

## 令和 7 年度 経営発達支援計画実施報告

4：段階評価の目安  
4：十分達成している    3：概ね達成している    2：どちらかと言えば達成できていない    1：全くできていない

### 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

| 自己評価 | 総合評価 |
|------|------|
| 2    | 2.5  |

##### (1) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

②中小企業景況調査（アンケート調査）

##### (2) 目標と実績

| 項目                            | 公表方法  | 目標 | 実績  |
|-------------------------------|-------|----|-----|
| 地域の経済動向分析レポートの公表回数            | HP 掲載 | 1回 | 未実施 |
| 中小企業景況調査（アンケート調査）の独自分析結果の公表回数 | HP 掲載 | 4回 | 未実施 |

##### (3) 実施した内容

○地域の経済動向の分析レポート

独自レポートは実施しなかったが、生成 AI システム「Keytas」の活用と RESAS の情報を個別支援で活用し、事業計画書の作成の参考にした。

○中小企業景況調査の実施

四半期に1度、日商を通じ提供される調査票をもとに調査を実施。結果は、中小企業庁が公表する調査報告書を小規模事業者へ個別に提供したが、管内事業所のみの独自分析は行っており、結果の公表に至っていない。

##### (4) 次年度以降の改善点

RESAS や景況調査の結果を単なる公表に留めず、個別相談時に事業者へ直接提示するなど、自社の立ち位置の客観的な把握につなげる。また、事業者の「強み」を正しく把握するため、生成 AI システム「keytas」を活用した分析を行う。

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 事業内容

①顧客のニーズ調査（来店客調査）

②観光関連の商品・サービスの需要動向調査

##### (2) 目標と実績

| 項目                        | 目標  | 実績  |
|---------------------------|-----|-----|
| 顧客のニーズ調査（来店客調査）調査対象事業者数   | 5者  | 2者  |
| 観光関連の商品・サービスの需要動向調査実施回数   | 1回  | 1回  |
| 観光関連の商品・サービスの需要動向調査対象事業者数 | 10者 | 15者 |

##### (3) 実施した内容

○需要動向調査（顧客ニーズ調査）

Web アンケートを活用し、新規客から固定客まで幅広い属性の来店客から具体的な意見や感想、要望を調査。2 者が取り組み、分析結果を商品・サービスの改善や経営計画策定に繋げた。また作成手法も説明し、必要に応じて、事業者自身が独自で調査することを可能とした。

○観光関連の商品・サービスの需要動向調査

善光寺周辺を訪れる観光客のお土産購入の実態や支出費用等を調査し、観光関連小売・サービス事業者に、今後の計画に役立ててもらうことを目的に、5月3日観光客で賑わう善光寺参道でアンケート調査を行った。結果は、長野商店会連合会理事会で報告するとともに、元善町商盛会の役員会で共有し、意見交換を行った。

##### (4) 次年度以降の改善点

・顧客ニーズ調査の実施にあたっては、アンケートの回答状況を随時事業者へ確認・共有し、分析に十分な有効回答数（1事業者あたり50件以上）を確保できるよう支援する。

・観光関連の商品サービスの需要動向調査においては、長野を訪れる観光客に対して調査を実施し、関連事業者にその集計結果を提供する。

#### 5. 経営状況の分析に関すること

##### (1) 事業内容

①小規模事業者の経営分析

| 自己評価 | 総合評価 |
|------|------|
| 3    | 3.3  |

##### (2) 目標と実績

| 項目       | 目標   | 実績   |
|----------|------|------|
| 経営分析事業者数 | 180者 | 135者 |

○小規模事業者の「強み」の見える化

経営指導員が「強み」を導き出すヒアリングを実施した。

経営分析事業者数は、マル経融資推薦事業者 26 件、小規模事業者持続化補助金申請者 109 件、いずれも計画策定に必要な SWOT 分析や自社の強みの特定に対して分析を行ったものをカウントしている。

○経営支援基幹システム（Biz ミル）等を活用した経営状況の分析  
経営分析事業者のうち、システムに入力して分析した事業者が 86 者。

##### (4) 次年度以降の改善点

生成 AI システム（Keytas）の活用を促進するとともに、各経営指導員が年度当初に伴走支援先を特定し、四半期ごとのフォローアップを徹底する。具体的には、Biz ミル活用研修を通じて経営指導員が操作を習熟し、ツールの有効性を認識することで、相談業務における支援先データの入力習慣を確立し、活用頻度を向上させる。

#### 6. 事業計画策定支援に関すること

##### (1) 事業内容

①DX 推進セミナーの開催・IT 専門家派遣の実施（DX 推進セミナーの開催）

②事業計画策定支援（事業計画策定セミナーの開催）

③創業計画策定支援（長野地域創業スクールの開催）

##### (2) 目標と実績

| 項目         | 目標   | 実績   | 項目               | 目標 | 実績 |
|------------|------|------|------------------|----|----|
| 事業計画策定事業者数 | 100者 | 109者 | DX推進セミナーの開催回数    | 2回 | 2回 |
| 創業計画策定事業者数 | 10者  | 42者  | 事業計画策定セミナーの開催回数  | 1回 | 2回 |
|            |      |      | ながの地域創業スクールの開催回数 | 1回 | 1回 |

##### (3) 実施した内容

○事業計画策定に向けたセミナーを 2 回開催した。事業者は補助金の活用を視野に入れつつ、自社の事業計画の作成を行った。また DX 推進に向けたセミナーを 2 回開催し、事業者が自社の現状を把握するとともに、個別支援および専門家派遣事業へとつなげた。

○ながの地域創業スクールは、15 名が受講し、13 名がプラン提出、8 名がすでに創業した。○巡回・窓口相談による事業計画策定支援件数は、上記セミナー受講者を含め 109 者であった。

##### (4) 次年度以降の改善点

昨年度は持続化補助金の公募が 2 回あり、多くの事業者の事業計画策定を支援した。[「補助金申請に依らない事業計画策定」が課題であり、セミナーや専門家派遣のほか生成 AI「keytas」を活用して伴走支援に取り組む。

また、地域の創業創出に向け、創業スクールの開催とフォローアップ体制の強化を継続していく。

#### 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

##### (1) 事業内容

①事業計画・創業計画のフォローアップ

（計画を策定した全事業者を対象）

②創業スクール交流会等の場の提供

③専門家の助言事業

##### (2) 目標と実績

|            |      |       |
|------------|------|-------|
| 頻度（延回数）    | 400回 | 178回  |
| 売上増加事業者数   | 30者  | （未確定） |
| 経常利益増加事業者数 | 20者  | （未確定） |

| 創業計画のフォローアップ       | 目標  | 実績  |
|--------------------|-----|-----|
| フォローアップ対象事業者数      | 10者 | 22者 |
| 頻度（延回数）            | 40回 | 62回 |
| 創業スクール卒業生の交流会の開催回数 | 1回  | 1回  |

##### (3) 実施した内容

○セミナーを受講し事業計画策定を行った者に対するフォローアップ  
○事業計画策定支援により補助金採択を受けた事業者のうち伴走支援事業者（国に報告）

として経営指導員がフォローアップを実施している事業者 41 者 ×4 回

○伴走型支援事業での専門家の活用（11 者 11 回）

○その他事業での専門家の活用（2 者 3 回）

○創業スクール受講者には、創業に至るまでの各種制度紹介や個別相談を通して、円滑な創業に向けたフォローアップ支援を実施している。

##### (4) 次年度以降の改善点

・本計画に記載している四半期ごとのヒアリングは、Biz ミルを活用して実施し、成果の測定を行っている。今後は、支援記録の入力を徹底することで、データの正確な把握につなげる。

・創業スクールのカリキュラムを見直し、短期間の受講でも創業計画書の重要性を理解し、作成まで到達できる内容を盛り込む。

#### 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

| 自己評価 | 総合評価 |
|------|------|
| 3    | 3.3  |

##### (1) 事業内容

①展示会・商談会の出展支援（BtoB） ②即売会の出展支援（BtoC）

③SNS による販路開拓支援（BtoC） ④ネットショップの構築支援（BtoC）

⑤越境 EC を活用した販路開拓支援（BtoC）

##### (2) 目標と実績

| 項目                        | 目標       | 実績       |
|---------------------------|----------|----------|
| 展示会・商談会の出展支援出展事業者数(成約件数)者 | 5者(1件)   | 6者(1件)   |
| 即売会の出店支援出店事業者数(売上額)者      | 7者(10万円) | 6者(10万円) |
| SNSによる販路開拓支援事業者数(売上増加率)者  | 5者(5%)   | 2者(-%)   |
| ネットショップの構築支援事業者数(売上増加率)者  | 3者(5%)   | -者(-%)   |
| 越境ECによる販路開拓支援事業者(売上増加率)者  | 2者(2%)   | 0者(-%)   |

##### (3) 実施した内容

①展示会・商談会の出展支援（BtoB）

■販路開拓セミナー（9/1、9/11）参加者延べ 16 名

■「産業フェア in 信州 2025」広域連携事業ブースへの出展支援出展者数 4 者

■「うまし逸品個別商談会」への出展支援（1/21）出展者 6 者、商談成約 1 者 2 件（4 者 8 件の商談が進行中）

②即売会の出店支援（BtoC）■「無印良品直江津」販売会への出店支援（BtoC）（11/29 ～ 30）場所：直江津ショッピングセンター 2F 出店者 6 者③SNS による販路開拓支援（BtoC）■SNS 活用術セミナー（7/29）参加者 35 名（うち伴走支援先小規模事業者 2 者）

##### (4) 次年度以降の改善点

販路開拓セミナーはアンケート結果等を踏まえて内容を再検討し、小規模事業者のニーズに合わせた開催とする。うまし逸品個別商談会では、セミナー等で商品訴求や多様化する消費行動への対応等を学び支援を強化するとともに、好評を得ている事前マッチング方式の対面型商談会を改善しながら実効性を高めていく。無印良品直江津販売会においては、BtoC のポイントや接客・展示方法等を事前に整理・検討することで各事業者の販促力を高め、目標売上達成者の増加を目指す。また、令和 7 年度に開催できなかったネットショップ・越境 EC 支援については、SNS 活用をはじめとする勉強会や専門家派遣による個別支援を通じ、それぞれの状況に応じた実績づくりを図っていく。

### 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) 事業内容 事業評価及び見直し

| 自己評価 | 総合評価 |
|------|------|
| 3    | 3.5  |

##### (2) 実施した内容

○月1回の所内会議で、各経営指導員の事業計画策定件数の把握やヒアリング情報を共有。

○定期的に正副会議で当事業の進捗状況を報告。

#### 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 事業内容

| 自己評価 | 総合評価 |
|------|------|
| 3    | 3.5  |

①経営発達支援計画の実行に向けた資質向上

②OJT 制度 ③職員間の定期ミーティング ④データベース化

##### (2) 実施した内容

○小規模事業者支援能力向上研修（1/16）生成 AI システム「Keytas」を用いた対話と傾聴研修

○経営支援スキルアップ講座（現状分析添削個別研修）への参加経営指導員 1 名

○若手経営指導員の勉強会（12/15）日本政策金融公庫との意見交換会

○データベース化

経営指導員等の巡回・窓口件数のカウントおよび支援記録は令和 5 年度から TOAS カルテシステムに完全移行した。令和 7 年度の巡回・窓口相談は、巡回 1,873 件、窓口 3,590 件、合計 5,463 件となり、前年度対比で約 7%減少したが、経営指導員が 2 名減員になったことが要因であり、指導員 1 名あたりの相談件数自体は増加傾向になる。

##### (3) 次年度以降の改善点

経営指導員による「対話と傾聴」を重視した支援モデルの構築プロジェクトをテーマに、①小規模事業者持続化補助金の申請・事業実施の支援強化、②課題設定型支援実践プログラム支援コンテストの開催、③専門家派遣事業の推進を図る。

