

経営発達支援計画の概要

実施者名	三島町商工会（法人番号9110005011114） 長岡市（地方公共団体コード152021）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①生活関連サービスや地域資源を活かした販路開拓支援を行い、小規模事業者の売上向上と認知拡大を図る。</p> <p>②創業希望者に対する伴走支援を行い、地域経済を担う新たな事業者の確保を図る。</p> <p>③事業承継に関する計画的な支援を行い、廃業抑制と地域事業の持続的継続を図る。</p> <p>④デジタル化・情報発信支援を行い、小規模事業者の集客力・販路拡大を図る。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>①小規模事業者を対象とした景況感調査を年1回実施する。</p> <p>②RESAS等を活用し、地域の人口動態・産業構造・経済循環の分析を行う。</p> <p>③調査結果を会報・HPで公表し、各種支援事業に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①小規模事業者を対象に、外部専門家と連携した顧客満足度調査を実施する。</p> <p>②調査結果を商品・サービス改善や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</p> <p>①財務データやローカルベンチマーク等を用いた経営分析を実施する。</p> <p>②分析結果を事業計画策定や販路開拓、事業承継支援につなげる。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①小規模事業者に対し、経営分析・需要動向調査を踏まえた事業計画策定支援を行う。</p> <p>②創業希望者向けに創業セミナーおよび創業計画策定支援を実施する。</p> <p>③事業承継希望者に対し、事業承継計画策定支援を行う。</p> <p>④デジタル活用をテーマとしたDX推進セミナーを実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①事業計画策定後の事業者に対し、定期的なフォローアップ支援を行う。</p> <p>②計画の進捗確認や課題整理を行い、必要に応じて改善支援につなげる。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①WEBメディア掲載による情報発信・販路拡大支援を行う。</p> <p>②ECモール（長岡市公式ショップ）への出品支援を行う。</p> <p>③HP・SNS等デジタルチャネルの改善支援を行う。</p>
連絡先	<p>三島町商工会 〒940-2306 新潟県 長岡市 脇野町817-9 TEL:0258-42-2504 FAX:0258-42-2314 e-mail:mishisyo@shinsyoren.or.jp</p> <p>長岡市 商工部 産業支援課 〒940-0062 新潟県 長岡市 大手通2-6 フェニックス大手イースト6F TEL:0258-39-2222 FAX:0258-36-7385 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

三島地域は長岡市西部に位置し、上越新幹線や関越自動車道などの高速交通網に恵まれた地域である。農業を基盤としつつ、良質な地下水を活かした清酒・味噌などの醸造業や、地域住民の生活を支える飲食・理美容などの小規模サービス業が点在している。

一方で、地域の商圏は狭く、人口減少・高齢化の影響を受けやすい構造となっており、地域内の購買力や消費循環は限定的である。

①生活関連サービスの維持

三島地域では人口減少と高齢化が進む中、生活関連サービスの利便性が限定的である。地域内にはスーパーがなく、日常的な買い物や交通手段の確保は住民の負担となっている。

また、飲食業・理美容業など生活関連サービスを担う小規模事業者は、事業所数が減少傾向にあり、地域人口減少と事業者高齢化の影響で、地域内の消費循環や集客力の維持が課題となっている。

地域から事業者が減少すれば、商圏の縮小や地域経済規模の低下、競争力の低下にもつながる。

②創業を通じた事業の担い手確保

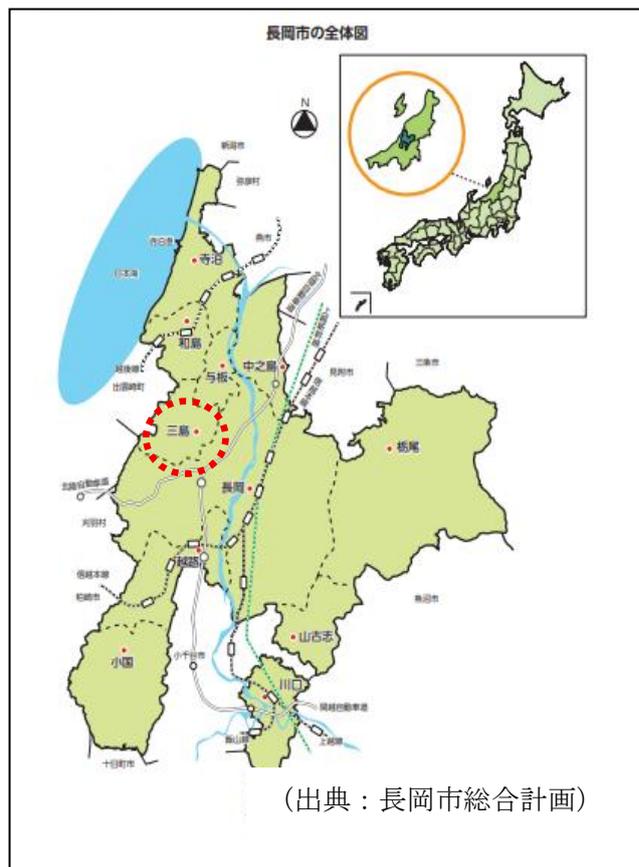
管内の小規模事業者では後継者不足や経営者高齢化が進み、既存事業の廃業リスクが高まっている。新たな創業者の確保は、地域経済の維持や地域内消費の活性化にとって不可欠である。

創業者が増えることで地域内の事業者基盤が補強され、交流人口の増加や新たな事業・サービス創出にもつながる。

③経営者の高齢化・事業承継ニーズ

管内の小規模事業者全体において、経営者の高齢化や後継者不足が進行しており、持続的な事業運営が難しくなりつつある。特に、地域住民の生活を支える飲食業・理美容業などの生活関連サービス分野では、事業者数の減少や経営者の高齢化が進み、地域内でのサービス維持や消費循環の確保、雇用の維持が課題となっている。

こうした状況の背景として、令和5年10月に当会が実施した「経営実態調査（事業承継）」によ



ると、回答事業所のうち50%が経営者70歳代以上と高齢化が進んでおり、後継者が「いる・決まっている」と回答した事業所は20%にとどまる一方、70%が「いない・決まっていない」状況であった。また、後継者がいないことを理由に65%の事業所が廃業を検討しているとの結果が示されており、業種を問わず、当地域において事業承継への対応が喫緊の課題となっている。

④地域資源活用・販路拡大

製造業では、清酒・味噌・製麺所など地域資源を活かした事業が点在しているが、各事業者が個別に活動しているため、地域全体としてのブランド化や販路拡大、情報発信が十分ではない。

人口減少により域内需要が縮小する中、地域資源を活かした商品開発や改善、情報発信、販路開拓を通じて地域外需要の獲得や売上増加を図る必要がある。

⑤デジタル化・情報発信

SNS やオンラインツールを活用している事業者は一部に限られ、地域資源や小規模事業者の魅力を十分に発信できていない。

その結果、地域外からの集客や新たな販路の獲得機会が十分に活かされておらず、デジタルツールを活用した情報発信力の強化が喫緊の課題である。

三島地区の人口推移（各年4月1日時点）

年齢構造		令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
0～14歳 (年少人口)	人数	707人	675人	643人	607人
	構成比	10.9%	10.6%	10.2%	9.7%
15～64歳 (生産年齢人口)	人数	3,561人	3,500人	3,440人	3,405人
	構成比	55.0%	55.0%	54.7%	54.7%
65歳以上 (高齢人口)	人数	2,204人	2,192人	2,204人	2,213人
	構成比	34.1%	34.4%	35.1%	35.6%
合計		6,472人	6,367人	6,287人	6,225人

(出典：長岡市地区別年齢別人口より)

商工業者数及び商工会員数

	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
建設業 (内、小規模事業者)	59 (56)	61 (58)	61 (58)	61 (58)
製造業 (内、小規模事業者)	29 (20)	27 (18)	27 (18)	27 (18)
卸・小売業 (内、小規模事業者)	31 (29)	31 (28)	25 (22)	23 (20)
飲食・宿泊業 (内、小規模事業者)	9 (8)	9 (8)	8 (7)	5 (4)
サービス業他 (内、小規模事業者)	62 (54)	61 (53)	59 (50)	55 (46)
会員数 (定款会員除く)	125	122	115	109

(出典：三島町商工会データ)

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①生活関連サービスの維持

10年後における地域のあるべき姿：地域内の飲食業や理美容業などの生活関連サービスが、安定的に事業を継続し、住民の日常生活を支える基底的サービスとして維持されている姿である。経営改善や後継者育成、必要に応じた事業再編が進み、地域内消費の循環や一定の集客力が確保され、暮らしやすさと地域経済の持続性が保たれている状態を目指す。

理由：地域人口減少と事業者の高齢化により、生活関連サービスを担う小規模事業者は減少傾向にあり、今後さらにサービスが失われれば、住民の利便性低下や地域の魅力低下につながるおそれがある。このため、地域の基底的サービスを将来にわたり維持するためには、経営改善支援や後継者育成等を通じて、事業の持続可能性を高めていくことが重要である。

②創業を通じた事業の担い手確保

10年後における地域のあるべき姿：地域内で創業が継続的に行われ、新たな担い手が安定的に輩出されている姿である。創業希望者が資金、販路、人材等の支援を受けながら事業を立ち上げ、地域課題の解決や地域内消費の活性化につながるビジネスが定着している状態を目指す。

理由：管内では後継者不足や事業者の高齢化が進み、既存事業の廃業リスクが高まっている。新たな創業者の確保は、地域経済の維持と事業の新陳代謝を促すうえで不可欠であり、創業前後を通じた伴走支援や経営基盤強化により、創業後の定着率を高める必要がある。

③経営者の高齢化・事業承継ニーズ

10年後における地域のあるべき姿：事業承継に対する早期の意識づけと計画的な取組が浸透し、廃業を回避しながら地域内の小規模事業者が事業を引き継ぎ、雇用やサービスが維持されている姿である。特に生活関連サービス分野において、地域に必要な事業が継続され、地域経済の基盤が保たれている状態を目指す。

理由：管内の小規模事業者全体で経営者の高齢化と後継者不足が進行している。令和5年10月に実施した「経営実態調査（事業承継）」では、経営者の高齢化や後継者未定の事業所が多く、後継者不在を理由に廃業を検討する事業所も確認されている。業種を問わず事業承継への対応が喫緊の課題であり、計画的な承継支援を進める必要がある。

④地域資源活用・販路拡大

10年後における地域のあるべき姿：地域内の事業者が自社の強みや地域資源を活かした商品・サービスを磨き上げ、地域外からの需要を安定的に獲得している姿である。ECモールやWEBメディア等を活用した情報発信により、地域の認知度が向上し、産業全体の付加価値が高まっている状態を目指す。

理由：人口減少により地域内需要が縮小する中、地域外需要の獲得は小規模事業者の持続的な経営に不可欠である。新商品開発や既存商品の改善とあわせて、効果的な情報発信や販路開拓を支援することで、地域資源を活かした産業振興につなげる必要がある。

⑤デジタル化・情報発信の推進

10年後における地域のあるべき姿：デジタルツールの活用が進み、情報発信、受発注、予約、販路開拓などが効率的に行われている姿である。小規模事業者が少人数体制でも安定した経営を行い、地域内外に向けて継続的に魅力を発信できる体制が構築されている状態を目指す。

理由：デジタル化は業務効率化だけでなく、販路拡大や情報発信力の強化にも直結する。小規模事業者がデジタルツールを活用しやすい環境を整えることで、経営効率と収益性の向上を図り、地

域経済の持続性を高めることができる。

(3) 経営発達支援事業の目標

本経営発達支援事業を通じて、小規模事業者の売上向上・事業継続・創業促進・事業承継の円滑化を図ることで、地域内の生活関連サービスの維持、雇用の確保、地域内消費の循環促進および地域経済の持続的な発展に寄与することを地域への裨益目標とする。

本目標は、三島地域において事業を営む小規模事業者のうち、飲食業・理美容業等の生活関連サービス業、地域資源を活用した製造業・小売業、ならびに創業希望者および事業承継を検討する事業者を主な支援対象として設定している。

①生活関連サービスの維持・地域資源活用による販路拡大

支援計画の認定期間（5年間）目標

KGI（月平均）：支援事業者の月平均売上を10%増加

KPI（5年間累計）：

- ・新商品開発・改善件数 25 件
- ・WEBメディア掲載件数 25 件
- ・ECサイト・オンライン販売導入 5 社

設定した理由：売上の増加は、販路拡大や地域資源関連商品の認知度向上といった成果を直接的に示す最終指標である。本目標では、各事業者による新商品開発や商品改善、情報発信を通じて地域全体のブランド力を高めることを意図している。KPIとして設定した取り組み件数は、KGIに対する成果との因果関係を把握可能とするためである。

②創業を通じた事業の担い手確保

支援計画の認定期間（5年間）目標

KGI（5年間累計）：創業件数 10 件、5 年生存率 70%

KPI（5年間累計）：

- ・創業計画策定件数 10 件
- ・特定創業証明書取得 5 件
- ・キャッシュレス導入率 50%

設定した理由：人口減少・事業者高齢化による担い手不足への対応が喫緊の課題である。創業件数の増加と5年生存率の確保は、地域経済の維持・消費循環活性化の成果を直接示す指標となる。

KPIとして創業計画策定件数や特定創業証明書取得、キャッシュレス導入率を設定することで、創業プロセスの具体的取り組みを定量化し、KGIとの因果関係を把握しやすくする。特にキャッシュレス導入は、創業初期の売上機会拡大と経営基盤強化に直結する。

③経営者の高齢化・事業承継ニーズへの対応

支援計画の認定期間（5年間）目標

KGI（5年間累計）：事業承継完了件数 10 件

KPI（5年間累計）：

- ・事業承継診断実施 25 社
- ・事業承継計画策定 10 社
- ・事業承継セミナー開催回数 5 回
- ・第三者承継プラットフォーム登録件数 5 件

設定した理由：三島地域では、経営者の高齢化に伴う廃業リスクが高まっており、事業の継続と地

域経済の維持のためには、計画的な事業承継支援が不可欠である。そのため、事業承継完了件数をKGIとして最終成果を測定し、診断・計画策定・セミナー・第三者承継の登録状況などのプロセスをKPIとして定量化することで、進捗管理と実績把握を明確に行えるようにする。事業承継セミナーは、事業者・後継者双方の理解促進と承継の着手を促す効果があり、また第三者承継プラットフォームへの登録は、後継者不在の場合の廃業回避に有効である。これらの取り組みを通じて、地域の事業承継の円滑化と存続率向上を図る。

④デジタル化・情報発信の推進

KGI（月平均）：オンライン経由の顧客問い合わせ・予約件数を10%増加

KPI（5年間累計）：

- ・デジタル情報発信基盤の整備支援10社（SNS、WEBサイト等）
- ・DXセミナー開催回数5回
- ・デジタルツール導入支援（予約・決済・会計など）10社

設定した理由：SNSやWEB、DXツールの活用支援により、事業者の情報発信力を高め、オンライン経由の問い合わせや予約件数の増加につなげることで、成果を具体的な数値で把握できる。これにより、地域内外への認知向上と経営効率改善の効果を定量的に確認可能とする。

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) 目標の達成に向けた方針

①生活関連サービスの維持・地域資源活用による販路拡大

達成方針1：新商品開発・商品改善支援

事業者ごとに新商品開発や既存商品の改善を伴走支援し、販売可能な商品数の拡充と品質向上を図る。

設定した理由：商品力を向上させることで顧客の購入意欲を高め、販路開拓や売上増加につなげるため。

達成方針2：販路拡大支援

対象事業者の商品をECサイトや百貨店催事など複数の販路に展開する。

設定した理由：販路の多層化により、売上の安定化と拡大を図るため。

達成方針3：情報発信による販路拡大

WEBメディア掲載やSNS広告により商品認知度を向上させ、オンライン経由の売上増加を支援する。

設定した理由：情報発信力の強化は、認知拡大と販売促進に直結するため。

②創業・新規事業者確保

達成方針1：創業希望者の掘り起こしと計画づくり支援

創業相談会や創業セミナーを適宜開催し、地域内の潜在的な創業希望者を発掘する。ヒアリングを通じて事業アイデア・ターゲット・収支計画の整理を支援し、創業計画書の作成を個別に伴走する。また、特定創業支援制度の要件を満たす支援を提供し、特定創業証明書の取得につなげる。

設定した理由：地域では人口減少と事業者高齢化により担い手確保が課題である。創業計画の作成支援や特定創業支援制度の活用は、成功確度の高い創業につながり、創業件数と5年生存率の向上に寄与するため。

達成方針2：創業初期の基盤整備

創業初年度の売上機会を確保し、事業運営を安定させるため、キャッシュレス決済の導入や店舗運営に必要な基本的業務環境の整備を支援する。開業直後から顧客を受け入れられる体制を構築できるよう、決済導線の整備、業務フローの標準化、必要なツールの初期設定などについて伴走する。

設定した理由：創業初期は、決済手段や基本的な業務体制が整備されていないことによって売上機会を逃しやすく、経営の不安定要因となるためである。特にキャッシュレス決済の導入は、来店機会の損失防止や購買単価向上に寄与し、少人数運営でも効率的な事業運営を可能にする。こうした基盤整備は創業後の生存率向上につながるため、重点的な支援が必要である。

③事業承継支援

達成方針1：事業承継の早期着手促進

事業承継診断や個別相談を通じ、経営者の現状把握と課題整理を実施し、計画的な承継への着手を促す。事業承継の重要性を広く周知するため、関係機関と連携したセミナーも開催する。

設定した理由：三島地域では経営者の高齢化が進み、承継準備の遅れが廃業リスクの増大につな

がっている。診断・相談・セミナーは、承継の必要性を認識し、早期に取り組むための入り口として効果的であるため。

達成方針 2：事業承継計画の策定支援

事業承継計画の作成支援や後継者との協議調整を行い、親族内承継・従業員承継の双方に対応できる体制を整える。計画策定プロセスを通じて、経営課題の整理と承継後の経営方針の明確化を図る。

設定した理由：計画的な承継により、後継者の不安軽減、金融機関からの信頼性向上、従業員の定着などの効果が期待できるため。計画の策定は、円滑な承継に直結する中心的プロセスである。

達成方針 3：第三者承継の選択肢確保

後継者不在事業者に対し、新潟県事業承継引継ぎ支援センター等の外部機関と連携し、第三者承継（M&A 含む）のマッチング機会を提供する。事業者の登録支援や情報提供を行い、廃業回避につなげる。

設定した理由：後継者不在による廃業を防ぐためには、親族・従業員承継だけでなく第三者承継のルート確保が不可欠であり、プラットフォーム登録は承継候補者をつながる初期ステップとして有効なため。

④デジタル化推進・情報発信力強化

達成方針 1：デジタル情報発信基盤の整備支援

SNS、WEB サイトなどのデジタル媒体を活用した情報発信を行える体制構築を支援する。アカウント開設、基本的な運用方法の助言、発信内容の整理などを行い、事業者自身が継続的に発信できる環境を整える。

設定した理由：デジタル媒体による情報発信は、地域内外への認知度向上に直結する重要な要素であり、継続的に運用できる基盤整備が問い合わせ増加や来店促進につながるため。

達成方針 2：デジタルツール導入による業務効率化の支援

小規模事業者の業務負担軽減と生産性向上を図るため、予約管理、顧客管理、在庫管理、会計等のデジタルツールに関する情報提供や導入支援を行う。事業者自身が自社の規模や状況に応じて適切なツールを選択できるよう、導入に向けた環境整備を促す。

設定した理由：デジタルツールの活用は、業務効率化に加え、顧客との接点強化にもつながる。効率化と利便性向上は事業者・利用者双方にメリットがあり、結果としてオンライン経由の問い合わせ増加にも寄与するため。

達成方針 3：デジタル活用スキル向上のためのセミナー開催

SNS 活用、WEB 発信、DX 基礎などをテーマとしたデジタル関連セミナーを開催し、事業者のデジタル活用スキル向上を図る。基礎的な内容から実務的なテーマまで段階的に提供する。

設定した理由：事業者のデジタル活用力の底上げは、情報発信の質向上やツール活用の定着に直結する。セミナー開催により、事業者が自立的にデジタル活用を進めるための知識・スキル習得を支援するため。

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

- ・近隣商工会と合同で巡回訪問や窓口相談の際に、小規模事業者の経営状況や景気動向の聞き取り調査を実施している。
- ・RESAS（地域経済分析システム）を活用し、地域の産業構造・人口動態・消費動向などのマクロデータを分析している。
- ・調査結果は事業計画策定や支援施策の基礎資料として活用され、会報やHPで情報共有されている。

課題

- ・聞き取り調査はミクロ視点に偏っており、人口減少や高齢化、郊外大型商業施設の影響など地域全体の経済環境を十分に把握できていない。
- ・RESASの分析も地域特有の実態に即した詳細データが限定的であり、重点支援対象や事業分野の特定には補完的情報が必要。
- ・今後は、巡回調査の継続とRESASを用いたマクロ分析の深化により、地域で持続的に稼げる事業分野や重点支援対象を明確化し、支援施策に反映させる必要がある。

(2) 目標

事業内容	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 景況調査公表回数	会報 HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
② 地域経済動向分析公表回数（RESAS活用）	会報 HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①景況感調査

調査対象：製造業・建設業・卸小売業・サービス業（各業種15社）

調査手法：経営指導員による巡回訪問および窓口相談時の聞き取り調査を基本とし、収集した情報を整理・集計して分析する。

調査項目：売上、採算、資金繰り、仕入単価・販売単価、雇用動向、景況判断、経営上の課題（販売競争、人員不足、価格転嫁状況、DX対応等）、今後強化したい取組（販路開拓、設備投資、デジタル化等）

調査目的：管内小規模事業者の景況や経営課題を把握し、今後の支援施策に反映させる。

②産業構造分析（RESAS活用）

調査対象：地域の人口動態、産業構造、地域内の経済循環（消費・雇用など）

手法：RESASの「人口マップ」「産業構造」「地域経済循環」等の基礎指標を用いて、年1回の定点的な分析を実施

必要に応じて長岡市統計情報、国勢調査、県統計等の公的データも併用

調査項目：人口の推移や高齢化の状況、産業別の事業者数・従業員数の変化、消費の地域内

外への流出入の傾向

目的：巡回によるヒアリングでは把握しきれない地域全体の経済状況を補完し、人口減少や産業構造の変化など中長期的な地域経済環境を把握する。その結果を、販路開拓、創業支援、事業承継支援、デジタル化支援における重点分野の方向性整理に活用する。

(4) 調査結果の活用

①商工会の各支援事業（販路拡大・創業・事業承継・デジタル化）への反映

- ・景況調査で把握した価格転嫁状況、人手不足、売上動向などの課題を踏まえ、商品改善支援、WEB発信支援、補助金相談、専門家派遣などの個別支援に反映する。
- ・RESAS等から得た人口動態・産業構造の変化を基に、創業支援の重点分野の選定や事業承継が特に必要な業種の把握を行う。

②会員・地域事業者への広報・情報提供

- ・調査結果はHPおよび会報で年1回公表し、地域内小規模事業者へ広く提供する。
- ・特に販路拡大や情報発信の支援に役立つデータは、事業者が活用しやすい形で整理し、相談時に提供する。

③地域の課題整理と次年度事業計画への反映

- ・景況感や業種別の傾向を整理し、支援テーマ（販路開拓／商品改良／デジタル化／事業承継等）の優先順位付けに活用する。
- ・事業者ニーズに基づき、セミナーや専門家派遣、補助金サポートの内容を随時見直す。

④関係機関との連携強化

- ・金融機関、長岡市、よろず支援拠点など外部支援機関と情報共有を行い、資金繰り支援、販路開拓、創業支援、事業承継などの連携体制を強化する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・小規模事業者は商品・サービスに対する顧客の評価を把握する仕組みが十分でなく、売上向上に向けた分析が個々の経験に依存している。
- ・前回計画において顧客満足度調査に取り組み一定の成果はあったものの、調査票の作成・分析などを自社で継続することは難しく、外部専門家の知見を伴う調査が必要である。
- ・顧客の声を客観的に整理し、商品改善・サービス改善・情報発信の見直しなどに反映できる仕組みが十分に整備されていない。

課題

- ・顧客目線での商品・サービスに対する満足度や改善点に関する評価データが不足しており、事業者の強み・改善点を的確に捉えた支援につなげにくい。
- ・自力で顧客調査を行う負担が大きく、調査設計・分析までを継続することが困難。
- ・調査結果を事業者の販売戦略や価格設定、商品構成の見直しに結びつける体制が弱く、売上向上に直結させる伴走支援が十分に機能していない。
- ・専門家や外部機関と連携した調査体制を構築し、事業計画策定と一体的に改善提案へつなげる仕組みが求められている。

(2) 目標

- ・需要動向調査の実施により、商品・サービス改善や販売戦略の見直しを促し、売上向上につ

なげる。

- ・調査結果は当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定時の基礎資料として活用する。

事業内容	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
顧客満足度調査実施事業者数	5者	2者	2者	2者	2者	2者

※年間2社に限定し、実効性と負担のバランスを確保。

(3) 事業内容

①顧客満足度調査の実施

小規模事業者（主に小売・飲食・サービス業）を対象に、外部専門家と連携して顧客満足度調査を実施する。

調査結果をもとに、商品・サービスの改善点、価格設定、情報発信の見直し、顧客層の明確化等を行い、売上向上につなげる。

調査項目：来店（利用）頻度、店舗・事業者を知ったきっかけ、満足度（サービス・商品・価格・接客等）、よい点・改善すべき点、利用者属性（年代、利用目的など）、再来店意向、他店との比較など※価格に関する評価項目は必須とし、その他は事業者ごとに調整する。

調査手法：

（情報収集）

経営指導員が外部専門家等と連携し、事業者へのヒアリングを行い調査票を作成。

調査票は事業者が日常の営業活動の中で配布・回収する方式とし、事業者負担を最小限とする。

（情報分析）

回収した調査票をもとに、外部専門家等と連携して分析を行い、報告書を作成する。

サンプル数：20名程度／1事業者

(4) 調査結果の活用

調査結果は経営指導員が事業者へ直接フィードバックし、商品・サービス改善、見せ方・価格設定、新商品検討、事業計画策定などに活用する。なお、新商品開発・既存商品改善の取組は、本調査に加え、事業計画策定支援や日常の巡回・窓口相談を通じた支援成果も含めて把握する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・経営状況の分析は財務指標の確認に偏り、強み・弱み、顧客動向、外部環境など非財務面の整理が十分ではない。
- ・会計ソフト（MA1）で財務データが蓄積されている事業者も、経営課題の把握や改善提案に十分活用されていない。
- ・MA1を利用しない事業者については、ヒアリング中心となり、ローカルベンチマーク（ロカベン）等の活用が限定的である。
- ・分析後の改善提案やフォローアップが個別的で、分析プロセスの標準化に課題がある。

課題

- ・財務分析と非財務分析（SWOT 等）を組み合わせた体系的な分析を標準化し、改善策につなげる必要がある。
- ・前回計画でも分析件数の目標を設定していたが、実務負荷とのバランスが課題となったため、今回の計画では実態に即した年間 5 社とし、確実に実施できる体制で取り組む必要がある。
- ・MA1、ロカベン、ヒアリングなど複数の分析手法を整理し、事業者の状況に応じた適切な手法を選択できる体制を整備する必要がある。

(2) 目標

支援内容	現状	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	10者	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①経営分析の実施方法

対象事業者：巡回・窓口相談により経営課題が把握された事業者、会計データ（MA1 等）を活用できる事業者、販路拡大、創業、事業承継などの支援に向け、分析が必要な事業者
分析手法：MA1 等による財務データ分析、ローカルベンチマーク（6 指標・SWOT）、経営指導員による面談・ヒアリングによる課題整理

②分析項目

財務分析：収益性（売上総利益率・営業利益率等）、生産性（労働生産性等）、安全性（自己資本比率・流動比率等）、成長性（売上推移等）
非財務分析：SWOT（内部：商品・サービス・人材・業務／外部：商圈・競合等）、顧客層や購買動向の把握（ヒアリング）、業務プロセスの整理、デジタル活用状況（予約・発信・会計等）

(4) 分析結果の活用

①事業者へのフィードバック

- ・財務・非財務両面から課題を整理し、短期～中期の改善策（原価管理、価格設定、商品改善、販路開拓、情報発信等）を提示する。

②事業計画・補助金支援への接続

- ・分析内容を根拠データとして事業計画（販路開拓、創業、事業承継等）に反映し、必要に応じ専門家派遣や補助金支援につなげる。

③内部の情報共有・標準化

- ・分析結果を統一フォーマットで記録し、職員間で共有することで支援の質を均一化する。

④地域課題の把握と次年度方針への反映

- ・年間 5 社の分析結果を集計し、地域に共通する課題（価格転嫁状況、IT 活用、業務負荷等）を整理し、翌年度の支援施策に反映させる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・これまで、経営状況の分析結果や需要動向調査、地域の経済動向調査を踏まえて、事業者からの相談に応じた個別の事業計画策定支援を実施してきた。
- ・体系的な支援体制は十分に整っておらず、経営分析を実施しても事業計画策定に至らないケースがある。
- ・創業支援や事業承継支援も個別対応が中心で、計画策定支援が広く浸透していない。
- ・情報発信や業務効率化におけるデジタル活用の必要性は高まっているが、事業者ごとに理解度や活用度に差がある。
- ・限られた人員の中で効率的に支援を行うため、専門家や外部機関との連携が不可欠であるが、十分に活用できていない部分がある。

課題

- ・事業計画策定の重要性が小規模事業者に十分に浸透していない。
- ・経営分析から事業計画策定までの一貫した支援フローが不十分。
- ・創業・事業承継・新たな事業展開に関する計画策定支援が体系化されていない。
- ・デジタル技術の活用を促すための基礎的支援が不足している。
- ・外部機関等との連携体制が強化途上である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が自社の現状を適切に把握し、需要を見据えた実行可能な事業計画を策定できるよう、個別支援を中心とした伴走型体制を構築する。事業計画の策定にあたっては、「地域の経済動向調査」「経営状況の分析」「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業者自身が課題を認識し、内発的動機付けに基づく意思決定が行えるよう支援する。

創業・事業承継・新たな事業展開については、個別の事情に応じた支援が効果的であるため、外部機関・専門家との連携による個社支援を中心に支援を行う。なお、創業者については、基礎知識の習得や計画づくりの入口として創業セミナーを適宜実施し、セミナー後に個別相談や伴走支援へつなげる。

一方、デジタル化は事業計画における業務効率化・販路拡大に直結することから、事業者の関心や社会的トレンドに合わせやすいDXセミナーを年1回程度実施し、デジタル活用の基礎理解や活用イメージを醸成する。

セミナーで得た知識は、その後の個別相談や専門家派遣を通じて、事業者ごとの事業計画へ反映させる体制を整える。これにより、DXの学びが具体的な経営改善や計画策定に結びつくよう支援する。

これらの取組を通じ、事業計画策定件数の着実な積み上げと、創業促進・事業承継の円滑化・DX活用による競争力強化を図り、地域の小規模事業者の持続的発展につなげていく。

(3) 目標

	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
①DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③創業計画策定支援件数	2者	2者	2者	2者	2者	2者

④特定創業証明書取得者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
⑤事業計画策定事業者数	8者	5者	5者	5者	5者	5者
⑥事業承継計画策定支援件数	4者	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①DX 推進セミナーの開催

目的

デジタル技術に関する基礎理解を深め、業務効率化や販路拡大につながるデジタル活用のきっかけを提供する。セミナー内容は、その時々社会状況や事業者ニーズに応じて柔軟に設定し、参加者の理解促進を図る。

具体的手法

支援対象：小規模事業者

募集方法：HP、SNS、チラシ配布

講師：外部専門家

回数：年1回

内容：デジタル技術の基礎理解、事業への活用事例、情報発信や業務効率化に資するツールの紹介等（内容は状況に応じて柔軟に変更可能）

実施方法：セミナー形式で開催。必要に応じて個別相談・専門家派遣につなぎ、事業計画策定に反映できるよう支援

成果指標：セミナー参加者数、個別相談・専門家派遣の利用件数

②創業セミナーの開催

目的

地域で創業を目指す者に対し、創業に必要な基礎知識や事業計画策定の考え方を体系的に提供し、創業に向けた理解を深め、個別支援につなげる。

具体的手法

支援対象：創業希望者

募集方法：HP、SNS、チラシ配布

講師：外部専門家

回数：年1回

内容：経営、財務、人材育成、販路開拓、デジタル活用等の基礎知識の理解、事業構想の整理方法の紹介等（内容は状況に応じて柔軟に変更可能）

実施方法：セミナー形式で開催

成果指標：参加者数、個別相談移行者数

③創業計画策定支援（個別支援）

目的

創業セミナーで得た知識や整理した事業構想をもとに、創業者個々の状況に応じて事業計画をブラッシュアップし、実行可能な創業計画として完成させる。特定創業支援事業に基づく証明書の取得（目標④）や資金調達につなげることで、創業の確実な実施を支援する。

具体的手法

支援対象：創業希望者

募集方法：HP、SNS、チラシ配布

講師：外部専門家および経営指導員

内容：事業構想整理の補助、収益計画・資金計画の具体化、販路戦略の検討、事業計画書作成支援、特定創業証明書取得支援等（内容は状況に応じて柔軟に調整可能）

実施方法：個別相談形式による伴走支援

成果指標：創業計画策定件数、特定創業証明書取得者数、創業実施件数、資金調達件数

④事業計画策定支援

目的

「地域の経済動向調査」「経営状況の分析」「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者ごとに実現可能な事業計画を策定し、売上向上や新事業展開等の取り組みを促進する。

具体的手法

支援対象：小規模事業者

募集方法：HP、SNS、チラシ配布

講師：経営指導員および必要に応じた外部専門家

内容：事業計画作成プロセスで強み・課題・市場環境を整理し、行動計画に落とし込む。その過程で、既存商品の改善や新商品開発の方向性についても整理し、実行計画として位置付ける。必要に応じて専門家派遣や外部機関（金融機関、よろず支援拠点等）と連携して支援する。小規模事業者の内発的動機付けを重視し、対話に基づく支援を実施。（内容は状況に応じて柔軟に調整可能）

実施方法：個別相談形式による伴走支援

成果指標：事業計画策定件数、個別相談・専門家派遣利用件数

⑤事業承継計画策定支援（個別支援）

目的

後継者や事業承継希望者に対し、現状の事業分析や経営課題の整理を踏まえ、事業承継計画を具体的かつ実行可能な形で策定することを支援する。計画の策定により、事業の持続的な発展や後継者の意思決定をサポートする。

具体的手法

支援対象：事業承継希望者（後継者を含む）

募集方法：HP、SNS、チラシ配布

講師：外部専門家および経営指導員

内容：経営分析結果の整理、事業課題の明確化、承継スケジュール作成、事業計画書作成支援等（内容は状況に応じて柔軟に調整可能）

実施方法：個別相談形式による伴走支援

成果指標：事業承継計画策定件数、個別相談・専門家派遣利用件数

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

- ・事業計画策定後の小規模事業者に対しては、巡回指導を通じて進捗確認や助言、補助金活用
の提案等を行っている。

- ・策定した事業計画をもとに、一定のフォローアップ支援は実施している。

課題

- ・外部環境の変化が激しい中で、事業計画の進捗状況や課題を継続的に把握し、柔軟に見直す体制が十分とはいえない。
- ・フォローアップ巡回の頻度や支援内容が事業者ごとの状況に応じて最適化されておらず、計画の実行段階で支援が弱くなるケースがある。
- ・そのため、計画策定後も定期的な進捗確認と必要に応じた計画の修正・助言を行い、事業計画の実効性を高める支援体制の強化が求められている。

(2) 支援に対する考え方

- ・計画と実績の差を確認し、修正や売上向上策を立案。
- ・自走化を意識し、事業者自身が答えを導くことを重視。
- ・従業員も巻き込み、当事者意識を持たせる。
- ・必要に応じて外部専門家や支援機関と協力しPDCA サイクルを回す。

(3) 目標

- ・対象事業者や巡回回数は現行より減少するが、限られたリソースの中で支援の質を高め、より実効性のあるフォローアップを行う。
- ・事業計画の策定・実施支援を通じ、事業者が抱える課題や問題点を解決し、売上向上や収益確保、持続的な事業発展を実現する。
- ・計画の実行状況を定期的に確認・改善し、事業者自身が自走できる体制を構築する。
- ・売上や利益率の向上を意識した支援を行い、成果が数値として明確になるよう努める。

これらの取組により、フォローアップ対象事業者のうち、売上増加事業者数および利益率向上事業者数の着実な達成を目指す。

フォローアップ	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
フォローアップ対象事業者数	14者	9者	9者	9者	9者	9者
頻度（延回数）	72回	18回	18回	18回	18回	18回
売上増加事業者数	7者	3者	3者	3者	3者	3者
粗利益率5%以上増加の事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

①事業計画策定事業者フォローアップ

対象者:事業計画を策定した事業者

頻度:半年に1回、計画の実行状況を確認するための定期フォローアップを実施する。進捗と計画にズレがある場合は、外部専門家の助言を取り入れ、改善策の検討やフォローアップ方法の見直しを行う。

確認項目:売上・利益率などの業況、事業計画の進捗、課題、今後の展開

②創業計画策定事業者フォローアップ

対象者:創業計画を策定した事業者

頻度:半年に1回訪問し、計画進捗や業況（売上・利益率等）を確認する。必要に応じて外部専門家と連携し、改善策や追加支援を実施する。

確認項目:売上・利益率・顧客状況、創業計画の進捗、課題、今後の展開

③事業承継計画策定事業者フォローアップ

対象者:事業承継計画を策定した事業者

頻度:半年に1回、経営指導員と事業承継・引継ぎ支援センター専門家が連携し、計画遂行状況を確認する。進捗にズレが生じた場合は、外部専門家の視点を取り入れ、改善策の検討とフォローアップ方法の見直しを行う。

確認項目:事業承継計画の進捗状況、具体的対策、課題

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

管内の小規模事業者においては、販売チャネルの多様化が進む一方で、WEBメディアやECモール等のデジタルツールを十分に活用しきれていない事業者が多い。特に、対面販売に依存している事業者では、新たな顧客層へのアプローチが限定的となっている。また、既存のホームページやSNSについても、更新頻度や内容が不十分で、情報発信が購買行動につながりにくい状況が見られる。

課題

デジタルツールを活用した情報発信や販路開拓が進んでいないことから、商品・サービスの認知拡大や新たな需要の獲得につながっていない点が課題である。そのため、WEBメディアへの掲載、ECモールへの出品、デジタル情報発信の改善等を通じて、地域内外の新たな顧客層への訴求力を高め、需要獲得につなげる取り組みが求められる。

(2) 支援に対する考え方

デジタル技術を活用した販路開拓支援を重点的に行うことで、事業者の発信力・販売力を強化し、新規顧客獲得や売上向上につなげる。WEBメディア・ECモール・HP/SNSなど、目的に応じた最適なチャネルを選択し、事業者が自ら活用し続けられる状態（自走化）を支援方針の柱とする。また、必要に応じて専門家と連携し、継続的に改善できる体制を整える。

(3) 目標

本事業により、事業者の情報発信力向上とオンライン販路の確保を図り、その成果として新規需要の獲得および売上向上を実現することを目標とする。

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	令和12年
①WEBメディア活用支援事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
②ECモール導入支援事業者数	3者	1者	1者	1者	1者	1者
③HP・SNS改善支援事業者数	5者	2者	2者	2者	2者	2者
売上向上事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

目的

地域事業者の商品・サービスの魅力を効果的に発信し、WEBメディアやECモール、自社デジタルチャネルの活用によって、新たな需要を獲得し、売上向上と持続的な販路拡大を図る。

①WEBメディア掲載支援

支援対象

自社の商品・サービスの魅力を十分に発信できておらず、地域外への認知拡大や新規顧客獲得に課題を抱える小規模事業者。

課題

- ・ 広告費をかけられず、情報発信が断片的
- ・ 効果的な打ち出し方が分からないため、メディア掲載の機会損失が発生
- ・ 地域外への認知拡大が十分でない

手法

- ・ 掲載先候補の選定（取材型メディア、特集記事、業界媒体など）
- ・ 事業者の強みやストーリー整理、掲載に必要な素材（写真・紹介文）提供支援
- ・ メディアとの取材調整、掲載後のアクセス・反応の確認
- ・ SNS・HP との連動による二次的な拡散支援

成果目標

- ・ WEBメディア掲載支援事業者数：年5者
- ・ 当該支援を通じ、売上向上事業者数の創出につなげる。

②ECモール出品支援（長岡市公式ショップ「丸ごとながおか」）

支援対象

自社商品を有しているものの、EC販売のノウハウ不足によりオンライン販売に取り組めていない、または販路拡大が進んでいない小規模事業者。

課題

- ・ EC展開の知識不足により出品できていない事業者が多い
- ・ オンライン販売比率が低く、市外・県外の顧客獲得に結びつかない
- ・ 価格設定や商品写真、説明文などの品質が不十分

手法

- ・ 出品に必要な商品情報（特徴・強み・価格等）の整理支援
- ・ 写真・紹介文など掲載に必要な素材準備のサポート
- ・ 出品要件や申込方法の案内
- ・ ECモール掲載後に、SNSやHPと連携した情報発信の助言

成果目標

- ・ ECモール導入支援事業者数：年1者
- ・ オンライン販売による売上向上事業者の創出につなげる。

③HP・SNSなどデジタルチャネル改善支援

支援対象

既にHPやSNSを保有しているものの、十分に活用できておらず、情報発信や集客につなげていない小規模事業者。

課題

- ・ SNS更新が不定期で、顧客への接触頻度が低い
- ・ HPの基本情報不足、スマホ表示の最適化不足
- ・ オンライン予約・問い合わせ導線が弱い

- ・デジタルツールの活用が限定的

手法

- ・SNS（Instagram、Facebook、LINE等）の投稿計画・運用改善
- ・HPの基本情報整備、構成改善、アクセス動線の最適化
- ・オンライン予約・お問い合わせフォーム等の導入支援
- ・投稿分析（インサイト確認）による効果検証と改善

成果目標

- ・HP・SNS改善支援事業者数：年2者
- ・情報発信強化による売上向上事業者の創出につなげる。

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・経営発達支援事業の進捗確認は、毎月の職員会議にて相談内容や支援の進行状況を把握する形で実施している。
- ・事業の年度単位の振り返りについては、外部有識者・市職員等を交えた評価委員会と推進委員会を同日に開催し、評価と次年度計画への反映を一体的に実施している。
- ・評価結果は内部共有にとどまり、事業者が常時閲覧できる形での公表は行っていない。

課題

- ・KPI等を活用し、事業成果をより客観的に把握できる評価方法の確立が必要。
- ・外部有識者、市担当課、商工会役員等を含む第三者視点での評価体制を継続的に運用する必要。
- ・評価結果を地域事業者にも公表し、透明性向上とフィードバックの循環を高める体制構築が求められる。
- ・評価結果を翌年度事業計画に確実に反映し、支援内容の改善につなげる体制づくりが必要。

(2) 事業内容

1. 定量的把握

- ・支援実績は相談記録、伴走支援の進行状況、事業計画策定件数、WEB活用支援件数、ECモール出品支援件数などのKPIにより把握する。
- ・毎月の職員会議で基本的な進捗を確認し、年度末評価に活用できるよう支援内容を整理・記録する。

2. 評価手法

- ・外部有識者（中小企業診断士等）、長岡市商工部産業支援課、商工会正副会長及び法定経営指導員により、事業評価委員会を組織する。
- ・同一メンバーにて事業推進委員会を構成し、評価委員会と同日に開催して、評価結果を翌年度の事業計画へ反映する。
- ・評価は、KPIの達成状況、定性的成果、相談内容の傾向分析等に基づき実施する。

3. 評価・見直しの頻度

- ・毎年度1回、原則として2月に事業評価委員会と事業推進委員会を同日に開催し、総合評価および次年度の事業計画策定を行う。

- ・関係者の日程調整等により2月での開催が困難な場合は、3月に開催する。
- ・必要に応じて、職員会議において重要課題が発生した際は適宜検討し、改善に反映する。

4. 結果の公表方法

- ・年度末に実施した評価結果は、商工会ホームページ及び会報に掲載し、地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保する。
- ・公表内容は、主な実施事業、KPIの達成状況、事業の成果、翌年度の改善方針などとする。

5. 関係機関との連携

- ・長岡市や外部有識者からの助言を踏まえ、支援内容の改善や重点分野の見直しを行う。
- ・必要に応じて近隣商工会等とも情報共有を行い、支援事例や改善策の参考とする。

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

- ・経営指導員等はエキスパートバンク事業への同行を通じ、OJTによる支援能力向上を行っている。
- ・中小企業庁研修や県連研修への参加により、基礎的な経営支援スキルの習得を進めている。
- ・支援記録の共有フォルダ化により、職員間で一定の情報共有が行われている。

課題

- ・小規模事業者の経営課題が多様化しており、より高度な経営支援力（IT/DX・販路開拓・財務等）の強化が必要。
- ・OJTや研修で得た知識を組織全体へ水平展開し、組織的な支援体制を強化する必要がある。
- ・支援記録の蓄積・共有を継続し、支援手法を組織のナレッジとして活用する仕組みが必要。

(2) 事業の内容

本事業では、経営指導員等の支援能力を継続的に向上させ、地域事業者への経営支援の質を高めることを目的として、以下の取組を行う。

1. OJTによる支援能力向上

- ・エキスパートバンク事業等の個別支援に、経営指導員または経営支援員が同行し、実務を通じて専門家の支援手法を学ぶ。
- ・同行内容は簡潔に記録し、職員間で共有する。

2. 外部研修等の積極的な活用

- ・当会では、経営指導員および経営支援員が小規模事業者支援に必要な基礎的な支援能力を有しているが、事業計画策定や経営改善提案において、より実践的かつデータに基づく支援を行うため、財務分析・経営分析・原価管理・価格設定等のスキルを一層高度化することが求められている。
- ・このため、県連等が実施する経営支援能力向上に資する研修へ計画的に職員を派遣し、分析力の底上げと支援の質的向上を図る。
- ・DX・IT活用、オンライン支援手法等に関する研修にも参加し、地域事業者支援に活かす。

3. 支援記録のデータベース化

- ・成功事例・支援内容・留意点等を共有フォルダに整理し、職員が必要に応じて閲覧・活用できるようにする。

- ・記録を蓄積し、組織としての支援ノウハウ向上につなげる。

4. 職員間の情報共有

- ・毎月1回の職員会議で、巡回指導・相談内容等を共有し、支援手法の統一と連携強化を図る。
- ・OJTや研修成果を共有し、組織全体の支援能力向上を推進する。

(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7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)	
三島町商工会 経営指導員 (法定経営指導員) 1名 経営支援員 2名	連携 連携 連絡調整
	新潟県 長岡市 商工部産業支援課
<p>①都道府県及び関係市町村との連携体制</p> <ul style="list-style-type: none">・当会、本市商工部産業支援課が連携し、随時情報共有を行い、地域の実情や市の重点施策を踏まえ、本支援計画の重要課題および支援方針を検討する。・また新潟県の「新潟県総合計画」及び「にいがた産業ビジョン」記載の重要課題についても反映した支援計画とする。 <p>②商工会における経営発達支援事業実施に係る体制</p> <ul style="list-style-type: none">・本計画の各事業は、法定経営指導員を中心に、既存の巡回指導体制を活用して実施する。担当制により小規模事業者ごとに経営指導員等を配置し、策定支援からフォローアップまで一体的に対応する。 <p>③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制</p> <ul style="list-style-type: none">・評価は年度末に開催する事業評価委員会で実施し、結果は翌年度の事業内容に反映する。 <p>④経営指導員等の資質向上に係る体制</p> <ul style="list-style-type: none">・職員の支援能力向上は、外部研修・0JT・情報共有等により体系的に行う。 <p>(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</p> <p>①当該経営指導員の氏名、連絡先</p> <p>氏名：相田 真也 連絡先：三島町商工会 TEL. 0258-42-2504</p> <p>②当該経営指導員による情報の提供及び助言 (手段、頻度 等)</p> <p>法定経営指導員は、経営発達支援事業に関する情報提供および助言を毎月の職員会議で行う。また、年1回開催する事業評価委員会及び事業推進委員会において、事業計画の進捗確認や目標達成状況の評価、必要な助言を一括して実施する。</p> <p>③広域経営指導員の可否</p> <p>申請書に記載の経営指導員相田真也は、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。</p>	

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒940-2306

新潟県長岡市脇野町817-9

三島町商工会

TEL : 0258-42-2504 / FAX : 0258-42-2314

e-mail : mishisyo@shinsyoren.or.jp

②関係市町村

〒940-0062

新潟県長岡市大手通2-6 フェニックス大手イースト6F

長岡市 商工部産業支援課

TEL : 0258-39-2222 / 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)

	8年度	9年度	10年度	11年度	12年度
必要な資金の額	4,650	4,650	4,650	4,650	4,650
・セミナー開催費	800	800	800	800	800
・専門家派遣費	300	300	300	300	300
・顧客満足度調査費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・需要開拓支援費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
・委員会運営費	50	50	50	50	50

(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 4,650千円

(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。

