

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	伊那市商工会 (法人番号 1100005008886)
実施期間	平成30年4月1日～平成35年3月31日
目標	<p>地域唯一の総合経済団体として、小規模事業者施策の「一番身近な窓口」として機能する組織、体制づくりに努めるとともに、専門家や他機関と連携し「小規模事業者の拠り所」となれるようワンストップサービスに心がけ以下の項目を事業目標とし経営発達支援計画を推進する。</p> <p>(1) 行政、地域支援機関との連携を強化し各種支援施策の積極的活用を促し持続的発展のための基盤強化を支援する</p> <p>(2) 若手経営者、後継者への支援を強化し「強み」を見出すことで経営力強化を図り空き店舗増加ゼロ、脱下請け、事業の多様化を図る</p> <p>(3) 地域資源のブランド化と観光資源のブラッシュアップ、新規創業者の掘り起こしにより地域経済の活性化を目指す</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査 小規模事業者への四半期毎の聞き取り調査と伊那市、観光協会、地元金融機関との情報交換会により事業計画策定に資する情報収集を行う。情報は小規模事業者へ提供すると共にHPにて公開する。</p> <p>2. 経営状況の分析 需要を見据えた事業計画作成を促すために経営指導員、補助員が巡回訪問により経営分析を行う。また小規模事業者に対してアンケート調査を行い事業計画策定が喫緊の課題である事業者を選定し経営分析を行う。支援情報は小規模事業者支援システムに集約し全職員が共有する。</p> <p>3. 事業計画策定支援 経営分析を行った事業所に対して問題点、改善点の意識共有を行い事業計画の必要性を伝え専門家と連携し計画策定を支援する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援 経営指導員が伴走型の支援を行い必要に応じて専門家と連携し計画のPDCAをサポートし計画の推進を支援する。</p> <p>5. 需要動向調査 「売れる商品」を企画、開発、改良、品揃えするために観光客のニーズ調査、消費トレンド調査を行い情報提供する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 物産展、展示会への参加と「信州匠選」を利用した販路開拓。「飲食店マップ」による情報発信。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 生産性向上や消費拡大に資する国、県、市の施策を事業者と消費者に対し周知する。地域資源のブランド化、6次産業化による付加価値アップ支援。新規創業者の掘り起こしによる地域経済の活性化。</p>
連絡先	<p>〒396-0211 長野県伊那市高遠町西高遠 833-6 伊那市商工会 TEL0265-94-2309 FAX0265-94-4160 E-mail takato@silver.plala.or.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 地域の概要

当商工会は平成18年に伊那市と行政合併をした高遠町、長谷村と旧伊那市西春近地区をエリアとしており3地域がそれぞれの特徴を持っている。

合併商工会という成り立ちにより、市周辺地域がエリアであり人口、企業数とも減少している。また高遠・長谷地区と西春近地区は地理的に旧伊那市が間に挟まる離れた地域である。(H29年8月人口 高遠5,755人 長谷1,769人 西春近6,031人、計13,555人)

高遠地区は日本屈指の桜の名所である高遠城址公園を抱え全国的にも「高遠」の知名度が高く商業、観光業のウエイトが高い。戦後から桜での町おこしに取り組み大きな経済効果をもたらし、観光業はもとより商店街を中心に小売、飲食業も大きな恩恵を受けてきた。しかし近年は観光客が半減しており(観桜期高遠城址公園有料入場者数 H8年40万人、H29年17万人)地場産業である「高遠饅頭」の製造小売店も20年前6店あったが現在は3店である。反面ここ数年「そば」を新たな地域名物としてPRしており、独特のつゆで食す「高遠そば」を提供する飲食店は4～5店であったが数年で12店まで増加している。

長谷地区は南アルプスの伊那市側登山口となっており南アルプススーパー林道を有し観光、建設業が中心である。平成20年に南アルプスが「日本ジオパーク」に認定され長谷地区を始発とする南アルプススーパー林道バスの利用者は、H20年の4万4千人からH28年5万4千人と増加している。

西春近地区は市の中心に近く大手企業(製造業、大型小売店舗、娯楽施設)が多く小規模事業者は多種多様のニーズを持っている。又近隣市町村との観光ルート設定や企業運営による新たな観光施設により観光客も増加している。

建設業、製造業は全地域において大きな雇用の場を提供している。(H26年時点従業員数○建設業1,952名・就業者の5.6% ○製造業6,422名就業者の18.6%)しかし両業種とも事業所数、従業員数ともに減少しており小規模企業の多い当会エリアは特に減少率が高くなっていると思われる。業種特性により建設業では公共工事、製造業では特定の発注先(親企業)への依存が高いため個々の企業からの相談に対応しているだけで業としての実態やニーズを把握できていない事から全体としての有効な振興策を打ち出せない状態である。

(商工会管内商工業者数)

	製造業	建設業	小売業	飲食・宿泊 サービス業	その他	商工業者合計 (内小規模事業者数)
H20年3月	153企業	175企業	178企業	179企業	48企業	733企業 (715企業)
H29年3月	95企業	100企業	127企業	185企業	53企業	560企業 (472企業)

(市内建設業者数、製造業者数の推移)

業 種	H 2 1 年	H 2 6 年	減少率
建設業・事業所数	4 2 9	3 7 5	▲12.6%
製造業・事業所数	4 0 1	3 8 3	▲ 4.5%

2 地域の現状と課題

当商工会は伊那市の周辺地区がエリアであり人口減少も激しい。(5年間で1,109人、約8%減少) 高遠町商店街(50店舗・空き店舗3)はH19年～H29年の10年間で7店減少した。長谷地区、西春近地区の店舗数も減少している。最大の原因は後継者不在のための廃業である。現存する商店は地域の買い物弱者にとって最後の砦となりつつある。商店街としての機能を持続し地域の暮らしを守るためにも各個店の持続的発展を支援しなければならない。「高遠」「長谷」を冠する商品は料理、菓子、清酒、陶器など素材は豊富にあり最近では新たな商品開発も行われている。また「高遠そば」を提供する飲食店は毎年1店舗のペースで増えており集積としての魅力も増している。しかし現在はそれぞれを扱う業者、団体等が各々に活動しており統一感に欠けているが観桜期のみ頼らない通年観光を目指すために統一した地域ブランドとして育てることが重要課題である。

3 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

人口減少の激しい環境下で事業を継続していくことは大変な事である。少しでも人口減少を食止めるには住み良い地域環境を維持発展させる以外には無い。小規模事業者は過去の推移より今後10年間に30%～40%の減少が予想される。事業計画の策定を進める中で事業者がなるべく早く今後の経営方針を明確にする事で事業者個々のニーズに即した支援を行いたい。それぞれの事業者が地域1番店を目指し地域にとってなくてはならないお店になる事、高遠そばを中心とした特色ある地域として観光客を呼び込む事、廃業に対しては事業承継支援、創業塾の開催(共催)による創業者の発掘により空き店舗を増やさない事で賑わいのある地域を目指す。

4 本計画の目標

- ①若手経営者、後継者のいる商店への徹底した巡回を行い、現状を把握し持続的発展のための支援を行う。
- ②若手経営者、後継者のいる建設業、製造業の事業所を巡回訪問し聞き取りにより経営実態を把握し、経営者と共に自社の「強み」を見出すことで脱下請け、事業の多様化による持続的発展を目指す。
- ③巡回による実態把握と関係機関との定期的な懇談会により得られた情報をもとに若手経営者を中心に経営計画作成の支援を行うと共に国、県、市の補助金を活用し売上アップのための基盤強化を支援する。
- ④従来の観光資源を、売上に結びつく資源として見直すと共に地域資源の活用方法を提案し売上に結びつけ商店街の空き店舗増加ゼロを目指す。

5 目標達成に向けた方針

- ①「若手経営者、後継者のいる商店」をリストアップし、全職員が意識を持って現状把握し経営カルテである小規模事業者支援システムに入力を行い把握した現状をスワット分析し事業計画策定支援の資料を整える。
- ②「若手経営者、後継者のいる建設業、製造業の事業所」をリストアップし、全職員が意識を持って現状把握し経営カルテである小規模事業者支援システムに入力を行い把握した現状をスワット分析し事業計画策定の資料を整える。
- ③スワット分析を元に売上増加に資する情報（行政、金融機関、民間シンクタンク等が提供する情報）をわかりやすい文章とグラフにまとめて若手経営者のいる主要支援先企業に提供し販売機会を逃さない支援を行う。
- ④長野県よろず支援拠点、長野県商工会連合会エキスパートバンクの専門家の支援を求めて売上に結びつく地域資源の活用方法について研究を行う。

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 (30年4月1日～35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】

(現状と課題)

国、県が調査する広範囲の経済レポートは多々あるが、小規模事業者に対し十分提供してきたとは言えない。

また、国、県が調査する広範囲の経済レポートだけでは地域の実態が反映されていない場合や地域の実態を掴みにくい事がある。

(改善方法)

地域実態にできる限り近い経済動向を把握・理解し、全職員が情報共有する事で、小規模事業者に対する的確な支援を行うための資料とする事と、個々の小規模事業者が自社の置かれている地域経済の現状と将来予測をして、的確な事業計画を立てるための判断情報として利用できるように改善する。

(事業内容)

(1) 地域経済動向の情報提供 (新規事業)

(目的)

小規模事業者が自社の置かれている経済動向を的確に把握し事業計画を立てるための地域経済状況を把握してもらうことを目的に、下記アで行う中小企業景況調査(当会実施分)と下記イで行う商工会独自による地域経済動向の情報収集追加調査を行い、経営指導員が収集・分析し、更に全国調査結果(全国商工会連合会による調査)の全国の売上額DIと採算DIを追加掲載し、比較分析した情報を小規模事業者へ情報提供し、事業計画策定の資料とする。

(調査対象者)

業種別に製造業8社、建設業13社、小売業15社、サービス業7社、計43社

(調査方法)

下記アの調査及び下記イの調査の合算による。方法は、経営指導員によるアンケートの配布、聞き取りにより、下記ア及び下記イの調査を行い、収集した情報の整理分析を行う。

(頻度)

下記ア及び下記イの調査の結果が出る8月、10月、1月、4月の年4回とする。

(調査項目)

- ①売上額DI (前年同期比及び同年前期比及び前年同期と比べた来期見通し)
- ②商品、材料仕入れ単価DI (前年同期比及び来期見通し)
- ③採算(経常利益)DI (前年同期比及び来期見通し)

- ④今期自社業況水準（良い、普通、悪いで回答）
- ⑤設備投資状況（今期おこなったかの有無、次期予定の有無）
- ⑥今期直面している経営上の問題点（多項目選択式にて1位から3位を記入）
- ⑦全国との比較(売上額DIと採算DIのみ)

(活用方法)

調査結果はホームページに掲載することで、小規模事業者が事業計画を作成するうえで活用していただく。(必要な売上目標の設定や設備投資時期の判断材料等として)また、全職員が的確な支援を行うための地域経済動向を把握する資料とする。

(掲載方法)

両調査の結果が出る8月、10月、1月、4月の4回、商工会のホームページに掲載する。

(効果)

小規模事業者が自社の置かれている経済動向を的確に把握し、事業計画を立てるための地域経済状況を把握してもらうことができる。併せて全職員が的確な支援を行うための資料となる。

ア 中小企業景況調査(当会実施分)による個別企業経済動向の情報収集(継続事業)

当商工会は、長野県商工会連合会並びに全国商工会連合会がまとめる「中小企業景況調査」を実施している。

(調査対象者)

製造業4社・建設業2社・小売業3社・サービス業6社の計15社

(調査方法)

調査は4月～6月期を6月1日時点（6月分は見込み）、7月～9月分を9月1日時点（9月分は見込み）、10月～12月分を12月1日時点（12月分は見込み）、1月～3月分を3月1日時点（3月分は見込み）で経営指導員が該当事業所を訪問し十数項目を調査している。調査結果は経営指導員が整理分析する。

(頻度)

上記の年4回

(調査項目)

継続的に比較分析する項目は中小企業景況調査項目の内

- ①月別の売上額
- ②売上額DI（前年同期比及び同年前期比及び前年同期と比べた来期見通し）
- ③商品、材料仕入れ単価DI（前年同期比及び来期見通し）
- ④採算（経常利益）DI（前年同期比及び来期見通し）
- ⑤今期自社業況水準（良い、普通、悪いで回答）
- ⑥設備投資状況（今期設備投資の有無、次期設備投資予定の有無）
- ⑦今期直面している経営上の問題点（記述項目の内から選択式にて1位から3位を記入）
- ⑧今期自社業況水準の判断理由（記述式）の8項目とする。

(活用方法)

上記(1)の調査のデータとして活用する。

また、取りまとめた結果は個社毎にファイルを作成し、時系列で一読できるように表並びにグラフ化し、個社の動向を数字で掌握できるようにする。(記述式については主旨を記述)

さらに、個社ファイルは事務所内サーバーの共有ファイルにて管理し、全職員が共有し個社の事業計画策定のための資料として活用する。

(提供方法)

上記(1)の調査結果のデータとして提供する。

イ 商工会独自による地域経済動向の情報収集追加調査(新規事業)

上記アの調査だけでは、サンプル数が足りないため実施する。

(対象者)

小規模事業者の中から28社を選定し実施する。

業種構成は製造業4社、建設業11社、小売業12社、サービス業1社の合計28社

(調査方法)

経営指導員のアンケート形式により、上記アの調査項目の一部省略した内容で、7月、9月、12月、3月の年4回、配布、聞き取りにより行う。

併せて経営指導員が収集した情報の整理分析を行う。

(頻度)

上記の年4回

(調査項目)

上記アの調査項目から①、⑧を除く6項目

(活用方法)

上記のアの調査と同様

(提供方法)

上記(1)の調査結果のデータとして提供する。

(2) 伊那市と連携した地域経済動向の情報収集(新規事業)

伊那市では毎年1回(年初)市内主要企業の経営状況と併せて要望等を聞き取り(アンケート方式)市政の参考にすることを目的に、市職員が訪問により事業主と直接対話をしている。アンケート結果は公表されていない。

(目的)

アンケート結果は公表されていないので、経営指導員が市商工観光部から当商工会管轄区内の企業分の情報提供を受け、小規模事業者に提供し、事業計画策定の資料とする。

(調査対象者)

対象企業124社内訳は製造業114社(内小規模事業者約50社)、建設業10社の内当商工会管轄区内の企業分

(調査方法)

提供を受けた情報は、経営指導員が業種、調査項目に分けて前年との比較で・

良い（増加）・昨年並み・悪い（減少）に分けて単純集計し、DI化し数値を表とグラフにまとめる。更にグラフを分析し、通常の経営改善普及事業による巡回、窓口支援で得られる景況感等の情報と重ね併せてわかりやすい文章で地域経済動向としてまとめる。

（頻度）

毎年1回（年初）

（調査項目）

- ①景況感
- ②短期見通し
- ③受注状況並びに見通し
- ④操業度
- ⑤雇用状況

上記5項目とする。

（活用方法）

まとめた調査結果は、小規模事業者が事業計画を立てるための判断材料としてもらう。また全職員が共有し小規模事業者支援のための地域経済動向を掴む資料とする。

（提供方法）

年1回（7月前後）、商工会のホームページに掲載する。

（効果）

上記の（1）の調査と同様。

（全体目標）

	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
景況調査と商工会独自のアンケート合算による経済動向の情報提供	0	4回/年 (8月・10月・1月・4月)	4回/年 (8月・10月・1月・4月)	4回/年 (8月・10月・1月・4月)	4回/年 (8月・10月・1月・4月)	4回/年 (8月・10月・1月・4月)
中小企業景況調査による情報収集(独自集計)	0	15社× 4回/年 計60回	15社× 4回/年 計60回	15社× 4回/年 計60回	15社× 4回/年 計60回	15社× 4回/年 計60回
商工会独自のアンケートによる情報収集	0	28社× 4回/年 計112回	28社× 4回/年 計112回	28社× 4回/年 計112回	28社× 4回/年 計112回	28社× 4回/年 計112回
伊那市が行う企業訪問による情報収集と提供	0	1回/年 (7月)	1回/年 (7月)	1回/年 (7月)	1回/年 (7月)	1回/年 (7月)

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

現状では、個人青色申告者の決算期において決算書作成支援を行うと共に、借入金推移の指摘を行い、法人においては融資斡旋や労働保険関係の支援時に財務分析、従業員数の把握等を行っているが持続的発展に資する事業計画作成資料としての活用は不十分である。

(改善方法)

需要を見据えた事業計画を作成するためには、自社の財務内容や保有する商品、技術の強み弱みを知るための、経営状況分析が重要な事を巡回指導により説明する。

説明するとともに伴走型支援により経営指導員が各個社の財務分析と SWOT 分析による非財務分析を行う。

また巡回指導をより効果的に行うために、今後5年間に最も支援を必要とする事柄について、小規模事業者に対してアンケート調査を行い、売上低迷が課題となっている事業者を抽出し経営状況を分析する。

(事業内容)

①記帳継続指導事業所に対する経営分析（改善・拡充）

(目的)

記帳継続指導事業所へ財務分析情報を提供し、更に非財務分析を行い事業計画策定へ繋げる。

(対象者)

記帳継続指導事業所 20事業所（4事業所/年）

(手法手段)

「ネット de 記帳」システムを利用して決算書作成支援を行っている事業所（10企業）は、当該システムを利用して決算書作成（BS・PL）を行い、日本政策金融公庫開発の財務診断サービスシステムに入力して財務分析を行う。

それ以外の10事業所は、それぞれが利用している会計ソフト（弥生会計又はブルーリターンの2種類）にて決算書作成（BS・PL）を行い、日本政策金融公庫開発の財務診断サービスシステムに入力して財務分析を行う。

分析は、決算書作成後（全事業所が個人事業所）4月に経営指導員2名、補助員2名が行う。

非財務分析については、20事業所ともに経営指導員が巡回、窓口相談時に聞き取りにより行う。

(分析項目)

財務分析：収益性、生産性、安全性の3項目（日本公庫による業界平均値も併記）

非財務分析：SWOT分析を行う

自社の置かれた経営資源を把握し、販売戦略を立てるために「人材」「設備・技術」「商品・サービス」等についての強み、弱みと「立地・環境」「自社の置かれた市場環境」等についての機会、脅威をヒアリングし分析を行う。（長野県商工連の上席専門経営支援員を活用する）

(活用方法・提供方法)

分析結果は各事業者へ経営指導員、補助員が内容説明を行いながら訪問提供する。また商工会として個社のファイルを作成し、支援職員が共有し事業計画策定の

ための資料とする。

(効果)

自社の財務内容を数値化して知る事と SWOT 分析を行う事で、自社の強み弱みを確認する事ができ事業計画作成のための資料となる。

②若手経営者、後継者のいる事業所に対する経営分析（新規事業）

(目的)

若手経営者、後継者のいる事業所に対し経営分析情報を提供し事業計画策定へ繋げる。

(対象者)

若手経営者、後継者のいる小規模事業者 25事業所（5事業所/年）

(手法手段)

経営指導員2名が重点的な巡回訪問により、需要を見据えた事業計画を作成する事が重要であり、そのためには自社の財務内容把握と、保有する商品、技術等の強み弱みを知るためのSWOT分析等非財務分析が必要な事を説明し、伴走型支援により経営分析を行う。

(分析項目)

財務分析 →上記①と同じ

非財務分析 →SWOT分析を行う 分析項目は上記①と同じ

(活用方法・提供方法)

分析結果は、各事業者へ巡回により経営指導員が内容説明を行い、自社の財務内容と強み弱みを理解してもらい事業計画策定へ繋げる。

また商工会として個社のファイルを作成し、支援職員が共有し事業計画策定支援のための資料とする。

(効果)

自社の財務内容やSWOT分析による強み弱みを知ることで、事業計画作成に資する経営状況分析ができる。

③新規創業者に対する創業後の経営分析（新規事業）

(目的)

新規創業した事業所が、当初の創業計画通りに推移しているかを検証し修正するためと、更に売り上げを伸ばすための事業計画作成に資する資料とするために財務分析情報並びに非財務分析情報の提供をする。

(対象者)

創業後1年～7年を経過した事業所 10事業所（2事業所/年）

(手法手段)

経営指導員2名が重点的な巡回訪問により創業後の経営内容について聞き取りを行う。今後更に売り上げを伸ばすためには、需要を見据えた事業計画を作成する事が重要であり、計画づくりに必要な財務分析と商品、技術等の強み弱みを知るための非財務分析が重要な事を説明し伴走型支援により経営分析を行う。

(分析項目)

財務分析 →上記①と同じ

非財務分析 →SWOT 分析を行う 分析項目は上記①と同じ

(活用方法・提供方法)

分析結果は、各事業者へ巡回により経営指導員が内容説明を行い、自社の財務内容と強み弱みを理解してもらい、事業計画策定へ繋げる。また商工会として個社のファイルを作成し、支援職員間で共有し事業計画策定支援のための資料とする。

(効果)

創業計画と現状の比較を行い、異差がある場合はその原因を洗い出す事ができる。また、原因に対する対策を事業計画に反映する事できる。

④売上低迷が喫緊の課題である事業者に対する経営分析（新規事業）

(目的)

経営上の問題点として、売上の低迷が課題である事業所に対して事業計画作成のための財務分析情報並びに非財務分析情報を提供する。

(対象者)

自社が抱える経営課題に対するアンケートの集計、分析結果により事業計画を作ることが喫緊の重要課題である事業所

(課題として「売上の低迷」「利益率の低下」等をあげた事業所)

50事業所（10事業所/年）

(手法手段)

(ア) 経営課題アンケート

地区内の小規模事業者472名に対して経営上の課題と今後5年間に最も必要とする支援ニーズについてのアンケート調査を行う。

(イ) 対象事業所の経営状況分析

調査結果を分析し「売上の低迷」「利益率の低下」が課題である事業所に対して、支援時期（設備投資予定の有無、事業承継の予定、各種補助金の申請予定等を考慮）と、支援内容（新商品新メニュー開発、競合店対策、従業員の確保と教育等）を検討し、経営指導員2名が巡回訪問により事業計画策定のための経営状況分析を行う。

(分析項目)

財務分析 →上記①と同じ

非財務分析 →SWOT 分析を行う 分析項目は上記①と同じ

(活用方法・提供方法)

分析結果は、各事業者へ巡回により経営指導員が内容説明を行い、財務内容と強み弱みを理解してもらい、新たな需要開拓に資する事業計画策定へつなげる。また商工会として個社のファイルを作成し、支援職員間で共有し事業計画策定支援のための資料とする。

(効果)

地区内小規模事業者の中で売上アップに資する事業計画策定が喫緊の課題と思われる事業者に対して優先的に経営分析支援を行うことができる。

(目標)						
	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
①記帳・決算継続支援先企業の経営状況分析	0	4件	4件	4件	4件	4件
②若手経営者の経営状況分析	0	5件	5件	5件	5件	5件
③新規創業者に対する経営状況分析	0	2件	2件	2件	2件	2件
④アンケートによる選定企業に対する経営状況分析	0	10件 小規模事業者472事業所に対するアンケート調査実施	10件	10件	10件	10件
分析件数合計	0	21件	21件	21件	21件	21件

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

現在は、各種補助金獲得と金融支援に必要な事業計画が中心であり、販路拡大や事業の持続的発展に資する計画策定を支援する事はほとんど無い状態である。小規模事業者が持続的発展をするためには、現状を把握し将来の自分の姿を見据えた事業計画が重要な事を理解していただき、事業計画作成を目的とした巡回指導を強化しなくてはならない。

(改善方法)

小規模事業者が持続的発展をするためには、顧客ニーズや自らの強み弱みを踏まえた事業計画に基づく経営を行う事が重要であることを啓蒙し、経営分析を行った企業や「2. 経営状況の分析に関すること」の④の事業で行ったアンケート調査により掌握した「事業計画策定が喫緊の課題である事業者」へのアプローチ、また個別相談等の機会を捉え事業計画作成支援を実施していく。

(事業内容)

①記帳継続指導事業所に対する事業計画策定支援（新規事業）

(目的)

日頃、記帳継続指導を通じて決算支援し売上アップが重要課題である事業所への事業計画作成支援

(対象者)

記帳継続指導事業所で経営分析を行った事業所

(手段手法)

決算終了後（全て個人事業所なので3月）、経営分析の結果売上アップが課題である事業所に対し経営指導員が巡回訪問により内容説明を行い、事業計画作成が重要であることを説明する（4月～5月）。

中小企業基盤整備機構開発の「経営計画つくるくん」の活用により事業計画作成を支援する。

（支援内容）

「地域の経済動向調査」と「需要動向調査」を踏まえ、経営指導員が「経営計画つくるくん」を活用し、事業主からの聞き取りにより事業計画書の作成を支援する。

作成した事業計画書を、経営指導員がアドバイスしながら、各自が肉付けと深堀する形で、自分で考え事業計画書を作成していく。

必要に応じて専門家の支援を求める。

（効果）

財務だけではなく、自社の強み弱みを把握し、特徴を活かした経営を考える事ができる。

記帳事務は、奥さんや後継者が担当するケースが多い事から、経営者、共同経営者が協力して事業計画を作ることができるため、事業に携わる者が事業計画の内容を共有でき、実践していくことができる。

②若手経営者、後継者のいる事業所に対する事業計画策定支援（新規事業）

（目的）

経営経験が浅い若手経営者と後継者に対し将来の自分の姿や事業の考えを深めるための事業計画作成を支援する。

（対象者）

若手経営者、後継者のいる事業所で経営分析を行った事業所

（手段手法）

若手経営者や後継者のいる事業所への重点的な巡回指導により、企業が持続的に発展するには事業計画が重要であることを理解していただく。

中小企業基盤整備機構開発の「経営計画つくるくん」の活用により事業計画書作成を支援する。

（支援内容）

「地域の経済動向調査」と「需要動向調査」を踏まえ、経営指導員が「経営計画つくるくん」を活用し、事業主からの聞き取りにより事業計画書の作成を支援する。

作成した事業計画書を経営指導員がアドバイスしながら、各自が肉付けと深堀する形で、自分で考え事業計画書を作成していく。

必要に応じて専門家の支援を求める。

（効果）

経営に対する不安を持つ若手経営者や、後継者として企業を発展させたいと考える者が明確な事業コンセプトを持つことができ、今後の経営に反映していける。

③新規創業者に対する継続的な事業計画策定支援（新規事業）

（目的）

新規創業（創業7年未満を想定）した事業所が、創業計画に沿った経営ができて

いるのかを検証し、自社の特徴を生かし、事業として持続発展できるようにするための事業計画作成を支援する。

(対象者)

新規創業者（創業7年未満を想定）で経営分析を行った事業所

(手段手法)

創業後まだ間もない事業者に対し、重点的な巡回指導によりアプローチし、企業が持続的に発展するには事業計画が重要であることを理解していただく。

長野県商工会連合会が作成した創業支援作業標準書（創業計画書、ビジネスモデルキャンパス等で構成されている）を活用しビジネスモデルを改めて見直す。

(支援内容)

経営指導員が創業時の計画と現状との比較分析を行い、差異が生じている点と問題点を抽出する。

必要に応じて専門家を交え、差異や問題点等改善のための事業計画書作成を支援する。

(効果)

創業後に事業計画を作成することにより創業計画との異差を修正することができ事業の継続に繋げていける。

④売上アップが喫緊の課題である事業所に対する事業計画策定支援（新規事業）

(目的)

自社の現状を打開し、売上アップを模索する事業所への事業計画作成支援

(対象者)

前述「2. 経営状況の分析に関すること」④のアンケートにより、売上アップが喫緊の重要課題で、経営分析を行った事業所

(手段手法)

アンケートの分析により、売上アップが喫緊の重要課題である事業所へ経営指導員が訪問し、現状を打開するためには事業計画を作成することが重要であることを説明する。

経営分析及び需要動向調査の結果等を踏まえ、長野県商工会連合会上席専門経営支援員、エキスパートバンクの専門家等を交え、具体的に売上アップに繋げるための事業計画作成を支援する。

(支援内容)

経営指導員が上席専門経営支援員と共に企業訪問する。

長野県商工会連合会が作成した業種別、分野別支援のための作業標準書を活用し実効性のある事業計画作成支援を実施する。

※県内経営指導員を11の専門分野（製造業、商業、建設業、サービス業、観光業、販路開拓、農商工連携、海外展開、新製品開発、創業、事業承継）に分け、専門分野毎に設置されている上席専門経営支援員と共に、小規模事業者支援（事業計画策定支援等）で活用する「作業標準書」を作成している。

(効果)

売上アップが喫緊の課題である事業所への的確な支援が行える

(目標)						
	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
①記帳継続指導事業所に対する事業計画作成	0	3件	3件	3件	3件	3件
②若手経営者後継者のいる企業の事業計画作成	0	3件	3件	3件	3件	3件
③新規創業者に対する事業計画作成	0	2件	2件	2件	2件	2件
④売上アップが喫緊の課題である企業に対する事業計画作成	0	4件	4件	4件	4件	4件
事業計画策定件数合計	0件	12件	12件	12件	12件	12件

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

小規模事業者が持続的発展をするために経営指導員が定期的（年4回）な訪問による伴走型支援を行い必要に応じてミラサポ、長野県よろず支援拠点、長野県商工会連合会上席専門経営支援員、エキスパートバンク等の専門家と連携し計画の進捗状況の確認、改善策の提案を行う。

(現状と課題)

補助金獲得や融資に伴う事業計画策定支援を行っても実行後のフォローアップができていない場合が多い。また事業者自身も計画のPDCAができないまま経営改善が中途半端になるケースが多い。

(事業内容)

- ①事業計画のPDCAをしていただくために事業計画遂行に資する国、県、市及び中小企業基盤整備機構の行う支援策、セミナー等を広報、周知し参加を促し事業者の円滑な事業実施を支援する。
- ②進捗状況の確認を行う事を目的に四半期に1回以上の巡回訪問により指導助言を行い必要に応じてミラサポ、長野県よろず支援拠点、長野県商工会連合会上席専門経営支援員、エキスパートバンクの専門家等を派遣し改善策を提案する。
- ③新規創業者に対しての重点的フォローアップを行うことを目的に、経理、税務支援とイベント情報提供を接点としながら計画の円滑な実施が行えるように2ヶ月に1回以上の巡回訪問による伴走型支援を行う。

(目標件数) フォローアップは2年間継続的に行う

	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
フォローアップ事業所数(新規)	0事業所	12事業所	12事業所	12事業所	12事業所	12事業所
フォローアップ事業所数(継続)	0事業所	0事業所	12事業所	12事業所	12事業所	12事業所
フォローアップ件数	0件	52件	104件	104件	104件	104件

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

現在は県、伊那市、伊那市観光協会等から提供される、各機関主催イベントへの来場者数を情報提供する程度である。

事業者毎に取り扱っている商品やサービス等についての需要動向は把握できていない。

(改善方法)

個々の事業者が取り扱う商品やサービスの、販路開拓や新商品の開発に繋がる買い手のニーズを把握できる調査を行う。

併せて経営指導員が、専門家や支援機関と連携し分析を行い、コメントやアドバイスを加えた調査結果を事業者へ提供する。

(事業内容)

(1) 観光客に対する需要動向調査(新規事業)

(目的)

当地域の主要産業である観光関連事業者に、観光客の土産品についての需要動向を提供する事。

(対象者)

①食品製造小売業関連業者(菓子饅頭、漬物、そば、日本酒等) 13事業所

②非食品関係業者(陶器、布製品、木工品、竹細工、藁製品等) 8事業所

(調査方法・内容)

観桜期に高遠城址公園を訪れたお客様に対してアンケート調査を行う

ア 実施時期

第1回：H31年4月 第2回：H32年4月 両年とも期間中の1日。

イ 方法

実際の商品を並べ以下の調査項目について観光客に評価をアンケートにより実施する。

商品は1回の調査で7事業所10品程度を目安とする。

(調査対象商品は、事業者と経営指導員とで相談の上決める。)

想定される商品は、箱入り饅頭、袋入りそば、漬物、日本酒、陶器、木工品等で、商品を変えて2回(2年)実施する。

アンケートはアルバイトを依頼し、各商品とも回答数50程度を目安とする。

(調査項目)

①食品関係

- (ア) 箱(袋)に入っている商品の個数、大きさ、量、総重量は適当か
- (イ) 包装、パッケージのデザイン性
- (ウ) 味の評価(試食品を用意できる物)
- (エ) 購入目的
- (オ) 価格 他

②非食品関係

- (ア) 個数、大きさ、量、総重量は適当か
- (イ) 包装、パッケージのデザイン性
- (ウ) 購入目的
- (エ) 価格 他

調査項目は、調査する商品の特性を踏まえ、事業者と経営指導員で相談し、専門家(上席専門経営支援員、よろず支援拠点コーディネータ)等の助言を受け決めていく。

(活用方法)

調査結果を経営指導員、専門家(上席専門経営支援員、長野県よろず支援拠点コーディネーター)が分析し、新商品開発や商品改良や事業計画策定資料として活用する。

(提供方法)

各事業者へ分かりやすい解説を加え報告書として提供する。

(小規模事業者に対する効果等)

小規模な事業所でも、調査データに基づいた新商品開発や商品改良ができるようになる。

(目標)

	H31年4月実施	H32年4月実施
対象事業者数	食品関連業者 5事業所 非食品関連業者 2事業所	31年と同数
サンプル数	食品関連業者 8品 非食品関連業者 2品	31年と同数
アンケート 回収枚数	各品50枚×10品 計500枚	31年と同数

(2) 消費トレンド調査(新規事業)

(目的)

消費者の需要動向を把握し、販路開拓に繋げるためのトレンド情報を提供する。

(対象者)

管内小規模事業者

(調査方法)

経営指導員が、日経テレコン情報を活用し、消費トレンドを調査する。

(調査項目・頻度・サンプル数)

①新製品売れ筋ランキング

四半期毎に、新製品の売れ筋上位10商品のランキングを調査する。

②ヒット商品ランキング

上半期、下半期の2回、国内のヒット商品30商品のランキングを調査する。

(活用方法)

取扱商品の選別、商品改良、新製品開発のための資料として活用してもらう。

(提供方法)

経営指導員が分析しコメントを付けて当会ホームページに掲載する。

(小規模事業者に対する効果等)

自社の販売する商品や製品が、現在の消費トレンドに合致しているのか検証できる。

(成果の活用)

当会ホームページに掲載する他、経営指導員が巡回指導により調査結果について説明し取扱商品についてアドバイスを行い売れる商品構成を目指す

(目標)

	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
新商品売れ筋ランキング	0	HPへの掲載 4回/年	HPへの掲載 4回/年	HPへの掲載 4回/年	HPへの掲載 4回/年	HPへの掲載 4回/年
ヒット商品ランキング	0	HPへの掲載 2回/年	HPへの掲載 2回/年	HPへの掲載 2回/年	HPへの掲載 2回/年	HPへの掲載 2回/年

(3) セミナーの開催 (新規事業)

新たな販路開拓をするために個社の商品・役務に対する需要動向を調査分析するための手法、IT情報誌の活用方法についてのセミナーを開催する。

(目的)

事業者自ら新たな販路開拓をするための需要動向調査の手法を学び、実際に調査ができるようになる事を目的とする。

(対象者)

管内小規模事業者

(テーマ・講師)

テーマ ・ ネットを使った「顧客ニーズ」の調べ方、活かし方
・ 消費者アンケートで聞くべき項目 等

講師 ・ 中小企業診断士等

(活用方法)

事業者自らが販路開拓に繋がる需要動向調査の手法等を習得し、商品等の企画・開発・改良等の立案に活用する。

必要に応じて、その企画案等に対して、経営指導員、専門家(県連上席専門支援員、長野県よろず支援拠点コーディネーター)が調査内容に基づき改善点等をアドバイスする。また、より有効な調査方法についても助言していく。

(小規模事業者に対する効果等)

「売れる商品を作る」という目的を明確にした需要動向調査を自ら実行する事で、より効果的な事業計画策定へ繋げる事ができる。

(目標)

	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
セミナー開催回数	0	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー参加者数	0	15事業所	15事業所	15事業所	15事業所	15事業所
自らが実施した需要動向調査の実施	0	10事業所	10事業所	10事業所	10事業所	10事業所

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】

(現状と課題)

伊那市では「二つのアルプス（中央・南アルプス）に囲まれた自然共生都市」「人・歴史・文化を育む活力と交流の美しいまち」をキーワードとした、観光関連サービス業の振興を基本計画に掲げている。

しかし当地の観光客数は、H25年度の384万人をピークとし、H27年度は363万人と横ばいである。特に観光の中核である高遠観桜期の有料入園者数は、H8年の40万人をピークに、H29年は17万人となり土産品販売や飲食業者の観桜期間売上はピークと比較して40%落ちている。（商工会調査）

今まで商工会では、物産展への出店支援、商工祭の実施、観桜期公園内への出店斡旋、上伊那8市町村の共同による製造業の展示商談会「中央アルプスビジネスフェア」等を行ってきたが、個店の売上減少が続いており新たな需要を開拓することが課題である。

(改善方法)

消費者に安心、安全、プレミアム性などをアピールする「お墨付き商品」の認定取得や長野県、伊那市、全国商工会連合会、当商工会が主催するイベント等を利用した販売促進を行い、新たな需要開拓に寄与していく。

(事業内容)

(1)「信州匠選」認定促進事業（新規事業）

(目的)

長野県商工会連合会が行っている「信州匠選^{*}」の認定制度を活用し、消費者にプレミアム性をアピールし新たな需要を開拓する。

^{*}「信州匠選」とは、長野県産の原材料を使用している商品や、選定する商工会地域の伝統文化、歴史、伝統技術、固有の技能・技術を有する商品を認定し、商品パッケージ等に統一した認定マークを付け、商品等のブランド力、プレミアの向上を図るといふもの。認定された商品等は長野県商工会連合会のホームページに掲載され全国に向けて発信される。

(対象者)

「信州匠選」の認定基準を満たす食品、飲料、酒、伝統工芸品等を製造販売している小規模事業者。

(支援方法)

経営指導員が巡回指導により「信州匠選」の制度について説明を行い、申し込み手続きを行う。

(手段)

「信州匠選」の認定

- ・申し込み手続きを行う。
- ・認定審査（認定審査は地元商工会が行う）
- ・認定された商品に「信州匠選マーク」を付け商品の差別化を図り販売促進につなげる。

(支援内容)

経営指導員が、「信州匠選マーク」の付与と合わせて、需要動向調査にて得られた消費動向（箱入り数、重量、パッケージング等）に合致する商品の改良を提案し、「売れる商品」作りを支援する。必要に応じて、専門家（上席専門経営支援員、よろず支援拠点コーディネーター）からも助言を受ける。

(効果)

- ・県連合会はもとより、県下 69 商工会が地域の「匠選商品」を積極的に PR する事で全国へ向けて認知度が上がる。
- ・認定制度を活用することにより、自社商品へのプライドを持つことができる。
- ・県連合会ホームページに加え、当会ホームページ（SNS 含む）にも掲載することでインターネットを通じて PR ができる。
- ・認定品を組み合わせた商品を開発し新たな需要の開拓に繋げる事が出来る
例えば清酒「高遠」、ぐい呑「高遠焼き」を組み合わせた「高遠・匠選セット」等

(目標)

	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
認定商品数	0	5品 菓子 1品 麺類 1品 酒類 1品 米加工品 1品 漬物 1品	10品 菓子 2品 伝統工芸品 1品 麺類 2品 酒類 2品 米加工品 1品 飲料 1品 漬物 1品	15品 菓子 3品 伝統工芸品 2品 麺類 2品 酒類 2品 米加工品 2品 飲料 2品 漬物 2品	20品 菓子 4品 伝統工芸品 3品 麺類 3品 酒類 3品 米加工品 3品 飲料 2品 漬物 2品	25品 菓子 4品 伝統工芸品 3品 麺類 3品 酒類 3品 米加工品 3品 飲料 2品 漬物 5品 肉類 2品
新規認定企業数	0	3企業	3企業	3企業	3企業	3企業
累計認定企業数	0	3企業	6企業	9企業	12企業	15企業
累計企業数による目標販売額	0	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円

(2) 物産展、アンテナショップへの出店支援事業（既存事業の拡充）

(目的)

物産展、アンテナショップへの出店により商品の認知度を高め、新たな需要を開拓する。

(対象者)

食品、伝統工芸品等を販売（製造販売を含む）している小規模事業者。

(支援方法)

- ①長野県が東京有楽町にオープンした活動拠点である「銀座 NAGANO」への出店支援
- ②全国商工会連合会が主催する「全国物産展」への出店支援
- ③伊那市の友好都市である新宿区が主催する「新宿まつり」への出店支援

(支援内容)

経営指導員が巡回指導により上記①～③の周知を行い、出展を促す。

出展する事業者に対して、申込書の作成支援、出店に伴う効果的な展示方法、試食の提供方法、PR看板、効果的なチラシの作成等について支援する。

(効果)

- ①銀座ながのへの出店は基準（安心・安全・テーマへの合致等）を満たさなければならず、満たさない場合は無料で専門家からアドバイスをもらうことができ、自社製品のレベルアップが図れる。
- ②大消費地の消費者に対してPRができる。
- ③出店により全国の商品と自社商品を比較し他社商品の良い点を取り入れられる。

(目標)

出店イベント	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
①銀座ながのへの出店	0店	新規1店 売上目標 50万円	新規2店 売上目標 100万円	新規2店 売上目標 100万円	新規2店 売上目標 100万円	新規2店 売上目標 100万円
②全国物産展への出店	1店 売上実績 5万円	新規2店 売上目標 20万円	新規2店 売上目標 20万円	新規2店 売上目標 20万円	新規2店 売上目標 20万円	新規2店 売上目標 20万円
③新宿祭りへの出店	1店 売上実績 30万円	継続1店 新規1店 計2店 売上目標 60万円	継続2店 新規1店 計3店 売上目標 100万円	継続3店 新規2店 計5店 売上目標 200万円	継続5店 売上目標 200万	継続5店 売上目標 200万
①～③新規出店店舗数合計	—	4店	5店	6店	4店	4店
①～③出店店舗数合計	2店	5店	7店	9店	9店	9店
①～③売上目標額合計	35万円	130万円	220万円	320万円	320万円	320万円

(3) 飲食店のマップ作成事業（新規事業）

(目的)

当地域には「高遠そば」をはじめ当地域でしか食せない「ローメン」「ソースカツ井」といった郷土料理がある。バラエティーに富んだ郷土料理を知っていただき、当地での飲食機会を増やす事で新たな需要の開拓を支援する事を目的とする。

(対象者)

飲食店 40 事業所

(支援方法)

商工会が管内飲食店を掲載したマップ（仮称：美味しいものマップ）を作成する。

(周知・支援内容)

経営指導員が、事業趣旨を記載した文書を持って、巡回訪問により説明する。

商工会が、専門家を交えて効果のあるマップ（見やすさ、携帯性、注目度）の作成を行う。

(手段)

飲食店情報として、おすすめ料理、場所、電話番号等を掲載。

併せて、地域の情報として、地元名物や特産品、名所を記載したマップを作成する。

1回の発行部数は3,000枚。2年に1度内容を更新する。

作成したマップは、宿泊施設、観光案内所、各種イベント会場等で配布し観光客への周知を徹底する。

商工会ホームページ（SNSも併用）にも掲載し情報発信をする。

(効果)

消費者は、当地の飲食店情報や地域情報が得られるため個々の時間や好みに応じた消費ができる。

事業者にとっては商工会ホームページ(SNSも併用)により全国へ情報発信される。また各種料理を味わえる「飲食店の集積地」としてアピールする事でリピーターの増加にも期待できる。

(目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
マップの作成	0	3,000枚		3,000枚		3,000枚
マップの配布		1,500枚	1,500枚	1,500枚	1,500枚	1,500枚
商工会HPへの掲載		新規掲載		更新掲載		更新掲載
掲載店舗数	0	40店舗		40店舗		40店舗
個店売上目標		現状の5%up	前年の5%up	前年の5%up	前年の5%up	前年の5%up

II. 地域経済の活性化に資する取組

(現状と課題)

高遠、長谷地域はかつてそれぞれに存在した中心市街地が市町村合併により周辺部へと変わりその存在感が薄れている。また祭りや賑わいを演出した伝統行事も人口や商店やさらには行政機関の整理統合により縮小傾向にあり事業者、住民ともに危機感を持っている。行政、支援機関（金融機関、商工会議所、商工会）が連携した支援を行うことで事業者、住民にやる気をもってもらくとともに実のある地域経済活性化のための事業を推進する事が大切である。

(事業内容)

- ①伊那市役所商工振興課との商工業に関する定例情報交換会を行い管内商工業者の動向を把握し有効な支援について意識共有を図る。（四半期毎の開催）
- ②関係機関との情報交換を密にし、地域の祭り、イベントを含めた総合的な地域情報の収集と共有を図る。得られた情報を元に売上増加に資する情報を関係小規模事業者文書、HP等により提供する。
- ③生産性向上や消費拡大に資する国、県、市の施策を事業者や消費者に対し当会HPとチラシにより広くPRし事業者の生産性向上と消費者の消費拡大を図る。

【消費者向け】・建築物耐震促進補助金（市補助金）・太陽熱利用システム設置補助金（市補助金）等

【事業者向け】・小規模事業者持続化補助金（中小企業庁）・ものづくり補助金（中小企業庁）・用地取得補助金（市補助金）・人材確保支援補助金（市の補助金）

※年度当初と募集開始に併せてタイムリーに広報をする

- ④賑わいを創出する祭りの開催と協力、伝統行事の商品化
・地域住民への感謝と地元企業のPRを目的とした商工祭（西春近）の開催（年1回）
- ⑤伊那市が進める「信州そば発祥の地 伊那」のスローガンのもとに行われる各種イベントと共催し広く広報活動を行うことで伊那市と一体となった誘客を図る。（10月が新そばの季節であるため9月～10月に市が発行、掲載する新聞広告、チラシに当会独自で行う協力イベントを掲載し集中した広報活動を行う）
- ⑥地域ブランドの確立、PRのために地場農産物（内藤唐辛子、漬物店、高遠そば）の6次産業化による商品付加価値を高める研究を長野県、長野県よろず支援拠点、長野県商工会連合会の協力を得て行う。
参加者：伊那市、伊那市観光協会、高遠そば提供店5店、漬物店2店、高遠饅頭販売店2店
助言者：長野県よろず支援拠点、長野県商工会連合会
開催日：年2回
- ⑦新規創業者発掘と支援のために現在伊那商工会議所が単独開催している「創業塾」を共催させてもらい当地区住民へ広く開催をPRする。また昨年度と本年度に開催した経営支援センター上伊那南部グループ、伊北諏訪グループ共催の「創業塾」を継続開催し掘り起こしを行う。創業者へは市商工振興課と共に創業時に利用できる市補助制度、国・県の支援制度の説明を行い創業予定者の情報を市と共有し市内での創業を促し空き店舗の活用、中心市街地活性化を目指す。

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

(現状と課題)

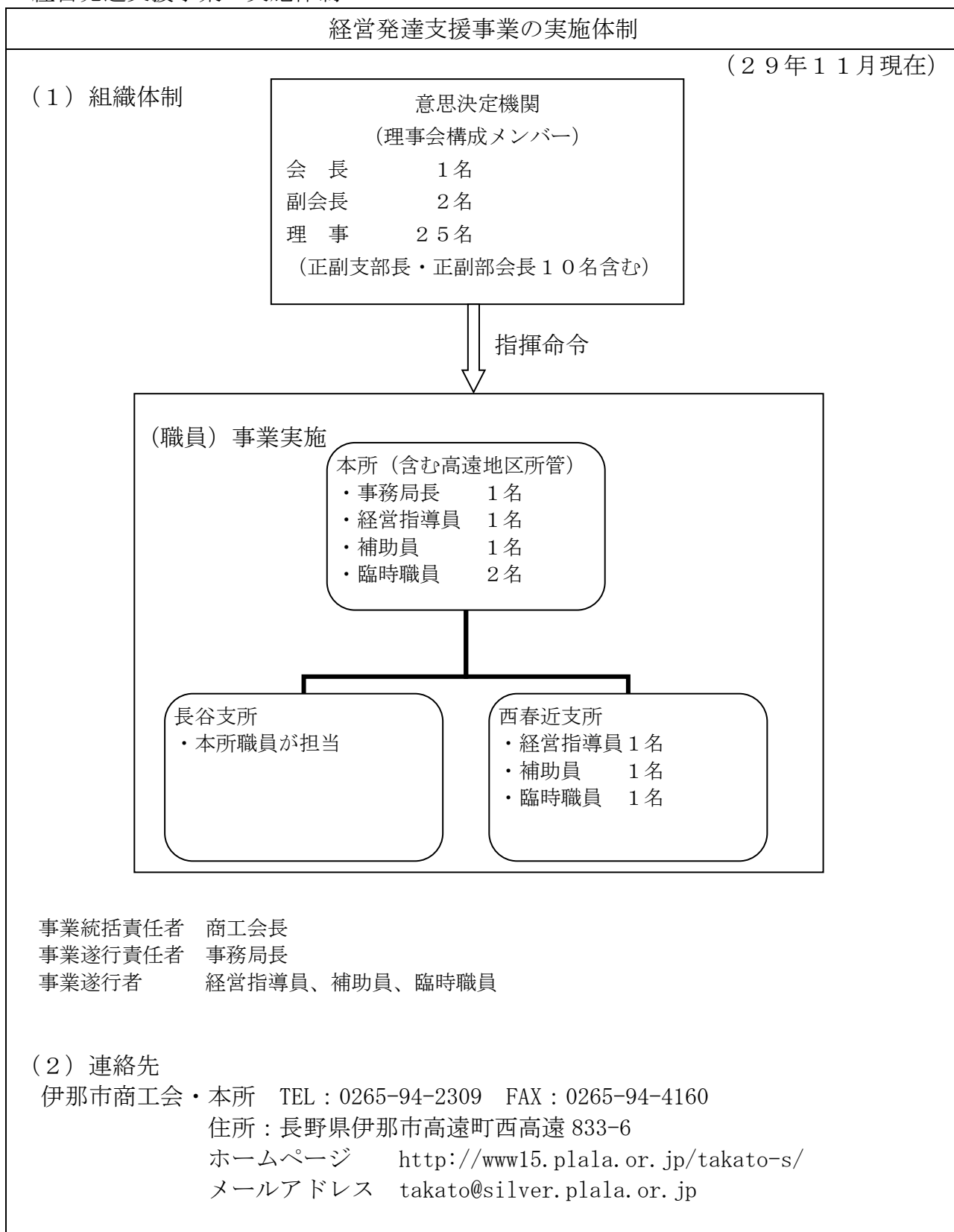
長野県では地域毎に支援グループを構成し相談のある企業に対し複数の経営指導員で支援を行う体制ができている。その主目的である高度専門的な支援を行うにはグループ内での情報共有が大切である。グループでの定期的な検討会議に加え他の支援機関の協力も仰げる制度の活用や協力体制が大切である。

(事業内容)

1. 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伊那市商工振興課と四半期毎に行う情報交換会にゴールドアドバイザー（市が設置する技術、技能アドバイザー）を招き多くの企業が直面している課題について情報共有し支援策に反映させる。（ゴールドアドバイザーとの情報交換年1回～2回）
 - ②上伊那地区の2商工会議所、7商工会で構成する経営指導員協議会において年2回支援ノウハウの情報交換、地域経済動向の共有と国、県、市が行う小規模事業者に対する各種支援策についての研修会を行う。（6月、11月の年2回上伊那郡市経営指導員協議会会長名にて招集し各機関の事例発表形式にて行う）経営指導員個々のスキルアップと多くの事例を聞くことで小規模事業者のニーズ把握と問題解決策を研修する事ができる。
2. 経営指導員等の資質向上等に関すること
長野県商工会連合会経営支援センター地域グループ（伊那市・宮田村・飯島町・中川村の4商工会）の経営支援員（経営指導員・補助員）で構成する月例検討会議において支援ノウハウ向上のために支援ノウハウ、ツールに関しての情報交換（年12回）、上席専門経営支援員による業種別支援能力向上研修会（年4回）を行う。更にグループ内の若手職員がベテランと同行しての巡回訪問によりOJTを行い職員の支援能力のレベルアップ、均一化を図る。また支援員の不得意分野の支援力向上のために積極的に上席専門経営支援員を活用（巡回支援への同行依頼）し全支援員のOJTによる支援能力アップを行う。
支援情報は全国商工会連合会が管理する「小規模事業者支援システム」への入力により企業別支援カルテを作成する事で全支援員が常時閲覧できる状態とし組織として情報の保存と共有を行う。
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
毎年度、本計画に記載の事業実施状況及び成果について以下の方法により評価、検証、見直しを行う。
 - ①内部検討会議の開催
半年毎に事務局長、経営支援員（経営指導員・補助員）で内部検討会議を開催し、本事業の進捗状況、評価、見直しの方針を検討する。
 - ②事業評価検討会議の開催
年1回、正副会長、筆頭理事、支部長（高遠、西春近、長谷）と外部有識者として伊那市職員、長野県商工会連合会職員を加えた検討会議により事業の進捗状況確認、事業評価、見直し案についての提示を行う。
 - ③正副会長、事務局長で構成する総務部会において評価、見直しについて決定する。
 - ④評価、見直しについての決定事項を当会HPに掲載するとともに閲覧出来るように事務所に配置する。

(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)

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,200	1,800	2,000
小規模企業対 策事業費					
調査分析事業費	1,200	1,200	1,400	1,000	1,200
経営改善事業費	300	500	500	500	500
一般事業費	500	300	300	300	300

(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、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)

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
<p>I、地域の経済動向調査【指針③】</p> <ul style="list-style-type: none">・経済動向レポートの収集提供、定期的な情報交換会の実施 <p>II、経営状況の分析に関すること【指針①】</p> <ul style="list-style-type: none">・財務分析を日本政策金融公庫開発の財務診断サービスシステムにて行う。非財務分析は長野県商工会連合会上席専門支援員を活用しSWOT分析を行う <p>III、事業計画の策定支援【指針②】</p> <ul style="list-style-type: none">・経営分析を行った企業を中心に問題点、改善点を伝え販売促進に資する経営計画の作成を専門家と共に支援する <p>IV、事業計画策定後の実施支援【指針②】</p> <ul style="list-style-type: none">・指導員による四半期に1回以上の巡回訪問による進捗状況の確認と計画推進に資する中小企業基盤整備機構等のセミナー周知と問題解決の為に長野県よろず支援拠点、エキスパートバンクの専門家、上席専門支援員の派遣による支援を行う。 <p>V、需要動向調査【指針③】</p> <ul style="list-style-type: none">・伊那市観光協会からの情報、観光客へのアンケート調査、日経テレコン情報等を関係業者に提供することで観光客や一般客のニーズ把握をして新たな販路開拓と新商品開発に役立ててもらおう。また自分で需要動向を調査分析するための手法を学ぶセミナーを開催する。情報はHP、会報にて公開する。 <p>VI、新たな需要の開拓【指針④】</p> <ul style="list-style-type: none">・長野県商工会連合会が行う「信州匠選」への認定促進と長野県が運営する「銀座ながの」、全国商工会連合会が主催する「全国物産展」、新宿区が主催する「新宿まつり」への出店を促し販路開拓を支援する。また「飲食店マップ」の作成配布により観光客の飲食機会を増やし新たな需要開拓を支援する。 <p>VII. 地域経済の活性化に向けた取り組み</p> <ul style="list-style-type: none">・伊那市、伊那市観光協会が実施する賑わいを創出するイベントへの協力。地域伝統祭りの商品化と観光客誘致のためのイベントのブラッシュアップ、地域農産物の6次産業化による付加価値の高い商品化を長野県よろず支援拠点、エキスパートバンク、県連上席専門支援員等の専門家派遣により行う。 <p>VIII. 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</p> <ul style="list-style-type: none">・郡内7商工会、2商工会議所経営指導員、伊那市ゴールドアドバイザーによる情報交換、支援能力アップのための研修会の開催。 <p>IX. 経営指導員等の資質向上</p> <ul style="list-style-type: none">・長野県商工会連合会経営支援センター地域グループの職員によるOJTと支援能力向上のための研修会実施と情報共有。

連携者及びその役割

◎伊那市 〒396-8617 長野県伊那市下新田 3050 番地 市長 白鳥 孝

【役割】 I・V・VI・VII・VIII・事業評価

地域経済動向調査、需要動向調査を行ううえで重要な情報提供者である。また新たな需要の開拓、地域経済の活性化に資する取り組みを行う上で情報共有や協力なくしてはできない。また市の基本計画と整合性を持たせることが重要であり事業評価者として最適である。

◎中小企業庁 〒100-8912 東京都千代田区霞ヶ関一丁目3番1号

中小企業庁長官 安藤 久佳

【役割】 IV

ミラサポによる専門家派遣による支援。

◎長野県 〒380-8570 長野県長野市大字南長野字巾下 692-2

長野県知事 阿部 守一

【役割】 VI

新たな需要の開拓のために長野県が運営する「銀座ながの」への出店支援。

◎新宿区 〒160-8484 東京都新宿区歌舞伎町 1-4-1 区長 吉住 健一

【役割】 VI

新たな需要の開拓のために新宿区が開催する「新宿まつり」への出店支援。

◎長野県上伊那地域振興局 〒396-8666 長野県伊那市新井 3497 所長 堀田 文雄

【役割】 I・VI

地域経済動向調査のための情報提供と新たな需要の開拓のために長野県が運営する「銀座ながの」への出店支援。

◎中小企業基盤整備機構 〒108-8453 東京都港区虎ノ門 3-5-1 虎ノ門 37 森ビル

理事長 高田 坦史

【役割】 III・V

「経営計画つくるくん」の提供による支援と需要動向調査を自社で行うための手法等を学ぶことを目的としたセミナーの開催と講師派遣。

◎伊那市観光協会 〒396-8617 長野県伊那市下新田 3050 番地 会長 白鳥 孝

【役割】 V・VI・VII

市内の各種イベントに精通しており地域観光動向等の情報提供。

◎八十二銀行高遠支店 〒396-0211 長野県伊那市高遠町西高遠 1693 番地

支店長 日戸 淳

【役割】 I・II・III・V

地域経済動向、需要動向の情報提供と金融支援。

◎アルプス中央信用金庫 〒396-8611 長野県伊那市新井 3438 番地 1

理事長 大澤 一郎

【役割】 I・II・III・V

地域経済動向、需要動向の情報提供と金融支援。

◎全国商工会連合会 〒100-0006 東京都千代田区有楽町一丁目7番1号有楽町電気ビル北館19階 会長 石澤 義文

【役割】Ⅰ・Ⅵ

「中小企業景況調査」の取りまとめと「全国物産展」への出店支援。

◎長野県商工会連合会 〒380-0936 長野県長野市中御所岡田131-10

会長 柏木 昭憲

【役割】Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ・Ⅳ・Ⅴ・Ⅵ・Ⅶ・Ⅷ・事業評価

各事業において上席専門支援員の派遣、エキスパートバンクによる専門家の支援。また「信州匠選」による新たな需要の開拓や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、経営指導員等の資質向上において連合会の組織（南信広域経営支援センター）の活用。事業評価者。

◎日本政策金融公庫伊那市店 〒396-0025 伊那市荒井3413番地2

支店長 枝松 辰義

【役割】Ⅱ・Ⅲ・

「財務診断サービス」システムの提供と金融支援。

◎長野県よろず支援拠点 〒380-0928 長野県長野市若里一丁目18番1号

チーフコーディネータ 白川 達男

【役割】Ⅲ・Ⅳ・Ⅴ・Ⅵ・Ⅶ・

各事業においての専門家派遣。

◎上伊那郡市経営指導員協議会 長野県駒ヶ根市上穂栄町3-1 会長 宮崎 稔

【役割】Ⅷ

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。

◎伊那商工会議所 〒396-8588 長野県伊那市中央4605番地8 会頭 川上 建夫

【役割】Ⅷ

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。

◎駒ヶ根商工会議所 〒399-4149 長野県駒ヶ根市上穂栄町3-1 会頭 山浦 速夫

【役割】Ⅷ

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。

◎飯島町商工会 〒399-3702 長野県上伊那郡飯島町飯島1431-4 会長 下平 陸昭

【役割】Ⅷ・Ⅸ

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と経営指導員の資質向上のためのOJT、研修会の共催。

◎宮田村商工会 〒399-4301 長野県上伊那郡宮田村86-1 会長 山田 益

【役割】Ⅷ・Ⅸ

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と経営指導員の資質向上のためのOJT、研修会の共催。

◎中川村商工会 〒399-3801 長野県上伊那郡中川村大草4033-1 会長 桃沢 傅

【役割】Ⅷ・Ⅸ

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と経営指導員の資質向上のためのOJT、研修会の共催。

◎辰野町商工会 〒399-0421 長野県上伊那郡辰野町辰野 1777-1 会長 福島 英雄

【役割】Ⅷ

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。

◎箕輪町商工会 〒399-4601 長野県上伊那郡箕輪町中箕輪 10286-1

会長 黒田 重行

【役割】Ⅷ

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。

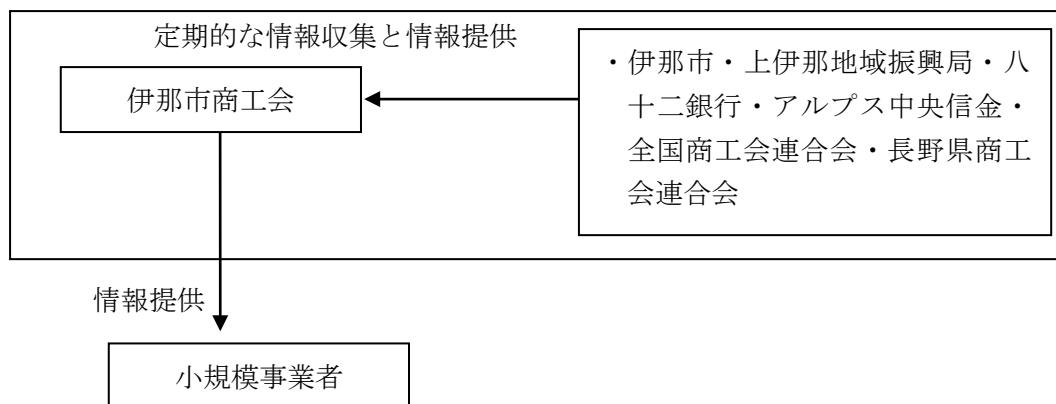
◎南箕輪村商工会 〒399-4511 長野県上伊那郡南箕輪村 4809-1 会長 堀 正秋

【役割】Ⅷ

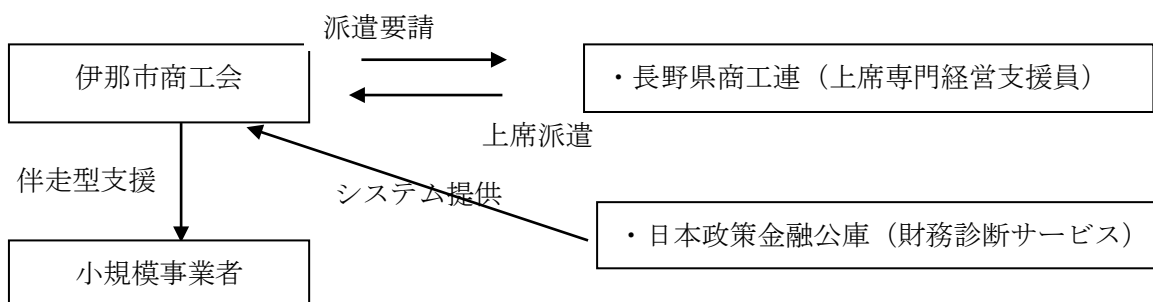
他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換。

連携体制図等

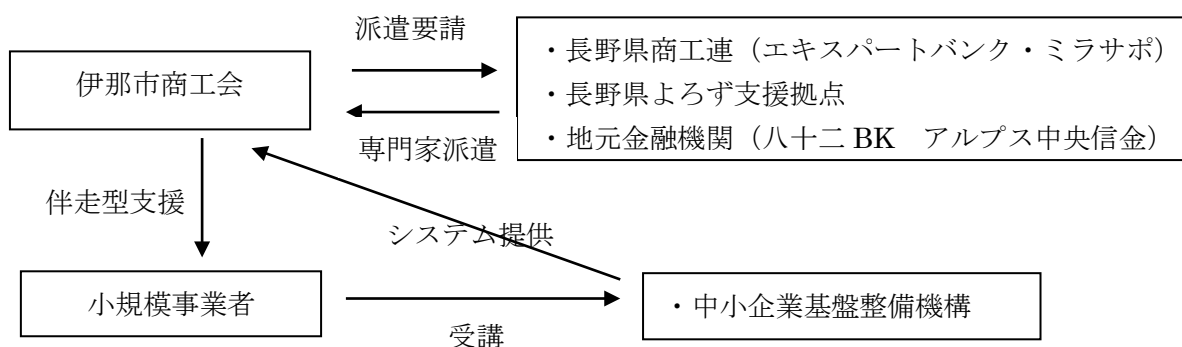
I. 地域の経済動向調査【指針③】 V. 需要動向調査【指針③】



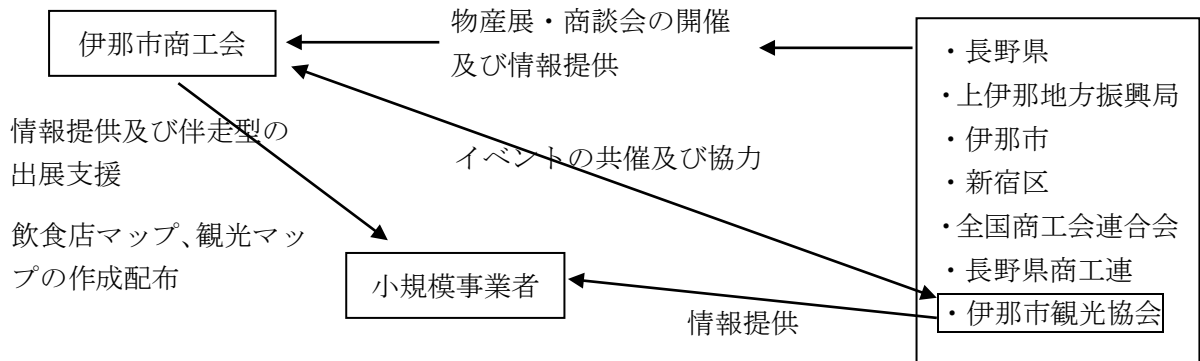
II. 経営状況の分析に関すること【指針①】



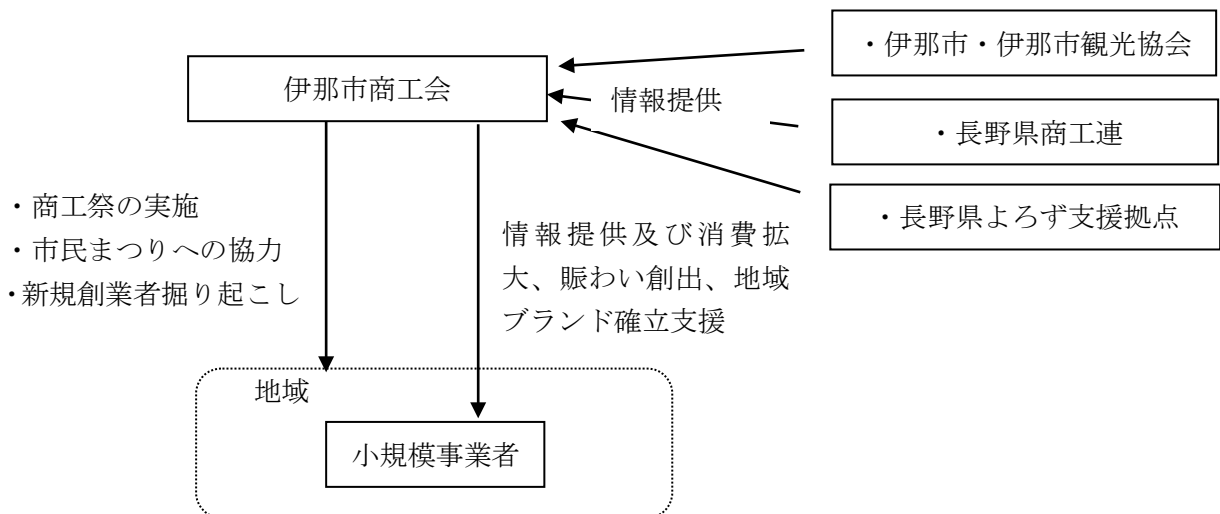
III. 事業計画の策定支援【指針②】 IV. 事業計画策定後の実施支援【指針②】



VI. 新たな需要の開拓【指針④】



VII. 地域経済活性化に向けた取り組み



VIII. 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
質向上

IX. 経営指導員等の資

