

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	稲沢商工会議所（法人番号 1180005010554） 稲沢市（地方公共団体コード 232203）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	①管内小規模事業者の減少を緩和させ、2300事業者を維持 ②管内小規模事業者の持続的発展に向けた経営支援の実施
事業内容	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <p><u>3. 地域の経済動向調査に関すること</u>            ①市内景況調査の実施 ②LOBO 調査の実施            ③RESAS による地域経済動向分析</p> <p><u>4. 需要動向調査に関すること</u>            ①商圈分析情報の提供 ②新商品開発のためのアンケート実施</p> <p><u>5. 経営状況の分析に関すること</u>            ①経営分析セミナーの実施 ②事業者の財務分析実施</p> <p><u>6. 事業計画策定支援に関すること</u>            ①事業計画策定セミナー・相談会の実施            （内容：事業計画策定、創業、事業承継、事業継続力強化計画）            ②DX・IT活用推進セミナーの実施</p> <p><u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u>            ①事業計画確認アンケートの実施と事業者フォローアップ</p> <p><u>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u>            ①市内ビジネス交流会の実施 ②③④関係機関と連携した商談会の開催            ⑤⑥ITを活用した新規顧客、販路開拓セミナー実施</p> <p><u>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</u>            ①評価委員会の開催（年2回）</p> <p><u>10. 経営指導員の資質向上等に関すること</u>            ①研修会への参加 ②OJTの取り組み ③職員間情報共有            ④職員向けDX・IT活用セミナーの実施</p>
連絡先	稲沢商工会議所 中小企業相談所 〒492-8525 愛知県稲沢市朝府町15-20 電話 0587-81-5000 info@inazawa-cci.or.jp 稲沢市経済環境部 商工観光課 〒492-8269 愛知県稲沢市稲府町1 電話 0587-32-1332 shoko@city.inazawa.aichi.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

##### 【立地】

稲沢市は濃尾平野のほぼ中央に位置し、奈良時代には国府、室町時代には守護所が置かれるなど、古くから尾張地方の拠点として栄えた地域である。面積は 79.35 km<sup>2</sup>、東西約 14.6 km・南北約 9.2 km と、やや東西に長く全体的に平坦な地形になっている。

木曾川によって堆積された肥沃な土壌と温暖な気候は、植木・苗木・盆栽の生産、野菜等の栽培に適した条件を備えており、大都市近郊に位置しながら、水と緑に恵まれている。

平成 17 年 4 月に稲沢市・旧祖父江町・旧平和町が合併し、新しい稲沢市が誕生し「自然の恵みとところの豊かさ 人が輝く文化創造都市」を将来像に掲げ、新しい市の均衡ある発展と速やかな一体性の確立を目指して、現在まちづくりに取り組んでいる。



##### 【交通】

市内には JR 東海道本線と名古屋鉄道名古屋本線が通り、名古屋駅から稲沢駅まで約 10 分、岐阜駅から稲沢駅まで約 15 分と名古屋市のベッドタウンとなっている。

また、名神高速道路一宮インターチェンジや名古屋第二環状自動車道清須東・清州西インターチェンジなどに近く、西尾張中央道を利用した名古屋港へのアクセスが良好であることから、企業立地の優位性を持っている。令和 3 年 3 月には「一宮稲沢北インターチェンジ」が開通し、東海北陸道へ快適なアクセスが可能となり、稲沢市からの移動時間の短縮や利便性が向上している。

##### 【文化】

稲沢市には、かつて旧国鉄稲沢操車場があり日本の三大操車場の一つとして中部の人と物の流れを支えてきた。最近では、その跡地には大型ショッピングセンターが進出し、ロードサイドには数多くの店舗や住宅の建設が進むなど、稲沢市は JR 稲沢駅あるいは名鉄国府宮駅から名古屋まで 10 分程度と交通至便な場所として、尾張西部の新たな都市拠点へと生まれ変わろうとしている。

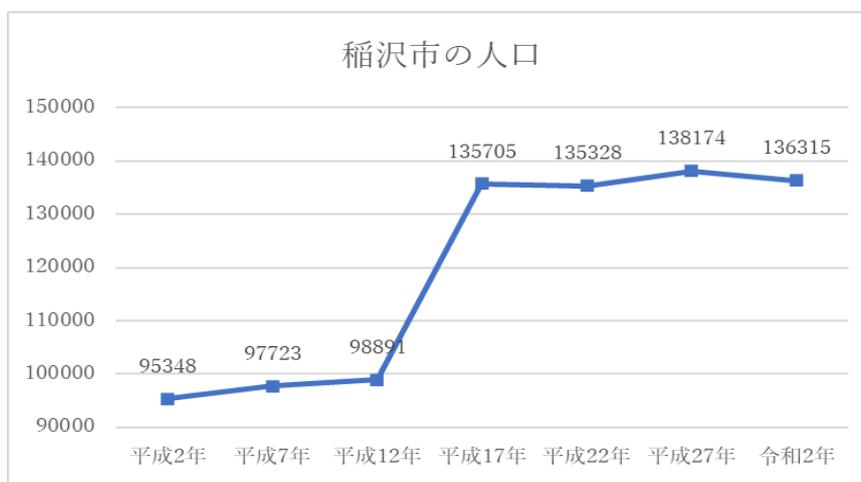
また稲沢市は、江戸時代には東海道と中山道を結ぶ美濃路の宿場町として賑わい、市内各地にはかつての稲沢の隆盛を今に伝える豊富な史跡や文化財が数多く残されており、日本三大奇祭に数えられる「国府宮はだか祭」や日本四大生産地である「植木産業」あるいは、日本一の生産量を誇る「祖父江ぎんなん」等観光資源が集積しており、県外から毎年多くの来稲者がある。国府宮神社・国府宮はだか祭・荻須美術館をはじめとする数多くのイベント会場での集客数を統計すると、ここ数年 180 万人から 200 万人の観光客がある。



## 【人口】

稲沢市の国勢調査人口は、高度経済成長期以降、増加していたが、平成17年から平成22年にかけて初めて減少に転じた。今後、少子高齢化が進み、死亡が出生を上回ることから人口は急速に減少し、令和9年には12万4千人余りになると見込まれている。この状況で推移していくと、平成27年からの12年間で約1万2千人、現在の1割近い人口が減少することになる。平成27年をみると、稲沢市の人口は138,174人であり平成17年並みに回復しているが、これはJR稲沢駅周辺開発に伴う一時的な社会増によるもので、令和2年には再び減少に転じていることから、将来の人口減少の傾向が変わるものではない。人口が大きく減少すれば、経済活動の担い手である若者の減少による地域活力の低下や活気の喪失が懸念される。

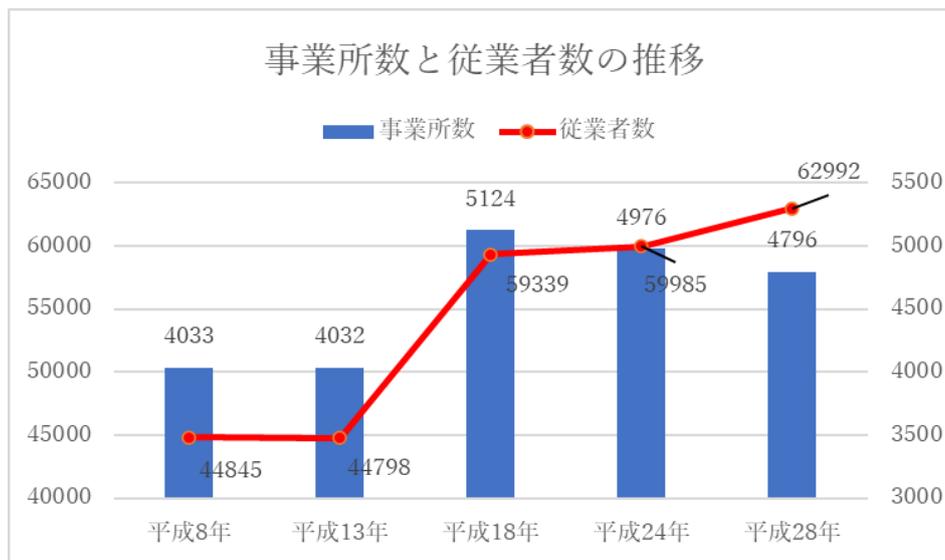
この将来の人口展望を踏まえ稲沢市では、「第6次稲沢市総合計画」や「第2期稲沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、あらゆる手段で人口減少に歯止めをかけるとともに、人口減少社会に現実的に対応できる社会システムの構築に向けた取り組みを行っている。



(出典：稲沢市) ※平成17年から旧祖父江町・旧平和町を含む

## 【産業】

稲沢市の事業所数は、平成18年をピークに減少傾向にあり、平成28年の時点で事業所数は4,796事業所（平成24年対比180事業所減）で、従業者数は62,992人（平成24年対比3,007人増）であり、1事業所あたりの平均従業者数は13.1人（平成24年対比1.1人増）である。



(出典：平成28年経済センサスー活動調査)

また、下記の「従業者規模別の事業所数及び従業者数」を纏めたデータから、従業者の規模別に事業所数と従業者数を比較すると、従業者数が5人以上の事業所は事業所数・従業者数共に増加傾向にあるのに対し、従業者数が1～4人以下の事業所は事業所数・従業者数共に平成18年以降減少している。このことから、従業者数の増加は中規模以上の事業所に集中しているものであり、事業所数の減少は小規模事業所の減少に伴うものであることが窺える。

従業者規模別事業所数及び従業者数

区分		平成8年	平成13年	平成18年	平成24年	平成28年
総数	事業所数	3,914	3,915	4,968	4,956	4,796
	従業者数	42,126	42,153	56,115	59,985	62,992
1～4人	事業所数	2,453	2,368	3,018	2,873	2,651
	従業者数	5,391	5,200	6,563	6,327	5,748
5～9人	事業所数	703	719	892	918	912
	従業者数	4,619	4,643	5,829	6,059	5,947
10～19人	事業所数	422	433	562	628	620
	従業者数	5,659	5,847	7,784	8,434	8,267
20～29人	事業所数	128	148	188	231	249
	従業者数	3,035	3,470	4,468	5,480	5,951
30人以上	事業所数	208	237	305	306	340
	従業者数	23,422	22,993	31,471	33,685	37,079

(出典：稲沢市)

## ●工業

〔現状〕稲沢市の工業事業所数は平成23年(2011年)の374事業所、製造品出荷額等は平成29年(2017年)の1,141,918百万円がピークとなっている。その後、事業所数、製造品出荷額等は減少しているものの、従業者数は増加している。

また業種別の構成比をみると、事業所数では生産用機械が12.8%、プラスチックが12.1%、金属製品が10.7%、従業者数でははん用機械が17.7%、プラスチックが15.6%、輸送機械が11.4%、製造品出荷等では電子部品が26.6%、はん用機械が14.8%、プラスチックが8.7%と上位を占めている。

稲沢市の工業

年	事業所数	増減	従業者数	増減	製造品出荷額等 (百万円)	増減
平成28年	333		19,312		890,318	
平成29年	309	▲24	19,407	95	1,141,918	251,600
平成30年	294	▲15	20,000	593	1,080,021	▲61,897
令和元年	298	4	20,312	312	922,241	▲157,780

(出典：稲沢市)

稲沢市は交通の利便性も高く、名古屋市ベッドタウンであることから三菱電機や豊田合成、ソニーグループなどの工場拠点が数多く立地している。広域交通条件に恵まれた当市の特性を生かし、高速道路のインターチェンジ付近や幹線道路沿いを新たな工業ゾーンに位置付け、産業の活性化と市民の雇用機会の拡大を図るため企業誘致活動が行われてきた。平成16年に陸田工業団地、平成21年に平和工業団地をはじめとする工業団地の造成と企業誘致により、勤務従業員による地元消費への貢献や採用による経済的効果及び人口流出防止への効果が期待される。

〔課題〕稲沢市の生産年齢人口は今後更に減少すると予測されており、誘致企業はもとより市内小規模事業者の人手不足の深刻化が懸念される。また稲沢市は、市街化調整区域が市内全体の約9割を占めており土地活用の利用規制や土地の確保が困難であるため、当市から他市に転出する企業等の事例も多く、それによる税収減や雇用機会の喪失、産業振興の足枷など、稲沢市の成長・発展にとって大きな損失をもたらしてきた。この様な現状を踏まえ当商工会議所では市に対して、市街化区域と市街化調整区域の割合変更を愛知県に対して要望することを求めるなど、稲沢市の土地活用に向けた要望書を提出し、市内での事業拡大意欲を後押しする取り組みを行っている。

## ●商業

〔現状〕稲沢市の商業（卸・小売業）は平成26年（2014年）時点で、事業所数が842、従業者数が7,804人、年間商品販売額が305,686百万円となっており、年間商品販売額は増加しているものの、事業所数や従業者数は平成19年（2007年）にピークを迎えたのち減少傾向にある。

また業種別の構成比をみると、事業所数では飲食料品が20.5%、卸売業が19.7%、織物衣服身回品が14.4%、従業者数では飲食料品が25.2%、卸売業が18.8%、織物衣服身回品が10.7%、年間商品販売額では卸売業が56.8%、機械器具が11.4%、飲食料品が8.8%と上位を占めている。

稲沢市の商業（卸・小売業）

年	事業所数	増減	従業者数	増減	年間商品販売額 (百万円)	増減
平成9年	1,129		6,666		157,050	
平成14年	1,025	▲104	7,505	839	187,572	30,522
平成19年	1,181	156	9,490	1,985	294,239	106,667
平成26年	842	▲339	7,804	▲1,686	305,686	11,447

（出典：稲沢市）

〔課題〕稲沢市の中心商店街である稲沢駅前商店街や国府宮商店街には昭和64年時点で297店のお店が集積していたが、近年の大型商業施設のオープンやインターネット通販の普及により市内消費者の消費行動範囲が商店街から離れるなど管内商業を取り巻く環境は大きく変化し、平成22年時点では196店舗までに減少している。こうした状況下で管内商業者には急変する消費者の需要や購買動向の変化に対応した経営が求められているが、当市の商業者の大半は営業規模の小さな小規模商店であり、人材や資金などの経営資源の不足、経営者自身の高齢化と後継者難、更には売上低迷による経営意欲の減退も相まって、倒産や廃業等の商業者そのものの減少に歯止めが掛からない状況が続いている。この為、当市中心商店街では空地や空店舗の増加などで空洞化が進み、中心市街地であるにも関わらず賑わいに欠ける状況が続いている。

## ●植木産業

〔現状〕愛知県は全国でも有数の緑化木出荷県（平成30年度の出荷本数は全国3位）であり、その中でも稲沢市は県内の緑化木生産における市町村別生産面積と市町村別生産本数が1位である。

稲沢市の植木・苗木生産の歴史は、嘉暦3年（1328年）に、市内の円興寺（現矢合町国分寺）の住職柏原庵禪師が、中国から柑橘苗木の生産技術を持ち帰り、近隣の農家に伝授したのが始まりである。当時から戦前までは、桑苗・山林苗が主体だったが、以後果樹苗木生産に移行するとともに、全国的な緑化ブーム（昭和40年代～）の影響により、技術を生かした稲沢固有の特色を持つ庭園用樹木（特に形の整った枝つくりのもの）の生産が主流になった。今日では埼玉県川口市、大阪府池田市、福岡県久留米市とともに、「日本四大生産地」の1つとして、その流通においても稲沢市を中核とする全国的な一大流通圏を形成している。

〔課題〕しかしながら、稲沢市の植木産業は10年程前から減少傾向にあると同時に母体としての農業生産者数も年々減少しており、植木産業に限らず管内事業者の農業離れが懸念される。

稲沢市の農業生産者数と緑化木及び被地植物の出荷量

年	農業生産者数 (戸)	増減	緑化木及び被地植物の出荷数量 (千本)			
			県内出荷	増減	県外出荷	増減
平成28年	1,325		7,995		2,018	
平成29年	1,250	▲75	7,999	4	1,795	▲223
平成30年	1,135	▲115	7,666	▲333	1,647	▲148
令和元年	1,043	▲92	6,990	▲676	1,692	45

(出典：稲沢市)

## (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

小規模事業者は、我が国の企業数の約87%、従業者数の約26%を占め、我が国の経済にとって重要な存在であるが、その数は大きく減少している。小規模事業者の数は長期にわたり減少傾向で推移しており、平成18年から平成28年の10年間で推移は表のとおりで、全国では61万社16.78%、愛知県では3.1万社13.76%、稲沢市では152社6.1%の減少となっている。

小規模事業者数

	管内	増減率	愛知県	増減率	全国	増減率
平成18年	2,492		229,630		3,663,069	
平成24年	2,496	0.16%	216,533	▲5.70%	3,342,814	▲8.74%
平成28年	2,340	▲6.25%	197,757	▲8.67%	3,048,390	▲8.81%

(出典：愛知県 総務省)

稲沢市は平成24年(2012年)から事業所数、工業の事業者数、商業の事業者数、小規模事業者数の全てが減少に転じ、人口は平成26年より減少に転じた。少子高齢化に伴い今後も人口減少は拡大していく見込みであり、更に大型店の進出やインターネット通販の普及により小規模事業者を取り巻く環境は年々厳しさを増している。

その様な状況の中でも小規模事業者が持続的発展を遂げるために、当商工会議所は地域の総合経済団体として市と連携を図りながら、賑わいのあるまちづくりを目指し、事業が持続的に発展する小規模事業者を増やしていくことが今後10年間における中長期的な振興のあり方に繋がると考えている。

### ②稲沢市総合計画との連動制・整合性

稲沢市では、平成30年度(2018年)から10年間にわたる、中長期的な視点に基づく市政全般の基本的な方針を示す「稲沢市ステージアッププラン(第6次稲沢市総合計画)」を策定している。この内容として、リニアインパクトを取り込み、都市間競争に打ち勝つために「定住の促進」「若い世代が安心して子育てできる環境整備」「多種多様な産業振興」「次世代のための行政改革」を重点戦略としてあげている。

「Ⅲ-2 立地利用方針」には、稲沢市の約45%は農地であり、市街化区域は約11%と県内市町村の平均約36%と比べ非常に少ない割合となっていると書かれており、今後、名鉄国府宮駅、JR稲沢駅周辺に新たな住居系市街地形成を図ることや、高速道路のインターチェンジ付近や幹線道路沿いを新たな工業ゾーンと位置付け企業の促進を図ることとなっている。

また「産業振興」に関する項目では稲沢商工会議所との連携が記載されており、地域経済の持続的発展を目指して、稲沢市と連携した支援を行っている。内容については次のとおりである。

## 稲沢市ステージアッププラン「7-1 産業振興」

### 【基本方針】

まちの活力や市民の暮らしの安定にとって、地域経済は非常に重要な役割を担っているため、既存産業の経営基盤の安定化や企業誘致、ベンチャー育成など多種多様な産業振興を図ります。また、若者や女性、高齢者など、市民の多様な働き方のニーズに応えるため、職業や就業の選択肢の拡大に努めます。

### 【目標】

市場の熟成化や企業間競争の激化、慢性的な人材不足など、経営を取り巻く環境は厳しい状況にあり、特に零細規模の農業や個人商店などでは、事業承継が課題となっています。一方で、産業構造や社会情勢の変化に伴い新しいビジネス機会が生じているとともに、若者や女性の中に起業志向が見られます。また、稲沢市は高速道路インターチェンジや名古屋港へのアクセスに至便であり、物流をはじめとする企業の立地条件において優位性があります。

そこで、商工会議所・商工会や金融機関、JA 愛知西など関係機関と連携しながら、既存産業における事業の高度化や事業承継、新規起業を支援するとともに、稲沢市の地理的優位性を生かした企業誘致を推進し、新しい事業や領域に挑戦しやすく産業が活性化しているまちを目指します。

### 【主な取組み】

#### ・新たなビジネスの場・機会の確保

商業など地域産業の活性化を図るため、商工会議所や商工会、金融機関などとの連携により、M&Aによる事業継承や新規起業の支援を行うとともに、名鉄国府宮駅やJR 稲沢駅周辺にベンチャーオフィス等を誘致するオフィススペース整備などの立地促進策を検討します。

#### ・企業誘致の推進

企業誘致の受け皿となる工業団地開発を進めるとともに、市内での事業所新增設に向けて、固定資産取得に対する助成制度、開発に係る立地相談、企業訪問 PR 活動などを充実させます。

#### ・中小企業の経営サポート

中小企業の経営安定化や設備投資促進に向け、金融面や財務面での支援の充実に努めます。また、商工会議所や商工会、金融機関などとの連携により、ビジネスサポートセンターの設置や異業種交流セミナーの開催などを検討します。

## ③商工会議所としての役割

消費の多様化に代表されるように、小規模事業者の商売のスタイルも時代により変化が求められるはずであるが、実際には対応しきれていないことが多い。このように小規模事業者の経営課題は多様化・複雑化しており、個々に抱える問題も多種多様なため、事業者1件1件に寄り添った伴走支援の必要性が増している。

また、管内の小規模事業者は減少傾向にあり、当所の会員脱退の理由等から「高齢による廃業」が多いと推測しているが、土地柄なのか当所に事業承継の相談はないに等しい。このままでは小規模事業者は減少する一方であり、事業承継や創業者支援にさらに力を入れ、この減少傾向を緩和させる取り組みを行う。

これらの小規模事業者の様々な経営課題の克服のため、稲沢市や他の支援機関、専門家等と連携を図りながら効率的な小規模事業者の支援を実施する。こうした小規模事業者支援を積み上げることで、地域経済の活性化を図り、企業や地域の持続的な発展に繋げる。

### (3) 経営発達支援事業の目標

#### 目標1. 管内小規模事業者減少の緩和

当所管内の小規模事業者は、平成24年(2012年)の2,496事業所から平成28年(2016年)には2,340事業所と約7%減少している。さらに新型コロナウイルスの影響により経営の厳しい事業者も多いことから、10年もしないうちに2,000事業所を下回る可能性があるため、創業者支援や事業承継計画も含む事業計画策定とフォローアップ支援を積極的に行い、事業計画や目標のPDCAサイクルを回す働きかけをすることで、5年後に現在の2,300事業所の維持を目標とする。

#### 目標2. 管内小規模事業者の持続的発展に向けた経営支援の実施

小規模事業者が持続的に発展できる体制を構築するため、経営分析を実施し、経営課題の抽出と解決を図り、健全で持続的発展が可能な小規模事業者の増加を目指す。

さらに経営資源の少ない小規模事業者にも、DXやカーボンニュートラル等のビジネス構造変化は迫ってきており、早期に対処ができるよう情報の提供や支援策を紹介し、持続的発展に向けた支援を行う。

### 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機関、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

#### 目標1. 管内小規模事業者減少の緩和

①事業計画策定&フォローアップ支援により、小規模事業者の減少傾向を緩和させる。

管内小規模事業者の減少傾向を緩和させるために、創業者計画、事業承継計画、事業継続力強化計画策定支援を実施する。

また5年間で当市管内小規模事業者の約10%(約250社)の事業計画策定し、フォローアップをすることで経営課題の早期解決を実現し、管内小規模事業者の減少傾向を緩和させる。

#### 目標2. 管内小規模事業者の持続的発展に向けた経営支援の実施

①経営分析支援により健全な体質をもつ小規模事業者を増やす。

自社の経営環境分析や財務分析を実施する小規模事業者を増やし、経営指導員や専門家との相談等を通じ自社の弱点を改善する支援を行う。また商圈の意識やマーケットインの考え方に基づいた商品・サービスの開発支援を根付かせることで売上げの増加を目指す。

②小規模事業者としてのDXを実現するため、業務のIT化を促進する。

経営資源の少ない小規模事業者こそ事業へのIT化の導入が有効であることをセミナー等の機会を通じ啓蒙する。新規顧客の開拓や労働力不足の解消に繋がるため、IT化を推進し時代に取り残されないよう次の世代に繋がる経営を支援する。

## 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]

平成 29 年（2017 年）に約 1,500 の事業者に経済動向調査を実施し、その結果を当管内の経済状況として公表したが、一度実施したきりになっている。

##### [課題]

毎月、日本商工会議所の LOBO 調査に 5 社分の調査表を提供している。その調査結果（全国版）の公表は会報誌に毎月掲載をしているが会員限定にとどまっている。

現在は全国の情報しか扱っておらず、東海地区や稲沢市等の情報提供を管内事業者へ提供する必要がある。

#### (2) 目標

	公表方法	現 状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①市内景況調査の実施 公表回数 最低回答者数	HP・ 会報誌 掲載	—	4 回 50 者	4 回 60 者	4 回 75 者	4 回 90 者	4 回 100 者
② LOBO 調査の実施	HP・ 会報誌 掲載	5 者	7 者	9 者	10 者	10 者	10 者
③ RESAS による地 域経済動向分析	HP・ 会報誌 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

#### (3) 事業内容と調査の活用

##### ①市内景況調査の実施

当所会員事業者約 2,100 社に対し、四半期ごとに簡単な景況調査アンケートを実施。製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業の業種ごとに結果を集計し、当所ホームページや印刷物にて公表する。その結果は、自社と市内同業者との景況感の比較に利用してもらう。

【調査対象】 当所会員事業者 2,100 社

【調査項目】 売上高、受注、収益、製品在庫、資金繰り、雇用人員、設備投資、業績の見通し、業況の見通し、自由記入の欄も設ける。

【調査手法】 上記の項目を「増加・変わらない・減少」で簡単に回答をしてもらえるようにし、FAX や聞き取りにて結果を得る。

※調査の結果は母数が少ないため、市内事業者の動向と中小企業基盤整備機構が四半期ごとに実施している「中小企業景況調査」や日本政策金融公庫が四半期ごとに実施している「全国中小企業動向調査」との比較をし、検証をするものとする。

※回数を重ねるごとにアンケートの回答者数を増やす努力をし、市内において信頼度の高い景況調査となるようにする。

## ② LOBO調査

日本商工会議所が実施しているLOBO調査（商工会議所早期景気観測）に協力をしており、製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業の各業種から各2社ずつ回答を得ることを目標とする。

その調査報告は、全国集計の経済動向と東海ブロックの動向コメントを、毎月、当所会報誌やホームページにて掲載し、自社との比較や経営分析に活用してもらう。

【調査対象】 市内事業者（製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業 各2社参加が目標）

【調査項目】 売上高、採算、仕入単価、従業員数、業況、資金繰り、付帯調査

【調査手法】 日本商工会議所より提供される調査表によりFAX・メールにて回答

## ③ 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

当所経営指導員が「RESAS」を活用し、地域の動向分析を行い、その結果を年1回公表する。

【調査手法】 当所経営指導員が「RESAS」を操作し、地域の経済動向分析を実施

【結果項目】 「地域経済循環マップ・生産分析」 どの産業が稼いでいるか等の分析

「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

これらの分析結果を総合的に判断し、事業計画策定に反映する。

## （4）調査結果の活用

調査の結果は、ホームページやSNSに掲載し、広く管内事業者に周知する。また経営指導員が巡回・窓口指導する際の資料とする。

①②③の結果と自社の業績を比較し業況の好不調を確認するとともに、事業計画策定や非財務分析の外部環境分析に活用をする。

## 4. 需要動向調査に関すること

### （1）現状と課題

[現状]

需要動向に関する相談案件は少なく、経営指導員の知識や経験の範囲で相談を行っており、特に需要動向調査を実施していない。商圈分析ソフト「MieNa」を活用し、人口や消費データに基づいた稲沢市内の町丁目の地域情報の提供を実施しており、折り込みチラシの配布範囲の絞り込みや、商売を行う重点地域の割り出しに活用している。

[課題]

事業者が新たに商品の開発を行う際、消費動向について新たにアンケートを取ることができる機会を設け、その調査結果を生かした商品開発を行ってもらう。また事業計画の策定の際、商圈分析ソフト「MieNa」を利用した情報提供の利用者をさらに増やし、肌感覚ではない数値から導かれる情報を活用する事業者を増やす。

### （2）目標

	現 行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①商圈分析情報提供 対象事業者数	30者	40者	50者	60者	60者	60者
②商品開発のためのア ンケート対象事業者数	—	2者	5者	5者	5者	5者

### (3) 事業内容

#### ① 商圏分析情報の提供

【対象者】 自社の商圏（需要）確認や新規顧客開拓地域の商圏（需要）を把握したい事業者、事業計画を策定する事業者（現状分析の確認に活用）

【分析方法】 事業者が求める商圏の調査項目を聞き取り、経営指導員が商圏分析ソフト「MieNa」を活用し商圏分析を行う。

【分析項目】 市内町丁目単位の年代別・職業別人口、商圏評価、商圏内購買力、業種別事業所数

#### ② 特産品を利用した新商品開発のためのアンケート実施

当所で実施するイベントにおいて、稲沢市の特産品を利用した新商品開発のためのアンケートを実施する。商品開発における消費者の消費動向や価値観等のアンケート項目を開発業者とともに作成し、そのアンケート結果を基に商品開発を行う。

【対象者】 稲沢市の特産品を利用した商品を開発する事業者

【分析方法】 イベント来場者（市外から稲沢市に来た方優先）にアンケートを実施

【分析項目】 稲沢市の特産品に対するイメージや消費者が好む商品・価格・味・量等（事業者とその都度、アンケートの内容を相談し決定する）

### (4) 調査結果の活用方法

①②ともに事業者へ結果をフィードバックする。

①は、事業計画策定における需要の分析結果として活用してもらうことや、出店計画やサービスの提供、チラシの配布地域の選定等の判断に役立ててもらおう。②は、アンケートの結果を元に商品開発を行うことで、マーケットインの考え方を根付かせ、消費者指向の商品作りを継続してもらう。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

現在は3C分析やSWOT分析の非財務分析や財務分析を経営指導員等が実施をし、分析の結果を伝えることに力をいれていた。

#### [課題]

経営指導員が分析をした結果を事業所に説明し伝えているが、事業所自身がその結果をどのように活用しているかは懐疑的である。非財務分析や財務分析の結果が何を示しているのか理解でき、事業者自身が分析をできるようになるセミナーを開催するとともに、経営指導員が分析結果を伝える際の伝え方にも工夫をしていく。

### (2) 目標

	現 行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①経営分析セミナー開催 開催件数 セミナー参加者数	—	1回 10者	2回 20者	2回 20者	2回 20者	2回 20者
②経営分析事業者数	50者	55者	60者	60者	65者	65者
③財務分析事業者数	15者	20者	20者	25者	25者	30者

### (3) 事業内容

#### ①経営分析セミナーの開催

中小企業診断士や税理士等の専門家により、事業者が経営分析の方法(財務・非財務分析)を学ぶことができるセミナーや個別相談会を実施し、自らが経営分析を自主的にできるようになる事業者を増やす。

【募集方法】会報やホームページ、SNS、巡回・窓口指導の際チラシの配布

#### ②事業者の経営分析実施

【対象者】経営分析を行ったことがない向上心のある事業者、営業期間の短い事業者、創業者等

【分析項目】財務分析(売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率)

非財務分析(下記項目について、事業者の内部環境における強み・弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威・機会を整理する)

内部環境	外部環境
トップのリーダーシップ	人口動向
人的資源	社会動向
企業文化	業界動向
商品・製品・サービス	技術動向
自社技術力	政治動向
資金力、市場シェア	文化流行動向

【分析手法】財務分析は中小機構「経営自己診断システム」、非財務分析はSWOT分析のフレームを活用し、事業者と経営指導員が一緒になり経営分析を行う。

#### ③事業者の財務分析実施

中小機構「経営自己診断システム」等を使用し、経営指導員が財務分析した結果を事業者に提供することで財務力の改善を促す。この財務分析結果の提供で反応の良い事業者には、上記の経営分析セミナーで非財務分析を勧め、事業計画の策定に繋げる。

【対象者】経営分析を行ったことがない事業者、営業期間の短い事業者、若手事業者

【分析項目】財務分析(売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等)

【分析手法】中小機構「経営自己診断システム」等を使用

### (4) 分析結果の活用

財務分析や非財務分析の結果から、自らの事業の改善点を把握することができる。

これらの分析を継続的に実施してもらうため、財務分析や非財務分析がしやすくなる(セミナーで利用した)白紙の分析シートを経営指導員が巡回・窓口指導を通じ定期的に配布をしながら、事業の改善点解決のための支援や事業計画の策定事業に繋げていく。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

[現状]

当所に関わる事業計画策定の案件は、補助金等の申請や金融機関からの借入、創業者の創業計画作成というのが主な理由となっている。純粋に事業計画を作成し、目標を立て、PDCAサイクルを回し向上を図っている事業者は極めて少ない。

〔課題〕

補助金・金融・創業のためとはいえ、事業者が初めて事業計画の策定をする良い機会となっているのは揺るぎのない事実であり、事業を行う上で事業計画の策定の重要さに気づき、今後も自主的に事業計画を作成する事業者を増やしていく必要がある。また、小規模事業者においても今後、DXは避けて通ることができないため、DXについて理解をしてもらうとともに、ITを活用した事業計画策定の支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

事業者は事業計画がなければ、目標がなく備えもない状態であり、不測の事態への対応が困難であると考えられる。また事業計画にも様々な種類があり、複数の事業計画の策定をする必要がある事業者が多いと思われる。まずは事業者に関心を持ってもらい、新規に事業計画策定をする事業者が増えるよう事業計画策定セミナー等を開催する。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4割程度/年と事業計画策定セミナー開催により事業計画を策定する事業者の掘り起こしをするとともに、専門家による個別相談会を実施し、実効性があり完成度が高い事業計画書が作成できるようフォローをする仕組みを整える。

また、小規模事業者には意識が低く取り組みづらいDXについて認知度をあげる啓蒙やIT化を推進することで、本格的なDX時代の到来に備えてもらう。

(3) 目標

	現 状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
事業計画策定事業者数	50者	50者	55者	55者	60者	60者
①事業計画策定セミナー・相談会の実施						
Ⅰ. 事業計画策定セミナー開催	3回	3回	3回	3回	3回	3回
Ⅱ. 創業セミナー開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
Ⅲ. 事業承継セミナー開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
Ⅳ. 事業継続力強化計画策定セミナー開催	1回	1回	2回	2回	2回	2回
Ⅴ. 事業計画策定相談会実施	4回	4回	4回	4回	5回	5回
②DX・IT活用推進セミナー	—	1回	1回	2回	2回	2回

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの実施

Ⅰ. 事業計画策定セミナー開催

中小企業診断士等による事業計画策定セミナーを開催する。事業計画書を作るノウハウを基礎から学び、自らが作成できる実力を身につける。このセミナーや個別相談会を通じ事業計画策定者の掘り起こしを行う。

Ⅱ. 創業セミナーの開催

創業者向けには創業に対しての知識習得や創業計画書作成の仕方を学ぶ創業者セミナーを実施する。創業後のフォローを確実にいき、管内事業者の増加を図る。

Ⅲ. 事業承継セミナーの実施

これまで当所に事業承継の相談は殆どないが、事業者を減少させないためにも事業承継は重要である。事業承継セミナーを開催し、事業承継計画書の作成をする事業者が現れるよう、啓蒙の意味も含めセミナーの実施をする。

#### IV. 事業継続力強化計画策定セミナーの実施

当地域は南海トラフ地震発生時において「震度6強」の影響を受けるエリアに該当することから、自然災害・感染症に速やかに柔軟に対応できる非常時にも強い事業者になってもらうため、セミナーを開催し事業計画の策定に努める。

#### V. 事業計画策定相談会

上記Ⅰ～Ⅳの事業計画策定について、中小企業診断士等の専門家に事業者が相談できる相談会を実施し、実効性の高い事業計画の策定を支援する。

- 【対象者】Ⅰ. 向上心のある事業者、経営分析セミナーの参加事業者や経営・財務分析を実施した事業者、需要動向調査アンケート参加事業者、補助金を活用する事業者  
Ⅱ. 創業予定者  
Ⅲ. 事業承継に関心がある事業者、補助金を活用する事業者  
Ⅳ. 関心がある事業者、他のセミナー参加者、補助金を活用する事業者  
Ⅴ. 事業計画書の策定過程において、専門家に相談のある事業者
- 【内容】意義や重要性、現状分析の仕方（地域の経済動向、経営状況の分析、需要動向調査の重要性の活用）、事業目標の立て方、策定後のPDC Aサイクルの実施について
- 【実施回数】Ⅰ. 年3回（参加者各10名）、Ⅱ. 1回（参加者10名）、Ⅲ. 1回（参加者3名）、Ⅳ. 1回（参加者10名）、Ⅴ. 4回（参加者各4名）
- 【募集方法】Ⅰ. Ⅲ. Ⅳ. Ⅴ. 会報やホームページ、SNS、巡回・窓口指導の際チラシの配布  
Ⅱ. 市広報や市施設にポスター・チラシの掲示にて周知
- 【支援手法】Ⅰ～Ⅳのセミナーに参加し事業計画の策定を目指す各事業者に、経営指導員の担当者を付け、Ⅴ. 専門家による相談会を活用しながら完成に導く。その後、策定後のフォローアップも行う。

#### ②DX・IT推進セミナーの実施

DX時代の到来に備え、小規模事業者が少しでも対応できるよう、DXについての説明セミナーや毎回テーマを変えIT化推進のためのセミナーを開催し、デジタル化への対応推進を図る。ITの活用利用できる補助金も紹介する。

- 【対象者】ITの活用に関心のある事業者、補助金活用意思のある事業者、創業者
- 【内容】DX総論や活用事例、生産性向上のためのITの活用、ECサイト・SNS活用等、IT導入のための補助金の紹介
- 【実施回数】セミナー年1・2回（参加者各10名）
- 【募集方法】会報やホームページ、SNS、巡回・窓口指導の際チラシの配布
- 【支援手法】セミナー終了後に実施する、セミナーアンケートにて「関心がある」と回答した事業者に対し、まずはITに関する情報や補助金情報の提供を行なう。IT導入を本格的に考える事業者には、事業計画の策定を促し、導入目的や目標について確認をしてもらう。

## 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]

補助金申請や融資等で必要に迫られ事業計画を策定している事業者が多いため、事業計画を作成すること自体が目標となり、その後見直される機会もなく放置されているケースが多い。

[課題]

事業計画策定者に対し、事業計画のP D C Aサイクルを回せるよう支援が必要であるが、経営指導員のフォローアップでは限りがあるため、過去にこのような事業計画・目標を立てていたという気づきを与える事業が必要。

(2) 支援に対する考え方

3年や5年の事業計画書の実施計画通りに事業が行えているか、またその目標数値に近づいているか確認をしてもらうためにアンケートを実施し、目標値と現在の数字を年に一度は再確認する機会を作り出す。そのアンケート結果に基づき、アンケートの回答がない事業者、経営上の問題を抱えた事業者や目標を下方修正する事業者に対しフォローを行う。

(3) 目標

	現 状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①事業計画確認アンケート実施	—	50者	100者	155者	210者	270者
フォローアップ対象事業者	50者	60者	65者	65者	70者	70者
頻度(延回数)	—	120者	130者	130者	140者	140者
売上増加事業者数	—	20者	33者	33者	35者	40者
利益5%以上増加事業者数	—	10者	15者	15者	18者	20者

(4) 事業内容

①事業計画確認アンケートの実施

当所が把握している事業計画策定事業者に巡回指導等を通じ、「事業計画確認アンケート(事業者が自ら作った3や5ヶ年計画の売上高や目標が印刷されたもの)」を計画年数の期間、毎年1回届ける。過去に自らが策定した事業計画の行動計画や目標数値に、現在どれだけ近づいているか、その成果を問うものであり、事業計画書を再確認してもらうことを目的とし、P D C Aサイクルが回る機会を創り出す。

【対 象】 当所が事業計画書の策定を支援した事業者

【方 法】 対象事業者のそれぞれの3・5ヶ年計画の目標値や実行計画をデータベース化しておき、その年の目標値や事業計画を記載したアンケート用紙を経営指導員の巡回・窓口指導にて各事業者へ配布し回答をしてもらう。(事業計画の期間中は、毎年アンケートを実施する。)

【内 容】 事業計画の実施具合、目標値の到達具合を確認してもらい、その年の事業に対するコメント、次年度に向け事業計画の修正について回答をもらい、売上高増減や利益率5%以上の確認も合わせて行う。

【効 果】 事業者自身が過去に立てた事業計画や目標値を目にすることで、現在の状況と比較ができ事業計画や目標値の修正を考える機会となるため、P D C Aサイクルが回るきっかけとなる。

## ②フォローアップの実施

「事業計画確認アンケート」の返却のあった事業者（回収率 30%を想定）と経営指導員がアンケートを回収した事業者に対し実施する。（フォローアップ対象事業者＝フォローアップ目標値）アンケートの結果で「問題がある」「下方修正」と回答をした事業所を優先にフォローアップ先とする。

基本的には、事業計画策定から支援をしている経営指導員が下記の頻度で、事業者のフォローアップを行うものとする。（計画値は1事業所、年2回で設定）

- ・計画通り、上方修正 → 年に1回のフォローアップ
- ・下方修正を余儀なくされた事業者 → 年に2回のフォローアップ
- ・計画実施に問題がある事業者 → 年に3回以上のフォローアップ、専門家との相談

進捗状況が思わしくない事業者に対しては、専門家や他の経営指導員との相談をしながら、原因究明や今後の対応策を検討し、毎年実施の「事業計画確認アンケート」回答を必須とし、フォローアップの頻度も上げ支援の強化を図る。

## 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

[現状]

B to Bの取引に関して、県内商工会議所や他機関と連携して行う商談会を開催しており、事業者に参加者を募っている。参加者の傾向として毎回、同じ事業者が参加していることが多い。B to Cの取り組みに関しては、特に実施していなかった。

[課題]

B to Bの取引に関しては、今まで参加をしていない事業者の背中を押し、「商談会に参加する」事業者を増やす支援が必要である。

B to Cの取り組みに対しては、新型コロナウイルスの影響により売上げが下がったままの事業所も多く、この先も不透明なため、新たな需要の開拓をする必要がある事業者も増加すると思われる。また、非対面ビジネスを進める上でITを活用した販路開拓等のDXの活用は必須であり、これらを事業者に理解・認識してもらい取り組みの支援をしていく必要がある。

### （2）支援に対する考え方

B to Bに対する支援では、事業者に様々な「商談会」を知る、準備、参加というそれぞれの場面に対し支援することに重点を置き、まず参加者数を増やすことを目標とする。それぞれの段階で商談会に向け必要な支援を他機関等と連携し実施する。

B to Cに対する支援では、事業者向けセミナー等を通じ、新規顧客の開拓のための商品開発や、DXに向けた取り組みとしてITを活用した顧客管理や販売促進、情報発信、ECサイトの活用等について提案をし、興味のある事業者に対し実現に向け支援を行う。

### (3) 目標

	現 状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①ビジネス交流会	—	20 者	30 者	40 者	50 者	60 者
成約件数	—	1 件	2 件	3 件	4 件	5 件
②ビジネスモール参加事業者数	5 者	7 者	10 者	15 者	18 者	20 者
成約件数	0 社	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③地域商談会(製造業)参加事業者数	1 者	2 者	3 者	4 者	5 者	5 者
成約件数	0 社	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
④アライアンス・パートナー発掘市	3 者	5 者	7 者	10 者	15 者	15 者
成約件数	0 社	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
⑤SNS新規活用事業者	—	5 者	5 者	8 者	8 者	10 者
新規顧客獲得数	—	2	2	2	5	5
⑥新規ECサイト利用、ネットショップ開設者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上増加率/社	—	10%	10%	10%	15%	15%

### (4) 事業の内容

BtoB支援...関係機関と連携をした商談会・展示会出展の周知と支援

- ①当所の会員を中心に気軽に参加できる「**ビジネス交流会**」を当所が年1回実施する。  
市内でのビジネスマッチングの機会を創出するとともに、情報交換や市内で同業他社と知り合う場所を提供する。また、商談会のような事業に慣れてもらうことも目的とする。
- ②「**ビジネスモール**」大阪商工会議所が実施しており、参加する全国の商工会議所・商工会の会員企業が活用できる、ネットを活用したビジネスマッチングシステム、業種は問わず、無料。  
事業者のサービスや商品の魅力をネットに載せる必要もあるため、ネット上で自社の魅力を表現する方法を学べる講習会を開催しながら、参加者を募る。
- ③「**地域商談会(尾張会場)**」(公社)あいち産業振興機構と尾張地区8市の商工会議所が実施しており、県内外から受発注企業を募りマッチングを行っている。業種は製造業で令和3年度の実績は全体で発注企業17社、受注企業51社の参加があった。当地域には大手の汎用機器や輸送機器の工場があり、その下請け事業者が多くあるが、その下請けの範囲から一歩踏み出し他の仕事を受けるといことがあまりない。技術面の制約もあるかもしれないが、1社でも参加企業が増えるよう巡回指導を通じPRを続ける。
- ④「**アライアンス・パートナー発掘市**」愛知県下の商工会議所が開催する業種は問わない商談会で、最近ではオンラインの開催も行われている。令和3年のエントリー数は441社。  
経営指導員が事業者の技術力・商品サービスの魅力を見つけ出し、参加を呼びかける。こちらもエントリーシートへの記入の内容が、商談の有無を決定づけるため、自社の魅力を文章で伝えるセミナーを開催し、エントリー商談件数を増やす。

B to C 支援 D X に向けた取り組みとして I T を活用した販売促進のセミナーを開催する。

⑤新規にターゲットとする顧客層が利用する SNS の活用セミナーを開催する。事業者が自社の情報を発信できるよう支援をする。

セミナー案「SNS を活用してお店のファンを作ろう」

⑥新規顧客の獲得の手段として、また長引くコロナ禍での非対面ビジネスと一環として、ショッピングモールへの出店や EC サイトの開設についてセミナーや専門家による相談会を開催する。

セミナー案「BASE を利用してネットショップを開設しよう」

「EC サイトとショッピングモールの違いについて」

## II. 経営発達支援事業の円滑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]

稲沢市、当所役員、地元金融機関、専門家（税理士、診断士）の 7 名で構成する「評価委員会」を設置しており。半期に一度、4 名の経営指導員が実績報告と評価を行う。目標値を下回る事案が多く費用対効果、事業の効率化・集約を求められることもある。

[課題]

事業の実績や評価結果について、当所ホームページに掲載し閲覧ができるようにする。

#### (2) 事業内容

下記の評価委員会構成メンバーにて「評価委員会」を設置し、半期（年 2 回）ごとに会議を開催する。前期の会議では本年度の実施方針や具体的な事業計画について、後期の会議では、本年度の事業の報告を行ない、委員からの意見を聴取する。それらを受け次年度事業に向け改善を行うことで、PDCA サイクルを適正に回し、時代にあった事業者の発展的継続に繋がる事業を展開する。また評価委員会の結果は、当所ホームページに掲載し、閲覧ができるようにする。

評価委員会構成メンバー

	職 名
委員長	稲沢商工会議所 副会頭
委 員	稲沢市商工観光課 課長
〃	地元金融機関支店長
〃	〃
〃	外部有識者（中小企業診断士）
〃	〃（税理士）
〃	稲沢商工会議所専務理事
〃	法定経営指導員 2 名（江嶋健二、太田恭平）

## 10. 経営指導員の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

職員の定年・異動により、現在4名の経営指導員の平均年齢は37.3歳、経営指導員としての経験年数は4.3年であり、支援経験実績が少ないことが当所の最大のウィークポイントである。

#### [課題]

まずは浅く広く支援の知識やノウハウを吸収することが求められている。所内はもとより他の商工会・商工会議所の経営指導員と情報共有をすることで、稲沢商工会議所としての支援能力を日々高めていく必要がある。

### (2) 事業内容

経験不足を補うため次の取り組みを実施し、指導員の支援能力やノウハウの向上に努める。

#### ①外部研修会への積極的な参加

まだ経験が浅い経営指導員ばかりであり、各支援分野の知識やノウハウもないことから、中小企業大学校や日本商工会議所、愛知県商工会議所連合会が実施する指導員向けの研修会に積極的に参加をし、知識の吸収を図る。さらに他の商工会・商工会議所の経営指導員とのネットワークを構築し、個々の支援能力を高めていくことも目的とする。特に事業計画策定、創業、事業承継、事業継続力強化計画、経営分析力向上等の重要なテーマに関しては、早期に全員が知識の習得、支援ノウハウを獲得するよう努める。

#### ②所内研修会の実施

最近、様々な施策が出されることが多く経営指導員もその内容を習得し、どう支援をしていくかを日々考えなければならない。中小企業診断士や税理士等の専門家を講師に迎え、経営指導員が今知りたい知識をテーマとして研修会を実施することで、正しい知識、支援方法が身につく。

#### ③DXに向けた相談・指導能力の獲得

小規模事業者もDXに対応できるよう、今から支援をしていく必要があり、まずはIT化から進めることが重要である。当所にはITの知識に詳しい職員がいないため、その知識の獲得やIT化に向けた支援の方法をIT専門家から学ぶ必要があり、外部セミナーへの参加や所内の研修会にてDXを取り上げることを早期に実行する。

#### ④OJTの取り組み

職員の支援経験不足は、名古屋商工会議所のスーパーバイザー制度等を活用し、経験豊かなアドバイザーとともに支援にあたることで、長年蓄積された知識に基づいた対応力を身につける。また自分の経験の無い相談内容の場合は、複数名で対応することで知識を共有し、理解を深め、支援ノウハウを身につける。

#### ⑤職員間の情報共有の実施

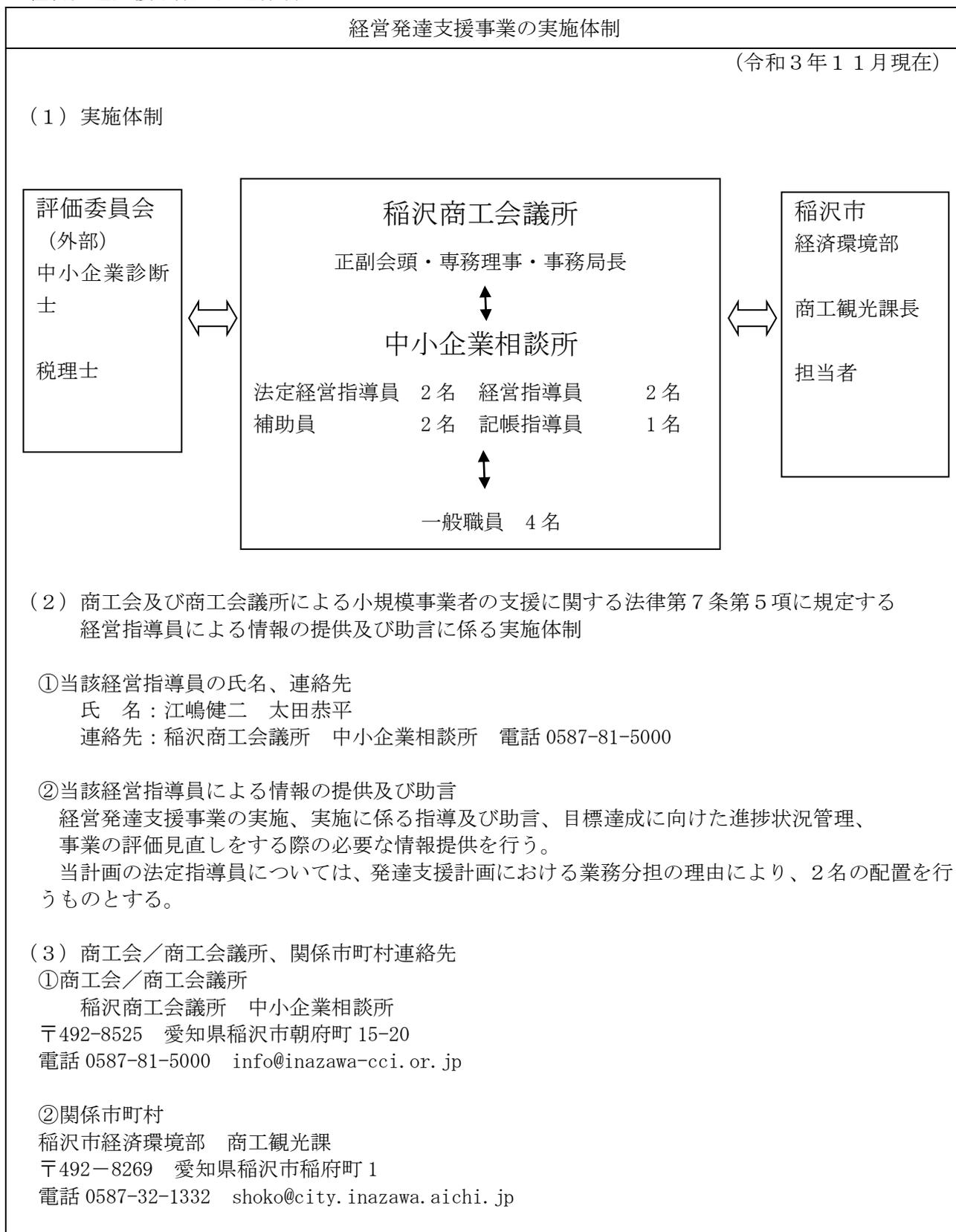
新しい施策が次々と打ち出され、事業所支援の対応に忙しいが、職員がマニュアルを読み込んだり、事業所の応対をして得た知識を職員間で共有することで、簡単に正しい知識、適格な支援を効率的に得ることができる。

I. 経営指導員や一般職員と小規模事業者支援の情報を、隔週に1度、共有する時間を設け効率よく事業者の支援が行えるようにする。

Ⅱ. 経営指導員は、支援内容を会員データベース（T o a s）に入力を適時・適切に行い、個々の事業者に対する支援内容は全職員が確認できるようにする。特に当所は支援経験が浅い経営指導員が多いため、他の職員の意見や支援方法を参考にしやすくするため、様々な相談内容についてデータベース化に努め「支援内容の見える化」を実現する。

(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)

	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
必要な資金の額	1,474	1,479	1,613	1,698	1,703
専門家謝金	120	120	120	150	150
講師謝金	270	270	300	300	300
旅 費	20	20	20	20	20
印刷費	700	700	800	850	850
通信費	4	9	13	18	23
ソフトウェア、 サービス費	360	360	360	360	360

(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、国補助金、県補助金、市補助金

(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	