

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>御代田町商工会（法人番号 5100005003017）</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成30年4月1日～平成35年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>(1) 管内小規模事業者の事業計画策定支援を通じ、計画経営への取組みを推進し、基礎体力向上、経営体質の改善を図り持続的発展を目指す。 (2) 創業・第2創業（経営革新）支援強化を図り、地域に密着し事業活動・展開が図れるよう支援し、管内小規模事業者数減少に歯止めをかける。 (3) 御代田町商工会で進めている、「伝統食おにかけうどん」を地域の伝統特産品として普及推進していく事を目標とする。又、新たな特産品・地産地消候補産品について、普及推進等を行政・関係団体と連携により取り組む。 (4) 小諸市・軽井沢・東御市と連携して観光振興に取り組んでいる経過を踏まえ、観光資源や地域の取組みを活かし、観光面の入込客増加を目指す。</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること 「各種経済情報の収集、整理・分析・情報提供及び活用」と「役職員によるヒヤリング調査」を行うことにより、地域経済状況・小規模事業者の経営状況を把握し、事業計画策定に活用する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 経営指導員の巡回・窓口相談や分析に関するセミナー開催を通じて、小規模事業者の経営分析を行い、専門的課題については、県、町、金融機関や中小企業診断士等の専門家と連携し、事業計画策定に活用する。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者が自ら経営課題の解決や持続的発展につなげられるように、経済動向調査や経営分析の結果を踏まえ、本来の意義のある事業計画策定伴走型支援を強化する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 関係機関と連携し、創業・第2創業塾、経営革新に関するセミナーを開催する。創業後・事業計画策定後の様々な課題等に並走して解決支援をしていく。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 店頭等におけるニーズ・トレンド調査等や業種別の需要動向調査、商圈調査を実施し、個々の小規模事業者に合った情報を提供する等の支援をしていく。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新たな需要の創出や掘り起しの重要性を啓発し、展示会出展・製造業ガイド本の製作・観光マップ製作・特産品支援及びIT活用で、個々の小規模事業者の実情に沿った新たな需要開拓や販路開拓支援を実施する。</p> <p>II. 地域経済の活性化に関する取組 今後の地域活性化の方向性を各組織間で連携するために新たに「地域活性化委員会」を組織し、浅間山の絶景場所を選定する「浅間八景標柱」整備や滞在時間延長や個店魅力を発信する「マップ」を製作、御代田町ならではの商品開発や体験サービス等を小規模事業者と共に策定し、通過型から滞在周遊型による入込客を増加させ、消費拡大を図る。</p>
<p>連絡先</p>	<p>御代田町商工会 住所 長野県北佐久郡御代田町大字御代田 2422 番地 29 TEL 0267-32-5435 FAX 0267-32-7043 E-mail: info@miyota.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 御代田町地域の概要

御代田町は、長野県の東北部に位置し、標高 2,560mの活火山「浅間山」の南麓に広がる自然豊かな高原の町である。御代田町は、昭和 31 年 9 月 30 日に「小沼村」・「御代田村」・「伍賀村」の三村が合併して誕生、その後、周辺市町村と部分的に分町や編入を経て現在に至っている。

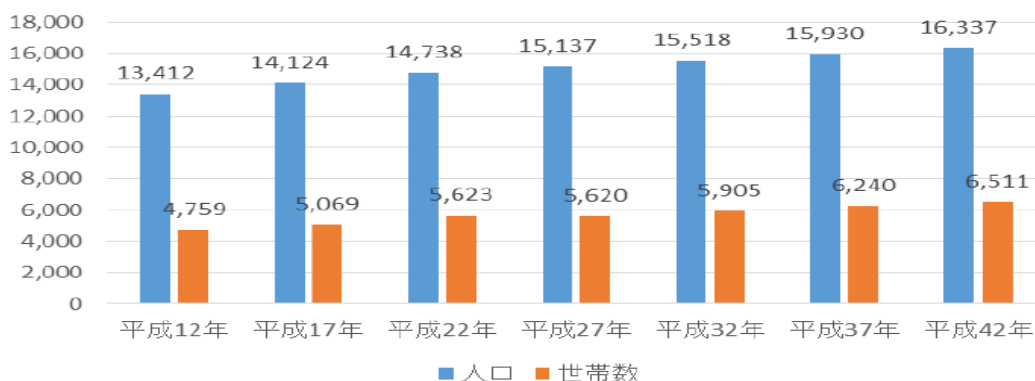
町内人口は 15,569 人(平成 29 年現在)、世帯数 5,620 世帯であり、周辺市町村のベッドタウンとして年々人口が増加しており、高原特有の冷涼乾燥地帯として、この気象条件を活かした高原野菜栽培と精密機械工業および食品加工等の製造業が盛んな町である。



【御代田町における総人口の推移】

		平成 7年	12年	17年	22年	27年	32年	37年	42年
人口	0～14歳	2,225	2,199	2,222	2,224	2,161	1,979	1,836	1,783
	15～64歳	8,333	8,809	9,076	9,241	9,092	9,244	9,355	9,420
	65歳以上	2,015	2,404	2,826	3,273	3,884	4,295	4,739	5,135
	総数	12,573	13,412	14,124	14,738	15,137	15,518	15,930	16,337
構成比率	0～14歳	17.7%	16.4%	15.7%	15.1%	14.3%	12.8%	11.5%	10.9%
	15～64歳	66.3%	65.7%	64.3%	62.7%	60.1%	59.6%	58.7%	57.7%
	65歳以上	16.0%	17.9%	20.0%	22.2%	25.7%	27.7%	29.7%	31.4%
世帯総数		4,309	4,759	5,069	5,623	5,620	5,905	6,240	6,511
平均世帯人員 (総人口/世帯数)		2.92	2.82	2.79	2.61	2.69	2.63	2.55	2.51
全国平均		2.85	2.70	2.55	2.42	2.34	2.29	2.25	2.22

(人) 図1 人口・世帯数の推移と推計



御代田町は、新幹線佐久平駅（佐久市）や高速道路インターチェンジ（佐久、佐久北・佐久南、小諸、軽井沢、佐久平 PA スマート）等の高速交通網が整備されている為アクセス性が良く、加えて住宅や別荘地に適した地理的条件にも恵まれ、周辺市町村や首都圏へも通勤や通学する住民も多い。又、首都圏等から自然豊かな林間に癒しの場所を求めて、別荘あるいは終わりの住処とされる方も多く年々人口は増加している。

町の様々な場所から浅間山の雄大な姿を眺め四季を感じられる為、御代田町商工会が平成9年に町内8か所に「浅間八景」を選定し、町内全域を回遊できる観光名所として親しまれている。

夏の祭事として当町に伝わる甲賀三郎伝説を基にした「龍神まつり」は、勇壮的な夏祭りとして回を重ねるごとに成長し、全長45mの巨大龍が舞う雄姿は、町内外から訪れる観光客を魅了している。

更に、中山道と北国街道の2街道を有するなど、いにしえより交通の要所として、歴史的文化が色濃く残る町としても有名であり、「中山道小田井宿まつり」の行列は、多くの歴史ファンを魅了している。

2 地域の現状と課題

平成15年9月に任意合併協議会を正式に離脱し、自立の道を歩んできている。御代田町では平成16年度から平成25年度までの10年間を計画期間とする「自律・協働のまちづくり推進計画」を策定し、計画に基づいた行政改革、財政基盤の確立を図ってきた。

人口は、昭和35年（1960年）に8,145人（国勢調査）であったものが、平成27年（2015年）現在までの55年間で6,992人増加し、15,137人（増加率85.8%）となり、昭和35年（1960年）以降、着実に人口増加を維持している。

人口動態でみた場合、平成17年から27年までの10年間で1,013人増加し、出生数と死亡数では減少しているものの、社会動態では、転入者が転出者を上回る状況であり、人口増加に大きく寄与していることが分かる。

転入者が多い要因としては、町内を東西に横断する国道18号線や、しなの鉄道御代田駅及び近隣市町村に新幹線駅や高速道路インターチェンジなど交通網が整備されており、首都圏や近隣市町村へのアクセスが高く、また町内に大手製造業のメイン工場があり、さらにスーパーマーケット等の身の回り品を販売する大手チェーン店や小売店等が充実していたことから、農地から住宅地への開発が促進されたことが挙げられる。

昭和31年の3村合併後、第1次産業が67%、第2次産業が14%、第3次産業が19%の構成であった。それが平成22年の国勢調査では、第1次産業が10%、第2次産業が31%、第3次産業他が59%の構成になっている。

（1）当地域の業種毎における課題と現状

御代田町全体の主な業種構成を見ると、小売業が約22.3%を占め、次いでサービス業17.7%、建設業17.6%になっている。

ア 卸・小売業

平成12年度と27年度を比べるとその減少率は10.7%である。

御代田町は、佐久市・小諸市・軽井沢町に挟まれたベッドタウン的な町である。大型店のある佐久市に比較的に近い特徴がある。特に、佐久市にスーパーマーケットや大型商業施設、専門店等が相次いで出店したことにより、地元消費者が流出し、それが常態化したことによる町内事業者の経営難による廃業が相次いでいる。

個店では、様々な戦略で売上げや利益増加に繋がる取り組みはしているが、結果に結びついていない。今後は、大型店には真似できない、個店ならではのきめ細かなサービスの

提供や、地域に必要とされるサービスの実施等、オンリーワンを目指した、顧客の来店増加に繋がる取り組みが必要である。

イ 建設業

御代田町においての減少率 35.2%と他に比べ減少率が高い数字となっている。

公共事業の減少、住宅・賃貸物件の新設・減といった民間需要の停滞等に加え、高齢な一人親方も多く、後継者不在による廃業件数の増加が懸念されている。また、高齢化が進む事により、営業力・情報力が欠けてくる傾向もある。

ウ 飲食・宿泊業、サービス業

御代田町内において減少率 14.0%と減少している。

減少率が高くないのは、他の業種よりも新規創業件数と開業件数が多いからではあるが、廃業率を上回るまでには至らない。

今後は、創業件数増加に向けて創業予定者の掘り起こしと、町で重点的に取組んでいる創業セミナーでの創業見込み者との持続的個別相談の実施、そして、創業後の継続的な経営安定化と地域への定着に向けた支援が必要である。

エ 製造業

御代田町は、大手・中小企業を中心とした製造業の盛んな町である。大手は、下請け等についても自社でグループとして事業を行っているので安定的に経営を存続している。

この業種の減少率は 26.7%と比較的高い数字である。元請 1 社依存型・専属下請け型の事業所が殆どで、元請けの倒産・事業縮小や製造拠点の県外移転などに関連し、廃業等により、徐々に事業所数は減少している。

今後は、建設業同様、技術力を有しても営業力と情報力に乏しく、販路開拓・拡大に踏み込めない小規模事業者が多い為、需要動向に関する情報提供と営業力強化の為のプロモーションセールスに関する知識習得が必要である。

又、中小零細企業の製造業が持っている技術力は高いものがある。技術を他に漏らすことは元受けとの関係で難しいところがあるが、それぞれの技術力等を他の事業者に引き合わせることで、新しいビジネスチャンスが生まれてくることも考えられる。既存事業所の体質強化を図り、売上拡大・利益向上が確保できる取り組みを行っていく。

(2) 小規模事業者の抱える課題

交通網の整備により周辺市町村への商集積の流出や通過型観光により、結果として多くの消費需要や観光需要が御代田町商工会地域から、佐久市街の商集積や観光地である軽井沢地域へ流出している。

ア 高齢化と周辺地域への商集積の流出による経済活力の衰退や停滞

イ 大手チェーンの出店による地域商業の衰退

ウ 経営不振・後継者不足による小規模事業者数の減少

(小規模事業者数 平成 12 年 427 ⇒ 平成 27 年 399(△ 6.6%))

エ 軽井沢等の周辺観光地からの通過型観光による交流人口の減少

オ 大手企業の製造拠点の移転による製造業の受注量の低迷

上述の通り、商工業者や製造業および観光業、特に小規模事業者は厳しい環境に置かれており、持続的発展の為に更なる支援が求められている。

御代田町を安定的に発展・活性化させていく為には、産業振興による地域経済の振興が不可欠である。産業・経済を始め、あらゆる地域資源を的確に把握し、地域経営に戦略性を持って地域ブランドを育成する事が必要であり、その為には、担い手である機動力と連携構築が容易な小規模事業者の確保と育成が求められている。

3 御代田町総合計画

(1) 御代田町は、平成 28 年度を初年度とする「第 5 次御代田町長期振興計画」(平成 28 年度～平成 37 年度)において、超長期目標『2 万人公園都市構想』の基とした計画を推し進めている。産業分野においては、『個性あふれ競争力ある産業振興の街を造ります』の基本計画を目標にしている。商業・工業・観光業についての計画は以下の通りとなる。

ア 商業

町と商工会で連携し、商業を取り巻く環境変化を的確に捉え、大型専門店との共存を模索し、相乗効果が発揮できるように取り組んでいく。商店の持つ個性を磨き、少子高齢化社会が抱える課題や地域の需要を的確に把握し、地元での購買意欲を促す為の取り組みを行っていく。

イ 工業

工業は、3 村合併後、工場誘致を進め佐久地域において有数の工業生産額と従業員を抱える工業立町として発展し続けている。中小企業には、設備投資に対する補助金や「御代田町商工業振興条例」に基づく制度資金活用を働きかけると共に、中小企業基盤整備機構が開催する研修会等を通じ、技能向上や人材育成を行っていく。他にも、新たな企業誘致や、創業支援、就労支援、企業側の求める情報を速やかに提供できる仕組みを商工会と協力して計画しながら進めていく。

ウ 観光業

観光は、美しい自然や文化、歴史的遺産に恵まれ多くの観光客に親しまれているが、当町の持つ観光資源では十分とは言えない。小諸市・軽井沢町と進める三市町共同事業の推進、新たな観光資源の創造、スローツアラー型観光グリーンリズムによる長期滞在型観光、農業と観光の相乗効果による観光振興等、個性的、魅力的で独創性のある観光資源開発を行っていく。

(2) 御代田町総合戦略(平成 27 年～平成 31 年迄の 5 年間)

本計画は、「第 5 次御代田町長期振興計画」中の、5 年間の総合戦略である。「御代田町人口ビジョン」において示された、当町の人口の将来展望を実現する為、雇用創出や地域活性化に繋げる為、下記の各施策を講じている。

ア 基本目標 1 個性ある産業振興と安定した雇用を創出する

(就業者増加・創業者創出に向けた支援・企業の転出防止、新たな企業誘致・特産品の創出)

施策名	内容
創業支援事業	新規創業希望者、事業規模拡大希望者に対して、周知活動、セミナー開催・計画書類の作成支援により、創業の掘り起こしも行う。
空き家バンク事業	ホームページ上に空き家・空き店舗バンクのサイトを開設し、移住・創業の促進を図る。
空き店舗改装支援事業	空き店舗を改装し、創業する人に対し、改装費用などの支援を行う。
経営改善普及事業	経営状況の変化等に即応し、安定した資金繰りを支援する制度資金の運用を促進し、関係機関と連携し、経営に伴う諸課題解決のための支援を行う。
特産品認定事業	町内の事業者等が作った商品等を特産品として認定し、その広報と販売に協力する。
地産地消推進事業	学校や企業等において地産地消の推進を行う。

※ 創業計画・空き店舗対策について

町においては、『創業支援事業計画』(H28.5 月取得)の基、平成 28 年度、創業塾を年度内に 2 回シリーズに分けて開催している。当商工会においても、行政とタイアッ

プシセミナー時受講者に面談し、相談に応じ、創業支援に取り組んでいる。

イ 基本目標 2 新しい人の流れの創出と故郷への思いを高める

(定住化の為に環境整備・若者のUターン促進、来訪者・観光客の定住化の為に整備)

施策名	内 容
三市町共同観光推進事業	小諸市、軽井沢町との広域的な観光周遊コースの設定、観光名称マップ作りの実施。
長期滞在型観光事業	長期滞在型のグリーンツーリズムやスローツアー型観光の実施。
歴史的資源魅力発見ツアー	真楽寺・小田井宿等の歴史的資源を来訪者に巡ってもらうツアーの提案。

町の長期振興計画では、当町の基幹産業はこれまで同様、「農業と製造業と観光」と位置づけている。

又、御代田町総合戦略では、創業支援事業・空き店舗対策事業等での事業所増加や、近隣市町との連携・長期滞在型観光事業での観光客増加を図る戦略を中心に計画・実行中である。

経営発達支援計画においても小規模事業者への伴走型支援を行うことは勿論であるが、町の長期振興計画・総合戦略との連携・活用で、町の指針に沿った経営発達支援計画を進めていくものである。

4 商工会の役割

(1) これまでの商工会の取り組みと課題

商工業者の業種別内訳表を見ると、平成12年度の管内の小規模事業者数427件であったものの、平成27年度においては小規模事業者数399件と、ここ15年あまりで28件もの小規模事業者数が減少している。

これらは、経営難や後継者不足等の理由で廃業に至っていることが主な要因である。

【商工業者の業種別内訳表】

	12年度	17年度	22年度	27年度	
人口	13,412	14,124	14,738	15,137	
世帯数	4,759	5,076	5,623	5,620	
商工業者数	500	553	504	406	
小規模事業者数	427	409	409	399	
内 訳	建設業	71	73	58	46
	製造業	56	53	48	41
	卸売業	13	11	8	8
	小売業	62	72	63	59
	飲食・宿泊	52	62	51	39
	サービス業	48	54	53	47
	その他	23	24	29	25

今まで商工会では、長年個別支援を中心に行ってきたが、経営指導員個々の単発・限定的な支援が多く、事業者の中長期的な支援を充分に行えなかった。更に、事業継承等の対策を講じなかったことも考えられる。

御代田町商工会においては、これまで管内商工業者、特に小規模事業者に対する経営改善普及事業として金融、税務、労務等の経営の根本的な事項に関する支援を行ってきた。

具体的には、金融については、事業の継続・発展に繋がる運転・設備資金について地元金融機関や日本政策金融公庫小諸支店と連携し、事業所の経営状況を鑑みながら資金調達支援を行い、税務においては、全国商工会連合会推奨の『商工会記帳システム・ネットde記帳』

や全国青色申告会推奨の記帳ソフト『ブルーリターンA』等利用し、記帳から決算書作成、所得税・消費税確定申告・電子申告への各支援を行ってきた。又、労務では、御代田町商工会が労働保険事務組合の認可を受け、煩雑で専門的知識を有する労働保険に関する事務処理を受託し、労働保険の徴収・納付・雇用保険にかかる取得・喪失手続き等を行ってきた。

しかしながら、支援のほとんどが事業所から求められた案件への対応に終始した単発的なものであった。

又、平成13年度から御代田町商工会では、『伝統食みよたおにかけうどん』の普及推進に取り組んでおり、祭事等や各種イベントで広く提供しているが、このおにかけうどんは、地域資源にも認定されている。今後、特産品開発・普及推進を商工会だけではなく行政・観光協会・専門家等と連携しながら進めていく。

(2) 今後商工会に求められている役割等

今後は、事業者が自ら立てた事業計画を実践し経営力強化を図り、事業の持続的発展と創業・起業者等が定着し、事業継続ができるよう事業者に寄り添った支援をしていく事が求められている。

商工会は、地域に密着した地域総合経済団体であり、事業者にとっては一番身近な支援機関である。県や町等の行政はもとより、他の支援機関（地域金融機関・よろず支援拠点・ミラサポ・県受発注アドバイザー他）等との連携を一層密にし、小規模事業者への伴走型支援体制構築を図っていく。

5 小規模事業者の中長期的な振興のあり方（10年）

平成17年からの10年間で84件約26.6%もの商工業者がなくなっている現状を鑑みると、10年先の輝ける御代田町の将来ビジョンを考えていくには、商工業者、特に小規模事業者の増加が不可欠である。

町の『第5次御代田町長期振興計画』及び『総合戦略』を踏まえ、商工会としては、既存の経営改善普及事業を中心とする経営基盤の支援に留まらず、意欲ある創業・第2創業者や新たな事業分野へ展開を模索している事業者（経営革新）を中心に事業計画に基づく計画経営の実践支援を行い、管内小規模事業者が経営環境や顧客ニーズの変化等に柔軟に対応し、当地域に根差して、事業の持続的発展及び定着をしていく事を目指し支援を行っていく。

今回の経営発達支援計画を通じ、既存事業者の経営基盤充実を図ると共に、創業・第2創業（経営革新）者についても、安定的な経営を持続できる為の伴走型支援に取り組んでいく。

又、地域資源、観光資源の掘り起し・活用を図り、特産品開発、ブランディング及び、滞在型の観光振興事業（近隣団体との連携）等の取り組みを行い、当町への来訪者、観光客の増加を図ることで、当地域の観光産業が活気を取り戻し、魅力ある地域となるよう地域経済の活性化に取り組んでいく。

地域総合経済団体である商工会の利点を最大限活用し、事業存続が可能となる魅力ある地域づくりを目標に、これまで当商工会が取り組んできた小規模事業者への支援や効果、課題を整理・分析し、それらを見極め、向こう10年先に向けて、小規模事業者への持続的支援を通じ、事業者それぞれが個性あるオンリーワンの商品・サービスが提供できるような事業者の育成・支援を目指す。

6 本計画の目標と方針（5年）

【目標】

上記の現状や課題を踏まえ、経営発達支援計画の目標を次のとおり設定する。

- (1) 管内小規模事業者の事業計画策定支援を通じ、計画的な経営への取組みを推進し、基礎体力向上、経営体質の改善を図り持続的発展を目指す。
- (2) 創業・第2創業（経営革新）支援の強化を図り、地域に密着し事業活動・展開が図れるよう支援し、管内の小規模事業者数減少に歯止めをかける。
- (3) 御代田町商工会で進めている、「伝統食おにかけうどん」を地域の伝統特産品として普及推進していく事を目標とする。併せて、新たな特産品・地産地消候補品について、掘り起こし・選定・推薦・認定・普及推進を行政・関係団体との連携により取り組む。
- (4) これまでの小諸市・軽井沢・東御市と連携して観光振興に取り組んでいる経過を踏まえ、「浅間山」等の観光資源や各地域の取組みを連携により活かし、観光面での入込客増加を目指す。

【方針】

- (1) 小規模事業者と支援者である経営指導員等が、同じ目線で事業所の置かれている状況、経営課題、目標等を共有し認識した上で、計画的な経営を行えるように事業計画策定を支援し、課題解決及び目標達成に向けて、専門家や関係機関との連携を密にしながら、フォローアップを行う伴走型支援の実施により、小規模事業者の基礎的体力の向上、経営体質の改善及び経営力強化を図る。
- (2) 既存の小規模事業者が、高齢化・後継者不在等による廃業により、地域商工業の減退が進む中、今後の地域商工業の発展には、新たな担い手の創出が必要である。創業・第2創業（経営革新）者等が、地域に根差し事業活動を行えるように重点的に支援を行っていく。
御代田町は、平成28年に創業支援事業計画認定機関を取得し、創業セミナー開催や各種支援策を講じており、行政や金融機関等と連携し創業関連事業を進めていく。
- (3) 商工会で進めている「おにかけうどん」を地域伝統食の特産品として広く普及推進することは勿論であるが、おにかけうどん以外にも御代田町の地域産品は多くある状況下である。目標を達成する為、関係機関との連携を取りながら進めていくのと同時に、関係する小規模事業者の意見等も汲み取り、特産品の開発から普及推進まで支援を行っていく。
- (4) 地域活性化・観光分野での入込客増加をより具体的にするために、既存で行っている施策（サービス）、観光用印刷物、取り組み等、情報の収集・整理・分析し、より効果的で確実に増加が見込めるものに取り組む。
「地域活性化委員会」を組織（観光協会・旅館民宿組合、町産業課商工観光課、県商工課等）し、多角的な視点から課題などを抽出し、より効果的な施策を講じ、観光客通過型から滞在周遊型を目指し、交流人口を増加させて消費拡大による地域活性化に取り組む。
又、現状ある「浅間山麓産業推進協議会」（小諸市・東御市・軽井沢町・御代田町の商工団体・観光協会合計8団体）との連携を強化し、この地域の広域観光推進を図っていく。

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 30 年 4 月 1 日～平成 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】

(1) 現状と課題

これまで、御代田町内の経済動向については、長野県商工会連合会（全国商工会連合会）の依頼を受けて、毎月 10 日に、地域内の「小規模企業景気動向調査及び付帯調査」を実施しているのが現状である。

調査結果や分析データは、商工会の内部資料としているのみであり、職員間で共有しているものの、小規模事業者への提供や周知などは、限定的であり、有効活用がなされていないことが課題である。

(2) 改善方法

今後は、今まで行ってきた「小規模企業景気動向調査及び付帯調査」、に加え、「各種経済情報の収集、整理・分析・情報提供及び活用」（新規事業）と、「役職員によるヒヤリング調査」（新規事業）を行い、収集し整理・分析した情報を後段「2. 経営状況の分析に関すること」等に活用していく。

(3) 事業内容

ア 各種経済情報の収集、整理・分析・情報提供及び活用【新規事業】

(目的)

全国商工会連合会・長野県商工会連合会・上田信用金庫・御代田町が実施している中小企業景況調査、景況レポート、行政等が公表している情報を収集し、整理・分析し、そのデータを情報提供及び活用する。

(調査項目)

売上高・仕入単価・採算・資金繰り・業況等

【活用する資料】

種類	収集する資料	対象エリア等	項目等
景気動向	全国商工会連合会中小企業景況調査報告書（四半期毎）	全 国	業種別（製造・建設・小売・サービス業等）の業況・売上・価格・採算・設備投資有無・資金繰り・見通し等経済動向を把握
	長野県商工会連合会中小企業景況調査報告書（四半期毎）	長 野 県	
	上田信用金庫景況調査レポート（毎月）	長野県東信	
	全国商工会連合会小規模企業景気動向調査（毎月）	全 国	
統計データ	御代田町（毎月）	御代田町	人口・世帯数等住環境の実態を把握

(調査方法)

収集したデータは、「景気動向」、「統計データ」と分類し、経営指導員等にて整理・分析し、必要に応じて長野県商工会連合会上席専門経営支援員や金融機関・専門家等と連携し適切な助言を受け行っていく。

(活用方法)

小規模事業者の事業計画（経営分析）の基礎資料として活用する。

又、商工会内部だけの資料ではなく、積極的に巡回訪問時・窓口相談時に小規模事業者に情報提供する。商工会経営指導員が基となり、この各種の調査結果を編集したレポートを見やすくわかりやすい形に要約し活用する。

併せて、分析結果をホームページ等にも掲載し、広く情報提供する。又、本分析結果は、地域金融機関（日本政策金融公庫小諸支店、八十二銀行御代田支店、上田信用金庫御代田支店）・御代田町へも報告し、情報共有化を図る。

(効果)

各種報告書の結果から、業界毎の業況等を把握することができる。それにより、自身の立ち位置の確認し、今後の事業計画策定時の資料として役立つ事が出来る。

イ 役職員によるヒヤリング調査【新規事業】

(目的)

管内小規模事業者の経営課題や地域の課題・要望等を収集し、地域の景気動向を把握する。

(対象者)

地区内業種別小規模事業者（製造業・建設業・小売業・飲食・サービス業他）

(サンプル数)

業種毎 4事業所×5業種=20事業所

(調査方法)

職員（1名）と役員（2名）を1つの班とし、2班を形成し調査を行う。

毎年年度当初、どの事業所の調査を行うか、業種毎に選定する。

(1班3名×2班計6名。20事業所×年2回。)

(頻度)

半年に1回、年度=2回。

(調査項目)

売上高・仕入単価・採算・資金繰り・業況等（特記事項：地域内での課題・要望）

(活用方法)

本調査は、管内の景気動向なので、収集した情報をもとに管内小規模事業者の実態（実情）を把握し、小規模事業者に情報提供を行うと共に事業計画（経営分析）の基礎資料として活用する。

又、経営指導員が整理・分析したデータを商工会内の他の職員他、金融機関・行政で共有化し、行政への施策に対する意見要望等の基礎資料とする。

(提供方法)

整理・分析した結果は、ホームページ掲載や商工会からの事業者へのメーリングリスト等で広く提供し、巡回・窓口相談時においても経営指導員が説明をし、結果を小規模事業者に提供していく。

(効果)

役職員が行うことで、地域の生のデータを把握することが可能となる。管内小規模事業者の抱える業況の把握に繋がる。

又、小規模事業者から見れば、事業計画策定時の資料として、地域経済の現状把握と将来予測に役立てられる。併せて、分析されたデータは、経営分析、事業計画策定の基礎的データともなる。

【事業目標】

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
ア 各種経済情報の収集・整理・分析・提供	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
イ 役職員によるヒヤリング調査調査事業所	未実施	20事業所×2回	20事業所×2回	20事業所×2回	20事業所×2回	20事業所×2回
イ 役職員によるヒヤリング調査情報提供回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

2 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1) 現状と課題

これまでは、金融斡旋支援時や記帳指導、決算・確定申告等個別相談会時でのヒヤリング等で提出された決算書による収支・財政状況等の現状分析だけに留まっており、先を見据えた経営課題の抽出や問題解決等に向けた事業計画策定の支援はごく僅かで、伴走型支援に繋がっていないのが現状である。

小規模事業者は、過去の経験や消費者・取引先任せの経営に至っている事業所も多く、自社の持つ経営支援の把握や計数管理による自己分析・中長期目標を設定して経営をしている小規模事業者は一握りである。

また、創業予定者に対しては、自身の商品・技術・サービスが地域のニーズに即しているか、商圈調査、同業者の洗い出しなど情報が不足している。

(2) 事業内容

今後は、「1.地域の経済動向調査」で記した地域経済動向に需要動向も加え、自社の強みを活かした商品・技術等の開発や販路開拓に繋げた事業計画策定に向けた課題を把握する為、意識的に経営強化を図る小規模業者に対して、他支援機関と連携しながら経営状況分析についての支援を行うとともに、事業計画策定データとしても活用を図っていく。

①巡回指導における経営分析の実施【拡充事業】

巡回指導は、2名の経営指導員により支援対象事業者を巡回し、経営状況把握・情報提供を随時行う。既存の会員を業種別に巡回しながら、創業予定者に対しては、セミナー参加者を最初の巡回ターゲットとして行っていく。各指導員で分担し、支援事業者に対しては、概ね月1回程度の頻度で訪問し、経営問題や需要動向等の聞き取りし、経営に必要な情報提供を行う。

巡回時には、事業所の業況・消費者ニーズの把握・損益・財務状況に関する情報の他にも、保有設備や技術力人材などの経営資源の特徴（強み・弱み）を把握するとともに全国商工会連合会の「経営分析システム」を活用して、経営状況の分析を行う。

また、窓口相談の場合、各経営指導員が即座に対応し、経営指導員不在時には、補助員が対応し、その都度、巡回日時を設定し、経営指導員が巡回する。

実施においては、全国商工会連合会より貸与されている指導用タブレット端末を巡回時には持参して、現場にて決算書の数値を基に「経営分析システム」より求めることができる業種別経営指標と、損益分岐点等管理会計上の実績をチャートによって比較を行い、会計情報から事業者の強み・弱み等を分析し、事業計画策定の参考とする。また、分析したデータは

今後の支援資料としても活用する為職員間で共有する。(新規事業)

②経営分析の活用に関するセミナーの開催【新規事業】

支援対象事業者の掘り起こしのためのセミナーを開催する。管内小規模事業者や創業予定者に経営分析の重要性や4P分析、SWOT分析、PERT分析、ABC分析等様々な分析手法を習得頂く為にとともに、直面する課題等を抽出して課題解決のための、経営分析セミナーを定期的に開催する。

また、セミナー開催後のフォローアップにも重点を置き、状況によってよろず支援拠点、エキスパートバンク制度を活用した専門家やミラサポの活用や、長野県、中小企業基盤整備機構、金融機関等と連携しながら、現状の経営分析を支援し、事業計画あるいは創業計画策定の参考と策定を促すきっかけとしていく。(新規事業)

③専門家等の活用【新規事業】

本セミナーや巡回指導等により、小規模事業者をピックアップして、経営分析から財務分析や経営状況等を把握し、当該企業の総合的な経営分析を行っていく。その上で、専門的な支援が必要と判断した場合は、課題解決にあたり適切な専門知識を有する税理士や中小企業診断士等と連携して、販売、顧客、財務管理等の項目を元に、総合的な経営分析を行う。

【事業目標】

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
①巡回指導訪問件数	500	520	540	560	600	640
①巡回指導時における経営分析件数	未実施	10	20	30	30	30
②経営分析セミナー開催回数	未実施	2回	2回	2回	3回	3回
②セミナー参加者数	0人	5人	10人	10人	15人	15人
③経営発達支援計画での経営分析件数(専門家活用)	未実施	10	10	10	20	20

3 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 現状と課題

これまでは、小規模事業持続化補助金申請(平成26年度1件採択、平成27年度4件採択、平成28年度13件採択、平成29年度5件採択)やものづくり補助金申請(平成26年度2件申請、平成27年度1件申請)の他経営革新認定(平成21年度5件認定、平成22年度1件認定)に向けて事業計画策定に関する個別相談を実施してきたものの事業者から来る相談に対しての支援という受け身的な支援の形態であった。

更に、対処療法的な経営課題の解決に終始しており、十分な分析・整理・解決対応を行わなかった為、小規模事業者の持続的発展に向けた事業計画策定支援等、事業の基本戦略については支援をしてこなかった。

(2) 改善方法

今後は、小規模事業者のあらゆる経営課題を解決する為、上記「1.地域の経済動向調査に

関すること」、上記「2. 経営状況の分析に関すること」、後段「5. 需要動向調査に関すること」等の結果を踏まえ、長野県、御代田町、長野県商工会連合会上席専門経営支援員、地域金融機関、専門家等とも連携し、小規模事業者が経営を持続的に行う為の新たなビジネスモデルを提案し、事業計画策定の支援をする。

(3) 事業内容

ア 事業計画策定支援

特に、課題解決に向け自身の強みを活かした商品・サービス・技術力向上を積極的に取り組む管内小規模事業者に対して、上記「1. 地域の経済動向調査に関すること」、同じく「2. 経営状況の分析に関すること」、「5. 需要動向調査に関すること」等の結果を踏まえ、事業計画策定支援を行う。

又、経営指導員だけでは事業計画策定が難しい場合は、上席専門経営支援員や専門家（中小企業診断士）、長野県よろず支援拠点事業等とも連携し、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

更に、同様に自己の強み等をいかした創業・第2創業を支援する為、事案によって御代田町や各支援機関（金融・公的）と連携し創業支援を行う。

創業後も経営課題等細部に渡りサポートすることで、強みが活かせる事業計画作成等・伴走型支援を実施していく。

(ア) 事業計画策定等に関するセミナー、個別相談会の開催【拡充事業】

長野県商工会連合会上席専門経営支援員や長野県よろず支援拠点事業講師、専門家（中小企業診断士）・各関係機関（地域金融機関等）と連携し、事業計画策定に関するセミナーを開催する。

セミナー開催後も未受講者や受講者に対するフォローアップの為の個別相談会を随時開催する。

個別相談会は、基本的に商工会経営指導員が行い、必要に応じて上席専門経営支援員、専門家派遣等を活用する。

【具体的な事業計画策定セミナー内容】

★セミナー内容

- ① 事業計画策定について（事業計画書の仕組み・事業計画策定に向けて）
決算書について（貸借対照表・損益計算書の読み方・仕組みについて）
- ② 経営全般・販路開拓・財務内容・マーケティング・人材育成
数値計画等・販売計画・収支計画・資金計画・収入計画 等

★開催時間

- ① 2時間×3日間
- ② 2時間×5日間

★受講対象者

経営状況分析済事業者・若手事業経営者 等

(イ) 創業・第二創業（経営革新）セミナーの開催【新規事業】

管内小規模事業者が減少する中で、商工会組織や部会組織の役員、商工会内部の職員間でも情報の共有化を図り、創業者・第二創業（経営革新）者の情報をいち早く把握する他、帝国データバンク等の掲載のあった創業予定者へのアプローチを行うことで、早期の創業者把握に努め、創業セミナーを開催し、管内創業者数増加を図っていく。

創業セミナーは、年2回程開催し、少人数体制で行い、きめ細かいサポートが行えるセミ

ナーとし、創業・第二創業(経営革新)に至るまでの体制づくりを確立していく。

【具体的な創業計画策定セミナー内容】

★セミナー内容

- ①創業計画書等について（創業計画書の仕組み・事業計画策定に向けて）
決算書について（貸借対照表・損益計算書の仕組み・読み方について）
確定申告について（青色申告決算書・確定申告書から個人申告手続きについて）
- ②経営全般・販路開拓・財務内容・マーケティング・人材育成
数値計画等・販売計画・収支計画・資金計画・収入計画 等

★講師については、当商工会で従前より各種セミナーでお願いをしている「けいかぶしき慶株式会社」代表取締役かいしゃ戸堀真澄とほりますみ氏を予定。

★開催時間

- ①2時間×3日間
- ②2時間×5日間

★受講対象者

創業・第二創業（経営革新）者及び若手経営者

【事業目標】

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
(ア)事業計画策定 セミナー回数	未実施	2	3	3	4	4
(ア)事業計画 セミナー参加者数	未実施	10	10	15	20	20
(ア)事業計画策定件数	未実施	5	8	10	15	15
(イ)創業・第2創業 セミナー開催回数	未実施	2	3	3	4	4
(イ)創業計画 セミナー参加者数	未実施	5	5	10	15	15
(イ)創業計画策定件数	未実施	3	3	5	6	6

4 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(1) 現状と課題

これまでは、定期的な巡回や窓口来館等を通じての情報収集程度で、全体として事業者からの相談での対応であった。

事業計画策定者及び創業計画策定者の一部においては、都度の確認やフォローは行っているものの、次の段階への計画策定には至っていない。

又、補助金等の計画策定後においても同様であり、現状は相談があつてからの対応であった。小規模事業者については、日々毎日の業務に追われ、目先の経営に目が向きがちであるため、策定した事業計画を確実に実行する為には、事業者に寄り添った支援が重要になってくる。

(2) 改善方法

今後は、事業計画策定を行った小規模事業者に対して事業計画策定時にフォローアップスケジュールを策定し、定期的な巡回・窓口相談を実施し、計画の進捗状況等について確認し、

計画の実施を支援し、課題等に速やかに対応し、伴走型支援を行っていく。

(3) 事業内容

ア 事業計画策定者への実践に向けた事業計画策定後の支援【新規事業】

(目的)

策定した事業計画が着実に実行できるように事業者と共通認識を持ち、支援を行う。

(対象者)

事業計画策定者。

(支援内容)

- (ア) 事業計画策定者とフォローアップスケジュール(4半期に1度)を策定し、事後フォローを実施する。
- (イ) 事業者と経営指導員間で共通認識を持ち、事業者に寄り添い支援を行う。
PDCAサイクルによる事業計画策定支援実践し、課題等に速やかに対応できる体制をとる。
- (ウ) 改善が必要な場合は、共に改善策を考え対応策等の提案を行う。
また、課題内容により長野県商工会連合会の上席専門経営支援員、金融機関や専門家、外部支援機関等の連携を図り改善策・対応策を検討し必要な場合は計画の見直しも行う。
- (エ) 資金調達が必要な場合は、地域金融機関・日本政策金融公庫及び長野県信用保証協会と連携し、事業者へのフォローアップを図ると共に、共通認識の下で融資のあっせん及び事業者への支援を検討していく。
又、一定の要件を満たした小規模事業者に対しては「小規模事業者経営発達支援制度融資」の活用も検討する。

(支援方法)

経営指導員等が、事業計画策定者の計画の進捗状況、課題、更なる目標等の聞き取りを事業者に面談の上行っていく。

(効果)

フォローアップを行っていくことで、事業者にとって、課題の洗い出しや、計画の進捗状況等について都度、確認することができる。

支援の状況、課題、対応策について事務局職員間で情報を共有化し継続的支援が図れる体制を整える。

(2年目以降)

事業者と共に事業計画からの課題解決を行う過程の中で、課題・問題等が出る事が想定される。それは、事業を行う上で、外部・内部環境の変化や社会的要因、その他、様々な変化により出てくる事が想定される。

2年目以降の支援については、相談件数そのものは増減するが事業者への業況等を経営指導員等が聞き取りながら、事業者に寄り添って、フォローアップを確実に行う。

イ 創業・第2創業計画策定者への実践に向けた事業計画策定後の支援【新規事業】

(目的)

策定した事業計画が着実に実行できるように事業者と共通認識を持ち、支援を行う。

(対象者)

創業・第二創業・経営革新計画策定者。

(支援内容)

- (ア) 創業・第2創業計画策定者に対し、創業計画等から持続的事業活動の定着を図る

為、フォローアップスケジュール（4半期に1度）を策定し、事後フォローを実施する。

(イ) 事業者と経営指導員間で共通認識を持ち、事業者に寄り添い支援を行う。PDCA サイクルにより、事業計画に沿った経営を実践し、課題等に速やかに対応できる体制をとる。

(ウ) 改善が必要な場合は、共に改善策を考え対応策等の提案を行う。また、課題内容により長野県商工会連合会の上席専門経営支援員、金融機関や専門家、外部支援機関等の連携を図り改善策・対応策を検討し必要な場合は計画の見直しも行う。

(支援方法)

経営指導員等が、創業計画等策定者の計画の進捗状況、課題、更なる目標等の聞き取りを事業者に面談し行っていく。

(効果)

フォローアップを行っていくことで、事業者にとって、策定した計画の課題の洗い出しや、計画の進捗状況等について都度、確認することができる。支援の状況、課題、対応策について事務局職員間で情報を共有化し継続的支援が図れる体制を整える。

(2年目以降)

事業者と共に創業計画等からの課題解決を行う過程の中で、課題・問題等が出る事が想定される。それは、事業を行う上で、外部・内部環境の変化や社会的要因、その他、様々な変化により出てくる事が想定される。

2年目以降の支援については、相談件数そのものは増減するが事業者への業況等を経営指導員等が聞き取りながら、事業者に寄り添って、フォローアップを確実に行う。

ウ 課題解決検討会の開催【新規事業】

(目的)

フォローアップを事業者と共に行っていくが、課題が対応しきれない場合も考えられるので、その際に課題を解決するための検討会議を行う。

(対象者)

フォローアップした事業計画策定者。

(支援方法)

フォローアップした事業者が課題解決等で解決しきれなかった場合、検討会議を通じて打開策を検討し実行していく。

(支援内容)

(ア) 商工会の経営指導員と事業者によって、フォローアップを行うが、それで解決しない場合に、商工会内部の事務局職員間で検討を行う。それにより、課題等の共有化を図る。

(イ) 長野県商工会連合会上席専門経営支援員や専門家（ミラサポ・よろず支援拠点）の活用により、課題解決の方策を探る。（個別活用の他に、相談会開催も検討。）

(ウ) 北佐久グループ検討会議を活用し、北佐久地区5商工会の経営指導員の月1回の定例会議で課題の共有化・整理・分析を行い、課題の洗い出し、解決の方策を図る。

【事業目標】

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
ア 事業計画策定者のフォローアップ回数	随時	20	32	40	60	60
イ 創業・第2創業計画策定者のフォローアップ回数	随時	12	12	20	24	24
ウ 検討会議の開催(上席専門経営支援員・専門家等)	随時	4	4	4	4	4

5 需要動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状と課題

これまでは、商工会において地域の需要に関する調査は、行ってこなかった。小規模事業者は、自身ができるサービス（役務や商品等）の提供への思いが強く、顧客のニーズやトレンドの調査・分析を行って展開が図れていない現状がある。

(2) 改善方法

今後は、小規模事業者が想定する顧客の特性・ターゲットなど、顧客の目線にあったサービスが提供できるように需要動向調査を行い、買い手のニーズに沿った、既存の商品・サービスの改善や新たな商品・サービスの提供が行えるように販路開拓・拡大支援をすると共に、事業計画策定等の基礎資料としても活用する。

(3) 目的

小規模事業者が需要動向を把握し、需要に適した商品やサービス等、新たなトレンドを見据えた展開ができるように、提供できる商品やサービスのニーズやトレンド、顧客の特性を調査・分析し、情報提供を行い支援を行う。

(4) 事業内容

ア 小規模事業者が抱える消費者ニーズの把握（アンケート調査）【新規事業】

【調査例1】〈菓子製造事業者〉

(対象者)

新たな商品開発・商品提供を行おうとしている菓子製造事業者。

(調査方法)

小規模事業者が抱える課題や買い手のニーズを調査し、消費者と事業者のギャップ・ズレを把握する為に、来店者に試食を提供し、アンケートの協力を依頼する。

事業者と相談し、整理した調査項目を基に商工会がアンケートを作成する。

商工会は、事業者だけの思いの調査にならないように、調査に必要な項目を抽出できるアンケート調査となるよう事業者へ助言を行う。

アンケート用紙を店舗内カウンター近くに置き、事業者が顧客に対してアンケート記入を依頼する。

商工会職員が回収に出向き、回収したデータを商工会にて集計・整理・分析を行う。

(サンプル数)

目標サンプル数 50 枚/1 回。

(調査項目)

性別・年齢・居住地・家族構成・来店時間帯・一回の購買に要する平均価格・味・商品の形・パッケージデザイン・パッケージ容量・包装方法・価格等、従来商品や他社商品との比較、満足度等。

子供向け商品…商品の工夫点、たべやすさ（大きさ・形など）。

取り入れてほしい商品（既存の菓子商品の他に食べてみたい菓子商品）（季節的）。
ブライダル等の引き出物に出してほしい商品等。（卸部門の調査項目）

（活用方法）

事業者が気づかなかった改善点や新たなアイデア（新商品）の発見に繋げる。

特に、菓子の場合、小さい子供等どんな商品が求めているか把握できる。

小規模事業者にとって、事業計画策定・新たな商品開発の基礎資料として活用する。又、上記「2.経営状況の分析に関すること」への基礎資料になる。

（提供方法）

調査依頼した事業所に、商工会で行った個社の分析結果を経営指導員が巡回訪問時に戻す。また、集計データ及び分析結果は商工会データベースへも保存する。

（小規模事業者に対する効果等）

本調査を行うことで、顧客のニーズを把握することができる。ニーズを把握することで、売れる商品作りが可能となる。

今まで、事業者の思いだけで販売し、売上に繋がっていないねじれを解消できると共に、本調査を通じ、新たな需要の開拓に繋がられていく施策が講じることが可能となる。

【調査例2】〈飲食事業者〉

（対象者）

新たな商品（メニュー）を提供しようとしている飲食事業者。

（調査方法）

小規模事業者が抱える課題や顧客のニーズを調査し、消費者と事業者のギャップ・ズレを把握する。

事業者は来店者に新メニューの紹介を積極的に行い、新メニューを食べた人に対して席にてアンケート協力を依頼する。

事業者と相談し、整理した調査項目を基に商工会がアンケートを作成する。

商工会は、事業者だけの想いの調査にならないように、調査に必要な項目を抽出できるアンケート調査となるよう、事業者へ助言を行う。

商工会職員が回収に向き、回収したデータを商工会にて集計・整理・分析を行う。

（サンプル数）

サンプル数 50 枚/1回。

（調査項目）

性別・年齢・居住地・家族構成・来店時間帯・一回の食事に要する平均価格・平均時間。

味つけ、盛り付け、見た目のバランス、容量、価格、原材料・品質状況、のどごしや食べやすさ、従来商品や他社商品との比較、満足度等。

季節・行事等で取り入れてほしい商品（既存の他に食べてみたいメニュー。）

（活用方法）

事業者が気づかなかった改善点や新たなアイデアやメニューの発見に繋げる。

特に、飲食の場合、家族連れ、個人客、団体客によって求めているメニュー・コース料理等が把握できる。

小規模事業者にとって、事業計画策定・新たな需要動向の開拓の基礎資料として活用する。又、上記「2.経営状況の分析に関すること」への基礎資料になる。

（提供方法）

調査依頼した事業所に、商工会で行った個社の分析結果を経営指導員が巡回訪問時に戻す。また、集計データ及び分析結果は商工会のデータベースへも保存する。

（小規模事業者に対する効果等）

本調査を行うことで、顧客ニーズに沿ったメニュー・コース料理等の商品開発が可能となる。

今まで、事業者の思いだけで、売上に繋がっていないねじれを解消できると共に、本調査を通じ、新たな需要の開拓に繋がられていく事が可能となる。

【調査例3】〈宿泊事業者〉

(対象者)

新たな旅行プラン・新メニューを提供しようとしている宿泊事業者。

(調査方法)

小規模事業者が抱える課題や宿泊者のニーズを調査し、消費者と事業者のギャップ・ズレを把握するために、宿泊者にアンケート協力を依頼し、旅行プランの提供・新メニューの試食提供を行う。

事業者と相談し、整理した調査項目を基に商工会がアンケートを作成し、事業者が宿泊者に対して、チェックイン時に依頼し、チェックアウト時に回収する。

商工会は、事業者だけの思いの調査にならないように、調査に必要な項目を抽出できるアンケート調査となるよう、事業者へ助言を行う。

商工会職員が回収に出向き、回収したデータを商工会にて集計・整理・分析を行う。

(頻度・サンプル数)

目標サンプル数 50 枚/ 1 回。

(調査項目)

旅行プラン

性別・年齢・居住地・家族構成・交通手段・どこから来たのか、旅行の目的・旅行期間・これから行きたい場所、このプランで気に入ったもの、不要なもの等。

一回の旅行に要する価格。宿の予約にはどのサイトをよく利用するのか、次に来るとしたら当地で体験したい事・行ってみたい所等。

施設機能の満足度、おもてなし評価等。

新メニュー

味付け、盛り付け、見た目のバランス、原材料の産地や品質状況、食べやすさ等。

(活用方法)

事業者が気づかなかった課題や新プラン、新メニューの改善に繋げる。

旅行プランは、アンケート調査を行うことで、今までプランに取り入れていなかった事柄などが気付ける。

又、宿泊業は、設備やサービスでも評価に差が出るので、顧客の必要としているニーズの傾向なども把握しやすい。

小規模事業者にとって、事業計画策定・新たな需要の開拓の基礎資料として活用する。又、上記「2.経営状況の分析に関すること」への基礎資料になる。

(提供方法)

調査依頼した事業所に、商工会で行った個社の分析結果を経営指導員が巡回訪問時に戻す。また、集計データ及び分析結果は商工会のデータベースへも保存する。

(小規模事業者に対する効果等)

本調査を行うことで、顧客のニーズや求めているメニューやパック商品（企画商品）等を把握することができる。

ニーズを把握することで、新メニュー等の料理開発や旅行プランの企画立案に活用が図れる。今まで、事業者の思いだけでプラン等を提供していたため、売上に繋がっていないねじれを解消できると共に、調査を通じ、新たな需要の開拓に繋がられていくことが可能となる。

イ 製造業に向けた需要動向調査【新規事業】

(目的)

製造系小規模製造業の受注機会拡大を進める為に、展示会出展前に需要動向調査を行う。

(調査対象者)

展示会・商談会に来場予定のバイヤー・相手方事業者、他

(調査方法)

例年、展示会・商談会に来ている対象者に、開催日より前に、郵送により事前に調査を行う。

(調査手法)

展示会・商談会に出展したい製造系小規模事業者の為に、自社の引き合いを受けたい技術がどの程度需要（要望）があるのか、事前調査を行う。

調査項目については、商工会、専門家（長野県受発注アドバイザー等）、製造系事業者と打ち合わせ、項目出しを行う。

わかりやすい調査票（アンケート）での調査を行うが、商工会は、事業者の思いだけの調査とにならない調査票とし、展示会・商談会出展への有効な資料となるように、調査票作りを行う。

調査については、商工会が調査対象者へ展示会・商談会開催前に行い、回収する。調査結果・傾向等を県受発注アドバイザーや上席専門経営支援員等と分析し、出展予定製造系小規模事業者へ戻し説明をする。

(頻度・サンプル数)

年1回（展示会・商談会開催日前）。

展示会・商談会の3か月程前に、商工会から調査対象者へ郵送にて発送。

開催日の1か月程前には、商工会に戻った調査票を事業者へ戻す。

調査サンプル数 15 事業所。

(調査項目)

- ・会社概要、業況、取引条件（回収・支払）、主な取引先（地域：近隣市町村、県外等）。
- ・保有している技術・工法、加工品目。
- ・発注するとしたら、どんな技術を求めているのか。
- ・取り扱いやすさ（配送・補完含）、製造技術、新規制、こだわり、安全性等。

(活用方法)

製造系小規模事業者が展示会等に出展を検討、出展を進めていくうえでの基礎資料として活用する。

展示会へ何も情報を持たないで出展するより、事前調査による情報を持って出展することにより、バイヤー・事業所との情報交換・商談がスムーズに進むことが期待できる。

(提供方法)

調査報告書は展示会開催前に出展予定事業者に戻す。

展示会后、事前に得た情報と、実際に出展してみてもの感触、相手方との商談結果を検証し、今後の事業展開方法等の対策がとれるようにする。

(小規模事業者に対する効果)

本調査を行うことで、相手方バイヤーや事業者が求めている技術・品目等を把握することができ、出展時の自社のPR方法等に活用していただける。

技術へのニーズを把握することで、今後、どういう技術を持つことが、小規模事業者に求められているかが把握でき、自社での今後の事業展開への活用、対策が図れると共に、事業計画策定の資料として活用できる。

今まで、事業者の思いだけで、売上に繋がっていない課題を解消できると共に、調査を通じ、新たな需要の開拓に繋がられていくことが可能となる。

ウ 商圏分析調査の実施【新規事業】

(目的)

創業予定者が、創業を考えた時、どの地域やどの場所に出店していくのがいいのか、悩むものである。

創業予定者が、地域とのつながりで出店場所を早期に決められればいいが、うまくいっていない事例が多く見受けられ、出店しても経営が安定軌道に乗っていない創業者が多い。

今回、需要動向調査で商圏調査を行い、創業者や新たな販路を模索している事業者等が市場動向を調査分析することで、出店後のターゲティングを明確にする事を目的に本調査を実施する。

(対象者)

創業計画策定支援者や創業セミナー出席者等（第2創業者も含む）。

新たな販路を模索している事業者、既存店舗以外の店舗展開を模索している事業者、他地区へ展開を模索している事業者等

(調査方法)

商圏分析調査を円滑に行う為、「J-STAMAP※（地図による小地域分析）システムを活用し、経営指導員と事業者等で分析調査を行う。

出店予定地域において、業種毎の事業所数とグーグルマップ、電話帳等を活用し、競合状況を洗い出し、出店等予定している商圏で、自身の事業展開が可能か経営指導員等と事業者で相談しながら、検討し決定していく。

(頻度)

創業者等の創業計画策定時、既存事業者の事業計画策定時、及び新たな販路開拓を進めようとするとき等。

(調査項目)

想定する商圏内の人口、世帯数、世帯数の増減傾向、事業所数（業種別）、競合店の状況等

(活用方法)

本調査で得られた結果を参考に、出店後をシュミレーションし、実際に出店や販路開拓先として有効な場所かどうかの検討資料として活用する。

(提供方法)

調査を実施した個社に分析結果を提供する。

(効果)

創業予定者（小規模事業者）は、創業計画書を作成し、出店後、計画書に沿った事業が展開していけるように、商圏調査を行うことで計画の妥当性を確認できる。それにより、当初計画に近づいた事業展開が可能となる。

※「J-STAMAP」

インターネット上で利用できる統計データと地図を組み合わせた地理情報システム

- 1 利用者の保有するデータを取り込んで分析する機能
- 2 任意に指定したエリアにおける算出機能
- 3 地域分岐レポート作成機能等が利用できる。

【事業目標】

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
ア 消費者のニーズ把握調査支援事業者数（アンケート）	未実施	3事業所	5事業所	6事業所	9事業所	9事業所
ア 消費者のニーズ把握調査サンプル数	未実施	150 50×3事業所	250 50×5事業所	300 50×6事業所	450 50×9事業所	450 50×9事業所
イ 展示会出展予定者への需要動向調査支援対象事業者数	未実施	5事業所	7事業所	10事業所	15事業所	15事業所
イ 展示会出展予定者への事前調査サンプル数	未実施	15	15	15	15	15
ウ 商圈調査	未実施	2事業所	2事業所	3事業所	5事業所	7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】

(1) 現状と課題

これまで、需要開拓事業（販路拡大、売上向上、展示会、商談会、広報等）については、行ってこなかった。

また、相談事業者に対しては、経営指導員が持っている個々の情報を相談時に提供するのみで単発的であり、効果的な支援であるとは言い難い状況であった。新たな需要や顧客ニーズ等の開拓に向けた機会を創出していくといった取り組みには繋がっていない事が課題である。

今後は、人的・時間的余裕がない小規模事業者へきめ細かな販路開拓支援を行っていく事が必要である。

(2) 事業内容

ア 展示会等への出展支援（製造業）【新規事業】

(目的)

上記、「5. 需要動向調査に関する事」イに記載した調査結果を基に、需要に合った製品・技術の絞り込みを行い巡回訪問時にデータの持参とともに展示会等への出展を促す。

こうした取り組みにより、管内に多い「1社依存型」からの脱却を図り小規模事業者の持続的発展に繋がる支援を行う。

(対象者)

管内製造系小規模事業者。

(支援方法)

商工会で出展者に対し、出展ノウハウ（商品シート作成、機械リスト及び技術シート作成・会社案内作成）等を支援する。

併せて、この事項「イ. 製造業ガイド本の製作事業」もブース内に置き、自社のPRに役立てる。

(支援（事業）内容)

当管内の事業者は、工業展等への出展実績がないため、商工会が仲介役となり、最初は連携先金融機関の㈱八十二銀行、上田信用金庫、㈱長野銀行主催あるいは共催する比較的小規模な商談会・展示会への出展を行う。

しかし、これは、最初の段階の取り組みとしてであり、展示会出展の経験、スキルを上

げ、「諏訪圏工業メッセ等」への出展も行えるように、専門家（受発注アドバイザー）等を活用し、出展を促していく。

又、商工会は、上席専門経営支援員、連携先金融機関や専門家（受発注アドバイザー）を活用しながら、出展に係るアドバイスや、自社の技術等の情報整理等について支援を行っていく。

(手段)

展示会商談会の参加経験のない小規模事業者の為の、商工会にて展示会等の情報提供、出展申込み等の支援を行う。

(効果)

上記「5. 需要動向調査に関すること」の事前調査を行っていることで、ニーズの把握もできており、『自社のPRポイント』や『強み』等を把握した上で商談に臨むことができる。それにより、お互いの求めている製品・技術等が把握でき、商談成立機会が拡大することが期待できる。

イ 製造業ガイド本の制作事業【新規事業】

(現状と課題)

現状は、御代田町内にある製造業については、個々の技術の高さはあっても、元請けとの仕事の繋がり等「縦の親子関係」でしか受発注関係が成り立っていない。

(改善方法)

今後は、各々の製造業事業者の技術（スキル）を紹介したガイド本を製作し、抜粋版をホームページにも掲載し、周知することで新たな需要開拓を狙うものである。

(目的)

製造業者の紹介等の記載によって、町内外に留まらずに製造技術を求めている同業他社やバイヤーに周知を図ることができる。

受発注機会増大、ビジネスチャンスの拡大を図っていく。

(支援対象者)

管内製造業系小規模事業者等。

(支援・活用方法)

各事業者独自の製造技術（スキル）・製品を本の掲載により紹介する。

商工会内工業部会等の会議での紹介・情報交換会開催や、各展示会でのブースにて来場したバイヤー・他の出展事業所との商談や名刺交換等を円滑に行うツールとして活用し、引き合いの増加を図り、新たな販路開拓を行っていくようにする。

(支援（事業）内容)

商工会及び工業部会の役員が編集委員会（仮）を立ち上げ、製造業ガイド本製作を行う。

又、抜粋版を商工会ホームページに掲載する。

(手段)

編集委員会（仮）にて、町内製造系小規模事業者を調べ抽出、整理を行う。

各事業所の技術・製品紹介をできる事業所を募り、編集委員会で作成した統一の書式を掲載事業者へ配布し、事業所紹介ページを作成する。

出来上がった本の抜粋版をホームページに掲載する。

(活用方法)

(ア) 出来上がったガイド本については、町内の各製造系小規模事業者へ配布し、営業などに役立てる。

(イ) 公的支援機関等（県・地域振興局商工課工業係・県工業試験場）や県内地域金融機関、御代田町、受発注アドバイザーへも配布し、管内製造業者の保有技術、保有設備等を

広く紹介していく。

(ウ) 様々な展示会等に管内製造系小規模事業者が出展する際には、各自のブース等で活用していく。

(効果)

この製造業ガイド本で、事業者間や公的支援機関等に管内製造業者の情報提供が図れる。また、展示会でバイヤー・他の出展事業者に向けて管内各事業者の紹介ができることで、ビジネスチャンスの拡大が見込める。

今まで、自社を紹介するツールがなかった小規模事業者にとっては、既存の取引から一歩踏み出すためのツールとして活用していくことで、新しい取引が生まれる可能性が出てくる。このような取り組みは小さい事の積み重ねかもしれないが、こうした取り組みを始めることでビジネスチャンスの創出、引き合い件数の増加、成約件数増加に繋げていく。

ウ 観光マップの制作【新規事業】

(現状と課題)

これまで当町には、御代田町旅館民宿組合（10 件加入）が制作する観光マップのみしかなかった。御代田町は、佐久市・軽井沢町・小諸市に囲まれており、主要となる観光資源は乏しいものの、隣接する行政区を移動する際には、必ず御代田町を通過しなければならない場所である。

又、中山道も町内を通過しており、町内には『小田井宿』があり、街道の要所でもある。中山道は日本の主要街道の1つでもあり、近年訪れるお客様も多くある状況下である。

町内を走る公共鉄道であるしなの鉄道には、「御代田駅」（みよたえき）があり、学生や企業の従業員を中心に乗降者が多い駅でもある。

(改善方法)

周遊観光や拠点観光及び日常利用としてアクセス性の高い御代田町としてのこれらの機会を有効に活用し、『滞在時間の延長』や『町を訪れるきっかけ作り』を図る為の取り組みとして、観光マップ製作を行う。

(目的)

既存の観光マップ（旅館民宿組合マップや近隣町村作成のマップ）に留まらず、観光客等が欲しい情報を掲載し、御代田町へ訪れたいようなマップ作りを目指す。

宿泊施設、飲食店、観光施設等の情報を掲載し、各事業所の売上増につながる支援を行う。

(支援対象者)

管内飲食業、宿泊業事業者等。

(配布対象者)

町内を訪れる予定の観光客、近隣市町村へ訪れる観光客・宿泊者等。

東京をはじめとする首都圏の観光事務所（県東京事務所等）。

旅行会社等、県地域振興局をはじめとする各観光事務所。

商工会ホームページへマップを掲載し、上記関係者等のページへもリンク付をする。

(掲載内容等)

旅館民宿組合と連携し、既存ある観光マップ情報も活用し、それに加えて、掲載されていないコンテンツや体験コースなどを付け加え、御代田町が一目でわかり、訪れたいような観光マップを制作する。

『町内の観光モデルコース』を掲載し、2時間から半日位のモデルコースを掲載する。

（車でのコース、徒歩（中山道小田井宿があるので生かした）でのコース。）

『一店一品等お勧めメニュー紹介』。（飲食店情報）

『浅間山登山コース紹介』。(隠れた穴場スポット掲載)

『自然体験できる施設紹介』。

『まだ知られていない観光スポット・撮影スポット』。

『伝統食御代田おにかけうどん』お店紹介並びにスタンプラリー台紙掲載等をマップの中に織り込む。

『宿泊施設情報』 等。

(提供方法)

情報は、商工会や旅館民宿組合等からの提供に留まらず、広く収集する。

お客様が欲しがっている情報を訪れた観光客から収集したり、旅行会社等からもこういったものがあつたほうがいい等様々な情報を収集する。

それらを、商工会・旅館民宿組合・観光協会で連携し、整理・分析を行う。(例えば、町内の観光モデルコースの策定等。) 2～3案程絞り込み整理・校正を行う等。

出来上がったマップは、飲食店・宿泊施設・観光施設・御代田駅等で訪れた観光客に提供することは勿論のこと、近隣市町村の観光施設や近隣・県内を始めとする各観光協会、県観光協会、県東京事務所・旅行会社等に置き、御代田町を訪れる為のツールとしてもらう。

商工会ホームページへも掲載し、事業者や関係機関等のホームページでリンク付を行い広く活用できるようにする。

(効果)

御代田町ならではの“観光マップ”作成をし、当町を訪れてもどこに行ってもよいかわからない観光客へは、今まで気づけなかったものの発見や施設を訪れることで、御代田町が単に軽井沢町の隣町ということから、観光地としての御代田町として認知を図ることが可能となる。

また、旅行会社や観光各施設へも認知が進むことで、御代田町を観光地化へ進めていけることが可能となる。

小規模事業者は、観光マップを活用し来店したお客様に提案型(モデルコース・撮影スポット・自然体験・おすすめメニュー等)の観光について情報提供することが可能になりサービスの向上に繋げていく事ができる。

当町を訪れる観光客が、今迄のスタイルからの脱却を図ることで、魅力の再発見や滞在時間の延長ができる。

又、掲載事業者のみでなく、様々な機関との連携等による情報の提供により、当町へ再度訪れたいお客様が増加する事で、観光関連事業者の売上増加が期待できる。

エ 特産品支援及びIT活用【拡充事業】

(現状と課題)

御代田町では、御代田町の特産品を広く周知・認知してもらう為に、御代田町ならではの食・工芸品等を『御代田町特産品認定委員会』で認定(毎年度末1回開催)し、御代田町の特産品として周知を行っている。

現状では認定のみが同委員会の主要事業となっている。

(改善方法)

今後は、町とも連携し、認定された御代田町特産品を中心とする品目を、魅力ある地域産品としてインターネットで紹介・販売する。

全国商工会連合会のECサイト「ニッポンセレクト.COM」や「100万人会員ネットワーク」、「ふるさと納税」(御代田町)への出展・登録支援を行い、閲覧数増加対策や魅力あるホームページ作り等の対策を講じ、売り上げ増加に繋がるようにする。

(目的)

町で行っている特産品認定制度を利用・活用しながら、今後は、インターネット販売サイトを活用した、事業者の売上増加、販路開拓に繋がる支援を行う。

(対象者)

特産品を活用した事業展開を希望する小規模事業者。

(支援方法・内容)

(ア)小規模事業者が取り扱っている認定特産品を、現状どういった販路開拓を行っているのか事業者に聞き取りを行い、現状の事業展開での課題等を整理し、インターネット販売等を活用できていない事業者を抽出する。

(イ)インターネット販売を行っていない事業者には、全国商工会連合会のECサイト「ニッポンセレクト.COM」、「100万人会委員ネットワーク」、「ふるさと納税」等の活用を支援する。

(ウ)サイトから注文に繋がっていく為の魅力あるホームページ作りを行うために、商工会で、写真の掲載や紹介文面等について支援し、必要に応じて専門家等の活用を行い、より魅力的なものを作り上げていく。

(エ)町特産品認定事業者でない事業者に対しても、特産品・工芸品を取り扱っている事業者に対し、町の認定を促すと共に、インターネット販売についても提案していく。

(活用する事業等)

『御代田町特産品認定委員会』認定品の活用した事業展開。

『にっぽんセレクト』(全国連管理サイト)。

『100万会員ネットワーク』(全国連管理サイト)等の小規模事業者の登録型サイト。

『ふるさと納税』(御代田町ホームページ)。

(効果)

今迄、既存の販売形態でしか行えなかった小規模事業者が、IT活用の特産品等の販路開拓を行うことで、町内・近隣でしか展開ができなかった事業展開が全国へ展開していけることが可能となる。

又、現在はインターネットでの通信販売等が主流となる中で、特産品等についても全国へ特産品の事業展開を行っていけることが可能となる。更に、御代田町はふるさと納税でも、この特産品を扱っているため、小規模事業者にとっては、ふるさと納税制度との連携をしながら、事業展開を図っていくことができる。

【事業目標】

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
ア 展示会への参加回数	未実施	1回	1回	2回	2回	2回
ア 展示会への参加目標事業所数	未実施	5事業所	7事業所	10事業所	15事業所	15事業所
ア 展示会での商談目標件数	未実施	2件	3件	4件	7件	7件
ア 展示会での成約目標件数	未実施	1件	2件	2件	3件	4件
イ 製造業ガイド本制作回数及び制作数	未実施	未実施	1回 500部	--	1回 1,000部	--
イ 製造業ガイド本抜粋版ホームページ掲載	未実施	未実施	1回/1年 登録	2回/1年 修正	2回/1年 修正	2回/1年 修正
イ 製造業ガイド本活用による商談目標件数	未実施	未実施	2事業所	3事業所	5事業所	5事業所

イ	製造業ガイド本活用による成約目標件数	未実施	未実施	1 事業所	2 事業所	3 事業所	3 事業所
ウ	マップ製作回数及び配布数	未実施	未実施	未実施	1 回 5,000 部	---	1 回 10,000 部
ウ	マップ簡易版をホームページに掲載	未実施	未実施	未実施	登録	修正	修正
ウ	マップ掲載事業所数	未実施	未実施	未実施	50 事業所	70 事業所	90 事業所
ウ	マップを活用した売上増加率（1 事業所当たり）	未実施	未実施	未実施	3%	5%	7%
エ	全国連 WEB サイトへの出展登録事業所数	未実施	4 事業所	5 事業所	7 事業所	10 事業所	10 事業所
エ	全国連 WEB サイト・ふるさと納税サイトへの出展者目標売上増加率（一店舗当たり・月）	未実施	3%	5%	7%	9%	10%

II 地域経済の活性化に資する取組

御代田町は、レタス・キャベツ・白菜などの高原野菜として有名な地ではあり、その他にも小麦粉・蕎麦粉・加工肉・水産加工品・山菜・自然水・大豆など豊富な地域資源がある。また地域資源に認定されている「信州みよたおにかけうどん」、「信州そば」、「味噌」は、当地域を代表とする地域資源である。これらの地域資源を活用した事業を展開していく必要がある。

今後は、消費者の目的に特化させた新商品の開発（例えば高級贈答品・伝統郷土食やスイーツ専用等）と、飲食店での特産品を活かしたメニュー開発の推進を行う。

そして、既存ブランド商品、新ブランド商品に関する情報発信を SNS やソーシャルメディア等利用し、全国に発信する。

また、店舗所在地や商品、メニューなどを掲載した「御代田ブランド認定取扱店マップ」や「御代田ブランド認定商品取扱店」といったのぼり旗を作成し、PR 力を高める。マップは、旅館・宿泊施設・公共施設で配布してもらい、滞在時間の延長に繋がる消費拡大を狙う。

① 新商品開発・新サービス提供の支援『拡充支援』

元来、御代田町で進めてきた『伝統郷土食みよたおにかけうどん』普及推進と地場産品の（高原野菜・小麦粉・そば粉等）地産地消の観点から進めている、地元の中山間地営農業協同組合協力による地粉を活用した、新しいおにかけうどん開発や地粉を利用した、新しいメニューの開発（地元産の小麦粉を利用した“パスタ”、“パン”、“ラーメン”等）を進めていく等、過去を大切にしつつ、新しい時代のニーズにあった食のサービスの提供を研究・模索していく。また、個店での看板メニューや商品、店主のイラスト等を掲載した「マップ」を作成し、折り込みチラシ等により管内に配布すれば、町内外の消費者から多く問い合わせや訪れが期待できる。

② 浅間八景標柱の整備及び見直し『拡充事業』

御代田町内には、浅間山が絶景で見える場所を 8 か所選定（平成 9 年度）し、観光誘客増大の一端を担っている。しかしながら現状は、標柱の設置だけに留まり、滞在時間延長できるまでには至っていない。

今後は、この浅間八景がより多くの観光客の目に触れ、当町を訪れた際に、スタンプラリー形式にて全てのスタンプを集めた方に、商工会より記念品（例：切手・御代田町ならではの

の品物)をお渡しし、当町に訪れた良さを感じて頂く。「御代田町は良かった・・・」と来ていただいた観光客に思っただききっかけを創出していく。また、町での消費をより喚起する。今後は各個店でしか味わえない、体験できないメニューやサービス等を創出し、物料理や名物店など、「そこにしかない！！」といった人的・物的資源を最大限生かし、消費者にPR 提供するオンリーワンサービスを販路拡大戦略の柱とする。その為には、自社の強み等の分析や自社からの情報発信の為に IT 環境整備等が必要となるケースがある為、状況に応じて専門家と連携し各個展の経営資源発掘とホームページやSNS といった情報発信ツールの拡充支援を行う。各店にしかできない、オンリーワンサービスを定着させ、SNS 等で消費者自らが情報提供をしてくれる機会を増加させることで、新規来街客とリピーター増加に繋げ、延いては地域全体に交流人口を増加させる。

③ 地域活性化委員会（仮称）の形成『新規事業』

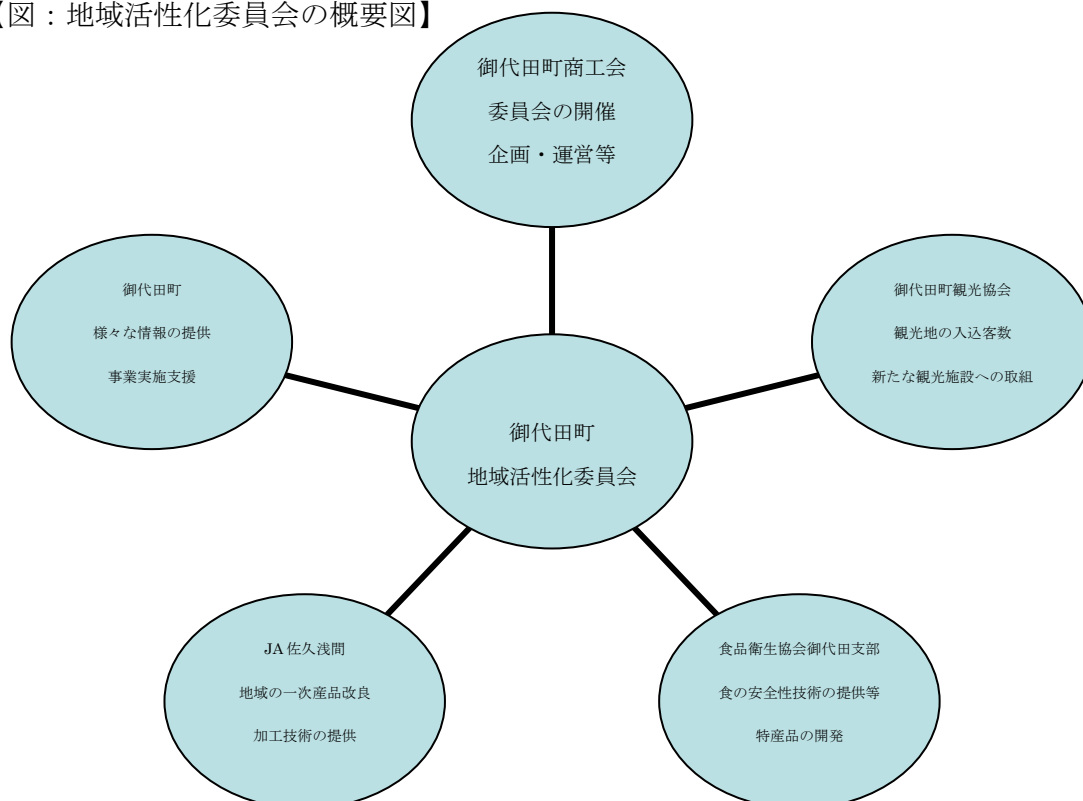
御代田町商工会・御代田町・御代田町観光協会・佐久食品衛生協会御代田支部、JA 佐久浅間御代田支所との「地域活性化委員会」を年3回開催し、今後の地域活性化の方向性を検討し、各組織間の連携を密にとりながら地域における課題・問題などを共有していく。

また、検討した地域活性化の方向性を踏まえ、御代田町が活性化していく事は勿論のこと、御代田町の地域資源を活用した商品開発も行っていく等、御代田町ならではの地域づくりを目的とした事業を企画・立案・実行し、地域経済を活性化していく。

【事業内容】

地域活性化委員会（仮称）を年3回程度開催し、会議において「商業・観光業・農業」を中心とした地域経済の活性化の方向性について検討する。

【図：地域活性化委員会の概要図】



Ⅲ 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援向上のための取組

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事

(1) 現状と課題

現在も一部支援機関との情報交換を目的とした会議を開催しているが、開催頻度が少なく、得た情報に関して職員全員が共有できる仕組みになっていない。

今後は、情報交換に関する開催頻度を増やし、関係を密にすることで、連携によって支援力向上を図る。

また、他支援祈願が開催する会議にも積極的に参加し、高度な先進事例や効果的支援方法などのノウハウを蓄積し、職員間でその情報を共有し職員個々の支援力向上に繋げる。

(2) 連携事業

① 行政・公的機関・金融機関・専門家等との連携『拡充事業』

「長野県」、「御代田町」、「長野県商工会連合会」、「地域金融機関」、「日本政策金融公庫小諸支店」、「長野県中小企業振興センター」、「長野県事業引き継ぎ支援センター」、「長野県よろず支援拠点」等の支援機関や、その他専門家等との連携を密に行い、管内地域の経済動向・需要動向調査や事業計画の策定から策定後のフォローアップに関して、より高度で効果的な支援方法を画策し、商工会職員がそのノウハウを吸収し、スキルアップを図ると共に、小規模事業者の持続的発展に向けた伴走型支援を行っていく。

更に、年2回開催される、各地区経営指導員（佐久地区管内）、長野県、信用保証協会、日本政策金融等が集まる佐久地区経営指導員協議会での研修会等において、情報交換の時間を新たに設置し、支援ノウハウ、支援の現状、事例について情報交換をする。

② 「北佐久グループとの連携」『拡充事業』

商工会中期マスタープランに従い、北佐久管内の各商工会と連携し（軽井沢町商工会・立科町商工会・御代田町商工会・佐久市望月商工会・浅科商工会）、平成26年度より「北佐久グループ」を設置し、相談に対して経営指導員の派遣を行い、協力して相談にあたることや、月1回のグループ会議において相談案件の共有を行っており、互いの商工会職員が保有する知識と経営及び情報を得る場となっている。

※経営支援センター北佐久グループ

（長野県商工会連合会で、商工業者の支援体制強化のために中期マスタープランを作成し支援方法の手法として、小規模事業者に対して高度な支援が必要な場合に複数の商工会の経営指導員が支援ノウハウをデータベースによる共有化し、支援課題解決するために構築された体制である。現在、経営支援センター北佐久グループは5商工会、経営指導員8名、補助員6名、他職員で構成している。）

③ 「御代田町」・「地域金融機関」との連携『拡充事業』

御代田町商工業振興条例が切り替わるたびに、金融施策・助成制度の改正点の確認や情報交換を目的に、御代田町産業経済課と地域金融機関、当商工会による「金融事務担当者会議」を年1回開催している。

金融機関からは、日頃の営業によって多くの商工業者と接している渉外担当者に出席頂き、管内商工業者に関する情報を得る良い機会となっている。

今後は、金融支援だけでなく小規模事業者の持続的発展に寄与する事業計画支援策等も連携して行っていく為、開催回数を年2回に増やし、事業計画支援に対する効果的作成方法等の研修も併せて行う。

2 経営指導員等の資質向上等に関する事

経営発達支援計画を実施していくためには、本計画を主に推進する経営指導員の資質向上が不可欠であり、小規模事業者の経営課題や相談事を聞き取り、問題解決のための技能やノウハウなど経営全般の支援に関わる専門知識習得が不可欠である。

しかしながら、現状では、経営指導員が案件ごとに個別で対応しており、指導ノウハウの蓄積や組織としての共有が出来ていない。

今後は、経営指導員として求められている資質として、支援先の小規模事業者が抱える様々な相談事項に対して、ヒヤリングや外部からの情報収集等により、小規模事業者の経営問題について、的確に把握したうえで課題を明確にして、小規模事業者とともに共有し、そして具体的な課題解決策を策定して、必要に応じた外部連携機関の支援を得ながら、支援先に対して提案し、実施につなげていく。また経営指導員の資質向上を図りながら、組織として支援方法や成功事例のデータベース化・ファイルの共有化を図り、資質向上できる体制づくりを目指していく。

(資質向上)

① 集合研修への参加による支援能力の向上

全国商工会連合会・長野県商工会連合会が主催する研修会の参加に加え、中小企業大学の主催する研修に主任経営支援員が年間1回以上参加することで、売上や利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。

② 研修後の商工会内での伝達研修・勉強会

研修会終了後、必ず経営指導員・補助員による勉強会を開催して、自己の復習も含め、レクチャーする。組織内の知識や情報共有・ノウハウの共有をすることで切磋琢磨して互いに能力を伸ばしていく。

③ 指導経験を上達させるための方策

若手経営指導員については、長野県商工会連合会が実施する新任研修会への参加はもとより、平成27年度から施行の新しい経営支援体制となる商工会中期マスタープランに基づく支援方法としてステージⅠ（従来型の経営指導員の支援）・ステージⅡ（地域の商工会を一つの支援グループ（経営支援センター北佐久グループ）として、その中で複数の経営指導員等の支援によるグループ支援）・ステージⅢ（支援グループに専門家を交えた支援）の各ステップに於いて、専門家やベテラン経営指導員とチームで小規模事業者を支援する事等を通じて、同じテーマで学ぶことや企業へ同伴することで、指導経験の蓄積によるノウハウを継承し学ぶことができ、指導・助言内容、情報収取方法を学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力や道徳心の向上を図る。

経営指導員1名当たり	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
外部研修会参加目標	1	2	3	3	4	4
勉強会開催目標 (2時間)	1	2	4	4	6	6

◆ 支援ノウハウ等の情報共有を実施する会議・研修等

名称（内容）	実施期間	頻度・対象者等
経営革新研修会	県経営金融課 長野県商工会連合会佐久支部	年1回 北佐久地区経営指導員
町商工観光課との 合同会議	御代田町 御代田町商工会	四半期に1回 町担当課 商工会経営指導員
小規模事業者 支援能力向上研修会	御代田町商工会 軽井沢町商工会 浅科商工会 佐久市望月商工会 立科町商工会 長野県商工会連合会東信支所	年1回 長野県商工会連合会 北佐久地区 経営指導員、 連合会経営指導員
長野県よろず支援拠 点、ミラサポ、中小 企業基盤整備機構と の情報交換会	長野県よろず支援拠点、ミラサポ、 中小企業基盤整備機構、 御代田町商工会	随時 コーディネーター 御代田町商工会経営指導員
金融研修会	日本政策金融公庫小諸支店 御代田町商工会	年2回 公庫担当者、 御代田町商工会経営指導員

3 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事

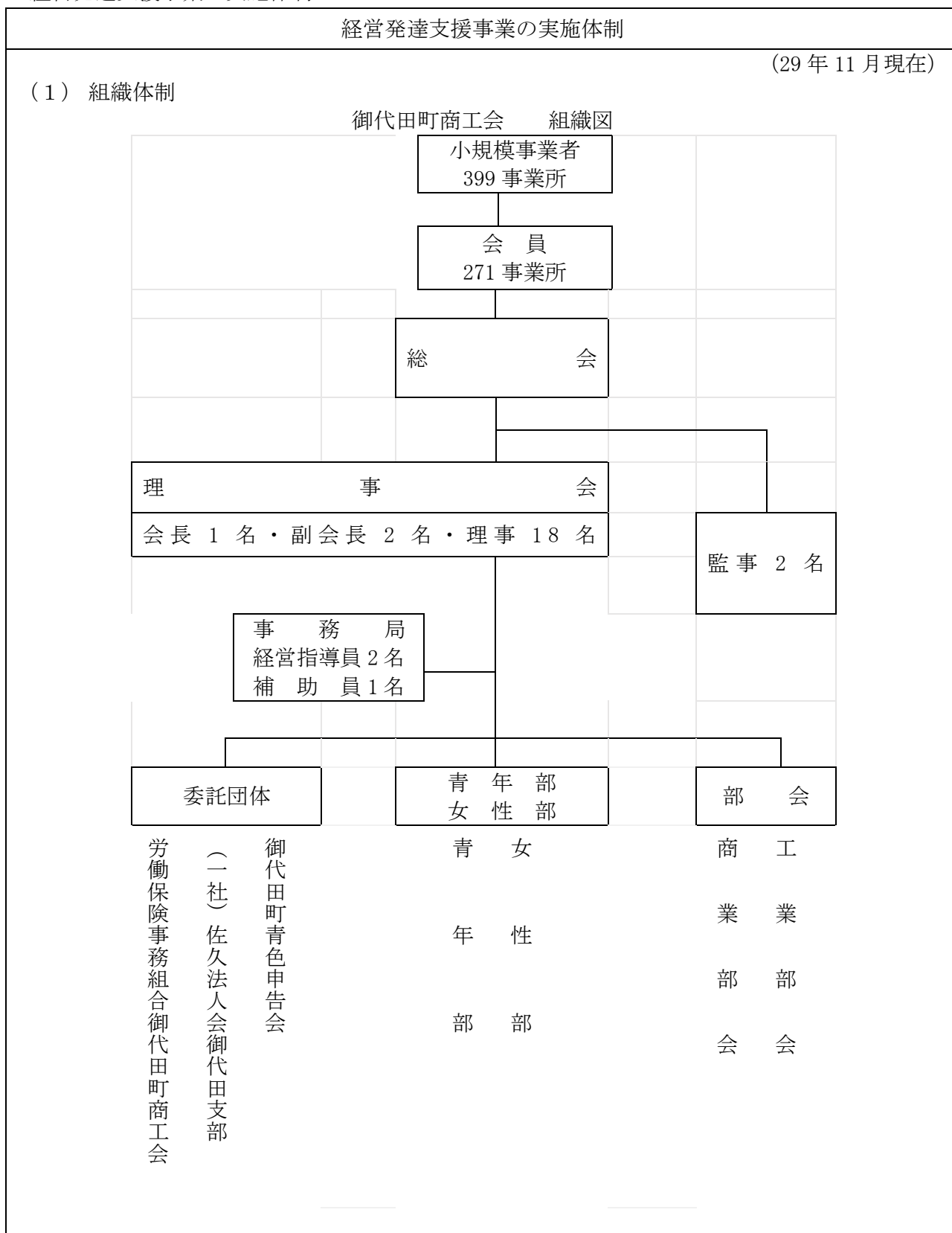
(1) 事業評価及び見直しに関する実施方法

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ① 四半期毎の年4回、全職員による事業の推進状況について、計画に沿った実施状況確認と見直しを行なう。
- ② 毎年度末、外部有識者（御代田町、長野県商工会連合会、中小企業診断士の専門家等）、当商工会役員（正副会長）により、構成された「経営発達支援計画実施状況報告会（仮称）」を開催し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ③ 事業の成果・評価・見直し結果を商工会理事会に報告し、承認を受ける。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果については、総会へ報告し、承認を受ける。（毎年5月）
- ⑤ 事業の成果・評価・見直しの結果を御代田町商工会ホームページ（<http://www.miyota.or.jp>）及び、場合によっては館内を網羅する新聞や御代田町の広報誌等を通じてプレスリリースにより公表する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



【 経営発達支援事業の実施体制 】

事業総括責任者 会 長 柏木 昭憲
事業統括責任者 副会長 桜井 勝彦 土屋 圭市
事業の実行推進者 理事 18 名・事務局
全職員 経営指導員 2 名
補助員 1 名
事業遂行責任者 経営指導員 高見澤 崇男

(2) 連絡先

御代田町商工会

住所 長野県北佐久郡御代田町大字御代田 2422-29

TEL 0267-32-5435

FAX 0267-32-7043

E-mail info@miyota.or.jp

ホームページアドレス <http://www.miyota.or.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)

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
必要な資金の額	3,000	4,000	5,500	5,500	7,000
小規模企業対策事業費	500	1,000	1,500	2,000	2,000
総合振興費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
指導事務費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
浅間八景標柱設置費	500	500	500	500	500
製造業ガイド本作成費	0	500	500	500	500
マップ等作成費	0	0	1,000	500	2,000

(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
会費・国補助金・県補助金・町補助金、事業収入、受益者負担金等で充当

(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>御代田町商工会は、御代田町、町内外金融機関等、日本政策金融公庫、長野県中小企業振興センター、長野県信用保証協会等の支援機関の協力を得ながら、小規模事業者の持続的発展を支援する体制を構築し、伴走型支援を実施していく。</p>	
連携者及びその役割	
支 援 機 関 名	役 割
住 所 / 電 話 番 号	組 織 役 職 及 び 氏 名
長野県	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供
住所：〒380-8570 長野県長野市幅下 692-2	TEL：026-232-0111 県知事 阿部 守一
住所：〒385-8533 長野県佐久市跡部 65-1(佐久地域振興局)	TEL：0267-63-3111
御代田町	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供
住所：〒389-0206 長野県北佐久郡御代田町大字御代田 2464-2	TEL：0267-32-3111 町長 茂木 佑司
長野県商工会連合会	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供で連携
住所：〒380-0936 長野県長野市中御所岡田 131-10 長野県中小企業会館 1階	TEL：026-228-2131 会長 柏木 昭憲
㈱日本政策金融公庫小諸支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒384-0025 長野県小諸市相生町 3-3-12	TEL：0267-22-2591 支店長 佐藤 透
長野県信用保証協会佐久支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒385-0027 長野県佐久市佐久平北 19-5	TEL：0267-68-8484 支店長 猿田 芳明
㈱八十二銀行御代田支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒389-0206 長野県北佐久郡御代田町御代田 2447-1	TEL：0267-32-4567 支店長 飯島 裕史
上田信用金庫御代田支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒389-0206 長野県北佐久郡御代田町御代田 2427-4	TEL：0267-32-3455 支店長 飯嶋 亨収
㈱八十二銀行小諸支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒384-0014 長野県小諸市荒町 1-6-12	TEL：0267-22-2082 支店長 佐藤 信司
㈱八十二銀行中軽井沢支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒389-0111 長野県北佐久郡軽井沢町大字長倉 3036-4	TEL：0267-45-5682 支店長 羽場 俊明
㈱八十二銀行軽井沢支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒389-0104 長野県北佐久郡軽井沢町軽井沢東 23-1	TEL：0267-42-2482

	支店長 小林 健治
㈱八十二銀行岩村田支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒385-0022 長野県佐久市岩村田 778	TEL：0267-67-3782
	支店長 柳沢 一明
上田信用金庫岩村田支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒385-0022 長野県佐久市岩村田 810-5	TEL：0267-67-3345
	支店長 高見澤 一
上田信用金庫小諸支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒384-0031 長野県小諸市大手 2-1-12	TEL：0267-22-2233
	支店長 大久保裕章
上田信用金庫軽井沢支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：389-0111 長野県北佐久郡軽井沢町大字長倉 2984-1	TEL：0267-46-0331
	支店長 尾台 修一
長野銀行岩村田支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒385-0022 長野県佐久市岩村田 664	TEL：0267-68-4567
	支店長 林 茂
長野県信用組合岩村田支店	小規模事業者への金融支援及び情報提供
住所：〒385-0021 長野県佐久市長土呂 255-1	TEL：0267-68-7811
	支店長 道上 尚直
(公財)長野県中小企業振興センター	小規模事業者への各種施策支援と情報提供
住所：〒380-0928 長野県長野市若里 1-18-1 長野県工業技術総合センター3階	TEL：026-227-5803
	理事長 太田 哲郎
(一社)長野県発明協会	小規模事業者の知財戦略支援で連携
住所：〒380-0928 長野県長野市若里 1-18-1 長野県工業技術総合センター3階	TEL：026-228-5559
	会長 土屋 邦彦
長野県事業引き継ぎ支援センター	小規模事業者の事業承継支援で連携
住所：〒380-0936 長野市中御所岡田 131-10 長野県中小企業会館3階	TEL：026-219-3825
	統括責任者 箱山 淳一
中小企業再生支援協議会	事業再生支援で連携
住所：〒380-0928 長野市若里 1-18-1 (長野県工業技術総合センター4階)	TEL：026-227-6235
	理事長 太田 哲郎
長野県よろず支援拠点	小規模事業者の売上拡大等経営改善支援で連携
住所：〒380-0928 長野市若里一丁目 18 番 1 号	TEL：026-227-5875
(公益財団法人 長野県中小企業振興センター内)	チーフコーディネーター 白川 達男
(一財)八十二総合研究所	需要動向調査等各調査で連携
住所：〒380-0936 長野市岡田 178-13 八十二別館 3階	TEL：026-224-0501
	理事長 山浦 愛幸
御代田町観光協会	小規模事業者への販路開拓支援及び情報提供
住所：〒389-0206 長野県北佐久郡御代田町御代田 2464-2	TEL：0267-32-3111
	協会長 桜井 勝彦

J A 佐久浅間御代田支所	地域活性化支援及び6次産業化支援
住所:〒389-0206 長野県北佐久郡御代田町御代田 1829-1 TEL:0267-32-3377 支所長 内堀 和明	
食品衛生協会御代田支部	地域活性化支援及び6次産業化支援
住所:長野県御代田町大字御代田 2464-2 TEL:0267-32-3111 (旅館民宿組合は、同協会の内部組織なので旅館民宿組合も含む) 支部長 森 泉 高	
長野県中小企業診断協会	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供、事業計画策定における支援
住所:〒390-0875 長野県松本市城西 2-5-12 城西ビジネスビル 2階 TEL:0263-34-5430 会長 黒沢 正行	
長野県創業支援センター	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供、創業計画策定における支援
住所:〒380-0935 長野県長野市中御所 131-10 TEL:026-219-3825 県知事 阿部 守一	
関東信越税理士会佐久支部	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供、事業計画策定における支援
住所:〒385-0051 長野県佐久市中込 2976-4 TEL:0267-62-7208 支部長 柏原 優治	
中小企業基盤整備機構	資質向上等支援及び各種施策支援及び情報提供
住所:〒105-8453 東京都港区虎ノ門 3-5-1 虎ノ門 37 森ビル TEL:03-3433-8811 理事長:高田 坦史	
全国商工会連合会	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供で連携
住所:〒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 1 9階 TEL:03-6268-0088 会長 石澤 義文	
浅間山麓産業振興協議会	地域活性化(観光振興)の推進、連携事業の推進
〒384-0025 長野県小諸市相生町 3-3-12 (小諸商工会議所内) TEL:0267-25-3355 会長 掛川興太郎	

連携体制図等

【 地域ぐるみで小規模事業者を支援する体制 】

