経営発達支援計画の概要

L 17 . 10 2.	FU-7-7-4-7-7-1
実施者名	長井商工会議所(法人番号 7390005006955)
(法人番号)	長井市 (地方公共団体コード 062090)
実施期間	令和3年4月1日~令和8年3月31日
目標	【目標①】計画経営の推進による経営力向上及び新たな需要開拓 【目標②】地域資源を活用した商品・サービスづくりの支援による地域ブランドの確立 【目標③】創業支援・事業承継支援の強化による地域活力の維持・向上
事業内容	3-1. 地域の経済動向調査に関すること ①国や市が提供するデータの活用 ②中心市街地通行量調査結果の活用 3-2. 需要動向調査に関すること ①ながい産業博での商品調査 ②江戸川区民まつりでの商品調査 4. 経営状況の分析に関すること ①経営分析対象者の掘り起こし ②経営分析の実施 ア経営分析の実施 ア経営分析の実施手法および経営分析を行う項目 イ事業承継支援を行うための追加分析 5. 事業計画策定支援 ②創業計画策定支援 ②創業計画策定支援 ③割事業承継の計画策定支援 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①フォローアップ 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会および商談会 ア高精度・難加工技術展(BtoB) イアグリフード EXPO 東京(BtoB) ウ 江戸川区民まつり(BtoC) ②ホームページの開設・リニューアル支援(BtoB)
連絡先	長井商工会議所 〒993-0011 山形県長井市館町北6番27号 TEL: 0238-84-5394 FAX: 0238-88-3778 E-mail: soumu@nagai-cci.or.jp 長井市 商工観光課・産業活力推進課 〒993-8601 山形県長井市ままの上5番1号 TEL: 0238-87-0827・0238-87-0826 FAX: 0238-88-5914 E-mail: sansho@city.nagai.yamagata.jp

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

1)現状

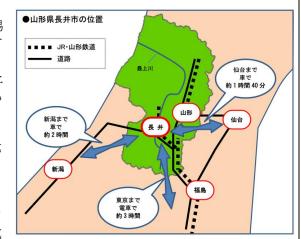
ア 長井市の概況

長井市(以下、当市)は、山形県の南西部にある西置賜 地域のほぼ中央に位置し、地域経済や都市機能において も中心的な役割を担っている。

置賜野川と置賜白川、そして市の南北を貫流する 最上 川が流れる水に恵まれた土地であり、"長井市"の地名も 「水が集まるところ」に由来する。

豊かな水で育まれてきた田園風景や江戸時代に最上川 舟運で栄えた問屋や豪商の面影を残す歴史的建造物に代 表されるように、自然的な土地利用と都市的な土地利用 のバランスが良く、自然景観や地勢を生かしてコンパク トなまちが形成されていることが大きな特長である。

市営バスの運行によって市街地と周辺地域が結ばれて いるほか、市外へアクセスする公共交通機関として株式



会社山形鉄道によってフラワー長井線が運行されている。フラワー長井線及び JR 東日本の山形新幹線を利用することにより、首都圏からの所要時間は約3時間となり日帰り圏内の距離となっている。

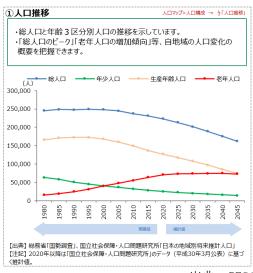
長井商工会議所(以下、当所)は、当市唯一の商工団体である。

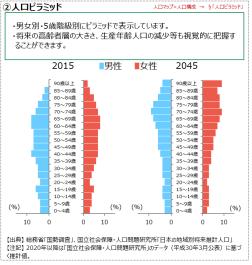
イ 人口

令和2年8月末時点の人口は26,243人(住民基本台帳)。

人口推移をみると、人口は昭和60(1985)年の33,490人をピークに減少傾向にあり、今後も減少傾向 が続くことが見込まれている。年齢別人口をみると、これまで増加傾向にあった老年人口が令和2(2020) 年に減少傾向に転じている。これにより、年少人口、生産年齢人口、老年人口のすべての区分で減少する。

人口ピラミッドをみると、平成 27 (2015) 年には 32.9%であった高齢化率が令和 27 (2045) 年には 45.4% にまで増加することが見込まれている。





出典:RESAS サマリー

ウ 観光資源 ~水と緑と花のまち~

"長井市"の地名が「水の集まるところ」に由来しているとおり、当市は朝日、飯豊、出羽の緑豊かな山系に囲まれ、朝日山系を源とする野川が市の中央部を流れ吾妻山系を源流とする母なる最上川と飯豊山系を源とする白川が市の南部で合流している「水」の豊かな地である。

以下のような観光資源があり、観光客等を楽しませている。

あやめ公園	「水と緑と花のまち」長井のシンボルであり、500 種・100 万本のあやめが 3.3ha
	の園内を鮮やかに彩る公園。その中には「長井古種」と呼ばれる長井固有の希少な
	品種もあり、見どころのひとつになっている。
白つつじ公園	樹齢 750 余年の古木をはじめ、3,000 株あまりの白つつじ(琉球種)が植えられた
	公園。5月には白つつじが園内いっぱいに咲き揃い、雪が積もったような一面純白
	の世界が広がる。
フラワー長井線	山形県南陽市の赤湯駅から西置賜郡白鷹町の荒砥駅に至る山形鉄道が運営する鉄
	道路線である。名称の「フラワー長井線」は、沿線に花の名所が多いことからきて
	いる。春から秋にかけて様々な花を楽しめ、冬は一面の銀世界を満喫できる。
三淵渓谷	長井市を縦断して最上川にそそぐ清流「野川」の上流にある渓谷である。野川本流
	と布谷沢が合流するここは、古くから里人たちの厚い信仰を集め、多くの神秘と伝
	説を伝える長井の聖地となっている。
道の駅	平成 29 年にオープンした観光交流センターである。当市の玄関口として観光情報
川のみなと長井	の発信、特産物の紹介などをおこなう機能も果たしている。

工 特産品

当市には、おいしい水で作られた新鮮な野菜や果物の他、お菓子や工芸品などの特産品も多い。特に、以下は当市の特徴となっている。

けん玉	当市にある「山形工房」は、競技用けん玉の生産量日本一であり、全国の生産量の
	7割を占めている。そのため、当市は知る人ぞ知る日本一のけん玉のまちである。
	近年は、たくさんの人に気軽にけん玉に親しんでいただこうと長井駅前に「けん玉
	広場 Spike」が開設されるなど、けん玉を使ったまちおこしが行われてる。
馬肉食文化	当市では馬肉食文化が古くから根付いている。熊本や会津など有名な馬肉の産地では見かけない「馬肉チャーシュー」を日常的に食すのが特徴である。馬肉料理を取り扱う事業者が増えており、今後も新商品開発や販路開拓の取り組みが期待されている。

オ 産業について

(a) 業種別の商工業者数

当市の産業別の事業所数割合をみると、建設業 12.6%、製造業 12.3%、卸売・小売業 24.4%、サービ ス業 48.2%である(平成 28 年経済センサス)。

小規模事業者数は平成24年が1,341社、平成28年が1,211社であり、4年間で9.7%減少している。 産業別にみると、建設業が5.5%、製造業が17.9%、卸売・小売業が15.2%、宿泊・飲食業が7.5%の減 少となっている。一方、医療・福祉では45.2%の増加がみられる。

特に製造業や卸売・小売業の減少率が高いため、これらの業種での事業承継が必要であるといえる。

	建設	製造	運輸等	卸売· 小売	宿泊· 飲食	医療•福祉	他サー ビス	分類 不可	合計
平成24年									
事業所数	213	227	27	428	207	90	509	22	1,723
従業員数	1,191	4,657	370	2,528	882	1,766	2,009	201	13,604
事業所数(小規模事業者)	200	179	22	310	174	31	425	0	1,341
従業員数(小規模事業者)	776	1,033	189	776	471	87	842	0	4,174
平成28年									
事業所数	200	196	20	388	187	112	469	20	1,592
従業員数	1,250	4,080	241	2,442	810	1,607	2,076	223	12,729
事業所数(小規模事業者)	189	147	15	263	161	45	390	1	1,211
従業員数(小規模事業者)	829	906	101	642	413	108	737	5	3,741
増減(平成28年-平成24年)									
事業所数	△ 13	△ 31	△ 7	△ 40	△ 20	22	△ 40	△ 2	△ 131
従業員数	59	△ 577	△ 129	△ 86	△ 72	△ 159	67	22	△ 875
事業所数(小規模事業者)	Δ 11	△ 32	△ 7	△ 47	△ 13	14	△ 35	1	△ 130
従業員数(小規模事業者)	53	△ 127	△ 88	△ 134	△ 58	21	△ 105	5	△ 433

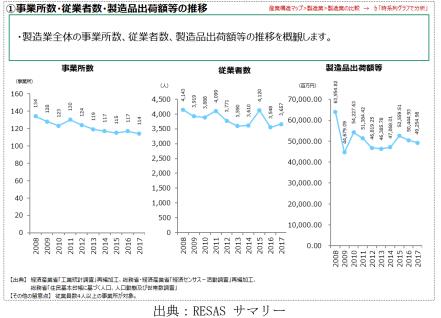
出典:総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

(b) 産業の概観 (参考)

次に、当市の産業を概観する。なお、本項目は小規模事業者に限らず、大企業・中企業を含めた産業全 体を示している。そのためあくまでも参考資料である。

i _ 製造品出荷額等の推移

平成29(2017)年の製造品出荷額等は493億円である。推移をみると、リーマン・ショック後の落ち込 み後、未だリーマン・ショック前の水準までは戻っていないことがわかる。また、事業所数をみると減少 傾向が読み取れる。



ii _ 年間商品販売額の推移

平成28 (2016) 年の年間商品販売額は486 億円である。推移をみると、平成9 (1997) 年以降、減少傾向が読み取れる。また、事業所数をみても減少傾向となっている。



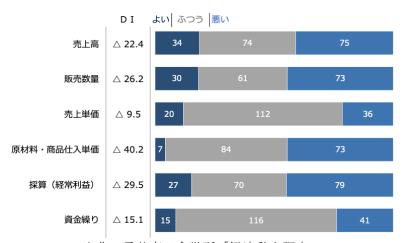
出典: RESAS サマリー

※平成 24(2012)年以降、商業統計調査の対象事業所の把握方法が変更されたため、平成 19(2007)年以前と平成 24(2012)年以降を単純に比較することはできない。

(c)DI

当所実施の経済動向調査*によると、売上 DI が \triangle 22.4、採算(経常利益) DI は \triangle 29.5 となっている。前年同期比で売上や利益が減少している事業者の割合が高いことがうかがえる。

なお、売上が増加している事業者の割合は18.6%である。

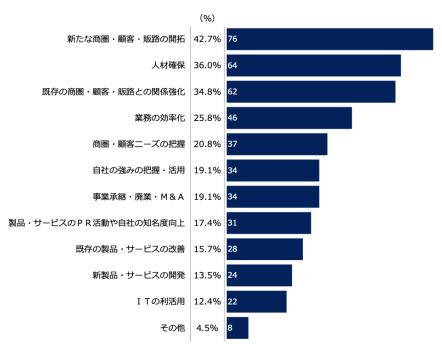


出典:長井商工会議所「経済動向調査」

※管内事業者 953 社に対し実施した調査。回収数:190 票、回収率:19.9%。実施期間:平成 29 年 12 月 12 日~平成 30 年 2 月 6 日。

(d) 経営課題

また、前項のアンケート調査より経営課題をみると、「新たな商圏・顧客・販路の開拓」が42.7%と最も高くなっている。販路拡大を志向している事業者が多いことがうかがえる。



出典:長井商工会議所「経済動向調査」

(e) 業種別の小規模事業者の経営課題

<商業>

現在、学校や警察署等の公共施設が郊外に移転したことに伴い、郊外の宅地開発が進み、中心部の人口が減少している。これにより、中心市街地の南側の郊外に、ホームセンターや家電量販店などの大型店が集積している状況である。また、市内の消費需要は、食料品・日用雑貨が主で、道路交通網の整備による近隣に大規模小売店の進出で購買力の市外流出が進んでいる。これらに加え、少子高齢化などに伴う人口の減少等も相まって、5つの商店街がある中心市街地全体が衰退している。

課題は以下のとおりである。

- ・大型店等との差別化
- ・EC 販売等の多様化する販売形態への対応
- ・事業主の高齢化による廃業を抑制させるための事業承継

<製造業>

当市の製造業は、中小・小規模企業群が 130 社以上集積し、鋳造、鍛造、精密板金、表面処理、精密プレス、切削・研削、樹脂成形、金型製作、省力機械設計・製作と多肢にわたる加工分野に富んでいる。機械・金属部品加工分野では県内でも集積度が高いことから、大概の金属部品の受注に対して地域内での一括対応が可能である。経営環境をみると、昨今の総合家電メーカーの凋落、自動車生産拠点の海外シフト及び中小企業のアジア進出等による国内製造業の空洞化の影響もあり、苦しい経営環境に置かれている。特に小規模製造業ほど、環境変化の負の影響を大きく受けていることから、下請け構造の脱却や自らの新たな需要開拓など早急なビジネスモデルの改革が必要である。

課題は以下の通りである。

- ・共同受注やユニット化などの企業間連携
- ・QCD(品質・価格・納期)への対応や技術の高度化への対応
- ・自社の技術や製品に関する「企画力」「提案力」「営業力」を向上させることによる下請け体質からの脱却

カ 長井市の計画

(a) 長井市第五次総合計画 後期基本計画

「長井市第五次総合計画 後期基本計画 (2019~2023)」の商工・観光に該当する箇所は下表のとおりである。

工業振興分野では「事業者の経営改善や技術力の向上、新たな技術や製品等の開発」、商業振興分野では「にぎわいと交流のある魅力あふれるまちづくり及び空き店舗等を活用した新規創業支援やまちなかの活性化」、観光振興分野では「観光客が本市を楽しむための地域資源の発掘および磨き上げ」などが掲げられている。

工業振興分野 目指す姿「企業の成長力を高め、雇用を創出する工業」

- ・受注開拓に向けて、長井の企業の強みを明確化する人材育成事業(経営・技術・営業等)を実施し、自動車関連産業やエネルギー産業、環境産業、医療・介護関連産業等への参入に挑戦します。
- ・山形大学等との産学連携を推進し、長井発の新しい技術や製品等の創出に取り組みます。
- ・市内企業と連携し、地域を潤す源流となる長井工業高校の生徒の技術研修等を引き続き支援していきます。
- ・新しいビジネスの事業化を支援するため、置賜地域地場産業振興センターや長井商工会議所と連携し、インキュベーション機能を提供します。新規・企業立地促進等補助金を活用し、企業誘致や設備投資支援、新規創業への支援を継続して実施していきます。さらに、様々な規模や業種の企業の市内への立地を促進するため、新産業団地を整備していくほか、空き工場及び工場跡地対策についても取り組んでいきます。

商業振興分野 目指す姿「利便性や快適性を満たす商業」

- ・商店街の空き店舗等を活用した起業を促していくため、起業・創業支援補助金の活用や、創業希望者 への研修、相談機能の充実に取り組みます。
- ・経営等に課題を持っている事業者に対して、長井商工会議所や金融機関等と連携し、小規模事業者の 事業継続に向けた支援等を実施します。また、後継者がいない事業者の事業承継について相談などの 支援を行います。
- ・観光交流センター「道の駅川のみなと長井」を運営し、置賜地域地場産業振興センターの情報発信機 能も活用した商業者への支援を実施します。
- ・まちの駅を拠点とした商店街情報の発信や集客のためのイベント、クーポン発行などの取組を支援するとともにチャレンジショップによる創業支援を併せて実施します。

観光振興分野 目指す姿「交流人口を増加させ、地域経済に貢献する観光」

- ・「道の駅 川のみなと長井」を観光拠点とするとともに、やまがたアルカディア観光局を置賜地域での 連携による体制に発展させ観光地域づくりを推進します。各市町の特徴を活かし、観光客が回遊する 旅行商品づくりを支援します。
- ・「道の駅 川のみなと長井」やフラワー長井線長井駅から、まちなかや目的地へ観光客に訪れてもらう 仕組みづくりを実施します。
- ・長井市の観光資源である「水」「緑」「花」をさらに魅力あるものへと磨き上げるため、あやめ公園の 再整備を検討し魅力ある公園づくりに取り組みます。さらに歩いて楽しめるまちづくりを進めます。
- ・国の重要文化的景観として選定された最上川舟運に由来する歴史的な街並みや水辺、地域の資源であるけん玉や山岳等の活用、観光資源にできる地域資源の発掘によって、観光客等を誘客し、交流人口を増やします。
- ・DMO が販売する旅行商品の案内役やまちの駅に常駐するガイドなど役割が拡大しているボランティアガイドについて、担い手の確保や研修の充実に取り組みます。

(b) 中心市街地活性化基本計画

当市では、「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき、平成28年4月から5年間を計画期間とする「長井市中心市街地活性化基本計画」を策定し、以下の基本方針のもとまちづくりを進めている。

基本方針 I 市民と観光客が集い魅力あるまちづくり

基本方針Ⅱ 商業活動の活性化と多様な雇用の創出によるにぎわいあるまちづくり

基本方針Ⅲ 快適で安全に暮らせるまちづくり

2課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず、人口をみると、当市では今後も人口が減少していくことが見込まれている。また、高齢化率は年々高まっており、平成27 (2015) 年の32.9%から令和27 (2045) 年には45.4%になることが予想されている。商業事業者にとっては、人口減少による消費の減衰への対応や、高齢化率が上がることによる消費構造の変化への対応が課題となっている。

さらに、年齢3区分別人口をみると、生産年齢人口の減少が著しい。働き手が不足することが予測されることから、事業者にとっては生産性向上等への取組が必要となる。

観光面をみると、当市には魅力的な観光資源や特産品がみられる。また、平成29年には「道の駅川のみなと長井(令和元年度の入場者数50.3万人)」がオープン。これにより観光客が増加している。商業事業者にとってはビジネスチャンスとなっているため、「けん玉」や「馬肉食文化」をはじめとした特産品を生かした魅力的な商品・サービスづくり等などによる、観光消費の獲得が期待されている。

小規模事業者数をみると、4年間で製造業が17.9%、卸売・小売業が15.2%と大幅に減少している。近年の傾向として、サービス業(飲食業含む)での創業はみられるが、製造業や卸売・小売業の創業はほとんどない。つまり、これらの業種では廃業はあるが、創業がないため事業所数が減少している。地域の活力維持のためには創業を増やすだけでなく、事業承継の支援を強化し、事業所数の減少を緩やかにする必要があるといえる。

小規模事業所の経営課題をみると、業種を問わず「差別化」や「販路拡大」が多い。このなかには、新たな商品・製品・サービス開発を行い高付加価値化を実現することで、売上増加や利益確保を行いたいという要望もみられる。また、新型コロナウイルス感染症への対策としてインターネット等を活用した新たなビジネスモデルへの転換を希望する事業者も多くなっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

これまでの現状と課題を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興のあり方を以下の通り定める。

ア 域内外の需要の獲得

当市の 10 年後を見据えると、少子高齢化に伴う人口減少が急速に進行する見込みである。これは、商業・サービス業事業者にとって顧客の減少や売上高・利益の減少を意味する。一方、当市には、①中心市街地活性化基本計画の推進による中心市街地の活性化や、②魅力ある観光資源の活用による観光客の増加などといった事業機会もみられる。そこで、事業者が自社を取り巻く経営環境を分析し、適切な販路開拓(製品・商品・サービスの企画開発、店舗プロモーション、ブランド化、商談会等)を行いながら、新たな需要を獲得している姿を目指す。

イ 事業計画に基づく計画経営の推進による経営力向上

現在、当市の小規模事業者の多くは、大型店との差別化、EC 販売等の多様化する販売形態への対応等の経営環境の変化への対応が十分でない。旧態依然としたビジネスモデルを維持していても、今後の生き残りが難しいのは明白であるため、今後は経営環境の変化に対応したビジネスモデルの再構築が必要である。そこで、小規模事業者が事業計画に基づきビジネスモデルを再構築するといった計画経営を推進し、経営力を向上させている姿を目指す。

ウ 地域資源活用による魅力ある商品開発と付加価値の向上

当市には、魅力ある観光資源や特産品などの地域資源がみられ、小規模事業者にも活用が期待されている。そこで、小規模事業者がこれらの地域資源を活用した特色ある新商品開発を行い、新たな需要を獲得している姿を目指す。

エ 創業・事業承継による地域活力の維持

地域にとって、創業者による新たなビジネスの創出は欠かせない。これと同時に、既存の事業を承継していくことも重要である。現在、事業承継については、第三者承継(M&A・事業売却等)といった新たな手法も一般的になっている。そこで今後は、創業の活性化と合わせて、既存事業者が事業承継を積極的に行い、地域全体の活力を維持できている姿を目指す。

②長井市第五次総合計画 後期基本計画との連動性・整合性

「長井市第五次総合計画 後期基本計画」では、工業振興分野において「事業者の経営改善や技術力の向上、新たな技術や製品等の開発」を掲げている。上記「ア」「イ」はこの実現に資するビジョンであり連動性・整合性がある。同様に、商業新興分野の「にぎわいと交流のある魅力あふれるまちづくり及び空き店舗等を活用した新規創業支援やまちなかの活性化」は上記「ア」「イ」「ウ」「エ」、観光振興分野の「観光客が本市を楽しむための地域資源の発掘および磨き上げ」は上記「ウ」と連動性・整合性がある。

③商工会議所としての役割

当所は、昭和50年4月に設立。以降、長井地域の商工業者の世論を代表し、行政に対する意見活動をはじめ、経営相談、情報提供、調査研究など、企業の繁栄のための活動を行い、地域の総合的経済団体の役割を担っている。

当所の事業活動は多岐に亘り、その中で大きな柱となっているのが経営支援(個者支援)と地域振興(面的支援)である。小規模事業者に対する経営改善支援においては、長年、巡回・窓口相談において、経営一般・金融などの指導を主に行っている。

第1期経営発達支援計画では、以下の目標を掲げ、小規模事業者支援を実施してきた。今後は第2期経営発達支援計画を定め、小規模事業者の活性化に向けて全職員一丸となり取り組む。

目標

小規模事業者の総合的な経営支援機関として行政をはじめ関係機関等と連携し、新商品開発や新たな需要開拓を始め販路拡大に努め、小規模事業者の経営の発達を目指す。また、地域内の活力増進と雇用の創出を図るために、創業者や事業承継者に対して総合窓口として小規模事業者の相談指導を伴走型で行い支援する。これにより地域の起業創出並びに事業承継などの後継者対策の解決を図ると共に持続可能な経営に取り組む小規模事業者の支援と地域経済の活性化と底上げを目標とする。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を実現するため、本計画では以下の目標および方針 を掲げる。

- 【目標①】計画経営の推進による経営力向上及び新たな需要開拓
- 【目標②】地域資源を活用した商品・サービスづくりの支援による地域ブランドの確立
- 【目標③】創業支援・事業承継支援の強化による地域活力の維持・向上

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間(令和3年4月1日~令和8年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

小規模事業者の経営力向上を図るために、事業計画に沿った伴走型支援を実施する。具体的には、まずは地域の経済動向調査を行い経営環境の変化を事業者に周知する。同時に個社の経営分析や商品の需要動向調査を実施。これらを活用しながら事業計画の策定支援を行い、事業者の経営の方向性を一緒に検討する。事業計画策定後は、四半期ごとにフォローアップを実施。計画を達成し、売上拡大・利益増加等の成果を上げる。

【目標②達成のための方針】

地域資源を活用した商品づくりから、商品のブラッシュアップ、販売促進までワンストップで支援する。 具体的には、お土産品等については「ながい産業博」、域外へ販売を強化したい商品等については「江戸 川区民まつり」での商品調査を実施するなど商品の販売ターゲットに合わせた顧客の声を収集。この声を 商品改良に活かし売れる商品づくりを行う。また、新たな販路開拓として「アグリフード EXPO 東京」を 活用して全国のバイヤーへの売り込みを行う。

【目標③達成のための方針】

創業支援は、年 1 回の「創業セミナー」の他、「創業説明会」や「やまがたチャレンジ創業応援事業助成金」、「長井市起業・創業支援事業補助金」を契機に接点を持った創業者に対し、創業者が作成した創業計画を経営指導員が一緒になってブラッシュアップを実施。この創業計画をフォローアップする方法で行う。

事業承継支援は、経営分析時に「事業承継自己診断チェックシート(事業承継ガイドライン)」を使った現状把握を実施。事業承継ニーズが認められた場合には、事業承継の計画を策定し、計画に沿った支援を実施する。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1)現状と課題

小規模事業者がビジネスモデルを再構築するためには、まずは自社のおかれた経営環境を認識する必要がある。

当市の経済動向を把握するためのデータとして「RESAS」、「長井市の統計書(ながいのあらまし)」、「中心市街地通行量調査結果」があるが、これまでは所内で必要に応じて活用するに留まっていた。

今後は、これらのデータを分析・公表し、事業計画策定時などに役立てる。

(2)目標

項目	現状	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7年度
①国や市が提供するデータ 分析結果の公表回数	_	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②中心市街地通行量調査 分析結果の公表回数	_	1 回	1 回	1回	1 回	1 回

(3)事業内容

①国や市が提供するデータの活用

小規模事業者が事業をするうえで、経営環境を把握することは重要である。経営環境を把握するための統計データとして、「RESAS」や「長井市の統計書(ながいのあらまし)」があるが、十分な活用がされていなかった。そこで、今後は、これらのなかで事業者に有用なデータをまとめ、年1回公表する。

3117 1 1 = 0	
調査	国や市が提供するデータの活用
目的	小規模事業者に外部環境に関する情報を提供することで、市場状況の把握、経営判断への
	活用を促す。
時期	年に1度(9月)実施
情報収集·	「RESAS」に掲載されている以下の項目より事業者に役立つデータを分析
整理·分析	1. 人口マップ、2. 地域経済循環マップ、3. 産業構造マップ、4. 企業活動マップ
を行う項	5. 観光マップ、6. まちづくりマップ、7. 雇用/医療・福祉マップ 等
目	「長井市の統計書(ながいのあらまし)」に掲載されている以下の項目より事業者に役立
	つデータを分析
	土地・気象 / 人口・世帯 / 事業所・企業 / 工業 / 商業 / 観光 / 市民所得 / 建設
	交通・運輸 / 社会福祉 / 教育・文化 等
分析の	経営指導員がこれらの情報を網羅的にみて、特に事業者の役に立つデータを抽出。どのよ
手段・手法	うに活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者がみやすいフォーマットにまと
	める。分析にあたっては、中小企業診断士等の専門家の意見を聞く。
成果の	分析結果は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知。特に分析結果と関連が深
活用方法	い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、本結果は、事業計画作成時の
	基礎資料としても活用する。

②中心市街地通行量調査結果の活用

当市では中心市街地活性化基本計画に基づき、中心市街地の通行量調査を実施している。本調査結果は 中心市街地に立地する事業者の事業計画策定等に有益であるため、年1回公表する。

∄⊞ ★	カンナ体地区に見迎末外田のバロ						
調査	中心市街地通行量調査結果の活用						
目目的	小規模事業者に中心市街地通行量調査結果を公表することで、市場の把握、経営判断、事						
	業計画の策定時に活用してもらう。						
時期	年に1回(9~11月)実施						
調査の	中心市街地活性化基本計画に基づき、当市において調査地点の歩行者通行量調査を実施。						
手段・手法							
情報収集・分項を行う項目	以下の8地点における歩行者通行量情報 ※平日・休日の9時~19時の時間帯別通行量 1. 高野町公民館前 2. 大町立場前 3. 山形中央信用組合前 4. 丸一薬局前 5. 旧殖産銀行前 6. 山一醤油前 7. 荘内銀行前 8. 市役所市民駐車場前						
分析の	調査した結果を平日・休日の時間帯別に分析する。また、経年比較を行い、変化がみられ						
手段・手法	る場合はその理由についてコメントを付す。						

成果の	分析結果は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知する。また、分析結果と関
活用方法	連が深い地点に立地する事業者に対しては、巡回訪問を通じて直接説明する。本結果は、
	事業計画作成時の基礎資料としても活用する

3-2. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

本計画では小規模事業者が地域資源を活用した魅力的な商品・サービスづくりを行うことを目標としている。現状、小規模事業者の商品開発をみると、プロダクトアウトの視点で商品開発が行われることが多く、マーケットイン視点(消費者目線)での開発はほとんどできていない。そのなかで、当所では、商品のマーケティング調査の必要性を感じていたが、これまで実施できていなかった。

そこで今後は、マーケットイン視点での商品のブラッシュアップをするため、市内・市外(首都圏)それぞれで商品調査を支援する。

(2) 目標

(=/ — 12.						
項目	現状	3 年度	4年度	5年度	6 年度	7年度
①ながい産業博での	_	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
商品調査対象事業者数						
②江戸川区民まつりでの	_	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社
商品調査対象事業者数						

(3)事業内容

①ながい産業博での商品調査

毎年秋頃(令和元年は10月、令和2年は新型コロナウイルスの影響で中止)に開催される「ながい産業博」にて、商品調査用のブースを設け、お土産品を中心に商品の試食・アンケート調査を実施する。

来母」にて、 19	前調宜用のノースを設け、ね工座面を中心に間面の武良・ノンケート調宜を表施する。							
調査	ながい産業博での商品調査							
目的	当市に来訪する観光客に対し、小規模事業者にもお土産品等の開発が期待されている。							
	一方、小規模事業者は観光客等から直接意見を聞く機会がなく、観光客目線での商品の							
	ブラッシュアップができていない。そこで、観光客も多く訪れる「ながい産業博」にて							
	商品調査を実施。観光客等にも売れる商品づくりを行う。							
対象	地域資源を活用した商品(食品や伝統工芸品。特にお土産品を重点支援)、3 商品/年を							
	調査対象とする。年間3商品の根拠は、これまでの支援のなかで、対象となる商品の開							
	発が年間3件程度みられたためである。							
調査の手	事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。調査は、「ながい産業博」に							
段•	調査用のブースを設け、当所職員が調査を実施する。分析結果に有意性を持たせるため、							
手法	1商品あたり50票以上を目標にアンケートを収集する。							
調査を行う	調査内容例(食品の場合)							
項目	□商品の総合評価(直感的な評価) □味 □パッケージ □長井らしさ							
	□独自性 □価格 □購入意向 □お土産としてどうか □その他改善点							
	調査内容例(伝統工芸品等の場合)							
	□商品の総合評価(直感的な評価) □独自性 □安全性 □価格 □パッケージ							
	□購入意向 □お土産としてどうか □その他改善点							
分析の手	アンケート収集後は経営指導員が分析を行う。分析では、各項目について男女別、年齢							
段•	別にクロス集計を実施。結果からターゲット顧客や改良点などを抽出する。							
手法								
調查•分析結	分析結果は、経営指導員が簡単なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その							
果の活用	後、事業者とともに改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュ							
	アップにあたっては、事業計画を策定し、経営指導員が伴走型で支援を継続する。							

②江戸川区民まつりでの商品調査

「江戸川区民まつり」(内容は『7.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』で記述)にて、商品調査を実施する。

調査	江戸川区民まつりでの商品調査							
目的	当市の人口が減少し、消費が縮小しているなかで、域外(首都圏等)にも売れる商品の							
	開発が期待されている。そこで、当所で毎年出展支援を行っている「江戸川区民まつり」							
	を活用し、首都圏での商品調査を実施。首都圏居住者からの意見を収集し、商品のブラ							
	ッシュアップを行う。							
対象	「江戸川区民まつり」に出展している商品のうち、地域資源を活用した商品(主に食品)、							
	4 商品/年を調査対象とする。年間 4 商品の根拠は、該当する商品が例年 4 商品程度みら							
	れるためである。							
調査の手	事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。調査は、「江戸川区民まつり」							
段•	にて、当所経営指導員が実施する。分析結果に有意性を持たせるため、1 商品あたり 50							
手法	票以上を目標にアンケートを収集する。							
調査	調査内容例(食品)							
項目	□商品の総合評価(直感的な評価) □味 □パッケージ □長井らしさ							
	□独自性 □価格 □購入意向 □その他改善点							
分析の手	アンケート収集後は経営指導員が分析を行う。分析では、各項目について男女別、年齢							
段•	別にクロス集計を実施。結果からターゲット顧客や改良点などを抽出する。							
手法								
調查•分析結	分析結果は、経営指導員が簡単なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その							
果の活用	後、事業者とともに改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュ							
	アップにあたっては、事業計画を策定し、経営指導員が伴走型で支援を継続する。							

4. 経営状況の分析に関すること

(1)現状と課題

小規模事業者の経営課題をみると、業種を問わず「差別化」や「販路拡大」が多い。これらの課題解決のためには、各事業者独自の強みを活かして他社(大型店等)と異なる魅力を打ち出す必要がある。

現状、当所では巡回訪問・窓口相談などを通じて事業者の経営課題等のヒアリングをしてきた。一方、経営指導員ごとのスキルに基づいて行われており、スキルによる分析内容のバラツキもみられた。

そこで今後は、経営指導員によって事業者の分析内容にレベル差が生まれないよう、同様のフォーマットを使用して分析を行うなど、組織としての経営分析を実施する。また、事業者の持つ強みを分析することで、今後の活用を促す。

分析の結果顕在化した経営課題は解決を支援。また活かしきれていない強みがある場合は今後活かせないかを検討する。これらの支援は事業計画に沿って実施する。

(2)目標

当所では、これまで52件/年の支援を行ってきた。今後は、これまで積み上げてきたノウハウをより広く提供し、経営分析件数を60件(=経営指導員3名×20件)とする。

項目	現状	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7年度
経営分析件数	52 件	60 件				

(3) 事業内容

①経営分析対象者の掘り起こし

分析対象者は、巡回訪問や窓口相談などによる掘り起こしを基本とする。小規模事業者の多くは、経営分析の必要性を理解していないことが想定されることから、これらの接点において経営分析の必要性を丁寧に説明し、経営分析に結びつける。さらに、融資相談や決算申告、補助金活用等の際にも、経営分析の

対象者を掘り起こす。

また、当所では年 $4\sim5$ 回のセミナーや「経産産業省予算に係る施策説明会」などを実施している。これらセミナーや施策説明会は、当所ホームページや巡回訪問等で参加者を募集しており、各セミナーでは約 $10\sim20$ 名/回、施策説明会では $30\sim40$ 名/回の参加がある。小規模事業者と当所の接点となっていることから、セミナー等において、当所の経営分析サービスについて経営指導員が周知する。

これらの掘り起こしにより、経営分析件数を拡大させる。

②経営分析の実施

ア 経営分析の実施手法および経営分析を行う項目

経営分析は、事業者からのヒアリングを基に経営指導員が実施する。

分析は、基幹システム「BIZ ミル」で提供される経営分析表を使用する。本分析表では、財務分析として収益性(売上高総利益率、売上高営業利益率)、成長性(売上高増加率)、生産性(一人あたり売上高、一人あたり売上総利益)、効率性(売上債権回転期間、棚卸資産回転期間)、安全性(流動比率、当座比率、自己資本比率、借入金月商倍率)および非財務分析(SWOT 分析、3C 分析等)を行うことができる。

なお、SWOT 分析にあたっては各事業者が持つ強みの分析はしっかり行う。また、この強みが経営に活かせていない(今まで以上に活かせる余地がある)と考えられる場合は、ビジネスモデル(経営方針)の転換を提案する。

イ 事業承継支援を行うための追加分析

当所管内では廃業等も多く、地域の課題となっている。そこで、当所では事業承継の支援を強化する予定である。

前述の経営分析を行った小規模事業者のうち、経営者が 60 歳以上の事業者に対しては、追加で「事業 承継自己診断チェックシート(事業承継ガイドライン)」を使った経営分析を実施する。



▲ア 経営分析で出力されるシート



▲イ 事業承継自己診断チェックシート

(4)経営分析結果の活用

経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。

経営分析により経営課題が顕在化された場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な課題解決が 顕在化した場合は、専門家派遣を活用し解決を図る。なお、この場合は、経営指導員も専門家派遣等に同 席し、次回、同様の課題解決が必要な場合に経営指導員が単独で課題解決を提案できるようにノウハウを 吸収する。

分析結果は、当所内での会議で共有を図る。これにより、経営指導員ごとの分析レベルの差をなくすとともに、ノウハウを共有する。また、「BIZ ミル」上に分析結果を集約することで、すべての経営指導員が内容を確認できるようにし、経営指導員のみならず、他職員も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1)現状と課題

本計画では、計画経営の推進による経営力向上を目標としている。そのために、これまで分析・把握してきた事業者の強みや経営環境の変化を見据えた事業計画を策定し、計画に沿った取組を支援する。これに加え、経営分析で顕在化した事業者の経営課題や、需要動向調査で見つかった商品等の改善点も事業計画に沿って解決を図る。

現状は補助金申請の際などに事業計画の策定を支援するに留まっていたが、今後は経営分析の支援対象者に対し計画経営の必要性を周知し、事業計画の策定を推進。事業計画に沿ったフォローアップを実行する

また、創業者に対しては創業計画、事業承継に直面する事業者に対しては事業承継の計画策定を行う。

(2)支援に対する考え方

これまでの支援経験より、経営分析件数の3割の事業計画の策定支援を目標値とする。なお、現状は、 事業計画の策定を支援したものの、その後のフォローアップが十分でなかった。今後は、策定支援を行っ た事業者すべてを必ずフォローアップし、成果をあげることを目標にする。

また、創業計画や事業承継の計画についてもこれまで同様、継続して支援を実施する。

(3)目標

項目	現状	3 年度	4年度	5 年度	6 年度	7年度
事業計画策定件数	17 件	20 件				
創業計画策定件数	3件	3 件	3 件	3 件	3 件	3件
事業承継の計画策定件数	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業計画の対象事業者は、基本的に経営分析をおこなった事業者である。経営分析時に、①経営課題が 見つかった場合は、課題解決に向けて事業計画の策定を提案する、②各社独自の強みが経営に活かせてい ない(今まで以上に活かせる余地がある)場合は、事業計画に沿ったビジネスモデル(経営方針)の転換 を提案する。また、小規模事業者持続化補助金、経営力向上計画、経営改善計画を契機とした事業計画策 定の掘り起こしも実施する。

事業計画の策定支援は、小規模事業者からのヒアリングの基、経営指導員が主体となり実施する。

②創業計画策定支援

創業者に対しては、改正産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画の認定を受けている長井市と連携し、創業計画の策定支援を実施する。具体的には、創業セミナーの他、創業説明会ややまがたチャレンジ創業応援事業助成金^{※1}、長井市起業・創業支援事業補助金^{※2}を契機に接点を持った創業者に対し、創業者が作成した創業計画を経営指導員が一緒になってブラッシュアップを行う方式で支援を行う。

創業セミナー

募集方法	主催の(一財)置賜地域地場産業振興センターによる周知、当所・当市のホーム
	ページ等における周知、その他地域金融機関等による周知 等
回数	年1回
カリキュラム	1. 事業活動とお金、2. 事業計画を立てよう、3. 「利益」と「収支」は違う
	4. 資金繰り表をつくろう ※令和元年度創業セミナーのカリキュラムより
想定参加者数	10名

※1 やまがたチャレンジ創業応援事業助成金

県内における新たな企業の創出を促進し、地域経済の発展、安定的な経営、雇用の確保を図ることを

目的として、新規創業を目指す者に対して、創業に要する経費の一部を最大6ヶ月間支給する助成金。

※2 長井市起業·創業支援事業補助金

商業を中心とする産業の振興を図ることを目的として、市内の空き店舗等を活用して起業を希望する 者に対して、施設整備費、家賃賃借料、広告宣伝費の一部を予算の範囲内で支給する補助金。

③事業承継の計画策定支援

現状、事業承継事業者向けの支援として、事業承継補助金の支援を実施している。本補助金の申請の際には、事業承継や M&A などを契機とした新しいチャレンジ(第二創業計画)の計画が必要となるため、今後も、事業承継補助金を契機とした計画策定を支援する。

具体的には、経営分析の「イ 事業承継支援を行うための追加分析」を行った事業者に対し、事業承継補助金を説明。興味を持った経営者・後継者と一緒になって、経営指導員が事業承継補助金の計画策定を支援する。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1)現状と課題

現状、事業計画策定後の支援について明確なルールがなく、担当者任せとなっていた。そのため、事業計画が形骸化することがあった。また、「売上が増加したか」や「利益が増加したか」といった結果にまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

今後は、原則として四半期ごとにフォローアップを実施。すべての事業計画に対し、伴走型で支援することにより、計画の成果をあげる。

(2)支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合・経常利益増加割合がそれぞれ 25% **1 (売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある) になることを目標とする。

また、創業計画のフォローアップではすべての創業者の事業が軌道に乗り、事業継続が実現するよう、 伴走型支援を実施する。

事業承継の計画に関しては、前述の事業計画と同様の目標※2を設定する。

- ※1 当所実施のアンケート調査 (P4 参照) によると、前年同期比で売上が増加している事業者の割合は 18.6%であった。そこで、本事業においては、事業計画策定およびフォローアップを実施した対象事業者について、売上増加事業者割合および経常利益増加事業者割合がそれぞれ 25% (売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある)となることを目標とする。
- ※2 本計画における事業承継の計画とは、事業承継補助金に資する計画を想定している。本計画では、 事業承継やM&A などを契機とした新しいチャレンジ (第二創業計画)を示す必要があることから、 通常の事業計画同様、売上増加、経常利益増加事業者数を目標とする。

(3)目標

①事業計画のフォローアップ

項目	現状	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7年度
フォローアップ対象事業者数	17 社	20 社				
頻度(延回数)	72 回	80 回				
売上増加事業者数		5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
経常利益額増加事業者数		5 社	5 社	5 社	5 社	5 社

②創業計画のフォローアップ

項目	現状	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7年度

フォローアップ対象事業者数	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
頻度(延回数)	9 回	12 回				

③事業承継の計画のフォローアップ

項目	現状	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7年度
フォローアップ対象事業者数	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
頻度(延回数)	7 回	12 回				
売上増加事業者数	_	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
経常利益額増加事業者数		1 社	1 社	1 社	1 社	1 社

(4) 事業内容

事業計画・創業計画・事業承継の計画を策定したすべての事業者を対象に、原則として四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度事業計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては、訪問回数を減らす。一方、計画と進捗状況とがズレている場合(計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等)は、訪問回数を増やすだけでなく、専門家派遣などを活用しながら軌道に乗せるための支援を実施する。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

本計画では小規模事業者の新たな需要開拓を目標としているが、小規模事業者の多くは専門の営業人員がいないなど経営資源が少なく、自社独自での取組には限界がある。そこで、当所ではこれまでも事業者の販路開拓を支援してきた。一方、これらの支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていないという課題もみられた。

今後は、展示会・商談会やホームページ作成支援など、事業者単独では実現が難しい販路拡大手段でかつ効果が高いサービスを提供するだけでなく、売上増加や新規顧客との成約など、成果にコミットした支援を実施する。

(2)支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果(新たな需要獲得効果)が高い取り組みについて支援をする。なお本事業は、事業者が新たな需要を獲得するきっかけづくりを提供するという考え方で実施する。そのため、各事業の効果として、BtoCの取り組みでは10万円/社、BtoBの取り組みでは新規顧客1件/社を獲得するという目標を持って実施。実際に効果が上がることを示しながら、将来的には事業者が自主的に取り組めるよう道筋を作る。

(3)目標

項目 現状		3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7年度
①ア 高精度・難加工技術展 出展事業者数	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社
新規顧客との成約件数/社	_	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
①イ アグリフード EXPO 東京 出展事業者数		3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
新規顧客との成約件数/社	_	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
①ウ 江戸川区民まつり 参加事業者数	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
売上額/社	_	10 万円				
②ホームページの開設等支援 実施事業者数	_	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
新規顧客との成約件数/社	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1件

※上記①事業は中小企業全般を支援しているが、目標は小規模事業者に係るもののみを掲載している。

(4) 事業内容

①展示会および商談会

当所ではこれまでも首都圏の展示会などへの出展支援を行ってきた。

今後は、これまでの出展のための費用補助に留まらず、展示会の事前準備としてブースの準備方法、パンフレット等の整備、短時間での商品等アピール方法、商談相手の事前アポイント等をワンストップで支援する。また、出展後は、展示会で名刺交換をした相手に対する、フォロー方法を指導する。これらの支援により商談数・成約数を追求する。

ア 高精度・難加工技術展 (BtoB)

支援対象	製造業
訴求相手	全国の製造業
展示会等の概要	日刊工業新聞社が主催する展示会。製造業の各分野で求められる"より高精度な加工"、"他には出来ない独自加工"を実現する機器・技術が集う場として販路開拓を支援することを目的としている。令和元年の開催では、出展者数 205 社・団体、来場者数 10,924 名となっている(令和2年は和2年は新型コロナウイルス感染症対策のためオンライン開催)。
効果	新規取引先の獲得、商談先の開拓を狙う。

イ アグリフード EXPO 東京 (BtoB)

支援対象	食料品製造業
訴求相手	全国のバイヤー
展示会等	日本政策金融公庫が主催する展示会。「国産」にこだわり広域に販路拡大を目指す農業経営
の概要	者や食品企業とバイヤーの方々をつなぎ、ビジネスマッチングの機会を提供している。ま
	た、海外バイヤーの来場も多い。令和元年8月の開催では、出展者数 665 社・団体、来場
	者数 11,831 名となっている(令和 2 年は新型コロナウイルス感染症対策のため中止)。
効果	新規取引先の獲得、商談先の開拓を狙う。

ウ 江戸川区民まつり (BtoC)

支援対象	食料品製造業、飲食業等
訴求相手	首都圏の消費者
展示会等	東京都立篠崎公園を会場に実施されるまつり。平成30年10月の開催では約50万人が来場
の概要	した(令和元年は台風のため中止、令和2年は新型コロナウイルス感染症対策のため中止)。
	当所・当市では、戦時中東京都江戸川区より長井市に疎開した当時の児童がつくる「桑の
	実会」の好意により、平成7年度から参加している。まつりでは長井市の紹介や物産紹介
	や地場産品の販売などを行っている。
効果	売上高拡大効果、商品の認知度向上を狙う。

②ホームページの開設・リニューアル支援 (BtoB)

特に製造業等の BtoB 業種において、IT の利活用が不十分である傾向がみられる。一方、IT を利活用できれば、取引先を全国に広げることができ、域外の取引先獲得に繋げることができる。そこで、製造業等を中心にホームページの開設・リニューアル支援を実施する。

支援対象	ホームページの開設およびリニューアルによる販路の拡大を志向する事業者(BtoB業種)
	※事業計画の策定支援を実施した事業者を優先的に支援
訴求相手	全国の取引先
実施内容	ホームページ開設・リニューアル支援を行う。
支援の手	本事業は、小規模事業者への IT を活用した販路開拓のきっかけづくりを提供するものであ
段・手法	る。そのため、実際に問い合わせや受注が発生しないとその意味を持たない。ホームペー
	ジで受注が発生するのは、インターネットの検索者が必要な技術や特徴等の強みを発見し

	た場合であると考える。そこで、当所では、経営分析や事業計画の策定支援を通じて、事
	業者の技術、ノウハウ、設備等の強みの整理を実施。整理した強みを、事業者と共有し、
	ホームページへの掲載事項を決定する。ホームページの策定においては、管内の IT 事業者
	の紹介等を実施する。作成後は、アクセス数や問い合わせ数を定期的にフォローし、PDCA
	サイクルを回す。
効果	新規取引先の獲得を狙う。

8. 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)現状と課題

現状、経営発達支援計画の評価を「経営発達支援計画 評価委員会」により実施。事業の評価に加えて、より成果を出すための助言を受け、事業の見直しを進めてきた。

これまでのところ特段の課題はないため、今後も継続して事業を実施する。

(2)事業内容

- ①長井市商工観光課長、長井市産業活力推進課長、法定経営指導員、外部有識者(山形県信用保証協会長井支所 支店長等)で組織する「経営発達支援計画 評価委員会」を年2回開催し、経営発達支援事業の進捗状況、事業の成果等について評価を行う。
- ②当該「経営発達支援計画 評価委員会」の評価結果は、事業実施方針等に反映させるとともに、当所のホームページ (http://www.nagai-cci.or.jp/) へ掲載 (年2回) することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

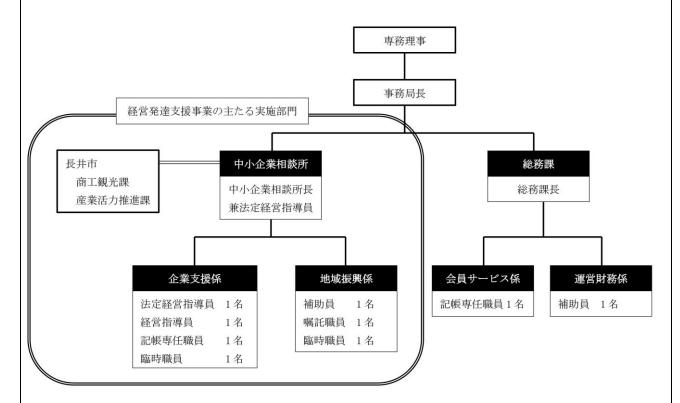
(別表2)

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

(令和2年11月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制 等)



- (2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制
- ①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏 名: 高橋和巳、安部守

連絡先: 長井商工会議所 TEL: 0238-84-5394

②法定経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

経営発達支援計画の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直 しをする際の必要な情報の提供等を行う。

- (3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先
- ①商工会/商工会議所

〒993-0011

山形県長井市館町北6番27号

長井商工会議所

TEL: 0238-84-5394 / FAX: 0238-88-3778

E-mail: soumu@nagai-cci.or.jp

②関係市町村

〒993-0001

山形県長井市ままの上5番1号

長井市 商工観光課・産業活力推進課

TEL: 0238-87-0827 • 0238-87-0826 / FAX: 0238-88-5914

E-mail: sansho@city.nagai.yamagata.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)

			ı	ı	1
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	7, 200	7, 200	7, 200	7, 200	7, 200
3-1. 地域の経済動向調査					
①国や市のデータ活用	50	50	50	50	50
②通行量調査結果の活用	0	0	0	0	0
3-2. 需要動向調査					
①ながい産業博	100	100	100	100	100
②江戸川区民まつり	100	100	100	100	100
4. 経営状況の分析					
①対象者の掘り起こし	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
②経営分析の実施	500	500	500	500	500
5. 事業計画策定支援					
①事業計画策定支援	100	100	100	100	100
②創業計画策定支援	400	400	400	400	400
③事業承継計画策定支援	100	100	100	100	100
6. 策定後の実施支援					
①事業計画フォローアップ	200	200	200	200	200
②創業計画フォローアップ	50	50	50	50	50
③事業承継フォローアップ	50	50	50	50	50
7. 新たな需要開拓					
①展示会及び商談会					
ア)高精度・難加工技術展	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
イ) アグリフード EXPO	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
ウ) 江戸川区民まつり	800	800	800	800	800
②HP 開設・リニューアル	200	200	200	200	200
8. 事業の評価見直し					
①評価委員会の開催	50	50	50	50	50
②評価結果の公表	0	0	0	0	0

(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、市補助金、県補助金、国補助金、事業収入

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経 営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

THE A THE LAND A THE L				
連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所				
並びに法人にあっては、その代表者の氏名				
連携して実施する事業の内容				
*事権1 ア事型と中佐より基の処例				
連携して事業を実施する者の役割				
連携体制図等				
度156件的囚守				