

平成30年度

# 経営発達支援計画実績報告

(平成30年4月1日～平成31年3月31日)

松本商工会議所

1. 経営発達計画支援事業の内容

I. 地域の経済動向基本調査							
事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当G	
<p>&lt;景気動向調査&gt;                      経済施策及び経営支援の基礎資料とするため地域の景気動向を調査・分析する。調査では業種毎の業況判断・経営者の感じていること、抱えている問題等を把握し、小規模事業者の課題の抽出を行う。詳細な情報は経営者のコメントとして情報を提供してもらう。(年間12回)</p>	実施回数・回収率		<p>・調査依頼事業所の巡回を実施し、本事業の目的を伝え協力してもらう                      ・巡回時に商工会議所事業の周知を行う。</p>	<p>・調査依頼事業所がアンケート用紙に現状抱えている問題点等を記入してくれるが対応をしていないため今後は巡回等をして現状の把握をして解決策を見つける。</p>	<p>・業界や地域の状況を把握し、振興委員事業として取り組んでいく。</p>	経営情報G	
		H29					H30
	目標値	12回 (75%)					12回 (75%)
実績値	12回 (75.1%) A	12回 (75.6%) A					
事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当G	
<p>&lt;経済課題特別調査&gt;                      消費税率の引き上げ、円高・円安など経営環境が大きく変化する場合において特別調査を実施し、小規模事業者の課題の抽出を行うことを目的に実施する。(年2回)(7月、2月)</p>	実施回数・回収率		<p>・大型店出店1年後影響調査を行い、大型店出店時の影響調査と比較した。</p>	<p>・アンケート調査の結果内容をもとに会議所として施策事業を考える。</p>		経営情報G	
		H29					H30
	目標値	2回 (70%)					2回 (70%)
実績値	1回 (39.6%) C	2回 36.0% C					
II. 経営分析・需要動向調査							
事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当G	
<p>&lt;経営課題抽出支援&gt;                      当所で過去3年間に記帳機械化支援等を行った864事業所及び、市内ものづくり企業575事業所を対象に計画的な巡回、面談、ヒアリング等を行い、企業の問題や悩みの聞き取りを通じて経営課題の抽出を行いその課題解決支援を行うと同時に各事業所に事業計画作成を働きかける。</p>	事業所数		<p>・課題抽出先企業の検討を経営指導員同士の検討会として開催した。</p>	<p>・支援対象者の多くが、経営課題に向き合う事に遠慮する方が多い。事業者が一步踏み出すよう更なる働きかけが必要。                      ・巡回事業所を増やしていく取り組み。</p>	<p>・課題抽出検討会開催にあたり指導員が特別な理由がない限り毎回必ず検討案件を提出する。                      ・毎回検討案件について今後も最適な支援の方向性を確実に決定する。</p>	経営支援G	
		H29					H30
	目標値	(巡回)					(巡回)
		260社					260社
	実績値	(抽出)					(抽出)
35社 30社 D		35社 33社 D					
	(抽出)	(抽出)					
	10社 C	25社 C					

事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<事業計画啓発セミナー> 小規模事業者を対象に事業 計画作成に向けた啓発セミ ナーを開催し、事業計画作 成の意義、考え方、手法な ど説明することにより、作 成に向けての動機付けを行 う。	開催回数・参加者数		・周知DMの送付 または支援施策の 紹介など参加企業 ごとの課題を把握 しフォローにつな げる。	・自社の現状を把 握させるためには	自社の現状把握のため、個別相談会の際 に決算書や会社概要 の提供を求め、定性 面・定量面の双方か ら分析を行い課題を 抽出し計画作成の啓 発に取り組んでいき たい。	経営支 援G	
		H29					H30
	目 標 値	2回 (40人 )					2回 (40人 )
実 績 値	1回 28社 (31人 C)	1回 27社 (32人 C)					
事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<ものづくり企業経営環境 等に関するアンケート調査 > 地域のものづくり企業が現 在置かれている経営環境の 把握、各企業が抱える不安 や悩み支援施策に対しての ニーズ把握、行政や支援機 関に対して要望等について 工業支援センターと連携し 調査し、当所等が行う企業 支援業務に活かす。	回収率		平成30年度より松 本ものづくり産業 支援センターが設 置され、事業が移 管された。	・事業の移行に伴 い、平成30年度は 実施の検討期間と し、2019年度に実 施される。	・2019年度は、松本 ものづくり産業支援 センターの事業に協 力して実施する。	ものづ くり支 援G	
		H29					H30
	目 標 値	25%					25%
実 績 値	33% A	—					
事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<松本市商店街歩行者通行 量調査> 中心市街地（約190ha）の 50か所の調査地点において 昭和53年から年2回（6月 、10月）継続的に実施して いる。松本市の中心市街地 への人の流れの現状を把握 し、中心市街地活性化策の 基礎資料とする。	調査回数		・平成30年度松本 市商業ビジョンの 策定にあたり、調 査結果を反映して いく	・商店街活性化の ために調査結果を 施策や今後の活動 にどう活かしてい くのか ・調査が同時期・ 同場所でよいのか どうか ・滞留時間や回遊 性についての検討	・本年度作成予定の 商業ビジョンの成果 指標に設定 ・調査方法の検討	地域振 興・商 業振興 G	
		H29					H30
	目 標 値	2回					2回
実 績 値	2回 A	2回 A					

事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当G	
<松本市来訪者動態調査> 松本市を訪れた観光客、ビジネス客、コンベンション参加者等の観光・消費動向を継続的に調査し、観光産業の現状や来訪者数、観光消費額等の推移を把握・分析を行い、本市の観光の強み、弱み、課題等を抽出することにより本市観光業振興施策に活用していくことを目的に実施する。	回収枚数		・当所誘客戦略委員会や観光料飲食部会等で情報を共有し、観光産業振興に活かしていく。	・設置地点ごとの回収率を向上させる工夫や仕掛けを検討していく。	・調査結果を松本地域のプロモーションを行う際の情報源として活用していく。	地域振興・商業振興G	
		H29					H30
	目標値	2,000枚					2,000枚
実績値	3,356枚 A	3,169枚 A					

### Ⅲ. 事業計画の策定・実施支援

事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当G	
<事業計画作成セミナー> 小規模事業者を対象に事業計画作成に向けたセミナーを開催する。	開催回数・参加企業数		・計画を立てたことでその後どうなったのか実績を含めた事例を紹介。	・事業計画をつくるキッカケを作ったが、作ることがゴールとなってしまう、PDCAに繋がっていない。	・担当者を決め、計画的な巡回などにより状況確認を行っていく。	経営支援G	
		H29					H30
	目標値	1回 (20社)					1回 (20社)
実績値	1回 (35社) 39名 A	1回 (30社) 37名 A					

事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当G		
<事業計画策定事業所支援> 事業計画策定事業所については、計画策定後半年以内に巡回訪問を行い事業計画の進捗状況の確認と助言を行う。以後3年間は四半期に1度程度巡回訪問を行い、計画の検証と見直し助言を行う。	策定支援企業数		・計画設定後の状況をヒアリング。優先順位をつけて進捗度や新たな課題を把握して計画の検証を行う。	・計画策定後の定期的な進捗状況の確認などPDCAサイクルの状況が把握できていない。	・BIZミルやTOASを活用し支援状況の見え方を図る。	経営支援G		
		H29					H30	
	目標値	75社					75社	
	実績値	154社 A					159社 A	
	策定事業所フォロー支援							
		H29					H30	
目標値	全社	全社						
実績値	53社 C	67社 C						

IV. 創業・第二創業支援							
事業内容	成果指標			平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当
<p>&lt;創業支援セミナー&gt; 創業セミナーは年間30人(定員)を対象とし、参加者の5割について1年以内に具体的な創業準備の段階となる「創業希望者」へ進める。さらにその「創業希望者」のうち5割が1年以内に創業することを目指す。</p>	開催回数			<p>・課題解決に向け、画像等を活用した内容や、過去創業スクール卒業生の協力を仰ぎながら、店舗紹介や体験談などにより、創業スクールの魅力が伝わるようにする。</p>	<p>・創業セミナー開催は年1回でいいの。</p>	<p>・2019年度は創業スクールへの参加につながるような内容の検討と複数回開催する。 平日1回 休日1回</p>	経営支援G
		H29	H30				
	目標値	1回	1回				
実績値	1回	1回	A	A			
事業内容	成果指標			平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当
<p>&lt;創業スクール&gt; 創業スクールは年間30人(定員)を対象とし、参加者の5割について1年以内の創業実現を目指す</p>	開催回数			<p>・年々当所創業スクールの認知度が向上し、卒業生からの紹介による参加者や具体的な創業準備に入っている方への周知が進んだ結果、今年度の創業率はより高まると推測される。今後も実践的な創業スクールとして引き続き周知PRに努めたい。</p>	<p>・開催日時の設定は休日または平日どちらが良いか。 ・休日開催は受講者が多いが出席率が低い。また平日の開催は受講人数は少ないが出席率は高い傾向。</p>	<p>・年間の開催回数を増やして平日夜コース、休日コースを開催することが可能か検討していく。</p>	経営支援G
		H29	H30				
	目標値	1回	1回				
実績値	1回	1回	A	20人	A		
事業内容	成果指標			平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当
<p>&lt;新規創業者支援&gt; 創業スクールや創業相談を通じ実際に創業する人を増やす。</p>	創業者数			<p>・創業に向けた奔走型支援を各担当が行い、主担当が案件を総括する仕組みが出来てきた。指導員一人あたりの担当件数を平準化することにより、密度の濃い支援を実施する。</p>	<p>・潜在的創業希望者はかなりいるがそこから創業希望者へと引き上げ、創業者へと導くための指導員のスキルアップ。 ・土日など休日の相談希望者への対応。</p>	<p>・相談案件に対する創業率の向上に向けて、今まで以上に創業者へと導くための指導員のスキルアップ(傾聴力・対話力・コミュニケーション法)を図る。</p>	経営支援G
		H29	H30				
	目標値	40件	40件				
実績値	72件	75件	A	A			
	平均年齢41.5歳	平均年齢41.5歳					
	飲食26	飲食33					
	サービス30	サービス32					
	小売11	小売5					
	その他5	その他5					

事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当 G	
<5年未満創業者フォロー支援企業数> 創業者フォロー支援は希望する創業者を対象とし、巡回訪問を原則とした伴走型支援の実施により、創業者の経営力向上を目指す。	支援企業数		<ul style="list-style-type: none"> <li>・創業支援ネットワークが形骸化しているため、前述の課題解決に向け関係機関と共に検討する。</li> <li>・創業後2年未満の事業所に対する支援は、記帳支援やセミナー周知の実施をしていく。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広域経営指導員と協力して創業後3年～5年の事業者を対象にフォローアップ希望アンケートを実施したが、大半が未回答・希望しないと回答。</li> <li>・計画的な巡回をするには、</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商業ビジョンに従い松本地域創業者支援ネットワーク再構築し機能を強化させ伴走型支援の充実を図る。</li> </ul>	経営 支援G	
		H29					H30
	目標値	115社					155社
実績値	96社 B	93社 C					
事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当 G	
<経営革新塾開催> 経営革新塾の開催により、経営革新計画立案のメリットや必要な考え方を周知する。 (4時間×4回)	開催数		<ul style="list-style-type: none"> <li>・講師から提案されたテーマと企業の現状とのギャップや課題を見つけ解決策を導き出すためのヒアリングの実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな計画を立てたいと思っているが、テーマが決まらない。講師からの提案があるがギャップを感じている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種補助金採択者などにアプローチし、前向きな事業所を積極的に取り込んで行く。</li> </ul>	経営 支援G	
		H29					H30
	目標値	1回					1回
実績値	1回 A	1回 (27社) 31人 A					
事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当 G	
<経営革新承認> 経営革新計画の策定及び承認を希望する企業に対しては、経営指導員および専門家による支援を行う。	承認件数		<ul style="list-style-type: none"> <li>・施策的なメリットを強調して周知(ものづくり補助金の加点項目、金融における保証枠の拡大)</li> <li>・革新塾参加企業へのヒアリング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営革新計画のテーマ、計画は決まるが新しい事業に対して慎重になっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・補助金採択にかかる加点メリットなど必要性を強く伝えていく。</li> <li>・経営力向上計画の申請などのチャレンジを促す。</li> </ul>	経営 支援G	
		H29					H30
	目標値	2社					2社
実績値	0社 D	0社 D					

事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当 G	
＜承認後フォロー支援＞ 経営革新承認企業に対し、定期的（四半期ごと）に巡回し、計画の実施状況や進捗度合いを確認し、指導や助言を行う。（経営革新計画承認後5年）	支援企業数		・情報共有のため過去の承認企業の概要を「見える化」する。	・「ものづくり補助金」など他の補助金への取り組み。	・経営指導員間の連携情報提供及び共有を密にする。	経営支援G	
		H29					H30
	目標値	7社					10社
実績値	1社 D	2社 D					
V. 小規模事業者販路開拓支援							
事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当 G	
＜食品製造業・商品作り研究会＞ 市場で売れる商品作りや研究開発を目的とした研究会の企画開催	開催回数		・個社支援に向け、FCP商談会シート記載に必要な食品表示、食品衛生管理の手法であるHACCP制度化対応に相談できる専門家を配置し、支援要請により企業巡回して課題解決にあたっていく。		・中农信エリア 自慢の逸品 発掘・売込逆商談会にて、「売れる商品づくり相談コーナー」を設置し、食品の新製品開発・導入、工程・作業改善、品質管理、HACCP構築等の支援を実施。	広域専門、ものづくり支援G	
		H28					H30
	目標値	2回					2回
実績値	2回 A	1回 C					
事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当 G	
＜商談会開催＞ 対企業取引(BtoB)の向上を目的とした商談会の企画開催、及び出展者支援	出店者数		・商談会後に取引成立に関する追跡アンケートを行い、売り手企業の課題を把握し、改善して実施する。 ・FCPシートの見易さ等充実化を図る。	・本年度までで県補助金期間が終了の予定のため、今後の予算措置を早めに検討していく。	・県補助金の仕上げの年として、改善実施をする。 ・関係機関や参加者との意見交換などを通じて、次年度以降の事業の方向性及び予算措置を検討する。	ものづくり支援G、経営支援G	
		H29					H30
	目標値	買い手 23社 売り手 68社					買い手 23社 売り手 70社
実績値	買い手 30社 売り手 75社 A	買い手 30社 売り手 80社 A					

事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成の ための取り組み	担当G	
＜物産展開催＞ 対消費者取引(BtoC)の向 上を目的とした物産展の企画 開催、及び出展者支援	開催数		・事業者にとって販路 拡大等に結び付いて いるのか、また現状 の物産展の在り方が どうなのか等につい て、出店事業者への アンケート調査を実 施し、見直し等も含 め検討する	・事業のマンネリ 化 ・出店事業者の固 定化 ・効果的なプロモ ーションとなるよ う物産展の企画・ 実施の内容を検討	・出店事業者にア ンケート調査を 実施し、それを 踏まえて物産展 の内容を検討。 ・視覚や聴覚でお 客様を呼び込む 会場設営	地域振 興・商 業振興 G	
		H29					H30
	目 標 値	2回					2回
実 績 値	2回 A	2回 A					

事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成の ための取り組み	担当G	
＜物産展研究会開催＞ 出展者支援として、対人販売 スキルを向上する研修会を3 回開催。	開催数・支援事業所数		・関東地域等での売れ 筋商品やヒット商品や 売り方の事例を紹介し 、事業者のヒントとな るような研究会を行う 。	・消費者ニーズを汲 み取った販売や商 品提供ができるよ う近年の動向を探 る。	・BtoBを含め て、今後の販 路拡大に繋がる 研究会を実 施する	地域振 興・商 業振興 G	
		H29					H30
	目 標 値	3回 (33社)					3回 (34社)
実 績 値	2回 (15社) C	2回 (28社) B					

事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成の ための取り組み	担当G	
＜工業製品大都市展示会出 展事業＞ 「テクニカルショウヨコハ マ」等大都市で開催される 全国規模の展示会に展示小 間を確保し、地元企業の共 同出展を支援する。	出展企業数		・平成30年度より、も のづくり産業支援セン ターへ業務が移管され 継続実施。		・ものづくり産 業支援センター に協力して、出 展者の掘り起こ しや推薦を行っ ていく。	ものづ くり支 援G	
		H29					H30
	目 標 値	4社(小 規模3社 )					4社(小 規模3社 )
実 績 値	4社 (小規模 3社) A	4社 (小規模 3社) A					

事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成の ための取り組み	担当G	
＜工業製品各種展示会出展 支援事業＞ 地域の小規模製造業者等が 自主的に大都市圏で開 催される各種展示会に参加 し、販路拡大、受注拡大す るための支援を行う。	支援企業数		・平成30年度より、主 管業務がものづくり産 業支援センターへ移管 され継続実施。		・松本市製造業 等販路拡大補助 金について、周 知・活用促進の 協力体制を築い ていく。	ものづ くり支 援G	
		H29					H30
	目 標 値	30社 (小規模 15社)					30社 (小規模 15社)
実 績 値	31社 (小規 模14社) A	29社 (小規 模9社) C					

2. 地域経済の活性化に資する取り組み

事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当G	
<p>&lt;まちゼミの開催&gt; まちゼミを通じて自店の魅力（強み）、客の求めている商品・サービス（ニーズ）等を店主自身が汲み取り、自店の経営戦略を考えるきっかけづくりとする。</p>	開催回数・参加店舗・受講者数		<p>・まちゼミ自体が単なるイベントで終わることなく、各参加店舗が連携・協働し主体性をもって運営していくような仕組みづくりを目指す。</p>	<p>・会議所主体で実施し続けるのか、参加店等で実行委員会を立ち上げて運営していくのか、まちゼミの運営方針が曖昧な状況である。今の仕組みでは顧客・利益に繋がらないという理由で、継続的に参加してきた店舗が年々まちゼミへの参加を辞退している現状がある。</p>	<p>・当初まちゼミを始めた時の方針と、現在置かれている実際の実情を照らし合わせ検証し、現実的な運営方針を再構築する必要がある。消費者ニーズの把握や顧客満足度の向上、リピーター獲得等につながるまちゼミにレベルアップしていくことが求められている。</p> <p>・事業改善に向けた取り組みを事業者の間で共有する仕組みづくり</p>	<p>地域振興・商業振興G</p>	
		H29					H30
	目標値	2回 (延べ150店舗・延べ2,100人参加)					2回 (延べ160店舗・延べ2,200人参加)
実績値	1回 (55店舗) 72講座 748人参加 C	1回 (43店舗) 57講座 706人参加 C					
事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当G	
<p>&lt;個店の魅力向上研究会&gt; まちゼミ参加の店主による個店の魅力向上研究会を発足させ、組織を超えた経営者意識の向上や自主的なレベルアップ勉強会の企画などが行えるよう支援する。</p>	開催回数		<p>・まちゼミの在り方、店主の関わり方等もう一度初心に戻って意見交換会を開催する。</p>	<p>・これまでまちゼミの反省会や個々の参加店舗へのフィードバックがなく、実施の繰り返しかつた。参加店舗が次回まちゼミへどう繋げるか参考材料を得る機会が必要であった。</p>	<p>・まちゼミの過去参加店舗に声をかけ、店主同士の意見交換会を行った。他店舗がまちゼミ講座についてどのような工夫をしているか共有するとともに、今後のまちゼミの在り方について協議を行った。</p> <p>・まちゼミ参加者へのアンケート調査などの実施</p>	<p>地域振興・商業振興G</p>	
		H29					H30
	目標値	4回					4回
実績値	0回 D	1回 D					
事業内容	成果指標		平成29年度から見直した内容	事業の問題点・課題	問題解決や目標達成のための取り組み	担当G	
<p>&lt;個店レベルアップ研究会&gt; レベルアップ勉強会（セミナー・研究会）の実施（個店として必要な能力、経営革新の必要性の醸成）</p>	開催回数		<p>・参加店舗に対して、巡回訪問し、効果を図ると共にニーズの把握を行うなどフォローをする。</p>	<p>・まちゼミ初回時のみ開催された松井氏によるキックオフセミナーから時を経たため、参加店舗のまちゼミに対する理解度にばらつきがある。</p>	<p>・①原点に立ち返る、②新規参加店舗がまちゼミを正しく認識する、③まちゼミに対する参加店舗の意識統一や所期の目的を理解するために、セミナーを開催していく。</p>	<p>地域振興・商業振興G</p>	
		H29					H30
	目標値	2回					2回
実績値	1回 C	0回 D					

事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<p>&lt;まちゼミ参加店事業計画 作成支援&gt;</p> <p>経営計画作成及び実施が可 能の店への集中的な支援（ 強み・弱みの検証から自店 の戦略・戦術までの一環支 援）を行い、成功事例を創 出する。</p>	支援店舗数		<p>・まちゼミを通じ て、個店の伴走型 支援を行っていく には、一部署のみ の事業で終わらせ るのではなく、関 係部署が連携し効 果的な支援を実施 する。</p>	<p>・地域振興部が担 当部署のため、ま ちゼミがイベント 化してきている感 がある。</p>	<p>・会議所が主体とな って実施している現 状では、一部署の事 業として取り組むの ではなく、部署を越 えて各知恵と手法を 出し合い会議所が一 丸となって実施する 。</p>	<p>地域振 興・商 業振興 G</p>	
		H29					H30
	目 標 値	4件					4件
実 績 値	6件 A	3件 C					
事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<p>&lt;経営計画報告会&gt;</p> <p>経営計画作成・実施成功事例 の報告会を魅力向上研究会と 共催して報告会を実施。成功 事例の共有・他店への啓発・ 啓蒙、横展開（点から線へ） を目指す</p>	開催回数				<p>・まちゼミの結果を 活かした経営指導員 等による個別支援</p>	<p>地域振 興・商 業振興 G</p>	
		H29					H30
	目 標 値	1回					1回
実 績 値	0回 D	0回 D					
事業内容	成果指標		平成29年度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<p>&lt;まつもと広域ものづくり フェア&gt;</p> <p>松本地域（松本市、塩尻市 、安曇野市）の将来の工業 振興を見据え、その担い手 となる子どもたち（主に小 中高校生）に理工学やもの づくりへの興味を抱いても らうことと、地域の製造業 に就職を希望する高校生や その親たちに製造業の現状 を理解してもらうことを目 的に開催する。将来この地 域でものづくり企業人とし て活躍をしてもらうための 人材の育成を長期的な目線 で目指す。</p>	総来場者数		<p>・長野県元気づく り支援金を活用 した高等学校コ マ大戦の充実化 。</p> <p>・長野高専による ロボコンの展示 ・デモンストレ ーション。</p>	<p>・未来の工業人の 育成の観点に加 え、地域産業へ の直接寄与を目 的とした販路拡 大、人材育成に 向けた取り組み 。</p> <p>・開催主旨を踏ま えた、今後の事 業内容、日程と 場所の検討。</p>	<p>・従来の小中学生向 けものづくり体験教 室に加え、高校生 向け企業展示会、 販路拡大を目的と した商談会をプレ 開催する。 ・長野県元気づくり 支援金の活用（2年 目）による、高等 学校コマ大戦を拡 充実施。</p>	<p>ものづ くり支 援G</p>	
		H29					H30
	目 標 値	13,000 人					13,000 人
実 績 値	13,813 人 A	13,950 人 A					

事業内容	成果指標		平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<ものづくり体験教室> ものづくりや理化学への興味を子ども達にもってもらうことを目的に実施 対象：小中学生	種目・参加者数		・中信印刷工業会や全国都市緑化フェア実行委員会などによる新規出展。		・地元企業による体験教室の増加、プログラミング教室の拡大。	ものづくり支援G	
		H29					H30
	目標値	40コース (2,500人)					40コース (2,500人)
	実績値	46コース (2,489人) A	45コース (2,489人) A				
事業内容	成果指標		平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<全日本製造業コマ対戦> 「まつもと広域ものづくりフェア場所」の開催 対象：高校生	参加チーム数		・予選の実施方法見直し。(トーナメントからリーグ戦形式へ) ・対戦時の映写方法の改善等を元気づくり支援金を活用して実施。	・企業にコマづくりのアドバイスをもらうなど、学生が企業から技術を学べる場の設定。	・企業にコマづくりのアドバイスをもらうなど、企業と学生を結びつける取り組みを実施する。	ものづくり支援G	
		H29					H30
	目標値	25 チーム					25 チーム
	実績値	32 チーム A	31 チーム A				
事業内容	成果指標		平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<製造業企業見学会> 松本、塩尻、安曇野市の製造業6社の見学会 対象：高校生	参加者数		・教職員も一緒に参加できるような取り組み。		・高校生を対象に、地元の企業を知ってもらい将来の就職を意識してもらえイベントを開催。	ものづくり支援G	
		H29					H30
	目標値	50人					50人
	実績	47人 B	53人 A				

事業内容	成果指標		平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<松本山賊焼応援団> 松本地域で昔から食されていた山賊焼を地元グルメとして定着させ、松本市の食の観光資源としてまちの活性化に寄与できるよう、市内飲食業者や市民を巻き込んで普及活動及びPR活動を行う。	団員数・イベント出店		・全国に向けての情報発信が3年目を迎え、新たな地域へもPR活動を行っていく。 ・活動する事業者が偏ることなく、応援団全体で事業推進を図り、より多くの事業者が主体的に参画するよう努めていく。	・今後の当応援団の在り方、活動方針・内容を今一度見直し協議の上、定める必要がある。	・松本山賊焼を地元グルメとしてより多くの人に周知できるよう、PRの仕方、具体的な普及活動について、取り巻く関係者が一丸となって多角的に協議していく。	地域振興・商業振興G	
		H29					H30
	目標値	90店 (イベント 5回)					95店 (イベント 5回)
	実績値	事業所団員 75店 協賛団 24店 (イベント 4回) B	事業所団員 75店 協賛団 22店 (イベント 4回) B				

事業内容	成果指標	平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
＜四賀地域活性化事業＞ スポーツイベント等を通じて四賀地区を活性化することを目的に行政・団体・商工業者と連携して事業を実施していく。	イベント開催数・集客数		・地区の商工団体、観光協会に主催を移すことで、資金運用に繋げた。	・米担ぎマラソンは4年目を迎え参加者118名と増えつつあるが、事業を継続して行くには最低150名の参加者が必要。	四賀支所	
		H29				H30
	目標値	3回 (200人)				3回 (200人)
	実績値	3回 (229人) A				3回 (231人) A
事業内容	成果指標	平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
＜観光産業振興プロジェクト＞ 県内で開催される大型イベント等を活用し、当該地を訪れる観光客に松本のホテル・旅館に宿泊したり、飲食してもらうための仕掛けと仕組みづくりを構築し、市内観光産業の振興に寄与することを目的に事業を実施する。	事業実施数		・信州アフターDCとして引き続き「城下町松本散策と郷土食」事業を実施。 (平成30年7～9月) ・宿泊事業者と連携してクーポンを発券 ・アウェイサポーター向け「松本市観光・グルメマップ事業」を実施。(平成30年4月～31年3月)	・滞留時間の増加や回遊性を図ることが必要である。 ・観光消費額を増やすための取り組みが必要	地域振興・商業振興G  ・松本の魅力を発信するために戦略的なプロモーションを行っていく。 ・キャッシュレスやスマートフォンを活用した決済を導入できるようセミナー等を開催していく。 ・キャッシュレス化の推進	
		H29				H30
	目標値	1回				1回
	実績値	2回 A				3回 A

### 3. 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り組み

事業内容	成果指標	平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
＜中信ブロック経営指導員研究会＞ 松本、塩尻、大町、岡谷、諏訪、下諏訪、茅野の商工会議所経営指導員による本研究会主催の研修会を開催する	研修会開催数		・課題抽出支援、持続化補助金等での事業計画作成に活用できるよう取り組んでいく。		経営支援G	
		H29				H30
	目標値	2回				2回
	実績値	2回 A				2回 A

事業内容	成果指標		平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<日商や中小企業大学校主催の研修会に職員を派遣> 経営指導員の能力向上をはかるため、日商や中小企業大学校主催の研修に計画的に派遣する。	派遣人数		・研修で学んだ内容を個社支援に取り入れその取り組み方、成果について「見たり聞いたり」やスキルアップ研修で発表していく			経営支援G	
		H29					H30
	目標値	3人					3人
実績値	5人 A	5人 A					
事業内容	成果指標		平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<当部主催スキルアップ研修会> 経営指導員、補助員や小規模企業支援に関わる補助対象外職員も参加し「企業支援内容の共有」「支援能力のスキルアップ」「プレゼンテーション能力の向上」「対話力の向上」を図る目的で実施する。	研修会開催数		・職員が支援した経営者に参加してもらい、職員が経営者にどのような伴走型支援をしているか、事業にどのような効果があったか発表してもらおう。			経営支援G	
		H29					H30
	目標値	6回					6回
実績値	5回 B	5回 B					

#### 4. 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

事業内容	成果指標		平成29度から 見直した内容	事業の 問題点・課題	問題解決や目標達成のため の取り組み	担当G	
<事業評価委員会> 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検証を行う。 当所役員及び外部評価委員により組織された事業評価委員会が、事務局より報告された本事業の実施状況、成果報告及び見直し案について評価及びアドバイスをを行う	開催数					経営支援G	
		H29					H30
	目標値	2回					2回
実績値	2回 A	2回 A					