

経営発達支援計画の概要

実施者名	長岡商工会議所（法人番号 2110005011384） 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（5年間）
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模異業者の経営環境変化への対応を支援することにより、事業継続につながります。 ・小規模事業者のデジタル化・DXによる業務効率化や販路開拓、高付加価値商品の開発や販売支援により、労働生産性の向上を図ります。 ・上記を実現するために、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上で、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り組みを図ります。
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・「長岡市内景況調査」の分析結果の公表及び活用 ・「地域の経済動向分析」の公表及び活用 4. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・「消費者向け商品調査」の実施 ・「バイヤー等向け商品調査」の実施 5. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の経営状況分析の実施 6. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・「事業計画策定セミナー」の開催 ・「個別相談会」の開催 ・「DX 推進セミナー」の開催 ・「ながおか創業者クラブ」の開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・前項で策定した全ての事業計画に対するフォローアップの実施 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・「フードメッセ in にいがた」への出展支援 ・「スーパーマーケット・トレードショー」への出展支援 ・「東京インターナショナル・ギフト・ショー」への出展支援 ・「機械要素技術展」への出展支援 ・「テクニカルショウヨコハマ」への出展支援 ・デジタル化導入後の実行支援 ・「ポッキリパスポート事業」の事業者支援 ・「ながおかクオーレ祭り事業」の事業者支援
連絡先	<p>長岡商工会議所 営業推進部 経営支援グループ 〒940-0071 新潟県長岡市表町3丁目1番地8 リナシエビル3 TEL:0258(32)4500 FAX:0258(34)4500 E-mail:keiei@nagaokacci.or.jp</p> <p>長岡市 商工部 産業支援課 〒940-8501 新潟県長岡市大手通1丁目4番地10 TEL:0258-35-1122 FAX:0258-39-2275 E-mail:syougyo@city.nagaoka.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

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

【立地・人口・交通】

・長岡市は、新潟県のほぼ中央部に位置し、県内では新潟市に次いで第2位の人口を有するとともに、891.05 km²の行政区域面積を誇る中越地方で最大規模の市です。市の中央部を日本一の長さで流量を誇る信濃川が縦断し、その両岸に肥沃な沖積平野が広がり、東西には東山連峰と西山丘陵が連なっています。また、日本海に面する寺泊地域には南北に約16 kmの海岸線があります。高速交通網としては、上越新幹線と関越・北陸自動車道が整備されており、首都圏や北陸・東北方面と本市とを結んでいます。市内には、複数のインターチェンジが設置され、一般国道や県道などと結ばれています。山岳から丘陵、平野、海岸に至る変化に富んだ地勢、信濃川とその支流を軸とした豊かな自然環境、首都圏など全国へのアクセスを容易とする充実した高速交通体系が相まって、長岡市の魅力と強みを形成しています。

【図表1：長岡市の位置】



- ・長岡市は、平成 17 年 4 月 1 日に旧長岡市、中之島町、越路町、三島町、山古志村、小国町が合併し、その後、平成 18 年 1 月 1 日に和島村、寺泊町、栃尾市、与板町が合併、平成 22 年 3 月 31 日に川口町が合併し誕生しました。
- ・そのため長岡市内には、長岡商工会議所、寺泊町商工会、二和地区商工会、与板町商工会、栃尾商工会、中之島町商工会、越路町商工会、関原地区商工会、三島町商工会、和島村商工会、山古志商工会、川口町商工会、小国町商工会の合計 13 の商工団体があります。
- ・長岡商工会議所の管轄区域は、平成 18 年 1 月 1 日現在における長岡市の区域（昭和 32 年 10 月 1 日現在における関原町、昭和 35 年 9 月 1 日現在における二和村、平成 17 年 3 月 31 日現在における中之島町、越路町、三島町、山古志村、小国町及び、平成 17 年 12 月 31 日現在における和島村、寺泊町、栃尾市、与板町の区域を除く）となっています。

【図表 2：長岡商工会議所の管轄区域】

下図の太線で囲んだ地域が当所の管轄区域となります。



- ・長岡市の人口は合計約 27 万人。
うち、当所管内（長岡地域）の人口は約 18 万人。減少が続いています。

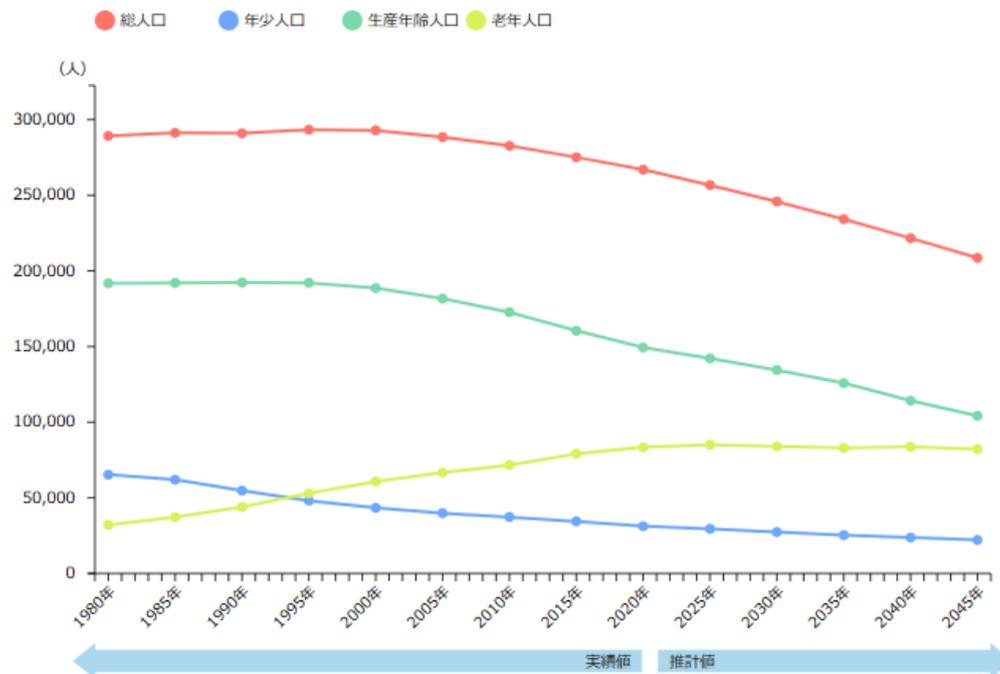
【図表 3：長岡市の人口推移①】

(単位：人)

地域名	平成 24 年	平成 27 年	令和元年	令和 5 年
長岡地域	193,917	192,802	192,359	191,859
うち関原地区	6,462	6,487	6,524	6,494
うち二和地区	6,279	6,247	6,182	5,965
うち当所管内	181,176	180,068	179,653	179,400
中之島地域	13,178	11,528	10,974	10,790
越路地域	13,623	13,830	13,526	13,144
三島地域	7,200	7,098	6,733	6,738
山古志地域	1,254	1,002	963	809
小国地域	6,104	5,469	5,135	4,742
和島地域	4,566	4,109	3,970	3,676
寺泊地域	10,821	9,704	9,286	8,694
栃尾地域	21,059	18,764	17,723	16,440
与板地域	6,819	6,461	6,311	5,957
川口地域	4,926	4,479	4,340	4,087
合 計	280,740	275,246	269,920	266,936

【出典】国勢調査（総務省）地域別人口は長岡市集計結果（長岡市ホームページより）

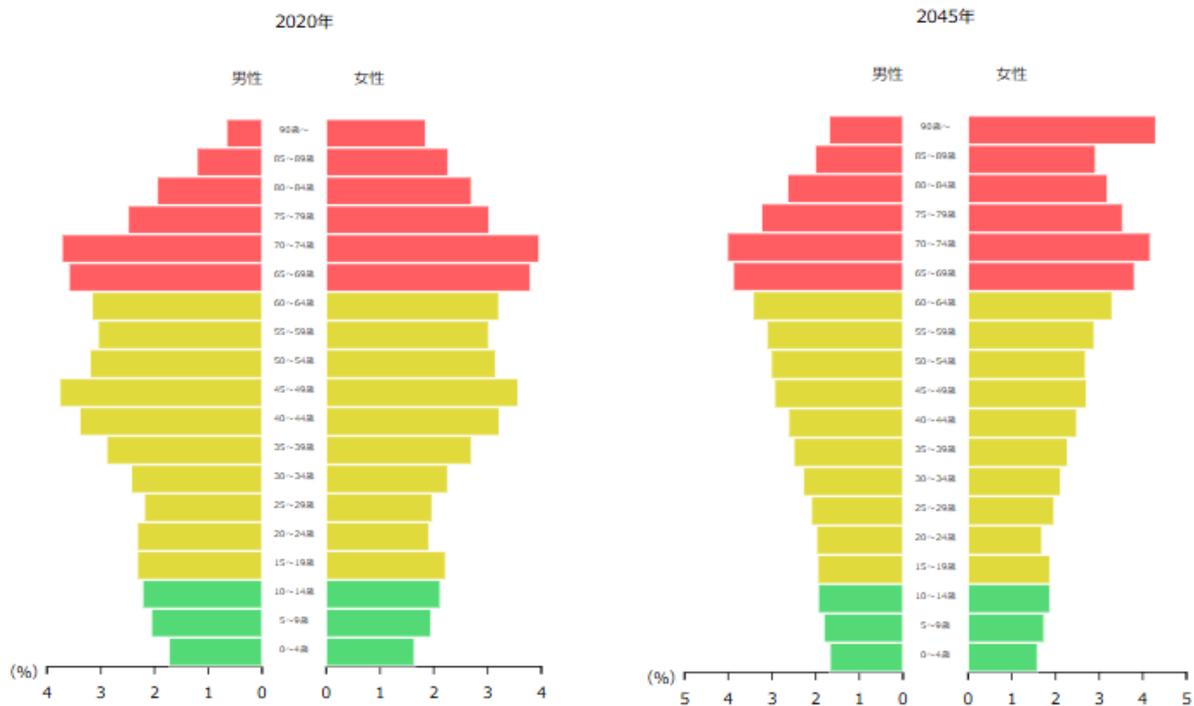
【図表 4：長岡市の人口推移②】



【資料：RESAS】 総人口と年齢3区分別人口の推移を示したもの

【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【図表5：長岡市の人口ピラミッド】



【資料：RESAS】

【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

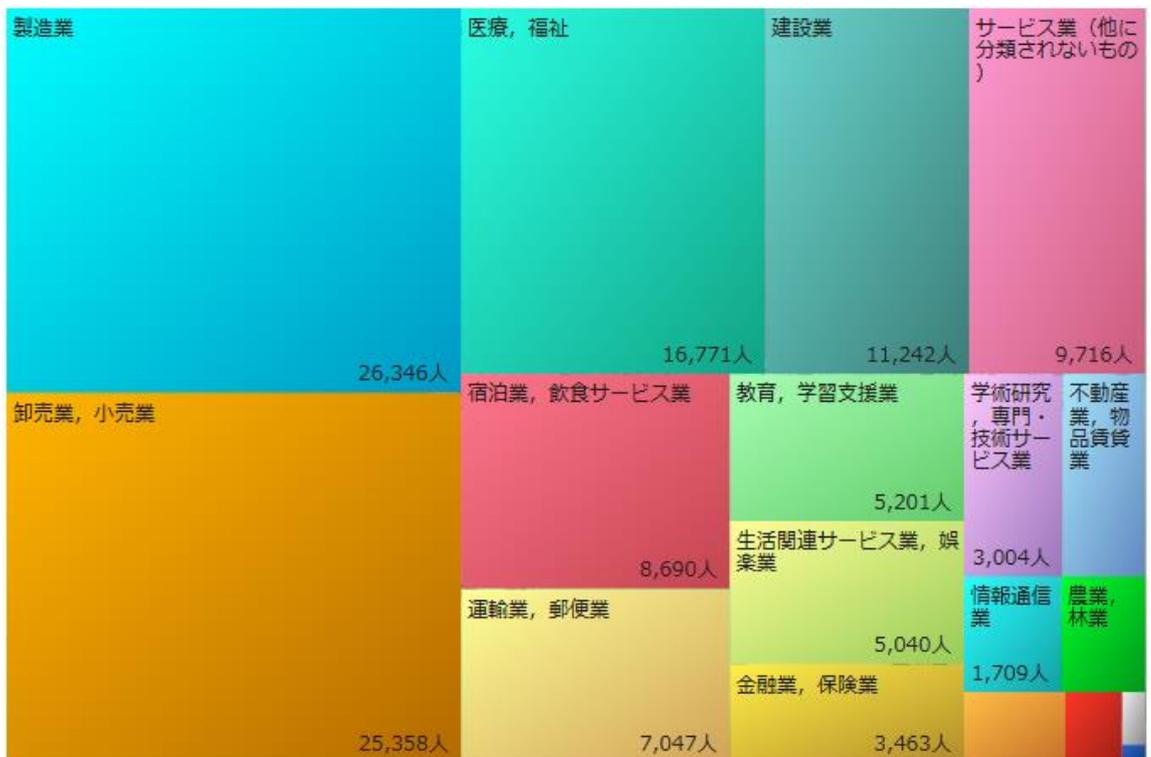
【産業】

- ・当所管内は、高度なものづくり産業の一大集積地であります。県内第2の商圏の中心地であるとともに、優良な米産地でもあり、バランスのとれた産業構造を有しています。
- ・主力産業は、明治中期の油田開発を契機とした製造業であります。また、良質な米や水といった地域資源を活かした醸造や米菓などの食料品製造や、世界トップレベルの技術を誇るスポーツ用品製造、さらに産地を形成している繊維や打刃物といった特色を持った県を代表する工業都市となっています。
- ・商業では、JR長岡駅周辺や郊外の千秋が原・古正寺地区を中心に、中越地域全体を商圏とする広域的な商業拠点形成しています。あわせて、高度に整った高速交通体系を活かした卸売業の集積がみられ、物流拠点の機能も発揮しています。
- ・年間商品販売額は卸売業が約7割、小売業が約3割となっています。農業では、信濃川両岸に広がる肥沃な越後平野で、コシヒカリに代表される稲作が営まれています。市の農作物収穫面積の約9割を稲が占め、米は全国有数の収穫量となっており、環境保全型農業にも力を入れています。それ以外では主に豆類、野菜の生産が行われ、巾着なす、かぐらなんばん、枝豆などは長岡ブランドの自慢の野菜として生産の強化を図っています。

【図表6：令和3年 長岡市の事業所数 大分類】



【図表7：令和3年 長岡市の従業者数 大分類】



【出典】総務省「経済センサス-基礎調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

- ・当所管内の主力産業は、前述の通り、明治中期の油田開発を契機として、原油の輸送、掘削関係の機械類及びさく井機械の製造業に端を発した製造業であり、日本海側随一のものづくり産業集積地域として、多様な分野の鉄工・鋳物・精密機械産業が発達し、多品種少量の部品生産から大型製造装置までの一貫生産に対応しています。製造品出荷額（令和 2 年）は約 6,000 億円、製造業の事業所数（令和 3 年）は 1,274 事業所、従業者数（令和 3 年）は 26,346 人となっています。

【長岡市総合計画と長岡市がんばる地域企業基本条例】

- ・長岡市は、平成 28 年 3 月、長期的・総合的な展望に立った市政運営の基本構想であり、市のあらゆる計画の最上位に位置付ける「長岡市総合計画」を策定しました。計画期間は、平成 28 年度（2016 年度）から令和 7 年度（2025 年度）までの 10 年間で、これからの長岡のまちづくりには、10 年先 20 年先の未来を担う次の世代への投資が求められていることから、長岡人の心に息づく「米百俵の精神」を受け継ぎ、未来に向かって志を大切にし、まちづくりを支える人や産業を積極的に応援しています。
- ・特に産業分野では、さらなる産業の活性化のため、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、若々しく成長力のあるまちづくりを目指し、「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」を施策の柱としています。
- ・また、長岡市では、長岡商工会議所と長岡地域商工会連合からの要望を受け、令和 2 年 4 月に、豊かな市民生活を支える重要な役割を担う地域企業のがんばりを応援する条例「長岡市がんばる地域企業基本条例」を制定しました。この条例では地域企業成長のための方針として、4 つの基本方針が掲げられています。

【参考：「長岡市総合計画」における将来像実現のための 6 つの政策】

政策 1:協働によるまちづくり

- ・市民力と地域力を活かし新たな価値や活力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、若々しく成長力のあるまちづくりを目指す。

施策の柱 3-1：頑張る地元企業・地場産業の応援

施策の柱 3-2：起業・創業の促進と新産業の創出

施策の柱 3-3：働きやすい職場づくりと雇用の促進

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。

【参考：「長岡市がんばる地域企業基本条例」における4つの基本方針】

- (1) 暮らしや経営環境の変化に対応できる地域企業を形成し、育成すること。
- (2) 経営基盤の強化、新たな需要の創出又はイノベーションを含む経営の革新を積極的に行い、これを支援すること。
- (3) 多様な人材が活躍できる環境の整備を促進し、地域企業の次世代を担う人材の育成と地元定着を図ること。
- (4) 地域特性を生かした起業・創業を行い、これを促進すること。

【図表8：長岡商工会議所管内の商工業者数および小規模事業者数の推移】

・業種別商工業者数の推移

	製造業	建設業	卸売・小売業	飲食店 宿泊業	医療 福祉	教育・ 学習支援	不動産業	その他	合計
H18	1,086	1,105	3,037	1,256	486	285	417	1,968	9,640
H21	1,059	1,139	3,006	1,265	494	295	608	1,943	9,809
増減	▲27	34	▲31	9	8	10	191	▲25	169
H26	949	1,013	2,707	1,200	587	302	557	1,855	9,170
増減	▲110	▲126	▲299	▲65	93	7	▲51	▲88	▲639

表中の数値については、新潟県担当課（産業労働部地域産業振興課）に確認したものです

・業種別小規模事業者数の推移

	製造業	建設業	卸売・小売業	飲食店 宿泊業	医療 福祉	教育・ 学習支援	不動産業	その他	合計
H18	882	1,015	1,944	895	269	208	412	1,541	7,166
H21	869	1,039	1,900	851	245	220	602	1,564	7,290
増減	▲13	24	▲44	▲44	▲24	12	190	23	124
H26	772	924	1,669	794	278	210	555	1,505	6,707
増減	▲97	▲115	▲231	▲57	33	▲10	▲47	▲59	▲583

表中の数値については、新潟県担当課（産業労働部地域産業振興課）に確認したものです

②課題

- ・長岡市の総人口は1995年（平成7年）の293,250人をピークとして以降減少傾向に入っており、2019年（令和元年）には269,460人まで減少（【P4図表3：長岡市の人口推移①】参照）している一方、人口に占める老年人口の割合は、一貫して増加を続けています。（【P5図表5：長岡市の人口ピラミッド参照】）
- ・令和4年の人口移動を見ると、15歳～24歳の転入が1,905人であったのに対して、転出が2,375人と、東京圏の高校・大学などへの進学、就職などにより、将来を担うことが期待される若い世代が流出しています。少子高齢・人口減少時代が到来し、経済規模の縮小が懸念される中、地域住民の生活に不可欠な生活サービスをいかに確保していくかが、大きな課題となっています。
- ・このため、人口減少や若者の市外流出に歯止めをかけることを目指し、大学・高専・専門学校と地域との連携を深めることに加え、本市で頑張っている産業や企業等の応援や、新産業創出、起業の促進などを通して、競争力のある地域産業を育成し、若者をはじめさまざまな市民が安心して働くことのできる仕事づくりが求められています。また、高齢者であっても元気に暮らせ、ともに支え合うことができる地域づくりが重要となっています。

- ・管内の企業を取り巻く経済環境は、小規模事業者が地域商工業者の約73%（【P7図表8：長岡商工会議所管内の商工業者数および小規模事業者数の推移】参照）を占める中で、全国の地方都市と同様に、仕入原材料やエネルギーコストの高騰などにより、全般的に企業収益の改善が進んでいない状況にあります。
- ・管内の基幹産業である機械加工業は、多品種少量の部品生産から大型製造装置までの一貫生産に対応している強みがありながら、情報発信力が弱いこともあり、全国的な認知度が低いため、新規取引先の開拓による売上の増加や生産性の向上、企業体質の改善等による収益の確保に取り組んでいく必要があります。
- ・また、円安、原材料や電気料金の高騰等による景気後退の中、小売・商業者の販売促進支援も急務であります。
- ・あわせて、経営者の高齢化が進む中、事業承継に対する早期着手の意識が低いことや後継者候補がない等により、企業の休廃業・解散は今後も増加することが予想されます。事業承継が円滑に進まなければ、地域経済を支える中小・小規模事業者や、地域の伝統工芸、地場産業、国内外のサプライチェーンの一端を担う企業の雇用や技術が喪失し、地域経済が衰退していくことが懸念されます。地域経済の活力を維持するため、小規模事業者の事業継続、円滑な事業承継の推進は喫緊の課題であります。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年の期間を見据えて

- ・前述の通り、経営者の高齢化や事業承継が進まない状況の中、今後も管内では小規模事業者の減少が続くことが予想されます。10年の期間を見据え、今後5年間でこうした減少傾向に歯止めをかけ現状維持に転じ、さらに5年間で増加に転じていくためには、限られた人材と予算の中で合理的な事業運営により、最大限の効果をあげる必要があります。
- ・管内の景気動向を調査・分析し、調査結果を公表することや、巡回訪問や窓口相談等により、小規模事業者の経営状況を分析し、フィードバックすることにより、経営課題の解決支援に取り組みます。
- ・高い技術力がありながら、情報発信力が弱いことから、全国的な認知度が低い機械加工業の認知度向上や売上増加に向け、行政機関や業界団体と協力しながら、販路拡大に取り組みます。
- ・地域の消費を喚起する事業や販売促進事業により、地域の活性化に取り組みます。
- ・各支援機関との連携を強化し、起業・創業の支援や小規模事業者の事業継続、あわせて成長産業の育成に取り組みます。
- ・また、情報技術の進展により、どこにいても様々な情報を手に入れることができる一方、その情報速度についていけない場合は取り残される事態が想定されます。こうした課題に対応するため、小規模事業者こそDXを意識した改革が必要であり、当所としては管内に固執しない広い視野でサポートします。

②長岡市総合計画等との連動性・整合性

- ・長岡市は、平成28年3月、長期的・総合的な展望に立ち、平成28年度（2016年度）から令和7年度（2025年度）までの10年間の市政運営の基本構想である「長岡市総合計画」を策定しました。この計画における将来像実現のための6つの政策（P7【参考：「長岡市総合計画」における将来像実現のための6つの政策】参照）は、長岡商工会議所が10年の期間を見据えた企業や地域のあるべき姿と下記のように合致しており、様々な事業での連携や相乗効果が期待できます。

【施策の柱 3-1:頑張る地元企業・地場産業の応援】

- ・地元企業・地場産業の競争力強化の取り組みや意欲ある担い手の確保・育成のほか、経営基盤の強化など持続的な成長・発展を産官学金の総がかりで応援としており、経営課題の解決や販路拡大、販売促進へ支援事業での連携や相乗効果が期待できます。

【施策の柱 3-2:起業・創業の促進と新産業の創出】

- ・起業・創業の支援においては、若者などの起業家がチャレンジしやすい環境を整備し、日本一起業・創業しやすいまちを目指すとしており、起業・創業の支援や小規模事業者の事業継続、あわせて成長産業の育成に向けた事業での連携や相乗効果が期待できます。

【施策の柱 3-3:働きやすい職場づくりと雇用の促進】

- ・長岡の強み・魅力を情報発信して企業誘致の推進に努め、雇用の維持拡大と産業の活性化を図り、加えて、労働者の意欲向上や企業の人材確保、定着を促進するため、誰もが働きやすい職場環境を整備するとともに、地元企業の魅力を発信することにより、若者の地元就職、U・Iターンを促進します。

③商工会議所としての役割

(a)商工会議所としての役割

- ・長岡商工会議所は、明治 38 年 3 月の設立以来、地域総合経済団体として地域経済の発展と小規模事業者の経営改善を目的に幅広い活動に取り組んできました。
- ・地域経済の発展においては、販路開拓・拡大を図る事業や、イベント開催による交流人口の増加、中心市街地の活性化などに取り組み、地域総合経済団体としての役割を果たしてきました。
- ・小規模事業者の経営改善への取り組みについては、行動する商工会議所として訪問しヒアリングを行い、企業がかかえる課題を抽出し個社支援を実施するとともに、必要に応じて専門家による支援を実施してきました。
- ・今後は、限られた経営指導員を補完する意味でも補助員や一般職員の経営支援力向上を図り、経営環境の変化に対応し小規模事業者の事業継続を支援していきます。
- ・あわせて、開業率が廃業率を下回っている状況の中、創業前の事業計画の甘さや企業経営の経験不足等から、創業の翌年に廃業するケースが多く見受けられることから、「ながおか創業者クラブ」の運営により、概ね創業 5 年未満の創業者や創業希望者に対し、勉強会や個別相談、専門家派遣等を支援していきます。
- ・なお、令和 4 年度に策定した第 13 次行動計画では、以下の重点項目を掲げ、3 年後の到達目標を設定し、小規模事業者の身近な支援機関として伴走型支援に取り組んでいます。

(b)長岡商工会議所 第 13 次行動計画(令和5年度～令和7年度)における重点項目

- (1)事業継続と成長に向けた伴走型経営支援の拡充
- (2)会員企業の自己変革への支援と推進
- (3)地域活性化に向けたまちづくりの推進
- (4)組織力の強化

(c)ながおか DX センター

- ・地域企業のデジタル化・DX 相談窓口として、令和 6 年 8 月にオープンした「ながおか DX センター」と連携し、相談の受付や、地元ベンダーへの橋渡し役を担い、長岡のイノベーション創出と産業の発展に貢献できるよう全力を尽くしていきます。

(3)経営発達支援事業の目標

前述の(1)地域の現状及び課題、(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえた上で、今後 5 年間の事業実施期間で取り組む目標を以下の通り定めます。

【目標①】

小規模事業者の経営環境変化への対応を支援することにより、事業継続につなげます。

【目標②】

小規模事業者のデジタル化・DX による業務効率化や販路開拓、高付加価値化商品の開発や販売支援により、労働生産性の向上を図ります。

【目標③】

上記を実現するために、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上で、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り組みを図ります。

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達成のための方針】

- ・ 激変する事業環境の変化に対応し、事業継続を図っていくため、財務データ等からの表面的な経営課題だけではなく、事業者との対話と傾聴を通じ、自社の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行います。
- ・ 伴走型支援から将来的な自走化に向けて、課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が当事者意識を持ち、事業計画を実行していくための支援を行います。

【目標②達成のための方針】

- ・ デジタル化・DXによる労働生産性の向上や販路開拓については、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、DXの具現化に向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取り組みを支援するためDX推進にかかるセミナーを開催します。あわせて、SNSを活用した個社の販売促進を支援します。
- ・ DXの相談窓口である「ながおかDXセンター」の機能をフル活用し、地域産業の発展に貢献します。
- ・ また、高付加価値商品の開発や販売支援については、地元消費者、県外消費者、バイヤー等を対象に商品調査を実施し、商品の改良に繋がります。あわせて、全国規模の展示会・商談会等に出展し、認知度を向上させ取引機会を拡大させる取り組みを強化し、販路の開拓と販売促進につなげます。

【目標③達成のための方針】

- ・ 経営分析、事業計画の策定、策定後のフォローアップの各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施します。経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて個社の潜在力を引き出すことにより、地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成します。
- ・ これを実現するために、経営指導員や補助員、一般職員の資質向上に努めます。

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】

- ・ 長岡市内景況調査の回収率を高めるため、未回答事業所に督促状を送付し、回収率を高めてきました。さらに、未回答が続いた調査対象の入替を毎年行い、統計データとしての精度を確保してきました。
- ・ 平成29年度まで1,500事業所を調査対象に実施していましたが、回収率が25%に留まっていたことから、平成30年度より、それまで回答率の高かった400社を調査対象としました。その結果、調査票の回収率は直近の調査では73%となっています。

【課題】

- ・ 長岡市内景況調査の結果については、これまでも会報やホームページ等により、管内に公表してきましたが、より一層、小規模事業者の経営支援に役立てていくため、よりスピーディーな分析・公表が求められています。

(2)目標

項目	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
景況調査公表回数／年 (当所および長岡市ホームページで公表するとともにマスコミにリリース)	4回	4回	4回	4回	4回	4回
ビッグデータ活用公表回数／年 (当所ホームページで公表)	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3)事業内容

①長岡市内景況調査の実施

事業名	長岡市内景況調査
目的	・管内における中小・小規模事業者の景気動向を把握し、全国との比較や各種施策・事業立案の基礎資料として活用します。
調査の内容／調査の手段・手法	・調査対象は管内小規模事業者400社 (製造業131社、建設業78社、卸売業51社、小売業66社、サービス業74社) ・長岡商工会議所と長岡市の連名の調査票を対象事業者に郵送し、返信用封筒で回収する記名アンケート方式で調査。 ・回答期限は発送日から1カ月を設定。
調査項目	・景気動向(現況・見通し、理由)や売上高・経常利益の動向の他、在庫や資金繰り、設備投資、雇用、経営上の問題に至るまで調査していくとともに、現下の課題に対応した調査をタイムリーに実施します。
分析の手段・手法	・第四北越リサーチ&コンサルティング(株)等、県内のシンクタンクや高等教育機関に業務委託し、分析を行います。

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)

事業名	地域の経済動向分析
目的	・地域の小規模事業者が管内の状況(経営環境の変化等)を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する基礎資料とします。
調査の内容	・「RESAS」(地域経済分析システム)の中で、管内の小規模事業者を活用してもらい項目を分析し、レポートにまとめ公表します。
調査項目	地域経済循環マップ・生産分析 → 何で稼いでいるかを分析 ・産業構造マップ → 産業の現状を分析 ・まちづくりマップ → 人の動きを分析
調査の手段・手法	・経営指導員や当所職員が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行います。

(4)調査結果の活用

①長岡市内景況調査の実施

事業名	長岡市内景況調査
調査結果の活用方法	・地域内の業界団体をはじめ、行政やマスコミ、ホームページで結果を公表し、地域内の事業所はもとより、広くデータの活用を行います。 ・あわせて、「長岡経済・産業連携会議」等で報告し情報共有していくとともに、調査結果の要因について意見交換を行うことで、今求められている事業所への支援策につなげていきます。 ・得た情報は、経営指導員で共有認識を図り、金融相談や経営改善相談での個社支援の際に役立てていく他、巡回訪問時の情報提供にも活用します。

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)

事業名	地域の経済動向分析
調査結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・調査結果は当所ホームページで公表し、広く管内の小規模事業者にも周知します。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明します。 ・あわせて、事業計画作成時の基礎資料として活用します。

4. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

【現状】

- ・長岡地域は、良質な米や水といった地域資源を活かした米菓や醸造製品、加工食品といった食料品の産地を形成しています。
- ・これまでも単独では販路開拓が難しい小規模事業者を中心に、首都圏での即売会開催やバイヤー向けの商談会への参加支援を行っています。

【課題】

- ・小規模事業者は、マーケティング力が弱く、単独での販路開拓は難しいものがあります。
- ・過去に商談会に出店した際にも、来場者に対してのヒアリングや後日のアンケート調査を行い、ニーズの把握に努めてきましたが、調査項目が不足していたり、分析内容が不十分でありました。
- ・ニーズに対応する商品展開のため、見識の広い専門家や様々な分野の事業者の意見を反映させることが課題であります。

(2)目標

項目	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
消費者向け商品調査 調査対象事業者数	280者	300者	300者	300者	300者	300者
バイヤー等向け商品調査の対象事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者

(3)事業内容

①消費者向け商品調査

事業名	消費者向け商品調査
目的	・小規模事業者の商品について、消費者の評価を得ることで、顧客の声を取り入れた商品のブラッシュアップにつなげます。
対象	・店舗で販売する小規模事業者の商品・サービス（食料品、グルメ、生活雑貨、サービス、美容・健康等）を対象とします。
調査の手段・手法	<ul style="list-style-type: none"> ・調査は「ポッキリパスポート事業（詳細は後述）」を通じて実施します。 ・本事業では参加店で商品・サービスを購入した際にもらえるシール4枚でスタンプラリーに参加できますが、その応募ハガキでアンケートを回収します。
調査項目	<input type="checkbox"/> 商品の総合評価 <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 改善点 等
分析の手段・手法	・当所職員（経営指導員を含む）がデータを集計し、専門家と連携しながら分析を行います。
調査結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・分析結果は簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックします。 ・その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品・サービスのブラッシュアップに活用します。 ・ブラッシュアップにあたっては、経営指導員が伴走型で支援します。

②バイヤー等向け商品調査

事業名	バイヤー等向け商品調査
目的	・管内における中小・小規模事業者の景気動向を把握し、全国との比較や各種施策・事業立案の基礎資料として活用します。
対象	・販路拡大を希望する小規模事業者の商品・サービスを対象とします。
調査の内容／調査の手段・手法	・展示会・商談会においてバイヤーに依頼する方法にて、小規模事業者の商品について評価を得ます。
調査項目	<input type="checkbox"/> 商品の見た目 <input type="checkbox"/> サイズ <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> 新しさ <input type="checkbox"/> 斬新さ <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 取引条件 <input type="checkbox"/> 改善点 等
分析の手段・手法	・当所職員（経営指導員を含む）がデータを集計し、専門家と連携しながら分析を行います。
調査結果の活用方法	・分析結果は簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックします。 ・その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品・サービスのブラッシュアップに活用します。 ・ブラッシュアップにあたっては、経営指導員が伴走型で支援します。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・長岡商工会議所では、より身近な商工会議所を目指し、平成26年度から専務理事以下、全職員が会員事業所への訪問活動を実施しています。
- ・巡回訪問は、1事業所あたり年間2回以上とし、うち1回は、経営者もしくは幹部社員と面会することを基本にしながら、訪問事業所との関係を深め、情報を収集しながら、分析の対象となる小規模事業者をピックアップしています。
- ・また、毎年、経営課題に対応した内容のセミナーや、職務遂行能力の向上を支援する内容の実務研修セミナー等を年間10回程度開催しながら、セミナー参加事業所の小規模事業者をピックアップし、経営課題の把握を行っています。

【課題】

- ・巡回訪問は、回数を重ねることにより、情報収集を行い、相談を受けるケースがある一方、まだ顔つなぎ程度の関係しか構築されていない事業所が多いことも否定できず、経営課題の把握に向けた柔軟な発想や工夫が必要となっています。

(2) 目標

項目	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
経営状況分析事業者数	80者	100者	100者	100者	100者	100者

経営指導員一人当たり@15者の経営分析支援を行う中で、概ね80%の事業所に経営分析を行う予定とし、現在の経営指導員8名×@15者=120者×80%=96者より、100者を目標としました。

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営状況の分析
目的	・小規模事業者自身が自社の経営状態を客観的に把握するため、経営状況の分析を支援し、結果をフィードバックします。
対象	小規模事業者
対象事業者の掘り起こし	(ア)巡回訪問・窓口相談等を介した掘り起こし ・令和7年度以降も継続して巡回訪問を実施することにより、巡回を担当している26名の職員が、より深く事業所とのパイプを構築しながら、経営上の課題や売上動向等を把握します。 ・訪問の際は、商工会議所に対する意見の収集や各種施策・事業の周知等を行いなが

	<p>ら、必要に応じてヒアリングシートを活用する等、小規模事業者の経営実態の把握に努めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の経営課題の中では、専門知識を有する中小企業診断士や税理士、弁護士等の専門家による分析が必要な場合が多いことから、当所の「専門家による無料相談」の活用を推奨し、専門相談員と連携し、経営課題の掘り起こしを行います。 ・あわせて、商工会議所法に基づき、毎年8月に地区内の事業所の実態を正確に把握するための事業所調査を郵送にて実施します。返送により回答のあった事業所の概要データを活用しながら、小規模事業者の事業概要や経営課題を把握します。 <p>(イ)課題対応セミナーの開催による掘り起こし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営課題に対応した内容のセミナーや、職務遂行能力の向上を支援する内容の実務研修セミナー等を年間10回程度開催しながら、セミナー参加事業者の小規模事業者をピックアップし、経営課題の把握を行います。 ・課題対応セミナーは、年度当初に、金融・税務・取引・労働・情報化等、多様な経営課題に対応していくためのプログラムを策定し、業種・業態を問わず、多くの小規模事業者を対象として参加者を募集します。 ・参加者募集は、メール、LINE、ホームページやポスター掲示、チラシ配布等により、会員・非会員を問わず広く行います。 ・なお、セミナー参加後のフォローアップとして、経営指導員では対応できない、より高度で専門的な分析を行う必要のある事業所に対して、当所の専門相談員である中小企業診断士等との連携を図ります。 <p>(ウ)マル経融資相談者に対する掘り起こし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マル経融資相談者に対し、抜本的な経営改善への意識を持たせるため、経営状況の分析を提案します。 ・これにより、資金繰りの支援だけではなく、経営の改善支援に繋がります。 <p>(エ)個別相談会での掘り起こし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業診断士などの専門家を招いた個別相談会を開催し、経営課題を抱えている小規模事業者を掘り起こします。
<p>分析の手段・手法・項目</p>	<p>【分析の手段】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営状況の分析は、経営指導員が事業所からのヒアリング・提供資料を基に実施します。 ・経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合には専門家を派遣し分析を行います。 <p>【分析の手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」、データベース「TOAS」を活用し、経営指導員等が分析を行います。 <p>【分析の項目】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行います。 ≪財務分析≫売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等 ≪SWOT分析≫強み、弱み、脅威、機会等
<p>分析結果の活用方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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します。 ・分析結果は、データベース化し所内で共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用します。 ・分析結果をもとに、小規模事業者の販売する商品や提供する役務の内容、保有する

技術やノウハウ、さらには従業員等の経営資源、財務内容等の経営状況を活用し、経営課題を抽出しながら、必要な支援につなげていきます。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・ 地域需要の変化や人口減少、高齢化などにより日々経済環境が変化するなか、企業は持続的経営を行うことが求められていたことから、地域・商品・顧客など様々な角度から自社の経営を客観的に見直しながら事業戦略を検討し、実践していくための計画の作成に向けたノウハウを習得すべく、平成28年度より、経営計画書の作成支援講座（全2回）を開催してきました。
- ・ 講座参加者に対して、経営力強化や小規模事業者持続化補助金の申請や経営力向上計画の策定等、売り上げアップに向けた計画の作成支援を行いました。

【課題】

- ・ 事業計画は、経営の根幹を成すもので、融資や補助金の申請等の他、応用範囲も広く、日頃からしっかりとした事業計画を立てて実行していくことが求められているものの、現実には、経営者の頭の中で漠然と考えている小規模事業者が多いのが実態であります。
- ・ 事業計画の必要性並びに、小規模事業者に自社の経営環境への理解を促しながら、持続的な経営の実現に向けた支援を如何に行っていくかが課題となっています。

(2) 支援に対する考え方

- ・ 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」および「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施します。
- ・ 特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、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上で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します。
- ・ 事業計画の策定支援では、経営分析の4割の事業計画の策定を目標とします。また、創業計画についても、これまで同様、支援を実施します。
- ・ また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、DXに向けたセミナー（IT関連セミナー）やIT専門家派遣を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指します。

(3) 目標

項目	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業計画策定事業者数	40者	40者	40者	40者	40者	40者
事業計画策定セミナーの開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
DX推進セミナーの開催	2回	2回	2回	2回	2回	2回
創業計画策定事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
創業者クラブの開催	5回	5回	5回	5回	5回	5回

(4) 事業内容

① 事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援します。 ・ なお、事業計画策定事業者に対して、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、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、DX推進セミナーの開催やIT専門家派遣を実施します。

支援対象	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析において、事業計画策定の必要性を感じた事業者 ・金融相談において、事業計画策定の必要性が顕在化した事業者 ・補助金申請やDX支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者 等 																								
対象事業者の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案します。 ・補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案します。 ・事業計画策定セミナーを開催します。 <p>【事業計画策定セミナー】</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td>・全ての事業者を対象とするが、経営分析を実施した事業者に対しては個別に参加を促します。</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、関連機関により周知します。</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>・年1回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>1.事業計画とは、2.SWOT分析の手法、3.経営方針、4.経営課題ごとの取り組み、5.アクションプラン、6.数値目標、7.補助金の活用 等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>・30人／回</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>・事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施します。</td> </tr> </table>	対象事業者	・全ての事業者を対象とするが、経営分析を実施した事業者に対しては個別に参加を促します。	募集方法	・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、関連機関により周知します。	回数	・年1回	カリキュラム	1.事業計画とは、2.SWOT分析の手法、3.経営方針、4.経営課題ごとの取り組み、5.アクションプラン、6.数値目標、7.補助金の活用 等	想定参加者数	・30人／回	その他	・事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施します。												
対象事業者	・全ての事業者を対象とするが、経営分析を実施した事業者に対しては個別に参加を促します。																								
募集方法	・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、関連機関により周知します。																								
回数	・年1回																								
カリキュラム	1.事業計画とは、2.SWOT分析の手法、3.経営方針、4.経営課題ごとの取り組み、5.アクションプラン、6.数値目標、7.補助金の活用 等																								
想定参加者数	・30人／回																								
その他	・事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施します。																								
支援の手段・手法	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し、経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者が作成した事業計画に対し、専門家派遣や相談窓口で専門家がアドバイスする方法、③小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の3つの方法で実施します。 ・策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施します。 <p>【個別相談会】</p> <table border="1"> <tr> <td>概要</td> <td>・事前予約制の専門家による無料個別相談会</td> </tr> <tr> <td>対象事業者</td> <td>・全ての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行います。</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、関連機関により周知します。</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>・月1回</td> </tr> <tr> <td>窓口専門家</td> <td>・中小企業診断士 等</td> </tr> <tr> <td>相談できる内容</td> <td>・新たな分野への挑戦や起業に伴う事業計画や補助金の申請、経営相談 等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>・最大4人／回</td> </tr> </table> <p>【DX推進セミナー】</p> <table border="1"> <tr> <td>概要</td> <td>・事業計画策定において、DXやITツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に、DX推進セミナーを開催します。</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、関連機関により周知します。</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>・年2回</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>・ながおかDXセンターの紹介講師、日本商工会議所の紹介講師、地元IT事業者、地元IT専門家 等</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>・DXとは、DXの成功事例、既存の業務視点のDX、顧客視点のDX、</td> </tr> </table>	概要	・事前予約制の専門家による無料個別相談会	対象事業者	・全ての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行います。	募集方法	・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、関連機関により周知します。	回数	・月1回	窓口専門家	・中小企業診断士 等	相談できる内容	・新たな分野への挑戦や起業に伴う事業計画や補助金の申請、経営相談 等	想定参加者数	・最大4人／回	概要	・事業計画策定において、DXやITツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に、DX推進セミナーを開催します。	募集方法	・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、関連機関により周知します。	回数	・年2回	講師	・ながおかDXセンターの紹介講師、日本商工会議所の紹介講師、地元IT事業者、地元IT専門家 等	カリキュラム	・DXとは、DXの成功事例、既存の業務視点のDX、顧客視点のDX、
概要	・事前予約制の専門家による無料個別相談会																								
対象事業者	・全ての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行います。																								
募集方法	・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、関連機関により周知します。																								
回数	・月1回																								
窓口専門家	・中小企業診断士 等																								
相談できる内容	・新たな分野への挑戦や起業に伴う事業計画や補助金の申請、経営相談 等																								
想定参加者数	・最大4人／回																								
概要	・事業計画策定において、DXやITツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に、DX推進セミナーを開催します。																								
募集方法	・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、関連機関により周知します。																								
回数	・年2回																								
講師	・ながおかDXセンターの紹介講師、日本商工会議所の紹介講師、地元IT事業者、地元IT専門家 等																								
カリキュラム	・DXとは、DXの成功事例、既存の業務視点のDX、顧客視点のDX、																								

	自社で取り組むべきDX、DXの始め方・進め方、ITツール紹介 等
想定参加者数	・20人／回
その他	・希望する事業者に対しては、講師による個別相談会を実施します。

②創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援								
目的	・創業者のビジネスが成功するよう、創業計画の策定を支援します。								
支援対象	・創業者・創業希望者								
対象事業者の掘り起こし	<p>・「ながおか創業者クラブ」、補助金・助成金申請、窓口相談等により、支援対象者を掘り起こします。</p> <p>【ながおか創業者クラブ】</p> <table border="1"> <tr> <td>募集方法</td> <td>・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、ながおか創業応援ネットワーク参画機関により周知します。</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>1回（全5回開催を1セットとし1回開催します）</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td> ① 先輩創業者の講話 ② 支援機関からの情報提供 ③ ディスカッション （令和6年度カリキュラムより） </td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>・10人／回</td> </tr> </table>	募集方法	・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、ながおか創業応援ネットワーク参画機関により周知します。	回数	1回（全5回開催を1セットとし1回開催します）	カリキュラム	① 先輩創業者の講話 ② 支援機関からの情報提供 ③ ディスカッション （令和6年度カリキュラムより）	想定参加者数	・10人／回
募集方法	・メール、ホームページ、LINE、会議・巡回による周知、ながおか創業応援ネットワーク参画機関により周知します。								
回数	1回（全5回開催を1セットとし1回開催します）								
カリキュラム	① 先輩創業者の講話 ② 支援機関からの情報提供 ③ ディスカッション （令和6年度カリキュラムより）								
想定参加者数	・10人／回								
支援の手段・手法	・創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員と専門家が一体となって支援します。								

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】

- ・事業計画策定後の支援が不十分であり、事業計画の形骸化が懸念されています。
- ・売上や利益の増加といったアウトカムにまで着目したフォローアップを実施してきませんでした。

【課題】

- ・事業計画の徹底したフォローアップを行うことで、実行を阻害する課題に対し、事業者と一緒に解決する必要があります。
- ・また、フォローアップ支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題となっています。

(2)支援に対する考え方

- ・計画策定を支援した全ての事業者を対象には半期毎に、また、創業計画を策定した事業者には四半期毎のフォローアップを実施します。
- ・これにより、事業計画ではフォローアップ対象事業者の売上増加割合が20%、経営利益増加割合が15%になることを目標とします。
- ・創業計画のフォローアップでは、全ての創業者の事業が軌道に乗り、事業継続が実現するよう、伴走型支援を実施します。
- ・フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで、当事者意識を持って取り組むことなどに重点を置いた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋がります。

(3)目標

①事業計画のフォローアップ

項目	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	40者	40者	40者	40者	40者	40者
頻度 (延回数)	半期毎 (80回)	半期毎 (80回)	半期毎 (80回)	半期毎 (80回)	半期毎 (80回)	半期毎 (80回)
売上増加事業者数	—	8者	8者	8者	8者	8者
経常利益増加事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者

②創業計画のフォローアップ

項目	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	10者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度 (延回数)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)

(4)事業内容

事業名	事業計画・創業計画のフォローアップ
目的	・計画を伴走型支援することで、計画通りの成果を上げることを目指します。
支援対象	・事業計画及び創業計画の策定を支援した全ての事業者
支援内容／支援 の手段・手法	・計画策定を支援した全ての事業者を対象には半期毎に、また、創業計画を策定した事業者には四半期毎のフォローアップを実施します。 ・ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる異業者に対しては、支援回数を減少します。 ・その一方、事業計画と進捗状況とがずれている場合（遅れが生じている、停滞している等）は、軌道に乗せるため、支援回数を増加します。

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】

- ・小規模事業者が持続的な経営を行っていくためには、新たな需要の開拓が必要であります。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取り組みには限界があります。
- ・また、地域内の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、「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ます。
- ・当所では、これまでも小規模事業者の販路開拓を支援してきましたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていませんでした。また、ITを活用した販路開拓等の支援ができていませんでした。

【課題】

- ・各事業の成果が明確でなかったことから、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要があります。
- ・また、これまでDXに関する支援が十分でなかったことから、支援を強化する必要があります。

(2)支援に対する考え方

- ・小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得考課）が高い取り組みを支援します。特に、地域内の小規模事業者の多くはITを活用した販路開拓等が遅れていることから、ITを活用した販路開拓として、デジタル化の実行支援を実施します。

(3)目標

項目	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
展示会・商談会の共同出展支援事業者数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
成約件数／者	－	1件	1件	1件	1件	1件
デジタル化実行支援の支援事業者数	－	5者	5者	5者	5者	5者
(B to Bの場合) 成約件数／者	－	1件	1件	1件	1件	1件
(B to Cの場合) 売上増加率／者	－	3%	3%	3%	3%	3%
イベントでのマーケティング支援事業 支援事業者数	300者	310者	320者	330者	340者	350者
売上増加率／者	－	3%	3%	3%	3%	3%

(4)事業内容

①展示会・商談会の共同出展(BtoB)

事業名	展示会・商談会の共同出展支援
目的	<ul style="list-style-type: none">・対企業取引（BtoB）の事業者にとって、展示会や商談会は新たな取引先の獲得に有効であります。一方、小規模事業者は独自に展示会・商談会に出展できないことも多くなっています。・そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に展示会・商談会の共同出展支援を実施します。
展示会等の概要／支援対象	<p>・以下のいずれか（もしくは複数）の展示会・商談会への共同出展を支援します。</p> <p>(ア)フードメッセinにいがた 支援対象：食品・食品製造業 訴求相手：新潟県内を始めとするバイヤー 概要：朱鷺メッセ新潟コンベンションセンター大展示ホールを会場に開催される、日本海側最大規模の食の国際総合見本市。新潟に拠点を置く食品関連事業者や地方の商品に関心を持つ多くのバイヤーが、首都圏や隣接エリアから来場します。令和5年11月の開催では、488事業者が出展し、12,589名が来場しました。</p> <p>(イ)スーパーマーケット・トレードショー 支援対象：特産品を活用した商品を販売する事業者 訴求相手：全国のスーパーマーケット及び商社等のバイヤー 概要：一般社団法人全国スーパーマーケット協会が主催する商談展示会。 食品流通業界に最新情報を発信することを目的に、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、外食などから多数のバイヤーが来場します。令和6年2月の開催では、2,190社・団体が出展し、75,858名が来場しました。</p> <p>(ウ)東京インターナショナル・ギフト・ショー 支援対象：雑貨等を製造する事業者 訴求相手：国内外の小売・卸売業者、商社 概要：日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市。 1976年の東京での第1回開催以降、神戸、大阪、福岡と主要都市で開催されており、パーソナルギフトマーケットに携わる国内外の流通業者が一堂に集まる場となっています。令和6年2月の開催では、1,623社・団体が出展し、143,850名が来場しました。</p>

	<p>(工)機械要素技術展 支援対象：製造業 訴求相手：首都圏の製造業 概要：東京・大阪・名古屋・福岡の各地で開催される、機械加工の要素技術に特化した日本最大の専門技術展。令和6年6月の開催では、1,978社・団体が出展し、69,717名が来場しました。</p> <p>(オ)テクニカルショウヨコハマ 支援対象：製造業 訴求相手：首都圏の製造業 概要：首都圏最大級の工業技術・製品に関する総合見本市。「ロボットゾーン」、「AI・IoTゾーン」、「機器・装置・製品ゾーン」、「研究開発ゾーン」など関連する技術・製品ごとに商品が展示される。令和6年2月の開催では、807社・団体が出展し、18,176名が来場しました。</p>
支援の手段・手法	<ul style="list-style-type: none"> ・本支援は、自社独自では展示会・商談会の出展が難しい小規模事業者を支援する目的で実施します。 ・そのため、これまで展示会・商談会への出展経験がない（少ない）事業者を重点支援先とし、これらの事業者が出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行います。 ・具体的には、出展者の募集だけではなく、出展前には効果的な展示方法、短時間での商品アピール方法、商談シート（FCPシート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等を、出展後には商談相手に対するフォロー方法等をワンストップで指導します。 ・これらの支援により、成約数の拡大を目指します。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙います。

②デジタル化導入後の実行支援(BtoB、BtoC)

事業名	デジタル化導入後の実行支援
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の中には、デジタル化による販路開拓のために設備投資を行う事業者も多いが、導入後に「使い方がわからない」、「使いこなせない」等の理由で十分な成果がでないことも多くなっています。 ・よって、導入後のフォローアップを支援し、目指していた成果を実現します。
支援対象	・事業計画や補助金にデジタル化を導入して販路開拓を目指す小規模事業者
訴求相手	・各事業者の訴求相手
支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル化導入後の実行支援とはいっても、事業者によって導入した設備は異なるため、一律の支援は難しい状況であります。 ・そこで、各事業者が希望する内容に対して、オーダーメイド型の支援を実施します。
支援の手段・手法	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナーや個別相談において、デジタル化により販路開拓を行いたい事業者の掘り起こしを行います。 ・その後、経営指導員やながおかDXセンター、専門家による支援を実施します。 ・支援にあたっては、デジタル化を活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿ったデジタル化～運用支援を行い、新規顧客の獲得を目指します。
期待効果	<ul style="list-style-type: none"> ・BtoBの場合：新たな取引先の開拓を狙います。 ・BtoCの場合：売上拡大を狙います。

③イベントでのマーケティング支援(BtoC)

事業名	イベントでのマーケティング支援																					
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者は広告・宣伝に多額の費用をかけることが出来ず、新規顧客との接点が少なくなっています。 ・小規模事業者と新規顧客の接点を作るため、イベントによるマーケティングの支援を実施します。 																					
支援対象	・小売業、飲食業、サービス業等の小規模事業者																					
訴求相手	・地元消費者等																					
支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・以下のいずれか（もしくは複数）のイベントを通じて、既存顧客とは異なる新たな顧客との接点作りを行います。 <p>(ア)ポッキリパスポート事業</p> <table border="1"> <tr> <td>実施期間</td> <td>10月1日～11月30日</td> </tr> <tr> <td>目的</td> <td>・長岡地域の消費喚起を促すことにより、個店に新規来店の機会を提供し、継続的な売上拡大を支援します。</td> </tr> <tr> <td>内容</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・参加店は「お得」で「魅力的」な税込500円・1,000円・5,000円等の「ポッキリ価格」で商品・サービスを設定し、ポッキリパス（A5冊子）に掲載。利用者は参加店でお得な商品の購入やサービスが受けられます。 ・参加店に対しては、のぼりやタペストリーの設置の他、消費者ニーズにあったサービスへの対応や販売促進につながるフォローアップ等を実施します。 ・参加店説明会や意見交換会では、自社の魅力向上にむけた販売方法や強みをアピールする事例について専門家による支援を実施します。 </td> </tr> <tr> <td>効果</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・新規顧客の来店機会を創出します。 ・低コスト、高効率で情報発信できる機会とします。 ・自店の強みを再認識し、消費者へアピールする手法を学びます。 </td> </tr> <tr> <td>目標</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・新規来店者の増加率30% ・フォローアップによる新規顧客の再来店率50% </td> </tr> </table> <p>(イ)ながおかクオーレ祭り事業</p> <table border="1"> <tr> <td>実施期間</td> <td>5月～7月および9月～11月の土日・祝日</td> </tr> <tr> <td>目的</td> <td>・小規模事業者の新規顧客の獲得と売上・利益の確保により地域経済の活性化を図ります。</td> </tr> <tr> <td>内容</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・長岡市郊外の大型施設をはじめ、市外や首都圏等の集客施設・公共施設等を会場に即売会「ながおかクオーレ祭り（仮称）」を開催します。 ・出店者説明会や意見交換会では、自社の魅力向上にむけた販売方法や強みをアピールする事例について専門家による支援を実施します。 </td> </tr> <tr> <td>効果</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・新規顧客の獲得機会を創出します。 ・出店者の交流機会を創出し、新たなビジネスチャンスを創出します。 ・自店の強みを再認識し、消費者へアピールする手法を学びます。 </td> </tr> <tr> <td>目標</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・新規来店者の増加率10% ・フォローアップによる新規顧客の増加率10% </td> </tr> </table>		実施期間	10月1日～11月30日	目的	・長岡地域の消費喚起を促すことにより、個店に新規来店の機会を提供し、継続的な売上拡大を支援します。	内容	<ul style="list-style-type: none"> ・参加店は「お得」で「魅力的」な税込500円・1,000円・5,000円等の「ポッキリ価格」で商品・サービスを設定し、ポッキリパス（A5冊子）に掲載。利用者は参加店でお得な商品の購入やサービスが受けられます。 ・参加店に対しては、のぼりやタペストリーの設置の他、消費者ニーズにあったサービスへの対応や販売促進につながるフォローアップ等を実施します。 ・参加店説明会や意見交換会では、自社の魅力向上にむけた販売方法や強みをアピールする事例について専門家による支援を実施します。 	効果	<ul style="list-style-type: none"> ・新規顧客の来店機会を創出します。 ・低コスト、高効率で情報発信できる機会とします。 ・自店の強みを再認識し、消費者へアピールする手法を学びます。 	目標	<ul style="list-style-type: none"> ・新規来店者の増加率30% ・フォローアップによる新規顧客の再来店率50% 	実施期間	5月～7月および9月～11月の土日・祝日	目的	・小規模事業者の新規顧客の獲得と売上・利益の確保により地域経済の活性化を図ります。	内容	<ul style="list-style-type: none"> ・長岡市郊外の大型施設をはじめ、市外や首都圏等の集客施設・公共施設等を会場に即売会「ながおかクオーレ祭り（仮称）」を開催します。 ・出店者説明会や意見交換会では、自社の魅力向上にむけた販売方法や強みをアピールする事例について専門家による支援を実施します。 	効果	<ul style="list-style-type: none"> ・新規顧客の獲得機会を創出します。 ・出店者の交流機会を創出し、新たなビジネスチャンスを創出します。 ・自店の強みを再認識し、消費者へアピールする手法を学びます。 	目標	<ul style="list-style-type: none"> ・新規来店者の増加率10% ・フォローアップによる新規顧客の増加率10%
実施期間	10月1日～11月30日																					
目的	・長岡地域の消費喚起を促すことにより、個店に新規来店の機会を提供し、継続的な売上拡大を支援します。																					
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・参加店は「お得」で「魅力的」な税込500円・1,000円・5,000円等の「ポッキリ価格」で商品・サービスを設定し、ポッキリパス（A5冊子）に掲載。利用者は参加店でお得な商品の購入やサービスが受けられます。 ・参加店に対しては、のぼりやタペストリーの設置の他、消費者ニーズにあったサービスへの対応や販売促進につながるフォローアップ等を実施します。 ・参加店説明会や意見交換会では、自社の魅力向上にむけた販売方法や強みをアピールする事例について専門家による支援を実施します。 																					
効果	<ul style="list-style-type: none"> ・新規顧客の来店機会を創出します。 ・低コスト、高効率で情報発信できる機会とします。 ・自店の強みを再認識し、消費者へアピールする手法を学びます。 																					
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・新規来店者の増加率30% ・フォローアップによる新規顧客の再来店率50% 																					
実施期間	5月～7月および9月～11月の土日・祝日																					
目的	・小規模事業者の新規顧客の獲得と売上・利益の確保により地域経済の活性化を図ります。																					
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・長岡市郊外の大型施設をはじめ、市外や首都圏等の集客施設・公共施設等を会場に即売会「ながおかクオーレ祭り（仮称）」を開催します。 ・出店者説明会や意見交換会では、自社の魅力向上にむけた販売方法や強みをアピールする事例について専門家による支援を実施します。 																					
効果	<ul style="list-style-type: none"> ・新規顧客の獲得機会を創出します。 ・出店者の交流機会を創出し、新たなビジネスチャンスを創出します。 ・自店の強みを再認識し、消費者へアピールする手法を学びます。 																					
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・新規来店者の増加率10% ・フォローアップによる新規顧客の増加率10% 																					

支援の手段・手法	<ul style="list-style-type: none"> ・本事業の目的は参加店と新規顧客との接点を増やすこととあります。一方、参加店の経営を安定させるためには、新規顧客の獲得だけではなく、その顧客をリピート化させることが重要であります。 ・参加店に対して、経営指導員による支援や専門家派遣を実施し、新規顧客をリピート化させる取り組みを支援します。
期待効果	<ul style="list-style-type: none"> ・売上拡大を狙います。

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】

- ・経営発達支援計画の評価を「事業評価・改善会議」により実施。事業の評価に加えて、より成果をあげるための助言を受け、事業の見直しを進めています。

【課題】

- ・経営発達支援事業を効果的に実施するため、「事業評価・改善会議」により、PDCAサイクルを適切に回していく必要があります。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCAを回す仕組みを構築します。
事業評価の手段・手法	<ul style="list-style-type: none"> ・以下の取り組みにより、経営発達支援事業のPDCAを回します。 <p>【PLAN】(事業の計画・見直し)</p> <ul style="list-style-type: none"> (a)前期の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）します。 (b)上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定します。 <p>【DO】(事業の実行)</p> <ul style="list-style-type: none"> (c)経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施します。 (d)経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール「TOAS」の経営カルテに適時入力します。 <p>【CHECK】(事業の評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> (e)日々の業務の中で、法定経営指導員はクラウド型支援ツール「TOAS」により、各経営指導員等の指導状況を確認します。 (f)週1回開催の「経営指導員連絡会議」にて、法定経営指導員や経営指導員、補助員が相互に進捗状況の確認および評価を行います。 (g)年1回開催の「経営発達支援計画 事業評価・改善会議」にて、外部有識者等からの評価を受けます。 <p>※「経営発達支援計画 事業評価・改善会議」の実施の流れ</p> <ul style="list-style-type: none"> i. 本計画の客観性と透明性を確保し、評価の質を高めるため、本計画を共同で作成する長岡市の商工部産業支援課長、法定経営指導員に加えて、外部有識者として中小企業診断士、日本政策金融公庫長岡支店長、長岡大学学長、公益財団法人にいがた産業創造機構テクノプラザ長等をメンバーとする「事業評価・改善会議」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について、「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）にて定量的に評価を行います。

- ii. 当該「事業評価・改善会議」の評価結果は、正副会頭会議、常議員会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当所ホームページ (<https://www.nagaokacci.or.jp>) へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とします。

【ACTION】(事業の見直し)

- (h) 「経営発達支援計画 事業評価・改善会議」の評価を受け、年1回、次年度の事業の見直しを行い、**【PLAN】**に戻ります。

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1)現状と課題

【現状】

- ・現状、経営発達支援事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となって実行しています。

【課題】

- ・本計画の成果をあげるためには、経営指導員だけではなく、補助員等も含めた組織全体の支援力向上が必要であります。
- ・このために、補助員等も含めた資質向上、OJT等を実施することが課題であります。

(2)事業内容

①経営指導員のみならず、補助員・一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取り組み

参加者	経営指導員、補助員、一般職員等
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得します。
不足能力の特定	<p>経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要であります。</p> <p>[小規模支援法改正により新たに求められる能力]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伴走型支援により、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力 ・展示会等やITを活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力 <p>[近年の支援環境の変化に対して求められる能力]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DXに向けたIT・デジタル化の支援を行う能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上
内容	<p>経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の研修等に参加します。これらの研修・セミナーへの参加は、これまでは経営指導員が中心に参加していましたが、今後は補助員や一般職員も含めて積極的に参加します。</p> <p>(ア)経営指導員研修会への参加</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新潟県商工会議所連合会および新潟県商工会連合会が主催する経営指導員研修会（年4回開催）のほか、日本商工会議所や中小企業基盤整備機構が主催する経営指導員を対象とした研修会へ参加し、専門的知識の習得や支援能力の向上を図ります。 <p>(イ)中小企業大学校の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業大学校で開催されているテーマ別の専門研修に参加し、専門的知識の習得や支援能力の向上を図ります。 <p>(ウ)支援機関からの情報収集</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経済産業省、中小企業庁などの政府機関、中小企業基盤整備機構、にいがた産業創造機構などの公的支援機関、その他経営支援にかかる有効な情報サイトから最新の動向を把握し、支援ノウハウの質と量の向上を図ります。

(工)経営指導員連絡会議による支援能力の習得

- ・若手経営指導員や経験年数の少ない経営指導員の相談対応能力を高めるとともに、お互いの相談案件を情報開示しながら、組織内で得たあらゆる情報を共有するための連絡会議を毎週1回開催します。
- ・この会議は、指導や助言内容、情報収集方法等を学ぶためのOJTの場だけではなく、小規模事業者への効果的な課題解決策や伴走型の支援力の向上を図る場とします。

(オ)キャリアアップ研修制度による資質向上

- ・当所では、平成22年10月より「職員研修規程」を創設し、職員の能力開発・育成に努めており、経営指導員のみならず、補助員、一般職員も含めた全職員の公的資格取得を支援し、資質向上を図ります。

(カ)共済制度の普及活動を通じた営業ノウハウの習得

- ・共済制度の加入推進を行う際に、アクサ生命保険会社と連携し、年間5か月間にわたり、営業推進員と職員が同行で事業所を訪問することで、事前準備から契約まで一連の営業テクニックやノウハウをプロから学び、経験を積むことで、支援能力の向上を図ります。

(キ)DX関連の研修等への参加

- ・DX関連の動向は日々進化していることから、以下の＜DXに向けたIT・デジタル化の取り組み＞のような、DX関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は積極的に参加します。

＜DXに向けたIT・デジタル化の取り組み＞

ア)事業者にとって内向け（業務効率化等）の取り組み

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）の取り組み

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)その他の取り組み

(ク)経営力再構築伴走支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上に向けて

- ・独自に中小企業診断士を講師に招き、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマで所内勉強会を開催します。

②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有します。
内容	<p>(ア)OJT制度</p> <ul style="list-style-type: none">・経験年数の浅い経営指導員や補助員等と、ベテラン経営指導員等がチームで小規模事業者を支援することを通じてOJTを実施し、組織としての支援能力の底上げを図ります。・専門家派遣を実施する場合は、経営指導員が同行し、専門家の行う指導・助言内容・情報収集方法等を学ぶことを徹底します。 <p>(イ)データベース化</p> <ul style="list-style-type: none">・経営指導員等がクラウド型支援ツール（TOAS）に支援に関するデータ入力を適時、適切に行います。・これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で共有し、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とともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図ります。

- ・前述「経営指導員のみならず、補助員・一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取り組み」で受講した研修等の資料は、所内で回覧するだけでなく、共有サーバーに格納しデータベース化することで、全職員がいつでも内容を確認できる環境を構築します。

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】長岡市の最新の経済動向等を把握するとともに、相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努めるため、他の支援機関や専門家等との間で会議を開催し情報交換を行っています。

【課題】単に会議を開催するのではなく、会議参加者を代表者や管理職とするのか、実務担当者にするのか検討を行い、最善の効果をあげる必要があります。

(2)事業内容

①長岡市：地域総合経済団体リンケージ会議の開催(年1回)

- ・長岡商工会議所と、市町村合併により同じ行政区域となった13商工会（栃尾商工会、中之島町商工会、越路町商工会、関原地区商工会、二和地区商工会、三島町商工会、与板町商工会、和島村商工会、寺泊町商工会、山古志商工会、川口町商工会、小国町商工会、出雲崎町商工会）が経済動向や支援ノウハウ等の情報交換を行い、柔軟な連携を図るため、各商工会長との意見交換会を開催し連携基盤の構築を図ります。
- ・当所では正副会頭、専務理事、事務局長、担当部長が本会議に参加し、連携基盤の構築を図ります。

②中越地区商工会議所指導業務連絡会議・金融指導研究会の開催(年1回)

- ・中越地区4商工会議所（当所、小千谷商工会議所、柏崎商工会議所、十日町商工会議所）の経営指導員が、各地域の景況感や動向、小規模事業者への支援事業、直面している課題等について情報交換を行い、ノウハウや効果的な事業の推進方法について情報共有を図るため会議を開催します。
- ・あわせて、上記4商工会議所に日本政策金融公庫を加えたメンバーによる金融指導研修会を開催し、地域の動向に沿った金融指導を実践します。
- ・当所では、経営指導員が本会議に参加し、経営支援や金融指導のスキルアップを図ります。

③「ながおか創業応援ネットワーク」への参画(年1回)

- ・開業率が廃業率を下回っている状況の中、創業前の事業計画の甘さや企業経営の経験不足等から、創業の翌年には10人中3人が廃業し、創業3年の生存率は52.8%、5年の生存率は41.8%となっています。
- ・長岡地域では、長岡市、長岡商工会議所、日本政策金融公庫長岡支店、一般社団法人新潟県起業支援センター（起業支援センターながおかりップ）、第四北越銀行、大光銀行、長岡信用金庫、商工組合中央金庫長岡支店、新潟県信用保証協会長岡支店等が、「ながおか創業応援ネットワーク」を構築し、それぞれの専門性やこれまでの事業成果を踏まえた創業・創業後の支援を行っています。
- ・当所では、経営指導員を本ネットワークに参画させ、創業年数の短い事業所の事業継続に向けた支援スキルの習得を図ることとし、具体的には、「ながおか創業者クラブ」の運営により、概ね創業5年未満の創業者や創業希望者に対し、勉強会や個別相談、専門家派遣等の支援を行います。

④「ながおか事業承継応援ワーキング」への参画(年1回)

- ・長岡商工会議所は、長岡市、長岡地域商工会連合、第四北越銀行、大光銀行、長岡信用金庫、日本政策金融公庫、新潟県中小企業診断士協会、関東信越税理士会長岡支部、SMECコンサルタンツ(株)、パートナーズプロジェクト税理士法人、新潟県信用保証協会、新潟県事業承継・継引継ぎ支援センター、等が参画する「ながおか事業承継応援ワーキング」に参画し、管内・県内の最新の事業承継動向等を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援スキルの向上に努めます。
- ・当所では、経営指導員を本ワーキングに参画させ、事業承継支援ノウハウの取得・向上を図ります。

(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)

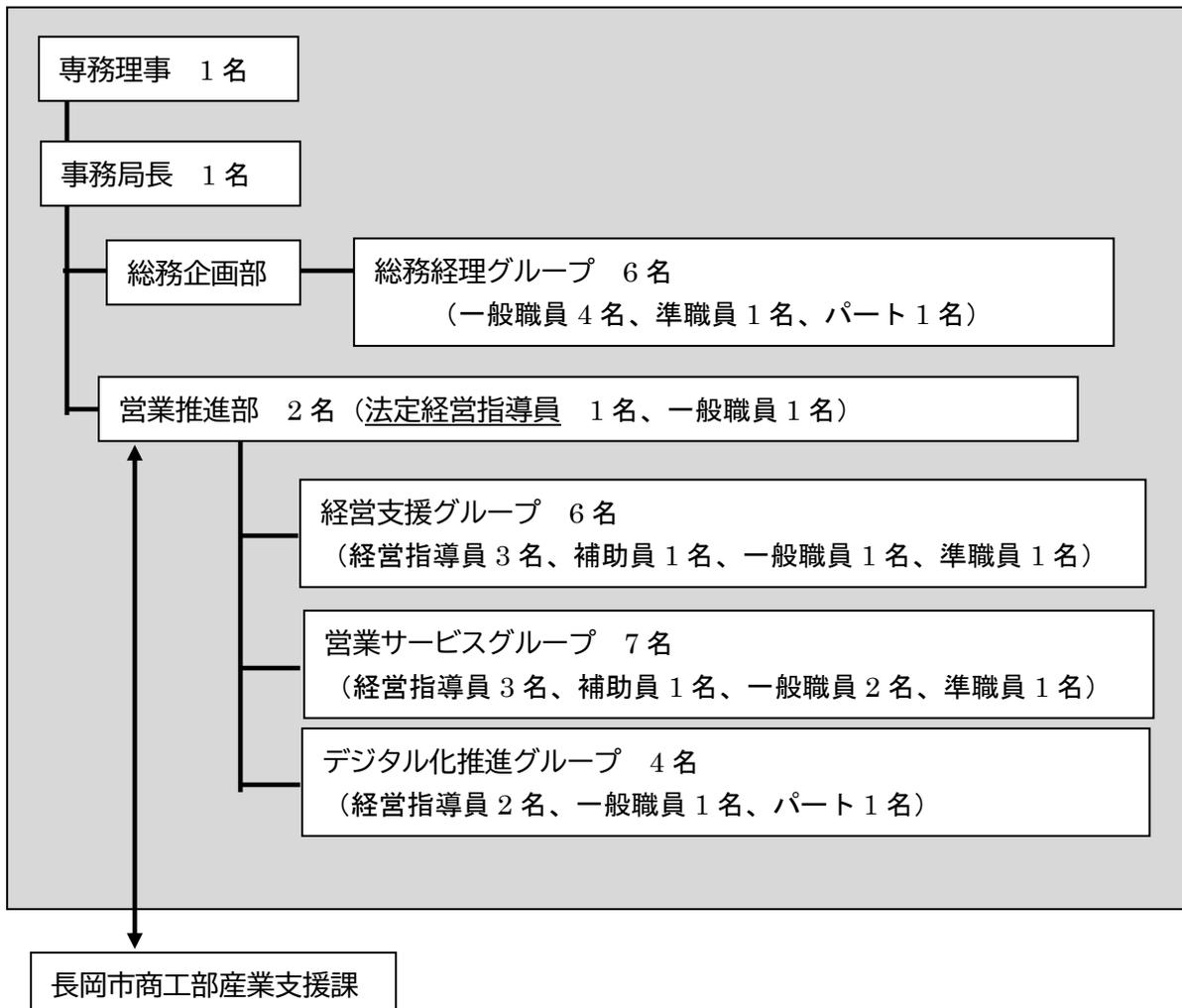
専務理事：1名

職員総数：26名

法定経営指導員：1名、経営指導員：8名、補助員：2名

事務局長：1名、一般職員：9名、準職員：3名、パート：2名

<長岡商工会議所 経営発達支援事業の実施体制図>



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

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：平澤 広栄

■連絡先：長岡商工会議所 TEL.0258-32-4500

②法定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

〒940-0071

新潟県長岡市表町3丁目1番地8 リナシエビル3

長岡商工会議所 営業推進部 経営支援グループ

TEL 0258-32-4500／FAX 0258-34-4500

E-mail／keiei@nagaokacci.or.jp

②関係市町村

〒940-8501

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 0258-39-2228／FAX 0258-36-7385

E-mail／syougyo@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	16,600	16,600	16,600	16,600	16,600
経営状況分析事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業計画策定事業	500	500	500	500	500
事業計画策定後支援事業	100	100	100	100	100
新たな需要開拓事業	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000

(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

会費収入、特定商工業者負担金収入、国補助金、新潟県補助金、長岡市補助金、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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等