

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	笠懸町商工会 (法人番号 8070005005146)
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日
目標	<p>〈本計画の目標〉 <u>当地区の商工業者を減少させない。</u> 当地区の商工業者数は、6年間で57社減少した。新陳代謝（廃業・事業譲渡など）も必要な部分であり、一方で創業者も生まれている。中長期的な支援策を実施し、目標を達成するため中心となる支援策である需要・販路開拓にも具体的な事業を行うことで取り組む。 その結果廃業、創業も含めて商工業者が減少しないよう、伴走型の持続的成長支援、事業承継支援、創業者支援を行っていく。</p>
事業内容	<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【指針③】 調査項目を明確にしたヒアリングシートを作成し、業種構成のバランスを考えて小規模事業者30社にアンケートを行う。その他景況調査、統計、報告書等を活用して、地域の経済動向の分析を行う。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 経営指導員が巡回・窓口相談時、セミナー開催時などに主導的に経営分析の有用性を説明し、経営状況の分析を実施する事業所を増やす。分析の区分けは3段階に分け、簡易的なものから徐々に高度な分析に進むようにする。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 事業計画策定者を掘り起こすために、巡回・窓口相談、ホームページによる周知、事業計画策定セミナーなどを開催し、事業計画策定者を増やす。</p> <p>4. 事業計画策定支援後の実施支援に関すること【指針②】 事業計画策定後計画的に巡回（3カ月に1回）し、進捗状況を確認する。前年度以前に計画を策定した事業者にも計画的に巡回し、計画の達成への伴走型の支援を行う。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】 各種統計調査の活用や個社支援では、商業・サービス業、製造業、建設業、飲食業、お菓子・ケーキ・パン製造販売の事業所のアンケートを行い、需要動向を調査する。</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】 各種商談会・展示会・ビジネスマッチング等をホームページやチラシで紹介する。新たな複合的な物産展を企画する。</p> <p>II 地域経済の活性化に資する取組 集客力の高い場所を会場に直接消費者へ販売促進、商品・企業PRを兼ねた商工祭（仮称）を開催し、小規模事業者の売上拡大等、地域経済の活性化に取り組む。</p>
連絡先	<p>連絡先 笠懸町商工会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住所 〒379-2313 群馬県みどり市笠懸町鹿 3003-1 ・電話 0277-76-2507 ・FAX 0277-76-7814 ・URL http://www.kasakake.or.jp ・e-mail office@kasakake.or.jp

(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

●みどり市は、平成18年3月27日新田郡笠懸町・山田郡大間々町・勢多郡東村が合併して誕生した、群馬県で48年ぶりにして第12番目の新しい市である。群馬県の東部に位置し、総面積は208.42km²となる。市域は桐生市・栃木県日光市を始め、群馬・栃木両県の7市と接しており、首都東京からは100km圏内にある。

地形は南北に長く、北部には足尾山地が連なり、その山塊に源をもつ渡良瀬川が市の北東から南東にかけて流れている。当商工会地区の中で目を引くものとして、1万年以上前の日本の旧石器文化の存在を証明し、日本史の常識を覆す発見となった岩宿遺跡がある。

●南北には、栃木県日光市から埼玉県を経由して東京都までつながる国道122号、東西には前橋市から茨城県水戸市へとつながる国道50号が走り、交通の要衝地としての役割を担っている。また、市の南部付近に建設された北関東自動車道では太田藪塚ICが開設され、ICへのアクセス道路が整備されることで、より一層の利便性の向上と地域の発展が期待されている。鉄道においても、高崎線を経由して東京都とつながるJR両毛線、東武浅草線に接続する東武鉄道桐生線のほか、地元住民の身近な交通手段として上毛電鉄・わたらせ渓谷鐵道（観光鉄道兼ねる）がある。



●当商工会の所在地である「みどり市笠懸町」は、隣接する桐生市のベッドタウンとして発展しており、みどり市の中でも人口、世帯数とも増加傾向の地域である。(表1)直近でも住宅が建築中であることから、今後も発展が見込まれる。

みどり市笠懸町の人口と世帯数の推移 (表1)

	平成17年	平成22年	平成27年
人口(人)	27,740	29,182	29,932
世帯数(世帯)	8,950	9,958	11,078

●平成24年度より、国土交通省が国道50号の前橋市今井町から、みどり市笠懸町を結ぶ4車線化事業「前橋笠懸道路」を開始した。群馬県もこの4車線化事業には連携しているのと、北関東自動車道太田藪塚ICを結ぶアクセス道路の改良事業を推進していることから、今まで以上に地域の発展性が高い。

●地域内の産業は、主に自動車やパチンコ、事務用機器に使われる金属部品やプラスチック部品等を取り扱う製造業と、住宅建設・設備関連の建設業が盛んである。商業では昔ながらの商店街はなく、車で移動する郊外型の店舗が増加している。農業ではトマトやナス、ホウレン草、長ニンジン、シイタケ等の野菜が作られている。特にトマトは、群馬県で1、2番の生産高と品質で好評を得ている。ナスは、東京などの首都圏や北陸・東北などにも多く出荷されている。



2. 地域の現状と課題

(当地域の10年後のあるべき姿)

当地区商工会員を対象に実施したアンケート「事業の発展につながる住みよい町づくりについて」、質問事項(1)当町の暮らしやすいところはどこですかでは、①自然災害が少ないこと、①自然が多く環境が良いこと、②近所のお付き合いが良好なこと(開放的な雰囲気、古い習慣が少ない)の回答が上位だった。(自由記入の意見を集約したもの、①が2つあるのは同数のため)

また、(2)住みやすく、暮らしやすい町とはどんな町だと思いますかでは、①自然(緑・公園など)が多い、周りの環境が静か、①近隣関係が良好、助け合いができる関係がある、①公共施設・病院、交通機関・道路が整備されている、②自然災害が少ない、②治安が良い、安心して暮らせる、②買い物が便利、③産業が活性化していて働き口があるが上位だった。(自由記入の意見を集約したもの、①、②が3つずつあるのは同数のため)

これを参考に笠懸地区の10年後のあるべき姿は、「田舎の良さを残した、産業が活性化している開放的な町」をイメージする。これは自然を残し静かな環境は守り、当地区に転入する人々や事業所をオープンに受け入れる住民気質、移転した事業所が地域に根付きこれを核に産業振興に力を入れ、新しい事業所も生まれることで、地域を活性化させていくことである。

(当地域の強み)

●国土交通省が国道50号「前橋笠懸道路」と、北関東自動車道太田藪塚ICを結ぶアクセス道路の改良事業を行っており、今まで以上に地域の発展が見込まれる。また首都東京からは100km圏内にあり、ビジネスの立地条件も良い。

●桐生市のベッドタウンとして発展しており、みどり市の中でも人口、世帯数とも増加傾向にある地域である。直近でも住宅の建築中であり、今後も発展が見込まれる。

●人口と世帯数の増加により、消費の需要が見込めて開業(創業)する事業所や開業相談も多い。

●前述の平成27年10月商工会員を対象に行ったアンケートの中で、笠懸町は大変・まあまあ暮らしやすいと回答した人は52.9%、普通まで含めると84%の人が暮らしやすいと答えている。

●自動車やパチンコ、事務用機器に使われる金属部品やプラスチック部品等を取り扱う製造業と、住宅建設・設備関連の建設業が盛んである。特に当地域での下請け受注も多い富士重工業(株)では、平成27年3月期の業績が売上高、各利益ともに3年連続で過去最高を記録している。

(当地域の弱み)

●後継者問題を抱える事業所が多く、高齢化のため廃業する事業所も多い。

●小売店や飲食店も多いが近隣のさくらモール(大間々町)、スマーク(伊勢崎市)、イオンモール(太田市)で購入する消費者も多く、小規模事業者の売上は減少している。

- 製造業の要でもある自動車関連は好調だが、パチンコ関連は受注に波があり安定した収入と納期の平準化が図れない。また2次～4次下請けが多く価格競争が厳しい。
- 国道50号の前橋市今井町から、みどり市笠懸町を結ぶ4車線化事業「前橋笠懸道路」が完成すると、バイパス化により交通量が変わり従来の店舗が廃業する恐れがある。
- トマト・ナス等の有名な農産物があるものの、付加価値をつけるなどの販路開拓の意識が根づいていない。
- 市内の大間々町・東町は観光客を呼べる施設や要素があるが、当商工会地区の笠懸町は、年間を通して観光客を呼び込む施設は、岩宿遺跡のみである。

3. 笠懸町商工会の役割

・これまでの商工会の取組と課題

笠懸町商工会は、創設以来地域の総合経済団体として、常に地域経済の発展、地域の振興のために尽力してきた。今まで商工会が取り組んだ事業としては、商工業者の均衡ある発展と地域の振興を目指す「笠懸町商工会地域ビジョン作成事業」や工業部門に特化した行動計画である「笠懸町機械金属行動プログラム作成事業」を実施してきた。

また広域連携事業として、大間々町商工会、東村商工会（両者は平成27年に合併してみどり市商工会となる）と当商工会が、平成21年度から継続して「プレミアム商品券」（20%分のプレミアム）を発行し、消費の拡大と商業・サービス業事業者等の支援を行ってきた。

しかし、小売・サービス業関係では大型店の出店や幹線道路にはロードサイド店（各種小売・飲食のチェーン店など）の進出、製造業では国際競争の激化により海外への仕事の流失、単価の引き下げなどの外部環境の脅威は常に続いており、商工業者数・小規模事業者数は減少している。

（表2）

商工業者数の推移（表2）

	平成21年度	平成27年度	増減
管内人口	29,169	29,932	763
商工業者数	1,163	1,106	△57
建設業	159	151	△8
製造業	329	296	△33
卸売業	76	68	△8
小売業	233	210	△23
飲食店・宿泊業	108	96	△12
サービス業	101	153	+52
その他	157	132	△25
うち小規模事業者数	991	896	△95

（群馬県商工会連合会提供資料、出典元：経済センサス基礎調査）

商工業者数、小規模事業者数が減少していることは、当地区の課題であり、総じて小規模事業者は商業・製造・建設等業種を問わず販路を開拓することを苦手としており、商工会も需要・販路の開拓の事業には今までは積極的に取り組んでおらず、販路の開拓が今後の両者の大きな課題である。

・商工会に求められている役割（課題）等

経済構造の変化、IT技術の進展（ネット通販の増加等）、取引慣行（親会社・下請けの関係）の不安定化など小規模事業者を取り巻く環境は変化が激しいので、商工会は情報収集を強化し、

小規模事業者に国・県・市の施策情報やグローバル・ローカルな経済・経営情報などをタイムリーに提供する。

当地区は県内でも数少ない人口増加地区であり、他地区より若年の人口が多く高齢化率の低い地区であって、地区は活性化している。また農業が多い地区でもある。このような背景から開業を目指す方や、農協への出荷だけではなく消費者へ直接販売する農家も増えている。商工会は新規開業予定者や異業種へ進出をする事業者にも、身近にある相談でき支援してもらえぬ拠点であることを分ってもらう。

商工会は「商売をする事業者（開業予定者も含む）の一番身近にあって、頼りになる事業者の交流拠点」である。そのためには職員の支援能力の向上とネットワーク力の幅広さなど研鑽し努力することが必要である。これにより、地域経済の中心的な支援機関としての責務を果たし、ひいては地域経済の活性化に資することが使命である。

4. 小規模事業者振興の目標

みどり市の総合計画（後期基本計画平成25年から29年度）商工業の振興の章では、施策のめざす姿として「商工業の発展により地域が活性化され、就業機会も拡充されます。」とある。また基本事業の成果指標として商工業者数の増加を目指している。（表3）

（表3）

基本事業成果指標	現状値（平成23年度）	めざそう値（平成29年度）
商工業者数（卸・小売業、サービス業、その他）	1,679	1,680
商工業者数（製造・建設業）	916	920

※商工業者数はみどり市の笠懸・大間々・東地区の合計数

商工会は、行政とは協力関係を保ち、市の施策を推進し、今後はさらに小規模事業者の振興に役立つ事業を提案していく必要がある。商工会が目指す中長期的な振興の在り方、経営発達支援事業の目標は以下のとおり設定する。

・中長期的な振興の在り方、振興策

笠懸町地区の10年後の目指すべき産業構造は、製造業を大きな柱に建設・商業・サービス業、農業も均衡の取れた発展をすることで、地域の活性化を図る。製造業を中心とするのは、当地区はみどり市の中では比較的平坦地が多く、群馬県の工業出荷額の第1・2位の太田市、伊勢崎市と隣接している、また近隣の桐生市から多くの工場が移転するなど、製造業の事業所が多く集積し基盤がしっかりしているからである。製造業が発展することで雇用の場が生まれ、定住・訪問人口の増加が見込まれ、他の業種にもプラスの効果期待できる。産業の振興・発展が市の税収にも貢献する。

	製造品出荷額等（万円）	従業者数（人）
太田市	1兆9,959億4,378	36,466
伊勢崎市	1兆950億6,166	25,661
笠懸町	484億961	2,555

※平成24年工業統計調査（笠懸町は合併前の平成17年の同数値）

中小企業白書では、①プロダクト・イノベーション（ア：自社の商品・サービスについて新たなものを開発・提供すること、イ：既存のものを大幅に改善すること）、②プロセス・イノベーション（ウ：商品の製造方法やサービスの提供方法について新しい方法を導入すること、エ：既

存のものを大幅に改善すること)を実施することで、収益性の向上、生産性の向上、新しいノウハウの獲得、従業員の能力向上、顧客ニーズへの対応等で成果が出ていることを分析・報告している。

小規模事業者は顔の見える信頼関係を基礎に、価格以外の要素に基づいた競争により新たな需要を開拓できることが、大きな強みである。このことに加えて、人口減少社会における需要の減少や急速に変化する顧客ニーズに応えるために、前述のイノベーションの考え方を踏まえて、小さな・あきらめないイノベーションを日々続けることが大事である。

(1) 業種別の振興策

①製造業

個別の企業では、技術力の向上や生産管理の強化等により付加価値の高い製造品目分野への移行を図る。自社製品を開発できる事業所を増やすこと、下請けの役割である事業所は、親会社に対して自社の必要度、提案力を向上させることを目指す。将来的には工業団地を造成することを目標とするが、現状では都市計画の線引きが未実施であり、住宅と工場が混在している。このような理由から工場を拡張したい事業所から相談があった場合、市で勧めている「オーダーメイド型の工場用地の造成」を周知・説明し、希望の場所・面積の工場用地を市に斡旋してもらう。

②建設業

当地区には小学校が3校あり、その中の1校は生徒数1,000名を超えるマンモス校であるなど、若い家族構成の世帯が多い。これから家を建築する人は、小学校入学前後に建築を希望する人が多いと思われるので、地元の建設会社、工務店は、この世帯をターゲットとすることができる。また高齢者のみで暮らす世帯もこれからは増えるので、この世帯も改修工事等でお客様になってもらえる見込みがある。その為には自社をPRするためにホームページの制作や簡易な会社パンフレット(A4サイズ三つ折りなど)、チラシ等を作製する。そして県内を対象に販売・配布される住宅情報誌にも掲載を検討する。また大手のハウスメーカーとは違う職人の(職人出身の)代表者がいつでも気軽に、住む人、その家族に合った的確なアドバイス等することで需要の開拓に結びつける。

③商業・サービス業等

個々の店舗・事業所の商品力、店主の個性、お客様のことを十分に把握し、充実した接客など、何かひとつでも他店より秀でているものを持ち、お客様に選んでもらえる地域になくはならない店舗等になる。また地域の観光・レジャー・イベントなどのPR等を行い、当地区を訪れる人を増やし、消費の拡大を図る。例えば当地区の鹿田山には四季折々の自然豊かなハイキングコースがあるが、あまり知られていないので、地元の隠れた名所やイベントなどを商工会ホームページで紹介する。ハイキングは、健康志向のブームにも沿っており、岩宿遺跡などの観光名所、地域の商店・飲食店などを掲載した観光・レジャーマップの作製を検討する。

また農業者にも視点を広げ、地産地消の取り組みを進めることで、農業者が消費者へ直接販売する機会や、老人ホーム・病院等の施設に、農産物・果物を販売・納入する仕組みを作れるような支援を行う。

(2) 施設整備での振興策

国道50号線の沿線に「道の駅」的な商品販売、情報発信施設の建設を検討する。これは地元商店の出店や農産物の直売、建設業事業所のパンフレット・パネル等での完成住宅の案内、サービス業事業所の会社案内、製造業事業所の製品紹介など町内の事業者の情報発信ができるスペースも備える。

前述の観光・レジャーマップの作製や「道の駅」構想は、産・学・官・金で組織する、「地域活性化検討委員会」(仮称)を立ち上げ、地域の課題を解決すること、住みよい町づくり

を目指すことが、地域産業の活性化につながるという視点で協議を重ねる。これらの取り組みを通じ地域の知名度を上げ、地域をブランド化できるように多くの理解者・協力者を作る。

〈本計画の目標〉

当地区の商工業者を減少させない。

(表2)の通り当地区の商工業者数は、6年間で57社減少した。新陳代謝(廃業・事業譲渡など)も必要な部分であり、一方で創業者も生まれている。創業者に関しては、みどり市の作成した「創業支援事業計画」とも連動して年間2名から4名の創業者輩出を目指す。事業承継では、時間の経過とともに世代交代が進むと思われるので、年間2名から6名の承継者支援を行う。また次項の経営発達支援事業の内容にある各項目の目標も参照されたい。

〈目標達成のための方針〉

(1) 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ため、顧客ニーズや自らの強み・弱みを踏まえた事業計画を作成するための支援を行う。

(2) 事業計画作成には、小規模事業者の話を良く聞き信頼関係を構築することが重要である。作成時にはマーケットインの考え方を貫き、顧客ニーズを分析し需要の開拓につながる計画とすることで、基本的には売上・利益増加を目指す。

(3) 事業計画の作成の前提として、小規模事業者の経営分析を行うことで、事業所のタイプを分類する。

①経営革新・成長発展型

事業が順調に進捗しておりさらに新分野や新市場への進出も目指せる事業所

②持続的成長型

事業を維持・継続させる事業所

③テコ入れ・見直し型

赤字傾向や債務超過が続いている事業所

④ソフトランディング型

経営者が高齢で後継者がいない事業所(廃業までソフトランディングさせる)

(4) 上記タイプ別の支援を実施する。伴走型の支援を行い、事業者の課題を商工会の課題として、きめ細かな支援を実施し課題の解決を図る。

①の事業所は、国・県・市の施策情報や補助金・セミナーの情報など前向きな事業発展につながる情報を早く届けて、まず自社で準備をしてもらう。

②の事業所には、利益を確保できるような経営を目指し、後継者の育成の事業、セミナー情報等提供する。

③の事業所には、短期集中的に専門家も交えて支援を実施し、必要に応じて商工会でもチームを作って支援する。

④の事業所には、生活設計等も含めた話し合いを行う。中には事業が伸びており従業員がいる事業所は、事業譲渡の相談を行う。

すべての支援については、データベースとして記録し、職員間で情報共有を図る。上記中長期的な振興策を見据え、①から③のタイプに共通する支援策の需要・販路開拓の事業にも、次項経営発達支援事業の内容にある具体的な事業として取り組む。

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. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

「地域の経済動向調査」の主な取り組みは、経営指導員の巡回訪問・窓口相談時、金融機関との懇談会時等の情報収集、セミナー参加者へのアンケートでの情報に限られていた。また国、県の統計調査、定期刊行物などに掲載されている経済動向や雇用状況などの資料は、職員間での回覧後、各職員が適宜必要と思われる情報を、事業所へ提供していた。そのため情報の共有と組織的な支援はほとんど行われていなかった。

地域の経済動向調査は、小規模事業者支援においては、経営分析をする際の外部環境資料として利用するもので、的確に把握する必要がある。そのためには、①情報収集の手段を増やす、②情報収集等を行う項目を明確にする、③情報を収集・整理・分析、共有する、④適切な情報発信を行うことが課題となる。

(改善方法)

主体的に情報収集に取り組むように心がけ、今までの取り組みに加え、調査項目を明確にしたヒアリングシートを作成し、小規模事業者にヒアリングをして収集した調査項目をデータとして集計する。情報収集は定期的・体系的に行い、小規模事業者に適宜情報提供できる仕組みづくりを行う。

(事業内容)

(1) 現在商工会は全国商工会連合会より受託している「中小企業景況調査」を四半期に1度、15社を対象に行っている。しかしサンプル数が少ないことと業種構成のバランスを考慮して、15社増やして合計30社とし、以下項目の情報収集を行う。調査の方法は、巡回時の聞き取りとし、調査頻度は年4回行う。(既存事業改善)

情報収集等を行う項目は、以下の通りとする。

①売上金額（直近3ヶ月の実績と当月の見込み額）

②業況について（3カ月前の業況と比較して）

③資金繰りについて（3カ月前の資金繰りと比較して）

④受注の見通しについて（3カ月前までの受注の状況）

⑤経営上の問題点・課題等

②、③、④の調査は選択肢「良くなった」、「悪くなった」、「変わらない」の3つからDIを調査する。

(2) 各種統計資料による経済動向の情報収集では、総務省統計局が管轄する国勢調査、家計調査、経済センサス、経済産業省が管轄する商業統計、工業統計、内閣府が管轄する地域経済動向などの統計、日本銀行、財務事務所、経済研究所、金融機関、「中小企業景況調査〈全国版・関東版〉（中小企業基盤整備機構）」などのレポート・報告書や各官庁の白書などを利用する。

これらの統計、調査により人口動向、消費動向、商業・工業の動向、景気動向などを定期的・

体系的に情報収集し、小規模事業者等の意思決定の参考資料として情報提供を行う。情報収集を行う項目は以下の表のとおりである。(新規事業)

調査、統計等の種類	情報収集する項目	調査する目的
国勢調査	・みどり市人口 ・みどり市人口年齢別割合	商圏内消費購買力
みどり市ホームページ	・町名別・行政区別人口、世帯数	商圏内消費購買力
家計調査	・一世帯当たりの一か月間の支出	商圏内消費購買力
経済センサス	・産業大分類異動状況別民営事業所数 ・都道府県別一千人当たり事業所数	産業別の新設、廃業の割合 群馬県に多く立地する事業所
商業統計調査	・年間商品販売額 (前回調査との比較)	消費動向の変化
商業動態調査	・業種別商業販売額及び前年比増減率	消費動向の変化
工業統計調査	・市町村別産業中分類別統計表	製造品出荷額の推移
地域経済動向	・生産及び企業動向 ・需要の動向	全国及び北関東地域の景気動向
日本銀行レポート	・金融経済月報	日本経済の分析と展望
前橋財務事務所(関東財務局)レポート	・最近の県内経済情勢 (総括判断と個人消費、生産活動などの各項目)	県内の景況感
ぐんま経済(群馬経済研究所)	・群馬県景気動向指数(先行指数、一致指数)	景気局面の判断及び予測と転換点の判定
中小企業景況調査報告(全国版・関東版)	・業種別業況判断D Iの推移	自社と同業種の景況感
中小企業白書	・稼げる中小企業の取組み	地域小規模事業者にも参考になる取組みの収集
小規模企業白書	・小規模事業者のたくましい取組み	地域小規模事業者にも参考になる取組みの収集

(3) 上記景況調査、統計資料、報告書などは、事業者にもかりやすいように集計・加工して、ホームページ上に公開し会員・非会員を問わず参考にしてもらう。また景況調査等の集計・加工した資料を四半期に一度、A4用紙1枚程度にまとめ、巡回時に手渡しし説明する。また訪問する小規模事業者に必要なと思われる他の情報もピックアップして提供する。(新規事業)

(活用方法)

商工会が集計・加工した資料を基に全国、県内、当町の経済動向を比較し把握することで、経営分析をする上での外部環境資料として活用してもらう。また、調査内容によっては、専門家派遣制度を利用し収集・集計したデータの取りまとめのアドバイスをもらい、地域の景況感が分か

るようにする。

さらに収集・集計したデータから地域の小規模事業者に対する有効な支援策を考案し、行政への意見具申活動にも活用する。

(目標)

それぞれの調査報告、統計等はデータベースとして保存し各職員間で共有して、巡回訪問・窓口相談時の経営相談に活用できるようにする。最終的な目標は小規模事業者が地域の特徴を理解し、地域経済動向を把握して需要を見据えた事業計画策定につなげるようにする。

実施内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
景況調査 (社)	実施無し	30	30	30	30	30
景況調査 (回数) ※1	実施無し	120	120	120	120	120
景況調査、報告書等の集計・加工とチラシ作成 (回)	実施無し	4	4	4	4	4
景況報告等チラシ持参の巡回訪問 (社) ※2	実施無し	400	400	400	400	400
ホームページでの情報発信 (回)	実施無し	4	4	4	4	4

※1 景況調査の回数は、30社×調査頻度4回なので120回とした。

※2 景況調査、報告書などを加工したチラシを作成し持参した巡回訪問は、四半期に一度行い、1回100社×巡回頻度4回なので400社とした。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

経営指導員による巡回・窓口相談時での聞き取りにより経営状況を把握しているが、経営分析は補助金の申請時や融資相談時に事業計画を策定する場合等に限られていた。小規模事業者は、経験や勘、ひらめきなどによる経営を実践することが多く、経営分析の必要性が十分に認知されているとは言い難い。しかし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、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が重要になっている。

経営分析の必要性を小規模事業者に周知・説明して、これに取り組み、分析内容を理解し、事業計画策定につなげることが課題となる。

(改善方法)

小規模事業者の持続的な発展のためには、経営状況の分析を行い事業計画を策定することが重要であるので、経営指導員が、巡回・窓口相談時、セミナー開催時などに主導的に経営分析の必要性を説明する。機会ある毎に小規模事業者に経営分析の実施を働きかけ、実施する事業所を増やしていく。

(事業内容)

(1) 経営状況を分析する事業者の掘り起こしの方法

①巡回・窓口相談時、各種セミナー等の開催時などにも経営分析の必要性を広く啓発する。

(既存事業改善)

②当会のホームページにおいて経営状況の分析は、持続的発展を目指す経営にとって重要であ

り、会員・非会員を問わず商工会が経営状況の分析を支援することを周知・アピールする。
(新規事業)

(2) 経営状況と課題を把握する方法

①調査項目を明確にしたヒアリングシートを作成して、巡回・窓口相談時に経営者から直接聞き取りする。(既存事業改善)

②地域内の小規模事業者に対して、年1回アンケートを送付して調査する。

①、②の情報収等項目は、ア.業種、イ.売上規模、売上推移、ウ.従業員数、エ.後継者の有無、事業承継、オ.経営上の問題点・課題、カ.商工会への要望などとする。(新規事業)

(3) 経営状況の分析の内容と事業者へのアプローチ

①簡易的な分析・診断

巡回・窓口相談時などに経営分析の入り口の第一歩として実施する。経営指導員が、単独で対応し徐々により高度な経営状況の分析に導く。巡回時でも経営分析ができるようタブレットを持参し、「経営自己診断システム」(中小企業基盤整備機構)を活用する。(新規事業)

②記帳機械化データによる分析・診断

記帳機械化を実施していて問題点のある小規模事業者には、経営指導員、記帳専任職員が、記帳機械化データから作成される経営状況分析資料を、事業主に説明し、事業主からも聞き取りを行う。現状を深く知ることで、ハンズオン型の支援策を考える。(新規事業)

③高度な分析・診断

アンケートで回答した事業所の中で問題点、課題など緊急度の高い事業所から順次に経営状況の分析を行う。高度な課題に関しては必要に応じて商工会でチームを作り、事業主からヒアリングを行い、問題点を明確にする。問題点にはチームで意見を出し合い、支援策を考える。

専門的な課題等については、群馬県商工会連合会、地域金融機関、群馬県産業支援機構(群馬県よろず支援拠点)、中小企業基盤整備機構等の各種支援機関と連携し、小規模事業者の課題解決に向けて丁寧にサポートしていく。(新規事業)

(4) 分析を行う項目と支援ツール等

分析を行う項目	分析の大まかな区分け	支援ツール等
<ul style="list-style-type: none"> ・強み・弱み、機会・脅威のSWOT分析 ・安全性・収益性・効率性・生産性・成長性分析 ・資金繰り分析 	①簡易的な分析・診断	経営自己診断システム
<ul style="list-style-type: none"> ・月別売上実績比較(3期分) ・3期比較損益計算書 ・3期比較貸借対照表 ・損益分岐点分析 	②記帳機械化データによる分析・診断	記帳機械化経営分析データ
<ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュフロー計算書 ・ポジショニング分析 ・ローカルベンチマーク分析 	③高度な分析・診断	ローカルベンチマークツール

<ul style="list-style-type: none"> ・ 3C分析 ・ 経営理念、人材（従業員）、技術、ノウハウ、組織力、顧客とのネットワーク、ブランド等の目に見えない資産である「知的資産」を分析 		(経済産業省)
--	--	---------

(活用方法)

経営状況を分析した結果は、自社の内部環境資料として活用し、事業計画の策定に役立てる。小規模事業者が頭の中で考えていたことを文字や数字に表すことで、課題が明確になり、課題を解決するための目標を立てることができる。

経営状況の分析データが蓄積されることで、課題を先取りすることができ、対応も早くとることができる。

(目標)

経営分析を行い事業計画を策定することで、売上・利益の増加を図り、地域の雇用を増やすなど地域の活性化につなげることを目標とする。事業計画を策定する小規模事業者が経営の改善発達を実現することで、その事業者を目標としてもらい、さらに次に続く事業者を育成支援する。それにより経営分析が多くの小規模事業者に広まることも目標とする。

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経営分析実施事業者数	10	20	25	30	35	40

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

事業計画の策定に関しては、補助金や経営革新計画の申請書作成時に支援をする程度であった。しかし近年の競争の激化や需要の減少など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、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ため、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が大変重要である。商工会もこのことを第一義に考え、多くの小規模事業者が地域経済動向調査や経営分析の結果、需要動向調査の成果を活用して、需要を見据えた事業計画の策定をすることを支援していく。

事業計画を策定することが、自社の方向性を見定め今後の経営の羅針盤となることや、従業員の一体感を醸成することにも繋がるので、補助金等の申請時などに関わらず事業の持続的な発展を目指す前向きな小規模事業者に積極的に策定支援を行うことが課題となる。

(改善方法)

職員が経営分析や実現可能な事業計画を策定できるような、分析スキルと資料収集・活用能力を身につけ、経営支援能力をさらに高める。

対象者は補助金や経営革新計画の申請書作成時に事業計画を策定する者だけでなく、前項目2.の経営状況の分析結果に基づき、需要動向調査の成果を活用しつつ、事業計画を策定することを希望する小規模事業者等とする。

(事業内容)

(1) 事業計画策定事業者の掘り起こしの方法

①巡回・窓口で事業者からの相談を受けるとともに、経営分析の必要性と、事業計画策定の重要性を周知・説明して事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。(新規事業)

②以前に経営分析を行っている小規模事業者には、持続的発展のためには経営分析とそれに続く事業計画策定が重要であることを十分に説明して、事業計画策定に結びつける。(既存事業改善)

③ホームページによる周知により、商工会が地域の小規模事業の経営分析、事業計画策定の支援を行うことをピーアールする。(新規事業)

④事業計画の意義や有用性を理解してもらうため、事業計画策定セミナーや個別相談会を開催する。告知については、会報並びにホームページに掲載することで、会員・非会員を問わず広く情報発信を行う。またみどり市商工会(当商工会と同じみどり市にある商工会)とも連携し、同種のセミナーを開催する場合には、どちらのセミナーにも参加可能なように調整し、参加者は都合のつくセミナーに出席できるように配慮する。(新規事業)

1) 事業計画策定セミナー 〈対象：小規模事業者等〉

テーマ：事業計画の策定について

時間：2時間×3回

講師：事業計画策定の専門家(中小企業診断士等)

内容：1) 経営理念・経営目標と事業計画について

2) 顧客ニーズと市場の動向について

3) SWOT分析、自社の提供する商品・サービスの強みについて

2) 事業計画策定セミナー個別相談会 〈対象：事業計画策定セミナーの受講者〉

内容：セミナー受講後に自社の事業計画を策定し、それを講師の方にブラッシュアップしてもらい、事業計画の完成度を高める。

(2) 事業計画策定の取り組みの場面、取り組み方

①上記(1)の巡回・窓口相談での事業計画策定希望者、事業計画セミナーの参加者には、経営分析、需要動向調査などにより事業計画を策定する過程で課題を抽出し、事業者の課題を自らの課題として捉え、経営者と一緒に考え、粘り強く解決への道筋をつける。(既存事業改善)

②金融相談、税務相談、各補助金等の申請支援時に、事業計画の策定支援を行う。金融に関しては、既存の小規模事業者経営改善資金の斡旋を行うとともに、より多くの資金が必要な場合は、小規模事業者経営発達融資制度も活用して幅広い金融支援を行う。経営発達融資制度の利用者にも事業計画の策定支援を行う。(既存事業改善)

③経営革新、事業承継に関する相談者には、事業計画策定を支援し、これをベースにした経営革新計画書や事業承継計画書の完成に結びつける。また環境の変化などから既存事業が衰退したために新たな事業に取り組む事業者も少なからず存在する。このような意欲的な事業者には、事業計画の策定をすることと、その後の状況に応じた指導・助言で事業が軌道に乗ることを支援する。加えてより高度・専門的な課題等については、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)、中小企業基盤整備機構等の各種支援機関と連携し、エキスパート(専門家)派遣事業等を活用して課題解決を図る。(既存事業改善)

④群馬県は平成30年に開業率10%を目標としており、みどり市は産業競争力強化法に基づ

き平成27年12月に「創業支援事業計画」を作成した。県・市・各創業支援機関と連携する一環として、商工会に「創業支援窓口」を設置し、創業予定者の相談にいつでも対応する体制を整える。また群馬県商工会連合会が開催する創業塾を周知し、創業塾への参加を促す。創業予定の相談者や創業塾の卒業生には、地域経済動向の情報提供、必要に応じて追加の経営分析や需要動向調査などを行い、また専門的・高度な課題のある場合には、エキスパート（専門家）派遣事業等も活用することで、事業計画の策定支援、実現可能性の高い計画書の作成を行う。（新規事業）

（3）事業計画の内容

経営分析や需要動向調査などを行い、自らのビジネスモデルを再構築するため、顧客ニーズや自らの強み・弱みを踏まえた計画とする。具体的には現状を把握、目標を設定し、目標を達成するための課題を見つけ出し、課題解決の取組みを立案する。目標は数字を入れた「売上げ・利益計画」として策定し、取り組みはスケジュールを入れた行動計画とする。またこれを実行できたかどうかチェックするPDCAサイクルを回す体制も確立させる。そして日々の実践においては、少しずつでもいいので、あきらめない改善・工夫を重ねることが重要であることを、計画に明記する。

（目標）

事業計画の策定ができることで、創業計画書、経営革新計画書、事業承継計画書の作成も可能になる。それぞれの計画書を作成支援することで、小規模事業者の持続的発展、創業予定者の夢の実現、経営革新の実践、事業承継の実現などが可能になる。

地域の事業者が創業により新規に誕生し、事業承継により廃業しなくて済むことで、事業者の減少を食い止めることができる。これにより開業率の増加と廃業率の減少に少しでも貢献することを目標とする。

また巡回・窓口相談、セミナー時、ホームページでの周知により多くの小規模事業者が事業計画策定の重要性を理解してもらい、経営状況の分析を行い、事業計画を策定することで、計画に基づいた経営をしていってもらうことも目標とする。

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定セミナー(回)	実施無し	1	1	1	1	1
内事業計画策定者(人)	0	5	7	8	9	10
巡回相談時策定者(人)	0	1	2	2	3	3
窓口相談時策定者(人)	4	4	5	5	6	7
経営革新支援者数(人)	0	2	3	3	4	4
事業承継支援者数(人)	0	2	3	4	5	5
創業予定者支援者数(人)	1	2	2	3	3	4
事業計画策定事業者 (合計:人)	5	16	22	25	30	33

※事業計画策定事業者数は、事業計画策定セミナー参加者で策定する者＋巡回・窓口相談時策定者＋経営革新支援時の策定者＋事業承継支援時の策定者＋創業予定者支援時の策定者の合計数となる。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 (現状と課題)

新たに事業計画を策定した事業者のフォローアップについては、計画の進捗状況等の聞きとりに限られ、目標数字の達成確認や計画的な体制が取られていなかった。そのため計画未達成の原因究明や解決の取り組みへの指導・助言が出来ていなかったため、計画した数字が達成できるような支援体制構築が課題である。

(改善方法)

定期的な巡回により経営者に事業計画達成の意識を強く持ってもらい、売上げや利益額の把握をしてもらうことによって、未達成だった場合の支援を早期に実施する。

(事業内容)

(1) 計画策定後3カ月に1回巡回し、進捗状況や計画数値の確認を行い、国・県・市・その他認定支援機関の支援策等の広報・周知をし、きめ細かな伴走型支援を実施する。

(2) 計画数値の未達成や新たな経営課題が発生した場合は、群馬県商工会連合会や産業支援機構並びによろず支援拠点等の専門家派遣を行い、計画達成・課題解決を目指す。

(3) 創業者には不安解消のため、先輩創業者等との意見交換会や気になったことをすぐに相談できる体制の整備（相談内容のデータベース化による情報共有など）を図る。

(目標)

事業計画策定支援は計画の策定を支援することだけが目標ではなく、その計画を実行し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。そのため事業計画策定後に計画的に巡回し、計画の達成を伴走型の支援で支えることで、他の事業者の目標とする事業者になってもらい、地域経済の活性化に繋がることを目指す。

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定事業者数 (社)	5	16	22	25	30	33
新規フォローアップ巡回訪問数 ※1	20	64	88	100	120	132
継続フォローアップ巡回訪問数 ※2	0	15	63	129	199	273
合計フォローアップ巡回訪問数*	20	79	151	229	319	405

※1は、年度の新規事業計画策定者×巡回頻度（年4回）として算出。

※2は、前年度以前の事業計画策定者で策定後3年間は年3回訪問、4年目以降は年2回訪問するとして算出。ただし、事業計画を順調に遂行している事業所は訪問回数を減らしたり、計画通りに行っていない事業所には訪問回数を多くして対応する。

*合計フォローアップ巡回訪問回数は新規フォローアップ巡回訪問回数と継続フォローアップ巡回訪問回数を足したものの。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

消費者ニーズや市場動向を把握する需要動向調査は行っておらず、巡回・窓口相談で事業者から需要の動向を聞きとる程度であった。そのため消費者ニーズのデータなど蓄積されておらず、新たな販路の開拓や新商品の開発に生かせるような支援には結びついていなかった。今後の取り組みは消費者から需要動向に対しての情報収集を行うと同時に、各種統計調査も活用して情報を分析し、事業計画を策定する事業者へ提供する。その結果、買い手のニーズを踏まえ、かつ市場

動向を考慮したマーケットインの考え方を身に付けてもらうことが課題となる。これにより新たな販路の開拓や新商品の開発に生かせる事業計画を策定することが可能となる。

(改善方法)

小規模事業者の販売する商品又は提供する役務の需要動向を把握するために、小規模事業者の店頭、商談会会場、イベント会場などでお客様（来場者）にアンケートを行い、価格、機能などの商品価値を図れるような情報を収集する。また消費者モニターの組織を作り需要動向、商品価値を調査することで、多角的に買い手ニーズを探る。これらのお客様の声を傾聴することで、マーケットインの考え方が身に付き、売れる商品作りにつながる。

B to Cの事業者や会社を取り引き先とする事業者でも事業計画を策定する場合は、需要動向調査を実施し、事業計画策定に活用するとともに、新たな販路の開拓や新商品開発に役立てる。

公表されているが事業者のみでは把握しきれない統計資料やデータなどは、分かりやすく分析・加工し、小規模事業者に提供する。

(事業内容)

(1) 情報収集の方法

○ 個社の情報収集について（新規事業）

① 商業・サービス業の事業所では、一般消費者への需要動向調査として来店するお客様にアンケートを実施する。実施方法は、調査員によるその場での聞きとりとお客様自身で記入して店内の箱に投函してもらう方法を併用する。回収率を上げるために回答いただいた方に、クーポン券等の配布も検討する。

この来店時アンケートでは自店を利用しているお客様の需要動向は分かるが、自店を利用しない潜在的なお客様の需要動向は把握できない。そこで地域内外の多くのお客様が来場する、商工会等で共催する地域イベント「産業祭」でアンケートを実施する。

② 製造業関係の事業所には、群馬県商工会連合会、金融機関等が主催するビジネスマッチング・商談会に出展を促し、来場者である購買・技術開発担当者などに対して現在の自社技術の評価や今後開発を期待する技術について、要望やニーズなどを調査する。

通常取引時には取引先の購買担当者に製品の品質、形状、機能等で困っていること、悩んでいること等を日頃から話題にして、取引先のニーズを探る。

また群馬県が将来の市場性が期待される次世代産業分野として、「次世代自動車産業」、「ロボット産業」、「健康科学産業」、「環境・エネルギー産業」、「観光産業」、「コンベンション関連産業」の6つを指定している。商工会では小規模事業者において現在の事業の柱から次の事業の柱を育てるべく、今後自社の技術が生かして、先の6つの事業分野へ参入するための情報収集を図る。方法は商談会等の会場で購買・開発担当者にアンケート等を行う。

一方事業者への情報提供として、この6つの産業分野ごとに設置されている「戦略会議」や「現場の課題・ニーズ発表会」などへの出席案内を行う。

③ 建設業関係では、新築住宅の内覧会等を行う事業所や、自社でモデルハウスを持つ事業所に見学に来るお客様にアンケートを行う。

④ 飲食業、お菓子・ケーキ・パン（ピザ）等の製造販売の事業所では、当町の特産品であるトマト、ナスを使用した新商品、メニュー（料理）、スイーツなどの試食会を行ってアンケートを実施する。

⑤商業や製造販売の事業所で自社商品を持つ事業所では、群馬県商工会連合会、金融機関等が主催するビジネスマッチング・商談会に出展を促し、来場者、バイヤー等のニーズを調査する。

①～⑤のアンケートの目的、対象者、調査項目、調査方法は以下の表のとおりである。

目的	対象者	調査項目	調査方法 / アンケート等実施予定者
現在の顧客、潜在的な顧客の需要動向を調査する	①主に商業・サービス業である当店に来店するお客様	ア. 当店を利用してもらえる理由 イ. これから取り扱って欲しい商品・提供して欲しいサービス ウ. 当店以外に利用する店舗・店名 ・利用している理由	・来店者へ調査項目（アンケート）を調査員による聞き取り ・お客様自身でアンケートに記入 ・100名
現在の顧客、潜在的な顧客の需要動向を調査する	①主に商業・サービス業である当店を利用していないお客様	ア. よく利用している店舗とその理由 イ. 当店を1回でも利用したことがある方 ・利用しなくなった理由 ・改善して欲しいところ ウ. これから取り扱って欲しい商品・提供して欲しいサービス	・産業祭などイベント会場でアンケートを行う。 ・50名
現在の技術の評価、今後開発が期待される技術を調査	②主に製造業関係の購買・技術開発担当者	ア. 当社の技術（品質）、納期、価格の評価 イ. 今後開発が期待される技術、機能	・ビジネスマッチングや商談会などで聞き取り ・30名
お客様の好み、家への考え方を調査	③主に建設業関係である当社の建築物件を見学するお客様	ア. 見学した家に対する感想 イ. 家の良かった点、好みに合わなかった点 ウ. 購入を希望する価格帯 エ. 建築業者を選ぶ際のご自身の基準	・チラシ等による内覧会等実施の事前ピーアール ・アンケート用紙に記入してもらう ・アンケート記入者には、粗品進呈 ・30名
お客様のニーズ把握、新商品の開発	④試食会開催に付き募集した一般消費者	ア. 商品、メニュー、スイーツを食べた感想（一品毎に） イ. また食べたい商品等 ウ. 現在考案中の値段について	・アンケート用紙に記入してもらう ・10名

新商品の開発、販路の開拓	⑤自社商品を取り扱いしてもらいたいバイヤー等	ア. 商品の味、見た目 イ. 価格 ウ. パッケージ エ. 取扱いしてもらええるための改善点	・調査項目を聞き取り ・5名
--------------	------------------------	---	-------------------

⑥顧客ニーズをより正確に把握・分析するために、消費者モニター的な役割を果たす組織作りを行う。候補者は商工会女性部員、笠懸町婦人会員、笠懸地区PTA役員、市役所の若手職員などとする。商工会女性部員、笠懸町婦人会員は、中高齢者女性のニーズ、PTA役員は子供を持つ母親のニーズ、市役所の職員は若者のニーズを把握・確認するためである。基本的には個社の支援をする組織とし、小規模事業者の商品・サービスなどについて、意見を聞きたい項目をアンケート書面に記入・回答してもらう。

また組織が充実してきた段階で、品目についての調査、業種支援のために「〇〇業種」についての意見交換などを行い、発展的に組織を活用する。さらに統計資料等を分析する過程での疑問点についても、女性の考え方、消費者の立場からの意見伺う。

〇業界・品目の情報収集について（新規事業）

※以下の表と、目標の表との整合性をとり分かりやすくするために次からの項目を通し番号で記載。

⑦製造業等のものづくり企業の業界では、毎年群馬県が行う「ものづくり技術展示商談会」を利用し発注者のニーズを探る。この商談会は県内大手・中堅企業や首都圏企業等の発注企業を対象に、ものづくり企業による技術・製品提案を行う展示商談会である。

商工会では、主催者の許可をいただき、発注企業の購買担当・技術開発担当者等に小規模製造業事業者等に求めている完成品メーカー、部品メーカーのニーズ等のアンケートを実施する。アンケートにおいては、既述の群馬県が将来の市場性が期待される次世代産業分野として定めている、「次世代自動車産業」、「ロボット産業」、「健康科学産業」、「環境・エネルギー産業」、「観光産業」、「コンベンション関連産業」の6つ戦略分野の関係者を中心に、記入の依頼や聞き取りを行う。

⑧住宅建設関係の業界では、住宅展示場に出展している事業者の許可を得て、モデルハウスを見に来た来場者に、住宅購入希望者が建設業界に求めているニーズ等を調査する。

⑨商業・サービス業関係の商品や役務では、町内外から来場者が多く見込まれる笠懸地区産業祭や平成29年度に開催を予定している「商工祭」会場で、商品・役務の需要動向を来場者へのアンケートを行うことで調査する。

⑦から⑨のアンケートの目的、対象者、調査項目、調査方法は以下の表のとおりである。

目的	対象者	調査項目	調査方法 / アンケート等実施予定者
販路の開拓	⑦完成品・部品メーカーの購買・技術開発担当者	ア. 協力企業に求めるもの（技術、納期、価格など） イ. 開発が期待される（求めている）技術、製品、機能等	・アンケート用紙に記入してもらう ・30名

		<戦略6分野> ウ. この分野で技術開発をする場合に特に困難が予想される点 エ. 技術が実用化される予定年度と当技術の予想売上高	
需要の開拓	⑧モデルハウスに来場したお客様	ア. 購入を希望する価格帯 イ. 建設業者を選ぶ際のご自身の基準 ウ. 地域の中小建設会社に対するイメージ	・アンケート用紙に記入してもらう ・50名
需要の開拓	⑨各イベントに来場するお客様	ア. 当地域内で現在購入している商品・サービス イ. 当地域内で今後購入したい商品・サービス	・アンケート用紙に記入してもらう ・100名

※アンケート等実施予定者は、平成29年度の計画であり経営分析実施者が増加すればそれに応じて多くなる。

⑩各種統計資料調査

小規模事業者が属している業界全体の需要動向の変化を把握することを目的として、マクロ的な需要動向を各種統計資料等から情報収集する。以下の表の通りに調査を行う。

調査する統計資料	調査項目	調査の目的
家計調査 家計消費状況調査	消費項目別の1ヶ月間の支出(時系列の統計)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の消費動向 ・嗜好の変化 ・市場規模の推定
日経テレコム POSEYES	<ul style="list-style-type: none"> ・POS情報分析 ・伸びる市場 	<ul style="list-style-type: none"> ・最新の消費動向 ・新商品の開発
工業統計調査	品目別出荷及び産出事業所数	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業における取引先の需要動向の把握
日経流通ジャーナル 日刊工業新聞 業界誌、業界団体のレポート	市場で支持される商品・サービス・技術	<ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービス・技術等の最新のトレンド
観光情報 (みどり市産業観光部観光課) (みどり市観光物産協会)	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客入込み数(施設・イベント毎) ・観光誘致施策 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客向けの新商品・新サービスの開発
群馬県次世代産業振興戦略	分野別に期待される技術と戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・県が将来の市場性が高いと考えている重点産業分野の把握
新設住宅着工戸数	<ul style="list-style-type: none"> ・地域別住宅着工戸数 ・構造別住宅着工戸数 	<ul style="list-style-type: none"> ・商圏の把握 ・地域別の需要動向調査

(2) 情報の整理・分析

①情報の整理

(1) 情報収集の「個社の情報収集について」「業界・品目の情報収集について」で、収集した情報については、業種別に整理し資料として活用しやすいエクセルのデータベースとして蓄積する。整理したデータの内「業界・品目の情報」についてのみ、商工会ホームページ、商工会報に掲載し、地域内の小規模事業者に広く発信し、新商品・新サービスの開発に役立ててもらおう。(新規事業)

②情報の分析

需要動向調査を行って事業計画書の作成を目指している小規模事業者については、分析した情報を「2. 経営状況の分析に関すること」におけるSWOT分析の外部環境分析の資料として活用する。競合店の情報がある場合は、情報をさらに掘り下げることと追加調査による情報を加えることで3C分析を行う。

また分析内容が多岐に亘る場合や事業計画に与える影響などを詳しく分析する必要がある場合などは、必要に応じて専門家に分析の依頼を行う。(新規事業)

(3) 情報の報告・提供

①小規模事業者（個社）への調査結果の報告

個社に対して個別に行った需要動向調査の分析結果は、事業者を訪問し報告することで、分析結果を利用して事業計画書の完成を目指す。事業計画書を作成している事業者には、需要動向の変化が事業計画に与える影響などを検討し事業計画修正の有無などを判断する。また、「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」において、新たな販路開拓方法を検討する際の資料として活用する。(新規事業)

②地域内事業者への情報提供

情報収集した業界・品目の情報や各種統計調査の分析・加工データは、商工会ホームページに定期的に掲載し広く情報発信を行い、地域内の小規模事業者が、「事業の方向性の明確化」、「新商品・新サービスの開発」、「新規創業、新規店舗の出店」などに役立ててもらおう。情報発信時に経営状況分析、事業計画策定などを商工会が支援している旨を掲載し、事業計画策定を希望する小規模事業者を増やすことにつなげる。(新規事業)

(4) 需要動向調査の取り組み方について

小規模事業者は需要動向の調査や新たな需要の開拓については、今まであまり取り組んでおらずノウハウや経験値は不足している。そこで商工会はアンケートの作成から買い手へのアンケートの依頼・聞き取り、回収などを小規模事業者と共に実施する。集計、分析は商工会で行い、高度な分析や判断が難しい問題は、専門家の支援を受けて、結果を小規模事業者にフィードバックする。

2回目以降のアンケートは、なるべく小規模事業者だけでも行えるように教授し、商工会は多くの小規模事業者の支援を行う。集計、分析は小規模事業者が自社で行えない場合は、引き続き商工会で行う。(新規事業)

(活用方法)

消費者ニーズの把握や統計資料等の分析結果から、小規模事業者が新たな販路の開拓や新商品の開発のために、創意・工夫した新たな取り組みが生まれ、それが売上・利益の増加に結びつくようになる。

また、データベース化した統計資料や加工した調査結果を基にして、当地区内小規模事業者等の販路開拓につなげる指導・助言資料として活用する。

(目標)

調査を通じて得た情報並びに分析結果は、事業計画策定時の売上目標や販売戦略としての利用や、実際の商品・サービスの改善を实践する他、小規模事業者が新たな販路開拓、新商品開発の新たな取り組みを実施することに繋げることを目標とする。

実施内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
情報収集 (件数)						
①商業・サービス業来店者調査	0	5	6	7	8	9
②製造業ビジネスマッチング時調査	0	3	4	4	5	5
③建設業内覧会場調査	0	2	2	3	3	4
④飲食業他試食会調査	0	2	2	3	3	4
⑤自社商品バイヤー調査	0	1	2	2	3	3
⑦製造業商談会時調査	0	3	4	5	5	6
⑧建設関係住宅展示場調査	0	2	3	3	4	5
⑨商業・サービス業イベント会場調査	0	2	2	3	4	4
⑥消費者モニター活用調査	0	1	1	2	2	3
⑩各種統計等調査 *	未実施	実施				
情報の整理・分析 (回) *	0	20	25	30	35	40
需要動向調査合計 (事業者件数)	0	20	25	30	35	40
商工会HP、商工会報による情報発信 (回)	0	1	1	1	1	1

※①から⑩の番号は15～18ページの情報収集の方法の各項目の番号と一致している。①から⑨の単位は、各調査を行った事業者件数になる。ただし⑥の消費者モニター活用調査は、他の調査を行った事業者が、顧客ニーズ等をより正確に確認するために行うもので、同じ事業者のカウントになる。

※需要動向調査の件数は、先の⑥を除いた①～⑨の合計となる。経営分析を行った事業者は原則需要動向調査を行うので、経営分析を行った事業者と同じ数になる。調査結果は、需要動向調査報告として調査を行った全事業者に報告する。

*各種統計等調査とそれに続く情報の整理・分析は、経営分析を行った全事業者（需要動向調査を行った事業者）に対して行うものとした。分析結果も分析を行った全事業者に報告する。

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)

需要の開拓に寄与する事業としては、笠懸まつり・笠懸地区産業祭(みどり市・商工会・JA につつまみどり共同主催)の地域振興事業への出店者募集、出店の支援を行っている。また食品等の製造・販売事業者には、各地で開催される物産展、ECサイトへの出店・商品出品等の情報提供を行っている。しかし出店できる事業者は限られてしまうので、多くの小規模事業者に商談会・展示会等の情報提供や需要の開拓や販路の開拓につながる伴走型の支援が課題となる。

(改善方法)

中小企業基盤整備機構、群馬県、群馬県商工会連合会、市、金融機関などが実施する商談会・展示会等の情報を収集し、商工会ホームページに適宜掲載し紹介する。製造業では、特徴のある技術を持ちながら営業部門を持たないために、受注拡大につながらない事業者も多いので、ECサイトやITを活用して自社のPRができるようにする。

(事業内容)

(1) 以下の販路開拓のための支援、情報提供を行う。

① マスメディア・各種広報誌による支援

一般の消費者にPR・周知するため、取引先開拓のために、関心を持ってもらえるような内容の情報発信を行う。

ア) 地元の新聞社(県内・一定地域版の2社)やミニコミ誌等に、商工会で実施する需要開拓事業の記事掲載を依頼する。また小規模事業者の新製品の開発等については、上記の他に日経新聞MJにも記事の掲載依頼を行う。

イ) 商工会の広報誌並びに商工会ホームページに商談会、展示会、即売会等の情報や小規模事業者の企業情報等を掲載する。今後商工会ホームページについては企業情報を発信しやすいように改修して、特に製造業事業所の会社・製品・技術・設備情報等を充実させる。データを多く蓄積し町内の事業所から仕事の発注や横の連携等ができるようなページにし、将来的には町外の事業所からも閲覧してもらえるポータルサイトの的な役割も果たせるように工夫・改良する。

② 商談会、展示会、即売会等の出展と売上向上支援

県内外で行われている各種商談会等の情報を商工会ホームページや巡回時に開催案内のチラシ等を持参して周知する(下記参照)。出展できるように「商品力」を磨くことや、出展のノウハウなどは、専門家を交えて指導・助言を行う。出展することで顧客ニーズや改良点なども見つかると思われるので、出展した商品・製品・サービス・技術等のブラッシュアップを行い、次のステップとして経営革新計画に申請できるように支援を行う。これらの取り組みで売上・利益の向上を目指す。

〈商談会・即売会等〉

1) 「おいしい群馬再発見! 絶品ご当地グルメ大集合」(群馬県商工会連合会主催)

- ・ジャンル: 即売会
- ・開催場所: 群馬県伊勢崎市のショッピングセンター「アピタ伊勢崎店」
- ・対象者: 食品製造・販売事業所

2) 「ぐんま農と食の商談会」(群馬県商工会連合会主催)

- ・ジャンル: 展示・商談会

- ・開催場所：前橋市のイベントホール「グリーンドーム前橋」
 - ・対象者：農業者及び食品製造業事業所
- 3) 「ものづくり技術展示商談会」(群馬県工業振興課主催)
- ・ジャンル：展示・商談会
 - ・開催場所：ビエント高崎
 - ・対象者：製造業事業所
- 4) 「ぐんま地場産業フェスタ 2016inTOKYO」(群馬県工業振興課主催)
- ・ジャンル：展示・商談会
 - ・開催場所：T O C有明コンベンションホール(東京都江東区有明)
 - ・対象者：県内地場産業企業等(繊維、木工、食品、雑貨、伝統工芸品等)
- 5) 「ビジネスマッチングフェア桐生」(桐生信用金庫、桐生市、桐生商工会議所主催)
- ・ジャンル：展示・商談会
 - ・開催場所：桐生市民体育館
 - ・対象者：桐生市及び周辺市町の事業所
- 6) J-GoodTech(ジェグテック)ビジネス商談会(中小企業基盤整備機構主催)
- ・ジャンル：展示・商談会
 - ・開催場所：ビエント高崎
 - ・対象者：製造業事業所

③ I Tの活用支援

小規模事業者がI Tの活用により販路開拓ができるように講習会の開催や、個別の対応が必要な場合には専門家を派遣するなど、課題に応じてきめ細かな支援を行う。

ア. ホームページ

ホームページ作成講習会を計画し、小規模事業者が自ら情報発信、販路開拓ができるようI T技術の向上を目指す。例えばオンラインホームページ作成に役立つ「Jindo」や維持費のかからない全国商工会連合会で開発した「SHIFT」などを講習する。

イ. ソーシャルメディア

ホームページ作成講習会の次のステップとして、ブログやフェイスブックの講習会も計画する。日々の相談時にはホームページやソーシャルメディアの効果的な活用事例も紹介する。

④その他

ECサイトへの登録を呼びかけて販路の開拓を図る。I T技術が不得手な事業者や、ECサイトへの出店ノウハウや経験等の無い事業者には、必要に応じて専門家も交えて指導・助言を行う。また自社商品を持つ事業所にはアンテナショップへの出品も呼びかける(下記参照)。またお店のファン作りや顧客ニーズを把握するための事業として、「まちゼミ」(店舗等で参加希望のお客様に、気軽なセミナー的に店主の職人ワザや商品へのこだわりなどを伝えたり、体験してもらう。)の開催を検討する。

〈ECサイト〉

- 1) 「ニッポンセレクト.com」(全国商工会連合会運営)
 - ・日本全国の隠れた逸品や特産品、絶品お取り寄せグルメ、匠の工芸品が見つかる全国商工会連合会の公式ショッピングサイト。
- 2) 「J-GoodTech(ジェグテック)」(中小企業基盤整備機構運営)
 - ・大企業のニーズと優れた独自技術を持つ中小企業の情報をweb上でマッチングさせる利便性の高いシステムで、国内大手・海外企業まで販路開拓が可能になる。現在の登録企業数は約2,500社。

〈アンテナショップ〉

1) 「むらからまちから館」(全国商工会連合会運営)

・場所：東京都千代田区有楽町

2) 「ぐんまちゃん家」(群馬県運営)

・場所：東京都中央区銀座

(2) 産学官連携による将来の需要を開拓するための検討を始める。学は群馬大学理工学部(桐生市天神町)と桐生大学・同短期大学(笠懸町)で、前者とは技術開発や新製品の開発など、後者とは学生との交流により若者向けの食品の開発、洋服やパッケージのデザインなど、将来の販路開拓、商品化を目標に情報・意見交換会を提案する。

(3) 新たな物産展の取り組みとして、桐生地方卸売市場を会場にして市場まつりと同日に商業・飲食業関係の事業所の即売や製造業の事業所やカーディラー等の製品・商品展示、建築・サービス業関係の事業所の自社PRなど笠懸地区のどの業種でも出店できる複合的な物産展を企画し準備を始める。

(目標)

小規模事業者が販路開拓をするためホームページの作成、商談会・展示会、ECサイトに出店・出品など自社に合った取り組みを実践してもらう。行動をおこしてもらうこと、その後検証して、そこから次につながるステップに移行することを目標とする。

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
商談会・展示会等出店事業者数	3	5	5	7	7	10
ECサイト登録事業数	0	2	2	3	3	5
パソコンセミナー開催	0	1	1	1	1	1
上記の商談会並びにECサイトでの受注件数	0	3	3	5	5	7

II. 地域経済の活性化に資する取組

(現状と課題)

市、JA、観光物産協会と連携し、笠懸まつりや産業祭、岩宿の里カタクリさくらまつりを開催(共催)した。商工業者には出店を呼びかけて、事業所のPRと売上・販路拡大の機会を提供しているが、そのイベント会場だけの売上となり、年間を通しての地域活性化には結びついていないのが課題である。

(改善方法)

他の機関と連携しながら、今まで行っていたイベントの拡充と特産品開発(認定)支援を行い、商品PRと消費拡大を図り、地域経済の活性化に取り組む。またホームページを利用した情報発信を拡充する。

(事業内容)

① イベントによる地域経済活性化事業(既存事業改善)

地区内で毎年行われている主なイベントは、下記の3事業である。

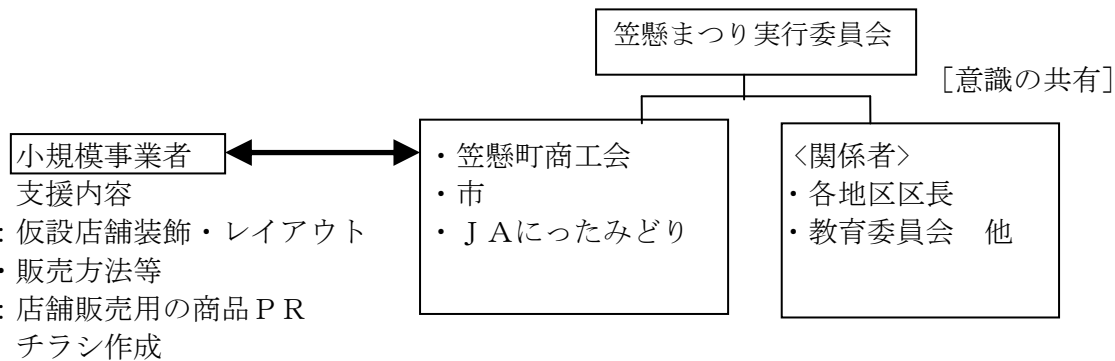
- 笠懸まつり
- みどり市笠懸地区産業祭
- 岩宿の里カタクリさくらまつり

当商工会主催のイベントはないが、市・J A・観光物産協会と連携して開催（共催）している。従来の個別出店ではあるが、仮設店舗（テント）の装飾やレイアウトは出店者独自で行っている。イベントでの仮設店舗装飾・レイアウト・販売方法等、専門家派遣制度を利用して販売促進に結びつける。また「店舗販売用の商品P Rチラシ」を、デザイン関係の専門家派遣制度を利用して作成、イベント時に配布する。小規模事業者が年間を通しての売上拡大を図り、地域経済の活性化に取り組む。

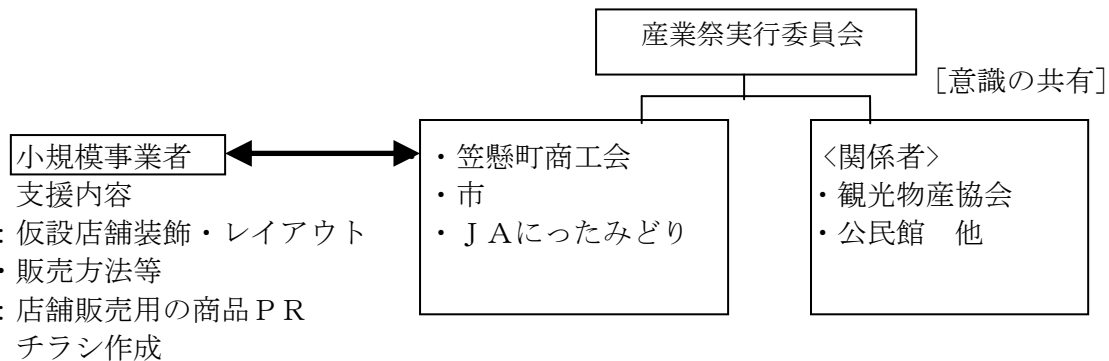
上記3事業を統一する組織は無いが、笠懸まつりとみどり市笠懸地区産業祭は実行委員会を組織して、岩宿の里カタクリさくらまつりは観光物産協会が主管で開催している。全関係者が地域活性化のため同じ方向を向くように、全体で会議をすることが理想だが、現実的には難しい。そこでイベント毎に実行委員会や関係する担当者で会議を行うことで、各々のイベントでも統一された地域活性化を図ることを目指す。

具体的には開催する前に、イベント毎に担当する市、J A、観光物産協会の担当者と会議を行い、地域活性化に結びつくように、それぞれのイベントの意義・目標、集客見込み数、地域内外へのP R等、意見交換し意識の共有化を図る。この内容を実行委員会でも報告・協議してさらに多くの関係者間で意識の共有化につなげることで、地域活性化の方向性が定まっていく。開催後も担当者の会議を行い、反省点、改善内容等意見交換し、P D C Aサイクルを機能させ来年度の開催に生かす。

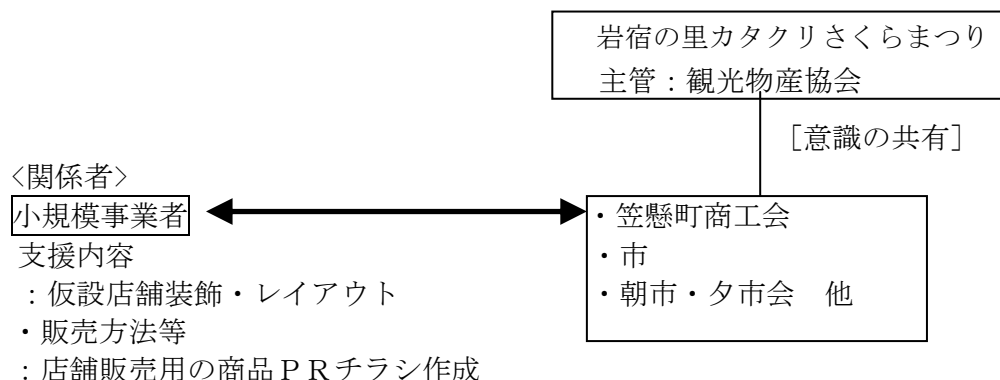
・笠懸まつり



・みどり市笠懸地区産業祭



・岩宿の里カタクリさくらまつり



②イベントによる地域経済活性化事業（新規事業）

上記のイベントに加えて、新たなイベント（商談会）を開催する。

●商工祭（仮称）

平成29年度の秋頃に、桐生市場内を会場に直接消費者へ販売促進、商品・企業PRを兼ねた商工祭を開催する。従来イベントのような商工会員といった枠にとらわれず、地域内の中小・小規模事業者の売上拡大等、地域経済の活性化に取り組む。

取り組み方法は、商工会が主導して関係機関に呼びかけて、実行委員会を組織する。主だった関係機関が委員になり意見交換を重ねることで、地域活性化の方向性を検討し、同じ方向を見つめて事業を実施することができる。委員は、産（商工会・JA）、学（群馬大学理工学部、桐生大学）、官（みどり市の商工担当の係）、金（町内金融機関）からも選出して、「産学官金」の連携を図り協力関係を強固にしていく。また実行委員には、商工会・JAの青年部員も入ってもらい、若者の考え方、感性による新しい視点をイベントに取り入れていく。

イベントが終わってからも「産学官金」の連携によって地域の活性化に取り組み、青年部員の柔軟な発想を町づくりにも生かしていくことで、住みよい地域づくりが実現できる。小規模事業者は一つの地域の中で事業を営んでいるので、小規模事業者も町づくりに協力することで、地域のブランド化と、さらににぎわい創出を続けることを目指していく。関係者一体の取り組みが地域の発展となり、小規模事業者の経営の持続的発展にも結び付く。

<参加予定中小・小規模事業者他>

- ・小規模事業者（卸小売業、飲食業、製造業、サービス業等）
- ・金融機関
- ・自動車、バイクメーカー（ディーラー）
- ・住宅、住宅設備メーカー（小規模事業者の建設業含む）
- ・携帯電話等の通信会社
- ・大学、短大等

③市と連携したブランド認証事業（既存事業改善）

「みどり市ブランド」商品は、みどり市が認証した、市内で製造された優れた商品や工芸品等のことで、認証マークが与えられる。市が自信をもってお勧めする自慢の商品との位置づけされており、販路開拓の時に宣伝効果もある。また地元の桐生大学では、「みどり市ブランド」商品を委託販売しており新たな販路として期待される。

みどり市ブランド認定事業者になると、市より「みどり市新商品開発チャレンジ支援事業費補助金」が、ブランド認証の無い事業者より受けられる補助金の種類が多く、補助率も多くなるなどの優遇策もある。(以下の表)

区 分	事業者（ブランド認証無し）		みどり市ブランド認証事業者	
	補助率	補助限度額	補助率	補助限度額
新商品開発事業	2分の1以内	20万円	3分の2以内	20万円
商品改良事業 ※	—	—	3分の2以内	10万円
販路拡大事業 (出展事業)	2分の1以内	20万円	3分の2以内	30万円
販路拡大事業 ※ (ホームページ事業)	—	—	3分の2以内	5万円

※商品改良事業は、みどり市ブランドの認証を受けた商品を改良する事業

販路拡大事業のホームページ事業は、認証を受けた商品を宣伝・広告するためホームページを開設・改良する事業

このような補助金を有効活用して新商品開発・商品改良・販路開拓できるように、当商工会として「みどり市ブランド」認証を積極的に推進する。小規模事業者へチラシやホームページで周知するとともに認証支援活動を行う。

(目標)

数値目標を次のとおりとする。

	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①イベント専門家派遣	0	2	3	3	3	3
②イベント地域経済活性化事業	0	1	1	1	1	1
③市と連携したブランド認証事業	0	5	0	0	5	0

注) ブランド認証事業は、3年ごとに行われる予定。

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

(現状と課題)

今まで笠懸地区内5つの金融機関（群馬銀行・足利銀行・桐生信用金庫2支店・あかぎ信用組合）の支店長・融資担当で構成する「金融懇談会」を、年1回のペースで開催している。金融に関連した旬の話題の講演会と、地域経済の動向について情報の共有を図ろうとしているのが狙いである。しかし各金融機関とも共通の認識はあるものの、具体的に連携した取組は行われていない。

また他の支援機関との連携は、各種研修会や専門家派遣・電話連絡等で機会が限られており、支援ノウハウ等の情報交換までは行われていない。

(改善方法)

他の支援機関との連携を視野に入れた情報交換会を定期的で開催する。新たに支援内容に沿った情報交換会を設け、事業者へ直接支援やフィードバックできるような内容に変更する。

(事業内容)

①金融懇談会 (既存事業改善)

今までの笠懸地区内5つの金融機関(群馬銀行・足利銀行・桐生信用金庫2支店・あかぎ信用組合)の支店長・融資担当者と年1回、従来の講演会と地域経済の動向のほか、金融支援の成功事例や、支援の状況等について情報交換を行う。支援機関の双方が、小規模事業者へよりきめ細かな金融支援を行えるようにする。

②桐生みどり地区商工会情報交換会 (新規事業)

桐生みどり4商工会による情報交換会を年2回開催する。その会議においては、経営改善普及事業の支援成功事例や取組事例、支援の現状等(小規模事業者持続化補助金等の補助金支援、市との連携状況等)の情報交換を行い、経営指導員の支援力向上に役立てる。

③各支援機関との情報交換会 (新規事業)

各支援機関(群馬県商工会連合会・みどり市商工会・群馬県中小企業診断士協会の構成員や関東信越税理士会桐生支部の構成員)と年1回開催する。小規模事業者への支援状況、地域経済動向を把握すると共に、各種施策の取組状況を共有することを目的として、組織の支援力向上に役立てる。

④近隣大学との意見交換会 (既存事業改善)

今まで群馬大学理工学部と産学官連携による講演会と情報交換会を年1回開催しているが、新たに桐生大学との情報交換会を年1回開催する。群馬大学理工学部では、製造業を中心とした技術的な課題解決の支援と、地元の企業へ優秀な人材確保を図るのを目的とする。桐生大学では、アート・デザイン学科と商用パッケージ等の支援ができるような環境を整えていく。

(目標)

数値目標を次のとおりとする。

	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①金融懇談会	1	1	2	2	2	2
②桐生みどり地区商工会情報交換会	0	2	2	2	2	2
③各支援機関との情報交換会	0	1	1	1	1	1
④近隣大学との意見交換会	1	2	2	2	2	2

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して参加要請される各種研修会、群馬県商工会職員協議会が主催する資質向上研修会、日本政策金融公庫の経営改善資金推薦団体連絡協議会、労働保険事務組合の事務担当者研修会や労働保険年度更新説明会、桐生税務署の年末調整説明会や確定申告研修会、必要に応じて関係団体の研修会等に参加している。しかし役職や経験年数、担当による支援能力格差が生じている。

この支援能力格差をなくすため各職員のレベルアップと、情報共有による組織全体の支援力向上が課題となっている。経営指導員・補助員・記帳専任職員等の役職や担当者が不在でも組織全体でカバーできる体制を整えたい。

(改善方法)

各職員の支援能力格差をなくすため、各種関係団体の研修会に複数の職員が参加するようにする。今までは担当者のみが参加していたので、担当以外の職員のレベルアップを図る。また定期的な担当者替えを行い、組織全体の支援力向上を目指す。

(事業内容)

①各種研修会・専門研修受講（既存事業改善）

群馬県商工会連合会や群馬県商工会職員協議会が主催する各種研修会に積極的に参加するとともに、役職に縛られず参加できるものは自主的に受講する。また中小企業基盤整備機構が主催する専門研修等にも各職員の不得意分野を中心に定期的に受講する。小規模事業者へより高度な専門的支援を行えるよう職員のレベルアップを図る。

②複数の職員受講（既存事業改善）

労働保険事務組合が年2回開催する年度更新説明会や事務担当者研修会、桐生税務署が年2回開催する年末調整説明会や確定申告研修会等に複数の職員が受講する。小規模事業者へ担当に縛られず支援できる体制を整える。

③担当替え（新規事業）

3～4年を目安に労働保険、各種共済、日本容器包装リサイクル協会等、定期的な担当替えを行う。定期的な担当替えは、各職員の幅広い経営改善普及事業のレベルアップを図ると共に、組織全体の支援力向上を図る

④情報共有（既存事業改善）

現在は、毎週月曜日の朝に行われているミーティングにおいて、今週の予定等しか確認していなかった。今後、金融・税務・経営相談等の情報共有が必要な案件については、担当者が都度共有のデータベース（エクセル等）を作成、毎週月曜日のミーティング時に口頭でも補足説明する。早期対応案件については全職員へ都度説明する。また担当者が不在で対応した場合、対応した職員が日時・対応者・相談内容をデータベースに追記・担当者へ都度報告する。担当者が不在でも組織全体で小規模事業者へ支援できる体制を整える。

(目標)

各職員のレベルアップを図るとともに、組織全体の支援力向上を図るため、数値目標を次のとおりとする。

	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①各種研修会 専門研修受講（基盤整備機構）	実施 0	1	1	1	1	1
②複数の職員受講	未実施	実施				
③担当替え	—	実施	—	—	実施	—
④情報共有	未実施	実施				

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5月に開催される総代会において事業報告が行われているが、総代会の出席者は各地区より選任された総代となり、外部評価は行われていない。今後は事業を第三者の立場から評価・検証・計画見直しを行うことが課題となる。

(改善方向)

事業内容を適正に評価・検証するために、事業の実施状況や問題点等を外部の学識経験者（税理士・中小企業診断士等）、市職員を加えた報告会・検討会を実施する。

(事業内容)

- ①商工会役員、外部の学識経験者（税理士・中小企業診断士等）、市職員を加えた組織を設置し、年1回以上必要に応じて、事業の実施状況・評価・検証・計画見直し案の検討を毎年度実施する。
- ②総務委員会において、事業の成果・評価・計画見直しの方針を決定する。
- ③事業の成果・評価・計画見直し結果については、理事会および総代会において承認を受ける。
- ④事業の成果・評価・計画の見直し結果を、当会ホームページで計画期間中公表する等、小規模事業者への情報提供を行う。

(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 1 1 月現在)
(1) 組織体制	
(実施体制)	
事務局長	1 名
経営指導員	2 名
補助員	1 名
記帳専任職員	1 名
記帳指導員 (パート)	1 名
パート職員	1 名 (合計 7 名)
①事務局長は、経営発達支援事業の事業遂行状況の把握と計画立案・執行・関係機関との連絡調整等の事業全般を統括する。	
②経営指導員は、経営発達支援事業の計画立案・執行・関係機関との連絡調整等の事業全般を行う。	
③補助員・記帳専任職員・記帳指導員・パート職員は、経営発達支援事業を円滑に実施できるよう事務局長・経営指導員を補佐する。	
(商工会の組織)	
・役員	
会長	1 名
副会長	2 名
理事	17 名
監事	2 名 (合計 22 名)
・事務局	
事務局長	1 名
経営指導員	2 名
補助員	1 名
記帳専任職員	1 名
記帳指導員 (パート)	1 名
パート職員	1 名 (合計 7 名)
(2) 連絡先	笠懸町商工会
・住所	〒379-2313 群馬県みどり市笠懸町鹿 3003-1
・電話	0277-76-2507
・FAX	0277-76-7814
・URL	http://www.kasakake.or.jp
・e-mail	office@kasakake.or.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)

	29年度 (29年4 月以降)	30年度	31年度	32年度	33年度
必要な資金の額	2,900	3,100	3,100	3,100	3,100
講習会開催費	800	800	800	800	800
販路開拓支援事業費	1,000	1,200	1,200	1,200	1,200
金融対策事業費	300	300	300	300	300
税務対策事業費	300	300	300	300	300
経済動向・需要動向調査事業費	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、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

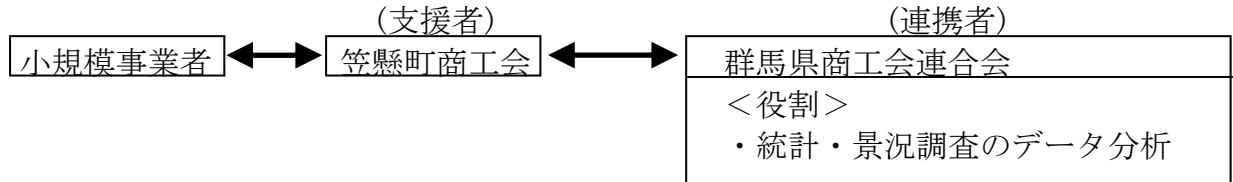
連携する内容
<p>1. 地域の経済動向調査に関すること 各種景況調査、統計等の加工・分析において、調査内容によっては群馬県商工会連合会の専門家派遣制度を利用して専門家を派遣してもらい、データ分析を行う。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 専門的な課題等について、群馬県商工会連合会、地域金融機関、群馬県産業支援機構（群馬県よろず支援拠点）、中小企業基盤整備機構等の各種支援機関と連携し、小規模事業者の抱える課題の解決に向けて丁寧にサポートしていく。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 実現可能な需要を見据えた事業計画を策定するために、群馬県、みどり市、群馬県商工会連合会、群馬県産業支援機構（よろず支援拠点）、中小企業基盤整備機構等と連携して、小規模事業者の持続的発展の支援を行う。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 国・県・市・その他認定支援機関の支援策等の広報・周知をし、きめ細かな伴走型支援を実施する。しかし計画数値の未達成や新たな経営課題が発生した場合は、群馬県商工会連合会や群馬県産業支援機構並びによろず支援拠点等の専門家派遣を行い、計画達成・課題解決を目指す。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 官公庁の各種統計データや民間の調査データを積極的に活用するが、地域内の需要動向を把握するために、群馬県、商工会連合会、金融機関等が開催するビジネスマッチング、展示・商談会などの会場でアンケートを実施する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 中小企業基盤整備機構、群馬県、全国商工会連合会、群馬県商工会連合会、桐生商工会議所、市、金融機関（桐生信用金庫）などが実施している商談会・展示会等の情報を収集し、商工会ホームページに適宜掲載し紹介する。製造業では、特徴のある技術を持ちながら営業部門を持たないために、受注拡大につながらない事業者も多いので、ECサイトやITを活用して自社のPRができるようにする。また群馬大学・桐生大学との産学官連携による技術開発や新商品等開発に向けた協議を始める。</p>

連携者及びその役割			
連携者	氏名	住所・電話番号	役割
群馬県商工会連合会	会長 高橋 基治	前橋市関根町 3-8-1 027-231-9779	経営環境の変化による影響調査 各種セミナー・専門家派遣 持続化補助金説明会 販路開拓・物産展・商談会
全国商工会連合会	会長 石澤 義文	東京都有楽町 1-7-1 03-6268-0088	むらからまちから館 ニッポンセレクト.com (ECサイト) SHIFT (ホームページ作成)
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 027-255-6500	創業補助金 専門家派遣 人材育成・企業体質強化 受注発注紹介・展示会・商談会
中小企業基盤整備機構 (よろず支援拠点)	理事長 高田 坦史	東京都千代田区虎ノ 門 3-5-1 03-5470-1620	売上拡大・経営改善 専門家派遣 事業計画策定 商談会・展示会 J-GoodTech (ECサイト)
群馬県産業経済部 商政課	知事 大澤 正明	前橋市大手町 1-1-1 027-226-3331	経営革新 事業計画策定
群馬県産業経済部 工業振興課	知事 大澤 正明	前橋市大手町 1-1-1 027-226-3351	ものづくり支援 ものづくり技術展示商談会 ぐんま地場産業フェスタ
群馬県総務部 広報課	知事 大澤 正明	前橋市大手町 1-1-1 027-226-2161	ぐんま総合情報センター「ぐんま ちゃん家」
みどり市役所	市長 石原 条	みどり市笠懸町鹿 2952 0277-76-2111	金融支援 (小口・起業・設備) 補助金 (新商品・販路開拓・雇用) 事業計画策定 (創業支援) みどり市ブランド・物産展
桐生市役所	市長 亀山 豊文	桐生市織姫町 1-1 0277-46-1111	物産展・商談会
みどり市商工会	会長 関口 好一	みどり市大間々町 大間々1549 0277-73-6611	セミナー開催
桐生商工会議所	会頭 山口 正夫	桐生市錦町 3-1-25 0277-45-1201	物産展・商談会
群馬県中小企業診断 士協会	会長 矢島 治夫	前橋市敷島町 244-1 027-231-2249	事業計画策定 セミナー開催
関東信越税理士会 桐生支部	支部長 押見 新一郎	桐生市浜松町 1-5-33 0277-44-2315	税務支援 (確定申告個別指導会) 事業計画策定
NPO 法人 北関東産 官学研究会	会長 根津 紀久雄	桐生市織姫町 2-5 0277-46-1060	事業計画策定 (ものづくり補助金)
日本政策金融公庫 前橋支店	国民生活事業 統括 高橋 智	前橋市本町 1-6-19 027-223-7311	金融支援 事業計画策定
群馬銀行 笠懸支店	支店長 山我 英一	みどり市笠懸町鹿 2929-4 0277-76-8121	金融支援 事業計画策定

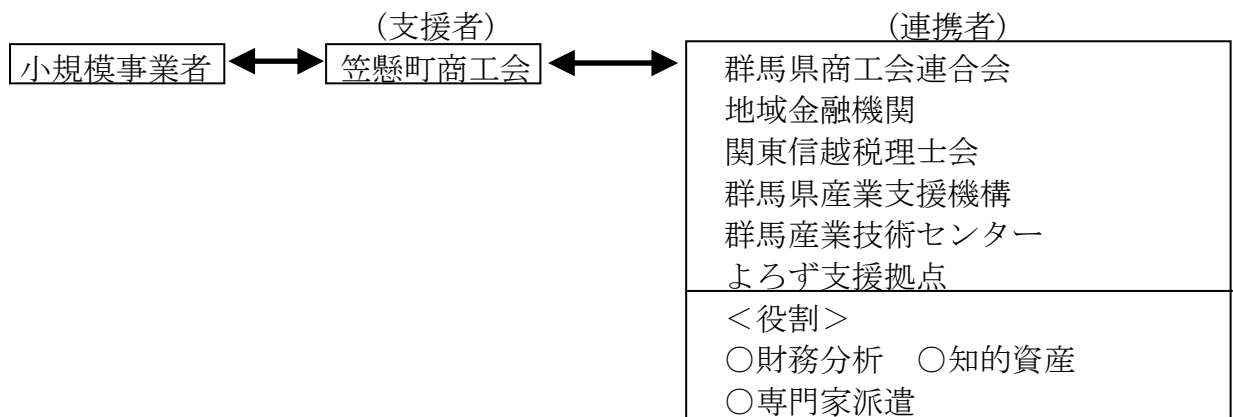
足利銀行 桐生市場支店	支店長 長島 達也	みどり市笠懸町阿左 美 2790 0277-76-4211	金融支援 事業計画策定
桐生信用金庫 笠懸支店	支店長 小幡 一郎	みどり市笠懸町鹿 2895-2 0277-76-7777	金融支援 事業計画策定 ビジネスマッチングフェア
桐生信用金庫 久宮支店	支店長 飯野 義浩	みどり市笠懸町久宮 42-10 0277-76-1231	金融支援 事業計画策定 ビジネスマッチングフェア
あかぎ信用組合 笠懸支店	支店長 矢島 隆	みどり市笠懸町久宮 68-34 0277-76-4611	金融支援 事業計画策定
群馬大学理工学部	学部長 篠塚 和夫	桐生市天神町 1-5-1 0277-30-1111	技術開発 新商品開発
桐生大学・短期大学	理事長 関崎 悦子	みどり市笠懸町阿左 美 606-7 0277-76-2400	技術開発 新商品開発
J A につたみどり	代表理事組合 長 大澤 孝志	みどり市笠懸町鹿 235-2 0277-30-8511	需要の開拓 需要動向調査
みどり市教育委員会	教育長 石井 逸雄	みどり市大間々町大 間々 235-6 0277-76-2111	需要動向調査の消費者 (P T A) モニター

連携体制図等

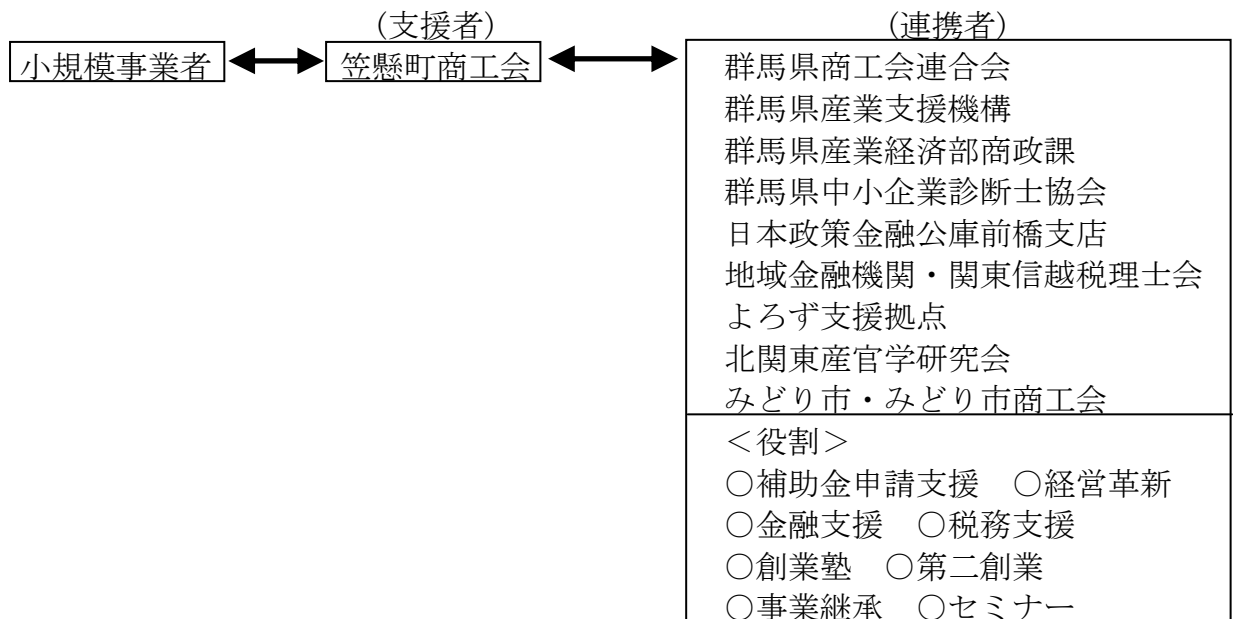
1. 地域の経済動向調査



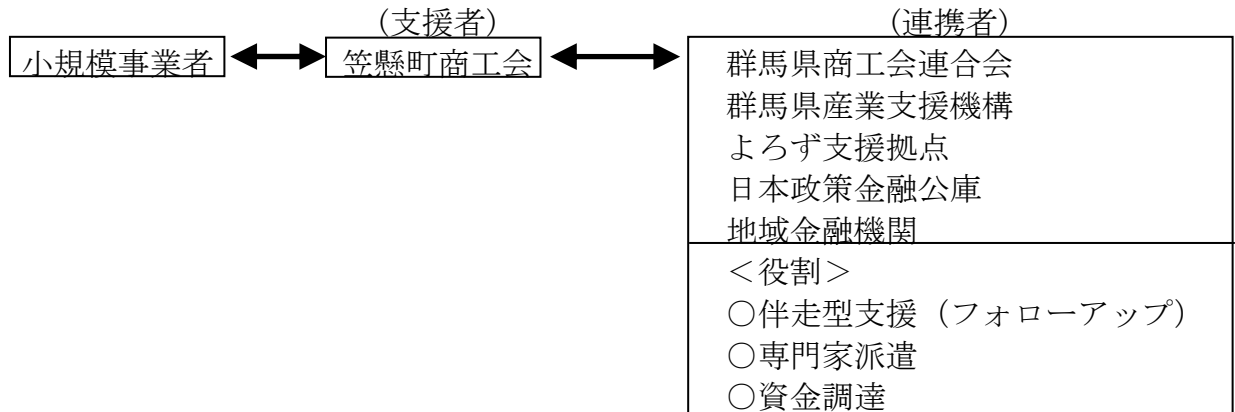
2. 経営状況の分析



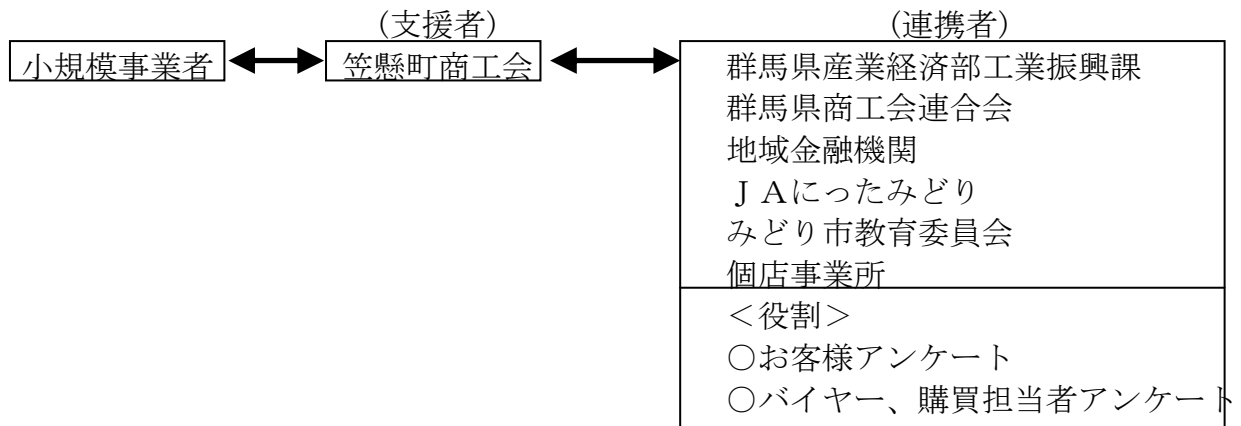
3. 事業計画策定支援



4. 事業計画策定後の実施支援



5. 需要動向調査



6. 新たな需要の開拓に寄与する事業

