

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	妙高市商工会（法人番号 4110005009749） 妙高市（地方公共団体コード 152170）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①小規模事業者との対話と傾聴を通じて経営課題の抽出・設定を行い、解決へ向けた伴走支援に取り組むことで経営力向上を図る</p> <p>②実現可能で自発的に行動できる事業計画の策定を支援し、小規模事業者の経営強化および潜在力の引き出しに取り組み自走化につなげる</p> <p>③DX推進による販路拡大および生産性向上を支援することで、小規模事業者の持続的発展・成長を実現する</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>① 地域内の景気動向分析</p> <p>② 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①合宿客を対象とする個社アンケート作成・分析支援</p> <p>②観光客を対象とする個社アンケート作成・分析支援</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営分析を行う事業所の掘り起こし</p> <p>②経営分析の実施</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①「DX推進セミナー」の開催</p> <p>②「事業計画策定セミナー」の開催</p> <p>③事業計画の策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①事業計画策定事業者のフォローアップ</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①陸上合宿誘客促進事業</p> <p>②外国人観光客の受入態勢づくり支援事業</p> <p>③SNSの活用</p> <p>④オンラインアドバイスサービス等を活用した販路拡大支援</p> <p>⑤ホームページ開設等支援</p>
連絡先	<p>妙高市商工会 〒949-2105 新潟県妙高市大字毛祝坂58-3 TEL：0255-86-2378 FAX：0255-86-4113 E-mail myoko@shinsyoren.or.jp</p> <p>妙高市 観光商工課 〒944-8686 新潟県妙高市栄町5番1号 TEL：0255-72-5111 FAX：0255-73-8206 E-mail kankoshoko@city.myoko.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

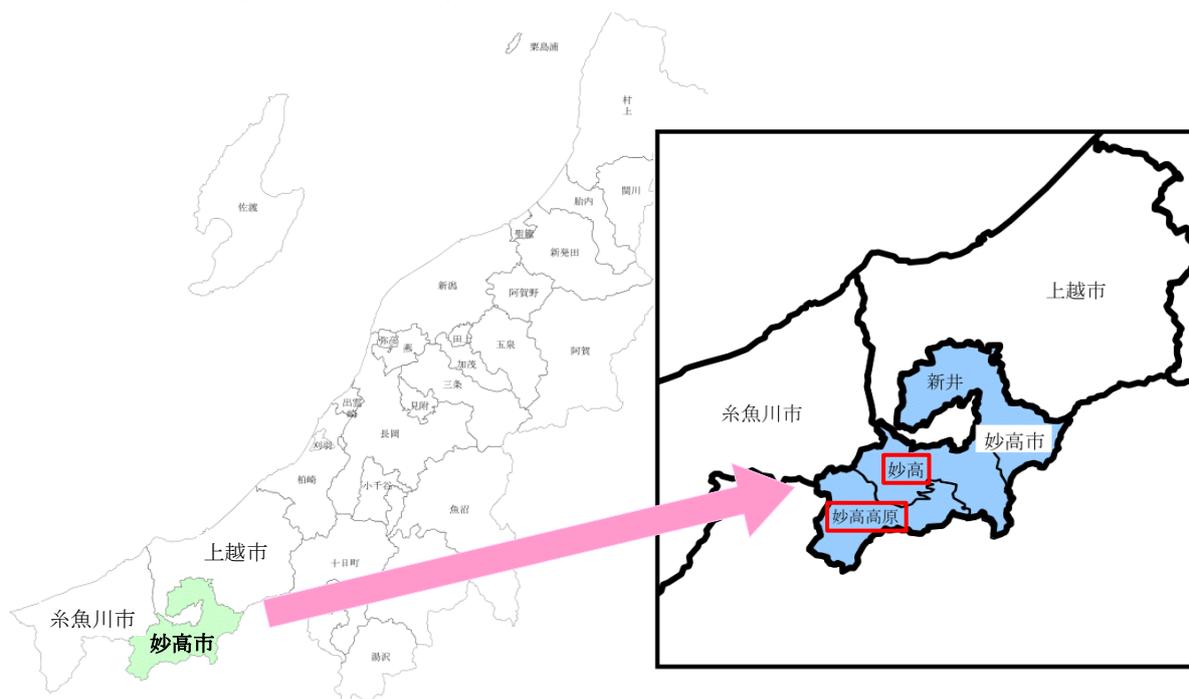
#### (1) 地域の現状及び課題

##### ①地域の概要

###### 【立地】

妙高市は、長野県と接する新潟県の南西部に位置し、新潟県側は上越市、糸魚川市の2市と、長野県側は北信濃地域である信濃町、長野市(旧戸隠村)、飯山市、小谷村の4市町村と接している。居住エリアは標高300m~1000mの山間地で、西側には日本百名山に数えられる妙高山・火打山がそびえており、妙高戸隠連山国立公園の区域の一部となっている。国内有数の豪雪地帯であり、スキー場では積雪が5mを超えることもある。平成17年(2005年)4月1日に旧新井市、旧妙高村、旧妙高高原町の3市町村が合併して誕生した。

当商工会の営業エリアは旧妙高高原町(128.57km<sup>2</sup>)および旧妙高村(140.78km<sup>2</sup>)の区域であり、面積は269.35km<sup>2</sup>。



###### 【人口の推移】

当地域の人口は、平成17年は10,811人であったが、平成27年は8,575人、令和6年は7,149人となっている。平成17年と比較して34%減少しており、平成27年との比較では17%減少している。

妙高市全体の令和6年の人口は、平成17年と比較して22%の減少、平成27年との比較では11%の減少にとどまっており、周辺部である当地域は、妙高市の中心地域である旧新井市地域に比べて人口の減少速度が速い。

・当地域および妙高市における人口の推移と増減率

地域	平成 17 年 ①	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年	令和 6 年 6 月②	増減率 (②-①)/①
妙高高原地域	6,014	5,406	4,765	4,159	3,972	▲34%
妙高地域	4,797	4,268	3,810	3,378	3,177	▲34%
商工会地域計	10,811	9,674	8,575	7,537	7,149	▲34%
妙高市全体	37,831	35,457	33,199	30,383	29,484	▲22%

(国勢調査および妙高市ホームページより)

【産業】

当地域の商工業者数および小規模事業者数は、平成 25 年が 656 事業者および 608 事業者で、令和 5 年は 539 事業者および 499 事業者となっており、商工業者数および小規模事業者数ともに 18%減少している。

比較年が少し異なるが、先述のとおり人口は平成 27 年から令和 6 年にかけて 17%減少しており、商工業者数、小規模事業者数ともに概ね人口減少に比例して減少している。

業種について詳しくは後述するが、当地域は観光業が主たる産業で年間約 196 万人の観光客が訪れる県内有数の観光地であることから、人口規模に比べて商工業者数が多い。

・商工業者数および小規模事業者数の推移

年	平成 25 年		平成 30 年		令和 5 年	
	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数
商工会地域計	656	608	566	525	539	499
増減率	-	-	▲13.7%	▲13.7%	▲4.8%	▲5.0%
妙高高原地域	461	433	402	377	377	353
妙高地域	195	175	164	148	162	146

(商工会基幹システム企業カウントより)

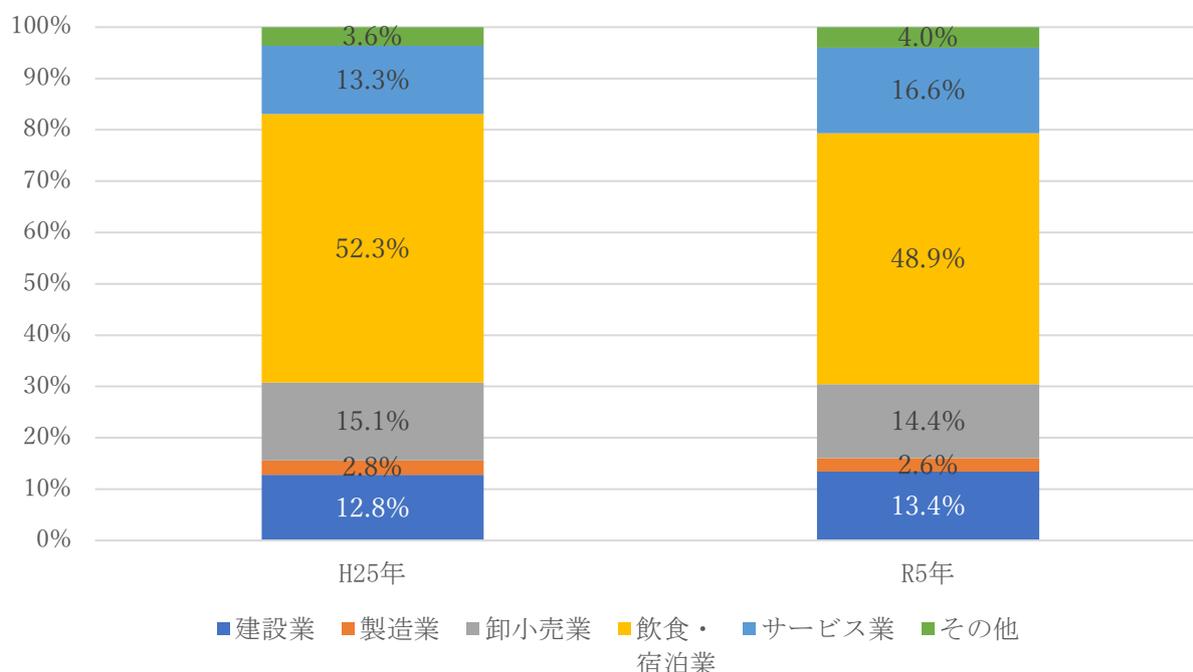
令和 5 年の業種別小規模事業者数は、10 年前の平成 25 年と比べて飲食・宿泊業が 74 減少しており、小規模事業者数の減少数の合計 109 に占める割合が 7 割近くを占めている。

当地域の令和 5 年の業種別事業者数の割合については、飲食・宿泊業が最も多く 48.9%と約半数を占めている。次いで、サービス業が 16.6%、卸小売業が 14.4%、建設業が 13.4%となっており、平成 25 年と比べて構成比はあまり変わっていない。

・業種別小規模事業者数の推移

業種	建設業		製造業		卸小売業		飲食・宿泊業		サービス業		その他		地域計	
	H25	R5	H25	R5	H25	R5	H25	R5	H25	R5	H25	R5	H25	R5
妙高高原	48	41	7	6	63	45	245	191	52	55	18	15	433	353
妙高	30	26	10	7	29	27	73	53	29	28	4	5	175	146
業種別計	78	67	17	13	92	72	318	244	81	83	22	20	608	499
増減数	▲11		▲4		▲20		▲74		+2		▲2		▲109	

小規模事業者数の業種ごとの構成比



【業種の特徴】

スキー場が7つあり、国内スキー人口がピーク時に比べて3分の1以下に減っているものの、冬季は国内外のスキーヤーで賑わっており、スキー客を対象とした宿泊業や飲食業を営む事業者が多い。近年はオーストラリアを中心としたスキー目的のインバウンド客が年々増加しており、もともとの事業者の廃業が相次ぐ一方で、インバウンド客を主な客層とする宿泊業や観光業を新たに開業する事業者が増加している。また、豪雪地であることから、建設業の多くが冬季は道路・駐車場・家屋の除雪を業として行っている。降雪量の多寡がスキー客の入込、除雪車・除雪機械の稼働状況、燃料の使用量等に大きな影響を及ぼすことから、冬季の景況は降雪量により大きく左右されるのが当地域の特徴である。

また、温泉が7つあり、主な温泉地の標高が650m～1000mと比較的高いため平地

に比べて夏は涼しく、妙高山・火打山など登山客に人気の高い山の登山口があることから、夏季は学生を中心とした合宿客や登山客が多数訪れるほか、標高 1300m の笹ヶ峰高原や各温泉地へ避暑を目的として訪れる観光客も多い。

さらに苗名滝は年間観光客数約 9 万人を誇る観光地であり、夏季を中心にグリーンシーズンを通じて観光客に人気が高い。

### 【交通】

道路網は主要国道である国道 18 号線と上信越自動車道が南北を通っており、上信越自動車道の最寄り IC は妙高高原 IC である。妙高高原 IC から妙高高原地域へは車で概ね 15 分以内、妙高地域へは概ね 15～20 分程度で行ける。

鉄道網では、平成 27 年の北陸新幹線金沢延伸により JR から経営分離された信越本線を第 3 セクターのえちごトキめき鉄道が引き継いでおり、最寄り駅は妙高高原駅で、長野県側から第 3 セクターのしなの鉄道が乗り入れしている。北陸新幹線は概ね長野駅と上越妙高駅が最寄り駅だが、斑尾高原は飯山駅が最寄り駅である。

### 【妙高市総合計画の引用（商工・観光部分）】

< 目指すまちの姿（産業、交流分野） >

活力と魅力ある産業が育ち、にぎわいと交流、つながりが生まれるまち

< 基本施策、主要施策および施策の内容 >

#### 1. 世界に誇れる観光地域づくり

・観光地域づくりのさらなる推進

観光地域づくり団体との協働、妙高ツーリズムマネジメントの組織強化

・国際観光都市としての基盤整備

受入環境の整備、効果的なプロモーションの実施

・広域観光の推進

広域連携による観光誘客の推進（プログラム造成や各種イベントの実施）、観光 PR の実施

#### 2. 活力ある地域経済づくり

・商工業の振興と中心市街地等の賑わい創出

商工業者の事業承継など経営課題に対する総合的な支援、市街地の賑わいの創出

・安定した雇用環境の整備と労働力の確保

企業誘致等の促進と創業支援の強化、働き方改革等による雇用環境の改善、労働力の確保に向けた取組支援

## ②課題

### 【現在の状況】

当地域は、江戸時代に開湯して以来 200 年以上の歴史のある赤倉温泉をはじめとした温泉が 7 つあり、また豪雪地で昭和の時代からスキーリゾートとして発展してきた。商工業は基幹産業である観光業が牽引しており、宿泊や飲食における観光消費額の増減が卸小売業、建設業、サービス業といった他の産業の景況や発展に大きく影響している。

バブル経済の崩壊やスキー人口の減少により観光入込客数は平成3年度をピークに減少し続け、宿泊業や小売業の廃業が相次ぎ、直近10年を見ても飲食・宿泊業の減少数が多いが、業種別小規模事業者数では飲食・宿泊業が依然として約半数を占めており、観光立町であることに変わりはない。

### 【業種別の現状と課題】

#### ○宿泊業・飲食業

宿泊業は、公共土木工事やスキー場のメンテナンスなど工事関係者等の利用もあるが、冬のスキー、夏の合宿・登山・避暑、年間を通じて豊かな自然と温泉などを目的とした観光客の利用が圧倒的に多く、飲食業も観光客を主なターゲットとしている事業者が多い。

宿泊施設の多くは老朽化が進んでいるが、バブル経済後期に行った多額の債務を伴う設備投資がいつまでも重荷となっていて、日本のスキー人口が減少の一途をたどっている状況では利益確保が困難で設備改修もままならないところが多い。

一方で、長年にわたる関係者の誘客活動等により、オーストラリアを中心としたスキー目的のインバウンド客が、豊富で良質な雪を求めて年々増加している。オーストラリアや欧米のインバウンド客は、夕食を宿泊施設以外で取ることが一般的であるため、スキーシーズンは飲食店も外国人客で大いに賑わっている。そうしたインバウンド需要を取り込もうと、国内の他地域や外国人・企業が、売りに出されている宿泊施設等を購入し改修して新たに事業を始めるケースがコロナ禍前から増えている。特にシンガポール系投資ファンドが妙高杉ノ原スキー場を購入して令和5年11月に大規模リゾート開発を行う計画が公表される前後から、外国人・企業による宿泊施設の購入が加速している。しかしながらスキー目的のインバウンドの来訪は、ほぼ12月20日頃から2月20日頃までの2か月間に限られ、それ以外の10か月間はインバウンド客はほとんど来訪しないのが現状である。

宿泊業・飲食業とも、増加し続けるスキー目的のインバウンド需要を取り込むため、ハード面での対応もさることながら、わかりやすい情報発信、異なる文化や食習慣への対応などが求められる。

グリーンシーズンにおいては、地区観光協会等が注力してきた夏季における学生合宿客誘致活動が実り、今では予選会も含めて東京箱根間往復大学駅伝（箱根駅伝）出場校の半数あまりが当地域で合宿を行っていて、合宿の郷として知られるようになってきている。しかし、7月下旬から9月上旬に来訪する合宿客を除いて、グリーンシーズンのとりわけ平日は多くの宿泊施設が集客に頭を悩ませている。地域全体としてグリーンシーズンにおける観光客の誘客促進が最重要課題であり、個別の事業者においては、客層に合わせた設備改装、積極的な情報発信、接客や提供する料理の質といったサービスの向上等に努めることで新規客の獲得とリピーターの増加を図る必要がある。

#### ○小売業・サービス業

小売業およびサービス業は、主な客層が地元住民か観光客かによって異なる。

主な客層が地元住民である小売業およびサービス業については、中年層以下の住民は市内外の大型店やショッピングセンター、ネット通販、格安店等を利用することが

多く、主たる客層が高齢者である事業者が多い。価格競争では大型店やネット通販業者に太刀打ちできないことから、価格以外のところで消費者にメリットを感じてもらえるような付加価値（地元産の材料使用、スピード感、困りごと解決支援など）をつけることで競合との差別化を図り、商圈の拡大、購入頻度の増加、中・若年層の取り込み等につなげていく必要がある。

主な客層が観光客である小売業およびサービス業については、観光客の動向に大きく左右される面が大きく、スキーシーズンや夏の繁忙期とそれ以外の閑散期との差が大きい。観光客のニーズを捉えられるように、取扱商品の機動的な見直し、見栄えやSNSを意識したディスプレイ、客層に応じたさまざまな情報発信など積極的な販売促進の取り組みが求められる。

### ○建設業

人口や事業所の減少および公共工事の削減等により地域全体の仕事量は減少しているものの、事業主の高齢化等により事業者数も減少している。また、宿泊業を中心に他地域から事業者や創業者の参入が相次いでおり、それに伴う建物の改修・改装工事等の需要が一定程度ある。そのため、一事業者あたりの仕事の引き合いはむしろ増加しており、速やかに工事に着手できる仕事量以上の引き合いが来ている状況が常態化している建設事業者が少なくない。

また、当地域は豪雪地であり冬季は道路・駐車場・家屋の除雪が建設事業者の主な事業となる。出勤・登校前に除雪を完了させるために夜中の午前2時頃から作業を開始するなど労働条件が厳しいうえ、従業員は高齢化が進んでいる。

こうしたことから、建設業は他の業種に比べて人手不足感が強い。求人を出しても応募があまりなく、20歳代の若年者はなかなか定着しないなど人材確保に苦慮しており、人材採用と定着率向上が課題である。

## （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

当地域は、人口減少・高齢化や商工業者数の減少などを考慮すると、今後10年間も小規模事業者数の減少は続くと思込まれる。そのような中で、小規模事業者の持続的発展のためには、事業者が売上・利益を確保できるように、収益力のある小規模事業者を育成し、自立・安定した経営を行うことのできる事業者を増加させることで、地域内の経済の好循環を図り地域としての稼ぐ力を向上させることが必要である。

小規模事業者の情報技術活用に関しては、事業者の多くがIT化への関心が低く、宿泊業ではホームページの活用は進んでいるものの更新や新着情報の発信頻度の少ない事業者が多い。独自商品・サービス・技術等を持つ小規模事業者が顧客を獲得するにはネットを活用した情報発信が有効だが、その他の業種ではさらに情報発信力に乏しい事業者が多い。情報発信力強化、販路拡大、業務改善・生産性向上につながるデジタル化を推進し、DX（デジタルトランスフォーメーション）によるビジネスモデル転換が求められている。

## ②妙高市第4次総合計画（令和7年度～令和11年度）との連動性・整合性

現在策定が進められている第4次総合計画（令和7年度～令和11年度）において、産業・経済に関しては基本施策「活力ある地域経済づくり」、主要施策「商工業の振興と中心市街地等の賑わい創出」としており、施策の内容として「商工業者の事業承継など経営課題に対する総合的な支援」を行うとしている。

当商工会が目指している小規模事業者の持続的発展のための経営発達支援という点で方向性は一致している。

## ③商工会としての役割

当商工会は従来から小規模事業者に対して、税務支援、金融支援（マル経など）、労務支援といった基礎的な経営改善支援を行っており、持続化補助金制度の創設以降は補助金申請とそれに伴う計画書作成支援を積極的に行っている。加えて平成27年度からは経営発達支援計画に基づき、事業者に寄り添った伴走型支援を行ってきている。当商工会の果たすべき役割は以下のとおりである。

- ・ 当地域における経済動向や需要動向調査などの客観的な分析データや補助制度などの行政情報を的確かつ迅速に小規模事業者へ提供し、事業者の売上・利益の確保のための積極的な取組を支援する。
- ・ 実効性の高い事業計画の策定支援や計画策定後のフォローアップを実施し、小規模事業者の事業継続を支援する。
- ・ 意欲ある経営者や事業承継者の育成を図るため、知識補充や意識啓発を行う機会を提供する。

## （3）経営発達支援事業の目標

「地域の現状および課題」「小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方」を踏まえ、当商工会の目標を下記のとおりとする。

- ①小規模事業者との対話と傾聴を通じて経営課題の抽出・設定を行い、解決へ向けた伴走支援に取り組むことで経営力向上を図る
- ②実現可能で自発的に行動できる事業計画の策定を支援し、小規模事業者の経営強化および潜在力の引き出しに取り組み自走化につなげる
- ③DX推進による販路拡大および生産性向上を支援することで、小規模事業者の持続的発展・成長を実現する

以上の目標を掲げ小規模事業者の支援に取り組むことで、経営基盤が安定し事業を継続する事業者が増えることにより、地域の雇用が維持され、地域で暮らす人々が安心して生活できる環境の創出につながることを地域貢献目標とする。

## 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小規模事業者との対話と傾聴を通じて経営課題の抽出・設定を行い、解決へ向けた伴走支援に取り組むことで経営力向上を図る

巡回訪問・窓口相談時に小規模事業者との対話と傾聴を行うことで、事業者自身が経営の本質的な課題に気づいて課題設定を自ら行い解決へ向けた取り組みを行うよう支援する。

#### ②実現可能で自発的に行動できる事業計画の策定を支援し、小規模事業者の経営強化および潜在力の引き出しに取り組み自走化につなげる

小規模事業者自身が本質的な課題と潜在力を認識し、それを反映した自発的に行動できる事業計画の策定を支援する。

また、将来的な自走化を目指し、課題解決ツールの活用を提案しながら、事業者自身が腹落ちし、当事者意識を持って計画を実行するための支援を行う。

#### ③DX推進による販路拡大および生産性向上を支援することで、小規模事業者の持続的発展・成長を実現する

小規模事業者が社会環境変化に対応し経営の優位性を高めるためにDXを推進する。ITツールやデジタル化に関する意識付けを行い、事業者の情報発信力強化、販路拡大、業務改善・生産性向上につながる取り組みを支援する。

## 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】

現在、当商工会では地域の経済動向調査として、巡回訪問による各事業所の売上動向等についてのヒアリング調査および管内30事業者を対象とした四半期ごとの景況調査、妙高市や（一社）妙高ツーリズムマネジメントから提供されている観光客の入込数などのデータ分析を行っている。

これらのデータは、広報やホームページで公表するとともに、事業者からの経営相談時に利用しており、事業者の事業計画の策定等の基礎データとして活用されている。

##### 【課題】

一方で、現在の経済動向調査は管内の現状を一面的に把握することに重点を置いたものとなっており、経済動向調査の結果から管内事業者が今後の経営発展のために活用するには経済動向を予測する点において内容が不足している状況である。

今後、地域の経済動向調査では管内経済動向の現状把握に加え、国が提供するビッグデータや全国商工会連合会及び新潟県商工会連合会の実施している中小企業景況調査の結果、各調査機関のレポート等を利用し、管内地域と県内や全国の経済動向との比較を行うなど、管内経済動向を多面的に分析し、現状の把握のみならず今後の経済動向を予想し得る内容を提供することで、小規模事業者が今後の経営の持続的発展のためにより活用できるものとするのが課題である。

## (2) 目標

	公表方法	現状	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
①景気動向分析の公表回数	HP掲載	1回	2回	2回	2回	2回	2回
②地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

## (3) 事業内容

### ① 地域内の景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年2回調査・分析を行う。

【調査手法】 経営指導員等が調査対象者に巡回訪問し、独自調査票をもとに、対話と傾聴を重視したヒアリングを行う。

【調査対象】 管内小規模事業者30者（建設業、卸・小売業、飲食・宿泊業、サービス業から選定）

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等、必要に応じて項目の追加等を行う。

### ② 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域経済の全体像、各産業の現状を把握するため、国の提供する「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し地域の経済動向分析を行い、当会ホームページ上で報告する。

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】 ・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析する。  
・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析する。  
・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析する。

## (4) 調査結果の活用

調査結果については、当会ホームページおよび広報に掲載し、広く管内小規模事業者等に周知する。

また、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とするほか、行政等関係機関にも提供し、事業者向け施策の立案等に役立ててもらおう。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

当地域の主要産業は「観光」であり、当商工会ではこれまでに当地域を訪れた合宿客を対象とする個社アンケート作成・分析支援を実施している。

#### 【課題】

しかしながら、合宿客を対象としたアンケートしか実施しておらず、当地域を訪れる

インバウンドを含めた観光客全体の分析が十分にできていないため、調査項目の追加および再検討をし、より正確な分析ができるよう改善のうえ、調査を実施する。

## (2) 目標

	現状	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
①合宿客を対象とする 個社アンケート 対象事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
②観光客を対象とする 個社アンケート 対象事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者

## (3) 事業内容

### ①合宿客を対象とする個社アンケート作成・分析支援

当地域へは7月～9月を中心に高校や大学等の合宿客が多数訪れているが、7月下旬～8月半ばまでのピーク時を除いて、小規模の宿泊施設には予約が入りにくいといった課題がある。

そのため、7月～9月に当地域で宿泊し合宿を行った高校や大学等の監督やコーチ等を対象として、合宿にかかる需要動向調査を実施する。調査事業者数は3者程度とし、サンプル数は1事業者あたり3団体を目標とする。

事業者が効果的な調査を実施できるように、経営指導員は調査項目等について助言を行うとともに、本調査の集計・分析を行い、簡潔なレポートを事業者へ提供する。

分析結果は、既存サービスの見直しや新たなサービスの提供、事業計画の策定等において参考資料として活用する。

### 【調査手法】

(情報収集) 調査事業者が自社に宿泊して合宿を行った団体の監督やコーチ等にアンケート票を渡して記入してもらう。

(情報分析) 事業者が回収したアンケート票を経営指導員等が集計・分析を行う。分析手法について必要に応じて専門家から助言を受ける。

### 【サンプル数】 1事業者につき3団体以上(合宿で宿泊利用した高校や大学等の団体)

### 【調査項目】 1. 団体名 2. 団体所在地 3. 参加人数 4. 合宿の頻度・期間と他の合宿地 5. 宿泊施設の予約方法 6. 当該宿泊施設を選んだ理由 7. 食事の満足度 8. 宿泊設備の満足度 9. 接客の満足度 10. トレーニング施設の満足度 11. 宿泊施設に対する要望 12. トレーニング施設に対する要望 13. 合宿実施可能な時期 14. 分宿の可否 など

### 【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、既存サービスの見直しや新たな合宿客獲得に向けた取り組み等に活用してもらう。また、今後の事業計画の策定支援を行う際にも活用する。

## ②観光客を対象とする個社アンケート作成・分析支援

当地域へは年間で約150万人の観光客が訪れているが、12月～3月のホワイトシーズンにおける入込が3分の1を占めており、グリーンシーズンにおける誘客促進が大きな課題となっている。

そのため、グリーンシーズンに当地域へ訪れた観光客（宿泊客）を対象として、需要動向調査を実施する。調査事業者数は2者とし、サンプル数は50を目標とする。

事業者が効果的な調査を実施できるように、経営指導員は調査項目、収集方法等について助言を行うとともに、本調査の集計・分析を行い、簡潔なレポートを事業者へ提供する。

分析結果は既存サービスの見直しや新たなサービスの提供、事業計画の策定等において参考資料として活用する。

### 【調査手段・手法】

（情報収集）グリーンシーズンにおいて、調査事業者が自社の宿泊客にアンケート票を渡して記入してもらう。

（情報分析）事業者が回収したアンケート票を経営指導員等が集計・分析を行う。分析手法について必要に応じて専門家から助言を受ける。

### 【サンプル数】 宿泊客 50人

### 【調査項目】 1.年代、性別 2.居住地域 3.旅行の頻度 4.来訪の目的

5. 宿泊施設の予約方法 6. 当該宿泊施設を選んだ理由 7. 食事の満足度

8. 設備の満足度 9. 接客の満足度 10. 観光先の満足度

11. 宿泊料金の支払方法 12. 宿泊施設に対する要望 など

【分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、既存サービスの見直しや新たなサービスの提供等の取り組みに活用してもらう。また、今後事業計画の策定支援を行う際にも活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### （1）現状と課題

#### 【現状】

小規模事業者を対象にした経営状況の分析は、融資相談や補助金申請支援等の際に実施しているが、財務分析（収益性・安全性・成長性・生産性）を中心に実施しており、非財務分析（SWOT分析・顧客ニーズ分析等）については、分析手法や内容を経営指導員等個人に任せていることもあり、職員間でのノウハウの共有ができていない。

#### 【課題】

小規模事業者の多くが経営分析を実施しておらず、売上増加や販路開拓等のための計画について、現実とは乖離したものとなり場当たり的な対応となってしまう事業者が散見されるため、経営分析の必要性を周知し、より多くの事業者に経営分析を実施していくことが課題である。

また、同じ事業者に対する支援でも、経営指導員等によって分析手法が異なることで、支援方法が変わってしまうことがあり、支援者のブレが事業者の今後の経営方針などにも大いに影響することから、分析手法（ノウハウ）・内容の共有化、支援能力の

向上および均一化が課題である。

## (2) 目標

	現状	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
①掘り起こしのため の活動回数	0回	30回	30回	30回	30回	30回
②経営分析事業者数	17者	30者	30者	30者	30者	30者

## (3) 事業内容

### ①経営分析を行う事業所の掘り起こし

管内小規模事業者を対象に、経営指導員等による巡回訪問・窓口相談の機会を活かし、経営分析を行う事業者の掘り起こしを進める。

小規模事業者の多くが経営分析を行っていないため、経営分析の効果である、自社の財務内容を見つめ直すことだけでなく、自社の「強み・弱み・機会・脅威」等の非財務的な部分が明確になることにより、気づきを得て、その先の事業計画の策定につなげることができる。

#### 【掘り起こし方法】

経営指導員等による巡回訪問・窓口相談時に案内を実施するほか、ホームページや会報等で広く周知する。

### ②経営分析の実施

#### 【対象者】

経営指導員等による巡回訪問・窓口相談時において、経営分析を希望する事業者の中から、販路開拓や売上拡大に意欲的な事業者を選定する。

#### 【分析項目】

定量分析である「財務分析」と、定性分析である「非財務分析」の両方を実施する。

《財務分析》 直近3期分の収益性・生産性・安全性・成長性の分析

《非財務分析》以下の項目について、対話と傾聴により、事業者の「強み・弱み・機会・脅威」を整理する。

内部環境 (強み・弱み)	「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」「人材・組織(事業承継含む)」「デジタル化(DX)・IT活用の状況」「従業員のノウハウ・技術力」など
外部環境 (機会・脅威)	「商圏内の人口・人流」「競合他社の状況」「業界動向」「顧客ニーズの変化」「行政の施策」など

#### 【分析手法】

財務分析については、経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構が提供する「経営計画つくるくん」、「経営自己診断システム」等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。

非財務分析については、SWOT分析のフレームワークで整理する。

### ③専門家の活用による支援

より多面的に分析が必要な場合や事業特性を考慮しなければならない場合は、専門家（中小企業診断士等）に支援を依頼し、商工会・専門家の伴走支援により、経営課題の抽出につなげていく。

## （４）分析結果の活用

分析結果については、当該事業者を提供し、各事業者の「経営状況・課題」「今後の事業の方向性の明確化」のために利用してもらうほか、その先の事業計画策定支援における基礎資料として活用する。

また、分析データについては、データベース化し共有することで、経営指導員の分析手法のブレを少なく（均一化）するほか、経営指導員以外の職員のスキルアップにも役立てる。

## 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関して、融資相談や各種補助金の申請書作成時において行っている程度である。

したがって、策定した事業計画が、資金や補助金獲得という目的のための手段となってしまうしており、「事業の方向性」を考慮した具体的で実現可能な事業計画が作成されていない事業者が多い。

一方、小規模事業者においても、新型コロナウイルス感染症や原材料価格の高騰、頻発する自然災害を始めとした経営環境の激変、顧客ニーズや需要動向の変化を感じているものの、日々の業務に忙殺され、事業計画作成に至っていない。

#### 【課題】

事業計画を策定する事業者を積極的に発掘し、「事業の方向性」を考慮した具体的で実現可能な事業計画の策定を支援することが課題となる。

また、変化する事業環境に対応するため、「デジタル・ITを活用した事業変革（DX）」に取り組まなければならない事業者も多く、そのような事業者に対しての支援も課題となる。

### （２）支援に対する考え方

事業計画策定に取り組む前に、「事業計画策定の意義・手順」について小規模事業者に理解してもらう必要がある。そのうえで各事業者が具体的で実現可能性の高い事業計画を策定し、策定した計画に沿って事業を展開することにより、持続的な発展を継続することが可能となる。

具体的には、「5. 経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った事業者の事業計画策定を目指す。合わせて小規模事業者持続化補助金等の申請を契機として事業計画の策定を目指す事業者の中から実現可能性の高いものを選定し、事業計画策定につなげていく。

事業計画策定にあたっては「3. 地域の経済動向調査」「4. 需要動向調査」「5. 経営

状況の分析」を踏まえ、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握したうえで、商工会や専門家任せではなく、当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

また、事業計画の策定前の段階において「デジタル・ITを活用した事業変革（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。

### （３）目標

	現行	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
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	17者	20者	20者	20者	20者	20者

### （４）事業内容

#### ①「DX推進セミナー」の開催

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ツールの導入や取組を推進していくためのセミナーを開催する。

**【募集方法】** 当商工会ホームページでの周知、地域内へのセミナー開催チラシの配布などを実施し、積極的な参加を促す。

**【実施回数】** 年1回

**【日程】** 2時間程度

**【講師】** 専門家（ITコーディネーター・中小企業診断士など）

**【参加者数】** 15名程度

**【対象者】** 業務のデジタル化・IT化がある程度進んでおり、それらを活用した「事業変革」に取り組む予定の事業者

#### 【カリキュラム】

テーマ	講義内容（予定）
DX推進のための取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>○DX総論・DX関連技術について</li> <li>○DXの具体的な活用事例</li> <li>○クラウド型顧客管理ツールの紹介</li> <li>○SNSを活用した情報発信方法</li> <li>○ECサイトの利用方法</li> </ul>

#### 【専門家の派遣】

セミナーを受講した事業者の中から積極的に取り組もうとする事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で、必要に応じてIT専門家の派遣を行う。

#### ②「事業計画策定セミナー」の開催

経営指導員や専門家が経営分析を行った事業者、商工会等が実施する各種セミナー

(事業承継セミナーなど)の参加を契機に経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。

【募集方法】当商工会ホームページでの周知、地域内へのセミナー開催チラシの配布などを実施し、積極的な参加を促す。

【実施回数】年1回

【日程】2時間×2日

【講師】専門家(中小企業診断士・税理士など)

【参加者数】15名程度

【対象者】経営分析を行った事業者・需要動向調査を行った事業者・事業計画策定(創業計画・事業承継計画・経営革新計画なども含む)を目指す事業者

【カリキュラム】

	テーマ	講義内容(予定)
1日目	事業計画策定の概要	○事業計画とは何か ○事業計画策定の意義と重要性を理解する ○事業計画の概要を理解する ○経営理念の作成方法
2日目	事業計画策定	○環境分析(SWOT分析)の考え方と実践 ○クロスSWOT分析による経営戦略の構築 ○行動スケジュールの設定 ○数値計画(売上・経費など)の作成

### ③事業計画の策定支援

【支援対象】経営分析を行った事業者並びに、「DX推進セミナー」「事業計画策定セミナー」参加者を中心に、事業計画策定に積極的な事業者の支援を行う。

【手段・方法】事業計画策定セミナー受講者に対し、必要に応じて外部専門家(中小企業診断士・税理士など)の支援を仰ぎながら、具体的で実現可能性の高い事業計画を策定する。

## 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】

現在、事業計画策定を支援した事業者に対するフォローアップは、問題が発生した時に問題解決の支援をその都度行っている状態であり、継続的なフォローアップができていない。

そのため、事業計画策定後に新たに生じた経営課題に対して、速やかに解決・軌道修正などをすることができず、策定した事業計画が機能していないケースも少なくない。

#### 【課題】

事業計画を策定した事業者に対する継続的なフォローアップを行う体制づくりに取り組むことが課題である。

### (2) 支援に対する考え方

フォローアップについては、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がない事業者を見極めたうえで、フォローアップの頻度を設定する。

フォローアップにあたっては、事業者の主体性を意識し、経営者自身が腹落ちする「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と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り組むことなど、計画進捗の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、経営力の向上につなげる。

### (3) 目標

	現行	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
フォローアップ 対象事業者数	17者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度（延べ回数）	77回	84回	84回	84回	84回	84回
売上増加事業者数	11者	12者	12者	12者	12者	12者

### (4) 事業内容

計画的なフォローアップを実施するため、事業計画策定を行った事業者について、「事業者名」「事業計画策定年月日」「事業の方向性の概要」「事業計画のチェックポイント（売上・利益など）」を「事業計画チェックシート」にまとめ、その情報を商工会全職員が共有する。「事業計画チェックシート」にはフォロー訪問予定日を事前に記入し計画的なフォローアップを行う。

訪問頻度については、四半期に一度のフォローアップ訪問を基本（12者48回程度）とするが、事業計画策定から日数が経ち、順調に事業が推移している事業者（6者12回程度）については年2回程度の訪問とする。また、赤字事業者など経営課題を抱える事業者（2者24回程度）については、毎月1回の訪問を行う。ただし、事業者からの申出等により新たな経営課題が発生し事業計画の修正が必要となった場合は、臨機応変に対応する。

なお、事業計画の遂行状況があまりよくない、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、新潟県商工会連合会や新潟県よろず支援拠点、（公財）にいがた産業創造機構等に依頼し、速やかに外部専門家など第三者の視点を投入し、遅れや当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討のうえ、専門的な指導・助言を行う。

## 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】

「4. 需要動向調査に関すること」でも記載のとおり、当地域の主要産業は「観光」であり、妙高市では、「スポーツ等合宿の郷づくり事業」に取り組み、受入施設の整備等を積極的に行っている。

夏季の合宿誘致については各事業者の営業展開により誘客を凶ってきたが、①特定

の時期に集中する、②体育館やグラウンドは、利用申込が集中する時期は予約が取りにくく、予約が取れないと合宿の受け入れにつながらない、③中学生や高校生は1団体あたりの合宿の人数が多く、小規模の宿泊施設には予約が入りにくいという状況がある。

また、観光関連事業者を含め、管内小規模事業者の多くは、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に向けた取り組みが進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

### 【課題】

当商工会では、大学生や社会人の長距離陸上競技部等をターゲットとして、旅行代理店や大学陸上競技部等への個社ならびに妙高高原への合宿誘致を図るPRチラシ・パンフレット等発送といった支援を行い、一定の成果が上がっているが、運動施設の予約が取れなくとも受け入れができる長距離陸上競技部を中心とした陸上合宿の誘致に引き続き取り組む必要がある。

また、冬期においては、国内のスキー人口が減少する中、妙高高原の豊富で良質な雪を求めて外国人スキー客が年々増加してきている。

現在は、外国人スキー観光客の半数以上をオーストラリアが占めているが、台湾、香港、シンガポールなどのアジア諸国も増加してきており、外国人観光客の受入態勢整備についても引き続き支援を行う必要がある。

加えて、今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であることを理解・認識してもらい、デジタル化への取り組みを支援していく必要がある。

## (2) 支援に対する考え方

需要動向調査、事業計画策定支援を行った意欲ある宿泊業を重点的に支援する。

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、理解度を高めたいうえで、導入にあたっては、必要に応じてIT・DXに精通した専門家の派遣や中小企業基盤整備機構の「ITプラットフォーム」、(公財)にいがた産業創造機構の「DX総合相談窓口」を活用するなど事業者の段階に合った支援を行う。

## (3) 目標

支援内容	現行	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
①陸上合宿誘客促進事業参加事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
新規合宿団体数	—	1団体	1団体	1団体	1団体	1団体
②外国人観光客の受入態勢づくりの講習会受講事業者数	10者	12者	12者	12者	12者	12者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
③SNS活用支援事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

④オンラインアドバイスサービスを活用した販路拡大支援事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
新規取引先開拓数	—	1者	1者	1者	1者	1者
⑤ホームページ開設等支援事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

#### (4) 事業内容

##### ①陸上合宿誘客促進事業

当地域の小規模事業者の約4割を占める小規模宿泊事業者の売上や利益の増加につながる新たな需要の開拓を図るため、ピーク時以外の時期に、運動施設の予約が取れなくとも小規模の宿泊施設において受け入れができる長距離陸上競技部を中心とした陸上合宿の誘客を促進する。

具体的には、首都圏、中京圏、関西圏の大学や合宿旅行代理店等をターゲットに、約200団体にPRパンフレットを送付し、長距離陸上合宿を中心とした合宿の誘客促進を行う。

##### ②外国人観光客の受入態勢づくり支援事業

年々増加しているオーストラリアを中心とした外国人観光客や、今後増加が見込まれるアジア諸国（台湾、香港、シンガポールなど）からの観光客の増加を図り、観光関連事業者の売上や利益の増加につなげるため、外国人観光客の受入態勢整備の支援を行う。

具体的には、小規模事業者の宿泊施設、飲食店、小売店等を対象に、外国人観光客の受入態勢づくりに係る講習会（接客、キャッシュレス決済、メニュー・商品説明、自店のPRなど）の開催など、外国人観光客の誘客促進に資する取り組みを実施する。

##### ③SNSの活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られている事業者、より遠方の顧客を取り込みたい事業者等に向けて、前述のDX推進セミナーへの参加を促すとともに、取扱商品・サービスやターゲットとする客層（年代、性別、目的など）等を踏まえ、より高い効果が期待できるSNSを選択・活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

##### ④オンラインアドバイスサービス等を活用した販路拡大支援

自社商品・製品の販路拡大を目指す事業者にとって、いきなり展示会や商談会へ出展することは、心理的負担だけでなく、金銭的・時間的コストを多大に要すると思われるので、まずは、中小企業基盤整備機構が運営する「虎ノ門オンラインアドバイス」の活用による商品・製品のブラッシュアップを図り、必要に応じて専門家等の指導を仰ぎながら事前準備をし、事業計画を策定したうえで、場合によっては補助金等を活用して、ECサイトへの展開、展示会へ出展という流れを作り、円滑な販路拡大ができるよう伴走支援を行う。

##### ⑤ホームページ開設等支援

当地域の小規模事業者は、宿泊業を除いて自社ホームページを持っていない事業者

が多く、商品・サービスの情報発信力が不十分であることが多い。そのような事業者に対して、Google ビジネスプロフィールへの登録・内容更新支援ならびにホームページ開設支援を行うことにより、新たな販路の拡大につなげる。

また、必要に応じて専門家を活用し、効果的なページやPR 動画の作成支援をすることにより、来客数増加・販路拡大・売上増加を目指す。

## 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】

職員の内部検討会議で本事業の成果の評価、見直しの方針を検討後、妙高市観光商工課担当者に意見を求め、執行部会において決定している。その後、事業の成果、評価及び見直しの結果について理事会へ報告し承認を受けている。

理事会承認後、事業の成果、評価及び見直しの結果について、地域の小規模事業者等が閲覧できるように、事務所内へ備え付けている。

##### 【課題】

毎年開催している総会において事業の報告を行っているが、総会出席者は商工会役員であり、外部評価を行っていない。今後は専門的知識を有する第三者を加えて事業評価を行い、事業の課題の抽出および見直しについてPDCAサイクルを適切に回していくような仕組みにすることが課題である。

#### (2) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ①職員の内部検討会議を開催し、本事業の評価、見直しの方針を検討する。
- ②事務局長、法定経営指導員、経営指導員、妙高市観光商工課担当者、外部有識者として地元金融機関の担当者（支店長等）をメンバーとする事業評価検討会議を年1回（6月頃）開催し、事業の実施状況、目標値の達成度をもとに、成果の評価、見直し案の提示を行う。
- ③会長、副会長、理事（筆頭）で構成する執行部会において、評価、見直しの方針を決定する。
- ④事業の成果、評価及び見直しの結果については、理事会へ報告し承認を受ける。
- ⑤事業の成果、評価及び見直しの結果について、地域の小規模事業者等が常に閲覧できるように事務所内へ常時備え付ける。

#### Plan（計画）

経営指導員等が具体的な実行計画を立案し、事業資金の額・調達方法を検討のうえ、執行部会で決定する。



#### Do（実行）

経営指導員等が計画に従って経営発達支援事業を実施する。



#### Action (改善)

評価および見直しの方針を執行部会で決定し、理事会の承認のうえで事業実施方針等に反映させる。

#### Check (分析・評価)

事業評価検討会議において、経営発達支援事業の成果の評価、見直し案の提示を年1回行う。



## 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】

小規模事業者に対する経営支援については、経営指導員が中心となって職員全体で行っている。経営指導員は年4回開催される経営指導員研修会のほか、中小企業大学の主催する研修会等にも参加し、資質向上に努めている。一般職員（補助金、記帳専任職員、記帳指導員）についても新潟県商工会連合会が主催する経営実務研修会等に参加し、経営に関する幅広い知識と支援ノウハウの習得に努めている。

研修会受講後には、研修内容について職員間で情報共有を図り、組織全体としての支援能力の向上を図っている。

#### 【課題】

小規模事業者からの相談内容は、年々高度で専門的なものが増えてきているため、組織全体で支援能力の向上を常に図っていく必要がある。特にDX推進にかかる支援能力が不足しており、支援能力の向上が必要である。

### (2) 事業内容

#### ①外部研修会等の積極的活用

新潟県商工会連合会が主催する研修の他、上越地区12商工会で組織する経営指導員部会主催の研修会、(公財)にいがた産業創造機構や中小企業大学の主催する宿泊業など個別の業種に特化した研修会等に経営指導員および一般職員が積極的に参加し、従来の経営、労働、税務等の支援に必要な能力向上に加え、小規模事業者の売上や利益の増加につながる支援能力の向上を図る。

また、中小企業基盤整備機構等が実施するIT支援力向上・DX推進にかかる研修会を経営指導員および一般職員が積極的に受講し、DXに向けた相談・指導能力の向上を図る。

#### ②専門家派遣事業の積極的活用

事業所への専門家派遣指導の際に経営指導員や一般職員が同席し、事業計画策定等にかかる知識や支援スキルの習得に努め、支援能力の向上を図る。

#### ③データベース化と職員間の情報共有

担当経営指導員等が基幹システムへのデータ入力を適切に行うとともに、随時全職員を対象とするミーティングを開催し、経営支援に関する知識や支援スキル、支援中の小規模事業者に関する状況等について意見交換を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

## 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】

妙高市、当商工会、新井商工会議所の関係者が参画する「妙高市商工業振興に関する意見交換会」が年4回開催されており、妙高市の最新の経済動向等を把握するとともに、小規模事業者の産業振興に資する取り組みや支援ノウハウ等について意見交換を行っている。

また、(株)日本政策金融公庫高田支店管内の商工会経営指導員を対象とした「小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会」が年2回開催されており、融資推薦に係る留意事項の確認、高田支店の貸付状況を踏まえた上越地域の経済動向の把握、管内商工会の経済動向等の報告、金融相談指導等に関する意見交換を行っている。この際に経営発達支援事業の取り組み等についても意見交換を行っている。

さらに、新潟県信用保証協会上越支店管内の商工会・商工会議所経営指導員を対象とした「中小企業支援連携ミーティング」が年1回開催されており、信用保証制度を学ぶとともに、上越地域の経済動向に関する意見交換を行っている。

#### 【課題】

日本政策金融公庫や新潟県信用保証協会など金融機関との会合に関して、経済動向に関する情報交換が主であり、支援ノウハウに関する情報交換は不足している面がある。

### (2) 事業内容

#### ①「商工業振興に関する意見交換会」への出席（年4回）

「妙高市商工業振興に関する意見交換会」に出席し、妙高市の最新の経済動向等を把握するとともに、小規模事業者の経営発達支援にかかる情報交換を行い、支援ノウハウの一層の向上に努める。

【連携先】 新井商工会議所

#### ②「小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会」への出席（年2回）

「小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会」に出席し、上越地域の経済動向等を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウ等にかかる意見交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

【連携先】 日本政策金融公庫高田支店、上越地域 12 商工会、上越商工会議所、新井商工会議所、糸魚川商工会議所

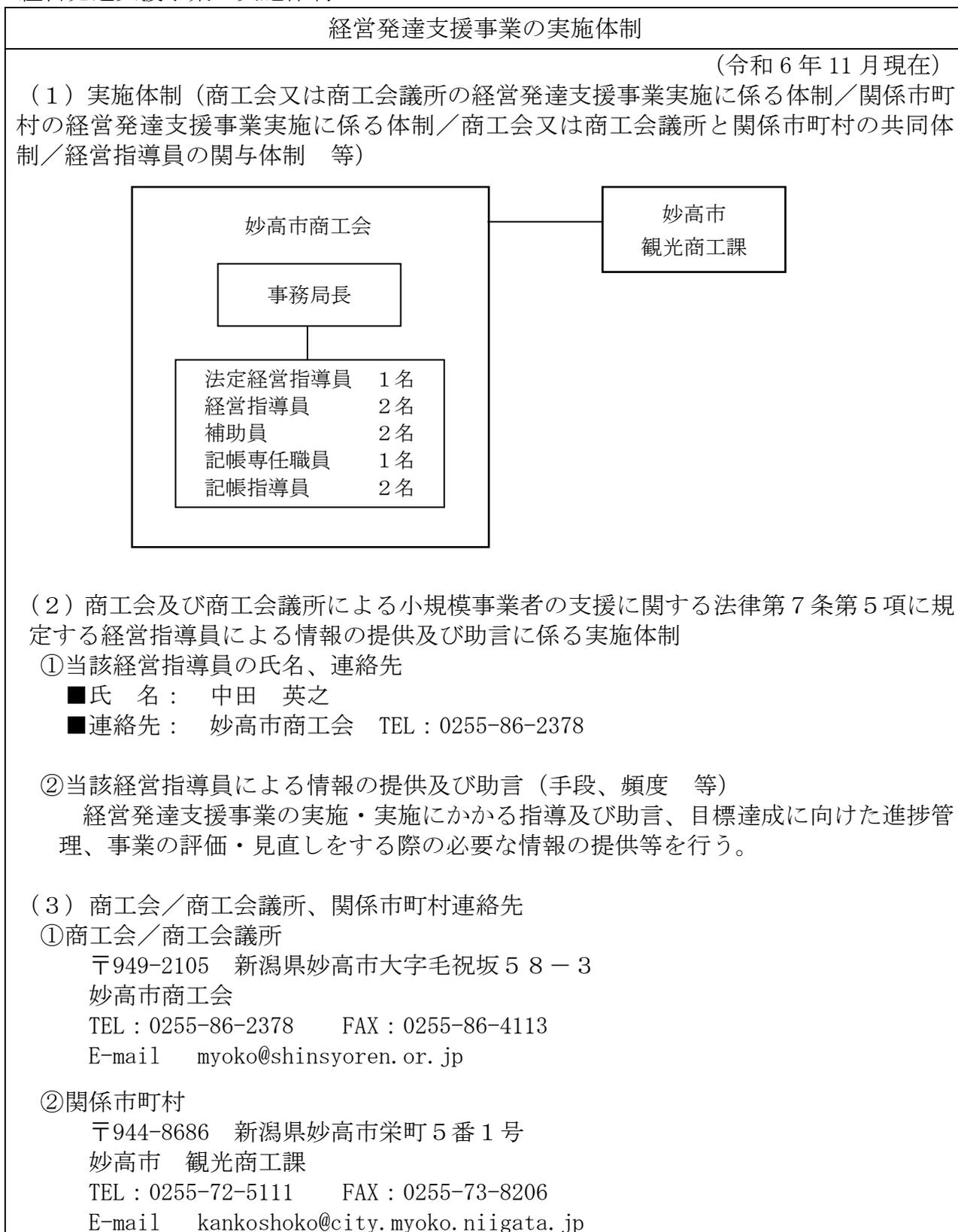
#### ③「中小企業支援連携ミーティング」への出席（年1回）

「中小企業支援連携ミーティング」に出席し、上越地域の経済動向等を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウ等にかかる意見交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

【連携先】 新潟県信用保証協会上越支店、上越地域 12 商工会、上越商工会議所、新井商工会議所、糸魚川商工会議所

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(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	2,100	2,100	2,100	2,100	2,100
地域経済動向調査	100	100	100	100	100
需要動向調査	200	200	200	200	200
事業計画策定支援	600	600	600	600	600
事業計画策定後支援	100	100	100	100	100
新たな需要開拓支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業の評価・見直し	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・県・市補助金、参加者負担金ほか

(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携者なし
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