

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>上越南商工業振興協議会 「三和商工会（法人番号 4110005008164）・牧商工会（法人番号 2110005008166） 清里商工会（法人番号 3110005008165）・板倉商工会（法人番号 5110005009541） 中郷商工会（法人番号 6110005009623）」</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成31年4月1日 ～ 平成36年3月31日</p>
<p>目 標</p>	<p>小規模事業者が前向きに経営に取り組み持続的に発展していくよう、地区内購買率の向上や地域外への販路拡大、地域経済の活性化による売上増加を目指し、その実現の為事業計画の策定及び実施の支援を行う。</p> <p>(目 標)</p> <p>①小規模事業者の持続的発展と経営力向上に向け、事業計画策定と実施支援を行う。 ②売上増加に向けた販路開拓支援を行う。 ③人口減少に起因する地域経済縮小からの脱却に向け、地域経済の活性化を行う。</p>
<p>事業内容</p>	<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 広域経営支援会議や経済動向調査の実施により地域の経済動向を調査分析し、小規模事業者へ情報提供する。 2. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者のニーズに合ったセミナーを開催するとともに、経営指導員の巡回指導・窓口相談等を通じて経営分析を行い、経営状況を的確に把握できるよう支援する。 3. 事業計画の策定支援に関すること 経営指導員の巡回指導・窓口相談等により支援対象者の掘り起しを行い、セミナー等により事業計画の策定を支援する。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 経営指導員の巡回指導等により事業計画の進捗状況の確認を行うと共に、伴走型支援により計画の実現に向けたフォローアップを行う。 5. 需要動向調査に関すること 店頭や商談会等におけるニーズ調査、各種統計調査等を活用した需要動向調査を行い、個店の商品やサービスのブラッシュアップに繋げる。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会等への出展や Web 等情報の発信により販路開拓や新たな需要開拓を支援する。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>上越市や各種団体と連携し、観光や食に関するメニュー開発及び情報発信を行い、地域経済の活性化を図る。</p>
<p>連絡先</p>	<p>三和商工会 〒943-0316 上越市三和区井ノ口 329-1 025-532-2192 (幹事商工会) 牧 商工会 〒943-0647 上越市牧区柳島 1212 025-533-5070 清里商工会 〒943-0502 上越市清里区荒牧 10-5 025-528-4111 板倉商工会 〒944-0131 上越市板倉区針 938 0255-78-2117 中郷商工会 〒949-2301 上越市中郷区板橋 569-1 0255-74-2061</p>

(別表1)

経営発達支援計画

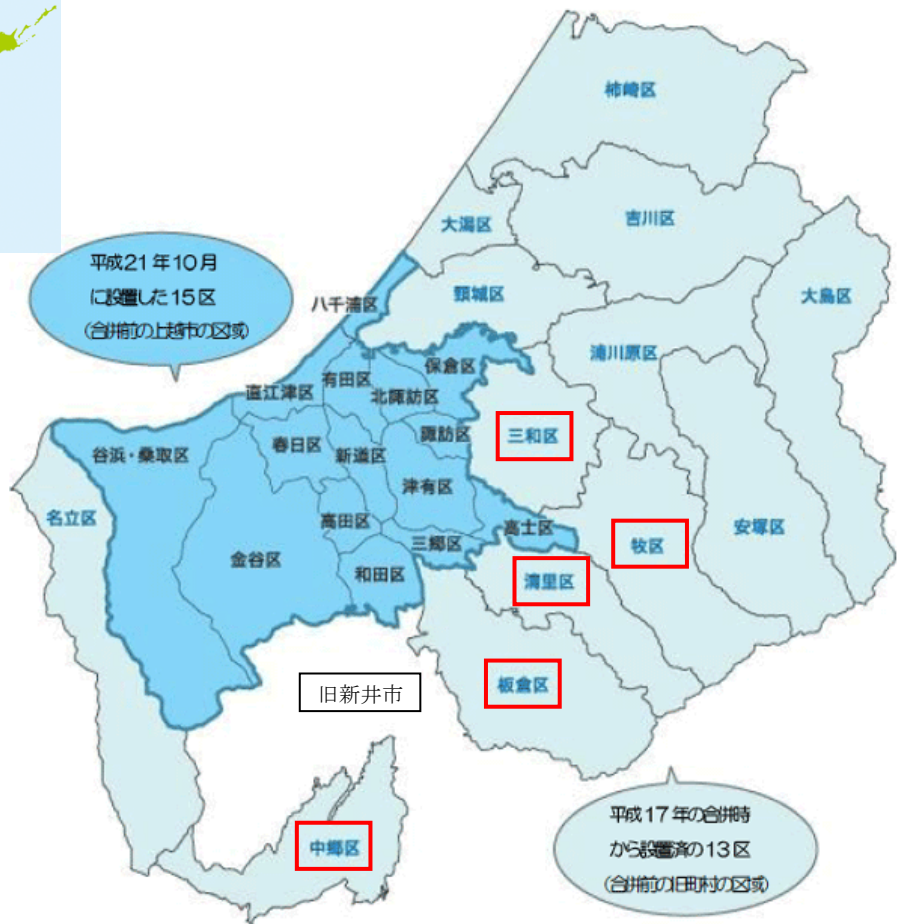
経営発達支援事業の目標

1. 地域の概要

当地域は、新潟県の南西部にある上越市の南部に位置しています。気候は、四季の変化がはっきりしており、冬期に降水量が多く快晴日数が少ない典型的な日本海型です。冬期には日本海を渡ってくる大陸からの季節風の影響により大量の降雪があり、山間地は4mを超す全国有数の豪雪地帯となっています。妙高連峰や南に隣接する長野県境にある1,000mを超す山々に降り積もる豊富な雪や雨は、山間地に蓄えられた豊富なミネラル等を含む水資源となり、その流れは上越市に広がる高田平野を豊かな田園穀倉地帯として育み、古くから農業が地域産業の中心となってきました。良質な農産物が産出される事から、加工品である酒類や味噌、蕎麦など特色ある地域産物が生産されています。また、旧上越市(合併前)は古くから交通の要衝として栄え、現在でも重要港湾である直江津港を中心に、平成27年3月に開業した北陸新幹線、JR信越本線、えちごトキめき鉄道、ほくほく線等の鉄道網や北陸自動車道、上信越自動車道などの自動車交通網が整備され、人の移動や物流の拠点となっています。当地域には、そんな旧上越市(合併前)に近い立地を活かし新たに造成された工業団地へ、製造業等の進出が見られます。商業面では旧上越市(合併前)や旧新井市の道路交通の利便性が良い所に、郊外型スーパーやショッピングセンターが次々と出店し、消費の流出拡大が続いています。人口減少に伴い、バスの減便や廃線等交通インフラが弱体化し車以外の移動が困難なうえ、廃業等により商店数も減少を続けており、高齢者を中心として買い物弱者が増加傾向にあります。観光資源としては、歴史・文化・レジャー施設や豊かな自然等が点在していますが、それらを繋ぐ交通手段や駅からの二次交通が確立されておらず、大きな集客へと結び付けてはいません。

近年では、少子高齢化と進学や就職及び結婚を機にした区外への流出が重なり、過疎化が著しく進んでいます。平成27年に上越市議会人口減少問題調査対策特別委員会が発表した報告書では、上越市全体で昭和55年から平成22年までの30年間の間に、0～14歳の人口が約4割減少しており、その後30年間で更に約4割減少すると推計しています。逆に65歳以上の高齢者は同時期の30年間で倍以上に増え、その後の30年間では増加数こそ緩やかになるものの高齢化率は上昇すると推計しています。また、以前から進学・就職等による10代後半から20代前半の転出数は多かったが、それに加え平成17年以降はUターンが少なくなった事により、20代後半から30代前半も転出が転入を上回る様になりました。平成14年以降続いている自然動態の減少も併せ、今後も人口減少が加速度的に進んでいくと考えられます。この少子化・高齢化・人口減の傾向は、当地域を含む中山間地に特に強く表れており、深刻な問題となっています。

本計画において連携する5つの商工会は、平成17年1月の行政合併を機に、新たな枠組みとして上越南商工業振興協議会を組織し、以降合同で研修会や地域活性化事業に取り組んできました。また、旧上越市(合併前)や旧新井市を中心とした経済圏もほぼ一致しており、地理・産業・人口・経済等多くの共通点があります。



2. 各区の特徴及び商工業の現況

①三和区

三和区の人口は約 5,600 人であり、上越市の中央に位置しほぼ平坦な地形に田んぼが広がる農村地帯です。上越市中心部に近い立地を活かした工業団地や住宅団地の造成による人の流入はあるものの、少子高齢化による自然減や進学・就職及び結婚を機にした区外への流出が流入を上回り、合併当初の平成 17 年と比較すると、人口が 9.8%減少しています。古くから稲作を中心とした農業を生業とする地域であり、江戸時代には三和区の大部分が天領地となり、川浦（現在の三和区番町）に代官所が置かれました。稲作のほかにもブドウ・栗等の農産物や酒・味噌等の発酵食品が有名です。

商工業においては、工業団地を有し、製造業を中心に多くの企業が進出してきており、雇用の拡大に繋がっています。その一方で、上越市中心部に近い立地が故に、長年にわたり近隣大型店への消費流出が拡大継続しています。その様な厳しい状況に加え、事業主の高齢化や後継者不足、地域人口の減少が進み、近年廃業を決断する小規模事業者が非常に増えています。現在の小規模事業者事業主の年齢構成や後継者の有無を見ると、今後更に商店等の衰退や廃業の増加が加速していく事が考えられ、地域経済にとって喫緊の課題となっています。

②牧区

牧区の人口は約 1,800 人であり、上越市の中でも有数な中山間地かつ豪雪地域となっています。就職、進学及び結婚を機会にした若年層の区外への流出が続き、合併当初の平成 17 年と比較すると、人口が 29.5%も減少。これが主原因となり、地区内高齢化率も現在では 46%を超える典型的な過疎化・高齢化の地域となっています。

主産業は農業で、平成 15 年には、生産された自らの米を用いてどぶろくを製造する事が許される、日本で最初のどぶろく特区認定の地となりました。現在では、どぶろくや米・大根などの地域農産物にスポットを当てた特産品開発や販路開拓により、地域活性化を図っています。

商工業においては、上述した地区内の過疎・高齢化による消費の主要年代層の減少や地区内を走る国道 405 号線をマイカー移動する事で 30 分とかからず地区外の大型店や商業集積地に足を延ばせることを主な要因として、購買力の流出が続いています。一部では地場産品を活用して営業を行う事業所を中心に地区外から消費を招き入れてはいるものの、現在の地元購買率は 10%をようやく維持するといった状況にあり、小規模事業者の多くで売り上げの減少が進み、十分な利益の確保もままならない厳しい現状となっています。

事業主の高齢化や後継者不足とも相まって、小規模事業者の経営意欲の低下も深刻化しており、廃業による地区内商工業者の大幅な減少も懸念されています。

そのような中、商工会では、農商工連携による地区内小規模事業者の活性化に活路を求め、平成 24 年度から地区内小規模事業者や農業者と協力し、どぶろくスイーツや地場産米の食べ比べセットを開発、販路開拓に取り組む事で、売上の増加や商品の知名度向上など着実に成果を上げてきています。

③清里区

清里区の人口は現在約 2,700 人、昭和 30 年には約 5,400 人の人口が若者の村外流出や出生率の低下などで昭和 63 年には 3,400 人となり、人口減少に歯止めをかけるべく、同年から 170 区画の団地造成が行われました。これにより人口減少率は低くなったものの、今は再び少子高齢化により人口減少が続いています。立地的には上越市の中心市街地まで車で 15 分、北陸新幹線上越妙高駅まで車で 20 分の好立地にあります。豊かな水に恵まれ稲作農業が主産業となっていますが豪雪地帯としても知られ、冬の生活は厳しいものがあります。また、標高 500 メートルの高台には、眺望の素晴らしい 12ha の「坊ヶ池」を核に湖畔公園が整備され、園内の星のふるさと館には、大正 9 年に落下した隕石の展示や県内最大の反射望遠鏡により天体観測もできる観光名所もあります。

商工業の現状としては、地区内商工業者数は 85 事業所あり、企業規模で従業員 20 人～80 人を抱える事業所が 6 社あり地元の雇用と商工業の核となっています。しかしながら工業関係では、上越市を中心に近隣の妙高市や糸魚川市のエリアで事業を展開するものの建築関連業種の多い当地域では、ハウスメーカーの進出による競争の激化や景気低迷による受注減少が収益構造を悪化させています。商業者は、上越市内中心部の大型商業施設への消費流出により商業の衰退に拍車がかかっています。こうした現状課題の背景・原因には、中山間地特有の過疎地域が抱える少子高齢化問題、そして商工業者の高齢化、更に景気低迷による事業継続の難しさからくる早期の廃業や後継者難などにより商工業者数は減少を続け、特に小規模事業者の衰退が今後将来の地域商工業の振興と発展に対し大きな課題となっています。

④板倉区

板倉区の人口は約 6,800 人で、ここ数年は出生率の低下や自然減のほか、セカンドライフを迎える 50～60 代前半世代や、若い働き手世代の転職などに伴う区外への流出により、合併当初の平成 17 年と比較すると、人口が 10.2%減少しています。平成に入るまでは農業立町を目指していたほど広大な田園を有する地域で、かつては絶景のロケーションで多くの観光客が訪れた「光ヶ原高原」をはじめ、県文化財の薬師三尊像が安置された「山寺薬師」や、親鸞聖人の妻「恵信尼」が晩年過ごした場所など、観光資源となりうる歴史・文化施設も多数あります。

商工業においては、「上信越自動車道」や「北陸新幹線」などの高速交通体系を活かした物流拠点としての工業団地を有し、大手製造業を中心に多くの企業が進出してきており、雇用の拡大にも結びついています。しかしながら、事業主の高齢化や後継者不足などによる商店街の衰退や廃業の増加など、商工業者、特に小規模事業者の減少が著しく、大変厳しい経済環境にあるといえます。また、平成 28 年に商工会が区内全世帯を対象に地区内顧客動向調査（買い物意識アンケート調査）を実施した結果、地元購買率は約 29%と実に 3 割にも満たない状況でした。これは、少子高齢化に伴う過疎化や郊外型商業施設の出店だけに起因することではなく、ライフスタイルの変化による顧客ニーズの多様化やインターネットの通販市場が急成長してきたことも大きく影響しています。今後、地元商店をはじめとした小規模事業者にとって、高齢化社会に対応しながら、いかに独自の商品やサービスを取り揃え、効果的に情報発信するかが、大きな経営課題となっています。

⑤中郷区

中郷区は人口約 3,700 人で若年層の転出、出生率の低下などにより人口減少傾向にあります。その昔、江戸時代には北国街道の宿場として賑わい、現在もえちごトキめき鉄道二本木駅、国道 18 号線や上信越道中郷 I C があるなど交通網の利便性は高いところです。

商工業においては大正初期から上越地域山間部での電源開発によって化学工場日本曹達が進出、企業城下町として栄え、ピーク時には 1 万人超の従業員が勤務、日本曹達を中心に商工業が発展して来ましたが、合理化等により従業員は大幅に減少し、関連会社を合わせても現在は 500 人程度になっています。

そのほかに、昭和後期から平成にかけゴルフ場 2 か所、レジャーランド、場外馬券売り等レジャー産業が進出しましたがバブル崩壊後は低迷し、地域経済を押し上げるまでには至っていません。

人口減少、大企業の規模縮小による従業員的大幅減少によって地区内消費支出も大幅に減少、平成初期には商業サービス業で 110 件ほどあった小規模事業者が現在 30 件を割り込んでいる状況となっております。さらに、隣接の旧新井市や旧妙高村へは車で 10 分以内と非常に近いところに、大型店が進出しており、消費の流出はさらに増加傾向にあります。商業サービス業以外にも事業主の高齢化、後継者不在等によって、創業を上回る廃業が続くなど中郷区の地域商工業は衰退の一途を辿っています。今後、いかに地域商工業の衰退を食い止め、地域経済の持続的発展に繋げるかが課題です。

(参考) 5 商工会地域の人口及び小規模事業者数等の推移

地区内人口

地区名	人口数		増減率
	17年度[注1]	30年9月末 [注2]	
三和区	6,190	5,586	△9.8%
牧区	2,614	1,843	△29.5%
清里区	3,152	2,697	△14.4%
板倉区	7,517	6,750	△10.2%
中郷区	4,733	3,699	△21.8%
計	24,206	20,575	△15.0%
上越市	208,082	193,517	△7.0%

地区内15歳未満及び65歳以上人口[注3]

地区名	17年3月31日					28年3月31日				
	人口	15歳 未満数	(率)	65歳 以上数	(率)	人口	15歳 未満数	(率)	65歳 以上数	(率)
三和区	6,432	898	14.0%	1,668	25.9%	5,834	732	12.6%	1,797	30.8%
牧区	2,763	257	9.3%	1,075	38.9%	2,026	157	7.8%	943	46.5%
清里区	3,264	445	13.6%	891	27.3%	2,836	323	11.4%	947	33.4%
板倉区	7,816	1,025	13.1%	2,246	28.7%	7,057	865	12.3%	2,362	33.5%
中郷区	4,943	631	12.8%	1,365	27.6%	3,958	360	9.1%	1,482	37.4%
計	25,218	3,256	12.9%	7,245	28.7%	21,711	2,437	11.2%	7,531	34.7%
上越市	211,318	30,258	14.3%	49,879	23.6%	197,380	24,938	12.6%	59,375	30.1%

上越市社会動態数（前年10月1日から当年9月30日までの増減）[注4]

	18年	19年	20年	21年	22年	23年
年間増減	△450	△794	△352	△605	△380	△671
	24年	25年	26年	27年	28年	29年
年間増減	△641	△819	△701	△780	△508	△576

地区内小規模事業者数及び商工会員数

地区名	小規模事業者数 [注5]		増減率	商工会名	会員数[注5] (定款会員除く)		増減率	65歳以上 30年4月 高齢化率 [注6]
	17年度	30年度			17年度	30年度		
三和区	226	164	△27.4%	三和商工会	187	124	△33.7%	43.5%
牧区	115	73	△36.5%	牧商工会	108	65	△38.0%	50.8%
清里区	91	76	△16.5%	清里商工会	84	70	△16.7%	48.6%
板倉区	301	202	△32.9%	板倉商工会	213	152	△28.6%	48.0%
中郷区	146	101	△30.8%	中郷商工会	137	100	△27.0%	47.0%
計	879	616	△29.9%	計	729	511	△29.9%	47.2%

地区内商工業数（業種分類）〔注5〕

地区名	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊	サービス	その他
三和区	69	32	1	30	16	30	4
牧区	35	4	0	19	9	11	0
清里区	39	11	1	13	4	12	2
板倉区	86	26	4	43	15	37	8
中郷区	38	15	3	23	15	29	6
計	267	88	9	128	59	119	20

注1：国勢調査より（H17.9.30現在）

注2：住民基本台帳より（H30.9.30現在）

注3：上越市企画制作部企画政策課統計係よりデータ提供

注4：新潟県人口移動調査市区町村別人口動態より

注5：新潟県商工会実態調査より（H30.4.1現在）

注6：事業主の年齢が65歳以上の商工会員の割合

3. 5 商工会地域における共通課題

- ① 少子高齢化による自然減と、進学や就職及び結婚等を機に区外に人口が流出する社会減が重なり、著しく過疎化が進んでいる。
- ② 過疎化に連動して商工業者も減少。地区内小規模事業者数は平成17年度に比べて、減少率は29.9%となっており、この傾向は現在も続いている。
- ③ 地域外での道路交通の利便性が良い所に、郊外型スーパーやショッピングセンターが次々と出店し、消費の流出拡大が続いている。
- ④ 「自分の代で廃業」、又は「後継者がいない」等の小規模事業者も多く、経営意欲の停滞が問題となっている。
- ⑤ 人口減少に伴い、バスの減便や廃線等交通インフラが弱体化し車以外の移動が困難なうえ、廃業等により商店数も減少を続けており、高齢者を中心として買い物弱者が増加傾向にある。

4. 5 商工会合同による支援意義

本計画において5商工会が連携する理由として、地域の特色と、抱えている経済的な課題の多くが類似している事があげられます。更に、平成17年1月の行政合併以降に行ってきた、飲食店の活性化を目的とした「どんぶり巡り事業」やスタンプラリー、各種研修会等の様々な共同事業の実績。また、各商工会が持つ経営改善のノウハウや人的資源等を集約して有効活用し、スケールメリットを生かして商工会機能を向上させる事による経営支援の充実。これらを考慮すると、5商工会合同による支援意義は極めて大きいと考えます。

5. 中長期的な振興のあり方

上越市は、第6次総合計画（平成27年～平成34年）の「産業・経済」分野で、①多様な地域資源の組合せ、②地域内経済循環の向上、③地元製品の市場の拡大、④働く場の選択肢の拡大の4つを掲げています。とりわけ「地元製品の市場の拡大」は、市内外への発信力の強化と消費の拡大を取組の視点としており、前述した共通課題克服の為に5商工会が取り組むべき内容と一致しています。5商工会では、過疎地域でも市場の縮小や消費の流出のハンデに負けず、前向きに経営に取り組む小規模事業者を育成します。その為に、地域や自社の強みを再認識した上で、地域内外への販路拡大や売上増加に繋がる実現可能

な計画の策定と実施について、伴走型の支援を実施します。

6. 事業目標及び方針

中長期的な振興のあり方を踏まえ、今後5年間で小規模事業者が前向きに経営に取り組み持続的に発展していくよう、地区内購買率の向上や地域外への販路拡大、地域経済の活性化による売上増加を目指し、その実現の為事業計画の策定及び実施の支援を行います。

(目 標)

- ①小規模事業者の持続的発展と経営力向上に向け、事業計画策定と実施支援を行います。
- ②売上増加に向けた販路開拓支援を行います。
- ③人口減少に起因する地域経済縮小からの脱却に向け、地域経済の活性化を行います。

(方 針)

- ①事業計画策定支援資料として活用する為、地区内の景気動向や小規模事業者実態調査により、地域や事業者が抱える課題の洗い出しを行います。
- ②事業計画策定支援資料として活用する為、日頃の相談指導やセミナー等を通じて選定した事業者の経営分析を行います。
- ③日頃の相談指導やセミナー等を通じて選定した事業者に対し、事業計画の策定支援を行います。
- ④確実な計画実施に向け、事業計画策定事業者に対してフォローアップを行います。
- ⑤売上増加に向けて個社の商品やサービスをブラッシュアップする為、アンケートの実施支援及び分析を行います。
- ⑥地域外への販路拡大の為、展示会、見本市及び商談会への出展支援やWeb等による情報発信を行います。
- ⑦交流人口を増加させ地域経済の活性化を図る為、点在する観光資源のルート化やWeb等による情報発信を行います。
- ⑧上越市の政策でもある「地元産品の市場の拡大」により地域経済の活性化を図る為、地域の強みである農産物やその加工品を活用し、新商品の開発やブランド化への取り組みを行います。

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 31 年 4 月 1 日～平成 36 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)

小規模事業者が様々な環境変化に対応し、経営を継続していくためには、地域経済動向を正確に把握することが重要である。しかしながら、現状においては、国・県・市・県商工会連合会・金融機関等が公開している経済動向調査資料は、経営指導員等が相談時に利用しているだけで、十分に活用しているとは言い難い。また、地区内の経済動向調査は実施されていない為、地域の動向を把握しきれていない。したがって今後は、地域内の経済動向調査を実施し、分析した経済動向調査結果を小規模事業者へ情報提供し、小規模事業者の事業計画策定時の参考資料として活用される事が求められています。

(1) 「最近の新潟県内の経済情勢」

財務省関東財務局が四半期毎に、①個人消費、②生産活動、③設備投資、④企業の景況感等を公開。

(2) 「新潟県の経済動向」

新潟県が四半期毎に、①個人消費・物価、②住宅投資、③設備投資、④公共投資、⑤生産、⑥雇用、⑦企業等を公開。

(3) 「中小企業景況調査」

日本政策金融公庫が四半期毎に、①業況判断D I の推移、②業種別業況判断D I の推移、③地域別業況判断D I の推移、④売上D I の推移、⑤販売価格D I と仕入価格D I の推移、⑥純益率D I の推移、⑦当面の経営上の問題点等を公開。

(4) 「中小企業景況調査」報告書

新潟県商工会連合会が毎年3ヶ月毎に県内小規模事業者の業種別に景況を公開。

(5) 「上越市の経済状況」

上越市が6ヶ月毎に、①景況感、②金融、③雇用、④製造業、⑤建設業、⑥小売業・サービス業等の概況を公開。

(改善方法)

今後は、担当地域の小規模事業者に絞り込んだ経済動向調査をアンケートにより実施し、地域経済に特化した資料を収集し、データベースを作成します。また、その資料は経営指導員等の巡回時に小規模事業者に提供し事業計画策定時の参考資料として活用していただくとともに、会報やホームページ等で公開します。また、経営指導員が小規模事業者の支援事業や施策を推進するための基礎資料及び指標としても活用します。

(事業内容)

- (1) 毎月 2 回、事務局長・経営指導員を中心とした合同会議（以下、「広域経営支援会議」という）の中で、四半期に 1 度、国・県・市・県商工会連合会・金融機関等が提供している前記 1-(1)から(5)の各種資料と比較して、担当している地域別、業種別の売上・資金繰り・雇用・業況判断等、地域経済動向を分析し、担当地域の小規模事業者の現状と課題の抽出を行います。
- (2) 経済動向調査は 5 商工会の小規模事業者数の 5 %程度を毎年、業種別に①売上、②経常利益、③仕入単価、④販売単価、⑤資金繰り、⑥雇用動向、⑦景況判断等の経営状況を把握するためのアンケートを実施し、広域連携の利を活かした多くのデータを集め、その集計結果を「広域経営支援会議」で経営分析します。
- (3) 上記の調査、分析結果や取組み等を会報や各商工会のホームページ等により周知するとともに巡回相談時等に適宜提供していきます。

(目 標)

5 商工会全体

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
広域経営支援会議		未実施	24	24	24	24	24
経済動向調査実施事業者数		未実施	38	38	38	38	38
業種別 内訳数	建設	0	14	14	14	14	14
	製造	0	6	6	6	6	6
	卸売	0	1	1	1	1	1
	小売	0	7	7	7	7	7
	飲食宿泊	0	3	3	3	3	3
	サービス	0	7	7	7	7	7
	その他	0	0	0	0	0	0
HP 等での公表回数		0	4	4	4	4	4

三和商工会 164 (H30年 小規模事業者数×5%)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経済動向調査実施事業者数		未実施	10	10	10	10	10
業種別 内訳数	建設	0	3	3	3	3	3
	製造	0	2	2	2	2	2
	卸売	0	1	1	1	1	1
	小売	0	2	2	2	2	2
	飲食宿泊	0	1	1	1	1	1
	サービス	0	1	1	1	1	1
	その他	0	0	0	0	0	0
HP等での公表回数		0	4	4	4	4	4

牧商工会 73 (H30年 小規模事業者数×5%)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経済動向調査実施事業者数		未実施	4	4	4	4	4
業種別 内 訳数	建設	0	2	2	2	2	2
	製造	0	0	0	0	0	0
	卸売	0	0	0	0	0	0
	小売	0	1	1	1	1	1
	飲食宿泊	0	0	0	0	0	0
	サービス	0	1	1	1	1	1
	その他	0	0	0	0	0	0
HP等での公表回数		0	4	4	4	4	4

清里商工会 76 (H30年 小規模事業者数×5%)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経済動向調査実施事業者数		未実施	5	4	4	4	4
業種別 内 訳数	建設	0	2	2	2	2	2
	製造	0	1	1	1	1	1
	卸売	0	0	0	0	0	0
	小売	0	1	1	1	1	1
	飲食宿泊	0	0	0	0	0	0
	サービス	0	1	1	1	1	1
	その他	0	0	0	0	0	0
HP等での公表回数		0	4	4	4	4	4

板倉商工会 202 (H30年 小規模事業者数×5%)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経済動向調査実施事業者数		未実施	12	12	12	12	12
業種別 内 訳数	建設	0	5	5	5	5	5
	製造	0	2	2	2	2	2
	卸売	0	0	0	0	0	0
	小売	0	2	2	2	2	2
	飲食宿泊	0	1	1	1	1	1
	サービス	0	2	2	2	2	2
	その他	0	0	0	0	0	0
HP等での公表回数		0	4	4	4	4	4

中郷商工会 101 (H30年 小規模事業者数×5%)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経済動向調査実施事業者数		未実施	7	7	7	7	7
業種別 内 訳数	建設	0	2	2	2	2	2
	製造	0	1	1	1	1	1
	卸売	0	0	0	0	0	0
	小売	0	1	1	1	1	1
	飲食宿泊	0	1	1	1	1	1
	サービス	0	2	2	2	2	2
	その他	0	0	0	0	0	0
HP等での公表回数		0	4	4	4	4	4

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

現状、大きく変化していく経営環境の下、小規模事業者が今後も事業を継続的にしていくためには財務状況だけでなく、自社の「商品・サービスの強み弱み」、「顧客ニーズ」や「狙うべき市場」等をしっかりと分析把握し、経営活動を継続していくことが益々重要となってきます。しかしながら、小規模事業者のほとんどが過去の経験や感覚で経営を行っており、自社の現状把握（売上・損益・資金繰り・在庫等）すら出来ていないケースが少なくありません。今後は、経営分析の必要性和重要性を認識していただき持続的発展に繋げる為に、小規模事業者自身が経営分析出来るよう、支援する事が課題であります。

(改善方法)

経営指導員の巡回や窓口相談、さらに各種セミナーの開催を通じて、小規模事業者に経営分析の必要性を認識してもらい、小規模事業者自身が経営状況を把握し、経営課題の改

善等に取り組む事により、伴走型の支援が効果的に実施されることを目指します。専門的な課題等については、新潟県・新潟県商工会連合会・にいがた産業創造機構・地元金融機関と連携し、解決できるようサポート致します。

(事業内容)

(1) セミナーの開催

- ①毎年2回各種セミナーを開催し、参加者に経営分析の必要性、重要性を説明した啓蒙チラシを配布し、対象者の掘り起しを行います。
- ②セミナーのテーマ選定や講師の派遣等については、必要に応じて、にいがた産業創造機構(NICO)・新潟県商工会連合会・地域金融機関にも協力を要請して取り組みます。

(2) 経営分析の実施

- ①経営指導員による巡回指導や税務相談等の窓口相談、また各種セミナーや実態調査を通じて、支援対象とする小規模事業者の掘り起しを行い、経営分析へと繋げていきます。
- ②記帳継続指導先には「ネット de 記帳」により抽出される経営計数分析表、3期比較(貸借・損益)、月別売上実績表、損益分岐点図表、経営分析レーダーチャート等、収益力や採算性等を重点に置き経営分析資料を速やかに事業者へ提供します。
- ③小規模事業者の自発的な経営分析を促す為、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」の活用を広く呼び掛け、パソコン操作が不得手な事業者には、経営指導員等が操作方法等を指導します。出力されたデータは事業者の経営や事業計画策定時の資料として活用できるよう、データの見方など指導を行います。
- ④経営指導員は小規模事業者が経営上の問題点や課題を抽出するための資料として、中小企業の経営指数(中小企業経営調査)や小企業の経営指数調査(日本政策金融公庫)等が提供する各種指数との比較分析を行い、小規模事業者が今後の経営や事業計画策定時の資料として活用できるよう支援を行います。
- ⑤経営指導員は小規模事業者の状況を把握し、事業領域でどのような戦略を実行すべきか、或いは、課題は何かを検討するため、自社の直面する顧客ニーズや競合など外部環境(機会と脅威)と、技術力や人材、経営資源などの内部環境(強みと弱み)の観点からSWOT分析を行い、今後の経営や事業計画策定時の資料として活用できるよう支援を行います。
- ⑥経営指導員は、必要に応じ専門家派遣等の事業も活用して分析とフィードバックを行い今後の経営や事業計画策定時の資料として活用できるよう支援を行います。

(目 標) 5 商工会全体

支 援 内 容		現 状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
セ ミ ナ - 開 催 回 数		未実施	2	2	2	2	2
参加予定事業所数		0	19	19	19	19	19
内 訳	三和商工会	0	5	5	5	5	5
	牧商工会	0	3	3	3	3	3
	清里商工会	0	3	3	3	3	3
	板倉商工会	0	5	5	5	5	5
	中郷商工会	0	3	3	3	3	3

支 援 内 容		現 状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経 営 分 析 件 数		未実施	12	12	12	12	12
内 訳	三和商工会	0	3	3	3	3	3
	牧商工会	0	2	2	2	2	2
	清里商工会	0	2	2	2	2	2
	板倉商工会	0	3	3	3	3	3
	中郷商工会	0	2	2	2	2	2

3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

これまでの小規模事業者に対する事業計画の策定支援に関しては、金融指導における返済計画策定や小規模事業者持続化補助金申請に係る事業計画策定など融資や補助金申請に伴う支援が中心となっており、限られた内容の計画で経済動向や需要動向、自らの強み、弱み等経営状況などが十分に反映されていない計画が大半でした。また、小規模事業者の多くは事業計画策定の重要性を理解しないで計画を策定している為、「経営理念・経営ビジョン」、「経営戦略」等事業の目標が明確でなく、事業計画そのものの意義、重要性が理解されていない状況にあります。

商工会においても、経営指導員等による計画策定支援ノウハウが充分とは言えません。計画策定後の事後支援も専門家派遣などを除くと充分とは言えませんでした。

(改善方法)

今後は、事業計画策定セミナーや相談指導を通じて、事業計画策定の重要性を周知し、目標の意識付けを行います。その上で、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事」、「2. 経営状況の分析に関する事」、「5. 需要動向調査に関する事」を踏まえ、事業者の経営課題を抽出し、売上拡大・販路開拓を目指した事業計画策定の支援を行います。

計画策定に当たり他の支援機関と協力し、5商工会連携の下、経営指導員をはじめ全職

員がノウハウを結集して行います。同時に計画の策定・支援実施により得られたノウハウは、毎月2回、局長・指導員を中心とした5商工会の関連職員により開催される「広域経営支援会議」や、必要に応じてミーティングを実施し、共有化を図り資質向上の一環とします。

策定後は、定期的な巡回訪問等によりフォローアップを行い、進捗状況を確認し、伴走型支援を行い、計画の実行と目標の実現を支援します。

また、金融指導における返済計画や、小規模事業者持続化補助金申請に係る事業計画についても実現できるよう支援します。

(事業内容)

(1) 支援対象者の掘り起し

- ①巡回訪問・窓口相談・税務相談時に経営課題等についてヒアリングを実施し、計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行います。
- ②第二創業・事業承継等の相談を通じて事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行います。

(2) 事業計画策定支援セミナーの開催並びに事業計画策定支援

- ①小規模事業者が計画の重要性を認識し、計画策定ノウハウを習得するため、事業計画策定支援セミナーを年2回開催します。
- ②事業計画策定に当たっては、中小機構がネットで提供する「経営計画作成アプリ 経営計画つくるくん」等の中小企業支援ナビツールの活用を広く呼び掛ける他、パソコン操作が不得手な事業者には、経営指導員等が操作方法のレクチャーを行い、データ入力など小規模事業者が自力で事業計画を策定できるよう支援を行います。
- ③事業計画策定に高度で専門的な知識を必要とする案件等については、小規模事業者支援機関のにいがた産業創造機構(NICO)、新潟県よろず支援拠点、新潟県商工会連合会等の専門家派遣事業による専門家と連携し、より有意で実効性の高い事業計画策定支援を行い、さらに各商工会の経営指導員は小規模事業者に寄り添い伴走型の指導、助言を行います。

(目 標)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
セミナー等開催回数		0	2	2	2	2	2
セミナー参加者数		0	19	19	19	19	19
内 訳	三和商工会	0	5	5	5	5	5
	牧商工会	0	3	3	3	3	3
	清里商工会	0	3	3	3	3	3
	板倉商工会	0	5	5	5	5	5
	中郷商工会	0	3	3	3	3	3
事業計画策定事業者数		0	12	12	12	12	12
内 訳	三和商工会	0	3	3	3	3	3
	牧商工会	0	2	2	2	2	2
	清里商工会	0	2	2	2	2	2
	板倉商工会	0	3	3	3	3	3
	中郷商工会	0	2	2	2	2	2

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)

これまでの事業計画策定後の進捗状況の確認は、不定期であり、回数も少ない状況でした。よって、現実と計画の乖離があっても早急に有効な対応をとる事が出来ず、計画が絵に描いた餅に終わってしまう事も有りました。また、第二創業や事業承継についても、事業計画の策定支援にとどまり、計画実行の経過の中で、計画の進捗状況を見ながら具体的な助言を行ったケースは少なく、計画実現への実施支援が課題となっています。

(改善方法)

今後の改善としては、策定された事業計画について必要に応じ、経済動向・需要調査並びに経営状況の分析を行った上で、計画の進捗状況の確認を定期的に行うと共に、早期に課題を発見し、計画の見直しや目標値の修正等の必要な支援を行います。

また、第二創業や事業承継についても、事業計画の進捗状況の確認を定期的に行い、早期に課題を発見し、小規模事業者の持続的発展となる為の伴走型の支援を実施します。

(事業内容)

- ①事業計画策定後、1年目は四半期に一度、2年目は半期に一度、巡回訪問を実施し、事業計画の進捗状況の確認を行うと共に、財務内容改善の為の資金斡旋等必要な指導・助言を行います。特に、定期的に訪問する事によりPDCAサイクルによる伴走型の支援を目指します。
- ②事業計画策定後の支援について、個々の経営指導員が各事業者の進捗状況を2年に渡りフォローアップする過程で、支援課題を解決のために5商工会の「広域経営支援会議」の機能を活かし、会議メンバーのそれぞれの指導事例や指導経験等を基に、支援課題の解決策について協議し、必要な指導支援を行う。加えて、専門的な支援の必要がある場合は、「にいがた産業創造機構」、「ミラサポの登録専門家」、「新潟県よろず支援拠点のコーディネーターの派遣事業」を必要に応じて活用し、策定後の伴走型支援の強化を目指します。

(目 標)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
個別フォローアップ件数		未実施	48	72	72	72	72
内 訳	三和商工会	1年目	未実施	12	12	12	12
		2年目	未実施		6	6	6
	牧商工会	1年目	未実施	8	8	8	8
		2年目	未実施		4	4	4
	清里商工会	1年目	未実施	8	8	8	8
		2年目	未実施		4	4	4
	板倉商工会	1年目	未実施	12	12	12	12
		2年目	未実施		6	6	6
	中郷商工会	1年目	未実施	8	8	8	8
		2年目	未実施		4	4	4

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

情報化社会の著しく進展した現代にあって、小規模事業者が過度な情報に左右される事なく、自社の目指すべき方向性を見失わない為には、消費者のニーズを把握する事が必要です。一方で、当地域においては行政合併以降、郊外型スーパーやショッピングセンターの出店による影響もあり、過疎化が急速に進んだほか、少子高齢化に伴う固定顧客の減少や後継者不足による廃業、特に小売業の衰退が顕著に進んだ事で、地元購買率は低下の一途を辿っています。この事から、地域に根差した小規模事業者が経営を持続し、地域経済を維持・活性化させる為にも、消費者のニーズを的確に捉える重要性が増してきています。

しかし、これまで5商工会において需要動向調査は実施されておらず、経営指導員等が上越市や民間金融機関・日本政策金融公庫等から提供される景気動向調査などの情報や、巡回訪問時に収集した情報を小規模事業者に提供する程度といった、不十分な支援内容でした。

(改善方法)

今後は支援する事業者に対し、需要動向調査の必要性を十分に説明した上で、店頭や商談会などにおけるニーズ調査の実施を促すと共に、各種統計資料等の活用により、事業者の需要動向調査を計画的・体系的にサポートしていきます。なお、本調査によって収集されたデータについては、「広域経営支援会議」において、より多くの職員間で共有・整理・分析し、簡潔な調査報告書としてまとめます。完成した調査報告書は、速やかに事業者へ提供し、事業計画策定等に活用すると共に、共有サーバーに保存し、全職員が常時閲覧出来るようにします。また、必要に応じて専門家と連携する事で、専門性の高い分野への需要動向に関する情報提供や、新商品開発の支援を実施します。

(事業内容)

(1) 店頭等におけるニーズ調査

支援対象となる事業者が必要動向調査の必要性を説明し、事業者が取り扱う既存商品や新商品などについて顧客がどう感じるかについてアンケート調査等をする際に、5商工会において下記の支援を行います。

①調査目的

支援対象事業者が策定する事業計画のメインターゲットとなる消費者のニーズを的確に捉える事で、事業コンセプトを明確なものとし、将来的な売上維持・拡大を図る。

②調査対象

事業者各々の顧客層を確認した上で、事業者と経営指導員で調査するターゲット層を絞り込む。(BtoC)

③調査期間及び標本数

事業者が経営指導員と共に、事業計画策定に必要な十分な標本数(製造及び建設業 10、宿泊及びサービス業 30、その他の業種 50、程度)が採取可能な期間を設定する。

④調査項目

「広域経営支援会議」において、支援対象となる事業者の業種ごとに、主として次表の通り設定し、顧客の生の声を収集する。また、場合により専門家の意見を仰ぐ

事で、調査の有用性を高める。

業種	主な調査項目
卸・小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品や既存商品に対する評価（価格、数量、味、改善点等） ・役務に関する評価（接客態度、納期等） ・お店の選択理由（雰囲気、価格、品揃え、営業時間、立地等） ・取り揃えて欲しい商品 ・他店との比較（優れている点や劣っている点等）
飲食業	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな飲食メニューや既存の飲食メニューに対する評価（価格、量、味、ビジュアル、改善点等） ・役務に関する評価（提供までの時間、接客態度、衛生面等） ・お店の選択理由（雰囲気、価格、営業時間、立地等） ・取り入れて欲しい食材やメニュー ・他店との比較（優れている点や劣っている点等）
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・新製品や既存製品に対する評価（技術、価格、デザイン、耐久性、改善点等） ・当社の選択理由（製品、価格、納期、立地等） ・同製品に対する他社との比較（優れている点や劣っている点等）
建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・役務に関する評価（受注額、技術、迅速性、改善点等） ・住宅購入等に際し重視する点（耐震強度、デザイン、風通し等） ・現在の住まいに対する評価（気に入っている点や不満等） ・当社の選択理由（受注額、技術、迅速性等） ・同業他社との比較（優れている点や劣っている点等）
宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ・役務に関する評価（価格、接客態度、提供メニュー、改善点等） ・宿泊先としての選択理由（温泉などの施設、食事内容、景色、接客、価格、体験プラン等） ・実施予定のプランなどに対する評価（価格、内容等） ・実施して欲しい企画等（新たな宴会や体験プラン等） ・他の旅館等との比較（優れている点や劣っている点等）
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ・役務に関する評価（価格、接客態度、提供メニュー、改善点等） ・当社の選択理由（価格、迅速性、技術等） ・同業他社との比較（優れている点や劣っている点等）

⑤調査方法

「広域経営支援会議」において作成するアンケート又はヒアリングシートを支援対象事業者提供。事業者は店頭やイベント出店等において、提供された調査用紙を利用し、顧客の生の声を調査する。なお、顧客の滞在時間が短く店頭等での回答が困難であるなど、必要に応じて5商工会が送料負担する返信用封筒（管轄地区の商工会宛）を同時に顧客へ配布する。

⑥分析方法

回収データは「広域経営支援会議」において整理し、調査結果からターゲット層のニーズを取りまとめ、傾向を把握するほか、経営分析の結果を用いながら、ニーズに対応した経営戦略を検討する。また、調査の分析結果とそれに対する経営戦略は

簡潔な調査報告書としてまとめる。

⑦提供方法

報告書は速やかに事業者へ提供し、事業計画策定に活用すると共に、共有サーバーに保存し、全職員が常時閲覧出来るようにする事で、情報共有を図る。

⑧小規模事業者に対する効果

本調査により得られた分析結果を事業計画策定に活用する事で、事業コンセプトの再定義や内容の見直し、新商品などのブラッシュアップを図る事が出来る為、計画そのものの実現可能性を高める事が出来る。

(2) 商談会等におけるニーズ調査

展示会や見本市など各種商談会等に出展する事業者に対し、需要動向調査の必要性を説明し、事業者が出品する商品・製品を商談会等に来場するバイヤーやメーカー等がどう感じるかについてアンケート調査等をする際に、5 商工会において下記の支援を行います。

①調査目的

商談会等の来場者のニーズを的確に捉える事で、出品する商品や製品の見直し、商品自体のコンセプト（誰の、どんなニーズに、どのくらいの分量や価格で、どのように提供するか）を明確化する事で、後の商談成立による販路開拓を図る。

②調査対象

商談会等に来場するバイヤーやメーカー等を対象とする。(BtoB)

③調査期間及び標本数

商談会等の出展期間中に調査を実施し、標本数は1開催日あたり20を目標とする。

④調査項目

業種や地域などといった属性のほか、商品の選定ポイント、商品ニーズ、価格感、サイズ、商品への要望、商品の満足度、製造業者の選定ポイント等を主に、「広域経営支援会議」において設定し、バイヤーやメーカー等の生の声を収集する。また、場合により専門家の意見を仰ぐ事で、調査の有用性を高める。

⑤調査方法

「広域経営支援会議」において作成するアンケート又はヒアリングシートを支援対象事業者へ提供。事業者は展示会や見本市といった各種商談会等において、提供された調査用紙を利用し、対面により来場者の生の声を調査する。

⑥分析方法

回収データは「広域経営支援会議」において整理し、調査結果からバイヤーやメーカー等のニーズを取りまとめ、傾向を把握し、場合によっては専門家を交えながら、よりマーケットインが見込める商品コンセプトを検討する。また、調査の分析結果と商品コンセプトの検討結果は簡潔な調査報告書としてまとめる。

⑦提供方法

報告書は速やかに事業者へ提供し、商品のブラッシュアップや事業計画策定等に活用すると共に、共有サーバーに保存し、全職員が常時閲覧出来るようにする事で情報共有を図る。また、必要に応じて専門家と提携し、新商品開発の支援を実施する。

⑧小規模事業者に対する効果

本調査により得られた分析結果を、出品した商品自体のコンセプトの再定義や見直しに活用する事で、後の商談成立可能性を高める事が出来る。また、商品コンセプト

トの明確化により、策定する事業計画の実現可能性を高める事が出来る。

(3) 各種統計調査等を活用した需要動向調査

①調査目的

当地域外の、より広域的な視点に立った需要動向に関する分析結果を提供する事で、計画の見直しや新たな需要開拓の方向性の決定等への活用を図る。

②支援対象

事業計画を策定する小規模事業者や、販路開拓に向けて商談会等に出展した小規模事業者。

③調査内容

収集する情報の内容は、対象事業者が販売する、商品・サービスの需要動向に関するものや、新商品や新サービス、商談会等に出品した商品や製品に関するものを中心とする。

④調査方法

業界紙や日経テレコン、新聞、インターネット、各種統計調査（総務省統計局「家計消費状況調査」、「家計調査」、日本フードサービス協会「データから見る外食産業」など）等から情報を収集する。

⑤分析方法

収集した情報は「広域経営支援会議」において整理し、対象となる商品やサービスのマクロ的な需要動向を把握する。

⑥提供方法

分析結果は前記（1）店頭等におけるニーズ調査、又は（2）商談会等におけるニーズ調査を支援する際に提供すると共に、調査報告書に併記する。

(目 標)

(1)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
店頭等におけるニーズ調査		未実施	12 (4)	12 (5)	12 (6)	12 (7)	12 (8)
内 訳	三和商工会	未実施	3	3	3	3	3
	牧商工会	未実施	2	2	2	2	2
	清里商工会	未実施	2	2	2	2	2
	板倉商工会	未実施	3	3	3	3	3
	中郷商工会	未実施	2	2	2	2	2

※個社支援者数は前掲した事業計画策定支援数と同数。()内の数値は支援者数のうち、売上の前年対比が5%以上アップした事業者数。

(2)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
商談会等におけるニーズ調査		未実施	5 (5)	5 (5)	5 (5)	5 (5)	5 (5)
内 訳	三和商工会	未実施	1	1	1	1	1
	牧商工会	未実施	1	1	1	1	1
	清里商工会	未実施	1	1	1	1	1
	板倉商工会	未実施	1	1	1	1	1
	中郷商工会	未実施	1	1	1	1	1

※商談会等におけるニーズ調査は、後掲する展示会・見本市・商談会等の支援事業者に対して必ず実施する為、同数となる。()内の数値は支援者数の延べ商談成立件数。

(3)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
各種統計調査等を活用した需要動向調査での個社支援者数		未実施	17	17	17	17	17
内 訳	三和商工会	未実施	4	4	4	4	4
	牧商工会	未実施	3	3	3	3	3
	清里商工会	未実施	3	3	3	3	3
	板倉商工会	未実施	4	4	4	4	4
	中郷商工会	未実施	3	3	3	3	3

※各種統計調査等を活用した需要動向調査は、(1)店頭等におけるニーズ調査と(2)商談会等におけるニーズ調査を実施した事業者全てに対して行う為、個社支援者数は合計値となる。

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)

地域の小規模事業者の多くは、地域ならではの特色や技術に秀でた商品・技術・サービス等を有していても、事業主の高齢化や後継者をはじめとした人手不足等により、営業エリアの拡大を図る事が難しく、人口減少・少子高齢化により消費の縮小が続く当地域周辺での営業活動に甘んじています。

情報化対応におきましても、事業主の高齢化等により、時代に合った対応が不十分になりがちで、自店の持つ特徴や優位性を、地域外の企業や消費者に向けてタイムリーに発信する事が出来ていません。

これらが原因となり、新たな需要の開拓が進まず、結果として新規顧客の獲得や売上増加に支障が生じ、深刻な経営課題になっています。

商工会における今までの支援体制も、商工会ごとに各種展示会や物産展等のイベントを小規模事業者に紹介し、出展を促す方法や、事業所を紹介するホームページを作成する事で販路開拓に結び付けようといった対応が主なものでありました。

(改善方法)

営業エリアの拡大とともに新規顧客の獲得や売上増加を目指すため新たな需要の開拓に取り組もうとする小規模事業者に対して、企業間取引や対消費者取引の拡大に効果的な

展示会・商談会及び物産展への出展支援を行います。

優れた商品・技術・サービス等を有してはいるものの販売力の弱い小規模事業者に対しては、企業間取引及び対消費者取引を拡大する為、展示会・商談会及び物産展への出展支援を行います。

また、特徴がありながらも営業範囲が狭い為認知度等が十分でない商品・技術・サービス等を扱う小規模事業者に対しては、売上の増加並びに販路の拡大に向け、商談会等への出展を促し、上記の営業エリア拡大を目指す小規模事業者及び販売力の弱い小規模事業者とともに、アプローチ方法や商談技術等の習得支援を行います。また必要に応じ、上越市が認証する「メイド・イン上越」認証取得支援を行い、行政支援による認知度の向上、売上増加並びに販路の拡大を図ります。

情報発信においても、販売・取引先開拓・商品 PR 等、個社の目的を明確化した上で、即時性や訴求力が高く、ターゲットのニーズに合った情報化支援に取り組みます。

(事業内容)

(1) 展示会・見本市・商談会等への出展による販路開拓支援

①営業エリア拡大を目指す小規模事業者及び販売力の弱い小規模事業者に対し、企業間取引を促進する為、ニッポン全国物産展やスーパーマーケットトレードショー、国際雑貨エキスポ等の展示会、見本市及び商談会へ、条件が合い効果が見込めるものを選択し出展を支援し、小規模事業者が日常では対応が難しいバイヤー等への直接的なアプローチによる販路開拓や他企業とのビジネスマッチングの機会を提供します。

なお、具体的な支援内容については以下のとおりです。

- ・需要動向調査で得た結果の提供による事前準備支援
- ・主催団体等で開催若しくは独自開催する事前セミナーへの参加による販路開拓手法の習得支援
- ・FCP シートの作成、効果的な商品ディスプレイ手法等の事前指導
- ・出展後のバイヤー等へのアフターフォローによる営業指導
- ・その他取引成立に向けた効果的な各種支援

【参考】

「ニッポン全国物産展」全国 47 都道府県の魅力ある食品、名産品、工芸品を作っている業者が 350 以上集結し、三日間で 15 万人以上の来場がある

「スーパーマーケットトレードショー」食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会で、小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食、海外などから多数のバイヤーが来場する。三日間で 2,200 社・団体の出展、88,000 人の来場がある。

「国際雑貨エキスポ」世界中からあらゆる雑貨・小物が一堂に出展する大規模商談会で、売上げに繋がる商談会として年々規模を拡大し、現在は年 2 回開催している。

三日間で 320 社・団体の出展がある。

②営業エリア拡大を目指す小規模事業者及び販売力の弱い小規模事業者に対し、対消費者取引を促進する為、「新潟」及び「上越」のブランドや上越南地区のスケールメリットを活用しながら、新潟県のアンテナショップ「表参道新潟館ネスパス」や大阪梅田の「じよんのびにいがた」等に、条件が合い効果が見込めるものを選択し大都市圏の消費者に向けた物産展等を 5 商工会で開催し、出展者の売上増加や販路拡大を支援します。

なお、具体的な支援内容については以下のとおりです

- ・需要動向調査で得た結果の提供による事前準備支援
- ・ブース設営・接客などに関する事前及び現地指導
- ・アンケート等による購入者情報の収集と活用方法、購入者へのアフターフォロー等事後指導
- ・その他売上増加、新たな販路拡大並びに事後の継続的な商取引に向けた効果的な各種支援

【参考】

「表参道新潟館ネスパス」東京表参道にあり、年間100万人以上が訪れる、“食”を中心とした新潟県産品の販売や飲食、観光誘客等、新潟県の魅力を発信するアンテナショップ。

「じょんのびにいがた」大阪梅田にあり、年間120万人以上が訪れる、新潟県の「関西情報発信拠点」となっているアンテナショップ。

- ③特徴がありながら、営業範囲が狭い為、地元を含めた新潟県内の消費者並びに企業からの認知度や支持もまだ十分ではない商品や技術・サービスを扱う小規模事業者に対しては、県内で開催されるフードメッセ in にいがた、にいがたB I Z E X P Oなどの商談会や見本市及び市内外各地で開催される物産展の中から、条件が合い効果が見込めるものを選択し積極的に出展を促すとともに来場者に向けたアプローチ方法や商談技術等の習得支援を行う事により、商品PRや知名度の向上を促進し、売上の増加並びに販路の拡大に結び付けていきます。

【参考】

「フードメッセ in にいがた」本州日本海側最大の食の国際総合見本市で、三日間で500社の出展、11,000人の来場がある。

「にいがたB I Z E X P O」新潟県内最大級の商談型産業見本市で、年々規模を拡大しており、2017年度実績は二日間で184社の出展、11,390人の来場があった。

- ④上越市が特徴ある優れた特産品や工業製品を認証する「メイド・イン上越」制度について、必要に応じて、認証取得による効果の説明、申請書等の作成指導並びにプレゼンテーション対応等の認証取得に向けた各種支援に取り組み、地域ブランド化による商品価値の向上を図り、行政支援による認知度の向上並びに新しい販路開拓を推進します。

【参考】

「メイド・イン上越」上越市が市内の中小企業者等が開発・改良及び製造した商品のうち優れた商品を「メイド・イン上越」として認証し、上越ならではの特色ある産品を「地域の継承品」として指定し、商品の情報発信や販売促進、関係事業者間の連携強化等を推進する制度。制度開始から6年が経過し、現在特産品87品、工業製品27品が認証を受けている。

(2) Web等情報の発信による新たな需要開拓支援

- ①小規模事業者の外向きな情報発信を活性化させ、新たな販路開拓やタイムリーな販促情報の提供等による売上増加を図る為、全国商工会連合会の「ホームページ作成ツール (SHIFT)」や、中小企業庁の「中小企業・小規模事業者サポートサイト (ミラサポ)」への登録を推進します。

登録に当たっては、個社がWeb上でアピールすべきポイントを経営指導員が分析し、

販路開拓、来店客増加、商品・技術のPR及びネット通販等目的にあった効果的なWebページの作成や更新、並びに有効な情報の掲載と発信・拡散方法などのほかSHIFTを活用したSNSへの対応支援等を行います。

- ②SHIFT及びミラサポ登録以外で、小規模事業者独自のショッピングサイトの開設や決済システムの構築等オリジナリティの高いWebページの作成やそれらに関する情報発信等専門的又は高度な支援案件については、関連機関である新潟県商工会連合会や、にいがた産業創造機構(NICO)、経済産業省の「よろず支援拠点」等の専門家派遣により対応を図ります。

(目標)

○展示会・見本市・商談会等の支援(事業内容(1)-①・③)

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
展示会・見本市等 参加事業所数(合計)		未実施	5	5	5	5	5
内 訳	三和商工会	未実施	1	1	1	1	1
	牧商工会	未実施	1	1	1	1	1
	清里商工会	未実施	1	1	1	1	1
	板倉商工会	未実施	1	1	1	1	1
	中郷商工会	未実施	1	1	1	1	1
商談件数(合計)		未実施	15	15	15	15	15
内 訳	三和商工会	未実施	3	3	3	3	3
	牧商工会	未実施	3	3	3	3	3
	清里商工会	未実施	3	3	3	3	3
	板倉商工会	未実施	3	3	3	3	3
	中郷商工会	未実施	3	3	3	3	3
成約件数(合計)		未実施	5	5	5	5	5
内 訳	三和商工会	未実施	1	1	1	1	1
	牧商工会	未実施	1	1	1	1	1
	清里商工会	未実施	1	1	1	1	1
	板倉商工会	未実施	1	1	1	1	1
	中郷商工会	未実施	1	1	1	1	1

○物産展等の支援（事業内容(1)－②・③）

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
物産展 開催・出展回数		1	1	1	1	1	1
参加事業所数		5	7	8	9	10	11
内 訳	三和商工会	0	1	2	2	2	2
	牧商工会	5	3	3	3	3	3
	清里商工会	0	1	1	1	1	2
	板倉商工会	0	1	1	2	2	2
	中郷商工会	0	1	1	1	2	2
1物産展1事業所 当り平均販売額		80,000	80,000	90,000	90,000	100,000	100,000

○メイド・イン上越認証に向けた支援（事業内容(1)－④）

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
認証支援先数		9	5	5	10	10	15
内 訳	三和商工会	2	1	1	2	2	3
	牧商工会	7	1	1	2	2	3
	清里商工会	0	1	1	2	2	3
	板倉商工会	0	1	1	2	2	3
	中郷商工会	0	1	1	2	2	3
申請数		9	1	1	1	1	1
認証数		9	1	1	1	1	1

※「メイド・イン上越」認証はハードルが高く、申請準備に時間を要する為、申請数及び認証数については、毎年5商工会全体で1件とする。

○Web 等情報の発信（事業内容(2)－①）

支援内容		現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
SHIFT 及び ミラサポへの登録		未実施	12	12	12	12	12
内 訳	三和商工会	未実施	3	3	3	3	3
	牧商工会	未実施	2	2	2	2	2
	清里商工会	未実施	2	2	2	2	2
	板倉商工会	未実施	3	3	3	3	3
	中郷商工会	未実施	2	2	2	2	2
Web 情報の発信・ 提供等による販路 開拓支援事業所数		未実施	15	15	15	15	15
内 訳	三和商工会	未実施	3	3	3	3	3
	牧商工会	未実施	3	3	3	3	3
	清里商工会	未実施	3	3	3	3	3
	板倉商工会	未実施	3	3	3	3	3
	中郷商工会	未実施	3	3	3	3	3

※「SHIFT 及びミラサポへの登録事業所」及び「Web 情報の発信・提供等による販路開拓支援事業所」は対前年比売上高 5%増を目標とする。

II. 地域経済の活性化に資する取組み

1. 地域経済活性化事業

（現状と課題）

5 商工会地区には、名所・旧跡・レジャー施設など優良な観光資源や米をはじめ良質な農産物が多数あり、古来から米を利用した酒や味噌などの発酵食品の製造が盛んでした。

近年は特区制度によるどぶろく製造も行われ、どぶろくを利用したスイーツも登場し、特産品として注目されています。

このように、資源として素材が多数存在しているものの、横の繋がりが弱くスケールメリットを活かすことが出来ず、過去に「上越どんぶり巡り」、スタンプラリーの共同事業や研修会などを実施して来たが目的別の事業を実施するにとどまり、観光振興や地域経済活性化に結び付くまでには至っていませんでした。

各地区では行政合併前から旧町村単位で地区内団体と連携して、独自にイベントを実施して来ました。合併後も継続して旧町村単位で市やまちづくり振興会・観光振興団体などの団体と連携を図りながら実行委員会を立ち上げてイベントを実施しています。

しかし、一過性のイベントであることから小規模事業者の売上に継続的に結びついていないとは言えない状況にあります。

また、少子高齢化による自然減と若年者の転出による社会減による過疎化の進行、近隣での大型店進出による消費の流出やネット通販の普及による地区内消費の減少など小規模事業者を取り巻く環境は益々厳しい状況にあります。

このような状況の中、横の連携を密にし、地域資源、イベント等を有効に活用して、い

かに小規模事業者の販路拡大に繋げるかが課題です。

(改善方法)

今後は、旧町村単位での事業展開にとどまらず、スケールメリットを活かして、上越市・上越南商工業振興協議会・まちづくり振興会・観光振興団体・商工団体等多様な機関と連携し、地域の課題や潜在的資源の認識並びに活用について協議を重ね、資源情報や改善策、地域活性化策等について、今後の方向性を関係者間で共有する必要があります。

少子高齢化等で過疎が進行し、市場の縮小と大型店への消費の流出対策として、観光振興による交流人口拡大に取組み販路拡大を目指します。

さらに、特産品などの販路拡大のため商品情報の情報発信、物産展や見本市の出展について支援します。

また、地域資源を活用して観光商品化を図るため、観光パンフやマップ、ホームページ等によるPR活動も積極的に実施します。

現在、各区で開催しているイベント等について見直しを行い、単独での開催にとどまらず共同開催の検討、イベントでの各区のPRコーナー、各区の物販コーナーの設置など各区の交流の促進についても検討します。

(事業内容)

- (1) 5商工会で構成している既存の上越南商工業振興協議会と上越市や公益社団法人上越観光コンベンション協会と連携し、観光による地域活性化検討会議を年一回開催します。

会議では課題と活性化策について検討を行い情報を共有したうえで、地域の強み(名所、旧跡、雪国文化、自然、食、施設)を活かした新たな観光ルートやマップ、カタログ等を作成します。

作成したマップ、カタログ等は市関係施設・物産店・旅行業者等へ配布、ホームページ等に掲載して情報発信を行い、交流人口の拡大による地域経済活性化に役立てます。

- (2) 上越南商工業振興協議会において、地域内食品関係業者と協力し、食による地域活性化検討会議を年一回開催します。

会議では課題と活性化策について検討を行い情報を共有したうえで、地域の食材や食文化の発掘及び活用、新商品の開発やブランド化への取り組みを行います。

さらに物産展や見本市等を通じて販路拡大に取組み、事業者の持続的発展や雇用創出に役立てます。

(目 標)

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
上越南商工業振興協議会開催回数 (テーマ：観光)	未実施	1	1	1	1	1
上越南商工業振興協議会開催回数 (テーマ：食)	未実施	1	1	1	1	1

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り組み

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)

今までも近隣商工会・商工会議所、支援機関・金融機関及び行政等との定期的な連絡会を実施してきましたが、主には市内の商工業の景況動向や各機関の事業の報告が中心であり、小規模事業者への持続的発展と事業計画策定支援、創業や後継者育成支援などに必要な専門的な支援ノウハウ等の情報共有が充分なされてはいませんでした。

(改善方法)

この反省を踏まえ、行政や地元金融機関、各関係機関との定期的な地域経済動向や経営改善普及事業についての情報交換に加え、小規模事業者の持続的発展と事業計画策定支援、販路拡大支援、創業支援並びに事業承継の為の後継者育成支援など、小規模事業者が抱える課題について、専門的な支援をより円滑に推進する為、税理士等の専門機関や新潟県よろず支援拠点、公的金融機関、新潟県商工会連合会等の支援機関との連携強化を図ります。

(事業内容)

(1) 上越市内商工会と公的金融機関との情報交換会議の実施

日本政策金融公庫高田支店と管轄の19商工会、3商工会議所によるマル経協議会により、金融斡旋状況を中心に現場レベルにおける様々な小規模事業者への支援実績や成功した手法、伴走型支援のノウハウ、支援状況等について年2回の頻度で情報交換を行い、効果的な金融支援を行います。

(2) 事業計画策定など経営力向上支援会議の実施

税理士等専門機関、新潟県よろず支援拠点、日本政策金融公庫との連絡会議を年1回開催し、小規模事業者の経営分析や経営計画等作成に必要な専門的支援ノウハウ等の情報交換を行い、小規模事業者が地域で経営を持続的に行う為の支援ノウハウを共有します。

(3) 販路拡大支援の連携会議の実施

新潟県よろず支援拠点、にいがた産業創造機構(NICO)、行政機関、上越教育大学、上越観光コンベンションセンター等と連携し、情報交換会議を年1回開催し、成長が期待される産業の創出と販路開拓やセミナー開催、商品や技術の開発等、新たな需要開拓となる為の支援ノウハウを共有します。

(4) 創業及び事業承継支援連携会議の実施

にいがた産業創造機構(NICO)、事業引継ぎ支援センター及び日本政策金融公庫と連携し、創業及び事業承継者の発掘と育成を図る為、年1回情報交換会を行い、支援ノウハウ、支援状況等について情報を共有します。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

小規模事業者の経営分析や各種支援については、経営指導員が主体となって行っているが、経験年数や指導の得意分野の違いなど、個々のスキルには差がある。必然的に小規模事業者に対する指導にも差が生じ、各単会に配置された職員により指導方法が異なっているというのが現状です。

経営指導員個々のスキルアップと指導方法の均一化に取り組むと共に、より高度な指導対応を可能とすべく、資質の向上を図っていく事が課題であります。

(改善方法)

従来の経営改善普及事業に必要な能力向上に加え、小規模事業者に対する支援ノウハウや経営分析手法を全職員が習得出来る体制を構築し、支援力向上を図ります。

(事業内容)

(1) 資質向上に関すること

新潟県及び新潟県商工会連合会が主催する経営指導員研修会への参加により、小規模事業者への伴走型支援に必要な経営状況の分析や事業計画の策定、販路拡大等の支援能力向上の為の知識や技術を習得します。

併せて、毎月2回開催される「広域経営支援会議」において、各種の支援事例の勉強会を行い、事例や課題・課題に対する改善策等を入力したものを共有フォルダに保存します。各商工会では共有フォルダに保存された資料をもとに、経営指導員等が中心となり全職員に対する勉強会を実施し、その際に出された意見等についても、後に開催される「広域経営支援会議」において検討・協議し再度共有フォルダに保存することで、伴走型支援能力の向上に役立てます。

また、中小企業大学校が主催する各研修コースへの参加により、より高度な知識や得意支援分野の修学を図ります。

加えて、スーパーバイザー事業「注1」（小規模事業者経営力向上支援事業）を活用して、OJT（日常業務を通じた職員教育）や研修等を通じ、経営指導員等の資質や支援能力の向上を図り、小規模事業者への支援体制の充実を図ります。

「注1」：定年退職のピークを迎え職員の世代交代が進み、ベテラン経営指導員のノウハウがなかなか伝わらない現状を解決する為、平成28年度より経営指導員等の指導・教育を行うスーパーバイザー制度が導入された。

(2) 情報共有に関すること

共有サーバーに上越商工業振興協議会のフォルダを設置し、支援事例や各種補助金の活用方法、経営分析のひな型、支援に有効なデータ等を掲示し、全職員がそれらを閲覧・活用できる仕組みを構築します。データの更新は「広域経営支援会議」で協議したうえで、最新のを共有します。

「広域経営支援会議」で検討・協議された事項は、各商工会での勉強会等を通じて「広域経営支援会議」の出席者以外の職員と情報を共有できる体制を構築するとともに、組織としての支援力と資質の向上につなげます。

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1回、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・検証を行います。

(事業内容)

- (1) 広域経営支援会議において、事業の実施状況、成果を検証します。
- (2) 広域経営支援会議での検証結果を踏まえて、5 商工会正副会長の他に外部有識者として上越市産業振興課、外部専門家による評価委員会を設置し、事業の実施状況や成果の評価見直しを行います。同時に、必要に応じて事業計画の再検討を行い、次年度以降の事業方針を検討します。
- (3) 評価委員会での検証結果を各商工会理事会・総会に報告し、承認を受けるものとします。
- (4) 5 商工会の組織する上越南商工業振興協議会総会等に、事業の実施状況、評価見直し結果を報告すると共に次年度の事業方針を決定します。
- (5) 事業の成果・評価等を各商工会のホームページに掲載し公表します。

(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																											
			(30年11月現在)																								
(1) 実施体制																											
事業実施団体名 上越南商工業振興協議会 会長 飯田一郎 (牧商工会長)		<table border="1"> <thead> <tr> <th>構成商工会</th> <th>役員数</th> <th>職員数</th> <th>会員数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>三和商工会</td> <td>15</td> <td>5</td> <td>129</td> </tr> <tr> <td>牧商工会</td> <td>13</td> <td>3</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>清里商工会</td> <td>13</td> <td>4</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>板倉商工会</td> <td>18</td> <td>6</td> <td>157</td> </tr> <tr> <td>中郷商工会</td> <td>15</td> <td>4</td> <td>106</td> </tr> </tbody> </table>		構成商工会	役員数	職員数	会員数	三和商工会	15	5	129	牧商工会	13	3	70	清里商工会	13	4	75	板倉商工会	18	6	157	中郷商工会	15	4	106
構成商工会	役員数	職員数	会員数																								
三和商工会	15	5	129																								
牧商工会	13	3	70																								
清里商工会	13	4	75																								
板倉商工会	18	6	157																								
中郷商工会	15	4	106																								
事務局名称 上越南広域経営支援センター (拠点商工会：三和商工会)		※「職員数」には臨時職員を含む																									
事務局体制 事務局長 2名 経営指導員 5名 経営支援員(補助員) 5名 経営支援員(記帳専任職員) 3名																											
(2) 連絡先																											
連絡先名称	住 所	電話番号	ホームページアドレス																								
上越南広域経営支援センター	上越市三和区 井ノ口 329-1	025-532-2192																									
三和商工会	上越市三和区 井ノ口 329-1	025-532-2192	http://wansakasanwa.jp/																								
牧商工会	上越市牧区 柳島 1212	025-533-5070	http://www.shokokai.or.jp/j-maki/																								
清里商工会	上越市清里区 荒牧 10-5	025-528-4111	http://www.kiyosyo.com/																								
板倉商工会	上越市板倉区 針 938	0255-78-2117	http://www.shokokai.or.jp/15/itakura/																								
中郷商工会	上越市中郷区 板橋 569-1	0255-74-2061	http://www.shokokai.or.jp/15/1554610000/																								

(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

上越南地区商工会全体

(単位 千円)

	31年度 (31年6月以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
○地域経済動向調査	200	200	200	200	200
○セミナー開催	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○需要動向調査	200	200	200	200	200
○新たな需要の開拓	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○地域経済活性化	200	200	200	200	200

三和商工会

(単位 千円)

	31年度 (31年6月以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	520	520	520	520	520
○地域経済動向調査	40	40	40	40	40
○セミナー開催	200	200	200	200	200
○需要動向調査	40	40	40	40	40
○新たな需要の開拓	200	200	200	200	200
○地域経済活性化	40	40	40	40	40

牧商工会

(単位 千円)

	31年度 (31年6月以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	520	520	520	520	520
○地域経済動向調査	40	40	40	40	40
○セミナー開催	200	200	200	200	200
○需要動向調査	40	40	40	40	40
○新たな需要の開拓	200	200	200	200	200
○地域経済活性化	40	40	40	40	40

清里商工会

(単位 千円)

	31年度 (31年6月以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	520	520	520	520	520
○地域経済動向調査	40	40	40	40	40
○セミナー開催	200	200	200	200	200
○需要動向調査	40	40	40	40	40
○新たな需要の開拓	200	200	200	200	200
○地域経済活性化	40	40	40	40	40

板倉商工会

(単位 千円)

	31年度 (31年6月以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	520	520	520	520	520
○地域経済動向調査	40	40	40	40	40
○セミナー開催	200	200	200	200	200
○需要動向調査	40	40	40	40	40
○新たな需要の開拓	200	200	200	200	200
○地域経済活性化	40	40	40	40	40

中郷商工会

(単位 千円)

	31年度 (31年6月以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	520	520	520	520	520
○地域経済動向調査	40	40	40	40	40
○セミナー開催	200	200	200	200	200
○需要動向調査	40	40	40	40	40
○新たな需要の開拓	200	200	200	200	200
○地域経済活性化	40	40	40	40	40

(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、各種手数料、事業受託料

(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。

(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			
I 地域の経済動向調査に関すること II 経営状況の分析に関すること III 事業計画の策定及び実施支援に関すること IV 需要動向調査に関すること V 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること VI 地域経済活性化事業に関すること VII 他の支援機関との連携を通じた支援力向上のための取り組みに関すること VIII 経営指導員等の資質向上等に関すること IX 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 X 経営支援発達計画の総合的实施に関すること			
連携者及びその役割			
連携者	住 所	電話番号	役割 (上記内容)
新潟県知事 花角英世	新潟県新潟市 中央区新光町4番地1	025-285-5511	III, IV, V, VI
上越市市長 村山秀幸	新潟県上越市 木田1丁目1番3号	025-526-5111	III, IV, V, VI VII, IX
新潟県商工会連合会 会長 早川吉秀	新潟県新潟市 中央区新光町7番地2	025-283-1311	I～X全て
にいがた産業創造機構(NICO) (新潟県よろず支援拠点) 理事長 花角英世	新潟県新潟市 中央区万代島5番1号	025-246-0025	II, III, V, IV, VII
新潟県信用保証協会 会長 坂井康一	新潟県新潟市 中央区川岸町1丁目47	025-267-1311	II, III, IV, VII
日本政策金融公庫 高田支店長 多田一雄	新潟県上越市 本町5-4-5	025-524-2340	II, III, V, IV, VII
株式会社第四銀行 頭取 並木富士男	新潟県新潟市 東堀通七番町1071-1	025-222-4111	II, III, IV, VII
株式会社北越銀行 頭取 佐藤勝弥	新潟県長岡市 大手通2丁目2番地14	0258-35-3111	II, III, IV, VII
新井信用金庫 理事長 鴨井文夫	新潟県妙高市 栄町2番3号	0255-72-3101	II, III, IV, VII
上越信用金庫 理事長 笠原和博	新潟県上越市 中央1-11-1	025-543-3184	II, III, IV, VII
上越商工会議所 会頭 高橋信雄	新潟県上越市 新光町1-10-20	025-525-1185	IV, VII, VIII
上越観光コンベンション協会 会長 田中弘邦	新潟県上越市 藤野新田175-1	025-543-2777	V, VI, VII, VIII
上越教育大学 学長 川崎直哉	新潟県上越市 山屋敷町1番地	025-522-2411	III, VII

連携体制図等

