

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	富士見商工会（法人番号 40700050000084） 前橋市（地方公共団体コード 102016）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	当地域の小規模事業者の多くは、地区内外の競合他社に需要を奪われ大変厳しい環境に置かれている。それぞれの小規模事業者が自社の「強み」を正確に理解し、「経営状況の分析」や「事業計画の策定」などを通じて他社との差別化を図ることを目標とする。それにより、当地域内の小規模事業者の販路拡大を図り売上・利益を確保する。
事業内容	経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること 各種統計調査（RESAS など）や地区内の小規模事業者への聞き取りにより、支援を実施する個社及び地域の状況を正確に把握する。調査結果については、小規模事業者の現状分析の基礎資料として活用する。 3-2. 需要動向調査に関すること 消費者や取引先のニーズをアンケート調査などにより収集し、データを分析することにより事業者の「事業の方向性」を把握するとともに、新商品・新サービスの開発に活用する。 4. 経営状況の分析に関すること 事業計画策定支援や計画策定後の支援を実施するため「財務分析」「SWOT 分析」を実施し、個社の経営状況を把握する。 5. 事業計画策定支援に関すること 「事業計画策定セミナー」を開催し、小規模事業者の事業計画作成を支援する。必要に応じて外部専門家を活用し、実現可能性の高い事業計画を作成する。 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後に、計画的できめ細かな伴走型の支援を実施することにより、計画の着実な進行をサポートする。計画の修正が必要な場合においては、具体的な改善策を提案し、必要に応じて専門家からの指導・助言を行う。 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会への出展支援・商工 HP からの情報発信などを実施し、新たな需要の開拓を支援する。
連絡先	【富士見商工会】 住所 〒370-0103 群馬県前橋市富士見町小暮 104-1 Tel：027-288-2593 Fax：027-288-4889 e-mail: fujimi-shoko@dune.ocn.ne.jp 【前橋市 産業経済部 産業政策課】 住所 〒371-8601 群馬県前橋市大手町二丁目 12 番 1 号 TEL：027-898-6983 FAX：027-224-1188 e-mail:kougyou@city.maebashi.gunma.jp

経営発達支援計画

1. 目標

①現状

当商工会（富士見商工会）が開設されている前橋市富士見町は、群馬県勢多郡に属していた旧富士見村が平成 21 年 5 月 5 日に前橋市に編入合併された地区である。当地区は関東平野の北西端にあり、赤城山の山頂周辺から南側にかけて南北に長い地区となっている。当地区は、地区内の標高差が大きく、最も高い場所は赤城山（黒檜山南面）の 1,823 メートル、低い場所は 140 メートルである。

地区の北半分は赤城山の森林となっており、人はほとんど住んでいない。それに対して、南半分は緩やかな丘陵地帯であり、地区の中ほどは畑作・水田を中心とした都市近郊農業地帯、さらに南側は近隣市街地へのベッドタウンとなっている。



当地区の南側と東側は県庁所在地である前橋市に隣接しており都市部からの住民流入が続いた。その結果人口が増加し、合併前は全国で 4 番目に人口の多い村であった。前橋市との合併以降は、「前橋市富士見町」となり、人口・世帯数ともに増加傾向である。

	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年
人口	21, 273	22, 320	22, 344	22, 428
世帯数	6, 261	6, 986	7, 438	7, 888

(出典：国勢調査)

生産年齢人口（15 才以上 65 歳未満）は増加傾向となっているが、年少人口（15 才未満）は減少傾向である。一方、地区内の高齢化が進み、65 才以上の人口に占める割合が徐々に上昇し、平成 27 年においては、65 才以上の割合が 21.8%となっている。

	平成 12 年	平成 22 年	平成 27 年
15 才未満	3, 481	3, 461	3, 324
15～64 才	14, 208	14, 618	14, 107
65 才以上	3, 584	4, 184	4, 846
65 才以上の割合	16. 8%	18. 8%	21. 8%

(出典：国勢調査)

【産業】

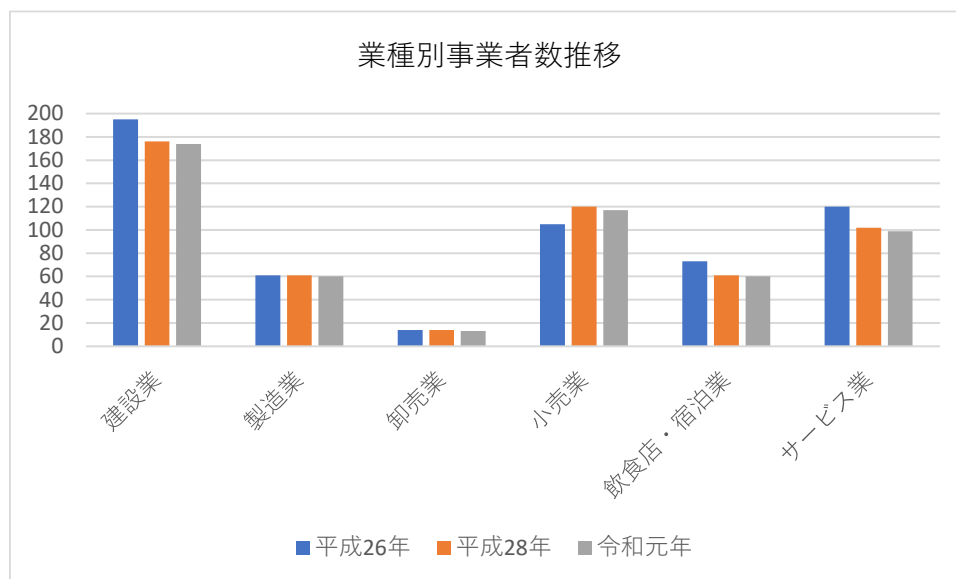
当地区における商工業者総数（令和元年度）は 602 事業者となっている。内小規模事業者数は 498 者となっており、全体の 82. 7%を占めている。

令和元年事業者数

	件数	割合
商工業者総数	602	
小規模事業者数	498	82. 7%
建設業	174	28. 9%
製造業	60	10. 0%
卸売業	13	2. 2%
小売業	117	19. 4%
飲食店・宿泊業	60	10. 0%
サービス業	99	16. 4%
その他	73	12. 1%

当地区の商工業者総数・小規模事業者数ともに、減少傾向となっている。業種別では「建設業」「飲食店・宿泊業」「サービス業」が減少傾向、「製造業」「卸売業」「小売業」は横ばい状態である。

	平成 24 年	平成 28 年	令和元年
商工業者総数	621	614	602
小規模事業者数	562	518	498



【交通】

地域内に鉄道は敷設されておらず、主な交通手段は「バス」「自家用車」などの車両での移動と

なる。当地域の南部を横断する形で上武道路（国道 17 号のバイパス道路）が整備された。上武道路は埼玉県熊谷市西別府の上武インターチェンジ（深谷バイパス分岐）から群馬県前橋市田口町へ至る国道 17 号バイパスである。群馬県内における最後の未開通区間が 2017 年 3 月 19 日に開通したことで全通となり、当地区の利便性が高まった。また、それに合わせ当地区内に「道の駅（仮称）まえばし」も令和 3 年 7 月に開設される予定となっている。

また、高速道路については、関越自動車道の「渋川伊香保 IC」「駒寄スマート IC」や北関東自動車道の「駒形 IC」「波志江スマート IC」から近く、県内外へのアクセスも比較的良好い。

【観光資源】

当地区は赤城山麓に位置し、赤城山山頂も当地区内である。赤城山の山頂には大沼、小沼と呼ばれるカルデラ湖があり、周囲にはミズバショウなどの高山植物が生息する覚満淵という湿原がある。赤城山は榛名山、妙義山と並び、上毛三山の一つに数えられており、日本百名山、日本百景の一つにも選ばれている県内有数の景勝地である。特に、冬季における大沼でのワカサギ釣り、その周辺の白樺やつつじが有名である。赤城山は四季を通じてこれらの自然に彩られており、毎年多くの観光客が訪れている。

【特産品】

赤城山の南面に広がる緩やかな山麓は全国屈指の日照時間を誇っており、従来から農産物の栽培が盛んであった。水利の良い低地は水田として、丘陵地は畑として活用されている。当地区は川を境に地質が異なっており、川の東側は根菜類、西側は葉物類の栽培に適している。そのため、多様な農産物の栽培が可能となっており、主な農産物として「ほうれん草」「ひとめぼれ（米）」「時沢大根」がある。

【前橋市産業振興ビジョン（令和 2 年 4 月～令和 7 年 3 月）からの引用】

「前橋市産業振興ビジョン」において「産業の目指す姿と 4 つの戦略」が示されている。記載内容は下記の通りである。

「産業の目指す姿」

目指す姿①『ポテンシャル』で飛躍する都市

目指す姿②『チャレンジ精神』で活き活きと輝く都市

目指す姿③『イノベーション』で成長する都市

「4 つの戦略」

1. 既存産業の総合的・実効的支援

資金繰り対策、設備投資等の補助、人材育成といった中小企業・小規模事業者をはじめとする多くの事業者にとって必要とされる基本的な支援策について一歩踏み込んで注力し、様々な角度から効果的な支援等を行うことで既存産業全体の持続的発展を図ります。

①中小企業・小規模事業者の資金繰り支援施策の推進

②中小企業・小規模事業者の人材育成支援施策の推進

③中小企業・小規模事業者が新たな販路を開拓するための支援

④事業所の生産性の向上に関する支援

⑤事業所が必要な人材を獲得でき、市民が柔軟かつ意欲的に市内で働ける施策推進

⑥商工会議所・商工会と連携した小規模事業者等の伴走型支援

⑦国や県等の支援メニューを活用した中小企業・小規模事業者の包括的支援

2. 各種支援機関等との連携による新製品・新技術の創出

様々な事業者等が、常に新たな事業機会を模索し、新市場の開拓者として成長していくために、各種支援機関と事業者間や事業者相互の連携強化を図り、競争力のある新製品・新技術の創出を後押しする施策を展開します。

①各種支援機関等との連携促進による、新たな技術開発の推進

②異業種間連携による、新たな価値を創造できる環境づくり

③新たな商品開発、技術開発支援の推進

④新たな技術、新たな製品の販路拡大に対する支援の推進

3. 前橋にマッチした企業立地の促進

本市では、積極的に造成された工業団地に多くの優良企業を誘致してきたことが現在の産業発展につながっています。今後も本市の特性にマッチした企業立地を効果的に進めていくことで、雇用機会の拡大、市内事業者への受発注の増加を促し、地域経済の活性化や産業構造の強化を進めていきます。

- ①自然災害が比較的少ない優位性を活かした、首都圏にある企業等のバックアップ機能の立地促進
- ②充実した交通網と首都圏からの距離感を活かした物流拠点の立地促進
- ③豊富な水資源、農畜産物を活かした食料品製造業の立地促進
- ④市内企業が市内で事業を継続できるように、操業環境、事業の拡張性を確保
- ⑤新たな産業用地の確保、居抜き物件の紹介等による高度 IT 化企業を含む進出企業ニーズへの対応

4. 起業家の創出と人材育成

新たな事業等を起こしやすい環境を整えることによって、起業家の活動を活発にしていきます。また起業家同士、同業者等のネットワーク形成を進め、連携を通じた起業家能力の向上や人材育成等を図ります。

- ①起業に際しての資金の支援、手続きに関する情報提供、ノウハウの習得の支援
- ②起業・事業承継に係る支援者（市、金融機関、支援機関等）の有機的な連携
- ③同業種間、異業種間の起業家の交流を促進、マッチング推進と創業機運醸成支援

②課題

【現在の状況】

当地区は人口・世帯数ともに増加傾向である。しかし今後は、地区内において 65 才以上の高齢化が進み、需要の減少が進む可能性がある。その一方、平成 21 年に前橋市に編入され前橋市が実施する多くの産業振興策も活用できるようになった。また、上武道路の全面開通や道の駅の開業などにより、県内外からの買い物客の流入、観光客の増加が見込まれ、小規模事業者の活性化につながることを期待できる。

【産業別の状況と課題】

「商業（小売・サービス業）」

- ・当地区の中北部は畜産などを中心とした農耕地として発展してきた。また南部については、前橋市のベッドタウンとして機能しており、地区内に商店街は有していない。各店舗は幹線道路沿いや住宅地の中に点在しており、販売促進策も個々に行ってきた。しかし、ここ数年は、大型店舗の進出（ベイシア前橋ふじみモール店・フレッセイ富士見店など）やネット販売の伸長などにより、各店舗は徐々に集客力を失っている状態である。また、立地場所にかかわらず、事業主の高齢化が進んでいる。
- ・当地区の「強み」として、「人口・世帯数の増加」「近隣市町村からのアクセスの良さ」「観光名所である赤城山の存在」があげられる。また、前橋市との合併により、前橋市が行っている施策を活用することができるようになった。
- ・上記を勘案した課題として、「個店の魅力度向上（ストアブランドの確立）」「販売チャネルの多様化」「観光客の取り込み」「後継者の育成」が上げられる。

「工業（製造・建設業）」

- ・製造業については、地区内に工業団地はなく、各事業所が点在している。食品加工・金属加工・プラスチック加工などの事業者が分布している。
- ・建設業については、景気低迷による公共工事の縮小に加え、当地区が前橋市に吸収合併された影響で公共工事の競争が激化し事業者数が減少傾向となっており、事業者を取り巻く経営環境は厳しさを増している。
- ・当地区の「強み」として、「交通アクセスの良さ」があげられる。上武道路や関越自動車・北関東自動車道へのアクセスが良く県内外への迅速な製品の流通が可能である。また、建設業においても居住者の「交通の利便性」があげられる。

- ・上記を勘案した課題として、「事業所間のネットワークの構築」「取引先の維持・拡大」「地区内外への情報発信」「ものづくり基盤の強化」が上げられる。

「観光業」

- ・観光業については、赤城山観光を中心とした事業を展開している。しかし、団体旅行の減少や県内外の競合観光地に客を奪われ、集客が減少している事業者が多い。
- ・当地区の「強み」は赤城山である。赤城山は、榛名山、妙義山と並び、上毛三山の一つに数えられている。また、日本百名山、日本百景の一つにも選ばれている。中央のカルデラの周囲を、円頂を持つ1,200mから1,800mの峰々を取り囲み、その外側は標高にして約800mまでは広く緩やかな裾野の高原台地をなしている。これは富士山に続き日本で二番目の長さである。
- ・上記を勘案した課題として、「観光客集客のための効率的な需要喚起策の実施」が課題となる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

①10年程度の期間を見据えて

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、今後の高齢化・大型店の進出・ネット通販の伸長などを考慮すると、外部環境は厳しさを増すものと考えられる。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年間における長期的な振興の在り方となる。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やかなサービスの提供」「独自の仕入による商品の差別化」「地元商品の販売」「高齢化に対応した宅配サービスの実施」「ネット販売の強化」

○ サービス業

「独自の技術力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」「高齢者に対応したサービス（出張サービスなど）の充実」「他業種とのコラボ事業」

○ 飲食店

「食の安心・安全の提供」「地元農産物を活用したメニューの開発」「高齢者に配慮した店作り」「テイクアウトメニューの充実」

○ 観光業

「地元に着した情報発信」「個人客を呼び込むためのイベント実施」「HPやPR動画を活用したネット戦略」

②前橋市産業振興ビジョン（令和2年4月～令和7年3月）との連動性・整合性

「産業の目指す姿と4つの戦略との整合性」

前橋市産業振興ビジョンの「1. 既存産業の総合的・実効的支援」において、7つの指標が示されており、いずれも当商工会の事業の方向性と一致している。また、「⑥商工会議所・商工会と連携した小規模事業者等の伴走型支援」と明記されており、商工会との連携が示されている。

その他の項目についても当商工会の方向性と一致している点が多く、当発達支援計画においても、地区内の「小規模事業者の魅力づくり」を通して、前橋市産業振興ビジョンが掲げる３つの目指す姿（目指す姿①『ポテンシャル』で飛躍する都市 目指す姿②『チャレンジ精神』で活き活きと輝く都市 目指す姿③『イノベーション』で成長する都市）を達成したいと考えている。

③富士見商工会としての役割

当商工会は、地域内の小規模事業者に対して「金融支援（マル経など）」や「共済・年金・保険制度の提供」を中心に地域事業者の経営安定や福利厚生に取り組んできた。また、平成 28 年度から取り組んだ経営発達支援計画に基づき、小規模事業者に対し伴走型支援を実施してきた。

しかし、「大型店舗の出店」「グローバル経済の急速な発展」などの外部環境の急激な変化により、小規模事業者はこれまで経験したことのないような経営環境に置かれており、独力で経営の持続的発展を遂げていくことは難しい時代となった。また、小規模事業者の多くは大企業と異なり、人・モノ・金・情報等の経営資源に制約があるため、それぞれの企業の実情に応じた支援が必要となる。それぞれの事業所が、外部環境の「機会」を捉え、自社の「強み」を活用した施策を実施することがこれまでになく求められている。

今後は、個々の小規模事業者の状況を分析し、事業の方向性を明確にするとともに、事業者の実態に即した経営計画や事業計画の策定支援を行わなければならない。

当商工会の役割は、地場産業の現状や産業振興における指針を踏まえつつ、他の関係機関や専門家との連携を図りながら、個々の事業者に応じた伴走型による支援を提供することである。また、小規模事業者の「強み」を活かした他社との差別化を進めることにより、事業者の持続的発展を支えていくことが使命であり、与えられた役割であると考えている。

（３）経営発達支援計画の目標

当商工会は、上記の「（１）当地域の現状及び課題」「（２）小規模事業者に対する長期的な振興の在り方」を考慮し、経営発達支援計画の目標を下記の通り設定した。

①小規模事業者の事業計画策定支援とフォローアップ

②小規模事業者の特性に応じた経営支援の実施

③経営課題の解決による売上・利益の確保

④小規模事業者の情報発信を支援することによる需要喚起

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 3 年 4 月 1 日～ 令和 8 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策定支援とフォローアップ

小規模事業者の経営力を強化するためには事業計画の策定が重要となる。事業計画策定においては「経営状況の分析」「実行可能な事業計画の策定」が必要となる。また計画策定後においては、「定期的な進捗チェック」「チェックに基づく事業計画の修正」が必要となる。当商工会においては、上記の内容を伴走型支援として積極的に実施する。

②小規模事業者の特性に応じた経営支援の実施

当地区内の「大型店舗の出店」「グローバル経済の進展」などは、各事業者に共通する経営課題である。その一方、個々の事業者における「強み」「機会」はそれぞれに異なっており、画一的な支

援は現実的ではない。小規模事業者が持続的な発展を継続するためには、事業者の特性に応じた経営支援が必須となる。

当商工会では、経営支援の第一段階として、事業者の「外部環境」「内部環境」を分析し、事業者の特性（強み）を活用した経営支援を伴走型で実施する。

③経営課題の解決による売上・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、小規模事業者への経営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、経営課題の解決を図り売上・利益の確保に務める。

④小規模事業者の情報発信を支援することによる需要喚起

当地区内には特徴のある商品・サービスを提供する小規模事業者が数多く存在している。しかし、そのような小規模事業者の多くは、効果的な情報発信ができていない。当商工会において、そのような小規模事業者の商品・サービス・技術などの情報を蓄積・発信することにより、新たな顧客の獲得や地区外に流失していた需要の還流を図る。

経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 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」であった。従前に比べて、一定の効果はあったものの、小規模事業者に対しての的確な支援を行うためには不十分であった。

今後は、経営指導員が実施する巡回時の個別ヒアリング等の他に、国が提供するビッグデータなどの有効活用を進め、「事業の方向性の明確化」「事業計画作成」に役立てることが課題となる。

(2) 目標

	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①公表回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②公表回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

国が提供する「RESAS（地域経済分析システム）」を活用し、効率的な経済活性化を目指すため、産業特性ごとに「稼ぐ力」の把握と効率性の観点から現状分析を行い、年1回公表する。

【分析手法】

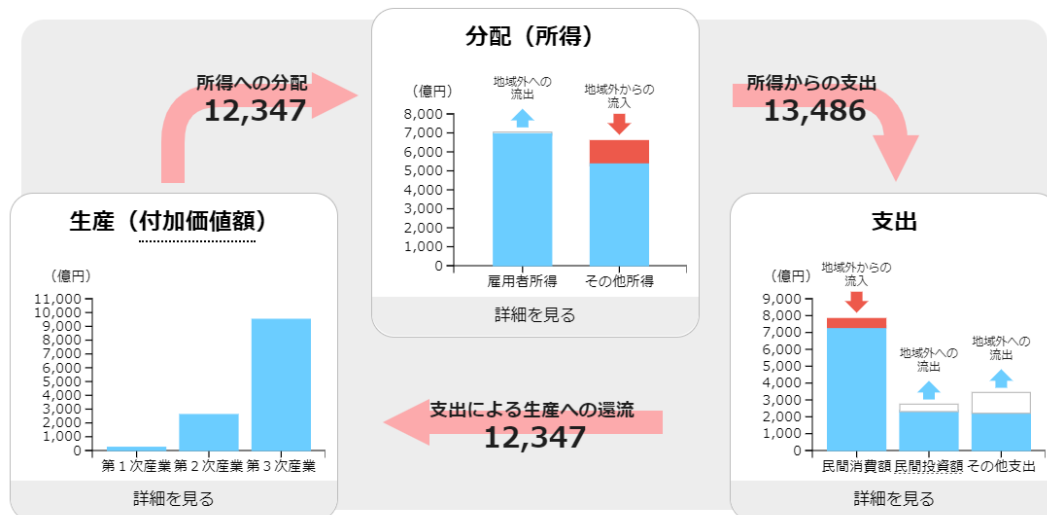
- ・「地域経済循環マップ」「生産分析」により、何で稼いでいるかを分析する。
- ・産業特性ごとに「事業所数」「出荷額」を把握し、課題を分析する。
- ・「まちづくりマップ・From-To分析」を行い、人の動きなどを分析する。
- ・「産業構造マップ」により、産業別の現状を分析する。

RESAS 地域経済循環マップ（群馬県前橋市）

地域経済循環率
91.6%

地域経済循環図 2015年

指定地域：群馬県前橋市



②経営指導員による聞き取り調査

経営指導員等の巡回時や窓口相談・セミナー開催時などに小規模事業者から景況感や需要動向・経営課題・問題点などのヒアリングを行い、その結果を業種別・項目別にまとめ「地区内景況レポート」として整理し、地区内の小規模事業者の事業計画作成時などの基礎資料として活用する。

【調査対象】地区内小規模事業者 80 社

【実施回数】年 1 回（9 月実施 指導員の巡回による聞き取り調査）

【調査項目】売上高増減・利益率増減・資金繰り状況・設備投資の有無など

【分析手法】業種別・項目別などに集計し「地区内景況レポート」として分析

（４）成果の活用

調査結果については、表やグラフなどを用いながら、報告書として見やすくまとめ、商工会の HP や会報等を活用し広く情報提供を行う。

小規模事業者が、個々の現状分析を実施する場合の「外部環境分析」の基礎資料として活用し、事業計画策定支援に結び付ける。

3-2. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

小規模事業者の売上・利益の確保を図るためには、事業者自身が提供する商品・サービスについてその顧客である消費者・取引先の需要動向を調査・分析し将来の予測を立てた上で事業計画を策定することが必要である。現在、消費者の需要動向についてその必要性を理解し情報の収集・分析を行っている小規模事業者は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、事業者が話す需要の動向の変化などについて受動的に聞く程度である。得られた情報についても分析はほとんど行っておらず活用も図られていない。

今後は、さらなる外部環境の変化により、従来の需要とは異なる消費者ニーズが生じることも考えられる。地区内の需要動向についての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。

(2) 目標						
支援内容	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①展示会におけるアンケート調査 支援事業者数	1	年1回 2者	年1回 2者	年1回 3者	年2回 4者	年2回 4者
②自社におけるアンケート調査支 援事業者数	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、独自の技術を持つ金属加工メーカーやプラスチック加工メーカーを対象とし、県内外で開催される展示会（群馬ものづくりフェア・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 100 人 【調査手段・手法】 事業者の展示ブースに来店した一般消費者やバイヤーを対象に、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自社におけるアンケート調査 (BtoC) 小売業・サービス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や接客対応の改善などにも役立てる。						

4. 経営状況の分析に関すること

(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、「マル経などの金融支援」「各種補助金の申請書作成時」「伴走型支援事業における事業計画作成時」において実施してきており、一定の効果を上げている。一方で、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事業者も多い。

当商工会においても、「経営状況の分析」の必要性について、訪問時の説明や商工会 HP での情報は発信などで周知を進めてきたが、まだまだ不十分な状態である。

以上のような現状を勘案すると、「3-1. 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、小規模事業者との折衝の機会を捉え、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。

(4) 目標

支援内容	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
経営状況分析の掘り起こし のための活動総数	20	30	35	40	40	45
巡回訪問数	15	20	25	30	30	35
窓口勧誘数	2	5	5	5	5	5
セミナー開催時勧誘数	3	5	5	5	5	5
経営分析件数	15	25	30	35	35	40

(3) 事業内容

①経営指導員巡回時などにおける経営分析の実施

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。具体的には、小規模事業者に対して、経営分析に取り組むことの重要性を説明するとともに、経営分析に取り組み成果を得られた事業者の具体例をまとめた資料を作成・配布することにより事業者の掘り起こしを図る。また、分析に必要な基礎データ（事業内容・店舗規模・従業員数など）については、チェックリストを作成し、漏れがないように収集する。

②経営分析の内容

事業規模や業種により分析内容は異なるが、概ね下記の項目を分析する。

【対象者】

巡回・窓口相談・各種セミナー開催時の来場者

【分析項目】

定量分析：売上高・売上総利益・営業利益・経常利益・利益率・棚卸資産回転率・損益分岐点売上高 など

定性分析：SWOT 分析（強み・弱み・機会・脅威）・競合・新規参入・代替品・仕入先など

【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。また、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）に支援を依頼する。

(4) 成果の活用

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。

5. 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」「各種補助金の申請書作成時」「伴走型支援事業における事業計画策定支援」において行っており、一定の効果を上げている。しかし、作成した事業計画において「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まだまだ多い。

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、これまで以上に、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。

(2) 支援に対する考え方

前述したように、「何のために事業計画を策定するのか」「なぜ事業計画が必要なのか」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4. で経営分析を行った事業者の6割程度の事業計画策定を目指す。併せて、持続化補助金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。

(3) 目標

支援内容	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
事業計画策定セミナー開催回数	1	1	2	2	2	2
事業計画策定セミナー参加者人数	10	15 人/回	15 人/回	20 人/回	20 人/回	25 人/回
事業計画策定勧誘訪問件数	15	20	20	30	30	35
事業計画策定件数	5	15	18	20	20	25

(4) 事業内容

① 「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・経営革新計画セミナー・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】

1～2 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 ○数値計画（売上・経費など）の作成

②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、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、経営指導員が担当制で対応し、必要に応じて外部専門家（中小企業診断士・税理士など）の支援を仰ぎながら、具体的で実現可能性の高い事業計画を策定する。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画策定を支援した事業者に対するその後のフォローアップに関しては、事業者からの相談があった場合に対応するとともに伴走型支援事業において定期的な訪問を実施してきた。その一方、事業計画通りに進まない事業者に対するきめ細やかなフォローが行き届かない事業者が散見された。

上記を勘案すると、事業計画通りに事業が進んでいる事業者へのフォローはもとより、事業計画に変調をきたしている事業者に対するきめ細やかなフォローアップを行う体制づくりや事業計画修正を迅速に実施することが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
フォローアップ対象事業者数	5	9	10	13	16	18
頻度（延べ回数）	22	36	40	52	68	72
売上増加事業者数	1	3	4	5	6	7
利益率1%以上増加事業者数	1	2	3	4	5	6

※売上増加事業者数とは前年対比で売上高が増加した事業者

※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訪問を実施する。

具体的には、事業計画策定事業者には原則として四半期に一度のフォローアップ訪問を実施する。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、創業者や多くの経営課題を抱える事業者などについては、毎月 1 回の訪問を行う。

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。

7. 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

地域内の人口・世帯数は増加傾向であるが、地域外への通勤者が多いことや高齢化などから地域内での需要は予断を許さない状況である。また、郊外型大型スーパー（ベイシア前橋ふじみモール店・フレッシュ富士見店など）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厳しい経営環境となっている。一方で、当地域内の小規模事業者は、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 を利用した販売促進策が不得手な事業者が目立つ。

当地区では「富士見地区産業祭」「つつじ祭」などの各種イベントが開催されている。そのようなイベントを活用した需要開拓も重要である。来場者に自社の商品やサービスを直接 PR する良い機会でもあるため、出展者の増加を図ることが課題となる。

各小規模事業者においては、新たな需要を開拓するための販売促進策（マーケティングなど）を習得することが必要となる。特に、IT を活用した需要の開拓を図ることは小規模事業者の大きな課題となっている。

製造業・建設業については、「ものづくり現場」の変化に対応できず、新たな取引先を獲得できない事業者も多い。「ものづくり」に関する基本的な体制を構築することが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

ネットを活用した新たな需要の開拓を支援するとともに、販路拡大についての考え方の理解を深めるための販路開拓セミナーを実施し、自社に役立つ知識の習得を進める。展示会については、商工会が独自に開催することが困難なため、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。

(3) 目標

支援内容	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①ネットを活用した事業者 PR 施策の支援（事業者数）	2	7	10	15	20	20
HP 作成件数	2	6	9	13	18	18
内利益率 1%以上件数	1	1	2	2	3	4
②販路開拓セミナーの実施						

	開催回数	0	2	2	2	2	2
	参加者数（回）	0	15	16	17	18	20
	内利益率 1%以上件数	0	2	2	3	3	4
③展示会への出展支援（事業者数）		1	2	2	3	3	5
	内商談件数	25	1	1	2	2	3
	内契約数	2	1	1	1	1	2
④商工会 HP による情報発信		0					
	掲載事業者数	0	20	40	60	80	100
	内利益率 1%以上件数	0	3	4	4	5	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ネットを活用した事業者 PR 施策の支援

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 開設支援や PR 動画作成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。

②販路開拓セミナーの実施

新たな需要を獲得するための基礎知識などを習得するために、販路開拓のためのセミナーを実施する。具体的には、小売業・サービス業・観光業を対象とした「IT 活用セミナー」、製造業・建設業を対象とした「工程改善セミナー」などである。

○IT 活用セミナー

【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×1 日

【講師】

専門家（IT コーディネーターなど）

【参加者】

事業計画策定事業者など

【カリキュラム】

テーマ	講義内容
自社 HP の作成方法	○オリジナル HP の効果 ○HP 開設の基礎知識 ○SEO 対策のポイント

【セミナー参加後の支援】

セミナー参加事業者については、セミナー後に経営指導員が訪問し、今後の販路開拓にどのようなにつなげるかについてヒアリングを行うとともに、必要に応じて専門家を派遣し、自社 HP 作成を支援する。

○工程改善セミナー

【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×1 日

【講師】

専門家（中小企業診断士・現場経験者など）

【参加者】

事業計画策定事業者・展示会出展事業者など

【カリキュラム】

テーマ	講義内容
小規模事業者の「工程管理」 「品質向上」	○5S の考え方 ○ボトルネック工程の改善手法 ○全体の最適化のための施策

【セミナー参加後の支援】

セミナー参加事業者については、セミナー後に経営指導員が訪問し、今後の工程改善にどのように取り組むかについてヒアリングを行うとともに、必要に応じて専門家派遣を行い具体的な工程改善を支援する。

③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、一般消費者向け商品の製造を行っている事業者（金属加工メーカー・食品加工業者など）を対象に、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、当商工会が各種展示会（ギフトショーなど）において 3 ブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。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。

※「ギフトショー」

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 2,400 社、来場者数 20 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。

④商工会 HP による情報発信

当商工会に地区内の小規模事業者の事業情報を掲載し、新たな取引先や新たな顧客の獲得を進める。事業者の簡単な業務を紹介するとともに、上記で作成した HP とのリンクを設定し、新たな需要を呼び込む。

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り組み**8. 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**

現在、経営発達支援事業の取り組みについて、年 1 回開催する検討会により見直しを行っている。今後も検討会の実施により計画の見直しを行い、PDCA サイクルを適切に回す仕組みを維持

する。

(2) 事業内容

当商工会役員・前橋市産業政策課職員・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）により構成された報告会を年1回、年度末に開催し、事業の実施状況、成果などを報告する。

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。

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。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。

9. 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、経営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

経営指導員及び経営支援員等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。

②職員間定期ミーティングの実施

全職員（経営指導員・経営支援員・記帳職員）が参加し、定期的（毎月1回）にミーティングを行う。ミーティングにおいて、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。また若手経営指導員はベテラン経営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。

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。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を向上させる。

④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。

⑤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。

10. 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

群馬県商工会連合会の研修時の休憩時間や金融機関との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、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中部地区4商工会による情報交換会（年1回）

中部地区4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1回）

日本政策金融公庫前橋支店国民生活事業と前橋支店担当地区支援機関（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群馬県中小企業支援ネットワーク会議への出席（年1回）

群馬県、行政、県内商工会、商工会議所、中央会、群馬銀行、東和銀行、各信用金庫等が参加する中小企業支援ネットワーク会議へ参加する。各機関の成功事例において支援ノウハウを学ぶことや、ネットワーク強化へと繋がるため支援の幅を広げることが可能となる。参加者との支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

④まえばし創業支援ネットワークへの参画

前橋市が中心となり創業期にある小規模事業者を支援する取り組みである「前橋創業支援ネットワーク」に参画する。この取り組みは、前橋市内の中小企業支援機関がネットワークを組み前橋市内で事業活動を行う中小企業に対し、各々のニーズやステージに応じたサポートをワンストップで行うことでスムーズな創業・事業の発展を支援することを目的としている。このネットワークに参画することにより、創業等の支援ノウハウ等の情報交換を行う。

地域経済の活性化に資する取組

11. 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

現在、当地区において「富士見地区産業祭」「つつじ祭」など各種イベントが開催されており、当商工会においては運営に携わり出展者支援を行うなど地域活性化に貢献している。

今後は、地区内の地域振興事業（各種イベントなど）の開催を通じ、前橋市・地元企業・金融機関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区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「富士見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「富士見地区地域活性化検討会」を年1回開催する。「富士見地区地域活性化検討会」は、前橋市・地元企業・金融機関・専門家で構成され、検討会においては各種イベントの継続的な活性化策、観光資源の有効な活用方法などについて検討を行う。

②各種イベントの開催

地域内の商工業者が自社の製品やサービスを来場者に提供する各種イベントに対して、当商工会は、主催者としてその運営が円滑に行えるよう努めるとともに、他市町村及び地域住民と事業者の交流を図り、地域経済の活性化に役立てる。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

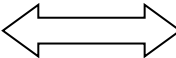
経営発達支援事業の実施体制

(令和 2 年 9 月現在)

(1) 実施体制

経営発達支援事業の遂行は、経営指導員 1 名を長とし、「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。

富士見商工会	
会長	1 名
副会長	2 名
理事	15 名
監事	2 名
事務局長	1 名
法定経営指導員	1 名
経営指導員	1 名
経営支援員	1 名
記帳指導員	1 名



前橋市
産業経済部産業政策課

(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第 7 条 5 項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：羽鳥 拓也

■連絡先：富士見商工会 TEL 027-288-2593

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒371-0103

群馬県前橋市富士見町小暮 104-1

富士見商工会

Tel : 027-288-2593 Fax : 027-288-4889

E-mail:fujimi-shoko@dune.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒371-8601

群馬県前橋市大手町二丁目 12 番 1 号

前橋市 産業経済部 産業政策課

TEL : 027-898-6983 FAX : 027-224-1188

E-mail:kougyou@city.maebashi.gunma.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)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200
・ 地域の経済動向調査に関する事業	500	500	500	500	500
・ 需要動向調査に関する事業	500	500	500	500	500
・ 経営状況の分析に関する事業	800	800	800	800	800
・ 事業計画策定支援に関する事業	800	800	800	800	800
・ 事業計画策定後の実施支援に関する事業	800	800	800	800	800
・ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	800	800	800	800	800
・ 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	500	500	500	500	500
・ 経営指導員等の資質向上等に関する事業	500	500	500	500	500
・ 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事業	500	500	500	500	500
・ 地域経済の活性化に資する取り組みに関する事業	500	500	500	500	500

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、県補助金、市補助金、全国連補助金、県連補助金、事業受託費、参加者負担金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

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

連携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		
名称	住所	代表者
しののめ信用金庫	群馬県富岡市富岡 1123	理事長 横山慶一
利根郡信用金庫	群馬県沼田市東原新町 1540	理事長 坂井隆
あかぎ信用組合	群馬県前橋市六供町 856-1	理事長 小林正弘
ぐんまみらい信用組合	群馬県高崎市田町 125 番地	理事長 八高武

連携する内容
10. 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 ○しののめ信用金庫○利根郡信用金庫○あかぎ信用組合○ぐんまみらい信用組合 小規模事業者の経営状況や地区内の業種別景気動向などの情報を共有し、小規模事業者支援に役立てる。また、前橋市の施策（補助金・助成金など）についての情報を共有し、協力して小規模事業者への周知を図る。

連携者及びその役割
○しののめ信用金庫○利根郡信用金庫○あかぎ信用組合○ぐんまみらい信用組合 「5. 事業計画策定支援に関すること」「6. 事業計画策定後の実施支援に関すること」の支援において、資金繰りに問題が発生した小規模事業者に対して、適切な金融支援を行う。

連携体制図等
<pre> graph TD A[前橋市 富士見商工会] <--> 情報共有 支援依頼 B[金融機関 しののめ信用金庫 利根郡信用金庫 あかぎ信用組合 ぐんまみらい信用組合] A --> C[経営発達支援] C --> D[小規模事業者] B -- 金融支援 --> D </pre>