

## 経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	板倉町商工会 (法人番号 5070005006592) 板倉町 (地方公共団体コード 105210)
実施期間	令和 5 年 4 月 1 日 ~ 令和 10 年 3 月 31 日
目 標	<p>① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現する。</p> <p>② 小規模事業者との対話と傾聴を通じ、個々の課題を設定したうえで地域経済を支える小規模事業者の潜在力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みへつなげる。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3 地域の経済動向調査に関すること ビッグデータの活用や地区内の景気動向を把握することにより、事業計画策定や経営改善計画策定に役立てる。</p> <p>4 需要動向調査に関すること 展示会や店頭でのアンケート調査を実施する。実施したアンケートについては分析を行い消費者ニーズの把握に努める。</p> <p>5 経営状況の分析に関すること 「ローカルベンチマーク」「経営計画つくるくん」など、さまざまなツールを活用しながら「財務分析」「SWOT分析」を実施し、個々の経営状況を把握するとともに事業計画策定に役立てる。</p> <p>6 事業計画策定支援に関すること 売上・利益の確保を図るため、実現可能性の高い事業計画策定を支援する。</p> <p>7 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後に生じた問題点・新たな課題解決のために、「指導員の訪問」「専門家派遣」などのきめ細かな伴走型の支援を実施することにより計画の着実な進行をサポートする。</p> <p>8 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 県内外の展示会に出展する事業者を支援するとともにITを活用した新規需要の掘り起こしを支援する。</p>
連絡先	<p>【板倉町商工会】 住所 〒374-0132 群馬県邑楽郡板倉町大字板倉 1691 番地 1 TEL : 0276-82-0224 FAX : 0276-82-1247 E-mail: info@itakura-s.jp</p> <p>【板倉町産業振興課】 住所 〒374-0192 群馬県邑楽郡板倉町大字板倉 2682 番地 1 TEL : 0276-82-6139 (直) FAX : 0276-82-2758 E-mail: k-shoko@town.itakura.gunma.jp</p>

【産業】

当地区における商工業者総数・小規模事業者数について、平成24年度においては、それぞれ617事業者・557事業者であったが、令和2年度においては536事業者・442事業者となっている。商工業者数・小規模事業者数ともに減少しているが、小規模事業者の減少割合が高くなっており、相対的に小規模事業者の割合が著しく低下している。

《 商工業者・小規模事業者数※ 》

項目	平成24年	平成28年	令和2年
商工業者総数	617	610	536
小規模事業者数	557	506	442
小規模事業者の割合	90.3%	83.0%	82.5%

(経済センサス活動調査からの情報を基に県が独自集計)

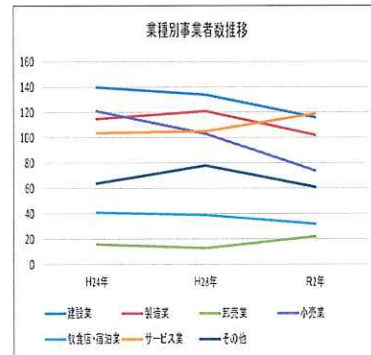
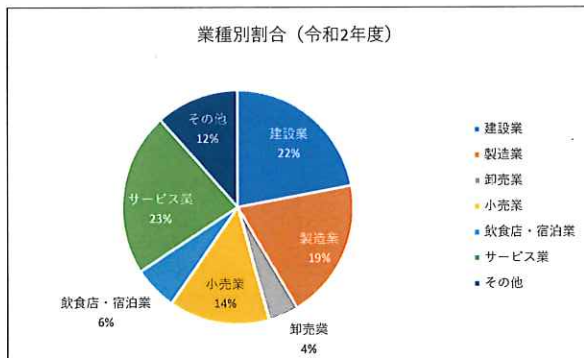
業種別の事業者数推移では、サービス業が増加傾向となっている。その他の業種については、令和2年度に卸売業が増加となったが、それ以外の業種は減少傾向となっている。特に小売業においては事業者数の減少が大きく、令和2年においては平成24年と比較し約38.8%の減少率となった。

令和2年度における業種別事業所数は、サービス業の占める割合が最も高く22.6% (119者) となっている。次いで建設業22.1% (116者)、製造業19.4% (102者) となっている。当地区における業種によるバラツキは比較的少ない。

《 業種別事業者数の推移 (群馬県商工会連合会「商工会の現況」調査) 》

業種	平成24年	平成28年	令和2年	割合
建設業	140	134	116	22.1%
製造業	115	121	102	19.4%
卸売業	16	13	22	4.2%
小売業	121	103	74	14.1%
飲食店・宿泊業	41	39	32	6.1%
サービス業	104	105	119	22.6%
その他	64	78	61	11.6%

※ 前表には「定款会員になり得る商工業者以外」の事業者も含まれているが、左表にはこれを含まない。



【交通】

町内には国道354号が通じ、東武日光線の「板倉東洋大前駅」、4km西には東北自動車道館林ICがある。また、令和3年3月31日に広域公共路線バス「館林・明和・板倉線」が廃線となった。これに伴い、代替交通手段として、令和3年4月1日から板倉町コミュニティバスが運行されている。

【観光資源】

当地区の観光資源として、「ラムサール条約に登録された渡良瀬遊水地」「3つの県で構成される1か所の県境である三県境」「関東に多く点在する雷電神社の総本宮である雷電神社」「菅原道真を祀り、全国でも珍しいとされる百人一首の天井画がある高鳥天満宮」などがある。

【特産品】

町の主産業は農業で、米とキュウリのハウス栽培、露地ナス栽培を中心に幅広い作物が栽培されている。特にキュウリとナスは共に全国2位の出荷量を誇っている。また、「ウナギ・コイ・ナマズ・フナ」などの川魚も特産品となっている。

【板倉町総合計画 (令和2年度～9年度) からの引用】

「板倉町総合計画」の「基本構想 本論」における「まちづくりを支える6つの方針」の【産業振興】において、次の方針が示されている。

サービス業の業種は「理美容業」「自動車整備業」などの業種が多い。独自のサービスを提供している事業者もいる一方で旧態依然のサービスを継続している事業者も多く2極化が進んでいる。

飲食業においては、事業者の占める割合はそれほど高くない。ほとんどの店舗が地区内の住民を顧客ターゲットとしており、地区内の人口減少による影響を大きく受けている。また、新型コロナウイルスの影響により苦境に立たされている事業者も多い。

いずれの業種においても事業主の高齢化が進んでいる。

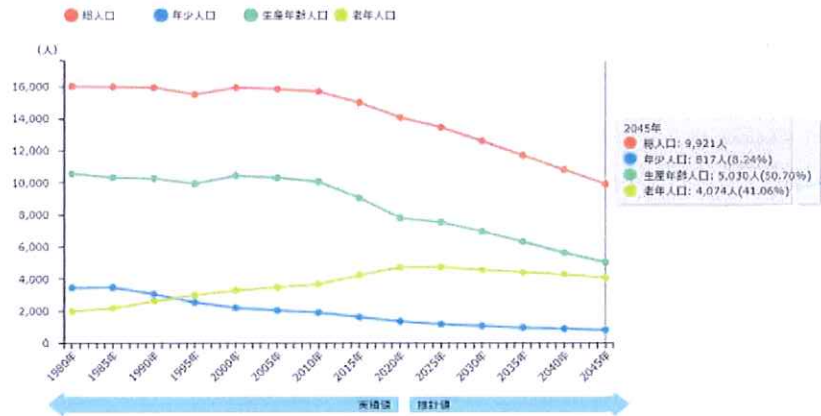
上記を勘案した課題として、「大型店との差別化」「デジタル化による経営の効率化」「ネット販売への取組」「事業承継への取り組み」などが挙げられる。

## (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

RESAS（地域経済分析システム）によると、板倉町の人口は今後減少を続け、2045年には、総人口は1万人を割り9,921人、生産年齢人口は5,030人、老年人口4,074人になると予想されている。

それにより地区内の市場規模は縮小し、このままでは10年後には、小規模事業者数の相当数が廃業してしまう可能性もある。



当地区の生活を支える小規模事業者が持続的に発展していくことが地域振興において重要であり、小規模事業者の発展と雇用の創出を支えていくことが商工会の使命である。そのためには、自社の「強み」を活かした他社とは異なる高付加価値経営を実現し、事業継続への「強い思い」を持ってもらうことが必要である。その方法として、事業者の規模やレベルなどの実情に合わせた経営分析を行い、事業計画の策定からその後の実行支援へとつなげていく過程で事業者のやる気を引き出し、自発的な経営改善へと導いていくことが支援の中心となる。

それらを実現するためには、当商工会の支援体制の更なる充実と質の向上が必要である。経営指導員等のスキルアップによる支援力の向上、他の支援機関、専門家との連携を強化するなど、相談・支援体制の整備を進めていく。

また、全業種において、自社製品やサービスの情報発信力が弱い状態となっている。独自技術やサービスを持つ事業者の顧客獲得のためには、ネットを活用した情報発信が必須である。デジタル化やIT化を進めることにより、DXによるビジネスモデルの転換が求められている。

### ② 「板倉町総合計画（令和2年度～9年度）」との連動性・整合性

#### 「産業振興 3- ② 商工業の振興」との整合性

「板倉町総合計画」の「産業振興 3-② 商工業の振興」において、「地元企業の活性化」として「町内の商工業者が加入する板倉町商工会への支援を通じ、金融・労務税務・財務支援のほか、高齢化する事業者への事業承継や、町内事業者の販路開拓、新商品開発支援などを通じて町内事業所の発展を図ります」と記載されている。当発達支援計画においても、地区内の小規模事業者に対して「販路開拓」「新商品開発」などへの支援を通して、「町内事業所の発展」を図ることを考慮している。

### ③ 板倉町商工会としての役割

当商工会は、平成30年度より取り組んでいる経営発達支援計画に基づき、当地区の小規模事業者の持続的な発展のために、事業者に密着した伴走型支援を行ってきた。これからもこの姿勢を変えずに、当地区の「中核支援機関」「身近な支援機関」として、気軽に相談に来てもらえるような体制を整えていく。

また、行政（板倉町）との連携を密にし、小規模事業者の現状や問題点・課題などの「生の声」を行政に伝えることにより、行政が立案・実施する施策等に反映させることで、町全体が一体となり、地域経済の振興・発展に寄与できる体制づくりを構築する。

小規模事業者を取り巻く環境は厳しい状況にあるが、長年地域で培ってきた信頼関係を有効に活用し、他のさまざまな支援団体との連携を図ることで、地域の中核的支援団体としての役割を果たしていく。

【調査項目】

「地域経済循環マップ」「生産分析」により、何で稼いでいるかを分析する。

「まちづくりマップ・From-To分析」を行い、人の動きなどを分析する。

「産業構造マップ」により、産業別の現状を分析する。



② 地区内の景気動向分析

当地区の景気動向等について詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を参考に、独自の調査項目を設定し地区内の小規模事業者の景気動向等について調査・分析を行う。

【調査手法】 調査票を郵送し返信用封筒で回収する。回収したデータを経営指導員が整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】 製造業、建設業、小売業、飲食業、サービス業（各業種 20 者・合計 100 者）

【実施回数】 年 1 回（10 月）

【調査項目】 売上高・仕入価格・利益・仕入状況・資金繰り・設備投資の有無など

(4) 成果の活用

情報収集し調査・分析した結果を当会ホームページに掲載し、管内事業者に周知するとともに各事業所の事業計画策定に活用する。また、当会において情報共有を行い、事業所の事業計画策定や経営改善計画策定に活用して行く。

4 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が売上・利益の確保・向上を図るためには、提供する商品・サービスについて消費者ニーズや市場動向等、需要動向を把握することが必要であるが、多くの小規模事業者はその必要性を認識しておらず、情報収集や調査を実施していないのが現状である。また、当商工会においても、経営指導員が巡回訪問時に事業者が話す需要動向の変化等について受動的に聞く程度で、分析等は行っていない。

今後は、需要動向調査の必要性を説明するとともに、事業者が需要動向調査を行う際には積極的にサポートを行い、新商品・新サービスの市場ニーズの把握を行う。

(2) 目標

支援内容	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 展示会におけるアンケート調査支援対象事業者数	0	2者	2者	2者	2者	2者
② 店頭におけるアンケート調査支援対象事業者数	0	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

① 展示会におけるアンケート調査 (BtoB)

販路開拓を目的として開催される展示会に出展する事業者に対して、顧客ニーズの把握や新商品開発を目的としたアンケート調査を実施する。具体的には、独自の技術を持つプラスチック加工メーカーや金属加工メーカーを対象とし、県内外で開催される展示会（群馬ものづくりフェア・機械要素技術展 (M-Tech) など）に出展する事業者の支援を行う。

(2) 目標

支援内容	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①セミナー開催件数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	—	12者	13者	14者	15者	16者

(3) 事業内容

① 経営分析を行う事業所の掘り起こし（経営分析セミナーの開催）

毎年実施している金融相談会や各種セミナーに参加する事業者などを対象に経営問診票や経営問診票活用マニュアル等を活用しながら対象事業所の経営状況の概況を把握するとともに経営分析等を行い適切な経営指導や助言を行う。また、経営分析に関するセミナーを開催し、開催周知時に経営分析の重要性（経営計画策定の基礎）を訴え、受講生の参加意識の高揚を図る。

【募集方法】

チラシを作成すると共に、ホームページ・商工会会報などで広く周知する。併せて巡回・窓口相談時に案内を行う。

② 経営分析の内容

【対象者】

セミナー参加者・巡回指導の中から意欲的な事業者を選定

【分析項目】

定量分析である「財務分析」と、定性分析である「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・安全性及び成長性の分析

《非財務分析》 次の項目につき、対話と傾聴を通じた事業者の内部環境による「強み」「弱み」、外部環境による「機会」「脅威」を整理、分析

内部環境 (強み・弱み)	「商品・製品・サービス」「技術・ノウハウ等の知的財産」「仕入先・取引先」「人材・組織」「デジタル化・IT活用の状況」「従業員のノウハウ・技術力・対応力」「事業計画の策定・運用状況」など
外部環境 (機会・脅威)	「商圏内の人口・人流」「競合状況」「業界動向」「顧客ニーズの変化」「行政など施策」など

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」などのソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。非財務分析については、SWOT分析のフレームワークで整理する。

③ 専門家の活用

分析の内容が多岐にわたる場合や事業特性を考慮しなければならない場合などにおいては、専門家（中小企業診断士など）に支援を依頼し、経営課題の抽出につなげていく。

(4) 分析結果の活用

分析結果については、当該事業者を提供し、事業者の「経営状況・課題の把握」「事業の方向性の明確化」に役立てるとともに事業計画策定支援における基礎資料として活用する。また、各データは事業所ごとに整理保管し、必要な場合に他の職員が閲覧することにより当商工会内の情報共有にも役立てる。

6 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画策定支援に関しては、「経営状況の分析に関すること」で記載した内容と同様に、マル経などの金融支援や各種補助金の申請書作成時においてのみ策定支援を行っており、受け身の対応に留まっていた。また、作成した事業計画についても「申請用の事業計画」に陥ってしまい、事業者の「事業の方向性」を考慮した具体的で実現可能な事業計画が作成されていないことも散見されている。

一方、小規模事業者においても、日々の業務に忙殺され、定期的に事業計画を作成している事業者はほとんど無く、作成の意義や作成方法を知らない事業者も多い。コロナ禍において経済環境が厳しく、今後の見通しも明確に見えない状況においては、小規模事業者は自ら経済状況に適合して変化していかなければならない。

以上を考慮すると、受け身の姿勢を改め事業計画を策定する事業者を積極的に発掘し、「事業の方向性」に即した事業計画の策定を支援することが課題となる。

**【募集方法】**

参加者の募集については、会員事業者に限定することなく、「当商工会HPからの情報発信」「地区内へのセミナー開催チラシの配布」などを実施し、積極的な参加を促す。

**【実施回数、時間】**

1回/年、2時間×2日

**【講師】**

専門家（中小企業診断士・税理士など）

**【参加者】**

経営分析を行った事業者・需要動向調査を行った事業者・事業計画策定（創業計画・事業承継計画・経営革新計画なども含む）を目指す事業者

**【カリキュラム】**

日程	テーマ	講義内容
1日目	事業計画策定の概要	○ 事業計画とは何か ○ 事業計画概要の理解 ○ 事業計画策定の意義と重要性の理解 ○ 経営理念の作成方法
2日目	事業計画策定	○ 環境分析（SWOT分析）の考え方と実践 ○ クロスSWOT分析による経営戦略の構築 ○ 行動スケジュールの設定 ○ 数値計画（売上・経費等）の作成

**③ 事業計画の策定支援****【支援対象】**

経営分析を行った事業者並びに「DX推進セミナー」「事業計画策定セミナー」参加者を中心に事業計画策定に積極的な事業者の支援を行う。

**【手段・方法】**

事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員が担当制で対応し、必要に応じて外部専門家（中小企業診断士・税理士等）の支援を仰ぎながら、具体的で実現可能性の高い事業計画を策定する。また、専門家（中小企業診断士等）による個別相談会を実施し、小規模事業者の事業計画作成を支援する。

**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**

現在、事業計画策定支援を行った事業所に関しては、計画策定後のフォローアップについて対応がまちまちであり、事業者からの相談があった場合に対応するなどの場当たりの対応となっている。

そのため、事業計画策定後に新たに生じた経営課題に対して対応することができず事業計画が形骸化するケースも少なくない。

以上を勘案すると、事業計画を策定した事業者に対する計画的で継続的なフォローアップを行う体制づくりや事業計画策定後に新たに生じた経営課題や状況の変化に対応する事業計画の修正を実施することが課題となる。

**(2) 支援に対する考え方**

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルでの当事者意識を持って取組むことなど計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮につなげる。

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

**(3) 目標**

支援内容	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	11者	12者	12者	12者	12者	12者
頻度（延べ回数）	16回	32回	32回	32回	32回	32回
売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
利益率1%以上増加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

地域内には、付加価値の高い商品やサービスの提供を行っている小規模事業者もいるが、地域外での認知度は高いとはいえない。そこで「ぐんま地場産業フェスタ」「FOODEX JAPAN」をはじめ、県内外で行われている（オンライン等を含む）各種展示会・商談会等の情報提供を行うとともに、商談相手（バイヤー）からの出展事業者に対する支援を実施する。支援対象事業者は、個人向けの加工製品を開発している金属加工メーカーや地域の特産品を活用した商品を開発している食品加工業者等とし、それらの事業者が新たな取引先を獲得することを目的とし展示会に出展する。なお、物産展や商工展への出展は準備や当日の人員確保などハードルが高く感じる小規模事業者も多い。また、事前準備と振り返りを十分に行わないと、ただ出展しただけになって効果は薄い。出展前の準備から終了後の振り返りまで支援することで小規模事業者の継続的な支援につなげる。

※ ぐんま地場産業フェスタ：群馬県の地場産品を扱う企業・商品を一堂に集めた展示商談会で、例年東京都内で開催し、首都圏のバイヤーを対象に本県地場産業の技術力や地場産品の魅力をPRするとともに新商品や新たな商品展開のための試作品を展示し、商取引の拡大を目指している。来場者数 6,500 人、商談件数 3,000 件、出展者 80 店舗

FOODEX JAPAN：アジア最大級の食品・飲料総合展示会で、出展者・来場者双方のビジネス拡大に絶好の場として関係各位から高い評価を得ている。来場者数 34 千人、出展者 1,500 店舗

② SNS の活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、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。

③ EC サイト利用（B to C）

楽天や Yahoo が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

④ 自社HPの開設支援

小規模事業者の多くは自社オリジナルHPを持っておらず、商品・サービスの情報発信力が不十分であることが多い。そのような事業者に対して、オリジナルHP開設支援を行うことにより、新たな販路の拡大につなげる。また、必要に応じて専門家を活用し、効果的なHPやPR動画を作成することにより、来店客数増加・取引先拡大・売上増加を達成する。

⑤ 商工会HPによる情報発信

当商工会に地区内の小規模事業者の事業情報を掲載し、新たな取引先や新たな顧客の獲得を進める。事業者の簡単な業務を紹介するとともに、前述で作成したHPとのリンクを設定し、新たな需要を呼び込む。必要に応じて専門家を活用し、効果的なHPやPR動画を作成することにより来店客数増加・取引先拡大・売上増加を達成する。

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み

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

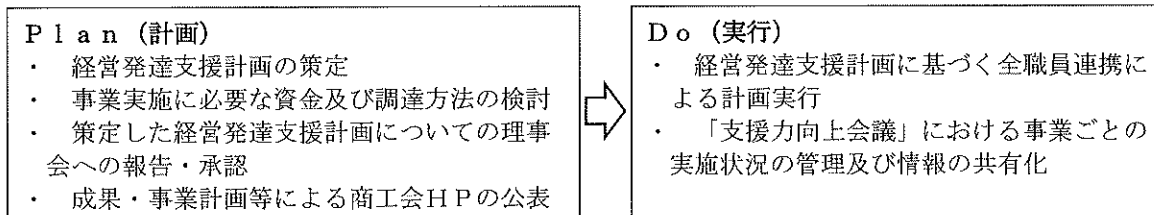
毎年開催される通常総会において事業の報告が行われているが、総会出席者は商工会役員・商工会職員となっており、外部評価は行われていない。今後は、事業を客観的に評価し見直しするための仕組みを構築することが課題となる。

(2) 事業内容

当商工会役員・板倉町産業振興課・法定経営指導員・外部有識者（税理士、中小企業診断士などの専門家）により構成された報告会を年度末に開催し、事業の実施状況、成果などを報告するとともに全事業の目標値に対する実施率、成果の達成率、その要因等について評価を行う。

- ・ 報告会において、その内容を検討し、成果の評価・見直し方針を検討し、見直し案の提示を行う。
- ・ 報告会において作成された評価・見直し案については、当商工会理事会へ報告し承認を受ける。
- ・ 事業の成果・見直しの結果については、その内容を「商工会HP」において年1回公表する。

なお、経営発達支援計画のPDCAサイクルの具体的な仕組みは、次のとおりとする。



⑥ 情報のデータベース化

商工会基幹システムに事業者ごとの支援内容を詳細に入力する。商工会基幹システムは当商工会の職員であれば誰でも閲覧できるため、担当指導員が不在の場合でも事業者への対応が可能となる。

また、効果のあった支援内容や注意すべき失敗事例については事業者情報をプリントアウトし全職員がいつでも活用できるよう共有化を進める。ファイル内容については毎年見直し、当商工会の支援ノウハウとして蓄積する。

11 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

群馬県商工会連合会研修時の休憩時間や金融機関との雑談時間等を利用し各経営指導員は支援ノウハウ等の情報交換を個別に行っている。このような研修は、情報交換を目的とした会合ではないため、支援ノウハウの共有や習得が十分とは言えず事業者への支援力向上にも効果を発揮するには至っていない。

他の支援機関と連携した情報交換については、その機会が少なく、また、情報交換に対する組織的な取り組みが行われていない。

今後は、他支援機関と支援力向上を目的とした情報交換会や研修会を実施する。その際得られた各種情報を事業者にフィードバックすることが課題となる。

(2) 事業内容

① 東部地区商工会による情報交換会（年1回）

東部地区内（太田市新田・明和町・千代田町・大泉町・邑楽町・板倉町）の6商工会による情報交換会を年1回（現状0回）開催する。その会合において、支援ノウハウ、支援の現状等の意見交換を行い、経営指導員の支援力向上に役立てる。

② 経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年1回）

日本政策金融公庫前橋支店国民生活事業と前橋支店地区支援機関（商工会・会議所）による「経営改善貸付推薦団体協議会」において、金融斡旋状況を中心とした現場レベルにおける様々な小規模事業者への支援実績や成功事例、手法などを紹介し、伴走型支援のノウハウ、支援状況等についての情報交換を行うことで、効果的な金融支援を行う。

③ 群馬県中小企業支援ネットワーク会議（年1回）

群馬県、行政、県内商工会、商工会議所、中央会、群馬銀行、東和銀行、各信用金庫等が参加する中小企業支援ネットワーク会議へ参加する。各機関の成功事例において支援ノウハウを学ぶことやネットワーク強化へと繋がるため支援の幅を広げることが可能となる。参加者との支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

III 地域経済の活性化に資する取組

12 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

当地区においては「板倉まつり／8月」をはじめとする各種イベントが開催されており、当商工会においても出展者支援等を通じて地域活性化に貢献しているが、このようなイベントは季節ごとに開催される一過性の事業となっており、地域経済の活性化策として有効に活用されていない状況となっている。

今後は、各種地域振興事業の開催を通じ、板倉町・地元企業・金融機関との情報交換を行い、地域経済の活性化について連携を深めるとともに板倉町の独自性と求心力の向上を図ることが課題となる。

(2) 事業内容

① 「板倉地区地域活性化検討会」の開催（年1回）

地域経済の活性化を図る土台づくりとして「板倉地区地域活性化検討会」を年1回開催する。当検討会は、板倉町・地元企業・金融機関・専門家で構成され、当地区で開催される各種イベントの有効で継続的な活性化策について検討を行う。

② 「いたくら商工祭」の開催（年1回）

当地区内で開催される商工祭は、地域内の商工業者が自社の製品やサービスを来場者に提供する区内最大のイベントである。当商工会は、主催者としてその運営が円滑に行えるよう努めるとともに、他市町村及び地域住民と事業者の交流を図り、地域経済の活性化に役立てる。



## (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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
1 地域の経済動向調査に関する事業	200	200	200	200	200
2 需要動向調査に関する事業	200	200	200	200	200
3 経営状況の分析に関する事業	300	300	300	300	300
4 事業計画策定支援に関する事業	500	500	500	500	500
5 事業計画策定後の実施支援に関する事業	700	700	700	700	700
6 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	450	450	450	450	450
7 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事業	200	200	200	200	200
8 経営指導員等の資質向上等に関する事業	250	250	250	250	250
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事業	100	100	100	100	100
10 地域経済の活性化に資する取り組みに関する事業	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
会費、国補助金、県補助金、町補助金、全国連補助金、県連補助金、事業受託費、参加者負担金

(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。