

経営発達支援計画の概要

実施者名	西新潟商工会（法人番号 4110005017215） 新潟市（地方公共団体コード 151009）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （1）事業計画の策定並びに確実な実行支援による小規模事業者の経営力向上 （2）創業支援強化による地区内商工業者数の減少の抑制 （3）地域資源を活かした商品開発及び販路開拓支援による経営基盤の強化
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 地区内景況調査及び県・市等の統計資料の調査分析を行い、地域の経済・消費動向を把握するとともに、分析結果を地区内事業所へ広く周知し、事業者の経営資料として役立てる。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 店頭における顧客アンケート調査や、展示会等出展事業者のバイヤー向けアンケート調査を支援し、アンケート結果を整理・分析した上で、商品・サービス等の需要動向を事業者へフィードバックする。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 巡回・窓口相談や経営状況分析セミナーの開催を通して、経営状況の分析を行い、事業計画策定へ繋げる。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営状況の分析を行う・行った事業者等に対し、巡回・窓口相談や事業計画策定セミナー及びDX推進セミナーの開催を通して、事業者の課題解決や競争力の維持・強化につながる事業計画策定を支援する。創業予定者や創業間もない事業者に対して創業計画策定支援を行い、創業の活発化と創業期における経営の安定化を図る。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者に対し、定期的に巡回・窓口相談によるフォローアップ支援を行い、事業の進捗状況を把握し、必要に応じて専門家派遣を活用しながら、事業計画の確実な実行支援を行う。創業計画策定事業者に対しては、より細かにフォローアップ支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域資源を活かした商品等の商談会等への出展支援や、ITを活用した情報発信支援を行い、事業者の新たな需要開拓をめざし、経営基盤の強化をはかる。</p>
連絡先	<p>西新潟商工会 黒埼事務所 経営支援室 〒950-1111 新潟県新潟市西区大野町 3021 番地 TEL:025-377-3155 FAX:025-377-4056 E-mail:nishiniigata@shinsyoren.or.jp</p> <p>新潟市 西区農政商工課 〒950-2097 新潟県新潟市西区寺尾東3丁目14番41号 TEL:025-264-7610 FAX:025-260-3899 E-mail:nosei.w@city.niigata.lg.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【共同実施する理由】

新潟市西区には、総合経済団体として 3 商工会（新潟西・赤塚・黒埼）及び新潟商工会議所が存在している。商工会組織としては新潟西・赤塚地区が隣接し、黒埼地区は新潟商工会議所地区をはさみ、飛び地となっている。

3 商工会では、従来から西区連合商工会を組織し連携を図っており、セミナーの共同開催や情報交換等を行い、段階的に事業の効率化を進めている。しかしながら、3 商工会それぞれが国の認定を受け、経営発達支援事業を実施している。今後、経営発達支援事業を推進するにあたり、小規模事業者支援がより一層効率的かつ効果的なものとなるよう以下の理由により 3 商工会共同で申請する。

(1) 事業の効率的かつ効果的な実施

同一行政区内に位置する 3 商工会で共同実施することにより、区の総合計画について統一した認識で事業を実施でき、スケールメリットを活かした中で、地区内小規模事業者に対し、より効率的かつ効果的な経営支援を実施していくことができる。

(2) 各商工会の経営支援資源の集約並びに有効活用

各商工会が持つ経営支援ノウハウや情報の共有を図ることにより、職員の支援能力の更なる向上や経営支援資源の有効活用が期待でき、小規模事業者に対する支援体制の強化が図れる。

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

ア. 立地

【新潟市西区全体】

3 商工会（新潟西・赤塚・黒埼）のある新潟市西区は、新潟市の中で信濃川及び関屋分水路以西に位置し、平成 19 年に本州日本海側で初の政令指定都市となる新潟市の 8 つの区の 1 つとして誕生した。区の人口は、令和 3 年 4 月末現在 155,894 人で、市内全 8 区の中では「中央区」に次ぐ 2 番目となり、区の面積は約 94 平方キロメートルで、5 番目の面積となる。

区内は、JR 越後線沿いや幹線道路沿いを中心に良好な住宅地が形成され、南側一帯には農地と農村集落があり、信濃川・中ノ口川・西川・新川といった河川、佐潟などの潟、日本海など水辺

が多くある。また、高度な学術研究機関としての大学等も複数立地しており、学園都市・文化都市の側面がある。

交通の面では、区の東側を南北に北陸自動車道が通っており、新潟西 IC、黒埼スマート IC が整備され、磐越自動車道、日本海東北自動車道とつながっている。また、国道 8 号、116 号、402 号が通っているほか、JR 越後線の駅が 7 つ設置されており、新潟市内の中でも交通アクセス、利便性の良い区である。



【新潟西地区】

新潟西地区は、西区の西側に位置する旧内野町である。佐渡島や日本海に沈む夕日が望める砂浜と新川漁港を有している。また新潟大学の五十嵐キャンパスがあり、大学周辺には、学生アパートが多くあることから、学生向けの飲食、サービス業店舗なども多く、学園都市の側面を持つ。地区内や近隣には JR 新潟駅と直結する内野駅・新潟大学前駅など 5 つの駅があり、駅周辺や幹線道路沿いには多くの住宅がありベッドタウンとなっている。そのため、幹線道路沿いや大学前にはチェーン店や大手スーパーなどが多く進出してきている。平成 30 年には内野駅前に新潟市西区役所の西出張所や保健福祉センターが入った内野まちづくりセンターが新設された。センターは最大 200 人を収容するホールや研修室などを有し、様々なイベントや催し物、学習の場や貸館利用など、多くの住民が利用している。

【黒埼地区】

黒埼地区は、西区の東側に位置する旧黒埼町である。新潟市中心市街地に隣接していることから、市街化が進み、大型店の出店や、新潟市のベッドタウンとして他地域と比較して人口の減少割合が少ない地域である。また、全国的に有名な「くろさき茶豆」等の枝豆や、水稻、露地物野菜の栽培が盛んな地域でもある。信濃川と中ノロ川の合流地点に位置し、モータリゼーションが発達する昭和 30 年代までは水運の停泊地として大野町地区は栄え、現在に至る商店街を形成した。南北に国道 8 号線、北陸自動車道が通り、黒埼スマート IC では官民連携のもと利便性の向上を目的に開発がなされた。国道 8 号線沿いには平成 3 年に開業した県内観光を PR する第三セクターの大型観光施設「新潟ふるさと村」を有している。

【赤塚地区】

赤塚地区は、西区の西端に位置する旧赤塚村である。明治時代以前から行われている稲作の他、広大な砂丘地も広がっているため畑作も盛んに営まれており、砂丘すいかや赤塚大根等が県内外に広く認知され、地域内では赤塚大根を使った漬物製造業者が現在 9 者ある。JR 越後赤塚駅周辺と隣接する「みずき野」地域に新潟国際情報大学が平成 6 年に建設されたことにより、大学周辺には住宅団地が形成され、現在も人口が増加している。また、地域内にはラムサール条約湿地に登録された「佐潟」があり、水鳥類や湿地の保全についての普及啓発、調査研究及びモニタリング等を行う拠点として、平成 10 年に「佐潟水鳥・湿地センター」が開設された。その他にも明治天皇北陸巡幸の際に昼食をとられた行在所であり、国の登録有形文化財の「中原邸」や新潟市民文化遺産に認定された伝統芸能「赤塚太々神楽」等、文化や芸術を親しむことができる地域である。

イ. 人口

西区全体の人口と 3 商工会地区の人口推移は、下記のとおりで西区全体としては平成 27 年から減少傾向に転じている。3 商工会地区別の人口推移で見ると、新潟西地区と赤塚地区管内の人口は増加傾向にあり、黒埼地区管内人口は減少傾向にある。

新潟市西区全体の人口推移 ※各年 3 月末現在数値

	H17	H22		H27		R2	
	人数	人数	H17 比	人数	H17 比	人数	H17 比
西区全体	153,681	155,564	101.2%	157,168	102.3%	156,098	101.6%

資料：新潟市住民基本台帳人口

3 商工会地区別人口 ※各年3月末現在数値

	H17	H22		H27		R2	
	人数	人数	H17 比	人数	H17 比	人数	H17 比
新潟西管内	54,457	53,945	99.1%	55,236	101.4%	55,383	101.7%
黒埼管内	27,365	27,552	100.7%	27,066	98.9%	26,548	97.0%
赤塚管内	5,391	6,135	113.8%	5,719	106.1%	6,048	112.2%

資料：新潟県商工会連合会実態調査報告書・新潟市住民基本台帳人口（町別）

ウ．産業

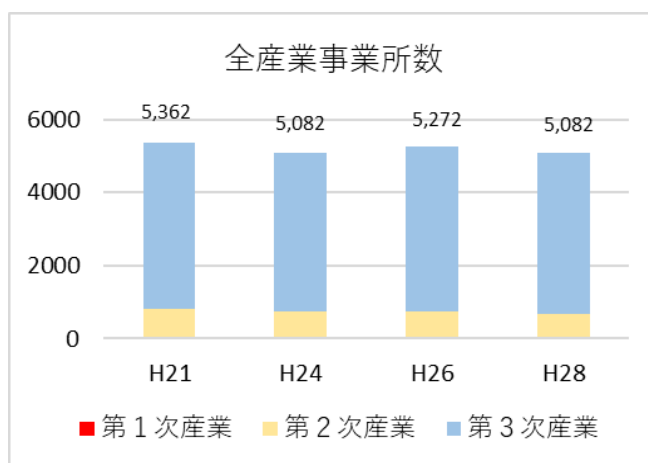
【新潟市西区全体の産業】

（ア）全事業所数

西区の全産業事業所数は、平成21年には5,362事業所あったが、平成28年には、5,082事業所と、7年間で、280事業所が減少（△5%）している。

産業別では、第1次産業で4事業所減（△36%）、第2次産業で113事業所減（△14%）、第3次産業で163事業所減（△3%）となっており、第3次産業の減少率が最も少ない。

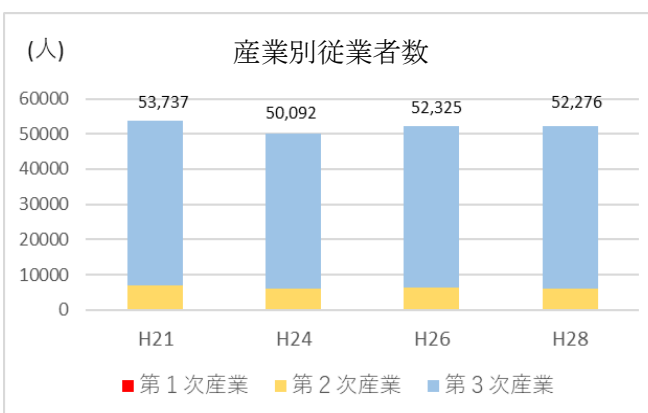
（出典：国勢調査）



（イ）産業別従業者数

西区の産業別従業者数は、平成21年には53,737人であったが、平成28年には52,276人と1,461人減少（△2.7%）している。

（出典：国勢調査）

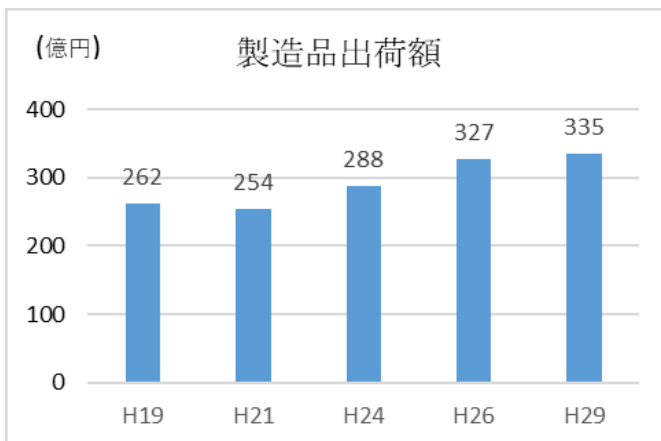


（ウ）年間製造品出荷額

西区の製造品出荷額は、平成21年のリーマン・ショックの影響で減少したものの、平成23年には回復しており、その後も増加傾向にある。

西区は、市内8区の中で製造品出荷額が中央区に次ぎ2番目に少なく、平成29年データで見ると、市全体の約3%にとどまっている。

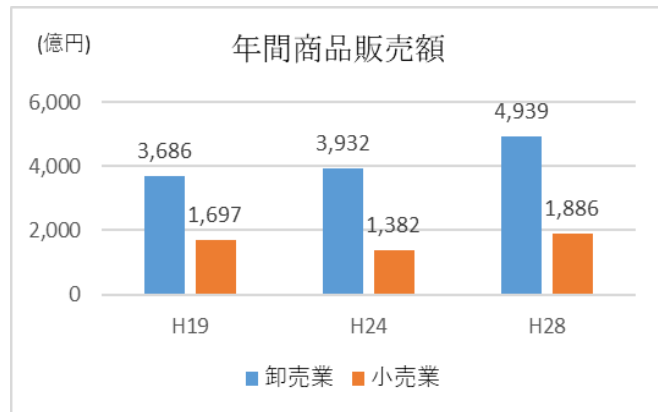
（出典：工業統計調査、経済センサス）



(エ) 年間商品販売額

西区の年間商品販売額は、全体的に増加傾向である。平成 19 年と平成 28 年を比較すると、卸売業は、1,253 億円 (133%)、小売業は 189 億円 (111%) の増加となっている。これは大型店・量販店の進出の影響と考えられる。平成 28 年データでは、西区は、市内 8 区の中で中央区に次ぎ 2 番目に販売額が多く、市全体の約 21% を占めている。

(出典：商業統計調査、経済センサス)



【3 商工会地区の産業】

・全事業所数及び業種別構成割合

3 商工会地区における令和 2 年 4 月 1 日現在の商工業者数、業種別件数、構成割合は以下のとおりである。

新潟西地区では、サービス業が 32% と最も多く、次いで小売業 22%、建設業 21% となっている。黒埼地区でも、サービス業が 25% と最も多く、次いで、小売業 23%、建設業 23% となっており、両地区では、業種構成割合が類似している。一方、赤塚地区では、建設業が 35% と最も多く、次いで、サービス業 20%、小売業 16%、製造業 16% となっており、建設業と製造業が多い点が特徴である。

業 種	新潟西地区		黒埼地区		赤塚地区	
	件 数	構成割合	件 数	構成割合	件 数	構成割合
建設業	164	21%	151	23%	54	35%
製造業	31	4%	59	9%	24	16%
卸売業	8	1%	37	6%	4	3%
小売業	167	22%	154	23%	25	16%
飲食店・宿泊業	109	14%	55	8%	10	7%
サービス業	245	32%	165	25%	30	20%
その他	44	6%	37	6%	5	3%
合計	768	100%	658	100%	152	100%
内 小規模事業者数	738		576		137	

資料：新潟県商工会連合会「令和 2 年度 新潟県商工会実態調査報告書」※令和 2 年 4 月 1 日現在

・3 商工会員の従業員規模別内訳

いずれの地区も、従業員規模 0～5 人以下の事業所数が全体の 8 割以上を占めている。そして、いずれの地区も従業員規模 0 人の事業所割合が全体の約 4 割と最も多い。

	会 員 数 (法 定)	従 業 員 規 模 別 内 訳													
		0 人		1～2 人		3～5 人		6～20 人		21～50 人		51～100 人		101 人以上	
			%		%		%		%		%		%		%
新潟 西	344	127	36.9	102	29.7	63	18.3	40	11.6	6	1.7	2	0.6	4	1.2
黒 埼	396	175	44.2	95	24.0	52	13.1	44	11.1	22	5.6	6	1.5	2	0.5
赤 塚	101	39	38.6	24	23.8	20	19.8	14	13.9	1	1.0	2	2.0	1	1.0

資料：新潟県商工会連合会「令和２年度 新潟県商工会実態調査報告書」※令和２年４月１日現在

エ. ３商工会の地域資源

３商工会の特徴（地域資源）をまとめた表は以下のとおりである。

地域資源名	地区	内容
いもジェンヌ	赤塚 新潟西	新潟市西区の海岸砂丘地帯で収穫される上品な甘みとしっとりとした食感が特徴のさつまいも（紅はるか）。平成 22 年より、新潟市西区、JA 新潟みらい、赤塚商工会及び新潟西商工会で構成する「いもジェンヌ農商工連携協議会」において、いもジェンヌを使った新商品開発や販路開拓事業等を行い、消費拡大や認知度向上をめざした事業を実施している。
造り酒屋	新潟西	旧内野町中心部には、狭いエリアの中に造り酒屋が 2 軒（以前は 4 軒）ある。「地酒の町うちの」として町の特徴をいかした地域振興事業に取り組んでいる。平成 30 年から青年部が地元酒蔵と協力し、地元のお酒を PR するイベント「うちの DE 月見酒」を開催している。
くろさき茶豆	黒埼	平成 29 年に国の地理的表示（GI）保護制度に県内で初めて登録された全国的にも有名なブランド枝豆。サクッと砕ける歯ごたえとともに、優雅な甘味と芳醇な香りが口中に広がり、醸し出される独特の風味がある。
新潟ふるさと村	黒埼	国道 8 号の道の駅。最大 550 台駐車できるスペースを有し、新潟県を象徴する観光拠点施設として物産館「バザール館」や歴史体感施設「アピール館」で観光・物産の振興を図る。
高速交通網の結節点	黒埼	新潟西バイパスや北陸自動車道西新潟 IC など高速交通網の結節点であり物流基地として発展していると共に、周囲に大規模な商業店舗や総合病院なども立地し新潟市近郊のベッドタウンとなっており、商工業活動が活発である。
日本海に面した砂丘海岸	新潟西 赤塚	日本海に沈む夕日が望める砂丘海岸を有し、夏場は海水浴場としても利用される。令和 2 年には地元有志による海上花火が実施されるなど、海岸利用が期待される。
新川・西川の「立体交差」	新潟西	度重なる水害を抑えるため、文政 3 年（1820 年）に旧内野地区では西川の下に人工の川「新川」を通した「立体交差」が完成した。「立体交差」は全国でも極めて珍しいものである。これにより、水害は緩和され、湿田は乾田に変わった。また開墾工事やその後の改修工事のため、多くの人が集まり、周辺一帯の繁盛につながった。

		「内野は何でもそろろう」と言われるように様々な店、職人が集まり、現在にもその名残を残している。
緒立温泉	黒埼	越後国の伝説上の人物、黒鳥兵衛（くろとりひょうえ）の首を埋めた辺りから塩辛い水がわき、皮膚病、眼病に効果があったため、多くの人が訪れるようになったのが緒立温泉のはじまり。数件の旅館と老人福祉センター黒埼荘がある。
佐潟	赤塚	ラムサール条約湿地に登録されており、水鳥類や湿地の保全についての普及啓発、調査研究及びモニタリング等を行う拠点として、平成 10 年に「佐潟水鳥・湿地センター」が開設された。

オ. 新潟市総合計画等について

新潟市総合計画「にいがた未来ビジョン」は、平成 27 年度から令和 4 年度において新潟市の目指す姿（都市像）の実現に向けたまちづくりについて示す計画である。その中の基本構想や基本計画に基づき、市内 8 区では、それぞれ区ビジョンまちづくり計画を策定し、また分野別の計画が立てられている。

【西区区ビジョンまちづくり計画について】

西区では、西区区ビジョンとして、区の将来像を「都市と農村が融合する、うるおいの住環境と優れた学術環境に育まれるまち」とし、以下 5 つの目指す区のすがたを示している。

西区 区ビジョン まちづくり計画

区の将来像
都市と農村が融合する、うるおいの住環境と優れた学術環境に育まれるまち

目指す区のすがた

- I 人と人がつながり、安心・安全に暮らせるまち
- II 都市と農村が融合するまち
- III だれもが学び合える学術と文化のまち
- IV 豊かな自然と快適な住環境を大切にするまち
- V 地域と区役所が共に歩むまち

また、分野別計画として、「新潟らしいコンパクトなまちづくり」を商業分野から推進していくことを目的とし、区内で拠点性を有すると認められる地域を拠点商業地に選定し、選定地域の活性化に注力している。西区では、新潟西地区にある内野駅周辺の商店街地域と、黒埼地区にある大野町商店街地域が選定されており、商工会は西区、商店街等と連携しながら当該拠点商業地の活性化事業に取り組むことが求められている。

【新潟市中小企業・小規模事業者活性化プランについて】

また、新潟市では、分野計画として、「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン（令和 1 年～令和 4 年）」を策定し、市内中小・小規模事業者に対する重点的取組として、以下 5 つの項目を挙げている。

- 重点的取組 1 創業後のフォローと地域経済を活性化する創業の支援
- 重点的取組 2 域外から稼ぐ中小企業の支援
- 重点的取組 3 強みづくりに取り組む小規模事業者の支援
- 重点的取組 4 円滑な事業承継・事業再生など事業継続の支援

○重点的取組 5 働きやすい職場づくりの推進と産業人材の育成支援

そして、上記取組を推進するにあたり、中小企業のライフステージに沿った以下4つの方向性と、方向性ごとに具体的な取組事項を示し、中小・小規模事業者支援の骨子としている。

- I 【創業・起業】 創業しやすい環境づくりによる創業の活発化
- II 【成長発展・成熟】 経営力強化・生産性向上に向けた取り組み支援
- III 【持続的発展】 安定した事業環境の整備、円滑な事業承継の支援
- IV 【企業の経営基盤】 産業を担う人材の確保・育成の支援

②課題

ア. 3 商工会地区の商工業者数と小規模事業者数の推移

平成17年からの推移を見ると、3商工会共通して、商工業者数及び小規模事業者数は、ともに減少傾向にある。そして、地区内商工業者数に対する小規模事業者数は9割以上となっている。また、小規模事業者数の推移を平成27年から令和2年の5年間で見ると、新潟西地区で71事業所、黒埼地区で57事業所、赤塚地区で23事業所が減少しており、近年減少するスピードが加速している。事業主の高齢化や後継者不在に加え、コロナ禍の影響もあり今後も廃業する小規模事業者の増加が予想される。

	項目／年度	H17		H22		H27		R2	
	区分	業者数	構成比	業者数	構成比	業者数	構成比	業者数	構成比
新潟西	建設業	317	30%	274	31%	164	20%	164	21%
	製造業	72	7%	52	6%	36	4%	31	4%
	卸売業	23	2%	17	2%	9	1%	8	1%
	小売業	260	24%	208	24%	188	22%	167	22%
	飲食・宿泊	107	10%	85	10%	124	15%	109	14%
	サービス業	244	23%	196	22%	269	32%	245	32%
	その他	39	4%	43	5%	48	6%	44	6%
	商工業者数合計	1,062	100%	875	100%	838	100%	768	100%
	小規模事業者数	974		856		809		738	
黒埼	区分	業者数	構成比	業者数	構成比	業者数	構成比	業者数	構成比
	建設業	200	23%	194	24%	150	21%	151	23%
	製造業	93	11%	83	10%	65	9%	59	9%
	卸売業	58	7%	53	6%	39	5%	37	6%
	小売業	211	24%	193	23%	182	25%	154	23%
	飲食・宿泊	66	7%	61	7%	62	9%	55	8%
	サービス業	202	23%	199	24%	178	25%	165	25%
	その他	45	5%	45	6%	41	6%	37	6%
	商工業者数合計	875	100%	828	100%	717	100%	658	100%
	小規模事業者数	743		706		633		576	
赤塚	区分	業者数	構成比	業者数	構成比	業者数	構成比	業者数	構成比
	建設業	67	40%	60	35%	59	34%	54	35%
	製造業	23	13%	23	14%	26	15%	24	16%
	卸売業	2	1%	3	2%	3	2%	4	3%
	小売業	36	21%	31	18%	31	18%	25	16%

飲食・宿泊	13	8%	15	9%	15	8%	10	7%
サービス業	20	12%	31	18%	33	19%	30	20%
その他	8	5%	7	4%	8	4%	5	3%
商工業者数 合計	169	100%	170	100%	175	100%	152	100%
小規模 事業者数	163		159		160		137	

資料：新潟県商工会実態調査報告書

イ. 各地区における産業別の状況と課題

(ア) 新潟西地区

新潟西地区においては、商工業者数及び小規模事業者数は年々減少しており、その要因としては後継者不在による廃業、高齢化が目立つ。令和 2 年下期に新潟西商工会で実施した地区内景況調査では、後継者がいないと回答した事業者は全体の 60%であった。一方、当地区で開業する事業所の業種は、飲食店や美容業などのサービス業が中心であり、消費人口も多い地区であることから一定数の新規開業がある。しかし全体として廃業率が開業率を上回っており、事業所数は減少傾向にあることから、地域の活力の低下や雇用の場の減少が懸念される。いずれの業種も経営環境の変化に柔軟に対応した持続的な事業を行うためには、需要を見据えた事業計画の策定とその実行を伴う経営が重要となっている。

【産業別現状と課題】

・建設業・製造業

建設業者の多くが従業員 5 人以下の小規模事業者で、一人親方として従事する者も多い。従業員を雇用している事業所でも若手人材の確保が難しく、従業員の高齢化が進んでいる。元請けからの仕事を待つ、受け身の経営となりがちで、資金繰りが悪化する事業所も目立つ。事業計画に沿った経営を行い、利益を確保し、安定した事業の継続をはかるという意識付けが課題である。製造業の数は少ないが、機械製造業、機械部品製造業などがあり、人手不足や新たな販路開拓が課題となっている。

・商業・サービス業

地区内及び近郊に大型商業施設が多く存在している。競争の激化から収益状況が悪化し、廃業する店や現在営業を続けていても後継者がいないため、近い将来、廃業予定の店舗も多く存在している。内野駅周辺の開発が終了し、イメージが刷新され街のにぎわいが期待されているが、駅周辺の商店の廃業や廃業予定も多く、街としての魅力を維持するためにも、空き店舗対策が課題となっている。飲食業は、内野駅前や大学周辺に多数の飲食店があり、昔からの割烹料理店も多く存在する。コロナ禍にあり、経営環境は極めて厳しい状況にあり、テイクアウトや宅配など非対面化への対応を余儀なくされる事業所も多く、新事業への取組や変革が求められている。

(イ) 黒埼地区

黒埼地区においては、新潟市中心市街地に隣接する地域は宅地開発が進み、外部からの転入が多く、特に若年層を中心とした新規出店や創業が多いことは地域の強みである。国道 8 号線及び北陸自動車道の新潟西 IC の利用に加えて今後の黒埼 IC の開発が進むことを想定すると更なる物流面での充実が見込める。近年では、国道 8 号線を中心に事業所、大型店が出店してきている。

反面、既存の小規模事業者は衰退し、コロナ禍における影響は大きく、廃業が増え、地域内の小規模事業者数は全体では表のとおり、平成 17 年から令和 2 年までの 15 年間で減少傾向にある。旧市街地における高齢化は更に進行し、大型店出店の影響や電鉄の廃線などにより、小

規模事業者の店が多い大野町商店街は顧客が減少し、衰退に歯止めがかからない状況にある。また、地域活動を支えてきた小規模事業者の減少により、空き店舗の増加や地域交流の場が減少傾向にあり、地域全体の一体感はほとんど感じられない深刻な状況である。

地域の名産「くろさき茶豆」においては、長年の PR 活動により、全国に知れ渡るようになり、これを利用して当地域内の小規模事業者等が菓子や料理を開発したものの、採算面の取組や販路開拓の遅れから、商業ベースにのっていないのが現状である。「新潟ふるさと村」についても、県内最大の観光 PR 施設であり集客力はあるが、当地域内の小規模事業者との関わりが少ない状況となっている。

小規模事業者への支援、事業所数の維持が地域の課題となっている。

【産業別現状と課題】

・建設業・製造業

建設業では、地域密着で事業を展開する事業者と、大手ハウスメーカーからの仕事を主に行う事業者に大別される。少子高齢化が進むなかで、「後継者の育成」や従業員の「人材確保」が課題となっている。製造業では、地区内外ともに販路を確保している事業者が多く、販路も BtoB、BtoC と事業所により様々である。「設備の老朽化」や「仕入れ単価の上昇」が課題として挙げられる。

・商業・サービス業

近郊への大型店やチェーン店の進出により消費者が地区外へ流出。事業主の高齢化がすすみ、後継者がいる事業者数が少なくなっており、廃業や空き店舗が増加している。そのため、消費者の地域との関わりを深め、住民からの利用機会を増やし売上の増加をいかに図っていくかが課題となる。

(ウ) 赤塚地区

全業種の小規模事業者数において、高齢化による廃業等の理由でこの 5 年間大きく減少しており、先行き不透明なコロナ禍、経営分析の実施・今後の行動の指針となる経営計画の策定事業者がいまだ少ないという課題に対しての支援が急務である。

【産業別現状と課題】

・建設業・製造業

地域内建設業のほとんどは小規模事業者であり、子どもの頃から自然と親が仕事をしている姿を日常の風景として見ていることから、後継者がいるところが多い。一方で、建築現場仕事は問題ないが、経理事務を含めた経営の承継準備はまだ進んでいない状況が伺える。また、若年労働者の人口流出に歯止めがかからないことと慢性的な人手不足という大きな課題に直面しており、今後は業務のデジタル化、新分野への参入や第 2 創業も視野に入れた中長期的な事業計画の策定・実行を促進する支援体制の強化が求められる。

また、永年にわたり地域雇用を支えてきた特産品の赤塚大根を使った漬物製造業においても、天候不順による継続的な材料の安定供給への影響、若年層の米離れに連動した漬物需要の減少、大手スーパーへの納入価格競争等の様々な問題により、経営状況は著しく悪化している。また、若年層が定着化せず、従業員の高齢化がさらに進んでおり、事業継続において深刻な経営課題を抱えているため早急な対策をとる必要がある。

・商業・サービス業

地域住民が求める商品やサービスを提供してきた商業関係者は、幹線道路沿いに物流基地の流通センターや多くの大規模商業施設が出店したことにより、地域内に以前からある商店から大規模店舗に利用客が流れ、売上が大幅に減少し経営環境は以前にも増して悪化している。

昨今のコロナ禍により飲食店に甚大な影響を及ぼし、そこに納入している小売店もまた、売

上の減少がさらに深刻化しており、今後個店の魅力向上支援や消費喚起施策を実施する必要がある。

ウ．地区内小規模事業者の共通の課題

上記より、3地区の共通課題として以下が挙げられる。

- ・経済環境の変化（コロナ禍、消費者ニーズ、商環境の変化）への対応
- ・経営状況の分析と需要を見据えた事業計画策定・実行への意識啓発
- ・創業者支援と育成
- ・経営者の高齢化及び事業承継への対応
- ・地域資源の販路開拓への活用の検討

（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

過去10年においても、「経営者の高齢化」「後継者不在」「消費者の地区外流出」等により、商工業者数及び小規模事業者数は減少してきている。今後は、コロナ禍の影響、IT化への対応等により、激変する経営環境に対応できない既存の小規模事業者は更に減少し、大型店やチェーン店に淘汰されていくことが想定される。

また、西区区ビジョンを踏まえると、地域を支え地域振興の要となり、地域と一体となって活動する地域店の減少を防ぎ育成していくことは、10年後も魅力あるまちであり続け、また地域内経済循環を守っていくために必要である。

3商工会は連携し、地域の総合経済団体として、西区区ビジョン及び新潟市中小企業・小規模事業者活性化プランの理念のもと、多様化・複雑化する経営課題に対する支援体制の充実をはかり、行政及びその他支援機関等との連携を強化し、小規模事業者の振興及び地域経済の活性化に資する取組を推進していく。

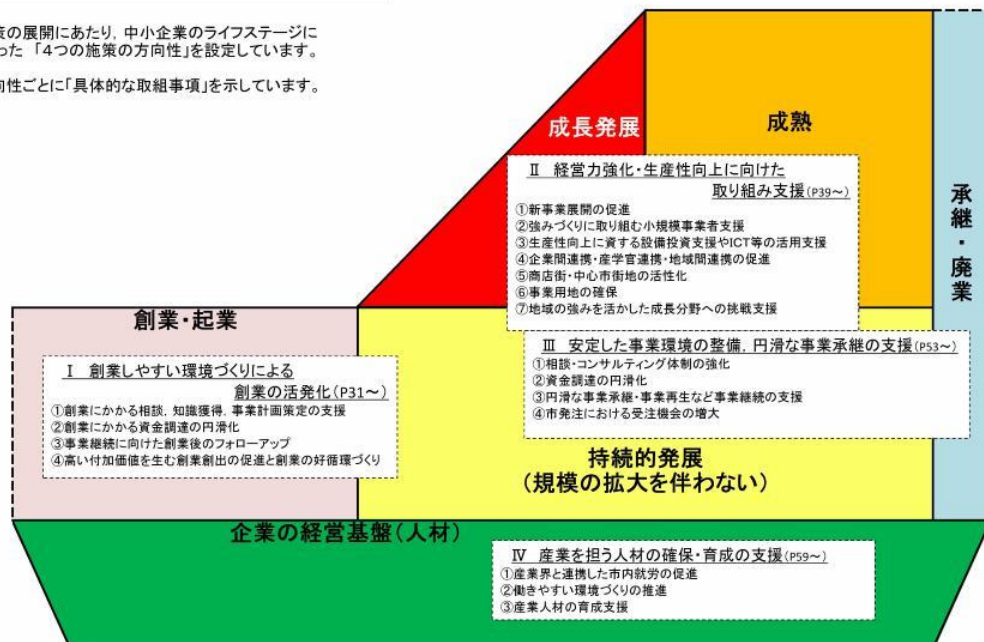
②「西区区ビジョン」及び「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン」との連動性・整合性

商工会としては、前述の「西区区ビジョン」を踏まえ、行政と連携しながら、地域の特色を活かした「都市と農村が融合するまち」の実現に向け、地域資源を活用した特産農産物のブランド化の推進と商店街の活性化に資する取組を行う。具体的には、行政や各関係機関と連携しながら、地域資源を活用した商品の販路開拓支援を行うことにより、特産農産物のブランド化に貢献し、合わせて個社の経営力向上、売上増加につなげる。

また、「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン」を踏まえ、「創業期」・「成長期」・「成熟期」といった個社のライフステージを意識しながら、企業の成長段階に応じた的確な支援を行う。主に、小規模事業者が苦手とする経営分析、事業計画策定、販路開拓支援を強化することで、企業の持続発展的な経営を目指す。

第4章 本市の施策の方向性

- 施策の展開にあたり、中小企業のライフステージに沿った「4つの施策の方向性」を設定しています。
- 方向性ごとに「具体的な取組事項」を示しています。



出典：新潟市中小企業・小規模事業者活性化プランより

③商工会としての役割

3 商工会は、設立時から地域における唯一の総合経済団体として、長年にわたり小規模事業者の支援や地域活性化に資する事業に取り組んできた。また、3 商工会すべてにおいて昨年度までに国の認定を受け、新潟市西区とも連携して、経営発達支援事業を実施している。

今後も、地域総合経済団体として、地域振興の担い手として小規模事業者を支えるため、「売上の向上」「経営力の向上」「地域経済を支える」という視点から、個社のライフステージに沿った的確な支援を行い、持続的経営をサポートする。

持続的な発展のためには、「ポスト・コロナ」時代を見据え、事業者自らが現状と課題を把握し社会環境やニーズを捉えた上で、事業計画を策定・実行することが重要である。商工会としては、各支援機関との連携を強化しながら、これまで同様、小規模事業者に寄り添い、一番身近な相談相手としてきめ細かにサポートしていく。

合わせて、創業予定者、創業者に対し、創業計画の策定を通してスムーズな起業の後押しを行い、創業後のフォローも強化することで、地区内事業所数の減少率の抑制をはかる。

(3) 経営発達支援事業の目標

前述の地区内小規模事業者が直面する共通の課題及び、長期的な振興のあり方を踏まえ、5年間の本事業期間における次の目標を掲げる。実施にあたっては、行政をはじめ、新潟県商工会連合会や日本政策金融公庫、(公財)にいがた産業創造機構(NICO)、(公財)新潟市産業振興財団(新潟IPC財団)等との連携強化を図りながら支援にあたる。

- ①事業計画の策定並びに確実な実行支援による小規模事業者の経営力向上
- ②創業支援強化による地区内商工業者数の減少の抑制

③地域資源を活かした商品開発及び販路開拓支援による経営基盤の強化

※前述の新潟市中小企業・小規模事業者活性化プランでは経営基盤を人材に限定しているが、ここでいう経営基盤は、人材だけでなく、商品、取引先、財務基盤を含む広義の意味である。

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4年4月1日～令和9年3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

①事業計画の策定並びに確実な実行支援による小規模事業者の経営力向上

小規模事業者が限りのある経営資源を創意工夫し、売上及び利益の向上・確保を図るためには、自社を取り巻く環境を的確に分析し、自社の強みと弱み等を把握した上で、事業計画を策定、実行することが必要である。そのため、地域の経済動向や需要動向等の各種調査の実施・提供及び事業計画の策定支援とその確実な実行のためのフォローアップ支援を行う。これにより、企業の持続的発展をめざし、事業者の廃業等による減少を抑制する。

②創業支援強化による地区内商工業者数の減少の抑制

起業、創業希望者からの相談時には、主に県や市の補助事業や、市の特定創業支援の活用等の情報提供及び創業計画書の策定支援を行っている。今後も市や新潟 IPC 財団、NICO 等と連携しながら、従来の支援を強化し、地区内における事業者の開業を促進する。開業後も地域に根差した継続的な事業展開が図れるように、定期的な巡回訪問等を通してフォローしていく。地区内での創業を活発化することで、地区内事業者数を保ち、地域内経済循環の維持を図る。

③地域資源を活かした商品開発及び販路開拓支援による経営基盤の強化

3 商工会ではそれぞれ地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援を行っている。今後は、商談会に3 商工会で共同出展を行うなど支援を強化することで、小規模事業者の地域資源を活かした販路開拓を支援し、新たな需要の創出や取引先の拡大による売上増加をめざす。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域の経済動向について、国や県、市、新潟県商工会連合会等が発行する景況調査報告などの調査結果を職員間で共有し、会報等で会員事業所へ周知している。また、3 商工会それぞれにおいて、地区内小規模事業者の景況感、経営上の課題などを把握するため、地区内景況調査を上期（1月～6月）・下期（7月～12月）に行っている。得られた結果は、経営指導員が集計・分析し、ホームページで公表するとともに必要に応じて、調査事業所へのフィードバックや個別相談に活用している。

【課題】

これまでの地域の経済動向調査及び地区内景況調査は、経営指導員が独自に整理分析を行っているが、集計や簡単な動向分析に留まっており、地区内外の経営環境を的確に踏まえた分析とはいえない。また、活用についても、事業所の経営支援における資料として十分に活用されているとはいえない。今後は得られた情報について各種統計調査を基に、地域経済分析システム RESAS

を活用するなど、地区内外の経営環境分析をしっかりと行い、事業者が事業計画策定に活用しやすいように改善し、実施する。

(2) 目標

内容	公表方法	現状 R2 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地区内景況調査の実施	—	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回
(調査対象企業)	—	100 者	75 者	75 者	75 者	75 者	75 者
	—	新潟西 50 者 黒埼 30 者 赤塚 20 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者
地区内景況調査報告の公表回数	HP 掲載	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回
②統計資料による調査分析	—	—	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
統計資料による調査分析報告の公表回数	全会員へ報告書送付及び HP 掲載	—	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回

(3) 事業内容

①地区内景況調査の実施

地区内小規模事業者の組織・経営実態・景況感・課題等を把握し、個社支援に活用することを目的とした景況調査を年 2 回(上期(1～6 月) 下期(7 月～12 月))実施する。3 商工会で得られた結果の集計及び分析は、各種統計資料や RESAS を活用しながら地区内の経営環境を踏まえた分析とし、事業者が経営資料として活用しやすいものを提供する。分析結果は報告書とし、各商工会ホームページに掲載する。

【調査対象】3 商工会 合計 75 者 (経営指導員 1 人あたり 15 者)

製造業・建設業・卸小売業・サービス業他の 4 分類

【調査項目】売上額、採算(経常利益)、仕入単価、販売単価、資金繰り、雇用動向、景況判断、経営上の問題点 等

【調査手法】アンケート調査票を基にした経営指導員等による事業所へのヒアリング調査

【分析手法】 回答結果は、経営指導員等が 3 地区商工会の合計として集計分析する。その後、集計分析結果を西区連合商工会において協議した後、公表及び指導資料として整備する。

【成果の活用】 調査結果を整理・分析した報告書を各商工会ホームページに掲載し、内容を広く周知し、個社の経営方針の検討や事業計画策定時に活用できるようにする。また、商工会で情報を整備し、地区内商工業者の基礎資料としてデータベース化し、窓口相談時や事業計画策定支援等の経営指導等に活用する。

②統計資料による調査分析の実施

地区内の経済動向を把握するため、年に 1 度、新潟市西区における地域経済動向や消費者の動向等を分析した調査情報を会員事業所に提供し、個社の事業計画策定や商品開発、販路開拓に活用する。

【調査項目】人口・世帯数動向、建築動向、雇用動向、消費動向、景気動向 等

- 【調査手法】 国・県・市の各種統計資料（国勢調査、経済センサス等）や日本政策金融公庫及び地元金融機関の調査月報を RESAS を活用しながら整理・分析し、公表する。
- 【分析手法】 経営指導員等が集計分析し、その後西区連合商工会にて集計分析結果を協議した後、公表及び指導資料として整備する。
- 【成果の活用】 調査結果を整理・分析した報告書を全会員等に送付、またホームページに掲載し、内容を広く周知する。また、調査結果を事業計画策定支援等の経営指導の際に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現状】

現状では、新聞、インターネットのほか、国、県、市や各種団体が発行する調査資料等の情報を整理し、小規模事業者に提供しているが、地域一般消費者等からの身近な情報がなく、需要動向調査としては不十分である。また、地域資源を活用した商品などの需要動向を探るため、支援事業者が新潟市主催の「フードメッセ in にいがた」へ出展する際に、来場者（バイヤー）に需要動向アンケート調査を実施している。得られたアンケート結果は、経営指導員が整理・分析し、事業者へフィードバックしている。

【課題】

経営分析や事業計画策定に取り組む小規模事業者等を対象に、地域一般消費者へのアンケート調査を行うことで身近な需要動向を把握する。自社の販売する商品やサービスに対するニーズを的確に把握することでターゲットを明確にし、商品の更なるブラッシュアップ、販売促進につなげる。収集した調査結果は経営指導員が分析し報告書にまとめ、速やかに事業者へ提供し、事業計画策定等に活用する。

また、商談会・展示会におけるバイヤー向けのアンケート調査については、必要に応じて専門家派遣を活用しながら集計結果の分析を行い、商品のブラッシュアップや事業計画の策定に有効な経営資料として事業者へ提供する。

（2）目標

支援内容	現状 R2 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①個社店頭等アンケート調査支援事業者数（BtoC）	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
（調査対象企業）	—	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者
②BtoB 向け展示会のアンケート調査支援事業者数	4 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
（調査対象企業）	新潟西 1 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者	新潟西 2 者 黒 埼 2 者 赤 塚 1 者

（3）事業内容

①個社店頭等でのアンケート調査支援（BtoC）

取り扱う商品・サービスについて、地域の顧客の反応や意見を収集し、買い手のニーズを調査するため店頭等アンケート調査を行う。得られた結果は、事業計画策定に活用できるような形で分析を加えてフィードバックし、個社の経営力向上につなげる。

【調査対象事業所】 自社の経営分析や事業計画策定を行う事業所及び事業計画策定を行った事業所で、計画の見直しを検討する事業所等

【調査手段・手法】 対象事業所毎にアンケート収集期間を設定し、個社の店頭又はイベント出店時に紙による顧客アンケートを実施

【分析手段・手法】 調査結果は必要に応じて外部専門家を活用しながら、経営指導員が整理・分析を行う。

【サンプル数】 1 者あたり 30 人

【調査項目】 来店回数、来店頻度、利用金額、来店理由、利用する際に重視するサービス、味（又は商品）に対する評価、接客等サービスに対する評価、取り扱ってほしいメニュー（又は商品、サービス）、店舗への意見要望 等

【調査・分析結果の活用】 得られた回答は、経営指導員が集計、分析を加え報告書にまとめ、当該事業所に直接説明を行う形でフィードバックする。店舗改善や販売促進及び事業所が事業計画を策定する際の経営資料等として活用する。

②BtoB 向け展示会のアンケート調査支援

「フードメッセ in にいがた」や「にいがた BIZ EXPO」等の商談会についてバイヤー向けのアンケート調査を実施する。得られた結果を分析するにあたり、単なる整理・集計に留まらず、必要に応じて専門家派遣を活用しながら、事業所がより事業計画の策定に活用しやすいように実施し、個社の経営力向上や新規取引先の獲得につなげる。

【調査対象事業所】 上記①と同様

【サンプル数】 1 者あたりバイヤー30 人

【調査項目】 飲食業・食品製造業における出展・商談会・・・味・容量・価格・パッケージ等他業種における出展・商談会・・・出展商品・サービスに応じて検討

【調査・分析結果の活用】 得られた回答は、必要に応じて外部専門家を活用しながら、経営指導員が集計、分析を加え報告書にまとめ、当該事業所に直接説明を行う形でフィードバックする。商品改良や新規取引先の獲得及び、事業所が事業計画を策定する際の経営資料等として活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営指導員等が小規模事業者持続化補助金等の補助金申請書作成支援や、金融相談、創業相談、事業承継計画策定支援を実施した小規模事業者等を対象に、必要に応じて経営指標に基づく経営分析を行っている。また、ネット de 記帳の受託先に対しては、同システムで提供される簡易財務診断を活用し、税務支援時に営業面や財務面などの課題を分析し、事業所へ直接説明している。

【課題】

事業者の多くは、補助金や融資を申し込む際に、はじめて必要に迫られ、経営分析を行うものが多く、コロナ関連で相談が急増したことにより顕在化した。持続発展的経営を行う上で経営分析が重要であるという意識付けを行うことが課題である。巡回・窓口相談に加え、新たに経営分析をテーマとしたセミナーを開催することで、効率的な意識付けと経営分析手法の習得をめざす。セミナーは3 商工会共同で開催し、地区内事業者及び経営指導員の経営分析手法の平準化、

ノウハウの共有をはかる。

(2) 目標

支援内容	参考 R1 年度	現状 R2 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①セミナー開催 回数	—	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②経営分析事業 者数	75 者	135 者	75 者	75 者	75 者	75 者	75 者
※1 経営指導員 当り 15 件	新潟西 41 者 黒埼 23 者 赤塚 11 者	新潟西 77 者 黒埼 45 者 赤塚 13 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者	新潟西 30 者 黒埼 30 者 赤塚 15 者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

経営分析の重要性を理解し、経営改善や利益確保のための分析手法をテーマとした 3 商工会共同セミナーを開催する。

【募集方法】 各商工会ホームページへの掲載及び会報等を通じて会員にチラシを配布し参加者を募る。

【開催回数】 年 1 回

【参加者数】 20 者

【内容】 講師は外部専門家を招聘し、小規模事業者に対して経営状況分析の重要性と実施に対する動機付けを行うとともに、事業者自らが分析手法を習得し、実践できることを目的としたセミナー内容とする。

②経営分析の内容

セミナーや巡回・窓口相談を通して、経営分析を行う事業者の掘起こしを行う中で、意欲的な事業者を選定し、経営指導員 1 人当たり 15 件の経営分析を行う。現状（令和 2 年度）では新潟西と黒埼商工会においては経営分析事業者数が多くなっているが、これは令和 2 年度が新型コロナウイルス感染症による融資や補助金等相談が急増し、それに伴い経営分析数が例年に比べて増加したためである。数が多くなると、1 者に対応できる時間も少なくなり、十分な分析ができないという反省もある。そのため、目標値としては、指導員が伴走的な支援として取り組むことができる事業者数を計上する。

【分析項目】

- ・「財務分析」・・・経営係数分析、比較貸借対照表、比較損益計算書、損益分岐点分析 等
- ・「SWOT 分析」（非財務分析）・・・内部要因（強み・弱み）外部要因（機会・脅威） 等

【分析手法】 経済産業省のローカルベンチマークやネット de 記帳の経営分析システム等を活用しながら経営指導員等が分析を行う。専門的な課題・分析については新潟県商工会連合会のエキスパートバンク事業等の専門家派遣を活用しながら、経営課題の解決に取り組む。

(4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定に活用する。また、分析結果は各商工会の共有サーバーに保管し、内部共有することで経営指導員のみならず職員全体のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営分析と同様で、持続化補助金等の各種補助金申請や、金融相談、創業相談、事業承継計画作成支援の際に、事業計画策定支援を行っている。また、3 商工会それぞれが、専門家を招聘した事業計画策定セミナーの開催を通して、受講者に事業計画策定支援を行っている。職員で対応できない専門的な課題を抱える事業者に対しては、個別に専門家派遣を活用し、事業計画の策定支援を行っている。

【課題】

経営分析同様、事業計画策定の本来の目的は、事業者が持続発展的に経営するために必要であるという意識付けをしっかりと行い、その認識の上で取り組んでもらうことが課題である。また、計画策定に意欲的な事業者の掘り起こしも課題である。合わせて、加速化する IT 化・デジタル化の導入、さらにはDXに向けた取組みを促し、経営力強化を図ることが喫緊の課題である。

(2) 支援に対する考え方

継続して窓口・巡回指導や決算指導時など様々な機会を通じて、事業計画の策定・実行を伴う経営の重要性を伝え、事業計画策定に取り組む地区内事業者を増やす。また、創業者及び創業予定者に対し、創業計画書の策定支援を積極的に行い、長期的な事業継続につなげる。

従来それぞれで行っていた事業計画策定セミナーは、年 1 回 3 商工会共同開催とし、効率的に地区内小規模事業者へ事業計画策定の意義や重要性の浸透をはかり、意欲的に計画策定に取り組む事業者の掘り起こしを行う。

また、ポスト・コロナ時代を見据え、IT 化等の取組みが加速する中、小規模事業者においてもDX推進による競争力の維持・強化が必要である。そこで、DXに関する意識の醸成や、知識習得、IT ツールの導入ノウハウ等を習得するため、DX推進セミナーを開催する。事業計画策定の前段階においてDXに向けたセミナーを行い、それを踏まえた事業計画の策定を促し、小規模事業者の持続発展的な経営をめざす。

(3) 目標

支援内容	参考 R1 年度	現状 R2 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①DX推進セミナー	—	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業計画策定 事業者数 ※1 経営指導員 当り 10 者	54 者 新潟西 23 者 黒崎 21 者 赤塚 10 者	96 者 新潟西 42 者 黒崎 45 者 赤塚 9 者	50 者 新潟西 20 者 黒崎 20 者 赤塚 10 者	50 者 新潟西 20 者 黒崎 20 者 赤塚 10 者	50 者 新潟西 20 者 黒崎 20 者 赤塚 10 者	50 者 新潟西 20 者 黒崎 20 者 赤塚 10 者	50 者 新潟西 20 者 黒崎 20 者 赤塚 10 者
③創業計画策定 事業者数	6 者 新潟西 4 者 黒崎 2 者 赤塚 0 者	5 者 新潟西 2 者 黒崎 2 者 赤塚 1 者	5 者 新潟西 2 者 黒崎 2 者 赤塚 1 者	5 者 新潟西 2 者 黒崎 2 者 赤塚 1 者	5 者 新潟西 2 者 黒崎 2 者 赤塚 1 者	5 者 新潟西 2 者 黒崎 2 者 赤塚 1 者	5 者 新潟西 2 者 黒崎 2 者 赤塚 1 者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

D Xに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、またD Xに向けた IT ツールの導入等の取組み、W e bやS N Sを活用した販路開拓を推進していくために、セミナーを開催する。

【対象者】 経営分析を行った（行う）事業者、事業計画策定に意欲的な事業者、創業者、創業間もない事業者

【カリキュラム】 外部専門家を講師とし、地区内小規模事業者のD X推進の意識を醸成し、実行を促す内容とする。

- ・ D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I 等）の具体的な活用事例
- ・ S N Sを活用した情報発信、販路開拓方法
- ・ E Cサイトの利用方法 等

【募集方法】 各商工会ホームページへの掲載及び会報等を通じて会員にチラシを配布し、参加者を募る。

【開催回数】 年1回

【参加者数】 20者

【効果】 D X推進の意義を理解することでD Xに向けた取組みが期待できる。また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、必要に応じて専門家派遣を実施し、導入に向けた取組を積極的に支援する。

②事業計画策定支援

ア. 事業計画策定セミナーの開催

巡回・窓口相談等様々な機会を通して、事業計画策定の重要性を伝え、経営分析及び事業計画策定に取り組む意欲のある事業者の掘り起こしをはかる。掘り起こしを行った事業者や、経営分析を行った（もしくは行う）事業者及び事業計画策定に意欲的な事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。また、創業相談に対応した事業者や創業間もない事業者に、事業計画策定セミナーへの参加を積極的に促す。

【対象者】 相談時に掘り起こしを行った事業者や、経営分析を行った（行う）事業者、事業計画策定に意欲的な事業者、創業者、創業間もない事業者

【カリキュラム】 外部専門家を講師とし、事業計画策定の意義や重要性、計画策定方法をテーマとして行い、セミナー終了後に受講者が確実に事業計画書を策定できるように工夫する。

- ・ 専門家による事業計画策定の意義、重要性、策定手法の説明
- ・ 事業計画策定のワーク
- ・ 専門家・経営指導員による個別相談

【募集方法】 各商工会ホームページへの掲載及び会報等を通じて会員にチラシを配布し、参加者を募る。

【開催回数】 年1回

【参加者数】 20者

【効果】 計画策定の意義を理解しその手法を習得することで、事業者自らが、事業計画策定に取り組むことが期待できる。また、経営指導員が担当制でその後も計画策定状況等フォローを行うことにより、確実に事業計画の策定につなげていく。

イ. 事業計画策定事業者数について

需要動向調査や地域の経済動向調査を踏まえた事業計画策定を積極的に支援するため、策定事業者数の年間目標を定め取り組む。現状（令和2年度）では新潟西と黒埼商工会において、経営指導員1人あたり20者以上実施しているが、これは前述の経営分析の実施数同様に、当該年度がコロナ関連の相談が急増したことに伴い、例年に比べて策定数が増えたことによる。個社に寄り添った効果的な支援を実施するため、経営指導員1人当たりの支援事業者数を経営分析支援事業者15者の3分の2と設定する。

ウ. 支援内容

事業者からのヒアリングを入念に行い、経営目標を設定し、必要に応じて関係機関や外部専門家との連携を図りながら、指導、助言を行い、実効性の伴う計画書の策定を支援する。

③創業計画策定支援

新規創業者、創業予定者を対象に、窓口・巡回指導を通して創業計画策定支援を行う。創業時に精度の高い創業計画を策定し実行することで、不安定な創業期を乗り越えることが期待できる。また、創業時に計画策定を習得することで、事業計画書策定の必要性や有効性を早い段階で認識でき、創業期の後も PDCA サイクルに基づく計画的な経営を行う基礎を構築し、経営力の高い事業者の創出につなげる。

7. 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を実施しているが、数値目標を厳密に運用しておらず、頻度や指導密度にばらつきが見られる。支援対象者は事業計画を策定した者で、補助金や融資を活用した事業者に対して実施することが多く、計画策定者全員のフォローを実施できていない。また、支援内容は、事業の進捗状況や売上・利益数値の確認が主である。

【課題】

現状の支援では、支援対象者や支援頻度にばらつきが見られ、計画的支援とはいえない。また数値的な実績把握に留まり、目標達成に向けた十分な支援とはいえず、現実と計画の乖離があっても適切な対応ができていない。また、計画を遂行していく中で専門的な課題に直面する事業者や、環境の変化により計画の修正が必要となる事業者もあり、対応策を検討する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、事業計画の進捗状況により、集中的に支援すべき事業者とある程度安定した事業者に分けて指導回数を設定し、各事業者に合わせたフォローアップを行なう。また、支援対象者の4割が売上増加、もしくは利益率3%以上増加を達成することを目標とする。

(3) 目標

	支援内容	参考 R1 年度	現状 R2 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
① ② ③ 事業 計画	フォローアップ 対象事業者数	35 者	57 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者
		新潟西 8 者 黒埼 17 者 赤塚 10 者	新潟西 18 者 黒埼 31 者 赤塚 8 者	新潟西 20 者 黒埼 20 者 赤塚 10 者	新潟西 20 者 黒埼 20 者 赤塚 10 者	新潟西 20 者 黒埼 20 者 赤塚 10 者	新潟西 20 者 黒埼 20 者 赤塚 10 者	新潟西 20 者 黒埼 20 者 赤塚 10 者
		182 回	286 回	150 回	150 回	150 回	150 回	150 回
	頻度（延回数）	新潟西 89 回 黒埼 51 回 赤塚 42 回	新潟西 125 回 黒埼 124 回 赤塚 37 回	新潟西 60 回 黒埼 60 回 赤塚 30 回	新潟西 60 回 黒埼 60 回 赤塚 30 回	新潟西 60 回 黒埼 60 回 赤塚 30 回	新潟西 60 回 黒埼 60 回 赤塚 30 回	新潟西 60 回 黒埼 60 回 赤塚 30 回
	売上増加事業	4 者	2 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

	者、または 利益率3%以上 増加事業数	新潟西-者 黒埼 ー者 赤塚 3者	新潟西-者 黒埼 ー者 赤塚 2者	新潟西 8者 黒埼 8者 赤塚 4者	新潟西 8者 黒埼 8者 赤塚 4者	新潟西 8者 黒埼 8者 赤塚 4者	新潟西 8者 黒埼 8者 赤塚 4者	新潟西 8者 黒埼 8者 赤塚 4者
④ 創業 計画	フォローアップ 対象事業者数	0者	1者	5者	5者	5者	5者	5者
		新潟西-者 黒埼 ー者 赤塚 1者	新潟西-者 黒埼 ー者 赤塚 1者	新潟西 2者 黒埼 2者 赤塚 1者	新潟西 2者 黒埼 2者 赤塚 1者	新潟西 2者 黒埼 2者 赤塚 1者	新潟西 2者 黒埼 2者 赤塚 1者	新潟西 2者 黒埼 2者 赤塚 1者
	頻度（延回数）	0回	5回	20回	20回	20回	20回	20回
		新潟西-回 黒埼 ー回 赤塚 ー回	新潟西-回 黒埼 ー回 赤塚 5回	新潟西 8回 黒埼 8回 赤塚 4回	新潟西 8回 黒埼 8回 赤塚 4回	新潟西 8回 黒埼 8回 赤塚 4回	新潟西 8回 黒埼 8回 赤塚 4回	新潟西 8回 黒埼 8回 赤塚 4回

（4）事業内容

- ①事業計画を策定した全ての事業者を対象に4カ月に1回程度、巡回・窓口指導を通し、事業計画等の進捗状況の確認を行うとともに、計画内容の確実な実行に必要な指導・助言を行う。現状（令和2年度）は、主に小規模事業者持続化補助金（コロナ特別対応枠）の創設により、当該補助金への申請者数が多く、それに伴い事業計画策定及びフォローアップ頻度が例年と比べて増加した。事業計画を策定した全事業者（支援対象者）へ計画的にフォローを行う目標頻度としては、4カ月に1回程度が妥当であるという認識である。また、事業者の申出等により臨機応変に対応し、順調と判断できる事業者についてはフォロー回数を減らし、集中的に支援すべき事業者は頻度を増やして対応する。支援対象者の4割が売上増加、もしくは利益率3%以上増加を目標として設定する。定期的にフォローすることで、PDCA サイクルによるチェック機能を強化し、目標達成に向けた伴走型の支援を行う。
- ②事業計画を実行するなかで、職員が対応できないような専門的な課題が出た際には、新潟県商工会連合会のエキスパートバンク事業、（公財）にいがた産業創造機構のよろず支援拠点事業、（公財）新潟市産業振興財団等を活用して外部専門家を招聘しフォローアップを行う。
- ③事業計画と進捗状況との間にズレが生じた場合は、上記に記載した専門家を必要に応じて活用し、当該ズレの要因、今後の対応について検討の上、指導を行う。
- ④創業計画を策定した事業者に3カ月に1回程度巡回・窓口指導を通し、創業計画等の進捗状況の確認を行うとともに、計画の確実な実行に必要な指導・助言を行う。高度で専門的な課題については、専門家を活用しフォローアップを行う。

8. 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

【現状】

経営資源の乏しい小規模事業者は、取り巻く環境の変化に対応しなければ収益は減少する傾向にある。新たな販路を開拓するためには、提供する商品、サービスの認知度を向上させることが重要な課題となっている。そのため、3 商工会では各種団体が主催する商談会、展示会、物産展の開催情報を会報やホームページを通じて行うとともに、事業計画を策定する小規模事業者に紹介し、商品の需要動向調査及び販路開拓を目的とした出展を支援してきた。

一方、IT ツールを活用した販路開拓支援として、専門家による SNS 活用セミナーを開催し、効率的で効果的な販路開拓手法について学ぶ機会を提供している。また、自社ホームページを持た

ない事業者へ全国商工会連合会が推奨するウェブシステム「グーペ」によるホームページ作成を促し、Web での情報発信支援を行っている。

【課題】

商談会、展示会やアンテナショップ等への出展募集を案内しているが、関心を示す事業者が少ない。出展に敷居の高さや難しさを感じている事業者も少なくないため、商談前の準備について経営指導員や必要に応じて外部専門家の支援を活用できる旨を周知し、参加しやすい環境を用意していることを伝え、出展事業者の掘り起こしを図る。

一方、IT ツールを活用した販路開拓はますます重要になってきており、オンライン取引や、SNS の活用、ホームページの作成等について積極的に支援していくことが課題である。個々の事業者の段階に応じて、巡回・窓口相談時に導入を提案したり、IT ツールを活用した販路開拓をテーマとするセミナーへの参加を積極的に促していくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

商談会等への出展を支援するにあたり、出展事業者の商品等が来場者に興味関心を持ってもらえるよう事前準備（ブース作り、商品の見せ方、FCP シートの書き方など）する際に、必要に応じて専門家を活用し、効果的な出展を目指す。

また、IT を活用した情報発信により需要開拓を支援するとともに、事業者の関心のあるテーマ（SNS 活用、非接触型への事業転換のための IT 導入方法等）でセミナーを実施することにより IT ツールの重要性を啓発する。また、セミナー等で理解を高めた上で、導入にあたっては、必要に応じて外部専門家派遣等を実施するなど、事業者の段階に応じて支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状 R2 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①商談会等出展事業者数（BtoB, BtoC）	4 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
	新潟西 1者 黒埼 2者 赤塚 1 者	新潟西 3者 黒埼 3者 赤塚 2者	新潟西 3者 黒埼 3者 赤塚 2 者	新潟西 3者 黒埼 3者 赤塚 2 者	新潟西 3者 黒埼 3者 赤塚 2 者	新潟西 3者 黒埼 3者 赤塚 2 者
商談成立件数／者	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②SNS 活用事業者・HP 作成事業者支援事業者数	9 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
	新潟西 4者 黒埼 4者 赤塚 1 者	新潟西 4者 黒埼 4者 赤塚 2者	新潟西 4者 黒埼 4者 赤塚 2 者	新潟西 4者 黒埼 4者 赤塚 2 者	新潟西 4者 黒埼 4者 赤塚 2 者	新潟西 4者 黒埼 4者 赤塚 2 者
Web 支援事業者売上増加事業者数（前年同期比）	未実施	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(4) 事業内容

①商談会等出展支援（BtoB、BtoC）

商業・サービス業の小規模事業者等に対しては新潟市が主催する商談会「フードメッセ in にいがた」の出展支援を、工業関係の小規模事業者等に対しては新潟市が主催する展示会「にいがた BIZ EXPO」の出展支援を行う。参加者にはエントリーシートの作成等、出展に係る事務手続きや各種補助金等の活用、展示の仕方、商品・サービスの PR 方法等の出展計画を必要に応じて

専門家派遣を活用しながら指導する。商工会で出展ブースを確保するなどして出展費用の一部を助成する。共通する商談会については、スケールメリットによる地域 PR 効果をはかり、より訴求力のある展示ブースとするため、3 商工会の共同出展を検討する。

各種商談会の情報については、商工会報、商工会ホームページ、巡回・窓口指導時等に情報提供を図るが、単なる出展募集案内ではなく、出展前のサポートから出展後のフォローについてもバックアップを行うことを強調し、周知をはかることで、初めて出展する事業者の不安を軽減し、積極的な出展を後押しする。

また、県内外の観光客が立ち寄り、集客力のある大型観光施設「ふるさと村」との連携を強化する。地域内事業所の地域資源を活かした商品陳列や、PR 等について協力を依頼し、販路開拓支援を行う。合わせて、全国物産展やアンテナショップ等の出展情報の周知、出展支援を積極的に行い、県外へ地域資源を活かした商品等の販路開拓を支援する。

【想定する展示会・商談会】

- ・「食の国際見本市フードメッセ in にいがた」(BtoB)

毎年 11 月に新潟市主催で新潟コンベンションセンター（朱鷺メッセ）にて開催される本州日本海側最大の食の BtoB 専門商談会。対象出展者は食品業界関係者で 2019 年は 439 社が出展し、来場者は 10,232 名であった。コロナ禍のもと開催された 2020 年は、239 社が出展し来場者は 5,868 名であった。来場者は食品商社・卸売業、食品製造・加工業、外食産業が過半数を占める。

- ・「にいがた BIZ EXPO」(BtoB)

新潟県内最大級の商談型産業見本市。2020 年はコロナ禍のもと開催されたにも関わらず 115 者 131 小間が出展、来場者数は延べ 5,078 名となった。あらゆる業界・業種の企業・団体が一堂に出展し、それぞれの主力商品やサービスを提案する商談の場となっている。

- ・「むらからまちから館」(BtoC)

東京都有楽町にある全国の中小企業の地域特産品を扱うアンテナショップで、日本唯一の公設地域総合専門館。一日の来館者が 3,000 人おり、日本全国から厳選された特産品を 1,200 品目以上取扱、東京にいながら全国各地を訪問しているかのような楽しさが味わえる貴重なショップ。

- ・「表参道新潟館ネスパス」(BtoC)

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試食、観光誘客等、新潟県の魅力を発信するアンテナショップ。

- ・「ニッポン全国物産展」(BtoC)

毎年、東京池袋サンシャインシティで開催され、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、3 日間の来場者が 15 万人以上にのぼる。

②SNS、HP 活用等による販路開拓支援

ア．SNS 活用セミナーの開催

Web、SNS を活用した販路開拓及びモバイルオーダーシステム、キャッシュレス決済など非接触型システム導入による販売促進など、事業者の関心のあるテーマを選び、外部専門家によるセミナーを開催し、IT の有効性について啓発する。

【募集方法】 各商工会ホームページへの掲載及び会報等を通じて会員にチラシを配布し参加者を募る。

【カリキュラム】 ・SNS を活用した情報発信、販路開拓方法
・EC サイトの利用方法

- ・非接触システムの導入の活用事例
- ・オンライン商談会の活用事例 等

【開催回数】 年1回

【参加者数】 20 者

【効果】 IT 導入の効果を理解し、活用による販路開拓が期待できる。セミナー等で意欲を高めた事業者に対しては、「グーペ」によるホームページ作成支援や、必要に応じて専門家派遣を実施し、SNS の活用による販路開拓を支援する。また、今後補助金は電子申請が主流になることが考えられるため、セミナー参加者へ販路開拓の取組みに補助金を活用する際などのアカウント取得を促し適宜申請支援を行う。

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

3 商工会それぞれが、外部有識者である新潟市西区農政商工課長等を交えた事業評価委員会において、毎年度、経営発達支援事業について、各目標の実績数値を示し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行っている。また、各商工会において、理事会及び総代会で事業の成果や評価、達成率について報告し、承認を得ている。

【課題】

今後は、3 商工会合同の事業評価委員会を設置し、事業の効率化をはかるとともに、地区内事業者に対する共通認識を持つことで、効果的な支援体制を築く。事業評価委員の外部有識者には、専門的知識を有する委員を加え、より客観的、専門的視点からの事業進捗状況、成果の評価が求められる。

(2) 事業内容

①事業評価委員会の開催

3 商工会の商工会長、事務局長、法定経営指導員及び経営指導員、新潟市西区農政商工課長に加え、専門的知識を有する外部有識者として新潟国際情報大学経営情報学部教授等の専門家で構成する事業評価委員会を年1回開催し、経営発達支援事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。

②評価及び見直し結果の公表

事業成果や評価結果及び見直し案は、各商工会の理事会で承認を得た後、事業実施方針等に反映させるとともに、各商工会の会報及びホームページへ掲載（年1回）することで、地区内小規模事業者がいつでも閲覧できるようにする。

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

従来、経営指導員等は、新潟県商工会連合会と新潟商工会議所が共同開催する「経営指導員研修」や新潟県商工会連合会が主催する「職制別研修」、その他関係機関の主催する研修会等に参加して資質向上に努め、支援現場で活かしてきた。また研修で得たものは職員間で共有するため、復命事項の報告を行っている。

【課題】

研修で得たものは、復命事項として報告しているが、十分に共有がはかれているとはいえない。また、小規模事業者への個社支援についても、担当者が各々で経営支援を行っていて、経営状況

の分析結果等を共有する仕組みが十分に構築されていない。情報共有の体系化を図り、組織を挙げて小規模事業者の支援ができるよう体制の整備を図る。また、地区内小規模事業者のDX推進に向けた相談等に対応するため、経営指導員及び経営支援員等のITスキルの向上が課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上に資するセミナー】

経営指導員及び経営支援員の支援能力の一層の向上のため、新潟県商工会連合会主催の経営支援セミナーを計画的に受講する。また、支援能力の向上を図るため、従来の研修会の他に（公財）にいがた産業創造機構、（公財）新潟市産業振興財団等が行う研修会やセミナーに積極的に参加し能力強化に努める。

【DX推進に向けたセミナー】

経営指導員及び経営支援員等のITスキルを向上させ、地区内小規模事業者のDX推進に係るニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、DX推進に向けた相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。想定するセミナーは、主に、新潟県商工会連合会主催の経営指導員研修（オンライン含む）におけるDX関連セミナーや国、県、（公財）にいがた産業創造機構（NICO）及び（公財）新潟市産業振興財団（新潟IPC財団）が主催するIT・デジタル化の取組事例や活用方法をテーマとしたオンラインセミナー（企業向け・支援団向け）である。

＜DXに向けたIT・デジタル化の取組に資するセミナー＞

ア 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

業務効率化や電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、電子インボイス、補助金申請等における電子申請、情報セキュリティ対策等

イ 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した販路開拓等

ウ その他の取組

オンライン経営指導の方法等

②OJT制度の導入

現状では、1事業者の相談に対し、経営指導員1人（又は経営支援員1人）で対応することが多く、個々の支援能力に任せるところが大きく、また支援能力にばらつきも見られる。経営指導員と経営支援員が複数人で巡回・窓口相談に対応する機会を通したOJTを実施し、組織全体としての支援能力向上を図る。

③データベース化

小規模事業者の支援データを共有するため、商工会基幹システム内の事業所データベースに事業所情報や支援内容を詳細に入力するとともに、システムに入らないデータは事務所内の共有サーバーに個別事業所フォルダを作成し、支援内容を職場内で共有することで、支援情報だけでなく支援ノウハウの共有化を図る。

④専門家派遣の積極的な活用

小規模事業者の支援を目的とした専門家派遣を積極的に活用し、指導に同行することで、専門家による指導・助言方法を学び、支援能力の向上を図る。指導内容については、実施記録として回覧後、商工会基幹システム及び共有サーバー内の個別事業所フォルダに保存し、職員間で情報共有を図る。

⑤職員間の定期ミーティングの開催

月に一度、職員間でミーティングを開催し、外部研修会へ参加して得た情報や、IT 等の活用事例や具体的なツール等についての紹介、専門家派遣の帯同指導で得た支援ノウハウ等について、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

⑥3 商工会の連携と情報共有

3 商工会の経営指導員が 4 カ月に 1 回程度ミーティングを開催し、小規模事業者の各種情報や経営発達支援計画の進捗状況の共有をはかるとともに、個社支援事例等を共有することで 3 商工会の支援能力の平準化、向上を図る。

1 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

(1) 現状と課題

【現状】

年に 1 回県内の各種支援機関を招き、下越地区の商工会経営指導員が集まり会議を開催している。会議では支援機関の業務の紹介や支援状況報告や、情報交換が行われ、経営指導員の資質向上と業務の円滑化に資する事業になっている。

西区内では、年に 1 回、西区連合商工会の総会開催時に、西区長、新潟県商工会連合会専務理事、商工会正副会長・事務局を交え、情報交換を行う機会を設けている。

【課題】

現状の支援機関との定期的な情報交換に加え、他の外部支援機関との連携強化をはかり、地域内の事業者に対し、専門的かつ効果的な支援を行うための体制作りを行う。

(2) 事業内容

①商工会内の連携 年 4 回程度

新潟市内の 15 商工会（豊栄・新潟西・黒埼・赤塚・酒屋町・横越・白根・小須戸・味方・月潟・岩室・巻・西川・潟東・中之口）で組織する「新潟市連合商工会」における事務局会議や同会と新潟市との意見交換等を通して、新潟市内の小規模事業者の現状や課題を共有する。

②マル経協議会 年 1 回

日本政策金融公庫新潟支店、新潟県商工会連合会広域指導センターと下越地区商工会経営指導員で構成するマル経協議会では、マル経資金の貸出状況や県内の金融情勢に関しての情報交換を行っている。日本政策金融公庫の融資担当者と経営指導員が直接意見交換を行い、意思の疎通を図ることで、円滑な融資あっせんや事業者への金融支援に活かす。

③中小企業支援連携ミーティング 年 1 回

新潟県信用保証協会、新潟県商工会連合会広域指導センター、下越地区 6 商工会議所、当 3 商工会を含む下越地区 38 商工会の担当者が参加している。意見交換を通して、信用保証協会の保証業務や、信用保証協会や他の商工会、商工会議所が実施している小規模事業者に対する支援事業に関して理解を深め、支援力の向上に努める。

④（公財）にいがた産業創造機構（NICO）及び（公財）新潟市産業振興財団（新潟 IPC 財団）との情報交換 年 1 回以上

専門家による事業者支援や、経営革新計画策定支援、販路開拓支援、事業承継支援等の情報交換を行うことで、より高度で有効な小規模事業者支援ができるよう連携を強化する。

- ⑤JA 越後中央（黒埼支店）、JA 新潟みらい及び西区農政商工課との情報交換会 年1回
地域の名産「くろさき茶豆」や「いもジェンヌ」、その他の地域農産物の活用推進について情報交換を行い、小規模事業者の商品開発や販路開拓支援に向けた連携を強化する。

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

（1）現状と課題

【現状】

3 商工会では、それぞれ新潟市や地域団体等と連携しながら、各地区の特色を活かした祭りや、イベント等の実施・協力等を通して地域の活性化に取り組み、魅力ある地域づくりの一役を担っている。また、地域資源を活かした商品の販路開拓支援として、展示会等出展支援を行っている。

【課題】

西区は、「西区区ビジョンまちづくり計画」の中で、「特産農産物のブランド化推進」、「農商工連携により特産農産物の付加価値を高め、商店街の活性化」につなげることを方針として掲げており、今後も関係団体と連携しながら、地域資源の活用及び地域経済の活性化を推進する。

（2）事業内容

- ①「いもジェンヌ農商工連携協議会」への参加（新潟西商工会・赤塚商工会） 年2回程度

新潟市西区、JA 新潟みらい、赤塚商工会及び新潟西商工会で構成する「いもジェンヌ農商工連携協議会」を通じて、砂丘さつまいも「いもジェンヌ」の地域ブランド化を目指すとともに、共通認識を持って地域経済活性化に向けた効果的な事業を実施していく。

- ②「くろさき茶豆農商工連携協議会」への参加（黒埼商工会） 年2回程度

地域資源「くろさき茶豆」等を活用した地域経済の活性化をめざし、新潟市西区、JA 越後中央黒埼支店、生産者、黒埼商工会などと共同で立ち上げた「くろさき茶豆農商工連携協議会」において、くろさき茶豆の更なるブランド化を図るとともに、生産地域の活性化に繋がる事業を実施していく。地域資源「くろさき茶豆」等を使った商品等については、大型観光 PR 施設「新潟ふるさと村」に協力を求め、商品の出展を検討するとともに、各種団体が主催する展示会・商談会等への参加を支援する。

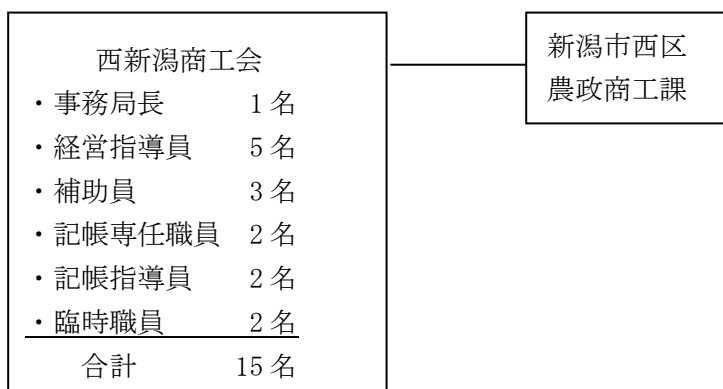
(別表2)

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7年5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)



令和7年4月1日に、新潟西商工会と赤塚商工会と黒埼商工会が合併

- (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	所 属	電話番号
加藤 和之	西新潟商工会	025-377-3155

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)

経営発達支援事業の実施、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

商工会名	住所等	役員数	職員数	会員数
西新潟商工会 (経営支援室)	〒950-1111 新潟市西区大野町 3021 TEL : 025-377-3155 / FAX : 025-377-4056 E-mail : nishiniigata@shinsyoren.or.jp	35	15	836

②関係市町村

〒950-2097 新潟市西区寺尾東 3 丁目 14 番 41 号
新潟市西区農政商工課
TEL : 025-264-7630 / FAX : 025-269-1660
E-mail : nosei.w@city.niigata.lg.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)

	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度	8 年度
必要な資金の額	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900
○経営分析講習会	300	300	300	300	300
○事業計画策定セミナー	300	300	300	300	300
○需要動向調査	500	500	500	500	500
○新たな需要の開拓	800	800	800	800	800

(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)

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

[illegible]