

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・岩室商工会 (5110005002496) ・巻商工会 (6110005002842) ・西川商工会 (3110005002498) ・新潟市 (地方公共団体コード 151009) ・潟東商工会 (2110005002499) ・中之口商工会 (4110005002497)
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 2. 創業(予定)者、第二創業者への創業計画策定支援並びに計画の実行支援による事業の継続化 3. 円滑に事業承継が進むよう事業承継計画の策定支援並びに計画実行支援による事業の継続化 4. 商談会等への出展支援による販路拡大、売上利益の向上 5. SNS等を活用した販路開拓及び売上利益の向上
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること 4. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・消費者アンケートによる需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析セミナーの開催 6. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・DX推進セミナーの開催 ・事業計画策定セミナーの開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・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 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・Webを活用した販路開拓支援 ・商談会へのブース共同出展 ・オンライン商談会への出展
<p>連絡先</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●岩室商工会 経営支援室 〒953-0132 新潟市西蒲区西中 889-1 TEL : 0256-82-3209 FAX : 0256-82-5010 E-mail : iwamuro@shinsyoren.or.jp ●新潟市西蒲区役所 産業観光課 〒953-8666 新潟市西蒲区巻甲 2690 番地 1 TEL : 0256-72-8454 FAX : 0256-72-6022 E-mail : sangyo.nsk@city.niigata.lg.jp

(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】

新潟市西蒲区には、総合経済団体として5商工会（岩室・巻・西川・潟東・中之口）が存在し、区内全域を網羅している。

これまで5商工会では西蒲区商工会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、5商工会は平成29年3月経営発達支援計画の認定を受け、共同で事業を実施しており、さらなる連携の強化を目指すため、令和3年度の経営発達支援計画の申請についても、以下の理由により5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商工会で共同実施することにより、新潟市「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン（2019～2022）」について共通の認識を持ち事業を実施できるため、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可能となる。

(2) 各商工会の経営支援資源の集約、有効活用

5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、5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. 新潟市西蒲区の現状

(ア)立地

新潟市西蒲区は、新潟市の南西部に位置し、平成19年の政令指定都市移行に伴い発足。岩室・巻・西川・潟東・中之口（旧町村地区）で構成されている。区内の各地区に岩室商工会、巻商工会、西川商工会、潟東商工会、中之口商工会が存在し、西蒲区全域を網羅している。区の面積は176.57km²と市内8区の中で最も広く、全市の約1/4を占めている。

当地区は、市内で唯一、海・山・平野を併せ持ち、政令指定都市にありながら自然環境に恵まれ、日本海を臨む越後七浦海岸と角田山、多宝山を有している。その周辺は「佐渡弥彦米山国定公園」に指定されており、指定地内には海水浴場、ワイナリーなどがあり、また、隣接して岩室温泉などの観光資源にも恵まれている。山地を除く大部分は、広大な新潟平野に美田が展開し、信濃川の分流である西川と中



ノ口川が流れている。

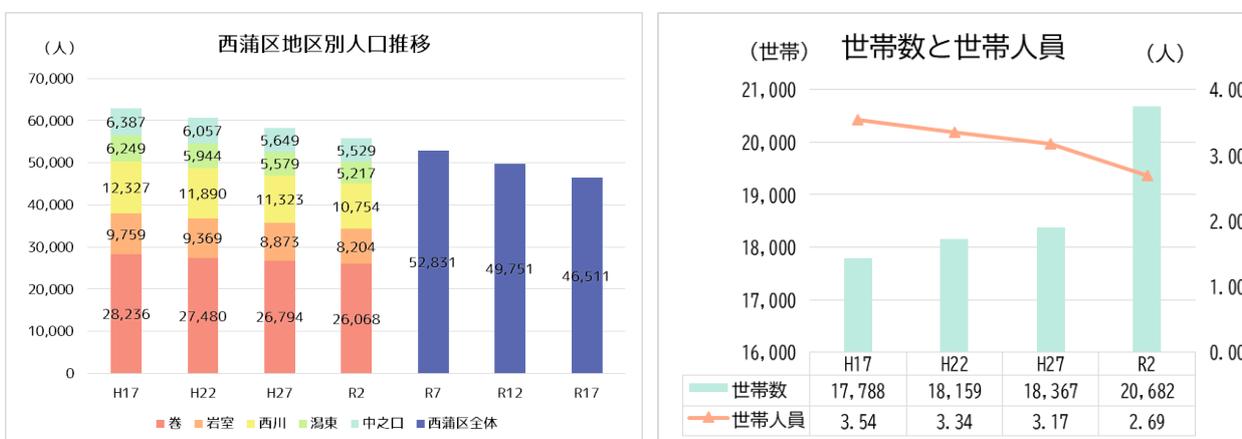
交通環境も地域内を JR 越後線、一般国道、北陸自動車道(巻潟東 I.C)が通っており、新潟市中心部並びに他県への交通アクセスも比較的良好である。

(イ)人口推移

西蒲区の人口は、平成 17 年 62,958 人から令和 3 年 5 月現在 55,365 人と、区発足以降、減少傾向で推移し、令和 17 年には 45,920 人と予測されている。

世帯数は令和 2 年 12 月末現在 20,682 世帯で、1 世帯あたり 2.69 人/世帯と市内 8 区内で 2 番目に多く、比較的、他地区より世帯人員は多いものの、平成 27 年から核家族化が急速に進んでいる。

65 歳以上の高齢者人口の割合は、令和 3 年 5 月現在で 34.2%と市内 8 区内で最も高く、人口減少と高齢化が労働力不足や経営者の後継者難など地域経済を縮小させる要因となっている。(出典：国勢調査、住民基本台帳)



(ウ)産業構造

西蒲区の基幹産業は農業であり、稲作のほか、柿やいちじく、すいかなどの一次産品の生産も盛んである。当地域の農村部は、農業から派生した農機具店や肥料店といった各業種が生業として形成され発展してきたという特色を持つが、近年、農業者の高齢化や後継者不足、さらには低収入化等により、農業のみを基盤とした経済循環では地域商工業の停滞が顕著になりつつある。

土地利用状況は、田が約 47%、畑が約 6%、山林が約 13%、残りは住宅地などとなっている。

(エ)産業別事業者数

4 年間で第 1 次産業は 1 事業者増加し、第 2 次産業は 50 事業者減少、第 3 次産業については 57 事業者減少している。

産業別事業者数割合はほぼ横ばいとなっている。

当地区の基幹産業が農業であることから、第 1 次産業事業者数は市内 8 区内で最も多く、新潟市全体の 29.4%を当地区が占めている。

(出典：経済センサス-活動調査)



(オ)産業別従業者数

4年間で第1次産業従業者は0.7%（168人）、第3次産業従業者は1.2%（310人）増加している。一方で、第2次産業従業者は2.0%（401人）減少している。

当地区の基幹産業が農業であることから、第1次産業従業者数は市内8区で最も多く、35.3%を占めている。

（出典：経済センサス-活動調査）



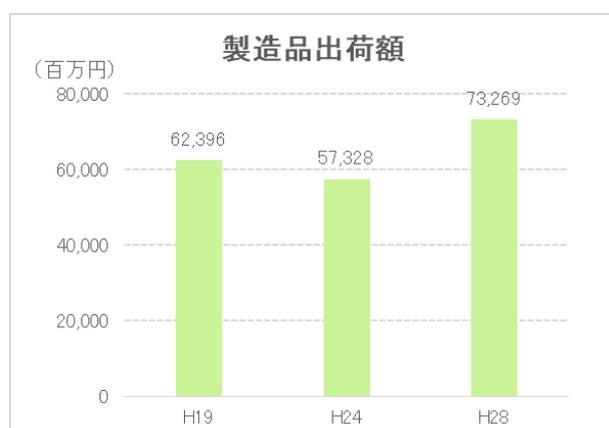
(カ)製造品出荷額

製造品出荷額は平成24年から平成28年にかけて大きく増加している。

産業分類別にみると、食料品が20,313百万円（構成比27.7%）と最も多く、次いで金属製品が12,813百万円（同17.4%）、生産用機械が8,511百万円（同11.6%）となっている。

また、西蒲区には最先端技術を駆使する航空機部品等を製造する企業が立地しており、首都圏等の企業に対する誘致活動や、航空機関連産業などの指定業種の支援により、地域の強みと特性を生かした産業の集積を図っている。

（出典：工業統計調査、経済センサス-活動調査）

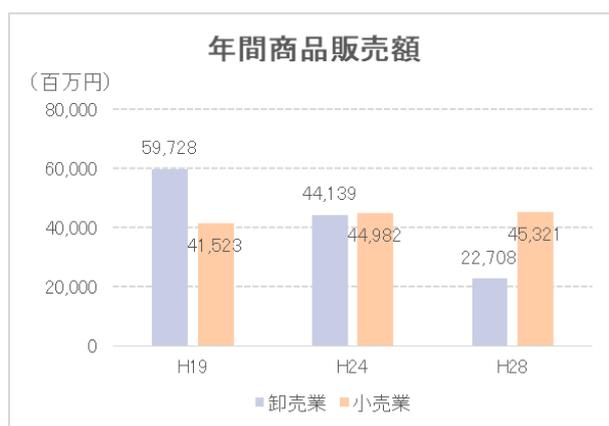


(キ)年間商品販売額（卸小売業）

卸売業は平成19年から平成28年にかけて、61.9%と大幅に減少している。年間商品販売額は、新潟市8区内の中で最も少なく、新潟市全体の1.0%に留まっている。

一方で小売業はやや増加傾向にある。年間商品販売額は、新潟市8区の中で2番目に少なく、市全体の年間商品販売額の4.7%に留まっている。

（出典：商業統計調査、経済センサス-活動調査）



(ク)観光入込客数

平成 28 年は前年から減少。平成 29 年から再び増加に転じ、令和元年は前期比 4.6%減少し、1,864 万人となった。

目的別では、「行祭事・イベント」が 643 万人と最も多くなっており、次いで「都市型観光」が 504 万人、「歴史・文化」が 378 万人となっている。

地区内における主要観光地点入込数は以下のとおり。

(出典：新潟県観光入込客統計)



※地区内主要観光地点入込数 (人)

観光地点名	観光目的	H30	R1	対前年比
岩室温泉	温泉・健康	218,811	222,593	101.7%
岩室観光施設いわむろや	都市型観光	185,787	184,022	99.0%
角田山	自然	101,565	137,005	134.9%
角田浜	スポーツ・レクリエーション	56,070	60,030	107.1%

イ. 各地区の概要

(ア) 岩室地区

岩室地区の人口は令和3年4月現在8,127人で、平成28年4月現在8,896人と比べ、5年間で約10%減少している。

当地区は新潟市内で唯一の温泉街である岩室温泉を有する観光と新潟平野を有する稲作を中心とした農業が基幹産業となっている。日本海に面した場所に位置しており、江戸時代より効能豊かな岩室温泉、田ノ浦温泉を有し、山、ほたるなど豊かな自然に恵まれた歴史と文化の交差点として栄えた温泉地である。

観光に関しては、建設業、菓子製造業、卸売業、クリーニング業などの関連業種も多数存在し、観光の発展が地域経済の発展にも大きく関与する。農業に関しては、稲作の他にも野菜や果樹、園芸なども盛んであり、地域農産物の有効活用も地域発展の一因となっている。

一方で、平成25年3月に岩室バイパスの開通など主要交通道路の変化による温泉街の通行量の激減、ライフサイクルの変化による消費者の大型店への流出などに起因して小売店、飲食店の経営環境は厳しい状況にある。

下表のとおり、岩室地区の商工業者数は平成21年から12年間で24.1%減少し（435者→330者）、小規模事業者数は26.4%（401者→295者）減少した。

岩室商工会商工業者数（出典：岩室商工会商工業者名簿）

業種/年月	H21.4	H24.4	H27.4	H30.4	R3.4
建設業	96	75	72	71	63
製造業	64	63	56	54	50
卸売業	0	0	1	2	2
小売業	90	72	62	59	53
飲食店・宿泊業	66	58	52	52	54
サービス業	107	96	96	97	91
その他	12	19	16	17	17
合計	435	383	355	352	330
(うち小規模事業者数)	401	343	320	316	295

(イ) 巻地区

巻地区の人口は令和3年4月現在25,940人で、西蒲区の中央に位置している。

当地域は新潟平野である平坦地域、角田山を中心とした山麓地域、日本海に面した海岸砂丘地域と大きく3つの地域に区分される。

当地域の中心地である平坦地域では、稲作を中心とした農業が盛んであることや、燕三条地域に近いため、食器製造業者や農業器具製造業者などが集まる島工業団地と、航空宇宙産業の部品等を供給する事業者や自動車部品等の金属加工事業者などが集まる漆山企業団地があるなど工業も盛んである。商業では、国道116号の整備による地域外への買い物客流出や、商業店主の高齢化や後継者不足による経営意欲の低下などにより地元購買率の低下に歯止めがかからない状態である。

山麓地域に関しては、年間137,005人の登山者がある角田山をはじめ、旧街道（北国街道）のなごりから史跡旧跡も多く残されているためまち歩きなどにも適している。また、角田山周辺には現在、日本酒製造3社、ワイナリー6社、ビール製造2社が点在している。

海岸砂丘地域では、砂地のため西瓜や大根などの栽培が盛んに行われている。

また、以前は角田浜海水浴場と越前浜海水浴場は県内外から多くの海水浴客が訪れていたが、レジャーの多様化などにより海水浴客は減少の一途をたどっている

下表のとおり、巻地区の商工業者数は平成 21 年から 12 年間で 10.9% 減少し（1,291 者→1,150 者）、小規模事業者数は 13.0%（1,191 者→1,036 者）減少した。

巻商工会商工業者数（出典：巻商工会商工業者名簿）

業種/年月	H21.4	H24.4	H27.4	H30.4	R3.4
建設業	346	343	284	270	267
製造業	148	143	146	142	145
卸売業	24	21	21	22	24
小売業	311	292	267	254	236
飲食店・宿泊業	146	141	135	127	115
サービス業	267	263	307	303	306
その他	49	48	59	59	57
合計	1,291	1,251	1,219	1,177	1,150
（うち小規模事業者数）	1,191	1,153	1,117	1,071	1,036

（ウ）西川地区

西川地区の人口は令和 3 年 4 月現在 10,681 人で、西蒲区の北西に位置し、中心地は西川、東部を新川に接しており、地区内全域に豊かな田園が広がっている。昭和 30 年 3 月に曾根町と鎧郷村が合併し、西川町（にしがわまち）に、その後、西川町と升潟村が合併し、西川町（にしがわまち）となり、平成 17 年 3 月新潟市と合併した。

西川地区には 180 年の歴史を持つ伝統文化「越後傘ぼこ」が存在し、毎年 8 月下旬には屋台や神輿とともに秋の例大祭における神幸行列として華やかに行われている。しかしながら、そのことは当地区以外ではあまり知られていないのが現状で、その状況は未だ充分には解消されていない。

従来から農業を基幹としており、主にそこから得られる所得により経済活動が生じ潤ってきた。しかしながら現在は、農業者の高齢化や低収入化等により「農業」から生ずる経済活動は期待できず、後継者不足、少子化といった要因も加わり地域商工業、特に商業・サービス業は以前と比較し売上の低下が顕著である。商店街内の廃業者が増加しており、高齢者が生活必需品の買い物に苦慮する状況となっている。

下表のとおり、西川地区の商工業者は平成 21 年から 12 年間で 18.3% 減少し（470 者→384 者）、小規模事業者は 19.6% 減少（423 者→340 者）した。

西川商工会商工業者数（出典：西川商工会商工業者名簿）

業種/年月	H21.4	H24.4	H27.4	H30.4	R3.4
建設業	117	109	107	103	104
製造業	62	57	50	49	47
卸売業	11	11	10	10	12
小売業	121	122	105	99	90
飲食店・宿泊業	34	28	27	27	23
サービス業	101	93	93	96	92

その他	24	18	14	16	16
合計	470	438	406	400	384
(うち小規模事業者数)	423	395	364	356	340

(エ) 潟東地区

潟東地区の人口は令和3年4月現在5,175人で、西蒲区の東に位置している。この地は、新潟平野の中央に位置し、総面積24km²の平坦で肥沃な土地であることから、面積の73%を農用地が占め（その96.6%が水田）ており、昔から稲作を基幹とする農業を中心に栄えてきた。その中で商工業者は、常に密接な関係を持ちながら発展してきた。また、農業の閑散期となる冬場には、稲刈りが終わった田んぼに越冬のために飛来する鴨を「無双網」と呼ばれる仕掛けで捕まえる伝統的な猟が行われる。網で生け捕りにした鴨は臭みがなく、ジビエブームも相まって特産品となっている。

昭和53年9月当地区内に北陸自動車道「巻・潟東IC」ができ、高速交通の利便性はよいが、公共交通機関は路線バスがあるのみであり運行本数は1日往復18本と少なく、車が交通のメイン手段となっている。また、地区全体は市街化調整区域に指定されているため開発が進まず、地区内人口は合併時（平成17年3月）から16年間で81.7%にまで減少した。

下表のとおり、潟東地区の商工業者は平成21年から12年間で13.2%（227者→197者）減少し、小規模事業者数は14.6%（199者→170者）減少した。

潟東商工会商工業者数（出典：潟東商工会商工業者名簿）

業種／年月	H21.4	H24.4	H27.4	H30.4	R3.4
建設業	83	70	73	70	72
製造業	44	38	37	34	32
卸売業	10	10	9	9	7
小売業	45	45	44	41	34
飲食店・宿泊業	6	8	8	8	7
サービス業	33	34	37	37	40
その他	6	8	4	5	5
合計	227	213	212	204	197
(うち小規模事業者数)	199	187	186	177	170

(オ) 中之口地区

中之口地区の人口は令和3年4月現在5,500人で、西蒲区の南西に位置している。総面積20.16km²で基幹産業は農業である。この農業が起点となり小売業、建築業等の業種と三条・燕の金属加工業の下請け業種が商工会の会員を構成している。車で20～30分以内に燕市、旧白根市、旧巻町、三条市があり、仕事に行く、取引をする、外出をするという面では強みといえる。その反面、中之口地区は通過点、居住区になり、消費者が地区外に流出しているのが現状である。

下表のとおり、中之口地区の商工業者数は平成21年から12年間で9.7%減少し（341者→308者）、小規模事業者数は10.0%（320者→288者）減少した。

中之口商工会商工業者数（出典：中之口商工会商工業者名簿）

業種/年月	H21.4	H24.4	H27.4	H30.4	R3.4
建設業	86	86	87	84	78
製造業	90	88	86	87	84
卸売業	8	8	8	8	8
小売業	58	53	54	51	43
飲食店・宿泊業	11	11	11	10	9
サービス業	60	61	65	66	64
その他	28	22	24	23	22
合計	341	329	335	329	308
(うち小規模事業者数)	320	308	315	308	288

②課題

ア. 地域に共通する課題

- (ア)4年間伴走型支援を実施したことにより、自ら事業計画策定に取り組む小規模事業者も少しずつ増えてはきているものの、商工会依存型の小規模事業者も依然として多い。小規模事業者に対して、事業計画を策定する意義や重要性が伝え切れていない。
- (イ)新潟市の開業率は、20政令市の中で14位（新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン（2019年度～2022年度）抜粋）となっており、各商工会とも商工業者が減少傾向である。
- (ウ)令和2年度、5商工会で事業承継について調査を実施した。その結果、「後継者が決定している」「後継者は決まっていながいる」と回答した事業所は、約35%であったが、事業承継計画を策定している事業所は少ない。
- (エ)展示会出展支援では、主に時間と人員を理由に商談会への出展に対して消極的な事業者が多く、商談会が販路開拓に非常に効果があることを伝えられていない。
- (オ)情報発信力が乏しい小規模事業者が多く、新たな需要開拓や既存顧客への情報発信が不足している。全国商工会連合会提供のホームページ作成システム「グーペ」の活用や、各種SNSの活用による情報発信力及び既存顧客へのファン化への取り組みが必要となっている。

イ. 各地域における課題

(ア)岩室地区

今般の新型コロナウイルス感染症により、当地域の基幹産業である観光業は甚大な影響を受けた。それに付随して建設業、菓子製造業、卸売業、クリーニング業などの関連業種も落ち込みが大きい。

【業種別課題】

✓建設業・製造業

当地区の建設業者は建築・建築関連業者が多く、地元の一般住宅や老舗旅館などのリフォーム工事の受注がメインとなっている。しかし、公共事業削減による競争激化、コロナ禍に伴う景気悪化、大手住宅メーカーの進出により受注工事量が減少し、廃業や事業を縮小せざるを得ない事業者が増加している。建設業界は慢性的に人手不足の傾向にあり、従業員の高齢化と若者離

れが深刻化している。

製造業では、地区内には現在 12 の企業・組合が立地する古川原工業団地があり、地域の雇用創出に大きく寄与している。金属製品や化学製品の製造業者が多く、首都圏の顧客や地場金物産業が盛んな新潟県燕三条地域からの受注など広域的な商圈を販路としている。一方で、技術の伝承が難しく、熟練社員に負担が集中し、急な受注対応が困難なケースもあり、生産性向上が課題となっている。

✓ 商業・サービス業

当地区の基幹産業である観光業においては、「岩室温泉観光協会」や「NPO 法人いわむろや」等が主体となって着地型観光や広域連携観光を推し進めているが、地域全体の事業者を巻き込んだ取組までには至っておらず、今後全国的な温泉観光地としての知名度向上の為にも地域全体で推し進めていくべき課題としてあげられる。

小売業や飲食業は経営者の高齢化と後継者不足による廃業が増えている。特に、小売業は平成 21 年から 12 年間で 41.1% と減少率が最も高く、価格帯や品揃えで優位な大型店への顧客流出や昨今の高齢化に伴う固定客の減少に歯止めがかからず、来店者数は激減し新規顧客獲得も厳しい状態である。

(イ) 巻地区

市街地には JR 越後線巻駅があり、高校が 2 つあることから高校生の通学利用で市街地への流入はある。しかし、少子高齢化・事業主の高齢化が進み、商店街はいわゆるシャッター商店街化が進み、加えて旧国道沿いには大型のスーパーや家電量販店・ドラッグストアが進出しており、小売り業界の衰退要因となっている。当地区にある島工業団地をはじめとした製造業者に関しても、後継者がおらず廃業する方も多く、特に小規模事業者の減少が進んでいる。

【業種別課題】

✓ 建設業・製造業

当地区の建設業は、人口の多い新潟市西区・中央区に近く、近隣の燕市なども含め商圈を広く持っている。人口減に伴い新築工事が減る一方、リフォーム工事が増加している。景気悪化に伴う売上減少が大きな問題であり、新型コロナウイルス感染症拡大の影響でさらに落ち込んでいる。早急に利益を確保できるような仕組みづくりを行う必要がある。

製造業に関しては近隣に三条市・燕市という金属加工品の一大産地があり、当西蒲区もそこに面していることから、金属加工関連事業者が多い。工業団地も高速 IC に近い漆山企業団地、市街地や国道に近い島工業団地と 2 つ整備されている。また、アルコール飲料製造者は 11 社と県内でも多い。アルコール産業も含め食品製造業者は新型コロナウイルス感染症拡大に伴い飲食店への出荷数が落ち込む中で、家庭に向けた販路拡大が課題となっている。

✓ 商業・サービス業

当地区は中心市街地が駅の東西で分かれており、西側は商店街、東側は旧国道の 2 つの地域性を持っている。商店街地域には昔ながらの街並みがあり、市町村合併前は官公庁が建ち、料亭なども立ち並ぶ活気ある商店街であった。しかし、景気悪化や高齢化の影響で廃業が進み、以前の活気を失っている。

旧国道沿いに関しては、大型駐車場を完備したスーパーや家電量販店が相次いで進出している。車移動が多い地域のため、駐車場のない商店街は旧国

道沿いの店にお客を取られ苦戦しており、商店街の活性化が課題となっている。また小売店は跡継ぎ問題も深刻で、早急な対策が必要になっている。

飲食サービス業としては、料亭・日本料理屋が多く、芸妓も大勢いたため、関連した呉服屋や着付けを行える美容業なども多い。美容業は現在も多く、新規開業者も多くいるため、現在競合の多い業種となっている。

(ウ) 西川地区

JR越後線沿線であり西蒲区内で新潟市中心部へ一番近く、通勤・通学の便に恵まれていることから昼間人口が西区、中央区へ流出している。保育園・幼稚園が5園、小学校3校、中学校1校と教育環境は良好であり、地区内に大手食品スーパーが2店舗あることから自動車が利用できる子育て世代においては住みやすい地区である。事業者においては後継者不在が顕著であり、70代の経営者も多く、商店街を中心に今後3～5年の間に廃業者が続出する状況が予想される。

【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が、旗屋地区と升岡地区に工業団地があり地域内雇用の大きな受け皿となっている。小規模製造業者の大半が下請け企業である。自社製品を有している事業者は皆無であり、元請け企業の景況に大きく左右される。

当地区でもっとも事業者が多いのは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。地域住民との繋がりが強い業者が多く、リフォーム工事は一定の需要を維持しているが、戸建てについてはハウスメーカーの勢力には対抗できず、経営者と従業員の高齢化と相まって事業規模は縮小傾向である。

✓ 商業・サービス業

100年以上の長い歴史のある商店街（通称：傘ぼこ通り）を有するが、小売業は5年間で10%以上が減少している。理美容業は固定客を抱え堅実な営業をしているが顧客の高齢化により売上は減少傾向である。飲食業は日中営業を行う飲食店が8店と少なく、いわゆる料理店が多いことから新型コロナウイルス感染症の影響が直撃しており厳しい経営環境となっている。商店街内での廃業が加速する一方で国道116号沿いは自動車販売店の出店が続いており過当競争の様子を見せている。厳しい環境下であるが若手経営者や後継者がいる店舗については新たな取り組みに積極的であり、事業計画策定等の伴走型支援を実施している。

(エ) 潟東地区

前述のとおり当地区は農業を中心に栄えてきたが、地域の商工業者も農業者を中心に商売を行ってきた。しかしながら、農業者の高齢化、後継者不足により農事組合法人などの大規模農家への小作契約者が増えてきており、地域内消費は縮小してきている。

このようなことから、商工業者については、地域外からの誘客、販路開拓が必要となっているが、経営者の高齢化等もありアピールができずにいるのが現状である。

【業種別課題】

✓ 建設業・製造業

製造業は、かつて農業の副業として製縄業が盛んであったが、包装革命とワラの処理方法の変化によって激減した。また、燕市の金属関係、特に洋食器の研磨下請けや、プラスチック加工の家内工業が多かったが、現在では、金属関係の下請けが主となっている。

建設業は、稲作にともなう排水路工事等の土木工事や、農家住宅の新築・増改築工事等を主として請け負ってきた。農家住宅については世帯主が子供世代に変わったことなどにより、地元業者でなく、大手ハウスメーカー等への発注が主となってきている。職人気質で営業がうまくできない状況もあり、現在は、ハウスメーカーの下請けが増えてきている。

「脱・下請け意識」のなさや、独自の商品や技術を開発する先駆的に抜け出す意識が少なく、元請け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。

✓ 商業・サービス業

商店は、日常消費生活上において、今すぐ間に合うという衣食住に必要な商品が主となっている。その為、商店街は無く、集落ごとに小売店等が存続営業している状況にあり、人口減少にともない売上の減少が続いている。

飲食サービス業は地区内に8軒しかなく、その内、日中営業を行う飲食店は3軒（うち1軒は不定休のランチ営業のみ）であり、地区内の利用度は低い。また、仕出し・割烹が3軒あるが、主に法事・法要を主としており、新型コロナウイルス感染症拡大により大きく被害を受けている。収束後も拡大以前の状態には直ぐには戻らないと考えられるため、新しい価値創造を意識した経営が必要となってきている。

(オ) 中之口地区

深刻な課題として経営者の高齢化がある。当地区の代表者の平均年齢は令和3年4月現在で65.4歳、70歳以上の割合は48%を超え（出典：中之口商工会商工業者名簿）であり、帝国データバンクの調査による代表者の平均年齢より5.3歳上回っている。また、2017年版中小企業白書によれば、この65.4歳という年齢は事業承継を行う年齢にあたる。しかし、現行の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、承継候補者がいる事業所は36.4%に留まっており、承継候補者がいるにもかかわらず、承継が行えていない事業所も少なくない。加えて、承継後も実態は変わらず、経営に関するノウハウは承継されないままのケースも出てきている。

この高齢化は様々なところに影響を及ぼしており、特にIT化に関しては顕著である。パソコンやスマートフォンなどの情報機器端末がない、もしくは操作がほとんどできない小規模事業者が多く、各種補助金の電子申請等は個人で対応ができない方が多数を占めている。

【業種別課題】

✓ 建設業・製造業

研磨業やプレス、溶接といった製造業の割合が多く、燕市・三条市の下請事業者がほとんどである。従って、親企業の景況に大きく左右され、発注先に依存した経営が旧態の状態が続いている。労働環境・作業内容の3Kに伴い大半の事業所では後継者は他業種に勤めており、先述の事業主の高齢化と併せ存続が危ぶまれる。

建設・建築関連業は法人、個人ともに多数存在し、その大半が建築業組合に加盟し、組織として連携している。承継候補者がいる事業所や承継済みの事業所が比較的多いが、経営は事業主（或いは前事業主）とその妻が一切を行っている事業所が少なくない。また、近年は個人の仕事に加えて一部、あるいは一切をハウスメーカーの下請けに頼る事業所が増えている。

✓ 商業・サービス業

全業種に共通して、地区全体に商店が散在し、商店街を形成していないがゆえに集客力が弱く、食品小売業などは、交通弱者である地元の高齢消費者にはなくてはならない存在だが、その高齢消費者も減少しており、先細りが深刻となっている。

飲食店は6軒ほどあり、うち4軒は割烹・仕出し店である。この地区特有の安くてボリュームのあるおいしい料理を提供しているが、ランチ営業を除けば地元の若年層や子育て世帯の需要は少なく、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、大幅に売上を減少させている。持続化補助金などを活用し、意欲的に経営危機を脱しようとする事業者もある一方、受け身の姿勢を崩さない事業所もあり、意欲を向上させることが課題である。

サービス業は理美容室、自動車販売修理店などが主だが、こちらも既存顧客に依存し、新規顧客獲得等へのPR不足感は否めない。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10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」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
- ・ 事業継続をのぞむ小規模事業者の円滑な事業承継
- ・ 県内外の商談会・展示会への出展による販路開拓
- ・ SNS等を活用した販路開拓

② 「新潟市中小企業・小規模事業者活性化プラン（2019～2022）」等との連動性・整合性

「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、5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。

③商工会としての役割

5 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、5 商工会は共同で国の認定を受け、新潟市及び新潟市西蒲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及びSNS等を活用した販路開拓支援

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、新潟市及び新潟市西蒲区の地域経済の活性化に資する取り組みを実施する。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並びに計画の実行支援による事業の継続化
- ウ 円滑に事業承継が進むよう事業承継計画の策定支援並びに計画実行支援による事業の継続化
- 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
- オ SNS等を活用した販路開拓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

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

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

「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 円滑に事業承継が進むよう事業承継計画の策定支援並びに計画実行支援による事業の継続化

小規模事業者の後継者不足については、全国的な課題となっており、当地域においても同様である。自社の状況について正確に把握していない小規模事業者も少なくないことから、自社の経営状況分析、事業承継計画策定支援等により、事業承継が円滑に進むよう支援する。

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

新潟市の人口は年々減少しており、今後も減少に歯止めはかからないものと思われる。このため売上増加を図るには、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、商工会が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・商談力を高めて出展することにより商談の成立に繋げる。

オ SNS等を活用した販路開拓及び売上利益の向上

当地区では、高齢化、人口減少により既存顧客が減少し、今後事業継続のためには新規顧客の獲得が必須となっている。しかしながら、小規模事業者は資力に乏しく、情報発信力が弱いのが現状である。資金が必要のない SNS などを活用し新規顧客が獲得できるよう継続して支援を行う。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

現在、地域経済動向に関する調査は地区内商工業者に対し、年に1回独自の調査を実施し、調査結果は日常の巡回・窓口指導に活用している。また、この調査は外部専門家に分析を依頼しており、地区内商工業者及び行政、金融機関などの連携先を含む方々を出席者とした調査報告会を開催し、各会 HP、会報等に記載することで広く結果を公表している。

独自調査の調査項目は、業況判断、生産および受注状況、仕入価格および販売価格、資金繰り、設備投資状況と目的、経営上の問題点、経営状態（売上高と増減要因）、先行きの見通し、経営サポートへのニーズなど一部自由回答欄も設け設定しており、数字上だけでは読み取れない小規模事業者の心情や悩みも把握できるものとなっている。

〔課題〕

調査自体は継続して5年間実施しているため、データも蓄積され地域内の経済動向は把握できるようになってきたが、地域外の情報に関しては収集・分析をしていないため、事業計画策定等へ活用する際に情報が不足していた。そこで、新たに統計資料の調査分析を行い、地域外の経済動向情報を収集・分析、結果を公表することで課題の解決を目指す。分析には地域経済分析システム「RESAS」を活用する。

(2) 目標

小規模事業者の経営判断の資料となる①地域内経済動向調査、②統計資料調査の分析を下記のように実施する。

支援内容	結果公表方法及び回数	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
① 地域内経済動向調査	報告会	1回	1回	1回	1回	1回	1回
	各会 HP、会報等への掲載	回数定めず	1回	1回	1回	1回	1回
② 統計資料調査の分析	報告会	実施なし	1回	1回	1回	1回	1回
	各会 HP、会報等への掲載		1回	1回	1回	1回	1回

※上表の目標値は5地区全体でのものである

(3) 事業内容

① 地域内経済動向調査

年に1回（8～10月を予定）新潟県の経済動向を分析している専門家と連携し、西蒲区の経済動向の調査・分析を行う。分析結果は11月に地区内商工業者及び行政、金融機関などを出席者とする報告会を開催するとともに、各会 HP、会報等に掲載することで広く公表する。

【調査対象】

管内小規模事業者 150 事業者（内訳は下表参照）

担当商工会名	岩室	巻	西川	潟東	中之口	合計
調査対象事業者数	30 者	50 者	30 者	15 者	25 者	150 者

（業種に関しては各会の小規模事業者の業種割合を加味して各会で偏りがな
いよう選定）

【調査時期・調査方法】

年に1回（8～9月を予定）、小規模事業者に調査票を配布し回収。配布
及び回収方法は各会に委ねるが、巡回指導時やセミナー及び会議時などを
積極的に利用し、きめ細かいヒアリングと回収率100%を目指す。

【分析手段・方法】

外部専門家と連携して実施

【調査項目】

調査の継続性を維持するため、現行と同様*とする。ただし、新型コロ
ナウイルス感染症など小規模事業者に多大な影響を与えている事柄があれば、外部専門家と相談をし、調査項目として設定する。

*現行調査指標・項目

業況判断、生産・受注状況、価格（仕入、販売）、資金繰り、設備投資、
経営上の問題点、経営状態（売上高、増減要因、取り組み）、経営実態と
先行きの見通し（経営上の優位性、後継者、業界展望、事業方針）、経営
サポートへのニーズ、自社への好影響要因と悪影響要因など

②統計資料調査（新規事業）

各種統計調査（国勢調査、経済センサス、商業統計調査、工業統計調査、消
費動向調査、新潟市統計調査等）とRESASを併用し、統計資料の整理・分析を
行う。整理・分析は経営指導員が先述の外部専門家を中心に連携して行い、地
域内経済動向調査と併せ、分析結果を報告会時に公表する。

【分析手段・方法】

外部専門家と連携し、下記項目において整理・分析。

- ・各種統計調査…人口（性別、年齢、世帯人員、将来人口）、商業・工
業統計（事業所数、従業員数、製造・販売額等）
- ・RESAS…地域経済循環、産業構造、人口の集積具合 等

【分析結果の活用】

①および②で得られた情報は、より精度の高い経営判断指標として小規
模事業者から活用してもらうことはもとより、各会のHP及び会報等に掲
載し、非会員も含めた小規模事業者がいつでも情報を得られるようにす
る。また、報告会における外部専門家からの丁寧な解説により、数字やデ
ータを読み解くことが苦手な事業者が経営計画などを策定する際の一助
となる。

どちらも外部専門家と連携して行うので、単なる報告会で終わらせるの
ではなく、数値の具体的な活用事例なども説明してもらい、小規模事業者
が取り組む経営計画の策定の参考となるよう、より深く幅広い情報を提供

する。また、報告会には引き続き行政や金融機関も参集し、小規模事業者の地域的包括支援体制の強化につなげる。職員の出席も継続して行い、小規模事業者とともに理解を深めることで、日常の相談対応及び、商工会の今後の事業方針や事業計画の検討時に利活用していく。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

西蒲区においても市場のコモディティ化が進み、消費の中心となる若年層や子育て世帯の近隣商業施設や大型スーパーマーケットなどへの消費流出が顕著である。この問題に対して、小規模事業者はブランド戦略やコミュニケーション戦略、ECサイト活用を打ち出し、競合他社と差別化を図っていく必要があり、そのためには自社が提供する商品やサービスについて消費者のニーズを知ることが第一歩となる。しかしながら、消費者のニーズを収集する小規模事業者は限られ、そのうちの大多数が収集後の活用まで至っていない。収集結果を分析し経営計画策定等へ繋げられる小規模事業者は一部にとどまっている。

経営発達支援事業の実施以降、小規模事業者の販売する商品又は役務を調査対象とした、需要動向に関するアンケート調査を実施し、分析結果を個別に当該事業者へフィードバックしてきたが、事業計画策定に基づく戦略立案や差別化を図れるというところまでは至っていない。

〔課題〕

現在実施している需要動向調査では、調査結果を検討する場を設け、外部専門家同席のもと、職員で見解を出し合い分析報告書としてフィードバックをしている。しかし、事業主の年齢や経営方針などが十分加味されていない状態の報告書も散見され、結果“報告”の色合いが濃く、事業計画策定等につながる踏み込んだアドバイスまでは行えなかった事業者も少なくはなかった。事業者の実態に即した具体的なアドバイスを行える調査にするため、下記のように目標を定め、実施内容を改善する。

(2) 目標

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
調査対象事業者数	11者	11者	11者	11者	11者	11者
（岩室）	2者	2者	2者	2者	2者	2者
（巻）	3者	3者	3者	3者	3者	3者
（西川）	2者	2者	2者	2者	2者	2者
（潟東）	2者	2者	2者	2者	2者	2者
（中之口）	2者	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

消費者アンケートによる需要動向調査

【調査対象】

主に小売業、飲食業、サービス業のうち、本調査の結果・分析を基に事業計画策定に繋がる小規模事業者を対象とし、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の必要性を判断した事業者について実施を検討する。

【サンプル数】

調査票配布枚数：1事業者30枚（回収目標枚数：1事業者20枚以上）

【調査時期・調査方法】

年に1回（9～11月を予定）、小規模事業者に調査票を配布し、商品販売・役務提供後に消費者よりアンケートを取る。調査票は外部専門家へ直接郵送により収集。併せて、調査先に関する基本情報（事業主の抱える課題や経営方針、ITスペック、現在行っている販促活動など）を商工会より外部専門家へ提供し、調査票の分析の際に活用してもらう。

【分析手段・方法】

外部専門家より分析

【調査項目】

性別、年齢、居住地、利用回数、頻度、誰と利用したか、一回の利用金額、来店理由、店を選ぶ際に重視すること、店を選ぶうえで参考にする媒体、当店の満足度とその理由、当店への要望など

【分析結果の活用】

需要動向検討会を実施し、招聘した外部専門家と経営指導員等の出席者で分析結果の見解を出し合い、“提案書”として調査先事業者へフィードバックを行う。事業者はこの提案書を基に事業計画の策定や修正、消費者ニーズに対応した商品開発や商品役務の改良に活用していく。また、セミナー開催等商工会の事業計画にも反映させることで、小規模事業者への支援を強化する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者への経営状況の分析は、補助金申請時やマル経資金等の金融斡旋時に分析をしたデータを提供してきた。またネットde記帳による経営分析データを利用し、現在の状況を説明してきた。それらの分析においては、分析項目が偏っていた部分もあり、網羅的かつ深く掘り下げた分析には至っていなかった。これを踏まえ、定めた分析の手順・手法・項目に則り、分析していく必要がある。

[課題]

日々変化する経営環境において小規模事業者が今後も事業を持続的に発展、継続していくためには、経営状況の分析の重要性を理解してもらわなければならない。

経営分析の重要性を理解してもらうため、セミナーを開催し、計数管理能力の向上を支援したうえで事業計画策定につなげる。また巡回・窓口指導を通じて、経営分析の重要性を説明し、対象者の掘り起こしに取り組む。なお必要に応じて専門家派遣など専門的支援を実施する。

(2) 目標

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
① 経営分析セミナー 開催件数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
② 経営分析事業者数 ※経営指導員数×15者	60者	150者	150者	150者	150者	150者
(岩室)	21者	30者	30者	30者	30者	30者
(巻)	6者	45者	45者	45者	45者	45者
(西川)	14者	30者	30者	30者	30者	30者
(潟東)	8者	15者	15者	15者	15者	15者
(中之口)	11者	30者	30者	30者	30者	30者

(3) 事業内容

① 経営分析セミナーの開催

経営分析を行う事業者の発掘のため経営分析セミナーを開催する。

【募集方法】 チラシによる周知（全会員）
チラシの新聞折込みによる周知（非会員向け）
商工会ホームページへの掲載

【回数】 1回

【カリキュラム】 変化し続ける経営環境の中で事業を継続していくためには、自社の現状を計数管理等に基づき客観的にとらえ、経営課題を把握した上で事業計画の策定等への活用について理解を深める内容とする。

【参加者数】 20名

※経営分析セミナーの参加者募集においては、広く地域内に周知し実施することで、意欲的な小規模事業者の発掘と商工会の実施する支援事業の認知度を高める。

② 巡回・窓口相談による掘り起こし

経営状況分析支援を行う小規模事業者の掘り起こしのため、以下の項目に沿って巡回・窓口相談時に使用するヒアリングシートを作成する。

【ヒアリングシート項目】

項目	内容
後継者の有無	後継者がいるかどうか 事業承継を検討しているかどうか

商品・サービスの内容	自社商品の特色や強みを把握しているか
財務状況	資金面での問題はないか
販路開拓	販路開拓に取り組む意欲はあるか
経営に対する姿勢	各種補助事業申請に積極的かどうか セミナー等に参加する意欲があるか

③ 経営分析対象事業者の選定

経営分析を行う小規模事業者については、セミナー参加者やヒアリングシートの結果を基に経営指導員数×年間15者を目標として選定を行う。

④ 経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者や巡回・窓口相談の事業者から意欲的で販路拡大の可能性の高い150者を選定する。

【分析項目】定量分析である「財務分析」と定性分析である「SWOT分析」の双方を実施する。

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率、収益性・安全性・効率性・成長性

《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」、J-Net21の「経営自己診断システム」等の分析ツールを活用し、経営指導員・経営支援員が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、分析結果をデータベース化し内部共有することで、経営指導員・経営支援員のスキルアップ及び異動などによる支援スキルや情報の維持・継承に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業計画策定支援に精通した専門家を招聘しセミナーを開催した中で、事業計画策定の重要性について説明してきたが、小規模事業者に十分伝わっているとはいえない。一方、小規模事業者持続化補助金等、小規模事業者が活用できる施策の恩恵を受け、事業計画策定の意欲は高まっている。

[課題]

自ら事業計画策定に取り組む小規模事業者も少しずつ増えてはきているものの、商工会依存型の小規模事業者も依然として多い状況である。事業計画を策定する意義や重要性をいかに小規模事業者に浸透させていくかが課題である。

また、新潟市は産業競争力強化法に基づき、地域の創業を促進することを目的に国から創業支援等事業計画の認定を受けており、創業者に対し特定創業支援等事業を通じた支援が求められている。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と説明しても、実質的な行動や意識の変化を促せる訳ではないため「事業計画策定セミナー」のカリキュラムや日程・時間帯など工夫して開催する。本事業による地域の経済動向調査、経営状況の分析及び需要動向調査等を踏まえたうえで、計画策定を支援していく。経営分析を実施した小規模事業者のうち5割以上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・販路等を含んだ計画が策定されるよう支援する。創業者や事業承継者については、創業や事業承継後に税務、労務、資金面の問題で悩むことが散見されることから、創業や事業承継に必要な知識の習得を支援する。また実現性の高い創業計画、事業承継計画の策定を支援する。

本事業による経営状況の分析等を行い、解決すべき課題、向かうべき方向性を明確化した小規模事業者に対して、どのようにして今後事業を進めていくかの一つの手段としてITツールやデジタル技術等が重要になってくる。そのため、事業計画を策定する前の段階で、小規模事業者に対して現在どのようなITツールやデジタル技術があるのかについて知識の習得を支援するためにセミナーを開催する。

(3) 目標

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
① DX推進セミナー 開催件数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
② 事業計画策定セミナー 開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③ 事業計画策定事業者数 ※経営指導員数×8者	80者	80者	80者	80者	80者	80者
(岩室)	10者	16者	16者	16者	16者	16者
(巻)	45者	24者	24者	24者	24者	24者
(西川)	10者	16者	16者	16者	16者	16者
(渦東)	8者	8者	8者	8者	8者	8者
(中之口)	7者	16者	16者	16者	16者	16者
④ 創業計画策定事業者数 ※経営指導員数×1者	1者	10者	10者	10者	10者	10者
(岩室)	0者	2者	2者	2者	2者	2者
(巻)	1者	3者	3者	3者	3者	3者
(西川)	0者	2者	2者	2者	2者	2者
(渦東)	0者	1者	1者	1者	1者	1者
(中之口)	0者	2者	2者	2者	2者	2者

⑤ 事業承継計画策定事業者数 ※経営指導員数×4者	37者	40者	40者	40者	40者	40者
(岩室)	8者	8者	8者	8者	8者	8者
(巻)	13者	12者	12者	12者	12者	12者
(西川)	8者	8者	8者	8者	8者	8者
(潟東)	4者	4者	4者	4者	4者	4者
(中之口)	4者	8者	8者	8者	8者	8者

(4) 事業内容

① DX推進セミナーの開催

経営状況分析を行い、解決すべき課題、向かうべき方向性を明確化した小規模事業者に対して、現在どのようなITツールやデジタル技術があるのかについて知識の習得を支援するために、セミナーを開催する。

セミナーを受講した事業者に対し、必要に応じて経営指導員等が継続的な相談に応じるとともに、より高度・専門的な部分においては専門家を派遣し支援する。

【募集方法】 経営状況分析を行った小規模事業者（直接周知）
チラシによる周知（全会員）
チラシの新聞折込みによる周知（非会員向け）
商工会ホームページへの掲載

【回数】 1回

【カリキュラム】 DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進できる内容とする。

【参加者数】 20名

※DX推進セミナーの参加者募集においては、広く地域内に周知し実施することで、意欲的な小規模事業者の発掘と商工会の実施する支援事業の認知度を高める。

② 事業計画策定セミナーの開催

経営状況分析を行った事業者を中心に「事業計画策定セミナー」を開催する。事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員に担当を割り当て、確実に事業計画の策定につなげる。

【募集方法】 経営状況分析を行った小規模事業者（直接周知）
チラシによる周知（全会員）
チラシの新聞折込みによる周知（非会員向け）
商工会ホームページへの掲載

【回数】 1回

【カリキュラム】 事業計画策定の必要性だけでなく、より具体的にイメージできるように補助金の申請様式を教材として策定演習を実

【参加者数】 20名
施し、考え方や記入のポイントを習得できる内容とする。

※事業計画策定セミナーの参加者募集においては、広く地域内に周知し実施することで、意欲的な小規模事業者の発掘と商工会の実施する支援事業の認知度を高める。

③ 事業計画策定支援

経営状況分析を行った事業者および事業計画策定セミナーに参加した事業者を中心に実現性の高い事業計画の策定を支援する。

【支援対象】 経営状況分析を行った事業者
事業計画策定セミナーに参加した事業者

【手段・手法】 経営状況分析を行った事業者および事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員に担当を割り当て、専門家の派遣を加えながら事業計画の策定につなげていく。

④ 創業計画策定支援

地域での創業を希望する方等を対象に創業に必要な知識の習得を支援するとともに、実現性の高い創業計画の策定を支援する。

【支援対象】 地域での創業を希望する方
創業後間もない方（5年未満）

【手段・手法】 経営指導員が個別に创业者のヒアリングを行い、税務、労務、資金面の相談に応じるほか、経営、財務、人材育成、販路開拓の4分野についてセミナーや相談窓口等の利用を促し、特定創業支援等事業を実施する。また高度・専門的な部分においては専門家の派遣を加えながら創業計画策定まで支援する。

⑤ 事業承継計画策定支援

経営状況の分析を行なった事業者のうち事業承継を予定している事業者等を対象に実現性の高い事業承継計画の策定を支援する。

【支援対象】 経営状況分析対象事業者のなかで事業承継を予定している事業者（後継者）、巡回・窓口指導時に事業承継診断シート作成により掘り起こした事業者

【手段・手法】 経営指導員に担当を割り当て、経営分析支援、支援者個別の状況に沿った事業承継計画策定支援を実施し、廃業減少につながるよう取り組む。なお専門家による支援を必要とする課題には、新潟県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し支援する。

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

[現状]

5 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。補助事業実施事業者や金

融支援先を中心に計画の進捗状況の確認を行い、計画の見直しや必要に応じて専門家の派遣等による支援を実施している。

[課題]

事業計画の進捗状況等に事業者毎のバラツキが大きく、定期的な訪問の際に売上や利益を数値面で把握できないケースもある。結果、形式的な訪問となってしまうフォローが手薄となる事業者が散見された。人員が限られている中で計画の進捗状況や事業者の取組姿勢等から事業者毎の頻度と密度を調整し、全ての事業者の計画が達成されるように効率的なフォローアップを行っていくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況と事業者の取組姿勢等から訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、計画遂行に支障がない事業者と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を区分した上でフォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

事業計画策定事業者のうち 25%の事業者が売上を 3%以上増加又は利益率を 2%以上向上させる。

支援内容	現行	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	97者	80者	80者	80者	80者	80者
(岩室)	19者	16者	16者	16者	16者	16者
(巻)	45者	24者	24者	24者	24者	24者
(西川)	18者	16者	16者	16者	16者	16者
(潟東)	8者	8者	8者	8者	8者	8者
(中之口)	7者	16者	16者	16者	16者	16者
頻度(延回数)	219回	320回	320回	320回	320回	320回
(岩室)	84回	64回	64回	64回	64回	64回
(巻)	40回	108回	108回	108回	108回	108回
(西川)	41回	64回	64回	64回	64回	64回
(潟東)	13回	20回	20回	20回	20回	20回
(中之口)	41回	64回	64回	64回	64回	64回
売上3%以上増加の事業者数	7者	20者	20者	20者	20者	20者
(岩室)	1者	4者	4者	4者	4者	4者

(巻)	0者	6者	6者	6者	6者	6者
(西川)	3者	4者	4者	4者	4者	4者
(潟東)	1者	2者	2者	2者	2者	2者
(中之口)	2者	4者	4者	4者	4者	4者
利益率2%以上増加の 事業者数	6者	20者	20者	20者	20者	20者
(岩室)	1者	4者	4者	4者	4者	4者
(巻)	0者	6者	6者	6者	6者	6者
(西川)	3者	4者	4者	4者	4者	4者
(潟東)	0者	2者	2者	2者	2者	2者
(中之口)	2者	4者	4者	4者	4者	4者
創業計画フォローアップ 対象事業者	1者	10者	10者	10者	10者	10者
(岩室)	0者	2者	2者	2者	2者	2者
(巻)	1者	3者	3者	3者	3者	3者
(西川)	0者	2者	2者	2者	2者	2者
(潟東)	0者	1者	1者	1者	1者	1者
(中之口)	0者	2者	2者	2者	2者	2者
創業計画フォローアップ 頻度(延回数)	-回	40回	40回	40回	40回	40回
(岩室)	-回	8回	8回	8回	8回	8回
(巻)	-回	12回	12回	12回	12回	12回
(西川)	-回	8回	8回	8回	8回	8回
(潟東)	-回	4回	4回	4回	4回	4回
(中之口)	-回	8回	8回	8回	8回	8回
事業承継計画フォロー アップ対象事業者	37者	40者	40者	40者	40者	40者
(岩室)	8者	8者	8者	8者	8者	8者
(巻)	13者	12者	12者	12者	12者	12者
(西川)	8者	8者	8者	8者	8者	8者

(潟東)	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
(中之口)	4 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
事業承継計画フォロー アップ頻度 (延回数)	- 回	160 回				
(岩室)	- 回	32 回	32 回	32 回	32 回	32 回
(巻)	- 回	48 回	48 回	48 回	48 回	48 回
(西川)	- 回	32 回	32 回	32 回	32 回	32 回
(潟東)	- 回	16 回	16 回	16 回	16 回	16 回
(中之口)	- 回	32 回	32 回	32 回	32 回	32 回

(4) 事業内容

- ① 事業計画を策定した 80 者のうち、20 者は 2 か月に 1 回、40 者は四半期に 1 回、20 者は年 2 回のフォローアップを行う。ただし季節的な繁忙期・閑散期や事業者からの要望等があれば臨機応変に対応する。進捗状況を把握する際には売上・利益等の数値を必ず確認し、数値目標達成に向けて必要なフォローを行う。なお、創業計画及び事業承継計画策定事業者については、四半期毎にフォローアップを行う。
- ② 進捗状況が思わしくなく事業計画と現状にズレが生じていると判断する場合には担当以外の経営指導員や外部専門家などの第三者の視点を投入し、ズレの発生要因の解明と対応策を検討する。大きなズレが生じる前に対処を行うことで計画達成を伴走型支援で後押しする。

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]

これまで、西蒲区 5 商工会では連携して、主に 2 つの事業を行ってきた。

1 つ目は、Web を活用した販路開拓である。日常的な巡回や窓口指導において Web を活用した販路開拓支援を個別に実施するほか、新たな需要開拓及び既存顧客への情報提供のため、無料で簡単に始めることができる SNS の活用法及び操作を学ぶセミナーを 5 商工会で共同開催してきた。

2 つ目は、展示会への出展支援である。展示会への出展は、小規模事業者にとって時間と人員、参加費用を要する商談会等への参加はハードルが高く、参加をためらう事業者がいることから、5 商工会では小規模事業者の新たな需要開拓のため、「フードメッセ in にいがた」、「にいがた BIZ EXPO」、「しんくみ食のビジネスマッチング展」への出展支援を実施している。展示会には西蒲区商工会連絡協議会で共同ブースを設けて、一事業者に係る負担軽減をはかっている。また、バイヤーとの商談に必要なプレゼンテーション力や交渉力を高めるために事前研修を実施している。商工会職員もブース出展に臨み、試食時のアンケート調査等によりフォローを継続的に行っている。「しんくみ食のビジネスマッチング展」は首都圏での販路拡大を目的に巻信用組合との連携により出展してい

る。商談会・展示会への出展支援により県内他地域や首都圏、近隣県の企業バイヤーに対する新規取引開拓や取引深耕がはかれている。令和2年度についてはコロナ禍におけるリスク等を考慮し出展を見送った。

[課題]

Webを活用した販路開拓支援では、情報発信力が乏しい小規模事業者が多く、新たな需要開拓や既存顧客へと繋がってきていない。昨年の新型コロナウイルス感染症拡大による変事に新たな取り組みを行うものの情報発信ができず大きな成果に繋げることが難しかった。

全国商工会連合会提供のホームページ作成システム「グーペ」の活用や、各種 SNS の活用による情報発信力及び既存顧客のファン化への取り組みが必要となっている。

展示会出展支援では、主に時間と人員を理由に商談会への出展に対して消極的な事業者が多く、商談会が販路開拓に非常に効果があることを伝えられていない。また令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により商談会・展示会の中止が相次ぎ、事業者においても首都圏バイヤーとの商談による感染への不安をぬぐい切れず、出展を躊躇したケースが見られた。実展示会を取り止め、オンラインとなった展示会もあったが、オンライン商談への対応が不慣れな事業者が多く出展への支援が困難であった。事業者の商談会への障壁を取り除き、商談会・展示会へ積極的に参加できる環境を整えることが課題である。

(2) 支援に対する考え方

①Webを活用した販路開拓支援（DXに向けた取組み支援）

自社ホームページ及び各種 SNS の特徴を生かした、自社の提供する商品、サービスを効果的に情報発信ができるよう、セミナー開催や個別相談により支援を行う。必要に応じて専門家を派遣し、事業者の段階にあった支援を行う。

②展示会による販路開拓支援

商工会が自前で大規模な展示会等を開催することは困難であるため、県内最大級の既存の展示会への共同出展を目指す。出展にあたっては西蒲区役所担当課との連携を図ると共に、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行う。出展期間中は装飾及び商品陳列への指導とアンケート調査の実施等により、きめ細かな伴走支援を行う。また感染症予防の観点から接触機会を低減できるオンライン商談会の出展支援を併せて行い、販路開拓の選択肢を広げる。

(3) 目標

①Webを活用した販路開拓支援

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
SNS 活用セミナー開催回数	3回	3回	3回	3回	3回	3回
SNS 等活用のための個別支援回数 ※経営指導員数×3回	一回	30回	30回	30回	30回	30回
（岩室）	一回	6回	6回	6回	6回	6回
（巻）	一回	9回	9回	9回	9回	9回

(西川)	一回	6回	6回	6回	6回	6回
(鴻東)	一回	3回	3回	3回	3回	3回
(中之口)	一回	6回	6回	6回	6回	6回
SNS等ICT活用による売上増加率1%以上の事業者数 ※経営指導員数×1者	一者	10者	10者	10者	10者	10者
(岩室)	一者	2者	2者	2者	2者	2者
(巻)	一者	3者	3者	3者	3者	3者
(西川)	一者	2者	2者	2者	2者	2者
(鴻東)	一者	1者	1者	1者	1者	1者
(中之口)	一者	2者	2者	2者	2者	2者

※目標数については、商工会規模を勘案し経営指導員設置数により設定

②展示会による販路開拓支援

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
共同出展事業者	7者	6者	6者	6者	6者	6者
(岩室)	3者	1者	1者	1者	1者	1者
(巻)	2者	2者	2者	2者	2者	2者
(西川)	0者	1者	1者	1者	1者	1者
(鴻東)	1者	1者	1者	1者	1者	1者
(中之口)	1者	1者	1者	1者	1者	1者
成約件数 ※出展事業者数×2者	7者	12者	12者	12者	12者	12者
オンライン展示会 出展事業者	一者	2者	2者	2者	2者	2者
(岩室)	一者	1者	0者	0者	1者	0者
(巻)	一者	0者	1者	0者	1者	0者
(西川)	一者	1者	0者	1者	0者	1者
(鴻東)	一者	0者	1者	0者	0者	1者
(中之口)	一者	0者	0者	1者	0者	0者

成約件数 ※出展事業者数×2者	一者	4者	4者	4者	4者	4者
--------------------	----	----	----	----	----	----

※現行は令和元年度実績、令和2年度は出展なし

※オンライン展示会は地区内事業者で出展経験者が皆無であり、商談に必要なスキル等の取得のために、出展希望の事業者に重点的な指導を行うことから年間2者を目標値とする。

(4) 事業内容

① Webを活用した販路開拓支援

ICTを活用した情報発信支援

ICTの利便性を活用できていない小規模事業者に対し、最低限必要となる自社ホームページについては、全国商工会連合会提供のホームページ作成システム「グーペ」の活用を支援を行っていく。

また、引き続き各種SNS（Instagram、LINE公式アカウントなど）の活用を支援するためセミナーや個別支援を実施する。SNSは無料で簡単に始められるものの、成果に繋がるまでには時間が必要となるため、継続した投稿などによる情報発信を行い、多くのファンができるよう支援を継続していく。

この支援の結果、既存顧客の来店数の増加、客単価のアップへと繋がり、また、潜在顧客の見込み客化、さらには新規顧客へと繋がるのが期待される。

【SNSセミナー参加者募集方法】

チラシによる周知（全会員）

チラシの新聞折込みによる周知（非会員向け）

【SNSセミナー予定参加者数】

各回20名

② 商談会への区内5商工会でのブース共同出展（BtoB）

小規模事業者が自社特産品等の販路開拓や取引先の増加、自社製品のPRをするための出展を支援する。この目的達成のために、商業・サービス業の小規模事業者に対しては商談会「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に対しては展示会「にいがた B I Z E X P O」の出展支援を行う。5商工会で複数ブースを確保し、事業計画を策定した事業者を優先的に出展させ、新たな需要の開拓を支援する。出展の準備段階では、新潟市と連携し、商談に必要なプレゼンテーション力や交渉力を高める研修を開催する。

【参考】

「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で開催される日本海側最大の食の商談会であり、3日間で食品関係のバイヤーを中心に約10,000人が来場する。

「にいがた B I Z E X P O」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」産業見本市であり、2日間で約5,000人が来場する。

③ オンライン商談会への出展（BtoB）

主に首都圏バイヤーとの商談を希望する事業者を対象に感染リスクを回避できるオンライン商談会への出展を支援する。商談会の情報収集を行い、希望する事業者に最適な商談会の情報提供を行う。実商談会とは異なる環境下での商談を成功させるために、専門家派遣やセミナーにより商談に必要なスキルやプレゼンテーション能力を向上させる。

【参考】

「アグリフードE X P O オンライン」

日本政策金融公庫による国産農水産物及び加工品の販路拡大をサポートするオンライン商談会。

<https://agri-foodexpo-online.com/>

「新潟技術ガイド online」

(公財)にいがた産業創造機構による全国の事業者と新潟県内のものづくり企業のマッチングを目的としたオンライン商談会。

<https://niigatagf.com/>

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]

事業評価委員会は、各商工会事務局長、新潟市西蒲区産業観光課長、金融機関常務理事、税理士会支部長を委員に、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支援を受けた小規模事業者の意見を取り入れ、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

- ① 5商工会の会長、幹事商工会事務局長、法定経営指導員、新潟市西蒲区産業観光課長、外部有識者として、金融機関役員をメンバーとする「事業評価委員会」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）を参考にして、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評価委員会に報告し、評価・見直しの参考資料とする。評価の中で主に「3」未満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 評価委員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、商工会事務所に常時備え付け、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。

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]

これまでも新潟県商工会連合会主催の経営指導員研修会、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・利益の向上やDX化に関する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応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

【経営支援能力向上セミナー】

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、(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主催する研修会があげられる。

【DX推進に向けたセミナー】

各地区の共通課題でもある小規模事業者のDX推進への対応にあたり、経営指導員及び経営支援員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、新潟県や(公財)にいがた産業創造機構が実施する下記のようなDX推進取組に係る相談・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。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

(ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、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、補助金の電子申請、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

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

(ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

<具体的に参加を予定しているセミナー>

テーマ：県内企業デジタル化支援ストーリー

主催：公益財団法人 にいがた産業創造機構

内容：デジタル技術を活用した変革の必要性及び県内で先行してD Xに取り組んでいる企業の事例紹介

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。

また、各商工会において、経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が、順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等について紹介するとともに、5商工会指導員間で情報の共有を図る。

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者別フォルダを個別に作成し、事業者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。

④5商工会の連携と情報共有

5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。

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]

これまで5商工会では、新潟市西蒲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てている。

[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西蒲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 西蒲区商工会連絡協議会（年 2 回）

西蒲区内 5 商工会による「西蒲区商工会連絡協議会」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。西蒲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（新潟市西蒲区産業観光課及び 5 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、経営指導員及び経営支援員を対象とした研修会を開催し、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活かすほか、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てる。

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（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しての情報や県内の金融情勢に関しての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・税務署との小規模納税者連絡協議会（年 1 回）

関東信越税理士会巻支部の税理士と巻税務署管内商工団体の経営指導員等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。税理士及び巻税務署との直接の意見交換ができる場であり、経営指導員等の支援能力向上に役立てる。

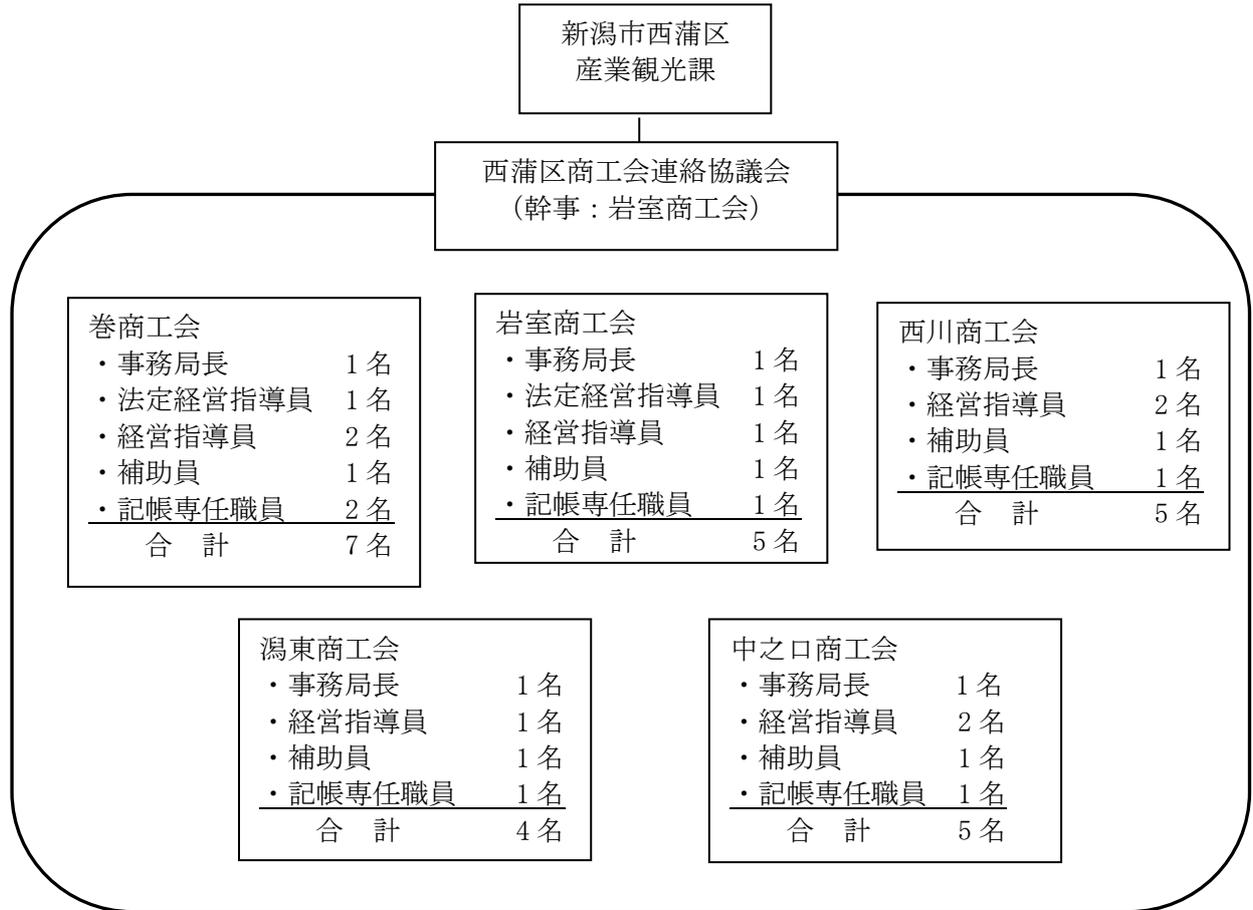
(別表 2)

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 3 年 11 月現在)

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



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

① 法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名	所属	電話番号
平原 信行	巻商工会	0256-72-2026
圓山 史一	岩室商工会	0256-82-3209

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

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。

当計画の法定経営指導員については、複数の商工会で共同申請しており、5商工会をエリア分けし、2人の法定経営指導員で管理したほうが効率的であるため2名配置を行うこととする。

(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
岩室商工会 (経営支援室)	〒953-0132 新潟市西蒲区西中 889-1 TEL：0256-82-3209 FAX：0256-82-5010 E-mail：iwamuro@shinsyoren.or.jp	23	5	221
巻商工会 (経営支援室)	〒953-0041 新潟市西蒲区巻甲 2576-3 TEL：0256-72-2026 FAX：0256-73-2742 E-mail：n-maki@shinsyoren.or.jp	29	7	589
西川商工会 (経営支援室)	〒959-0422 新潟市西蒲区曾根 168-13 TEL：0256-88-3646 FAX：0256-88-7554 E-mail：kasabon@shinsyoren.or.jp	20	5	279
潟東商工会 (経営支援室)	〒959-0505 新潟市西蒲区三方 24 TEL：0256-86-2129 FAX：0256-86-2964 E-mail：katasyou@liy.ocn.ne.jp	20	4	172
中之口商工会 (経営支援室)	〒950-1327 新潟市西蒲区中之口 688-1 TEL：025-375-4181 FAX：025-375-5224 E-mail：nakanaka@shinsyoren.or.jp	19	5	199

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

〒953-8666

新潟市西蒲区巻甲 2690 番地 1

新潟市西蒲区役所 産業観光課

TEL：0256-72-8454 FAX：0256-72-6022

E-mail：sangyo.nsk@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)

	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 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
需要動向調査事業	200	200	200	200	200
経営状況分析事業	300	300	300	300	300
事業計画策定支援事業	200	200	200	200	200
販路開拓支援事業	600	600	600	600	600
事業評価委員会	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。

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等