

経営発達支援計画の概要

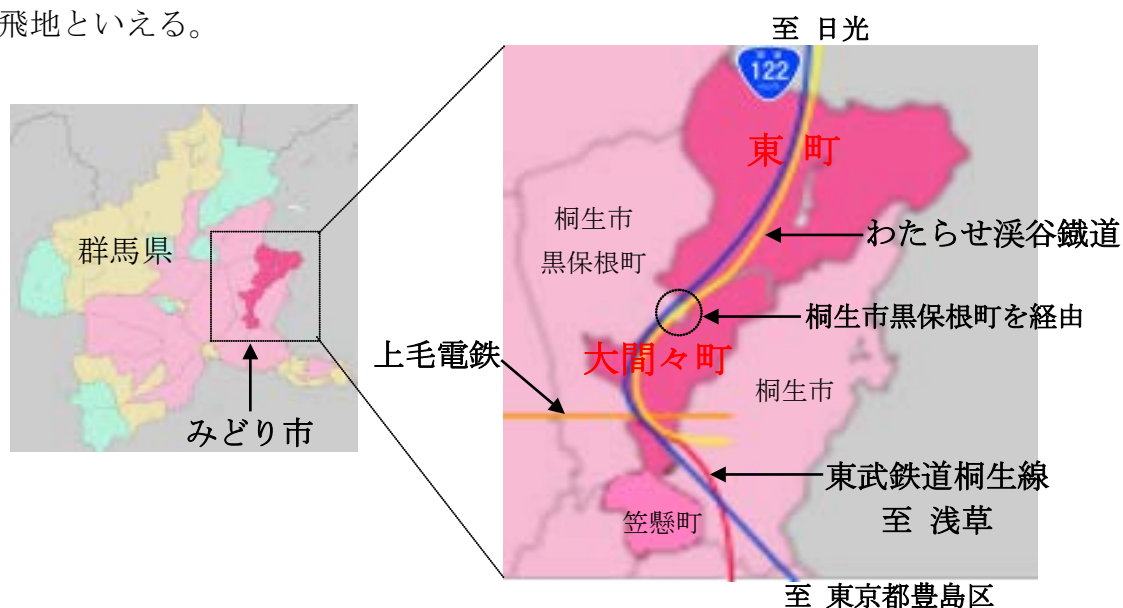
実施者名 (法人番号)	みどり市商工会 (法人番号 5070005009018)
実施期間	平成30年4月1日～平成35年3月31日
目標	<p>地域外からの来訪者を誘引しやすい環境を活かしつつ、様々な弱みに立ち向かう取り組みによって地域経済の活性化を図る。</p> <p>① 中・長期ビジョンの策定と、その実現に向けた経営の啓蒙推進 ② 各種地域振興事業を通じた地域の一体化と小規模事業者の販路拡大 ③ みどり市との連携によって、商店街の空き店舗の戦略的活用を促す ④ 地域に密着した支援機関としての機能及び能力の強化</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること 経済動向の調査・分析結果を経営支援や事業計画作成に活用する。 2. 経営状況の分析に関すること 経営分析により現状を理解し、課題解決の自発的取組を支援する。 3. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定の重要性啓蒙と実現性高い事業計画作成を支援する。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後の進捗状況を把握し、フォローアップ支援をする。 5. 需要動向調査に関すること 「アンケート」を実施し、当地域内外の需要動向を正確に把握する。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ITの戦略的活用と各種地域振興事業で新たな需要創出を支援する。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 地域振興事業での集客（IT等各種ツール活用）→出展促進→販路拡大→収益向上→雇用機会の拡大→地域経済の活性化、といったストーリーを描く。</p>
連絡先	<p>本所 〒376-0101 群馬県みどり市大間々町大間々1549 TEL 0277-73-6611 FAX 0277-72-2588 e-mail office@midori-sci.or.jp URL http://www.midoro-sci.or.jp/</p> <p>支所 〒376-0307 群馬県みどり市東町花輪103-1 TEL 0277-97-2201 FAX 0277-97-3328</p>

(別表 1)
経営発達支援計画

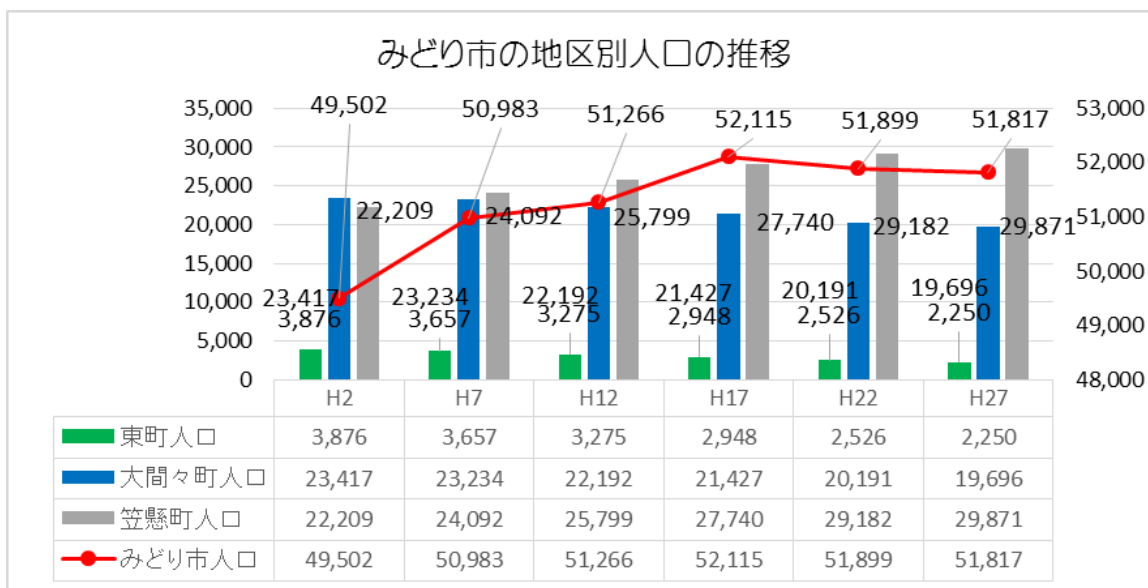
経営発達支援事業の目標

1. 当地域の現状

- ・みどり市商工会（以下、当商工会）は群馬県東部の、みどり市に位置している。みどり市は平成 18 年 3 月に、新田郡笠懸町（かさかけまち）、山田郡大間々町（おおままち）、勢多郡東村（あずまむら）の 2 町 1 村が合併し、群馬県 12 番目の市として誕生した。合併後は、みどり市笠懸町（かさかけちょう）、みどり市大間々町（おおまちょう）、みどり市東町（あずまちょう）の 3 行政区となった。市の合併以降も市内には、笠懸町商工会、大間々町商工会、東町商工会の 3 商工会が並存していたが、平成 27 年 4 月に大間々町商工会と東町商工会の 2 商工会が合併し「みどり市商工会」として設立された合併間もない商工会である。
- ・みどり市大間々町、みどり市東町の 2 地区（以下、当地域）は南北に長く当地域を縦断する主要道は江戸時代より足尾銅山の銅を運ぶ「あかがね街道」と称された。北部の東町地区は銅蔵が点在するなど銅輸送の要衝であった。南部の大間々町地区は宿場町（大間々宿、桐原宿）として、生糸や生活物資の集散地として人々の行き交う場所として発展してきた。
- ・現在でも「あかがね街道」は栃木県日光市から埼玉県を經由して東京都までつながる国道 122 号線となり、交通の要衝地としての役割を担っている。
- ・鉄道においては、東京都とつながる「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」がある。「わたらせ渓谷鐵道」は、旅行番組などでも頻繁に取り上げられ、沿線地域の PR に貢献している。
- ・当地域は渡良瀬川沿いにあり「わたらせ渓谷鐵道」と「国道 122 号線」で結ばれているが、間に桐生市黒保根町を挟んでいる。もともと旧大間々町と旧東村は町村境界を接していたが、その境界線は山地で、道路も林道 1 本でしか通じておらず、桐生市黒保根町を經由しなければ行けないため、みどり市東町地区は実質上飛地といえる。



- ・みどり市の人口は 51,373 人（平成 29 年 7 月末日現在）となっており、12 年間で 742 人の人口減少であったが、当地域としては 2,429 人の人口減少となった。
- ・みどり市における高齢化率は、平成 27 年国勢調査によると 22.4% となっており、特に東町地区においては、高齢化率が 38.5% と高齢化の進展が顕著になっている。大間々町地区は、26.3% で市街地の一部で高齢化率が 30% 以上の高い地区がある。一方、笠懸町地区の高齢化率は 18.4% と低く、若い世代の当地域から笠懸町地区への移転が進んでいる状況も考えられる。



上記は国勢調査より

- ・当地域における産業別就業人口は、第 3 次産業が最も多い。業種別事業者割合の構成は、建設業、製造業、卸売業・小売業、飲食業・宿泊業、サービス業などの様々な業種が混在しており、地域による特性はあまり認められない。若干、卸売業・小売業が多い状況が見受けられるのは、古くから商店街が形成されており、現在でも小売店（和洋菓子店、洋品店等）が点在しているためである。特に洋和菓子店は、旧大間々町内の各区ごとに存在しており、長年観光客や地域住民に愛されてきた。

平成 28 年度事業者数（みどり市商工会地域）

業種		件数	割合
業 種 別 内 訳	建設業	207	17%
	製造業	235	20%
	卸売業・小売業	335	28%
	飲食業・宿泊業	136	11%
	サービス業	151	13%
	その他	138	11%
商工業者の合計		1,202	
小規模事業者数		1,013	84%

- ・当地域は、古くから「あかがね街道」の宿場町として栄えてきたこともあり、地域振興事業（お祭りや各種イベント等）が盛んである。そのほとんどに当商工会も携わっており、地域経済活性化の役割を担っている。1年間に行なう地域振興事業（お祭りや各種イベント等）と来場者数（平成28年）は下記の表の通りである。

地域振興事業	来場者数（人）
花桃まつり（4月）	3,700人（2日間）
七夕まつり（7月）	5,000人（1日間）
大間々祇園まつり（8月）	101,000人（3日間）
草木湖まつり（8月）	17,000人（1日間）
みどり市商工フェスタ（11月） （みどり市主催の「わたらせ渓谷工芸まつり」との同時開催）	6,000人（2日間）

2. 当地域の内部環境（強み・弱み）

(1) 当地域の強み

- ・歴史が古い町であり、交通の要衝として栄えてきた地域で、歴史的な伝統や慣習、史跡などが多く残されている。
- ・風光明媚な渓谷を走る、わたらせ渓谷鐵道があり、行楽シーズンには大間々駅の乗降客数が急増する。
- ・日光へつながる国道122号線は行楽の時季には通行量が増加し、多くの県外からの観光客が当地域を通過する。
- ・ボランティア団体（観光ガイドの会、三方良しの会、郷土を美しくする会、ながめ黒子の会等々）が多く、地域振興イベントへの協力が得られる。
- ・多くの業種の事業者が混在しているため、異業種間の情報交換やコラボレーションを図ることができる。

(2) 当地域の弱み

- ・商店街が衰退（空き店舗が増加）しており、商店街としての機能が失われている。（歴史がある故、商店街振興策の妨げになっている）
- ・みどり市となって10年になるが、旧町村部間の垣根を乗り越えた一体感が希薄である。
- ・高齢化の進展とともに事業者が減少傾向にあり、雇用機会の減少によって若年層の近隣地域への人口流出となっている。
- ・後継者難を訴える事業者の割合が多く、今後は廃業等によって事業所数の更なる減少が懸念される。
- ・第3次産業が多い地域であるが、業種が混在しており、地域による特性はあまり認められない。
- ・商工会の合併による両地域間の情報共有・意識形成が出来ていない傾向にあり、情報交換や情報発信が円滑に行なわれていない場合がある。

3. 当地域の課題

地域外からの来訪者を誘引しやすい環境を活かしつつ、当地域の様々な弱み（商店街の衰退、事業者数の減少、後継者難等）に立ち向かう取り組みによって、地域小規模事業者の育成と振興を図ると同時に、地域経済を活性化する事が当地域に課せられた課題であり、具体的には下記の通りである。

- ・旧町村間の地域的垣根を取り去り、大間々町地区と東町地区との一体感を醸成する事によって、地域全体として一体的でバランスの取れた地域振興を目指す。
- ・地域内経済の担い手である小規模事業者の育成・振興によって、雇用の維持・創出を図り人口の流出を食い止める。
- ・当地域の事業者に向けて新鮮でタイムリーな情報を発信し、他地域に先駆けた事業展開を可能とする地域文化を創造する。

4. みどり市商工会の役割

当商工会は、今日まで地域振興事業（お祭りや各種イベント等）の主催または関与者として地域事業者の販路拡大支援等に取り組んできた。これらの機会を通じて多くの事業者とコミュニケーションを図ってきており、地域内事業者とは密接な関係を築いている。他方、それらの事務作業や手続き・段取りに忙殺され、積極的な経営支援には至っていない。当地域の課題や現在の商工会の取組を考慮すると当商工会には以下の役割が求められていると考える。

- ・地域内小規模事業者の「経営の発達」に向けて、更なる密接な関係を築き、事業計画の策定・実施に係る「伴走型支援」を実施する。
- ・広範な知識を活用し、混在する様々な業種に対する適切なアドバイスを実施する。
- ・地域振興事業（お祭りや各種イベント等）を活用し、需要動向の把握や地域小規模事業者の販路拡大のための施策を実施する。
- ・志を持って新たな事業に取り組もうとするイノベーター（新規創業や経営革新）に対して、その実現に向けた施策を実施する。
- ・地域内の事業者に対して新鮮でタイムリーな「情報発信機能」を果たす。

5. 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」を正確に把握したうえで「強み」を最大限に活用した「事業の方向性」を定めることが肝要である。当地域は、商工事業者総数・小規模事業者数ともに減少傾向となっており、今後における小規模事業者への支援が問われる状況といえる。そのような状況の中で小規模事業者が継続的な発展を達成するためには、独自の「強み」を最大限に活用した「地域住民に愛されるキラリと光る小規模事業者」となることが、全業種に共通した今後 10 年間における中長期的な振興のあり方となる。以下にそれぞれの業種における具体例を記載する。

○製造業

「独自技術の洗練化」「産官学の連携による新規技術の開発」「独自製品の開発・製造・販売」「製造ラインの効率化」「他業種とのコラボレーション」「需要に応じた設備投資」

○建設業

「公共事業から民間受注の開拓を進める」「営業力向上によるプレゼンテーション力のアップ」「高齢化に対応した建築・設備の提供」「リフォーム需要の取込」

○小売業

「ストアブランドの強化」「大型店にはできないきめ細かなサービスの提供」「独自の仕入による商品の差別化」「地域商品の販売」「高齢化に応じた宅配サービスの実施」

○サービス業

「独自の技術を活かしたサービスの提案」「地元住民に安心感を与える店作り」「イベント来場者に対応した新たなサービスの提案」「高齢者に対応したサービスの充実」

○飲食店

「食の安心・安全の提供」「地元特産品を活用したメニューの開発」「高齢者に配慮した店作り」

6. 経営発達支援計画の目標

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 29 年度の産業経済部施策概要によると「伴走型」できめ細やかな支援の実施が掲げられている。

また、みどり市が作成した「みどり市総合計画 後期基本計画」（平成 25 年度～平成 29 年度）（平成 30 年度以降は踏襲して）の「第 6 章 にぎわいと活力あるまちづくり」において、商工業の振興施策の目指す姿を「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。」としており、基本事業の構成を下記の通りとしている。

(1) 商工業の経営基盤の支援

○めざす姿：商工業者の経営支援を行い、経営の安定化を図る

(2) 地域産業活性化の促進

○めざす姿：商店街の整備改善、開業及び企業立地を推進し、活性化が図られる

(3) 雇用就労の支援

○めざす姿：新たな雇用の場が確保され、安心して働くための支援が受けられる

当商工会は、これらの施策（平成 30 年以降は踏襲して）及び「5. 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方」に則り以下の 4 点を経営発達支援計画における今後 5 年間の目標とした。

(1) 地区内の小規模事業者の育成を支援するためのハブ拠点となること

(2) 地区内外の関連機関との連携を図り、各小規模事業者の特徴に対応した伴走型の支援を実行すること

(3) 小規模事業者の「強み」を活用し、他社との差別化を図ることにより、販路拡

大を支援すること

(4) 商工会の全職員の資質向上を図り、小規模事業者の更なる信頼を獲得すること

当商工会は、このような活動を通して、当地域を活気・活力・魅力にあふれた地域となるため邁進したい。以上を勘案し、当商工会の目標達成のための方針を下記の通り設定した。

7. 目標達成のための方針

(1) 地区内の小規模事業者のハブ拠点としての役割強化

商工業者の集積地を持たない当地区において、当商工会が核となり小規模事業者の情報収集・情報発信を行う必要がある。しかし現状では、当商工会がその役割を十分に果たしているとは言えない。今後はハブ拠点としての役割を強化し、小規模事業者の経営課題にワンストップで対応できる拠点づくりを進める。

(2) 関連機関との連携による支援

人的資源・資金的資源が限られている当商工会において、小規模事業者の特徴に対応したきめ細やかな支援を実施するにはおのずと限界がある。既存の関連機関との連携を図ることはもとより、みどり市・群馬県商工会連合会・群馬県産業支援機構・よろず支援拠点などとの連携を強め、情報交換やビジネスマッチング事業などの支援を実施する。

(3) 他社との差別化による販路拡大を図ることによる売上・利益の確保

小規模事業者の中には、激変する外部環境の変化に対応しきれず、多くの経営課題を抱えている事業者も多い。そのような事業者の中には、課題解決のために積極的な行動を起こさない事業者も存在する。当商工会は、小規模事業者への指導員の積極的な巡回訪問や事業特性に応じた専門家派遣を行い、小規模事業者ならではの「強み」を引き出し、他社との差別化による販路拡大を図り売上・利益の確保となる支援を実施する。

(4) 地域に密着した支援機関としての機能及び能力の強化

上記の方針を実施するためには、経営指導員が広範な知識を習得し、かつその知識を事業者にわかりやすく提供するためのスキルが必要となる。現在行われている各種研修会に参加し、指導員の資質向上を図ることはもとより、指導員間の情報の共有や、OJTによるノウハウの習得を行い指導員の能力の強化を図る。また、他地域との情報交換も積極的に行い、適切な情報をタイムリーに事業者が発信する仕組み作りに取り組むことにより、地域に密着した支援機関としての機能強化を図る。

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 30 年 4 月 1 日～ 平成 35 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)

「地域の経済動向の調査」の主な取り組みは「経営指導員の巡回訪問」「窓口相談時の情報収集」「セミナー参加者へのアンケート」などの情報に限られていた。収集する情報についても、どのような情報を中心に収集するかについては明確になっておらず、収集した情報の分析や課題抽出は行っていない。また、得られた情報に関しても情報発信は行っていない。

小規模事業者が環境変化に対応し自社の売上・利益の確保を図るためには地域の経済動向の把握は必須である。しかし、現状、そのような取り組みを行っている小規模事業者は少なく、行政や各種業界が公表している資料も小規模事業者が利用しやすい形となっていない。

地域の経済動向を正確に把握し小規模事業者支援に役立てるためには、「情報収集の手段を増やす」「収集する情報項目を明確にする」「情報を分析する」「適切な情報発信を行う」ことが課題となる。

(改善方法)

現状の取り組みでは情報収集の手段が少なく地域の経済動向の把握が粗雑になる可能性がある。まずは、情報収集の手段を増やし広範な情報を収集する。収集する情報は「景気動向」「消費動向」を中心とした情報とし、得られた情報の分析を行い、それらの情報を適宜事業者に発信する。

(事業内容)

(1) 地域内の経済動向を把握するために、関東財務局が発表する「県内経済動向・統計」や、「業況判断来季予測（群馬経済研究所）」において県内の経済動向を把握する。そのうえで地域に密着した情報として「地域産業景気動向調査報告（桐生信用金庫）」「景況レポート（しのめ信用金庫）」から、事業者の景況感を示す指標である「景況DI」やアンケート調査による「経営上の問題点」（同業者間の競争激化、利幅の縮小、売上の停滞・減少、人手不足、大手企業との競争の激化）などの情報を調査・収集する。みどり市単独での景況調査は行っていないため、みどり市内に支店を持つ2信金の景況調査を参考とする。（新規事業）

(2) 収集した情報に基づき、経営指導員が中心となり、当地域の小規模事業者への影響調査・分析を行う。調査・分析にあたっては、「販路拡大」や「収益性向

上」の視点から取り組む。また、必要に応じて金融機関や専門家と連携し、その作業にあたる。(新規事業)

- (3) 地域内の経済動向を把握するため、現在取り組んでいる「経営指導員による巡回・窓口相談」、「各部会を通しての情報収集」に加えて、「各種セミナー」などを開催し、事業者から直接地域内の経済動向についてヒアリングを行う。事業者に対する地域内の経済動向調査については、ヒアリング項目を整理・分類した「ヒアリングシート」を新たに作成し、情報の適切性と整合性を図る。収集した情報をデータベース化し、迅速に整理・分析可能な体制を整える。(新規事業)

<ヒアリングシート記載事項の概略は下記の通り>

- ① 調査対象：業種、地域、資本金
- ② 調査項目：業況、売上、受注残、収益、販売・材料価格、資金繰り、雇用人員、設備投資、他
- ③ 評価項目：「良い・増加」、「やや良い・やや増加」、「普通・不変」、「やや悪い・やや減少」、「悪い・減少」

- (4) 上記調査により得られた情報は、経営指導員間で情報を共有し、事業者の経営指導や事業計画作成のために活用する。また、当商工会のホームページ（以下HP）、フェイスブックページ（以下FBページ）を通じてタイムリーな情報発信を行う。商工会広報誌（あずままだより）でも適宜情報掲載を行う。(新規事業)

(目標)

地域内の経済動向の調査・分析を行うことにより、その特性を理解し、地域の現状と課題を的確に把握する。その結果を踏まえ、今後の当商工会の取組みに繋げていくとともに、各事業者の経営支援や事業計画作成用のデータとして活用していく。収集・分析した情報に関しては、地区内のハブ拠点として商工会HP等を通して発信する。

実施内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
情報調査・収集						
統計情報	情報収集不足	各機関の情報収集(3か所)	各機関の情報収集(3か所)	各機関の情報収集(3か所)	各機関の情報収集(3か所)	各機関の情報収集(3か所)
ヒアリング情報		事業者への個別聞き取り 60件	事業者への個別聞き取り 90件	事業者への個別聞き取り 120件	事業者への個別聞き取り 150件	事業者への個別聞き取り 150件
情報の分析						
統計情報	未実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施
分析結果の情報発信						
商工会HP	未実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施
商工会FBページ	未実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施
広報誌(あずままだより)	未実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施	年4回実施

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

小規模事業者の経営状況の分析に関しては、マル経資金等の金融斡旋申請時や各種補助金申請書の作成支援時に限って、申請者である小規模事業者を対象とした「経営状況の分析」を実施している。当商工会で、みどり市内の事業資金借入の利子補給手続きを行なっており、事業者の借入れ状況を把握することは出来るが、そこから「経営状況の分析」の必要性を事業者に提案するような取り組みは行っていない。地域の小規模事業者の多くは「経営状況の分析」を行っておらず、その必要性についての理解度も低いと思われる。

以上のような現状を勘案すると、「1.地域の経済動向調査に関すること」の調査・分析結果を踏まえ、小規模事業者との交流の機会を増やし、経営指導員が積極的な対応を実施することが課題となる。

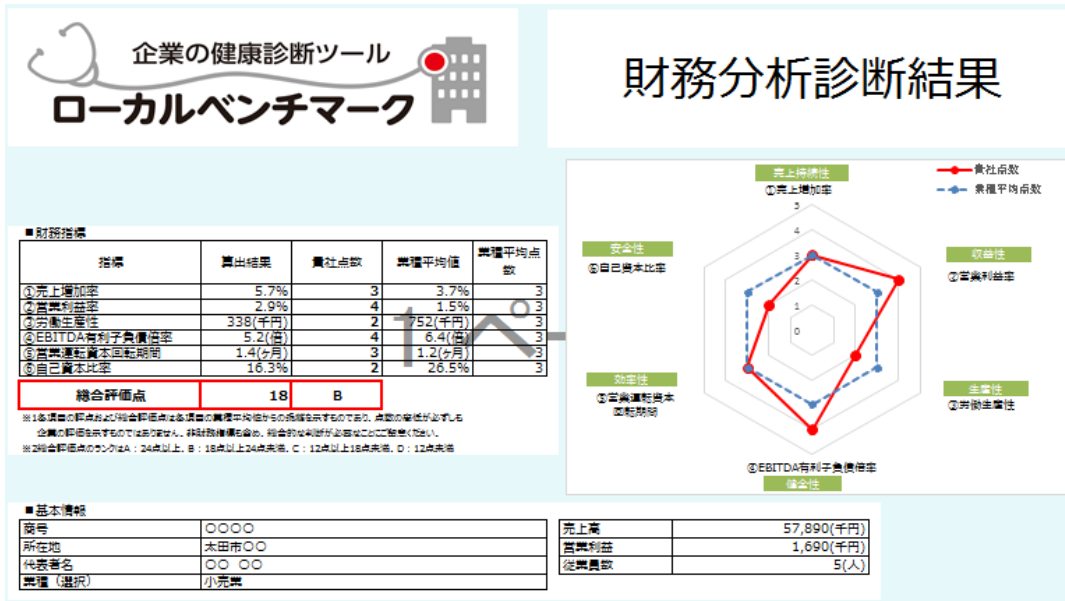
(改善内容)

受け身の対応を改め、経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催時などの小規模事業者との折衝の機会を捉え、「経営状況の分析」が必要であることを説明するとともに、経営指導員が主導し事業者の経営分析を実施する。分析を行う主な項目は、資金繰りに窮する事業者や環境の変化に対応できず、自社の事業の方向性が明確になっていない事業者が多いことから「財務状況」と「事業の方向性」とする。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・地域金融機関・群馬県産業支援機構のコーディネーターや専門家と連携し、丁寧なサポートを行う。

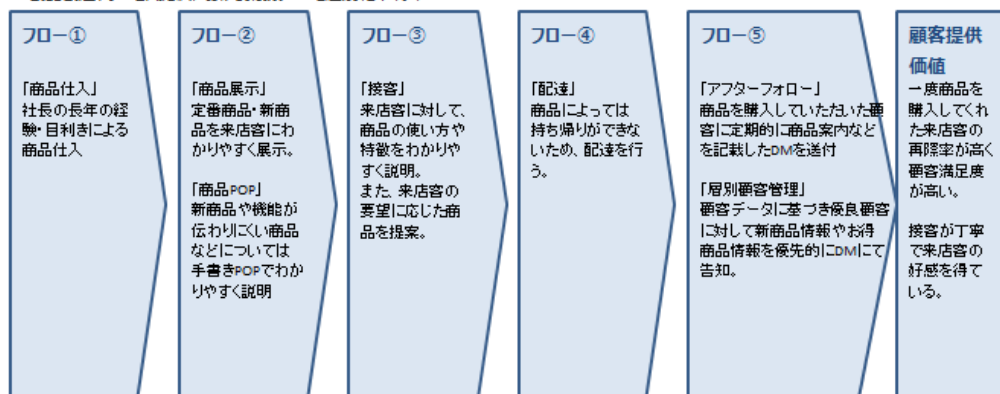
(事業内容)

- (1) 経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナー開催、地域振興事業（各種イベント）開催時に「経営状況の分析」とは何か、その必要性について説明する。「経営状況の分析」を行うことにより、財務上の問題点や事業上の課題が明確になり、事業の方向性を示せるようになった事例など、具体的な提示によってその有用性を説明する。また、現状の資金繰り状況、後継者の有無、その他事業運営上の困りごと等について聞き取り調査を実施し、経営状況を把握する。（新規事業）
- (2) (1) で掘り起こした事業者については、経済産業省が提供している「ローカルベンチマーク」を活用し、①売上高増加率②営業利益率③労働生産性④EBITDA有利子負債倍率⑤営業運転資本回転期間⑥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。なお、掘り起こした事業者の中で、問題点を抱えていても、新たな需要の開拓によって積極的に事業の方向性を示そうとする事業者に支援対象を絞って経営分析支援を行う。（新規事業）

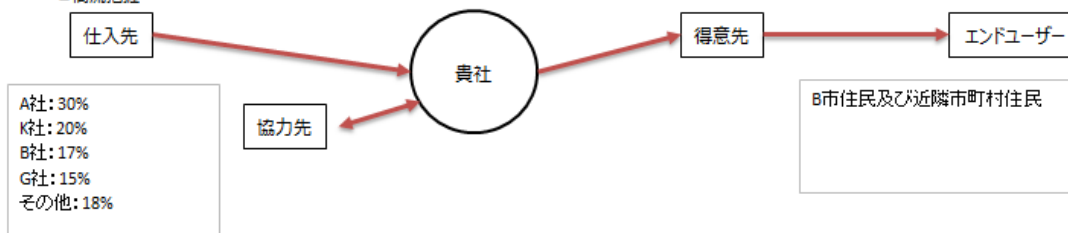
「ローカルベンチマーク」による分析例



■製品製造、サービス提供における業務フローと差別化ポイント



■商流把握



- (3) 小規模事業者は自社の「強み」「弱み」を正確に把握していない場合も多い。「ローカルベンチマーク」の「非財務ヒアリングシート①②」を活用し、経営状況分析時に事業者の「強み」「弱み」をヒアリングする。特に事業者の潜在的な「強み」を聞き出すことを心がける。(新規事業)
- (4) 必要に応じて専門知識を有する中小企業診断士や各専門家と連携し、その事業者が保有する製造技術やノウハウ、財務の内容等のさらに詳しい分析を行う。(新規事業)

- (5) (2) (3) で行った分析結果と「1.地域の経済動向調査に関すること」「5. 需要動向調査に関すること」で得られた外部環境の調査・分析結果にもとづき分析対象事業者のSWOT分析を行い、「事業の方向性」を明確にし、事業計画策定や事業計画策定後の支援に役立てる。また、財務状況や事業の方向性などの分析結果については、指導員が事業者に個別に説明を行う。(新規事業)

(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現状を理解し、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。

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
経営状況分析の掘り起こし のための活動総数	0	30	33	36	40	45
巡回訪問数	0	15	16	18	20	25
窓口勧誘数	0	10	12	13	15	15
セミナー開催時勧誘数	0	5	5	5	5	5
経営分析事業者数	0	10	11	12	14	15

※ 上記掘り起こした事業者の中で、問題点を抱えていても、新たな需要の開拓によって積極的に事業の方向性を示そうとする事業者に支援対象を絞って経営分析を行う。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

<既存小規模事業者>

事業計画策定支援に関しては、「2.経営状況の分析に関すること」で記載した内容と同様に、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。また、作成した事業計画についても「申請用の事業計画」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事業計画が作成されていないことも散見された。一方、小規模事業者においても、日々の業務に忙殺され、定期的に事業計画を作成している事業者はほとんど無く、作成の意義や作成方法を知らない事業者も多い。

以上を考慮すると、受け身の姿勢を改め事業計画を策定する事業者を積極的に発掘し、「事業の方向性」に即した事業計画の策定を支援することが課題となる。また、小規模事業者に事業計画策定の意義や必要性を理解してもらう仕組み作りが必要となる。

<創業・第二創業者>

当地域は、少子高齢化の進展によって人口減少が顕著となっている。高齢化率は大間々地区 26.3%、東地区 38.5%となっており、後継者難を訴える事業者も多く、事業所数の減少傾向が懸念される。事業所数の増加を図るには、創業者の支援が欠かせないが、現状、創業に関しては、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、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。また、みどり市においても産業競争力強化法に基づく認定のための「創業支援事業計画」を策定している。

当地域において事業者数の維持・拡大を図るためには、創業・第二創業支援が不可欠である。当商工会が創業支援を行っていることの周知や経営指導員を中心とした創業予定者の事業計画策定支援を拡充することが課題となる。

(改善内容)

既存の小規模事業者や創業者・第二創業者に事業計画策定の意義や作成方法を理解してもらうために、新規事業として「事業計画策定セミナー」を開催する。

その後、上記の「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」で得た情報を活用し、事業計画策定支援を行う。具体的で実現性の高い事業計画を策定するために群馬県商工会連合会、群馬県よろず支援拠点、金融機関、専門家等とも連携し、各事業者の事情を十分踏まえた伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の持続的発展を図る。

(事業内容)

- (1) 事業計画策定の意義や必要性に対して理解が乏しい事業者に、その内容を理解してもらうために、事業計画策定の前段階として「事業計画策定セミナー」を開催する。セミナーの内容は、事業計画策定を行ったことのない小規模事業者に対しても理解できるようわかりやすい内容とする。特に、決算書の仕組みや売上・利益計画作成の方法については、具体的な事例をあげながら丁寧な説明を行い、小規模事業者の利益確保につながるセミナーとする。セミナーの内容及びスケジュールは下記の通りである。(新規事業)

日程	テーマ	講義内容
1 日目	事業計画策定の概要	<ul style="list-style-type: none"> ○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	<ul style="list-style-type: none"> ○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） <ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ○経営課題を明確化する ○経営戦略を策定する <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画の作成 ・行動スケジュールの作成 ・数値計画の作成

- (2) 「事業計画策定セミナー」開催の告知は、「商工会 HP」「FB ページ」「商工会広報誌（あずままだより）」で行う。参加が望まれる事業者（経営不振に陥っている事業者、事業承継予定者、積極的な事業展開を図る事業者）については経

営指導員が事前にピックアップし巡回時や地域振興事業（お祭りや各種イベント等）開催時にセミナー参加を促す。（新規事業）

- (3) 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）
- (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、営指導員が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指導を行う。また、業種・業界が特有情報や課題解決にマーケティング・IT活用等の専門的な支援を必要とする場合は、専門家（中小企業診断士、税理士等）と連携し、事業者の実態に則した実現可能な事業計画を策定する。（既存事業改善）
- (5) 創業・第二創業の支援に関しては、当商工会内に「創業相談窓口」を設置し、創業希望者の相談にいつでも対応する体制を整備する。創業予定者には営指導員がその対応にあたり、開業までのスケジュールや各種手続きなどの説明・支援を行う。また、創業相談窓口の設置にあたり、「商工会HP」「FBページ」「商工会広報誌（あずままだより）」での告知を行い広く周知を図る。（新規事業）
- (6) 創業者・創業希望者向けに「創業セミナー」を開催する。また、創業後は個別に金融支援や法的なアドバイスなどの手厚い支援を実施する。実現可能性を高めるために、群馬県商工会連合会、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との連携を図り、専門家の派遣を依頼するなど総合的な支援を行う。セミナーの内容は下記の通りである。（新規事業）

日程	テーマ	講義内容
1時限目	創業に向けて	<ul style="list-style-type: none"> ○創業に向けての心得え ○事前に準備すべきことは ○創業者にもとめられる資質とは ○創業計画の作成方法について
2時限目	創業に必要な法的手続き	<ul style="list-style-type: none"> ○個人事業で始めるか、法人を設立するか ○創業のための準備・設立のための届け出や手続き ○創業後に必要な届け出や手続き
3時限目	Webを使った販売促進とその注意点	<ul style="list-style-type: none"> ○自社サイト構築の際の留意点 ○サイトへの集客を促すための仕組み ○サイトを訪れたお客様へのアプローチ方法
4時限目	各種金融支援について	<ul style="list-style-type: none"> ○金融機関から見た創業計画と資金調達 ○創業において活用できる各種金融支援
5時限目	まとめ	<ul style="list-style-type: none"> ○実現性の高い創業を目指すには

(7) 第二創業者には「事業計画策定セミナー」への参加を促すと共に、革新的事業の洗い出しを支援する。革新的事業となり得る事業に対しては「経営革新計画の策定」を支援する。

(目標)

小規模事業者にとって、自社の持続的な発展のためには事業計画策定が必要である。そのことを小規模事業者に理解してもらうことが、事業計画策定支援の手掛かりとなる。その結果、事業計画策定セミナーに多くの事業者が参加し、具体的に実現性の高い事業計画を作成することが目標となる。

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定セミナー開催回数	0	2	2	2	2	2
事業計画策定セミナー参加者人数	0	15人/回	15人/回	20人/回	20人/回	20人/回
事業計画策定事業者数	0	10	11	12	14	15
創業セミナー開催回数	0	1	1	1	1	1
創業セミナー参加者人数	0	10人/回	10人/回	15人/回	15人/回	20人/回
創業者数	0	5	5	10	10	15

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

<既存小規模事業者>

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ができていない。そのため、事業計画策定後に新たに生じた経営課題に対して対応することができず事業計画が形骸化するケースも散見される。

上記を勘案すると、事業計画を策定した事業者に対する計画的で継続的なフォローアップを行う体制づくりや事業計画策定後に新たに生じた経営課題や状況の変化に対応する事業計画の修正を実施することが課題となる。

<創業・第二創業者>

創業・第二創業者に対する積極的な支援は行っておらず、事業計画策定支援にまでは至っていないのが現状である。従って、事業計画策定後のフォローアップは行われていない。

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受けられる体制の構築が課題となる。

(改善内容)

事業計画を策定した事業者に対して場当たりの対応であったフォローアップを改め、事業計画を策定した全事業者に対して自発的で計画的なフォローアップ

を行う。特に、創業・第二創業者に対しては手厚い支援を継続して行う。

(事業内容)

- (1) 計画的なフォローアップを実施するため、事業計画策定を行った全事業者について「事業者名」「事業計画策定年月日」「事業の方向性の概要」「事業計画のチェックポイント(売上・利益など)」を「事業計画チェックシート(エクセルにて作成)」にまとめ、その情報を商工会全職員が共有する。「事業計画チェックシート」にはフォロー訪問予定日を事前に記入し計画的な訪問を実施する。(新規事業)
- (2) 経営指導員は、事業計画策定後に、事業計画を策定した全事業者に対して、3ヶ月に1度の巡回訪問を実施し進捗状況の確認を行う。訪問時には必要に応じて需要の動向や経済指標などの情報を提供し、事業計画への影響度を検討する。また、事業計画に活用できる各種補助金などの施策について情報提供を行い、計画の円滑な進行を促進させる。訪問時の折衝内容は(1)で作成した「事業計画チェックシート」に記入し事業計画の進捗状況や問題点を商工会全職員が共有する。(新規事業)
- (3) 事業計画策定後に新たな経営課題が発生し事業計画修正の必要が生じた場合は、上記の訪問時に経営指導員が十分なヒアリングを行いその把握に努め具体的な改善案について提案を行う。また、必要に応じて群馬県商工会連合会やよろず支援拠点・群馬県産業支援機構に依頼し速やかに専門家を派遣するなど専門的な指導・助言を行う。なお、資金的な課題に対してはマル経資金、第二マル経(小規模事業者経営発達支援資金)等の制度融資の活用等による支援を行う。(既存事業改善)
- (4) 創業者・第二創業者に対しては、上記に加え創業後1年間は毎月の巡回訪問を行い、事業の進捗状況を注意深く見守るとともに必要に応じて専門家の派遣を行うなど諸問題の解決を支援する。(新規事業)

(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標ではない。その計画を実行し事業者の持続的な発展が図られることが最も重要な目標である。そのことを考慮すると、事業計画策定後、各事業者の進捗状況を把握し、状況に応じたフォローアップを行うことが必要となる。

創業者・第二創業者に対する事業計画策定後の支援を行うことにより、事業者数の減少傾向に歯止めをかけ、当地域の地域経済の活性化を促す。

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定フォロー対象事業者数	0	15	16	20	23	25
事業対象フォロー頻度	0	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	60	64	80	92	100

創業者フォロー対象事業者数	0	5	5	10	10	15
創業者フォロー頻度	0	毎月	毎月	毎月	毎月	毎月

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

小規模事業者の売上・利益の確保・向上を図るためには、提供する商品・サービスについて買い手（消費者・バイヤー）の需要動向を調査・分析し、「売れる商品を作る」という視点が必要となる。現在、買い手（消費者・バイヤー）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ほとんど存在しない。当商工会においても、経営指導員が巡回訪問時に、事業者が話す需要動向の変化などについて受動的に聞く程度である。また、得られた情報についても分析は行っておらず、活用も図られていない。

当地域は、歴史が古い町であり、交通の要衝として栄えてきた地域で、歴史的な伝統や慣習、史跡などが多く残されており、風光明媚な溪谷を走る、わたらせ溪谷鐵道への観光も含めて、行楽シーズンには大間々駅の乗降客数が急増し、多くの県外の観光客が訪れる。この観光客や地域住民を顧客として、地域の中心地である大間々町市街地には、長年営業している洋・和菓子店が多く存在している。

この老舗洋和菓子店のほとんどが小規模事業者であるが、それぞれ提供する商品を工夫し、販売している。しかし、その取組は顧客ニーズの把握や取込みが不十分であり、個々の店舗が行う新商品開発もプロダクトアウトの取組に留まっている状況である。この状況を克服し、真にマーケットインの商品を開発・販売していくためには、買い手の需要動向について、情報収集を行うとともに、その情報を分析し、活用を図ることが課題となる。

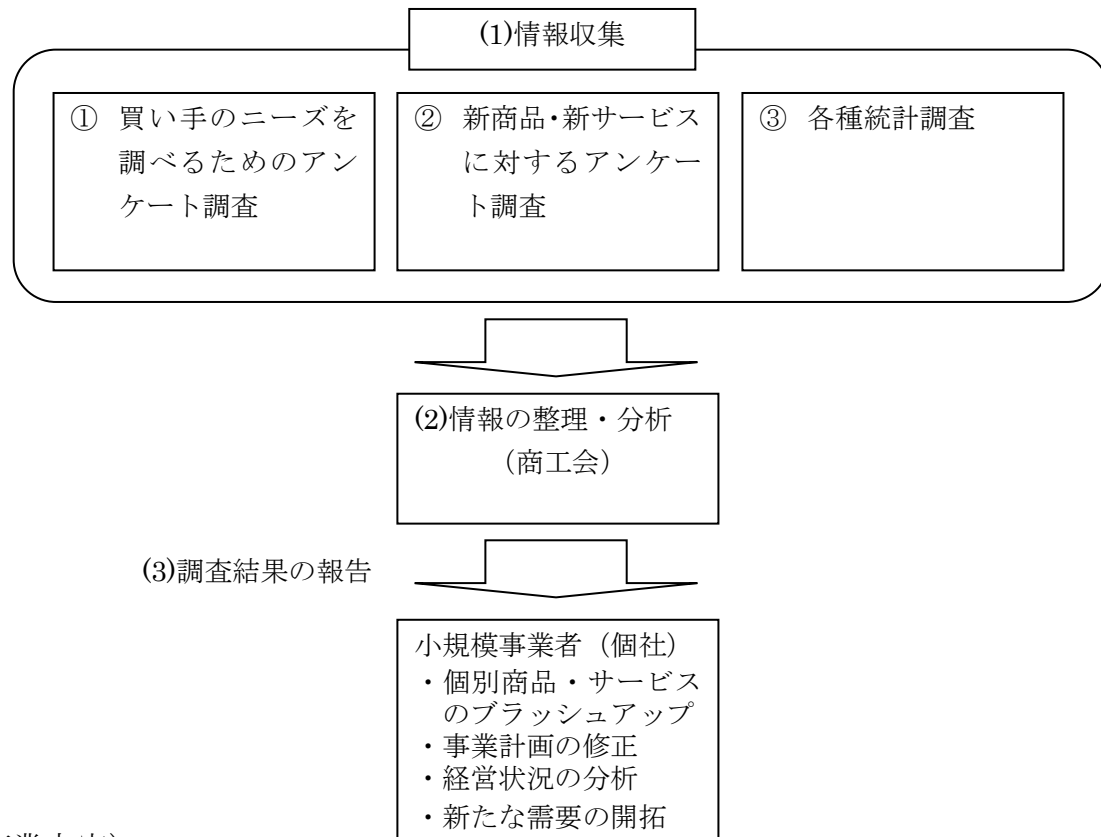
(改善内容)

当商工会は、地域の洋和菓子店の商品ブラッシュアップを主目的とした需要動向調査を行う。地域内の洋和菓子店は、長年地域で営業しており、個々の店舗で特徴のある洋和菓子販売し、当地域の観光とも、土産品の提供という形で、密接につながっている。しかし、単独で顧客ニーズを把握・分析する事は困難であるため、当商工会が中心となり、商品ブラッシュアップにつながる需要動向調査を行う事で、個々の小規模洋和菓子店の商品力向上を図るとともに、地域観光への相乗効果も期待する事ができる。

需要動向調査の概要についてであるが、買い手のニーズの情報収集については、「①買い手がどのような商品(和洋菓子)を求めているのかを知るためのアンケート調査」「②新商品(和洋菓子)が買い手のニーズに込えているかを調査するためのアンケート調査」「③各種統計調査等によるトレンド調査」を実施する。分析結果の報告は個別に行い、地域小規模事業者の個別商品ブラッシュアップや、「4.事業計画策定後の実施支援に関する事」における事業計画修正時や「6.新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事」における販路拡大の資料として活用する。

需要動向調査については、「(1) 情報収集」「(2) 情報の整理・分析」「(3)

調査結果の報告」の仕組みを構築する必要がある。スキームについては下記の通りとする。



(事業内容)

(1) 情報収集

① 来店客のニーズを調べるために行うアンケート調査

地域内小規模洋和菓子店が、「既存商品(洋和菓子)を改善する場合」や「新商品(洋和菓子)を開発する場合」において買い手のニーズに対応した商品を提供する必要がある。既存客の需要動向(買い手のニーズ)を把握するには、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行うことがもっとも現状に則した調査となる。しかし、小規模事業者において、そのようなアンケートを定期的に行っている事業者はほとんどない。当商工会において、アンケート調査を行う事業者へのヒアリングを実施し、業種・商圈・取扱商品・来店顧客層に応じたアンケートを作成し、情報収集の支援を実施する。アンケートの項目は下記の通りとする。

- ・ 住所・名前・性別・家族構成等の基本情報
- ・ 来店頻度
- ・ よく購入する商品(洋和菓子)
- ・ 現商品(洋和菓子)の不満点・改善点
- ・ 今後販売して欲しい商品(洋和菓子)
- ・ どのような場所(スーパー・CVS・ネット通販)で購入したいか。
- ・ 誰と食べたいか。または一人で食べたいか。など

アンケートの回収率を向上させるためにクーポンを付加するなどの工夫を行う。(新規事業)

＜来店客ニーズを調べるためのアンケート調査実施支援の流れ＞

1) アンケート調査実施の周知

売上・利益の維持・向上のためには「買い手のニーズ」を把握する必要があることを小規模事業者にも周知する。各種イベントやセミナーなどの機会を活用し、アンケート調査必要性・実施方法などを周知する。

2) 事業者との打合せ（アンケート設計）

アンケート調査を実施する事業者に対して、事業者が取り扱う商品・サービスに対する買い手のニーズを把握するため、専門家の知見も借りながら、当商工会が「アンケート票」「ヒアリングシート」の設計を支援する。

3) アンケート実施支援

来店客へのアンケート調査票の配布方法・配布時期などについてアドバイスを行う。商品・サービスごとの標本数を20件と設定し分析する。また、アンケートの回収率を向上させるための接客方法などについて専門家を派遣するなど積極的な支援を実施する。

4) 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。

5) 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、専門家よりの的確な指導・助言を受けることとする。

6) 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があるが、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。

② イベント（当商工会主催の「みどり市商工フェスティバル」「七夕まつり」）
出展時等のアンケート調査（個社の「新商品開発(洋和菓子)および新規顧客獲得」のための需要動向調査）

上記の「個社で実施するアンケート調査（個社の既存客に対する需要動向調査）」により開発した新商品(洋和菓子)をイベントや各種展示会に出展し、来場者に対してその商品(洋和菓子)に対するアンケート調査を実施する。アンケート調査は商品ごとに分析を行い、買い手のニーズに対応した「売れる商品」となっているかどうかについて個社(地域内小規模洋和菓子店)と検討す

る。アンケート調査内容は下記の項目とする。

- ・ 住所・名前・性別・家族構成等の基本情報
- ・ 来場目的
- ・ よく購入する商品(洋和菓子)
- ・ 現商品(洋和菓子)の不満点・改善点
- ・ 今後販売して欲しい商品(洋和菓子)
- ・ どのような場所(スーパー・CVS・ネット通販)で購入したいか。
- ・ 誰と食べたいか。または一人で食べたいか。など

アンケート調査は、小売・サービス業が多く出展する「みどり市商工フェスティバル」「七夕まつり」において実施する。

＜イベント・展示会出展時等の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)
出展事業者が出展する新商品(洋和菓子)に対する顧客の評価を吸い上げるために、当商工会が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(洋和菓子)のアンケート調査を実施支援していく。商品・サービスごとの標本数を20件と設定し分析する。
- 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支援する。
- 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(洋和菓子)の改善点や品質・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、専門家よりの的確な指導・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。

③ 各種統計資料調査

小規模事業者の多くは、情報収集力・情報分析力が充分ではなく、どのような新商品・新サービスを提供すればよいのかわからない事業者も少なくない。そのような事業者に対して、マクロ的な需要動向を提供することにより「買い手のニーズ」を把握し、新商品・新サービス開発に役立てる。「調査する統計資料」「調査する項目」「調査の目的」は下記の図表の通りである。(新規事業)(新規事業)

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」(群馬県統計情報提供システム)	業種別の商店数商品年間販売額	商圏の変化 消費者の嗜好変化
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・新サービスの開発
「新設住宅着工戸数」(群馬県統計情報提供システム)	地域別住宅着工戸数 構造別着工件数	商圏の把握 消費者の嗜好の変化
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

(目標)

小規模事業者が販売する商品・サービスに対する「買い手のニーズ」を把握し、マーケットインの視点に基づく商品・サービスを提供する。また、新商品・新サービスの開発においてもマーケットインの視点を重視し、「売れる商品・サービス」を開発する。当商工会においては上記の目標を達成するためのアンケート調査・分析などの支援を実施する。

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
商品ブラッシュアップ支援事業者数	0	4件	4件	6件	6件	10件
個社で実施するアンケート調査支援数	0	2件	2件	3件	3件	5件
標本数(商品・サービス別)	0	20	20	20	20	20
イベント等出展時等のアンケート調査支援数	0	2件	2件	3件	3件	5件
標本数(商品・サービス別)	0	20	20	20	20	20
各種統計調査	0	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
アンケート調査の報告事業者数	0	4件	4件	6件	6件	10件

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)

当地域は少子・高齢化の進展や地域内から地域外への転出者が多いことなど、当地域内での需要は減少傾向にある。また、郊外型ショッピングモール(大間々ショッピングセンターさくらもーるなど)の進出やインターネット通販の普及、海外製の安価な商品の流入など、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、このような状況にもかかわらず、当地域内の小規模事業者は、積極的な需要の開拓に取り組んでいない場合も多い。

製造業に関しては、特長のある技術を持ちながら、新たな取引先を獲得できていない事業者も少なくない。小規模な製造業者は独立した営業部門を持っていないため自社の技術力をPRすることが苦手な場合が多い。また、当商工会もそのような事業者への取引先拡大支援をほとんど行ってこなかった。

上記を勘案すると、小売・サービス業においては自社の商品・サービスのPR

の強化、製造業においては地域内外のビジネスマッチング事業への出展などを積極的に誘致することが課題となる。

(改善内容)

小売業・サービス業に関しては、地域内の地域振興事業に小規模事業者の出展を誘致し地域内外の消費者へ自店の周知をはかる。また、製造業においては地域内外のビジネスマッチング事業への出展を図る。

小規模事業者が比較的容易に販路開拓に取り組む方法として、EC サイトの活用が考えられる。小規模事業者に EC サイトの登録を呼びかけ、EC サイトを活用した販路開拓に取り組むことを促す。その後、自社サイトでの販路開拓を目指すために IT カアップが望まれる。パソコン教室を開催し、自らも販路開拓に取り組むことが可能となるよう個々の事業者の能力向上を図る。

(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・商談会等の情報提供を行う。製造業の地域小規模事業者に対しては、群馬県が開催している「ものづくり技術展示商談会」（訴求対象：当展示商談会に来場する製造業等バイヤー）への出展を促す。また、小売業・サービス業の地域小規模事業者に対しては、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（訴求対象：都内一般消費者・銀座を訪れた観光客）への出展を呼びかける。出展を希望する事業者に対しては、群馬県及びみどり市、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・みどり市・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）
- (2) 製造業の地域小規模事業者に関しては、桐生信用金庫が主催する「きりしんビジネスマッチングサービス」（訴求対象：ビジネスマッチング相手先企業）への地元小規模製造業者の参加を促す。これによってビジネスマッチングの機会を設ける。桐生信用金庫と協力して「きりしんビジネスマッチングサービス」の参加方法等について支援するとともに、参加後、商談や成約に至るための伴走的な支援を行う。（新規事業）
- (3) 地域内で開催される「七夕まつり」「みどり市商工フェスタ」などの各種地域振興事業（訴求対象：イベント来場者である近隣を含めた地元一般消費者と観光客）には多くの事業者が出展し来場者に商品やサービスを提供している。そのような地域振興事業を活用し、小売業・サービス業の地域小規模事業者の需要の開拓を図る。そのためには、各種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誘致する。出展誘致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。
(既存事業改善)

(4) 地域小規模事業者の販路開拓のために、全国の地方特産品に興味のある一般消費者を訴求対象として設定し、ECサイト（全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」や、中小企業基盤整備機構が運営する「J-Good Tech」等）への登録方法や運用方法を習得するための支援を行う。（新規事業）

(5) 地域小規模事業者の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「Jimdo」（自社サイトでの販路開拓を目指すため）などについて講義を行う。（新規事業）

(目標)

製造業においては、ビジネスマッチング事業に積極的に出展することにより需要開拓を図る。また、各業種の事業者が地域振興事業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	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
「ものづくり技術展示商談会」への出展企業数	0	2	2	3	3	5
内商談件数	0	4	4	6	6	10
内成約数	0	1	2	2	3	4
ぐんまちゃん家への出展件数	1	1	1	1	2	2
きりしんビジネスマッチング	0	2	2	3	3	4
内商談件数	0	2	2	3	3	4
内成約件数	0	1	1	2	2	3
地域振興事業への出展事業者数	35	38	40	43	46	50
ECサイト登録事業者数	0	5	5	7	7	10
ECサイト取引が開始された件数	0	4	4	6	6	9
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

II. 地域経済の活性化に資する取組

(現状と課題)

足尾銅山の銅輸送の要衝であり、宿場町として栄えてきた当地域は、地域振興事業（お祭りや各種イベント等）を数多く開催している。当商工会は、地域振興事業の関係者（当商工会の主催事業は主催者）として地域経済の活性化に長年貢

献してきた。また、各種地域振興事業は地域住民に広く親しまれており、地域内の企業が出展し自社の PR や販売促進を行うなど、地域事業者の販路拡大の一助となっている。

しかし、当商工会は、平成 27 年 4 月に 2 地域の商工会が合併して設立された商工会であり、合併後もそれぞれの地域で行われていた地域振興事業をそのまま引き継いでいる。商工会合併による合理化は図れたが、地域振興事業の意識の共有や効率化（効率的な集客や販路拡大）が図られていない状況が伺える。

今後は、地域経済の活性化を図る土台作りとして関係者間の意識共有の仕組みづくりと、各種地域振興事業の見直しを図り、広報活動の充実によって地域振興事業 1 回当たりの集客力を高め、出展事業者が多くの来場者と触れ合うことによって、更なる販路拡大を図ることが課題と考える。また、各種地域振興事業の開催を通じ、みどり市や地元企業、金融機関等との情報交換を行い、地域経済の活性化に向けた連携を深めることによって、当地域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）

合併によって両地域の一体感を醸成するために、地域経済の活性化を図る土台作りとして関係者間の意識共有の仕組みづくりと、それぞれで行っていた類似の地域振興事業を一本化し、この機会に集客できる内容に事業の見直しを図る。

また、みどり市や地元企業（わたらせ渓谷鐵道株式会社等）、金融機関（群馬銀行、桐生信用金庫、しのめ信用金庫、ぐんまみらい信用組合）との連携を図り、地域経済の活性化に十分な役割を果たしている既存地域振興事業（お祭りや各種イベント）を今後も強力に支援する。

地域振興事業での集客（IT 等各種ツール活用）→出展促進→販路拡大→収益向上→創業の誘発→雇用機会の拡大→地域経済の活性化、といったストーリーを描く。

これらによって、既存地域振興事業への来場者を増加させ、当地域のブランド力向上を図ると同時に地域のにぎわい創出や地域経済の活性化を実現する。

（事業内容）

- (1) 地域経済の活性化を図る土台作りとして、「みどり地区地域活性化検討会」を年 1 回開催する。「みどり地区地域活性化検討会」は、当商工会、みどり市・地元企業・金融機関・各イベント実行委員会等で構成され、地域関係者間で意識の共有を図れる仕組みを当商工会が主体となって構築する事を目的とする。
（新規事業）

- (2) 花桃まつり（4 月）は、わたらせ渓谷鐵道（株）主催の地域振興事業（お祭りや各種イベント）である。当地域北部の東町地区の神戸駅（ごうどえき）周辺を約 300 本の花桃で彩った主会場とし、当地域南部の大間々町地区の大間々駅（おおままえき）から「わたらせ渓谷鐵道」を利用して地域内外からの多くの来場者を招き様々なイベントでもてなす事業である。当商工会は協力者の立場でサポートしており、会員事業者の模擬店出店で協力している。今後は、単な

る模擬店出店の場ではなく、積極的な販路開拓の場と位置づけ、広く地域小規模事業者の出展（出店及び展示）を支援し、延いては地域経済の活性化に繋げていくものとする。

- (3) 七夕まつり（7月）は、2011年に大間々町商店街の女性15人で発足した「おかあちゃん会」が、衰退している商店街の活性化を目指して立ち上げた地域振興事業（お祭りや各種イベント）である。大間々町の中心商店街を七夕飾りで彩る従来からの「七夕まつり」に加え、様々なイベントや露店の出店で地域のにぎわいと活力の創出を図る事業である。2015年（第5回）から当商工会が主催者となり、現状、5,000人程度の来場者であるが、今後はプロモーションの強化によって5年後には7,000人規模の来場者（集客）を目指す。また、今後は、単なる露店出店の場ではなく、積極的な販路開拓の場と位置づけ、広く地域小規模事業者の出展（出店及び展示）を支援し、延いては地域経済の活性化に繋げていくものとする。
- (4) 大間々祇園まつり（8月）は、みどり市主催の地域振興事業（お祭りや各種イベント）である。毎年8月1日から3日の3日間、本町通りをメイン会場に行われ、「おぎょん」の名で親しまれている。380年以上の歴史があり「上州三大祇園」にも数えられる伝統を誇っており毎年100,000人以上の来場者が見込まれる。当商工会は様々なサポートを行っているが、今後は更に地域小規模事業者の出展（出店及び展示）を促し積極的な販路開拓を支援し、延いては地域経済の活性化に繋げていくものとする。
- (5) 草木湖まつり（8月）は、みどり市主催の地域振興事業（お祭りや各種イベント）である。毎年8月15日に開催され、草木ダム completionに伴い、この地域を離れた人に、年に一度は故郷で過ごして欲しい、との願いから始められた。フィナーレに打ち上げられる花火は大好評で、毎年20,000人近くの人見込まれる。当商工会は様々なサポートを行っているが、今後は更に地域小規模事業者の出展（出店及び展示）を促し積極的な販路開拓を支援し、延いては地域経済の活性化に繋げていくものとする。
- (6) みどり市商工フェスティバル（11月）は、当商工会主催の地域振興事業（お祭りや各種イベント）である。毎年11月中旬に2日間開催され、物産品・物産まつり、ステージイベント等、様々なイベントが開催される。現状、2日間で6,000人程度の来場者であるが、今後はプロモーションの強化によって5年後には8,000人規模の来場者（集客）を目指す。商工会主導で出展者を募り、積極的な販路開拓の場と位置づけ、広く地域小規模事業者の出展（出店及び展示）を支援し、延いては地域経済の活性化に繋げていくものとする。
- (7) わたらせ溪谷鐵工芸まつり（11月）は、みどり市主催の地域振興事業（お祭りや各種イベント）である。上記「みどり市商工フェスタ」と同時開催され、美しい溪谷を舞台に全国からプロの工芸作家が集まり、自慢の作品を展示、即売

するイベントである。商工会としては地元の工芸家を発掘し、イベントへの積極的な出展を促し販路拡大に繋がる支援をする。

- (8) 各地域振興事業（お祭りや各種イベント等）への出展者については、書類による案内の他、「商工会 HP」「商工会 FB ページ」を通して積極的な募集を行う。また、経営指導員の巡回訪問時においても、出店可能であることを知らせ、意欲のある事業者の出店を促す。

(目標)

当地域内における地域振興事業（お祭りや各種イベント等）の殆どに当商工会が主催または関与している。当商工会において、各種地域振興事業を通じて事業者の販路開拓・販売促進・地域経済の活性化を図ることが最大の使命であると言っても過言ではない。地域経済の活性化については、「各地域振興事業の来場者数を増加させること」「事業者の出展者数を増やすこと」が今後の目標となる。また、各地域振興事業（お祭りや各種イベント等）を通じ、地域の一体化を図り、当地域の独自性や求心力を回復することも目標の一つとなる。目標を達成するためには、地域振興事業告知の方法を多様化し、商工会のホームページや FB ページなどの Web を有効に活用し、来場者・出展者の増加に繋げる必要がある。

当商工会が主催または関与する地域振興事業の来場者数・出展者

地域振興事業		現状	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
みどり地区地域活性化 検討会開催	開催回数	未実施	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
花桃まつり（4 月） （わたらせ渓谷鐵道主催）	出展者数	1 店	2 店	3 店	4 店	5 店	7 店
	来場者数	3,700 人	-----	-----	-----	-----	-----
七夕まつり（7 月） （当商工会主催）	出展者数	12 店	13 店	13 店	15 店	15 店	15 店
	来場者数	5,000 人	5,500 人	6,000 人	7,000 人	7,000 人	7,000 人
草木湖まつり（8 月） （みどり市主催）	出展者数	8 店	8 店	9 店	9 店	10 店	10 店
	来場者数	17,000 人	-----	-----	-----	-----	-----
みどり市商工フェスタ （11 月） （当商工会主催） わたらせ渓谷工芸まつり （みどり市主催）	出展者数	25 店	25 店	25 店	25 店	25 店	25 店
	来場者数	6,000 人	6,500 人	7,000 人	7,500 人	8,000 人	8,000 人

※来場者数の目標設定は、当商工会主催振興事業のみの算定

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）

中小企業支援機関等の研修会・情報交換会等に参加して支援ノウハウ等の情報交換を各経営指導員が個別に行っている。また、みどり市の商工課・観光課との

情報交換会（月 1 回）、地域づくり協議会等の地域振興団体の会議に参加するなど意見交換を行っている。しかし意見交換するのみで終わってしまうものが多く、地域事業者への支援向上に効果を発揮するには至っていない。

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、他支援機関と支援力向上を目的とした情報交換会や研修会を実施する。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。

（改善内容）

他支援機関と定期的な情報交換会を新たに開催する。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する仕組みを構築する。

（事業内容）

- (1) 桐生みどり地区 4 商工会による情報交換会を年 2 回（現状は単なる会合は数回ある）開催する。その会合において、支援ノウハウ、支援の現状等の意見交換を行い、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（関東信越税理士会、群馬県中小企業診断士協会など）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会合を年 1 回開催（現状なし）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（現状なし）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、需要の動向などを把握し支援力の強化に取り組む。（新規事業）
- (4) みどり市総合計画後期基本計画との整合性を図るため、みどり市の担当部局並びに笠懸町商工会（みどり市内の商工会）との意見交換を年 1 回程度実施する。意見交換の内容は、市の商工政策と小規模事業者から挙がって来た要望等について協議する。（新規事業）
- (5) 上記において得られた「補助金などの情報」「金融機関における融資制度などの情報」「行政の新たな取り組み」などの事業者に直結する情報については、「商工会 HP」「商工会 FB ページ」「商工会広報誌（あずままだより）」を活用し情報発信を行うとともに、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実施する。（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により、経営指導員の支援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い、事業者の新たな需要の開拓を進める基盤の構築を図る。

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実施する参加が義務付けられている各種研修会において、各経営指導員が知識の習得や資質の向上に取り組んでいる。しかし、指導員間での知識の共有が図られていないため、指導員一人一人の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（事務局長・経営支援員・記帳指導員）も含めた組織全体のレベルアップが意識されていない。

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となる。

(改善内容)

経営指導員の支援能力のバラツキに関しては OJT を積極的に取り入れることにより改善を図る。また、組織全体の支援力向上のために、「支援力向上会議」を新たに実施する。

支援ノウハウの共有化については、「支援力向上勉強会」を実施する。また、商工会基幹システム（事業者データを入力する情報システム）を詳細に入力（支援内容や業績成果等）し、共有化すべきノウハウを全職員が閲覧することにより担当指導員が不在でも事業者への対応が可能となる。

(事業内容)

(1) 経営指導員の資質向上に関する取り組み

- ① 群馬県商工会連合会が主催する研修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等研修（中小企業施策普及、地域経済活性化支援、中小企業経営支援 等）に参加することなどにより、経営指導員の支援力向上を図る。
- ② 経営指導員の支援力を高めるために積極的に OJT の機会を設ける。巡回・窓口相談時において、必要に応じ、若手経営指導員は、ベテラン経営指導員とチームで小規模事業者の支援に当たり、指導、助言内容、情報収集方法等を学び資質向上を図る。
- ③ 専門家派遣による指導時に経営指導員が必ず同行し、専門家の行う指導、助言内容、情報収集方法を学ぶなど OJT により支援能力の向上を図る。その際、経営指導員は自分にどのような支援能力が不足しているかについて分析を行い、研修時にその能力の補充に努める。

(2) 商工会全職員の資質向上に関する取り組み

- ① 当商工会職員が全員参加する「支援力向上勉強会」を年 4 回開催する。勉強会は経営指導員が主導し、研修会や専門家への同行などにおいて習得した経営支援スキルや小規模事業者の事業事例などを発表し、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遂行に役立てる。また、必要に応じて勉強会に専門家を招聘し支援スキル向上に役立つアドバイスを受ける。

- ②全職員（事務局長・経営指導員・経営支援員・記帳指導員）が参加し、定期的（毎月1回）に「支援力向上会議」を行う。会議において、経営指導員が、小規模事業者の経営状況、分析結果等支援状況について報告を行う。それらの情報や支援ノウハウの共有化を図ることにより、組織全体の支援力を強化する。また若手指導員はベテラン指導員との意見交換を通じ、経営指導のノウハウを習得する。

<情報やノウハウは以下のように蓄積して活用する>

a.マニュアルの整備（電子マニュアル化）

- ・支援分野（創業支援、第二創業支援、事業計画策定支援、その他）別のマニュアルを作成する。これは組織の財産として蓄積される。
- ・支援内容・手法の標準化によって、全職員が一定レベル以上の指導を可能とする。

b.成功事例のデータベース化

- ・成功事例を分類（業種別、規模別、地域別、その他）整理してデータベース化し、類似の成功事例を検索出来るようにする。
- ・商工会基幹システムに事業者ごとの支援内容、効果（客数増加、客単価増加、生産性向上、売上額増加等を評価項目として）を各職員が入力し、当商工会職員であれば誰でも閲覧出来るようにする。
- ・類似の成功事例を指導に活用することによって、指導の効率化と成果の向上が図れる。

（目標）

経営指導員の支援力を向上させ、習得した支援ノウハウを組織内で共有し、組織をあげて小規模事業者の事業の発展に寄与する体制を構築する。

内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
研修会への参加						▶
支援力向上会議の実施	未実施	1回/月	1回/月	1回/月	1回/月	1回/月
支援力向上勉強会の実施	未実施	4回/年	4回/年	4回/年	4回/年	4回/年
OJTの実施						▶

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）

毎年開催される総代会において事業の報告が行われているが、総代会出席者は商工会役員、商工会職員となっており、外部評価は行われていない。今後は、事業を客観的に評価し見直すための仕組みを構築することが課題となる。

（改善内容）

本計画に記載された事業の実施状況や問題点について、当商工会の商工会役員・商工会職員に外部有識者を加えた報告会を開催し評価・検証を行う。

(事業内容)

- (1) 当商工会役員、外部有識者（みどり市産業観光部商工課、税理士・中小企業診断士などの専門家）により構成された報告会を年度末に開催し、事業の実施状況、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・見直し案については、当商工会理事会へ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 HP」において公表する。(新規事業)

(目標)

本計画に記載の事業の実施状況、及び成果について、PDCA サイクルに基づいた評価・検証を、外部有識者を交え毎年度実施する。PDCA サイクルを活用することにより、計画の改善プロセスを明確にするとともに、経営発達支援計画に基づいた事業者への支援施策の周知を図る。

	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
報告会の開催・評価見直し	未実施	年度末	年度末	年度末	年度末	年度末
事業の成果・見直しの公表	未実施	未実施	年度初	年度初	年度初	年度初

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

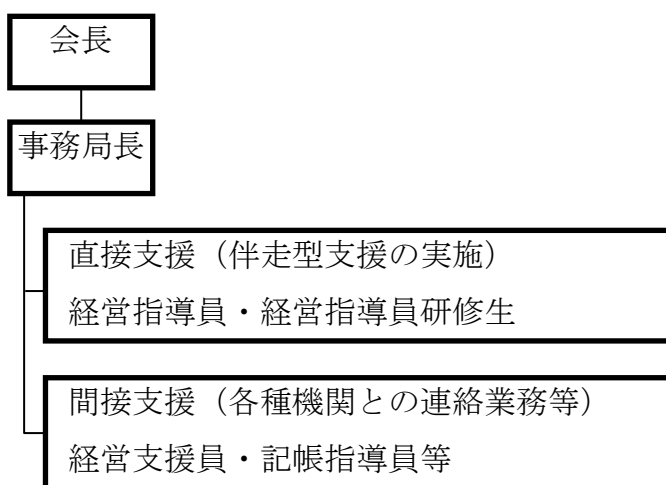
経営発達支援事業の実施体制

(平成29年9月現在)

(1) 組織体制

(実施体制)

経営発達支援事業の遂行は、事務局長を長とし、「直接支援」(伴走型支援の実施)を経営指導員が担当し、「間接支援」(各種機関との連絡業務等)を経営支援員・記帳指導員が担当する。全職員が参加し毎月行われる「支援力向上会議」において「進捗状況の確認」「問題点とその改善方法の検討」を実施する。



実施人員 (商工会全体)

事務局長	1名	
経営指導員	2名	
経営指導員研修生	1名	
経営支援員	3名	
記帳指導員	4名	
臨時職員	1名	計12名

(2) 連絡先

本所

住所 〒376-0101 群馬県みどり市大間々町大間々1549
TEL 0277-73-6611 FAX 0277-72-2588
e-mail office@midori-sci.or.jp URL http://www.midori-sci.or.jp/

支所

住所 〒376-0307 群馬県みどり市東町花輪103-1
TEL 0277-97-2201 FAX 0277-97-3328

(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)

	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度
必要な資金の額	4, 8 7 0	6, 3 2 0	6, 3 2 0	6, 5 7 0	6, 5 7 0
I. 経営発達支援事業					
1. 地域の経済動向調査	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0
2. 経営状況の分析	8 7 0	1, 1 2 0	1, 1 2 0	1, 3 7 0	1, 3 7 0
3. 事業計画策定支援	5 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0
4. 事業計画策定後の実施支援	5 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0
5. 需要動向調査	5 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業	5 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0
II. 地域経済の活性化に資する取組					
・地域活性化事業費	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0
III. 支援力向上のための取組					
・支援力向上対策費	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0
・資質向上対策費	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0

(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
国・県・市の補助金、自主財源（会費、手数料収入等）、受益者負担金

(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> <ol style="list-style-type: none">1. 地域の経済動向調査に関すること<ul style="list-style-type: none">・地域経済動向調査においては、みどり市・笠懸町商工会・専門家（中小企業診断士など）などとも連携し業況調査などの結果を共有する。2. 経営状況の分析に関すること<ul style="list-style-type: none">・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（お祭りや各種イベント等）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。3. 事業計画策定支援に関すること<ul style="list-style-type: none">・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、みどり市、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、税理士会、専門家（中小企業診断士）等と連携を図りその解決に尽力する。・第二創業（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（中小企業診断士など）と連携を図る。4. 事業計画策定後の実施支援に関すること<ul style="list-style-type: none">・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、みどり市、各金融機関、専門家等と連携し指導・助言を行う。・創業・第二創業者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（中小企業診断士など）と連携を図る。5. 需要動向調査に関すること<ul style="list-style-type: none">・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。6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること<ul style="list-style-type: none">・みどり市、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</p> <ul style="list-style-type: none">・みどり市、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
 - ・ 桐生みどり地区 4 商工会と連携し、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

連携者	氏名	住所	電話番号
みどり市役所	市長 石原 条	みどり市笠懸町鹿 2952	0277-76-2111
笠懸町商工会	会長 七沢 博明	みどり市笠懸町鹿 3003-1	0277-76-2507
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
桐生商工会議所	会頭 山口 正夫	桐生市錦町 3-1-25	0277-45-1201
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
群馬県中小企業診断士協会	会長 福島 久	群馬県前橋市敷島町 244-1	027-231-2249
群馬銀行	頭取 齋藤 一雄	前橋市元総社町 194 番地	027-252-1111
桐生信用金庫	理事長 津久井 真澄	桐生市錦町 2-15-21	0277-44-8181
しののめ信用金庫	理事長 瀬下 信	富岡市富岡 1123	0274-62-3111
ぐんまみらい信用組合	理事長 榎 博	高崎市田町 125	027-322-2301
日本政策金融公庫	総裁 細川 興一	前橋市本町 1-6-19	027-223-7311
関東信越税理士会 桐生支部	支部長 石原 照久	桐生市浜松町 1-5-33	0277-44-3301

(役割)

- みどり市役所
地域経済動向等の調査・地域振興事業の共催・各種セミナーの支援
- 笠懸町商工会
地域経済動向等の調査・需要動向分析・地域振興事業の共催
- 群馬県商工会連合会
地域経済動向等の調査・事業計画策定支援・専門家派遣支援・各種研修会

- 桐生商工会議所
地域経済動向等の調査・需要動向分析・ビジネスマッチングの協賛
- 群馬県産業支援機構
地域経済動向等の調査・需要動向分析・事業計画策定支援・専門家派遣支援・ビジネスマッチング支援
- 群馬県中小企業診断士協会
事業計画策定支援・専門家派遣支援・事業計画策定セミナー支援
- 群馬銀行
地域経済動向等の調査・金融情報収集・事業者への金融支援
- 桐生信用金庫
地域経済動向等の調査・金融情報収集・事業者への金融支援
- しのめ信用金庫
地域経済動向等の調査・金融情報収集・事業者への金融支援
- ぐんまみらい信用組合
地域経済動向等の調査・金融情報収集・事業者への金融支援
- 日本政策金融公庫
地域経済動向等の調査・金融情報収集・事業者への金融支援
- 関東信越税理士会 桐生支部
財務分析支援・税務等法的支援

連携体制図等

