

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	御代田町商工会 (法人番号 5100005003017) 御代田町 (地方公共団体コード 203238)
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】 小規模事業者の自主的な事業計画策定および実施による PDCA サイクルの機能を支援することにより、地域の産業振興を図る</p> <p>【目標②】 小規模事業者の「強み」を前面に打ち出した独自のサービスやメニューおよび技術などの提供や、DX を活用した商圏拡大を支援することにより、地域の競争力強化を図る</p> <p>【目標③】 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</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 周辺地域の商圏内経済動向を収集・分析し、調査結果等を小規模事業者の事業計画策定の基礎資料として活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 顧客ニーズ調査データから分析し、新たな商品開発や販路開拓に反映し、小規模事業者の収益力向上の支援を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 巡回・窓口相談を通して、小規模事業者の SWOT 分析や財務分析を通して、課題把握や問題解決方法の検討を行い、事業計画策定に活かす。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 自社の強みを活かした事業計画策定により、継続的な経営課題の解決に向け、事業者に伴走型支援を実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定を行った小規模事業者の効果的な事業展開のために、定期巡回による進捗状況確認と評価見直し等 PDCA サイクル定着を図る。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取り組みを進め、限られた経営資源を活用し、新たな需要の開拓を促進する。</p>
連絡先	<p>御代田町商工会 〒389-0206 長野県北佐久郡御代田町大字御代田 2422-29 TEL: 0267-32-5435 FAX: 0267-32-7043 E-mail: info@miyota.or.jp</p> <p>御代田町 産業経済課 〒389-0292 長野県北佐久郡御代田町大字馬瀬口 1794-6 TEL: 0267-32-3113 FAX: 0267-32-3929 E-mail: shokan@town.miyota.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

ア 御代田町の概況

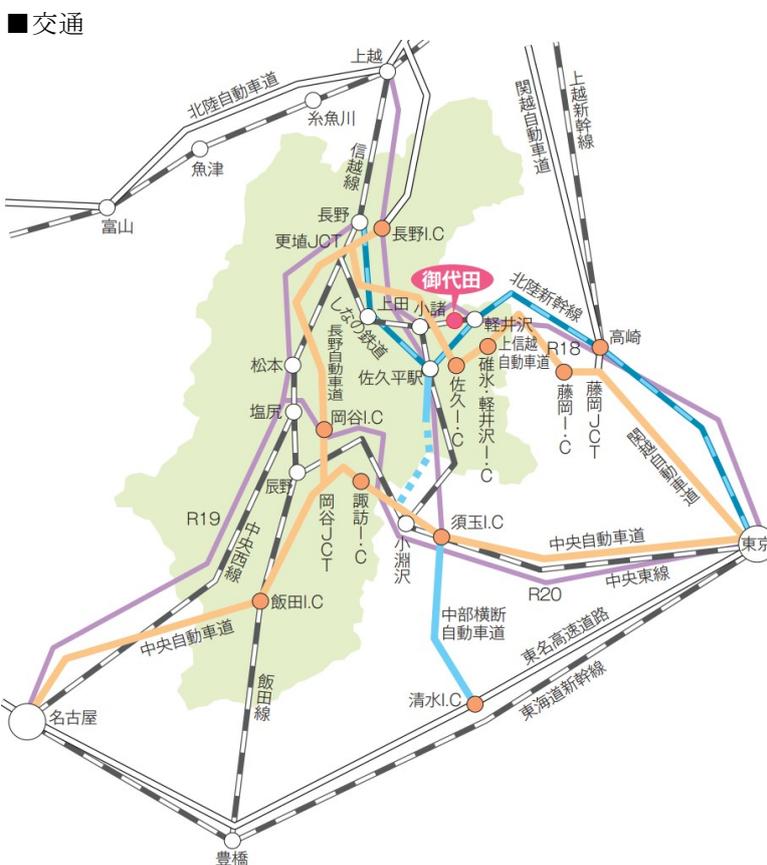
御代田町（以下、当町）は、長野県の東北部に位置し、日本屈指の活火山である浅間山（標高 2,568m）の南麓に広がる地域にある。

大気は澄み渡り、気候は内陸の高原地帯にあるため年間を通じて冷涼であるが寒暖の差は大きい。降水量は年間 1,200 mm前後と少なく、風は季節ごとに趣を変え、四季をつうじて自然が織りなす折々の変化に出会える町である。

長野県の東の玄関口にあたり、東は軽井沢町に、西は小諸市に、南は佐久市に、北は群馬県嬭恋村の2市1町1村に接する。

交通は、北陸新幹線や上信越自動車道など、近年では首都圏とのアクセス環境も整っている。

御代田町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

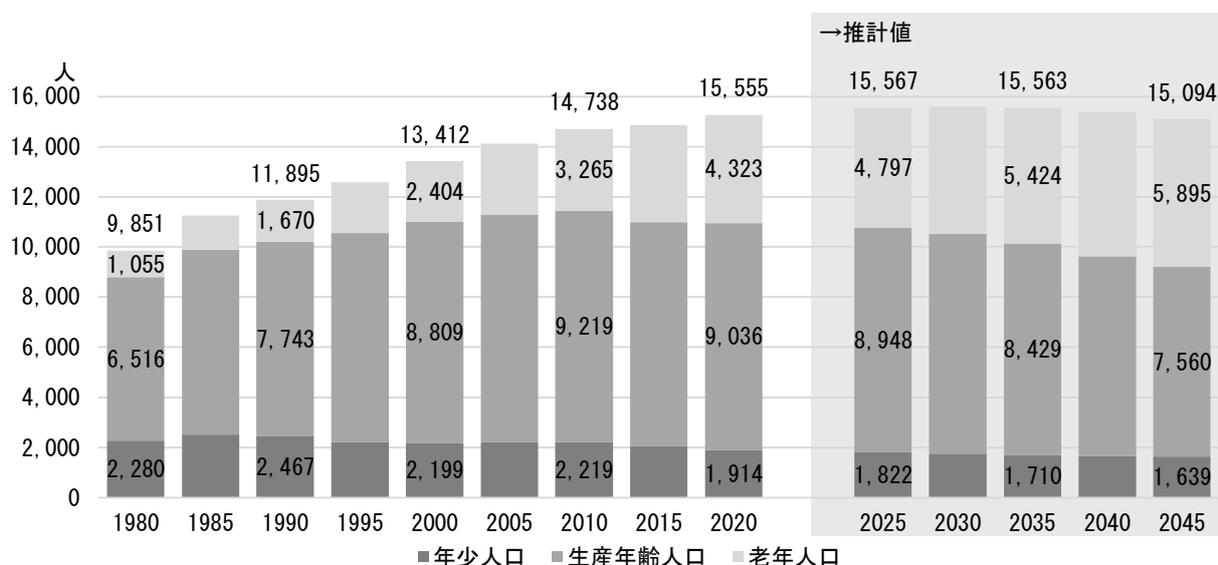


イ 人口

令和 4 年 9 月 1 日時点の当町の人口は 16,251 人である（住民基本台帳）。

国勢調査の結果を基に当町の人口推移をみると、人口は増加傾向にあり、今後も増加～横ばいで推移する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、年少人口と生産年齢人口は減少傾向、老年人口は増加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 27.8%から令和 27（2045）年には 39.1%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 58.1%から令和 27（2045）年には 50.1%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

当町は、夏は日照時間が長かつ冷涼であり、野菜を育てるのには最高の立地である。そのため、レタスをはじめ甘くて美味しい野菜が育っている。

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
高原野菜	豊かな自然環境のなかで育つレタスやキャベツ、白菜、ブロッコリーなどの高原野菜は甘くて美味である。特に「御代田町のレタスはおいしい」といわれ、国内でも良く知られた生産地の一つとなっている。
おかけうどん	当町の郷土食である。煮干しや干しシイタケでとっただし汁に、醤油で味をつけ、細めんのうどんを使い、油揚げ、ちくわ、昆布、ゴボウなどを煮た具をかけて食べる、昔ながらの味である。
漬物	食材の備蓄の目的、また人間にとって塩は生命を維持するために不可欠な物質であることもあり、古くから当町では特産品である高原野菜を原材料に利用した漬物製造が盛んである。

エ 産業

(a)業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

当町の平成 24 年の事業者数は 529 者、平成 28 年の事業者数は 549 者である。

小規模事業者数は平成 24 年が 417 者、平成 28 年が 432 者であり、4 年間で 3.6%増加している。現在も、人口増加や新型コロナウイルス感染症によるテレワークの増加などを背景に創業者が多く、事業者数も増加していると考えられる。

産業別にみると、宿泊・飲食業で 15 者（18.8%）と大きく増加していることが読み取れる。

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成24年									
事業所数	83	55	3	107	93	32	116	40	529
小規模事業所数	80	41	2	72	80	16	91	35	417
平成28年									
事業所数	74	55	3	116	111	36	117	37	549
小規模事業所数	70	41	1	78	95	20	96	31	432
増減(H28年-H24年)									
事業所数	△9	0	0	9	18	4	1	△3	20
増減割合	△10.8%	0.0%	0.0%	8.4%	19.4%	12.5%	0.9%	△7.5%	3.8%
小規模事業所数	△10	0	△1	6	15	4	5	△4	15
増減割合	△12.5%	0.0%	△50.0%	8.3%	18.8%	25.0%	5.5%	△11.4%	3.6%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(b) 業種別の現状

i_商業

幹線道路沿いに郊外型の大型店が出店しており、この大型店での購買が増加するにつれ既存店舗はより厳しい状況下におかれている。特に、佐久平駅周辺に商業の集積化が進んでいる。今後の商業振興を図るためには、商店の持つ個性を磨き、少子高齢化社会が抱える課題や地域の需要を的確に把握し、地元での購買意欲を促すための取組が必要である。

ii_工業

当地域では、工業誘致を積極的に進めており、特に佐久地域は有数の工業生産額と従業員を抱える工業立町として発展を続けている。また、当初の誘致政策による進出企業においては、長期にわたり当町の発展に寄与している。

オ その他、小規模事業者の経営環境に影響を与える出来事

(a) 移住者及び創業者の増加

賃貸住宅大手の大東建託株式会社が実施した調査「いい部屋ネット 街の住みこちランキング 2022」によれば、2021年調査、2022年調査の2年連続で当町の住み心地は県内1位と評価されている。

この影響もあり、現在も移住者（人口）が増加し続けている。また、人口増加に伴い、創業者も増えており、特に「御代田かりん通り」沿いでは飲食業やサービス業の新店開業が多く、新たに商業集積がみられる状況である。

順位	昨年順位	自治体名	偏差値	評点	生活利便性	交通利便性	行政サービス	静かさ治安	親しみやすさ	物価家賃	自然観光	防災	回答数
1位	1位	北佐久郡御代田町	67.8	68.5	4位	4位	6位	5位	6位	5位	9位	2位	89
2位	2位	松本市	65.7	67.7	2位	8位	4位	-	10位	-	6位	-	1,168
3位	5位	北安曇郡松川村	63.5	66.8	-	-	3位	1位	2位	3位	4位	4位	55
4位	3位	上高井郡小布施町	61.7	66.1	3位	5位	1位	2位	1位	9位	1位	1位	59
5位	-	北安曇郡白馬村	61.2	65.9	8位	-	-	10位	8位	-	7位	-	55
6位	4位	安曇野市	61.1	65.9	9位	-	-	12位	-	-	10位	15位	438
7位	7位	北佐久郡軽井沢町	59.9	65.4	1位	3位	12位	4位	3位	-	2位	3位	107
8位	8位	上田市	57.5	64.5	7位	9位	14位	-	11位	4位	14位	14位	655
9位	6位	上伊那郡南箕輪村	55.9	63.8	11位	15位	2位	9位	4位	1位	-	9位	94
10位	9位	長野市	55.7	63.7	6位	6位	11位	-	12位	-	-	-	1,819

出典：大東建託株式会社「いい部屋ネット 街の住みこちランキング 2022」

(b) ふるさと納税の返礼品需要の高まり

当町では、現在、ふるさと納税の金額が増加している。これは、御代田町が令和2（2020）年9月にスタートしたふるさと納税サイト「みよたんクエスト」の影響によるものも大きい。

「みよたんクエスト」は、ふるさと納税の金額でキャラクターが成長する育成ゲームである。「みよたん」は町観光協会公認の妖精で、開設日時点では、みよたんは生まれたばかりの「レベル0」（0歳）とな

っている。その後、レベル0のみよたんは、レベル1到達のために必要な寄付金20万円を集めると、「レベル1」(1歳)に成長する。このように、寄付金額の積み上げにより、みよたんが成長していき、3月末までに、レベル30(30歳)まで到達するとエンディングを迎えることとなる仕組みである。

現在、ふるさと納税金額が増加していることに伴い、返礼品の需要も増加しており、小規模事業者においても返礼品の開発が期待されている。

■ふるさと納税金額(御代田町)

年度	金額	年度	金額
平成26年度	520千円	平成30年度	43,929千円
平成27年度	24,120千円	令和元年度	109,001千円
平成28年度	63,465千円	令和2年度	233,131千円
平成29年度	64,285千円	令和3年度	487,715千円

出典：総務省「令和4年度ふるさと納税に関する現況調査について」

カ 第5次御代田町長期振興計画

「第5次御代田町長期振興計画(平成28年度～令和7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でみると、①「商業」では、商店の持つ個性を磨き、直面する少子・超高齢社会が抱える課題や地域の需要を的確に把握し、地元での購買意欲を促すこと、②「工業」では、既存企業に対する支援を行うこと、③「観光」では、個性的、魅力的で独創性のある観光資源を開発することなどが掲げられている。

■基本構想

超長期目標	2万人公園都市構想
目標	歴史と伝統を守り 真の自立を目指す 文化・高原公園都市 御代田

■基本計画

第4節 個性あふれ競争力ある産業振興のまちをつくります

- ①競争力ある農業の振興
- ②森林資源の保全と活用
- ③魅力ある商業の振興
- ④企業の育成と誘致の推進
- ⑤個性ある観光の振興

②課題

まず、人口をみると、当町の人口は増加傾向で推移しており、今後も増加～横ばいで推移することが見込まれている。人口増加の要因をみると、移住者の増加等があげられる。従来からの居住者と移住者では消費者ニーズが若干異なるため、商業事業者にとっては、その時々々の消費者ニーズにあった商品等を提供することで、このビジネスチャンスをしっかり獲得することが課題である。

年齢3区分別人口をみると、高齢化率が上がり、消費構造が変化していくことから、この変化への対応が課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、デジタル化などによる生産性の向上が課題である。

特産品では、当町は、夏は日照時間が長くかつ冷涼であり、高原野菜を育てるのに適した立地である。そのため、レタスやキャベツ、白菜、ブロッコリーといった美味しい野菜が育っている。また、この野菜を活用した漬物の製造業者もみられる。小規模事業者においても、これら特産品を活用した商品等の開発および観光客向けの販売が期待されている。また、ふるさと納税が増加していることから、魅力的な商品を開発することによる返礼品需要の獲得も課題である。

業種別の事業所数の推移をみると、人口増加や新型コロナウイルス感染症によるテレワークの増加などを背景に小規模事業者数は平成24年が417者、平成28年が432者と、4年間で3.6%増加している。対企業取引を行う事業者にとってもビジネスチャンスが広がっており、このチャンスを活かすような取組が課題である。一方、事業所数の増加は、考え方を換えれば競争の激化ともいえる。事業者においても、他

社との差別化など、強みを活かした経営が課題となる。

業種別の課題をみると、商業では商店の持つ個性を磨き、少子高齢化社会が抱える課題や地域の需要を的確に把握し、地元での購買意欲を促すための取組が課題である。また、工業では地域の工業集積が進む中で新たな取引先の獲得や、独自技術を伸ばすことなどが課題といえる。

(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

これまで記述してきたとおり、当町の現状をみると、人口が増加傾向で推移するなど、町内の小規模事業者は比較的安定した経営環境のなかで事業を展開してきたといえる。一方、人口が増加しているからこそ、大型店の進出や新規創業などがみられ、既存事業者にとっては、競争が拡大している状況である。

当会としては、経営環境が安定している今だからこそ、既存事業者は新たな取組を実施するべきであると考え。具体的には、小規模事業者が自発的に取り組める強みを前面に打ち出した独自のサービスやメニューおよび技術などを提供するオリジナルのサービスを提供できる体制を整備することや、DX（デジタルトランスフォーメーション）を活用して地域に縛られず商圏を拡大し、安定的な経営を行うことなどがあげられる。そこで、10年後の小規模事業者がこれらを実現している姿のあるべき姿と定める。

当会としても、各関係機関とのネットワークを活かし、小規模事業者に対する新たな伴走型支援体制を構築し、町内の小規模事業者の経営基盤強化と持続的発展のための良好な環境を整え、「御代田ブランド」を確立し、伴走型支援として小規模事業者の新たな需要の開拓を推進していく。そのために、各種調査を基にした経済動向と経営分析による経営課題を把握し、課題解決のための事業計画策定および実施を支援し、事業者の自発的なPDCAサイクルを機能させていき、市場動向や消費者ニーズの把握により顧客ニーズに合った新商品・サービスの開発やITや情報活用を取り入れた販路拡大、収益力向上等による経営基盤の強化と安定化を支援する。

② 第5次御代田町長期振興計画との連動性・整合性

「第5次御代田町長期振興計画」の商工・観光部分では、「個性あふれ競争力ある産業振興のまちをつくります」をテーマとして、商業では、商店の持つ個性を磨き、直面する少子・超高齢社会が抱える課題や地域の需要を的確に把握し、地元での購買意欲を促すこと。工業では、既存企業に対しての支援を行うこと。観光では、個性的、魅力的で独創性のある観光資源を開発することなどを掲げている。

前項で記述した小規模事業者のあるべき姿「小規模事業者が自発的に取り組める強みを前面に打ち出した独自のサービスやメニューおよび技術などを提供するオリジナルのサービスを提供できる体制を整備することや、DX（デジタルトランスフォーメーション）を活用して地域に縛られず商圏を拡大し、安定的な経営を行うことを実現すること」は、当然に町が掲げる「個性あふれ競争力ある産業振興」に資する目標であり連動性・整合性がある。

③ 商工会としての役割

当会は、昭和37年に創立以来、管内商工業者、特に小規模事業者に対する経営改善普及事業として金融、税務、労務等の経営の根本的な事項に関する各種支援を行ってきた。

具体的には、金融においては、事業の継続・発展につながる設備・運転資金について、地元金融機関や日本政策金融公庫小諸支店と連携し、事業所の経営状況を鑑みながら円滑な資金調達などの支援を行っている。また、税務においては、商工会の記帳システム「ネットで記帳」や全国青色申告会推奨の記帳ソフト「ブルーリターンA」などを利用し、記帳から決算書作成、所得税・消費税等確定申告支援を実施。労務においては、労働保険事務組合の認可を受け、煩雑で専門的知識を有する労働保険に関する事務処理を受託し、労働保険の徴収・納付・雇用保険にかかる取得・喪失手続きなどを行ってきた。しかしながら、その支援の殆どが事業所から求められた案件のみの対応に終始した単発的な支援であったともいえる。

今後は、求められるニーズが多岐多様化するなかで、小規模事業者個々の技術力やサービス等の「強み」を見出し、その強みを活かした付加価値の高い新商品開発やそれに伴う販路開拓、サービスの販路拡大といった事業所の自立的かつ持続的な発展に向けた支援展開を、小規模事業者に寄り添った形、「伴走型支援」として持続的に行う必要がある。

創業予定者については、創業者の掘り起こしから創業計画書の作成、開業に至るまでの各種支援だけに留まらず、開業後も経営の持続化、安定化を図るための「伴走型支援」が求められている。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はもとより、近隣にある商工会、商工会議所、地域金融機関、よろず支援拠点などの公的支援機関、中小企業診断士等の専門家らとの連携を一層深め、小規模事業者への伴走型支援体制の構築を支援機関の中核としていく事が求められている。

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）

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

(3)経営発達支援事業の目標

これまで記述した(1)、(2)を踏まえ、本計画の目標を以下のとおり定める。

【目標①】

小規模事業者の自主的な事業計画策定および実施によるPDCAサイクルの機能を支援することにより、地域の産業振興を図る

【目標②】

小規模事業者の「強み」を前面に打ち出した独自のサービスやメニューおよび技術などの提供や、DXを活用した商圈拡大を支援することにより、地域の競争力強化を図る

【目標③】

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】

本計画では、小規模事業者の自主的な計画経営（事業計画策定および実施によるPDCAサイクルの機能）の実施を目指すため、実現に向けて、まずは当会が計画経営を実現するための支援を行い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、今後の方向性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】

小規模事業者の「強み」を前面に打ち出した独自のサービスやメニューおよび技術の提供のためには、まずは消費者のニーズを把握する必要がある。そこで、商工祭での商品調査を通じて、個社の商品の需要動向を調査し、結果を基に商品のブラッシュアップに繋げる。また、「諏訪圏工業メッセ」や「みよた商工フェスティバル」等の展示会・商談会の出展支援を行うなど、販路開拓を実施する。

DXを活用した商圈拡大に対しては、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DX推進セミナーを開催する。また、SNS勉強会を通じて、SNSを活用した販売促進の個社支援を実施する。

【目標③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】

小規模事業者が適切な経営判断を行うためには、まずは外部環境の変化を正確に捉える必要がある。当会ではこれまでも、町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、小規模事業者にそのデータが届いていないという現状がある。

【課題】

収集したデータの分析・公表が十分でなかったため、今後は地域経済分析システム（RESAS）により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の公表回数	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にも町内の状況（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）の内容のなかで、地域の小規模事業者にも活用してもらいたい項目を分析し、レポートにまとめたうえで公表する。
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	経営指導員が外部専門家と連携し、RESASの情報を網羅的にみて、事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者が見やすいレポートにまとめる。
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、広く管内事業者にも周知。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】

小規模事業者が「強み」を前面に打ち出した独自のサービスやメニューおよび技術を開発した際、その商品等が消費者のニーズを満たしているか判断するために需要動向調査が有効である。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、独自にこのような調査を実施できない。また、当会でも十分な支援が実施できていなかった。

【課題】

小規模事業者の商品等の調査を支援する必要がある。また、調査結果を基にした商品のブラッシュアップ支援を伴走型で行うことが課題である。

(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
商工祭での商品調査 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	商工祭での商品調査
目的	当町では現在、移住者が増加するなど若年層が増加しており、既存の事業者においても新たな顧客層向けの品揃えを行うことで新規顧客の獲得が可能である。また、ふるさと納税の返礼品需要などが増加しており、特産品を活用した商品に対する需要が高まっている。加えて、「御代田町 TAKEOUT※1」において新たにテイクアウトメニューを始めた事業者も多い。このように、小規模事業者においても新たに商品開発が行われることも増えているため、商品開発を成功させることを目的に、当会では、商品調査を支援する。また、調査結果を基に商品等のブラッシュアップに繋げる。
対象	小規模事業者の商品（飲食店のメニュー含む）、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。

調査の手段・手法	本調査は、小規模事業者が「既存顧客と異なる新たな顧客の声を聞くこと」を目指して実施する。そこで、「商工祭 ^{※2} 」を活用して試食・アンケート調査を実施する。実施にあたっては、事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。アンケート調査は、当会職員と事業者が協力して実施し、1商品あたり30名以上からアンケート票を回収する。
調査を行う項目	<input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（御代田らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等
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、居住地別（地元客・観光客の別）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。

※1 御代田町 TAKEOUT

御代田町が実施する町内飲食店への支援事業である。テイクアウト・デリバリー（以下「テイクアウト等」という。）が利用できる登録店舗の情報を多くの方にお知らせできるよう特設WEBサイトを開設し、店舗情報の掲載を行っている。



※2 商工祭

『8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』にて詳細説明。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が自主的な計画経営（事業計画策定および実施によるPDCAサイクルの機能）を行うためには、第1ステップとして、事業者自身が経営課題を認識する必要がある。当会ではこれまでも小規模事業者の経営分析を支援してきたが、事業計画策定支援や金融支援の際の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

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	10者	15者	15者	15者	15者	15者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者自身が自社の経営状況や経営課題を認識することを目的に、経営分析を支援し、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	チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。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。

<p>分析の手段・手法・項目</p>	<p>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、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、クラウド型支援サービス（BIZ ミル等）、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。</p> <p>■経営分析を実施する項目</p> <p>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</p> <p>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）</p> <p>機会・脅威（商圏内の人口、競合、業界動向 など）</p> <p>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）</p> <p>※非財務分析は対話と傾聴を通じて分析する</p>
<p>分析結果の活用方法</p>	<p>・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。</p> <p>・分析結果は、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）上に集約し、経営指導員・補助員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。</p>

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会では、これまでも事業計画の策定を支援してきたが、課題解決型の支援が多く、小規模事業者の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、経営分析件数の約5割の事業計画の策定を目標とする。また、創業計画についてもこれまで同様、支援を実施する。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、DXに向けたセミナーや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
①事業計画策定事業者数	4者	7者	7者	7者	7者	7者
DX推進セミナーの開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
②創業計画策定事業者数	3者	6者	6者	6者	6者	6者

(4) 事業内容

① 事業計画策定支援

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、DX推進セミナーの開催や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 ・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。												
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DX推進セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。 ■DX推進セミナー <table border="1"><tr><td>対象事業者</td><td>すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に案内を行う</td></tr><tr><td>募集方法</td><td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td></tr><tr><td>回数</td><td>年1回</td></tr><tr><td>講師</td><td>セミナー講師派遣会社より適切な専門家を招聘</td></tr><tr><td>カリキュラム</td><td>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</td></tr><tr><td>想定参加者数</td><td>10人/回</td></tr></table>	対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に案内を行う	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知	回数	年1回	講師	セミナー講師派遣会社より適切な専門家を招聘	カリキュラム	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	想定参加者数	10人/回
対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に案内を行う												
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知												
回数	年1回												
講師	セミナー講師派遣会社より適切な専門家を招聘												
カリキュラム	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												
想定参加者数	10人/回												

② 創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援
目的	当町では、移住者の増加を背景に、創業希望者が増加している。そこで、創業者のビジネスが成功するよう、創業計画の策定を支援する。
支援対象	創業者・創業希望者
対象事業者の掘り起こし	産業競争力強化法に基づき御代田町が認定を受けた「創業支援等事業計画」により実施される窓口相談、国等の補助金、窓口相談を導入部に、支援対象者を掘り起こす。
支援の手段・手法	創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員・専門家が一緒になってブラッシュアップを行う方法で実施する。

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。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合が4割、経常利益増加割合が3割（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目標とする。

また、創業計画のフォローアップではすべての創業者の事業が軌道に乗り、事業継続が実現するよう、伴走型支援を実施する。

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、事業者と従業員と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

① 事業計画のフォローアップ

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	4者	7者	7者	7者	7者	7者
頻度 (延回数)	四半期毎 (16回)	四半期毎 (28回)	四半期毎 (28回)	四半期毎 (28回)	四半期毎 (28回)	四半期毎 (28回)
売上増加事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
経常利益増加事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

② 創業計画のフォローアップ

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	3者	6者	6者	6者	6者	6者
頻度 (延回数)	四半期毎 (12回)	四半期毎 (24回)	四半期毎 (24回)	四半期毎 (24回)	四半期毎 (24回)	四半期毎 (24回)

(4) 事業内容

事業名	事業計画・創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	事業計画及び創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、商圈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は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 勉強会による販売促進支援を実施する。

(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	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②SNS 勉強会による販路開拓支援事業者数	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 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	<p>年度によって、支援テーマを定め、以下のいずれかの展示会・商談会の出展支援を行う。</p> <p>ア 諏訪圏工業メッセ 支援対象：製造業 訴求相手：主に諏訪圏の取引先</p> <p>長野県諏訪市で開催される、「長野・諏訪から「ものづくり」の情報発信」「魅力ある SUWA ブランドの創造」を具現化することを目標とした工業専門展示商談会である。地方では国内最大級の工業専門展示会となっている。令和 4 年 10 月の開催では、出展企業数 419 社・団体、来場者数 25,000 名を目標としている（令和 2 年、令和 3 年ウェブ展示会のみ実施）。</p> <p>イ みよた商工フェスティバル 支援対象：主に町内の事業者（全業種） 訴求相手：主に佐久圏域の小規模事業者</p> <p>当町事業者の紹介展示ブースにより、地域の事業者間の交流・商談や、地域住民に対して地域企業の PR をするイベントである。毎年 11 月に開催され、出展企業は 50 社・来場者数は約 4,000 名となっている。</p>
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。

②SNS 勉強会による販売促進支援 (BtoC)							
事業名	SNS 勉強会による販売促進支援						
目的	当町はリゾート地として有名な「軽井沢町」、観光地として有名な「小諸市」、県内有数の都市機能を持つ「佐久市」に囲まれた立地に位置しており、通過型の観光客もみられる。また、近年は若年層の移住者も増加している。観光客や移住者といった新たな顧客を獲得するためには、Instagram、Facebook、Twitter、TikTok、YouTube 等の SNS を活用した販売促進が有効であるため、当会においても、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する。						
支援対象	対消費者取引（BtoC）を行う事業者						
訴求相手	観光客・地元住民等の消費者が中心						
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。また、近年は SNS 上で販売を行うソーシャルコマース市場が拡大しているため、近隣消費者（観光客含む）に対する販売促進だけでなく、ソーシャルコマースによる全国の消費者への販売も支援する。						
支援の手段・手法	<p>◇支援対象者の掘り起こし チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、経営分析支援、事業計画策定支援、巡回訪問・窓口相談などの際に、支援対象者を募集する。また、『6. 事業計画策定支援に関すること』にて実施する DX 推進セミナーの際に、掘り起こしを図る。</p> <p>◇支援の手段・手法 「SNS による売上アップ勉強会」を立ち上げる。当勉強会では、事業者が相互に講師となり、それぞれの経験から得た知見（新ツールの使い方、プロモーションの手法等）や、アクセス数、販売数などを共有しながら、それぞれの課題を相互に解決していく。また、必要に応じて専門講師を招聘し、勉強会内で専門的・先進的な取組を紹介する。勉強会のなかで参加者が切磋琢磨をしながら売上拡大を図る。</p> <p>■SNS による売上アップ勉強会</p> <table border="1"> <tr> <td>募集方法</td> <td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 6 回（そのほかは SNS 上で情報交換）</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>定員 5 人/年</td> </tr> </table> <p>また、独自に SNS の開設などが難しい事業者に対しては、経営指導員が SNS の立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR 方法等を個別に支援する。また、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。また、ソーシャルコマース支援、動画制作（YouTube などの動画版 SNS）支援なども実施する。</p>	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知	回数	年 6 回（そのほかは SNS 上で情報交換）	想定参加者数	定員 5 人/年
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知						
回数	年 6 回（そのほかは SNS 上で情報交換）						
想定参加者数	定員 5 人/年						
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「経営発達支援計画実施状況報告会」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	<p>以下の取組により、経営発達支援事業のPDCA を回す。</p> <p>【PLAN】（事業の計画・見直し）</p> <p>(a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</p> <p>(b) 上記目標を個人（経営指導員・補助員）に落とし込み、個々の成果目標を設定する。</p> <p>【DO】（事業の実行）</p> <p>(c) 経営指導員・補助員は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。</p> <p>(d) 経営指導員・補助員は、実施した内容をクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に適時入力する。</p> <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>(e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）により進捗状況を確認する。</p> <p>(f) 年1回の「経営発達支援計画実施状況報告会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。</p> <p>※「経営発達支援計画実施状況報告会」の実施の流れ</p> <p>i 御代田町産業経済課長、法定経営指導員、外部有識者（八十二銀行御代田支店長、上田信用金庫御代田支店長等）をメンバーとする「経営発達支援計画実施状況報告会」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。</p> <p>ii 当該「経営発達支援計画実施状況報告会」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/miyota-town）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。</p> <p>【ACTION】（事業の見直し）</p> <p>(g) 「経営発達支援計画実施状況報告会」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。</p>

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】

現状、経営発達支援事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となり実行している。

【課題】

本計画の成果をあげるためには、経営支援員等も含めた組織全体の支援力向上が必要である。このために、補助員も含めた資質向上、OJT 等を実施することが課題である。

(2) 事業内容

① 経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	経営指導員、補助員 ※当会には一般職員はいない
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	<p>経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。</p> <p>〔小規模支援法改正により新たに求められる能力〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>〔近年の支援環境の変化に対して求められる能力〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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	<p>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。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、補助員も含めて積極的に参加する。</p> <p>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といった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佐久グループ※」での外部講師を招聘した研修会、独自に外部講師を招聘した会内研修を開催する。</p> <p>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。</p> <p><DX に向けた IT・デジタル化の取組></p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>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 独自に外部講師を招聘し、「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」のようなテーマで会内勉強会を開催する。</p>

※経営支援センター北佐久グループ

北佐久エリアの 5 つの商工会（軽井沢町商工会、立科町商工会、佐久市望月商工会、浅科商工会）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	<p>ア OJT 制度 当会経営指導員・補助員と、経営支援センター北佐久グループに所属する他商工会のベテラン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、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。</p> <p>イ 経営支援センター北佐久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佐久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等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。</p> <p>ウ データベース化 担当経営指導員等がクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。</p>

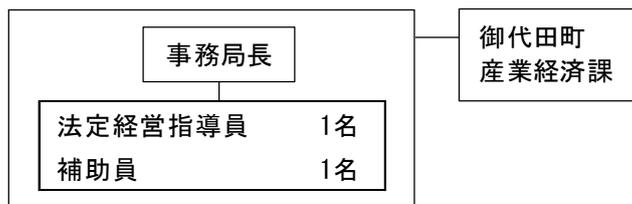
(別表2)

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6年4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)



(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：三浦 和美

連絡先：御代田町商工会 TEL. 0267-32-5435

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・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・見直しをする際の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

〒389-0206

長野県北佐久郡御代田町大字御代田 2422-29

御代田町商工会

TEL：0267-32-5435 / FAX：0267-32-7043

E-mail：info@miyota.or.jp

②関係市町村

〒389-0292

長野県北佐久郡御代田町大字馬瀬口 1794-6

御代田町 産業経済課

TEL：0267-32-3113 / FAX：0267-32-3929

E-mail：shokan@town.miyota.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	420	420	420	420	420
2. 地域の経済動向調査	50	50	50	50	50
3. 経営状況の分析	50	50	50	50	50
4. 事業計画策定支援	80	80	80	80	80
5. 事業計画策定後支援	80	80	80	80	80
6. 需要動向調査	80	80	80	80	80
7. 新たな需要の開拓	80	80	80	80	80

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費・国補助金・県補助金・町補助金・事業受託費・受益者負担金・伴走型補助金等で充当

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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