

経営発達支援計画の概要

実施者名	朝日村商工会 (法人番号 4100005006747) 朝日村 (地方公共団体コード 204510)
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日～令和 12 年 3 月 31 日
目標	経営発達支援事業の目標 ①小規模事業者が、自社の強みを打ち出した独自の技術・サービス・メニューの開発及び提供することを目指す。 ②小規模事業者が、IT 活用、商談会等の積極的な出展、地域イベントへの積極的な参加により、地域及び地域外の需要を創造し、安定的かつ持続可能な経営を行うことを目指す。 ③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、商業・工業の連携及び農・商工の連携による持続的発展の取組を図る。
事業内容	3. 地域経済動向調査に関すること 各種調査データを収集・整理・分析し、小規模事業者の経営に役立つ情報提供を行う。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品・サービス・技術について調査を実施し、調査結果を収集・整理・分析し、商品開発及び既存商品のブラッシュアップを促進。 5. 経営状況の分析に関すること 財務状況や自社の強みと弱み等の内部環境や置かれている外部環境を分析し、課題解決に役立てる。 6. 事業計画の策定支援に関すること 経営分析を踏まえ、セミナーや専門家個別相談を活用して、小規模事業者の事業計画策定につなげる。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者に対し、定期的に事業計画の進捗状況の確認と効果の測定を行い、事業計画の達成に向けた支援を行う。 8. 新たな需要の開拓支援に寄与する事業に関すること 事業計画に従って販路開拓を目指す小規模事業者に対して、展示会や商談会への出展支援とともに出展前の事前支援を行い、IT 活用も支援しながら販路拡大の機会を作る。 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 「経営発達支援事業検証委員会」により本事業の成果を確認し、PDCA を回しながら事業を推進する。 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること 本成果をあげるために組織全体の支援力向上に取り組む。
連絡先	朝日村商工会 〒390-1104 長野県東筑摩郡朝日村大字古見 1300 番地 5 TEL:0263-99-2551 Fax:0263-99-3573 E-mail: asahisci@beetle.ocn.jp 朝日村役場 産業振興課 〒390-1104 長野県東筑摩郡朝日村大字古見 1555 番地 1 TEL:0263-99-2001 Fax:0263-99-2745 E-mail: info@vill.asahi.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) 地域の現状と課題

① 現状

ア 概況

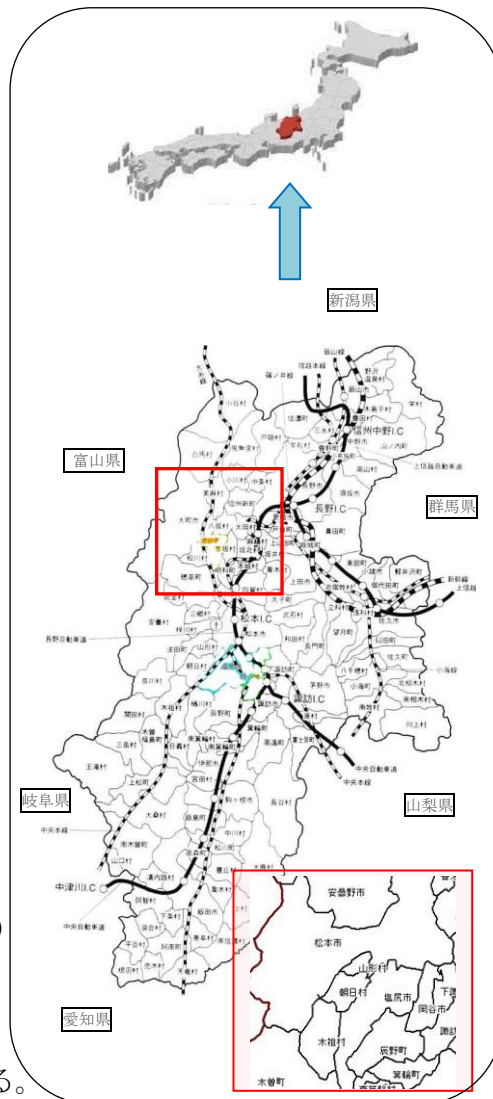
朝日村は本州のほぼ中央にある長野県松本平の西南端に位置し、木曽郡木祖村と松本市の境にある標高2447mの鉢盛山（はちもりやま）を背後に、東は塩尻市、北は松本市・山形村、南に木曽郡木祖村と接している。村の面積70.62km²のうち87%を山林が占め、平坦地の標高は740mから900mに展開していて、鉢盛山から北東面に向け緩やかな台形の扇状に居住地、耕地が広がっている。

鉢盛山から吹き降ろす風により気温が低く、この気候を利用した施設として「あさひプライムスキー場」や「あさひ天然スケート場」があり、比較的小規模ではあるが松本近郊にある小中学校の校外学習に多く利用されている。

また、平安時代末期の武将 源義仲(みなもとのよしなか/木曽義仲)が京に向けて進軍し、一時は天下統一をした。村はその時のルートとも言われ、いくつかの史跡があり、鉢盛山の山道を越えて木曽方面へ繋がっている。

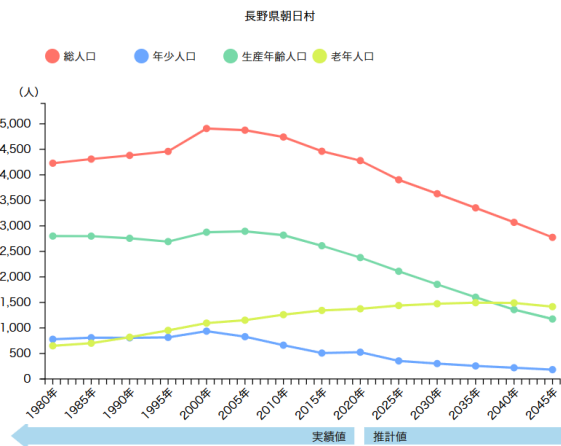
イ 人口

村の人口は昭和55年(1980年)4,246人、平成17年(1995年)4,550人と増加したが、平成20年(1999年)5,064人をピークに年々減少している。令和6年(2024年)8月には4,288人となり、村では人口減少対策として、新しい宅地開発・分譲販売や子育て支援を充実させ、過疎化や少子高齢化対策に取り組んでいる。



《人口推移》

※RESAS より抜粋



【出典】

総務省「国勢調査」、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

農業が主要産業であり、気温は年平均 10℃前後である。最高は 30℃を超え、最低は-10℃を下回る準高冷地の気候で、降雨量が少なく、晴天率が高い。この気候に適したレタス、キャベツ、はくさいなどの葉野菜を中心に、ブロッコリー、スイートコーン、ズッキーニなど、さまざまな品種がバランス良く栽培されている。例えばレタスは、3月に定植し5月に出荷が始まる。これを繰り返し、同じ畑で年に2～3回収穫できるので、収益性は長野県でもトップクラスである。

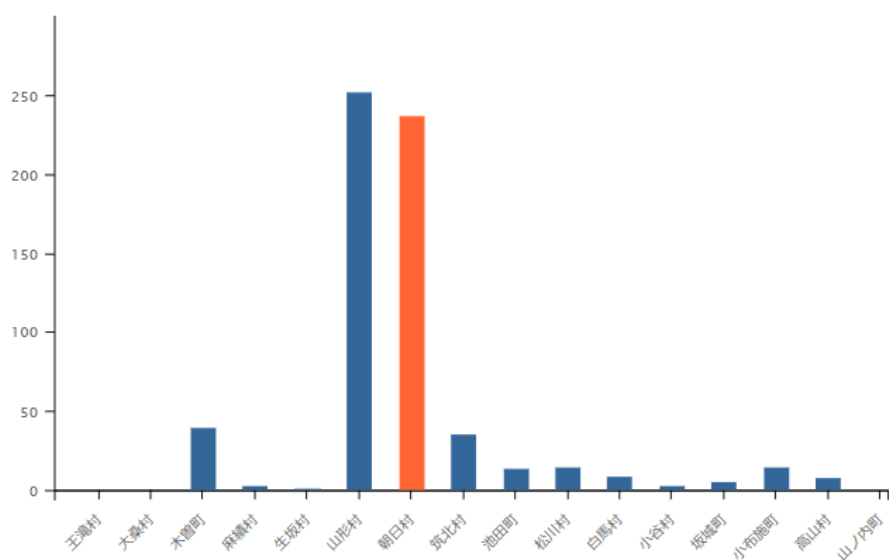
【2016年4～5月 春レタス市町村生産ランキング】

順位	都道府県	市町村	収穫量（t）
1	茨城県	坂東市	15,300
2	兵庫県	南あわじ市	8,100
3	長野県	塩尻市	7,590
4	茨城県	結城市	5,170
5	茨城県	古河市	5,000
6	茨城県	境町	4,370
7	長野県	朝日村	3,280
8	香川県	観音寺市	2,740
9	福岡県	久留米市	2,650
10	長野県	小諸市	2,260

※松本ハイランド農業協同組合朝日支所様提供資料より抜粋

RESAS 地域経済分析システム 2021年 農業産出額 野菜産出額

部門別農業産出額_野菜（千万円）



【出典】

農林水産省「農業総産出額及び生産農業所得」

農林水産省「都道府県別農業産出額及び生産農業所得」、農林水産省「市町村別農業産出額（推計）」

【参照メニュー】

産業構造マップ→農業→農業産出額→農業産出額（総額）を加工

エ 観光

朝日村の観光資源は、キャンプ場・スキー場・スケート場はあるが、終着地であるため、その場所に明確に行く目的のあるお客様以外を誘致することが困難で、観光分野においては苦戦を強いられている。

そのため、平成 29 年 12 月 1 日に民間対応型の朝日村観光協会を設立し、村の観光資源を活かした観光客の誘致を行っている。

特に大きな事業として平成 30 年 8 月 5 日に初開催された鉢盛山登山マラソンは、当初 203 名の参加であったが、令和 6 年 8 月 4 日の第 6 回目の参加者は 300 名であり、年々増加傾向である。

他にも年 2 回～3 回開催されるうまいものまつりで村内飲食店の出店斡旋など村内の小売・飲食業に貢献している。

また、商工会が中心になり開催する朝日村大博覧会では、令和 4 年に約 1,000 人の集客があった。飲食・小売業の出店斡旋、木工業の展示会も同時開催し事業所の PR に寄与した。

来場者数は令和 5 年が約 600 人、令和 6 年約 500 人と減少傾向である。

オ 産業

I. 業種別の商工業者数

令和 3 年経済センサス（活動調査）では商工業者数は 121 事業者であり、うち小規模事業者数は 86 者であった。平成 28 年の小規模事業者数は 98 者であったため、小規模事業者数の減少数は 12 者、増減率は△12.2%であった。

朝日村の商工業者数は平成 24 年 136 事業者であったが令和 3 年調査では 121 事業者であり増減率は△11.03%であった。

個人が減少し法人数は増加しているが、インボイス制度導入により法人成りした個人事業主も多かったことが要因と考えられる。また長引く新型コロナの影響や税制改正への対応困難、事業主の高齢化等の理由により、廃業を考える事業者も多くあった。

II. 経済センサス（活動調査）による商工業者数の推移

	建設業	製造業	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	宿泊業、飲食業	その他	合計
H24年 事業者数	21	28	6	23	11	47	136
個人	16	17	1	10	7	29	80
法人	5	11	5	13	4	18	56
H28年 事業者数	19	25	10	25	10	37	126
個人	15	13	1	9	6	22	66
法人	4	12	9	16	4	15	60
R3年 事業者数	14	24	9	26	11	37	121
個人	8	12	0	9	7	20	56
法人	6	12	9	17	4	17	65
増減率（24年～3年）	-33.33%	-14.29%	50.00%	13.04%	0.00%	-21.28%	-11.03%
増減率（28年～3年）	-26.3%	-4.0%	-10.0%	4.0%	10.0%	0.0%	-4.0%

※経済センサス活動調査 事業所に関する集計調査結果をもとに加工して作成

Ⅲ. 令和 3 年経済センサス（活動調査）による事業者数及び従業者数

	農林業	建設業	製造業	運輸業	卸売・小売業	宿泊・飲食業	福祉・医療	その他	合計
事業者数	4	14	24	9	26	11	13	20	121
従業者数	35	43	306	215	136	40	142	113	1,030

※経済センサス活動調査 事業所に関する集計 事業所数、従業者数をもとに加工して作成

カ 今後 5 年間における経営環境の変化

現在、朝日村は長野県の食肉加工施設の新設の最有力候補地となっている。また、小水力発電を事業とした企業誘致を進めている。食肉加工施設ができることで地元運輸業の活用、付随する企業の誘致などが期待できるが、中小・大企業の進出で、既存の小規模事業者の減少が加速しないよう配慮が必要である。

キ 第 6 次朝日村総合計画

タイトル：人・自然・産業が輝き、夢・希望・笑顔あふれる朝日村

朝日村の目標

人口減少や地域経済の縮小といった本村の存続の危機に立ち向かい、積極的な人口維持施策を強力に推進し、2060 年に 3,100 人の維持という「チャレンジ目標人口」を定め、高い目標を達成するための施策を展開します。

基本戦略 1	魅力にあふれ暮らしたくなる村をつくります
重点目標 1	出産・子育ての希望を叶える環境づくり
重点目標 2	誰もが暮らしたくなる環境づくり
基本戦略 2	一人一人が活躍できる村をつくります
重点目標 3	村の産業振興と村民の雇用確保
重点目標 4	特色のある教育・生涯学習の充実
重点目標 5	誰もが活躍できる社会環境づくり
基本戦略 3	安心して暮らし続けられる村をつくります
重点目標 6	安心して自分らしく健康に暮らし続けられるしくみづくり
重点目標 7	安心して暮らせる基盤整備
基本戦略 4	未来へつながる村をつくります

② 課題

ア 業種別の課題

I. 商業の課題

朝日村は、松本市、塩尻市、山形村と接しており、近隣のショッピングモール、大型店、ディスカウント店との厳しい競争に加え、住民の高齢化、ベッドタウン化が進行しており商業は低迷している。2022 年 11 月には生鮮食品や総菜、生活雑貨、酒類などを扱う村内唯一のスーパーとして 30 年以上親しまれてきた「JA 松本ハイランド朝日支所生活店舗」が、利用客の減少、近隣の大型スーパーの増加を理由に閉店した。現在、生鮮食品が購入

できる店舗がコンビニエンスストアと個人商店の2店のみのため、買い物困難者への支援が大きな課題である。また新規創業はあるが、新規顧客の獲得・固定客化が困難で1年～2年で廃業や撤退を余儀なくされている。

Ⅱ. 工業の課題

朝日村では地元木材を使った木工製品以外の突出したものはない。地場産業の活性化、特産品の開発は今後の大きな課題である。

ヒノキ科のネズコ製品の木工品等製造者、特に下駄は朝日村以外の地域でほとんど生産者がなく、特産品として認知されているが、生産数に限界があることや販路開拓が進んでいないことが課題である。他の地域から移り住んで木工業に取り組んでいる人も多いが、それぞれが独自の流通ルートで販売しており、新規の販路開拓に対する熱量が低い。

産業間の連携もほとんどないので、生産から流通、販売まで小規模事業者の連携活用が課題となっている。

Ⅲ. 観光の課題

観光産業は冬のスキー場、夏のキャンプ場以外に大きな誘客施設はなく、観光協会や実行委員会の企画するイベントで村の知名度向上や新規客の誘客を行っているが、村内個店の需要増加の効果は薄い。地域資源を活かした継続的な観光客の誘致が課題である。安価なビジネスホテルなどが乱立する松本市や塩尻市から近く、宿泊業の参入は皆無であり、宿泊を伴う旅行サービスを提供することも困難である。

Ⅳ. 農業の課題

基幹産業の農業は、高齢化や遊休農地、主要作物である葉物野菜の連作障害などの不安材料も多い。土地基盤の整備は、圃場整備が行われ、大型機械を導入するなど野菜を中心とした生産体制の近代化が図られている。高額な機械導入、老朽化設備の更新、農地の集約化や生産品目の多様化などは小規模農家では対応が困難であり、今後は、大規模農家や農業法人などが中心になり、小規模農家の集約・減少が懸念される。

Ⅴ. その他の課題

平成24年と令和3年の経済センサスによる商工業者数の推移を比較すると、運輸業は増加、個人事業所が減少し、法人企業が増加傾向である。

最寄りの高速道路インターチェンジから約20分の立地、広く平らな土地、静かで水が綺麗なことなどの理由から企業誘致による中小・大企業の増加は期待できるが、競合の参入による既存の小規模事業者の減少が心配される。

イ 地域全体の課題

これまで記述した内容から小規模事業者が取り組むべき課題は以下のとおりである。

Ⅰ. 人口

村の第6次総合計画の目標にもあるように、今後も人口減少が懸念される。小規模事業者においては、人口減少による村内消費減退への対応が課題となる。

Ⅱ. 特産品

当村は、準高冷地の気候を活かした高原野菜が特産品である。また、木工業者も比較的多くいるが、朝日村の特産品と位置付けられる製品はほとんどない。新商品開発にもチャレンジしているが、長期的に維持できるものがほとんどないのが現状である。小規模事業者においてはこれら特産品を活用した商品の開発・販売が期待される。

Ⅲ. 観光

観光ではキャンプ場、スキー場以外の誘客施設はほとんどない。静かで自然豊かな土地のため、今ある資源をどのように活かすかが課題である。また宿泊を伴うことで、地元飲食店等の利用を促すことが可能になる。民泊なども活用し、宿泊を伴う旅行サービスを提案することも必要である。

Ⅳ. 商工業者数の推移

小規模事業者数は、平成 28 年が 98 者、令和 3 年が 86 者であり、5 年間で 12.2%減少している。商工業者数は平成 24 年が 136 者、令和 3 年が 121 者であり、11.03%減少している。個人事業主は 80 者から 56 者で 30%も減少、建設業も約 30%減少している。

法人企業は平成 24 年に 56 者、令和 3 年に 65 者で 16.07%増加している。原因として、高齢化による廃業、税制改正に伴う廃業や法人成り、中小・大企業の参入が考えられる。

個人の新規創業者は経営を上手く軌道に乗せることができず、1~2 年で撤退を余儀なくされている。小規模事業者、新規創業者が事業継続できる体制を作る必要がある。

(2) 小規模事業者の長期的な振興のあり方

① 10 年の期間を見据えて

当村では、今後も高齢化による廃業は増加することが予想される。統計データをみると、平成 24 年から令和 3 年にかけて、個人事業者は△11.03%、小規模事業者数は△12.2%である。村内経済活性化のためには事業所数の減少を抑止する必要がある。若年者の新規開業はあるが、自己流で経営を始め、顧客が定着せず 1 年~2 年で廃業するケースも少なくない。このため、国の創業支援等事業計画の制度を活用し、各団体（村・商工会・地域金融機関・朝日村観光協会）で連携し、ワンストップで支援を行う。既存の村内事業者との良好な関係を築くことも大切である。

また、村の特徴を活かした商品が少ないことから個々の小規模事業者の強みを引き出し、農業・製造業の連携による商品開発や業種間連携によるサービス・技術開発にチャレンジし小規模事業者の増加、発展を目指す。

上記を達成するために、傾聴と対話を通じて、経営分析による他者との違い、強みを洗い出し、事業計画の策定を支援する。さらに商圏を拡大するために、展示会・商談会の紹介や SNS 活用等を促進する。高度な課題に関しては、関係機関との連携や専門家派遣を活用する。各種調査・分析により、業種別連携の可能性があれば、両者に了解を得たうえで紹介を行う。

これらを行うことで小規模事業者の減少を抑え、村内経済を活性化させる長期的な支援のあり方と考える。

ア 10 年後の目標

- Ⅰ. 村内経済を活性化し、商業活動の復活、若年者の開業奨励等を推進するため、村内団体及び村内事業者との横のつながりを連携強化し、それぞれの強みを活用する。
- Ⅱ. 業種別連携による、特産品を活用した商品開発やサービス等の開発、小規模事業者の強みを活かした販路開拓による、持続した経済効果を生み出す。

② 朝日村第 6 次総合計画との連動性・整合性（計画期間 令和 2 年度~令和 11 年度）

タイトル：人・自然・産業が輝き、夢・希望・笑顔あふれる朝日村

重点目標 1 本計画に対し直接的な関係がないため省略する。

重点目標 2

村民や本村を訪れた人が本村の魅力に触れ、本村で暮らしたい、暮らし続けたいと感じることができるよう、移住・定住施策や観光施策を推進します。

主要施策 1 暮らしたい、暮らし続けたいと感じる移住・定住施策を推進します。

対策：暮らしやすい村づくりのためには、教育機関があり、診療所があり、買い物ができる場所があることが必須で、そのために商業の持続・発展は重要である。

主要施策 2 村の魅力に触れてもらい、移住へつなげる観光施策を推進します

対策：体験・滞在型観光の振興及び農・商工業者と連携強化。

重点目標 3 村の産業振興と村民の雇用確保

本村の自然環境を生かした産業の振興を図るとともに、村民の働く場や機会の確保、拡充に努めます。

主要施策 3 生産から製造、販売まで有機的に連携した商工業振興。

対策：Ⅰ. 地場産業の活性化

地元木材を使った木工製造業者・地元製造業の活性化。

Ⅱ. 特産品のブランド化の推進

商工連携・農商工連携による、地元特産品の製造・開発。

Ⅲ. 企業誘致、起業等の促進

企業誘致は小規模事業者への配慮が必要。新規創業者が安心して事業継続できる支援を行うことが必要である。

③ 商工会としての役割

村内の製造業(村産材の木工製品・加工品の製造など)、商業(販売)、流通業(輸送)、観光業(宿泊)、サービス業(飲食)等に加え、農林業(素材提供)まで幅広く活用し、それぞれの得意分野をミックスしたシステムの構築を検討する。そのためには特産品開発へ積極的にチャレンジし、専門家を交え試行錯誤し、長期的に維持できる製品等を開発することが必要である。商・工業や農・商工業など垣根を越えて連携強化することで、村全体の経済を底上げし、山間地域の特色を生かし、村政に合わせ村内商工業を持続させることが今後の振興の在り方と考える。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 地域への裨益目標

厳しい経済環境の中で、高齢化による廃業が今後も増加する傾向にあり、経営の維持発展は難しい課題となっている。

この難局を乗り越えるため、小規模事業者の減少を抑え、村内経済を活性化させることが重要であり、これらの目標を実現することで、地域への裨益目標とする。

② 当該計画で支援する小規模事業者を想定した目標

下記の3つの目標を設定する。

【目標①】

小規模事業者が、自社の強みを打ち出した独自の技術・サービス・メニューの開発及び提供することを目指す。

【目標②】

小規模事業者が、IT 活用・商談会等の積極的な出展、地域イベントへの積極的な参加により、地域及び地域外の需要を創造し、安定的かつ持続可能な経営を行うことを目指す。

【目標③】

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、商業・工業の連携及び農・商工の連携による持続的発展の取組を図る。

[本計画の裨益目標]

上記【目標①】～【目標③】により、小規模事業者の経営力が強化され、事業所数の減少を抑えることで、村の活力と賑わいを維持する。さらに小規模事業者が成長・発展し、雇用の場の創出・確保が実現する。これらの目標を実現することで、地域への裨益目標とする。

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】

小規模事業者が、自社の強みを打ち出した独自の技術・サービス・メニューの開発及び提供することを目指す。

① 目標①達成に向けて

小規模事業者が、自発的に、自社の強みを打ち出した独自の技術・サービス・メニューの開発及び提供するために、まずは経営分析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、市場動向や競合の状況等の分析により外部環境を整理する。経済動向調査やローカルベンチマークなどを活用し参考にする。

次に、分析結果を活用しながら、自社の強みを活かした経営の方向性を定め、結果を事業計画にまとめる。さらに、計画策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画の実現を支援する。加えて、独自の製品やメニュー等開発にあたっては、過去の失敗を教訓として活かし取り組む、具体的には、需要動向などを十分に把握・分析し、さらに専門家による助言などを踏まえ、フィジビリティを高める。開発した商品・サービスはPDCAを行い、ブラッシュアップする。

【目標②】

小規模事業者が、IT活用・商談会等の積極的な出展、地域イベントへの積極的な参加により、地域及び地域外の需要を創造し、安定的かつ持続可能な経営を行うことを目指す。

② 目標②達成に向けて

小規模事業者が、商談会を活用して商圏を拡大するために、リアル開催の商談会の情報提供を行い、積極的に参加できるよう支援を実施する。高額な費用負担が発生する場合は、伴走型補助金の活用などで後押しできる体制を構築する。併せて、近隣市町村の住民への認知度向上のため、地元で開催されるイベントには積極的に参加するよう促す。当会が協力する産業フェア関連イベントでは、小規模事業者の発展に繋がる企画を提案し、実行していく。

SNSは開始するのにハードルが低く、費用負担を抑えることができるため、積極的に活用を推進する。より効果を上げるため、希望する事業者にはECサイト構築のための支援を行う。そのために、経営分析支援の際に事業者のデジタル化・IT活用の利用状況を調査し、希望する事業者に対してはIT専門家派遣を行い、ITのリテラシーと活用レベルを底上げする。販路開拓支援の際にはSNS活用研修会の実施や、支援の効果を高めるために当会職員のIT・デジタル化支援能力の資質向上を図る。

【目標③】

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、商業・工業の連携及び農・商工の連携による持続的発展の取組を図る。

③ 目標③達成に向けて

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、経営者との対話と傾聴を通じて、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。事業者の強みを見つけることで企業の発展や業種別連携の可能性を提案する。地域のつながりを強化することで、紹介などによる販路の拡大や新たな技術・サービス開発の可能性が創出される。地域の持続的発展により、小規模事業者の減少を抑止する。

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】

地域の経済動向は、企業への景況感の聞き取りと決算・確定申告時のデータ、融資時の書類作成でしか把握しておらず、場当たりの感覚に頼っているため、大括りの動向しか把握できていない。したがって、事業者も地域の詳細な経済動向を把握しておらず、課題の分析による支援ができていない。

【課題】

収集した各種データの分析・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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
地域の経済動向調査公表回数	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
目的	地域の小規模事業者へ村内の状況（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）、朝日村の公表データ、松本信用金庫の「中信地域産業経済動向」の内容のなかで、地域の小規模事業者へ活用してもらいたい項目を分析し、年1回、レポートにまとめて公表する。
項目	《地域経済分析システム（RESAS）》 地域経済循環マップ・生産分析 → 業種別の売上額等を比較・分析 産業構造マップ → 産業の現状等を分析

	松本信用金庫「中信地域 産業経済動向」
調査の手段・手法	経営指導員が外部専門家と連携し、事業者の役に立つデータを抽出。活用方法について付記し、事業者が見やすいレポートにまとめる。

(4) 調査結果の活用

調査報告は当会ホームページで公表し、広く村内事業者に周知。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。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の新たな商品開発（農林産物等の地域資源を生かした商品、サービス等）においては、消費者ニーズを捉えることが重要である。小規模事業者は経営資源が少なく、自社独自に消費者ニーズを捉えた取組を実施できない。また、当会においても十分な支援ができていなかった。

【課題】

小規模事業者の商品やサービス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 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
商品調査	調査対象 事業者数	-	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

事業名	商品・サービス力調査
目的	小規模事業者の商品・サービス等について、当該事業者の顧客より評価を得ることで、顧客の声を取り入れた商品等のブラッシュアップに繋げる。
対象	販路開拓を自発的に行う小規模事業者・新規創業者・木工製品製造業者（例えばねずこ下駄）・野菜の独自販売を行う事業者などを想定。
調査の手段・手法	小規模事業者のほとんどが調査を行っていない。そこで事業者が主体となりアンケート調査を実施する。実施にあたっては、傾聴と対話により、経営指導員が調査票の設計を支援する。アンケート調査は紙もしくはWEBアンケートにより実施し、1 商品あたり 20 名以上の顧客からアンケート票を回収する。より効果的なデータを取得するために外部に依頼することも検討する。
調査を行う項目	《木工製品（ねずこ下駄）の場合》

	☐ 商品の評価（直感的な評価） ☐ パッケージ ☐ デザイン ☐ 価格 ☐ 使いやすさ・履きやすさ ☐ その他改善点 等 ≪技術・サービスの場合≫ ☐ サービスの総合評価（直感的な評価） ☐ サービスの内容 ☐ 価格 ☐ 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、経営指導員が計画の実施を伴走型で支援する。また業種別連携の可能性があれば提案し、商品力の強化につなげる。

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、自社の財務内容や強み、弱みを掌握していない。日々の業務に追われ、現状の自社の技術力・製品力・課題や問題点などが把握できていない。

【課題】

融資の実施等で財務分析を行っている企業もあるが、資金繰り以外の細かな経営分析まではフォローアップができていない。また、経営分析を行う小規模事業者には、中小企業基盤整備機構が提供する経営自己診断システム、経済産業省で提供するローカルベンチマーク、各種の統計、調査資料を活用し、より高度な経営分析は、中小企業診断士や公的機関に依頼し、連携しながら経営分析を行うのが望ましい。場合によってはそれらの専門家派遣を実施する必要がある。債務超過などにより経営改善を必要とする事業所は、経営計画を策定する環境が整っていない。国の施策である早期経営改善計画策定支援の考え方を活用し、持続的・安定的な事業継続を図ることも必要である。高齢化などで小規模事業者が激減している現状を踏まえて、事業継続困難による廃業は予防する必要がある。

(2) 目標

以下のとおり、セミナー等を開催し、経営分析を促す。

項目	現行	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
セミナー 開催回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
経営分析 者数	2 者	6 者	6 者	8 者	8 者	10 者

(3) 事業内容

①小規模事業者の問題点抽出の為に必要な経営基礎知識、後継者対策、経営分析等の経営課題をテーマとした「経営分析セミナー」を開催し、事業者の自己分析、経営課題への気付きを促すとともに、日々の巡回、窓口相談を介して意欲的な事業者を掘り起こし、財務分析と非財務の分析の実施につなげる。

セミナーは管内小規模事業者を対象にチラシ、個々の通知、広報、ホームページ等で周知する。小規模事業者数（約 90 者）を想定し、年 1 回開催し 5 人以上の参加者を目指す。

②経営分析の内容

（対象者） 飲食店・建設業・製造業・サービス業・新規創業者など

（分析項目） 財務分析として直近の売上・損益の推移、過去の売上・利益、利益率の数値と増減状況を分析する。非財務分析として PEST、3C などを活用して外部環境（市場の動向、ロケーション、経済的要因・社会的要因等）、内部環境（事業構造・経営資源・技術力・製品力等）を調査し、SWOT 分析で現状を整理して課題を抽出する。

（分析手段・手法） 経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトなどを活用し、経営指導員が分析を支援する。より高度なものに関しては専門家や筑摩野エリア内の経営指導員と連携して分析を支援する。

(4) 分析結果の活用

財務分析や SWOT 分析などの結果を経営指導員がわかりやすくまとめ、個々の事業主に巡回等で開示し、今後の経営活動や事業計画策定に反映してもらう。異業種連携の基礎資料として業種別の得手不得手を整理し保管する。

また時流適応が困難な場合は、朝日村との情報交換や意見活動の場を通して、村に要望活動を行い、支援策を村の補助政策等に反映させる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の経営の見直しや旧態依然の経営姿勢からの脱却、ビジネスモデルの改善・転換するためには、事業計画の策定が有効である。当会では、これまでも国や県など補助金申請の際に、事業計画の策定を支援してきたが、経営分析を行った上での、課題を解決するための事業計画策定ではなく、事業者の思いつきやアイデアを実現するための支援が多かった。

【課題】

今後は「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、経営の本質的な課題を事業者自らが認識したうえで、経営発達に資する支援を行う必要がある。

(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、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強化を目指す。

(3) 目標

項目	現行	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
事業計画策定事業者数	-	3 者	3 者	4 者	4 者	5 者
IT セミナー件数	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 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、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	① 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 ② 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 ③ 各種補助金において、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	① 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。 ② 補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 ③ 商品・サービス強化のため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行う。 ③ 事業者 2 者以上の連携や経営指導員・専門家でチームを作り、新たな商品・サービス開発及び販路開拓のための事業計画を策定する。 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 セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。

■ IT セミナー

(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個別に周知を行う。

(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) IT 専門家 等

(内容) 年度ごとテーマを決め IT 関連のセミナーを開催する。なお想定参加者数 6 名

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】

現在、積極的に事業計画策定支援を実施しておらず、仮に事業計画を策定しても、事業者がそれを活用し、自ら実践していく事は現状では容易ではない。支援体制も不定期的な巡回や窓口訪問では効果を得られていない。

【課題】

事業計画を作成した事業者のフォローアップも特定の事業者に現状の聞き取りを行う程度であり、個々の実情に合った支援をしてこなかった。実情を勘案しフォローアップを行い、売上・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

事業計画策定後は、事業計画を策定したすべての者を、事業者の達成状況に応じて、計画通り実行できている事業者は年数回、改善を要する事業者は四半期毎にフォローアップを実施する。対話を通じて改善方法を小規模事業者自身が考え、自走化に向けた支援を行い、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 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
フォローアップ対象事業者数	-	3 者	3 者	4 者	4 者	5 者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (8 回)	四半期毎 (8 回)	四半期毎 (12 回)	四半期毎 (16 回)	四半期毎 (20 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	1 者	2 者	2 者

注) フォローアップ頻度は計画目標達成のため、事業者の達成状況に応じて、非常に良い及び概ね目標通りのところは年 2 回、改善を要するところは年 4 回とする。3 年目以降から回数を増やし、4 年目から全ての事業者を年 4 回フォローアップする。

(4) 事業内容

事業計画策定後は、事業計画を策定したすべての者をフォローアップの対象とし、経営指導員等が定期的に関わり、個々の事業者のレベルに合わせ必要な事項について助言していく。

フォローアップは原則として四半期に 1 回実施するが、事業者の達成レベルに応じて回

数を柔軟に変動させ、2年間は同じ頻度で実施する。また、進捗状況に応じて、事業計画の見直しが必要な場合は、近隣の山形村商工会や「経営支援センター筑摩野エリア」、長野県商工会連合会の専門家派遣事業、「長野県よろず支援拠点」、長野県各試験場や長野県産業振興機構と連携し、計画修正に向けた専門的な支援・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】

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「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に取り組んでおらず、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た明確な実績が確認できていない。また、IT活用による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IT活用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・ECサイト構築支援を実施する。

(3) 目標

項目	現行	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
①展示会・商談会の出展支援・商品出品事業者数	-	1者	1者	1者	2者	3者
②地域イベントへの出店支援	3者	5者	8者	10者	10者	10者
③SNSを活用した販売促進の支援事業者数	-	3者	3者	5者	8者	10者
④ECサイト構築支援	-	1者	1者	1者	2者	3者

(4) 事業内容

①展示会・商談会等の出展支援（BtoB）

事業名 展示会・商談会の出展支援

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）

目的：特に、BtoB 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、年度ごとに以下のいずれかの展示会・商談会への出展支援を行う。

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5年1月の開催では、売り手企業70社、買い手企業30社の参加があった。

イ 銀座 NAGANO（長野県のアンテナショップ）への登録（BtoC）

支援対象：主に特産品を活用した商品を販売する事業者（木工製品等）

目的：首都圏進出へのきっかけとして、首都圏のお客様へテストマーケティングの場や、販路拡大のきっかけとして活用する。

訴求相手：首都圏の消費者

支援の手段・手法

特産品を取り扱う事業者の需要動向調査にもとづき商品のブラッシュアップを行った上で登録支援を進める。商品のブラッシュアップは専門家派遣などを活用し、登録される確度を高めていく。登録後は来店客の反応や売れ行きを調査・分析するなど伴走型で支援を行う。

期待効果：新たな顧客の獲得を狙う。

②村内で企画するイベントへの出店促進（BtoC）

支援対象：小売、飲食店

訴求相手：住民及び近隣市町村の住民

移住・定住を推進する村として、移住者はベッドタウンの位置付けで移住を検討するため、村内商店を利用する機会・きっかけは少ない。

住民への販売促進を行うことは重要であるため、村で開催されるイベントに積極的に出店することが新規顧客の販路開拓につながるきっかけとなる。

支援の手段・手法

観光協会が主催する「うまいものまつり」への参加を推奨する。また産業フェア（現朝日村大博覧会）の参加を促す。過去8回の開催を主管し、産業フェアを継続的に実施したところ、一大イベントとして定着した。事業により新規事業者の掘り起こし、ピーツの加工など6次化、地元商店の認知度向上に繋がっており、村全体で行うことにより地域の活性化と商工事業者の販路拡大に活用でき、村の政策とも一致している。

期待効果：地域住民の顧客化



参考：令和 5 年度開催
朝日村大博覧会村内事業者等出店の様子

会場内の様子

③SNS 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

IT セミナー、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。

④EC サイト構築支援

事業名：EC サイト構築支援

目的 広告・宣伝のみでは売上に直結しないため、自社 HP やオンラインショッププラットフォームへの EC サイト構築を支援する。

支援対象：対消費者取引を行う事業者

訴求相手：全国の消費者

支援内容 自社 HP への導入・オンラインストアの活用により売上拡大を目指す。

支援の手段・手法

聞き取りにより現状を把握する。EC サイトの構築費用がかかる場合は、販路開拓のための補助金を活用する。オンラインショッププラットフォームは比較的簡単に開設ができるため、必要に応じて講習会の開催、IT 専門家の派遣を行う。構築後は分析ツールを活用し、PDCA サイクルを回すことで売上拡大を目指す。SNS の活用と一緒にを行うことで、より一層効果が発揮される。

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、経営発達支援事業の支援状況は、会内で評価するに留まっており、第三者の視点を入れた評価・事業の見直しなどはなされていなかった。

【課題】

今後は、当会や朝日村だけでなく、第三者として外部有識者を入れた「経営発達支援事業検証委員会」により本事業の成果を確認し、PDCA を回しながら事業を推進する必要がある。

(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。

① P…事業の計画・見直し

ア 前年度の実績を反映し、事業内容や目標を設定（修正）する。

イ 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。

② D…事業の実行

ウ 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。

エ 経営指導員等は、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。

③ C…事業の評価

オ 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各経営指導員等の指導状況を確認する。

カ 年1回の「経営発達支援事業検証委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。

※「経営発達支援事業検証委員会」の実施の流れ

キ 朝日村産業振興課長、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援事業検証委員会」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「1」～「5」の評価を付ける方法（1：達成、2：概ね達成、3：半分程度達成、4：未達成、5：未実施）にて定量的に評価を行う。

ク 当該「経営発達支援事業検証委員会」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。

④ A…事業の見直し

ケ「経営発達支援事業検証委員会」の評価を受け、年1回、事業の見直しを行う。

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、経営指導員が中心で実行している。

【課題】

本計画の成果をあげるためには、補助員、記帳指導職員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、補助員等も含めた資質向上、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、記帳指導職員

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

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 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

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、補助員や記帳指導職員等も含めて積極的に参加する。

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、経営支援センター筑摩野エリアでの外部講師を招聘した研修会への参加、独自（もしくは近隣商工会と合同）で外部講師を招き研修会を開催する。

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

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、SNS を活用した広報等

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

経営支援センター筑摩野グループ、もしくは当会独自（もしくは近隣商工会と合同）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。

※経営支援センター筑摩野エリア

筑摩野エリアの 5 つの商工会（山形村商工会、松本市波田商工会、筑北村商工会、麻績

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: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、経営指導員とその他職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。

エ 経営支援センター筑摩野エリアの定期ミーティング

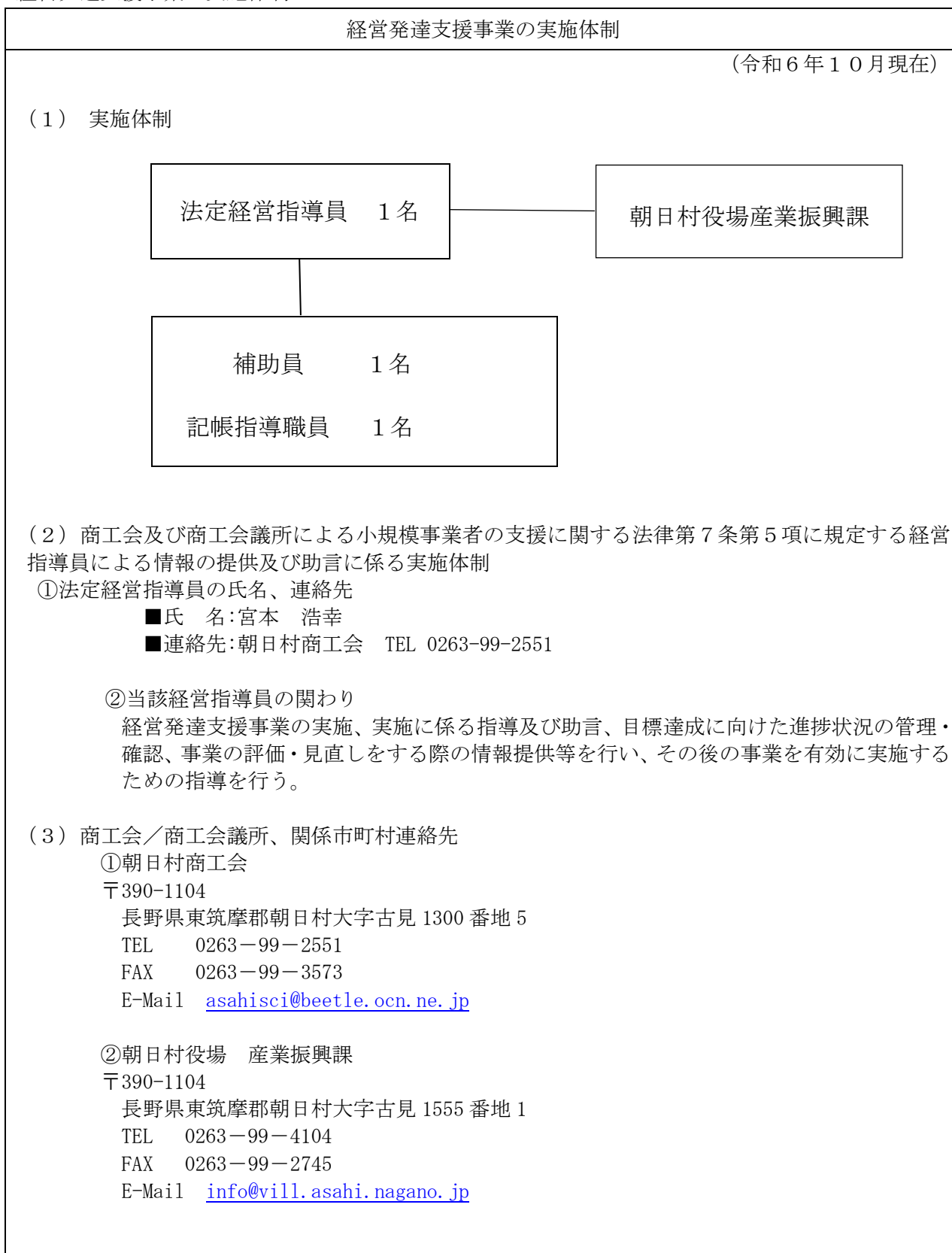
毎週水曜日のミーティングや山形村との広域連携事務局会議、月 1 回の経営支援センター筑摩野エリアにおける検討会議のなかで研修内容や支援状況を共有する。具体的には、研修等へ参加した経営指導員等が順番で講師を務め、経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等について紹介し、ミーティング内で意見交換を行う。

オ データベース化

担当経営指導員等が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。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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)

	7 年度	8 年度	9 年度	1 0 年度	1 1 年度
必要な資金の額	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500
経済動向調査	50	50	50	50	50
需要動向調査	100	100	100	100	100
事業計画策定支援	500	500	500	500	500
事業計画策定後支援	100	100	100	100	100
販路開拓支援	500	500	500	500	500
事業評価・見直し	50	50	50	50	50
職員の資質向上	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、村補助金、県補助金、伴走型小規模事業者支援推進事業補助金等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	