

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>市川町商工会（法人番号：7140005014594） 市川町（地方公共団体コード：284424）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和2年4月1日～令和7年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>① 地場産業であるアイアンヘッド製造業をはじめとする地域産業の競争力強化 地場産業に従事する事業者をはじめ、地域内で構成比の高い製造業者への支援を重点的目標とし、小規模事業者の乏しい経営資源を補い、競争力を強化するため、販路開拓支援や事業承継及び経営計画策定支援を行う。</p> <p>② 「魅力ある店舗」づくりと情報発信による販売力強化 小規模事業者それぞれが、個社の強みを認識し、ニーズを的確に捉え、特色ある商品やサービスを充実させ、積極的かつ効率的に外部に情報発信する事が出来るよう販路開拓支援や新規顧客開拓支援、新商品開発支援、起業支援等を行う。</p> <p>③ 「自然」、「農産物」、「食」、「農業」など地域の資源を活用した新たな魅力の創出 6次産業化など地域性を活かした特産品開発や、販路開拓のための取り組みを支援する。</p> <p>④ 職員の資質向上による支援体制の強化 目標達成のため職員の資質向上に取り組む事に加え、他の支援機関、および行政との連携により支援体制を強化する。</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 地域経済の動向を定期的に調査分析し、その結果を小規模事業者へホームページなどで情報提供する事により経営計画策定時における経営状況分析に有効活用し、小規模事業者の持続的発展のための実現性の高い事業計画策定に役立てる。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者に対して、財務状況や自社のもつ強みや弱み等の内部環境や置かれている経営環境を正しく把握できるように経営状況を分析して課題解決に役立てる。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者の販売促進、収益性の向上を目指し、「成り行き経営」からの脱却を図るため、セミナー、巡回指導、専門家と連携した個別指導などにより、精度の高い事業計画策定を支援する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者に対し、立案した計画が着実に実践されるよう定期的に巡回指導を実施し、進捗状況を確認、必要に応じて追加的支援を行う。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の自社商品やサービス等について調査を行い、顧客ニーズを把握した上で、販路開拓や新商品の開発に活かすことが出来るよう、整理分析した情報を提供する。</p> <p>6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓を目指す小規模事業者に対し、自社の市場にあった展示会、商談会の情報提供や、新たな販路開拓の機会を創出するだけでなく、自社のPR能力を向上させることで新規販路開拓につなげ、売上や収益の増加を目指す。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 地域が抱える課題を行政、商工会、小規模事業者、各種地域団体が共有し、課題克服に向かって取り組む事業を実施することで、地域経済の活性化を図る。</p>
<p>連絡先</p>	<p>市川町商工会 〒679-2315 兵庫県神崎郡市川町西川辺 163-1 TEL：0790-26-0099 FAX：0790-26-0674 E-mail：info@ichikawa-hyogo.jp</p> <p>市川町地域振興課 〒679-2315 兵庫県神崎郡市川町西川辺 165-3 TEL：0790-26-1015 FAX：0790-26-3121 E-mail：shinkou@town.ichikawa.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) 地域の現状及び課題

①市川町の現状

市川町は、兵庫県中央からやや南西の神崎郡のほぼ中央に位置し、北は神河町、南は福崎町と隣接しており、面積 82.67 平方キロメートル、人口 12,022 人（令和元年 8 月末現在）、面積の約 4 割が山林の中山間地域の町である。昭和 30 年に 4 カ村が合併し、「市川町」として発足した。

J R 播但線、国道 312 号、また山陽自動車道と中国自動車道が接続する播但連絡道路などの交通網が整備され、通勤・通学圏は姫路市、神戸市などにも広がっている。

ただ、商業集積や目立った観光資源がなく、これといった特色や魅力がないことから、隣接する神河町、福崎町や姫路地域への「通過点」となっており、まちの人口は昭和 60 年の 15,354 人をピークに減少が続き、流出が止まらない状況である。平成 17 年から比較すると約 12%減少しており、現在県内で 2 番目に人口の少ない町となっている。

平成 28 年経済センサスによると、町内小規模事業者数は 375、産業別構成は建設業が一番多く全体の 28%、次に製造業 24%、サービス業 18%、卸小売業 14%、飲食宿泊業 6%となっている。産業別の売上金額、従業員数については製造業が突出しており、市川町の産業基盤となっている。また中でも唯一の特色と言えるのは、日本のゴルフクラブ（アイアン）製造の発祥の地であり、構成比としては大きくないが地場産業として 14 社の事業所がゴルフクラブの研磨やメッキ処理、組立などに携わっており、その製品は国内にとどまらず海外に輸出され高い評価を得ている。



(市川町小規模事業者数及び産業別構成)「H28 経済センサス」

小規模事業者数	建設業	製造業	卸・小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他
375	105	90	53	22	67	38
構成比 (%)	28	24	14	6	18	10

②市川町の課題

【建設業・製造業】

市川町の小規模事業者数から見ると、建設業と製造業の構成比率が大きい事が特徴である。両業種とも近隣都市の大、中小企業からの下請け孫請けの事業者が大半であり、熟練した技術を有しているが、受注量の確保だけでなく後継者不足や労働力の確保など人材不足が深刻な課題となっている。

特に製造業は自動車部品、電装品、産業機械部品などの2次製品、3次製品がほとんどで、一部の企業は定期的な設備投資により付加価値の高い仕事を受注しているが、多くは長く続いた経営不振や後継者などの人材不足から、設備投資や新たな取り組みに踏み切ることが出来ず、採算性は悪化している。

地場産業であるアイアンヘッド製造関連事業については、メーカーとして自社ブランド製品の展開が可能な分野であり、近年はメイドインジャパンの製品が国内外で見直されているものの、いまだに知名度は低い。また職人気質の経営者も多いことから、技術や事業の承継についても課題となっている。

【商業・サービス業】

市川町は従来から商店街などの商業集積がなく、日常生活品及び食料品を取り扱う小規模小売店や喫茶店、仕出し食堂などの飲食店が地区ごとに点在しているが、全体的な数は少なく経営者の高齢化が進み、廃業が増加している。

町内商店数は昭和63年をピークに約40%減少しており、人口減少や個人消費低迷、播但有料道路のランプ付近に出店したマックスバリュをはじめとする中型商業店舗だけでなく、隣接する神河町、福崎町における大規模小売店の進出や商業集積化による買い物客の流出も重なり、販売額も平成6年頃をピークに減少傾向にある。

人口減少の中で、地域外からの需要を取り込むため自社の特色を活かした「魅力ある店舗」づくりと、観光と絡めた販路開拓支援、新規顧客開拓支援、新商品開発支援、若者の起業支援等が課題となっている。

【観光・農業】

県立自然公園に指定されている笠形山を中心とした地域に、町の施設である「リフレッシュパーク市川」や民間の日帰り天然温泉施設があり観光資源となっている。ただ、「リフレッシュパーク市川」のセールスポイントは生きているカブトムシと直接触れ合える「かぶとむしどーむ」であり、夏場以外は集客力がない。また笠形山周辺は公共交通機関がなくマイカーでの入込客がメインとなっており、観光施設や立ち寄る店舗が少ないため観光による経済効果は薄かった。

しかし近年、笠形山周辺地域を中心に有機農法による新規就農者が増えており、付加価値の高い農産物の販売、農業体験、農泊による集客なども試みている。また地名や地域の歴史などを題材にしたストーリー性のある農産物を栽培する地域もあり、農業を融合させた新たな魅力の創出、新商品開発支援、若者の起業支援等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

市川町では平成28年3月に総合計画を策定し、産業における施策の基本方針として『地域資源を活かし「いちかわ」の魅力を高めるまちづくり』と定め、後継者不足などの課題に対し、地域資源の発掘や魅力ある地域産業づくりに取りくむとともに、新たな取り組みへの挑戦や起業・創業に対して商工会や金融機関などと連携し支援するとしている。具体的には地場産業等の販路拡大の促進についての取り組みとして、①『ゴルフクラブ国産アイアン発祥の地という強みを伸ばし、地域ブランド力の向上を図る』、②『好評を得ている「ふるさと納税制度」を積極的に推進し、「市川町のお米」、「ゴルフクラブ」「卵」などの特産品をPRすることで販路拡大に努める』、③『「市川町」ならではの特色ある産物づくりを支援する』の3項目を掲げている。

市川町商工会では、この基本方針と取り組み内容、管内小規模事業者の現状と課題を踏まえ、地域の経済団体として地域産業の競争力を強化し小規模事業者の新たな魅力の創出を支援することで地域における商工業の振興を図るため、以下を「長期的な振興のあり方」と定め、小規模事業者の支援に努める。

【長期的な振興に向けた商工会のビジョン】

- ① 地場産業であるアイアンヘッド製造業をはじめとする地域産業の競争力強化
- ② 「魅力ある店舗」づくりと情報発信による販売力強化
- ③ 「自然」、「農産物」、「食」、「農業」など地域の資源を活用した新たな魅力の創出

（３）経営発達支援事業の目標

①地場産業であるアイアンヘッド製造業をはじめとする地域産業の競争力強化

地場産業であるアイアンヘッド製造関連事業については、職人気質の経営者も多いことから、厳しい経営環境の中で新たな取り組みに踏み切ることが出来ず、既存の取引先頼みとなっている。これら地場産業に従事する事業者をはじめ、地域内で構成比の高い製造業者への支援を重点的目標とし、販路開拓や事業承継及び事業計画策定支援を行う。これによって経営基盤を安定させ、生産性の向上を図り持続的発展へ繋げる。

②「魅力ある店舗」づくりと情報発信による販売力強化

「魅力ある店舗」づくりとは自らの強みを活かし、提供する商品及びサービスの充実だけでなく、おもてなしを向上させ、誰もが行ってみたいと思うような店づくりであり、小規模事業者それぞれが、個社の強みを認識し、顧客のニーズを的確に捉え、特色ある商品やサービスを充実させ、積極的かつ効率的に外部に情報発信する事が出来るよう販路開拓支援や新規顧客開拓支援、新商品開発支援、起業支援等を行う。

③「自然」、「農産物」、「食」、「農業」など地域の資源を活用した新たな魅力の創出

近年、有機農法による新規就農者が増えていることを踏まえ、農業を融合させた観光の振興に注力するなど、「自然」、「農産物」、「食」、「農業」など地域の資源を活用した新たな魅力の創出と観光産業の強化を図る。

具体的には、6次産業化など地域性を活かした特産品開発や、販路開拓のための取り組みを支援する。

④職員の資質向上による支援体制の強化

上記の目標を達成するために、職員の資質向上に取り組む事に加え、他の支援機関、および行政との連携により支援体制を強化する。

（４）目標の達成に向けた取り組み方針

①地場産業であるアイアンヘッド製造業は、業界における経済動向及び市場動向の調査を行い、消費者のニーズをつかむ。加えてマーケットを広げるため、子供たちを含めた若い世代のゴルファーに対する需要調査を行い、若年層のニーズを把握し、ゴルフ関連グッズなどを含めた商品開発や新たな取り組みに向けた事業計画を策定し実行出来るよう支援する。

また、地域内で構成比が高い製造業への支援を重点目標とし、他の製造業者についても職員の巡回訪問等により事業者の課題を抽出するなど経営分析を行い、需要を見据えた事業計画の策定を支援する。

さらに策定した計画の内容を踏まえ、販路開拓のための展示会、商談会出展などの実行支援に取り組む。

②「魅力ある店舗」づくりを図るため、小規模事業者それぞれが、個社の強みを認識し、経済動向及び市場動向の調査などにより需要を見据え、特色ある商品やサービスを充実させ、販売促進

に繋げる取り組みを実施できるよう、事業計画策定に関するセミナーの開催や個別相談会、職員による巡回指導により、情報発信力の強化、販路開拓、新規顧客開拓、おもてなし力向上のため小規模事業者が行う新たな取り組みを支援する。

③「自然」、「農産物」、「食」、「農業」など地域の資源を活用した新たな魅力の創出と観光産業の強化に向けて、需要動向調査、販路開拓支援、さらに観光協会と連携して情報発信支援を行う。

④兵庫県商工会連合会主催の職員研修会等には、小規模事業者支援の向上を目的とした意識を個々の職員に持たせて積極的に参加させ、支援における専門家のコーディネート力を向上させる。また、小規模事業者支援における専門家派遣時には、商工会職員が同行し個々の支援力を高め、経営支援に役立つ情報は経営カルテ（データベース）に入力し職員間の共有化を行い、支援能力の向上に取り組む。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和2年4月1日～令和7年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

商工会として経済動向の情報収集（聞き取りによる景況調査）や全国商工会連合会が行う「中小企業景況調査」は行っているものの、それらをホームページなどで広く公表はしていなかった。また内部において十分な分析や整理ができていないため、経済動向を踏まえた小規模事業者への支援に活かされていない。

〔課題〕

今後は地域経済動向の調査を定期的実施し、収集した情報を整理・分析して、小規模事業者の計画策定や経営判断に有用な情報を提供する必要がある。

(2) 事業内容

〔目的〕

地域の経済動向を調査分析し、その結果を整理・分析して小規模事業者へ情報提供することで、経営計画策定時における基礎情報、さらには経営の判断材料として役立つ。

〔収集を行う情報〕

ア) 中小企業景況調査（年4回）

全国商工会連合会が四半期ごとに行う「中小企業景況調査」の調査結果について、全国的な状況を踏まえた情報を収集し調査項目について整理・公表を行う。

- 【調査目的】** 全国の中小・小規模事業者の景気動向の把握。
兵庫県内及び管内における調査結果と比較するため。
- 【調査項目】** 景況、売上、利益、資金繰り、雇用、設備投資等
- 【分析手法】** 調査結果から調査項目についてのデータを抽出する。

イ) 兵庫県の経済動向調査 (年4回)

兵庫県産業労働部が発表する「兵庫県の経済・雇用情勢」等から兵庫県の経済動向についてのデータを収集し、調査項目について整理・公表を行う。

- 【調査目的】** 兵庫県内の中小・小規模事業者の景気動向の把握。
全国及び管内における調査結果と比較するため。
- 【調査項目】** 景況、需要、雇用等
- 【分析手法】** 調査結果から調査項目についてのデータを抽出する。

ウ) 管内の景気動向等について商工会職員が行う調査 (年4回)

管内小規模事業者 30 社を選定し、より詳細な実態を把握するため、四半期ごとに全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について直接面談により調査することで管内事業者の景況情報や経済動向を収集する。

- 【調査目的】** 管内の中小・小規模事業者の景気動向の把握
全国及び兵庫県内における調査結果と比較し、管内の情勢との違いを把握するため。
- 【調査対象】** 管内小規模事業者 30 社 (製造業、建設業、卸売・小売業、サービス業、農業からそれぞれ 5~8 社、製造業についてはゴルフ関連企業 2~3 社、また小売、サービス、農業から地域資源を活用した観光につながる取組みを実施する事業者 3~5 社含む)
- 【調査項目】** 景況、売上、利益、資金繰り、雇用、設備投資等
- 【調査手法】** 調査票を作成し、商工会職員が行う巡回訪問、窓口支援時にヒアリング
- 【分析手法】** 調査結果を経営指導員が中小企業診断士等の専門家と連携し経済・消費動向について把握し、分析を行う。

(3) 成果およびその活用

ア) 及びイ) については収集した調査結果の調査項目についてウ) の管内の調査結果と比較できるよう抽出する。

ウ) については収集した調査結果を、経営指導員が専門家等と連携し経済・消費動向について把握する。またア) 及びイ) のデータと合わせて比較ができるよう図や表を取り入れる等わかりやすく整理したものを、ホームページにおいて掲載公表し、広く管内事業者等に周知する。

地域経済動向調査を整理分析し、公表することで、小規模事業者が「地域経済の現状把握」ができ、より精度の高い事業計画を策定することができるとともに、今後の設備投資時期の判断など重要な経営判断の材料にすることができる。

また、商工会職員による、よりの確な指導が可能となり、これらの内容を全職員がミーティング等で情報共有し、経営支援を行う際の売上予測等の参考資料としても活用できる。

(4) 目標

調査結果を掲載公表し、経営上の指導・助言、経営状況の分析に活用し、小規模事業者の持続的発展につなげるための実現性の高い事業計画策定に役立てる。

内 容	単位	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
商工会ホームページでの公表回数							
ア) 中小企業景況調査	回	0	4	4	4	4	4
イ) 兵庫県の経済動向調査							
ウ) 管内景気動向調査							

※ア～ウの調査結果をそれぞれ項目ごとに比較できるように図や表に加工、整理し、同時に年4回公表する。

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

ほとんどの小規模事業者において、新たな事業への取り組みに踏み切れない理由の一つとして自社の実態を把握できていないことが挙げられる。

本商工会としても、小規模事業者経営改善資金申込者の財務内容の分析、持続化補助金等の申請者に対する経営環境等の分析以外は、本格的な経営分析をしていなかったため、個々の小規模事業者に対してタイムリーで効果的なアドバイスができていない。

〔課題〕

今後は経営状況の分析の重要性を伝え、小規模事業者が財務内容だけでなく、自身の知的資産などの強み、また弱みなど経営状況を的確に把握して事業展開できるよう、また、商品、サービスを顧客のニーズに合わせて変えていけるよう効果的な支援を**行っていく**必要がある。

(2) 事業内容

〔目的〕

小規模事業者に対して、財務状況や自社のもつ強みや弱み等内部環境や置かれている経営環境を正しく把握できるように経営状況を分析して効果的なアドバイスを行うことで、課題解決に役立てることを目的とする。

〔対象者〕

過去2年以内に経営相談、金融・税務・労働相談を受けた小規模事業者を中心に、巡回指導や窓口相談時に経営状況をヒアリングした際に経営分析の必要性が認められる事業者、ならびに管内の商工業者を対象に商工会が開催する事業計画策定に関するセミナー（経営課題解決セミナー（仮））を受講した小規模事業者などのうち意欲ある事業者を対象とする。

※経営課題解決セミナー（仮）P.8 ①事業計画の策定に関するセミナー 参照

〔分析する項目〕

小規模事業者の事業における商品、提供する役務の内容、保有する技術、又はノウハウ、従業員のスキル等の経営資源（強み）、また、売上・利益の阻害要因（弱み）について経営指導員及び事務職員のヒアリングにより分析する。

財務の内容については決算書等の財務諸表を確認し、売上高、売上総利益、営業利益、資産、負債の状況などを把握する。

〔分析の手段〕

財務分析については、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「小規模事業者の事業計画づくりサポートキット」等を活用して成長性（売上増加率）、収益性（営業利益率）、生産性（労

働生産性)、安全性(自己資本比率)などを分析する。

非財務項目については、SWOT分析(強み、弱み、機会、脅威)による経営環境の把握、経営課題の明確化を図る。専門的な経営課題については、兵庫県商工会連合会の専門家派遣やミラサポを活用して専門家を派遣し分析を行う。

(3) 成果の活用

分析結果を当該事業者にはフィードバックすることで、経営課題を明確化し、今後の事業計画策定の判断材料として役立てることができる。小規模事業者と経営指導員等が共に分析を行うことで、小規模事業者の状況を正しく把握し、効果的なアドバイスを行うことができる。また商工会内部でいつでも閲覧できる記録・保管方法を取り、情報を共有化することで小規模事業者に対しての継続的な支援に役立てることができる。

(4) 目標

経営実態の把握、及び分析を目的とした経営分析取組事業所の増加を図る。

支援内容	単位	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
経営分析件数	社	20	25	25	25	25	25

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

小規模事業者は、経営環境が変化している事は認識しているものの、将来を見据えた事業計画を策定した経験がない事業者がほとんどである。また事業計画策定の必要性に気づいていても、その方法がわからず、取り組む機会を逸している事業者も少なくない。

本商工会においては金融相談や持続化補助金等の申請者に対しての支援がほとんどで、小規模事業者にその必要性を十分に説明できていない状況である。

〔課題〕

今後は小規模事業者が事業計画の必要性を認識し、積極的に事業計画策定に取り組むことができるよう、セミナーの実施、専門家を活用した個別指導、巡回指導により支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

〔目的〕

小規模事業者が販売促進、利益向上等を目指し、自ら地域経済動向や経営状況分析の結果を踏まえ、需要を見据えた中長期的な観点で経営環境に対応した事業計画が策定できるよう支援する。支援により小規模事業者自らが、PDCAを実践し、「成り行き経営」からの脱却を図ることを目的とする。

〔支援対象〕

- ア) 事業計画策定に関するセミナー(経営課題解決セミナー(仮))の受講者で、事業策定に前向きな事業者
- イ) 巡回指導や窓口相談時のヒアリングにより経営分析を行い、計画策定に前向きで、新たな取り組みによって成長発展が期待できる事業者
- ウ) 現状に閉塞感があり、新たな取り組みを模索する必要があると認められる事業者、および資金調達の必要性のある事業者

(3) 事業内容

①事業計画の策定に関するセミナー（個別相談会含む）の開催

事業計画策定に関するセミナー（販路拡大、事業承継、事業継続等の事業所ごとの課題を抽出し各事業所に合わせた事業計画策定の支援を行うセミナー）として、「経営課題解決セミナー（仮）」を年1回開催し、より精度の高い事業計画の策定につなげる。

経営課題解決セミナー（仮）

（内 容） 販路拡大、事業承継、事業継続等、参加事業所がそれぞれの経営課題を抽出し、各事業所の課題解決のための事業計画策定支援を行う。

座学、グループワークなどによる2日間のセミナーで経営状況の分析及び経営課題の抽出を行った後、課題解決のための事業計画策定に前向きな受講者に対して中小企業診断士等専門家による個別指導（1社あたり3回）により、精度の高い事業計画の策定支援を行う。

（回 数） 年1回

（募集方法） 商工会ホームページにおいて募集案内掲載、管内小規模事業者等へのDM等

②経営指導員等による巡回指導・窓口相談及び専門家を活用した支援

経営分析を実施した小規模事業者のうち、計画策定に前向きな事業者、また現状に閉塞感があり、新たな取り組みを模索する事業者、資金調達のある事業者などを対象として、経営指導員及び事務局職員による巡回指導・窓口相談等により事業計画の策定支援を行う。

支援の方法としては上記の事業計画策定に関するセミナーのカリキュラムに合わせ、事業計画策定の必要性、地域動向や自社の経営状況把握、マーケティング戦略、ビジネスプランの作成、資金調達等について指導を行う。計画策定にあたっては、原則として経営指導員をはじめとした事務局職員が支援するものとするが、経営課題等によっては兵庫県商工会連合会の専門家派遣やミラサポなどを活用し、中小企業診断士等専門家による個別指導を受け、精度の高い事業計画の策定につなげる。

(4) 目標

セミナーや巡回・窓口指導による支援により、小規模事業者と経営指導員等が経営課題や経営目標を十分に理解、共有し、事業計画策定支援者の増加を図る。

支援内容	単位	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
事業計画策定件数	件	10	15	15	15	15	15

5. 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〕

小規模事業者においては事業計画の策定後、計画した事業が実行できないケースが見受けられる。また商工会においても計画策定支援には注力するが、事業者からの相談がない場合、実態を把握し、積極的な事業実施に係るフォローアップが十分できていない。

〔課題〕

今後は、定期的かつ積極的な巡回指導・窓口相談を行うことが出来るよう改善し、適正な進捗管理に努め、事業計画を円滑に実行するための支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

〔目的〕

事業計画の策定はあくまで手段であり、確実な計画の実行と実行後の検証、計画の見直しが重要であることを小規模事業者認識してもらおう。また、商品の販路開拓、販売PRについても支援するなど計画の確実な実行につなげる。

〔支援対象〕

事業計画策定支援を行い、需要を見据えた事業計画を策定した事業者すべてを対象とする。

(3) 事業内容

〔具体的な手段と頻度〕

ア) 進捗管理

支援により事業計画を策定した事業者を対象に、年4回の巡回指導又は窓口相談を行うことを原則とするが、計画の進捗状況などにより集中的に支援すべき事業者については訪問回数を増やすなど、事業者に合わせてフォローアップ頻度を設定する。具体的には支援対象15社の内、5社は2ヵ月に1回、10社は四半期に1回を目安とする。ただし、事業者の申し出等により、臨機応変に対応することとする。

イ) 計画の検証と見直し

四半期ごとの計画確認時や事業実績（想定された売上、利益の達成状況等）に計画との乖離が生じた場合は、その原因の検証を行い、専門家や他機関（兵庫県商工会連合会、ひょうご産業活性化センターなど）との連携により改善策を助言する。

また、計画の見直しが必要と認められる場合も専門家や他機関と連携して計画の見直しを支援する。

(4) 目標

すべての事業計画策定事業者がPDCAサイクルを確立し、確実な事業実施を行うことができるよう支援する。

支援内容	単位	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
フォローアップ対象事業者数	社	10	15	15	15	15	15
頻度（延回数）	回	40	70	70	70	70	70
売上増加事業者数	社	5	7	8	8	8	8
営業利益率2%増加事業者数	社	-	5	6	6	6	6

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

多くの小規模事業者は、商品・サービスの見直しをせず、従来からの商品やサービスを提供しており、消費者ニーズとの間でミスマッチが生じている状況もある。

商工会としても需要動向が変化していることは認識しているものの、その情報収集、整理、分析、および情報提供はできていない。

〔課題〕

今後は、個社及び業種別品目別の調査を行い、顧客が商品・サービスに求めるものは何かを調査し、得られた調査結果を整理・分析することで、商品構成の見直し、新商品開発に取り組むための判断材料とする。

(2) 事業内容

本町は日本のゴルフクラブ（アイアン）製造の発祥の地であり、地場産業として現在もアイアンヘッド製造事業者だけではなく、鍛造、メッキ処理、組立など関連する事業者も多い。そのため地場産業の底上げは、地域の活性化にも寄与するものと考える。

飲食・宿泊業を中心におもてなしの向上や「自然」、「農産物」、「食」など地域資源を活用して、特色ある商品やサービスの充実を図り、「魅力ある店舗」づくりを目指している事業者もあり、町外からの誘客効果による地域の活性化が期待できる。

上記のことからアイアンヘッド製造事業者、および地域資源の活用に努める飲食・宿泊業者を需要動向調査の対象とする。

① ゴルフ用品に関する調査

〔支援対象〕

管内のアイアンヘッド製造事業者の内、事業計画を策定し、新たな取り組みを実施する事業者

〔調査手段・手法〕

一般のゴルファーに対するアンケート

地域産業PRイベント「市川町ゴルフまつり」の会場に来場した、ゴルファーを対象に、地域事業者の商品を実際に触り、試打などを行うことにより、消費者の評価やニーズをつかむためのアンケート調査を行う。このイベントには一般のゴルファーやゴルフに興味を持つ家族連れが町内外から来場する。そのため管内アイアンヘッド製造業者にとって、消費者から商品の評価やニーズを直接聞くことができる絶好の機会である。アンケート回収目標数は各社50とする。

（調査項目）年齢、性別、ブランド、価格帯、形状、品質、素材、改良に関する意見等小規模事業者が新商品開発・改良を検討する上で必要となる項目を各事業者と商工会職員が意見交換して決定する。

※市川町ゴルフまつりのイベント詳細（P.11「地域イベントの概要」参照）

〔分析手段・手法〕

調査結果については事業者も交え、中小企業診断士等の外部専門家の意見を聞きつつ、事業者が販路開拓や商品開発、および商品改良を行う上で有効と思われる情報を分析・抽出する。

〔成果の活用〕

調査結果を整理し小規模事業者にフィードバックして、販路開拓や新商品開発、および既存商品の改良などの参考資料として活用してもらおうと共に、小規模事業者の経営分析（外部環境分析）や事業計画策定のための基礎資料として活用する。

また調査結果は、アイアンヘッド製造事業者だけではなく、鍛造事業者、メッキ加工業者、組み立て業者などゴルフクラブ製造工程に携わる外注先事業者に幅広く活用することができる。

② 飲食・宿泊業を中心とした商品・サービスに関する調査

〔支援対象〕

飲食・宿泊業を中心に「自然」、「農産物」、「食」、「農業」などの地域資源（具体的には「サツマイモ」「ニンニク」「そば」）を活用して、特色ある商品やサービスの充実を図り、「魅力ある店舗」づ

くりを目指している事業者の内、事業計画を策定し新たな取り組みを実施する事業者。

〔調査手段・手法〕

来店者や地域で実施するイベント（市川町ゴルフまつり、市川まつり、いちかわ産業祭）の来場者に対し、消費者ニーズをつかむためにアンケート調査を行う。

アンケート回収数は合計 100 とする。

（調査項目） 性別、年齢、商品、価格、味、パッケージ、量に関する意見等小規模事業者が新商品開発・改良を検討する上で必要となる項目を各事業者と商工会職員、中小企業診断士等の外部専門家と意見交換して決定する。

〔分析手段・手法〕

調査結果を事業者も交え、中小企業診断士等の外部専門家の意見を聞きつつ、事業者にとって必要な情報を分析・抽出する。

〔成果の活用〕

調査結果を整理し当該小規模事業者にフィードバックして、消費者ニーズをつかんだ特色ある商品やサービスの充実、地域資源を活用した商品開発の参考資料として活用してもらうと共に、小規模事業者の経営分析（外部環境分析）や事業計画策定のための基礎資料として活用する。

地域イベントの概要

イベント名	開催場所	時期	出店数	来場者数
	実施目的・内容等			
市川町ゴルフまつり	市川ゴルフ（市川町）	4月	17社	1,000人
	市川町ゴルフまつり実行委員会（市川町、商工会、ゴルフ関連事業者等で構成）主催。国産ゴルフアイアン発祥の地「市川町」を広くPRし、地場産業であるアイアンヘッド製造業者と他業種の交流により、町内外の住民がゴルフと親しむ場を提供することを目的として実施する地域産業のPRイベント。市川町内のショートコースゴルフ場（市川ゴルフ）で、オープン競技やゴルフレッスン、試打会などのゴルフ関連イベントをはじめ、飲食コーナー、キッズコーナー、市町のPRコーナーなど様々催しを行っている。			
市川まつり	市川町文化センター（市川町）	7月	16社	6,500人
	市川まつり実行委員会（市川町、商工会、教育委員会、文化協会、老人会、消防等各種団体で構成）主催。ふるさと市川町の良さを再発見できるような、「100%いちかわ」をコンセプトとし、多くの町民が一堂に会する機会を創出することで、地域の活性化を図るとともに地域間のつながりを深めるためのイベントで、町内企業などが出店するテント販売や各種団体によるステージイベント、花火大会などを行っている。			
いちかわ産業祭	市川町文化センター（市川町）	11月	70社	5,000人
	市川町商工会、兵庫西農業協同組合市川支店主催。商工業だけでなく農業等も含めた地域産業をアピールし、参加者、消費者それぞれの相互交流を深めると共に賑わいを創出し、地域経済の活性化を図ることを目的とし実施するイベント。地域の特産品や美味しいもの、商工製品、新鮮野菜、手作り品などを一同に集めたフリーマーケットやテント販売、農産物品評会、地元企業が子供たちに仕事を体験させる職業体験コーナーなどの催しを実施している。			

(3) 目標

支援対象	単位	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	合計
支援する個社の数（アイアンヘッドメーカー）※1	社	-	2	2	2	2	2	10
支援する個社の数（地域資源活用関連業者）※2	社	-	3	3	4	4	4	18

※1 ゴルフ製造関連事業者は14事業者、そのうちアイアンヘッド製造事業者は10社である。（4社は外注先であり、10社を支援することで4社にも影響を与える）5年で10社を対象とする。

※2 町内22の飲食・宿泊業等を中心とした観光産業につながる事業者を重点的に支援するため、町外からの誘客に向けた「魅力ある店舗」づくりを目指し、地域資源等（サツマイモ、ニンニク、そば等の農産物）を活用し特色ある商品開発やサービスの充実を行う事業者で、5年で18社程度を対象とする。

7. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

小規模事業者の中には、自社商品やサービスの販路開拓に習熟していない者が多い。また、ターゲットとなる市場やニーズを把握せずに営業活動を行っている場合もあり、新規顧客を開拓するための展示会・商談会に出展しても、十分な成果が得られない場合が多い。

〔課題〕

本商工会では、事業計画策定支援対象事業者及び販路開拓を目指す小規模事業者に対し、他団体等が開催する展示会や商談会などの情報提供を行うだけでなく、商品・サービスのブラッシュアップ、ターゲットとする市場の把握などを行ったうえで、効果的なプレゼンテーション手法など、出展及び商談に向けた事前指導や出展後の顧客管理等も含めたサポートを行う必要がある。

(2) 事業内容

新たな販路開拓を目指す小規模事業者、新商品・新サービスなどの売込みを図る小規模事業者に対し、自社の市場にあった展示会、商談会の情報提供や、新たな販路開拓の機会を創出する。また、自社のPR能力を向上させ、引き合いや商談件数の増加、および成約件数の向上を図ることで新規販路開拓につなげ、売上や収益の増加を目指す。

①展示会、商談会等へ出展する小規模事業者への支援（B to B）

【支援に対する考え方】

小規模事業者自身の営業活動では開拓し得ない首都圏等、広範囲な販路を獲得するために展示会等への出展を支援する。

【支援対象】

管内のアイアンヘッド製造事業者および事業計画策定を実施した事業者の中で、販路開拓に特に意欲がある事業者をそれぞれの展示会において1社選定する。

（集中的な支援を実施するため各展示会の出展事業者は毎年1社に絞り込む）

【支援内容】

国際フロンティア産業メッセ、大阪ギフトショーにおいて出店する小規模事業者、またゴルフ用品業界団体の展示会などに出展する小規模事業者に対して、新たな需要の開拓に向けた支援を実施する。

具体的には、外部専門家とも連携を図り下記のように支援を実施する。

(展示会出展前の支援)

商品等のブラッシュアップ、成約率を上げるためのプレゼンテーション手法やマスコミに向けたプレスリリース作成。

(出展中の支援)

事業者とともにバイヤー等のニーズを聞き取るなど事業者をホローする。

(出展後の支援)

名刺交換した商談相手へのアプローチ支援、バイヤーからヒヤリングしたニーズの整理など、商談成立に向けた実効性ある支援を実施する。

展示会名	開催場所	時期	出展数	来場者数
	内容等			
国際フロンティア産業メッセ	神戸国際展示場	9月	520社	30,000人
	国際フロンティア産業メッセ 2019 実行委員会主催の企業や大学・研究機関による先端技術の紹介や新事業創出の基盤となる製品展示を中心に、基調講演、特別講演、各種セミナーや交流会など多彩なプログラムを展開し、技術交流・ビジネス マッチングを進める西日本最大の商談展示会			
大阪インターナショナルギフトショー	大阪マーチャンダイズ・マート	9月	117社	21,000人
	株式会社ビジネスガイド社主催の関西で唯一の雑貨と販促品の総合見本市。パーソナルギフトマーケットに携わる国内外の流通関係企業が対象。製品などの展示を中心に、実践に生かせる後援型セミナー等も開催している。			
ジャパンゴルフフェア (想定)	パシフィコ横浜	3月	219社	60,000人
	日本ゴルフ用品協会主催のアジア最大のゴルフショー 国内外のゴルフ用品メーカー及びゴルフ関連企業、観光団体、各種アパレルメーカーなど、ゴルフ産業に携わる多くの企業が参加する。ゴルフ用品メーカー等の製品展示のほか、プロゴルファーのトークイベント、参加型の体験イベントをはじめ、各メーカーのクラブの試打や講演会なども実施している。			

②個店の販売促進支援 (B to C)

【支援に対する考え方】

小規模事業者自身では、魅力ある店作り、IT、SNS、マスメディアの活用など体系的な販売促進活動の実施が困難であるため、商工会が取り組みの手順を示すなど寄り添って支援する。

【支援対象】

飲食業を中心に町外からの誘客に向けて特色ある商品・サービスの充実、地域資源等を活用した商品開発などを実施する事業者

【支援内容】

飲食店や観光関連事業者が新規顧客増加・リピート率向上によって販売促進効果を高めるため、個々の店舗に応じて、店舗診断、ホームページ、SNS (店舗に応じて Facebook、LINE@、インスタグラム) を利用したPR方法 (見せ方、キーワードの活用等具体的な内容) やマスコミに向けたプレスリリース作成などの自社 (自店) のPR能力向上を支援する。また、外部専門家とも連携した店舗診断など個別指導を実施することで「魅力ある店舗づくり」を支援する。

(3) 目標

① B to B 支援目標

支援内容	単位	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
国際フロンティアメッセ 出展事業者数	社	1	1	1	1	1	1
国際フロンティアメッセ 出展支援による成約件数	件	-	1	1	2	2	2
大阪ギフトショー出展事 業者数	社	1	1	1	1	1	1
大阪ギフトショー出展支 援による成約件数	件	1	1	1	2	2	2
ゴルフ用品業界団体の展 示会出展事業者数	社	1	1	1	1	1	1
ゴルフ用品業界団体の展 示会出展支援による成約 件数	件	-	1	1	2	2	2

② B to C 支援目標

支援内容	単位	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
販売促進支援事業者数	社	-	1	1	2	2	2
販売促進支援による年間 売上増加額/社	万円	-	30	30	30	30	30

II. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

これまで、市川町、商工会、観光協会などの共同開催による「観光客誘致のためのイベント」や、商工会単独のイベントを実施してきた。これらの事業は交流人口の増加には一定の成果があったが、一過性のものが多かった。

〔課題〕

今後の事業においては、地域が抱える課題を行政、商工会、観光協会等が共有し、課題克服に向けて事業を実施することで、地域経済の活性化に取り組む。

(2) 事業内容

① いちかわ産業祭（年1回）の実施といちかわ産業祭実行委員会（年3回）の開催

商工業だけでなく農業等も含めた地域産業をアピールし、参加者、消費者それぞれの相互交流を深めると共に賑わいを創出し、地域経済の活性化を図ることを目的とし実施するイベント。地域の特産品や美味しいもの、商工製品、新鮮野菜、手作品などを一同に集めたフリーマーケットやテント販

売、農産物品評会、地元企業が子供たちに仕事を体験させる職業体験コーナーなどの催しを実施している。(年1回実施、イベント詳細についてはP.11「地域イベントの概要」参照) 今後は町の産業、町内の事業所、およびその取扱商品、また特産品のアピールに注力する。

同事業が一過性のものにならず、地域資源を活かし「いちかわの魅力を高めるまちづくり」に資する事業となるように、商工会、市川町、市川町観光協会、兵庫西農業協同組合市川支店などの関係者が一同に参画し、「いちかわ産業祭」の実施内容の協議とその効果を検証するため、「いちかわ産業祭実行委員会」を定期的に年3回開催する。

②市川町ゴルフまつり(年1回開催)への参画と市川町ゴルフまつり運営委員会(年6回)への参加

市川町、地場産業であるアイアン製造関連企業及びゴルフ場等と共同で、「日本のゴルフアイアン製造発祥の地いちかわ」として、その技術をPRするイベント「市川町ゴルフまつり」を年1回開催しており、商工会は引き続き運営者の一員としてその役割を果たす。(イベント詳細についてはP.11「地域イベントの概要」参照)

また同事業の実施内容の協議とその効果を検証するため、市川町、アイアン製造事業者、ゴルフ場、飲食業者などの関係者が一同に参画する「市川町ゴルフまつり運営委員会」(年6回開催)に参加する。

III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組

9. 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〕

これまで商工会が関係機関と実施していた情報交換においては、主に経営環境や市場動向など、表面的な情報交換にとどまっていた。

〔課題〕

今後は、行政、外部支援機関、及び外部専門家や隣接商工会等と連携し、小規模事業者の支援につなげていくために必要なノウハウや支援情報の共有に重点を置き、より有益な情報の共有に努める。

(2) 事業内容

①行政、金融機関との連携

市川町と金融機関(但陽信用金庫、みなと銀行、播州信用金庫、姫路信用金庫)で構成する「市川町中小企業振興資金にかかる打合せ会議」に年1回参加し、経済に関する情報の共有や、創業支援に関する情報交換を行うことで、管内小規模事業者の実情を把握する。

②日本政策金融公庫との連携

日本政策金融公庫が開催する「経営改善貸付連絡協議会」に年1回参加し、管内の経済動向や金融支援事例、他金融に関する情報交換を行い、管内小規模事業者の実情を把握する。

③県下の商工会との連携

兵庫県商工会連合会が開催し、県下事務局長及び県連幹部職員が参加する事務局連絡会(年2回)及び中播磨地区商工会連絡協議会(姫路市商工会・神河町商工会・市川町商工会・福崎町商工会)が実施する会議(年6回)、チーフコーディネーター研修連絡会(年3回)に参加して商工会同士の連携を深め、先進的な取り組みや支援ノウハウ等の情報を得る。

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

これまで、主に兵庫県商工会連合会が主催する各種研修会に参加してきたが、職員の支援能力のバラつきがあり、全職員が事業計画の策定や経営状況の分析などについて支援できる体制が十分ではない。

〔課題〕

今後は、兵庫県商工会連合会、中小企業大学校等が主催する経営分析研修会や事業計画策定支援研修会等に経営指導員等が積極的に参加し、資質向上を図ることで支援に必要なスキルを習得する。また、習得した内容・情報等を全職員で共有化することにより職員全体の資質を向上させる。

（２）事業内容

① O J Tにおける資質向上

経営指導員および一般職員が、小規模事業者の課題解決のために専門家派遣をおこなう際に、必ず同行することで専門家の指導ノウハウや手法を学び職員自身の資質向上を図る。

② O f f – J Tにおける資質向上

ア) 兵庫県商工会連合会及び中小企業大学校等における研修

経営指導員及び一般職員に不足している能力を特定した上で、それを補うために下記の研修への参加を実施する。具体的には、経営分析研修、経営計画策定支援研修、経営革新フォローアップ研修、経営支援コミュニケーションスキル向上研修、販路開拓支援研修など、兵庫県商工会連合会及び中小企業大学校が実施する研修に職員を計画的に毎年受講させる。また、兵庫県商工会職員協議会中播磨支部が実施する経営支援研修を職員に毎年受講させる。

イ) W e b 研修

全国商工会連合会が実施する Web 研修（e ラーニング）を経営指導員及び一般職員全員が受講し、経営支援全般に係る支援能力を身に付け、経営支援員間の能力のバラつきを軽減する。

③ 組織内での共有体制

経営指導員等が習得した支援ノウハウや支援情報等を、毎月実施する、職員会議時に、支援内容の発表や検討を行い、情報の共有をすることで、全職員が資質向上を図り、検討内容をデータ化し、いつでも閲覧できるようにすることで、小規模事業者の支援に活用する。

取組み	単位	現状	2 年度	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
県連合会等の研修会等への参加（延べ数）	人	12	12	12	12	12	12

1 1. 事業の評価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〕

これまで事業の評価見直しをするための委員会を設置しておらず、事業計画及び実施について P D C A サイクルを回し、見直しを行う仕組みづくりができていなかった。

〔課題〕

経営発達支援計画が円滑に実行されるように、その進捗状況、実施状況の評価・検証、および計画の見直し等を実施する仕組みを構築するために、毎年 1 回評価委員会を開催し、経営発達支援計画の効果的な P D C A サイクルを構築する。

(2) 事業内容

○評価委員会の設置

経営発達支援事業をより効果的なものにするための諮問機関として委員会を設置する。また、外部有識者を委員に含むことで、より公平かつ公正な事業評価を行う。

○評価委員会委員の構成

- ・ 中小企業診断士等の外部有識者 1名
- ・ 商工会正副会長及び事務局長 4名
- ・ 行政（役場地域振興課） 1名
- ・ 兵庫県商工会連合会広域指導センター 1名
- ・ 法定経営指導員（予定者） 2名

○評価・見直しについて（年1回）

評価委員会により年度の第4四半期（1月～3月）にさしかかる時期に、事業の実施状況（定性目標の到達度、およびその効果）など事業の成果を評価し改善点を検証する。その意見をもとに内容を検討し、見直しも含め次年度の計画に反映させる。

○公表について

事業の結果・評価・見直し結果などを毎年ホームページなどに掲載し、誰にでも閲覧可能とする。

(別表2)

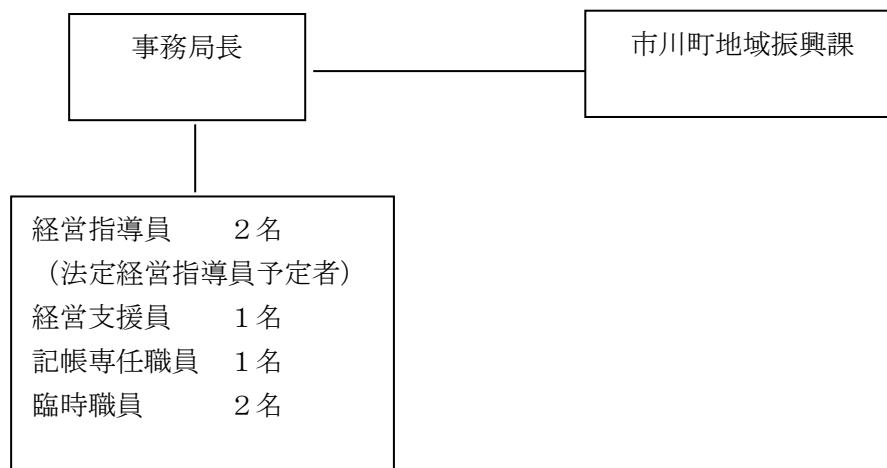
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和元年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)

担当事業	職務・役割	統括責任者	主担当	副担当
経営発達支援事業	<ul style="list-style-type: none"> 地域の経済動向調査 経営状況の分析 事業計画策定支援 事業計画実施支援 需要動向調査 需要開拓(販路開拓)支援 	事務局長	経営指導員 (法定経営指導員予定者) 2名	事務局職員 2名
地域経済の活性化に資する事業	<ul style="list-style-type: none"> 特産品開発事業 地域振興事業 			
支援力向上に資する事業	<ul style="list-style-type: none"> 支援ノウハウ情報交換等 資質向上に関すること 			
事業の評価・見直し管理	経営発達支援事業評価委員会			



(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 法定経営指導員の氏名、連絡先

(法定経営指導員予定者)

氏名: 森口幹子 連絡先: 市川町商工会 TEL. 0790-26-0099

氏名: 宮本浩行 連絡先: 市川町商工会 TEL. 0790-26-0099

②法定経営指導員による情報の提供及び助言
経営発達支援事業の実施にかかる指導及び助言、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商工会／商工会議所

〒679-2315

兵庫県神崎郡市川町西川辺 163-1

市川町商工会

TEL. 0790-26-0099 / FAX. 0790-26-0674

E-mail info@ichikawa-hyogo.jp

②関係市町村

〒679-2315

兵庫県神崎郡市川町西川辺 165-3

市川町地域振興課

TEL. 0790-26-1015 / FAX. 0790-26-3121

E-mail shinkou@town.ichikawa.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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	4,900	5,000	5,100	5,200	5,300
専門家委託費	500	500	500	500	500
セミナー開催費	200	200	200	200	200
専門家派遣費	2,000	2,100	2,200	2,300	2,400
展示会出展費	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200

(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
会費収入、市川町補助金、兵庫県補助金、受託料収入、手数料等

(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