

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1 地域の概要

飯綱町



【地域の状況】

飯綱町は、平成 17 年 10 月 1 日に牟礼村と三水村の 2 村の合併により誕生した町である。

長野県の北部（北信地方）に位置し、西・南は長野市、北は信濃町、東は中野市に隣接している。

飯綱山から斑尾山までの穏やかな丘陵地ですり鉢状をなし、底辺部となる町の中心部には長野市戸隠を源流とする鳥居川が流れている。

標高は 450m から 1,900m と標高差があり、東西に 13.9km、南北に 15.6km、面積は 75.00 km²である。居住地域は概ね標高 500m から 1,000m に散在している。

○交通網（道路、鉄道等）

町の中央を走る北国街道は加賀藩主の参勤交代のルートとして、また江戸時代に佐渡からの金の輸送、北陸諸藩への物資の輸送路として人々が往来し、武州（江戸）と加州（金沢）の中間地点にある宿場町（牟礼宿）として栄えた。明治以後、信越線の牟礼駅、国道 18 号線沿いに商店の集積ができたが、現在は数店を残すのみとなり当時の面影は見られなくなっている。

町内中心部を南北に幹線道路の国道 18 号線が結んでおり、北上すると信濃町を経由して新潟県につながっている。国道 18 号線以外にも、長野市から飯綱町まで県道荒瀬原線、隣の中野市にある信州中野インターチェンジ付近から信濃町まで北信五岳道路（広域農道）が通っており、いずれも国道 18 号線へと合流する。

また、町内に高速道路の上信越自動車道も通っているが、町内にインターチェンジは無く、隣の中野市に「信州中野インターチェンジ」、信濃町に「信濃町インターチェンジ」があり、車を使うとどちらへも 15 分～20 分で行くことができる。

鉄道については、平成 27 年 3 月に JR 東日本信越本線から経営分離された「しなの鉄道北しなの線」が通っており、町内に牟礼駅がある。

○人口推移

合併前平成 7 年に 13,292 人となってから少しずつ減少している。

また、高齢化率が加速度的に上昇しており、平成 7 年に 20.4%だった高齢化率が、平成 29 年 9 月末現在では 36.3%に達している。

町の総合戦略の計画人口としては、働き方の改善等により出生率を平成 52 年までに改善（1.40→2.10）、飯綱町の魅力の向上により平成 42 年に転出入の差をなくし以後転入する数の増加、健康寿命施策の推進により健康寿命を改善し、平成 72 年に 7,700 人の人口規模を目指している。

年	人口（人）	高齢化率（％）
平成 7 年	13,645	20.4
平成 17 年	13,174	25.9
平成 27 年	11,857	33.6
平成 29 年（9 月末）	11,387	36.3

（平成 7. 17. 27 年：飯綱町人口ビジョン 平成 29 年：飯綱町住民環境課資料）

○地域産業

当町の産業は農業が中心産業と考えられる。農作物については、りんご、もも、米などの農産物があり、特に、りんごについては飯綱町の収穫量が 1 万トンあり、全国の収穫量の 1.3%を占めている。当町は内陸性の気候特有の地域で気温の差が激しく湿度が低く降水量も低い地域である。特に昼間は暑く夜間は冷え込むため、この昼夜の寒暖の差によっておいしいりんごができる。

町内では、さまざまな種類のりんごが生産されており、りんごを使ったお菓子なども多数販売されている。

【地域産業の現状と課題】

○農業

りんご、米、もも等の他、様々な農産物が多く、良質なものができる。

後継者は不足しているものの、農産物を活用した特産品の開発等への意欲ある事業者もおり、今後、積極的に支援をしていくことで地域の活性化が図られると思われる。

○建設業

建設業者の多くは業歴が長く（業歴 10 年以上が大半を占める）地域内での知名度は確立しており、簡易な改築工事や除雪作業等で活躍している。また農業を兼業している者も多い。（全体の半数以上）。

○製造業

製造業関係については、工場団地等の集積した地区もなく、町内に点在している状態である。

また、製造品についてもロックウール製造、金属加工、金型製造等さまざまで、事業所の数は少ない。

○小売・卸売業

小売店などの商業施設は、国道 18 号線沿いの旧三水地区と、旧牟礼地区の旧北国街道通り沿い、そして駅前通り沿いに、以前は商店が立ち並び商店街と呼ばれるような地域を形成していたが、現在は空き店舗が目立つようになっており、商店は点在している状態である。

チェーン店のドラッグストアやホームセンター、コンビニエンスストアの他、スーパーなどの進出の他、近隣の大型スーパーにも比較的便利に買い物に行くことができるため町外で買い物をする住民が多く、事業所数が減少しており、高齢化の進展に伴い後継者が不足している。

○観光産業

観光関係では、旧牟礼地区に「いづなりリゾートスキー場」をはじめゴルフ場や日帰りの温泉施設などがあり、スキー場の周辺にはペンションなどの宿泊施設が点

在している。

宿泊施設の利用については、夏の期間には合宿等での団体の利用が多いが、冬の期間はスキー場の利用者の減少に伴い宿泊人数が減少している。

また、旧三水地区にはワイナリーがあり風光明媚な景色と相まって、見学や食事、買い物などで観光として訪れる人々が多くいる。

いづなりリゾートスキー場利用者人数 (単位/百人)

	平成 24 年	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年
延べ人数	601	582	593	279	423

(飯綱町統計資料/長野県観光部観光企画課「スキー・スケート場利用者調査」より)

飯綱東高原・ワイナリー利用者延べ人数 (単位/百人)

年	県内	県外	日帰り人数	宿泊人数	合計人数
平成 24 年	2,631	1,126	3,471	286	3,757
平成 25 年	3,024	1,294	4,026	292	4,318
平成 26 年	3,180	795	3,709	266	3,975
平成 27 年	3,055	762	3,563	254	3,817
平成 28 年	3,021	755	3,550	226	3,776

(長野県観光部 山岳高原観光課 観光地利用者統計調査結果より)

○商工業者の推移

高齢化による閉店や後継者の不足等により年々減少傾向にある。

年	商工業者数 (人)
平成 21 年	452
平成 24 年	416
平成 26 年	429

(経済センサス基礎調査より)

○製造業の推移

年	事業所数	製造品出荷額等 (万円)
平成 23 年	12	1,018,879
平成 24 年	11	672,504
平成 25 年	12	980,501
平成 26 年	11	796,056
平成 27 年	13	881,524

(経済センサス活動調査より [従業者 4 人以上])

○小売業・卸売業の推移

年	卸売業		小売業		合計	
	事業所数	販売額(万円)	事業所数	販売額(万円)	事業所数	販売額(万円)
平成14年	11	36,104	119	681,727	130	717,831
平成16年	16	643,223	108	627,210	124	1,270,443
平成19年	10	460,674	92	473,005	102	933,679
平成26年	8	80,500	65	428,500	73	509,000

(平成14年・平成16年については旧牟礼村、旧三水村の合算)

以上の現状を受け町では、「飯綱町まち・ひと・しごと創生総合戦略」(平成27年度～31年度)を策定、実施している。これは地域の産業を活気あふれるものとするため、「ひと・もの・かね」が町外に流出する現状を打破し、補助金等に頼ることなく町外から町内に「ひと・もの・おかね・情報」が流入する仕組みを民主導で形成する。その政策の一環として、「力強い地域産業の構築」の「商工業の経営の安定・基盤強化への支援と町内消費の拡大」を目指した施策を行っている。平成31年以降については、今年の町長選で現町長が再選されており、基本方針は継承していくと考えられる。

【これまでの商工会の取組み】

これまで管内商工業者、特に小規模事業者に対する経営改善普及事業として金融、税務、労務等の経営の根本的な内容に関する支援を行ってきた。

金融支援においては、地元金融機関及び日本政策金融公庫と連携し、事業の継続、発展につながるよう運転資金及び設備資金の調達支援の実施。

税務支援については、全国青色申告会の記帳ソフト「ブルーリターンA」や商工会の記帳システム「ネットde記帳」などを利用し記帳、決算書の作成、所得税、消費税の申告支援を実施。

労務支援においては、当商工会で労働保険事務組合の認可を受け、労働保険に関する事務処理を受託し、保険料の徴収・納付、雇用保険の資格取得・喪失手続き等の実施。

○プレミアム付き商品券の販売事業

平成21年度から、行政の支援を受け、プレミアム付き商品券を発行し町内商工業者の活性化および町民への消費喚起を促している。

また、プレミアム付き商品券の販売に伴い、商業部会(小売業、飲食店等)では販売促進チラシ、スタンプラリー等を行いプレミアム付き商品券の利用促進と町内商店の利用促進を図っている。

○やたら祭り事業

北信濃のこの地域周辺で昔から郷土食として食べられている「やたら」を使った料理を夏の期間、町内飲食店で提供する事業を平成24年度より実施し、来店客の増加と町の活性化を図っている。(町との共同事業)

○飯綱町住宅リフォーム支援事業

飯綱町内に居住している世帯に住宅のリフォーム等を行う際に、町内事業者が行う事業費30万円以上の工事に対して10万円まで町で補助をする事業に併せ、町内事業

者の紹介チラシを作成し配付を行い町内事業者の利用促進を図った。

(平成 24 年度、平成 25 年度、平成 29 年度)

○飯綱町高齢者等向け宅配・出張事業

飯綱町内で買い物等に行けない高齢者等のための宅配・出張による商品販売を行うための平成 26 年 10 月にチラシを作成・配付し、買い物に行けない高齢者の利便性を図った。(町、関係団体との共同事業)

○りんごを使ったスイーツ開発事業

平成 26 年度から町内洋菓子店などと共同で飯綱町の特産品のひとつであるりんごを使ったスイーツの開発事業。

現在、2つの事業所でスイーツの開発及び販売を進めている。

○地ドレッシングの製造・販売事業

商工会が主体となり平成 26 年度から平成 27 年度にかけ地域資源を利用した地ドレッシングの製造・販売に向けた講習会を実施。

商工業者、農業者などの参加者により実施し、実際にドレッシングの製造を始めた事業者もいる。

【商工会の支援上の課題】

消費者ニーズや販売方法等が多様化している中で、今後は小規模事業者個々の技術力やサービス力による「強み」を見出し、その「強み」を活かした高付加価値の商品、サービスの開発、それに伴う販路開拓等小規模事業者の自立的かつ持続的な発展に向け小規模事業者に寄り添った「伴走型支援」が求められる。

商工会は地域に密着した総合経済団体であり、小規模事業者に対する支援機関として行政・地域金融機関・よろず支援拠点などの公的支援機関・中小企業診断士等の専門家と連携を一層深め、小規模事業者の持続的な発展に向けた伴走型支援体制を構築し、支援機関の中心となって積極的に実施していくことが課題である。

町及び関係機関と連携して行ってきた「やたら祭り事業」、「りんごを使ったスイーツの開発事業」、「地ドレッシングの製造・販売事業」など、地域の特産品を活かした事業については、情報発信を行って認知されなければ埋もれてしまう。

事業の継続推進と積極的かつ効果的な情報発信を行うことが重要であり課題である。

上記、実施事業及び課題を踏まえた上で従来商工会が取り組んできた事業を検証しながら、経営意欲のある小規模事業者を抽出し、長野県、飯綱町の支援を得て、町内公共団体、公的支援機関、専門家、地域の金融機関と連携し、個別企業の経営力の向上、販売促進、販路開拓等に向けて事業者に寄り添った伴走型支援を行っていく。

また、先進地等の視察、事例研究等による販売促進方法の検討や、チラシ等による町内事業者の情報発信などを行い、地域住民の利用促進を図り商工業者の持続的な発展に向けた支援を行う。

【中長期的な小規模事業者の振興のあり方】

商工会がこれまで取り組んできた金融・税務・労務支援から、経営革新や販路開拓など、特に意欲ある小規模事業者の持続的な発展に向けた事業計画の策定などの積極的で前向きな内容に支援を行っていく必要がある。そして、町の総合戦略の重点課題である「力強い地域産業の構築」の「商工業の経営の安定・基盤強化への支援と町内消費の拡大」に沿う形で、小規模事業者の持続的な発展に向けた伴走型支援を実施する。

また、町の商店街が衰退に進む中で、空き店舗の活用、個人商店の再生、街並み整

備の支援を行い、地元住民が再び訪れる活気に溢れた商店街となるよう地域の振興・発展に力を入れて取り組む。

長野県商工会連合会の中期マスタープランによる近隣地域間の枠を越えた支援の実施によって、平成26年度に飯綱町商工会・信濃町商工会・信州新町商工会・小川村商工会・中条商工会の5商工会（現在は商工会合併のため中条商工会を除く4商工会で構成）による「長野北西グループ」を設立し、経営指導員を中心に、より重要な案件に対して複数の経営指導員による効果的な支援内容、解決策の協議を行い個々の指導員のレベル向上を図っている。

今後は、「長野北西グループ」の商工団体同士の連携支援の枠だけでなく、他の支援機関や専門的な知識を有する専門家、金融機関等との支援ネットワーク構築によって支援を行っていく必要がある。

【小規模事業者振興の目標と実施方針】

○中小企業施策の普及

現在、小規模事業者に対する施策は、長野県商工会連合会をはじめ、国や県からも豊富なメニューがある。これらの施策情報を売上や利益の向上を目指す小規模事業者に活用してもらうことが重要な課題となる。

そのために、施策情報を迅速かつタイムリーに届けるように支援体制を構築する。

○関係機関との連携強化

これまでも、長野県商工会連合会の上席専門経営支援員・エキスパートバンク事業による専門家派遣事業を中心として、日本政策金融公庫、長野信用金庫、㈱八十二銀行等の金融機関及び専門家と連携しているが、今後は各事業計画案件の作成の共有化並びに実行に向けた支援体制を構築する。

○経営支援体制の強化

経営発達支援事業を推進するために、経営指導員が経済動向、経営状況分析、需要動向調査等のスキルアップを図るために、上部団体である長野県商工会連合会及び関係機関が開催する研修会や講習会へ積極的に参加し資質の向上を図る。

○町内消費の拡充支援

町内消費に対する支援、情報発信等を積極的に行うことにより、小規模事業者の販路拡大、当地域の魅力向上と活性化に向けた積極的支援を行う。

実績等をホームページや新聞折込、地域回覧版を利用して広く宣伝し、地元企業の町内受注獲得に貢献する。

○町内への誘致活動支援

町外からの来訪・人口流入促進の一環として街並み整備を行政と連携して実施し商店街の再構築を行う。行政へインフラ整備の提案や、空き店舗対策として入居者募集のための情報収集と発信を行い、新規創業の場合は創業支援を併せて行う。商工業者数を増やし町内外から魅力ある商店街の構築支援を行う。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成30年4月1日～平成35年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

現状として、これまでに独自で地域の経済動向などについて調査したことはなく、経営指導員等による巡回指導及び窓口相談業務の際及び部会等の会議の際に小規模事業者から情報の収集、業況や経営上の課題の情報を収集し把握してきた。

このような状況であるため、巡回指導及び窓口相談業務を行う際に相談者に求められれば経済動向に関する情報を提供していたが、提供する先は限定的であった。

また、本会に事業者にとって有益な情報を収集し情報提供するような体制が十分にはとれていないのが現状である。小規模事業者にとって有益であると考えられる情報を収集・分析し、提供できる体制を整備することが必要である。

(改善方法)

今後、小規模事業者に対する的確な指導を行うためには、支援を行う個社の状況及び地域の状況をしっかりと把握しておくことが重要であるため、本会が独自に地域の経済動向に関する調査を行い分析し、地域の小規模事業者を取り巻く経営環境を迅速に把握し、提供できる体制を構築する。

また、調査結果は地域の現状把握と未来予測、政策提案の際の基礎資料とし、経営指導員等が巡回指導及び窓口相談業務を行う際や事業計画を策定する小規模事業者に提供するとともに、本会のホームページや町広報を利用して小規模事業者へ通知等で広く周知する。

(事業内容)

①【小規模企業景気動向調査（新規事業）】

項目	内容
目的	全国商工会連合会による「小規模企業景気動向調査」に項目を併せて地区内小規模企業の景気動向についての情報を収集する。 また、金融機関（日本政策金融公庫、長野信用金庫、㈱八十二銀行等）、その他の関係機関等で行っている景況調査などの情報を収集、整理し、全国商工会連合会との景気動向と地域内、金融機関等の景況感にどのような差があるのか、結果を取りまとめて周知するとともに、本会においての政策対応の資料としていく。
対象者	・地域内小規模事業者約30社 （商業・工業・サービス業等各10社）
調査方法	・調査票に基づく聴き取り調査

頻 度	・ 四半期ごと
調 査 項 目	・ 「売上額」「仕入単価」「採算」「資金繰り」「業況」について前年同期と比べてどうなっているか5段階からの選択方式とする。
分 析 方 法	・ 各調査項目について、増加（好転）企業割合から減少（悪化）企業割合を差し引いた値（D. I.）による。
活 用 方 法	・ 地区内小規模企業による景況感から地域経済の現状を把握し、将来予測、政策提案の基礎資料となるように活用する。
提 供 方 法	・ 本会が運営するホームページや小規模事業者の通知等にて提供する。
小規模事業者に対する効果	・ 小規模事業者が自社の業界動向を把握することで、今後の事業計画等を策定する際の基礎資料とする。

(目標)

実 施 内 容	現 状	30 年 度	31 年 度	32 年 度	33 年 度	34 年 度
回 数	未実施	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
調 査 事 業 所 数	未実施	30 社	30 社	30 社	30 社	30 社
情 報 提 供 (四半期毎)	未実施	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

これまで、経営状況の分析は小規模事業持続化補助金に関する経営計画書作成の際小企業等経営改善貸付（マル経融資）の申請時等において形式要件を満たす程度の経営状況の分析にとどまっていた。

今後は、経営状況の分析を必要と考えられる小規模事業者をリストアップし、経営指導員が中心となって、売上増加や利益確保を目指す小規模事業者に対して経営状況の分析の必要性及び重要性を認識してもらうよう説明指導を行う。

経営状況の分析を行うにあたり、必要と思われる小規模事業者の抽出と分析項目の設定が課題となる。

(改善方法)

事業計画を策定支援、策定後の実施を適切に進めるには自社の財務状況や強み、弱みなどの現状を認識する必要となるため、持続化補助金等中小企業施策の公募時期、巡回指導及び窓口相談業務の際に経営上の課題などの聞き取り調査をする際に、経営状況の分析の必要性及び重要性についての説明指導を行う。

上記の他、経営状況の分析が必要と思われる小規模事業者をリストアップし、経営指導員が中心となって必要性と重要性を認識してもらうよう巡回指導及び窓口相談業務の際等に説明指導を行う。

経営状況の分析が必要と考えられる小規模事業者とは、若手の経営者や事業を始め

てから年数の浅い小規模事業者、経営意欲は高いが売上や利益に伸び悩む小規模事業者である。

経営状況の分析項目の設定については、財務分析に関するだけでなく業種や業態による特徴的な項目も加味した内容を設定する。

(事業内容)

①【経営状況分析セミナーの実施（新規事業）】

項 目	内 容
目 的	・経営状況分析の必要性及び重要性を深く認識してもらい、自社の経営状況を把握してもらう。
対 象 者	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模持続化補助金等中小企業施策の公募者 ・マル経資金利用申請者 ・若手の経営者及び事業を始めてから年数の浅い小規模事業者 ・経営意欲は高いが思うように売上や利益に伸び悩んでいると判断できる小規模事業者
頻 度	・年に1回
小規模事業者に対する効果	・経営状況の確認ができることにより経営課題を明らかにすることができ、明らかになった経営課題に対して対策や計画を講じることができる。

②【巡回・窓口指導における経営状況分析の実施（新規事業）】

項 目	内 容
目 的	・経営状況の分析の必要性及び重要性についての説明指導を行い、経営状況の分析を行うことにより、自社の経営状況を把握し、利益確保に向けた改善策及び対応策を検討するための支援を行う。
対 象 者	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模持続化補助金等中小企業施策の公募者 ・マル経資金利用申請者 ・若手の経営者及び事業を始めてから年数の浅い小規模事業者 ・巡回及び窓口相談業務において必要と判断できるような意欲ある小規模事業者 ・経営状況分析セミナー参加者

調 査 方 法	・決算書等の利用及びツールを活用した聞き取り調査
頻 度	・年に1回（3月）
調 査 項 目	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の経営状況の把握（企業の健康診断） 経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」及び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」の項目に併せた「収益性」「効率性」「生産性」「安全性」「成長性」等 ・SWOT分析による「強み」「弱み」 ・ABC分析による「売上高の分析」

活用方法	・対象の小規模事業者の決算書データ等から現在の経営状況を把握し、経営課題の抽出、整理を図り、課題解決、将来予測、経営計画の策定、政策提案の基礎資料として活用する。
提供方法	・巡回指導及び窓口相談業務の際及び郵送等により情報提供をする。
小規模事業者に対する効果	・経営状況の確認ができることにより経営課題を明らかにすることができ、明らかになった経営課題に対して対策を講じることより売上や利益の増加に結び付けることが見込める。
その他	・経営指導員が小規模事業者に寄り添い伴走型の支援を行い、必要に応じて専門家や連携機関からの相談・助言を受け改善策の提案、支援を行う。 ・専門家の選定等については長野県商工会連合会の上席専門経営支援員、エキスパートバンク制度、国のワンストップ総合支援事業（よろず支援拠点、ミラサポ）などを活用する。

(目標)

実施内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
セミナー開催	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
分析対象事業所数	未実施	20社	25社	30社	35社	40社

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

本支援については、小規模事業者が小規模持続化補助金等の申請時及び金融相談の際に必要なに応じて策定支援を行っているのが現状である。

小規模持続化補助金等の補助金申請時及び金融相談時に策定する以外は当地区の小規模事業者の多くは事業計画の策定は行われていないため、手法を理解し策定につなげるのが課題である。

(改善方法)

補助金等の申請及び金融相談の際のみならず、特に意欲ある小規模事業者や若手経営者及び事業を始めて年数が浅い事業者等に、事業を持続的発展につなげるには計画に沿った経営をしていくことの必要性と重要性を説明し、計画策定に向けた支援を行う。

(事業内容)

①【事業計画策定セミナーの開催（新規事業）】

項目	内容
目的	・事業計画策定の必要性及び重要性を認識してもらうことと、事業計画策定を目指す意欲ある小規模事業者の掘り起こしを行う。

対 象 者	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模持続化補助金等申請事業者 ・金融相談者 ・若手経営者及び事業を始めて年数が浅い小規模事業者 ・巡回及び窓口相談業務において必要と判断できるような意欲ある小規模事業者
小規模事業者に対する効果	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定事業者の掘り起こしを行い、必要性及び重要性を認識してもらい計画策定及び実行してもらうことで自社の発展に結びつけてもらう。
そ の 他	<ul style="list-style-type: none"> ・必要に応じて長野県商工会連合会の上席専門経営支援員及びエキスパートバンク制度、国のワンストップ総合支援事業（よろず支援拠点、ミラサポ）等を活用する。

②【相談時における事業計画策定支援事業（拡充事業）】

項 目	内 容
目 的	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模持続化補助金申請時及び金融相談等の他、意欲ある小規模事業者の売上向上及び利益確保につながるよう事業者に寄り添って事業計画策定の支援を行う。
対 象 者	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模持続化補助金申請時 ・金融相談者 ・若手経営者及び事業を始めて年数が浅い事業者 ・事業計画策定セミナー参加者のフォローアップ
支 援 方 法	<ul style="list-style-type: none"> ・県連合会から経営指導員に配布されたタブレット等を活用し、小規模事業者が効率的に経営計画を策定できるよう、中小企業基盤整備機構が提供する「経営計画作成アプリ 経営計画つくるくん」を利用した経営計画の策定支援
支 援 内 容	<ul style="list-style-type: none"> ・PC・タブレット操作が苦手な場合や内容が難しい等で経営計画の策定が困難な小規模事業者に対しては経営指導員が内容の説明、操作説明等を行い、多くの事業者が経営計画策定できるよう支援する。
小規模事業者に対する効果	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画を策定することにより、将来の自社のあるべき姿、今後、実現可能な進むべき方向、そのためにすべきことを明確にすることができる。
そ の 他	<ul style="list-style-type: none"> ・対象者である、若手経営者及び事業を始めて年数が浅い事業者については巡回及び窓口相談の際に周知する。 ・必要に応じて上席専門経営支援員及びエキスパートバンク制度、国のワンストップ総合支援事業（よろず支援拠点、ミラサポ）等を活用する。

(目標：事業計画策定セミナー開催・事業計画策定支援)

実 施 内 容	現 状	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
事業計画策定セミナー	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
計画策定支援事業所数	随時	3 社	6 社	6 社	10 社	10 社

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

これまで事業者が経営課題を解決するため各種支援を行っていたが、散発的な経営相談や専門家支援であり、必ずしも計画的な支援とは言えない。事業計画に沿った伴走型の指導・助言が確実に行えるよう継続的な支援体制の構築が必要である。

(改善方法)

事業者が経営課題を解決するため、経営分析・需要動向調査の結果を踏まえ、事業計画の策定後、長野県商工会連合会や地元金融機関等の支援機関とも連携して、現在行われていない伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業の持続発展を図る。

(事業内容)

①【事業計画推進フォローアップ事業（拡充事業）】

項 目	内 容
目 的	・小規模事業者等が自ら策定した事業計画に対して、計画通り実施されているか確認し、問題点に応じて段階的に支援する仕組みをつくり課題解決を図っていく。
対 象 者	・事業計画を策定した全ての小規模事業者
支 援 方 法	経営指導員が、事業計画を策定した小規模事業者を四半期に一回は訪問し、事業計画の推進状況や経営状況の分析を行い、課題を抽出するとともに解決策に取り組む。課題解決が難しい事項においては指導機関、金融機関、専門家と連携して課題を解決し経営課題に応じた伴走型支援を行う。

<p>支援内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「専門分野支援作業標準書」※注1の活用 長野県商工会連合会が作成した「専門分野支援作業標準書」を用いて一般論的な経営問題に対する支援を行う。 ・「グループ検討会議」※注2の開催 近隣の経営指導員が集まる「グループ検討会議」（随時開催）に問題を持ち上げ、複数の経営指導員で対応する。 ・専門家支援の活用 解決できない場合は、専門家の支援（上席専門経営支援員・よろず支援拠点等）を利用し問題を解決する。 ・関係団体の経営相談サービスの活用 金融機関（日本政策金融公庫等）が行っている金融相談会を活用し資金面での相談に他対応する。 ・常に小規模事業者と共に計画進捗状況を把握し完遂まで支援を行う。 支援は概ね5年を目途とする。 なお、問題点の無い事業者についても同様の頻度で訪問、進捗状況の確認を行う。 <p>※注1 商工連が商業・新製品開発・創業・事業承継などの分野毎にワーキンググループをつくり、この分野を支援したことのない経営指導員や補助員等でも、ある程度のレベルの支援を行えるように策定した作業標準書</p> <p>※注2 前掲した長野北西グループ内で、個々の商工会では対処できない会員事業所からの高度な相談等を事業所の同意を得て持ち寄り、グループ内での課題解決を図るための会議を随時行っている。</p>
<p>小規模事業者に対する効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自らが策定した事業計画を商工会が寄り添いブラッシュアップすることで、より実現可能な計画になる。また、計画実行の支障となる問題点については、解決までの相談体制を幾重にも用意し、事業計画を達成まで支援が受けられる。 ・事業計画目標達成により売上、利益等の増加が見込まれる。

(目標)

実施内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
フォローアップ件数	随時	12件	24件	24件	40件	40件

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

日々の相談の中で需要動向についての求められる機会が少なかったことから需要動向調査は行っていない。

需要動向を調べることによって需要予測を行い、プロダクトアウトからマーケットインに「消費者ニーズ」に合わせた視点を持つことが重要である。経営者の経験や勘も重要だが、それとは別に需要動向調査によるデータを事業計画に反映させることが必要である。

(改善方法)

経営指導員等が小規模事業者に対して巡回及び窓口相談を通じて、需要動向を把握することの必要性と重要性を説明し、業種別に調査した市場動向や消費者ニーズ、トレンドなどの情報を適切に提供する。

これにより小規模事業者の意識改革を図り、消費者ニーズに合った新たな需要を模索する。

(事業内容)

①【地域内消費者ニーズ調査（新規事業）】

項目	内容
目的	<ul style="list-style-type: none">管内の飲食業者・食品製造業者・農機具販売業者、住宅設備販売業者の小規模事業者等に対して地域内の消費者ニーズの情報提供を行うことで、今後の事業計画の策定及び展開等を考える上での判断材料とする
調査方法	<ul style="list-style-type: none">地域内の需要動向を把握するため、町内唯一の産業祭である「りんごの里まつり」※注3の来場者を対象に、イベントに出展する飲食業者・食品製造業者・農機具販売業者、住宅設備販売業者（衛生設備、バリアフリー化設備等）10社程度が提供する商品やメニューについて「消費者ニーズ調査」を実施する。各ブースにおいて1業者につき最低100名、合計1,200名から聴き取り調査を行う。飲食事業者や食品製造業者については試食やメニューの提供を通じて、農機具販売業者、住宅設備販売業者については販売製品の展示を通じてヒアリングを行う。経営指導員は、出展事業者が実施した調査結果について集計・分析を行い、簡潔なレポートにまとめ事業者へフィードバックする。 <p>※注3 地元住民を対象とした行政主催の住民祭りで来場者数は全住民の10%程度である。来場者の年齢構成はお年寄りから幼児まで幅広い。</p>
調査項目	<p>①調査項目</p> <p>ア 飲食業者 年齢・性別・住所・味・価格・外見・満足度・メニューへの改善点等</p> <p>イ 食品製造業者 年齢・性別・住所・味・価格・パッケージデザイン・容量・満足度・保管方法等への改善点等</p> <p>ウ 農機具販売業者 年齢・性別・住所・価格・機能・重さ・大きさ・器具への改善点等</p> <p>オ 住宅設備販売業者 年齢・性別・住所・価格・機能・使いやすさ・設備の改善点等</p> <p>②評価方法 調査項目の味やボリューム等の個人の感想に関する情報は5段階評価（満足～不満等）により収集の効率化を工夫する。</p>

活用方法	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象の商品、メニューの取り扱い事業者に対し、商品や提供メニュー、サービス・ターゲット、販売手法等を検討し、これを分析・整理し巡回時に提供することで、事業計画策定や新メニュー開発、既存製品の改良、販売品目の再構成、新たなサービスの提供等、新たな需要開拓を行う。
提供方法	<ul style="list-style-type: none"> 出展する事業者には巡回時に情報を提供する。また公開できる箇所については本会のホームページに公開する。
小規模事業者に対する効果	<ul style="list-style-type: none"> 小規模事業者が自店の商品やメニュー、サービスについて直接、消費者反応を感じてもらい、自己の商品構成について検証する資料となる。地域内の需要を的確に把握することにより今後の事業計画等を策定や事業展開を行う際の基礎資料とする。

②【地域外消費者ニーズ調査（新規事業）】

項目	内容
目的	<ul style="list-style-type: none"> 管内の観光施設業者（農業体験教室、レジャー関連業者）宿泊施設業者の小規模事業者等に対して地域外の消費者ニーズの情報提供を行うことで、今後の事業計画の策定及び展開等を考える上での判断材料とする。
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> 本会商業部会と親交のある庄和商工会が運営している「庄和道の駅」※注4へ赴き、同地で飯綱町コーナーを開設し、飯綱町の観光施設業者、宿泊施設業者5社程度が「消費者ニーズ調査」を行う。 飯綱町の友好都市（志木市、東庄町、袋井市、鶴ヶ島市、日高市、高松市）が開催するイベント※注5のうち1箇所を毎年選定、参加し、来場者を対象に、飯綱町の観光施設業者、宿泊施設業者5社程度が提供するサービスや料理メニューについて「消費者ニーズ調査」を実施する。 現地にて1業者につき最低100名、合計500名から聴き取り調査を行う。 上記2つとも特製ポスターの展示を行い、無料試供品配布を活用しながらアンケート形式でヒアリング調査を行う。 経営指導員は、出展事業者が実施した調査結果について集計・分析を行い、簡潔なレポートにまとめ事業者へフィードバックする。 <p>※注4 庄和道の駅には本会の会員企業が農作物を卸しておりつながりが深い。関東地区では利用者の多い道の駅である。来場者は関東及び東北地方の旅行及び運送業者が多い。</p> <p>※注5 6市町は住民を対象とした行政主導の町内祭を毎年開催している。来場者は地元住民が多い。来場者の年齢構成は幅広い。</p>

調査項目	<p>庄和道の駅及び友好都市のイベント時の調査項目は共通とする。</p> <p>①調査項目</p> <p>ア 観光施設業者 年齢・性別・住所・訪問頻度・目的・利用価格・交通手段・施設への要望点等</p> <p>イ 宿泊施設業者 年齢・性別・住所・訪問頻度・料理メニュー品目・宿泊価格・滞在日数・交通手段・施設の要望点等</p> <p>②評価方法 調査項目について個人の感想に関する情報は5段階評価（興味ある～興味なし）により収集の効率化を工夫する。</p>
活用方法	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象の施設、サービスの取り扱い事業者に対し、提供サービス、メニュー、ターゲット、広報手法等を検討し、これを分析・整理し巡回時に提供することで、事業計画策定や既存施設の改良、広報活動の再構成、新たなサービスの提供等、新たな需要開拓を行う。
提供方法	<ul style="list-style-type: none"> 出展する事業者には巡回時に情報を提供する。また公開できる箇所については本会のホームページに公開する。
小規模事業者に対する効果	<ul style="list-style-type: none"> 小規模事業者が自店の施設、サービスについて直接、消費者反応を感じてもらい、自己の商品構成について検証する資料となる。地域内の需要を的確に把握することにより今後の事業計画等を策定や事業展開を行う際の基礎資料とする。

③【ビジネスフェアを利用した需要動向調査（新規事業）】

項目	内容
目的	<p>建設関連業者（一般住宅建築業、設備工事業）と機械部品製造業者の小規模事業者に対して顧客の獲得につながる情報提供を行うことで、今後の事業計画の策定及び展開等を考える上での資料とする。</p>
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> 地元金融機関が開催するビジネスフェア※注6に建設関連業者及び機械部品製造業者等が5社程度出展し来場する各業界の関連業者より生の声を収集し「消費者ニーズ調査」の代わりとなる「企業ニーズ調査」を行う。 建設関連業者は施工例や職人の技能など、機械部品製造業者は製品展示や所有機械などについて展示を行い。展示説明の際に併せて本調査のヒアリングを行う。 経営指導員は、出展事業者が実施した調査結果について集計・分析を行い、簡潔なレポートにまとめ事業者へフィードバックする。 <p>※注6 長野信用金庫が毎年開催する「長野しんきんビジネスフェア」は、取引企業・団体に、より多くの商談機会を得ていただくことに重点を置き、「参加企業ガイド」・「展示コーナー」・「商談会」を通じてビジネスマッチングに繋がる「場」を提供している。参加企業数275社来場者数約2600名、年1回開催</p>

調査項目	<p>①調査項目 ア建設関連業者 企業名・業種・連絡先・目的・関心度・技術力・業務への要望点等 イ機械部品製造業者 企業名・業種・連絡先・目的・関心度・技術力・所有設備・製品への要望点等</p> <p>②評価方法 調査項目について個人の感想に関する情報は5段階評価（興味ある～興味なし）により収集の効率化を工夫する。技術力（施工例や資格等）については個店が提供できる技術を可能な限り公開する。</p>
活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が事業計画策定や販路開拓を行う際に、対象の市場やサービス等を絞り込むために活用する。 ・業界のトレンドを把握し、売れる製品・サービスの開発につなげる。 ・また、事業計画推進フォローアップ事業の段階的支援の際は基礎情報として活用する。
提供方法	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定予定の事業者へは面接の際、資料を提供する。 <p>本会が運営するホームページに掲載する他、町広報誌や新聞折込みを利用し管内の対象小規模事業者に広く周知を行う。</p>
小規模事業者に対する効果	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が自社の業界動向を把握することで、今後の事業計画等を策定や事業展開を行う際の基礎資料とする。 ・消費トレンドや売れ筋商品等の大きな流れを確認するとともに近隣地域の受注特性を確認することができる。

(目標)

調査企業数	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
りんごの里まつり	未実施	10社	10社	10社	10社	10社
庄和道の駅及び友好都市イベント	未実施	5社	5社	5社	5社	5社
ビジネスフェア	未実施	5社	5社	5社	5社	5社

③【各種統計調査・業界誌・市場情報や商品情報による需要動向調査（新規事業）】

項 目	内 容
目 的	<ul style="list-style-type: none"> ・前記の①～②の調査は消費者の生の声ながら局地的な結果である。各種統計調査・業界誌・市場情報や商品情報の動向調査も併せて行い、よりの確な消費者ニーズの情報提供を行うことで、今後の事業計画の策定及び展開等を考える上での資料とする。
調 査 方 法	<p>インターネット、新聞を活用し4半期一度、調査項目にある内容の情報収集を実施する。</p> <p>①対象業種：小売業 活用する消費動向情報源：「日経テレコンPOS情報」</p> <p>②対象業種：小売業・サービス業 活用する消費動向情報源：「日経MJ（日本経済新聞流通新聞）」</p> <p>③対象業種：全業種 活用する消費動向情報源：総務省統計局「家計調査」</p> <p>④対象業種：全業種 活用する消費動向情報源：総務省統計局「家計消費状況調査」</p> <p>⑤対象業種：全業種 活用する消費動向情報源： 各種書籍、業界団体・シンクタンク・金融機関等のレポート</p>
調 査 項 目	<p>①から販売動向や売れ筋商品</p> <p>②からヒット商品の分析、消費者のニーズ</p> <p>③から品目別1世帯当たり収支金額</p> <p>④から情報通信技術に関連する消費やインターネットを利用した購入状況</p> <p>⑤から業況や主要企業の紹介・分析、業界の課題と展望等</p>
活 用 方 法	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が事業計画策定や販路開拓を行う際に、対象の市場や商品等を絞り込むために活用する。 ・売れ筋情報等の消費トレンドを把握し、売れる商品・サービスの開発につなげる。 ・また、事業計画推進フォローアップ事業の段階的支援の際は基礎情報として活用する。
提 供 方 法	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定予定の事業者へは面接の際、資料を提供する。 ・本会が運営するホームページに掲載する他、町広報誌や新聞折込みを利用し管内の対象小規模事業者に広く周知を行う。
小 規 模 事 業 者 対 する 効 果	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が自店の業界動向を把握することで、今後の事業計画等を策定や事業展開を行う際の基礎資料とする。 ・消費トレンドや売れ筋商品等の大きな流れを確認するとともに地域の消費特性を再確認することができる。

(目標)

実施内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
情報提供 (新聞・雑誌・POS情報)	未実施	4回	4回	4回	4回	4回

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(現状と課題)

・商業事業者の現状と課題

当地区は既に車社会の進展や消費者ニーズの多様化、購入方法の多様化、大型店への購買力の流出等、地域を取り巻く経済環境はますます厳しさを増している。毎年、小売店等を中心に、プレミアム付き商品券は発行し、他の地区への消費流失を防いでいる。しかし、限られ期間の効果であり恒久的な改善までに至っていない。この環境を打開するためにも地域住民に支持される個店、個社となり、持続的発展に繋げていく必要があるものの、その支援体制が構築できていない。

・工業事業者の現状と課題

当地区の工業関連、特に建設業の小規模事業者は業歴が長く（業歴10年以上が大半を占める。）地域内での知名度は確立しており、簡易な改築工事や除雪作業等で活躍している。しかし、町の人口流失により年々、住宅の新築や設備工事が減少し受注確保のため商圏を広くせざるを得ない状況である。

製造業については大企業の工場誘致を行政主導で行っているが、小規模事業者については企業数が少ないこともあり目立った支援策は無い。取引先はほぼ固定化しており、多くは単純な部品加工、検査等である。また意欲はあるが独自に受注先を開拓する機会や時間が無い事業者がいる。この環境を打開するために地域外への販路開拓を求めることが必須だが現在は効果的な支援体制が構築できない。

(改善方法)

町の総合戦略の方針である「ひと・もの・かね」が町外に流出防止、町外から町内に「ひと・もの・おかね・情報」が流入する仕組みを織り込んだ個店の伴走型支援として実施する。

また、町の戦略にある「力強い地域産業の構築」の一環として「商工業の経営安定と町内消費の拡大」を織り込んだ個店の伴走型支援を実施する。

(事業内容)

①【共同チラシを活用した地域内消費向けの需要開拓支援（拡充事業）】

項目	内容
目的	町内消費拡大を狙った個店の販売力強化

対 象 者	「チラシを用いた販売促進を検討しているが、費用負担面でチラシ作成並び新聞折込が困難」という問題を抱える小規模事業者で主に飲食店、衣類小売店、日用雑貨店等を対象とする。
支 援 方 法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本会商業部会にて実施する共同販売促進事業である「共同チラシ」を拡充し販路開拓支援を行う。 ・ チラシ掲載企業数は40社程度とし、掲載企業は会報による公募のほかには事業計画策定小規模事業者で計画実施に有効と認められる者へ巡回指導の際、掲載を促す。 ・ チラシ配布は行政の広報に合わせて飯綱町町内全戸配布する。 ・ 実施時期は年1回、8月に行う。 ・ 誌面はカラー刷りで片面B4の見開き4ページを基本とするが、掲載者数によってサイズ、ページ数を調整する。
支 援 内 容	<ul style="list-style-type: none"> ・ チラシ掲載商品・サービスについては先の「経営状況の分析」や「地域内消費者ニーズ調査」の分析・結果をふまえた指導・助言を行う。 <p>掲載面の指導・助言を行い、誌面の専門的な相談（デザインや商品撮影等）については前記の「事業計画推進フォローアップ事業」の支援体制を活用する。</p>
活 用 方 法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 配布後、効果の有無を確認するための仕組みを個店毎に施す。（例：チラシを見た方は粗品進呈）また、簡易アンケートを誌面に組み込み誌面の関心事項等を掲載者へフィードバックする。
効 果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 町内全域へチラシを折込するため、自社の商品・サービス等の認知度向上によって、問い合わせ件数や来店客数の増加が期待できる。 ・ 限られた誌面での効果的な広告宣伝方法が学習でき、今後のチラシを用いた販促スキルの向上が期待できる。

②【ふるさと納税を活用した町外の需要開拓支援（新規事業）】

項 目	内 容
目 的	町外からの誘客及び資金流入を狙った個店の販売力強化
対 象 者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 町内に来訪することより商売が成り立つ業種の小規模事業者（宿泊業者・レジャー施設等運営業）及び通信販売可能な商品・サービスを取り扱う小規模事業者（農作物加工業者等）

支援方法	<ul style="list-style-type: none"> ・町行政のふるさと納税事業を活用し、飯綱町へ興味のある方へ本会が独自に販売促進チラシを作成し誘客に繋がる仕組みを構築、実施する。 ・町がふるさと納税者への返礼品送付の際、返礼品に飯綱町の特産品の通販案内・観光PRチラシ及び割引クーポンを添付し、町の訪問客を呼び込み及び物販を行う。 ・チラシ掲載企業数は20社程度とし、掲載企業は会報による公募のほかには事業計画策定小規模事業者で計画実施に有効と認められる者へ巡回指導の際、掲載を促す。 ・実施時期は8月に編集印刷を行い返礼品発送元の行政へ納品する。 ・誌面はカラー刷りで片面B4の見開き4ページを基本とするが、掲載者数によってサイズ、ページ数を調整する。 ・掲載事業者は自社のチラシも併せて送付できることとする。
支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・チラシ掲載商品・サービスについては先の「経営状況の分析」や「地域外消費者ニーズ調査」の分析・結果をふまえた指導・助言を行う。 <p>掲載面の指導・助言を行い、誌面の専門的な相談（デザインや商品撮影等）については前記の「事業計画推進フォローアップ事業」の支援体制を活用する。</p>
活用方法	<p>配布後に効果の有無を確認するための仕組みを個店毎に施す。（例：チラシを見た方は粗品進呈）また、簡易アンケートを誌面に組み込み誌面の関心事項等を掲載者へフィードバックする。</p>
効果	<p>既にある程度の飯綱町に興味を示している消費者へ媒体を提供することより通常の宣伝広告よりも効果的に宣伝広告が行うことが見込まれる。町内への誘客、商品の購入により売上向上が見込まれる。</p>

③【プレミアム商品券を活用した地域内消費向けの需要開拓支援（新規事業）】

項目	内容
目的	消費の町外流失防止を狙った個店の販売力強化
対象者	飯綱町プレミアム商品取り扱い事業者である小規模事業者

支援方法	<ul style="list-style-type: none"> ・飯綱町プレミアム商品券※注7と個店の独自のサービス（+α）を付加することに顧客満足度を高め、既存客の他地域の消費流失を防ぐような仕組みを本会で構築する。 ・プレミアム商品券事業の実施通知の他に店頭にて+αのサービスを提供することをプレミアム商品券取扱事業者へ告知、個店は顧客が来店動機となるサービスを先の需要動向調査を基に経営指導員と共に考える。 ・建設業関連業者の場合は住宅リフォーム補助金※注8の併用を可能するよう飯綱町へ協力を仰ぐ。 ・飯綱町カード組合※注9に加入している場合はポイントアップ事業と併せて実施するよう指導・助言を行う。 ・+αサービスを網羅した周知チラシを作成し全戸配布を行う。 <p>※注7前記の「これまでの商工会の取組み」参照。毎年実施しており、20%プレミアム付商品券。飯綱町より本会が業務委託を受け事務を行っている。予算規模は10,000千円〜で、その年の経済状況によって変動する。取扱事業者は123社（平成29年10月現在）</p> <p>※注8前記の「これまでの商工会の取組み」参照。予算規模は3,000千円〜町内の住民が町内建設業者を利用時のみ補助。</p> <p>※注9飯綱町の飲食・小売店による組合。ポイントカードを利用し販売促進を行っている。現在44社加盟。本会が業務委託を受け事務を行っている。</p>
支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・+αサービスについては先の「経営状況の分析」や「地域外消費者ニーズ調査」の分析・結果をふまえた指導・助言を行う。 ・専門的な相談（+αサービスの企画考案等）については前記の「事業計画推進フォローアップ事業」の支援体制を活用する。
活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・+α活動の効果の有無を確認するための仕組みを個店毎に施す。（例：チラシを見た方は粗品進呈）また、簡易アンケートを周知チラシ誌面に組み込み誌面の関心事項等を掲載者へフィードバックする。
効果	<ul style="list-style-type: none"> ・いままで、個別に行って販売促進活動をプレミアム商品券事業実施の際、併せて実施し相乗効果を図り小規模事業者の来店客数増加および客単価の増加を図って行く。

（目標）

実施内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
共同チラシ売上増加率	未調査	3%	4%	5%	5%	5%
ふるさと納税売上増加率	未実施	3%	4%	5%	5%	5%
プレミアム商品券売上増加率	未実施	3%	4%	5%	5%	5%

④【ビジネスフェアを活用した需要開拓支援（新規事業）】	
項 目	内 容
目 的	町外へ商圈拡大を目指す小規模事業者のため、商談の場を提供し知名度向上と売上増を目指す。
対 象 者	「展示会、商談会には興味があるが、敷居が高く個店では参加に躊躇する」との悩みを抱える小規模事業者で主に建設業、製造業者等を対象とする。
支 援 方 法	<ul style="list-style-type: none"> ・本会と関係が深い長野信用金庫が開催する「長野しんきんビジネスフェア」に本会がブースを確保し、商談会に興味がある小規模事業者に気軽に参加できる事業を行う。 ・参加企業数は5社程度とし、参加企業は会報による公募のほかに事業計画策定小規模事業者で計画実施に有効と認められる者へ巡回指導の際、参加を促す。 ・商談会の開催は年1回、毎年5月に予定している。 ・参加事業者は商談会の終了後、名刺交換の枚数、または資料請求、見積り依頼の件数を集計し本会へ報告する。また、後日商談が成立した場合、本会まで報告する。その際、何が決め手で成立したか報告する。 ・なお、先に記載した「ビジネスフェアを利用した需要動向調査」も同時に実施する。
支 援 内 容	<ul style="list-style-type: none"> ・出展の際は事前に学習会を開始「経営状況の分析」や「各種統計調査・業界誌・市場情報や商品情報による需要動向調査」の分析・結果を商談時の知識として活用するよう指導・助言を行う。 ・商談の進め方、効果的なPR活動の指導・助言を行う。 ・出展の際は商談に必要な物品（会社案内、展示物、施工例、PRポイント等）の作成支援を行う。 ・参加に係る事務処理等は本会で代行し出展者の負担を軽減する。 ・商談会開催後の専門的な相談（新規取引時の与信管理、売買契約等）については前記の「事業計画推進フォローアップ事業」の支援体制を活用する。
活 用 方 法	<ul style="list-style-type: none"> ・商談会の終了後、参加事業者の成果を追跡調査し、何が商談成立に繋がるかを調査・分析を行い、今後販路開拓に商談会を利用する小規模事業者の資料として活用する。
効 果	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が新たな商談を受ける機会を得る。また、商談会を通し他社の反応など自社のサービス、技術について評価を得ることが出来、今後の事業改善に資することができる。 ・本ビジネスフェアは近隣の市町村の企業が集う商談会のため、飯綱町の小規模事業者が特に建設業者の商圈からあまりかけ離れていない利点があり問い合わせ件数や来店客数の増加が期待できる。

(目標)

実施内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
ビジネスフェア 商談成立件数	未実施	15社	20社	25社	30社	35社

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

(現状と課題)

平成 27 年に特産品開発事業を行いドレッシング及びスイーツ等の講習会を開き開発を進めてきた。開発した商品は平成 27 年度から始まった「りんごの里まつり」等で販売をしている。

しかしながら、まだまだ限定的な販売であり、情報発信も十分にされていないため、地域の活性化に結びつくものとはなっていない。以前から地域にある特産品（りんごパイ、ジャム等）の情報発信が十分にされていないのが現状である。

行政、地元直売所、観光協会等の連携が取れていないため、個別に散発的に P R、販売促進を行っており大きな効果に結びつかない。

(改善方法)

行政、地元直売所、観光協会等が独自に行っている特産品 P R について、連携のとれた効果的な情報発信の体制づくりを提案、実施する。

各団体について定期的な会議を開催し情報の共有、意見の集約を行う。

また、会議では販路開拓のターゲットの選定、P R 活動の実施体制を模索し最も効果的な情報発信の共同体を構築する。

イベントの共同開催及び共同参加を促し資本、人員の集中運用を行い従来に無い大掛かりな特産品の販売促進を行う。

(事業内容)

①【特産品販売促進プロジェクトチームの創設（新規事業）】

項目	内容
目的	・地域資源を活用した特産品を埋もれたものにならないように、関係者間で特産品の情報共有を図り、連携して情報発信を積極的にすることにより新たな需要の開拓に繋げる。

方 法	<ul style="list-style-type: none"> ・本会にて特産品の販売促進を実施している関係団体（行政、地元直売所、観光協会等）の代表者に参加を募り連絡会議を開催する。 ・会議では各団体が参加しているイベントの状況（開催時期、規模、販売実績、動員数等）、販売促進活動（広告宣伝、通信販売等）を紹介し情報共有を行う。 ・情報を精査し最も効果的な販売促進方法を模索する。 ・共同で行う販売促進方法を決めプロジェクトチームを作り、互いの役割分担を明確に決めて販売促進活動を実行する。 ・販売促進方法を企画、立案の検証として専門家（広告代理店、イベント関連会社）の助言を頂く。 ・販売促進実施後の成果を検証し次の販売促進方法の資料とする。 ・費用について行政の助成を検討、また費用対効果については各団体と十分に検討する。
内 容	<p>プロジェクトチームの具体的な活動内容として次のことを実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特産品販路開拓のためにイベント共同出展 ・各団体のイベント参加時に配布する共同チラシの作成 ・ “ ” の人員応援体制の構築、実施 ・インターネットの活用した情報共有（Eメール・SNS等）
効 果	<ul style="list-style-type: none"> ・町の関係団体が一丸となって販売促進を行うことにより従来の個々の販売促進より大きな効果が期待できる。

（目標）

実 施 内 容	現 状	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
連 絡 会 議 開 催	未実施	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
共 同 出 展 実 施	未実施	1 回	2 回	2 回	4 回	4 回

②【りんごの里まつりを活用した特産品の販売促進（拡充事業）】

項 目	内 容
目 的	<ul style="list-style-type: none"> ・「町内在住であるが町の特産品を知らない方」向けに特産品情報を周知し、認知度を向上させるとともに地元特産品の消費を促す。
方 法	<ul style="list-style-type: none"> ・りんごの里まつりを活用した広告宣伝活動を前記の「特産品販売促進プロジェクトチーム」と共に行う。 ・地域唯一の総合産業祭である「りんご里まつり」にて広報ブースを設置し各種特産品の展示、試食、試飲等を行う。 ・展示会場でアンケート調査を行い。その調査結果を分析し今後の販売促進方針の資料とする。 ・調査結果等は特産品販売元へフィードバックする。

内 容	<p>①展示品 本会の特産品開発事業をおこなったドレッシング及びスイーツと飯綱町の「飯綱町推奨品」※注10から出品。 出展数は10品程度とする。</p> <p>②調査項目 年齢・性別・住所の基本情報と展示の特産品認知度（名称、販売場所、どこで知ったか等）、購入経験の有無、要望等をヒアリングする。</p> <p>③分析 販売業者へヒアリング結果をまとめ、本会からのコメントを併せて報告する。</p> <p>④活用方法 本結果をプロジェクトチーム構成団体に提供し今後の販売促進活動の資料として活用する。 地域住民に対する特産品の知名度向上対策をプロジェクトチームで検討し次回の開催時には向上するよう対策を実施する。</p> <p>※注10 飯綱町の農畜産物を使った加工品について、外部の審査員などに審査を行い、町が認定する特産品。 現在60品目が町の推奨品として登録されている。</p>
効 果	<ul style="list-style-type: none"> ・共に活動することにより特産品に対する地元住民意識をプロジェクトチーム間の共通認識を高める。 ・りんごの里まつりでの広報の他に特産品販売業者へ地元住民の需要動向を提供することにより今後の販売促進に繋げる。

(目標)

実 施 内 容	現 状	30 年 度	31 年 度	32 年 度	33 年 度	34 年 度
りんごの里まつりのアンケート調査による特産品の知名度率	未実施	50%	60%	70%	80%	90%

Ⅲ. 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

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(現状と課題)

金融機関等の限られた支援機関とは年に1度情報交換会を行っているが、この回数では得られる情報は限られているため十分な情報交換といえない。また、管轄地区外については接点も少なく各地域の小規模事業者の様子や需要の動向等について十分な情報が得られない状況にある。

(改善方法)

他の支援機関が開催する会議等にも積極的に参加し、高度な先進事例、効果的な支援内容、新たな情報などを積極的に収集しノウハウを蓄積し職員間で情報を共有する。
また、地域情報（企業紹介や地域消費動向等）を記載した機関紙等を作成し、情報発信も重視し、他の支援機関からの照会に対応できる組織体制を構築する。

行政・公的支援機関・金融機関・専門家等、関係団体会議等を主催し年2～3回程

度の情報交換を実施する。「長野北西グループ」との連携を強化する。

①「長野北西グループ」との連携（拡充事業）

商工会中期マスタープランに従い、商工会（信濃町商工会、長野市を越えた信州新町商工会、小川村商工会）とグループを組み、平成26年度より「長野北西グループ」を設置している。

1つの相談案件に対して複数の経営指導員が協力し合って支援を行うことで、1つの支援の方策だけではなく、様々な角度、考え方による支援ができることで個々の経営指導員の支援力向上と情報共有を図っている。

併せてグループ内商工会地区の動向、話題等相談案件以外にも情報交換の場として、互いの支援先事業者の取引等のマッチングに活用する。

「グループ検討会議」を毎月実施する。

②行政・公的支援機関・金融機関・専門家との連携（拡充事業）

「長野県」、「飯綱町」、「長野県商工会連合会」、「地元金融機関」、「日本政策金融公庫長野支店」、「長野県中小企業振興センター」、「長野県事業引継ぎ支援センター」、「長野県よろず支援拠点」等の支援機関や、その他専門家等との会議・情報交換会を主催し団体間の連携を密に行い、管内地域の経済動向や需要動向調査、事業計画の策定やフォローアップ等に関して、より高度かつ効果的な支援を行う。

また、商工会職員がそのノウハウを吸収しスキルアップを図ることにより小規模事業者の持続的な発展に向けた伴走型の支援を行う。なお、会議については各団体それぞれ年2回以上行う。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

- ①長野県商工会連合会が主催する研修会や中小企業基盤整備機構で主催する研修会に積極的に参加し、金融や税務指導などの従来の経営指導に必要な知識や能力だけでなく、事業計画の策定や経営革新計画などの作成方法、マーケティングの知識など専門的分野の知識を増やすことで経営指導員等の能力向上を図る。
- ②他の職員（補助員、臨時職員等）スキル向上として上記①の研修会の他に関連団体の経営セミナー（基礎財務研修等）等に年2回以上参加し、経営全般の能力向上を図る。
- ③エキスパートバンク事業等による専門家の指導の際には必ず経営指導員が同行、同席し専門家の高度かつ効果的な知識やノウハウを習得し、得られた知識やノウハウは報告書として商工会内で回覧し他の職員に意見を求めることにより職員同士による認識の一致と資質向上を図る。
- ④「長野北西グループ」では、相談案件の共有や検証を継続して実施することにより、支援に必要な知識や情報、効果的な支援方法などの事例をグループ内で蓄積できるため、同様の相談に対して解決に至るプロセスの短縮化、より高度な解決方法を模索することが可能となり職員の資質向上が図られる。
- ⑤①～④で得た資料や相談案件内容等は全て電子化して保存し、全職員が閲覧可能とする。また、回覧の際にも閲覧者のコメント等が入力できる仕組みを採る。以上をデータベース化することにより、職員の異動等があっても、継続して小規模事業者の支援を行うことができる。

（目標）

実 施 内 容	現 状	30 年 度	31 年 度	32 年 度	33 年 度	34 年 度
長野県商工会連合会 研 修 会	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
中 小 企 業 大 学 校 専 門 研 修	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
経営指導員以外の職員 向け関連団体セミナー	未実施	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

3. 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

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について以下の方法により評価・検証を行う。

- ①長野県商工会連合会、中小企業診断士の専門家、飯綱町役場担当課長等の外部有識者と当商工会役員（正副会長）により、年1回事業の実施状況、成果等の評価、見直し案の提示を行う。
- ②事業の成果・評価・見直し案の結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。
- ③計画期間中、事業の成果・評価・見直しの結果を飯綱町商工会のホームページ及び会員宛文書等で公表する。(http://www.iizunasci.jp/)

(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	
	(平成 29 年 1 1 月現在)
(1) 組織体制	
事業統括責任者	滝澤 勝一 (飯綱町商工会長)
事業遂行責任者	窪田 不二男 (飯綱町商工会事務局長)
事業遂行者	赤塚 雅幸 (経営指導員)
	村松 浩司 (経営指導員)
	古谷 由美子 (補助員)
	池田 由紀子 (一般職員)
【飯綱町商工会全体組織】	
役員 (会長 1 名、副会長 2 名、理事 17 名、監事 2 名) 合計 22 名	
職員 (事務局長 1 名、経営指導員 2 名、補助員 1 名、一般職員 1 名)	
(2) 連絡先	
〒389-1211	
長野県上水内郡飯綱町大字牟礼 2795-5	
飯綱町商工会 電話 026 - 253 - 3310	
e-mail: info@iizunasci.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)

	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
必要な資金の額	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
小規模事業支援事業費 地域総合振興事業費 受託事業費	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000

調達方法
会費、国補助金、県補助金、町補助金、事業受託費

(別表 4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>I 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none">1 地域の経済動向調査に関すること2 経営状況の分析に関すること3 事業計画の策定に関すること4 事業計画策定後の実施支援に関すること5 需要動向調査に関すること6 新たな需要の開拓に寄与する事業 <p>II 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>III 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</p>
連携者及びその役割
<p>○長野県商工会連合会 〒380-0936 長野県長野市中御所岡田 131-10 長野県中小企業会館 会長 柏木 昭憲 電話 026-228-2131 〔県下商工会に対する中核支援〕</p> <p>○公益財団法人 長野県中小企業振興センター（よろず支援拠点） 〒380-0928 長野県長野市若里 1-18-1 長野県工業技術総合センター 3階 理事長 太田 哲郎 電話 026 - 227-5803 〔経営分析・需要動向調査 事業計画の策定・実施支援〕</p> <p>○株式会社 日本政策金融公庫 長野支店 国民生活事業 〒380-0816 長野県長野市三輪田町 1291 事業統括 清原 実 電話 026-233-2141 〔経済動向調査 経営分析 事業計画の策定・実施支援 需要動向調査〕</p> <p>○長野信用金庫 飯綱支店 〒389-1211 長野県上水内郡飯綱町大字牟礼 528-5 支店長 佐藤 恵司 電話 026-253-7525 〔経済動向調査 経営分析 事業計画の策定・実施支援 需要動向調査〕</p> <p>○株式会社 八十二銀行豊野支店 〒389-1105 長野県長野市豊野町豊野 1359-5</p>

支店長 新井 良成

電話 026-257-3082

〔経済動向調査 経営分析 事業計画の策定・実施支援 需要動向調査〕

○JA ながの飯綱支所

〒389-1206 長野県上水内郡飯綱町大字普光寺 937

支所長 浅岡 義樹

電話 026-253-2033

〔経済動向調査 経営分析 事業計画の策定・実施支援 需要動向調査〕

○飯綱町役場

〒389-1293 長野県上水内郡飯綱町大字牟礼 2795-1

町長 峯村 勝盛

電話：026-253-2511

〔施策支援 新たな需要の開拓に寄与する事業 地域経済の活性化に資する取組〕

○一般社団法人 飯綱町観光協会

〒389-1212 長野県上水内郡飯綱町大字豊野 4921-1（牟礼駅内）

会長 古木 惣一郎

電話：026-253-7788

〔新たな需要の開拓に寄与する事業 地域経済活性化に資する事業〕

○飯綱カード協同組合

〒389-1211 長野県上水内郡飯綱町大字牟礼 2795-5

代表理事 小林 直樹

電話：026-253-3310

〔需要動向調査〕

○信濃町商工会

〒389-1305 長野県上水内郡信濃町大字柏原 2645-2

会長 間瀬 一朗

電話 026-255-4311

〔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〕

○信州新町商工会

〒381-2401 長野県長野市信州新町新町 31-2

会長 前澤 芳美

電話 026-262-2138

〔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〕

○小川村商工会

〒381-3302 長野県上水内郡小川村高府 8800-8

会長 古屋 源吾

電話 026-269-3558

〔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〕

連携体制図等

