

経営発達支援計画の概要

実施者名	信州新町商工会(法人番号 9100005001850) 長野市 (地方公共団体番号 202011)
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 経営分析及びヒアリングの結果で、支援対象事業者を課題毎に分類する。複数の課題にも対応する。</p> <p>課題による分類項目</p> <p>ア 売上減少課題事業所 イ 営業利益減少課題事業所 ウ 価格転嫁課題事業所 エ 債務超過(デフォルト) 課題事業所 オ 事業承継課題事業所 カ BCP 課題事業所 キ 生産性向上課題事業所 ク 観光 PR 課題事業所 ケ 新規創業</p>
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者が経営計画策定等を実施するにあたり、自社の現状を把握する為の外部環境分析は重要である。</p> <p>今後活用するデータ ①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」 ②RESAS 人口マップ ③RESAS マーケティングマップ(生活用品消費分析) ④八十二銀行「経済月報」 ⑤長野信用金庫「信金すかい」</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 支援対象事業者毎の課題に応じた需要動向調査を実施する。</p> <p>今後活用するデータ ①業種別審査辞典 ②J-StatMap ③RESAS のマーケティングマップ ④RESAS の観光マップ分析 ⑤競合調査 ⑥日経 POS データ</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営状況の分析とその結果を事業計画の策定に活かす。</p> <p>今後活用する分析手法 ①経営自己診断システム(財務分析) ②SWOT 分析(非財務分析)・クロス SWOT ③3C 分析(非財務分析)</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業者の選定を行い、支援が決定した事業者の緊急性等を考慮し、支援優先順位を決定し、支援に入る。毎年5事業所5年で25事業所の支援を実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 支援対象事業者が、自走化し、潜在力を引き出せるようフォローアップする。事業計画の進捗に意識を向け、事業者が当事者意識をもって事業に取り組めるような支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること 「アート&グルメふれあいの町」のキャッチフレーズが示すように新たな需要開拓に寄与する事業は、信州新町の場合は、観光誘客にあり、それと連動した関係事業者を支援するには、観光誘客が有効である。</p>
連絡先	<p>信州新町商工会 〒381-2405 長野県長野市信州新町新町 31-2 TEL:026-262-2138 / FAX:026-262-2021 E-mail: sin-sci@ngn.janis.or.jp</p> <p>長野市 経済産業振興部 商工労働課 〒380-8512 長野県長野市大字鶴賀緑町 1613 番地 TEL:026-224-5041 / FAX:026-224-5078 E-mail: skr@city.nagano.lg.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地域の概要

信州新町は、長野市の西側に位置する地域で、平成22年1月1日に中条村とともに長野市に編入された。

長野市は長野県の北部に位置しており明治30年4月に誕生し、その後、6回の合併を経て現在に至る。

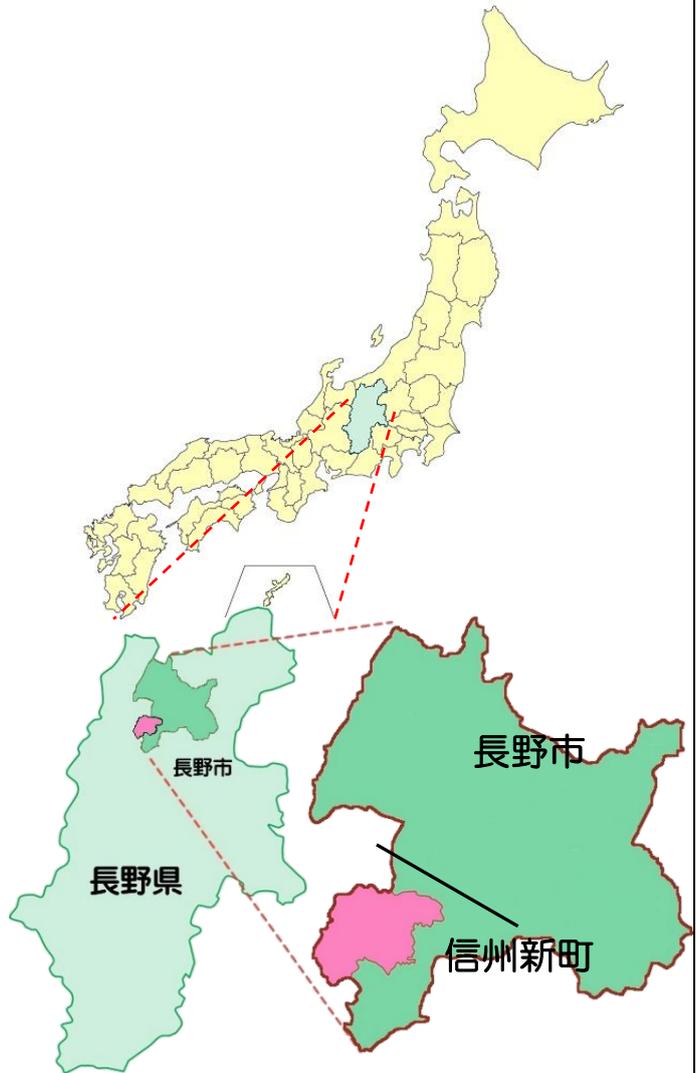
長野市全体の総面積は834.81km²、東西36.5km、南北41.7kmのうち、当地区の総面積は70.73km²である。

北に長野市中条、小川村、南に長野市大岡、西に大町市が隣接している。

長野市内の中央には総延長日本一の千曲川（新潟県域では信濃川）が流れているが、そこに合流する犀川（北アルプスに源を発する）が当地区のほぼ中央を流れている。

犀川沿いにわずかな平坦地がある他は、全体に起伏の多い山間急傾斜地帯であり、標高は約420m～1,160mである。

長野市には商工団体が3団体存在し、市中心部と篠ノ井地区及び松代地区を管轄する長野商工会議所と、長野商工会議所管轄地区の周辺の昔の町村部を管轄する長野市商工会、そして市西部の信州新町地区を管轄とする信州新町商工会（当商工会）となっている。



<地域の交通網>

交通網に関しては、当地区に鉄道の駅は無く、最寄り駅はJR篠ノ井線稲荷山駅、“JR”と“しなの鉄道”が乗り入れする篠ノ井駅、長野駅など、同市内ではあるが当地域から離れており、いずれの駅も車で約25～35分を要する。地区内に長野駅方面、篠ノ井駅方面に民間の路線バスがあるが、近年の運転士不足の影響や人口減少に伴う利用者の減少により、運行される本数は減少傾向にある。

また、道路に関しては、犀川沿いを長野市から松本市を經由して愛知県まで繋がる国道19号線が通っているが、高速道路及びインターチェンジはない。

<人口の推移>

当地区の人口は昭和45年までは1万人を超えていたものの、昭和50年になると1万人を割り込み、令和7年度10月時点で3,202人まで減少した。また、令和7年10月の時点で65歳以上の老年人口の割合が56.0%であり、半数以上が65歳以上という状況であり、高齢者の単独世帯が増

加している。

県外からの移住者も増加しておらず、人口は減少の一途を辿っている。

人口の推移（人）

（令和7年10月現在）

年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
人口	3,764	3,647	3,538	3,422	3,315	3,202
（対前年比）	—	▲3.1%	▲3.0%	▲3.3%	▲3.1%	▲3.4%
世帯	1,683	1,718	1,739	1,762	1,792	1,664
（対前年比）	—	+0.1%	+1.2%	▲1.3%	+1.7%	▲7.1%
65歳以上	51.8%	53.1%	53.8%	54.7%	55.4%	56.0%
（対前年比）	—	+2.5%	+1.3%	+1.7%	+1.3%	+1.1%

資料：長野市企画政策部発表統計資料
（長野市地区別年齢別人口）より

②地域産業の現状と課題

<現状>

卸・小売業

当地区の中でも中心地区となる区域の国道19号線沿いにはスーパー、コンビニエンスストア、ガソリンスタンド、飲食店、衣料品店のほか大手ホームセンター・ドラッグストアがあり、地域住民だけでなく、近隣の旧町村地区からも買い物客が訪れている。

一方で、当地区から長野市中心部及び大型商業施設が多数存在する郊外には車を利用すると、30分ほどで行くことができるため、自動車を利用して地区外に買い物に行くことができる住民も多いため、地域内の小売業の売上は減少傾向にある。

特に国道と並行して走る旧道の商店街については、事業主の高齢化に伴い閉店している店舗も多く、買い物客が歩いている姿はほとんど見られない。

地区境近くには長野県で1番最初に出来た道の駅があり、休日や観光シーズンには農産物や地域の名産品を求める観光客で賑わっている。

当地区はジンギスカンの町として知られているが、道の駅及びスーパーの3店舗では店舗ごとに異なるオリジナルのたれで味付けされたジンギスカンを販売しており、県内外から多くの人々が購入を目的に訪れている。

建設業

信州新町地区は山間部が多く、建設業においては、公共工事等の土木関係の事業者が多い。また、新築工事を受注するような事業所もあるが、職別工事等一人親方として行っている事業者が多く、近年は高齢化の為に廃業する事業者が増えている。

製造業

工場の集積地のようなものは無く、地区内に点在しており、製造品についても食品、電子部品、コンクリート製品等さまざまである。

また、個人経営で小規模ではあるが、長野県の郷土食である“おやき（※1）”を製造している事

業者も3社あり、各社それぞれの味付けで製造し、主に道の駅やスーパーなどで販売を行っている。
近年、移住者によるワインぶどうの栽培が行われている。

これまでは醸造を外部へ委託していたが、ワイナリーの建設により自社での醸造が始まったことから、地区の新たな産業として期待が高まっている。

【(※1) おやき：小麦粉やそば粉などを水で溶いて薄く皮にしたものの中に、野菜などの具を入れて蒸したり焼いたりした食べ物】

宿泊、飲食業

当地区ではかつて「めん羊」の飼育が盛んだったことから、ジンギスカン料理を扱う店が多くジンギスカンの町として定着している。

地区内の国道19号線沿いを中心にジンギスカンを提供する飲食店が6店舗あり、信州新町地区を通る国道19号線沿いを「ジンギスカン街道」という名称で地区外からの誘客を図っている。

道の駅にあるそば店については近年メディアで取り上げられることも多いことから、県内外から多くの客が来店している。

宿泊業は、温泉施設がある旅館1社のみ。

その他観光関連の業種については、犀川周辺を航行するSUP・カヤックのツアーを実施している事業者が2社あるのみで、観光による誘客は困難な状況である。

ジンギスカンの町と知られている地区ではあるが、羊の飼育している牧場を観光目的で公開している事業者はいない。



国道19号線沿いは「ジンギスカン街道」と呼ばれている



ろうかく湖を航行するSUPツアー

産業別事業所数の推移

年度	建設業	製造業	卸売・小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	計
H28	53	33	63	21	47	28	245
R03	37	26	57	18	41	27	206
増減	▲16	▲7	▲6	▲3	▲6	▲1	▲39

資料：経済センサス活動調査より

<課題>

卸・小売業

長野市中心部及び大型商業施設が多数存在する郊外への顧客の流出が止まらない状態である。地域住民は少子高齢化により購買力が下がっており、売り上げの減少につながっている。

<スーパー、コンビニエンスストア、ガソリンスタンド、飲食店、衣料品店のほか大手ホームセンター・ドラッグストア>

建設業

職別工事業者など一人親方として行っている事業者が多く、高齢を理由に廃業となる事業者も多いことから、事業承継支援等による新たな担い手の育成が急がれる。

<公共工事等の土木関係の事業者>

製造業

小規模な製造業者が多く、従業員を雇用するような工場は多くない。また、人件費や原材料価格の高騰が続いており、商品への価格転嫁が難しく経営を圧迫している。

ワインの生産に関しては、まだ始まったばかりの事業ではあり、地域の特色を活かした新たな産業として成長するための支援が必要である。

おやきを製造している事業者も3社

<ワイナリー>

宿泊、飲食業

ジンギスカン料理を提供する飲食業については、ゴールデンウィークなどの観光シーズン、休日等に地区外から来る客が中心ににぎわっているが、それ以外の飲食店については地区の人口の減少に伴って利用の減少、売り上げ減少が続いている。

宿泊業については、地区に観光施設が少なく、景勝地である琅鶴湖(ろうかくこ)を航行するSUPツアー等も認知度が低い為か誘客にはつながっていない。

※琅鶴湖(ろうかくこ)は犀川にあるダム湖であり、湖畔からは美しい風景が広がっている。

<ジンギスカンを提供する飲食店6店舗・道の駅にあるそば店・温泉施設がある旅館1社・SUP・カヤックのツアー・一般飲食店>

◆**第五次長野市総合計画**（後期基本計画）

後期基本計画（令和4年度～**令和8年度**）

分野6 産業の活力とにぎわいのあふれるまち「ながの」（産業・経済分野抜粋）

政策1 魅力を活かした観光の振興

施策1 豊富な観光資源等を活かした観光交流促進

施策2 インバウンドの推進

施策3 コンベンションの誘致推進

政策3 特色を活かした商工業の振興

施策1 商工業の強化と環境整備の促進

施策2 地域の特性が光る商工業の推進

施策3 新たな活力につながる産業の創出

◆**長野市観光振興計画**（令和4年度～**令和8年度**）

第2節 観光振興の目的

1 観光振興により目指すこと

観光消費を増加させ「地域経済の活性化」や「地域コミュニティの活性化」に寄与する。

・重要なゴール「地域経済の活性化」への寄与

地域経済の活性化への寄与とは、地域資源を活用した財やサービス（以下、観光コンテンツ）を観光客に提供することを通じて、外貨を稼ぎ、地域内の循環を高め、雇用を確保していくということの意味する

・重要なゴール「地域コミュニティの活性化」への寄与

観光は地域の魅力を地域外の人々と分かち合う機会でもあります。観光客が長野市を知り、訪れ、関わり、好きになり、そして、地域と関わり合うような、観光客と「つながり」をつくり、地域コミュニティの活性化に寄与する観光振興政策を立案する。

◆第六次長野市総合計画(令和9年～令和18年)を現在策定中のため、産業部会の検討内容を参考に想定している。

産業部会は、次期総合計画の原案作成を目的に、部会の一つとして設けられている。産業部会では、文化芸術・観光・スポーツ・農林業・商工業などが関連テーマとして明記されている。活動頻度・期間：月1～2回程度、1回2時間程度の開催を想定。任期は令和7年9月から令和9年2月頃までとされている。

想定される検討内容・方向性

1 既存商工業・中小企業の強化

地域内の中小企業や商工業者が持つ既存の経営基盤・技術・地域ネットワークを活かしながら、持続可能な強化に向けた支援が想定される。例えば、産業振興の枠組みでは「既存企業の生産性向上」「デジタル化/DXの促進」「地域資源を活かした高付加価値化」「地域に根ざした産業基盤強化」がキーワードとなっている。中小企業・商工業支援の観点では、地域密着・商店街振興・空き店舗活用など。

2 創業・起業支援

新規事業・創業を通じて地域に新たな活力を生み出すことが、今後の産業振興において重要視される方向。地域産業振興を図る中で、創業支援（例えば、空き店舗活用、クラウドファンディング、サテライトオフィス設置、若年者・UIターン者向け支援など）この視点では、若者やUIターン（都会→地方移住）者の起業支援、女性・シニアなど多様な人材による創業、多様な働き方を支える産業・商工支援も視野に入れられている。

3 地域産業振興・地域資源活用

長野市が持つ地域資源（自然・文化・観光・農林業・ものづくり等）を、商工業・中小企業支援と結びつけて、地域ならではの産業振興を図る方向。例えば、観光・体験産業・農林産品の付加価値化・地域ブランド化・商工業との連携などが対象となり得る。また、地域内での産業の「つながり」「にぎわい創出」「交流人口・活動人口の増加」といった波及効果を持つ産業振興が検討されそう。地域産業振興においては、商工業だけでなく「地域全体の産業構造」へのアプローチ（たとえば、ものづくり×IT、観光×食、アート×地域商業などの複合領域）が今後キーになる可能性もある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

前述の業種毎の課題に対応すべく、今計画からは、各業種毎に支援対象事業所を具体的に選定し、それぞれの事業者毎の解決すべき課題に取り組む事にする。

卸・小売業

スーパー、コンビニエンスストア、ガソリンスタンド、飲食店、衣料品店のほか大手ホームセンター・ドラッグストア等生活インフラとして必須な事業所

建設業

公共工事等の土木関係の事業者等 BCP 観点から必須な事業所

製造業

おやきを製造している事業者も3社、ワイナリー等雇用観点と観光観点から必須な事業所

宿泊、飲食業

ジンギスカンを提供する飲食店6店舗、道の駅にあるそば店、温泉施設がある旅館1社、SUP・カヤックのツアー、一般飲食店等観光観点から必須の事業所

②支援の考え方

支援対象事業所選定に際してのヒアリングについては、対話と傾聴によるヒアリングを重視し、本来的課題を見つけることに注力して行う。

事業者の選定を行い、支援が決定した事業者の緊急性等を考慮し、支援優先順位を決定し、支援に入る。毎年5事業所5年で、25事業所の支援を実施する。

支援が決定した事業者の経営分析とヒアリングは、1年目を実施し、それぞれの事業所の課題を明確にし、対応策を事業者毎に策定し、解決に当たる。

新規創業支援は別途対応する。

③想定される課題を分類し支援事業所毎の対応策と体制を作成する。

想定される課題

- ア 売上減少
- イ 営業利益減少
- ウ 価格転嫁
- エ 債務超過(デフォルト)
- オ 事業承継
- カ BCP
- キ 生産性向上
- ク 観光PR
- ケ 新規創業

④支援対象事業所リスト

	事業所名	業種	支援の根拠	抱える課題
1	A 事業所	ガソリンスタンド	生活インフラ	事業承継
2	B 事業所	ガソリンスタンド	生活インフラ	事業承継・売上減少・営業利益減少
3	C 事業所	スーパーマーケット	生活インフラ	営業利益減少
4	D 事業所	コンビニエンスストア	生活インフラ	売上減少・営業利益減少
5	E 事業所	おやき製造小売	観光資源	売上減少・事業承継
6	F 事業所	おやき製造小売	観光資源	売上減少・事業承継

7	G 事業所	おやき製造小売	観光資源	売上減少
8	H 事業所	衣料品小売	生活インフラ	事業承継
9	I 事業所	衣料品小売	生活インフラ	事業承継
10	J 事業所	衣料品小売	生活インフラ	事業承継
11	K 事業所	自動車販売	生活インフラ	売上減少・営業利益減少
12	L 事業所	宿泊・ジンギスカン	観光資源	営業利益減少・観光 PR
13	M 事業所	ジンギスカン	観光資源	売上減少・価格転嫁
14	N 事業所	ジンギスカン	観光資源	生産性向上
15	O 事業所	一般食堂	観光資源・生活インフラ	事業承継
16	P 事業所	一般食堂	観光資源・生活インフラ	売上減少
17	Q 事業所	一般食堂	観光資源・生活インフラ	価格転嫁
18	R 事業所	一般食堂	観光資源・生活インフラ	価格転嫁
19	S 事業所	ワイナリー	観光資源	営業利益減少・観光 PR
20	T 事業所	石加工業	BCP	売上減少
21	U 事業所	SUP	観光資源	観光 PR
22	V 事業所	土建業	BCP	BCP
23	W 事業所	土建業	BCP	BCP
24	X 事業所	土建業	BCP	BCP
25	Y 事業所	土建業	BCP	BCP・事業承継

(3) 経営発達支援事業の目標

経営分析及びヒアリングの結果で、支援対象事業者を課題毎に分類する。複数の課題にも対応する。

ア 売上減少課題事業所

イ 営業利益減少課題事業所

支援計画の認定期間(5年間)目標

KPI 該当する全対象支援事業所に実施 売上高 10%増・営業利益 5%増

KGI 対象支援事業者の 50%達成

設定した理由

生活インフラとして必須な事業所の場合は、事業を存続できなければ、住民生活に大きな支障が生ずるため。

ウ 価格転嫁課題事業所

支援計画の認定期間(5年間)目標

KPI 該当する全対象支援事業所が実施する価格転嫁交渉(改定)回数が 1 事業者最低 1 回実施

KGI 対象支援事業者の 50%達成

設定した理由

雇用維持の観点と事業継続の観点から必須の事業者を持続させる必要があるため。

エ 債務超過(デフォルト) 課題事業所

支援計画の認定期間(5年間)目標

KPI 対象支援事業者の経営改善計画作成とリスク対応を該当する全対象支援事業所に実施

KGI 対象支援事業者の 50%達成

設定した理由

生活インフラ・雇用維持・観光資源・BCP等の観点から必須の事業者を持続させる必要があるため。

オ 事業承継課題事業所

支援計画の認定期間(5年間)目標

KPI 対象支援事業者の事業承継計画作成と対応を該当する全対象支援事業所に実施

KGI 対象支援事業者の50%達成

設定した理由

生活インフラ・雇用維持・観光資源・BCP等事業継続の観点から必須の事業者を持続させる必要があるため。

カ BCP課題事業所

支援計画の認定期間(5年間)目標

KPI 対象支援事業者の事業継続計画・事業継続力強化計画の作成を該当する全対象支援事業所に実施

KGI 対象支援事業者の50%達成

設定した理由

中山間地のため、地震・洪水の被害が多発するので、生活インフラを維持しなければならないため。

キ 生産性向上課題事業所

支援計画の認定期間(5年間)目標

KPI 5S支援を該当する全対象支援事業所に実施

KGI 対象支援事業者の50%達成

設定した理由

雇用を確保できない場合には、生産性を向上させ、支援対象事業者の状況を改善させるため。

ク 観光PR課題事業所

支援計画の認定期間(5年間)目標

KPI WEBマーケティング支援を該当する全対象支援事業所に実施

KGI 対象支援事業者の50%達成

設定した理由

信州新町の場合は、「アート&グルメふれあいの町」のキャッチフレーズにしており、長野市の総合計画で検討されている「観光×食×アート」に合致し重要であるため。

ケ 新規創業

支援計画の認定期間(5年間)目標

KPI 1年間最低1事業者を創業支援

KGI 5年間で最低5事業所を創業させる。

設定した理由

事業者の減少を食い止める2つの手法(新規創業・事業承継)の1つとして重要なため。

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

支援対象事業所選定に際してのヒアリングについては、対話と傾聴によるヒアリングを重視し、本来的課題を見つけることに注力して行う。

ア 売上減少課題事業所

イ 営業利益減少課題事業所

達成方針

販促活動（新規顧客開拓・WEBマーケティング・顧客管理・原価計算・メニュー改善・新商品開発）等を中心に支援し、改善を図る。

設定した理由

売上減少・営業利益減少を改善させるために必要な項目であるため。

ウ 価格転嫁課題事業所

達成方針

価格交渉のやり方は難しく、取引を切られる（消費者離れ）リスクもあるため、各種マニュアル等を分かり易く説明し、支援対象事業所の価格転嫁交渉を支援する。

設定した理由

価格交渉のやり方は難しく、発注元事業者（消費者）が容易に理解を示さないため。

エ 債務超過(デフォルト) 課題事業所

達成方針

中小企業活性化協議会と連携し、経営改善計画の作成し、リスク等の実行を支援する。

設定した理由

個々の事業者が単独で、経営改善計画を作成しリスク等の実行を成功させる事が難しいため。

オ 事業承継課題事業所

達成方針

後継者がいる場合でも、事業承継は多くの知識が必要で、個々の事業者が単独で実行する事が難しいため、支援対象事業者毎に事業承継スキームを理解し、事業承継計画の作成を支援し、スムーズな事業承継が実行できるよう支援する。

設定した理由

経営内容が良好な事業所でも、事業承継ができないと廃業する事となり、生活インフラ・雇用維持・観光資源・BCP等事業継続の観点から必須の該当する事業者を支援する必要があるため。

カ BCP 課題事業所

達成方針

災害多発の中山間地であるが、事業者の意識としては、何時起こるともわからない災害に備えようという意識は薄い。しかし災害が発生し被災した場合に、如何に早期に事業再開ができるかが支援対象事業者の今後に大きく影響するため、対象支援事業者の事業継続計画・事業継続力強化計画の作成を支援する。

設定した理由

生活インフラ・雇用維持・観光資源・BCP等事業継続の観点から必須の事業者を支援するため。

キ 生産性向上課題事業所

達成方針

支援対象事業所が雇用を確保できない場合、5S・デジタル化・DX化で生産性向上を図る。

設定した理由

7つのムダを中心に改善活動を行う事、デジタル化・DX化を図る事で、同人員でも生産性を向上させる事が可能なため。

ク 観光PR課題事業所

達成方針

ジンギスカン料理を中心とした観光展開を行っているが、支援対象事業所の個々のWEBマーケティングは弱く、できる事は全部やる必要がある。専門家を該当する全支援対象事業者支援に投入する。

設定した理由

SNS・AI活用等現在のデジタル社会へ年齢に関係なく対応するため。

ケ 新規創業

達成方針

新規創業のためのセミナーを毎年1回は開催し、新規創業の窓口を開く。創業計画まで完成させる。

設定した理由

事業者の減少を食い止める2つの手法（新規創業・事業承継）の1つとして重要なため。

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事

(1) 現状と課題

【現状】

各種調査機関から提供される情報誌や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」を窓口具備する、または調査対象企業へ提供するに留まる。

【課題】

小規模事業者が経営計画策定等を実施するにあたり、自社の現状を把握する為の外部環境分析は重要であるが、地域の小規模事業者へ広く提供していない。

今後活用するデータ

- ①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」
- ②RESAS人口マップ
- ③RESASマーケティングマップ(生活用品消費分析)
- ④八十二銀行「経済月報」
- ⑤長野信用金庫「信金すかい」

(2) 目標

	公表方法	現状	R 8 年度	R 9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
景気動向調査情報の収集・結果の公表回数	HP 掲載	-	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
RESAS 人口マップの公表回数	HP 掲載	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
RESAS マーケティングマップ(生活用品消費分析)の公表回数	HP 掲載	-	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
八十二銀行「経済月報」の公表回数	HP 掲載	-	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
長野信用金庫「信金すかい」の公表回数	HP 掲載	-	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

①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」

項目	内容
調査対象	製造業、建設業、小売業、卸売業、飲食業、宿泊業等
調査項目	各業種の業況(製造業、建設業、小売業、卸売業、飲食業、宿泊業等)、個人消費、雇用情勢、設備投資、企業収益、資金繰り、企業の景況感等
手法	全国商工会連合会及び長野県商工会連合会、金融機関が公表している景気動向の情報を収集・整理し、経営指導員が必要なデータを加工した状態で提供する。
結果の活用方法	取りまとめた結果は商工会ホームページに掲載し広く周知するとともに、事業計画策定等の際には参考資料として提供する。

②RESAS 人口マップ

項目	内容
調査対象	信州新町全体が対象
調査項目	人口構造・人口増減・自然増減・社会増減・「新卒者就職・進学」・「通勤・通学」・将来人口・地域人口メッシュ
手法	RESAS 人口マップで情報を収集・整理し、経営指導員が必要なデータを加工した状態で提供する。
結果の活用方法	取りまとめた結果は商工会ホームページに掲載し広く周知するとともに、事業計画策定等の際には参考資料として提供する。

③RESAS マーケティングマップ(生活用品消費分析)

項目	内容
調査対象	売られている生活用品をランキングにより調査

調査項目	売れている生活用品
手法	売れ筋をランキングにより収集・整理し、経営指導員が必要なデータを加工した状態で提供する。
結果の活用方法	取りまとめた結果は商工会ホームページに掲載し広く周知するとともに、事業計画策定等の際には参考資料として提供する。

④八十二銀行「経済月報」

項目	内容
調査対象	長野県の産業天気図
調査項目	生産用機械・電子部品デバイス・自動車部品・飲料製造・食料品製造・機械器具卸・大型小売・自動車販売・公共工事・民間工事・貨物・観光
手法	八十二銀行「経済月報」より収集・整理し、経営指導員が必要なデータを加工した状態で提供する。
結果の活用方法	取りまとめた結果は商工会ホームページに掲載し広く周知するとともに、事業計画策定等の際には参考資料として提供する。

⑤長野信用金庫「信金すかい」

項目	内容
調査対象	長野信用金庫の管轄地域内事業所
調査項目	全産業・製造業・建設業・卸小売業・サービス業のDI
手法	長野信用金庫「信金すかい」より収集・整理し、経営指導員が必要なデータを加工した状態で提供する。
結果の活用方法	取りまとめた結果は商工会ホームページに掲載し広く周知するとともに、事業計画策定等の際には参考資料として提供する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

年に2回実施している当商工会管内の小売・サービス事業者によるスタンプラリーやスタンプ事業を行う信州新町商業サービス協同組合から提供されるスタンプポイント販売実績を基に地域の経済動向を調査・分析している。

【課題】

上記の調査・分析結果は、参加企業に提供する程度に留まっている。

今後活用するデータ

- ①業種別審査辞典
- ②J-StatMap
- ③RESAS のマーケティングマップ
- ④RESAS の観光マップ分析
- ⑤競合調査
- ⑥日経 POS データ

(2) 目標

	現状	R 8 年度	R 9 年度	R 10 年度	R 11 年度	R 12 年度
業種別審査辞典分析支援事業者数	－	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
J-StatMap 分析支援事業者数	－	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
RESAS のマーケティングマップ支援事業者数	－	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
RESAS の観光マップ分析支援事業者数	－	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
競合調査分析支援事業者数	－	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
日経 POS データ分析支援事業者数	－	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

①業種別審査辞典

項目	内容
調査の内容	支援対象事業者の業種の概要を把握する。
調査手法	業種別審査辞典のデータを抽出し分析する。
サンプル数	対応業種分の数
調査項目	業界のポイント・業界の理解・業界の動向・「業務内容・特性」・業界分析のポイント・財務諸表の見方・経営支援の勘所・「関係法規規則・制度融資等」・業界団体・財務指標
結果の活用方法	取りまとめた結果は、支援対象事業者の事業計画策定等の際に資料として提供する。

②J-StatMap

項目	内容
調査の内容	商圈の大きさを把握する。
調査手法	J-StatMap を使い商圈内の人口・世帯数・事業所数・従事者数を把握する。
サンプル数	1 ケ
調査項目	J-StatMap を使い 0.5 キロ・1 キロ・2 キロの範囲内にいる総人口・世帯数・男女別・年齢別人口・業種別事業所数・従事者数を把握する。
結果の活用方法	取りまとめた結果は、支援対象事業者の事業計画策定等の際に資料として提供する。

③RESAS のマーケティングマップ

項目	内容
調査の内容	信州新町の人口流動を把握する。

調査手法	RESAS のマーケティングマップを使い、滞留人口・通過人口・事業所立地・将来人口を分析する。
サンプル数	1 ケ
調査項目	滞留人口・通過人口・事業所立地・将来人口を把握する。
結果の活用方法	取りまとめた結果は、支援対象事業者の事業計画策定等の際に資料として提供する。

④RESAS の観光マップ分析

項目	内容
調査の内容	信州新町の観光客の動向を把握する。
調査手法	RESAS の観光マップ分析を使い、観光地分析・宿泊者分析・国内観光消費分析・インバウンド消費分析で観光客の動向を把握する。
サンプル数	1 ケ
調査項目	観光地・宿泊者数・国内観光客の旅行消費単価・インバウンドの旅行消費単価
結果の活用方法	取りまとめた結果は、支援対象事業者の事業計画策定等の際に資料として提供する。

⑤競合調査

項目	内容
調査の内容	商圈内の競合事業所を把握し、調査を行う。
調査手法	RESAS を使用し、商圈内の競合事業所を把握し、HP 等を活用し競合事業所の調査を行う。
サンプル数	競合事業所の数
調査項目	競合事業所の強み・弱み・ターゲット顧客・価格
結果の活用方法	取りまとめた結果は、支援対象事業者の事業計画策定等の際に資料として提供する。

⑥日経 POS データ

項目	内容
調査の内容	支援対象事業所のメイン商品の品揃えの検討を行う。
調査手法	日経 POS データの POS ランキングを使い、支援対象事業所の該当メイン商品の品揃えの検討を行う。
サンプル数	主たる商品の数
調査項目	主力商品
結果の活用方法	取りまとめた結果は、支援対象事業者の事業計画策定等の際に資料として提供する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでは、資金繰りの相談や融資の申し込み、小規模事業者持続化補助金等の申請支援の際に必要なに応じて分析を行ってきた。分析結果については事業者へフィードバックしているが、説明が十分とは言えず、事業者の経営計画の見直しに繋がっているとは言えない。

【課題】

経営状況の分析とその結果を事業計画の策定に活かすためには事業者との対話と傾聴を重ね、必要に応じて外部専門家の意見も聞きながら事業者と支援者双方で分析結果を共有して、課題解決につなげる必要がある。

今後活用する分析手法

- ①経営自己診断システム(財務分析)
- ②SWOT分析(非財務分析)・クロスSWOT
- ③3C分析(非財務分析)

(2) 目標

	現状	R 8 年度	R 9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
経営自己診断システム(財務分析) 支援事業者数	必要に応じて	25者	5者	5者	5者	5者
SWOT分析(非財務分析) 支援事業者数	—	25者	5者	5者	5者	5者
3C分析(非財務分析) 支援事業者数	—	25者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容**①個別経営分析(財務+非財務)****ア 財務分析**

項目	内容
目的	支援対象事業所の現状を一旦把握する。
対象者	支援対象事業所
分析項目	収益性・効率性・生産性・安全性・倒産リスク
分析方法	経営自己診断システムを使用する。
成果物	取りまとめた結果は、支援対象事業者の事業計画策定等の際に資料として提供する。

イ 非財務分析(SWOT分析)

項目	内容
目的	知的資産を把握し、利益を生み出す源を把握する。
対象者	支援対象事業所
分析項目	強み・弱み・機会・脅威 クロスSWOTも実施する。
分析方法	SWOT分析シート・見えない資産一覧表を使用して分析する。Chatgptも使用する。
成果物	取りまとめた結果は、支援対象事業者の事業計画策定等の際に資料として提供する。

ウ 非財務分析(3C分析)

項目	内容
目的	経営に最も必要な3要素の把握をする。
対象者	支援対象事業所
分析項目	自社・競合・顧客
分析方法	3C分析シート・SWOT分析シート・見えない資産一覧表・ローカルベンチマークの4つの視点を使用する。
成果物	取りまとめた結果は、支援対象事業者の事業計画策定等の際に資料として提供する。

②課題別に使用する分析

ア 創業支援事業所

需要動向調査の6項目全部

SWOT分析 3C分析

競合調査

イ 売上減少課題事業所・営業利益減少課題事業所

客単価×客数分析：客単価は購入点数、客数は固定客。新規顧客開拓の観点で分析する。

顧客名簿(CRM)等のDX化

販売促進分析：WEBマーケティングの活用等分析する。

③分析結果の活用

ア 支援対象事業者支援へ活用

事業計画策定に活用

イ 商工会内部での活用

情報共有とナレッジ化：分析手法、改善策の考え方等を職員間で共有する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の多くは事業計画策定の重要性を認識しておらず、長期的な視点・目標がないまま事業を行っている傾向がみられる。金融相談や各種補助金の申請に関する相談についても、短期的な視点での計画に基づいた相談であることが多い。

【課題】

長期的な視点での目標と需要を見据えた事業計画の策定が、自社の売上の増加や生産性の向上につながることを多くの事業者に認識してもらう必要がある。

支援を実施するにあたり、事業者自らが事業計画の策定ができるような経営指導員や専門家による伴走支援体制を構築する。

(2) 支援に対する考え方

支援対象事業者が、本質的課題を認識、納得した上で、自ら行動する力を引き出せる計画とする。事業者の選定を行い、支援が決定した事業者の緊急性等を考慮し、支援優先順位を決定し、支援に入る。毎年5事業所5年で25事業所の支援を実施する。

支援が決定した事業者は全事業者の経営分析、ヒアリングは1年目に実施し、それぞれの事業所の課題を明確にし、事業計画で対応策を事業者毎に策定し、解決に当たる。

新規創業支援は別途対応する。

(3) 目標

	現状	R 8 年度	R 9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
事業計画策定 事業者数	必要に 応じて	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件

(4) 事業内容

①事業計画策定支援事業

項目	内容
目的	上述の「地域の経済動向調査」・「需要動向調査」・「経営状況の分析」の結果に基づき作成した事業計画で支援対象事業者毎の対応策を策定し、解決に当たる。
支援対象者	支援対象事業者で経営分析、ヒアリングを行った事業者
具体的手法	事業計画シート・アクションプランシート・収支計画シート・資金繰表を使用する。 必要により専門家の支援を受ける。想定する専門家(中小企業診断士、税理士、社会保険労務士、司法書士、弁護士、不動産鑑定士、事業引継ぎ支援センター、よろず支援拠点、中小企業活性化協議会等)

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】

これまでは、補助金の採択者を中心にフォローを実施していた。
フォローの内容も実績報告に向けた内容にとどまり、事業自体の進捗を測るものではなかった。

【課題】

フォローアップのスケジュールを予め計画することにより、支援者と事業者双方で事業計画の進捗に意識を向ける。

また、定期的な事業計画の見直しを行い、外部環境の変化に速やかに対応する。

(2) 支援に対する考え方

支援対象事業者が、自走化し、潜在力を引き出せるようフォローアップする。
事業計画の進捗に意識を向け、事業者が当事者意識をもって事業に取り組めるような支援を行う。
また、事業計画の定期的な見直しは事業の成長と発展を促進するための重要なプロセスであり、これを怠ると企業は市場の変化に対応できずに競争力を失うリスクがあることを伝達し、進捗状況に応じた見直しを図る。

(3) 目標

	現状	R 8年度	R 9年度	R10年度	R11年度	R12年度
フォローアップ 対象事業者数	必要に 応じて	5者	10者	15者	20者	25者
頻度(延回数)	—	10回	20回	30回	40回	50回
課題解決事業者数	—	2者	5者	7者	10者	12者
事業計画遂行中事 業者数	—	5者	10者	15者	20者	25者

(4) 事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ

1年に5者の事業計画を策定し、5年後は25者の事業計画を策定する。フォローアップは1事業者年2回実施する。

②事業計画策定後の見直し

事業計画の進捗が思わしくない、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合は、事業計画を策定し直す。

8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当地区の小売店・飲食店がメディアに取り上げられることが多くなり、「昔ながらのどこか懐かしい」「ここでしか食べられない・売っていない」商品を取り扱う店舗の来店客は増加している。商品としては「ジンギスカン」「おやき」「そば」「日本酒」「ワイン」などが考えられるが、「ジンギスカン」については、店舗ごとにタレの味が異なり、リピーターの獲得が期待できる。

販路開拓に向けた商談会や展示会の情報は適宜提供しているが、出店費用の負担や人員の確保が困難であることが要因となって、近年の出店実績はない。

【課題】

メディアによる情報発信は、効果は大きい事業者側でコントロールできないというデメリットがあることから、事業者自らが自社のPRを行うことは重要である。

ホームページ・SNSによる情報発信を実施していない事業者が多い為、自ら情報を発信するツールを持たない事業者向けの支援の強化が必要。

(2) 支援に対する考え方

当地区の特色として、昔からこの地区で事業を行っている「2代目」「3代目」の事業者が多く、事業者間の繋がりが強いということがある。事業者間の協業による新たな価値の創出の可能性を、対話と傾聴を重ねる中で見出すこと、中からは見えない地区の良さを客観的に認識する事が必要である。最近では、一旦中断してしまった「琅鶴湖」(ろうかく湖)の遊覧屋形船を復活させようという動きも出ている。「とうろう流しと花火大会」は第88回を向かえるビックイベントで2万人の観客が来町する。「信州新町フェア」と「恐竜レース」は、地区外から4千人の来場者が集まる。



「恐竜レース」



「とうろう流しと花火大会」

信州新町は、観光資源には恵まれており、「信州新町納涼花火大会」「ジンギスカン料理」は、特に有名である。その他にも「信州新町道の駅」「信州新町美術館」「有島生馬記念館」「信州新町化石博物館」「琅鶴湖(ろうかくこ)」「久米路橋」等の観光資源を有しており、観光は信州新町にとって重要な要素となっている。

特に「信州新町納涼花火大会」は1940年代から続いており、4千発の花火と1500ケの灯籠流しが絶妙な情景を醸し出し、間近で見られる迫力で毎年2万人の見物客を動員している。ジンギスカン料理も有名で、町内の6店で提供している。

琅鶴湖(ろうかくこ)は、東京電力水内ダムによって形成された人造湖で、鶴がまさに翼を広げ飛び立とうとする姿に見えることから、有島生馬によって命名された。

長野市の総合計画で検討されているように、**地域資源（自然・文化・観光・農林業・ものづくり等）を、商工業・中小企業支援と結びつけて、地域ならではの産業振興**を図る方向。

観光・体験産業・農林産品の付加価値化・地域ブランド化・商工業との連携などが対象となり得る。また、地域内での産業の「つながり」「にぎわい創出」「交流人口・活動人口の増加」といった波及効果を持つ産業振興が検討。地域産業振興においては、商工業だけでなく「**地域全体の産業構造**」へのアプローチ（**ものづくり×IT、観光×食、アート×地域商業などの複合領域**）が今後キーになる可能性もある。

「アート&グルメふれあいの町」のキャッチフレーズが示すように新たな需要開拓に寄与する事業は、信州新町の場合は、観光誘客にあり、それと連動した関係事業者を支援することは、観光誘客が有効である。

（3）目標

	現状	R 8年度	R 9年度	R10年度	R11年度	R12年度
支援対象事業者の Web を活用した販路開拓支援	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加支援対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

（4）事業内容

Webを活用した販路開拓支援

項目	内容
課題	ホームページ・SNSによる情報発信を実施していない事業者が多い。
手法	自社の商品を地区外の生活者へのPRを強化するためWebサイトやSNSを活用し、地区外の需要獲得へ繋げる。PRする商品に合わせたターゲットを明

確化した上で、事業者のスキルに合わせたWeb活用支援を行う。

①個別にWebサイトの作成及び管理方法の支援、SNSの管理・運用方法の支援を行い、将来的には自社でWebサイトやSNSの管理・運用できるよう自走化への支援を行う。

②ECサイト作成サービスの活用により、売上増加を図る。
商品開発にあたっては、外部の専門家等による支援を交えながら、事業者が持つ特徴や強みを活かした商品・サービスの提供に繋がるよう支援を行う。

③自社での運用が困難である事業者については、商工会が窓口となり、すでにWebサイトの活用に取り組んでいる事業者と協業し、コラボ商品の開発やECサイトでの自社商品の取り扱いなどの可能性を模索する。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援向上の為の取組

9. 事業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】

事業評価は理事会、通常総会で実績報告を行うのみで、外部有識者等による評価を受ける機会を設けていないことから、客観的な評価、見直しを行えているとは言えない。

【課題】

外部有識者や長野市信州新町支所担当者を構成員とする「評価協議会」を設置する。
定期的を開催し、客観的な評価、見直しを実施する。

(2) 事業内容

①事業の評価及び見直し

項目	内容
定量的把握	目標で設定した KPI・KGI の数値を使用する。
評価方法	評価協議会(外部有識者・法定経営指導員・長野市信州新町支所担当者等)で構成し、毎年度1回総合評価を実施する。「外部有識者(中小企業診断士)」
評価・見直しの頻度	毎年度1回総合評価を実施する。
結果の公表方法	商工会のHPに掲載する。
広域支援体制の活用	経営支援センター長野北西エリア(飯綱町商工会、信濃町商工会、小川村商工会、信州新町商工会)で実施している。

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】

経営指導員については、長野県商工会連合会主催の経営指導員研修会及び中小企業大学校専門コースの受講のほか、「経営支援センター長野北西エリア」が毎週1回WEBで定例ミーティングを開催している。

当商工会の他、構成商工会の飯綱町商工会、信濃町商工会、小川村商工会の経営指導員による支援案件の共有・検討を実施し、支援ノウハウの蓄積に繋げている。商工会ネットワークの中にスペースを設定し、支援ノウハウの共有にも努めている。

補助員については、長野県商工会連合会主催の補助員研修(一般・能力向上研修)を受講するほ

か、月に1回開催される長野北西エリア（補助員等）ミーティングをオンラインで開催し、情報を共有している。

【課題】

定例ミーティングで積極的に支援事例を発表する経営指導員が少ない。研修では、個々の職員は様々な研修会に出席して勉強を重ねているが、出席した職員からの学んだ事の共有が一部の職員しかできていない。

（２）事業内容

①経営指導員等の支援能力向上に向けた取組

項目	内容
目的	経営発達支援事業を遂行する上で必要な知識・スキルの習得
対象者	全職員
実施方法	① 定例ミーティングで積極的に支援事例を発表する。 ② 研修会に出席した職員は、学んだ事を定例ミーティングや商工会ネットワークの中のスペースで積極的に支援事例を発表する。 ③ 各種団体が主催するオンラインセミナーを積極的に受講する。 ④ コミュニケーション研修に参加し、対話と傾聴スキルを身に付ける。

②経営指導員等のノウハウ共有の仕組

項目	内容
目的	経営発達支援事業を遂行する上で必要な知識・ツールの共有
対象者	全職員
実施方法	① 経営指導員等がカルテを入力する統一システムである[経営支援システム Plus]に支援内容を適時・適切に行い、支援の履歴を蓄積することで、職員全員が対応できる環境を構築する。 ②商工会ネットワークの中のスペースに必要な知識・ツールを積極的に掲載する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制										
(令和7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)										
経営発達支援事業の実施体制										
役員:会長1 副会長2 理事17 監事2										
職員:法定経営指導員1名 補助員1名 一般職員1名										
事業統括責任者	: 会長									
事業執行決定機関	: 理事・監事会									
事業推進及び遂行責任者	: 法定経営指導員									
事業推進者	: 補助員 一般職員									
助言・進捗管理・情報提供等	: 法定経営指導員									
<table border="1" style="margin: auto;"><tr><td colspan="2" style="text-align: center;">信州新町商工会</td></tr><tr><td>法定経営指導員</td><td style="text-align: right;">1名</td></tr><tr><td>補助員</td><td style="text-align: right;">1名</td></tr><tr><td>一般職員</td><td style="text-align: right;">1名</td></tr></table>	信州新町商工会		法定経営指導員	1名	補助員	1名	一般職員	1名	<table border="1" style="margin: auto;"><tr><td style="text-align: center;">長野市 経済産業振興部 商工労働課</td></tr></table>	長野市 経済産業振興部 商工労働課
信州新町商工会										
法定経営指導員	1名									
補助員	1名									
一般職員	1名									
長野市 経済産業振興部 商工労働課										
(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:西村 和幸										
連絡先:信州新町商工会 TEL:026-262-2138										
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・実施にかかる指導及び助言、目的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 西村 和幸は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。										
(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										
信州新町商工会										
〒381-2405										
長野県長野市信州新町新町 31-2										
TEL:026-262-2138 / FAX:026-262-2021 / E-mail:sin-sci@ngn.janis.or.jp										
②関係市町村										
長野市 経済産業振興部 商工労働課										
〒380-8512										
長野県長野市大字鶴賀緑町 1613 番地										
TEL:026-224-5041 / FAX:026-224-5078 / E-mail:skr@city.nagano.lg.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	600	600	600	600	600
評価協議会運営費	50	50	50	50	50
専門家派遣費	500	500	500	500	500
事務費	50	50	50	50	50

(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
国補助金、県補助金、市補助金、会費、手数料収入、受託料収入

(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。

