

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	胎内市商工会 (法人番号) 4110005017074 胎内市 (地方公共団体コード) 152277
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	①小規模事業者の「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」の促進 ②創業支援及び事業承継の推進 ③DX導入支援による販路開拓、人材確保、及び業務効率化の実現 ④地域資源・観光資源の活用による地域経済の活性化
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること 胎内市内の小規模事業者の景気動向調査の実施と新潟県・胎内市の統計資料により、人口・社会動向や商工業に関する情報を収集し、整理分析した結果を広く周知するとともに、事業計画策定の際の参考資料として活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の新商品・新サービス開発並びに販路開拓へ繋げるため、イベント等でアンケート調査等を実施し、調査分析結果を対象事業所へフィードバックすることで、小規模事業者の事業計画策定に活用する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者に経営状況の分析の必要性を説き、分析対象者には「財務分析」と対話と傾聴による「非財務分析」を行い、事業計画策定に結び付ける。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業所に対し、創業セミナー、事業承継セミナー、DX推進セミナー等の開催の他、窓口・巡回相談時に事業計画策定事業者の掘り起こしを行い、事業計画策定を支援する。また、必要により専門家による個別指導を実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定を支援した小規模事業者の計画進捗状況を確認、検証し、フォローアップを実施する。必要により専門家による個別指導並びに補助金の活用等、積極的に小規模事業者を支援する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域イベント等や、IT活用などによる販路開拓、売上向上を支援し、小規模事業者の販路拡大、新たな需要開拓を図る。</p>
連絡先	<p>【胎内市商工会】 〒959-2642 新潟県胎内市新和町2番5号 胎内市商工会 経営支援室 電話番号 0254-43-3624 メールアドレス tainai@shinsyoren.or.jp</p> <p>【胎内市】 〒959-2693 新潟県胎内市新和町2番10号 胎内市 商工観光課 電話番号 0254-43-6111 メールアドレス syoukou@city.tainai.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地域の現状

(ア) 立地

胎内市は、平成17年9月1日に北蒲原郡中条町と北蒲原郡黒川村が合併し、誕生した市である。

新潟県の北部に位置し、東側は山形県に隣接し、西は日本海に面しており、総面積は265.18㎢となっている。

県都・新潟市までは約40kmの位置にあり、四季折々の美しい自然に彩られるこの地域は、飯豊連峰を源とする母なる川「胎内川」を中心に生活域を形成し、15kmに及ぶ海岸線には砂丘地と松林、胎内川扇状地には緑の優良農地が広がっている。基幹産業は農業であるが、そのほかにも新潟中条中核工業団地が造成され、県北の工業都市としての基盤を確立しているほか、豊かな自然環境を活かしたスキー場、リゾートホテルなどの施設が整っており四季を通じて観光が楽しめる観光都市でもある。

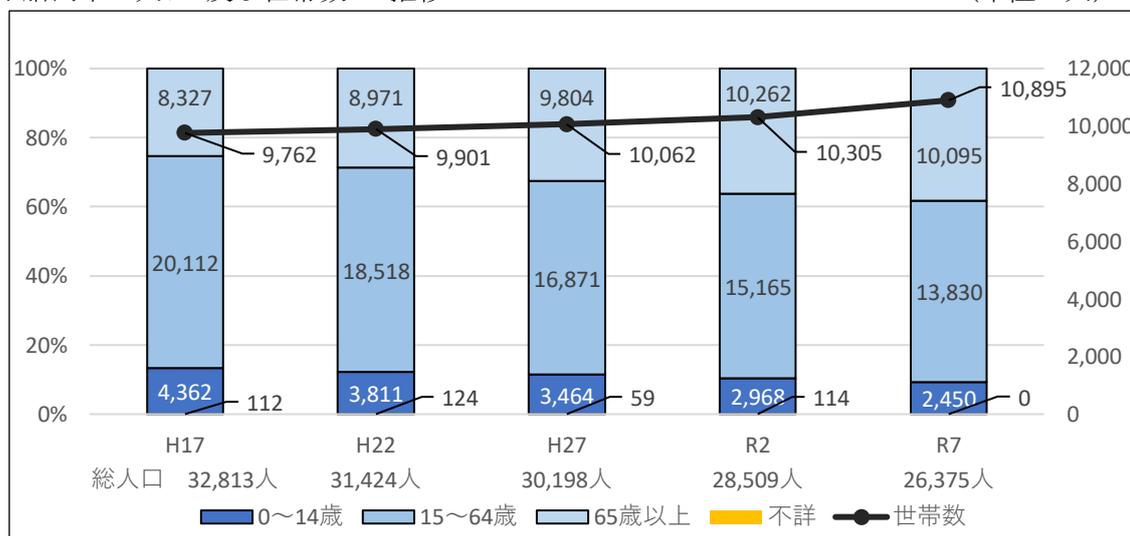


令和6年4月1日には、胎内市内の中条町商工会と黒川商工会の2商工会が合併し、胎内市商工会が発足した。

(イ) 人口・世帯等の推移

当市の人口は、令和7年10月1日時点で26,375人、平成17年からの人口の推移をみていくと、人口は減少傾向にある。内訳をみると、0～64歳の人口は減少し、65歳以上の人口は増加しており、人口に対する高齢化率が高くなってきている。一方で、世帯数は年々増加しており、特に単身世帯、核家族世帯が増えている。それに伴い、1世帯当たりの人員は年々減少している。

◆胎内市の人口及び世帯数の推移 (単位：人)



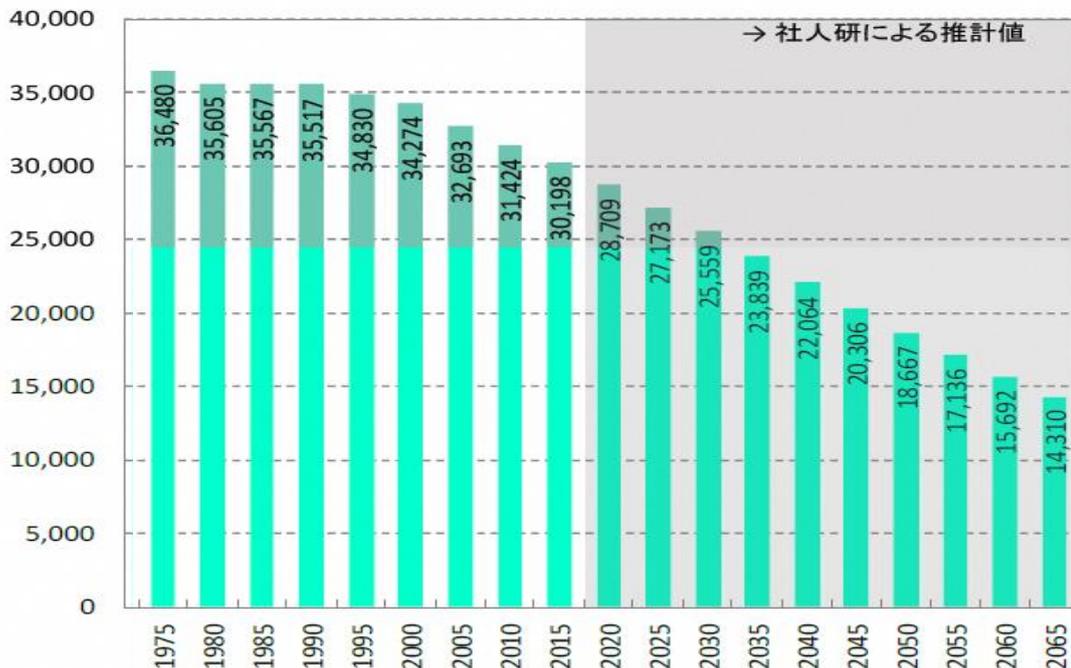
(出典：国勢調査※平成17年は中条町、黒川村の合算値)

◆直近R7の人口及び世帯数 (単位：人・世帯)

	①H17.9 (2005)	②R2.10.1 (2020)	③R7.10.1 (2025)	H17～R7(20年)		R2～R7(5年)	
				増減数	増減率	増減数	増減率
人口	32,813	28,509	26,375	△6,438	△19.62%	△2,134	△7.48%
世帯数	9,762	10,262	10,895	1,133	11.60%	633	6.16%

◆総人口の推移と将来推計

本市の人口は、昭和50年（1975年）をピークに増加期から安定期を経て減少が続いている。国立社会保障・人口問題研究所*（以下、「社人研*」という。）が実施している「日本の地域別将来推計人口」によれば、今後もこのような傾向が続くことが予想されており、令和47年（2065年）には、平成27年（2015年）と比較し53%人口が減少すると推計されている。



（出典：国勢調査及び日本の地域別将来推計人口）

（ウ）地域産業

胎内市の産業は、農業と製造業を中心に発展してきた。中条地域では、昭和19年の水澤化学工業中条工場の操業開始を皮切りに、昭和37年には協和ガス化学中条工場（現クラレ中条工場）、昭和49年には日立製作所中条工場が立地し、地域の基幹産業として重要な役割を担っている。また、平成27年には㈱ジャムコ及びその関連企業である㈱サンエコー、㈱アイ・テックが新潟中条中核工業団地へ進出し、現在も航空関連・精密部品等の分野で雇用と付加価値を生み出している。

黒川地域では、㈱ヨシデン、㈱三進製作所をはじめとする製造業が立地し、生産拠点の集積が進んでいるほか、観光面でも、昭和40年開設の胎内スキー場や平成13年開業のロイヤル胎内パークホテルが、近年のアウトドア需要の高まりを背景に改めて利用が拡大している。令和7年4月には、当ホテルの敷地内に新たにドーム型グランピング施設が2棟誕生した。

さらに教育関連では、NSGグループによる「開志国際高等学校」（平成26年開校）及び「新潟食料農業大学」（平成30年開学）が地域に定着し、若者の流入、地域企業との連携、産学連携の促進など、地域産業への波及効果が年々高まっている。

これらの産業・教育拠点の集積により、製造業、農業、観光、教育を軸に相互に連携が進み、地域経済の多様化が着実に進展している。

また、新潟県胎内市沖及び村上市沖において、再生可能エネルギーの導入拡大と地域経済の活性化を目的とした「洋上風力発電事業」が、令和7年10月より本格的に進められている。本事業は、広域的な海域を活用した着床式風力発電設備の整備を中心とするものであり、地域における新たな産業基盤の形成が期待されている。

（エ）地域資源

胎内市は、稲作を中心とした農業が盛んで、特産品としてさつまいも「紅はるか」を活用した地域ブランド「はるかなた」や、チューリップ球根栽培、ワイン、米粉など多様な地域産品が存在している。特に「胎内高原ワイン」は高い評価を受け、地域を代表する特産品となっている。

観光資源としては、「塩の湯温泉」及び「新胎内温泉（ロイヤル胎内パークホテル）」の温泉地、胎内スキー場、樽ヶ橋遊園、村松浜海水浴場、関沢森林公園、奥胎内ヒュッテなど自然とレジャーが融合した豊富な観光資源がある。春にはチューリップフェスティバルが開催され、多くの観光客が訪れるなど、季節性を活かした誘客の動きも見られる。

(オ) 商工業者の推移

当地区の商工業者数及び小規模事業者数の推移は、次表の通り。

「商工業者数及び小規模事業者数の推移」

(単位：者)

年 度	平成 27 年度 (2015)	令和 2 年度 (2020)	令和 7 年度 (2025)	H27-R 7
商工業者数	1, 286	1, 306	1, 235	△ 71
小規模事業者数	1, 168	1, 187	1, 120	△ 67
比率	90. 82%	90. 88%	90. 68%	—

「商工業者・小規模事業の業種別数・構成比」

(単位：者)

年 度	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・ 宿泊業	サービ ス業	その他	合計
H27 商工業者	307	144	22	297	101	302	113	1, 286
内小規模	293	118	17	264	95	288	93	1, 168
R 2 商工業者	320	136	27	262	110	343	108	1, 306
内小規模	299	111	20	236	101	316	104	1, 187
R 7 商工業者	302	121	26	226	101	337	122	1, 235
内小規模	287	93	18	204	93	314	111	1, 120
R 7 年度 小規模構成比	26%	8%	2%	18%	8%	28%	10%	100%

胎内市商工会「基幹システム 商工業者名簿」より

(カ) 胎内市総合計画

胎内市は、「第 2 次胎内市総合計画（平成 29 年度～令和 8 年度）」のもと、「自然が活きる、人が輝く、交流のまち」を基本理念として、自然環境を生かした産業振興と交流拡大に取り組んでいる。計画が最終年度を迎えるにあたり、これまでの成果を踏まえつつ、次期計画に向けた課題整理が進められている。

産業・雇用分野では、「人をひきつける活力のあるまちづくり」を目標に、中小企業の事業環境整備、企業誘致、創業支援を重点的に推進してきた。また、「中小企業への支援の充実」「優良企業の誘致推進」「チャレンジやイノベーションを生む環境づくり」「商工会と連携した商業振興」などを中心施策として、地域産業の持続的発展を図っている。

②地域の課題

(ア) 産業別の状況と課題

【小売業】

胎内市の小売業は、国道 7 号線沿いの食品スーパー、ドラッグストア、ホームセンター等の大型店に購買需要が集中し、地元商店街や地域の個人商店は高齢化・後継者不足により閉店が進んでいる。また、人口減少により地域内需要が縮小する中、従来型の経営だけでは生き残りが難しく、価格競争力や販路開拓力の弱さから経営環境も厳しい状況にある。

今後は、市外需要の取り込みやオンライン販売など、新たな販路開拓が強く求められている。

【飲食業】

胎内市は人口規模に対して飲食店数が比較的多く、創業・廃業の動きが多いことが特徴である。近年は、中条駅周辺の再開発や開志国際高等学校・新潟食料農業大学の立地により、若年層や学生の一定の需要が生まれている。

また、胎内市は「微細米粉発祥の地」として知られ、地域食材を活用したメニュー開発が進んでいる。さらに、令和 7 年 12 月からは胎内市商工観光課及び（一社）胎内市観光協会と共に市内飲食店を支援して「胎内ゴールドヤキソバ」の販売を開始し、米粉活用の促進、地域ブランドの形成、消費拡大への寄与が期待されている。

しかし、人口減少による市内需要の縮小、物価高騰・原材料費上昇・人手不足などの影響により、小規模飲食店の収益性は低下している。地域内消費だけでは安定した経営が難しくなっており、市外からの誘客・新たな販路開拓や営業継続に必要な経営体力の確保が課題となっている。

【製造業】

胎内市（旧中条町）は、昭和19年に水澤化学工業中条工場が進出後、自動車部品、電気機械、金属加工等、多様な製造業が立地しており、市を代表する基幹産業の一つとなっている。また、新潟中条中核工業団地には航空機部品関連企業が集積している。

一方で、航空・自動車・電機など外部環境変動の影響を受けやすい産業が多く、景気変動や世界情勢による受注の減少が地域経済に大きく波及する構造的課題が存在する。加えて、製造現場では人材不足が深刻化しており、技術継承・デジタル化対応・生産性向上が喫緊の課題である。

今後、「洋上風力発電」の陸上・海上関連設備の整備が本格化することにより、部材供給や建設、保守など製造業との連携領域が新たに生じる可能性があるが、市内事業者がこの機会を十分に活かせる体制整備が課題となる。

【建設業】

胎内市の建設業は、事業主の高齢化や職人不足により、受注機会を十分に活かさないケースが増加している。また、公共工事量の減少や住宅市場における大手ハウスメーカーの進出により、地元建築事業者は価格競争に晒され、経営環境は長期的に厳しい状況にある。新規創業者も一部見られるが、技術者不足のため受注量の増加に対応しきれない事例もあり、地域全体の施工能力の維持が課題となっている。

一方で、胎内市・村上市沖で計画されている「洋上風力発電事業」の進展に伴い、大規模インフラ工事の需要が見込まれ、地域建設業界にとって将来的な事業機会の拡大が期待されている。県や市による公共工事（発電所設備の改良・点検整備工事、公営住宅外壁、屋上防水工事、学校外構工事、海岸防災林造成工事など）も継続的に実施され、受注見込みが存在する。

しかし、コロナ禍や世界情勢の影響による資材価格・原油価格の高騰、人口減少に伴う労働力確保の難しさなど、県内建設業界と同様の課題も抱えている。これに対応するためには、地域事業者が技術力を強化し、安全管理体制を高度化することにより、洋上風力発電などの大型プロジェクトや公共工事への参入機会を確実に活かすことが求められる。また、県の「第四次新潟県建設産業活性化プラン」に基づき、県内事業者への受注機会の確保や適切な価格転嫁の推進も重要な課題である。

【観光業】

胎内市の観光業は、自然景観や歴史文化資源を活かした観光地が点在するものの、年間を通じた安定的な観光客誘致には課題がある。

市内では乙宝寺の三重塔などの文化財があり、春に開催されるチューリップフェスティバルや複合型遊園地の樽ヶ橋遊園があるが、通年で観光客を呼び込む施策は十分ではない。また、暖冬や少雪などの気候変動は、胎内スキー場の営業に影響するためシーズン中でも地域経済や雇用に影響を及ぼす場合がある。

観光客は令和5年に回復傾向を示し、コロナ禍前の令和元年の約9割まで回復している。これを受け、令和7年1月には若手経営者グループによる観光活性化策「中条黒川プロジェクト(NKpj)胎内」が市に報告され、自然や歴史資源を活かした体験プログラムの企画など、地域資源の付加価値向上に向けた提案がなされている。

市は「第2次胎内市観光振興ビジョン」に基づき、従来の観光施策の成果と課題を踏まえつつ、外国人観光客の増加や情報発信手段の変化に対応した観光振興を推進している。また、令和7年2月には「令和6年度胎内市観光活性化推進委員会」を開催し、地域全体の観光振興施策を検討している。

加えて、地域資源を活用した新たな取り組みとして、令和7年12月から「胎内ゴールドヤキノバ」の販売を開始して、胎内市産米粉を活用した特産品開発と観光誘客の両立を目指している。これにより、地域資源の活用による観光需要の拡大と、地元飲食業・関連産業の収益向上が期待される。

【農業】

胎内市の農業は、米作及び畜産を中心とする一次産業が地域経済の基盤を形成しており、地域の雇用確保にも重要な役割を果たしている。米作では、主にコシヒカリが栽培されており、県内でも高い評価を得るブランド米として認知されている。近年は新品種「新之助」の作付けも開始され、ブランド力の向上と販路拡大に向けた取り組みが進められている。また、胎内市は「微細米粉発祥の地」としても知られ、製粉業やめん類製造業と連携した商品開発が進行しており、飲食業や観光業との連携を通じて、地域資源を活かした新商品や地域ブランドの向上が期待される。さらに、さつまいも「紅はるか」の栽培も盛んで、地域の特産品としての販路拡大や6次産業化

の推進が図られている。農産物直売所や農家レストランなど新たな販売チャネルを活用することで、地域内消費の拡大や観光資源としての活用も進んでいる。

一方で、農業従事者の高齢化は依然として課題であるものの、地域おこし協力隊の参画や若手農業者の新規参入が進み、地域農業の持続可能性の向上に寄与している。今後も、地域資源の活用と農業経営の高度化を通じ、地域経済への波及効果の拡大が求められる。

【洋上風力発電事業の概要と地域産業としての位置づけ】

胎内市及び村上市沖で進められている「Murakami-Tainai 洋上風力発電プロジェクト」は、再生可能エネルギーを柱とする新たな地域産業のひとつで、出力約 684 MW、海域は海岸から 2～4 km 沖合、水深 20～40mの広い海域において、着床式の大型風車（38 基）を設置する計画である。

工事期間としては、調査・設計工程を経て、令和 7 年度より陸上送変電設備等の関連工事が開始された。

今後、令和 11 年度の商業運転開始に向け、洋上での基礎据付工事や海底ケーブル敷設、風車設置工事等が順次実施される予定で、以降、令和 36 年まで運転・維持管理が行われる見込みである。洋上風力発電は胎内市地域にとって、建設期には、土木・海洋工事、輸送、設置といった分野で地元企業や労働者の参画機会を生み出し、運転、保守段階では長期的な雇用と安定収入源となる産業である。また、脱炭素化にも貢献する基盤産業として期待されている。

（イ）地域全体の現状と課題

①人口減少による市場規模の縮小、事業者数の減少、人手不足の深刻化

胎内市では、前述の「胎内市の人口及び世帯数の推移」に示すとおり、少子高齢化の進行に伴い生産年齢人口が着実に減少しており、地域内消費の縮小が進んでいる。また、市内の商工業者数も緩やかに減少（この 10 年間で△71 者）しており、特に小規模事業者では後継者不足や人材確保難が深刻化している。その結果、従業員の確保・定着が難しくなり、地域産業全体の持続性に影響を及ぼす重要な課題となっている。

②事業者の高齢化と事業承継の遅れ

令和 6 年度の当会景況調査（回答 333 事業所）によると、代表者年齢が 70 歳以上の事業所は 32%、60 歳以上では 57%を占めており、経営者の高齢化が一層進行している状況が明らかとなっている。また、後継者不在や事業承継準備の遅れにより廃業に至る事例も増加しており、地域産業の持続性確保が喫緊の課題となっている。

③小規模事業者の経営力強化の必要性

限られた経営資源の中で、販路拡大、商品力向上、収益改善等に十分取り組めない事業者も多く、外部環境の変化に対応できる経営力強化が求められている。

④デジタル化・生産性向上の遅れ

一部事業者では DX 化や IT ツール導入が進んでいるものの、地域全体では導入環境やスキルの格差が見られ、生産性向上、業務効率化に十分結びついていない状況がある。特に小規模事業者では、知識不足や投資余力の不足等が課題となっている

⑤観光・地域資源の活用不足

豊富な自然・観光資源が存在する一方で、情報発信力の不足から観光消費の拡大につながりにくく、地域内経済循環の向上が課題となっている。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①今後10年を見据えた小規模事業者支援

平成27年度から令和 7 年度の10年間で小規模事業者は48者程減少しており、10年後はさらに減少することが予測される。小規模事業者の減少を抑制し、商工業者の 9 割を占める小規模事業者の事業継続と「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」が求められている。

そこで、当会では、「新潟県総合計画」、「新潟産業ビジョン」並びに胎内市「第 2 次胎内市総合計画」（平成29年度～令和 8 年度）を踏まえ、今後10年を見据えた小規模事業者支援の重点として、次の 4 つを長期的な振興のあり方として設定する。

【長期的な振興策】

①小規模事業者の「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」の促進

ア. 小規模事業者の「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」の促進による10年後における地域のあるべき姿

小規模事業者との対話と傾聴により、小規模事業者が自社の強みや課題を的確に把握し、事業計画に基づいた持続的な経営を実践することで、「稼ぐ力」を高め、自立的に経営判断ができる地域経済が形成されている姿。

(理由)

胎内市の小規模事業者は、経営者の高齢化や事業承継の遅れ、経営環境の変化への対応不足など、複合的な課題を抱えている。これらの課題に対応するためには、画一的な支援ではなく、商工会の経営指導員や経営支援員が、事業者一人ひとりとの「対話と傾聴」を通じて実情を把握し、課題に応じたきめ細かな伴走支援を行うことが不可欠である。

②創業支援及び事業承継の推進

ア. 創業支援・事業承継の推進による 10 年後における地域のあるべき姿

創業や事業承継が円滑に進み、既存事業者と新たな担い手が共存、発展することで、地域内に安定した雇用と活力が生まれ、人口減少下においても持続可能な地域経済が維持されている姿のあるべき姿とする。

(理由)

- ・胎内市の中小企業支援において「起業や創業をはじめ事業的発展や意欲のある取り組みを支援していく」と基本方針が掲げられている。
- ・また、創業支援と事業承継支援を組み合わせることで、地域内の事業循環が形成できる。

③DX 導入支援による販路開拓、人材確保及び業務効率化の実現

ア. デジタル化 (DX) 推進による 10 年後における地域のあるべき姿

- ・小規模事業者がデジタルを標準的に活用し、生産性向上、販路拡大が進んでいる。
- ・商工会が「地域 DX の拠点」として継続的に伴走する体制が確立。

(理由)

- ・労働力不足の深刻化により、効率化、業務改善は事業継続の必須条件となる。
- ・観光関連、物販、サービス業での売上増の基盤となる。

イ. 人材確保・働き方改革支援による 10 年後における地域のあるべき姿

- ・若者、女性の就労が進み、小規模事業者でも安定的な人材確保が可能となる。
- ・労働環境改善や人材育成が進み、持続的経営が実現。

(理由)

- ・全産業で人手不足が深刻化しており、今後 10 年間でさらに拍車がかかる。
- ・魅力ある職場づくりは事業継続の基礎であり、地域全体の活力維持に不可欠。

④地域資源・観光資源の活用による地域経済の活性化

ア. 観光・地域資源の活用支援による 10 年後における地域のあるべき姿

- ・胎内市の温泉、自然、農産品、ベント等が体系的に磨かれ、交流人口、観光消費が増加。
- ・地元事業者が地域資源を活用した商品・サービスを安定的に展開。

(理由)

- ・胎内市は多様な地域資源（温泉、農産品、自然等）を有するが、活用は限定的。
- ・観光の裾野は広く、多分野へ経済波及効果が大きい。

イ. 販路開拓・ブランド化支援による 10 年後における地域のあるべき姿

- ・農産品、加工品など地域産品が「胎内ブランド」として確立し、市外、県外販売が拡大。
- ・オンライン販売、商談会、インバウンド等、多様な販路が活発に活用されている。

(理由)

- ・地域産品であるさつまいも「紅はるか」、「米粉」、「ワイン」等は、商品力の向上や新たな販路開拓により、さらなる成長が期待される。
- ・市場縮小の中で外部需要の獲得は不可欠。

②「にいがた産業ビジョン」並びに胎内市「胎内市総合計画」との連動制・整合性

ア. 新潟県の「にいがた産業ビジョン」は、令和 12 年頃を見据えて新潟県の産業が進むべき方向性を示した中期戦略であり、基本戦略・重点分野は下記のとおり

1. スタートアップ創出・起業促進

大学、民間との連携強化により、新たなビジネスを生み出す環境整備。

2. イノベーション推進・次世代産業の育成

食品、医療機器、防災、環境、脱炭素など成長分野を重点的に支援。

3. 産業のDX・デジタル化
中小企業のデジタル導入、人材のデジタルスキル強化。
4. 脱炭素・再生可能エネルギーの推進
洋上風力など再エネ関連産業の事業機会創出。
5. 海外販路開拓・県産品のブランド強化
日本酒、食品、ものづくり製品の輸出拡大。
6. 事業承継の促進と企業の持続性確保
経営者の高齢化に対応し、円滑な世代交代を支援。
7. 多様な働き方と人材確保
若者、女性、外国人等、多様な人材が働きやすい環境整備。

イ. 胎内市では、第2次胎内市総合計画 後期基本計画（令和4年度～令和8年度）の中で、産業、雇用では「人をひきつける活力のあるまちづくり」を目標に、市内企業が活発な事業運営ができるように必要な環境整備に向けての支援を行うとともに、市民の雇用確保も企図した企業誘致活動の取り組み、市民等に、新規創業等に対する理解に努めるとともに、自ら起業等に積極的にチャレンジするよう促している。

また、施策の方向性としては、「中小企業への支援の充実」「優良企業の誘致推進」「チャレンジやイノベーションを生む環境づくり」「商工会と連携した商業の振興」等を掲げ、地域産業の持続性と競争力の確保に向けた取り組みが継続的に実施されている。

市の「後期基本計画」並びに「第2期胎内市まち・ひと・しごと 創生総合戦略 ～自然が活きる、人が輝く、交流のまち“胎内”～」では、下記の施策の内容を定めている。

【商工業振興】

① 中小企業への支援の充実

- ◇ 「胎内市中小企業・小規模企業振興基本計画」に定める施策の実効性を高めるため、事業者との意見交換等により状況把握に努め、柔軟に施策に反映します。
- ◇ 起業や創業をはじめ、事業者の継続的発展や意欲ある取組を支援するために、市場調査や販路開拓、人材育成、人材確保等の施策の充実を図ります。
- ◇ 県や商工関連団体及び金融機関等と連携して、中小企業・小規模企業等の経営基盤の強化や設備投資等の支援の拡充を図ります。

② 優良企業の誘致推進

- ◇ 工業団地の有効活用に向けて、関係機関や地域内企業に対して情報収集や新規立地、事業拡大の働きかけを継続して行うとともに、収集した情報に基づく優遇措置制度の見直し、工業団地の認知度の向上に向けた各種のPR等に取り組みます。
- ◇ 進出企業との交流・連携を強化し、環境整備等のニーズの吸い上げを図るとともに、航空機関連産業をはじめとする産業の集積化に向けた関連企業の誘致活動を推進します。
- ◇ 胎内スマートインターチェンジ*を活用し物流の向上を図ります。

③ チャレンジやイノベーション*を生む環境づくり

- ◇ 若者等の力を引き出して、地域産業の活性化や魅力的な雇用の創出を実現するため、積極的な起業支援等に取り組みます。
- ◇ 中条市等を活用した挑戦の場づくり、空き家・空き店舗を活用したチャレンジショップ*などインキュベーション*に関する取組や金融機関と連携した融資制度の拡充等を検討します。

④ 商工会と連携した商業の振興

- ◇ プレミアム付き商品券に代わる新たな商業振興策として事業者のステージに応じた直接的な支援を行います。
- ◇ 商工会に対する支援を通じて、相談機能の強化等を進め、経営の安定化と身近な商業機能の維持を図ります。
- ◇ 中心市街地の空き店舗等を活用した、商業・サービス業等の新たな挑戦（新規創業等）を促進します。

第2次胎内市総合計画後期基本計画

【雇用対策】

① 地域雇用・域内還流の促進

- ◇ 市民の雇用の安定に向けて、ハローワークや商工業関係者、その他関係機関等と連携した求人・求職情報の収集や提供、相談事業や就業支援を継続して実施します。
- ◇ 雇用促進奨励金制度*等の活用や市内企業との連携により地域内での雇用の拡大を促進しながら、企業説明会や市内企業見学ツアー、インターンシップ*等による市内企業とUJIターナー*者を含む求職者をつなげる取組の拡充を図ります。

② 人材の育成・確保

- ◇ 各種教育機関や市内企業等と連携してキャリア教育*を強化することで、早期からのキャリア形成に向けた学習意識の醸成や市内企業の魅力のPRを図ります。
- ◇ ハローワークと連携した職業訓練の実施や地域若者サポートステーション*との連携を通じた就業に必要なスキルの習得を支援するとともに、妊娠・出産等で離職した女性や定年退職した方等の再雇用の促進に向けての取組や市内企業等への働きかけの強化を図ります。
- ◇ 市内事業者が経営発展のために参加、または実施する研修等への支援を継続していきます。

第2次胎内市総合計画後期基本計画

胎内市創生総合戦略では、「しごと」「人の流れ」「子育て」「まち」の4本柱を基軸として各種施策を展開している。このうち「しごと」分野では、地域産業の活力向上と雇用創出を図るため、以下のような取り組みが進められている。

しごと	
●暮らす人たちを支える働く場や安定した収入を確保する	① 農業振興
競争力を高める、資金調達の方法を画策する等、力のある市内企業や意欲を持った住民と地域・行政の協働により産業の活性化やUJIターナー等による人材の確保を進め、市民の生活を支える安定した雇用の創出を図ります。	・特産品の開発、6次産業化の促進や地域独自の取組の支援
	・第一次産業を支える人材の確保
《基準値と令和6年度の目標値》	② 商工業振興
	・農業生産基盤の確保と有効利用の促進 等
◆市町村内総生産	・チャレンジやイノベーションを生む環境づくり
1,345億円 → 1,486億円	・中小企業への支援の充実
◆1人当たり課税対象所得	・優良企業の誘致推進
2,514千円 → 2,642千円	・商工会と連携した商業の振興
	③ 雇用対策
	・地域雇用・域内還流の促進
	・人材の育成・確保

③商工会としての役割

- ・胎内市の計画に基づく小規模事業者支援の必要性

前述のとおり、胎内市では、「第2次基本総合計画（後期基本計画）」において 商工業振興 と雇用対策を重要施策として掲げており、地域産業の活性化や事業者支援の必要性が明確に示されている。

また、「第2期胎内市まち、ひと、しごと創生総合戦略」では、人口減少下における地域経済の持続性確保と働く場の維持・創出が重要課題とされ、小規模事業者の振興が地域成長の鍵と位置付けられている。

さらに「中小企業、小規模企業振興基本計画」（経済産業省（中小企業庁）令和7年改定）では、地域経済を支える小規模事業者の経営基盤強化、人材確保、販路拡大、事業継続力の強化が重点方針として定められている。

以上のように、胎内市の計画において 小規模事業者の支援、地域産業の活性化、雇用の確保が共通の重点テーマとして示されており、商工会は地域の中小、小規模事業者を最も近い立場で支援する公的支援機関として、次の役割を担うことが求められている。

◇商工会の役割

地域事業者の経営力向上を支援する中核機関としての役割
市の産業施策と小規模事業者をつなぐ調整、実行支援機関の役割
事業者の販路拡大、商品力強化をサポートする伴走支援機関の役割
地域の雇用維持、人材確保を支える情報提供、支援機関の役割
人口減少下でも地域経済を維持するための産業活性化の推進役

(3) 経営発達支援事業の目標

当会では、地域の現状と課題、商工会が果たすべき役割、そして小規模事業者の長期的な振興の方向性を踏まえ、今後5年間の本事業期間において下記の目標を掲げ支援を実施する。

①小規模事業者の「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」の促進

支援計画の設定期間（5年間）目標

KGI：経営計画を策定した小規模事業者が自ら経営計画（事業計画・資金計画等）を策定し更新できる状態になる者：年間5者

自らの経営計画策定、更新により経常利益率を1%以上向上させる者：年間3者

KPI：経営分析支援者数：年間65者

事業計画策定支援者数：年間20者

専門家派遣実施回数：年間10回

経営計画セミナー参加者数：年間10者

設定した理由

地域の小規模事業者は、従来の経験や勘に依存した経営からの転換が必要であり、単発的な支援や一時的な売上向上ではなく、自ら経営状況を把握し、経営計画に基づいて判断、改善を継続できる「経営の自走化」が不可欠である。そのため、経営分析（現状把握）→セミナー（「考え方、視点、手法」を習得）→個別計画策定（方向性の明確化）→専門家（実行支援）の流れで支援する事で、小規模事業者の「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」の促進をする。

②創業支援及び事業承継の推進

ア. 創業支援

支援計画の設定期間（5年間）目標

KGI：年間創業件数2件、創業後5年生存率80%、創業後3年黒字化

KPI：創業セミナー開催数：年1回（全6回コース）

創業セミナー参加者数：10者

創業相談件数：10件

創業計画策定支援者数：年間2者

設定した理由

創業予定者は一定数存在するものの、創業準備の不足や資金計画の甘さ等により、創業に至らずに創業を断念、または、創業しても早期廃業になるケースが見受けられる。

そのため、創業セミナー → 相談 → 計画策定 → 創業 → 定着 の流れで一体的に支援する事により単に創業件数を増やすことを目的とするだけでなく、創業後も安定的かつ継続的に事業を展開できる継続成長する創業の実現を重視し、生存率及び黒字化といった成果指標をKGIとして設定した。

イ. 事業承継の推進

支援計画の設定期間（5年間）目標

KGI：事業承継件数：年間2件

事業承継後に事業が継続している件数：年間2件

KPI：事業承継セミナー：年間1回

事業承継個別相談件数：年間10件

専門家派遣実施件回数：年間2回以上

設定した理由

経営者の高齢化が進行している一方、事業承継に向けた具体的な準備に着手していない事業者が多く、廃業の増加による地域産業の縮小が懸念されている。そのため、単に承継件数を積み上げることが目的とするのではなく、後継者への円滑な引継ぎと、承継後の事業継続を重視した支援を行うこととし年間事業承継件数をKGIとして設定した。

③DX 導入支援による販路開拓、人材確保及び業務効率化の実現

KGI：DX 導入による販路開拓、人材確保又は業務効率化等の経営改善事業所：年間 10 者

KPI：DX 関連セミナー開催：年間 1 回

DX 相談件数：年間 30 件

DX 導入支援者数：年間 20 者

専門家派遣（IT）回数：年間 10 回

DX 導入による成果：売上向上事業者数：年間 10 者

設定した理由

当地区の小規模事業者はデジタル化の遅れにより、販路機会の喪失・人材不足の深刻化等の様々な課題がある。こうした課題に対応するためには、EC サイトや SNS 等を活用した販路開拓、業務のデジタル化による省力化、DX を活用した人材確保と定着等を進めることが不可欠である。

そのため、単なる IT ツールの導入支援にとどまらず、DX 導入によって経営改善効果が創出されているかを重視し、販路拡大、人材確保又は業務効率化といった成果が確認された事業者数を KGI として設定した。

④地域資源・観光資源の活用による地域経済の活性化

KGI：地域資源（米粉、べにはるか、ワイン、特産品等）を活用した商品、サービスの販路拡大等による売上向上事業者：年間 10 者

KPI：地域資源関連の新商品・新サービス支援者数：年間 20 者

地域資源関連の販路拡大支援者数：年間 20 者

イベント、企画による来訪者数：年間 5,000 人以上

設定した理由

本地域は「米粉」、「べにはるか」等の地域資源を有しているものの、継続的な売上や来訪者増加といった経済効果に結び付いていない事業者も見受けられる。そのため、地域資源を活用した取り組みが実際に成果につながっているかを重視し、また、新商品開発や販路拡大支援を実施する中で、可能性を踏まえて売上向上事業者数を年間 10 者以上として KGI を設定した。

以上の目標に基づき支援を行うことで、小規模事業者の経営力向上を図り、地域内経済の活性化に寄与するなど、地域への裨益が期待される。

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8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

①小規模事業者の「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」の促進

少子高齢化による人手不足や原材料価格の高騰など、経営環境が急速に変化する中で事業を継続するためには、事業者自身が自社の本質的な課題を的確に把握し、「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」につながる取り組みを主体的に進めることが重要である。

そのため商工会では、事業者との対話と傾聴を重ねることで課題を可視化し、課題を反映した実効性の高い事業計画の策定を支援する。

さらに、策定した事業計画を着実に実行できるよう、事業者の状況に応じて多様な課題解決ツールや支援制度を提示し、事業者が十分に理解し納得したうえで取り組めるよう丁寧に説明・提案を行う。これにより、事業者自らが経営改善に取り組み、「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」を実現できる体制づくりを支援する。

②創業支援及び事業承継の推進

創業予定者に対しては、相談対応、事業計画策定支援、各種補助制度の活用促進などを通じて円滑な創業を支援する。また、既存事業者については、早期からの事業承継支援や専門家との連携を強化し、後継者の確保と円滑な承継を促進することで、市内の小規模事業者数の減少抑制を図る。

③DX導入支援による販路開拓、人材確保及び業務効率化、生産性向上の実現

小規模事業者における人手不足や業務効率化の課題に対応するため、デジタル技術の導入を促進し、販路開拓、顧客管理、業務改善などの分野で効果的に活用できるよう支援する。事業者の課題や業務内容を踏まえ、POSレジ、予約管理、キャッシュレス、SNS活用等、事業者に適したDXツールの導入を提案し、導入後の運用定着まで伴走支援を行うことで、生産性向上と持続的な経営基盤の強化を図る。

④地域資源・観光資源の活用による地域経済の活性化

胎内市には、「米粉」「べにはるか」「ワイン」などの農産物や「地元特産品」をはじめ、自然景観や観光施設など多様な地域資源を有している。この地域資源を効果的に活用し、地域経済の活性化につなげるため、事業者との対話を通じて地域資源の強みを再整理し、新商品の開発、加工品の高付加価値化、観光コンテンツとの連携企画の創出を支援する。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

令和2年度より旧中条町商工会及び旧黒川商工会が共同で実施してきた新潟県商工会連合会委託事業による景況調査を、令和6年度からは胎内市商工会として実施している。調査は全商工会員（全業種）を対象に実施し、令和6年度の回答回収率は46.8%（333/711事業所）となっている。

調査結果については集計・分析を行い、総代会資料及び商工会ホームページにて公開し、地域経済の概況把握と情報共有に努めている。

②課題

景況調査の実施と分析は継続して行ってきたが、得られたデータを個々の事業者の経営支援や事業計画策定にまでは活用できていなかった。今後は、地域経済分析システム「RESAS」等を活用し、行政への要望や商工会事業への参考資料とする他、地区内小規模事業者の事業計画策定支援等に役立てる。

(2) 目標

支援内容	公表方法	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①景況調査分析公表回数	商工会HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②地域の経済動向分析公表回数（RESAS活用）	商工会HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の景況調査

地区内小規模事業者の経営実態、景況感、課題等を把握し、経営指導に活用することを目的として、以下のとおり年1回の景況調査を実施し公表する。

【調査対象】 胎内市商工会会員（全業種 約710事業所：目標回収率：50%）

【調査項目】 業況、売上、採算、資金繰り、雇用、経営上の問題点等

【調査方法】 調査票を郵送し、返信用封筒により回収

【分析方法】 経営指導員による集計・分析

【目的】 地域の景況感と経営課題を把握し、個別経営指導及び事業計画策定に反映する

②地域の経済動向分析

経営指導員等が地域の実情を把握し、課題や支援策を明確にするため、新潟県・胎内市の統計資料、「RESAS」（地域経済分析システム）等を活用した地域の経済動向分析を年1回実施し公表する。

【調査対象】 地域全体の産業別構成、企業間取引、付加価値額

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）等を用いて、地域のデータを抽出・分析し、年1回「経済動向分析レポート」として取りまとめ、公表する。

【調査項目】 ・人口、社会動向（地域の基礎的な構造を把握）

人口構成、人口増減、将来推計人口、転入、転出の動向、昼夜間人口比、世帯数、世帯構成

・産業構造、雇用（地域経済の「稼ぐ力」を分析）

産業別就業者数、構成比、産業別付加価値額、事業所数・従業者数の推移、開業率・廃業率、労働生産性

・商業、消費動向（地域内外の消費の流れを把握）

小売、卸売販売額、商圈分析（購買流入）、消費者の居住地別来訪状況、クレジットカード等による消費動向（エリア別）

・観光、交流人口（交流人口、関係人口の分析）

観光客数、宿泊者数、来訪者の居住地分析、観光消費額、季節別、曜日別の来訪動向

【調査結果の活用方法】

・調査結果の公表による情報共有

調査結果で得られた情報は、職員間で共有し、調査結果の概要については、商工会ホームページへ掲載し、管内小規模事業者等に対し広く周知し、地域経済の現状を広く共有することで、事業所の経営判断に資する情報を提供

・経済動向分析調査により個別事業所への経営指導や関係機関との連携強化に活用

①地域の縮小、成長、担い手不足の把握に活用

②基幹産業、衰退産業、成長分野の把握に活用

③販路開拓、商店街対策、イベント効果測定に活用

④観光振興、イベント事業、地域資源活用の根拠資料に有効

4 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

当商工会では、小規模事業者の事業計画策定や販路開拓支援を行う中で、インターネット上の各種動向調査、口コミサイト、価格情報サイト、ランキング等を活用し、対象事業所の需要動向を収集・提供してきた。

また、胎内市と共催で毎年秋に開催している「胎内いいもんマルシェ」は、地域資源の魅力発信と販路開拓を目的とした、市内での大規模集客イベントとして定着していて、来場者数は令和5年度で約5,800人、天候により上下するが平均的な来場者数は約5,000人規模となっている。

これまでは、日に5,000人規模で集まる機会を需要動向調査としてのターゲットとしておらず、来場者（消費者）から直接意見を収集する貴重な機会を活かす仕組みが構築されていないため、地域産品に対する評価や購買動機、ニーズなど重要な「生の声」を十分に把握できていなかった。

②課題

需要動向調査を客観的なデータとして販路開拓やニーズの掘り起こしに活用している小規模事業者は皆無で、自己の経験や勘に依存している場合が多い。しかしながら、小規模事業者の事業計画策定や販路開拓を的確に実施するうえで、需要動向を把握する事は必要不可欠であるため、その

重要性について小規模事業者に理解してもらうことが最も重要である。

また、集客規模のあるイベント等を活用した需要データ収集が未整備であり、事業者への支援や商品開発、販路開拓に十分に活用されていなかったことを踏まえ、消費者起点のデータ分析に基づく支援体制の強化が求められている。

(2) 目標

	支援内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①	胎内いいもんマルシェ開催時における需要動向調査対象者数	—	15者	20者	20者	20者	20者
②	個別・専門的情報調査及び情報提供事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

①胎内いいもんマルシェ開催時における調査及び情報提供

- ・新たな地域ブランド構築に向けた新商品展開の調査

当市は、国内で初めて微細米粉の製造工場ができた「微細米粉発祥の地」とされていることから、これまでも米粉を活用した商品開発に数多く取り組んできたが、一般家庭での消費拡大にはまだ課題が多く、活用方法も未知数である。そこで、一般家庭にも浸透しやすい形として、胎内市及び胎内市観光協会と共に新たに「胎内ゴールドヤキソバ※」という新商品を展開する事業を令和7年12月にスタートした。

現在、管内14事業者（内小規模事業者11者）の飲食店等が米粉を含有する麺を使用したオリジナルヤキソバの提供を開始している。その商品をイベント内で出店販売又は試食会を実施し、その調査結果を取扱店にフィードバックする形で新商品開発に役立てる。

※ゴールドの由来は、米粉の原料である稲穂の黄金色＝ゴールドから。

【調査対象】 胎内ゴールドヤキソバ取扱店の小規模事業者11者

【調査回数】 年1回

【回収目標】 1事業者につき30～50件の調査サンプルを回収

【目的】 消費者ニーズの把握と、地域産品の開発支援・販売戦略策定に活用

【調査手法】 胎内いいもんマルシェ来場者（年間約4,000～6,000人）の中から特設ブースにおける試食会等で個社毎に聞き取りにおけるアンケート調査を実施するほか、スマートフォン等からのQRコードアンケートフォーム入力での集計

【調査項目】

- ・基本評価（味・食感・香りなど）
- ・米粉使用に関する評価（米粉使用を知っていたか、小麦粉商品との比較など）
- ・商品コンセプトへの共感（胎内市産米粉を使っているという点の魅力度）
- ・価格受容度＝重要（高い／妥当／安い）
- ・購買意欲 例）朝食、おやつ、土産物、ギフト、自分へのご褒美など
- ・利用シーン（スーパー／道の駅／オンライン／イベントなど）
- ・改善点・アイデア
- ・回答者属性＝分析に必要
（年代、性別（任意）、居住地（市内／市外程度で十分）、家族構成（子どもあり／なし）、食物アレルギーの有無など）

※ 調査の目的から見た必須項目

地域資源「米粉」を活かした商品開発の場合、特に重要なのは以下の4点

- ・米粉だから選ぶか？の評価
- ・小麦粉商品との比較感
- ・価格受容性
- ・購入意向と販売チャネル希望

【調査時期】 イベント当日（10月）

【調査結果の活用】

- ・分析結果を基に、出店事業者へ商品改良・価格設定・販売戦略等の助言を実施
- ・新商品のブランド化に向けたイベント設計（出店構成、動線設計、告知方法等）に反映
- ・得られたデータを中長期的な事業者支援・産業振興計画に活用

②個別的・専門的情報の調査及び提供

経営指導員が経営相談を行う際、経営状況の分析や事業計画の策定を必要とする事業者を対象に、商品・サービス等の需要動向調査を実施し、個別的・専門的情報を提供する。

【調査対象】 販路開拓方法や売上減少等に問題を抱える小規模事業者

【調査手法】 「消費動向調査（内閣府）」や「全国消費実態調査（総務省統計局）」、「ニッポンセレクト」の売れ筋情報等を対象とする事業所の業種や時世に応じたデータの収集を行い、より専門的な情報が必要となる場合、「新潟県よろず支援拠点」、「公益財団法人にいがた産業創造機構」等の関係機関と連携し専門家を派遣

【調査項目】 対象とする小規模事業者が販売する商品やサービスに関する消費者ニーズ等、商品の売れ筋情報、年代や性別による購買動向等

【分析手法】 収集したデータと事業所の現状を照らし合わせ、経営指導員が分析を行う。必要に応じ、「新潟県よろず支援拠点」の販路開拓等の専門家を活用

【活用方法】 調査結果を基に商品やサービスを分析し、その結果を対象事業所にフィードバックし、商品のブラッシュアップや販路拡大に向けた取り組みを提案

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

記帳機械化システム（MA1）による指導事業者を対象に、「損益分岐点分析」や「比較財務諸表」等の財務分析データを提供し、記帳担当者が分析結果の説明を行っている。併せて、必要に応じて経営指導員と記帳担当者が同行し、事業者の経営課題の把握及び改善に向けた助言を実施してきた。また、小規模事業者が補助金申請や金融相談等を行う際に、必要に応じて経営分析を実施し、その結果をもとに内容説明を行い、事業計画策定に繋げている。

②課題

小規模事業者自らが、自社の経営分析を希望する事業者が少なく、分析の必要性が十分に浸透していない。また、財務分析は、一定の実施実績があるものの、SWOT分析等の定性分析を継続する事業者は少ない。

(2) 目標

支援内容	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
経営分析事業者数	65者	65者	65者	65者	65者	65者

(3) 事業内容

小規模事業者が自社の経営状況を適切に把握し、改善に向けた判断ができるよう、財務分析及びSWOT分析等を活用した経営分析を行う。また、記帳指導事業者を中心に分析の重要性を周知し、経営状況の見える化や事業計画策定につながる支援体制を図る。また、事業者との対話と傾聴を通じて本質的な課題の把握につなげる。

なお、専門家の助言・指導が必要な小規模事業者に対しては、中小企業診断士等の専門家の指導を実施する。

経営分析の手法

【対象者】 経営指導員・経営支援員の巡回や窓口相談時に経営分析の重要性を説明し、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を選定
記帳機械化による記帳指導事業者に対しては、継続して経営状況分析を実施（計65者）

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「非財務分析」の実施
《財務分析》直近3期分の決算書から、収益性、生産性、安全性及び成長性等の分析
《非財務分析》SWOT分析（内部環境における強み、弱み、外部環境の機会、脅威）

【使用ツール】
・MA1記帳の経営分析機能（記帳機械化事業者）
・経済産業省「ローカルベンチマーク（6指標）」
・中小機構（J-Net21経営自己診断システム）
・日本政策金融公庫（財務診断サービス）

(4) 分析結果の活用

分析結果は対象事業者へフィードバックし、事業計画策定や経営改善に活用して、分析内容は職員間で共有し、経営指導員、経営支援員等の資質向上につなげる。

また、高度専門的な経営課題が生じた際は、新潟県商工会連合会や新潟県よろず支援拠点等の専門家派遣事業を活用し、課題解決を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

- ・補助金申請や金融相談時など、必要に迫られて事業計画を策定する小規模事業者が多い。
- ・事業計画策定の必要性や意義の認識が低く、計画的な経営への意識が十分に浸透していない。
- ・創業や事業承継に向けて計画を立てずに進めてしまうケースが見受けられ、円滑な創業・事業承継の実施を妨げている。

②課題

- ・補助金申請や融資斡旋を目的とした計画策定に偏り、本来の事業計画策定の意義から外れた計画となっていることが多い。計画に基づく検証や見直しが行われず、事業の持続的発展につなげていない。
- ・事業計画策定の重要性が小規模事業者十分に理解されておらず、支援手法の改善が必要である。
- ・創業や事業承継において、専門的な助言を受ける機会が不足している。
- ・DXに関する理解不足により、デジタル活用が進まず、販路拡大や事業成長の機会を逃している小規模事業者が存在する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対して単に事業計画策定の意義や重要性を伝えるだけでは、意識や行動の変化にはつながりにくい。そのため、経営分析を行った事業者を対象に「事業計画策定セミナー」を開催し、事業計画の必要性を理解、認識させた上で、実際の計画策定支援へとつなげる。併せて、経営者の意識改革と企業の変革を促し、事業計画策定を通じて小規模事業者の自走化を目指す。

また、創業者・創業予定者及び事業承継を検討している事業者を対象に、「創業セミナー」や「事業承継セミナー」を実施し、創業、承継の流れに沿った体系的かつ段階的な事業計画策定支援を行う体制を整える。

加えて、企業の競争力強化にはDX推進が不可欠であるものの、デジタル活用への理解が十分でない事業者も多い。そのため、事業計画策定の前段階として「DX推進セミナー」を開催し、デジタル化の基礎理解の向上と小規模事業者の競争力の維持、強化を図る。

(3) 目標

	支援内容	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①	DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②	創業セミナー(6回コース)	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③	事業承継セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④	事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
⑤	事業計画策定事業者数	35者	35者	35者	35者	35者	35者

※⑤事業計画(創業計画・事業承継計画・事業計画策定等)

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

【目的】 DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、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。また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施

- 【支援対象】 DXへの取り組みに関心のある事業者及び導入を目指している事業者
- 【募集方法】 商工会報及び商工会ホームページへ掲載、デジタルに関心のある事業者に個別案内
- 【講師】 ITコーディネーター等
- 【回数】 年1回
- 【内容】 DXの考え方・捉え方に対する総論や関連技術の活用事例、SNSを活用した情報発信・販路開拓方法、AIの活用、DX導入に向けた取り組みの進め方、支援制度の紹介等
- 【参加者数】 10者
- 【成果指標】
 - ・デジタル化の相談件数：5件以上
 - ・ITツール導入支援（POS、Instagram、LINE、会計、EC等）：5件以上

②創業セミナー

- 【目的】 認定特定創業支援事業者である当会は、創業予定者及び創業後5年以内の事業者を対象に、事業計画・資金計画の作成支援により、地域内の創業件数増加と創業後の事業定着率向上を図るため実施
- 【支援対象】 創業予定者及び創業後5年以内の事業者
- 【募集方法】 商工会報及び商工会ホームページや市報への掲載
- 【講師】 新潟県よろず支援拠点コーディネーター（全講義を担当）
- 【回数】 全6回コースとして1回開催
- 【内容】 マーケティング等の基礎知識を体系的に学び、実現性の高い事業計画を作成できるよう支援
- 【成果指標】
 - ・セミナー参加者数：10者（R7実績：9者）
 - ・創業計画書作成数：10者（セミナー受講時に作成）
 - ・継続的な創業支援：2者（計画書作成の20%）

③事業承継セミナー

- 【目的】 現経営者及び後継者候補等を対象に、事業承継に関する基礎知識の習得機会を提供するとともに、円滑な事業承継の実現に向けた支援を実施
- 【支援対象】 事業承継を検討している小規模事業者の現経営者、後継者候補、将来的に事業承継の可能性がある事業者。また、親族内承継に限らず、第三者承継やM&Aを含め、円滑な事業引継ぎを目指す事業者を対象
- 【募集方法】 商工会報及び商工会ホームページや市報へ掲載、相談対応時の個別案内
- 【講師】 事業承継専門家（中小企業診断士）等
- 【回数】 年1回
- 【内容】 事業承継に関する基礎知識、税務手続き、経営引継ぎのポイント等
- 【成果指標】
 - ・セミナー参加者数：10者（R7実績：6者）
 - ・事業承継計画書作成数：2者
 - ・事業承継に関する個別相談件数：2者

④事業計画策定セミナー

- 【目的】 事業計画策定の必要性を理解し、事業継続のための経営改善を図るための経営体制を構築する支援を実施
- 【支援対象】 経営分析を実施した小規模事業者及
- 【募集方法】 商工会報・商工会ホームページや市報へ掲載、相談対応時の個別案内
- 【講師】 専門家（中小企業診断士）等
- 【回数】 年1回
- 【内容】 計画策定の必要性や事業計画作成の考え方（経営分析手法を含む）作成方法具体的な活用事例と国縣市などの支援制度の紹介
- 【成果指標】
 - ・セミナー参加者数：10者
 - ・セミナー受講後に事業計画策定個別支援：5者

⑤事業計画策定支援（個別支援）

- 【目的】 事業者が自社の課題と強みを明確化し、実行可能な事業計画を策定することで、持続的な経営基盤と成長を目指す支援を実施
- 【支援対象】 経営分析を実施した事業者及び経営改善が必要な事業者
- 【手法】
 - ・経営指導員による個別訪問、来所相談を通じてヒアリングを実施
 - ・現状分析（SWOT分析、財務診断、経営課題の整理）を行い、目標設定及び計画の

方向性を共に策定

- ・補助金（持続化補助金・IT導入補助金・ものづくり補助金等）に必要な計画書づくりを支援
- ・必要に応じて専門家派遣制度を活用（IT、財務、デザイン、販路開拓等）
- ・策定後のフォローアップを行い、計画実行を支援

【開催時期】 随時（年間を通じて対応）

【講師】 経営指導員、必要に応じて専門家（中小企業診断士、IT専門家、税理士等）

【成果指標】 年間の事業計画策定件数：20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

①現状

事業計画策定後のフォローアップは一部で実施しているものの、不定期であり、事業者から相談があった際に対応している状況である。また、フォローアップの内容も事業計画の進捗状況が中心となっており、売上増加や利益率の推移までは十分に把握できていなかった。

②課題

事業計画は策定すること自体が目的ではなく、計画に基づき実行・検証・改善を繰り返すことで、経営の持続的発展につなげることが重要である。しかし、事業計画を策定したものの、その計画どおりに事業が遂行されているか検証していない小規模事業者が多い。計画の検証は、事業継続するうえで必須であり、場合によってはその計画に修正を加える必要が生じる。事業計画策定を支援した小規模事業者については、事業状況によって、頻度は異なるが確実なフォローアップが必要である。

（2）支援に対する考え方

- ・事業計画や創業計画を策定した全ての小規模事業者を対象とするが、計画の進捗状況や事業者の課題等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障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。
- ・支援にあたっては、「稼ぐ力の向上」と「経営の自走化」を重視し、伴走支援により経営者自身が課題と解決策を見出すプロセスを支援する。現場の当事者意識醸成のため、経営者と従業員の協働を促す。
- ・事業承継計画を策定した小規模事業者に対しては、事業承継・引継ぎセンターや専門家と連携し実現可能な事業承継計画書の作成支援を行う。

（3）目標

	支援内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①創業計画	フォローアップ対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
	頻度（延回数）	—	6回	6回	6回	6回	6回
	創業計画売上達成者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

	支援内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
②事業承継計画	フォローアップ対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
	頻度（延回数）	—	8回	8回	8回	8回	8回
	売上増加事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

	支援内容	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
③ 事業 計画	フォローアップ対象事業者数	25 者	35 者	35 者	35 者	35 者	35 者
	頻度（延回数）	75 回	105 回	105 回	105 回	105 回	105 回
	売上増加事業者数	25 者	14 者	14 者	14 者	14 者	14 者
	経常利益上昇1%以上 事業者数	25 者	14 者	14 者	14 者	14 者	14 者

*経常利益上昇率を1%以上としたのは、経営革新計画の承認要件に「経常利益率年1%以上の伸び率」とあるため、これを目安とした。

*売上増加事業者数、経常利益率上昇事業者数は、フォローアップ対象事業者数の40%を目標数値とした。

(4) 事業内容

事業計画の進捗状況等に応じて、訪問回数を調整しながらフォローアップ支援を実施する。訪問回数は年3回又は4回を基本とするが、事業計画が順調に推移している場合には回数を見直すものとし、事業者からの申し出等があった場合には柔軟に対応する。一方、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断した場合には、経営指導員によるフォローアップ頻度を高め相談指導を行い、その要因や今後の対応策について検討を行う。必要に応じて専門家を交えた支援を実施する。

①創業計画策定後支援

【支援対象】 創業計画を策定した事業者

【支援手法】 経営指導員等が定期的に巡回訪問を行い、創業計画の進捗状況や売上や利益の状況について確認し、進捗状況が芳しくない場合には、専門家派遣事業等を活用し、計画の軌道修正や課題解決を支援

【支援頻度】 年3回（2者×3回＝6回）※状況に応じてフォローアップの頻度を変更

②事業承継計画策定後支援

【支援対象】 事業承継計画を策定した事業者

【支援手法】 経営指導員等が随時巡回訪問を行い、事業承継計画の進捗状況を確認し、課題の把握を行う。必要に応じて専門家派遣事業等を活用し、計画内容の見直しや軌道修正を行うことで、円滑な事業承継の実現を支援

【支援頻度】 年4回（2者×4回＝8回）※状況に応じてフォローアップの頻度を変更

③事業計画策定後支援

【支援対象】 事業計画を策定した事業者

【支援手法】 ①と同様に経営指導員等が定期的に巡回訪問を行い、策定した事業計画の進捗状況や売上増加や利益率の推移等について確認
事業計画を実行する中で、事業計画との間にズレが生じている場合や高度専門的な課題が生じた場合には専門家派遣事業を活用し、ズレの発生要因及び今後の対応策について検討のうえ、フォローアップの頻度を変更

【支援頻度】 年3回（35者×3回＝105回）※状況に応じてフォローアップの頻度を変更

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

①現状

・「スイーツフェア」、「たいないトコトコバル」による販路開拓

令和6年まで、さつまいも「紅はるか」のペーストを使用したスイーツを提供する「スイーツフェア」や、飲食店・菓子店がチケット制で特別メニューを提供する「たいないトコトコバル」を継続的に実施し、新規顧客の獲得や売上向上に寄与してきた。

「スイーツフェア」については、参加してきた各店舗で新商品を開発し、独自で販路開拓に取り組む方向に変わった。また「たいないトコトコバル」については、胎内市飲食店組合が主体となり、実施内容を模索しながら新しい事業に取り組む動きが進んだことから、商工会としては主体的な開催からバックアップ支援へと役割を移行している。

・「胎内いいもんマルシェ」の実施

胎内市との共催により継続開催しており、特産品のPRや特産品、飲食物の出店販売を通じて、売上向上及び新たな販路開拓を支援している。

・デジタルツールを活用した販路開拓支援

全国商工会連合会が提供する無料ホームページ作成サービス「Goope」によるホームページ掲載支援に加え、「たいないトコトコガイド」（胎内市商工情報ナビ）への掲載支援等により、デジタルツールを活用した販路拡大を積極的に支援している。

また、事業者の自社ホームページ、ECサイト開設支援を継続するとともに、SNSを積極活用する事業者と未活用の事業者との間で、情報発信力に大きな差が生じている。

②課題

・事業者の自主運営体制への移行に伴う支援ニーズの変化

「スイーツフェア」「たいないトコトコバル」については、事業者が独自に販路開拓へ取り組み始めたことで、商工会が主体となって開催する体制から、個別事業者の販路戦略に応じた柔軟な伴走へと移行しつつある。

・「胎内いいもんマルシェ」の継続的な魅力向上・認知度確保の必要性

「胎内いいもんマルシェ」は継続実施しているものの、出店者のマンネリ化や来場者層の固定化など、イベントの魅力維持と新規顧客の獲得が課題となっている。特に、これまで以上に市外からの集客強化が求められる。

また、胎内いいもんマルシェの出店者に対し、イベント当日の出店者のアンケートは実施しているものの、イベント成果を販路拡大へ繋げるための販売促進支援はしていなかった。

・デジタル技術活用 の格差

ホームページやECサイトの開設支援を行っているが、小規模事業者の中にはデジタルツールの知識・操作スキルに不安を抱える事業者も多く、効果的な運用にまで至っていないケースが見受けられる。ゆえに販路開拓の機会を失っている事業者も多い。

(2) 支援に対する方針

①自主運営へ移行した飲食店・菓子店への販路開拓支援

飲食店組合が主体となって実施する「たいないトコトコバル」に変わる新事業に対して、商工会として支援できる方針を見だし、発信力強化、SNS活用のノウハウ提供などにより、販路開拓を支援する。また、これまで「スイーツフェア」に参加していた飲食店、菓子店へは、個店の実情が求められる支援に対し個別に支援していく。

②「胎内いいもんマルシェ」出店による販路開拓支援

物価高騰等の影響により地域経済が低迷する中、地域活性化を図るため、胎内市と連携協力し、「胎内いいもんマルシェ」を実施し、小規模事業者の活性化及び販路開拓を支援する。

また、出店内容の多様化、商品、特産品のブランディングなどにより、イベントの魅力向上と新たな来場者の獲得を図る。また、市外PRの強化により広域的な集客も促進する。

③デジタル技術を活用した販路開拓支援

デジタルを活用し販路拡大に意欲のある初心者には、基礎知識の初歩から運用改善まで段階的に支援し、既に活用しているが売上向上、販路拡大にうまく活用できていない事業者には、必要に応じて専門家派遣を活用し、事業者のデジタル化を着実に推進する。

(3) 目標

	支援内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①飲食店・菓子店等の販路開拓支援	参加事業者数	25者	20者	20者	20者	20者	20者
	売上増加事業者数	20者	16者	16者	16者	16者	16者

	支援内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
②胎内いいもんマルシェ	出店支援事業者数	20者	20者	20者	20者	20者	20者
	売上平均金額	7万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

	支援内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
③デジタル技術活用支援	支援事業者数	42者	20者	20者	20者	20者	20者
	売上増加事業者数	20者	10者	10者	10者	10者	10者

※現状の支援事業者数42者は、令和7年度に地域内デジタルマップを立ち上げ、事業所掲載支援が増加したことによるものである。今後は、デジタルマップの掲載徐々に拡大することを目標に、支援事業者数を各年20者に設定する。

(4) 事業内容

①自主運営へ移行した飲食店・菓子店への販路開拓支援

飲食店・菓子店等が自主的に実施、運営する新たな事業等へバックアップ的に継続支援する事で、小規模事業者の販路開拓を後押しする。

【支援対象】 新規顧客の獲得、販路開拓を目指す飲食店、菓子店等

【支援者数】 20 者

【内 容】 当会公式 Instagram への相互投稿での周知拡大 (SNN 活用) やデジタルマップへの掲載支援及びデジタルクーポン利用による販路開拓 (DX 活用) を支援

【成果指標】 売上増加事業者数：16者

②「胎内いいもんマルシェ」出店による販路開拓支援 (BtoC)

胎内市内の地域資源・特産品等の知名度向上や事業者の販路開拓・新規顧客獲得等を目的に毎年 10 月に開催しており、市内外から約 4,000 人 (令和 7 年度実績) が来場する、大イベントである。

このイベントへ小規模事業者が出店する事により、各店舗の PR の場と新規顧客獲得、販路開拓の機会を創出する。

【主 催】 胎内市及び胎内市商工会

【開催場所】 胎内市総合体育館 (ふれすぽ胎内) 駐車場

【開催時期】 10月の日曜日

【内 容】 地域資源を活用した特産品・試作品等の出店販売

【来場者数】 4,000 人～6,000 人 (令和 7 年度：約 4,000 人)

【支援対象】 事業計画を作成した小規模事業者で、新規顧客の獲得、販路拡大を目指す飲食店、菓子店、製造業者等

【支援者数】 26 者 (令和 7 年度：26 者)

【手法】

(1) 事前支援

- ・ 広報チラシ (市内配付)、商工会ホームページ及び SNS により出店者紹介を行い、来場者への訴求力向上を図る。
- ・ 出店事業者に対し個別ヒアリングを実施し、ターゲット顧客の整理、目玉商品の設定、販売商品・価格設定、売上目標等について助言を行う。

(2) 当日支援

- ・ 経営指導員等が会場を巡回し、販売状況や陳列方法等を確認しながら、必要に応じて改善に向けた助言を行う。
- ・ 商工会による SNS でのリアルタイム発信を行うとともに、出店者へも SNS 等を活用した情報発信を促し、新規顧客の獲得及び再来店につながる仕組みづくりを支援する。

(3) 事後支援

- ・ 出店後は、売上実績や売れ筋商品の把握、来場者の反応等について振り返りを行い、課題及び成果を整理する。
- ・ 得られた結果をもとに、商品改良や価格設定の見直し、EC 等の新たな販路展開に向けた助言を行い、継続的な売上確保につなげる。

【成果指標】 参加店イベント売上平均額：10万円

③デジタル技術を活用した販路開拓支援 (BtoB, BtoC)

「DX推進セミナー」の開催や経営指導員等による窓口・巡回訪問等を通じ、デジタル技術の有効性を周知して活用を目指す積極的な小規模事業者を掘り起こし、デジタル技術を活用した販路開拓を支援する。

そこで「胎内とことこデジタルマップ」の掲載事業者を拡大し、デジタルコンテンツ内でのデジタルクーポンといったイベントを実施して販路開拓に寄与する。また、従来の「たいないトコトコガイド」(胎内市商工情報なび※)や、全国商工会連合会推奨のホームページ作成ツール「Goop (グーペ)」への掲載を支援していく。

※「たいないトコトコガイド」(胎内市商工情報なび)

平成 22 年 11 月に国の緊急雇用創出事業「ふるさと雇用創出事業」で胎内市の委託を受け、当会が作成したホームページ。中条町商工会、黒川商工会全会員に呼びかけ、掲載希望の事業者を募り作成した。

平成 28 年度に伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し、リニューアルした。この時点で全会員に対し掲載希望調査を実施した。現在は、800 事業所が登録している。

- 【支援対象】 デジタルを活用した販路拡大を目指す小規模事業者
- 【支援者数】 20者
- 【内 容】 SNS (Instagram、公式LINE、Google ビジネスプロフィール等) の活用方法を推進し費用を抑え自社の認知度及び信用度を向上させ、販路拡大や売上増加となる「稼ぐ力の向上」を図るための支援
- 【成果指標】 売上増加事業者数：10者

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り組み

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

①現状

当商工会では、商工会の正副会長、胎内市商工観光課長、法定指導員と金融機関等の外部有識者で構成する「事業評価委員会」を設置し、事業の達成度、目標数値の進捗等を年1回評価している。評価結果については、商工会ホームページに公表し、地域事業者が常時確認できる環境を整備している。

②課題

現行の評価は 数値目標の達成状況や事業全体の総括に留まる傾向があり、より詳細な評価・検証に十分踏み込めていなかった。今後は、事業内容の改善や支援の質の向上につながる評価体制が課題である。

(2) 事業内容

1. 定量的把握

- ・KPI 設定：事業計画策定件数、セミナー参加者数、販路開拓支援件数、SNS 導入支援件数、売上増加事業者数、経常総利益率（1%増）、フォローアップ件数
- ・これらのデータは、事業実施報告により収集し、可視化することで評価の基礎資料とする。

2. 事業評価の手法

【事業評価委員の設置】

- ・外部性、客観性を確保するため、事業評価委員会を設置し、構成員は次のとおりとする。
構成員メンバー
商工会正副会長（3名）、外部有識者（中小企業診断士等・胎内市金融団代表）、若手経営者、胎内市商工観光課長、法定経営指導員

【評価方法】

事業評価委員会を年1回（2月は必ず開催する）以上開催し、事業の実施状況、KPIの達成率等を報告し、成果を数値化（5段階評価）し委員からの評価・意見を踏まえて、次年度に向けた改善案を策定（PDCAサイクルの確立）

【評価結果の公表方法】

事業の成果、評価、見直し案については、理事会に報告し承認後、当会のホームページに掲載し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態で公表

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

①現状

経営指導員及び経営支援員については、義務研修への参加に加え、外部研修やセミナーへ計画的に参加し、小規模事業者支援に必要な知識、スキルの習得を進めている。

また、研修受講後には職員間で研修内容の報告や資料回覧を行い、情報共有の徹底を図っている。しかしながら、近年求められているDXへの対応力、事業者の課題設定力を引き出す支援手法、経営の自走化を促す伴走型支援など、新たな支援領域に関する知識、ノウハウの習得は十分とは言えず、研修で得た知識を実践的な支援へ結び付ける仕組みが必要。

②課題

支援ノウハウの共有には積極的に取り組んでいるものの、共有内容が知識レベルに留まり、小規模事業者の実践的支援に活かされる仕組みが不十分である。

事業者ニーズの多様化、高度化が進む中、職員個々のスキルだけに依存せず、OJT 制度や事例共有の仕組みを活用した「組織としての支援力向上」が求められている。

(2) 事業内容

目的：経営指導員及び経営支援員・一般職員の支援能力を体系的に高め、ノウハウ共有とOJTを通じて組織力を強化する。さらに、小規模事業者が成功体験を積み、自ら考えるプロセスを支援することで、経営リテラシー（自ら考え行動する力）向上に寄与する。

①外部研修・セミナーの計画的活用

経営支援に必要な知識・スキルの習得を目的として、中小企業大学校、全国商工会連合会、県商工会連合会等が主催する研修・セミナーへ計画的に参加。

- ・経営支援能力向上セミナー
 - ・DX 推進セミナー、デジタルツール活用（EC、SNS、業務効率化等）に関する実践的研修
 - ・財務分析、事業計画策定、補助金活用支援に関する研修
 - ・事業承継、創業支援の分野別研修
 - ・伴走型支援、課題設定力向上、事業者の自走化を促す支援手法に関する研修
- また、研修受講後は職員間での報告・共有を行い、OJT や日常の支援業務に反映

②OJT 制度の導入

- ・経験豊富な経営指導員と経営支援員でチームを組み、巡回指導、窓口相談で実践型OJTを実施
- ・成功事例を共有し、「やる価値が実感できる小さな成功体験」を積み重ねる支援を現場で実践

③ノウハウ共有の仕組み

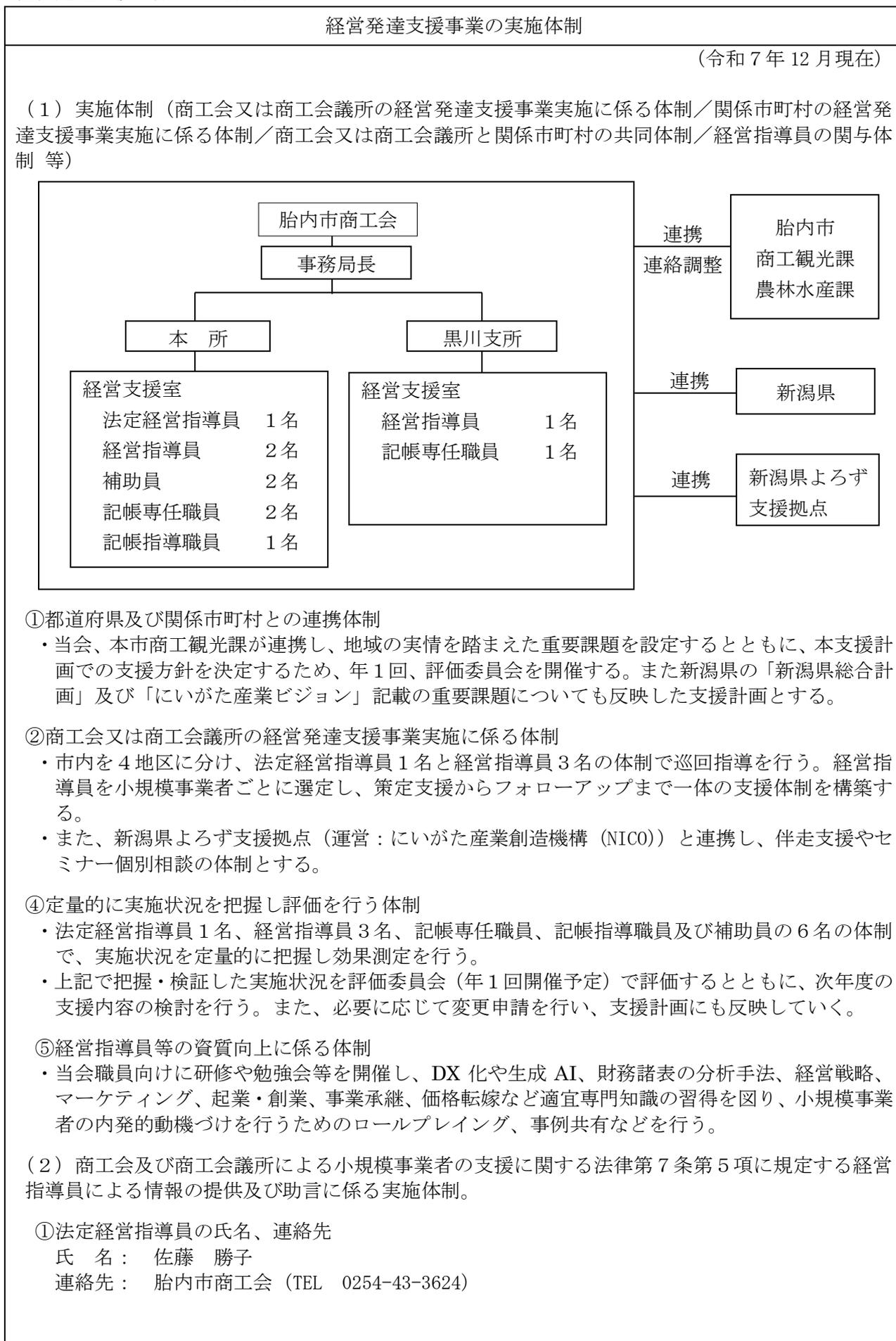
事業者からの相談に対応した職員が基幹システムの相談指導カルテに指導記録を入力する他、共有サーバに経営分析や事業計画策定等の指導状況を保存し、一般職員も含めた職員全員で共有することで組織全体としての支援能力の向上を図る。

④経営リテラシー（自ら考え行動する力）向上への寄与

- ・各種研修・OJTを通じて、小規模事業者が自ら課題を把握し、改善策を考え実行できる経営の自走化に向けたプロセスを支援
- ・財務管理、人材育成、デジタル活用、知財活用など、段階別に「学習 → 実践 → 定着」のプロセスを伴走支援

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②法定経営指導員又は広域経営指導員による情報の提供及び助言

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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・佐藤勝子は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(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

〒959-2642 新潟県胎内市新和町2番5号

胎内市商工会 経営支援室

TEL 0254-43-3624 / FAX 0254-43-5773

E-mail tainai@shinsyoren.or.jp

②関係市町村

〒959-2693 新潟県胎内市新和町2番10号

胎内市役所商工観光課

TEL 0254-43-6111 / FAX 0254-43-7392

E-mail syoukou@city.tainai.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	1,630	1,630	1,630	1,630	1,630
景況調査費	100	100	100	100	100
需要動向調査費	100	100	100	100	100
調査・分析費	50	50	50	50	50
専門家指導経費	300	300	300	300	300
セミナー開催費	500	500	500	500	500
委員会等開催費	80	80	80	80	80
新たな需要開拓支援費	500	500	500	500	500

(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	
伴走型補助金	1,380 千円
会費・手数料等	250 千円

(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
該当なし
連携して実施する事業の内容
該当なし ① ② ③ ・ ・ ・
連携して事業を実施する者の役割
該当なし ① ② ③ ・ ・ ・
連携体制図等
該当なし ① ② ③