

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	生坂村商工会 (法人番号 3100005006450) 生坂村 (地方公共団体コード 204480) 池田町商工会 (法人番号 1100005007418) 池田町 (地方公共団体コード 204811) 松川村商工会 (法人番号 7100005007420) 松川村 (地方公共団体コード 204820)
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】 小規模事業者が、地域資源や自社の強みを活かした既存事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を進め、経営基盤を強化する。</p> <p>【目標②】 小規模事業者が、販路開拓、デジタル活用、ブランド化等により、地域外（観光客を含む）への販売を強化し、売上を拡大する。</p> <p>【目標③】 地域内で、創業と事業承継が活発化し、新たな産業の創出や事業・技術の次世代への承継を進める。</p> <p>【目標④】 広域経営支援センター高瀬エリアとして持続可能な広域型支援体制を運用し、小規模事業者に対する経営力再構築伴走支援を実施する。</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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 松本信用金庫「中信地域 産業経済動向」の活用 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 販売ポテンシャルの高い商品を創出するための商品調査 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 小規模事業者の経営分析（財務分析・非財務分析） <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業計画の策定支援 ・ 創業計画の策定支援 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業計画のフォローアップ ・ 創業計画のフォローアップ <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 展示会・物産展等の出展支援 ・ デジタルツールを活用した販路拡大支援
連絡先	<p>■生坂村商工会 〒399-7201 長野県東筑摩郡生坂村 6042-1 TEL:0263-69-3047 FAX:0263-69-3371 E-mail:oyaki@shirt.ocn.or.jp</p> <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@ikedada-sci.jp</p> <p>■松川村商工会 〒399-8501 長野県北安曇郡松川村 7019-11 TEL:0261-62-2557 FAX:0261-62-4815 E-mail:info@matsukawamura-sci.jp</p> <p>■生坂村 振興課 〒399-7201 長野県東筑摩郡生坂村 5493-2 TEL:0263-69-3112 FAX:0263-69-3115 E-mail:sinkoka@vill.ikusaka.nagano.jp</p> <p>■池田町 振興課 商工観光係 〒399-8696 長野県北安曇郡池田町大字池田 3203-6 TEL:0261-62-3127 FAX:0261-62-9404 E-mail:shoko@town.ikedada.nagano.jp</p> <p>■松川村 経済課 商工観光係 〒399-8501 長野県北安曇郡松川村 76-5 TEL:0261-62-3109 FAX:0261-62-4071 E-mail:syoukoukankou@vill.matsukawa.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

本経営発達支援計画では、生坂村商工会・生坂村、池田町商工会・池田町、松川村商工会・松川村が共同申請を行う。

そのため、地域の現状及び課題では、生坂村・池田町・松川村の現状及び課題を記述する。

なお、生坂村商工会、池田町商工会、松川村商工会を合わせて、以下では、「広域経営支援センター高瀬エリア」と記述する。

① 現状

ア 生坂村・池田町・松川村の概況

(a) 生坂村の概況

生坂村は、東筑摩郡の北西部に位置し、長野市、大町市、安曇野市、東筑摩郡筑北村、北安曇郡池田町に隣接している。総面積は 39.05 平方キロメートルと、東京都 23 区の江東区とほぼ同じ大きさで、長野県の市町村のなかでは 5 番目に小さな村である。

村内は山々が重なり合い、このやまなみの間を、北アルプスに源を発する犀川が北流し、沿岸の段丘地に水田、畑が散在している。

溪谷美の山清路、雄大な大城・京ヶ倉の山並み、一日の寒暖差によって発生する川霧、スカイスポーツ公園から望む雲海など、水辺と里山が織りなす山紫水明の豊かな自然に恵まれている。

交通は、車では長野自動車道麻績 IC から約 40 分、長野自動車道安曇野 IC から約 35 分。電車では JR 篠ノ井線 明科駅からバス・タクシーで約 15 分である。また、生坂村営バスや池田町営バスが運行している。

(b) 池田町の概況

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ている。総面積は 40.16 平方キロメートルである。

町の西部は安曇野の平坦地域で、町の主要幹線となっている主要地方道大町明科線が南北に貫通し、ここに大字池田、会染、中鷄地区がひらけ、全人口の大部分が平坦地域に集中しており、西端を高瀬川が流れる。町の東部は山間地帯で、ここは大字広津、陸郷地区の集落が散在している。また、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。

交通は、車では長野自動車道安曇野 IC から約 25 分。電車では JR 大糸線 信濃松川駅、安曇追分駅、穂高駅、JR 篠ノ井線 明科駅から町営バスが運行している。

(c) 松川村の概況

松川村は、北安曇郡の南端、安曇野の北よりに位置しており、四隣は北及び西に大町市、南及び南西部に安曇野市、東は池田町と接している。面積は 47.07 km²の比較的コンパクトな村で、可住地域の標高は約 560m から 670m で平坦な地形となっている。

北西部に雄大な北アルプス連峰がそびえ、このアルプスを源流とする高瀬川、乳川、芦間川、中房川といった一級河川が村内を縦横断している。また、西には安曇富士と称される有明山が村のシンボリック的存在感を有し、その麓には神戸原扇状地が広がっている。また、面積の約 55% は山林、26% は農地が占め、国道 147 号を境に東側に住宅地が集積され、西側には田園地域が広がり安曇野を代表する景観が残る。

交通は、車では長野自動車道安曇野 IC から約 20 分。電車では村内に JR 大糸線 信濃松川駅、北細野駅、細野駅が立地している。

■生坂村・池田町・松川村の立地・交通



イ 人口推移

(a) 生坂村

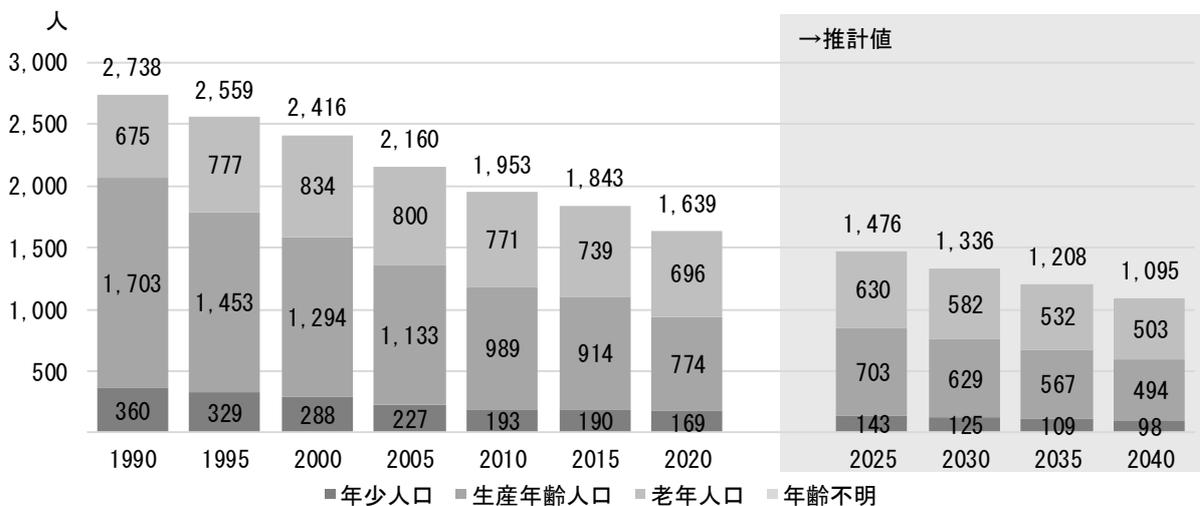
令和 7 (2025) 年 11 月 1 日時点の人口は 1,584 人である。(住民基本台帳)

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総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。

年齢別人口では、今後、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 42.5%から令和 22 (2040) 年に 45.9%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 47.2%から令和 22 (2040) 年に 45.1%に低下する見込みである。

■人口推移 (生坂村)



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

(b) 池田町

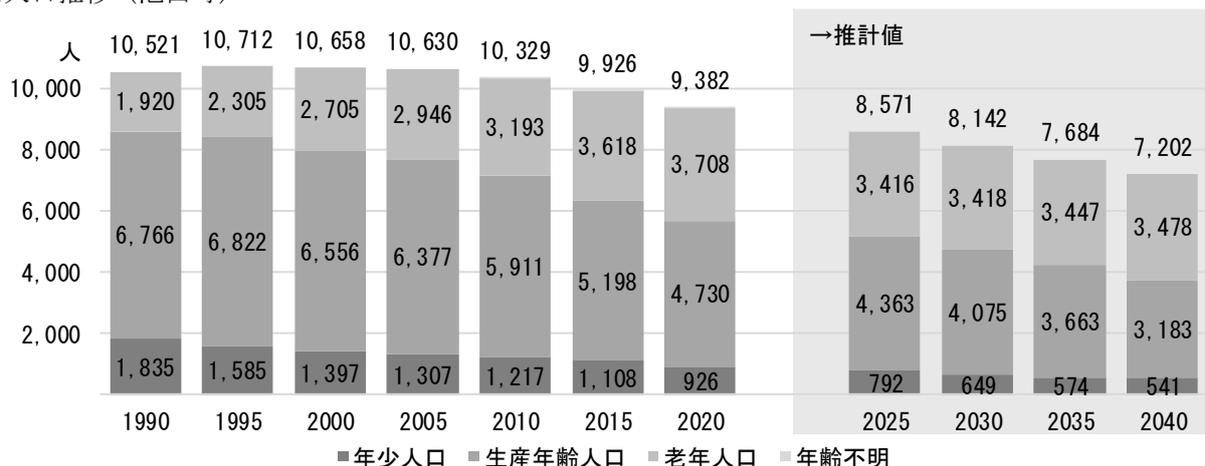
令和 7 (2025) 年 11 月 1 日時点の人口は 9,041 人である。(住民基本台帳)

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総人口は平成 7 (1995) 年の 10,712 人をピークに減少傾向に転じており、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。

年齢別人口では、今後、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 39.5%から令和 22 (2040) 年に 48.3%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 50.4%から令和 22 (2040) 年に 44.2%に低下する見込みである。

■人口推移 (池田町)



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

(c) 松川村

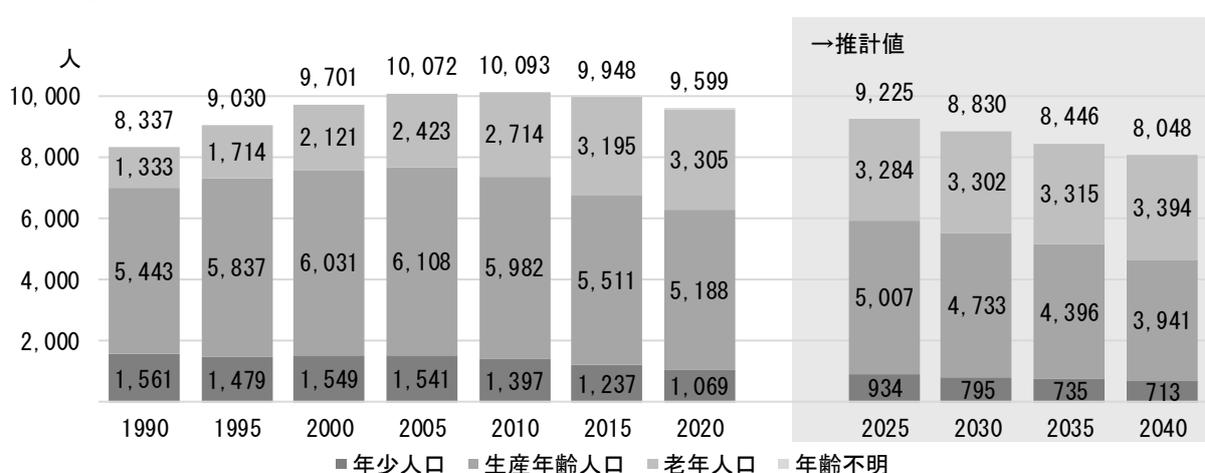
令和 7 (2025) 年 11 月 1 日時点の人口は 9,667 人である。(住民基本台帳)

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総人口は平成 22 (2010) 年の 10,093 人をピークに減少傾向に転じており、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。

年齢別人口では、今後、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 34.4%から令和 22 (2040) 年に 42.2%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 54.0%から令和 22 (2040) 年に 49.0%に低下する見込みである。

■人口推移 (松川村)



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

ウ 特産品

生坂村・池田町・松川村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	概要
灰焼きおやき (生坂村)	代表的な郷土食である。県内で広く食べられる「おやき」を囲炉裏で香ばしく焼き上げる点に特徴がある。熱い灰のなかでおやきを転がすことで、外側はカリカリに香ばしく焼き上がり、中の餡の旨味を閉じ込めることができる。
イクサカラット (生坂村)	生坂産のぶどうの総称である。イクサカと宝石の重さをあわせてカラットをかけ合わせて名づけられた。生坂村の陽射しと昼夜の寒暖差がぶどうづくりに理想的な条件であり、現在 30 軒ほどの農家がぶどうを育てている。
ハーブ (池田町)	池田町では、昭和の終わり頃から、カモミールやラベンダーの栽培が始まり、それらを契機に「花とハーブの里」として、ハーブ生産も盛んに行われるようになった。現在では、ハーブを特産品として、加工品の開発も活発に行われている。
日本酒・ワイン (池田町)	北アルプスの恵みによる水と大地に育まれた、池田産日本酒やワインが特産品である。特に、近年は、東山山麓の遊休桑園がワイン用ぶどうの栽培地に生まれ変わり、ワイナリーが建設されるなど、産地化が進んでいる。
松川村産コシヒカリ「鈴ひかり」 (松川村)	北アルプスの山々から出ずる清流を基とし、エコファーマーを取得した生産者が作る松川のブランド米である。昼夜の寒暖差により、弾力のある食感と、ほんのりした甘味が特徴となっている。
りんご (松川村)	松川村は、日照時間が長く降水量が少ない地域で、昼夜の寒暖差があり、りんご栽培に最適な場所である。身がしまり、味が濃厚なのが特徴となっている。

エ 観光資源

生坂村・池田町・松川村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	概要
大城・京ヶ倉 (生坂村)	「大城」や「京ヶ倉」は生坂村を代表する山である。村内を縦断する国道 19 号に沿って聳え立つ。標高は 1 千メートル弱で登山道があり、いくつもの古戦場となった史跡を探り、四季折々の花や異なった景色を発見できる。
道の駅 いくさかの郷 (生坂村)	長野県内 50 番目の「道の駅」である。直売所では、新鮮な農産物や、その加工品だけでなく、交流のある北海道標津町やハンガリーの名産物を販売している。
あずみ野池田クラフトパーク (池田町)	四季折々、毎日その姿を変える大自然をゆっくり満喫できる公園である。野外ステージ、芝生広場、大型遊具などがある。周りには飲食店や町立美術館が併設されており、1 日楽しむことができる。
池田町ハーブセンター (池田町)	「道の駅 池田」に併設された施設である。地元の特産品が購入できる直売所や無料で鑑賞できるハーブガーデンがある。また、ハーブガーデンの隣のガラス温室では、季節の花やハーブ苗、ハーブ製品を取り揃えている。
安曇野ちひろ美術館 (松川村)	いわさきちひろ絵画ファンのみならず全国から多くの人々が訪れる安曇野を代表する美術館である。ちひろ自身の作品のほか、世界各国の絵本画家の作品、絵本やイラストレーションの歴史に関わる資料が展示されている。また、美しい景観を眺めながらくつろげるカフェ、オリジナルグッズが並ぶミュージアムショップなどを併設している。
天然ラドン馬羅尾天狗岩温泉「すずむし荘」 (松川村)	馬羅尾山麓の地下 1,800m から湧き出る天然ラドン馬羅尾天狗岩温泉を引湯している。全国的にも貴重と言われる効能が高い天然ラドンを含んだ泉質が特徴である。客室からは安曇野の山里ののどかな風景を望める。日帰り温泉施設もあり、気軽に立ち寄り楽しむことができる。

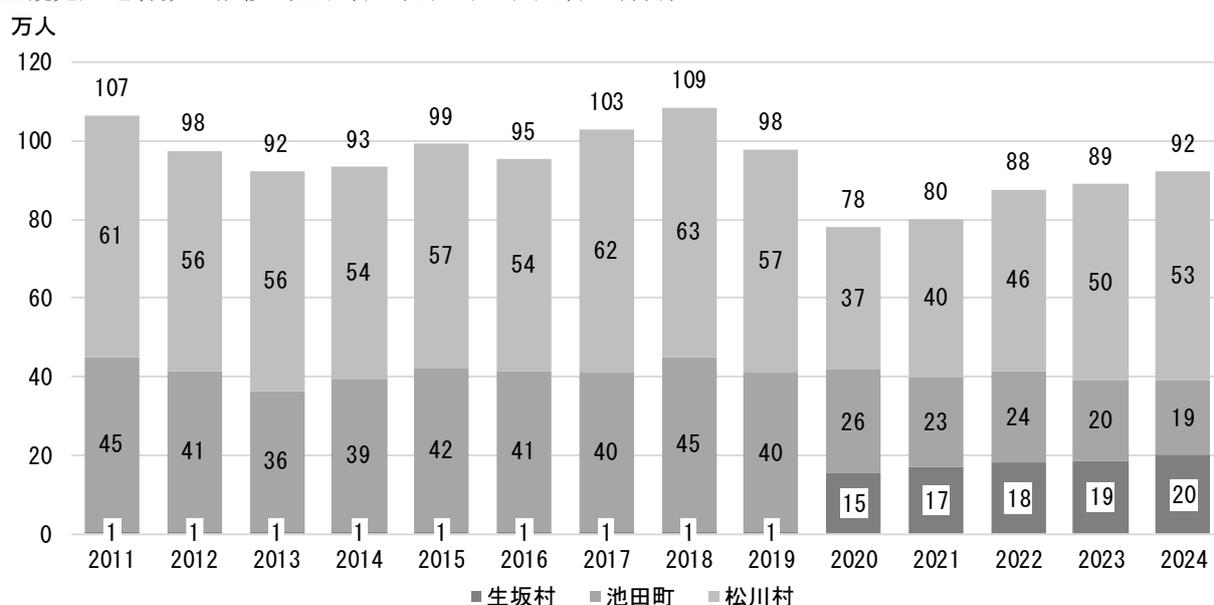
オ 観光入込客数の推移

令和 6（2024）年の生坂村・池田町・松川村の合計観光入込客数は 92 万人である。

推移をみると、平成 23（2011）年から令和元（2019）年までは 100 万人前後で推移していたが、令和 2（2020）年の新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で急減。その後、回復傾向にあるものの、コロナ禍前の状態には戻っていない。特に、池田町での回復が鈍くなっている。

一方、生坂村では、令和 1（2019）年に「道の駅 いくさかの郷」が開業しており、利用者が年々増加している様子が見取れる。

■観光入込客数の推移（生坂村・池田町・松川村の合計）



出典：長野県「観光地利用者統計調査結果」

カ 産業

(a) 産業の概況

i 生坂村

生坂村は、縄文・弥生時代から人々の営みが続けられてきており、江戸時代から明治中期までは煙草産業が非常に栄えた。その後、明治末期頃から昭和 50 年代までは養蚕が村の基幹産業の位置を占めた。

さらに昭和 60 年代には、巨峰産地づくりが開始され、「山清路巨峰」のブランドを確立させるに至っており、生坂は農業立村を続けている。

ii 池田町

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、近年の社会構造の変化により、付加価値の高い「ワイン用ぶどう」や「ハーブ」の生産も盛んに行われるようになっている。

iii 松川村

松川村では、明治から大正時代に自給的な稲作・雑穀栽培の他、養蚕業などが広まり高度成長期を迎えたが、やがて化学繊維の普及で衰退した。その後は、稲作、果樹栽培など新しい農業生産へ転換が進むようになった。北アルプスから流れる清流を活かした水田整備や機械化も進み、稲作の生産性の向上が図られてきた。

また、人口増加とともに製造業、サービス業等を中心とした商工業も発展してきている。

(b) 業種別の商工業者数（うち、小規模事業者数）の推移

i 生坂村

生坂村の事業所数は、平成 24（2012）年が 108 者、令和 3（2021）年が 86 者である。

上記のうち小規模事業者数は、平成 24（2012）年が 100 者、令和 3（2021）年が 72 者であり、9 年間で 28.0%減少している。

小規模事業者数の増減を産業別にみると、建設業（△13 者）の減少数が大きい。

■業種別の事業所数及び小規模事業者数（生坂村）

	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	37	13	0	20	6	3	21	8	108
小規模事業者数	36	12	0	16	6	2	20	8	100
平成28年									
事業所数	28	8	0	18	4	4	23	4	89
小規模事業者数	27	8	0	15	3	2	20	3	78
令和3年									
事業所数	24	8	1	14	8	7	21	3	86
小規模事業者数	23	8	1	12	8	2	16	2	72
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△13	△5	1	△6	2	4	0	△5	△22
増減割合	△35.1%	△38.5%	-	△30.0%	33.3%	133.3%	0.0%	△62.5%	△20.4%
小規模事業者数	△13	△4	1	△4	2	0	△4	△6	△28
増減割合	△36.1%	△33.3%	-	△25.0%	33.3%	0.0%	△20.0%	△75.0%	△28.0%

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

ii 池田町

池田町の事業所数は、平成 24（2012）年が 443 者、令和 3（2021）年が 463 者である。

上記のうち小規模事業者数は、平成 24（2012）年が 380 者、令和 3（2021）年が 368 者であり、9 年間で 3.2%減少している。

小規模事業者数の増減を産業別にみると、製造業（△21 者）、建設業（△15 者）、卸・小売業（△9 者）で減少がみられる。一方、他サービス業（+13 者）、医療、福祉（+8 者）など、増加がみられる業種もあり、産業構造が変化していることが読み取れる。

■業種別の事業所数及び小規模事業者数（池田町）

	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	92	63	1	104	26	27	105	25	443
小規模事業者数	91	54	1	83	22	14	92	23	380
平成28年									
事業所数	76	56	1	93	27	36	108	23	420
小規模事業者数	76	45	1	69	19	15	98	22	345
令和3年									
事業所数	76	42	3	105	33	49	124	31	463
小規模事業者数	76	33	3	74	26	22	105	29	368
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△16	△21	2	1	7	22	19	6	20
増減割合	△17.4%	△33.3%	200.0%	1.0%	26.9%	81.5%	18.1%	24.0%	4.5%
小規模事業者数	△15	△21	2	△9	4	8	13	6	△12
増減割合	△16.5%	△38.9%	200.0%	△10.8%	18.2%	57.1%	14.1%	26.1%	△3.2%

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

iii_松川村

松川村の事業所数は、平成 24（2012）年が 383 者、令和 3（2021）年が 397 者である。

上記のうち小規模事業所数は、平成 24（2012）年が 317 者、令和 3（2021）年が 312 者であり、9 年間で 1.6%減少している。

小規模事業所数の増減を産業別にみると、製造業（△16 者）、建設業（△14 者）で減少がみられる。一方、その他の業種では増加しており、産業構造が変化していることが読み取れる。

■業種別の事業所数及び小規模事業所数（松川村）

	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	80	61	0	76	37	32	78	19	383
小規模事業所数	80	52	0	63	25	18	63	16	317
平成28年									
事業所数	65	54	0	78	36	37	70	14	354
小規模事業所数	65	44	0	55	30	18	55	13	280
令和3年									
事業所数	66	46	3	83	41	47	89	22	397
小規模事業所数	66	36	3	65	34	22	67	19	312
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△14	△15	3	7	4	15	11	3	14
増減割合	△17.5%	△24.6%	-	9.2%	10.8%	46.9%	14.1%	15.8%	3.7%
小規模事業所数	△14	△16	3	2	9	4	4	3	△5
増減割合	△17.5%	△30.8%	-	3.2%	36.0%	22.2%	6.3%	18.8%	△1.6%

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

(c) 業種別にみた小規模事業者の現状と課題（経営課題）

i_生坂村

農業・6次産業	生坂村では、稲作・葉物野菜・根菜の他、昼夜の寒暖差を活かしたぶどうの栽培が盛んであり、巨峰、シャインマスカット、ナガノパープルの栽培が特に盛んである。ブランドコンセプトとしてぶどうを宝石に見立て、生坂村のイクサカと宝石の重さをあらかずカラットをかけ合わせて「イクサカラット」と銘打ち、ブランド化を推進している。 また、村の農業研修制度を利用した新規就農者も見られており、今後も村の活性化のための重要な部門となっているが、同時に収穫時期等に深刻な人手不足も生じている。
商業	卸売・小売業は、少子高齢化・過疎化の影響により、食料品や日用品を村内で提供していく仕組みを将来にわたって構築することが難しい状況である。また、小規模事業者が存続していくための売上を地域内消費では確保できないため、地域外への販路開拓が必要である。その実現のためには近隣地域に訪しているインバウンドの流入を図る試みや EC サイトの構築による販路拡大が課題である。
工業	建設業は、総合工事業・職別工事業ともに、生坂村において最も多い業種である。特に土木工事は、山間地において必要不可欠で重要な産業であり、地域の安全を守るために安定した経営環境を維持しなければならない。災害時には、国道の通行の維持や交通の確保が何よりも重要であり、経済観念だけで判断できない要素を建設業は多分に含んでいる。 また建築、職別工事関連においても土木に連動した工事は相当数あり、地域の要であることに変わりはない。いずれも利益確保が課題となるが、生坂村において新たな産業を興していくうえでも持続的な発展を目指さねばならない業種として重要であると捉えている。 食品製造業では、長野県の郷土料理で、小麦粉等を薄くのばし、その皮で地域の野菜や小豆で作った具材を餡にして包んだ料理「おやき」が有名である。長野県内でもバラエティ豊かな種類のおやきが存在しているが、いろりで灰に包んでじっくり焼く「灰焼きおやき」が特産品である。

ii_池田町

商業	池田町の商業は、かつて地域住民の生活を支える中心的な存在だったが、近年は消費者ニーズの多様化や広域的な買い物行動の進展により、町外の大型店へ購買が流出し、町内商店街の来店客数は減少している。特に、事業者の高齢化や後継者不足が深刻で、閉店・廃業が相次ぎ、地域商業の空洞化が進行している。その一方で、高齢者や交通手段を持たない住民にとって、町内での買い物環境の確保は生活の質に直結する重要な要素であり、身近な商業機能の維持が求められている。こうした状況から、池田町の商業者には、価格競争だけに依存しない、専門性や地域性を活かした店舗づくりや、農業・観光・福祉分野との連携、新規創業の促進など、地域の特色を生かした新たな商業の形を構築することが課題となっている。
工業	池田町の工業は、工作機械や電子デバイス関連を中心に、切削加工・精密加工など高度な技術力を持つ企業が集積しており、地域経済を支える重要な産業基盤となっている。しかし、半導体不振や原材料・エネルギー価格の高騰、国際情勢による自動車関連産業への影響などにより経営環境は悪化し、生産規模も長期的に縮小している。製造品出荷額は平成13(2001)年の315億円をピークに、令和2(2020)年には133億円と約42%減少しており、町の基幹産業としての持続性が危惧される状況にある。また、技術者の高齢化や後継者不足、人材確保の困難化により、技能継承や技術革新の基盤が弱体化している点も大きな課題である。建設業においても、全国同様に人材不足や一人親方の高齢化、資材価格の高騰が深刻で、公共工事の減少も追い打ちとなり、経営環境は厳しい。一方で、池田町では移住者が増加しており、住宅建設やリフォームの需要が伸びるなど、新たな市場機会も生まれている。今後は、工業・建設業ともに技術力向上、生産性改善、人材育成、企業間連携の強化を図り、地域内外への魅力発信を進めながら、持続可能な産業基盤の確立を目指すことが求められる。
農業・6次産業	池田町の農業は、米・野菜に加え、ワイン用ぶどうやハーブ栽培など新たな地域資源を活かした取組が広がりつつあり、特産品開発の可能性が大きい。しかし、農業従事者の高齢化や後継者不足、耕作放棄地の増加など構造的課題は深刻で、持続可能な農業体制の構築が求められている。また、気候変動による品質・収量の不安定化も課題となっている。6次産業化の面では、ハーブ商品や加工品、ワイン関連商品の開発など新たな取り組みが芽生えているが、加工施設の不足、商品力・販路開拓・マーケティング体制の弱さから、収益化が十分進んでいない。総合計画でも掲げられているように、地域資源を活用した加工品開発、農産物と観光の連携、ブランド化の推進、販売体制の強化、事業者間の協働促進が重要である。今後は、担い手育成やスマート農業の導入に加え、地域資源を軸とした6次産業化を戦略的に進め、地域農業の持続的発展につなげていくことが求められる。

iii_松川村

商業	松川村の商業は、地域密着型の小規模事業者が中心となっており、村民の生活を支える重要な役割を果たしている。主な業種は、食料品・日用品の小売、理美容、飲食店などで構成されており、観光客向けの土産品販売や宿泊施設も一定数存在している。商業活動の課題として、緩やかではあるが人口減少と高齢化による地元消費の縮小、特に若年層の購買力が村外に流出し、既存店舗の売上維持が困難となり、取り巻く環境は厳しさを増している。また、若年層の流出により、後継者不在の事業所も増加傾向にある。さらに、デジタル化の遅れも課題の一つであり、デジタルを活用した集客や販売戦略の構築が急務である。
工業	村内には精密機械加工や省力化機器製造などを手がける小規模工業事業者が点在している。いずれも高い技術力を有し、特定分野においては全国的な取引実績を持つ。これらの企業は、地域に根ざした経営を行いつつも、外部との取引を通じて安定した事業運営を実現している。課題として、第一に慢性的な人材不足が挙げられる。特に若年層の地元定着率が低く、技術継承や後継者問題が深刻化している。加えて、デジタル化や省力化といった技術革新への対応が遅れている事業者も多く、生産性向上や業務効率化の課題を抱えている。また、販路の多様化や新規顧客の開拓に苦戦しており、地域外への情報発信力の強化が求められている。さらに、村内には工業団地も整備されているが、多くの企業は村内に点在しているため、企

	業間連携や共同受注といったスケールメリットを活かした取組が進みにくい状況にある。
観光業	<p>観光資源としては「すずむしの里」や「安曇野ちひろ公園」、安曇野の田園風景、温泉、サイクリングロードなどが挙げられる。これらを活かした観光業は、地域経済の一翼を担う重要な産業であり、宿泊業、飲食業、土産品販売、体験型観光などを営む小規模事業者が点在している。しかしながら、一日滞在し、宿泊するには十分な要素が無く数時間の滞在にすぎない場合が多い。また、後継者不足や高齢化も深刻であり、持続可能な観光業の構築には若手人材の育成と定着が不可欠である。</p> <p>課題として、観光客数の季節変動が大きく、閑散期の収益確保が難しい点が挙げられる。宿泊業に関しては、客数の変動が大きいため、通年の従業員確保が難しく、繁忙期に人手不足に陥り収益を上げられない現状である。また、インバウンド需要の取り込みが十分でなく、情報発信力や多言語対応の面で課題が残る。さらに、デジタルマーケティングやSNS活用が進んでいない事業者も多く、集客力の強化が求められている。加えて、地域内での連携が弱く、観光資源を横断的に活用した広域的なプロモーションやパッケージ化が進んでいない。</p>

キ 総合計画

(a) 生坂村第6次総合計画

「生坂村第6次総合計画（令和2年度～令和11年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

■基本構想（令和2年度～令和11年度）

〈将来像〉

確かな暮らしを明日につなぎ 明るく 健やかに生きる村

〈キャッチフレーズ〉

新たな発想で 未来を創り出し 人と自然が輝く いくさか

〈基本方針（商工・観光部分を抜粋）〉

活気にあふれにぎわいに満ちた村づくり

— 様々な資産を活用して産業を発展させていきます —

■基本計画（令和2年度～令和11年度）（商工・観光部分を抜粋）

第4章 活気にあふれにぎわいに満ちた村づくり

— 様々な資産を活用して産業を発展させていきます —

第2節 村の資産を活かした商工観光を発展させます〔商工観光の発展〕

1 商工業の活性化

- ①商業サービスの維持・向上の支援 ②商業市場の拡大 ③産業立地条件の向上
④地場産品開発 ⑤加工施設の充実 ⑥商業振興体制・組織の充実

2 観光資源の活用

- ①「やまなみ荘」の健全経営 ②道の駅いくさかの郷による関係人口増への取組みの推進
③山清路等景観資源の整備 ④施設の有効活用 ⑤体験型イベントの実施
⑥産業間の連携による観光産業創出

(b) 池田町第6次総合計画

「池田町第6次総合計画（平成31年度～令和10年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

■基本構想（平成31年度～令和10年度）

〈基本理念〉

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まち

〈基本目標（商工・観光部分を抜粋）〉

4 産業の基盤を強め活性化する町

■後期基本計画（令和6年度～令和10年度）（商工・観光部分を抜粋）

基本目標 4 産業の基盤を強め活性化する町

(2) 商業の振興

- ①企業への総括的・創業・産業振興支援体制の強化
- ②創業や既存店舗の改修等に対する助成
- ③空き店舗および既存商店街活性化対策、買い物がしやすい環境づくりの検討実施
- ④まちなかの賑わい拠点施設「シェアベースにぎわい」活用などによる起業支援、農産物加工品の開発販売、まちなか活性化
- ⑤創業支援計画に基づく商工会と連携した起業相談や事業継承等の支援強化
- ⑥創業セミナーの開催
- ⑦中小企業・小規模事業者振興条例に基づく振興施策の検討と事業者支援の実施
- (3)工業の振興
 - ①新規企業の適正な立地誘導（建設用地確保含）
 - ②工場の新設、増設、創業に対する補助金交付支援
 - ③企業誘致と既存企業の生産力向上のため、池田町工場誘致条例の見直しと検討の実施
 - ④製造力強化に関する事業者研修会の実施や産業展示会への参加支援
- (4)観光の振興
 - ①「観光まちづくり」を通じた観光資源知名度向上
 - ②美しい田園風景の保全とビューポイント整備
 - ③健康的レクリエーションの普及促進
 - ④滞在・交流の拠点づくりと機能強化
 - ⑤多面的な来訪促進策の展開
 - ⑥民間主催イベント誘致
 - ⑦ハーブセンター一帯の活性化
 - ⑧ハーバルヘルスツーリズムの推進
- (5)6次産業化の推進
 - ①ワインのブランド力強化
 - ②地元農産物を活かした特産品の新規開発促進・販路確保

(c) 松川村第7次総合計画

「松川村第7次総合計画（令和2年度～令和11年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

■基本構想（令和2年度～令和11年度）

〈基本理念〉

美しい自然とともに、みんなが明るく幸せに満ちた村

〈将来像〉

みんなで作る「支え合い、心豊かに暮らせる村」

〈基本目標（商工・観光部分を抜粋）〉

5 地域の特性を活かした産業を育む村づくり

■後期基本計画（令和7年度～令和11年度）（商工・観光部分を抜粋）

基本目標 5 地域の特性を活かした産業を育む村づくり

施策項目 3 地域経済を支える商工業の振興

- ・経営基盤の安定支援
- ・事業所・企業への支援体制の充実
- ・優良企業の誘致と雇用の場の確保

施策項目 4 地域資源を活かした観光振興

- ・地域資源を活用した観光振興
- ・観光情報の発信と受入環境の整備

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。

まず人口の推移を見ると、生坂村・池田町・松川村のいずれも減少傾向にあり、高齢化も進行している。そのため、購買力の低下が予想される。これまで多くの小規模事業者（とくに商業）は域内需要の獲得を前提に事業展開してきたが、そのビジネスモデルはいずれ限界を迎えると考えられる。そのため、地域外の消費者もターゲットに据えるなど、経営革新（ビジネスモデルの転換）を図り、経営基盤を強化することが課題である。

なお、経営革新（ビジネスモデルの転換）にあたっては、年間約100万人前後の観光客による観光消費（インバウンドを含む）の獲得も有効な手段である。あわせて、特産品や観光資源などの地域資源を活用した高付加価値商品の開発、ならびにそれらのブランド化も期待される。

また、多くの小規模事業者は、近年の原材料・エネルギー価格の高騰や人件費の上昇の影響を受け、利益が圧迫されている。加えて人手不足も深刻である。とくに人手不足については、今後の人口構成をみても生坂村・池田町・松川村のいずれにおいても生産年齢人口が減少していくため、状況が好転する見込みは乏しい。そのため、小規模事業者においても、デジタルの利活用による販路開拓や業務効率化、すなわち既存事業の磨き上げが必要である。

小規模事業者数を見ると、池田町では建設業・製造業・卸小売業が減少している一方、その他の業種では増加がみられる。松川村も同様に、建設業・製造業は減少しているが、その他の業種は増加している。つまり、第二次産業から第三次産業へと産業構造が移行している状況である。そのため、第三次産業での創業支援を重点的に実施し、事業を軌道に乗せるための支援を行うことが地域の課題となる。あわせて、第二次産業においては事業承継の促進を図るとともに、廃業を希望する事業者にはソフトランディングを支援することも重要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①地域における商工会の役割

長野県商工会連合会の「第2期商工会マスタープラン」は、地域の主産業等を踏まえて広域支援エリアを構築し、迅速かつきめ細かな地域密着型の経営支援を可能にする環境整備を進めている。

生坂村・池田町・松川村では、人口や事業所数の減少が進む一方で、小規模事業者が抱える課題はこれまで以上に高度化・複雑化している。事業環境の変化が速まり、経営改善、デジタル化、人材確保、販路開拓など、多岐にわたる支援ニーズが同時に生じていることから、個々の課題に対して経営指導員が単独で十分に対応することには限界がみられる。

そこで、生坂村商工会・池田町商工会・松川村商工会は広域経営支援センター高瀬エリアとして広域支援体制を整え、商工会の枠を超えたチームによる支援へと転換する。経営発達支援計画においても、広域経営支援センター高瀬エリアでの実行により、単会中心で展開してきた支援を発展させ、より高度な支援へつなげることを目指す。

②商工会の長期ビジョン（10年程度）

『(1)地域の現状及び課題』で記載したとおり、生坂村・池田町・松川村では、人口減少が進むとともに、少子高齢化が進行し、地域内の需要が減少している。さらに近年は、新型コロナウイルス感染症の拡大以降、原材料やエネルギーコスト高、人件費上昇、AI技術の急速な普及など、小規模事業者を取り巻く経営環境は大きく変化している。小規模事業者は、こうした複合的な課題に適切に対応し、稼ぐ力を高めながら、自らの力で経営を維持・発展させる自走化が求められている。

そこで、広域経営支援センター高瀬エリア（生坂村商工会・池田町商工会・松川村商工会）では、小規模事業者が経営課題への対応力を高め、稼ぐ力を備えた強い経営体質を確立し、変化に対応できる自走化を目指す。この実現に向け、小規模事業者が既存事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を実施することを支援する。併せて、エリア内の事業者数減少を抑制するために、創業及び事業承継の活性化を目指す。



(3) 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状及び課題、(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえたうえで、以下の4つの目標を定める。

<支援対象>

地域内需要の低下、原材料・エネルギーコスト高、人件費上昇、そしてAI時代の到来という、厳しく、かつ変化の激しい経営環境のなかで、持続的経営に向けて意欲的な小規模事業者を重点的に支援する。

<目標>

【目標①】

小規模事業者が、地域資源や自社の強みを活かした既存事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を進め、経営基盤を強化する。

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・事業計画を策定した事業者の売上増加事業者割合4割以上（＝事業計画策定時の売上高に対し、認定期間終了時の売上高が増加している割合が4割以上）
KPI	・事業計画策定20者/年
設定した理由	KGI 既存事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を図ることにより、売上増加を達成する事業者数を目標とする。
	KPI 上記を実現するためのプロセスとして事業計画の策定を支援する。

【目標②】

小規模事業者が、販路開拓、デジタル活用、ブランド化等により、地域外（観光客を含む）への販売を強化し、売上を拡大する。

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・認定期間終了時点までの期間において、地域外にも“売れる”商品の創出数3点（各商工会管内で1点ずつ）
KPI	・商品調査及び改良支援数3者/年 ・展示会・物産展等の出展支援数5者/年
設定した理由	KGI 各地域を代表する商品の創出を目標とする。
	KPI 上記を実現するため、商品の調査や改良を支援する。また、地域外での販売先を獲得するために、展示会・物産展等への出展を支援する。

【目標③】

地域内で、創業と事業承継が活発化し、新たな産業の創出や事業・技術の次世代への承継を進める。

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・認定期間中における商工会が関与した創業件数25者（開業届）
KPI	・創業計画策定5者/年
設定した理由	KGI 創業の完了件数を目標とする。
	KPI 上記を実現するためのプロセスとして創業計画の策定を支援する。

【目標④】

広域経営支援センター高瀬エリアとして持続可能な広域型支援体制を運用し、小規模事業者に対する経営力再構築伴走支援を実施する。

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・支援先事業者（経営分析）の認定期間終了時の事業継続率90%
KPI	・経営分析30件/年
設定した理由	KGI 小規模事業者が自己変革力を高め、事業継続することを目標とする。
	KPI 上記を実現するためのきっかけづくりとして、事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちするための経営分析を支援する。

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標④】により、小規模事業者の経営基盤を強化するとともに、地域外からの収益獲得を図ることを目指す。あわせて、地域内産業の活性化と創業・事業承継の促進により、地域に必要な雇用基盤の維持・強化を図ることを目指す。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】小規模事業者が、地域資源や自社の強みを活かした既存事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を進め、経営基盤を強化する

〈達成方針〉

小規模事業者が、既存事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を進められるよう、まずは経営分析を行い、事業者自身が本質的な課題や強みを把握できるようにする（年間30者）。次に、分析結果を活用して事業計画の策定を支援する（年間20者）。計画策定後はフォローアップを実施し、計画に沿った事業展開を後押しすることで、売上の増加（年間8者）及び営業利益の向上（年間8者）を目指す。

また、四半期毎に松本信用金庫の「中信地域 産業経済動向」を活用して事業者の課題等を把握することにより、適時適切な経営支援策を構築する。

〈設定した理由〉

既存事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を進める支援プロセスを明確化するため、経営分析→商品の調査→事業計画策定→フォローアップの各段階で定量目標を設定する。

【目標②】小規模事業者が、販路開拓、デジタル活用、ブランド化等により、地域外（観光客を含む）への販売を強化し、売上を拡大する

〈達成方針〉

地域外（観光客を含む）への販売には、“販売ポテンシャルの高い商品”の開発が必須である。そこで、「販売ポテンシャルの高い商品を創出するための商品調査」（年間3者）を実施し、試作品のニーズを把握する。また、調査結果を基に、商品の改良支援を実施する。

また、新たな需要の開拓に向け、「展示会・物産展等への出展支援」（年間5社）により、地域外の新たな取引先獲得を図る。加えて、「デジタルツールを活用した販路拡大支援」（年間8者）により、新たな取引先の獲得や観光客等の集客につなげる。

〈設定した理由〉

地域外（観光客を含む）への販売強化に向けて、商品の開発→販売の各種支援策ごとに定量目標を設定する。

【目標③】地域内で、創業と事業承継が活発化し、新たな産業の創出や事業・技術の次世代への承継を進める

〈達成方針〉

創業者が事業を継続・発展させられるよう、創業計画の策定からフォローアップまでをワンストップで支援し、事業運営が円滑に進むよう後押しする（年間5者）。

これにより地域内で創業が活性化することを目指す。

〈設定した理由〉

創業完了や創業後の円滑な事業展開に向けて、創業計画策定やフォローアップの定量目標を設定する。

【目標④】 広域経営支援センター高瀬エリアとして持続可能な広域型支援体制を運用し、小規模事業者に対する経営力再構築伴走支援を実施する

〈達成方針〉

広域経営支援センター高瀬エリアとして持続可能な広域型支援体制を運用するため、広域経営指導員や経営指導員を中心に、実効性のある経営支援を実施。さらにチーム力を高めるため、定例ミーティング（月 2 回）によりそれぞれの専門性やノウハウを持ち寄りながら個社支援の PDCA をメンバー全員で回す。

また、経営力再構築伴走支援の実施に向けて、経営分析、事業計画の策定、事業計画策定後の実施支援の各局面で、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、経営力再構築伴走支援に係る経営指導員等の資質向上を図る。

〈設定した理由〉

広域経営支援センター高瀬エリアとして持続可能な広域型支援体制を運用するために、定例ミーティングの実施頻度を必達目標として設定する。

また、事業者に対し、自走化のための内発的動機付けを行うため、主に経営分析における経営力再構築伴走支援の実施件数（年間 30 者）を定量目標とする。

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】

現状、池田町商工会と松川村商工会では、長野県商工会連合会が実施する景況調査への調査協力をしている。一方、池田町商工会では小売業、松川村商工会では製造業を対象にするに留まっており、地域の経済動向調査を把握する結果の収集には至っていない。

【課題】

これまでの支援では会員の声を聴取することでニーズを把握してきた。しかし、よりの確な支援を実施するためには、データに基づく経営支援策へ反映させることが必要である。そこで、本計画期間中は、松本信用金庫の「中信地域 産業経済動向」を活用して地域内の経済動向を把握する。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
松本信用金庫「中信地域 産業経済動向」の活用 公表回数	HP 掲載	-	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

事業名	松本信用金庫「中信地域 産業経済動向」の活用
目的	事業者の景況感を把握することで、経営支援施策への反映を目指す。
調査内容・調査の手法	松本信用金庫が、四半期毎に実施する景況調査を活用する。調査対象は、松本信用金庫の営業エリア内に所在する約 130 社の事業所で、業種は製造業、卸売業、小売業、サービス業、建設業、不動産業である。

調査項目	<input type="checkbox"/> 景況感（業況、売上額、受注残、収益、販売価格、原材料価格、在庫、資金繰り等） <input type="checkbox"/> 特別調査（時流に合った調査）
分析の手法	松本信用金庫が取りまとめた「中信地域 産業経済動向」を活用し、経営指導員（またはその他の職員）が調査結果の分析を行う。具体的には、広域経営支援センター高瀬エリアの定例ミーティングにてデータを共有し、大きな変化が確認された指標や大きな特徴のある指標があった場合はその要因を分析。分析結果を簡潔にまとめる。
調査結果の活用方法	「中信地域 産業経済動向」及び分析結果は生坂村商工会、池田町商工会、松川村商工会それぞれのホームページで公表し、広く管内の小規模事業者にも周知する。また、経営支援施策に反映させる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

本計画は、小規模事業者が販路開拓、デジタル活用、ブランド化等により、地域外（観光客を含む）への販売を強化することを目指している。この実現には、“販売ポテンシャルの高い商品”の開発が不可欠である。一方で、広域経営支援センター高瀬エリアでは、これまでエリアで統一的にこの種の商品の開発・改良支援を実施できていなかった。

【課題】

多くの小規模事業者は、これまでの経験に基づいて商品開発を行っている。そこで、マーケットインの視点を補う支援を実施することが課題である。具体的には、試作品を対象としたニーズ調査を実施し、その結果を踏まえて改良を重ね、“販売ポテンシャルの高い商品”へと高めていく必要がある。

(2) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
販売ポテンシャルの高い商品を創出するための商品調査 調査対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

※目標値は、生坂村商工会、池田町商工会、松川村商工会の合計値である。

(3) 事業内容

事業名	販売ポテンシャルの高い商品を創出するための商品調査
目的	小規模事業者が、販売する商品の需要を把握し、商品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用することを目指す。
対象	小規模事業者の商品、年間3商品（1者あたり1商品）を対象とする。
調査の手法	生坂村「赤とんぼフェスティバル」、池田町「えびす講感謝祭」、松川村「あめ市」などのイベントを活用し、アンケート調査を実施する。調査は商工会職員と事業者が連携して行い、1商品あたり20名以上からのアンケート回収を目指す。
調査項目	<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 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 今後の購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が、男女別・年齢別・居住地別（観光客か否か）のクロス分析を通じてデータを集計・分析し、商品のターゲット顧客や改良点を抽出し、結果を簡易なレポートにまとめる。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。
調査結果の活用方法	分析結果は対象事業者へフィードバックする。その後、事業者との対話や傾聴を通じて改善点を抽出し、商品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて経営分析や事業計画策定支援も併せて実施する。

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、小規模事業者が、自社の強み等を活かして事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を進めることを目指している。その実現には、まず事業者自身が自社の強みを正しく認識することが不可欠である。広域経営支援センター高瀬エリアでは、これまでも経営分析支援を行ってきたが、事業者へのヒアリングに基づく把握にとどまり、本質的な強みを顕在化させる支援には至っていなかった。

【課題】

今後は、対話と傾聴を通じて、事業者自身が自社の本質的な強みに気づき、腹落ちするような経営分析を実施する必要がある。あわせて、小規模事業者が顕在化した強みを事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）につなげたいと思う、いわゆる内発的動機づけの醸成が課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
経営分析事業者数	13者	30者	30者	30者	30者	30者

※目標値は、生坂村商工会、池田町商工会、松川村商工会の合計値である。

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析													
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを目指す。													
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）													
支援対象の掘り起こし	ホームページによる周知を行う。また、巡回訪問・窓口相談・個社支援（記帳支援、金融支援、補助金支援を含む）の際に訴求する。													
分析の実手法	<p>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。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題・強みに気づき、腹落ちすることを重視する。分析では、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」などを活用する。</p> <p>また、「経営分析・事業計画策定セミナー」を開催し、事業者自身が自社の経営状況を客観的に把握し、分析を通じて自社の経営課題を明確にできるよう支援する。</p> <p>■経営分析・事業計画策定セミナー（経営支援センター高瀬エリアにて共同開催）</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての小規模事業者</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>各商工会のホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>講師派遣会社の登録講師等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>・経営分析セミナー：経営分析の意義、内部・外部環境分析の方法 ・計画策定セミナー：事業計画の策定</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>15人/回</td> </tr> </tbody> </table>		支援対象	すべての小規模事業者	募集方法	各商工会のホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知	講師	講師派遣会社の登録講師等	回数	年1回	カリキュラム	・経営分析セミナー：経営分析の意義、内部・外部環境分析の方法 ・計画策定セミナー：事業計画の策定	想定参加者数	15人/回
支援対象	すべての小規模事業者													
募集方法	各商工会のホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知													
講師	講師派遣会社の登録講師等													
回数	年1回													
カリキュラム	・経営分析セミナー：経営分析の意義、内部・外部環境分析の方法 ・計画策定セミナー：事業計画の策定													
想定参加者数	15人/回													
分析項目	<p>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。</p> <p><財務分析> 収益性・安全性・生産性・成長性の分析</p> <p><非財務分析（SWOT分析等）> 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（デジタル活用の状況、事業計画の策定・運用状況など）</p>													
分析結果の活用方法	<p>・経営分析の結果は事業者にはフィードバックする。また、事業計画策定に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発</p>													

揮させ、課題解決に至るよう支援する。専門的な経営課題の場合は広域経営指導員や専門家の派遣により解決を図る。

- 分析結果は、経営支援システム Plus に集約。経営指導員個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、経営指導員以外も含めた経営支援センター高瀬エリア全体としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が既存事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を進める際、また販路開拓・デジタル活用・ブランド化等に取り組む際には、事前に取り組内容を整理した事業計画や創業計画を策定することが重要である。一方で、多くの小規模事業者はその重要性を十分に理解しておらず、場当たりの取組に陥りやすい傾向がある。

【課題】

現状の事業計画・創業計画の策定支援は、補助金や融資を契機とするものが多かった。そこで今後は、その重要性を啓発し、補助金や融資に依存せず主体的に事業計画・創業計画に取り組む事業者を増やすことが課題である。

(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、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の約7割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

また、エリア内での創業を活性化させるため、創業計画の策定支援を実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①事業計画策定事業者数	18者	20者	20者	20者	20者	20者
②創業計画策定事業者数	6者	5者	5者	5者	5者	5者

※目標値は、生坂村商工会、池田町商工会、松川村商工会の合計値である。

(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	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。また、補助金を契機とした事業計画策定の提案も実施する。
支援の手法	以下のいずれかの方法で支援を実施する。 ア 小規模事業者が作成した事業計画に経営指導員がアドバイスする方法 イ 「経営分析・事業計画策定セミナー※」にて事業者が作成した事業計画に経営指導員がアドバイスする方法 ウ 小規模事業者と経営指導員が協力して、計画内容の検討、整理を行う方法 また、必要に応じて広域経営指導員や専門家の派遣を実施する。支援では、経営者が取り組むべきことに腹落ちし、当事者意識を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。 ※(再掲)経営分析・事業計画策定セミナー（経営支援センター高瀬エリアにて共同開催）

支援対象	すべての小規模事業者
募集方法	各商工会のホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知
講師	講師派遣会社の登録講師 等
回数	年 1 回
カリキュラム	・経営分析セミナー：経営分析の意義、内部・外部環境分析の方法 ・計画策定セミナー：事業計画の策定
想定参加者数	15 人/回

②創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援												
目的	創業期の事業展開が円滑に進むことを目指す。												
支援対象	創業者・創業希望者												
支援対象の掘り起こし	<p>以下の方法により掘り起こしを実施する。</p> <p>ア 生坂村商工会、池田町商工会、松川村商工会での窓口相談 イ 広域経営支援センター高瀬エリアが主催する「創業塾^{※1}」 ウ 国の補助金や町村独自の創業補助金^{※2※3}等を契機とした問合せ</p> <p>※1 創業塾</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>創業を目指す方、創業後 5 年以内の方、創業予定の方</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>各商工会のホームページ、チラシ、関係機関での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>経営コンサルティング会社 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 1 回（全 4 日）</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>経営、財務、人材育成、販路開拓 等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>15 人/回</td> </tr> </table> <p>※2 池田町創業支援事業補助金 池田町の補助金である。町内産業の振興及び地域の活性化を図るため、町内で新たに創業を目指す方に対して、必要な経費の一部を、規程の割合で支援する制度である。申請には創業計画書が必要である。</p> <p>※3 松川村商工会創業支援補助金 松川村と松川村商工会の補助金制度である。村内の産業振興や活性化並びに村内への定住促進を図るため、村内で創業する方が創業するために要する経費に対して補助金を交付する。申請には事業計画書が必要である。</p>	支援対象	創業を目指す方、創業後 5 年以内の方、創業予定の方	募集方法	各商工会のホームページ、チラシ、関係機関での周知	講師	経営コンサルティング会社 等	回数	年 1 回（全 4 日）	カリキュラム	経営、財務、人材育成、販路開拓 等	想定参加者数	15 人/回
支援対象	創業を目指す方、創業後 5 年以内の方、創業予定の方												
募集方法	各商工会のホームページ、チラシ、関係機関での周知												
講師	経営コンサルティング会社 等												
回数	年 1 回（全 4 日）												
カリキュラム	経営、財務、人材育成、販路開拓 等												
想定参加者数	15 人/回												
支援の手法	創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員がアドバイスをを行う方法で支援する。また、必要に応じて広域経営指導員や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】

現状は、主に補助金や融資を契機とする事業計画・創業計画の策定支援を実施してきた。そのため、フォローアップにおいても、補助金を契機とした計画については実績報告などの必要が生じた際、融資を契機とした計画は金融機関への報告時などに実施してきた。しかし、これらはいずれも計画の実行支援という本来の目的に即したフォローアップとはいえず、単に進捗確認に陥る傾向にあった。

【課題】

広域経営支援センター高瀬エリアにて支援を行ったすべての事業計画・創業計画について、担当者を配置し、定期的なフォローアップを行う仕組みを構築することが課題である。これにより、計画実行の過程で生じる課題を早期に把握し、継続的な課題解決支援へとつなげていくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、計画策定後3回のフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者や営業利益増加事業者の割合が4割（売上増加事業者と営業利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目指す。

フォローアップでは、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図るための支援を実施する。支援では、自走化に向けた内発的動機付けを行うことで、支援期間中の事業者の一連の取組を一過性の取組とさせず、事業者が事業環境の変化に合わせて、持続的に発展できる蓋然性を高める。

また、創業計画を策定した事業者にも計画策定後3回のフォローアップを実施。計画通りに進捗させることを目指す。

(3) 目標

①事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
フォローアップ対象事業者数	15者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度 (延回数)	四半期毎 (55回)	3回* (60回)	3回* (60回)	3回* (60回)	3回* (60回)	3回* (60回)
売上増加事業者数	-者	8者	8者	8者	8者	8者
営業利益増加事業者数	-者	8者	8者	8者	8者	8者

※目標値は、生坂村商工会、池田町商工会、松川村商工会の合計値である。

※フォローアップの頻度は、計画策定後3回（3ヵ月後、6ヵ月後、1年後）を基本とする。

②創業計画のフォローアップ

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
フォローアップ対象事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度 (延回数)	四半期毎 (23回)	3回* (15回)	3回* (15回)	3回* (15回)	3回* (15回)	3回* (15回)
売上増加事業者数	-者	3者	3者	3者	3者	3者

※目標値は、生坂村商工会、池田町商工会、松川村商工会の合計値である。

※フォローアップの頻度は、計画策定後3回（3ヵ月後、6ヵ月後、1年後）を基本とする。

(4) 事業内容

事業名	事業計画・創業計画のフォローアップ
目的	事業計画・創業計画どおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画・創業計画を策定したすべての事業者
支援の手法	経営指導員が、事業計画や創業計画を策定したすべての事業者を対象に計画策定後3回（3ヵ月後、6ヵ月後、1年後）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、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、訪問回数を増やす、広域経営指導員や専門家の派遣を実施するなどにより、軌道に乗せるための支援を実施する。 フォローアップでは、各種計画の進捗状況の確認、売上・利益等の経営指標の把握を行う。また、計画実行上の課題に対し、課題解決を図る。課題解決にあたっては、単に「答え」を提供するような支援を行うのではなく、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じて事業者もよく考えること、事業者内のチームと一緒に作業を行うことにより、事業者が事業環境の変化に合わせて自ら変革を続けていける力（自走化する力）を付けられるようにする。

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】

これまで生坂村商工会・池田町商工会・松川村商工会では、各単会で個社の販路開拓支援を実施してきた。しかし、単会での取組では支援の幅に限界があり、十分な成果に結びついていなかった。

【課題】

今後は、広域経営支援センター高瀬エリアとして一体的に個社の販路開拓支援を展開し、支援の厚みと到達範囲を拡大することが課題である。たとえば、従来は単会では出展が難しかった首都圏の大規模展示会への共同出展支援等により、より幅広く事業者を支援していく。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者が、販路開拓、デジタル活用、ブランド化等により、地域外（観光客を含む）への販売を強化し、売上を拡大することを目指している。そこで、これに寄与する事業を実施する。

事業の実施目的、期待する効果等は次のとおりである。

- ・地域外への販売において、展示会や物産展等は有効な手段である。一方で、小規模事業者は経営資源が限られているため、単独で出展するには負担が大きい。そこで、「展示会・物産展等の出展支援」を実施。共同出展等により負担を軽減しながら、新たな取引先を獲得することを目指す。
- ・地域外への販路開拓や観光客の集客では、デジタルの活用が有効な手段の一つとなっている。現状、販促に活用できるデジタルツールが多く出ているが、地域内の小規模事業者は活用度が低い。そこで、「デジタルツールを活用した販路拡大支援」を実施し、集客につなげることを目指す。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4) 事業内容』のとおりである。

(3) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①展示会・物産展等の出展支援 出展事業者数	4者	5者	5者	5者	5者	5者
成約件数（延べ）	4件	2件	2件	2件	2件	2件
売上額/者（全国物産展に出展の場合）	51万円	45万円	45万円	45万円	45万円	45万円
②デジタルツールを活用した販路拡大支援 支援事業者数	7者	8者	8者	8者	8者	8者
売上増加率/者	-%	10%	10%	10%	10%	10%

※目標値は、生坂村商工会、池田町商工会、松川村商工会の合計値である。

(4) 事業内容

①展示会・物産展等の出展支援（BtoB、一部 BtoC）

事業名	展示会・物産展等の出展支援
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
展示会等の概要 /支援対象	主に以下の展示会・物産展を想定している。なお、これ以外にも有効な展示会・物産展等がある場合は、出展支援を実施する。支援にあたっては、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。 ア ニッポン全国物産展 支援対象：食品製造業 訴求相手：全国のバイヤー 全国商工会連合会が主催する物産展である。地域経済を支える中小企業・小規模事業者等がテスト販売、新規顧客獲得等を通じて売上増加、販売力向上を図ることを目的としている。令和6（2024）年11月の開催では、参加事業者数が200者以上、来場者

	<p>数が約 8 万人であった。</p> <p>イ ギフトショー（グルメショー） 支援対象：食料製造業等 訴求相手：全国の食品を中心とした専門バイヤー、消費者</p> <p>ビジネスガイド社が主催する展示会である。地域食品や加工食品、洋菓子・ベーカリー、飲料、冷凍食品、惣菜、及び食器・キッチン用品等を扱う見本市で、フード商品とライフスタイル商品との連携展示もある。ギフトショーの来場者や出展企業とあわせ、食品や食文化を軸としたビジネス／流通チャンネルを広げる場となっている。「第 37 回グルメショー春 2025」では 404 社・283 小間が出展し、来場者数は約 3 万であった。</p> <p>ウ 諏訪圏工業メッセ 支援対象：製造業 訴求相手：諏訪圏域の製造業</p> <p>長野県岡谷市で開催される、「長野・諏訪から「ものづくり」の情報発信」を具現化する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 7（2025）年 6 月の開催では、出展社数が 340 社・団体、来場者数が 15,039 名であった。</p>
支援内容	広域経営支援センター高瀬エリアにてブースを借り上げ、複数の事業者による共同出展を行う方法にて支援を実施する。
支援の手法	展示会・物産展等への出展を希望する事業者の掘り起こしを行い、参加希望者に対しては経営指導員が事業者の要望に応じて支援を実施する。具体的には、出展前には商談シートの作成、商談相手のアポイント、各種訴求ツールの制作などを行い、出展後には商談相手へのフォローアップを支援する。これらの支援にあたっては、適宜、専門家派遣を実施する。

② デジタルツールを活用した販路拡大支援（主に BtoC）

事業名	デジタルツールを活用した販路拡大支援													
目的	小規模事業者がデジタルツールを活用した販売や情報発信等に取り組み、販路を拡大させることを目指す。また、デジタルツールの活用を導入部に、最終的には DX（デジタルトランスフォーメーション）に取り組む事業者を増加させることを目指す。													
支援対象	デジタルツールを活用した販路拡大に意欲がある小規模事業者（業種等問わず） ※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。													
訴求相手	各事業者の訴求相手													
支援内容	デジタルツールを活用した販売や情報発信の手法は、ホームページ、SNS、EC サイトなど多岐にわたり、事業者によってニーズが異なる。こうした状況を踏まえ、各事業者の要望に応じたオーダーメイド型の支援を行う。また、デジタルツール活用事業者のなかから DX に取り組む事業者を創出・支援する。													
支援の手法	経営分析や事業計画策定支援等の個社支援の際に支援対象者を掘り起こす。また、必要に応じて「DX セミナー」を開催する。													
	■DX セミナー <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての事業者</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>DX 専門家 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 1 回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>毎年度、時流に即したテーマをメインテーマとして設定（SNS、EC、生成 AI など）。その他、デジタル技術を活用した販売促進手法などを網羅的に紹介する。また、DX に関する事例の紹介なども実施する。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>10 人/回</td> </tr> </table>		支援対象	すべての事業者	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知	講師	DX 専門家 等	回数	年 1 回	カリキュラム	毎年度、時流に即したテーマをメインテーマとして設定（SNS、EC、生成 AI など）。その他、デジタル技術を活用した販売促進手法などを網羅的に紹介する。また、DX に関する事例の紹介なども実施する。	想定参加者数	10 人/回
支援対象	すべての事業者													
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知													
講師	DX 専門家 等													
回数	年 1 回													
カリキュラム	毎年度、時流に即したテーマをメインテーマとして設定（SNS、EC、生成 AI など）。その他、デジタル技術を活用した販売促進手法などを網羅的に紹介する。また、DX に関する事例の紹介なども実施する。													
想定参加者数	10 人/回													

実際にデジタルツールを活用した販路拡大に取り組む事業者に対しては、経営指導員がコーディネーターとなり、適切なDX専門家や情報関連事業者と連携しながら支援を実施する。具体的には、事業者の課題に応じて、適切なデジタルツールの選定から導入、運用までをハンズオンで支援する。

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】

これまでは、生坂村商工会・生坂村、池田町商工会・池田町、松川村商工会・松川村がそれぞれ経営発達支援計画を実行していたため、事業の評価もそれぞれが実施してきた。

【課題】

今後は、生坂村商工会・池田町商工会・松川村商工会や生坂村・池田町・松川村だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「広域経営支援センター高瀬エリア 経営発達支援事業評価会議」により事業の成果を確認し、PDCAを回しながら経営発達支援事業を推進することが課題である。

(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成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	<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）</p> <p>(c) 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。</p> <p>(d) 経営指導員等は、実施した内容を経営支援システムPlusに適時入力する。</p> <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>(e) 日々の業務のなかで、広域経営指導員は、経営支援システムPlusにより各経営指導員等の指導状況を定量的に確認する。</p> <p>(f) 広域経営支援センター高瀬エリアの定例ミーティング（月2回）にて、広域経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認及び評価を行う。</p> <p>(g) 年1回（7月頃）の「広域経営支援センター高瀬エリア 経営発達支援事業評価会議」にて、外部有識者等からの評価を受ける。なお評価は、経営発達支援計画に記載したすべての事業を対象とする。</p> <p>※「広域経営支援センター高瀬エリア 経営発達支援事業評価会議」の実施の流れ</p> <p>i 生坂村振興課長（または担当者）、池田町振興課長（または担当者）、松川村経済課長（または担当者）、広域経営指導員、経営指導員、外部有識者（松本信用金庫等）をメンバーとする「広域経営支援センター高瀬エリア 経営発達支援事業評価会議」を年1回（7月頃）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）で定量的に評価する。</p> <p>ii 当該「広域経営支援センター高瀬エリア 経営発達支援事業評価会議」の評価結果は、各商工会の理事会に報告する。また、各商工会の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>

生坂村商工会 HP : <https://www.sibugaki.or.jp/>
池田町商工会 HP : <https://ikeda-sci.jp/>
松川村商工会 HP : <https://matsukawamura-sci.jp/>

【ACTION】（事業の見直し）

(h) 「広域経営支援センター高瀬エリア 経営発達支援事業評価会議」の評価を受け、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】

現状、経営指導員研修への参加や広域経営指導員とのOJTにより、職員の資質向上を図っている。また支援状況等は、広域経営支援センター高瀬エリアの定例ミーティングで共有している。

【課題】

従来の資質向上を継続しつつ、広域経営支援センター高瀬エリアとして支援を強化するには、各職員の得意分野（例：製造業支援は得意など）を相互に生かし、他職員の支援を補完する体制が必要である。そのため、徐々に分野別のスペシャリストとしての支援力を高めていくことが課題となる。

(2) 事業内容

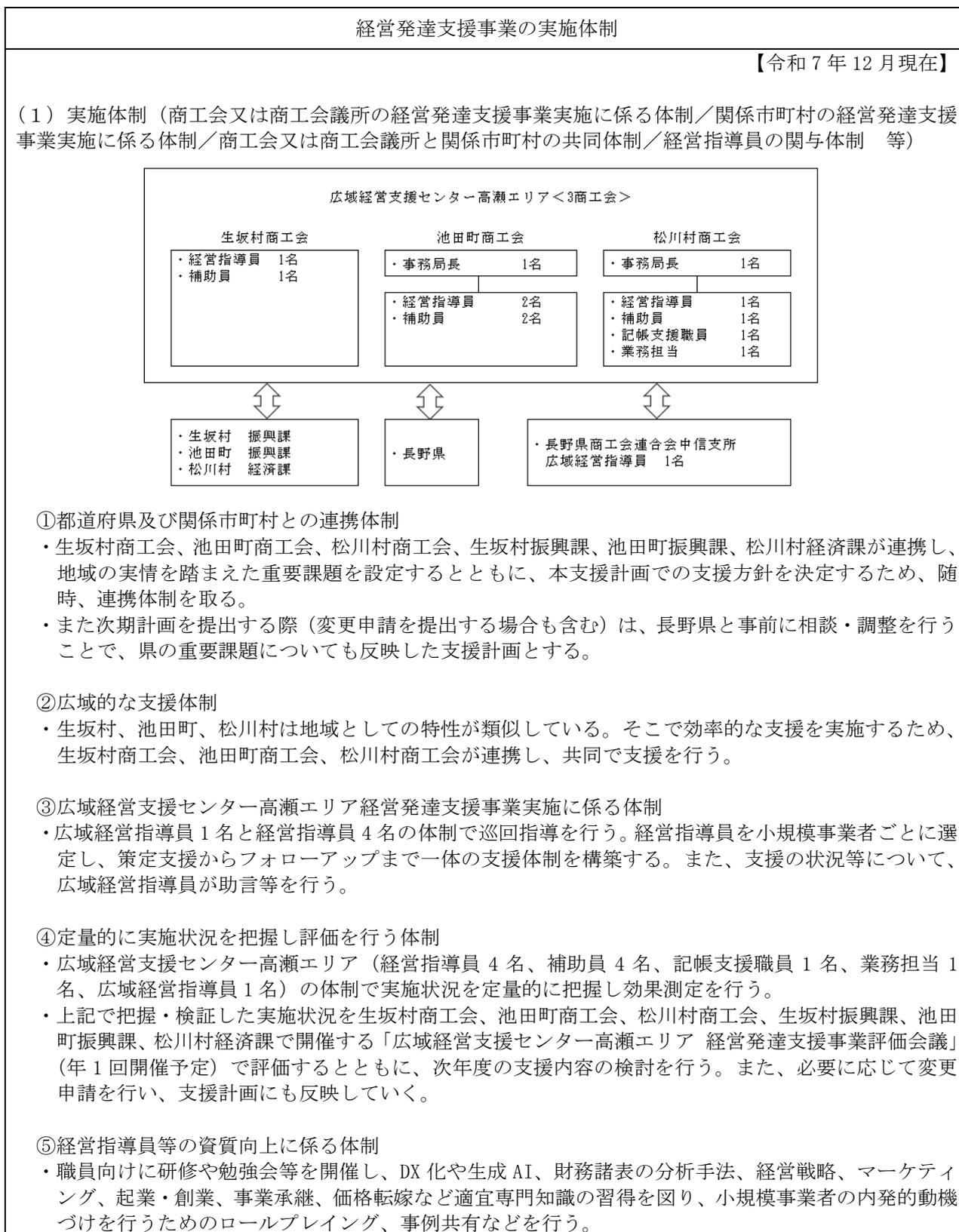
①経営指導員（広域経営指導員含む）のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	すべての職員
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ことを目指す。
不足能力の特定	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。 <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源や自社の強みを活かした既存事業の磨き上げや経営革新（ビジネスモデルの再構築）を支援する能力 ・販路開拓、デジタル活用、ブランド化等を支援する能力 ・創業や事業承継の支援能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等
内容	<p>経営発達支援事業を適切に遂行し、上記の不足能力を補うために、以下の手段・手法により職員の資質向上を図る。これまでは経営指導員が中心となり資質向上に取り組んできたが、今後はすべての職員が主体的に取り組む体制とする。</p> <p>ア 経営指導員研修や広域経営指導員による研修 経営分析や事業計画策定といった、本計画実施にあたり最低限必要な資質については、長野県商工会連合会が開催する経営指導員研修会や、広域経営指導員、上席専門経営支援員による内部研修を通じて習得する。また、各商工会が事業者向けに実施するセミナーのうち、支援力の向上につながるものがあれば積極的に参加する。</p> <p>イ 中小企業大学の専門研修、上級研修 中小企業大学の専門研修や上級研修では、幅広いテーマが用意されており、職員がそれぞれの強みを伸ばす、あるいは弱みを克服するためのテーマを選択することが可能である。また、全職員に共通して不足している「経営力再構築伴走支援」に関するカリキュラムも整備されており、組織全体の支援力向上に資する内容となっている。そこで、適切なテーマの研修があった際は積極的に参加する。</p> <p>ウ 広域経営支援センター高瀬エリアにて独自に研修会を開催 資質向上の手段として外部研修への参加も考えられるが、不足能力の強化を図るうえでは、独自の研修会を開催することも有効である。そこで、広域経営指導員や経営指導員が全職員の不足能力を網羅的に把握したうえでテーマを設定し、独自に講師を招聘した研修会を実施する。内部の研修会とすることで、すべての職員が参加しやすく、組</p>

	織全体の底上げにつながるという利点がある。
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ことを目指す。
内容	<p>ア OJT 広域経営指導員と経営指導員等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、専門家の派遣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 職員間の情報交換 広域経営支援センター高瀬エリアの定例ミーティング（月 2 回）のなか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支援のなかで発見した経営支援手法やデジタル活用の方法、具体的なデジタルツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援事業の進捗管理を実施する。</p> <p>ウ データベース化 担当経営指導員等が経営支援システム Plus 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



(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

<広域経営指導員>

氏名：日野 亮

連絡先：長野県商工会連合会中信支所 TEL:0263-88-6168

②当該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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員(日野 亮)は、施行規則第7条2項に規定する広域経営指導員に該当する。

(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

■生坂村商工会

〒399-7201 長野県東筑摩郡生坂村 6042-1

TEL:0263-69-3047/FAX:0263-69-3371 E-mail:oyaki@shirt.ocn.or.jp

■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@ikedas-ci.jp

■松川村商工会

〒399-8501 長野県北安曇郡松川村 7019-11

TEL:0261-62-2557/FAX:0261-62-4815 E-mail:info@matsukawamura-sci.jp

■長野県商工会連合会中信支所

〒399-8303 長野県安曇野市穂高 5047

TEL:0263-88-6168/FAX:0263-88-6763 E-mail:chushin@nagano-sci.or.jp

②関係市町村

■生坂村 振興課

〒399-7201 長野県東筑摩郡生坂村 5493-2

TEL:0263-69-3112/FAX:0263-69-3115 E-mail:sinkoka@vill.ikusaka.nagano.jp

■池田町 振興課 商工観光係

〒399-8696 長野県北安曇郡池田町大字池田 3203-6

TEL:0261-62-3127/FAX:0261-62-9404 E-mail:shoko@town.ikedas-ci.jp

■松川村 経済課 商工観光係

〒399-8501 長野県北安曇郡松川村 76-5

TEL:0261-62-3109/FAX:0261-62-4071 E-mail:syokoukankou@vill.matsukawa.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 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
必要な資金の額	4,400	4,400	4,400	4,400	4,400
需要動向調査	200	200	200	200	200
経営状況分析	200	200	200	200	200
事業計画策定支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
新たな需要の開拓に寄与する事業	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

(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
<ul style="list-style-type: none">・会費収入・広域事業負担金収入 (3 商工会より)・国補助金 (伴走型小規模事業者支援推進事業)・長野県補助金・各町村補助金

(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