

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	日進市商工会（法人番号 7180005007322） 日進市（地方公共団体コード 232301）
実施期間	令和 4 年 4 月 1 日～令和 9 年 3 月 31 日
目 標	①地域資源の活用により新たな販路拡大を図る ②創業支援（第二創業等含む）により地域経済の活性化を図る ③経営分析及び事業計画策定支援により生産性向上及び事業基盤の強化を図る
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること 「RESAS」を活用した地域の経済動向分析結果を年 4 回公表し、全国連が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、市内事業者の景気動向等について、年 1 回調査・分析を行う。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 特産品の「あいちのかおり」「杲流 純米吟醸 夢吟香」を活用した新商品を開発し、「ビジネス商談会」や「中小企業総合展」において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営分析の重要性を伝えるとともに、セミナーを開催することで事業所の掘り起こしを行い、経営分析を実施する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析の結果をもとに事業計画の策定支援を行い、創業者には創業計画の策定支援を行う。（随時セミナーの開催も行う。）</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 策定した事業計画及び創業計画の進捗状況を 3 ヶ月に 1 回を目安に確認し、ズレが生じていた場合の計画の補正を含め、状況に応じた支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ビジネスモールを活用した情報交換・商談会での需要開拓、EC サイトを活用した販路拡大支援を行う。</p>
連絡先	<p>日進市商工会 〒470-0122 愛知県日進市蟹甲町中島 35 番地 TEL：0561-73-8000 FAX：0561-73-8003 E-mail：post@nissin-sci.com</p> <p>日進市産業振興課 〒470-0192 愛知県日進市蟹甲町池下 268 番地 TEL：0561-76-7366 FAX：0561-73-1871 E-mail：sangyo@city.nisshin.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

1) 現 状

【立地及び人口】

日進市は愛知県のほぼ中央部である尾張と三河の境に位置し、西は名古屋市東部、東は豊田市・みよし市、南は東郷町、北は長久手市にそれぞれ隣接しており(図表1)、人口は令和3年8月1日現在で92,855人となっている。

行政区域は東西8.9キロメートル、南北6.8キロメートルで、面積は34.91平方キロメートルを有し、標高37メートルの日進市役所を中心に周囲を標高50メートルから160メートルの丘陵地により形成されており、市のほぼ中央部を天白川が東西に流れ、その流域の平地には農耕地が広がっている。

農村地域であったことから昭和40年以前の人口は横ばいで推移していたが、昭和50年代に名古屋市営地下鉄鶴舞線及び名鉄豊田線が東西を貫くように開通し、その後の土地区画整理事業や宅地開発、名古屋市と豊田市の間に位置する恵まれた地理的条件等から住宅都市として発展し続けており、我が国が人口減少期を迎える中、人口増加が続いている(図表2)。

また、平成29年11月に大型商業施設「プライムツリー赤池」が市内でオープンし、近隣市町でも、平成28年12月に「イオンモール長久手」、平成29年10月に「IKEA長久手」、令和2年9月に「ららぽーと愛知東郷」がオープンしたことで、同施設での購買傾向が増加している。

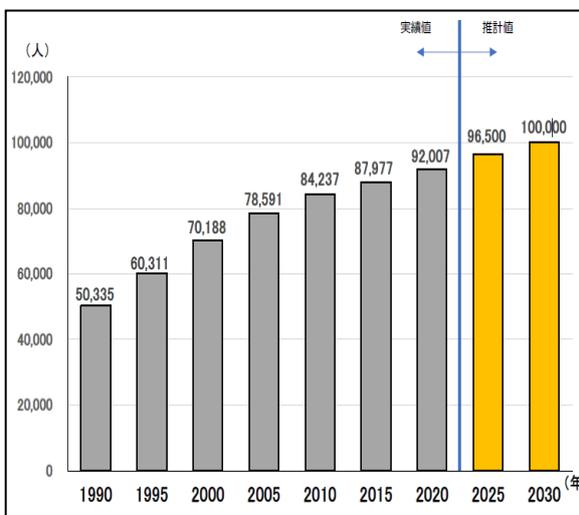
【交 通】

市内には、地下鉄鶴舞線赤池駅、名鉄豊田線日進駅及び米野木駅の3駅があり、北部は長久手市にある愛知高速交通東部丘陵線長久手古戦場駅に近いこともあり、通勤・通学等に利用できる都市間交通が整備された都市となっている。ただし、都市構造は分散型となっているため、日常生活の移動は自動車への依存度が高い状況である。

(図表1) 日進市位置図



(図表2) 日進市人口推移



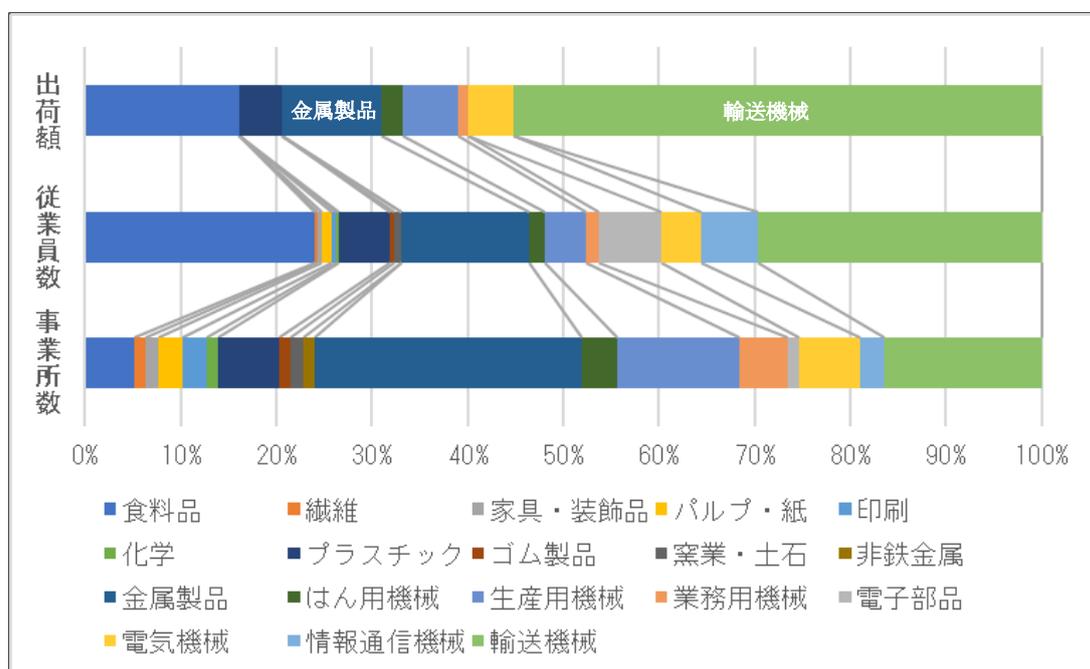
出典：第6次日進市総合計画

【産 業】

① 工業の現状

- ・隣接する豊田市をはじめ、名古屋圏としてモノづくり企業の集積がある地域であるため、市内には自動車関連産業などの製造業や国内・地域シェアの高い企業がある。
- ・市内製造業の産業の分類を見ると、事業所数は金属製品製造業が最も多く、従業員数、製品出荷額は輸送用機械器具製造業が最も多くなっている。(図表 3)
- ・市内製造業全体の事業所数を見ると、平成 21 年から減少している。(図表 5)
- ・市内製造業は人手不足、後継者不足等の課題に直面しており、現状を放置すると市内の産業基盤が失われかねない状況にある。

(図表 3) 市内製造業の産業中分類別出荷数・従業員数及び事業所数

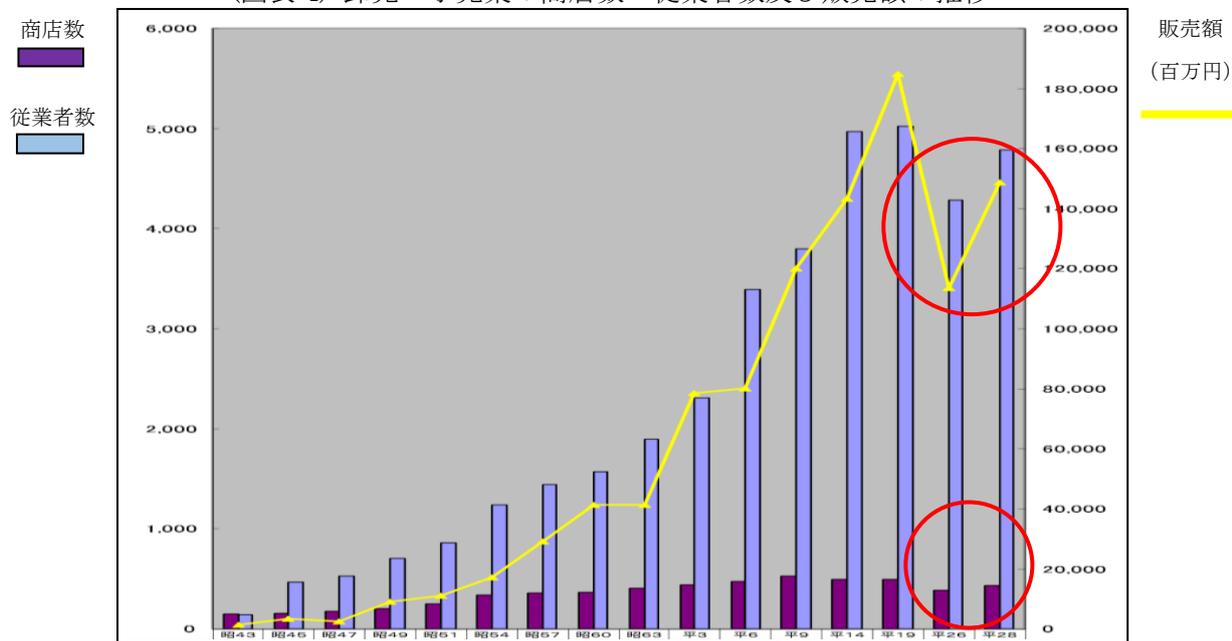


出典：にしんの統計書（令和 3 年版）

② 商業の現状

- ・市内の卸売業／小売業の商店数、従業者数及び販売額は、平成 19 年をピークに、平成 26 年までは減少傾向にあったが、それ以降は増加傾向にある。(図表 4) なお、生活関連サービス業、娯楽業と教育、学習支援業の事業所数は平成 24 年以降増加傾向にある。(図表 5)
- ・一方、市内に家電量販店、スーパー、ホームセンター等の大型店があるものの、周辺市町にも郊外型の大型店が数多く立地しており、消費者が集中している。
- ・平成 29 年 11 月に大型専門店「プライムツリー赤池」がオープンしたことにより、売上については周辺地区の小売店の顧客が減少し、厳しい状態となっている。

(図表 4) 卸売・小売業の商店数・従業者数及び販売額の推移



出典：にしんの統計書（令和3年版）

(図表 5) 日進市事業所数推移

	H21 商工業者数	H24 商工業者数	H28 商工業者数
農林漁業	7	7	5
建設業	282	266	265
製造業	245	217	200
電気・ガス・熱供給業	5	5	3
情報通信業	32	24	20
運送業、郵便業	33	34	31
卸売業・小売業	527	504	539
金融・保険業	24	25	27
不動産、物品賃貸業	177	175	178
学術研究、専門・技術サービス業	95	84	86
宿泊・飲食サービス業	295	293	275
生活関連サービス業、娯楽業	202	195	207
教育、学習支援業	110	120	130
医療、福祉	46	50	46
複合サービス	7	7	7
サービス業（その他）	98	103	85
合計	2,185	2,109	2,104

出典：平成21年度・24年度・28年度 経済センサス

2) 課 題

当地域は公共交通機関とクルマ社会という高い交通利便性を有しており、かつ豊田市に隣接していることもあり、工業においてはトヨタ自動車の企業城下町の側面を持ち、商業においては購買行動の選択肢が多岐にわたるため、消費者の市外の流出を招いている。

① 工業面

事業者の多数は小規模事業者であり、経営環境の変化に対応するため、生産性を抜本的に向上させることで人手不足に対応した事業基盤を構築するとともに、後継者が引き継ぎたいと思えるような企業にしていくことが喫緊の課題である。

しかし、多くの小規模事業者は、経営環境の変化に対し、事前に経営分析による経営課題を抽出し、事業継続のための事業計画の策定ができていない中、今後事業計画を策定し、計画に基づいた生産性の向上や経営革新への取り組みが必要である。

② 商業面

大型店出店による競争激化による売上の減少や、新たに転入してくる消費者への PR 不足など経営環境は厳しい状況にあり、これら環境の変化に対応すべく、事業計画の策定を通じて店舗の商圈等を把握することにより事業計画の策定支援が迫られている。

③ 工業、商業を通じて

事業主の高齢化や後継者不足により廃業率が増加しており、創業による支援の充実が課題となっている。

3) 本会の事業者支援の現況と課題

これまで本会は、金融・税務・労務相談等の経営改善普及事業を中心として地域の小規模事業者の経営基盤の安定に注力してきたが、当該事業者を取り巻く経営環境は厳しさを増し、従前の支援スタイルでは環境変化を乗り越えることのできる事業者の育成に対応できなくなっている。第一期の計画期間では、厳しい経営環境に置かれ、現状を打破できる経営ノウハウが不足している小規模事業者を支援した実績が少なかった。この評価を含め、本会が抱える課題としては大きく次の三点があり、経営力強化を目的としたそれぞれの課題を解決するための支援に取り組む必要がある。

・課題① 小規模事業者と地域の経済環境に関する実態把握が不十分である。

地域経済・景気動向・需要動向の分析を行うことで地域資源※の実態把握を行い、地域資源を活用することで小規模事業者の販路拡大につながることを目指す。

※日進市の地域資源

・農産物：米（あいちのかおり・ゆめまつり）

プチヴェール（ケールと芽キャベツの交配から作られて葉野菜）

泉流こうりゅう（日進市産の米と友好自治体提携を結ぶ長野県木祖村の源流水を使って作られた清酒）

・観光資源：愛知牧場、岩崎城、レトロでんしゃ館、白山宮、五色園

愛知池、旧市川家住宅、マスプロ美術館、北高上緑地 など

・立地特性：①名古屋市営地下鉄鶴舞線及び名古屋鉄道豊田線の 3 つの鉄道駅があり、またバス交通は名古屋市営バス、名鉄バス及び日進市が運営するコミュニティバス「くるりんバス」がサービスされており、交通網が充実している。

②市内に5大学（愛知学院大学、名古屋商科大学、名古屋外国語大学、名古屋学芸大学、椙山女学園大学）が存在することから、学生数が多い。

③令和5年度に日進市のほぼ中央に位置する尾三消防本部日進消防署の西側付近に「道の駅にっしん」が開駅予定である。

・課題② 経営革新をはじめとする課題解決型指導が必要な事業所の掘り起こしが不十分である。

巡回訪問・窓口相談時での課題把握に加え、経営分析セミナーや創業支援セミナーなどを開催することで課題解決型指導が必要な事業所の掘り起こしを行い、伴走型支援により個々の事業所の経営力向上や販路拡大を図ることで、小規模事業者の持続的発展を目指す。また、既存事業者であれば第二創業や事業承継支援、新規創業者には創業支援を行うことで、地域経済の活性化につながることを目指す。

・課題③ 小規模事業者の経営課題の把握と、それを解決するための計画的継続的支援が不十分である。

自社を成長発展させる経営ノウハウが不足している事業所の掘り起こしを行い、事業者の経営課題の把握を経営分析にて行い、その後の事業計画策定、事業計画策定後のフォローアップまでを一連の流れとして実行する。

実行後の「課題」、「目標」、「将来」についての定期的な見直しを含めてPDCAサイクルを回すことで、事業者の売上向上、利益向上、新規顧客獲得につながることを目指す。

（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

地域経済や雇用を支える市内小規模事業者の経営維持・発展に向けて、下記事項を踏まえ、経営力の向上や創業の促進等を図り、事業が継続的、持続的に発展できるよう支援する必要がある。

- ① 工業においては経営基盤が脆く、経営状態が経済不況等に影響されやすい状況に対し、モノづくり集積地の特性を活かし、既存産業が持つ技術の他分野の流用、新たな製品開発や既存産業の高度化を図り、経営基盤の強化を図ることにより、雇用の創出と地域住民から親しまれ、地域に密着した経営を目指す。
- ② 商業においては多様化しているライフスタイルや、価値観によるニーズに対応したサービスの提供や経営を行うことで、市内での消費喚起及び市外からの消費者の誘客とそれにより域内消費を活性化させる。
- ③ 廃業率の増加による地域経済の衰退を防ぎ、これら地域内経済の活性化を図るため、需要動向等の各種情報提供、各事業者の経営課題を明確にした上で、それぞれに合った経営改善計画を策定し、商工会の強みである伴走支援や連携力、支援ツールを最大限活用し、既存の事業所への持続的な成長を支える経営サポート体制の確立を図り、事業承継支援や創業支援にも注力し、地域経済の活性化を図る。

2) 「第6次日進市総合計画」との連動性・整合性

図表2の日進市の人口推移を見ると、将来的に日進市の人口は、増加していくことが予測される。そのため、市は「第6次日進市総合計画」において、基本目標のひとつに産業の魅力が高めることを定めている。

ここで言う産業の魅力とは、①近年の土地区画整理事業を中心とした都市基盤整備によ

り、子育て世代を中心とした人口増加や起業・創業に向けた事業基盤が整備されていること。②近隣3市町（豊明市、長久手市、東郷町）と共同で作成した創業支援等事業計画に基づき、特定創業支援セミナーを中心とした支援体制が整っていること、である。

商工会としては人口が増えることによる起業家や小規模事業者の支援を期待している。また同計画においても商工会等と連携して起業、創業についての支援に努める。

3) 日進市商工会としての役割

金融・税務・労務相談等といった従前の経営改善普及事業に加え、環境変化に対応できる小規模事業者を育成するため、事業者と地域の経済環境に関する実態把握、課題解決型指導が必要な事業所の掘り起こし、経営課題の把握とそれを解決するための計画的継続的な支援ができるよう、事業計画の策定を伴走型支援として実施していく。

また、愛知県商工会連合会にエキスパート登録されている中小企業診断士等の専門家と連携を図りながら、専門的な経営課題にも対応できる体制の構築を図る。

(3) 経営発達支援事業の目標

日進市内の小規模事業者の現状や本会の支援課題等を踏まえ、本計画期間における目標を以下の通り設定する。

【目標】

- ①地域資源の活用により新たな販路拡大を図る。
- ②創業支援（第二創業等含む）により地域経済の活性化を図る。
- ③経営分析及び事業計画策定支援により生産性向上及び事業基盤の強化を図る。

これらの目標を実行し、事業者自身の経営の強化や起業・創業をサポートすることで、小規模事業者の成長発展に寄与することはもちろん、廃業及び市外流出に歯止めをかけ、また一人でも多くの起業家を輩出することが、地域産業の活性化や地域における新たな雇用創出に裨益することとして期待される。

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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 地域資源の活用により新たな販路拡大を図る。

地域の経済・需要動向については、経営指導員及び経営支援員が事前に農産物、観光資源、立地特性といった地域資源を把握・分析を行った上で内容を共有し、地域資源を活用した地域振興、小規模事業者の事業拡大へ繋がる支援を実施する。

② 創業支援（第二創業等含む）により地域経済の活性化を図る。

創業については、近隣行政や商工会と連携して創業塾を開催し、経営知識の習得を図るほか、計画策定後、大型商業施設又はイベント等における実践の場を設けることで、事業の成功率を高める。創業計画策定と合わせて第二創業、事業承継等による個社支援を実施する。

③ 経営分析及び事業計画策定支援により生産性向上及び事業基盤の強化を図る。

小規模事業者の持続可能な経営を行うため、経営分析により現状を把握し、今までの成り行き経営からの脱却を図り、経営の羅針盤として事業計画を策定し、定期的な見直しを含めてPDCAサイクルを回していくことが必要である。

経営指導員及び経営支援員が、計画的な巡回指導、金融・税務等の窓口相談の機会を通じて経営分析を行うことで企業経営状態を十分に把握して、各個店及び小規模事業者の経営課題の掘り起こしを行い、経営者と一緒になって課題解決に向けた事業計画を策定し、持続可能な支援を実施していく。

また、セミナーを通して事業者の意識向上を図ることにより、事業計画策定に向けた動機付けとする。

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〕 愛知県商工会連合会が作成する「中小企業景況調査報告書」の情報提供のほか、事業所より依頼があった際には「業種別業界情報」（株経営情報出版社）の提供を行っている。

〔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」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

	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地域内の経済動向等公表回数	HP 掲載	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
②景気動向分析の公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

① 地域内の経済動向等公表回数（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において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、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4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、地域の経済動向分析を行う。

【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
・「事業所の立地動向」 ⇒ 地域内事業所の立地動向等を分析
上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

② 景気動向分析の公表回数（独自アンケートによる）

市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、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、市内小規模事業者の景気動向等について、年1回調査・分析を行う。

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

【調査対象】市内小規模事業者 100 社
(製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から 20 社ずつ)

【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 など

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し、分析を行う。
また、「業種別業界情報」には、各業界特有の仕組みから特性、企業規模、商品知識、流通業界、商品知識、流通経路、売上・利益、業界の悩み、今後の動向、方向性まで解説されており、これを活用することで経営分析や事業計画の策定の参考となる。

(4) 成果の活用

- ・情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く市内事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 需要動向調査は実施しておらず、また、事業者には消費者ニーズ（需要）に関する情報提供をしてこなかった。

〔課題〕 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（需要）を知ることが重要になる。需要を調査するための手段・分析手法を構築したうえで実施する。

(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
①新商品開発の調査 対象事業者数	－	2者	2者	2者	2者	2者
②試食・アンケート 調査対象事業者数	－	2者	2者	2者	2者	2者

※令和5年度開駅予定の「道の駅につしん」での調査を想定しているため、道の駅の調査事業は令和5年度からの開始となる。

(3) 事業内容

①特産品を活用した新商品を開発するため、市内飲食店2店において、特産品の「あいちのかおり」「杣流 純米吟醸 夢吟香」を活用した新商品を開発する。具体的には、「道の駅につしん」において、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該2店にフィードバックすることで、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

なお、「道の駅につしん」は令和5年度開駅予定であるため、令和4年度については市内の大型商業施設「プライムツリー赤池」にて実施する。

【サンプル数】 来場者 50人

【調査手段・手法】 令和5年度開駅予定の「道の駅につしん」にて来場客の増加が予想される6月、12月（計2回）に、来場客向けに開発中の商品を店頭で試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】 調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 ・来客者の年齢

（20歳未満・20代・30代・40代・50代・60代以上）

- ・ 開発商品等の価格 （高い・普通・安い）
- ・ 開発商品等の味 （満足・どちらでもない・不満）
- ・ 開発商品等のデザイン（満足・どちらでもない・不満）
- ・ 開発商品等に対する感想・要望 など

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

②地元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」において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

・【サンプル数】 調査手段・手法、分析手段・手法、調査・分析結果の活用については上記①参照

・【調査項目】 上記①に加え、取引条件を追加する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 金融・税務等の個別相談会の参加者、巡回訪問・窓口相談の対象者（主に補助金申請相談者）において、簡易な事業計画策定を支援することはあっても、それ以上の支援は行っていない。

〔課題〕 自社の経営状況について数値や割合などで細かく把握している事業所は少なく、そもそも経営分析の必要性、重要性に対する理解が進んでいない事業所が大半である。そこで経営分析セミナーを開催し、事業者の意識改革と成長発展に向けた意識付けの第一歩とする。

(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
①経営分析セミナー 開催数	—	3回	3回	3回	3回	3回
②経営分析事業者数	6者	15者	15者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

●経営分析の重要性の啓発

自社の強み・弱みの把握は、事業者の成長発展を目指すうえで欠かすことができないが、これらを的確に把握することは思いのほか困難であり、自社のこととなると主観的になりがちである。そこで重要になるのが経営分析であり、これは数値を基に自社の状態を客観的に捉える作業であるため、主観を取り除いて強みや弱みを正確に把握することができ、こうして把握した自社の状態を基に、経営計画の策定や改善につなげることができる。

経営分析に必要となるのが、会計・財務についての基本的な知識であり、貸借対照表、損益計算書、キャッシュフロー計算書の一定期間の経営成績や財務状態を表す財務諸表に関する知識については習得しておく必要がある。

経営分析が重要なのは、自社の問題点・弱点・改善点を発見し、事前に対策を立てることができることであり、客観的な数値によって、営業数値の悪化の予兆や業績悪化のサインなどをいち早く察知することも可能となる。現在のコロナ禍のようなアクシデントの際に影響や被害を最小限に抑えるためにも、経営分析によって自社の経営状況を正確に把握しておくことは、非常に重要なことである。

上記重要性の啓発に加えて、巡回訪問・窓口相談時にタブレットなどの携帯端末を使い、

1) 経済産業省「ローカルベンチマーク ※1」

2) 中小機構 「経営計画つくるくん ※2」

などのソフトを活用することで、経営分析のイメージを掴んでもらうとともに、更なる重要性の啓発を行う。

※1 「ローカルベンチマーク」は、千差万別である経営者の悩み（経営状況、借入、事業承継など）に対して自社の現状分析はとても大切な事項であり、このソフトに経営者の頭の中を書き出す（アウトプット）ことにより社内、社外に自社の説明ができ、悩みを共有することができる。（通称：ロカベン）

会社が病気になる前に。



経済産業省ホームページより

https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/locaben/

※2 「経営計画つくるくん」は、経営計画の作成（策定）に不慣れの方に Q&A 方式で簡単に経営計画の作成ができるアプリケーションであり、補助金申請に対応した経営計画のベースを簡単に作成できるほか、入手したデータを外部システムと連動させて活用することができる。



中小機構ホームページより

<http://www.smrj.go.jp/jinzai/063743.html>

なお、経営分析をして終わりではなく、下記の通り長期的計画となることを前提とする。

経営分析 ⇒ 事業計画策定 ⇒ 事業計画策定後のフォローアップ

① 経営分析セミナー開催による事業者の掘り起こし

経営分析を行う事業者の発掘のため、「経営分析セミナーの開催」を実施することにより重要性を理解する。

【支援対象】経営分析に関するノウハウが不足する事業者

【募集方法】商工会のホームページ、広報及び日進市メーリングリストで周知するとともに、巡回訪問・窓口相談時でも案内する。

【講師】愛知県商工会連合会にてエキスパート登録を行っている専門家など

【開催回数】3回

【カリキュラム】・財務三表（貸借対照表・損益計算書・キャッシュフロー計算書）の見方
・財務三表から見る収益性・効率性・安全性分析
・実際の経営への生かし方

【参加者数】30者程度

② 経営分析の内容

【支援対象】巡回訪問・窓口相談の対象者やセミナー参加者の中から、意欲的で将来的な考えがある事業者15者を選定。

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

《財務分析》 収益性、生産性、安全性及び成長性を分析し、財務面での課題抽出を行う。

《非財務分析》 事業者の状況を内部・外部環境の面から分析する。弱み、脅威から問題点と課題を抽出し、強みと機会から課題解決のための糸口を探る。

(内部環境)	(外部環境)
・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・技術・ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定・運用状況
	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

- 【分析手法】・経済産業省「ローカルベンチマーク」を活用する。
・中小機構「経営計画つくるくん」を活用する。
・弥生会計の財務諸表分析・比率分析等を活用する。
・上記での分析結果をもとに経営指導員が分析の支援を行い、必要に応じて専門家を交えた支援も行う。

③ 分析結果の活用

分析結果は当該事業者フィードバックし、経営課題の抽出・整理を行い、その内容を事業計画の策定等に活用する。

また、分析結果を経営カルテシステムに入力することでデータベース化し、詳細な内容については個別ファイルを作成し、情報共有することで経営指導員等のすべてが閲覧できるようにし、個々のスキルアップにも活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 前項の経営状況分析同様、簡易な事業計画の策定支援をすることはあっても、それ以上の支援は行っていない。

〔課題〕 前項の経営状況分析同様、事業計画策定の必要性、重要性に対する理解が進んでいない事業所が大半である。事業計画策定セミナーを開催することで、事業者の意識改革と成長発展に向けた意識付けの第一歩とする。

(2) 支援に対する考え方

① 小規模事業者に対する考え方

財務分析・SWOT分析等を用いて行った経営分析の結果を基に事業計画の策定を行い、今後の経営における事業者の意識改革につなげるとともに、経営分析を行った事業者の60%以上の事業計画策定を目標に行う。また、事業計画の策定は売上を上げるために行うものというイメージを持つ事業者が多いが、例えばコストやムダを省き、利益を上げるために行うことも目的の一つであり、策定の目的は事業者によって様々であるので、事業者のニーズにあった事業計画の策定を行うようにする。

併せてDX推進セミナーも行うことで、事業計画策定の際にDX化の内容についても盛り込めるようにする。また、持続化補助金等の申請を契機として、事業計画を目指す事業者を事業計画策定に繋げていく。

② 創業者に対する考え方

周辺3市町（豊明市、長久手市、東郷町）と共同で行う全4日開催の特定創業支援セミナーの受講者、巡回訪問・窓口相談及び市役所での起業経営相談の後、創業計画策定の支援を行う。

(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 開催数	—	1回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定 セミナー開催数	1回	1回	2回	2回	2回	2回
③事業計画 策定事業者数	10者	10者	12者	12者	12者	12者
④特定創業支援 セミナー開催数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
⑤創業計画 策定事業者数	1者	2者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象】DXに関するノウハウが不足する事業者

【募集方法】商工会のホームページ、広報及び日進市メーリングリストで周知するとともに、巡回訪問・窓口相談時に案内する。

【講師】愛知県商工会連合会にてエキスパート登録を行っている専門家など

【開催回数】2回

【カリキュラム】・DXについて

- ・DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法
- ・小規模事業者におけるDXの実践

【参加者数】20者程度

また、セミナーを受講した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。

②経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】事業計画策定に関するノウハウが不足する事業者

【募集方法】経営分析セミナーに参加し、経営分析を行った事業者に対し、電話やメール等で開催を案内し、参加を促す。

【講師】愛知県商工会連合会にてエキスパート登録を行っている専門家など

【開催回数】2回

- 【カリキュラム】・現状把握（現状分析など）
 - ・経営戦略（経営ビジョンなど）
 - ・行動計画（アクションプランなど）
 - ・数値計画（利益計画など）

【参加者数】20者程度

③ 事業計画の策定

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする。

【手段・手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当し、外部専門家を交えて事業計画策定の支援を行う。

④ 「特定創業支援セミナー」の開催

【支援対象】創業に関するノウハウが不足する起業希望者

【募集方法】各商工会の会報誌への同封、各市町内の金融機関にチラシを置き、参加募集を行う。

【講師】愛知県商工会連合会にてエキスパート登録を行っている専門家など

【開催回数】1回（全4日）

- 【カリキュラム】・経営講座（経営に関する知識など）
 - ・財務会計講座（資金調達・確定申告など）
 - ・人材育成・創業実務講座（社会保険・開業手続きなど）
 - ・集客・販路開拓講座（マーケティングの基本・販売促進策など）

【参加者数】4市町合計で20者程度

⑤ 創業計画の策定

【支援対象】特定創業支援セミナー受講者、巡回・窓口相談及び市役所での起業経営相談者

【手段・手法】経営指導員等が担当し、外部専門家を交えて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

〔現状〕持続化補助金等の申請手続きを通じて事業計画の作成支援は行っているが、事業者の求めに応じての支援が大半で、その後のフォローアップができておらず、事業所の成長発展につながる効果的な支援とはなっていない。

〔課題〕補助金の進捗管理ではなく、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

事業計画及び創業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画等の進捗状況等により、回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めた上で、フォローアップの頻度を決定する。

(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	1者	15者	20者	20者	20者	20者
延べ回数頻度	3回	60回	80回	80回	80回	80回
売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
利益率増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

① 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、日中は仕事の関係で会えない事業者には電話やメールにて進捗状況の確認を行ったり、事業者からの申出等ある場合には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。

② 創業計画策定後の実施支援

創業計画策定後、3ヶ月に1回を目安に創業者に進捗状況を確認する。ただし、創業者は既に事業を営んでいる事業者に比べて知識も不足しており、対応できない事象が発生するなど想定外の事態に直面するケースが多くなることも予想されるので、内容によっては随時対応して進め、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

〔現状〕 国、県、金融機関等の支援機関が販路開拓を目的として開催する展示会、商談会（メッセナゴヤ、しんきんビジネスマッチングなど）の情報を提供してきたが、出展は2件のみであった。また、主流になりつつあるITを活用した販路開拓支援についても情報提供ができておらず、事業所のDX化が進んでいないことも現状である。

〔課題〕 需要開拓に寄与する展示会・商談会への参加等について積極的にPRしてこなかったため、改善した上で実施する。また、今後販路開拓を行っていくにはDX化が必須であることを理解してもらい、新たなビジネス機会の創出につながる支援を行っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会で展示会やビジネス交流会を開催するのは困難なため、今後は令和2年5月に団体登録を行ったビジネスモール事務局（大阪商工会議所内）運営の「ザ・ビジネスモール

※1」を活用することで、新たな需要開拓に関するノウハウが不足する事業者の需要開拓につなげていく。

※1 全国の商工会議所・商工会等会員限定の販路開拓支援事業であり、全国で約27万事業者の情報が登録されており、日本最大級の企業向け商取引支援サイトとなっている。

新たな需要開拓を行う際に展示会やビジネス交流会へ出展することは、金銭面、時間面などでハードルが高くなるが、ザ・ビジネスモールはサイトへの無料登録で行うことができることから、取り組む際のハードルが低く、金銭や時間的制約を気にすることなく新たな需要開拓につなげることができる。

ザ・ビジネスモールホームページより <https://www.b-mall.ne.jp/>

DXに向けた取組としては、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイトの利用等、IT 活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じて IT 専門家派遣等を実施し、段階的に支援を行う。

(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ザ・ビジネスモール 登録事業者数	—	10者	10者	15者	15者	15者
成約件数／者	—	1件	1件	2件	2件	2件
②EC化支援セミナー 開催数	—	2回	2回	2回	2回	2回
③ECサイト利用事業者数	—	5者	5者	10者	10者	10者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

① ザ・ビジネスモールでの情報交換・商談会 (BtoB)

事業者向けにザ・ビジネスモールについての説明会を開催し、登録させることで自社PR、販路開拓につなげることはもちろん、サイト内の「ザ・商談モール※2」の活用も併せて促すことで、需要開拓支援を行う。

※2 どこかの会場で行われる商談会に行きたいけど、日程が合わない、会場が遠い、費用が高いといった悩みを解決するもので、365日毎日利用でき、オフィスだけでなく移動中の電車の中でもスマートフォンから案件を見て対応でき、無料で利用可能なサービス。毎日全国から「このような商品を買いたい・仕入りたい」といった案件が登録され、それらに対し見積りや提案を出すこともできる。通常の営業より購買意欲の高い企業への見積り・提案のため、商談に進みやすいメリットがある。

② 「EC化支援セミナー」の開催

【支援対象】 データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、EC化に関するノウハウが不足する事業者

【募集方法】 商工会のホームページ、広報及び日進市メーリングリストで周知するとともに、巡回訪問・窓口相談時でも案内する。

【講師】 愛知県商工会連合会にてエキスパート登録を行っている専門家など

【開催回数】 2回

【カリキュラム】 ・ECサイト運営の基礎
・ECサイトを活用した販路拡大戦略
・実際のECサイト活用事例

【参加者数】 20者程度

③ ECサイトの活用 (BtoC)

ザ・ビジネスモールの登録者には、サイト内のホームページ開設サービス「BM テンポ※3」「BMプレミアム※4」について提案することで、商取引の機会の拡大を図るとともに、商品・サービス等の情報発信強化の支援を行っていく。

※3 ホームページ開設料金は年間6,600円(税込)月あたり550円。自分で入力編集が可能で、ブログ感覚で簡単に編集可能な簡易ホームページのこと。

※4 ホームページ開設料金は年間19,800円(税込)月あたり1,650円。BMテンポよりも情報量を多く掲載可能で、より充実した内容のホームページのこと。

ザ・ビジネスモールの登録者以外については、自社ホームページの新規作成、ネットショップの立ち上げなど事業者のニーズに合わせたセミナーの開催も含めて効果的な支援を行い、専門的な指導・助言が必要な場合は、外部専門家を交えた支援を行っていく。

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

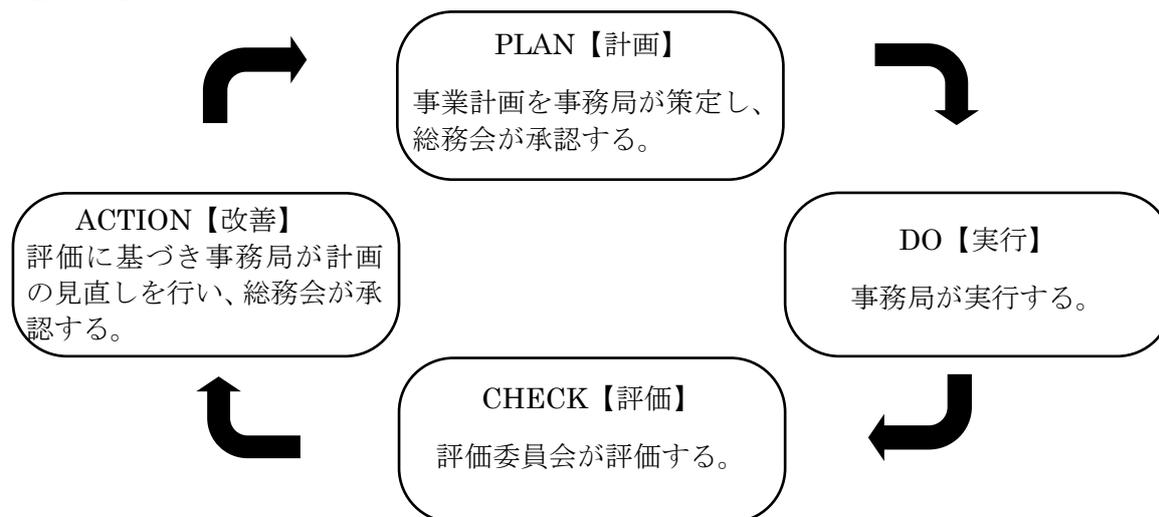
〔現状〕 毎年度、商工会の事業について、総務会（正副会長、各部会部長4名）にて年度の報告をして評価・検証を行っている。

〔課題〕 現状は、従来の商工会の事業の実施状況及び成果のみの事業評価であるので、経営発達支援計画の事業に対する事業成果について、PDCAサイクルに基づき、評価検証を行い、小規模事業者のための事業計画の改善を図れるように実施する。

(2) 事業内容

- 当商工会の理事会と併設して、日進市産業振興課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業等について評価を行う。
- 上記「評価委員会」の評価結果は、総務会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映されるとともに、年間1回HP等へ掲載や事務所に常時備え付けることとする。日進市商工会HP (<http://www.nissin-sci.com/>)

[経営発達支援計画のPDCA サイクルイメージ]



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] 愛知県商工会連合会が主催する経営指導員等応用研修会（一般コース・特別コース）、法定経営指導員研修会、支援能力向上研修会、情報化推進要員研修会、基本能力研修会や愛知県商工会職員協議会が主催する研修会に、経営指導員等が経営支援に必要とする内容や専門的知識を得るため参加をしている。

[課題] 研修内容等の活用方法については、個々の自己判断に任せる状況になっている。現状、知識の共有化が出来ていないので、手段を検討の上、職員の資質が図れるように知識の共有化を図る。また、経営指導員等に不足している能力として「事業承継」、「BCP 計画」、「販路開拓」、「IT 化支援」の4つが挙げられる。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び経営支援員等の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び愛知県商工会主催の「経営支援セミナー」に対し経営指導員等を積極的に派遣し、特に当該地域において事業者の支援のテーマとなる「事業承継」「事業継続力強化支援（BCP 計画）」「販路開拓」「IT 化支援」などの研修には、積極的に参加する。

また、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、経営指導員及び経営支援員等の 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、下記のような DX 推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DX に向けた IT・デジタル化の取組>

- ア) 事業者にとって内向け（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
- イ) 事業者にとって外向け（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
- ウ) その他取組
オンライン経営指導の方法 など

②OJT 制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と経営支援員等がチームを組んで、巡回窓口や相談窓口の機会を活用した OJT を積極的に実施し、組織全体としての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

経営指導員等が座長となり、経営支援に対する準備、具体的なツール等についての話や、研修に参加した際の業務に活用できるような情報、施策等について月 1 回定期的なミーティングを開催し、意見交換等を行うことで支援能力の向上を図るとともに、支援ノウハウ等の共有をすることで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

事業者支援終了後、各自基幹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相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。進捗管理については、経営指導員が随時行う。

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

〔現状〕 東尾張支部内 8 商工会の経営指導員が、年 6 回「東尾張支部経営指導員研修会」を開催。

また、日本政策金融公庫名古屋中支店主催の「経営改善貸付連絡協議会（マル経協議会）」が年 2 回、愛知県商工会連合会と愛知県商工会職員協議会共催の「経営支援事例発表大会」が開催され、他商工会の支援の現状や支援ノウハウ等についての情報収集の機会があった。

〔課題〕 上記で得た情報・知識を事業者に支援材料として提供するため、HP での掲載を検討し、実施する。

(2) 事業内容

外部講習会の受講で知識を深め、他の支援機関の担当者と実際の支援実績を共有することで、より実践的な支援ノウハウを学ぶ。特に経営指導員等に不足している「事業承継」、「BCP 計画」、「販路開拓」、「IT 化支援」の 4 つについては重点的に情報収集を行う。

①東尾張支部経営指導員研修会

東尾張支部 8 商工会（鳴海・有松・守山・豊明・東郷・日進・長久手・尾張旭）の経営指導員 26 名、愛知県尾張事務所産業労働課担当職員、愛知県商工会連合会東尾張支部担当職員により中小企業施策、金融施策などの情報交換を年 7 回開催し、経営支援の知識の共有を図る。（4 月、6 月、9 月、10 月、12 月、1 月、3 月の年 7 回開催。）

②経営改善貸付連絡協議会（マル経協議会） 年間 2 回

日本政策金融公庫名古屋中支店の主催で開催され、東尾張支部 5 商工会（守山・尾張旭市・長久手・東郷・日進）、3 商工会議所（小牧、春日井、瀬戸）の経営指導員が集い、支店長及び融資課長より日本政策金融公庫の融資制度など金融施策の情報を収集する。

このことにより日本政策金融公庫の金融施策の情報を得ることで、経営指導員の金融に関する知識、支援能力の向上を図り、経営支援に繋げる。

③経営支援事例発表大会

年間 1 回、愛知県商工会連合会、愛知県商工会職員協議会の共催で開催される。県内、各商工会の経営指導員 4 名が対応した経営支援についての事例発表により、今後の経営支援の参考とする。

【事例発表の内容】

経営支援の結果としてもたらされた会員事業所の経営改善・業績向上効果、経営指導の成功のポイント、経営指導業務を通じて得られた気づき・学びなど。

このことにより他商工会の支援事例（支援の方法、考え方、やり取り等）を学ぶことで、経営支援能力の向上を図る。

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り組みに関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 地域活性化事業として日進市、JA あいち尾東日進支店などと連携し、「岩崎城春まつり」、「にっしん夢まつり」、「日進市産業まつり(日進市民まつり併催)」を開催している。特に「にっしん夢まつり」については、日進市が主催する「にっしん夢花火」との同時開催であり、市内外から約 10 万人の来場者があり、出店者の売上合計は毎年 1,000 万円を超えるなど、市内外への PR 効果が高いイベントとなっている。

また、この機会を活用し市内特産品の振興を目的として商工会が事業者の開発した商品を 2 年に一度認定する「にっしん SELECT」※ 事業を行い、現在 9 事業所 13 品目の商品を認定している。しかし、日進市民に浸透できず、思うように事業ができていない。

※日進市の原材料を使った名産品、土産品を発掘し、日進市民の間に浸透させ、ひいては土産品となるべく育成して、もって日進市のイメージアップと産業に寄与することを目的に、平成 22 年度より事業者が開発した商品を「にっしん SELECT」商品として認定し PR する事業。

〔課題〕当商工会だけの支援では限界があるので、農産物、観光資源、立地特性といった地域資源の把握・分析を行った上で、日進市の小規模事業者に対する支援策策定を依頼し、効果的に当商工会地域へ情報を取り入れ、支援に繋げていく必要がある。

(2) 事業内容

地域資源の「農産物」を通じて地元原材料の消費拡大、新商品開発を行うことで、地域経済の活性化を図るとともに、事業者の新たな販路拡大を図る。

- ①「小売業・サービス業」、「飲食店」を中心に、事業所 PR 及び地元原材料を使った商品での消費拡大を目的として「日進市産業まつり(日進市民まつり併催)」を他団体と連携し、実行委員会方式で開催する。これらの事業を通じて地元商工業への理解や PR、地域の魅力を発信し、地域のにぎわいの創出を図る。

《連携団体等》

- にっしん観光まちづくり協会
- あいち尾東農業協同組合
- 一般社団法人愛知中央青年会議所
- 市民代表
- 地元大学の学生

- ②「にっしんブランド」(仮称) 確立のための認定事業

地元原材料を使った特産品の PR を目的とした「にっしん SELECT」事業を「にっしんブランド」(仮称) 事業とし、新たに商品開発等行っていく。「にっしんブランド」の PR に関しては、年 2 回商工業者や連携団体等による推進会議を開催し、商品のブランド化や地域イメージの発信を通じて地域のブランド化を図る。なお、「にっしんブランド」は同一事業所の商品が反復して認定される傾向にあるため、新規に認定商品を提供する事業者の発掘を行う。

また、対象事業者については商工業者にとらわれず、あいち尾東農業協同組合と連携し、特産物を生産する農業者からも募集する。

【これまでのにっしん SELECT 事業詳細 (参考)】

日進市の自慢の品を「にっしん SELECT」という名称で認定し、日進市民の間に浸透させるとともに、新しい商品を開発し、今後名産品となるべく育成して、もって日進市のイメージアップと産業の振興に寄与することを目的とするもので、下記事項を認定条件とする。

食品(菓子・飲料・酒類等)、グルメメニューで次のいずれかに該当するもの

- (1) 原材料又は製造若しくは加工の工程が日進市内において施されたもの
- (2) 市販されているか、飲食店等で提供されている料理などで継続的に提供できるもの
- (3) 法律等で保護されているものの模倣品でないこと

所定の募集シートにより認定対象品を募集し、商工会委員 2 名、行政委員 2 名、農協協同組合委員 2 名で構成される「にっしん SELECT 認定会」にて認定を行う。

※認定の有効期間は 3 年間

認定された商品は広く市民に周知するため、マスコミへの積極的な情報提供を行い、日進市商工会及び日進市のホームページへ掲載、産業まつりや関係機関への広報活動など各種機会を活用してPRを行う。また、「にっしんSELECT認定書」を発行することで、その認定書を店頭等で表示し、事業者のPR策としてもらう。

商工会においては、毎年ゴールデンウィーク期間（5月3日～5日）の3日間、にっしんSELECT認定商品のPRを目的とし、市内随一の観光スポットである愛知牧場の特別ブースにて即売会を実施するなどPRは行ってきたが、日進市民の間に浸透させるという本事業の目的を達成するまでは至らなかった。

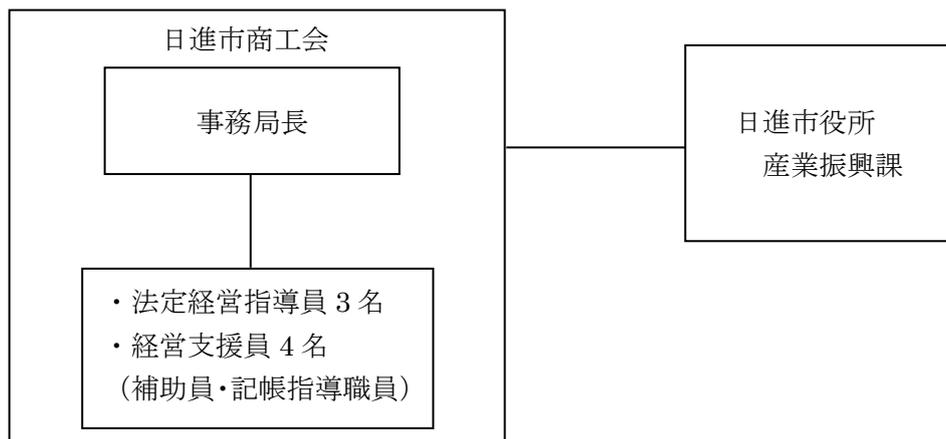
(別表2)

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3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

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：寺西 央 水野宇一

■連絡先：日進市商工会 TEL：0561-73-8000

②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。

当商工会においては市内を9支部に分けて担当割を行っており、当計画においても支部ごとのきめ細かな訪問指導を実施するため(OJTも含む)、法定経営指導員については3名の配置で行うこととする。

(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

〒470-0122 愛知県日進市蟹甲町中島35番地

日進市商工会

TEL：0561-73-8000 FAX：0561-73-8003

E-mail：post@nissin-sci.com

②関係市町村

〒470-0192 愛知県日進市蟹甲町池下268番地

日進市役所 産業政策部産業振興課

TEL：0561-76-7366 FAX：0561-73-1871

E-mail：sangyo@city.nissinn.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)

	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
必要な資金の額	67,200	67,500	67,600	67,600	67,600
・セミナー等開催費	700	800	800	800	800
・創業塾開催費	300	300	300	300	300
・チラシ作成費	500	600	600	600	600
・アンケート郵送料	200	200	200	200	200
・専門家派遣費	500	600	700	700	700
・人件費等	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000

(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
①愛知県小規模事業経営支援事業費補助金 ②日進市商工業振興事業補助金 ③商工会費 ④貸室賃貸料 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	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	