

経営発達支援計画の概要

実施者名	流山商工会議所（法人番号 9040005005916） 流山市（地方公共団体コード 122203）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 製品・サービスの差別化と事業計画の策定・実行による収益力の向上 (2) デジタル活用（DX）と組織の透明化による労働生産性の向上 (3) 事業の新陳代謝促進と継続性の確保（創業・事業承継支援）</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 流山の景気動向調査および国が提供するビッグデータ（RESAS）を活用して地域特有の課題や機会を把握する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 販路開拓に意欲のある事業者の新商品・新サービスの需要動向を流山産業博、展示会等でアンケート調査を行う。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 意欲ある支援対象者の掘り起こしを行い、支援者に対する定量分析・定性分析を行い、事業計画につなげる。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析結果を踏まえ精度の高い事業計画書策定に取り組む。また経営塾受講者の経営計画策定、創業計画の策定支援を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 策定した事業計画の進捗状況に応じ、計画的にフォローアップを伴走的に行い、事業計画の実効性を高める。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域内外で行う展示会・商談会等への出展への促し、創業者ブースエリアの創設。販路としてのデジタル活用を提案する。</p>
連絡先	<p>流山商工会議所 中小企業相談所 〒270-0164 千葉県流山市流山 2-312 TEL：04-7158-6111 FAX：04-7158-6113 E-mail：office@nagareyama.or.jp</p> <p>流山市 経済振興部商工振興課 〒270-0192 千葉県流山市平和台 1-1-1 TEL：04-7150-6085 FAX：04-7158-5840 E-mail：shoukou@city.nagareyama.chiba.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流山市の現状

【位置と地勢】

首都圏の北東部にあたり、都心から25キロメートル圏に位置している。また、千葉県に位置し、東は柏市、西は江戸川を隔てて埼玉県三郷市と吉川市、南は松戸市、北は野田市に接している。面積は35.32平方キロメートルで、千葉県内では5番目に面積の小さい市である。

市域は南北に長く、市の中部や北部は下総台地の一部を構成して緩やかな高低差の台地となっており、ほぼ全域が住宅街や農地などになっている。

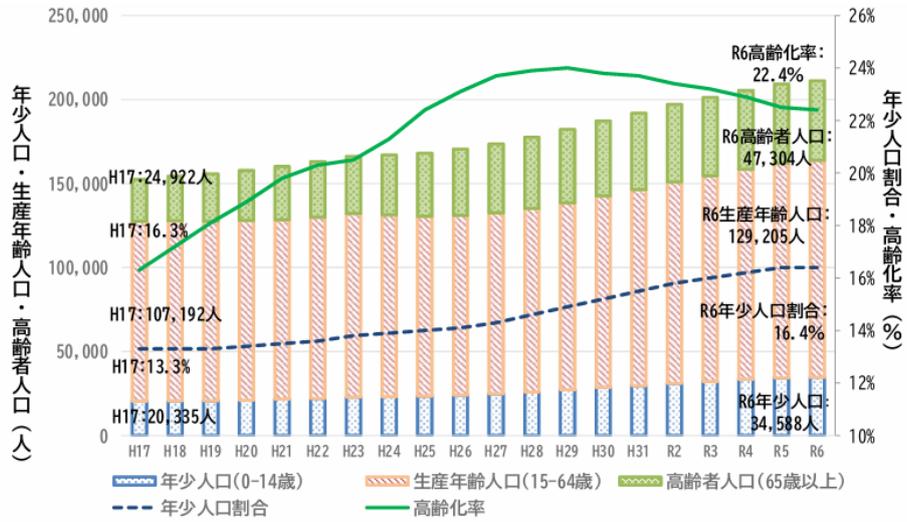
<流山市の位置図>



【人口動態】

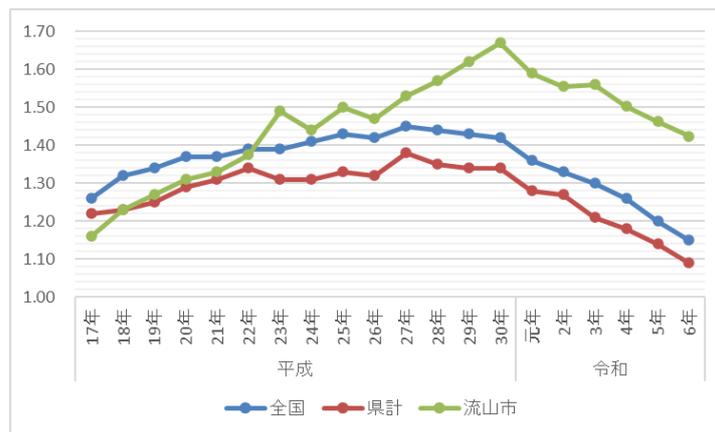
平成17年つくばエクスプレスの開業以降、人口は右肩上がり増加している。開業前の人口約15万2千人から、令和6年4月には約21万1千人と、6万人増加した(表1)。人口増加率も2016年から2021年まで6年連続首位で、その後も10位以内の上位をキープしている。また、本市における年齢構成をつくばエクスプレス線が開業した平成17年と令和6年で比較すると、年少人口割合が13.3%から16.4%(全国平均11.52%)で、令和5年の出生率は1.46と全国1.20、千葉県1.14と比較しても高い(表2)。年齢別人口でみると35~39歳代の人口のボリュームが最も多く増えている(表3)一方で、旧地域では高齢化が進む傾向にあり、高齢化率は平成17年と令和6年の比較で16.3%から22.4%に上昇している(表1)。流山市の推計では令和9年をピークに緩やかに減少していくとしているが、国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口では2050年まで増加することが見て取れる(表4)。

<流山市の人口の推移（年齢3区分の人口と生産年齢人口率・高齢化率）（表1）>



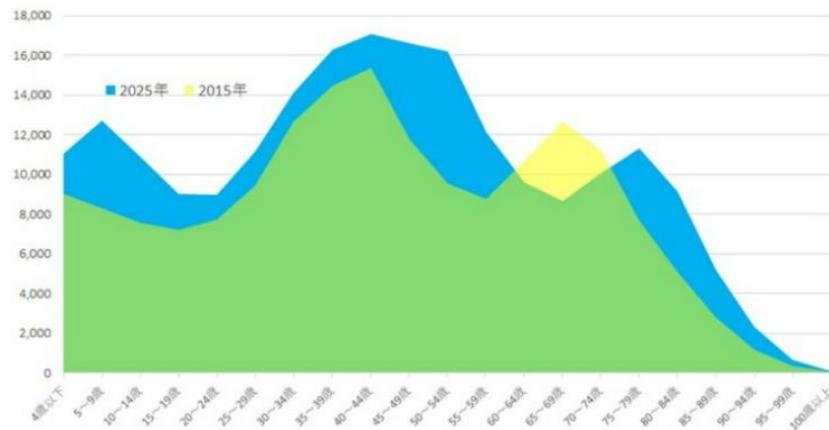
資料：令和7年度版流山市総合計画（各年4月1日現在）

<合計特殊出生率（流山市・全国・千葉県）（表2）>



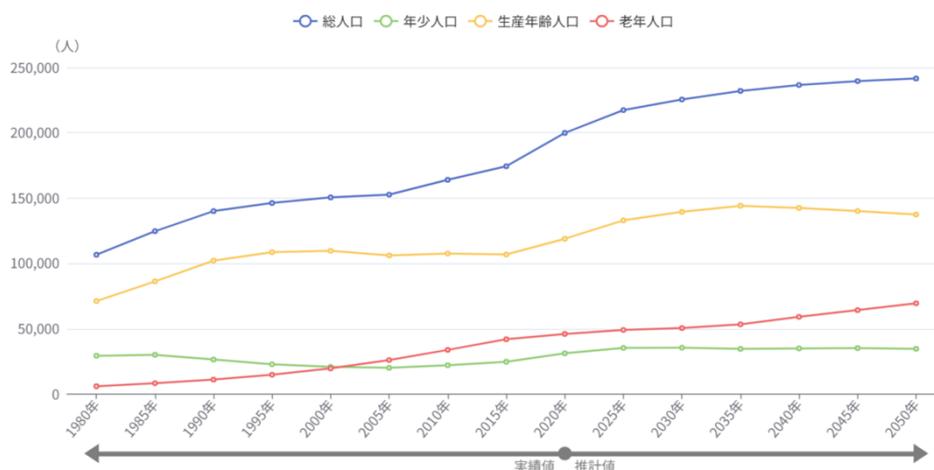
資料：千葉県合計特殊出生率

<流山市の年齢別人口構成の変化（表3）>



資料：流山市ホームページ

< 流山市の人口推移（将来推計）（表4） >



資料：総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態調査」、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」

【交通インフラ】

市の南にはJR武蔵野線、東には東武アーバンパークライン、西には流鉄流山線、縦断する形で平成17年につくばエクスプレスが開業した。市の中心となる流山おおたかの森駅の1日平均の乗車人員は、東武アーバンパークラインが全34駅中、第4位の約6.5万人、つくばエクスプレスが秋葉原、北千住に続いて第3位の約4.3万人である。

また、北西部には常磐道流山インターチェンジがあり、埼玉県、東京都へのアクセスの良さはもとより、隣接する埼玉県三郷からの外環道の整備により、首都圏へのアクセスも飛躍的に向上した。

② 市内産業の概況

【産業構造】

流山市の産業大分類別事業所構成比（表5）をみると、事業所数は、平成24年3,813社、平成28年3,936社、令和3年4,235社と増加しているが、その背景には人口増加があり、シェアで見ると「卸売業、小売業」が22.9%と最も高く、次いで、「医療、福祉」、「宿泊業、飲食サービス業」、となっている。

件数の増減で見ると、医療、とりわけ社会福祉・介護事業が増加しており、人口の増加を受けて、学習支援事業者の増加も目立つ。また、不動産業、個人の不動産貸付業、情報通信業、士業・デザイン業などの専門サービス業なども増加している。

流山市北部に位置する新川耕地は、流山インターチェンジに直結している利便性から、市の有効活用計画に基づいて物流開発プロジェクトが進行し、平成28年頃から本格始動し、令和5年には「GLP」、「DPL」の全棟が完成し、新川耕地には合計で約74万㎡（74ヘクタール）もの広大な土地が物流用地として生まれ変わりました。

< 産業大分類別事業所数及び事業所構成比（表5） >

産業大分類	H24		H28		R3		H28→R3 増加率
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	
農林漁業(個人経営を除く)	9	0.2%	4	0.1%	6	0.1%	150.0%
鉱業, 採石業, 砂利採取業	-	-	-	-	-	-	-
建設業	438	11.5%	408	10.3%	417	9.8%	102.2%
製造業	278	7.3%	240	6.0%	223	5.3%	92.9%

電気・ガス・熱供給・水道業	6	0.2%	5	0.1%	7	0.2%	140.0%
情報通信業	35	0.9%	24	0.6%	48	1.1%	200.0%
運輸業、郵便業	59	1.5%	54	1.4%	88	2.1%	163.0%
卸売業、小売業	950	24.9%	950	23.9%	968	22.9%	101.9%
金融業、保険業	54	1.4%	58	1.5%	57	1.3%	98.3%
不動産業、物品賃貸業	310	8.1%	298	7.5%	358	8.5%	120.1%
学術研究、専門・技術サービス業	119	3.1%	121	3.0%	184	4.3%	152.1%
宿泊業、飲食サービス業	455	11.9%	480	12.1%	450	10.6%	93.8%
生活関連サービス業、娯楽業	434	11.4%	432	10.9%	427	10.1%	98.8%
教育、学習支援業	160	4.2%	187	4.7%	207	4.9%	110.7%
医療、福祉	285	7.5%	449	11.3%	551	13.0%	122.7%
複合サービス事業	12	0.3%	18	0.5%	17	0.4%	94.4%
サービス業(他に分類されないもの)	209	5.5%	208	5.2%	233	5.5%	112.0%
全産業(公務を除く)	3,813	100%	3,936	100%	4,235	100%	
小規模事業者数	2,680		2,512		2,665		

出典：総務省・経済産業省経済センサス ※網掛けは上位5位

【商業・サービス業】

昭和40・50年代に設立した商店会（街）は、ピーク時には19会が市内全域に分布していたが、商店会（街）の経営基盤を安定させるため、街路灯の所有権を市に移管した関係もあり、現在、売り出しなど実質的に活動している商店会は2会程度で、ほぼ活動を停止している状態である。また、市内商業の活性化を目的に平成23年にサービスを開始した「全市共通ポイントカードシステム」も設備更新資金および加盟店の減少により、令和2年にサービスを休止した。一方、大型店はつくばエクスプレスの開業以降、平成19年3月にオープンした流山おおたかの森SCをはじめとし、29カ所に食品スーパー・ホームセンター・家電量販店等が出店したほか、医薬品専門店・コンビニエンスストアの出店も相次いでいる。

流山市の卸売業、小売業の状況（表6）によると、小売業の事業所数は平成26年に減少しているが、平成28年には増加に転じている。一方、大規模小売店舗の売り場面積は平成14年から一貫して増え続け1.7倍に拡大している。

<流山市の卸売業・小売業の状況（表6）>

	合計			卸売業			小売業			
	事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	年間商品 販売額 (億円)	事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	年間商品 販売額 (億円)	事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	年間商品 販売額 (億円)	売場面積 (㎡)
平成14年	1,037	8,025	1,825	159	1,230	745	878	6,795	1,080	95,207
平成19年	972	8,083	1,597	145	1,082	607	827	7,001	990	117,177
平成26年	730	6,775	1,607	139	972	540	591	5,803	1,067	127,669
平成28年	761	8,234	1,916	128	1,068	604	633	7,166	1,312	142,913
令和3年	771	8,993	2,773	137	1,302	1,260	634	7,691	1,513	164,882

資料 経済産業省「商業統計調査」、総務省・経済産業省「経済センサス」、流山市統計書、千葉県大規模小売店舗名簿

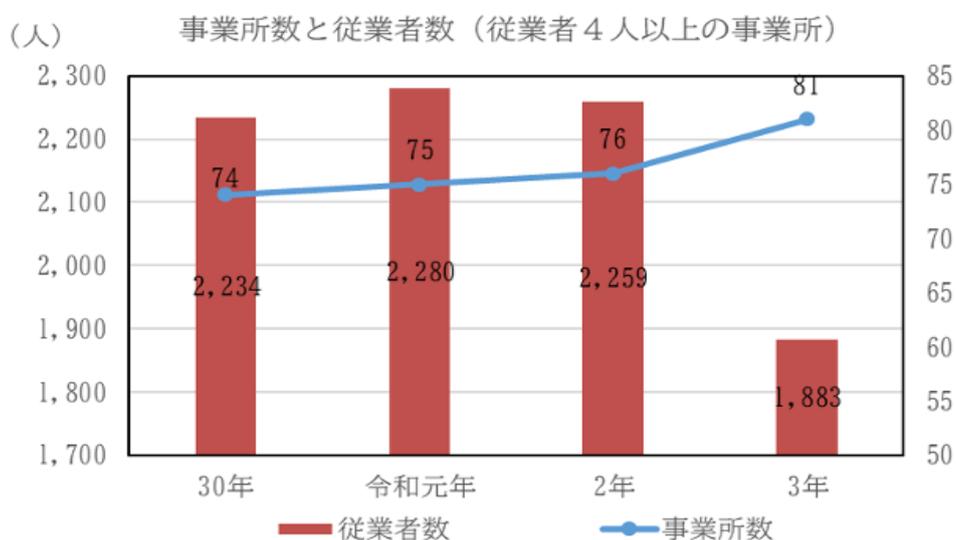
【製造業】

流山市の製造業は昭和40年代に都内から移転してきた小規模事業者が多く、工業集積地も、平成3年に住工混在問題を解消するために集団化移転をした工業団地が1つ存在するだけで、移転当時25社あった事業所も統廃合により現在では14社に減少している。

流山市工業統計によると事業所数は81と増加傾向（表7）ではあるが、近隣市と比較する

と事業所数、従業者数、製造出荷額ともに極めて低い状況である。(表8)

<工業の事業所数・従業者数(表7)>



資料：流山市統計書(工業統計調査、令和3年からは経済センサス-活動調査)

<工業の事業所数・製造品等出荷額(当市及び近隣3市)(表8)>

市名	事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (百万円)	1事業所 当たり	粗付加 価値額 (百万円)
				(百万円)	
流山市	81	1,883	54,280	670	22,753
松戸市	285	9,439	371,055	1,302	156,555
野田市	298	10,245	492,221	1,652	136,078
柏市	222	9,014	250,643	1,129	91,676

資料：経済センサス-活動調査

【創業】

流山市では創業支援事業計画を作成し、平成26年10月31日付けで国の認定を受け、当会議所も認定連携創業支援事業者として位置付けられている。

人口増加の背景を受け、創業ニーズは依然として高く、流山市では女性向け創業スクールを、当会議所では平成26年度から創業塾実践講座を開催している。会議所が実施している創業塾は会員である創業支援の専門家チームが毎年カリキュラムをブラッシュアップする中、一方的な座学にならないよう、徹底した個別相談の体制を確立している。

また、募集の際も1年以内に本気で創業する方と入口に障壁を設けることで、熱量が高い方のみを厳選、支援チームとして徹底したサポートを行っている結果、多くの創業者を排出している(表9)。

他にも、受講者相互の情報交換会を行い、創業の先を見据えたネットワークが構築できる事業や創業塾卒業生の店舗のツアーなども実施し、生の情報が得られるような内容を盛り込んでいる。

<会議所創業塾受講者数および創業者数（表9）>

		平成					令和
		26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度
受講者数（定員）		20（30）	14（30）	13（30）	30（30）	20（20）	20（20）
	うち男性	9	6	6	13	13	9
	うち女性	11	8	7	17	7	11
創業者数		7	6	5	14	13	6

		令和					
		2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
受講者数（定員）		16（21）	16（22）	19（23）	26（24）	14（25）	25（26）
	うち男性	7	10	8	11	7	16
	うち女性	9	6	11	15	7	9
創業者数		10	5	12	18	11	

<創業塾実践講座のチラシ令和5年度～令和7年>



<モデルは全て当塾の卒業生>

【事業承継】

前回申請時(令和2年)には、当所会員の代表者の年齢は60歳以上が6割を占めていたが、団塊以前の会員の廃業や30・40代の流入に伴う創業による加入といった要因もあり、現在では約4割に減少している。

このように代表年齢の低下は、様々な要因があるものの、当所としては平成31年より事業承継を大きな課題として取り組んでおり、事業承継相談会100回、相談170者、承継24者と実績を積んできたことも事実である。

しかしながら、比較的接点の少ない法人会員や非会員については、あまり実態が把握されておらず、継続して事業承継相談会の周知が必要である。

【観光】

流山市の本町地区は江戸時代中期より「味醂は流山」と江戸、京都、大阪で名を馳せ、みりん醸造で地域が発展し、明治時代初期には葛飾県、印旛県の県庁所在地が置かれた。また、幕末、尊王派を弾圧した江戸幕府の警備隊であった新選組が流山に入り、近藤勇と土方歳三の別離の地として現在陣屋跡があるほか、神社仏閣も多数存在する。

この歴史的資源を生かして当市では「流山本町・利根運河ツーリズム推進課」を設置し、交流人口の増加を図っている。令和7年4月には本町地区にある(株)流山キッコーマン敷地内に「白みりんミュージアム」がオープンし、流山の魅力ある資源のPRを行っている。

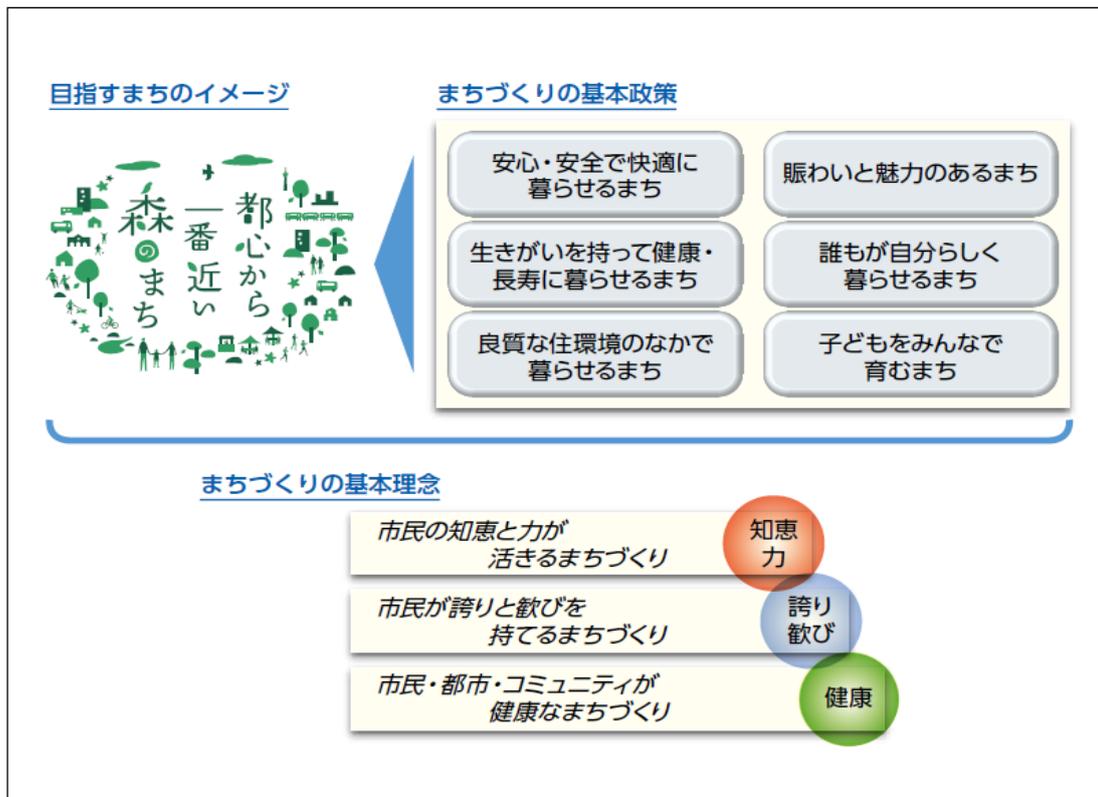
【流山市の産業振興方針】

流山市では現に直面している課題の解決はもとより、多様化する市民ニーズや社会経済情勢の変化などに対応し、より戦略的で高い実効性を伴った市政経営を進めるため、流山市自治基本条例（以下「自治基本条例」という。）第22条第1項の規定により、総合計画を策定し、令和2年度から令和11年度までの基本計画をスタートさせた。

総合計画は、「基本構想」、「基本計画(10年間)」、「実施計画（計画期間は3年間とし、毎年見直し）」の3つで構成されている。

産業においては「賑わいと魅力のあるまち」として「消費者と働き手にとって魅力のある事業者や店舗の充実」、「地域資源を活用し、交流人口の拡大を図る」を掲げている。

<「目指すまちのイメージ」と「まちづくりの基本政策」、「まちづくりの基本理念」の関係>



資料：流山市総合計画 2020

○ 商店街空き店舗有効活用事業

市内の賑わいの回復と創出を図るため、空き店舗を有効活用する事業者に対し、改装費及び賃借料の一部を補助します。

○ 中小企業資金融資事業

市内中小企業者の事業発展と維持を目的に、事業に必要な運転資金、設備資金を円滑に調達できるように、融資にかかる負担軽減が図れるよう、融資利息の一部を補給します。

○ 創業支援事業

出産や育児などの理由でいったん仕事から離れている女性が「創業」というかたちでその能力を地域で発揮されるよう「女性向け創業スクール」の開講、「創業コンシェルジュ」の開設等により女性の創業を支援します。

○ 中小企業人材確保支援事業

労働力不足が深刻化する中、市内中小企業における人材の確保に向けた職場環境改善の取組にかかる経費の一部を補助します。また、市内中小企業が行う「求人広告への掲載」「合同企業説明会への出展」「成功報酬型人材紹介サービスの利用」といった人材確保に要する経費の一部を補助します。

○ 小規模事業者持続化促進事業

市内小規模事業者が販路開拓や生産性の向上に努めることを促進することを目的に、中小企業庁の「小規模事業者持続化補助金」に採択され、補助金確定通知が出された市内事業者に対し、国の補助制度とは別に上乗せ補助を行います。

○ 売上アッププロジェクト応援事業

物価高騰や賃上げへの対応などで収益が逼迫するなか、事業者が自主的に行う「売り上げ向上に資する取組み」にかかる経費の一部を補助します。

○ 企業動向調査事業

市内事業者の経済動向に係る客観的なデータを把握し、施策や事業の企画・実施・評価・改善に活用するために、市内事業者の景況感や抱える課題に関する動向調査を実施します。

○ 企業立地促進事業

市内の産業振興、地域経済の活性化、魅力ある職場の選択肢の拡充、市税収入の確保等を図ることを目的とし、進出検討企業に対して流山市の市場性や地域特性及び立地した際のインセンティブなどを案内し、企業立地の推進を図ります。

③流山市における産業振興の課題

流山市の産業は中小企業が多く、共通の課題としては下記が上げられる。

・原材料費の高騰および人件費の上昇による利益率の低下
・人手不足による生産性の低下、受注機会の喪失、売上減少
・IT化、DX化への取組みの遅れ

また、流山市特有の課題としては、つくばエクスプレスの沿線開発に伴い、「都心から一番近い森のまち」というブランディングにより、子育て世帯を中心に人口が急増するも都心勤務者が多く昼間人口割合が低いこと、常磐自動車道流山ICへの利便性から物流倉庫の開発が今もなお継続しているも産業用地の不足など、あらたな課題が発生している。

課題別詳細は以下の通りである。

- ・「ベッドタウン構造」からの脱却と職住近接

市場情報評価ナビ MieNa によると流山市の昼間人口の割合が 74.6%と近隣の松戸市 (82.4%)、柏市 (89.8%)、野田市 (93.7%) と比較しても 10 ポイント以上低く、地域経済分析システム (RESAS：リーサス) による地域経済循環率でも流山市は 55.4、松戸市 (63.8)、柏市 (73.5)、野田市 (89.2) であり、「住む場所」としての魅力に比べ、「働く場所」が圧倒的に少ない。これにより市内で消費活動が行われにくく、地域経済にお金が落ちにくい構造になっている。

・ **産業用地の不足と物流拠点のバランス**

住宅地としての環境を優先してきたため、住工混在問題を解消する目的で建設された工業団地が存在するだけで、大規模な工場やオフィスを誘致するための産業用地は不足している。一方で物流施設は増加していて大量に雇用を生んでいる反面、市内での求職者の減少や賃金上昇など人手不足にも拍車をかけている。

・ **商業エリアの二極化（新市街 VS 既存商店街）および大型店・大手資本店の出店**

流山おおたかの森駅周辺は、流山おおたかの森 S・C を中心にあらたな店舗が出店し活気がある。また、人口の増加を受け、大手スーパーやドラッグストアなどの出店は相次いでおり、旧来からの地元商店街は集客力の低下、後継者不足といった課題があり、新しい住民をいかに地元の中小店舗へ誘導するかが課題である。

(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…

流山市における人口は、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」によると、2050 年までは緩やかに増加する予測であり、引き続いてマーケットの魅力が継続すると思われ、さらに大手資本店舗の出店の可能性が高まると考えられる。そのため小規模事業者が持続的に事業活動を行うためには、小規模事業者の強みである顧客との距離の近さや地域に根付いた事業活動などで顧客ニーズを把握し、要望に応じた商品・サービスの提供や充実したアフターサービスの提供など、価格以外の訴求が重要であり、高付加価値を生み出せる「稼ぐ力」を高める支援が重要である。当所の会員事業主年齢もここ 5 年間で創業等による若返りを見せているが、60 歳以上の会員は約 600 件、10 年以内に 60 代となる 50 代以上の会員は約 390 件と早め早めの事業承継の促しながら事業所数の維持を図るとともに、創業においては引き続き地元専門家と連携して伴走的に支援することで新規創業者の創出し、事業を継続させられる経営基盤を作れるよう支援する。

② 流山市総合計画との連動性・整合性

流山市では、令和 2 年 4 月からスタートした総合計画には令和 2 年度から令和 11 年度までの 10 年間内容で策定されており、指標別の目指す方向として「小売吸引力指数」、「1 事業所当たりの製造品出荷額等」、「法人市民税」のそれぞれの増加を見込み、以下を施策の展開方向としていることから、市内既存商工業者及び創業支援などの経営発達支援計画を推進するための個者支援という点においては連動しており、連携も取れている。

＜魅力ある事業者の育成・誘致＞

- 事業者の更なる発展を見据えた経営改善への啓発・支援の充実
- 業種の垣根を超えた事業者同士の連携の機会づくり
- 魅力ある事業者の商品開発・販売方法の支援
- 魅力ある事業者などの誘致
- 時間や場所にとらわれない新しい働き方ができる環境づくり
- 準備段階から起業・創業後までを通したきめ細やかな創業支援

③流山商工会議所としての役割

当所は、千葉県、各種支援機関と連携し地域の経済団体として、金融・税務・経営などにおける支援事業を実施し、地域経済の振興、イベントなど地域活性化のための各種事業に取り組んできた。全体の99.7%を占める中小企業であるが、とりわけ地域経済のかなめである小規模事業者は経営課題に単独で対応していくことは困難であり、経営改善普及事業はもとより、小規模事業者の「特性、強み」を引出し、売上・利益を拡大するべく「稼ぐ力」を高めるために継続的な伴走支援を行い、国、県、自治体等が展開する施策を最大限提案しながら、地区内事業者が持続的に発展し、地域経済を成長させることが商工会議所に求められている役割である。

(3) 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状及び課題、(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえた上で、以下の3つの目標を定める。

【支援対象】

経営環境の変化に対応することを恐れず、持続的経営を目指す小規模事業者を重点的に支援

【目標】

- ①製品・サービスの差別化と事業計画の策定・実行による収益力の向上
- ②デジタル活用（DX）と組織の透明化による労働生産性の向上
- ③事業の新陳代謝促進と継続性の確保（創業・事業承継支援）

【地域への裨益目標】

上記目標を「推進・達成」することにより、小規模事業者の「売上・利益」が拡大することで、新たな雇用を生み出し、さらに従業員の所得を向上させるといった、地域内経済の好循環を生み出すことを目指す。

また、創業者を中心とした新たな小規模事業者の魅力的な活動を通し、「住む場所」という現状から「ビジネスの場所」として多くの事業者に選ばれる街を目指していく。

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8年4月1日 ～ 令和13年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

①製品・サービスの差別化と事業計画の策定・実行による収益力の向上

小規模事業者が価格競争から脱却し、安定的に利益を確保できる「稼ぐ力」を身につけることを目指す。

・ 事業計画の実行と業績向上

事業計画の策定と実行は、目標実現に加え、業績の向上や経営状況の把握に効果があり、特に、長期的な視野で見据えた経営計画を策定している事業者ほど、売上高や付加価値額の変化率が高い傾向にある。

これを小規模事業者にも浸透、推進していくために対話と傾聴を重ねながら信頼関係を築き、柔軟な支援ツールを活用しながら計画策定の推進を図っていく。

・ 差別化による高付加価値化

経営資源が限られる中小企業にとって、自社の製品・商品・サービスに独自性を持たせ、差別化に取り組むことが、価格競争を脱し、業績向上に寄与する。

差別化の要素はいくつもある中、事業者にあったものは何かを伴走しながら導き出していくとともに専門家や他の支援機関と連携し、より最適な支援を構築する。

・ 価格転嫁力の強化

原材料費や人件費の高騰が経営を圧迫する中、原価構成や利益の把握など経営管理の透明化への取り組みは、適切な値付けや原価を裏付けとした価格交渉につながり、価格転嫁が進むことを目指す。

【当目標における KPI・KGI】

経営分析事業者数 30 者/年

経営（事業）計画策定事業者数 10 者/年

売上高増加 4 者/年、売上総利益増加 4 者/年

②デジタル活用（DX）と組織の透明化による労働生産性の向上

慢性的な人手不足や生産性の課題に対応するため、業務効率化と組織の内部強化を図ることを目指す。

・ 労働生産性の向上

人手不足は深刻であり、業務の属人化を防ぎ、業務の標準化や効率アップを図ることは、労働生産性の向上に直結する。

また、業務の可視化とムダの削減により不要な作業を減らすことも目指す。

・ DXの推進と経営リテラシー向上

経営者のデジタルを含む経営管理に関するリテラシーの向上を支援することが不可欠であり、IT活用に関する知識の習得やDX推進に向けた支援を行うことで、競争力の維持・強化や生産性の向上を目指す。

・ 人材の定着と組織の透明性

賃上げが定着率に好影響を及ぼす可能性は高く、従業員への経営理念・ビジョンの共有や経営情報（業績・財務内容）の共有といった組織運営の透明性を高める取り組みは、従業員のモチベーション向上や主体性の醸成につながる。これらを通して、人材の定着率や業績の向上を目指す。

【当目標における KPI・KGI】

IT ツール導入・活用支援件数 5 者/年

労働生産性の増加 5 者/年

③事業の新陳代謝促進と継続性の確保（創業・事業承継支援）

当市の特徴である創業ニーズの高さを生かし、地域の経済機能と雇用を維持するために、事業者のライフサイクル全体を支援し、新たな担い手を確保することを目指します。

・ 事業承継の促進

経営者の高齢化に対応するため、計画的な事業承継を支援することが重要である。

特に若い経営者への事業承継は、新たな感性や考え方の導入、社内の雰囲気の変化など、組織に前向きな変化をもたらすきっかけとなる可能性があることから積極的に支援を行う。

・ 起業・創業の支援

市内における創業ニーズは年々高まり、当所が開催する創業塾は定員オーバーとなるほどの盛況ぶりである。こちらの受講満足度を上げ、より創業率を高めるために伴走的に創業計画策定支援を行うほか、会員である専門家・地域金融機関・各種関連団体等と連携をさらに強化する。

また、創業後の廃業率を低下させるため、創業後も引き続きフォローアップできる体制づくりを構築する。

【当目標における KPI・KGI】

承継診断実施件数 10 者/年

創業計画策定事業者数 20 者/年

創業件数 20 者/年

以上の事業目標の実現に向け、「経営発達支援計画」を策定し、地域経済の動向把握・伴走型支援、職員の資質の向上、PDCA サイクルの実践と適正な事業評価のもとで、小規模事業者の経営力向上と持続的発展のために必要な支援策を提案する。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現在は4半期ごとに発行する会報に合わせて、当所役員・議員を対象に流山の景気動向調査（流山 LOBO）を実施し、その調査結果及び流山の経済指標について、会報とホームページに掲載して情報を提供していたが、母数が少なく回収率も50%程度であるため、振れ幅が大きく、必ずしも十分な情報とはいえなかった。

そこで、「RESAS」を活用し経済動向調査の改善と内容充実を図ります。

(2) 目標

項目	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
----	----	-------	-------	--------	--------	--------

①流山商工会議所 景気動向調査	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②RESASを活用し た地域動向分析	なし	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① 流山の景気動向調査

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、景気動向調査を年4回実施し、分析する。若手の意見を吸い上げる意味で青年部（YEG）を調査対象として拡大し、より地域特有の課題や機会の把握を目指す。

【調査対象】管内小規模事業者 87社（議員・役員）＋30社（青年部）

※業種は製造業、卸・小売業、建設業、サービス業に分類

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

【調査方法】インターネットのアンケートフォームを利用し、回収率を高める

【分析方法】総務課職員が専門家と連携して分析を行う

② 国が提供するビックデータ（RESAS）の活用

当地域における地域経済の循環状況や人口の推移、真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、担当職員が「RESAS」（地域総合分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、そのデータを経営指導員が共有し、事業計画策定支援に反映する。

【分析手法】

- ・「人口分析」→管内人口の推移・世代別状況等分析
- ・「地域経済循環マップー生産分析」→何で稼いでいるのか等分析
- ・「まちづくりマップーFrom-to分析」→人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

(4) 調査結果の活用

情報収集・調査、分析した結果は、会報及びホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

また、経営指導員等が巡回・窓口相談を行う際の参考資料とするとともに事業計画等の基礎資料としても活用していく。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

多くの小規模事業者は販売する商品や提供するサービスの需要動向に対する調査しておらず、取引事業者からの情報の入手にとどまっている。また、プロダクトアウトの考えが強く「良い製品（プロダクト）を作れば、必ず売れる」との信念から視野が狭くなり、売上が思うように伸びない現状も見受けられる。

当所としても独自の調査は実施しておらず、関連情報の収集・整理、個別相談案件に対応するときに外部の分析、提供を行うだけにとどまってきた。

小規模事業者が商品の販売・サービス・技術等の提供を行う上で、消費者ニーズを把握するための需要動向は重要であることから、販路開拓に意欲のある小規模事業者が提供する商品やサービス等の詳細な顧客ニーズの把握を行うため、イベントにてアンケート調査を行うほか、需要動向を把握するための各種データを収集して事業計画に反映させる。

(2) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
調査対象事業者数 (流山産業博)	-	1 者	2 者	2 者	3 者	3 者
調査対象事業所数 (その他)	-	1 者	2 者	2 者	2 者	3 者

(3) 事業内容

①流山産業博におけるアンケート調査

流山産業博は、当所青年部の企画・運営にて開催される、新たな住民に流山の産業を知ってもらうことを目的に開催しており、約 2 万人の来場客数がある商工会議所上げてのイベントであり、需要動向を把握したい事業者（特に創業塾にて事業計画を策定した受講生）に、開発した新商品・新サービス（開発品を含む）の需要動向調査を個社支援として行う。

【サンプル数】 来場者 50 人に対して実施

【アンケート】 小規模事業者と経営指導員で作成

【調査方法】 事業者が新商品・新サービス内容についての需要動向を調査するためアンケートを実施

【調査項目】 新商品：味・甘さ・硬さ・色・大きさ・見た目・価格・包装等
新サービス：内容・見た目・効果・価格等

【分析内容】 分析は、経営指導員等が行い、その結果をよろず支援拠点の販路開拓等の専門家の意見をうかがう

【結果の活用】 分析結果は経営指導員が巡回して直接説明し、改良点があれば提案を行う

②その他、地元金融機関・信用金庫が開催する「ビジネス商談会」や中小企業基盤整備機構が主催する「中小企業総合展」等において来場者に対し、試食・アンケート調査を実施する。

【対象事業者】 製造業者、製造小売業

【サンプル数】 などは、上記①を参照

【調査項目】 上記①に加え、取引条件等

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者は、大企業と比べて人・モノ・カネといった経営資源が圧倒的に少ないため、分析体制の構築やデータ収集に限界がある。

また、日々の営業活動や現場業務で手一杯なため、じっくりと財務諸表や市場データを分析する時間を確保することが難しく、財務分析だけでもできれば良い方である。

当所としても経営分析の必要性は促すものの、補助金の申請等、別の目的がある場合にしか重い腰を上げない事業者も多い。

財務・非財務の分析を通じて自社の実態を正確に把握することで、漠然とした経営から脱却し、成長に向けた具体的な行動を起こすことを促す。

(2) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
経営セミナー	なし	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

経営分析	27者	30者	30者	30者	30者	30者
------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

※法定経営指導員1名、経営指導員4名、計5名を想定

(3) 事業内容

① 意欲ある支援対象者の掘り起こし

小規模事業者の多くは、自社の経営状況の分析を行った経験がなく、分析をすることのメリットがわかっていない。そのため参加しやすいタイトルのセミナーを開催、経営分析への道筋を作る。

・経営分析セミナー

「ロカベンで解き明かす自社の『稼ぐ力』～財務・非財務の二層分析ワークショップ～」

目的：数字という「影」だけでなく、その影を作り出している「実体（ビジネスモデルや組織力）」をセットで分析することで、受講者は「なぜ儲かっているのか？」というロジックを深く理解、分析の意義と具体的活用法を体験し、個別支援につなげていく。

募集：チラシ・ホームページ・SNS告知、巡回・窓口相談時の個別案内

開催：年1回（定員10名以内、少人数で丁寧に）

内容：ローカルベンチマーク、経営デザインシートを使った分析手法

成果：

自社のロカベン・クイック診断結果

自社の強みと数字の相関図（ストーリー）

「うちはここを伸ばせば、数字が良くなる」という具体的な気づき

次への展開：ロカベン・Bizミルを使った個別分析支援への応募案内

また、経営指導員が中心となり、窓口・巡回相談の機会を活かし、持続的な経営をする上での自社のSWOT分析やポジショニングの把握の重要性を訴え、掘り起こしを実施する。

② 経営指導員による経営分析

【対象者】掘り起こしによって気づきを得た、意欲的で販路拡大の可能性の高い30者

【分析項目】定量分析となる「財務分析」、定性分析となる「SWOT分析」の双方を行う

「財務分析」：売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

「SWOT分析」：強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】経営支援の情報やノウハウを組織内で共有し、より良い支援が可能となる経営支援機関システム（Bizミル）や経営支援専用生成AIシステム(keytas)を活用して、経営指導員が分析を行う。

同システムには、「ローカルベンチマーク」、「SWOT分析」、「事業計画作成」等を行う機能が備わっている。

(4) 分析結果の活用

- ・経営分析の結果は事業者にはフィードバックし、事業計画策定につなげる
- ・Bizミルを活用することで情報共有ができるため、支援ノウハウの蓄積と平準化を図る。
- ・経営支援専用の生成AIシステム(Keytas)を活用することで経験の少ない指導員でも一定の水準を満たすことができる
- ・分析をもとに必要なに応じて専門家の活用も行う

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

管内の事業計画を作成していない小規模事業者の主な理由は、「時間的余裕がないため」、「必要性を感じないため」である。

また、過去に策定した事業者も定期的な進捗管理を行わなかったために「想定した効果は得られなかった」と回答する割合が多い現状である。

ものづくり補助金や小規模事業者持続化補助金などの申請や経営革新計画の策定、創業時の創業補助金などをきっかけに計画策定を行うケースが生じるもフォローアップができていないため、業績向上につながっている事業者は少ない。

しかしながら、経営塾に参加した事業者の多くはその必要性を理解し、長期目線での計画が経営力向上に寄与している。

(2) 支援に対する考え方

以下の流れで支援を捉えていくことで、いろいろなチャネルから計画策定へと導いていく。

- ・個別相談（訪問・窓口） → 経営分析 → 事業計画策定
- ・経営セミナー → 経営塾 → 事業計画策定
- ・創業塾体験講座 → 創業塾実践講座 → 創業計画策定
- ・事業者が作成した事業計画 → 経営指導員・専門家助言 → 新・事業計画策定

(3) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
事業計画策定件数	6 者	8 者	8 者	10 者	10 者	10 者
創業計画策定件数	12 者	15 者	15 者	20 者	20 者	20 者
経営塾開催数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
創業塾開催数	1 回	1 回	1 回	2 回	2 回	2 回
創業件数	20 者	20 者	20 者	30 者	30 者	30 者

(4) 事業内容

① 伴走型事業計画策定支援（個別経営相談）

経営分析を行った事業者および補助金の申請を希望する事業者に対して、経営指導員が事業計画策定支援を行う。経営課題等によっては、外部専門家と連携し、経営指導員同席のもと精度の高い事業計画書策定に取り組む。具体的な事業計画書は、商圈分析に基づいてターゲットを明確にして策定を行い、内容によっては、経営革新計画の提案を行い、効率的な事業運営、ビジネスモデルの再構築につなげる。

② 経営塾カリキュラム内での事業計画策定支援

経営セミナーを受けた意欲ある事業者、経営の見直しや事業計画を作成していなかったが必要性を感じ挑戦される経営者を対象に事業計画策定、フォローアップまでを一貫して支援する個別相談を重点プログラムに設定した講座です。

【対象者】意欲のある小規模事業者

【募集方法】ホームページや SNS で周知、窓口相談等での推薦、関係・金融機関からの推薦

【講師】地元中小企業診断士、金融機関職員等

【回数】年 1 回（全 6 回を想定）

【目標参加者数】6 名

③ 創業者への創業計画策定支援

当市は人口の増加から近接地域以上に創業ニーズが高まっており、新陳代謝のための小規模事業者の維持を図るためにも創業支援に最も力を入れる。

誰でも参加できる創業塾ではなく、本気の一人一人を羽ばたかせる創業塾としてのブランディングを進めていく。

【対象者】1年以内に創業を本気で考えている方、創業1年以内の方

【募集方法】ホームページやSNSで周知、窓口相談等での推薦、関係・金融機関からの推薦

【講師】地元中小企業診断士、その他士業等

【回数】年1回（全6回を想定）

【目標参加者数】20名

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

事業計画策定が補助金を申請するきっかけであり、必ずしも経営力向上のための計画策定になっていないことから、事業者自身も策定後の支援を求めることなく、策定後の実施・検証・改善につながっていかないケースが多かった。

新たな需要を喚起する取り組みへの参加を促すことで密接な伴走支援を目指していく。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定を支援した小規模事業者に対し、経営指導員が巡回訪問・窓口相談においてその計画が着実に実行されるよう定期的に進捗状況を把握し、PDCAサイクルの支援を行う。

一度、会うタイミングを逃すとお互い間が空いてしまう傾向が強いので定期的な面談を推進していく。

(3) 目標

①事業計画

支援内容	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
f/u対象事業所数	6者	8者	8者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	半年毎 (12回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)
売上高増加事業者数	2者	3者	4者	4者	4者	4者
売上総利益増加事業者数	2者	3者	4者	4者	4者	4者

②創業計画

支援内容	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
f/u対象事業所数	12者	15者	15者	20者	20者	20者
頻度（延回数）	半年毎 (24回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)
売上高増加事業者数	2者	3者	4者	4者	4者	4者
売上総利益増加事業者数	2者	3者	4者	4者	4者	4者

(4) 事業内容

① 事業計画策定事業者へのフォローアップ (f/u)

経営指導員が四半期に一度の頻度で巡回訪問を行い、事業計画の進捗状況の確認を行う。
また、訪問時に事業計画の変更や新たな課題・問題点がないかを確認し、適宜修正を実施し、個社の状況に合せたフォローアップとして専門家を適宜活用することで、事業計画の実効性を高めていく。

② 創業者へのフォローアップ

創業者へのフォローアップは、創業塾の受講者で創業計画を策定した5割が開業と想定し、支援を行う。経営状況は事業所の状況によってまちまちであり、フォローの内容も金融・税務・経営と多岐にわたる。また、過去の実績から税務など開業当初はかなりの頻度で相談に対応しており、窓口にて随時対応することで、事業継続に向けてのフォローアップを行う。また、財務面においては、実際に開業した事業所に対して経営状況により四半期ごとに計画の達成度合いを確認、達成していない場合の対応策などの指導を行う。

また、事業計画を作成して開業に至っていない方については、年1回状況を確認し、開業に向けたフォローアップを行う。

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

現在は、昔ながらの「旧住民」(既存顧客)と、流入した「新住民」(新規顧客)の二極化を融合するために「流山産業博」を流山おおたかの森駅で開催し、新たな住民に対して流山の産業を知っていただく取り組みを行っている。

約70ブースが出展する中で、自社の商品・製品・サービスのPRを行う機会を設けているも他の新規需要拡大の取り組みは消極的であることは否めない。

特に新住民層へのアプローチにはSNS (Instagram、X など) やウェブサイトの活用が不可欠ですが、小規模事業者では人手、時間、ノウハウが不足しがちである。

また、単なる情報発信ではなく、予約・決済・問い合わせを連携させた「販路としてのデジタル活用」ができていないケースが多い。

(2) 支援に対する考え方

これまでに実施している「流山産業博」への出展や金融機関主催の商談会への促しは引き続き行っていくが、より綿密な連携を目指すため、創業塾卒業生を対象にしたブースエリアを設けて実践的な成長支援と認知度向上を図ることでスタートでの躓きを軽減させていく。

また、積極的にセミナーやプロジェクトを立ち上げ「販路としてのデジタル活用」を提案していくことで、「新住民」のみならず、地域外の需要も喚起していくことを目指す。

それを支援する形でのデジタル・アナログでの情報発信も行っていく。

さらに今まで積極的に行わなかった横須賀商工会議所運営の「おもてなしギフト」事業への参加提案も推進していく。

(3) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①流山産業博出展数	50 者	55 者	55 者	55 者	55 者	55 者

【成果目標】 創業塾生出展数	-	5者	5者	7者	7者	7者
②LIVE e コマース参 加事業者数	-	5者	5者	5者	10者	10者
【成果目標】 オンライン売上増加率	-	10%	10%	10%	10%	10%
③おもてなしギフト 事業	-	1件	1件	2件	2件	2件
【成果目標】 オンライン売上増加率	-	10%	10%	10%	10%	10%
④デジタル・アナロ グの情報発信	4回	8回	8回	12回	12回	12回
【成果目標】 オンライン売上増加率	-	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①流山産業博への出展 (B to C)

当市の人口は年々増加しており、そうした新住民をターゲットに流山の産業・お店の魅力を知っていただくため毎年「流山産業博」を開催しており、新住民が居住するエリアであるつくばエクスプレス沿線の駅前広場で開催している。

過去には約2万人の来場客に達したこともあり、このイベント内で創業塾生エリアを設置、創業塾で学んだ知識や作成した創業計画をもとに実践の場で試す機会を提供していく。

来場者だけでなく、他の出展企業や地元企業関係者との接点も生むことで、新たな仕入れ先、業務提携先、販売チャネル（販路）の開拓に繋がる可能性も探る。

②「販路としてのデジタル活用」事業 (BtoB、BtoC)

情報発信から販路開拓へを合言葉に「地域特産品 LIVE アワー」の定期開催（もしくは期間開催）を行う。

完全なLIVE配信かSimLive配信により地域の中小・小規模事業者の製品やサービスを、地理的な制約を超えて広範な顧客に紹介し、新たな販路開拓を目指す。

地域事業者のデジタルリテラシー向上と、新たな販売手法（LIVE e コマース）の導入を支援し、事業の発達・成長を促進する。

可能であれば、地域のインフルエンサーや著名人をアンバサダーとして招聘し配信の注目度を高めていく。

③おもてなしギフトへの出店 (BtoC)

横須賀商工会議所が始めた「おもてなしギフトショップ」はYahoo!ショッピング上に開店したギフト専門店、全国の商工会議所が連携している。これを活用しEC販売の手法やコツを学ぶとともに自社での販売展開も視野に入れた支援を行う。

④デジタル・アナログの情報発信 (BtoB、BtoC)

小規模事業者が少しでも商談の機会を増やし、販路拡大につなげられるよう、国、東京都、千葉県、日本商工会議所、金融機関等が主催する展示会・商談会の情報を収集し、積極的なPRを図る。

また、当所のSNSコンテンツ（Youtube含む）による情報発信を支援していく。

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

現在、経営発達支援計画は外部有識者（中小企業診断士、税理士）らで構成されているものの取りまとめの稚拙さにより、評価に対する積極的な意見に乏しい体制となってしまうている。

また、法定経営指導員に一任する部分が多く、各経営指導員の責任感が乏しいことから本来の成果ではないもの（取り組みの消極化）を評価しなければならない。

(2) 事業内容

本計画の事業を適正に遂行するため、次の方法により評価・検証・計画の見直しを行う。

①隔週の中小企業相談所会議で各経営指導員の指導状況を確認する

②月1回、専務理事、管理職会議にて進捗状況を確認する

③評価会議での基準となる定量的評価（KPI・KGI）の進捗状況を把握

・経営分析数、事業計画策定件数、出展数、売上総利益率、等

④年1回（6月予定）、流山市経済振興部長、法定経営指導員、および中小企業診断士、税理士をメンバーとする外部有識者による評価会議を開催し、事業の実施状況、成果の評価を受け、見直し案の策定に生かす。

⑤事業の成果・評価・見直しの結果については、常議員会へ報告し、承認を受ける

⑥評価・見直しの結果については、流山商工会議所ホームページに掲載する

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

当所では管内小規模事業者の持続的発展に資する支援を行うために、千葉県商工会議所連合会、日本商工会議所、中小企業基盤整備機構が主催する各種研修会を通して、経営指導員を始め、全職員の資質向上を図っているが、現実の業務が優先され最低限の研修しか受けていない現状がある。

また、小規模事業者が事業計画に基づいた経営を進めるためには、経営指導員等一人ひとりの経営に関する知識や情報力、目利きなどを備えたマンパワーによる指導力に頼るところが多く、それぞれの支援能力に差があるのが現状であり、経営指導員等一人ひとりの支援能力の底上げが急務である。

特に小規模事業者に必須であるデジタル化やWEBマーケティング含むITリテラシーの欠如が課題となっている。

(2) 実施内容

経営指導員等の支援能力向上に向けた取組

①外部講習会（講師）の積極的活用

これまで参加してきた日本商工会議所および千葉県商工会議所連合会等主催の研修会への参加を継続するのみならず、一般職員も希望があれば積極的に送り出すことで支援能力の底上げを図る。

また、一切行ってこなかった中小企業大学校専門研修への参加も推奨し、事業承継、創業といった当所でも対応が急務なテーマを積極的に受講し、現場ニーズに応えられるような支援スキルの向上を図る

②OJT制度の導入

現状の部屋への案内程度で終わってしまっている一般職員と経験豊富な経営指導員（広域経営指導員含む）とペアで支援の現場を体験することで支援力の向上を図っていく。

また、専門家相談の同席も積極的に提案することでより深い知見を有することを目指す。

③職員の成長を支える副業・兼業の承認

経営者視点を身に付けるためには事業者としての体験が最も早いと考える。そこで、副業・兼業のチャレンジを応援していくことで、より共感と信頼の構築の醸成を目指します。

④IT リテラシーの向上に向けた取組

当所で開催する DX 推進セミナーや SNS 活用セミナー等に参加させることで IT リテラシーの向上を図るとともに小規模事業者に役立つツールをパイロットフィッシュとして試し、そのレポートを発信することで知識の向上のみならず、価値ある情報提供の一举両得を目指す。

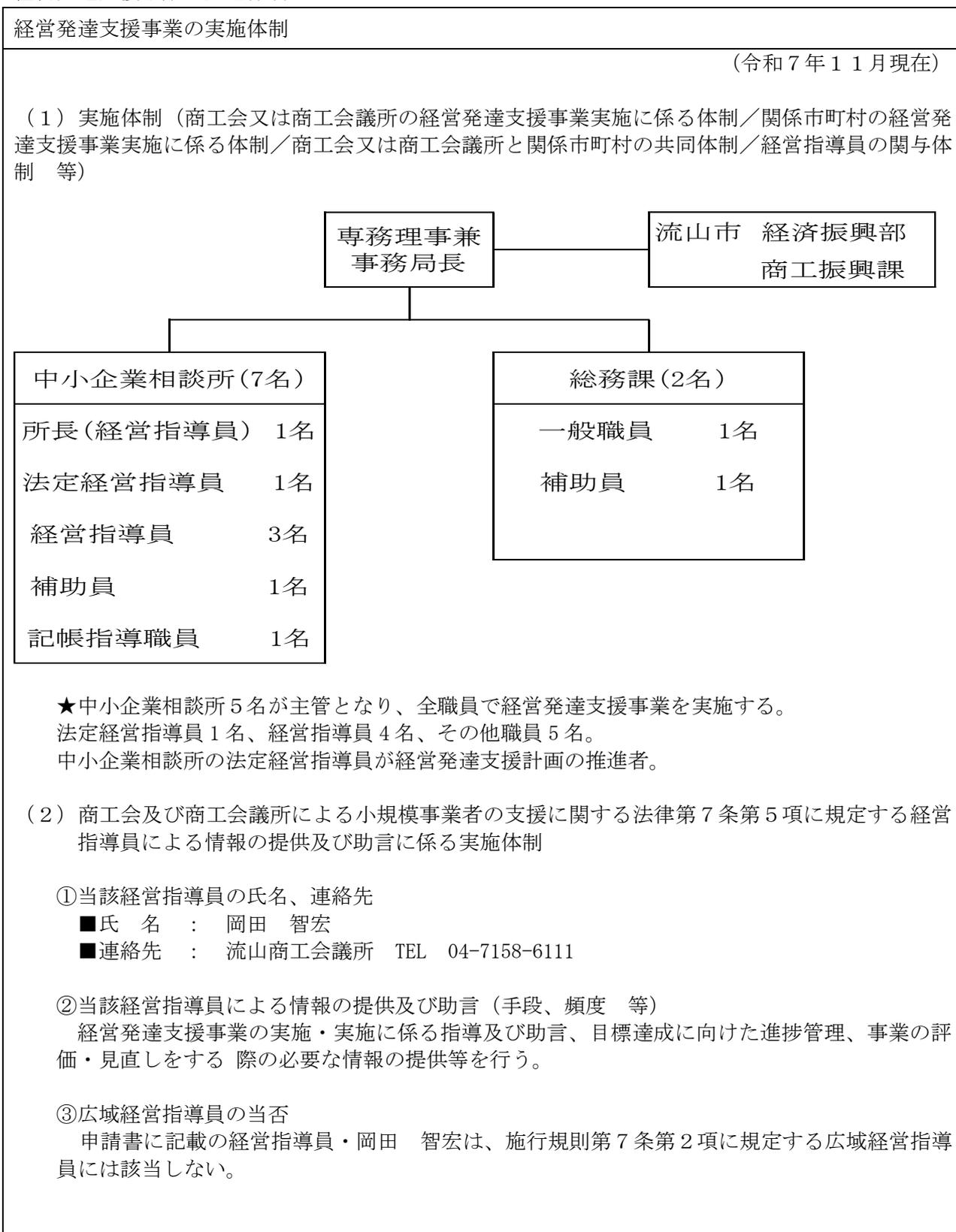
⑤支援ノウハウの共有

相談事例を単なる記録から、組織全体の財産である「知的資産」へ昇華させるためナレッジ共有ツール等を活用しながら相談事例を知財として集約していく。

そのためにも専門家からナレッジマネジメントの基本的な概念等を学び、形骸化しない対策を行っていく。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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

〒270-0164

千葉県流山市流山 2-312

流山商工会議所 中小企業相談所

TEL : 04-7158-6111 / FAX : 04-7158-6113

E-mail : office@nagareyama.or.jp

②関係市町村

〒270-0192

千葉県流山市平和台 1-1-1

流山市 経済振興部 商工振興課

TEL : 04-7150-6085 / FAX : 04-7158-5840

E-mail : shoukou@city.nagareyama.chiba.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)

	R 8 年度	R 9 年度	R 10 年度	R 11 年度	R 12 年度
必要な資金の額	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800
1. 地域の経済動向調査	300	300	300	300	300
2. 需要動向調査	500	500	500	500	500
3. 経営状況の分析	500	500	500	500	500
4. 事業計画策定支援	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
5. 事業計画策定後の実施支援	200	200	200	200	200
6. 新たな需要開拓事業	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
7. 経営指導員の資質向上	300	300	300	300	300

(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、県補助金、市補助金、会議所会費、委託事業費

(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。

