

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	尾張旭市商工会（法人番号 9180005008970） 尾張旭市（地方公共団体コード 232262）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>地区内小規模事業者を対象に対話と傾聴を重ね経営者の自発的な課題設定等を促す等の伴走支援を行うことで経営力の向上を目指し、廃業の抑制と新たな起業を促していく。本計画では、10年先を展望しつつ、当面する5年間を視野におきながら優先順位を決めていくこととする。</p> <p>本商工会としては、10年後の姿を「元気な小規模事業者が増え、まち全体に活力がある。」と構想し、その姿に近づくため、今計画においては、次に掲げるように、特に経営に関し前向きな小規模事業者を中心としつつ、経営に課題を抱えながらも次の行動を起こすに至っていない事業者に対して対話や傾聴を通じた本質的な経営課題について気づきを与えるよう支援を行い、5年後の姿「小規模事業者への支援により、事業所の減少に歯止めがかかっている。」を目指す。</p> <p>小規模事業者との対話や傾聴を通じた本質的な経営課題</p> <p>ア 伴走型支援を実施し小規事業者の自立的な持続的発展を図る。</p> <p>イ 創業、事業承継の支援を行うことにより地域経済の活性化を図る。</p> <p>ウ 販路を開拓して小規模事業者の売上増加を図る。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>（1）地域経済動向分析</p> <p>（2）景気動向分析</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>小規模事業者におけるアンケート調査</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>（1）経営分析を行う小規模事業者の掘り起こし</p>

	<p>(2) 経営分析の実施及び専門家の活用</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>(1) D X 推進セミナーの開催</p> <p>(2) 事業計画策定セミナー等の開催</p> <p>(3) 創業セミナーの開催</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>事業計画策定小規模事業者フォローアップ支援を実施</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>(1) I T 相談会の開催による販路開拓支援</p> <p>(2) イベント・展示会等活用での販路開拓支援</p> <p>(3) マスコミ等へのプレスリリース支援</p> <p>(4) I T を活用した販路開拓支援</p>
<p>連絡先</p>	<p>尾張旭市商工会</p> <p>〒488-0801 愛知県 尾張旭市 東大道町原田 2570-3</p> <p>TEL:0561-53-7111 FAX:0561-54-1524</p> <p>e-mail:info@owariasahi.or.jp</p> <p>尾張旭市 市民生活部 産業課</p> <p>〒488-8666 愛知県 尾張旭市 東大道町原田 2600-1</p> <p>TEL:0561-53-2111 FAX:0561-53-7008</p> <p>e-mail:sangyo@city.owariasahi.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

ア 現状

(ア) 立地

尾張旭市は、愛知県の北西部に位置し周囲は西から北にかけて名古屋市、東に瀬戸市、南は長久手市に接している。市域は、東西に 5.7 k m、南北に 5.6 k m で面積は 21.03 k m² である。

名古屋市の中心部（愛知県庁）からの直線距離は約 15 k m で、鉄道では名鉄瀬戸線を利用して栄町駅から約 20 分の距離にある。



(イ) 人口

昭和 45 年の市制施行当時、尾張旭市の人口は約 33,600 人であったものが、令和 4 年現在では約 83,900 人と約 2.5 倍増加している。その伸びは、近年鈍化傾向にあり、あわせて人口の高齢化も進んでいる。市では若い世代の定住促進を促すべく、子育て支援の施策や更なる住環境の整備を実施している。

単位：人

	平成 24 年 5 月	割合	令和 4 年 5 月	割合	増減
総人口	81,902		83,969		2,067
うち 65 歳以上	17,073	20.8%	21,892	26.1%	4,819
15～64 歳	52,341	63.9%	50,828	60.5%	▲1,513
0～14 歳	12,488	15.2%	11,249	13.4%	▲1,239

※割合は、表示単位未満を四捨五入しているため、合計が 100%にならない場合がある。

(ウ) 交通

名古屋市からのアクセス環境は非常に優れ、特に市内中心部を東西に走る名鉄瀬戸線は、名古屋市の栄地区まで電車で約 20 分という利便性を実現しており、通勤、通学に最適な環境が提供されている。一方、道路の状況は、名古屋市から放射状に延びた国道 363 号、主要地方道名古屋瀬戸線、旭南線及び平成 30 年度に完成した霞ヶ丘線によりさらに東西方向のアクセスが向上した。加えて、平成 30 年には、尾張旭市に隣接する名古屋市守山区に、東名高速道路守山スマートインターチェンジが開通し、より利便性が高まった。

(エ) 都市開発

現在、かつての賑わいや魅力を取り戻し、都市型住宅の供給誘導を推進するべく、名鉄三郷駅周辺の街づくりが進められている。また、更なる住環境整備のため、北原山地区で土地区画整理事業を実施している。そのほか、稲葉地区において、大規模工場建設のための整備が進められている。

こうした高齢者や子育て世代に配慮したまちづくりの推進によって、人口減少時代においても人口増加が続いているとともに、将来にわたってまちの活力を支える土地利用が見込まれている。

(カ) 産業

本市の産業構造を平成 28 年の経済センサス活動調査の産業分類別の事業所からみると、建設業が 289 事業所(11.4%)、製造業が 202 事業所(8.0%)、卸売業、小売業、飲食業が 853 事業所 (33.8%) となっており、事業所の数の上では商業に分類される事業所が多い。

令和 3 年版尾張旭市の統計によると、平成 30 年の尾張旭市の経済活動別市内総生産は 206,048 百万円である。産業別割合で最も高いのは製造業 42,887 百万円 (20.8%)、次いで不動産業 37,345 百万円 (18.1%)、卸売・小売業 27,997 百万円 (13.6%) となっている。

<産業分類別事業所数の推移>

区 分	平成 18 年		平成 21 年		平成 24 年		平成 28 年	
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比
農業、林業	1	0.0%	2	0.1%	1	0.0%	4	0.1%
鉱業、採石業、砂利採取業	3	0.1%	4	0.1%	0	0.0%	1	0.0%
建設業	296	10.4%	358	12.2%	309	11.7%	289	11.4%
製造業	293	10.3%	279	9.5%	240	9.1%	202	8.0%
運輸業、通信業	53	1.9%	79	2.7%	72	2.7%	57	2.4%
卸売業、小売業、飲食業	1,000	35.2%	1,018	34.6%	934	35.4%	853	33.8%
金融業、保険業	44	1.5%	45	1.5%	39	1.5%	37	1.5%
不動産業、物品賃貸業	232	8.2%	249	8.5%	225	8.5%	194	7.7%
教育、学習支援業	157	5.5%	152	5.2%	119	4.5%	129	5.1%
その他サービス業	761	26.8%	754	25.6%	703	26.6%	758	30.0%
計	2,840	100.0%	2,940	100.0%	2,642	100.0%	2,524	100.0%

(産業分類別事業所数の推移：事業所企業統計調査・経済センサス)

<産業分類別小規模事業者数の状況>

区 分	平成 18 年			平成 21 年			平成 24 年			平成 28 年		
	事業所 総数	小規模事 業者数	割合 (小数 表記)									
農業、林業	1	0	0.0	2	1	0.5	1	1	1.0	4	4	1.0
鉱業、採石業、砂利採取業	3	3	1.0	4	4	1.0	0	0	0.0	1	1	1.0
建設業	296	281	0.9	358	343	1.0	309	299	1.0	289	278	1.0
製造業	293	250	0.9	279	236	0.8	240	198	0.8	202	157	0.8
運輸業、通信業	53	34	0.6	79	65	0.8	72	63	0.9	57	46	0.8
卸売業、小売業、飲食業	1,000	618	0.6	1,018	608	0.6	934	533	0.6	853	478	0.6
金融業、保険業	44	39	0.9	45	40	0.9	39	35	0.9	37	34	0.9
不動産業、物品賃貸業	232	231	1.0	249	240	1.0	225	218	1.0	194	185	1.0
教育、学習支援業	157	100	0.6	152	97	0.6	119	84	0.7	129	91	0.7
その他サービス業	761	426	0.6	754	414	0.5	703	390	0.6	758	398	0.5
計	2,840	1,982	0.7	2,940	2,048	0.7	2,642	1,821	0.7	2,524	1,672	0.7

(事業所統計調査・経済センサスより愛知県独自集計)

＜尾張旭市経済活動別市内総生産＞

区分	(単位:百万円)					
	年度	平成 26 年	27 年	28 年	29 年	30 年
01 農業		56	62	72	75	71
02 林業		-	-	-	-	7
03 水産業		-	-	-	-	-
04 鉱業		22	25	26	40	91
05 製造業		66,488	59,369	71,826	43,513	42,887
06 電気・ガス・水道・廃棄物処理業		13,233	13,685	12,621	14,266	8,741
07 建設業		7,988	9,810	7,037	13,570	14,419
08 卸売・小売業		33,335	25,859	26,788	31,444	27,997
09 運輸・郵便業		6,259	5,898	6,006	7,127	7,298
10 宿泊・飲食サービス業		4,700	4,716	4,595	8,028	7,701
11 情報通信業		3,200	2,444	2,444	2,170	2,152
12 金融・保険業		3,907	4,519	3,309	3,653	2,678
13 不動産業		34,752	36,532	36,686	37,075	37,345
14 専門・科学技術、業務支援サービス業		13,616	13,665	13,005	7,007	6,517
15 公務		5,419	5,350	5,347	5,950	6,008
16 教育		6,066	5,856	5,238	4,287	4,458
17 保健衛生・社会事業		22,142	21,925	21,805	24,475	24,525
18 その他のサービス業		13,099	13,065	12,423	13,154	13,153
19 市町村内総生産		234,284	222,781	229,227	215,834	206,048

資料:総務課「あいちの市町村民所得」(注)市民所得の計数は、基礎データの改訂に伴い遡及改訂されることがある。

(尾張旭市の統計 令和3年版)

(カ) 工業

a 現状

尾張旭市の工業は、戦前戦後を通じて隣接する瀬戸市の地場産業の影響を大きく受け、陶磁器産業が盛んであったが、高度成長期に入ると陶磁器産業は衰退していき、現在では大手電機メーカーの進出による金属製品、一般機械、電気・電子部品、精密機械製造業が全製品出荷額の7割以上を占めるようになってきている。

特に製造業では、旭精機工業(株)や日立チャネルソリューションズ(株)、パナソニックスイッチギアシステムズ(株)といった大手企業もあるが、全体の8割が小規模事業者であり、近年ではその小規模事業者も減少傾向にある。

事業所数・従業者数の推移をみると事業所数は減少傾向にあり、平成20年では117事業所であったが令和元年では79事業所と32%の減少となっている。

従業者数についても同様の傾向にあり、平成20年では6,168人であったが令和元年では3,916人と36%の減少となった。

＜尾張旭市の製造業事業所数・従業者数・製造品出荷額等の推移＞

	平成 20年	平成 22年	平成 24年	平成 26年	平成 28年	令和 元年
事業所数	117	108	98	95	92	79
従業者数(人)	6,168	5,394	4,312	4,299	4,285	3,916
製造品出荷額 等(百万円)	259,028	200,564	120,480	137,743	130,593	120,021

(注) 従業員数4人以上の事業所が対象。

出典:「RESAS(地域経済分析システム)サマリーサイト」(<https://summary.resas.go.jp>)

b 課題

- (a) 事業承継
小規模事業者の多くが高齢化してきており、後継者確保、育成が急務である。
- (b) 経営の IT 化、DX 化
経営合理化、人材不足対応、自社 PR を行うための IT ツール導入が遅れている。
- (c) 販路開拓
自社の製品を販路開拓していくための営業力が不足している。
- (d) 人材確保
慢性的な人手不足の状況である。特に建設業においては人の確保が困難になってきている。

(キ) 商業

a 現状

かつては、名鉄瀬戸線の主要駅周辺が商業中心地であったが車社会の到来とともに幹線道路沿いに商業集積がみられるようになり、ドラッグストア等大手チェーン店や大型スーパーマーケットの進出が著しく、小規模事業者にとって脅威となっている。

名古屋市など隣接する地域への交通利便性が良いことから、隣接地域に魅力的なチェーン店や大型店等が立地するほど、市外での購買率が高くなるが、日用品や食料品などの最寄品については市内で購入する消費者が多い。市内には、小規模事業者と競合するチェーン店やスーパーなどはあるものの、地域のお店ならではの親しみやすさなどを活かし課題克服に努める必要がある。

商業の事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移をみると、事業所数は減少傾向であり平成 26 年では 432 事業所となっている。従業者数についても同様の傾向であり平成 26 年では 4,024 人と減少している。年間商品販売額についても減少傾向にあり平成 26 年では 108,569 百万円となっている。

<尾張旭市の商業事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移>

	平成 14 年	平成 16 年	平成 19 年	平成 23 年	平成 26 年
事業所数	659	617	569	585	432
従業者数(人)	5,668	5,329	5,151	5,351	4,024
商品販売額 (百万円)	138,940	142,822	129,059	108,161	108,569

出典：「尾張旭市の統計 令和 3 年版」

b 課題

- (a) 事業承継
小規模事業者の多くが高齢化してきており、後継者確保、育成が急務である。
- (b) 創業支援
新商品、新サービスを作り出し新しい時代を切り開いていく経営者がなかなか現れない。
- (c) 経営の IT 化、DX 化
経営合理化、人材不足対応、自社 PR を行うための IT ツール導入が遅れている。
- (d) 販路開拓
新規顧客の確保や新商品を販路開拓していくための営業力が不足している。
- (e) 人材確保
小売店等に従事するパートタイム労働者やアルバイトの確保が困難な状況である。

イ 共通の課題

事業主の高齢化や後継者不在による廃業が増加してきている。第二創業、創業の支援充実化による、後継者及び新規創業者の掘り起こしが喫緊の課題である。

ウ 商工会の課題

これまで、本商工会は地域に密着した唯一の総合経済団体として小規模事業者の経営支援や地域活性化のための事業を展開してきた。

小規模事業者支援機関の役割として、経営指導員等による巡回訪問や窓口相談を通じ、販路開拓、税務、金融、労務、IT化、共済業務などの経営支援に取り組んでいる。

一方の地域活性化事業では、尾張旭市民祭や各イベントに内部組織である青年部、女性部、商業部会、工業部会、建設部会が積極的に参画し地域活性化に尽力しているが、事前準備・運営等は担当職員に一任されるなど業務負担が増大してきている。

このように地域活性化事業が活発になればなるほど、小規模事業者の経営支援に充てる人的資源が削られてしまうという状況を改善する必要がある。

また、小規模事業者の経営支援では窓口に来訪しての相談者が増加傾向にあり個別事案の相談に忙殺されるなど受け身的な支援が多くなってきている。そのため、職員の資質向上、人材育成、職員間の情報共有、さらには巡回訪問しての対話と傾聴をとおした課題の掘り起こし及び解決提案など攻めの支援へ時間を割くことが難しくなっており、業務の効率化、DX化が必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

ア 10年程度の期間を見据えて

現在市内商工業者の約7割を占める小規模事業者が減少の一途をたどっている。主な要因の一つとして、現経営者の高齢化があげられる。現経営者の意向を確認し、事業承継や事業譲渡を希望する方には愛知県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し支援を行い地域経済の担い手である小規模事業者が事業継続できるようにする。

また、行政及び金融機関と共催する創業セミナーの参加促進を行い、創業者を掘り起こし創業に結び付くよう支援する。

イ 尾張旭市総合計画との連動性・整合性

尾張旭市は平成26年3月に第五次総合計画（平成26～35年度）が策定されており、「みんなで支えあう緑と元気あふれる住みよいまち 尾張旭」を将来の都市像とし、「活力あふれるまちづくり」が方針の体系の1つに位置づけられ、施策を実現する手段及び目指す姿が次ページのとおり定められ、市内事業者への支援が総合計画に位置づけられており、施策が目指す尾張旭市の姿について、工業は、「地域工業が振興し、活性化しています」、商業は、「地域商業が発展し、活性化しています」としている。

また、尾張旭市小規模企業・中小企業振興基本条例が平成31年4月に施行され、小規模企業・中小企業の振興を目的とした「尾張旭市小規模企業等補助金」が交付されている。

この補助金では、市内商工業の中核を担う小規模企業等の振興を目的とし、人材育成や販路開拓等に関する取組に係る費用の一部が補助されており、こうした制度を活用し小規模事業者を支援している。

(施策を実現する手段)

<工業>

【施策を実現する手段】基本事業の構成

基本事業	基本事業のめざす姿	役割分担	基本事業成果指標 (基本事業の目的達成度を示す指標)	参考値 (策定時)	後期 基準値	後期 目標値	まちづくり の進め方
6-2-1 地域工業の活性化	●市内大規模工場が安定的に事業運営をしています。	事業者 商工会 行政	◆市内の大規模特定工場* (敷地面積 9,000㎡又は 建築面積 3,000㎡以上) の数	社 9	社 9	社 10	自己決定 健康都市
6-2-2 事業者への支援	●新規創業や継続操業のための支援などを活用し、事業の継続、規模の拡大がされています。	事業者 商工会 行政	◆市内事業者の数	社 99	社 92	社 100	自己決定
			◆事業者支援メニュー数	事業 —	事業 5	事業 5	
			◆事業者の業績伸長率	% 97.0	% 100.5	% —	

出典：尾張旭市第五次総合計画 -活力あふれるまちづくり-

<商業>

【施策を実現する手段】基本事業の構成

基本事業	基本事業のめざす姿	役割分担	基本事業成果指標 (基本事業の目的達成度を示す指標)	参考値 (策定時)	後期 基準値	後期 目標値	まちづくり の進め方
6-1-1 地域商業の活性化	●商店の魅力向上や市民の市内購買力向上により、市内で買い物をする人が増加しています。	市民 事業者 商工会 行政	◆市内商店数	店 414	店 424 (H28)	店 430	市民協働 自己決定 健康都市
			◆日常生活に必要な商品 (食料品、日用品、電化 製品、飲食店)を市内で 買う市民の割合	% 33.5	% 23.4	% 38	
6-1-2 事業者への支援	●経営支援により、市内事業者の経営力が向上しています。	事業者 商工会 行政	◆各種制度活用による経営 力向上に取り組んだ商店 数	件 154	件 107	件 150	自己決定

出典：尾張旭市第五次総合計画 -活力あふれるまちづくり-

ウ 商工会としての役割

地域経済動向や需要動向調査の実施・分析・提供、経営分析や事業計画策定支援及びフォローアップ、展示会等を通じた販路開拓支援、更には自然災害等発生時に事業継続が可能な事業継続計画作成支援などを通じて小規模事業者の持続的発展ができる経営発達支援事業の実施が必要である。

今後は、関係の支援機関や行政と連携を図るとともに本商工会職員の資質向上を行い、これまでの経営改善普及事業や地域振興事業を効率化し、小規模事業者へ対話や傾聴を通じた課題の洗い出し、持続的発展のための伴走型支援を通じ売り上げや利益を確保できるよう体質改善を目指して取組みを実践していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

地区内小規模事業者を対象に対話と傾聴を重ね経営者の自発的な課題設定等を促す等の伴走支援を行うことで経営力の向上を目指し、廃業の抑制と新たな起業を促していく。本計画では、10年先を展望しつつ、当面する5年間の視野におきながら優先順位を決めていくこととする。

本商工会としては、10年後の姿を「元気な小規模事業者が増え、まち全体に活力がある。」と構想し、その姿に近づくため、今計画においては、次に掲げるように、特に経営に関し前向きな小規模事業者を中心としつつ、経営に課題を抱えながらも次の行動を起こすに至っていない事業者に対して対話や傾聴を通じた本質的な経営課題について気づきを与えるよう支援を行い、5年後の姿「小規模事業者への支援により、事業所の減少に歯止めがかかっている。」を目指す。

小規模事業者との対話や傾聴を通じた本質的な経営課題

- ア 伴走型支援を実施し小規事業者の自立的な持続的发展を図る。
- イ 創業、事業承継の支援を行うことにより地域経済の活性化を図る。
- ウ 販路を開拓して小規模事業者の売上増加を図る。

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

ア 小規模事業者の自立的な持続的発展のための伴走型支援

巡回相談、窓口相談時に小規模事業者との対話や傾聴を通じた本質的な経営課題の掘り起こしを行い、経営分析、事業計画策定支援及びフォローアップを実施することでその課題を解決したうえで将来的な自活化ができるよう事業者の自発的な気づきや理解のもと伴走支援を実施する。

イ 地域経済の活性化を図るための創業、事業承継の支援

窓口に来訪した創業予定者や創業セミナー受講者に対して、創業計画の策定を伴走支援する。また、事業承継に取り組む小規模事業者についても専門家派遣施策等制度の活用により伴走型支援を実施する。

ウ 小規模事業者の新事業展開と販路開拓支援

小規模業者数が保有する技術・経営ノウハウを活用した新商品・新サービスの開発にあたり、新たな販路開拓に取り組む事業者に対応した経済動向調査や需要動向調査を実施し、事業計画策定を支援する。また、地域イベント、行政や関係団体等が開催するイベント・展示会・商談会・物産展への出展推進、ビジネスマッチングサービス、HP 開設、EC サイト活用、SNS による情報発信などの IT 活用を支援し小規模事業者の新たな販路開拓支援を行うことで売上増加を図る。

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

ア 現状

(ア) 地域経済動向分析

広域的な経済動向の把握については、愛知県商工会連合会が実施する景況調査等により情報収集している。

(イ) 景気動向分析

地区内の経済動向の把握については、年1回、12月に本会会員事業所に対して、経営状況、売り上げ、資金繰り、設備投資、今後の経営方針等についてDI調査を実施している。

イ 課題

各機関が作成発行する調査結果を周知するのみで、商工会にて独自の調査を行うといった直接的な情報収集ができていないことが課題である。「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した情報収集及び分析、市内小規模事業者へのアンケート調査から直接的な情報収集を行い、地域の経済動向を広く周知していく必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行 (R4目標)	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
地域の経済動向 分析の公表回数	HP 掲載	2回	2回	2回	2回	2回	2回
景気動向分析の 公表回数	HP 掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

ア 地域の経済動向分析

小規模事業者の売上向上や経営基盤の強化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」、行政機関及び各関係機関等実施の景況調査結果を活用した地域経済分析を行い年2回公表する。

(ア) 調査手法

経営指導員等は、「RESAS」(地域経済分析システム)、最近の管内総合経済動向(中部経済産業局)、愛知県の景気動向(愛知県)、小規模企業景気動向調査(全国商工会連合会)、中小企業景気動向調査(愛知県商工会連合会)のデータを収集し地区内の経済動向分析を行う。

(イ) 調査時期

毎年度6月、12月

(ウ) 調査項目

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」 → 何で稼いでいるか等を分析
 - ・「まちづくりマップ・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
- 上記分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

イ 景気動向分析

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本商工会会員事業所を対象に業況についてアンケートを実施し、地区内の景気動向の調査・分析を行い、年1回公表する。

(ア) 調査手法

調査票を本商工会会報誌に同封配送しファックスまたはメール等にて回収する。

(イ) 調査時期

毎年度12月

(ウ) 調査対象

本商工会会員1,257事業所(令和4年9月時点)

(エ) 調査項目

「業種」、「従業員数」、「売上高」、「経常利益」、「資金繰り」、「設備投資」、「仕入価格」、「販売価格」、「従業員数増減」、「自社の業況」など

(オ) 分析手法

経営指導員等が外部専門家と連携し、調査結果について分析を行う。

- (4) 調査結果の活用
地域の経済動向調査及び景気動向調査の分析結果は、事務局内で共有を図り、経営指導員等の巡回・窓口相談時に、小規模事業者へ情報提供し事業計画策定時等に活用する。
また、調査結果について本商工会会報誌及び本商工会ホームページにて公表する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

ア 現状

小規模事業者は、自社製品に対する思いや利益にとらわれ、顧客ニーズや市場動向において、消費需要動向をつかんでいないまま商品・サービスを身近な市場に投入している。

イ 課題

小規模事業者が販路開拓・商品開発を進めるにあたり、消費者ニーズを知ることが重要になる。需要を調査するための手段・分析手法を構築し実施する必要がある。

(2) 目標

項 目	現 行 (R4目標)	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
調査対象 事業者数	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

ア 小規模事業者におけるアンケート調査

主として事業計画策定事業者、策定支援中の事業者及び経営改善の意欲のある事業者を対象として、既存の取扱商品やサービス及び新商品・新サービスについて顧客からの評価、改善点、要望等を収集する需要動向調査を行い、消費者ニーズにマッチした商品・サービスへの改善につなげる。

(イ) 調査時期

事業計画策定時や新商品・新サービス開発時など小規模事業者と相談し実施する。

(ロ) 調査手法

小規模事業者の店舗来店客や出展場所(イベント出展時等)においてアンケート用紙を用いた消費者ニーズ調査を行い経営指導員が内容を分析する。

(ハ) サンプル数

1 事業者 30 人

(ニ) 調査項目

年齢、居住地、購入商品(サービス)、味・量、価格、接客、その他気づいた点

(ホ) 調査結果の活用

分析結果は対象となる小規模事業者へ提供し、事業計画策定及び新商品・新サービスの開発に役立て、事務局内で情報共有を図り機密情報に配慮しつつ他の小規模事業者への支援時の参考とする。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

ア 現状

小規模事業者に対し巡回・窓口相談時に経営分析の重要性について啓発しているものの、主な経営状況分析支援のタイミングは、経営革新計画策定時、小規模事業者経営改善資金の申請時、小規模事業者持続化補助金をはじめとする事業計画の策定時などである。

イ 課題

小規模事業者には経営状況分析の重要性が浸透しておらず、関心も低い状況である。そこで、対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題の把握につなげる必要がある。

(2) 目標

項目	現行 (R4 目標)	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
個別相談会開催回数	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
経営状況分析対象者数	35 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者

(3) 事業内容

ア 経営分析を行う小規模事業者の掘り起こし

事業資金相談者、個別相談会参加者及び巡回・窓口相談時に経営指導員等が中心となり、意欲的で成長の可能性が高い独自技術、オリジナル商品・サービスを持つ小規模事業者に接触し経営分析を行う事業者を掘り起こす。

(個別相談会)

対象者：小規模事業者

募集方法：会報誌

イ 経営分析の実施及び専門家の活用

上記アにおいて掘り起こした小規模事業者 40 者に対して経営指導員等が対話と傾聴を通じて経営分析を行う。経営分析で使用するツールとして、定量分析には中小企業基盤整備機構の「経営自己判断システム」等を活用し経営分析を行い、定性分析には「SWOT 分析」「3C 分析」を活用する。また必要に応じて専門家と連携し経営分析を実施する。

(ア) 定量分析項目

収益性、効率性、生産性、安全性、成長性等財務面より分析する。

(イ) 定性分析

内部環境（商品力、製品力、人材、生産能力、資産やブランド力、品質等など）の「強み」、マイナス要因の「弱み」、外部環境（業界の動向、競合、顧客、市場等）の「機会」、マイナス要因の「脅威」の 4 つのカテゴリーで事業状況を分析する。また、市場・顧客、自社、競合の 3 項目からも現状の経営課題を分析する。

(4) 分析結果の活用

経営指導員や専門家が行った経営分析の結果をもとに、経営課題の抽出を行うことで事業計画策定や販路開拓、新商品・新サービスの開発へとつなげていく。また、事務局内で情報共有を図り他の小規模事業者への支援に役立てる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

ア 現状

小規模事業者への事業計画策定支援では、長期的な事業計画を策定することは少なく、経営革新計画、小規模事業者持続化補助金をはじめとする補助金活用、小規模事業者経営改善資金の申込、創業計画の策定時などの機会に事業計画を策定している。

小規模事業者は事業計画策定の重要性をある程度は認識しているが、熟考して完成度の高い事業計画を策定することまではできていない。また、各種補助金の電子申請についてもハードルを高く感じているなど IT 活用の遅れが目立つ。

イ 課題

小規模事業者は、補助金申請等で必要に迫られて、1年～3年程度の中短期的な事業計画は策定するものの、中長期的な事業計画策定の意義や重要性について理解不足が見受けられる。

また、行政手続きや商取引など電子手続きの普及に伴い、DX推進に向けた取組が重要であるとの理解と認識が進んでいない。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漫然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、事業計画策定セミナーの内容を工夫し、専門家と小規模事業者が時間をかけて、計画内容のブラッシュアップにさらに踏み込めるよう、個別支援に重点を置いたカリキュラムに改善して「5. 経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った事業者の8割程度/年の事業計画策定を目指す。

持続化補助金の申請を契機として事業計画の策定を目指す小規模事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し対話と傾聴を通じて事業計画策定につなげていく。

事業計画の策定前段階においてDX推進に向けたセミナーを開催し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

尾張旭市、本商工会、日本政策金融公庫、瀬戸信用金庫と共同で全5日開催の特定創業支援セミナーの受講者、巡回訪問・窓口相談の際に創業計画策定の支援を行う。

(3) 目標

項目	現行 (R4目標)	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
DX推進セミナー 開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー等 開催回数	5回	12回	12回	12回	12回	12回
創業セミナー 開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定総数(※)	30件	32件	32件	32件	32件	32件

※事業計画には、創業計画及び事業承継計画を含むものとする。

(4) 事業内容

ア DX推進セミナーの開催

小規模事業者が経営環境の変化に迅速に対応し、デジタル技術とデータを活用しITツールのさらなる導入を推進することを目的にDX推進セミナーを開催する。

[支援対象] 業務効率化に意欲のある小規模事業者、経営分析を実施した小規模事業者
各種補助金等を申請する小規模事業者

[募集方法] 本商工会会報誌・本商工会ホームページへの掲載周知、巡回・窓口相談時に案内

[内容] ・DXの概要 ・ツール及び施策の紹介 ・取組事例紹介

[講師] IT等の専門家

[参加者数] 20名程度
[支援手法] セミナーを受講した小規模事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で、必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

イ 事業計画策定セミナー等の開催

経営向上意欲のある小規模事業者向けに事業計画策定セミナーを開催し事業計画策定を支援する。また、巡回窓口相談、金融、税務、労働等個別相談時に事業計画策定を目指す小規模事業者を掘り起こす。

[支援対象] 事業計画策定に意欲のある小規模事業者、経営分析を実施した小規模事業者各種補助金等を申請する小規模事業者

[募集方法] 本商工会会報誌、本商工会ホームページへの掲載、巡回・窓口相談時に案内

[内 容] ・事業計画策定の意義 ・事業計画策定のポイント ・成功事例紹介

[講 師] 中小企業診断士等の専門家

[参加者数] 20名程度

[支援手法] セミナーを受講した小規模事業者に対し、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で、必要に応じて専門家派遣を実施する。

ウ 創業セミナーの開催

尾張旭市が認定を受けている創業支援事業計画に基づき、尾張旭市、本商工会、日本政策金融公庫、瀬戸信用金庫の共催で5日間を1クールとした創業セミナーを開催する。

創業希望者は、そのセミナーを通じて、経営、財務、人材育成、販路開拓の4つの知識を身につけることができる。こうした取組みを通じて、円滑かつ有利に参加者が創業できるよう事業計画策定の支援を行う。

[支援対象] 創業予定者、創業後5年未満の方

[募集方法] 尾張旭市広報誌への掲載、チラシ配布及びポスター掲示、本商工会ホームページへの掲載

[内 容] ・創業へスタートアップ、創業経験談 ・アイデアから商品・サービスへ
・売れるための価格とプロモーション ・事業を動かす会計管理と人の雇用
・具体的なビジネスプランへ

[講 師] 中小企業診断士等の専門家

[参加者数] 20名程度

[支援手法] セミナーを受講した者に対し、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で、必要に応じて専門家派遣を実施し創業計画策定の支援を行う。

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

ア 現状

小規模事業者の事業計画策定後のフォローアップ支援は、巡回訪問及び窓口相談時に実施しているが、主なところでは、事業計画の取組開始にあたって進め方確認や実績報告時の支援が中心であり、事業計画内容の細部や事業終了後のフォローアップまできめ細かくはできておらず、小規模事業者の成長発展に効果的な支援とはなっていない。

イ 課題

フォローアップ支援については、経営指導員3名が中心となり実施しているが、各種補助金の実績報告のために進捗状況を確認することが多いが、継続的な支援を進めるため定期的なフォローアップを行うなど、事業所の成長発展につながる効果的な支援を行っていく必要がある。

(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により現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、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、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象とし、計画策定後1年間を重点支援期間とする。また、事業者の支援ニーズを伺い、訪問時期や訪問回数に臨機応変に対応することで、年4回のフォローアップを目標とする。2年目以降もフォローアップ支援が必要な事業者については、伴走支援する。

フォローアップ支援の過程で新たな課題が生じる場合には、専門家の活用や他の支援機関と連携しさらなる支援を行う。

(3) 目標

項目	現行 (R4目標)	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	—	35者	35者	35者	35者	35者
延べ回数	120回	140回	140回	140回	140回	140回
売上増加事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
利益率3%以上 増加の事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

ア 事業計画策定後の実施支援

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、事業計画策定後、3ヶ月に1回を目安に事業所を訪問し、進捗状況を確認する。ただし、フォローアップ頻度は、事業者からの申出等により臨機応変に対応する。

また、事業計画と進捗状況にズレがある場合、愛知県商工会連合会、愛知県よろず支援拠点等の専門家を活用し、現状を把握するとともに計画を補正する。

イ 創業計画・事業承継計画策定後の実施支援

創業計画策定後創業した方及び事業承継計画を策定した方に対し、3ヶ月に1回を目安に進捗状況を確認する、専門的な指導・助言が必要な場合は、愛知県商工会連合会、愛知県よろず支援拠点等の専門家を活用し、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

ア 現状

これまで、行政機関、金融機関及び他支援機関が BtoB・BtoC 取引拡大を目的として開催する展示会、商談会の情報を提供し出展促進を実施してきたが、対象となる小規模事業者も限定的であることから情報提供にとどまっていた。

また、小規模事業者は、ITを活用したオンラインによる販路開拓等に興味はあるものの取組を開始するまでには至らず DX 化に向けた取組が進んでいない事業者が多く、販路開拓は進んでいない。

イ 課題

小規模事業者は、自社の製品・商品、サービスを市場に宣伝することが不慣れであり、自社HP、ECサイト及びSNS活用による効果的なPRやプレスリリースによるメディアの有効活用ができていない。また、DX推進、IT活用などの取組が遅れており的確な需要開拓ができていない。そのために、今後新たにDX推進の必要性を理解してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者のDX推進に向けた取組、自社HP、ECサイト及びSNS活用による営業・販路開拓を支援するために、IT個別相談会を開催してIT活用を促すことで販路開拓につなげる。

本商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、尾張旭市民祭をはじめとする地域イベント等及び関係機関が開催する展示会・商談会等の催事情報を提供して出展を促すとともに出展希望者にはノウハウの提供を実施する。

特徴のある商品やサービスを幅広く周知したい小規模事業者には、プレスリリースを支援し本商工会からマスコミ等へ情報提供を行い記事に掲載されるよう働きかける。

DX推進に向けた取組としては、関係機関が運営するインターネットビジネスマッチングサービスを活用し自社の製品・商品、サービスを全国的にPRする、併せて自社HP、ECサイト、SNSによる情報発信を支援するためIT個別相談会を開催し理解度を高めた上で必要に応じて専門家派遣等を活用し段階的に支援を行う。

(3) 目標

項目	現行 (R4目標)	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
ア IT個別相談会開催回数	—	12回	12回	12回	12回	12回
売上増加率5%以上事業者数①	—	6者	6者	6者	6者	6者
イ 行政連携・イベント・展示会等の 販路開拓支援事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率5%以上事業者数②	5者	5者	5者	5者	5者	5者
ウ プレスリリース支援事業者数	19者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率5%以上事業者数③	—	5者	5者	5者	5者	5者
エ ITを活用した販路開拓支援者数	12者	12者	12者	12者	12者	12者
売上増加率5%以上事業者数④	6者	6者	6者	6者	6者	6者
売上増加率5%以上事業者総数 (①+②+③+④)	11者	22者	22者	22者	22者	22者

(4) 事業内容

ア IT相談会の開催による販路開拓支援

(ア) 支援対象 SNS、ECサイト、HPを活用して販路開拓を目指す小規模事業者

(イ) 募集方法 本商工会会報誌・本商工会ホームページへの掲載周知、巡回・窓口相談時に案内

(ウ) 内容 ITの専門家による個別相談会を年間12回開催し、DX推進及びIT全般のデータに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの活用等の相談指導を実施することにより小規模事業者の販路開拓を支援する。

イ イベント・展示会等活用での販路開拓支援 (BtoC)

(ア) 支援対象 地域での知名度向上や販路開拓を目指す小規模事業者

(イ) 募集方法 本商工会会報誌・本商工会ホームページへの掲載周知、巡回・窓口相談時に案内

(ウ) 内 容 尾張旭市民祭をはじめとする地域イベント等及び関係機関が開催する展示会・商談会（メッセナゴヤ等）に小規模事業者が出展できるよう促し、出展希望者には展示ノウハウ等を支援し販路開拓を目指す。

【参考】「メッセナゴヤ」は、11月中旬の2日間にわたり、国内外からのべ約40,000名が来場する恒例イベントで、800の企業が出展している。

ウ マスコミ等へのプレスリリース支援 (BtoC)

(ア) 支援対象 新商品・サービスの提供により販路開拓を目指す小規模事業者

(イ) 募集方法 本商工会会報誌、本商工会ホームページへの掲載周知、巡回・窓口相談時に案内

(ウ) 内 容 特徴ある新商品・サービスの情報を幅広くPRするため、小規模事業者からその内容をヒアリングし、プレスリリースのための効果的な表現や写真撮影の支援を行い幅広く情報提供を行うことで販路開拓につなげる。プレスリリース先は、中日新聞、中部経済新聞、グリーンシティケーブルテレビ、中日ホームニュースを対象とする。

エ ITを活用した販路開拓支援 (BtoB) (BtoC)

(ア) 支援対象 自社製品・サービス等の販路開拓を目指す小規模事業者

(イ) 募集方法 本商工会会報誌・本商工会ホームページへの掲載周知、巡回・窓口相談時に案内

(ウ) 内 容 自社の製品・サービス等情報をビジネスマッチングサービスサイト日本全国の商工会議所・商工会で共同運営するザ・ビジネスモール、あいち産業振興機構の販路開拓・ビジネスマッチング、日本政策金融公庫のインターネットビジネスマッチング等に登録・掲載、商談モール等の活用を促し販路開拓を狙う。また、全国商工会連合会提供のHP開設サービス「ゲーペ特別プラン」等を活用した自社HP、ECサイト活用、さらにはSNS活用により宣伝効果の向上及び遠方の顧客獲得につながる情報発信を行い販路開拓を目指す。

II. 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

ア 現状

経営発達支援事業の評価や見直しは、学識経験者、有識者、尾張旭市職員等で構成する「外部評価委員会」を年1回開催し、3名の経営指導員が事業実施状況及び成果を報告し、それに対する評価・見直しを行っている。

イ 課題

「外部評価委員会」では、事業実施内容や実績に対しての評価・コメントをいただいている。計画どおりに実施できていない事業がある場合に事業内容及び目標設定などの計画変更や見直しの提案があるが、即座に計画変更を行うなどの臨機応変な対応ができていない。

ウ 評価手法

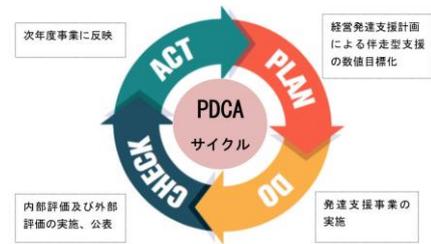
事業担当者が事業実施

↓
事務局長と法定経営指導員を中心とした事務局による検討会を開催して実績値の内部評価と事業内容や目標値等の改善を検討

↓
事務局による内部評価と改善案を「外部評価委員会」へ提出

↓
「外部評価委員会」で事務局による内部評価と改善案を検討

↓
「外部評価委員会」の評価と改善を踏まえて次年度事業を実施



(2) 事業内容

ア 学識経験者、尾張旭市担当職員、関係団体推薦者、事務局長及び法定経営指導員で構成する「外部評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の実施状況及び成果について評価を行う。

イ 上記の「外部評価委員会」の評価結果は、幹部役員で構成（商工会長、副会長、商業部会長、工業部会長、建設業部会長）する総務委員会に報告した上で事業実施方針等に反映させ、経営発達支援計画評価報告書としてホームページに掲載し、地域の小規模事業者が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

ア 現状

経営指導員をはじめとする本商工会職員の資質向上の取組は、愛知県商工会連合会や公的支援機関が主催する研修会等に参加して小規模事業者支援に必要な技能や能力など専門的知識を得ている。また、小規模事業者へ専門家派遣をする際に経営指導員が同行することで実践的な支援を通じたノウハウを修得している。

イ 課題

小規模事業者支援に必要な能力を身につけるため上記研修会等に参加しているが次の課題がある。

(ア) 社会環境や経営環境の急激な変化に伴い国・県の施策が目まぐるしく展開・更新されるため商工会(支援機関)向けの最新情報入手方法が不明確である。

(イ) 研修等で得ることができない時限的な施策等の知識は、個々の職員が都度時間と労力をかけ調査し小規模事業者支援を行っているが、経営指導員間で情報交換にとどまり、全職員に共有できていない。また、職員が研修に参加して得た知識や専門家派遣時の帯同によって得たノウハウ等も同様である。

(ウ) 経営指導員等職員がDX推進支援に対する知識及び経験が乏しいため、DX関連の相談対応にスピーディで十分な指導ができていない。

(2) 事業内容

ア 外部研修会等の積極的な活用

- (ア) 愛知県商工会連合会主催の研修会等への参加
経営指導員研修会、支援能力向上研修会、情報化推進要員研修会、基本能力研修会、
経営支援事例発表会、法定経営指導員研修会、ステップアップ研修会、その他研修会
- (イ) その他支援機関主催の研修会等への参加
中小企業支援担当者研修（中小企業基盤整備機構）、経営指導員等 WEB 研修（全国商工
会連合会）、その他必要な研修
- (ウ) DX 推進に向けた研修会
喫緊の課題である事業者の 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、次のような DX 推進取組に関
する相談・指導能力の向上のためのセミナーについて積極的に参加する。
<DX に向けた IT・デジタル化の取組>
- a 業務効率化等の取組
RPA システム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、
テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策 など
- b 需要開拓等の取組
ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用オンライン
展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム など
- c その他取組
オンライン経営指導の方法 など
- (エ) コミュニケーション能力向上研修会への参加
対話力向上等のコミュニケーション能力を高め、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・
向上を行い、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践力を身に
つける。
- (オ) 小規模事業者課題設定力向上研修会への参加
小規模事業者の課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後
に続く課題解決をスムーズに行う能力を身につける。

イ OJT 制度の導入

研修会等に参加してもなお不足する知識、特に小規模事業者支援に必要な専門的知識は次の
とおり補完する。

- (ア) 経営指導員及びベテラン職員同行による OJT
小規模事業者への支援経験が浅い職員は、経営指導員や元経営指導員等のベテラン職員に
同行し、巡回・窓口相談時に指導スキルや知識を学び資質向上を図る。
- (イ) 専門家派遣時の同行による OJT
愛知県商工会連合会の専門家派遣制度等を活用する際に、経営指導員以外の職員も専門家
と同行し支援ノウハウを得ることで支援能力の向上を図る。

ウ 職員間ミーティングの開催

定期的に全職員で情報を共有することで、全職員の支援能力向上を図る。

(7) 毎月1回のミーティングによる課題共有と解決

毎月第2木曜日に全職員にてミーティングを行い、受講した研修会の内容説明、小規模事業者指導時に活かしたノウハウ、現在抱えている小規模事業者指導上の課題等を共有し支援能力の向上及び課題解決の方法を協議し見出すことで資質向上を図る。

(イ) 朝礼時の情報共有

毎朝8時30分に朝礼を実施しているのに合わせ、小規模事業者支援に関する報告・連絡・相談を行い職員間の情報共有を図る。

エ 小規模事業者支援のデータベース化

全国商工会連合会が運用する基幹システムのカルテシステムを活用し、全職員が巡回・窓口指導を行った際の指導内容を直ちに入力するようにし、他の職員が支援状況を一目で把握できる環境を整備することで担当職員が不在時でもカルテシステムを確認することができ、円滑な支援の実施につながる。

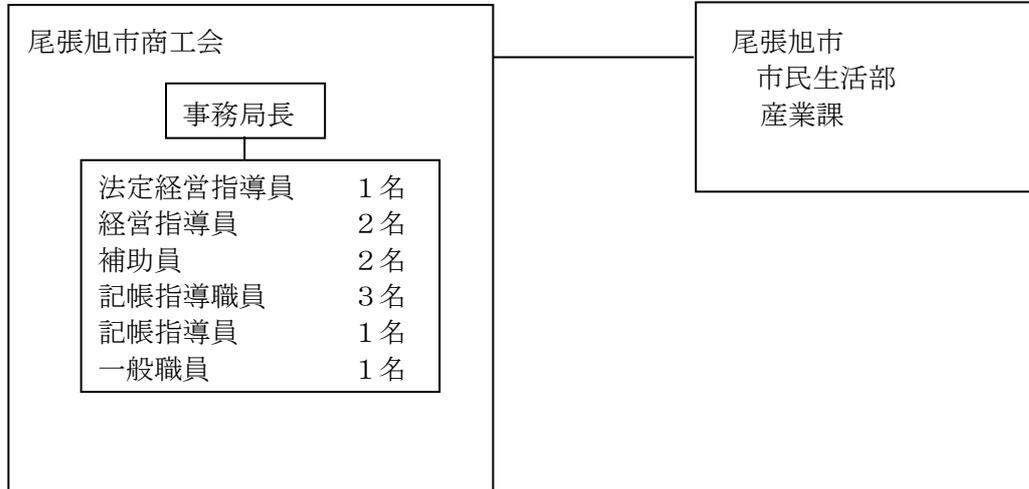
(別表2)

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)



(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

ア 法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：福頼 弘之

連絡先：尾張旭市商工会 TEL 0561-53-7111

イ 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・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を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

ア 商工会／商工会議所

〒488-0801

愛知県尾張旭市東大道町原田 2570-3

尾張旭市商工会

TEL 0561-53-7111 FAX 0561-54-1524

E-mail: info@owariasahi.or.jp

イ 関係市町村

〒488-8666

愛知県尾張旭市東大道町原田 2600-1

尾張旭市 市民生活部 産業課

TEL 0561-53-2111 (代表) FAX 0561-53-7008

E-mail: sangyo@city.owariasahi.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)

区 分	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
必要な資金の見込み額	62,900	64,400	65,900	67,400	68,900
(小規模企業支援事業費)					
1 調査等事業費	400	400	400	400	400
2 講習会等開催費	500	500	500	500	500
3 専門家謝金	500	500	500	500	500
4 人件費(全員)	61,500	63,000	64,500	66,000	67,500

調 達 方 法

愛知県小規模事業経営支援事業費補助金 尾張旭市商工団体事業費補助金 商工会費収入 手数料収入等
--

(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携者なし
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