

経営発達支援計画の概要

実施者名	藤岡市鬼石商工会（法人番号 8070005004016）
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日
目 標	<p>藤岡市鬼石商工会は、経営支援力と事業所からの信頼度を高めて、小規模事業者に寄り添いながら（伴走型）経営発達支援事業の、効率的かつ効果的な実施を図り、小規模事業者の持続的な発展を目指していく。</p> <p>（1）地域ブランドの確立と地場産業の育成 （2）個店の魅力度向上 （3）地域支援機関との連携強化 （4）経営支援体制の強化</p>
事業内容	<p>・経営発達支援事業の内容</p> <p>1．地域経済動向調査に関すること 各種統計資料による経済動向の情報収集と分析、及び事業所への資料提供。</p> <p>2．経営状況の分析に関すること 事業計画策定支援や、計画策定後の支援を実施するための「財務分析」や「SWOT分析」の実施による、事業所の経営状況の把握。</p> <p>3．事業計画策定支援に関すること （1）事業計画策定セミナー・勉強会の開催 （2）巡回・窓口指導時の相談強化 （3）伴走型の事業計画策定支援推進</p> <p>4．事業計画策定後の支援に関すること 他の地域支援機関等と連携しての伴走型フォロー指導や助言を実施</p> <p>5．需要動向調査に関すること 顧客アンケート調査による需要動向調査の実施</p> <p>6．新たな需要の開拓 地域イベントと連動した小規模事業者の販路支援や外部支援機関等と連携した販路支援、インターネットを活用した販路開拓支援の実施</p> <p>・地域経済の活性化に資する取組み 地域における関係者間で地域振興事業のための意識の共有化を図り、事業を持続的に発展させるための、環境整備を推進する。</p> <p>・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</p> <p>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 他の支援機関との情報交換会を行うことにより、支援ノウハウの向上を図る。</p> <p>2．経営指導員等の資質向上等に関すること 組織全体のレベルアップを図るために、知識共有化の仕組みを作る。</p> <p>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 PDCAサイクルを実施し、事業の評価と見直しのための仕組みを設ける。</p>
連絡先	〒370-1401 群馬県藤岡市鬼石334-2 藤岡市鬼石商工会（担当 山口） 電話番号0274-52-2062 FAX番号0274-52-6024 http://www.onishoko.or.jp Eメール onishoko@onishoko.or.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【 方針 】

小規模事業者の経営力向上と、売上増加、販路拡大を目指した伴走型支援の継続実施。

1. 藤岡市の現状

① 立地

当地域が位置する藤岡市は、群馬県の西南部に位置し、東は埼玉県上里町、神川町、西は高崎市吉井、甘楽郡甘楽町、下仁田町、埼玉県秩父市、北は高崎市、佐波郡玉村町と境界を接し、市の南部は関東平野に、市の西南側は山間部になっている。

山や神流川の美しい山や河川などの優れた自然環境と市街地が共存し、総合病院を核とした医療や、数々の介護施設等、福祉にも積極的に力を注ぐ地域である。

鬼石地域は、平成18年1月の行政合併により藤岡市へと編入したが、地域面積約53K㎡の大半が山間部（森林）に覆われ、旧市街地に商店が集積する門前町として栄えてきた。

また、周囲を山々に囲まれているため、冬季や台風の強風も緩和されて、比較のおだやかな気候の土地でもある。

② 交通

藤岡市は、交通の便も比較的良く、JR高崎線や八高線、上越新幹線が横断し、道の駅（ららん藤岡）や関越自動車道と上信越自動車道の分岐点として、藤岡ICや国道17号線や国道254号線などの幹線道路がある。

鬼石地域も国道462号線が、地区内を流れる神流川に沿って通っていて、山間部を通じて多野郡神流町や上野村、埼玉県秩父市などへのアクセス道としての役割を果たしている。

③ 人口

人口は、昭和22年の12,459人をピークとして減少傾向がつづいており、農林業や商店街の衰退と住民の少子高齢化が特に目立ち、平成28年4月では5,628人と過疎化も進んでいる。

④ 伝統行事

また、当地区の地域行事としては、毎年7月中旬に行われる鬼石夏祭りがあり、また12月上旬に見ごろを迎える県立桜山公園の冬桜など、豊富な自然にも恵まれ、地域外から全市へ年間約370万人以上の集客がある。

⑤ 産業

産業構造については、第一次産業5%、第二次産業36%、第三次産業59%となっている。

⑥ 商工業者

当地域の商工業者総数（平成27年度）は、399事業者となっている。内小規模事業者は358件となっており、全体の89%以上を占めている。業種別事業者数は、小売業、建設業、製造業の順に多い。

業 種 等	事業者件数 (件)	割合 (%)
商工業者等総数	399	-
小規模事業者数	358	89.7
建設業	74	18.5
製造業	42	10.5
卸売業	8	2.0
小売業	182	45.6
飲食店・宿泊業	22	5.5
サービス業	37	9.2
その他	34	8.5

当地域の商工業者数、小規模事業者数ともに減少傾向となっており、特に事業主の高齢化を理由とする廃業がもっとも多く、小規模事業者の減少が近年著しい。

業種別の事業者数については、横ばいで推移し、飲食店・宿泊業は減少傾向が続いているが、建設業は若干増加している。

小規模事業者の多くは、少子高齢化と消費者の流出による需要の減少や、競合激化による業績不振・資金繰りの悪化等の諸問題を抱え続けている。

	平成 26 年度	平成 27 年度	対前年比 (%)
商工業者等総数	404	399	98.7
小規模事業者数	397	358	90.1

業種別事業所数（商工業者等総数）の推移

業 種 等	平成 26 年度	平成 27 年度	対前年比 (%)
建設業	71	74	104.2
製造業	42	42	100.0
卸売業	8	8	100.0
小売業	182	182	100.0
飲食店・宿泊業	23	22	95.6
サービス業	37	37	100.0
その他	41	34	82.9
合計	404	399	98.7

2. 地域産業の現状と課題

当地域の内部環境（ 強み・弱み ）

（1）当地域の強み

・「県立桜山公園」や「三波石峡」等の豊富な自然を始めとした、地域資源に恵まれている。

・様々な業種の事業者が混在しているため、異業種間のコラボレーションを図ることが出来る。

(2) 当地域の弱み

- ・人口減少地区であり、地域内の少子高齢化が進行している。
- ・地域内の事業者数が減少している。
- ・道路の整備によって、消費者が地域外へ流出している。
- ・近隣地域への工業団地造成等、産業空洞化が懸念されている。

商業の現状と課題

商業を取り巻く環境は、当地域には鬼石地区の中心地に商店街があるが、商店経営者の高齢化や郊外型大型店の出店影響、近隣都市への購買流出が進み、地元商店街の衰退と空洞化が顕著となり、事業所経営は厳しい環境である。

また、大型店（小売商業）は、当地の北部に食料品・雑貨類小売のスーパー「フレッシュ鬼石店」があり、さらに建築資材・雑貨類小売のホームセンター「カインズホーム神川店」が、商店街から3キロメートル圏内に立地している。

少子高齢化を踏まえて、地域特性を活かした活気ある商業振興を図るため、より地域に密着した新たなサービスの創出や、地域特性を活かした店舗づくり、他の産業との連携強化を図って支援していく必要がある。

工業の現状と課題

藤岡市では、活発な工業団地の造成を行い、東平井や三本木地区などに企業誘致を推進してきた。当地域にも自動車部品組立工場や建設会社等が立地し、地域からの雇用も促進している。

高速道路の関越自動車道や上信越自動車道の分岐点であることから、魅力ある産業拠点の形成を目指して、既存企業への支援体制を強化することで、地域雇用の場である工業の活性化をさらに図る必要がある。

地場産業の現状と課題

当地区では、神流川の上流に昭和43年に下久保ダムを建設、地場産業の造園業で使用される「三波石」が産出され、石の曳き売りで全国各地を売り歩いた石の町として栄えてきた。

しかしながら、近年では景気低迷や消費者ニーズの変化、安価な製品の普及等、取り巻く環境が変化し、地場産業である「三波石」の販売額は大幅に減少しているため、経営面では厳しい環境にある。

今後は、これらの地場産業が地域の魅力やイメージ、知名度を高めていく地域資源であることを再認識し、ブランド力の向上と販売力の強化を中心とした継続支援を実施していくことが必要である。

3. 当地域の課題解決策

当地域は、人口減少による少子高齢化に伴い、事業者数が減少傾向となっている。特に近年では、小規模事業者の衰退が顕著となっている。

交通の利便性が高まったことで、地域外への消費者の流出が起こり、地域内の事業者はたいへん厳しい状況に置かれている。現状を鑑みた当地域の課題点解決策は、下記の通りである。

- (1) 地元小規模事業者の活性化や新規事業者の誘致を推進すること
- (2) 県立桜山公園や三波石峡等の観光資源を活用した、観光客の誘致と新商品の開発支援
- (3) 事業者の技術力向上や後継者育成のための支援
- (4) 事業者へのタイムリーな情報発信の実施とその仕組みづくり

当地域の課題は、高速道路や鉄道などの交通網を活かして、主に首都圏や近隣地域から、人・物・カネの流れを活性化させながら、各種産業振興を図っていく必要がある。

また、消費者ニーズの多様化と高齢化のために、空洞化が進んでいる商店街の再生をはかるため、個々の商店振興策も必要である。

さらに、新たな産業の立地や、工場誘致、観光振興等の振興策、人的交流活動の促進が必要である。

4. 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

小規模事業者が激変する外部環境に対応し、継続的な発展を達成するためには、顧客（消費者・取引先など）に自社を選択してもらう必要がある。そのためには、自社の強みを正確に把握する必要があり、その強みを最大限に活用した事業の方向性を定めることが、必要である。

さらに当地域は、少子高齢化により人口・世帯数ともに減少している過疎地域であり、地域力の弱体化が懸念されている。

事業者独自の強みを活かし「長所を磨き上げ続ける事業者」へと成長していくことが必要である。

(業種別の具体的な振興目標)

(1) 小売業

- ・ 県立桜山公園の「冬桜」や「三波石」等の地域資源に関連した商品の開発・販売
- ・ 観光客に対応した販売
- ・ 大型店に行いにくい、対話型のきめこまやかなサービスの提供
- ・ 地元特産品の販売

(2) 飲食店

- ・ 県立桜山公園の「冬桜」や「三波石」等の地域資源に関連した商品の開発・販売

- ・地元特産品を活用した新メニューの開発と販売
- ・食の安心・安全の提供
- ・高齢者に配慮した店舗づくり

(3) サービス業

- ・独自の技術力やノウハウ等を活かしたサービスの提案
- ・観光客に対応した新たなサービスの提案
- ・高齢者に配慮した新たなサービスの提案

(4) 製造業

- ・独自技術の洗練化
- ・製造ラインの効率化
- ・異業種との交流
- ・設備投資の適正化

(5) 建設業

- ・民間工事受注量の開拓と拡大
- ・高齢者に対応した建築、設備の提供
- ・営業力の向上

(6) 造園業

- ・独自技術の洗練化
- ・観光客に対応した販売
- ・営業力の向上

5. 商工会の役割

当商工会は、地域内の小規模事業者に対して、これまで金融支援や共済制度の普及推進等を中心として、地域事業所の経営改善や福利厚生面の充実に取り組んできた。

そして、これらの事業活動を通じて一定の評価を事業所から得て来ているが、各事業者の特性に応じた経営支援が不足がちであった。

当地域の現状と課題を考慮し、今後の重点的な項目としては、次の役割があげられる。

- (1) 多業種への経営支援の実施
- (2) 地域の事業者役に役立つ適切な情報発信（商工会ホームページ等の活用）
- (3) 地区内の多種多様な事業者に対応するための、広範な知識や提案力の獲得

小規模事業者振興の目標

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、群馬県産業経済部が作成した平成27年度の産業経済部の施策概要では、「伴走型」できめ細やかな支援の実施が提示されている。

また、藤岡市が作成した「藤岡市第4次総合計画」（2008年～2017年）において、当

地域は、「安全・便利なふじおか」「快適なふじおか」「人にやさしいふじおか」「心豊かなふじおか」「賑わうふじおか」「語らいのあるふじおか」と記載され、地場産業の活性化をはじめ、商業環境の整備、交通の利便性を生かした企業誘致を推進し、豊かな緑と水の自然や生涯学習・文化振興とも連携したふれあいの観光・交流活動の充実に努め、地域産業の活力の醸成を図っている。

当商工会では、これらの中長期的な振興のあり方や、「4. 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方」に則り、地元ならではの、きめ細やかな商品や製品、サービスを提供する小規模事業者に対して、伴走型支援を積極的かつ継続的に行っていく。

これらの取り組みを通じて、当地域を活性化させ魅力ある地域へと再生させていくことが、当商工会の使命であると考えている。

そのためには、地区内外の大型店や他事業者との差別化を促進し、各事業者の魅力を向上させることで、販路拡大を図ることが今後の目標となる。

以上より、目標を達成するための当商工会の活動方針を下記に列挙する。

1. 地域ブランドの確立と地場産業の育成

藤岡市の伝統産業や特産物を活用し、国内及び海外への販路開拓を強化する。

地域資源を活用した新商品や新メニューを開発する。

創業、経営革新などのセミナーを開催し、地域ブランドの確立と地場産業の育成を図っていく。

2. 個店の魅力度向上

より地域に密着したきめ細かなサービスや、観光客向けのサービスを創出し、事業者の特性や地

域性を踏まえた品揃えや、店舗の魅力度強化を図る。

I Tを活用し、商工会ホームページ等を活用し、インターネットによる商品のPRを促進する。

3. 地域支援機関との連携強化

地域支援機関等の関係機関との連携強化を図り、今まで以上に情報交換を積極的に行い、事業者が必要な情報を適切かつ、タイムリーに提供する仕組みづくりに取り組むことで、支援体制を強化していく。

4. 経営支援体制の強化

小規模事業者にきめ細やかな経営支援を行うためには、経営指導員等の職員が広範な知識を習得し、習得した知識を事業者に判りやすく提供していく、プレゼンテーションスキルも必要である。

また、小規模事業者の経営発達に寄与する支援能力を高め、「調査・分析、計画立案、事業実施、点検、フォローアップ」のPDCAマネジメントサイクルを活用した、助言を行う。

さらに、研修会等へ積極的に参加し、各指導員等の資質向上を図るとともに、その知識やスキルを組織全体で共有する仕組みを構築していく。

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. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向の調査に関すること【指針】

(現状と課題)

現状において、地域の経済動向に関する調査については、「経営指導員による巡回訪問及び窓口相談時における個別ヒアリング」や「理事会や業種別部会等の会合時における出席者への業況ヒアリング」程度にとどまっており、地域の小規模事業者に対する的確な指導を行うための体系的な調査を実施しておらず、また得られた情報を整理・分析して発信する仕組みも持っていなかった。

今後は、支援を行う個社の状況はもとより、地域の状況をしっかり把握するための調査方法・手段を確立し、得られた地域経済に関する情報を整理・分析して、地域の事業者が容易に閲覧できるよう、情報提供していくことが課題である。

(事業内容)

(1) 地域版「中小企業景況調査」の実施による地域経済動向の把握（新規事業）

地域の産業の状況や経済動向について、一定時期ごとに変化の実態を迅速かつ的確に収集・提供することを目的に全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」については、過去に本会も調査対象地区として管内15事業者の調査を実施していたが、現在は調査対象地区から外れ、実施していない。

また、調査を実施していた当時においても、調査対象件数が4業種15社程度の過小なサンプル件数であったことから、当地域の経済動向を的確に表わすものとは言い難いものであった。

そこで、本経営発達支援事業の一環として、地域版の「中小企業景況調査」を下記実施要領に基づき実施し、地域の小規模事業者に対する的確な指導を行うための基礎データとして活用し、併せて、地域の事業者が誰でも平易に閲覧できるよう情報を提供していく。

<実施要領>

①調査対象件数

当地域の経済動向を的確に把握するに足りる4業種20社を調査対象件数とし、その業種構成は藤岡市鬼石地区の産業構成に基づき、製造業3社、建設業8社、小売業7社、サービス業2社とする。

②調査項目及び調査時点・調査頻度

調査項目については、全国商工会連合会が実施する「中小企業景況調査」と同一

にすることで、全国や群馬県全体との比較が可能となることから、調査項目は原則同一とする。また、調査時点・調査頻度についても全国版と同じ6月1日・9月1日・11月15日・3月1日時点の年4回とする。

(参考) 全国商工会連合会が実施する「中小企業景況調査」の調査項目

業種	調査項目
製造業	売上高の動向、加工単価、自社の業況判断、設備操業率の動向等
建設業	売上高の動向、資金繰り、採算、引き合い、自社の業況判断等
小売業	売上高の動向、客単価、客数、仕入単価、在庫数、自社業況判断等
サービス業	売上高の動向、客単価、利用客数、資金繰り、自社業況判断等

③調査・分析を行う手段・手法

調査は、全国商工会連合会が作成したものと同一の調査票を用いて、原則として経営指導員が調査日程に従い、訪問のうえ面接、聞き取りにより行う。得られた調査結果は、専門家を活用して集計・分析を行い、全国版の集計結果と同様に業種別に整理した上でデータ化、グラフ化を行う。

④成果の活用

上記③において客観的に「見える化」された当地域の業種別経済動向を全国及び群馬県と比較することで、地域経済の実態と変化を捉え、今後の小規模事業者に対する的確な指導の実施に活用していく。また、集計・分析された地域版「中小企業景況調査」の結果については、本会ホームページ及び会報にて広く地域の事業者へ情報提供を行っていく。

(2) 統計資料等の外部データの活用 (既存事業拡充)

これまで、経済動向を把握する外部データとして、日本政策金融公庫の景況レポートや全国商工会連合会が毎月実施している小規模企業景気動向調査のレポートを参考に小規模事業者支援に活用していたが、新たに関東財務局が発表する「県内経済動向・統計」や群馬経済研究所がまとめる「業況判断来季予測」などの外部データも活用し、当地域を取り巻く県内経済動向なども併せて把握していくこととする。

(目標)

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
(1) 地域版中小企業景況調査						
調査回数/年	未実施	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
調査対象事業所件数	0	20社	20社	20社	20社	20社
HP・会報による公表回数	0	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
(2) 外部統計情報活用	2機関	4機関	4機関	4機関	4機関	4機関

2. 経営状況の分析に関すること【指針】

(現状と課題)

地域における小規模事業者の多くは経験上の勘を振り所に経営判断することが多

く、そのため自社を取り巻く経営環境の変化や自社の財務状況、強み、弱みを客観的に捉える機会に乏しいのが現状である。また、商工会においても、こうした現状を踏まえて、その重要性を積極的に理解してもらうとする周知活動や事業はこれまで実施してこなかった。今後は、小規模事業者が経営の持続的発展を図るために必要となる「事業計画の策定」を支援するため、その前段階として把握しておくべき「外部経営環境」と「内部経営環境」の分析支援を実施していくことが重要と捉えている。

(事業内容)

小規模事業者が経営の持続的発展を図るためには、経営計画に基づいた事業活動に取り組むことが肝要であり、そのための「経営計画の策定」と「経営状況の分析」が必要ということになるが、前述のとおり、小規模事業者の多くはこれまでの経験則に基づく勘によるところの経営判断に頼っているため、近年の経営環境の変化とスピードに対応することが出来ず、結果、売上の減少に繋がっている。

そこで、今後商工会としては、経営発達支援事業の一環として、経営分析の重要性を理解してもらうことを目的とした周知活動と具体的な経営分析支援を下記のとおり実施していくこととする。

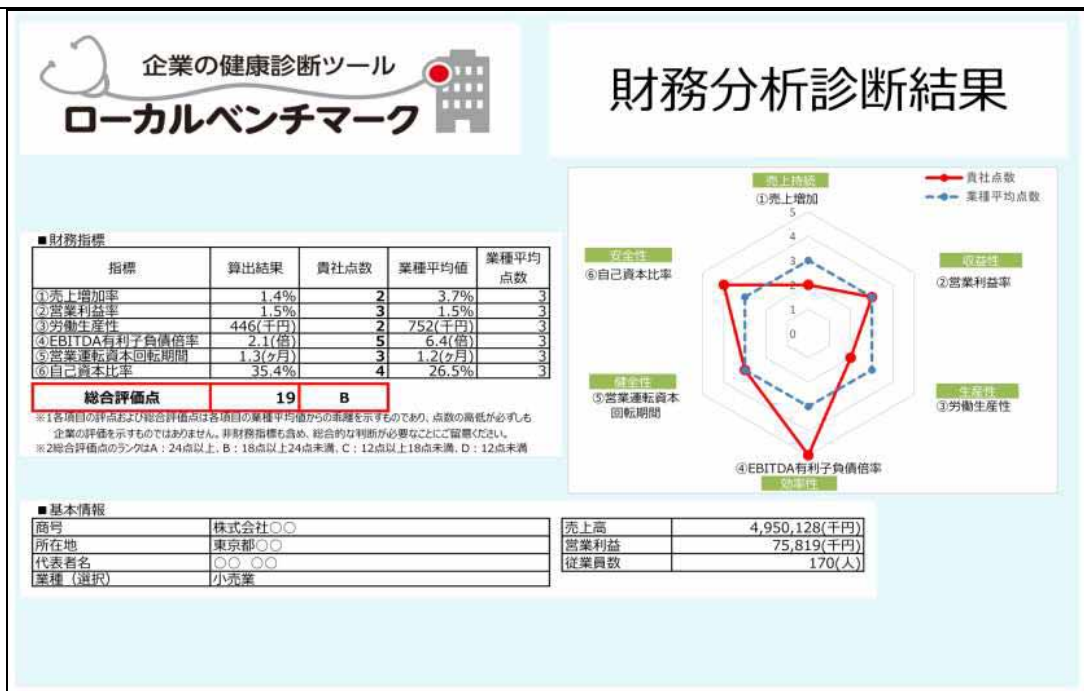
(1) 巡回・窓口・広報媒体による経営分析実施事業者の掘り起し活動（新規事業）

経営指導員による巡回訪問・窓口相談時に「経営状況の分析」の重要性を説明していくとともに、地域の小規模事業者に対して、経営分析に取り組むことの重要性や経営分析に取り組んだ結果、成果が得られた事業者の声などを掲載したリーフレットを作成・配布することで、経営分析に主体的に取り組もうとする事業者の掘り起しを推進していく。反応のあった事業者に対しては、下記に記載する「(2) 経営指導員による分析ツールを活用した経営状況分析支援」や「(3) 経営分析スキルアップセミナー」に誘導し、具体的な経営分析支援に繋げていく。

(2) 経営指導員による分析ツールを活用した経営状況分析支援（新規事業）

経営分析に取り組もうとする事業者の掘り起し活動により、自社の経営状況の分析を希望する事業者に対しては、決算書を預かり、公的機関が提供する分析ツールを用いて経営状況の分析支援を行っていく。具体的には経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」と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」を活用していく。

- ①経済産業省が提供する企業の健康診断ツール「ローカルベンチマーク」の活用
決算書を基に「売上高増加率」・「営業利益率」・「労働生産性」・「EBITDA 有利子負債倍率」・「営業運転資本回転期間」・「自己資本比率」の6つの指標から財務分析を行う。分析した事業者の各数値と業界標準数値を比較することや総合評価点の分析を行うことにより、事業者の財務上の問題点を把握することを支援する。



②中小企業基盤設備機構が提供する「経営自己診断システム」の活用
 決算書の主要な数値を入力するだけで経営診断ができるというシステムであり、収益性・効率性・生産性・安全性・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提案していく。パソコン操作が不得手な事業者には、経営指導員が操作方法の支援を行っていく。



(3) 専門家による「経営分析スキルアップセミナー」の開催 (新規事業)

外部専門家等を活用して、事業者自らが自社の経営分析を行えるよう、「経営分析スキルアップセミナー」を開催する。セミナーは基礎編・応用編を設け、定量的な決算データから導くことが出来る財務分析に加え、定性的要因を踏まえた今後の経営の方向性を模索するためのSWOT分析や3C分析の活用支援も行っていく。

参加事業者の個々の事案によっては、専門的な知識を有する税理士や中小企業診

断士などの専門家の指導助言を受けることとし、群馬県商工会連合会や群馬県よろず支援拠点と連携し、経営分析のブラッシュアップ支援を行っていくこととする。

<分析項目と狙い>

項目		分析の内容	狙い
基礎編	財務分析	売上高、経常利益、損益分岐点売上高、売上高総利益率、売上高経常利益率、流動比率、自己資本比率等を分析	経営自己診断システムにより導き出された経営指標を業種別審査辞典の同業者間等と比較して、財務上の問題点を洗い出す。
応用編	SWOT分析	自社を取り巻く外部・内部環境による影響と、それに対する自社の現状を分析	事業環境変化に対応した経営資源の最適活用を検討する。
	3C分析	顧客・競合・自社の三項目より経営環境における現状の経営課題等の分析	外部環境や競争の状況から事業の成功要因を導き、自社の経営課題発見や戦略代替案の発想に活用する。

(成果の活用)

分析結果については、当該事業者に対して提供するものとし、経営状況の把握と経営課題の明確化による事業計画策定の支援に活用する。また、そのデータは事業所毎に整理保管し、必要な時には誰もが対応できるよう経営指導員間で情報の共有を図っていくものとする。

(目標)

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
(1)経営状況分析の掘り起し活動						
巡回訪問時の周知活動	未実施	巡回時 随時	巡回時 随時	巡回時 随時	巡回時 随時	巡回時 随時
窓口相談時の周知活動	未実施	窓口相談 時随時	窓口相談 時随時	窓口相談 時随時	窓口相談 時随時	窓口相談 時随時
リーフレットの作成・配布	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
(2)分析ツールを活用した経営分析件数	0	5件	5件	10件	10件	10件
(3)経営分析スキルアップセミナー（基礎編・応用編各年1回開催）による経営分析件数	0	10件	10件	10件	10件	10件
経営分析合計件数(2)+(3)	0	15件	15件	20件	20件	20件

3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

(現状と課題)

事業計画策定支援に関しては、経営状況の分析支援同様、商工会の積極的な働きかけによる支援はこれまで行っておらず、融資申込時や各種補助金の申請時などに事業者からの求めに応じて受身的に取り組んできた状況にある。近年の人口減少などの小規模事業者を取り巻く経営環境が激変していることを踏まえると、今後は金融機関への融資申込み時や各種補助金の申請時だけでなく、経営の持続的発展を図る上での“当たり前前の取組み”として、その意識を事業者に根付かせていくことが商工会の役割となっている。

(事業内容)

前述のとおり、小規模事業者が経済社会情勢の変化に対応し、自らのビジネスモデルを再構築する為、顧客ニーズや自らの強み・弱みを踏まえた事業計画に基づく経営を推進することは極めて重要である。そこで、今後商工会としては、経営発達支援事業の一環として、事業計画策定の重要性を理解してもらうことを目的とした周知活動と具体的な事業計画策定支援を下記のとおり実施していくこととする。

(1) 事業計画策定の重要性を理解いただくための啓蒙活動の実施（新規事業）

事業計画策定の意義や重要性の理解が乏しい小規模事業者に対して、その内容の理解を浸透させるために、経営計画策定の意義や取組事例を掲載したリーフレットを作成し、日頃の巡回訪問時や窓口相談時において配布説明するなどして周知を図っていく。また、商工会のホームページや会報にも特設ページを設けて、地域の事業者に対して広く啓蒙活動を図っていく。

(2) 事業計画策定セミナーの開催（新規事業）

事業計画策定セミナーについては、これまで補助金の申請支援を前提とした商工会員限定の事業であったが、今後は補助金の申請に関わらず、また、参加対象者を会員事業所に限定することなく広く周知し、経営計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行うとともに、「2. 経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った事業者や後述する「5. 需要動向調査に関すること」において個社支援を行った事業者にも積極的な参加を勧奨し、経営計画策定セミナーを開催していく。

なお、セミナーの開催要領については以下のとおりである。

<経営計画策定セミナー開催要領>

- ①目的 小規模事業者が経済社会情勢の変化に対応し、自らのビジネスモデルを再構築する為、顧客ニーズや自らの強み・弱みを踏まえた事業計画に基づく経営を推進することを目的とする。
- ②名称 経営計画策定セミナー
- ③日程 2時間×3日間
- ④会場 当商工会館 研修室
- ⑤講師 専門家を活用（中小企業診断士）

⑥参加者 経営計画策定を目指す事業者、経営分析を行った事業者、需要動向調査を実施した事業者等

⑦カリキュラム

日程	テーマ	講義内容
1日目	事業計画策定の概要	○事業計画とは何か ○事業計画策定の意義と重要性を理解する ○事業計画の概要を理解する
2日目	事業計画策定の実践①	○経営理念について考える ○経営ビジョンの策定を行う ○環境分析（市場機会の評価を行う） ・外部環境分析 ・内部環境分析
3日目	事業計画策定の実践②	○経営課題を明確化する ○経営戦略を策定する ・経営計画の作成 ・行動スケジュールの作成 ・数値計画の作成

(3) 専門家による個別相談会の実施（新規事業）

経営計画策定セミナーにおいて策定された参加事業者の事業計画をブラッシュアップすることを目的に、群馬県商工会連合会やよろず支援拠点等と連携を図りながら、専門家（中小企業診断士等）による個別相談会を実施する。個別相談会の席上には、事業者毎に経営指導員を担当割することとし、同席することで事業計画策定後の実施支援に繋げていく。

(目標)

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
(1)経営計画策定事業者の掘り起し活動						
巡回訪問時の周知活動	未実施	巡回時 随時	巡回時 随時	巡回時 随時	巡回時 随時	巡回時 随時
窓口相談時の周知活動	未実施	窓口相談 時随時	窓口相談 時随時	窓口相談 時随時	窓口相談 時随時	窓口相談 時随時
リーフレットの作成	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
(2)経営計画策定セミナー参加事業者数	未実施	10社	10社	15社	15社	15社
(3)個別相談会参加事業者数	未実施	10社	10社	15社	15社	15社
経営計画策定事業者数	0	10社	10社	15社	15社	15社

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

(現状と課題)

事業計画策定を支援した事業者に対するその後のフォローアップに関しては、事業者からの相談があった場合に対応するという場当たりの対応となっており、計画的なフォローアップに取り組んでこなかった。今後は、事業計画策定後の実施支援については、定期的な巡回訪問を行い、策定した事業計画に沿って事業が進捗しているか否かのフォローアップをきめ細かく丁寧に実施していく必要がある。

(事業内容)

事業計画を策定した小規模事業者に対する支援については、立案された事業計画の内容が着実に実行されるよう、定期的な巡回訪問等の機会を通じて進捗状況を把握し、フォローアップを行っていく。

また、事業計画策定後の支援にあたって、新たな問題・課題が生じた場合などは、群馬県商工会連合会、群馬県よろず支援拠点等の専門家と連携して指導・助言を行い、課題解決のために事業者と一体となって対応し、計画の見直しを図るなど伴走型の支援を提供していく。

(1) 定期的な巡回訪問によるフォローアップ支援（新規事業）

事業計画を策定した小規模事業者に対し、年4回、四半期に1度の頻度で経営指導員による定期的な巡回訪問を行い、事業の進捗状況を確認し必要に応じたフォローアップを行い、売上高や利益額、販売数量などの定量的な評価と数値で表せない定性的な評価については、事業者自身による評価とヒアリングにより分析し、利益の確保が可能となる策についてアドバイスする。

(2) 中小企業診断士等の専門家によるフォローアップ支援（新規事業）

課題解決が困難な場合においては、随時、中小企業診断士や税理士による個別相談会を活用するとともに、群馬県商工会連合会、群馬県よろず支援拠点等の専門家派遣制度を活用しながら、その要因等を分析し、計画のブラッシュアップまたは見直しを図るなど課題解決に向け進捗状況に応じた適切な支援を行う。

(目標)

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定フォロー対象事業者数	0	10社	10社	15社	15社	15社
事業計画策定フォロー頻度	未実施	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎
事業計画策定フォロー総数	0	40回	40回	60回	60回	60回

5 . 需要動向調査に関すること【指針】

(現状と課題)

小規模事業者の売上・利益の確保を図るためには、事業者自身が提供する商品・サービスについて、その顧客である消費者・取引先の需要動向を調査・分析し、将来の予測を立てた上で事業計画を策定することが必要である。現在、消費者の需要動向についてその必要性を理解し情報の収集・分析を行っている小規模事業者は極めて少なく、また、商工会においても、こうした状況を踏まえて、需要動向調査に係る個社支援など実施してこなかった。

今後は、買い手のニーズを踏まえた商品開発や品揃えの検討を支援するために小規模事業者に対してマーケットインの考え方を浸透させるとともに、需要動向の把握に係る具体的な個社支援を通じて、小規模事業者の持続的発展を図っていく。

(事業内容)

小規模事業者の殆どは、大企業からの下請的業務が中心であったが故に、製造業であれば「売れる商品を作る」という視点に欠けていることが多く、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になっていないケースが散見される。小売業においても、消費者の欲求・要求に適う商品を、適切な数量、適切な価格、適切なタイミング等で提供するための商品政策（マーチャンダイジング）に取り組んでいる事業者は極めて少なく、その結果、機会損失や客離れを引き起こしている恐れがある。こうした地域の状況を踏まえ、当商工会では、経営発達支援事業の一環として、下記事業に取り組んでいくものとする。

(1) 需要動向に関するトレンド把握セミナーの開催（新規事業）

国内トップバイヤー等を講師に招き、商品選定のポイントや業界のトレンド、消費者の動向について学ぶセミナーを開催する。セミナーのテーマについては、「ヒット商品の傾向と特徴」、「商品を選定する際のポイント」「売り方や見せ方の極意」といった、需要動向を捉えて商品開発や商品政策に繋がる内容とする。

(2) 商工会モニタリング支援事業（仮称）の実施（新規事業）＜個社支援＞

以前、地域の小規模事業者（和菓子店）から新商品開発に係る商品評価の依頼があり、想定顧客として捉えているシニア女性からの意見を伺いたいとの要望から、商工会女性部の役員に協力してもらい試食を通じて忌憚のない意見や改善点を指摘してもらったことがあった。依頼者からは「商品改善や価格設定、パッケージの検討に大いに役立った」との感想が寄せられ、こうしたモニタリング支援の有効性を感じる事が出来た。商工会には前述した「女性部」のほか、若手経営者・後継者で組織する「青年部」や業種別に組織する「業種別部会」などがある。こうした多種多様な属性を持つ事業者をモニターとして登録し、個社の商品やサービスに対する評価を整理・分析・提供する「商工会モニタリング支援事業」を実施していく。事業の具体的な流れは以下のとおり

＜商工会モニタリング事業の流れ＞

①モニター登録者の募集

女性部、青年部、各種団体等に対して本事業の趣旨を説明し、モニター登録への協力を呼びかける。

②モニタリング事業の活用周知（広報）

本事業の概要及び申込方法等を記載した案内リーフレットを作成・配布。併せて、本会ホームページや広報誌においても事業周知を図る。

③依頼者との事前打ち合わせ

モニタリングを希望する事業者は、「誰（どのような属性）に対して」「何を」「どんな点」についてモニタリングを受けたいかを経営指導員に伝え、その依頼内容に応じたアンケート票を設計する。

④モニタリングの実施

モニタリングは依頼者が想定する顧客ターゲットに近い登録者に協力を呼びかけ、原則、依頼者不在のもと商工会館にて経営指導員または専門家がファシリテーターとなって、対象商品・サービスのモニタリングを実施する。（一定期間の試用が必要な場合はモニタリング商品を本会から送るなどする。）

⑤評価の集計・分析

商工会では、モニタリング支援事業にて得られた評価・意見等を集計・整理し、専門家の意見も交えながら分析を行い、モニタリング結果報告書を作成する。

⑥モニタリング結果報告書の説明

経営指導員は、依頼者に対してモニタリング結果報告書の説明を行い、モニタリング商品の改善点や価格の見直し、売り方等に対してアドバイスを提供する。新たに明らかとなった課題については、群馬県商工会連合会や群馬県よろず支援拠点が実施する専門家派遣制度等を活用して、専門家よりの確かな指導・助言を受けることとする。

⑦成果の活用

モニタリング支援事業における成果の活用については、当然のことながら依頼者の今後の商品開発や既存商品の改善に役立てるものであるが、同時に依頼者の了承のもと商工会で活用事例集にまとめ、今後の更なる事業推進に活用していくものとする。

（3）イベント・展示会等出展時のアンケート調査実施（新規事業）＜個社支援＞

当該地域においては藤岡市域の事業所が出展する「産業博覧会」ほか、本会地域で開催している「おさんぽフェスタ等」の各種イベントがあり、地域の事業者が売上の拡大と知名度の向上を目的に積極的に出展参加している。しかし、これらのイベント出展目的が販売促進に置かれている為、不特定多数の潜在顧客から貴重な意見をキャッチアップすると言ったマーケティング上の視点は欠けていると言わざるを得ない。そこで、こうした地域のイベントをはじめ、群馬県工業振興課が主催する『ものづくりフェア in ぐんま』や群馬県商工会連合会が主催する『美味しい群馬再発見！展示販売・商談会』、地元金融機関が主催する『ビジネスマッチング商談会』などのイベント・展示会等を活用し、個社が取り扱う商品・サービスを「売る」・「宣伝する」だけでなく、アンケート調査を実施して、得られた評価を集計・分析する

ことで今後の商品開発や改善に活かしていく。

＜アンケート調査実施支援の流れ＞

①出展事業者との打合せ（アンケート設計）

出展事業者が取り扱う商品・サービスに対する顧客の評価を吸い上げるために、専門家の知見も借りながらアンケート票を設計する。

②アンケート実施支援

出展事業者が参加するイベント・展示会に商工会職員も同席し、需要動向を捉えようとする対象商品・サービスのアンケート調査を実施支援していく。調査項目については、対象とする個別商品・サービスにより異なるが、「商品に関すること」・「価格に関すること」・「販売方法に関すること」・「販売場所に関すること」など主に商品政策に関することとし、製造業における開発製品については、「機能性」や「デザイン」、「使いやすさ」等を中心に調査を実施する。

③評価の集計・分析

商工会では、アンケート調査にて得られた評価・意見等を集計・整理し、専門家の意見も交えながら分析を行い、アンケート調査結果報告書を作成する。

④アンケート調査結果報告書の説明

経営指導員は、当該事業者に対してアンケート調査結果報告書の説明を行い、対象商品・サービスの改善点や価格の見直し、売り方等に対してアドバイスを提供する。新たに明らかとなった課題については、群馬県商工会連合会や群馬県よろず支援拠点が実施する専門家派遣制度等を活用して、専門家よりの確かな指導・助言を受けることとする。

⑤成果の活用

アンケート調査の実施支援における成果の活用については、当然のことながら当該事業者の今後の商品開発や既存商品の改善に役立てるものであるが、同時に事業者の了承のもと商工会で活用事例集にまとめ、今後の更なる事業推進に活用していくものとする。

（４）各種統計資料等によるトレンド調査の実施（新規事業）

上記の特定の商品・サービスを対象とした需要動向調査に係る個社支援とは別に、品目別といった少し大きな単位で「売れ筋」や「注目製品」を把握するためのトレンド調査を実施する。具体的には、下記統計資料・参考図書から、地域の小規模事業者が属する業界全体の業種別・品目別の需要動向の変化やトレンドを把握する。得られたトレンド情報は職員間で共有し、事業計画策定支援をはじめとした経営発達支援事業において活用するものとする。

調査する統計資料	調査する項目	調査の目的
「工業統計調査」 (経済産業省)	業種別の製造品出荷額	製造業における取引先の需要動向の把握
「商業統計調査」 (群馬県統計情報システム)	業種別の商店数・商品・ 年間販売額	商圈の変化 消費者の嗜好変化
業種別審査辞典 (金融財政事情研究会)	業種別の市場シェア、ト レンドの変遷	消費者ニーズの変化 需要動向の把握
日経 MJ などの商業誌	トレンド情報	消費者の嗜好の変化 新商品・新サービスの動向

(目標)

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
(1)トレンド把握セミナー						
開催回数/年	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
参加事業者数	0	10社	10社	10社	10社	10社
(2)モニタリング支援事業者数	未実施	3社	3社	5社	5社	5社
(3)展示会等出展時アンケート調査実施支援事業者数	未実施	3社	3社	5社	5社	5社
(4)各種統計資料によるトレンド調査	未実施	随時	随時	随時	随時	随時

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

(現状と課題)

小規模事業者が直面する最大の課題である需要の創造や掘り起しに向け、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ためには、①マスメディアや各種広報誌等による広報支援、②商談会・展示会・即売会等の出展支援、そして、③ホームページ等を活用したIT支援などが考えられるが、これまで当商工会においては、事業者の求めに応じて商談会等の開催情報を提供する程度で、ITの活用支援に関しても操作研修を実施する程度にとどまっていた。

今後は、地域の事業者の新たな需要の開拓に寄与する事業として、①広報支援、②商談会等出展支援、③IT活用支援の3分野において、その支援に対する考え方や支援対象・目標を明らかにした上で、下記の経営発達支援事業に取り組んでいく。

(事業内容)

(1)【広報支援】販路拡大のためのメディア戦略支援の実施(新規事業)

地域の小規模事業者が、限られた経営資源で効果的な販路拡大を図るためには、テレビや新聞、雑誌などのメディアを活用した広報支援が有効と考えられる。そこで、新商品開発に取り組む事業者や特徴的な商品・サービスを取扱う事業者に対して、年間を通じて計画的にプレスリリースを行うことが出来る手法の習得機会を提供し、事業者が出来るだけお金をかけずに販路拡大を図るための「プレスリリース活用セミナー」を下記要領にて開催する。

<開催要領>

- ①目的 お金をかけずに効果的に広報を行うプレスリリースの活用手法を学ぶ
- ②事業名 プレスリリース活用セミナー
- ③日程 3時間×5日間
- ④場所 藤岡市鬼石商工会館 研修室
- ⑤講師 プレスリリースの活用支援に実績を有する専門家等
- ⑥参加者 新商品開発に取り組む事業者、特徴的な商品・サービスを取扱う事業者
- ⑦定員 15名程度

⑧カリキュラム（案）

	テーマ	狙い
第1回	広報の基礎知識の習得① (広報の考え方)	広報とは何か？まずは広告と広報の違いを理解し、PRしたい商品サービスや広報すべき経営理念・コンセプト・ビジョンを明確にする。
第2回	広報の基礎知識の習得② (広報のやり方)	プレスリリースマニュアルに従い①顧客ターゲット、②PRの切り口、③情報発信先、④WONDER、⑤タイトルのコンセプト作成に関して学ぶ
第3回	マスコミへの情報発信 (出口戦略)について	どのマスメディアへ情報発信すれば効果的か？テレビ・新聞・雑誌への情報発信についてのやり方とマスコミ毎の特性や記者クラブの活用方法について学び、プレスリリースを活用した出口戦略の考え方について学ぶ
第4回	広報年間計画シートの作成【グループワーク】	グループワークを通じて、事例を元にした年間広報計画を作成する手法を学ぶ
第5回	プレスリリースの作成・発表	広報を活用した販路開拓手法を踏まえ、これまで学んだ知識を活用して自社のプレスリリースを作成する。

⑨成果の検証

セミナーで作成した自社のプレスリリースを掲載希望するメディアに送付し、実際にマスコミに取り上げられるか否かの検証を行う。マスコミに取り上げられた際には、それによる定量・定性的な経済効果を測るものとする。また、マスコミの反応が得られなかった際には、専門家（セミナー講師）の個別指導により、リリース内容のブラッシュアップやリリース先の変更を検討する。

（2）【商談会等出展支援】商談会等出展アシスト支援事業の実施（新規事業）

これまで商談会や展示会出展支援に係る商工会の取組みについては、事業者からの求めに応じて開催情報を提供する程度にとどまっております。出展事業者の取引拡大に繋がる直接的な支援には取り組んでこなかった。今後は単に開催情報を提供するだけでなく、商談会や展示会に出展する事業者の取引拡大や商談時の成約率を高めていくための「商談会等出展アシスト支援事業」に取り組んでいく。なお、商談会等出展アシスト事業の支援メニューは以下のとおりである。

①PRツール作成支援

小規模事業者の多くは販路の拡大を図ろうとする対象商品のPRツールが不足しており、展示会等に出展する際にも簡易なチラシ程度しか持ち合わせていないケースが多い。そこで本事業では、新たな販路を求めて展示会等に出展する小規模事業者を対象にPRツールの作成支援を行う。具体的には商業デザイナーやプロカメラマン等の専門家の指導・助言を得て「チラシ・パンフレット作成支援」、「展示ブース魅せ方（装飾）支援」、「商品撮影支援」、「PR用動画作成支援」を行う。

②商談会時の秘書役支援

小規模事業者の多くは経営資源に乏しいことから、商談会に参加する際にも代表者一人で商談に臨んでいるケースが多く、商品説明に注力するあまりバイヤー等の商談相手から貴重なアドバイスがあった際にもメモを取り忘れていた状況が散

見される。商談時における相手先から感想や意見・要望に対応していくことは、商品改善やマーケットインの発想による“売れる商品”づくりに繋がることから、今後の取引拡大・成約率向上には欠かせないことと言える。そこで、商談スタッフを帯同できない商談会参加事業者を対象に、経営指導員が秘書役となり、商談相手のコメントを詳細に記録し、今後の商品改善等に繋げていくことで新たな需要の開拓に寄与していく。

(3) 【IT活用支援】インターネットを活用した販路開拓支援（新規事業）

インターネットの普及により多くの小規模事業者が自社のホームページを開設するなど、その活用度は進んでいると言えるが、自社サイトにて販売・決済機能をつけて運用するには経営資源上の制約があり、その取り組みは遅れていると言わざるを得ない。今後は、こうした小規模事業者に対して、商工会インフォメーションツール「SHIFT」への企業登録や全国商工会連合会のECサイト「ニッポンセレクト.COM」、群馬県の通販サイト「CASA ぐんま」による出品勧奨を積極的に行い、店舗販売のほかにインターネットを活用した販路開拓を支援していく。



ECサイト「ニッポンセレクト.com」



群馬県通販サイト「CASA ぐんま」

(目標)

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
(1) 広報メディア戦略支援事業（プレスリリースセミナー）						
開催回数／年	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
参加事業者数	0	10社	10社	10社	10社	10社
プレス掲載事業所数（成果）	0	5社	5社	5社	5社	5
(2) 商談会等出展アシスト事業						
PRツール作成支援事業者数	未実施	3社	3社	3社	3社	3社
商談会秘書役支援数	未実施	3社	3社	3社	3社	3社
上記による成約件数向上率	未実施	30%UP	30%UP	30%UP	30%UP	30%UP
(3) インターネットを活用した販路開拓支援						
SHIFTへの企業登録件数	0	3件	3件	3件	3件	3件
ニッポンセレクト出店支援	0	3件	3件	3件	3件	3件
CASA ぐんま出店支援件数	0	5件	5件	5件	5件	5件

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組み

(現状と課題)

平成8年の藤岡市との行政合併により、行政区分が藤岡市となり旧鬼石町時代から開催されてきた各種イベントがある。これらのイベントは、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みが図られていない状態である。

各種イベントに関しては、現在、チラシの作成・配布や商工会等のホームページにより地域等へ周知を図っている。また、巡回時や講習会開催時などにおいても、チラシを配布し、来場者の増加を図っている。

今後は、群馬県・藤岡市・藤岡市商工会議所・藤岡市観光協会・地元企業・団体・金融機関等との情報交換を行い、地域経済の活性化について、連携を深めていくとともに、藤岡市鬼石地域の独自性と求心力の向上を図ることが課題となる。

また、商工会ホームページ等のリニューアルを行い、様々な情報発信をタイムリーに行うことで、地域経済の活性化に役立てることも必要となっている。

(事業内容)

(1) 地域経済の活性化を図る目的として、「鬼石地域活性化検討会（仮称）」を年1回開催する。

この検討会は、藤岡市・藤岡商工会議所・藤岡市観光協会・地元企業・団体・金融機関等で構成され、検討会では、「鬼石夏祭り」や「鬼恋節分祭」等の地域イベントの継続的な活性化策や、観光資源である「三波石」等の地場製品のブランド推進と、新たな産業資源の発掘を行い、活性化について検討を行う。（新規事業）

(2) 鬼石夏祭り（7月中旬）は、古くから開催されて地域住民に親しまれてきた、地域最大の祭りである。今後は、地域外からの観客を呼び込み、地域住民との交流を深めつつ、地域経済の活性化を図っていく。（既存事業の改善）

(3) 鬼恋節分祭（2月上旬）は、節分の時期に、地域商店等の活性化を目的として、地元商店主等が中心となり開催しているイベントで、鬼を歓迎する「鬼呼び豆まき」が、たいへん特徴的である。今後は、地域外からの観客を呼び込み、地域住民との交流を深めつつ、地域経済の活性化を図っていく。（既存事業改善）

(4) 現在の商工会ホームページ等のリニューアルを行い、情報発信ツールの拠点として活用を図っていく。現在のホームページは、SNSやツイートなどに対応しておらず、新たな機能を付加し、様々な情報発信をタイムリーに行うことで、地域経済の活性化に役立てていく。（既存事業改善）

(目標)

「鬼石地域活性化検討会（仮称）」において、観光客の誘客や地域振興事業（鬼石夏祭り等）を中心とした、当地域の地域経済活性化の方向性について検討していく。

地域経済の活性化については、当地域の利便性や観光資源などの魅力を踏まえて、地域のブランド化及び地域資源のブランド化を推進し、にぎわいの創出を推進していく。

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
(1) 鬼石地域活性化検討会（仮称）	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
(2) 鬼石夏祭り（来場者数）	20,000	20,000	25,000	25,000	30,000	30,000
(3) 鬼恋節分祭（来場者数）	500	500	1,000	1,000	2,000	2,000
(4) 商工会ホームページリニューアル（新規更新回数）	—	適宜更新	適宜更新	適宜更新	適宜更新	適宜更新

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能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協議の等において、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。

このような研修時等は、情報交換を目的としておらず、支援ノウハウの共有や習得が充分とは言えず、事業者への支援力向上にも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も行われていない。

今後は、他の支援機関と支援力向上を目的とした情報交換や研修会を実施していき、また、その際に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必要となる。

（事業内容）

(1) 県内の西南地域6商工会職員等を対象とする情報交換会を年1回（現状0回）開始し、その会合において、支援ノウハウや支援の現状等の意見交換を行い、経営指導員等の支援力向上に役立てる。（新規事業）

(2) 各支援機関（群馬県商工会連合会・藤岡商工会議所・群馬県中小企業診断士協会等）と支援ノウハウ、支援の現状、地域内経済動向の情報共有を図ることを目的とした会合を年1回（現状0回）開催し、情報交換を行っていく。（新規事業）

(3) 日本政策金融公庫等の地域金融機関と金融懇談会を年1回（現状0回）開催し、情報交換を行うとともに、地域の経済動向、小規模事業者の現状、需要動向などを把握し、支援力の強化に取り組む。（新規事業）

(4) 藤岡市「第4次総合計画」等との整合性を図る目的として、藤岡市の担当部局及び藤岡商工会議所等との意見交換会年1回（現状0回）開催する。（新規事業）

(5) 上記において得られた「地域経済動向等」の各種情報を、必要に応じて経営指導員等が、巡回時に事業者へ紹介し、情報のフィードバックを行う。（新規事業）

（目標）

他の支援機関と連携した支援ノウハウ等の情報交換の機会を定期的実施することで、経営指導員等のノウハウの向上を図る。また、習得したノウハウを事業者の経営指導に活用するとともに、必要な情報に関しては適宜、情報発信を行って、事業者の新たな

な需要の開拓を進める基盤の構築を図る。

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
(1) 西南地域情報交換会	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
(2) 各支援機関との会合	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
(3) 金融懇談会	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
(4) 藤岡市・藤岡商工会議所との意見交換会	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

群馬県商工会連合会が主催する研修時等において、経営指導員が個別に、知識の習得や資質の向上に取り組んでいる。しかしながら、経営指導員同士での知識の共有化が図られていないために、支援能力にバラツキが生じている。

また、経営指導員の支援能力向上のみに重点が置かれ、その他の職員（補助員・記帳専任職員・パート職員等）も含めた組織全体のレベルアップが意識されていない。

そのために、組織的な支援ノウハウの共有及び蓄積ができておらず、事業者への経営支援に関しては、属人的な能力に依存している形となっている。

経営指導員の知識の共有のための仕組みを構築するとともに、組織全体のレベルアップを図ることが課題である。

改善策としては、経営指導員等職員の能力のバラツキに関しては、OJTを積極的に取り入れて、経験者と一緒に体験をしていくことで、支援能力の向上を図っていく。

また、「支援力向上勉強会」や「支援力向上会議」を実施して、支援ノウハウの共有化を図っていく。

(事業内容)

(1) 群馬県商工会連合会が主催する研修等に積極的に参加するとともに、職員協議会が企画する職員向けの資質向上研修会への参加、中小企業大学校の主催する中小企業支援担当者研修等に参加することで、経営指導員の支援力向上を図る。（既存事業改善）

(2) 全職員（補助員・記帳専任職員・パート職員等）が参加し、定期的な「支援力向上勉強会」（年4回）を行う。勉強会の講師は職員が行い、研修会や専門家同行から得た支援スキルや情報等を事例として紹介し、組織全体のスキルアップを図るとともに、支援スキルの共有化を推進し、経営発達支援計画の実施に役立てていく。

また、必要に応じて専門家を招へいし、支援スキルの向上に役立つアドバイスを受けていく。（新規事業）

(3) 全職員（補助員・記帳専任職員・パート職員等）が参加し、定期的な「支援力向上会議」（月1回）を行う。会議においては、小規模事業者の現状や分析状況等の支援状況を事例などで紹介し、情報の共有化と支援ノウハウの共有化を図っていき、組織全体の支援力を強化していく。（新規事業）

(4) 経営指導員等の支援力を高めるために、積極的にOJTの貴会を設けて、巡回や窓口相談時において、また、必要に応じてチームとして小規模事業者支援に当たり、指導・助言内容や情報収集方法等を学ぶことで、資質の向上を図っていく。（既存事業改善）

(目標)

職員同士や専門家を交えながら、経営指導員等職員の支援力を向上させ、習得した支援ノウハウや情報を組織内で共有し、組織全体での小規模事業者支援力を強化し、事業所の発展に寄与していく体制を構築していく。

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
(1)研修への参加	通年	通年	通年	通年	通年	通年
(2)支援力向上勉強会の実施	未実施	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
(3)支援力向上会議の実施	未実施	年12回	年12回	年12回	年12回	年12回
(4)OJTの実施	未実施	通年	通年	通年	通年	通年

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

(現状と課題)

毎年開催されている総代会において事業報告が行われているが、総代会の出席対象者は、商工会役員と商工会総代、商工会職員であり、外部評価が現在は行われていない。今後は、事業を客観的に評価・見直しを行うための仕組みづくりが課題となっている。

(事業内容)

(1)当商工会役員や藤岡市担当部局職員、外部有識者(中小企業診断士や税理士等の専門家)により構成する報告会を事業年度に開催し、事業の実施状況や成果などを報告する。(新規事業)

(2)報告会において、その内容を検討し、成果の評価・見直し方針を検討し、見直し案の提示を行う。(新規事業)

(3)報告会において作成された評価・見直し案は、当商工会理事会等に報告し、承認を受ける。(新規事業)

(4)事業の成果・見直しの結果については、その内容を「商工会ホームページ」等で公表していく。(新規事業)

(目標)

本計画に記載する事業の実施状況と成果については、PDCAサイクルに基づいた評価・検証を、外部有識者を交えて毎年度実施する。PDCAサイクルを活用することで、計画改善のプロセスが明確化し、経営発達支援計画に基づく事業者への支援施策を実施することが出来る。

事業内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
(1)報告会の開催・評価・見直し	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
(2)事業の成果・見直しの公表	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

(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

(H28年9月現在)

(1) 組織体制

経営発達支援事業を実施するために、下記体制にて実施する。

会員237名、会長1名、副会長2名、理事20名、監事2名、3部会（商業・観光部会、工業部会、造園部会）、2部（青年部・女性部）、職員5名（うち経営指導員2名）

(2) 連絡先

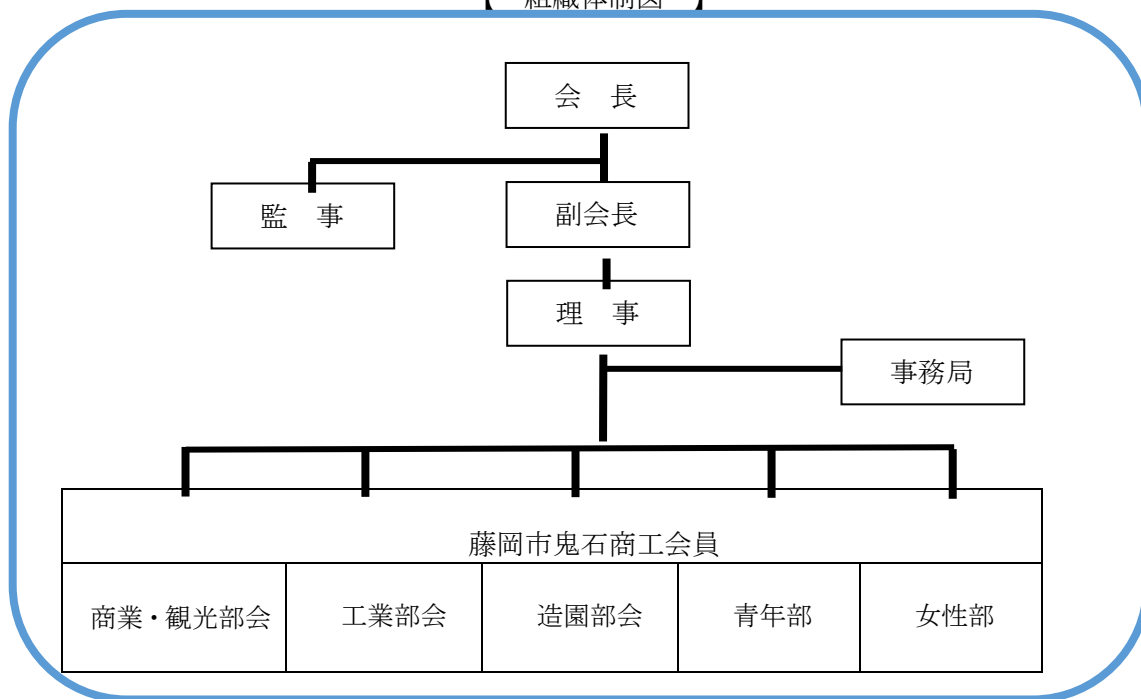
藤岡市鬼石商工会

〒371-1401 群馬県藤岡市鬼石334-2

電話番号0274-52-2062 FAX番号0274-52-6024

http://www.onishoko.or.jp Eメール onishoko@onishoko.or.jp

【 組織体制図 】



小規模事業者等

(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 (29年4月以降)	28年度	30年度	31年度	32年度
必要な資金の額	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100
経営分析・需要 動向調査事業 費	200	200	200	200	200
創業経営革新 セミナー事業 費	350	350	350	350	350
小規模事業者 販路開拓支援 事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
地域活性化事 業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
経営指導員資 質向上対策費	300	300	300	300	300
イベント事業 費(自己負担金)	150	150	150	150	150

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、手数料、国補助金、県補助金、市補助金

(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)

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>1. 地域の経済動向調査 群馬県、藤岡市（商工観光課、鬼石総合支所にぎわい観光課）、群馬県商工会連合会等と連携し小規模事業者の経済動向等を調査する。</p> <p>2. 個店の経営状況分析 群馬県、群馬県商工会連合会、地域金融機関、独立行政法人中小企業基盤整備機構の専門家等と連携し、小規模事業者の抱える経営課題に対してサポートする。</p> <p>3. 事業計画の策定支援 国・群馬県・藤岡市・群馬県商工会連合会と連携し、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の持続的発展を図る。</p> <p>4. 経営計画後の策定支援 群馬県商工会連合会、地域金融機関や中小企業振興公社などの支援機関と連携し、伴走型の指導・助言を実施し、実行性を高めていく。</p> <p>5. 需要動向調査 地域金融機関等と連携し、商談会や各種展示会などに出展する企業の意見等を聴取し、マーケット分析と販路開拓支援に繋げていく。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 群馬県、藤岡市、藤岡市観光協会等と連携し、地域活性化を目的としたイベント等への出展やインターネットを活用しての販路開拓と知名度向上を図る。</p>
連携者及びその役割
<p>1 群馬県 産業経済部 商政課 課長 上原 英之 前橋市大手町一丁目1-1 電話027-226-3320</p> <p>2 藤岡市 市長 新井 利明 藤岡市中栗須327 電話0274-22-1211</p> <p>3 群馬県商工会連合会 会長 高橋 基治 前橋市関根町3-8-1 電話027-231-9779</p> <p>4 群馬県産業支援機構 理事長 根岸 富士夫 前橋市大渡町1-10-7 群馬県公社総合ビル2階 電話027-255-6500</p> <p>5 藤岡商工会議所 会頭 矢島 諭 藤岡市藤岡853-1 電話 0274-22-1230</p> <p>6 藤岡市観光協会 鬼石支部 支部長 堀口 昌弘 藤岡市鬼石170-1 電話 0274-52-3111</p>

- 7 (株)日本政策金融公庫 高崎支店 支店長 益原 浩一
高崎市連雀町81 電話027-326-1621
- 8 (株)群馬銀行 鬼石支店 支店長 山本 有三
藤岡市鬼石173-5 電話0274-52-3151
- 9 しのめ信用金庫 鬼石支店 支店長 宇留間 克己
藤岡市鬼石277-2 電話0274-52-2626
- 10 ぐんまみらい信用組合 鬼石支店 支店長 津金沢 利行
藤岡市鬼石392-3 電話0274-52-3411
- 11 群馬県中小企業診断士協会 会長 矢島 治夫
前橋市敷島町244-1 電話027-231-2249

連携体制図等

藤岡市鬼石商工会と連携機関等は、情報提供・情報共有・相互支援を行って、小規模事業者の経営発達支援を、継続的に行っていく。

