

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	小須戸商工会（法人番号 9110005001916） 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	<p>(1) 事業計画の策定に基づく小規模事業者の経営力向上に取り組み、事業者の自走を促す</p> <p>(2) 事業承継と創業希望者への情報提供と支援強化に取り組み、地域の産業の活性化を図る</p> <p>(3) 地域資源を活用した商品・サービス等の需要動向調査・販路開拓支援に取り組む</p> <p>(4) 売上・利益・生産性向上のためのDXの推進・IT活用を促す</p>
事業内容	<p><b><u>3. 地域の経済動向調査に関すること</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商工業者への調査票による地域内景況調査</li> <li>・ 統計資料の情報収集及び地域外・業界動向分析</li> </ul> <p><b><u>4. 需要動向調査に関すること</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 店頭におけるアンケートを利用した需要調査</li> <li>・ 商談会、展示会等における需要調査</li> <li>・ 業界需要動向情報の提供</li> </ul> <p><b><u>5. 経営状況の分析に関すること</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営指導員及び専門家派遣による経営分析の実施</li> </ul> <p><b><u>6. 事業計画策定支援に関すること</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営指導員による啓発及び専門家派遣を活用した策定支援</li> </ul> <p><b><u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 年間支援計画の作成と定期的なフォローアップ</li> <li>・ 専門家派遣によるフォローアップ</li> </ul> <p><b><u>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域内外の食の見本市、産業見本市への出展支援</li> <li>・ 需要開拓セミナーの開催</li> <li>・ ITを利用した需要開拓支援とDXに向けた環境整備</li> </ul>
連絡先	<p>小須戸商工会 〒956-0101 新潟県新潟市秋葉区小須戸 3611-2 TEL:0250-38-2560 E-mail:kosusyo@aw.wakwak.com</p> <p>新潟市秋葉区役所産業振興課 〒956-8601 新潟市秋葉区程島 2009 TEL:0250-25-5689 E-mail:sangyo.a@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

1. 目標

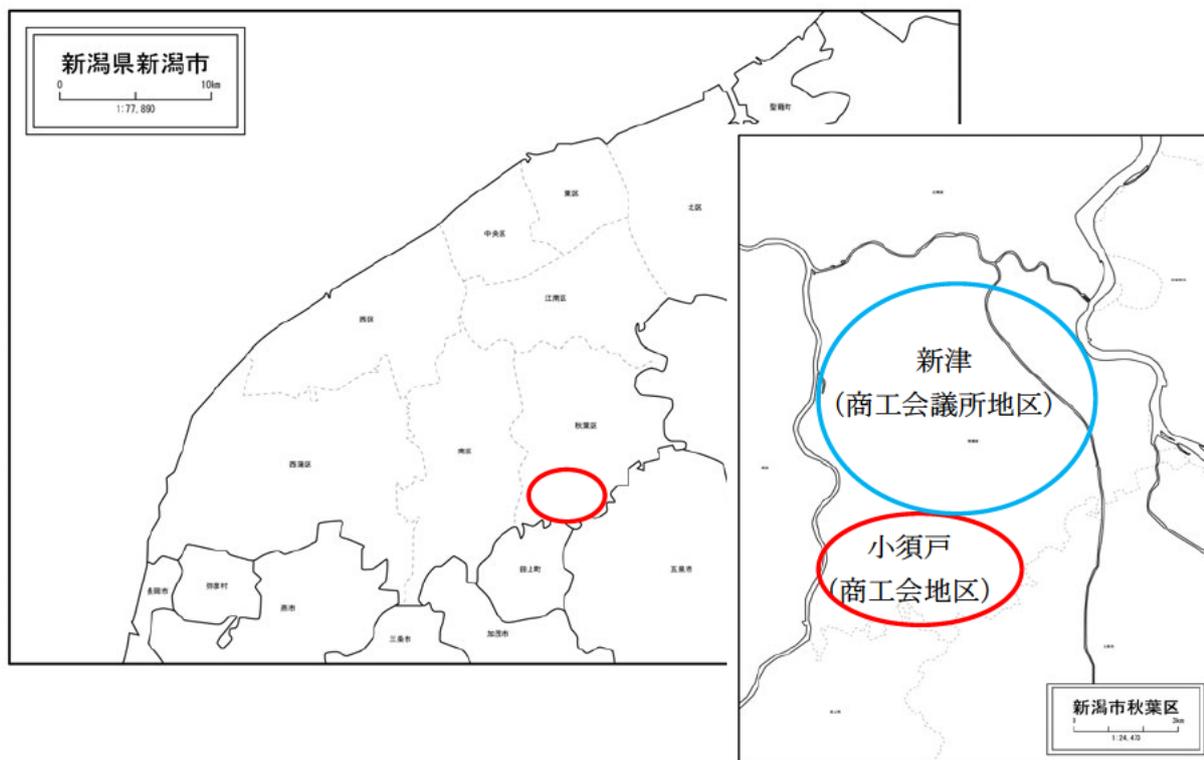
(1) 地域の現状及び課題

①現状

【立地】

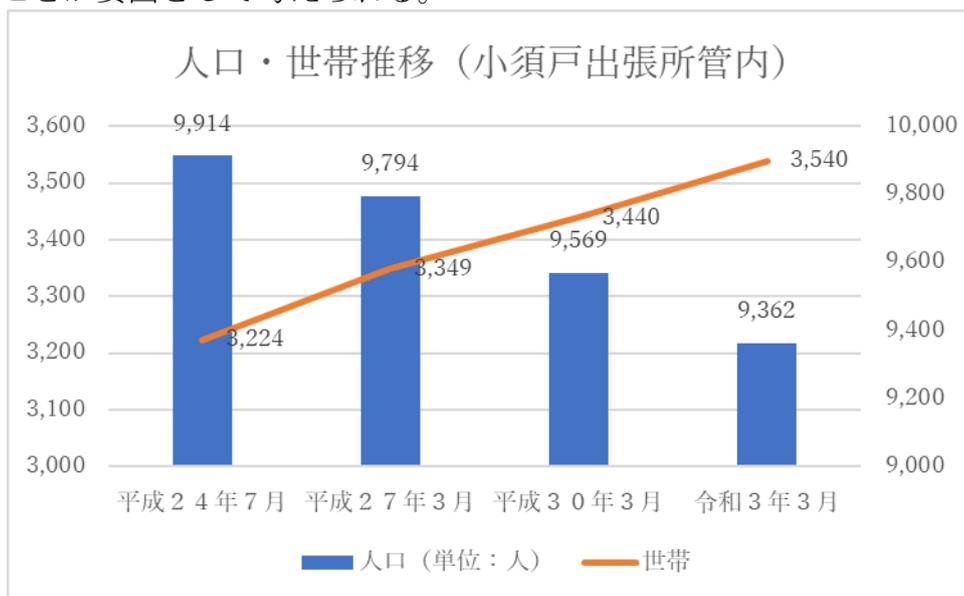
小須戸地域(旧小須戸町)は新潟市の南東(新潟県庁から約20km)、信濃川の右岸の田園地帯に位置する。昭和初期まで川港として発展した町であり、平成17年3月21日に新潟市に合併、平成19年4月1日には新潟市が政令指定都市となり、旧新津市と旧小須戸町で「秋葉区」を構成している。秋葉区新津地域は石油・鉄道のまち(石油の里、蒸気機関車、鉄道車両製造)、水と緑のまち(信濃川・阿賀野川等の河川・里山・丘陵地)として知られている。

小須戸地域内には国道403号が縦断しており、小須戸地区と山の手地区に分けられる。山の手地区にはJR信越本線が通っている。新潟市中心部、新潟市南区(旧白根市)、新潟市秋葉区(旧新津市)、三条市、田上町、五泉市などの近隣地域から見ると、立地上、通過点・中継地として認識されている。ボケという観賞用の落葉低木の日本一の生産地であり、ボケ、アザレア、サツキ、寒梅を中心とする花々がまちを彩る「花と緑の町」として名前が知られている。



## 【人口】

人口はこの10年で減少傾向にある一方、世帯数は増加傾向にある。世帯数の増加は小須戸地域内を縦断する国道403号が延伸され、田上町まで到達したことにより、国道沿いや町中に新しい住宅地が開発され単独世帯や核家族世帯が増えたことによるものと考えられる。この背景としては、当地域が新潟市の移住モデル地区にも指定されており、県外からの移住者に対し、住宅支援や移住支援の施策が取られていることが要因として考えられる。



（出典 総務省住民基本台帳）

※平成24年は法改正のため外国人を含む台帳に切り替わった7月を採用

## 【産業】

小須戸地区は信濃川と並行して商店街が形成されている。小須戸綿とよばれる綿織物の産地であり、基幹産業としてニット製造業が地元経済を牽引してきたが、長引く不況や外国製品に押されたことによりかつての勢いはなく、現在はボケ（をはじめとした花卉、園芸関係の事業を営む事業者が多く見られる。また、観光資源として「町屋」と呼ばれる造りの町並みが評価されており、地域外からの観光客が訪れる地域である。

山の手地区は、矢代田駅前及び駅前道路沿いに小売業やサービス業が多く、建設業や製造業を営む事業者が矢代田駅から離れたところに点在している。駅前道路はかつて国道403号であったため交通量は多かったが、バイパスの延伸工事により新たに国道が整備されたため、交通量が大幅に減少した。

当地域においても令和2年から続く新型コロナウイルス感染症拡大（以下、「コロナ禍」と表記）による影響が続いている。

その他、水害予防のため、信濃川に架かる小須戸橋の架け替え工事が進んでおり、現在の橋の位置より約700m上流側に架け替えられるため、交通の流れが変わることによる、地域内の産業への影響が危惧されている。

【当商工会管内商工業者数の推移】

(単位：者)

		H27	H30	R3	R3 構成比	H27 と R3 の増減
商工業者数		346	331	331	100%	△15
業種別内訳	建設業	68	63	65	19.6%	△3
	製造業	51	44	42	12.7%	△9
	卸売業	13	13	14	4.2%	1
	小売業	88	80	74	22.4%	△14
	飲食店・宿泊業	30	25	24	7.3%	△6
	サービス業	77	83	89	26.9%	12
	その他	19	23	23	6.9%	4
小規模事業者数		321	306	306	92.4%	△15

(出典 新潟県商工会連合会商工会実態調査)

商工業者数は減少傾向にあり、少子高齢化・人口減少・後継者不在により地域経済の縮小が懸念される。また、小売業の減少により、地域外への消費流出が進んでいる。サービス業については増加しているものの、内訳は理美容やサロンなどの自宅開業となっている。建設業においては、事業承継や独立などにより 20 代～40 代の新規開業者も見られる。

②産業別状況及び課題

＜産業別状況及び課題＞

I. 卸売業・小売業・サービス業

小須戸地区の商店街・商店会や矢代田駅前を中心に事業者が広がっている。隣接する新潟市南区白根や新潟市秋葉区新津に各種大型店が揃っていることから地域外への消費流出や通信販売の増加、コロナ禍の影響も含め厳しい状況にある。また、町屋という観光資源を持っていても、来街者に対する商品・サービス対応が一部事業者を除いて不足している。更に事業主の高齢化・資金不足・人手不足が、既存顧客への対応策や新規顧客の獲得に向けた新たな取り組みへのハードルとなってきている。

小売業については、学校関連を除き、高齢者を顧客としている店舗が多く、旧態依然の経営姿勢で積極的な経営戦略に取り組めていない状況である。

理美容については業者数が多く、高齢化による常連客の減少が進む中で、新興住宅地を始めとした顧客獲得が進んでいない。売上を維持できているのは一部にとどまり、全体的に売上は減少傾向にある。

コロナ禍前における飲食業については、割烹店は店舗数を維持していたものの、食堂の閉店が進み、予約なしで利用できる来街者向けの店舗が限られると同時に、地域住民の飲食店利用が減少している。コロナ禍以後はテイクアウト対応に遅れた割烹を始め、飲食店全体が厳しい状況に置かれている。

【課題】

各業種とも多品種や少人数といった、多様化する消費者ニーズに答えきれてい

ないことが考えられ、高齢化する経営者への支援、地域経済を縮小させないための創業支援や後継者育成が課題である。

## II. 建設業

公共工事の減少により、新潟県外を含む地域外を現場とする事業者が増加している。

建築業者においては、かつては基礎工事から内装工事まで各専門業者がいたものの、事業主の高齢化や大手ハウスメーカーの台頭によるニーズの減少で、廃業や事業縮小により今では地域内業者だけでは住宅が建設できなくなった。元請工事を請け負う建築業者も減り、大手ハウスメーカーの下請けを専門とする事業者が増加している。

### 【課題】

営業方法も紹介のみという事業者が多く、売上も安定しないことから経営戦略の見直しが必要となっている。経験則に頼る経営をする一人親方も多く、事業後継者や新たな創業者も含めて経営支援が必要とされている。

## III. 製造業

ニット製品、電球、金属部品、歯ブラシ、健康器具、食品、プラスチック容器、建具、包装材など様々な商品があるが、いずれも商圏は小須戸地区に留まらず、隣接する他市町村や県外となっている。従業員規模は家族経営から100人超と幅広い。受注方法については一部を除き、大手が対応できない規格や納品数など多様に対応することで売上を維持している。しかし、コロナ禍により受注が不安定となり、飲食・観光・宿泊・レジャー・服飾関連製造業に関しては売上が激減し、生活用品分野の製造業については売上が増加し、製造業の中でも両極化が進んでいる。

### 【課題】

地域の景況に左右されないものの、受注先に依存しているリスクや設備の老朽化、新たな商品開発に取り組む体力がないといった問題を抱えている。

### <小規模事業者における共通課題>

- ・ 外部環境の変化（コロナ禍、人口減少、消費の地域外流出）
- ・ 事業の将来（事業主の高齢化、後継者不在、ソフトランディング）
- ・ 経営資源の不足（人材、資金、資産、情報）
- ・ IT対応（来店者を増やすための取組み）
- ・ 意識改革（どんぶり勘定、良いものは勝手に売れるなど）
- ・ 販路開拓力の不足（情報発信・広告宣伝）
- ・ 経営分析の未実施と事業計画の未策定による経験則経営からの脱却

### (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

当地域においては事業主の高齢化が進んでおり、意欲的に経営に取り組んでいる

事業所は 20 代～50 代の事業主が多い。この世代は地域内顧客だけではなく、地域外からの顧客の獲得・ニーズの多様化への対応にも尽力しており、今後も継続することが予想される。

一方、60 歳以上の事業主で事業承継をせず、廃業の方針も見受けられることから、事業所の減少は避けられない状況にある。このような事業所においては顧客もあわせて高齢化が進んでいることから、廃業により高齢者を中心とした地域住民の利便性が低下することが予想される。更に昨今のコロナ禍の影響、小須戸橋の架け替え事業による影響も危惧される。

このような状況下で、小規模事業者においては、大企業と異なる戦略を取りやすく、目的を限定した商品、専門性の高い商品を取り扱う卸・小売店や、大企業が対応できない細かい注文やフォローができる専門サービス業、製造業、建設業が今後残っていくことが予想されるため、今後 10 年程度の振興のあり方として、伴走型支援を通じて地元地域のみならず依存しない小規模事業者の確立と自走を促していく。併せて、事業承継と創業支援を進めることで、事業者の新陳代謝を促す。移住モデル地区であることを活かし、空き家を活用した事業支援に取り組んでいく。

## ②「新潟市総合中小企業・小規模事業者活性化プラン（平成 31 年～令和 4 年）」、「秋葉区 区ビジョンまちづくり計画」との連動性・整合性

### ア. 新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン（平成 31 年～令和 4 年）

「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン（平成 31 年～令和 4 年）」は「新潟市中小企業振興基本条例」に示された基本理念に基づき、中小企業・小規模事業者の自主的な努力を基本に、関係団体、市民、市が一体となって、中小企業振興の施策を総合的かつ計画的に推進することを目的として策定されたものである。このプランでは、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」を設定している。

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

### イ. 秋葉区 区ビジョンまちづくり計画

「秋葉区 区ビジョンまちづくり計画」は新潟市秋葉区がまちづくりの具体的な取組みを明らかにするものであり、計画期間は平成 27 年度から令和 4 年度の 8 年間となっている。計画では、「生みだし活かすまち」として産業振興については以下の通り挙げられている。

#### <現状、特性と課題>

- \* 空き店舗の活用、新規出店者へのサポートを通じた商店街の活性化と中小企業への支援体制の強化、若年者による地元就労の促進とそのための情報提供が必要
- \* ハローワーク新津、管内の自治体、商工会議所、商工会との定期的な情報交換と地元企業での雇用調整などの情報の把握と共有が求められている

#### <まちづくり方針>

- \* 商工会議所・商工会などと連携し、地域経済の活性化を図る

- \* 商工会議所や商工会、JAなどの関係団体と連携し、特産品の開発や地域産業のブランド化を目指す
- \* 産・学・官、地域との連携による地元資源を使った商品の開発をさらに推進し、新規事業の創出を図る
- \* 区の産業の活性化と雇用の場の創出に努めるとともに、ハローワーク新津と連携した取り組みを進める

上記、(ア) (イ) のプラン及び計画は、当商工会が考える当地域の現状・課題、支援の方向性は一致しているため、新潟市と連携し、経営発達支援計画に取り組んでいく。

### ③商工会としての役割

当商工会は、昭和 35 年の設立以降、厳しい経済変動の中、行政、各関連機関、金融機関と連携し事業を実施し、経済団体として地域を支えてきた。平成 23 年からは地域活力の向上を目指して商業振興に重点を置いており、住民アンケート、特産パン開発と販売、商店街マップ、ホームページ作成、中元・年末売出し、スタンプラリー、町歩き事業、食べ歩き事業、地域内商品券発行、共同広告といった事業に取り組んできた。事業を継続してきたことにより、地域住民の商工会の認知度は高まってきている一方で、効果としては短期的な売上増加と来街者の増加に留まり、個店の継続的な売上増加には結びついていないのが現状である。こうした中、令和 3 年度に特産品開発委員会を発足し、3～5 年計画で小須戸ブランドの立上げに取り組み始めたところである。

事業者の経営姿勢については、意欲が感じられ、専門家の意見を取り入れようとはするものの、長年の経験則による判断から脱却できず、身動きが取れずにいる。そのため、従来の経営改善普及事業に加え、第 1 期経営発達支援計画に基づく事業計画策定支援に取り組んできたが、売上・利益改善についての効果は薄かった。今後は事業の持続的発展に繋げていくための事業者の意識改革に重点を置いた伴走型支援に取り組み、事業計画の策定を目的とするのではなく、着実な実行と見直しの定着を図っていく。

### (3) 経営発達支援事業の目標

地域の現状及び課題、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、5 年間の目標として以下を掲げる。

- ① 事業計画の策定に基づく小規模事業者の経営力向上に取り組む、事業者の自走を促す
- ② 事業承継と創業希望者への情報提供と支援強化に取り組む、地域の産業の活性化を図る
- ③ 地域資源を活用した商品・サービス等の需要動向調査・販路開拓支援に取り組む
- ④ 売上・利益・生産性向上のための DX の推進・IT 活用を促す

## 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事業計画の策定に基づく小規模事業者の経営力向上に取り組み、事業者の自走を促す

小規模事業者の経営力向上のため、事業計画策定支援に取り組む。策定にあたっては、経営分析の実施や経済動向を調査した結果に基づき、画一的な支援ではなく個々の事業者の特性に合わせた実効性のある計画とする。また、策定を目的とするのではなく、策定後2～3年間は取組状況の調査、計画の見直しを定期的を実施し、進捗状況を確認する中で、4～5年目には事業者が計画の重要性を認識し、自身で計画の実施から見直しまでできるよう支援を行っていく。

### ②事業承継と創業希望者への情報提供と支援強化に取り組み、地域の産業の活性化を図る

経営者の高齢化と後継者不在は小規模事業者に共通する経営課題であり、地域経済の衰退に繋がる問題である。そのため、事業承継の意向と後継者の調査を3年毎に行い、事業承継の意向が5年以内の希望者に対して事業承継計画の策定、後継者候補に対しては事業計画策定支援を進めていく。支援にあたっては、新潟県事業承継・引継ぎ支援センター等の関係機関と連携して取り組む。

また、創業希望者に対しては、新潟市産業振興財団等の関係機関と連携し、創業計画作成支援を行い、定期的な巡回指導を通して、地域への事業展開・定着支援を図っていく。

### ③地域資源を活用した商品・サービス等の需要動向調査・販路開拓支援に取り組む

人口減少や地元購買率の低下により売上や利益が減少する中、既存の商品・サービスに依存する状況を改善するには、観光客を始めとした小須戸地域外の顧客獲得策として地域資源を活用した商品・サービスの開発が一策として有効であると考えられる。一方で、コロナ禍により、地域外からの来訪者の増加には時間がかかることが予想されるため、当地域の認知度を向上させるため、地域外へと継続して情報発信・販売できる商品・サービスが求められる。

そのため、新商品・新サービス開発に伴い、展示会や商談会等への支援を行うことで販路拡大の機会を創出する。小規模事業者の展示会・商談会への参加負担を軽減し販路拡大へ向けた取組みを促すため、出展前の周知・事前準備支援から、需要動向調査の実施支援、調査内容の分析、出展・商談内容の結果分析、展開方法について伴走して支援し、必要に応じて専門家派遣を活用していく。3年程度で展示会・商談会の活用を定着させ、5年目には自主的に取組みを進められる体制を整えていく。

#### ④売上・利益・生産性向上のためのDXの推進・IT活用を促す

スマートフォンが定着し IOT の普及も進む中、事業を継続し地域内外の売上・利益獲得には既存の販路開拓方法に縛られず、IT の活用が有効とされる状況になってきている。また、小規模事業者の既存の経営姿勢・手法が変わらない理由の一つとして、人手不足や高齢化による IT 対応の遅れが挙げられる。コロナ禍により非接触対応の取組みも進めていく必要が出てきている中、事業を継続していくための手段として、IT への理解と活用を促すセミナーや専門家派遣を始めとした個社支援を実施する。情報発信や販売支援にとどまらず、顧客管理や経理業務などの改善も図ることで人手不足にも対応できる体制を3年程度で確立し、事業の持続化に繋げていく。

### I. 経営発達支援事業の内容

#### 3. 地域の経済動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

###### <現状>

当商工会では、年一回30事業者（製造業5者、建設業5者、卸・小売業10者、サービス業10者）を抜粋して、後継者の状況、売上高、採算、仕入単価、販売単価、資金繰り、雇用動向、景況判断、経営上の問題点について調査し、地区内の商工業者の景気動向や課題等を抽出し、把握を行ってきた。

調査方法は、経営指導員による巡回または窓口によるヒアリング調査で実施している。また、調査を実施しなかった事業者については、巡回時の聞き取りにより現状把握をしてきた。調査結果については、商工会ホームページ上で公開しており、関係機関への情報提供や事業計画作成時の参考資料として活用してきた。

###### <課題>

地域の経済状況については、把握していたが年1回ということもあり、情報の精度の観点から年一回では不足している。また、地域内の情報にとどまっており、地域外や業界の動向の状況について、情報収集する力が足りていないため、業界の流れについての対応が後手となってしまっている。そのため、調査回数を増やすほか、地域経済分析システム「RESAS」等を活用し、現状に合わせた対応が求められる。

##### (2) 目標

	公表方法	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
地域内景況調査の実施回数①	HP掲載	1回	2回	2回	2回	2回
地域外・業界動向調査結果公表②	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回

### (3) 事業内容

#### ①地域内景況調査

地域内商工業者に対し、詳細な実態を把握するため、調査票を利用して年2回（6月、12月）景況調査を実施する。

##### 【調査対象】

30事業者（製造業5者、建設業5者、卸・小売業10者、サービス業10者）

##### 【調査項目】

売上高、採算、仕入単価、販売単価、資金繰り、雇用動向、景況判断、経営上の問題点など

##### 【調査方法】

職員による巡回または窓口相談時におけるヒアリング調査

##### 【分析手法】

経営指導員等による分析

#### ②地域外・業界動向分析

当地域における稼げる産業や事業者に対し、商工会が限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、小規模企業白書、全国商工会連合会中小企業景況調査、日本政策金融公庫中小企業景況調査、家計調査年報、RESAS、V-RESAS、ホクギン経済研究所、日経テレコン、POSEYES などから情報収集し、経済動向分析を行う。全国、県内の経済動向について、分かりやすく加工し年1回提供する。

##### 【分析内容】

各統計調査 …… 売上動向、採算、資金繰り、生産投資、消費・賃金・物価・雇用、求人倍率、住宅着工戸数など

RESAS、V-RESAS …… 業界動向、地域経済循環状況、産業構造、滞在人口動向、消費動向、求人動向など

##### 【分析手法】

経営指導員等がデータの収集・分析を行い、必要に応じて外部専門家と連携して実施

### (4) 成果の活用

各調査結果は、ホームページ上で公表し、必要に応じて各事業者へ配布・解説を行う。事業方針を決めていくにあたり、地域の情報だけではなく、業界の動向や新たな流行を知ることにより、実現性や確度の高い事業計画の基礎資料として活用することができる。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

<現状>

当商工会では、各商品・サービス内容等に応じて、顧客に対するアンケート調査を実施することで需要動向を調査してきた。調査にあたっては、業種別審査辞典や地元金融機関の調査資料、インターネットを活用した各業界団体調査情報などを利用し、需要動向を把握してきた。調査・把握内容については、各事業者に対し、個別に情報提供している。また、需要動向、販路開拓、キャッシュレスについてのセミナーを開催し、啓発に取り組んできた。

<課題>

データの集計結果の情報提供が目的となっており、その後の活用方法・活用状況についてのフォローアップが不足している。また、需要動向を客観的なデータとして捉えている小規模事業者は少なく、流行や事業者と顧客間の需要の差異について知る機会がないため、自身の経験に基づく経営から脱却できない状況にある。小規模事業者においては、調査を実施・注力することが難しい中、事業を持続していくためには、需要動向を的確に把握していくことが求められることから、継続した調査の実施支援と得られた結果の活用支援が課題である。

(2) 目標

	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
調査対象事業者数①・②	2 者	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
業界需要動向調査提供事業者数③	未実施	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(3) 事業内容

①店頭における需要調査 (BtoC)

商品またはサービスの需要動向を知りたい事業者に対し、顧客や近隣住民に対するアンケート調査を支援する。

【想定事業者】

小売・卸売業、サービス業、製造業など

【サンプル数】

1 事業者 50 人

【調査方法】

店頭でのヒアリングまたは郵送によるアンケート配布により調査する。分析や結果提供は、経営指導員が事業者へフィードバックし店舗作りの参考として活用していただく。調査や分析については必要に応じて、専門家派遣事業を活用し、効果的に行う。

【調査対象】

一般消費者

【調査項目】

商品・サービスによって調査項目が異なるため事業者ごとに調査票を作成。年齢、性別、居住地などの属性のほか、価格、品揃え、評価点、改善点、取り扱い希望商品・サービス、味、分量、パッケージ、デザイン、店選びの基準、店舗設備などについて調査する。

## ②展示会等における需要調査（BtoB、BtoC）

販路開拓を目的として展示会に出展する事業者に対し、ニーズの把握や商品開発を目的としたアンケート調査を支援する。

### 【想定事業者】

特産品開発に取り組む事業者、地域外への販路開拓を検討している事業者など

### 【サンプル数】

来場者 50 人（1 事業者）

### 【調査方法】

アンケート調査票の配布またはヒアリングにより調査する。分析の結果については、経営指導員がフィードバックし、改良や方向性の決定に活用していただく。必要に応じて、専門家派遣事業を活用し、効果的に行う。

### 【調査対象】

一般消費者、バイヤー、出展者

### 【調査項目】

商品・サービスによって異なるため事業者ごとに調査票を作成。価格、評価点、改善点、ターゲット、取引条件などについて調査する。

## ③業界需要動向情報の提供

事業計画を策定する事業者、見直しに取り組む事業者、策定した事業者を対象に、各業界で現在顧客から求められている需要動向情報についてまとめたものを提供する。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携し分析を行う。

### 【調査手法】

小規模企業白書、全国商工会連合会中小企業景況調査、日本政策金融公庫中小企業景況調査、家計調査年報、RESAS、V-RESAS、ホクゲン経済研究所、日経テレコン、POSEYES、矢野経済研究所、組合情報、業界団体ホームページ、新聞などから情報収集する。

### 【調査項目】

流行、売れ筋、法改正、購買動向、顧客属性、需要増加の背景など

## （4）成果の活用

需要動向調査を通じて、全国、県内の市場動向について情報収集し、分かりやすく提供することにより、現状把握や商品のブラッシュアップに活用することができ、新規の販路開拓に繋がる。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### （1）現状と課題

#### <現状>

当商工会では、税務相談、金融相談、補助金申請相談事業者を中心に、経営分析に取り組んできた。また、セミナーによる経営分析の啓発活動も実施してきた。税

務や金融相談では、記帳ソフトを利用した分析資料及び経営指導員が作成した資料に基づく財務分析、補助金申請相談時はSWOT分析、3C分析を中心に実施している。

<課題>

財務分析については決算指導事業者や資金繰り相談事業者に対しこれまでも実施してきたが、その先の経営分析については補助金申請相談時など、事業計画を作る必要がある事業者への実施が中心であった。そのため、経営分析の必要性について浸透していない。セミナーを開催しても、本来経営分析が必要な事業者に対して効果が薄かった。必要になってから作るという受け身の事業者が多く、自社が置かれている現状を正しく認識していないため、財務分析を含めた経営分析を事業者自身で取り組む姿勢を作っていく個社支援が課題である。

(2) 目標

	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
経営分析事業者数	10 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

※経営指導員 1 人あたり 10 者で算定

(3) 事業内容

①経営分析の実施

各事業者に合わせて分析を実施する。経営指導員が中心となって経営分析を実施するが、理解を深めるため、必要に応じて専門家派遣を活用する。経営分析支援を実施している旨の広報については定期的に会報誌やホームページを通じて行っていく。

【対象者】

記帳指導事業者、巡回指導・窓口相談時のヒアリングによる希望者、後継者不在事業者、金融相談事業者、補助金申請相談事業者等

【分析手法】

定量分析：財務分析

収益性、効率性、生産性、安全性、成長性の観点から各経営指標を分析する。

\* 売上高営業利益率、棚卸資産回転率、流動比率、労働生産性、営業利益成長率など

比較指標は、中小企業庁の「中小企業実態基本調査」や、日本政策金融公庫の「小企業の経営指標調査」等を活用する。

定性分析：各事業者に合わせて各分析方法を実施する。

SWOT分析

自社を内部環境（強み・弱み）と外部環境（機会・脅威）の観点から分析し、取り組み方針を考える。

3C分析

自社を自社・顧客・競合の観点から分析し、取り組み方針を考える。

ABC分析

売上や商品等を構成比で分類することで注力するポイントを考える。

#### (4) 分析結果の活用

小規模事業者に対して、分析結果を提供することで正確な現状把握と、自社について考える機会を提供することができる。また、分析の先にある事業計画の策定への取組のための入口として活用できる。

### 6. 事業計画策定支援に関すること

#### (1) 現状と課題

##### <現状>

当商工会では、セミナー、金融相談、補助金相談時を中心に事業計画の啓発と策定支援に取り組んできた。また、近年のIT化の流れが加速する中、中小企業基盤整備機構が実施しているIT経営簡易診断を活用した支援やDX対応セミナーにも取り組んだ。第1期経営発達支援計画において、小規模事業者にとっての事業計画の必要性について啓発してきたが、十分に理解されているとは言えない状況にある。事業計画自体が机上の空論という認識であり、事業を継続していくために必要な指針であるという考えが定着していない。

##### <課題>

小規模事業者においては、その日の売上を確保することが重要となっており、中長期的な視点で考える機会が不足している。特に、自社の現状について外部環境に起因すると考えている事業者、現状把握していても行動を起こすまでには至らない事業者が多くみられる。また、過去の経験を基にした経営手法が脱却できず、現状を受け入れてしまうことにより、経営の成長曲線における衰退期に入ってしまった。DXについては、IT活用と誤解している事業者が多く見られ、各社の状況が異なっていることもあり、理解を深めることが集団指導では難しく個社支援が求められる。第1期経営発達支援計画の実績から、意義や重要性の理解が浸透していないため、セミナー等による集団支援ではなく、個社支援に重点を置いて支援する。

#### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者が置かれている経営環境は変化が激しく、場当たりの対応では、事業を継続していくことは難しい。そのため、平時の対応策、経営方針を定めた事業計画を作ることによってブレのない経営を確立し、必要に応じて事業計画を策定し直すという柔軟性を身に付けられるよう支援していく。

また、事業者のDXを推進するにあたり、日常業務のIT化が入口として取り組みやすいため、情報発信の手段としてQRコードの活用を事業計画に盛り込む。

#### (3) 目標

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
事業計画策定事業者数 (創業・事業承継計画も含む)	10者	20者	20者	20者	20者	20者

QRコード導入事業者数	10者	6者	6者	6者	6者	6者
-------------	-----	----	----	----	----	----

※事業計画策定事業者数は経営指導員1人あたり10者で算定

※QRコード導入については、事業者の理解が必要であるため、策定事業者の3割程度を想定。

#### (4) 事業内容

##### ①事業計画策定に関する啓発及び事業計画策定支援

経営指導員等による巡回・窓口相談を通じて、事業計画策定の重要性について説明し、IT活用の可能性、DXの考え方を含めた事業計画の策定を支援する。支援にあたっては、必要に応じて専門家（中小企業診断士やITコーディネーター等）派遣を活用する。

##### <啓発方法>

商工会ホームページ、会報誌による周知、巡回・窓口相談時におけるチラシ配布

##### <主な対象者>

経営分析実施事業者（金融相談者、補助金活用相談者）、創業者、後継者など

##### ②QRコードの導入相談・専門家派遣

①の事業計画策定者に対し、経営指導員等による巡回・窓口相談を通じて、QRコードの活用を支援する。活用例として、SNS（LINE、Instagram等）活用、キャッシュレス決済等を想定している。また、活用・導入方法については必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

## 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

#### <現状>

当商工会では、事業計画策定後の支援については、巡回時のヒアリングで必要な支援がないかどうかを中心にフォローアップに取り組んできたところである。

#### <課題>

事業計画の策定自体が目的となってしまう、策定した事業計画との実施している取組みとの整合性の確認や、事業計画自体の見直しについての支援が不足している。また、フォローアップの頻度や内容にばらつきがあり、売上・利益といった数値実績について把握できていない事業所がある。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画、事業承継計画、創業計画策定事業者について、計画的なフォローアップを実施していく体制作りと計画を達成する姿勢を作り上げていく支援が必要である。事業計画の進捗によって、事業者への支援頻度を調整し、将来的には自走できるように支援を継続していく。

### (3) 目標

	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ 対象事業者数	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
訪問・面談回数	30 回	80 回	80 回	80 回	80 回	80 回
売上増加事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
経常利益率 1%以上 増加事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

※経常利益率は、経営革新計画において年率 1%が目標となっていることに準じた

#### (4) 事業内容

計画的にフォローアップを実施していくため、事業計画策定事業者をリスト化し、年間の支援計画を立案し経営指導員で情報共有する。支援計画では、訪問・面談予定日を設定し、原則として四半期に 1 回、状況の把握に努める。計画の達成状況に合わせて回数を年 2 回に減らし、自走できる支援を進める。また、取組状況を記録し、売上・利益についても把握できる体制を整える。事業承継者、創業者など課題を多く抱える事業者については 2 カ月に 1 回と回数を増やして支援する。

達成状況を確認する中で新たな課題が発生した際には、経営指導員による課題の把握と改善策について検討し、計画の見直しに取り組む。支援にあたっては必要に応じて、専門家派遣を活用する。

## 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>

地域人口減少、近隣の大型店への消費流出、IT 化の遅れ、コロナ禍により、小規模事業者は厳しい状況におかれている。当商工会では、キャッシュレス決済の推進、ホームページ作成指導に取り組んできた。各種展示会については、令和 3 年に初めて「フードメッセ in にいがた」への出展支援を実施した。

#### <課題>

いずれの取組も、地域内の一時的な消費を促すに留まり、地域外から顧客を取り込み、定着させるには至っていない。また、展示会の支援においては事前・事後のフォローが不十分であった。また、小規模事業者における情報発信、販路開拓のための IT 活用は十分とは言えない状況にあり、DX も視野に入れた理解・認識を深める支援が必要である。

### (2) 支援に対する考え方

コロナ禍において、以前と同じ水準にまで売上が回復するとは言えない状況にあるため、新たな需要開拓手段、事業の再構築に取り組んでいく必要がある。需要の開拓にあたっては、商工会が自前で開催することが難しいため既存の展示会への出展を目指す。出展支援は事前支援から事後支援まで経営指導員が対応する。また、需要開拓を啓発するためのセミナーも過年度において有効であったため、継続して

実施する。IT活用については、作成・管理についてのハードルや人的問題があることから、ホームページの作成ではなく、googleマイビジネスの登録を推進し、広告宣伝や情報発信の入口として地域外からの顧客獲得に活用していく。併せて既存業務のIT化を促し、データに基づく顧客管理や販売促進のための取組みが進められる体制を整える。

### (3) 目標

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
「フードメッセ in にいがた」出展事業者数①	2者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	-	2件	2件	2件	2件	2件
「にいがた BIZEXPO」商談事業者数②	-	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	-	2件	2件	2件	2件	2件
その他の出展・商談支援事業者数③	-	-	2者	2者	2者	2者
その他の出展・商談支援に伴う成約件数/者③	-	-	2件	2件	2件	2件
セミナー参加・支援事業者数④	-	10者	10者	10者	10者	10者
セミナー参加事業者の経常利益率1%以上増加事業者数④	-	1者	1者	1者	1者	1者
googleマイビジネス支援対象事業者数⑤	-	5者	5者	5者	5者	5者
googleマイビジネス登録事業者の新規顧客獲得数/者⑤	-	10名	10名	10名	10名	10名
顧客管理データ化支援・売上増加率/者⑤	-	5%	5%	5%	5%	5%

※③その他の出展商談支援については、①・②の出展者を原則とするため、初年度は除き令和5年から記載している。

※④経常利益率1%については、経営革新計画において年率1%が目標となっていることに準じた。

### (4) 事業内容

#### ①「フードメッセ in にいがた」出展支援 (BtoB、BtoC)

「フードメッセ in にいがた」において2ブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に出店し、新たな需要開拓を支援する。

\*「フードメッセ in にいがた」は、毎年11月に新潟市の朱鷺メッセ新潟コンベンションセンターで開催される、食の国際総合見本市である。三日間開催され、

県内外から約 1 万人が来場するイベントであり、400 事業者を超える出展がある。

#### ②「にいがた BIZEXPO」商談支援 (BtoB)

「にいがた BIZEXPO」において事業計画を策定した事業者を優先的に出店支援する。商談がスムーズに行くよう、専門家派遣を活用した事前研修や、商談相手へのアプローチ支援など実効性のある支援を行う。

\* 「にいがた BIZEXPO」は、毎年 10 月に新潟市の産業振興センターで開催される新潟県内最大級の商談型産業見本市である。二日間開催され、県内外から延べ 5000 人が来場するイベントであり、100 事業者を超える出展がある。

#### ③その他の出展、商談支援 (BtoB)

上記の①、②の出展者で更に県外への展開を考えている事業者に対しては、首都圏等で開催される大型の商談会、展示会への出展を支援する。(「JSP & SEESCORE Exhibition」、「東京インターナショナルギフト・ショー」など)

\* 「JSP & SEESCORE Exhibition」は、東京で開催される、伝統日本の食と職を国内外へ発信することを目的とした展示会である。二日間開催され、理念に賛同した生産者、加工業者、小売店、卸業者、デザイナー、レストラン経営者、店舗設計者、プロデューサー、大学教授、企画会社、運送会社などのメンバーが参加するイベントである。

\* 「東京インターナショナルギフト・ショー」は、東京ビッグサイトで開催される日本最大級のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市である。三日間開催され、パーソナルギフトマーケットに携わる国内外の流通関係者が来場するイベントであり、約 3000 社の出展が見込まれている。

#### ④需要開拓セミナーの開催

新たな需要を開拓するためには、常に新しい情報を収集する姿勢作りが必要であるため、需要開拓セミナーとして、その時の流行・需要をテーマに開催する。過年度においてはキャッシュレスや DX をテーマに開催してきたが、参加者の意欲も高く、新たな需要の開拓に繋がったため、小規模事業者が今後対応することで事業の持続化に繋がると考えられるテーマを検討し開催する。また、受講者に対し、必要に応じて専門家派遣も含めた個別指導を行っていく。

<募集方法>

商工会ホームページ、会報誌による周知、巡回・窓口相談時におけるチラシ配布

<参加予定者数>

10名

#### ⑤IT を利用した需要開拓支援と DX に向けた環境整備

小規模事業者の需要開拓における IT 活用は、キャッシュレス決済、ホームページ、インターネット販売、QR コード、各種 SNS (Facebook、LINE、Twitter、Instagram)、

フリーマーケットやオークションなどが挙げられるが、活用にはある程度更新が求められることや、比較的若い年代の事業主や従業員がいる事業者に限られるなど導入のハードルが高くなっている。そのため、比較的取り組みやすい、「google マイビジネス」の登録を支援し、更新が頻繁にできない事業者に対しても情報発信ができる手段を提供していく。Google の提供サービスは利用者が多く、地図登録もされることから、スマートフォンによる BtoB、BtoC の需要開拓に繋げることができる。「google マイビジネス」を入口として、上記の IT 活用を促し、製品・サービス・ビジネスモデルの転換まで含めた DX も視野に入れた支援を実施する。

また、IT 活用が難しい事業者に対しては、顧客管理のデータ化と活用方法について支援し、顧客へのアプローチ方法の見直しにより売上向上を図る。支援にあたっては、必要に応じて IT 専門家派遣等を活用する。

\* 「Google マイビジネス」とは、Google 検索や Google マップなどの Google サービス上にビジネス情報を表示し、管理することができるツール。取り扱い商品やサービス、店舗の場所をユーザーに知ってもらえる機会が増え、ビジネスへの問い合わせが増加することが見込まれる。

## Ⅱ. 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

### 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>

毎年、商工会員及び秋葉区役所産業振興課職員で構成される事業委員会を年1回開催し、事業評価を行い、理事会および総会において報告している。

##### <課題>

評価については、事業成果の数値目標への達成度合いで判断しており、実施内容や実施手法の検討にまでは至っていない。

#### (2) 事業内容

継続して事業委員会を年1回開催する。委員構成は当商工会の三役、新潟市秋葉区役所産業振興課担当職員、法定経営指導員及び経営指導員、外部有識者（税理士、中小企業診断士等）とする。

年度当初に事業計画を作成後、各委員に報告し事業に取り組む。事業遂行状況は随時各委員に報告し、年度末に事業委員会を開催する。事業委員会において、事業成果や数値目標の達成度により評価及び内容の見直し方針を協議する。

開催後、評価と見直し方針を理事会に報告し、承認を受けた後、当商工会ホームページで公表する。

### 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

#### <現状>

新潟県主催の経営指導員研修会、新潟県商工会連合会が開催する各種研修会、関連団体による研修会に参加し、経営指導員等が資質向上に取り組んでいる。研修資料を回覧する他、重要事項については、各職員に資料を配布し説明会を開催し知識を共有している。また、新潟県商工会連合会のエキスパートバンク事業等による専門家派遣事業を活用し、資質向上に取り組んでいる。

#### <課題>

各事業者の直接的な指導においては経営指導員が中心となって行っているが、指導員個人のスキルに依存している状況にある。また、職種間、職員間で年数や業務担当の違いにより支援能力に差がある。また、職員が単独で対応支援しているケースもあり、不在の時の対応が共有されていないケースも見受けられる。昨今の多岐にわたる専門的なニーズへも対応していくため、経営支援員も含めたチームで支援できるよう組織全体のレベルアップを図る必要がある。

### (2) 事業内容

#### ①各種研修等及びDX推進に向けたセミナー等の積極的受講

新潟県主催の経営指導員研修会、新潟県商工会連合会が開催する研修会（経営支援・事業計画作成等）、関連団体による研修会に引き続き積極的に参加し、経営指導員等が資質向上に取り組む。

また、今後浸透していくと予想されるDXについて、事業者への推進を図っていくには、経営指導員等のITスキルの向上や知識の更新が求められる。そのため、DXに関連した業務効率化に関するセミナー（クラウド会計、電子マネー、セキュリティ対策等）や、需要開拓に関する研修（ホームページ・SNS活用、ECサイト、オンライン展示会等）へ積極的に参加し、導入事例について収集・情報共有に努める。

#### ②OJTの推進

従来、経営指導員が担当する事業者に対して単独支援の体制をとってきたが、知識の共有を図るため、必要に応じて経営指導員2人体制で支援にあたる。また、記帳指導事業者においては経営支援員も含めて巡回することで、支援能力の向上、不在時の対応ができるよう体制を整えていく。

#### ③経営支援情報の共有

四半期に一回、経営指導員及び経営支援員が参加するミーティングを行う。経営支援状況の把握と、支援事例や習得スキルについて、各職員が作成した資料に基づき報告することで情報共有し、小規模事業者の支援に役立てる。また、IT活用や効率的なITツールの導入についても意見交換を行う。

## 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度、新潟市秋葉区役所産業振興課職員と地域経済についての情報共有を目的に会議を開催してきた。また、新潟市産業振興財団や新潟産業創造機構、よろず支援拠点、新潟県事業承継・引継ぎ支援センター、新潟県信用保証協会、新潟県中小企業団体中央会、新津公共職業安定所といった、支援機関・公共機関とも年1回情報交換を行ってきた。そのほか、隣接する新潟市南区の3商工会（白根、味方、月潟）と共同事業を行う中で情報交換を行っている。

<課題>

情報交換は施策の紹介や状況など表面的なものに留まっており、具体的な支援事例は一部しか共有されていなかった。今後は各関係機関とも連携して支援にあたるが増えると考えられるため、より深い情報共有を行っていくことが求められる。

(2) 事業内容

①新潟県よろず支援拠点連携フォーラム

にいがた産業創造機構、新潟県よろず支援拠点、新潟県事業承継・引継ぎ支援センター、県内市町村、商工会議所、商工会、金融機関等を対象とした年1回のフォーラムに出席する。新潟県内の最新の事業者相談動向や施策紹介、連携事例紹介があり、支援ノウハウの向上が見込まれる。

②中小企業支援連携ミーティング

新潟県信用保証協会、新潟県商工会連合会、商工会、商工会議所を対象とした年1回の会議に出席する。新潟県内の最新の金融動向を把握するとともに、経営支援事例の紹介があり、支援ノウハウの向上が見込まれる。

③日本政策金融公庫「小規模事業者経営改善資金」連絡協議会

日本政策金融公庫新潟支店、新潟県商工会連合会、商工会の経営指導員で構成される協議会に年1回出席する。商工会の金融支援の柱である小規模事業者経営改善資金の情報、県内の最新の金融情報、商工会地区の経済動向について情報交換を行うことで支援ノウハウの向上に努める。

④南・秋葉区商工会連絡協議会事業

隣接する新潟市南区の3商工会と共同開催する講演会・講習会事業が年6回あることから、出席時に経営指導員間で事業計画策定に関する支援事例の情報交換を行う。管内の経営指導員は若手からベテランまで7名いるため、密な情報交換を行うことで支援ノウハウの向上に努める。

⑤新津職安管内雇用対策連絡会議

新津公共職業安定所管内の公共機関（新津公共職業安定所、新潟市秋葉区・南区、五泉市、阿賀町）、商工会議所、商工会で構成される年1回の会議に出席する。近隣の市町村の最新の経済動向、支援策を把握するとともに、支援事例の情報交換を行う。

## ⑥新津税務署管内三者協議会

新津税務署、関東信越税理士会新津支部所属税理士、商工会議所、商工会で構成される年1回の協議会に出席し、税務支援業務に係るノウハウや情報交換を行うことで、円滑な支援体制を構築する。

## 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>

当商工会では、新潟市秋葉区、地元商店街・商店会、小須戸コミュニティ協議会、花と緑のシンボルゾーン管理組合と連携し「花と緑の町」の特色を活かしながら、地域活性化のためのイベント、地域内の売出し・スタンプラリー等の商業活性化事業、特産品開発に取り組んできた。また、創業希望者については、地域の不動産業者や事業者からの情報提供を活用して物件情報の提供に取り組んできた。

#### <課題>

イベント開催は、地域の賑わいを創出してきたが、内容のマンネリ化、運営する事業者の参加意識が低下しており、企画の見直し時期に来ている。商業活性化事業については、地域内の一時的な消費と短期的な来街者増加を促すに留まっている。また、特産品開発については、新潟市秋葉区が推進している「アキハもち麦プロジェクト」との方向性が現時点では異なっているため、今後の連携が課題となっている。創業支援については、令和3年に地域内の不動産業者が廃業したため、地域内の物件情報収集がまとめられていない。

### (2) 事業内容

#### ①地域経済活性化イベントの開催

毎年8月に小須戸まつりの前夜祭として小須戸商工まつりを開催し、地域住民からステージイベントや出店を楽しんでいただいている。商工業者による飲食や物販、サービス提供も行っており、広告宣伝の場ともなっている。また、重要文化財に指定されている茂林寺に安置されている子育延命地藏尊に関連して、保育園児・幼稚園児や小学生が楽しめるイベントを開催している。実施にあたり、新潟市の助成金を活用しているため、内容の見直し、方向性の検討について新潟市秋葉区の担当者とも意見を交換する中で、事業の充実を図っていく。

#### ②商業活性化事業の開催

中元・年末売出し、スタンプラリー、町歩き事業、食べ歩き事業、地域内商品券発行、共同広告といった事業を継続してきたことにより、地域住民の認知度は高いため、継続して実施していく。個店の事業継続に繋がるような商業活性化事業の活用方法、売上増加に結びつくような事業内容を事業者と検討していく。

#### ③小須戸ブランドの確立

令和3年度より、小規模事業者及び専門家で構成する小須戸特産品開発委員会を

立ち上げ、月1回程度会議を開催し、3～5年計画で小須戸のブランド作りに取り組み始めている。事業者毎に共通テーマに基づいた商品・サービスの提供を検討しており、「フードメッセ in にいがた」の出展、将来的には首都圏への展開も企画している。ブランド化にあたっては、来客面と集客面からの方策を検討することで、継続的な小須戸地域の活性化に取り組んでいく。また、秋葉区が推進している「アキハもち麦プロジェクト」と連携した販路開拓方法を検討していく。

#### ④小須戸コミュニティ協議会との連携

小須戸コミュニティ協議会とは、新潟市秋葉区が取り組んでいる移住促進事業である「アキハスムプロジェクト」に関連した商品券発行事業、店舗等に雛人形や吊るし飾りなどを展示する「在郷町小須戸ひな・町屋めぐり」事業、町屋ギャラリー薩摩屋の運営事業などにおいて連携しているが、現在定期的な情報交換は実施していない。地域住民による地元店舗の利用を促すため、企画について定期的な情報交換（年4回）を実施することで、地域経済の活性化に取り組むための体制を整えていく。

#### ⑤空き家等の物件情報提供窓口の設置

小須戸地域は移住モデル地区となっているものの、地域内の不動産業者がないことにより、空き家や土地・建物貸出希望者の情報が地元事業者からの情報提供にとどまっており、創業希望者に対する情報提供に課題を抱えている。そのため、新潟市及び関連業種団体等と連携して協議し、創業希望者に対する情報提供窓口の設置について検討していく。

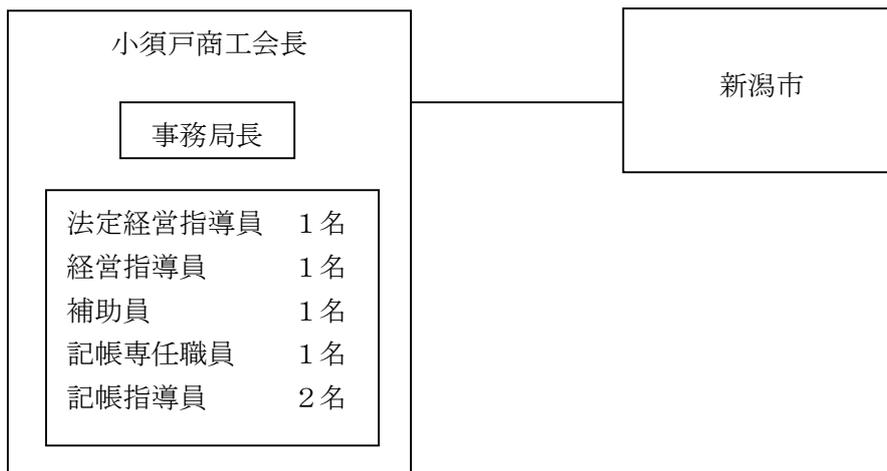
(別表2)

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 : 竹内 学  
連絡先: 小須戸商工会 TEL 0250-38-2560

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・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

〒956-0101

新潟市秋葉区小須戸3611番地2

小須戸商工会 経営支援室

TEL: 0250-38-2560 / FAX: 0250-38-2027

E-mail: kosusyo@aw.wakwak.com

②関係市町村

〒951-8550

新潟市中央区学校町通1番町602番地1

新潟市 経済部産業政策課

TEL : 025-226-1610 / FAX : 025-224-4347

E-mail : sangyo@city.niigata.lg.jp

〒956-8601

新潟市秋葉区程島2009

新潟市秋葉区役所 産業振興課

TEL : 0250-25-5689 / FAX : 0250-24-5888

E-mail : sangyo.a@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)

	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	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
経済動向調査 (専門家派遣)	150	150	150	150	150
経営状況分析 (専門家派遣)	250	250	250	250	250
事業計画策定支援 (専門家派遣)	300	300	300	300	300
需要動向調査 (専門家派遣)	500	500	500	500	500
需要開拓支援 (展示会出展支援)	500	500	500	500	500
(専門家派遣)	100	100	100	100	100
(セミナー開催)	300	300	300	300	300
事業評価 (専門家派遣)	100	100	100	100	100

(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、県助成金、会費・手数料等収入、受託料収入 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。

