

経営発達支援計画の概要

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施者名<br>(法人番号) | 出雲崎町商工会（法人番号 7110005006727）<br>出雲崎町（地方公共団体コード 154059）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 実施期間           | 2023/04/01 ～ 2028/03/31                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 目標             | <p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>経営状況分析・事業計画策定支援を強化し、小規模事業者の持続的発展につなげる</p> <p>創業支援及び事業承継マッチング支援を行い、事業継続事業者の増加をめざす</p> <p>ホームページを活用した販売促進を支援し、小規模事業者の営業力向上をめざす</p> <p>地域特産品の販路拡大と交流人口の増加をめざす</p> <p>事業者のD Xに向けた取組の強化をめざす</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 事業内容           | <p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>地域の現状と課題を把握するため、経済動向調査を実施し、調査結果を整理・分析した後、各事業所の事業計画策定のためのデータとして活用する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>集客力のある「道の駅：越後出雲崎 天領の里」において1万件のデータ収集を行い、これらを分析・整理し個社支援に有効活用する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>経営分析セミナーを開催し、意識向上を図る。さらに定量分析に加え外部環境の機会と脅威等についての定性分析を行い、事業計画の策定に有効活用できるよう支援する。</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>事業計画の策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行い、専門家・専門機関と連携し、伴走型の指導・助言を行い、持続的発展を図る。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>事業計画の進捗度合や効果などの検証を行い伴走型の支援を図る。さらに創業・第二創業・経営革新を目指す小規模事業者に対する支援も行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>小規模事業者の販路開拓を支援するため、各連携機関が開催する展示会、商談会・見本市・物産展等への積極的な参加や事業者支援Webシステム「GOOP</p> |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | E（グーペ）」及びD Xセミナーの開催、E Cサイトへの出店等インターネットを活用した販路開拓も支援する。                                                                                                                                                                                                                                         |
| 連絡先 | <p>出雲崎町商工会</p> <p>〒949-4305 新潟県 三島郡出雲崎町羽黒町4 3 1 番地 1</p> <p>TEL:0258-78-2064 FAX:0258-78-3693</p> <p>e-mail:izumo051@shinsyoren.or.jp</p> <p>出雲崎町 産業観光課</p> <p>〒949-4353 新潟県 三島郡出雲崎町 大字川西1 4 0 番地</p> <p>TEL:0258-78-2291 FAX:0258-41-7322</p> <p>e-mail:shokou@town.izumozaki.niigata.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                                                                                                                                                                                                                                   |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |
| 出雲崎町は、古くから漁業が栄え、第一次産業中心の経済を構成してきた。その後、車社会の到来や長岡中心部からのベッドタウン化（長岡ニュータウン：二和、関原・三島の宅地造成）、工業団地の整備（関原・二和）により一時地域外からの住民人口の流入が見られた。しかしながら、漁業が基幹産業である当町は、商工業者の殆どが小規模事業者（80%超）である他、現在では、高齢による廃業や少子化、都市部へ雇用の場を求める動きによる人口減少で地域は疲弊している。            |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |
| 旧三島郡（旧寺泊町・旧和島村・旧与板町・旧三島町・旧越路町・出雲崎町）と関原地区・二和地区は昭和 50 年頃に三島郡地区商工業振興協議会を組織し調査研究事業を行ってきた歴史があり、交流も深い。現在でも長岡地域商工会連合となって各種研修会を行っている。                                                                                                         |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |
| 【参考資料】                                                                                                                                                                                                                                |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |
| 表 1 「商工会地区別の人口・商工業者数・会員数比較」                                                                                                                                                                                                           |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |
| (平成 22 年度・28 年度・令和 3 年度の推移、新潟県商工会実態調査報告書より引用)                                                                                                                                                                                         |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                                       | 人 口   |       |       | 商工業者数<br>(内、小規模事業者数) |              |              | 会 員 数<br>(定款会員除く) |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                                       | H22   | H28   | R3    | H22                  | H28          | R3           | H22               | H28 | R3  |
| 出雲崎町<br>商 工 会                                                                                                                                                                                                                         | 5,164 | 4,668 | 4,233 | 274<br>(235)         | 204<br>(191) | 192<br>(168) | 186               | 138 | 122 |
| 長岡市中心部より西部丘陵地帯を越えた西北西へ約 20 km、新潟～柏崎間の国道 116 号と JR 越後線沿線に位置し、集落点在型の農業と国道 402 号沿いの日本海に面する海岸部の漁業が基幹産業である。平均降雪量は 0.5 m 以下で、現在も市町村合併しない単独立町である。消費動向は当町から東南東に約 20 km の長岡中心街と、北東に約 20 km の燕三条圏と、南西部に約 30 km の柏崎圏へもほぼ同等に流出している（図 1 エリアマップ参照）。 |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |
| 海岸部は良寛生誕の地であり、また日本における「近代石油産業発祥の地」でもあることから「良寛記念館」をはじめとする良寛史跡や「道の駅天領の里」「石油記念館」「海産物販売」などの観光施設を有するが、高速道路から遠く地理的・交通網的要因から集客増につなげていない。ただ、平成 20 年黒人演歌歌手ジェロが歌った「海雪」の舞台となり知名度を上げたこともある。                                                       |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |
| 図 1 エリアマップ                                                                                                                                                                                                                            |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |
|                                                                                                                                                    |       |       |       |                      |              |              |                   |     |     |

出雲崎町では9年間の長期的・総合的展望に立った町政運営の基本構想として「第6次出雲崎町総合計画」（令和4年度～令和12年度）を策定。「いままでも、これからも、住み続けたい 関わりたい 帰ってきたい 出雲崎」を出雲崎町のめざす姿（基本構想の理念）として、5つの基本目標のもとで今後9年間の出雲崎町のまちづくりを示している。この内「5つの基本目標」として、商工・観光等、産業に関連し、農林水産業・商工業・観光の振興、地場産業の育成と雇用・就労支援を行い、「地域資源・特性を生かした魅力と活力のあるまちづくり」を進めるとしている。

#### 第6次出雲崎町総合計画「5つの基本目標」より抜粋

##### 基本目標3 地域資源・特性を生かした魅力と活力のあるまちづくり【産業振興・就労】

###### ①農林水産業の振興

農林水産業が持続可能な産業として確立するために、生産基盤の整備や農林水産物の付加価値化の促進を図り、担い手の育成及び組織化、経営体の育成を進めます。

###### ②商工業の振興

地域の特性を踏まえた地域密着型経営を進めるため、中小企業者に対し適切な支援を行い、魅力ある商品や加工品の開発・販路拡大の取り組み強化を図ります。

###### ③地場産業の育成

「良寛牛乳」「紙風船」「釜谷梅」などの地域の特色ある製品の品質向上と保護育成に努め、消費者ニーズに対応しながら観光との連携強化、ふるさと納税返礼品の拡充など販路拡大・販売促進を支援します。

###### ④観光の振興

本町の豊かな自然・歴史・文化や地域に伝わる「食」「工芸品」など多様な地域資源を有効活用し、時代の変化に対応した新たな観光ニーズや潜在的なターゲットの掘り起こしに努め、受け入れ態勢を整備していくとともに、効果的に情報を発信していきます。

###### ⑤雇用・就労支援

ワーク・ライフ・バランスやテレワークなど多様な働き方ができる環境の整備を促進し雇用就労の場を拡充していくほか、地元就職する若者にとって通勤しやすい環境づくりを進めます。

##### 基本目標5 多様な人間が関わり、賑わいが持続できるまちづくり【移住・定住・行財政】

###### ⑤デジタル社会への対応促進

デジタルを活用して地域の活性化を図る方策を検討します。高齢化・過疎化などの地域課題の解決、町民の利便性の向上や行政の効率化が図られるよう住民が安心して参加できるデジタル化を推進します。それらを活用する基盤整備、専門的人材の育成、教育に努めます。

#### ②課題（産業別）

##### 小規模事業者の現状と課題

##### ア 地域（旧三島郡）における小規模事業者の現状と課題

【建設業】多くは後継者不在の生業としての大工職人で、大手ハウスメーカーの下請が主流となっており、これら事業者の課題はいかに持続的に経営できるかにある。わずかに新築・増改築を行う事業者も、また当地域においていかに消費者ニーズをとらえ、提案型の建築受注に繋げるかが課題である。また、公共工事や建築物の解体・産業廃棄物処理事業者は、人口減少の中で安定受注が課題となっている。

【製造業】地域雇用の受け皿として少なからず貢献しているものの、地域との人的交流は非常に少なく、そのため地域の商工業者といかにして接し、地域経済と連結させてゆくかが課題となっている。また、一部食品加工製造業者は、今後の販路拡大をいかに地域外に展開していくかが課

題である。

【小売業】地方の人口減少、高齢化、車社会による消費人口の流出とともに地区内の小売業者のほとんどは高齢化・後継者なしという状況で、いかに持続的に経営できるかが課題である。一方、第1次産業から展開した農産物・海産物を取扱う事業者にはいかに販路拡大をしていくかが課題である。

【飲食・宿泊業】地域の大衆食堂・地域行事の宴会・仕出し業が主流であり、人口減少、後継者不在など双方の要因から衰退、廃業の一途であり、とくに後継者問題を解決し、持続的に経営してゆけるかが課題である。また、特産品はこれからの販路拡大が課題となっている。

また、飲食、特に宿泊事業者は新型コロナウイルス感染症の拡大により廃業する事業者も出るなど影響をもろに受けており、今後は施策をいかに活用し、販路の開拓を含め、どう売上を確保してゆくかが大きな課題である。

【理容・美容業】地区内全体では店舗数は多い業態であるが、どの地区でも高齢化・後継者不在による廃業が進んでいる状況の中で、地域住民のニーズに対応できていない。これからは訪問して施術できる資格を取得するなど、高齢者に対する経営対策が課題である。

【その他の事業】地域の自動車修理販売業者や情報関連事業者などが存在するが、景気動向に大きく左右されるため、安定した経営が課題である。

## イ 当会における小規模事業者の現状と課題

### 【建設業】

下請の住宅関連工事業に従事する中小事業者は42事業所あり、多くが従業員無かつ後継者不在の状況の下、事業主の高齢化と後継者不足が課題となっている。

また、従業員を雇用する土木建設事業者が7事業所あるが人口減少、地域経済低迷の中で受注・採算は厳しい状態が続いており、安定受注が課題となっている。

さらに柏崎刈羽原発の稼働停止に伴う下請受注の減少も大きな阻害要素となっている。

### 【製造業】

H鋼加工業や自動車部品研磨業など、近隣する柏崎市内事業者からの下請受注事業者が存在するが高齢化、後継者不在から衰退、廃業の一途である。在来のも菓・餅・乳製品製造業者とともに、いかに収益を確保し効率的な財務管理を行うなどして企業体質を改善し、持続的に経営していくかが課題である。

### 【卸・小売業】

卸売業は無く、海岸部の中心一角と、内陸部に位置するJR出雲崎駅隣接に存在した商店街ともども、交通網の整備による消費流出とともに衰退し、現在は形骸化している。町の施策・補助金等を有効に活用するなどして利益を確保し、持続的に経営していくことが課題である。

### 【飲食・宿泊業】

海岸部に12店、駅前に10店ありそれぞれに事業展開中も、人口減少、交通網の整備、高齢化と後継者不在からそのほとんどは、いかに持続的に経営していくかが課題である。ただ、日本海に面し海産物の宝庫であることから、行政や商工会が一丸となって主導し開発した「さざえの炊込みごはん」や「ぼんたらバーガー」など地域特産品を、各地のイベント出展でPRしているが、今後の販路拡大や観光誘客に、いかに繋げていくかが課題である。

### 【理美容業】

地域内の理容業7店、美容業9店であるが、事業主の高齢化および地区内人口の減少により、事業所数が減少している。いかにお客様を確保し減少させないことが、今後の持続的な経営の課題である。

また、近隣格安チェーン店への若年層顧客流出も課題となっている。

### 【その他の事業】

自動車修理販売業3社、水産・釣り船関連11件などが存在するが、地区内人口の減少により、事業者数が減少している。お客様の確保と後継者問題の解決が大きな課題である。

【参考資料】

表 2 「地区別商工業者の業種別構成」

(令和 3 年 4 月 1 日現在 新潟県商工会実態調査報告書より引用)

| 区分     | 建設    | 製造    | 卸・小売  | 飲食・宿泊 | サービス  | その他  | 合計   |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|
| 出雲崎町   | 50    | 25    | 47    | 21    | 38    | 11   | 192  |
| 業種別構成比 | 26.1% | 13.0% | 24.5% | 10.9% | 19.8% | 5.7% | 100% |
| 県平均構成比 | 23.9% | 12.9% | 22.3% | 11.3% | 23.0% | 6.6% | 100% |

表 3 「地区別地元購買率の推移」

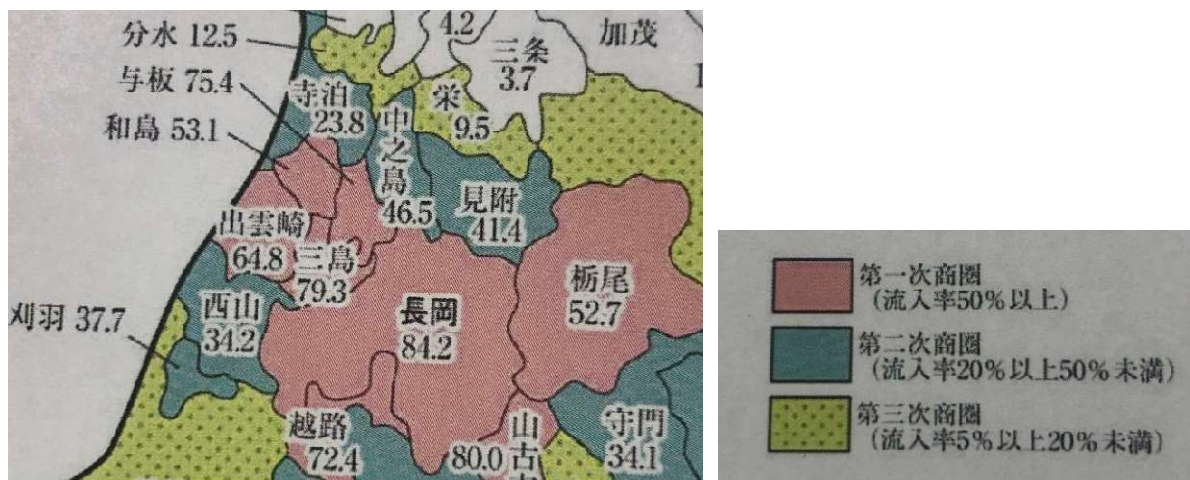
(中心市街地に関する県民意識・消費動向調査／平成 28 年 3 月 新潟県調査より引用)

| 区 分    | 全品目   |       |       | 買回品   |       |      | 最寄品   |       |       |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
|        | 25 年  | 28 年  | 増減    | 25 年  | 28 年  | 増減   | 25 年  | 28 年  | 増減    |
| 出雲崎町   | 9.8%  | 8.8%  | -1.0% | 6.5%  | 7.3%  | 0.8% | 14.8% | 12.8% | -2.0% |
| 長岡エリア計 | 64.3% | 64.3% | 0.0%  | 57.9% | 58.0% | 0.1% | 77.6% | 78.0% | 0.4%  |
| 県合計    | 55.0% | 55.4% | 0.4%  | 46.4% | 46.6% | 0.2% | 73.1% | 73.7% | 0.6%  |

図 2 流出入状況（買回り品）

(中心市街地に関する県民意識・消費動向調査／平成 28 年 3 月 新潟県調査より引用)

出雲崎町は長岡市の第一次商圈であることがうかがえる。



工業面では、令和 2 年工業統計調査（従業員 4 人以上）で、事業所数 出雲崎町 13 社、従業者数 出雲崎町 385 人、出荷額 出雲崎町 64 億円である。産業別では、第 1 位が輸送用機械製造業で第 2 位が紙パルプ製造業、次いで食料品製造業となっている。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

当事業を行うにあたり、『地域内小規模事業者の持続的発展』と『地域密着型経営を進める』を基本としながら、出雲崎町第 6 次総合計画に掲げられている『地域資源・特性を生かした魅力と活力あるまちづくり』を常に意識し本事業と連動させ、出雲崎町と姉妹提携等でゆかりのある方たちをターゲットとした「出雲崎ファンの拡大（下記※1 参照）」を目指す。そのための長期的振興のあり方を以下のとおり定める。

### ①小規模事業者の持続的経営発展を支援（10年程度の期間を見据えて）

益々厳しくなると予想される経営環境に対応できる小規模事業者を育成する。現状から10年後のあるべき姿としては、地域内小規模事業者の60事業所（全体の約40%）が、事業計画を策定・実行し、新しい需要開拓と売上及び利益の向上を直結させることであり、こうした持続的経営発展を支援する。

### ②地域資源・特性を生かした事業の推進（第6次出雲崎町総合計画との連動性・整合性）

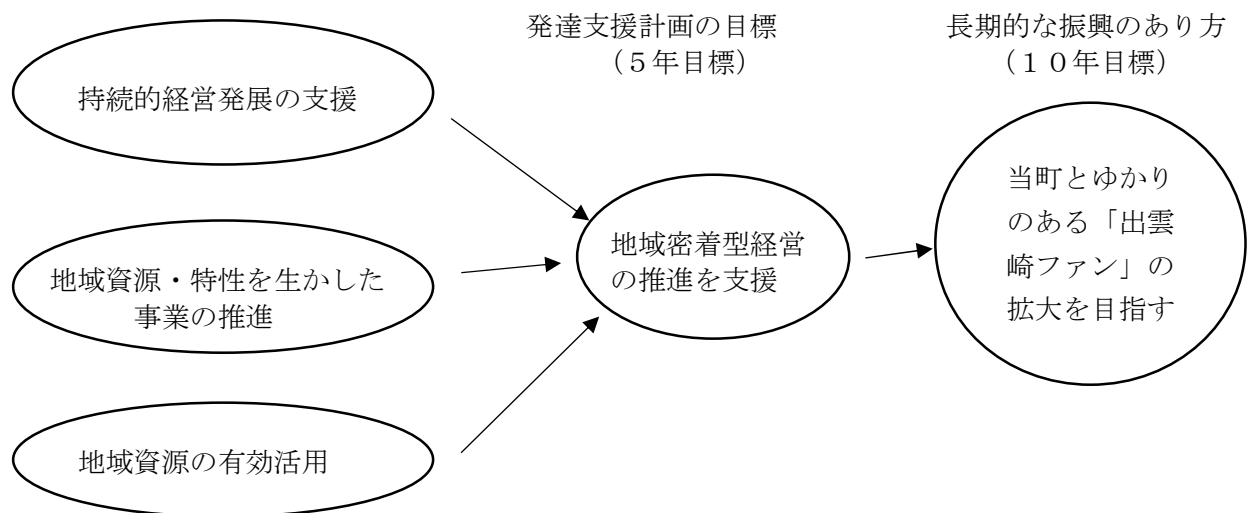
第6次出雲崎町総合計画、5つの基本目標の基本目標3②商工業の振興では、「地域の特性を踏まえた地域密着型経営を進めるため、中小企業者に対し適切な支援を行い、魅力ある商品や加工品の開発・販路拡大の取り組み強化を図ります。」と掲げており、商工・観光等、産業に関連し、農林水産業・商工業・観光の振興、地場産業の育成と雇用・就労支援を行い、「地域資源・特性を生かした魅力と活力のあるまちづくり」を進めるとしている。この目標と連動させ、ふるさと祭り出展時や販路拡大のための販促事業実施時に、地域資源等を取り入れた魅力ある商品・メニューにするなどして事業支援を行う。

### ③地域資源の有効活用（商工会としての役割）

各地域に眠る歴史的資産等をブラッシュアップし事業者の商品・サービスと連結させる。また、出雲崎の米・野菜や海産物等一次産品を有効活用し、小規模事業者に取り込み（農業及び漁業者との連携・6次産業化等）新たな需要を開拓する。

※1

地域市民と一緒にになった地域資源の磨き上げと、国内外への情報発信、近隣市町村や外の姉妹都市など、関係団体と連携した交流人口増加に向けた取組みを促進することにより拡大を図る。



## (3) 経営発達支援事業の目標

### ①これまでの取組みと課題

地域総合経済団体として、これまで巡回訪問や窓口相談等を通じて、経営・金融・労務・税務・情報化等経営改善普及事業を行う傍ら、地域振興に資する活動として地域に古くから伝わる伝統行事開催への協力や時代に適したイベント等を積極的に開催し、地域活性化に貢献してきた。一方、長岡地域西部連合商工会としてH30からR4までの間、経営発達支援事業の伴走型支援事業補助金を活用し、事業計画作成セミナーと個別相談会等を実施することにより、小規模事業者が取り組むことが少ない事業計画の作成に取り組み「計画の作成と計画実施のための伴走支援・実施後のアフターフォロー」に取り組むなどして新たな販路拡大に支援してきた。

しかしながら、車社会や近隣への大型店の進出、インターネット販売の普及、人口減少や少子高齢化などのライフスタイルの多様化、社会環境の変化により旧態依然とした経営手法を脱却し新たなビジネスモデルを構築する支援が必要となっている。小規模企業白書 2022 版には次のように記載されている。『これまでの新型コロナウイルス感染症流行下の 2 年間、緊急的な中小企業支援として、持続化給付金、一時支援金・月次支援金、事業復活支援金、実質無利子・無担保融資等の資金繰り支援、事業再構築補助金等の支援策が実施されてきた。今後、ポストコロナ時代を迎えるに当たって、中小企業、小規模事業者においても「経営力そのもの」が大きく問われることになる。経営者自らが、環境変化を踏まえて経営課題を冷静に見極め、迅速果敢に対応・挑戦する「自己変革力」が求められている。グローバル展開による成長を目指すグローバル型中小企業、独自技術によるスケールアップを狙うサプライチェーン型中小企業、さらには、地域資源を活かした事業で持続的発展を目指す地域資源型中小企業、地域に密着したサービスの維持・発展を目指す地域コミュニティ型中小企業、いずれの企業経営においても、大きな経営上の課題が出てきている時代にあり、まさに「経営力そのもの」の向上、「自己変革力」を身に付けることが求められている。経営環境の変化が激しく、不確実性が高い時代において、経営改善を目指す場合であっても、成長を追求する場合であっても、中小企業、小規模事業者が有する限られた経営資源に鑑みれば、これを経営者が独力で行うことは難しい。そこで、第三者による支援が重要となってくる。』

これらを踏まえて「地域への裨益目標」として、「地域特産品の販路拡大と交流人口の増加を支援する」とともに、「事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標」として、「事業計画を策定することが苦手（不向き）な小規模事業者、特に個人事業主に対して、個社の強みを活かしながら、新たなビジネスモデル構築のための支援」を行い、下記の目標を掲げて経営発達支援事業を実施していく。当会の管轄区域は、出雲崎町全域です。

## ②本事業の目標

ア 経営状況分析・事業計画策定支援を強化し、小規模事業者の持続的発展につなげる

小規模事業者の持続的発展のため、従来の経営改善普及事業に加え、小規模事業者の経営状況分析やDXセミナーを盛り込んだ事業計画策定の支援を強化する。また、国・県・町などの施策の周知を図りながら、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定したうえで、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。

イ 創業支援及び事業承継マッチング支援を行い、事業継続事業者の増加をめざす

人口減少とともに商工業者数の減少が続く、更に後継者不在による廃業が増えていることから、創業支援を強化し新規創業者の増加を図る。また、新潟県事業引継ぎ支援センターと連携し、事業承継を支援し事業継続事業者の増加を図る。

ウ ホームページを活用した販売促進を支援し、小規模事業者の営業力向上をめざす

資金的制約がある小規模事業者にとって、ホームページは大変有効な販売促進手段である。費用をかけずにホームページが作成できる商工会の「GOOPE（グーペ）」を積極的にPR、活用して新たな需要を開拓する。作成に当たっては対話と傾聴を基本的な姿勢としたホームページの作成支援を積極的に行う。

エ 地域特産品の販路拡大と交流人口の増加をめざす

出雲崎の海産物や米・野菜など、豊富な一次産品を有効活用し、特産品の販路拡大とDXセミナーを開催し事業者を支援する。また、地域のイベントや史跡を連結させて、交流人口の増加と地域の賑わいづくりの推進を図る。

オ 事業者のDXに向けた取組の強化をめざす

経営指導員及び一般職員向けのDXスキルアップセミナーを年2回以上受講し、各職員間で情報を共有しながら事業者指導に生かせるよう努める。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

### 2 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

#### (1) 経営発達支援事業の実施期間（令和5年4月1日～令和10年3月31日）

#### (2) 目標の達成に向けた方針

小規模事業者の強みを活かした経営を再構築する。従来、決算書の作成指導は行っていたが、事業計画を策定した小規模事業者は、ほとんどなかった。小規模企業白書 2022 にもあるように、これからは事業計画の策定支援を強化し、小規模事業者がより経営に向き合おうとする意識を醸成させることが重要と考える。そして、それが事業の持続的発展へと繋がる重要な要素であると判断し、下記方針により本事業を展開する。

##### ①経営状況分析・事業計画策定支援を強化し、小規模事業者の持続的発展につなげる

経営状況分析をし、事業計画の策定を支援する中で市場の動向を整理、明確化し、自社の強みを活かした経営を実践する。事業計画策定に際しては支援を強化し、対話と傾聴を基本的な姿勢とし、信頼関係を十分に構築したうえで今後の事業計画策定に対する提案を行い、小規模事業者の持続的発展につなげる。

##### ②創業支援及び事業承継マッチング支援を行い、事業継続事業者の増加をめざす

創業者及び事業承継者が決まっていない事業者への支援として、対話と傾聴を基本的な姿勢とし、信頼関係を十分に構築したうえで今後の事業計画に対する提案や事業承継に対するマッチング支援を行う。そして経営者自ら答えを見出すことが出来るような対話と支援を行うことで、事業継続事業者の増加をめざす。

##### ③ホームページを活用した販売促進を支援し、小規模事業者の営業力向上をめざす

宅配便の充実等全国的に交通網が整備され、さらにスマートフォンが普及した現在、インターネット通販は専門性を有する小規模事業者にとって大変有効な販売手法である。費用をかけずにホームページが作成できる商工会の「GOOPE（グーペ）」を積極的にPR・活用して新たな需要を開拓する。「GOOPE」によるホームページの作成に際しては、対話と傾聴により情報収集し、専門家等も活用しながら、小規模事業者自らが変更・更新等ができるように支援を行うとともに、ホームページを活用した販売促進を支援し、小規模事業者の営業力向上をめざす。

##### ④地域特産品の販路拡大と交流人口の増加をめざす

宅配便の充実等全国的に交通網が整備され、さらにスマートフォンが普及した現在、インターネット通販は専門性を有する小規模事業者にとって大変有効な販売手法である。DXセミナーを開催したうえで、展示会への出店と併せ、新たな販売方法やDXの導入・活用することで地域特産品の販路拡大と交流人口の増加をめざす。

##### ⑤事業者のDXに向けた取組の強化をめざす

事業者に対するDXに向けた取組の強化をめざすため、経営指導員及び一般職員向けのDXスキルアップセミナーを年2回以上受講することで経営指導員及び一般職員のスキルアップを図り、小規模事業者がDXの導入・活用をする際に支援する能力を高める。

上記方針を本事業計画に組み入れ、PDCAのマネジメントサイクルで実行、管理する。

### 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]

これまで実施していない。

[課題]

今後は独自に地区内景況調査・小規模事業者実態調査を行うことにより、データ分析整備し、

地区内の小規模事業者の実態動向・ニーズ・課題等を把握する。又調査結果は会報やホームページに掲載し、小規模事業者に周知するとともに事業計画策定の基礎資料として活用する。

## (2) 目標

地域の経済動向・地域ニーズを把握し、小規模事業者の事業計画策定に活用するため、会報及びホームページにて情報提供する。

| 事業内容                | 公表方法  | 現 行 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|---------------------|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ① 地区内景況調査の情報公表回数    | HP 掲載 | 未実施 | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| ② 小規模事業者実態調査の情報公表回数 | HP 掲載 | 未実施 | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| ③ 「RESAS」による情報公表回数  | HP 掲載 | 未実施 | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |

## (3) 事業内容

### ① 地区内景況調査の実施

経営指導員等による定期的な巡回訪問や金融相談、記帳・税務相談などの際に、「地区内景況動向調査」を行う。地域内では人口減少に伴う商工業者の売上減少が深刻な状況であることから、対象業種は小売業・サービス業、製造業、建設業から毎年20企業を対象に聞き取り調査を実施し、調査結果をホームページに掲載することにより、小規模事業者が事業計画を策定する際に活用できることを目的とする。

#### 《調査項目》

- ・売上額、従業員増減、設備投資状況、資金繰り、借入金難易度、採算、引合い 受注残、景況、借入金利、受取手形期間、原材料在庫、商品在庫、今直面している経営上の問題点
- ・確定申告時の税務データ
- ・金融指導時における決算資料からのデータ収集分析
- ・労働保険年度更新指導時の賃金データや工事請負状況

#### 《調査手法》

経営指導員等による定期的な巡回訪問の際、事業者からヒアリング調査を実施しデータを収集・分析する。また、経営指導員以外の職員や、人事交流で職員の変更があっても柔軟に対応できるよう、調査データを出雲崎町商工会の共有フォルダ（県連合会サーバー）に格納し、自由にネットワークにアクセスできる体制にする。

### ② 小規模事業者実態調査の実施

景況調査同様に巡回訪問の際に、「小規模事業者実態調査」を行う。地域内の高齢化・後継者難・廃業等が問題になっていることから、小規模事業者の販売する商品又は提供する役務の内容、保有する技術・ノウハウ、従業員等の経営資源の内容、財務内容その他の経営状況を把握するため、地区内小規模事業者を対象に聞き取り調査を実施し、調査結果をホームページに掲載することにより、小規模事業者が事業計画を策定する際に活用できることを目的とする。

#### 《調査項目》

- ・小規模事業者の経営実態（仕入先、販売先、今後の経営方針等）
- ・小規模事業者の強み、弱み
- ・小規模事業者が地域社会で取り組んでいる社会的課題

#### 《調査手法》

経営指導員等による定期的な巡回訪問の際、事業者からヒアリング調査を実施し、データを収集・分析する。また、経営指導員以外の職員や人事交流で職員の変更があっても、柔軟に対応できるよう調査データを出雲崎町商工会の共有フォルダ（県連合会サーバー）に格納し、自由にネットワークにアクセスできる体制にする。

### ③ 地域経済分析システム「RESAS」による情報の収集・活用

商工会の経営指導員が「まち・ひと・しごと創生本部」が提供する地域経済分析システム「RESAS」を活用し、地域の経済動向分析を行い小規模事業者が自社の現状・外部環境を把握・判断する資料として提供すると共に、調査・分析した結果をホームページ等で公表する。

《調査項目》

人口マップ：地域内人口の推移、生産人口、消費人口等、人口推移の調査分析

地域経済循環マップ：生産分析による地域内主要産業の生産額、付加価値額、雇用者所得等の調査分析

産業構造マップ：地域内産業の現状等の調査分析

観光マップ：滞在人口率、From-to 分析、メッシュ分析等による地域内滞在人口推移、滞在人口流入、月別・日別・時間帯別の流動人口の調査分析

### ④ 景気観測会議の開催

地区内景況調査・小規模事業者実態調査・RESASなどの調査結果を踏まえて、町担当課と経営指導員・一般職員が3ヶ月に1回会合を行い、地域の直面する問題・課題等洗い出して、お互いが情報共有を図り、地域の実情を把握するとともに、巡回指導の際に活用することを目的とする。

| 事業内容              | 公表方法  | 現 行 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|-------------------|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①地区内景況調査数         | HP 掲載 | 未実施 | 20    | 20    | 20    | 20    | 20    |
| ②小規模事業者実態調査数      | HP 掲載 | 未実施 | 166   | 166   | 166   | 166   | 166   |
| ③「RESAS」による情報公開回数 | HP 掲載 | 未実施 | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| ④景気観測会議回数         | —     | 未実施 | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     |

### (5) 調査結果の活用方法

- 事業計画策定等の際、活用いただくことを目的として、調査した結果は当会ホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- 対話と傾聴を基本的な姿勢として調査を行い、調査によって事業者との信頼関係が築けるよう心掛ける。調査結果の活用支援（提案）を行う。
- 経営指導員等が巡回指導を行う際の事業計画作成支援に活用する。

## 4 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

[現状]

需要動向調査は実施していない。また、多くの小規模事業者は「売れる商品を販売するという視点」に欠けているケースが見受けられる。

[課題]

経験や思い込みによって商品・サービス等を提供した結果、顧客ニーズとの開きがあり事業の成果が上がらないケースが多々ある。また、商工会の経営指導員も調査に必要な方法・ノウハウが不足しているため、効果的な支援ができないなどの課題がある。

### (2) 改善方法

小規模事業者に対し、いわゆるマーケットインの考え方を浸透させるため小規模事業者の販売する商品または提供する役務の需要動向調査を実施する必要がある。

まず、現状を改善するきっかけとして地区内の小規模事業者が販売している土産品等の知名度を向上させ、販路拡大と併せて地域のPRを行うため、それら品目を主な対象とした需要動

向調査を実施する。調査は主に地域内外の消費者のニーズや嗜好を把握するため地域内で行うものと、主に県内他地域や首都圏の企業バイヤーを対象として物産展・出展時に行う。これにより新商品の開発や商品改良に必要な地域の消費者ニーズ等と、企業バイヤー等買い手のニーズの把握、全国的な市場動向の捕捉が可能となる。

次に個社支援を行う小規模事業者の販売する商品又は役務を調査対象とするものとして需要動向分析シートを作成し、小規模事業者に提供する。小規模事業者がこのシートを活用し、顧客から直接自社の商品・役務の評価や買い手のニーズを聞き取り調査できるように支援を行っていく。

以上の手法を検証・総括するために需要動向検討会を開催する。上記需要動向調査によって収集した情報は、この需要動向検討会において整理・分析を行う。小規模事業者に配布した需要動向分析シートは需要動向検討会が回収の上、必要に応じてコメントを付記・返却することで当該小規模事業者に対するフィードバックも行い、個社支援に繋げる。

### (3) 目標

#### ①「土産品等需要動向調査」の実施

| 現行  | R5 年度   | R6 年度   | R7 年度   | R8 年度   | R9 年度   |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|
| 未実施 | 年 1 回実施 | 年 1 回実施 | 年 1 回実施 | 年 1 回実施 | 年 1 回実施 |

※「天領の里」において年 1 回実施

| アンケート調査対象事業者数<br>※( )は標本数 | R5 年度     | R6 年度     | R7 年度     | R8 年度     | R9 年度     |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                           | 3 (3,000) | 3 (3,000) | 3 (3,000) | 3 (3,000) | 3 (3,000) |

#### ②「物産展・出展時需要動向調査」の実施

| 現行                        | R5 年度     | R6 年度     | R7 年度     | R8 年度     | R9 年度     |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 未実施                       | 年 1 回実施   | 年 1 回実施   | 年 1 回実施   | 年 1 回実施   | 年 1 回実施   |
| アンケート調査対象事業者数<br>※( )は標本数 | 3 (1,500) | 3 (1,500) | 3 (1,500) | 3 (1,500) | 3 (1,500) |

#### ③「需要動向分析シート」の作成・活用による個社支援件数

| 現行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 未実施 | 5 件   | 5 件   | 5 件   | 5 件   | 5 件   |

※フォローアップ支援事業者数と同数（後述 P17）。

#### ④「需要動向検討会」の開催

| 現行                 | R5 年度                                    | R6 年度                                    | R7 年度                                    | R8 年度                                    | R9 年度                                    |
|--------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|
| 未実施<br>※( )内は開催予定月 | 年 4 回<br>開催<br><br>(4 月、7 月<br>10 月、1 月) | 年 4 回<br>開催<br><br>(4 月、7 月<br>10 月、1 月) | 年 4 回<br>開催<br><br>(4 月、7 月<br>10 月、1 月) | 年 4 回<br>開催<br><br>(4 月、7 月<br>10 月、1 月) | 年 4 回<br>開催<br><br>(4 月、7 月<br>10 月、1 月) |

※検討結果は、該当個社へ速やかに情報提供する。

### (4) 事業内容

個社支援を行う小規模事業者の販売する商品又は役務を調査対象として、土産品等需要

動向調査を実施する。

①土産品等需要動向調査の実施（新規事業）

ア 調査目的：

地区内の小規模事業者が販売する米、日本酒、麺類、提供する役務について、地元消費者及び地域外からの観光周遊客のニーズや嗜好を把握し、新商品の開発や既存商品の改良に活用するため。

イ 調査対象：※

- ・「天領の里」（出雲崎地区）の来場者（年間約 30 万人）  
来館客構成…新潟県内 65%、新潟県外 30%、地域内 5%

ウ 予定調査項目：

- ・商品の価格評価、数量評価、形状評価、選択（購入）理由
- ・類似商品との比較評価
- ・消費者の居住地、来店理由、来店手段、当該商品購入頻度
- ・地域のイメージ（地域資源に期待するもの）
- ・現在地区内で購入している商品
- ・今後地区内で購入したい商品・役務
- ・改善点や意見要望 他

エ 調査手法：

調査対象施設における個社取扱いの土産品等委託販売品目について、来場する消費者及び域外観光周遊客を対象に、アンケート用紙及び回収箱を通年設置する。アンケートの回収率を高めるため、回答者には抽選で土産品等が当たる工夫を施し、約 2 千枚の回収を目指す。

オ 活用方法：

調査対象の商品及び役務の取扱い事業者に対し、商品や提供する役務、ターゲット販売方法等を検討し、これを分析・整理し巡回時に情報提供することで、事業計画策定や新商品開発、既存商品の改良、新たな役務の提供等、新たな需要の開拓につなげる。

※「土産品等需要動向調査」を実施する委託販売施設「天領の里」について

江戸時代、天領（幕府の直轄地）だった出雲崎は、佐渡からの金銀を荷揚げする港町として繁栄した。海岸沿いの道の駅『越後出雲崎天領の里』のメイン施設「天領出雲崎時代館」で、当時の賑わいを体感できる。代官所、御奉行船、江戸時代の街並など、立体的な空間が次々と展開し、照明や音響によって臨場感も体感できる。また時代館に併設された「出雲崎石油記念館」では明治時代、日本で初めて石油採掘に機械方式を用い成功をおさめた出雲崎の石油に関する資料等を展示している。他には日本海の幸を堪能できるオーシャンビューのレストラン「陣や」、海産物や地元の特産品等が並ぶ「物産館」などが併設されている。他参考データを以下に記載。

設置者…出雲崎町

指定管理者…シダックスフードサービス㈱越後出雲崎天領の里

販売事業者数…地域内で土産品等を製造・販売する小規模事業者を中心に約 30 事業者

販売品目…地域内の特産品を中心に約 500 品目

②物産展への出展時における需要動向調査の実施（新規事業）

ア 調査目的：

地区内の小規模事業者が出展する商品等について、全国的な市場動向との適合度合い、改良が必要な項目、今後需要が見込まれる新商品開発の指針等を得るため。

イ 調査対象：

詳細は後述 8 ①にて記載するが、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。

物産展の会場において、消費者の嗜好やニーズについて直接聞き取り調査を行う。

ウ 予定調査項目：

- ・ 出展商品の価格評価、数量評価、形状評価
- ・ 売れ筋商品の種類、形状、同種商品群との比較
- ・ 消費者の嗜好
- ・ 出展商品の改善点や意見要望
- ・ 今後需要が見込まれる商品市場分野動向 他

エ 調査手法：

出展に際して商工会職員も開催会場へ同行し、出展事業者あたり 1 日 50 名 10 日間で 500 名の消費者に対して直接聞き取り調査を行う（ふるさと祭り東京を想定）。

なお物産展の開催前には各出展分野の外部専門家を招聘し、事前研修・講習会を開催する。これにより、単なる出展ではなく、成果重視の意識醸成がなされるよう誘導する。

オ 活用方法：

新商品を開発して物産展や展示会で売り込む場合では、買い手ニーズを踏まえる必要がある。この調査では買い手ニーズの把握、全国的な市場動向を捕捉し、当該出展者へ速やかにフィードバックし改良等について提案、今後の新商品開発や現行商品の改良に活用する。

③需要動向分析シートの作成・活用による個社支援（新規事業）

ア 事業目的：

事業計画を策定した小規模事業者の販売する商品、提供する役務について、顧客や消費者の評価や改善点を把握し、事業計画にさらに反映させていくため。

イ 調査対象：

事業計画策定支援を行った小規模事業者

ウ 調査時期：

事業計画策定支援後に小規模事業者ごとに随時実施する。

エ 調査手法：

新たに「需要動向分析シート」を作成する。シートは主要な業種ごとに作成（飲食業、卸売小売業、製造業、建設業、宿泊業、サービス業の 6 種類）。事業計画の策定支援を行った小規模事業者はこのシートを配布し、商品販売・役務提供後に顧客や消費者から記入してもらうように指導を行う。シートは後述④の需要動向検討会宛てに直接郵送回収する方法等により収集する。これにより忌憚のない意見（消費者ニーズ）が収集可能となる。小規模事業者に配布した需要動向分析シートは需要動向検討会が回収の上、必要に応じてコメントを付記・返却することで当該小規模事業者に対するフィードバックも行い、個社支援に繋げる。

オ 予定調査項目：（別表のとおり）

(予定調査項目別表)

| 分析シート<br>配布業種 | 主な調査項目                                                                                                                                                                            | 活用方法                                              |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 飲食業           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・メニューの評価（価格、数量、味等）</li> <li>・役務の評価（提供時間、接客態度等）</li> <li>・重視する分野（雰囲気、郷土食等）</li> <li>・当店を選んだ理由</li> <li>・他店との比較</li> <li>・興味のある食材</li> </ul> | 新メニュー開発、現在のメニューの改良、使用食材の改良、接客態度の確認等               |
| 卸売小売業         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品の評価（価格、数量、形状、分量等）</li> <li>・役務の評価（接客態度、納期等）</li> <li>・重視する分野（価格、納期等）</li> <li>・当店を選んだ理由</li> <li>・他店との比較</li> </ul>                     | 新商品開発、現行品、現行役務の改良、使用材料の改良、品揃えの見直し、接客態度の確認等        |
| 製造業           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・製品の評価（技術、価格、納期、形状、耐久性等）</li> <li>・重視する分野（価格、納期等）</li> <li>・当事業所を選んだ理由</li> </ul>                                                          | 作業工程の改善、新製品の開発、現行製品の改良、商品パッケージの改良、価格設定等           |
| 建設業           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・役務の評価（価格、技術、迅速性等）</li> <li>・住宅新築等に際し重視する分野</li> <li>・当事業所を選んだ理由</li> <li>・同業他社との比較</li> <li>・現在の住まいに関する不満</li> </ul>                      | 建築プラン開発、コンサルティング分野の改良耐震技術などの施工方法・技術の改良、広告宣伝分野の改良等 |
| 宿泊業           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・役務の評価（価格、接客態度、提供メニュー等）</li> <li>・重視する分野（設備、食事、雰囲気、価格、体験プラン等）</li> <li>・当店を選んだ理由</li> <li>・5 商工会地区の地域資源に期待するもの</li> </ul>                  | 宿泊プラン等新商品開発、現行役務の改良、接客態度の確認、当地区地域資源を活用した販路開拓等     |
| サービス業         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・役務の評価（価格、接客態度、提供メニュー等）</li> <li>・重視する分野（迅速性、価格、技術等）</li> <li>・当店を選んだ理由</li> <li>・同業他社との比較</li> </ul>                                      | 新商品開発、現行品、現行役務の改良、接客態度の確認等                        |

④ 需要動向検討会の開催（新規事業）

上記①、②、③により収集した情報は、需要動向検討会にて整理分析する。需要動向検討会は経営指導員等の他、外部専門家1名で構成し、年間4回（四半期に1回）の頻度で開催する。検討会では現状評価・要望・要改善項目等を示し、消費者ニーズを洗い出す。それを基に、出席者で意見、見解を出し合い、外部の専門家から総括してもらう。

情報を収集・分析することにより、地域内の消費者嗜好、全国的な消費動向、あるいはこれらの比較について明確化できるだけでなく、経営指導員等自身も実際の市場動向を体感できるため、マーケットインに基づいた個社に対する経営指導の浸透が強化される。検討会では日経テレコンPOSEYES等、外部情報との比較・分析も行い、市場全体のマーケット予測も取り入れていく。

なお、需要動向分析シートは必要に応じてコメントを加え、当該小規模事業者へ速やかにフィードバックし、消費者ニーズに対応した商品開発や商品役務の改良、経営計画の策定・修正等に活用していく。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

これまでは、金融や税務に関する相談があった際に事業者の経営状況について分析する状況であった。分析内容も喫緊の課題に対する財務分析が主であったため、事業者の利害関係者、経営資源、経営環境に関する分析までには至っていなかった。

#### [課題]

財務分析に留まらず、小規模事業者の利害関係者、経営資源、経営環境に関する経営分析を実施し、小規模事業者の強み・弱み・機会・脅威を把握した上で、事業計画策定及び経営戦略立案のための資料として活用できるよう支援するとともに、自らの経営分析を自発的・自律的に実施し、事業計画を自ら策定できるかが課題である。なお、経営状況の分析支援にあたっては、セミナーや巡回指導等を通じて事業計画の策定に意欲を示した小規模事業者を重点支援先として選定し実施していくこととする。

### (2) 目標

経営分析の重要性を理解することで、事業計画策定の必要性和今後の経営戦略の方針を定めることができ、場当たりの経営から、事業計画に基づく経営に移行できることを目標とする。

| 支援内容                        | 現行    | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①セミナー開催回数(全体)<br>※カッコ内は参加人数 | 0 (0) | 1 (5) | 1 (5) | 1 (5) | 1 (5) | 1 (5) |
| ②経営分析事業者数                   | 4     | 15    | 15    | 15    | 15    | 15    |

### (3) 事業内容

#### ①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

実際に参加者自らが経営分析を行う「ワークショップ型のセミナー」を通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し配布するとともに、当会ホームページでも掲載することで広く周知し、巡回・窓口相談時に案内する。

#### ②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い10者を選定

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、対話と聴講を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

| (内部環境)                            | (外部環境)                                                                          |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| ・商品、製品、サービス<br>・仕入先、取引先<br>・人材、組織 | ・技術、ノウハウ等の知的財産<br>・デジタル化、IT活用の状況<br>・事業計画の策定・運用状況<br>・商圏内の人口、人流<br>・競合<br>・業界動向 |

【分析手法】対話と聴講を通じて本質的な課題を抽出し、事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

#### (4) 分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- 分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

### 6. 事業計画策定支援に関すること

#### (1) 現状と課題

##### [現状]

小規模事業者は、日々の事業活動の中での経験や感覚に基づいて経営を行っており、事業計画に基づいて経営している事業所は少なく、その必要性を認識している事業所も数少ない。また自社の強み、弱み、経営課題の把握が十分ではないため、事業計画の策定が容易でないのが現状である。

##### [課題]

こうした状況を踏まえ、事業計画策定の知識と必要性をテーマとしたセミナー・ITセミナー及び個別相談会を開催、周知するとともに小規模事業者自らが事業計画を策定できるように支援する必要がある。

加えて当地域においては、直近5年間で商工業者の減少が、人口減少より大きい状況にあり、創業予定者の確保が課題である。

#### (2) 支援に対する考え方

事業者が経営課題を解決するため、上記3～5の地域の経済動向調査、経営状況に分析、需要動向調査を踏まえ、事業計画策定の知識と必要性をテーマとしたセミナーを企画、開催する。他に専門家・専門機関とも連携し事業計画策定を支援、伴走型の指導・助言により小規模事業者の持続的発展を支援する。加えて、若手経営者と創業予定者にも重点を置き、創業セミナーを開催、創業予定及び創業後3年未満の小規模事業者を支援する。

事業計画策定前段階においてはDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

上記5.で実施するワークショップ型のセミナーを通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と聴講を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

#### (3) 目標

事業計画を策定し、関係各機関を利用した伴走型支援を行っていくことにより、魅力ある企業へと持続的な発展に繋げることを目標とする。

| 支援内容                          | 現 行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|-------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①DX推進セミナー開催回数<br>※（ ）内は参加人数   | 0    | 2(10) | 2(10) | 2(10) | 2(10) | 2(10) |
| ②事業計画策定セミナー開催回数<br>※（ ）内は参加人数 | 0    | 2(10) | 2(10) | 2(10) | 2(10) | 2(10) |
| ③事業計画策定事業者数                   | 2    | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     |
| ④創業セミナー開催回数<br>※（ ）内は参加人数     | 0(0) | 1(2)  | 1(2)  | 1(2)  | 1(2)  | 1(2)  |
| 創業計画策定事業者数                    | 0    | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| 第二創業計画策定事業者数                  | 0    | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| 経営革新計画策定事業者数                  | 0    | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |

#### (4) 事業内容

##### ①D X推進セミナー・I T専門家派遣の開催

D Xに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にD Xに向けたI Tツールの導入やW e bサイト構築等の取組を推進していくために、チラシ配布及び当会HPで周知したうえで、小規模事業者向け及び指導者向けセミナーを各2回開催し、指導者向けセミナーについては経営指導員以外の一般職員も参加し、小規模事業者及び事業所の経営幹部に対しても伴走支援できるよう複数回受講し、スキルアップを図る。

##### ②事業計画策定セミナーの開催

事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行い、事業計画に基づく経営が事業の持続的発展につながることを小規模事業者に啓蒙し、作成支援の為のセミナー及び個別相談会を各1回開催する。

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく

##### ③事業計画書作成支援の実施

事業計画を作成することで事業者の意識や考えが深まり、事業の優先順位が明確になる。また、事業計画は事業関係者、従業員、金融機関に事業者の考えを伝える有効なツールになる。小規模事業者自らが事業計画を策定し、それに沿った経営を実施していくことが事業の持続的発展のためには有効であることを周知し、その有効的な活用を当会ホームページで小規模事業者に広く啓発していくことにより、経営の持続的発展に寄与する。

併せて、日本政策金融公庫のマル経融資制度の拡充（小規模事業者経営発達支援融資制度）や小規模事業者持続化補助金及びものづくり補助金等の支援を認定機関の強みとして積極的に活用し、さらなる経営の持続的発展に寄与する。

##### ④創業セミナーの開催及び創業計画書作成支援

定期的に創業セミナー（年1回以上開講）・第二創業・経営革新セミナーを開催する。取り組みとしては、広く創業・第二創業者を募り、募集状況によって開催数を拡大する。また、創業予定者と一緒になって創業計画の策定・実行支援を行う。

なお、国、新潟県、出雲崎町、各支援機関が行う支援策について、随時、商工会報及びHP等で周知する。

※事業計画策定セミナー及び創業セミナーを実施する。

※創業・第二創業・経営革新計画支援の対象者は、支援内容についてフォローアップする。

#### 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]

事業計画を策定した支援対象者の小規模事業者、創業者・第二創業者に対し、適宜巡回指導等により計画の進捗度合や効果などを確認する程度であり、訪問回数も少なかった。

[課題]

これまで実施しているものの、不定期であり、訪問回数が少ないことが課題である。

##### (2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員が一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

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や事業者の課題等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップを行う。

##### (3) 目標

経営支援室の定期会合において、支援対象事業者が抱える課題、問題点、悩み等について情

報共有しながら自らの資質向上を図る。さらに事業計画がより確実に実行されるよう支援し、小規模事業者の持続的発展を目指す。

「フォローアップ対象事業者数」

| 支援内容                             | 現 行 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|----------------------------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 事業計画策定に係る<br>フォローアップ対象事業者数       | 2   | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     |
| 事業計画策定に係るフォローア<br>ップの頻度（延べ回数）    | 4   | 18    | 18    | 18    | 18    | 18    |
| 売上増加事業者数                         | 0   | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     |
| 創業計画策定に係る支援<br>※（ ）内はフォローアップ回数   | 0   | 2(4)  | 2(4)  | 2(4)  | 2(4)  | 2(4)  |
| 第二創業計画策定に係る支援<br>※（ ）内はフォローアップ回数 | 0   | 2(4)  | 2(4)  | 2(4)  | 2(4)  | 2(4)  |
| 経営革新計画策定に係る支援<br>※（ ）内はフォローアップ回数 | 0   | 2(4)  | 2(4)  | 2(4)  | 2(4)  | 2(4)  |

#### （４）事業内容

フォローアップのための巡回訪問

##### ①支援対象者

事業計画を策定した小規模事業者、創業者、第二創業者

##### ②支援手法・内容

売上高や利益率の推移等が計画どおりでない場合、原因を特定し、事業計画の見直し・修正を図る。事業計画を実施する上で、新たな資金の借入れが必要な場合は、日本政策金融公庫や長岡地域の金融機関と連携し資金支援を実施する。

また、必要に応じてエキスパートバンクやミラサポ、よろず支援拠点等と連携しながら、計画の問題点を改善する等フォローアップを実施する。また、事業計画のより円滑な実行のために、国・県・町等の支援施策も活用し支援していく。

フォローアップの頻度について、事業計画策定については事業計画策定3者のうち、1者は毎月1回、1者は四半期に1度、他の1者については年2回とする。創業計画策定・第二創業計画・経営革新計画策定については1事業者あたり、それぞれ年2回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生 要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

##### ③支援対象事業者に対する効果

事業計画と実績の乖離の有無を確認し、併せてその時点での進捗状況確認や問題点を洗い出すなど事業計画策定後のフォローアップを実施することで、より実現性の高い事業計画のもと事業に取り組むことができる。

## 8. 新たな需要の開拓支援に関すること

### （１）現状と課題

#### 〔現状〕

これまで実施していない。

地域内の小規模事業者の多くは物産展への出店やオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

また、商工会簡易ホームページ作成ツール「GOOPE」はこうした小規模事業者にとって、自社のセールスポイントを対外発信するのに最適な手法であるが、事業者の高齢化もあり、操作説明会を効率的に実施できなかった。

〔課題〕

展示会出展の事前・事後のフォローが十分に行えるかが課題。今後、新たな販路開拓にはDX推進が必要であることを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

## （２）支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される「ふるさと祭り東京」などの既存の展示会への出展を目指す。

物産展参加へのハードルを下げる支援として、ブース出展を共同にすることで一事業所に係る負担削減を図ることができる。併せてブース出展へ至るまでの間に各種物産展の斡旋や出展する小規模事業者を対象に事前研修・講習会を開催する。「GOOPE」に関しては、新潟県商工会連合会担当者を招聘した「GOOPE操作研修会」を開催する。その後の支援は必要に応じて対応していく。今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

## （３）目標

| 支 援 内 容                                     | 現行   | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|---------------------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①物産展出展事業者数<br>（ ）内は売上目標(単位：万円)              | 0(0) | 3(30) | 3(30) | 3(30) | 3(30) | 3(30) |
| ②GOOPE操作支援事業者数<br>（ ）内は対前年比売上2%増の出<br>店事業者数 | 0(0) | 1(1)  | 1(1)  | 1(1)  | 1(1)  | 1(1)  |
| ③ECサイト出店事業者数<br>（ ）内は対前年比売上2%増の出<br>店事業者数   | 0(0) | 1(1)  | 1(1)  | 1(1)  | 1(1)  | 1(1)  |
| ④DXセミナーの開催<br>（ ）内は参加人数                     | 0(0) | 2(15) | 2(15) | 2(15) | 2(15) | 2(15) |

## （４）事業内容

### ①物産展への出展（新規事業）

小規模事業者が自社製品とりわけ「地域資源・特性を生かした自社製品」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・工業・サービス業の小規模事業者に対して国内最大級の物産展「ふるさと祭り東京」等への出展支援を行う。出展の準備段階では、ふるさと祭り事務局を招聘し、事前研修・講習会を開催する。講習会では商談前における準備事項や商談時のプレゼンテーション力、交渉力の向上について学ぶ。これにより、単なる出展に留まらず、成果重視の意識醸成もなされるよう誘導する。また、商工会職員もブース出展に参加することで、ブースへの呼び込みや商品または役務の具体的説明をフォローしPRも可能となり、出展業者への個社支援を行うことができる。さらに、出展を経験することで認知度の向上を図るだけではなく、首都圏並びに全国の企業パイヤーに対する新規取引開拓や取引深耕が実現するよう支援する。

出展後は、出展時における需要動向調査の結果をもとに提供商品の改良などを実施し、商品の訴求力向上につながるよう伴走支援する。また出店者にはGOOPEによるホームページの構築を推奨支援するとともに、ふるさと祭りへの出展等を掲載するなどして情報発信し、新たな販路拡大につながる支援を行う。

【物産展の名称】ふるさと祭り東京

【物産展の概要】2020年1月まで11回開催されている日本国内最大級の飲食物産

展イベント（新型コロナの影響により2021年、2022年は中止）、毎年1月中旬に10日間開催され、「全国ご当地どんぶり選手権」が目玉の飲食・おまつり観覧イベント。飲食ブースは300ブース、来場者は10日間で40万人を超える。2023年1月は1/13（金）～1/22（日）に開催が予定されている。

【物産展の対象者】ご当地の食材にこだわった逸品や地域に根付いたご当地グルメ、伝統の技を誇る工芸品など

【物産展の規模】飲食ブースは300、2020年の来場者は10日間で443,237人。

#### ②「GOOPE操作研修会」の開催（新規事業）

新潟県連から担当者を招聘し「GOOPE操作研修会」を開催する。参加者からは、通信販売による売上増、全国からの集客、対外的な信頼度の向上等、GOOPE導入による経営力向上の必要性を理解してもらうことができる。操作研修会参加者へのアフターフォローとして実際のHP掲載操作、画面更新操作、オンライン販売操作等その後の支援は必要に応じて対応する。

#### ③「ECサイトへの出店支援」（新規事業）

「GOOPE操作研修会」の受講者を対象に、全国商工会連合会公式サイト「ニッポンセレクト」への出店を支援するとともに、出店により対前年比2%の売上増を目標に販売促進策等の支援を実施する。

※「ニッポンセレクト」は、楽天市場、Yahoo ショッピング等大手ECサイトにも出店し受注機会の充実が図られている。

#### ④「DXセミナーの開催」（新規事業）

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

## 9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

### （1）現状と課題

#### 〔現状〕

平成30年に三島町・和島村・関原地区・二和地区・出雲崎町の5商工会で構成する「長岡地域西部連合商工会（幹事：三島町商工会）」として経営発達支援事業が採択され、毎年各1回の経営発達支援事業推進委員会と経営発達支援事業評価委員会を開催してきた。

#### 〔課題〕

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、主事業である物産展の出展関連事業は実施できなかった。感染対策を講じた物産展の選定が課題である。

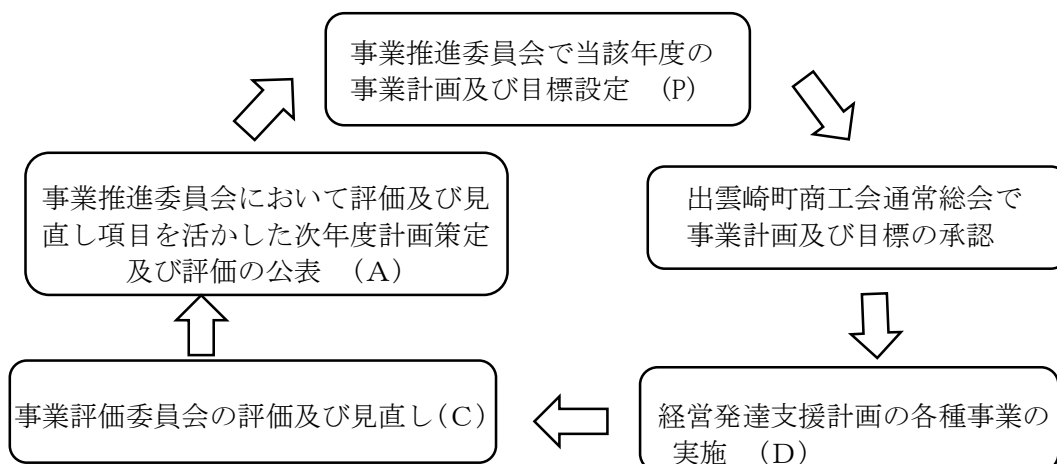
### （2）事業内容

経営発達支援事業の実施に当たり、事業の評価及び見直しをするための仕組みとして以下のとおり取り組む。

- ①経営支援室の会議において定量・定性的分析を行い評価と見直し案を検討し、年度末及び年度中間期の2回、事業評価委員会へ提示する。
- ②事業評価委員会を設置し、経営支援室が実施する経営発達支援事業の内容をチェック・評価し、改善内容等を年度末及び年度中間期の2回の定例会及び必要に応じて随時開催し助言する。
- ③事業評価委員会の委員構成は6名とし、正副会長、出雲崎町産業観光課長、法定経営指導員、中小企業診断士（地区外）とする。
- ④評価結果は商工会の機関紙・HP掲載し、また行政機関窓口や各商工会事務所に閲覧できるようにする。
- ⑤評価結果を活かした次年度事業計画を事業推進委員会で策定し、その内容を議論し検討する。

⑥経営支援室は、事業推進委員会で設定し出雲崎町商工会通常総会で承認された当該年度の事業計画及び目標に従い、経営発達支援計画の各種事業を実施する。

【事業推進並びに事業評価にかかるサイクル】



## 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]

小規模事業者（個社）が作成した事業計画書に基づいて経営を進めるため、支援の最前線にいる経営指導員は個々の経営に関する知識や情報、先見性を備えたマンパワーによる指導能力が求められる機会が多いが、それぞれの支援能力に差があることが現状である。

一般職員においては、経営支援の最前線に居る経営指導員と共に小規模事業者の支援を行っているが、経営指導を行うために必要な経営分析能力をはじめ、需要分析、販路開拓、需要調査の活用方法等経営発達支援を進めるに必要な能力は経営指導員より不足している。そのため小規模事業者の経営指導は経営指導員に任せることが多かった。

#### [課題]

経営指導員の支援能力の向上（底上げ）が課題である。経営指導員は経営分析能力をはじめ、需要分析、販路開拓、需要調査の活用方法、需要拡大策、経営改善提案等の経営発達支援を進める能力が必要であるが、個々において十分な知識を有する者が少なく、専門家より代わりに指導をしてもらうことが多かった。より充実した経営発達支援を進めるため、専門的知識の習得や企業訪問時の意見徴収方法、提案方法等のスキルの向上が求められている。

また、経済動向や支援事業の情報を小規模事業者と共有していない現状から、支援事業活用の機会を失う恐れがあり、情報を共有する仕組みの構築が必要である。

一般職員はより充実した経営発達支援を進めるため、経営指導員同様の専門的知識の習得や企業訪問時の意見徴収方法等のスキルの向上が課題である。

そして、経営指導員と一般職員の情報・専門的知識や能力の共有が必要となっている。

### (2) 改善方法

経営分析をはじめ、需要分析、販路開拓、需要調査の活用方法等専門知識の習得と支援能力の底上げ強化を行う。これにより指導能力の向上が図られ、小規模事業者に対してより充実した経営発達支援が可能となる。また、従来は行っていなかった「情報を共有化」することを PC の共有サーバーで実施する。これにより、経営指導員のみならず一般職員も経済動向や支援事業の情報を小規模事業者に漏れなく伝えることが可能となる。

また、小規模事業者等の経営分析や事業計画策定の支援にあたっては、経営指導員と一般職員がチームで小規模事業者を支援することで、O J T による伴走型支援の向上を図る。

### (3) 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】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び新潟県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

##### 【事業計画策定セミナー】

当会では、PDCA評価委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校三条校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

##### 【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の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、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

##### 【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

##### 【小規模事業者課題設定力向上研修】

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

#### ②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

### (4) 目標

| 支援内容                         | 現行 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|------------------------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 経営支援能力向上セミナー<br>(義務研修)       | 無し | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   |
| 事業計画策定セミナー<br>(中小企業大学校三条校実施) | 無し | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   |
| DX推進に向けたセミナー<br>(非義務研修)      | 無し | 2 回   | 3 回   | 3 回   | 3 回   | 3 回   |
| コミュニケーション能力向上研修<br>(非義務研修)   | 無し | 1 回   | 2 回   | 2 回   | 2 回   | 2 回   |
| 小規模事業者課題設定力向上研修<br>(非義務研修)   | 無し | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   |

## 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

### 11. 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]

現在行っている他の支援機関との情報交換の場は、地域の景況感や地元中小企業の現状について意見交換を行い、経営改善普及事業や小規模事業者の経営改善を図ることを目的に、日本政策金融公庫長岡支店と長岡支店管内 32 商工会の経営指導員が集まる「経営改善貸付連絡協議会」が年 1 回開催されていることで、小規模事業者の金融指導に寄与している。また、中小企業及び小規模事業者の経営力向上の下支えと、地域経済の活性化支援と商工会等経営指導員との情報交換並びに連携強化を目的に、新潟県信用保証協会長岡支店と「中小企業支援連携ミーティング」が年 1 回開催され、小規模事業者の支援に貢献している。

加えて、小規模事業者に円滑な税務支援を行うため、税務署、税理士会、商工会議所・商工会が小規模事業者に充実した税務支援体制の構築を行うことを目的に、「三者協議会」が年 1 回開催され、確定申告期における小規模事業者への円滑な税務支援の実施が可能となっている。

##### [課題]

課題として、各支援機関との会議においては、各支援機関の事業報告が中心で、支援機関と商工会が連携をして小規模事業者を支援していく情報交換が実施されていなかった。

#### (2) 改善方法

小規模事業者の新たな需要の開拓を進める基盤の構築を図るため、従来まで年 1 回実施していた情報交換の場に、当会との情報交換の場を 1 回増やし計 2 回とする。小規模事業者の動向、支援策ノウハウ等についての情報交換を、日本政策金融公庫長岡支店をはじめ、新潟県信用保証協会長岡支店・地元金融機関、他関係機関と情報交換を行い支援ノウハウの共有化を図る。

#### (3) 事業内容

##### ①小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会（マル経協議会）（既存事業改善）

###### ア 目的

経営発達支援事業を円滑に行うための金融支援（金融支援力の向上）

###### イ 参加者

日本政策金融公庫長岡支店長・融資課長・担当職員・経営指導員

###### ウ 開催時期

通常開催とは別に、当会と日本政策金融公庫長岡支店との連絡会を 11 月に開催

###### エ 協議内容

ア 小規模事業者に対する経営計画作成スキルと円滑な資金繰り

イ 創業予定者に対しては、創業資金や事業計画書作成について連携支援

ウ 第二創業を検討している小規模事業者への事業計画書作成支援

※ ア・イ・ウで得られる支援ノウハウとしては、小規模事業者に対する幅広い金融支援が可能となり、金融強化支援の連携が図られる。

###### オ 小規模事業者に対する効果

公庫と商工会が連携することで、小規模事業者は「個社」の事業を円滑にすすめることができ、キャッシュフローが改善され、販路開拓に積極的な取り組みができる。

##### ②中小企業支援連携ミーティング（既存事業改善）

###### ア 目的

経営発達支援事業をより円滑に行うための小規模事業者の経営力向上支援

###### イ 参加者

新潟県信用保証協会長岡支店長・課長・担当職員・経営指導員

- ウ 開催時期  
通常開催とは別に、当会と新潟県信用保証協会長岡支店との連絡会を11月に開催
- エ 協議内容  
(ア) 地域経済情勢について  
(イ) 金融情勢と四半期の保証状況  
(ウ) 創業者への重点支援について(創業塾等)  
※ (ア)・(イ)・(ウ)で得られる支援ノウハウとして、関係機関と連携した効果的な経営支援、再生支援と経営改善の加速化による中小企業・小規模企業ネットワーク及びサポート支援の推進が図られる。
- オ 小規模事業者に対する効果  
(ア) 県内外への販路開拓・拡大を図るについて、支援機関と連携し適正な経営発達支援を寄り添って実施することが可能となる。  
(イ) 連携して創業者に対する支援を行うことで、創業以後の経営不安を取り除き、支援計画策定が容易になり、事業実施を円滑に行うことが可能となる。

### ③(公財)にいがた産業創造機構(NICO)との懇談会の実施 (新規事業)

- ア 目的  
支援機関と連携を図り、これまで持ちえないノウハウを補完・強化し、創業者支援に関する情報提供と支援を行う。(創業支援力の強化)
- イ 参加者  
(公財)新潟産業創造機構・課長・担当職員・経営指導員
- ウ 開催時期  
年1回開催し、毎年10月で実施
- エ 協議内容  
(ア) 新潟県内において事業所を設置し、創業する若者や女性を対象に、新潟創業加速化事業の助成金利用方法について知識を習得した後、地域の若者や女性を対象にNICOと連携しながら助成金の交付条件や申請書類の記入支援をはじめ、創業計画書作成支援を行う。  
(イ) 県内外に自社(個社)の情報発信を続けている小規模事業者の、従来までの「広報」の方法について検証し、情報発信力を身に付け、マスメディアを味方にするテクニックについて学ぶことでメディアの反響により事業主はもとより、従業員の責任感が高まり、自社製品に対する意識が変わっていくことを理解し、得られた知識・情報を基に小規模事業者の支援を図る。  
(ウ) 中小企業・小規模企業の「挑戦」を徹底サポートするため、新潟県よろず支援拠点では、売上拡大、経営改善等経営上のあらゆる悩みの相談に「よろず支援拠点コーディネーター」が対応しており、経営に関するさまざまな問題が発生した場合、問題の早期解決のためにNICOの活用を支援する。  
※ ア・イ・ウで得られる支援ノウハウとして、国・県の施策を十分に認識・理解した上で創業(予定)者及び小規模事業者支援に対し、よりきめ細かな支援をすることが可能となる。
- オ 小規模事業者に対する効果  
にいがた産業創造機構と連携することで、ものづくり系支援力の強化が図られ、創業者や創業予定者、及び創業してから2～3年以内の小規模事業者はNICOの支援施策を伝え、支援施策の活用法について経営指導員が小規模事業者と向き合い、寄り添って説明指導することで伴走型支援に繋がっていく。

#### (目標)

| 支援内容      | 現行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|-----------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| マル経協議会の実施 | 1 回 | 2 回   | 2 回   | 2 回   | 2 回   | 2 回   |

|                   |     |     |     |     |     |     |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 中小企業支援連携ミーティング    | 1 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 |
| 産業創造機構（NICO）との懇談会 | 無し  | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |

### Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

#### 12. 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]

地域の行政や観光協会、JA、道の駅といった団体等がこれら課題の改善に取り組む連携の場がなかった。

###### [課題]

地域の行政や観光協会、JA、道の駅といった団体等がこれら課題の改善に取り組む連携の場を創出することで、より広域的な地域活性化が課題。さらにこうした取り組みが小規模事業者の持続的発展へ向けた間接的支援ともなることを目指す。

##### (2) 改善方法

行政、観光協会、JA、道の駅、商工業者、観光業者、農水産業者といった団体等の連携が図られていないため、その体制を整備・構築し懇談会を開催する。

##### (3) 事業内容

###### ①商工会、行政、観光協会、JA、道の駅、商工業者、観光業者、農水産業者、各地域団体等による広域連携体制の構築（新規事業）

###### ア 目的

出雲崎町の総合的な振興ビジョンを検討・確立する。

###### イ 実施主体

商工会・出雲崎町

###### ウ 実施時期

年 1 回（6 月初旬）

###### エ 事業内容

懇談会の開催

（主な懇談内容）

- ・地域の活性化に関する事業提案並びに改善策及び方向性の検討について
- ・課題である少子高齢化や人口減少に対応するため、祭りだけでなく観光面を含めたイベント事業での連携や交流人口の増加策について
- ・ビジネスマッチングについて
- ・新産業の創出について
- ・インバウンド消費の取り込みについて
- ・新たな特産品の開発について
- ・各地域の特産品販売や紹介をする場を創出し、インターネット通販等による、さらなる販路拡大の実現による小規模事業者の利益向上について
- ・商工会からの積極的な問題提起と事業提案、事業実行のための予算要望について

（懇談会開催の現状と今後の開催目標）

| 区分   | 現行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 開催回数 | 未実施 | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |

###### オ 支援対象

商工業者（小規模事業者含む）、観光業者、農水産業者

カ 小規模事業者に対する効果

より一層の地域活性化と小規模事業者の販路拡大を実現し、経営の持続的発展へ向けた間接的支援を行うことが可能となる。

## ②異業種交流（新規事業）

ア 目的

地域の異業種連携を促進し、新しい地場産業の創出を検討する。

イ 実施主体

商工会・出雲崎町

ウ 実施時期

5月下旬～6月初旬

エ 事業内容

専門家を交えた情報交換会の開催

（主な情報交換内容）

- ・ビジネスマッチングについて
- ・新産業の創出について
- ・インバウンド消費の取り込みについて
- ・新たな特産品の開発について

（情報交換会開催の現状と今後の開催目標）

| 区分   | 現行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 開催回数 | 未実施 | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |

オ 支援対象

商工業者（小規模事業者含む）、観光業者、農水産業者

カ 小規模事業者に対する効果

地域の異業種との交流が生まれ、広い視野での情報交換が可能となる。また、規模のメリットを活かした事業連携の可能性を探ることができる。

## ③地域の特産品等紹介の場を提供（既存事業の改善）

ア 目的

小規模事業者の販路拡大と域内交流人口の増加を支援する。

イ 実施主体

商工会・出雲崎町

ウ 実施時期

船まつり開催時

エ 事業内容

開催時に地区の特産品等販売（紹介含む）及び観光紹介コーナーを設置する。

（出品の現状と今後の実施目標）

| 区分             | 現行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|----------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 紹介コーナー<br>設置回数 | 未実施 | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |

オ 支援対象

商工業者（小規模事業者含む）、観光業者、農水産業者

カ 小規模事業者に対する効果

集客のある地域の祭りを販路開拓の場として有効に活用することができる。また、より一層の域内交流人口の増加を図ることが期待できる。

(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 4 年 1 1 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)                                                                                                                                                                      |     |         |     |                       |     |             |     |                |     |
| <div><div>事務局 長</div><div>出雲崎町<br/>・産業観光課</div><div>【経営支援室】<table><tr><td>法定経営指導員</td><td>1 名</td></tr><tr><td>経営指導員 (法定経営指導員 1 名兼任)</td><td>1 名</td></tr><tr><td>経営支援員 (補助員)</td><td>1 名</td></tr><tr><td>経営支援員 (記帳専任職員)</td><td>1 名</td></tr></table></div></div> |     | 法定経営指導員 | 1 名 | 経営指導員 (法定経営指導員 1 名兼任) | 1 名 | 経営支援員 (補助員) | 1 名 | 経営支援員 (記帳専任職員) | 1 名 |
| 法定経営指導員                                                                                                                                                                                                                                                             | 1 名 |         |     |                       |     |             |     |                |     |
| 経営指導員 (法定経営指導員 1 名兼任)                                                                                                                                                                                                                                               | 1 名 |         |     |                       |     |             |     |                |     |
| 経営支援員 (補助員)                                                                                                                                                                                                                                                         | 1 名 |         |     |                       |     |             |     |                |     |
| 経営支援員 (記帳専任職員)                                                                                                                                                                                                                                                      | 1 名 |         |     |                       |     |             |     |                |     |
| (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<br>■氏 名： 星 明人<br>■連絡先： 出雲崎町商工会 TEL 0258-78-2064                                                                                                                                                                                                     |     |         |     |                       |     |             |     |                |     |
| ②法定経営指導員による情報の提供及び助言<br>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<br>〒949-4305 新潟県三島郡出雲崎町羽黒町 4 3 1 番地 1<br>出雲崎町商工会<br>TEL 0258-78-2064 / FAX 0258-78-3693<br>E-mail : izumo051@shinsyoren.or.jp                                                                                                                            |     |         |     |                       |     |             |     |                |     |
| ②関係市町村<br>〒949-4392 新潟県三島郡出雲崎町大字川西 1 4 0 番地<br>出雲崎町産業観光課<br>TEL 0258-78-2291 / FAX 0258-41-7322<br>E-mail : shokou@town.izumozaki.niigata.jp                                                                                                                        |     |         |     |                       |     |             |     |                |     |

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

|                                               | 令和 5 年度<br>(令和 5 年 4<br>月以降) | 令和 6 年度 | 令和 7 年度 | 令和 8 年度 | 令和 9 年度 |
|-----------------------------------------------|------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| 必要な資金の額                                       | 7,000                        | 7,000   | 7,000   | 7,000   | 7,000   |
| <input type="checkbox"/> 地域景況調査事業費            | 100                          | 100     | 100     | 100     | 100     |
| <input type="checkbox"/> 小規模事業者実態調査事業費        | 1,000                        | 1,000   | 1,000   | 1,000   | 1,000   |
| <input type="checkbox"/> 経営計画策定・<br>実施支援事業費   | 500                          | 500     | 500     | 500     | 500     |
| <input type="checkbox"/> 創業・第二創業<br>経営革新支援事業費 | 200                          | 200     | 200     | 200     | 200     |
| <input type="checkbox"/> 小規模事業者販<br>路開拓支援事業費  | 5,000                        | 5,000   | 5,000   | 5,000   | 5,000   |
| <input type="checkbox"/> 地域活性化事業費             | 100                          | 100     | 100     | 100     | 100     |
| <input type="checkbox"/> 経営指導員等の資<br>質向上事業費   | 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、新潟県補助金、出雲崎町補助金、商工会費、商工会受託事業費、<br>商工会各種事業収入 |

(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<br>並びに法人にあっては、その代表者の氏名 |
|                                                |
| 連携する内容                                         |
|                                                |
| 連携者及びその役割                                      |
|                                                |
|                                                |
| 連携体制図等                                         |
|                                                |