

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	美麻商工会（法人番号 9100005007419） 大町市（地方公共団体コード 202126）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 小規模事業者の経営分析等の結果を踏まえた営業目標・方針を設定、さらには今後の課題や方向性を検討したうえでの事業計画の策定を支援することにより、地域経済の維持・活性化を図る。 小規模事業者の美麻地区ならではの商品の開発・販売を支援することにより、地域の魅力拡大を目指す。 小規模事業者の DX 活用による販路拡大を支援することにより、地域の稼ぐ力を拡大させる。 上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る。
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること 小規模事業者に外部環境の変化を周知することを目的に、地域経済分析システム（RESAS）を活用して外部環境を整理し、ホームページで公表する。 2. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の美麻地区ならではの商品の開発を支援するため、特産品を活用した商品について主に観光客向けにテストマーケティング（市場調査）を行い、結果をもとに商品のブラッシュアップに繋げる。 3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の今後の課題や方向性の検討材料とすることを目的に、経営分析（財務分析と非財務分析の双方）を支援する。 4. 事業計画の策定支援 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえたうえで、小規模事業者の営業目標・方針を設定し、事業計画にまとめる支援を行う。 5. 事業計画策定後の実施支援

	前項で策定したすべての事業計画を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する。 6. 新たな需要の開拓支援 小規模事業者の新たな需要開拓を目的に、展示会・商談会の出展支援や、IT 活用による販路開拓の個社支援（SNS を活用した販売促進の支援）を実施する。
連絡先	美麻商工会 〒399-9101 長野県 長野県大町市 美麻 11399 TEL:0261-29-2813 FAX:0261-29-2523 e-mail:miasasyo@zk9.so-net.ne.jp 大町市 産業観光部 商工労政課 〒398-8601 長野県 大町市大町 3887 TEL:0261-22-0420 FAX:0261-23-4660 e-mail:syoukou@city.omachi.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

ア 大町市の概況

大町市は、長野県の北西部、松本平の北に位置し、「北アルプス一番街」といわれるように、その西部一帯にしゅん険な北アルプス山岳を連ねている。面積 565.15 km²で北の五竜岳から南の槍ヶ岳頂上までを収める市街地は全国有数の広さである。市街地の標高は 700m 余り。典型的な内陸性の気候で、北アルプスの山々を映す仁科三湖やダム湖があり、豊富な温泉にも恵まれて、四季を通じて山岳観光都市としての地勢を備えている。

交通は、東京から車で関越・上信越自動車道、国道 19 号・県道長野大町線を利用し約 3 時間 35 分、電車の場合は、J R 中央本線、大糸線を利用し約 3 時間 40 分の距離にある。

平成 18 年 1 月 1 日には旧美麻村・旧八坂村と合併し、新大町市が誕生した。その影響で当市には、「美麻商工会（以下、当会）」と「大町商工会議所」の 2 つの商工団体がある。

■大町市の立地



■ 当会管内エリア

おおまちしみあさちく

大町市美麻地区は、平成 18 年 1 月 1 日に旧北安曇郡美麻村が大町市に編入合併（この時隣村の同郡八坂村も編入）したエリアである。地区面積は、66.21 ㎢で、1998 年開催の長野冬季オリンピック長野白馬間の沿線にある。オリンピック道路沿線と山沿い（県道美麻八坂線）との標高差は 300m 程あり、地域により季節の移り変わりが違い、山沿いは夏が短く冬が長い地域である。市中心部より北東に位置し、西に北アルプスが迫り地区内随所からの眺望に恵まれている。

権現山の 1,223m を最高に、最低標高は 550m と標高差が大きく、いたるところに小脈が起伏し全体に急峻で複雑な地形をなしている。交通の便は、県道 6 路線により他地域と連絡しており、オリンピック関連道路の整備等を期に、県内主要都市及び首都圏等との時間的距離は大幅に短縮されており、地域の経済は、古くは薪炭を中心とする林業と、養蚕・麻を中心とする畑作により支えられてきたが、林業、農業の衰退とともに、現在では水稻栽培が中心となり、その担い手も 90% 以上が製造業や建設業等との兼業により営まれている。

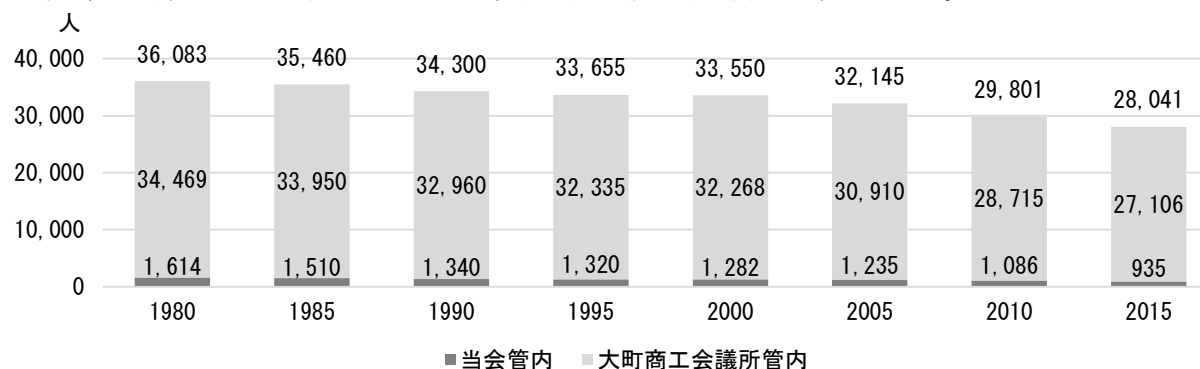
高冷地ということから、古くから「そば」を栽培し、「そば」を目当てに当地に来訪する人々も多く、通年営業店も 5 件ある。当地域のそばの作付け面積は、10ha を超え、使用している「そば粉」は、「100% 当地区内の地粉」である。また、合併後は、遊休地を利用し「そばと菜の花」を栽培。搾油工場をつくり、エゴマも含めた油と有害鳥獣による農林業の被害対策として捕獲後の鳥獣の解体施設もつくり、地域資源としての活用に取り組んでいる。



イ 人口

(a) 当会管内の人口推移

次に当会管内の人口推移をみる。平成 27（2015）年の人口は 935 人であり、当市全体の 3.3% となっている。また、昭和 55（1980）年から平成 27（2015）年の人口減少率をみると、当市全体が 22.3% であるのに対し、当会管内は 42.1% となっており、特に人口減少率が高い地域といえる。



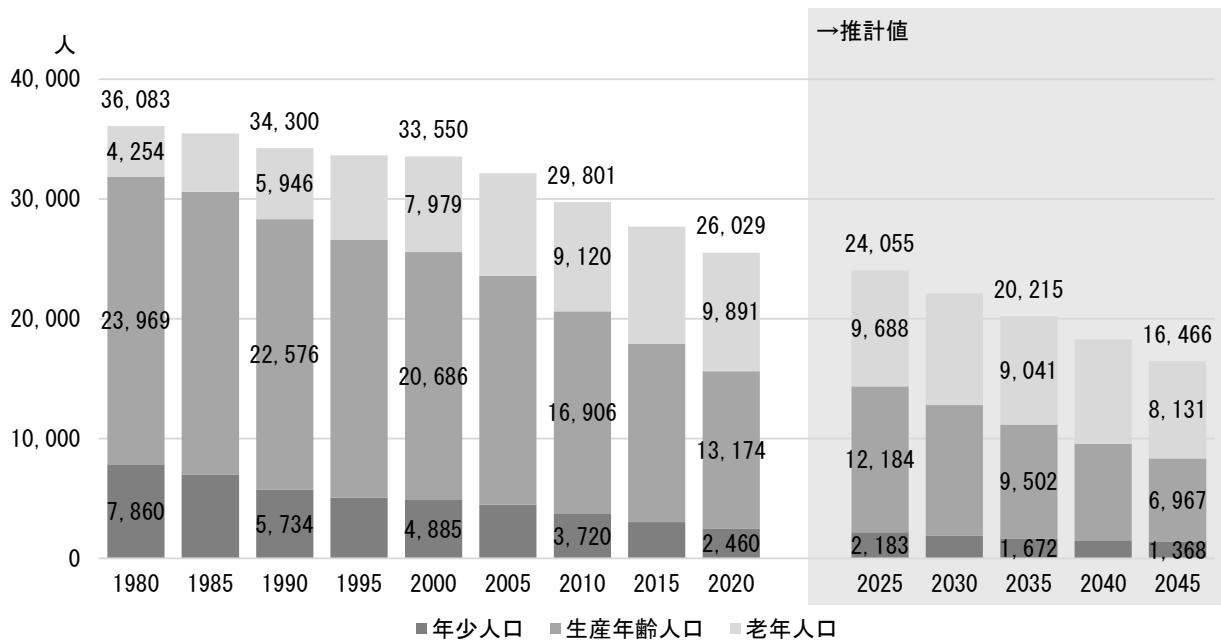
出典：大町市「大町市統計要覧」

(b) 当市全体の人口推移

参考として当市全体の人口推移を確認する。

国勢調査の結果を基に人口推移をみると、人口は減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。年齢別人口について将来の推移をみると、年少人口、生産年齢人口、老年人口のすべてが減少傾向で推移することが予測されている。

高齢化率は、令和 2（2020）年の 38.0%から令和 27（2045）年には 49.4%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 50.6%から令和 27（2045）年には 42.3%に低下する見込みである。



出典：総務省「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

ウ 特産品

当市は、清らかな北アルプスの雪解け水にも恵まれ、質の高い地酒やそばが作られている。また、豊かな清流によって育まれる信濃大町の野菜はおいしいと評判である。

当会管内における主な特産品は下表のとおりである。

■ 主な特産品

特産品名	概要
そば	豊かで清らかな水と、標高の高さから生まれる冷涼な気候、さらに大町の山間の傾斜地がそばの栽培に適していることから当市ではそばが有名で、市内には多くのそば店がある。
地酒	当市には、北アルプスから湧き出る清らかな水の恩恵を受けた地酒がある。北安醸造（北安大國）と薄井商店（白馬錦）、市野屋（金蘭黒部）の三蔵は、それぞれオリジナリティのある格別な酒蔵となっている。また、寒暖差があり水捌けの良い信濃大町の土地で育ったぶどうをふんだんに使った「大町ワイン」は、優しい風味とやわらかな酸味で爽やかな喉越しのワインである。
野菜	標高 460m から 1,000m の高地で育った野菜は、昼夜の寒暖差が大きいことで、うまみも栄養もぎゅっと凝縮されている。高地でしか育たない花豆や雪下人参など、冬の寒さで甘みが増した越冬野菜は当市ならではの宝である。
ジビエ	ジビエ（GIBIER）とは、フランス語でシカやイノシシ、鳥などの野生の獣肉を表す。かつて当市でも、北アルプス山麓に生息する鳥や獣を山の恵みとしていただく、山国ならではの食文化が息づいていた。近年その価値が見直され、様々な調理法でジビエを楽しむ機会が増えている。市内のレストランでも、鹿、イノシシ等のジビエ料理が提供されている。

菜の花オイル	当会管内で栽培される菜種を 100%使用したオイルである。無農薬栽培・自家焙煎・自家搾油・自然ろ過で無添加という極上のバージンオイルとなっている。
おやき	信州の郷土食「おやき」は、県内でも地域やお店によって特色がある。中の具はもちろん、焼くのか、蒸すのかによって食感や味がまったく異なる。当会管内に置いてもおやきの製造者がおり、地域ならではの商品を展開している。

エ 観光資源

当市は、標高 3,000m 級の山々が連なる北アルプスと「仁科三湖」と呼ばれる 3 つの湖の恵みを受け、自然を肌いっぱいに感じるアクティビティが多くある。

当会管内における主な観光資源は下表のとおりである。

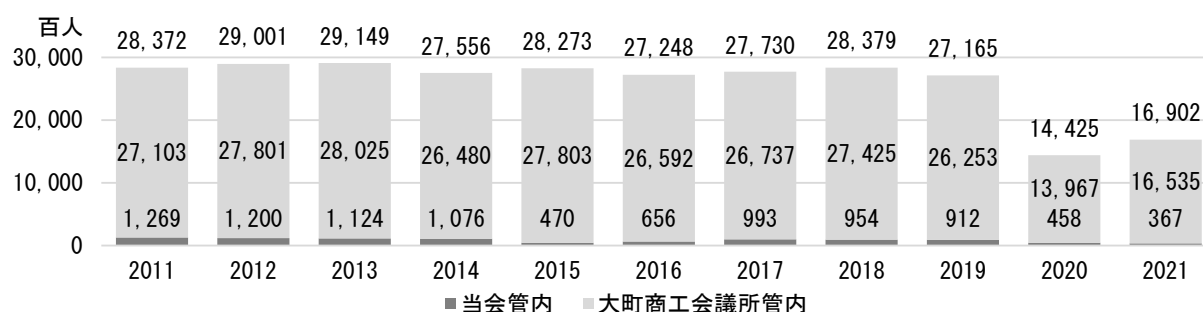
■主な観光資源

観光資源名	概要
トレッキングコース・登山コース	日本有数の山岳地帯である信濃大町。初心者でも楽しめるトレッキングコースから、登山上級者向けのコースまで、老若男女楽しめる登山環境がある。また、信濃大町は市内から登山口までの距離が近く、日帰りで登山やトレッキングを満喫できるのも特長である。
黒部ダム・立山黒部アルペンルート	当市はアルペンルート長野県側の入口という側面もある。かつて世紀の大事業と言われた黒部ダムの建設を支えた町でもある。黒部ダムの見どころは堰堤の高さ（186m）が日本一を誇り、そして毎年 6 月 26 日から 10 月 15 日の観光放水は圧巻である。
ウォーターアクティビティ	信濃大町には仁科三湖と呼ばれる 3 つの湖がある。青木湖は長野県内で諏訪湖、野尻湖に次ぎ 3 番目の大きさを誇り、湖底から湧き出る清水により透明度もバツグンである。木崎湖は温泉や釣り、湖畔キャンプ、カフェ、水上アクティビティが充実している。中綱湖は青木湖のすぐ南にあるいちばん小さな湖、透明度の高い湖で、オールシーズンフィッシングエリアとして楽しめる。
温泉交流施設 ぽかぽかランド美麻	宿泊・温泉・レストラン・売店の営業を行っている施設である。大浴場には特別天然記念物に指定された鉱石を使った「北投石の湯」が設置されており、北投石の効能を再現するため、純度の高い本物の北投石が使用されている。

オ 観光入込客数の推移

当会管内における、令和 3（2021）年の観光入込客数は 3.7 万人である。推移をみると、近年は 10 万人前後で安定推移していたものの、令和 2（2020）年の新型コロナウイルス感染症の影響で急減していることが読み取れる。

なお、当会管内は、観光地として有名な白馬と松本市、白馬と長野市の間に立地するため、通過型の観光客が多くなっており、この数値（観光入込客数）に現れる以外にも観光客がみられる。



出典：長野県「観光地利用者統計調査結果」

カ 産業

(a) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

令和4年の当会管内の商工業者数及び小規模事業者数は43者である。

また、前年も同数であり、開業も廃業もみられなかった。

	商工業者数	小規模事業者数
令和3年	62社	43者
令和4年	62社	43者

また、前項の小規模事業者数及び当会会員の業種割合から、業種別的小規模事業者数を推計すると下表のとおりとなる。

建設業が最も多く、製造業、飲食業、宿泊業の順に事業者が多くなっている。

業種	建設業	製造業	小売業	飲食店	宿泊業	サービス業
小規模事業者数	12	11	2	7	6	5

(b) 業種別の課題（経営課題）

i 商業

これまで、営業目標・方針、事業計画等を作りこんでから営業を行ってきた事業所は少なく、昔からのやり方で営業している事業者がほとんどとなっている。また、管内の事業者全体も高齢化しており、自主的に新しいやり方に対応することは難しいため、関連支援機関や専門家と連携をしながら、計画的経営の実践支援を行い、小規模事業者が経営環境や顧客ニーズの変化等に対応でき、事業が持続的に発展していくために伴走型支援によって、経営体質の改善及び経営力の強化を図ることが必要となっている。

ii 観光業

美麻地区は大町市・白馬村・小谷村のスキー場に近いため、冬場はスキー客の、夏場は避暑地として学生合宿の宿泊所として利用されてきた。しかし、近年新型コロナウイルス感染症の発生拡大により、都心と外国からの観光客が激減したため、非常に厳しい経営状態の事業所が多い。現状ではまだ廃業には至っていないが、今後の対策と支援をしていくことは急務となっている。また、コロナが改善してもスキー利用の観光客も減っている為、新たに北アルプス地域に観光客を呼びこむ方法も将来的には検討をしていく必要がある。

キ 大町市第5次総合計画

「大町市第5次総合計画（平成29年度～令和8年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

小規模事業者支援の視点からみると、①商工業振興では、経営基盤の安定化、新規分野への事業展開や競争力の強化、コロナ禍における事業継続・事業転換を見据えた経営支援、他産業とのビジネスマッチングによる地域経済構造の構築など、②観光振興では、農業×工業×商業などの地元企業の連携による多彩な観光事業の推進などが掲げられている。

■基本構想（平成29年度～令和8年度）

【基本理念】

郷土や文化に誇りを持ち 心から地域を愛するひとを育てる

【将来像】

未来を育む ひとが輝く 信濃おおまち

■後期基本計画（令和4年度～令和8年度）

第2章 活力あふれる産業と地域の魅力を活かしたにぎわいのあるまち

第1節 商工業の振興による地域経済の活性化

【1 中小企業等の支援と創業支援による地域経済の活性化】

具体的な施策

中小企業の育成と商工団体等の支援／創業希望者・创业者の育成

企業説明会・就職面接会の開催／既存企業の育成／働く場や機会の充実

【2 中心市街地の活性化】

具体的な施策

活性化に向けた支援／中心市街地における施設整備の推進／市営住宅団地等の新設

【3 企業誘致の推進】

具体的な施策

地域の特性を活かした戦略的な企業誘致の展開

【4 既存企業の育成と振興】

具体的な施策

既存企業の育成と振興／農業・商業・観光業の連携による流通の促進

第3節 観光を主体に国内外からひとを呼び込む交流の促進

【1 魅力ある観光地づくりの推進】

具体的な施策

観光地としての基盤づくり／通年滞在型観光の推進

外国人観光客の回復期に向けた取組み／山岳観光の魅力向上

【2 地域の芸術文化の創造】

具体的な施策

信濃おおまちアーティスト・イン・レジデンス事業の推進

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず、人口をみると、当市の人口は減少傾向が続いており、そのなかでも当会管内は人口減少率が高い地区となっている。そのため、事業者は、域外への販売強化など新たな需要の獲得が課題となる。

特産品をみると、当市では、清らかな北アルプスの雪解け水による、質の高い地酒やそばが作られている。また、豊かな清流によって育まれる信濃大町の野菜はおいしいと評判である。そのなかで、当会管内では、ジビエ、菜の花オイル、おやきといった特徴のある特産品がみられる。前述した域外への販売強化を見据えた際、これらの特産品を活用した商品の展開が考えられるため、小規模事業者にも、これら特産品を活用した商品開発等が期待される。

観光面では、当会管内は大町市・白馬村・小谷村のスキー場に近いため、冬場はスキー客の、夏場は避暑地として学生合宿の宿泊所として利用されている。そのため、小規模事業者においても、この観光需要の獲得が課題である。

業種別の課題をみると、商業では、経営環境や顧客ニーズの変化等に対応した旧態依然とした営業体質からの脱却。観光業では、アフターコロナを見据えた顧客獲得、スキーの代替となる魅力的な観光サービスの開発などが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

小規模事業者が自主的に経営計画、創業計画、改善計画等を策定して経営展開を図ることは稀であり、そのような相談もまだ少ないのが現状である。今後は小規模事業者自身が経営分析や各種調査等の結果を踏まえたうえでそれぞれ自分から営業目標・方針を持ち、今後の課題や方向性を検討しながら経営計画を作成し、その内容に沿った取り組みを実施できるように支援していきたい。

また DX（デジタルトランスフォーメーション）を活用し、WEB を活用しながら新しい販路を開拓し新しい売上につなげていく等、地方にいても売り上げをアップさせ、新規顧客を呼び寄せる方法を考えられる事業者を作りたい。

さらに、地域資源を活用した事業所は、現状組織は任意団体のため、商工業者として利用できる各種支援策が活用できていないため、支援策等を活用するために、商工業者としての自立化を商工会が関連機関と連携しながら進めていき、販路開拓、商品開発など専門家を活用しながら伴走型支援をしていきたい。

②大町市第5次総合計画との連動性・整合性

前項「10 年程度の期間を見据えて」を要約すると以下ようになる。

①小規模事業者が自主的に計画経営を行っていること

②小規模事業者が DX を活用し販路を拡大させていること

③小規模事業者・団体が特産品を活用した商品開発・販路開拓を行っていること

「大町市第5次総合計画」では、商工業振興として、「経営基盤の安定化」「新規分野への事業展開や競争力の強化」「コロナ禍における事業継続・事業転換を見据えた経営支援」「他産業とのビジネスマッチングによる地域経済構造の構築」などを掲げている。このなかで、前述①は「経営基盤の安定化」、前述②は「新規分野への事業展開や競争力の強化」「コロナ禍における事業継続・事業転換を見据えた経営支援」、③は「新規分野への事業展開や競争力の強化」「他産業とのビジネスマッチングによる地域経済構造の構築」に資する目標であり、連動性・整合性があるといえる。

③商工会としての役割

当会は、昭和37年11月に創立以来「巡回・窓口相談」を中心に、税務・労務・金融・創業支援・事業承継・地域振興事業・新商品開発・販路開拓事業等を実施している。特に巡回指導を重点におき、小規模事業者へのヒアリングを行いながら、その事業者の悩み事や困りごとを把握し、経営全般のアドバイス等を行っている。また、近年では新型コロナウイルス感染症の発生・拡大により社会・経済活動に甚大な影響を及ぼしたことにより、国・県・市の新型コロナウイルス対策・拡大防止策の周知などと同時に、融資・補助金・助成金などのサポート等も行っている。

税務においては個人事業所の青色申告者に電子申告 e-tax を推進し、青色申告者の22人中17名の77%が実施するなど、管内の多くの事業者が積極的に e-tax を活用している。

その他の業務として、当会では地域資源の活用に力を入れ、地域資源構成任意団体を支援している。一つは、「そば」の構成団体である「新行そば利用組合」という組織で、平成26年度長野県地域発元気づくり支援金を申請し、丸粒脱皮機の購入を支援し、そば粉だけではなく「そば米（殻を取った後の実）」の商品化が可能となった。ちなみに、この新行地域の「そば祭り」は、昭和47年から始まり現在も継続していて全国的にも有名なそば処である。

もう一つは、有害鳥獣対策として地域の農業者が、罾猟等の免許を取り、猟友会に所属し、鳥獣の解体施設を作り食肉販売を手掛けるため組織された「美麻ジビエ振興会」という組織で、長野県地域発元気づくり支援金を申請し、平成24年度は解体施設の建設等、平成28年度は衛生・保管設備等の充実、30年度は猟友会美麻支部と連携した有害鳥獣捕獲管理システムの構築を図り、販路開拓・事務的支援を実施している。

第1期経営発達支援計画では、以下の目標を掲げ、小規模事業者支援を実施してきた。今後は第2期経営発達支援計画を定め、小規模事業者の活性化に向けて全職員一丸となり取り組む。

目標（第1期経営発達支援計画）

当地区は、自然環境に恵まれ、観光資源や地域資源の活用により、観光産業を重点に置き、地区内小規模事業者の持続的発展のため、事業計画・改善計画等を通じて伴走型支援を実施し、創業・事業承継支援の強化を図り、小規模事業者の減少に歯止めをかけ、地域の活性化に向けた取組を推進します。

(3)経営発達支援事業の目標

【目標①】

小規模事業者の経営分析等の結果を踏まえた営業目標・方針を設定、さらには今後の課題や方向性を検討したうえでの事業計画の策定を支援することにより、地域経済の維持・活性化を図る

【目標②】

小規模事業者の美麻地区ならではの商品の開発・販売を支援することにより、地域の魅力拡大を目指す

【目標③】

小規模事業者のDX活用による販路拡大を支援することにより、地域の稼ぐ力を拡大させる

【目標④】

上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

本計画の最終目標（10年先）では、小規模事業者自身が経営分析等の結果を踏まえた営業目標・方針を設定、さらには今後の課題や方向性を検討したうえでの事業計画の策定を行うことを目指すが、事業者が一朝一夕にこのような取組を行えることはなく、当初は、当会が支援を行いながら、計画経営を浸透させていく必要がある。

そこで、まずは経営分析支援により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。経営分析では、財務データ等からみえる表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。同時に、地域経済分析システム（RESAS）等の分析を通じて外部環境を整理する。これらの分析結果を活用しながら、営業目標・方針を設定、さらには今後の課題や方向性を検討したうえ結果を事業計画にまとめる。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。

【目標②達成のための方針】

特産品や地域資源を活かした美麻地区ならではの食・特産品・体験サービス等の開発を支援するために、主に観光客向けにテストマーケティング（市場調査）を実施し、“売れる商品”に向けた商品のブラッシュアップに繋げる。また、「中南信 自慢の逸品発掘・売込逆商談会」や「フードメッセ in にいがた」への出展支援を行うなど、販売促進までをワンストップで支援する。

【目標③達成のための方針】

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、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ことを目的にIT専門家派遣を開催する。また、ITを活用した販路拡大を志向する事業者に対しては、SNSを活用した販売促進について、売上拡大が実現するまで伴走型支援を行う。これらの支援を実現するため、経営指導員がDXやIT利活用に関する資質向上を行い、実行力を向上させる。

【目標④達成のための方針】

経営分析、事業計画の策定、策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。また、これを実現するために、経営指導員等の資質向上を実施する。

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

【現状】

小規模事業者が持続的経営を行うためには、外部環境の変化を捉える必要がある。当会ではこれまでも、管内の経済動向に関する各種データを収集してきたが、分析・公表が十分でなく、小規模事業者は外部環境の変化を示すデータが届いていなかったという現状がある。

【課題】

収集したデータの分析・公表が十分でなかったため、今後は収集したデータの分析を通じて外部環境を整理し、広く小規模事業者に提供する必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
地域の経済動向分析 公表回数	HP 掲載	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

事業名	地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）
目的	地域の小規模事業者は市内の状況（経営環境の変化等）を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とする。
調査の内容	地域経済分析システム（RESAS）を活用し、地域経済の分析、観光客などの人の動き、産業の現状等を分析する。また、道の駅である「ぽかぽかランド美麻」での経済動向などをヒアリングしながら地域の中で観光客に好評な産業は何かを分析し、効率的な経済活動活性化を目指していく。
調査を行う項目	地域経済循環マップ・生産分析 → 何で稼いでいるか等を分析 まちづくりマップ・From-to 分析 → 人の動き等を分析 産業構造マップ → 産業の現状等を分析 等
調査の手段・手法	経営指導員が RESAS の情報を網羅的にみて、外部専門家と協議・検討しながら事業者の役に立つデータを抽出。表やグラフを用いてコンパクトにサマリー化し、地域経済動向を管内の小規模事業者に伝えるツールとして配布する。
調査結果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表し、広く管内事業者へ周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会管内には、そば、ジビエ、菜の花オイル、おやきといった特徴のある特産品がある。現在、新型コロナウイルス感染症の影響で観光客が減少しており、アフターコロナを見据えた顧客獲得、スキーの代替となる魅力的な観光サービスの開発が必要である。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、テストマーケティング（市場調査）ができないという現状がある。

【課題】

特産品や地域資源を活かした美麻地区ならではの食・特産品・体験サービス等の開発を支援するために、主に観光客向けにテストマーケティング（市場調査）を実施し、“売れる商品”に向けた商品のブラッシュアップに繋げる必要がある。

(2) 目標

項目	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
特産品を活用した商品の調査 調査対象事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

事業名	特産品を活用した商品の調査
目的	小規模事業者のなかには、特産品を活用した新商品の開発にチャレンジする事業者もいる。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、テストマーケティング（市場調査）などが不十分であることが多い。そこで、当会にてテストマーケティングを支援することで、顧客の声を取り入れた商品ブラッシュアップを行い、“売れる商品”づくりに繋げる。
対象	特産品を活用した小規模事業者の商品等（特産品を加工した食品、そば店などの飲食店のメニュー、雑貨等を想定）、2 商品/年（1 者あたり 1 商品）を対象とする。なお、当地域は、ジビエが特産品であり、前述の雑貨等では「鹿の角を使ったアクセサリー」や「ジビエ肉ドッグフード」などを想定している。
調査の手段・手法	観光客が集まる「温泉交流施設 ぽかぽかランド美麻」にて当会職員と事業者が協力して試食・アンケート調査（食品の場合）を実施する。調査結果に有意性を持たせるため、1 商品あたり 30 名以上の来場者からアンケート票を回収する。
調査を行う項目	《食品の場合》 ☐ 商品の総合評価（直感的な評価） ☐ 味 ☐ パッケージ ☐ 独自性（飯島らしさ） ☐ 価格 ☐ 購入意向 ☐ その他改善点 等 《雑貨（鹿の角を使ったアクセサリー）の場合》 ☐ 商品の総合評価（直感的な評価） ☐ 独自性 ☐ デザイン ☐ パッケージ ☐ 価格 ☐ 購入意向 ☐ その他改善点 《雑貨（ジビエ肉ドッグフード）の場合》 ☐ 商品の総合評価（直感的な評価） ☐ 独自性 ☐ 商品の見た目 ☐ パッケージ ☐ 肉の触感 ☐ 価格 ☐ 犬にジビエ肉を食べさせたいか ☐ その他改善点
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が専門家と連携しながら分析を行う。分析では、各項目について男女別、年齢別にクロス集計を実施。結果から商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

本計画では、小規模事業者自身の自主的な計画経営を目標としており、これを実現するためには、小規模事業者が、まずは現状を把握する必要がある。当会ではこれまでも経営分析を支援してきたが、表面的な分析に留まっていることも多く、必ずしも事業者の本質的な課題までは抽出できていなかった。

【課題】

これまで表面的な分析もみられたことから、今後は事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置いた経営分析を実施することが課題である。

(2) 目標

当会管内の小規模事業者数は 43 者である（P5 参照）。そこで、43 者すべての事業者に経営分析を周知し、そのなかで意欲的な事業者 10 者/年の経営分析を実施する。

項目	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
経営分析事業者数	2 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	巡回訪問・窓口相談時に訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおりである。定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を実施する。分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。 ■経営分析を実施する項目 財務分析：直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析 非財務分析：強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産 など） 機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向 など） その他（デジタル化・IT 活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など） ※非財務分析は事業者との対話を通じて実施する
分析結果の活用方法	経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の持続的経営のためには、自身が経営分析等の結果を踏まえた営業目標・方針を設定、さらには今後の課題や方向性を検討したうえでの事業計画の策定を行い、当該計画に沿った計画経営を行うことが重要である。当会では、これまでも事業計画の策定を支援してきたが、経営の方向性にまで踏み込んだ支援ができていなかったという現状がある。

【課題】

今後は徐々にでも、「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」を踏まえて、経営の方向性にまで踏み込んだ支援を行うことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

事業計画の策定支援では、経営分析件数の3割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、IT化を推進するためにIT専門家派遣を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

項目	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
事業計画策定事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
IT 専門家派遣 派遣回数	-	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援					
目的	「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。なお、事業計画策定事業者に対して、DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、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ために IT 専門家派遣を実施する。					
支援対象	・経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者 ・金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者 ・特産品を活用した新たな商品・サービス開発を行う事業者 ・補助金や DX 支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者 等					
対象事業者の掘り起こし	・経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する。 ・補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 ・特産品を活用した新たな商品・サービス開発を行う事業者に対し事業計画策定を提案する。					
支援の手段・手法	事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の 2 つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。 なお、事業計画において、DX や IT ツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に IT 専門家派遣を実施する。					
	■IT 専門家派遣					
	対象事業者	事業計画の策定に意欲的な事業者				
	支援の手法	◇事業計画の策定にあたり、IT の活用を行う予定の事業者 →計画の粒度をあげることを目的に IT 専門家を派遣する ◇事業計画の策定にあたり、IT の活用を行わない予定の事業者 →IT ツールの活用促進を目的に IT 専門家を派遣する				

7. 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】

現状、事業計画策定後の実施支援が不十分であり、事業計画が形骸化することもあった。また、売上増加や利益増加といったアウトカムにまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

【課題】

事業計画の徹底したフォローアップを行うことで、実行を阻害する課題に対し事業者と一緒に解決する必要がある。また、フォローアップ支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。

フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を

通じてよく考えること、事業者と従業員が一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

項目	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
フォローアップ対象事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
頻度 (延回数)	四半期毎 (8 回)	四半期毎 (12 回)	四半期毎 (12 回)	四半期毎 (12 回)	四半期毎 (12 回)	四半期毎 (12 回)
売上増加事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
経常利益増加事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・ 手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やしながら軌道に乗せるための支援を実施する。

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

【現状】

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。また、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、「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 に向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。当会では、これまでも事業者の販路開拓を支援してきたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績まで確認できていなかった。また、IT を活用した販路開拓等の支援ができていなかった。

【課題】

各事業の成果が明確でなかったことから、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。また、これまで DX に関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くは IT を使った販路開拓等が遅れていることから、IT を活用した販路開拓として、SNS を活用した販売促進の支援を実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
①展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②SNS を活用した販売促進の支援 支援事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容	
① 展示会・商談会の出展支援 (BtoB)	
事業名	展示会・商談会の出展支援
目的	特に、対企業取引の事業者にとって、展示会や商談会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に展示会・商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に展示会・商談会の参加支援を実施する。
展示会等の概要/ 支援対象	小規模事業者の状況により、出展を希望する展示会・商談会が異なるため、事業者のニーズに合わせ、以下のいずれかの展示会・商談会への出展支援を行う。 ア 中南信 自慢の逸品発掘・売込逆商談会 支援対象：食料品製造業（加工食品、日配品、土産用食品等） 訴求相手：県内外のバイヤー 松本商工会議所を主管に、長野県内中南信の商工会議所・商工会（当会含む）が主催する商談会である。買い手企業であるスーパー、飲食、通販、ホテル・旅館、サービスエリア・道の駅などを招き、売り手企業とのビジネスマッチングを行う。令和4年1月の開催では、売り手企業50社、買い手企業14社の参加があり、90件の商談が行われた。 イ フードメッセ in にいがた 支援対象：食料品製造業（加工食品、日配品、土産用食品等） 訴求相手：県内外のバイヤー 「食」に関連するあらゆる分野の先端情報が集まる総合見本市である。新潟市は日本海側の情報・物流のハブとして隣接エリアへの営業拠点の役割を果たしており、地方の商品に関心を持つ多くの食品バイヤーが首都圏や隣接エリアからも来場するため、販路を全国に拡大できるチャンスとなる場所といえる。令和3年11月の開催では、327事業者が出展し、来場者数は7,716名を数えた。
支援の手段・手法	本支援は、自社独自に展示会・商談会に出展が難しい小規模事業者を支援する目的で実施する。そのため、これまで展示会・商談会への出展経験がない（少ない）事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、展示会等に出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行う。具体的には、出展者の募集だけでなく、出展前に効果的な展示方法、短時間での商品等アピール方法、商談シート（FCPシート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等、出展後の商談相手に対するフォロー方法等をワンストップで指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。
② SNSを活用した販売促進の支援 (BtoC)	
事業名	SNSを活用した販売促進の支援
目的	近年、新たな販路開拓手法として、Instagram、Facebook、Twitter、TikTok、YouTube等のSNSによる販売促進や販売に取り組む事業者が増加している。そこで、SNSによる販売及び販売促進（情報発信含む）を行う事業者を支援し、さらに徹底的にフォローアップを行うことで売上拡大を目指す。
支援対象	対消費者取引（BtoC）を行う事業者
訴求相手	全国の消費者
支援内容	SNSによる販売促進を支援することにより売上拡大を目指す。
支援の手段・手法	支援事業者の掘り起こしとして、チラシの配布やホームページの他、巡回訪問などで周知を図る。支援にあたっては、SNSページの立ち上げから、ページ構成、PR方法等を伴走型で実施。また、ソーシャルコマース（SNSを活用したEC販売）支援、動画制作（YouTubeなどの動画版SNS）支援も実施する。支援にあたっては、必要に応じてIT専門家の派遣等を実施する。構築後は、アクセス数や購入数を定期的にフォローし、PDCAサイクルを回すことで売上拡大を目指す。
期待効果	売上拡大を狙う。

Ⅱ. 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

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

【現状】

現状、経営発達支援計画の評価を「評価委員会」により実施。事業の評価に加えて、より成果を出すための助言を受け、事業の見直しを進めてきた。

【課題】

これまでのところ特段の課題はないため、今後も継続して事業を実施する。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCA を回す仕組みを構築する。
事業評価の手段・手法	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】（事業の計画・見直し） (a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 【DO】（事業の実行） (b) 経営指導員は、成果目標を達成するために事業を実施する。 (c) 経営指導員は、実施した内容を小規模事業者支援システムに適時入力する。 【CHECK】（事業の評価） (d) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、小規模事業者支援システムにより経営指導員等の指導状況を確認する。 (e) 年 1 回の「評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。 ※「評価委員会」の実施の流れ i 大町市商工労政課長、法定経営指導員、外部有識者（税理士等）をメンバーとする「評価委員会」を年 1 回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）にて定量的に評価を行う。 ii 当該「評価委員会」の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当会ホームページ（https://r.goope.jp/miasasyokokai）へ掲載（年 1 回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。 【ACTION】（事業の見直し） (f) 「評価委員会」の評価を受け、年 1 回、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。

10. 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】

当会は職員 1 名体制で運営を行っているため、支援分野に偏りがみられる（得意分野の支援が中心となってしまう）。

【課題】

本計画を推進するうえで必要な支援能力について、網羅的に資質向上を図る必要がある。

(2) 事業内容	
① 支援能力の向上に向けた取組	
参加者	経営指導員 ※当会の運営は経営指導員 1 名で行っている
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得する
不足能力の特定	〔小規模支援法改正により新たに求められる能力〕 ・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力 ・ 展示会等や IT を活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力 〔近年の支援環境の変化に対して求められる能力〕 ・ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上
内容	経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・手法により資質向上を図る。 ア 小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて 長野県商工会連合会の経営指導員研修などの上部団体等が主催する研修に参加する他、経営支援センター北アルプスグループ※での外部講師を招聘した研修会への参加、近隣商工会と共同で外部講師を招聘した独自研修会を開催する。 イ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX 関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。 <DX に向けた IT・デジタル化の取組> i) 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 ii) 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 iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法 等 ウ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて 経営支援センター北アルプスグループ、もしくは近隣商工会と共同で、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマで研修会を開催する。
※経営支援センター北アルプスグループ 北アルプスエリアの 5 つの商工会（白馬商工会、小谷村商工会、池田町商工会、松川村商工会、当会）で構成する経営支援グループである。小規模事業者に対する高度な支援等について、支援ノウハウを共有している。	
② 個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み	
目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	ア OJT 制度 長野県商工会連合会の上席専門経営支援員と経営指導員がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員が同行し、ノウハウを習得する。 イ 経営支援センター北アルプスグループの定期ミーティング 月 1 回の経営支援センター北アルプスグループにおける検討会議のなかで研修内容や支援状況を共有する。具体的には、研修等へ参加した経営指導員が順番で講師を務め、経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等について紹介し、ミーティング内で意見交換を行う。

ウ データベース化

基幹システム「小規模事業者支援システム」に支援に関するデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を当会だけでなく、経営支援センター北アルプスグループで共有する。これにより、支援ノウハウをグループ内で共有する。

(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4年10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）	
※長野県は、グループでの支援を中心に事業者支援を実施している。本計画も、経営支援センター北アルプスグループが一丸となり実行する。なお、法定経営指導員の主所属は池田町商工会であるため、本計画は経営指導員1名で実施を行い、法定経営指導員は計画の進捗管理、助言、評価を行う。	
(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 当商工会の経営指導員は小規模事業者の経営に係る指導及び助言に関する実務経験が3年未満であり、法定経営指導員要件を満たしていないことから、法定経営指導員を長野県商工会連合会経営支援センター北アルプスグループの統括経営支援員である池田町商工会伝田明経営指導員とした。経営支援センターグループはグループ内商工会の小規模事業者支援を行うためのグループであるため、当商工会管内の小規模事業者支援を商工会経営指導員と一緒にに行っていることから当計画の法定経営指導員として情報の提供及び助言が実施体制として可能である。	
(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 〒399-9101 長野県大町市美麻 11399 美麻商工会 TEL： 0261-29-2813 ／ FAX： 0261-29-2523 E-mail： miasasyo@zk9.so-net.ne.jp	
②関係市町村 〒398-8601 長野県大町市大町 3887 大町市 産業観光部 商工労政課 TEL： 0261-22-0420 ／ FAX： 0261-23-4660 E-mail： syoukou@city.omachi.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 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
必要な資金の額	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
経営状況分析事業費	300	300	300	300	300
事業計画策定支援費	400	400	400	400	400
事業計画策定後の実施支援	200	200	200	200	200
新たな需要開拓事業費	100	100	100	100	100
職員資質向上事業費	200	200	200	200	200

(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、長野県補助金、伴走型小規模事業者支援推進補助金

(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)

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