

経営発達支援計画の概要

| | |
|------|--|
| 実施者名 | 弥彦村商工会（法人番号 8110005006288） 弥彦村（地方公共団体コード 153427） |
| 実施期間 | 令和8年4月1日～令和13年3月31日 |
| 目標 | （1）既存産業の持続的成長を支援する。 （2）創業支援、企業誘致を推進する。 （3）観光と農業・商業の融合による地域経済活性化を支援する。 （4）門前町・弥彦全体としての活性化を支援する。 （5）村内産業の活性化による雇用機会の確保を支援する。 |
| 事業内容 | 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 管内小規模事業者の景気動向、地域の産業構造、観光特産品に係る地域特性を調査・分析し、広く管内小規模事業者等に周知し、小規模事業者の事業計画策定等に活用する。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の新商品・新サービスの開発並びに販路開拓に繋げるため、観光客対象のアンケート調査を実施し、調査分析結果を対象事業所へフィードバックする。 5. 経営状況の分析に関すること 経営分析の重要性を理解してもらい、巡回・窓口相談指導を強化し、個別の小規模事業者に財務分析及び非財務分析を実施する。 6. 事業計画策定支援に関すること 補助金申請支援やセミナー開催を通じて、専門家等の連携を図りながら創業者や小規模事業者が策定する事業計画策定を支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者に対し、定期的かつ継続的なフォローアップを行い、策定した事業計画の遂行を支援する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること セミナーや個社支援を通じて、IT活用による販路開拓と海外観光客を呼び込むためのインバウンド対応を支援する。 |
| 連絡先 | 弥彦村商工会 〒959-0323 新潟県西蒲原郡弥彦村大字弥彦 2953 TEL:0256-94-2272 / FAX:0256-94-4650 E-mail: yahiko29@sweet.ocn.ne.jp 弥彦村役場 産業部 観光商工課 〒959-0392 新潟県西蒲原郡弥彦村大字矢作 402 TEL:0256-94-1025 / FAX:0256-94-5151 E-mail: kankou@vill.yahiko.niigata.jp |

(別表1)

経営発達支援計画

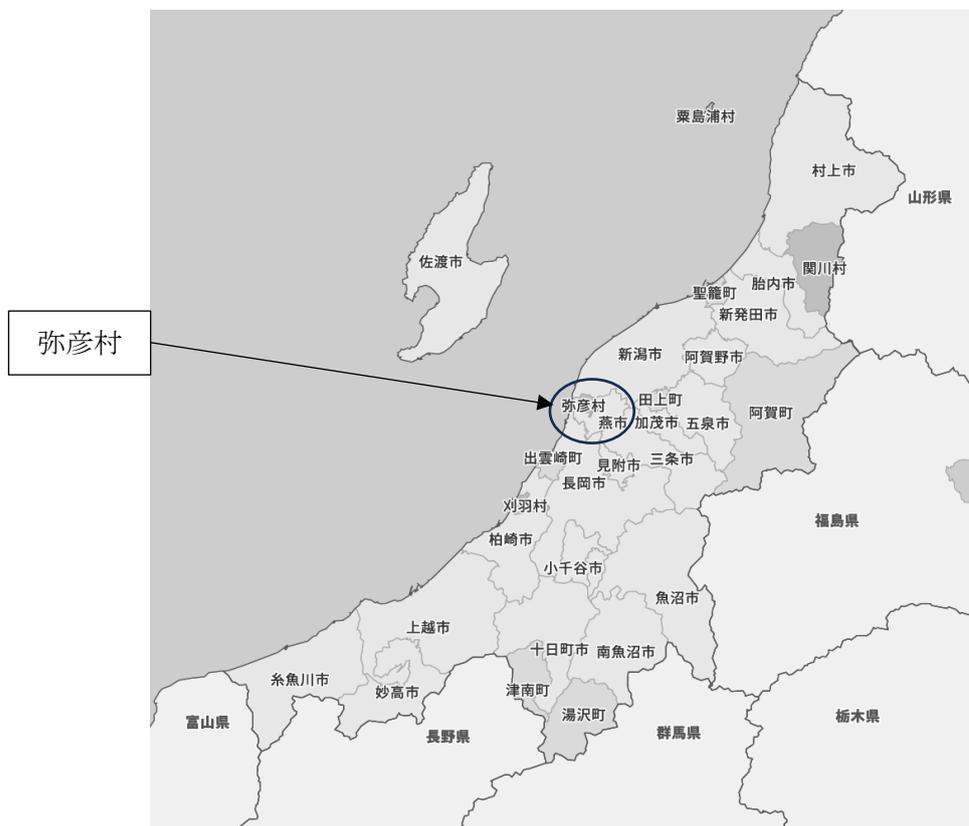
経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

(ア) 地理的概要

弥彦村は新潟県のほぼ中央部、越後平野の西端である日本海側に位置し、西は霊峰弥彦山(標高634m)を隔てて新潟市・長岡市と接し、東南は燕市、北は新潟市と隣接している。村の面積は25.17km²と県内でも比較的小規模な村である。小さい村ながら、越後一宮「彌彦神社」の門前町として古くから栄え、年間を通じて多くの参拝客や観光客が訪れる県内有数の観光地であり、国民保養温泉地、国際観光モデル地区にも指定されている。また、国内唯一の村営競輪場があり、地域経済への発展につながっている。



一方で、人口は、平成12年(2000年)の9,215人をピークに減少傾向が続き、直近の令和2年(2020年)の国勢調査では7,702人、そして令和7年1月1日時点の推計人口は約7,600人となっている。これは前年比1.29%減と、新潟県内でも高い減少率を示しており、特に20~39歳女性人口と0~4歳人口の減少が顕著である。この傾向が続けば、将来的な「消滅可能性都市」となる懸念も指摘されており、地域経済の持続性にとって喫緊の課題となっている。(出典：国勢調査、弥彦村「人口ビジョン」、新潟県「令和6年新潟県人口移動調査結果報告」)

(イ) 産業別状況

【宿泊業・飲食業】

越後一宮「彌彦神社」を中心に、弥彦山ロープウェイ、弥彦温泉、弥彦競輪場などの豊富な観光資源を有し、年間約 200 万人の来訪者があり、宿泊施設は旅館・ホテル 10 軒（うち小規模事業者 8 軒）、飲食店は約 30 軒（うち小規模事業者約 28 軒）と、地域経済の重要な柱となっているが、通過型観光地傾向にあり、旅館・ホテル、飲食店の個々の魅力を高め、観光客の経済効果を取り込める事業者を増やすことが課題となっている。また、コロナ禍で落ち込んだインバウンド需要が回復傾向にあるものの、多言語表示、キャッシュレス決済といったインバウンド観光客の受け入れ環境整備が重要課題である。（出典：弥彦村商工会商工業者名簿）

【工業】

燕市を中心とした洋食器などの下請け工場として、金属加工や機械部品製造業の小規模事業者が大多数を占めている。従来からの弥彦村工業団地に加えて、農村地域工業等導入促進法に基づく弥彦大戸企業団地への企業立地が進み、村内雇用の場が拡大してきた。しかし、近年は親会社の生産拠点移転や海外競争の激化により受注減少が続き、廃業や事業縮小が相次いでいる。また、デジタル化・自動化の遅れ、熟練技術者の後継者不足による技術承継の停滞、そして販路の親会社依存といった課題が顕在化している。

【小売業・サービス業】

彌彦神社門前とおもてなし広場周辺、弥彦村役場周辺を除けば、商店街のようにまとまって複数店舗があるエリアはなく、村内に 80 社ほどが散在し、そのうちの約 9 割が小規模事業者である。人口減少と高齢化の進行により地域内需要が縮小し、多くの事業者で売上減少や後継者不足が深刻化している。特に彌彦神社門前の土産物店や飲食店が連なるエリアでは、空き店舗の増加が目立ち、かつての賑わいが失われつつある。（出典：弥彦村商工会商工業者名簿）

【建設業】

弥彦村の建設業者は約 30 社で、地域インフラ整備や住宅建築を担う重要産業である。比較的規模の大きい事業者もあるが、一人親方を含む小規模事業者が多数を占め、元請企業の受注動向に経営が左右されやすい構造となっている。近年、公共工事の減少や大手ハウスメーカーとの競争激化により受注件数・金額が減少し、資材価格の高騰（木材・鉄鋼・燃料費）や従業員の高齢化が深刻化している。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

現在弥彦村では令和 8 年度開始期から 5 か年の第 7 次総合計画を策定中である。活力とにぎわいのある稼げる村づくり、地域資源を生かし持続可能な産業と交流の活性化という今後 10 年間のむらづくり、産業・交流面での基本理念に沿って、弥彦村総合計画審議会会議資料及び弥彦村役場からのヒアリング内容を踏まえ、10 年後の弥彦村商工会は以下の姿を目指す。

①既存産業の持続的成長支援

10 年後における地域のあるべき姿：

村内の各産業（宿泊業・飲食業、工業、小売業・サービス業、建設業）を営む小規模事業者が、現在の事業を続けながら販路開拓、経営改善等を通じて競争力を高め、地域経済の担い手として持続し続ける姿である。村内産業の活性化、衰退防止を図るため、既存企業に対して、対話と傾聴を通じて課題の設定を促し、内発的動機付け、行動変容、成功体験の蓄積とつなげる経営力再構築伴走支援を進める。いずれの業種においても課題となっている販路開拓や事業承継に関する支援を強化し、従業員の高齢化と慢性的な人手不足を打開するための支援も行い、持続可能な経営を後押しする。

理由

空き店舗の増加や後継者不足等の課題に直面しており、村内産業の活性化が必要である。特に、飲食

店などの事業承継が問題となっており、観光客が立ち寄れる飲食店の確保が課題である。

②創業支援、企業誘致の推進

10年後における地域のあるべき姿：

村内における新規事業者数が増加し、地域経済の活性化が図られ、地域の小規模事業者からの商品、サービスの購入や消費を通じて地域経済に資金が循環している姿である。村内の空き店舗の増加に伴い、企業活動の拠点や企業創業者の拠点として利活用を検討していく必要がある。創業希望者に対し、事業構想の具体化と事業計画策定を商工会として支援し、創業希望者や進出企業に対する情報提供を通じて、自然な形で企業誘致・起業促進を図る。

理由

村内産業化と持続可能な地域経済の構築するため、村内での創・開業支援、企業誘致を推進する必要がある。稼げる産業の創出、誘致を目指し、地域の賑わいを創出するためである。

③観光と農業・商業の融合による地域経済活性化

10年後における地域のあるべき姿：

観光、農業、商業を営む小規模事業者の連携が密に図られていて、自発的に新商品・新サービスを生み出し、地域経済が活性化している姿である。彌彦神社や「おもてなし広場」といった各種観光資源にまつわる需要動向、観光ニーズ情報を小規模事業者に情報提供をし、観光客向けサービスの開発、充実を促す。地元飲食店や小売店が連携して提供する体験メニューや特産品について、事業者間の連携強化を促進する。また、事業者が行う弥彦むすめ（枝豆）や伊彌彦米等の地元食材を使った飲食店メニュー開発についても支援を行い、「食」を軸とした観光魅力を強化する。

理由

弥彦村の観光業は滞在時間や消費単価の向上が課題である。ワイナリー創設や枝豆を使った6次化推進により、観光と農業・商業を一体化させた新たな魅力を創出し、地域全体の経済循環を強化することが求められている。

④門前町・弥彦全体としての活性化

10年後における地域のあるべき姿：

彌彦神社周辺の門前町や弥彦全体の宿泊業・飲食業、小売業・サービス業等を営む小規模事業者が、訪れた観光客の経済効果を取り込み、活性化している姿である。門前町・弥彦全体の活性化を図るため、創業希望者や進出企業に対して出店支援のための各種情報提供を行い、空き家・空き地への飲食店・小売店の出店を促す。既存の飲食店・小売店へのITの活用支援、DX推進の理解促進を図り、海外観光客誘致のためのインバウンド対応を支援する。

理由

彌彦神社一の鳥居周辺は年間を通じて多くの観光客が訪れるが、飲食店や小売店、ホテル廃業等により弥彦駅側を中心に空き家、空地が目立つ。創業希望者を取り込み、既存店の底上げを行い、門前町、弥彦全体としての活性化を図るためである。

⑤村内産業の活性化による雇用機会の確保

10年後における地域のあるべき姿：

村内小規模事業者の売上・利益が増加し、事業拡大により求人数、雇用者数が増加している姿である。村内小規模事業者に対する経営分析や経営計画策定、フォローアップ等の支援により、個々の企業の経営力を向上させ、販路拡大や持続的発展につなげ、安定的に経営できる企業を多く生み出し、地元企業での雇用機会の確保につなげる。弥彦村で育った人が弥彦村の企業で働ける、弥彦村に移住定住する人が弥彦村で働ける環境をつくり、雇用機会の確保に貢献する。

理由

弥彦村の人口動態については、出生率の低下、伸び悩みに起因する自然減が続いており、人口が減少している。村内では、地域の住民や企業を対象に事業を行っている事業者が多くあり、地域の人口減

少は売上の減少に直接つながる。雇用機会の確保を通じて、若者の流出を防ぎ、あわせて移住定住者を取り込み、村内産業の活性化を図る必要がある。

(3) 経営発達支援事業の目標

①既存産業の持続的成長支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：(5年後、令和13年時点)

SNS等ITツール新規導入事業者数15者、村外販路開拓件数5件、売上増加事業者5者/年

K P I：(5年間累計)

経営分析実施事業者数85者、事業計画策定事業者39者、フォローアップ対象事業者数39者

設定した理由：

K G Iは、村内産業の活性化、事業承継、衰退防止、販路拡大の状況を測るためである。

K P Iは、支援事業者の売上、利益の増加を図るために行われる各支援段階の内容、プロセスであり、段階で成果に因果接続するプロセス管理を可能にするためである。

②創業支援、企業誘致の推進

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：(5年後、令和13年時点)

5年間累計の創業、誘致件数20者、5年生存率90%

K P I：(5年間累計)

創業・事業承継支援セミナー開催回数7回、弥彦村創業関連補助金申請支援者数15者、フォローアップ対象事業者数15者

設定した理由

K G Iは、創業、誘致の数と質（継続）を測るためである。

K P Iは、創業等セミナーへの参加から創業につながるケースを想定し、村の創業関連補助金（弥彦村商工業者チャレンジサポート補助金）の申請支援を通じた事業計画策定を支援し、創業後のフォローアップで事業継続を支援の状況を管理するためである。

③観光と農業・商業の融合による地域経済活性化

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：(5年後、令和13年時点)

弥彦村観光入込客数年270万人（R5：251万人）、弥彦村内の宿泊数6.3万人（R6：6.1万人）

K P I：(5年間累計)

需要動向調査5回、農業と観光商工のマッチング支援事業者数5者、村内観光関連事業者支援事業者数10者

設定した理由

K G Iは、観光面における地域経済全体の活性化を測るためである。

K P Iは、観光客の現状に対する評価、ニーズを把握し、農業と観光商工のマッチング、6次化を推進し、事業者連携を図り、地産地消や新商品開発への取組を個々の事業者支援を通じて促進させる、それぞれのプロセスを管理するためである。

④門前町・弥彦全体としての活性化

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：(5年後、令和13年時点)

村内の宿泊業・飲食業・小売業・卸売業の事業者数115者（R6：104者）

K P I：(5年間累計)

弥彦村地域特性分析3回、IT活用セミナー開催回数5回、インバウンド対応支援個社支援延べ

12者

設定した理由

KGIは、門前町・弥彦全体としての活性化を測る指標を関連産業の事業者数としたためである。
KPIは、地域の経済動向調査にて観光や特産品等の現状を把握し、個々の事業者の販路拡大計画の立案につなげ、地域資源を活かした商品やサービスの広報・PRのためにITの活用、DXの推進を図り、インバウンド対応に向けて個々の事業者の水準に合わせた個別の個社支援を行う、それぞれの状況を管理するためである。

⑤村内産業の活性化による雇用機会の確保

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：（5年後、令和13年時点）

村内の求人件数100件（R7/11：86件）、労働保険事務委託事業所の雇用保険被保険者数350人（R7/3：322人）

KPI：（5年間累計）

弥彦村産業構造分析10回、フォローアップ対象事業者における売上増加及び利益率3%以上増加事業者数延べ19者

設定した理由

KGIは、村内の事業者における求人、雇用者数を測るためである。

KPIは、地域経済の動向調査にて、弥彦村の産業構造や重点支援業種等を把握し、経営分析から事業計画の策定、その後のフォローアップの支援先を選定、伴走支援を通じて個々の事業者の経営力を向上させ、売上や利益を増加させる、それぞれのプロセスを管理するためである。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(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既存産業の持続的成長支援

達成方針1：販路開拓の支援

地区内の小規模事業者に対し、デジタル活用による販路拡大を支援し、ECサイトやSNS、自社ホームページ等のITツール新規導入事業者を5年間で15者増やす。村外をターゲットとした販路開拓を5件支援する。

設定した理由：村内産業の活性化、小規模事業者の持続的成長には販路開拓が不可欠であり、小規模事業者による販路開拓でデジタルを活用することは、地域を超えた販売や顧客獲得、リピート販売に繋がり、経営効率の向上にも寄与する。

達成方針2：経営改善による売上の維持拡大

経営力再構築伴走支援を通じて経営分析、事業計画策定の支援を行う支援事業者を対象に、進捗状況の確認や情報提供等のフォローアップを行い、売上増加事業者を年5者輩出する。

設定した理由：村内産業の活性化と衰退防止を図るためには、既存企業に経営改善を働きかけて、企業存続の源である売上を確保し、経営の効率化を図る必要がある。

②創業支援、企業誘致の推進

達成方針1：創業希望者、進出企業に対する情報提供

創業希望者や進出企業を対象とした創業・事業承継セミナーを5年間で7回開催する。

設定した理由：創業希望者や進出企業の掘り起こしのため、事業構想の具体化と事業計画策定を商工会として支援し、企業誘致・起業促進を図る。

達成方針2：弥彦村創業関連補助金の申請支援

村の創業関連補助金（弥彦村商工業者チャレンジサポート補助金）の申請支援を通じた創業に関する事業計画策定を5年間で延べ15者支援する。

設定した理由：弥彦村商工業者チャレンジサポート補助金は、商工会へ事業計画を相談することが要件であり、創業や他地域からの移転による事業所開設に利用できる。事業計画の策定支援を通じて、創業支援、企業誘致の推進が図れる。

③観光と農業・商業の融合による地域経済活性化

達成方針1：現状に対する評価とニーズの把握

観光関連事業者、特産品製造・販売事業者を対象に、観光客の来訪状況やブランド化の取組状況等の観光に関する需要動向調査を年1回実施し、現状に対する評価、ニーズを把握する。

設定した理由：村の重要産業である観光業と特産品事業者に特化した詳細分析を行い、地域ブランド確立と観光連携施策の立案に活用する。

達成方針2：農業と観光商工のマッチング支援

農業と観光商工の連携を図るため、村内の農業者からの農産物利用先の間合せや照会に対し、村内の旅館・ホテルや飲食店を紹介して両者を繋げるマッチング支援を5年間で5者支援する。村内観光関連事業者10者への継続的支援を行う。

設定した理由：観光と農業・商業を一体化させた新たな魅力を創出し、地域全体の経済循環を強化することが求められており、事業者連携を図り、地産地消や新商品開発への取組を促進する。

④門前町・弥彦全体としての活性化

達成方針1：観光客へのニーズ調査

弥彦村を訪れる観光客に対して、属性や来訪目的等の項目からなるアンケート調査を年1回（調査対象事業者数5～10者）実施し、弥彦村への観光ニーズを調査する。

設定した理由：観光客が何を求めているかを把握し、土産物・飲食・体験コンテンツの商品開発や改良に活用する。

達成方針2：飲食店・小売店へのIT活用支援、DX推進

調査により出される観光客のニーズに応え、創業希望者・既存店の経営力の底上げを行うため、IT活用セミナーを年1回開催する。あわせて、インバウンド対応に向けた個社支援を5年間で計12者行う。

設定した理由：飲食店・小売店の出店を促し、既存の飲食店・小売店へのITの活用支援、DX推進の理解促進を図り、海外観光客誘致のためのインバウンド対応を支援することで門前町・弥彦全体としての活性化を図れる。

⑤村内産業の活性化による雇用機会の確保

達成方針1：産業構造分析による支援先の選定

村の産業構造を分析し重点支援業種の選定や販路開拓戦略の立案の資料とするため、RESASによる産業構造分析を年2回実施する。

設定した理由：村の特化産業、付加価値額、企業間取引の流入・流出状況を定量的に把握し、支援効果の高い支援先の発掘や選定を行うために実施する。

達成方針2：伴走支援を通じた事業者の経営力向上

経営分析、事業計画策定、フォローアップまでの一連の支援を行う支援対象事業者について、売上増加及び利益率3%以上増加の事業者を5年間で延べ19者輩出する。

設定した理由：個々の企業の経営力を向上させ、販路拡大や持続的発展につなげ、安定的に経営できる企業を多く生み出し、地元企業での雇用機会の確保につなげる。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・近年、隣接する燕市のつばめ商工会（旧吉田商工会、旧分水商工会）と合同で中小企業景況調査を年1回実施しており、管内小規模事業者の景況感や経営課題を把握し、HPで公表している。
- ・公的データの活用が不十分で、地域の産業構造や付加価値額の定量的な把握が遅れている。

課題

- ・つばめ商工会との合同での景況調査事業について、事業の役割が終えた場合、終了することが見込まれるため、並行して弥彦村の地域特性に応じた独自の調査を企画する必要がある。
- ・公的統計を活用した産業構造分析を定期的実施し、重点支援すべき業種や課題を明確化する必要がある。
- ・調査→活用（個社伴走、補助金活用、販路開拓等）への接続プロセスが不足し、政策資源の重点配分に反映されにくい。

(2) 目標

| 公表方法 | 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中小企業景況調査公表回数（つばめ商工会との合同実施） | HP掲載 | 1回 | 1回 | 1回 | — | — | — |
| ②中小企業景況調査公表回数（上記①が終了した場合、単独で実施） | HP掲載 | — | — | — | 1回 | 1回 | 1回 |
| ③産業構造分析公表回数（RESAS活用） | HP掲載 | — | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |
| ④弥彦村地域特性分析公表回数（観光・特産品） | HP掲載 | — | — | — | 1回 | 1回 | 1回 |

※公表方法は、弥彦村商工会ホームページへの掲載を基本とし、商工会窓口にも印刷物を常時備え付ける。

※①中小企業景況調査（つばめ商工会との合同実施）が継続実施される場合は、単独での調査は実施しない。

※令和8、9年度は体制構築期間として、RESAS分析のみを実施し、令和10年度以降に弥彦村独自の地域特性分析を追加する。

(3) 事業内容

①中小企業景況調査（つばめ商工会との合同実施）

調査対象：管内小規模事業者（製造業、建設業、卸小売業、宿泊・飲食業、サービス業）各業種3～5事業者。つばめ商工会と合わせると45事業者。

調査項目：売上動向、採算状況、資金繰り、仕入・販売単価の動向、設備投資の予定、人手不足の状況、最低賃金額、経営上の課題（自由記述）

手法：巡回・窓口指導時に調査用紙を直接配布。データ集計はExcelまたはBIツールでDI（景気動向指数）を算出

目的：短期的な業況変化を把握し、資金繰り・価格転嫁・人材確保など支援策を迅速に設計する。

②中小企業景況調査（弥彦村商工会の単独実施）

※上記1の調査が終了する場合、実施。

調査対象：管内小規模事業者（製造業、建設業、卸小売業、宿泊・飲食業、サービス業）各業種3～5事業者。弥彦村商工会単独で20事業者。

調査項目：売上動向、採算状況、資金繰り、仕入・販売単価の動向、設備投資の予定、人手不足の状況、最低賃金額、経営上の課題（自由記述）

手法：巡回・窓口指導時に調査用紙を直接配布。データ集計はExcelまたはBIツールでDI（景気動向指数）を算出

目的：短期的な業況変化を把握し、資金繰り・価格転嫁・人材確保など支援策を迅速に設計する。

③産業構造分析（RESAS活用）

調査対象：地域全体の産業別構成

手法：経営指導員がRESASの以下の機能を活用し、地域の経済動向を分析し、公表する。

- ・「産業構造マップ」：業種別の事業所数、従業者数、付加価値額
- ・「地域経済循環マップ」：生産・分配・支出の経済循環構造
- ・「企業間取引分析」：取引の流入元・流出先の可視化
- ・「観光マップ」：観光客の流動・消費動向（弥彦山・弥彦神社周辺）
- ・近隣市町村（燕市、長岡市、新潟市等）とのベンチマーク比較
- ・Excelで業種別特化係数（全国平均=1.0）、付加価値額推移グラフを作成

目的：弥彦村の産業構造、特化産業、付加価値額、企業間取引の流入・流出状況を定量的に把握し、重点支援業種の選定と販路開拓戦略の立案に活用する。

④弥彦村地域特性分析（観光・特産品）（令和10年度以降実施）

調査対象：観光関連事業者（宿泊施設、飲食店、土産物店等）：10社

特産品製造・販売事業者（枝豆加工、酒造、菓子製造）：5社

調査項目

【観光事業者向け】

- ・観光客の来訪状況（平日・休日、シーズン別）
- ・消費単価の推移
- ・宿泊者の居住地域
- ・体験コンテンツの有無と利用状況
- ・デジタル対応状況（予約サイト掲載、キャッシュレス決済）

【特産品事業者向け】

- ・販路の構成（地元販売・EC・卸・催事等）
- ・ブランド化の取組状況（統一ロゴ、パッケージ等）
- ・知的財産の保護状況（商標登録等）
- ・新商品開発の意向

手法：アンケート調査（Google フォーム、紙媒体併用）および事業者へのヒアリング調査によって現状把握と課題の洗い出しを行い、RESAS の観光マップ（目的地分析、滞在人口）を活用した観光客動向分析を併せて行う。

目的：弥彦村の重要産業である観光業（弥彦山・彌彦神社）と特産品事業者（枝豆・酒・菓子）に特化した詳細分析を行い、地域ブランド確立と観光連携施策の立案に活用する。

（４）調査結果の活用

①支援テーマの優先順位付け

活用内容

景況調査の DI 分析結果をもとに、業種別・課題別（資金繰り、価格転嫁、人手不足等）に悪化度合いを定量化し、支援の優先順位を明確にすることで、専門家派遣や補助金申請支援に反映させる。

具体的手法

- ・ Excel で「課題別優先度マトリクス」を作成
- ・ 専門家派遣、補助金申請支援の対象企業を選定

②重点産業への集中伴走

活用内容

RESAS 分析と地域特性分析で抽出した「付加価値額の高い業種」「特化係数の高い業種」（観光関連、特産品製造等）に対し、販路開拓・DX・人材育成を一体で支援する。

具体的手法

- ・ 重点業種リストを作成し、該当事業者へ個別案内
- ・ 業種別の課題に応じた支援メニューを設計
- ・ 弥彦村役場、県内大学、試験研究機関等との連携体制を構築

③販路開拓・商品改良の支援

活用内容

地域特性分析で把握した観光客ニーズ、特産品の販路構成を基に、商品改良や新商品開発など販路開拓に帰する取り組みを支援する。

具体的手法

- ・ 小規模事業者持続化補助金等の販路開拓・商品改良につながる各種補助金の情報提供および申請支援
- ・ 専門家派遣を活用したパッケージデザインやサイズの見直し支援

④地域経済動向の情報発信

活用内容

調査結果を地域の小規模事業者、金融機関、弥彦村役場と広く共有し、地域全体で経済動向を把握する基盤を構築する。

具体的手法

- ・ 弥彦村商工会ホームページに調査結果を常時掲載（PDF 形式）
- ・ 商工会窓口に印刷物を常時備え付け
- ・ 評価委員会等で調査結果を共有し、次年度支援計画に反映
- ・ 地域金融機関（銀行、信用組合、信用金庫等）へ調査結果を提供し、融資・経営改善支援の連携を強化

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・現在、小規模事業者の商品・サービスに対する体系的な需要動向調査は実施していない。
- ・弥彦村では弥彦むすめをはじめとした特産の枝豆を地域ブランドとして売り出したいというニーズがあるが、消費者の評価や購買動機等の具体的なデータが不足している。
- ・観光客は多いものの、観光客が何を求めているか（土産物、飲食、体験コンテンツ等）の定量的な把握ができておらず、特に海外からの観光客のニーズについてはほとんど把握ができていない状況である。
- ・小規模事業者の多くは新商品開発への意欲が低く、市場ニーズを踏まえた商品改良や開発の取組が進んでいない。

課題

- ・弥彦むすめ（枝豆）をはじめとする特産品について、消費者の評価・ニーズ・購買動機を把握する必要がある。
- ・観光客が求める商品・サービス（土産物、飲食、体験等）を定量的に把握し、事業計画策定に活用できる情報を収集する必要がある。
- ・小規模事業者の新商品開発意欲が低い現状を踏まえ、まずは既存商品に対する消費者ニーズの把握から始め、段階的に新商品開発支援へと展開する必要がある。
- ・調査結果を事業者フィードバックし、商品改良や販路開拓に活用できる形で提供する仕組みが必要である。

(2) 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 |
|------------------|----|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| 観光客アンケート調査対象事業者数 | — | 5者 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 |

※令和8年度は初年度のため、体制構築期間を考慮し最小限の目標とする。

※令和9年度以降は、初年度の実施状況を踏まえ、段階的に対象事業者数を拡大する。

(3) 事業内容

①観光客対象アンケート調査

- ・観光客が何を求めているかを把握し、土産物・飲食・体験コンテンツの商品開発や改良に活用する。
- ・観光と農業・商業の事業者が連携して開発した新商品・新サービスのニーズを調査し、商品化に向けた基礎資料として活用する。

【調査手法】

各事業所の来店客・商工会納涼まつりなどのイベント来場者に対し、Google フォーム（QRコード）または紙媒体でアンケートを実施

【サンプル数】 来店客及び来場者 50名

【調査項目】

- ・来訪目的（観光、参拝、イベント参加等）

- ・ 来訪手段（自家用車、公共交通機関等）
- ・ 同伴者（家族、友人、一人等）
- ・ 購入した土産物の種類と価格帯
- ・ 飲食店の利用状況と満足度
- ・ 体験コンテンツへの関心（農業体験、酒蔵見学、菓子作り体験等）
- ・ 滞在時間と消費金額
- ・ 弥彦村の特産品（弥彦むすめ等）の認知度
- ・ 新商品・新サービスのニーズ（購入意向、購入価格、購入したいと感じた理由、購入場所等）

【調査結果の活用】

- ・ 対象事業者に個別にフィードバックし、さらなる改良等に活用する。
- ・ 弥彦村観光協会や弥彦村旅館組合などに情報提供を行い、イベントの企画に活かしてもらう。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・記帳指導先を中心に、財務面からの分析を実施しているが、それ以外は、融資相談や補助金申請の相談があった際に経営分析を行う程度で、年間数者程度にとどまっている。
- ・これまでセミナー形式での経営分析の機会を複数回試みたが、参加率は芳しくなく、事業者の関心を引くことができていない。
- ・経営分析は財務面が中心で、非財務面（強み・弱み、外部機会・脅威等）の定性的な分析が不足している。

課題

- ・経営分析の重要性を事業者理解してもらい、自ら分析を受けたいと思える動機付けが必要である。
- ・財務分析に加え、非財務分析（SWOT分析等）を標準化し、事業計画策定につながる分析体制を構築する必要がある。

(2) 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 |
|------------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 経営分析実施事業者数 | 10者 | 15者 | 20者 | 20者 | 20者 |

- ※令和8、9年度は、現状（年間9社）から段階的に増加させ、10者、15者を目標とする。
※令和9年度以降は、人員体制を考慮し、年間20者を目標とする。

(3) 事業内容

①巡回・窓口相談指導の強化と個別深掘り

経営状況分析を行う小規模事業者の掘り起こしを行う。

目的

事業者が商工会に足を運ぶ手間をなくし、普段の業務の延長線上で気軽に経営相談・簡易分析を受けられる機会を創出する。

対象者

商工会への来所が難しい、または経営分析の必要性を感じつつも行動に移せていない小規模事業者

実施方法

- ・経営指導員等が各事業所を訪問し、個別面談形式でヒアリングを中心に実施
- ・普段の巡回指導に加えて、月1～2回程度、集中的な巡回訪問日を設定

実施頻度

- ・集中的な訪問日を設定（年間約24日程度）
- ・各訪問日2～3事業所を対象（年間計48～72件）

内容

経営分析という構えてしまう経営者が多いので、「困りごとを聞く」というスタンスで丁寧にヒ

アリングを行い、事業の「強み」や「弱み」を、対話を通じて引き出し、メモ形式で可視化。次のステップ（より詳細な経営分析や事業計画策定支援）への橋渡しを行う。また、必要に応じて直近の試算表や売上データなどを用いて、簡易的な財務状況を経営者と一緒に確認する。

目標

- ・ 訪問・簡易相談実施事業者数：年間 10 者（令和 8 年度目標）
- ・ うち、個別経営分析へ移行した事業者数：年間 3 者

②個別経営分析（財務＋非財務）

目的

上記の取り組み等において関心を持った事業者に対し、より詳細な経営分析を実施し、事業計画策定につなげる。

対象者

- ・ 巡回・窓口相談を行った事業者の中で、経営指導員等が意欲的で販路拡大の可能性が高いと判断した事業者
- ・ 融資相談、補助金申請相談の事業者
- ・ 記帳指導先事業者

分析項目

- ・ 財務分析：収益性（売上総利益率、営業利益率）、生産性（労働生産性）、安全性（自己資本比率、流動比率）、成長性（売上高増加率）
- ・ 非財務分析（SWOT 分析等）：
 - 内部：商品・サービス、仕入・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ（知財）、デジタル・IT
 - 外部：商圈人口・人流、競合、業界動向、法制度・補助制度、チャネル構造、顧客インサイト

分析手法

事業者の知識状況等に合わせ、ローカルベンチマーク、経営デザインシート、知的資産経営レポート、商工会クラウド「MA1」、商工会基幹システム「経営支援システム plus」などを活用し、経営指導員等が行う。また、必要に応じて専門家に依頼する。

成果物

- ・ 経営分析レポート
- ・ SWOT 分析シート
- ・ 改善提案書

（４）分析結果の活用

経営分析結果は、対象事業者に個別にフィードバックし、事業計画策定支援へつなげるとともに、職員間で共有することによって、職員の資質向上につなげる。加えて、専門的な課題など、職員だけでは対応が困難な課題に対しては、専門家派遣制度を活用し、対応に当たる。経営分析結果を統一フォーマットで記録し、経営指導員間で情報共有する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・金融相談や補助金申請相談時に経営状況の分析を実施し、希望した小規模事業者に対し事業計画の策定支援を行うにとどまっている。
- ・体系的な支援体制は未整備であり、経営分析は実施しているものの、事業計画策定への具体的な支援には至らないことも多い。
- ・創業・事業承継・新事業展開に関する計画策定支援は個別対応に留まっている。

課題

- ・事業計画策定の意義や重要性が小規模事業者に十分に浸透しておらず、自ら事業計画を策定するという意欲を啓発できていない。意識改革を促す仕組みづくりが必要である。
- ・支援手法の見直しを行うとともに、支援体制において、体系的に取り組む仕組みづくりの構築が必要である。

(2) 支援に対する考え方

- ・小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、金融相談及び補助金申請相談だけでなく、税務や労務などの相談対応時に繰り返し事業計画策定の必要性を説いていくことなどにより、5. で経営分析を行った小規模事業者の5割程度/年の事業計画策定を目指す。
- ・令和7年度に弥彦村独自の補助金である「弥彦村商工業者チャレンジサポート補助金」が新設され、申請時に商工会職員が必ず創業計画（経営計画）作成を伴走するフローが運用開始となった。これを契機として、事業計画の策定につなげていく。
- ・相対的に経営に対して意欲の高い、青年部や若手を中心に事業承継や事業計画策定に関するセミナーを開催し、事業承継計画の必要性や事業承継への意識づけにつなげる。

(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 |
|-------------------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| ①事業計画策定事業者数 | 8者 | 10者 | 13者 | 13者 | 13者 |
| ②チャレンジサポート補助金個別伴走支援事業者数 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 |
| ③創業・事業承継支援セミナー | 1回 | 1回 | 1回 | 2回 | 2回 |

※目標は小規模体制で確実に回る水準に抑制。計画策定数は「経営分析実施件数×約0.7」を上限目安に設定。

※村チャレンジ補助金3件/年は「必達枠」として計画件数に含める。

(4) 事業内容

① 事業計画策定支援

目的

経営分析を行った小規模事業者や巡回・窓口相談対応時に、事業計画策定の必要性を説き、事業計画策定につなげることで持続可能な事業継続を促進する。

具体的手法

支援対象：経営分析実施事業者の5割程度

募集方法：経営指導員等が日々の相談対応時に説明を行う

内容：事業構想の整理、資金計画・販路戦略の策定

実施方法：事業計画書の策定支援、各種専門家派遣事業の活用

成果指標：事業計画策定事業者数 年間5者（令和8年度目標）

② 商工業者チャレンジサポート補助金 専用フローの構築と個別伴走支援（必達3件/年）

目的

創業希望者に対し、事業構想の具体化と事業計画策定を支援し、持続可能な事業継続を促進する。

具体的手法

支援対象：商工業者チャレンジサポート補助金申請者

募集方法：経営指導員が補助金申請相談受付時に説明を行う

内容：事業構想の整理、資金計画・販路戦略の策定

実施方法：創業計画書の作成および村補助金申請支援、日本政策金融公庫等との連携、融資に関する資料作成支援、採択後のフォローアップ

成果指標：創業3件

③ 創業・事業承継支援セミナーの開催

目的

創業希望者や後継者に対し、事業構想の具体化と事業計画策定を支援し、地域内での持続可能な事業継続を促進する。

具体的手法

支援対象：創業（予定）者および創業後まもない小規模事業者、後継（予定）者

募集方法：弥彦村広報誌折込みチラシ、商工会会報およびHPへの掲載

内容：事業構想の整理、資金計画・販路戦略の策定

実施方法：専門家を招聘し、創業計画のおよび事業承継計画作成に関するセミナーを開催

成果指標：年1回以上開催

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

- ・小規模事業者持続化補助金採択者、マル経融資利用者を中心に、一部の小規模事業者に対し事業計画策定後のフォローアップを実施しているものの、実施頻度は不定期である。
- ・フォローアップの内容が、事業計画の進捗確認と遂行に対するものに偏りがちになっている。

課題

- ・小規模事業者ごとのフォローアップ頻度や指導回数のばらつきをなくし、計画と進捗状況に乖離が生じることを防ぐ必要がある。
- ・フォローアップを行うプロセス（頻度、様式、KPI、記録管理）、フォーマットの整備をする必要がある。

(2) 支援に対する考え方

- ・経営の自走化を重視し、コーチング・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。
- ・計画の遂行には従業員の協力が不可欠であることから、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。
- ・事業計画を策定した全小規模事業者を対象としつつ、進捗状況や各事業所の課題等の状況に応じて支援強度を最適化する。
- ・進捗状況が芳しくない場合は、(a) 目標・KPI 達成度の点検、(b) ボトルネックの仮説検証、(c) 事業計画の効果・検証を実施し、必要に応じて事業計画の見直し案（目標・KPI・施策・体制・スケジュールの再設計）を対象事業者に提案する。

(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 |
|----------------|----|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| フォローアップ対象事業者数 | - | 8者 | 10者 | 13者 | 13者 | 13者 |
| 頻度（延回数） | - | 32回 | 40回 | 52回 | 52回 | 52回 |
| 売上増加事業者数 | - | 3者 | 3者 | 3者 | 5者 | 5者 |
| 利益率 3%以上増加事業者数 | - | 3者 | 3者 | 3者 | 5者 | 5者 |

(4) 事業内容

経営計画を策定した小規模事業者に対し、定期的かつ継続的なフォローアップを行うことで策定した経営計画の確実な実行と小規模事業者を支える。

目的

事業者が商工会に足を運ぶ手間をなくし、普段の業務の延長線上で気軽に経営相談・簡易分析を受けられる機会を創出する。

対象者

事業計画を策定した小規模事業者

実施方法

経営指導員が、独自様式のフォローアップフォーマットを用いて巡回訪問等を実施し、策定した事業計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

実施頻度

3か月に1回（最低頻度：半年に1回）

商工業者チャレンジサポート補助金申請者など、経営経験に乏しく集中的な支援をすべき小規模事業者に対しては1か月に1回とする。また、小規模事業者からの申し出やフォローアップフォーマットに基づき、支援の頻度を減らしても問題がないと判断した事業所に対しては頻度を調整するなど、小規模事業者のニーズと状況を判断し柔軟に対応する。なお、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、原因解明を行い今後の対応方針や改善策を小規模事業者とともに決定、フォローアップ頻度の見直しを行うとともに、必要に応じて外部専門家などと連携を図り、対応に当たる。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・事業所における IT の活用について、地域内の小規模事業者の多くは興味・関心があるが、IT ツールへの理解や認識に対し、事業所ごとに差があり IT 格差が生じている。
- ・IT 格差の原因としては大きく分け、高齢化、IT 知識不足、人手不足が挙げられ、これらにより DX 推進が停滞している。
- ・県内有数の観光地であるがゆえに、PR や工夫をせずともある一定の集客があるため、観光客を呼び込む姿勢が弱く、特にインバウンド対応が不十分である。

課題

- ・DX 推進の理解促進と認識度の底上げが必要である。
- ・IT の活用支援（SNS 発信・EC サイト構築・顧客管理（CRM）、生成 AI 活用等）を体系化する必要がある。
- ・インバウンド対応への最低水準を定め、そこへ向けての全体的なボトムアップが必要である。

(2) 支援に対する方針

農業に次いでメイン産業である観光業の発展のため、旅館業、飲食業、土産物等の小売業を営む小規模事業者を重点的に支援し、IT 活用による販路開拓と海外観光客を呼び込むための多言語等のインバウンド対応支援に重きを置く。

- ・**DX 推進**：SNS 発信・EC サイト構築・顧客管理（CRM）・生成 AI 活用を段階別に支援。必要に応じて IT 専門家派遣を実施する。
- ・**インバウンド対応**：海外観光客誘致のため、「4. 需要動向調査に関すること」で得た結果をもとに、インバウンド対応を支援する。

(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 |
|--------------------------|----|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ①IT 活用セミナー | - | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |
| 参加者数 | - | 10 名 | 10 名 | 10 名 | 10 名 | 10 名 |
| SNS 等 IT ツール 新規導入事業者数 | - | 2 者 | 2 者 | 3 者 | 3 者 | 5 者 |
| ②インバウンド対応 支援事業者数 | - | - | 個社支援 2 者 | 個社支援 2 者 | 個社支援 4 者 | 個社支援 4 者 |
| 売上増加率 1% 者 | - | - | 2 者 | 2 者 | 3 者 | 4 者 |

※インバウンド対応支援については、個社支援に入る前に、初年度、最低水準の検討・決定及び未到達事業所の洗い出しを行う。

(4) 事業内容

目的：地域資源を活かした商品・サービスのPRと販路拡大を支援し、DX活用を組み合わせることで、持続的な需要創出を図る。

①IT活用セミナー

具体的手法

募集方法：チラシによる周知（全会員）およびHPへの掲載

内容：専門家を招聘し、IT活用（SNS発信・ECサイト構築・顧客管理（CRM）、生成AI活用等）に関するセミナーを開催する。セミナー受講者のうち、希望者には新潟県商工会連合会等の無料専門家派遣制度を活用し、より深い支援を実施する。

成果指標：年1回以上開催、参加者10名以上、ITツール新規導入事業所2件以上

②インバウンド対応支援

具体的手法

内容：「4. 需要動向調査に関すること」で得た結果をもとに、インバウンド対応への最低水準を検討。各事業所の対応状況を巡回・窓口相談を中心としたヒアリングによりフォーマットにまとめ、最低水準未到達事業所を重点的に支援する。従業員数や取扱商品、資金余力など個社の状況を見極めつつ実施可能な実務レベルでの支援を通し、年間売上高の増加を目指す。必要に応じて弥彦村役場とも連携を図り、特に観光客の多い彌彦神社やおもてなし広場周辺の小規模事業者に対し施策を打ち出してもらうよう働きかける。

成果指標：初年度…最低水準の検討・決定、最低水準未到達事業所の洗い出し
次年度以降…最低水準未到達事業所への個社支援 年2件以上、
年間売上高1%以上の増加 年2者以上

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

- ・現在、経営発達支援計画の認定を受けておらず、計画策定における進捗確認を幹部会及び理事会で行っているが、進捗確認の範囲にとどまっており、評価体制のそのものが構築されていない。また、評価指標も未整備である。
- ・外部有識者や弥彦村を交えた第三者視点の評価体制が未整備である。
- ・策定状況を含めた評価結果の公表は行っておらず、地域事業者が常時閲覧できる仕組みが不十分である。

課題

- ・事業の評価を行うための体制として、外部有識者・法定経営指導員・弥彦村役場職員を含む事業評価委員会の整備する必要がある。
- ・KPI・成果指標を用いた定量的評価の仕組みを構築する必要がある。
- ・毎年度1回以上の評価・見直しの定期化と、結果をHPで公開する体制の確立が必要である。

(2) 事業内容

1. 定量的把握

支援計画に記載した全ての事業について、実施状況を定量的に把握し、目標達成度を正確に測定する。

<把握する指標>

- 地域経済動向調査：公表回数（年1～2回）
- 需要動向調査：調査対象事業者数（年5→10者）
- 経営分析：実施事業者数（年間経営分析実施事業者数10→15→20者）
- 事業計画策定支援：策定事業者数（年7→9者）
- フォローアップ：対象事業者数（年7→9者）
- 需要開拓支援：SNS等ITツール新規導入事業所数（年2→3→5者）等

<データ収集方法>

- ・ヒアリング、アンケートを中心に、経営指導員が支援実績を統一フォーマットに記録する。
- ・半期ごとに実績を集計し、進捗状況を確認。職員間で共有する。
- ・年度末に総合評価を実施する。

2. 評価手法

経営発達支援事業の実施状況を客観的に評価し、次年度の事業内容に反映するため、「事業評価委員会」を設置する。

- ・評価委員会の構成員は、外部有識者（日本政策金融公庫三条支店職員）、法定経営指導員、弥彦村役場職員を含める。
- ・評価委員会は毎年度3月に1回開催し、総合評価を実施する。
- ・評価は5段階評価+改善提案方式で行い、次年度支援計画に反映する。

3. 評価・見直しの頻度

- ・毎年3月に経営発達支援事業評価委員会を開催し、支援計画に記載したすべての事業について評価を実施。評価結果を基に次年度の支援計画を策定する。

- ・必要に応じて臨時協議会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重要課題（DX 推進、販路開拓、知財活用）を議論する。
- ・半期ごとに全職員で進捗状況を確認し、進捗が遅れている事業については、原因分析と改善策を検討する。

4. 結果の公表方法

- ・評価結果は HP 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。
- ・近隣商工会や関係機関にも共有し、助言を得る。

5. 広域的支援体制の活用

- ・近隣商工会、商工会議所と情報共有し、共通課題（販路開拓・DX・人材育成等）に対する研修会・セミナーの相互周知を行う。
- ・評価委員会で他の支援機関等の事例を取り入れ、地域間の成功事例を水平展開する。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・新潟県商工会連合会やその他関係機関が主催している各種研修を受講し、自己研鑽を継続している。また、経営指導員については専門家派遣の際に同行し、支援ノウハウの習得とスキルアップを図っている。
- ・習得した知識の組織運用としては、良好な職場内コミュニケーションを活かし、難易度の高い案件を中心に課題を共有、必要に応じて全職員で対処する「チーム解決」体制が定着（形式的なOJT制度ではないが、実質的な相互支援が機能）している。
- ・DX対応、EC・SNS、データ可視化といったIT関連など、新たな支援領域への知識習得が遅れている。

課題：

- ・経営指導員と一般職員双方の支援スキルを計画的に向上させる必要がある。
- ・情報共有の仕組みを明確化し、ノウハウを組織資産化することが必要である。
- ・経営リテラシー向上と自律的課題設定力の醸成に寄与する研修体系の構築が必要である。

(2) 事業内容

目的

経営指導員と一般職員の支援能力を体系的に高め、現行の「外部研修＋チーム共有」の仕組みを磨き上げつつ、IT基礎と計画伴走（課題設定・KPI設計）の底上げを行う。

① 外部研修・セミナーの計画的活用

- ・経営支援能力向上セミナー：国や県、県商工会連合会主催研修へ計画的に派遣する。
- ・事業計画策定セミナー：県商工会連合会等で課題設定・計画策定力を習得する。
- ・DX推進セミナー：ITツール（RPA、クラウド会計、EC、SNS）活用支援力を強化する。
- ・コミュニケーション研修：対話力・傾聴力を高め、信頼醸成と課題深掘りを実践する。
- ・課題設定力研修：小規模事業者が自ら考えるプロセスを促す支援手法を学ぶ。

②OJT制度の導入

- ・経験豊富な指導員（法定経営指導員等）と一般職員でチームを組み、巡回指導・窓口相談で実践型OJTを実施する。
- ・成功事例を共有し、「やる気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する。

③ノウハウ共有の仕組み

- ・経営支援システムPlusのカルテに指導記録を入力するほか、共有サーバーに経営分析や事業計画策定等の指導状況を保存し、職員間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経営リテラシー向上への寄与

- ・研修＋チームでの支援を通じ、小規模事業者の経営の自走化に向けたプロセスを支援する。
- ・財務・人材・知財・デジタル活用など、段階別に学習→実践→定着を促す。

(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) | |
| 法定経営指導員 1名 経営指導員 1名 補助員 1名 記帳専任職員 1名 臨時職員 1名 | 連携・ 連絡調整 ———— 弥彦村産業部観光商工課 連携 ———— 新潟県 |
| <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、弥彦村役場産業部観光商工課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年1回、連絡協議会を開催する。・ 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商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制</p> <ul style="list-style-type: none">・ 法定経営指導員1名と経営指導員1名の体制で巡回指導を行う。窓口となる経営指導員を小規模事業者ごとに選定するが、全職員によるチーム支援を基本とした支援体制とする。・ 新潟県商工会連合会やにいがた産業創造機構、新潟県よろず支援拠点、新潟県事業承継・引継ぎ支援センターなどの関係機関と連携し、関係機関における専門家を含めた伴走支援やセミナー個別相談の体制を構築する。 <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">・ 法定経営指導員1名、経営指導員1名、補助員1名、記帳専任職員1名に、臨時職員1名を加えた体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。・ 上記で把握・検証した実施状況を当会と弥彦村の連絡協議会(年1回開催予定)で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。 <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">・ 当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX化や生成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。 | |

(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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名： 齋藤 恵里奈

■連絡先： 弥彦村商工会 TEL:0256-94-2272

②当該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 齋藤恵里奈は、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弥彦村商工会

〒959-0323 新潟県西蒲原郡弥彦村大字弥彦 2953

TEL:0256-94-2272 / FAX : 0256-94-4650

E-mail : yahiko29@sweet.ocn.ne.jp

②弥彦村役場 産業部 観光商工課

〒959-0392 新潟県西蒲原郡弥彦村大字矢作 402

TEL:0256-94-1025 / FAX : 0256-94-5151

E-mail : kankou@vill.yahiko.niigata.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 8 年度 | R 9 年度 | R 1 0 年度 | R 1 1 年度 | R 1 2 年度 |
|----------|--------|--------|----------|----------|----------|
| 必要な資金の額 | 2 0 0 | 2 0 0 | 2 0 0 | 2 0 0 | 2 0 0 |
| ○セミナー開催費 | 1 0 0 | 1 0 0 | 1 0 0 | 1 0 0 | 1 0 0 |
| ○調査・分析費 | 1 0 0 | 1 0 0 | 1 0 0 | 1 0 0 | 1 0 0 |

(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 1 0 0 千円 ・伴走型補助金：1 0 0 千円 ・新潟県補助金、弥彦村補助金 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。

