

第2期 中期行動計画

令和3年度～令和5年度

行動方針

実行計画



上越商工会議所

目 次

はじめに	1
1. 第1期中期行動計画の総括.....	2
(1) 社会経済環境の変化	
(2) アンケート結果	
2. 第2期中期行動計画の策定経過.....	4
(1) 経過	
(2) 検討メンバー	
3. 第2期中期行動計画の行動方針.....	6
4. 第2期中期行動計画の実行計画.....	10
5. 中期行動計画の位置づけと見直し	27
6. 答申書	28

第2期中期行動計画／上越商工会議所

はじめに

今から3年前、少子高齢化をはじめ、情報ネットワーク社会の進化、経済のグローバル化、ライフスタイルや価値観の多様化などを要因に、国内の経済環境が急速に変化したことを受け、当会議所では、それらに伴い求められるニーズに対応すべく、平成30年度から令和2年度までの3年を期間とする行動計画「第1期中期行動計画」を策定いたしました。

当会議所の具体的な事業展開の羅針盤にあたる同行動計画は、産業づくり・地域づくり・基盤づくりといった3つの視点から、毎年度、PDCAサイクルを回しながら、進捗状況等を検証し、毎年度の事業計画に反映させ、事業活動を展開して参りました。

その間、重点課題に位置付けた雇用対策や創業支援、会員交流事業や販路開拓などビジネスマッチング強化、広報活動の多様化、商店街・個店の応援など、各種事業に取り組みました。

令和2年度に入ってから、第1期行動計画期間における各事業の成果に対する検証を基に、同期間中の社会や経済環境の変化なども考慮し、基本的な枠組みは引き継ぎながら、会員事業所や地域からより信頼される質の高い商工会議所を目指すための「第2期中期行動計画（令和3年度～令和5年度）」の策定を進めて参りました。

特に今回は、新型コロナウイルス感染拡大により経済環境が悪化し、その影響が飲食業、観光業はじめ幅広い業種に及んでいる中での策定であったことから、これまで以上に会員企業、とりわけ小規模事業者に寄り添い、きめ細かな伴走型支援に努めることに加え、新しい日常に対応した企業活動の変革及び推進に力点を置いた行動計画といたしました。

上越商工会議所は、令和5年度に創立50周年の節目を迎えます。その大きな節目に向け、商工会議所の役割を改めて認識し、上越市の産業振興並びに地域振興に努めて参る所存でありますので、会員企業の皆様はじめ関係各位におかれましては、引き続きご支援・ご協力をお願い申し上げます。

最後に、大変熱心なご討議により策定にご尽力いただきました政策委員の皆様、心より厚く御礼申し上げます。

令和3年3月

上越商工会議所 会頭 高橋信雄

1. 第1期中期行動計画の総括

(1)社会経済環境の変化

第1期中期行動計画を策定した平成30年は、アベノミクス景気もあり訪日外国人観光客が右肩上がりであり、さらに米国経済の堅調な推移、ヨーロッパ経済の緩やかな回復、中国経済の安定成長への移行など日本経済を取り巻く状況は安定的であった。上越市においても「うみがたりの完成」、次年度には「謙信公武道館」「上信越自動車道の4車線化」の完成などによって景気もやや上向き加減であり、当時の会員企業において一番の課題は人手不足による「雇用対策」であった。

そんな中、第1期中期行動計画では「産業づくり」「地域づくり」「基盤づくり」の3つを柱に、10個の重点課題として【雇用対策】【人材育成】【販路開拓】【創業支援】【事業承継対策】【観光振興】【直江津港振興】【会員交流事業】【部会活動】【スケールメリット】を掲げ、本計画をもとに会員ニーズに応えた施策が遂行されることで、地域の商工業が充実し、それによって上越の明るい未来が築かれることを願っていた。

しかし、行動計画最終年である令和2年、新型コロナウイルスが世界的に大流行し、感染を防ぐため「三密（密閉・密集・密接）」を避けるなど、これまでのコミュニケーションやビジネスの在り方が一変した。3月にはWHOがパンデミックを表明し、日本でも4月に緊急事態宣言が出され、新しい生活様式による「外出自粛」「非接触」が常態化するニューノーマルが求められ、宿泊業・飲食業を中心にコミュニケーション型のビジネスは壊滅的なダメージを受けた。

そのような経済環境が大きく変化した中でも、テレワークという働き方やオンライン会議といった手法が浸透し、テイクアウト・タクシーデリバリーとうスタイルも確立されてきた。危機だからこそ経営や社会の在り方について考える機会が出来、考える機会が創出されたからこそ新たなチャレンジが出来た。過去に類を見ない経済の落ち込みを経験し、将来の先行きは全く見通せない状況であるものの、変化を恐れず前を向いて行動する経営者が増えたという明るい希望も見えてきた第1期であった。

(2)アンケート結果

第1期中期行動計画の成果を検証するため、令和2年9月、議員並びに会員を対象とした「第2期中期行動計画に向けたアンケート調査」を実施した。新型コロナウイルス感染症の第2波が落ち着きを見せてきたこともあり、第1期中期行動計画で当所が取り組んできた事業のうち「各重点課題ごとに評価」して頂き、且つ、第2期中期行動計画で重点的に取り組むべき「優先度」や、各業種におけるコロナ終息後の「変化予想と取り組むべき内容」についても質問した。第1期の評価については、最も評価して頂いた内容は【創業支援】であり、低評価であった内容は【雇用対策】であった。

なお、第1期の成果の検証結果は次のページの表である。

2020.第2期・中期行動計画に向けたアンケート調査結果

〈第1期中期行動計画の評価〉

- 第1期中期行動計画で当所が取り組んできた事業における各重点課題ごとの評価結果
(議員から回答頂いた評価結果(数字=1低い↔高い5)の平均点)

産業づくり		
重点課題	評価	分析
1 雇用対策	2.9	実際に企業の人材確保に至っていないという現実から、2.9という低評価となっている。また、サポート内容が判らなかったという意見もあり、周知の徹底不足が浮き彫りになった。
2 人材育成	3.2	及第点ではあるが、他団体が行う人材育成セミナー等とは違った会議所独自の企画がもっとあって良かったのではないか。
3 販路開拓	3.4	商談会の実施については概ね評価頂いてはいるが、どう販路拡大に繋がったか会員に見えるような工夫もあって良かったのではないか。
4 創業支援	3.6	創業支援は産業づくりのなかでは一番評価頂いている。創業支援だけでなく、創業後のフォローについても引き続き支援が必要である。
5 事業承継対策	3.1	及第点を頂いているのは、事業承継はデリケートな問題であるがゆえに、会議所としての立ち位置をもう少し明確にしておくことも大事かもしれない。
地域づくり		
重点課題	評価	分析
1 観光振興	3.2	会議所は観光需要の取り込み支援だけでなく、行政・観光団体と共に観光振興に取り組んでいるが、もっと会議所に期待する声を真摯に受け止める必要がある。
2 直江津港振興	3.2	港の振興は国・県が中心であり、会議所としては国や県への要望や情報収集が主となっていたり、市や港湾協会と連携する事業のため、会議所としての具体的な取り組みを考える必要がある。
基盤づくり		
重点課題	評価	分析
1 会員交流事業	3.5	会員交流事業は2番目に高い評価を頂いているものの、もっと参加しやすい会議所らしい事業や仕組みを求める意見もある。部会活動とリンクする部分もあるので、新しい生活様式を取り入れた事業の創出も検討する必要がある。
2 部会活動	3.1	数字の評価は低く、部会の在り方を求める声や会議所的成果が出ていないという意見がある反面、行政要望を行う部会や、積極的に活動を行う部会から評価をいただいている部分もある。部会によって活動内容が違い、2か月に1回の会報でしか事業実施を伝えられず、部会活動の見える化が必要か。
3 スケールメリット	3.4	今回のコロナ関連の情報提供やクレジット包括事業などは概ね良い評価を頂いているものの、更なる情報発信が必要という意見もある。会議所の存在意義(メリットや意義など)を何度でも広くPRする必要があるのではないか。

※評価の理由などの詳細は別冊参照

2. 策定経過

(1)経過

策定作業にあたっては前回と同様に政策委員会が中心となり、第1期中期行動計画の内容を踏襲して策定を進めました。

過去類を見ない厳しい経済環境の中、会員の為に何が出来るかに時間を割き、より良い行動計画を策定すべく論議しました。

また、事務局でも実行計画策定のための基礎作業として、既存事業の評価見直しを行い、政策委員会での実行計画決定を円滑に行いました。

令和2年 9月28日	第1回政策委員会 ・中期行動計画について ①スケジュール ②議員アンケート ③コロナ禍後の社会変化と期待されるイノベーション像 ・その他（意見交換）
10月7日	議員・会員アンケート調査（第1期検証） 内容：第1期行動計画の評価調査 第2期事業の優先度調査 対象：議員、会員 回答：54社
11月16日	第2回政策委員会 ・中期行動計画について ①スケジュール ②アンケート結果 ③第2期行動計画の叩き台 ・その他（意見交換）
11月17日	青年部、女性会の意見集約（行動方針） 内容：第2期行動計画の行動方針の意見伺い 対象：青年部、女性会役員等 回答：8人
令和3年 1月27日	第3回政策委員会 ・中期行動計画について ①スケジュール ②青年部、女性会の意見集約結果 ③第2期行動計画、実行計画の精査 ・その他（意見交換）
2月8日	第4回政策委員会 ・会頭答申



(2)検討メンバー

①政策委員

No.	氏名	所属部会	事業所名	会社役職
1	本山 秀樹	政策委員長	大和電建(株)	代表取締役社長
2	前川 秀樹	政策副委員長	(株)丸互	代表取締役社長
3	高坂 光一	小売商業部会	高坂防災(株)	代表取締役
4	金谷 剛	卸売商業部会	(株)新金谷	代表取締役
5	石倉 悟	一般工業部会	(有)石倉製麺所	代表取締役
6	荻原 潔	機械金属工業部会	オギハラ工業(株)	代表取締役社長
7	南雲 信介	電機電子工業部会	(株)南雲製作所	代表取締役会長
8	清水 恵一	総合工事業部会	(株)清水組	代表取締役
9	平林 健資	職別工事業部会	(株)平林塗装	代表取締役会長
10	小林 功	設備工事業部会	(有)富士電気工事店	代表取締役
11	高橋 伸彰	金融業部会	(株)第四北越銀行高田営業部	執行役員高田営業部長
12	山岸 孝博	輸送業部会	(有)新興運輸	代表取締役
13	山崎 邦夫	観光サービス業部会	(株)ホテルハイマート	取締役会長
14	大嶋 浩文	諸業部会	(有)ハート1級建築士事務所	取締役

②事務局

No.	氏名	所属	役職
1	川上 宏	上越商工会議所	専務理事
2	板垣 朗	〃	理事・事務局長
3	岡田 政彦	〃	中小企業相談所 所長
4	川辺 康弘	〃	〃 企業振興課 係長
5	木南 文人	〃	〃 経営指導課 係長
6	秋山 裕樹	〃	総務課 庶務係 係長
7	西川 晃一	〃	〃 会員サービス係 係長

3. 行動方針

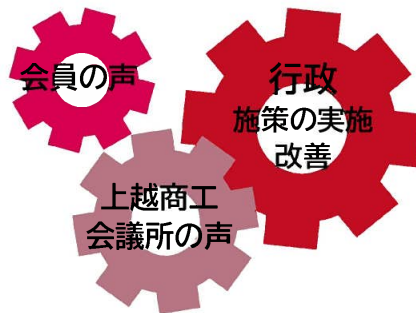
令和3年度(2021)から令和5年度(2023)までの3年間の当所の行動方針を3つのテーマで定めました。

総括方針		新型コロナウイルス感染症により新しい日常への対応が必要となるなか、上越商工会議所は中小企業・小規模事業者の一番身近な相談窓口として、地域企業の活力向上に資することに努め、地域経済の発展に貢献します。また、事業の見える化を進めることで、会員による会議所活用の促進へとつなげ、企業の発展を支援します。
テーマ	産業づくり	雇用対策や販路開拓など、会員にとって効果的且つ有用な施策・事業を行い、変化を恐れない企業力の強化によって産業の振興を図ります。
	地域づくり	人口減少社会において、当地域の活力を保つために、観光振興・直江津港振興などを進めながら会員の事業活動を支援し、もって地域の振興を図ります。
	基盤づくり	会員の力を結集し、組織的な力を発揮する基盤づくりを進めるために、きめ細かな情報発信に努めます。

(1) 総括方針


新型コロナウイルス感染症により新しい日常への対応が必要となるなか、上越商工会議所は中小企業・小規模事業者の一番身近な相談窓口として、地域企業の活力向上に資することに努め、地域経済の発展に貢献します。また、事業の見える化を進めることで、会員による会議所活用の促進へとつなげ、企業の発展を支援します。

社会経済情勢が日々変化していく時代にあっても、この地で営々と商工業を営み、地域貢献に努めている企業の持続的・発展的経営を後押しするため、上越商工会議所は、会員企業の一番の相談窓口として、生産性向上や地産外商など幅広く企業の発展を支援し、上越の確かな未来を築いていきます。また、行政や関係団体との連携を強化し、地域の課題解決に取り組みます。



(2) テーマごとの取り組み方針と13の重点課題

産業づくり	①雇用対策	②人材育成	③販路開拓
	④創業支援	⑤事業承継対策	⑥ビジネス変革対策(新)
地域づくり	⑦観光振興	⑧直江津港振興	⑨人口減少対策(新)
基盤づくり	⑩情報発信(新)		⑪会員交流事業
	⑫部会活動		⑬スケールメリット

1.産業づくり	雇用対策や販路開拓など、会員にとって効果的且つ有用な施策・事業を行い、変化を恐れない企業力の強化によって産業の振興を図ります。
①雇用対策	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい働き方、雇用のあり方（人材シェア含む）について、会員への情報提供を徹底します。 ・中小企業で続く労働力不足を補うため、人材のシェアなども含め、雇用関係機関や団体だけでなく学校機関との連携を強化し、若年層の地元定着を始め、高齢者・女性・障害者雇用の拡大、更に外国人労働者の雇用促進を支援します。 ・各種補助金の活用を通じ、AI、IoT等の先端設備導入による人的労働力の補充を支援します。
②人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ・専門機関や大学等の教育機関と連携し、保有する技術ノウハウや人材育成情報の提供を行います。 ・人材育成を行う団体が無い業界においては、ニーズに沿った実践研修を行えるよう各部会の意見を聞きながら企画し、中小零細企業における人材育成機会の創出を行います。 ・検定の実施によるスキルアップ、学校教育における職業観の形成への協力、新人社員～中堅社員～経営幹部が学べる場づくりを行います。
③販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の産業は、あらゆる業種・業態が繋がり合うなど、過去の例に捉われない新しいビジネスチャンスが創出される可能性があることを踏まえ、ビジネスマッチング商談会の開催や見本市等への参加に係る補助事業などを通じ、会員企業の販路拡大に向けた取組を支援します。 ・地域内で頑張る会員企業同士、営業機会の拡大が図れるよう異業種交流の場づくりを行います。
④創業支援	<ul style="list-style-type: none"> ・創業は、産業の新陳代謝を起こすことにもつながり、それが活性化の原動力になることから、新たな視点のサービスを生み出す起業家の創出を目指し、起業マインドの助長や創業環境の整備を行い、創業後も安定した経営ができるよう支援します。 ・進学後は就職だけでなく、起業という選択肢もあることを意識付けできるように、学生への啓発活動にも取り組みます。
⑤事業承継対策	<ul style="list-style-type: none"> ・優れた技術や企業風土の消失は、地域経済の損失となることから、事業の継続などについて検討を始める企業にとって、会議所が気軽に相談できる窓口であるよう、継続的な広報に努めます。 ・事業承継に向けた具体的な相談に発展した際、専門家へ繋げられるよう関係機関との連携を強化します。 ・事業継続のため、上記取組を行うとともに、遊休資産を有効活用できるように情報発信に努めます。
⑥ビジネス変革対策 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規事業分野への進出等の新分野展開、業態転換を進める会員企業のため、国の支援策や各種事例の情報収集・発信などに努めます。 ・デジタル化への意欲が高まる会員企業を支援することで、中小企業の生産性向上や業務改善に繋がります。また政府が掲げるカーボンニュートラルの実現に向け、経済と環境の好循環に向けた支援に努めます。



2.地域づくり	人口減少社会において当地域の活力を保つために、観光振興・直江津港振興などを進めながら会員の事業活動を支援し、もつて地域の振興を図ります。
⑦観光振興	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスにより世界的に観光の在り方が問われている中、観光事業者への支援メニューなどの情報発信に努めます。 感染防止対策を整えている観光施設、観光事業者などの情報を、観光団体や行政とともに発信し、来訪自粛の緩和を図ります。 部会活動など様々な機会を活用し、地域で活動する我々自身が地元の魅力を見直し、発信するなど、コロナ禍において観光需要回復に有効である「マイクロツーリズム」推進の機運醸成を図ります。 歴史・文化・自然を資源として、「見る・識る・食べる・買う・体験する・泊まる」による観光で消費する仕組みの構築を支援します。
⑧直江津港振興	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー港湾、重要港湾としてのハード面の整備に向け、行政や団体等への働きかけを継続していきます。 脱炭素社会の実現に向けた取組が世界的に進む中、国産資源の確保も重要であり、民間企業が主導するメタンハイドレート商業化に向けたプロジェクトなどに地元企業が関わるができるよう、県や市と連携していきます。 近隣地域からの物流の増加を図るため、港湾協会等と連携して地域外の事業所へのPRに努めます。
⑨人口減少対策	<ul style="list-style-type: none"> 人口減少の緩和に向け、UIターンなど移住・定住促進を進めるため、若い人が地元で働ける環境づくりを官民一体となって進めていきます。また、事務所機能移転気運の高まりを受け、当市へのサテライトオフィスや地方拠点の誘致などを官民一体となって進めます。 安心して暮らすため「災害に強いまちづくり」に向けた社会資本整備の拡充を求めています。



<p>3.基盤づくり</p>	<p>会員の力を結集し、組織的な力を発揮する基盤づくりを進めるために、きめ細かな情報発信に努めます。</p>
<p>⑩情報発信</p> <p>NEW</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会員企業にとって有益な情報を迅速に発信するとともに、紙、メール、SNSなど、様々な媒体を活用し、全会員へ情報が行き渡るよう努めるほか、視覚化を意識するなど、的確な情報発信に努めます。
<p>⑪会員交流事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日々の業務の中で「開かれた会議所」を意識、行動、発信に努めることにより、誰もが参加しやすい会員交流事業の開催へとつなげます。合わせて、営業機会拡大の場として位置付けるなど、会員にとって実のある交流会とします。
<p>⑫部会活動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 効果的・効率的な活動ができるよう部会の在り方を検討し、部会同士で横断的な活動を行うほか、活動の見える化によって参加者を増やすなど、部会活動の活発化を推進します。 ・ 行政要望など、業界団体だけでは効果が限定的になるものを部会という大きな括りで取り組むことで、より効果の高い事業になるよう努めます。 ・ 次代の地域経済を担う青年部、女性会の声やエネルギーを会議所事業に活かし、輝く地域を次代へ繋ぎます。
<p>⑬スケールメリット</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ より多くの会員によるスケールメリットの創出と会員サービスを充実するため、会員数を拡大し会議所の基盤強化を図ります。



4. 実行計画

3テーマ「産業づくり」、「地域づくり」、「基盤づくり」において13の重点課題を掲げ、将来を見据えた事業内容を区分ごとに定めます。


テーマ・産業づくり


雇用対策や販路開拓など、会員にとって効果的且つ有用な施策・事業を行い、変化を恐れない企業力の強化によって産業の振興を図ります。

(1)雇用対策

令和2年まで続いた労働力不足は全国的に緩和されてきましたが、上越地域の企業においては未だ「技術系労働力の不足」が続いており、それは議員・会員アンケートの結果からも、企業にとって雇用対策が一番の課題であることが見て取れます。そんな中、コロナ禍においてワークライフバランスを重視する学生が増え、働き方改革を実践する企業は採用に有利と言われるようになりました。コロナによって学生は東京志向から地元への回帰が始まったことを追い風に、地元で働くことの大切さや優位性を理解して頂くためにも、その地元企業情報を学生に届ける仕組みの構築を目指します。

また、新しい雇用の在り方が急速に注目を集める中、雇用吸収力のある産業や成長分野への「失業なき労働移動」の実現にむけ、関東経済産業局や産業雇用安定センターなどが行う事業の情報収集に努めて参ります。さらに、付加価値向上・業務効率化による「生産性向上」に取り組む企業を応援すべく、国・県・市の補助メニューを絶えず把握し、分かりやすい情報提供を心掛けながら、労働力確保と生産性向上の両面をサポートしていきます。

区分	事業名	内容
労働力確保事業	新卒高校生応募前企業説明会 (年1回)	ハローワーク等と共に、高卒就職者に対して疑問や不安を解消し、就職先を選ぶ際の情報収集を行って頂く求人企業説明会を開催する。
	大卒等合同企業説明会～郷土就職希望者説明会～ (年1回)	地元経済の人材確保に繋げるため、大学・短大・専門学校生を対象とした企業と学生の就職説明会を実施する。
	近隣大学等出張説明会 (年2回)	本県を含め近隣大学で開催する上越市内企業の紹介・説明会を、北陸・信越一円にエリアを広げ地元企業を知ってもらう機会を創出する。
	新規学卒予定者への情報提供事業 	新潟県雇用環境整備財団がこれまで取り組んできた「レッツUターン（県内外に進学した学生への情報提供）事業」を活かし、学生へダイレクトに企業就職情報を届けられるよう働きかけを行う。

労働力確保事業	学校と企業の情報交換会	上越雇用促進協議会で実施する「学校・企業・関係団体による上越地域の雇用・意見交換会」に参画し、若者の地元定着に向けた啓発を依頼すると共に、特に技術系高校に地元中小企業を認識して頂くための機会の実現に向けて行動する。
生産性向上事業 (人的労働力の補完)	各種セミナー開催 (受講者数) H30 433人 R01 393人 R02 925人(1月時点)	経営指導やアンケートから詳細な会員のニーズを把握し、講習内容について講師と事前協議を行い会員ニーズに応える講習会やセミナーを開催する。講習会等を商工会議所の利活用の入口と位置付け、各種セミナーの参加者増加に努める。
	補助金・助成金活用 H30 16件 R01 21件 R02 24件(12月時点)	会員企業の経営状態やニーズに即した最適な資金についてアドバイスするとともに、企業の経営計画に基づく目標達成を支援するため、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、起業チャレンジ創業応援事業ならびにU・Iターン創業応援事業など創業補助金の補助金活用の支援を促進する。 併せて、雇用保険関係助成金等の活用を提案することで企業における人材確保、人材教育、雇用環境の整備促進につなげる。
労働力確保策研究	障害者、女性、高齢者労働力	障害者、女性、高齢者雇用の拡大に向けた意識醸成を図る効果的方策を探る。
	外国人労働力	外国人の雇用実績があり労働力として定着させている企業からノウハウの取得など情報収集と研究を行う。 ・外国人雇用制度の情報収集 ・会員企業の実態把握 ・課題・問題点の整理 ・外国人雇用推進の仕組み構築の可否 ・研究会の設置
	人材シェアを見据えた情報提供事業 	関東経済産業局「人材シェアマッチング事業（人材余剰の企業から人材不足の企業へ一時的に雇用を移動させる）」、産業雇用安定センター「再就職・出向支援（情報提供・相談・あっせん）サービス」など人材シェア関連情報を人材不足を課題に掲げる会員宛に適宜情報提供する。



(2)人材育成

近年の労働力不足により、中小零細企業では社員の人材育成に割く時間が十分確保できず、経営課題となっていました。業種ごとに分かれる部会を活用し、企業のニーズに沿った人材育成機会を創出していきます。

また、これまでに引き続き、中学生における職場体験、高校生における就職セミナー、各種検定事業、各種研修会の場を関係機関と共に提供して参ります。

スキルアップ事業	製造業管理者向け研修 〈年4回〉	製造現場の改善には、まず効率化を阻む作業の環境整備から着手し、管理者は部下とともに改善活動を進めていかなければならない。若手技術者を含め、将来を見据えた優れた管理者を養成するため、本研修を開催し、人材育成に繋げる。
	上越技術研究会テクノオアシス 〈通年〉	ものづくりを通して、若手技術者の育成を目的に活動。企業の垣根を越え、共通の課題に取り組むことで技術・知識を習得し、企業にフィードバックすることで地域企業の技術力向上、販路拡大に繋げる。〈会員8社〉
	中堅社員研修会 H30 19社／34人 R01 16社／35人 R02 12社／24人	中堅職員を将来に向けての大きな原動力となるよう育成するため、上越市が主催する中堅社員研修会への参加を奨励していく。
	各種検定事業	<p>珠算、簿記、販売士、ビジネス実務法務など各種検定を実施し、生産性の向上に繋がる資格・技能の保有者の確保を図る。 ※受験者数</p> <p>■日商検定</p> <p>①簿記検定 H30 420人、R01 400人、R02 122人</p> <p>②リテールマーケティング検定（販売士） H30 49人、R01 49人、R02 0人</p> <p>③P C検定 H30 98人、R01 118人、R02 132人</p> <p>④そろばん検定（珠算） H30 276人、R01 240人、R02 125人</p> <p>■東商検定</p> <p>⑤福祉住環境コーディネーター検定 H30 76人、R01 69人、R02 53人</p> <p>⑥カラーコーディネーター検定 H30 30人、R01年 37人、R02年 10人</p> <p>⑦ビジネス実務法務検定 H30 18人、R01年 27人、R02年 43人</p>
	人材育成事業	企業は人手不足等により人材育成する機会が減少していることを受け（会員アンケートより）、会員ニーズに沿って業界分野を絞り、部会を通じて企画するなど、実践的な人材育成機会を創出する。

若年者育成事業	上越「ゆめ」チャレンジ事業（受入承諾企業数） H30 558社 R01 543社 R02 中止	地元の中学2年生が地域の産業、働く人々の素晴らしさや大切さを学ぶ職場体験事業について、会員企業に対し、将来に向けた人材育成の一環として、生徒の受入れを奨励する。
	高校生就職セミナー 〈年1回〉	社会人になる前から早い段階で就職に向けた目的意識と知識を持ってもらうため、就職を希望する高校2年生を対象とした講習会を実施する。
	新しい社会人を励ます集い 〈年1回〉	新社会人の職場定着を図るため、新卒社員を社会の一員として迎えて励ますことで、同じ悩みを抱える若者同士のネットワーク作りにも繋げていく。



(3)販路開拓

上越市では毎年約2千人の人口が減っており、同時に市民の購買力も縮小していくと予想されることは、地域内ビジネスを行う企業にとって大きな問題です。そのため、市外・県外・国外へとビジネスを広げていく考えは重要で、取引を広げる「販路開拓」「営業機会」のチャンス提供は会議所の大きな役割となります。

現在の産業は、あらゆる業種・業態が繋がり合うなど、過去の例に捉われない新しいビジネスチャンスが創出される可能性があることから、当所独自のビジネスマッチングや全国規模の「ザ・ビジネスモール」の活用を積極的に会員へ伝え、全国515会議所のネットワークというスケールメリットを活かし、展示商談会への参加登録奨励と支援体制の強化に努めます。

販路開拓事業	ビジネスマッチング個別商談会in上越 ①会員エントリー数 H30 58社(130社) R01 57社(136社) R02 44社(136社) ②参加会議所数 H30 39所 R01 42所 R02 38所	会員企業のビジネスチャンス拡大に繋げるため、上越地域と隣接地域の企業間での販路開拓ならびにビジネス交流を目的とした商談会を実施する。事前調整型の商談会とし、近隣地域の企業や地元でもなかなか接点機会が無かった企業との“売りたい”“買いたい”はもちろん、流通や販売サポートおよび外注先の開拓、共同開発、情報収集などビジネスに関わるあらゆる可能性に繋げる。
	商談会・見本市出展支援 H30 50社 R01 37社 R02 39社(11月時点)	新たな需要の開拓を目指す製造企業を支援するため、首都圏での各種商談会や見本市等への出展を働きかけ、出展料等の軽減を行うことでビジネスチャンスの創出と販路拡大に繋げていく。また、出展・マッチング実績を適宜報告し、参加企業の増加に結び付ける。

販路開拓事業	貿易関係証明書発行 H30 29件 R01 47件 R02 54件（12月時点）	貿易関係企業の取引の便益のため、原産地証明書をはじめとする貿易関係の証明を発給する。商工会議所が厳正かつ中立な立場で発給する貿易関係証明によって、商取引の円滑化に利便性を提供し、貿易の振興につなげる。証明書は原則即日発給し、輸出取引の迅速化に繋げる。
	上越ニュービジネス研究会	市内製造業者が互いの技術を出し合い、新産業を創出することで、新たな販売先を獲得するなど、地域産業の活性化を図る。〈会員8社〉
	上越技術研究会	産学交流会、技術講習会、先進企業視察などの活動を通じ、上越地域工業会の活性化を図る。〈会員21社〉
	上越技術研究会テクノオアシス（再掲）	ものづくりに関わる各種講習会を通じ、若手技術者の交流・人材育成を図るとともに、地域企業の技術力向上、新分野への挑戦、販路開拓を支援する。
	異業種交流事業	地域内で頑張る会員企業同士、営業機会の拡大が図れるよう、部会等で異業種交流の場づくりを行うとともに、青年部が進める「せっかく買うなら仲間から」の精神を広めていく。




(4)創業支援

創業は、産業の新陳代謝を起こすことにもつながり、それが活性化の原動力となります。新しい視点、独自のアイデア、技術を活かして大手が手を出さない隙間を狙った新サービスや商品が出来ることで、既存の企業が刺激されていく好循環が、地域経済を成長させていきます。第1期（H30-R2年）では「創業塾」や「創業者くらぶ」で大きな成果があったことから、創業を目指す人、創業間もない人を段階に分けて引き続き支援していきます。

また、起業する人を増やすため、進学後は就職だけでなく「起業」という選択肢もあることを意識付けできるように、学生への啓発活動にも取り組んでまいります。

起業家創出事業	創業塾 受講者 H30 28人 R01 32人 R02 37人	創業のキッカケに繋がる創業イブニングセミナーや、創業の夢を具現化するための創業塾（心構え、マーケティング、事業計画・資金計画作成支援）を継続的に実施していくことで、創業知識の習得、持続的経営の支援に繋がっていく。卒業生に対しては、創業融資の利子補給、保証枠の拡大、法人設立にかかる登録免許税の軽減の他、更なるインセンティブの充実を図り、起業を促進していく。 また、創業塾卒業生以外の新規創業者にも創業融資の利子補給が活用できるよう制度改正を進める。
---------	---	---

創業者支援事業	創業者くらぶ 登録者 H30 28人 R01 34人 R02 34人	創業塾の卒業生や起業して間もない経営者の持続的経営を支えるために設立した「創業者くらぶ」を定期的を開催することで、人脈づくりや販路開拓、事業計画の策定に繋げるなど創業後のフォローアップを行っていく。
創業関連補助金申請支援	起業チャレンジ応援事業 (NICO) U・Iターン創業応援事業 (NICO)	創業にあたっては、経営計画の策定と資金調達が重要である。各種創業補助金の申請支援を行うことで、資金面でのリスク軽減と目標の明確化を図り、持続的な経営に繋げる。
学生向け起業精神育成事業	意識啓発 	中・高校生の主な進路は「就職」と「進学」であるが、起業という選択肢もあることを学ぶ機会の創出を目指し、関係機関に働きかける。



(5)事業承継対策

企業が有する技術やノウハウ、特に企業風土がなくなることは地域にとって大きなマイナスとなり、一度無くしたものを復活させることは難しいため、まずは事業の継続・整理を考え・悩みはじめた時に会議所へ気軽に相談できる体制を整えることが重要です。

また、企業経営の多くを経営者に頼っている中小企業にとって、経営者の高齢化や後継者難は、業績悪化や廃業に直結する問題であり、後継者の確保・育成、円滑な資産の引継ぎなど、中・長期にわたる計画策定には専門家のアドバイスは不可欠なため、具体的な相談に進展した場合にスムーズに専門家に繋がられるような組織体制の整備も引き続き行って参ります。そして、上越地域連携プラットフォームとして遊休資産の保有者と承継者のマッチングについても支援していきます。

事業承継支援事業	関係機関と連携した【相談】・【支援体制】の充実 (支援件数6件)	企業が事業の継続・整理について悩み始めた時、会議所が一番身近で相談しやすい窓口であるために情報提供に努め、事業承継をテーマとしたセミナーや個別相談会の充実を図っていく。 また、行政や上越地域連携プラットフォームならびに事業承継引継ぎ支援センター、金融業部会等と連携し、市内における事業承継対策を推進する総合相談窓口となるネットワーク組織の構築を図り、事業承継の課題解決に繋げる支援を行っていく。
----------	-------------------------------------	--

事業承継支援事業	遊休資産有効活用 マッチング	後継者不足に悩む高齢経営者の遊休資産と設備投資力の弱い創業者等のニーズをマッチングするため、ポータルサイトによる紹介・斡旋を効果的に実施していく。そのために情報ネットワークを駆使して遊休資産保有者、事業承継検討企業を発掘し登録を促していく。
----------	-------------------	--



(6)ビジネス変革対策



令和2年の新型コロナウイルス感染症の拡大により、非接触といった新しい生活様式が推奨され、それに伴い企業経営の在り方、働き方、顧客ニーズなどビジネス面において大きな変化をもたらされたことを受け、ポストコロナを見据えた業態転換、事業再編などの取組みを支援して参ります。

また、リモート化、オンライン化、キャッシュレス化、分散化、自動化、省人化が進み、中小企業自らデジタル技術の実装等により生産性向上を図ることが必要となっています。生産性向上に向けた中小企業のデジタル化を進める流れは今後も加速すると予想され、行政によるデジタル化への支援策を会員企業に行き渡るよう、情報発信などで支援して参ります。

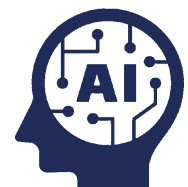
ビジネス変革・デジタルシフト支援事業	業態転換・事業再編等に向けた情報収集・発信	ポストコロナを見据え、新分野への展開や業態転換などに挑戦する企業のリスク軽減と取組を支援するため、事業再構築補助金などの支援策や関係情報などの収集と発信に努める。
	デジタルシフト支援	IT設備率が高くなるほど労働生産性が高くなる傾向があり、デジタル化への意欲が高まる会員企業を支援すべく、補助金情報の提供や日々の経営相談を行う。また、国が主導するカーボンニュートラルの実現をコストと捉えず、ビジネスチャンスに繋がるという意識醸成に努めていく。

■その他、会員企業振興対策事業

商工会議所の根幹的な役割である企業振興対策事業は、会議所が会員にとって一番身近な存在であり続けるためにも着実に取り組んでいくべき内容です。同じことを繰り返すだけでなく、より効果的な手法を考え改善しながら施策・事業を行い、企業力の強化に取り組みます。

調査事業	会員景況調査 〈年4回／回収率 35%〉	地元経済の景況感を正確に把握し、きめ細かな企業支援を行うために、延700社からアンケート調査を行う。
	賃金実態調査 回収率 H30 38.6% R01 32.8% R02 37.0%	雇用確保に向けて地元各業界の賃金水準を把握するため、会員500社から賃金実態アンケート調査を行う。また、より企業が知りたい情報（例えば各社の退職金の算定方法等）をアンケート項目に追加し、企業経営に活かせる調査となるよう努める。
中小・小規模企業 支援事業	記帳指導 H30 283回 R01 185回 R02 517回(11月時点)	会員の日々の記帳の合理化を図るため記帳指導・記帳代行業務を行う。小規模事業者の個人事業主を対象とし、自ら記帳事務を行うことが出来るよう指導の一環として行う。記帳を通して、数字の読み取り方、自社の経営分析が出来るように指導を行う。
	労働保険事務代行 H30 401件 R01 394件 R02 393件	労働保険事務組合加入による3つのメリット ①労働保険料の申告・納付等の労働保険事務を事業主に代わって処理することで事務の手間を省く。②労働保険料を3回に分割納付できる。③労災保険に加入することができない事業主や家族従事者なども、労災保険に特別加入することができる)により、中小企業の労務管理の強化に繋げる。
	各種事務受託事業 〈20団体〉	業界団体育成のため、団体の事務を受託し事業活動を支援する。 (自立可能な団体については、側面支援へ移行するなど調整を図る)
	経営指導 H30 1,166件 R01 918件 R02 2,696件(12月時点)	小規模事業者へのきめ細かな支援のため、各社の経営課題・問題点を発掘し、解決につなげる経営指導を行うことで、商工会議所はいつでも経営相談ができるという会員加入メリットを提供する。
	経営講習会 H30 433人 R01 393人 R02 925人(12月時点) (再掲)	経営指導やアンケートから詳細な会員のニーズを把握し、講習内容について講師と事前協議を行い会員ニーズに応える講習会やセミナーを開催する。講習会等を商工会議所の利活用の入口と位置付け、各種セミナーの参加者増加に努める。
	専門家相談事業 H30 214件 R01 199件 R02 255件(11月時点)	法律、労働、金融、税務、事業承継・M&A、経営、海外展開、創業・第二創業、知財など、より専門知識が必要な案件が増えており、専門家による相談指導へ誘導する。巡回指導やアンケートから詳細なニーズを把握し、周知の際に具体的な例示を行なうなど事業者が相談しやすい環境づくりに努めていく。

中小・小規模企業 支援事業	補助金・助成金活用 H30 16件 R01 21件 R02 24件(12月時点) ※再掲	会員企業の経営状態やニーズに即した最適な資金についてアドバイスするとともに、企業の経営計画に基づく目標達成を支援するため、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、起業チャレンジ創業応援事業ならびにU・Iターン創業応援事業など創業補助金の補助金活用の支援を促進する。 併せて、雇用保険関係助成金等の活用を提案することで企業における人材確保、人材教育、雇用環境の整備促進につなげる。
	マル経資金活用・利子補給事業 H30 融資75件. 利子補給25件 R01 融資75件. 利子補給25件 R02 融資71件. 利子補給25件(1月時点)	小規模事業者の経営改善のための日本政策金融公庫の政策融資（マル経資金）の利活用ならびに当所の利子補給事業の組み合わせにより、一層の経営改善に繋げられるよう経営相談等を通じて支援していく。
産学官交流による 技術力向上	上越ニュービジネス研究会、上越発酵食品研究会、上越技術研究会 〈通年〉	各研究会が抱える課題を明らかにし、解決に向けての具体的な提案を行うなど積極的に関与するとともに各事業の周知協力や実施支援を行っていく。
	新潟工科大学産学官交流ネットワーク 〈年1回〉	新技術の研究開発など産学官で進めるため、柏崎・上越産業界と大学との交流促進を側面的に支援することで、産業界の活性化を推進する。
個店の魅力向上支援	商店街繁盛店づくり・個店魅力アップ事業	「百年商店街プロジェクト事業」「扇形機関庫を中心とした魅力創出推進事業」など地元の個性や特長を生かした地域活性化事業を個店の営業力増強につなげるため、商店街や個店が取り組む商品・サービスの新規開発や改良、売り場づくりの改善、接客レベルの向上などを、関係機関と連携しながら、積極的に支援していく。
にぎわい創出ソフト事業	高田・直江津地区中心市街地賑わい創出事業	「高田城址公園と商店街」「水族博物館と商店街」など回遊向上と滞在長期化による地域内消費の拡大に取り組む商店街・まちづくり団体を下支えするため、越後・謙信SAKEまつり、高田花ロードウィーク、なおえつ鉄道まつりなど街なかに人を呼び込むためのソフト事業へ積極的に関与していく。
空き店舗対策	高田・直江津地区空き店舗情報提供事業	一定の集客を見込める中心部商店街への出店をめざす個人・企業等に当所ホームページを通じて情報提供を行うとともに、行政等支援策の照会や開業費用等資金調達の相談等にも対応し、中心部商店街の空き店舗解消と魅力向上を図っていく。



人口減少社会において当地域の活力を保つために、観光振興・直江津港振興などを進めながら会員の事業活動を支援し、もって地域の振興を図ります。


(1)観光振興

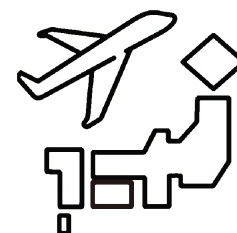
「観光は楽しいものだから」。これは上越市観光交流のキーワードであり、来訪者が市民の日常に溶け込み、楽しむ観光地域を目指すために全員が共有すべきものです。観光には「見る、識る、体験する」の他に、「食べる、買う、泊まる」といった消費行動があります。その楽しい消費行動を提供しているのが我々経済界に他なりません。観光による交流・関係人口の拡大はその消費行動によって外貨を獲得でき、ひいては地方創生に繋がっていきます。

行政の役割、観光団体の役割、企業の役割、市民の役割を理解し、我々会議所が担う「企業努力を支援する」「地域の魅力を県内外に伝える」ことを意識しながら会議所の役割を果たして参ります。また、コロナ禍ではマイクロツーリズムの推進に努め、アフターコロナになった際はインバウンドの推進、三国同盟を活かした個人観光客の誘客、インフラ整備を活かしたスポーツコンベンションの推進に努め、行政や観光振興団体と連携して観光の産業化を目指します。

★企業努力の支援策については「産業づくり」を参照

地域内観光事業	高田城址公園観桜会、上越まつり（高田・直江津祇園祭、謙信公祭）、高田城址公園観蓮会、越後・謙信SAKEまつり、なおえつ鉄道まつり、レルヒ祭など	新型コロナウイルス感染症の拡大と共に各地で取り入れられた「マイクロツーリズム（近隣への日帰り観光）」という考え方は、郷土愛の醸成という観点からも効果があったが、収束後に訪れる交流人口の拡大による地域内での消費拡大は引き続き重要であり、日本夜景遺産、県無形文化財などの認定を活かしたPRを強化することで、高田城址公園観桜会や上越まつりの安定的な集客を目指す。 また、上越観光交流ビジョンに基づき「観光は楽しいものだから」というキーワードをベースに「来訪者が市民の日常に溶け込み、楽しむ観光地域」となるよう、観光マインドの醸成と地域情報の発信に努めていく。 そして、既に上越市に來ている観光客（当市に愛着のあるリピーター）の消費額をあげるため、上越市や観光コンベンション協会などと連携した施策を推進していく。
観光共同事業	インバウンド推進（上越市インバウンド推進協議会） ※参画団体：上越商工会議所、（公社）上越観光コンベンション協会、上越国際交流協会、新潟県上越地域振興局、上越市産業観光交流部	新型コロナウイルス感染症によって日本に來る外国人観光客は激減したが、収束後のインバウンド需要の取り込みトレンドは変わらないと想定されることから、市内飲食店や土産物店など観光に携わる全ての事業所にインバウンド需要を取り込むチャンスがあるという認識の下、官民一体となった誘客、地域の受入体制整備を推進していく。

観光共同事業	スポーツコンベンション 	当所も参画団体のひとつとなる「東京オリンピック・パラリンピック上越市合宿招致委員会」にて、2021年に開催されるオリンピック・パラリンピックにおける、ドイツ体操チームの練習地として、知名度アップと観光振興、国際交流の親展を図るため、市や関係団体と連携して推進する。また、県立武道館「謙信公武道館」やジムリーナ、リージョンプラザ上越など大型スポーツ施設を活用したスポーツコンベンションの需要を取り込むべく、上越観光コンベンション協会などの観光団体と連携していく。
広域観光連携事業（ソフト充実・発信強化）	三国同盟を基盤にした誘客促進	近年の「団体旅行から個人旅行へのシフト」という流れを受け、上田商工会議所、甲府商工会議所との広域観光連携「三国同盟」をもとに、戦国武将、食、ワインなど3エリアが持つ共通項を活用し、個人旅行需要を取り込むための事業を展開していく。
	佐渡世界遺産登録推進	佐渡の玄関口であるという地理的優位性を活かすため、県主催の佐渡金銀山世界遺産登録推進県民会議に参画し、佐渡金銀山の世界文化遺産登録の早期実現と将来にわたる価値の継承を期し、官民一体となって県民運動を展開する。



inbound

(2)直江津港振興

エネルギーのまちである上越市には、他市と違い「港を所有する」という大きな特徴があり、その直江津港は重要港湾・エネルギー港湾として大きな発展が期待されています。港は、憩いの場や佐渡と結ぶ離島航路としての役割だけでなく、背後地である信州エリアの製造業と韓国・中国を結ぶ定期コンテナ航路として、電気・ガスの安定的な供給基地として、更に太平洋側のバックアップ機能を果たす港として重要な役割を担っています。

また、直江津沖の海底に埋蔵されるメタンハイドレートは次世代エネルギーとして注目を集め、国は埋蔵量や回収技術などの調査・研究を進めており、当所としても関係機関と連携しながら情報収集に努めています。

今後は、行政・観光団体等と連携を図りながら、港を観光周遊の拠点として観光情報の発信に努め、クルーズ船誘致やフェスティバル等の実施により関心を呼ぶ取組みを展開していきます。

直江津港振興事業	直江津港・エネルギー関連	令和5年度に運転開始予定の東北電力火力発電所の整備工事については、引き続き、地元企業が参入機会を得られるよう、体制の整備などに努める。
----------	--------------	---

直江津港振興事業	メタンハイドレート開発・調査情報収集	国は、令和7年度頃から民間主導の商業化プロジェクト開始を目指しており、引き続き、直江津港沖の海底に埋蔵されるメタンハイドレートの開発可能性の研究情報を収集するとともに、回収技術として利用可能な地元企業の技術ノウハウの提供を結びつける場づくりを県・市と協力しながら行い、将来の地域経済への恩恵を探る。
直江津港イメージアップ事業	佐渡航路の振興と直江津港フェスティバル	直江津ー小木航路を利用する佐渡観光を支援し、佐渡への発着港として直江津港の振興を図る。
	直江津港を起点にした街中回遊	直江津港は信州の海と言われるほど海を楽しむに訪れる長野県民や近隣県の観光客が大勢いることから、海を楽しんだ後に水族博物館「うみがたり」、商店街、魚料理が食べられる飲食店などへ誘導できるようなソフト事業に協力・支援する(直江津まちづくり協議会等)。
	日本遺産「北前船寄港地・船主集落」を活かした直江津の魅力PR	上越市は「北前船寄港地・船主集落」というストーリーで日本遺産に認定されたことから、北前船の船主が安全祈願のため奉納した船絵馬が保存される「岩殿山明静院」など、地域独自の魅力に関係機関と協力しながら発信し、北前船を通じた都市間交流の促進で観光誘客を図っていく。



(3)人口減少対策

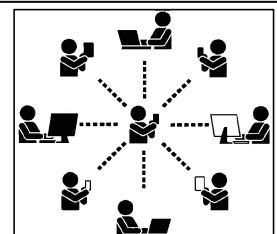


上越市の人口は自然減と社会減が同時に進行しており、年間約2,000人の減となっています。合計特殊出生率も低下傾向が続き、データがある平成30年では1.51でした。年代別の社会動態では、10代から20代前半にかけて転出超過が顕著となり、女性の割合が高くなっています。一方、20代前半から後半にかけて転入の傾向が表れますが、男性よりも女性が少ない(10代で女性が多く転出したまま戻る人が少ない)状況となっています。市内の高校卒業者数は年間約1,700人弱であり、そのうち約1,100人(約65%)が進学し、そのほとんどが市外へ転出していると推察されています。

なお、国立社会保障・人口問題研究所の推計(平成30年3月推計)に準拠した上越市の人口シミュレーションでは、令和22年に約15万3,000人、令和42年に約11万4,000人まで減少すると予想されています。

急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保し、将来にわたって活力ある社会を維持していくことが肝要です。

上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会	第2期上越市まち・ひと・しごと創生総合戦略、4つの政策分野と政策目標	当所は、産・官・学・金・労・民からなる協議会メンバーの一員として、しごとづくり「安定的で魅力ある雇用を創出する」、結婚・出産・子育て「若い世代の結婚・出産・子育ての希望を実現しやすい環境を整える」、まちの活性化「時代に合った地域を形成し、地域間連携を活性化させる」、U I Jターンとまちの拠点性・担い手づくり「多様な人の流れやまちを担う人を創出する」といった政策分野と政策目標を掲げ、若者・子育て世代にとって「選ばれるまち、住み続けたいまち」の実現に向けて取り組む。
地方創生事業・連携事業	めぐりあい事業	未婚男女の出会いの場作りだけでなく、会員企業としての従業員支援の在り方などの啓発を行い、女性会による女性目線で婚活サポート事業に支援協力していく。
	高田まちなか、潤いとやすらぎのまちづくりプロジェクト（大島グループ事業）	百年建築物の活用による街なか回遊性向上への取り組みや、百年料亭ブランドの横軸展開である百年料亭ネットワークの構築を通じて、食文化と伝統の街並みづくりを推進する。
	上越・上田・甲府・三国同盟推進事業（再掲）	人口減少社会において交流・関係人口の拡大は重要であり、上田、甲府商工会議所と締結した「三国同盟」を基軸とした広域観光連携による協力体制を活かし、謙信公・聖地構想で取り組んだ謙信公の魂に会える聖地「春日山城」の魅力を全国に発信し、観光客を呼び込み、消費地へ誘導する仕掛け作りを行う。
社会資本整備事業	各種要望活動（日本商工会議所、新潟県商工会議所連合会、上越商工会議所、12部会として）	住みよい環境づくりのためには、安心して暮らせる「災害に強いまちづくり」が不可欠であり、またインフラ整備事業の進捗を図るためにも、当所並びに所属する団体にて国会議員・国・県・市等に適宜要望を行う。
関係機関と連携した移住・定住促進	U I Jターンの推進	Uターン希望者への支援に重点を置き、就職に関する地元企業情報を提供する。
		地方居住や事務所機能移転気運の高まりを受け、自然環境豊かで住みよい当市へサテライトオフィスや地方拠点の誘致に繋げるよう、官民一体となって進める。



会員の力を結集し、組織的な力を発揮する基盤づくりを進めます。

(1)情報発信



情報発信の大切さは全ての重点課題に共通するものであり、常に意識しながら各事業を推進する必要があります。

情報発信ツールでは、タイムリーな情報を発信できる「メルマガ、ホームページ、facebook」といったデジタル発信と、会報やお便りといったアナログ発信の2つを上手に使い分けながら行っていきます。即時性の高いデジタル発信は常に新しい情報をお届けできるメリットを活かし、会報やお便りなどのアナログ発信で手元に残すといった情報発信を心掛けます。両方を活用することで、全会員に情報が行き渡るよう努めて参ります。

情報発信事業 (アナログ)	会報誌「さくら」 年6回発行、会員 事業所・自慢商 品・サービス掲載	会員へ伝えるための工夫を行いながら、会議所の事業やお知らせ、各種サービスを掲載する他、会員広場コーナーによる会員企業のPRの場（掲載無料）として情報発信のサポートを行っていく。また、会員の自慢商品・サービス（無料）を募集・掲載し、販路開拓の支援を行う。
	会報情報便（同封 件数） H30 41件/年 R01 34件/年 R02 44件/年(1月現 在)	企業や団体のチラシ・パンフレットなどを会報と一緒に同封する有料サービスを安価で提供し、企業による情報発信を支援する。
	相談所定期便 年6回発信	発行時期の関係などにより、会報（隔月）では提供できなかった新規情報を、「相談所定期便（紙媒体）」として会員へお届けする。
情報発信事業 (デジタル)	メルマガ発信(発信 件数)※登録件数 270件 H30 17回 R01 56回 R02 185回(1月現 在)	メルマガ（全国の商工会議所が運営の企業情報サイトであるザ・ビジネスモールを活用）登録会員を増やすとともに、タイムリーな情報をスピーディーにお知らせする。
	facebook発信 H30 21回 R01 30回 R02 66回(1月時点)	会員などユーザーにとって役に立つ質の高い投稿を心がけ、分かりやすく読みやすい内容で伝えていく。
	ホームページ（会 員企業データベ ース、ザ・ビジネス モール含む）	ここを見れば会議所の各種サービスなど基本的な内容が全て分かる場所として、見やすさを心掛けたサイトを構築する。また、ザ・ビジネスモールで会員企業の紹介を行い、全国の登録企業との取引開拓や商談を支援していく。

(2) 会員交流事業

デジタル化の推進に伴い、あらゆる業種・業態が繋がり合うため、新しいビジネスチャンスに結びつく可能性があることから、異業種交流の場の提供は、企業の営業力強化という観点からも重要度が増していきます。そのためにも、積極的に会員間の営業交流の場を創出し、継続的に会議所事業への参加・活用を呼びかけていきます。

また、他地域や関係団体との交流機会も同じく必要であり、友好関係にある会議所同士で企業交流の場づくりによって企業間の結びつきを図り、地域連携による異業種交流によって会員企業の販路拡大に結びつけられるよう努めます。

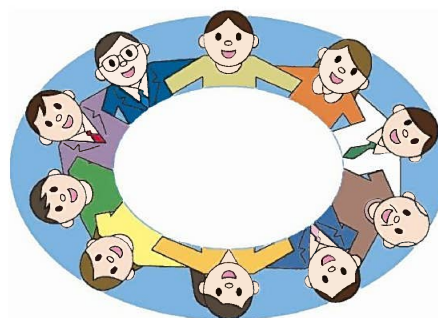
会員交流事業	会員交流会	全会員を対象とした新春会員交流会を開催し、会員相互の親睦を図る。
		入会歴2年以内の新しい会員を対象とした新規会員交流会を開催し、会議所の取り組み内容を知ってもらい、会議所が実施する各事業の利用促進に繋げる。
		会員ゴルフ大会など、コロナ禍であっても人が集える事業を企画し、会員間の営業活動の活発化を目指す。
		会員にとって有用な情報を気軽に入手できるオープンサロンの場を設定し、小規模事業者の交流の輪が広がりやすい環境作りを行う。
他団体交流事業	友好商工会議所 (随時)	長野商工会議所、上田商工会議所、室蘭商工会議所、岩内商工会議所、静岡商工会議所、三国同盟(上田、甲府商工会議所)と会報交換を行い、会議所事業の企画の参考とする。
	長野市・上越市経済交流懇談会、上田市・上越市経済交流会、長野・上越地域連携協議会	古くから経済・観光の交流が盛んであった信州エリアとの連携の場を引き続き設け、会議所・企業・行政との情報交換やビジネス交流を積極的に支援していく。
	上越地域商工会議所 (年5回)	隣接市である「糸魚川、新井商工会議所」との情報交換会を定期的で開催し、地域における諸課題を共有して対策を講じる。
	農業団体 (年1回)	農商工連携の基盤作りのため、「JAえちご上越」との懇談会を開催し、農業分野の現状などを情報収集しながら、相互発展できるよう努める。
	13区商工会 (年1回)	上越市内の13商工会と共に「上越地域活性化懇談会」を組織、意見交換、情報共有を図るなかで、同一経済圏としての共通課題に対処していく。

(3)部会活動

会員企業が会議所活動に参加する最も身近な活動が部会であり、同種事業を営む会員で構成している強みを活かし、会員企業の声を行政等に繋げていきます。

また、地域の先を見据えた行動力溢れる青年部活動、女性ならではの視点で行動する女性会活動を支援し、部会・青年部・女性会の活力向上によって地域の活性化に繋げて参ります。

部会事業	部会の活性化 〈共通テーマ〉 ■観光 ■人材育成	部会同士で横断的な活動により、共通テーマに沿って部会の活動を活発化させ、会員自らが主体的に会議所運営に携わり、会員企業の発展並びに地域振興への寄与を図る。 ①小売商業部会(373名) ②卸売商業部会(127名) ③一般工業部会(110名) ④機械金属工業部会(75名) ⑤電機電子工業部会(23名) ⑥総合工事業部会(225名) ⑦職別工事業部会(172名) ⑧設備工事業部会(121名) ⑨金融業部会(42名) ⑩輸送業部会(77名) ⑪観光サービス業部会(312名) ⑫諸業部会(388名)
	部会による行政要望	業界・業種ごとの切実な声を部会単位でとりまとめ、行政等へ直接声を届ける行政要望の機会を設ける。
活性化事業	青年部 H30 148名 R01 137名 R02 133名(1月時点)	若い発想と行動力をもって活動することで、企業経営者としての研鑽を積み、商工会議所の事業活動への参画又は協力を通じて上越市の商工業発展に努める。
	女性会 H30 58名 R01 56名 R02 52名(1月時点)	会員相互の親睦と連携を密にして、女性経営者の資質向上を図ることによって多様化する商工会議所活動に女性会の意見を反映させ、地域経済の発展、地域振興の増進に寄与する。



(4)スケールメリット

地域総合経済団体として、個々の企業の発展や地域経済の振興に資するためには、会員の力を結集し、組織の力として発揮していくことが必要であり、そのためには、組織・基盤の強化を図っていくことが重要です。

そうしたことを踏まえ、会員のスケールメリットに繋がる各事業を通じ、組織力である会員数の拡大を図ります。

<p>スケールメリット 創出事業</p>	<p>会員増強 H30 2,049件 R01 2,023件 R02 2,045件(1月時点)</p>	<p>「会員数＝地域の声」であり、集約された意見・要望はその重要度が高まることから、2,100会員を目標にして会員増強に努める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会員紹介キャンペーンの実施 ・総務委員会、各部会を通じた増強運動の展開
<p>スケールメリット 発揮事業</p>	<p>共済事業 〈契約数約5,000件〉</p>	<p>団体扱いによる掛金軽減などのメリットを十分に周知、広く活用してもらうことで会員事業所の福利厚生の実現を図る。特に、制度リニューアルにより加入条件が緩和された「さくら共済」の加入促進を図る（キャンペーンの実施）。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■賠償などの経営リスク <ul style="list-style-type: none"> ①ビジネス総合保険（PL保険ほか賠償責任リスク補償、事業休業補償、財産・工事に係わる補償の一本化） ②情報漏えい賠償責任保険 ■従業員の福利厚生 <ul style="list-style-type: none"> ③業務災害補償プラン ④休業補償プラン ■海外との取引 <ul style="list-style-type: none"> ⑤中小企業海外PL保険 ⑥輸出取引信用保険 ⑦海外知財訴訟費用保険 ■その他 <ul style="list-style-type: none"> ⑧火災共済 ⑨自動車共済 ⑩生命共済（さくら共済） ⑪特定退職金共済（従業員の退職金制度）
	<p>クレジットカード 包括代理契約事業 (登録件数) H30 89件 R01 83件 R02 83件</p>	<p>クレジット決済が必至なインバウンド需要を各店が取り込むため、共同利用でカード手数料の軽減メリットを明確に示して行く。</p>



5 中期行動計画の位置づけと見直し

■位置づけ

中期行動計画は上越商工会議所のマスタープランとし、毎年度の事業計画と予算は本計画に基づき策定する。

■3年サイクルの見直し

令和3年度(2021)を始期とする3年間を1サイクルとし、社会経済情勢や政策の変化、変更を踏まえて、各サイクルの3年目に次期サイクルの計画を策定する。

第1期中期行動計画 (2018-2020)	第2期中期行動計画 (2021-2023)	第3期中期行動計画 (2024-2026)
<p>中期行動計画 平成30年度(2018)～平成32年度(2020)</p> <p>行動方針 実行計画</p>  <p>上越商工会議所</p>	<p>第2期中期行動計画 令和3年度～令和5年度</p> <p>行動方針 実行計画</p>  <p>上越商工会議所</p>	<p>Coming Soon</p>
<p>うみがたり、謙信公武道館、新元号、消費税10%、新型コロナウイルスなど、激動の3年間</p>	<p>アフターコロナ、東京五輪、北陸新幹線敦賀開業、上越商工会議所創立50周年など</p>	<p>団塊世代が後期高齢者になる 2025年問題など</p>

答 申 書

令和2年9月28日に諮問されました「第2期中期行動計画の策定」について、別冊のとおり答申します。

第2期はコロナ禍でのスタートとなりますが、この中期行動計画に沿った事業を着実に進め、会員からの信頼を確固たるものとし、これからも地域経済の振興・発展を担っていただくよう希望いたします。

上越商工会議所

会 頭 高橋 信雄 様

令和3年2月8日

上越商工会議所 政策委員会

委員長 本山 秀樹

