

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	川西町商工会（法人番号：9390005006838） 川西町（地方自治体コード：063827）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援計画の目標 ①事業計画の策定と計画の実施支援による経営基盤の強化 ②創業支援と事業承継支援による小規模事業者数の維持 ③自社の持つ強みを生かした新たな需要開拓
事業内容	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国が提供するビッグデータの活用した地域経済動向分析 ②事業者実態調査の実施 4. 需要動向調査に関すること ①試食・アンケート調査の実施 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の掘り起こし ②経営分析の実施（定量分析・定性分析） 6. 事業計画策定支援に関すること ①DX推進セミナーの開催 ②事業計画セミナーの開催 ③創業希望者・事業承継予定者向けセミナーの開催 ④事業計画策定支援 ・経営分析を行った事業者を対象とした事業計画策定支援 ・創業予定者・事業承継予定者を対象とした事業計画策定支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①定期的なフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①「かわにし逸品カタログ」の作成（BtoC） ②町内開催の販売会への参加（BtoC） ③製造業向け商談会への参加（BtoB） ④自社Webサイト開設支援（BtoC、BtoB）
連絡先	川西町商工会 〒999-0121 山形県東置賜郡川西町大字上小松 1736 番地の 2 TEL. 0238-46-2020 FAX. 0238-46-2022 E-mail. kawanisi@shokokai-yamagata.or.jp 川西町産業振興課（商工観光グループ） 〒999-0193 山形県東置賜郡川西町大字上小松 977 番地 1 TEL. 0238-42-6645 FAX. 0238-42-2600 E-mail. sangyoshinko@town.kawanishi.yamagata.jp

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現状

【立地】

川西町は、昭和30年に1町6村が合併して誕生し、周囲を飯豊、朝日、蔵王、吾妻の2,000m級の山岳に囲まれた山形県の南部、置賜盆地のほぼ中央に位置した田園が広がる自然豊かな町である。

総面積は166.6 km²で、農地が約30%、山林が約40%を占めている。



【人口】

総人口は、町が誕生した昭和30年の30,294人をピークに減少が続き、令和2年には14,541人(令和2年国勢調査速報値)となり、5年間で1,200人以上が減少している。

川西町が、令和3年3月策定した「かわにし未来ビジョン(第5次川西町総合計画)後期基本計画(計画期間:令和3年度~令和7年度)」では、出生者数の上昇、健康寿命の延伸などの対策に取り組みつつ、移住定住施策の充実やメディカルタウン整備による転出抑制、転入促進を図る対策に重点的に取り組み、令和22年の定住人口12,000人を目指すとしている。

[人口、年齢3区分別人口の推移]

(単位:人)

	平成17年	平成22年	平成27年
年少人口(0~14歳)	2,273(12.1%)	1,953(11.3%)	1,749(11.2%)
生産年齢人口(15~64歳)	10,921(58.2%)	9,976(57.6%)	8,663(55.6%)
老年人口(65歳以上)	5,575(29.7%)	5,384(31.1%)	5,339(34.3%)
総人口	18,769(100.0%)	17,313(100.0%)	15,751(100.0%)

(出典:川西町統計資料)

【交通】

川西町は、国道287号と国道113号、JR米坂線と山形鉄道フラワー長井線が交わる要所となっており、隣接する米沢市・長井市・南陽市までは、車で20分圏内、県都山形市までは、車で1時間程度の距離にある。

国道113号に並行するように地域高規格道路「新潟山形南部連絡道路」の一部として「梨郷道路」整備が進められており、令和5年度中に開通する予定となっている。更に「国道287号米沢川西バイパス」の整備も進んでいる。



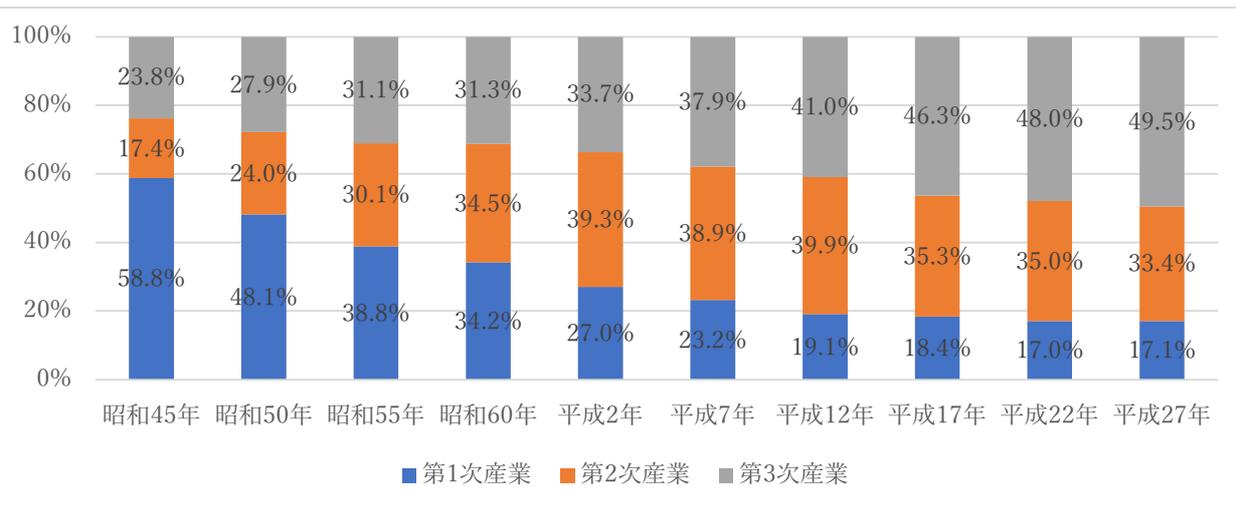
(出典:山形河川国道事務所HP)

道路網の整備によって地域間交流の促進、交流人口の増加による事業機会の拡大が期待される一方で、単なる通過点になりうる新たな課題も生まれている。

【産業】

農業を基幹産業としている町だが、産業別就業人口割合の推移をみると、第3次産業が増加しており、直近では49.5%と半数ほどに増加。一方、第1次産業、第2次産業ともに減少しており、特に第1次産業の就業人口減少は顕著で、本町の産業構造は大きく変化している。

〔産業別就業者数の割合〕



(出典：川西町統計資料)

平成28年経済センサスによると、川西町の商工業者数は569事業所、うち小規模事業者数は491事業所で、小規模事業者の割合は86.3%となっており、商工業者の大多数が家族経営で経営資源の乏しい小規模事業者である。

また、平成24年の同調査と比較すると、商工業者数で46事業所が減少、うち小規模事業者数は33事業所が減少している。

〔商工業者と小規模事業者数の推移〕

(単位：件)

	平成24年		平成26年		平成28年	
	商工業者数	うち小規模事業者数	商工業者数	うち小規模事業者数	商工業者数	うち小規模事業者数
農林漁業	10	9	12	10	13	11
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	0	0	0	0
建設業	109	106	102	100	99	96
製造業	82	67	80	65	79	67
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0	0	0	0
情報通信業	1	1	1	1	1	1
運輸業、郵便業	15	13	10	9	11	9
卸売業、小売業	184	139	179	138	166	127
金融業、保険業	8	6	7	7	6	5
不動産業、物品賃貸業	6	6	5	5	6	6
学術研究、専門技術サービス業	9	9	9	9	7	6

宿泊業、飲食サービス業	58	47	58	45	52	44
生活関連サービス業、娯楽業	91	86	92	88	89	84
教育、学習支援業	3	2	3	2	3	3
医療、福祉	9	9	8	8	7	7
複合サービス業	9	8	10	9	11	10
サービス業(他に分類されないもの)	21	16	22	16	19	15
合計	615	524	598	512	569	491

(出典：経済センサス調査)

〔業種別の状況〕

○商業

直近の調査では、商店数は13事業所減少しているが、商品販売額は251,791万円増加している。販売額増加の要因は、町の6次産業拠点施設である「かわにし森のマルシェ」のオープンによる増加もあるが、大型小売店・量販店の競争激化によるところが大きいものと推測している。また、後継者不在や高齢化による小規模事業者の廃業が増加したことで商店数が減少したものと推測している。

商業者のほとんどが店舗周辺の住民を顧客とした小規模事業者で、地域内の人口減少や消費ニーズの多様化、インターネットの普及といった外部環境の変化に対応することができず、売上減少を余儀なくされている小規模事業者が多いが、御用聞きなどのきめ細やかなサービスで、高齢者を中心とした固定客の確保に努めているほか、キャッシュレス決済の導入を図るなど新規顧客層の獲得にも意欲的に取り組んでいる事業者もある。しかし、地域内の大型小売店やコンビニエンスストアの出店、近隣市町への大型ショッピングセンターや大規模小売店・量販店の出店による顧客の流出は止まらず、事業者の高齢化も進んでおり、将来的には廃業数の増加が懸念される。

〔商店数・商品販売額の推移〕

	平成26年	平成28年	比較増減
商店数	179件	166件	△13件
商品販売額	1,030,088万円	1,281,879万円	251,791万円

(出典：町統計資料)

〔町内在住者の町内での購買依存率〕

	平成24年	平成27年	平成30年
商品総合	30.3%	41.6%	42.7%
最寄品	41.1%	53.3%	54.3%
買回品	9.9%	15.4%	16.9%

(出典：山形県の買物動向調査)

○工業

直近の調査では、製造業事業所数は6事業所の減少、製造品出荷額も147,521万円減少しており、製造業においても、先行きの不安と後継者不在や高齢化による小規模事業者の廃業が増加したことで事業所数が減少したものと推測している。

製造業は、企業誘致などもあって、電子部品製造業、機械器具製造業、縫製業などを中心に事業所が存在するが、その多くは下請け受注企業であり、小ロット・短納期など生産計画も立てにくい状況で、特に小規模事業者は、発注先の動向によって経営が左右されやすく経営が不安定な状況にある。

建設業の大半は、建築工事に関連する小規模事業者となっている。特に住宅新築工事は、ハウスメーカーの進出により小規模事業者の新築工事受注は激減しており、多くの小規模事業者は、ハウ

スメーカーの下請けや小規模な修繕工事の受注で事業を維持しているのが現状だが、従来からの縁故や知人からの紹介だけでなく、営業や広告宣伝に積極的に取り組み、堅実に受注を獲得している事業者もある。

工業においても、事業者の高齢化が進んでおり、将来的には廃業数の増加が懸念される。

〔製造業事業所数・製造品出荷額の推移〕

	平成 28 年	令和元年	比較増減
事業所数	46 件	40 件	△6 件
製造品出荷額	2,846,308 万円	2,698,787 万円	△147,521 万円

(出典：町統計資料)

【観光】

川西町の観光者数は、川西ダリヤ園や川西町浴浴センターまどか、川西町フレンドリープラザ、かわにし森のマルシェ等で年間 40 万人を超え、5 年前の調査時と比べ約 2 倍の伸びとなっている。

観光者が増加した要因は、川西町浴浴センターまどかの来客者数が平成 27 年のリニューアルとともにサービスを向上したことによる増加が大きく影響しているほか、川西ダリヤパークゴルフ場が平成 30 年にオープンし、多くの愛好者がプレーを楽しんでいることがあげられる。

ほかにも、かわにし森のマルシェの来店者数が平成 28 年のオープン以来順調に推移していることや、川西ダリヤ園の入園者数が平成 29 年には約 63 千人となり、有料化された昭和 63 年以降で最高の来園となったことがあげられる。

〔観光者数の推移〕

	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年	令和 1 年	令和 2 年
観光者数	358,011 人	385,688 人	442,129 人	469,775 人	428,188 人

(出典：第 2 次川西町観光基本計画)

【食と特産品】

肥沃な田園が広がる川西町は、全国屈指の米どころとして知られ、良質な米が全国へ向けて出荷され、更に良質な米を利用した酒造りも盛んで、餅や米粉を使ったケーキなども作られている。

多くの家庭にある畑では、多品種の野菜や豆類、そばなどが作付けされ、これらの中には良食味を誇るものや希少な在来種もあり、さまざまな形で流通するものが増えている。とりわけ、在来の豆「紅大豆」をきっかけにして、近年は「豆のまち」としても注目を集めている。

畜産では、黒毛和牛の子牛生産と肥育が盛んに行われ、その多くは全国的に名高いブランド牛「米沢牛」として出荷されている。

これらの郷土色豊かな食材は、各家庭の食卓を彩るばかりか、近年は飲食店や各種団体等によって惣菜などに加工され商品化が行われています。このほかにも伝統的な和菓子や納豆や味噌などの発酵食品も高い評価と人気を誇る特産品となっている。

その他には、国内大手メーカーによる鉛筆やボールペンなどの筆記具や、町の花ダリアを活用した土産品などがある。

◇農作物等 米／アスパラガス 枝豆／キュウリ／ブドウ（デラウェア）／牛肉（米沢牛）／豆（紅大豆）／そば／切り花ダリア／アルストロメリア

◇加工食品 日本酒／和菓子／納豆／味噌／もち／牛惣菜／米粉菓子／漬物／郷土料理

◇その他 鉛筆／ボールペン／ダリア土産品

②課題

令和元年 11 月に商工会員事業所を対象としたアンケート調査では、直面している経営上の課題

として、「売上の減少 (23.4%)」が最も高く、次いで「仕入価格の上昇 (12.2%)」、「従業員の確保難 (12.2%)」の3項目を課題とする回答であった。その他、「熟練労働者・技術者の確保難」、「生産設備の不足・老朽化」を課題としている回答も比較的高い。

また、後継者については、「後継者が決まっている」との回答は23.1%、「候補者はいるが、まだ決っていない」を含めても39.2%となっている。一方、「候補者を探している」「後継者がいない」との回答が計34.3%であった。「未だ考えていない」との回答した事業者も26.6%と高い割合となっている。

「後継者がいない」と回答した事業者が将来的にどうするのかの問いには、「廃業する (51.1%)」、「譲渡する (6.7%)」、「これから探したい (17.8%)」との結果であった。

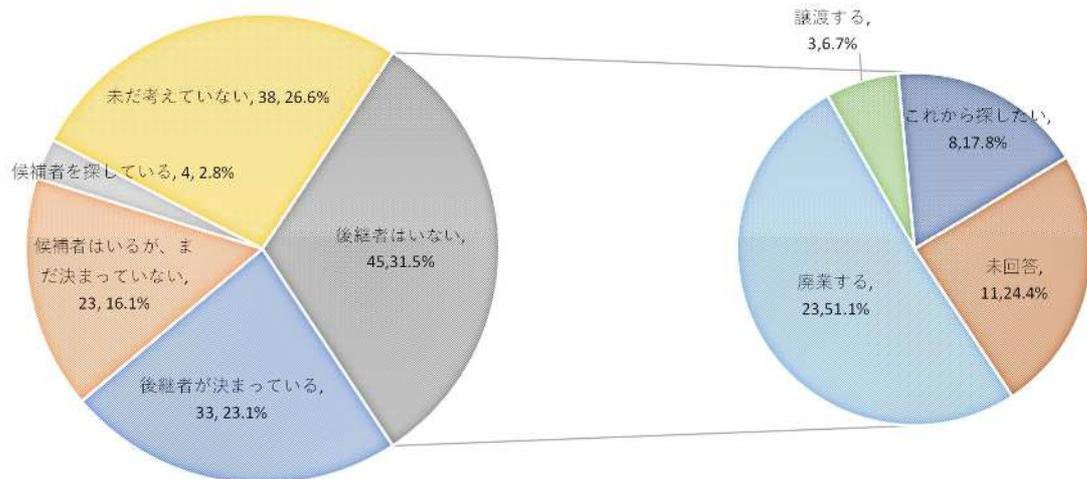
以上のことから、川西町の商工業者は、売上の減少を余儀なくされている小規模事業者が多く、「経営基盤の弱体化」と「後継者難、後継者不足」が業種全体の課題となっている。

〔事業所実態調査 (令和元年11月調査、調査対象数320、回答数156、回答率48.8%)〕

Q. 直面している経営上の課題(最大3つまで回答)

回 答	件数	割合
売上の減少	48	23.4%
仕入価格の上昇	25	12.2%
従業員の確保難	25	12.2%
熟練労働者・技術者の確保難	15	7.3%
生産設備の不足・老朽化	13	6.3%
人件費の増加	9	4.4%
原材料費・人件費以外の経費の増加	9	4.4%
大企業の進出による競争の激化	7	3.4%
事業資金の借入難	7	3.4%
製品(加工)単価の上昇	6	2.9%
製品ニーズの変化	6	2.9%
その他	5	2.4%
取引条件の悪化	4	2.0%
金利負担の増加	4	2.0%
原材料の不足	3	1.5%
新規参入業者の増加	2	1.0%
生産設備の過剰	0	0.0%
特にない	17	8.3%
計	205	100.0%

Q. 後継者について



また、今後の計画については、「人材の採用（16.2%）」「販路の拡大（14.0%）」「経費の見直し（12.3%）」の3項目が高い割合となっている。その他、「社長・事業主の交代」「新たな事業への進出」「ホームページの作成、SNSの活用」「新商品・サービスの開発」を考えている事業者が比較的多いことから、本商工会として、事業承継計画や経営計画に係る策定支援、更にITツール導入、Webサイト構築やSNS活用などの取り組みを支援する必要がある。

Q. 今後の事業計画について(最大3つまで回答)

回 答	件数	割合
人材の採用	29	16.2%
販路の拡大	25	14.0%
経費の見直し	22	12.3%
社長・事業主の交代	13	7.3%
新たな事業への進出	11	6.1%
ホームページの作成、SNSの活用	11	6.1%
新商品・サービスの開発	10	5.6%
資金調達の実施	9	5.0%
店舗・工場等の新設・増設・移転	8	4.5%
労働条件の改善	6	3.4%
調査・研究	4	2.2%
廃業・解散・整理	4	2.2%
その他	3	1.7%
事業の統廃合・売却	0	0.0%
M&Aの実施	0	0.0%
特になし	24	13.4%
計	179	100.0%

(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

本町の小規模事業者は、前述のとおり全業種において減少傾向にあり、その経営状況も売上不振をはじめとする多くの経営課題を抱え、加速する少子高齢化や人口減少などの環境変化によって「消費の減少」「労働力不足」「後継者不足」が課題となっている。また、急速に発展する情報化社会とそれに伴う消費者ニーズの変化などにも対応する必要がある。

このように外部環境が大きく変化する中で小規模事業者の長期的な振興を図るためには、個々の事業者が外部環境の変化に素早く対応し、個社の実情にあった事業計画に取り組んでいくことが必要となることから、本商工会では、関係機関と連携を図りながら、小規模事業者の持続的発展に資する伴走型支援体制を整備し、小規模事業者の定期的な経営状況調査、経営課題の抽出を行い、経済動向調査・需要動向調査でのニーズを反映した事業計画策定と実施の支援を行っていく。

②川西町総合計画との連動性・整合性

平成28年3月に制定された「川西町中小企業・小規模事業者振興条例」では、中小企業・小規模事業者の振興を図るために、「力強く前向きな企業努力の支援」「地域資源を活かし、町内経済の循環が促進する取り組みの支援」「小規模事業者の持続的な発展の支援」を基本理念に、町・事業者・関係団体・教育機関・町民がそれぞれの役割を果たしていくこととしている。

また、平成28年度にスタートした「かわにし未来ビジョン（第5次川西町総合計画）」は、令和2年度に前期5カ年が終了したことから、前期5カ年での取り組みを踏まえ、課題や社会的情勢の変化に的確に対応していくため、後期5カ年（令和3年度～令和7年度）の「後期基本計画」を令和3年3月に策定し、この中で3つの分野別目標を定め、商工業、観光が含まれている「産

業振興に係る目標と施策」を次のように掲げている。

「かわにし未来ビジョン（第5次川西町総合計画）後期基本計画」～抜粋～

（計画期間：令和3年度～令和7年度）

《目標》 「挑戦する」まちをつくる

住む人と事業所、行政等が一緒になって何事にも「“挑戦する”機運」や「“挑戦できる”環境」を醸成することで、暮らしの経済活動が活発に営まれ、地域の活気と賑わいに満ちたまちづくりを目指していきます。

《施策の柱》

①豊かさをもたらす強い農業づくり

町の宝である田畑や里山を次世代へ継承し、町の基幹産業である農業を持続的に発展させていくために、農業経営の戦略的展開や安定した生産体制の確立等を図り、住む人に豊かさをもたらす強い農業を目指していきます。

- ・戦略的農業の確立
- ・安定した生産体制の確立

②相互に連携する産業づくり

時代や消費者のニーズの変化や社会情勢、国及び県の政策をいち早く捉え、産学官金の連携やそれぞれの産業の振興はもちろん、産業間の連携も図りながら、地域経済の活性化を目指していきます。

- ・産業間ネットワークの促進
- ・にぎわいのある商業の振興
- ・ものづくりを育む工業の振興

③多様な仕事を生み出す戦略づくり

企業誘致や起業への支援とともに、産学官金労言の連携や再生可能エネルギーの利活用を通じた新たな雇用の創出を図ることで多様な就労のニーズに対応できる魅力的な雇用の場の確保を目指していきます。

- ・企業誘致の促進
- ・起業家の発掘・育成
- ・産学官金労言連携の促進
- ・再生可能エネルギーの利活用

④魅力ある観光づくり

ダリアの魅力をさらに高めるとともに、歴史、文化、自然、景観、食、人、産業などの地域資源を活用し広域観光の推進を図りながら、リピーターの増加につながる魅力あふれる観光の確立を目指していきます。

- ・ふれあいの丘の機能充実
- ・広域的な観光資源活用と連携強化
- ・効果的な観光情報発信の強化

⑤効果的で効率的な行政運営づくり

時代の変化に対応した行政サービスを提供していくために、公共施設の計画的な整備を図り、行政サービスの多様化に努めるとともに、限られた資源を有効に活用し、広域行政を推進しながら、効果的で効率的な行政運営を目指していきます。

- ・公共施設の計画的な整備
- ・行財政改革の推進
- ・広域行政の推進

③川西町商工会としての役割

川西町商工会は、「川西町中小企業・小規模事業者振興条例」及び「第5次川西町総合計画（後期計画）」に掲げた施策を踏まえ、行政と町内小規模事業者のパイプ役である小規模事業者支援機関として、地域内小規模事業者への経営環境の変化に応じた継続的な支援の実施による経営基盤の強化と事業継続、創業者や後継者等の地域経済の新たな担い手となる人材育成によって地域の活性化に取り組む。

（3）経営発達支援事業の目標

「地域の現状及び課題」及び「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、以下の目標を掲げて小規模事業者の経営実態に応じた支援を行い地域の活性化を目指す。

- ①事業計画の策定と計画の実施支援による経営基盤の強化
- ②創業支援と事業承継支援による小規模事業者数の維持
- ③自社の持つ強みを生かした新たな需要開拓

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4年4月1日～令和9年3月31日）

（2）目標達成に向けた方針

①事業計画の策定と計画の実施支援による経営基盤の強化

経営資源に制限があつて経営環境の変化の影響を大きく受けやすい小規模事業者に対して、窓口相談や巡回訪問、事業計画策定セミナー等の開催を通じて事業計画策定の必要性・重要性の意識づけと掘り起こしを行い、経済動向・需要動向、個社の現状と分析した結果を見据え、経営課題の解決と強みを生かした事業計画の策定支援を行う。また、事業計画策定後も定期的な巡回指導などによって計画の実施支援と進捗状況を把握し、目標達成に向けてPDCAサイクルを回しながら小規模事業者の経営基盤の強化を図る。

②創業支援と事業承継支援による小規模事業者数の維持

減少傾向にある小規模事業者数に歯止めをかけるべく、創業支援と事業承継支援に取り組み小規模事業者数の維持を図る。

創業支援については、創業セミナー開催や関係機関との連携によって、広く創業予定者の掘り起こしを行い創業支援へとつなげ、創業計画の考え方から創業計画の策定支援と計画の実施支援を行う。創業後も定期的なフォローアップで着実な創業と安定した経営の実現を図る。

事業承継支援については、大多数が家族経営の小規模事業者であり、事業を継続するうえでも重要な経営課題となっているが、依然として事業承継への対応の意識が低いことから、窓口相談や巡回訪問、アンケート調査などで現状の把握と意識づけを行い、関係機関及び専門家等と連携して事業承継支援に取り組み小規模事業者の維持を図る。

③自社の持つ強みを生かした新たな需要開拓

地域内の人口減少等により商圏は縮小傾向にあるが、道路網の整備によって地域間交流の促進、交流人口の増加による新たな事業機会の拡大も期待されることから、個社の魅力をアピールし、限られた経営資源を生かした需要開拓に取り組み、新たな顧客獲得と潜在需要の掘り起こしを図る。

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

①現状

本商工会では、地域の経済動向を把握するため、四半期毎の県内統一景況調査（山形県商工会連合会）の実施のほか、関係機関などが実施・公表している調査報告等の情報収集を行っているが、調査結果の提供は、会員向けの会報や一部の小規模事業者への提供に留まっており、商工会においても、小規模事業者の支援に十分活用できていない状況である。

②課題

事業計画策定支援において外部環境を的確に把握することが必要となるが、今後は、これまで取り組んでいなかったビックデータ等を活用した専門的な分析結果を提供することが必要となっている。

(2) 目標

	公表方法	現行	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地域経済動向分析公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業者実態調査公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータを活用した地域経済動向分析

効率的な地域活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS（地域経済分析システム）」を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

〔調査手法〕経営指導員等が「RESAS（地域経済分析システム）」を活用して地域の経済動向分析を行う

〔調査項目〕地域経済循環マップ、まちづくりマップ、産業構造マップ

⇒上記の分析を産業別・総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する

②事業者実態調査の実施

管内小規模事業者の実態を把握するため、アンケート調査を年1回実施し、調査結果を年1回公表する。

〔調査対象〕会員事業所約330社

〔調査手法〕調査票を郵送し、経営指導員等の巡回により回収する

〔調査項目〕売上、資金繰り、従業員、後継者の有無、経営の課題、今後の経営の方向性、等

〔分析手法〕経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家等と連携して分析を行う

(4) 調査結果の活用方法

- ・事業計画策定における外部環境の把握等、経営指導員等が小規模事業者に対して経営支援を行う際の参考資料として活用する
- ・商工会報及び本商工会ホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

川西町内の小規模事業者の多くは、これまでの経験や勘に頼った商品・サービスの提供を行っており、経営資源の不足や情報収集や分析手法のノウハウも不足もあり、地域消費者のニーズに合っているのか把握していない事業者がほとんどである。本商工会においても、外部機関が公表する需要調査結果など多くの情報が集まっているが、その活用は一部に留まり、小規模事業者への積極的な情報提供には至っていない状況である。

②課題

小規模事業者の視点に立った情報収集を行っていくこととマーケットインの考え方を浸透させることが必要となっている。

(2) 目標

	現行	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
試食・アンケート調査対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①試食・アンケート調査の実施

主に町内産品を活用した菓子・農産物加工品等を製造販売している事業者を対象に、町内で開催している「こまつ市」において、試食及びアンケート調査を行い、調査結果を分析して当該事業者に対して直接フィードバックし、新商品の開発や事業計画に反映する。

〔サンプル数〕 来場者 30 人/社

〔調査手法〕 町内で定期的（5月～11月、月1回）に開催している「こまつ市」において、来場者に対して商品の試食をしてもらい、経営指導員等がアンケート調査を一事業者当たり年1回行う

〔調査項目〕 味、ボリューム感、パッケージデザイン、価格、改善点、等

〔分析手法〕 経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家等と連携して分析を行う
～こまつ市～

出店者で組織する実行委員会が主催し、町内商工業者や農家約 20 者が出店する朝市で 5 月～11 月に月 1 回開催、主に町内の消費者が来場

(4) 調査結果の活用方法

- ・当該事業者に対して直接フィードバックし、新商品の開発や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

①現状

本商工会においては、窓口相談や巡回訪問、セミナー開催を通じて、経営分析の必要性・重要性の啓蒙と定着を行っているが、多くの小規模事業者は、家族経営であり日々の経営に追われ、経営状況を分析することの重要性や自社にとって必要なことであるとの認識が依然として低く、

経験と勘に頼った経営を行っている状況である。

また、本会において経営分析を行っている事業者についても、決算書類に基づいた定量的な財務分析が中心で、定性的な分析は補助金活用時など限定的となっている状況である。

②課題

財務分析による定量的な分析に加え、SWOT分析による定性的な分析にも取り組み、個社の経営課題の抽出と課題解決のための事業計画の策定に向け活用していくことが必要となっている。

(2) 目標

	現行	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
経営分析対象事業者数	37者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の掘り起こし

窓口相談や巡回訪問、事業計画策定セミナー等（後述）を通じて、経営分析の必要性・重要性を啓発し、経営分析を行う対象事業者の掘り起こしを行う。

②経営分析の実施

〔支援対象〕 上記の掘り起こしの結果、経営分析の重要性を認識した事業者及び経営指導員等が特に経営分析の必要があると判断した事業者40者を選定

〔分析項目〕 定量分析と定性分析の双方で分析する

- ・財務分析（定量分析）……収益性、生産性、安全性、成長性の分析
- ・SWOT分析（定性分析）…内部環境（強み、弱み）、外部環境（脅威、機会）を整理

〔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」を活用し、経営指導員等が分析を行い、より専門的な知識が必要な場合は専門家と連携して実施する

(4) 分析結果の活用方法

- ・当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する
- ・データベース化して職員同士の情報共有化を図り、支援の効率化と職員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

①現状

多くの小規模事業者は、家族経営であり日々の経営に追われ、経営状況の分析と同様に事業計画の重要性や必要性の認識が低く、経営方針や目標が不明確で経験と勘に頼った経営を行っている。また、経営方針や目標があっても計画書として自身でまとめることが不慣れなこともあって、事業計画を策定して経営に取り組んでいる事業者はごく少数である。

本商工会においては、窓口相談や巡回訪問、セミナー開催を通じて、事業計画の必要性・重要性の啓蒙と定着を行っているが、補助金申請や金融支援などの目先の課題解決のための計画策定

への支援となっており、自社の中期的な経営を見据えた事業計画策定支援は少ない状況である。

②課題

小規模事業者の持続的な発展に向けて、経営分析結果を踏まえ、自社の強みを活かした中期的な事業計画策定の支援が必要となっている。

また、小規模事業者にとってDXは必要不可欠であるが、単にIT化としてデジタルツール導入するのではなく、これらを活用して売上、生産性や付加価値を向上することが目的であることから、DXに向けた取り組みの必要性を理解してもらうための支援が必要となっている。

～DX（デジタルトランスフォーメーション）～

企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること（経済産業省「DX推進指標」より）

（2）支援に対する考え方

- ・事業計画策定の必要性・重要性を事業者自身が理解し、地域の経済動向、需要動向、自社の経営分析結果を踏まえたうえで、広域経営指導員を含めた複数体制で経営課題の解決と強みを生かした実現性の高い事業計画の策定を支援し、計画の実施と目標達成につなげ、小規模事業者の持続的な発展を支援する。
- ・より専門的な知識が必要な場合は専門家と連携して確実に事業計画の策定につなげていく。
- ・事業計画策定にあっては、事業計画策定に不慣れな小規模事業者でも取り組みやすいツールを活用する。
- ・事業計画策定の前段階において、DXに向けたセミナーを開催し、デジタル技術やITの活用による小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。
- ・「5. 経営状況の分析に関すること」で経営分析に取り組んだ事業者の80%程度/年の事業計画策定を目指す。

（3）目標

	現行	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
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
③創業予定者・事業承継予定者向けセミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
④事業計画策定事業者数	31者	32者	32者	32者	32者	32者
うち創業計画策定	3者	3者	3者	3者	3者	3者
うち事業承継計画策定	1者	3者	3者	3者	3者	3者

（4）事業内容

①DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の向上や基礎知識の習得とDX達成に向けたITツール導入、Webサイト

構築やSNS活用などの取り組みを推進していくことを目的としたセミナーを開催する。

〔支援対象〕 ITツール導入、Webサイト構築やSNS活用などを考えている事業者

〔募集方法〕 チラシ配布、ホームページによる周知、巡回等による個別勧誘

〔参加者数〕 20 者/回

〔カリキュラム〕

DX総論、DX関連技術、具体的な活用事例、SNSの活用方法、ECサイトの利用方法、等

②事業計画セミナーの開催

事業計画の策定の必要性・重要性と計画策定に必要な基礎知識や手法等を習得することを目的としたセミナーを開催し、事業計画の策定を支援する。

〔支援対象〕 経営分析を行った事業者

〔募集方法〕 チラシ配布、ホームページによる周知、対象事業者への個別勧誘

〔参加者数〕 20 者/回

〔カリキュラム〕

事業計画の必要性、経営環境分析、マーケティング、事業戦略の立案、補助金申請等への活用、等

③創業予定者・事業承継予定者向けセミナーの開催

円滑な創業・事業承継に必要な知識を習得することを目的としたセミナーを開催し、実現性の高い創業・事業承継計画の策定を支援する。

〔支援対象〕 創業予定者・創業して間もない事業者、事業承継予定している後継者

〔募集方法〕 チラシ配布、ホームページによる周知、対象事業者への個別勧誘

〔参加者数〕 10 者/回

〔カリキュラム〕

創業・事業承継の心構え、事業計画の必要性、経営環境分析、マーケティング、事業戦略の立案、収支計画、資金調達、経理・税務・労務の基礎知識、等

④事業計画策定支援

ア. 経営分析を行った事業者を対象とした事業計画策定支援

窓口相談や巡回訪問、事業計画策定セミナー等を通して経営分析を行った事業者を対象に、地域の経済動向、需要動向、自社の経営分析結果を踏まえたうえで、広域経営指導員を含めた複数体制で経営課題の解決と強みを生かした実現性の高い事業計画の策定を支援する。

〔支援対象〕 経営分析を行った事業者のうち、事業計画策定に意欲のある事業者

〔支援手法〕 ・広域経営指導員を含めた経営指導員等の複数体制による担当制で、事業計画の策定支援を行い、より専門的な知識が必要な場合は専門家と連携して実施する
・事業計画の策定に不慣れな小規模事業者でも「事業者自身が事業計画を作ること」を意識してもらうため、最小限の文字入力で作成できる中小機構の「経営計画つくるくん」を活用して事業計画策定を支援し、事業者と経営指導員等でツールを活用、共有することで、計画の方向性と事業計画の実施支援につなげる（利用できない事業者に対しては、紙ベースなどの別手段で対応する）

イ. 創業予定者・事業承継予定者を対象とした事業計画策定支援

創業を予定している方や経営分析を行った事業者のうち、事業承継を予定している事業者を対象に、実現性の高い創業計画書や事業承継計画書の策定を伴走型で支援する。

〔支援対象〕 創業予定者、経営分析を行った事業者のうち事業承継を予定している事業者の後継者

〔支援手法〕 ・広域経営指導員を含めた経営指導員等の複数体制による担当制で、事業計画の策定支援を行い、より専門的な知識が必要な場合は専門家と連携して実施する

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

①現状

小規模事業者の多くは、家族経営であり日々の経営に追われ、事業計画を策定しても計画実施の意識が希薄となってしまうケースもある。また、進捗状況を把握していないため、目標とズレが生じても見直しが困難になってしまう状況となっている。

本商工会においても、補助金申請などに関連したフォローアップが主になっており、補助金申請時の計画策定当初や実績報告時に集中し、それ以外は不定期なフォローアップとなることが多かった。

②課題

今後は、不定期だったフォローアップの頻度を見直し、定期的な進捗状況の確認を行い、事業者自身による進捗状況確認を意識づけし、進捗状況に合わせた計画の見直しなどを含め、PDCAサイクルによる支援によって、事業計画の実施と目標達成に取り組んでいく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

- ・事業計画の策定を支援した事業者に対して、広域経営指導員を含めた複数体制で事業計画の進捗状況等を確認し、策定した事業計画の実施と目標達成を目指す。
- ・創業計画及び事業承継計画の策定を支援した事業者に対しては、事業が軌道に乗り、事業継続が実現するよう伴走型での支援を実施する。
- ・より専門的な知識が必要な場合は専門家と連携して策定した事業計画の実施を支援する。
- ・確認した事業計画の進捗状況等に応じて、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	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	25者	32者	32者	32者	32者	32者
うち創業計画策定対象事業者	1者	3者	3者	3者	3者	3者
うち事業承継計画策定対象事業者	1者	3者	3者	3者	3者	3者
頻度（延べ回数）	101回	128回	128回	128回	128回	128回
利益率増加等の目標達成事業者数	13者	18者	18者	18者	18者	18者

(4) 事業内容

①定期的なフォローアップ

事業計画の策定を支援した事業者を対象に、広域経営指導員を含めた複数体制で定期的かつ継

続的に事業計画の進捗状況等を確認し、策定した事業計画の実施と目標達成に向けて支援する。

〔支援対象〕 事業計画の策定を支援した事業者

〔支援手法〕 ・窓口相談・巡回指導による広域経営指導員を含めた複数体制で、策定した計画の実施状況のフォローアップを四半期に1回（年4回）実施する

- ・策定した事業計画の進捗状況等に応じて、支援を集中すべき事業者とある程度自主性に任せても支障のない事業者を見極めたうえでフォローアップ回数を変更して支援する
- ・策定した計画内容の進捗状況や課題などを確認できる共通ツール（事業計画実施フォローアップシート）を作成して管理する
- ・策定した計画とズレが生じている場合は、その要因や今後の対応策などについての検討と提案を行い、より専門的な知識が必要な場合は専門家と連携して策定した事業計画の実施を支援する

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

①現状

本商工会ではこれまでに、地域内外で開催される物産展や商談会への出展・参加を促しているが、川西町内の小規模事業者の多くが、家族経営で経営資源が限られていることもあって人材不足や生産能力不足などの理由で出展・参加には消極的な事業者が多い。しかし、中にはこれらの物産展や商談会に積極的に参加し新たな販路の開拓に取り組む事業者も存在する。

また、自社ホームページの開設、ネット販売やSNS活用による情報発信などに積極的に取り組み、新たな顧客獲得と売上拡大につながっている一部の事業者もいるが、多くの小規模事業者は、高齢化、知識不足、人材不足等の理由でITを活用した販路開拓等の取り組みが進んでおらず、限られた商圏での営業が主体となっている。

②課題

販路開拓に意欲的な小規模事業者を継続的に支援するとともに、地域内の人口減少等により商圏は縮小することが想定されるが、道路網の整備によって地域間交流の促進、交流人口の増加による新たな事業機会の拡大も期待されることから、個社の魅力をアピールし需要開拓を支援していく必要がある。

また、新たな需要の開拓には、ITを活用したDX推進が必要となっており、必要性を理解してもらいITを活用した取り組みへの支援が必要となっている。

（2）支援に対する考え方

- ・小規模事業者自身が持つ経営資源でできる販路開拓として、自社の持つ強みを生かした商品・製品、サービスや技術などをPRし、新たな顧客獲得と潜在需要の開拓を目指す。単に事業者が希望する商品等を紹介するだけでなく、小規模事業者の強みを引き出すとともに、必要に応じて経営指導員等が専門家と連携して改良や改善のブラッシュアップを支援し、訴求力の高い商品づくりを支援する。
- ・商工会独自で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏や県内で開催される既存の展示会等や町内で開催されるイベントへの出展を支援する。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。
- ・DXに向けた取り組みとして、ネットショップを含む自社のWebサイト構築、ECサイトの活用、SNSを活用した情報発信等、ITを活用した新たな販路開拓や掘り起こしの必要性をセミナー開催などで理解してもらい、事業者の段階にあった導入支援を行う。必要に応じて専門家と

連携して導入を支援する。

(3) 目標

	現行	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かわにし逸品カタログ参加事業者	—	30者	30者	30者	30者	30者
売上増加率 (/者)	—	10%	10%	10%	10%	10%
②地域内イベント参加事業者数	12者	15者	15者	15者	15者	15者
販売額 (/者)	未調査	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③商談会参加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数 (/者)	—	2者	2者	2者	2者	2者
④自社Webサイト開設事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率 (/者)	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①「かわにし逸品カタログ」の作成 (BtoC)

自社の持つ強みを生かした商品・製品、サービスや技術などをPRする「かわにし逸品カタログ (仮称)」を作成し、新たな顧客獲得と潜在需要の開拓を図る。

〔支援対象〕 新たな販路拡大を目指す商業者・飲食業者・食品製造業者・建設業者

〔支援手法〕 自社の商品・製品、サービスや技術などの“自慢の逸品”を募集し、カタログとしてまとめ、町内及び近隣市町に配布する

〈カタログ概要 (予定)〉

- ・発行部数：6,000部
- ・内 容：事業者情報、逸品写真及び説明、他
- ・配 布 先：町内全戸、町内及び町外の施設、等
- ・応募された商品等を単に掲載するだけでなく、必要に応じて経営指導員等が専門家と連携して改良や改善のブラッシュアップを支援し、訴求力の高い商品づくりを支援する
- ・カタログを活用したスタンプラリーなどの販売促進事業も合わせて取り組み、地域内の需要を開拓する

②町内開催の販売会への参加 (BtoC)

町内で定期的 (5月～11月、毎月1回) に開催している「こまつ市」への参加を促し、地元で知名度、認知度を高め、新たな需要の開拓を支援する。

〔支援対象〕 参加を希望する商業者・飲食業者・食品製造業者

〔支援手法〕 事前に陳列や接客など、きめ細かな伴走支援を行う

- ・需要動向調査の結果を踏まえ、商品のブラッシュアップを伴走支援する

③製造業向け商談会への参加（BtoB）

山形県企業振興公社が主催する「山形県広域商談会」への参加を促し、受注機会の拡大を図る。

〔支援対象〕 新規受注拡大を目指す機械加工・電気機器等の製造業事業者

〔支援手法〕 ・効果的な商談となるよう、商談の進め方などの事前支援を行う

- ・事後に、名刺交換した発注企業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

～山形県広域商談会～

山形県企業振興公社が主催し、県内中小企業の新規受注先獲得を目的として例年7月に開催。発注企業は、一般機械・電気機器・金属製品・精密機器・輸送用機械などの全国のメーカーや商社等90社程

④自社Webサイト開設支援（BtoC、BtoB）

ホームページやSNSを活用したPRや情報発信などの必要性を理解してもらい、新たな需要の開拓を支援する。

〔支援対象〕 自社Webサイト構築やネットショップによる販売、SNS活用などによって、新たな販路拡大を目指す事業者

〔支援手法〕 ・自社Webサイトの構築、ネットショップや予約サイトの構築、コンテンツなど立ち上げ段階から運営方法などについて伴走支援する。

- ・ECサイトの活用を含め、事業者それぞれの段階にあった導入支援を行い、必要に応じて専門家と連携して導入を支援する

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

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

①現状

経営指導員等による事業の評価及び見直しを年2回実施し、商工会理事会及び総代会で報告を行っている。事業の進捗状況等は、町産業振興課との打合せの際に随時報告を行っているが、商工会内部の検証のみで、外部検証はできていない状況となっている。

②課題

商工会内部での検証のみで、専門的な知識を有する有識者が参画した外部による評価・検証が実施されていなかったため、中小企業診断士等の有識者も参画した外部の評価・検証を受け、より効果的な事業の評価及び見直しを行う仕組みを構築する必要がある。

(2) 事業内容

- 中小企業診断士等の外部有識者、川西町産業振興課長、町内金融機関代表支店長、商工会正副会長及び事務局長、法定経営指導員を構成メンバーとする「事業評価委員会」を年2回開催する
- 事業評価委員会において、経営発達支援事業の進捗状況について評価・検証、改善点について意見交換を行い、PDCAサイクルを適切に回していく
- 事業評価委員会の評価結果は、商工会理事会にフィードバックしたうえで、事業実施方針等に反映させるとともに、会報への掲載及びホームページに年2回掲載し、地域の小規模事業者が常に閲覧できる状態にする

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

①現状

本商工会では、山形県商工会連合会や関係機関が開催する研修会・講習会に積極的に参加し、資質向上に努めているが、経営指導員等個々の資質向上に留まっており、組織全体での支援ノウハウ共有までは至っておらず、指導能力に差異が生じている。

②課題

これまで同様に資質向上に必要な講習会等への積極的な参加を継続し、更に研修で得た知識やノウハウを組織として共有・活用する仕組みづくりが必要となっている。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極活用

- ・経営指導員等の支援能力の向上を図るため、山形県商工会連合会が主催する「経営指導員研修会」「経営支援員研修会」「専門スタッフ研修会」のほか、中小企業大学の主催する「中小企業支援担当者研修」、関係機関が主催する講習会等にも計画的かつ積極的に参加する。
- ・「事業計画策定支援」「創業支援」「事業承継支援」をテーマとする講習会等には、積極的に参加し支援能力の向上を図る。
- ・更に、喫緊の課題である地域の小規模事業者のDX推進への対応にあたっては、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・指導を可能にするため、事業者の業務効率化や需要開拓などのDX推進への取り組みに係る支援能力の向上のための講習会等に積極的に参加する。
- ・「経営指導員等WEB研修」を全ての経営指導員等が受講し、地域の小規模事業者の高度化・多様化するニーズに対応するための必要な知識を習得する。

②OJT制度の実施

- ・複数体制による小規模事業者に対する支援機会を活用して、ヒアリング手法や課題に応じた支援手法などのOJTを実施し、支援ノウハウの習得と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

- ・職員ミーティングを月1回開催し、担当する事業者の状況や課題への対応などについて職員間で検討・協議し、支援ノウハウの共有と支援能力の向上を図る。
- ・ミーティング内で、支援手法やIT等の活用方法などのテーマ別の内部研修を行い、組織全体での支援能力の向上を図る。

④データベース化

- ・担当経営指導員等が基幹システムや経営支援システム上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共有できるようにすることで、支援ノウハウを蓄積し支援能力の向上を図る。

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

①現状

他の支援機関と定期的に開催される会議や懇談会を通じて、支援ノウハウの情報交換と情報の

収集を行っている。

②課題

概要的な理解となっている点もあることから、他の支援機関と連携した支援ノウハウの一層の共有が必要である。

(2) 事業内容

①経営指導推進会議への出席（年6回）

東置賜地区内商工会の経営指導員・広域経営指導員が参加する「経営指導推進会議」に出席し、具体的な支援手法の習得に主眼を置き、地区内の経済動向の把握と支援ノウハウについて情報交換を行う。

〔相手先〕 南陽市商工会、高島町商工会

②小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会への出席（年1回）

日本政策金融公庫米沢支店及び置賜地域内の商工会議所・商工会が参加する「小企業等経営改善資金融資推薦団体連絡協議会」に出席し、金融支援施策や制度、地域内経済動向の情報収集に主眼を置き、地域内の金融動向、経済動向や金融支援ノウハウについて情報交換を行う。

〔相手先〕 日本政策金融公庫米沢支店、米沢商工会議所、長井商工会議所、南陽市商工会、高島町商工会、白鷹町商工会、小国町商工会、飯豊町商工会

③置賜地域商工振興懇談会への出席（年1回）

置賜地域内の行政及び商工会議所・商工会が参加する「置賜地域商工振興懇談会」に出席し、県及び各市町の施策、支援施策と支援ノウハウの情報収集に主眼を置き、地域内の経済動向、県及び各市町の施策、支援施策や支援ノウハウなどについて情報交換を行う。

〔相手先〕 山形県、米沢市、長井市、南陽市、高島町、川西町、白鷹町、飯豊町、小国町、米沢商工会議所、長井商工会議所、南陽市商工会、高島町商工会、白鷹町商工会、小国町商工会、飯豊町商工会

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1.2. 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

①現状

川西町と商工会、町内金融機関などの支援機関は、「地域産業の振興」「地域経済の活性化」という大きな目標は一緒であるが、それぞれが固有の情報を持ちながらも情報の共有がなされていないため、ビジネスチャンスにつながる情報であっても個々や個別の連携での対応となってしまう、機会を逸してしまうこともある。

②課題

行政と町内の関係する支援機関等が相互に連携し共通の認識のもと、一体となって地域産業の振興と地域経済の活性化に取り組むことが必要となっている。

(2) 事業内容

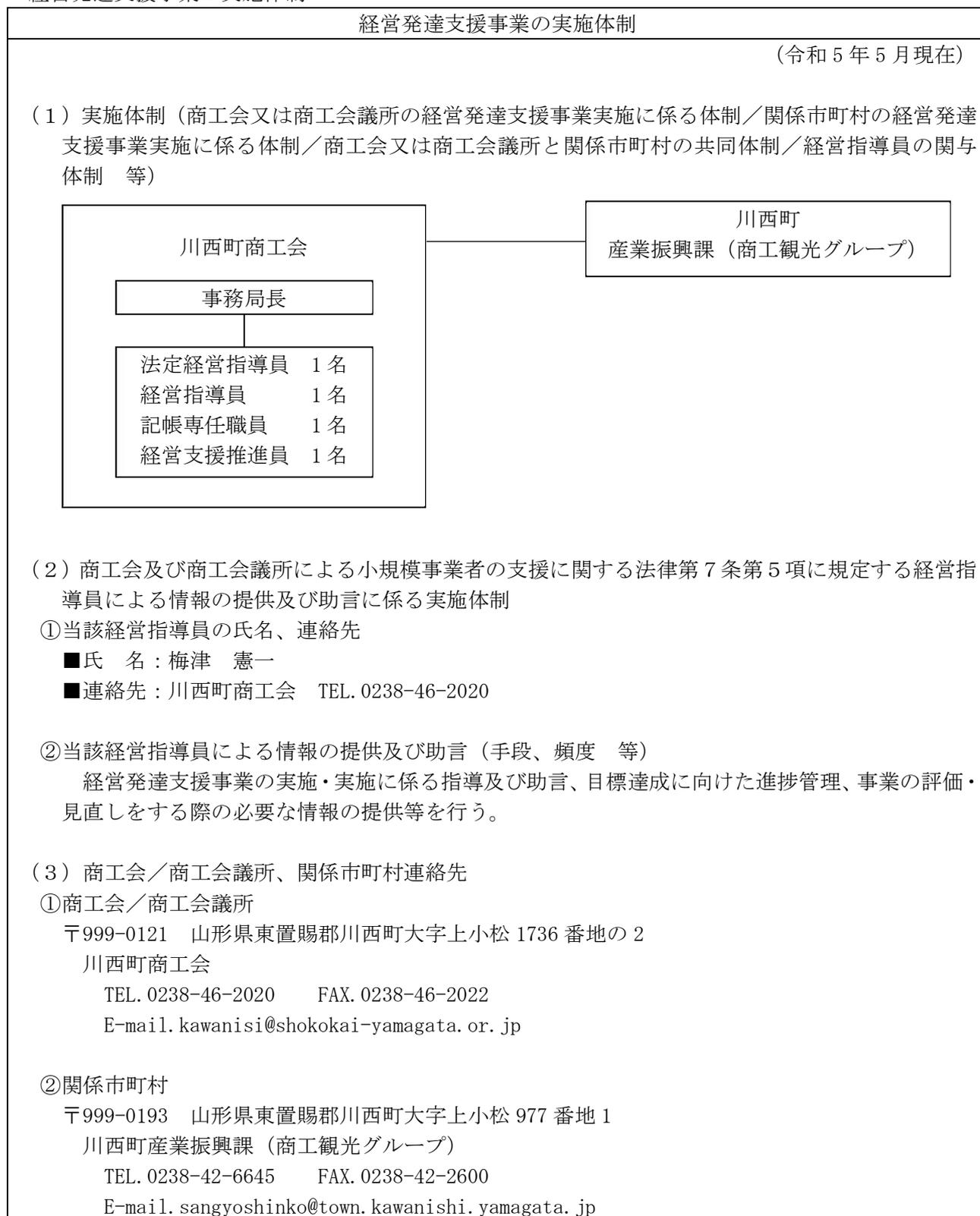
①地域経済活性化会議の開催（年4回）

川西町（政策推進課、産業振興課）、町内金融機関（山形銀行小松支店、米沢信用金庫川西支店、山形中央信用組合小松支店）、J A山形おきたま川西支店、川西町観光協会、本商工会などの関係者が一堂に参画する「地域経済活性化会議（仮称）」を年4回定期的に開催する。

行政や各機関・団体がもつ情報の共有化と産業振興、産業間の連携による6次産業化、地域経済活性化などの意見交換を行い、町施策や本商工会事業方針に反映させるなど有機的な連携を図り、地域産業の振興と地域経済の活性化に取り組む。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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)

	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
必要な資金の額	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300
3. 地域の経済動向調査に関すること	200	200	200	200	200
4. 需要動向調査に関すること	200	200	200	200	200
5. 経営状況の分析に関すること	500	500	500	500	500
6. 事業計画策定支援に関すること	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
7. 事業計画策定後の実施支援に関する こと	200	200	200	200	200
8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に 関すること	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200

(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
補助金 (国、山形県、川西町)、自己財源 (会費収入、手数料・受託料収入、雑収入)

(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。

