

経営発達支援計画の概要

実施者名	池田町商工会（法人番号 1100005007418） 池田町（地方公共団体コード 204811）
実施期間	令和4年4月1日から令和9年3月31日（5か年）
目 標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>（1）製造業の基盤強化（生産性の向上と雇用の安定）を図るため、PDCAによる進捗状況・改善提案等の推進について支援する。</p> <p>（2）商業・建設業の魅力を向上させる取り組みを実施する。各企業が「強み・魅力」を把握、再認識することで地元住民への理解・認知度の向上を図る。経営分析支援により新たな需要の開拓を支援する。</p> <p>（3）地域ブランド「池田ブランド」を池田町と共に確立し、6次産業プラス観光による地域活性化を図る。</p> <p>（4）金融機関（認定支援機関）との連携による企業支援の体制強化構築を図る。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 地域経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・池田町企業経営状況調査 ・小規模事業者景気動向調査 2 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・「晴れるや市」参加店舗を対象とした需要動向調査 ・住宅に関する需要動向調査 ・展示会、商談会における需要動向調査 3 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・「やよい会計」による分析 ・経営分析セミナー ・自社の経営資源の分析診断事業 4 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・経営状況の把握・課題解決に向けた事業計画策定支援事業 ・経営戦略策定講座 ・事業計画策定・事業承継セミナー 5 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・巡回、窓口指導日でのフォローアップ 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"> ・「諏訪圏工業メッセ」出展 ・「晴れるや市」「住宅なんでも相談会」等 開催
連絡先	<p>池田町商工会 〒399-8601 長野県北安曇郡池田町池田 4318-2 TEL:0261-62-5085 FAX:0261-62-9792 E-mail:info@ikedata-sci.jp</p> <p>池田町 産業振興課 〒399-8696 長野県北安曇郡池田町池田 3203-6 TEL:0261-62-3131 FAX:0261-62-9404 E-mail:shoko@town.ikedata.nagano.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. 目 標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

(立地)

長野県北安曇郡池田町は、北安曇郡の南部に位置し、北は大町市、東は生坂村、南は安曇野市、西は高瀬川によって松川村に境し、東西 6.2km、南北 12.8km で総面積 40.16 ㎩。中心市街地の標高はおよそ 600 メートルで、北アルプスの雄大な山容を一望できる景観に恵まれた地である。

池田町は明治初期より生糸の生産が行われ、大正初期には岡谷、須坂に次ぐ製糸の町として栄え、戦後の合併後は電気、機械を中心とした工業が発展した。

また、池田町は安曇野の一角を担い、県下でも有数の米どころとして、稲作を中心に農業も栄えてきたが、近年の者会構造の変化により、付加価値の高い「ワイン用ブドウ」の生産も盛んに行われるようになった。



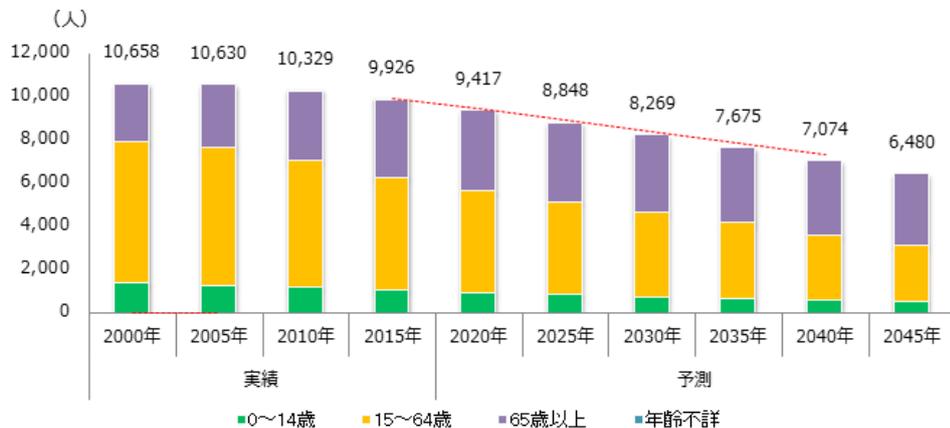
図 1-1 池田町の位置図 (出典：国土地理院)

(気候)

池田町の気候は降水量が少なく気温の較差が大きいという内陸性気候。年間を通して穏やかな過ごしやすい所である。雨は少ないが夏と冬、昼と夜の気温の差が大きいのが特徴。冬は、最低気温が-10℃以下の場合もあり寒さは厳しいが、降雪量は多くありません。夏は最高気温が 35℃を超える年もあるが、日較差が大きいので夜は比較的過ごしやすい。年間降水量は 800~1,200mm 程度で、全国的にみても少雨の地域である

(人口)

池田町の人口推移



【2015年】

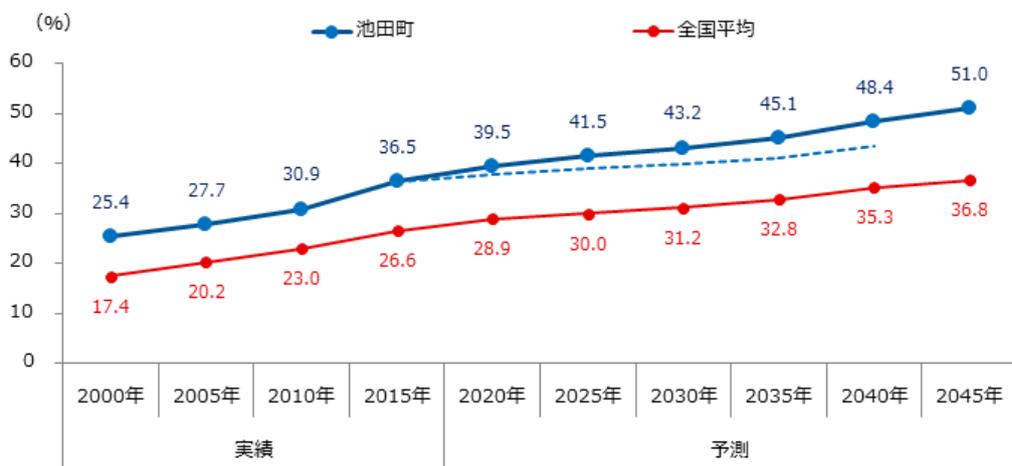
総面積 (km ²)	40	平均年齢 (歳)	51.6	昼夜間人口比率 (%)	92.0
人口密度 (人/km ²)	247.2	※昼夜間人口比率のみ2010年時点			

※図中の点線は前回2013年公表の「将来人口推計」の値

© jp.gdfreak.com

池田町の 2015 年の総人口は総務省統計局が 2016 年に公表した国勢調査結果によると 9,926 人。5 年前と比べると▲3.9%の減少。国立者会保障・人口問題研究所のもっとも新しい「将来推計人口 (2018 年 3 月推計)」によると、今後 2045 年までにはさらに▲34.7%減少し、約 6,500 人となる見込み。このとき 2045 年の平均年齢は、2015 年の 51.6 歳から 6.5 歳上昇し、58.2 歳となる。

池田町の高齢化率の推移



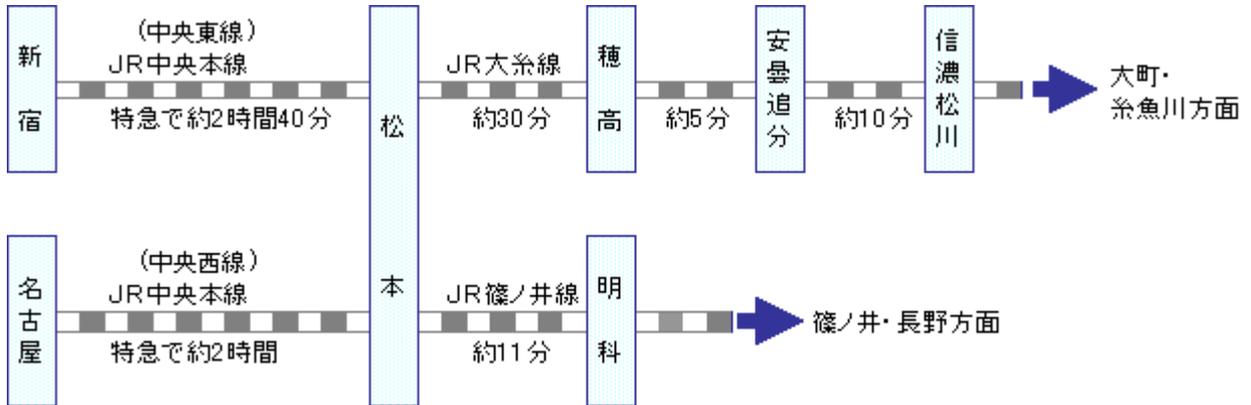
※高齢化率：総人口にしめる65歳以上の人口割合 (%) ， 年齢不詳を除いて算出

※図中の緑の点線は、前回2013年3月公表の「将来人口推計」に基づく当地域の高齢化率

© jp.gdfreak.com

池田町の 2015 年の総人口にしめる 65 歳以上の割合 (高齢化率) は 36.5%。すでに 3 割を超えており、全国平均 (26.6%) よりも 9.8 ポイント高い。今後、高齢化率は 2045 年までに 14.6 ポイント上昇し、51.0%に達し、おおよそ 10 人に 5 人が高齢者になると見込まれる。

●特急電車を利用する場合



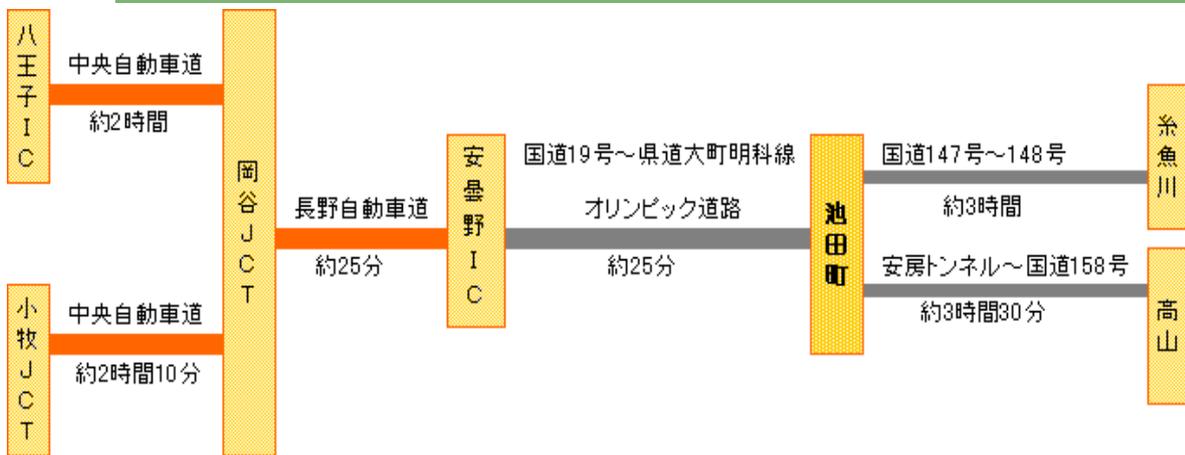
●新幹線を利用する場合



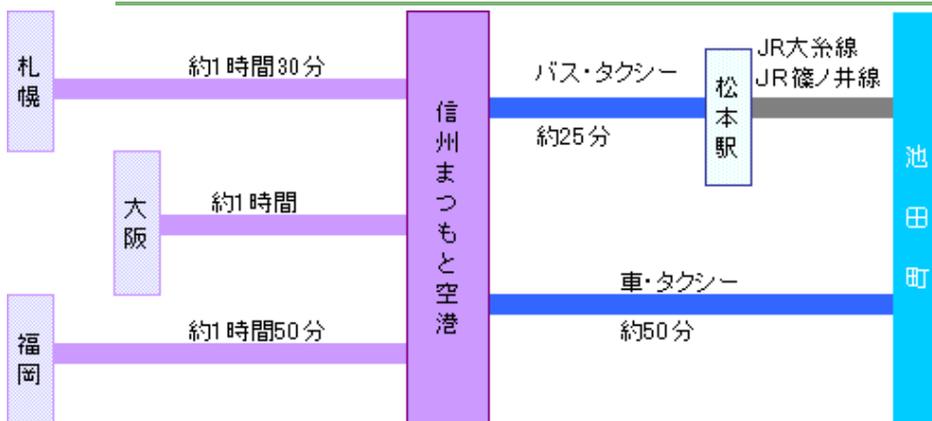
●JRの各駅から池田町へのアクセス

各駅からのアクセス		
路線名	駅名	役場までの所要時間
大糸線	穂高駅	約 20 分 (町営バス安曇野線利用の場合・あづみ病院前下車) 約 18 分 (タクシー利用の場合)
	安曇追分駅	約 15 分 (町営バス安曇野線利用の場合・あづみ病院前下車) 約 13 分 (タクシー利用の場合)
	信濃松川駅	約 7 分 (町営バス松川線利用の場合・あづみ病院前下車) 約 5 分 (タクシー利用の場合)
篠ノ井線	明科駅	約 20 分 (町営バス明科線利用の場合・八十二銀行前下車) 約 18 分 (タクシー利用の場合)

車をご利用の場合



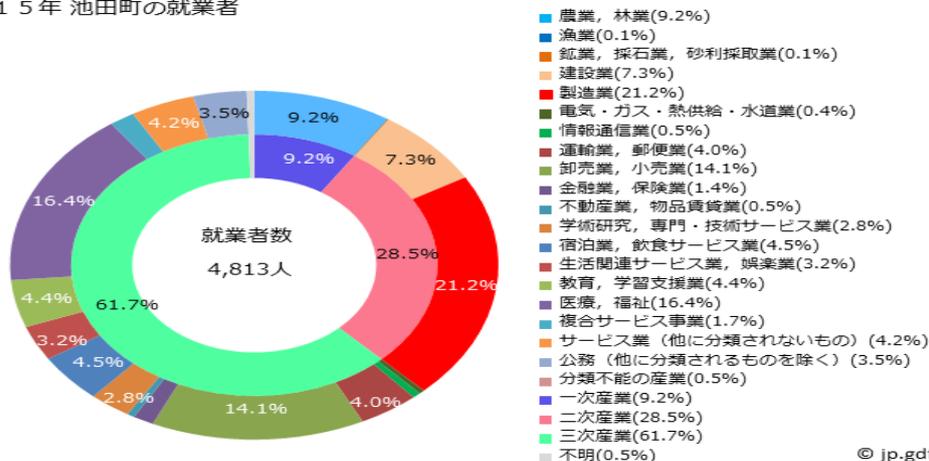
飛行機をご利用の場合



(産業)

農林水産業の第一次産業が 9.3%(全国:4%)、建設業と鉱工業からなる第二次産業が 28.7%(全国:25%)、残り 62.0%(全国:71%)が第三次産業となっている。

2015年 池田町の就業者



© jp.gdfreak.com

小規模事業者数（経済センサス）

調査年	平成 24 年	平成 28 年	増減
小規模事業者	361	325	▲41 者

ア 農業

農家戸数は年々減少しており、これに伴って山麓部を中心に遊休農地も目立ち始めている。

特に第2種兼業農家の戸数は最盛期の約22%まで減少している。

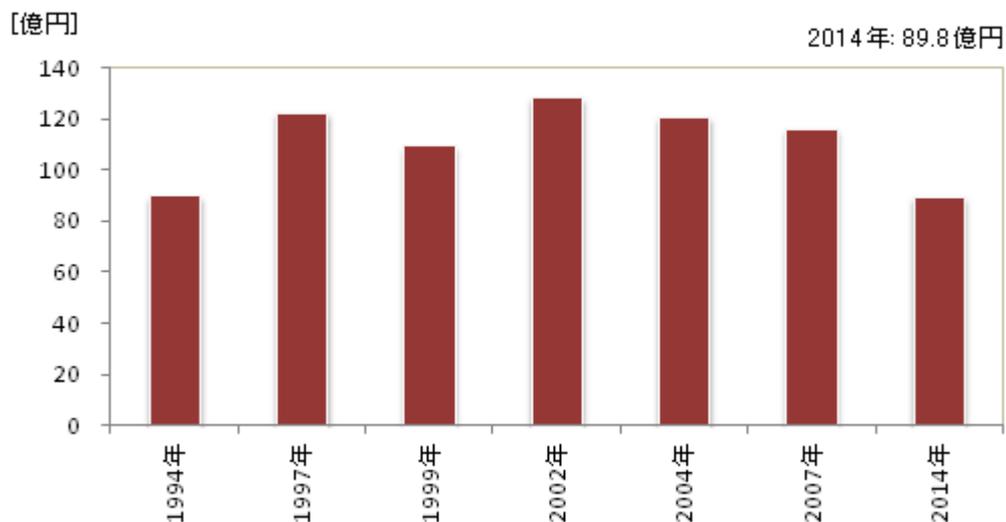
優良農地を活かし、米の生産を維持しつつも、付加価値の高い農産物生産、特産品の開発・販路確保、および担い手の育成などを進め、地元農産物の消費拡大を促していくことが求められる。

池田町商工会は6次産業部会を立ち上げ、農業者と商工業者の連携を図っている。また、持続化補助金で販路開拓を希望する農業者の支援も行っている。

イ 商業

商業関連は、町内の消費者は、郊外や町外の大型店舗等にと購買圏を拡大していく傾向に歯止めがかからず、町内の従来商店街はこれに太刀打ちできる商店が少ないこと、後継者不足、駐車場不足等から閉店する小売店も目立ってきている。しかし、少子高齢化を迎え、地域住民にとって必要な商業機能を維持していくことが必要である。そのために事業者の存在価値を高め、農、工、観光、福祉等と連携することにより、新規創業を促し、経営革新を行うことにより新たな商業機能の構築を目指す。

商業の年間商品販売額の推移



ウ 工業

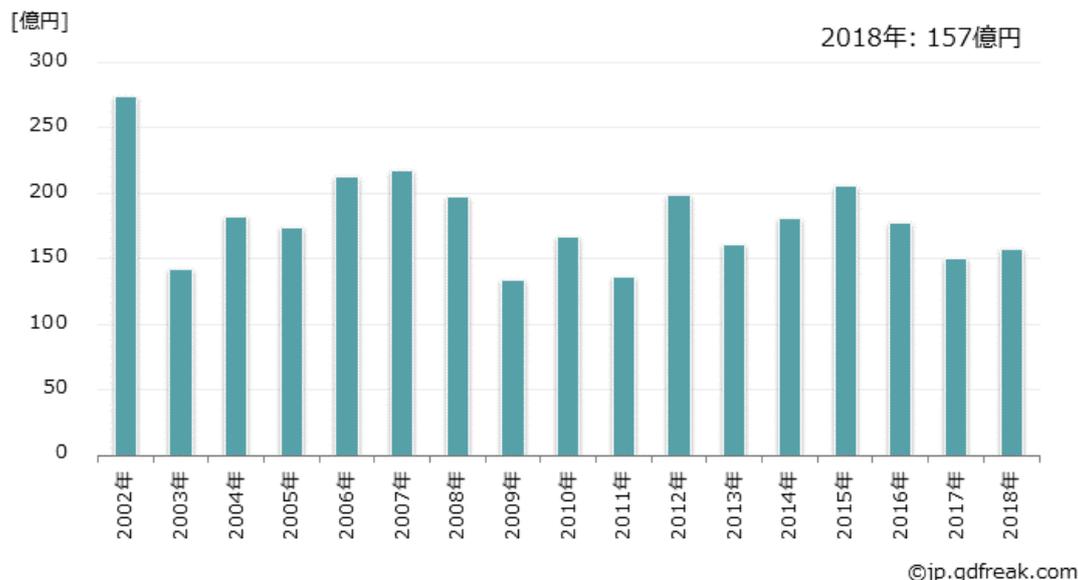
池田町は、恵まれた自然環境の中で、工作機械、電子デバイス関係の中核企業を中心に、切削加工、精密加工などの企業が集積していることが強みである。一方、コロナ不況による売上減少など、経営環境は厳しい状況にあり、後継者不足や技術者不足、また地域の産業が住民に知られていないなどといった課題がある。

しかし、水産加工業者や大型運送業の誘致や既存企業の大型設備投資も行われ、今後の製造品出荷額の伸びが期待される。

人材確保・技術育成については、引き続き、池田町商工会、松川村商工会の製造業者で形成されるテクノ安曇野高瀬プロジェクトや、課題である若手経営者・後継者を対象とした経営セミナーの開催など人材育成強化に取り組んでいく。

さらに、企業誘致を推進するとともに、販路拡大に向けた諏訪圏工業メッセへの出展企業の支援にも努めていく。

池田町(長野県)の製造品出荷額等の推移



②課題

- ・ 少子高齢化、人口減少が進んでおり、高齢化率は40%に迫る勢いであり、単身高齢者増加している。
- ・ 若年層の定住が必要であるが、雇用の場に乏しく、町外の企業に就職する人が多い。
- ・ 人口の減少及び高齢化により、市場規模が縮小し消費も流出している。新たな市場開拓が必要である。
- ・ 小規模商店には後継者が無く、売上も年々減少し、閉店を検討するところも増えてきている。
- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響で、「高瀬川納涼大花火大会」や夏祭り「池田あっぱれ」、「池田ワイン祭り」等のイベントが中止となり、売上の激減など町内業者に大きな影響があった。
- ・ 工場を新設、増設、創業する際、池田町工場誘致条例で定義する工場の要者が大規模の工場対象となっており、小規模事業者では補助に繋がりにくくなっている。
- ・ 知名度の高い土産品や宿泊施設が少なく、観光消費額が伸びにくくなっている。
- ・ 産業全般の人手不足が懸念されており、後継者対策や安定的な事業承継が求められている。

「工業・製造業」

日本のものづくり企業が、品質・機能の高度化とコスト削減の両立を余儀なくされ、アジアはじめ海外へ生産拠点を移しており企業は急激な環境の変化により厳しい経営環境に直面している。

このため、新たなアイデアを発掘し、販路を獲得することが喫緊の課題である。だが、小規模事業者は営業専門者を雇用する余裕もなく、日々の業務に追われ販路開拓が後回しになってしまうことが課題である。また、従業員不足が生産性の向上に与える影響は大きく、派遣労働者及び外国人労働者（ベトナム等）を雇用することで対応している。

しかし、現状の受注状況の見通しがいつまで続くかわからないが各企業の体質強化を図る必要がある。

「商業」

池田町内で生鮮三品を購入できる個人経営の商店は無く、大型スーパーが2店舗あるが、衣料品等は隣接する市（安曇野市・大町市）での買い物となっている。町外へ買い物に流出してしまう理由としては、一世代前の住民（顧客）から現在へ各家庭も世代交代が行われているため、町内店舗の存在を知られていない状況であり、商店と住民とのコミュニケーション不足が課題となっている。

「観光業」

観光は、池田町は歴史的な地域資源があるが本来観光地でなく、商業と結びつける方策についてまだ計画が進んでいない。2013年に池田町ワイン祭りがスタートし、2018年には小規模ワイナリー（ワイン醸造所）を開業できる国の「ワイン特区」に池田町と安曇野市、大町市の3自治体が認定された、2020年に池田町にも初めてワイナリー（ドメヌヒロキ）がオープンした。

地域ブランドとして「池田ブランド」を広めることでワインも含め、地元農産物・特産品を使った新製品・新商品開発を積極的に推進し付加価値のあるものにしたいが、未だ地域ブランドとして浸透していないことが課題である。

「建設業」

災害が少ないことと町単独の道路改修、新設工事も減少傾向にある中で新型コロナウイルス感染症やウッドショック等の影響により建設業者全体の売上が減少している。

また、建築については大手ハウスメーカーからの委託や、町内企業の工場建屋にかかる建築付帯工事が需要として存在する。また、小規模でも町内外エリアの新築家屋工事を受注し売り上げを確保している建築業者が存在するが、移住定住者への対応など、商工会として積極的に関わってこなかったことが課題である。

・市町村の総合計画等

池田町では、平成31年度から10年間、町の方向を示す指針となる「第6次総合計画」を「温かい心・豊かな文化・活力ある産業が育ち 魅力あふれる美しい町」を基本理念として策定した。また、人口減少の克服と地方創生を実現するため、「あづみ野池田総合戦略」を定め、雇用を生み、移住定住を進め、結婚・出産・子育てがしやすいまちづくりを目指して取り組んでいる。事業面では「者会資本総合整備事業」が採択され、「池田町交流センターかえで」や「まちなか賑わい拠点施設（シェアベースにぎわい）」の建設など、近年にない大型事業を進めてきた。現在、「美しいまちづくり」をコンセプトに、「花とハーブの里づくり」を推進し、景観、環境面、人づくり、人とのつながりの面でも「美しい」をキーワードに、魅力ある町、住みたくなるまちづくりを推進している。

また、「池田町 まち・ひと・しごと創生総合戦略」を長期的な展望に立って、池田町の目指すべき将来像を描くとともに、「第6次総合計画」の基本理念・基本目標・施策体系等に準じ、かつ、「人口ビジョン」に掲げた将来展望の実現に向けて、国が示す政策4分野（①雇用、②人の流れ、③結婚、出産、子育て、④地域づくり、暮らし）を踏まえながら計画を策定している。

・池田町商工会の役割

①これまでの商工会の取組と課題

当会は、昭和36年の商工会設立時から積極的な事業を展開してきた。経営改善普及事業においては、マル経資金を積極的に推薦するなど、企業発展期の資金需要に応えてきた。基礎的な経営指導（労働、税務、経営一般等）では継続性が重要であるため、創業者や非会員事業者を含め、気軽に相談してもらえよう、全戸配布や折り込みチラシ、ホームページを活用しての告知など、工夫を凝らしてきた。税務指導に関しては企業自ら記帳入力をおこない、決算指導や日々の記帳指導を実施し、自主的な税務申告ができるよう指導してきた。令和2年度実績で70企業の継続指導を実施しており、会計ソフト「やよい会計」を活用して企業自ら入力業務をおこない、商工会が伴走型支援という形で確定申告、e-taxまで実施している。

地域振興事業においては、池田町役場（行政）と常に連携し「町と商工会は地域の両輪である」ことを共通認識としてイベント事業等を実施してきた。

しかし、経営改善普及事業や経営発達支援計画（伴走型小規模事業者支援推進事業）と地域振興事業の両立を図ることは、職員の人的（数）問題と職務の量的バランスを比較すると依然として課題は残る。

主任経営支援員（経営指導員）や、経営支援員（補助員）の個人の能力（スキル）やノウハウによる指導に偏り、組織として対応することができていなかったが、長野県商工会連合会で策定した「商工会中期マスタープラン」の実施に伴い、平成27年度より経営支援センターグループ（北アルプスグループ）による広域指導における個者支援を実施している。

②「商工会の取組みへの課題」

商工会の事業として一番の課題は、経営改善普及事業、経営発達支援事業、地域振興事業など分野が多岐にわたっているため「商工会」とはという役割を行政・小規模事業者・地域に明確に理解していただけない点である。商工会に行けば、何かヒントがあり・解決してくれる道標となる。しかし、商工会は支援であり実行するのは小規模事業者自身である。伴走型支援を実施していく事（経営発達支援計画）を推進することで小規模事業者から求められる支援内容は大きく変わっている。もう一つの課題は各商工会職員の支援スキルの向上である。個の経営指導員のスキルに頼っていた支援力だけでは、今後の経済情勢の変化に対応できない。「チーム商工会」で取組む必要があり職員教育に力を入れなければ商工会の果たす役割が失われてしまう。「北アルプス経営支援センターグループ」による支援体制をより強化し、高度で専門的な支援が可能な体制整備を進めていく。

③地域の総合的経済団体及び小規模事業者支援機関として、今後商工会に求められている役割
他の支援機関と決定的に違う商工会の強みは「事業者（非会員含む）、創業者との接点に近い」ことである。専門支援機関、民間コンサルタントとの立場の違いは明確で、常日頃から管内の状況を把握し、行政の施策を念頭におきながら相談を受けることができる公益性の高い支援機関が商工会である。記帳指導や税務指導の従来型支援からデータの集積をはかることができていく。

今後商工会に求められることは、このデータを情報共有し小規模事業者の経営分析と一緒に構築する伴走型支援をより強化することである。また、小規模事業者が今後将来の事業計画を策定することについて、商工会が支援機関としての役割をPRし能動的に支援することが今後の池田町商工会に求められる役割である。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

池田町は「第6次長期総合計画（平成31年度～令和10年度）」において「温かい心・豊かな文化・活力ある産業が育ち 魅力あふれる美しい町」を基本理念として策定した。第5次総合計画では、「あづみ野池田総合戦略」を策定し、少子高齢化、人口減少抑制に取り組んできたが、志は道半ばであり、打開策となっていないので、この戦略を第6次総合計画に統合し、子育て支援や産業活性化、移住定住施策を中心に対策を強化していく。

池田町商工会の第1期における取組としては、小規模事業者に対する経営基盤の強化・事業計画策定支援の強化に取り組みながら、商工会の新たな事業展開を実施した。経営分析支援は生産性の向上を図るため、中小企業等経営強化法による「ものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金」や「小規模事業者持続化補助金」の申請に併せた形での支援を実施し、経営基盤の強化に繋げた。補助金ありきでの経営分析になってしまったところもあるが、「事業の継続性を重視し伴走型支援を実施する」という視点で見ると現在の小規模事業者の好調な経営状況に国の施策を理解し推進できたことは支援の成果である。

具体的な取り組み内容は下記の通り。

- ・製造業に対する支援内容は、地域の経済動向調査を小規模事業者にわかりやすい形でデータの提供ができておらず、具体的な経営分析に至らなかった。経営状況の分析については、経営計画策定研修会を新規に実施し、事業計画の立て方について支援した。
また、地域の認定支援機関である金融機関と連携し、小規模事業者に対する経営分析の支援を実施できたとは大きな成果となっている。需要動向調査の収集が1回のみとなってしまう、さらにその調査結果を活用することが難しかった。
今後の課題として、第2期で取組む、展示会に向けた新たな需要の開拓として、企業の強み・魅力をPRするFCPシートの作成や、PR動画の制作による支援は、営業ツールとしてもかなり有効な支援であり今後の販路拡大を期待するものである。
- ・小規模事業者に対する支援体制については、経営支援センター北アルプスグループ検討会議を毎月定例で開催。池田町商工会、松川村商工会、生坂村商工会、白馬商工会、小谷村商工会、美麻商工会が連携し支援を行うグループであり、経営指導員10名、補助員10名、長野県商工会連合会中信広域経営支援センター長及び、上席専門経営支援員で支援内容について協議している。経営指導員一人の支援では限界があるため、支援方法について全体で方向性を検討し、その中で、エキスパートバンク事業や長野県よろず支援拠点等専門家派遣事業を活用し小規模事業者の支援にあたっている。
- ・地域経済の活性化については、毎週金曜日に個店の取扱商品をPRし販売促進に繋げる「晴れるや市」開催し、大勢の来店者を集客することができ新たな需要の開拓にもつながっている。このような取り組みで、商店街地区の商業者を中心に実施したが、池田町全域の小規模事業者の小売業者へはまだ手が届いていない。
また、小規模事業者自らの力で将来に向けて事業計画を策定することは、時間・労力・計画の立て方等が不十分であり、商工会として支援の必要性を実感している。製造業だけでなく、卸・小売・サービス・建設業が直面する課題は非常に深刻であり実態を調査・分析する必要性を感じる。

第1期の支援として、地域活性化事業「晴れるや市」による集客や新規販路開拓につながる取組み等を実施したが、小規模事業者個人の経営分析まで着手することは不十分であった。

第1期の取り組みにおいて、経営分析に向けた必要性について、各種補助金を通してではあるが理解していただくことができ支援に繋がった。それにより、最終目標である売上・利益の確保に結び付く事業展開を実施することができている。今期は事業計画を策定した小規模事業者に対しPDCAを実行し、着実に利益確保ができているか、DXに向けた取り組みにより、更なる改善提案を行う伴走型支援を実施する。特に、製造業の小規模事業者に対しては、デジタル化、IoT化を活用した生産性の向上を図る取組み等、引き続き伴走型支援を実施していく。

製造業以外的小規模事業者に対しては、展示会等による新たな需要の開拓に寄与する事業による取組み及び小規模事業者持続化補助金の活用による販路拡大事業等、経営分析支援から売上・利益を確保するための個者支援を実施する。

製造業に関しては、現在の経営者からの世代交代を確実にを行うため、町全体の技術の承継と、各小規模事業者の企業の事業承継をいかに円滑に進めるかである。そこで商工会としては、経営分析時に事業承継も含め支援する体制を強化する。商業・建設業は地元小規模事業者の利用促進のための施策により、町外への流出を食い止め、顧客とのコミュニケーション不足を解消し安定的な経営を目指す。そのための事業として、「晴れるや市」を開催し地元小規模事業者の魅力を再発見してもらうことで売上・利益の向上を図っていく。古民家や空き家・空き店舗等の活用も図り、池田町商業振興対策事業補助金や池田町リフォーム補助金等の活用や経営相談、創業相談窓口を充実させる。商業・サービス業を中心とした創業支援は、町自体を維持していくために必要であり、この先5年の伴走型支援が非常に重要である。

小規模事業者に対する中長期的な支援については、「北アルプス経営支援センターグループ」及び長野県商工会連合会上席専門経営支援員、長野県よろず支援拠点等専門家派遣事業を有効に活用し、「チーム商工会」として万全の体制で支援する。

(3) 経営発達支援事業の目標

製造業に対する需要動向調査については「諏訪圏工業メッセ」、「機械要素展」出展時に実施し、回答は得ており個者支援に活用したかったが、調査内容と回収方法が計画通りにいかない点があったので、更なる事業計画づくりの仕組み・構築に向け、需要動向調査を実施する。

第1期目の目標として掲げた内容は、生産性を上げ収益を生み出すことにより池田町の活性化を促進することであり、そのためには小規模事業者を中心に売上等の収入増と人者費を含めた費用の拡充等、収入・支出両方の規模を拡大する取組が必要である。

具体的な支援として、小規模事業者の経営体質強化による粗付加価値額の増加を目指す。粗付加価値額とは単純に粗利益率を上げるのではなく、企業の売上、支出規模を上げることであり、企業が生み出した価値である利益＋費用項目及び投資した減価償却費の加算を基本に支援を実施していく。

最先端の分野で技術を磨き、市場浸透率を見据えた新たな市場に参入し、技術、商品、サービスを追求することを方針とし、現実的な計画にするため「経営革新計画の認定（長野県）」や他の補助施策を活用し、事業者自らが潜在能力を発揮できるような事業計画づくりの仕組みを構築するため、経営分析支援は今後も継続する必要がある。また、第2期は製造業以外の業種についても支援を広げていく必要がある。地域住民の消費者動向をみると池田町以外への流出が多く地元小売・サービス・建設業に対する今後の将来展望は重要であり、経営分析支援事業を推進しなければ、小規模事業者が減少（廃業）することが予想される。魅力ある店づくり・事業所になり、売上・利益を確保するために、経営分析支援を主に取組むことにより今後の事業展開を支援する。

第2期（5ヶ年計画）は下記による目標及び目標達成のための方針とする。

【今期の目標】

- ① 製造業の基盤強化（生産性の向上と雇用の安定）を図るため、PDCAによる進捗状況・改善提案等の推進について支援する。
- ② 商業・建設業の魅力を向上させる取り組みを実施する。各企業が「強み・魅力」を把握、再認識することで地元住民への理解・認知度の向上を図る。経営分析支援により新たな需要の開拓を支援する。
- ③ 地域ブランド「池田ブランド」を池田町と共に確立し、6次産業プラス観光による地域活性化を図る。
- ④ 金融機関（認定支援機関）との連携による企業支援の体制強化構築を図る。

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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

池田町商工会では、上記目標達成のため、以下の方針を示す。

- ①製造業では、将来に向けての対策・経営基盤の強化・従業員の確保（外国人労働者の生活環境の整備）・事業承継等を加味したうえで、経営分析に向け支援体制を北アルプスグループ経営支援センター及び製造業担当の上席専門経営支援員と連携することで強化実施する。
- ②事業者の魅力向上のため「晴れるや市」を継続実施していく。お客様の要望や意見を直接聞き、評価していただくことで自社を見つめなおし改善することで新たな需要の開拓を図る。また、SNSを活用し情報発信することで認知度の向上を図る。
- ③地域ブランドの構築は、地元ワイナリーのオープン等もあり、池田町として新たな付加価値ができたことを積極的に活用する。新商品開発・特産品開発を行い、「池田ブランド」を池田町内外に向け発信し、6次産業部会を活用し農商工連携事業につなげ地域活性化を図る。
- ④企業の経営分析支援の中には、資金計画も当然必要であり、金融機関との連携は重要である。商工会と金融機関が連携し一緒に支援をするため、お互いの支援能力の向上を図る必要がある。地元金融機関連携し、地域全体で経営分析スキル向上を図り支援していく体制を構築していく。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

<第1期における取組と評価等>

池田町の景況調査は、全国商工会連合会からの受託事業「景気動向調査」により、製造業、建設業、小売業、サービス業の経済動向調査を実施したが、小規模事業者に提供するときに調査項目が曖昧で、わかりやすい情報提供が十分にできず活用していただくのが難しかったので、調査結果を周知する取り組みが今後の課題となっている。現在の商工会ホームページでは有効に情報提供できるシステムになっていないので、今後の改良が必要である。

<今回の申請における取組>

「景気動向調査」の他、商工会独自の調査項目を検討し小規模事業者の事業計画に活用できるデータ収集を実施する。本調査だけでなく、各機関、金融機関等が定期的に行っている地域経済動向調査も併せて、小規模事業者向けに提供する。提供方法としては、経営指導員等が窓口・巡回指導の時に活用するほか、商工会ホームページへの掲載や商工会広報紙へも掲載し情報を提供する。

池田町行政と連携し小規模事業者を中心とした経済動向調査について、経営指導員2名による巡回調査で20者景気動向調査等を4半期ごとに実施する。小規模事業者に対する調査を商工会独自で実施し、個者及び地域の状況を把握する。地域経済の動向に関する調査分析を行うことで、小規模事業者を取り巻く環境をスピード感をもって把握・提供できる体制を構築する。

また、調査結果は地域の現状把握と今後の事業展開の際の基礎資料とし、経営指導員等が巡回指導及び窓口相談業務を行う際や事業計画を策定する小規模事業者に提供するとともに、本会のホームページや商工会広報紙を利用して小規模事業者へ広く周知する。

(2) 目標

巡回・窓口による調査を実施することで、詳細なデータを取得することを継続的に実施。

小規模事業者の相談時に事業計画作成の基礎資料として活用するほか、商工会報やホームページに掲載し、地域内小規模事業者の事業計画作成に活用できるように情報提供する。

実施内容	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
調査分析回数	未実施	4	4	4	4	4
調査事業所数	未実施	20	20	20	20	20
公表回数	未実施	4(HP) 2(会報)	4(HP) 2(会報)	4(HP) 2(会報)	4(HP) 2(会報)	4(HP) 2(会報)

(3) 事業内容

①「景気動向調査」の活用

全国商工会連合会からの受託事業「景気動向調査」を活用し、景況調査を行う。

一部改善する内容として、商工会で実施する下記②とあわせた調査結果を小規模事業者に提供し、経営分析時に有効活用する。

②小規模事業者景気動向調査

項目	内容
目的	小規模事業者の地域経済における業況の把握。池田町企業経営状況調査21者（上記①事業）と全国商工会連合会・長野県商工会連合会及び各機関、金融機関から発行される調査レポートと小規模事業者景気動向調査20者を対象に実施する経済動向調査の景況分析を行い、小規模事業者の経営分析への支援及び小規模事業者に分かりやすい資料を作成、提供し経営分析支援につなげる基礎資料とする。
対象者	製造業5者 小売業5者 建設業3者 サービス業7者 計20者
調査方法	指導員の巡回・窓口指導による調査票をもとに調査
頻度	4半期に1回 年4回実施
調査項目	売上・仕入（原価）・人材・収益性・設備投資・資金繰り・景況感等
活用方法	小規模事業者の経営分析支援に活用。巡回・窓口相談による、基礎的資料として活用する。分析状況を、今後の商工会として企業の方向性を検討するデータとして活用。
提供方法	商工会のホームページに年4回掲載 商工会報 年2回掲載 経営分析時に活用
効果	小規模事業者は、町内及び業界の状況について傾向が分かり、より身近な地域経済の現状把握ができる。このデータ分析資料を今後の経営分析時等に有効活用できる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

<第1期における取組と評価等>

①個者への需要動向調査として、日々の窓口・巡回指導により個者の需要動向調査を実施した。

また、民間調査レポートの活用として、日経テレコン21による情報を小規模事業者へ提供し活用した。その中で、長野県商工会連合会上席専門経営支援員等の派遣を実施し個者の求めていることに対し支援を実施することができた。

②工業（製造業）の需要動向調査として、「機械要素技術展」また、「諏訪圏工業メッセ」に出展し、来場者に対してアンケート調査を行った。商業は、毎週金曜日に商工会が開催している「晴れる

や市」の来店者に対して、地域商店に対するイメージ調査・品揃え・日頃の買い物先等の調査を実施した。調査内容については、地域商店に対する支援データとして利用し、事業計画の基礎データとして活用している。建設業については、上記「晴れるや市」の際に、「住宅なんでも相談」を実施し、住まいに関する困りごとや、リフォーム改修工事等、住宅事情を調査することができ、何を基準に住宅改修の依頼をするか等、事業計画の基礎データを取ることができた。しかし、事業計画の策定への利用には至っていない。

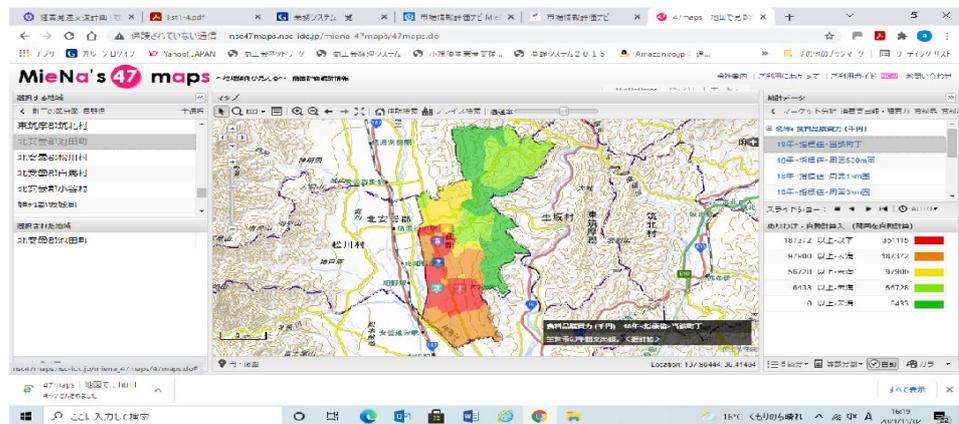
上記の取組み内容を実施した第1期は、製造業に関しては、業界全体の需要動向調査（情報収集）に対する調査となった。また、調査結果を小規模事業者支援に反映するまでに活用できなかった。商業に関しては、地域住民（顧客）の購買動向等小規模店舗が今後取組まなければいけない課題が明確になり、地域住民に愛される店づくりのための事業を通じ調査を実施する必要がある。

<今回の申請における取組>

第1期の結果を踏まえ、それぞれの業種による需要動向調査を実施する。商業・建設業については、引き続き「晴れるや市」開催時にアンケート調査を実施し、個者に対する顧客の意見・評価を直接調査し事業計画に反映させる。

工業（製造業）については、展示会・商談会に出展を検討している業者を対象として、来場者の情報を調査実施する。また、市場情報評価ナビ「Mi e Na」による商圈分析も実施することで、データの裏付けとして事業計画策定支援に有効活用する。

下記の地図による視覚での調査が可能であり、小規模事業者の需要動向調査の必要性について興味を持たせることができ積極的な活用ができる。



(2) 目標

項目	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
「晴れるや市」参加店舗需要動向調査（商業）	0	支援対象者 10者	支援対象者 10者	支援対象者 12者	支援対象者 12者	支援対象者 14者
住宅に関する需要動向調査（建設業）	0	支援対象者 7者	支援対象者 7者	支援対象者 7者	支援対象者 7者	支援対象者 7者
展示会・商談会需要動向調査	0	支援対象者 5者	支援対象者 5者	支援対象者 7者	支援対象者 7者	支援対象者 9者

(製造業)						
合計	0	22者	22者	26者	26者	30者

(3) 事業内容

①地域活性化事業「晴れるや市」参加店舗を対象とした需要動向調査

「晴れるや市」に訪れた顧客に対し、出展個者に対する調査を実施する。

結果を踏まえ今後の事業計画の参考となるデータが収集できる。顧客の生の声を聴くことにより、店舗と顧客の信頼関係の構築に繋がる。

目的	地域住民の皆様へ愛される店づくりを行うため、お客様と店舗とのコミュニケーション事業である「晴れるや市」を継続開催する。個店の魅力を発信しながら直接お客様の声を聴き、今後の店づくりや事業計画のための需要調査を実施する。
支援対象者	「晴れるや市」事業参加店舗 10者
調査対象者	「晴れるや市」に訪れる一般消費者
調査方法	アンケート調査票を用意し、聞き取り調査を行う
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・「晴れるや市」の開催内容 ・各店舗の雰囲気 ・店主（店員）の人柄 ・取扱商品について（品揃え等） ・お店のファンになりリピーターとして再来店するか等
活用・提供方法	「晴れるや市」参加店舗に経営指導員が集計結果を分析し情報提供を行う。市場情報評価ナビ「Mi e Na」による商圈分析も併せて実施し提供する。
効果	調査結果により、地域住民のニーズを的確に捉えることができる。それにより、個店の魅力を向上する事業計画につながる。

②住宅に関する需要動向調査

「晴れるや市」の来場者に対し、住宅関連の需要動向調査を実施する。

目的	地域住民の方が住宅等の改修工事をする際の情報収集経路は、「知り合い」が一番多い。「晴れるや市」を活用し、来店者に対し聞き取り調査を実施し、建設業者に情報提供することにより、今後の経営方針や事業計画策定に役立てる。
支援対象者	池田町内の建設業者（元請事業者） （元請け工事を主としている小規模事業者を中心に実施することで池田町全体に反映できるため）
調査対象者	一般消費者（晴れるや市来場者）
調査方法	アンケート調査票を用意し、聞き取り調査を行う
調査項目	・新築 ・リフォーム ・価格 ・施工時期 ・家族構成 ・住宅関連のお困りごと他
活用・提供方法	池田町内の建設業者に対し、巡回・窓口相談時に需要動向調査の分析結果を活用し事業計画の基礎データとする。 市場情報評価ナビ「Mi e Na」による商圈分析も併せて実施し提供する。
効果	調査結果により、地域住民のニーズを的確に捉えることができる。それにより、個者の受注者数工場や売上アップを図れるようになる。

③展示会・商談会における需要動向調査

池田町の製造業者は、「諏訪圏工業メッセ」へ毎年出展し技術力の高さをPRしている。

しかし、展示する内容については自社のPR製品と展示のレイアウト等、来場者のニーズを見極めなければ、商談までたどり着くことが出来ない。バイヤーが何を求めているか需要動向調査が必要である。そこで、各展示会において来場者に対する需要動向調査を実施し、出展希望事業所へ情報提供を行う。

支援対象者	製造業の展示会は見ると技術力の高さがわかるが、何百者と出展する中で個々の製品を選んでもらうには、来場者が何を求めているかを把握し展示しなければ商談には結びつかない。 そのためには、来場者がどんな視点で訪れているかを把握することで、新規受注に結び付けるための基礎データを収集する。
調査対象者	展示会への出展企業 5者
調査方法	展示会来場者に出展企業及び経営指導員がアンケート調査を実施する。 下記の質問事項を基本に出展者ごとにカスタマイズしてサンプルをとり集計する。
調査項目	<p>1. 展示会に来場した主目的</p> <p>(ア) 商談・製品購入のため (エ) 新製品・新技術の情報収集 (イ) 市場動向調査 (オ) 取引先が出展しているから (ウ) 自社のPRのため (カ) 共同開発・研究のパートナー探し</p> <p>2. 取引条者で大切なことは？</p> <p>(ア) 会者の信用度 (カ) 雰囲気 (イ) 判断材料が多い (キ) 海外展開 (ウ) 者長、担当の人柄 (ク) 発展可能性 (エ) 時間的距離 (ケ) コスト低減 (オ) 品質向上 (コ) 短納期</p> <p>3. 本展示会の改善すべき点は？</p> <p>(ア) 展示方法 (ウ) イベントのコンセプト (イ) 商談スペース (エ) 会場・駐車場</p> <p>4. 課題、困っていることは？</p>
活用・提供方法	出展企業及び今後出展を希望される企業に対し需要動向調査の分析結果を提供し新規取引先獲得に向けた事業計画の基礎データとする。展示会終了ごとに分析し提供する。
効果	新たな取引先の開拓をするための基礎データとなり、小規模事業者が展示会に出展する際に活用できる。来場者のニーズにあった展示にすることで商談者数が増加する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

<第1期における取組と評価等>

①「やよい会計」の活用については、活用事業所のうち、70者中10者の事業所に対し財務分析を実施しているが、利益率を向上させるため、個別に原価計算できるまでの支援が実施できていない。また、所得税・消費税の確定申告を主とした財務分析のみであり、非財務分析にはいたっていない。

②新設した経営分析セミナーについては、10企業が受講、そのうち2企業については商工会と金融機関の認定支援機関同士の連携により経営状況の分析を行い経営分析支援まで実施することができた。

小規模事業者は長年の経験・実績による独自の勘を頼りに計画を策定している。商工会としては、財務分析・非財務分析による現状認識の必要性を理解させることにより、将来に向けての経営計

画策定を支援する。その中で、経営者の高齢化も進んでおり事業承継も重要であり、同時に支援していく。事業承継に関する取り組みは小規模事業者毎の支援であり、内容が多岐にわたる。このための支援体制について強化する必要がある。

＜今回の申請における取組＞

「やよい会計」を活用している事業所については、引き続き財務分析を行う。

また、利用者に非財務分析の必要性を理解していただき、自社の「強み」等の現状把握を認識させ、事業計画の策定に役立てる。分析する事業所数を「やよい会計」の利用者の増加に合わせ分析数も増加し実施する。

非財務分析は、企業の健康診断ツール「ローカルベンチマーク」を活用する。ローカルベンチマークの4つの視点 ①経営者 ②事業 ③企業を取り巻く環境・関係者 ④内部管理体制 について分析（SWOT分析等）し、現状把握と将来目標を共通認識として経営分析に役立てる。

また、分析の入り口として「分析診断シート」を導入しプロセスを理解し経営分析に活用する。自社の強みの把握等、非財務分析による現状把握と将来の展望についても支援し、経営分析に繋げる。講習会の開催により、経営分析・事業承継の必要性を告知し参加者を募っていくことで、改善提案を継続的に実施する。

財務分析に関しては、個別に原価計算ができる簡易シートを作成し、自ら分析できるスキルを取得させる。非財務分析に関しては、SWOT分析・企業の健康診断ツール「ローカルベンチマーク」を活用し商工会と企業の双方が同じ目線で対話を行い経営分析に繋げる。

（2）目標

分析の結果は該当する小規模事業者に説明するとともに、商工会内の経営指導員等の共有データとして保管し、事業計画策定支援の基本資料として活用する。また、他の同種小規模事業者の計画策定支援にあたっての参考資料とする。

	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
やよい会計による経営分析分析事業者数	10者	10者	10者	10者	15者	15者
経営分析セミナー受講者	-	15者	15者	15者	15者	15者
自社の経営資源の分析診断者数	-	10者	10者	10者	10者	10者
上記から実施する分析者数	10者	35者	35者	35者	40者	40者

（3）事業内容

①「やよい会計」による経営分析

目的	小規模事業者にとって会計処理は決算・確定申告を行うため、基礎資料である帳簿の作成が義務付けられていることだけに終わってしまっている。自社の経営状況を把握・分析し問題点や優良な点を見つけ出すことが必要であり、会計は数字で結果が現わされているため、問題点が明確にわかる。「やよい会計」の財務分析システムを活用している企業に対する指導の充実を図る。 また、非財務分析を「ローカルベンチマーク」により行い事業計画策定に繋げる。
対象者	「やよい会計」利用者（70事業者）

	毎年1者の自計利用者を増加させる。
手段・活用ツール	「やよい会計」財務分析システム、ローカルベンチマーク（非財務分析）
分析項目	財務分析 収益性、安全性、効率性、労働生産性等 非財務分析 ①経営者（経営理念・ビジョン・経営意欲・後継者） ②事業（事業沿革・強み・弱み・IT活用付加価値向上） ③企業を取り巻く環境・関係者（市場動向・規模・シェア・競合他者との比較・顧客リピート率・新規開拓率等） ④内部管理体制（組織体制・事業計画の有無・人材育成等）
活用・提供方法	「やよい会計」の活用により、商工会と事業者双方で確認できるため、情報の共有ができる。また、決算（3期分）の内容も把握できるので、ローカルベンチマークによる企業診断へスムーズに移行できる。そこから、事業性評価・非財務分析を実施する。
効果	ネットde記帳の活用により、商工会と事業者双方で確認できるため、瞬時に情報の共有ができる。また、決算（3期分）の内容も把握できるので、ローカルベンチマークによる企業診断へスムーズに移行できる。そこから、事業性評価・非財務分析を実施する。

②経営分析セミナー

目的	小規模事業者の実績からの分析（勘）ではなく、現状把握が見える化することで将来展望を計画する。経営状況の分析に必要な知識の習得、財務分析は各帳票の見方について研修し、非財務分析はSWOT分析により強み・弱みを明確にし、経営分析に繋げる。	
対象者	事業計画策定に向けた経営者及び従業員	
講師	中小企業診断士等	
回数	テーマ	内容
1	自社の将来向けての戦略を考える	<ul style="list-style-type: none"> 将来ビジョンを考える（成りたい会者像） 現在の外部環境を考える 当者の内部環境（経営資源）を把握する 経営の持続化、革新、再構築を理解
2	自社分析から新たな取り組みを考える	<ul style="list-style-type: none"> 新たな取り組みの考え方 事業の確立（新規性、実現性、者会性、採算性）を検証 数値計画は事業実現の根拠 経営資源から行動を考える（行動計画の検討）
3	新たな商品を売るための仕組みを考える	<ul style="list-style-type: none"> 売上を上げるためのマーケティング手法 売れる仕組みを追求する 収益を上げる販売戦略の構築 DX（デジタル・トランスフォーメーション）化に向けたICTツールについて
4	利益を残すための財務戦略を考える	<ul style="list-style-type: none"> 決算書の読み方 損益分岐点の基本 決算書と損益計算書の分析 予想損益計算書の作り方 実行可能な計画を作成する
5	国および県に認められる各種計画書とは？	<ul style="list-style-type: none"> 当者が活用できる国等の施策（補助金等）について 総復習 ～事業計画を作成する～ 事業計画発表会
受講者数	15名（予定）	
成果	新型コロナウイルスの影響により、自社の将来に不安を抱えている経営者・後継者・幹部の方が多い。新時代を生き残るために、自社の現状把握を行い、自社の強みを活かした事	

業計画を策定し、販促、戦略についても実践していくことにより企業存続に繋がる。

③自社の経営資源の分析診断事業（新規）

目的	小規模事業者にとって経営状況の分析を行うプロセスを理解して進まなければ事業計画策定時に有効活用できない。各分析に対する診断シートを作成し、自社の現状を把握し「強み」を生かし「機会」に乗じるための分析を実施する。
対象者	経営指導員による、巡回・窓口相談指導の小規模事業者
手段・活用ツール	診断シートによる分析チェック SWOT分析 ローカルベンチマーク
分析項目	<div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">経営理念・ビジョン</div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: 45%;"> <p>① 外部環境の分析</p> <p><input type="checkbox"/>市場環境分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場環境要因 ・生産環境要因 ・販売環境要因 <p><input type="checkbox"/>競合環境分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場シェア ・収益性 ・競合他者の動向 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: 45%;"> <p>② 内部資源の分析</p> <p><input type="checkbox"/>財務分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・収益性分析 ・安全性分析 ・生産性分析 ・損益分岐点分析 <p><input type="checkbox"/>事業分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・製品分析 ・営業力分析 ・生産力分析 </div> </div> </div>
活用・提供方法	それぞれの分析項目が実施されているか、診断シートで確認しながら適切なツールを活用し経営状況の分析をする。分析結果は小規模事業者の経営分析に有効活用する。
効果	分析診断シートにより財務・非財務分析が漏れなく実施できているか確認できる。小規模事業者が診断シートの導入で、自社の経営状況の分析に対し抵抗なく取り組むことができ事業計画の策定に繋がる。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、分析結果は内部共有することで経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

<第1期における取組と評価等>

①「経営革新計画」等の認定で目標づくりについては、経営革新計画の支援を平成28年7月施行の中小企業等経営強化法による「経営力向上計画」の策定支援に変更し実施した。小規模事業者に対する支援も積極的に行い「経営力向上計画」の認定を受けている。金融機関との連携もスムーズに行い小規模事業者に対する支援は4者できた。

各種補助金申請「ものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金」や「小規模事業者持続化補助金」の活用に伴う事業計画策定支援は力を入れることができたが、補助金等を申請すること自体がメインの業務がメインとなってしまった。

②ネット配信の強化については、商工会ホームページによる告知で情報発信を行ったが、事業計画策定支援での活用は難しく、施策等は広報誌の周知で取組んだ方が効果がある。
 小規模事業者にとって、事業計画策定支援のタイミングは補助金の申請となってしまう補助金
 め切間近に駆け込みで来るケースがある。目的が補助金であり本来の事業計画に繋がっている
 のか懸念される。
 国の施策へ取り組むことは大変良いことではあるが、小規模事業者にとって中期・長期事業計
 画策定についての必要性を周知することが商工会にとっての課題である。

<今回の申請における取組>

今期の取り組みは財務分析から非財務分析を実施した事業所・経営分析セミナーを受講した事業
 所に対し事業計画策定支援に取り組む。
 また、町内の小規模事業者に対する巡回・窓口相談時において事業計画の策定する必要性を周知
 し、分析診断シートを活用し分析セミナーから事業計画策定セミナーに出席する事業所を掘り起
 こす。
 小規模事業者・若手経営者及び青年部員に対し、事業計画策定の必要性を周知する。経営指導の
 巡回・窓口相談指導及び商工会ホームページや商工会報等の情報発信を強化する。
 また、小規模事業者に対する施策、創業者に対する支援内容もPRし、事業計画策定に向けた事
 業所の掘り起こしを行う。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化
 を促せるわけではないため、「事業計画策定・事業承継セミナー」のカリキュラムを工夫するなど
 により、経営分析を行った事業者の3割程度/年の事業計画策定を目指す。
 また、持続化補助金等の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性
 の高いものを選定し、事業計画の策定に繋げていく。
 事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化
 を目指す。

(3) 目標

事業内容	令和4 年度	令和5 年度	令和6 年度	令和7 年度	令和8 年度
①DX推進セミナー 全3回開催、受講者数	15者	15者	15者	15者	15者
②経営状況の把握・課題解決に向けた事業計画 策定支援事業（やよい会計利用事業者） 事業計画策定事業者数	2者	5者	5者	6者	6者
③経営戦略策定講座（5日間開催） 受講者数、（事業計画策定事業者数）	15名 （4者）	15名 （5者）	15名 （5者）	15名 （7者）	15名 （7者）
④事業計画策定・事業承継セミナー （2日間開催） 受講者数、（事業計画策定事業者数）	10名 （4者）	10名 （5者）	10名 （5者）	10名 （7者）	10名 （7者）
上記から策定する事業計画策定者数	10者	15者	15者	20者	20者

(4) 事業内容

①「DX 推進セミナー」の開催

目的	DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際に DX に向けた IT ツールの導入や Web サイト構築等の取組を推進していく
対象者	管内小規模事業者
内容・講師	<ul style="list-style-type: none"> ・DX 総論 ・DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）や具体的な活用事例 ・クラウド型顧客管理ツールの紹介 ・SNS を活用した情報発信方法 ・EC サイトの利用方法等 <p>長野県 IT コーディネータ協議会の IT コーディネータ他専任講師</p>
開催回数	3 回
受講者数	各 15 名
成果	ビジネス環境の激しい変化に対応し、デジタル技術を活用して、顧客や者会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス等を変革し、競争上の優位性を確立することができる。

②経営状況の把握・課題解決に向けた事業計画策定支援事業

目的	「やよい会計」を活用している企業を対象に、財務による経営状況の分析を基に数値計画を設定。過去 3 年間のデータをローカルベンチマークにより分析し、業界での評価の確認。非財務分析による将来展望を検討し事業計画策定を支援する。
対象者	「やよい会計」利用者（70 事業所） 毎年 1 者の自計利用者を増加させる
手段手法	財務状況による策定 やよい会計 非財務分析による策定 ローカルベンチマーク 事業計画策定システム 事業計画つくるくん（中小企業基盤整備機構）
支援体制	財務分析は「やよい会計」の利用者と商工会経営指導員との連携は確立されており支援を実施。非財務分析は小規模事業者の業種別に長野県商工会連合会上席専門経営支援員と連携をとり事業計画策定を支援していく。
効果	「やよい会計」により小規模事業者と商工会経営指導員が双方で確認できるため、瞬時に情報の共有ができる。そのデータを活用し非財務分析まで実施することができる。決算・申告は毎年実施することなので、PDCA を毎年実施することができる。また、国の施策への対応も可能になり、各種補助金申請時の基礎データとして活用することができる。

③経営戦略策定講座

目的	経営状況を分析し、事業計画書の作成・プレゼンの仕方までの「経営戦略・事業計画策定」演習を実施、修了した受講者は事業計画書の策定に意欲的である。受講者のうち小規模事業者を対象に商工会として経営指導員による伴走型支援を継続的に実施する。また、設備投資等の具体的な計画策定にあたっては、金融機関（認定支援機関）との連携を図り、地域全体で支援する体制を構築する。
対象者	経営分析セミナー 受講終了者

		事業計画策定に向けた経営者及び従業員
講師		中小企業診断士等
回数	テーマ	内容
1	分析①	利益・資金・生産性向上のための分析
2	分析②	
3	未来を拓く事業計画書の作成の仕方①	企業のあるべき姿、理想の企業に近づくための第1歩が事業計画の策定。事業計画書の作成方法について学ぶ。
4	未来を拓く事業計画書の作成の仕方②	
5	人を惹きつけるプレゼンの方法	事業計画書は飾っておいても意味がないので、実効性と中身のある計画を策定したら、利害関係者にプレゼンする。
受講者数		15名
成果		1回目～2回目は分析 3回目～4回目事業計画書の作成。5回目がプレゼンの仕方と一貫した流れを学ぶことにより、自社の事業計画策定の骨格となる。経営指導員の伴走支援により中身のある事業計画策定に繋がる。

④事業計画策定・事業承継セミナー

目的	<p>小規模事業者・若手経営者及び青年部員に対し、事業計画策定の必要性を周知する。また、小規模事業者分析診断シートにより事業計画策定事業所を掘り起こし参加を周知する。小規模事業者（経営者）の平均年齢は年々高齢化が進んでいる。一方、後継者の確保が益々困難になってきている。</p> <p>この先10年を見据えたとき事業承継に関する事業計画は必須であり、後継者の選定・後継者の覚悟等も含め支援する体制を強化し、スムーズな事業承継事業計画を策定する。</p>
対象者	小規模事業者分析診断シートによる事業者
内容・講師	<p>「経営」と「財産（特に株式）」の2つに分けて実施する。</p> <p>「経営」の承継では、事業を継続するために必要な業務知識や経験、人脈、リーダーシップなどの経営ノウハウに加え、現経営者の経営に対する想いや信条、価値観などに基づいた経営理念等を理解する。SWOT分析により自社の「強み」「弱み」を把握し事業計画策定に繋げる。</p> <p>「財産」の継承は経営権、支配権の確保を目的としており、自社株式や不動産などの事業用資産の承継を経営者及び後継者として把握することの重要性を理解する。多くの小規模事業者は、オーナーの個人資産が少なからず投入されていることが多く、経営者による大半の自社株式所有や土地などの個人資産を事業の用に供しているなど、企業の所有権と経営権の分離が困難なケースが多く事業所ごとに違う。相続の問題も含めスムーズな事業承継支援を実施する。</p> <p>税理士・司法書士・中小企業診断士等の専門家</p>
開催回数	「経営」（非財務） 1回 「財産」（財務） 1回 合計2回
受講者数	各10名
成果	<p>事業承継の必要性を理解し、自社の「経営」「財産」の分析をすることでスムーズな世代交代に繋がる。後継者である青年部員も対象とするため、自社の経営内容を把握し事業計画を策定する絶好の機会となる。</p> <p>経営支援グループで共同実施し、必要に応じて上席専門経営支援員、エキスパートバンクを活用することで、支援体制の強化を図り、事業計画策定支援が実施できる。</p>

7. 事業計画策定後の支援に関すること

(1) 現状と課題

＜第1期における取組と評価等＞

- ①巡回・窓口指導日でのフォローアップとしては、第1期の中で事業計画策定に取り組んだすべての小規模事業者に対し、年3回以上のフォローアップを実施している。PDCAのチェックについては進捗状況等の確認はできているが、そこから先の改善について小規模事業者の意識を向上させる必要がある。
- ②SNSによる計画策定後支援については、情報提供となっているだけで、事業計画策定後の支援は実施できていない。SNSについては、情報発信のツールとして活用するのが有効であると思われる。
- ③生の情報をより素早く企業へ提供するために、メールマガジンも情報発信のツールとして活用していくのが有効である。
- ④事業計画策定後の支援として、事業計画の進捗状況等のチェックはできているが、その先の改善提案までは実施できていない状況である。SNSの活用方法・メールマガジンの設定については内容を十分に検討し、実施していく必要がある。

＜今回の申請における取組＞

第1期に計画策定した小規模事業者に対してのフォローアップは改善提案まで実施する。また、認定支援機関である金融機関とも連携し、PDCAサイクルを実行するための支援体制の強化を図り、計画の実行と進捗状況、改善提案等のフォローアップ支援を実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況により、訪問回数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訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めたうえで、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	第1期実績	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
フォローアップ実施事業者数	14回 35者	令和2年度 継続事業者 60回 15者	令和3年度 継続事業者 80回 20者	令和4年度 継続事業者 40回 10者	令和5年度 継続事業者 60回 20者	令和6年度 継続事業者 80回 20者
		令和3年度 継続事業者 80回 20者	令和4年度 継続事業者 40回 10者	令和5年度 継続事業者 60回 15者	令和6年度 継続事業者 80回 20者	令和7年度 継続事業者 80回 20者
		令和4年度 40回 10者	令和5年度 60回 15者	令和6年度 60回 15者	令和7年度 80回 20者	令和8年度 80回 20者
合計	14回 35者 売上増加の目標	180回 45者 売上増加の目標	180回 45者 売上増加の目標	160回 40者 売上増加の目標	200回 55者 売上増加の目標	220回 55者 売上増加の目標

達成事業者数 30者	達成事業者数 40者	達成事業者数 40者	達成事業者数 35者	達成事業者数 50者	達成事業者数 10者
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

(1者へのフォローアップ期間については、原則3年間実施する)

(4) 事業内容

①巡回・窓口指導でのフォローアップ

(目的)

第1期の継続事業であり、フォローアップ支援を強化実施する。事業計画策定した事業所に対し、計画に沿った実施・実行の進捗状況を確認(フォローアップ)することにより、着実な事業実施に向け企業に対する支援方法・改善提案・以降の支援に活かせるよう支援体制を強化支援し、PDCAの必要性を理解させる。

(対象者・支援方法)

事業計画策定支援の全ての計画策定事業者を対象として、4半期に1回実施する。

また、踏み込んだ指導が必要と判断される企業においては、毎月1回巡回計画の中に組み入れ、計画が履行されているかのフォローアップと継続指導のため定期巡回をおこなう。

なお、1者へのフォローアップ期間については、原則3年間実施する。フォローアップの中で発生する改善点等については経営支援センター北アルプスグループにおいて協議し、長野県商工会連合会上席専門経営支援員を含め検討及び支援を実施する。

ケースによっては、エキスパートバンク事業及び長野県よろず支援拠点等より専門家を派遣し改善案を提示し、伴走型の支援を実施する。

(効果)

フォローアップ支援の実施により、PDCAサイクルの必要性を理解し、当初の事業計画との違いを把握することで、グレードアップした事業計画策定へと繋ぐことができる。

(事業計画と進捗状況がずれている場合の対処方法)

事業主にヒアリングを行い、内部的要因か、外部的要因か問題の切り分けを行う。内部的要因の場合、業務プロセスや財務状況を分析し、作業効率や資金繰り等に問題がないか分析を行う。

外部的要因の場合、コロナ禍の景況の変化によって事業計画が現状にマッチしなくなった部分の見直しや、想定したターゲットに関する情報が見立たと違っていた場合であれば情報獲得がすべての鍵となるため、長野県よろず支援拠点コーディネータに応援を依頼して正確性の高い情報を集めなおす。

また事業計画自体が無理な計画であったと経営指導員が判断した場合、課題を洗い出し計画の見直しを行う。

8. 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

<第1期における取組と評価等>

①諏訪圏工業メッセ出展による需要開拓(工業)は、出展企業を中心に製造業の「企業PR動画」を作成し情報発信に取り組んだ。展示会での放映・YouTubeへの掲載を行うことで新たな需要の開拓に取り組んだ。

②住宅なんでも相談会については、「晴れるや市」開催時に実施し、新たな需要の開拓に繋がったものの、本格的な運用に至っていない。

地域内の小規模事業者の多くは、オンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、

知識不足、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みが進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

＜今回の申請における取組＞

新たな需要の開拓に寄与する手法として、インターネットによる情報発信はどの業種においても必要不可欠な状況である。現在は、業種ごとの検索サイトを構築しているが、個々の取り組みであり情報発信力が弱い。
今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取り組みを支援していく必要がある。

地元商店の魅力向上（再発見）を目指し、地域住民のファンづくりを実施する。「晴れるや市」を継続実施し、新規顧客獲得を図る。製造業は、「諏訪圏工業メッセ」への出展に対する支援を継続して実施する。その上で、情報発信・企業検索サイトの充実を図っていく。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、長野県内で開催される「諏訪圏工業メッセ」に出展する。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走型支援を行う。

支援内容によっては経営指導員と長野県商工会連合会上席専門経営支援員が連携しながら小規模事業者の新たな需要の開拓を支援する。

また、DXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイトの利用等、IT 活用による営業・販路開拓に関する相談対応を行い、理解度を高め、導入にあたっては必要に応じて IT 専門家派遣を実施するなど事業者の段階にあった支援を行う。

(3) 目標

項目	現 状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
展示会の出展および開催	「諏訪圏工業メッセ」 出展者数 2者 商談者数 10者	「諏訪圏工業メッセ」 出展者数 3者 商談成立者数 10者	「諏訪圏工業メッセ」 出展者数 4者 商談成立者数 10者	「諏訪圏工業メッセ」 出展者数 5者 商談成立者数 10者	「諏訪圏工業メッセ」 出展者数 7者 商談成立者数 10者	「諏訪圏工業メッセ」 出展者数 9者 商談成立者数 10者
	「晴れるや市」出店者数 10者	「晴れるや市」出店者数 11者 売上増加 1店舗当たり 5万円	「晴れるや市」出店者数 12者 売上増加 1店舗当たり 5万円	「晴れるや市」出店者数 13者 売上増加 1店舗当たり 5万円	「晴れるや市」出店者数 14者 売上増加 1店舗当たり 5万円	「晴れるや市」出店者数 15者 売上増加 1店舗当たり 5万円
	「住宅相談会」 商談者数 2者	「住宅相談会」 出店者数 5者 売上増加率 1者あたり 5%増加	「住宅相談会」 出店者数 5者 売上増加率 1者あたり 5%増加	「住宅相談会」 出店者数 5者 売上増加率 1者あたり 5%増加	「住宅相談会」 出店者数 5者 売上増加率 1者あたり 5%増加	「住宅相談会」 出店者数 5者 売上増加率 1者あたり 5%増加
上記出展者のうち、 SNS 活用事業者	10者 売上増加率 1者あたり 10%増加	10者 売上増加率 1者あたり 10%増加	10者 売上増加率 1者あたり 10%増加	10者 売上増加率 1者あたり 10%増加	10者 売上増加率 1者あたり 10%増加	10者 売上増加率 1者あたり 10%増加
上記出展者のうち、 EC サイト利用事業者	5者 売上増加率 1者あたり	5者 売上増加率 1者あたり	5者 売上増加率 1者あたり	5者 売上増加率 1者あたり	5者 売上増加率 1者あたり	5者 売上増加率 1者あたり

	10%増加	10%増加	10%増加	10%増加	10%増加
上記出展者のうち、 ネットショップ開設者	1者 売上増加率 10%	1者 売上増加率 10%	2者 売上増加率 10%	2者 売上増加率 10%	2者 売上増加率 10%

(4) 事業内容

「諏訪圏工業メッセ」、「晴れるや市」、「住宅なんでも相談会」等開催・出展による需要開拓

目 的	
支援対象者 (出展・出展者数)	<p>「諏訪圏工業メッセ」(BtoB) 池田町の製造業者が持つ技術力をPRし、新たな取引先の獲得・引合いの増加のための展示会に出展する。3日間にわたり開催し、県内外から延べ28,000名が来場する製造業のイベントで420程度の展示ブースがある。池田町商工会工業部会と関係諸団体を中心に需要動向調査をふまえて実施する。</p> <p>「晴れるや市」(BtoC) 商業部会を中心に、農商工連携によるイベントを開催する。開催場所は「まちなか賑わい拠点施設(シェアベースにぎわい)」 としてお買い物の「場」の提供を行い、新規顧客の獲得及び売上の増加を図る。</p> <p>「住宅なんでも相談会」(BtoC) 建設部会を中心に、相談会を開催し地域住民とのつながりを広め、新規顧客の獲得及び売上の増加を図る。年に2回、「晴れるや市」とコラボイベントとして開催。小破損の修理・リフォーム等の修繕の相談を主とし、地元業者の細やかなサービスにより信頼を得ていく。</p> <p>・SNS活用 現状の顧客が近隣の商圈に限られておることから、より遠方の顧客の取り込みのため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。</p> <p>・ECサイトの利用(BtoC) 楽天などが運営するショッピングサイトの提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成などの伴走型支援を行う。</p> <p>・自社HPによるネットショップ開設(BtoC) ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会者やITベンダーの専門家と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行う。</p>
支援内容	<p>「諏訪圏工業メッセ」 町内 製造業 5者 「晴れるや市」 町内 卸売業・小売サービス業 10者 「住宅何でも相談会」 町内 建設業 5者</p>
提供方法	<p>(展示会実施前) 事前研修・説明会の実施により、来場者(バイヤー等)にあった展示方法・商品構成を出展企業に説明 (展示会実施後)PDCAサイクルを実施することで今後の事業計画に繋げる。</p>
効 果	<p>事業計画に沿った展示会へ出展することにより、来場者と小規模事業者の事業計画が同じ方向性であるか確認ができる。新規取引先(顧客)が開拓でき売上、利益の向上に繋がる。</p> <p>「諏訪圏工業メッセ」 出展企業 5者 成約者数 1者あたり 5者 「晴れるや市」 出店企業 10者 売上額増加 1店舗あたり 5万円 「住宅何でも相談会」 出展企業 5者 売上高増加率 1者あたり 5%増加</p>

9. 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

＜第1期における取組と評価等＞

「池田町経営発達支援計画事業評価及び見直し委員会」の設置

委員構成	外部有識者	中小企業診断士
	市町村	池田町産業振興課長、
	市町村	池田町産業振興課担当係長
	委員長	商工会副会長
	委員	商工会長他理事4名
		長野県商工会連合会 中信支所センター長
		法定経営指導員
		計11名

経営発達支援計画の実施内容について、経営指導員より説明 各項目に対し、事業評価シートに記入いただき集計結果を発表（達成度（成果）・事業者ニーズ・事業の見直し・コメントを入力）
上記検証内容を理事会で報告し、次年度の計画に反映。総会で承認を得た。

＜今回の申請における取組＞

委員会を設置し、経営発達支援計画を評価していただくことは非常に重要である。
今期も基本的な評価の内容は変更なく、以下の方法により評価・検証を行う。

(2) 事業内容

現行の経営発達支援事業評価委員会を継続させる。メンバーは外部有識者として中小企業診断士に参加していただく。池田町産業振興課長と担当係長、商工会副会長、商工会理事、長野県商工会連合会中信支所センター長、法定経営指導員をメンバーとする評価委員会を年1回以上開催し、事業の評価、見直しを検討する。また、毎年度本計画記載の事業の実施状況および成果については、以下のとおり評価・検証を行う。

①成果の評価。見直しの方向性の検討

経営指導員が事業の実施状況、達成度を検証する。また次期の事業見直し案を作成し、商工会内で会議を開催したあと、会長に報告する。毎年度1回以上、経営発達支援事業評価委員会により、事業成果および翌年度の事業見直し案に対する評価を受ける。

②見直し案の立案と決定

評価委員会の提言を受け、法定経営指導員を中心に再度見直し案を立案する。

③見直し案の報告、事業の成果・評価・見直しの結果公表

事業の成果、評価の見直しの結果については、通常総会で報告し承認を得る（毎年度1回）結果は小規模事業者が閲覧可能な状態にするため、商工会のホームページで公表する。

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

＜第1期における取組と評価等＞

創業者の商品、サービス等コンセプトづくりの支援等について、経営支援センターグループ「北アルプスグループ」の検討会議を原則月一回で開催した。

検討会議では、活発な意見交換と支援方法、上席専門経営支援員による専門的な知識による支援の仕方等、確実に経営指導員等の資質は向上している。

しかし、経験の浅い経営指導員に対する資質向上については、実践が一番のスキルアップであり、OJTを積極的に実施する必要がある。高いコミュニケーション能力を向上させる研修会を開催し、経営指導員自身のコミュニケーションスタイルを知ることによって小規模事業者への支援方法に活かす研修会に参加し、伴走型支援のコミュニケーション術の向上を図った。

計数管理能力の向上として、中小企業基盤整備機構による事業団研修「小規模企業の目利き力アップ」を受講し資質向上に取り組んでいる。

＜今回の申請における取組＞

職員の資質向上等については、長野県商工会連合会主催による研修会・中小企業基盤整備機構による研修への参加等、個々の職員がスキルに応じた研修に参加している。基本的なスキルアップに関しては、テーマを選択しながら資質向上に努める。経営支援センター北アルプスグループによる取り組みとして、OJTによる支援力の向上を第1期と同様に実施していく。

しかし、小規模事業者に事業計画を策定させるためには、経営指導員としての企業に対する目利き力の向上が必要なスキルであり、小規模事業者に対し施策を周知するためのプレゼン力の習得が必要である。

(2) 事業内容

①経営支援センター北アルプスグループによるOJT研修事業

第1期では、経営支援センター北アルプスグループとして複数経営指導員によるOJT研修に取り組む体制を構築することができた。

第2期は更に支援体制を強化し、経営支援センター北アルプスグループ検討会議で報告される支援内容について、他の経営指導員と複数名で支援し、小規模事業者に対する支援力を向上させる。支援後の内容を検討会議で報告しOJTの効果・成果を報告する。

また、長野県商工会連合会上席経営支援員も同行し、小規模事業者の課題解決に向けた支援方法を実践で習得させる。検討会議での報告により支援方法のノウハウを共有することができ、グループ全体のスキルの向上が図れる。

②小規模事業者に対する目利き力の向上

事業計画策定にあたり、小規模事業者に対するヒアリング力は重要である、日頃の支援の中でキラリと光る「強み」を見つけ事業計画に反映させる目利き力を向上させる。

小規模事業者の特性を踏まえて経営実態を正しく把握したうえで、効果的支援に不可欠となる経営課題の見極めや改善提案のための能力を習得する研修会への参加（中小企業基盤整備機構 専門研修受講）

③DX推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力のためのセミナーについても積極的に参加する。

（DXに向けたIT・デジタル化の取組）

7) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPA システム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用、オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

④職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、DX に向けた IT・デジタル化の取組等についての紹介や、経営支援の基礎から話の引き出し術に至るまで、定期的なミーティング（月 2 回、年間 24 回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

⑤職員全体のスキルの向上

テーマ 1 「小規模事業者に対するプレゼン力の習得」

小規模事業者施策及び事業計画（内容）を理解してもらうスキルとして、2 種類のプレゼン力がある。一つは資料によるプレゼン力であり、資料作成の「仕様」「構成」「文章」「ビジュアル」「編集」「チェック」を習得する研修の実施。もう一つは発表によるプレゼン力であり「提案力」を習得し小規模事業者がわかりやすく理解してもらうための研修を実施する。

テーマ 2 「チーム力を上げるコミュニケーション」 小規模事業者に対し「チーム商工会」として支援するための研修「チーム力を上げるコミュニケーション」を実施し、チーム力を最大化するために効果的なコミュニケーションとは何かを習得する。

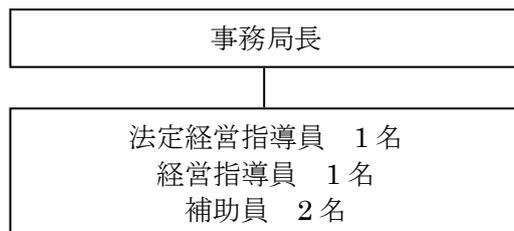
(別表2)

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

(令和3年11月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)



事務局長 1名 宮崎 鉄雄 (事業統括責任者)
法定経営指導員 1名 伝田 明 (事業遂行責任者)
経営指導員 1名 横川 豪 (事業遂行責任者)

本計画を確実に実施するため、事務局長が「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み」について責を負い、法定経営指導員、経営指導員は「経営発達支援の内容」「地域経済の活性化に資する取組」について2名体制で相互に補完し合い、目標を履行する

補助員 2名 千國 美和、奥原 美衣子

事務局長指示のもと体制づくりの補完的役割を果たす。また、共済推進等を活用して企業巡回を実施し、必要に応じて経営指導員へ連絡する役割を果たす。

以上、男性3名、女性2名の計5名体制で実施する

(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名: 伝田 明

■連絡先: 池田町商工会 TEL: 0261-62-5085

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際に必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒390-8601 長野県北安曇郡池田町大字池田 4318-2

池田町商工会

TEL: 0261-62-5085 / FAX: 0261-62-9792 E-mail: info@ikedata-sci.jp

②関係市町村

〒399-8696 長野県北安曇郡池田町大字池田 3203-6

池田町 産業振興課

TEL: 0261-62-3131 / FAX: 0261-62-9404 E-mail: shoko@town.ikedata.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	3,430	3,430	3,430	3,430	3,430
地域経済動向調査	30	30	30	30	30
需要動向調査	300	300	300	300	300
経営状況分析	100	100	100	100	100
事業計画策定支援	550	550	550	550	550
事業計画策定後の実施支援	550	550	550	550	550
新たな需要の開拓に寄与する事業	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
職員の資質向上事業	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、手数料収入、池田町補助金、長野県補助金、国補助金 等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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