

令和5年度

経営発達支援事業

評価報告書

実施期間：令和5年4月1日から令和6年3月31日まで

宮田村商工会

## I. 経営発達支援事業の内容

### 2. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題及び今後の方針)

現状では、経営指導員等による小規模事業者の巡回・窓口指導の中から、また、各部会等への出席の中から情報収集を行っているが、収集した情報を分析し村内事業者への情報提供の徹底が出来ていなかった。地域の動向、業界の動向を的確に捉えるために小規模企業景気動向調査を行ない、小規模事業者に提供する体制を構築する為、以下の事業を実施する。

(事業内容)

#### ア 小規模企業景気動向調査（新規）

(目的)

村内小規模企業の景気動向についての情報を収集する。全国商工会連合会で取りまとめている「小規模企業動向調査」項目と合わせることで全国と村内の状況について比較し、今後の経営指針の参考や、当商工会の運営計画・事業計画の資料になることを目的とする。また、RESAS 地域経済分析システムを活用し、宮田村の「人口動態」「消費傾向」等を把握するとともに、管内金融機関（日本政策金融公庫、八十二銀行、アルプス中央信用金庫）や他の関係機関等で公表している景況調査内容について収集・分析し、村内の小規模事業者、全国の小規模事業者、金融機関等・関係機関との比較を通して現在の状況を理解する為の資料とする。

(対象者)

村内小規模事業者 30 社

商業、工業、建設業事業者を対象に各 10 社を選定

(調査方法)

(ア)調査票を作成し、巡回・窓口相談、電話等での聞き取り調査を行う。

(イ)RESAS 地域経済分析システムを活用し、「人口動態」「消費傾向」等を把握する。

(ウ)関係機関等で公表している景況調査データを収集・分析する。

(頻度)

年 4 回（5 月、8 月、11 月、2 月）に実施する。

(調査項目)

業況、売上額、採算、資金繰り、雇用等の項目について、前年同期比で 5 段階の中から選択する。

(分析方法)

各調査項目の増加（好転）企業割合から減少（悪化）企業割合を差し引いた DI（景気動向指数）値を求める。分析には外部専門家や関係機関と連携して行う。

(活用方法)

村内小規模事業の現状把握と地域経済の現況を把握し、将来の経営判断の一助とするとともに、商工会組織内で指導して行く為の基礎データとして活用する。

(提供方法)

商工会が運営するホームページ上に掲載し、広く管内事業者へ公表し周知する。

(効果)

小規模事業者自身の業界動向を把握し、今後の事業計画策定等基礎資料として活用できる。

経営指導員が中心となって巡回・窓口相談等にて指導していく際の参考資料として活用できる。

(数値目標及び実績)

支援内容	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
調査実施回数	4回	未実施	4回	4回	4回	1回	4回	1回	4回	未実施
対象事業者数	30社	未実施	30社	162社	30社	104社	30社	75社	30社	未実施
公表回数	4回	未実施	4回	未実施	4回	未実施	4回	未実施	4回	未実施

3. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題及び今後の方針)

経営状況の分析について、今までは小規模事業持続化補助金申請時に経営計画書の策定を行う程度に留まっている。その為、その時点での経営状況の確認で終わり継続的な自社の分析や見直しが出来ていなかった。また、経営分析実施の意義を小規模事業者に広く周知してこなかった。これらの状況を改善して行く為、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化し、各種補助金の公募時期や巡回・窓口相談業務の際に経営分析の必要性を理解してもらう様指導を行う。また、経営分析の必要性を周知し、経営分析の実施を支援していく仕組み作りを商工会の事業計画に盛り込んでいく。

(事業内容)

ア 経営分析セミナーの実施（新規）

(目的)

経営分析の必要性や、経営分析により事業を営む上でどのようなメリットがあるのかなどを小規模事業者理解してもらう。このセミナーを通して意欲的・効果が見込める小規模事業者を選定し経営計画策定につなげる。

(対象者)

- (ア)各種補助金の申請（予定）の小規模事業者
- (イ)創業してから5年未満の小規模事業者
- (ウ)売り上げ・利益に伸び悩んでいる事業者

(エ) 小規模事業者の後継者や若手経営者

(周知方法)

(ア) 商工会ホームページ上にて広く募集する。

(イ) 巡回・窓口指導の際に周知や、過去指導した小規模事業者へ募集する。

(内容)

(ア) 経営分析とは何か

(イ) 経営分析の活用方法（どのように事業に役立てるのか）

(ウ) 経営分析の実施方法

(開催頻度)

年 1 回開催（11 月）

(参加者数)

対象者の中から 20 名

(成果)

自社の経営状況を確認することにより、現在の経営課題を明らかにし今後の対策（事業計画の策定）を図ることができる。

分析結果はデータベース化を行い、商工会内の共通ファイルサーバーに置いて内部共有を図り、商工会職員のスキルアップに活用する。

(実施内容)

開催日時 3 月 29 日（火）17 時～18 時

参加者数 1 名

講 師 中小企業診断士 原 祐治 氏

テ ー マ 経営改善に係る分析について

内 容 経営改善分析について

参加者が 1 名であったが、経営分析の仕方、具体的な分析手法について理解を深めることができた。

イ 巡回・窓口相談における経営分析の実施（新規）

(目的)

巡回・窓口相談を通じて経営分析の必要性や、経営分析により事業を営む上でどのようなメリットがあるのかなどを小規模事業者に説明指導していく。この指導を通じて意欲的・効果が見込める小規模事業者を選定し経営計画策定につなげる。

(対象者)

(ア) 各種補助金の申請（予定）の小規模事業者

- (イ)創業予定者及び創業してから5年未満の小規模事業者
- (ウ)売り上げ・利益に伸び悩んでいる事業者
- (エ)小規模事業者の後継者や若手経営者
- (オ)経営分析セミナー参加者

(手段手法・分析項目)

- (ア)経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」や、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」を活用し、「収益性」「効率性」「生産性」「安全性」「成長性」を把握。
  - (イ)SWOT分析を活用し、事業者の「強み」「弱み」「機会」「脅威」を把握。
  - (ウ)RESAS地域経済分析システムを活用し、「人口動態」「市場規模」等を把握。
  - (エ)政府統計調査データのe-Statを活用し、「市場規模商圏人口」「商圏マップ」等を把握。
- 上記の各種ツールを組み合わせ活用し面談による経営分析を行う。実施にあたっては専門家(上席専門経営支援員、中小企業診断士等)、関係機関との連携しながら行う。

(活用方法)

小規模事業者の現在の経営状況の見える化を図り、経営課題の抽出や今後進むべき経営方針、経営計画の策定に繋げるための基礎データとして活用する。

(提供方法)

分析をした事業所へ巡回・窓口相談を通して個別に情報提供する。

(効果)

小規模事業者が経営分析結果を認識することで経営課題等を明確にし、それを解決して行く為の方策を講じることで、売り上げや利益の向上につなげ発展していくことが期待できる。

(数値目標及び実績)

実施内容	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
経営分析セミナー開催数	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
セミナー参加者数	20	1	20	6	25	1	25	2	25	1
経営分析件数	15	7	15	21	18	16	18	13	18	13

4. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題及び今後の方針)

小規模事業持続化補助金等の補助金申請や金融斡旋時において、事業計画策定を支援していたが、支援側が考える計画になりがちで、事業者がその計画を自らの事業計画と認識できていない傾向がある。また、継続して事業計画策定の評価・見直しが行われていないのが現状である。

今後は小規模企業景気動向調査や経営分析の結果を踏まえ、必要に応じて金融機関等の支援機

関や専門家と連携して事業計画策定支援を行なうとともに、巡回・窓口相談を通して経営者自身が考え、継続的に事業計画の評価・見直しをしていく為の支援体制を構築し目標を達成できる事業計画が作成できるよう支援していく。

(事業内容)

ア 策定事業者掘り起し事業（拡充）

(目的)

事業計画策定の重要性を認識してもらうとともに、事業計画策定が必要とされる小規模事業者の掘り起しを行ない、事業計画策定に繋げる。

(対象者)

- (ア) 各種補助金の申請（予定）の小規模事業者
- (イ) 創業予定者及び創業してから5年未満の小規模事業者
- (ウ) 売り上げ・利益に伸び悩んでいる事業者
- (エ) 小規模事業者の後継者や若手経営者
- (オ) 経営分析セミナー参加者及び経営分析実施済の小規模事業者

(手段手法)

- (ア) 巡回・窓口相談、記帳指導や金融斡旋、小規模事業者持続化補助金等の各補助金申請時等の機会を通じて専門家（上席専門経営支援員、中小企業診断士等）や関係機関との連携しながら実施する。
- (イ) 経営計画策定にあたっては、中小企業基盤整備機構の「経営計画作成アプリ」を活用し事業計画策定支援を行う。

(支援内容)

勘と経験に基づいた経営をしている事業者に対し、今後の方向性や事業所が取り組むべき内容が盛り込まれた事業計画を策定し、それに基づいた活動をするよう掘り起こしを行い、事業計画策定に繋げる。

(効果)

事業計画を策定することにより、自社の今後の進むべき方向性、将来の在り方、それに向かって今後取り組むべきことが何かを明確にすることができ、小規模事業者の事業発展に効果がある。

イ 経営計画策定支援事業（拡充）

(目的)

事業計画策定の重要性を認識してもらうとともに、小規模事業者、商工会、関係機関が一体となって事業計画策定の支援を行い、計画に沿った経営を行うことで小規模事業者の経営発展を目指す。

(対象者)

- (ア) 各種補助金の申請（予定）の小規模事業者
- (イ) 創業予定者及び創業してから5年未満の小規模事業者

- (ウ) 売り上げ・利益に伸び悩んでいる事業者
- (エ) 小規模事業者の後継者や若手経営者
- (オ) 経営分析セミナー参加者及び経営分析実施済の小規模事業者

(手段手法)

- (7) 巡回・窓口相談、記帳指導や金融斡旋、小規模事業者持続化補助金等の各補助金申請時等の機会を通じて専門家(上席専門経営支援員、中小企業診断士等)や関係機関と連携しながら実施する。
- (イ) 経営計画策定にあたっては、中小企業基盤整備機構の「経営計画作成アプリ」を活用し事業計画策定支援を行う。

(支援内容)

事業計画策定の為のアドバイス、作成支援(財務面・非財務面からのアプローチ、事業所のビジョンやコンセプトの決め方、事業所を取り巻く環境、需要動向から目指すべき方向性等)を行う。小規模事業者、関係機関との情報共有を密にし、明確な事業計画となるよう支援していく。

(効果)

事業計画に沿った経営をすることで、事業者が目指すべき姿の明確化と途中での計画と実際の差異を数値化することで修正が容易になり、事業の持続的発展が見込める。

(数値目標及び実績)

支援内容	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
掘り起しのための巡回窓口等相談件数	20	未実施	20	39	20	40	25	29	25	36
事業計画策定事業者数	8	5	8	12	8	8	10	7	10	4

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状と課題及び今後の方針)

現状は、事業計画策定後の進捗状況の確認、フォローアップが無かった為、事業者の具体的な経過を把握できていなかった。

本計画では事業計画策定事業者が作成した事業計画の進捗に対するバックアップ、事業計画の実施評価と見直しなど継続的な支援を行う。

(事業内容)

ア 事業計画実施状況評価、再策定支援事業(新規)

(目的)

事業計画策定事業者に対し、計画に基づき実施した内容との差異を認識し再策定することで、計画のブラッシュアップを図り、持続的な事業経営が出来ることを目的とする。

(対象者)

前項の事業計画策定事業者を対象とする。

(支援方法)

専門家（上席専門経営支援員、中小企業診断士等）を交えて実施状況の評価と次年度に向けて事業計画の修正、再策定を行う。

また、上伊那南部グループで個別案件の検討議題として提出し、複数の経営支援員からの意見を踏まえ内容の精査を図る。

(支援内容)

当初計画と実際の事業経営との差を数値を基準に比較し、計画の達成状況を把握する。現状を踏まえ事業計画の修正による再策定を支援し、計画の精度を高める。

(効果)

実施状況評価と継続的な修正により、事業計画のブラッシュアップが見込め、持続的な経営をしていく指針となる。

イ フォローアップ事業（新規）

(目的)

事業計画を実施するにあたり、進捗状況や不明点の解消など、円滑な事業経営が出来ることを目的とする。

(対象者)

前項の事業計画策定事業者（初年度）を対象とする。

(支援方法)

事業計画策定初年度は3か月に1度を目途に専門家（上席専門経営支援員、中小企業診断士等）や関係機関との連携による巡回相談、個別面談を中心として、計画の進捗状況の確認とフォローアップ支援を行う。上記アに記載した事業計画実施状況評価、再策定後の2年目以降については小規模事業者との連絡を密にし、状況に応じて支援していく。

(支援内容)

定期的に進捗状況の確認と計画を進めるうえでの不明点などを専門家（上席専門経営支援員、中小企業診断士等）や関係機関との連携による巡回相談、個別面談にて早急に対応し、円滑な事業計画の推進を支援していく。

また、内容については上伊那地区南部グループで個別案件の検討議題として提出し、複数の経営支援員からの意見を踏まえ事業者へアドバイスする。



(効果)

事業者には計画の進捗状況等理解を深めてもらうとともに、事業経営の上での課題に対し、素早い支援により解決を図ることが出来る。また、事業計画の評価、再策定を行うことで事業計画内容が精査され持続的な経営が可能になる。

(数値目標及び実績)

支援内容	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
事業計画実施状況評価・再策定支援数	0	未実施	8	3	8	1	8	4	10	2
巡回訪問等によるフォローアップ件数	32	42	32	8	32	5	40	7	40	6
南部グループ個別案件での検討目標数	8	12	8	7	8	5	10	2	10	6

## 6. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題及び今後の方針)

現在は、小規模事業者の販売する商品、提供する役務の需要動向に関する情報の収集、分析等については行っていないため、消費者から何を求められているか把握できていない。また、多くの小規模事業者は需要動向に対して必要性を感じていないのが現状である。ニーズにこたえられなければ廃業など地域産業の縮小につながる為、本計画により地域の需要動向を取得し、小規模事業者が存続・発展に必要なニーズを得て事業計画の策定や経営改善を行う。

(事業内容)

ア 商業系事業者に対する地域外消費者ニーズ調査（新規）

(目的)

商業系事業者は直接消費者と接する機会がある為、直接ニーズを把握する機会があるが、自社に来店する客層のみであり、今何が求められているのかを多面的に把握するには不足している為、本事業を通して今後の事業計画策定や商品・サービスの改善や販路開拓の為の基礎とする調査を行う。

(対象者)

- (ア) 直接消費者と接する機会のある商業系事業者（小売、飲食）
- (イ) 自社商品の売り込みをしたい事業者
- (ウ) まだ村内にも知られていない商品を提供する事業者

(調査方法)

10年前より愛知県名古屋市の日泰寺にて毎月21日に行われるイベントがあり、商品の販売や宮田村のPRなどを行っている。このイベントに併せ商品のサンプル提供、試食、聞き取りによる「地域外消費者ニーズ調査」を行う。

(頻度・サンプル数)

対象となる事業所を5社選定し、10月又は11月のどちらかに参加するように調整する。サンプル数は1社あたり50件以上を目標とする。

(調査項目)

- (ア)・食品系 … 購入者の性別・年齢、価格の妥当性、分量が適度か、味、見た目、満足度、購入のきっかけ 等
- (イ)・商品系 … 購入者の性別・年齢、価格の妥当性、デザイン、大きさ、満足度、購入のきっかけ 等

(評価方法)

調査項目の「価格の妥当性」や「味」等の個人の感想に関する情報は5段階評価にすることで調査の効率化を図る。

(活用方法)

調査票等を回収後、集計・分析をした上で各事業者に対し提供し、消費者が求めている商品やサービスが何かを判断し、各事業者の事業計画作成の基礎資料とする。分析は、中小企業診断士等の専門家や関係機関と連携し行う。

(提供方法)

集計・分析した結果を各事業者に提供する。

(効果等)

本調査結果を基に、各事業者が提供する商品・サービスについて消費者の意見・感想を認識し、各事業者が今後検討・開発していく商品・サービスの基礎資料とし、今後の事業計画策定の参考資料とする。

イ 商業系事業者に対する地域内消費者ニーズ調査（新規）

(目的)

商業系事業者は直接消費者と接する機会がある為、直接ニーズを把握する機会があるが、自社に来店する客層のみであり、今何が求められているのかを多面的に把握するには不足している為、本事業を通して今後の事業計画策定や商品・サービスの改善や販路開拓の為の基礎とする調査を行う。

(対象者)

- (ア) 直接消費者と接する機会のある商業系事業者（小売、飲食）
- (イ) 自社商品の売り込みをしたい事業者
- (ウ) まだ村内にも知られていない商品を提供する事業者

(調査方法)

毎年12月第2週の土曜日に開催されるワイン祭りにて、地元産商品等の試食、展示、販売ブースを設け、村内外からの来場者に向けてアンケート調査を行う。村内小規模事業者には商工会HP等にて広く周知し、自社商品の売り込みをしたい事業者や、まだ村内にも知られていない商品を提供する事業者5社ほど選定する。

(頻度・サンプル数)

対象となる事業者を5社選定し、サンプル数は1社あたり50件以上を目標とする。

(調査項目)

- (ア)・食品系 … 購入者の性別・年齢、価格の妥当性、分量が適度か、味、見た目、満足度、購入のきっかけ等
- (イ)・商品系 … 購入者の性別・年齢、価格の妥当性、デザイン、大きさ、満足度、購入のきっかけ等
- (ウ)・上記(ア)(イ)の項目を基本とし、小規模事業者との打ち合わせの中で追加項目を設定する。

(評価方法)

調査項目の「価格の妥当性」や「味」等の個人の感想に関する情報は5段階評価にすることで調査の効率化を図る。

(活用方法)

調査票等を回収後、集計・分析をした上で各事業者に対し提供し、消費者が求めている商品やサービスが何かを判断し、各事業者の事業計画作成の基礎資料とする。分析は、中小企業診断士等の専門家や関係機関と連携し行う。

(提供方法)

集計・分析した結果を各事業者に提供する。

(効果等)

本調査結果を基に、各事業者が提供する商品・サービスについて消費者の意見・感想を認識し、各事業者が今後検討・改良・開発していく商品・サービスの基礎資料とし、今後の事業計画策定の参考資料とする。

ウ 工業系事業者に対するバイヤーニーズ調査（新規）

(目的)

工業系事業者が提供する技術・製品を工業展にて出店し、取引先が自社の製品等に何を求めているか、今後展開していく分野がどこかなど、事業計画を策定し今後の販路拡大に繋げていく為に調査を行う。

#### (対象者)

企業間取引が主体の工業系事業者

(ア) 長野県内で毎年開催される諏訪圏工業メッセ（注1）に出展する事業者

(イ) 新製品、新技術を有し、売り込みをしたい事業者

(注1) 諏訪圏工業メッセは、宮田村から車で約 1 時間で行ける距離で毎年 10 月に開催される工業専門展示会であり、切削・プレス・金型等、多岐にわたる分野の製造業が出展する。

(2018 実績（速報値）：出店企業・団体 419、ブース数 575、来場者数 28,876 人) 来場者は県内外から幅広い業種のバイヤー・企業が多く集まる。

#### (調査方法)

アンケート作成については小規模事業者、経営指導員と中小企業診断士等の専門家・関係機関と連携して作成する。

諏訪圏工業メッセにて製品購入者や来場者に対して自社が提供する製品・技術について説明を行い、作成したアンケート用紙を用いて聞き取りによる調査を行う。

#### (頻度・サンプル数)

対象となる事業者を 10 社選定し、サンプル数は 1 社あたり 50 件以上を目標とする。

#### (調査項目)

(ア) 自社の製品 …精度、加工サイズ、加工材質、品質、価格

(イ) 自社の生産能力…生産可能ロット、納期、保有設備の有無

(ウ) その他全般 …品質管理体制、求める資格・認定等（ISO など）

#### (活用方法)

調査によって収集した情報は中小企業診断士等の専門家や関係機関と連携しながら経営指導員がまとめ、小規模事業者に資料として提供する。今求められる技術・製品が何かを判断し、今後の製品改良、新製品開発、販路開拓につなげていくとともに、各事業者の事業計画作成の基礎資料とする。

#### (提供方法)

集計・分析した結果を各事業者に提供する。

#### (効果等)

本調査結果を基に、各事業者が提供する製品・技術についてバイヤーなどから求められる技術・水準を認識し、各事業者が今後検討・改良・開発していく製品・技術の基礎資料とし、今後の事業計画策定の参考資料とする。

(数値目標及び実績)

支援内容	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
商業系事業者地域外消費者ニーズ調査参加事業者数	5	未実施	5	未実施	5	未実施	6	未実施	6	未実施
商業系事業者地域内消費者ニーズ調査参加事業者数	5	未実施	5	未実施	5	未実施	6	59	6	未実施
工業系事業者需要動向調査参加数	10	未実施	10	未実施	10	未実施	12	未実施	12	未実施

## 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(現状と課題及び今後の方針)

小規模事業者が、事業を持続的に行うため、また、よりいっそう拡大させていくために新たな販路開拓が必要となるが、展示会等の斡旋のみにとどまり、成果も不明な部分があった。また、良い商品がありながら PR の仕方が分からない、どこに売っていくか分からないといった理由で販路開拓が出来ていなかった。

それらを踏まえ、前述の「地域経済動向調査に関すること」から「需要動向調査に関すること」を加味して作成した事業計画書に基づき、それぞれの需要特性に応じた需要開拓支援を行うとともに、事業者認知度を上げ、受注増・来店者数増による売り上げの増加と、商品・サービス未利用者や未取引企業への利用促進を図る為、以下の事業を実施する。

(事業内容)

ア プレミアム商品券を活用した消費向け販路開拓事業（継続・改善）

(目的)

村内・隣接消費者に向けてプレミアム商品券（注 2）の利用促進を行い、村外への消費流出防止と、新規顧客獲得による販売力強化、村内事業者の取り扱う商品・サービスの PR と売上の増加と、次年度以降の事業計画書の精度を高めることを目的とする。

(注 2) 宮田村よりプレミアム分 (5%) の助成を受け商工会が通年販売。取扱い事業者数は 99 社 (平成 30 年 10 月時点)

(対象者)

- (ア) 事業計画書を策定した、既存プレミアム商品券取扱い事業者
- (イ) 事業計画書を策定した、新たに商品券取扱いを希望する事業者
- (ウ) 事業計画書を策定した、新たな商品・サービスを売り込みたい事業者

(支援方法)

- (ア) プレミアム商品券を扱える店を増やし、消費者が村内事業者で商品・サービスを受ける機会を

増やす為、商工会 HP や日々の巡回・窓口相談にて説明し加入数を増やす。

(イ) 消費者に広く周知する為、宮田村広報への折込や商工会 HP にて取扱い事業者を告知し利用促進を図る。

(ウ) 取扱い事業者は、消費者が自社を利用してもらう為の独自サービス（ポイント、割引券など）を計画し、来店動機に繋げる。宮田村プラムシール会に加入している事業者（注 3）はポイントアップなど連動して、消費者に魅力となるよう助言していく。

（注 3） 宮田村の小売店、飲食店が加盟している団体。ポイントカードを利用し販売促進を行っている。

#### （支援内容・活用方法）

(ア) 独自サービスについては前述の「消費者ニーズ調査」を踏まえた事業計画書に基づき支援していく。

(イ) 事業者への相談体制を専門家・関係機関との連携にてサポートする。

(ウ) 事業実施にあたり、顧客の来店動機、商品・サービスを購入した切欠など、前述の「需要動向調査に関すること」に用いたアンケート用紙を活用することで取り扱う商品・サービスの見直しと事業計画書の修正・改善に利用し、PDCA サイクルを構築することで事業者の売上増や経営力向上につなげていく。

#### （効果等）

(ア) 今までには個社だけで行っていた販売促進について、本事業と併せて実施することで相乗効果を果たすとともに、商品・サービスの認知向上、販売機会の創出、客数及び客単価・売上げの増加に繋げることが出来る。

(イ) 消費者が求める物を把握し今後の事業計画に反映することで、消費者ニーズを満たす商品・サービスを提供することが出来、持続的に事業が運営できる。

#### （数値目標及び実績）

支援内容	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
取扱い事業者増加率	5%	0%	5%	2%	6%	5%	6%	3%	6%	0%
売上増加率	3%	0%	4%	△7%	5%	32%	5%	16%	6%	△5%

#### イ 展示会等出展支援事業（新規）

##### （目的）

新たな需要開拓の為、諏訪圏工業メッセに出展し、知名度向上と新規取引先の確保、売上の増加と、次年度以降の事業計画書の精度を高めることを目的とする。

##### （対象者）

(ア) 事業計画書を策定した、新たな製品・技術を売り込みたい事業者

(イ) 事業計画書を策定した、新たな取引先を求める事業者

(支援方法・支援内容)

- (ア) 諏訪圏工業メッセに出展を募る。出展企業数は5社程度上記対象者の中から参加を促す。
- (イ) 初出展者向けに出展における注意事項、相手先とのファーストコンタクト方法、自社製品・サービスのPR方法や、商談に必要な備品（会社案内、展示物、PRポイントなど）の準備・作成指導、次回以降に繋げるための名刺交換、資料請求を使った営業方法などについて支援していく。
- (ウ) 出展後は各事業所で名刺交換数、資料請求数、何を自社に求めていたか等について取りまとめ商工会へ報告する。また、その後に商談・契約成立した場合も商工会へ報告する。商工会ではそれらデータを専門家・関係機関との連携により分析し各事業者へ資料として渡し、次の事業計画に盛り込む。
- (エ) 出展に関する事業者の負担を軽減する為、出店費用の一部助成、複数事業者による共同出展または商工会で小間を確保する。

(活用方法)

- (ア) 出展事業者の成果を分析し、求められていること、希望する製品・技術について把握し、今後の各事業者の製品・技術開発の基礎資料とする。
- (イ) 事業実施にあたり、取引先が求める製品、技術水準、受注につながった決め手など、前述の「需要動向調査に関すること」に用いたアンケート用紙を活用することで取り扱う製品・技術の見直しと事業計画書の修正・改善に利用し、PDCAサイクルを構築することで事業者の売上増や経営力向上につなげていく。

(効果)

- (ア) 小規模事業者が新たな商談を受ける機会が得られ、受注による売上の増加に繋げることが出来る。
- (イ) 取引先の求めるもの、自社に求める水準を把握し、今後の事業計画に反映することでニーズを満たす製品・技術を提供でき、持続的に事業が運営できる。

(数値目標及び実績)

支援内容	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
諏訪圏工業メッセ出展事業者数	5社	0社	5社	0社	6社	0社	6社	0社	6社	0社
成約件数/社	1件	0社	1件	0社	2件	0社	2件	0社	3件	0社

II. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(現状と課題及び今後の方針)

宮田村の人口推移によると平成24年の9,300人をピークに横ばいもしくは減少に転じている。活力ある地域経済には宮田村に住む・働く・訪れる人が増え、地元に残る住民が多くなるよう地域全体を盛り上げなければならない。

また、商工会では宮田村やJA宮田、宮田村観光協会などが参画する「中央アルプス山ぶどうの里

づくり推進協議会」主催の「ワイン祭り」のスタッフとして参加しているが、来場者への地元産商品のPRなどを積極的に行ってこなかった。

また、平成30年3月より伊南DMO設立準備会（構成メンバー：宮田村、駒ヶ根市、飯島町、中川村に拠点を持つ行政・商工団体・JA・金融機関・観光協会・観光事業者）がスタートし、伊南DMO法人設立に向けて会議を重ねているが、宮田村の関係者同士での組織が形成されてなく、宮田村の地域経済の活性化についての意見集約が出来ていない状況である。

人口減少を食い止める方策として、本商工会は、当村が進めるU・I・Jターンの積極的な受け入れという方針に沿って協力し、雇用情報としての村内企業の求人状況の把握と公開を通じて村内人口の増加・就職口の確保と従業員のスキルアップを図るとともに、イベントを通じて小規模事業者が商品の展示・販売などを行い、宮田村訪問者への積極的な交流を通じて地域経済の活性化につなげていくことが必要である。具体的には以下の事業を実施する。

#### ア 村内求人情報提供事業（継続・改善）

##### （目的）

村内求人情報の公開により、U・I・Jターンを希望する村内就業希望者とのマッチング成約を図る。

##### （手段）

村内求人希望事業者より情報を収集し、各事業所HPや商工会HP上にて情報公開する。村役場と半年に一度連絡会議を通じて連携をとり、就業希望者とのマッチングを図る。また、村教育委員会と協力して、当村の成人式（毎年8月実施）において、調査した求人票を参加者に配布して、村内企業への就職を促す。

##### （効果）

村内就業機会の増加と人口増加に効果がある。

#### イ 次世代体験学習支援事業（新規）

##### （目的）

村教育委員会で独自に行っている職業体験は商工会は参加していない。商工会も協力し、次世代に村内事業所を周知するとともに、体験学習を通じて商工業への理解と将来の創業育成につなげる。

##### （手段）

村教育委員会のキャリア教育推進と連携し、次世代を担う子供達に、地元企業で働くことに関心を持ってもらう体験学習を飲食・サービス業を中心に年1回設定し実施する。商工事業者に本事業を理解してもらう為商工会で周知し、体験学習ができる場を増やす。

##### （効果）

普段体験することが出来ない内容を次世代の子供・学生に提供することで地元企業で働くことに関心を持ってもらうとともに、商工業への理解と将来の創業育成につなげる。



## ウ スキルアップ支援事業（新規）

### （目的）

商工会では建設業で従業員等が資格取得する際、かかる費用の一部を助成しているが、商業・工業でも事業運営する上で必要となる場合がある。また、新たな事業展開の為に資格取得が場合もあり、これを支援していくことで地域経済活力の向上と従業員のスキルアップ・事業所の定着率を目的とする。

### （手段）

「宮田村技能取得助成金」制度を新設し、小規模事業者が新たな事業展開や事業活動を行う上で小規模事業者や従業員が必要な資格・講習を受け、事業の維持・発展に寄与する場合に一定の範囲で助成する。

### （効果）

財源その他の理由で新たな取り組みや事業運営で必要な資格取得が困難な小規模事業者へ制度を周知することで、事業の継続性、従業員確保に効果があり、営業継続による地域経済の活性化に効果がある。

## エ 宮田村地域活性化協議会の開催（新規）

### （目的）

宮田村のDMOに向けての協議の場を設け意見交換・集約と、宮田村の情報発信を目的とする。

### （手段）

宮田村役場、宮田村観光協会、JA 宮田、アルプス中央信用金庫宮田支店、八十二銀行宮田支店などの関係者が一同に会する協議会を年3回開催する。

商工会は、協議会事務局を担当し、協議会での内容を取り纏め、伊南DMO設立に向けての主動的な役割を果たすとともに、地域経済活性化の指針とする。

### （効果）

宮田村の地域経済の活性化についての意見交換・集約を通して進むべき方向性を共有する。

## オ 宮田村ワイン祭りイベントでの地元産商品等の販売促進（新規）

### （目的）

ワイン祭りにて地元産商品等の情報を村内外からの来場者に向けて行い、消費拡大の一助とする。

### （手段）

毎年12月第2週の土曜日に開催されるワイン祭りにて、地元産商品等の試食、展示、販売ブースを設け村内外からの来場者に向けてPRを行う。村内小規模事業者に商工会HP等にて広く周知し、自社商品の売り込みをしたい事業者や、まだ村内にも知られていない商品を提供する事業者5社ほど選定する。



## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題及び今後の方針)

長野県商工会連合会で平成 25 年に作成した商工会中期マスタープランに基づき、変化する中小企業環境に対応する為に、商工会職員も常に新しい知識の習得と支援内容の高度化、得られた情報の職員間での共有を図る為、以下により資質向上を図る。

(事業内容)

- ア 長野県商工会連合会が主催する経営指導員等研修会、事務局長研修会等に参加し、経営支援力を高めるとともに、事務局内職員を支援先事業所に同行させ、実地研修を行なうことにより職員の資質向上を図る。
- イ 長野県商工会連合会、上伊那郡市経営指導員協議会、長野県商工会職員協議会が開催する業務改善、金融支援、専門分野別研修会等に積極的に参加し意見交換を行ない、知識の習得と支援方法の確立を図る。
- ウ 中小企業診断士、税理士等の専門家や金融機関等の各種支援機関と連携した支援に同席することにより、積極的に支援力の向上を図る。
- エ 労働保険事務組合、税務署等が行う研修会に参加し、研修会参加者はOJT等により事務局全職員の支援能力の向上を図る。
- オ 毎日の朝礼及び毎月 1 回の職員ミーティングにおいて各自で受けた研修内容の発表、相談事例のケーススタディを提示し、情報共有を図る。又、指導員等が相談を受けた際、他の職員が同行しOJTを通して能力の向上・情報共有を図る。各データは長野県商工会連合会が提供する「商工会標準版基幹システム」に登録し職員が内容を閲覧できる体制にする。

(数値目標及び実績)

項目	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
経営指導員研修会等参加	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
各種協議会等研修会参加	年2回	年7回	年2回	年1回	年2回	年1回	年2回	年2回	年2回	年2回
各種支援機関支援同席	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
労働保険事務組合等研修	年2回	年1回	年2回	年1回	年2回	年1回	年2回	年3回	年2回	年3回
職員ミーティングの実施	年12回	年21回	年12回	年29回	年12回	年26回	年12回	年23回	年12回	年23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

(現状と課題及び今後の方針)

現状は事業実施後の評価は実施しておらず、支援の効果があったのか個人の主観に頼っていた部

分があった。事業の成果を客観的に評価する為、下記の通り実施する。

#### (事業内容)

ア 毎年度1回、本計画に記載の事業実施状況及び成果について、以下の方法により評価及び見直しを行ない効果的な支援が出来る体制づくりを図る。

(ア)宮田村商工会の運営にかかわる役員や外部有識者として中小企業診断士の専門家を委員とし、経営発達支援計画実施に係る検証委員会（仮称）を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行なう。提示されたものを基に次年度計画へ盛り込むとともに報告書の作成を行う。

(イ)事業の成果、評価、見直しの結果については、宮田村商工会理事会へ報告し、承認を受ける。

(ウ)事業の成果、評価、見直し結果の報告書については商工会 HP にて公表する。

#### ■全体的な意見及び外部評価・意見について

##### 【内部意見】※課題や改善点等

- ・検証委員会の場合だけでなく理事会でもいいので活動の中のこういうことをやったというのを定期的に行ってアピールして頂けたらと思う。

##### 【外部評価・意見】

- ・経営発達支援計画の趣旨といった部分で計画を作ってから、計画作成後まで支援するといった部分ではしっかりできていて取捨選択してよくできている。
- ・計画の基を見ると目標設定がされている。4つのターゲットをあげると1番が若手経営者と女性経営者、2番が宮田村商工会らしい製造業関係の人手不足は既に5年前から予測していてその対策をやっていく。3つ目は創業関係をやっていく。4つ目は観光をやっていくといった設定の中で経営計画ですのでそういう意味では、商工会独自の補助金のご案内は計画には載ってないが、目標方針設定の段階でやるべきことをやっている。
- ・未実施は多いが代替策を行ってるが評価委員への丁寧な説明がないことが、この5年間の感想。
- ・5年間コロナで振り回されたのここ1、2年は人員の流動的なものがあった中よくやってきている。限られた人員を取捨選択して良い事業の取り組みだったが、逆に5回とも検証委員会の委員の意見を反映できていなかったことはもったいなかった。
- ・経営状況の分析に関することと、事業計画策定支援に関することについて非常に限られたマンパワーでよくやっている。前交渉、後フォロー、前フォローをしっかりとやっていて金融支援の不足分の補助金を案内したり、更にはECなどの専門家を派遣している。販路支援という点で逆商談会の参加を促しているのでそういう部分での支援は手厚いと思うので、この部分は絶対にずらさない方がいい。
- ・1社に対する手厚い支援は必要。もっと言えばここにきて金融機関は事業支援に力を入れている。ただ、商工会と相性のいいところはやはり創業者、小規模事業者、創業5年未満の事業者が相性すごくいいと思う。そういう所に今後重点的にやっていったらどうか。そういった部分を村の方へお伝えして施策提言に結びつけられるのがこの計画の骨子だと思うので是非意識してほしい。
- ・地域経済の活性化に資する取組みに関するスキルアップ支援事業について5年前にこれだけ人出不足なと思っていてスキルアップの技能取得が大事だよというのを見越していた商工会の先見の目があ

る。そういう部分をまた、個社支援とは別に事業者へ広めながら事業をやっていってもらえると非常に良い取り組みになる。