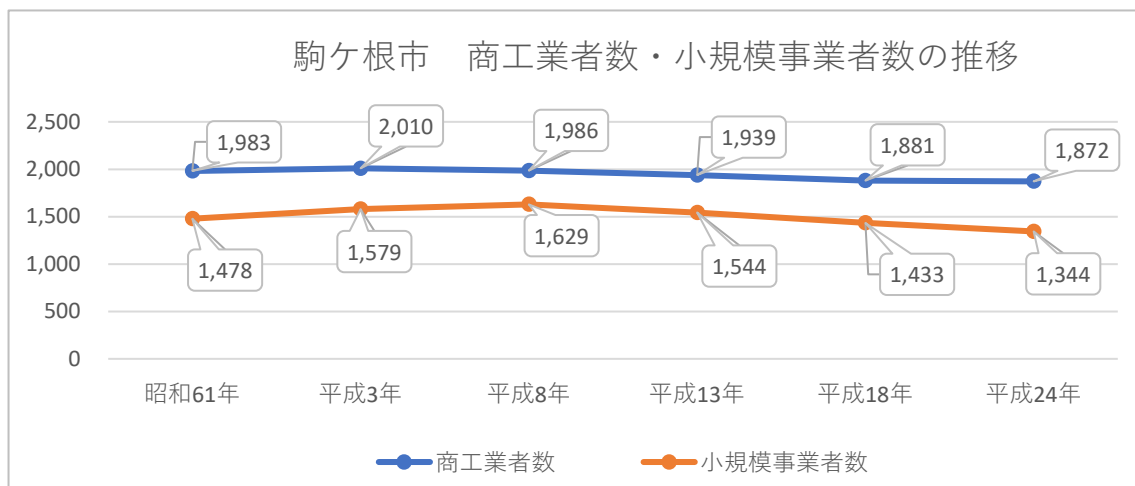


経営発達支援計画の概要

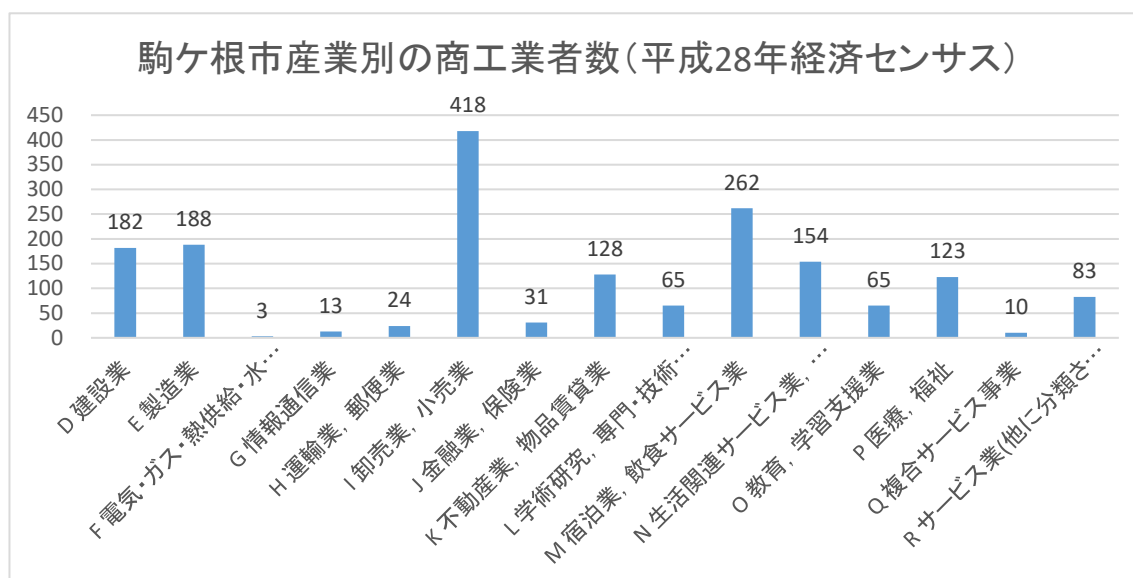
実施者名 (法人番号)	駒ヶ根商工会議所（法人番号 9100005009175）
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日
目 標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小規模事業者に対し顧客ニーズに沿った新商品・新サービス開発を推進する 2. 三遠南信自動車道の開通等、交通網の変化に伴う商圈拡大を見込んだ販路開拓を図る 3. 他との連携と職員の資質向上により総合的な支援力向上させる。
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 駒ヶ根市内の経済状況を駒ヶ根市と連携して経済動向調査を実施し、地域の課題を分析する。国の提供する地域経済分析システムREASAデータを活用して小規模事業者に必要なデータを提供していきます。 3. 経営状況の分析に関すること【指針①】 SWOT分析、財務分析、販売分析を行い、ローカルベンチマークなどを活用しながら、経営状況を分析する中から、企業の経営課題を明確にし、事業計画の策定、新たな需要の開拓に結び付けて行きます。 4. 事業計画策定に関すること【指針②】 経営分析を行った小規模事業者に対し、ビジネスモデルの再構築のため自社の強みを生かしながら事業計画策定支援を行い、事業の持続的発展に繋げるよう支援します。 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 計画がスケジュールに沿って進むよう、経営状況や進捗状況を確認し、差異が生じている場合については原因等を分析し、PDCAサイクルを繰り返しながら支援します。 6. 需要動向調査に関すること【指針③】 交通網の変化によるチャンスの見込まれる観光関係、商業サービス業に関連する事業者を重点的支援します。顧客に対するアンケート調査を実施し、整理分析し新商品・新サービスの判断材料となるようフィードバックします。 7. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること【指針④】 製造業及び食品を取扱う小規模事業者を中心に需要の開拓支援を行います。特に道路交通網の変化により時間短縮が図られる東海方面（静岡・三河）への開拓を積極的に行います。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>若手目線でのイベントの開催、連携による観光振興、地域の名物による街おこし、農商工連携による商品開発への取組みを支援します。</p>
連絡先	〒399-4191 長野県 駒ヶ根市 上穂栄町 3番1号 駒ヶ根商工会議所 駒ヶ根中小企業相談所 TEL：0265-82-4168 FAX：0265-83-4168 E-mail：info@komacci.or.jp

小規模事業者数の推移を見ると、平成24年実施の経済センサス調査において1,344事業所となっており、平成8年1,629事業所をピークに調査ごと減少し15年間で285事業所減少している。商工業者数の全体ではピークの平成3年2,010社から138社の減少であり特に小規模事業者の減少は大きい。原因としては、人口減少による消費の減少、経営者の高齢化、産業のグローバル化など環境の変化による売上・利益の減少などの影響が考えられる。



	昭和 61 年	平成 3 年	平成 8 年	平成 13 年	平成 18 年	平成 24 年
商工業者数	1,983	2,010	1,986	1,939	1,881	1,872
小規模事業者数	1,478	1,579	1,629	1,544	1,433	1,344

※ 昭和61年～平成18年「事業所統計調査」平成24年「経済センサス」調査結果より



駒ヶ根市は、中央アルプスとその山麓地帯は山岳観光地であり、中央自動車道駒ヶ根インターから車で5分と近く、駒ヶ岳ロープウェイを中心に、関東及び中京方面から中央道を利用して、年間130万人ほどの観光客が訪れているが、4月～10月の観光シーズンが中心であり12月～3月の冬季間については観光客が大幅に減少し観光業は厳しい状況となっている。

	中央アルプス 駒ヶ岳	駒ヶ根高原	光前寺	駒ヶ根シルク ミュージアム	合 計
平成 15 年	282,000	672,100	430,500	14,100	1,398,700
平成 20 年	256,200	589,100	353,900	30,800	1,230,000
平成 25 年	238,900	523,100	417,600	98,000	1,277,600
平成 29 年	231,700	559,200	350,000	75,100	1,216,000

※ 平成 29 年度長野県観光地利用者統計調査結果より（長野県観光部産額統計観光課）

商工会議所が中心となり、平成 4 年国の地域資源調査事業を活用し取り組みが始まった、「駒ヶ根名物ソースかつ丼」による街おこし事業は 25 年が経過する中、行列の出来るお店もあり全国的な知名度も着実に上がって来ている。昨年（平成 29 年）4 月には商工会議所が地域団体商標「駒ヶ根ソースかつ丼」を取得し、地域ブランドとして更なる知名度アップを図り小規模事業者の支援に結び付けている。



もう一つの取り組みとして、ごま加工工場の誘致をきっかけとして、平成 19 年度から取り組んでいる「駒ヶ根ゴマプロジェクト」についても、駒ヶ根市・JA 上伊那・生産者・事業者と連携を図る中、「信州ごま」の名称で商品開発へ取り組みながら、新たな特産品づくりを行っている。



小売業では、平成 8 年に中心商店街の空洞化対策として導入した電子マネー「つれてってカード」が商業活性化の有効手段として機能している。現在は、隣接する宮田村・飯島町・中川村の事業者も一緒になり 140 の店舗加盟店（市内内店舗 101 店）となっており、「つれてってカード協同組合」は、平成 21 年 7 月に「新がんばる商店街 77 選」に選ばれるなど地域経済に寄与している。現在、若手店主が中心となり、駒ヶ根市や地域が行う事業をエコポイントに取り込むなど、アイデアを出しながら商業活性化に向けて努力をしている。



市内には、国際協力機関として青年海外協力隊訓練所が昭和 54 年に開設され、市民の国際社会への関心が深まり「駒ヶ根協力隊を育てる会」や「ちいさな国際貢献運動」が発足するなど、地域を挙げて協力隊員や開発途上国をサポートしている。平成 30 年 6 月には、日本青年海外協力隊 O B 会が中核となり、外務省の認可を受け昭和 58 年に発足した、青年海外協力協会（J O C A）の本部が東京都より駒ヶ根市中心商店街に移転され、商店街と一緒に行政も含めた街づくり活動が始まっている。

製造業は、産業別従業員数と付加価値を見ると、製造業の就業者数は 4,896 人（36.8%）、付加価値額は約 147 億円（39.3%）と比率が高く、産業別総生産を見ても長野県全体の 24.8%と比較して 36.3%と上回っており、製造業は駒ヶ根市の主要産業となっている。

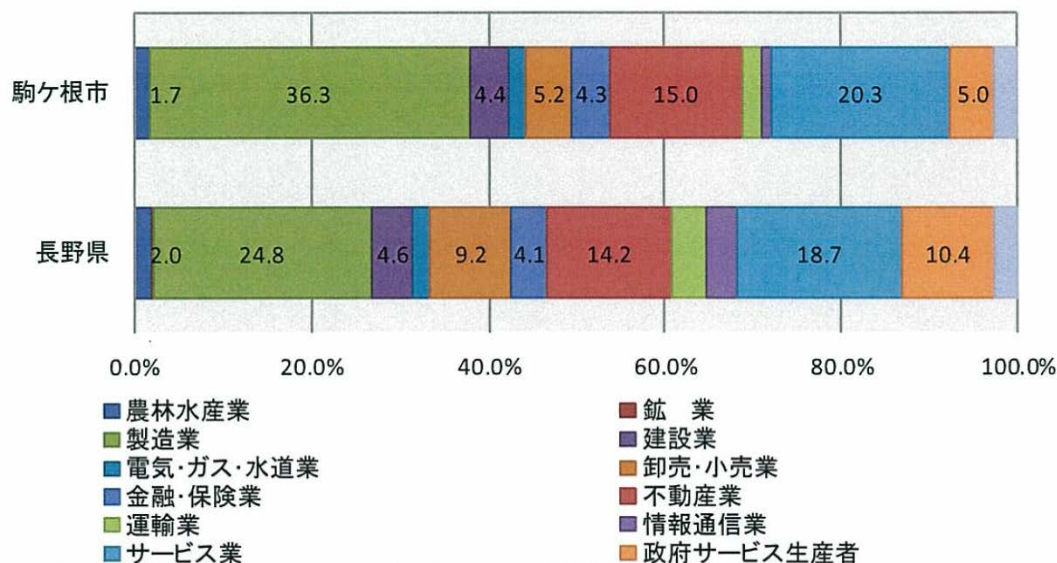
製造品等出荷額は平成 19 年の 1,714 億円をピークに 1,200 億円前後で推移している。

駒ヶ根市の産業別従業員と付加価値額

	製造業	卸・小売業	建設業	宿泊・飲食 サービス業	医療・福祉	その他
従業員数（人）	4,896	1,821	1,579	962	260	3,769
付加価値額 （百万円）	14,706	5,638	4,930	1,918	5,553	4,643

【出典】 経済産業省「工業統計調査」、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」

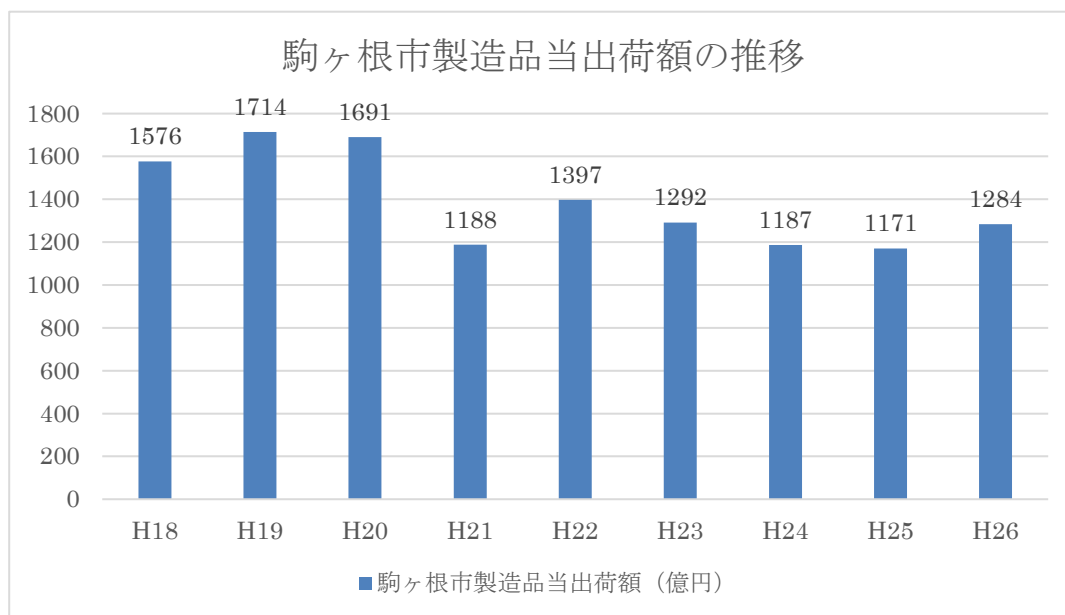
産業別総生産（平成 24 年度）



(資料) 駒ヶ根市「駒ヶ根市の統計(平成26年版)」、内閣府「県民経済計算」

(注) 構成比は、産業+政府サービス生産者+対家計民間非営利サービス生産者の合計をもとに算出

駒ヶ根市製造品当出荷額の推移



(資料) 工業統計調査

② 課題

駒ヶ根市のある伊那谷は、JR飯田線・中央自動車道が首都圏との交通網となっているが、自家用車で約3時間強、JR・高速バスで約4時間弱と時間的距離は非常に長くなっており、地域の課題となっている。2027年開通予定のリニア中央新幹線長野県駅が飯田市に決まり新駅まで駒ヶ根市より30分弱、新駅より東京品川まで40分、名古屋まで20分で結ばれる。また、三遠南信自動車道(飯田⇄浜松)についても2027年前後の開通が見込まれ、今後10年間は行政・経済団体・民間企業が連携した対応が必要である。

事務局体制では、事業者からの相談業務も多様化しており小規模事業者の対する経営面等での指導・支援が重要な役割を担っているため、様々な知識を習得経営指導員・一般職員誰もが対応できる体制を整えていく必要がある。

また、地域を支える小規模事業者数が年々減少する中、既存事業者の売上・利益が上がる取組

みを行うとともに、創業・事業承継支援を行い事業所減少に歯止めをかけることが必要である。

(製造業)

駒ヶ根市のものづくり産業ビジョン（平成 28 年 8 月策定）によると、少子高齢化の進行により駒ヶ根市の産業を担う労働力は今後 50 年の間に 5,300 人減少することが予想される中、従業員の高齢化に伴う中堅・若手への技能伝承、新製品開発等に対応できる人材育成・設備の増強、新規顧客獲得のための営業力強化が課題となっている。

10 年以内に開通が見込まれる三遠南信自動車道の開通を見据え、長野県中小企業振興センターやミラサポ・よろず支援拠点の専門家派遣、長野県工業技術総合センター等との連携による支援が必要である。

(観光業)

「駒ヶ岳ロープウェイ」「駒ヶ根ソースかつ丼」など知名度があり4月～10月の観光シーズンは多くの観光客がご来場いただいているが、冬場11月～3月は極端に観光客が減少しているため、10年後リニア中央新幹線開通に向けて行政・経済団体・観光業者が連携し、インバウンドも含めた集客に対する」取組みが必要である。

また、観光土産品がほとんど無いため地域産品を活用した新たな商品開発を行い県内外へ向け発信するなどの取組みが必要である。

(商業・サービス業)

郊外への大型店出店、通販等の台頭により地域の小規模小売店やサービス業は厳しさを増しており廃業が進むなど後継者問題も課題となっている。山を訪れる観光客に対し、中心市街地をテラスとして取組むおもてなしプロジェクトの「駒ヶ根テラス」の取組みを後押しし、観光客・ビジネスマンを如何に市街地に呼び込み商店街を利用していただけるかが課題である。

(建設業)

建設業者は、若い設備関係の創業者も出てきているが事業所数などに大きな変化はなく、全体的に技術者不足・人材不足であり中小規模事業者は社員の高齢化を抱える企業が多く社員の年齢差の問題がでてきている。今後、技術者の育成や人材確保に向けての取組み必要である。

(2) 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

人口減少や少子高齢化の進行は駒ヶ根市にとって深刻な影響が懸念されるが、将来的な駒ヶ根市の振興のためには地域経済の支えとなっている小規模事業者が外部環境や産業構造の変化に対応し持続的な発展をしていくことが重要である。駒ヶ根商工会議所では、域内の産学官、各関係機関、経済団体等と連携し、新商品・新サービスの開発や販路開拓、創業の促進、観光客の誘致等の支援を通じて小規模事業者の発展に貢献する。

2027年前後に見込まれているリニア中央新幹線の開業や三遠南信自動車道の開通は、交流人口の増加や東海地方への商圏・ビジネスチャンスの拡大が期待されることから、交通網の変化を見据えた小規模事業者支援を重点的に推し進める。

② 駒ヶ根市の総合計画との連動性・整合性並びに駒ヶ根商工会議所の役割

駒ヶ根市の第4次総合計画 [平成 26 年 (2014) ~平成 35 年 (2023)] では、下記のとおり産業分野の基本目標と方針を掲げている。(関係分抜粋)

駒ヶ根商工会議所では、この総合計画の目標・方針を駒ヶ根市と共有し連携しながら小規模事業者支援を実施し地域振興の一翼を担う。

【総合計画の基本目標】「活力ある産業のまちづくり」

【方針1】「魅力と賑わいのある商業振興を進めます」

《役割》

創業支援や新分野へ転換を図る事業者支援、イベント開催等を通じて、商店街の空き店舗対策、賑わいづくりなど商店街の活性化に貢献する

【方針2】 「次世代につながるものづくり産業の振興を進めます」

《役割》

展示会出展支援、ミラサポの専門家派遣、経営セミナー等を通じて、新技術・製品開発や受注機会の確保・販路拡大等ものづくり産業の振興に貢献する。

【方針3】 「おもてなしと賑わいのある観光の振興を進めます」

《役割》

伊南DMO（伊那谷全体さらに木曾路も含めた広域的な観光連携）への参画、駒ヶ根ソースかつ井や駒ヶ根産のごま「駒」を活用した新商品の開発やPRを行い観光振興に貢献する。

(3) 経営発達支援事業の目標

現状や課題、中長期的な振興の在り方を踏まえ、地域小規模事業者の持続的発展のため、下記を目標として経営発達支援事業を実施する

【目標1】

小規模事業者に対し顧客ニーズに沿った新商品・新サービスの開発を推進する。

【目標2】

三遠南信自動車道の開通等、交通網の変化に伴う商圈拡大を見込んだ販路拡大を図る。

【目標3】

多様な支援機関等との連携と職員の資質向上により総合的な支援力を向上させる。

(4) 目標の達成に向けた方針

経営発達支援事業の目標を踏まえ下記の方針により実施する。

【方針1】

小規模事業者が必要動向調査や事業計画策定の意義と重要性を認識させ、顧客ニーズを踏まえた事業の推進ができるよう支援する

【方針2】

- ・新しい商圈となる可能性の高い東海地域の企業をターゲットに、ものづくり産業の新技術や新製品をPRし、受注機会を確保する機会として当該地域で開催される展示会への出展支援等を実施する。
- ・駒ヶ根ソースかつ井や駒ヶ根産ごま（駒）など地域ブランドのPR事業を展開する。

【方針3】

- ・長野県よろず支援拠点をはじめ長野県中小企業支援センター等、多様な公的支援機関等の支援連携を強化する。
- ・ミラサポの専門家派遣等を活用し、高度・専門的課題へ対応するとともに、経営指導員等の資質強化に努める。

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31年4月1日～平成36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

2. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

地区内の経済動向調査については、駒ヶ根市と連携して地域経済をけん引する中小企業を対象とした調査を駒ヶ根市と一緒に年4回実施しているが、小規模事業者を対象とした調査について定期的実施して来なかったため、市内中堅企業の実態のみの把握であり、小規模事業者の状況は推測となっていた。また、日本商工会議所が行っているL O B O調査や最低賃金に関する調査・県関係での事業承継に関する調査・行政とタイアップした空き店舗調査等などの調査を必要に応じて行っていた程度であり、総合的な経済動向調査は主体的に行っていなかった。

商工会議所としてデータに基づいた経済動向の提供が必要であるが、地域をけん引する中小企業のみのため、市内小規模事業者の経済状況に関する提供が出来ず、職員の主観による提供であり正しい情報なのか不明確であり問題であった。今後市内の小規模事業者の情報を正しく収集し、データをグラフ化・比較表など分かりやすくまとめ小規模事業者に提供し、事業計画策定に生かしていくことが必要である。

(2) 事業内容

① 景気動向調査（中小企業）

管内中小企業 89 社の景気動向調査（製造業 48 社・建設業 14 社・小売・サービス業 16 社・観光業 11 社）を年 2 回駒ヶ根市職員と経営指導員が連携して訪問によるヒアリングを実施し、地域の現状把握を行う。調査した結果を駒ヶ根市職員 2 名と指導員 2 名で検証し、業種別にどのような問題点・先行き予測・経営状況の好不調などを整理する。調査項目は①業況②予測③売上④収益⑤仕入（受注）単価⑥雇用状況⑦資金繰りの 7 項目を基本として景況感（DI）を把握する。

② 景気動向調査（小規模企業）

経営指導員は、管内小規模事業者の 60 社（製造業、小売・サービス業、観光・飲食業各 20 社）を対象に巡回訪問によるヒアリング調査を年 2 回行い、小規模事業者の現状把握を行う。管内中小企業（主力産業）の結果と小規模事業者調査の結果を経営指導員 4 名で比較分析し、問題点・先行き予測・経営状況の好不調などを整理する。調査項目については、中小企業に行う調査①業況②予測③売上④収益⑤仕入（受注）単価⑥雇用状況⑦資金繰りの 7 項目を基本として景況感を把握する。合わせて、取引先の状況及び観光客の利用の推移など道路交通網の変化を見越した事業者の考え等ヒアリングを行う。また、小規模事業者の経営課題（事業継続・後継者問題・悩み等）や経営者の生の声を聴く中から、小規模事業者の動向を判断し、経営状況の分析支援へ結び付ける。

③ 地域経済分析システム（REASA）の活用

国の提供する地域経済分析システム（RESAS）を活用し、効果的な経済活性化を目指すため経営指導員がREASAの各種マップの中から必要データを活用し経済分析を行い事業者に公表する。

(3) 成果の活用

① 調査結果については、HPで公表・地元紙への掲載するほか、当所が発行する会報へ掲載し、

小規模事業者の経営判断に役立てる。また、経営指導員等の相談業務や小規模事業者向けの経営セミナー・事業計画書作成支援などに活用する。

- ② 分析結果を分かりやすく資料化し、調査対象事業者へは巡回・窓口相談のなかで地域の中小企業の状況・小規模事業者の状況を説明し、事業者自身の実態はどうかを理解してもらい、経営分析状況の支援へ結び付けその後の事業計画策定時の基礎資料として活用する。
- ③ 地域小規模事業者とのパイプ役として委嘱している地区を代表する小規模企業振興委員(20名)による連絡会議で、調査結果を資料として提供し、小規模事業者の課題解決支援に活用する。
- ④ 毎月開催している経営支援に関する打ち合わせ会にて、景気動向調査結果及びヒアリングした経営課題や経営者の生の声について情報交換を行い、調査結果を共有し、小規模事業者向けの経営セミナーや事業計画策定セミナー及び事業計画書作成支援など経営指導員等が行う小規模事業者に寄り添った支援に活用する。

(4) 目 標

内 容	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
景気動向調査 訪問 (市内中小企業)	89 社 年 2 回	89 社 年 2 回	89 社 年 2 回	89 社 年 2 回	89 社 年 2 回	89 社 年 2 回
小規模事業者を対象とした 景気動向調査	—	60 社 年 2 回	60 社 年 2 回	60 社 年 2 回	60 社 年 2 回	60 社 年 2 回
調査結果の公表 (中小企業)	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
調査結果の公表 (小規模企業)	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
ビックデータ分析公表	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の経営分析については、税務相談・マル経相談の中で財務分析による資金繰り計画などの支援は行っていたが、件数的には少ない状況である。また、記帳代行・記帳継続指導者に対しては、財務分析は行っているが財務以外の事業者のSWOT、販売分析など踏み込んだ経営状況の分析は殆ど行って来なかった。

小規模事業者の中には、決算時点での売上・利益の増減などは理解しているが経験や過去の実績などによる感覚的な経営となっており、経営状況の分析を行っている事業者は少ないため、経営状況分析の必要性を事業者に理解いただく事が必要である。財務分析だけでなく、財務以外の分析を行い、データを数値化・表で分かりやすくまとめ小規模事業者へ提供し、課題解決や新たな販路の開拓・拡大に向けての基礎データとして活用するなかで、事業計画策定に繋げて行く必要がある。

(2) 事業内容

- ① 専門家の講師を招いて小規模事業者の経営分析をテーマとしたセミナー(経営分析の必要性、方法など)を開催する。セミナーを通して経営分析の重要性の理解を深めていただくことで、自社の強みを活かした事業展開を進めていくことを支援する。経営分析以外にも小規模事業者の経営課題を克服するセミナーも開催し、やる気のある事業者の掘り起こしを図り経営支援の実施へ繋げて行く。

- ② 経営指導員（4名）補助員（1名）が地域または業種別に分担を決め計画的に市内小規模事業者を巡回訪問し支援先を発掘する。記帳代行支援・金融支援など実績のある事業者に対しては課題も発見しやすく、効果的なアドバイスが可能であるが、あまり実績の無い事業者に対しては啓蒙用チラシを作成し、より細かな説明（会議所事業内容等）をしながら、信頼を得るように努め、事業所の状況に合わせた支援体制を整える。

先ずヒアリングシートを作成し、経営指導員・補助員が毎月2件以上、合計10件以上事業所を訪問し、その中から分析を行う小規模事業者を1人4件、年間20件及び創業間もない事業者（5年以内）5件合計25件（年間）を目標に経営状況の分析を実施する。また、改善意識の少ない事業者に対しては、簡単な分析方法を周知しながら対応し次年度以降の経営分析支援に結び付ける。

- ③ 経営分析支援先25社については、経営改善に前向きな事業者を積極的に支援する外、改善意識は少ないがヒアリングの中で前向きな事業者を抽出する。経営分析の項目は下記を基準とするが、小規模事業者の要望や実態に合わせて項目を選択する。

- ・小規模事業者の強み・弱みを把握するSWOT分析（顧客・競合・商圈）
- ・小規模事業者の財務分析（収益性、安全性、効率性の各項目）3期分
- ・小規模事業者の販売分析（どんな商品・製品が、いつ、どれほど、どんな人に、どのように売れたかなどを把握、分析）
- ・国の提供する「ローカルベンチマーク」を活用し、企業の経営状態を把握してもらい小規模事業者の経営状態から、課題と対応策を明らかにする。
- ・小規模事業者の物事を判断する視覚分析（経営環境に関する分析）

- ④ 経営分析により小規模事業者の実態把握と経営課題の抽出を行い、経営指導員間で検討分析する。検討結果を事業者へフィードバックし、課題解決に向け感覚的な経営ではなく分析結果を反映した転換を促し、事業計画策定支援を小規模事業者に寄り添って実施する。

(3) 成果の活用

- ① 経営分析したデータは、複数の経営指導員で分析結果を検討し事業者へフィードバックするほか、事業所データとしてデータベース化して共有する。
複数の経営指導員で分析することで経営指導員のスキルアップを図る。

- ② 経営分析結果はデータ保存し、全職員で共有し各種支援に活用する。

(4) 目 標

内 容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経営分析 活用セミナー回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
経営分析活用セミナー 参加者数	---	20/回	20/回	20/回	20/回	20/回
経営分析に繋げる ヒアリング事業者数	0件	120件 (年間)	120件 (年間)	120件 (年間)	120件 (年間)	120件 (年間)
小規模事業者 経営分析件数	5件	20件 (年間)	20件 (年間)	25件 (年間)	25件 (年間)	25件 (年間)
創業5年以内の 経営分析件数	0件	5件 (年間)	5件 (年間)	5件 (年間)	5件 (年間)	5件 (年間)

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の事業計画策定については、資金調達に係る計画策定・小規模事業者持続化補助金に関連しての計画策定・創業に関しての事業計画策定であり必要な事態が生じた場合のみ対応している状況であった。事業計画策定に対する小規模事業者の意識も少なく積極的な支援は行われて来なかった。

小規模事業者に対し、セミナー等を通じて事業計画策定の必要性を周知し多くの事業者に計画に沿った経営に意識改革していただく事が必要である。P D C Aサイクルを活用した事業の実践や経営状況の分析結果を活用しながら事業者に寄り添った支援が必要である。

(2) 支援に関する考え方

- ① 小規模事業者の多くは、今までに売上の目標等は立てたが具体的に事業計画を策定していないため、まずは事業計画策定の重要性を理解していただき目を向けていただくことが重要である。そのため、セミナーを開催し参加を促がす。また、経営分析を行った全ての小規模事業者に対し、巡回訪問を行い事業計画の必要性を丁寧に説明し事業計画策定支援に結び付ける。
- ② 創業者の約8割は、商工会議所を通じて何らかの繋がりがあり相談に乗る機会も多いため、創業後の状況をヒアリングする中で、事業計画策定を行い支援する。特に創業後3年間は重要時期であり、経営分析した全ての事業者に対して支援を行う。

(3) 事業内容

- ① 小規模事業者に対し、事業計画策定の必要性・重要性を理解していただくため、「カリキュラム」を検討し事業計画策定セミナー実施する。
- ② 経営指導員等は、経営分析を行った小規模事業者に対し分析結果を踏まえ、事業計画書の重要性や必要性を説明し理解いただく中で、経営分析した全ての小規模事業者が事業計画策定に繋がられるよう支援する。その後、今後の戦略（事業の方向性、市場のニーズ）について整理・検討を行い、ターゲットを絞った経営戦略を事業者自らが考えるなかで事業者に寄り添った事業計画策定支援を行う。
- ③ 事業計画の策定にあたり、日本商工会議所やミラサポ、その他様々な機関から発信される情報や、日経ビジネス・日経MJなどの情報誌などから活用出来るデータを整理し事業者に提供する。また、様々なデータが蓄積されている国の地域経済分析システム（RESAS）から必要なデータを活用しながら、情報提供を行い事業計画策定支援に活用する。
- ④ 創業者は、事業継続のため事業計画策定が事業のステップアップには重要となるため、経営分析結果を踏まえ新たな販路開拓を含め、今後の戦略（事業の方向性、市場のニーズ）について事業者からヒアリングを行い、一緒に検討しながら事業計画策定支援を行う。

(4) 目標

内 容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定 セミナー回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定 セミナー参加者数	0人	30人	30人	30人	30人	30人

事業計画策定支援件数	5社	20社	20社	20社	20社	20社
創業5年以内の 事業計画策定支援件数	0社	5社	5社	5社	5社	5社

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

現状は、事業計画策定が必要に迫られての対応であり計画自体に対するフォローアップは殆ど実施していない状況である。創業に関しても財政面の対応が中心となってしまう、事業計画に対する見直しなどのフォローが出来ていない。

小規模事業者の経営計画に対し、職員が計画的な巡回により定期的な支援体制を構築して事業者にあった情報を提供し、計画的にフォロー出来る支援体制を整えることが必要である。

(2) 事業内容

- ① 事業計画策定後全ての事業計画策定者を対象に、3か月に1回担当経営指導員が事業所を巡回訪問・窓口相談等により面談する。面会時には、ヒアリングシートにより経営状況や進捗状況を確認し、事業計画と現状との差異が生じている場合については原因等を分析し改善を行う。PDCAサイクルを繰り返しながら、事業所に合った改善を図り継続的な支援を行う。ただし、支援頻度については事業者の申し出により適宜対応する。
- ② 創業者は創業後初めての事業計画策定であり不安も多いため、計画の実施状況が把握できるよう3か月に1回以上の訪問と電話等による相談支援を実施する。事業計画と現状との差異が生じている場合については原因等を分析し早期の改善を行う。PDCAサイクルを繰り返しながら、事業所に合った改善を図り継続的な支援を行う。また、販路開拓等も重要となるため、HP作成・ネット販売・店舗レイアウトなど、専門的な支援を必要とする場合は、課題に対して各支援機関と連携を図ると共に、ミラサポ・エキスパートバンク・県専門家派遣制度などを活用して事業者を支援する。

(3) 目標

内 容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定後の フォローアップ支援事業者数	5社	20社	20社	20社	20社	20社
創業5年以内事業計画策定後の フォローアップ支援事業者数	0社	5社	5社	5社	5社	5社
支援事業者 巡回訪問回数（延べ）	15回	80回	80回	80回	80回	80回
創業5年以内 巡回訪問回数（延べ）	16回	20回	20回	20回	20回	20回

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

事業者が新商品・新サービスを提供するときは需要動向調査が必要となるが、現状では経営指導員が個別相談の際に要望に応じてインターネットや情報誌などから得た情報を提供する程度に留まっており、新商品開発等につながる調査や調査結果の提供はできていない。又、小規模事業

者においても、需要動向調査を行うことなくカン・コツを頼りにした品揃えやサービス等の提供となり、機会損失を引き起こすケースが多く見受けられることから、マーケットインの感覚を浸透させ、顧客ニーズに沿った新商品・新サービスの開発や販売促進に取り組めるようになるよう支援を実施する。

(2) 事業内容

① 商業・サービス業関係が提供する商品・サービスに関する需要動向調査

駒ヶ根駅周辺の商店街で、おもてなしプロジェクト「駒ヶ根テラス」に参画している事業者の内5店において、ターゲットとなる顧客を対象に、アンケート・ヒヤリング等により自社商品・サービスに対し顧客がどのような評価をしているかを調査、分析して新商品・新サービス開発等の基礎データとする。調査は年1回、7月に実施する。

※「駒ヶ根テラス」は趣旨に賛同した参加店（33事業所）が、観光客や出張で訪れるビジネスマンをターゲットに、独自のおもてなしのサービスを展開するプロジェクトの通称

【調査方法】事業者と経営指導員とでアンケート又はヒアリングシートを作成する。事業者は店頭等において、ターゲット顧客に対し作成したアンケート等を利用して調査を実施する。経営指導員は目標数を回収できるよう調査のサポートを行い、実施した調査を集計・分析し簡潔なレポートにまとめ事業者へフィードバックする。なお、1事業所あたり30人以上を目標とする

【調査項目】商品のデザイン性、地域特性、味、安全性・利便性・使用感、価格、サービスの満足度などを事業者の特性に応じて、事業者と経営指導員とで検討・決定する。

【活用方法】調査結果については、事業者においては新商品・新サービスの開発等の際の判断材料として活用し、当所においては個々の事業者へのアドバイスの材料として活用する。

② 観光業関係の提供するサービスに関する調査

観光業については、駒ヶ根高原にて温泉も提供している3件の小規模の宿泊施設の利用者を対象とした「観光アンケート調査」を年1回、10月に実施する。

【調査方法】駒ヶ根高原の3施設の利用客、1施設30人（計90人）以上を目標にニーズ調査を実施する。事業者と経営指導員でアンケート調査を作成し、事業者は利用客に対し調査を行う。経営指導員は目標数を回収できるよう調査のサポートを行い、実施した調査結果を集計・分析し簡単なレポートにまとめ各施設へフィードバックする。

【調査項目】調査項目は事業者の状況に応じて検討・決定する。（例：接客サービス、宿泊施設、泉質、食事メニュー、お土産の品揃え、周辺の観光施設の利用状況、価格など）

【活用方法】調査結果については、事業者においては新サービスの開発等の際の判断材料として活用し、当所においては個々の事業者へのアドバイスの材料として活用する。

(3) 目 標

内 容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
商業関係等の 支援事業者数	0社	5社	5社	5社	5社	5社
調査標本数	0人	30人/社	30人/社	30人/社	30人/社	30人/社
観光関係の 支援事業者数	0社	3社	3社	3社	3社	3社
調査標本数	0人	30人/社	30人/社	30人/社	30人/社	30人/社

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

製造業では、東京ビックサイトで開催される「機械要素技術展」に駒ヶ根の企業グループとしてブース出展する「テクノワールド駒ヶ根」に対して支援を行っている。また、食品製造事業者を対象に県内外のバイヤーに対し、長野県内商工団体が連携して開催される「中南信エリア（松本、諏訪、飯田地域）逆商談会」「南信州エリア（飯田・伊那・駒ヶ根地域）うまいもの商談会」など、県内商談会の開催及び出展に関する情報提供と出展支援を行なっている。

小規模事業者は経営資源が乏しいため、単独では販路開拓に向けた取り組みに積極的に臨みにくい状況がある。そこで、地域における小規模事業者の新たな需要開拓を行うため、商談会や集客が見込める展示会等への出展支援、インターネットを活用した広報支援等を実施し、個社の認知度向上を図り、売上拡大、収益向上を目指す。

(2) 事業内容

① メッセナゴヤ出展支援（BtoB）

新製品・新技術開発等に取り組む小規模事業者に対し、販路拡大のため名古屋市で開催される「メッセナゴヤ」への出展を支援する。出展効果を高めるため、に製品等の展示方法や技術の紹介の仕方、企業向けの営業、チラシやパンフレット、POP、接客等についてアドバイスをを行うとともに、展示会出展後の事後指導を行い、成約件数を増やす支援を行う。

【参考】「メッセナゴヤ」は例年秋に開催されている日本最大級の異業種交流展示会。製造業をはじめ、サービス、各種団体、情報通信など幅広い分野の中小企業約1,400社が出展、来場者は4日間で約62,000人。

② アグリフードEXPO商談会（BtoB）

食品製造販売卸売業者は、展示会への出展経験が少なく、自前での出展が困難なため、全国規模で実施される商談会「アグリフードEXPO（東京・大阪）」（主催 日本政策金融公庫）の展示会において商工会議所が1ブースを借上げ、東京・大阪に（各2社）食品製造業者の出店を促し、新たな需要の開拓を支援する。出展する小規模事業者に対しては効果を高めるため、FCPシートの作成や展示方法などの支援から開催後のフォローアップ等も行い販路拡大に結び付ける。

【参考】アグリフードEXPOは、日本政策金融公庫が主催する「国産」にこだわり広域に販路拡大を目指す農業者や食品加工業者とバイヤーをつなぎ、ビジネスマッチングの機会を提供する展示商談会です。

来場者は、東京会場2日間で約12,000人 大阪会場2日間で約16,000人

③ ザ・ビジネスモールの登録促進による支援（BtoB）

当所は、大阪商工会議所が運営する全国約26万社の事業所が登録している商取引企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」の登録団体であるので、今後、「自社をPRしたい」「新たな取引先を見つけたい」「ホームページを開設したい」といった新たな需要拡大を目指す小規模事業者に対して登録促進を行い、取引拡大に向けての支援を行う。

IT操作を苦手とする小規模事業者に対しては、経営指導員等が情報登録や検索、ホームページ作成などの操作を説明・支援し、登録後のフォローアップも適切に行い成約等に繋がるよう個別に支援を行う。

【参考】「ザ・ビジネスモール」は全国426の商工会議所・商工会が共同で運営する商取引支援サイト。約26万社が登録しており、取引先検索、商談モール、店舗用ホームページなどのサービスがある。

(3) 目 標

内 容	現 状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
メッセ名古屋 出展事業者数	3 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
メッセ名古屋 商談成約件数/社	---	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
アグリフードEXPO (東京)(大阪)	0 件	各 2 件	各 2 件	各 2 件	各 2 件	各 2 件
アグリフードEXPO 商談成約件数/社	0 件	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件
ザ・ビジネスモール 新規登録企業数	5 社	10 社	15 社	20 社	25 社	30 社
成約件数	0 件	1 件	2 件	4 件	6 件	8 件

II. 地域経済の活性化に資する取組み

【事業の現状と課題】

当駒ヶ根市の人口は 32,323 人(H30.5.1 現在)で、この 5 年間で 1,000 人を超える減少となっている。少子化・人口減少や超高齢化の進行が予想される中、市では現在「I・Uターンの推進」や「子育て支援策」などの取り組みを進めていて、転出などの人口減少を少しずつ食い止めている状況にある。このような人口減少は、地区内全体の消費量の低下を招く要因の一つでもあり、対策が急務となっている。

- (1) 活性化策の一つとしては、中心市街地および周辺部での大小様々なイベントを、それぞれ関連する駒ヶ根市や諸団体とともに毎年企画し運営している。
当商工会議所が関わっている主な催事を挙げると…

- ① 中央アルプスヒルクライム
6 月第 2 日曜日ー実行委員会が主体、駒ヶ根市・観光協会等共催
- ② ぎおん祭(神輿の行進ほか)
7 月第 2 土曜日ー地域町部自治会との共催
- ③ KOMA 夏!!&ゆかたまつり(ダンス・物販飲食・ショーほか)
7 月第 4 土曜日ー当所・実行委員会が主体、駒ヶ根市・観光協会等共催
- ④ 天竜かっぱ祭り(物産販売・花火大会)
8 月第 4 土曜日ー実行委員会、地区組織等
- ⑤ 信州駒ヶ根ハーフマラソン
9 月第 4 日曜日ー駒ヶ根市・体育協会・観光協会と共催
- ⑥ 中央アルプス山麓美酒フェスタ(地元酒類を集めた飲食イベント)
10 月第 1 週目ー観光協会、実行委員会
- ⑦ 駒ヶ根商工まつり(物産展・飲食・他団体催事との同時開催)
10 月第 2 日曜日ー当所主催、駒ヶ根市・商店街等関連団体
- ⑧ おいでなんしょ祭(よさこい踊り)
10 月第 4 土曜日ー実行委員会等関連団体
- ⑨ 駒街BAR【こまちバル】(飲み歩き食べ歩きとイルミネーションのイベント)

など、6月から11月にかけてスポーツ・物販・飲食等の大きなイベントが続く。上記の中には市外からも大きな集客を狙うイベントとして企画するものもあり、特に「おいでなんしょ祭」は28年度実績として、踊りチーム全体（28チーム）の半数が県外から、5チームが市外からの団体の参加がある。また本年度6回目を数えるハーフマラソン大会には、遠くは北海道や沖縄県からの参加もあり総勢4,000名を超える大会となり、年々参加者も増えてきている。しかし、これらのイベントが地元商店街や地域小規模事業者の売り上げに大きく貢献しているとは必ずしも言い難く、関係する諸団体と策を考える必要性を大いに感じている。

また、高速バスで東京まで3時間30分、名古屋まで2時間30分の距離に位置する本市だが、2つのアルプス（中央・南）に囲まれ観光業も地域の主要産業であり、特に中央アルプスロープウェイや駒ヶ根高原に年間約130万人（観光地利用者統計調査結果[長野県観光部観光企画課]より）の観光客が訪れているが、課題としてはその観光客が激減する冬期間の集客問題であり、ホテル・旅館業者や土産物等小規模小売業者の売り上げ減少の要因になっており何かしらの工夫が必要である。このような中、リニア中央新幹線（2027年開業予定）や三遠南信自動車道（2030年開通予定）が計画されており、インバウンドも含む今以上の観光客やその他流入人口の大きな増加が見込まれ、市内および近隣地域の活性化振興を図る策を、関連する地域（上伊那・下伊那・木曾地方）の経済団体（商工会議所・商工会）で構成する「リニア中央新幹線伊那谷・木曾谷経済活性化協議会」や県（地域振興局）・各地行政機関などと広域に連携して各種の会議を少しずつ始めている状況にある。

- (2) 「食」の関係では、「B-1 グランプリ」への複数回の出場実績や各方面のPR効果が奏功し、知名度が県内外に広く浸透している「駒ヶ根ソースかつ丼」事業の他に、希少価値の高い地元産の「ごま」を使った商品を推し進めている状況。具体的には、①平成4年度から「地域資源調査事業（食による地域おこし事業）」として取り組み、既に25年以上も市内外でのPRやイベントを開催（共催）し、市民や観光客等からの人気も高い「駒ヶ根ソースかつ丼」のさらなる普及のために、昨年度設立した「駒ヶ根ソースかつ丼(株)」や民間のボランティア組織である「駒ヶ根ソースかつ丼フライヤーズ」と連携して、「駒ヶ根ソースかつ丼」のPRを広く行ない、新たな観光客等の増加（即ちソースかつ丼会加盟店＝小規模飲食店の売り上げ増加）を図る。また、②ごまの一次加工会社の誘致をきっかけに、平成19年度から農商工連携の一環として地域全体での産地化を図ってきた駒ヶ根産の「ごま」を、本市の地域ブランドにしようと画策中。平成20年度に栽培面積約1.5ha・収穫量約900kgだったものが、平成29年度は13.5haに7.0t以上の収穫量が確保でき着実に栽培の拡大は図られてきているが、「駒ヶ根産ごま」の認知度はまだまだ低い。

【改善方法・目標】

- (1) 地域のイベント開催の大きな担い手である若手経営者の目線でイベントを企画する事により、地元一体となった盛り上がりを目指す。（当該事業への参加店やイルミネーション装飾事業所としての参加の増を見込み、これによる集客増加を図る）

また、夏祭りへの駒ヶ根市の関わり方を検討することで、市内行政区、地域分館などとの連携が図られ、新たな関係者を含めた来場者の増加を見込む。しかし、いくつかのイベントに重なって関わる立場の人からは「時期的なことや内容を考慮し、イベントの集約や見直しなどを検討してはどうか」との声も出ているが、それぞれのイベントの成り立ちや主催者側の考え方もあり、検討は今後の大きな課題となっている。商工会議所としては、駒ヶ根市を始め関係する団体（観光協会やJA等）と近い関係を築いており、中心商店街の組織（例えば商店連合会やカード協同組合など）の事務局を担当していることから、各団体や組織との連携をスムーズに図ることができる立場にあり、これら催事について今後の地域活性化の方向性などの検討を行うときには、横の連絡を密にとりながら進めることができる利点がある

ために、積極的に関わり地域小規模事業者にとっても何が得策かをしっかりと定めていく。

(2) 近い将来劇的な変化を遂げる交通体系への対策を、近隣町村などと連携して進めていくことは大事なことだが、行政や観光協会・中心商店街等各種団体で構成し、検討しているDMOの設立検討に向け、特に「観光面」を活かした駒ヶ根市を含めた伊南地域活性化（特に小規模事業者の発展）の方向性を協議検討していくことも重要。一昨年度から、ロープウェイや高原のような定番観光地ではない場所を、新しい市内の観光スポットにしようとする動きもあり、市内を訪れる観光客等への周知を広く図る策を今後検討する。

(3) 地域の名物として定着した「駒ヶ根ソースかつ丼」が昨年度、特許庁の「地域団体商標」に登録され、会社やボランティア組織の充実を図りながら、今までは参加できなかった各種の飲食イベントにも積極的に参加して、さらなるPRや市内外でのイベント出店などを数多く行ない、地域関係者が一体となった取り組みとして盛り上げていく。

また「ごま」の普及に関しては、駒ヶ根市やJAとともに連携して駒ヶ根産のごまを使った商品開発や販路開拓を図るために、出展実績のある「フードフェスタジャパン」や「上伊那農商工マッチング交流会」の他に、「スーパーマーケットトレードショー」や他の地域で開催されている「農商工連携」事業に積極的に参加して、地元産ごまの知名度を少しずつアップさせ、観光客などへの提供や今後の小規模飲食店業界のみならず、地域商業者や農業関係者等各業界の発展に寄与する。

支援内容	現 状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
こまちバル 参加事業所	45 件	50 件	50 件	55 件	55 社	55 件
イルミネーション 参加企業	10 社	12 社	12 社	15 社	15 社	15 社
KOMA 夏 来場者人数	17,000	17,000	18,000	18,000	18,000	18,000
ソースかつ丼関係 出店イベント	3 回	5 回	5 回	6 回	6 回	6 回
ごまの食品 展示会への出展	2 回	3 回	3 回	4 回	4 回	4 回
地域観光検討会議	0 回	2 回	2 回	3 回	3 回	3 回

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. 他の支援機関と連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

他の支援機関との連携では、市内金融機関（八十二銀行・アルプス中央信用金庫・長野銀行・長野県信用組合）・日本政策金融公庫・JA上伊那・税理士会などと情報交換を行い連携の強化を図っている。県内関係では、ながの産業支援ネットを通じて県内の支援機関との連携も図っている。

連携の中で小規模事業者が抱える課題に対応しているが、連携は未だ少ない機関もあるため今後は情報交換をしっかりと行い連携を深めていく必要がある。

(2) 事業の内容

小規模事業者の支援力向上を図るため、県・近隣商工団体・支援機関と連携し、各地域の小規模事業者の需要動向、金融動向、支援策や支援ノウハウ等に関する情報交換会を実施し、新たな需要の開拓を進めるうえでの基盤構築に努める。経営指導員は、情報交換で得た情報を巡回訪問や個別相談時に事業者へ提供し、新たな需要の開拓や円滑な資金調達へ繋げる。

① 経営指導員と政策公庫との連絡会議

日本政策金融公庫と行う上伊那郡内商工会議所・商工会指導員（年1回）及び南信地域飯田・伊那・駒ヶ根商工会議所（年2回）の連絡会議に出席し、日本政策金融公庫より全国的な経営状況、金融動向に関する情報を収集するとともに、近隣市町村指導員と小規模事業者支援に関する支援ノウハウ、現場での悩み等意見交換しながら情報を共有化し、小規模事業者の新たな需要の開拓や資金調達へ繋げる。

② 地域支援者検討会議

駒ヶ根市・市内金融機関・支援機関（税理士等）が集まる「地域支援者会議」（仮称）を年1回以上開催し、小規模事業者支援などの報告のほか、各機関からの支援に対する小規模事業者の情報提供をいただきながら地域内のネットワークを構築する。

③ 長野県支援ネットワーク会議への出席（年2回）

県内の支援機関が集まる「ながの産業支援ネット」「信州ビジネスサポートプラットホーム」などが行う、年2回の連絡会議・研修会などを通じ県内支援機関と連携を図り、それぞれの機関が行っている支援内容の情報を収集し、経営指導員は巡回訪問・個別相談時に事業者に対し情報を提供し連携した支援に繋げる。

④ その他連携（随時）

IT・事業承継など専門的分野などに於いては、中小企業基盤整備機構、長野県中小企業支援センター・長野県よろず支援拠点などの機関と随時連絡を取り合いながら、専門家を活用し、指導に同行することにより支援力の向上を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

研修に関しては、長野県商工会議所連合会が開催する基礎研修・専門研修、南信三会議所指導事業連絡協議会による研修、上伊那郡市経営指導員研修の他中小基盤整備機構の中小企業大学校研修に指導員が受講し資質向上を図っている。また、講習講演会等に職員が参加し知識の習得を図っている。

相談の多かった金融・税務・労務などの相談に対しての知識はあるが、IT化によるネット販売・電子マネーや民泊業・インバウンドなど様々な相談も増えており、経営指導員等のスキルアップによる支援力向上は不可欠である。また、小規模事業者の状況等が職員間で共有できる体制が徹底されていないため今後の課題である。

(2) 事業内容

経営発達支援事業を実施するには、経営指導員等の資質向上等とノウハウ・実績の共有化が必要となるため、現状分析を行い経営指導員等が不足する知識の習得やスキルアップを図るため様々な研修会を活用し支援力向上を図る。また、組織内のレベルアップのため情報共有の仕組み体制を整備する

① 研修会への参加

- ・ 日本商工会議所・長野県商工会議所連合会が開催する研修会へ経営指導員全員が参加し、基礎知識を高めるとともに、県内の経営指導員との支援事例・支援状況・悩みなどの情報

交換を行う事により、最新の情報や支援ノウハウを習得し、巡回・窓口相談の支援時に活用する。

- ・ 全国の商工会・商工会議所の経営指導員が個々の小規模事業者の強みを分析し、その強みに応じた対策を提案・実行できるようにするための「経営指導員向け小規模事業者支援研修」などにより、経営指導員のみならず全職員を対象として、不足する知識や弱い分野に関する個社支援研修に積極的に参加し、小規模事業者の強みの分析・対策・提案が実行できるノウハウを習得し、個社支援能力向上を図る。
- ・ 中小企業大学校が行う専門研修として経営分析・小規模事業者の目利き力アップ研修など専門的能力を高める研修に参加し、専門知識の向上を図る。

② 地域広域連携会議

- ・ 南信三会議所指導事業連絡会議（飯田・伊那・駒ヶ根）を年2回開催し、支援力の不足分野を補うため経営指導員等を対象としたスキルアップ研修会を開催し、的確にアドバイスできる体制を整える。また、同時に情報交換会を実施し、若手指導員はベテラン指導員との交流の中で支援の実績等の状況を聞きながら支援力向上を図る。

③ 職員間での定期ミーティング等の開催

- ・ 研修会に参加した職員は研修会終了後、全職員に対し報告勉強会を開催して組織内の支援能力向上に結び付ける。
- ・ ベテラン職員の巡回に際し若手職員を同行させるなどして、組織内のレベルアップを図るとともに事業者との信頼関係を高める。
- ・ 毎月開催する経営支援課内での連絡会議の外、職員会議を定期的に開催し、小規模事業所を支援した中での課題・問題点などを出し合い職員間で共有し、適切な対応策等を検討しながら支援に活かして行く。また、発達支援事業の進捗状況についても別途検討会議を開催し、ベテラン指導員から若手指導員までの違った角度からの意見を持ち寄り、それぞれのノウハウを蓄積しながら、チームとして支援力の向上を目指していく。

④ データベース化

- ・ 組織内においては、研修会に参加した職員は研修会終了後すみやかに、研修内容を文書化等データベース化し保存し組織内の支援能力向上に結び付ける。また、部署の異動や職員の退職等があった場合においても対応可能な体制を整備し、組織の財産として活用する。
- ・ 指導内容については、経営指導員のノウハウを共有し支援対応の都度、カルテを作成するとともに、TOAS内（商工会議所トータルOAシステム）に蓄積する。作成済の事業計画および、計画内で得た小規模事業者の経営分析や企業概要等については、全職員が閲覧できるようデータベース化し、支援力向上に繋げる。

3. 事業評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

事業評価については、講習会等はアンケートを取りまとめ次回に生かす程度であり事業評価は実施できていない。また、外部評価は無く役員会等での報告のみであり、検証して次に生かす必要性は感じている。

今後事業評価シートを作成し、事業実施の都度課内評価を徹底することが今後の課題である。

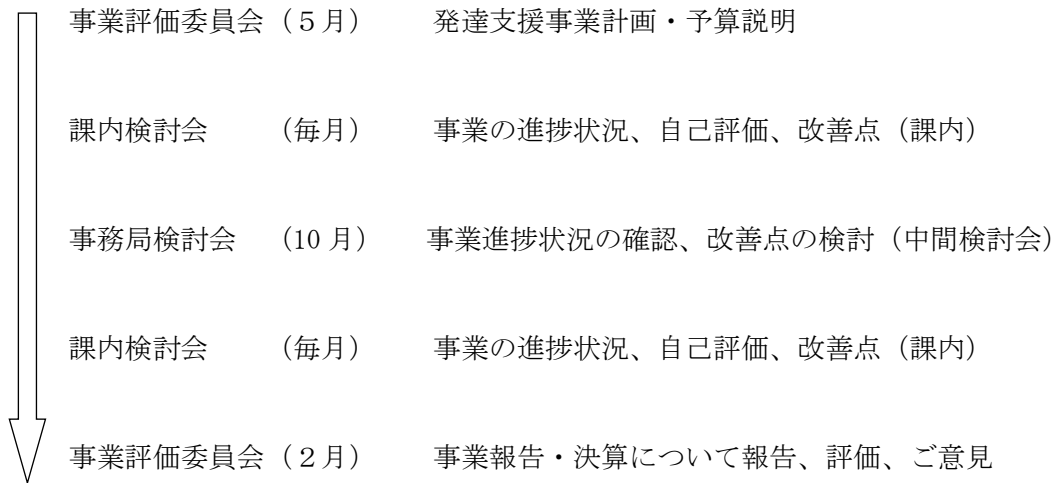
(2) 事業内容

毎年度、経営発達支援事業についての事業評価を受け次年度へ繋げていくため、事業を実施する「経営支援課」において事業評価シートを作成し、課内評価を事業ごと、評価・修正・見直しを行いながら事業を実施する。年1回（2月）に事業評価委員会を開催し評価、改善案等のご意

見を聞き次年度へ向けて見直しを行う。

- ① 外部評価として、長野県、駒ヶ根市、駒ヶ根市監査委員、市内認定支援機関・中小企業診断士など有識者及び当商工会議所副会頭・専務理事で構成する経営発達支援事業評価委員会を毎年2月に開催し、事業評価を受ける。
- ② 毎月行う課会の中で、事業の進捗状況の確認を行うとともに、10月には専務理事・事務局長を交えて半期の実績について検討会議を開催する。
- ③ 評価・見直し等の結果については、5月に開催される常議員会へ報告し承認を受けるとともに、事業及び評価結果をホームページに掲載する。

【事業評価スケジュール】

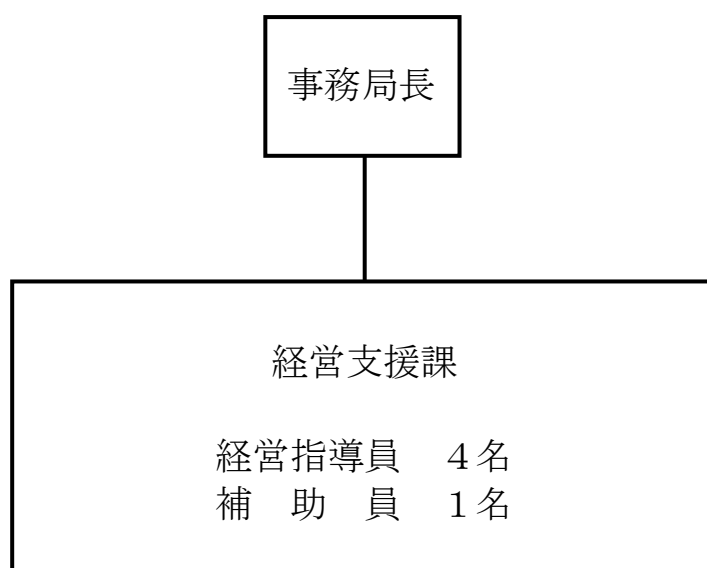


(別表 2)
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成 30 年 4 月 1 日 現在)

(1) 実施体制



(2) 連絡先

〒399-4191

長野県駒ヶ根市上穂栄町3-1

駒ヶ根商工会議所 経営支援課

電話 0265-82-4168 FAX 0265-83-4168

E-mail: info@komacci.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)

	31 年度 (31 年 6 月以降)	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
必要な資金の額	2,110	2,510	2,510	2,510	2,510
謝 金	350	600	600	600	600
旅 費	600	600	600	600	600
資料購入費	100	100	100	100	100
通信運搬費	210	210	210	210	210
印刷製本費	150	150	150	150	150
展示会等出展費	420	670	670	670	670
広報費	180	80	80	80	80
外注費	100	100	100	100	100

(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
会費収入、各種事業収入、国補助金、県補助金、市補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

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>1. 経営発達支援計画の内容</p> <ul style="list-style-type: none">(1) 地域の経済動向調査に関すること<ul style="list-style-type: none">・ 景気動向調査の実施・分析及び情報の提供・交換。(2) 経営状況の分析に関すること<ul style="list-style-type: none">・ 経営状況の実態把握、経営課題の抽出。(3) 事業計画策定支援に関すること<ul style="list-style-type: none">・ 計画におう経営への意識改革と事業計画書策定支援。(4) 事業計画策定後の実施支援に関すること<ul style="list-style-type: none">・ 事業計画策定後のフォローアップ。(5) 需要動向調査に関すること<ul style="list-style-type: none">・ 新商品・新サービス開発のための支援。(6) 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること<ul style="list-style-type: none">・ 商談会や展示会等の出展に関する支援。 <p>2. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <p>3. 経営発達事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組</p> <ul style="list-style-type: none">(1) 他の支援機関と連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること(2) 経営指導員等の資質向上等に関すること(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
連携者及びその役割
<p>◇長野県（上伊那地域振興局） 局長 堀田文雄 長野県伊那市荒井 3497 TEL 0265-78-2111 《役割》各種補助金・助成金、制度資金、経営革新支援・認定、事業評価等</p> <p>◇駒ヶ根市 市長 杉本 幸治 駒ヶ根市赤須町 20-1 TEL 0265-83-2111 《役割》各種補助金・助成金、制度資金、各種調査、販路開拓、創業支援、商工観光振興事業等</p> <p>◇アルプス中央信用金庫赤穂営業部 営業部長 中村健一 駒ヶ根市赤須町 20-1 TEL 0265-83-2111 《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等</p> <p>◇アルプス中央信用金庫赤穂東支店 支店長 田中誠 駒ヶ根市赤須町 20-1 TEL 0265-83-2111 《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等</p> <p>◇アルプス中央信用金庫南支店 支店長 大蔵敏広 駒ヶ根市赤須町 20-1 TEL 0265-83-2111 《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等</p>

- ◇アルプス中央信用金庫福岡支店 支店長 山岸克彦
駒ヶ根市赤須町 20-1 TEL 0265-83-2111
《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等
- ◇アルプス中央信用金庫アルプス支店 支店長 宮澤茂樹
駒ヶ根市赤須町 20-1 TEL 0265-83-2111
《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等
- ◇八十二銀行駒ヶ根支店 支店長 羽場俊明
駒ヶ根市中央 20-6 TEL 0265-82-5285
《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等
- ◇長野銀行駒ヶ根支店 支店長 原寛明
駒ヶ根市中央 20-6 TEL 0265-82-2141
《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等
- ◇長野県信用組合駒ヶ根支店 支店長 藤森昌彦
駒ヶ根市上穂南 1-50265-82-3137
《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等
- ◇日本政策金融公庫伊那支店 支店長 松枝辰義
伊那市荒井 3413-2 0265-72-5195
《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等
- ◇長野県信用保証協会伊那支店 支店長 猿田芳明
長野県伊那市中央 4634-1 TEL 0265-72-6148
《役割》各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、創業支援、金融支援、事業計画策定支援・実行支援等
- ◇関東信越税理士会伊那支部 支部長 小田切肇
長野県伊那市中央 4542-2 TEL 0265-74-8170
《役割》講習会、情報提供及び交換、事業計画策定支援、創業支援、資質向上等
- ◇飯田商工会議所 会頭 柴田忠昭
長野県飯田市常盤町 4-1 TEL 0265-24-1234
《役割》販路開拓支援、情報提供及び交換、資質向上等
- ◇伊那商工会議所 会頭 川上建夫
長野県伊那市中央 4605-8 TEL 0265-72-7000
《役割》販路開拓支援、情報提供及び交換、資質向上等
- ◇長野県中小企業振興センター 理事長 太田哲朗
長野市若里 1-18-1 長野県工業技術センター3F TEL026-227-5028
《役割》専門家派遣事業、各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換、展示会出展支援等
- ◇長野県よろず支援拠点 チーフコーディネーター 白川達男
長野市若里 1-18-1 長野県工業技術センター3F 026-227-5875
《役割》専門家派遣事業、各種情報提供、資質向上等
- ◇一般社団法人駒ヶ根観光協会 会長 小原 恒敏
長野県駒ヶ根市赤穂 759-447 TEL 0265-81-7700
《役割》観光推進事業、各種調査・分析及び景況等の情報の提供・交換等
- ◇独立行政法人中小企業基盤整備機構 理事長 高田 坦史
東京都港区虎ノ門 3-5-1 虎ノ門 37 森ビル 03-5479-1509
《役割》専門家派遣事業、各種情報提供、資質向上等

連携体系図等

