

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	吉岡町商工会（法人番号 1070005005409）
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日
目標	他支援機関、各関係団体と連携し、小規模事業者の経営力向上、販路開拓等を積極的に支援するとともに、経営課題の早期解決に向けた伴走型支援を実践することで、小規模事業者の持続的発展と地域経済の活性化を目指す。
事業内容	<p><u>I. 経営発達支援計画の内容</u></p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 会員実態調査や地域内金融機関の情報と公的機関が発行する景気動向調査などから小規模事業者の取り扱う商品やサービスの需要動向を把握し、小規模事業者に有益な情報を提供する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催を通じて小規模事業者の経営分析を行う。専門的な課題等については他支援機関と連携してサポートを行う。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 事業計画策定の重要性を説き、事業計画策定セミナーや創業・第二創業セミナーへの参加を促すことで、販路拡大に向けた実現性の高い計画書の策定のため、きめ細やかな伴走型支援を行う。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 経営指導員の巡回訪問等により、計画策定後の進捗状況の確認や課題解決に向けた助言を行うとともに、他支援機関、各関係団体の支援策の情報提供、必要に応じて専門家派遣を行い計画の実行を支援する。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】 上記2.の経営状況分析で収集・分析したデータを活用し、小規模事業者の商品等の需要動向について専門家と連携して情報を収集、分析する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】 小規模事業者の販路開拓を支援するため、各種情報発信方法を用いて小規模事業者の商品、サービス、技術等を周知し知名度向上を図ることで需要の開拓に寄与する。</p> <p><u>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</u> 「吉岡町地域活性化検討会」を設立し、今後の地域経済活性化の方向性を検討する。また、当地区の利便性や観光資源の魅力を踏まえ、地域のブランド化を推進し、にぎわいの創出を推進する。</p>
連絡先	所在地：群馬県北群馬郡吉岡町南下 1375-3 電話：0279-54-2625 FAX：0279-54-2410 メール：yoshioka@xp.wind.jp 担当者：綿貫克也

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

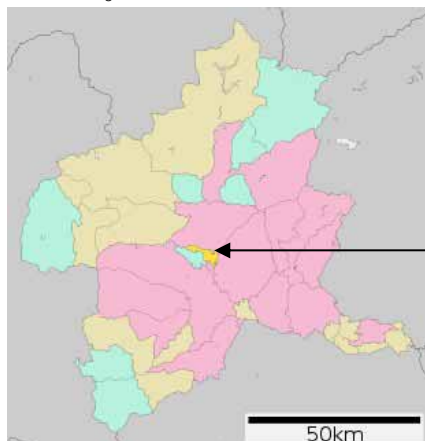
1. 地域の概要

(1) 位置と地勢

吉岡町は群馬県のほぼ中央に位置し、面積 20.46 km²、人口 20,933 人（平成 28 年 11 月 1 日現在）の、東は前橋市、南は高崎市、北は渋川市に接する都市近郊農村である。

町西部は榛名山の南東裾野の一部で標高 200～900m の傾斜地で農地と住宅地が混在し、町東部は利根川に向かって平坦な土地が広がり、吉岡バイパス（県道前橋伊香保線）沿線を中心とした商業地並びに新興住宅地となっている。

昭和 30 年、明治・駒寄両村を合併し吉岡村となった後、平成 3 年の町制施行により吉岡町となった。内陸性気候であるが温暖で降雪は少なく、自然災害も少ない住みやすい町である。



左図中央濃い黄色部分が吉岡町

(2) 歴史的な背景

古くは伊香保温泉や坂東三十三観音礼所「水沢観音」へ向かう旧伊香保街道の宿場として栄え、三国街道が交差する交通の要衝でもあった。

(3) 交通網

利根川を渡り前橋市と結ぶ上毛大橋、吉岡バイパス（県道前橋伊香保線）、関越自動車道駒寄スマートインターチェンジなどの整備が進んだことで車の往来は多く、特に駒寄スマートインターチェンジは、小型車専用でありながら一日約 6,000 台の利用がある全国トップクラスのスマートインターチェンジである。

鉄道に関しては町東部を南北に J R 上越線が走るが、町域に駅はない。

(4) 人口の推移

吉岡バイパスの開通により大型小売店が相次いで出店し利便性が向上したことや、前述の交通インフラ整備による都市部へのアクセスの良さから住宅地としての役割が高く、当町に居を構え町外へ通勤する人も多い。このことから、平成 26 年群馬県移動人口調査の人口増加率は 1.25%（県平均：-0.37%）で県内トップである。

・吉岡町の人口と世帯数の推移

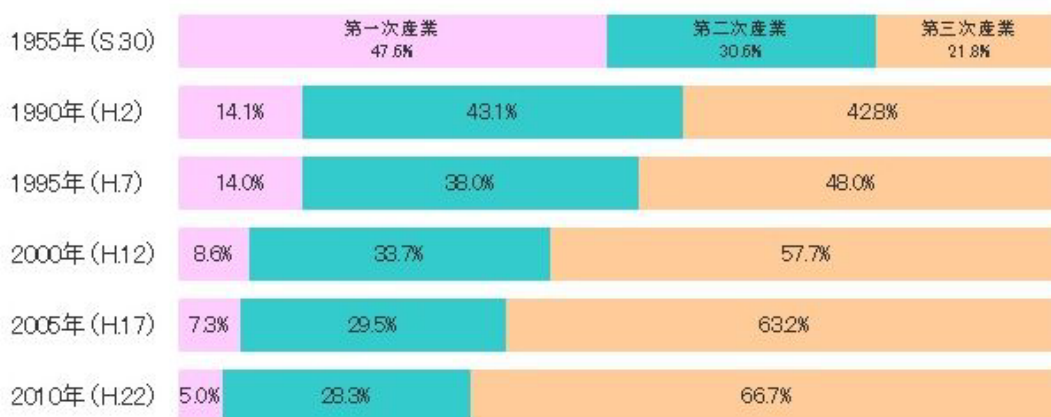
	S30	H3	H12	H17	H22	H27
人口(人)	10,011	13,503	16,111	17,916	19,284	20,531
世帯数(世帯)	1,680	3,636	4,890	5,699	6,478	7,288

※吉岡町広報より抜粋

(5) 産業構造の推移

吉岡町における産業は、昭和30年では第一次産業の就業率が全体の約半数を占め農業地域であったが、平成22年には第三次産業が60%を超え、小売り、サービス業が中心の商業地域に変遷した。第二次産業(建設等事業者)は、大きな変化はなく20%代後半から30%代前半で推移している。

◆産業別就業人口の変化



第一次産業(農業・林業・漁業) 第二次産業(工事等事業者) 第三次産業(サービス業)

(6) 事業者数

吉岡町における商工業者数は632事業者(平成27年10月)となっており、内小規模事業者数は521事業者で全体の82.4%を占める。業種別事業者数は下記表のとおりであり、業種によるバラつきは少ない。

当商工会管轄地域の業種別事業者数

業種	事業者数	内 小規模事業者数
農林業	3	3
建設業	144	141
製造業	86	71
卸売・小売業	147	92
飲食・宿泊業	76	69
サービス業	117	92
その他	59	53
合計	632	521

(平成27年10月独自調査)

2. 吉岡町の内部環境（強み・弱み）

（1）強み

- ・人口、世帯数ともに増加傾向であり、人口増加率は県内トップである。
- ・交通網の整備により、居住者や事業者にとって利便性が高い。

（2）弱み

- ・商店街がないため、商業集積地としてまとまった集客策、販売促進策などを実行することができない。
- ・地区内に大型小売店舗が相次いで出店し、地区内の小規模事業者の顧客が奪われている。

2. 吉岡町の現状から読み取れる課題

吉岡町は、前述の交通インフラの整備と大型店、チェーン店の相次ぐ出店や郊外型大型ショッピングセンターへの顧客流出により、地域の商店数は増加傾向にあるものの、古くからの地元の商店は縮小・廃業を余儀なくされるなど衰退が進んでいる。また、人口増加地区であることから町内で創業する者も毎年一定数存在するものの、購買力に乏しく、特に小売・サービス業においては大型店に購買力を吸引され、消費者に対して思うように存在感をアピールできていないのが現状である。

3. 吉岡町商工会の役割

（1）これまでの商工会の取組と課題

当商工会は、昭和36年の設立以来、地域の総合経済団体として常に地域経済及び小規模事業者の発展、振興のために尽力してきた。経営改善普及事業を中心に小規模事業者の課題を迅速且つ適正に解決し信頼を得ることで会員数を維持し、地域の事業者支援の中心的立場と組織率の高さ、他の支援機関とのネットワークを活用し、行政への意見要望などを行ってきた。また、巡回・窓口相談等従来からの持続的支援を通して、行政の実施する各種支援施策の普及活動を行い、事業者個々の課題解決のための支援を行ってきた。

しかし、長年、巡回・窓口相談における金融、税務、労務の指導が主であり、小規模事業者に対する支援頻度に偏りが生じ、小規模事業者が様々な施策を活用できない状況にあった。また、情報の収集・分析・発信といった分野においても支援体制が不十分であり、今後は小規模事業者に対し経営の基礎情報として適正に提供していくとともに、その積極的な活用を行っていくことが課題である。

（2）今後、商工会に求められる役割

上記、（1）を踏まえ、地域の総合的経済団体及び小規模事業者支援機関として、従来の基本的相談内容による経営改善だけでなく、商工会のスローガンである「行きます。聞きます。提案します。」を実施するべく、事業の持続的発展に向けた具体的な提案を積極的に行い、事業計画策定支援や計画策定後の実行ができるよう伴走型支援を行うことが求められるとともに、更に後継者のある小規模事業者においては後継者育成に関する各種支援、事業継承相談など持続的経営の支援が必要である。

吉岡町においては今後も人口増加が見込まれ、若い世代の新しい発想から新たに創業

する事業者も出てくることが予想されることから、次世代を担う創業者支援についても充実強化することが求められる。

また、商工会で収集可能な地域の経済動向や需要動向に関するデータをそれぞれ分析し、地域経済団体の役割として広く小規模事業者や創業予定者の持続的経営に役立つ形で公表、提供していく。

4. 吉岡町における小規模事業者の中長期的な振興の在り方（10ヶ年）

平成26年に施行された「小規模基本法」「小規模支援法」に基づき、群馬県が作成した平成27年度産業経済部施策概要には、伴走型できめ細やかな支援実施が求められ、また、吉岡町が作成した第5次吉岡町総合計画（平成23年度～平成32年度）の前期基本計画における商業分野の主要施策として「町民生活を支える地元商店の維持・充実」とあり、また工業分野の主要施策として「既存企業の経営革新や起業に向けた支援」を図ると謳われている。

当商工会は、これら中長期的な主要施策に則り、地域住民の生活に密着した地元小規模事業者に対し、その身近な存在感を活かした伴走型の積極的な支援を行う。事業者目線に立った相談・支援から事業者を発展に導き10年先まで持続して事業が行えるよう、経営計画策定の重要性を説き、1事業者でも多く持続的経営が行えるよう支援し、ひいては当地域の活性化につなげることが当商工会の使命であると考えている。

当地域では、今後も大型小売店舗の出店計画があり、住民生活の利便性はさらに向上すると考えられるが、地元小規模事業者の発展が商工会の発展と捉え、大型店との差別化を促進し、地元事業者の魅力を向上させることにより、販路拡大を図っていくことが目標となる。

以上を踏まえ、当商工会の目標達成のための方針を下記のとおり設定する。

5. 経営発達支援の方針・目標（5ヶ年）

（1）小規模事業者の経営課題解決

時代の流れ、変化に対応することができず経営課題を抱える小規模事業者は多く、そのような事業者は、何が課題であり問題であるのかが認識できず行動を起こせない場合が多い。当商工会は、事業者との距離が近い身近な存在であることを活かし、積極的な巡回・窓口相談において課題、問題を抽出し、場合によっては専門家派遣等を利用し、経営問題の解決を図っていく。

（2）地域に密着した支援機関としての機能強化

小規模事業者の現状分析、事業計画策定、経営支援を実施するには、経営指導員が広範で適正な知識を習得し、且つその知識を事業者にわかりやすく的確に提供する能力が必要である。従来の研修会により資質向上を図るのはもちろんのこと、情報の共有やOJTによる様々なノウハウを習得し支援能力の強化を図る。また、他地域とも積極的に情報交換を行い、その情報を適切に事業者が発信する仕組みを構築することにより、地域に密着した支援機関の能力強化を図る。

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（平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援計画の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(現状)

地域の経済動向調査の取組みでは、「経営指導員の巡回・窓口相談時の情報収集」「日本政策金融公庫の業況調査」「中小企業景況調査」「信用情報誌」等の情報に依存していたが、これら調査は広域的なものであり地域に特化したものではない。また、巡回・窓口相談においても、収集する情報項目が明確になっておらず地域の経済動向を把握するには不十分であった。

また、当商工会は年に 1 度独自の事業所調査を行っているが、事業所数の把握に止まり、業況、従事者数など細かい調査は行っておらず、情報の発信に関しても年に一度発行する商工会報に会員の入脱会を掲載するのみであった。

(課題)

地域の経済動向を的確に把握し小規模事業者支援に役立てるために、今後は、情報収集の方法を増やし収集項目を明確化するとともに、得られた情報の分析・課題抽出、適切な情報発信を行うことが課題である。

(改善方法)

当商工会全会員に対して、現在の独自調査を見直し、より詳細な調査項目とした会員実態調査を 2 年に 1 度実施し、地域内の経営動向を調査・把握することで地域内経済動向の実態を定期的に確認するとともに、現状では情報収集手段、手法が少なく地域経済動向の把握が困難であるため、公的機関の景気動向調査（経済産業省 地域経済分析システム等）、日経テレコン情報等により、吉岡町地域と他地域の比較検証が可能な体制を確立し、好況地域の取組や産業特性等をベンチマークとして吉岡町内の小規模事業者全体の課題を抽出し、相談活動に役立てると共に本経営発達支援事業に連動させ、小規模事業者の課題解決を目標とする。また、調査・分析については、外部有識者、外部団体・専門家とも連携して行い、その結果は、当会会報やホームページ（以下、HP）等に年に 1 度公開し、広く町内小規模事業者に調査結果を活用いただく。

(事業内容)

1) 会員実態調査として、全会員事業所に対して定期的な企業への巡回訪問を行い、会員事業所の景気、経営課題、資金繰り、支援ニーズなどの多岐にわたる項目を確認する事により、総合的な地域経済動向の把握を行う。（既存事業改善）

2) 地域の経済動向については、地域内金融機関が最も的確な情報を保有していることから、積極的に連携し協力を仰ぎながら連絡会議等で情報交換を行っていく。

また、日本政策金融公庫が四半期に1度発行している全国中小企業動向調査結果から小企業と中小企業それぞれで「概況」「業況判断」「売上」「採算」「資金繰り、借入」「経営上の問題点」「設備投資、価格動向」などの情報を収集していく。(既存事業改善)
【指針③】

3) 地域の経済動向を把握するために、関東財務局の「県内経済動向・統計」や群馬経済研究所の「業況判断来期予測」から、個人消費、生産活動、設備投資、雇用情勢、住宅建設、公共事業、輸出入、企業収益、企業の景況感等を、また、企業倒産状況は当商工会で購読している信用情報会社(株)東京商工リサーチのTSR情報誌から把握する。

その上で、吉岡町の業種ごとの「業況DI」「売上高」「収益」など、事業に直結した情報を調査、収集する。(新規事業) 【指針③】

4) 地域内のより詳細な経済動向を把握するため、経営指導員による巡回・窓口相談と年に1度行う独自の事業所調査の際に、事業者から直接地域内の経済動向をヒアリングする。ヒアリングに際しては、新たに調査項目を明確化したヒアリングシートを作成することで収集漏れを防止する。調査項目には、業種、売上額、利益額、従業員数、取引先(顧客)数、景況感など地域内の業種ごとの経済動向の変化が把握できる内容とする。(新規事業)

5) 収集後のデータは経営指導員主導の下、業種別・地域別に分類し、それぞれについて売上高、利益高、取引先(顧客)件数などを整理し、それらの結果が地域内の小規模事業者にどのような景況を及ぼすかについて、主に「販路拡大」や「収益性」の視点からの分析を年1回行う。また、必要に応じて地元金融機関や専門家と連携し、その作業にあたる。(新規事業)

6) 上記調査により得られた情報は、職員間で共有し事業者の経営指導や事業計画作成のために活用していく。また、商工会ホームページ(以下、HP)により適宜情報発信を行う。(新規事業)

(目標)

地域内の経済動向の調査及び分析を行うことで、地域の特性や現状、課題をより明確化し、調査結果を踏まえた今後の支援策の検討や商工会の取組みに繋げていくとともに、小規模事業者への経営支援や事業計画作成のための基礎データとして活用する。

実施内容	現状	H29	H30	H31	H32	H33
会員実態調査	未実施	250件		250件		300件
巡回・窓口相談時の情報提供	未実施	適時実施	適時実施	適時実施 (更新)	適時実施	適時実施 (更新)
金融機関連絡会議	未実施	年1回実施	年1回実施	年2回実施	年2回実施	年3回実施
情報の分析	未実施	年1回実施	年1回実施	年1回実施	年1回実施	年1回実施
情報の発信(会報誌)	未実施	年1回	年2回	年2回	年2回	年2回

情報の発信 (HP)	年1回	年3回	年3回	年4回	年4回	年6回
------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状)

小規模事業者の持続的発展には、自社の経営状況を把握分析し、その結果を踏まえて事業計画を策定することが不可欠であるが、大半の小規模事業者は日々の営業に追われ、過去の経験や感覚で経営を行っており、自社の現状（売上高、損益、資金繰り、在庫等）を把握していない場合がほとんどである。経営状況の把握とその分析により自社の現状を理解し、事業計画の策定・実践していくことの重要性を小規模事業者に訴えていくことが急務であると考えます。

(課題)

当会の現状は、巡回・窓口相談により小規模事業者が直面している課題に対する応急処置的な支援に止まり、創業相談時、融資申し込み時、補助金申請時等、経営状況の改善や申請に必要な書類作成時に限られ、中長期的な視野での一貫した経営支援には至っていない。そのため、小規模事業者に対し一貫した経営支援を実施するための入り口として、経営分析を活用した中長期的支援の仕組みづくりが当商工会の町内小規模事業者に対する経営支援の課題となっている。

(改善方法)

町内小規模事業者に対し、自社の経営状況の把握とその分析により自社の現状を理解し、事業計画の策定・実践していくことの重要性を訴えるため、広報活動を行う必要性がある。経営指導員の巡回・窓口相談や各種会議、セミナーなどの機会に経営分析の重要性を説明することで動機付けを行い、経営指導員主導のもと小規模事業者の経営分析を行う。分析にあたっては、資金繰りや外部環境の変化に対応に苦慮する小規模事業者が多いことから、「財務状況」からの収益性と既存事業の見通しからの持続性を主な項目として行う。また、専門的な分析が必要な事業者に対しては、群馬県商工会連合会・群馬県産業支援機構よろず支援拠点コーディネーターや専門家及び地域の金融機関と連携してきめ細やかなサポートを行う。

(事業内容)

1) 経営指導員の巡回、窓口相談、各種会議、セミナーの開催時に「経営状況の分析」の必要性を説明する。分析を行うことにより財務状況の問題点が把握できた事例や、事業の方向性が明確になった事例など具体的に明示し、その有効性を説明する。

2) 巡回訪問、窓口相談、各種会議、セミナー開催時に、小規模事業者の経営状況を積極的にヒアリングし経営状況を把握する。ヒアリングデータを基に、「1. 地域の経済動向調査に関すること」で得られた調査分析結果や研修等で習得した技術などを活用し、財務状況、既存事業の見通しについて分析を行う。

3) 経営自己診断システム（経営計画つくるくん）による分析

経営状況分析を行ったことのない小規模事業者は、数値による分析に心理的な抵抗が

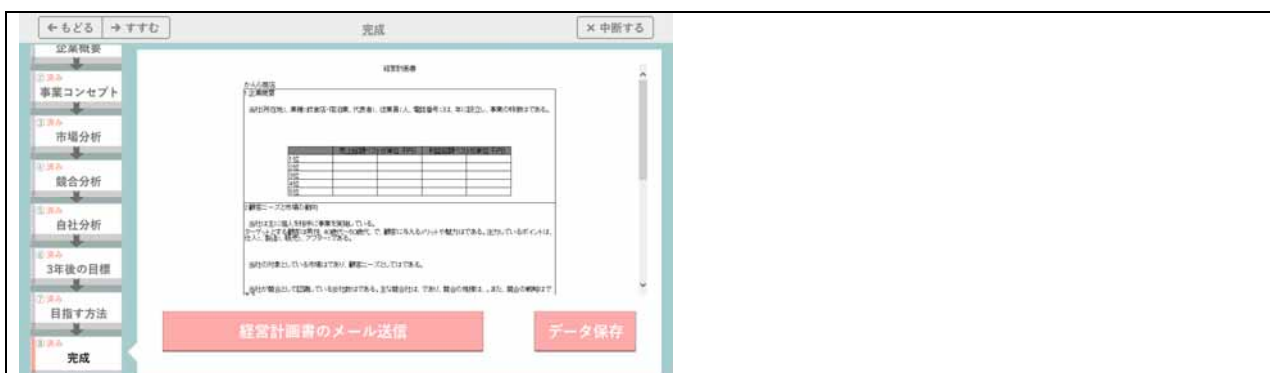
あり、またその効果が全く分からないため、分析に取り組むどころか、その必要性に全く気付かず、時間のかかってしまう聞き取り調査に嫌悪感を示す小規模事業者が殆どである。そこで経営指導員に限らず、職員誰でも聞き取り調査が気軽に行えるよう、後に記述する中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」(経営計画つくるくん)にリンクした簡易聞き取りシートを作成し、巡回や窓口相談時、セミナー等で活用、その場でヒアリングをすることで、嫌悪感を和らげ更なる分析の必要性を伝える訴求ツールとして活用していく。(新規事業)

4) 経営自己診断システムの活用 (経営計画つくるくん)

経営状況分析に自身で取り組む小規模事業者には、中小企業基盤整備機構が提供する「経営指示診断システム」(経営計画つくるくん)の活用を広く呼びかける。同システムを活用することで、収益性・安全性・生産性・成長性等の詳細な分析を行い課題の抽出と改善の方向性を検討することができる。パソコン操作の苦手な事業者には、上記②で作成した聞き取り調査用シートを活用し、指導員が入力操作や操作方法の支援を行うなど、経営状況分析に取り組む事業所の増加を促進する。

また、分析項目として、「市場分析」「競合分析」「自社分析」等の分析を行い、これより3年後の自社の目標の設定し、その3年後の目標を目指すための方法について調査分析を実施した小規模事業者に対し分析結果を報告する。





5) 専門家派遣事業

上記に記載した調査・分析を行うにあたり、より具体的且つ専門的な創業や第二創業、融資相談、補助金申請、販路開拓、経営改善計画など目的を持った小規模事業者を中心に、外部有識や専門家の派遣を行い、より高度でミクロな分析を行い、その分析結果は小規模事業者が理解できるように丁寧に説明し、正確な現状把握を促し、今後の事業経営の対策に繋げていただく。(新規事業)

具体例：資金ショートの原因を決算書などから専門的に分析し問題特定を行う新規開業や第二創業者に対しては、開業業種に特化したミクロ的市場分析などを行い開業支援に繋げる。

6) 相談内容のデータベース化及び情報共有

これまでの事業所との接触情報は、巡回・窓口での相談、対応情報が主であったが、今後は調査・分析情報も蓄積されるため、事務所内職員が共通情報として自由に閲覧できるよう、商工会基幹システムを活用して、情報共有を図りたい。(既存事業改善)

(目標)

小規模事業者と接触する機会を活用し、経営分析の必要性を説明することにより、多くの小規模事業者の経営分析に積極的に取り組む。経営分析を通じ、小規模事業者が自社の状況を把握、理解し、その問題点の解決と事業の発展に自発的に取り組むことを目標とする。

実施内容	現状	H29	H30	H31	H32	H33
巡回指導件数	未実施	50	100	150	150	200
窓口指導件数	未実施	20	40	70	90	150
セミナー開催時 勧誘数	未実施	2	3	4	5	5
経営分析	未実施	10	20	30	30	50
アンケート送付	未実施	全会員	全会員	全会員	全会員	全会員

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状)

小規模事業者の多くは事業計画の策定がされていないため、「経営理念・経営ビジョン」「経営戦略」等の事業目標が明確でない状況にある。また現状の商工会での支援内容は小規模事業者が直面する問題に対し、迅速に対応し問題を解決することをメインに支援を行っており、融資の条件変更等や各種補助金申請を行う場合以外は事業計画書を策定することはほとんど行っていないのが現状である。実際、日々の事業活動の中では、大半の小規模事業者が過去の経験や感覚で経営を行っており、事業計画を策定しそれに基づく経営を行うことの必要性を認識している事業所はほぼ皆無である。更に事業計画策定をする場合でも、小規模事業者は平素より SWOT 分析などを行っているわけではなく、自社の強みや弱み、経営課題の把握なども十分できていないため、自身で事業計画の策定を完了させることはほぼ不可能であるといえる。

(課題)

小規模事業者に対して、上記「2. 経営状況分析に関すること」に記載した内容と同様に、金融支援や各種補助金申請時など限られた状況においてのみ策定支援を行っているため受け身の対応となっている。また、作成した事業計画についても「申請用の事業計画書」に陥ってしまい、事業者の「事業の方向性」を考慮した具体的で実現可能な計画ではないものがほとんどである。

以上を考慮し、受け身の対応を改め、事業計画を策定する事業者を積極的に発掘し、事業計画策定の重要性を訴えることで、需要を見据えた事業計画策定支援及び現実に向けて、上部団体や外部有識者、専門家や地域金融機関等とも連携、専門家のアドバイスを受けながら経営課題を抽出し、小規模事業者の売上拡大・販路開拓を目指した事業計画策定の支援を行うことが課題である。

・創業・第二創業者

当地域は、近隣市のベッドタウンとして、人口・世帯数とも増加傾向となっている。しかし、隣接市への就業者が多く、事業者数の維持・増加を図るためには創業予定者への支援が欠かせないが、現在、創業の相談があれば応じる程度の対応となっており、創業者・第二創業者への相談窓口としての機能を十分に果たしているとは言えない。

群馬県においては平成 30 年に開業率 10% を目標とした、創業支援のための連携会議を平成 26 年 7 月に設立、官民一体となった創業支援を行っている。この群馬県の方針に則り、当地区内での開業率の向上及び事業者数の維持・拡大を図るためには、創業・第二創業支援が不可欠となる。当商工会が、創業計画作成や金融支援などの創業支援を行っていることを創業予定者に知ってもらうことや経営指導員を中心とした創業予定者の事業計画策定を実施することが課題となる。

(改善方法)

今後は事業計画策定の重要性を啓蒙するために頃の巡回・窓口相談やセミナー、個別相談会等において事業計画に基づいた経営の重要性をより多くの小規模事業者十分に伝え、事業計画策定を目指す事業所の掘り起しを行う。また事業計画策定においては先に記述した「地域の経済動向調査に関すること」「経営状況の分析に関すること」

「需要動向調査に関すること」で行う調査を踏まえて、小規模事業者の売上拡大・販路開拓に向けた、実現可能性の高い計画書を伴走支援で作成していく。

(事業内容)

1) 窓口・巡回相談強化による事業計画策定希望小規模事業者の掘り起し

窓口、巡回相談において、事業計画策定の重要性や必要性を説明し、計画策定を希望する小規模事業者の潜在的ニーズを把握し、希望事業者には専門家や外部機関などの協力も仰ぎながら事業計画策定を推進する。(既存事業改善)【指針②】

2) 広報活動による小規模事業者へのPR

当会HPや商工会広報、定期的郵便物の中に、事業計画策定についての喚起チラシ等を掲載、作成同封し小規模事業者に事業計画策定の重要性や必要性のPRを行う。

(新規事業)【指針②】

3) 事業計画策定セミナーの開催

当会HPや商工会広報にて開催を告知し、参加が望まれる事業所(経営不振にある事業者や事業継承後間もない事業者など)については、経営指導員が事前にピックアップし、巡回など訪問時に参加を勧める。

事業計画策定支援を行う対象事業者は、「2. 経営状況の分析に関すること」において経営分析を行った事業者及び「事業計画策定セミナー」に参加した事業者とする。

(新規事業)【指針②】

4) 事業計画策定時には、「1. 地域の経済動向調査に関すること」「2. 経営状況の分析に関すること」「5. 需要動向調査に関すること」で得た事業者に関する各種情報を踏まえ、事業者の経営状況に対応した事業計画を策定する。具体的には、小規模事業者の持つ「強み」をどのように活用するかに重点を置いた上で「売上・利益計画」「売上・利益を達成するための行動計画」を作成する。また、必要に応じて専門家(中小企業診断士・税理士)と連携し、事業者の実態に則した実現可能な事業計画策定する。

4) 創業・第二創業セミナー

群馬県の「創業支援連携会議」の設立に合わせ、吉岡町においても「創業支援事業計画」が認定されたことを受け、今後、町の担当者と事業内容について打ち合わせを行い、開業したての小規模事業者や創業希望者に対しての「創業セミナー」を商工会主導で開催する。また、町や金融機関、管轄の税務署、群馬県商工会連合会、日本政策金融公庫、信用情報誌などから得られた開業事業者情報を基に、開業について資金相談があった段階で、商工会へと繋げていただき、以後は各機関と連携し、創業セミナー等の案内から開業までのサポート、開業後のアフターフォローまで伴走型支援を行っていく。

(目標)

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①事業計画策定事業者数	0	10	12	15	20	20
②窓口・巡回相談による	1	1	5	10	15	20

掘り起し数						
③広報活動	年2回	年3回	年4回	年5回	年5回	年5回
④事業計画作成セミナー開催数	1	1	2	2	3	3
⑤事業計画作成セミナー参加者	20	20	40	40	60	60
創業セミナー開催	0	1	1	1	1	1
創業セミナー参加者	0	5	5	10	10	15
第二創業セミナー開催	0	1	1	1	1	1
第二創業セミナー参加者	0	10	10	10	15	15

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状)

これまでは、小規模事業者が直面する経営課題に対し、迅速に対応し問題を1つ1つ解決することをメインに支援を行っており、融資の条件変更や各種補助金申請等を行う以外は事業計画書を策定することもなく、その後もフォローアップのため小規模事業者を訪問する頻度は大変少なかった。そのため、事業計画策定後に新たに生じた経営課題に関して対応することができず、事業計画の形骸化を招いてしまっていた。

(課題)

景気動向・需要調査、経営状況の分析を行った上で策定した事業計画が計画倒れにならないよう、定期的な状況確認により、早期課題発見・改善策の立案が必要となる。多くの小規模事業者は経営資源に制約があることから、単独で事業計画を実施することは困難であり、小規模事業者に対するフォローアップを手厚く実施することで事業計画の実現に向けた支援を行うことが課題である。

・創業・第二創業者

創業・第二創業者に対する支援を積極的に行ってこなかったことから、事業計画策定後のフォローアップもほとんど行われていない。

創業・第二創業者の創業時は、予想していなかった経営課題が次々に発生することが多い。事業が安定期に入るまでは、事業計画策定後も、引き続き手厚い支援を実施する体制を構築することが課題となる。

(改善方法)

事業計画策定後は、計画策定に関わった当会指導員がその小規模事業者に寄り添い、計画策定後のフォローアップを行う。またその過程で高度な課題が発生した場合は、専門的な知識やノウハウを有する上部団体や外部有識者、専門家と連携して解決を図る。

(事業内容)

1) 経営指導員等による定期的なフォローアップ

これまでは経営指導員等が個々のタイミングで場当たりの行っていたフォローアップを今後は四半期に一度を目標に巡回訪問を実施し、事業計画の進捗状況の確認、現状把握を行うと同時に、改善策を一緒に考え、各種施策の活用やマッチング機会の提供

等、課題に応じた必要な支援を行う。

フォローアップにより現状把握ができることから、2年目については事業計画の進捗状況に合わせて、メールや電話によるフォローアップも組み込み、原則として巡回訪問を1事業所2年間は継続して行う。(既存事業改善)

2) 支援施策情報の提供

中小企業庁や中小機構のホームページ、他の支援機関との定期的な会議を通じて、実施される支援策や情報を瞬時に把握し、小規模事業者の計画推進に役立つ情報提供と補助金申請支援等、施策活用支援を行う(新規事業)【指針②】

3) 小規模事業者経営発達支援資金の活用

事業計画を進めるうえで、設備投資を始めとした資金調達が必要な場合は、これまでの県・市の融資制度や日本政策金融公庫における小規模事業者経営改善資金(マル経)に加え、公庫の「小規模事業者経営発達支援資金」を支援メニューの一つとして活用する。(新規事業)【指針②】

4) 事業計画策定セミナー・創業・第二創業セミナー参加者巡回フォロー

事業計画策定セミナー及び創業・第二創業セミナーに参加された小規模事業者については、1年間は四半期に1度の巡回ではなく2ヶ月に1度の巡回訪問を行い、事業の進捗状況を注意深く見守るとともに諸問題の解決を支援する。また創業相談事業者については、特に創業後の資金繰りについて注意を払い、必要に応じて日本政策金融公庫や町内各金融機関と連携し資金調達支援を行う。(新規事業)【指針②】

(目標)

事業計画策定支援は計画の策定を支援することが目的ではない。その計画を実行し、小規模事業者の持続的発展が図られることが最も重要な目標である。このことから、事業計画策定後、各事業者の実行状況を把握し、状況に適した対応を行うことが必要である。

創業・第二創業者に対しても、上記に加え創業後1年間は毎月の巡回訪問を行い、事業の状況を注意深く見守るとともに諸問題の解決を支援する。また、創業後の資金繰りには特に留意し、必要に応じて日本政策金融公庫や地域金融機関との連携を図り資金調達支援を行う。

支援内容	現在	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①事業計画フォロー数	0	10	12	15	20	20
②創業フォロー数	0	5	5	10	10	15
③補助金制度活用事業者数	10	20	20	25	25	30
④制度融資活用事業者数	0	1	1	1	2	2

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状及び課題)

地域小規模事業者(食品加工を含む製造業・建設業)は、大企業の下請的業務が中心であったがため、「売れる商品を作る」という視点が欠けており、新商品を開発して展

示会や商談会で売り込む場合にも、買い手のニーズを踏まえたものでないため、中々成果につながらない状況である。

また小売業・サービス業については、昔ながらの営業を続ける店舗が多く、同業他社との差別化を顧客志向に立って実践している小規模事業者はごく一部に留まっている。

このような現状の中、いわゆるマーケットインの考え方を地域小規模事業者に浸透させるため、小規模事業者の販売する商品または、サービスの需要動向に関する情報を収集し、本計画で実施する支援メニューとしていく事が求められている。

(改善方法)

- 1) 個社支援として小規模事業者が販売する商品・サービスを調査対象として実施する事で、個別企業の商品・サービスのブラッシュアップに調査結果を活用する。
- 2) 地域内の業種分野別に調査を行い、各分野における業界内のトレンド等の把握を行い、分析し報告書としてまとめ、広く周知する事により、地域小規模事業者の経営計画の基礎資料とするとともに、需要開拓に向けたヒントを提供する。

(事業内容)

1) 支援先の掘り起し (既存事業改善)

先に記載した「経営状況の分析に関する事」と同様、小規模事業者に対して巡回・窓口相談、セミナー開催、会報・ホームページによる啓蒙を通じて需要動向調査の必要性を周知する。また、「経営状況の分析」を行った事業所には、自社を取り巻く外部環境の分析である需要動向調査が更に重要であり、経営状況分析を行った上に需要動向調査を追加すれば、特に時間を費やすことなく「SWOT分析」が完了することも併せて説明し、需要動向調査実施事業所を増やし、以後記載する「新たな需要開拓に寄与する事業に関する事」で実施する事業への参加者を掘り起こす。

2) 個社商品等ブラッシュアップに向けた需要動向調査 (新規事業)

町内の食品加工製造業分野については、小規模だが、自社店舗での販売や、自主的に展示会・商談会に出展する事業者が一部存在している。そこで、主に食品加工製造業分野の個社支援として 1) にて掘り起こした小規模事業者が販売する商品・サービスを調査対象として実施する事で、個別企業の商品・サービスのブラッシュアップに調査結果を活用する。具体的には、町内や周辺地域からの来場者が多数訪れる「よしおかふるさと祭り」「道の駅よしおか温泉感謝祭」において来場者アンケートを実施し、支援対象の個社商品・サービス改善点を明確にし、その改善点を個社商品・サービスにフィードバックする事で、マーケットインの「売れる商品」に変えていく事を支援する。

【地域イベントにおける来場者需要動向調査】

項目	内容
目的	町内・周辺地域に居住する消費者ニーズを把握する事
対象	「よしおかふるさと祭り」「道の駅よしおか温泉感謝祭」来場者
調査方法	調査票を使ったヒアリングにて調査
頻度	年2回 (両イベントで3商品を選定し調査する)
調査項目	年齢、性別、住所、職業等の基本情報と、個別の商品・サービスに対する「良

	い点」「改善すべき点」「このような商品が欲しい」等、商品・サービス改善に役立つ項目を設定する。
分析方法	個別商品に対する消費者ニーズを定性的に把握し、具体的な商品・サービスの改善点を抽出する。
活用方法	各イベントで3商品の分析を行い、抽出した改善点を個別商品のブラッシュアップに活用する。
提供方法	アンケート結果を報告書にまとめ、各イベントにて選定した3商品・サービスの小規模事業者に対して報告書を提供するとともに、個別に経営指導員等が報告書の要点について説明を行う。
小規模事業者に対する効果	地域加工品製造業者の個別商品・サービスの改善点をフィードバックする事で、マーケットインの「売れる商品」に変えていく。

町内小規模事業者には、食品加工製造業者の他にも活発な事業活動を展開する製造業者（工芸品）や飲食店等も一部存在している。意欲のある小規模事業者に対する需要動向調査による支援として、町外で開催される展示会・商談会への出展を促すとともに、その展示会等でバイヤーを対象にした需要動向調査を行う。バイヤーに対する調査結果については、出展した小規模事業者に対してフィードバックを行い、対象となる商品・ブラッシュアップに繋げていく。

【地域外展示会・商談会におけるバイヤー需要動向調査】

項目	内容
目的	小規模事業者が「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」で出展・出品する展示会・商談会等に関する事前情報の収集
対象	展示会や商談会を担当するバイヤー
調査方法	郵送、電話による聴取り
頻度	「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」による出展・出品が決定次第
調査項目	売れ筋商品、死に筋商品、売価、顧客特性、平均買上単価、競合商品、その他出店者に対する意見・要望等
分析方法	「売れ筋商品」、「価格帯」、「来店する消費者の属性」、「同業他社」等の傾向を分析し、報告書にまとめる。
活用方法	顧客のニーズに基づいた“売れる”商品の開発に向けて活用する。
提供方法	分析した報告書を当該展示会・商談会に出展・出品する小規模事業者に対して提供する。
小規模事業者に対する効果	展示会・商談会前に予め顧客のニーズを把握することができれば、それに対応することができ、売上が増加する可能性が高まる。これにより需要動向調査の重要性を認識させることができる効果が期待される。

3) 各統計資料等による需要動向調査（新規事業）

特定分野の個社支援としての需要動向調査の他に、製造業・建設業・小売業・サービス業について業種別の商品・サービスにおけるトレンドを把握する事を目的に、各統計資料等を活用し、各分野における業界内のトレンド等の把握を行う。把握したトレンド情報については、専門家の協力を得て分析し、報告書としてまとめ、当会ホームページ等により広く周知する事により、地域小規模事業者の経営計画の基礎資料とするとともに、需要開拓に向けたヒントを提供する。

項目	内容
目的	各種統計資料の情報を提供することで、小規模事業者の経営計画策定や販路開拓・販売促進活動を支援する。
対象	総務省統計局「家計消費状況調査」「家計調査」「業種別審査事典」等
調査方法	インターネット・書籍等により収集
頻度	「家計消費状況調査」「家計調査」「業種別審査事典」等から年1回報告書作成
調査項目	業種別（製造・建設・小売・サービス業）の商品・サービスへの消費者の支出動向
分析方法	業種別（製造・建設・小売・サービス業）の家計消費の動向・トレンドについて、国・金融機関等はどうのような見解を示しているのかを専門家と協力して分析し、提供する。
活用方法	消費者の消費行動に基づいた“売れる”商品の開発に向けて活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等に報告書として提供する。
小規模事業者に対する効果	小規模事業者の視野を広め、新たな商品・サービス等の高付加価値化への意欲を高める。

4) 他の支援機関や専門家との連携（新規事業）

地域小規模事業者について、消費者動向・市場規模・商圈・競合他社等、調査項目のより詳細な分析が必要な場合には、上部団体である群馬県商工会連合会、また地域支援機関である群馬県産業支援機構（よろず支援機構）、地元各金融機関等が持つ情報の提供を受けるなど、状況に応じて外部有識者や専門家を活用して需要動向調査を行う。

（目標）

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①商品等ブラッシュアップ需要動向調査支援先掘り起し事業者数	未実施	準備期間	6社	6社	6社	6社
②地域内イベント需要動向調査支援企業数	未実施	準備期間	3社	3社	3社	3社
③地域外展示会・商談会におけるバイヤー需要動向調査支援企業数	未実施	準備期間	3社	3社	3社	3社
④各統計資料等による需要動向調査回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
⑤専門家を活用した需要動向調査	未実施	2回	6社	6社	9社	9社

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

（現状と課題）

吉岡町内に大規模ショッピングモール「フォリオ吉岡ショッピングセンター」が開店したことや、インターネット通販の普及等、地域で小売業・サービス業を営む小規模事業者にとって厳しい経営環境となっている。しかし、このような状況の中でも地域小規模事業者は積極的な販売促進などによる新たな需要開拓に関心が薄く、販売促進活動が

不得手な事業者がほとんどである。製造業においては、自社製品の製造販売を行う小規模事業者は食品加工分野など一部に留まっており、ほとんどの小規模事業者は下請け製造に甘んじている状況となっている。自社営業部門等もなく自社の特徴を有効 PR する事が苦手な場合がほとんどである。また、地域内小規模事業者全体に言える事であるが、戦略経費である広告宣伝・販売促進費用を捻出するための資金的な余裕もない事業者がほとんどである。

このような状況を考慮すれば、各小規模事業者においては、ビジネスマッチングや展示会・商談会等を通じた積極的な販路開拓を行うとともに、IT を活用した情報発信と需要開拓を図ることが課題となっている。

(改善方法)

吉岡町内の小規模事業者が直面している最大の課題は、需要創造・掘り起しであり、この課題を達成していくために多様な顧客のニーズに合った商品・サービスを提供・発信する機会を増大させる必要がある。そのため当会は、地域小規模事業者の需要創造・需要掘り起こしのため、事業者の商談会・展示会への積極的出展や、顧客ニーズを捉えたマーチャンダイジング強化等、販路開拓の取組を支援するとともに、対応が遅れている IT を活用した情報発信等、需要開拓の取組について支援を行う。

地域小規模事業者は、販売促進や経営分析に基づいた品揃え・価格設定等に慣れておらず、基本的な PC 操作を含めて IT リテラシーは総じて低い。そのため効果的な需要開拓を図っていくためには、販売促進・PC 操作の指導から専門家を活用して行うとともに、商談会・展示会において当会職員が小規模事業者の傍につき、身近なサポートを行っていく必要があると考えている。

当地域では、食品加工業とコケシ等工芸品を製造する小規模事業者が域外への販路開拓に前向きである現状を踏まえ、特に食品加工・工芸品製造業の需要開拓の取組を積極的にサポートする。

(事業内容)

- 1) 県内外で行われているビジネスマッチング事業や各種展示会・商談会等(群馬県前橋市で開催される、農産物と食品産業に特化した商談会である「ぐんま農と食の商談会」(群馬県商工会連合会主催)、群馬県川場村の道の駅川場田園プラザで開催される、食品産業に特化した物産展である「おいしい群馬再発見!」(群馬県商工会連合会主催)、東京都有明で開催される商談会である「ぐんま地場産業フェスタ 2017 in TOKYO」(群馬県工業振興課主催))の情報提供を行う。特に食品加工業・工芸品製造業に対しては、東京銀座に出展している群馬県の情報発信の拠点である「ぐんまちゃん家(ち)」で行われる物産展への出展を呼びかける。(新規事業)
- 2) 出展を希望する事業者(原則として当会は事業計画作成支援を行った小規模事業者が対象)に対しては、群馬県及び、群馬県商工会連合会等と連携して出展支援を行い、各種メディアを通じた **PR** や **IT** を活用した情報発信により、出展企業の販路開拓と知名度の向上を図る。出展に不慣れな小規模事業者を支援するため、群馬県・群馬県商工会連合会・地区内金融機関などと連携し、出展のために活用可能な補助事業などの情報を収集する。また、必要に応じて連携機関から出展に必要なノウハウ(商品の展示方法・販売促進の具体的な進め方など)の提供を受け事業者の出展を支援

する。出展後についても継続的なフォローアップを実施し小規模事業者の需要開拓について伴走的な支援を行う。(新規事業)

- 3) 地域内で開催される地域振興事業（よしおかふるさと祭り・道の駅よしおか温泉感謝祭）には事業者の出展が可能なものも多い。そのような地域振興事業を活用し、小売業・サービス業を中心とした事業者の需要の開拓を図る。そのためには、各地域振興事業の来場者の傾向を把握し傾向に応じた事業者への出展を促進する。出展促進を積極的に行うことにより、新規に出展する事業者を増やし、多くの事業者に需要開拓の機会を設ける。

特に、よしおかふるさと祭りについては、出展ブースの内 10 ブースが吉岡町商工会の出展スペースとなっているため、内 7 ブースを食品加工品、工芸品等地域少尉規模事業者の専用物販ブースとして設定するし、集中的に販売促進・展示演出・接客指導等の支援を行う事で地域における需要開拓の機会を拡大するとともに、地域外での商談会・展示会等での個別の販路開拓において効果の高い商談活動等を行うための実践演習の場としても活用する。(既存事業改善)

- 4) 事業者が出展する地域振興事業（よしおかふるさと祭り・道の駅よしおか温泉感謝祭）について、地元紙（上毛新聞など）への情報発信を行い、取材や記事の掲載を依頼する。記事として掲載されることにより、地区内外の住民の関心が高まり来場者の増加が期待できるとともに、掲載記事を出店事業者が開拓を希望するバイヤーに送付、催事や製品等を紹介する事で、他の商談会・展示会での商談・成約に向けたサポート支援を行う。(新規事業)

- 5) 小規模事業者の IT 能力を向上させるために、外部の専門家が実施するパソコン教室を開催する。パソコン教室においては、チラシ・名刺などの作成に役立つ「**Word**」、ポスターやプレゼンテーション作成に役立つ「**PowerPoint**」、オンラインホームページ作成に役立つ「**wordpress**」コミュニケーションを円滑にする手段として役立つ「**SNS**」などについて講義を行う。(新規事業)

- 6) 地域小規模事業者の自主的な自社製品・サービス等の情報発信を促進するため、マーケティング専門家や地元地方紙支局社員と連携しプレスリリースセミナーを開催。効率よくメディア(新聞・ラジオ・TV・ネット記事等)に掲載されるよう、小規模事業者にノウハウを習得する機会を提供する事で地域小規模事業者の情報発信におけるスキルアップを図る。(新規事業)

(目標)

地域内外でのビジネスマッチングや各種展示会・商談会に積極的に出展することにより需要開拓を図る。また、地域振興事業（吉井秋まつり・商工業製品展）に出展することにより、地域住民への認知度を向上させ、新たな需要の開拓を図る。

各小規模事業者が **IT** 技術を高めることを支援し、自らが **IT** を活用した需要の開拓を実現する事業者となる。

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
------	----	------	------	------	------	------

「ぐんま農と食の商談会」等への出展企業数	0	2	2	3	3	4
内商談件数	0	4	4	6	6	8
内成約件数	0	1	1	2	2	3
ぐんまちゃん家への出展件数	1	1	1	1	2	2
地域振興事業（よしおかふるさと祭り）への出展事業者数	5	7	7	10	10	10
地域振興事業プレスリリース実施	未実施	2回/年	2回/年	2回/年	2回/年	2回/年
プレスリリース記事送付による事業者紹介におけるバイヤー送付件数	未実施	10件	10件	10件	10件	10件
新たな需要獲得のためのパソコン教室の開催	未実施	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年
新たな需要獲得のためのプレスリリース教室の開催	未実施	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年

II. 地域経済活性化に資する取り組み

（現状と課題）

近隣市のベッドタウンとして発展してきた当町は、主に住民間の交流を図るイベントを開催している。当商工会はそのような地域振興事業を通じ地域経済の活性化に長年貢献してきた。しかし、このようなイベントは季節ごとに開催される一過性の事業となっており、地域経済の活性化策として継続的な取組が図られていない状態となっている。

各イベントに関しては、チラシの配布や商工会 HP により周知を図っている。また、巡回時やセミナー開催時においてもチラシを配布し来場者・出展者の増加を図っている。

今後は、各種地域振興事業の開催を通じ、吉岡町・道の駅よしおか温泉・地元企業・金融機関などと情報交換を行い、地域経済の活性化について連携を深めるとともに、吉岡町の独自性と求心力の向上を図ることが課題となる。

（改善内容）

吉岡町・道の駅よしおか温泉・地元企業・金融機関とともに当地区の地域活性化の方向性を検討する「吉岡町地域活性化検討会（仮称）」を開催する。検討会において、当地域のブランド力向上の取り組みについて検討するとともに地域のにぎわい創出や地域経済の活性化を実現し小規模事業者が事業を継続的に発展させるための良好な環境の整備に努める。

（事業内容）

1) 地域経済の活性化を図る土台作りとして「吉岡町地域活性化検討会」を年 1 回開催する。「吉岡町地域活性化検討会」は、吉岡町・道の駅よしおか温泉・地元企業・金融機関で構成され、検討会においては、「よしおかふるさと祭り」や「道の駅よしおか温泉感謝祭」の継続的な活性化策について検討を行う。（新規事業）

2) よしおかふるさと祭り（10月）は、吉岡町文化センターで開催される住民同士の交流を目的とした吉岡町最大のイベントである。商工会は実行委員会の一員として地元商工業者の出店募集、宣伝・販売促進支援を行っている。平成28年度以降においても同様の支援を行い、出店事業者の増加を図り事業者の宣伝・販売機会の推進を行う。
（既存事業改善）

3) 道の駅よしおか温泉感謝祭（11月）は、昨年から新たに開催されたイベントで、道の駅の運営に係る商業者、農業者、加工業者が自社の製品やサービスを来場者に提供するイベントである。当商工会は実行委員会のメンバーとして他の主催者ととともにその運営にあたっている。主催者としてその運営が円滑に行えるよう努めるとともに、地域住民と事業者の交流を図り、地域経済の活性化に役立てる。（既存事業改善）

（目標）

「吉岡町地域活性化検討会」において地域振興事業（よしおかふるさと祭り・道の駅よしおか温泉感謝祭）を中心とした当地区の地域経済活性化の方向性について検討する。地域経済の活性化については、当地区の利便性や観光資源の魅力を踏まえ地域のブランド化を推進し、にぎわい創出を促進することが目標となる。

支援内容		現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
吉岡町地域活性化検討会		0	1	1	2	2	3
よしおかふるさと祭り	出展者数	9	10	11	12	13	15
	来場者数	5,000	5,000	5,000	5,500	5,500	6,000
道の駅よしおか温泉感謝祭	出展者数	10	12	12	15	15	18
	来場者数	1,000	1,000	1,500	1,500	1,500	2,000

Ⅲ. 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み

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

（現状と課題）

群馬県商工会連合会の研修時や金融支援時の金融機関との折衝等の場において、支援ノウハウ等の情報交換を経営指導員は個別に行っている。このような会合は情報交換を目的とした会合ではないため、支援ノウハウの共有や習得が十分とは言えず事業者への支援能力向上に効果を発揮するまでには至っていない。

他の支援機関と連携した情報交換については、その機会が少なく、また、情報交換に対する組織的な取り組みが行われていない。

今後は、他の支援機関と支援能力向上を目的とした情報交換会や研修会を実施し、その際得られた各種情報を事業者にフィードバックすることが課題となる。

（改善方法）

他支援機関と定期的な情報交換会を定期的に行う。その交換会において、支援ノウハウや支援の現状等の情報交換を行う。また、得られた情報を事業者にフィードバック

クする仕組みを構築する。

(事業内容)

1) 北毛地区3商工会による情報交換会を年2回(現状0回)開催する。その交換会において、支援ノウハウ、支援の現状等の情報交換を行い、経営指導員の支援力向上に役立てる。(新規事業)

2) 各支援機関と支援ノウハウ、支援の現状、地域内経済動向の共有を図ることを目的とした連絡会議を年1回開催(現状0回)し、情報交換を行う。(新規事業)

3) 日本政策金融公庫などの金融機関と金融懇談会を年2回開催(現状0回)し、情報交換を行うとともに、地元の経済動向、小規模事業者の現状、需要動向などを把握し支援力強化に努める。(新規事業)

4) 第5次吉岡町総合計画後期基本計画との整合性を図るため、吉岡町の担当課(産業政策課)との意見交換を年1回開催(現状0回)する。」

5) 上記において得られた、制度融資や補助金の情報、行政の取り組みなど事業者に直結する情報については、商工会HPや商工会広報を活用し情報発信を行い、必要に応じて経営指導員が巡回時に直接事業者の説明するなど情報のフィードバックを行う。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状及び課題)

現状は、行政や金融関係、上部団体などの研修に職員の職種や事務分掌に合せ各担当者が出席後、復命書を作成し情報の共有を図っているが、地域内小規模事業者への支援の際に、その研修内容を上手く活用していくことが課題である。

(改善方法)

研修や説明会などに積極的に参加するだけでなく、その内容を職員間において共有する職場内システムを構築し、会員支援に役立てられるようにする。

また、日々、改正や新規・新施設策情報が発表される今日において、記帳指導及び税務指導といった経営指導に必要な能力向上に加え、小規模事業者の利益確保となるような伴走支援を行うにあたり必要となる様々なノウハウ習得のため下記により職員の資質向上を行う。

(職員の資質向上について)

1) 中小企業基盤整備機構(中小企業大学校)が毎年行っている事業団研修に積極的に参加し職員のスキルを高める。

2) 全国商工会連合会、群馬県商工会連合会が開催する職員向け小規模事業者支援集合型研修に積極的に参加し職員のスキルを高める。

3) 群馬県が開催する施策及び補助金等説明会に積極的に参加し、小規模事業者に情報を伝達できるようにする。

4) 日本政策金融公庫や町内金融機関、保証協会等が開催する金融研修会等に積極的

に参加し、近年の金融情勢や融資状況などを収集し、小規模事業者支援に役立てる。

5) 群馬労働局などが開催する各種研修会に参加し、小規模事業者には有益な施策や制度などについて情報収集し、伝達できるようにする。

6) 隣市町村商工会、商工会議所等が主催する集合研修型の各種小規模事業者支援研修に積極的に参加し、職員の資質向上を図る。

(職員間の情報共有について)

上記各種研修に参加後、復命書を作成し毎朝行われている朝礼時に発表を行い、研修内容の共有を行うだけでなく、月に1度、職員会議を行い、内容を職員全員が共有できるよう、職場内研修を行い、組織全体のスキルアップを行う。

また、研修内容や支援ノウハウが属人的に集積してしまうことを防ぐため、全ての復命書をPDF化（データ化）し、ネットワークに接続してあるデータ保存用のハードディスク（NAS）により保存管理を行い、所属職員が自由に閲覧、参照できるようシステム化する。

更に、支援内容やノウハウについては、担当職員異動後も活用できるよう、カルテシステムにより、組織の財産として活用できるように管理する。

(目標)

研修内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①事業団研修参加	2	2	2	2	2	2
②商工連研修参加	6	7	7	7	7	7
③群馬県施策研修	1	2	2	2	2	2
④日本政策金融公庫	1	2	2	2	2	2
⑤労働局制度説明会	2	2	2	2	2	2
⑥隣町商工会研修	2	2	3	3	4	4

3. 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

(現状及び課題)

現在は特に評価や見直しは行っていない

(改善方法)

発達支援計画策定後は毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下により評価・検証を行う。

(事業内容)

1) 本計画に対する実施報告書を事務局長中心に作成する。

2) 上記で作成した報告書を、外部有識者（外部の中小企業診断士・経営コンサルタント等）に提示し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を受ける

3) 上記で受けた評価・見直し案をもとに、事務局長を中心に PDCA サイクルを念頭に評価・見直しの方針を決定する。

4) 上記の方針について、吉岡町商工会長へ報告し、承認を受ける。

⑤上記で受けた承認内容を、本会 HP 上で公表する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

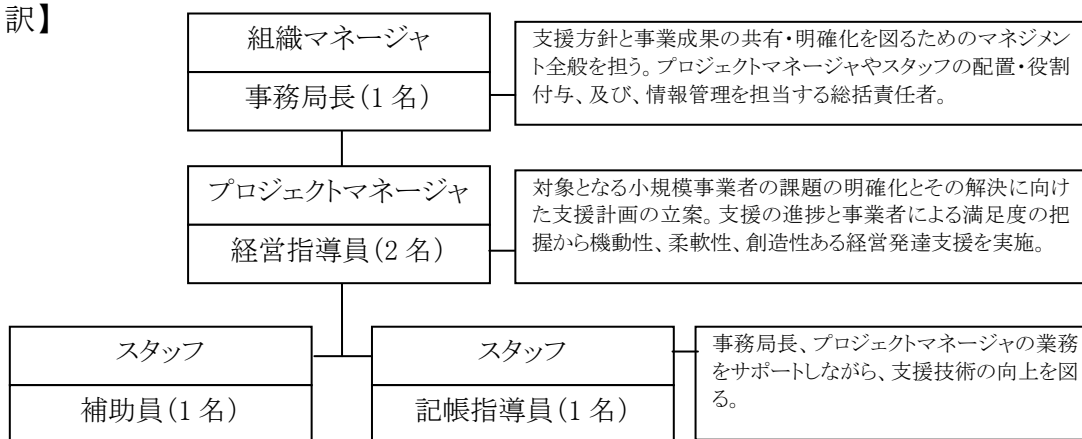
経営発達支援事業の実施体制

(平成 28 年 10 月現在)

(1) 組織体制

事業実施人員 5 名 (商工会職員数 6 名)

【内 訳】



担当	担当者	業務内容
事業責任者	事務局長 中島 武	・経営発達支援窓口の総括 ・経営発達支援計画の作成
事業責任者	経営指導員 綿貫克也	・経営発達支援事業の総括 ・経営発達支援事業の推進
事業実施者	経営指導員 阿部真也	・セミナー、研修会の開催 ・外部講師、専門家の招聘
実施補佐	補助員 窪田光子 記帳指導員 御供美也子	・組織運営に係る予算管理 ・経営発達支援事業の実行補佐

(2) 連絡先

〒370-3604

群馬県北群馬郡吉岡町南下 1375-3

吉岡町商工会 担当：綿貫克也

電 話：0279-54-2625

F A X：0279-54-2410

メール：yoshioka@xp.wind.jp

H P：http://www7.wind.ne.jp/yoshioka/

(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)

	29年度 (4月以降)	30年度	31年度	32年度	33年度
必要な資金の額	5,700	5,700	5,700	5,700	5,700
・地域の経済動向調査に関する事業	500	500	500	500	500
・経営状況の分析に関する事業	500	500	500	500	500
・事業計画策定支援に関する事業	800	800	800	800	800
・事業計画策定後の実施支援に関する事業	800	800	800	800	800
・需要動向調査に関する事業	800	800	800	800	800
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	800	800	800	800	800
・地域経済の活性化に資する取り組みに関する事業	500	500	500	500	500
・他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事業	500	500	500	500	500
・経営指導員等の資質向上等に関する事業	500	500	500	500	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、国補助金、県補助金、市補助金、全国連補助金、県連補助金、事業受託費、参加者負担金

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 地域経済動向調査においては、吉岡町とも連携し業況調査などの結果を共有する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 群馬県商工会連合会・地域金融機関などと連携し、需要動向調査を行う。また、地域振興事業（各種イベント等）やセミナーなどを通じ分析の対象となる小規模事業者をピックアップし専門家と連携しながら問題解決に向けた分析を行う。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 専門家（中小企業診断士など）と連携し事業計画策定に関するセミナーの開催や具体的な事業計画を作成する。 事業計画策定において顕在化した課題に対し、群馬県商工会連合会・群馬県よろず支援拠点・群馬県・吉岡町・各金融機関・専門家等と連携し指導・助言を行う。 創業の際に生じる様々な問題点・課題に対して、群馬県商工会連合会・専門家等と連携を図りその解決に尽力する。 第二創業および経営革新については、計画策定において必要に応じ専門家（中小企業診断士等）と連携を図る。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後の生じた課題に対し群馬県商工会連合会・群馬県よろず支援拠点・群馬県・吉岡町・各金融機関・専門家等と連携し指導・助言を行う。 創業・第二創業・経営革新の事業計画のフォローアップについて必要に応じ専門家（中小企業診断士等）と連携を図る。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 業種別需要動向などの小規模事業者の特徴に応じた情報収集に関しては群馬県や地元金融機関との連携を図る。収集した情報の分析に関しては、中小企業診断士などの専門家との連携を図る。 専門家と連携しアンケートを作成・配布し会員企業の動向調査を行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 吉岡町・地元企業・金融機関等と連携を図り各種地域振興事業（お祭りや各種イベント等）を実施することにより、地域に密着した需要開拓を推進する。 販路開拓に関しては、全国商工会連合会・群馬県商工会連合会などと連携し県外・県内の展示会や商談会への出展を促し販路開拓を支援するとともに出展後のフォローアップも行い伴走型支援を実施する。</p>

II. 地域経済の活性化に資する取組

吉岡町・道の駅よしおか温泉、地元企業・金融機関等と連携を図り各種地域振興事業（各種イベント等）を実施することにより、地域経済の活性化を推進する。

III. 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

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

吉岡町と連携し、支援ノウハウを共有するとともに支援の現状や問題点について意見交換を行い、支援力向上を図る。

2. 経営指導員の資質向上等に関すること

指導員の研修事業を実施している各種団体や専門家と連携し、計画的な指導員の能力向上を図る。

3. 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

事業評価においては外部有識者との連携を図り事業の成果・問題点などについて検討を行う。

連携者及びその役割

【群馬県】

住所：群馬県前橋市大手町1-1-1

代表者：群馬県知事 大沢 正明

当会に対して経営指導員等の人件費等や経営改善普及事業費に対して補助金を支給していただいている。

【吉岡町】

住所：群馬県北群馬郡吉岡町下野田 560

代表者：吉岡町町長 石関 昭

担当課：産業建設課 課長 高田栄二

当会に対して運営費等補助金を支給していただいている。また、創業支援事業計画の実施に向け連携し情報交換を行う。

【全国商工会連合会】

住所：東京都千代田区有楽町1-7-1 有楽町電気ビル北館19階

代表者：会長 石澤 義文

【群馬県商工会連合会】

住所：群馬県前橋市関根町3-8-1

代表者：会長 高橋 基治

全国商工会連合会及び群馬県商工会連合会は、当会の指導機関であり、県連合会は本事業を進めるうえで重要となる、専門家派遣依頼の窓口となるほか、依頼内容に合わせた適切な専門家紹介をしていただくなど、本事業を推進するうえで最重要な連携先である。また、県連合会支援部内にある「広域支援センター」とも連携していく。

【日本政策金融公庫高崎支店】

住所：群馬県高崎市連雀町 81

代表者：支店長 井上 純夫

創業にかかる資金調達、運転資金、設備資金、借換相談等、事業所の持続的経営のための円滑な支援及び情報の共有

【ぐんまみらい信用組合吉岡支店】

住所：群馬県北群馬郡吉岡町陣場 253-2

代表者：支店長 岡崎一誠

情報の共有、各種資金調達相談、各種計画書作成相談など

【しののめ信用金庫総社吉岡支店】

住所：群馬県北群馬郡吉岡町大久保 901-1

代表者：支店長 川上 敦

情報の共有、各種資金調達相談、各種計画書作成相談など

【北群馬信用金庫吉岡支店】

住所：群馬県北群馬郡吉岡町北下 1026-4

代表者：支店長 阿部知伸

情報の共有、各種資金調達相談、各種計画書作成相談など

【群馬銀行吉岡支店】

住所：群馬県北群馬郡吉岡町下野田 715-3

代表者：支店長 高橋祐東

情報の共有、各種資金調達相談、各種計画書作成相談など

【利根郡信用金庫前橋西支店】

住所：群馬県前橋市総社町植野 736-2

代表者：支店長 星野孝幸

情報の共有、各種資金調達相談、各種計画書作成相談など

【(公財)群馬県産業支援機構】

住所：前橋市大渡町 1-10-7

代表者：理事長 根岸 富士夫

よろず拠点事業、事業継承相談、再生支援相談等全ての窓口となっている。

【(株)吉岡町振興公社】(道の駅よしおか温泉)

住所：北群馬郡吉岡町漆原 1989

代表者：大友 春雄

地域経済活性化の方向性について連携する。

連携体制図等

