

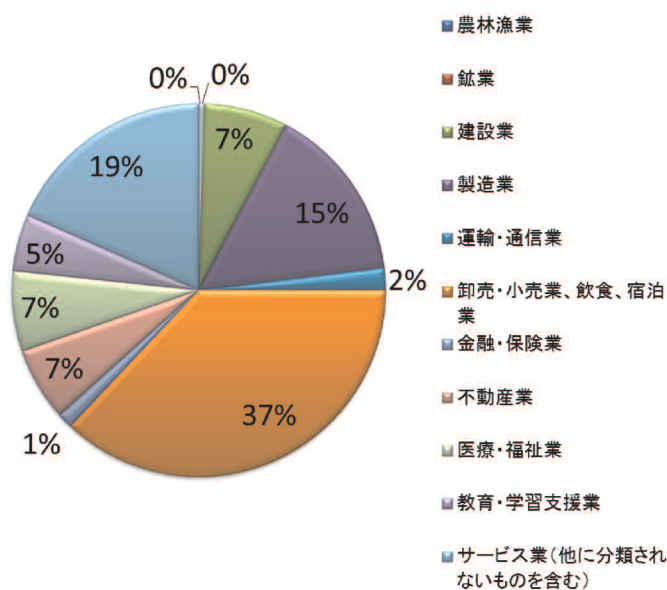
(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

扶桑町の概要

図表 1.扶桑町の事業者の割合



出所：「扶桑町の統計平成 26 年度版」を元に作成



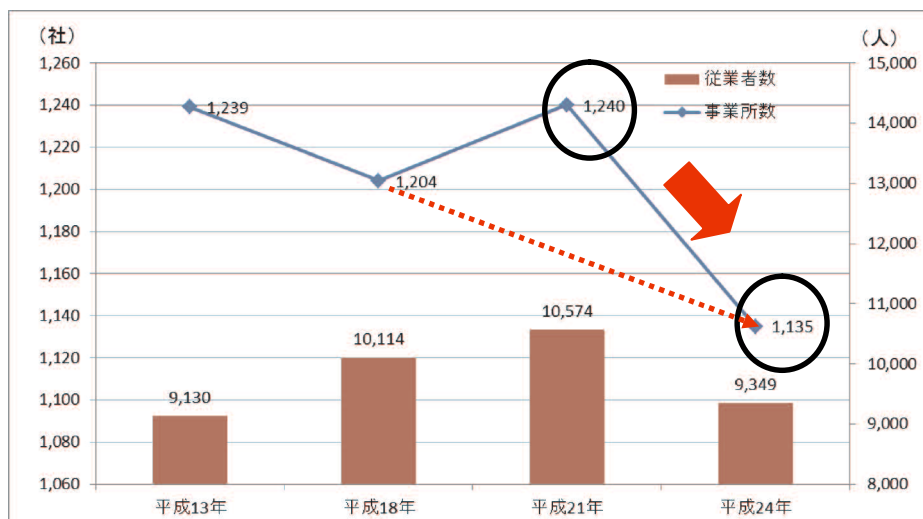
写真:扶桑名物の守口大根

丹羽郡扶桑町は、愛知県北西部の人口 34,409 人（平成 26 年 12 月末）の町である。近隣には丹羽郡内に大口町が、また江南市や犬山市、岐阜県の各務原市などとも隣接している。地域の特徴は、大口町が工作機械や輸送用機械などの工場が多く立地しているのに対して、扶桑町はそれらの工場に勤める人が多く居住している。また、名古屋鉄道を利用して名鉄名古屋駅へ約 30 分という交通の便の良さから名古屋に通勤する人も多く、人口も着実に増加しており、そのような人達のベッドタウンとしての役割を担っている。そのため、町内には大型ショッピングセンターのイオン扶桑店をはじめとして、町の目抜き通り沿いには多くの飲食店が立ち並ぶなど商店が多数立地している。また、地場産品として有名なのが、世界一長い大根としてギネスブックに登録もされている守口大根（※1）であり、そのシェアは実に日本全国の 60%にものぼっている。

しかし、その一方で、扶桑町における事業所数の推移をみると、平成 21 年から大幅に下落していることがみてとれる。図表 2. をみると、平成 15 年のイオンの開業を機にショッピングセンター及びそのテナントが開業したため、事業者数は一時的に改善したもの、平成 21 年以降は、経営者の高齢化や事業承継などの問題もあいまって、小規模事業者を中心に事業所数は大幅に減少していることが分かる。実際に図表 3. をみると、平成 18 年から平成 21 年の 3 年間における年平均の開業率が 4.29%、廃業率が 3.9%であったのに対して、平成 21 年から平成 24 年の年平均の開業率は 1.94%となり 2.36 ポイントの悪化、廃業率は 5.30%となり 1.39 ポイントの悪化となっている。

（※1）守口大根：通常の大根より細長く、直径は 2-3cm、長さは約 120cm に達し、長いものは 180cm 以上になる。木曽川に面した地域の地質が砂状で柔らかく、粒子の細かい適度に砂の混ざった土壌であることから、地下へ細く長く伸びる当品種の生産に適しているとされる。

図表 2.扶桑町の事業者数の推移



出所：「扶桑町の統計」を元に作成

図表 3.扶桑町の開廃業率

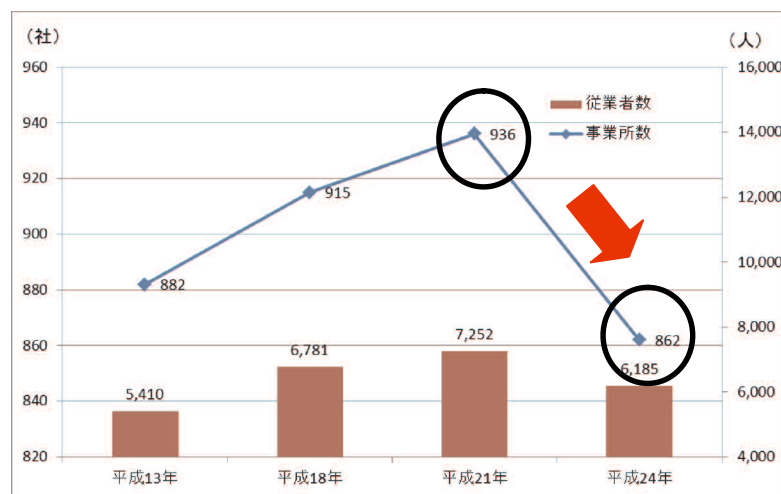
	H18-H21	H21-H24	増減
開業者数	155	72	△ 83
廃業者数	141	197	56
年平均開業者数	52	24	△ 28
年平均廃業者数	47	66	19
開業率	4.29%	1.94%	△2.36
廃業率	3.90%	5.30%	1.39

出所：「扶桑町の統計」を元に作成

特に顕著な商業の衰退

扶桑町の全事業者のうち、卸売業からサービス業までを商業事業者とし、その商業の状況の推移をあらわしたのが図表 4.である。平成 13 年から平成 21 年は、大型店の出店効果により、順調な推移がみられるものの、平成 21 年からは極端な落ち込みをみせており、扶桑町内における商業にとって大きな転換点を迎えていることが分かる。

図表 4.扶桑町の商業者数の推移



出所：「扶桑町の統計」を元に作成

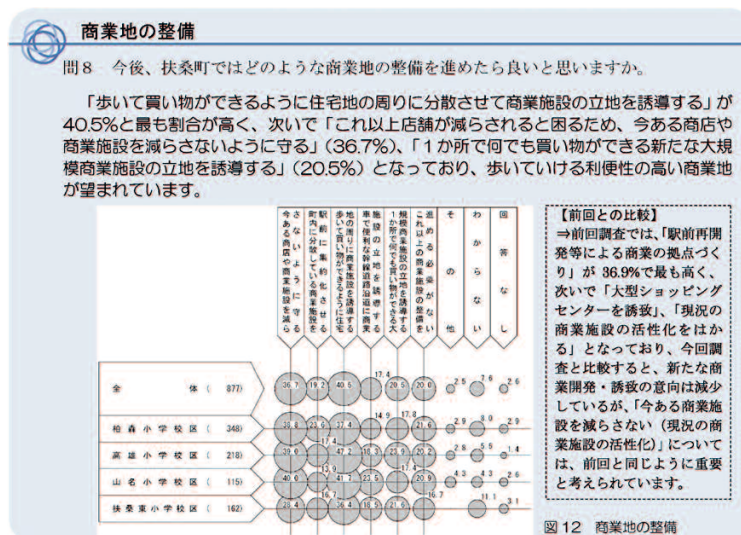
空き店舗が目立つ商店街



町の目抜き通りでも空き店舗が目立つ



図表 5.住民が望む扶桑町の商業の姿



出所：「扶桑町マスタープラン住民意識調査」

しかし、一方で町内住民の商業に対するニーズをみてみると、整備された住宅地から「徒歩圏内における商業施設」や「現状の店舗の維持」を望む声が多くあり、駅前商店街の活性化や町の目抜き通りである中央道を中心に新規開業の促進を進めることは喫緊の課題となっている。

こうした状況を踏まえて、当商工会といたしましては、事業者を中心に新たに事業をはじめる創業者や新規の開業者を積極的に増やしていくとともに、既存の事業者についても事業計画の策定を軸とした伴走型の支援を実施することにより、現状の事業者の衰退傾向を食い止め、更には事業者数を増加に転換させるために当経営発達支援計画を策定した。

当計画は、扶桑町が策定した「扶桑町都市マスタープラン計画書」による扶桑町の基本方針と歩調を合わせながら、地域経済発展の部分において主導的な役割を果たすことにより、地域経済の活性化に寄与をしていく。特に当計画では、商工会が地域の産業界（産）を代表して、ハブ機能を担うとともに、愛知県や扶桑町などの行政（官）、丹羽金融協会（※2）や日本政策金融公庫一宮支店などの金融機関（金）、東海学園大学などの学術機関（学）、そしてあいち産業振興機構をはじめとした専門機関との連携を図ることで産・官・学・金が一体となって事業を進めるものである。

（※2）丹羽金融協会：十六銀行扶桑支店、大垣共立銀行扶桑支店、名古屋銀行扶桑支店、いちい信用金庫扶桑支店、岐阜信用金庫扶桑支店の町内 5 行の金融機関で構成される任意の団体。

事業目標

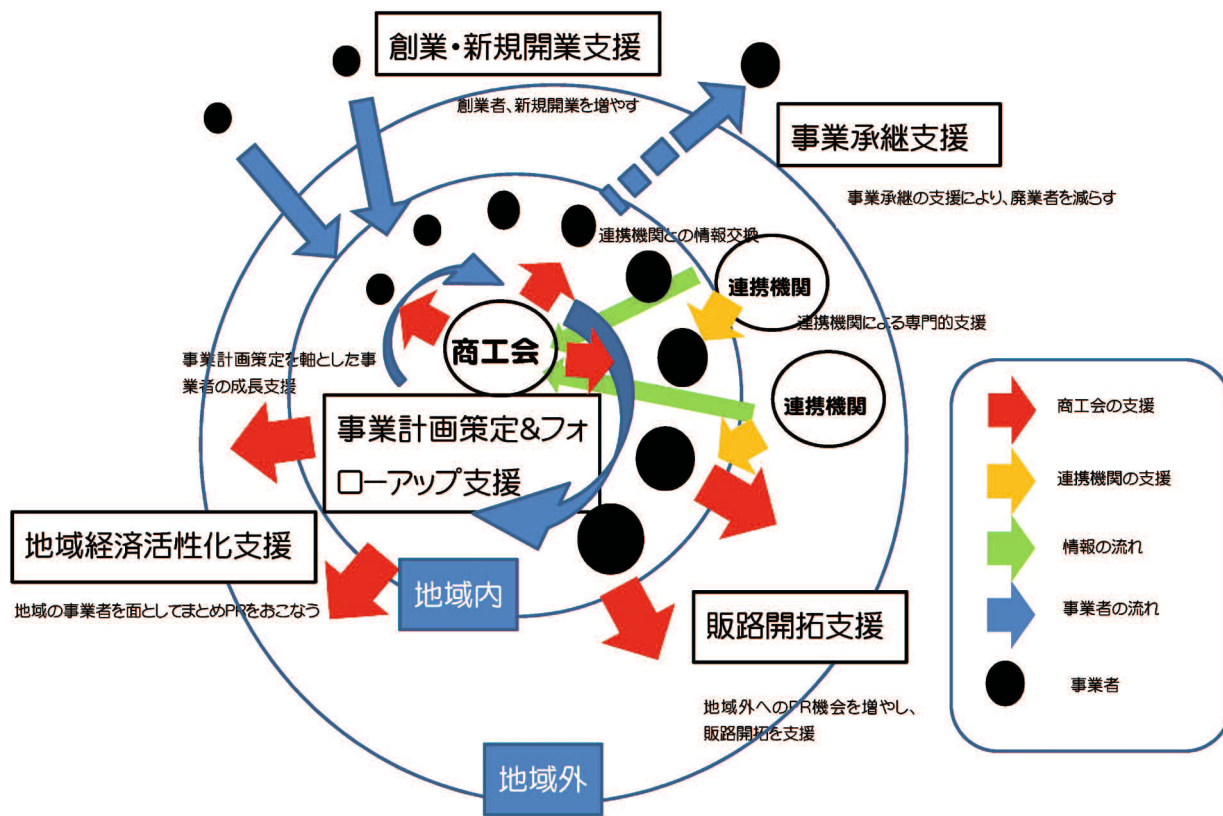
平成 27 年度から平成 29 年度中の 3 年にかけて、事業者数の減少に歯止めをかけ、なんとかプラスへの転換を図るべくその土壌づくりをおこなう。その後、残りの 2 年間で、1.7%程度の事業者増加率を達成することで**平成 31 年度末、事業者数 1,200 社**を目指す。

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
年度末事業者数	1,140	1,145	1,160	1,180	1,200
年度末商業者数	852	857	872	892	912
年間開業者数（目標）	45	50	55	60	60
年間廃業者数（目標）	45	45	40	40	40
年間事業所増加数	0	5	15	20	20
年間事業者増加率	0.00%	0.44%	1.31%	1.72%	1.69%

基本方針

- ①支援企業の課題を明らかにするための情報収集手法、分析手法の確立と標準化
- ②事業計画策定支援を軸に、支援事業者との対話型での支援手法（伴走型支援）の確立と標準化
- ③支援成果を高めるための連携機関とのネットワークの構築及び支援への連携機関の活用
- ④支援企業の成長の源泉とするための販路開拓支援
- ⑤扶桑町の地域をビジネスを行いやすい場所とするための地域活性化支援
- ⑥扶桑町の事業者を増やすための創業・新規開業支援
- ⑦扶桑町の事業者を減らさないための事業承継支援

図表 6.経営発達支援計画のイメージ



経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成27年4月1日～平成32年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

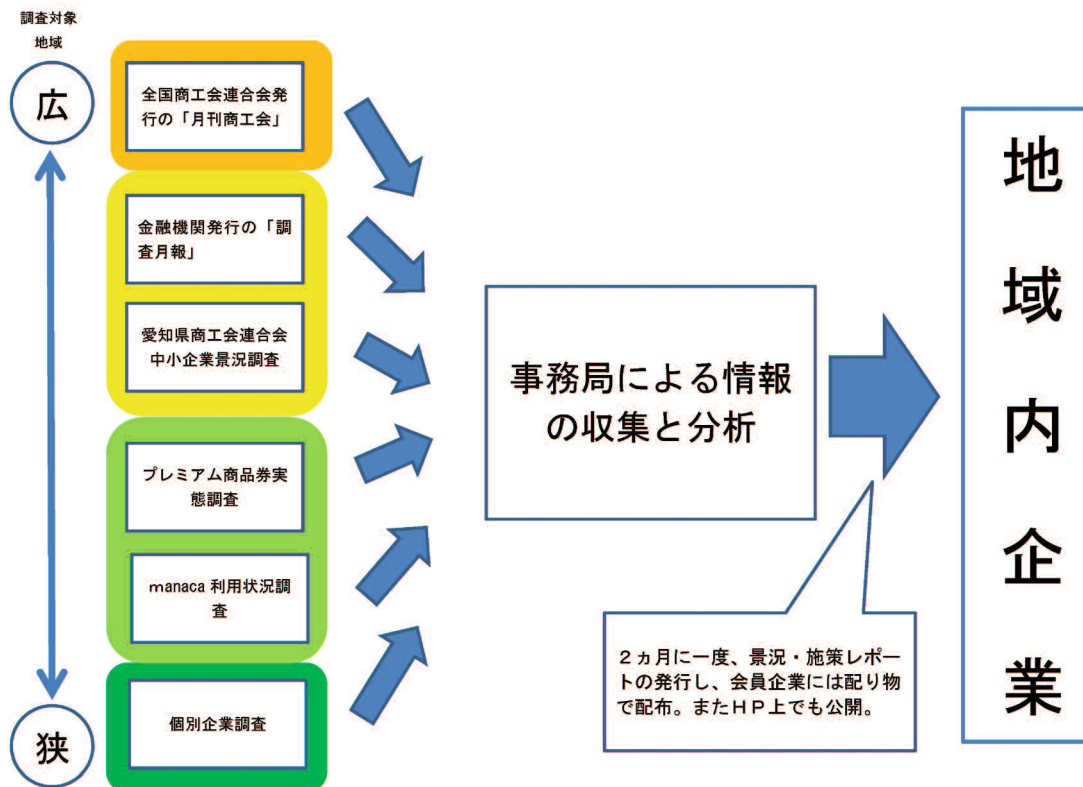
経済動向調査

(考え方)

経済動向調査については、①情報の収集・分析と②調査結果の地域内企業へのフィードバックをおこなう。まず、情報の収集についてであるが、広域的な情報収集、県内及び近隣地域程度の情報収集、扶桑町内の企業の情報収集の3つを考えている。広域的な情報の収集源としては、全国商工会連合会が発行する月刊誌から全国的な中小企業の動向や当地域に転用できそうな先進的な中小企業の動向に関する情報を収集する。また、県内や近県の景況については、金融機関が発行する調査月報や愛知県商工会連合会が実施する中小企業景況調査から定量的な情報を中心に地域のトレンドを把握する。また、当地域内の情報については、プレミアム商品券事業時における消費者動向調査や事業者動向調査及び、名古屋鉄道㈱と協働しておこなうmanacaデータをもとにした消費者動向調査、そして、地域内における商業事業者に対して業種ごとに数社ずつピックアップして個別調査を実施する。

また、調査データについては、事務局内において分析をおこない、地域内の事業者が新たな取組をおこなう際の参考となるように2ヵ月に一度レポートを作成して周知をおこなう。またレポートについてはHPにもアップして、会員企業以外でも目にする事が出来るようにする。

図表 7.経済動向調査のイメージ



(事業内容)

- ①全国商工会連合会が発行する「月刊商工会」からは、「全国の中小企業の取組事例に関する情報」や、「商工会を中心とした地域全体における取組事例の情報」、「国が実施する施策についての情報」の収集をおこなう。全国的な中小企業者の動向において、当地域に転用できるような取組については、事務局で内容の分析をおこなうとともに、2か月に1度行われる理事会の場でも報告をおこなうことで、新たな施策導入のきっかけづくりをおこなう。
- ②連携金融機関が発行する調査月報からは、愛知県、岐阜県における「産業動向」「消費関連」「物価」などの情報の収集をおこなう。また、愛知県商工会連合会がおこなう中小企業の景況調査(四半期ごと)からは、業種別の県内中小企業の「売上」「採算」「資金繰り」などに関する情報を収集する。このような定量的なデータについては、時系列の動向を把握することにより、今後のトレンド予測をおこなう。これらの情報については、事務局において要約をおこない、巡回活動時や事業計画策定時における外部環境に関する情報として事業者支援に活用する。
- ③プレミアム商品券事業については、実施期間中に、商品券を購入した消費者に対してアンケート調査を実施し、「商品券における経済効果」についての情報を収集する。また、プレミアム商品券事業の終了時において、参加事業者に対してアンケート調査を実施し、「商品券の経済効果」「品目別の利用状況」「利用地域の動向」などの項目において調査を実施する。これらの事業データについては、事業の成果分析に活用するとともに、理事会やプレミアム商品券事業の実行委員会において報告をおこなう。更に、他の参加事業者も情報を活用できるようHP上でも公開をおこなう。(商業イベントレポート)
 ※平成28年度以降にプレミアム商品券事業がおこなわれなかった場合は、事業規模は小さくなるものの、代わりとなる面的な商業イベントとして商店街スタンプラリー事業などのレポートに変更することを検討している。
- ④manaca 端末利用店舗のデータについては、イベントごとの各店舗の「電子マネーの利用状況」「顧客属性」「地域別の利用金額」などのデータを名古屋鉄道㈱から情報提供を受けることにより、販売促進イベントにおける効果の分析・検証に利用する。また、データの信頼性を高めるためにサンプル店舗数を5年後までに30店舗に増やす。
- ⑤今まで実施していた小規模企業実態調査をリニューアルした形で個別の企業調査を実施する。具体的には、巡回によるインタビュー調査の形で実施することにより、定量的なデータにとどまらず、定性的なデータについても収集をおこなう。また、調査対象企業についても、当経営発達支援計画の目標を鑑み、地域内商業を重点的に調査するために、「最寄品小売業者」、「買回品小売業者」、「サービス業者」、「飲食業者」、「地場産品を扱う事業者」のジャンルから各2企業ずつを2か月に1度の割合で定期的に調査していく。
- ⑥①～⑤までの調査内容のうち、特に会員企業全てに知ってもらいたい情報については、要約レポートを作成し、2か月に1度の配り物の折に配布をおこなう。更に、今後は、会員企業以外も目にできるようにHP上でも公開をおこなう。また、巡回時において会員企業への成功事例の横展開を図るために、紙ベースのものやタブレット端末を利用しながら情報提供をおこなう。(景況・施策レポート)

(事業計画)

実 施 内 容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
商業イベントレポートの作成	1	1	1	1	1	1
manaca取扱店舗数	0	20	24	26	28	30
個別企業調査の実施回数	6	6	6	6	6	6
〃 対象企業件数	8	10	10	10	10	10
景況・施策レポートの発行回数	0	4	6	6	6	6

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

経営分析

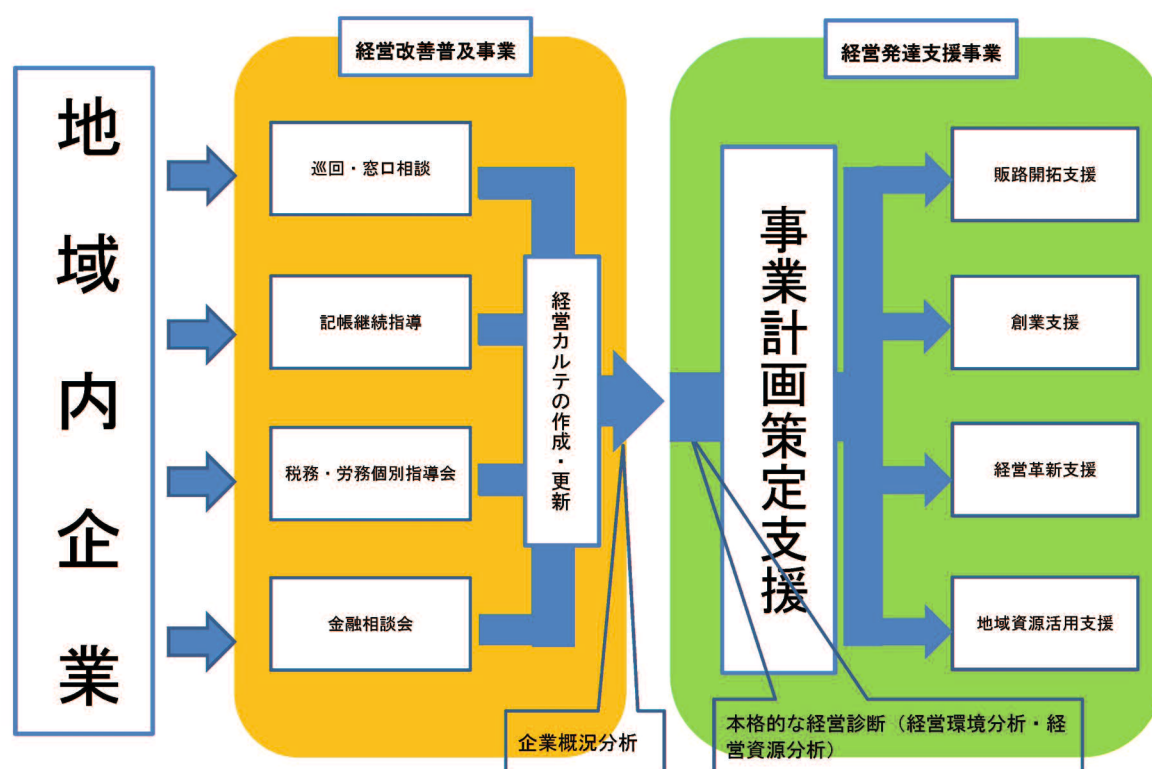
(考え方)

経営分析の前段階として、従来から行われている「巡回・窓口相談」「記帳指導」「税務・労務の個別指導」「金融相談」などのいわゆる「経営改善普及事業」を地域内企業の基本情報の収集の場として捉えている。そして、「経営改善普及事業」をおこなう中で、新たな取組をおこなう企業の発掘を実施し、事業計画策定支援を通じて、「販路開拓支援」「創業支援」「経営革新支援」「地域資源活用支援」などに繋げていく。

経営分析のフローとして、金融支援など「経営改善普及事業」の延長線上でおこなう分析については、(一社)中小企業診断協会の予備調査書に準じた形での「企業概況分析」を各担当者が中心となって実施する。更に、事業計画策定支援につなげる場合においては、中小企業診断士の資格を持つ職員を中心に「経営環境分析」「経営資源分析」などの本格的な経営診断を実施していく。また、業種を理解するのに専門性が必要な場合などは、連携機関の専門家の知見なども取り入れながら経営分析をおこなう。

事務局職員間の情報共有をおこなうためのツールとしては、従来から経営指導員を中心に利用されていたカルテシステムの情報を、よりリアルタイムな情報へ定期的に更新することで活用していく。

図表 8.経営分析のイメージ



企業概況分析

分析項目

- ・業種 ・主要製品 ・資本金推移 ・従業員推移 ・売上高推移 ・経常利益推移 ・後継者
- ・企業形態 ・業態 ・企業活力分析 ・経営指標分析 ・社会性分析 など

経営環境分析

分析項目

経営資源系要因

・雇用系要因 ・立地系要因 ・インフラ系要因 ・金融系要因 ・ハイテク・デジタル系要因

経営システム系要因

・制度系要因 ・生産プロセス系要因 ・マーケティング系要因 ネットワーク系要因

自然、社会、人間系要因

・気象系要因 ・地域環境保全系要因 ・企業行動規範系要因 ・心因系要因 ・ライフスタイル系要因
・感性行動系要因

※外部環境については、上記の項目の中から、支援対象企業に重大な影響を与える項目をピックアップして分析をおこなう。

経営資源分析

分析項目

個別経営資源分析

・ソフトな経営資源 ・物的経営資源 ・資金 ・立地 ・アウトソーシング

経営部門別経営資源分析

・研究開発部門 ・経営企画部門 ・経営法務部門 ・生産部門 ・仕入調達部門 ・マーケティング部門
・人事・労務部門 ・情報部門 ・経理・財務部門

経営システム分析

・経営戦略関連の経営システム分析 ・製品関連の経営システム分析 ・生産・流通関連の経営システム分析
・経営組織関連の経営システム分析

※内部環境については、上記の項目の中から、支援対象企業の強みとなりそうな項目をピックアップして分析をおこなう。

(事業内容)

- ①商工会職員全員による計画的な巡回をおこなうことにより、職員を通じて小規模事業者の実態把握をおこなう。対面件数の目標は、巡回指導延 700 件、対面指導延 300 件を実施する。
- ②より専門性の高い経営診断が必要な場合には、連携機関である愛知県商工会連合会、よろず支援拠点運営しているあいち産業振興機構、中小企業診断士の養成課程をもつ東海学園大学から専門家を派遣し、専門的な知見からのアドバイスをもらいながら経営分析を実施する。
- ③記帳継続指導についても、継続的に財務状況をヒアリングできる貴重な機会であるため、指導対象事業者の維持や新規の指導対象事業者の獲得を目指す。特に、これまで以上に指導対象事業者に対しての支援活動を強化するために、全ての指導対象事業者に対して「企業概況分析」を実施していく。
- ④税務・労務相談などの個別指導会についても、事業所の決算内容を確認できる貴重な機会であるため、損益計算書や貸借対照表の過年度との比較などを通じて、経営状況を把握していき、事業計画策定へと繋げられるような事業者の発掘をおこなう。
- ⑤金融支援を要する企業については、重点的に支援をおこなう対象とする。特にマル経融資の推薦時には「企業概況分析」を実施する。
- ⑥事業計画策定支援を望む事業者に対しては重点支援対象企業とし、中小企業診断士の資格を持つ職員を中心に本格的な経営診断（経営環境分析、経営資源分析）を実施する。また、業種を理解するのに専門性が必要な場合などは、連携機関から専門家を招聘し、その知見を活用する。
- ⑦巡回等でヒアリングした内容については、職員間での共有化を図るために、全職員が経営カルテシステム（※3）への入力をおこない、企業の要望や課題、実行済みの支援内容などについての情報を蓄積していく。

⑧経営カルテシシステムの情報がデータベースとして活用できるよう、巡回等の折に基本データ等の更新をおこなうとともに、年に一度程度、経営カルテシシステムの情報の総点検をおこなう。

(※3) 経営カルテシシステムは、全国商工会連合会（東京都）が運営する商工会のデータベースシステムであり、事業者情報、経営指導の内容などを入力することができ、必要に応じて様々な形での出力も可能（例：過去の巡回一覧表等）。

(事業計画)

支 援 内 容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
巡回相談延件数	465	700	700	700	700	700
窓口相談延件数	246	300	300	300	300	300
専門家による相談件数	4	10	10	10	10	10
記帳継続指導件数	45	46	47	48	49	50
個別指導会の開催回数	6	6	6	6	6	6
〃 相談延件数	130	130	135	140	145	150
金融相談会の開催回数	6	6	6	6	6	6
〃 相談延件数	10	12	14	16	18	20
経営分析件数 企業概況分析	10	50	55	60	65	70
〃 経営環境分析	8	10	15	20	25	30
〃 経営資源分析	8	10	15	20	25	30
経営カルテシシステムの定期更新	1	1	1	1	1	1

3.事業計画策定支援に関すること【指針②】

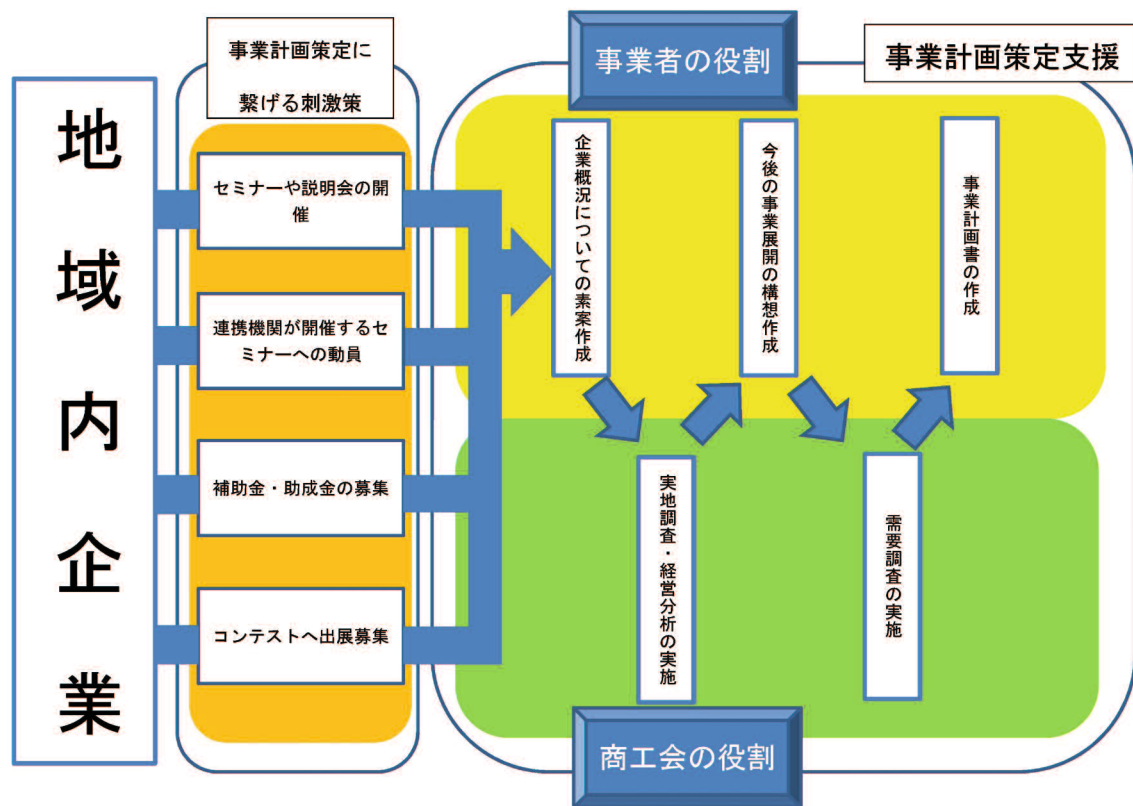
事業計画策定支援

(考え方)

セミナーや補助金・施策の説明会を開催することにより、事業計画策定に対して前向きな事業者のピックアップをおこない重点支援対象者とする。また、連携している地域の金融機関がおこなう経営セミナーなども活用することにより、地域内の事業者への情報提供の間口を広げ、事業計画策定への取り組み対象となる企業の母数を増やす。

事業計画策定支援のスキームは、まず支援対象企業に「企業概況についての素案」を作成してもらい、事業者の自社に対する認識を明らかにしていく。特に、事業計画書の作成などをおこなったことのない事業者に対しては、中小企業基盤整備機構が提供しているアプリ「経営計画つくるくん」などを紹介して、作成を支援していく。並行して、商工会としては、実際に事業者に赴いて事業者の現状把握をおこなったり、決算書類などの財務データなどを踏まえて、「経営環境分析」「経営資源分析」「需要調査」を実施していく。そして、それらの情報をもとに事業者とミーティングを重ねることで、実現可能性の高い事業計画作成の支援をおこなっていく。

図表 9.事業計画策定支援のイメージ



(事業内容)

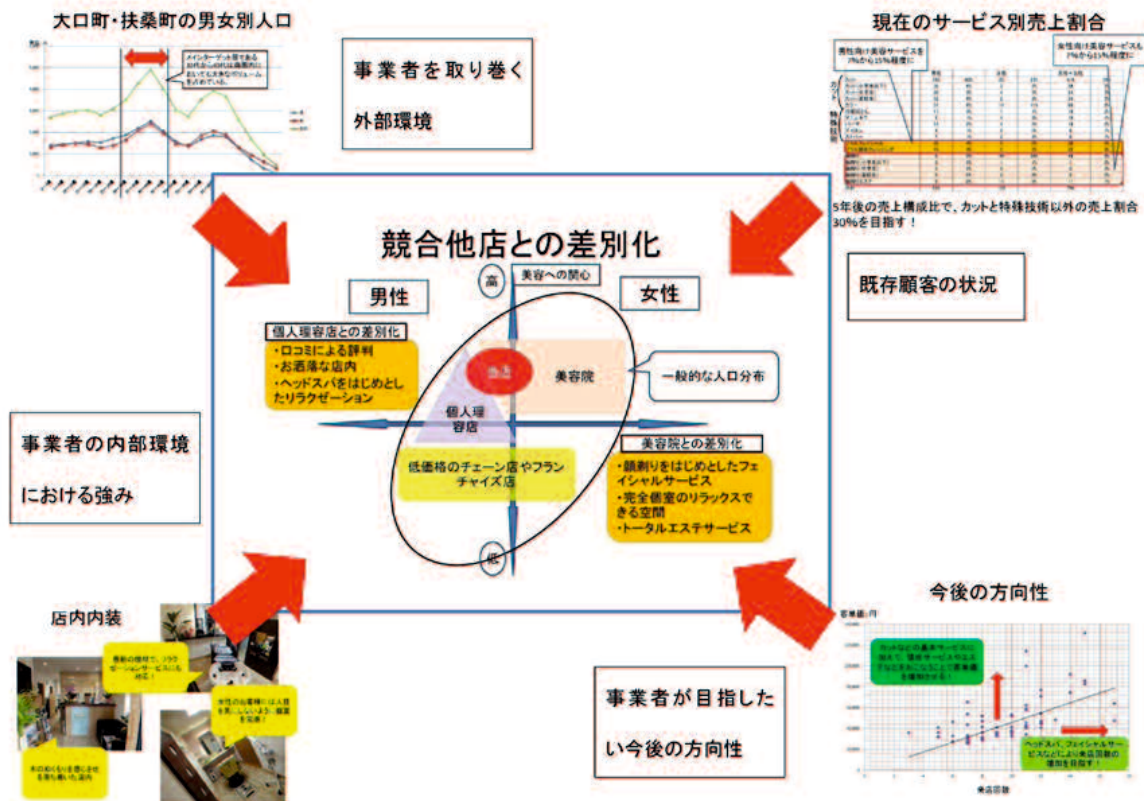
事業計画策定に繋げる刺激策

- ①事業計画策定を目指す事業者の掘り起しのために、説明会やセミナーを実施する。
- ②自己開催の説明会の他に、連携金融機関が実施するセミナーへの周知などをおこない、事業計画策定をめざす事業者候補のパイを増やす。
- ③上記①、②のセミナー情報や補助金制度、コンテスト募集などの情報を「景況・施策レポート」を通じて、2か月に1度の割合で会員企業に周知をおこなう。また、会員企業以外にも周知を図れるように、HP上に情報をアップしたり、巡回時などにタブレット端末などを利用しながら周知をおこなう。
- ④「景況・施策レポート」や説明会、セミナーなどから反応のあった事業者、特に補助金事業などの応募者を中心に、5年後をめどに年間30件程度、事業計画を策定する事業者を発掘していく。

事業計画策定支援

- ①中小企業基盤整備機構が提供する「経営計画つくるくん」などのアプリを活用しながら、支援対象事業者に自社の事業内容についての洗出し作業をしてもらう。
- ②商工会としては、「実地調査」「経営分析」「需要調査」などの定量的なデータの収集・分析作業をおこなう。
- ③支援対象事業者が、事業計画書をイメージしやすくしたり、より実現可能性高まるようにするため、定性的なデータや定量的なデータをもとに、商工会が今後の「経営戦略のイメージ」を作成し、支援対象事業者と商工会の間における今後の事業展開に対する共通認識をつくる。
- ④上記②、③の商工会の支援をもとに、事業者に経営計画書の作成をおこなってもらう。

図表 10.経営戦略のイメージの例



(事業計画)

支 援 内 容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
セミナー、説明会の開催回数	4	5	6	6	6	6
参加人数	61	65	70	80	90	100
金融機関がおこなうセミナーの周知回数	0	6	6	6	6	6
への動員数	0	10	10	10	10	10
事業計画策定事業者数	8	10	15	20	25	30

創業・事業承継支援

(考え方)

扶桑町が抱える大きな課題である事業者の減少を食い止めるためには、「いかに創業者や新規の開業者を増やすか」や「いかに廃業を食い止めるか」などが重要となってくる。

まず、創業支援であるが、創業については町の産業立地計画などとも歩調をあわせておこなっていく必要がある。役割としては、扶桑町が各種条例の制定や都市計画、進出企業に対する奨励金の整備などの事業環境の整備支援をおこない、商工会は、事業計画策定支援と同様のスキームを用いて、経営活動の支援をおこなっていく。また、創業支援策の更なる充実をはかるために、今後、扶桑町と協調する形で創業支援に関するスキームを明確にし、産業力強化法の認定取得に向けての取組への協力をおこなっていく。

次に、廃業を食い止めるには、既存の事業を継続してもらうことも重要である。そこで、巡回・窓口相談活動の中から、事業承継を検討している事業者の洗出しをおこない、中小企業庁が発行する「事業承継ガイドライン」を活用しながら、事業者や後継者と共に「事業承継計画」を策定して

いく。事業承継支援のなかで、相続など税務上の課題が発生した場合は、連携している東海税理士会小牧支部の専門家の知見を活用する。また、必要に応じて中小企業基盤整備機構が運営する「事業引き継ぎデータベース」の活用なども視野に入れながら、愛知県事業引き継ぎ支援センターなどを利用する。

そして、中小企業の企業価値の向上や無形資産の可視化を図るために、扶桑町の知的財産権への取組に対する補助金である「中小商工業者等活性化支援事業補助金」(※4)を通じて知的財産権への取組支援を強化していく。

(事業内容)

- ①3市2町(犬山市、江南市、岩倉市、大口町、扶桑町)で創業支援セミナーを9月末頃に共同開催し、扶桑町における創業予定者の掘り起しをおこなう。
- ②自己開催の創業支援セミナー以外にも、連携金融機関や近隣の関連団体が開催する創業セミナーを活用しながら創業予定者の知識の向上に寄与する。
- ③創業セミナーの参加者を中心に、経営分析を実施した上で、年間10件程度の創業計画策定支援を実施し、事業の継続可能性を高めていく。
- ④今後、事業承継を検討している事業者に対して、事業承継計画書の策定支援をおこなっていく。
- ⑤知的財産権への取組を強化するために、「中小商工業者活性化支援事業補助金」の利用者を増やしていく。

(※4)「中小商工業活性化支援事業補助金」は扶桑町役場が設けている補助金制度であり、町内の中小商工業者等がおこなう特許出願、実用新案の出願並びにISOが定めた国際規格の認証取得に関する事業に対して助成をおこなうものである。

(事業計画)

支 援 内 容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
3市2町の創業支援セミナーの開催回数	2	1	1	1	1	1
〃 参加人数	48	50	50	50	55	55
関連団体がおこなう創業セミナーへの動員数	0	6	7	8	9	10
創業計画の策定支援件数	2	6	7	8	9	10
事業承継計画書の策定支援件数	0	5	5	5	5	5
中小商工業者活性化支援事業の利用件数	0	1	2	3	4	5

4.事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

イベント型支援と伴走型支援

(考え方)

事業計画策定後の支援スキームとしては、支援事業者は何らかのインセンティブをもたらすような短期的な取組である「イベント型支援」と支援事業者のフォローアップ支援である「伴走型支援」を組み合わせることにより、支援対象者の成長を促すような支援を実施していく。モデル例としては、事業計画策定者について、計画の進捗状況の確認や新たな課題への対応のために、その後、1年程度は、伴走型支援という形で事業計画の進捗状況の確認をおこなっていく。また、2～3年後を目途に、コンテストへの出品や展示会・ビジネスマッチングへの出展を一つのマイルストーンとして設定しながら、新商品や新サービスの開発支援を継続的におこなっていく。更に、3～5年後を目途に新たな事業展開の模索など、経営革新申請なども視野に入れた支援体制を構築することにより、支援事業者の成長を促していく。特に、「販路開拓支援段階」や「経営革新支援段階」において高度な専門性を必要とする案件が発生した場合は、連携機関の専門家の知見を活用する。

また、新規創業者についても、創業後3年以内の廃業率が非常に高いため、事業計画策定者支援と同様に、事業が軌道に乗るまでの3年程度は、定期的にフォローアップしていく必要がある。

図表 11.事業計画策定後のイメージ

(事業内容)

伴走型支援全般

- ①事業計画策定後には、経営指導員が 2 ヶ月に 1 回程度のフォローアップのための巡回・窓口相談を実施し、事業計画の進捗状況の確認をおこなう。
- ②計画後の伴走型支援をおこなう中で生じた専門的な課題については、ミラサがやひまわり愛知プラットフォーム(※5)や愛知県商工会連合会、中小企業診断士の養成課程を持つ東海学園大学の専門家を活用することにより、専門的な知見からの経営支援を実施する。

販路開拓支援段階

- ①対外的な評価を得られる各種のコンテストやビジネスマッチング、展示会などの出展を積極的に支援し、それぞれの事業をマイルストーンに設定しながら、それを目標に商品やサービスのブラッシュアップ支援を継続的にこなっていく。尚、展示会・ビジネスマッチングの内容については、「6.新たな需要の開拓に寄与する事業にすること」に詳しく記載。
- ②コンテストなどで評価が得られた取組などは、積極的にプレスリリースなどを活用しながら、情報発信活動をおこなっていく。また、地域内企業の様々な取組については、「景況・施策レポート」の中でもコラムのような形で記事にしていき、会員企業に周知するとともに、HP上にもアップしていく。

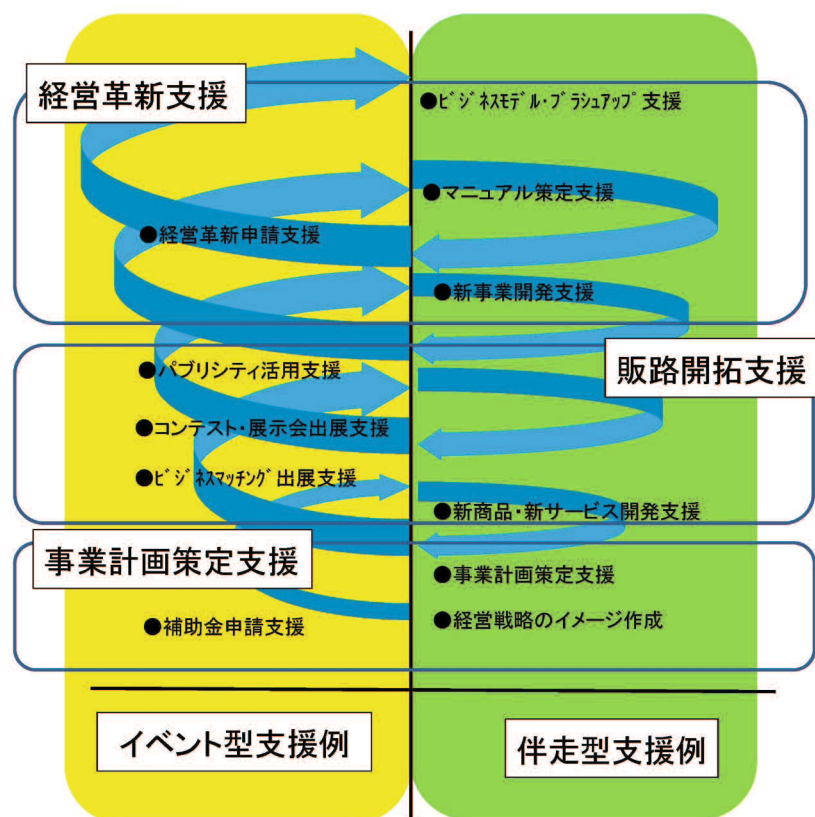
経営革新支援段階

- ①伴走型支援の中で、支援対象企業の新事業展開への取組がみられるようであれば、経営革新の認定へと繋げていく。また、経営革新計画を作成した場合は、新事業を円滑に運営するためのマニュアル作成やビジネスモデルのブラッシュアップなどの支援を実施していく。

創業者フォローアップ支援

- ①創業者については、フォローアップの形で巡回・窓口相談を実施し、初期段階における経営のツマズキを無くしていく。
- ②創業時における専門的な課題についても、専門家の派遣を活用しながら解決に臨む。また、創業当初には、金融的な支援が発生するケースも多くみられるため、連携金融機関とも協調しながら、創業補助金の申請なども活用して支援を進めていく。

(※5) ひまわり愛知プラットフォームは、小規模事業者の法律問題を中心に解決するために愛知県弁護士会が代表機関となって運営をおこなっている相談支援スキームである。



(事業計画)

支 援 内 容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
事業計画策定事業者フォローアップ延回数	73	85	97	115	133	145
コンテストへの応募者支援件数	1	5	5	5	5	5
パブリシティ活用件数	1	5	5	5	5	5
経営革新申請件数	1	2	2	3	4	5
創業者フォローアップ延件数	18	20	25	30	35	40

5.需要動向調査に関すること【指針③】

需要動向調査

(考え方)

事業計画を策定するにあたり、その個別の企業に応じた需要動向調査を実施する必要がある。具体的な調査項目としては、過去1年程度の「顧客の属性」「商品・サービスの属性」「客単価」「来店回数」などの情報をPOSデータなどをもとに支援対象事業者を通じて入手したら、その内容について「ABC分析」「デシル分析」や「RFM分析」を活用して分析をおこなっていく。

その後、分析結果をもとに主要ターゲット顧客を選定し、新商品や新サービス投入のための事業計画を策定する。事業計画実施後は、3ヵ月後調査、半年後調査を実施することにより、事業計画段階の予測と事業実施後の実数値の間の乖離を分析することにより、PDCAサイクルを回しながら、より精度の高い販路開拓支援に繋げていく。

(事業内容)

- ①事業計画の策定事業者に対して、需要動向調査を実施する。調査項目は、「顧客の属性」「商品・サービスの属性」「客単価」「来店回数」を中心に、必要に応じて項目を追加していく。
- ②事業計画実施後は、販売動向の確認のために1ヵ月後調査、半年後調査を実施することで、事業計画における販売動向の確認をおこない、乖離がある場合はその原因についての調査分析を実施し、PDCAサイクルを回すことにより、支援対象事業者の販路開拓を軌道に乗せていく。

(事業計画)

支 援 内 容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
需要動向調査の実施事業者数	8	10	15	20	25	30
販売動向フォローアップ調査延回数	16	20	30	40	50	60

6.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

販路開拓支援

(考え方)

販路開拓支援については、2014年版中小企業白書においても指摘されているように「販売すべきターゲット市場の選定」「商品・サービスのPR」「新規顧客へのアプローチ方法」という、3つの課題別に支援をおこなっていく。

「販売すべきターゲット市場の選定」という課題に対しては、巡回活動を通じて支援対象企業1社1社の特徴を踏まえながら個別の相談をおこなっていく。より専門的な課題に対しては、あいち産業振興機構のよろず支援拠点や愛知県商工会連合会の専門家派遣制度を活用しながら支援対象企業のターゲット市場選定を支援していく。また、数は少ないものの海外への展開を検討している企業に対しては、あいち国際ビジネス支援センターなどの公的機関の活用なども視野に入れながら積極的に支援をおこなっていく。

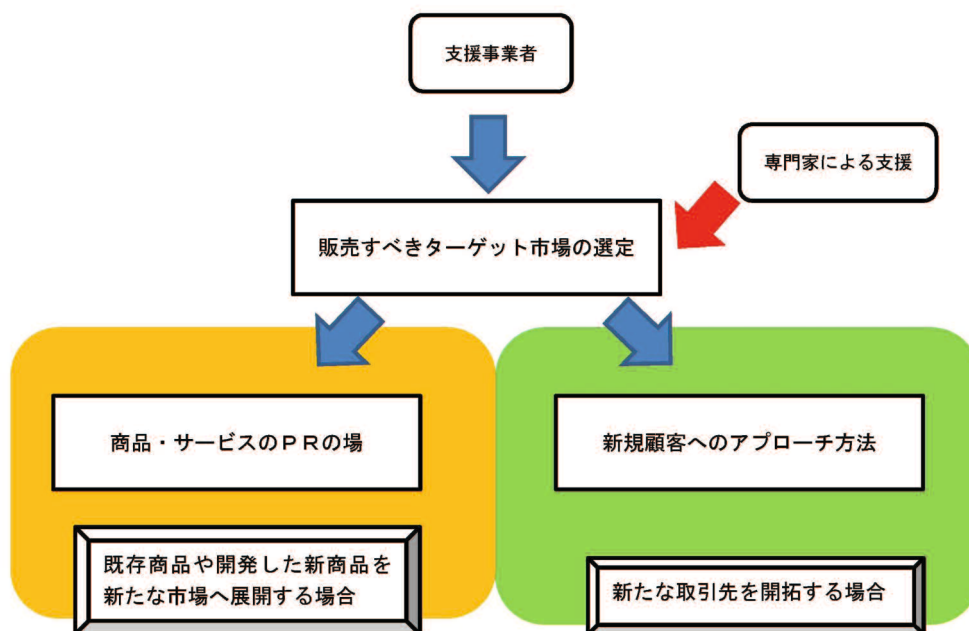
「商品・サービスのPRの場」という課題に対しては、東京・大阪・名古屋をはじめとした大都市圏

や愛知県内の観光スポットで開催されるようなイベントなどにおける物産展への出展を支援していく。更には、インターネットを活用した販路開拓支援として、全国商工会連合会が運営するショッピングサイト「ニッポンセレクト」への出品や愛知県商工会連合会が運営する「まるっと！とあいち」への出展を支援していく。

最後に「新規顧客へのアプローチ方法」という課題についてであるが、巡回活動を通じて、商品力や技術力を有する企業を見つけた場合については、新たな取引先の開拓方法の一つとして、連携相手のひとつである十六銀行（岐阜市）が開催するビジネスマッチング事業（逆見本市事業）への参加を提案する。当事業を活用することで、企業同士が新規の顧客に対して1対1の形で密度の濃い商談をおこなえるような仕組みを取り入れていく。

また、自社でホームページを持たないような小規模事業者については、商工会のネットワークシステムである「SHIFT」などを活用した個別のホームページの作成を支援したり、それに伴い、ホームページ上でのショッピングサイトの作成支援などをおこなっていく。

図表 12.販路開拓支援のイメージ



（事業内容）

- ①地域外にビジネスチャンスを広げるための取組としては、東京、大阪、名古屋などで開催される展示会・物産展についての情報提供を「景況・施策レポート」や商工会のHPにて周知する。また、特に展示会の内容によっては、その内容にマッチする企業に対して巡回訪問を実施し、出展への提案および支援をおこなっていく。
- ②海外への進出を検討している事業者に対しては、あいち国際ビジネス支援センターなどの専門機関を活用しながら、支援対象事業者1社1社にあわせた形で支援をおこなっていく。
- ③ITを活用した販路開拓支援策としては、全国商工会連合会が運営している「ニッポンセレクト」への出展を支援するほか、インターネット販売や、実際に県営名古屋空港内にリアル店舗を構える「まるっと！とあいち」への出展を支援していく。特に「ご当地商品を扱う事業者」や土産物などを中心に「観光関連」への進出を目論む事業者を中心に出展を進めていく。
- ④まだ地域外に対してはあまり知られていないものの、キラリと光るような技術や商品を提供するような事業者を巡回訪問を通じて見つけだし、新たな販路開拓機会の場として、十六銀行（岐阜市）が進める個別企業ごとのビジネスマッチングである「逆見本市事業」を提案していく。この「逆見本市事業」は一般の開放型スタイルのビジネスマッチングと比べ、1社ごとに面談機会が

設定されるため、日程についてもある程度融通がきくほか、密度の濃い商談会を実現できるため、これまでの成約率も20%程度（通常は、3～5%）と非常に高く、地域内事業者の商談機会の拡大に期待できる。

- ⑤また、ネット販売用のホームページを持たないような小規模事業者に対しては、全国商工会連合会のシステムと連動している「SHIFT」などを利用したホームページ作成支援を活用することで、コストを掛けずにインターネット販売が出来るよう支援していく。

（事業計画）

支 援 内 容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
展示会・物産展への出展支援数	1	2	4	6	8	10
海外進出事業者の支援数	0	1	1	2	2	3
ビジネス支援サイト登録者数	2	2	4	6	8	10
ビジネスマッチング事業の利用事業者数	0	3	3	4	4	5
ホームページ作成支援者数	2	2	3	3	4	5

Ⅱ.地域経済の活性化に資する取組

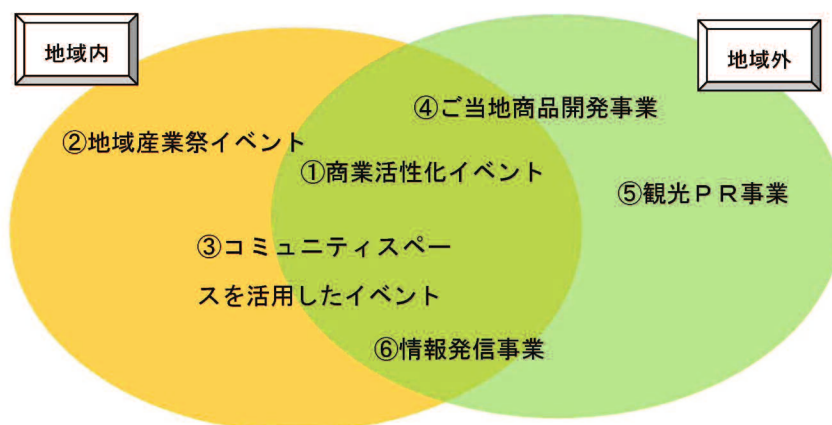
（考え方）

地域経済活性化のための基本方針としては、1つ1つの店舗では発信力が弱い小規模事業者をまとめることにより、面的な広がりをつくり、商業者同士の連携を強化するような取組を実施していく。また、地域内の小規模事業者の認知度向上のために、町内外の住民が多く集うようなイベントにおいて展示会や即売会を実施することにより、販路開拓に繋げていく。更に、地域のコミュニティスペースに、特産品や新商品、ハンドメイド商品などを一同に集めることによって、住民の交流を促すとともに、ビジネスチャンスの拡大を図っていく。

また、当扶桑町は、犬山市という観光都市の近くに立地していながら、その割に低い認知度に対して、地域が一体となって対外的にアピールをおこなうような取組も必要である。商工会としては、他地域に対して名刺代わりとなるような新たな商品の開発に取り組んでいく。既に開発を終えて町内や県営名古屋空港等で販売をおこなっている「扶桑カレー」については、消費者からの意見なども取り入れながら順次改善を進めるとともに、大手ショッピングセンターでの取り扱いなども見据えた取組により認知度の向上に努めていく。

また、犬山市を含めた近隣地域とも観光という軸において協調していくことを念頭に、まずは、共同の情報発信事業から進めていく計画である。そのためにも、情報発信ツールの充実には欠かせない課題となっている。特に、動画投稿サイト Youtube にアップしている地域のイメージ動画や企業紹介などのコンテンツについては、今後、より一層の充実を図っていく予定である。

図表 13.地域活性化支援のイメージ



地域経済活性化事業

(事業内容)

- ①商業活性化イベントとしては、商店街を中心に実施しているスタンプラリー事業やプレミアム商品券事業を実施し、大型店の知名度を活用しながらも、消費者に中小店にも足を運んでもらえるような仕組みを導入することにより、地域内の消費者からの認知度向上や顧客の固定化に活用してもらえようなきっかけ作りの場とする。
- ②毎年、10月に扶桑町内でおこなれるふそう町民祭りでは、商工物産展を開催し、来場者に実際に商品などに触れてもらったり、取組をパネル展示することにより、地元企業への認知度を高めていく。また、同時に即売会も実施することにより、3,000人ほどが来場するイベントを新商品やご当地商品のテストマーケティング、販売促進の場として活用する。
- ③現在、コミュニティスペースとして活用している「幸房くわの木」(扶桑町大字柏森)については、ご当地商品を一堂に集めて販売しているほか、手作り商品の制作に興味を持っている人たちのテストマーケティングの場としても活用されている。今後は更に、「食と音楽」を中心としたイベントなどを企画することにより、コミュニティスペースにおける交流人口を増やすことを通じて、販売促進を強化していく。
- ④現在販売中であるご当地商品の「扶桑カレー」については、町内取扱店舗12社および名古屋空港以外にも拡大すべく、大手ショッピングセンターなどで取り扱ってもらえるよう交渉を進めている。更に「ふるさと名物消費喚起事業」などの活用も検討しながら、より認知度が高まるような取組をおこなっていく。また、並行して商工会青年部を中心に新たなご当地商品の開発も検討していく。
- ⑤近隣10市町村(※5)の観光関連団体でつくる尾張地区観光推進協議会事業への参画と共同情報発信事業により、対外的な知名度の向上に努める。
- ⑥扶桑町の魅力については、ホームページやYoutubeなどのネットサービスを活用しながら、積極的な発信をおこなっていく。

URL

ホームページ：<http://www.fusoci.jp/>

Youtube：<https://www.youtube.com/user/FUSOSYOKOKAI>

(※5) 10市町村：小牧市、犬山市、春日井市、江南市、岩倉市、北名古屋市、一宮市、豊山町、大口町、扶桑町の尾張部近隣10市町村を指す。



写真：扶桑カレー



写真：コミュニティスペース
「幸房くわの木」

(事業計画)

支 援 内 容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
商店街スタンプラリー事業の実施回数	1	1	1	1	1	1
〃 参加事業者数	33	34	35	35	36	37
ふそう町民祭りの商工物産展への出展事業者数	6	6	7	8	9	10
〃 即売イベントへの出展事業者数	13	13	13	14	14	15
地域住民交流イベントの実施回数	0	1	3	3	4	4
ご当地商品の認知度向上 扶桑カレーの販売数	1,500	2,000	2,200	2,400	2,600	2,800
ご当地商品の新たな開発	1	1	1	1	1	1
尾張地区観光推進協議会 共同情報発信数	1	4	4	4	4	4
情報発信事業 ホームページアクセス数	2,727	3,000	3,100	3,200	3,300	3,400
〃 動画視聴者数	1,327	1,400	1,450	1,500	1,550	1,600

Ⅲ.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

1.他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等情報交換に関すること

(考え方)

本計画においては、地域の金融機関との連携に非常に重点を置いており、定期的な情報交換はもちろんのこと、更に、そこから一步踏み出して、具体的に何が出来るかについて検討していきたいと考えている。

また、当地域以外の経済団体との協力関係についても、これまで以上の強化を計画しており、今まで情報交換をおこなっていた枠組みを更に発展させ、具体的な共同事業をおこなうことで、支援ノウハウなどを相互に提供していく仕組みを目指す。

(事業内容)

- ①金融機関との情報交換会を定期的を開催することにより、金融機関側の視点や商工会側の施策実施予定を共有する機会を設ける。
- ②近隣地域の商工会で、職種別の情報交換会を定期的を開催することにより、商工会職員同士の情報交換、ノウハウの共有を図る。
- ③観光分野において、他地域の実施状況や成功事例を学んだり、今後、共同で取り組めることについての検討をおこなうための研究会に参加する。
- ④地域が限定されない課題については、共同で講習会事業を開催することにより、スケールメリットを発揮するとともに、ノウハウの相互交換を推進する。

(事業計画)

事 業 内 容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
日本政策金融公庫マル経協議会の開催回数	2	2	2	2	2	2
丹羽金融協会情報交換会の開催回数	1	2	2	2	2	2
金融機関による出張相談所の開催回数	2	2	2	2	2	2
〃 利用者数	8	10	11	12	13	14
中尾張地区事務局長会の開催回数	6	6	6	6	6	6
中尾張地区経営指導員会の開催回数	2	2	2	2	2	2
尾張地区観光推進協議会研究会の開催回数	1	2	2	2	2	2
経営講習会の共同開催	1	2	2	2	2	2

2.経営指導員等の資質向上等に関すること

(考え方)

経営発達支援計画を効果的に実行するためには、職員の資質向上は欠かせない。特に当商工会のような小さな組織においては、全職員体制での実行体制が不可欠である。そこで、基本的には指導業務

についての複数担当制を実施することにより、仕事については、若手職員が先輩職員の職務を体験しながら仕事を覚えていくような仕組みを目指す。

また、他の職員の職務内容をしっかり理解できるよう情報の共有を進める必要がある。そのため、支援内容が誰でも見れるよう経営カルテの整備と経営支援書類の回覧などをおこなっていく。

更に OJT で賄いきれない部分については、愛知県商工会連合会が開催する研修や連携機関が開催する研修等を積極的に活用することにより、知識やノウハウの研鑽を図る。

(実施内容)

複数担当制の採用

全職員が経営発達計画の円滑な実施に取り組めるように、情報やノウハウの共有を図れるような体制作りを目指す。具体的には、若手職員を育成するために、経営発達計画に関連する各種業務の担当を複数名にすることによって、先輩職員と職務と一緒に体験しながら覚えていくような仕組みとする。また、事業者が商工会を訪れた際に主担当者がいなくても、ある程度の段階まで進めることで、事業者に対して無駄なお手間をとらせないような窓口体制を目指す。経営分析の1つである「企業概況分析」については、経営指導員以外の担当者も実施できるよう、中小企業診断士の資格を持つ職員が講師役となり、分析手法や分析結果の見方について伝えていく。

情報の共有

経営発達計画の遂行のためには、各職員が他の職員の行動予定であったり、支援企業の状況についてしっかりと情報を共有している必要がある。そのため、全体予定については、週に1度実施する全体ミーティングや共有業務日報を活用する。

また、事業者の経営支援については、経営カルテ、経営支援書類の回覧などを通じて、各職員がどのような支援をおこなっているかを事務局職員全体でしっかりと把握していく。

外部研修制度の活用

愛知県によって定められている法定研修、愛知県商工会連合会が開催する経営支援能力向上のための研修の他、税務署、日本政策金融公庫、あいち産業振興機構が開催する研修などの場において知識やノウハウの研鑽を図る。

図表 14. 外部研修の予定

研修名	対象者	時期	実施主体
経営支援事例発表会	管理職職員	8月	愛知県商工会連合会
管理職研修	管理職職員	7月、12月	愛知県商工会連合会
中堅職員研修	中堅職員	7月、12月	愛知県商工会連合会
マル経協議会	経営指導員	4月、10月	日本政策金融公庫
指導員研修	経営指導員	6月～8月	愛知県商工会連合会
中尾張支部指導員研修	経営指導員	6月、12月	中尾張支部指導員会
設備近代化資金貸付担当者会議	経営指導員	3月	あいち産業振興機構
中小企業大学校研修	経営指導員	通年	中小企業基盤整備機構
新入職員研修	新入職員	4月	愛知県商工会連合会
経営支援実務研修会	新入職員	11月、1月	愛知県商工会連合会
商工会職員基本能力研修	新入職員	12月、1月	愛知県商工会連合会
商工会職員研修	全職員	6月、10月	商工会職員協議会
中部ブロック職協役員研修	全職員	10月	商工会職員協議会
e-TAX研修会	全職員	1月	小牧税務署
確定申告指導勉強会	全職員	1月	小牧商工会議所
WEB研修	全職員	通年	全国商工会連合会

3. 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

(考え方)

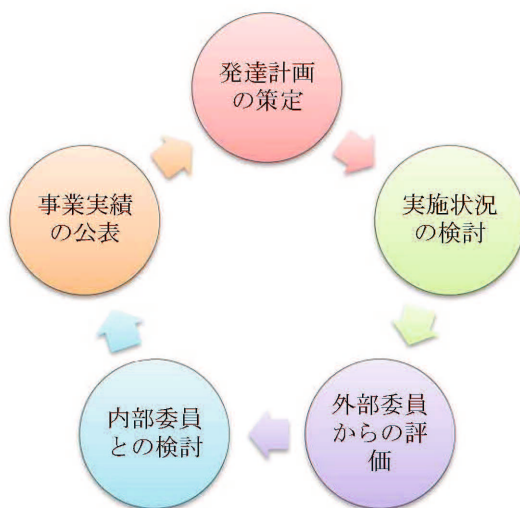
経営発達支援事業の実行のために欠かせないのが、産（商工会）・官（行政）・学（専門機関）・金（金融機関）の連携である。この計画は、今後の地域の小規模事業者の経営支援の方向性を見定めるもとのなるため、商工会としても、正副会長に十分に計画の内容を理解していただき、現場の事業者を代表した声をいただきたいと考えている。

また、本計画においては、扶桑町や東海学園大学、丹羽金融協会などとの連携を前提としており、これらの機関との情報交換の場において、事業に対する評価をいただく予定である。これら内部・外部の声を反映させながら翌年の事業計画の策定につなげていく。また、単年度の実績及び計画については、翌年度に実績数値の公表をホームページ上でおこなう。

(実施内容)

- ①地域の課題、中小企業者の動向やニーズなどをもとに、商工会事務局において、年度における目標を設定した実行計画を策定する。
- ②実行計画に基づき、全職員体制で事業を実施する。
- ③事業の進捗については、ミーティングにおいて定期的に確認していく。
- ④年度の実施状況がある程度、把握できたら実績報告をまとめ外部委員からの評価を受ける。
- ⑤事業実績、外部委員からの評価をもとに正副会長を含めた内部委員からの評価、検討を加え、翌年度の事業計画の策定をおこなう。
- ⑥公表結果については、ホームページ上 (<http://www.fusoci.jp/>) でおこなう。

支援計画のための PDCA サイクル



評価委員名簿

	役職	氏名(役職)
商工会	会長	鈴木 洋
	副会長	近藤齊宏
	副会長	梅田直一
外部委員	町産業環境課	(担当主幹)
	丹羽金融協会	(代表幹事)
	東海学園大准教授	藤木善夫
事務局	事務局長	天野末光

敬称略

(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	
(平成 27 年 4 月現在)	
(1) 組織体制	
事務局長	天野末光
事務局次長	丹羽則之
指導主任	石原俊之
主 事	日下部錬
主 事	本田安祐美
臨時職員	手嶋美智子
(2) 連絡先	
住 所	愛知県丹羽郡扶桑町大字高雄字天道 3 3 5
電話番号	(0 5 8 7 - 9 3 - 5 1 1 1)
F A X	(0 5 8 7 - 9 3 - 5 4 1 0)
メールアドレス	info@fusoci.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)

	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
必要な資金の額	34,145	33,630	33,630	33,630	33,630
普及事業人件費	<u>20,441</u>	<u>20,000</u>	<u>20,000</u>	<u>20,000</u>	<u>20,000</u>
普及事業費	<u>11,074</u>	<u>11,000</u>	<u>11,000</u>	<u>11,000</u>	<u>11,000</u>
一般事業費	<u>1,220</u>	<u>1,220</u>	<u>1,220</u>	<u>1,220</u>	<u>1,220</u>
経営講習会開催費	200	200	200	200	200
経営税務対策費	150	150	150	150	150
情報化対策費	320	320	320	320	320
青年部対策費	550	550	550	550	550
管理費	<u>1,410</u>	<u>1,410</u>	<u>1,410</u>	<u>1,410</u>	<u>1,410</u>
広域事業分担金	1,410	1,410	1,410	1,410	1,410

(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
県補助金、町補助金、会費

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
①経済動向調査における情報の収集・分析 ②事業計画策定支援、伴走型支援・創業・新規開業支援における専門家による助言・指導 ③セミナー・説明会における相互利用
連携者及びその役割
扶桑町役場：愛知県丹羽郡扶桑町大字高雄字天道 3 3 0 町長 江戸 満 「扶桑町都市計画マスタープラン」等の都市計画や各種条例の制定、進出企業に対する奨励金などの事業環境の整備をおこなう。また、担当課である産業環境課が経営発達計画の外部委員として就任し、当事業への意見・指導を頂く。 丹羽金融協会：(代表幹事) 十六銀行扶桑支店 愛知県丹羽郡扶桑町大字柏森字西屋敷 1 5 5 支店長 服部正直 大垣共立銀行扶桑支店 愛知県丹羽郡扶桑町大字高木字桜木 5 2 5 支店長 長橋芳幸 名古屋銀行扶桑支店 愛知県丹羽郡扶桑町大字柏森字中切 4 4 4 支店長 森 信竹 岐阜信用金庫扶桑支店 愛知県丹羽郡扶桑町大字高木字桜木 5 0 6 支店長 寺田陽一朗 いちい信用金庫扶桑支店 愛知県丹羽郡扶桑町大字高雄字宮島 2 5 7 支店長 長谷川隆司 地域の金融機関の立場からの情報の調査・分析とその内容についての情報提供。経営に関するイベント情報に関しても共有をはかり、事業者が様々なイベントに参加できる場を増やす。また、十六銀行とは逆見本市事業など販路開拓支援事業でも協力を図る。地域の金融機関のシンクタンクとしての能力が期待できる。また、金融機関と連携を組むことによりヒト・モノ・カネを包括した支援が可能となる。丹羽金融協会の代表幹事が経営発達計画の外部委員として就任し、当事業への意見・指導を頂く。 日本政策金融公庫一宮支店：愛知県一宮市大志 2 丁目 3 - 1 8 支店長 牧山匡朗 情報の調査・分析、特にマル経に関する情報提供。出張相談会の開催。公的な金融機関として、小規模事業者に対する支援に対して金融面からのバックアップが期待できる。 東海学園大学：愛知県みよし市福谷町西ノ洞 2 1 番地 2 3 3 学長 松原武久 学術機関としての調査・分析とその内容についての情報提供。事業計画支援などにおいて、専門的な知見の提供を受ける。特に当学園は、中小企業診断士の養成課程を有しており、高度な事業計画策定支援における経営診断などが期待できる。当該校の担当教員が経営発達計画の外部委員として就任し、当事業への意見・指導を頂く。 公益財団法人あいち産業振興機構：愛知県名古屋市中村区名駅四丁目 4 番 3 8 号 理事長 森 鋭一 県内の景況情報や施策情報などの提供を受ける。また、県の総合支援機関として、専門家の派遣などでその知見の提供を受ける。特に補助金・助成金施策から専門家の派遣までの一体的支援が期待できる。

名古屋鉄道株式会社：愛知県名古屋市中村区名駅一丁目2-4 代表取締役社長 安藤隆司
町内企業へのmanaca 端末の普及促進を商工会と共同でおこなう。また、イベント実施時における情報データの提供を受ける。今後は共同で、manaca 端末を利用した販売促進イベントなどを企画している。

東海税理士会小牧税理士部：愛知県小牧市中央一丁目346 木津用水会館二階 支部長 高嶋浩通
決算・確定申告などの相談会の開催などの事業に講師として来てもらい、指導を受ける。特に、税務的な課題に対して、専門的な知見の提供を受ける。

愛知県弁護士会：愛知県名古屋市中区三の丸1-4-2 会長 川上明彦
ひまわりネットワーク事業を通じて、法律的な課題に対して、専門家的な知見の提供を受ける。中小事業者にとって、日頃はなじみのない法務問題の対応窓口としての機能が期待できる。

連携体制図等

