

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	糸魚川商工会議所（法人番号 6110005010787） 糸魚川市（地方公共団体コード 152161）
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>【目標①】 持続的経営 【目標②】 生産性向上 【目標③】 デジタル化 【目標④】 一次産品を活用した商品開発及び販路開拓 【目標⑤】 雇用対策 【目標⑥】 事業承継 【目標⑦】 地元消費促進 【目標⑧】 交流人口拡大 【目標⑨】 経営力再構築伴走支援の強化</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 当所にて的確な経営支援策を立案するために「糸魚川市内企業景況アンケート調査」を実施する。また、小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行うために「統計データの活用」を実施する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品についてバイヤーのニーズを把握するため「展示会や商談会での調査」を支援する。また、主に一次産品を活用した商品の開発に向けて「商品開発時の専門家を活用した調査」を支援する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自身が本質的な課題や強みを認識するために「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定を支援する。また、創業計画や事業承継計画の策定支援も実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 前項で策定したすべての事業計画・創業計画・事業承継計画をフォローアップし、計画に沿った事業展開を後押しする。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の販路拡大に向けて「展示会・商談会への出展支援」や「観光需要開拓支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>糸魚川商工会議所 中小企業相談所 〒941-8601 新潟県糸魚川市寺町 2-8-16 TEL: 025-552-1225 FAX: 025-552-8860 E-mail: info@itoigawa-cci.or.jp</p> <p>糸魚川市 産業部 商工観光課 〒941-8501 新潟県糸魚川市一の宮 1-2-5 TEL: 025-552-1511 FAX: 025-552-7372 E-mail: kigyo@city.itoigawa.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

ア 糸魚川市の概況

糸魚川市（以下、当市）は、新潟県の最西端に位置し、南は長野県、西は富山県と接している。市域には、中部山岳国立公園と妙高戸隠連山国立公園、親不知・子不知県立自然公園、久比岐・白馬山麓県立自然公園を有し、海岸、山岳、溪谷、温泉など変化に富んだ個性豊かな自然に恵まれている。また、森林資源やヒスイ・石灰石等の鉱物資源や水資源など地域資源が豊富で、フォッサマグナについては日本列島生誕の謎を秘めた世界的な学術資源となっており、平成 21（2009）年には、日本初のユネスコの世界ジオパークに認定された。

広ぼうは東西 42.5 km、南北 42.2 km で、総面積は 742.24 km² である。

公共交通機関には、鉄道網として、平成 27（2015）年 3 月 14 日に開業した「北陸新幹線」（糸魚川駅）があるほか、北陸新幹線の開業に伴い JR から経営分離され、現在、えちごトキめき鉄道株式会社が運行する「日本海ひすいライン」、南北方向に走り長野県松本市と連絡する「JR 大糸線」がある。また、高速道「北陸自動車道」が東西をつなぎ、日本海沿いを一般国道（以下、国道）8 号が、姫川沿いを国道 148 号が走っており、他都市との広域的な連携を担う幹線道路となっている。また、国道 8 号と連絡し、当市の主要河川に沿って南北には県道、市道が縦断している。

■ 糸魚川市の立地・交通



現在の糸魚川市は、平成 17 (2005) 年 3 月に、旧糸魚川市、旧能生町、旧青海町が合併することで誕生した。そのため、当市には、糸魚川商工会議所 (以下、当所) 及び、能生商工会、青海町商工会の 3 つの商工団体がある。当所の管内は、旧糸魚川市のエリアである。

■糸魚川商工会議所の管内



イ 人口推移

(a) 当市全体の人口推移

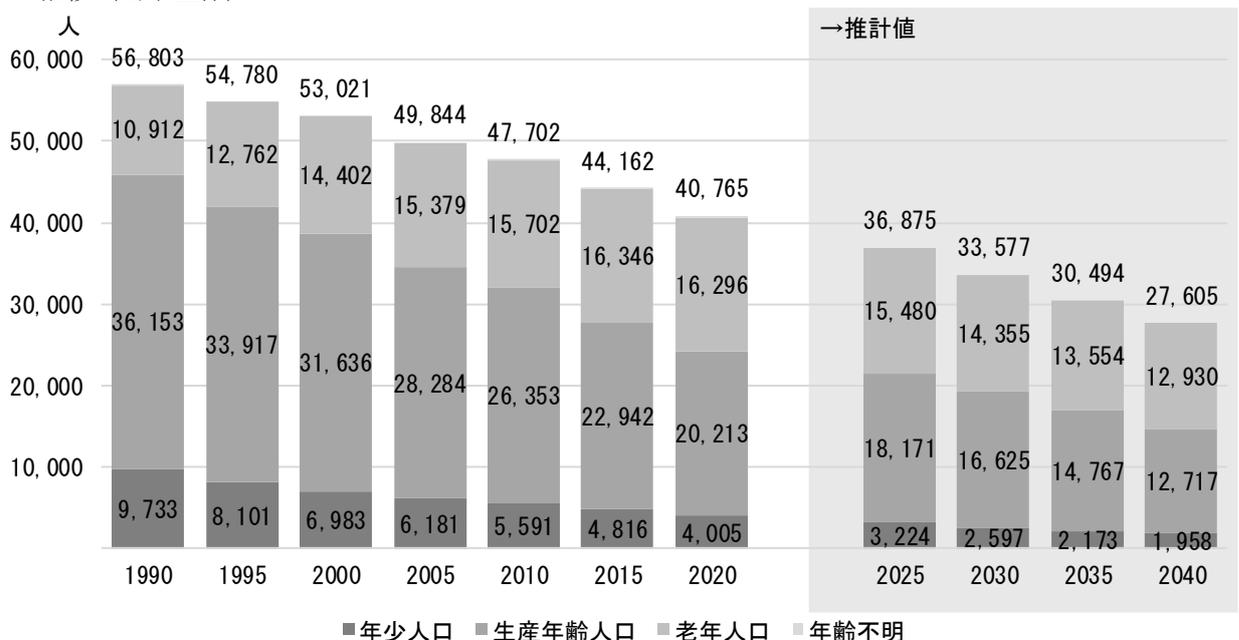
令和 7 (2025) 年 3 月 31 日時点の人口は 37,617 人である。(住民基本台帳)

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総人口は減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。

年齢別人口では、今後、年少人口、生産年齢人口、老年人口のすべてが減少傾向で推移することが予測されている。

高齢化率は令和 2 (2020) 年の 40.0%から令和 22 (2040) 年に 46.8%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 49.6%から令和 22 (2040) 年に 46.1%に低下する見込みである。

■人口推移 (当市全体)



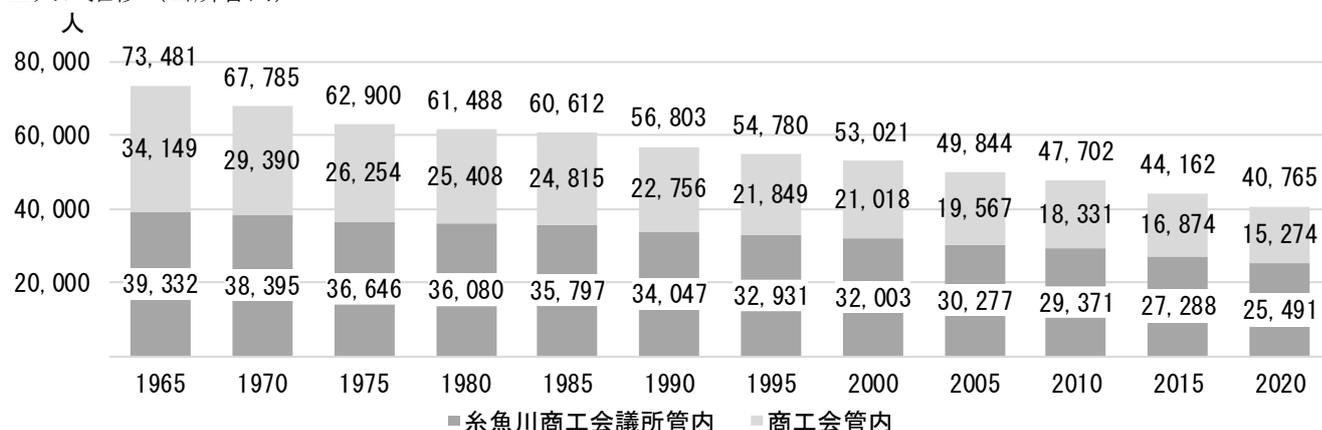
出典：総務省「国勢調査」及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

(b) 当所管内の人口推移

令和 2 (2020) 年の当所管内の人口は 25,491 人であり、当市全体の 62.5%である。

平成 2 (1990) 年と比較した人口増減では、当市全体が 28.2%の減少、当所管内が 25.1%の減少となっており、市内でも人口減少割合が小さい地域となっている。

■人口推移 (当所管内)



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

ウ 特産品

(a) 特産品

当市は、フォッサマグナにより特異な地質により「石のまち」と呼ばれるほど、様々な石がみられる場所であることから「翡翠（ヒスイ）」の産地である。また、北アルプスの山々から、ミネラル豊富な雪解け水が日本海の深海まで流れこむ急りょうな地形であり、好漁場に恵まれている。その他、豊かな自然・文化のもと、多くの特産品がある。

当所管内における主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品	概要
ヒスイ	当市は、国内随一のヒスイの産地として知られている。ヒスイは、太古より人類が威信財として身に着けていた宝石であり、歴史・文化的価値の高い鉱石である。市内には、国の天然記念物に指定されているヒスイの産地「小滝川ヒスイ峡」及び「青海川ヒスイ峡」がある。日本鉱物学会「日本の石」指定、新潟県の石指定。
ベニズワイガニ	当市のベニズワイガニは、日本海の深海で獲れる鮮やかな紅色をしたカニで、甘みが強くみずみずしい身が特徴である。水揚げ後にすぐ茹でて冷凍するため、鮮度を保った状態で出荷される。
荒波あんこう	水深約 1,000m 付近の深海に生息しているあんこう。真冬の日本海の荒波に揉まれることで身が引き締まり、栄養豊富な魚を捕食しながらたくましいあんこうに育つことから、糸魚川産の 10 キロ以上の大物を「糸魚川荒波あんこう」と呼ぶ。
日本酒	市内には、5 つの日本酒酒蔵があり、「糸魚川五蔵」と呼ばれている。北アルプスに囲まれた地から生まれる良質な米や水を使い受け継がれてきた伝統と先進の技術を駆使して「糸魚川五蔵」からこだわりの酒が生まれます。

(b) 「石のまち糸魚川」ブランド

当市は「石のまち糸魚川」をシティプロモーションに定め、地域ブランド化を目指している。

このなかで、当所では、令和 6 (2024) 年に「石のまち糸魚川」を活用した商品開発支援を実施。第一弾商品として、いといがわちよい呑みセットや素干しホタルイカ、くう菓いきゃっきー、ヒスイソーダ、塩ソフト、きもの de 小物 (コースター 2 枚セット)、トートバッグ、T シャツが出来上がった。

また、「石のまち糸魚川」をコンセプトに誘客に向け観光需要の掘り起こしを推進しており、開発した商品は、市内の観光施設や市外・県外の物産展にて販売、販路開拓を実施している。

(c) 糸魚川住宅認定基準 ISSH

当市では、市内面積の約 87% (64,600ha) を森林が占めている。

この豊富な森林資源と地元産業の特色を活かし、新たな価値を創造することで地域経済の循環を図るため、糸魚川市、新潟県糸魚川地域振興局の協力のもと、森林資源に関わる企業が結集し、当所の糸魚川産業創造プラットフォーム事業の一プロジェクトである「緑でつなぐ未来創造会議 (Midori Mirai Meeting Itoigawa、通称: 3M)」を設立し、森林活用に向けた取組を進めている。具体的な活動としては、糸魚川の森について住民や子どもたちに伝える「教育・レジャー」分野でのイベント・仕組みづくり、糸魚川杉を用いた商品や建築材料の開発などによる「商品化・ブランディング」を展開している。

このなかで、糸魚川の木で、糸魚川の職人が作る糸魚川での家づくりの性能を評価する基準として「住宅認定基準 ISSH (イッシュ)」を創設し、糸魚川産木材に新たな価値を創出する地域ブランド事業として推進している。

エ 観光資源

日本列島が形成されたときに刻まれた大地の境「糸魚川-静岡構造線」。当市は、その西端に位置し東西文化の分かれ目となっている。

この貴重な地質資源と、それらを活用した取組が評価され、平成 21 (2009) 年、日本で初めてユネスコ世界ジオパークに認定された。市全域がジオパークに認定され、波に磨かれたヒスイが輝く海岸、悠久の大地を物語る山々、そして人々が紡いできた歴史と文化が息づく見所がある。

長野県、富山県の県境付近に広がる山岳地帯には、新潟県最高峰の小蓮華山 (2,766 メートル) をはじめ、登山家・深田久弥の名著『日本百名山』のなかに数えられる雨飾山 (1,963 メートル)、火打山 (2,462 メートル) が肩を寄せ合い、独特の山容を誇っている。

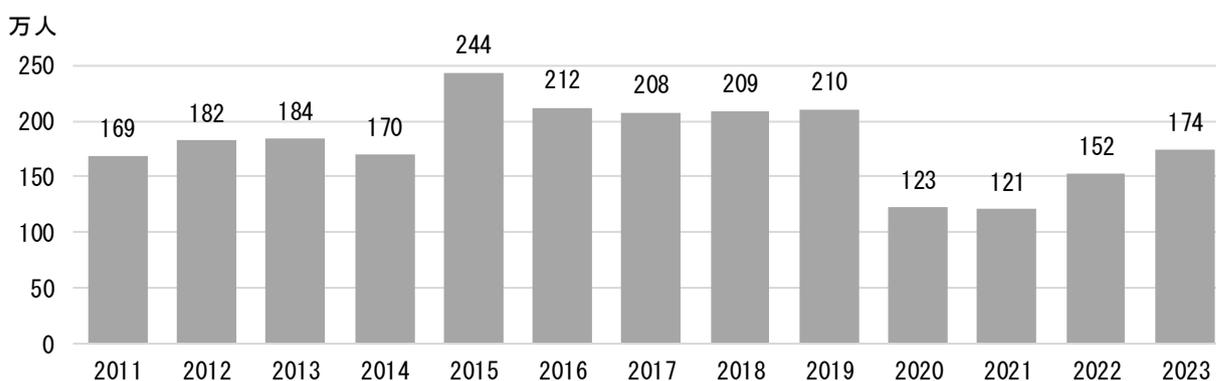
また、多様性に富む地質や地形は、この地に良質な温泉をもたらした。大自然に溶け込む山岳の秘湯など、市内には 10 の温泉が湯けむりをあげ、それぞれ個性的な魅力を楽しむことができる。

オ 観光入込客数の推移 (当市全体)

令和 5 (2023) 年の観光入込客数は 174 万人である。

推移をみると、平成 27 (2015) 年以降、200 万人超で推移していたが、令和 2 (2020) 年に新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で急減。その後、回復傾向にある。

■観光入込客数の推移 (当市全体)



出典：新潟県「新潟県観光入込客統計」

カ 産業

(a) 産業の概況

複雑な地質を有する当市では、鉱物資源のほか、石灰石・白土などの工業原料鉱物資源、さらには石炭といった化石燃料資源も産出されてきた。さらに豊富な地下水源により、民間の水力発電所や工業水を確保し、これらの地下資源を活用することで工業は大きく発展。現在でも石灰石産業 (セメント工業等) は当市の主要産業の一つとなっているだけでなく、当産業を基盤にして様々な製造業が発達した。

また、約 87% を占める杉などの山林面積が肥沃な土地の形成に影響し、5 つの谷からは豊富で良質な水源が河川や地下水を通じて海まで流れている。このような自然環境は、稲作を中心とした農業の発展、さらに派

生し 5 つの酒蔵等の加工品を生み出してきた。加えて、山からの養分を受けた当市沖は四季を通じて豊かな漁場として知られており、筒石、能生、浦本、糸魚川、親不知、市振の各漁港を中心に沿岸漁業が盛んである。このような環境から、水産業も地域経済を支える重要な産業である。

さらに、観光も主要産業のひとつであり、自然、歴史、文化資源を活かした地域振興が図られている。

(b) 業種別の商工業者数（うち、小規模事業者数）の推移

当市全体の事業所数は、平成 24（2012）年が 2,599 者、令和 3（2021）年が 2,222 者である。

上記のうち小規模事業者数は、平成 24（2012）年が 2,110 者、令和 3（2021）年が 1,701 者であり、9 年間で 19.4%減少している。

小規模事業者数の増減を産業別にみると、卸・小売業（△163 者）、他サービス業（△104 者）の減少数が大きい。一方、医療、福祉（+8 者）、情報通信業（+1 者）と増加がみられる業種もある。

■業種別の事業所数及び小規模事業者数（当市全体）

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成24年									
事業所数	399	181	7	661	312	130	730	179	2,599
小規模事業者数	367	143	6	495	242	62	644	151	2,110
平成28年									
事業所数	362	171	7	589	291	139	686	157	2,402
小規模事業者数	336	137	7	420	225	61	592	133	1,911
令和3年									
事業所数	328	160	7	494	251	165	657	160	2,222
小規模事業者数	303	122	7	332	192	70	540	135	1,701
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△71	△21	0	△167	△61	35	△73	△19	△377
増減割合	△17.8%	△11.6%	0.0%	△25.3%	△19.6%	26.9%	△10.0%	△10.6%	△14.5%
小規模事業者数	△64	△21	1	△163	△50	8	△104	△16	△409
増減割合	△17.4%	△14.7%	16.7%	△32.9%	△20.7%	12.9%	△16.1%	△10.6%	△19.4%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

上記のうち、令和 3（2021）年における当所管内の商工業者数は 1,334 者、小規模事業者数は 1,074 者である。

そのため、当所管内の小規模事業者数は、当市全体の 63.1%を占める。

※上表と下表のデータの出所はいずれも経済センサス（活動調査）ではあるが、小規模事業者数の算出方法に違いがあるため、正確な比較とはならないことに留意が必要である。

■商工業者数及び小規模事業者数（当所管内）

	平成 26 年	令和 3 年
商工業者数	1,607	1,334
小規模事業者数	1,300	1,074

出典：新潟県商工会議所連合会提供資料（経済センサスに基づく事業者数）

キ 第3次糸魚川市総合計画

「第3次糸魚川市総合計画（令和4年度～令和10年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

■基本構想（令和4年度～令和10年度）

〈目指すまちの将来像〉

翠の交流都市 さわやか すこやか 輝きのまち

〈将来像の実現に向けた3つの重点項目（商工・観光部分）〉

◇地域経済

持続可能なまちづくりの実現のためには、働く場の確保など地域経済の発展なくしては成し遂げることができません。これまでも地域産業の育成や支援、地域資源を活かした交流人口、関係人口の拡大に取り組んできましたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大など、社会経済状況の変化は激しく、民間の皆様と一体となって本市の強みを活かし、時代に合った新たなチャレンジが必要だと考えます。民間事業者の皆様と協議する場を設け、地域経済の発展のために必要な新たな取組について協議するとともに、市外に流れている仕事や資金の流れを市内経済に反映するために必要な人材育成や資格取得などに関する支援などについて協議し、実行します。

また、交流人口、関係人口の拡大については、地域資源を活かしたこれまでの取組は継続しながら、新型コロナウイルス感染症により変化した人々の意識やライフスタイルに合わせた取組や、教育旅行の誘致促進に努めます。

■基本計画（令和4年度～令和10年度）（商工・観光部分を抜粋）

第3章 にぎわいと活力のあるまちづくり

第1節 雇用環境の整備と就業支援の強化

1 雇用環境の整備と就業支援の強化

- ①若者・女性に選ばれる雇用環境づくり
- ②地元就職、UI ターン就職の促進
- ③誰もが活躍できる働きやすい環境の整備

第2節 活力ある産業の振興

1 商工業の振興

- ①企業の持続的な発展の支援
- ②企業の拠点誘致
- ③商業の活性化
- ④事業承継の支援
- ⑤地元消費の推進

2 新たな産業の創出

- ①地元産品ブランド戦略の推進
- ②6次産業化の推進
- ③起業・創業の支援

3 拠点性向上に向けた交通ネットワークの整備

- ①港湾施設の整備
- ②地域高規格道路等の整備
- ③新幹線の活用と整備

第4節 地域資源を活かした魅力の発信

1 観光の振興

- ①観光地域づくりの推進
- ②観光資源の魅力向上
- ③誘客促進と受入れ態勢の充実
- ④広域観光連携の推進
- ⑤インバウンド観光の推進

2 市民の誇りづくりと関係人口の創出

- ①石のまちプロジェクトの推進
- ②ジオパーク活動の推進
- ③多様な関係人口の創出

②課題

ア 持続的経営

糸魚川経済団体連絡協議会（当所、能生商工会、青海町商工会）が実施している「糸魚川市内企業景況アンケート調査」より業種別の業況DIを確認する。

業況DIをみると、すべての業種で、概ねマイナス値で推移していることが読み取れる。これは、業況が「悪い」と感じている事業者の割合が、「良い」と感じている事業者の割合を上回っている状況であり、総じて業況は良くないといえる。

多くの小規模事業者は従来型のビジネスモデルを継続しており、これが業況の悪化に繋がっていると考えられる。そのため、ビジネスモデルの見直しなど、持続的な経営に向けた取組が課題といえる。

■業況DI（前年同期比、各年1～6月期）



※「糸魚川市内企業景況アンケート調査」より当所管内のデータのみを抽出して作成

出典：糸魚川経済団体連絡協議会「糸魚川市内企業景況アンケート調査」

イ 生産性向上

前述の「糸魚川市内企業景況アンケート調査」をもとに経営上の問題点を確認する。

概ね全業種で、「売上（受注）減少」、「人件費増大」、「原材料費増大」、「労働力人材不足」の回答割合が高くなっており、売上拡大、原材料費や人件費などの費用の圧縮、人材不足への対応が課題となっていることが読み取れる。

■経営上の問題点（令和7年1～6月期、一部抜粋）

	卸小売業	製造業	建設業	運輸業	宿泊・飲食業	サービス業等
販売競争激化	12.4%	4.8%	0.8%	-	5.1%	3.1%
売上(受注)減少	21.5%	22.6%	20.8%	11.1%	13.6%	14.1%
売掛金回収難	1.7%	-	0.8%	-	-	0.8%
販売価格の下落	3.3%	1.6%	3.2%	5.6%	3.4%	4.7%
在庫増大	3.3%	3.2%	1.6%	-	1.7%	-
人件費増大	13.2%	8.1%	9.6%	27.8%	8.5%	14.1%
原材料費増大	16.5%	24.2%	22.4%	22.2%	27.1%	19.5%
店舗工場設備陳腐化	5.0%	14.5%	2.4%	-	16.9%	9.4%
運転資金の調達	1.7%	3.2%	4.0%	-	5.1%	5.5%
金利の負担	2.5%	3.2%	1.6%	-	3.4%	4.7%
労働力人材不足	12.4%	11.3%	24.8%	33.3%	8.5%	20.3%
労働力過剰	-	1.6%	2.4%	-	-	-
社員教育・研修	3.3%	1.6%	3.2%	-	3.4%	2.3%

※「糸魚川市内企業景況アンケート調査」より当所管内のデータのみを抽出して作成

出典：糸魚川経済団体連絡協議会「糸魚川市内企業景況アンケート調査」

当市は製造業を基幹産業とし、デンカ株（東証プライム上場）、明星セメント株（太平洋セメント株グループ・東証プライム上場）の企業城下町として発展してきた。両社と取引関係を有する事業者も多数存在するほか、窯業（セメント）関連企業、縫製業、再生タイヤ製造業、機械製造業など、全国を対象に営業展開する事業所が立地し、国外への輸出も含めて業界内で一定の地位を確立している。

こうした中、小規模製造業も多く見られるが、これらの事業者が直面している大きな課題が「原材料費の増大」である。原材料高に十分対応できず、利益が減少している事業者も少なくない。製造業以外の分野においても、原材料費の高騰により利益が圧迫されている業種は多く、多くの事業者に共通する問題となっている。

そのため、小規模事業者においては、業務プロセスの見直しを含む業務効率化や生産性向上に計画的に取り組むことが課題である。

ウ デジタル化

前述の業務効率化や生産性向上に向けた有効な手段のひとつとして、デジタル化があげられる。近年は、生成AIやIoT、ロボット化などを通じてデジタル化を進める動きが広がっているものの、小規模事業者においては、いまだ取組の遅れが目立つ状況にある。

特に、商店街の小売店や飲食店ではWi-Fi環境の整備やキャッシュレス化等デジタル化の遅れが顕著である。このような状況を踏まえ、当所としては取組の「きっかけづくり」として、まずキャッシュレス化の推進に取り組んでいる。具体的には、地域デジタル通貨「翠ペイ」を契機として、キャッシュレス決済に対応する店舗の拡大を図っているところである。

以上のことから、デジタル化は地域として解決すべき大きな課題となっている。

エ 一次産品を活用した商品開発及び販路開拓

当所管内の人口は平成22（2010）年の29,371人から令和2（2020）年には25,491人へと、10年間で13.2%減少しており、今後も減少傾向が続く見通しである。多くの小規模事業者が地域内需要を中心に事業を展開しているため、人口減少に伴い市場規模も縮小している。そのため、これまで通りの地域内依存型の経営では売上回復は難しく、「外へ」展開する視点が必要である。

また、「外から」稼ぐ視点も重要である。当市には、年間約200万人規模の観光客が訪れている。しかし、小規模事業者による観光客向けの事業展開は十分とはいえない。

上記を解決するための手段として、当市の持つ地域資源を活用した商品開発や販路開拓が考えられる。そこで、これまで地域特有の資源として産業を支えてきた農業・水産業・林業の産品について、新たな視点から活用した商品開発及び販路開拓を行う事業者を創出することが地域としての課題となっている。

オ 雇用対策

前述の「糸魚川市内企業景況アンケート調査」によれば、経営上の問題点として多くの業種で「労働力人材不足」の回答割合が高い。現在、人手不足に悩む事業者は少なくないが、当市の生産年齢人口は今後も減少が見込まれることから、人手不足が自然に解消されることは考えにくい。

業種別にみると、製造業ではデンカ株や明星セメント株といった大企業の存在を背景に発展してきており、大企業の求める品質や環境対策等に対応してきたことで技術力は高い水準にある。しかし、労働力不足により大企業2社からの受注を十分に受けきれていない状況もみられる。また、建設業では、災害対策や港湾工事等の公共事業を中心に建設・土木需要が多いものの、人手不足により受注を断念せざるを得ない事業者も存在する。その他の業種でも同様の傾向がみられる。

小規模事業者の労働力不足の要因としては、単に地域全体で労働力人口が不足しているという外部要因に加え、事業者自身の魅力の再認識及び発信等の不足により人材が集まりにくいという内部要因もある。特に後者の場合、採用募集を行っても応募がなく、採用自体を諦めている事業者もみられる。外部要因は個々の事業者では対応が難しい一方、採用や職場環境の工夫といった内部要因は事業者の取組により改善が可能である。そのため、小規模事業者においても、自らの魅力向上を含む雇用対策に計画的に取り組み選ばれる企業になることが重要な課題となっている。

カ 事業承継

当所管内の小規模事業者数は、平成 26 (2014) 年が 1,300 者、令和 3 (2021) 年が 1,074 者であり、7 年間で 17.4%減少している。この主因としては「廃業」が最も大きいと考えられる。また、令和 6 (2024) 年度に当所が実施した「事業承継調査」では、調査対象とした小規模事業者の約 4 分の 1 が「廃業を検討している」と回答しており、今後も事業者数の減少が続くことが懸念される状況にある。

特に商業においては、平成 28 (2016) 年の糸魚川市駅北大火により商店街区域の 147 棟が火災損壊した。その後約 10 年が経過し、被災区域では店舗や住宅の再建も進んだ一方、火災を契機とした店舗移転や廃業、高齢化により商店街としての機能が失われつつある。前述の「事業承継調査」の結果をみると、約 400 店のうち小売業・飲食業を中心に約 100 店が廃業を予定しているという結果が示されており、極めて危機的な状況であるといえる。

このまま廃業が増加すれば、地域経済の担い手が失われ、地域全体の活力低下につながるおそれが大きい。そのため、円滑な事業承継を促進し、地域の活力低下を抑えることが、喫緊の課題である。

加えて、当所管内では技術伝承も課題となっている。長年にわたり、大企業からの受注対応を通じて技術力を磨いてきた小規模製造業者の中には、高度な技術を保有する事業者も多い。一方で、前述の「廃業」や人材不足等の影響により、これまで培われてきた貴重な技術の伝承が難しくなり、その喪失が懸念されている。

このため、事業承継と同様に“技術の伝承”を進め、地域内で育まれてきた優れた技術を次世代につなげていくことも、重要な課題である。

キ 地元消費促進

地域経済循環分析をみると、地域経済循環率は、平成 27 (2015) 年の 89.5%から、平成 30 (2018) 年には 85.8%に低下している。この要因として、消費が隣接市の上越市に流出していることやオンライン販売の拡大などが考えられる。

そのため、地域経済の好循環創出に向け、地元製品の販路拡大や地産地消の促進に向けて、商工団体も参画して 2024 年 2 月から運用を開始したデジタル地域通貨「翠ペイ」^{*}の利用促進、有効活用が課題となる。

■地域経済循環分析 (左図：2015 年、右図 2018 年)



出典：RESAS

※デジタル地域通貨「翠ペイ」

(一社) 糸魚川市デジタル地域通貨振興協会を中心に展開しているデジタル地域通貨である。

糸魚川信用組合 (事務局) をはじめ、糸魚川市や当所が共同で、プレミアムポイントの付与や市の各種施策との連動を通じて「翠ペイ」の利用促進を図っている。また、糸魚川市地元消費促進協議会では、毎年「いといがわ得本」を販売し、地元店舗の利用機会の創出に取り組んでいる。

ク 交流人口拡大

当市には、北陸新幹線糸魚川駅を利用する交流人口や、ヒスイ拾い・登山等を目的とする観光客、白馬方面からの来訪者など、年間約 200 万人規模の観光客が訪れている。しかし、小規模事業者による観光客向けの事業展開は十分とはいえない。

そのため、交流人口自体を拡大させる取組や、この交流人口による消費を拡大させる取組が課題となる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 長期的な振興のあり方

ア 持続的経営

10年後のあるべき姿は、小規模事業者が経営環境変化に即したビジネスモデルを構築していることである。さらに、今後の経営環境の変化にも対応し得る経営の柔軟性や自己変革力が高まっていることが求められる。

その理由として、小規模事業者の中には従来型のビジネスモデルを継続しているケースが多く、経営環境の変化に応じた顧客ターゲットの見直し等が十分に行われていないことが、収益悪化の一因となっていることが挙げられる。

イ 生産性向上

10年後のあるべき姿は、小規模事業者が生産性向上を実現していることである。

その理由として、現在、当所管内では「原材料費増大」や「人件費増大」により、利益が圧迫されている事業者が多いことが挙げられる。現状では、原材料費やエネルギー価格の高騰、人件費の増加が主な要因であるが、今後も外部環境の変化がどのような形で費用増大に影響するかを予測することは難しい。また、人口の減少や若年者の市外流出で労働力の確保が一層困難になると考えられるため、どのような状況下においても経営を継続できるよう、生産性向上を通じて経営体質を強化していくことが不可欠である。

ウ デジタル化

10年後のあるべき姿は、小規模事業者が必要かつ十分なデジタル活用を行っていることである。あわせて、地域全体としても、キャッシュレス決済の普及など、インフラとしてのデジタル活用が実施されることが必要である。

その理由として、多くの小規模事業者ではデジタル活用が不十分であり、競争力を損なっている状況がある。また、前述の『ア 持続的経営』や『イ 生産性向上』を実現していくうえでも、デジタル活用は不可欠な要素であることも要因のひとつである。

エ 一次産品を活用した商品開発及び販路開拓

10年後のあるべき姿は、一次産品を地域経済の柱として位置付け、その分野で高付加価値企業が活躍していることである。特に、これにより域外から収入を獲得する、いわゆる「外から稼ぐ」状態が活性化していることが望ましい。

その理由として、当市には農業・水産業・林業など優れた地域資源が存在するものの、その活用は十分とはいえない現状にあることが挙げられる。また、地域内消費が減少していくなかには、域外需要を取り込む視点が一層重要となるが、これを実現できている事業者はまだ多くないためである。併せて生産能力向上による安定供給体制づくりも重要である。

オ 雇用対策

10年後のあるべき姿は、小規模事業者であっても円滑に人材採用が行えていることである。

その理由として、現在は全業種で人手不足が生じており、小規模事業者が採用活動を行っても応募がほとんどない状況がみられる。一方、この背景には、事業者自身の魅力や情報発信力が十分に伝わっておらず、人材が集まりにくいという面もあるが、これは工夫次第で改善が可能と考えられるためである。

カ 事業承継

10年後のあるべき姿は、事業承継が促進され、事業者数の減少が抑制されていることである。また、小規模事業者が保有する技術が確実に次世代へと伝承されることも目指す。

その理由として、現在すでに事業者数が減少傾向にあるうえ、今後廃業を見込む事業者も多いことが挙げられる。こうした状況を放置すれば、地域の活力低下を招き、持続可能な地域経済の維持が困難となるおそれがある。そのため、事業承継を通じて事業者数の減少に歯止めをかけていくことが重要である。

また、当所管内では製造業や建設業が主要産業の一つを担っており、その中には優れた技術を有する小規模事業者が多く存在する。このような技術は、地域にとって重要な「資産」である一方で、当該事業者が廃業した場合、その技術が失われてしまうおそれがある。そのため、こうした貴重な技術を次世代につないでいくための取組を推進することが重要である。

キ 地元消費促進

10年後のあるべき姿は、小規模事業者が販路拡大に取り組み、地元消費の促進を実現していることである。あわせて、地域としても、買い物環境の整備や地産地消の推進、消費者への啓発等により、地域経済の好循環を生み出す取組を進めることが必要である。

その理由として、当市は立地特性や歴史的背景から、これまで地域内で経済が完結する構造を有してきた。特に大企業2社の影響力が大きく、多くの市民が何らかの形で地域経済に関与し、その所得を市内での消費活動に回してきたため、好循環が生まれていた。一方で、近年は市外の大型店やEC等の利用拡大により消費の流出が進行している。そのため、この流れを抑制し、デジタル地域通貨の活用を含め地域内での経済循環を高めていくことが重要である。

ク 交流人口拡大

10年後のあるべき姿は、小規模事業者がヒスイ等豊富な鉱物などの地域資源を観光コンテンツとして磨き上げ、インバウンドを含めた観光消費を獲得するとともに、その効果を地域経済へ還元していることである。あわせて、この効果を高めるため、当市が「選ばれる地域」となり、交流人口の増加が図られていることが重要である。

その理由として、当市には年間約200万人規模の観光客が訪れているものの、小規模事業者による観光客向け事業の展開は十分とはいえない現状がある。また、当市の持つ地域資源を活用すれば、現在以上に交流人口を拡大できるポテンシャルを有しているにもかかわらず、これらの資源が十分に活用・発信されていないためである。

②地域における商工会議所の役割

ア 商工会議所の役割

当所は、地域の総合経済団体として、事業者支援、地域振興、産業活性化に取り組むとともに、地域経済の持続的発展に向けた基盤整備を担っている。小規模事業者に対しては、経営相談、創業・事業承継支援、補助金申請支援、マル経融資等を通じて、経営力の向上と事業継続を支援している。

加えて、地域内外の関係機関と連携し、産業創造や人材育成、地域資源の活用に向けた取組を推進している。特に、「糸魚川産業創造プラットフォーム事業^{*}」では、行政・企業・関係機関等との連携を通じて、地域課題の共有と解決に向けた協働体制を構築し、地域経済に付加価値と新たな展開を支える役割を果たしている。

また、地域商店街の振興や地元消費の促進、観光資源の活用による交流人口の拡大など、地域のにぎわい創出にも寄与している。災害時や感染症拡大時には、迅速な情報提供と相談対応を行い、事業者の経営継続を支援する体制を整備している。

地域内の事業環境や経営課題について、継続的なヒアリングやデータ収集・分析を通じて実態を把握し、それに基づき市を始めとした関係機関と連携した支援体制の構築や施策の展開を図ることで、地域経済の活力向上に資する取組を推進している。

※糸魚川産業創造プラットフォーム事業

企業間連携による市内経済の持続的な発展を目指し、糸魚川市の担当課が横断的に連携し、当所が地域課題の解決と地域の価値向上に取り組む事業である。個社ではできない課題を企業間連携、官民連携のもと解決することを目指している。

具体的には以下の取組を実施している。

- ・求人サイト「いとしごと」の運営
- ・生産性向上セミナーの開催
- ・「緑でつなぐ未来創造会議（森林活用に向けた取組を進めるプロジェクト）」の実施
- ・「美山プロジェクト（地域資源を活用したアクティブツアーの実証実験等）」の実施
- ・「糸魚川ビジネスコンサルタント（糸魚川信用組合と当所のコンサルチーム）」の実施
- ・外国人材雇用支援 など

今後も、地域の価値向上につながる事業を実施していく予定である。

イ 商工会議所の今後の取組

当所では、会頭の所信にも示されている「外で・外から稼ぐ」「人口・関係人口の増加」「事業継続」の3点を重点項目として取り組んでいく方針である。

当市の経済力が減退していくことに対して強い危機感を持ち、地域経済団体として行政と協働しながら、共通の目的と目標を共有し、同じ方向性のもとで事業を推進していくことが重要である。そこで、今後も引き続き、定期的な見直しを図りながら「糸魚川産業創造プラットフォーム事業」を基盤とし、官民連携による様々なプロジェクトを展開していく。

「外で・外から稼ぐ」ためには、当市の資産を活用した事業への取組が不可欠である。具体的には、ヒスイなどの地域資源を観光コンテンツ化すること、農業などの一次産業を地域経済の柱として高付加価値企業を育成すること、製造業の技術力を発信し全国から受注を獲得することなどが挙げられる。これらの事業を有機的に連携させ、各分野においてフラッグシップ企業を育成し、企業間の連携を促進することで、地域経済の活性化を図る。

地域が注目される存在となることで、糸魚川市が「選ばれる地域」となり、関係人口の増加やUターン・Iターンの促進につなげる。また、フラッグシップ企業に牽引される形で事業承継や創業が円滑に進み、挑戦しやすい環境が整備されることで、地域経済の持続可能性を高めていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状及び課題、(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえたうえで、以下の目標を定める。

<支援対象>

時代に合った新たなチャレンジを行う小規模事業者を支援する。

<目標>

【目標①】 持続的経営

支援計画の認定期間 (5年間) 目標	
KGI	・事業計画を策定した事業者の売上増加事業者割合 3割以上 (=事業計画策定時の売上高に対する認定期間終了時の売上高が増加している事業者の割合が3割以上)
KPI	・事業計画策定 15者/年
設定した理由	KGI 持続的経営の実現に向け、「稼ぐ力」を強化させるための事業計画を策定することで売上増加を達成する事業者数を目標とする。
	KPI 上記を実現するため事業計画の策定を支援する。

【目標②】 生産性向上

支援計画の認定期間 (5年間) 目標	
KGI	・認定期間中に「生産性向上セミナー」に参加した事業者の生産性上昇率 平均5%以上
KPI	・「生産性向上セミナー」の新規参加者数 3者/年
設定した理由	KGI 生産性向上支援による生産性上昇率を目標とする。
	KPI 上記を実現するため「生産性向上セミナー」の参加者を募集する。

【目標③】 デジタル化

支援計画の認定期間 (5年間) 目標	
KGI	・認定期間終了時の「観光需要開拓支援 (デジタルを活用した観光客集客のための個社支援)」を実施した事業者の売上増加率 5%以上 (=支援開始時の売上高に対する認定期間終了時の売上高の増加率が5%以上)
KPI	・「観光需要開拓支援 (デジタルを活用した観光客集客のための個社支援)」の支援事業者数 2者/年
設定した理由	KGI デジタル化支援のひとつとして実施する「観光需要開拓支援 (デジタルを活用した観光客集客のための個社支援)」の成果を目標とする。

	KPI	上記を実現するため「観光需要開拓支援（デジタルを活用した観光客集客のための個社支援）」を実施する。
--	-----	---

【目標④】 一次産品を活用した商品開発及び販路開拓

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI		・認定期間終了時の一次産品を活用した事業展開を行うフラッグシップ企業数 3 者
KPI		・隔年でフラッグシップ企業を創出
設定した理由	KGI	地域を牽引するフラッグシップ企業数を目標とする。
	KPI	上記を実現するためフラッグシップ企業の創出を支援する。

【目標⑤】 雇用対策

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI		・認定期間中に「雇用対策セミナー」に参加した結果、新規採用が実現した事業者数 5 者
KPI		・「雇用対策セミナー」の参加者数 20 者/年
設定した理由	KGI	新規採用の成功件数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため「雇用対策セミナー」の参加者を募集する。

【目標⑥】 事業承継

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI		・認定期間中に当所が関与した事業承継件数 3 者
KPI		・事業承継計画策定 1 者/年
設定した理由	KGI	事業承継の完了件数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため事業承継計画の策定を支援する。

【目標⑦】 地元消費促進

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI		・認定期間終了時における地域デジタル通貨「翠ペイ」の導入店舗数 200 者（令和 7 年 12 月現在管内導入店舗数 190 店舗）
KPI		・地域デジタル通貨「翠ペイ」の新規導入支援数 3 者/年
設定した理由	KGI	地元商品促進に向け地域デジタル通貨「翠ペイ」の導入店舗数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため地域デジタル通貨「翠ペイ」の導入を支援する。

【目標⑧】 交流人口拡大

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI		観光・産業ツーリズム商品の創生数 5 件
KPI		観光・産業ツーリズム商品の創生支援数 1 者/年
設定した理由	KGI	交流人口拡大に向け小規模事業者が創生するツーリズム商品数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため商品開発を支援する。

【目標⑨】 経営力再構築伴走支援の強化

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI		支援先事業者（経営分析）の認定期間終了時の事業継続率 90%
KPI		・経営分析 50 者/年
設定した理由	KGI	小規模事業者が自己変革力や自走力を高め事業継続することを目標とする。
	KPI	上記を実現するための導入部として、事業者の自己変革力や自走力を高めるための経営分析を支援する。

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標⑨】により、地元消費の促進などによる地域内経済循環の強化や、安定した働く場の確保を図り、地域経済の持続的な発展に寄与することを目指す。あわせて、インバウンドを含む交流人口及び関係人口の増加を促進し、地域の活力向上につなげることを目指す。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和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

目標①～⑨の達成方針は次のとおりである。

なお、それぞれの達成方針を設定した理由（全体）は、目標達成に向け、本計画期間中に当所で実行する支援内容を具体化するためである。

【目標①】 持続的経営

〈達成方針〉

小規模事業者が持続的経営を行うために、まず「統計データの活用」により事業者の外部環境を整理する。同時に、経営分析を実施し、小規模事業者自身が自社の経営課題や、持続的経営を行うために活用できる「強み」を認識できるようにする。次に、分析結果を活用して事業計画の策定を支援。計画策定後は、フォローアップを行い、計画通りの事業展開を後押しする。

また、「糸魚川市内企業景況アンケート調査」を通じて経済状況を継続的に把握し、その結果をもとに効果的な支援策の立案と実施につなげる。

■経営発達支援事業との関連性

地域の経済動向調査	<ul style="list-style-type: none"> 「糸魚川市内企業景況アンケート調査」により、管内事業者の経営課題等を把握することで、小規模事業者への適切な支援につなげる。 「統計データの活用」により、小規模事業者の外部環境を整理する。
経営状況の分析	<ul style="list-style-type: none"> 「経営分析」により、小規模事業者自身が自社の経営課題や、持続的経営を行うために活用できる「強み」を認識できるようにする。
事業計画の策定	<ul style="list-style-type: none"> 持続的経営に向けた「事業計画の策定支援」を実施する。
事業計画のフォローアップ	<ul style="list-style-type: none"> 上記事業計画をフォローアップし、計画を実現する。

【目標②】 生産性向上

〈達成方針〉

将来にわたり安定した経営を維持するためには、生産性の向上が不可欠である。

当所では、令和5（2023）年度より「生産性向上セミナー」を通年で開催しており、年間12回のペースで実施している。セミナーでは、参加事業者が自ら作成した「生産性向上改善計画書」に基づき、毎月進捗状況を発表し、講師が具体的な助言を行っている。

現在は2期生も加わり、セミナー全体が活気を帯びている。また、講師を含めたPDCAサイクルを確立できしており、着実に生産性の向上へとつながっている。更に職員が参画し、伴走支援時のレベルアップにもつながっている。この成果を踏まえ、今後も本セミナーを継続的に実施し、地域事業者の経営力強化を図っていく。

■経営発達支援事業との関連性

経営状況の分析	<ul style="list-style-type: none"> 「経営分析」により、生産性向上の余地がある工程を明確化する。
事業計画の策定	<ul style="list-style-type: none"> 「生産性向上セミナー」を開催する。 生産性向上の取組を実施するための「事業計画（生産性向上改善計画書）の策定支援」を実施する。
事業計画のフォローアップ	<ul style="list-style-type: none"> 上記事業計画をフォローアップし、計画を実現する。

【目標③】 デジタル化

＜達成方針＞

当所管内の商店街の商店や飲食店では、デジタル化の遅れが課題となっている。

このため、地域デジタル通貨「翠ペイ」の主な利用先として想定している商店街などにおいて、利用可能店舗の拡充を図り、地域内を回遊できる仕組みの構築を進める。また、糸魚川消費促進協議会がこれまで実施してきたクーポン本「いといがわ得本」をアプリ化し、観光客を含めた商店街利用の促進を目指す。

併せて、商店街のDX化を推進する支援にも取り組む。具体的には、「翠ペイ」を契機としてキャッシュレス決済に対応する店舗の拡大を進めるとともに、インバウンド対応として、多言語に対応したメニューをダウンロードできるメニューアプリの開発を推進し、観光客にとって利用しやすい環境づくりを図る。

また、製造業等の業務効率化から生産性向上につなげていくためにデジタル化による促進も図り、職員の育成にもつなげる取り組みとする。

■経営発達支援事業との関連性

経営状況の分析	・「経営分析」により、デジタル活用状況を把握する。
事業計画の策定	・デジタル化を図るための「事業計画の策定支援」を実施する。 ・「生産性向上セミナー」を開催する。
事業計画のフォローアップ	・上記事業計画をフォローアップし、計画を実現する。
新たな需要の開拓	・「観光需要開拓支援」のなかの取組のひとつとして、デジタル販促の個社支援を実施する。
地域経済の活性化	・糸魚川地元消費促進協議会と連携し「いといがわ得本」等クーポンのアプリ化の機能強化を行い、回遊する仕組みを構築する。

【目標④】 一次産品を活用した商品開発及び販路開拓

＜達成方針＞

農業・水産業・林業の産品を活用した商品開発及び販路開拓に向けて、コンセプト設計、ブランディング計画、商品企画、製造工程、販路計画、広報戦略、販売戦略などを、専門家チームによって総合的に支援する。専門家は、各分野の戦略立案に必要な知識と経験を有する人材を選定。支援にあたっては、専門家とともに丁寧なヒアリングを行い、実践を通じて各計画を具体化し、経営計画の策定へとつなげる。

商品開発では、地域の一次産品を活用し、売れる商品の創出を目指すとともに、他業種やJA・漁協などの業界団体との連携も視野に入れる。また、展示会・商談会を通じてバイヤーの意見を収集し、商品のブラッシュアップを行う。販路開拓においても、これらの展示会・商談会の活用を中心に進める。

事業の流れでは、1年目に商品開発、2～3年目に国内での販路開拓を行い、その成果を踏まえて海外展開へとつなげていく。こうした一連の取組を通じて、地域を代表するフラッグシップ事業者の育成を目指す。

■経営発達支援事業との関連性

地域の経済動向調査	・「統計データの活用」により、支援対象事業者の外部環境を整理する。
需要動向調査	・「商品開発時の専門家を活用した調査」により、売れる商品の創出を目指す。
経営状況の分析	・「経営分析」により、事業者の「強み」だけでなく、次段階で県外・海外へと展開していくためのリソースを確認する。
事業計画の策定	・商品開発及び販路開拓に向けて、コンセプト設計、ブランディング計画、商品企画、製造工程、販路計画、広報戦略、販売戦略を含む「事業計画（経営計画）」の策定を支援する。
事業計画のフォローアップ	・上記事業計画（経営計画）をフォローアップし、計画を実現する。
新たな需要の開拓	・「展示会・商談会への出展支援」により、販路を拡大させる。 ・「観光需要開拓支援」により、開発した商品の販売促進を実施する。

【目標⑤】雇用対策

＜達成方針＞

本気で従業員の雇用に取り組む事業者を対象に、採用活動に向けた支援を実施する。特に、これまで採用募集を行っても応募がなく採用を諦めている事業者や、就職説明会に参加しても成果が得られなかった事業者を重点的に支援する。

支援にあたっては、まず年間を通じて「雇用対策セミナー」を実施する。セミナーには、人材採用や企業ブランディングの分野で実績のある講師を招聘し、実践的な知識とノウハウを提供する。また、希望する事業者には個別コンサルティングを実施する。同時に、経営指導員が事業そのものの磨き上げを支援する。そのうえで、就業希望者への効果的なアプローチ方法や、自社の打ち出し方について検討を進める。

これらの取組を通じて、就職説明会や中途採用の募集において新たな雇用の創出を目指す。

■経営発達支援事業との関連性

地域の経済動向調査	・「統計データの活用」より、求人倍率等を把握する。
経営状況の分析	・「経営分析」により、小規模事業者自身が事業の磨き上げに活用できる「強み」を認識できるようにする。
事業計画の策定	・「雇用対策セミナー」を開催する。 ・新規雇用に向け、事業の磨き上げを実施する際は、「事業計画の策定支援」を実施する。
事業計画のフォローアップ	・上記事業計画をフォローアップし、計画を実現する。

【目標⑥】事業承継

＜達成方針＞

令和6（2024）年度に小規模事業者を主な対象として実施した事業承継調査では、約25%（4者に1者）が廃業を検討しているという結果となった。このままでは地域経済の活力が低下するおそれがあることから、事業承継支援を強化する。

まず、事業承継支援の取組を幅広くPRし、事業者への周知と意識喚起を図る。そのうえで、廃業を検討しており承継先が決まっていない事業者のうち、地域にとって重要な業種・事業所や、外部市場での成長が見込まれる事業者を重点対象として選定し、個別支援を実施する。

個別支援においては、事業の磨き上げから承継先の確保までをワンストップで支援する体制を整える。また、支援の実施にあたっては、新潟県事業承継・引継支援センター、糸魚川市、日本政策金融公庫、地域金融機関など関係機関と連携しながら推進する。

その他、技術伝承に向けた支援も検討する。

長年にわたり、大企業からの受注対応を通じて技術力を磨いてきた小規模製造業者や職別建設事業者のなかには、高度な技術や必要不可欠な技能を保有する事業者も多い。一方で、人材不足や経営者・技術者の高齢化により、これまで培われてきた貴重な技術の継承が困難となり、技術の消失が懸念されている。

技術伝承は一般的に長期間を要するが、近年では映像などを活用した新たな継承手法が注目されている。そこで、大学との連携により、技術の数値化や映像化を進め、技術の「見える化」を図る支援を行う。見える化によって技術の標準化と共有が進み、結果として技術伝承の効率化・短期間化が期待できる。

■経営発達支援事業との関連性

経営状況の分析	・「経営分析」により、事業承継の必要性を把握する。
事業計画の策定	・事業承継を行う事業者に対しては「事業承継計画の策定支援」を実施する。 ・将来の事業承継に向けて事業の磨き上げを行う事業者には、事業の磨き上げを実施するための「事業計画の策定支援」を実施する。
事業計画のフォローアップ	・上記事業承継計画または事業計画をフォローアップし、計画を実現する。 ・承継策が決まっていない事業者に対しては、新潟県事業承継・引継支援センター、糸魚川市、日本政策金融公庫、地域金融機関など関係機関と連携して承継先を探す。

【目標⑦】 地元消費促進

〈達成方針〉

当市では、（一社）糸魚川市デジタル地域通貨振興協会を中心に、デジタル地域通貨「翠ペイ」を展開している。さらに、糸魚川信用組合（事務局）をはじめ、糸魚川市や当所が共同で、プレミアムポイントの付与や市の各種施策との連動を通じて「翠ペイ」の利用促進を図っている。また、糸魚川市地元消費促進協議会では、地元消費促進運動の啓発や毎年「いといがわ得本」を販売し、地元店舗の利用機会の創出に取り組んでいる。

当所では、地域内経済循環の強化が重要であると考えており、「翠ペイ」はその実現に資する有効な手段と位置づけている。そこで今後も、地域内事業者が積極的に「翠ペイ」を導入し、活用する働きかけしていく。

■経営発達支援事業との関連性

地域経済の活性化	・「商店街等商店や飲食店のデジタル化」により、商店街内での「翠ペイ」の使用店舗の充実を図り、消費者が地域内を回遊する仕組みを構築する。
----------	---

【目標⑧】 交流人口拡大

〈達成方針〉

人口減少により地域経済の活力が低下するなか、交流人口の拡大を通じて域外需要（外貨）を獲得し、その効果を地域経済へ還元する仕組みづくりが必要である。

具体的には、（一社）糸魚川市観光協会、DMO 等と連携をしながら、旅行者に地域の歴史的・文化的価値を伝えるためのストーリーを構築し、特に地域固有資源である「翡翠（ヒスイ）」を活用した観光コンテンツの開発を推進する。あわせて、国内観光に加え、インバウンド（訪日観光客）の誘致にも取り組む。

さらに、「美山プロジェクト」の活動や「塩の道広域観光」、「上越地域広域観光」などを通じてツアー商品の造成を進め、地域事業者が展開できるモデルの構築を目指す。

■経営発達支援事業との関連性

地域の経済動向調査	・「統計データの活用」により、交流人口（観光客数）を把握する。
新たな需要の開拓	・「観光需要開拓支援」において、翡翠（ヒスイ）など地域固有の資源を活用した観光・産業ツーリズム商品の販路拡大支援を実施する。
地域経済の活性化	・「翡翠（ヒスイ）など地域固有の資源を活用した交流人口拡大に資する事業の実施」によりツアー商品の造成を図り、モデル事業を構築する。

【目標⑨】 経営力再構築伴走支援の強化

〈達成方針〉

経営分析、事業計画の策定、事業計画策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自己変革のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。

また、これを実現するために、経営指導員等が経営力再構築伴走支援に係る資質向上を図る。

■経営発達支援事業との関連性

経営発達支援事業の実施にあたり経営力再構築伴走支援を実施する。

そのため、全事業に関連する。

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】

市内企業の実態や経済動向を把握するため、能生商工会・青海町商工会と連携し、「糸魚川市内企業景況アンケート調査」を実施している。また、「統計データの活用」として、各種経済指標を収集・分析し、小規模事業者の経営判断に資する情報を提供している。

【課題】

「糸魚川市内企業景況アンケート調査」において、統計的な信頼性を確保し、業種別分析の精度を高めるために、回答率の向上が課題である。この実現に向けて、回答の利便性向上、情報還元の充実、周知強化、商工団体との連携による働きかけを重点的に進める必要がある。

(2) 目標

項目	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糸魚川市内企業景況アンケート調査 公表回数	HP 掲載 会報掲載	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②統計データの活用 公表回数	HP 掲載 会報掲載	12回	12回	12回	12回	12回	12回

(3) 事業内容

①糸魚川市内企業景況アンケート調査

事業名	糸魚川市内企業景況アンケート調査
目的	事業者の経営課題や景況感等を把握することで、経営支援施策への反映を目指す。
調査内容・調査の手法	糸魚川経済団体連絡協議会（糸魚川商工会議所、能生商工会、青海町商工会）が年2回実施するアンケート調査である。市内企業約1,000社（当所からは約600社）に調査票を送付し、約300社から郵送・FAX・Googleフォームで回収を行う。
調査項目	<input type="checkbox"/> 景況感（景況、売上高、営業利益、資金繰り、労働力等） <input type="checkbox"/> 経営上の問題点 <input type="checkbox"/> 経営安定・経営改善のための対策 <input type="checkbox"/> その他トピック等
分析の手法	糸魚川経済団体連絡協議会にて、業種別・地域別などのクロス分析や、経年分析を行い「糸魚川市内企業景況アンケート調査報告書」にまとめる。これにより、景況感や経営課題を明らかにする。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。
調査結果の活用方法	分析結果は当所ホームページ及び会報で公表し、広く管内の小規模事業者に周知する。また、当所でも、経営支援施策に反映させる。

②統計データの活用

事業名	統計データの活用
目的	小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行うことを目指す。
調査内容	毎月、国・県・市の統計情報より、小規模事業者の経営に役立つ情報を収集する。
調査項目	1. 市内金融機関預金高、市内金融機関貸金高 2. 日本政策金融公庫普通貸付件数、同貸付金額 3. マル経資金申込件数、同申込金額、市振興・景気/県産育資金申込件数、同申込金額 4. 糸魚川職安管内月間有効常用求人数、糸魚川職安管内月間有効常用求職数 5. 求人倍率 6. 糸魚川市ガス使用量 7. 糸魚川市上水道使用量

	8. 糸魚川市一般住宅建築届出、同店舗併用住宅建築届出、同工場建築工事届出 9. 糸魚川市人口、同世帯数 10. フォッサマグナミュージアム入館者数 11. ジオパル利用者数 ※調査項目は今後変更される可能性がある
調査・分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が、上記の情報について前年と比較したうえで、「いとがわ地域経済ミニ情報」としてまとめる。また、当所内においても情報を共有し、特に変化の大きな項目について、その要因を分析する。
調査結果の活用方法	分析結果は当所ホームページ及び会報で公表し、広く管内小規模事業者にも周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画策定時の基礎資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

商談会出展時に、バイヤーを対象としたアンケート調査を実施し、商品に対するニーズを把握。結果を、ブランディングや商品改良の参考として活用している。また、新商品の開発に取り組む事業者に対しては、主にマクロデータを用いた市場動向の情報を提供している。

【課題】

商談会出展時に実施しているバイヤー向け調査では、課題が十分に明確化されず、商品改良に十分に活かさない場合もあった。そこで、今後は調査設計を見直し、課題の抽出や改善策の検討につながる内容とすることが課題である。また、商品を開発する事業者に対しては、マクロデータの提供にとどまらず、試作品の段階から専門家の知見を取り入れることで、商品力を高める支援を実施することが必要である。

(2) 目標

項目	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展示会や商談会での調査 調査対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
②商品開発時の専門家を活用した調査 調査対象事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1者

(3) 事業内容

①展示会や商談会での調査

事業名	展示会や商談会での調査
目的	小規模事業者の商品についてバイヤーのニーズを把握することで、新たな取引先の獲得につながるような、より魅力的な商品へのブラッシュアップを目指す。
対象	小規模事業者の商品、5商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。
調査の手法	「東京インターナショナル・ギフト・ショー」等の展示会や商談会への出展時に調査を実施する。調査は当所職員と事業者が連携して行い、1商品につき10名以上のバイヤーから調査票に記入を得て評価を収集することを目指す。
調査項目	<input type="checkbox"/> 味（食品の場合）：味・食感・香り等の良さと全体的なバランス <input type="checkbox"/> デザイン：商品との整合性や売場での目の引きやすさ <input type="checkbox"/> 独自性・新規性：独自性や目新しさがあるか <input type="checkbox"/> コンセプト：ターゲット層、想定シーンは明確か <input type="checkbox"/> トレンド感：トレンドを先取りしているか <input type="checkbox"/> 原材料：原材料は魅力的か <input type="checkbox"/> 安心・安全：品質・表示ラベル・衛生面等の信頼性

	<input type="checkbox"/> 取引条件 : ロット対応、納期、支払条件等について <input type="checkbox"/> 価格競争力 : 市場価格に対応できるか。値入状況はどうか <input type="checkbox"/> 取扱意向 : 上記を踏まえた総合評価・取扱意向
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が、10名以上のバイヤーの評価のなかで、共通して評価が低かった項目や共通して指摘された改善項目などを分析し、改善の優先順位を簡易なレポートとしてまとめる。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。
調査結果の活用方法	前項のレポートを対象事業者にフィードバックする。その後、事業者との対話や傾聴を通じて改善点を抽出し、商品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて経営分析や事業計画策定支援も併せて実施。専門家の連携についても適宜検討する。

②商品開発時の専門家を活用した調査

事業名	商品開発時の専門家を活用した調査
目的	小規模事業者が開発する商品（試作品）について、専門家（ブランディングディレクター）の評価を得ることで、商品のブラッシュアップに活用することを目指す。
対象	<p>当所で商品開発を支援[*]する小規模事業者の商品、1商品/年を対象とする。</p> <p>※当所における商品開発支援 本計画では、「一次産品を活用した商品開発及び販路開拓に向けた取組」を重点支援。商品開発の専門家と共同で、ゼロからの商品開発を支援する。具体的には、当市の地域資源（農林水産品や酒類等）を活用した商品を想定しており、地域を代表する、さらには海外展開を視野に入れた商品を創出することを目指す。</p>
調査の手法	<p>1つの商品に対し、以下の商品調査チームによる評価を実施する。その他にも、事業者の要望に応じて、それ以外の専門家の評価を得ることもある（フードコーディネーター、デザイナーなど）。なお、本事業は調査の性質上、多数の評価を収集することが難しく、統計的に有効な評価は困難である。このため、評価は自由記述形式で行う。</p> <p>〈商品調査チーム〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査統括及びマーケティングの専門家：ブランディングディレクター ・一般消費者の目線：当所職員や当所会員など
調査項目	<p>商品特性に応じて調整するが、一般的には以下の項目を基本的な評価項目とする。</p> <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> 見た目 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（糸魚川らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> その他改善点 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が評価内容を整理したうえで、改善の優先順位を簡易なレポートとしてまとめる。
調査結果の活用方法	前項のレポートを対象事業者にフィードバックする。その後、事業者との対話や傾聴を通じて改善点を抽出し、商品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて経営分析や事業計画策定支援も併せて実施。専門家の連携についても適宜検討する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現在は、主に補助金申請や金融支援の際に経営分析を実施している。これに加え、当所では、小規模事業者が自社の経営課題や強みを把握し、その強みを活かして「外へ・外から稼ぐ」ための経営分析を推進したいと考えているが、このような分析は十分に実施できていないのが現状である。

【課題】

経営分析が補助金や金融支援を契機としたものにとどまっており、その他の分析件数は伸びていない。今後は、経営分析の意義や必要性を広く周知し、自発的な分析の実施を促すとともに、対象となる事業者の掘り起こしを進めることが課題である。

(2) 目標

項目	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	115者	50者	50者	50者	50者	50者

※今後は事業者との対話と傾聴を経て、事業者自身が本質的な課題に気づき、腹落ちするような支援を実施する。これを実現するには、事業者との信頼関係を構築するなど、1者当たりにより多くの時間をかける必要があるため、実現可能性を加味し、目標値を年間50者とする。

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず） 〈重点支援先〉 以下の取組を実施する小規模事業者を重点的に支援する。 ・「持続的経営」に向けた取組 ・「生産性向上」に向けた取組 ・「デジタル化」に向けた取組 ・「一次産品を活用した商品開発及び販路開拓」に向けた取組 ・「雇用対策」に向けた取組 ・「事業承継」に向けた取組
支援対象の掘り起こし	ホームページによる周知を行う。また、巡回訪問・窓口相談・個社支援（金融支援、補助金支援を含む）や、各種セミナー開催時に訴求する。
分析の実施手法	経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちすることを重視する。 分析は、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」、「経営デザインシート」、クラウド型支援ツール（Bizミル等）などを活用する。
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双方を実施する。 〈財務分析〉 収益性・安全性・生産性・成長性の分析 ※財務状況分析では、2～3期のBS、PLをグラフ化するなどして事業者が分かりやすくなるよう工夫。収益、在庫、債権の健全性や販管費のデータ等も業界データと比較して経費の適正化やムダの削減が図れるようアドバイスする。 〈非財務分析（SWOT分析等）〉 強み・弱み（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など）、機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向など） 〈その他分析〉 ・当所管内の小規模事業者、とりわけ商店街の商店や飲食店では、デジタル化の遅れが課題である。そこで、「デジタル活用の状況」を分析する。 ・製造業等が将来にわたり安定した経営を維持するには生産性の向上が不可欠である。そこで、「生産性向上の余地がある工程」を分析する。 ・当所管内では、事業承継が地域全体の課題となっていることから、「事業承継の必要性」についても確認を行う。
分析結果の活用方法	・経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう支援する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・なお、上記の経営課題の解決に向けては、経営指導員・補助員・事務局長が毎週1回、カンファレンスを行い情報の共有と課題解決策などを検討するなど、チーム体制での事業者支援を行う。

・分析結果は、クラウド型支援ツール（Bizミル等）に集約。経営指導員個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所管内の小規模事業者の多くは、これまで事業計画を作成した経験がない。そこで当所では、小規模事業者持続化補助金などの補助金を計画策定のきっかけ（入門編）として活用している。支援にあたっては、事業者が自ら事業計画を作成し、自身の計画としての自覚を持って実行できるよう、伴走型の支援を心がけている。

【課題】

補助金を契機とした事業計画は「入門編」としての位置づけではあるが、補助事業の実行後に次の計画策定へとつながらないケースが多い。その要因として、事業計画策定の意義や効果が十分に理解されていないことが挙げられる。そこで今後は、事業計画の重要性を丁寧に説明し、主体的な取組へと導くことが必要である。さらに、将来的には事業者自らが継続的に計画を策定・実行できるよう、この取組を自走化させることが課題である。

その他、創業を希望する者や、事業承継を検討する者に対しても、事業者自らが主体的に取り組めるような計画策定を支援する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

原則として経営分析を実施した事業者を支援対象とする。ただし、小規模事業者持続化補助金などの補助金は、事業計画策定の「入門編」として有効であるため、補助金を契機とした事業計画策定支援にも重点を置く。「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の3割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象にデジタル関連セミナーや専門家派遣を行い、小規模事業者のデジタル活用（デジタル技術を活用した販売促進、デジタル技術を活用した業務改善や生産性向上）の促進や、これによる競争力の維持・強化を目指す。

加えて、管内で創業や事業承継を活性化させるため、創業計画の策定支援、事業承継計画の策定支援も実施する。

(3) 目標

項目	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	23者	15者	15者	15者	15者	15者
②創業計画策定事業者数	6者	5者	5者	5者	5者	5者
③事業承継計画策定事業者数	3者	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援
目的	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者 <重点支援先> 以下の取組を実施する小規模事業者を重点的に支援する。 ・「持続的経営」に向けた取組 ・「生産性向上」に向けた取組 ・「デジタル化」に向けた取組

	<ul style="list-style-type: none"> ・「一次産品を活用した商品開発及び販路開拓」に向けた取組 ・「雇用対策」に向けた取組 																
支援対象の掘り起こし	<p>経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。また、国の補助金や新潟県の「新潟県新事業チャレンジ補助金^{※1}」、糸魚川市の「DX推進補助金^{※2}」を契機とした事業計画策定の提案も実施する。その他、「制度説明会」を開催する。</p> <p>■制度説明会</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての小規模事業者（特に経営分析を行った事業者）</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>国・新潟県・糸魚川市等の担当者</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・国 支援制度説明会 ・新潟県 支援制度説明会 ・(公財)にいがた産業創造機構 支援制度説明会 ・新潟県信用保証協会 支援制度説明会 ・糸魚川市 支援制度説明会 </td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>30人/回</td> </tr> </table> <p>※1 新潟県新事業チャレンジ補助金 新潟県の補助金である。エネルギー・原材料価格高騰の影響を踏まえ、中小企業等が経済社会活動の変化に対応するために行う新たな商品開発やサービスの提供の取組であって、DXや生産性向上（省人化・省力化等）に関する前向きなチャレンジを支援する。申請には事業計画書が必要である。</p> <p>※2 DX推進補助金 糸魚川市の補助金である。企業活動のデジタル化やニューノーマル社会に対応したビジネス変革が課題とされている中、市内企業のモデルケースとなり得るDXに取り組む中小企業者等を支援する。申請には事業計画書が必要である。</p>	支援対象	すべての小規模事業者（特に経営分析を行った事業者）	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知	講師	国・新潟県・糸魚川市等の担当者	回数	年1回	カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・国 支援制度説明会 ・新潟県 支援制度説明会 ・(公財)にいがた産業創造機構 支援制度説明会 ・新潟県信用保証協会 支援制度説明会 ・糸魚川市 支援制度説明会 	想定参加者数	30人/回				
支援対象	すべての小規模事業者（特に経営分析を行った事業者）																
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知																
講師	国・新潟県・糸魚川市等の担当者																
回数	年1回																
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・国 支援制度説明会 ・新潟県 支援制度説明会 ・(公財)にいがた産業創造機構 支援制度説明会 ・新潟県信用保証協会 支援制度説明会 ・糸魚川市 支援制度説明会 																
想定参加者数	30人/回																
支援の手法	<p>まずは、小規模事業者自らが事業計画を作成することを重視し、事業者が作成した計画に対して経営指導員が助言・指導を行う方法を基本とする。その他、小規模事業者と経営指導員が協力して事業計画を作成する方法により支援を行う場合もある。また、必要に応じて専門家の派遣を実施する。支援にあたっては、経営者が取組内容を自ら納得したうえで当事者意識を持ち、能動的に行動を起こすことを重視する。</p> <p><デジタル化に向けた取組> デジタル化に向けた事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、「デジタル関連セミナー」を開催する。</p> <p>■デジタル関連セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、会報、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>デジタルの専門家、コンサルティング会社等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>10人/回</td> </tr> </table> <p><生産性向上に向けた取組> 生産性向上に向けた事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、「生産性向上セミナー（生産性向上計画を策定し、毎月進捗状況を発表するセミナー）」を開催する。</p> <p>■生産性向上セミナー（生産性向上計画の策定＋進捗発表セミナー）</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、会報、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> </table>	支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）	募集方法	ホームページ、会報、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知	講師	デジタルの専門家、コンサルティング会社等	回数	年1回	カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。	想定参加者数	10人/回	支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）	募集方法	ホームページ、会報、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知
支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）																
募集方法	ホームページ、会報、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知																
講師	デジタルの専門家、コンサルティング会社等																
回数	年1回																
カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。																
想定参加者数	10人/回																
支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）																
募集方法	ホームページ、会報、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知																

講師	中小企業診断士 等
回数	年 1 回 (12 回コース)
カリキュラム	生産性向上計画の策定、生産性向上計画の進捗発表 等
想定参加者数	20 人/回
<p><雇用対策に向けた取組> 雇用対策に向けた事業の磨き上げに意欲的な事業者を対象に、「雇用対策セミナー」を開催する。</p> <p>■雇用対策セミナー</p>	
支援対象	すべての事業者 (特に事業計画策定に意欲的な事業者)
募集方法	ホームページ、会報、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知
講師	人材採用や企業ブランディングの分野で実績のある講師 等
回数	年 1 回
カリキュラム	雇用に向けた実践的な知識・ノウハウ、事業の磨き上げ、就業希望者への効果的なアプローチ 等
想定参加者数	10 人/回
その他	参加者には希望に応じて個別コンサルティングあり

②創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援
目的	創業期の事業展開が円滑に進むことを目指す。
支援対象	創業希望者、創業予定者、事業の新展開の検討する者
支援対象の掘り起こし	<p>糸魚川市では、産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画を策定し、国の認定を受けている。当該計画に基づき、糸魚川創成塾実行委員会（糸魚川創業支援ネットワーク※¹主催）が「糸魚川創成塾」を実施しており、この創成塾を通じて支援対象者の掘り起こしを行う。また、国の補助金や糸魚川市の「創業支援事業補助金※²」を契機とした掘り起こしも実施する。</p> <p>※1 糸魚川創業支援ネットワーク 市内の創業支援機関で構成される組織である。構成員は、糸魚川市、糸魚川商工会議所、能生商工会、青海町商工会、糸魚川信用組合、日本政策金融公庫高田支店、第四北越銀行、大光銀行である。</p> <p>※2 創業支援事業補助金 糸魚川市の補助金である。市内で新たに店舗を構えて事業を営もうとする方が、その事業を行う際に必要となる経費の一部を助成する。申請には事業計画書が必要である。</p>
支援の手法	創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員が市場調査等データ分析の支援を中心にアドバイスを行う方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。

③事業承継計画策定支援

事業名	事業承継計画策定支援
目的	事業承継が円滑に進むことを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	『5. 経営状況の分析に関すること』にて「事業承継の必要性」を確認。必要性がある事業者に事業承継計画の策定を提案する。また、ホームページやチラシを通じて、当所における事業承継支援の取組を幅広く PR する。
支援の手法	小規模事業者が作成した事業承継計画を基に、経営指導員がアドバイスを行う方法で支援する。支援にあたっては、新潟県事業承継・引継ぎ支援センターや市、日本政策金融公庫、市内金融機関との連携を図る。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。

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】

事業計画策定後の着実な実行を促すため、四半期に1回のフォローアップを目標として支援を実施している。支援にあたっては、設備導入による業務改善や販路開拓などの目標達成に向け、PDCA サイクルを意識した指導を行っている。

【課題】

フォローアップの実施件数(回数)が目標に達していない。その要因として、補助金を契機とした事業計画では、事業計画全体の実行よりも補助事業の実施に重点が置かれる傾向があり、事業者側の事業計画に対する実行意識が十分に醸成されていなかったことが挙げられる。今後は、当所において補助事業にとどまらず事業計画全体の推進を支援できる体制の構築を図ることが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者の割合が約半数になることを目指す。

フォローアップでは、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図るための支援を実施する。支援では、自走化に向けた内発的動機付けを行うことで、支援期間中の事業者の一連の取組を一過性の取組とさせず、事業者が事業環境の変化に合わせて、持続的に発展できる蓋然性を高める。

また、創業計画を策定した事業者にも四半期ごとのフォローアップ、事業承継計画を策定した事業者には半期ごとのフォローアップを実施。計画通りに進捗させることを目指す。

(3) 目標

① 事業計画のフォローアップ

項目	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	24者	15者	15者	15者	15者	15者
頻度 (延回数)	四半期毎 (87回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)
売上増加事業者数	7者	8者	8者	8者	8者	8者

※「現行」について、『6. 事業計画策定支援に関すること』では年間23者であるが、ここでは「現行」が年間24者となっている。これは一部事業者を複数年フォローアップしたために生じた差異である。

② 創業計画のフォローアップ

項目	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	9者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度 (延回数)	四半期毎 (24回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)

※「現行」について、『6. 事業計画策定支援に関すること』では年間6者であるが、ここでは「現行」が年間9者となっている。これは一部事業者を複数年フォローアップしたために生じた差異である。

③ 事業承継計画のフォローアップ

項目	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	6者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度 (延回数)	四半期毎 (6回)	半期毎 (2回)	半期毎 (2回)	半期毎 (2回)	半期毎 (2回)	半期毎 (2回)

※「現行」について、『6. 事業計画策定支援に関すること』では年間3者であるが、ここでは「現行」が年間6者となっている。これは一部事業者を複数年フォローアップしたために生じた差異である。

(4) 事業内容	
事業名	事業計画・創業計画・事業承継計画のフォローアップ
目的	事業計画・創業計画・事業承継計画どおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画・創業計画・事業承継計画を策定したすべての事業者
支援の手法	<p>経営指導員が、事業計画・創業計画を策定したすべての事業者を対象に四半期ごと（3ヵ月後、6ヵ月後、9ヵ月後、1年後）、事業承継計画を策定した事業者には半期ごと（6ヵ月後、1年後）のフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やす、専門家派遣を実施するなどにより、軌道に乗せるための支援を実施する。</p> <p>フォローアップでは、各種計画の進捗状況の確認、売上・利益等の経営指標の把握を行う。また、計画実行上の課題に対し、課題解決を図る。課題解決にあたっては、単に「答え」を提供するような支援を行うのではなく、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じて事業者もよく考えること、事業者内のチームと一緒に作業を行うことにより、事業者が事業環境の変化に合わせて自ら変革を続けていける力（自走化する力）を付けられるようにする。</p> <p>また、事業承継を目指す事業者のうち、承継先が決まっていない事業者に対しては、新潟県事業承継・引継支援センター、糸魚川市、日本政策金融公庫、地域金融機関など関係機関と連携して承継先を探す支援を実施する。</p>

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の販路開拓と地域産品の発信を両立させること、「外で・外から稼ぐ」を目標に、効果的な展示会・商談会を選定し、年間3つの展示会・商談会へ出展支援を行っている。特に、地域固有資源であるヒスイや、付加価値を高めた農林水産加工品の販路開拓に重点的に取り組んでいる。また、北陸新幹線の糸魚川駅が立地し、敦賀まで延伸したことを踏まえ、関西圏への商圏拡大を目指して関西での出展支援も実施している。

【課題】

展示会・商談会後に販路開拓のフォローアップを実施しているものの、必ずしも次年度に成果が反映されず、毎年同様の課題が繰り返される事例もみられる。今後は、『4. 需要動向調査に関すること』で記載した商品のブラッシュアップ支援も含め、より深度のあるフォローアップ体制を構築し、成果の定着を図ることが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者は経営資源が少ないため、新たな需要の開拓においても、自社独自の取組には限界がある。そこで、当所にて販路拡大の補完を行う。

事業の実施目的、期待する効果等は次のとおりである。

- ・本計画では、小規模事業者の「外で稼ぐ力」を高めることを目指している。これを実現するうえで、展示会や商談会への出展により域外の取引先を獲得することは有効な手段であるが、小規模事業者が単独で出展する場合、負担が大きい。そこで、「展示会・商談会への出展支援」を実施し、小規模事業者の負担を軽減しつつ、新たな取引先を獲得することを目指す。
- ・あわせて、本計画では「外から稼ぐ力」を高めることも目指している。これは主として観光需要の獲得を意味する。そこで、「観光需要開拓支援」を実施し、観光客の集客とそれに伴う売上拡大を実現することを目指す。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4) 事業内容』のとおりである。

(3) 目標

項目	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展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	11者	5者	5者	5者	5者	5者
成約件数(延べ)	6件	2件	2件	2件	2件	2件
②観光需要開拓支援 支援事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①展示会・商談会への出展支援 (BtoB)

事業名	展示会・商談会への出展支援
目的	展示会や商談会への出展を通じて、農林水産加工品や地域固有資源であるヒスイを活用した商品などが「外で稼ぐ力」を身につけることを目指す。特に、北陸新幹線の敦賀延伸により関西方面へのアクセスが向上したことを踏まえ、新たな商圏の拡大と販路の拡充を図ることを目指す。
展示会等の概要/支援対象	<p>主に以下の展示会・商談会を想定している。なお、これ以外にも有効な展示会・商談会がある場合は、出展支援を実施し、海外展開も検討する。支援にあたっては、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。</p> <p>ア feel NIPPON 支援対象：地域産品製造業、体験商品提供業者等 訴求相手：全国のバイヤー</p> <p>feel NIPPON とは、全国の小規模事業者が行う地域資源を活用した特産品・観光商品開発、その販路開拓ならびに地域の課題に資する取組に対して日本商工会議所が総合的に行う支援の総称である。開発商品の販路拡大に向け、様々な展示会（東京インターナショナル・ギフト・ショー等）に出展している。東京インターナショナル・ギフト・ショー（年2回開催される日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市）は、国内外のバイヤーが来場。令和7（2025）年春の開催では、来場者数が143,070人、出展社数が1,597社であった。</p> <p>イ 国際宝飾展 支援対象：ヒスイ関連事業者 訴求相手：全国の宝飾卸・メーカー等</p> <p>東京・神戸・横浜で年3回開催される、ありとあらゆる種類のジュエリー・アクセサリが一堂に集結する巨大な宝石の祭典である。世界中から宝飾卸・メーカーが出展し、日本、中国をはじめとしたアジア各国のバイヤーやハンドメイドクリエイターなどが仕入れやブランド導入を行う。令和7（2025）年1月の東京ビッグサイトでの開催では、来場者数が20,429人、出展社数が650社であった。</p> <p>ウ FOOD STYLE Kansai 支援対象：食品製造業等 訴求相手：全国の外食・中食・小売業界バイヤー</p> <p>FOOD STYLE Kansai 実行委員会が主催する商談展示会である。外食・中食・小売業界へ販路拡大するための商談展示会としては、関西最大級の規模であり、外食・中食・小売業界の商談の機会となっている。令和7（2025）年1月の開催では、来場者数が23,801人、出展社数が898社・団体であった。</p>
支援内容	当所が展示会ブースを借り上げ、複数の事業者による共同出展を行う方法にて実施する。
支援の手法	展示会・商談会への出展を希望する事業者の掘り起こしを行う。参加希望者に対しては、事業者の要望に応じて経営指導員が以下の支援を実施する。また、必要に応じて専門家派遣を行う。

	<p><出展前の支援></p> <p>□出展者の募集 □商談シート（FCPシート）の作成 □商談相手の事前アポイント</p> <p>□パンフレット等のツール整備を含む効果的な展示方法や、短時間で商品等の魅力を伝えるためのアピール手法についての指導 等</p> <p><出展後の支援></p> <p>商談相手に対するフォロー、商品の魅力・付加価値を高めるための専門家派遣等の支援 等</p>
--	--

②観光需要開拓支援（BtoC）

事業名	観光需要開拓支援
目的	現在、当所管内には、北陸新幹線系魚川駅を利用した交流人口、ヒスイ拾いなどを目的として訪れる観光客、さらに白馬村を訪問した観光客など、多くの来訪者が流入している。また、隣接する妙高市では大規模リゾート開発が進んでおり、今後さらなる観光需要の増加が見込まれる。こうした状況を踏まえ、事業者がインバウンドを含む観光需要を捉え、収益につなげることを目指す。あわせて、地域全体としても、魅力的な商品やサービスを揃えることでブランド力を高め、市外からの誘客促進を図ることを目指す。
支援対象	主に以下に意欲的な小規模事業者を支援対象とする。 ア デジタル販促を行う事業者 イ 一次産品を活用した商品開発を行う事業者 ウ 交流人口拡大に向け、翡翠（ヒスイ）など地域固有の資源を活用した観光・産業ツーリズム等の開発を行う事業者 エ 事業所連携により上記を有機的につなぐ事業者
訴求相手	観光客（インバウンドを含む）
支援内容	個社が行う商品開発から販路開拓（主にデジタル販促）までをワンストップで支援する。
支援の手法	経営分析や事業計画策定などの支援を通じて、上記「支援対象」に該当する事業者を掘り起こす。その後、各事業者の状況に応じて、商品開発から販路開拓までをワンストップで支援する。 商品開発においては、経営指導員がコーディネーターとなり、「当所による市場分析×事業者の強み×専門家チームの派遣」という三位一体の支援により、売れる商品の開発を後押しする。販路開拓においては、販促ツールの制作や情報発信の支援を行うとともに、観光客向けにはデジタル技術を活用した販売促進を推進する。 また、特に商店街事業者がデジタル販促に取り組みやすい環境を整えるため、当所が共通のデジタル販促ツールを開発し、地域全体での販促効果の向上を図る。 これらの各種支援は、専門家及び地域事業者との連携のもとで実施し、実効性の高い伴走支援を展開していく。

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】

現状、週1回のカンファレンスにて、法定経営指導員が経営指導員等の指導内容について助言・指導を行い、経営発達支援計画の実行管理を行っている。また、年1回「評価委員会」を開催し、すべての事業を対象に評価を実施。事業の充実や改善の方向性について意見を受け、次年度の取組に反映している。

【課題】

「評価委員会」では、数値目標のなかでも特に売上増加に関する取組強化が求められている。これに対応する

ためには、売上向上に向けた伴走支援の時間を確保するとともに、経営指導員の指導能力を一層強化することが必要である。今後は、現行 3 名を中心に職員全体で支援体制の充実を図り、より効果的な支援の実現を目指す。また、協議会と課題の共有を図り実効性を高める。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	<p>以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。</p> <p>【PLAN】（事業の計画・見直し）</p> <p>(a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</p> <p>(b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。</p> <p>【DO】（事業の実行）</p> <p>(c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。</p> <p>(d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（Biz ミル等）に適時入力する。</p> <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>(e) 日々の業務のなかで、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（Biz ミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。</p> <p>(f) 週 1 回のカンファレンスにて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認及び評価を行う。</p> <p>(g) 年 1 回（5～6 月頃）の「評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。なお評価は、経営発達支援計画に記載したすべての事業を対象とする。</p> <p>※「評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i 糸魚川市商工観光課長（または担当者）、正副会頭、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「評価委員会」を年 1 回（5～6 月頃）開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「C」の評価を付ける方法（A：数値目標を達成した、B：数値目標を達成せずさらなる努力が必要、C：数値目標を達成せず改善が必要）で定量的に評価する。</p> <p>ii 当該「評価委員会」の評価結果は、当所ホームページ（https://www.itoigawa-cci.or.jp/）へ掲載（年 1 回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。</p> <p>【ACTION】（事業の改善）</p> <p>(h) 「評価委員会」の評価を受け、次年度の事業の改善を行い【PLAN】に戻る。</p>

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】

法定経営指導員が内容を精査したうえで、各指導員に対し必要な研修の受講を指示するとともに、積極的な研修参加を促している。また、糸魚川信用組合と共同で実施している「糸魚川ビジネスコンサルタント」では、毎月 1 回、外部コンサルタントによる実践的な指導を受けている。

受講を通じて得られた知識は、毎週 1 回のカンファレンスで共有するとともに、法定経営指導員が内容の理解促進と実務への反映を目的に指導を行っている。

【課題】

外部研修では、必要な知識や地域に即した情報を、必ずしも必要な時期に受講できない場合がある。そのため、知識の深化や即応力の向上が十分に図れないことがある。今後は、指導員が必要な知識を適時に習得できるよう、学習機会や情報環境の整備を進めることが課題である。

(2) 事業内容	
①経営指導員（法定経営指導員含む）のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組	
参加者	すべての職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得することを目指す。
不足能力の特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 <ul style="list-style-type: none"> ・伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・新たに「外で・外から稼ぐ」事業の創出支援を行う能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等
内容	<p>経営発達支援事業を適切に遂行し、上記の不足能力を補うために、以下の手段・手法により職員の資質向上を図る。これまでは経営指導員が中心となり資質向上に取り組んできたが、今後はすべての職員が主体的に取り組む体制とする。</p> <p>ア 経営指導員研修による研修 新潟県商工会議所連合会等の経営指導員研修により、経営分析や事業計画策定といった、本計画実施にあたり最低限必要な資質については習得できる。</p> <p>イ 糸魚川地域コンサルタント（IBC）における研修会 当所は糸魚川信用組合と、市内企業の経営課題解決と持続的発展を目的に、連携して経営支援を行う事業連携協定を締結し、コンサルティングチーム「糸魚川地域コンサルタント」（IBC）を発足。IBCでは月に1度、外部講師によるコンサルティング指導を受けている。</p> <p>ウ 中小企業大学校の専門研修、上級研修 中小企業大学校の専門研修や上級研修では、幅広いテーマが用意されており、当所職員がそれぞれの強みを伸ばす、あるいは弱みを克服するためのテーマを選択することが可能である。また、全職員に共通して不足している「経営力再構築伴走支援」に関するカリキュラムも整備されており、組織全体の支援力向上に資する内容となっている。</p> <p>エ 独自に講師を招聘して研修会を開催 資質向上の手段として外部研修への参加も考えられるが、当所における不足能力の強化を図るうえでは、独自の研修会を開催することも有効である。そこで、法定経営指導員が全職員の不足能力を網羅的に把握したうえでテーマを設定し、所内研修会を実施する。所内研修とすることで、すべての職員が参加しやすく、組織全体の底上げにつながるという利点がある。</p>
②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み	
目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有することを目指す。
内容	<p>ア OJT ベテラン職員と経験の浅い職員がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJTを実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。</p> <p>イ 職員間の定期ミーティング 週1回のカンファレンスのなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法やデジタル活用の方法、具体的なデジタルツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援事業の進捗管理を実施する。</p> <p>ウ データベース化 担当経営指導員等がクラウド型支援ツール（Biz ミル等）に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。</p>

11. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現在、近隣の商工団体や金融機関、日本政策金融公庫、信用保証協会など、幅広い関係機関・団体と定期的な情報交換を実施。経済状況や小規模事業者の動向など、各機関が保有する情報を共有することで、より効果的な支援につなげている。

【課題】

市内 2 商工会の合併協議が不調となり、市内には現在 3 つの商工団体が存在している。このため、当所を含む 3 団体で「糸魚川経済団体連絡協議会」を組織し、連携体制を構築しているが、今後、高齢化や人口減少の進行に伴い廃業の増加が予測されるなかで、3 団体の今後の在り方が大きな課題となっている。

(2) 事業内容

① 糸魚川経改研究会

参加者	当所、能生商工会、青海町商工会、糸魚川市
頻度	年 4 回
内容	市内の商工団体等が一堂に会して情報・意見交換を行う場である。市内の経済情勢や小規模事業者等の経営状況について情報共有を行うとともに、そこで出された意見を糸魚川経団連に要望するなど、連携強を図っている。

② 糸魚川創業支援ネットワーク

参加者	当所、能生商工会、青海町商工会、市内全金融機関、糸魚川市
頻度	年 2 回
内容	当市の創業事業者の支援、及び情報共有を目的に設立。創業のみならず事業承継に関しても情報交換を行い、傾向や状況を把握することで円滑な創業・事業承継支援に結び付けている。また連携して創成塾を開講し、参画団体にて受講者の創業を支援している。また、本ネットワークでは事業承継の支援も実施している。具体的には、参画団体で連携して、事業承継マッチングサイト「relay the local」の活用を行っている。

③ 上越ブロック三商工会議所小規模経営支援事業研究会・金融支援研究会

参加者	当所、上越商工会議所、新井商工会議所
頻度	年 1 回
内容	日本政策金融公庫高田支店を講師に招いて金融経済情勢の研修会と制度融資についての研修、情報交換会を開催している。金融支援において円滑な制度利用に役立っている。

④ 創業支援ネットワーク、事業承継ネットワーク、エキスパートバンク

参加者	当所、県内商工会議所、新潟県信用保証協会、県内に本社を持つ金融機関他
頻度	年 2 回
内容	新潟県が主として行っている創業支援ネットワーク、事業承継ネットワーク、エキスパートバンク事業に参画し、専門家の派遣や相談等で活用している。これらの会を通じて専門家の指導を容易に受け取ることができるため、小規模事業者の専門的な知識を必要とする案件に対応することができている。

⑤ 国金友の会、日本政策金融公庫中小事業糸魚川懇話会

参加者	当所、日本政策金融公庫、会員企業
頻度	年 2 回
内容	平成 15 年頃、当時の国民金融公庫と中小公庫の制度融資の利用促進と関係強化を図るため当所が主体となって国金友の会と中小公庫（現日本政策金融公庫中小事業）糸魚川懇話会を設立。それぞれ、年 2 回程度研修会を開催して支店長から金融経済情勢などの

講話をいただき、制度説明や利用促進を図っている。管内の小規模事業者の円滑な金融支援の一助となっている。

12. 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】

糸魚川信用組合や糸魚川市などと連携し、地域デジタル通貨を基盤とした消費促進や地域内経済循環の取組を進めている。また、糸魚川市観光協会や糸魚川市と協力し、「石のまち糸魚川」というコンセプトのもと観光誘客を図っている。

これらの取組を通じて、地域内外での経済活動の活性化に向け、各機関との協力体制のもと事業展開を進めている。

【課題】

観光客誘致においては、市内での消費拡大につなげるための商店街回遊の促進や、キャッシュレス化など外国人観光客への対応が課題となっている。あわせて、地域デジタル通貨「翠ペイ」の利用率向上も今後の重要な課題である。

(2) 事業内容

①「翡翠（ヒスイ）」など地域固有の資源を活用した交流人口拡大に資する事業の実施

人口減少により地域経済の活力が低下するなかで、交流人口の拡大を通じて域外需要（外貨）を獲得し、その効果を地域経済に還元する仕組みづくりを進める必要がある。これを実現するためには、旅行者に対して地域の歴史的・文化的価値を効果的に伝えるためのストーリー構築が重要である。

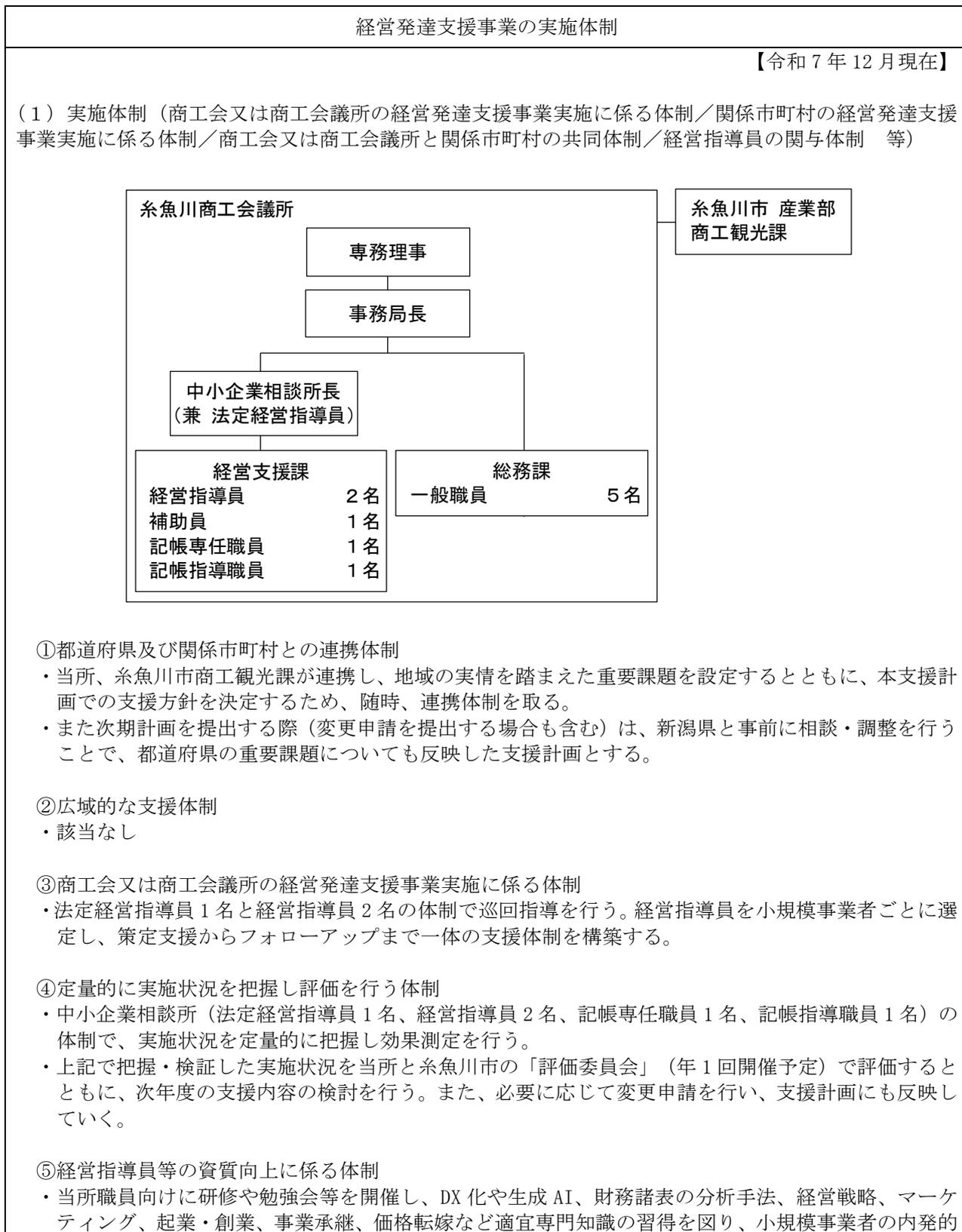
そこで、地域固有の資源である「翡翠（ヒスイ）」を活用した観光コンテンツの開発を進め、国内観光に加えてインバウンド誘客にもつなげる。また、「美山プロジェクト」の活動などを通じてツアー商品の造成を図り、地域事業者が主体的に展開できるモデルの構築を目指す。

②商店街等商店や飲食店のデジタル化

当所は、糸魚川地域デジタル通貨協議会の構成団体として、地域デジタル通貨「翠ペイ」を展開している。主な利用先として想定している商店街内等の使用店舗の充実を図るため、地域内を回遊する仕組みの構築を図る。また、糸魚川消費促進協議会でおこなっていたクーポン本「いといがわ得本」のアプリ化を行い、観光客も含めた商店等の利用促進を図る。さらにキャッシュレス利用可能店舗の増加にも取り組んでいく。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



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：山邊 暁孝

連絡先：糸魚川商工会議所 TEL：025-552-1225

②当該経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・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（山邊 暁孝）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糸魚川商工会議所 中小企業相談所

〒941-8601

新潟県糸魚川市寺町 2-8-16

TEL：025-552-1225

FAX：025-552-8860

E-mail：info@itoigawa-cci.or.jp

②糸魚川市 産業部 商工観光課

〒941-8501

新潟県糸魚川市一の宮 1-2-5

TEL：025-552-1511

FAX：025-552-7372

E-mail：kigyo@city.itoigawa.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	9,700	8,200	7,200	7,200	7,200
事業者支援事業費	4,000	3,000	3,000	3,000	1,000
セミナー等開催費	200	200	200	200	200
販路開拓事業費	4,000	4,000	4,000	4,000	6,000
開発費	1,000	1,000	-	-	-
調査費	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
会費、事業収入、糸魚川市補助金、新潟県補助金、経済産業省・中小企業庁補助金、厚生労働省補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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

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