

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>おうみまち 青海町商工会 (法人番号 8110005010785)</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成30年4月1日～平成35年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>当地域は20年前より人口が2割減少し、高齢化も進展しており小規模事業者は厳しい経営環境におかれている。地域内の小規模事業者が事業を持続的発展させることができるよう経営の発達を支援する。</p> <p>(1) 個別の小規模事業者に寄り添った経営課題解決による商工業の振興</p> <p>(2) 新たな産業の創出による小規模事業者の支援</p> <p>(3) 関係機関との連携強化による支援機関としての機能強化</p>
<p>事業内容</p>	<p><u>I 経営発達支援事業の内容</u></p> <p>1 地域の経済動向調査</p> <p>(1) 景況アンケート調査の充実 (既存事業の改善)</p> <p>(2) 新幹線高架下商業集積地の動向調査 (新規事業)</p> <p>(3) 業界データ・金融データ・雇用データ等の活用 (既存事業の改善)</p> <p>2. 経営状況の分析</p> <p>(1) 財務諸表の分析 (既存事業の改善)</p> <p>(2) 経営状況の分析 (既存事業の改善)</p> <p>3. 事業計画策定支援</p> <p>(1) 事業計画策定に関するセミナーの実施 (新規事業)</p> <p>(2) 事業計画策定支援 (既存事業改善)</p> <p>(3) 創業計画策定支援 (既存事業改善)</p> <p>(4) 糸魚川市創業支援ネットワークの活用 (既存事業改善)</p> <p>(5) 事業承継への対応支援 (新規事業)</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>(1) フォローアップのための巡回訪問・窓口支援 (既存事業改善)</p> <p>5. 需要動向調査</p> <p>(1) 自店の顧客アンケート調査 (新規事業)</p> <p>(2) 市場動向に関する調査 (既存事業改善)</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業</p> <p>(1) 情報発信による販路拡大と売上確保のために行う情報発信力向上支援事業 (新規事業)</p> <p>(2) 広報きらめき (地域住民向け広報誌) 発行事業 (既存事業改善)</p> <p>(3) 各種の展示会・商談会等への参加支援 (既存事業の改善)</p> <p><u>II 地域経済の活性化</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・おうみ祭り活用検討会の実施 (新規事業) ・商品開発推進事業 (新規事業) ・糸魚川市経済団体連絡協議会事業 (既存事業の改善)
<p>連絡先</p>	<p>青海町商工会 〒949-0304 新潟県糸魚川市大字寺地 2153 Tel 025-562-2352 Fax 025-562-5201</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

(地域の概要)

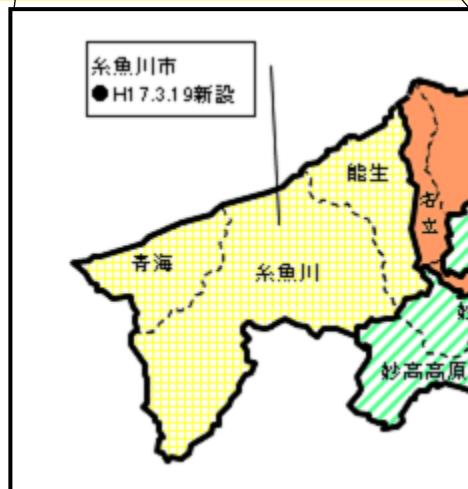
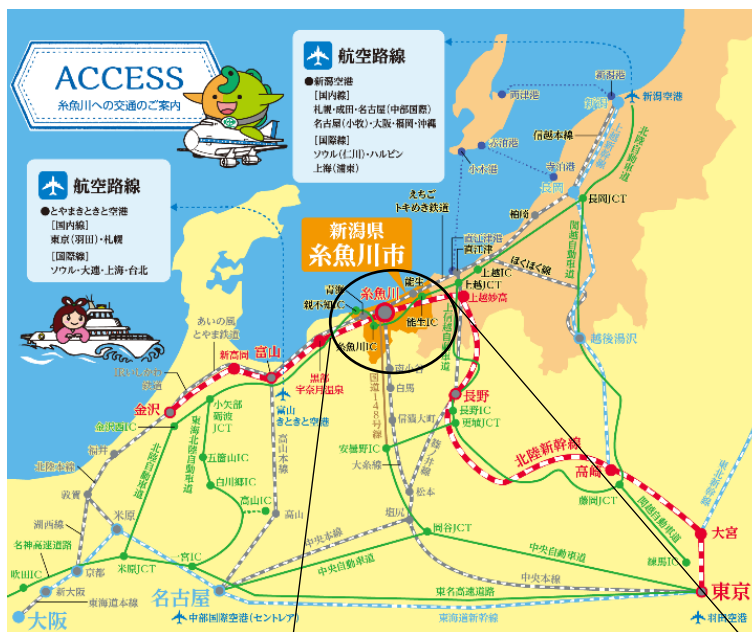
(1) 青海地域の地理的条件

新潟県糸魚川市青海地域は、新潟市の西南約 200 km、県の最西端に位置し、北は日本海、南は北アルプスを背にし、西は境川を隔てて富山県に接し、東は姫川を境に旧糸魚川市に接している。

地形の特性から、規模は極めて零細であるが、標高 3000m の北アルプスから流れ出る清流が日本海に流れ込み、ミネラルを多く含んだ冷たい雪解け水が米と農産物を育み、その恵みを楽しんできた。近海は複雑な海底地形によって魚種が多く、良質な魚介類の宝庫として四季を通じて地域住民を潤してきたが、近年では従事者、漁獲高、生産量とも減少傾向にある。

また、面積は 129.28 km² と比較的広いが 90% は山岳地帯であり、全面積の 13% を占める黒姫山一帯には推定埋蔵量約 500 億トンの良質な石灰岩がある。このため、この石灰石を原料としたクロロプレンゴム、塩化ビニール等の有機工業製品製造を主に、化学工業が主力産業となり発展してきた。特に、基幹企業として、一部上場企業であるデンカ株式会社(旧 電気化学工業株式会社)の青海工場が 1920 年頃から立地しており、工場従業員、協力会社、メンテナンス企業等が当地区を支えてきた。そのため、基幹工場の景気動向によって地域全体の景況が左右されるのも現状である。

(下图: 糸魚川市の位置)



(図: 糸魚川市における青海地域の位置)

地質学的には糸魚川静岡構造線上に位置し、糸魚川市全体は「世界ジオパーク」に認定されている。ジオパークの一つ、天下の険「親不知」は、古くは源平盛衰の昔、近代では水上勉の「越後つついし親不知」、森鷗外の「山椒大夫」等多くの文学作品に登場しており、国の名勝天然記念物にも指定されている。また、江戸時代から続く国指定無形民俗文化財「青海竹のからかい」は全国的にも珍しい正月行事として、各地から多くの力

メラマンで賑わう等、随所に歴史学上の重要性が認識されてきたが、受入体制が十分に整備されていない上、これらの素材を利用した地域特産品やサービスの開発の遅れが目立っている。

交通面では、道路は国道8号線、北陸自動車道が走り、青海地域内には親不知ICが整備されている。鉄道は、えちごトキめき鉄道が東西に走り、平成27年3月には北陸新幹線が開通して、糸魚川駅から首都圏をはじめ関西圏や北陸方面のアクセスが向上した。交流の増加や地域経済の活性化が期待されたが、観光客の取り込みは思うようには進んでいない。

(2) 人口、産業構造の推移

人口は20年前と比べ約20%の減少で、平成27年の人口は8,332人となっている。高齢化率は平成27年で全国平均が26.7%、新潟県平均が30.0%であるのに対し、青海地域は33.6%であり、高齢化が進展している。

青海地域の商工業者数は平成17年に387事業者であったものが、平成27年には353事業所と34事業所数(8.8%)が減少している。そのうち小規模事業者が30事業所であり、特に小規模事業者の減少数が著しいといえる。業種別では特に小売業が26事業所の減少(25%の減少)で顕著である。次いで飲食・宿泊業が5事業所の減少となっている。

当地域は、西と南が川と山を挟み富山県・長野県境にそれぞれ接しているため、商圏は閉鎖的であり、特に商業面では旧糸魚川市地域との競合で購買力の流出が激しく、糸魚川地域の一次商圏として取り込まれている。

地域内の消費者向けの事業は、人口の減少と高齢化により売上の減少・収益の悪化が顕著であり、後継者不足による廃業等が相次いでいる。一方、須沢地区にあっては、平成27年5月に新幹線高架下を利用した7店舗による商業集積が図られ、新たな商業拠点の形成が期待されている。

青海地域人口推移(糸魚川市統計要覧)

	人口	世帯数	高齢化率
昭和60年	11,753	3,693	-
平成7年	10,515	3,535	-
平成17年	9,489	3,364	31.3%
平成27年	8,332	3,225	33.6%

商工業者数、小規模事業者数の推移(商工会調査)

	商工業者数	内、小規模	会員数
昭和63年	275	235	181
平成7年	401	350	247
平成17年	387	346	244
平成27年	353	316	228
平成28年	354	318	227

業種別商工業者数推移（商工会調査）

	平成17年末 (構成比)	平成27年末 (構成比)	推移 (増加率)
製造業	21 (5.4%)	22 (6.2%)	1 (104.8%)
建設業	102 (26.4%)	99 (28.0%)	△3 (97.1%)
卸売業	7 (1.8%)	6 (1.7%)	△1 (85.7%)
小売業	104 (26.9%)	78 (22.1%)	△26 (75.0%)
飲食店・宿泊業	39 (10.1%)	34 (9.6%)	△5 (87.2%)
サービス業	87 (22.5%)	87 (24.6%)	0 (100.0%)
その他	27 (7.0%)	27 (7.6%)	0 (100.0%)
合計	387	353	△34 (91.2%)

(3) 青海地域の資源・名産品等

- ・無尽蔵の石灰石
主幹産業として成り立っている。
- ・世界ジオパークに認定されたジオサイト8ヶ所
①市振、②親不知、③青海海岸、④青海川ヒスイ峡、⑤今井、⑥マイコミ平、
⑦橋立金山、⑧梅海（つがみ）新道の8ヶ所があるが、⑥～⑧に関してはアクセスが整備されていない状況である。
- ・日本で唯一のヒスイの産出地
平成28年9月にヒスイが国石に認定され注目されているが、当地では素材のみの販売にとどまっている。
- ・多くの文学小説等に歌われた「天下の険 親不知」
知名度はあるが、関連商品の開発が遅れている
- ・キアンコウ、ホッコクアカエビ、ノドグロ、ズワイガニ、ノロゲンゲ等少量ながら高品質の魚介類。特に、もずくは「親不知もずく」としてブランド化されている。

(小規模事業者の現状及び課題)

(1) 商業：人口減少及び購買力流出に伴う商業の衰退

これまで、地元消費喚起のために糸魚川市との連携の下で「プレミアム商品券発行事業」や、商工会独自の「年末売出し」、「軽トラ市」等を実施してきたが、期間は限定されており、ある程度の効果は出せたものの、年間を通じて消費の減退に歯止めがかからない状況にある。

地域内の人口減少や少子高齢化、更に地域外への購買力流出が要因であるが、最近

では買い物弱者が歩いていける範囲の店が減り、買い物の利便性が損なわれているとの意見が出るほど逼迫した状況にある。事業者の高齢化が顕著ではあるが、事業者の待ちの姿勢を攻めの姿勢に改め、地域住民に支持される商業の活性化が緊急の課題である。

平成16年度から、10年後の北陸新幹線開業を見据えた商業集積に向けて検討を重ね、平成27年5月には北陸新幹線高架下の敷地へ7店舗の新たな商業集積を図ることができた。現在は新規開業の目新しさも落ち着き、今後の安定的な経営には、各店舗の提供する価値の真価が問われる状況となっている。

(2) 商業・サービス業：地域資源の有効活用

これまで、当地域では、地質学上にも、歴史上にも、世界に誇れる豊富な地域資源があるにも関わらず、素材のみの利用に留まっているものが多く、新たな付加価値創造が望まれる。

また、観光振興については、糸魚川市・観光協会青海支部、おうみ祭り実行委員会等と連携し、ひすい祭り・荒波あんこう祭り・バイクミーティング・おうみ祭り等を実施してきたが、一過性のものも多く、通年での情報発信や交流人口の拡大に必ずしも結び付いてこなかった。

事業者自身も販路拡大やPR活動について、イベントを継続的な事業に上手く結び付けておらず、四季を通じて顧客獲得や情報発信ができていないのが課題である。

(3) 工業・サービス業：基幹企業への依存

工業と一部のサービス業においては、地域の基幹産業である一部上場企業に支えられ、安定した企業経営を維持している事業所も多く、商工業者数で見ると微減に留まっている。主力企業の景況によって小規模事業者の経営が左右される現状にはあるが、比較的安定しており課題の緊急度は低い状況である。

(4) 全業種：高齢化による事業承継

地域内の高齢化率は33.6%と進展しており、これは経営者の高齢化にも言い得ている状況である。若年層の青年部員数もここ数年で半分にまで減少してくる等、高齢化への対策として、事業承継への支援も大きな課題である。

平成26年に当会独自で事業承継についての意識調査を実施した結果からは、後継者の選定・育成を承継に向けた大きな課題だと回答する事業者が圧倒的に多く、十分に後継予定者が育成されていない点が課題となっている。また、事業承継を予定していない、と回答した事業者が約60%と過半数を超えている状況である。

(商工会としての役割)

地域を支える小規模事業者が、その活力を最大限に発揮し、事業を持続発展させるためには、経営資源に制約があることから、自助努力だけでは克服できない問題がある。商工会は地域の支援機関として、その問題解決のために寄り添って問題に取り組み、小規模事業者が売上や利益を確保できるよう経営の発達を支援する。

(小規模事業者の中長期的な振興のあり方)

平成28年10月に公表された糸魚川市第2次総合計画（平成29年度～35年度）では、糸魚川市の活力ある産業の振興として、次の事項が挙げられている。

「①商工業の振興」として、

- ・企業の競争力の強化
- ・企業の経営安定化支援
- ・商店の魅力アップへの支援
- ・事業承継の支援
- ・地元消費活動の推進

「②新たな産業の創出」として、

- ・地元産品ブランド戦略の推進
- ・異業種間連携、6次産業化等の推進
- ・起業、創業の支援

「③交流人口の拡大」として

- ・観光素材の磨き上げ
- ・観光情報の発信
- ・効果的な宣伝活動の強化
- ・イベント等の実施と支援
- ・観光関連産業の活性化と地域振興

この糸魚川市第2次総合計画が掲げる上記事項を踏まえ、糸魚川市が活力ある産業の振興を目指すにあたり、当商工会は商工業者の支援機関として重要な役割を担っている。当商工会の中長期的な振興のあり方としては、地元根差した小規模事業者がその活力を最大限に発揮し、事業を持続発展させるために、その特性に応じた伴走型の支援を積極的に行い、経営発達の目標達成に向けた方策を実行していく。

(商工会としての目標と目標達成に向けた事業の方針)

上記のような課題と中長期的な振興のあり方を受け、当会としては以下を今後5年間の目標として掲げる。

(1) 個別の小規模事業者に寄り添った経営課題解決による商工業の振興

→上記「①商工業の振興」「③交流人口の拡大」に対応

これまで商工会の経営改善普及事業は、税務・労務・金融における個別事項の基礎的支援を中心に行ってきた。また、観光協会やスタンプ会をはじめ、地域の商工業者を構成員とする委託団体の事業支援を通じて地域経済の活性化に努めてきた。このため、事業計画の策定を事業者から相談されることは、金融相談や補助金申請時がほとんどであり、商工会としても事業計画の策定を積極的に働きかけていたとは言い難い。

しかしながら、経営環境が変化する中、地域の小規模事業者はその変化に対応しきれていない部分が生じているため、個別の小規模事業者に寄り添った経営課題解決を目標に掲げて、小規模事業者の競争力の強化、経営の安定化、事業承継、情報の発信、効果的な宣伝活動の強化などを支援し、活力ある産業の振興を図る。

【方針】

①個別の小規模事業者における経営課題の把握と課題解決による売上・利益の確保

個別の小規模事業者の事業計画を策定することで、自らを囲む環境の変化を捉えて自社を見つめ直し、経営課題を把握し、課題を解決するための策を検討することができる。商工会は事業者と共に事業計画を考え、その計画を実現するための行動を促すことで、売上・利益の確保を目指すような個々の小規模事業者の支援を目指す。経営課題の把握には、定量的な分析に加えて、定性的な分析も重視し、事業者の特長と強みを活かし市場機会を捉える戦略策定を行なう。

②個別の事業者の実情に応じた対話を重視した積極的な支援

事業者の抱える課題は、個別の実情に応じて当然に異なっている。事業所を直接訪問することで、その実情がより深く把握できる場合も多いため、事業所の訪問による支援に積極的に努める。また、事業者によっては打ち合わせスペースを持たない事業所もあるため、事情によっては商工会事務所において経営者と面談することで支援を行う。いずれにしても、経営者と直接の対話を重視して支援を進めていく。

(2) 新たな産業の創出による小規模事業者の支援→上記「②新たな産業の創出」に対応

青海地域における起業・創業は多いとは言えず、地域の活力を強化するために、起業・創業数を増やし、産業の新陳代謝を目指す。

ジオサイトや食をはじめとして他の地域にも劣らない地域資源を有しているが、知名度や情報発信の不足により、その良さが伝わっていない状況であるため、付加価値が高く、稼げる産業の創出を図る。

【方針】

①起業・創業の促進と、スムーズな起業・創業の支援

起業・創業を促進するためには、新規創業者の掘り起こしとマインドの醸成が必要であるため、糸魚川市創業支援ネットワークを活用した創業セミナーの開催と、その周知・広報を商工会として推進する。

また、具体的な起業・創業予定者にはスムーズな事業展開を支援するために、創業計画書の作成から、各種補助金の情報提供と活用、金融・税務・労務等の経営支援を総合的に行なう。

②自らの強みや地域資源を活用した新商品開発、販路開拓支援

小規模事業者が自らの強みや地域資源、市場の機会を活用して取組む新商品・新サービス開発にあたり、開発の支援、需要動向調査、販路の開拓を関係機関と連携しながら支援する。

(3) 関係機関との連携強化による支援機関としての機能強化

→上記「①商工業の振興」「②新たな産業の創出」「③交流人口の拡大」に対応

小規模事業者の持続的発展を支援するにあたり、商工会のみではマンパワーが限られている。関係機関との連携をさらに強化することでスケールメリットやお互いの支援ノウハウ・施策を活かすことが可能となる。関係機関との連携強化により、新たな需要開拓や経営分析、事業計画の作成支援等をはじめ地域経済全体の活力アップにつなげる事業の充実を図ることを目指す。

【方針】

①関係機関とのネットワーク構築

上記の目標達成のため、新潟県、新潟県商工会連合会、糸魚川市、管内金融機関（第四銀行・北越銀行・糸魚川信用組合）、観光協会、市内支援機関（能生商工会・糸魚川商工会議所）等の関係機関と、活力ある産業振興の意識を共有化しながら更なる連携強化に努め、支援機関として求められる小規模事業者のサポート機能の向上を目指す。また高度専門的な支援に対応しながら、その支援ノウハウを学ぶため、ミラサポ、よろず支援拠点、事業引継ぎ支援センター、エキスパートバンク等の事業を活用し小規模事業者の持続的発展のための支援を実施する。

②支援機関としての能力の強化

事業者の持続的発展を支援するために実施する、個別の経営状況の分析、事業計画策定の支援、新たな需要の開拓に寄与する事業等には、今まで以上に経営指導員をはじめとする職員の資質を向上する必要があるため、組織として能力の強化に努力する。

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)

全会員を対象に1月から6月分の景況は7月に、7月から12月分は1月にそれぞれ景況調査アンケートを実施していた。調査内容については、定番調査10項目（売上の増減、利益状況、問題点等）と、時のテーマ5項目程度（例：消費増税の影響等）を設定し、郵送による配布回収を行い、回収した調査票は、業況判断D Iで分析していた。調査結果については、商工会が発行している会報に掲載しており、巡回・窓口指導時に情報提供を行っていた。しかし、小規模事業所の経営改善支援に資する本当の基礎資料として利活用がなされていたかは十分とは言えない現状である。

(改善方法)

今後は上記調査結果に加え、職員間の情報収集で得た情報や小規模事業者の決算状況の動向等に加え、より身近な情報を小規模事業者へ提供していく。また、小規模事業者の課題解決のために、国・県・市・銀行・ハローワーク等が実施している各種データを活用し、質の高い情報の提供に努める。

(事業内容)

(1) 景況アンケート調査の充実（既存事業の改善）

- ①調査目的 地域内における景況状況の把握
経営改善支援に資する基礎資料としての利活用
- ②対象者 全商工会員（管内商工団体会員を中心とした事業所）
→地域毎の集計と、糸魚川市全体のデータが集まるため
- ③調査方法 調査用紙を郵送による配布回収
- ④調査回数（調査日、頻度）年間2回
- ⑤調査項目 従業員数、前年同期との景況感・売上・営業利益等の比較、経営上の問題点、景況予想、資金繰り、労働力確保、経営改善対策、賃金・賞与等、時々テーマ（例：北陸新幹線開業の効果、松本糸魚川連絡道路の影響について）
- ⑥活用方法 経営改善支援や事業計画策定に資する基礎資料としての活用
講習会等の事業立案参考
- ⑦提供方法 商工会速報年2回、HPでの公開、正副会長会や理事会・各部会運営委員会の会議等での景況説明、相談時での情報提供（随時）
- ⑧小規模事業者に対する効果 地域内の景況状況を把握することで、個別事業所の経営改善支援をはじめ、糸魚川市や支援団体等と連携した事業の展開が可能となり、小規模事業者の経営の安定化に寄与することが期待できる。

(2) 新幹線高架下商業集積地の動向調査（新規事業）

- ①調査目的 平成27年5月に新幹線高架下に出店した事業者を中心に、特にその集積地からどの程度の波及効果が見られるのか、また、地域内の動向はどのように推移しているのか売上・客単価等の動向について調査を行い、状況を把握した上で収益アップのための情報を提供していく。
- ②対象者 高架下出店業者(7店)、周辺事業者
- ③調査方法 全事業所に訪問による聞き取り調査
- ④調査回数（調査日、頻度）年2回
- ⑤調査項目 売上、利益、客単価の動向、経営上の問題点、資金繰りの状況等
- ⑥活用方法 個別事業所データを集計して全体動向を把握・分析の上、改善策と将来動向を調査対象事業者に提案する。
- ⑦提供方法 高架下出店業者(7店)、周辺事業者に対し、巡回時に提供
- ⑧小規模事業者に対する効果 高架下商業集積地と周辺の動向を把握できるとともに、調査事業所個別の動向・問題点を把握することで適切な経営支援が可能となる。

(3) 業界データ・金融データ・雇用データ等の活用（既存事業の改善）

- ①調査目的 小規模事業者への支援データとして、国・県・市・銀行・ハローワーク等が実施している各種データを収集・分析し、経営相談時や事業計画策定時に活用する。
- ②対象者 経営相談事業者、事業計画策定事業所
- ③調査方法 官公庁等が発行している各種データの収集・分析

- ④調査回数（調査日、頻度） 随時
- ⑤調査項目（分析を行う項目例）
- ・ 鉱工業生産指数、出荷指数
 - ・ 小売店販売額消費支出
 - ・ 家計調査年報
 - ・ 有効求人倍率、完全失業率、新規求人情報、賃金情報
 - ・ 日本政策金融公庫の調査月報や地域金融機関シンクタンクの調査報告書（新潟経済社会リサーチセンター発行「センター月報」、ホクゲン経済研究所「ホクゲンマンスリー」）
- ⑥活用方法 事業者の置かれている環境を把握した上での経営支援、事業計画策定に活用する。
- ⑦提供方法 収集したデータを資料として提供し、そのデータから読み取れる内容について解説を加えるとともに、分析結果については商工会報及び商工会ホームページ等を通じて公表し、併せて巡回指導時に提供する。
- ⑧小規模事業者に対する効果 事業者の置かれている経営環境を把握した上での経営支援、事業計画策定に有効となる。

（目標）

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
景況アンケート調査の充実	2	2	2	2	2	2
商工会報による定期情報提供回数	2	2	2	2	2	2
ホームページによる定期情報提供回数	未実施	2	2	2	2	2
新幹線高架下商業集積地の動向調査	未実施	2	2	2	2	2
業界データ・金融データ・雇用データ等の活用による調査報告書の提供回数	未実施	8	8	8	8	8

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

（現状と課題）

従来から記帳機械化対象事業所を中心に、決算時に記帳機械化ソフトで提供させる財務診断を提供するのに合わせ、「概要と目標」として、過去4年間の収支動向とキャッシュフロー・次年度の売上目標等を提示し、指導を行ってきた。また、借入金申し込み時には財務分析を実施し、内容について説明を行ってきた。

しかし、過去の営業状況については事業所も理解できていたが、今後の目標達成の方向や課題の解決については、詳細且つ具体的な支援策と今後の動向を裏付けるデータの提供に欠けていた。さらに対象事業所が決算指導対象者や金融斡旋者が主となっており、地域全体の小規模事業者の経営分析を行うよう働きかけてこなかった。

また、分析内容も財務分析と損益分岐点分析からの売上目標等が中心であり、定性

的な外部環境分析（市場機会・脅威）や内部環境分析（強み・弱み）まで行うことは少なかった。

(改善方法)

小規模事業者の持続的発展に向けたきめ細かい伴走型の支援を行うために、事業計画策定支援につながるような定量的・定性的な分析を行う。また、小規模事業者自身の経営分析能力の向上を支援する。

対象事業者については、記帳機械化対象事業者や金融相談者以外にも、経営指導員の巡回・窓口相談、小規模事業者持続化補助金の周知、各種セミナーの開催を通じて、経営分析を実施する小規模事業者の掘り起こしを行う。

専門的な課題等については、新潟県、新潟県商工会連合会、地元金融機関、にいがた産業創造機構（よろず支援拠点としての機能も含む）等と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対して、より丁寧な分析をサポートする。

(事業内容)

(1) 財務諸表の分析（既存事業の改善）

- ①分析目的 自社の財務状況を確認すること、財務諸表の見方等を理解すること
- ②対象者 記帳機械化対象事業所、金融相談者をはじめとする小規模事業者
- ③分析項目
 - ・「概要と目標」については過去4年間の収支動向、キャッシュフロー、年間借入金返済額を考慮した必要売上高
 - ・記帳機械化ソフト財務診断については、総合、収益性、生産性、安全性に関する経営指標など
 - ・「経営自己診断システム」については、総合、財務、生産・販売、労務、成長性に経営指標
- ④分析方法 記帳機械化ソフト、概要と目標（商工会独自作成）、商工会連合会で提供している「経営自己診断システム」を活用し、問題点等を把握する
- ⑤活用方法 事業者への説明、事業計画策定の基礎資料
- ⑥提供方法 対象事業者に対して個別に分析データを提供
- ⑦小規模事業者に対する効果 ただ自身の仕事をこなすだけでなく、自身が経営者であるとの意識を高め、財務諸表の見方等を理解し、分析データを活用した経営戦略の立案等に反映させていくことが期待できる。

(2) 経営状況の分析（既存事業の改善）

- ①分析目的 財務諸表分析で抽出した課題・問題点の解決に向けた具体的分析
- ②対象者 事業計画策定を希望する小規模事業者
- ③分析項目 課題の内容に応じて、以下の項目等で実施する
 - ・全体・・・自社の強み・弱み・機会・脅威の把握、店舗診断、業界情報の提供等
 - ・売上・・・売上目標値の設定、販促対策、ABC分析、トレンド情報の提供等
 - ・経費・・・粗利益率の改善、仕入方法、経費削減策、営業利益率の改善策等
 - ・財務・・・安全性の改善策、投資計画の作成
 - ・キャッシュフロー損益計算書の作成
- ④分析方法 財務分析、経営数値データからの分析、事業者への面談ヒアリングによ

る分析を行う。

⑤活用方法 事業者への説明、事業計画策定の基礎資料

⑥提供方法 対象事業者に対して個別に分析データを提供

⑦小規模事業者に対する効果 自らの経営課題の把握と、自社の特長・強みの認識を持つことが可能となる。

(目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
財務諸表の分析事業者数	30	30	30	30	30	30
経営状況の分析事業者数	未実施	8	8	8	8	8

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

事業者が経営課題を解決するため、上記1の地域経済動向、上記2の経営状況の分析、下記5の需要動向調査等の結果を踏まえ、事業計画策定支援及び講習会の開催を新潟県商工会連合会等とも連携し、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

(現状と課題)

- (1) 事業計画策定支援に関しては、マル経などの金融相談や補助金の申請書作成時において策定支援をするにとどまっているのが現状である。また、作成した事業計画についても、申請用の事業計画になってしまい、事業者自身の事業計画を実行する行動を促すまでに至らないものも散見される。
- (2) 新規創業については、潜在的創業希望者との接点が見えないことから、従来は受け身の姿勢であった。
- (3) 事業承継については、平成26年に当会独自で事業承継についての意識調査を実施した結果からは、後継者の選定・育成を承継に向けた大きな課題だと回答する事業者が圧倒的に多く、十分に後継予定者が育成されていない点が課題となっている。

(改善方法)

「事業計画策定支援」に関しては、積極的に事業計画を策定支援するとともに、事業者自身に事業計画に沿った行動をすること、事業計画を見直ししながら事業活動を進めることが事業の持続的発展につながることを理解してもらうよう啓発する必要がある。そのため、事業計画を策定する事業者を積極的に発掘し、事業計画の策定を支援する。また、小規模事業者に事業計画策定の意義や必要性を理解してもらう仕組みづくりが必要である。事業者と接触する際に提案する他、事業計画策定に関するセミナー開催時に併せて周知、広報誌、ホームページを通じても呼びかけていく。

- (1) 事業計画策定に関しては、特に以下の事業所を中心に積極的支援を行う。
 - ・新幹線高架下への出店事業者（7事業所）：平成27年度に開業、又は新事業展開で出店した事業所が多いため、安定した経営に向けて事業計画の策定支援を行う。
 - ・記帳機械化対象事業者のうち、借入金月商倍率4ヶ月以上、2期連続赤字決算事業所等：事業計画策定の必要性を説き、策定支援を行う。

- ・日本政策金融公庫資金・市の制度資金等商工会経由で資金申込みがあった小規模事業者：事業計画策定の必要性を説き、作成支援を行う。
- ・「小規模事業者持続化補助金」、「中小企業・小規模事業者ものづくり・商業・サービス業革新事業」、等の補助金申請申込みがあった小規模事業者：事業者に直接的なメリット（補助金）がある事業計画策定のチャンスと捉え、補助金活用の周知を会報や、各種の会合時に積極的に行い、積極的に希望者を募る。また、申請時の事業計画書の作成支援と併せて、財務諸表を盛り込んだ計画書の作成を行う。
- ・「小規模事業者経営発達支援融資制度」の利用を希望する小規模事業者：詳細に経営実態を把握し、経営改善計画の骨格を立案し、金融機関との調整を行う。その後、経営改善計画の数値計画、活動計画を作成し、金融機関との同意を得て融資申請を行う。

(2) 創業・第二創業に関しては、糸魚川市・地域金融機関等との連携を強化し、広報・セミナー等事業を実施し、創業相談の窓口であることを積極的に周知する。また、糸魚川市創業支援ネットワーク（※）を活用し、糸魚川市と市内支援機関が共同で創業セミナーを開催し、創業希望者の掘り起こしを行う。創業予定者には、創業に関する事業計画の策定支援を行う。創業後も計画と実績の対比を行うことにより、伴走型の支援を実施する。

（※創業支援ネットワークは、平成27年度から糸魚川市、日本政策金融公庫、商工会、商工会議所、糸魚川信用組合で構成し、起業マインドの創出段階から創業の実践段階、その後の育成段階まで必要となる要素に応じた創業支援を実施している。）

(3) 事業承継に関しては、巡回・窓口相談等を通じて事業承継へのニーズをより詳細に把握し、円滑な承継が進むよう、それぞれの事業者に応じた予定者の育成計画、及び事業承継計画の作成支援を伴走型支援により実施する。新潟県事業引き継ぎ支援センター等と連携し、人材バンクを活用した承継支援も併せて実施していく。株式分割や贈与等の高度な相談に関しては、専門家派遣制度を活用して支援にあたる。

また、意識調査では事業承継を予定していない、と回答した事業者が約60%と多く、本支援計画等を通じた「儲かる店作り」により、間接的事業承継支援にもあたる。

（事業内容）

(1) 事業計画策定に関するセミナーの実施（新規事業）

①支援目的 事業計画策定の意義と必要性についての啓蒙

事業計画策定のノウハウを習得

②対象者 開催テーマに興味のある小規模事業者

事業計画の策定を積極的支援する事業者（改善方法（1）記載）

③支援方法 事業計画策定に関する講習会による支援（年1回以上）

④支援内容 テーマを定めてシリーズ的に実施する。

（テーマ例：財務計画、投資計画、販売促進計画、資金繰り計画、新商

品開発計画、マーケティング計画等)

- ⑤小規模事業者に対する効果 事業計画策定についての意識啓蒙と具体的ノウハウを身に着けることが可能となる。

(2) 事業計画策定支援 (既存事業改善)

- ①支援目的 成り行き経営からの脱却に向けた事業計画の策定
周辺の景況に左右されない企業強化を図る
- ②対象者 事業計画の策定を積極的支援する事業者 (改善方法 (1) 記載)
- ③支援方法 訪問、面談による事業計画策定の支援
- ④支援内容 「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」、「5 需要動向調査に関すること」で得た事業者に関する情報を踏まえ、小規模事業者とともに中長期的な事業計画を策定する。
事業計画は経営環境の変化に対応させて見直していく必要があるため、概ね3年計画を標準とする。
専門的な知識を必要とする課題については、国・にいがた産業創造機構・新潟県商工会連合会などの専門家派遣制度等を利用して対応する。
- ⑤小規模事業者に対する効果 事業計画を作成することで、目標と行動が明確になり、計画的で能動的な経営が期待できる。

(3) 創業計画策定支援 (既存事業改善)

- ①支援目的 需要を見据えた計画的でリスクの少ない創業を支援する
- ②対象者 創業 (予定) 者
- ③支援方法 経営指導員の面談による創業計画策定
- ④支援内容 何を、誰に、どのように提供するかマーケティング計画、投資・収支計画などの創業計画書の策定支援を行う。また、必要に応じて、金融支援や補助金情報の提供、申請書作成支援を行う
- ⑤小規模事業者に対する効果 あらかじめ事業計画を策定することで、実現したい事業が明確になるとともに、失敗するリスクの回避につながる。

(4) 糸魚川市創業支援ネットワークの活用 (既存事業改善)

糸魚川市では、平成27年度に創業支援ネットワークを糸魚川市、日本政策金融公庫、青海商工会、能生商工会、商工会議所、糸魚川信用組合を構成員として形成した。起業マインドの創出段階から創業の実践段階、その後の育成段階まで必要となる要素に応じた創業、第二創業の支援を実施している。このネットワークを利用し、創業希望者に対して、巡回・窓口相談、融資相談等、創業セミナーの開催を実施していく。

- ①支援目的 創業マインドの創出段階から創業の実践段階、その後の育成段階まで、必要となる要素に応じた創業支援を実施
- ②対象者 創業希望者
- ③支援方法 セミナー、個別相談会を通じた支援
- ④支援内容 セミナーによる創業マインドの醸成、創業予定者には創業計画書の策定支援、必要に応じて金融支援
- ⑤小規模事業者に対する効果 創業支援ネットワークを活用することで、地域内の創

業予定者に対して、創業窓口として広く周知が可能となる。また、創業支援ネットワークを通じて創業者の実情に合わせた支援制度（助成金等）を糸魚川市へ要望可能となる。

（５）事業承継への対応支援（新規事業）

事業承継に関しては、巡回・窓口相談等を通じて事業承継へのニーズをより詳細に把握し、それぞれの事業者に応じた予定者の育成計画、及び事業承継計画の作成支援を伴走型支援により実施する。新潟県事業引き継ぎ支援センター（にいがた産業創造機構）等と連携し、人材バンクを活用した承継支援も併せて実施していく。株式分割や贈与等の高度な相談に関しては、専門家派遣制度を活用して支援にあたる。

また、平成26年度に当会で実施した調査では、事業承継を予定していない、と回答した事業者が約60%と多く、本支援計画等を通じた「儲かる店作り」により、間接的事業承継支援にもあたる。

（目標）

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定に関するセミナー開催回数	0	1	1	1	1	1
セミナーの受講者数	0	10	10	10	10	10
事業計画策定事業者数 （第二創業、事業承継を含む）	6	8	8	8	8	8
創業セミナー（支援ネットワーク事業）開催回数	1	1	1	1	1	1

※現状の事業計画策定事業所数は、持続化補助金申請事業者数（平成27年度補正予算分）としている。

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）

これまで事業計画策定後のフォローアップ支援については、糸魚川市の創業支援事業（助成金）に該当する創業者に対し、6ヵ月毎の事業状況報告書の作成支援をする際に合わせ、定期的なフォローアップを行っていた。また、持続化補助金の採択者の事後支援に対応してきた。しかし、金融相談事業者や持続化補助金の不採択事業所をはじめ、その他ほとんどの事業者については、一旦事業計画を策定した後には事業者から事業計画についての相談があるケースはほとんどなく、こちらからも定期的なフォローアップは実施していない状況であった。

そのため、事業計画を策定しただけで終始したものや、経営環境の変化や新たな課題への対応が必要となった場合は、事業者自身では事業計画のPDCAサイクルが滞ってしまうものが大半となっている。

(改善方法)

事業計画の策定後は、創業者へのフォローアップと同様に、定期的な面談（事業者の都合に合わせて巡回訪問、又は窓口対応）によるフォローアップを実施する。面談では、進捗状況の確認を中心に、当初計画との乖離を適時検証しながら、必要な支援策・対策を講じる。経営環境の変化や新たな課題が生じた場合などは、必要に応じて計画の再作成等を細やかに実施支援していく。進捗状況の確認をすることで、事業計画を机上の空論に終始させず、計画の進捗度や達成度を管理しつつ、事業者の行動を促す。このようにPDCAサイクルを回すことで、実効性を高めて支援していく。

(事業内容)

(1) フォローアップのための巡回訪問・窓口支援（既存事業改善）

①支援対象者 事業計画策定事業者

②面談頻度 四半期に1度以上の面談（巡回訪問、窓口支援）を実施する。
事業計画の期間は経営環境の変化を考慮して3年を標準とするため、定期的なフォローアップも策定後3年をひとつの目安とする。

③支援内容

フォローアップは、事業者の計画実行を促すことと、常に事業者に寄り添い課題に向き合う姿勢を示すためにも、当初計画の進捗状況の確認を中心に行う。フォローアップでは、進捗状況や乖離を検証・確認しながら、必要な支援策・対策を講じる。面談によるフォローアップは基本的には巡回訪問によるものとするが、事業者の都合に合わせて商工会窓口でのフォローも実施する。

- (1) 平成27年度に開業した新幹線高架下出店事業者で事業計画を策定した者、記帳機械化対象事業所で事業計画を策定した者については、少なくとも3ヶ月に1度以上面談し、計画の進行状況の確認と計画修正事項について、必要な指導・助言を行う。
- (2) 「小規模事業者経営発達支援融資制度」利用事業者については、融資実行後、少なくとも3ヶ月に1度以上、財務面での面談を実施し、経営改善計画に対し、実行の検証・対応策について指導を行い、資金繰り及び事業計画の見直し、金融機関との対応策について支援を行う。
- (3) 金融斡旋事業者・ものづくり等補助金申請事業者、小規模事業者持続化補助金申請事業者については、3ヶ月に1回以上巡回し、計画の進捗状況の確認と計画修正事項について、必要な指導・助言を行う。
- (4) 創業後間もない事業者（概ね2年以内）に対しては、当初計画との乖離について綿密に情報を共有し、乖離を埋めるべき諸対策について、2ヶ月に1回以上の間隔を目安とし、フォローアップを実施する。
- (5) 事業承継計画を策定した事業者については、少なくとも3ヶ月に1度以上面談し、計画の進行状況の確認と計画修正事項について必要な指導・助言を行う。新潟県事業引き継ぎ支援センター等と連携し、人材バンクを活用した承継支援も併せて実施していく。
- (6) 事業計画策定後の新たな経営課題や高度な支援、事業計画の修正の必要が生じた場合には、必要に応じて、国、県、糸魚川市、にいがた産業創造機構、新潟県商工会連合会の行う専門家派遣事業などの支援策を実施する。

④小規模事業者に対する効果

定期的な面談による進捗確認により、計画実現のための事業者の行動を促すことが可能となる。また、計画通り進まない課題については、ともに解決策を検討し、対応策を講じることで、PDCAサイクルの機能が期待できる。

(目標)

支援内容		現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定事業者数		6	8	8	8	8	8
フォローアップのための面談（巡回・窓口）事業者数		未実施	14	22	24	24	24
内訳	1年目	未実施	8	8	8	8	8
	2年目	—	6	8	8	8	8
	3年目	—	—	6	8	8	8
フォローアップのための面談（巡回・窓口）回数		未実施	44	60	64	64	64
内訳	1年目	未実施	8×4回	8×4回	8×4回	8×4回	8×4回
	2年目	—	6×2回	8×2回	8×2回	8×2回	8×2回
	3年目	—	—	6×2回	8×2回	8×2回	8×2回

※フォローアップは、策定の翌年度を1年目とし、1年目は3ヶ月に1度（年4回）、2・3年目は6ヶ月に1度（年2回）で計算した。

※事業者の事業計画期間は、経営環境の変化を考慮して3年を標準とするため、定期的なフォローアップも策定後3年までで計算した。

※フォローアップに創業後の間もない事業者（2か月1回以上の間隔）は含まれていないものとして計算した。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

小規模事業者の従来の経営においては、事業者自身の勘やセンスに依存した経営が多く、需要動向を予測するデータが存在することや調査方法を把握している事業者は少ない。

従来は、行政機関や金融機関、シンクタンク等から取得した需要動向に関する情報は、税務・労務・金融などの個別相談時や小規模事業者持続化補助金の申請時に提示するだけに留まっており、情報を分析して事業所の事業計画に活用するまでに至っていない。

小売業・サービス業等の対消費者向け（B to C）事業者にとって、消費者の自店に対するニーズを把握するには、自店を利用する顧客へアンケート調査を行うことが有効である。しなしながら、地域内の小規模事業者でアンケート調査を実施しているところはほとんどないのが現状である。

製造業・建設業など対事業者向け（B to B）事業者については、化学工業製品を製造する地域の基幹企業であるデンカ(株)青海工場に支えられ安定した企業経営を維持している事業所が多いことから、需要動向調査のニーズと優先度が低い状況である。

(改善方法)

小規模事業者が事業計画を策定する際に、需要動向を予測して事業計画を策定できるように、事業者には有益となる需要動向に関する情報を取得・整理し、提供する。

個別事業者の需要動向を探るためのアンケート調査については、対消費者向け (B to C) 事業者を中心に、事業者の業種、商圈、取扱商品・サービス、顧客層に応じたアンケートの作成を支援し、アンケート調査の実施、集計、結果の分析を支援する。

(事業内容)

(1) 自店の顧客アンケート調査 (新規事業)

- ①調査目的 自社の提供する商品やサービス等についての評価、購買・使用実態など顧客の生の声を聞くことで、消費者ニーズを明らかにし、販路拡大・販売促進に活用する。
- ②調査対象 個社支援する事業者の既存顧客、ユーザー、取引先を対象に実施する。
- ③調査時期 事業者の希望に応じて随時
- ④調査項目 年齢や性別・職業・家族構成・居住地等の【顧客属性】の他に、調査内容や業種別に下記に例示した項目を中心に、支援内容に合わせた項目を個別に設定する。また、「はい・いいえ」や「1～5 のスケールに○をつける」といった「スコアリング方式」による【定量項目】と、「自由記述」の【定性調査】の両方を採用し、顧客のニーズをより深掘りする内容とする。

(自社商品の改良、新商品開発)

【定量項目】商品の機能(味・品質・性能・デザインなど商品特性に合わせて)の評価、量目・サイズ、価格、種類、パッケージ、ネーミング、利用シーンなど

【定性項目】機能に関する感想・意見など

(小売・サービス業)

【定量項目】総合的な満足度・来店のきっかけ・来店頻度・価格・接客・商品(サービス)の品質など

【定性項目】自店を利用している理由、満足な点、現在の商品(サービス)に対する意見、今後欲しい商品、(サービス)、今後望むことなど

(建設・建築業)

【定量項目】総合的な満足度・発注のきっかけ・発注頻度・価格・施工の品質・施工の速さなど

【定性項目】施工に対する不満な点・施工に対する満足な点・今後望むことなど

- ⑤調査方法
 - ・経営指導員等がアンケートを設計し、事業者の店頭での聞き取りや郵送等、支援事業者の営業形態や調査目的に合った方法を選択し、アンケート調査を実施する。集計・分析は外部業者に委託して行う。
 - ・無記名による記入式アンケート調査
 - ・調査数は各支援事業者と調査目的に合わせて設定する。
(1事業者の標本数は30～50サンプル程度を目安)

- ⑥**分析方法** 単純集計、母数が多い場合はクロス集計
専門機関に依頼(外部委託)
- ⑦**提供方法** 集計・分析後データを事業者と面談する際に説明する。
- ⑧**小規模事業者に対する効果** 顧客の動向を把握すること、生の声を聞くことで、取扱商品(提供サービス)のニーズを把握し、販路開拓が可能になる。新商品の開発においては、顧客の・反応を踏まえた商品づくりが可能となる。需要を見据えた事業計画の策定に活用するとともに、顧客の生の声を聞くことで、自社が気付いていない自社の強みを知る機会とする。改善要望については、策を講じることで自店のファン作り(新規顧客・リピーター獲得)につながる事が期待できる。

(2) 市場動向に関する調査(既存事業改善)

- ①**調査目的** 事業計画作成を支援する事業者の業界動向や販売する商品・サービス等のマクロ的な需要動向について調査・分析を行った上で、市場動向を事業者提供し、新たな需要の開拓を見据えた事業計画の策定に活用する。
- ②**調査対象** 事業計画策定を支援する事業者の業界動向、販売する商品・サービス等の需要動向
- ③**調査項目** (調査資料例)
- ・総務省統計局「家計調査年報」：消費支出額の動向
 - ・新潟県「消費動向調査(3年に1度の調査)」：地域内消費動向、消費者意識
 - ・日経テレコン情報：売れ筋動向の把握
 - ・㈱きんざい「業種別審査事典」：業界動向、今後の見通し
 - ・新潟県「建築統計月報」：住宅着工戸数、建築着工床面積
 - ・国土交通省「建設工事受注動態統計調査」：公共工事請負金額
 - ・業界団体の統計調査：業界動向
 - ・業界新聞：業界の動向・トレンド、売れ筋商品等 など
- ④**調査方法** 国や業界団体等の外部機関が実施する調査については、インターネットを活用。また、新聞・雑誌からも情報収集する。
- ⑤**分析方法** 事業者の業種や商品・サービスに応じた求める情報等のデータを入手し、必要に応じて加工する。
- ⑥**提供方法** 事業者を訪問(または面談)する際に提供する。
- ⑦**小規模事業者に対する効果** 市場動向に関する分析の結果をもとに事業計画を作成することで、市場動向を考慮に入れた経営戦略策定の基礎資料とすることが可能となる。

(目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
自店の顧客アンケート調査の実施事業者数(事業計画策定事業者数)	未実施	8	8	8	8	8
市場動向に関する調査の情報提供事業者数(事業計画策定事業者数)	未実施	8	8	8	8	8

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)

小売業・サービス業を中心とする対消費者向け(B to C)事業者にとって、自社の魅力・強みや提供商品・サービスの価値を、既存客や見込み客に対して、広告・チラシ・POP・のぼり・ダイレクトメール・ホームページ・SNS等で情報を発信し、対象顧客に伝達することによって、既存顧客ファンづくりや新規顧客の獲得につながっていく。そのため、情報の発信と伝達は小規模事業者にとっても重要な取り組みである。

しかしながら、青海地域の小規模事業者は、販路開拓のための情報発信に取り組んでいる事業者が少ないのが現状である。例えば、自社で開発したお菓子や、地元の名前を冠した日本酒等の魅力ある商品を持っていながらも情報を発信できていない事業者もある。商工会で平成27年度に情報発信力・販売力向上セミナーを実施したものの、参加事業者数が想定より少なく、情報発信の重要性に対する啓蒙もまだ必要と思われる。

製造業・建設業を中心とする主に対事業者向け(B to B)の事業者については、化学工業製品を製造する地域の基幹企業であるデンカ(株)青海工場に支えられ安定した企業経営を維持している事業所が多いことから、新たな需要開拓の優先度が低い状況である。

また、B to C、B to Bを問わず、取扱い商品を広域的に販売するために展示会や商談会に参加し、販路を拡大しようと取り組む事業者も現状ではあまり見受けられず、糸魚川市の見本市等出展事業補助金に申請する事業者も少ない状況にある。

(改善方法)

対消費者向け(B to C)事業者を中心に、小規模事業者が持つ自社の強みや魅力を把握し、それを対象顧客に届くよう情報発信することの重要性を伝えるとともに、小規模事業者それぞれの経営戦略ごとに必要となる具体的な支援策について、事業者の長所に合わせた取り組みとなるよう商工会として伴走型支援を実施する。

B to C、B to Bを問わず、事業者の取り扱う商品・商材で広域的に販売できるポテンシャルを持つものについては、積極的な販路拡大を支援するため、地域内外を問わず各種の展示会・商談会・物産展などへの参加を情報提供とともに支援する。

さらに、関係機関が実施する支援策を情報収集し、関係機関と協力しながら小規模事業者の需要開拓に寄与する事業を積極的に紹介し、以下の事業に取り組むこととする。

①情報発信力向上事業を実施し、販売力の強化を図る。

②地域住民向けの会報で事業者の事業内容、取扱商品・サービスの紹介を実施し、販

路拡大に寄与する。

③各種の展示会・商談会・物産展などへの参加を支援する。

(事業内容)

(1) 情報発信力向上支援事業（新規事業）

①事業目的 地域内小規模事業者の情報発信による販路拡大と売上確保

②実施主体 経営指導員等、専門的な内容については外部専門家等に依頼

③支援対象 事業計画において、販路拡大と売上確保に情報発信を戦略とする事業者。また、情報発信が売上確保と販路拡大に適していると経営指導員等が判断する事業者

④実施時期 随時

⑤支援方法 経営指導員が中心となり、対象事業者の事業計画や商品・サービス等の特性に応じた販路拡大・販売促進となる情報発信の支援を行なう。対象事業者の業種や、提供商品・サービス、対象商圏・顧客等の特性に合わせた利用媒体により下記に例示した内容を中心に、情報発信を支援する。高度専門的な内容については必要に応じて専門家派遣による個別支援や、外部専門家によるセミナーを開催する。

⑥支援内容 事業者の特長と対象顧客に応じた情報発信のためのツール活用の支援。

ア【紙媒体】広告・チラシ・ダイレクトメール等

・支援事業者の商品・サービス、対象顧客にあわせた媒体への掲載内容やキャッチコピー等の検討等の広告支援を行なう。

イ【店頭媒体】POP・のぼり・ブラックボード等

・支援事業者の商品・サービス、対象顧客等の特長に応じて、職員が利用ツールの紹介と設置場所等について助言支援する。
・POP・ブラックボードについては、掲示内容、キャッチコピーに関する助言支援を行なう。

ウ【IT】ホームページ、SNS等

・「SHIFT」の登録支援

全国商工会連合会が提供する無料ホームページ作成システム「SHIFT」はB to B、B to Cに対応し、ほぼすべての業種で登録が可能である。職員が「SHIFT」の登録・情報更新支援、掲載内容の検討、キャッチコピー等の広告支援を行なう。

・「ニッポンセレクト.com」登録促進

独自性のある地域産品等を取り扱う事業所（B to C）については、全国商工会連合会が運営するECサイト「ニッポンセレクト.com」を紹介し、登録を促進する。

・独自ホームページやSNSの作成、運用支援

職員がページ構成・掲載内容の検討、運用等に関する支援。高度専門的な内容については外部専門家を利用し、効果的なホームページ作成やブラッシュアップを支援する。

⑦小規模事業者に対する効果 自社の特長と強みを把握するとともに、対象商圏・顧客（既存顧客・見込み客）に対して情報を発信することによって、売上

の確保と販路の拡大が期待できる。

(2) 広報きらめき（地域住民向け広報誌）発行事業（既存事業改善）

- ①事業目的 事業者の事業内容、取扱商品・サービスの紹介による販路拡大
地域住民、地元企業従業員とのつながりの強化
- ②実施主体 青海町商工会職員
- ③支援対象 地元客を対象とした事業者、採用活動を実施している事業者
- ④実施時期 年2回発行
- ⑤支援方法 平成27年度から新規事業としてスタートした地域住民向け広報誌（A4全8頁カラー印刷）を活用して、事業者の事業内容、取扱商品・サービスを掲載し、年2回地域内に新聞折り込み配布（約3,500部）する。これまでは広報誌は折込配布するにとどまっていたが、今後はPDF等で商工会ホームページに掲載することで媒体の相乗効果を高め、より多くの人々の目に触れる可能性を高める。
- ⑥支援内容
 - ・地域内事業者を職員が訪問して紹介するページで、商業・工業・サービス業から、毎回それぞれ1社を職員が取材して掲載記事を作成する。取材記事にあたっては、事業者の特長・強みをヒアリングによって引き出すことを心掛け、新規顧客や休眠客の獲得につなげる。
 - ・職員が訪問して紹介するページ以外でも、寄稿による地域内事業者のPRページを用意し、取扱商品・サービスの紹介を側面支援する。PR内容に悩む事業所には、職員が掲載内容の作成支援を行なう。
- ⑦小規模事業者に対する効果 地域内顧客を対象とするB to Cの事業者については、掲載無料で事業内容や取扱商品・サービスの紹介が可能となり販売促進につながる。採用活動を実施している事業者（B to Bも含む）は、事業所PRでスムーズな人材確保が期待でき、安定的な経営が維持される。加えて、職員の取材によって自社の特長・強みを再認識することが可能となる。

(3) 各種の展示会・商談会等への参加支援（既存事業の改善）

- ①事業目的 小規模事業者の販売する商品の販路拡大
開発中の商品については、モニタリングによる商品の改善・改良
- ②実施主体 経営指導員等
- ③支援対象 農林漁業者・製造業者・小売業者・観光関連業者で
主に市場開拓または新商品開発を戦略とする事業者
- ④実施時期 随時
- ⑤支援内容
 - ・県内外の展示会・商談会・物産展等の情報収集、事業者への提供
 - ・糸魚川市で実施する「見本市等出展促進事業補助金」や、「小規模事業者持続化補助金」などの補助金を活用した出展等について、展示会等の情報と併せて周知を図り、事業者へ積極的な参加を促していく。
 - ・長野県飯綱町で開催している「りんごの里まつり」には、平成27年から商工会が支援し鮮魚店等が出展しているが、出展業者の更なる売上アップを目指し販売品目、価格設定、ブース装飾等の購買者の動機

づけ検討支援を行なう。

- ・なぜ出展することがメリットとなるのか、何を目的（商談、モニタリングによる商品の改善・改良）に参加するのか等、出展戦略の基本的な考え方を出展者と経営指導員等で共有する。
- ・出展を希望する事業者には、糸魚川市や新潟県商工会連合会、にいがた産業創造機構等と連携して出展に必要なノウハウ（商品の展示方法・FCP商談会シートの効果的な記入方法、販売促進の具体的な進め方）を提供して出展支援を実施する。
- ・開発中の新商品については、商品の評価など需要動向調査の支援を行なう。
- ・出展にあたり、必要に応じて経営指導員等が同行支援を行なう。
- ・出展後は、継続的なフォローアップを実施し、先進事例については、会報や商工会ホームページで公表し、メディアに掲載されるようパブリシティの支援を実施する。

⑥小規模事業者に対する効果 関係機関から得られる各種の展示会・商談会そのものの情報を積極的に情報収集・提供することで、事業者にとってターゲットとする顧客にアプローチする効果的な出展を可能にすることができる。また小規模事業者の出展の費用負担を支援する補助事業を知らないため、情報提供と出展に対する費用負担を軽減することで、展示会・商談会に出展しやすくなり、新規取引先の確保につなげることができる。

（目標）

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
（１）情報発信力・販売力向上支援事業の対象事業者数	未実施	8	8	8	8	8
うち、取組みにより新規顧客が獲得できた事業所数（※）	未実施	8	8	8	8	8
（２）広報きらめき（地域住民向け会報）発行回数	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
広報きらめき掲載事業者数	26 13×2回	26 13×2回	26 13×2回	26 13×2回	26 13×2回	26 13×2回
うち、掲載により新規顧客が獲得できた事業所数（※）	未把握	6 3×2回	6 3×2回	6 3×2回	6 3×2回	6 3×2回
（３）各種の展示会・商談会等への出店事業者数	1	3	3	4	4	4
飯綱町りんごの里まつり 出展事業者数（売上額）	1 —	2 (200,000)	2 (200,000)	2 (250,000)	2 (250,000)	2 (250,000)
ほか各種の展示会・商談会等への出店事業者数（うち新規取引先獲得件数）	未実施	1 (1)	1 (1)	2 (2)	2 (2)	2 (2)

※（１）（２）地域内顧客を主な対象顧客とする B to C 事業所では、高齢化・人口減により地域内人口が減少し、売上（客数×単価）を構成する顧客数が減少していること

から、経営を維持するために「新規顧客の獲得」を成果目標とする。

※(2) 広報きらめきは、職員の取材による記事は1回の発行につき3記事であるため、掲載により新規顧客が獲得できた事業所数は、3記事×年2回発行＝6事業所とした。

II. 地域経済の活性化に資する取組

(事業内容)

(1) おうみ祭り活用検討会 (新規事業)

(現状と課題)

おうみ祭りは、青海地域を代表する真夏の一大イベントであり、地域内は勿論のこと県の内外からも大勢の参加（平成28年実績で会場内集客：初日3,400人、5日目5,000人程度）があり賑わっている。

しかし、その目的は創設の経緯から地域振興にウエイトが置かれており、祭りを盛上げる夜店など小規模事業者の売上に対する貢献度の向上という面での課題がある。

(改善方法)

おうみ祭り実行委員会のメンバー（糸魚川市、観光協会青海支部、青海町商工会、地域支館連絡協議会ほかで構成）で、青海地域の経済活性化について意識を共有する。また、構成員間の連携を強化し、祭りを通して当地域の商品・サービス等を積極的にPRするなど小規模事業者の売上増や販路拡大策を検討し、地域経済の活性化に貢献する。

(事業内容)

- ①目的 青海地域の経済活性化について地域関係者で意識を共有し、おうみ祭りを活用した経済活性化策を検討、実施
- ②実施主体 糸魚川市、観光協会青海支部、青海町商工会、地域支館連絡協議会ほかで構成するおうみ祭り実行委員会を活用
- ③実施時期 年2回
- ④事業内容 おうみ祭りを活用した経済活性化策を検討、実施
- ⑤支援対象 商業・サービス業を中心とした小規模事業者
- ⑥小規模事業者に対する効果 49回の実績をもつ地域で一番集客力のある大きな祭りを小規模事業者の販路拡大のためにさらに活用することが期待できる。

(2) 商品開発推進事業 (新規事業)

(現状と課題)

当地域は豊かな地域資源があるものの、それを活用した商品・サービスの開発への取り組みが活発とは言い難い。地域資源を活用した既存商品もあるが、目新しさが乏しくなっている状況である。北陸新幹線の開業に伴い交通ネットワークが更に利便性を増し、個店だけでなく、地域としてもピンチとチャンスと同時に迎えたことから、新たな視点での商品開発（リニューアルも含む）と販路開拓が大切となってきた。

そこで、平成28年度には新潟県商工会連合会の助成事業を活用し、地域資源を活用した商品開発を目指した調査事業を実施した。平成29年度は長岡大学小松教授(平

成28年度に実施した調査事業に学識経験者として参加)のゼミにより商品開発に取り組んでいる。平成30年度以降は試作品開発と販路開拓に取り組み継続的に支援する必要がある。

(改善方法)

地域資源を活用した商品・サービスの開発を支援し、地域資源のブランド化を図り、販路拡大と地域活性化を目指す。

(事業内容)

- ①事業目的 地域資源を活用した商品・サービス開発（既存商品のリニューアルを含む）の推進。
地域ブランド商品等を創造、既存商品についてはブラッシュアップすることによって、農林事業者・製造業者・小売業者・観光関連業者等の経営安定化を支援し、地域活性化を目指す。
- ②実施主体 青海町商工会
- ③支援対象 農林漁業者・製造業者・小売業者・観光関連業者など
- ④実施時期 平成30年度、平成31年度
- ⑤支援方法 新潟県商工会連合会の助成事業を活用し、売れる商品づくりを目指して専門家の指導の下で実施する。必要に応じて糸魚川市観光協会青海支部、青海町漁業協同組合、青海町商業協同組合等と連携して、商品・サービス開発を支援する。
- ⑥支援内容 魅力的で売れる商品づくりの考案、販売方法の検討、販路開拓、広報の支援
- ⑦小規模事業者に対する効果 地域資源を活用した新しい商品・サービスを開発することで製造業者、販売業者の売上に貢献できる。また、その開発プロセスにおいて売れる商品づくりの手法を習得することが可能となる。

(3) 糸魚川市経済団体連絡協議会事業（既存事業の改善）

(現状と課題)

糸魚川市内の3つの経済団体（青海町商工会・能生商工会・糸魚川商工会議所）で協議会を設置し、地域経済の活性化等について検討のうえ事業を行っている。

しかし、プレミアム商品券発行事業など経済活性化の効果が大きい事業があるものの、単発的な事業という課題がある。

(改善方法)

糸魚川市の協力・支援を得る中、市内3つの経済団体がより密接に連携し、恒常的な地域経済の活性化を図っていくよう検討を行い、必要な事業に関して実施していく。

(事業内容)

- ①目的 地域経済の活性化に資する諸事業を検討
- ②参加関係者 青海町商工会・能生商工会・糸魚川商工会議所で構成
- ③実施時期 月1回程度の定期的な会議

- ④事業内容
- ・ 共通商品券発行事業
 - ・ 地元消費促進運動
 - ・ 人材育成事業
 - ・ プレミアム商品券発行事業
 - ・ スマイルリフォーム促進商品券事業
- 市内消費促進のため、行政や各種団体の表彰記念品や一般地区民のギフトに活用する市内共通商品券の流通拡大を図る。また、地酒乾杯を推奨する「糸魚川地酒で乾杯宣言」を普及し、定着を図る。
- ⑤支援対象 青海地域を含む市内商工業者（小規模事業者含む）
- ⑥小規模事業者に対する効果 地域内の経済団体が連携して地域経済を活性化する事業を検討・実施することで、スケールメリットを生かした経済活動となり、小規模事業者が多い青海地域での地元消費を促進することが期待できる。

(目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
おうみ祭り活用検討会の開催	0	2	2	2	2	2
商品開発推進事業での会議実施回数	0	5	5	—	—	—
糸魚川市経済団体協議会の開催	1 1	1 1	1 1	1 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)

従来から実施している他の支援機関との連携を通じた情報交換は、以下のとおりである。

(1) 「マル経協議会」

㈱日本政策金融公庫高田支店管内（上越地区）の経営指導員を対象とした「小規模事業者経営改善資金貸付団体連絡協議会（マル経協議会）」が年2回開催されている。推薦に係る留意事項の確認及び、地域経済動向の報告や金融指導等の情報交換を行っている。

(2) 「経改研究会」

糸魚川商工会議所、能生商工会、青海町商工会、糸魚川市企業支援室で組織。事務局長、経営指導員が参加して年4回定期的に情報交換を行い、連携を図っている。

(3) 「金融懇談会」

商工会正副会長、事務局長、経営指導員、管内金融機関支店長が参加する懇談会を不定期で開催しており、管内金融動向を中心に意見交換を行っている。

これまではいずれの情報交換も、小規模事業者の基礎的支援を中心に連携と情報交換が行われてきたため、事業計画策定や創業・第二創業支援等に必要の専門的・高度化分野の支援ノウハウ等の情報共有が不足している状況である。

(改善方法)

今後は、小規模事業者の事業計画策定支援を積極的に行う総合的な支援能力の向上が必要になるため、専門分野における支援機関との連携と情報交換を充実させる。また、支援ノウハウの共有と新たな需要開拓を進める基盤の構築を図るため、糸魚川商工会議所・能生商工会・糸魚川市等の関係機関との連携をより強化させる。

(事業内容)

(1) マル経協議会（既存事業改善）

- ①目的 円滑な金融支援
金融支援や財務分析支援を中心とした支援ノウハウについての情報交換とノウハウの習得
- ②参加者 (株)日本政策金融公庫高田支店管内（上越地区）の経営指導員、公庫職員
- ③開催時期 年2回
- ④協議内容 金融支援を中心とした支援ノウハウの共有と習得、支援の現状、課題等について事例に基づいて協議する。また、各地域における支援事業の実例報告を相互に行い、新たな需要開拓の参考とする。
- ⑤小規模事業者に対する効果 (株)日本政策金融公庫職員と定期的に顔合わせすることで、小規模事業者のスムーズな資金調達支援が可能となる。

(2) 経改研究会（既存事業改善）

- ①目的 糸魚川市内の支援機関の支援ノウハウの共有と習得、事業の連携
- ②参加機関 糸魚川商工会議所、能生商工会、青海町商工会、糸魚川市
- ③開催時期 年4回
- ④協議内容 市内事業者の支援ノウハウ、支援の現状、課題等について定期的に情報交換を行う。この研究会においてもそれぞれの地域における事例発表を行い、新たな需要開拓の参考とするとともに、経営発達支援事業を共有化し、広域的支援の方向や支援体制の連携についても検討を行う。他会の実情を知り、その後の支援体制の強化を図る。
- ⑤小規模事業者に対する効果 糸魚川市内の事業者の支援ノウハウの習得をするとともに、広域的に連携を図ることで新たな需要開拓を進める基盤の構築やスケールメリットを生かした事業展開が期待でき、事業者に対しての支援メニューの充実が期待できる。

(3) 金融懇談会（既存事業改善）

- ①目的 情報交換による円滑な金融支援
金融支援を中心とした支援ノウハウの共有と習得
- ②参加者 正副会長、事務局長、経営指導員、管内金融機関支店長
- ③開催時期 年1回
- ④協議内容 管内の金融情勢について情報交換するとともに、支援ノウハウ、支援の現状、支援の課題等について情報交換を行う。
また、事業計画策定支援にあたっての課題等について協議を行う。

⑤小規模事業者に対する効果 金融機関の支店長と顔合わせすることで、小規模事業者のスムーズな資金調達支援が期待できる。

(4) 新たな需要の開拓、新技術・新商品開発については、にいがた産業創造機構等の研修会やN I C Oカフェ(企業相談会)、広報等の情報を得て、支援力の向上を図る。

(目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
マル経協議会の実施回数	2	2	2	2	2	2
経改研究会の実施回数	4	4	4	4	4	4
金融懇談会の実施回数	0	1	1	1	1	1

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

新潟県及び新潟県商工会連合会が主催する、経営指導員においては経営指導員研修等に参加、経営支援員(補助員・記帳専任職員・記帳指導員)においては職制別研修・テーマ別研修に参加し、各自が知識の習得や資質の向上に取り組んでいる。しかしながら、経験年数や指導得意分野の違いなど、個々のスキルに差があるのが現状である。また、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おり、経営支援員は補完的な支援状況となっている。

小規模事業者の持続的発展を支援するために、個々のスキルの向上はもとより、組織的に、より高度な支援対応を可能にすることが課題である。経営指導員をはじめ、経営支援員においても積極的な支援ができるような資質向上策への取組みと情報の共有化が今以上に求められる。

(改善方法)

従来の経営改善普及事業の基礎的支援能力の向上はもとより、小規模事業者の事業計画策定に関する支援能力を向上させるよう、経営指導員のみならず経営支援員も含めての資質向上に計画的に取り組む。

当会では専門家派遣制度を利用することが少なかったが、O J Tによる専門的ノウハウを習得するためにも積極的に利用を進める。

また、組織として、支援ノウハウ及び経営状況の分析結果等を共有及び蓄積する。

(事業内容)

(1) 経営指導員研修等(既存事業改善)

①目的 小規模事業者への支援能力向上

②実施主体 新潟県、新潟県商工会連合会

③研修内容 売上や利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る

④共有方法 研修資料と復命書の回覧、支援力向上会議(後述(4))での共有

⑤小規模事業者に対する効果 経営指導員の支援能力の向上により、より効果的な支援が期待できる。

(2) 専門家派遣事業への同行（既存事業改善）

- ①目的 専門家による高度で専門的な支援ノウハウの習得
- ②実施主体 新潟県商工会連合会、国（ミラサポ）など
- ③研修内容 専門家の行う小規模事業者への指導、助言内容、情報収集方法などをOJTにより習得する
- ④共有方法 支援力向上会議（後述）での共有
- ⑤小規模事業者に対する効果 経営指導員の支援能力の向上により、より効果的な支援が期待できる。

(3) スーパーバイザー事業（※）を活用したOJTの実施（新規事業）

- ①目的 小規模事業者に対する経営分析手法の習得と支援能力の向上
- ②実施主体 新潟県商工会連合会
- ③対象者 経営指導員、経営支援員（補助員・記帳専任職員・記帳指導員）
- ④研修内容 実企業を対象とした財務分析を中心とした経営分析と小規模事業者への説明を実施。それに対するスーパーバイザーから直接アドバイスでのフィードバックを行う。
- ④共有方法 作成資料とアドバイザーからのフィードバックコメントについては、共有フォルダに保存して、誰でも閲覧できるようにする。
- ⑤小規模事業者に対する効果 職員の支援能力の向上により、より効果的な支援が期待できる。

※スーパーバイザー事業（小規模事業者経営力向上支援事業）とは、新潟県内の商工会では定年退職のピークを迎え職員の世代交代が進んでいることからベテラン指導員のノウハウを伝達するために、平成28年度より経営指導員等の指導・教育を行う事業として導入されている。

(4) 支援力向上会議（新規事業）

- ①目的 支援ノウハウと支援意識の共有
- ②参加者 経営指導員、経営支援員（補助員・記帳専任職員・記帳指導員）
- ③開催時期 年4回
- ③研修内容 経営指導員が中心となり、研修会や専門家の同行で習得した経営支援スキルや、小規模事業者の支援事例を発表し、組織全体のスキルアップを図るとともに、支援スキルの共有化を推進する。
また、経営発達事業の取り組み周知・計画の立案・進捗状況等について共有と検討を行う。
- ⑤小規模事業者に対する効果 職員の支援能力の向上により、より効果的な支援が期待できる。また、経営発達支援事業の内容や状況を職員間で共有することで、経営発達支援事業の目的意識の掲揚が期待できる。

(5) 経営状況の分析等のデータベース化（既存事業の改善）

組織として支援ノウハウ及び経営状況の分析結果等を共有及び蓄積する方法として、基幹システムの活用、経営カルテの事業者別ファイリングを活用してデータベース化を図り、支援内容等の記録（いつ、だれが、だれに、指導分野、指導結果、

反省点、財務状況の推移等) を、職員の誰もが把握できるようにする。

(目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
専門家派遣事業で同行する事業者数	0	2	2	2	2	2
支援力向上会議の実施回数	0	4	4	4	4	4

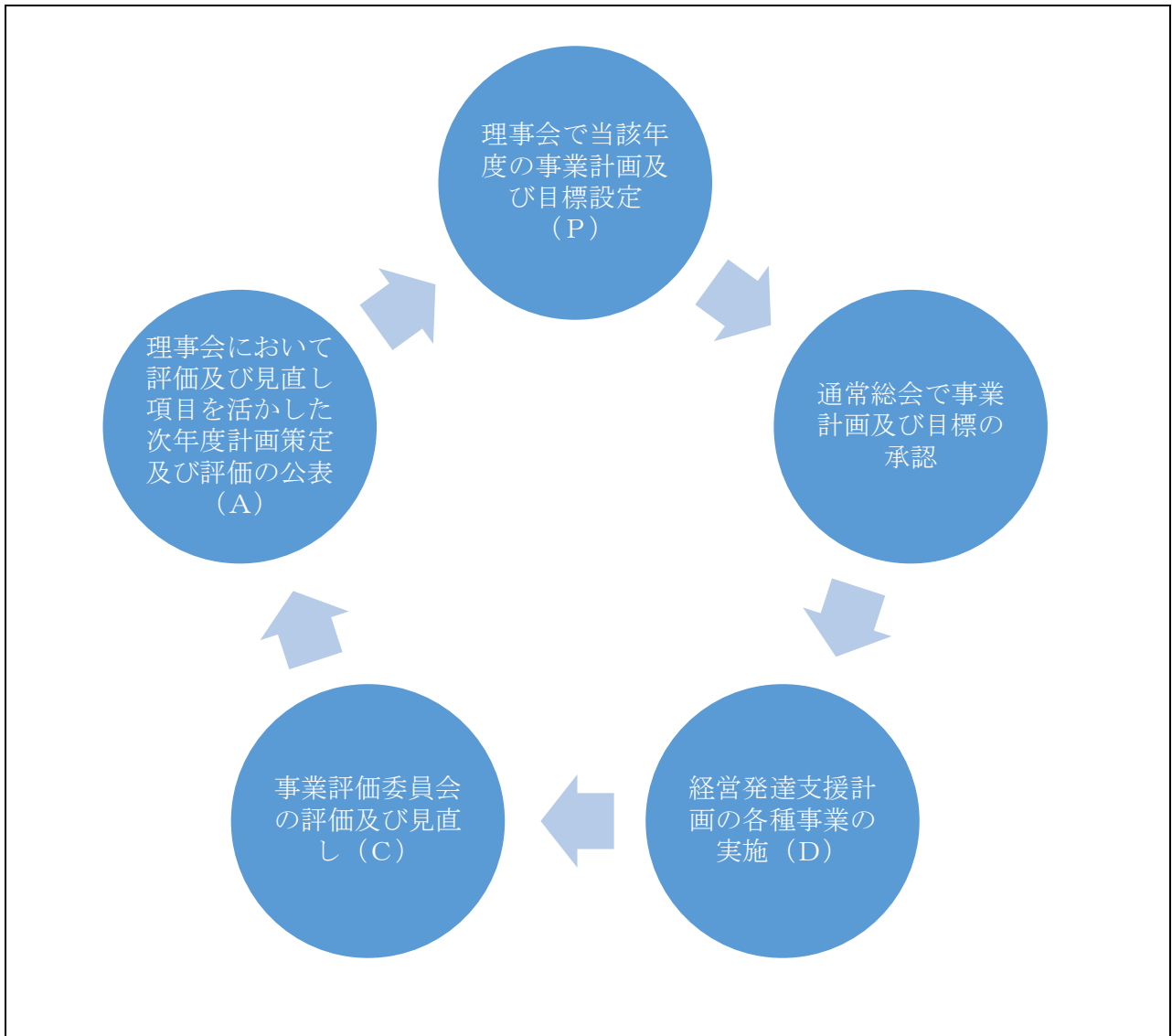
3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

経営発達支援事業の実施に当たり、事業の評価及び見直しをするための仕組みとして以下のとおり毎年度取り組みます。

(事業内容)

(1) 事業評価委員会の設置

- ①目的 外部評価者を加えて事業の客観的評価を実施し、本計画のP D C Aサイクルを循環させる。
- ②開催時期 年1回
- ③委員構成 正副会長、糸魚川市企業支援室、糸魚川市青海事務所長、税理士等の外部有識者
- ④評価項目 本計画に記載した数値目標の達成状況を評価項目とする。
ただし、数値目標に加え、ケース応じて小規模事業者の経営意欲等の定性評価も加える。
- ⑤評価結果の公表 商工会のホームページ (<http://www.shokokai.or.jp/o-misho>) で公表する。
- ⑥見直し事項の対策 事業評価委員会の評価及び見直しを行い、理事会において事業評価委員の評価及び見直し項目を活かした次年度事業計画(目標設定)を検討し策定する。策定した事業計画及び目標は通常総会で承認を得る。



(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

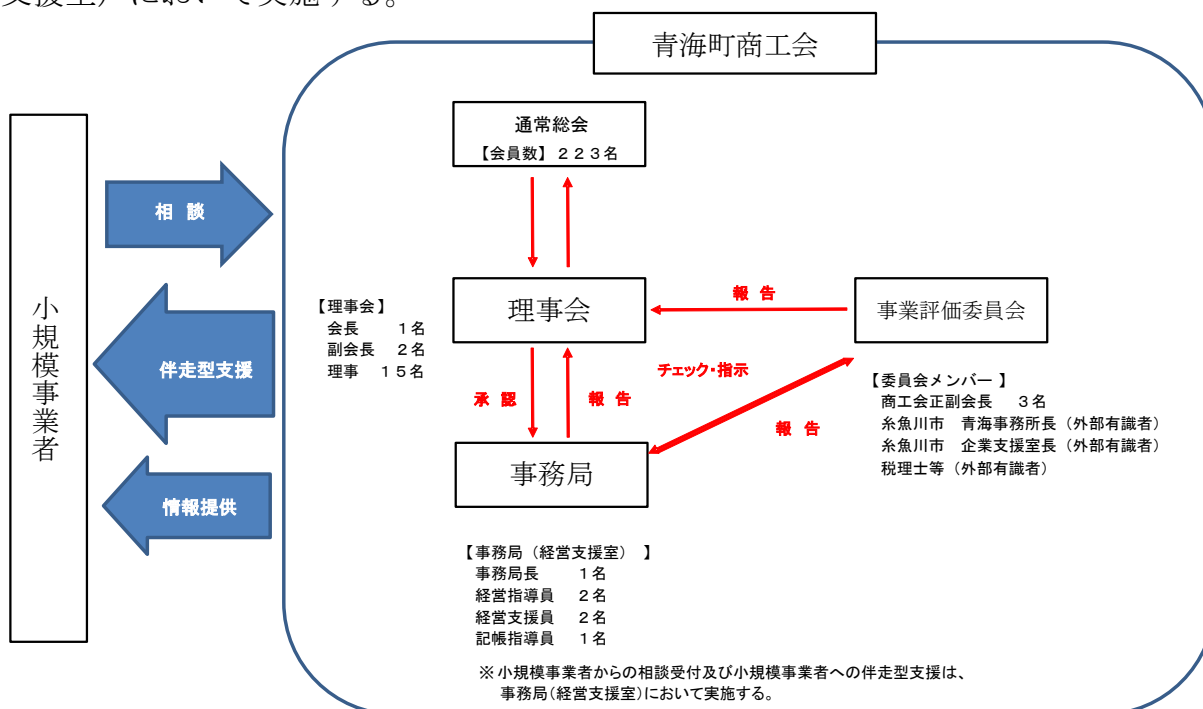
経営発達支援事業の実施体制

(平成29年11月現在)

(1) 組織体制

青海町商工会の経営発達支援事業は、以下の組織体制で実施する。

なお、小規模事業者からの相談受付及び小規模事業者への伴走型支援は、事務局（経営支援室）において実施する。



◆経営発達支援事業実施体制

実施部署 青海町商工会経営支援室

経営指導員 2名、経営支援員 2名（補助員 1名 記帳専任職員 1名）、
記帳指導員 1名

◆青海町商工会全体の組織体制

商工会役員：商工会長 1名 副会長 2名 理事 15名 監事 2名

商工会職員：事務局長 1名 経営指導員 2名 補助員 1名 記帳専任職員 1名
記帳指導員 1名

(2) 連絡先

青海町商工会

- ①住所 〒949-0302 新潟県糸魚川市大字寺地2153番地
- ②電話番号 025-562-2352
- ③FAX番号 025-562-5201
- ④ホームページ <http://www.shokokai.or.jp/o-misho/>
- ⑤メールアドレス omisho@shinsyoren.or.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	2,250	2,250	2,050	2,050	2,050
1. 地域の経済動向調査に関すること	50	50	50	50	50
2. 経営状況の分析に関すること	0	0	0	0	0
3. 事業計画策定支援に関すること	550	550	550	550	550
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること	300	300	300	300	300
5. 需要動向調査に関すること	200	200	200	200	200
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	900	900	900	900	900
7. 地域経済の活性化に資する取組	200	200	0	0	0
8. 支援力向上のための取組	50	50	50	50	50

(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
会費、国補助金、県補助金、市補助金、会費・手数料収入、事務委託料、事業受託料、雑収入等

(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
1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 <ul style="list-style-type: none">・景況アンケート調査 糸魚川経済団体連絡協議会（糸魚川商工会議所、能生商工会）
2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 <ul style="list-style-type: none">・専門的かつ高度な経営状況の分析に係る支援 国（ミラサポ）、にいがた産業創造機構、新潟県商工会連合会、中小企業診断士・税理士等の専門家
3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 <ul style="list-style-type: none">・専門的かつ高度な事業計画策定に係る支援 国（ミラサポ）、にいがた産業創造機構、新潟県商工会連合会、中小企業診断士・税理士等の専門家・創業、第二創業に係るセミナー・個別相談会を通じた連携支援 糸魚川創業支援ネットワーク（糸魚川市、糸魚川商工会議所、能生商工会）
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 <ul style="list-style-type: none">・事業計画策定後の専門的かつ高度な取組みの実施に係る支援 国（ミラサポ）、にいがた産業創造機構、新潟県商工会連合会、中小企業診断士、税理士、日本政策金融公庫高田支店、地域金融機関、新潟県信用保証協会、新潟県中小企業診断士協会等
5. 需要動向調査に関すること【指針③】 <ul style="list-style-type: none">・需要動向調査、分析に関すること 新潟県、にいがた産業創造機構、新潟県商工会連合会、糸魚川市
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】 <ul style="list-style-type: none">・専門的かつ高度な需要開拓に係る支援 国（ミラサポ）、にいがた産業創造機構、全国商工会連合会、新潟県商工会連合会、中小企業診断士等の専門家
7. 地域経済の活性化に資する取組みに関すること <ul style="list-style-type: none">・おうみ祭りを地域経済活性化に資する取組みについて 糸魚川市、観光協会青海支部等・糸魚川市経済団体協議会 能生商工会・糸魚川商工会議所・地域資源を活用した商品開発の推進

国（ミラサポ）、にいがた産業創造機構、全国商工会連合会、新潟県商工会連合会、中小企業診断士等の専門家、糸魚川市、糸魚川市観光協会、能生商工会、糸魚川商工会議所等

8 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

- ・ マル経協議会に関すること
 (株)日本政策金融公庫高田支店
- ・ 経改研究会に関すること
 糸魚川市（企業支援室）、能生商工会、糸魚川商工会議所
- ・ 金融懇談会に関すること
 管内金融機関（第四銀行・北越銀行・糸魚川信用組合）支店長

9 経営指導員等の資質向上等に関すること

- ・ 経営指導員研修等に関すること
 新潟県商工会連合会
- ・ 専門的で高度な支援における専門家に関すること
 国（ミラサポ）、にいがた産業創造機構、新潟県商工会連合会、中小企業診断士・税理士等の専門家
- ・ スーパーバイザー事業に関すること
 新潟県商工会連合会

連携者及びその役割

(1) 新潟県

- ①代表者名 米山隆一
- ②住所 新潟市中央区新光町4番地1
- ③電話番号 025-285-5511
- ④連携する事業における役割 当会で独自に実施していない調査内容について提供を受けること

(2) 新潟県商工会連合会

- ①代表者名 会長職務代行 副会長 石田三夫
- ②住所 新潟県新潟市中央区新光町7-2
- ③電話番号 025-283-1311
- ④連携する事業における役割 経営状況の分析、事業計画策定支援に関すること、事業計画策定後の実施支援に関すること、セミナーの実施に係る情報提供、専門家の派遣あつせん、助成金事業の運営指導・助言

(3) 糸魚川市

- ①代表者名 米田 徹
- ②住所 新潟県糸魚川市一の宮1-2-5
- ③電話番号 025-552-1511
- ④連携する事業における役割 創業、第二創業に係るセミナー・個別相談会を通じた

連携支援、販路開拓事業・展示会出展に関する助言と助成金の受給、当会で独自に実施していない調査内容について提供を受けること、地域経済活性化に資する取組みに関すること、連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること、

(4) ミラサポ (国)

①電話番号 048-783-2891

②連携する事業における役割 専門的かつ高度な経営状況の分析・事業計画策定・策定後の高度な支援・需要開拓に係る専門家派遣に関すること、地域資源を活用した商品開発の推進に係る専門家派遣に関すること、

(5) 全国商工会連合会

①代表者名 石澤義文

②住所 東京都千代田区有楽町1-7-1 有楽町電気ビル北館19階

③電話番号 03-6268-0083

④連携する事業における役割 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること、地域資源を活用した商品開発の推進に係る助成金事業の運営指導・助言

(6) にいがた産業創造機構 (新潟県よろず支援拠点を含む)

①代表者名 米山隆一 (新潟県知事)

②住所 新潟県新潟市中央区万代島5-1 万代島ビル9階

③電話番号 025-246-0025

④連携する事業における役割 経営状況の分析、事業計画策定支援に関すること、事業計画策定後の実施支援に関すること、セミナーの実施に係る情報提供、専門家の派遣あつせん、地域資源を活用した商品開発の推進に関する適正指導と助言

(7) 日本政策金融公庫高田支店

①代表者名 多田一雄

②住所 新潟県上越市大町3-2-1

③電話番号 025-524-2340

④連携する事業における役割 事業計画策定後の実施支援 (資金計画策定、資金の融資) に関すること、連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換 (マル経協議会) に関すること

(8) 地域金融機関

金融機関名	①代表者名	②住所	③電話番号
糸魚川信用組合 青海支店	福嶋 孝	新潟県糸魚川市大字田海 561	025-562-2458
北越銀行青海支店	高橋 賢郎	新潟県糸魚川市大字寺地 228-1	025-562-2061
第四銀行青海支店	上原 治彦	新潟県糸魚川市大字青海 34	025-562-2028

④連携する事業における役割 事業計画策定後の実施支援 (資金計画策定、資金の融

資)に関すること、連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換(金融懇談会)に関すること

(9) 新潟県信用保証協会上越支店

- ①代表者名 古山克則
- ②住所 新潟県上越市新光町1-10-20
- ③電話番号 025-523-7225
- ④連携する事業における役割 事業計画策定後の実施支援(資金計画策定、資金の信用保証)に関すること

(10) 糸魚川経済団体連絡協議会

- ①代表者名 猪又史博
- ②住所 新潟県糸魚川市寺町2-8-16
- ③電話番号 025-5652-1225
- ④連携する事業における役割 地域の経済動向調査(景況アンケート)に関すること、地域経済の活性化に資する取組み(共同事業の企画立案・実施)に関すること

(11) 糸魚川市観光協会

- ①代表者名 山下建夫
- ②住所 新潟県糸魚川市大町1丁目7-47
- ③電話番号 025-552-1742
- ④連携する事業における役割 地域経済の活性化に資する取組み(地域資源を活用した商品・サービスの開発)に関すること

(12) 糸魚川創業支援ネットワーク

構成機関名	①代表者名	②住所	③電話番号
糸魚川市	米田 徹	新潟県糸魚川市一の宮1-2-5	025-552-1511
糸魚川商工会議所	猪又史博	新潟県糸魚川市寺町2-8-16	025-552-1225
能生商工会	大貫慶一	新潟県糸魚川市大字能生字桑ノ町1941-7	025-566-2244
青海町商工会	平野拓二	新潟県糸魚川市大字寺地2153	025-562-2352

- ④連携する事業における役割 事業計画策定支援に関すること、創業、第二創業に係るセミナー・個別相談会を通じた連携支援

(13) 新潟県中小企業診断士協会

- ①代表者名 中村公哉
- ②住所 新潟市西区山田3081番地6 ピュアハートビル1F
- ③電話番号 025-378-4021
- ④連携する事業における役割 専門的かつ高度な経営状況の分析・事業計画策定・策定後の取組みの支援、需要開拓の支援、地域経済活性化に資する取組み(地域資源を活用した商品開発の推進)

連携体制図等

