

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	楠町商工会（法人番号：7190005008872） 四日市市（地方公共団体コード：242021）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	①経営環境の急激な変化にも柔軟に対応できる小規模事業者の増加 ②DXを取り入れることにより生産性の向上を実現できる小規模事業者の増加 ③新たな創業や事業承継による地域のにぎわいの創生
事業内容	3. 地域の経済動向調査に関すること ①地域の経済動向分析（市町の提供するデータの活用） ②地域の景況調査分析 4. 需要動向調査に関すること ①展示会や物産展への出展による調査 ②出展事業者を対象とした調査を基にした個別相談会 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析セミナー等を介した意欲的な事業者の選定 ②BIZミルを活用した財務分析・経営環境分析 6. 事業計画策定支援に関すること ①三重県版経営向上計画等策定セミナー及び個別相談会 ②DX推進セミナー ③金融相談会 ④四日市市創業応援隊の活動を通じた創業者の支援や掘起し 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①巡回訪問等による事業計画の進捗や成果の確認とフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①各種団体が主催する展示会や物産展への出展 ②IT活用による新規顧客・販路開拓セミナー開催
連絡先	楠町商工会 〒510-0104 三重県四日市市南五味塚 60 TEL：059-379-2046 FAX：059-397-6046 E-mail：o-kusu@city-net.ne.jp 四日市市 商工農水部 商業労政課 〒510-8601 三重県四日市市諏訪町 1-5 TEL：059-354-8175 FAX：059-354-8307 E-mail：syougyourousei@city.yokkaichi.mi.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域と現状及び課題

①現状

〔立地や地域特性〕

四日市市楠町は、名古屋からは約 40 km の距離にある、四日市市の南部地域の町である。中核都市を目指す四日市市との間で平成 17 年 2 月に四日市市と楠町が合併し、新四日市市が誕生した。

当地域はかつて、東洋紡績楠工場、東亜紡織楠工場があり、また海沿いの町ということで、紡績と漁業で栄えた町である。特に漁業では、中国産のハマグリを生育して日本全国に出荷するハマグリ の蓄養が盛んで日本一の出荷高を誇っていた時代もある。

コンビナートが建設されてからは、関連する建設業や製造業が町北部の北五味塚地域に多く立地し、小修繕や定期メンテナンス等の受注が多く、現在では、基幹産業になっている。また、焼酎を製造する大手企業や三重県を代表する清酒メーカーもあり、地域の中央を流れる鈴鹿川の伏流水を活用した産業も立地している。

〔人口の推移〕

四日市市全体の人口は308,752人（令和5年度4月）であり、当商工会管内の人口は、平成20年の11,469人から減少しているが、ここ数年は10,500人前後で推移しており、令和5年4月は10,367人である。（四日市市全体の人口構成比では、平成20年3.66%、令和5年3.36%）

四日市市総合計画（2020年度～2029年度）の人口推移では2030年代前半に30万人を割った後、2045年には約28万人になる見通しとなっており、今後緩やかに減少していくことが想定されている。

そのような状況の中、当地域には近鉄名古屋線が通っており、2つの駅（楠駅、北楠駅）があることで、四日市中心部まで約10分、名古屋まで約1時間で行けるという通勤・通学圏内となり、四日市市総合計画に基づいた近鉄四日市駅周辺の再開発や名古屋駅前再開発も相まって宅地の需要が見込まれている。また、四日市コンビナートに隣接している地域でもあるため、自然減はあるものの、急激な人口減少による影響を強く受ける状況下にはないといえる。

反面、65歳以上の高齢者率を見てみると四日市市26.1%に対し楠町28.0%、75歳以上四日市市14.3%に対し楠町16.1%、85歳以上四日市市4.3%に対し楠町5.1%といずれも高くなっており、高齢者のケアや空き家の増加、働き手の不足等が予想され今後の課題となっている。



【楠町の人口推移】

	四日市市人口	楠町人口	構成比	四日市市世帯数	楠町世帯数
平成 20 年	313,705	11,469	3.66%	124,587	4,328
令和元年	311,431	10,654	3.42%	138,862	4,635
令和 2 年	311,527	10,609	3.41%	140,635	4,708
令和 3 年	310,610	10,486	3.38%	141,978	4,743
令和 4 年	309,338	10,372	3.35%	142,974	4,779
令和 5 年	308,752	10,367	3.36%	144,557	4,882

出典：「四日市市ホームページ 町別人口・世帯数」より

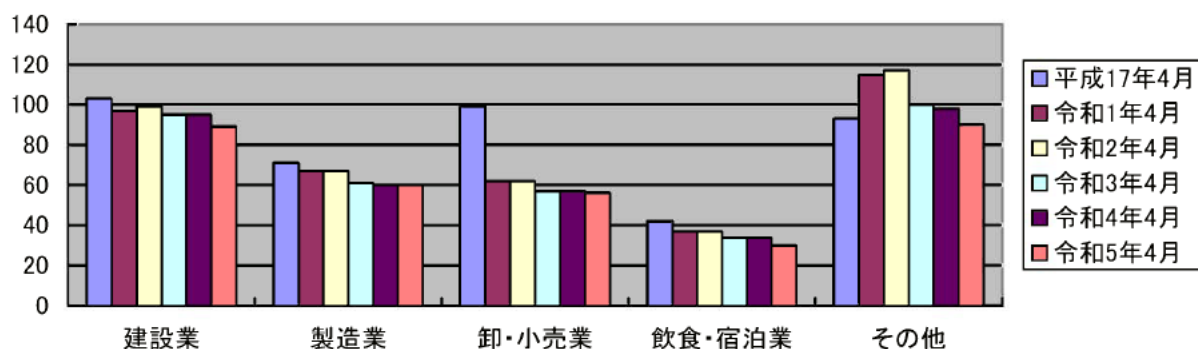
【小規模事業者数の推移】

一方、当地域の小規模事業者数は、事業主の高齢化による廃業や令和 2 年に始まったコロナパンデミックの影響もあり、平成 17 年 4 月の 408 事業者から直近の令和 5 年 4 月には 325 事業者と減少傾向が続いている。

業種ごとの状況を見ると建設業（-14 事業者、86.40%）、製造業（-11 事業者、84.51%）、卸・小売業（-43 事業者、56.57%）、飲食・宿泊業（-12 事業者、71.43%）、その他（-3 事業者、96.77%）となり、すべての業種において減少している。

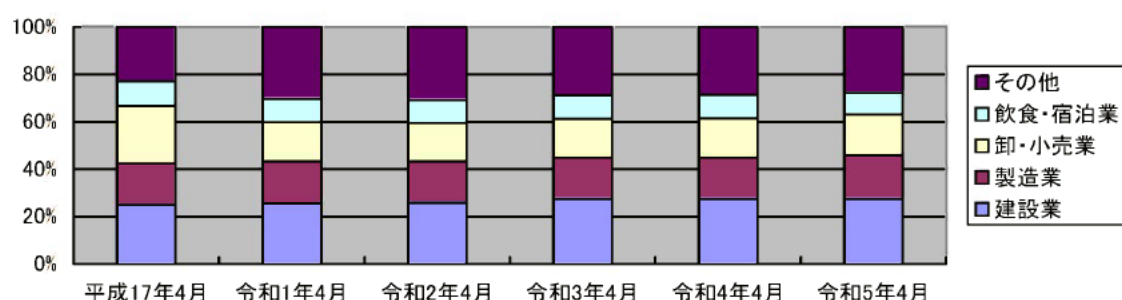
これらの主な要因としては、経営者の高齢化や後継者不在、業績悪化による廃業が考えられる。特に、卸・小売業は楠町近郊に大型店が出店してきたことや、平成 17 年に四日市市との合併したことで町内における中心が無くなり、周辺地化したことが大きい。さらに近年のコロナパンデミックや世界的なエネルギー価格等の物価高騰の影響でコスト増となっており、経営環境は益々厳しい状況になっている。

【楠町内の小規模事業者数の推移】



※その他にはサービス業、運輸業が含まれる

【楠町内小規模事業者の業種別割合】



※その他にはサービス業、運輸業が含まれる

〔業種別の小規模事業者の経営課題〕

直近で実施した景況調査の回答の結果では、業種を問わず業況は横ばいもしくは悪化という回答をする事業者が多く、昨今の物価高から材料等仕入れ価格の高騰、最低賃金の引き上げによる人件費の増加をその原因に挙げている。その状況がいつ解消されるか先行きが不透明なため、資金繰りに懸念を抱いている事業者も散見される。

各業種における経営上の問題点の上位は以下ようになる

図表 経営課題（上位2つを抽出）

	令和3年6月調査	令和4年6月調査	令和5年6月調査
建設業	①材料価格の上昇 ②下請け業者確保難	①下請け業者価格の上昇 ②人件費増加・人員確保難	①材料価格の上昇 ②人件費増加・人員確保難
製造業	①製品単価低下・値上難 ②原材料価格の高騰・入手難	①原材料価格の高騰 ②製品単価の低下・値上難	①原材料価格の高騰 ①需要の停滞 ①事件費の増加 (同数のため3件)
卸・小売業	①消費者ニーズの変化への対応 ②人材確保難	①店舗の老朽化 ②消費者ニーズの変化への対応	①消費者ニーズの変化への対応 ②店舗の老朽化
サービス業	①原材料価格の上昇 ①利用料金の低下・値上難 ①人材（特に技術者）確保難 (同数のため3件)	①材料価格の上昇 ②人件費以外の経費の増加	①材料価格の上昇 ②需要の停滞 ②店舗の老朽化 (2位が同数のため3件)

〔管内業種別事業者の動向〕

●小売・サービス業

当地域には大規模小売店舗（売場面積1,000㎡以上の店舗）に当たるAコープが1店、1,000㎡未満のスーパーが1店、ホームセンターが1店、ドラッグストアが1店営業している。各店舗とも町内の幹線道路に面して立地しており、利便性が高い。この地域は、四日市コンビナートや名古屋への通勤が可能な住宅圏として多くの住民が住んでおり、スーパー等の需要が高く中型店舗のス

ーパー等が出店をしてきている。その結果、商品構成が被る小規模事業者等は品揃えやボリューム、価格において厳しい環境下にさらされることとなり、廃業を余儀なくされた事業者もいる。コロナ禍、昨今の物価高騰で資金力にも乏しい小規模事業者においては、スーパーでは取り扱っていないような商品を揃えるなどの差別化をしていかない限り、益々厳しい状況に追い込まれる環境が続いている。

●製造業

当地域の小規模製造業者は、四日市コンビナート、プラント工場地域に隣接していることもあり、従来からプラント関係の仕事に従事する事業所が多く、製缶業や鉄鋼加工業を主業として末端の下請け業者が管内に集積している。その他、電子部品や自動車部品製造の下請け業者もある。プラント関係の仕事に従事している製造業者においては、自社工場で加工を行っているものはごく一部の事業者に限られ、多くは元請け業者の現場等で人工（作業員）として仕事を請け負っている。この業界も慢性的な人員不足が叫ばれていることもあり、経営者自身が現場での作業に従事していることも多く、経営者としての管理面において苦慮している事業主も多い。また、下請け業者にありがちなことであるが、元請けからの系列の仕事が入ることが通常のため、経営者自らが営業活動等にあまり積極的ではないなど、経営面での課題が多くみられる。大手のプラントも春や秋の大規模定期修理が減少しているため、以前に比べ金額が見込める仕事が減っている。現状は人員不足のため仕事は多忙を極めているが、売上の面や収益の面を考えると、営業活動を積極的に行うことや自社独自の技術や新商品の開発など、販路開拓につながるような支援が商工会に求められている。

●建設業

当地域の建設業者は大規模な建設会社は少なく、殆どが一人親方のような大工、小規模な工務店である。個人宅の新築やリフォーム等が主な業務内容となっている。最近では大手ハウスメーカーがホームページにおいて新築の見積り、建築イメージ等ができるものを提供しており、また数社のハウスメーカーに一度に見積りが取れるなど大手・準大手にて個人が住宅を新築するケースが増えているため、地域の小規模な工務店に依頼することが少なくなっている。また、昨今の半導体不足の影響から、現場に部品が入らず工期通りに工事が進まないことで売上の入金が遅れるなど、資金繰りに苦慮する面も出ている。

土木建築の事業者においては、四日市市と合併したことで公共事業での入札に関して競争相手が増え、価格競争等も激化している状況にある。

当地域における建設業に従事する事業者も経営者自らが作業員となり現場で仕事をこなしているため、製造業と同じく経営面での管理が乏しい状況にある。大手ハウスメーカーの動きに対応するような自社のPR等も不十分で、認知度が上がりず新規顧客獲得難となっている。ホームページも開設していない事業者もいるため、IT化での販路開拓支援を実施し事業者のPR等に繋げることが必要となっている。

[四日市市総合計画について]

四日市市総合計画（2020年度～2029年度）では政策3「産業・港湾」、基本的政策No.6「新産業の創出と既存産業の活性化」において、次の施策の展開を挙げている（以下引用）。

<企業・事業誘致、投資促進>

- a. 本市への進出を希望する事業者の立地が迅速に進むよう、ワンストップサービスで必要な手続きや調整ができるよう取り組むとともに、本市の土地利用計画と整合をとった企業立地誘導を図ります。また、新たな投資を呼び込むため、企業と行政のプラットフォームにおける意見交換を通して、企業ニーズを把握し、必要な対策を図ります。

- b. 企業立地に必要な環境整備として、工場立地法の新たな運用の中で、工場周辺の地域の住環境との調和を目指し、一定の条件下の工場敷地外を緑地とみなせる敷地外緑地制度の構築や緑地率の緩和など立地に必要な環境整備を図ります。
- c. 本市産業が競争力を確保し、持続的な発展を遂げていくため、企業の投資を支援する企業立地奨励金、民間研究所立地奨励金において、CO2削減に向けた水素等新エネルギー利活用事業や物流業など対象事業の追加や、AI・IoT等を導入するスマート工場、新燃料への転換、市外からの新規立地や物流拠点など重点事業の拡大等の見直しを図ります。

<AI、IoT等の新技術の導入、人材の育成>

特に製造業では、今後IoT等の新技術の導入が進み、入手したデータを有効活用できるデータサイエンティスト等の育成が必要となることから、大学等関係機関と連携しながらAI、IoT等の新技術の導入や人材育成の支援に取り組めます。さらにデータ解析等を得意とするIT企業の誘致に向けた新たな支援策についても検討を行います。

<中小企業・地場産業の振興>

- a. 新技術・新商品の開発や、国内外の販路開拓に意欲的に取り組む中小製造業者を積極的に支援するとともに、国際展開を目指す市内企業に対し、経済交流関係にある都市の最新情報の提供や現地の行政機関への働きかけを行うなど、競争力のある企業の創出を促します。
- b. 人材確保に苦慮する中小企業に対して、市内外の就職フェアへの出展等様々な取組を支援します。
- c. 後継者難に伴う事業承継問題に直面する事業者に対して、関係機関と連携して相談機能の充実を図ります。
- d. 市民・観光客が「四日市萬古焼」等の地場産品に触れる機会を増やすため、例えば、市内飲食店・宿泊施設において四日市萬古焼の器で食事を楽しめるような機会の提供を支援する等の取組を図ります。
- e. 地場産品の販路開拓に当たり、自社の商品開発又は改良、商品カタログ、海外展開用へのパッケージデザイン変更等の開発に関する支援を行います。
- f. 近鉄四日市駅前に立地するじばさん三重の利便性を生かし、北勢地域の地場産業の情報発信拠点としての機能を充実していきます。

<新たな価値を創出するサービス産業や起業家への支援>

- a. システム開発等を通じて高い付加価値を生み出すサービス業（都市産業型）の振興に向けて支援策の充実を図るとともに、地域社会の変化に即した医療・福祉などの生活関連サービス産業の振興にも取り組めます。
- b. 新たな事業創出や新分野進出への挑戦を目指す起業家支援のほか、市内で活躍する新たな担い手を創出し、女性の起業家育成支援についても取り組んでいきます。

<だれもが働きやすい環境づくりへの取組>

- a. 市内事業所に対し、働き方改革の周知・啓発を推進するため、セミナー等を開催します。
- b. 障害者の雇用促進・職場定着を図るため、障害者を雇用している、または雇用を考えている事業主に対する支援の実施やセミナー等を開催します。
- c. 若年者や就労意欲の高い高齢者及び外国人労働者の就労支援に取り組めます。
- d. 子育て世代にとって、男女を問わず柔軟な働き方ができるよう就業規則の見直しを図ろうとする中小企業に対し支援を行います。さらに、職場内に女性専用のトイレや更衣室、さらには子どもの遊び場スペースを設置するなど、働きやすい環境づくりのための施設整備

を行う中小企業に対して支援を行います。

②課題

管内の小規模事業者及び会員数は、事業主の高齢化や後継者不足による廃業を主な原因として全業種で減少しており、特に卸・小売業の減少が激しく、平成 17 年の 99 事業所から 56 事業所と 43 ポイントのマイナスとなっている。四日市コンビナートに隣接する地域ということもあり建設業や製造業は大幅な減少とはなっていないが、労働力の確保に苦勞しており、人員不足により受注する仕事を選択せざるを得ないような状況も見られる

さらに管内の景況調査や日常の巡回窓口相談、国や県の補助金の申請の状況から勘案すると、コロナ禍で事業に制限を受けたことによる売上の減少、事業継続のために受けた融資の返済、コロナ禍からの回復もできないままにロシア・ウクライナ紛争に端を発する世界的な物価高騰などの影響も受け、各事業所の抱える課題も多様化しており、よりきめ細やかな支援が必要になってきている。特に人員の不足については、アフターコロナで経済の動きが正常に戻ってきたことでより浮き彫りになってきている。

商工会として各関係機関等と綿密に連携をとりながら経営改善普及事業を基本とした巡回・窓口相談を実施することで、事業所の様々な課題に対応し、経営改善のための金融・税務・労務などの支援を中心として、経営発達支援計画に基づき状況に応じて専門家派遣事業や国・県の補助金等を活用して個々の事業者のニーズへの対応や販路開拓支援を伴走型支援として行っているが、地域全体を底上げするまでにはつながっていない現状がある。

以上のようなことを踏まえ、当地域の小規模事業者の課題を分類別にまとめると以下のようなになる。

- ・事業主の高齢化、後継者不足による廃業を回避する事業承継への対応
- ・人材不足を補う、生産性向上のための DX の推進
- ・意欲的な小規模事業者の発掘と育成への取組
- ・地域の活性化につながる地域への裨益が大きい小規模事業者への対応
- ・地域資源を活用した既存商品の改善及び新商品・新サービスの開発に取組む小規模事業者への販路開拓支援

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

中長期的な観点から小規模事業者の経営環境を考えたとき、外部環境である少子高齢化による人口減少、労働者不足（技術者不足）、DX 環境の進化による生活様式の変化、気候変動による自然災害の激甚化など、対応すべきことは多様化している。それに加え、内部環境である後継者不足、多様化する生活に合わせた新商品や新サービスの提供など、市場のニーズへの柔軟な対応力が今後益々重要視されると思われる。

管内の基幹産業はコンビナート関連の製造業や建設業が多く、景況調査の調査結果でも見られた材料費の高騰や材料の不足の影響を今後も大きく受けることが予想される。そのような状況での影響を少しでも小さくするため、今まで培ってきた技術やノウハウを活かすと共に DX を取り入れるなどして、既存商品の改良や新商品・新技術を開発し、その技術を外部に PR することで販路を開拓し、足腰の強い企業体を作る。

その結果として地元地域の雇用の創出などを産み出すことを目指す。

また、楠町は「畜養はまぐり」が有名な地域でもあり、四日市のふるさと納税の返礼品としても認定を受けたため、さらに知名度をアップすべく、畜養はまぐりを扱う事業者を中心としてイベント等の開催で管外からも人を呼び込み、町のにぎわいを取り戻し、地域の活性化につ

ながることを目指す。

②四日市市総合計画との連動制・整合性

『四日市市総合計画（2020年度～2029年度）』の中で、「政策3 産業・港湾」の「基本政策6 新産業の創出と既存産業の活性化」において以下のことが計画されている

●企業・事業誘致、投資促進

企業や事業の誘致により、管内の既存事業者にとっても新たなビジネスチャンスが生まれることとなり、また、その機会を活かして新規創業者の創出も期待できる。管内事業者と新たな企業とのビジネスマッチングや、新規創業者の事業計画策定や融資等の商工会が行う支援と連動性・整合性がある取り組みである。

●AI, IoT等の新技術の導入、人材の育成

新技術が導入されることにより、遅々としてなかなか進まない小規模事業者のDX推進に大きく影響する可能性があり、また、IT人材が育成されることでITのノウハウも持った人材の新規採用にもつながられ、小規模事業者のIT化による生産性の向上実現を目指すことができるなど、商工会が行うDX推進セミナーや個別相談会等と連動性・整合性がある取り組みである。

●中小企業・地場産業の振興

販路開拓に意欲的に取り組む中小製造業の支援が行われる取り組みであるため、当管内に多い製造業事業者の支援にもつながる。商工会が行う販路開拓を目指す事業計画の策定や、物産展や商談会への出展の支援等と連動性・整合性のある取り組みである。

●新たな価値を創出するサービス産業や起業家への支援

高付加価値サービスの開発や新規創業者、女性起業家への支援となる取り組みのため、当管内の新たに創業を考えている人、また起業を考えている女性に向けての支援にもつながる。商工会が行う創業計画の策定支援や、既存の事業者が新商品・新サービスを開発するに当たっての専門家派遣等の支援などと連動性・整合性のある取り組みである。

③商工会としての役割

楠町商工会は地域に密着した経済総合団体として、地域活性化に向け四日市市をはじめ、四日市商工会議所等の地域の経済団体と連携をとりながら、当地域の小規模事業者の経営改善や経営基盤の強化、事業の再構築を目指し、小規模事業者の持続発展に向け、より身近な存在として「対話と傾聴」を基本とした伴走型支援に取り組む役割を担っている。

目まぐるしく変化する経営環境下で小規模事業者に求められるニーズも多様化し、そのスピードも早くなっているため、商工会職員も資質向上を図りつつ、関係各機関との連携を密にして伴走型支援を行うことで、小規模事業者の経営力向上、地域の活性化に努めていく役割も担っている。

（3）経営発達支援事業の目標

上記（1）、（2）を踏まえ、小規模事業者に関して以下の目標を設定する。

【目標①：経営環境の急激な変化にも柔軟に対応できる小規模事業者の増加】

「対話と傾聴」により事業者との信頼関係を構築し、事業主自身が自社の経営課題に気づけるよう課題設定型コンサルティングを行うことで、事業主自身が自社の経営課題解決に取り組む意識を啓発し、多様に変化していく経営環境に柔軟に対応していく事業者を増加させる。

【目標②：DXを取り入れることによる生産性向上を実現できる小規模事業者の増加】

ITの導入からフォローアップまで一貫して支援することで、それを利活用することにより生産性向上に繋げ、限りある経営資源を十分に活用できる事業者を増加させる。

【目標③：新たな創業や事業承継による地域のにぎわいの創生】

四日市志創業応援隊（四日市市、四日市商工会議所、三重県信用保証協会、日本政策金融公庫四日市支店および楠町商工会による創業支援ネットワーク）などを利用し、地域の活性化につながる新規創業者の輩出や、三重県事業承継・引継ぎ支援センター等の各支援機関の協力を仰ぎ、事業の継続を支援し、地域のにぎわいを創生していく。

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6年4月1日 ～ 令和11年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容
目標達成に向けた方針

【目標①：経営環境の急激な変化にも柔軟に対応できる小規模事業者の増加】

【方針】 急激な経営環境の変化に柔軟に対応するために、小規模事業者自らが自社の経営改善に取り組み、売上や利益を確保できる事業計画策定を「対話と傾聴」を基本とした伴走型支援によって行う。

国や県の各種補助金の申請や融資を受けることを目的とした事業計画策定時に、持続的発展を見据えた事業計画の必要性を認識していただき、地域の経済・需要の動向、顧客のニーズを捉え、各事業者の強みを活かした事業計画の策定及び実行支援を行う。

また、展示会や物産展などへの出展支援を通じて新規顧客獲得・販路開拓支援を行うことで、小規模事業者の自主的な経営改善の意識を啓発し、自走に向けた持続的な発展を支援する。

【目標②：DXを取り入れることによる生産性向上を実現できる小規模事業者の増加】

【方針】 近年特に顕著になってきているが、小規模事業者の慢性的な人員不足は解消されず、今後も続くことが予想される。限られた労働力で成長を成し遂げるためには、ホームページやグーグルマイビジネス、グーグルトレンド等の IT ツールを導入し、Web を活用することで生産性を向上させることが重要なポイントとなる。

また、今ではホームページはその企業の信用度にもつながるものともなっており、現状の商圏外への販路開拓において IT ツールはなくてはならないといっても過言ではない。しかしながら管内の小規模事業者においては未だ IT ツールの活用が不十分であることから、IT を活用した販売促進の手法等のセミナーや相談会、また、経営指導員等による IT の導入からフォローアップまで「対話と傾聴」を基本に課題設定型コンサルティングを行い、伴走型支援を通じ小規模事業者の IT に対する意識の向上を図り、生産性向上に繋げていく。

【目標③：新たな創業や事業承継による地域のにぎわいの創生】

【方針】 「四日市志創業応援隊」が実施する創業塾などを活用し、新規创业者の掘起しや創業に向けての環境づくりを行う。創業を希望する方へは、その業界の現況や今後の見通し、自身の強みやアピールポイントをヒアリングし、資金繰りも含め着実に開業していくための創業計画の策定支援を行う。地域での创业者を1人でも多く輩出することで、地域の活性化に繋げていく。

また、事業承継については三重県事業承継・引継ぎ支援センターと必要に応じて連携を図り、M&A も含めた事業承継計画の策定支援を行う。地域の愛される店が継続して残ることで地域の火を消すことなく、にぎわいの創生に繋げていく。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

現状行っている調査は、管内 13 社を対象に行っている北勢ブロック管内の景況調査と、隔年 1 回実施している管内全事業者に向けた経営実態に関するアンケート調査が主となっている。景況調査の対象事業者の内訳は、製造業 3 社、建設業 4 社、小売業 4 社、サービス業 2 社の計 13 社となっている。調査時期は四半期ごとに年 4 回（5 月、8 月、11 月、2 月）で業種的にバランスをとって調査している。

また、経営実態に関するアンケート調査については全 212 社中 62 社からの回答を得ている（回答率 29.2%）。そのほか地元金融機関の調査レポートをホームページにて公表している。

経済動向調査はコロナ禍になったこと、当会が居する町が市に合併されたことで国のビッグデータ（REASAS：地域経済分析システム）が当会地域をピンポイントで調査することが不可能になった為、大きな市単位でのデータ取得にとどまっている。

〔課題〕

地域の経済状況については巡回指導や窓口相談を通じてある程度の把握は出来ているが、小規模事業者の細かな実態等は把握しきれていない。また、管内の事業者も地域の景況感等に関しては漠然とは把握しているものの、計数的な認識には乏しい。そのため、自社にとって有効な事業計画策定や販路開拓等が進みにくい要因ともなっている。

国のビッグデータ（REASAS：地域経済分析システム）等を活用しての専門的な分析も、楠町ではなく四日市市全体のデータの取得となるので、市の中での当会地域の位置づけなどを勘案し景気動向分析することが必要である。

(2) 目標

実施項目	内容	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
①地域の経済動向分析	調査回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
	公表回数	0	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析	調査回数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
	公表回数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
③経営実態調査	調査回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
	公表回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

経営指導員等が「REASAS」（地域経済分析システム）等を活用し、四日市市全体の分析に加えて、管内地域（楠町）の経営状況調査シート（BIZ ミル）の活用によりデータを比較し、地域の経済動向分析を行い、年 1 回ホームページにて公表する。

REASAS 等の分析方法としては「分析経済循環マップ・生産分析」により何で稼いでいるかを、「産業構造マップ」にて産業の現状を把握する。

②景気動向分析

管内の景気動向等について実態を把握するために、北勢ブロック管内で実施する四半期に 1 度の「小

規模企業景気動向調査」による景況調査を継続して行う。得られたデータを業種別（製造業、建設業、小売業、サービス業）に業況判断、売上高、経常利益等から DI 値を算出して、経営指導員等が外部専門家等とデータ分析を行う。景況調査については年に 4 回、四半期ごとにホームページ等で分析結果を公表する。

③経営実態調査

地域の小規模事業者の売上や商圈・販路等の経営実態を把握するために、年 1 回、管内会員事業者を対象にアンケート調査を行う。得られたデータを経営指導員等が分析しその結果を小規模事業者にフィードバックすると共に、今後の事業計画策定の基礎資料として活用する。

（４）成果の活用方法

- ①情報収集・調査・分析した結果は、ホームページに掲載し管内小規模事業者に周知する。
- ②経営指導員等が巡回・窓口指導や事業計画策定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〕

管内小規模事業者の需要先が同管内であったり、また、下請け受注の場合が多く、国や県の補助金事業の活用支援等の際に必要なに応じて需要動向調査を行っている。また、各種団体が主催する展示会や物産展等においてバイヤーや来場者にヒアリングやペーパー等でのアンケート調査を行い、需要動向を調査・分析している。

〔課題〕

上記に示した需要動向調査を行ってはいるが、この調査・分析結果を活かした小規模事業者の新商品開発や新サービスの提供等による販路開拓が順調に進んでいるとは言い難く、補助金申請時などの限定されたものとなっている。消費者の動向やニーズを把握し、事業主との考え方にミスマッチが起こらないようにして、ビジネスチャンスを逃さないようにする取り組みが必要である。

（２）目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
① 既存商品やサービスの需要動向調査対象事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
② 商談会等への出展による調査支援事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

（３）事業内容

①既存商品やサービスの調査

各種団体が主催する展示会や物産展等に出展していただき、来場者の生の声を聞き、また、来場者アンケートを実施し、その結果を分析したうえでフィードバックすることで既存商品の改善等に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画書に反映する。

【調査手法】

（情報収集）各種団体が主催する展示会や物産展へ出展した際（年 2 回程度）に、来場者にヒアリングとアンケート（ペーパーやグーグルフォーム等）を実施する。

（情報分析）調査結果は、必要に応じ専門家にも意見を仰ぎ、経営指導員等が分析をする。

【サンプル数】来場者 30 人

【調査項目】①購入動機 ②価格 ③量 ④知名度 ⑤購入意欲を刺激する改善点（こんな風にな

っていたらもっと購入したい気持ちになるなど)

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が直接出展事業者の説明をする形式でフィードバックし、さらに改善を図る。

- ②各種団体が主催するバイヤーが来場する商談会において、来場するバイヤーに対しアンケートを実施する。

【調査手法】

(情報収集) 商談会に出展した際に、来場するバイヤーに商品についてのアンケートを実施する。

(情報分析) 調査結果は、必要に応じ専門家にも意見を仰ぎ、経営指導員等が分析をする。

【サンプル数】バイヤー10人

【調査項目】①パッケージデザイン ②価格 ③量 ④訴求方法 ⑤取引条件

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が直接出展事業者の説明する形式でフィードバックし、既存商品の改良、新商品の開発等に繋げ、販路開拓の事業計画に反映する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

前回の経営発達支援計画(平成31年4月1日から令和6年3月31日)では、「経営状況分析シート」等を取り入れ、国や県の補助金等の申請時や巡回指導・窓口相談の際に簡易的な現状分析を実施し、その結果、意欲的な事業者は自社の強みや弱みを事業主が具体的に把握することができるようになり、経営改善に役立てられるようになった。

〔課題〕

簡易的な分析はできるようになったが、それは「売上の増加」や「利益率の改善」などにとどまり、経営の本質的な課題解決には至っていない。また、経営指導員等の経験も浅いことから高度な専門知識が不足しており、小規模事業者の抱える問題を的確にとらえきれていない面も見られる。そのため、外部専門家と連携し、小規模事業者に対して的確な経営改善を提案できる取組が必要である。

(2) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
① セミナー 開催件数	0	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
② 経営分析 事業者数	25 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘(経営分析セミナーの開催)

経営分析を行う意欲的な事業者発掘のため、「経営計画策定セミナー」を開催する。

参加者自らが経営分析を行うワークショップ型セミナーを通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】ホームページにて広く周知し、町内広報誌等に掲載。また、巡回・窓口相談時に案内する。

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い30者を選定する。

【分析項目】定量分析「財務分析」 定性分析「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、対話と傾聴を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取巻く外部海峡の脅威、機会を整理する（SWOT分析）。

内部環境		外部環境
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT活用の状況	・競合
・人材、組織	・事業計画の策定、運用状況	・業界動向

【分析手法】事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、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。

非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

（4）分析結果の活用

●分析結果を該当事業者にフィードバックし、事業計画策定等に活用する。

●分析結果をデータベース化し、内部共有を行い、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〕

現状の経営計画策定の支援は、三重県版経営向上計画や各種補助金の申請、あるいは融資相談において金融機関等に提出する計画書を策定する際においてがほとんどである。それらの計画書は小規模事業者が自ら作成するには難しい内容となっており、小規模事業者からの依頼により支援しているが、補助金の申請する内容に偏った作成支援となっている。経営状況の分析を掘り下げたPDCAサイクルに基づく事業計画策定支援までには至っていない。事業計画策定等のセミナーなども開催してきたが、意欲的に取り組む事業者は少なく、事業計画策定の必要性が浸透していない。

〔課題〕

これまでも事業計画策定のセミナーなどを開催してきているものの、その意義や重要性の理解が深まっておらず浸透していないため、セミナーの開催方法を見直すなど、改善したうえで実施する。

（2）支援に対する考え方

小規模事業者に対して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改革を促すのは困難なため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、5.で経営分析を行った事業者の5割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、持続化補助金など各種補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定に繋げていく。

（3）目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
事業計画策定セミナー	0	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
DX 推進セミナー	2 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	16 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

小規模事業者に対し事業計画の重要性や意義を深めてもらえるようカリキュラムを工夫したセミナーを開催する。

【支援対象】経営分析を行った事業者及び各種補助金等の申請を契機として経営計画を目指す小規模事業者

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。

②DX 推進セミナーの開催

DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また、実際に DX に向けた IT ツールの導入や Web サイトの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】IT ツール等の導入を前向きに考えている小規模事業者を中心とする

【募集方法】チラシの配布

【講師】専門的な知識を持った外部専門家

【回数】年 1 回

【カリキュラム】DX 推進による効果、SNS 等を活用した情報発信方法など

【参加者数】5 名/回

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〕

事業計画策定支援は各種補助金の申請時や三重県版経営向上計画の認定申請時、また、金融幹旋等の際に行われる程度で、支援事業計画の実施支援については、補助金の採択を受けた補助事業等の場合は進捗状況の確認やそのフォローアップ、金融幹旋時は事後指導等で継続した実施支援は少ない状況である。

〔課題〕

小規模事業者は事業主自らが現場に出ていることも多く、事業計画を策定してもその実行が遅れたり、また実行しない場合もあるため、支援先である小規模事業者の事業計画策定後の進捗状況の確認を行いながら、継続的な実施支援体制をつくる取り組みが必要である。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、事業主自身が「答え」を見出すこと、対話を通じてよく考えること、事業主と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識をもって取組むことなど、計画の進捗のフォローアップを通じて事業主へ内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定したすべての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、巡回・窓口指導を増やし集中的に支援する事業者と、ある程度順調と判断することができ巡回・窓口指導を減らしても良い事業者を見極めたうえで、フォローアップを行う。

(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	23 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
頻度(述べ回数)	162 回	58 回	58 回	58 回	58 回	58 回
売上増加事業者数	—	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

利益率 3%以上増加の事業者数	－	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
-----------------	---	-----	-----	-----	-----	-----

(4) 事業内容

事業計画策定 15 者のうち 4 者は 2 ヶ月に 1 度、6 者は四半期に一度、残りの 5 者は年 2 回（合計 58 回）を目途にフォローアップを実施する。しかし、事業者からの申出があった場合はこれに限らず、都度臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画とのズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレ発生要因及び今後の対応策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

地域内の小規模事業者の多くは、販路開拓を目指すものの、展示会や商談会への出展等に関しては意識が薄い。また、オンラインによる販路開拓等にも関心はあるものの、「知識不足」や「人手不足」等の理由により、IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取組が進んでおらず、商圏が固定化されている。

〔課題〕

これまでも展示会や商談会への出展は実施していたものの、新たな販路開拓に着実に繋がっているとは言い難い。展示会等の事前・事後のフォローは継続して続け、事業主自身が自ら出店に対しての工夫等を考え、自社商品を効果的に PR できるよう自走化を目指す必要がある。

また、新たな販路拡大の開拓には DX 推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

これまで出店効果が高かった出展業種を絞った展示会や物産展については、引き続き出展支援を継続する。出店に当たっては、展示会等の開催前に、出展ブースづくりや商談会での商品 PR について、専門家による出店セミナーや相談会を実施し、出展効果を高める支援を行う。展示会開催後に再度専門家を招聘し、出展者の振り返りから今後に向けたアドバイス等を行い、その後は継続して経営指導員等がフォローしていく。

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

(3) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
①商談会出展事業 (B to B)						
出展事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
成約件数/者	－	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②展示会出展事業 (B to C)						
●まるごと三重物産展						
出店事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上額/者	－	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円

●みえアツマル物産展 in 近鉄百貨店出展事業者	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上額/者	—	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
●はまぐり市場	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上額/者	—	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円
③SNS 活用事業者	3 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①商談会出展事業 (B to B)

●みえのまるみえ大商談会

三重県商工会連合会主催の商談会で、三重県の地域資源を活用した海産物、農産物、加工品などを幅広く展示し、県内外のバイヤーとのビジネスマッチング行うイベント。毎年、管内の主に B to B で事業を行っている小売業者や新分野に進出を図る事業者を選定し参加させる。参加させるだけにとどまらず、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前セミナーや相談会を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

②展示会出展事業 (B to C)

●まるごと三重物産

毎年 10 月に有限会社タクミスタジオが主催している物産展において商工会がブースを借上げ、出店効果の高い事業者、事業計画策定を実施した事業者、販路拡大として出店に意欲的な事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】まるごと三重物産展は 10 月の下旬、桑名市にあるなばなの里のイルミネーションの開催に合わせ、なばなの里駐車場の一角で開催されるイベント。2 日間で県内外からのべ約 2 万人が来場するイベントで 70 程度の展示ブースがある。

●みえアツマル物産展 in 近鉄百貨店

三重県商工会連合会主催の物産展で、三重県内の商工会が連携して地域の素晴らしい特産品などを販路開拓・PR するため、商工会がブースを借上げ出店効果の高い事業者、事業計画策定を実施した事業者、販路拡大として出店に意欲的な事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

場所は四日市市の近鉄百貨店の催事場にて開催され、近鉄四日市駅に隣接していることから学生から年配の方まで色々な年齢層の来場者が予定されている。

●はまぐり市場

当商工会が主催する物産展で、地域の活性化に資する楠町名産の「畜養はまぐり」を PR し、且つ、管内事業者の販路開拓支援として「はまぐり市場」を開催し、主に B to C で事業を行っている小売業者や出店効果の高い事業者を選定し、出展支援をする。同時に商工会青年部主催による「はまぐりのつかみ取り大会」が開催され、会場も隣接していることから町内の若い世帯に向けて出展事業者の PR にも資する。

③SNS 活用事業

現状の顧客が地域的に限定されている事業者が多いことから、現状で商圏外となつて

いる遠方の地域の顧客を取り込むため、取り組みやすい SNS を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

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〕

PDCA サイクルにのっとり、毎年度事業実施状況の評価、検証、見直しを経営発達支援評価会議により行っている。コロナ禍ということもあった為、PDCA をうまく回せていない状況が見られ、評価会議において助言等も受けていたが、部分的な見直しに留まり、全ての助言を改善に活かしてきれていない。

〔課題〕

設定した目標が適正であったかの検証、また、評価結果を受けての見直しが十分にできていない。外部評価者の的確なアドバイスと評価をいただき、PDCA をうまくまわし事業の改善につとめていく必要がある。

(2) 事業内容

①事業の実施状況を定量的に把握する仕組み

「BIZ ミル」等へのデータ入力によって、進捗状況を定量的に把握する。

②経営発達支援評価委員会の実施

外部有識者として中小企業診断士、四日市市商工農水部商業労政課担当者、法定経営指導員等をメンバーとする「経営発達支援評価委員会」を年 1 回実施し、経営発達支援事業の進捗状況等について 5 段階評価を行い、次年度への改善対応を図る。

③評価結果の公表

経営発達支援評価委員会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、当会ホームページにおいて公表し(年 1 回)、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〕

三重県商工会連合会主催の研修会や、中小企業大学校等の外部団体主催のセミナー参加(Web 研修等も含む)と、専門家派遣事業を中心に経営指導員等の資質向上を図り、支援力の強化に努めている。

〔課題〕

小規模事業者に対する支援スキルについては、経験の差、得意分野などの違いにより支援の質や量に個人差が生じやすい。

また、持続的な経営発達支援に取り組むためには、経営指導員以外の職員においても支援スキルの習得・向上が必要となっている。

(2) 事業内容

①外部講習会の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー等】

経営指導員及び経営支援員等の支援能力のさらなる向上のため、全国商工会連合会や独立行政法人中小企業基盤整備機構等が開催するセミナー等を計画的に職員を受講させ、支援能力の高い人材育成

を図る。

【DX 推進に向けたセミナー】

管内事業者の DX 推進の対応にあたっては、経営指導員及び経営支援員等の 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する。

＜DX に向けた IT・デジタル化の取組み＞

ア) 事業者にとって業務効率化等につながる取組み

- クラウド会計ソフト、電子決済システム等の IT ツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策等に関する各種セミナー等

イ) 事業者にとって需要開拓等につながる取組み

- 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に関する各種セミナー等

ウ) その他取組み

- オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツールの導入等

②OJT の積極的な活用

三重県産業支援センターの三重県版経営向上計画等の専門家派遣事業を活用して、専門家に同行し、事業者に対して行う経営分析・事業計画策定支援の機会は、実践的な知識を習得する場となるため、経営指導員等が同行することでそれらの支援ノウハウを習得し、支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員のほか各職員が事業者支援で工夫した点や効果があった点についての報告や、資質向上の研修を受けた経営指導員等が学んだことを発表することでほかの職員へ還元し、支援スキルの向上を図る(2 ヶ月に 1 回、年間 6 回)

④データベース化

担当経営指導員が基幹システムや BIZ ミル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とともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制					
(令和 5 年 10 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)					
① 楠町商工会事務局の組織体制					
事務局長(法定経営指導員) 1 名、経営指導員 1 名、経営支援員 1 名、一般職員 2 名 臨時職員 1 名					
② 経営発達新事業の楠町商工会事務局の体制					
事務局長(法定経営指導員) 1 名、経営指導員 1 名、経営支援員 1 名					
<table><tr><td>事務局長(法定経営指導員)</td><td>四日市市 商工農水部 商業労政課</td></tr><tr><td colspan="2">経営指導員 1 名 経営支援員 1 名</td></tr></table>		事務局長(法定経営指導員)	四日市市 商工農水部 商業労政課	経営指導員 1 名 経営支援員 1 名	
事務局長(法定経営指導員)	四日市市 商工農水部 商業労政課				
経営指導員 1 名 経営支援員 1 名					
(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					
法定経営指導員の氏名、連絡先					
【氏 名】坂上和弥					
【連絡先】楠町商工会 電話 059-397-2046					
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					
〒510-0104 三重県四日市市楠町南五味塚 60 楠町商工会 TEL : 059-397-2046 / FAX : 059-397-6046 E-mail: o-kusu@city-net.ne.jp					
② 関係市町村					
〒510-8601 三重県四日市市諏訪町 1-5 四日市市 商工農水部 商業労政課 TEL : 059-354-8175 / FAX : 059-354-8307 E-mail : syougyourousei@city.yokkaichi.mie.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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○専門家派遣費	300	300	300	300	300
○セミナー開催費	200	200	200	200	200
○チラシ作成費	300	300	300	300	300
○展示会等出展費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○「Biz ミル」等 ソフト活用費	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
会費、国補助金、県補助金、市補助金、参加者負担金 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	