

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>新潟こうなん商工会（法人番号 9110005001610） 新潟市（地方公共団体コード 151009）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>(1) 事業計画策定支援および計画実行支援による経営力の向上 (2) 創業計画策定支援および計画実行支援による創業円滑化・事業持続化 (3) 地域資源を活用した特産品等開発支援による新たな需要の開拓 (4) 展示会等への出展支援による販路拡大および売上利益の向上</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3-1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商工業者へのアンケート調査による地域内経済動向の把握 ・ 統計資料の調査分析による広域経済動向調査 <p>3-2. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 個店の顧客アンケートによる需要動向調査 ・ テストマーケティング実施による特産品需要動向調査 <p>4. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営分析の手法習得とデータ活用を目的とするセミナーの開催 ・ 専門家および経営指導員による経営状況の分析 <p>5. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 個別相談会の定期的な開催による事業計画策定支援 ・ 休日個別創業相談会の開催による創業事業計画策定支援 <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業計画策定後の定期的なフォローアップ ・ 計画進捗状況に応じての専門家派遣によるフォローアップ <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ BtoB 向け食の展示会への出展支援 ・ BtoC 向け地域内イベントへの出展支援 ・ ICT を活用した情報発信による販路開拓支援
<p>連絡先</p>	<p>○新潟こうなん商工会 〒950-0208 新潟県新潟市江南区横越中央 1-1-5 TEL : 025-385-2773 FAX : 025-385-4300 E-mail : n-konan@shinsyoren.or.jp</p> <p>○新潟市江南区役所 産業振興課 〒950-0195 新潟県新潟市江南区泉町 3-4-5 TEL : 025-382-4809 FAX : 025-381-7090 E-mail : sangyo.k@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

【経営発達支援事業を共同実施する理由】

新潟市江南区には、総合経済団体として2商工会（横越・酒屋町）及び1商工会議所（亀田）が存在し、新潟商工会議所管轄地域と合わせて区内全域を網羅している（横越地区＝横越商工会、両川地区＝酒屋町商工会、亀田地区＝亀田商工会議所、曾野木地区及び大江山地区＝新潟商工会議所）。

これまで2商工会では江南区商工団体連絡協議会を組織し、さまざまな事業連携、情報交換等を行ってきた。また2商工会とも昨年度までに経営発達支援計画の認定を受け、それぞれが事業を実施しているが、さらなる連携を目指すため、今回以下の理由により2商工会共同で申請する。

(1) 効率的で効果の高い事業の実施

同一行政区内に位置する2商工会で共同することにより、新潟市「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン（2019～2022）」、及び新潟市「江南区区ビジョンまちづくり計画（2015～2022）」について共通の認識を持ち事業を実施でき、スケールメリットを最大限に生かした、より効率的で効果の高い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、有効活用

2商工会の持つ支援ノウハウを集約・共有化し、小規模事業者に対する支援を平準化・高度化することができる。また、2商工会職員の得意な支援分野を持ち寄り、一層高度な課題の解決に対応することができる。

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

ア. 立地・地勢

2商工会が属する新潟市江南区は、信濃川、阿賀野川、小阿賀野川、日本海東北自動車道に囲まれ、面積は75.42平方キロメートルで新潟市のほぼ中心に位置し、西蒲区以外の全ての区と阿賀野市に接している。土地は平坦で海拔0メートル地帯が多く、かつては河川の氾濫などで幾多の浸水被害があったが、河川改修や土地改良事業により、広大な優良農地へと生まれ変わり、水稻を基幹とし、そ菜、果樹、花きを加えた多様な農産物を供給する都市近郊型農業が営まれている。

また、交通の要衝として北陸道・磐越道・日東道の高速道路をはじめ、国道49号・403号、主要地方道など広域幹線道路やJR信越本線などが通り、その利便性を活かした街づくりが進んでいることから、工業団地や大型商業施設も多く、居住地にも恵まれる一方、水と緑豊かな河川や農村空間が広がる、都市と農村のアメニティを享受できる地域となっている。

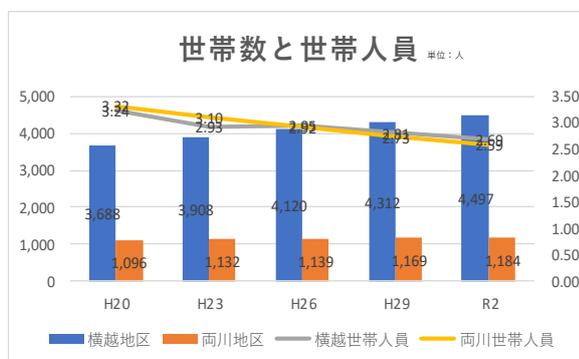


イ. 人口動態

江南区全体の人口はおおむね横ばい基調であり、大きな増減はない。市内の他の行政区や周辺の他市町村の多くが人口減少傾向にある中、交通の利便性や比較的恵まれた雇用、買い物環境などの居住性の高さにより大きな減少にはなっていない。

横越地区の人口はおおむね横ばい基調である。要因として交通の利便性が高いことや、平成17年に県内最大規模のスーパーセンターが開業したことによる買い物環境の向上等があげられる。世帯数でみた場合、12年間で約800世帯増加した一方で、世帯人員は0.55人も減少しており、これは国道49号沿いの宅地開発にともない一人世帯や核家族世帯用のアパートが多く建設されたことが主な要因である。

酒屋町商工会が立地する両川地区の人口は、概ね毎年2%程度の減少を続けてきている。これは、地区全域が市街化調整区域に指定されているため、新規の住宅建築が困難であることが主要因である。世帯人員も減少してきているが、一方で世帯数は増加を続けており、この要因は子ども世代の流出による単独世帯の増加が大きいものと推察される。(出典：国勢調査、住民基本台帳)

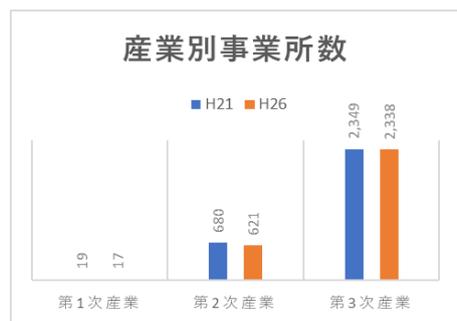


ウ. 産業構造 (新潟市江南区)

(ア) 産業別事業所数

5年間で構造に大きな差異は見られない。第1次産業の事業所数が少ないが、このほかに個人で農業を営む農業者は1,133名あり、地区内に稲作、青果類、花き等を取り扱う都市型近郊農業の担い手は多い。(出典：農林業センサス2015)

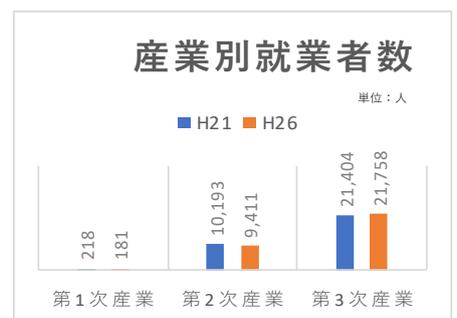
第2次産業中、建設業は417事業所(67%)、製造業は199事業所(32%)あるが、5年間で59事業所減少した。(出典：経済センサス)



(イ) 産業別就業者数

5年間で第1次産業従事者は17%減少、第2次産業従事者は8%減少した。一方で第3次産業はほぼ横ばいであった。個人で農業を営む者も減少傾向である。

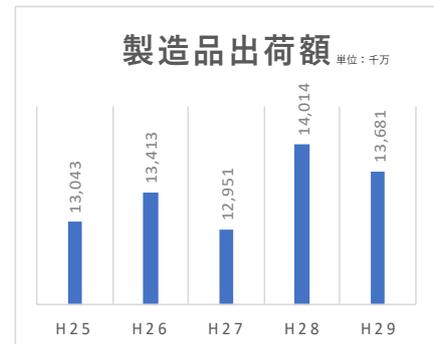
第3次産業の従事者のうち、「医療・福祉」関連の従事者は3,099人から3,993人に大きく増加し(29%増加)、地区内の雇用を支える産業となっている。一方で卸売・小売業従事者は8,461人から8,075人に減少した。(出典：経済センサス)



(ウ) 製造品出荷額

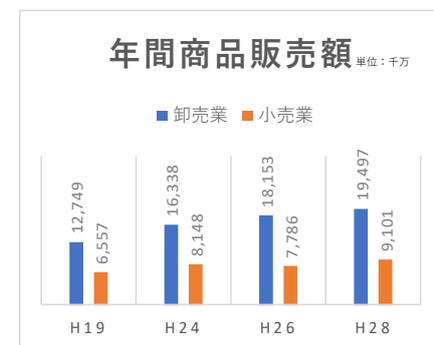
区内の出荷額として多いものは金属製品、そして印刷物である。交通利便性の高さを生かした工業団地が各地にあり（横越地区＝木津工業団地、両川地区＝両川工業団地）、製造品の出荷額はやや増加傾向で安定している。しかしながら景気の影響を受けやすく、今後は新型コロナウイルス感染拡大の悪影響が出るのが懸念される。

（出典：工業統計調査、経済センサス）



(エ) 年間商品販売額

小売業の販売額はやや増加傾向、卸売業の販売額は平成19年から24年までに大きく増加した。これは平成19年5月、区内に「新潟市中央卸売市場」が移設されたことによる。県内最大の卸売市場で、区内卸売業全体の年間販売額の約70%はこの市場による取扱高であり、青果、水産、花きを毎日大量に市場に流通させている。（出典：商業統計調査、経済センサス）



エ. 各地区の概要

新潟市江南区の「強み」は、交通や買い物の利便性が高く、新潟市という大きな消費圏域の中にあり、いわゆる若年層の流出が比較的少ないこと、都市型近郊農業が盛んで果樹・花きに特徴的な産品があること、また歴史的な建造物や伝統芸能が存在すること等が挙げられる。一方「弱み」としては豊富な農業資源を食の産品としてPRできていないこと、発信力不足により地域の魅力を伝えきれていないこと、商工業者の高齢化による後継者不足が顕著であること等が挙げられる。

外的要因である「機会」としては、当地区の強みが増大するシニア層に受け入れられやすいこと、市内各団体や支援機関の連携にまだ余力があり一層の側方支援に期待できること等が挙げられる。一方「脅威」としては、農業資源による食の産品には県内に類似カテゴリーが存在すること、有力で大規模な小売店舗が区内及び近隣区、市町村に多数存在すること等が挙げられる。

(ア) 横越地区

横越地区の人口は令和2年4月現在12,118人で、江南区の南東に位置し東側を阿賀野川、南側を小阿賀野川に接している。

この地は江戸時代に新発田藩横越組の大庄屋所在地となるとともに、支藩として成立した沢海（そうみ）藩の拠点ともなった。藩の陣屋が置かれた沢海地区は城下町風の景観を今にとどめており、新潟市内には珍しく当時の名残を漂わせる名勝、史跡が数多く残っている。またこの沢海地区には日本有数の豪農・伊藤家の旧邸が「北方文化博物館」として公開されており、国内外の観光客、見物客が訪れる当地区のランドマーク的存在となっている。

明治期にはわが国最初の大河の架橋「横雲橋（おううんばし）」が阿賀野川に架けられたことにより交通の要衝として発展し、農業用水路等の整備により新田の開発も進んだ。戦後、高速交通体系の整備を足がかりに工業団地の造成や宅地開発が進み人口が増加し、現在でも周辺地域の人口が減少していく中、当地区の人口は横ばい傾向を維持している。これは道路交通網の

発展により市内中心部へ約 20 分で到着する利便性の高さや、区内や近隣に県内最大規模のショッピングセンターが複数建設されたことによる買い物環境の向上が主な要因である。平成 17 年の新潟市への合併後、北区から続く新潟中央環状道路の横越バイパスが一部供用を開始したことにより、ますます交通拠点としての発展が期待されている。

下表のとおり、横越地区の商工業者数は平成 20 年から 12 年間で 14.2%減少し（427 社→366 社）、小規模事業者数は 16.8%（373 社→310 社）減少した。

横越商工会商工業者数（出典：横越商工会商工業者名簿）

業種/年月	H20.4	H23.4	H26.4	H29.4	R2.4
建設業	133	131	127	127	126
製造業	51	48	41	39	39
卸売業	18	18	12	10	8
小売業	76	69	63	61	59
飲食業	34	28	30	29	26
サービス業	99	99	87	89	92
その他	16	17	16	15	16
合計	427	410	376	370	366
（うち小規模事業者数）	373	355	319	314	310

※特徴的な資源（横越地区）

- ✓ 北方文化博物館…日本有数の豪農・伊藤家。その旧邸を一般公開している。近年は国外からの観光客も多い。5 月には藤の花が咲き誇り、夜間ライトアップされた園内には多くの見物客が集まる。
- ✓ 大河「阿賀野川」…流域面積国内 8 位、下流部の河川水流量は第 1 位の大川。当地区での川幅は約 1km にも及び、古くからこの大河の恵みを受け、ともに暮らしてきた。
- ✓ 特徴的な神楽文化…地区内の各神社には神楽が存在している。中でも木津地区の棧俵（さんばいし）神楽はナスの目にかぼちゃの鼻、稲わらを編んだ珍しい姿で賀茂神社に奉納される。
- ✓ 果樹野菜類…二本木地区は新潟県梨栽培発祥の地で、現在でも日本梨農家が多い。その他にもトウモロコシ、にんじん、長芋の栽培が盛んで県内外に多く出荷されている。
- ✓ 花き類…肥沃な阿賀野川河川敷の広大な畑に新潟県の花・チューリップが栽培されている。球根、切り花として出荷され、色とりどりの畑は美しく当地区のシンボルとなっている。



（イ）両川地区

両川地区の人口は令和 2 年 4 月現在 3,074 人で、江南区の南西に位置し、西側を信濃川、南側を小阿賀野川に接している。両川地区を構成する旧中蒲原郡両川村は、昭和 32 年に新潟市へ合併。早々に新潟市の一部を構成するようになったが、前述のとおり地区全域が市街化調整区域に指定されているため開発が進まず、区内人口は合併時の 52.3%にまで減少した。

地区の中心である「酒屋町」は、河川交通華やかかなりし時代に成立した商店街が発達し、近隣地区からも多くの来町者があり繁栄していた。その名残からか両川地区商工業者の業種別割合では今もなお小売業が最も多い。また昭和期の両川地区は、土地改良によって旧新潟市の穀倉地帯となり、人口もある程度維持してきていた。だが平成 12 年から近隣地域へ大型ショッピ

ングセンターが相次ぎ出店したことで両川地区は急激に求心力を失っていった。

昭和期に合併した当地区は、「平成の合併」の際に活用された合併特例債による施設整備もなく、外部からの誘客を図りにくいのが現状である。地区を横断する形で工事が進行している「新潟中央環状道路」の開通にあわせ、地区環境の整備が望まれる。

下表のとおり、両川地区の商工業者数は平成20年から12年間で約33.3%減少し（216社→144社）、小規模事業者数は約38.4%（195社→120社）減少した。

酒屋町商工会商工業者数（出典：酒屋町商工会商工業者名簿）

業種/年月	H20.4	H23.4	H26.4	H29.4	R2.4
建設業	53	49	40	37	36
製造業	29	24	24	21	20
卸売業	6	6	6	10	10
小売業	81	77	56	40	37
飲食業	8	9	6	4	6
サービス業	33	29	30	32	29
その他	6	7	5	6	6
合計	216	201	167	150	144
（うち小規模事業者数）	195	177	148	125	120

※特徴的な資源（両川地区）

- ✓ 信濃川と小阿賀野川…日本一の長さを誇る信濃川と、阿賀野川から分流する小阿賀野川が合流する地点であることから「両川」地区と名付けられており、江戸から明治初期にかけては新潟湊へ発着する北前船から会津・長岡へ向かう舟運を中継する舟着場であった。
- ✓ 酒屋太々神楽…酒屋町商店街内にある「八坂社諏訪社会殿神社」には出雲流の神楽が伝わっており、稚児舞6舞と大人舞6舞の計12舞が新潟市の伝承芸能に指定されている。
- ✓ 果樹の栽培…日本梨の栽培は横越地区の二本木から両川地区の割野・嘉瀬・酒屋町へと地区を越えて続いており、シーズンになると県道沿いには梨農家が運営する直売所が開かれる。日本梨以外には、ぶどうの栽培も見られる。
- ✓ 鮭の養殖…地区内の信濃川漁業協同組合では鯉、ふな、もくずがに漁が盛んで、施設内では鮭の養殖が行われている。毎年10月開催の「大河の感謝祭」には、川の恵みを求めて大勢の客が集う。



②課題

ア. 地域に共通する課題

- (ア) 消費の域外流出による地元購買率の低迷により地域経済は縮小傾向である。
- (イ) 経営者の高齢化と後継者不足により廃業率が上昇している。
- (ウ) 農産品や観光資源、個社単位での商品・サービスに質の高いものがあるが、地域外に十分アピールできず、販路を拓げられていない。
- (エ) 経営発達支援事業による事業計画策定支援が浸透しきっておらず、明確な目標・計画に基づいた事業運営をおこなっている小規模事業者はわずかである。

イ. 各地域における課題

- (ア) 横越地区

自動車でのアクセスが良好なことから、市内中心部へ通勤する人のベッドタウンとして人口を維持している。買い物環境は「イオンモール新潟南」まで約10分、地区内には県内最大規模のスーパーセンター「PLANT-5 横越店」があり、幅広い年代層の需要に応えているため、消費の地域外、大型店への流出傾向は止まらず、小規模小売店、サービス業、飲食店等の衰退主要因となっている。経営発達支援事業で実施してきた「地区内経済動向調査」によると、後継者のない小規模事業者が約半数を占めており、全体の27%は「自分の代で廃業する」と回答があった。

今後も交通網の発達と経営者の高齢化が進展し、地域を守ってきた小規模事業者の事業継続が困難な状況となることが予想される。

【業種別課題】

✓ 建設業・製造業

特徴的な地場産業や基幹産業は特にない。平成2年に造成された木津工業団地には有力な製造業者17社が進出し、地域内雇用の大きな受け皿となっている。一方で従来から地元で営まれている家族経営の小規模零細製造業者は受注先が1社または数社のみという事業者が多く、親事業者の景況感に大きく影響され、常に先行きが不透明である。さらに近年は加工単価が上昇せず収益性に乏しい。

当地区でもっとも事業者数が多いのは建設・建築関連業者であるが、そのほとんどが一人親方または従業員数名の小規模事業者である。新型コロナウイルス感染拡大以前は、公共事業、民間需要とも比較的多くの発注があり、従業員の確保難が最大の経営課題であったが、現在は公共、民間需要とも低迷しており先行きが見えない。さらに経営者、従業員とも高齢化が進んでおり、後継者不足が深刻である。

✓ 商業・サービス業

前述のとおり地域内外の大型店の影響により、小売業は長く活力を失っている。もともと商店街の形成もなく、最寄品、買回品とも地域内消費のほとんどが大型店に流出している。一方、ごく一部に特色のある品揃えで売上を維持している事業者もあり、商工会が継続的に支援している。

飲食業においても大型店内のテナントや全国チェーン店が、自動車ですぐに数多くあり競争が激しい。一部に地域の食材（資源）や特色あるメニューを提供し好評を得ている事業者もあるが、これまでと同様の営業を行ってきた多くの事業者が大きく売上を減少させたり、または後継者難により廃業したりする等、非常に厳しい環境下におかれている。

(イ) 両川地区

新潟県庁まで車で20分、新潟駅まで同じく25分という新潟市内でも絶好の位置にありながら、全域が市街化調整区域に指定されていることから人口の減少に歯止めがかからない。近隣に複数ある大型ショッピングセンターへ車で10～15分程度と極めて近く、消費流出は深刻である。平成30年に実施した「消費者動向調査」によると、両川地区の商店街を利用する頻度は「ほとんど利用しない」が50.3%と半数を超えた。地区内にスーパーを求める声は多いものの、既に食料品ですら車で買い物に出かける生活が定着してしまっており、非常に厳しい。商店街内の経営者は高齢化しつつも事業を持続しているが、やがて年齢的に限界へ達すると雪崩をうって廃業が続出する状況も予想される。

【業種別課題】

✓ 建設業・製造業



平成5年に造成された両川工業団地は製造業者を中心に12社が進出し、その後追加造成された両川第2工業団地とあわせ、地区内外からの雇用の大きな受け皿となっている。また、新潟市の新たな工業用地確保の取組に対応し、工業団地に隣接する両川南地区・東地区についても都市計画審議会にて変更が決定していることから、更なる雇用の増加も見込める。

一方、以前より地元で営まれている建設・建築関連業者は、そのほとんどが一人親方であり、地元での需要が見込めないことから地区外事業者の下請として事業を行っている例が多い。元請事業者の景況に影響されるため、常に先行きが不透明で収益性に乏しく、ほぼ後継者がいない状況である。

✓ 商業・サービス業



かつては「人波を押し分けて歩かねばならない」ほど繁栄した酒屋町商店街も、平成12年頃から近隣地域へ大型ショッピングセンターが相次ぎ出店したことで、急激に求心力を失った。商店街内にあった食品スーパーは平成28年初めに廃業し、地域内の消費のほとんどが近隣の大型店へ流出している。

サービス業において「飲食業」は地区内に6件しかなく、そのうち日中営業を行う飲食店は1件のみであり、相対的にみた地区の利用度は低い。「自動車整備業」や「理美容業」は、先の消費者動向調査によると

ばらつきがあるものの地区の住民の需要をつかんでいるといえるが、人口の減少に伴い顧客も減少傾向にあり、やはり厳しい状況に置かれている。これら厳しい環境下にある事業者でも、後継者がいるなど意欲のある事業所に対しては「経営分析」「需要動向調査」「事業計画策定支援」等の伴走型支援を実施している。

(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

今後10年程度の振興のあり方として「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン」、「江南区ビジョンまちづくり計画」の内容を踏まえ、以下の「商工会としての役割」を果たしながら、小規模事業者の事業計画策定を通じた「強みづくり」を支援し、以下の実現を目指す。

- ・小規模事業者の売上向上と利益確保、販路拡大による経営力向上
- ・開業率の向上及び廃業率の低下
- ・地域資源（農産物、観光、伝統芸能等）の掘り起こしと資源活用による需要開拓
- ・事業継続をのぞむ小規模事業者の円滑な事業承継

②新潟市及び新潟市江南区「総合計画」等との連動性・整合性

ア 新潟市「中小企業・小規模事業者活性化プラン（2019～2022）」の内容

「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン（2019～2022）」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」を設定しており、方向性ごとに具体的な取り組み事項を示している。

- 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り組み支援
- 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

このような新潟市の小規模事業者振興施策を踏まえ、2商工会は地区内小規模事業者の持続的経営の実現を支援するため、新潟市との連絡会議の開催や関係機関との連携強化を積極的に図り、商工業発展施策の一翼を担う。

イ 新潟市「江南区区ビジョンまちづくり計画」の内容

2 商工会が立地する新潟市の「江南区区ビジョンまちづくり計画」（2015年度から2022年度の8年間）では以下の産業施策が挙げられている。

- ・付加価値の高い食品開発の仕組みづくりを地元企業や商工団体とともに進める。
- ・地域ならではの特産的商品の育成を進めるとともに、それらを集めた特産品見本市を開催する。
- ・地域に根差した高い付加価値を持つ創造的な産業の育成を進め、雇用の拡大を目指す。
- ・販路の拡大など新たなビジネス展開や経営相談、各種融資制度の情報提供に努め、商工業の振興を支援する。

2 商工会はこれまでも地域内の資源に着目して、新商品の開発・販売を目指す小規模事業者を支援してきた。今後も市・区・関係機関と連携して積極的に支援を行っていくとともに地区内の社会経済環境の変化に即応した経営支援が実施できるよう体制を整備する。

③商工会としての役割

2 商工会は、それぞれの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2商工会とも国の認定を受け、新潟市及び新潟市江南区と連携し経営発達支援事業を実施している。今後も従来の経営改善普及事業を着実に実施することに加え、地域の課題に対応した小規模事業者の将来を見据えた経営力の向上を目指し、事業者に寄り添いながら支援に取り組む。

(3) 経営発達支援事業の目標

それぞれの地域の現状と課題、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、

- ・各種調査による経済動向や需要動向等の把握・分析
- ・経営状況の分析による財務上や経営上の課題の発見・分析
- ・事業計画の策定支援による小規模事業者の持続的発展と事業承継支援
- ・創業・第二創業計画の策定支援による円滑な創業と事業の継続化を支援
- ・売上向上・利益確保、販路拡大を目指す小規模事業者の展示会等への出展支援
- ・地域資源を活用した特産品等の開発により販路開拓を目指す小規模事業者支援

などを積極的に展開し、事業計画の策定と実行支援を通じて経営基盤の強化を目指す小規模事業者を支援するとともに、新潟市及び新潟市江南区の地域経済の活性化に資する取組を実施する。そのための今後5年間の目標及び実行方針を以下のとおり定める。

ア 各種の分析を利用した事業計画の策定支援ならびに計画の実行支援による経営力の向上

イ 創業（予定）者、第二創業者への創業計画策定支援ならびに計画の実行支援による事業の継続化

ウ 地域資源を活用し需要動向にマッチした特産品・新商品の開発支援による新たな需要開拓

エ 商談会・展示会等への出展支援による販路拡大及び売上利益の向上

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

アについて

小規模事業者の経営状況を把握・分析することにより経営上の課題を抽出し、売上・利益の向上を目指す経営体質に改善するべく、事業計画の策定並びに計画の実行支援を重点的に行う。地域経済の動向や需要動向等を収集・分析・活用するうえで、「RESAS」（地域経済分析システム）や市場情報評価ナビ「ミーナ」等を利用し、自社の強み・弱みの把握に役立てる。分析にあたっては必要に応じ外部専門家を活用し、事業者の状況により事業承継対策を含めた計画策定を支援する。

イについて

「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン」の施策の方向性に、創業しやすい環境づくりによる創業の活発化が挙げられている。創業対象者に対し、税務・労務各種手続き指導、創業制度融資の申し込みや補助金の申請支援だけでなく、創業計画の策定支援を行うことにより創業時の経営基盤づくりを後押しし、計画が確実に実行されるよう継続的に支援する。

ウについて

新潟市「江南区区ビジョンまちづくり計画」では付加価値の高い食品開発の仕組みづくりを地元企業や商工団体とともに進めることが提起されている。地域資源の調査や掘り起こし、需要動向の分析により市場から求められる地域の特産品・新商品開発を支援し、新たな需要と販路の開拓強化を図る。

エについて

前述のように、これまで当地区の消費（飲食含む）は市内中心部や大型店に流出しており、今後もこの傾向が大きく変化することは考えにくい。将来を見据えると、地域外との取引・販売の拡大を図り域内経済の活性化を図ることが不可欠である。このためには地域内でのイベント等への出展だけでなく、県内外の商談会・物産展への出展が必要であり、支援を行うことにより販路拡大・売上向上を図ることが可能である。出展にあたっては専門家の活用も検討し、交渉力・商談力を高めて出店することにより商談の成立につなげる。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]これまで2商工会では、地域経済の動向について新潟県商工会連合会や地域金融機関、日本政策金融公庫等が実施した景況調査の情報を相談時に活用し、また、地区内商工業者に対し年に1回独自の経済動向調査を実施してきた。独自調査の主な調査項目は業況、売上高、収益状況、販売額・仕入額、従業員数、資金繰り、事業承継の見通し、商工会への意見・要望等である。この調査結果を各会が公表し、個々の職員が相談時に活用、事業計画策定時の資料として活用している。

[課題]上記のとおり調査を実施しているものの、調査結果を踏まえた分析や情報共有が十分にできていない状況である。また地域内経済の動向は得られたが、地域外動向の情報収集・分析が実施されておらず、事業計画を策定する際に情報が不足していた。

(2) 目標

小規模事業者の経営判断の資料となる情報を収集・分析し提供する。情報は職員全員で共有する。

支援内容	現行	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
地域内経済動向調査 分析結果公表回数	2回	1回	1回	1回	1回	1回
統計資料調査分析結 果公表回数	0回	2回	2回	2回	2回	2回
商工会ホームページ での公表回数	2回	3回	3回	3回	3回	3回

(3) 事業内容

地域内の経済動向を把握するため、統一の小規模事業者経済動向調査を実施するとともに、外部環境を把握するため、新潟県と新潟市の統計資料を利用し、人口動態や産業構造、消費動向等に関する情報を収集する。さらに地域経済分析システム「RESAS」を活用し、収集データを整理・分析する。調査分析結果は、職員間で情報共有し日常の指導業務に生かすとともに、小規模事業者に対し広く情報が伝わるよう商工会ホームページ及び広報誌等に掲載する。

①地域内経済動向調査

2 商工会独自調査として、統一の地域内経済動向調査を年度初めに実施する。地区内商工業者に調査用紙を郵送し一定期間後返送してもらう。広報誌の配布時やセミナー開催の案内時等も利用して回収するなど、回収率 60%を目指す。

【調査対象】横越商工会地区 366 事業者 酒屋町商工会地区 144 事業者

【調査項目】業況、売上高、収益状況、販売価格・仕入価格、従業員数、見通し（業況、後継者）、経営上の問題点、事業計画策定状況、商工会への要望 等

【調査手法】調査票を郵送し返信用封筒で回収する。回答は主に選択式とし、一部記述式とする。

【分析手法】各地区の集計と 2 地区合計の両方を実施し、2 地区の共通点、相違点を抽出することにより地域の実情を分析する。分析は経営指導員等が行い、必要に応じて外部専門家と連携して行う。

②統計資料の調査分析

各種の統計調査（国勢調査、経済センサス、住民基本台帳、商業統計調査、工業統計調査、消費動向調査等）を整理・分析し公表する。得られたデータに新潟市及び江南区の統計データを加え、現在の外部環境を可視化したものを提供する。さらに RESAS から産業構造、地域経済循環の様子等の情報を収集し、整理・分析することで、より立体的な情報の提供を実現する。

【分析手法】・各種の統計調査より整理・分析…人口（性別、年齢別、世帯人員、将来人口）、商業・工業統計（事業所数、従業者数、製造・販売額等）

・「RESAS」より整理・分析…地域経済循環、産業構造、人口の集積具合 等

・上記を総合的に分析し、事業計画策定支援等に活用する。

(4) 成果の活用

①の地域内経済動向調査で得られた内容は地域の現状・実情を示す情報であり、他では得られない貴重な情報である。2 商工会全職員で情報を共有し、事業計画の策定や見直しに活用するのはもちろん、各商工会発行の広報誌及びホームページ上でいつでも閲覧できるように掲載し、商工会員以外の小規模事業者にも情報が行き届くよう配慮する。これらの情報は 2 商工会

の今後の事業方針や事業計画を検討するうえでの重要な基礎データともいえる。

②の各種の統計調査で得られた情報で主に地域が置かれた状況（外部環境）を理解することにより、小規模事業者の経営状況の分析や事業計画を策定する際の判断材料として活用される。各種の統計調査情報と合わせ「RESAS」の地域経済循環情報や産業構造、企業活動情報を利用することで、より奥行きのある情報が収集・提供できる。これらの結果は2商工会全職員で情報共有し日常的な経営指導にも活用することができる。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 自社が提供する商品・サービスについて、多様化する消費者のニーズを調査分析し、市場が求めるものを作る、売るということが非常に重要である。しかしながら市場の動向・情報を収集し、活用している小規模事業者はほとんどなく、これまでの経験や「カン」、感覚のみに頼った経営により衰退した事業者が数多くある。経営発達支援事業の実施以降、2商工会では地域の特産品を活用した新商品の需要動向調査に取組み商品化されたものもあり、一定の効果を得たが、対象小規模事業者の売上・利益を向上させるまでには至っていない。

[課題] これまでもイベント時に一般消費者へ向けて需要動向アンケート調査を実施してきたが、調査項目が不足していたり、分析内容が不十分であったりしたため、結果的に小規模事業者にとって新たな需要開拓につながる基礎資料になるとは言いえないものであった。また事業者からの相談に応じて需要動向の情報を収集・提示したこともあるが、踏み込んだ内容とはいえず、情報を活用するという意識が希薄であったと言わざるを得ない。これらの課題を解決すべく下記目標、事業内容により調査を行う。

(2) 目標

支援内容	現行	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①調査対象事業者数	5社	6社	6社	6社	6社	6社
(横越)	0社	4社	4社	4社	4社	4社
(酒屋町)	5社	2社	2社	2社	2社	2社
②調査結果提供事業者数	4社	3社	3社	3社	3社	3社
(横越)	4社	2社	2社	2社	2社	2社
(酒屋町)	0社	1社	1社	1社	1社	1社

(3) 事業内容

①個店の顧客アンケートによる需要動向調査

【対象事業者】 主に小売業、飲食業のうち、本調査の結果を踏まえた経営状況の分析を行ったうえで、事業計画策定につながる事業者を対象とする。日常の巡回・窓口指導の中で、調査を希望する事業者および経営指導員等が調査が必要であると判断した事業者について実施を検討する。

【調査目的・手段・手法】 消費者の動向を把握し、「欲しいモノ、買いたいモノ」を知るに

は来店する顧客にアンケート調査を行うことが最も現実的で効率的な方法である。2 商工会で小規模事業者の業種、商圈、取扱商品、客層に応じたアンケートを作成し情報収集の支援を行うことにより、来店する顧客が今欲しいものや、これから求められる商品（需要）を把握する。

【サンプル数】1 店当たり 50

【分析手段・手法】調査結果は商工会で集計し、必要に応じて外部専門家の意見を聞きつつ経営指導員等が整理・分析する。

【調査項目】共通項目…年齢、性別、居住地区、世帯人数、来店交通手段等

小売店調査項目…買物をするうえで参考にする媒体、よく利用する他店、当店に取り扱って欲しい商品・サービス、商品・価格・接客・店舗・駐車場・営業時間等についての要望など

飲食店調査項目…店を選ぶうえで参考にする媒体、よく利用する他店、店を選ぶうえで重視すること（味、量、価格、接客、距離、待ち時間・混み具合等）、当店に取り扱って欲しいメニューやサービスなど

※以上のとおり、今後の需要につながることに重点的に調査する。

【分析結果の活用】分析結果は経営指導員等が対象店に直接説明する形でフィードバックし、今後の取扱商品の選定や新メニュー開発の参考としてもらう。

②テストマーケティング実施による特産品需要動向調査

新潟市「江南区区ビジョンまちづくり計画」の中で、「付加価値の高い食品開発の仕組みづくりを地元企業や商工団体とともに進める」という施策が重点項目として挙げられている。当地区においてもさまざまな特徴ある農産品があるため、これらの資源を活用した特産品開発をすすめるための需要動向調査を実施する。

【対象事業者】主に小売業、飲食業のうち、日常的な巡回・窓口指導の中で調査結果提供を必要とする事業者を掘り起こすとともに、本調査結果を利用して事業計画策定に取り組む事業者、およびこれまで地域の特産品を取り扱ってきた事業者や今後取り扱うことが想定される事業者へ調査結果提供を行う。

【調査手段・手法】地区内飲食店、小売店等の売上・利益向上に寄与することを目的に、地区内の農産品（梨、とうもろこし等）を活用した新たな商品開発をすすめる。横越商工会主催「よごし商工大祭（7 月）」、酒屋町商工会主催「ゆめ祭り酒屋（9 月）」、江南区「旬果旬菜いきいきフェスタ（10 月）」といった来場者が見込めるイベントで試食及び来場者アンケートを実施する。結果を調査分析し、当該飲食店等にフィードバックすることで新商品開発に資する。また調査結果は事業計画に反映することが重要である。

【サンプル数】来場者、各イベントとも 50 人

【調査手段・手法】上記 3 イベント会場にて来場客に開発中の製品を試食してもらい、経営指導員等や事業者が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】調査結果は必要に応じて販路開拓等に関する外部の専門家の意見を参考にしつつ経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】味、大きさ、容量、価格、見た目、パッケージなど

【分析結果の活用】分析結果は経営指導員等が対象店に直接説明する形でフィードバックし、さらなる改良、ブラッシュアップのために活用する。また 2 商工会で情報を共有することで迅速な対応が可能なサポート体制を構築し、需要動向に沿った事業計画の策定、販路開拓支援に結び付ける。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 2 商工会とも経営発達支援事業を実施して以降、小規模事業者に対しネット de 記帳による決算時や金融相談時、補助金申請支援時等に経営状況の分析を行ってきた。また日常的な相談においても、ネット de 記帳による経営分析データを利用し、現在の状況を定量面から説明してきた。しかしながら、現状の分析内容はネット de 記帳から出力される経営分析に沿ったものに限定されており、定量面、定性面の両面から分析が行われているとは言い難いものであったため改善が必要である。

〔課題〕 経営状況の分析は、事業計画の策定等において将来の事業の方向性やビジョンを描くための基盤となる重要な作業であるため、今後は巡回・窓口指導を通じ分析の重要性を説明し、対象者を掘り起こす必要がある。また、事業者ごとの分析状況や分析の手法について職員間で情報共有を図れていないこと、経営分析に関するセミナーの開催がなかったため重要性周知の機会が少なかったことも課題である。

(2) 目標

支援内容	現行	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
経営分析セミナーの開催回数	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
経営分析件数 ※経営指導員 1 人当たり 10 件	49 件	30 件				
(横越)	30 件	20 件				
(酒屋町)	19 件	10 件				

(3) 事業内容

①経営分析の手法習得と分析データの活用を目的とするセミナーの開催

募集対象に漏れのないよう地区内に新聞折込チラシを配布、また江南区報と商工会ホームページに掲載することにより受講者を募集する。講師は地域の実情を知る連携先の外部専門家の招聘を想定し、主に経営分析の手法及び分析データの活用方法に関して支援を図る。分析項目などの内容については後述するが、定量面だけでなく、定性面の分析についても注力し、強み弱み、内部・外部環境についての理解を促進する。

必要に応じて外部の専門家と連携を図りながら、事業者の分析能力の向上を図るとともに分析結果を活用した事業計画の策定に結び付ける。

②経営分析の内容

【対象者】

定量・定性の両面から継続的に指導及び助言ができる小規模事業者は、経営指導員 1 人当たり 10 社程度が妥当であると考えている。セミナー参加者や巡回・窓口相談を実施する中で、意欲的で持続的発展の可能性が高い事業者を選定し実施する。

【分析項目】

- ・財務分析 収益性・安全性・効率性・成長性分析、損益分岐点分析、比較財務諸表分析など
- ・SWOT 分析 内部要因「強み・弱み」、外部環境「機会・脅威」
- ・3C 分析 customer「市場・顧客」、competitor「競合」、company「自社」

【分析手法】

ネット de 記帳の簡易財務診断をもとに、経済産業省「ローカルベンチマーク」等を活

用し経営指導員が分析を行う。また巡回・窓口相談時やセミナー開催時に定性面のヒアリングを行い分析し、財務分析と合わせ、より効果的な分析内容を提示する。さらに高度な分析や多方面の分析が必要な場合は外部専門家と協力し実施する。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果は、経営指導員等による相談時に当該事業者にはフィードバックし、十分な説明を行う。融資申し込み時の金融機関への説明や補助金の申請時に活用が想定されるが、事業計画策定への活用につながるよう理解を促す。
- ・分析結果や効果的な分析手法は、職員間で情報共有し、資質の向上に活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 2 商工会とも経営発達支援事業の実施以降、事業計画策定の重要性について説明はしてきたが、事業者十分に伝わっていないとはいえず、融資申し込み時や補助金申請時の提出書類の一部となってしまうのが実情である。

[課題] 周知不足により、事業計画の策定及び計画の確実な実行が事業の持続的発展、売上・利益の向上に寄与するということが理解されていない。また、「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン」の施策の方向性の中に「創業しやすい環境づくりによる創業の活発化」が挙げられているため、創業（予定者）に対し手続き面での支援のみならず、事業計画の策定が円滑な創業に資することを十分に周知するとともに、創業（予定者）の事業が継続化することを支援していくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者を取り巻く経営環境は日々の変化が非常に激しく、事業を導く「道しるべ」なしには様々な経営リスクに即時対応できないことが多い。この「道しるべ」となるものが事業計画であり、2 商工会では今後も本事業による地域の経済動向調査や需要動向調査、個々のヒアリングと経営分析結果等を踏まえたうえで、事業所に寄り添いながら計画策定を支援していく。主として経営分析を実施した小規模事業者のうち5割の事業者を目標に計画策定を支援し、売上・利益の数値目標や、今後取り組むべき分野・販路等を具体的に含んだ計画が策定されるよう支援する。

(3) 目標

支援内容	現行	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
事業計画策定件数	22 件	15 件				
(横越)	15 件	10 件				
(酒屋町)	7 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
創業事業計画策定件数	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
(横越)	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
(酒屋町)	0 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

(4) 事業内容

①事業計画策定への支援

経営指導員による事業計画策定個別相談会を1ヶ月に1日、定例で実施する（第〇週の〇曜日など）。事業計画策定の重要性や策定方法等について指導、相談に応じる中で、計画策定に結び付く事業者について伴走型支援を行い、さらに必要であれば専門家による個別相談を実施する。

【周知方法】商工会ホームページ、江南区報による告知、会報誌による周知

【回数】1ヶ月に1日を定例として、経営指導員は基本的に事務所に待機する。

【内容】計画策定の重要性周知や策定方法の指導、ヒアリング、今後の対応検討

【支援対象】主に経営分析を行った小規模事業者

【支援手段・手法】主に経営分析実施済みの事業者を対象に、経営指導員による個別相談会を契機に伴走型支援を行い、高度・専門的な部分においては外部専門家の招聘・派遣を加えながら事業計画の策定までつなげる。その第一段階として経営指導員による策定方法の指導やヒアリングは役割が大きい。

②創業計画策定への支援

創業者及び創業予定者については1年に2回（横越・酒屋町で各1回）、日曜日に経営指導員による「休日個別創業相談会」を行い、需要を掘り起こすとともに創業計画の策定につなげる。これは創業者の多くが会社等に就業しながら創業の機会をうかがっていることから、相談者の利便性を考え休日での相談対応とするものである。

【周知方法】商工会ホームページ、江南区報による告知、会報誌による周知

【回数】合計2回（横越、酒屋町商工会各1回）日曜日開催

【内容】ヒアリング、創業に関する手続き支援、創業計画策定支援、今後の対応検討

【支援対象】創業を希望する者、創業からおおむね1年以内の者

【支援手段・手法】地区内の創業を希望する者、創業からおおむね1年以内の者を対象に、経営指導員が個別に相談対応する。ヒアリングを丁寧に行い、創業者の希望をよく聞き取ったうえで、創業計画策定を支援する。税務、労務、開業資金等の問題で悩む創業者が多いことから、手続き面での支援もこれまで同様実施し、円滑な創業と創業後の事業運営をサポートする。またこの相談会のみで対応できない高度・専門的な部分においては外部専門家の招聘・派遣を加えながら事業計画の策定までつなげる。

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】2商工会とも経営発達支援事業の実施以降、巡回・窓口相談において事業計画策定後の進捗状況等について確認・支援を行ってきた。主に計画策定事業者からの求めにより、状況の確認を行い、今後進むべき方向性などについて検討、支援をしている。

【課題】これまで計画的なフォロー体制が構築されておらず、すべての計画策定事業者をフォローしきれていなかった。さらにフォローアップの頻度や密度にばらつきがみられ、売上の増減や利益率の向上低下といった数値面での実績把握ができていない状況である。すべての計画策定事業者をフォローしきれていないこと、進捗状況による計画の見直しや修正に注意を払うこと、売上や利益などの数値を確認し、計画達成につなげることが課題である。

(2) 支援に対する考え方

(1) のとおり、計画的なフォロー体制を構築すること、すべての事業計画策定事業者を事後支援すること、計画の見直し、修正をフォローすることが支援にあたるうえでの基本的な考え方である。年度当初にフォローすべき事業者名および支援頻度について、組織内で情報共有

し、支援計画を立案する。さらに数値目標に対する進捗度の確認、計画の見直しや修正の必要性の有無の検討、次回支援に対する方向性等の確認を行い、継続的な支援を実施する。

また、計画を実施・フォローしていく中で、当初の事業計画と進捗状況とがズレている場合には原因・課題を究明し、高度で専門的な課題に直面した場合には外部の専門家を招聘・派遣するなどの方法で対処する。

(3) 目標

事業計画策定事業者のうち4割の事業者が売上を3%以上増加させ、利益率を2%以上向上させる。

支援内容	現行	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	22社	15社	15社	15社	15社	15社
(横越)	15社	10社	10社	10社	10社	10社
(酒屋町)	7社	5社	5社	5社	5社	5社
頻度(延回数)	67回	60回	60回	60回	60回	60回
(横越)	46回	40回	40回	40回	40回	40回
(酒屋町)	21回	20回	20回	20回	20回	20回
売上3%増加 事業者数	5社	6社	6社	6社	6社	6社
(横越)	4社	4社	4社	4社	4社	4社
(酒屋町)	1社	2社	2社	2社	2社	2社
利益率2%向上 事業者数	1社	6社	6社	6社	6社	6社
(横越)	1社	4社	4社	4社	4社	4社
(酒屋町)	1社	2社	2社	2社	2社	2社
創業フォローアップ 対象者数	1社	2社	2社	2社	2社	2社
(横越)	1社	1社	1社	1社	1社	1社
(酒屋町)	1社	1社	1社	1社	1社	1社
頻度(創業分延回数)	2回	8回	8回	8回	8回	8回
(横越)	2回	4回	4回	4回	4回	4回
(酒屋町)	1回	4回	4回	4回	4回	4回
創業計画の 売上達成者数	0社	1社	1社	1社	1社	1社

※創業計画の売上達成者目標数は2商工会合わせて1社のため、地区別に目標設定はしていない。

(4) 事業内容

①事業計画を策定したすべての事業者を対象に3ヶ月に1回の巡回または窓口指導を行う。頻度については事業者の現状や繁閑期等により臨機応変に対処する。進捗状況を把握する際には売上・利益などの数値を必ず確認し、数値目標達成に向けた具体的な助言、フォローアップ

ブを行う。

- ②進捗状況が思わしくなく計画と現状にズレが生じ始めている事業者には、必要に応じ外部の専門家などの第三者の視点を投入し、ズレの発生原因・課題の究明を行う。今後の対応策、計画の修正や見直しを行い、それまで以上に事業者に寄り添った伴走型支援を実施する。
- ③創業計画を策定した事業者についても3ヶ月に1回の巡回または窓口指導を行う。既存の事業者と同様、進捗状況を把握する際には売上・利益などの数値を必ず確認し、数値目標達成に向けた具体的な助言、フォローアップを行う。また、はじめての決算・確定申告や労働保険社会保険の年度更新等の手続き業務で行き詰まらないよう留意する。一方、創業計画は策定したものの、実際に創業に至っていない者については1年に1回電話等で状況を確認し、対応策を検討する。

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

[現状] これまで2商工会では小規模事業者の新たな需要開拓支援のため、新潟市「フードメッセ in にいがた」、江南区「旬果旬菜いきいきフェスタ」、「よごし商工大祭」、「ゆめ祭り酒屋」への出展支援を積極的に行ってきた。また、日常的な巡回や窓口指導において、新たな需要開拓のためのインターネットによる情報発信の重要性について周知し、事例紹介なども積極的に行っている。

[課題] 展示会等への出展について、多くの小規模事業者がBtoB、BtoCを意識した（来場者層を意識した）準備が不十分であり、また事後フォローも不足していたため、大きな効果が得られたとは言い難い。また、経営資源の乏しい小規模事業者にとっては、インターネットを利用した情報発信、販路開拓が最適な手法の一つであると考えられるが、いまだ十分に活用されていない現状を踏まえ、全国商工会連合会提供のホームページ作成支援システム「グーペ」、各種 SNS を活用した新たな需要・販路開拓を支援する。

(2) 支援に対する考え方

商工会が大規模な展示会を開催することは困難なため、県内最大級の既存の展示会への出展を支援し、来場者層を意識した事前準備を十分に行うことで効果的な出展を目指す。地区内のイベント等への出展についても、大規模な展示会とは異なった来場者層を意識した準備を支援する。

また、展示会、イベント等で直接商品やサービスについて説明することのできない見込み客への需要開拓は、インターネットを利用した情報発信を積極的に支援する。

(3) 目標

BtoC 向けイベントへの出展においては、事前準備および周知・告知を綿密に行うことで、昨年度 1 社あたり売上額から約 15%増加した 45,000 円の売上額を目標とする。

支援内容	現行	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
BtoB 向け展示会 出展事業者数	0 社	2 社	3 社	3 社	4 社	4 社
(横越)	－社	1 社	2 社	2 社	2 社	2 社
(酒屋町)	－社	1 社	1 社	1 社	2 社	2 社
成約件数/社	0 社	1 社	1 社	2 社	2 社	2 社
(横越)	－社	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
(酒屋町)	－社	－社	－社	1 社	1 社	1 社
BtoC 向けイベント 出展事業者数	24 社					
(横越)	16 社					
(酒屋町)	8 社	8 社	8 社	8 社	8 社	8 社
売上額/社	38,500 円	45,000 円				
ゲーペ、SNS 等支援 事業者数	2 社	6 社	6 社	6 社	9 社	9 社
(横越)	1 社	4 社	4 社	4 社	6 社	6 社
(酒屋町)	1 社	2 社	2 社	2 社	3 社	3 社
ICT 活用による 売上増加率 1%以上の 事業者数	0 社	3 社	3 社	3 社	4 社	4 社
(横越)	－社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
(酒屋町)	－社	1 社	1 社	1 社	2 社	2 社

(4) 事業内容

① (BtoB)「フードメッセ in にいがた」出展支援

「フードメッセ in にいがた」は毎年 11 月新潟市主催により、新潟コンベンションセンター（朱鷺メッセ）で開催される本州日本海側最大の食の BtoB 専門商談会である。対象出展社は食品業界関係業者で、令和 1 年度の開催では 439 事業者が参加し、3 日間で 10,232 名が来場した。来場者は食品製造・加工業と小売業・通販事業者が多くを占め、一般消費者は入場できない。

事前に出展内容への助言や確認を十分に行ったうえで、2 商工会 1～2 ブースを確保し、事業計画を策定した食品関連事業者の出展を支援する。出展後には成果の確認、成果の今後の事業への活用を検討するなど、新たな需要開拓を支援する。

これまで食品スーパーや百貨店、ホテルや旅館、飲食店等に対する販路を確保できていなかった小規模事業者が、本展示会への出展を契機に販路を開拓し、新たな需要と結びつくことが期待できる。

② (BtoC)「旬果旬菜いきいきフェスタ」、「よごし商工大祭」、「ゆめ祭り酒屋」出展支援

「旬果旬菜いきいきフェスタ」は、区内の「新潟市中央卸売市場」で毎年10月に一般消費者向けに市場が開放されるイベントで、約50事業者による展示・即売が行われ、1日で市内・県内の消費者12,000人以上が訪れる区内最大のイベントである。

「よこごし商工大祭」は、新潟市江南区横越出張所駐車場を会場に毎年7月最終土曜日に開催され、16回の開催を数えた地区内で唯一の横越地区全体のイベントである。主に地区内住民約4,000人が来場し、午後から夜間までにぎわう。例年約15事業者が自社のPRを行い、同時に商品・サービスの販売も実施され地域住民への周知に努めている。

「ゆめ祭り酒屋」は、酒屋町商店街を会場に毎年9月第二土曜日に開催され、これまで22回の開催を重ねた両川地区最大のイベントである。主に地区内住民3,300人が来場し、さまざまな催し物を楽しんでいく中で、毎年5~7件程度の事業者が出展し、事業所の周知および商品・サービスの販売を行っている。

いずれのイベントにも開催チラシに出展者を掲載する、ホームページの告知で出展内容を周知するなど誘客策を図り、事業計画を策定した事業者、または策定につながる見込みのある事業者の出展を支援し、新たな需要の開拓を支援する。

BtoC向けイベントへの出展は、地区内（主に市内、区内）の消費者への店舗、商品・サービスのPRが主目的である。地元住民に小規模事業者をより一層認知していただくことにより、新規顧客の獲得およびリピーター化の促進等の効果が期待できる。

③ICTを活用した情報発信支援

ICTの利便性を十分に活用できていない小規模事業者は、全国商工会連合会提供システム「グーペ」や、日本政策金融公庫提供「インターネットビジネスマッチング」、各種SNS（facebook、twitter、instagram）等の活用方法やシステムを周知し、新たな顧客の獲得や全国からの集客、対外的信用の向上を目指す。現状、意欲はあるもののICTを十分に活用できていない、主にBtoCに販路を求める事業者を重点的に支援する。

この支援の結果、潜在顧客への周知ができるようになり、潜在顧客の見込み客化、さらには新規顧客獲得につながる可能性が広がる。主にBtoC向け新たな需要の開拓につながることを目指すが、BtoB向け需要開拓の効果もあわせて期待できる。

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] 2商工会では、これまでそれぞれの商工会で商工会三役に加え、新潟市江南区産業振興課、地元金融機関を委員に「評価委員会」を年に1回開催し、事業の検証・評価を行っており、年度ごとの事業評価は常に閲覧できる状態になっている。

[課題] 検証・評価により事業の効果は徐々に上がってきたが、支援を受けた小規模事業者からの視点（評価・満足度）が一部不足していたため、今後はアンケートの実施などで意見をフィードバックすることで、より一層効果的な事業実施のための仕組みを構築する。

(2) 事業内容

①2商工会の三役、法定経営指導員及び経営指導員、新潟市江南区産業振興課、外部有識者として、地区内金融機関の各支店長等をメンバーとする「協議会」を年に1回開催し、経営発達支援事業についての評価、見直し案の提案を行う。

②支援を受けた小規模事業者の意見（アンケート結果）をフィードバックし、数値目標を挙げたすべての項目について5段階の評価を行う。小規模事業者へのアンケートは主に事業計画を策定した者を対象とし、ヒアリング内容や提供資料の有用性、経営状況の分析の妥当性、策定した事業計画の満足度、事業計画策定後のフォローに関する意見等について、重度な負担とならないよう、また回答しやすいように簡便な内容とし、郵送→返送による方法で実施

する。アンケート結果を集計したものを協議会に報告し、評価・見直しの参考資料とする。評価の中で主に「3」以下の評価を受けた項目については、次年度事業計画で見直しを含む検討をする。

③各商工会の理事会において、事業の成果、評価、見直し案を報告し承認を受ける。

④協議会による評価結果は、今後の事業実施方針等に反映させるとともに、商工会事務所へ常時備え付け、地域内の小規模事業者が常に閲覧できる状態にしたうえで、商工会ホームページ及び会報誌へ掲載する。

9. 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〕 これまでも新潟県主催の経営指導員研修会、新潟県商工会連合会主催のテーマ別研修会や関連団体が主催する資質向上を目的とした研修会に積極的に参加し、支援能力の向上に努めている。また、小規模事業者の情報を可能な限り共有するため、相談、記帳カルテの入力が遅れることのないよう留意している。

〔課題〕 近年、小規模事業者の支援ニーズは高度専門化、多様化しているうえ、売上・利益を向上させるための具体的なアドバイスを求められることが多くなっており、経営指導員のみならず経営支援員もこのニーズに答えていかなければならなくなった。これらのことから全職員個々の支援能力向上と支援ノウハウを組織内で共有し、より効果的な支援を行うための体制構築が大きな課題である。

(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以外の研修会・講習会に積極的に参加する。参加する研修会は、小規模事業者の事業計画策定に結び付く内容か、経営力や生産性向上支援に寄与する内容か、ヒアリング技術やコミュニケーション能力の向上に役立つ内容か、を主な選別基準とする。想定されるものとして中小企業庁、(財)にいがた産業創造機構、(公財)新潟市産業振興財団等が主催する研修会があげられる。

②OJTを含めた指導による情報共有

記帳代行のような事務委託を受けている事業所に対しては、さまざまな相談内容に対しても個々の職員が対応することが多かったため(〇〇商店は支援員Aが担当、のような体制)、その事業者の現状、情報を共有することができていなかった。今後は相談の入口となる記帳事務を担当する経営支援員を中心に情報を共有し、点ではなく「面で支援する」指導体制を構築し(〇〇商店については支援員Aを入口に全員が情報共有している、という体制)、個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織として共有していく。

③データベース化による情報と支援ノウハウの共有

経営指導員及び経営支援員が適時・適切に相談カルテ、記帳カルテに入力することで、支援中の小規模事業者の情報が担当外の職員でもリアルタイムに共有できる。さらに共有サーバ内に事業所別フォルダを個別に作成し、事業所別のデータと支援記録を保存することで情報と支援ノウハウを共有する。

④2 商工会の連携と情報共有

2 商工会は協議会及び連絡会議を随時開催し、地区内の経済動向やそれぞれの事業計画策定状況、経営発達支援計画の進捗状況についての情報や共有を図る。地区内の経済動向などは各商工会でも情報を共有し、小規模事業者支援に役立てる。

10. 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] これまで2商工会では、新潟市江南区と地域経済活性化のための協議や情報共有を目的とした会議や検討をその都度開催してきた。また、その他の支援機関（金融、税務関連団体等）とは年に1回以上会議の機会を持ち情報を共有してきた。これらの自治体や各支援機関とは、それぞれの支援業務の内容について情報交換を行うとともに、支援ノウハウや各地域の経済動向を共有し、相互が業務の円滑化に役立っている。

[課題] もっとも支援の方向性を共有する必要がある新潟市江南区との連携をこれまで以上に重視しなければならない。事務担当者レベルでの意見交換や状況の確認を定期的に行い、地域経済動向の一層の把握に努め、小規模事業者へタイムリーな情報を提供する体制の構築や支援ノウハウの共有による支援能力向上に努める。

(2) 事業内容

①江南区商工団体連絡協議会の開催（年2回）

新潟市江南区、横越商工会、酒屋町商工会による「江南区商工団体連絡協議会」を開催し、区や各団体の現状と方向性、区内産業の現状と課題解決のための検討、地域資源の活用による特産品開発などについて検討・協議する。江南区及び商工団体間の要望や問題点等を検討する中で意見交換を行い、方向性を共有し支援ノウハウを共有する。

また事務担当者レベルにおいて（新潟市江南区産業振興課及び2商工会経営指導員）、情報交換や支援ノウハウ共有のための会議を定期的で開催するとともに、必要があればその都度開催し、支援能力向上を図る。

②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、下越地区の商工会並びに商工会議所の支援担当者が一堂に会し、信用保証協会の保証業務のみならず、信用保証協会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ることで支援業務に生かすことのほか、他の商工会・商工会議所地区の景況や支援状況等に関する意見交換を行うことで支援ノウハウの向上に努める。また、このミーティングではそれぞれの支援団体より各地の経済動向や支援内容について報告する場があり、ノウハウの吸収だけでなく提案技術の向上にも役立つ。

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（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、下越地区商工会の経営指導員で構成する「マル経協議会」では、商工会の金融支援業務の柱であるマル経資金に関する情報や県内の金融情勢に関する情報を交換し経営支援に活用するほか、他の商工会の景況や支援状況等に関する意見交換を行うことで支援ノウハウの向上に努める。この協議会では日本政策金融公庫と商工会が情報を共有することで、小規模事業者への融資あっせんが円滑に実施できる体制を構築することが目的である。

④税理士・青色申告会・税務署との連絡協議会（年2回）

関東信越税理士会新潟支部の税理士と新潟税務署管内商工団体の経営指導員、新潟市青色申告会事務局長で構成する本会議で、確定申告における支援業務を円滑に進めるためのノウハウの共有や法改正、制度改正に関する知識・支援技術の向上ができる。税理士及び新潟税務署との直接の意見交換ができる場であり、経営指導員の支援能力向上に役立つ。

1 1. 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] 2 商工会とも新潟市からの補助金を一部財源に、地域活性化のためのイベントを主催しており、毎年恒例であるため地域住民にも十分に定着している。また特産品開発や、人口減対策のためのライフラインの整備等についても新潟市江南区と情報を共有してきた。

[課題] イベント開催は地域の賑わい創出のため大いに役立ってきたが、事業者の参加意識の低下、内容のマンネリ化、他団体等との連携が十分でないこと、等の課題により事業そのものが硬直化しており、あり方や企画の見直し時期に来ている。さらに新潟市江南区が推進する区内の農産物を活用した特産品開発について、地区内の農業者と商工業者が参画する「江南区食の特産品開発協議会」との連携が不足しており、地域活性化の方向性や情報が十分に共有されていない。この協議会との連絡を密にしていくことにより、地域活性化と小規模事業者の販路開拓につながる可能性があり、検討が必要である。また、駅のない横越、両川地区にとって公共交通機関は重要なライフラインであり、両地区では約 10 年前より住民バスが運行され地域の足をカバーしている。住民バスの存続や利便性の向上は、地域の住みやすさに直結し、消費の流出防止にも役立ち、さらに地域活性化に結び付く大きな要素であると考えられるため、これまで以上の取組が必要である。

(2) 事業内容

①地域内団体と協力する地域活性化イベントの実施（各商工会 1 回）

ア 横越商工会

毎年 7 月最終週、1 年でもっとも暑い時期に「よこごし商工大祭」を開催しており、4,000 人を超える集客がある。日頃からお世話になっている地域や地元住民への感謝の気持ちを込め、ステージイベントを中心に真夏の昼～夜を楽しんでいただいている。また小規模事業者にとっては貴重な PR の場となっており、約 15 の店舗が自社取扱商品やサービスを紹介し販売も行っている。これまでも地域を横断する多くの団体（各自治会、食品衛生協会、異業種交流会、横バス協議会、ライオンズクラブ、小中学校など）と連携し開催してきたが、今後は内容を見直しながら、農業者や農業法人、JA 新潟みらいと地域活性化の方向性を共有し事業の充実を図る。

イ 酒屋町商工会

平成 10 年度より毎年 9 月第 2 土曜日に、酒屋町商店街及び両川地区内小規模事業者と自治会・土地改良区・福祉施設等が一体となり、両川地区全体の活性化と地域経済の発展を目指すことを目標としたイベント「ゆめ祭り酒屋」を開催している。当日は模擬店の他、商店街内各店及び小規模事業者による自社製品・商品の PR 販売も行っている。

イベントの知名度は高まってきたが来場者数がここ数年伸び悩んでおり、今後は実行委員会で地元のみならず地区外の方からも足を運んでいただけるよう内容の充実を図る。また、地区内にあった JA サポート店が撤退して以来関係が希薄となっていた JA 新潟市とも改めて連携を図り、地域製品の販売機会を創出することで地域活性化の一助としたい。

②江南区食の特産品開発協議会との連携

新潟市江南区は、区内の農産物を活用した特産品開発を推進しており、特産品開発に意欲的な農業者や販売に興味を持つ事業者の参画による「江南区食の特産品開発協議会」を立ち上げている。この協議会加入者には、展示会への出展費用が補助される、加入者のみが申請できる補助制度がある、など多くの利点があるため、2 商工会では協議会加入の利点を地区内小規模

事業者によく周知し、より多くの事業者が区内の資源を活用し販路開拓を目指すことで地域の活性化につながるよう方向性を共有化していく。

③都市機能向上のための地域公共交通検討会議への参画（年3回）

江南区は、北陸道、磐越道、日本海東北道の高速自動車道路をはじめ、国道49・403号、JR信越本線を有する交通の要衝で、住民の主な移動手段は自動車である。しかしながら、少子高齢化を起因とするバス路線の廃止などに伴い、いわゆる「交通弱者」が発生している地域があり、横越地区及び両川地区においてこれを補完するための住民バスが運行されている。これまでも横バス協議会（横越地区）、両川地域バス運営委員会（両川地区）を通じて江南区地域公共交通検討会議へ参画してきたが、地域の活性化に資するという視点から今後も積極的に協議・提言を行う。

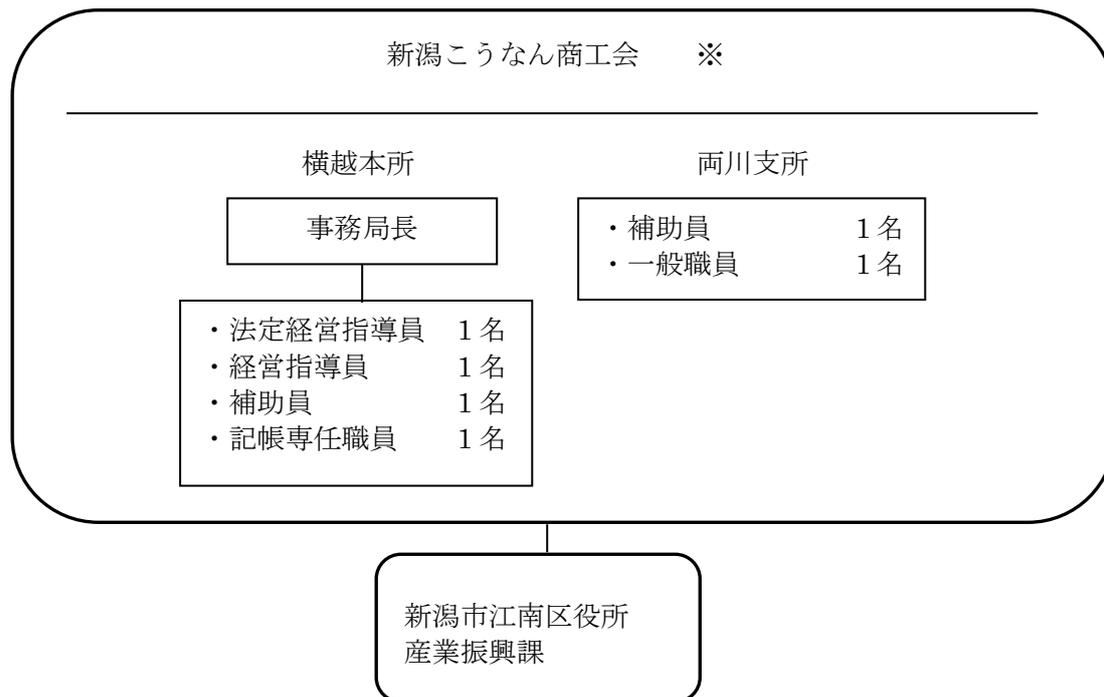
(別表2)

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6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)



(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
野口 等	新潟こうなん商工会 ※	025-385-2773

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
新潟こうなん商工会 横越本所 ※ (経営支援室)	〒950-0208 新潟市江南区横越中央 1-1-5 TEL : 025-385-2773 FAX : 025-385-4300 E-mail : n-konan@shinsyoren. or. jp
新潟こうなん商工会 両川支所 ※ (経営支援室)	〒950-0324 新潟市江南区酒屋町 821-10 TEL : 025-280-2240 FAX : 025-280-2572 E-mail : n-konan@shinsyoren. or. jp

②関係市町村

〒951-8554

新潟市中央区古町通 7 番町 1010 番地 (古町ルフル 5 階)

新潟市 経済部産業政策課

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

E-mail : sangyo@niigata. lg. jp

〒950-0195

新潟市江南区泉町 3-4-5

新潟市江南区役所 産業振興課

TEL : 025-382-4809 FAX : 025-381-7090

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

※令和 6 年 4 月 1 日に、横越商工会・酒屋町商工会が合併し、新潟こうなん商工会に名称変更した。

(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)

	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
必要な資金の額	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
経営発達支援事業					
経済動向調査事業	250	250	250	250	250
経営状況分析事業	300	300	300	300	300
需要動向調査事業	200	200	200	200	200
事業計画策定支援事業費	200	200	200	200	200
販路開拓支援事業費	600	600	600	600	600
事業評価委員会費	150	150	150	150	150

(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・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。

