

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	見附商工会（法人番号 2110005012580） 見附市（地方団体コード 152111）
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）外部環境・内部環境の分析に基づく事業計画の策定支援 （２）顧客ニーズを意識した商品・サービスの開発支援 （３）IT活用等を通じた情報発信による販路開拓 （４）地域の活力を維持するための創業や事業承継支援
事業内容	経営発達支援計画の内容 ３．地域の経済動向調査に関すること 地区内小規模事業者を対象とした景況調査及び、外部データを活用し経済動向調査・分析を行い、地区内事業者の事業計画策定支援等に活用する。 ４．需要動向調査に関すること 事象者が商品・サービスの開発・改良を検討する際、消費者目線の生の声を反映させるため、モニター調査を行い、需要動向の把握する事を支援する。 ５．経営状況の分析に関すること 補助金申請や金融相談、記帳機械化指導をきっかけに、経営分析を実施し、その結果を当該事業者にフィードバックを行い、事業計画の策定を支援する。 ６．事業計画策定支援に関すること 新たな事業展開の検討、事業承継、創業等をきっかけとして、事業計画に基づいた事業実施を支援する。 ７．事業計画策定後の実施支援に関すること 業計画策定支援を行った全ての小規模事業者を支援の対象とし、各者の計画の遂行状況に応じて、事業者ごとの頻度で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 ITの活用を進めるため、専門家によるセミナーを開催する。各者の「核」を意識した魅せ方・売り方を検討し、地域内外での需要開拓を支援する。
連絡先	見附商工会 経営支援室 〒954-0053 新潟県見附市本町 1-4-41 TEL 0258-62-1365 / FAX 0258-63-1656 E-mail msyoukou@niigata-inet.or.jp 見附市 地域経済課 〒954-8686 新潟県見附市昭和町 2-1-1 TEL 0258-62-1700 / FAX 0258-63-5775 E-mail chiikikeizai@city.mitsuke.niigata.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

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

・立地

新潟県のちょうど中央に位置する本市は、東京都心から約 300 k m、新潟市中心部から約 50 k mに位置している。地勢は東側が丘陵地帯、西側が平野部で周囲 71.7 k m、東西 11.5 k m、南北 14.7 k mの菱形をしており、面積は 77.96 km²。標高は、海拔最高 300m、海拔最低 10mである。

・人口

見附市の人口は、平成 7 年国勢調査においてピークを迎え (43,760 人)、その後緩やかに減少傾向が続き、平成 27 年国勢調査では 40,608 人となった。その後も少子化と高齢化が同時に進行し、現在もその傾向が続いている。

(右図：国勢調査 (平成 2 年～平成 27 年) 及び新潟県推計人口 (令和 2 年) による)



・産業

これまで、肥沃な土地による農業と繊維産業を基幹産業として、まちの発展を遂げてきた。繊維の歴史は 1800 年頃から始まり、幕末には見附結城が全国的に高い評価を受けるようになった。その後長い間、見附は、染色・織物・ニットなどの総合繊維産地として知られるようになった。

現在では、国道や高速道路などの交通網に恵まれた立地条件から、さまざまな業種の企業が市内に進出しており、多種多様な業種で支える産業構造へと変貌を遂げている。中でも、プラスチック製品製造、一般機械器具製造、金属製品製造などが躍進。近年は新潟県の中央に位置しているという立地条件や北陸自動車道などの高速交通体系を生かして、安定した経済基盤の構築と多様な業種の共存によるバランスのとれた産業構造に変化してきている。2017 年には見附テクノガーデンシティ (県営中部産業団地) の分譲が完了し、進出企業の操業開始により経済効果と地域雇用の促進や若者の定住促進に寄与している。

・見附市総合計画の概要

平成 28 年度から 10 年間にわたる「第 5 次見附市総合計画」では「住みたい 行きたい 帰りたい やさしい絆のまち みつけ」を基本理念に、市民誰もが住んでいるだけで健やかで幸せに暮らせるまち「スマートウェルネスみつけ」という都市の将来像の実現に向け、市民と行政とが一体となった積極的なまちづくりを目指している。その実現に向け、特に産業分野では若者の定着や新たな人口を呼び込むため、魅力ある、見附らしい産業や働く場を創造することをはじめ、産業が元気で活力あるまちを目標としている。

②課題

・地域内商工業者と小規模事業者の推移

業種別商工業者数と小規模事業者数の推移 (商工会実態調査より)

項目/年度	平成17年		平成22年		平成27年		令和2年	
	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	321	16.4%	301	16.2%	260	15.2%	272	18.2%
製造業	479	24.4%	432	23.3%	266	15.6%	239	16.0%
卸売業	91	4.6%	88	4.7%	56	3.3%	47	3.1%
小売業	428	21.8%	392	21.1%	316	18.5%	279	18.6%
飲食・宿泊業	174	8.9%	162	8.7%	148	8.7%	130	8.7%
サービス業	378	19.3%	390	21.0%	334	19.6%	330	22.1%
その他	90	4.6%	91	4.9%	325	19.1%	199	13.3%
商工業者数計	1,961	100%	1,856	100%	1,705	100%	1,496	100%
小規模事業者数	1,803		1,689		1,369		1,307	

・産業別の状況と課題

【建設業】

職人の高齢化と人材不足の影響が顕著であり、技術や技能の伝承が懸念されるところである。一方、独立等による起業も多いため、各事業者の状況に応じたきめ細かな支援が必要とされる。

【製造業】

見附市の基幹産業として地域経済を牽引してきた繊維産業は、ファストファッションブランドや低価格志向の台頭から、苦戦を強いられているが「MITSUKE KNIT」ブランドとして商品開発や高付加価値化を目指している。

製造業全体としても、総じて高付加価値を生み出す製品・技術開発、販路開拓支援が必要である。

【卸・小売・サービス業】

見附市は見附地区中心部と今町地区中心部に商店街を有している。しかし、消費者ニーズの多様化、流通チャネルの変化等の影響を受け、小規模小売・サービス業者は厳しい環境にある。

また、経営者の高齢化、後継者の不在等の内的要因も重なり、商店街内の空き店舗化も今後さらに加速することが懸念され、消費者の支持を得る個店づくり、空き店舗の有効活用や創業者支援等が必要である。

・地域内小規模事業者の課題

上記を踏まえ、当地域小規模事業者の課題は下記の通りである。

- (ア) 目まぐるしく変わる経営環境の現状把握と抽出された経営課題への対応（経営状況分析）
- (イ) 経営状況の分析に基づいた事業計画の策定と実行（事業計画の策定）
- (ウ) 多様化する消費者ニーズへの対応（商品・サービス、技術の企画、販路開拓、創業）
- (エ) 高齢化、人材不足への対応（事業承継）

(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

当地域の人口、小規模事業者数の推移や、激変する経営環境を考慮すると、小規模事業者を取り巻く経営環境の厳しさは一層加速するものと考えられる。その中で、小規模事業者の事業を継続させていくためには、経営環境、顧客ニーズを把握したうえで、自社の強みを生かした事業を事業者自らが認識し、実行すること。併せて計画と実際の差異を把握しながら計画を改善し遂行していくことが求められる。

このために見附商工会では、小規模事業者への経済動向調査等の情報提供をはじめ、経営分析や事業計画の策定に関する意識の醸成を行うとともに、計画策定と検証まで、事業者に寄り添ったきめ細やかな支援を実施していく。

②見附市総合計画等との整合性

見附市では、平成 28 年度から令和 7 年度までを期間とする市の最上位計画「第 5 次見附市総合計画」を策定し、「住みたい 行きたい 帰りたい やさしい絆のまち みつけ」を基本理念としている。また、令和 3 年には後期基本計画が策定され、産業振興に関する内容は下記のとおりである。

- ・新しい産業づくりの推進
起業・創業支援、企業立地支援
- ・見附型地域産業の育成支援
商工業者の販路開拓支援、新製品・新技術開発支援、企業の経営基盤強化支援、企業の連携強化、商店街等の店舗活性化、事業継続支援

③見附商工会の役割

近年、殊に激変する経営環境の中、消費者目線での商品・サービスの提供を通じて事業を継続していくために、見附商工会ではタイムリーな情報収集と、その提供を実施する。また、様々な調査結果や分析手法等を用いた根拠に基づく事業計画の策定と結果検証等について、専門家によるセミナーや経営指導員による巡回・窓口相談等を通じてきめ細やかに支援する。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記地域の特性、及び小規模事業事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、見附商工会では経営発達支援計画の目標を次のように設定する。

- ①外部環境・内部環境の分析に基づく事業計画の策定支援
- ②顧客ニーズを意識した商品・サービスの開発支援
- ③IT 活用等を通じた情報発信による販路開拓
- ④地域の活力を維持するための創業や事業承継支援

2. 経営発達支援計画の実施期間、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外部環境・内部環境の分析に基づく事業計画の策定支援

統計データをはじめとした各種指標・数値、分析等の根拠に基づく事業計画の策定の重要性について、小規模事業者の意識醸成を行う。その中で、各事業者の強みを活かした事業計画の策定を行えるよう支援する。支援に当たっては、中小企業診断士等の専門家を招聘しセミナーや個別相談を実施し、より個別具体的な支援を行う。

②顧客ニーズを意識した商品・サービスの企画支援

新型コロナウイルスの発生により、我々の生活は大きく様変わりした。これにより必要とされる商品やサービスも大きく変化した。このように、市場が欲しがめるものは常に変化しており、事業者がそれを無視して事業を行うことは不可能である。それぞれの事業者が持つ「商品、サービス、技術」をどのように磨き上げ、顧客に届けるか、顧客目線に立った商品、サービスの企画支援を行う。

③ITを活用した情報発信等による販路開拓

消費する側のIT活用が進む中、SNS等での情報発信を行わないことは、個社の存在を知られる機会を逃がしていることとなり、大きな機会損失となっている。また、ITの活用により商圈を一気に広げることができる業種もある。一方で、ITを導入するだけでは効果が上がらず、「活用」することが重要である。常に活きた情報を提供できるITの活用を通じて地域内外の需要獲得を支援する。また、特に小売・サービス業者においては、IT活用と併せて実店舗の魅力向上も重要であるため、消費者に必要とされる魅力ある個店づくりを支援する。

④地域の活力を維持するための、創業や事業承継支援

小規模事業者の高齢化、後継者不足等による廃業は当地域でも多い。一方、見附市には「起業創業セミナー」の実施、「起業創業支援事業補助金」制度等の手厚い起業創業支援施策が用意されており、創業を志す者も多い。

地域内の技術、活力が失われることのないよう、事業承継支援を行うとともに、新たな事業を長期的に継続していくことができるよう、きめ細かい支援を実施する。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者30件を対象に売上、採算性、資金繰り、雇用状況等に関する調査を4半期ごとに実施し、会報誌等で公表をしている。

②課題

個別の支援時に調査結果を活用する点においては、市内の経済動向の情報提供にとどまっており、十分に活用できていない。「REASAS」等で公開されているビックデータを活用しながら、全国的な傾向等との比較や、より個別具体的なデータの活用等、実際の事業計画策定等に生きる形での調査、結果の公表を実施する必要がある。

(2) 目標

	公表 方法	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
景気動向分析 の公表回数	HP 及び 広報誌	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
地域の経済動 向分析の公表 回数	HP 及び 広報誌	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①地区内小規模事業者に対する景況調査の実施

地区内の小規模事業者を対象とし、上期（１～６月）、下期（７～１２月）の２回景況調査を実施する。

【調査対象】見附市内小規模事業者 65 者

（建設業：15 者 製造業：12 者 卸・小売業：16 者 サービス業：22 者）

【調査項目】売上、採算、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郵送し、返信用封筒を同封して回収

【分析手法】回答結果を集計するとともに、経営指導員が分析を行う。

②外部データ活用による経済動向調査

地域内における地域経済循環や消費動向等を把握しながら、効率的な経済活性化を目指すため、経済動向調査を下記の通り実施する。

【分析手法】国・県の各種統計調査資料、「REASAS」（「地域経済循環マップ・生産分析」「まちづくりマップ・From-to 分析」「産業構造マップ」等）を活用し、経営指導員が分析を行う。必要に応じて外部専門家等を招聘し連携を図る。

(4) 成果の活用

調査により得られた情報は、経営指導員が分析したうえで商工会ホームページ及び会報の紙面で公表するとともに、小規模事業者の事業計画策定支援等、経営指導の場で活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

これまでは、小規模事業者が事業計画を策定する際に、各事業者の商品・サービスに応じた需要動向について、シンクタンクの調査資料や業界団体の公表資料等を基に情報提供を行っていた。しかし、提供できる情報は一般的な情報にとどまっており、具体的で踏み込んだ内容の情報提供には至っていない。

②課題

事業者にとって、商品・サービスの検討をする際に「顧客目線」での検討は重要度が高い一方、「現状の顧客の反応」や「これまでの経験」に基づく検討のみで済まされることが多いのが現状である。小規模事業者の持続的発展を図るため、事業者からの目線に加え、変化の激しい経済情勢や社会環境、消費者（買い手）ニーズの情報を収集・分析し、事業者に提供する必要がある。

(2) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
モニター調査 対象事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

①モニター調査の実施

見附市の地域資源を活用しようとする事業者の商品・サービスの開発・改良の検討の際に、消費者目線の生の声を反映させるため、イベント等への出店の際、小規模事業者がモニター調査を行い、需要動向を把握することができるよう支援する。

【サンプル数】1 事業者当たり 50 人

【調査項目】品質・量・パッケージ（見た目の印象）・価格等

【調査方法】見附市内の道の駅「パティオにいがた」及びまちの駅「ネーブル見附」等の来場客、また見附市が東京都「表参道新潟館ネスパス」で実施する「見附のとおき百選」を対象に上記項目について、アンケート調査を実施する。

【分析方法】経営指導員が調査票の作成・集計・分析を行い、さらに場合によっては専門家に意見を求める。

【結果の活用】分析結果は、経営指導員が個別に対象事業所に説明し、商品・サービスの改良に活かす。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

金融相談や持続化補助金等の申請の際に、経営状況分析の説明指導を行っている。

②課題

融資や補助金獲得ありきの事業者が多く、一過性の把握で終わっている。また、具体的な数値比較等の情報が提供できていない。

(2) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
経営分析 事業者数	69 者	69 者	69 者	69 者	69 者	69 者

※経営分析を実施する事業者数については、経営指導員の他、経営支援員についても記帳指導業務等の一環として対応することとする。（経営指導員（3 名）×20 者、経営支援員（3 名）×3 者）

(3) 事業内容

①経営分析対象事業者の掘り起こし

補助金申請や金融相談等の際に、経営状況分析の重要性を窓口・巡回指導を通じて説明し、対象事業者の掘り起こしを行う。また、記帳機械化指導対象事業者についても、対象とする。

②分析項目

財務分析 収益性分析、安全性分析、生産性分析
経営環境分析 SWOT 分析、3C 分析

③分析手法

経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営自己診断システム」、「ネット de 記帳」の経営分析システム等を活用し、経営指導員が分析を行う。

(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、事業計画の策定支援等に活用する。また、分析結果はデータ化して、現状と課題を職員間で共有し、経営指導員等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

①現状

目まぐるしく変わる経営環境において、外部環境・内部環境を把握したうえで事業計画を作成し、それに基づいて事業を行うことは、より安定的な経営を行うために重要である。持続化補助金をはじめとした各種補助金等を申請する際に事業計画を求められることで、一定程度事業計画の認識は高まっていると言える。

②課題

しかしながら、補助金等の申請が前提であり、現状分析との整合性が取れない計画となってしまう他、補助金申請を希望しない事業者にとっては関心が薄いのが現状である。現状分析を踏まえた、一貫性のある経営計画策定支援を行い、経営の安定化を支援する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の経営において、限られた経営資源を最大限有効に使い、利益確保を行うためには、根拠に基づいた現状の把握、及び予測に基づく事業計画を策定し、それに基づく事業実施が必要である。特に、これから創業しようとする者、補助金等を活用して新たな事業展開を考えている事業者、事業を引き継ごうとする後継者等に対して、積極的に事業計画策定の重要性を認識してもらうとともに、事業計画に基づいた事業実施を支援する。

また、今後の事業計画策定において重要な要素となる DX の活用について、活用事例や導入の可能性に関するセミナーを開催し、それぞれの事業者における可能性を探る。

(3) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年
DX 事例セミナーの開催	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	25 者	36 者	36 者	36 者	36 者	36 者
創業計画策定支援者数	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

※「事業計画策定事業者数」については、「5. 経営状況の分析に関すること」の(2)目標数の内、事業計画の策定が必要な事業者数を想定し、経営指導員(3名)×12者としている。

(4) 事業内容

①事業計画策定対象者の掘り起こし

経営分析を実施した事業者に対し、巡回・窓口相談の際に事業計画策定の重要性や必要性について説明し、意識づけを行う。

②DX 事例セミナーの開催

DX 活用に関して、活用事例に関するセミナーを開催し、基礎的な知識を得るとともに、各事業者で導入する際に、どのような可能性があるか、検討するセミナーを年1回開催する。さらに、意欲的な事業者については、専門家派遣等を活用しながら導入の支援を行う。

【支援対象】DX の導入により業務の効率化や事業の革新を目指す事業者
 【内 容】DX 導入の活用事例、自社での導入の可能性、支援制度の紹介
 【募集方法】商工会通信、ホームページ等
 【開催回数】年 1 回
 【参加者数】20 名程度

③事業計画策定支援

経営分析を実施した事業者の中で、事業計画策定への興味を示した事業者に対し、経営指導員による個別策定支援を実施する。個別策定支援とすることで、業界や商品・サービスの動向をより考慮した、具体的な支援が可能となる。中小企業診断士等の専門家を活用した個別支援も実施する。

④創業計画策定支援

地域内の創業者及び創業予定者を対象とし、創業計画の策定支援を行う。国、新潟県、見附市等の創業支援施策を活用しながら、創業計画を策定し、事業を安定的に継続できるよう支援する。

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

①現状

事業計画を策定し、補助金等を活用した事業者には定期的に巡回等を通じてフォローアップを行っている。新たな展開における問題点の把握や、効果的な支援施策を紹介することから良好な関係を築くことができ、持続的な経営支援が行われている。

②課題

経済状況や社会環境の大きな変化により、計画と現実のギャップに苦慮するケースもあり、当初の事業計画を見直す必要に迫られるケースも少なくない。そのようなケースについて、事業計画の修正等の支援が不足している場合がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定支援を行った全ての小規模事業者を支援の対象とする。ただし、それぞれの計画の遂行状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し、訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

		現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
事業計画	フォローアップ対象事業者	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者
	接触頻度 (延回数)	71 回	100 回	100 回	100 回	100 回	100 回
	売上増加 事業者数	-	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
創業	フォローアップ対象事業者	4 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
	接触頻度 (延回数)	0 回	20 回	20 回	20 回	20 回	20 回

(4) 事業内容

事業計画を策定したすべての小規模事業者に対し、四半期ごとに事業計画の進捗状況の確認、計画との差異が生じた場合の対応のため定期的なフォローアップを実施する。

【支援内容】策定した計画の進捗状況、売上、経常利益の状況について現状の確認を実施する。計画との差異が生じている場合、状況の急激な変化により計画の修正が必要な場合には、次のとおり個別に対応する。
※計画との差異が生じている場合の対応
フォローアップの頻度を上げ、現状に合わせた計画の修正について支援を行う。状況に応じては専門家を招聘し計画の修正支援を行う。

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

①現状

一人で何役もこなす場合が多い小規模事業者にとって、新たな需要の開拓に関する行動は、重要と認識しつつも現状に追われ取り組みが難しい事項である。しかし、ITの普及や利便性は年々進み、事業を営む者にとって必要不可欠なものとなっている。コロナ禍において、この傾向はさらに加速し、事業の構造にも影響を及ぼす状況となっている。

②課題

ITでの事業の可能性を強く認識し、対応していくための支援が必要である。
また、小売・サービス業においては、ITを活用した需要開拓と合わせて、地域内において消費者に存在を認識してもらい、取扱商品やサービスを知ってもらうことが必要不可欠である。IT活用と並行して、消費者から選ばれる個店づくりが必要である。

(2) 支援に対する考え方

ITの導入に関しては、事業者の属性、ITへの習熟度により千差万別の状況である。それぞれの事業者の状況に合わせ、IT活用の重要性、IT活用のテクニック等必要とされる支援は様々であると考えられる。ITの活用を進めるため、専門家によるセミナーを事業者の導入段階やトレンドに応じて開催し、その後経営指導員等による継続的な支援を通じて、ITへの理解を深耕させる。これにより小規模事業者が地域内のみならず、地域外の需要の掘り起こしを図ることができる。

(3) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①ITセミナー参加事業者数	-	20者	20者	20者	20者	20者
②ITツール新規活用事業者数	-	6者	6者	6者	6者	6者
②のうち売上増加事業者	-	2者	2者	2者	2者	2者
③まちゼミ開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
④まちゼミ参加事業者数	-	20者	25者	25者	25者	25者
④のうち売上増加事業者	-	5者	7者	7者	7者	7者

(4) 事業内容

①IT活用による販路開拓支援（BtoB, BtoC）

ITをまだ活用しておらず、これから活用して販路拡大を目指す小規模事業者、ITを導入して

いるもののうまく活用できておらず、改めてチャレンジしたい事業者を対象として下記事業を行う。

- ・IT活用セミナーの開催

「ウィズコロナ」「アフターコロナ」「ニューノーマル」と社会状況が大きく様変わりしている現在、ITを活用してビジネスチャンスをつかむために、専門家を招聘してセミナーを年1回開催する。具体的な内容としては、「SNSを活用したファンの作り方」等、トレンドを意識した内容とする。

【支援対象】ITの導入により、新たな販路の開拓、新規顧客の開拓を目指す事業者

【内 容】SNSを活用した効果的な情報発信

【募集方法】商工会通信、ホームページ等

【講 師】IT専門家

【開催回数】年1回

【参加者数】20名程度

- ・ITツールの活用支援

IT活用セミナーの参加者を対象とし、具体的にITツールを活用した販路開拓支援を実施する。経営指導員等が個別に巡回等により支援を行うとともに、場合によっては専門家を招聘し、個別支援を行う。

②「まちゼミ」事業による消費者に選ばれる個店づくり支援（BtoC）

地域内の消費者に個店の存在をPRし、まずは個店に足を運んでもらうこと、そしてコミュニケーションを通じて個店の魅力を理解してもらい購買につなげる「まちゼミ」を開催する。

「まちゼミ」の実施によって、これまで店に足を運んだことのない潜在顧客の来店を促すこと、また、その後のアフターフォロー等により、まちゼミ参加者を固定客にすることを狙いとする。

※まちゼミとは（まちゼミオフィシャルHPより）

お店が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツなどを無料で受講者（お客様）に伝える少人数制のゼミ。各個店内で実施する講座を通じて、店主やスタッフとお客様のコミュニケーションの場から、信頼関係を築くことを目的とした事業。

- ・「まちゼミ」啓発セミナーの開催

事業者が「まちゼミ」の良さを理解し、それがどう販路拡大につながるのかを深く理解する必要がある。また、開催後も参加者の属性や購買行動についてのアンケート結果等を基に、実践者等の外部専門家を招聘しセミナーを開催する。

【支援対象】実店舗への新規来店者獲得を目指す主に小売・サービス業者

【内 容】「まちゼミ」事業の概要と集客に効果的な講座について

【募集方法】商工会通信、ホームページ等

【講 師】「まちゼミ」専門家

【開催回数】年2回

【参加者数】20名程度

- ・「まちゼミ」の開催

潜在顧客を意識した講座の開催を支援し、ただゼミナールを開催して満足することなくどう販路拡大につなげるのか、経営指導員等が意識付けを行う。開催後は結果検証を行い、事業者の売上増加、利益確保を支援する。

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

①現状

当会では、現在商工会正副会長、中小企業診断士、行政担当課長をメンバーとする「推進委員

会」および「評価委員会」を開催して、事業の実施状況、進捗状況について意見を頂き、評価を受けている

②課題

事業の実施状況の評価を受けるものの、改善が必要な点についての具体策の検討には至っていない。

(2) 事業内容

引き続き、商工会正副会長、中小企業診断士等外部専門家、行政担当課長、当会職員（事務局長、法定経営指導員、経営指導員）を構成員とする「評価委員会」を年1回開催し、実施した事業の内容について検証、評価を行う。目標の達成度合いを数値で見える化し、改善が必要な点については重点的に意見交換を行い、具体的に必要な対応を検討し、次年度以降の支援内容に生かす。

(3) 評価・見直し結果の公表

事業成果や評価委員会での評価、改善が必要な点については改善策も含め、商工会の理事会で報告し、承認を得たうえで、その結果をホームページに掲載し事務所にも備え付ける。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

①現状

経営指導員や経営支援員等は、新潟県商工会連合会が主催する「経営指導員研修」及びテーマ設定された経営支援能力向上のための研修会に参加し資質向上を図っている。

②課題

目まぐるしく変わる経営環境、社会情勢のなかで複雑化する課題に対応する支援能力が求められるが、経験年数が長い職員、浅い職員がいる中で提供する支援の標準化を図る必要がある。OJTによる支援能力強化を実施する。

(2) 事業内容

①外部研修会等への参加

複雑化、高度化する小規模事業者の課題解決のため、新潟県商工会連合会等が実施する「経営指導員研修会」をはじめ、経営支援力向上のための各種研修会に積極的に職員が参加する。
また、小規模事業者の課題解決に効果的な支援手法や先進事例、トレンドの把握に努め、中小企業大学校が主催する支援担当者向けの研修や他の連携支援機関のセミナー等を受講し、効果的に支援ノウハウを習得することを目指す。

②DX 推進に向けたセミナー等への参加

喫緊の課題である小規模事業者のDXへの対応について、経営指導員等の下記のようなスキルと支援能力向上のため、セミナー等に積極的に参加する。

- ・事業者の業務効率化や生産性向上
- ・事業者の販路開拓
- ・経営指導員等によるオンラインに対応した経営指導方法

③研修会等で得たノウハウの組織内共有

上記①②で各職員が得た支援ノウハウや事例等の情報については、報告書と配布された資料等を回覧するとともに、事務所内にいつでもだれでも見られる状態で保管し、各個人に帰属させるのではなく、組織的に活用することとする。

④OJTによる職員間の支援ノウハウの共有

職歴による支援能力のギャップを解消するため、複数人による体制での支援を行うことにより、職種を限定しないチームとしての支援能力の底上げを図る。また、専門家派遣等を活用する際には、必ず職員が専門家に帯同し、専門的な知識の習得に努め後の支援に活かす。

⑤支援内容のデータベース化

支援内容を「基幹システム」への入力を適時適切に行い、個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有するよう努める。

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

①現状

当会では、地域内金融機関、日本政策金融公庫長岡支店、信用保証協会長岡支店との金融懇談会を年1回、定期的に開催しており、地域内の経済状況、金融支援の状況等について情報交換を行っている。

②課題

金融機関のみならず幅広い分野の専門家、また商工会職員との情報共有や支援ノウハウの共有についても積極的に行っていく必要がある。

(2) 事業内容

①地域内金融機関との金融懇談会の開催（年1回）

地域内の小規模事業者の景況感、資金需要等について地域内金融機関（第四北越銀行（見附支店、見附中央支店、今町支店、今町中央支店）、大光銀行見附支店、新潟県信用組合（見附支店、今町支店）、長岡信用金庫見附支店、三条信用金庫見附支店、三条信用組合今町支店）と情報交換を行い、支援能力の向上を図るとともに、融資相談等の際の円滑な支援実施体制を構築する。

②マル経協議会・中小企業支援連携ミーティングへの参加（各年1回）

日本政策金融公庫との「マル経協議会」及び新潟県信用保証協会との「中小企業支援連携ミーティング」に参加し、他地域の経済状況や資金需要等に関する情報交換を行い、他地域の支援事例等を学ぶ機会とする。

③三条税務署及び三条税務署管内税理士、商工会による三者協議会への参加（年1回）

三条税務署と関東信越税理士会三条支部の税理士、管内商工会・商工会議所で構成される三者協議会に出席し、税務支援に必要なノウハウを習得する機会とする。

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

①現状

当会では、市内各地域の商店街のにぎわい創出のためのイベント運営支援、顧客囲い込みのための「ポイントカード」「スタンプ」事業の運営支援等を行っている。

②課題

今後増々加速されると言われる高齢化、人口減少に対応するためには、イベントや地域活性化事業の実施にとどまらず、内外の目から見た各個店や商店街の魅力を改めて認識し、その魅力を核とした地域経済活性化策を実施する必要がある。

(2) 事業内容

①市との懇談会の実施

当会の正副会長及び業種ごとの部会長と、見附市長との懇談会、及び当会職員と行政担当課との懇談会をそれぞれ年1回開催している。これは、市政報告及び、施策に関する情報交換及び商工業者の現況報告と市政に対しての要望等について意見交換を行う場となっている。

②商店街活性化会議の開催

見附市内にある商店街の代表者等を集め、商店街の現状認識、活性化の方向性（あるべき姿）の認識、それに向けた具体策の検討等を行う。（最低年1回。必要に応じて適時開催する。）

③商店街賑わい創出イベントの支援

商店街が主催する集客イベントの運営や販売促進策について企画・調整・運営の支援を行う。単に賑わいの創出のみにとどまらず、各個店への好循環が生まれるよう、実施の方法等について検討をする。（最低年1回実施。）

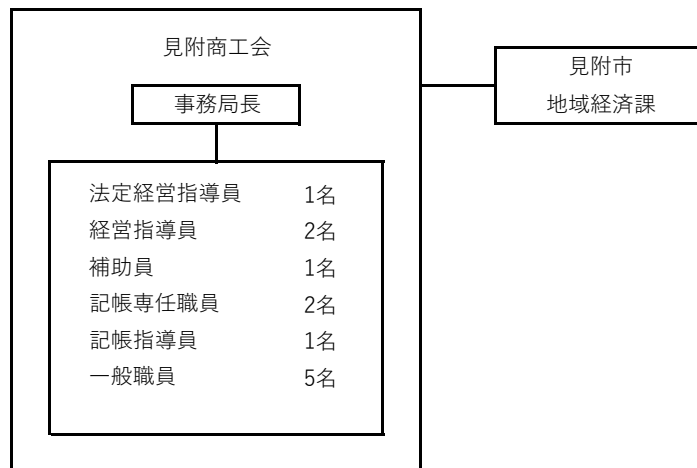
(別表 2)

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 4 年 7 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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏 名 神保 尚宏

■連絡先 見附商工会 TEL 0258-62-1365

②当該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やそれに係る指導・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

〒954-0053

新潟県見附市本町 1-4-41

見附商工会

TEL 0258-62-1365 / FAX 0258-63-1656

E-mail msyoukou@niigata-inet.or.jp

②関係市町村

〒954-8686

新潟県見附市昭和町 2-1-1

見附市 地域経済課

TEL 0258-62-1700 / FAX 0258-63-5775

E-mail chiikikeizai@city.mitsuke.niigata.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)

	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
必要な資金の額	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
◆経済動向調査事業	300	300	300	300	300
◆需要動向調査事業	200	200	200	200	200
◆経営状況分析事業	100	100	100	100	100
◆事業計画策定支援事業	300	300	300	300	300
◆新たな需要開拓支援事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
◆ほかの支援機関との連携	300	300	300	300	300
◆地域経済活性化支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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
会費収入、市補助金、県補助金、国補助金 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

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	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	