

実施者名 (法人番号)	麻績村商工会（法人番号 7100005006455） 麻績村（地方公共団体コード 20446-3）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	(1)持続的発展のための事業計画策定・フォローアップ支援 (2)特産品や地域資源を活用した商品の開発及び販路拡大支援と人材確保支援 (3)IT・DX利活用支援 (4)対話と傾聴による持続的発展のための支援
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>①地域経済分析システム「RESAS」の活用と提供 ②（国内）全国の景気動向分析</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①特産品を活用した商品（食品、草木染などの工芸品）・サービスの調査事業</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①小規模事業者が理解しやすい経営分析事業</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①事業計画策定支援 ②IT・DX推進のための専門家派遣</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①事業計画策定後のフォローアップ</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①展示会出展支援事業 ②IT個別相談後の実行支援事業 ③産業フェア出展支援事業</p>
連絡先	麻績村商工会 〒399-7701 長野県東筑摩郡麻績村麻 3835-7 TEL：0263-67-2146 FAX:0263-67-4581 E-mail:info@omisho.jp 麻績村役場 振興課 〒399-7701 長野県東筑摩郡麻績村麻 3837 TEL：0263-67-3001 FAX:0263-67-3094 E-mail:omisinko@vill.omi.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

【現状】

ア. 村の概要:

麻績村(おみむら)は、長野県のほぼ中央に位置する中山間地域であり、東筑摩郡(ひがしちくまぐん)の北端にある高原の村である。長野市と松本市の間にあり、両市へは車でも電車でも 30～40 分で行けるため、通勤・通学にも便利な地域である。

隣村の筑北村(ちくほくむら)と併せて「筑北地域」と呼ばれており、長野市、安曇野市、松本市など地域外とのアクセスには、峠を越えていく必要がある。

古くから善光寺街道(北国街道の一部)の宿場町「麻績宿(おみじゅく)」として、西日本から長野市にある善光寺へ参拝する通り道であり、大変な賑わいを見せていた。麻績村の名前の由来は、飛鳥時代より高麗から帰化した人々が麻を紡ぐ技術を伝えたことが由来で、歴史ある街道と里山の原風景を残す美しい村である。村面積の多くは山林原野で、聖湖(ひじりこ)を中心とした一帯は観光・レジャーや別荘地となって、自然保護を考えた整備が行われている。

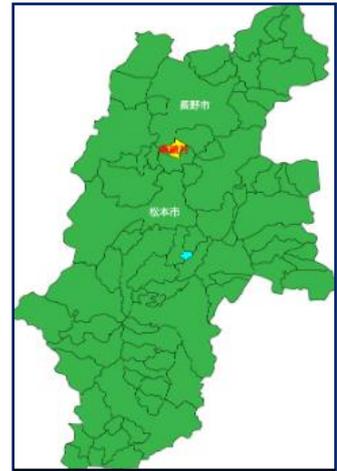


図 1-1: 麻績村の位置図

イ. 観光・観光施設:

・冠着山(かむりきやま)(俗称; 姥捨山(おぼすてやま))

長野県千曲市と東筑摩郡筑北村にまたがる標高 1,252m の山で月見の名所として知られ、当村から観月することができる。松尾芭蕉の更科紀行に書き残されているのを見ても、往時の善行寺街道の人氣がうかがい知れる。宿場の歴史と文化は今も大切に守られている。



図 1-2: 姥捨(おぼすて)の月
中央右下が冠着山

・シェーンガルテンおみ

麻績村の南側、北アルプスを望む丘に広がる約 6 ヘクタールのカントリーガーデンで、「シェーンガルテンおみ」の名称で親しまれる。ドイツ語で「美しい庭」という意味を持ち、7 種類のコンセプトで作られたエリアで構成される。約 500 種類の樹木と花を楽しむことができ、中心には宿泊施設と入浴施設、地元素材を使った飲食店がある。



図 1-3: シェーンガルテンおみ

・聖高原(ひじりこうげん)

おわん型の三峯山(みつみねやま)に広がる高原で、標高は1,000m、西側に聖湖がある。山頂の展望台から信州の名峰である北信五岳、北アルプスや浅間山が一望できる。

周辺には別荘や宿泊施設が点在し、夏にはキャンプ、冬には隣接するスキー場があり、一年を通してレジャーを楽しむことができる。



図 1-4: 聖湖(ひじりこ)

ウ. 人口:

・麻績村の人口(令和6年 11 月 1 日現在)

【男】1,187 人【女】1,235 人【合計】2,422 人【世帯数】1,045 世帯

昭和 40 年(合計 4,703 人)と比較すると 51.5%減少した。村の積極的な施策により令和2年度には一時増加したものの、世帯数も昭和 40 年(1,089 世帯)に対し核家族化、一人暮らしの高齢者が増え、現在では 4%減に転じている。

麻績村では平成 27 年 10 月に「麻績村人口ビジョン」を策定し子育て世代の移住に力を入れ、若者定住促進住宅事業により 43 棟の住宅が建設された。これにより少子高齢化の進展に的確に対応し、世帯数増加に良い影響を与えている。

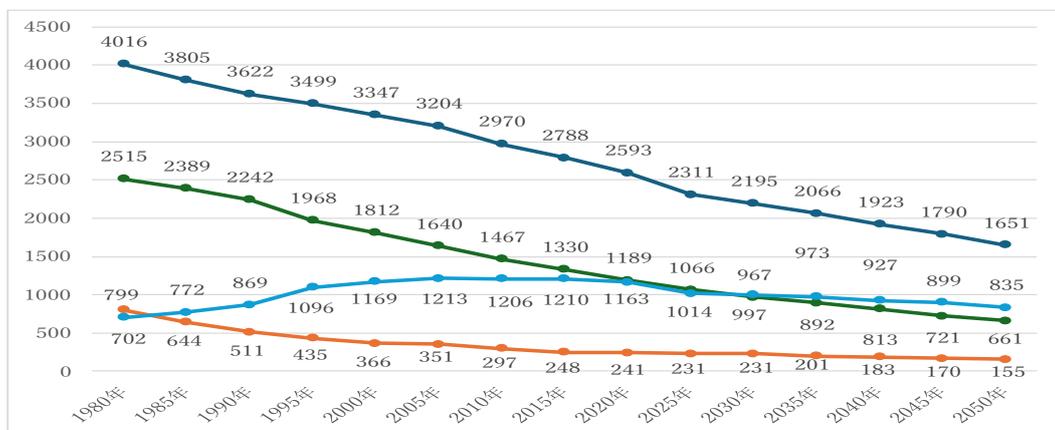
このように、麻績村は人口減少や少子高齢化といった日本社会が抱える構造的な問題にいち早く対応し、自然減の抑制と社会増の増進を課題としてまちづくりを積極的に行っている。人口減少が続くなかで、人口動態をみると平成 23 年度から始まった若者定住促進住宅施策によって、平成 25・27・28・令和元・2 年には社会増という結果もでている。引き続き移住定住施策を進め、人口減少を抑止することが重要である。



図 1-5: 若者定住促進住宅の様子

《麻績村人口推移》

● 総人口 ● 生産年齢人口 ● 老年人口 ● 年少人口



← 実績値 推計値 →

エ. 交通:

周辺市町村からは峠越えとなるため一般道路ではアクセスしづらいが、長野自動車道「麻績 IC」があり、長野市街地、松本市街地まで 40 分で移動できるため交通の利便性は良い。

鉄道は村の中心にあるJR 篠ノ井線「聖高原」駅から松本駅まで 30 分、長野駅まで 46 分の距離にあり通勤圏内となる。村中心地から国道 403 号線が南北に走り、駅を中心として公共施設が集約したコンパクトな村で、雄大な自然に囲まれながら暮らしたい居住者にとって便利な村となっている。



図 1-6: JR 篠ノ井線「聖高原」駅



図 1-7: アクセス

【JR】

東京から: 中央東線特急あずさ利用で、松本まで約 2 時間 30 分。

名古屋から: 中央西線特急しなの利用で、松本まで約 2 時間 5 分。

松本から: 篠ノ井線利用(長野方面へ)で聖高原まで約 30 分。

【電車(新幹線利用)】

東京から: 北陸新幹線利用(長野乗換 篠ノ井線)で聖高原駅まで 2 時間 15 分。

【車】

東京、名古屋方面どちらからでも、長野自動車道麻績 IC 下車。聖高原へ約 10 分。

オ. 特産品:

- ・伝統技術を守り続けている「はぜかけ米」は、太陽の光と自然の風を利用して、2 週間かけてゆっくりと乾燥させることで、米本来の風味を引き出す。「筑北ブランド米」として有名寿司チェーン店とも取引がされている。(図 1-8)
- ・りんご栽培も盛んで、標高 620m~750m の最適な環境で育てられ、色づきが良く果肉の締まった濃厚な味わいが特徴。「ふじ」や「シナノスイート」、「シナノゴールド」、「秋映(あきばえ)」といった品種が人気でふるさと納税にも利用されている。(図 1-9)
- ・「麻績のおやき」は、地元の食材を使い、安心・安全な手作りの味を提供している。ふるさと納税でも人気の高い信州の伝統食品である。(図 1-10)



図 1-8: はぜかけによる米栽培



図 1-9: 麻績村りんご栽培



図 1-10: 麻績のおやき

カ. 産業構造:

(a) 業種別の商工業者数:

- 業種ではサービス、建設業が多いのが特徴で、製造業、卸業が少ない。

令和元年と比べて商工業者数は7社(4.9%)増加しており、特にサービス業と飲食業者が増加しているが、製造業、小売業、建設業が減少している。

減少の要因として、経営者の高齢化による後継者不足で今後この傾向が益々強くなることが予測される【図 1-11:麻績村商工業者数】。

- 商工業者数が増加している要因は移住者による新規創業で飲食業の創業が多く、古民家を活用したカフェの創業者も多い。

また、米、りんごが盛んな地域で、農業にあこがれて移住する若年層も増えている。

- 地域特産品を活かした商品開発等を行う小規模事業者も増えている。

「令和元年度～令和5年度 商工業者数の推移」

年 度	商工業者数	建設業	製造業	卸業	小売業	飲食・宿 泊業	サービス	その他
令和元年度	↑ 142	26	8	1	16	13	21	57
令和2年度	140	26	6	1	10	15	19	63
令和3年度	136	26	6	1	10	11	19	63
令和4年度	149	25	6	2	15	17	30	54
令和5年度	↓ 149	25	6	2	15	17	30	54
5年度対元年度増減率	4.9%	-3.8%	-25.0%	100.0%	-6.3%	30.8%	42.9%	-5.3%
令和5年度 業種別割合		16.8%	4.0%	1.3%	10.1%	11.4%	20.1%	36.2%

図 1-11:商工業者数の推移

(b) 業種別の課題:

【Ⅰ. 農業の課題】

恵まれた自然環境と肥沃な大地を活かし、麻績村は農業の生産基盤整備を進め農業振興を図ってきた。主な農産物は水稲とりんごである。水稲は、昔からの伝統技術である「はぜかけ」が盛んにおこなわれている。太陽の光と自然風により2週間かけてゆっくり乾燥させるため、コメの甘みが増し、「はぜかけ米」という名で有名寿司チェーン店とも取引がされ、「筑北米ブランド」として高い評価を受けている。

りんごは南面傾斜で長い日照時間と昼夜の寒暖差が大きいいため、りんご栽培に最適地となる。糖度が高く実の締まったりんごが生産され特産品となった。移住者の中には農業生産に興味があり移住される若い方もいる。しかし、麻績村に限らず日本全国の課題である高齢化、後継者不足により村の活力が失われつつあると同時に荒廃地の増加が懸念されている。

【Ⅱ. 商業・サービス業の課題】

平成5年に高速道路が開通し、交通の利便性が増した。その一方で継者不足、高齢化、コロナウイルス感染症の影響により廃業が相次ぎ店舗数が激減している。

コンビニエンスストアとスーパーがあるものの、週末になれば、周辺市町村の郊外型ショッピングセンターへ買い物に出かける住民が多く、村外へ流出している。

飲食業は、令和3年に創業が相次いだことから、事業者数は増加したものの、原材料の高騰などの影響で廃業したり、各々の事情により、定期的に開店することが困難な状況となっている店もある。

宿泊業は、事業者数はここ5年前と変わらないものの、日帰り観光客の比率が高く宿泊利用者が減少している。また、コロナ禍での影響でキャンプ需要が高まり、旅行スタイルも変化した。

生活関連サービス業は、高齢化が進んではいるものの、事業者数はここ5年前と同様であるが、各個社の売上は減少傾向にある。

【Ⅲ. 工業の課題】

産業構造としてサービス業に次いで多い建設業は、主に総合工事業が最も多く先代から受け継いでいる事業者が多い。地元密着の土木、建築業者として麻績村住民の生活と深く関わっている一方で、公共事業の割合が高く、主に長野県や麻績村の工事を受注している。

製造業は、コネクタ部品製造 1 社と高所作業車製造 1 社が主力を担っている。

建設業はここ 5 年間横ばいで推移している一方、製造業の事業者数は経営者の高齢化による後継者不足が要因で若干減少傾向にある。

【Ⅳ. 観光業の課題】

当村の観光業は、昭和 30 年代後半から標高 1,000m にある「聖高原(ひじりこうげん)」を中心として、観光事業を推進してきたが、時代の変化により減少傾向にある。

聖高原の延べ利用者数は、平成 15 年に 14 万 6 千人ほどであったが、平成 28 年には 6 万 3 千人へ半減したものの、コロナ禍以降、令和 4 年度には 6 万 7 千人と微増となった。

また、歴史的な建造物や伝統的な文化、豊かな自然が残っており数多くの地域資源がある。

村の総合計画の目標は令和 9 年には観光人口を 70, 000 人まで伸ばすことを目標としている。また聖高原の別荘地は、令和 6 年 3 月 31 日現在、10 地区、分譲数 586、うち建築数 357 となり、更新時に所有者の世代交代もありやや減少している。減少の要因は、現在の観光ニーズに合致しなくなりつつあること、旅行の多様化によるものと思われるが、今後詳細な分析が必要であり、コロナ禍を堺に観光トレンドが変化し、アフターコロナを見据えた受け入れ環境の整備が必要である。

一方で全国的にキャンプの需要が増加し、麻績村も令和 6 年 8 月 3 日に「聖高原オートキャンプ場(図 1-12)」がオープンするなど、時代ニーズに合わせた取り組みがされている。



図 1-12: 聖高原オートキャンプ場

キ. 課題:

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

■人口減少:

まず人口をみると当村の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。村の人口減少を抑制するためにも、商工業の活性化による就業の場の確保が重要となる。

商工業者は、村が進める観光施策や交流人口増加施策を考慮に入れながら、事業の再構築を検討する必要がある。

■DXの推進:

第 7 次麻績村振興計画では「自治体 DX への対応」の推進を計画しており、自治体が積極的に導入することで、今後多方面での IT 化が加速することが予測される。

高齢化率が上がり消費構造が変化していくことや、生産年齢人口の減少による働き手不足が予測され、雇用の確保はもとより、デジタル化等による生産性向上への取り組みが必要となる。

■後継者不足:

第 7 次麻績村振興計画では課題として「地域活性化のためにも商工会と連携し、新たな支援や環境づくりが求められています。」とあり、対応策として「商工会と連携して若い後継者の育成支援、聖高原駅前整備と併せた空き店舗の活用策を検討し、新規事業者の起業を促し商工業の活性化を図ります。」と計画されている。

その中で、既存の事業者が高齢化により廃業をする事業者が増加する中で、空き店舗を活用する創業相談も増えている。

■創業者への対応

令和5年度に、行政と商工会他地域全体で継続的な経営支援ができるよう産業競争力強化法に基づき創業支援スキームを策定したが、具体的な支援まで行っていない。

また、麻績村は多様な働き方の流れに乗り「麻績村ゆりの木公園テレワークセンター」を開設し、公民館と併設することで地域間交流を行える拠点を整備するなど、窓口は整いつつあるが、オフィスを構えてからの継続的支援まで企画できていないことも課題である。

■事業計画策定の意識:

さらに、地域産業のうち商業は大型ショッピングセンターの台頭に抗える術はなく、高齢化とも相まって空き店舗となってしまう場合が多い。価格・サービス・物流面において、小規模事業者が「今後、地域に根差した商売とは何か?」という問いについて、商業だけでなく工業、観光業も交えて個社として事業計画を練られていないことがもっとも大きな課題である。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

第7次麻績村振興計画では課題として「地域活性化のためにも商工会と連携し、新たな支援や環境づくりが求められています。」とあり、対応策として「商工会と連携して若い後継者の育成支援、聖高原駅前整備と併せた空き店舗の活用策を検討し、新規事業者の起業を促し商工業の活性化を図ります。」と計画されている。

村の7次麻績村振興計画を踏まえ、今後も進むであろう人口減少及び少子高齢化など経営環境の変化に対応するためには、個々の小規模事業者の経営力強化が最大の目標となる。また、地域住民だけを対象とした商売のやり方では事業者の持続的な発展は容易でないことから、今後進展が期待できる観光業や特産品の地域外販売、起業の推進と新事業の創出を目指すとともに、雇用の担い手確保のため、以下を実施する。

ア 小規模事業者が自社の経営分析や課題解決を自ら行えるよう支援、経営力の強化を図る。

イ 地域特産品を活かした商品の開発と販路拡大による売上増加を目指す。

ウ 高齢化が進んでいる経営者に対する事業承継、後継者の育成

エ Iターン・Uターンによる創業を支援

オ 特産品の地域外への販路開拓支援及び担い手確保の支援

カ ITの利活用を進めるとともに、DXの取り組みの推進と支援を行う。

これらを実現するためには、ターゲットの見直しや他社、他地域との明確な差別化の他、地域・観光資源を有効活用した商品サービスの提供、IT利活用などによる情報発信、販売促進などが有効な取り組みであるため、当会としても重点的に支援を強化する。

② 第7次麻績村振興計画との連動性・整合性

麻績村第7次麻績村振興計画(令和5年度～14年度)では、その基本構想で「長期的な社会情勢の変化などを見通しながら、基本目標や将来像など村づくりの基本的な考え方と、その方向性を描いた計画」としており、将来像として6つのテーマを掲げている。

このうち、第3節「産業を守り、育て、生かす 村づくり」のテーマの中で農業、林業、商工業、観光で目標を掲げている。

特に第3節-3商工業では、「商工会と連携した起業支援、雇用の創出、商工業の活性化を目指す」と商工会との連携について触れており、主な施策方針においても下記のように記されている。

- ・商工会と連携して若い後継者の育成支援、聖高原駅前整備と併せた空き店舗の活用策を検討し、新規事業者の起業を促し商工業の活性化を図る
- ・新しい働き方(ニューノーマル)がさらに進展することを踏まえた、企業誘致、起業支援の推進を図る

- ・地域特性を活かした特色ある産業の掘り起こしや後継者の育成支援などを行い、商工業の活性化を図る
- ・商工業者による販路拡大のための Web 活用に対して、商工会と連携した支援をするなどが掲げられており、前項の「10 年程度の期間を見据えて」で記述している内容はこの振興計画と整合性がある。

また、地方創生の趣旨を踏まえ平成27年に「麻績村総合戦略」策定し進めてきたが、令和5年度を初年度とする「デジタル田園都市国家構想総合戦略」の閣議決定を踏まえ、麻績村においても「麻績村総合戦略」を「麻績村デジタル田園都市構想総合戦略」に名称変更し、策定した。

この中でも、「地域産業を支えていくには、後継者育成が最重要課題である」とし、地域資源を最大限に活用し農業振興支援策・商工業支援策を継続して行き、活力を生み出す村づくりを進める。」としている。

このように、麻績村は長期的視野に立った小規模事業者への振興のあり方について明確に設定しており、商工会は本施策を計画の中心に添え実行に移すことが大前提となる。

③ 麻績村商工会としての役割

商工会は、経営改善普及事業に基づく、経営、税務、金融、労務等の個別支援を通じ、地域商工業者のよき支援機関としての役割を果たしてきた。

また、地域基盤と公共性を持つ組織を活かし、行政等関係機関等へ陳情・要望し、地域振興の発展に努めるという、地域総合経済団体としての役割を担ってきた。

さらに今後は、小規模事業者の支援機関として、従来の経営改善普及事業に基づく個別支援はもとより、麻績村をはじめ県商工会連合会、関係機関と連携して、事業者自らが需要に合った新たな特産品やサービスを開発して売上増加に繋げ経営が持続的発展できるような伴走型の支援機能が求められている。

(3) 経営発達支援事業の目標

【目標①】

小規模事業者の事業計画の策定及びフォローアップを行い、持続的な発展を支援する。

【目標②】

小規模事業者の地域資源や村の特産品を活用した取り組みを支援することで、国や県の施策活用はもとより、村の施策と連動しながら交流人口の増加、麻績村のファンづくりを推進する。これにより、域外需要を呼び込める地域の新たな魅力あふれる地域づくりを実現するとともに、雇用の担い手不足を解消し、地域産業の活性化を図る。

【目標③】

小規模事業者の IT 利活用による販路開拓、業務効率化、売上増加を支援することで、地域に新たな活力を創出する。

【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数値だけではない個々の本質的な経営課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の潜在力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる。

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7年4月1日～令和12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】

激変する環境変化に対応し、業務改善を図っていく上で、財務データ等から見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き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援およびフォローアップを行う。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行い10年後も健全に事業が継続できる支援を行う。

【目標②達成のための方針】

観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えるためには、魅力的な商品づくりが欠かせない。そのため、地域特産品や地域資源を活かした商品開発・改善を支援し、ITを活用した販路開拓・PR、展示会出展等を支援することで、交流人口を増加させ、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

また、地域産業を持続していくには、人材確保が重要である。そのためにはまずどんな産業がこの地域にあるのかを知ってもらうためのPR活動を実施し、小規模事業者の持続的な発展へと繋げ、地域産業の活性化を図る。

【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サイト構築等の取り組みを推進していくことを目的に、IT関連のセミナーを開催する。また、セミナーを受講した事業者の中で取り組み意欲の高い事業者に対しては、専門家による個別支援を実施する。

さらに、ITを活用した販路開拓を志向する事業者に対しては、売上拡大が実現するまで伴走型で支援を実施する。小規模事業者の販路開拓により、売上増加を図り地域の活力を創出する。

【目標④達成のための方針】

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り組みへ繋げる。

人口減少社会において、地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

上記目標を達成するために、村や各種支援団体と連携し、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に繋げる。

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】

今までは、長野県商工会連合会が実施している「中小企業景況調査報告書」を窓口具備する、または必要に応じて事業者へ提供するにとどまり、積極的に地域の経済・消費動向を把握する取り組みは実施してこなかった。小規模事業者のほとんどは過去の経験からの経営判断にとどまり、能動的に情報を取り活用することはなかった。

前回の計画では、RESAS(地域経済分析システム)によるデータと他の地域経済調査を統合活用を上げたが、事業計画策定事業者のみへの活用に留まってしまった。

【課題】

上記の現状から、ただ闇雲に調査をおこなっても小規模事業者自らの問題として深く認知するとは思われず、データが活かされない可能性が高い。地域の経済動向の重要性のPRと各地域経済調査とRESASのデータを統合した調査結果の周知、提供方法を再構築する必要がある。

(2) 目標

公表回数※	公表方法	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①地域の経済動向調査	H P 商工会報	なし	2回	2回	2回	2回	2回
②長野県商工会連合会と共同で実施する経済動向調査	H P 商工会報	なし	2回	2回	2回	2回	2回

※(3)の①と②のデータをあわせて同時期に公表する。

(3) 事業内容

①地域経済分析システム「RESAS」の活用と提供

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、本事業は麻績村に関連するすべての情報を定期的に調査し、小規模事業者はじめ地域住民に広く知ってもらう必要がある。このことを踏まえ、本調査内容が広く認知されるようになった段階で、地域の経済社会構造全体を俯瞰して地域をマネジメントし、解決策を検討するための基礎資料とする。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・「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
- ・「産業構造マップ」  産業の現状等を分析
- ・「観光マップ」  観光産業の動向を分析・インバウンドの動向を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to分析」  滞在人口・人の動き等を分析

※上記の項目を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

※地域経済循環等の情報収集・整理は毎年更新ではないため、本データの収集と分析は積み上げ型で調査することで基礎資料とする。

また、観光マップの From-to 分析等は毎年更新されるため、毎年更新される調査は前年比較をおこない、増減から傾向を分析する。

分析結果は、A4 サイズ 2 枚のレポートとして年 2 回作成する。レポート内容は先に掲げた 4 項目内のメニューから 3 項目を目安に抽出する。

②(国内)全国の景気動向分析

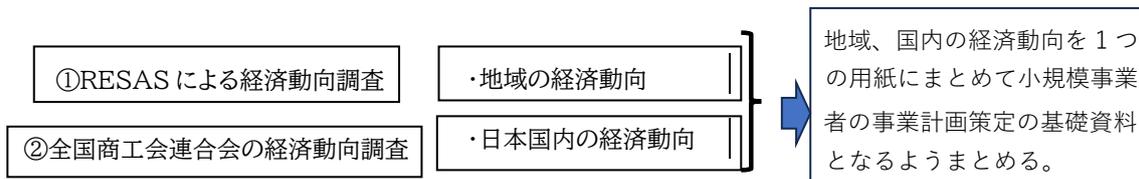
商工会連合会が作成している中小企業景況調査報告書(四半期毎に県内 240 事業所を対象に業況や経営課題等を商工会の経営指導員が聞き取り調査)や日本政策金融公庫が毎月発行する調査月報の統計資料を活用し、経営指導員等が地域経済の基盤を担う小規模事業者の経営支援を行うのに必要な業種別の地域経済の動向情報の編集、分析を行う。

【調査手法】中小企業景況調査報告書・日本政策金融公庫の調査月報の統計資料、経営指導員が地域内小規模事業者向けに見やすく、わかりやすいように業種別・規模別・課題別等の視点で整理、分析を行う。

【調査項目】景況外観、売上高、採算、設備投資、経営上の問題等

(4)調査結果の活用

- 調査した結果はホームページに掲載するほか、行政が関連する会議にて活用し、会員・非会員を問わず広く管内事業者等に周知する。
- 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とするほか、事業計画策定、地域マネジメントの解決策の基礎資料として活用する。



4. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

【現状】

事業者が事業計画策定を行う、また自らの新商品・役務を販売する際には、顧客である消費者や取引先等の買い手ニーズを把握するための需要動向調査を実施することが必要である。

特産品を活用した商品(食品、草木染などの工芸品)を対象に巡回や窓口等を通じて需要動向調査の必要性を事業者に説明しているが、まだ調査を実行している小規模事業者が少ない。

また、必要性、活用方法が解らないのが現状である。

【課題】

麻績村の特産品、観光といった地域資源を活用した商品・サービスが事業計画策定につながる支援として需要動向調査は必須である。販路開拓のために自発的に行動する小規模事業者を中心に実施する必要がある。

また、調査結果を基にした商品、サービスのブラッシュアップ支援を行うことが課題である。

(2)目標

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
商品の商品調査 調査対象事業者数	なし	2者	2者	2者	3者	3者

(3)事業内容

事業名	商品・サービスの調査
目的	特産品を活用した商品等の販売を行っている事業者もいるが、顧客目線に立った商品開発、サービスの提供を目的とした市場調査などが不十分であることが多い。そこで、当会にて需要動向調査を支援することで、顧客の声を取り入れた商品、サービスのブラッシュアップを行い、“売れる商品・サービス”づくりに繋げる。
対象	◇特産品を活用した商品(食品、草木染などの工芸品)・サービス 3商品、サービス/年(1者あたり1商品)を対象とする。販路開拓を自発的に行う小規模事業者を対象とする。 ◇建設事業者で事業計画策定に意欲のある小規模事業者 ※特産品を活用していない商品も調査対象とするが、特産品を活用した商品を優先的に調査する。
調査の手段・方法	■小規模事業者の大半が調査を行っていない。 ↓ ◇小規模事業者が主体となりアンケート調査を実施する。 ・販路開拓等に意欲的な小規模事業者を中心に実施する。 ・対話と傾聴により、小規模事業者と経営指導員で調査票の作成を行う。調査票作成では「調査の目的」を対話と傾聴により綿密に行う。 ・調査の実施方法、調査後の集計、分析支援を行う。 ・分析結果について、以降の事業計画策定に活用する。また、分析結果から今後の販売戦略等についての支援を行う。分析結果については、専門家の活用も検討する。 ・1商品、1サービスにつき、30 サンプルの回収を目標とする。 【地元特産品を活用した商品の場合】 ①:想定される調査対象の展示会 ●《バイヤー向け調査の場合:BtoB》 大型店等のバイヤー向けに販売したい商品の調査を行う際は「※フードメッセ in にいがた」などの大規模展示会で調査を実施する。 ※新潟市が中心となり開催する日本海最大規模の食の総合見本市。朱鷺メッセ(新潟市)を会場に新潟県内をはじめとする多数の食品、食材事業者が出展し、国内外の食品バイヤーが多数来場する展示会で、小規模事業者が出展する場合は負担も大きいですが、長野県商工会連合会の支援により小規模事業者でも出展ができる。 ●《個人向け調査の場合:BtoC》 ①想定される調査対象の展示会等 ・長野県内事業者、住民向けに販売したい商品の調査を行う。「※麻績メッセ」など地域向け展示会。 ※「麻績メッセ」……2023年より、地元有志、村、商工会で立ち上げた地域向け産業見本市で、麻績村、筑北村両村の企業、団体等が自社の商品、サービスを披露。2年目の今年は24企業、団体が出展、販売、ワークショップ、キッチンカーを通じて地域産業の魅力を発信。

	<p>【地元特産品を活用したサービスの場合】</p> <p>①想定される調査対象の展示会等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各店頭に来場されたお客様、サービスを利用されたお客様対象に実施。(BtoC) ・各展示会(上記麻績メッセ)等に来場されたお客様。(BtoC) <p>【観光客向けの商品・サービス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各店頭に来場されたお客様、サービスを利用されたお客様対象に実施。(BtoC) <p>【移住者、高齢者など改修工事等のサービス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住者、高齢者、古民家等を活用した創業予定者など、どのようなサービスを望むか、どのような部分を優先するかなど
<p>調査を行う項目</p>	<p>【地元特産品を活用した商品の場合】</p> <p>《バイヤー向け調査の場合:BtoB》</p> <p>①調査項目:</p> <ul style="list-style-type: none"> <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(麻績村らしさ) <input type="checkbox"/>価格 <input type="checkbox"/>購入意向 <input type="checkbox"/>ボリューム <input type="checkbox"/>使用材料(地元産など) <input type="checkbox"/>その他改善点 等 <p>《個人消費者向け調査の場合:BtoC》</p> <p>②調査項目:</p> <ul style="list-style-type: none"> <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(麻績村らしさ) <input type="checkbox"/>価格 <input type="checkbox"/>購入意向 <input type="checkbox"/>ボリューム <input type="checkbox"/>その他改善点 等 <p>【地元特産品を活用したサービスの場合】</p> <p>①調査項目:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/>サービスの内容 <input type="checkbox"/>価格 <input type="checkbox"/>サービスの独自性 <input type="checkbox"/>その他改善要望など <p>【観光客向けの商品・サービス】</p> <p>①調査項目:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/>商品、サービス内容の満足度 <input type="checkbox"/>購入、利用の目的と理由 <input type="checkbox"/>商品の購入、サービス利用の目的 <input type="checkbox"/>麻績村の魅力 <p>【移住者、高齢者など改修工事等のサービスを提供する建設事業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/>改修する工事内容 <input type="checkbox"/>工事で重視する点(価格、工期、質など)
<p>調査結果の活用</p>	<p>調査結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ、巡回等で当該事業者へ直接説明する形でフィードバックし、課題(改善点)の抽出とその課題解決策の支援を行う。需要動向調査と経済動向調査とのすり合わせも行う。</p> <p>①意欲的な調査対象者の掘り起こし ⇒ ②対話と傾聴による調査票作成支援 ⇒ ③調査実施 ⇒ ④集計と分析 ⇒ ⑤分析結果による課題抽出と解決支援 ⇒ ⑥事業計画策定へ</p>

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者のほとんどが、自社の財務状況、財務の課題、強み、弱みを把握されていないのが現状である。

財務分析を把握していないことから、自社の目指す目標も曖昧なまま、日々経営に追われており、自発的な事業計画の策定に至っていない。

また、経営分析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。

【課題】

融資の際に財務分析を行っている事業者はあるが、資金繰り支援以外での経営分析は十分にできていない。資金繰り以外の経営分析が必要で、特に事業計画策定では、財務分析非財務分析(SWOT分析等)による自社の経営課題を抽出し、改善を含めた計画書の作成が必要となる。

経済産業省で提供するローカルベンチワーク、内閣府が提供している経営デザインシート等活用し、より高度な経営分析を行う必要がある。

分析結果から課題によっては、専門家派遣を実施する。経営分析の必要性、効果等を更に周知することが重要である。国の考え方の「早期経営改善計画策定支援の考え方」を活用して持続的かつ安定的な事業継続を図ることも必要である。特に高齢化による後継者不足による廃業の予防策としても早期の事業計画策定支援が必要となる。

(2) 目標

項目	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
経営分析事業者数	なし	5者	5者	6者	6者	6者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営状況の分析
目的	<ul style="list-style-type: none"> 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巡回等を通じフィードバックし、今後の事業計画策定につながる支援を行うことを目的とする。 自主的に経営状況分析を行える仕組みづくりを行うこと。 財務分析、非財務分析結果から、課題抽出とその解決支援を行い、事業計画策定につなげる。
支援対象	事業計画策定に意欲的な小規模事業者(業種等問わず)
対象事業者の掘り起こし	会報誌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周知する。また、決算支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営状況分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	<p>■手段、手法</p> <p>経営状況分析は、経営指導員が事業者からの提供資料を基にヒヤリング(対話・傾聴)を実施する。ヒヤリングの中で、現状把握している経営課題についてもヒヤリングを行う。ヒヤリング、基礎資料を基に経営分析を行う。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。専門家派遣は、長野県よろず支援拠点登録の中小企業診断士を活用する。具体的な分析内容は以下のとおりである。</p> <p>定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析(SWOT分析等)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以下を活用する。</p> <p>①クラウド型支援サービス(BIZミル等)</p> <p>②経済産業省の「ローカルベンチマーク」、内閣府の「経営デザインシート」</p>

	<p>③中小機構の「経営計画つくる君」等のツールを活用する。</p> <p>■経営分析を実施する項目</p> <p>①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>②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)SWOT 分析</p> <p>③機会・脅威(商圏内の人口、競合、業界動向 など)SWOT 分析</p> <p>④その他(現状のターゲット顧客、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>*非財務分析は対話を通じて整理する。SWOT 分析⇒クロス分析まで行う。 ※既存の顧客分析、商品分析、商品ごとの原価等も行う。</p>
調査結果の活用方法	<p>・経営分析の結果は、巡回時などに事業者にフィードバックする。また、経営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。専門的な経営課題は専門家派遣により解決を図る。専門家派遣は、長野県よろず支援拠点登録の中小企業診断士を活用する。</p> <p>・経営状況分析から事業計画策定につなげる支援を行う。</p> <p>・分析結果は、クラウド型支援ツール(BIZ ミル等)上に分析結果を集約し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取り組みにより、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> <p>・「財務分析」+「非財務分析」から、「地域経済状況」と「需要動向調査」を加味した事業計画策定につなげる支援を行う。</p>

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発展において、事業者自身が事業計画を策定し、PDCA サイクルを回しながら経営を行うことは、非常に重要なことである。しかしながら、小規模事業者においては経営者自らが事業計画を作成する時間を持てなかったり、事業計画作成の効果、作成と活用のスキルを有していない企業が多いのが現状である。また、融資や補助金申請を中心とする事業計画策定支援が主となっており、課題を解決するための事業計画策定ではなかった。

【課題】

持続的且つ安定的な経営につながる事業計画策定が必要であるため、融資や補助金等の申請にかかわらず事業計画を策定する必要がある。融資や補助金活用の事業計画策定を入口として、小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化等の必要性を感じている事業者に対し、事業計画の策定を提案する必要がある。

また、事業継続力強化や事業承継などの事業計画策定なども積極的に提案しなければならない。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」「経営状況の分析」「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内発的動機づけにより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。

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 IT 個別相談を実施し、IT の活用を促すことで、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現 行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
事業計画策定支援事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
IT・DX 推進のための専門家派遣回数	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援、IT・DX 推進のための専門家派遣
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。また、自主的に策定できる仕組みづくりを構築する。 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 サイト構築等の取り組み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	<ul style="list-style-type: none">・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・販路拡大を積極的に行う小規模事業者・事業承継を計画している小規模事業者・地元特産品を活かした商品開発、新サービス導入に意欲的な小規模事業者
対象事業者の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none">・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。・資金繰り相談、税務指導、補助金、助成金を契機とした事業計画策定を提案する。・販路開拓に意欲的な小規模事業者に提案する。・地元特産品を活かした商品開発に意欲的な小規模事業者に事業計画策定を提案する。・事業計画策定に資する個別相談会を開催する。
支援の手段・方法・項目	事業計画策定支援は、以下の 3 つの方法で実施する。 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 ③小規模事業者 2 者以上と経営指導員、専門家派遣による作成 専門家派遣は、長野県よろず支援拠点登録の中小企業診断士を活用する。 (※小規模事業者同士が連携して商品、サービスを提供するケースなど) 【作成での留意点】 <ul style="list-style-type: none">・現状課題とその解決策・財務分析結果から見た計画の実現性・事業計画の実施体制 策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。専門家派遣は、長野県よろず支援拠点登録の中小企業診断士を活用する。 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 専門家の派遣を実施する。

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】

事業者が事業計画を積極的に活用し自ら実践することは十分できている状況ではない。その要因として、事業計画策定後のフォローアップについて、半期ごとでなく不定期な巡回や窓口相談での対応となっており十分な効果が得られていない。

【課題】

事業計画策定者の定期的巡回を実施し、「対話・傾聴」をしっかり行い、個々の事業者の実情に合わせた助言を行うことで、事業計画の実現に向けたフォローアップを行う。

定期的巡回を行うことで小規模事業者自ら事業計画策定を行う体質づくりを行う必要があること。

(2) 支援に対する考え方

半期ごとの巡回実施(対話・傾聴) ⇒ 進捗状況確認・課題抽出 ⇒ 課題解決 ⇒ 事業計画の見直し をPDCAで実施する。

事業計画を策定支援した事業者を対象に、策定後2年間(半期毎:計2回)フォローアップを行う。事業計画の進捗状況等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がない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。高度な課題については専門家派遣を行う。

フォローアップ支援にあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見出すこと、商工会との対話を通じてよく考え、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当該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。

また商工会として長期間にわたり伴走型支援を行うことで、小規模事業者との信頼関係を醸成することになり、売上向上・利益率確保に結ぶつくことになると考える。

(3) 目標

項目	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数	なし	3者	3者	3者	3者	3者
頻度(述べ回数) ※1者あたり2回	-	6回	6回	6回	6回	6回
売上増加事業者数	-	1者	1者	2者	2者	2者
経常利益増加事業者数	-	1者	1者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

項目	事業計画策定後のフォローアップ(計画策定の全事業者を対象)
目的	事業計画策定実施者を「対話・傾聴」による伴走型支援することで、計画の実施上の課題を解決し、事業計画どおり目標達成ができるよう支援を行う。
支援対象	事業計画の策定を行ったすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・手法	半期ごとのフォローアップを行う中で、「対話・傾聴」を重視し事業計画策定後の支援を行う。 半期ごとのフォローアップで、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がずれている場合(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、訪問回数を増やし修正案を提案し専門家派遣を行い支援、助言を行う。

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

【現状】

個社に対して需要の開拓支援を実施したことはなく、展示会等の情報提供にとどまっていた。

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が、小規事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取り組みには限界がある。また、地域内の小規模事業者の多くは、ITを活用した販路開拓等に関心はあるものの「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に向けた取り組みが進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

【課題】

販路開拓やIT活用に積極的に取り組む事業者が少ないのが現状であり、当会の支援も積極的ではなかった。今後は、相談受付時に販路開拓やIT活用への取り組みの必要性を認識してもらい、取り組みを行おうとする事業者を増やすことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に新たな需要開拓を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)が高いと思われる取り組みを支援する。地域外への販路拡大のための展示会等の出展やITを活用した販路開拓に注力する。

事業者が新たな需要を獲得するきっかけを提供するという考え方であり、各事業の効果として、実際に効果が上がることを示しながら、積極的に企業PRをしていくよう、展示会への参加を促し、将来的には事業者が自主的に取り組めるよう支援していく。

(3) 目標

項目	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①展示会等への出展事業者数	なし	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数	-	2件	2件	2件	2件	2件
②IT個別相談実施後の支援事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
(BtoBの場合 成約件数)	-	2件	2件	2件	2件	2件
(BtoCの場合売上増加者数)	-	2者	2者	2者	2者	2者
③産業フェア	2者	3者	3者	4者	4者	5者
(BtoBの場合 成約件数)	-	2件	2件	2件	2件	2件

(4) 事業内容

① 展示会 (BtoB)

事業名	展示会出展支援(フードメッセ in にいがた想定)
目的	対企業取引 (BtoB) の事業者にとって、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商談会に出展できないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に商談会の参加支援を実施する。
支援対象	事業計画策定を行った小規模事業者
訴求相手	全国のバイヤー
展示会等の概要	新潟県の朱鷺メッセにて開催される食品産業に特化した展示会で、日本海側最大級の食品産業見本市。食品メーカー、加工業者、農業者など、多くの業界関係者が集まり、新製品や技術、サービスを紹介する機会が提供される。来場者は食品業界に関心のあるバイヤーや業界関係者が中心で、新しい商談やネットワーク構築の場としても大きな役割を果たしている。 令和 6 年度開催では、国内外より 421 の事業者が出展し、来場者数は 3 日間で約 12,188 名だった。
支援の手段・方法	出展者の募集だけでなく、事前準備としてパンフレット、POP 等の整備、商品のブラッシュアップ、当日のブース設計、短時間での商品等のアピール方法、商談シートの作成等。また、出展後は、商談会で名刺交換をした相手に対する、フォローをワンストップで支援する。これにより、成立数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得による売上、利益増加

② IT 個別相談後の実行支援 (BtoB、BtoC)

事業名	IT 個別相談後の実行支援
目的	IT を使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取り組みが遅れている。そこで、自社独自では IT 利活用が難しい事業者に対しその事業者にあった個別支援を実施し、販売促進・新規取引先の獲得を目指す。
支援対象	小規模事業者(業種等問わず)※事業計画を策定した事業者を重点的に支援
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	IT を活用した販路開拓といっても、実施したい内容は各事業者で異なる。そこで、各事業者の実施したい内容をオーダーメイド型の支援を実施する。具体的には『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する「DX 推進のための専門家派遣」において作成した事業計画に基づき、IT による販売促進の方法(ホームページ制作、EC サイト利用、SNS の活用等)から事業者が選択した内容について、経営指導員や IT 専門家による支援を実施する。
支援の手段・方法	「事業計画策定支援」を実施した小規模事業者、各相談において、IT を活用した販路開拓を行いたい小規模事業者を掘り起こす。その後、経営指導員や IT 専門家による支援を実施する。事業計画に沿った IT 導入から運用支援を行う。これらの支援により、想定される顧客の幅を増やし新規顧客の獲得を目指す。 伴走型支援として、「SEO 対策」と EC サイト等の売上状況と利用された顧客の分析等の支援も併せて行う。
期待効果	BtoB の場合: 新たな取引先の獲得を狙う BtoC の場合: 売上拡大を狙う

③産業フェア出展支援(BtoB・BtoC)

事業名	麻績メッセ出展支援
目的	<p>【BtoB・BtoC】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・BtoC 向けの新規顧客獲得を図る。 ・麻績村周辺市町村の業者への企業PRを行うことで新規取引先を獲得する。 ・地元企業を地域住民に知ってもらう場を提供することで、今後の人材確保につながる。
支援対象	小規模事業者(地元食材を活用した商品の小売業者、独自性のある商品の小売業者、新商品をPRしたい小規模事業者など)
訴求相手	麻績村及び筑北村村民及び近隣市町村民・近隣町村事業者
産業フェアの概要	<p>令和5年より、販路開拓と人材確保を目的としたリクルートとマルシェ混在のフェアである。麻績村だけではなく、隣接する筑北村の小規模事業者にも参加していただき、人材確保を目的としたリクルート枠と販路拡大を目的としたマルシェ枠を用意し、製造業や小売業、農業者、JA や消防署など、多くの事業者が集まり、商品や技術、サービスを紹介する機会が提供される。来場者は、近隣市町村の住民が中心で、新しい顧客獲得や人材確保の場としても大きな役割を果たしている。</p> <p>令和5年度開催では、29の事業者が出展し、令和6年度開催では、24の事業者が出展した。</p>
支援の手段・方法	出展者の募集だけでなく、事前準備としてパンフレット、POP 等の整備、商品のブラッシュアップ、当日のブース設計、短時間での商品や企業等のアピール方法等。これにより、新規顧客の拡大と人材確保を目指す。
期待効果	新たな顧客の獲得・新たな取引先の獲得・人材確保

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】

事業の評価は、理事会及び毎年開催されている通常総会で結果を報告するのみで、評価及び見直しをする仕組みはなかった。

課題として、職員体制が2名のためPDCA サイクルを回した後、改善実行ができない可能性もあるため、役員にも主体的な参加をお願いする必要があると思われる。

【課題】

PDCA サイクルを適切に回していくために、「評価会議」を設置し、毎年度、事業の実施状況・成果の評価について検証を行う。また必要に応じて見直し案の提示を行う。

(2)事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援計画事業の改善のために、PDCA サイクルを回す仕組みを構築する。
事業評価の手段・手法	<p>①「事業の実施状況の定量的把握の実施」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定段階に留まらず、事業計画の進捗状況の確認と、売上、利益等の経営指標の推移を把握し、事業計画策定の効果を測定し継続的に経営に係るフォローアップの実施ができる仕組みづくりを構築する。 <p>以下の取り組みにより、経営発達支援事業のPDCAを回す。</p>

	<p>【PLAN】(事業の計画・見直し) (a) 事業計画策定後の半期毎のフォローアップでの情報から進捗状況、目標達成率(売上、利益等)を定量化する。 (b) (a)の定量化したデータを基に、事業内容や目標を設定(修正)する。 (c) 上記目標を個人(経営指導員等)ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。</p> <p>【DO】(事業の実行) (d) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。 (e) 経営指導員等は、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) (f) 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、指導状況を確認する。 (g) 月 1 回の定期ミーティングにて、職員が相互に進捗状況の確認及び評価を行う。 (h) 年 1 回の「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」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・見直し作業委員会」の実施の流れ i 麻績村振興課課長・麻績村商工会職員(法定経営指導員、経営支援員)、外部有識者(中小企業診断士等)をメンバーとする「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」を年 1 回開催し、経営発達支援計画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「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」の評価結果は、当会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れるとともに、当会ホームページへ掲載(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) (i) 「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」の評価を受け、年 1 回、次年度の事業見直しを行い【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、経営指導員を中心に経営発達支援計画の実行に必要な資質向上に取り組んでいる。

【課題】

商工会の支援力は、経営指導員等の個人の能力や経験値に裏付けされたものが多く、職員の経験年数や従事内容によって持てる知識・能力に個人差が生じている。

本計画の実行のために、新たに「事業者の売上や利益を向上させること」「効果の高い販売促進を実施すること」「DX に向けた相談・指導能力を習得する」「経営力再構築伴走支援を円滑に

行うこと」などの不足能力があるため、資質向上を図る必要がある。また、経営指導員のみならず経営支援員(共に経営指導員を補佐する人材)も含めた資質向上を実現し、より効果の高いレベルの支援を行える体制をつく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経営支援員も含めた支援能力の向上に向けた取り組み

※本商工会の職員は、経営指導員1名、経営支援員1名の2名のみである。

参加者	経営指導員・経営支援員
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>経営発達支援計画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た能力]</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
内容と支援ノウハウの共有	<p>経営発達支援計画事業の適切な遂行及び上記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。</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各種団体等が主催する研修に参加する他、中小企業大学校や長野経済研究所の各種研修への参加、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・デジタル化の取り組み)</p> <ul style="list-style-type: none"> i) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取り組み 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、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)の取り組み 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導入等 <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> <p>また、「9. 事業の評価及び見直し」で抽出された課題に対応できる資質向上も図る。</p>

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 職員勉強会の開催</p> <p>月1回の定期ミーティングの中で、前述の研修内容や支援状況を共有する。 具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②具体的な支援のなかで発見した経営支援手法やIT等の活用方法、具体的なITツール等の共有を実施する。これらについて、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。</p> <p>イ データベース化</p> <p>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の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)

事務局体制



(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当該経営指導員の氏名、連絡先

- 氏名 : 塚原亜希子
- 連絡先 : 麻績村商工会 TEL 0263-67-2146

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

〒399-7701
長野県東筑摩郡麻績村麻 3835-7
麻績村商工会
TEL : 0263-67-2146 / FAX : 0263-67-4581
E-mail : info@omisho.jp

②関係市町村

〒399-7701
長野県東筑摩郡麻績村麻 3837
麻績村役場 振興課
TEL : 0263-67-3001 / FAX : 0263-67-3094
E-mail : omisinko@vill.omi.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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
1. 地域の経済動向調査に関する事	100	100	100	100	100
2. 需要動向調査に関する事	100	100	100	100	100
3. 経営状況分析に関する事	300	300	300	300	300
4. 事業計画策定支援に関する事	300	300	300	300	300
5. 新たな需要の開拓に寄与する事業	500	500	500	500	500
6. 事業の評価見直しに関する事	100	100	100	100	100
7. 職員等の資質向上に関する事	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
長野県補助金、麻績村補助金、一般財源（会費収入、手数料収入等）

(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 並びに法人にあつては、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