

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	安中市商工会（法人番号 8070005003232） 安中市（地方公共団体コード 102113）
実施期間	令和 6 年 4 月 1 日 ～ 令和 11 年 3 月 31 日
目標	目標① 小規模事業者の事業計画の策定支援による自立的かつ持続的な事業継続 目標② やる気のある事業者への積極的な専門家派遣による事業者の潜在力の引き出し 目標③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる
事業内容	<u>3. 地域の経済動向調査に関すること</u> 地域経済動向を的確に情報収集し比較分析を行い、小規模事業者の経営分析や事業計画の作成等に有効な情報として提供する。 <u>4. 需要動向調査に関すること</u> 消費者向け・バイヤー向けの両方を対象に需要動向調査を実施する。 <u>5. 経営状況の分析に関すること</u> 当地区内の小規模事業者への「経営分析の必要性」の周知と、経営分析データの活用方法を習得する機会を設定し経営分析を支援する。 <u>6. 事業計画策定支援に関すること</u> 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、また、事業環境の変化に対応するためDXに取り組む事業者への支援を行う。 <u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 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し、計画的で継続的なフォローアップを行う。 <u>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業</u> 県内外で開催される展示会へ出展する事業者に出展期間中の陳列・接客などのきめ細やかな伴走支援を行う。また、DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイトの利用等、IT 活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や IT 専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。
連絡先	【安中市商工会】 〒379-0116 群馬県安中市安中 3-11-3 TEL：027-382-2828 FAX：027-382-6792 E-mail: master@anshoko.or.jp 【安中市 みりよく創出部 商工課】 〒379-0192 群馬県安中市松井田町新堀 245 TEL：027-382-1111(内線 2627) FAX：027-386-4111 E-mail: syoukou@city.annaka.lg.jp

(別表 1)
経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

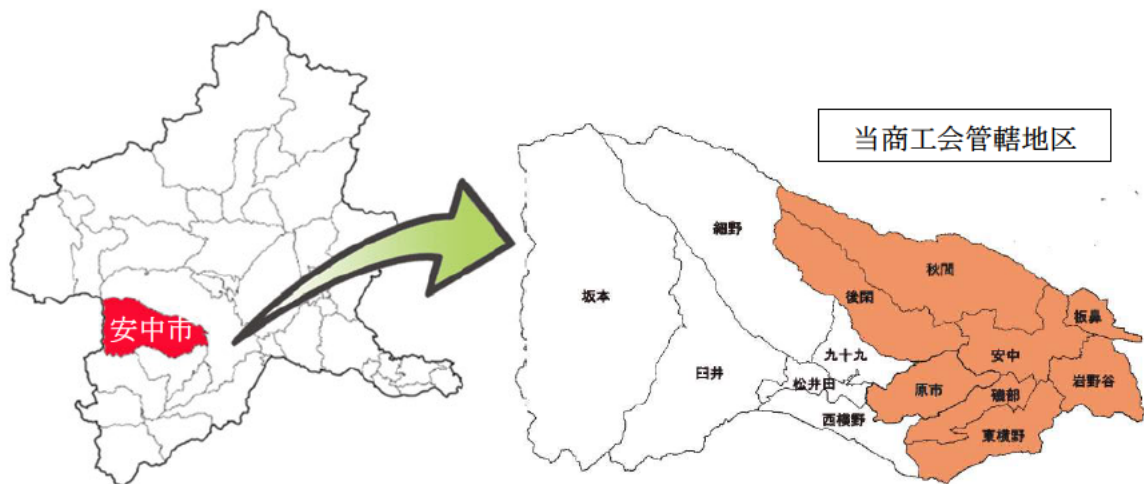
(1) 当地域の現状及び課題

①現状

【立地】

当商工会は、群馬県の南西部にある都市である安中市に立地している。隣接する自治体としては、中核市であり平成の大合併により群馬県最大の人口を擁する高崎市と、日本で最初の官営製糸工場である、富岡製糸場を有する富岡市がある。

当市は平成 18 年に旧安中市と旧松井田町が合併してきた市であり、当商工会管轄地域は、旧安中市地域にあたる。古くは江戸時代には、安中藩の城下町であり中山道の宿場町として栄えた交通の要衝であり、現在でも北陸新幹線の安中榛名駅・JR 信越線安中駅に加え、国道 18 号が東西に走っており立地条件に恵まれた地域である。



【人口】

平成 27 年における安中市の人口は、58,531 人であった。その後、人口は減少傾向となっており、令和 2 年には 55,794 人となった。人口減少とともに高齢化率（65 才以上が占める割合）は増加しており、令和 4 年の高齢化率は 36.4%である。

今後も人口は減少することが予想されており、令和 27 年には 39,148 人、高齢化率 48.4%となることが想定されている。

安中市人口推移

年	総数	0～14歳	15～64歳	65歳以上	0～14歳 割合	15～64歳 割合	65歳以上 割合
2015年	58,531	6,484	32,999	19,048	11.1	56.4	32.5
2020年	55,794	5,641	29,823	20,330	10.1	53.5	36.4
2025年	52,794	4,776	27,658	20,360	9.0	52.4	38.6
2030年	49,599	4,152	25,216	20,231	8.4	50.8	40.8
2035年	46,261	3,609	22,714	19,938	7.8	49.1	43.1
2040年	42,710	3,208	19,657	19,845	7.5	46.0	46.5
2045年	39,148	2,846	17,357	18,945	7.3	44.3	48.4

2025年以降は推計値

国立社会保障・人口問題研究所

当商工会が管轄する旧安中市の人口は、平成 27 年度において 45,992 人であり安中市全体の 76.5%であった。その後、当地区の人口は減少し令和 4 年度においては、43,096 人となっている。平成 26 年と比較した人口減少率については、当商工会が管轄する旧安中市においては、6.3%、旧松井田町 15.4%となっており、旧安中市においては、人口減少率は低い地区となっている。

当商工会管轄人口推移

	総数	旧安中市	旧松井田町	旧安中市率
平成27年度	60,099	45,992	14,107	76.5%
平成28年度	59,315	45,550	13,765	76.8%
平成29年度	58,632	45,206	13,426	77.1%
平成30年度	57,861	44,721	13,140	77.3%
令和元年度	57,187	44,365	12,822	77.6%
令和2年度	56,429	43,908	12,521	77.8%
令和3年度	55,767	43,501	12,266	78.0%
令和4年度	55,030	43,096	11,934	78.3%
対27年度減少率	-8.4%	-6.3%	-15.4%	

住民基本台帳

【産業】

当地区における平成 24 年度の商工業者総数・小規模事業者数は、それぞれ 1,567 事業者・1,308 事業者であったが、令和 2 年度においては 1,514 事業者・1,167 事業者となっており、商工業者数・小規模事業者数ともに減少傾向となっている。また、令和 2 年における小規模事業者の占める割合は 77.1%である。

商工業者・小規模事業者数

	平成 24 年	平成 28 年	令和 2 年
商工業者総数	1,567	1,585	1,514
小規模事業者数	1,308	1,241	1,167
小規模事業者の割合	83.5%	78.3%	77.1%

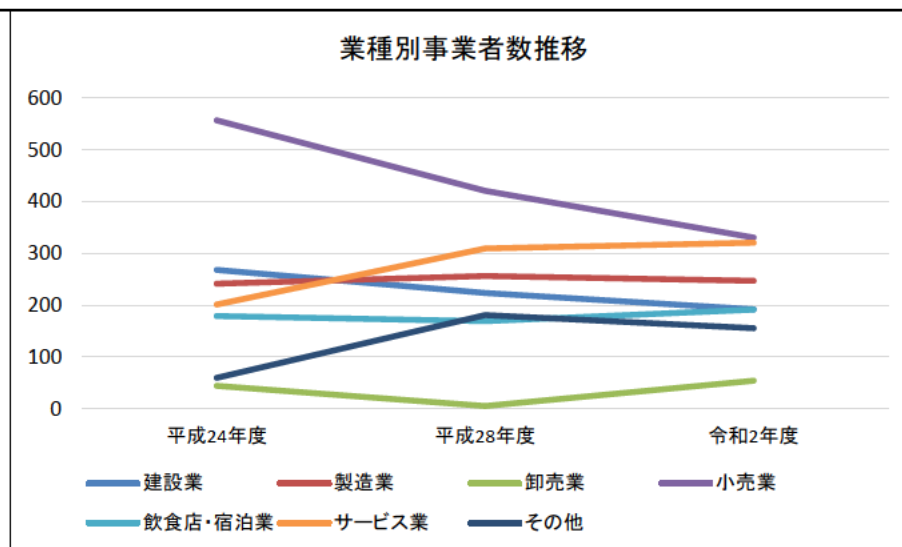
(出典：経済センサス)

令和 2 年の業種別の事業者数は卸売業、飲食店・宿泊業、サービス業が増加した。その他の業種については、減少傾向となっている。特に小売業は平成 24 年と比較し 40.8%の減少率となっており、厳しい状況に置かれている。

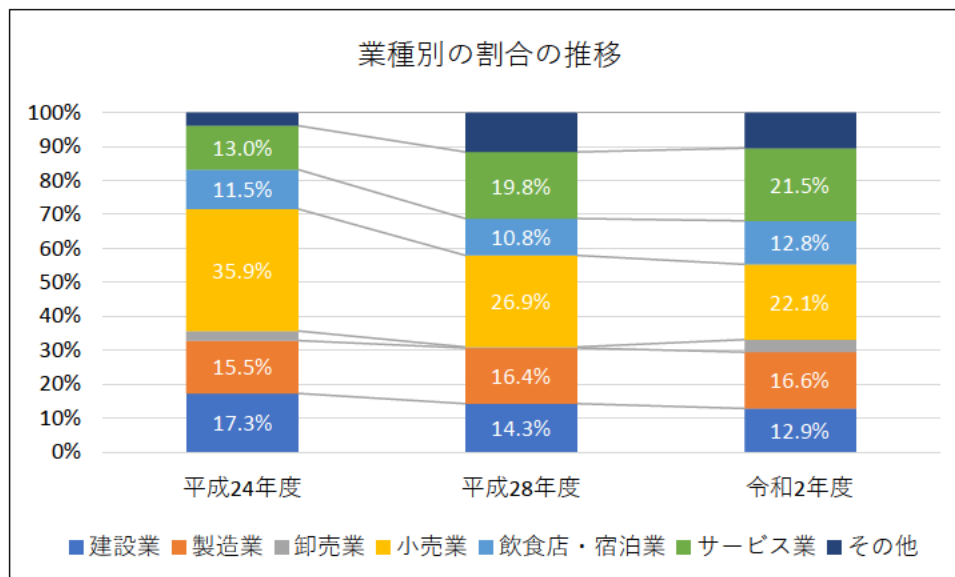
業種別事業者数の推移

	平成 24 年	平成 28 年	令和 2 年
建設業	268	223	192
製造業	241	256	247
卸売業	44	5	54
小売業	557	421	330
飲食店・宿泊業	179	169	191
サービス業	201	309	320
その他	60	181	156

(出典：経済センサス)



当地区の令和2年の業種別事業者数の割合については、小売業が最も高く全体の22.1%を占めている。次いで、サービス業21.5%、製造業16.6%となっており、業種間のばらつきは比較的小さく、また、その状況は平成28年と比較するとほとんど変化していない。



【交通】

古くは江戸時代には、安中藩の城下町であり中山道の宿場町として栄えた交通の要衝であり、現在でも北陸新幹線の安中榛名駅・JR 信越線安中駅に加え、国道18号が東西に走っており立地条件に恵まれた地域である。現在は、市域を東西に通る国道18号と、前橋方面、富岡方面と本市の都市拠点を南北につなぐ西毛広域幹線道路の整備が進んでおり、道路交通の利便性向上が期待されている。

鉄道は、市内を東西方向にJR 信越本線が通り、安中、磯部、の2つの鉄道駅がある。また、市域北部には北陸新幹線の安中榛名駅があり、JR 信越本線とともに市内の鉄道公共交通を担っている。

【観光資源】

当地区の観光資源として、「日本マラソン発祥ともなる安政遠足(とおあし)マラソン」「温泉記号(♂)の発祥の地として知られている磯部温泉」「秋間梅林」があげられる。

【特産品】

当地区の特産品として「磯部せんべい」「釜めし」「梅干し」などがある。また、農作物としては、「水稻」「梅」「こんにゃく」「ねぎ」などがあげられる。

【第2次安中市総合計画からの引用】

「第2次安中市総合計画」（平成30年度策定・令和5年度変更）の「Ⅲ基本計画 政策大綱 5-3 商工業の振興」において、以下の方針が示されている。

10年後の目指す姿	●中小企業や商店などの経営強化が進んでいます。 ●市の特性を活かした産業振興が図られています。 ●企業進出や創業が盛んで、市内事業者による新技術や新製品の開発が進んでいます。
6年間の取組の方針	●中小企業や商店を対象とする支援を継続的に推進します。 ●市民と行政の協働イベントなどを活用した集客力の向上に努めます。 ●工業振興や企業誘致の推進体制の整備と計画化を推進します。 ●市内事業者による新技術や新製品の開発を促進するとともに、創業者への支援を推進します。

○まちづくりの目標

○現状と課題

- ・本市では、旧安中市、旧松井田町それぞれの中心市街地などに商店街が形成されています。しかし、商店街を形成する個人商店では、経営者の高齢化や後継者の不在、大型店舗の郊外への進出などの影響による廃業が増加しており、商業環境の維持が難しくなっています。
- ・本市の工業は、化学工業を中心とする製造業が基幹産業となっており、本市の経済や雇用を支えています。地域経済の持続的発展だけでなく、人口減少が進行する中で、移住・定住を促進するためにも、新産業の創出を含む工業振興や企業誘致はたいへん重要です。しかし、その推進のための対策は十分ではなく、企業誘致のための十分な造成地も確保も難しい状況にあります。
- ・起業・創業者や新分野の進出者は、地域経済に新たな活力をもたらす重要な存在となります。しかし、それらを支援・育成する体制整備も十分とはいえず、効果的な支援体制の整備が必要となっています。

○施策展開の方向

1 商業の振興を図ります。

◆商業環境の整備

店舗等改装時の工事費用補助事業の継続を検討するなど、商業者の支援と買い物環境の維持・改善を図ります。また、商店街の空き店舗の有効利用や魅力的な買い物環境の創出を推進します。

◆集客力向上の取組支援

商店街等の組織による主体的かつ持続的なイベントの開催や、集客力向上のための新たな取組の支援を推進します。

◆商工会の強化

商工会との連携を強化し、商業者等の経営安定やにぎわいの創出を図ります。

2 工業の振興を図ります。

◆工業振興・企業誘致に向けた計画策定と対策の推進

工業振興と市内企業への支援の拡充、企業誘致推進のための計画を策定し、効率的かつ効果的な取組につなげます。

◆工業団地の整備検討

社会経済情勢や事業者のニーズを踏まえ、工業団地の計画的な整備を検討します。

◆優良企業の誘致

交通利便性等の地域特性を活かし、優良企業の誘致を積極的に推進します。

3 新たな活力への支援を推進します。

◆新技術・新製品の開発促進

市内事業者による新技術・新製品の開発やその活用の支援を推進します。

◆起業・創業支援の推進

市内での起業・創業の支援を推進するとともに、「あんなか創業支援ネットワーク」をはじめ、起業・創業の支援に取り組む関係機関との連携を図ります。また、創業資金として受ける融資の利子補助事業等により、創業時の負担軽減と創業促進を図ります。

◆新しい産業の創出

民間企業やさまざまな機関・団体と行政の協働により、本市の特性や既存産業を活かした新たな産業の創出に取り組みます。

◆中小企業の経営基盤の強化

事業者の運転資金・設備資金の融資や利子補給を継続的に実施し、経営基盤の強化を支援します。

市民の役割

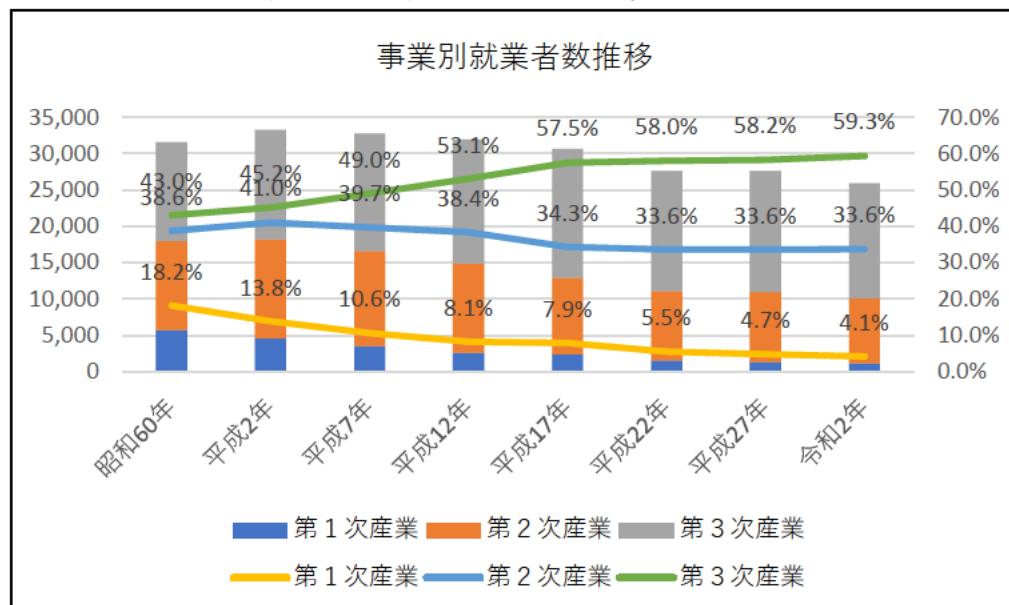
- ▶ 地域経済を支える商工業に関心を持ちます。
- ▶ 買い物やサービスはできるだけ市内事業者を利用します。

②課題

【現在の状況】

当地区は、古くから交通の要衝として栄え、現在においても交通の利便性が高い。そのため大都市圏からのアクセスが向上した居住者の利便性も高まったが、同時に大型 SC の進出や地域外への消費者の流出が起これ、地域内の事業者は厳しい状況に置かれている。

産業別就業者数の推移においては、就業者総数は減少傾向となっている。また、産業別においてもすべての産業で減少傾向となっている。令和 2 年における産業別就業者数の割合は、第 3 次産業が 59.3% となっており、もっとも従事者割合が高い。



(出典：国勢調査 就業状態等基本集計を加工)

【産業別の状況と課題】

○工業（製造業・建設業）の状況と課題

当地区の製造業は令和2年現在、247事業者となっており、事業者数は横ばい状態である。当市の工業は、化学工業を中心とする製造業が基幹産業となっており、経済や雇用を支えている。地域経済の持続的発展だけでなく、人口減少が進行する中で、移住・定住を促進するためにも、新産業の創出を含む工業振興や企業誘致が重要となっている。現在、当地区には、「横野平工業団地」「すみれ工業団地」の2か所の工業団地があるが、企業誘致のため両工業団地の増設・拡張が重要である。

地区内の製造業の多くは、下請小規模事業者であり、切削・プレス・プラスチック成形などの多様な加工品を作っている。リーマンショックなどの外部環境の変化を経て、他メーカーの部品も加工するようになり、技術力の高い事業者も多い。今後は、工業団地に進出している企業とのマッチングや地区外の企業との取引などにより、新たな需要開拓を進めていくことが課題となる。

建設業については、令和2年の事業者数が192者となっており、事業者数は減少傾向である。事業者の多くは、大手建築会社や土木施工企業の下請となっている小規模工務店・大工が多い。「群馬県統計情報提供システム」によると令和2年度の安中市の新設住宅着工件数は205件となっており、令和元年度の221件と比較し7.2%の減少となった。近年においては平成7年度の659件を1ワークに新設住宅着工件数は減少し続けている。

今後も人口減少や少子化により、新築着工件数の需要減少が懸念される。一方、高齢化に対応した住宅のバリアフリー化などのリフォーム需要は増加が見込まれる。今後は、そのようなリフォームに対応した受注の獲得が課題となっている。

○商業（小売業・飲食業・サービス業）の状況と課題

当地区の商業（小売業・飲食業・サービス業）は、令和2年の事業者数が841者であり、このうち小売業は平成24年と比較して40.8%減少しているが、サービス業は59%増加しており、特に美容業や介護サービス業が増加傾向にある。

また、中心市街地の商店街を中心に発展してきた商店の大半は家内労働の個人商店で小規模な店舗である。しかし、昨今、消費者ニーズの多様化や大型店の進出、周辺都市のショッピングセンターへの購買の流出、テレビ・インターネットを利用した通信販売などの新しい消費スタイルが拡大したことで、既存商店の販売力は低下している。また、少子高齢化の進行による事業者の高齢化や後継者不足という問題も深刻になっている。

多くの小規模事業者が苦境に立たされる一方で、経営の分析や経営計画を立てるうえで必要な顧客管理・数値管理（売上・経費など）ができていない事業者も多い。特に、デジタル化・IT化が進んでいない事業者がほとんどであり、今後のDXに対応できない状態となっている。

飲食業については、地区内の人口減少による影響を受けているものの、ほとんどの店舗が地区内の住民を顧客ターゲットとしていることから、事業者数は横ばいとなっている。また、新型コロナウイルスの影響により、売上減少となっている事業者も多い。

上記を勘案した課題として、「大規模店との差別化を図るための個性的な店づくりや品揃え」「ITを活用した販売促進」「後継者の育成」などが上げられる。

（2）小規模事業者に対する中長期的な振興の在り方

①10年程度の期間を見据えて

上述した通り、当地区は、人口減少やそれにとまなう高齢化・生産年齢人口の減少に加え、「仕入価格の高騰」「ネット販売の拡大」「後継者不足」などの厳しい環境変化にさらされている。

このような厳しい環境変化に対応するためには、今まで以上に地域住民のニーズに対応し地域密着型の事業展開を進める必要がある。また、地区外からの需要を取り込むための販路開拓事業を実施することが重要である。

小規模事業者が継続的に発展し続けるために克服すべき様々な経営課題に対し、「職員のスキルアップによる支援力強化」「専門家・支援機関等との連携」などの相談体制を整備し、継続的な経営分析や事業計画作成・需要開拓など事業者に寄り添った経営支援も実施することが求められている。

小規模事業者の持続的な発展のためには、事業者の売上・利益を確保するとともに、収益力のある小規模事業者を育成し、自立・安定した経営を行うことのできる事業者を増加させることで、地域内の経済の好循環を図るとともに地域としての稼ぐ力を向上させることが必要となる。当地区の生活を支える小規模事業者が持続的に発展していくことが地域振興において重要であり、小規模事業者の発展と雇用の創出を支えていく必要がある。

当地区の小規模事業者の多くは情報発信力が弱い状態となっている。また、新型コロナウイルス感染症の影響で、営業方法、購入方法などがデジタル化されるなど、非対面型ビジネスの構築が進むなか、コロナ後においてもこれらの変化に対応しなければならない。独自技術やサービスを持つ事業者の顧客獲得のためには、ネットを活用した情報発信が必須である。デジタル化やIT化を進めることにより、DX（デジタルトランスフォーメーション）によるビジネスモデルの転換が求められている。

②「第2次安中市総合計画」との連動性・整合性

「5-3 商工業の振興」との整合性

「第2次安中市総合計画」「5-3 商工業の振興」において、「商工会との連携を強化し、事業者等の経営安定やにぎわいの創出を図ります」と記載されている。また、「施策展開の方向」には「1 商業の振興を図ります」「2 工業の振興を図ります」「3 新たな活力への支援を推進します」と記載されている。当商工会が目指す方向と一致しており、本発達支援計画を通じて安中市と連携して企業支援を実施していく。

③安中市商工会としての役割

当商工会は経営発達支援計画に基づき、当地区の小規模事業者の持続的な発展のために、事業者に寄り添い継続的な伴走型支援を行っており、当商工会の果たす役割は下記の通りである。

1. 当地区における経済動向や需要動向調査などの客観的な分析データや補助金など各種行政情報を的確に小規模事業者へ提供し、実効性の高い新商品・新サービスの開発を支援する。
2. 実効性の高い事業計画の策定支援や策定後の支援を実施し、地区内経済を支える小規模事業者の事業の継続を図る。
3. 意欲のある経営者や事業承継者の育成を図るため、知識補充や意識啓発を行う機会や場所を提供する。
4. 新規創業を支援し、地区内の事業者数の維持・増加を図るとともに、新たなビジネスモデルの構築により地区内経済の活性化を支援する。
5. 群馬県産業支援機構や群馬県よろず支援拠点などの各種支援機関、金融機関、専門家および行政による支援体制を構築するための中核機関として機能する。

（3）経営発達支援計画の目標

「当地域の現状および課題」「小規模事業者の中長期的な振興のあり方」を踏まえ、当商工会の目標を下記の通りとする。

目標① 小規模事業者の事業計画の策定支援による自立的かつ持続的な事業継続

目標② やる気のある事業者への積極的な専門家派遣による事業者の潜在力の引き出し

目標③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる

以上の目標を掲げ、小規模事業者の支援に取り組むことで、小規模事業者の経営基盤が安定し事業を継続する事業所が増えることにより、地域の雇用が維持され、地域で暮らす人々が安心して生活できる環境の創出に繋がることを地域への裨益目標とする。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間

令和6年4月1日～ 令和11年3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の事業計画の策定支援による自立的かつ持続的な事業継続

小規模事業者の事業継続を図るためには、実効性の高い事業計画の策定が重要となる。激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

また、必須となるであろう DX の利活用を積極的に取り入れた計画の策定が支援できるよう、常にデジタル化支援の視点を持ちながら個社の事業計画策定支援やフォローアップを行う。

②やる気のある事業者への積極的な専門家派遣による事業者の潜在力の引き出し

「新たなビジネスモデルの構築を模索する事業者」「後継者が事業変革に取り組む事業者」「事業再構築に取り組む事業者」など、やる気のある事業者について、指導員が支援するとともに、積極的に専門家派遣を実施し、事業計画策定・販路開拓・新製品開発・業務改善などの支援を実施する。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、事業者自身が事業活性化を図れることで、地域活性化にもつながる取組となる。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

今後、小規模事業者の経営環境が厳しくなることが予想されているが、当地域では経済動向について、調査・分析をほとんど行っていない。当商工会でも群馬県により実施されている「経営環境の変化による影響調査」における当会管轄分3社への業況調査や、巡回・窓口相談時のヒアリング及び面談時に聞き取り調査をする程度で、地区内の小規模事業者に十分な情報提供ができていなかった。

今後は、国が提供するビッグデータの活用や独自のアンケート調査を実施するなど、地域経済動向を的確に情報収集し比較分析を行い、小規模事業者の経営分析や事業計画の作成、実行に向けて有効な情報として提供することが課題である。

(2) 目標

	公表方法	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域経済の全体像、各産業の現状を把握するため、国の提供する「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し地域の経済動向分析を行い、当会ホームページ上で報告する。

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ」「生産分析」により、何で稼いでいるかを分析する。
- ・「まちづくりマップ・From-To分析」を行い、人の動きなどを分析する。
- ・「産業構造マップ」により、産業別の現状を分析する。

②地区内の景気動向分析

当地区の景気動向等について詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を参考に、独自の調査項目を設定し地区内の小規模事業者の景気動向等について調査・分析を行う。

【調査手法】 調査票を郵送し返信用封筒で回収する。回収したデータを経営指導員が整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】 製造業、建設業、小売業、飲食業、サービス業（各業種20者・合計100者）

【実施回数】 年1回（10月）

【調査項目】 売上高・仕入価格・利益・仕入状況・資金繰り・設備投資の有無・受発注先など

(4) 成果の活用

情報収集し調査・分析した結果を当会ホームページに掲載し、管内事業者にも周知するとともに各事業所の事業計画策定に活用する。また、当会において情報共有を行い、経営指導員が巡回する際の参考資料とするほか、事業所の事業計画策定や経営改善計画策定に活用して行く。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の中には、独自の商品・サービスの開発に取り組む事業者もあるが、経営資源が少ないため市場調査などが不十分な場合も多い。また、当商工会においても「売れる商品・サービスづくり」に関する支援が実施できていなかった。

今後は、消費者向け・バイヤー向けの両方を対象に需要動向調査を実施する必要がある。調査の結果をもとに「売れる商品・サービスづくり」を支援することが課題となる。

(2) 目標

支援内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①展示会におけるアンケート調査支援対象事業者数（BtoB）	0	2者	2者	2者	2者	2者
②店舗におけるアンケート調査支援対象事業者数（BtoC）	0	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①展示会におけるアンケート調査 (BtoB)

販路開拓を目的として開催される展示会に出展する事業者に対して、顧客ニーズの把握や新商品開発を目的としたアンケート調査を実施する。具体的には、独自の技術を持つプラスチック加工メーカーや金属加工メーカーを対象とし、県内外で開催される展示会（ぐんま Tech EXP0・機械要素技術展（M-Tech）など）に出展する事業者の支援を行う。

【サンプル数】

来場者 80 人

【調査手段・手法】

事業者の展示ブースに来店したバイヤーを対象に、アンケート調査票を手渡し、ヒアリングを行いながらアンケートを記入する。

【分析手段・手法】

調査結果については、経営指導員が分析を行う。また、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性に考慮しなければならない場合などについては、専門家に依頼し報告書を作成する。

【調査項目】

①興味のある商品 ②自社商品の良い点・悪い点 ③価格設定 ④顧客ターゲット ⑤取引条件 など

【分析結果の活用】

分析結果については、経営指導員（もしくは分析した専門家）が直接事業者分析結果をフィードバックし、商品や提供するサービスの需要把握に活用する。また、新規商品の開発や事業計画策定の基礎資料とすることにより新たな販路拡大につなげる。

②店頭におけるアンケート調査 (BtoC)

小売業・サービス業・飲食業などを営む事業者にとって、消費者の需要動向を把握するには、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。

【サンプル数】

来店顧客 100～200 人（調査期間 1 ヶ月）

【調査手段・手法】

自店に来店した顧客に対しアンケート調査票を手渡し、アンケートを記入してもらう。アンケート調査への協力を促すため、サンプル品などの粗品を用意する。

【分析手段・手法】

調査結果については、経営指導員が分析を行う。また、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性に考慮しなければならない場合などについては、専門家に依頼し報告書を作成する。

【調査項目】

①年齢 ②居住地 ③いつも買う商品 ④味 ⑤価格 ⑥購入目的 ⑦気に入っているサービス ⑧来店頻度 ⑨接客対応 など

【分析結果の活用】

分析結果については、経営指導員（もしくは分析した専門家）が直接事業者分析結果をフィードバックし、自店の商圈や顧客ニーズの把握に努める。また、店舗レイアウトの見直し、接客対応の改善などにも役立てる。

(4) 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。また、事業者の了承のもと、商工会で活用事例集にまとめ、事業計画策定や新たな販路拡大を目指している事業者資料として提供する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

当商工会における経営状況の分析については、マル経などの金融支援や各種補助金、経営革新、経営改善のための経営計画策定など必要に応じて実施しているが、積極的には取り組んでこなかった。一方、多くの小規模事業者は日々の業務に追われ「経営状況の分析」を行っておらずその分析手法についても理解していない。

現状を勘案すると、当地区内の小規模事業者への「経営分析の必要性」の周知と、経営分析データの活用方法を習得する機会を設定することが課題となる。そのうえで、経営計画等策定だけでなく経営分析を支援していく中、「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げることが重要となる。

(2) 目標

支援内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
セミナー開催回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー参加者数	0人	30人	30人	30人	30人	30人
経営分析事業者数	15者	25者	25者	25者	25者	25者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業所の掘り起こし（経営分析セミナーの開催）

毎年実施している金融相談会や各種セミナーに参加する事業者などを対象に経営問診票や経営問診票活用マニュアル等を活用しながら対象事業所の経営状況の概況を把握するとともに経営分析等を行い適切な経営指導や助言を行う。

また、経営分析に関するセミナーを開催し、開催周知時に、経営分析の重要性（経営計画策定の基礎）を訴え、受講生の参加意識の高揚を図る。

【募集方法】

チラシを作成すると共に、ホームページ・商工会会報などで広く周知する。併せて巡回・窓口相談時に案内を行う。

②経営分析の内容

【対象者】

セミナー参加者・巡回指導の中から、意欲的な25事業者を選定

【分析項目】

定量分析である「財務分析」と、定性分析である「非財務分析」の双方を行う。

《財務分析》直近3期分の収益性・生産性・安全性及び成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、対話を通じて事業者の内部環境における「強み」「弱み」「機会」「脅威」を整理する。

内部環境 (強み・弱み)	「商品・製品・サービス」「技術・ノウハウ等の知的財産」「仕入先・取引先」「人材・組織」「デジタル化・IT活用の状況」「従業員のノウハウ・技術力・対応力」「事業計画の策定・運用状況」など
外部環境 (機会・脅威)	「商圏内の人口・人流」「競合状況」「業界動向」「顧客ニーズの変化」「行政など施策」など

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」などのソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。非財務分析については、SWOT分析のフレームワークで整理する。

③専門家の活用

分析の内容が多岐にわたる場合や事業特性を考慮しなければならない場合などにおいては、

専門家（中小企業診断士など）に支援を依頼し、経営課題の抽出につなげていく。

（４）分析結果の活用

分析結果については、当該事業者提供し、事業者の「経営状況・課題の把握」「事業の方向性の明確化」に役立てるとともに、事業計画策定支援における基礎資料として活用する。また、各データは事業所ごとに整理保管し、必要な場合に他の職員が閲覧することにより当商工会内の情報共有にも役立てる。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

事業計画策定支援に関しては、マル経などの金融支援や各種補助金の申請書作成時においてだけ策定支援を行っている程度である。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。コロナ禍において経済環境が厳しく、今後の見通しも明確に見えない状況においては、小規模事業者は自ら経済状況に適合して変化していかなければならない。

以上を考慮すると、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、変化する事業環境に対応するため「デジタル・ITを活用した事業変革（DX）」に取り組まなければならない事業者も多い。そのような事業者に対しての支援も課題となる。

（２）支援に対する考え方

事業計画策定に取り組む前に、「事業計画策定手順・作成の意義」について小規模事業者に理解してもらう必要がある。そのうえで、各事業者が具体的で実現可能性の高い事業計画を作成し、それに沿って事業を展開することにより、持続的な発展を継続することが可能となる。具体的には「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の８割程度の事業計画策定を目指す。併せて、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金などの申請を契機として経営計画の策定を目指す事業所の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画策定につなげていく。また、事業計画策定にあたっては「3. 地域の経済動向調査」「4. 需要動向調査」「5. 経営状況の分析」を踏まえ、具体的で達成可能な計画となるよう支援する。

「5. 経営状況の分析に関すること」で実施する「経営状況分析に関するセミナー」を通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

事業計画の策定前段階において「デジタル・ITを活用した事業変革（DX）」に向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

（３）目標

支援内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
DX推進セミナー開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	2回	2回
事業計画策定事業者数	9者	20者	20者	20者	20者	20者

（４）事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入や

Web サイト構築等の取組を推進していくためのセミナーを開催する。

【募集方法】

参加者の募集については、会員事業者に限定することなく、「当商工会 HP からの情報発信」「地区内へのセミナー開催チラシの配布」などを実施し、積極的な参加を促す。

【実施回数】

1 回/年

【日程】

2 時間

【講師】

専門家（IT コーディネーター・中小企業診断士など）

【参加者】

業務のデジタル化・IT 化がある程度進んでおり、それらを活用した「事業変革」に取り組む予定の事業者。

【カリキュラム】

日程	テーマ	講義内容
1 日目	DX 推進のための取組	○DX 総論・DX 関連技術について ○DX の具体的な活用事例 ○クラウド型顧客管理ツールの紹介 ○SNS を活用した情報発信方法 ○EC サイトの利用方法

【専門家の派遣】

セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じて IT 専門家の派遣を行う。

②「事業計画策定セミナー」の開催

指導員や専門家が経営分析を行った事業者、各種セミナー（事業承継セミナー・創業セミナーなど）参加を契機に経営分析を行った事業者、などを対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。

【募集方法】

参加者の募集については、会員事業者に限定することなく、「当商工会 HP からの情報発信」「地区内へのセミナー開催チラシの配布」などを実施し、積極的な参加を促す。

【実施回数】

1 回/年

【日程】

2 時間×2 日

【講師】

専門家（中小企業診断士・税理士など）

【参加者】

経営分析を行った事業者・需要動向調査を行った事業者・事業計画策定（創業計画・事業承継計画・経営革新計画なども含む）を目指す事業者

【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 ○経営理念の作成方法
2 日目	事業計画策定	○環境分析（SWOT 分析）の考え方と実践 ○クロス SWOT 分析による経営戦略の構築 ○行動スケジュールの設定

③事業計画の策定支援

【支援対象】

経営分析を行った事業者並びに、「DX 推進セミナー」「事業計画策定セミナー」参加者を中心に事業計画策定に積極的な事業者の支援を行う。

【手段・方法】

事業計画策定セミナー受講者に対して経営指導員が担当制で対応し、傾聴と対話を通じて事業計画を策定する。必要に応じて外部専門家（中小企業診断士・税理士など）の支援を仰ぐ。

また、専門家（中小企業診断士等）による個別相談会を実施し、より具体的で実現可能性の高い事業計画策定を支援する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

現在、事業計画策定支援を行った事業所に関しては、事業者からの相談があった場合に対応するなどの場当たりの対応となっている。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頓挫してしまっているケースも少なくない。

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。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで、現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

フォローアップについては、事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

支援内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
フォローアップ対象事業者数	15 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
頻度（延べ回数）	38 回	80 回	80 回	80 回	80 回	80 回
売上増加事業者数	3 者	5 者	6 者	6 者	8 者	8 者
利益率 1%以上増加事業者数	2 者	3 者	5 者	5 者	7 者	7 者

※売上増加事業者数とは前年対比で売上が増加した事業者

※利益率については、経営革新計画において年率 1%が目標であることに準じた。

(4) 事業内容

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フォローアップを行う。

訪問頻度については、四半期に一度のフォローアップ訪問を基本とするが、事業計画策定から日数が経ち、順調に事業が推移している事業者については年 2 回の訪問とする。また、債務

超過事業者など、経営課題を抱える事業者については、毎月1回の訪問を行う。ただし、事業者からの申出等により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、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や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外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、専門的な指導・助言を行う。また、指導助言に応じてフォローアップ頻度の変更等を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

当地区内の小規模事業者の多くは、地区内の人口・世帯数の減少や高齢化による需要の減少を実感している。また、大型店舗（ベイシア安中店・カインズ安中店など）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販売など、小規模事業者にとって対応が難しい環境に置かれている。

一方で、当地区内の小規模事業者は、そのような状況を理解しつつも積極的に販促活動を行っていない場合も多い。特に、IT技術やWebを利用した販売開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず商圈が近隣に限られた範囲にとどまっている。新たな販路開拓にはDXの推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、県内外で開催される既存の展示会への出展を目指し、出展事業者の出展期間中の陳列・接客などのきめ細やかな伴走支援を行う。また、商工会のHPにおいて、小規模事業者の事業情報を掲載することにより、新たな需要の開拓を促進させる。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①県内外展示会への出展支援事業者数	0 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
内商談件数	0 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
内契約数	0 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②SNS 活用支援事業者	1 者	4 者	5 者	5 者	7 者	7 者
売上増加率	2%	3%	5%	5%	5%	5%
③EC サイト利用支援事業者数	1 者	3 者	3 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率	5%	5%	5%	10%	10%	10%
④自社 HP の開設支援事業者数	2 者	3 者	3 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率	1%-	1%	1%	3%	3%	5%

※利益率については、経営革新計画において年率1%が目標であることに準じた。

(4) 事業内容

①県内外展示会への出展支援

地域内には、付加価値の高い商品やサービスの提供を行っている小規模事業者もいるが、地域外での認知度は高いとはいえない。そこで、東京ビッグサイトで年2回開催されている「ギフトショー」をはじめ、県内外で行われている各種展示会・商談会等の情報提供を行うとともに、出展事業者に対する支援を実施する。支援対象事業者は、独自の技術で製品を開発している金属加工メーカーや地域の特産品を活用した商品を開発している食品加工業者などである。これらの事業者が新たな取引先を獲得することを目的とし展示会に出展する。なお、物産展や商工展への出展は準備や当日の人員確保などハードルが高く感じる小規模事業者も多い。また、事前準備と振り返りを十分に行わないと、ただ出展しただけになって効果は薄い。出展前の準備から終了後の振り返りまで支援することで小規模事業者の継続的な支援につなげる。

<想定する展示会・商談会（群馬県内）>

○ぐんま Tech EXPO (B to B)

群馬県内外のものづくり企業が参加し、各社の独自技術・製品の提案を行う展示商談会である。令和3年8月に開催された展示商談会には、県内企業：148社（166ブース）、県外企業：40社（44ブース）が出展した。

○群馬県商工会連合会「美味しい群馬再発見！ビジネス商談会」(B to B)

群馬県の名産品、物産品を幅広く群馬県内外へ販路開拓することを目的として開催される。商談会は事前アポイント型で、出展事業者がバイヤー席で商品の優れた点や商品の評判等を説明する。また、出展事業者のテーブル(展示ブース)が用意され、バイヤーとのフリー商談のほか、出展事業者同士のフリー商談が行われる。

出展事業者24社、来場者46名（バイヤー24社）

<想定する展示会・商談会（群馬県外）>

○彩の国ビジネスアリーナ (B to B)

「彩の国ビジネスアリーナ」は、埼玉県主催の展示商談会で、国内最大級のビジネスマッチングイベントである。国内の中小企業の受注確保と販路開拓、技術力向上を目的にさいたまスーパーアリーナを使用し、出展者数400社、来場者数は1万7千人の規模で開催される展示商談会である。

○東京インターナショナル・ギフト・ショー (B to B)

パーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」は、東京ビッグサイト全館を使用し、出展社数2,980社、来場者数21万人の規模で開催される、日本最大規模のトレードショー（商談見本市）である。

○グルメ&ダイニングスタイルショー (B to B)

食と食の関連雑貨・知識・ノウハウを集約し、これからの新しい売り方・アイテムが一堂に会する、食の専門見本市であり、多くのマスコミも注目する商談型展示会である。2023年9月の展示会（3日間）は、出展者数277社・小間数223、来場者数27,574名であった。

②SNSの活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

③ECサイト利用 (BtoC)

楽天やYahooが運営するショッピングサイトやカート機能があるレンタルサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

④自社HPの開設支援

小規模事業者の多くは自社オリジナルHPを持っておらず、商品・サービスの情報発信力が不十分であることが多い。そのような事業者に対して、オリジナルHP開設支援を行うことにより、新たな販路の拡大につなげる。また、必要に応じて専門家を活用し、効果的なHPやPR動画を作成することにより、来店客数増加・取引先拡大・売上増加を達成する。

Ⅱ. 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

9. 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

(1) 現状と課題

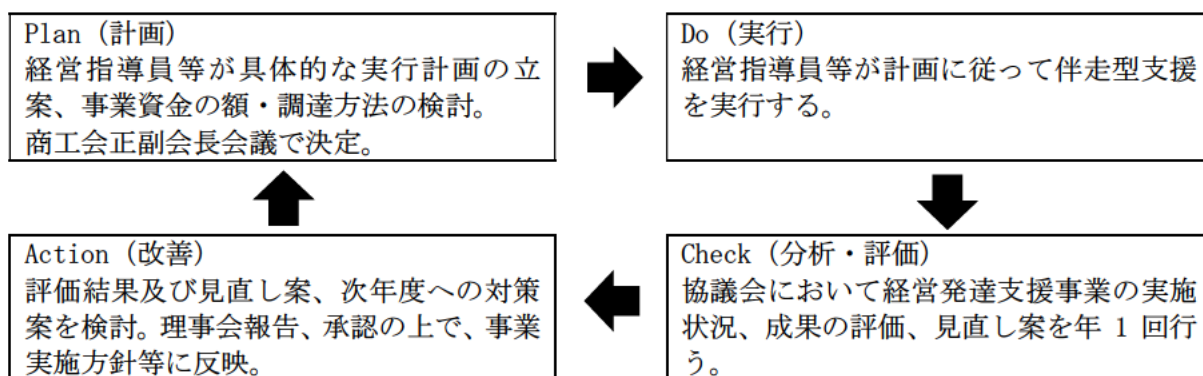
毎年開催される総代会において事業の報告が行われているが、総代会出席者は商工会役職員であり、外部評価は行われていない。そのため、各事業の評価及び検証には至っておらず、今後は、事業を客観的に評価し見直すための仕組みを構築することが課題となる。

(2) 事業内容

当商工会役員・安中市商工課・法定経営指導員・外部有識者（税理士、中小企業診断士などの専門家）により構成された「協議会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等（全事業の目標値に対する実施率、成果の達成率、その要因等）について評価を行う。

「協議会」の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、商工会 HP に掲載することで当地区の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。なお、経営発達支援計画の PDCA サイクルの具体的な仕組みは、以下の通りである。

- ① 法定経営指導員を含む全職員で、当該年度の目標を達成するための具体的な実行計画の立案、事業実施に必要な資金及び調達方法を検討し、商工会正副会長会議において決定する。
- ② 当該年度の事業計画に従って、経営指導員等が伴走型支援を実行する。
- ③ 商工会正副会長、商工会事務局長、安中市商工課、法定経営指導員、外部有識者（税理士、中小企業診断士などの専門家）で構成された「協議会」を設置し、経営発達支援事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を年1回（3月）行う。
- ④ 全職員参加による定期ミーティングにおいて、当該協議会での評価結果及び見直し案に基づき、次年度に必要な対策を検討する。
- ⑤ 協議会による事業の評価結果及び見直し案、次年度への対策案を当商工会理事会へ報告し承認を受けた上で、事業実施方針等に反映させる。
- ⑥ 事業の評価結果、見直しの結果は、当商工会 HP で公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。



10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 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、ベテラン指導員と若手指導員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（経営支援員・記帳指導職員）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。

（２）事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び群馬県商工会連合会主催の各種セミナーに対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

当商工会では、年１回開催される「検討会（PDCAのチェック）」において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施し、支援力向上を図る。

②DX推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

＜DXに向けたIT・デジタル化の取組＞

ア）事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ）事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ）その他取組

オンライン経営指導の方法等

③OJT制度の導入

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。必要に応じ、若手経営指導員は、支援経験の豊富な経営指導員とチームで巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。また、専門家による個別指導などを交えて、個々の能力に合わせた支援能力向上のカリキュラムで組織全体の底上げを図る仕組みを構築する。

④職員間定期ミーティングの実施

上記外部講習会等への参加後に、参加した経営指導員等が講師を務め、研修資料に基づいた説明を行い、研修内容の理解度を深め、情報共有を図る。また、全職員（経営指導員・経営支援員・記帳指導員）が参加し、定期的に（毎月１回）ミーティングを行う。ミーティングにおいて、意見交換やIT等の活用方法・具体的なツールの紹介等を行うことで、職員の支援能力の向上及び修正・改善を図る。

⑤支援力向上勉強会の実施

当商工会職員が全員参加する「支援力向上勉強会」を年１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。

⑥コミュニケーション能力向上セミナー

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

⑦情報のデータベース化

商工会基幹システムに事業者ごとの支援内容を詳細に入力する。商工会基幹システムは当商工会の職員であれば誰でも閲覧できるため、担当指導員が不在の場合でも事業者への対応が可能となる。また、効果のあった支援内容や注意すべき失敗事例については事業者情報をプリントアウトし全職員がいつでも活用できるよう共有化を進める。ファイル内容については毎年見直し、当商工会の支援ノウハウとして蓄積する。

1 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

(1) 現状と課題

令和 4 年度に管内金融機関と企業支援に係る連携協定を結び、年 1 回の職員間での勉強会を開催している。職員同士が密に相談し合える環境を整えたことで情報交換がしやすくなっているが、始めたばかりで今後の活用が課題となっている。

他には群馬県商工会連合会の研修時の休憩時間や雑談時間などを利用し各経営指導員は支援ノウハウ等の情報交換を個別に行っている。このような研修は、情報交換を目的とした会合ではないため、支援ノウハウの共有や習得が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、管内金融機関との連携強化に加え、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。

(2) 事業内容

①西部地区 8 商工会による情報交換会（年 1 回）

西部地区 8 商工会（高崎市榛名商工会・高崎市倉渕商工会・高崎市箕郷商工会・高崎市群馬商工会・高崎市新町商工会・高崎市吉井商工会・安中市商工会・安中市松井田商工会）による情報交換会を年 1 回（現状 0 回）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。

②経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年 2 回）

日本政策金融公庫高崎支店国民生活事業と高崎支店地区支援機関（商工会・会議所）による「経営改善貸付推薦団体協議会」において、金融斡旋状況を中心とした現場レベルにおける様々な小規模事業者への支援実績や成功事例、手法などを紹介し、伴走型支援のノウハウ、支援状況等についての情報交換を行うことで、効果的な金融支援を行う。

③創業支援ネットワークを活用した情報交換

安中市・安中市内の 2 商工会（安中市商工会・安中市松井田商工会）・群馬県信用組合・日本政策金融公庫・群馬県信用保証協会の 5 団体で組織しているネットワークの会議へ出席（年 2 回）し、企業支援につなげるための情報交換を行う。

④管内金融機関との連携推進

令和 4 年度に結んだ連携協定を活用し、金融機関（群馬銀行安中支店・東和銀行安中支店・しなのめ信用金庫安中支店・群馬県信用組合（安中・原市・板鼻支店））との情報交換の場を設ける。年 1 回の勉強会のほか、職員同士での積極的な情報交換を行い、一緒に企業への巡回を行うなど具体的支援につなげる。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

当地区内には古くから開催されている各種イベントもある。このようなイベントは季節ごとに開催される一過性の事業となっており、地域経済の活性化策として継続的な取組が図られていない状態となっている。

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

今後は、各種地域振興事業の開催を通じ、安中市・地元企業（小売業・製造業など）・金融機関（群馬銀行・東和銀行など）など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るとともに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。

(2) 事業内容

①「安中地区地域活性化検討会」の開催（年 1 回）

地域経済の活性化を図る土台作りとして「安中地区地域活性化検討会」を年 1 回開催する。当検討会は、安中市・安中市松井田商工会・安中市商工会で構成され、検討会においては活性化策、地域資源の有効な活用について検討を行う。

②イベント事業の支援によるブランド力向上

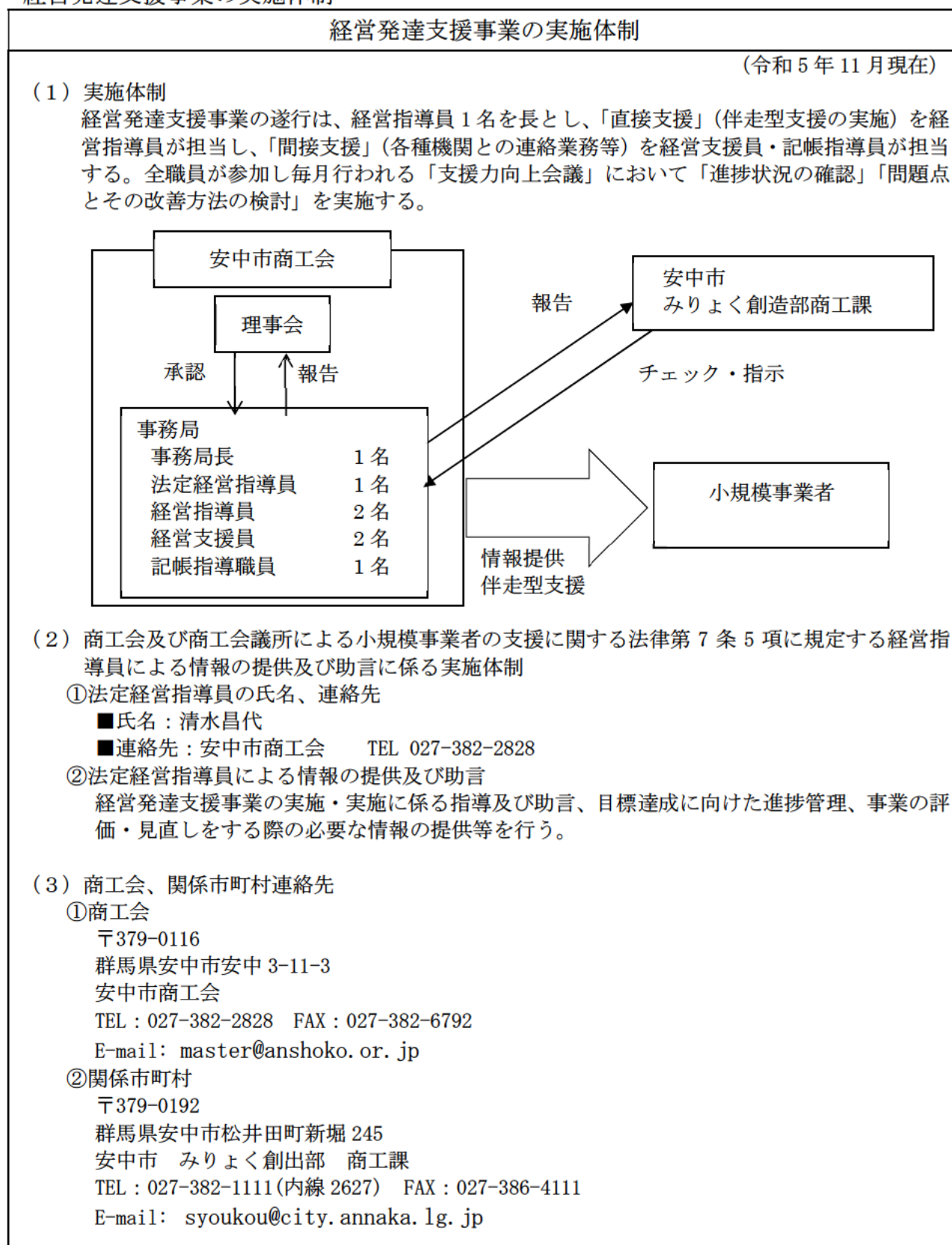
「安政遠足(とおあし) (侍マラソン)」は毎年 5 月に開催され、同日に併催される「大江戸フェスタ」には多くの事業者が出店し来場者に商品やサービスを提供している。出展者数は総数が決まっているため増加させることはできないが、出店者の新陳代謝を促進させ、多くの小規模事業者を来場者に周知してもらい需要の開拓を図る。

「あんなか祭り (安中 JC 主催)」と「商工祭り (安中市商工会主催)」を毎年 10 月に同日開催し、多くの事業者が出店し商品やサービスの提供を行なっている。

ほかにも、安中市の特産品を利用した商品開発等を支援し、ブランド力向上に取り組んでいる。今後も地域のイベントとして注力することにより、ブランド力の向上と地域経済の活性化を推進する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(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)

	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
・ 地域の経済動向調査に関する事業	100	100	100	100	100
・ 需要動向調査に関する事業	300	300	300	300	300
・ 経営状況の分析に関する事業	300	300	300	300	300
・ 事業計画策定支援に関する事業	700	700	700	700	700
・ 事業計画策定後の実施支援に関する事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
・ 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事業	300	300	300	300	300
・ 経営指導員等の資質向上等に関する事業	200	200	200	200	200
・ 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事業	200	200	200	200	200
・ 地域経済の活性化に資する取り組みに関する事業	400	400	400	400	400

(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、町補助金、全国連補助金、県連補助金、事業受託費、参加者負担金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を
連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携する内容
連携者及びその役割
連携体制図等