経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	寺泊町商工会（法人番号 5110005012256） 長岡市（地方公共団体コード 152021）
実施期間	令和７年４月１日 ～ 令和１２年３月３１日
目標	**経営発達支援事業の目標** （１） 事業計画策定支援による小規模事業者の経営力の強化 （２） 販路開拓支援による小規模事業者の新たな需要の創出 （３） 事業承継計画策定による小規模事業者の事業の維持、発展 （４） 小規模事業者との対話と傾聴を通じた個社の経営力向上と地域全体の活力向上
事業内容	**Ⅰ．経営発達支援事業の内容** 3. 地域経済動向調査に関すること 小規模事業者景況調査及び外部データ活用による経済動向調査 4. 需要動向調査に関すること 来店者や特産品購入者に対する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 巡回指導・窓口相談対応時の経営指導員等による経営状況分析 6. 事業計画の策定支援 現状分析に基づいた実効性の高い事業計画並びに創業計画及び事業承継計画策定を支援 DX 活用セミナーの開催と経営の刷新 7. 事業計画策定後の実施支援 事業計画途中のフォローアップによる、着実な計画の実行 8. 新たな需要の開拓支援 SNS による情報発信及び ICT 化の実践的支援 「フードメッセ in にいがた」への出展支援
連絡先	寺泊町商工会　経営支援室 〒940-2502　新潟県長岡市寺泊坂井町 9769 番地 31 TEL：0258-75-2474　／　FAX：0258-75-3374 E-mail：tera052@shinsyoren.or.jp 長岡市 商工部 産業支援課 〒940-0062　新潟県長岡市大手通 2 丁目 6 番地 フェニックス大手イースト 6 階 TEL:0258-39-2222　／　FAX:0258-36-7385 E-mail：syougyo@city.nagaoka.ig.jp 長岡市 寺泊支所 地域振興・市民課 〒940-2592　新潟県長岡市寺泊烏帽子平 1977-8 2 階 TEL:0258-75-3105　／　FAX:0258-75-2238 E-mail：tr-sangyo@city.nagaoka.lg.jp

（別表１）
経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

１.目標

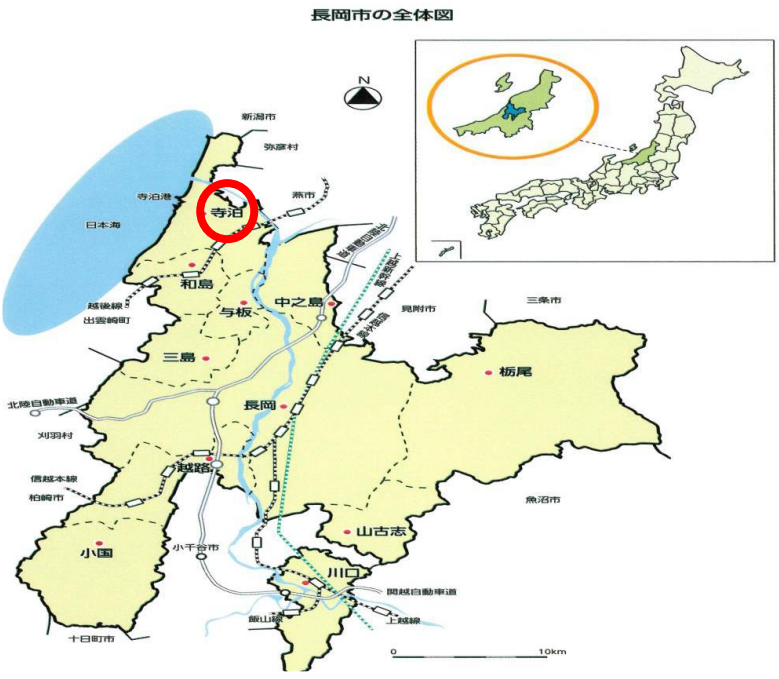
（１）地域の現状と課題

①現状

・立地

長岡市人口約２５．６万人の内、観光産業を担う寺泊地域は、人口８，１６９人（令和６年４月１日現在）、５８．１６㎢の面積を有し、新潟県のほぼ中央に位置している。長岡市内では唯一海を持つ地域で、千曲川から信濃川へと名前を変え、その氾濫を防ぐ目的で川を分岐させ、寺泊から日本海に注ぐ形にした大河津分水路からの土砂堆積により形成された広大な砂浜を持つ海岸部と、その背後に広がる丘陵地・水田地帯で構成されている。長岡市の北端に位置し、日本海に面した海岸線は約１６㎞、遠浅できれいな４つの海水浴場や海岸線を縦走する越後七浦シーサイドライン、温泉旅館や宿泊施設、霊峰弥彦山を登る弥彦山スカイラインなど、新潟県央地域の観光ルートの拠点として年間２３０万人超の観光客を数えている。ここが寺泊町商工会の管轄区域である。

古くより北前船の寄港地や北国街道の要衝として栄えた寺泊の海岸部は、現在も昔ながらの町並みや、史跡・神社といった歴史的遺産・文化財が数多く残っており、平成２９年には長岡市（寺泊地域）を含む全国１１市町が共同で申請したストーリー『荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～』が日本遺産に認定されている。四季折々の船釣り、海岸通りの「魚の市場通り」等により海と温泉と魚の町としてのイメージが定着し、県内でも屈指の観光地として賑わいを見せている。



※上記地図 出典 長岡市

また平成３０年８月には特別天然記念物の朱鷺を間近に観察できる施設として、長岡市トキと自然の学習館「トキみ～て」がオープン、さらに令和２年７月には大河津分水路改修の経緯や防災について学ぶことのできる施設「にとこみえーる館」がオープンし、新たな観光施設として注目を集めている。

地域の強みとしては、魚の市場通りと朱鷺を間近に見ることのできる拠点に加えて、

令和２０年まで２３年の歳月をかけて最新の土木技術で工事を行う大河津分水路のインフラツーリズムを観光交流として活用できる点である。

・人口

平成１２年に１２，２７０人であった人口は、現在その２/３程度に減少し、その傾向は継続している。また、当地域の高齢化率※1（令和４年４月１日現在 寺泊地区３９．８％ 長岡市ホームページより引用）は高く、人口減少及び高齢化対策は重要且つ喫緊の課題と言える。

長岡市寺泊地域　人口等の推移（※出典　長岡市）

項　　目	平成 24 年度	平成 29 年度	令和 4 年度	令和 6 年度
寺泊人口	10, 821 人	9, 723 人	8, 624 人	8, 169 人
寺泊世帯数	3, 548 世帯	3, 420 世帯	3, 229 世帯	3, 197 世帯
寺泊1世帯当り人数	3. 0 人	2. 8 人	2. 7 人	2. 6 人

※１高齢化率全国平均　令和３年 10 月１日現在　28.9%（出典　内閣府）
高齢化率長岡市平均 令和４年４月１日現在　31.8%（出典　長岡市）
高齢化率寺泊地域　令和４年４月１日現在　39.8%（出典　長岡市）
高齢化率全国平均　平成 11 年 10 月１日現在 16.7%（出典 内閣府）
高齢化率寺泊地域　平成 12 年国勢調査　26.5%（平成 12 年国勢調査）

・基幹産業

寺泊地域の基幹産業は観光業であり、海岸線沿いを走る国道４０２号に沿うよう南北に発展しており、ホテル・旅館１１軒、民宿２軒、夏場には中央海水浴場を中心として浜茶屋（海の家）が４軒の営業を行っている。寺泊観光業の中核となる「魚の市場通り」では鮮魚・観光土産品販売等を中心に１２店舗、うち観光関連の飲食店５店舗が営業を行っており、県外などから来られる方には非常にめずらしい景観、商店街を形成していることから「魚のアメ横」と名付けられている点も事業を営む点で強みとなっている。この他、春から秋を中心として寺泊港からは遊漁船（釣り船）が出港して海のレジャーを牽引、現在８軒が営業を行っている。**※「魚の市場通り」下の写真（2 枚）**

【長岡市寺泊地域 業種別商工業者の推移】

	平成24年度		平成29年度		令和4年度	
	商工業者数	構成比	商工業者数	構成比	商工業者数	構成比
建設業	82	18.6%	81	19.9%	81	21.7%
製造業	84	19.1%	75	18.4%	68	18.2%
卸売業	7	1.6%	6	1.5%	6	1.6%
小売業	107	24.3%	98	24.1%	82	21.9%
飲食・宿泊業	44	10.0%	41	10.1%	36	9.6%
サービス業	96	21.8%	87	21.4%	77	20.6%
その他	20	4.5%	19	4.7%	24	6.4%
合計	440	100.0%	407	100.0%	374	100.0%

（※出典　新潟県商工会連合会　商工会実態調査）

【長岡市寺泊地域　各種統計調査資料】

No.	項　　目	平成 24 年度		平成 29 年度		令和 4 年度	
1	寺泊商業売上(卸小売)	12,465	百万円	10,034	百万円	8,394	百万円
	寺泊事業所数	114	事業所	104	事業所	88	事業所
	寺泊従業員数	805	人	641	人	668	人
2	寺泊工業売上(出荷額)	16,910	百万円	16,190	百万円	14,392	百万円
	寺泊事業所数	84	事業所	75	事業所	68	事業所
	寺泊従業員数	1,142	人	968	人	826	事業所
3	寺泊観光客入込数 (内、主たる観光入込数)		万人	239	万人	215	万人
	魚の市場通　入込数	172	万人	172	万人	174	万人
	海水浴　入込数		万人	11	万人	3	万人
	寺泊温泉(日帰り温泉含む)		万人	22	万人	12	万人

（※出典　No.1 寺泊商業調査に関する売上と従業員数及び No.2 寺泊工業調査に関する売上と従業員数は経済センサス、No.1 及び N.o2 の事業所数は新潟県商工会連合会実態調査、No.3 観光客入込数に関する数値は寺泊観光協会
※一部データ不明箇所空欄

・長岡市総合計画

長岡市総合計画（平成２８年度～令和７年度）では、以下の６つの政策により将来像である「前より前へ！長岡 志を未来に活かし輝き続けるまち」の実現を目指している。

【政策１】協働によるまちづくり

市民力と地域力を活かして、新たな価値を生み出すまちづくりを目指す

【政策２】人材育成
子育て支援や教育の充実、市民主体の文化・スポーツ活動への支援などにより長岡への愛着と誇りを持った人材の育成を目指す
【政策３】さらなる産業の活性化
地元企業・地場産業への応援と、新たな雇用と産業の創出により、若々しく成長のあるまちづくりを目指す
【政策４】暮らしの安心と活力
市民の誰もが、健やかで元気に、安全で安心に暮らせて、活力が持てる地域社会づくりを目指す
【政策５】都市環境の充実
豊かな自然とまちの魅力が共生し、暮らしやすく、快適で環境にやさしいまちづくりを目指す
【政策６】魅力創造・発信
地域資源の掘り起こしや磨き上げを行うとともに、国内外に向けた魅力の発信や交流の促進により、「長岡ファン」の拡大を目指す

②地域における産業別の課題

【商業】

寺泊地域の商業は、平成１１年以降の商業統計調査によると、売上高、事業所数、従業員数共に減少を続け、平成２４年数値に対する令和４年数値の１０年間比較では、売上高△３２．６%、事業所数△２２．８%、従業員数△１７．０%となっている。寺泊観光の中心となっている「魚市場通り」の入込み数が近年は１７０万人超と高止まりで安定していることから、その他地域における事業所の売上減少、廃業など地元商業の衰退が顕著に表れていると見ることができる。平成２４年と令和４年の地域内人口比較では数値推移が△２０．３%と商業売上高の減少率を下回っていることから、地域内の購買需要が他地域に流出していることが推測される。少子高齢化による人口減少や消費生活の多様化による地元小規模事業者の売上高減少、事業主の高齢化による廃業、こうした状況の打開が経営発達支援事業において求められている。

【３頁　長岡市寺泊地域　各種統計調査資料　No.１より抜粋】

項　　目	平成 24 年度		令和 4 年度		増　減		
寺泊商業売上(卸小売)	12,465	百万円	8,394	百万円	△4,071	百万円	(△32.6%)
寺泊事業所数	114	事業所	88	事業所	△26	事業所	(△22.8%)
寺泊従業員数	805	人	668	人	△137	人	(△17.0%)

今後は、消費者ニーズを改めて調査するとともに少子高齢化や人口減少に耐えうる個社の業態開発が必要であると考えられる。

【工業】

寺泊地域の工業に関して、平成２４年数値に対する令和４年数値の比較では、製品出荷額△１４．９%、事業所数が△１９．０%、従業員数が△２７．７%と各項目と

もに減少しているが、商業と比較すると従業員数以外の減少幅は小幅である 。

【３頁　長岡市寺泊地域　各種統計調査資料　No.２より抜粋】

項　　目	平成 24 年度	令和４年度	増　減
寺泊工業売上(出荷額)	16,910 百万円	14,392 百万円	△2,518 百万円 （△14.9%）
寺泊事業所数	84 事業所	68 事業所	△16 事業所 （△19.0%）
寺泊従業員数	1,142 人	826 人	△ 316 人 （△27.7%）

工業事業者全体の約８割がプレス、スポット溶接、切削、自動車関連部品、精密機械部品、鋳造などの金属加工業種となっており、主に長岡市内や燕三条の企業の下請業務を行っている。事業所の多くは海岸部から内陸に入った大河津地域に存在しており、中小零細規模の事業所で占められている。

零細事業所が多く、業務内容も下請けなど受動的な内容の業務が中心であることから、事業所単独での技術開発や製品開発を行う事が難しい。しかしながら世界シェアを争う部品メーカーも地域に存在していることを強みとして、今後は地域の製造関連事業者が連携し、地域内での経済活動の拡大を図ることが課題である。

【建設】

建設業者数の過去の数値、平成１７年数値に対する平成２７年数値の１０年間比較では△３０％（△３３人）であったが、令和４年数値の対平成２４年比較では△１．２％（△１人）と微減にとどまっている。これは、近年の建設・建築業界の好景気により既存事業者からの独立開業が増加したことによるが、その多くが従業員を有しない、いわゆる「一人親方」の業態となっている。

新型ウイルス禍によるウッドショック、資材や人件費の高騰、ゼロゼロ融資の返済本格化という環境変化を経て、受注量の多い事業所とそうでない事業所の差が明確になり、受注量の少ない事業所は特に従来型経営からの脱却が課題と言える。

【３頁　長岡市寺泊地域　業種別商工業者の推移より抜粋】

項　　目	平成 24 年度	令和４年度	増　減
（商工業者の業種別内訳） 建設業	82 人	81 人	△1 人 （ △1.2%）

建築業においては、特に住宅関連工事の下請けとして従事する小規模事業者が多数を占めており、また、事業主の高齢化が進んでいることから、今後は人材の確保、後継者対策、経営のデジタル化により、事業を継続していくことが課題である。

建設業においては、公共事業の受注・請負業務を中心に行っている。地域内の労働者人口が減少していく中で、上記建築業と同様の対策や職業訓練校等人材教育機関との連携を図り、自社経営の維持・発展へつなげていくことが課題である。

【観光】

寺泊地域の主力産業である観光業について、海、歴史的遺産・文化財など観光資源が豊富なことが地域の強みとして挙げられ、「魚の市場通り」を中心に年間２１５万人（令和４年）の観光客を迎えている。

しかし観光客入込数の内訳を見ると、最新データ（令和５年）では、「魚の市場通り」が対前年比で２０．５万人増加して１９４．５万人となった一方、観光客全体数では１９万人増加の２３４万人に止まり、日帰り入浴を含む温泉や海釣り等他の部門は伸び悩んでいる。

客数伸び悩みの理由について事業者へ尋ねると「新型ウイルス禍を経て、新たな個人客が増えた一方、団体旅行ブームの終焉、レジャーの多様化、価格高騰による実質賃金マイナスによる消費意欲の減退が考えられる」と回答があった。

上記状況を勘案すると、やはりインバウンドの取り込みは事業継続に不可欠であり、喫緊の課題と言える。さらにこうした中、当地域から肉眼で見える佐渡島が世界遺産に登録され、この順風を個社経営に活かす支援や行動（取り組み）が求められている。

【観光客数　新型ウイルス前と感染症５類移行後の比較】

項　　目	令和元年調査	令和５年調査	増　減
寺泊観光客入込数	224　万人	234　万人	10 万人（ ＋4.4%）
下記は、内主たる観光入込数			
・魚の市場通　入込数	162.8　万人	194.5　万人	31.7 万人（ ＋19.4%）
・海水浴　入込数	7.9　万人	3.3　万人	△4.6 万人（ △58.2%）
・寺泊温泉(日帰り温泉含む)	19.8　万人	10.7　万人	△9.1 万人（ △45.9%）

新型ウイルス禍を経て、以前と比べ長岡市寺泊支所、寺泊観光協会との連携が強化された。今後も観光振興と地域経済の活性化を一体とした事業の協議・推進と併せ、個社の経営力強化への伴走型支援が必要と考える。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①１０年程度の期間を見据えて

社会的な構造変化（人口減少等）や地域外への消費流出、さらには新型ウイルス禍による影響やデジタル化への対応、経営者の高齢化・後継者難に伴う事業承継問題など、当地域の経済を支え、社会インフラとしても機能している小規模事業者を取り巻く経営環境は大変厳しい状況となっている。

こうした状況下、１０年程度の期間を見据えて長期的に小規模事業者の持続的な経営を図るには、地域経済の動向や消費者ニーズ等の需要動向、さらには経営分析によって明らかにされた経営実態等を踏まえた事業計画の策定・実行などの経営力向上等への取り組みが必要である。また、地域での限定的な市場からの脱却に向けて、ＥＣサイトへの出店やＩＣＴによる情報発信によって新たな需要を開拓する取り組みなども必要であり、これらに小規模事業者自らが取り組むことによって長期的な振興を図るものとする。

②長岡市総合計画との連動性・整合性

長岡市総合計画（平成２８年度～令和７年度）では、「政策３　さらなる産業の活性化」の柱として、「頑張る地元企業・地場産業の応援」「起業・創業の促進と新産業の創出」「働きやすい職場づくりと雇用の促進」の３つを掲げている。そのうち「頑張る地元企業・地場産業の応援」「起業・創業の促進と新産業の創出」の２つは当会の地域内小規模事業者に対する支援の考え方とも合致しているため、今後一層長岡市との連携を強化し、産業の活性化を目指すものとする。

③商工会としての役割

当商工会では、従来から金融や税務等の基礎的な経営改善普及事業に取り組み　小規模事業者の経営基盤強化等に努めてきたが、「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」（前記（２）の①）で掲げた振興策を具体化し、「長岡市総合計画との連動制・整合性」（前記（２）の②）を図るには、経営発達支援事業への取り組みが求められている。

こうしたことから、今後当商工会では消費者ニーズ等の需要動向や経営分析の結果等を踏まえた事業計画策定支援や販路開拓支援等の経営発達支援事業を関係支援機関等と連携して実施することが重要な役割となっている。また、地域の中核的な支援機関として地域経済活性化への取り組みや国・県・市等の中小・小規模事業者向け施策の普及と活用を推進する取り組みなども当商工会の重要な役割となっている。

（３）経営発達支援事業の目標

上記（１）及び（２）を踏まえ、小規模事業者に対する伴走型支援によって経営力強化や新たな需要の創出などに取り組み、これらを通じて地域の活力の源泉であり、社会インフラとしても機能している小規模事業者の持続的発展を図り、もって地域経済の活性化と地域における雇用の創出等に貢献することを目的に、以下の目標を掲げ、経営発達支援事業を実施する。

① 事業計画策定支援による小規模事業者の経営力の強化
② 販路開拓支援による小規模事業者の新たな需要の創出
③ 事業承継計画策定による小規模事業者の事業の維持、発展
④ 小規模事業者との対話と傾聴を通じた個社の経営力向上と地域全体の活力向上

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７年４月１日 ～ 令和１２年３月３１日）

（2）目標の達成に向けた方針

① 事業計画策定支援による経営力強化

地域経済動向調査や需要動向調査を行い、これらによって得られた情報（地域事情、業界動向、市場規模及び消費者ニーズ等）を活用し、経営分析から導き出された経営課題等を踏まえつつ、経営力の強化に向けて小規模事業者の事業計画策定を伴走型によって支援する。また、事業計画策定後は経営指導員が定期的に巡回訪問してＰＤＣＡサイクルへの取り組み状況や進捗状況の確認などのフォローアップを行うとともに、経営指導員では対応が困難となる高度な経営課題や事業計画の変更等が生じた場合には、それらの解決に向けて専門家や関係支援機関と経営指導員が連携してフォローアップを行い、これらの一貫した支援を通じて小規模事業者の経営力強化を図る。

☆目標数値：事業計画策定支援 各年１０者以上

② 販路開拓支援による新たな需要の創出

新たな商品や新たなサービスの開発等に取り組む小規模事業者を対象に、ＩＣＴ（ＳＮＳ等）を活用した販路開拓の取り組みを支援する。また、ＥＣサイトへの出店やキャッシュレス対応を支援するとともに、プロダクトアウトの考え方（強みを活かす）とともにマーケットインの考え方に基づく消費・需要動向の把握や商談成立等の支援、さらには統計データ等の収集・分析によって得られた情報の提供など、これらの販路開拓支援を通じて新たな需要の創出を図る。

☆目標数値：ＳＮＳ操作セミナー受講による支援事業者数 各年１０者以上（各社売上高５％以上増加)、バイヤーとの新規成約 各年２件以上（Ｒ７年は１件以上）

③ 事業承継計画の策定による事業の維持、発展

２０１７年秋に経済産業省と中小企業庁が出した試算によれば、２０２５年までに、７０歳を超える中小企業などの経営者は、２４５万人となり、その内約半数の１２７万人（日本企業全体の３分の１）が後継者未定という。

商工会においては、新潟県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携により「事業承継支援加速化事業」で支援をしているところであるが、今後は長岡市とも連携を深め、「相談しても解決するとは思えなかった」というような事業者に周知を図り、第三者承継という選択肢を含めた支援を行っていく。

☆目標数値：事業承継計画策定事業者 各年３者以上

④ 小規模事業者との対話と傾聴を通じた個社の経営力向上と地域全体の活力向上

「経営力再構築伴走支援ガイドライン」に基づき、小規模事業者との対話と傾聴を通じた深い信頼関係を構築、話し合いや本質的な課題の掘り下げを行っていく。

そうした中で小規模事業者自身が課題を認識し、解決に向けて主体的に取り組むための内発的動機づけを醸成する。さらに他の支援機関や金融機関、自治体などと連携し、地域全体で小規模事業者を支える体制の構築を目指しながら、地域経済の好循環を生み出していく。

☆目標数値：事業計画策定事業者へのフォローアップ
対象事業者１０者以上（内フォローアップ延２０回以上、売上増加事業者数２者以上、専門家活用３回以上）

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)

地域の経済動向については、新潟県商工会連合会が実施する景況調査に加え、年に１回栃尾商工会、与板町商工会、寺泊町商工会と合同で実施している景況調査によって把握している。合同景況調査の調査結果については、会員向けに発行している会報や当会ホームページにて提供するほか、小規模事業者の個別の相談対応時に活用してきた。

(課題)

長岡市全体や寺泊地域の経済動向について調査・分析・小規模事業者個別支援における活用を行ってきたが、「ＲＥＡＳＡＳ」等のビッグデータを活用した、より専門的かつ詳細な情報分析やその情報に基づいた支援はできていなかった。

（２）目標

	公表方法	現行	Ｒ７	Ｒ８	Ｒ９	Ｒ１０	Ｒ１１
①小規模事業者景況調査結果公表回数	ﾎｰﾑﾍﾟｰｼﾞ	１回	１回	１回	１回	１回	１回
②経済動向調査結果公表回数	ﾎｰﾑﾍﾟｰｼﾞ	０回	１回	１回	１回	１回	１回

（３）事業内容

①小規模事業者景況調査

当地域の小規模事業者の景況等を把握するため、管内小規模事業者４０社に年に１回景況調査を実施する。

【調査対象】管内小規模事業者　４０社
（製造業：１０社 建設業：１０社 卸・小売業：１０社
サービス業：１０社）

【調査項目】売上、採算、仕入単価、販売単価、資金繰り、雇用動向、景況判断、経営上の問題点等

【調査手法】会報配付時に調査票を配付、FAX 及び巡回訪問時のヒアリングにより回答

【分析手法】経営指導員が集計・分析を行い、提供可能な報告書にまとめる。

②外部データ活用による経済動向調査

地域内における消費動向や小規模事業者が事業に活用できる強み等を把握するため、新潟県商工会連合会が実施した景況調査や国勢調査等の各種統計調査のみならず、「ＲＥＡＳＡＳ」で公開されている情報について分析を実施する。

【分析手法 1】 新潟県商工会連合会景況調査及び各種統計調査の下記項目についてデータを整理・分析

【調査項目 2】 新潟県内・長岡市内における産業別景況、人口の推移、世帯ごと消費支出額及びその内訳等

【分析手法 2】 「ＲＥＡＳＡＳ」で公開されている地域経済循環図、まちづくりマップ等の情報を下記項目中心に活用できる状態に整理・分析

【調査項目 2】 滞在人口、流動人口、産業別付加価値額等

（４）調査結果の活用

調査によって得られた情報は、経営指導員が整理・分析したうえで商工会ホームページに掲載し、広く管内事業者に周知するほか、事業計画策定支援等の巡回指導時に活用する。

4.需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

(現状)

各種補助金申請支援時に、インターネットの情報サイト等を活用して商品や地域内外等の需要動向調査を行い、これらによって得られた情報を小規模事業者へ提供している。

(課題)

新商品の開発や販路開拓・拡大に取り組んでいる小規模事業者への業界動向や市場動向等の情報提供が不十分であり、積極的な情報提供が課題となっている。また、消費者や専門家、バイヤー等の意見を踏まえたマーケットインの考え方に基づく情報提供も課題となっている。

（２）目標

	現行	Ｒ７	Ｒ８	Ｒ９	Ｒ１０	Ｒ１１
①市場動向等に関する情報提供対象事業者数	０者	１０者	１０者	１０者	１０者	１０者
②新商品開発に関する情報提供対象事業者数	０者	３者	３者	３者	３者	３者

（３）事業内容

①消費者ニーズ調査１

小売業者・サービス業者において消費者の需要動向を把握するには、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行うことが、現状に則した調査であることから、小規

模事業者の業種・商圏・ 取扱商品等に応じたアンケートを作成し、情報収集を行う。

【調査手法】 当該店舗の担当者が、売り出しやイベント開催時に来店客にアンケート調査協力を依頼し、同時に回収用封筒を手渡し、後日、記入したアンケート調査票を郵送により委託機関（第四北越リサーチ＆コンサルティング）へ送付する形式とする。敢えて、後日郵送とすることで消費者の忌憚のない意見を聴取することが期待できる。サンプル数３０名／者

【調査項目】 「年齢」「性別」「居住地」「来店の交通手段」「来店の目的・頻度」「競合他店との比較」、「現在の商品・サービスに対する意見や改善して欲しい事項」等

【分析手法】 調査委託機関（第四北越リサーチ＆コンサルティング）にて分析を行う。

【活用方法】 分析結果は、経営指導員が当該事業者に直接説明する形でフィードバックし、さらなる経営改善を促す。

②消費者ニーズ調査２

寺泊の新たな特産品となりつつある「寺泊釜焚き塩」※1 を活用した新商品開発を支援する。

具体的には、取扱店において購入者を対象にアンケート調査を実施、アンケートはマーケットインの考え方に基づき、製造者（寺泊町商工会観光部会）以外の第三者から主体的に意見等を伺うこととする。

※1「寺泊釜焚き塩」

古く神代(かみよ)の時代、天照大神(あまてらすおおみかみ)の曾孫（ ひこ） 天香山命(あめのかごやまのみこと)が、日本海を渡り、弥彦山西側にあたる野積海岸(現長岡市)に上陸し、海水から塩を作る方法を教えたという言い伝えのある神の塩。

２０１７年に長岡市の補助金を活用して寺泊町商工会観光部会が製造に取り組み２０２１年１０月商品化。徐々に認知度が高まっている。

【調査手法】

・情報収集

「寺泊釜焚き塩」を購入した消費者に対して、アンケート調査票と返信用封筒を渡して、忌憚のない意見等を求める。（サンプル数 購入者５０名、回答者には、粗品用地域特産品を別途郵送）

・情報分析

調査結果は、経営指導員が収集・分析、結果を検証して今後に活かすため専門家の指導を受ける。

【調査項目】味、デザイン、商品名、容量やサイズ、価格、ネーミング、塩を活用した派生商品の開発等

【活用方法】調査結果は、観光部会員、他小規模事業者へ提供するとともに、小規模事業者の販路拡大のために活用する。

５．経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

（現状）

補助金申請の際や新潟県商工会連合会の職員資質向上の一環として、経営状況分析を行っているが、小規模事業者自らが経営状況分析に積極的であるとは言えず、その重要性について十分に伝えきれていない。

（課題）

現状では、補助金申請等をきっかけに事業計画を策定することが多いが、単に事業計画を策定するのではなく、その前段階として自社の現状を把握しなければ、しっかりとした事業計画は作ることができない。その現状把握の中で自社の経営状況分析が重要であることを小規模事業者に対話と傾聴により浸透させることが課題である。

（２）目標

	現行	Ｒ７	Ｒ８	Ｒ９	Ｒ１０	Ｒ１１
経営分析事業者数	１０者	４０者	４０者	４０者	４０者	４０者

（３）事業内容

経営指導員等による巡回指導・窓口相談対応時に、操作がしやすい中小機構の「経営自己診断システム」等を活用して小規模事業者自らに経営状況分析の実施を促す。こうして自社の強み・弱みなどの気づきも与えることで、対話と傾聴により自社の経営課題等を把握、経営分析の重要性について理解を深めるきっかけとする。

より熱心な事業者については、下記のとおりさらに踏み込んだ経営分析を行う。

【分析項目】財務分析：収益性分析、生産性分析、安全性分析 ※直近３期分のデータで分析

非財務分析：下記項目について、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、機会を整理し、下記手法で分析する。

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

【分析手法】中小機構の「経営自己診断システム」経済産業省の「ローカルベンチマーク」、商工会記帳システム「ＭＡ１」の経営分析機能等を活用し、経営指導員等が分析を行う。

非財務分析については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。また分析結果はデータベース化し職員間で共有することで、支援体制の強化と職員のスキルアップを図る。

６.事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

（現状）

これまでの事業計画策定支援は、小規模事業者の金融斡旋や小規模事業者持続化補助金等の申請時に求められる支援が中心であり、事業計画の内容も経営課題の解決に向けてというよりは、補助金申請等で決められている限定的な内容となっている。

（課題）

補助金申請等に伴う限定的な事業計画策定支援から経営課題の解決や業績の向上など、持続的発展に向けて経営基盤の強化や経営力の向上等が図られ、小規模事業者の事業の持続的発展につながるような事業計画策定支援が課題となっている。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者が自社の経営について整理し見つめ直し、事業の今後の方向性を明確にするために事業計画は非常に重要な指針となる。近年、感染症の影響もあり融資相談や補助金申請に関連した事業の見直しについての相談等、小規模事業者が自社の事業を見つめ直す機会に立ち会う場面が増えているため、相談対応時に事業計画策定の重要性について説明し、実効性の高い事業計画の策定を寄り添いながら支援する。

事業者が自ら経営分析を行い、自社の強み・弱みなど現状を正しく理解した上で当事者意識を持ち、事業計画策定に能動的に取り組めるよう、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。また、地域の経済動向調査で地域内の消費動向や景況等を、需要動向調査で消費者ニーズを把握したうえで経営分析を行い、それを踏まえて計画を策定することで実態に即した実現可能な計画となるため、調査から計画策定まで一貫した支援を行っていく。

創業予定者に対しても経営指導員等による巡回指導・窓口相談対応において、実現可能な事業計画の策定を支援し、事業承継計画の策定についても必要に応じて専門家との連携により支援を継続する。さらに人口減少、働き手不足といった環境変化の中で今後益々重要度が増すと見られるＤＸの活用についてもセミナーを開催し、経営の刷新を促す。

（３）目標

内　　容	現行	Ｒ７	Ｒ８	Ｒ９	Ｒ１０	Ｒ１１
①事業計画策定 事業者数	８者	１０者	１０者	１０者	１０者	１０者
②創業計画策定 事業者数	０者	１者	１者	１者	１者	１者
③事業承継計画策定 事業者数	３者	３者	３者	３者	３者	３者
④ＤＸ推進セミナー 開催回数	０回	１回	１回	１回	１回	１回

（４）事業内容

①事業計画策定支援

【支援対象】事業構造を見直す事業者、補助金申請予定者、融資相談事業者、小規模事業者の内経営状況分析を行った事業者

【支援手法】上記の中で事業計画策定を希望する事業者に対し、経営指導員等が巡回指導または窓口相談対応により、実現性の高い事業計画策定を支援する。計画策定において高い専門性を必要とする場合については、新潟県商工会連合会、よろず支援拠点等の専門家派遣制度を活用して専門家による指導を実施する。

②創業計画策定支援

【支援対象】寺泊地域での創業希望者

【支援手法】商工会ホームページへの掲載や長岡市との連携により創業に関する支援について告知し、創業予定者の掘り起こしを行う。反応を示した創業予定者に対して諸手続きの指導に加え、専門家や「長岡市起業支援プログラム」の活用を促す等実現性の高い創業計画の策定について支援する。創業後についても、創業計画の進捗確認や問題点の解決等、事業継続の見通しが立つまで伴走型の支援を行う。

③事業承継計画策定支援

【支援対象】計画策定希望事業者、経営者が高齢であるなど事業承継の必要性が高く、経営指導員等が計画策定を重要と考える事業者

【支援手法】対象事業者に対し、経営指導員等が巡回指導または窓口相談対応により計画策定の重要性を伝え支援する。
計画策定において高い専門性を必要とする場合については、新潟県事業承継・引継ぎ支援センター等の専門機関と連携して専門家による指導を実施する。

④ＤＸ推進セミナー開催

ＤＸ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ＤＸに向けたＩＴツールの導入やＷｅｂサイト構築等の取り組みを推進していくために、専門家によるセミナーを下記のとおり開催する。セミナー受講者の中から取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応を行う中で、２０２４年度に各新設された専門機関（公財）にいがた産業創造機構の「ＤＸ総合相談窓口」や「ながおかＤＸセンター」と連携しながら確実な支援を施すこととする。

【支援対象】ＤＸに関心を持つ事業者及び経営指導員等が取り組みをより有効と考える事業者
【支援内容】ＤＸ活用事例、導入に向けた取り組みの進め方、支援制度の紹介等
【募集方法】当会会報、ホームページ、インスタグラム
【参加者数】１０者程度を想定
【講　　師】新潟県よろず支援拠点等関係支援機関と連携、派遣
【開催回数】年１回を基本とするが、必要に応じて複数回開催

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）

事業計画策定後のフォローアップは不定期で、またフォローアップの内容が補助金の補助事業終了後の実績報告書類の作成支援などといった限定的で偏ったものとなっており、策定した事業計画に従った経営改善や目標達成のための支援が足りていない。

（課題）

定期的な巡回訪問による事業計画の見直しや検証、新たな経営課題等の解決に向けての提案など、策定した事業計画が着実に実行され、経営基盤強化や経営力の向上等につながるようなきめ細かなフォローアップを行うことが課題となっている。

（２）支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身の「やる気」を引き出すこと、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においても当事者意識を持って取り組むこと等、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。

事業計画を策定し経営指導員による伴走支援により事業計画の進捗状況に応じて計画の見直しなどのフォローアップをきめ細やかに実施するとともに、その過程で顕在化した高度な課題に対しては関係支援機関の専門家派遣制度を活用して専門的なフォローアップを実施することにより策定した事業計画の実現性を高める。

（3）目標

内　　容	現行	Ｒ７	Ｒ８	Ｒ９	Ｒ１０	Ｒ１１
① フォローアップ 対象事業者数	８者	１０者	１０者	１０者	１０者	１０者
②フォローアップ頻度 （延回数）	２０回	２０回	２０回	２０回	２０回	２０回
③フォローアップによる 売上増加事業者数	０者	２者	２者	２者	２者	２者
④専門家活用 フォローアップ回数	２回	３回	３回	３回	３回	３回

※目標数値の根拠
フォローアップ対象事業者数：事業計画策定事業者数
フォローアップ頻度(延回数)：事業計画策定事業者数×２回
（臨機応変に対応）
売上増加事業者数：経営指導員２名×１事業者
専門家フォロー回数：３事業者×１回

（4）事業内容
① 巡回訪問による定期的・計画的なフォローアップ
【支援対象】事業計画を策定した小規模事業者
【実施方法】経営指導員の定期的・計画的な巡回訪問によりフォローアップを実施する。事業計画と進捗状況が乖離した場合は、下記「専門家派遣制度を活用したフォローアップ」の一環で第三者の視点を投入し、ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討する。

② 専門家派遣制度を活用したフォローアップ
【支援対象】経営指導員によるフォローアップにより、その過程で高度で専門的な課題及び修正点等が顕在化した小規模事業者
【実施方法】関係支援機関の専門家派遣制度を活用して専門家（中小企業診断士等）と経営指導員が連携し高度で専門的な課題等に対応、継続してフォローアップを実施する。

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)
前年度までの伴走型補助事業において、消費者がスマホの活用により当地域の小規模事業者を簡単に検索できるようにする等、間接的に小規模事業者のＩＣＴ化を支援してきた。他にもＳＮＳ活用セミナーを開催し、販路開拓にＩＣＴ化が有効であることを周知してきたが、現状において取り組みを行っていない、または不十分と思われる支援対象者は未だ多く存在している。展示会等への出展支援

は、開催情報等の提供にとどまっている。

（課題）

販路開拓にＩＣＴ化が有効であることを小規模事業者自らが認識するとともに、行動に移していただくことが課題である。そのためには、取り組む際にその壁を高く見せるのではなく、取り組みやすいもの（こと）であると理解していただくよう周知の際に配慮・工夫しながら支援していくことが必要である。また、ＳＮＳのみならずリアルな展示会等への出展支援も小規模事業者の販路拡大と知見の蓄積につながり経営力の向上に有益であると考える。

（２）支援に対する考え方

ＩＣＴ化に向けた取り組みとして、ＳＮＳによる情報発信の有効性は、上記現状に記載のとおり十分とは言えないが、周知を図ってきた。そこで見えてきたことは、「有効なツールであることは理解できたが、事業者自身が一人で作業するのは、どうしたら良いのか分からず、不安である」と結局取り組みに至らず、放置されてしまうことであった。

こうした状況を打開するためには、さらに一歩踏み込んで「操作研修会」として自らのスマホもしくはパソコンを持ち込んで、セミナーを受講しながら、実際に操作することが必要である。また、地域のイベントへの出店経験に加え、大規模な会場で開催され且つ全国からバイヤーが訪れる展示会等への出展は、販路拡大とともに小規模事業者の持続的発展に有益な経験になると考える。

（３）目標

内　　容	現行	Ｒ７	Ｒ８	Ｒ９	Ｒ１０	Ｒ１１
ＳＮＳ操作セミナー受講による支援事業者数（操作・実践編）	０者	１０者	１０者	１０者	１０者	１０者
支援事業者売上増加率（%）／者	０%	５%	５%	５%	５%	５%

※ＳＮＳは、インスタグラム、ホームページ、ＥＣサイト等を想定。

内　　容	現行	Ｒ７	Ｒ８	Ｒ９	Ｒ１０	Ｒ１１
フードメッセにいがた（P19説明※4有り）出展による支援事業者数	０者	１者	２者	２者	２者	２者
新規成約件数（出展者各１件）	０件	１件	２件	２件	２件	２件

（４）事業内容

ＩＣＴに関心があるものの活用に至っていない事業者、ＩＣＴの活用には取り組んでいるものの望んでいる効果が得られていない事業者を対象に、以下①の支援を行う。さらに事業計画策定事業者及び県内外のバイヤーに対して販路の拡大を目指す地域内小規模事業者に、以下②の支援を行う。

①ＳＮＳ操作セミナーの開催
実際にＩＣＴツールを導入・活用しての販路開拓支援を実施する。
【支援対象】ＩＣＴの活用に興味を持つ事業者
【支援内容】主に以下の支援を想定。
・ＳＮＳ活用支援
既存の商圏の外から消費者を呼び込むためには、ＳＮＳを活用した宣伝広告が不可欠であることから、ＳＮＳを効果的に活用するための支援を行う。支援は、インバウンド需要を取込む意識付けにも配慮する。
・ホームページ作成支援
ホームページ未作成事業者に対しては、商工会員向け無料ホームページ作成サービス「goope」を活用した作成支援を実施。
・ネットショップ開設支援（ＢtoＣ）
オンラインでの購入がトレンドになってきている消費動向に対応するためには、ネットショップの活用も欠かせない。自社ホームページ内にネットショップを開設するにあたり、効果的な販売促進が可能となるよう商品構成、ページ構成、ＰＲ方法等について支援を実施。
・ＥＣサイト利用支援（ＢtoＣ）
自社ホームページにネットショップを開設するのが難しい事業者には、長岡市公式アンテナショップ「丸ごとながおか」※2への出店支援を行う。
・デジタル地域通貨の導入支援及びキャッシュレス化の推進
告知機能等の販売促進機能を持ち且つキャッシュレス可が図れる「ながおかペイ」※3 の導入支援を行う。

※2　「長岡市公式ショップ 丸ごとながおか」は、EC サイトの活用及び利用促進により、長岡市内事業者の新たな販路拡大及び地域経済の活性化を図ることを目的としている。国内最大級の EC サイト「楽天市場」内に令和５年５月にオープン。長岡の逸品が集合した EC アンテナショップである。

※3　「ながおかペイ」は 長岡市内の店舗のみで利用できる デジタル地域通貨（QR コード決済）。
アプリのクーポン機能を活用して店舗独自の販売促進活動ができ、アプリのプッシュ通知でイベント情報等を全登録者へ一斉配信が可能、告知効果に優れている。令和４年１１月からスタート。

ＩＣＴツールの活用は上記以外にも考えられるため、上記に限らず、情報誌（紙面）との連携により相乗効果を図る等事業者の状況や相談・要望内容に応じて柔軟に対応する。
【支援手法】「goope」を活用したホームページの開設・利用、「丸ごとながおか」への出店、「ながおかペイ」等については経営指導員等の巡回指導・窓口相談対応時に伴走型支援を実施するが、ＳＮＳの活用支援等は、関係支援機

関の専門家派遣制度を活用し、専門家による支援を行う。
【募集方法】当会会報、ホームページ、インスタグラム
【参加者数】１０者程度を想定
【講　　師】新潟県よろず支援拠点等関係支援機関と連携、派遣
【開催回数】年１回を基本とするが、必要に応じて複数回開催

②「食の国際見本市フードメッセ in にいがた」※4 への出展支援（ＢtoＢ）
【支援対象】事業計画策定事業者及び県内外のバイヤーに対して販路の拡大を目指す地域内小規模事業者
【支援内容】商談会出展に関する事前セミナーの開催。商談会シート等営業ツールの作成・整備支援。販路開拓計画作成支援等。
【支援手法】「フードメッセ in にいがた運営事務局」による事前説明会に出展者と経営指導員が参加して個社の課題を検証、有益な出展となるよう専門家派遣制度を活用して支援する。
【募集方法】当会会報、ホームページ、インスタグラム
【参加者数】初年度１者、その後２者程度を想定

※4　個性ある食品・食材や最新トレンドを提案するサプライヤーと差別化商材や最新の機器・容器を探すバイヤーとの出会いの場を提供する「食の国際総合見本市」　主催：フードメッセ in にいがた運営会議・新潟市

Ⅱ．経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

９．事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

（１）現状と課題

(現状)

商工会正副会長（３名)、長岡市産業支援課長、寺泊町商工会顧問税理士、他事務局（局長、法定経営指導員、経営指導員）で構成する経営発達支援事業評価委員会を年１回開催し事業の実施状況を共有するとともに、事業の評価及び検証、見直しを行なってきた。しかし、評価を受け改善点や課題等が浮き彫りになるものの、その対応策の検討過程においてあまり意見交換等がなされていなかった。

(課題)

今後は評価委員会で得られた評価結果、改善点とその対応策について、検討過程においても十分な話し合いを持つようオンラインを含めた中で意見交換の場を持つことが課題である。

（２）事業内容

①経営発達支援事業評価委員会の開催

引き続き、年に１回（２月）に事業評価委員会を開催。委員会は同様に商工会正副会長（３名)、長岡市産業支援課長、寺泊町商工会顧問税理士、他事務局（局長、法定経営指導員、経営指導員）で構成するが、改善点とその対応策についての検討過程に

おいても十分な情報共有を図ることとする。

②評価・見直しの公表

・経営発達支援計画評価委員会では、経営発達支援事業の成果・進捗率、実施内容に対する自己評価・見直し案を作成し、評価委員会において評価を行う。なお、評価については６段階の定量評価とする。
・評価結果を理事会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映する。
・事業の成果・評価及び見直し結果を、地域の小規模事業者等が常に閲覧出来るよう当会ホームページに掲載し、周知を図る。
・次年度に向けて、新たな需要の開拓に寄与する事業や事業計画策定支援者へのアプローチなど 評価委員からの意見を反映させる。

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）

経営指導員については新潟県商工会連合会やその他関係機関が開催する研修会への参加や専門家派遣制度活用時の専門家への同行等により、支援力の向上を図っている。経営支援員についても税務、社会保険等改正点に対応すべく必要に応じて研修を受講しているが、職種間における知識の共有が不足している。

（課題）

事業者へ効果的な支援を提供していくためには、職員間での支援ノウハウの共有やＯＪＴの実施が必要であり課題である。

（２）事業内容

①外部研修会等への参加

新潟県商工会連合会が開催する必修の「経営指導員研修会」に加え、受講が任意であるにいがた産業創造機構、新潟県よろず支援拠点、中小企業大学校等の研修にも積極的に参加し、職員一人一人の支援力の向上に努める。小規模事業者を取り巻く環境は目まぐるしく変化するため、支援に必要なスキル・情報については常に最新の状態にしておき、支援に活用できるよう研修を有効に活用して自己研鑽を行う。

また、対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修に参加することにより、課題設定型支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図り、対話と傾聴を通じて、事業者が抱える本質的な課題に気づくよう促し、内発的な動機づけにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援することを目指す。

対話力向上及び課題設定に関する研修については、新潟県よろず支援拠点や中小企業大学校等外部機関が開催する任意の研修を想定している。また、冒頭の「経営指導員研修会」以外の研修については経営指導員のみならず、経営支援員※5、記帳指導員も受講し、組織全体としての支援能力向上を図る。

※5　商工会の経理・総務を主とした「補助員」と小規模事業者等の経理・税務指導を主とした「記帳専任職員」の総称。ともに新潟県の補助対象職員である。

②ＤＸ推進に向けたセミナー等への参加

喫緊の課題である小規模事業者のＤＸ推進への対応にあたっては、経営指導員等のＩＣＴスキルを向上させ、ニーズに合わせた指導が実施できるよう、下記のようなＤＸ推進の取り組みにかかる支援能力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＞

・事業者の内部に対する取り組み（業務効率化等）
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、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

・事業者の外部に対する取り組み（需要開拓等）
ホームページを活用した自社ＰＲ・情報発信方法、ＥＣサイト構築・運用、ＳＮＳを活用した広報等

・支援機関の指導力向上
オンライン経営指導の方法等

③ＯＪＴ制度の導入

支援経験が豊富な経営指導員と経営支援員等がチームとなり、巡回指導や窓口相談の機会を活用したＯＪＴを積極的に実施することで、組織全体としての支援能力の向上を図る。

④職員間の支援ノウハウの共有

月に１回、職員全員でミーティングを実施し、支援事業者の支援状況についての情報を共有する他、今後の支援方針について意見交換を行うことで、職員個人単位ではなくチームでの支援が可能となり、同時に職員の支援能力の向上を図ることができる。

また、支援内容については支援実施担当者が基幹システム上のカルテにデータ入力を適時・適切に行い、ミーティング開催時以外でも常に職員全員が支援状況を相互共有できるようにすることで、担当者が不在の際に担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。

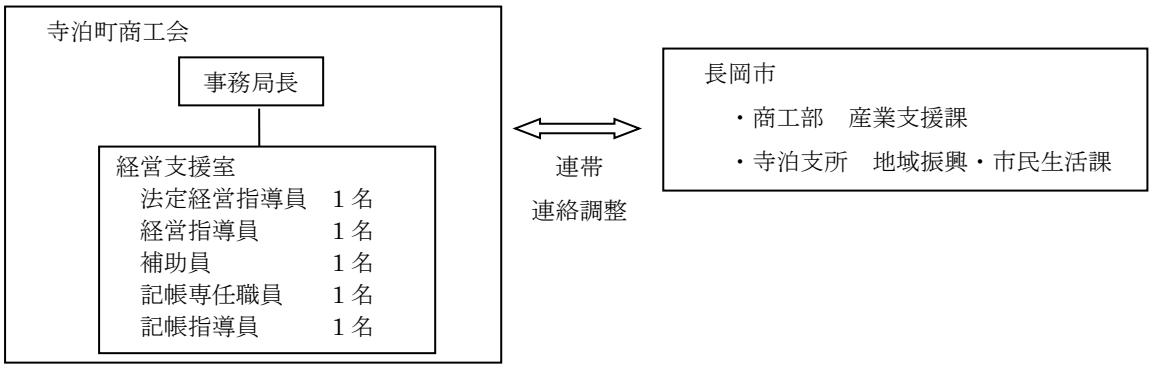
（別表２）

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６年 12 月現在）

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



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

①当該経営指導員の氏名、連絡先

氏　名：宮下　哲雄

連絡先：寺泊町商工会　ＴＥＬ　0258-75-2474

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度　等）

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

（３）商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒940-2502

新潟県長岡市寺泊坂井町 9769 番地 31

寺泊町商工会　経営支援室

TEL：0258-75-2474　／　FAX：0258-75-3374

E-mail：tera052@shinsyoren.or.jp

②関係市町村

〒940-0062

新潟県長岡市大手通２丁目６番地 フェニックス大手イースト６階

長岡市商工部 産業支援課

TEL：0258-39-2222 ／ FAX：0258-36-7385

E-mail：syougyo@city.nagaoka.ig.jp

〒940-2592
新潟県長岡市寺泊烏帽子平 1977-8　2 階
長岡市 寺泊支所 地域振興・市民生活課
TEL：0258-75-3105 ／ FAX：0258-75-2238
E-mail：tr-sangyo@city.nagaoka.lg.jp

（別表３）

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

（単位　千円）

	令和７年度	令和８年度	令和９年度	令和１０年度	令和１１年度
必要な資金の額	２，５５５	２，７２０	２，７２０	２，７２０	２，７２０
専門家派遣費	３３０	３３０	３３０	３３０	３３０
消費者ニーズ調査費1	１，６５０	１，６５０	１，６５０	１，６５０	１，６５０
消費者ニーズ調査費2	３０	３０	３０	３０	３０
ＤＸ推進セミナー開催費	１６５	１６５	１６５	１６５	１６５
ＳＮＳ操作セミナー開催費	１６５	１６５	１６５	１６５	１６５
フードメッセ in にいがた出展費	１６５	３３０	３３０	３３０	３３０
評価委員会開催費	５０	５０	５０	５０	５０

（備考）必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費・手数料・受託料収入、長岡市補助金、新潟県補助金、伴走型補助金 等

（備考）調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

（別表４）

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
① ② ③ ・ ・ ・
連携して事業を実施する者の役割
① ② ③ ・ ・ ・
連携体制図等
①   ②   ③