

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	高崎市倉渕商工会（法人番号 8070005002440） 高崎市（地方公共団体コード 102024）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 小規模事業者との対話と傾聴で「気づき」をもたらし、自発的な経営課題の設定とその課題解決に向けた個社の取組を支援し、潜在力の引き出しを図ります。 DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進による売上増加を目指します。 小規模事業者の商談会出展支援等で「地産外消」へ繋がる需要喚起を図ります。
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること RESAS の活用や小規模事業者への調査を実施します。調査結果は、事業計画策定時の基礎資料として使用します。 2. 需要動向調査に関すること 道の駅利用客や商談会に来場したバイヤーに対して、アンケート調査を行い、データ分析することで新商品・新サービスの開発へ繋がります。 3. 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為、財務分析や SWOT 分析等を実施し、個者の経営状況を把握します。 4. 事業計画の策定支援 DX 推進セミナー及び個者への専門家派遣を実施し、小規模事業者の DX 推進や事業計画策定に向けた支援を実施いたします。 5. 事業計画策定後の実施支援 フォローアップ支援を行うことで、事業計画の着実な遂行を目指します。必要に応じて個者への専門家派遣を実施します。 6. 新たな需要の開拓支援 自社ホームページや SNS、Google ビジネスプロフィールの等の IT ツールやデジタル技術の利活用支援を行う他、県内外で開催される商談会等の出展支援を行い、「地産外消」に向けた需要喚起を図ります。

連絡先	高崎市倉渕商工会 〒370-3402 群馬県 高崎市 倉渕町三ノ倉 303 番地 TEL:027-378-2029 FAX:027-378-3829 e-mail:kurasho@apricot.ocn.ne.jp 高崎市 商工観光部 商工振興課 〒370-8501 群馬県 高崎市高松町 35 番地 1 TEL:027-321-1256 FAX:027-325-4879 e-mail:shoukou@city.takasaki.gunma.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) 地域の現状及び課題

①現状

I. 立地

高崎市倉渕商工会（以下、当商工会）が管轄する高崎市倉渕町（以下、当地域）は、群馬県中南部の都市である高崎市の北西部に位置します。東には上毛三山のひとつ榛名山を望み、西は日本有数の高原リゾート地である長野県軽井沢町と接しています。当地域（旧倉渕村）は平成18年に群馬郡群馬町・箕郷町・多野郡新町とともに高崎市に編入され、現在に至ります。東西18km、南北11.1kmのやや横長の形をしており、総面積の85.5%が山林という山間地帯であります。烏川が村の中央を流れ、兩岸の段丘に耕地や集落が散在していて、気温は日中高く、夜間は冷え込むという山地特有の気候ではありますが、冬の積雪量は少ない地域です。また昼夜の寒暖差を活かした葉物類を中心とした野菜の栽培も盛んな地域です。



交通面については、高崎中心市街地と県内屈指の観光地である草津温泉や八ッ場ダムや軽井沢町へ向かう主要道である国道406号線が倉渕町内を縦断しております。町内には鉄道が走っておりません。在来線の最寄り駅は隣接する安中市のJR安中駅（15km）、新幹線の最寄り駅は安中榛名駅（8.6km）です。町内と高崎市内を結ぶ路線バスは市内循環バス「ぐるりん倉渕線」が1日6便、群馬バス「権田線」が1日8便ありますが、交通インフラでは大きなハンデを有する地域です。

II. 歴史的背景

当地域は、山間地ということもあり、古くから林業が盛んであり、江戸時代（1834年）の江戸城再建の際には、幕府直轄林だった川浦山からケヤキを切り出して搬出した歴史を有しております。別掲の「川浦御用木御伐採出絵図」は当時の様子を現在に伝える貴重な資料です。

また、権田地区は、江戸幕府の勘定奉行等の要職を務め、横須賀製鉄所（造船所）の建設を中心に日本の近代化に大きく貢献した小栗上野介の采地です。当該地域には、非業の死を遂げた小栗上野介の業績を顕彰する資料や小栗上野介父子、家臣らの墓が数多く現存しております。



【市指定文化財「川浦御用木御伐採出絵図」】



【日本近代化の礎を築いた小栗上野介】

Ⅲ. 人口の推移

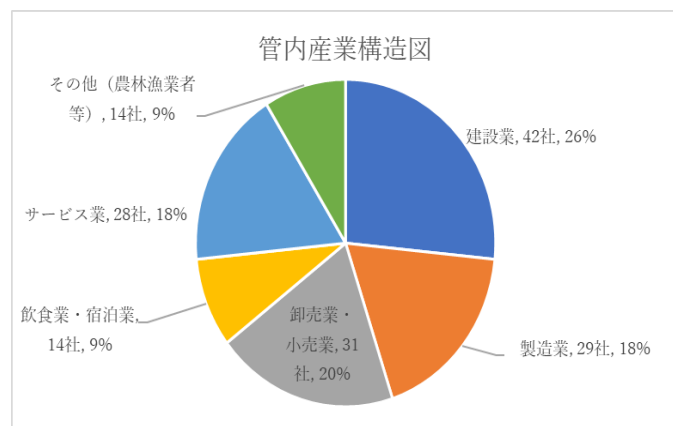
下記の表は、直近5カ年の人口の推移を記したものです。人口につきましては、地域住民の高齢化に伴う自然減や進学・就職に伴う他地域への転出等の事由により毎年100人近くで人口を減らしており、直近の5カ年では人口が11.1%減少しております。

	H30年3月末	H31年3月末	R2年3月末	R3年3月末	R4年3月末
人口数（人）	3,516	3,414	3,338	3,229	3,126
対前年比	-	▲ 102	▲ 76	▲ 109	▲ 103
対H30年比	-	▲ 102	▲ 178	▲ 287	▲ 390
世帯数（世帯）	1,479	1,484	1,490	1,482	1,450
対前年比	-	5	6	▲ 8	▲ 32
対H30年比	-	5	11	3	▲ 29

【住民基本台帳より】

Ⅳ. 産業

	事業者数	割合
商工業者総数	158	
小規模事業者数	141	89.2%
建設業	42	26.6%
製造業	29	18.3%
卸売業・小売業	31	19.6%
飲食業・宿泊業	14	8.9%
サービス業	28	17.7%
その他（農林漁業者等）	14	8.9%



【令和3年4月 独自調査より】

当地域における産業構造といたしましては、管内事業者の89%が小規模事業者です。業種別では、建設業が最も多く、卸売業・小売業、製造業、サービス業といったように続きます。

(i) 建設業

建設業については、当地域が中山間地である当地域の地域性もあり、砂防ダム等の治山工事等を手掛けるような主に公共工事の受注がメインとする土木建設業が数社おります。いずれも従業員が 20 人未満の事業者です。その一方で、当該地域の建設業は一般住宅の新築施工や木工事の受注をメインとする建築業が大半を占めております。元請受注をメインとする事業者はわずかで、多くの事業者が下請け受注メインとなっております。これらの事業者の多くが、従業員のいない所謂「1 人親方」と呼ばれるような小規模事業者です。

(ii) 製造業

当地域には、従業員を 30 名以上抱える規模の工場が数社あります。さらに 15 名程度の事業者が 1 社、その他の事業者はいずれも従業員が 5 名未満の小規模な事業者です。プラスチック製品から金属加工といった工業製品から、建築用資材用の木材加工、味噌や漬物等の農産加工等と多岐にわたり、当地域には群馬県内最古となる酒蔵があります。

(iii) 卸売業・小売業

当地域には、商店街はなく、国道 406 号線沿いをメインにコンビニエンスストアが 2 店舗、道の駅の直売所が 1 店あります。その他には、生鮮食料品を取り扱う小売店が 2 社、衣料品小売店 2 社、生活雑貨小売店 2 社、燃料小売店、豆腐やパン等の製造販売を行う事業者がいます。

(iv) 飲食業・宿泊業

当地域には 4 社の宿泊施設があります。そのうちの 3 社が温泉を有しており、群馬県内唯一となる含鉄泉を有する施設があります。飲食業は国道 406 号線沿いを中心に、10 社の飲食店が店舗を構えております。基本的にはランチ営業メインの店舗が多く、通常時であれば、地域住民や地域の会社で働く労働者、草津方面へ向かう観光客・ツーリング客が主な顧客です。

(v) サービス業

サービス業については、理美容事業者が最も多く、クリーニング店、観光葬祭業、自動車整備業、運送業といった事業者がおります。また、山間の清流を活かした釣り堀や冷涼な気候を感じるゴルフ場等の娯楽産業事業者もおります。

(VI) その他（農林漁業者等）

その他の事業者としては、就農支援事業者、系統出荷に頼らない農林漁業者等がカテゴライズされております。特に農業者は、他地域から移住して新規就農する若い事業者が近年、増えております。また、有機農業に取り組む事業者や系統出荷に頼らずに首都圏や東海地方の有名ホテルへと納品している事業者もおります。ハウレンソウやターサイ、トマト、ミョウガ、特に権田地区の「陣田ミョウガ」は地域を代表する特産物です。

v. 第 6 次高崎市総合計画（2018 年度～2027 年度）における倉渕町

(i) 恵まれた自然環境を守り生かす自然共生ゾーン

現在は、少子高齢化や過疎化が進み、主産業である農業では後継者不足の課題を抱えている一方で、有機農業による若い世代の新規就農者の参入も多く見られます。特に、地域の農業生産物の評価も高まっており、販路拡大が進められています。また、地域の自然と特色を生かした農業生産物の販売拠点や文化スポーツ施設の整備が進められ、新しい高崎の自然共生エリアとして活用されつつあります。

(ii) 地域振興のあり方

恵まれた自然環境や景観を保全しつつ、これらの特色を生かして産業、特に農業・林業の振興を図ります。特に地域の生産物の評価の一層の向上と販路拡大を図るため、道の駅であるくらぶち小栗の里を拠点とした拡販の整備、高崎都市部及び首都圏における販路拡大を図ります。

【第6次高崎市総合計画 22 ページより一部抜粋】

(iii) 飲食業の活性化支援

店舗の老朽化などの課題を抱える飲食店に対しては、まちなか商店リニューアル助成事業による支援を継続して実施し、魅力ある店舗づくりを後押しします。

【第6次高崎市総合計画 53 ページより一部抜粋】

(iv) 卸売小売業の振興

市が発注する案件に必要な資材や物品の調達等に当たっては、一貫して市内業者優先の原則を徹底し、市内卸売・小売業の振興を支援します。また、集客力の向上や売り上げの増加に取り組む商店経営者をまちなか商店リニューアル助成制度の継続により支援していくとともに、集客力のある商店街づくりを推進するため、空き店舗の解消や商店街が実施するソフト事業などを支援することにより、販売活動の振興促進を図ります。

【第6次高崎市総合計画 54 ページより一部抜粋】

(v) 製造・ものづくりの支援充実

中小製造業を対象とした支援策として、中小企業等機械設備導入支援助成金制度や中小企業等経営安定化助成金制度を実施しており、今後も各企業が経営環境の変化などに適切に対応できるよう支援していきます。資金面では、一般的な用途の小口資金をはじめ、設備投資や事業拡張のための産業活性化支援資金や新分野進出資金などを用意しており、特に、小口資金では借りに係る保証料を全額補助することで事業者の負担を軽減するなど、企業の状況と使途に応じて活用できる全国有数の充実した融資制度を設けています。今後も引き続き、設備投資や新商品の開発、技術革新や新技術の導入、生産性向上に向けた取り組みを積極的に支援していきます。

【第6次高崎市総合計画 55 ページより一部抜粋】

(VI) 生活関連サービスの振興

まちなか商店リニューアル助成事業を実施することにより、魅力的な店舗への改装などを支援し、事業が活性化していけるよう後押しします。さらに、助成の要件として施工等を市内事業者に限定することにより、市内の幅広い業種の仕事を増やしていきます。サービスの品質向上に向けては、教育訓練補助金や研修会開催補助金などによる支援を行っています。事業者の自主的な努力を後押しし、サービス品質の向上を支援することを通じて、市民生活の向上を図ります。

【第6次高崎市総合計画 56 ページより一部抜粋】

補足 まちなか商店リニューアル助成事業補助金について

高崎市内の魅力ある店舗づくりを支援する為、主に小売業、宿泊業、飲食サービス業、理美容業等を含む来客型の店舗で商売を営んでいる方、または営もうとする方を対象に店舗等の改装や店舗等で専ら使用する備品の購入を行うことに対し、その費用の2分の1(上限100万円)を助成する制度です。

(Ⅶ) 農林業の振興

農家所得の向上と農業が魅力ある産業となるよう、現在実施している農業者新規創造活動事業により、新品種や新商品の開発、6次産業化など、農商工連携に取り組む農業者に対する支援を引き続き実施します。また、首都圏での農畜産物の販売を促進するため、農畜産物販売拡大奨励金制度で支援します。さらには、高崎オーパ内の「高崎じまん」などでの高崎産農畜産物の販売支援やインターネットでのPRにも積極的に取り組むとともに、高崎観光協会の協力を得て首都圏各地や大阪をはじめとした大都市圏のイベントへの出展やシンガポールの百貨店等における農産物や果物の販売・PR活動に取り組みます。ジェトロ群馬貿易情報センターとの連携も進めながら、海外も視野に入れた地産多消を推進し、高崎ブランドを発信していきます。

【第6次高崎市総合計画 59ページより一部抜粋】

②課題

(i) 地域住民の高齢化と人口減少で進む地域経済の衰退

当地域が抱える課題は高齢化と人口減少です。直近5カ年の動向では毎年100人前後で人口減少が続いております。これにより、地域に根差した小規模事業者は既存顧客の減少に伴う売上減少や従業員確保が困難になっております。倉渕町内の小規模事業者の取り巻く環境はより一層厳しく、事業規模の維持するのも難しくなりつつあります。現状のペースで人口減少が進むと10年後には20%以上の減少が見込まれ、大きな懸念になりつつあります。

(ii) 建設業

一部の事業者を除き、倉渕町内の多くの建設事業者が一人親方と呼ばれるような小規模事業者です。これらの事業者は大手や地場ハウスメーカーの下請け業者として生計を立てている為、元請業者の受注状況に左右されやすく、危うい経営基盤の事業者が多いのが実情です。実際に今般のコロナ禍で、多くの事業者の売上がコロナ禍以前と比較しても減少している為、そこからの立て直しが急務となっております。また、情報化社会と呼ばれ久しいですが、インターネットやスマートフォンが普及した昨今にありながら、自社の広報活動が疎かになっている事業者が多く、自社ホームページを有している事業者数は42社中2社(4.7%)しかおりません。この点が受注減少や従業員確保の難化の要因の一つであると考えます。

(iii) 卸売業・小売業

町内の卸売業者は、特にホテルや旅館といった宿泊施設等への食品関係の納入事業者を中心に、新型コロナウイルスの感染拡大による影響を強く受けております。群馬県等による観光キャンペーンで一時的に注文が回復するものの、再拡大で注文数が再度大きく落ち込むといったように仕入れの見通しが立ちません。その為、計画性をもった経営が以前にも増して重要となってきております。一方で小売業については、地域における人口減少や既存顧客の高齢化・自然減に伴う売上減少が顕著になりつつあり、厳しい経営環境にあります。また、老朽化の進む店舗も多く、一見客が入りづらい等のネガティブなイメージを払拭する必要性もあります。そこで、事業を存続させていく為には、自身の事業のターゲットやアプローチ方法、商材、ECの活用等を再度、検討していく必要があります。

(iv) 宿泊業・飲食業

町内の宿泊業者は、夏季が繁忙期になっており、10月以降から3月までの集客が課題になっております。施設の老朽化や従業員の確保、ロシアのウクライナ侵攻に伴う原油価格の高騰による経費増加等、様々な経営課題が山積しています。一方、飲食業では、コロナ禍

の影響で外出自粛や時短営業要請、酒類の販売停止等の影響でいずれの店舗も売上が減少しております。さらには、経営者の高齢化が進んでおり、後継者がいない事業者が大半である為、10年後には事業者数が半数以下になる懸念があります。

(v) 製造業

当地域は中山間地にあたる為、土砂災害ハザードマップにおける危険地域に該当する地区が多数散在しています。更に輸送面からも高速道路等へのアクセスの悪さからも、今後、中規模工場の進出や工業団地が形成される見込みは薄いものと考えております。そのような状況において、新型コロナウイルス感染症感染拡大や原油高の影響で仕入れ経費に影響が出ております。その一方で、納入価格への価格転嫁が出来ていない事業者が多く、収益を落としております。そこで、経営状況の改善に向けて新規取引先の開拓や製品の高付加価値化が急務となっております。

(VI) サービス業

サービス業については、理美容業を中心に既存顧客の自然減等による人口減少やコロナ禍による外出頻度の減少によって、大きく売上を落としております。そこで、今後、事業を継続すべく、来店型店舗から出張施術等への業態変化も視野に入れる必要性があります。

(VII) その他

特に農業者は、当地域が中山間地にあたり、傾斜地が多く耕地面積が限られる為、年間の生産量が限られております。そこで、いかに農作物の付加価値を上げていけるかが経営課題になっていると考えます。有機栽培による差別化だけではなく、6次産業化による商品開発等の必要性があります。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

<今後想定される地区内の環境変化>

今後も高齢化や自然減、転出による人口減少が続くものと思われます。そこで、地域の小規模事業者には、新たな商品やサービスの供給や提供方法、店舗レイアウトの見直しが求められることが予想されます。さらには、経営者の高齢化やネット通販の伸長、施設や設備等の老朽化による廃業が増加し、小規模事業者数の減少が想定されます。このような厳しい経営環境下において、継続的な発展を達成する為には、既存顧客を維持しつつ、新規顧客の開拓を行う必要があります。その為には、自社の「強み」を正確に把握した上で「強み」を最大限に活用した「事業の方向性」を定めることが重要です。以下にそれぞれの業種における具体例を記載します。

<当地区内の小規模事業者のあるべき姿（共通）>

- ・顧客ニーズや需要の動向の変化に合わせた新商品・新サービスを継続的に開発している。
- ・ITを駆使し、積極的にDX（デジタルトランスフォーメーション）に取り組み、ビジネスモデルの転換を図ることで新たな需要を喚起できる体制となっている。
- ・事業計画に基づく計画経営を実践し、PDCAサイクルを確実に回し続けられている。

(i) 建設業

「公共事業から民間受注の開拓を進める」、「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」、「自社 HP や SNS を活用し情報発信を行う」

（ii）卸売業・小売業

「ストアブランドの強化」「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」「立地が悪いというハンデを克服すべく EC 化等の IT を駆使」

（iii）宿泊業・飲食業

「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」

（iv）製造業

「独自技術の洗練化」「独自製品の開発・製造・販売」「製造ラインの効率化」「需要に応じた設備投資」

（v）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（出張サービス等）の充実」

（VI）その他（農事業者）

「積極的な 6 次産業化への挑戦」「特産物を活かした商品開発」「大都市圏のイベントへの出展」「ネット通販の活用」「ジェトロ高崎を活用した海外展開」

＜長期的な振興のあり方＞

当地区の現況を鑑みますと、新商品・新サービスの開発支援、ビジネスモデルの転換支援、販路開拓の為のマッチング支援、自社における情報発信支援、まちなか商店リニューアル助成事業補助金等の施策の活用支援を行いながら、小規模事業者数の維持と収益力向上を図ることが当地区の長期的な振興のあり方と考えます。また、人口減少が続く当地域において、移住してきた新規就農者が地域に定着することが非常に重要であると考えます。そこで、新規就農者支援にも積極的に取り組み、6 次産業化を促し、農事業者の新商品開発や販路開拓支援に取り組みます。

②「高崎市第 6 次総合計画」との連動性と整合性

高崎市第 6 次総合計画（2018 年度～2027 年度）の「第 3 節 主要施策」の「市民経済」において業種別の「施策の基本方針」が記載されています。当会の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、「市民経済の活性化」を達成することを考慮しています。

③高崎市倉渕商工会の役割

当商工会は、平成 29 年度からは経営発達支援計画に基づき、小規模事業者への伴走型支援を実施してまいりました。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による今まで経験したことがないような経済の大失速や原油や原材料の高騰、資材・部品の長引く品薄状況等の自助努力では到底抗えないような外部環境の急激な変化により、小規模事業者はコロナ禍以前にも増して、大変厳しい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が難しい時代となりました。それに呼応して、商工会へ求められるものもより専門的かつ複雑に変化してきております。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限りがあるため、それぞれの事業者の実情に応じた支援が必要となります。加えて、当地

域の小規模事業者は立地の面において大きなハンデを負っています。そこで各事業者が、外部環境の「機会」を捉え、自社の「強み」を活用した施策や IT の活用がこれまで以上に求められています。

そこで、今後、より一層、個々の小規模事業者に寄り添った支援を行うべく、事業者との対話と傾聴を通じて事業者の気づきを引き出し、課題解決に向けて小規模事業者の自発的な課題設定と自己変革を促したいと考えております。その為には、個者の状況をより詳細な分析を行い、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事業計画策定支援と計画遂行や自走化に向けた支援を逐次、提供してまいります。

商店街や工業団地といった商工業者の集積地を持たない当地区において、当商工会の役割は、商工会が核となり、小規模事業者の情報集積・情報発信を行うべきだと考えます。縮小する商圈の苦しい状況を打開すべく、DX の推進を積極的に取り組み、地域外需要を喚起するような「地産外消」に取り組む必要があります。具体的には、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支援を提供することであると捉えています。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認識しております。

（３）経営発達支援計画の目標

地域経済を支えている小規模事業者が持続的に発展していく為、次の目標を掲げて伴走型支援に取り組み、活力と賑わいのある地域の発展に貢献していくことを地域への裨益目標として目指します。

- ①小規模事業者との対話と傾聴で「気づき」をもたらし、自発的な経営課題の設定とその課題解決に向けた個社の取組を支援し、潜在力の引き出しを図ります。
- ②DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進による売上増加を目指します。
- ③小規模事業者の商談会出展支援等で「地産外消」へ繋がる需要喚起を図ります。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援計画の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者との対話と傾聴で「気づき」をもたらし、自発的な経営課題の設定とその課題解決に向けた個社の取組を支援し、潜在力の引き出しを図ります。

小規模事業者とのヒアリングを通じて個者の強み等を引き出し、過去の決算書や需要調査等の数値データから新たなビジネスチャンスへの気づきを与えたいと考えます。そして、その気づきの実現に向けて、専門家派遣やセミナーを通じて、数値目標やアクションプランまで落とし込んだ実現可能性の高い事業計画書策定を行います。さらに、策定後のフォローアップ支援の充実を図ることで、小規模事業者の自発的な事業計画の遂行を促し、自走化へと繋がるように支援してまいります。

②DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進による売上増加を目指します。

当地域は高齢化と過疎化が進み、年々、商圈が縮小を続けております。さらに中山間地という立地の面において大きなハンデを負っている為、従来の方法では売上を維持するのが難しくなっております。そこで、自社ホームページ開設や SNS アカウントの取得、Google ビジネスプロフィールの取得により広報支援を行います。さらに、ネットショップの開設、キャッシュレスシステムの導入、PR 用 YouTube 動画の製作といった IT ツールやデジタル技術の利活用で、ハンデを克服し、個者の売上増加へと繋がる支援を行います。

③小規模事業者の商談会出展支援等で「地産外消」へ繋がる需要喚起を図ります。

全国商工会連合会や群馬県商工会連合会等が主催する商談会や物産展等への出展を促し、きめ細かな伴走支援を行うことで、商談成立に向けた実効性のある支援を実施いたします。

さらに、出展時にバイヤー等に対して需要動向調査を行い、調査結果を出展事業者へフィードバックすることで、商品のブラッシュアップやマーケットインの発想に基づく新商品開発に繋がるものと考えます。

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

①現状

当会職員が収集した情報は職場内共有に留まり、情報公開しておりませんでした。

②課題

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等、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す。

(2) 目標

	公表方法	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②地区内の経済動向調査の公表回数	HP掲載	—	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

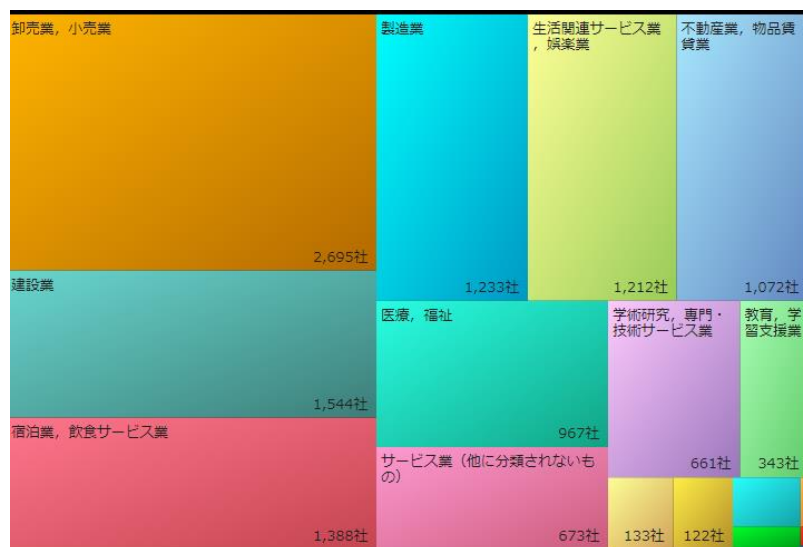
当地域経済の全体像、各産業の現状を把握するため、国の提供する「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し地域の経済動向分析を行い、当会ホームページ上で報告します。

【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します。
- ・「まちづくりマップ・From-To 分析」を行い、人の動き等を分析します。
- ・「産業構造マップ」により、産業別の現状を分析します。

【調査手法】 経営指導員が「RESAS」を活用し、当地域の経済動向分析を行います。

例：RESAS 産業構造マップ（群馬県高崎市） 2016 年 企業数



②地区内の経済動向調査

当地区の小規模事業者に経済動向を尋ねるアンケート調査票を配布し、回収したデータの分析を指導員が行い地区内の経済動向を把握する。

【調査対象】 建設業、製造業、卸売業小売業、宿泊業飲食業、サービス業、その他（30 者）

【実施回数】 年 1 回（9 月）

【調査項目】 売上高・利益・仕入状況・資金繰り・設備投資の有無等

【調査手法】 巡回・窓口にて、調査票による年 1 回のアンケート調査を実施

【分析手法】 経営指導員等が業種別・項目別などに集計し外部専門家と連携し分析を行う

(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します。また、当会としても情報共有を行い、事業所の事業計画策定や経営改善計画策定に繋げていきます。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

ここ数年、コロナ禍の影響で物産展や商談会等が中止になっていたこともあり、幅広い品種の調査を行うことはできませんでしたが、群馬県商工会連合会の主催する台湾の台南市の飲食店等とのWEB商談会にて需要動向調査を実施した経緯があります。

②課題

小規模事業者の販売する商品や、製品、提供するサービスの需要動向については、現状、調査・分析を十分にできておりません。さらに、地域内の小規模事業者は、近年、補助金等の施策が充実していることを受け、新商品開発に取り組んでいる事業者が多く見受けられます。しかしながら、「顧客ニーズがどこにあるのか」という消費者ニーズに沿った、新商品開発の基本であるマーケットインの考えが蔑ろになっており、どちらかと言えば、自社で作りたいものを作るといった傾向が強いように感じます。その結果、販路開拓に苦戦する事業者が多く見受けられます。

今後は、小規模事業者において、「顧客ニーズに基づく商品・サービス提供“マーケットイン”」の考え方の啓蒙はもちろんですが、その根拠となり得る商品・サービスへのニーズに関する各種調査を実施し、分析し、その結果を対象事業者へと情報提供を行います。小規模事業者が需要動向を捉えた事業計画書の策定や、販路開拓や商品開発等に繋げることができるような基礎的な資料として活用を図りたいと考えます。

(2) 目標

	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
①道の駅の利用客 への調査件数	—	30 件 1 回	30 件 1 回	30 件 1 回	30 件 1 回	30 件 1 回
調査対象事業者数		2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②試食・アンケート 調査件数	—	50 件 3 者	50 件 3 者	50 件 3 者	50 件 3 者	50 件 3 者
新商品開発の 調査対象事業者数	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(3) 事業内容

①道の駅の利用客への調査

当地域には高崎市唯一となる道の駅「くらぶち小栗の里」があり、年間 43.4 万人もの観光客が訪れる観光情報発信の拠点になっています。そこで、本事業では道の駅の来場者を対象に「土産品の需要動向調査」を行います。町内の食品製造関連事業者および 6 次産業化事業者といったような小規模事業者が新商品開発に繋がるように活用します。

<具体的な調査方法>

【調査実施者】

商工会職員（経営指導員）

【実施方法】

無差別に選定した道の駅への来場者に対してヒアリングによるアンケート調査を行います。

【調査項目】

i 観光目的 ii 土産物に求めるもの iii 味等の好み iv 買い求めやすい土産品の価格・個数
v パッケージデザイン・包装形態 VI 土産品に求めるもの VII 通信販売で取り寄せてみたい物

【目標標本数】

30 件

【調査結果の活用方法】

商工会職員が集計した調査結果について調査・分析を行い、簡潔なレポートにまとめます。その後、該当業種事業者への巡回や窓口相談時に調査結果レポートを直接配布いたします。この調査結果をもとに、必要に応じて小規模事業者への専門家派遣等を実施し、販売戦略の見直し・新商品開発・事業計画策定等へと繋げてまいります。

②試食・アンケート調査件数

後述の「新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」で言及する物産展や商談会（ニッポン全国物産展等を想定）への出展支援を行います。事業者に対して、需要動向調査の必要性を説明し、事業者が出品する商品を消費者やバイヤーがどのように感じるかについてアンケート調査等を実施する際に、当会の職員が3社の製品に対して下記の支援を行います。

<具体的な調査方法>

【調査実施者】

商工会職員（経営指導員）

【実施方法】

商談会等に出展した際にブースにご来場いただいたバイヤー等に対して、試食・試飲していただき、ヒアリングによるアンケート調査を行います。

【調査項目】

i 商品から感じるストーリー性・商品訴求力 ii 価格感 iii 商品選定ポイント iv 商品への満足度
v 改善点・要望等

【目標標本数】

50 件

【情報提供方法】

職員が情報を共有し、対象者への巡回や窓口相談時に調査結果レポートを直接配布し、調査結果をフィードバックいたします。その結果を基に、必要に応じて専門家派遣等を活用し、販売戦略の見直し・新商品開発・事業計画策定等に活用いたします。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

これまで当会では、年間約 720 件実施しておりますが、小規模事業者持続化補助金等補助金申請時に行う経営分析が中心で、補助金申請といった特定目的に沿った分析が主となっております。また、支援対象である多くの小規模事業者は、日々の業務に追われ自社の強み、弱みも把握しておらず、経営状況の分析の手法について理解していない事業者も多いのが現状です。

②課題

経営分析や事業化を実現できる経営計画等を策定する等経営支援力の高い商工会への変化が課題となっております。そこで、今後は、分析と合わせて自社の事業の成長段階を知ることにより、各成長期にあわせた適切な経営指導と相まって、より効果的な支援を行う必要性があります。

(2) 目標

	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
経営分析事業者数	26 件	30 件	30 件	30 件	30 件	30 件

(3) 事業内容

①法定経営指導員による個社への分析支援

これまで巡回訪問・窓口相談・各種セミナーにおいて実施してきた経営分析の支援対応に加えて、得られた財務内容を基に、経済産業省の「ローカルベンチマーク」を用いて、顧客分析のためのポジショニング、各事業者状況把握のための SWOT 分析を行います。さらには、中小機構が配信する経営支援アプリ「経営計画つくるくん」、群馬県商工会連合会が作成した商工会員巡回支援ツール（3 期比較財務分析シート、クロス SWOT 分析シート、戦略オプション分類表等）等を併用することでより効果的な小規模事業者の実態把握に努めます。それらをもとにした問題点や経営課題の抽出等の分析を行います。

【対 象 者】 新商品開発等の新しい取り組みや補助金申請を検討している小規模事業者

【分析項目】

財務分析

決算書に基づく売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等を確認します。

非財務分析

法定経営指導員が事業主への対話と傾聴を通じて、SWOT 分析等の様々な支援ツールを用いて、強み、弱み、脅威、機会等を抽出し、事業計画書の策定に繋げます。

- ・ 内部環境：商品、製品、サービス、仕入先、取引先、人材、組織、技術、ノウハウ等
- ・ 外部環境：商圏内人口、人流、競合、業界動向

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の配信する「経営計画つくるくん」等を活用し、法定経営指導員等が分析を行います。

②専門家等の活用による踏み込んだ支援

当会の経営指導員が個々の経営分析を行います。業態転換や高度な補助金申請を検討している事業者に対しては、中小企業診断士等の専門家や群馬県商工会連合会や支援機関等と連携し、分析内容が多岐にわたる場合や専門的な事業特性を考慮しなければならない場合等の事案について、事業所へ専門家等を派遣することで対処してまいります。さらには、過去に事業計画を策定した事業者で数値目標との乖離が生じている事業者のフォローアップの為の分析も実施いたします。

【対象者】

業態転換や高度な補助金申請を検討している事業者
過去に事業計画を策定し、数値目標との乖離が生じている事業主

【分析項目】

財務分析

決算書に基づく経営健全性、売上伸長率、労働生産性、同業種平均値との比較等

非財務分析

自社の内部や外部環境等を考え、検討することにより課題等を抽出
商品サービスの提供の質・価格・納期、ストーリー性、DXへの可能性
数値目標やアクションプランとの乖離の要因分析、事業主等の人的資源 等

上記の取り組みでは、特に業種を絞ることなく地域の小規模事業者に対して、広く働きかけを行い、実施いたします。年間合計 30 件の経営分析を目標とします。

③活用方法

収集した分析データは当該事業者にはフィードバックし、今後の事業計画の策定やブラッシュアップ等の際に活用してまいります。分析結果を踏まえて中長期・短期の課題を確認して、経営計画策定の支援を進めていきます。また、個社の分析結果については、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに繋げてまいります。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

当会における事業計画策定支援としては、直近である令和 3 年度実績では 26 件の事業計画策定支援を行ってまいりました。経営指導員が事業者に伴走支援を行った結果、本支援の大半が補助金申請に伴う計画策定でした。さらに、策定支援を行ってきたものの、DX 化に向けた取り組みについてはまだ着手出来ていないのが現状です。また、当地域は IT の活用が十分ではない事業者が多く、自社ホームページを有していない事業者も少なくはありません。

②課題

現状、中長期を見据えた事業計画を策定し、計画経営に取り組むといったレベルまでの支援には至っておりません。補助金を採択する為の手段になっているケースが大半を占めており、事業計画に基づく計画経営の有意義性について十分理解していただいているとは言えません。

また、当地域においては、地域内人口の減少が続いていることや立地面でハンデを負っている

という状況を鑑みますと、地域の小規模事業者はDX化への取り組みが今後より重要となります。小規模事業者にはDX化へ取り組む意義への理解が課題となっております。また、それに伴い、支援者側も、DX化支援に向けた支援ノウハウの獲得やスキルアップが急務です。

(2) 支援に関する考え方

事業計画を策定する意義について啓蒙を図っていくことで、数値目標やアクションプランに沿った計画経営の導入とPDCAサイクルを意識した経営を促していきたいと考えております。また、既述の5.において分析を行った30社のうち26社への事業計画策定を目指します。

さらに当地域においては、DX化へと取り組む意義が大いにあると考えております。ITを活用することで、立地面におけるハンデを克服できるものと考えており、積極的に推進してまいりたいと考えております。そこで、事業計画策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力強化を目指します。

(3) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①DX推進セミナーおよび ITツールの実演会	—	2回	2回	2回	2回	2回
②DX推進専門家派遣	—	4回	4回	4回	4回	4回
③事業計画策定専門家派遣	13回	16回	16回	16回	16回	16回
事業計画策定事業者数	26者	26者	26者	26者	26者	26者

(4) 事業内容

①DX推進セミナー

【カリキュラム】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・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
- ・ITツールの実演 等

【支援対象】

町内の小規模事業者 10者

【募集方法】

チラシを作成し、会員事業所への郵送の他、町内への毎戸、当会のHPで広く周知を図ります

【講師】

中小企業診断士やITコーディネーター等の専門家を想定

【実施回数】

年2回の実施を想定 2時間セミナー×2回

②DX 推進専門家派遣**【支援対象】**

経営分析を実施しており DX 化に前向きな事業者
セミナーを受講しており取り組み意欲の高い事業者

【講師】

中小企業診断士や IT コーディネーター等の専門家を想定

【派遣実施回数】

合計4回 2者に対して、2時間×2回の専門家派遣を行います。

【支援手法】

小規模事業者のもとに専門家を派遣し、ヒアリング等を通じて、個社の経営状況等に適した IT 活用法を提示し、経営課題の解決に努めたいと考えます。

③事業計画策定専門家派遣**【支援対象】**

経営分析を行った事業者のうちより高度な支援を必要とする事業者 8者を想定

【講師】

中小企業診断士 等

【派遣実施回数】

全16回 8者に対して、2時間×2回の専門家派遣を行う

【支援手法】

小規模事業者のもとに専門家を派遣し、ヒアリングや3. から4. や5. で既述いたしましたデータを用いて、事業計画策定支援を行います。PDCA サイクルを意識し、数値目標からアクションプランまで落とし込んだ実現可能性の高い事業計画の策定を行います。なお、26 者のうちの残り 18 社については、法定経営指導員が事業者との対話と傾聴を通じて、事業計画の策定支援を行います。

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****①現状**

当会における事業計画策定後のフォローアップ支援に関しては、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ました。その一方、作成段階に注力する余り、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例も散見されました。

②課題

現状を勘案する中で、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フォローアップ回数が課題となっておりました。そこで、計画的な支援体制に改善した上で実施してまいります。

(2) 支援に関する考え方

近年の小規模事業者を取り巻く経営環境は、コロナ禍やロシアによるウクライナ侵攻のように幅広い業種に影響を大きくもたらし、変化の度合いとスピードが激しくなっております。そこで、より一層、事業計画策定後のフォローアップの重要性が増しており、変化に呼応した事業計画の柔軟な見直しを求められております。そこで、当会の支援では、進捗度が見える化された数値目標やアクションプランをもとに、小規模事業者との対話と傾聴を通じて気づきを引き出し、自発的な計画遂行を促したいと考えております。

事業計画を策定した全ての事業者を対象としますが、進捗状況や課題等により、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がない事業者を見極めた上で、フォローアップを行います。

(3) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
フォローアップ対象事業者数	26 者	26 者	26 者	26 者	26 者	26 者
頻度（延回数）	36 回	64 回	64 回	64 回	64 回	64 回
売上増加事業者数	13 回	15 回	15 回	15 回	15 回	15 回
売上 3%以上の増加事業者数	8 者	27 者	27 者	27 者	27 者	27 者
フォローアップを目的とした 専門家派遣	6 回	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回

(4) 事業内容

事業計画を策定した 26 者のうち、6 者は四半期に 1 回、20 者は年 2 回とします。これにより年間 64 回のフォローアップ支援を行うものとします。ただし、事業者からの申出等により臨機応変に対応いたします。基本的には当会の経営指導員等が事前に設定した数値目標やアクションプランをもとに実績値との乖離性の確認を行います。

そこで、数値目標等と実績値において乖離が生じており、進捗が芳しくない事業者に対しては、中小企業診断士等の専門家を事業所へと派遣し当該事象の要因の分析や、対応策を事業者と検討し、事業計画書等のブラッシュアップ支援を行います。なお、要因分析において、自社の広報や競争力に問題があるような事業者に対しては、自社ホームページの開設支援やラベルデザインの見直し、EC サイトやアプリの導入等のより実践的な支援を行うことで問題の解決に努めたいと考えます。小規模事業者 4 者に対して 2 回ずつ、合計 8 回の専門家派遣を想定しています。

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

①現状

少子高齢化や過疎化による商圏人口の減少が著しい中で、地域内の需要は減少傾向にあります。その一方で、当地域内の小規模事業者においては、積極的な販売促進活動に取り組んでいる事業者は少なく、IT や SNS を利活用した販売促進が不得手な事業者が多く、自社のホームペー

ジの保有率もかなり低いのが現状です。このような状況を鑑み、当会のホームページ等を活用し、事業所紹介ページを設け、情報化が遅れている企業の広告宣伝を担っております。併せて、企業のPR動画を作成し動画投稿サイトYouTubeに商工会チャンネルを開設し動画のアップロードを行うとともに、商工会HP等にて紹介を行っていますが、不十分な点もあります。

②課題

当地域の人口減少は今後も加速する見込みで、商圈が縮小する中、売上規模を維持していく為には、外部からの需要を積極的に取り組んで行く必要があります。新たな需要の開拓に向けた需要喚起や販路開拓の取り組みが不十分であり、もっと踏み込んだ支援が求められています。特に立地面で大きなハンデを負う当地域においては、DX推進が不可欠であり、DXへの啓蒙や取り組みを支援していくことが課題です。

(2) 支援に対する考え方

地域内の人口減少が続く当地域において、売上規模を維持していく為に必要となるのは、「DX推進」と「地産外消」と考えます。

まず、DX推進としては、情報社会と呼ばれて久しいですが、当地域の小規模事業者における自社ホームページの保有率が少ないという状況を鑑み、最も初歩的なDXとして考え得る小規模事業者の自社ホームページ開設やInstagram等のSNSアカウント、Googleビジネスプロフィール取得と利活用の支援を行います。これにより、観光客や出張等で当地域を訪れるビジネスマン等をターゲットに見据えた個社の広報や販売促進支援に着手してまいります。また、今後は、IT利活用をテーマとしたセミナー開催や専門家による相談対応を行うことで、積極的なDX推進を図ってまいります。また、既述のとおり地域商圈の需要が落ち込む中、今後は、「地産外消」に向けた支援を注力してまいります。しかしながら、当会が単独で展示会等を開催するのは難しい為、群馬県内や首都圏、オンライン等で開催される既存の物産展や商談会への出展支援を行います。出展にあたっては、経営指導員等の職員が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客等、きめ細かな伴走支援を行います。

(3) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①新規自社ホームページ 開設事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額／者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②SNS活用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上額／者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
③Googleビジネスプロフィール アカウント活用事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上額／者	—	8万円	8万円	8万円	8万円	8万円
④ネットショップの開設等 IT活用による支援事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上額／者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
⑤物産展・商談会出展事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数／者	1件	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①新規自社ホームページ開設

自社ホームページを有している事業者が少ない点を鑑み、比較的に管理が容易な「WordPress」によるホームページの開設の支援を行います。昨今のスマートフォンの普及状況から、スマートフォンやタブレット端末からの閲覧でもページの構成が崩れないレスポンスデザインを採用いたします。そこで、作成したページを軸に EC サイトやネットショップ（カラーミーや BASE 等）と連携を図ることで情報発信強化や販売促進に取り組みます。必要に応じて、IT 専門家を小規模事業者に派遣し、より効果的な支援を行います。

②SNS 活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客を取り込むべく、着しやすいいんスタグラム等の SNS のアカウントを取得し、活用することで宣伝効果を向上させる為の支援を行います。

③Google ビジネスプロフィール活用

スマートフォン等で検索をした際に表示されるケースの多いビジネスプロフィールを取得することは、自社ホームページや SNS を運営する以上にハードルが低く、取り組みやすい事柄であると考えております。所在地や営業時間、定休日等の基本情報を登録することで、ホームページと同等の効果が期待できます。Google マップとの連動も図られる為、集客効果も期待できます。

そこで、当会ではアカウント取得や基本情報の設定といった支援を行います。加えて、事業所のイメージを大きく左右するような店舗やメニュー等の画像といったビジュアル面についても専門家を活用し、支援を実施いたします。

④ネットショップ開設等の IT 活用による支援（B to C）

支援の一例として、ネットショップ支援です。ネットショップについては、コロナ禍以降、大きく成長している市場です。そこで、当会においても、地域の小規模事業者の売上増加に向けて、支援強化に取り組んでまいります。セミナー開催やネットショップの立ち上げ、立ち上げ後のフォローアップ等の支援を行います。その他には、物産展等で利用可能な PR 動画を作成して YouTube へアップロードや自社ホームページとの連動も試みます。その他、キャッシュレスシステム導入支援を想定しています。

⑤物産展・商談会出展事業（B to B）

小規模事業者の経営改善には販路拡大は必須であることから、今後は事業者と伴走しながら積極的に取り組んでまいります。全国商工会連合会や群馬県商工会連合会が実施する物産展や展示商談会等に対し、ニーズに沿った小規模事業者を洗い出し参加勧奨を行っていきます。また、出展期間中には、陳列、接客等、きめ細かな伴走支援を行います。当該事業に参加した事業者のアフターフォローとして、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援等、商談成立に向けた実効性のある支援を実施いたします。

【対象者】

農産加工品等の特産品製造事業者または 6 次産業化に取り組む農事業者

【事業者数】

3 者

【対象物産展・商談会】

開催時期	名称	場所	来場者
11 月	ニッポン全国物産展	東京都豊島区 池袋サンシャインビル	バイヤー、在京メディア、一般客
11 月	美味しい群馬再発見！ ビジネス商談会	群馬県前橋市 ラシーネ新前橋	バイヤーのみ

①. ニッポン全国物産展

主に東京都内で開催されるイベントや展示即売会に出展し、管内の飲食業や食品製造業、6次産業化に取り組む事業者や事業計画を策定した事業者を対象に出展支援を行うことで、新たな需要の開拓を支援します。また、首都圏の消費者やバイヤー等とコミュニケーションを図り、消費者の反応を直接感じられる機会として、自社商品の改善や開発に結びつくよう支援いたします。

【概要】

全国商工会連合会が主催し、池袋サンシャインシティを会場に、全国の物産や加工品等を集めた大型展示販売会です。例年、3日間で15万人以上が訪れる催事ですが、令和元年度及び令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、オンライン会場の併設や会期の短縮等大幅な規模縮小を行ったことから、例年の来場者・出店者数を大幅に下回りました。令和3年度より、ほぼ通常通り開催され、来場者及び売上も右肩上がりに回復しつつあり、消費者の生の声を聞き、商品のブラッシュアップに繋がる展示販売会です。

【開催場所】 池袋サンシャインシティ 展示ホール A・B

【来場者数】 44,199 者（令和3年11月実績）

【出店者数】 178 者

② 美味しい群馬再発見！ビジネス商談会

群馬県商工会連合会が主催する「美味しい群馬再発見！ビジネス商談会」に、毎年、管内の飲食業や食品製造業、6次産業化に取り組む事業者を選定し、出展支援を行います。出展に向けて、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行います。

【概要】

群馬県内では、地域の農林水産物を活用した魅力ある地場産品や加工食品が数多く作られていますが、近年、消費者ニーズや流通形態の多様化等により、新たな需要の掘り起こしが求められています。新たな販路拡大に挑戦する事業者のための個別商談や多様な事業者との意見交換の場を設けることで、このコロナ禍の状況下においても新しい生活様式に対応した販路拡大の支援や商取引の拡大と地場産品の利用推進を図るための商談会です。

【開催場所】 ホテルラシーネ新前橋

【来場者数】 85 者（バイヤー18 者）（2020 年 10 月実績）

【出展者数】 23 者

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組

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

①現状

従来は、理事会を経て年1回総会時に会員に対して事業報告をしています。しかし、詳細な各事業の内容についての評価及び検証までされていないのが実態でした。

②課題

今後は、経営発達支援事業の進捗状況等を確認・評価し、その後の事業実施方針等に反映させるために、毎年度事業実施状況についての検証・見直しを行う仕組みが不可欠です。

(2) 事業内容

当商工会役員、高崎市商工振興課職員、法定経営指導員、外部有識者（税理士、中小企業診断士等の専門家）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、成果を報告いたします。

- P（計画）商工会理事会において評価・見直しの方針を決定します。
→D（実行）当会の経営発達支援計画に基づき事業を遂行します。
→C（評価）評価委員会にて経営発達支援事業の進捗状況・成果等の評価を行います
→A（改善）事業の成果、評価、見直しの結果を、事業実施方針等に反映します。

事業の成果・見直しの結果については、その内容を当会ホームページにおいて公表します。
(<http://www15.wind.ne.jp/~kurasho/>)

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

①現状

当会職員の資質向上については、群馬県商工会連合会が実施する各種研修会に大きく依存しており、知識の習得や資質の向上に取り組んでおりました。しかしながら、支援能力向上に重点が置かれている為、組織として全体の支援レベルアップが意識されておられません。

②課題

今後、当地域の小規模事業者の持続的成長に向けた経営力強化を支援していく為には、当会職員において、戦略上の意思決定に関与可能な高度な支援能力、DX化等の実践的なノウハウや職員間の知の共有が不可欠といえます。現在は、このような能力向上の為の取組が体系的・計画的に行われているとは言えず、また、ノウハウ等の共有化についても部分的なものに留まっているので、事業者の課題を的確に把握し、対応する為にも資質向上を図ってまいります。

(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為、群馬県商工会連合会主催する各種セミナーの他、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び中小企業大学校が実施する「中小企業支援担当者等研修の専門研修」に対し、計画的に法定経営指導員等を派遣いたします。

②職員間定期ミーティングの実施

全職員（法定経営指導員・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います。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います。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、組織全体の支援力強化を目指します。また若手指導員はベテラン指導員との意見交換を通じ、経営指導ノウハウの習得を目指します。

③OJT 制度の導入

当会の組織としての支援力を高める為に積極的に OJT の機会を設けます。巡回、窓口相談時において、必要に応じ、法定経営指導員と経営支援員等が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支援能力の向上を目指します。

④支援力向上勉強会の実施

当会職員が全員参加する「支援力向上勉強会」を年 1 回開催します。法定経営指導員が主導し、研修会や専門家への同行等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等を発表し、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ます。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を図ります。

(i) DX 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・指導を可能にする為、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（例えば、群馬県 DX 課による「NETSUGEN イノベーションセミナー」）についても積極的に参加いたします。

<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

(ii) 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・向上を図り、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繋がります。

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します。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為、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ります。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ます。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します。

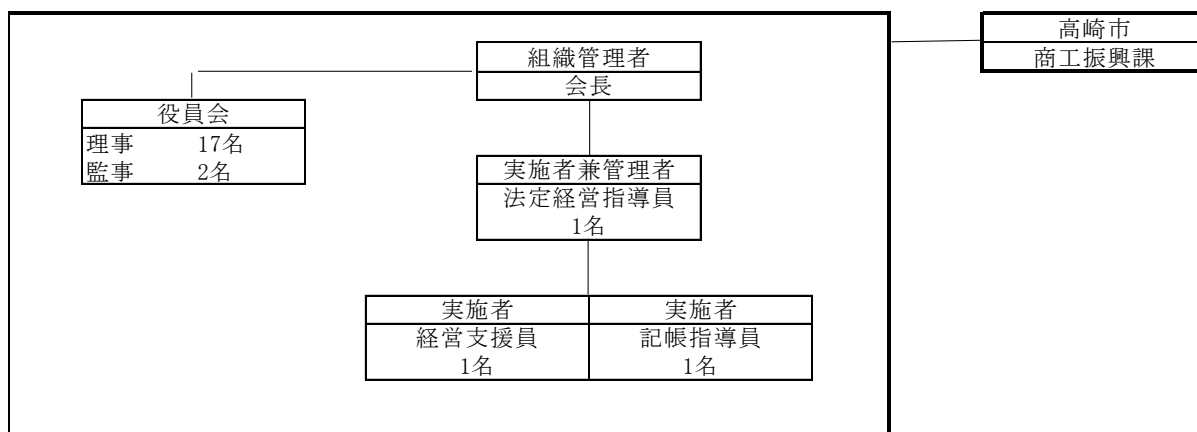
(別表 2)

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 4 年 11 月現在)

(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等)



(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 条第 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： 横塚 拓

■ 連絡先： 高崎市倉渕商工会 TEL:027-378-2029

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／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒370-3402

群馬県高崎市倉渕町三ノ倉 303

高崎市倉渕商工会

TEL:027-378-2029 FAX : 027-378-3829

E-mail: kurasho@apricot.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒370-8501

群馬県高崎市高松町 35 番地 1

高崎市商工観光部 商工振興課

TEL : 027-321-1256 FAX : 027-325-4879

E-mail: shoukou@city.takasaki.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 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
必要な資金の額	2, 500	2, 500	2, 500	2, 500	2, 500
○専門家派遣費	1, 150	1, 150	1, 150	1, 150	1, 150
○セミナー開催費	100	100	100	100	100
○展示会出展費	500	500	500	500	500
○システム利用費	200	200	200	200	200
○需要開拓支援費	550	550	550	550	550

(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
伴走型小規模事業者支援推進補助金、会費収入 等

(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	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	