

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	石井町商工会（法人番号 5480005001189） 石井町（地方公共団体コード 363413）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 対話と傾聴による本質的経営課題見極めと個者のブランディング支援 需要を見据えた事業計画策定支援及び計画実行支援 地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援 職員の資質向上と小規模事業者におけるDXの推進 創業／事業承継支援による新事業の創出
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること 地域経済分析システム（RESAS）など国が提供するビッグデータを活用し地域の経済動向分析を行うほか、四半期毎に実施している中小企業景況調査の分析によって管内における業界別景況感を把握し、それらの分析結果を商工会ホームページにて公表する。 2. 需要動向調査に関すること 町内における地域資源を活用した商品等を対象に、イベントや催事への出展時に「消費者／バイヤー向けのアンケート調査」を実施する。中小企業診断士等を交え分析した調査結果は事業者へフィードバックし、今後の販促展開や商品改良等に役立てる。 3. 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナーの実施によって経営分析に関する潜在的ニーズや支援対象事業者の発掘に取り組み、経営者自身による分析スキル習得を目指すほか、事業計画策定希望者や資金調達支援先などから事業者を選定し、定量的・定性的経営分析に関する支援を実施する。 4. 事業計画の策定支援 個者の潜在力を引き出し、自己変革力の向上や自走化を促すため、対話と傾聴を重視した『正確な経営課題の設定』に取り組む。重点支援先に対しては中小企業

	診断士等を活用し、課題解決に向け実効性の高い事業計画書策定支援を行うほか、計画策定時には個社の競争力強化を目的とした DX 化推進にも取り組む。 5. 事業計画策定後の実施支援 個者の自走力の程度や事業計画の進捗状況等を考慮しつつ、PDCA サイクルが自然と根付くよう定期的なフォローアップ支援体制を構築する。重点支援先には中小企業診断士による個別指導を実施する 6. 新たな需要の開拓支援 「いしいブランド」認定商品を中心として首都圏における展示会等への出展支援を行うほか、販路拡大を目的とした DX 導入支援にも取り組み、町内の優れた産品やサービスの需要拡大を目指す。
連絡先	石井町商工会 〒7793233 徳島県 名西郡石井町 石井字石井 4 3 1 番地の 2 TEL:0886741292 FAX:0886741401 e-mail:tsci0400@tsci.or.jp 石井町 〒7793295 徳島県 名西郡石井町 高川原字高川原 121-1 TEL:0886741118 FAX:0886751500 e-mail:sangyoukeizai@ishii.i-tokushima.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) 地域の現状及び課題

① 地域の現状

【立地】

本町は吉野川流域の下流南岸に広がる平野一体に位置し、県都・徳島市と隣接している。東西約 6km、南北約 5.5km のほぼ正方形をしており、町域面積は 28.85 km² である。

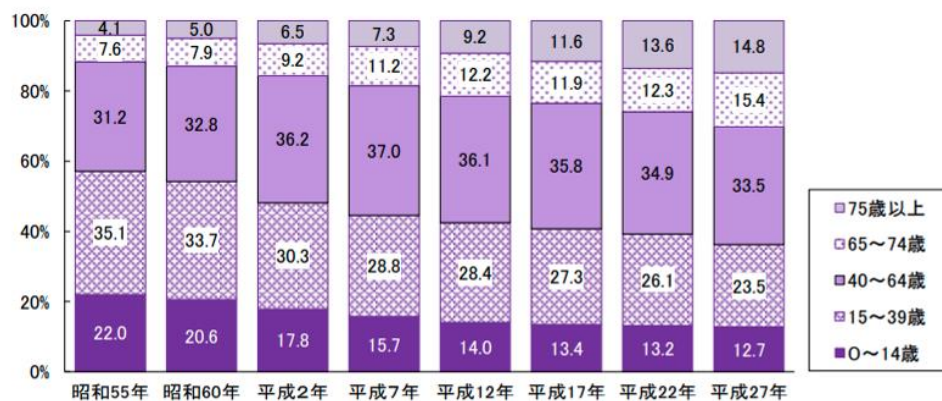
町の中央には吉野川に注ぐ飯尾川が湾曲しながら東流するほか、町内には渡内川、江川などの河川が流れており、こうした水に恵まれた地形を活かし広大で豊かな田園地帯が形成されている。町域の西から東に向かって緩やかな下降斜度（標高 5～12m）を描く比較的平坦な地勢であることや、恵まれた自然環境と比較的温暖な気候に加え、徳島市の中心部から約 10km という立地条件を背景にベッドタウンとしての機能が高まり、町内東部を中心に宅地開発が進んでいる。高速道路（藍住 IC）まで車で約 15 分、徳島空港へも約 40 分でアクセスできるなど、ビジネス面での立地条件としても優れている。



(出典：石井町 HP)

【人口】

石井町における年齢 5 区分別人口比率の推移



(出典：第 5 次石井町総合発展計画/国勢調査)

本町の人口は平成 17 年の 26,068 人をピークに減少に転じ、平成 27 年には 25,590 人となっている。人口構成は 40 歳未満人口において減少傾向、65 歳以上人口で増加傾向となっており、少子高齢化が進んでいる。高齢化率については昭和 55 年に 11.7% と高齢化社会の状態にあったが、平成 12 年には 21.4% と超高齢社会へと突入し、平成 27 年では 30.2% となっている。

自然動態については、平成 12 年以降死亡者数が出生者数を上回る自然減の状態が続いているが、社会動態については、転入者数が転出者数を上回る社会増の年が多くなっている。

【産業】

町の北辺を画する吉野川は、かつてはその氾濫により流域に暮らす人々を苦しめたが、その一方で氾濫により運ばれた沃土は、石井町を彩る「藍」をはぐくみ、特に需要の高まった戦国期には阿波藍として徳島藩の藍作奨励を受け、藍商たちに莫大な富をもたらした。町内に今も残る田中家住宅や武知家住宅は、そうした藍商の住宅である。

近年においても近郊農業地帯としてほうれん草・ブロッコリー等の生産者が多く、高原地区は乳牛飼育が盛んとなっている。

森永乳業徳島工場（1938年操業/2011年閉鎖）や日本ハム徳島工場（1974年操業）が石井町の地域産業をけん引し、漬物や調味料などの食品加工業や金属加工業、電子部品製造業等が現在100者ほど存在し、地域の雇用を支える大きな存在となっている。

商業については2006年に操業した大型商業施設フジグラン石井（売場面積：20,309㎡）を中心として2km圏内に196の小売店が存在し、その年間売上規模は約187億円（2016年/RESAS調べ）となっている。

殆どの産業において事業者数が減少するなか、「教育・学習支援業」「医療・福祉業」については事業者数の増加が見受けられる。これは本町が“住みやすい街※”としてメディアにも取り上げられ、転入人口が増加していることなどを背景に、企業側の出店意欲を刺激したものと推察できる。

産業別就業人口割合は3次産業が最も高く、年々増加傾向となっている一方、1次産業、2次産業は減少傾向となっている。男女別の就業者数は、男性が製造業、女性では医療・福祉が最も多くなっている。

※住みやすい街

大東建託が実施した居住満足度調査「いい部屋ネット」街の住みこちランキング（2021）

石井町は『総合評価偏差値 69.3』を獲得し、2年連続で四国内1位に選出された。

総合評価ほか行政サービスなど8項目55設問について2,479名が5段階に評価した。



（画像：石井町 HP）



（大型商業施設：フジグラン石井店）



（町の観光資源：藤の花）

■石井町の業種別事業所数と小規模事業者数

産業（中分類）	平成 24 年			平成 28 年		
	事業所数	小規模 事業者数	小規模 事業者率	事業所数	小規模 事業者数	小規模 事業者率
農業、林業	15	15	100.0%	13	13	100.0%
漁業	1	1	100.0%	0	0	－
鉱業、採石業、砂利採取業	2	2	100.0%	2	2	100.0%
建設業	118	118	100.0%	114	114	100.0%
製造業	105	93	88.5%	96	66	68.7%
情報通信業	5	2	40.0%	4	2	50.0%
運輸業、郵便業	30	8	26.6%	21	15	71.4%
卸売業、小売業	298	202	67.7%	277	154	55.5%
金融業、保険業	16	3	18.7%	11	3	27.2%
不動産業、物品賃貸業	85	81	95.2%	87	80	91.9%
学術研究、専門・技術サービス業	27	24	88.8%	27	23	85.1%
宿泊業、飲食サービス業	110	68	61.8%	109	58	53.2%
生活関連サービス業、娯楽業	114	104	91.2%	112	99	88.3%
教育、学習支援業	53	44	83.0%	63	51	80.9%
医療、福祉	98	45	45.9%	133	52	39.0%
複合サービス業	6	4	66.6%	12	5	41.6%
サービス業（他に分類されないもの）	89	76	85.3%	88	64	72.7%
合 計	1,172	890	75.9%	1,169	801	68.5%

(e-stat 調べ)

■石井町の業種別従業員数

産業（中分類）	平成 24 年		平成 28 年	
	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数
農業、林業	15	114	13	83
漁業	1	1	0	0
鉱業、採石業、砂利採取業	2	4	2	4
建設業	118	491	114	498
製造業	105	1,856	96	1,687
情報通信業	5	88	4	81
運輸業、郵便業	30	525	21	312
卸売業、小売業	298	1,983	277	1,874
金融業、保険業	16	261	11	134
不動産業、物品賃貸業	85	183	87	207
学術研究、専門・技術サービス業	27	79	27	81
宿泊業、飲食サービス業	110	822	109	866
生活関連サービス業、娯楽業	114	326	112	332
教育、学習支援業	53	171	63	203
医療、福祉	98	1,421	133	1,601
複合サービス業	6	40	12	92
サービス業（他に分類されないもの）	89	366	88	404
合 計	1,172	8,731	1,169	8,459

(RESAS 調べ)

【第5次石井町総合発展計画】（計画期間：令和3年度～令和12年度）

石井町は令和3年3月に「第5次石井町総合発展計画」を策定し、重点目標（その3）として「産業の振興と雇用の場の創出」を掲げている。

（取組内容）

1. 新産業の創出

- 1-1 企業誘致（企業誘致の推進）
- 1-2 創業・起業支援（創業・起業支援の推進）

2. 地域産業力の強化

- 2-1 農業の振興
優良農地の確保と活用、農業経営の規模拡大、特産品の開発、
「農」を中心とした産業集積の検討
- 2-2 地域産品の販路拡大（町内企業の販路拡大、農産物の販路拡大）

3. 観光・交流産業の振興

- 3-1 観光・交流拠点の整備（四銀いしいドーム及び都市公園の整備、文化財の保護）
- 3-2 観光・交流資源の活用・創出
観光資源の活用、
日本遺産「藍のふるさと 阿波～日本中を染め上げた至高の青を訪ねて～」の活用、
スポーツを通じたレクリエーションイベントの開催、
広域連携による取組の推進、ふるさと納税制度を活用した交流の推進

4. 人材の確保・育成

- 4-1 後継者育成（農業従事者の育成、商業後継者の育成）
- 4-2 就労支援（元気高齢者の就労支援、障がい者の就労支援）

② 地域の課題

イ) 商業

本町においては商業集積の核となる大型商業施設が存在し、その周辺にはドラッグストア等の出店が相次ぐなど県内でも数少ない“商業地”である。他の市町村からの買い物客流入も多いエリアであるが、地域の小規模事業者は昔からの営業スタイルを殆ど変えていないため、大型店等に多くの客が流れるなど商業地の特性や強みを活かしきれていない。

また、新型コロナウイルスによる生活様式の変化（宅配・ネット通販の急増）や、DX対応の遅れ等を放置すれば、小売り・飲食・サービス業とも大手との格差が更に拡大する恐れがある。

ロ) 工業

工業者にとっては人手不足や職人の定着率悪化がしばしば問題視されてきた。これらに加え、近年は燃料費・原材料費が歴史的水準まで高騰していることや、半導体不足に代表されるサプライチェーンの脆弱性が表面化するなど、工業関係者を取り巻く環境は年々厳しさを増している。

また、経済センサス（2016年）によると、石井町の労働生産性は全国平均（5,449千円/人）や徳島県平均（4,257千円/人）と比べ大幅に低い値（2,757千円/人）となっており、その原因究明や改善策提案等と合わせ、DX化推進による労働生産性の向上に注力する必要がある。

ハ) 観光

現状にて商工会が観光振興に関わっているのは「桜祭り」「藤祭り」「ウインターイルミネーション」といった季節要素の高いコンテンツが多く、また管内小規模事業者の売上増加に直接繋がる取り組みとは言い難い部分がある。“地域に貢献する”という意味においてはもちろん意義のある事業であるが、例えば「歴史・文化・技術」といった要素と「体験」を絡め、地域の小規模事業者が積極的に参画する通年型の観光資源を模索する必要がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年後を見据えた小規模事業者に対する振興のあり方

初代 iPhone の登場（2007 年）が僅か 15 年前の出来事であることを考えると、10 年というサイクルにおける技術革新のスピードは我々の想像を遥かに超える部分がある。

スマートフォンの台頭によって SNS や動画配信サービスが隆盛となり、メーカー等がメディアを通じて発信する情報だけでなく、個人発信の情報が消費者の購買行動に大きな影響を及ぼす時代となっている。

総務省「情報通信白書 2021」によると、2020 年には 13 歳から 49 歳の各年齢における SNS 利用率は全て 80% を超え、70 代においても 47.5% が SNS を利用していることが明らかとなっており、マーケティング手法やアプローチの方法は 10 年前と大きく変わってきた。

また、全ての年代を通して 6 割近い方がインターネットによる商品・サービスの購入を行っており、電子決済の利用率も 29.7% となるなど、取引の形態も様変わりしている。

こうしたデジタル化の流れや技術革新、消費者の購買行動の変化は今後ますます加速することが予想される。地域の小規模事業者がこのような流れから取り残されることを防ぎ、激しい環境変化に対してデータやデジタル技術を駆使しながら事業者自らの製品やサービス、またビジネスモデルそのものを変革することの重要性が増加している。

商工会としては、管内事業者の DX 化推進に積極的に取り組み、小規模事業者が組織や企業風土・生産販売プロセス等を変革し、競争上の優位性を確立するための支援に注力する必要がある。

② 石井町総合発展計画との連動性・整合性

前述した「第 5 次石井町総合発展計画」の施策項目につき、商工会が大きく関与するのは以下の 4 項目である。

1. 新産業の創出（1-2）創業・起業支援
2. 地域産業力の強化（2-2）地域産品の販路拡大（町内企業の販路拡大）
3. 観光・交流産業の振興（3-2）観光・交流資源の活用・創出
4. 人材の確保・育成（4-1）後継者育成（商業後継者の育成）

同計画において、地場産業の育成に関する項目については「石井町商工会と連携し…」との文言がはっきりと謳われている。本会としても石井町が掲げる目標や課題をしっかりと認識し、経営発達支援計画にもその内容を反映しながら管内商工業者の育成や支援活動を行う必要があり、石井町が目指す将来像の実現に向け、町と協働で推進することが求められている。

③ 商工会としての役割

小規模事業者が抱える経営課題は多岐にわたっており、経営指導員及び経営支援員の支援スキル向上や職員間の情報共有はもちろん、他の支援機関との定期的な支援ノウハウに関する情報交換等を実施するなど、多様化する支援ニーズに対応するための「伴走型支援体制の確立」を目指す必要がある。

特に、町の活性化や新陳代謝を進めるうえで欠かすことのできない「創業率の向上」や「円滑な事業承継」、また出口戦略としての「販路開拓支援」を実行するうえで、商工会の果たすべき役割や重要性が増加している。

今後は、いままで以上に商工会が町や他の支援機関との連携を密にすることによって、第 5 次石井町総合発展計画の実現に向けた取り組みを着実に進めることが必要となっている。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記に記載した地域小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、本計画の5年間について以下の目標を掲げ、小規模事業者の持続的な発展を目指し支援を行う。

目標①	対話と傾聴による本質的経営課題見極めと個者のブランディング支援
創業者を含め、管内小規模事業者の経営資源（技術・ノウハウ・サービス等）が他者に対してどのような競争優位性を持っているかを分析したうえで、経営者に対する「対話と傾聴」を実施し、個者の本質的な経営課題を明らかにする。また「個者の強みを活かしながらいかに課題を克服するか」についての方法を共に考え、個者のブランディング支援に取り組む。 ※ここでいうブランディングとは、ナショナルブランド的な意味ではなく、小規模事業者が市場のなかでどう評価され、お客様から何を求められているのかを明らかにし、市場における個者のキャラクターを明確にすることと定義している。	
目標②	需要を見据えた事業計画策定支援及び計画実行支援
個者の強みや本質的な経営課題を明らかにしたうえで、市場における需要動向を見据えた事業計画の策定支援及び計画実行支援を行う。 また、実行支援については計画に掲げた目標売上や目標利益率がどの程度達成されたかを検証し、PDCA サイクルを個者に根付かせるためのフォローアップ支援に取り組む。	
目標③	地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援
町内の地域資源（野菜や藍などの農産品や優れた加工技術 等）を用いた高付加価値商品の開発や、当該商品の販路開拓支援に取り組むことによって、石井町が掲げる「地域産品の販路拡大」に繋げる。また「歴史・文化・技術」といった要素と「体験」を絡め、製造業に限らず地域の小規模事業者が積極的に参画可能な通年型観光コンテンツの開発にも注力し、町が掲げる「観光・交流資源の活用・創出」を目指す。	
目標④	職員の資質向上と小規模事業者におけるDXの推進
電子インボイス対応や補助金の電子申請など、支援者にとってもIT化の流れが加速しており、職員の意識改革や資質向上が不可欠な状況となっている。 小規模事業者支援の拡充を図るため、全職員が各種研修に積極的に参加し、ITツールの導入支援に必要な知識の習得等に努めるほか、情報共有やデータ化を進めるなど支援体制の強化を図る。 また、小規模事業者におけるDX化にも積極的に取り組み、さらなるIT活用を実現しながら「業務の効率化」「競争力強化」「労働生産性の向上」といった課題の解決を図る。	
目標⑤	創業／事業承継支援による新事業の創出
経済センサスによると、2014～2016年の石井町における創業比率（5.16％）は徳島県平均（4.3％）・全国平均（5.04％）と比べても高く、隣接する県都徳島市（4.95％）よりも高い水準にある。こうしたアドバンテージを活かしながら、創業セミナーの実施やフォローアップ支援を強化することによって更なる創業比率向上に貢献し、地域の活性化を目指す。 また、管内事業者の廃業抑制や、事業後継者の育成と新陳代謝の促進を図るため、関係機関との連携のもと事業承継支援にもしっかりと取り組み、小規模事業者の維持・拡大を図りながら石井町内における新たなビジネス創出をサポートし、地域の活性化に繋げる。	

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

目標①	対話と傾聴による本質的経営課題見極めと個者のブランディング支援
「事業者がやりたいこと」や「支援者の思い込み」が経営上の『本質的な課題』と乖離してはならない。対話と傾聴の中から個者の本質的課題を導き出し、同時に個者の強みを客観的に評価するためのカウンセリング機能を強化し、小規模事業者が持続的発展を実現するための事業ドメインを正しく設定することが非常に重要である。 設定した事業ドメインの中で個者の存在価値を高め、競争優位性を向上させるためのブランディングを行うべく、専門家等とも連携し伴走型支援を行う。	
目標②	需要を見据えた事業計画策定支援及び計画実行支援
計画策定については地域経済分析システム（RESAS）等のビッグデータを活用し、地域の経済動向や消費傾向等を総合的に分析し、需要を見据えた事業計画書の策定支援を行う。 また計画実行に関するフォローアップ支援については、目標達成度の確認や効果検証を適切に行うことが重要である。こうした検証を踏まえ、個者に PDCA サイクルを定着させるため、定期的な訪問をルール化（時期・方法）するなど「支援の在り方」を再構築する。	
目標③	地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援
石井町における 2019 年の製造業出荷額 368 億円のうち、食品製造業の出荷額は 302 億円と全体の 82% を占めており、地元野菜を加工する漬物製造業者や、自社で生育した畜産品の加工を行うメーカーなど特色ある会社が多く存在している。また、徳島県で 5 名しか現存しない藍師（葉藍から染料の藍（すくも）をつくる製造業者）のうち 2 名が本町にて活動しているなど「地域性」をアピールすべき要素は多く、こうした地域資源（モノ）を切り口とした販促展開に力を入れる必要がある。同時に、地域資源を活用した「体験型（コト）」の観光コンテンツを模索し、両者に取り組む事業者に対し積極的な支援を行うことで地域の活性化を目指す。	
目標④	職員の資質向上と小規模事業者におけるDXの推進
研修等への参加による IT ツール知識習得はもちろん、専門家活用による OJT を多く実践することで、現場における実効性の高い DX 推進ノウハウを蓄積し、職員間で情報共有を図る。 小規模事業者への DX 推進においては、単なる業務のデジタル化で終わることなく、IT ツールの導入・活用が「業務の非効率を見直すきっかけになったか」「経営判断のスピード化に繋がったか」「BCP 対策の一助となったか」「労働生産性の向上に寄与したか」「人材不足解消の解決策となったか」など具体的な評価基準を設け、DX 化が真の意味で個者にとっての競争力強化に繋がるよう支援を実施する。	
目標⑤	創業／事業承継支援による新事業の創出
町と商工会が連携し実施する特定創業支援等事業を今後も継続し、本会が創業塾開催や創業相談窓口設置の役割を担う。これにより管内における創業ニーズを的確に把握し、専門家等と連携のもと創業に向けた伴走型のフォローアップ支援を行う。 また、巡回指導等にて事業承継問題を抱える小規模事業者の支援ニーズ把握に努め、徳島県事業承継・引継ぎ支援センターや中小企業基盤整備機構等と連携しながら円滑な事業承継をアシストし、若手後継者等が取り組む第二創業を積極的に支援する。	

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

【現状】 現状においては、徳島県商工会連合会から中小企業景況調査を受託し、製造業・建設業・小売業・飲食・サービス業の15事業所に対し年4回の巡回訪問とヒアリング調査を実施し、事業所訪問時の報告と本会ホームページでの公表を行っている。

【課題】 これまではDI（業況判断）に関する調査の実施と情報公開に留まり、管内の経済動向分析を行えるほどの調査は実施できていないため、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を行い、結果を公表する形に改善を図る。

(2) 目標

内 容	公表 方法	現行	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地域の経済動向 分析の公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析の 公表回数	HP 掲載	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

新規創業者に対する出店計画支援や、既存事業者の業務拡張（新店舗出店・新規サービスの創設等）など、事業者が新たな取り組みを行う際には地域の経済動向を正確に掴む必要がある。限られたマンパワーのなか効率的な経済動向把握を行うため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した分析を行い、その結果を年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、地域経済動向分析を行う。

【調査項目】・産業構造マップ ...管内の産業構造や推移状況、消費傾向等を確認
・地域経済循環図 ...地域内のお金の循環や域外への流出状況などを俯瞰
・将来人口メッシュ...地域における人口分布と今後予想される変化を把握等

②景気動向分析

徳島県商工会連合会から受託する中小企業景況調査を年4回継続実施し、その結果を年4回公表する。

【調査対象】 15 事業所（製造業 3 社、建設業 2 社、小売業 4 社、サービス業 6 社）

【調査項目】 売上高、仕入れ単価、在庫数、設備操業率、引き合い、人件費、設備投資額等

【調査手法】 経営指導員 2 名が対象企業を訪問し、ヒアリング調査を行う。

【分析手法】 管内における業種別の景況トレンド等について、経営指導員が分析を行う。

(4) 調査結果の活用

・情報収集・調査・分析した結果は本会ホームページに掲載し、広く管内事業者にも周知する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 石井町の魅力ある商品等を「いしいブランド※」として認定し、商品の高付加価値化や町の活性化を促進するほか、これらの商品に関する展示会出展支援等を通じた需要動向調査を実施している。（直近は新型コロナウイルスの影響により未実施）

〔課題〕 現状では事業所にフィードバックすべき商品ごとの調査項目が不足するなど、分析内容が不十分であるため、改善のうえ実施する。（バイヤーを対象とした①売りやすさ評価②表示内容確認③改善ポイントの有無 などが不足しているため調査項目に追加する）

(2) 目標

内 容	現行	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消費者向けアンケート調査 対象事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②バイヤー向けアンケート調査 対象事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

① 消費者向けアンケート調査

地域資源を活用し販路拡大を目指す商品（いしいブランド認定商品）等を対象に、徳島県商工会青年部連合会が主催する催事（「ごじゃまぜ市※」／場所：フジグラン北島店）等へ出展する機会を活用し消費者向け試食会やアンケート調査を行う。

調査の分析結果については対象企業にフィードバックするとともに、今後の商品開発や販促活動を含めた事業計画策定等に役立てる。

※ごじゃまぜ市：毎年 12 月上旬開催、来場者数 1,000 名程度、出展者数 20 社程度

【サンプル数目標】1 商品あたり 30 件

【調査手段・手法】上記の催事等に出展した際、来場者に店頭で試食会を実施し、商工会職員がヒアリング調査の上アンケート票に記入する。

【分析手段・手法】 調査結果については中小企業診断士等の専門家にも意見を聞いたうえで、経営指導員が分析を行う。

【調 査 項 目】 1) 味 2) 見た目 3) 価格 4) パッケージ 5) 用途

【分析結果の活用】 分析結果は経営指導員が出品事業者に直接説明を行い、今後の商品改良や新商品開発のヒントとして役立てる。

②バイヤー向けアンケート調査

首都圏での販路拡大を目指す為には、販社との良好な関係を築くことが肝要である。そのためにも、バイヤー向け FCP シート作成支援を行うことはもちろん、対象商品に対する評価や改善点に関するアドバイスを頂く機会を作ることが重要である。そこで、販路開拓支援にて想定する東京インターナショナルギフトショー春（TIGS※／場所：東京ビッグサイト）等への出展機会に試食アンケートを実施し、調査結果を出展事業者にフィードバックする。

※TIGS：毎年 2 月上旬開催、来場者数 144,923 人、出展者数 2164 社（2022 年実績）

【サンプル数目標】1 商品あたり 5 件（バイヤー参加人数）

【調査手段・手法】 商談会に参加したバイヤーに対し試食会及とアンケート調査を実施する。

【分析手段・手法】 上記①に同じ

【調 査 項 目】 上記①に加え、6) 売りやすさ評価 7) 表示内容確認 8) 改善ポイントの有無 9) 取引条件 等を追加

【分析結果の活用】 上記①に同じ

※いしいブランドとは…

石井町商工会が平成30年に立ち上げたブランド認証制度であり、以下の内容にてこれまでに第三次認定まで実施を行い、認定商品に対する販促支援を実施している。

- 【認定対象】 石井町内の事業所が取り扱う①食料品 ②工業製品 ③サービス（観光・体験）
- 【審査委員】 専門家（中小企業診断士・料理研究家）、JA名西郡、流通事業者、石井町産業経済課、商工会関係者等
- 【審査項目】 ①商品コンセプト ②物語性 ③環境への配慮 ④地域への貢献度 ⑤将来性 ⑥視覚・味覚に優れ価格が妥当か 等
- 【認定後の支援】 ①ブランド認証マークの使用許諾 ②石井町カタログギフト掲載及び販促支援 ③伴走型小規模事業者支援推進事業を活用した展示会出展支援等



「ブランド認証マーク」



「石井町カタログギフト」



「カタログギフト掲載例」

※展示会出展の様子

□フードストアソリューションズフェア2020



【自然派ハム工房 リーベ・フラウ】



【リストランテ デュラム】

□ニッポン全国物産展2020



【鳴門金時蒸留所】

□ギフトショーLIFE & DESIGN 2020



【岡田製樽】

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 本会経営発達支援計画第2期までにおいては、経営指導員が事業計画策定を希望する小規模事業者に対し、計画策定の基礎資料づくりの一環として財務分析やSWOT分析等を実施し、分析結果の提供及び内容説明を行ってきた。

【課題】 現状では経営指導員のヒアリング調査等を基に経営分析を行っているが、本来的には経営者自身が日頃から自社の経営分析を行い、経営課題を正しく導き出す能力を身に着けることが必要である。これまで事業計画策定に関する講習会は数多く実施しているが、経営分析に焦点をあてた講習は未実施であるため、対応が必要である。

(2) 目標

内 容	現行	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 経営分析セミナー開催回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 経営分析事業者数	10 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

(3) 事業内容

①「経営分析セミナー」の実施

経営者自身が経営分析に興味を抱き、分析に関する基礎知識や実践スキルを習得するためのセミナー開催によって事業者の経営力強化に努めるほか、経営分析に関する潜在的ニーズや対象事業者の発掘に取り組む。

【募集方法】 募集チラシを作成し、会員企業に配布するほか、商工会のホームページやSNS等による情報発信にも取り組み、広く参加者の発掘に努める。

【開催回数】 年1回

【参加者数】 15 者/回

②経営分析の実施

上記セミナー参加者や事業計画策定希望者、資金調達支援先などから特に経営分析に意欲的な15者を選定し、分析を実施する。

【分析項目】 《定量分析（財務分析）》 収益性・安全性・効率性・生産性 における各指標
《定性分析（SWOT分析）》 強み・弱み・機会・脅威

【分析手法】 経済産業省「ローカルベンチマーク」を分析ツールとして利用するほか、TKCが公表している業種別黒字企業の経営指標データなども比較材料として活用し、個々の財務状況や強み（儲ける力）等について分析を実施する。

(4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定に活用するほか、データベース（商工会基幹システム）に格納し内部共有することで事後フォローアップ資料として役立てる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 これまでは持続化補助金などの施策活用を目的とした事業計画策定が多数を占め、一定の成果をあげているものの、なかには個者の本質的な課題の見極めが十分でなく、PDCA がうまく回っていない案件も存在している。

〔課題〕 「事業者がやりたいこと」や「支援者の思い込み」が経営上の本質的な課題と乖離してはならず、対話と傾聴のなかから個者の本質的な課題を導き出すことが重要である。
個者の強みを客観的に評価し、市場における個者のブランディングを図りながら、本質的な課題を克服するための事業計画策定支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定の前段階にて、個者の DX 化浸透を目的としたセミナーを開催し、効率的・効果的に小規模事業者の競争力強化を目指す必要がある。本題の事業計画策定については、個者の潜在力を引き出し、自走化を促すための支援手法として個者との対話を今まで以上に重視し、個者の『正確な経営課題の設定』を行うことに注力する。これらを踏まえ、設定した課題に対応した経営分析や需要動向調査を実施した者に対し、実効性の高い事業計画策定支援を行う。

(3) 目標

内 容	現行	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
①DX 推進セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業計画策定個別講習	10 回	10 回	10 回	10 回	10 回	10 回
事業計画策定事業者数	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

(4) 事業内容

①DX 推進セミナーの開催及び IT 専門家派遣の実施

【実施目的】 DX に対する意識醸成や具体的な DX 導入支援を円滑に行うため

【支援対象】 IT ツール導入希望者、事業計画策定希望者 等

【講演内容】 DX 総論、DX 活用事例、SNS/EC 活用、販路拡大と DX 等（年 1 回程度開催）

【講 師】 IT コーディネーター等

セミナー受講生のなかで DX 導入に関する具体的な支援希望がある者については上記専門家を派遣し個別指導を実施する。

②専門家を活用した「事業計画策定個別講習会」の実施

【実施目的】 事業計画の実効性を高め、精度の高い計画書作成支援を行うため

【支援対象】 対話と傾聴による経営課題の設定を経て、経営分析を行った者

【支援内容】 専門家と担当経営指導員による事業計画策定個別指導の実施（10 回程度/年）

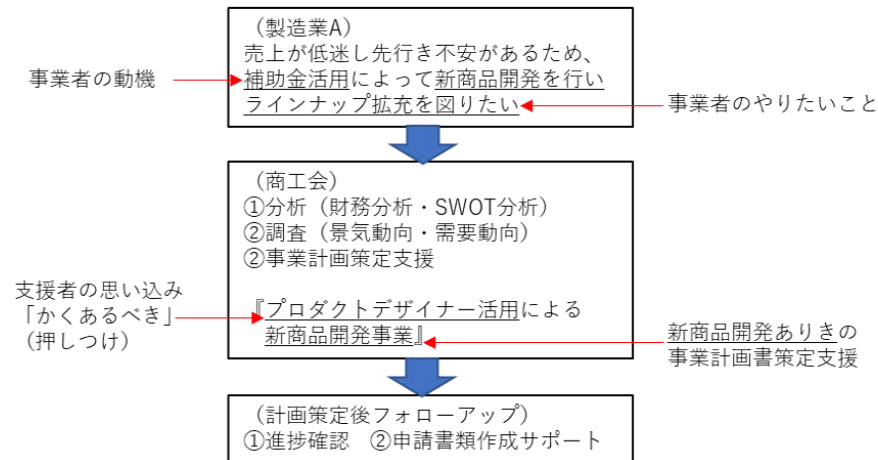
【講 師】 中小企業診断士 等

③職員による個者支援の実施

【支援対象】 日々の経営指導の中で特に重点的指導が必要と認められる事業者（重点支援先）を選定し、上記②を含め年間 15 者程度の事業計画策定支援を実施する。

【支援手法】 これまでのギャップアプローチ（問題点検型）の一点突破ではなく、「傾聴型アプローチ」や「強み発見型アプローチ」を取り入れ、対話のなかから個者の本質的な経営課題を導き出し、課題解決に向け実効性の高い事業計画策定支援に取り組む。

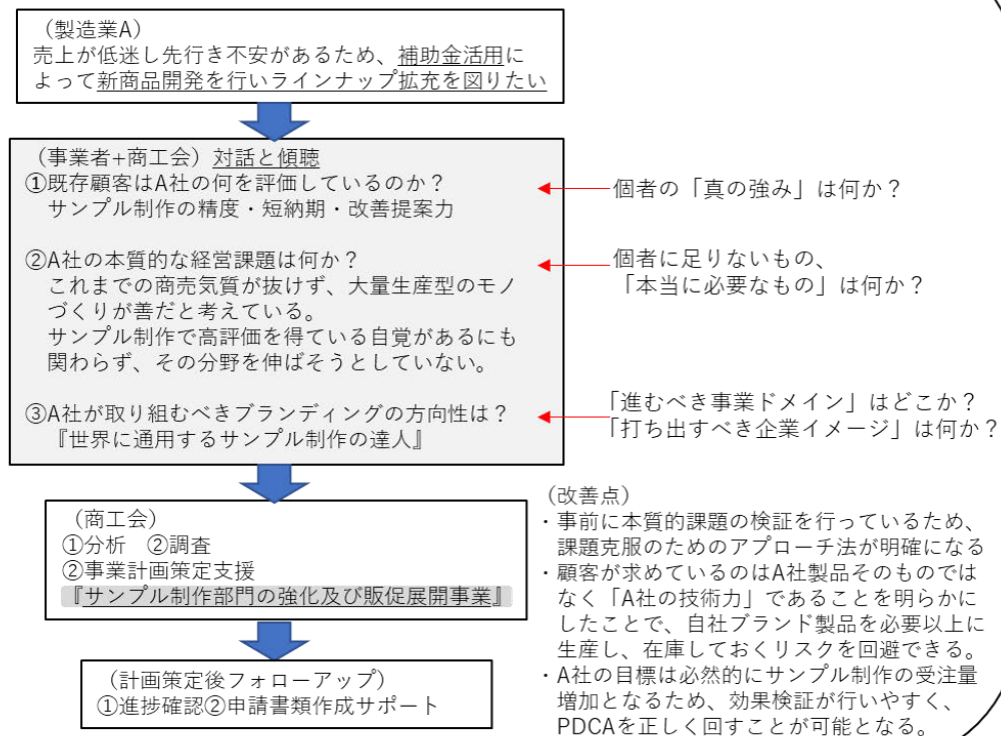
これまでの事業計画策定支援（一例）



(問題点)

- ・商品開発が事業者にとって本質的な経営課題であるかを見極めず事業に着手している。
- ・目的や手法が曖昧なまま事業化するため、失敗に終わった場合その原因を正しく検証しないまま事業が終了し、PDCAサイクルが機能しない。
- ・仮に計画が成功しても、それが単なるラッキーパンチであったことに気づけず、また同じような事業計画立案を繰り返す傾向にある。

今後の事業計画策定支援（イメージ）



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〕 事業計画策定後の企業に対するフォローアップは適宜実施しているものの、事業所によって内容や頻度にばらつきがある。

〔課題〕 フォローアップの仕組みを見直し、支援体制や支援方法の明確化を行うなど、改善を加え実施する必要がある。また、計画内容の実効性を高めるため「適切な DX 化が図られているか」といった視点を加味し、フォローアップを行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

基本的に事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業所の自走力の程度や事業計画の進捗状況等を考慮し、集中的に支援する事業所と定点観測で差し支えない事業所等を見極め、確実なフォローアップ支援体制を構築する。

また、経営環境変化に柔軟に対応する「自己変革力」が求められる時代にあって、経営者の「自走化」や「潜在力」を引き出す支援が必要である。こうした『経営力再構築伴走支援』の考え方を事業計画策定後のフォローアップ支援にも取り入れ、対話と傾聴によって個々の状況や局面を適切に把握し、伴走支援を行うことで個々の自走化や自己変革力の向上を目指す。

(3) 目標

内 容	現行	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	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
頻度（延回数）	45 回	60 回	60 回	60 回	60 回	60 回
売上増加事業者数	—	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者
利益率 3%以上増加事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

※事業計画策定支援を行う重点支援先 15 者のうち、約半数である 7 者が売上増加を達成し、更にその約半数である 3 者が利益率向上を達成すると想定し目標値を算定した。

(4) 事業内容

①職員による定期的な巡回訪問の実施

現状では事業計画の進捗確認等を行うため、支援先を不定期に訪問しているが、「四半期に一度の訪問」を基本的な考え方としてフォローアップ支援を行い、PDCA サイクルが自然と個々に根付くよう支援を行う。事業計画の進捗確認や売上・利益等の経営指標の推移を把握し、継続的な指導・助言を行うが、単年では経営指標が計測できないケースもある。支援を受けた事業者は以後 2 年間決算書を商工会へ提出することをルール化するなどの改善を図り、支援の有効性を高める。なお、個々からの支援申出があった場合や、事業計画と進捗状況にズレが生じていると判断した場合等については、中小企業診断士など第三者の視点を交え、事業の進捗を阻む要因を分析し、今後の対応策・修正方針を検討する。またフォローアップ頻度についても適宜変更を行う。

②専門家活用による事業計画フォローアップ個別講習会の開催

フォローアップ支援を行うなかで、より専門性や緊急性の高い事案に関しては中小企業診断士等を活用した個別指導を適宜実施し、①支援先の事業計画の実効性を高める ②売上拡大や利益率改善を確実に実行する といったピンポイントの支援を行う。

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〕 現状では「いしいブランド認定事業」及び認定品に対する販促支援の取り組みを行っているが、市場への浸透度は未だ低く、多方面からのテコ入れが必要な状況である。

〔課題〕 「いしいブランド認定事業」に取り組むことによって町内の優れた製品の発掘や事業者の支援ニーズ把握に繋がるなど一定の成果は上がっているものの、ブランディングの方向性や出口戦略について見直しを図る必要がある。また、認定商品を製造する事業者自身が今後積極的に販促展開を行うための DX 導入についても支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

基本方針としては販路開拓に取り組む全ての小規模事業者に対し、商工会が側面的な実行支援を行うべきであり、対象は必ずしも特産品に限るものではない。「いしいブランド」認定商品を中核に置きつつも、個者の状況や取扱品目に合わせ、柔軟に需要開拓支援を行う必要がある。

また、「いしいブランド認定事業」については立ち上げから5年が経過しており、成果の検証を行ったうえで今後の在り方について議論を重ね、適宜見直しを図る。

(3) 目標

内 容	現行	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展示会出展事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
新規成約件数/者	2 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%
②DX 導入支援事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
新規成約件数/者	—	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①展示会出展支援

【支援対象】 いしいブランド認定事業者、事業計画策定支援を受けた事業者 等（2 者程度/年）

【支援内容】 想定する展示会

（食 品） グルメ&ダイニングスタイルショー、地方銀行フードセレクション 等
（非食品） インターナショナルギフトショーLIFE & DESIGN 等

【支援方法】 商談会におけるプレゼンテーションがスムーズに行えるよう、FCP シート作成支援や事前研修を行うほか、事後指導として名刺交換先へのフォローアップ対策指導等を実施し、商談成立に向けた実効性の高い支援を行う。

〈グルメ&ダイニングスタイルショー〉

【概 要】 会場：東京ビッグサイト

会期：2 月 15 日（水）～17 日（金）※2023 年春の催事予定内容

特徴：地域のプレミアムフードが集まる、品質・ライフスタイル志向の食の見本市

【対象者】 食品・雑貨・厨房器具・フードサービス等の各種メーカー等

【規 模】 開催規模：約 280 社/300 小間

来場者数：約 20,000 人

〈地方銀行フードセレクション〉

【概要】会場：東京ビッグサイト

会期：10月12日（水）～13日（木）※2022年の催事実施内容

特徴：出展者は食品生産・加工・販売事業者に限定した見本市。
リアル展示会に加え、オンライン商談会も実施している。

【対象者】百貨店・卸業・商社等のバイヤー ※一般人の来場はなし。

【規模】開催規模：約800社

来場者数：約10,000人

〈インターナショナルギフトショーLIFE & DESIGN〉

【概要】会場：東京ビッグサイト

会期：2月15日（水）～17日（金）※2023年春の催事予定内容

特徴：暮らし方から住まいをデザインする、リノベーションとデザイン・
ものづくりの見本市（家具・インテリア・内装等）

【対象者】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者・住宅関連産業関係者

【規模】開催規模：約500社/400小間

来場者数：約30,000人



インターナショナルギフトショーLIFE & DESIGN（2021年）本会出展ブースの様子

②販路拡大を目的としたDX導入支援

【支援対象】展示会出展支援（上記①）を受ける者、DX推進セミナーの受講者等（5者程度/年）

【支援内容】

- ・BtoB営業のデジタル化（営業ノウハウ・営業履歴・営業資料のデータベース化）
- ・オンライン商談（オンライン商談会への出展支援・ZOOM等によるオンライン商談の実践支援）
- ・HP/SNSの活用（オンラインショップ対応・動画とSNS活用による販促強化）等

【支援方法】

前項〔P12.（4）事業内容 ①〕に掲げたDX推進セミナーのなかでも“販路拡大とDX”を主要テーマとするほか、DX導入を目指す個者に対してはITコーディネーター等の専門家を講師として迎え個別相談形式の指導を行う。

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

〔現状〕 現状においては外部有識者（中小企業診断士、石井町産業経済課長）及び本会正副会長にて「有識者委員会」を組織し、経営発達支援事業に対する評価や意見聴取を行い、事業の見直しや次年度事業に対する反映を行っている。

〔課題〕 当年度に実施した事業の特徴や支援件数、支援を受けた事業者の声などを委員会にて紹介し、これらが評価の基礎となっているが、個々の経営指標（売上・利益の推移）の公表は行っておらず、“効果の測定”という観点で不足している部分を補う必要がある。

(2) 事業内容

①有識者委員会の開催

石井町商工会選出理事（正副会長）及び中小企業診断士、石井町産業経済課長等の有識者に加え、本会事務局長・法定経営指導員が参加する有識者委員会を年1回開催し、事務局から経営発達支援事業の実施内容並びにその成果や反省事項等について報告を行う。委員からは事業に対する評価と改善要望等に関する意見を受け取り、見直し案の取り纏めを行う。

【報告事項】

ア) 事業実施年度における報告内容及び評価基準（定量的指標）

実施区分	報告内容
1) 地域の経済動向調査に関すること	経済動向分析結果・景気動向分析結果
2) 需要動向調査に関すること	需要動向調査対象事業者数
3) 経営状況の分析に関すること	セミナー開催数・分析実施事業者数
4) 事業計画策定支援に関すること	個別講習会回数・計画策定事業者数 DX 推進セミナー回数
5) 事業計画策定後の支援に関すること	フォローアップ事業者数・実施回数
6) 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	展示会出展事業者数・DX 導入件数

イ) 前年に実施した支援の効果（成果）に関する報告種類及び評価基準（定量的指標）

実施区分	報告内容
1) 事業計画策定後の支援に関すること	・売上増加事業者数 ・利益率3%以上増加事業者数
2) 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	・展示会出展での新規成約件数 ・DX 導入による新規成約件数 ・支援事業所における売上増加率

※これまで報告が不足していた経営指標項目については、支援実施年度に結果が測定できないものが多いため、事業実施年度で報告すべき事項と過年度分の成果として報告すべき事項を区分し、適切に報告を行うことによって事業を正確に評価できるよう改善を図る。

②評価・見直しに関する報告と承認

有識者委員会にて取り纏めた評価・見直し案を理事会に報告し、承認を受ける。

③事業の成果、評価・見直し結果の公表

事業成果・評価・見直しの結果につき、会員事業所に向け石井町商工会総代会議案書にて報告を行う。また、評価結果は石井町商工会のホームページに掲載することで地域の小規模事業者に対し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〕 現状における経営指導員等の資質向上の取り組みは、徳島県商工会連合会や徳島県、中小企業基盤整備機構四国本部等が主催する研修の受講や、勝名地区商工会広域連携協議会※を主体とする経営指導員研修・経営支援員研修を実施し、支援に関する知識やノウハウの習得に努めている。また、専門家派遣等の実施時には必ず担当職員が帯同し、OJT によって得られた知識を他の職員と情報共有するなど、支援能力の底上げを図っている。

〔課題〕 小規模事業者が取り組むべき課題は年々多様化・複雑化しており、新たな事業分野への対応や、販路開拓を行う際の情報収集など、あらゆる分野でいままです以上にデジタル化の対応が求められている。AI や FinTech などの活用に関する知識の習得や、商工会自体が果たすべき DX 対応など、職員全体として取り組みを進める必要がある。また、経営力再構築伴走支援を遂行するにあたり、傾聴力の強化についても知識やノウハウの習得に努める必要がある。

(2) 事業内容

①DX 導入推進や最新技術・マーケティング手法等の習得に関する勉強会の開催

小規模事業者に対する支援が、これまで以上に専門性を求められる状況となるため、勝名地区広域連携協議会等において職員が習得しておくべきテーマについて勉強会を開催する。

(想定する勉強会のテーマ)

- ・「小規模事業者こそ実践すべき DX 活用事例」
- ・「FinTech に用いられるテクノロジー（ブロックチェーン・AI・IoT 等）と業務革新について」
- ・「デジタル新時代におけるマーケティング戦略とプロモーションノウハウについて」
- ・「傾聴力を高めるための実践トレーニング手法について」等

②OJT の実施

経験の浅い職員については中小企業基盤整備機構四国本部主催「経営支援能力向上研修」の受講や、徳島県商工会連合会が実施する「スーパーバイザー派遣事業」等を活用するほか、新任職員の窓口対応等については必ずベテラン職員が同席し、OJT による実務研修を実施する。

こうした取り組みを重ねることで、職員相互に小規模事業者に対する指導や助言の方法を学び、個々支援能力の向上を図る。

③支援情報のデータベース化

担当経営指導員等が行った支援業務につき、基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適切に行うことでその内容を職員全員に共有し、担当外職員についても一定レベル以上の対応が行えるよう支援情報のデータベース化に取り組む。

※勝名地区商工会広域連携協議会とは…

徳島県商工会連合会に所属する 23 商工会について、広域的事業を行うための地区ブロック単位として現在 7 つのブロックが存在する。勝名地区商工会広域連携協議会はその 1 つであり、勝浦町商工会、上勝町商工会、国府町商工会、石井町商工会、神山町商工会の 5 商工会にて組織している。

活動内容は上記のような職員向け研修のほか、広域的に開催する会員企業向けセミナーの実施や役職員による会議等の開催を行っている。（勝名地区の勝名とは勝浦郡・名西郡の略称である）

(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4年11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）	
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 3名 石井町 産業経済課	
(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 氏 名：川崎 和彦 連絡先：石井町商工会 TEL:088-674-1292	
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 〒779-3233 徳島県名西郡石井町石井字石井 431-2 石井町商工会 TEL：088-674-1292 / FAX:088-674-1401 / E-mail：tsci0400@tsci.or.jp	
②関係市町村 〒779-3295 徳島県名西郡石井町高川原字高川原 121-1 石井町産業経済課 TEL：088-674-1118 / FAX:088-675-1500 / E-mail：sangyoukeizai@ishii.i-tokushima.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 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	3,850	3,850	3,850	3,850	3,850
専門家派遣費	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
セミナー開催費	350	350	350	350	350
展示会出展費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
委員会運営費	30	30	30	30	30
支援ツール導入費	170	170	170	170	170

(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、手数料収入、国補助金、県補助金、町補助金 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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等