

経営発達支援計画の概要

実施者名	能生商工会（法人番号 7110005010786） 青海町商工会（法人番号 8110005010785） 糸魚川市（地方公共団体コード 152161）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>① 個別の事業者に寄り添った経営課題解決による商工業振興</p> <p>② 地域資源・観光資源を活用した事業者の販路開拓・拡大</p>
事業内容	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b></p> <p>(1) 景況動向調査の実施</p> <p>(2) 地域経済動向の分析</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b></p> <p>(1) 個店での顧客アンケート調査・市場動向調査</p> <p>(2) 各種商談会でのアンケート調査</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b></p> <p>(1) 経営分析セミナーの開催</p> <p>(2) 経営状況の分析支援</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b></p> <p>(1) 事業計画策定セミナーの開催</p> <p>(2) 事業計画の策定支援</p> <p>(3) DX推進セミナーの開催</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b></p> <p>(1) フォローアップの実施</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業支援に関すること</b></p> <p>(1) 各種商談会への出展支援事業</p> <p>(2) 物産展への出展支援事業</p> <p>(3) SNS活用セミナーの開催</p>
連絡先	<p>能生商工会 経営支援室（幹事商工会） 〒949-1352 新潟県糸魚川市大字能生 1941 番地 7 TEL：025-566-2244 / FAX：025-566-4374 E-mail：benten@noumachi-syoukoukai.or.jp</p> <p>糸魚川市 産業部 商工観光課 企業支援係 〒941-8501 新潟県糸魚川市一の宮 1 丁目 2 番 5 号 TEL：025-552-1511 / FAX：025-552-7372 E-mail：kigyo@city.itoigawa.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【経営発達支援計画を共同実施する理由】

能生商工会、青海町商工会（以下、両商工会）は、旧能生町、旧青海町をそれぞれ管内とする商工会である。平成17年に旧糸魚川市と旧能生町、旧青海町が合併し、現在の糸魚川市となった。両商工会とも同一行政区内（糸魚川市）にあり、人口減少や少子高齢化、小規模事業者の減少など共通の問題を抱えている。その中で、一商工会が取り組む事業規模には限りがあり、上記問題解決には互いの特徴を活かしながら、協力していく事が必要である。

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

・立地

能生商工会・青海町商工会は、新潟県の最西端である糸魚川市にある旧能生町（以下、能生地域）、旧青海町（以下、青海地域）を管内とする商工会である。

糸魚川市は、新潟県の最西端に位置し、南は妙高市、長野県白馬村・小谷村、西は富山県朝日町、東は上越市と接している。市域の北には日本海が広がり、中部山岳国立公園と妙高戸隠連山国立公園、親不知・子不知県立自然公園、久比岐県立自然公園、白馬山麗県立自然公園を有し、海岸、山岳、溪谷、温泉など変化に富んだ個性豊かな自然に恵まれている。平成21年8月には、日本最初の世界ジオパーク（※）にも認定されている。

能生地域は、上越市と隣接する糸魚川市の東端に位置する。面積は150.49㎡で南側には標高2000m級の山脈があり長野県とも隣接している。当地域は、糸魚川市の特徴で挙げた自然を全て包含している。ベニズワイガニやあんこう等、県内屈指の水揚げ量を誇る漁港があり、それに隣接し、新鮮な魚介類を販売する道の駅がある。自然豊かであることから、海水浴場やスキー場、ゴルフ場に温泉などの観光施設も有している。

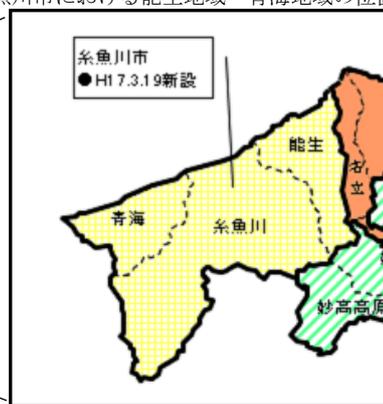
青海地域は、富山県朝日町に隣接する糸魚川市の西端に位置する。面積は129.48㎡で、その90%を山岳地帯が占めている。また、全面積の13%を占める黒姫山一帯では推定埋蔵量約500億トンの良質な石灰岩がある。このため、この石灰岩を原料としたクロロプレンゴム、塩化ビニール等の有機工業製品製造を主に、化学工業が主幹産業となって発展してきた。

(※) 世界ジオパーク：ユネスコ支援で設立された「世界ジオパークネットワーク (GGN)」が認証している、地球活動の遺産を主な見どころとする自然公園。糸魚川市はフォッサマグナに代表される日本列島の形成を示す貴重な地質や素晴らしい景観をみることができるとして世界的に価値を認定された。

(糸魚川市の位置)



(糸魚川市における能生地域・青海地域の位置づけ)



・人口（推移）

能生地域・青海地域の人口推移

地域	H22年	H27年	R2年	比較増減 (対H22年)	増減率 (対H22年)
能生地域	9,317人	8,542人	7,733人	▲1,584人	▲17.0%
青海地域	9,014人	8,332人	7,541人	▲1,473人	▲16.3%
糸魚川地域	29,371人	27,288人	25,491人	▲3,880人	▲13.2%
糸魚川市全体	47,702人	44,162人	40,765人	▲6,937人	▲14.5%

資料：糸魚川市「令和2年国勢調査」

人口は平成17年の市町村合併時をピークに近年は減少傾向となっており、平成22年国勢調査で能生地域においては9,317人であったが、令和2年には7,733人と1,584人の減少となっている。同じく、青海地域でも9,014人から7,541人と1,473人減少している。

人口構造における推移

世代等	H22年	H27年	R2年	R7年 (推計値)	R12年 (推計値)
年少人口	5,591人	4,816人	4,074人	3,379人	2,921人
生産年齢人口	26,409人	23,000人	20,263人	18,134人	16,223人
老年人口	15,702人	16,346人	16,428人	15,708人	14,616人
総人口	47,702人	44,162人	40,765人	37,221人	33,760人
高齢化率	32.9%	37.0%	40.3%	42.2%	43.3%

資料：糸魚川市「第3次糸魚川市総合計画」

また、令和4年に発表された糸魚川市「糸魚川市総合計画」によると、市町村合併時の約50,000人であった人口は、合併後15年間で約9,000人減少となり、約18%の減少である。

更に、R2年国勢調査の速報値人口を基に、国立・社会保障・人口問題研究所の人口推計に準拠して将来人口を推計すると、上記表の数値が予測されている。R12年（推計値）をみると、R2年比較で▲7,005人との推測から、合併後15年間より、年間減少人数が増加し、加速的に人口減少が進む見込みが見取れる。併せて、高齢化率はR12年（推計値）に43.3%とこれも右肩上がりの推測で、少子高齢化も加速する見込みが示されている。

そして、能生・青海地域の人口推移の表と照合した推計値は、以下の通りである。なお、R7年以降は、市全体のR2からの減少率を反映して推計したものである。

地域	H22年	H27年	R2年	R7年	R12年
能生地域	9,317人	8,542人	7,733人	7,060人	6,404人
年少人口	1,092人	931人	773人	641人	554人
生産年齢人口	5,158人	4,449人	3,844人	3,440人	3,077人
老年人口	3,067人	3,162人	3,116人	2,979人	2,773人
青海地域	9,014人	8,332人	7,541人	6,885人	6,245人
年少人口	1,057人	909人	754人	625人	540人
生産年齢人口	4,990人	4,339人	3,748人	3,354人	3,001人
老年人口	2,967人	3,084人	3,039人	2,906人	2,704人

両地域ともに限界集落に近づく推移傾向である。少子高齢化の進行とともに労働力不足から地域経済の縮小、地域コミュニティの弱体化などの課題が山積している。

・産業

能生地域は、豊かな自然環境と観光資源に恵まれたエリアで、主要産業として観光業と水産業が挙げられる。観光業においては、重点道の駅に認定されている道の駅「マリンドリーム能生」や海水浴場、スキー場、温泉施設などの観光スポットが存在し、アフターコロナではインバウンドも回復しており、「マリンドリーム能生」を中心に多くの観光客が訪れる地域となっている。水産業においては、県内屈指の漁港があり、ベニズワイガニやあんこうなどの新鮮な魚介類が水揚げされており、地域の重要な産業となっている。地元製品の販売促進やオンライン販路の拡大が今後の課題である。

青海地域は、主に化学工業が発展している。黒姫山一帯に埋蔵されている良質な石灰岩を原料としたクロロプレンゴム、塩化ビニールなどの有機工業製品製造が主な産業となっている。この産業は地域経済に大きく寄与しており、地元企業の雇用創出にも貢献している。

総括として、能生地域は観光業と水産業を中心に、地域資源を活かした産業構造が形成されている一方、青海地域は化学工業を基盤とし、資源の豊富さを活かした製造業が発展している。両地域は、互いに異なる特性を持ちながらも、地域の持続可能な発展に向けた連携が重要になってくる。共通する課題として、人口減少や少子高齢化が進行する中での人材不足、後継者問題、DX 推進の遅れが挙げられる。これらの課題を克服するためには、両地域の特性を活かしながら協力し、持続的な産業振興を目指すことが求められている。

能生地域・青海地域管内の業種別事業所数及び小規模事業者数

区分		H30年		R5年		増減	
		能生	青海	能生	青海	能生	青海
地域							
商工業者数		354	346	350	321	▲4	▲25
業 種 別	建設業	95	90	88	75	▲7	▲15
	製造業	45	22	42	22	▲3	±0
	卸売業	4	8	6	8	+2	±0
	小売業	79	77	74	61	▲5	▲16
	飲食・宿泊業	37	35	38	35	+1	±0
	サービス業	78	88	84	98	+6	+10
	その他	16	26	18	22	+2	▲4
小規模事業者数		335	311	332	282	▲3	▲29

資料：能生商工会・青海町商工会独自調査 ※各年とも4月時点

商工業者数は、能生地域は若干の減少（▲4）にとどまったのに対し、青海地域は大幅な減少（▲25）となっている。小規模事業者数も、能生地域は若干の減少（▲3）であるのに対し、青海地域は大幅な減少（▲29）が見られる。

能生地域は、全体として商工業者数は安定しているが、建設業と小売業が減少している点が課題である。サービス業は成長しているため、今後の振興策が期待される。青海地域は、商工業者数が大幅に減少しており、特に建設業や小売業の減少が顕著である。サービス業は成長しているものの、全体的な縮小が進んでいるため、持続可能な発展のための支援が必要である。

②課題

以下、両商工会で共通する小規模事業者の課題を挙げる。

「人材不足と後継者問題」

糸魚川市全体の人口減少や少子高齢化に伴い、小規模事業者は深刻な人材不足と後継者不在の問題に直面している。特に能生地域の観光業や水産業、青海地域の化学工業をはじめとした工業関係において、技能や知識を継承する若年層の確保が難しい状況である。また、観光業や製造業では、高齢化により労働力の低下が事業の持続性に影響を及ぼしている。

#### 「DX（デジタルトランスフォーメーション）の遅れ」

両地域の小規模事業者の多くは、デジタル技術の活用が進んでおらず、効率的な経営手法や生産性向上のためのDXが遅れている。能生地域の観光施設や道の駅、水産業では、オンラインでの販売や顧客管理のシステム化が未整備な事業者が多く、青海地域の工業関係でも在庫管理や生産工程のデジタル化が進んでいないケースが見られる。このため、両地域ともにDXの推進が経営改善のための重要な課題となっている。

#### 「販路開拓の困難」

能生地域と青海地域の小規模事業者は、立地上の制約もあり、地域外の市場へのアクセスが限られている。観光業や水産業、製造業においても、地元の顧客層が減少する中、新たな販路開拓が必要であるが、リソース不足やノウハウ不足により進展が難しい状況である。

#### 「資金繰りの厳しさと経営基盤の脆弱性」

人口減少と経済停滞の影響で、売上減少が課題となっている小規模事業者が多く、特に後継者不足や経営者の高齢化が進む事業者では、資金繰りや経営基盤が脆弱である。能生地域の観光業や青海地域の製造業も、固定費の増加や経費削減が難しく、経営の安定化に向けた支援が求められている。

このように、両地域の小規模事業者には共通の課題が見られ、特にDX推進や後継者育成、販路拡大などを含む包括的な支援が必要な状況である。

### (2) 2商工会合同による支援意義

両商工会地域はそれぞれに異なる産業構造や地域資源を有しているが、少子高齢化や人口減少に伴う人材不足、後継者不在、DXの遅れなど共通する課題を抱えている。こうした状況下で、両商工会が協力し、合同で小規模事業者を支援することには以下のような意義と必要性が見い出せる。

#### 「地域資源の相互補完による経済基盤の強化」

能生地域は観光資源と水産業、青海地域は化学工業をはじめとした工業関係にそれぞれの強みがあるが、単独での発展には限界が見えている。両地域が相互補完することで、例えば観光資源を活用した地域PRや連携商品開発など、相互に強みを活かし合うことが可能となり、地域全体の経済基盤を強化することが期待できる。

#### 「DX推進の加速とノウハウの共有」

両地域の小規模事業者はDXの遅れが顕著であるが、合同でDX推進のための支援を行うことで、互いにノウハウを共有し合い、効率的なデジタル化を図ることが可能である。特に、観光業と製造業の双方に共通する在庫管理や顧客対応のデジタル化は、事業者の規模を問わず有効であり、両商工会が協力することで地域内でのDX導入が加速されることが期待できる。

#### 「販路拡大支援と相乗効果の創出」

両地域において販路開拓は共通の課題だが、各地域の商工会がそれぞれに培った市場の知見やネットワークを共有することで、新たな販売機会を創出する相乗効果が見込まれる。特に観光業や地元製品のPRにおいて、各商工会が連携して支援を行うことで、地域全体としての競争力向上が期待できる。

#### 「持続可能な支援体制の構築」

人材や資源が限られている中で、両商工会が合同で支援することにより、持続的かつ効率的な

支援体制が確立される。共同で支援することにより、資源の集中投入が可能となり、地域内の小規模事業者に対するきめ細かな支援を提供することができる。

このように、両商工会が協力して支援を行うことで、地域の特色を活かしながら、共通する課題を効率的かつ持続的に解決していく意義がある。

### (3) 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

糸魚川市の人口減少や少子高齢化が進行する中で、小規模事業者の振興には10年程度の長期的視点から、まずはDX（デジタルトランスフォーメーション）推進による事業効率の改善を第一段階として進めることが重要である。具体的には、デジタル技術の導入支援を通じて、在庫管理や販売促進のオンライン化を図り、基盤強化を目指す必要がある。その後、持続可能な成長を促進するため、特徴的な観光業や水産業等の新たな連携機会を創出する取組を支援し、地域資源を活用した販路拡大とブランド化に向けた中期計画の策定を試みる。最終的に、次世代の担い手育成と地域経済の安定化を目指し、長期的な産業育成を行う体制を整えることまで見据えて、本計画に取り組む。

#### ②糸魚川市総合計画との連動性・整合性

糸魚川市総合計画では、「地域資源の活用」「産業の多様化」「持続可能な地域社会の構築」が重要施策として掲げられている。これに対し、商工会は小規模事業者に対する支援を通じて、これら施策と整合性を保ちつつ、地域振興を図る役割を果たしていく必要がある。特に、地域資源の活用においては、能生地域の観光資源や水産業、青海地域の化学工業といった特色を生かし、地域間の連携により、糸魚川市全体の経済活性化を後押ししていく。また、持続可能な社会の実現に向けた取組として、糸魚川市の環境保全方針と調和した製品開発やエコツーリズム推進など、地域に根差した事業支援も行っていく。

#### ③2商工会の役割と小規模事業者へのあり方

両商工会は、地域ごとの特性に応じたきめ細かな支援を行いながら、合同支援体制を通じて地域全体の小規模事業者の振興を目指す。能生商工会は、観光業や水産業において、地域資源を活用した新商品開発やPR支援に重きを置き、一方で青海町商工会は、化学工業とそれに付随する工業分野におけるDX推進や品質向上支援、後継者育成に力を注力する。また、双方の商工会が、定期的に情報共有と連携を図り、糸魚川市の地域資源を最大限に生かした支援策を講じることで、小規模事業者が自立的に成長できる環境を整備していく。さらに、デジタル技術の導入支援や販路拡大のための合同で取り組む商談会や展示会出展を通じて、相互のリソースを最大限に活用する体制も構築していく。

### (4) 経営発達支援事業の目標

上記(1)地域の現状及び課題、(3)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえて、以下のとおり目標を設定し、今後5年間で伴走型支援による小規模事業者の持続的発展に取り組む。

#### [目標]

##### ① 個別の事業者に寄り添った経営課題解決による商工業振興

各小規模事業者の特性やニーズに応じた個別支援を行い、対話を通じて経営課題を明確化し、解決策を提示することで、商工業の活性化を図る。具体的には、経営相談やアドバイザーによる伴走型支援を実施し、事業者の潜在的な強みを引き出し、それを活かした成長戦略を立案・実行する体制を構築する。また、この過程を通じて、事業者の経営力再構築を支援し、持続的発展の礎を築く。

② 地域資源・観光資源を活用した事業者の販路開拓・拡大

各地域が有する特色ある地域資源や観光資源を活かした商品の開発や販売戦略を支援する。その過程で、事業者との対話を重ねながら潜在的な強みや課題を明確化し、事業者が主体的に取り組める支援を行う。さらに、地域全体での共同プロモーションやイベント開催を通じて、事業者の販路拡大を促進するだけでなく、地域の経済活性化に繋がる施策を推進する。このプロセスを通じ、事業者が自らの可能性を引き出し、持続的な競争力を獲得する体制づくりを支援する。

## 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

### 目標① 個別の事業者に寄り添った経営課題解決による商工業振興

小規模事業者が抱える様々な経営課題に対応するため、経営者自身が自主自立的に事業計画の策定に取り組めるよう支援する。その過程では、経営状況の分析や市場調査を支援し、経営者との対話を通じて課題や強みに気づきを与えることで、事業者が自身の可能性を引き出せる環境を整える。SWOT分析を踏まえた課題設定から計画策定、実行、さらにフォローアップまでの一連のプロセスを伴走的に支援し、持続的な成長を促進する。

また、具体的には、年間15者以上の小規模事業者に対して事業計画策定支援を実施し、そのうち、売上増加事業者を初年度5者、経常利益率1%以上向上事業者を初年度2者とし、事業期間内で成果に結びつく事業者数を純増していく。

### 目標② 地域資源・観光資源を活用した事業者の販路開拓・拡大

当地域特有の資源や観光資源に着目し、それを活かした商品やサービスの展開について支援する。その際、商談会や展示会、即売会への出展を支援するとともに、バイヤーや来場者の反応を伺うアンケート調査を実施し、消費動向を把握する。この調査データは、事業者との対話を通じて具体的な課題や機会の認識を深める材料とし、データをもとにした戦略的な事業展開を支援する。また、事業者の潜在力を引き出し、新たな販路の開拓や市場での競争力向上に繋がる取り組みを伴走的に行う。

具体的には、年間10者以上の小規模事業者に対して商談会や展示会の出展を支援し、各事業者が5件以上の新規取引を成立させることを目標とする。また、アンケート調査で30件以上の回答を収集し、これに基づいて新規商品・サービス提案を行う取り組みを進める。

## 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]

両商工会は、市内のもう1つの商工団体である糸魚川商工会議所と連携し、年2回（前期1月～6月、後期7月～12月）商工業者を対象とし、景況調査アンケートを実施してきた。回収した調査票は、業況判断DIで分析し、調査結果は両商工会でそれぞれ発行している会報に掲載しており、巡回・窓口指導時に情報提供を行っていた。しかし、小規模事業者の経営改善支援に資する基礎資料として、業種別課題の抽出や分析等まで行えておらず、十分な利活用はしていなかった。

[課題]

今後は、より地域経済の活性化及び小規模事業者の経営改善支援に資する基礎資料として活用していくために、上記景況調査結果の深掘りに加え、消費動向等を含めた経済動向分析を、国が提供する地域経済分析システム「RESAS」データを用いる。得られた調査資料を分析し、経営支援に関わる職員で共有し、小規模事業者へもホームページや広報を通じて情報提供する。

## (2) 目標

事業内容	公表方法	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①景況動向調査の公表回数	HP掲載	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②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景況動向調査の実施

地域内の景況動向等を把握するため、景況調査（売上、仕入、経費の前年対比、資金繰り状況、今後の景況予測等）を地域内の小規模事業者に対し、年2回実施し、調査・分析を行う。

【調査対象】 地域内小規模事業者 60社

（製造業・建設業・小売業・サービス業 各15社）

【調査項目】 売上、仕入、経費の前年対比、資金繰り状況、景況予測 等

【調査手法】 調査票を郵送し、返信用封筒での返送や巡回・窓口相談時での回収、電話での聞き取り

【分析手法】 経営指導員が外部専門家と連携して分析を行う

### ②地域経済動向の分析

地域の産業や事業者に対し、効果的な経済活性化を目指すため、経営指導員が地域経済動向や消費動向について、「RESAS」データ等を活用して、調査・分析を行う

【調査手法】 地域経済分析システム「RESAS」を主に、事業者が属する環境や求めているデータに基づいて、以下の資料も活用して調査する。

国勢調査／家計調査年報／日本政策金融公庫の調査月報

ホクゲン経済研究所「ホクゲンマンスリー」

新潟経済社会リサーチセンター「センター月報」

【調査項目】・「地域経済環境マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析

・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析

・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析した結果を事業計画策定支援等に反映させる

## (4) 調査結果の活用

情報収集したデータを業種別に分析・整理し、ホームページ及び会報に掲載する他、商工会事務所での掲出等で広く地域の商工業者に周知する。さらに、小規模事業者の事業計画策定支援や販路開拓支援の基礎データとして活用するとともに、経営支援に携わる職員で情報を共有する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

現在のところ、両商工会どちらとも需要動向に関する調査は、全体または特定事業者に還元できるまでのものは実施していなかった（できなかった）。

小規模事業者の経営においては、事業者自身の勘やセンス、独自のノウハウがあり、それに頼るものが多く、需要動向を予測する術がある事やその調査方法を把握している事業者は少ない。また、商工会としても、行政機関や金融機関、シンクタンク等から取得した需要動向に関する情報は、税務・労務・金融などの個別相談時や小規模事業者持続化補助金等の申請時に提示するだ

けに留まっており、その情報を分析して事業所の事業計画に反映し、事業遂行の根拠要因とするものには出来ていなかった。

[課題]

今後は、事業計画を策定した事業者や販路開拓・拡大をしようとする意欲的な事業者が、商品・サービスに係る需要動向調査により、消費者ニーズを反映した高付加価値な新商品開発や既存商品のブラッシュアップを行い、需要開拓できるよう支援が必要である。

(2) 目標

事業内容	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①個店調査対象事業者数	未実施	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②商談会アンケート調査対象事業者数	未実施	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

①個店での顧客アンケート調査・市場動向調査

小規模事業者が、提供する商品・サービスや事業者自体等について、来店する顧客がどのように評価しているか、生の声を聞くことで消費者ニーズを明らかにしながら、その顧客の消費動向についても調査し、需要の開拓や販路拡大、販売促進に活用する。

【サンプル数】 1 事業者あたり来店客 30～50 人（事業規模による）

【調査対象】 事業計画策定を検討している意欲的な事業者の顧客、ユーザー等

【調査手段・方法】 店頭でのアンケート回答やユーザーへのアンケート郵送に対する返送等、支援事業者の営業形態や調査目的に合った方法で実施。

【調査項目】

- ・ 基本情報（顧客の属性等） ・ 購買動機（来店の目的、購入の決め手等）
- ・ 消費動向（購入頻度、方法、普段購入時に目安とする価格帯等）
- ・ 競合比較（他店での購入、比較優位事由、比較劣位事由等）
- ・ 販売促進の効果（セールや広告の効果、ポイントカードの利用等）
- ・ 店舗評価（店舗内外、雰囲気、店員態度等）
- ・ 市場動向予測（今後の購入意向、注目している商品サービス等）

【調査結果の活用方法】 対象事業者ごとに、調査結果をフィードバックし、以下の展開に繋げる。

- ・ 商品サービスの改善（顧客のニーズをもとに商品サービスの改良及び開発、価格帯の見直し）
- ・ 新規顧客の獲得と販路拡大（ターゲット層に合わせたマーケティング活動の実施、効果的な販促方法（キャンペーンや広告メディア）の選定）
- ・ 販売促進活動の強化（顧客が反応したプロモーションの積極実施、会員制度やポイントカードの強化）
- ・ 競合との差別化（競合との比較をもとにした自店の強みを強調、顧客が求める特徴やサービスの提供）
- ・ 店舗運営の改善（顧客からのフィードバックをもとにした店舗の改善（接客、商品配置等）や、購入頻度及び来店時期を考慮した営業戦略）
- ・ 長期的な戦略の策定（市場動向をもとに、今後のビジネス戦略を計画）

【参考データ】 国勢調査、家計調査年報、地域経済分析システム「RESAS」

②各種商談会でのアンケート調査

小規模事業者が、商品・サービスの販路開拓に寄与するための需要動向調査を実施する。後述の「8. 新たな需要の開拓に寄与する事業」として出展する事業者を対象とし、商談会に来

場するバイヤーに対して展示商品の試食や試用を通じたアンケート調査を実施し、当該調査の分析結果を事業者に還元する。

【サンプル数】 1事業者あたりバイヤー100人

【対象事業者】 商談会に出展する小規模事業者 5社

【調査手段・手法】 各商談会に来場するバイヤーに展示商品の試食・試用をしていただき、味や使用感、価格、見た目、取引条件等について、帯同する経営指導員等が来場者にアンケート記入協力を求める。

【商談会】 11月 フードメッセ in 新潟 3日間開催 11,000人來場

12月 施設リバージョン EXPO 3日間開催 28,000人來場

1月 居酒屋 JAPAN 2日間開催 20,000人來場

2月 スーパーマーケット・トレードショー 3日間開催 80,000人來場

【調査項目】

- ・商品評価（味や風味、使用感の評価や価格帯の適正度、見た目、品質等）
- ・購入意向、需要動向（購入意欲の確認、ターゲット市場と売れ行き予想）
- ・取引条件の評価（最小発注数や取引価格、納期、配送条件の評価）
- ・競合商品との比較（競合との相違点や優位点の評価）
- ・改善点の提案（品質や機能向上に必要な改善、要素の追加や削除等）

【調査結果の活用方法】 対象事業者ごとに、調査結果をフィードバックし、以下の展開に繋げる。

- ・商品改良・開発（バイヤーの評価をもとに、商品の味や使用感、品質、デザイン等を改善。また、競争力のある価格への調整やバイヤーの求める機能や特徴を反映した新商品開発に寄与）
- ・販売戦略の見直し（バイヤーの意見をもとにターゲット市場を再設定し、商品サービスで評価されたポイントを強調したプロモーションを行う）
- ・取引条件の最適化（バイヤーが望む最小発注数や価格帯と自社設定の乖離を多角的に分析し、最適な取引条件を導き出す）
- ・競合との比較、差別化（バイヤーが競合商品と比較して優位点とした特徴をセールスポイントに据える）
- ・販売促進活動の強化（バイヤーが反応したプロモーションや販売条件を取り入れ、以後の商談会や営業活動の中でサンプル提供や試食、試用いただきながら、販売を促進する）

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

従来から、記帳指導事業所を中心に、決算時に記帳ソフトで確認できる財務診断・財務諸表を提供するのに加え、「概要と目標」として、過去4年間の収支動向とキャッシュフロー、次年度の目標等を提示し、現在の経営状況について指導を行ってきた。

しかし、現状における経営状況の分析やその活用は、上記経営指標の提示や資金繰りに関する支援での活用に限られている。提示した目標売上達成のための計画や現状の課題解決については、詳細かつ具体的な支援策と今後の指針を裏付けるデータ提供に欠けていた。

#### [課題]

まずは、小規模事業者ごとに対話と傾聴を通じて、それぞれの本質的な課題抽出に励む。本分析支援に加え、次項目以降の事業計画策定支援、販路開拓支援等について、多様な支援ツールから小規模事業者に合わせて支援を活用いただくよう心掛ける。

その上で、小規模事業者の持続的発展に向けたきめ細かい伴走型支援を行うためには、事業計画策定に繋がるような定量的・定性的な分析に加え、事業者自身の経営分析能力の向上を支援することが必要である。

本分析支援の対象は、記帳指導事業所や資金繰り相談事業所のみならず、経営指導員の巡回・

窓口相談や、小規模事業者持続化補助金等の周知、各種セミナー開催を通じて、事業計画策定のための経営分析を求める小規模事業者の掘り起こしを行う。

専門的な指導領域については、新潟県、新潟県商工会連合会、にいがた産業創造機構等と連携した専門家派遣事業で対応する。

(2) 目標

事業内容	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①セミナー開催回数	未実施	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②経営分析事業者数	未実施	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

意欲的で計画的な経営改善に取り組みたいとする小規模事業者に対し、専門家と連携し経営分析セミナーを開催し、事業計画策定支援や販路開拓・拡大支援へと導く。

【募集方法】 巡回・窓口相談での勧誘、商工会ホームページ、会報

【開催回数】 年2回（半期に1回）

【参加者数】 1回あたり20者

②財務諸表等に基づく経営状況の分析

事業計画策定を希望する事業者や上記セミナー参加者の中から、意欲的で販路開拓・拡大の可能性が高い小規模事業者に対し、経営計画策定に必要である定量分析（財務分析）や定性分析（非財務分析）を実施する。なお、非財務分析においては、事業者との相談対応時に対話と傾聴姿勢を心掛け、潜在的強みや弱み、本質的な課題を表出化した上で適切な分析手法を用いる。

【対象者】 事業計画策定を希望する事業者及び経営分析セミナー参加者

【分析項目】 <財務分析> 収益性、安全性、生産性、活動性、成長性分析等  
<非財務分析>SWOT分析（強み、弱み、機会、環境等）

【分析手法】 経済産業省「ローカルベンチマーク」、MA1等記帳ソフトでの作成される「財務諸表」やその「経営分析システム」、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」等を活用し、経営指導員が分析を行う。さらに専門的な指導が必要な場合は、ミラサポや新潟県よろず支援拠点、新潟県商工会連合会のエキスパート・バンク事業、建設サポートセンター事業、買い物利便性ビジネスサポート事業による専門家派遣を活用し、中小企業診断士等の専門家によるアドバイスを受けながら手厚く詳細な分析を行う。

(4) 分析結果の活用

経営分析結果は小規模事業者にフィードバックし、事業者自身に経営内容や課題を把握してもらい、意欲ある事業者に対しては事業計画策定支援や販路開拓・拡大支援へ展開する。

さらに、経営分析結果はデータベース化して、両商工会内で共有して経営指導員や経営支援に関わる職員のスキルアップとしても活用する。また、同業種の経営分析の際にも参考データとして活用する。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

現状における事業計画策定支援は、小規模事業者が経営課題を解決するために、経済動向や景気動向、需要動向調査の結果を踏まえ、事業計画策定支援及び新潟県商工会連合会等から専門家を派遣するなど事業者の持続的発展を図ることを目的に実施する事が多かった。

また、小規模事業者が事業計画を策定する際、将来を見据えた具体的な目標や実行計画を立てることなど難航することも多い。特に DX（デジタル技術の活用）を活かした計画作成はほとんど進んでいない。

#### [課題]

事業計画策定においては、その事業推進を事業者自身が自分事として捉え、取り組むことが求められる。そのためには、策定時においても事業者自身が本質的課題を認識して納得された内容になるよう、伴走姿勢で事業者とともに取り組む必要がある。また、DX の側面においてその必要性は認識されつつも、具体的な導入方法や計画への反映について十分な知識や理解が不足しているという課題がある。

上記を踏まえ、多様化する事業者の経営環境に対応するため、事業者自らが自社の経営環境を把握し、今後のビジネスプランを構築するため、スピード感を持った事業計画策定を支援する。

### (2) 支援に対する考え方

経営分析を行った小規模事業者に対しては、巡回・窓口相談時に事業計画策定の必要性や有用性を説明し、理解いただいた上で「事業計画策定セミナー」へ参加いただく。経営指導員が経営分析を行った全ての事業者の事業計画策定を目指す。併行して、事業計画策定において、DX を取り入れることは、事業所の競争力を高め、持続的な成長を実現するために重要であるため、「DX 推進セミナー」も併せて参加いただく。

そして、事業計画策定においては、事業者が現状を見つめ直し、本質的課題を認識・納得することが重要である。その上で、自ら主体的に取り組む内発的動機づけを促す支援が求められている。本支援では、セミナー開催を通じて課題の本質を理解する機会を提供し、伴走型支援を通じて計画策定と実行を支援する。これにより、事業者が当事者意識を持って取り組み、持続可能な経営の実現を目指す。

また、事業計画策定のみならず、事業承継が必要な事業所に対しては、事業承継支援も併せて行い、必要に応じて専門家を交えた効果的な支援を行う。

### (3) 目標

事業内容	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①事業計画策定セミナー開催回数	未実施	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②事業計画策定事業者数	5 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
③DX 推進セミナー開催回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

### (4) 事業内容

#### ①事業計画策定セミナーの開催

経営分析セミナーの参加者や経営分析を行った事業者を主たる対象としつつ、経営指導員の巡回・窓口相談等にて同段階の経営分析に至っている事業者や事業計画策定を検討している事業者を掘り起こし、事業計画策定のためのセミナーを開催する。

- 【募集方法】 経営分析セミナー時や巡回・窓口相談時等
- 【回数】 年2回
- 【カリキュラム】 小規模事業者からの相談等から支援内容を計画・策定する
- 【参加者等】 経営分析セミナー参加者や経営分析事業者等

②事業計画の策定

- 【支援対象】 経営分析を行った事業者、事業計画策定意欲の高い事業者
- 【手段・方法】 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策定支援を行い、必要に応じて専門家を交えて支援する

③DX推進セミナーの開催

経営分析セミナーの参加者や経営分析を行った事業者を主たる対象としつつ、経営指導員の巡回・窓口相談等にて同段階の経営分析に至っている事業者や事業計画策定に向けてDXに取り組む事業者を掘り起こし、DXに関する基礎知識や活用事例を学ぶセミナーを開催する。

- 【募集方法】 経営分析セミナー時や巡回・窓口相談時等
- 【回数】 年1回
- 【カリキュラム】 DXに関する基礎知識・小規模事業者が取り組む先進的な活用事例紹介
- 【参加者等】 経営分析セミナー参加者やDXに取り組む事業計画を策定する事業者

**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]

事業計画の策定支援を行った小規模事業者には、国、県、市、にいがた産業創造機構の行う支援等の広報、案内の周知や専門家派遣事業を中心としたフォローアップを行ってきたが、積極的に実施支援をする仕組みや体制が整っていなかった。

[課題]

今後は、事業者への支援体制を確立し、積極的に巡回訪問によりフォローアップを行う。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後は、事業者自身の自走的な推進が求められる。そのため、進捗確認の頻度は原則として四半期に1回とし、その都度、必要に応じたフォローアップを行う。傾聴と対話を意識して、必要以上の先導は行わず、伴走型支援を心がける。年度末においては、事業計画遂行状況及び事業結果の確認を事業者とともにを行い、見直しや反省点を洗い出し、次年度以降の事業計画の確認や修正を行う。本フォローアップ期間は、事業者の自律的な事業計画遂行を促すため、原則として事業計画策定後3年間とする。

(3) 目標

事業内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数	5者	15者	15者	15者	15者	15者
頻度(延回数)	20回	60回	60回	60回	60回	60回
売上増加事業者数	2者	5者	7者	9者	11者	13者
経常利益率1%以上増加事業者数	1者	2者	3者	4者	5者	6者

(4) 事業内容

事業計画策定後は、事業計画を策定したすべての小規模事業者に対し、四半期ごとの巡回訪問により事業計画の進捗状況等を確認し、必要なフォローアップを実施する（事業計画策定後3年間）。経営課題や問題については経営指導員が指導・助言し、進捗状況が芳しくない事業者には必要に応じて専門家を派遣し、支援体制を整える。

**8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること**

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、販路開拓・拡大の可能性が高い展示会・商談会への出展支援をしてきたが、必ずしも事業者のニーズにマッチした展示会・商談会への出展に結び付けられず、事前・事後のフォローアップも十分ではなかった。

[課題]

今後は、事後計画を策定した事業者、意欲的に販路拡大を目指す事業者にヒアリングを行い、商品、サービスの販路開拓・拡大のため展示会・商談会へ出展を促し、事前・事後のフォローアップを行い支援する。新たな販路開拓・拡大に取り組む事業者に対しては、各種展示会・商談会の情報提供を行い、資金面やノウハウなども経営指導員が助言・指導を行う。

(2) 支援に対する考え方

市場規模が大きい首都圏等での商談会や物産展に出展することや SNS 等不特定多数がいつでも閲覧できる情報発信ツールを活用しての事業所ならびその商品・サービスの認知を高めることで、事業者にとって新たな需要の開拓を支援する。

(3) 目標

事業内容等	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
商談会出展支援事業者数	6 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
成約件数/者	3 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
物産展出展支援事業者数	未実施	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
1 日の売上/者	未実施	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
SNS 活用セミナー開催回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
活用支援事業者数	未実施	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
売上増加率/者	未実施	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①各種商談会への出展支援事業（BtoB）

事業計画を策定した小規模事業者や資金力に乏しい事業者が、首都圏等で開催される商談会へ出展し、販路開拓・拡大する事を支援する。出展に当たっては経営指導員が事前・事後のフォローアップを着実にを行い、新たな需要開拓の機会を創出する。

【支援対象者】 事業計画を策定した事業者や食品製造業及びその他の製造業者で販路開拓・拡大を積極的に推し進めたい意欲的な事業者（4 商談会 10 者/年）

名称	概要	期間・集客 (予定)
フードメッセ in にいがた	日本海側最大の食の国際見本市に、生鮮食品やその食品等を製造販売する小規模事業者で、販路拡大を積極的に推し進めたい意欲的な事業者を支援する商談会。	3日間 11,000人
施設リノベーション EXPO	商業施設、公共施設をはじめ交通施設、学校、医療；福祉施設、宿泊施設など、様々な施設のリノベーションに必要な設備、材料が一堂に出展。新築時代からストック活用時代へ大きく変遷を迎える日本の建築業界にとって必要不可欠な見本市。	3日間 28,000人
居酒屋 JAPAN	居酒屋による、居酒屋のための居酒屋の展示会。“居酒屋業界”と“飲食産業”をターゲットにした、年に一度の業界専門展示会。	2日間 20,000人
スーパーマーケット・トレード ショー	スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会として、全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食、海外などから多数のバイヤーを対象とした商談会。	3日間 80,000人

## ②物産展出展支援事業 (BtoC)

製造業及び小売業で営業エリア拡大を目指す小規模事業者及び販売力を高めたい小規模事業者に対して、対消費者取引を促進するため、令和6年5月末にオープンした銀座の新潟県アンテナショップ等、大都市圏の集客力のある施設で物産展を開催し、商品の知名度向上、商品販売による売上げの増加並びに販路拡大を支援する。

また、物産展会場における商品陳列や接客、セールストークなど事前及び現地支援を行うことで、顧客確保のための販売手法も支援する。

## ③SNS 活用セミナーの開催

SNS (インスタグラム・LINE・X (旧 twitter) や Google マイビジネス等、無料で使用できるツールをはじめ、販路開拓手段として、その活用方法を学ぶセミナーを開催する。更なる効果拡大のため、事業者の既存ホームページの改修や無料でホームページを作成できるグーペ等での新規開設も併せて、伴走的に支援する。

【募集方法】 経営分析セミナー時や巡回・窓口相談時等

【回数】 年1回

【カリキュラム】 SNS を活用した販路開拓 (アカウント開設～継続更新のコツ) ・活用事例

【参加者等】 経営分析セミナー参加者や販路開拓に SNS 活用を検討する事業者

## II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能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]

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に、商工会正副会長や糸魚川市、糸魚川市観光協会、金融機関、税理士等の有識者で構成する「事業評価委員会」を年1回行ってきた。

##### [課題]

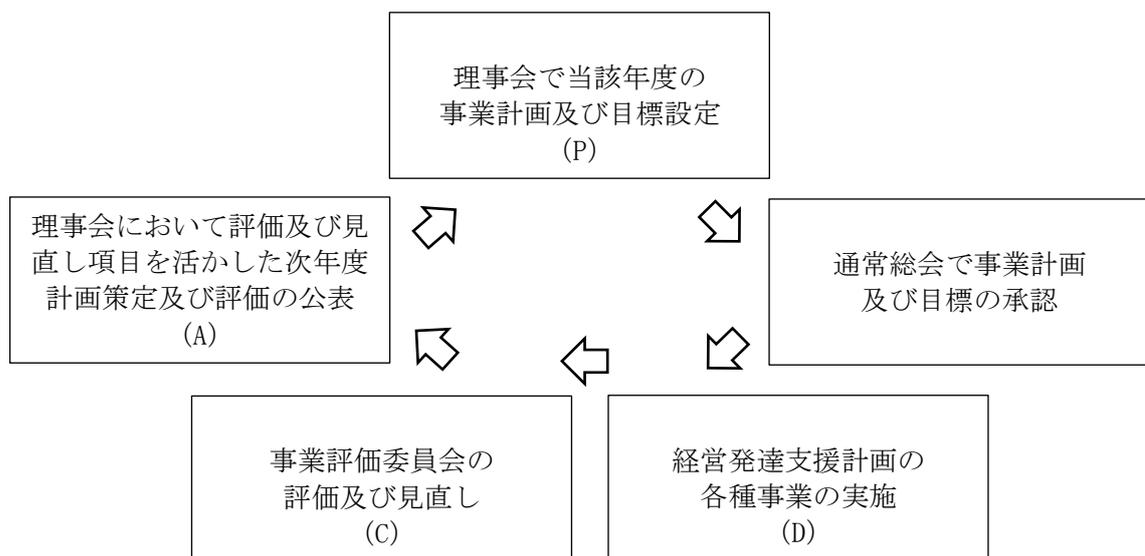
今後は、委員会を再構成し、事業の実施状況について PDCA サイクルにより見直しを行う。

(2) 事業内容

①事業評価委員会の設置（既存体制の整備）

- 【目的】 外部有識者より、客観的評価を実施し、本計画のPDCAサイクルを循環させる。
- 【開催頻度・時期】 年1回・年度末
- 【委員構成】 両商工会正副会長、商工会職員（事務局長・法定経営指導員・経営指導員）・糸魚川市商工観光課長、税理士または中小企業診断士等の外部有識者
- 【評価項目】 本計画に記載した数値目標の達成状況を評価項目とする。  
ただし、数値目標に加え、ケースに応じて小規模事業者の経営意欲等の定性評価も加える。
- 【評価結果の公表】 両商工会のホームページで公表する。
- 【見直し事項の対策】 事業評価委員会の評価及び見直しを行い、理事会において事業評価委員の評価及び見直し項目を活かした次年度事業計画（目標設定）を検討し策定する。策定した事業計画及び目標は通常総会で承認を得る。

【PDCAサイクルによる事業スキーム】



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]

従来から職種別においては、新潟県商工会連合会や職員協議会等が主催する研修会に参加し、職員個々のスキルアップを図っていたが、支援ノウハウの情報交換や共有は職員間で出来ていなかった。

[課題]

今後は、職員個々に習得した支援ノウハウや情報の共有が必要であり、それらをデータベース化し、情報を共有できる仕組みを構築し、職員全体の支援能力向上を図る。

## (2) 事業内容

### ①外部講習会等の活用

職員全員が、全国商工会連合会や新潟県商工会連合会、にいがた産業創造機構等の外部支援機関が主催する各種研修会に積極的に参加し、職員個々のスキルアップに繋げ、支援能力の向上を図る。特に、喫緊の課題である小規模事業者のDX推進にあたっては、経営指導員のみならず、経営支援に対応する全職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導が出来るよう、関係する指導能力向上のためのセミナーは、より積極的に参加し、知識習得を図る。

必要に応じて、民間企業での研修会や中小企業大学校の主催する研修会に経営指導員等が参加し、支援能力の向上に努める。

### ②OJTによる内部支援体制の強化

若手職員は職種に関わらず、支援経験の豊富な経営指導員等と連携し、巡回・窓口相談時の機会を活用したOJTにより、支援能力の向上を図る。また、専門家派遣による事業者への指導の際には、経営指導員のみならず若手職員も帯同し、スキルアップに繋げる。

### ③「経営改善勉強会」の開催

各種支援研修で習得した内容や実施した経営支援について、月1回、職員全員参加による「経営改善勉強会」にて経営支援ノウハウの共有を図る。経営支援の共有により、全体の支援能力向上を図る。

### ④データベース化による支援ノウハウの共有と支援能力強化

個々の職員が習得している事業者への支援ノウハウをデータベース化する事で共有し、組織全体の支援能力強化に繋げる。この支援能力強化には、経営相談対応の基盤となる「対話と傾聴」で相談に臨む基本姿勢の習得・常態化を含んでいる。事業者の本質的な課題の掘り下げとその腹落ちを通じて、この課題解決に内発的動機付けを芽吹かせる事で自走する事業者と伴走的な支援関係が築ける。

これらにより、経営指導員のみならず、経営支援に携わる一般職員も含めた全職員に一定レベル以上の支援ノウハウが身に付き、組織全体の支援能力強化に繋がる。

## 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]

従来から、市内商工団体（糸魚川商工会議所及び両商工会）と行政（糸魚川市）で構成する糸魚川経営改善研究会や、日本政策金融公庫高田支店と上越地域の商工会議所・商工会で構成する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）など、地域の経済情勢や事業者の経営状況などの情報交換を実施している。

#### [課題]

今後は、地域の経済情勢に加え、経営指導事例や支援ノウハウ等の情報交換も積極的に行い、新潟県商工会連合会、地域金融機関、外部支援団体等の専門機関との連携を密にし、支援能力の向上を図る。

### (2) 事業内容

#### ①糸魚川経営改善研究会（年4回）

糸魚川商工会議所と両商工会に加え、糸魚川市にも参画いただいて、各地域の経済状況や小規模事業者の景気動向について情報交換が行っている。今後は、経営支援の取組状況や支援方法についても情報交換を行い、支援能力の向上を図る。

#### ②小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年2回）

日本政策金融公庫高田支店主催で、上越地域の商工会議所・商工会が一堂に会する協議会（通称、マル経協議会）で、各地域の経済情勢や起業・創業、事業承継に関する支援ノウハウについても情報交換を行い、支援能力の向上を図る。

③商工会関係機関の研修による情報交換（年5回）

新潟県商工会連合会や職員協議会主催の研修会、その他職員研修会において、経営支援の取組事例や支援ノウハウについて情報交換を行い、支援能力の向上を図る。

④糸魚川市、糸魚川市議会との情報交換（年1回）

糸魚川市商工観光課長・能生事務所長・青海事務所長、能生・青海地域を地元とする糸魚川市議会議員と両商工会で情報交換の場を設け、地域の経済情勢や小規模事業者への支援状況、地域の総合的な振興策について意見交換を行い、地域課題及びその解決策の議論と共有を図りながら、支援能力の向上を図る。

(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11月現在)																								
<b>(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)</b>																								
<table border="1"><thead><tr><th colspan="2">能生商工会 (幹事)</th></tr></thead><tbody><tr><td>法定経営指導員</td><td>1名</td></tr><tr><td>経営指導員研修生</td><td>1名</td></tr><tr><td>経営支援員</td><td>3名</td></tr><tr><td>記帳指導職員</td><td>2名</td></tr></tbody></table>	能生商工会 (幹事)		法定経営指導員	1名	経営指導員研修生	1名	経営支援員	3名	記帳指導職員	2名	<table border="1"><thead><tr><th colspan="2">青海町商工会</th></tr></thead><tbody><tr><td>事務局長</td><td>1名</td></tr><tr><td>法定経営指導員</td><td>1名</td></tr><tr><td>経営支援員</td><td>2名</td></tr><tr><td>記帳指導職員</td><td>1名</td></tr></tbody></table>	青海町商工会		事務局長	1名	法定経営指導員	1名	経営支援員	2名	記帳指導職員	1名	<table border="1"><tbody><tr><td>糸魚川市</td></tr><tr><td>産業部 商工観光課</td></tr></tbody></table>	糸魚川市	産業部 商工観光課
能生商工会 (幹事)																								
法定経営指導員	1名																							
経営指導員研修生	1名																							
経営支援員	3名																							
記帳指導職員	2名																							
青海町商工会																								
事務局長	1名																							
法定経営指導員	1名																							
経営支援員	2名																							
記帳指導職員	1名																							
糸魚川市																								
産業部 商工観光課																								
<b>(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</b>																								
①法定経営指導員の氏名、連絡先																								
■氏名：山本 宏樹																								
■連絡先：能生商工会 TEL 025-566-2244																								
■氏名：菅原 貴寛																								
■連絡先：青海町商工会 TEL 025-562-2352																								
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。																								
当計画の法定経営指導員については、商工会範囲が広域の理由により、2名の配置を行うこととする。																								
<b>(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先</b>																								
①商工会/商工会議所																								
・能生商工会																								
[連絡先] 〒949-1352 新潟県糸魚川市大字能生 1941 番地 7																								
TEL : 025-566-2244 / FAX : 025-566-4374																								
E-mail : benten@noumachi-syokoukai.or.jp																								
・青海町商工会																								
[連絡先] 〒949-0304 新潟県糸魚川市大字寺地 2153																								
TEL : 025-562-2352 / FAX : 025-562-5201																								
E-mail : omisho@shinsyoren.or.jp																								
②関係市町村																								
・糸魚川市 産業部 商工観光課 企業支援係																								
[連絡先] 〒941-8501 新潟県糸魚川市一の宮 1 丁目 2 番 5 号																								
TEL : 025-552-1511 / FAX : 025-552-7372																								
E-mail : kigyo@city.itoigawa.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	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
経済動向調査	100	100	100	100	100
需要動向調査	300	300	300	300	300
事業計画策定支援	300	300	300	300	300
事業計画策定後支援	300	300	300	300	300
新たな需要開拓	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

(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、国補助金、県補助金、市補助金、各種手数料、事業受託料収入等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

