

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	長和町商工会 (法人番号 8100005004615) 長 和 町 (地方公共団体コード 203505)
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 長和町の産業基盤である製造業の支援 (2) 地域に密着した建設業の支援 (3) 観光・宿泊・飲食・小売サービス業の支援 (4) 事業承継・やる気のある若手経営者への事業計画策定支援 (5) 創業・第2創業（経営革新）支援の強化と創業間もない事業者への事業計画策定支援
事業内容	経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること ①地域の経済動向分析 ②町内の景気動向調査 3-2. 需要動向調査に関すること ①製造業の需要動向調査・展示会等における来場者向けアンケート調査 ②建設業の需要動向調査・「お家・リフォーム・修繕なんでも相談」ヒアリング調査 ③宿泊・飲食業の需要動向調査・宿泊者向けアンケート調査 4. 経営状況の分析に関すること ①事業計画策定に向けた経営分析の実施 5. 事業計画策定支援に関すること ①事業計画策定セミナーの開催 ②事業計画策定支援事業（個別支援） 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画の継続的なフォローと専門家等との連携による実施支援 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①製造業需要開拓事業・上田地域産業展出展事業（B to B） ②製造業需要開拓事業・ニッポン全国物産展ほか出展事業（B to B） ③建設業需要開拓事業（B to C） ④ITを活用した需要開拓事業（B to C）
連絡先	長和町商工会 〒386-0603 長野県小県郡長和町古町 2424-18 TEL:0268-68-2651 FAX:0268-68-2670 E-Mail: office@nagawa-sci.jp 長和町役場 産業建設課 〒386-0603 長野県小県郡長和町古町 4247-1 TEL:0268-75-2047 FAX:0268-68-4011 shokokanko@town.nagawa.nagano.jp E-Mail: shokokanko@town.nagawa.nagano.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

(立地)

長和町（ながわまち）は、平成の大合併により平成 17 年 10 月 1 日に旧長門町（ながとまち）と旧和田村（わだむら）が合併して誕生した。

長野県のほぼ中央、小県郡（ちいさがたぐん）の南部に位置し、広さは東西 16.39km、南北 21.5km、周囲 68.5km で総面積は 183.95 ㎢であり、東は蓼科（たてしな）山系の山脈を境として立科町（たてしなまち）に接し、南は中信高原霧が峰（ちゅうしんこうげんきりがみね）山塊を境として茅野市（ちのし）、諏訪市（すわし）、下諏訪町（しもすわまち）に接し、西は美ヶ原高原（うつくしがはらこうげん）があり松本市に接し、北は上田市と接している。標高は茶臼山（ちやうすやま）の 2006m を最高に、上田市と隣接する古町地区の 580m が最低となる標高差（1426m）が大きい立地である。



気候は内陸性気候で、標高が高く周囲を山に囲まれた地形のため変化が激しく、気温の年較差は 40 度を超えるが、夏季の平均気温が低いいため夏はしのぎやすく快適である。

歴史的な背景を見ると、平成 30 年に当町を含む長野県 8 市町村と山梨県 6 市による「星降る中部高地の縄文世界」が日本遺産に認定された。本州最大規模の黒耀石原産地として知られる和田峠から星麓峠（ほしくそとうげ）の一带には、黒耀石の流通に関係した大きな遺跡がいくつも残されている。3 万年もの昔から多くの人々が良質な黒耀石を求めて集まっていたと思われる。

(交通)

This map illustrates the Chubu Expressway network, a complex system of toll roads connecting major cities in the Chubu region of Japan. The network includes:

- Major Routes:**
 - 北陸新幹線 (Hokuriku Shinkansen):** Connects Tokyo to Kanazawa and beyond.
 - 上越新幹線 (Joetsu Shinkansen):** Connects Tokyo to Joetsu and beyond.
 - 中央自動車道 (Chuo Expressway):** A major north-south route through the Chubu region.
 - 東海自動車道 (Tohoku Expressway):** Connects Nagoya to the Kanto Plain.
 - 名神高速道路 (Meishin Expressway):** Connects Nagoya to Osaka.
- Key Interchanges (I.C.) and Junctions (JCT):**
 - 上田 (Utsunomiya):** A major hub where the Joetsu Shinkansen, Joetsu Expressway, and Joetsu Bypass Expressway meet.
 - 松本 (Matsumoto):** A major hub where the Joetsu Shinkansen, Joetsu Expressway, and Joetsu Bypass Expressway meet.
 - 長野 (Nagano):** A major hub where the Joetsu Shinkansen, Joetsu Expressway, and Joetsu Bypass Expressway meet.
 - 高崎 (Maebashi):** A major hub where the Joetsu Shinkansen, Joetsu Expressway, and Joetsu Bypass Expressway meet.
 - 東京 (Tokyo):** The eastern terminus of the Joetsu Shinkansen and Joetsu Expressway.
 - 名古屋 (Nagoya):** A major hub where the Chuo Expressway, Tohoku Expressway, and Meishin Expressway meet.
- Other Features:**
 - 北陸自動車道 (Hokuriku Expressway):** Connects Tokyo to Kanazawa.
 - 上信越自動車道 (Joetsu Bypass Expressway):** A major route connecting Tokyo to Kanazawa.
 - 中央自動車道 (Chuo Expressway):** A major route connecting Tokyo to Nagoya.
 - 東海自動車道 (Tohoku Expressway):** A major route connecting Nagoya to the Kanto Plain.
 - 名神高速道路 (Meishin Expressway):** A major route connecting Nagoya to Osaka.

平成 17 年の国勢調査では 7,304 人であったが、平成 22 年の同調査では 6,780 人と 524 人減少し、平成 27 年には 6,166 人と更に 614 人減少しており、10 年間で 1,138 人減少した結果となる。年齢 3 区分別にみると、15～64 歳の生産年齢人口は、平成 17 年の 4,070 人に対し平成 28 年では 3,332 人と 738 人減少し、0～14 歳の年少人口は 903 人に対し 608 人と 295 人減

少している一方、65 歳以上の高齢人口は 2,331 人に対し 2,465 人 134 人増加しており、高齢化率は 38.5%と全国平均の 26.7%、県平均の 29.7%を大きく上回っている状況である。

長和町の世帯・人口の推移（国勢調査） ※令和 2 年は長和町役場ホームページ公表数値

	平成 7 年	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年
世帯数	2,492	2,636	2,507	2,468	2,416	2,634
人口（総数）	7,886	7,807	7,304	6,780	6,166	5,899
男 性	3,907	3,889	3,581	3,316	3,029	2,908
女 性	3,979	3,918	3,723	3,464	3,137	2,991

（産業）

町内の業種別商工業者数の構成比は、飲食店・宿泊業の構成比が 25%と最も高く、ついでサービス業が 19%、建設業が 16%、製造業 14%、小売業 14%となっている。なお、小規模事業者数は平成 18 年の 377、平成 24 年の 341、平成 30 年の 332 と減少している。

長和町の商工業者の業種別内訳の推移（長野県下商工会の概況より）

		平成 18 年	平成 21 年	平成 24 年	平成 27 年	平成 30 年
商工業者数		432	425	416	386	388
小規模事業者数		377	358	341	332	332
内 訳	建設業	86	86	77	71	61
	製造業	61	59	57	54	55
	卸売業	2	4	5	3	3
	小売業	63	65	68	58	53
	飲食店・宿泊業	157	150	110	108	99
	サービス業	35	35	68	62	74
	その他	28	26	31	30	43

（長和町長期総合計画）

第 2 次長和町長期総合計画（平成 29 年度から平成 38 年度）において、基本目標、基本施策を以下の通り定めている。

【基本目標】

- ア. 地域産業の振興で働いてみたいとなるまち
- イ. 観光・交流文化の構築でひとの流れを呼び込むまち
- ウ. 結婚・妊娠・出産・育児・子育てを切れ目なく支援する環境を整え、子育てしたくなるまち
- エ. 安全・安心な環境の確保で、暮らし続けたくなるまち

【基本施策】

- ア. 活力に満ちた産業のまちづくり（産業の振興）

- イ．つながりが広がるまちづくり（交流の促進）
- ウ．健康で笑顔あふれる安心なまちづくり（保健・医療・福祉・子育ての充実）
- エ．豊かな心と文化を育むまちづくり（教育・文化の充実）
- オ．自然と調和した快適で安全なまちづくり（生活環境・基盤の整備）
- カ．ささえあいのまちづくり（住民参加と行財政運営）

産業の振興の項目における商工業及び観光の振興に関する施策方針は以下の通りである。

ア．商工業の振興

- （ア）商業の活性化、（イ）経営基盤の強化支援、（ウ）起業支援と新産業の創出
- （エ）商店街の活性化、（オ）工業振興の推進、支援、（カ）雇用の創出

イ．観光の振興

- （ア）観光ネットワークの整備、（イ）観光ルートの整備、
- （ウ）滞在型・体験型交流観光の推進、（エ）交通の利便性向上
- （オ）観光ガイドの育成と体制づくり、（カ）振興公社の経営支援

（第２期「長和町まち・ひと・しごと創生総合戦略」）

第２次長和町長期総合計画を踏まえつつ、国において策定された第２期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に定められた各分野における町の取組みを人口減少に対応した特に必要な施策として明らかにしたものが、第２期「長和町まち・ひと・しごと創生総合戦略」（令和２年度から令和６年度までの５か年）であり、令和２年１月２２日に策定された。

地方版総合戦略の位置づけであり、本計画の策定にあたり、長和町商工会が重要な役割を果たす部分が多く、長和町と共同で事業にあたる必要がある。

以下の４つの事項を基本目標としている。

【基本目標】

- ア．地域資源を活かした地域産業の振興で働いてみたくなる長和町をつくる
- イ．地域資源を活かした観光・交流文化の構築でひとの流れを呼び込む長和町をつくる
- ウ．地域資源を活かし、結婚・妊娠・出産・育児・子育てを切れ目なく支援する環境を整え、子育てしたくなる長和町をつくる
- エ．地域資源を活かした安全・安心な環境の確保で、暮らし続けたくなる長和町をつくる

②課題

ア．農林水産業

町の基幹産業である農業は、水稻や麦、野菜等を組み合わせた複合型経営により減反や米価の下落に対応してきた。町の特産品であるダッタンそばは年々作付面積を増やしており生産量も４０ｔ程にまでなっている。

当町の森林面積は総面積の８６％を占めているが、保有規模が５ha以下の零細な林家数が約８０％と多いのが現状で、林業従事者の高齢化と木材価格の低迷により林業経営に対

する意欲が減退し、整備の遅れている山林が増加している。

当町の豊富できれいな水資源を活用したイワナ、ヤマメ、虹鱒、信州サーモンの養殖がおこなわれており、これらの唐揚げ等の加工品は町の特産品として人気を集めている。また、最近ではチョウザメの養殖も始められており徐々に認知度が高まってきている。

イ．小売業・飲食業・サービス業

当町の商店は食料品、日用雑貨を中心とした個人零細商店で、消費者ニーズに十分には対応できていない状況である。スーパーはなく、コンビニエンスストアが主要国道沿いに4店舗ある。2020年6月に道の駅「マルメロの駅ながと」に農産物直売所「マルシェ黒耀（こくよう）」がオープンし、地元農産物や乳製品、土産品のほか肉や魚など生鮮食品や冷凍食品、菓子、調味料など日常商品も扱い、ミニスーパーの役割を担う。

飲食店、理美容店、各種サービス業においても家族経営の店舗が多く、高齢化や後継者難などから店舗数は減少傾向にあるが、飲食店を新規創業する方も出てきている。

ウ．建設業

建設業は小規模事業者が多数を占め、土木工事業者は大手企業の下請工事、公共工事への依存度が高い。また建築工事業者は一人親方が多く、在来工法住宅の需要が減る中、大手ハウスメーカーの下請けやリフォーム需要の開拓を行っている。住宅事情の変化などから左官、建具、瓦業などは数を減らしている。ともに、地元密着型で地域住民の生活と深く関わってきたが、業界全体では受注単価が低い状況が続いており、若手人材不足や技術力、営業力等の事業継承も課題である。

エ．製造業

県工業統計調査による平成30年の製造品出荷額は46億円余りとなっており、平成25年の52億円、平成20年の74億円と比して減少傾向にあるが、従業者数は386人と多く、地域の雇用を支え、地域経済を牽引する極めて重要な役割を担っている。

機械金属加工や樹脂加工による機械機器や精密加工部品、木材加工などを行っている事業所があり、規模は大きくないが、優れた技術を有する企業も存在する。また、地元農産品、水産品を加工し、漬物や惣菜等を製造販売する食品製造業者もあり、地域の特産品、土産品となっている。

しかし、町内事業所の大半が下請けの小規模事業者であり、景気や親会社の動向といった外部環境変化を受けやすい。販路開拓による受注の安定や収益性の向上を行い経営基盤の強化を図っていく必要がある。

オ．観光業（宿泊業）

長和町の観光は、春から秋にかけては美ヶ原高原や長門（ながと）牧場など高原の散策、冬はスキー場を訪れる人をメインに観光振興が進められてきた。

しかし、冬季に訪れるスキー客は年々減少し、町内2つのスキー場（ブランシュたかやまスキーリゾート、エコーバレースキー場）の経営は厳しい状況にあるとともに、豊かな自然や伝統文化、歴史という地域資源が観光や交流の活性化に十分活かされていない

め、町を訪れる観光客のほとんどは通過型の日帰り客が中心であり、宿泊につながらないのが現状である。

町内には 70 もの宿泊施設があり、その多くがスキー場を有する姫木平（ひめきだいら）を中心としたペンションであり、オーナーの高齢化や施設の老朽化への対応などとともに、多様化するニーズ、遅れているインバウンドへの対応などが課題になっている。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10 年程度の期間を見据えて

当会はこれまでも、長和町の地域特性や課題等も踏まえて、長和町産業振興課と連携し、長和町長期総合計画に沿った町の産業振興を念頭に、小規模事業者支援を中心に商工会事業を推進してきた。

当町の地域経済を支えている小規模事業者が経営を継続的に維持発展していくことが地域振興において重要であるため、向こう 10 年程度の期間を見据え、長和町産業振興課や関係機関と連携して小規模事業者支援を行っていく。

ア．関係機関との連携による小規模事業者の販路開拓と経営力向上支援

当会は、小規模事業者がそれぞれの強みや地域資源を活かした事業経営を行い、売上増加、利益確保につながるよう伴走型支援を実施する。

イ．事業承継支援

小規模事業者にとって大きな課題となっている事業承継について、アンケートやセミナー等を通じて啓発し、事業承継計画の策定等、継続的に支援を行う。

ウ．創業・第二創業の促進、支援

創業者、第二創業（経営革新）者の事業計画作成から創業、その後の安定した経営につながる支援を実施し、地域に根付いた産業の創出を図る。

②長和町長期総合計画との連動性・整合性

前記した第 2 次長和町長期総合計画に基づき策定された第 2 期「長和町まち・ひと・しごと創生総合戦略（令和 2 年度から令和 6 年度）」にて、4 つの基本目標と主な施策を掲げている。

基本目標 1 「地域資源を活かした地域産業の振興で働いてみたくなる長和町をつくる」

主な施策
（ア）特産品開発等による雇用の創出
（イ）雇用創出のための企業誘致、働く場所の確保
（ウ）雇用創出・人材定着に関する企業への支援
（エ）商工業の発展促進
（オ）企業情報発信の強化
（カ）起業支援体制の充実・事業者の育成

基本目標 2 「地域資源を活かした観光・交流文化の構築でひとの流れを呼び込む長和町をつくる」

主な施策 （ア）地域資源を活かした観光振興による交流人口の増大

- (イ) 空き家の活用による交流人口の増大
- (ウ) 若い世代の定住人口増大のための支援
- (エ) 国際交流の推進による交流の活発化と人材育成
- (オ) 情報発信体制の強化

基本目標 3 「地域資源を活かし、結婚・妊娠・出産・育児・子育てを切れ目なく支援する環境を整え、子育てしたくなる長和町をつくる

主な施策 (ア) 結婚支援体制の充実（「婚活」支援）

基本目標 4 「地域資源を活かし安全・安心な環境の確保で、暮らし続けたい長和町をつくる」

主な施策 (ア) 道の駅マルメロの駅ながと、和田宿ステーションの魅力向上

上記の基本目標 1、2 については、地域産業の振興、観光・交流促進による交流人口の増大を目指しており、それぞれの項目において商工会事業として推進してきた。

基本目標 3、4 についても該当する施策にて連携して事業を実施している。

このように、長和町は小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を明確に設定しており、商工会は本施策に沿って地域振興に取り組む。

③長和町商工会の役割

ア. これまでの商工会の取組みと課題

長和町商工会は、長和町合併から半年後、平成 18 年 4 月 1 日に旧長門町商工会と旧和田村商工会が合併して誕生した。旧長門町商工会を「長和町商工会本所」、旧和田村商工会を「和田支所」とし、職員設置数の変更はあったものの、2 カ所での支援を継続している。

当会ではこれまで、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経営一般、金融、税務等の経営に関する基本的な課題に関する各種支援を行ってきた。金融支援においては、地元金融機関及び日本政策金融公庫と連携し、事業の継続発展につながるよう運転資金、設備資金等の調達支援を実施。税務支援では、記帳指導から源泉税納付事務、決算書の作成、所得税・消費税の申告支援等を実施してきた。

また、地域の商工業振興や地域活性化につながる地域振興事業も行ってきた。「長和の里地域いきいき券」販売事業は、町行政からの支援を受け、5%お得な商品券（2.5%町負担、1.5%商工会負担、1%事業者負担）として販売し、地域内購買促進につながっている。

会員自らが創意工夫し企画提案した事業を支援していく「商工会活性化支援事業」（観光地整備、婚活イベント、集客イベント、料理講習会など）や、商工祭、軽トラ市などのイベントも企画運営している。

イ. 今後商工会に求められている役割

商工会は地域に密着した総合経済団体であり、小規模事業者に対する支援機関として、行政や金融機関、他の支援機関、専門家等と連携し、小規模事業者との間に立ち、コーディネーターとして課題解決に取り組むといった事業者に寄り添った支援体制が求められている。

よって、複数商工会によって広域連携支援を行う地域グループである経営支援センター上小（じょうしょう）グループ（上田市商工会、東御市商工会、真田町商工会、青木村商工会、長和町商工会で構成）や長野県商工会連合会の内部専門家であるシニアアドバイザー（呼称上席専門経営支援員）、長野県よろず支援拠点、長野県中小企業振興センターなどの公的支援機関、中小企業診断士等の専門家との連携を深め活用していくとともに、職員の資質向上にも取り組んでいるところである。

（３）経営発達支援事業の目標

上記の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方、第２期「長和町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本目標をふまえ、経営発達支援計画について次の目標を掲げ、伴走型支援を行うことにより、小規模事業者の持続的な発展を目指す。

①長和町の産業基盤である製造業の支援

地域で働く場所を確保し、雇用を創出し、人材の定着を図っていくため、地元で営業を続ける事業者支援を行う。新たな事業展開や高付加価値化にも対応し、持続的な経営を目指す。

②地域に密着した建設業の支援

地域住民の住環境整備、公共工事、災害対応など地域に密着した建設事業者に対し、事業計画の策定支援を通じ、自社の強みを活かした販路開拓支援を行う。

③観光・宿泊・飲食・小売サービス業の支援

長和町の観光資源を活かし、滞在型観光による交流人口の増加を図るとともに、需要動向調査から顧客ニーズに合った販路開拓を行い、売上向上を目指す。

④事業承継・やる気のある若手経営者への事業計画策定支援

小規模事業者の事業承継を円滑に進めるため、各支援機関と連携を図り、事業承継計画の策定を行うとともに、次代を担う若手経営者への事業計画策定支援を積極的に行うことで、地域経済の活性化を目指す。

⑤創業・第２創業（経営革新）支援の強化と創業後間もない事業者への事業計画策定支援

創業支援を強化し、地域資源を活かした新たな産業や地域に根差した店舗づくりを支援し、創業後の支援も継続的に行うことで、管内事業者の増加を図る。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年 4月 1日 ～ 令和8年 3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①長和町の産業基盤である製造業の支援

販路開拓、受注獲得に結びつく工業展示会、ビジネスマッチング、商談会等に参加し、小規模事業者の経営発達に結びつく個社支援を行う。

②地域に密着した建設業の支援

営業力を高め、若者定住促進補助、リフォーム補助等活用の客の取り込みによる需要の開拓を図る。

③観光・宿泊・飲食・小売サービス業の支援

需要動向調査の結果をもとに、各店における品揃えやサービスの見直し、強化を図り、個店の売上、収益の増加を図るための支援を行う。

④事業承継・やる気のある若手経営者への事業計画策定支援

窓口、巡回相談時において事業承継希望者、やる気のある若手経営者、事業者を掘り起こし、事業計画策定セミナーを開催し、事業者自らが取組む意欲が持てる事業計画を策定し、安定成長につながる個社支援を行う。

⑤創業・第2創業（経営革新）支援の強化と創業後間もない事業者への事業計画策定支援

創業支援事業計画に基づき、長和町産業振興課と連携しながら、伴走型支援により実現性の高い創業計画策定支援を行う。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

これまで当会では、経済動向調査について、小規模事業者の個社支援時に必要部分のデータをインターネット等により収集するといった不定期で場当たりの対応で行ってきた。よって、商工会内での情報量も乏しく、小規模事業者の事業計画の策定に役立つ経済動向に関する情報を十分に提供できていない状況にある。また、商工会が地域で実施してきた調査も商工会連合会や中小企業庁等の依頼による受動的で限定的な調査となっており、域内の小規模事業者への経営支援に役立てられる状況には至っていない。

②課題

課題は、小規模事業者が外部環境の把握を行うにあたり、必要な経済動向情報と地域の商圈特性・動向情報を効率よく取得できる体制を築くことである。そのため、調査方法と提供方法に工夫を凝らし、RESAS（地域経済分析システム）のビッグデータを活用し地域の経済動向調査結果を専門家の意見をふまえながら分析し、定期的に地域へ公表していく必要がある。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
① 地域の経済動向分析の公表回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
② 景気動向分析の公表回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

地域経済分析システム「RESAS」を活用した当地域の経済動向分析を行うことで、当地域の現状と実態を把握する。地域の課題を発見し、その解決策を検討することがシステム活用の目的であるため、本事業は当地域に関連する項目ごと定期的に調査分析を行い、その結果を長和町商工会ホームページで公表するほか、小規模事業者に提供する。

【情報収集・整理、分析を行う項目】

- ア. 地域経済循環：生産分析、分配分析、支出分析、労働生産性等の動向分析
地域のお金の流れ、各段階における流出入状況を把握。

イ．産業構造：地域の産業構造、主要産業の特徴（強み、弱み）等を把握。
ウ．企業活動：産業間取引、企業間取引（行政限定メニュー）等企業情報を把握。
エ．観光：地域の人気スポットや来訪問者の出発地、インバウンド観光の動向等を把握。
オ．まちづくり：月別、時間別の流動人口や通勤通学による自治体間の移動状況等を把握。
上記の５項目について、基礎資料になりえるデータを収集・整理し、分析を行う。

【調査手段、手法】

長和町産業振興課と連携して調査を行う。企業活動マップ内の産業間取引及び企業間取引は行政限定メニューであるため、共同で調査を実施する。

レポート内容は上記の項目より３～５項目を抽出の上、分析し作成する。

②町内の景気動向調査

長和町内の景気動向について、より詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、長和町内小規模事業者の景気動向について調査と分析を年２回行う。

【情報収集・整理、分析を行う項目】

長和町管内小規模事業者 250 事業所（建設業、製造業、卸・小売業、飲食店・宿泊業、サービス業／50 事業所×5 業種）を調査対象とする。

調査項目は、売上額、仕入単価、採算、資金繰り、雇用、自社の業況等とする。

記入については無記名とし、業種のみ回答する。調査時期は上半期（４月～９月）、下半期（１０月～３月）とする。

【調査手段・手法】

調査票を郵送し、原則商工会へ FAX か郵送、持参により回収する。合わせて、職員が窓口・巡回支援時において聞き取りや記入依頼により収集することで、自社の業況等の精度や回収率を高める。

経営指導員等が外部専門家の専門的知見を活用して、調査結果を分析の上、レポート作成を行う。

（４）成果の活用

これらの調査結果は職員間で共有し、小規模事業者の支援、事業計画策定のために活用する。調査結果レポートは、広く事業者に提供するため長和町商工会ホームページにて公開するとともに、窓口・巡回相談の際に参考資料として活用、提供する。

更に、調査結果から抽出される課題を小規模事業者のニーズに沿った講習会等の開催にも利用する。

3－2. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

①現状

現状では独自の需要動向調査は行わず、小規模事業者からの相談に応じて国、県等の家計調査や統計調査データを情報提供するにとどまっていた。

②課題

小規模事業者が需要動向を的確に捉えることが事業計画を策定する上で重要である。しかし、変化している外部環境や業界の市場動向を的確に把握することは難しい。

このことから、業種ごとの専門的な情報調査機関のデータや個社に役立つ生きたデータをどのように集め、個社に提供できるかが課題である。

(2) 目標

年 度	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
① 製造業 調査対象事業者数	なし	5社	5社	7社	7社	9社
② 建設業 調査対象事業者数	なし	5社	5社	7社	7社	9社
③ 宿泊・飲食業 調査対象事業者数	なし	10社	10社	11社	11社	12社
合 計	なし	20社	20社	25社	25社	30社

(3) 事業内容

①製造業の需要動向調査・展示会等における来場者向けアンケート調査

【調査等を行う項目】

ア. 会社名、所在地、担当者名（名刺交換等により取得）

イ. 展示会に来場した主目的

- ・商談、取引先開拓のため
- ・共同開発、研究パートナーの相手探し
- ・市場動向調査
- ・新製品、新技術の情報収集
- ・自社、自社製品 PR

ウ. 当社の出展、展示の良い点、改善すべき点

- ・展示方法（製品、商品の見せ方）
- ・説明方法（担当者）

エ. 新規取引の上で大事にする条件

- ・会社の信用度、社長の人柄
- ・商品・製品の品質、技術力
- ・商品・製品の価格
- ・時間的距離
- ・発展可能性
- ・コスト削減
- ・納期対応
- ・その他（記述）

オ. 求めている製品、商品や技術

【サンプル数】

調査対象事業者数 5社×来場者 30名 計 150名

【手段・手法】

展示会、商談会等に出展した際に、自社の出展ブースを訪れた方を対象にアンケート調査を実施する。調査内容は、上記の質問事項を基本に、展示会や出展者ごとに協議を行うことで、内容を変えて行い、集計する。サンプル数は1出展事業所あたり来場者30名とする。調査の整理、分析は経営指導員が中心となっており、必要に応じて中小企業診断士等の専門家を活用する。

【成果の活用方法】

需要動向の分析結果は、出展企業及び今後出展を希望する事業所に対して提供し、販路開拓や新規取引先獲得、製品開発等に向けた事業計画策定の支援に活用する。展示会、商談会終了ごとに提供する。

②建設業の需要動向調査・「お家・リフォーム・修繕なんでも相談」ヒアリング調査**【調査等を行う項目】****ア．相談者の属性に関する項目**

・居住地　・性別　・年代　・住環境（持ち家、賃貸住宅）

イ．相談内容

・新築　・リフォーム、修繕
・予算

ウ．詳細内容

・建築工事（住宅・別荘・物置・車庫・その他）
・外装工事（屋根・外壁・雨樋・窓ガラス・サッシ・バルコニー・その他）
・内装工事（床、壁、天井材の張替え・建具・畳・その他）
・設備工事（給排水衛生設備工事・電気設備工事・床暖房設備・その他）
・その他（外構工事・石材工事・造園工事・その他）

【サンプル数】

調査対象事業者数5社×相談者（なんでも相談）10名　計50名

【手段・手法】

管内の建設需要を調査するため、「お家・リフォーム・修繕なんでも相談」と銘打ち、地域住民向けのヒアリング調査を行う。長和町商工祭等の地域住民向けイベント等を活用して、開催を告知し、建築関係事業者が窓口となって年1回実施する。窓口を担当した建築関係事業者と長野県商工会連合会の内部専門家であるシニアアドバイザー（呼称　上席専門経営支援員）及び経営指導員とで調査結果をまとめ、集計する。

【成果の活用方法】

需要動向の分析結果をもとに、建築関係事業者と経営指導員が相談者の要望を汲み取り、工事請負契約までの交通整理を行うことで、町内事業者への受注に結びつける。

③宿泊・飲食業の需要動向調査・宿泊者向けアンケート調査

【調査等を行う項目】

ア. 宿泊者の属性に関する項目

・居住地 ・性別 ・年代 ・同行者 ・来訪目的 ・観光情報の入手方法

イ. 宿泊施設のサービス等に関する項目

・接客 ・食事 ・設備

ウ. 旅行に関する項目

・訪れたエリア及び満足度 ・土産品の内容、購入額 ・希望事項

【サンプル数】

調査対象事業者数 10 社×宿泊客 20 名 計 200 名

【手段・手法】

町内の宿泊施設に宿泊されたお客様を対象にアンケート調査を実施する。調査内容は、上記の質問事項を基本に、シーズンや施設ごとに協議を行うことで内容を変え、必要に応じて観光協会や長野県商工会連合会の内部専門家であるシニアアドバイザー（呼称 上席専門経営支援員）、中小企業診断士などの専門家を活用して実施し、整理・分析を行う。サンプル数は 1 事業所あたり宿泊客 20 名とする。

【成果の活用方法】

需要動向の分析結果は各事業者へフィードバックし、販路開拓や新規顧客獲得、宿泊プラン作成、メニュー開発等に向けた事業計画策定の支援に活用する。

4. 経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

①現状

現状では、融資に係る書類作成時、経営が悪化した時の経営改善計画時や補助金の申請支援時などの相談業務の中で、必要に応じて収支・財務分析等の現状分析を行う程度にとどまっていた。また、経営状況の分析を行うことの重要性について小規模事業者へ積極的に働きかけてこなかった。

②課題

上記相談業務の中で経営状況の分析を行っていたが、詳細な分析までは不十分であったため、必要に応じて専門家等を活用し、より詳細な分析を行っていくことも重要である。合わせて、経営状況の分析を行い、現状認識し、自社の事業計画策定を実施していくことの重要性を理解してもらえるように周知していくことが課題である。

（２）目標

支援内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
経営分析件数	未実施	20 件	20 件	25 件	25 件	30 件

（３）事業内容

①事業計画策定に向けた経営分析の実施

融資相談や補助金申請、決算申告などの窓口や巡回相談時に、事業計画策定による経営改善の提案を行い、経営状況の分析を行う。結果は当該事業者へフィードバックし、小規模事業者と支援する経営指導員が同じ目線で事業者の情報を共有した上で、課題解決や経営ビジョン実現に向けた計画経営に結びつけていく。

ア．対象者

窓口、巡回での相談時等で事業計画策定に前向きな小規模事業者から支援を進めるとともに、事業者の業況やニーズを勘案し優先して取り組むべき事業者を選定して行う。

イ．分析項目

財務分析として 6 項目

- （ア）売上持続性：売上高増加率
- （イ）収益性：営業利益率
- （ウ）生産性：労働生産性
- （エ）健全性：EBITDA 有利子負債倍率
- （オ）効率性：営業運転資本回転期間
- （カ）安全性：自己資本比率

非財務分析として 4 つの視点

- （ア）経営者への着目
- （イ）事業への着目
- （ウ）企業を取り巻く環境、関係者への着目
- （エ）内部管理体制への着目

SWOT 分析（強み、弱み、脅威、機会等）

ウ．分析手法

分析のツールとして経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」を活用して行う。財務分析と非財務情報への入力データを収集するため、財務分析入力データについては、相談対応者より過去 2 期分の決算書データの提供を受ける。非財務情報については、個別に非財務ヒアリングシートにそって経営指導員等が面談にて実施する。

（４）分析結果の活用

分析結果は当該事業者へフィードバックし、事業計画策定の基礎資料とする。分析において判明した財務状況、非財務状況をもとに事業計画策定を小規模事業者とともに行う。また、SWOT 分析結果も活用し、自社の強みを認識することで事業者自ら取り組む意欲が持てる事業計画を策定していく。

5. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

①現状

小規模事業者の事業計画の策定に関しては、融資、条件変更等の金融相談時や補助金・助成金の申請時に行ってきた。多くの事業者にとって事業計画は、金融機関から資金調達するためであり、補助金・助成金獲得のための手段という認識が強いと感じている。

②課題

事業計画策定の意義、重要性を認識し、関心を持ってもらえる事業者を増加させるためにも、実施するセミナーの内容や告知等が重要であり課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に経営の羅針盤となる事業計画を策定することの必要性をセミナー等で理解していただき、少しでも多くの小規模事業者が自ら主体性を持って事業計画を策定することで、真に活用される実効性の高い事業計画の策定を目指す。

(3) 目標

支援内容	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
事業計画策定件数	5件	20件	20件	25件	25件	30件

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

中小企業診断士や税理士、長野県よろず支援拠点の専門家、長野県商工会連合会上席専門経営支援員等を講師としたセミナーを開催する。

ア. 支援対象

(ア) 経営状況分析を行った全ての事業者

(イ) 創業及び事業承継を予定する者

(ウ) 窓口、巡回相談時での啓蒙と意欲ある事業者の掘り起こし

イ. 手段・手法

チラシを作成し、経営指導員の巡回、HPへの掲載、個別の郵送等により対象者へ周知し募集を行う。

小規模事業者にとって今後の事業計画や商品開発、設備投資計画など、将来ビジョンに基づく計画策定が行える内容とし、カリキュラムにはSWOT分析、需要動向、ターゲット設定、販売促進策、経営環境分析、新商品開発、マーケティング、決算書の見方などを検討する。開催は年1～2回とし、10名ほどの少人数制にて開催する。

②事業計画策定支援事業（個別支援）

経営指導員が個社の事業計画策定について、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を行うことで、事業の持続的発展、安定成長につながる実効性のある事業計画を策定し、計画の実行をサポートする体制を築く。

ア. 対象者

事業計画策定セミナー受講者及び経営分析を行った事業者。

イ. 手段・手法

情報共有や操作性等の面から中小機構の「経営計画つくるくん」を活用し、経営指導員が聞き取りとフォローをしながら事業者とともに事業計画を策定する。

事業計画がより実効性の高い計画となるために、上記ツールを活用し、事業者の経営分析や需要動向、課題、目標を明確にする。また、必要に応じて長野県よろず支援拠点やエキスパートバンクの外部専門家派遣等を活用し、事業計画のブラッシュアップを図る。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

これまで行ってきた事業計画策定後の実施支援については、公的融資や補助金申請等により義務付けられる対象者に対し、形式的に行うといった動向把握程度の内容であり、小規模事業者の事業計画実施をサポートするような十分な支援は行ってこなかった。

②課題

事業計画策定実施者に対する定期的なフォローアップ体制を確立し、計画の進捗状況確認、見直し支援等を実施していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、原則として四半期に1回巡回訪問を行い、事業計画の進捗状況等の確認を行う。進捗状況等に応じ、巡回訪問を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し巡回訪問を減らしても支障のない事業所を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

支援内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数	5 社	20 社	20 社	25 社	25 社	30 社
頻度（延回数）	20 回	80 回	80 回	100 回	100 回	120 回
売上増加事業者数	—	8 社	8 社	10 社	10 社	12 社
利益率 3%以上増加の事業者数	—	4 社	4 社	5 社	5 社	6 社

(4) 事業内容

①事業計画の継続的なフォローと専門家等との連携による実施支援

計画の進捗状況の確認、フォローアップを定期的実施することで、計画遂行の停滞を防ぎ確実な実行に結びつけていく。

ア. 対象者

経営指導員が事業計画策定に関わった全ての小規模事業者を対象とする。

イ. 手段・手法

国内同業種の中小企業の中での位置づけや対比が可能な中小機構の「経営自己診断システム」等の支援ツールを活用して行う。事業計画策定者に対し、四半期に1回の巡回及び窓口での個社別支援をPDCAによる実行管理の手法で行うこととし、専門的な支援が必要な場合は長野県よろず支援拠点やエキスパートバンク等の専門家や上席専門経営支援員と連携した支援を行う。

ウ. 支援内容

四半期の1回を目安に個社別にフォローアップを行い、PDCAサイクルによる経営の定着を図る。

(ア) 計画 (plan) : 計画及び評価・検証可能な事業計画の策定を支援する。

(イ) 実行 (do) : 計画に沿った具体的な実行を支援する。

(ウ) 評価 (check) : 問題点や改善すべき点「課題」の抽出を支援する。

(エ) 改善行動 (act) : 課題解決のための施策を検討し改善行動を支援する。

エ. 事業計画と進捗状況がズレている場合の対処方法

(ア) 計画した目標を実績が大幅に上回っている場合、専門家とともに分析を行い、将来見通しも加味した上で目標の再設定を行う。

(イ) 計画した目標を実績が下回っている場合、専門家とともに分析し、外部環境の変化等も加味した上で目標を再設定し、フォローアップの頻度を高める。

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

①現状

これまで、新たな需要の開拓に寄与する事業として、製造業関係では、町内事業所向けに出展者を募り事業を展開してきた。

「上田地域産業展」(※)においては、これまで継続して長和町商工会共同出展ブースを設け、2~4事業所が出展し、自社の製品や技術をPRしてきた。全国商工会連合会主催の「ニッポン全国物産展」(※)への出展支援も行い、2事業所が継続出展している。そのほか、事業者が個別に各種展示会や商談会へ出展しているケースもみられる。

※「上田地域産業展」は上田商工会議所が中心となって毎年10月に開催され、近隣8市町村から100超の企業、団体が出展する展示会。「創造技術・モーション・加工」、「情報科学ネットワーク」、「環境・未来共生」、「フロンティア・研究・サポート」などのゾーンからなる展示・商談コーナーのほか、出展企業プレゼンテーションやものづくりイベント、講演会等が同時開催される。開催期間は2日間で来場者はおよそ5,500人。

※「ニッポン全国物産展」は全国商工会連合会が主催し、毎年11月に東京・池袋サンシャインシティで開催され、全国から約350社が出展する物産展。地域の特色を活かした産品(食品、非食品)の実演販売、ご当地おやつランキングやフードコートなどの企画もあり、開催期間は3日間で来場者はおよそ15万人。

②課題

製造業関係における展示会出展事業については企業 PR や販路開拓に一定の成果が上がっているが、事前の準備や事後フォローを徹底するなど改善の余地がある。

小規模事業者ならではの個性豊かな商品やサービス、技術力の新たな販路を開拓するためには、認知度向上のためのプロモーションが重要であるが、限られた経営資源の中、積極的に取り組むことが困難な事業者も多い。

小売・飲食・サービス業関係においても、インターネットを活用した販路開拓の重要性を認識しつつも、ホームページや SNS を活用している事業者は少ない。

(2) 支援に対する考え方

幅広い小規模事業者が展示会等への出展を通じ販路拡大、企業 PR に結びつくよう、商工会として展示ブースを確保し、グループ出展することで、単独での出展が困難な事業者にも積極的に出展を働きかけていく。出展にあたっては、既存取引先への DM による周知や効果的な陳列、来場者への配布物などの事前準備から出展後のフォロー活動まで、徹底して出展支援を行う。合わせて、出展費用の一部を助成する町の販路開拓助成金制度の周知も行う。

小売・飲食・サービス業の小規模事業者を中心に、インターネットを活用した販路開拓、集客の効果、重要性について、講習会等を通じて認識を深め、導入し実践することで、新たな販路開拓、売上増加につながるよう支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 製造業・上田地域産業展 出展事業者数	3 社	4 社	5 社	5 社	6 社	6 社
成約件数／社	なし	1 件	2 件	3 件	4 件	5 件
② 製造業・全国物産展ほか 出展事業者数	2 社	3 社	4 社	4 社	5 社	5 社
成約件数／社	なし	1 件	2 件	3 件	4 件	5 件
③ 建設業・需要開拓事業 参加事業者数	—	5 社	7 社	10 社	10 社	10 社
売上額／社	—	10 万円	10 万円	15 万円	15 万円	20 万円
④ IT を活用した需要開拓 個社 HP SNS 開設事業者数	—	3 社	4 社	5 社	6 社	7 社
売上額／社	—	10 万円	10 万円	12 万円	12 万円	15 万円

(4) 事業内容

①製造業需要開拓事業・上田地域産業展出展事業（B to B）

「上田地域産業展」に商工会の展示ブースを確保し、管内製造業者の出展を促進し、販路開拓を支援する。事業計画を策定した事業者を中心に、対象となる小規模事業者に対して周知、募集を行うとともに、窓口や巡回の折に個別に出展勧奨を行う。

また、産業展前日に行われる受発注個別マッチング事業「ビジネスマッチングデイ」は、事前に発注企業情報が分かるため、合わせて告知し、参加勧奨を行う。

ア．支援対象

(ア) 事業計画を策定した事業者

(イ) 町で推奨している「長和町奨励品認定商品」も 100 点を超えており、それらの製造販売事業者

(ウ) 管内製造業者

イ．支援の手段・手法

出展事業者に対し、事前準備としての DM 送付やパンフレット・販促チラシ・アンケートの準備、効果的な陳列、プレゼンテーションについてのレクチャーなどを行うとともに、出展後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ、アンケートの集計・分析など、商談成立、新規取引先獲得につながる実効性のある支援を行う。

②製造業需要開拓事業・ニッポン全国物産展ほか出展事業（B to B）

「ニッポン全国物産展」のほか、「諏訪圏工業メッセ」（※）など商談成約、販売促進に結びつく展示会への参加出展を促進し、新たな顧客獲得を図っていく。対象となる小規模事業者に対して周知、募集を行うとともに、窓口や巡回の折に個別に出展勧奨を行う。

ア．支援対象

(ア) 事業計画を策定した事業者

(イ) 町で推奨している「長和町奨励品認定商品」も 100 点を超えており、それらの製造販売事業者

(ウ) 管内製造業者

イ．支援の手段・手法

出展事業者に対し、事前準備としての DM 送付やパンフレット・販促チラシ・アンケートの準備、効果的な陳列、プレゼンテーションについてのレクチャーなどを行うとともに、出展後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ、アンケートの集計・分析など、商談成立、新規取引先獲得につながる実効性のある支援を行う。

※「諏訪圏工業メッセ」は NPO 諏訪圏ものづくり推進機構が中心となって毎年 10 月にされ、県内外から 400 超の企業、団体が出展する展示会。加工技術、電気・機械・光学、ソリューション、産学・研究などの出展品目があり、全国からバイヤーが訪れる。開催期間は 3 日間で来場者はおよそ 3 万人。

③建設業需要開拓事業（B to C）

地域住民向けに「お家・リフォーム・修繕なんでも相談」と銘打ち、建築関係事業者が窓口となって管内の建設需要動向ヒアリング調査を行い、その結果を分析し、チラシやホームページによる告知を行うことで小規模工事の受注確保を図っていく。合わせて、地域住民の方が安心して工事の発注ができる体制づくりを進める。

ア．支援対象

(ア) 事業計画を策定した建築関係事業者

(イ) 管内建築関係業者

イ. 支援の手段・手法

長和町商工祭等の地域住民向けイベント等を活用した管内の建設需要動向調査の結果分析から、お客様のニーズに沿った共同販促チラシとホームページによって告知を行い、小規模工事の受注獲得につながる支援を行う。具体的な工事例や各社の施工実績、お客様の声などを紹介することで、販路開拓を図る。

④IT を活用した需要開拓事業（B to C）

販路開拓や企業 PR のためホームページや SNS を活用している小規模事業者は少なく、今後ますます拡大する IT 化社会に対応した事業経営が求められる。ホームページや SNS を活用して個社の企業 PR やネット販売を積極的に推進するため、専門家を招いた講習会を開催し、小規模事業者の IT 活用スキルの向上を図る。主に小売業、飲食店、サービス業の方を対象とするが、他の業種の方にも積極的に呼びかけていく。

ア. 支援対象

(ア) 事業計画を策定した事業者

(イ) 町で推奨している「長和町奨励品認定商品」も 100 点を超えており、それらの製造販売事業者

(ウ) 管内小規模事業者（主に小売業・飲食業・サービス業）

イ. 支援の手段・手法

専門家を講師に IT を活用した販路開拓セミナーを開催することを入口に、小規模事業者のホームページ開設やネット販売などの IT スキル向上を図り、販路開拓につなげる。

個社のホームページや SNS の開設については、専門家や長野県商工会連合会の内部専門家であるシニアアドバイザー（呼称 上席専門経営支援員）と連携して支援を行い、開設後の企業 PR やネット販売など販路開拓に向けた情報発信についても伴走型支援を行う。合わせて、電子決済やキャッシュレス決済導入に向けた支援も行い、顧客獲得を目指していく。

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

事業の評価は、理事会及び毎年開催される通常総会で報告、承認するに留まっており、詳細な各事業の内容についての評価、見直し、検証などは行っていないのが現状である。

事業を評価、見直し、検証する仕組みづくりと運用が課題である。

(2) 事業内容

①経営発達支援事業評価委員会の設置、開催（年 1 回）

当会の理事会と併設して、外部有識者として経営発達支援計画に詳しい中小企業診断士を招聘し、事業実施側の商工会正副会長、長和町産業振興課長、商工観光係長、事務局長、法定経営指導員及び商工会理事数名からなる事業評価委員会（10 名程度）を組織する。

事業評価委員会は、事業の進捗状況を確認し、目標に対しての成果を評価する。事業評価システムは長野県商工会連合会で策定したエクセルデータを本委員会用にカスタマイズしたも

のを活用する。事業評価結果を次年度の計画に反映できるよう、項目ごとに数値化し、優先順位をつけたものを作成し、PDCA サイクルを適切に回していく仕組みを構築する。その評価結果をもとに、次年度以降の方針を決定する。

この結果を理事会へ報告し承認を受けた後、事業の内容、成果、見直し結果などは当会ホームページにて公開し地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態にする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

現状では、長野県商工会連合会が実施する職種別・テーマ別研修会に参加し、自己研鑽を図っているものの、職員個人のものとなっており、職員間の共有が図られていない。また、小規模事業者の経営発達支援を進めるための十分な知識があるとはいえず従来から各種専門家への依存度が高いのが実情である。

経営指導員等は、より充実した経営発達支援が進められるよう、専門家と小規模事業者との繋ぎ手としての役割が果たせる専門的知識の取得や企業訪問時の意見聴取方法や提案手法等の能力向上が課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

従来の義務研修のほかに、中小企業大学校や（一財）長野経済研究所、（一財）浅間リサーチエクステンションセンター（以下 AREC）（※）等が主催する事業者対象の事業計画策定、販路開拓、生産性向上等の各種講習会を受講することにより、専門的なスキルの習得を図る。

※（一財）浅間リサーチエクステンションセンター（AREC）は、信州大学繊維学部構内、上田市を拠点に企業のニーズと大学の研究開発のシーズを結びつけることを目的に 2002 年に設立。地域の産学官連携、中小企業同士の交流や新製品開発支援、次世代産業創出による地域産業の活性化を図っている。

②OJT 制度の活用、伴走型支援能力の向上

複数商工会によって広域連携支援を行う地域グループである経営支援センター上小グループ内商工会の職員が月 1 回集まり、企業情報や経営課題を出し合い全員で協議し共有している。また、専門家派遣や上席支援において地域を越えての帯同支援も実施しており、OJT 制度を活用することで経営指導員等の伴走型支援能力向上を図る。

③職員間の情報共有、データベース化

現在、巡回や窓口支援の際に個々にヒアリングを行い情報把握しているが、今後は職員間で情報の共有を図るため、県商工連の小規模事業者支援システムを活用しこれら支援事例のデータベース化を図る。小規模事業者の企業情報や経営課題、相談内容や対応策、今後を活用できるポイント等を整理することで全職員が対応できる仕組みづくりを構築し、継続的な支援体制につなげていく。

10. 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) 現状と課題

①現状

長和町商工会は、長和町（産業振興課）、長野県信用保証協会、日本政策金融公庫長野支店、八十二銀行丸子支店、上田信用金庫よだくぼ支店、長野県信用組合丸子支店との金融懇談会を年1回開催し、金融業務の円滑化、管内の景気動向や金融情勢の情報交換を行っている。

他の商工会との連携では、長野県商工会連合会経営支援センター上小グループ検討会議での上田小県管内商工会（上田市商工会、東御市商工会、真田町商工会、青木村商工会）経営指導員等との支援ノウハウの共有、情報交換（月1回）を実施している。

また、マル経資金連絡協議会では日本政策金融公庫長野支店、長野支店管内の商工会、商工会議所の経営指導員等との情報交換（年2回）ができ、金融支援についてのノウハウ等の情報交換を行っている。

②課題

支援ノウハウ等の情報交換ができる会議への積極的な出席による支援ノウハウの習得と支援能力の向上を図り、それらを小規模事業者の経営発達支援に向け実質的な効果が上がるようにしていくことが課題である。

(2) 事業内容

①長和町商工会主催「金融懇談会」の開催

長和町（産業振興課）、長野県信用保証協会、日本政策金融公庫長野支店、八十二銀行丸子支店、上田信用金庫よだくぼ支店、長野県信用組合丸子支店との金融懇談会を開催し、管内の景気動向や金融情勢の情報交換と金融業務の円滑化を図っている。

長和町商工会が主催し、年に1回開催することで、小規模事業者支援における金融斡旋業務が円滑になり、小規模事業者への融資実行がスムーズになり、利子補給制度などの充実も図られている。

②長野県商工会連合会経営支援センター上小グループ検討会議への出席

毎月開催される上小グループ検討会議に経営指導員等は積極的に出席し、小規模事業者支援における事例発表や個別に抱えている案件についての支援策などについてグループ内で協議を行っている。それぞれの指導員が保有する知識や支援ノウハウについて情報交換を行うことで、小規模事業者支援に必要なスキルアップにつながっている。

③日本政策金融公庫長野支店主催「小規模事業者経営改善資金（マル経資金）連絡協議会」

小規模事業者経営改善資金連絡協議会は、日本政策金融公庫長野支店が主催し年2回開催され、長野支店管内の商工会、商工会議所の経営指導員との情報交換ができ、管内の景気動向についても把握することができる。マル経資金の推薦における注意点以外にも他の公庫融資についての説明があるため、小規模事業者の金融支援に活かすことができる。

④その他、支援機関との連携及び情報交換

管内金融機関や長野県信用保証協会とは金融業務による連携のほか、個社の経営支援にも積極的に関わりを持ち始めている。年1回開催する懇談会のほかには通常業務を推進する上で資金の需要動向、融資制度、セーフティネット保証等の情報交換をするとともに、小規模事業者の伴走型支援に向けた連携を深めている。

また、上田商工会議所とは同じ上小管内の経営支援機関として連携しており、年2回程度の連絡会議のほか、上田地域産業展の事務局会議、職員協議会としての連携もあり、定期的に情報交換を行っている。

そのほか、専門家派遣等で連携している長野県よろず支援拠点コーディネーターや中小企業診断士、弁護士、税理士等とも連携し、小規模事業者支援を行っている。

1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

当会は地域振興事業として、長和町や長和町観光協会等と連携してイベントや各種事業を展開している。

毎年11月の第一日曜日には「長和町商工祭」と称し、地域住民の皆様への日頃のご愛顧に感謝するお祭りを、町の文化祭と同日に同会場にて長年継続して開催している。部会ごとの出店のほか町内事業者も出店して物販や販促活動を展開しており、地域活性化を目指している。町民の方を中心に集客があり、にぎわいの創出に一定の効果はあるが、一過性のイベントであり、地元商工業の振興までには結びついていない。

マルメロ市・長和軽トラ市は、春と秋に「道の駅マルメロの駅ながと」を会場に開催しており、町内事業者のほか、町外からも出店者を集め、開催している。軽トラやテント、移動販売車などで、飲食料品からハンドメイド商品、ワークショップなどがあり、買い物客向けの抽選会も人気を集めている。

「長和の里地域いきいき券発行事業」は、いわゆる町内でのみ使用可能なプレミアム商品券事業であり、町民は町内加盟店での買い物が5%分安く購入できる。5%割引分の負担割合は、町2.5%、商工会1.5%、事業者1.0%になっている。町内140を超える事業所が加盟店になっており、年間販売総額は2億5000万円ほどであり、経済効果を上げている。

長和町では、地域資源を活かした特産品の掘り起こし、地場産業の振興にも力を入れており、長和町奨励品制度や6次産業化、大型農産物直売所活用による地域活性化を進めており、商工会としても取組んでいるところである。

(2) 事業内容

①地域財貨還流システム運営事業（拡充）

長和町商工会が主体となって行っている「長和の里地域いきいき券発行事業」（町2.5%、商工会1.5%、事業者1.0%負担・5%安く購入出来る地域割引商品券）は、町内の約140の加盟店舗にて利用が行われており、年間販売総額は2億5000万円ほどになっており、地域内購買を促進し経済効果を上げている。引き続き、町の財政支援のもと、加盟店を増やし、町民の利用促進を図っていく。

②長和町商工祭、マルメロ市・長和軽トラ市の開催（拡充）

両イベントは、商工会、実行委員会が主体となって継続的に開催しており、地域イベントとして定着してきている。商工祭は、町文化祭と同日・同会場にて開催し、商業部会・工業部会・観光部会・青年部・女性部・建設振興協議会等がそれぞれ趣向を凝らして、年1回の町民向け感謝祭といった意義で開催している。マルメロ市・長和軽トラ市は、春と秋に道の駅マルメロの駅ながとを会場に開催しており、町内事業者のほか、町外からも出店者を集め、開催している。軽トラやテント、移動販売車などで、飲食料品からハンドメイド商品、ワークショップなどがあり、買い物客向けの抽選会も人気を集めている。今後は、更に町内事業者の出店を促し、各個店の売上増進を図る。

③長和町特産品開発事業委員会の開催（拡充）

長和町の魅力ある地域資源を活用した特産品開発、6次産業化などを促進するため、長和町産業振興課、信州長和町観光協会、JA 信州うえだよだくぼ南部支所、関係事業者、農業従事者が参画する事業委員会を定期的に開催する。商工会は、事業委員会の事務局を担うとともに、中心的な役割を果たす。

当面協議する課題

ア．魅力ある目新しい野菜の生産、メニュー開発

- ・長和町の気候、風土を活かした魅力ある目新しい野菜を生産し、直売所での販売を行うとともに、メニュー開発を行いペンションや飲食店などで提供を行う。

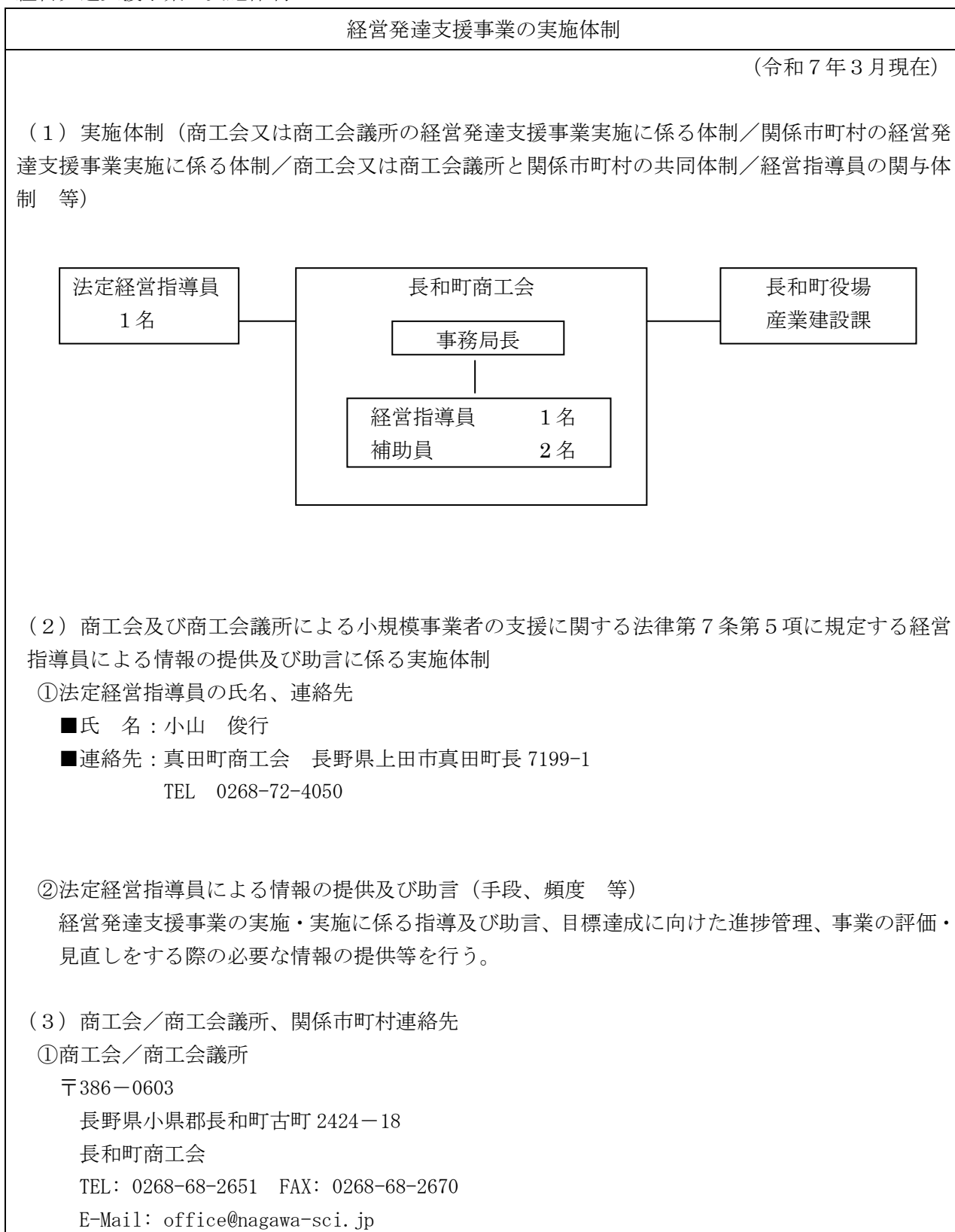
イ．長和町ならではの新メニュー、新商品開発

ウ．乾燥野菜、ドライフルーツによる地域産品の有効活用、商品化

エ．長和町奨励品認定制度の普及および認定商品のPR。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



②関係市町村

〒386-0603

長野県小県郡長和町古町 4247-1

長和町役場 産業建設課

TEL: 0268-75-2047 FAX: 0268-68-4011

E-Mail: shokokanko@town.nagawa.nagano.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)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	1,000	1,000	1,000	1,200	1,200
地域経済動向調査	100	100	100	100	100
経営状況分析	100	100	100	100	100
事業計画策定	300	300	300	400	400
需要動向調査	250	250	250	250	250
販路開拓支援	250	250	250	350	350

(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
長野県補助金、長和町補助金、会費、事務受託料、各種手数料等

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等