

経営発達支援計画の概要

実施者名	田上町商工会（法人番号）6110005006001 田上町（地方公共団体コード）153613
実施期間	令和7年4月1日 ～ 令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ① 小規模事業者との対話と傾聴を通じ、個々の課題を設定したうえで、課題解決に向け自走化できるように支援し、小規模事業者の持続的発展を目指す。 ② 創業支援及び事業承継支援を行い、地域小規模事業者の減少抑制と競争力強化を図る。 ③ デジタル技術（DX）の活用による企業価値の向上と販路開拓を推進する。
事業内容	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地区内の会員現況調査の実施 ②地区外の経済動向調査の実施 4. 需要動向調査に関すること ①個社が提供する商品やサービスの消費者向け需要動向調査の実施 ②個社が提供する商品やサービスのバイヤー向け需要動向調査の実施 5. 経営状況の分析に関すること ①経営指導員等による経営状況の分析、情報提供 6. 事業計画策定支援に関すること ①事業計画策定支援の実施 ②創業者向け事業計画策定支援の実施 ③事業承継計画支援の実施 ④DX推進セミナーの開催、専門家派遣による相談支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定事業者のフォローアップ ②事業承継計画策定事業者のフォローアップ ③創業計画策定事業者のフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①広告媒体を活用した販路開拓支援(BtoC) ②ITを活用した販路開拓支援(BtoC) ③各種商談会の出展を通じた販路拡大(BtoB 及び BtoC)
連絡先	田上町商工会 〒959-1503 新潟県南蒲原郡田上町大字原ヶ崎新田 3072 TEL0256-57-2291 FAX0256-57-5100 E-mail tagami@tagami.or.jp 田上町役場 産業振興課 〒959-1503 新潟県南蒲原郡田上町大字原ヶ崎新田 3070 TEL0256-57-6225 FAX0256-57-3112 E-mail t2251@town.tagami.lg.jp

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】

田上町は、昭和48年に村から町制施行して町になる。県都新潟市から南東約30km、新潟県のほぼ中央に位置しており、町の中央部に、南北に走るJR信越線と国道403号線がありJRは羽生田駅と田上駅の2つが存在し、新潟駅までは約30分、北陸自動車道三条燕インター並びに上越新幹線燕三条駅まで13km、磐越自動車道新津インターまで15kmの立地である。現在、町のほぼ中央を縦断する形で国道403号線バイパスが貫通し、当町を挟み新潟市から三条市まで繋がり、車の流れが大きく変化し、国道403号線の通行量が減少している。町の東側は森林地帯、西側は大河信濃川に沿って田園地帯が続き、中央部に住宅地と商店が点在している。自然が豊かで災害が少なく農産物に恵まれた町として町内外に認知されている。また、平成の大合併では合併せずに、単独行政としての道を歩んでいる。田上町商工会は、この田上町全域を管轄区域としている。



【人口】

新潟市中心部から30分程度の立地条件のもと、ベッドタウン化が進み東側の森林地帯を開拓し、幾つもの住宅団地が造成されたが、平成12年の13,643人をピークに減少に転じており、平成28年から令和4年の6年間で約9%減少し、県平均の約7%を上回っており、今後ますます少子高齢化が進んでいくと考えられる。

地区内人口の推移

	平成28年度	令和元年度		令和4年度	
			前期比		前期比
人 口	12,223	11,677	△546	11,108	△569

新潟県商工会実態調査報告書より出典

【産業】

当町には従来から商店街が形成されておらず、各集落内に業種別の商店が集落対応型の商売を展開しており、車社会の到来とともに、消費行動と道路交通事情の変化に伴い、町外へレジャーを兼ねて買い物に出かける機会が多くなり、地元で購入する機会が少なくなっている。このことが大きな要因で、売上の減少、経営者の高齢化、後継者難等で廃業が増えている。また、基幹産業は農業といわれており、様々な農産物が生産されている。しかしながら従事者の高齢化、後継者問題等から耕作の継続が難しい農地が出始めている。また、当町には小さい町な

がら、中郷工業団地（民間が造成）、川船河工業団地（行政造成）、本田上工業団地（行政造成）3つの工業団地があり、最後に造成された本田上工業団地は、造成からかなりの期間が経過しているが、経済環境の変化や様々な事情から未だに空き地が残っている。

地区内商工業者数

業 種	平成28年度	令和元年度	令和4年度	構成比	減少率 H28・R4
建設業 (内 会員数)	128 (86)	98 (85)	105 (87)	25.9% (30.5%)	-17.9%
製造業 (内会員数)	95 (58)	70 (58)	68 (55)	16.7% (19.3%)	-28.4%
卸・小売業 (内会員数)	79 (61)	79 (58)	79 (55)	19.5% (19.3%)	0%
飲食店・宿泊業 (内会員数)	54 (28)	34 (27)	30 (24)	7.4% (8.4%)	-44.4%
サービス業・他 (内会員数)	95 (59)	118 (60)	124 (64)	30.5% (22.5%)	30.5%
合 計 (内会員数)	451 (292)	399 (288)	406 (285)	100% (100%)	-9.9%

新潟県商工会実態調査報告書より出典

【地域の特産品・地域資源】

地域資源としては、湯田上温泉の他、越後の豪農の旧田巻家の離れ座敷として建てられた椿寿荘、越後の七不思議の一つである了玄寺のつなががや、春夏秋冬で手軽にハイキングが楽しめる護摩堂山がある。護摩堂山の山頂にあるあじさい園は、3万株の紫陽花が群生し、毎年6月中旬から7月下旬にかけて色とりどりの花が咲き、多くの方が当町を訪れている。そして、令和2年に開業した「道の駅たがみ」にも年間を通じて多くの方が訪れ、地域内外の交流を生む地域資源の一つとしての重要な場となっている。また、特産品では、米はもとより桃、梅、筍、苺、曾根にんじん、ル・レクチェといった多くの農産物が生産されており、商工会と行政、農業者、商工業者が一緒になって立ち上げた農商工連携協議会が、これら資源を活用して数多くの特産品を開発して小規模事業者の売上向上の一助となっている。現在は、農商工連携協議会から田上町産業活性化ブランド戦略協議会と名を変え、田上町の地域資源である「竹」をブラッシュアップし、竹の有効利用の開発に取り組んでいる。

【田上町総合計画】

田上町第6次総合計画（令和4年度～令和13年度）では、まちづくりの3本柱として「誰もが安心して暮らせるまちづくり」、「安心して子育てできるまちづくり」、「自然豊かな活力あるまちづくり」に取り組み、「10年後も誰もが住み続けたいまち」を目指して進めている。

第4章 交流とにぎわいで活力あふれるまち

第2節 商工業の育成

○4-2-1 商業・サービス業の育成

〈基本方針〉

- ・産業の活性化に努め、既存企業の育成・支援及び起業支援を図ります。

〈課 題〉

- ・後継者対策、事業承継対策や企業を担う人材の育成と確保。また、起業につながる支援が必要
- ・「道の駅たがみ」の開業により町外からの来訪者が増加しているため、町の魅力を知ってもらうため、各産業の連携を促進、地場産品の付加価値向上による町経済活動の活性化を図る必要
- ・地域経済状況・ニーズに適した施策を行うため、事業所への定期的な訪問や関係団体からの情報収集の必要
- ・小規模企業振興基本条例に基づく計画を策定し、町内事業所の振興に努める必要

〈施 策〉

- ・魅力ある個店づくり
- ・組織活動や共同事業への支援

○ 4・2・2 工業の育成

〈基本方針〉

- ・町内事業所の事業継続と今後の育成に努め、制度融資、人材育成制度を継続しつつ、事業承継、後継者対策及び起業支援を図ります。

〈課 題〉

- ・企業経営の安定のための各種制度融資やその都度、町内経済の動向を意識した見直し等が必要
- ・後継者対策、事業承継の後押しを関係団体と協力しながら、起業支援をはじめ工業の育成を図る必要
- ・町内事業所への訪問等により各事業所の実情を把握し、地域経済状況・ニーズに適した施策を行う必要
- ・小規模企業振興基本条例に基づく計画を策定し、町内事業所の振興に努める必要

〈施 策〉

- ・地域工業の育成

○ 4・2・3 雇用労働対策の強化

〈基本方針〉

- ・各関係機関との連携した雇用に関する情報発信に努めます。
- ・本田上工業団地への積極的な企業誘致による雇用の場の確保とあわせ、既存企業の経営基盤の安定を図るとともに起業支援を行います。

〈課 題〉

- ・ハローワークや商工会等と連携し、情報発信に努める必要
- ・本田上工業団地への企業誘致の促進と既存企業への支援、起業支援について関係機関と連携した支援が必要
- ・地域内循環を意識した施策を検討・実施するとともに、雇用の安定・確保が必要

〈施 策〉

- ・雇用情報の提供と就労への支援
- ・企業の支援・誘致

第3節 地域資源を活かした産業の促進

○ 4・3・1 観光の振興

〈基本方針〉

- ・観光業、農業、商工業が連携し、観光資源を活用した町全体の各産業の振興を図ります。

〈課 題〉

- ・地場農産物の割合を増やすため農業者と協力し、「地産地消」を進めることが必要
- ・「道の駅たがみ」を拠点とした町内商店等へ導く仕掛けづくりについて検討し、実行する必要
- ・「道の駅たがみ」を起点とした情報発信やPR体制の強化と護摩堂山、湯田上温泉一帯の整備を促進し、魅力ある拠点づくりを進める必要
- ・各種まつりの開催と関連機関と連携したPR活動を展開する必要
- ・地場産品を活用し「食」と「農業体験」をテーマとしたコンテンツを開発する必要

〈施 策〉

- ・交流拠点の充実と活用
- ・観光・交流企画の拡充
- ・PR体制の強化

○ 4・3・2 地域資源を活用した活動の促進

〈基本方針〉

- ・「道の駅たがみ」はまちづくりの拠点であり、地域資源の一つでもあります。そこをうまく活用しながら、にぎわいづくりを促進します。
- ・ブランド戦略協議会において農産物の有利販売に向けた検討を図ります。
- ・竹の子生産組合等と連携を図りながら、竹林整備の推進に努めます。
- ・竹林資源を有効活用した製品の開発を行います。

〈課 題〉

- ・「道の駅たがみ」をまちづくりの拠点として活用していく必要
- ・農産物の有利販売につながる田上町産農産物のブランド化や農産物の加工による付加価値商品

の開発などを図るとともに、農産物等の開発支援を行う必要

- ・竹林整備に向け町をはじめとした関係機関や所有者などの一層の連携・協力が必要
- ・放置竹林整備の推進及び間伐竹の有効利用を図るため、竹の子生産組合等の竹林整備を推進組織体制等の整備が必要

〈施策〉

- ・道の駅の地域資源としての活用とまちづくりの推進
- ・新たな事業展開の促進
- ・竹の里づくり事業の推進

②課題

【業種別の状況と課題】

小売業：町内には大型店として、ドラッグストアー2店、ホームセンター1店とスーパーが1店あり、また近隣の大型店に購買力が流出している。町内の小売店のほとんどは家族的経営で、売上減少や高齢化、後継者問題の理由で小規模小売店の廃業が目立っている。一部の商店においては多角化（弁当や総菜の製造販売、特産品の販売）を展開するなど、積極的に取り組んでいる小売業者も見受けられる。いかに売上を確保し事業を継続させるかが課題となっている。

飲食業：当町の飲食店は国道403号線沿いを中心に存立しており、地域住民はもとより403号線利用者を主な顧客とした経営になっているが、新型コロナウイルス感染症の影響をもろに受け、国・県・町の経済支援策で継続してきたが、感染症の行動制限解除後も、感染症前に比べ客足は戻っていない状況で、物価高騰により更に厳しい環境におかれている。経営環境の変化に対応した営業形態をとれるかが課題となっている。

製造業：当町の工業は、地場産業や基幹産業などは特に無く、三条市や燕市といった金属加工業の下請け仕事が多い。また、隣接する加茂市の地場産業である桐たんす製造業もあり、これら事業所の殆どが町内にある3ヶ所の工業団地において操業している。従業員規模20名以下の事業所が大半である。新型コロナウイルス感染症の影響で、エネルギー価格や原材料の高騰に苦しんでいる状況に加え、労働力不足も課題となっている。

建設業：一人親方の建築事業者の高齢化による廃業が目立つ。大手ハウスメーカーなどの競合もあり、昔ながらの営業では立ち行かなくなっている。一方、建設業においては、道路や河川の、除雪作業などの公共事業で経営を維持しているが、物価高騰のあおりを受けている。今後は、小規模事業者や一人親方にハウスメーカーに対抗できる営業力を身に付けてもらう必要がある。

観光関連業：当町には、新潟市の奥座敷と称され親しまれている湯田上温泉があり、この湯田上温泉を軸に様々な事業が営まれていた。特に温泉旅館が30年前は15軒あったが今では4軒となっている。また、芸者置屋やお土産屋等数多くの観光関連にかかわる事業所があったが、温泉旅館の衰退と比例するよう激減している。そんな中でも、湯田上温泉旅館協同組合と田上町観光協会が連携し、観光客の集客のためのイベント開催や湯田上温泉のPR活動に積極的に取り組んでいる。また、令和2年10月の道の駅たがみの開業以来、年間延べ60万人弱が訪れるため、道の駅たがみを活用した町の活性化、にぎわいづくりの創出が今後の課題となっている。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

上記の現状と課題から今後を見据えた場合、人口の減少による需要の減少や消費の大型店や地域外への流出など小規模事業者を取り巻く環境は厳しくなり、事業の継続さえ危ぶまれる状況である。また、経営者の高齢化により小規模事業者数が減少するスピードが速くなると想定される。小規模事業者の経営環境が変化する中で持続的発展をしていくためには、自社の経営状況や経営資源、顧客ニーズを正確に把握し、自社の強みを活かした事業計画を策定し、実行していくことが重要となる。当会では、事業者が事業計画策定の重要性を認識し、根拠に基づいた実効性の高い計画を策定し、実行していく中で、PDCAをまわしながら伴走型支援していくことを1丁目1番地として小規模事業者の持続的発展に寄与していく。

②田上町第6次総合計画との連動性・整合性

田上町総合計画では、「交流とにぎわいで活力あふれるまち」を目標とし、「商工業の育成」「地

域資源を生かした産業の促進」を掲げている。当会でも小規模事業者の持続的発展を目指し、個社支援に取り組んでいるため、今後も田上町と連携を図りながら商工業の育成と地域資源を生かした産業の振興を目指していく。

③田上町商工会としての役割

当会では、経営発達支援計画の認定を受け、小規模事業者の持続的発展に向け伴走型支援に取り組んで来た。昨今の激変する経営環境の中、臨機応変に対応したきめ細かな支援が求められる今、地域の経済団体である商工会の果たすべき役割は非常に大きい。それを踏まえ、小規模事業者の身近な支援機関として、通常の経営改善普及事業に加え、事業者の持続的発展に向け売上増加と利益の確保が図れるよう、巡回指導や窓口指導の強化や必要に応じて専門家等とも連携して伴走型支援の取り組みを強化し、地域経済の発展に寄与する。

(3) 経営発達支援事業の目標

当会では、小規模事業者に対する地域の現状及び課題、並びに長期的な振興のあり方を踏まえ、事業の持続的発展と円滑な事業承継と創業支援に取り組み、新たな活力を創出させ、地域の発展に貢献していくことを目指す。

- ① 小規模事業者との対話と傾聴を通じ、個々の課題を設定したうえで、課題解決に向け自走化できるように支援を行い、小規模事業者の持続的発展を目指す。
- ② 創業支援及び事業承継支援を行い、地域小規模事業者の減少抑制と競争力強化を図る。
- ③ デジタル技術（D X）の活用による企業価値の向上と販路開拓を推進する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成の方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

- ① 小規模事業者との対話と傾聴を通じ、個々の課題を設定したうえで、課題解決に向け自走化できるように支援し、小規模事業者の持続的発展を目指す。

小規模事業者の事業継続のために事業計画の策定及び着実な実行は有効な手段である。商工会は事業計画策定の必要性を啓蒙し、策定する事業者の掘り起こし、事業者との対話と傾聴により本質的な課題を事業者自らが気づき、課題解決に向け自走化できるように支援する。

- ② 創業支援及び事業承継支援を行い、地域小規模事業者の減少抑制と競争力強化を図る。

地域での創業を促進するため、創業予定者に対して効果的な創業計画策定による収支計画・販路開拓支援を行う。また、廃業による事業者の減少を防ぐため、新潟県事業承継・引継ぎセンターと連携し、事業承継支援を実施し円滑な事業承継で事業の持続的発展に寄与し、小規模事業者の競争力強化を図る。

- ③ デジタル技術（D X）の活用による企業価値の向上と販路開拓を推進する。

経営資源が限られる小規模事業者の企業価値向上を図るため、I T化による生産性の向上とデータの蓄積、それを活用したD Xの推進及び事業計画策定など意欲のある事業者に対し、S N S等を活用した販路開拓の支援を行う。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

現況調査においては、地域内事業者の景況感を把握する資料として活用していくため、年2回実施してきた。調査結果は、商工会ホームページで公開し、町内の景気動向について参考にしてもらっている。また、事業計画策定における判断材料として活用、町行政の施策に対して商工会の要望を反映させる資料としても活用してきた。

(課題)

調査分析結果の情報提供を行っているものの、個社の経営支援に必ずしも活かされていらない。個社の経営支援時に活用するためには、「RE S A S」等のデータも活用し、より深い調査・分析を行いながら事業計画の策定に活かす必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現行	R 7	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1
現況調査の公表回数	H P 掲載	2 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
地区外の経済動向調査の公表回数	H P 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①地域内の商工業者現況調査

地域内の景況等を把握するため、商工業者の経済及び景気動向の調査、分析を行う。

【調査対象】 地区内商工業者 1 5 0 社（回収目標 5 0 %）

（卸・小売：3 0 社 製造業：3 0 社 建設業：3 5 社 宿泊・飲食業：1 5 社 サービス業他：4 0 社）

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

【調査回数】 年 1 回 ※調査を 1 回にする分、より詳細に調査・分析を行う。

【調査手法】 F A X 及び窓口対応と巡回時においてヒアリングにより行う。

②地区外の経済動向調査

消費動向や小規模事業者が事業に活用できるデータを把握するため、景気動向などの情報収集、調査分析を行う。

【調査項目】 県内、全国における産業別の景況、市場動向、人口推移、地域の消費支出など。

【分析手法】 新潟県商工会連合会景況調査、各種統計調査や「RE S A S」などを活用し、分析

(4) 調査結果の活用

収集した情報は、内容や分析結果をデータ化し、当会のホームページに掲載して地域内商工業者に周知する。また、経営相談指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

需要動向の調査・分析にあたっては、展示会出展時にバイヤーや来場者に対して実施し、その結果を出展者にフィードバックをしたのみで、活かされていらない面がある。また、展示会への出展時以外は実施していなかった。

(課題)

小規模事業者が提供する商品・サービスの販売を促進するため、バイヤーや消費者の生の声を調査し、小規模事業者に届け、商品・サービスの改良等を行うために的確な情報を把握し、需要動向に基づいた事業計画の策定を行う必要がある。

(2) 目標

事業の内容	現行	R 7	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1
①商品等の消費者向けニーズ調査対象事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②商品等のバイヤー向けニーズ調査対象事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

①商品等の消費者向けニーズ調査の実施

事業計画策定を支援している小規模事業者を対象に、提供する商品やサービスについて、既存顧客に対する個別の需要動向調査を実施することで、自社の商品・サービスが顧客のニーズにマッチしているのか、どういった商品・サービスにニーズがあるのかなどを分析し、提供する。

〔調査数〕 20人/1事業所

〔調査手法〕 来店者を対象とした無記名によるアンケート調査

〔調査項目〕 顧客属性、商品・サービスの内容、価格、満足度など、

〔分析手段〕 収集したデータを経営指導員等が分析する。必要に応じて専門家派遣を活用する。

〔分析結果〕 分析結果を、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明してフィードバックし、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する。

②個社の販売する商品または、役務に対するバイヤー等への調査

県内外の商談会や展示会における参加事業者や商談ニーズなどの情報収集及び情報の提供を行うとともに、県内外から来場される大勢のバイヤーに、地域ブランドを効果的にアピールできる展示会への出展を促し、商品等についてバイヤーから直接ヒアリング調査し、効果的な販売促進を図る。

〔調査数〕 40人/1事業所

〔調査手法〕 経営指導員等が来場されるバイヤー等からヒアリングで調査

〔調査内容〕 味、コンセプト、商品ニーズ、価格、ロット、納期、配送、納品方法等

〔分析手法〕 経営指導員等が専門家または、調査会社と連携し、分析する

〔分析結果〕 分析結果を、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明してフィードバックし、当該事業者が販路拡大、取引を行う際の検討材料として活用する。

5. 経営状況分析に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

各種補助金申請時や金融・税務相談時に行ってきたが、中心は記帳機械化支援における財務データの分析であった。分析内容も財務分析が主で、経営環境や経営資源、自社の強み・弱みなどに関する非財務分析までは至っていない。また、経営分析セミナーも受講者がいないため、集団指導から個別指導に切り換えている。

(課題)

時間を割いてまで、セミナーを受講したい小規模事業者がいないため、感覚的な経営からの脱却が出来ていないと考えられる。事業を継続していくための、経営状況分析の重要性が伝えきれていない面がある。それぞれの小規模事業者の業種や事業規模、おかれている状況によって異なるため、集団で行うセミナーよりも経営指導員等による相談時に個別に説明する方が効果的と考えられる。

経営分析については、財務分析はもとより小規模事業者の知恵、経験、工夫等、目に見えない経営資源を聞き取るため、対話と傾聴を通じて本質的な課題を把握し、解決を図っていく必要がある。

(2) 目標

経営分析の重要性を理解することで、事業計画策定の必要性和今後の経営戦略の方針を定め、場当たりの経営から、事業計画に基づく経営に移行することを目指す。

	現行	R 7	R 8	R 9	R 10	R 11
経営分析事業者数	29者	15者	15者	15者	15者	15者

※より質の高い支援を目指すため、事業者を絞って対応する。

(3) 事業内容

各種相談対応時に経営状況を確認し、事業者自らが経営分析の実施を促し、財務分析はもとより、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、経営課題等を把握し、経営分析について理

解を得るきっかけとする。

〔分析項目〕 財務分析：収益性、生産性、安全性、成長性

非財務分析：下記項目について、事業者の内部環境の強み・弱みと外部環境の機会・脅威について整理する

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

〔分析手法〕事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、商工会記帳システム「MA1」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

非財務分析については、対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、SWOT分析などの支援ツールを活用し整理する。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、分析結果はデータベース化し職員間で共有することで、職員のスキルアップと支援体制の強化を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

経営状況分析と同様、事業計画策定支援は実施しているが、各種補助金申請時や金融相談時など必要に迫られて策定するものと誤認している小規模事業者が多く、策定だけで終わってしまうケースが多い。本来の事業計画の必要性や重要性の理解が不十分である。

(課題)

小規模事業者が事業計画策定を行う場合、その過程において自社を見つめ直すことで今まで気づいていなかった強み・弱みを発見することができるため、経営の方向性を定めることができる。しかしながら、現状では事業計画の重要性を理解していない小規模事業者が多く、困ったときの計画策定の場面もあるため、経営指導員等が相談時に事業者の状況を踏まえて説明することで、認識を深めてもらう必要がある。

(2) 支援に対する考え方

①事業計画策定支援

小規模事業者が自ら経営分析を行い、自社の強み・弱みなどの現状を把握したうえで、事業計画策定に取り組めるよう対話と傾聴を重視する。また、地域内の会員現況調査や地区外の経済動向調査、需要動向調査の分析を踏まえ経営分析を行い、実現可能な事業計画の策定を目指す。5、で経営分析を行った事業者の5割程度／年の事業計画策定を目指す。

②創業計画策定支援

年1回、平日相談に来ることができない方を対象に夜間創業相談会を開催し、地域内創業者の掘り起こしを行う。また、田上町では県内の町村ではじめて産業競争力強化法に基づく計画の認定を受けたこともあり、創業予定者に対しては、創業計画、資金計画、労務、開業準備などの支援の強化を図る。円滑に創業し、事業運営ができるように支援していく。そして、相談会後は経営指導員を中心とした個別相談により支援を行う。必要に応じて、外部機関と連携しながら創業者に寄り添った支援を行っていく。

③事業承継策定支援

事業承継策定支援については、新潟県事業承継・引継ぎセンターと連携し、巡回・窓口相談時に事業承継診断シート等による支援者の掘り起こしから、経営分析支援、個別の状況にマッチした事業計画策定支援を行い、小規模事業者の持続的発展に寄与する。

④DX推進セミナー

DXに向けた意識の醸成と基礎知識習得、デジタル化、IT化の手法推進を目的としたセミナーを開催する。個別の詳細案件については、専門家派遣制度を活用する。

(3) 目標

	現行	R 7	R 8	R 9	R 10	R 11
① 事業計画策定事業者数	5 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
② 事業承継計画策定件数	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
③ 創業計画策定件数	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
④ DX推進セミナー	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

〔支援対象〕 補助金申請予定者、融資相談事業者、経営分析支援事業者、経営力向上を目指す事業者

〔支援手法〕 支援対象の小規模事業者に対し、経営指導員が中心となって支援を行う。また、必要に応じて中小企業診断士等の専門家派遣を活用し、円滑な支援を実施する

②創業計画策定支援

〔支援対象〕 創業予定者

〔支援手法〕 創業予定者に対し、実現可能な創業計画の策定を支援する。また、税務、開業資金などの相談に応じる。そして、創業計画の進捗確認や問題点の解決等、事業継続の見通しが立つまで支援を行う。また、タイミングが合えば田上町起業創業支援事業補助金の支援も同時に行う。

③事業承継策定支援

〔支援対象〕 事業承継を検討している事業者

〔支援手法〕 事業承継を検討している事業者に対し、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。

④DX推進セミナー

〔支援対象〕 DXに関心を持つ事業者及び導入を目指している事業者

〔カリキュラム〕 DX活用事例、導入に向けた取り組みの進め方、支援制度の紹介等

〔募集方法〕 会報、ホームページにて募集

〔参加者数〕 15名程度

〔予定講師・専門家〕 IT専門家、中小企業診断士等

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)

事業計画策定事業者への巡回指導等によるフォローアップを目指しているものの、すべての策定事業者に対応できていないのが現状であり、相談があった事業者に対しての指導になりがちになっている。

(課題)

事業計画策定自体が補助金活用や融資申込を目的とした計画立案であり、策定後の支援も補助金活用や融資決定後の確認が主たる目的になり、見直しや修正などのフォローの要素が弱かったため、小規模事業者が抱えている課題に対し、より効果的なフォローアップ支援を実施して行くことが求められる。

(2) 支援に関する考え方

計画の進捗フォローアップでは、対話と傾聴を通じて事業者自らが「答え」を見出すことを促し、内発的動機付けを行い、滞在力の発揮につなげる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や課題等により指導回数を増やして集中して支援すべき事業者とある程度順調と判断しても支障のない事業者を見極めたうえで、フォローアップを行う。

(3) 目標

	現行	R 7	R 8	R 9	R 10	R 11
事業計画策定フォローアップ [°] 対象事業者数	3 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
頻度 (延数)	9 回	3 2 回	3 2 回	3 2 回	3 2 回	3 2 回
事業計画策定売上目標 達成事業者数	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
事業計画策定事業者経 常利益率 5 % 以上増加	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
事業承継計画策定フォローア ップ [°] 対象事業者数	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度 (延数)	0 回	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回
事業承継計画策定売上 目標達成事業者数	0 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
事業承継計画策定事業 者経常利益率 5 % 以上 増加	0 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
創業計画策定フォローアップ [°] 対象事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
頻度 (延数)	5 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
創業計画策定売上目標 達成事業者数	0 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
創業計画策定事業者経 常利益率 5 % 以上増加	0 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象として、四半期に 1 回を基本に巡回指導・窓口相談により事業計画の進捗状況や新たな課題への対応策の検討等のフォローアップを実施する。早急に対応しなければならない事案が発生した場合、フォローアップを事業者の状況に応じて臨機応変に対応する。

進捗状況が思わしくなく事業計画とのズレが生じている場合は、専門家派遣を活用して、ズレの発生要因と今後の対応策について検討し、フォローアップの頻度の見直しを行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

これまで、新たな需要の開拓に寄与するため、出展者を募り、展示会へ出展する事業者に対し支援を行ってきた。しかし、価格やロット数などの問題で商談成立には至らなかった。また、SNS 等を活用した販路開拓に関心があるものの高齢化や知識不足などノウハウに乏しく進んでいない状況である。

(課題)

商談会や展示会の出展については、課題を改善したうえで、出展する商談会・展示会の見直しが必要と考えられる。小規模事業者に見合う、より効果的な商談会・展示会を選択する必要がある。また、ホームページも持たない情報発信が乏しい事業者に対し、無料で作成できる「グーペ」の作成や SNS の活用についても支援しているが、販路開拓につながっていない。そのため、情報発信力の強化と DX への取り組みが有効であることを理解・認識してもらい段階的に支援していく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

①事業者や自社商品の知名度向上を図り、新たな需要を生み出すことを目的とした情報発信を行うため、広域的に配布される地域情報誌等を活用し、事業者の商品・サービス等の PR による販路開拓を支援する。

②DX に向けた取り組みとして、データによる顧客管理、販売促進、SNS による情報発信等

による販路開拓に関するセミナー開催や相談指導を行う。また、必要に応じて専門家派遣を活用し支援する。

③商談会・展示会への出展を促し、バイヤーや消費者へのPRと新規顧客の獲得を支援する。出展にあたっては、主催者が提供するツールの活用をしながら、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行い、出展期間中は、陳列、接客等のサポートを行いながら、知名度向上と販路開拓を目指す。

(3) 目標

内 容	現行	R 7	R 8	R 9	R 10	R 11
① 広告媒体による販路拡大支援事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/10%達成事業者数	—	3者	3者	3者	3者	5者
② IT活用支援事業者数	—	3者	3者	3者	5者	5者
売上増加率/5%達成事業者数	—	1者	1者	1者	2者	2者
③ GOOD LIFEフェア出展支援事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上/50万円達成事業者数	—	1者	1者	1者	2者	2者

(4) 事業内容

①広告媒体等の活用による販路開拓支援

〔目 的〕 地域資源を活用した商品や地域の特徴のあるサービス等について、広告媒体等の活用による情報発信により、地域内外へ広くPRすることで、小規模事業者の新たな需要の開拓につなげる。

〔対象者〕 事業計画を策定した事業者、地域資源を活用した商品取扱い事業者、地域の特徴のあるサービスを行っている事業者、販路拡大を目指す事業者

〔手 法〕 地域情報誌の紙面を活用した情報発信（10者程度を想定、年1回）

〔成果検証〕 掲載した事業者に対して、売上高の推移・新規顧客獲得数等の結果を確認、検証することで、次回以降の取組方法やフォローアップ支援に繋げる。

〔効果等〕 継続的に広告宣伝することが困難な小規模事業者も、商工会が広告媒体等を活用した販路開拓支援を行うことで、事業者及び商品・サービスの認知度の向上、新規顧客の獲得、売上増加に繋がることが期待できる。また、情報発信の重要性を認識し、今後の販売活動の活性化が図られる。

※想定している地域情報誌、地域情報誌を活用したポスティング

・まると県央

三条市を中心とした県央地域に約 61,500 部配布されている地域密着型の生活情報誌のため情報発信は効果的である。

②ITを活用した販路開拓支援

〔目 的〕 事業者の商品・サービスについて、ITを活用して広く発信することで販路拡大に繋げることを目的とする。

〔対象者〕 事業計画策定者の中で、SNS等を活用して販路開拓に取り組みたい事業者

〔手 法〕 ITやSNS等の活用をおっくうに感じ、活用できていない事業者へホームページ作成ツール「グーペ」による販売促進や既にITを活用して販路開拓に取り組んでいる事業者へは、セミナーの開催や専門家派遣を活用し支援する。

〔成果検証〕 取組み後の売上推移や反響についてヒアリングにより検証する。

〔効果等〕 ホームページやSNS等を活用した自社の商品・サービスを広く発信することにより、認知度の向上、潜在的な顧客の発掘、新たな取引先・顧客の獲得が期待できる。

③商談会・展示会への出展支援

〔目 的〕 地域資源を活用した商品や自社商品を持つ事業者に対し、バイヤーに商談を行い商談成立を目指し、また、同時に消費者にもPRを図り、新規顧客の獲得を目指す。

〔対象者〕 事業計画策定した事業者、販路拡大を目指す事業者

〔手 法〕首都圏で開催されるB t o B及びB t o Cの両面で販路開拓が可能な商談会・展示会に出展し、販路開拓を支援する。

〔成果検証〕出展終了時に商談成立の有無の確認と消費者への売上額を把握する。また、同時に需要動向調査を実施し、バイヤーや消費者の商品に対する意見等を集約し、商品のブラッシュアップに繋げるとともに今後の方向性等を検討する。

〔効果等〕需要動向調査を実施することで、商品に対してのニーズが把握でき、今後の販路開拓に繋げられる。

※想定している商談会・展示会

- ・毎年1回「東京ビックサイト」で開催されるGOOD LIFEフェアは、B t o B及びB t o Cの両方からアプローチができる。令和5年度出展者は425社で来場者は35,371人と規模が大きく、かつ、比較的富裕層が多い。また、バイヤーは地方の差別化されている商品を探しにきているため効果的である。

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. 事業の評価と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)

経営発達支援事業評価委員会を設置して、年1回評価委員会を開催し、事業実施状況や目標数値や改善点等の評価を頂いているが、評価を受けた指摘事項が十分に次年度に活かされていなかった。

(課題)

評価委員会で得られた評価結果、意見を次年度の事業計画に反映させるためPDCAサイクルを回していく必要がある。

(2) 事業内容

①経営発達支援事業評価委員会の開催

引き続き、年に1回(3月)に事業評価委員会を開催する。委員は、商工会正副会長、商工会理事1名、法定経営指導員、田上町産業振興課長、地元金融機関支店長2名、中小企業診断士1名で構成する。また、事業評価委員会では、事業の実施状況及び成果について報告し、委員より5段階評価を受け、その評価に基づき次年度の計画の見直しや改善策を策定する。

- ②評価委員会の評価結果は、引き続き理事会に報告したうえで、事業実施方針に反映させる。また、総代会で報告し、ホームページ上で公表する。(年1回)

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)

経営指導員等及び経営支援員等は資質向上のため、新潟県商工会連合会が主催する研修会へ参加する他、必要に応じて関係支援機関が実施する研修会や説明会に参加し、小規模事業者への支援ノウハウ取得に努めている。また、出席者が研修内容を経営指導員等及び経営支援員等報告し情報及び知識の共有を図っている。

(課題)

経営支援業務を遂行するには、経営指導員等の支援能力の向上が求められる。また、DX推進に向けた小規模事業者への情報提供や経営指導の必要性が高まる中で、支援する側の知識習得に向けた取り組みが必要である。

(2) 事業内容

①外部研修会等への参加

新潟県商工会連合会が主催する義務研修の「経営指導員研修」に加え、任意であるにいがた産業創造機構、新潟県よろず支援拠点、中小企業大学校三条校等の研修にも積極的に参加し、職員一人一人の支援力の向上に努める。また、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上を

図るために「経営支援能力向上セミナー」や対話力向上等のコミュニケーション能力を高めるため「コミュニケーション能力向上セミナー」等にも経営指導員のみならず、経営支援員（一般職員）、記帳指導員（一般職員）も受講し、組織全体としての支援能力向上を図る。

②D X推進セミナーに向けたセミナー等への参加

喫緊の課題である小規模事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員等のI Tスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなD X推進取組にかかる支援能力向上のためのセミナーに職種を問わず全職員が積極的に参加する。

〈D X推進に向けたセミナー等への参加〉

ア) 事業者の内部に対する取組（業務効率化等）

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のI Tツール、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策他

イ) 事業者の外部に対する取組（販路開拓等）

ホームページを活用した自社P R、情報発信方法、E Cサイト構築・運用、S N Sを活用した広報等

ウ) 支援機関の指導力向上

オンラインによる経営指導等

③O J T制度の導入

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

④職員間の支援ノウハウの共有

月に1回、職員全員でミーティングを実施し、支援事業者の支援状況についての情報を共有するほか、今後の支援方針について意見交換することで、職員個人ではなくチームでの支援が可能となり、同時に職員の支援能力の向上が図られる。

また、支援内容については、共有フォルダなどに保管し、職員全員がいつでも閲覧できるようにし、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。

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)

当会では年1回、地域内の金融機関や日本政策金融公庫三条支店、新潟県信用保証協会県央支店との金融懇談会に参加しており、地域内の経済動向や金融支援状況などの情報交換を行っている。また、加茂商工会議所との懇談会では、地域の産業支援策や金融支援策等の情報共有も図っている。

(課題)

上記の連絡会議等で得られた情報を有効に活用するために、職員間でのミーティング時などにおいて情報共有を図っていく必要がある。

(2) 事業内容

①加茂商工会議所との意見交換会

田上町と加茂市は隣同士ということで様々な分野で密接な関係がある。年1回、同じ地域経済圏内で地域の共通課題を洗い出して、対応策の検討やお互いの事業の紹介、事業運営について情報交換することにより、今後の運営の参考とし、小規模事業者支援に活かす。

②日本政策金融公庫との懇談会

小規模事業者向けの金融相談会終了後、日本政策金融公庫三条支店の支店長、融資課長、地区担当職員を招聘し、年1回当会において地域の経済動向や融資制度の取扱いについて説明を受けるとともに、意見交換会を行い公庫職員との関係構築や情報交換、スキルアップの場として活用する。

③町内金融機関並びに町行政担当課との意見交換会

当会、町行政担当課、協栄信用組合、加茂信用金庫、J Aえちご中越の支店長や担当者が参加し、年1回地区内の金融や経済動向等について意見交換を行い、今後の小規模事業者支援の参考とする。

④経営改善貸付連絡協議会及び中小企業支援連携ミーティングへの参加

日本政策金融公庫三条支店が主催する「経営改善貸付連絡協議会」と新潟県信用保証協会県央支店が主催する「中小企業支援連携ミーティング」に参加し、金融支援、経営支援について年1回情報交換及び地域の情勢中小企業の支援事例について情報交換を行う。

⑤新潟県商工会職員協議会

新潟県内商工会の職員で構成する職員協議会において、職制（事務局長部会、経営指導員部会、経営支援員部会）ごとの部会が主催する研修会や会議に、職員それぞれが年1回は出席をして職員のスキルアップを図るとともに、他商工会の経営支援の取組みについて情報等を収集し、今後の事業者支援に活かしていく。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

当地域では、地域資源である「竹」を活用したイベントや「竹」を加工した商品化に取り組んでいる中、竹の循環への取組みに試行錯誤している。また、「道の駅たがみ」が開業以来、年間延べ60万人の方が訪れているが、町が掲げる「にぎわいづくりの拠点」しての活用に関係機関と連携して取り組んでいる状況にある。

(課題)

継続して行政や関係団体と連携を密にして、地域資源やイベント等を有効活用しながら、小規模事業者への波及効果が続くよう支援していく必要がある。

(2) 事業内容

①地域資源を活用した活性化

田上町が主催する田上町産業活性化ブランド戦略協議会で地域資源である「竹」をブラッシュアップした特産品開発とイベント等の取組みと「竹」を堆肥化することによるブランド化に連携して取り組む。

②「道の駅たがみ」を活用した活性化

令和2年10月に開業した「道の駅たがみ」は、年間延べ60万人が訪れる施設となっている。この「道の駅たがみ」を活用して、当町の自然、農産物、食、温泉、産業など町の魅力を積極的に情報発信し、交流人口の拡大、にぎわいづくりの拠点とすることで、田上町経済の活性化を行政や関係機関と取り組む。

- ・直売所内で地域資源を活用して開発された特産品を引き続き販売し、小規模事業者の販路拡大を図る。

- ・田上団九郎夏まつりや田上町産業まつりが、従来の開催場所から「道の駅たがみ」で開催されているため、住民同士や来町者の交流を拡大させ、にぎわいづくりの醸成を図る。

- ・設置される情報センターにおいて観光協会、旅館組合等と連携して効果的な情報を発信し、田上町のPRを図る。

③たがみバンブーブーを活用した活性化

たがみバンブーブーは、令和4年から開催され、開催期間中（1ヶ月）は、延べ2.8万人訪れる一大イベントになっているため、当会としても引き続き協力するとともに、来訪者が地域の飲食店や小売店などにも波及効果が現れる仕組みを展開する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
(令和 6 年 1 2 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）	
田上町商工会 商 工 会 事 務 局 長 田上町役場産業振興課 法定経営指導員 1 名 経 営 指 導 員 1 名 経 営 支 援 員 3 名 記 帳 指 導 員 1 名	
(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 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 山本 泰子 ■連絡先 田上町商工会 T E L 0256-57-2291 F A X 0256-57-5100	
②法定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) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先	
①商工会 田上町商工会 〒959-1503 新潟県南蒲原郡田上町大字原ヶ崎新田 3072 番地 T E L 0256-57-2291 F A X 0256-57-5100 E-mail : tagami@tagami.or.jp	
②関係市町村 田上町役場産業振興課 〒959-1503 新潟県南蒲原郡田上町大字原ヶ崎新田 3070 番地 T E L 0256-57-6225 F A X 0256-57-3112 E-mail:t2251@town.tagami.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)

	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R 1 0 年度	R 1 1 年度
必要な資金の額	6, 000	6, 000	6, 000	6, 000	6, 000
経済動向調査費	100	100	100	100	100
専門家派遣費	200	200	200	200	200
セミナー開催費	200	200	200	200	200
需要動向調査	500	500	500	500	500
販路開拓事業費	5, 000	5, 000	5, 000	5, 000	5, 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
国庫補助金、県補助金、町補助金、商工会費、各種手数料等

（備考）調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

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

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