040年の総人口は7,218人になると推計されている。

また、令和2年12月の高齢化率は50.3%（住民基本台帳）と高い。老年人口も2020年をピークにその後は減少することが見込まれている。

老年人口の減少も始まるなか、将来の地域経済を担う若い人材が決定的に不足している。人口減少、高齢化によって今後、域内マーケットの縮小が予想できる。また生産年齢人口の減少によって、労働者の減少など産業への影響が懸念されている。



▲珠洲市の人口の推移

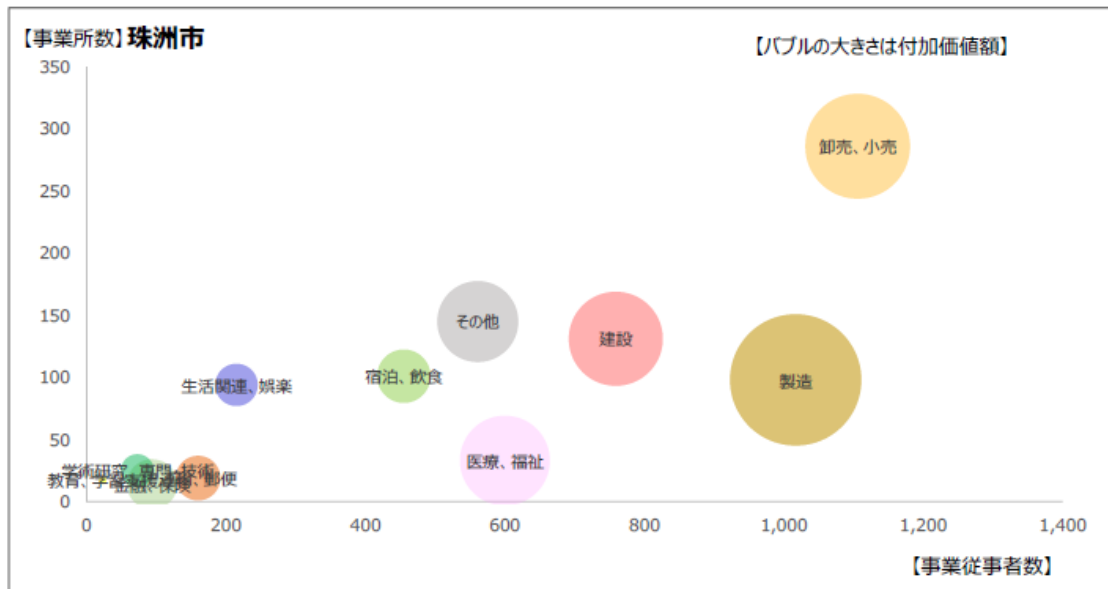
(総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」)

③産業

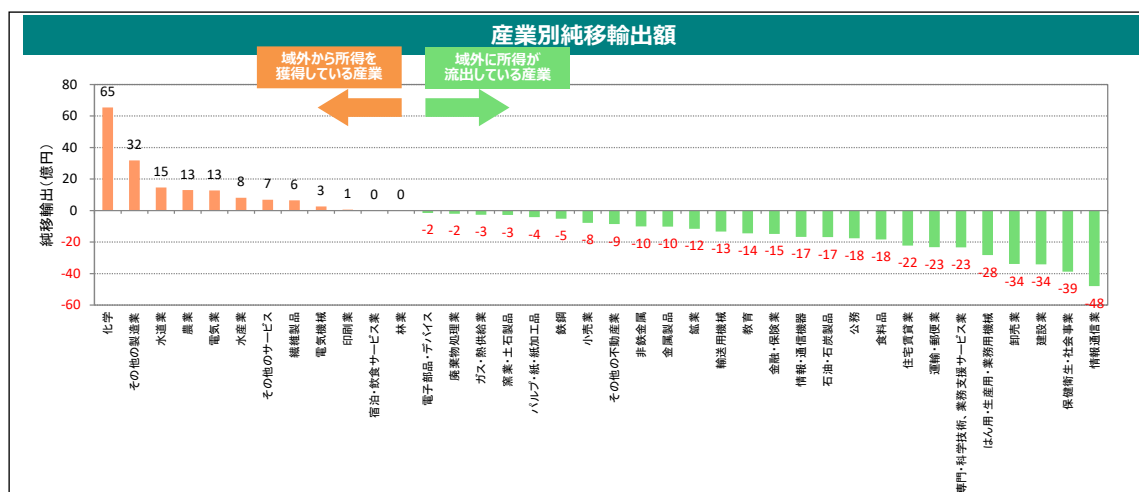
平成 28 年経済センサスによると、当地域においては卸売業・小売業の事業所数、事業従事者数、付加価値額が大きく存在感がある。事業所数、事業従事者数、付加価値額は、それぞれ 286 事業所、1,106 人、30 億 3,700 万円である。製造業も事業従事者数 1,017 人、付加価値額 47 億 9,200 万円と大きい。

また地域経済循環分析用データから産業別純移輸出額をみると、域外から所得を獲得している産業は化学(65 億円)、その他の製造業(32 億円)、水道業(15 億円)、農業(13 億円)、電気業(13 億円)、水産業等(8 億円)である。これらは、域内での生産額も大きい産業であり、地域で強みのある産業といえる。これらを活かして域外からの所得を獲得することで、地域経済循環の流れを太くすることが重要となっている。

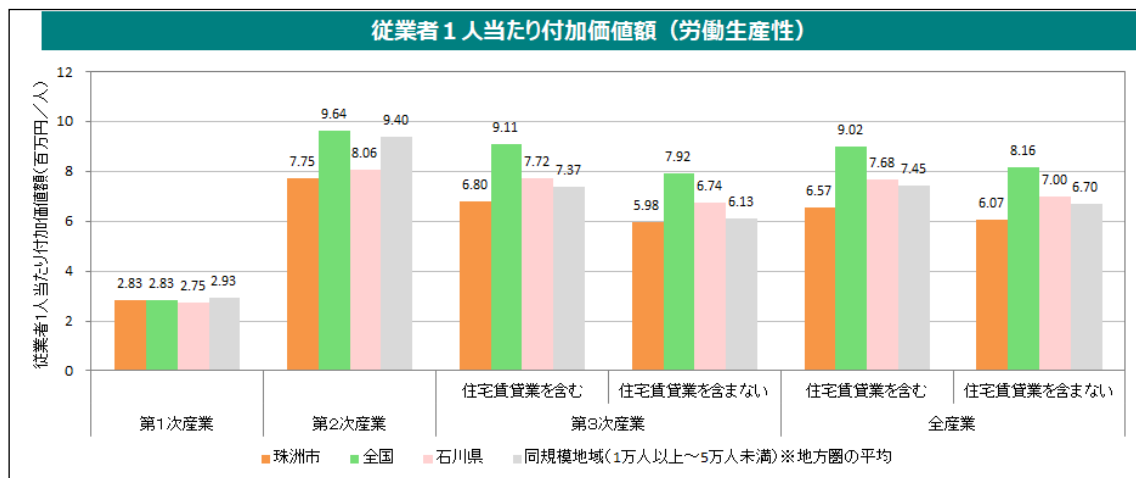
一方で、同じく地域経済循環分析用データによると、当市の第 2 次産業および第 3 次産業(住宅賃貸業を含まない)の労働生産性は、全国、県、人口同規模地域のいずれと比較しても低い。1 人当たり付加価値額の上昇、労働生産性の上昇が重要となっている。



▲産業別の事業所数、事業従事者数、付加価値額(総務省・経産省「平成 28 年経済センサス」)



▲産業別純移輸出額(環境省・地域経済循環分析用データ)



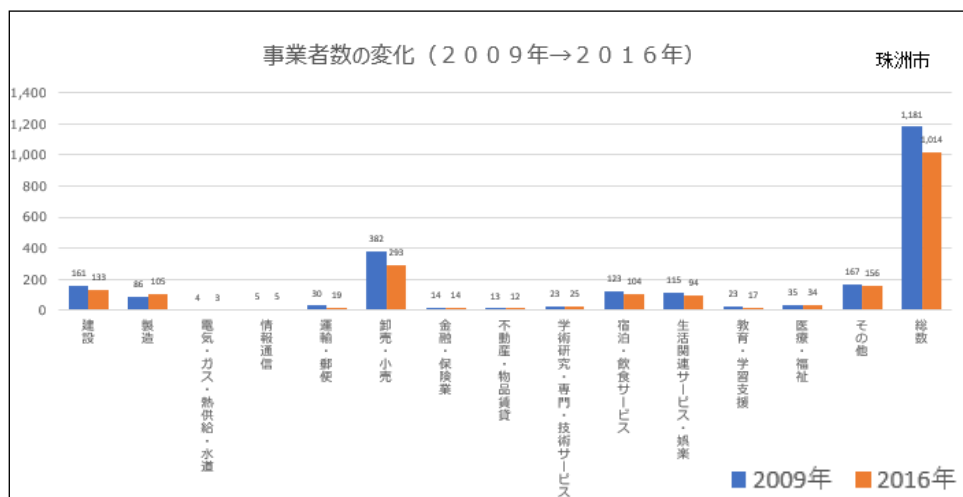
▲産業別労働生産性(環境省・地域経済循環分析用データ)

④小規模事業者

珠洲市内の2016年の事業者数は1,014者である。そのうち860者が小規模事業者である。2009年の事業者数、小規模事業者数はそれぞれ1,181者、986者である。2009年から2016年にかけて、小規模事業者数は126者(12.8%)減少した。

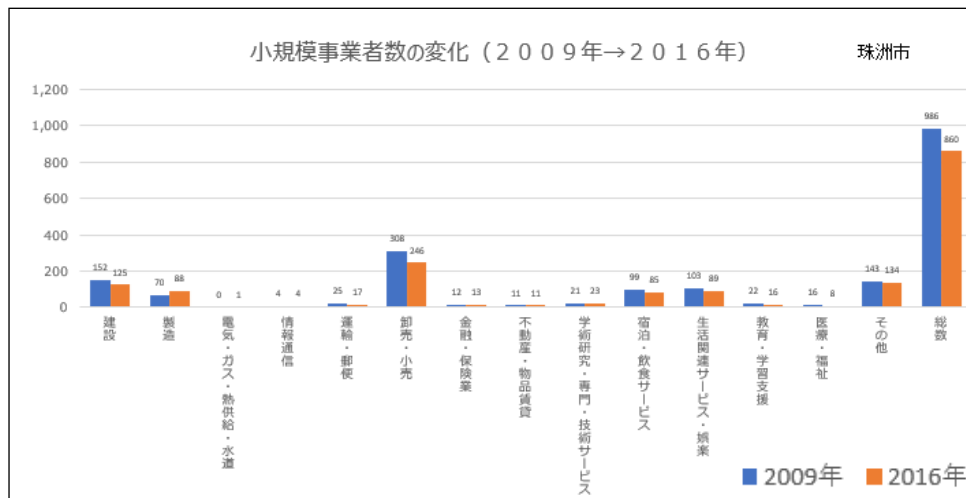
一方で珠洲市内の事業者に占める小規模事業者の割合は、2009年の83.5%から2016年は84.8%に上昇した。

珠洲市において、地域の雇用を支え、地域コミュニティを支える小規模事業者への支援が重要となっている。



▲珠洲市内の事業者数の変化

(総務省・経産省「平成21年・平成28年経済センサス(事業所ベース)」)



▲珠洲市内の小規模事業者数の変化
 （総務省・経産省「平成 21 年・平成 28 年経済センサス(事業所ベース)」）

⑤地域資源

食、工芸、文化など珠洲市の地域資源は豊富である。旧「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」に基づき、石川県が指定した「地域産業資源」のうち珠洲市にある資源は 98 件ある。特に、「揚げ浜式製塩」、「木炭」、「珪藻土製品」、「能登杜氏の酒」は、珠洲市による「ふるさと名物応援宣言」にも入れられている地域資源である。

しかし一つ一つの地域資源は、そのほとんどは生産量が少ない資源である。

また、規格外であるため出荷できない農林水産物や未利用の資源も多くある。SDGs の視点からもそのような規格外の農林水産物や未利用資源を活用し、ビジネスにつなげることが必要となっている。

加えて希少な地域資源をそのまま販売するだけでなく、加工などすることで付加価値をつけて販売することが地域にとって必要となっている。

◆珠洲市にある地域産業資源（石川県指定地域産業資源）（令和 3 年 4 月 14 日現在）

農林水産物 (53 件)	石川米、大麦、そば、大豆、能登大納言小豆、金沢青かぶ、さつまいも、じねんじょ、だいこん、キャベツ、ブロッコリー、かぼちゃ、原木しいたけ、菌床しいたけ、いちご、すいか、能登野菜、りんご、うめ、ブルーベリー、ルビーロマン、ぎんなん、能登栗、はちみつ、能登牛、能登豚、能登豚αのめぐみ、イノシシ、シカ、エアリーフローラ、椿、県産材、SGEC 認証材、間伐材、スギ、能登ヒバ(アテ)、どじょう、マグロ、ブリ、タラ、のどぐろ、カレイ、サヨリ、岩がき、あわび、サザエ、イカ、タコ、アマエビ、がずえび、加能ガニ(ズワイガニ)・コウバコガニ、ナマコ、海藻
鉱工業品又は鉱工業品の生産に係る技術 (28 件)	牛乳・乳製品、干物、魚の糠漬け・粕漬け、水産練製品、海藻加工品、塩、いしり(いしる等)、加賀料理、能登井、百万石の鮎、能登海洋深層水、茶、清酒、和菓子、発酵技術、金属加工機械部品と関連技術、建設機械・鉱山機械部品、化学製品と関連技術、ねん糸・かさ高加工糸、絹織物、化合繊維物、IT 製品と関連技術、デジタルコンテンツ、伝統的工芸品(珠洲焼)、珪藻土・珪藻土製品、木炭、木質ペレット、石川県の交通インフラを活用した物流
文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源 (17 件)	能登半島国定公園、すず塩田村、能登のキリコ祭り、能登の伝統芸能、奥能登国際芸術祭、北陸新幹線、小松空港、のと里山空港、金沢港、七尾港、白山白川郷ホワイトロード、のと里山海道、伝統的工芸品の工房(珠洲焼)、いしかわの酒蔵、海女漁(海士漁)、能登の里山里海、のとキリシマツツジの植栽地

⑥珠洲市の総合計画

本市における総合計画は、令和2年3月に策定された「第2期珠洲市まち・ひと・しごと創生総合戦略」である。この総合戦略は、「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」をもとに策定されたものである。基本方針2019におけるまちづくりのコンセプトは、「日本一幸せを感じられる珠洲市を目指して 安心して暮らせる活力ある珠洲市づくり」である。また基本方針では、5年計画を考えるポイントとして、珠洲の魅力形成する4つの特性とそれを移住・定住へつなげる方向性が整理されている。4つのポイントとは、「SDGs 未来都市」「奥能登国際芸術祭」「GIAHS 世界農業遺産」「大学連携」である。

これらをもとに「第2期珠洲市まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定され、管内事業者が主に関連するのは以下の指針3および指針4である。

《指針3》 人をひきつける魅力あるまち

【基本的方向性】

世界農業遺産に認定された自然環境、景観の保全が本市の魅力の基礎となります。生物の多様性を維持する伝統的な農林漁業と土地利用が継続されるよう、里山里海の利用保全を推進します。

また、豊かな伝統文化や自然環境を背景に、奥能登国際芸術祭を継続開催することにより、交流人口の増加を図るとともに、関係人口の拡大を進めます。

さらに、これまで培ってきた大学連携を軸に、全国の大学との連携を促進し、学生インターンシップや人材育成、起業喚起を図るとともに、SDGs推進の拠点である能登SDGsラボを活用し、研究、経済、地域課題のマッチングを図り、過疎地のイノベーションを進めます。

これらの施策により、創造的で持続可能なまちとしての魅力を高めるとともに、多様な働き方に対する支援、住みやすい居住環境の充実及び、里山里海を活かした体験や探究的な学びの推進等、「仕事」「住まい」「子どもの学び」の支援に重点的に取り組むことにより、子育て世帯を中心とするU・Iターンを促進します。

①芸術祭による交流人口

芸術祭による交流人口から関係・定住人口としての定着

②課題解決型人材の育成

大学連携やマイスター事業による人材の育成

③SDGsを活かしたビジネス

能登SDGsラボの活用による地域を活かしたビジネスの創生

《指針4》 みんなが活躍できる活力あるまち

【基本的方向性】

本市の産業の中心は農林水産業です。従来の農林水産業の振興策に加え、GIAHSをベースにSDGs、芸術祭、大学連携の組合せにより、地域資源活用型ビジネスの育成や、先端アートを活用した商品開発、自然資本・社会資本を増強するビジネス推進等を図ることによる産業振興を目指します。

また、芸術祭を柱にアートツーリズム、里山里海ツーリズム等、珠洲ならではのツーリズムの促進に努め、国内外の旅行者が訪れ、珠洲を楽しむことにより、交流人口を拡大し地域経済の活性化を図ります。

一方、起業・創業支援や企業の事業継続・事業承継の支援を進め、地域内の雇用創出に努めるとともに、市内の企業情報を積極的に発信し、市内雇用の拡大を目指します。

- ①農林水産業の承継
里山里海の保全や後継者の育成、移住者の就業
- ②新しいビジネスの創出
IT・アート・G I A H Sを活かした地域ビジネスの創生
- ③多様な人材の活用
大学連携の活用、市外企業との連携や移住者の活躍

2) 地域の課題

①域内の経済循環を太くすること

人口減少と高齢化が進み、既存商圏内の購買力の低下が避けられない。既存商圏が縮小していくなかにおいて、地域経済を活性化させるためには域内の経済循環を大きくすることが課題である。

北陸新幹線金沢開業や奥能登国際芸術祭によって当市の交流人口は一時期よりも増加している。当地域の代表的産業である観光関連小規模事業者にとってはこの機会を活かした販売拡大が必要である。

また一方で、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、食品製造事業者等が域外への新たな販路開拓を実現していくことが必要となっている。

②労働生産性の向上

生産年齢人口の減少によって人材確保が困難になっている。珠洲市としても移住者の増加のための施策を行っているが、簡単には増加は見込めない。人材確保を補う代替策の1つとして、労働生産性の向上が課題となっている。

デジタル設備等の導入や人材育成によって業務を効率化し、生産性を向上させる必要がある。

また市内事業者の付加価値額は全国、県、人口同規模地域のいずれと比較しても低い。生産性向上によって収益力を向上させることができ、付加価値額を向上させることができる。

③従来型ビジネスからの脱却

人口減少や高齢化による購入する商品・サービスの変化などに加え、急速な経営環境の変化によって、事業者は従来のビジネスモデルでは対応できなくなっている。特に小規模事業者は目先の業務に追われ、事業計画の策定、計画的な経営ができていない。売上・利益を維持し、事業を継続するためには、経営環境の変化と自社の強みを組み合わせるなどして自社の事業を再構築し、差別化を図り、経営力を向上させていくこと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) 10年程度の期間を見据えて ー市外からの所得を獲得し、地域経済循環を太くするー

北陸新幹線金沢開業や奥能登国際芸術祭の開催によって、交流人口は一時期に比べて大きく増加している。小規模事業者にとっては、そのチャンスを大いに活かすことが重要である。また、SDGs ラボが開設され、産学官金が連携する体制が整えられ、地域資源や規格外の農林水産物などを活用した、あるいは新たな視点を取り込んだ新商品・新サービスの開発や既存商品の改良が可能となっている。

一方で、人口減少と高齢化によって、生活必需品をはじめとして域内のマーケットは縮小することが見込まれ、地域の経済循環の流れが先細りすることが想定される。そのような状況の当地域においては、地域経済循環の流れを維持・拡大することが特に重要であり、地域経済循環の流れを太くするためには域外からの所得を獲得することが必要である。その際、「外需内商」「地産

外商」が重要な要素の1つとなる。

多くの鑑賞者が訪れる奥能登芸術祭を活用し、またSDGsラボ等と連携し、当地が有する食や観光など豊富な地域資源を活用した商品・サービスを開発することは、地域外から資金を獲得する手段として重要であり、これを推進していく。

2) 第2期珠洲市まち・ひと・しごと創生総合戦略との連動性・整合性

「総合戦略」における主なポイントは、「SDGs未来都市」「奥能登国際芸術祭」「GIAHS世界農業遺産」「大学連携」である。本計画においても、それらの活用あるいは連携することとしている。よって、「総合戦略」に連動・整合するものである。

3) 商工会議所としての役割

地域経済のみならず地域コミュニティも支えている小規模事業者は地域にとって重要である。珠洲市と連携し、小規模事業者の振興を実施していく。

具体的には、「珠洲市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に沿って、「揚げ浜式製塩」、「珪藻土」、「能登杜氏の酒」、「能登大納言小豆」や「大浜大豆」などの地域資源をいかしつつ、「個社支援」と「面的支援」との両面を意識しながら小規模事業者への支援を実施する。

特に個社支援においては、近年の経営環境の急速な変化によって小規模事業者が抱える課題も事業者ごとに複雑化・多様化している。これらへの支援が求められているなかで、事業計画の策定から新たな商品開発、販路開拓などまで一貫した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。

したがって、特に小規模事業者が「外需内商」「地産外商」の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、域内だけでなく市外、県外へと販路を拡大できるよう振興を図る方針である。

(3) 経営発達支援事業の目標

1) 小規模事業者の強みや地域資源を活用した新たな商品・サービスの開発・販路拡大による地域経済の活性化

当地域は、人口減少の影響で生活関連内需型需要は縮小が今後予想できる。小規模事業者の強みや豊富な地域資源を活用した新たな商品・サービスの開発・販路拡大を支援することで、地域経済の活性化を図る。

2) 環境変化に対応できる経営

人口減少や高齢化による購入する商品・サービスの変化などに加え、急速な経営環境の変化のなかで、その変化に合わせた経営がなかなかできない小規模事業者が多い。またマーケットからの視点も考慮した新商品・新サービス開発が行われているとは言い難い。これらの変化に対応できる小規模事業者の経営を目指す。

3) 自らで課題解決できる仕組みの構築

小規模事業者が事業計画を策定し計画的な経営を行うだけでなく、自らが経営課題を認識し、解決できるようになることを目標とする。

4) DX推進による生産性向上

生産年齢人口の減少によって人材確保が困難になっている。人材確保を補う代替策の1つとして、デジタル設備等の導入等によって労働生産性の向上を目標とする。また、ECサイトによる販路拡大等を販売力向上、経営力向上を図る。

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) 小規模事業者の強みや地域資源を活用した新たな商品・サービスの開発・販路拡大による地域経済の活性化

当地域は、人口減少の影響で生活関連内需型需要は縮小が見られる。以下の二面から地域の小規模事業者への切れ目のない伴走型支援を行うことで小規模事業者の売上と利益の増進を通して、地域経済の活性化、持続的な地域の維持を推進する。

①地産外商

SDGs ラボ等と連携しながら、能登特有の地域産業資源を活用した商品を開発し、市外・県外への販路の拡大を図ることで「地産外商」の仕組みの構築を目指す。

②外需内商

奥能登国際芸術祭等の機会を活かし、飲食業・宿泊業・土産品製造小売業など観光需要への取り組みを支援し経済的な潤いをもたらすことで活性化を図る「外需内商」の強化を目指す。

2) 環境変化に対応できる経営

急速に変化する経営環境なかで、その変化に合わせた経営がなかなかできない小規模事業者が多い。需要動向調査、景気動向調査、各種マーケティング資料等を小規模事業者へ提供することで、新商品・新サービスの開発や販路開拓など経営に活用できるようにする。

3) 自らで課題解決できる仕組みの構築

将来的には小規模事業者自らが課題を認識し、解決できるようになることを目指す。策定した事業計画についてPDCAを回して自らで課題を解決しながら経営できるようになることを支援するため、事業計画策定後、専門家派遣制度を活用しながら経営指導員等によるフォローアップを通して支援する。

4) DX推進による生産性向上

DX推進セミナー等を開催することで小規模事業者の意識醸成に取り組む。ECサイト等を活用した販路拡大などを事業計画に盛り込み、小規模事業者の生産性向上ならびに経営力向上を図る。

支援にあたっては、小規模事業者へのDX推進のため、小規模事業者等を支援する経営指導員等の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。また必要に応じて専門家派遣制度を活用し、デジタル専門家による助言等を行う。

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】 業種ごとの経営や景気の動向を把握し、小規模事業者に地域経済の景況感を知らせてもらうため、管内の商工業者を対象に景気動向調査を年2回実施している。そのほか、マーケットニーズを捉えるために消費者買物意識調査（概ね5年に1回）、ゴールデンウィーク入込客数調査（年1回）、市内中心部の交通量調査（概ね5年に1回実施）している。調査結果を珠洲商工会議所のホームページや会報で公開しているが、小規模事業者だけでなく当会議所職員も含めて、経営課題を解決する資料としてはあまり活用されていない。また、国のビッグデータ等を活用した分析等を行っていない。

【課題】 小規模事業者の経営課題の把握や小規模事業者向けの研修会などの基礎資料として職員一人一人が活用できるようにするほか、巡回指導時に携帯し、配布することで、小規模事業者に情報提供できる体制を整備することが課題である。

2) 目標

	現状 (2年度実績)	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
珠洲市内景気動向調査	2回	2回	2回	2回	2回	2回
消費者買物意識調査	令和2年度に実施	0回	0回	0回	1回	0回
ゴールデンウィーク入込客数調査	1回	1回	1回	1回	1回	1回
飯田町商店街通行量調査	令和元年度に実施	0回	0回	1回	0回	0回
国が提供するビッグデータの活用	—	1回	1回	1回	1回	1回

3) 事業内容

①各種経済動向調査等の実施

i) 珠洲市内景気動向調査

【調査目的】 管内の業種別の景況や経営の動向をとりまとめ、小規模事業者の現状を把握し、経営分析や需要予測に役立てる

【調査対象】 管内の事業者110社

【調査項目】 景況・今後の見通し・年間生産額（DI）・収益（DI）・経営上の問題点

【調査方法】 FAXで回答、未回答社には電話・訪問によるヒアリングで回収

【調査時期】 年2回（4月、10月）

【公表方法】 珠洲商工会議所会報・ホームページに掲載、地元新聞社（2社）に情報提供、巡回時に携帯して配布

ii) 消費者買物意識調査

【調査目的】 消費者の消費動向と意識を調査し、今後の店づくり、企業経営に役立てることを目的とする。

【調査対象】 珠洲市内勤務者500名～800名

- 【調査項目】 商品別買物先・選定理由・希望するサービス・要望。
- 【調査方法】 珠洲市内の公共機関・事業所等に訪問し調査票を配布し回収。
- 【調査時期】 4年程度に一度
- 【公表方法】 珠洲商工会議所会報・ホームページに掲載、協力事業所（約50社）に報告書を配布、巡回時に携帯して配布

iii) ゴールデンウィーク入込客数調査

- 【調査目的】 ゴールデンウィーク時の主要観光施設への入込状況を把握すると共に、観光産業の基礎資料として蓄積し、今後の観光施策の立案等に活用することを目的とする
- 【調査対象】 珠洲市内主要観光地及び道の駅5カ所
- 【調査項目】 観光施設への入込者数を計測する
- 【調査方法】 各調査地点に調査人員を配置し、1時間単位で入込者数を計測する
- 【調査時期】 毎年5月3日～5日の3日間
- 【公表方法】 珠洲商工会議所会報・ホームページに掲載、地元新聞社（2社）に情報提供、巡回時に携帯して配布

iv) 飯田町商店街通行量調査

- 【調査目的】 飯田町主要道路、または飯田町へ入り込む主要道路における交通量の動向を把握し、今後の商業活動のために参考とすることを目的とする
- 【調査対象】 飯田町商店街等の市内中心部周辺
- 【調査項目】 一般自動車数（バス、トラック、緊急車両、バイク、自転車、歩行者除く）。
- 【調査方法】 調査地点に1名配置し、上りと下りを1時間単位で集計
- 【調査時期】 概ね5年に1回実施
- 【公表方法】 珠洲商工会議所会報・ホームページへの掲載、巡回時に携行して配布

②国が提供するビッグデータの活用

当地の社会動態や経済循環、産業構造などを総合的に把握、分析し、効率的に事業活動を展開するため、「RESAS（地域経済分析システム）」「地域診断サービス（日商）」等を活用する。経営指導員等が外部機関（日本商工会議所）との連携・協力を得ながら分析し、小規模事業者の事業計画策定、マーケティング活動の一助とする。

- 【分析手法】 「産業構造マップ」「まちづくりマップ・From-to分析」「地域経済循環マップ・生産分析」等によって、産業の現状、何の産業で稼いでいるか、人の動きなどを分析する

4) 成果の活用

情報収集・調査、分析した結果を当所WEBサイトに掲載し、管内事業者等に周知するほか、経営指導員等が窓口や巡回での指導を行う際に小規模事業者等へ配布する。経営環境を把握できるようにし、事業計画策定、マーケティング活動に活用する。

■ 4. 需要動向調査に関すること

1) 現状と課題

[現状] マーケットの変化や消費者の嗜好などを把握することが重要である。しかし小規模事業者による新商品・新サービスの開発は、事業者の想いのみによって進められ、消費者等からの視点が欠けることが多い。当商工会議所としては、マーケティングに資するた

めのキーワードランキングや新聞・雑誌記事の提供を行ってきた。一方で、新商品開発、既存商品の改良に資する需要動向調査支援はほとんどできていない。

〔課題〕 小規模事業者が消費者など買い手の嗜好やニーズなどを把握した上で、商品・サービスを開発することが課題である。当商工会議所としても、消費者等の嗜好ニーズなどの情報の提供やそれらを情報収集するために支援する仕組み作りが課題である。

2) 目標

	現状 (2年度実績)	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
新商品開発・ブラッシュアップの調査実施回数	0回	2回	2回	2回	2回	2回
新商品開発・ブラッシュアップの調査対象事業者数	0者	5者	5者	5者	5者	5者
宿泊施設に関する調査の対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

3) 事業内容

①新商品開発・ブラッシュアップに関する調査の実施

新商品の開発、既存商品の改良に活かすため、毎年2月に開催される食のイベント「珠洲まるかじり」や品揃えが豊富で来客数が多い「道の駅すずなり」において、または小規模事業者が出展する展示会等に帯同して、試食およびアンケート調査を実施する（年2回実施）。アンケート結果を分析し、当該小規模事業者にフィードバックする。

【調査対象】 事業計画策定支援事業者、地域資源を活用した食品を開発した事業者等

【サンプル数】 来場者 100人

【調査手段】 アンケート票へ記入またはヒアリング

【調査項目】 味、大きさ、量、価格、見た目、パッケージなど

【分析方法】 中小企業診断士等の専門家に意見を聞き、経営指導員が分析する

【活用方法】 経営指導員等が当該食品製造業、飲食店等に説明し、フィードバックする。商品のさらなる改良等に活用する。

《食のイベント「珠洲まるかじり」の概要》

概要：珠洲の食材や郷土料理をテーマとしたイベントで、市内外から多くの来場者がある。食だけでなく、景観、伝統技術、風土といった地域が持つブランドを市内外の方々に認知してもらおう貴重な機会となっている。

来場者数：約 14,000人

出店者数：約 55者



▲食のイベント「珠洲まるかじり」

②宿泊施設に関する調査の実施

宿泊施設における商品・サービス開発に活かすため、宿泊施設の宿泊客に対して宿泊施設のサービス等に関するアンケート調査を実施する。その結果を分析し、当該小規模事業者にフィードバックする。

【調査対象】 事業計画策定支援事業者等（宿泊事業者）

【サンプル数】 宿泊者 50人

【調査手段】 アンケート票へ記入またはヒアリング

【調査項目】 食事、サービス、料金、選定理由、情報源など

- 【分析方法】 中小企業診断士等の専門家に意見を聞き、経営指導員が分析する
 【活用方法】 経営指導員等が当該宿泊施設に説明し、フィードバックする。新たな商品・サービス開発等に活用する。

■ 5. 経営状況の分析に関すること

1) 現状と課題

〔現状〕 経営状態の分析については、融資相談時の聞き取りや財務諸表から珠洲商工会議所独自のフォーマット等で経営分析を行っている。財務分析が中心となっており、SWOT分析などによる定性分析は弱い。

〔課題〕 小規模事業者自らが、気づき、改善に向けて取り組んでいくことが重要である。ロカベン等のツールを活用するなど、定量分析である財務分析に加え、定性分析となる非財務分析を行うことができる仕組みを構築することが課題である。また、分析した結果を事業者へのフィードバックする仕組みを構築することが課題である。

2) 目標

	現状 (2年度実績)	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	38者	30者	30者	30者	30者	30者

※珠洲市内管内の小規模事業者数約1,000事業所×3%=30者の分析を目標とする。

3) 事業内容

①経営分析の実施

【対象者】 経営分析・事業計画策定に意欲のある小規模事業者、金融斡旋事業者、
 新商品・新サービス開発・販路拡大に意欲のある小規模事業者

【分析項目】 定量分析である財務分析、定性分析である非財務分析を行う。

《財務分析》 直近3期分の決算書等をもとに、収益性、生産性、安全性および成長性について財務比率分析を行う。また、損益分岐点分析を行う。

《非財務分析》 PSET分析、5フォース分析や3C分析などを行い、事業者を取り巻く外部環境の機会と脅威、事業者の内部環境における強み・弱みを整理する。

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

②掘り起し

巡回、窓口相談の対応時に経営分析の必要性を説明し、経営分析を行う小規模事業者の掘り起こしを図る。

4) 分析結果の活用

分析結果は、対象事業者にフィードバックし、どこに経営の問題があるのか等を探るとともに、事業計画の策定や補助金申請などに活用する。また、分析結果を経営指導員等で共有することで属人的な支援とならひようにするとともに、経営指導員等のスキルアップにつなげる。

■ 6. 事業計画策定支援に関すること

1) 現状と課題

[現状] 補助金申請の相談をきっかけに事業計画策定支援を行うことが多い。本来、収益性向上や経営力強化などその他の目的もある。事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していない。計画的な経営が必要である。

[課題] 計画的な経営意識を持ちながら経営することが課題であり、そのような小規模事業者の掘り起こしと意識醸成が課題である。

2) 支援に対する考え方

巡回指導、窓口相談において事業計画策定に意欲のある事業者を掘り起こす。それらの事業者、経営分析を行った事業者や補助金申請希望者などを対象に事業計画策定セミナーを開催し、実際に事業計画策定方法を習得する。これらの事業者を中心に支援し、事業計画策定につなげていく。

また、DX推進セミナーを開催し、DX活用方法等を習得する。小規模事業者が策定する事業計画にDXを取り入れることで、さらなる業務効率化・生産性向上を目指す。

3) 目標

	現状 (2年度実績)	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
事業計画策定事業者数	22者	20者	20者	20者	20者	20者
うちDX活用を取り入れた事業計画策定事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者

※経営分析した小規模事業者 30者×2/3=20者の事業計画策定を目標とする。

4) 事業内容

①事業計画策定セミナー開催

管内事業者に対して巡回指導や窓口相談において事業計画策定の重要性を喚起し、意欲のある事業者を掘り起こす。それらの事業者や経営分析を行った事業者などを対象に事業計画策定セミナーを開催する。

【参加対象】 事業計画策定に意欲のある事業者、経営分析を行った事業者および創業予定者等

【開催回数】 1回/年

【参加者数】 10名/回(見込み)

【セミナー内容】 事業計画策定の必要性・重要性、策定の進め方、SWOT分析、損益計画作成のポイント等

【開催方法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等による担当制を設けることで、事業計画作手につなげる

②DX推進セミナー開催

DXに関する意識醸成、基礎知識や導入・活用方法を習得するため、セミナーを開催する。

【参加対象】 事業計画策定に意欲のある事業者、創業予定者等

【講師】 デジタル専門家等

【開催回数】 2回/年

【参加者数】 10名/回(見込み)

【内容(例)】 DXについての総論・概要、クラウド型ツールの活用方法、SNSを活用した情報発信方法、ECサイトの利用方法等

※特に取組み意欲が高い事業者などについては、必要に応じて専門家派遣制度を利用して

デジタル専門家等による個別指導を行う。

③事業計画策定支援

巡回指導・窓口相談において掘り起しした事業計画策定に意欲ある事業者、経営分析を行った事業者、事業計画策定セミナー参加事業者や補助金申請希望者等を対象に策定支援する。

【主な支援対象】 事業計画策定に意欲のある事業者、経営分析を行った事業者、事業計画策定セミナー参加事業者、補助金申請希望者、創業予定者 等

【実施方法】 「経営計画つくるくん」などのツールを活用する。そうすることで経営指導員の間での質のバラつきをなくすこともできる。必要によって専門家派遣制度を活用して、より実効性の高い事業計画を策定する。

■ 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

[現状] 小規模事業者は家族経営的な零細企業が多く、一人で何役も担っているため目先の業務に追われている。そのため事業計画策定後の効果の検証、課題解決やPDCAサイクルによる円滑な事業推進が行われているとは言い難い。また支援する側の経営指導員等においても、適切なタイミングでの進捗確認、課題解決支援ができていない。

[課題] 事業計画を策定した小規模事業者に対して、適切なタイミングでのフォローアップを行う仕組み作りが課題である。

2) 支援に対する考え方

当該年度および前年度において計画策定した事業者を対象にフォローアップを行う。経営指導員等が巡回指導または窓口相談等によって進捗状況を把握するとともに、新たな課題の抽出や実行する上での助言を行う。

計画の進捗が順調な先と難航している事業者とを見極めたうえで、フォローアップの必要性が高い事業所に対し集中的に支援を実施する。また必要によって専門家派遣制度を活用するなどして、今後の対策等を検討し、より実行性のあるものとする。

3) 目標

	現状 (2年度実績)	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数	—	40者	40者	40者	40者	40者
フォローアップ延べ実施回数	153回	150回	150回	150回	150回	150回
付加価値額増加事業者数	—	12者	12者	12者	12者	12者

※付加価値額は、経常利益＋人件費＋減価償却費を指すこととする。

※フォローアップ対象事業者は、当該年度および前年度において計画策定した事業者とする。

※付加価値額増加事業者数は、フォローアップ対象事業者数×30%＝12者を目標とする。

4) 事業内容

当該年度および前年度において計画策定した事業者を対象に、経営指導員等が独自のフォローアップシート等を用いて巡回指導または窓口相談等によって定期的に進捗状況を把握するとともに、新たな課題の抽出や実行する上での助言を行う。

計画を実行する上で生じた新たな課題等の解決のため、特に計画の進捗が事業計画との間にズレが生じている場合には、必要によって専門家派遣制度を活用するなどして、今後の対策等を検討し、より実行性のあるものとする。

その頻度については、計画の進捗が順調な先と難航している事業者を見極めたうえで、フォローアップの必要性が高い事業所に対し集中的に支援を実施する。概ね3か月1回を目安に定期的実施するが、計画の進捗が順調な先は年2回に、また計画が思わしくない先は2か月に1回とするなど、臨機応変に対応する。

年2回実施：2回×10者＝20回 年4回実施：4回×25者＝100回
 年6回実施：6回×5者＝30回

■ 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] 小規模事業者においては、首都圏などへの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となるために出展までに至ることが難しい。また事業者は新たな商品やサービスを開発しても、情報発信やプロモーションを苦手としていることが多い。

[課題] 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、出店後のフォローまで一貫した支援を行うことが課題である。

事業者自らとして、また当商工会議所として地域資源を活用した新商品・新サービスを効果的にプロモーションすることも課題である。

2) 支援に対する考え方

首都圏等、地域外で開催される商談会・展示会について、商談会等の選定・申込みから販促物の作成、展示ブースの演出、出店後のフォローなどまで一貫した支援を行う。首都圏等で開催される展示会等へ参加することが困難な小規模事業者もあることから、バイヤーを当地に招聘して商談会を実施する。

また、ECサイト等を活用した販路拡大支援、オンライン形式で開催される商談会等への出展支援などDXを活用した支援を行う。

あわせて、事業者自らが、また当商工会議所がSNS等を活用した新商品・新サービスを効果的にプロモーションできる支援を行う。

3) 目標

	現状 (2年度実績)	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
① B to B 向け展示会・ 商談会等出展事業者数	6者	5者	5者	5者	5者	5者
商談成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
② ECサイト等新規出 店・構築事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
EC売上構成割合/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
③ SNS等新規活用事 業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

4) 事業内容

① BtoB向け展示会・商談会等への出展支援

i) 展示会出展支援

かなざわマッチング商談会、イチ押し商品売り込み商談会、ふくいビジネス商談会や地方銀行フードセレクション（いずれも BtoB）などへの出展を促し、事業計画を策定し販路開拓を目指す小規模事業者の新たな需要の開拓を支援する。特に、首都圏等で開催される展示会等へ参加することが困難な小規模事業者もあることから、オンライン形式で開催される商談会等への出展を促し、支援する。

【想定する商談会（例）】

◆かなざわマッチング商談会（BtoB）

概要：年1回4日間の日程で開催される。業種や事業規模、販路拡大だけではなく仕入先開拓、外注先開拓、業務請負などあらゆるビジネスマッチングを求める北陸3県、関西4県、東北2県、北陸新幹線沿線都市の商工会議所・商工会の会員事業所が出展する。最大10社との事前調整型の商談が可能である。

◆イチ押し商品売り込み商談会（BtoB）

概要：百貨店、スーパー、専門店、ホテル等の大手小売業者との商談のチャンスを求める石川県内の商工会議所・商工会会員事業所が出展する。開催期間は1日のみの商談会である。

◆とやまビジネスドラフト（BtoB）

概要：毎年3月の3日間、北陸3県及び北陸新幹線沿線の商工会議所、商工会が連携して行う完全事前予約型の商談会である。約400社がエントリーし、商談会参加事業者数は約200社、商談件数は約300件となっている。

◆地方銀行フードセレクション（BtoB）

概要：地方銀行の取引先で全国展開を希望する「食」関連企業等と地域色豊かな食材を求める百貨店等のバイヤーとの商談会である。例年9月下旬に2日間開催される。出展社数は約1,000社、来場者数は約13,000人である。

ii) バイヤー招聘による商談会実施（BtoB）

市内の小規模事業者は商談会等になかなか出展できないことが多い。そのため百貨店、スーパーや専門店など小売店等のバイヤー等を招き、商談機会を設ける。

【主な対象】 能登の地域資源をはじめ、規格外の農林水産物や未利用資源を活用し、新商品開発、既存商品の改良等を行った小規模事業者等

【実施内容】 小規模事業者と百貨店、スーパーや専門店など小売店等のバイヤー等を招聘し、商談する。実際に事業所を訪れることで、商品開発の背景なども伝わりやすい。

ii) マッチングサイト等への登録支援（BtoB）

全国への販路拡大を目指す小規模事業者（特に製造業）に対して、「ザ・ビジネスモール」（全国の商工会議所・商工会が運営し、全国規模での販路開拓を支援する商取引サイト）や「J-Good Tech」（中小機構が運営し、中小企業と国内大手企業・海外企業をつなぐビジネスマッチングサイト）などへの登録を促し、登録支援する。

【主な対象】 新商品開発・既存商品の改良等を行った小規模事業者（製造業）等

② ECサイト等を活用した販路拡大支援

i) ショッピングサイトへの出店および自社ショッピングサイトの構築支援（BtoC）

民間企業のインターネットショッピングサイトへの出店・出品や自社サイトでのショッピング機能を追加するなどECを行える環境整備を支援する。支援にあたっては、デジタル専

門家等と連携し支援する。

【主な対象】 能登の地域資源をはじめ規格外の農林水産物や未利用資源を活用し、新商品開発、既存商品の改良等を行った小規模事業者等

③ SNS等の活用による情報発信、プレスリリースによるプロモーション支援（BtoB、BtoC）

小規模事業者は情報発信やプロモーションを苦手としていることが多い。Facebook や Instagram など SNS 等を活用した情報発信支援を行う。また新聞・雑誌・テレビ等のメディアへのプレスリリース等の広報によるプロモーション活動を支援する。必要に応じて小人数で開催するセミナーを開催し、実践的に活用方法を学ぶ機会を設ける。

併せて当商工会議所のプレスリリースとして、新たに開発・改良した商品・サービス等を情報発信することで小規模事業者のプロモーション支援を行う。

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

[現状] 会議所内部による評価・検証を行った上で、外部有識者による評価会議を年1回開催し、評価ならびに意見をいただいている。外部有識者は、中小企業診断士および日本政策金融公庫、石川県産業創出支援機構ならびに珠洲市の担当者を委員としている。その評価・意見をもとに、改善等に活かしている。

[課題] 外部有識者等の意見を踏まえPDCAサイクルを回し、より効果的に事業を実施するとともに、当市の政策との整合性をとりつつ、当市と当所とが一体となった経営発達支援事業を進めることが課題である。

2) 事業内容

① 外部有識者評価委員会による評価と見直し

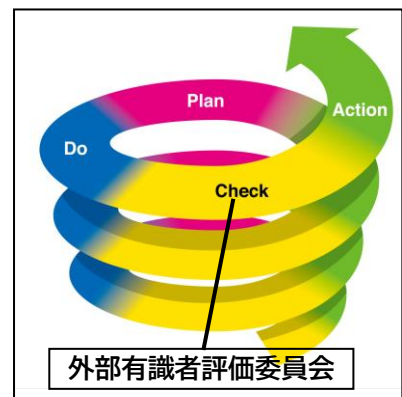
外部有識者、珠洲市産業振興課長、法定経営指導員等で構成する評価委員会を組織し、定期的に本事業の評価・見直し・改善を行い、より効果的な支援を行う。

協議検討内容：経営発達支援事業の進捗状況や実施内容等について評価・見直しを行う

構 成 員：外部有識者（中小企業診断士、日本政策金融公庫担当者、石川県産業創出支援機構担当者）、珠洲市産業振興課長、法定経営指導員 等

公表方法：評価結果は正副会頭会議、総務企画員会等にフィードバックし、事業実施方針等に反映させる。また、当会議所WEBサイトおよび会報へ掲載するとともに、事務所に常時備え付け、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

頻 度：年1回開催



▲外部有識者評価委員会による評価と見直しのイメージ図

■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] 外部研修会への参加、OJTの実施、所内研修の実施や定期ミーティングの実施によって経営指導員をはじめ補助員や一般職員の資質向上、支援能力向上を積極的に図ってきた。外部研修会を受講した内容は回覧にとどまっているため、個人の資質向上につながっているものの、職員全体の間で共有され、全体の資質向上につながっているとは言い難い。

[課題] 経営指導員、補助員、一般職員それぞれが不足する知識・スキルを認識し、計画的に知識習得、スキル向上を図ることが課題である。

2) 事業内容

①外部研修会等の活用

経営指導員、補助員および一般職員の支援能力向上のため、石川県商工会議所連合会または石川県商工会連合会主催の研修会に計画的に参加する。経営指導員においては義務研修となっており年20時間の受講は必須であるため、特に補助員および一般職員について積極的に参加する。

また、中小企業基盤整備機構が運営する中小企業大学校において開催されている小規模事業者支援研修や日本商工会議所が開催する各種研修会に計画的に参加し、特に補助員および一般職員の支援能力向上を図る。

②OJTの実施

巡回指導、窓口相談や専門家派遣の機会を活用してOJTを積極的違実施する。支援経験が比較的ある経営指導員と経験の浅い経営指導員・補助員・一般職員とがチームとなり実施する。OJTの実施によって、小規模事業者等を支援する上で必要となる知識やノウハウを学び、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③所内研修の実施

毎月1回、全職員を対象にした所内研修会を実施する。小規模事業者等を支援するための幅広いテーマとし、回ごとにテーマを設定する。特に、経営指導員および一般職員の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、DXに関するテーマを取り入れる。全12回の1/4程度をDX関連の研修とする。

【想定するテーマ例（過去の実績含む）】

- | | |
|-----------------|---------------------|
| ・ 珠洲市の地域経済分析 | ・ Web会議ツールの活用 |
| ・ 消費者買物意識調査の活用法 | ・ SNSを活用した情報発信 |
| ・ 経営分析の進め方 | ・ 無料で開設するネットショップ など |

④定期ミーティングの開催

定期的なミーティングを開催し、意見交換を行うことで職員全体の支援能力向上を図る。経営指導員等を含めた全職員を対象としたミーティングを毎月1回実施する。属人的になりがちな支援ノウハウについて共有・意見交換を行い、職員全体の支援能力向上を図る。

加えて経営指導員・補助員のみを対象としたミーティングも毎月1回実施する。ここでは、経営分析した結果を共有するほか、支援する上での課題等を共有、意見交換、検討し、効果的な事業者への支援につなげる。

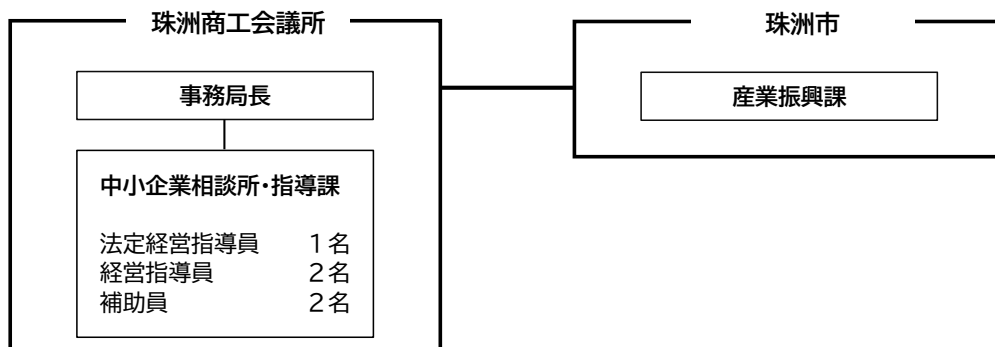
(別表2)

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3年9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：上田裕行

■連絡先：珠洲商工会議所 TEL：0768-82-1115

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/商工会議所、関係市町村連絡先

① 商工会/商工会議所

珠洲商工会議所 〒927-1214 石川県石川県珠洲市飯田町一丁目1番地9

電話番号：0768-82-1115 FAX番号：0768-82-1608

メールアドレス：suzucci@lilac.ocn.ne.jp

② 関係市町村

珠洲市 〒927-1295 石川県珠洲市上戸町北方一字6番地の2

電話番号：0768-82-7775 FAX番号：0768-82-5685

メールアドレス：sangyou@city.suzu.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	1,200	1,200	1,400	1,400	1,200
専門家派遣費	500	500	500	500	500
セミナー開催費	200	200	200	200	200
チラシ作成費	50	50	50	50	50
調査費	150	150	350	350	150
旅費	200	200	200	200	200
事務費	100	100	100	100	100

(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、石川県補助金、珠洲市補助金、会費収入、各種事業収入、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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等