

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	神流町商工会 (法人番号 2070005004129) 神流町 (地方公共団体コード 103675)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>目標① 小規模事業者の経営改善支援 ア. 観光客への需要喚起による飲食・宿泊業の発展 イ. 新市場への需要開拓 ウ. 小売・卸売業の経営力強化</p> <p>目標② 事業承継・経営革新等の支援強化 目標③ 小規模事業者の販路開拓支援強化</p> <p>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者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。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 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。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 消費者や来街者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。</p> <p>5. 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。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 「DX推進セミナー」及び「事業計画策定セミナー」を開催し、小規模事業者のDXへの取組みを強化するとともに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、小規模事業者の競争力の維持と強化を目指す。</p> <p>7. 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。</p> <p>8. 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、ネットショップ開設支援を実施し、新たな需要の開拓を支援する。</p>
連絡先	<p>神流町商工会 〒370-1504 群馬県多野郡神流町大字万場 78 番地 2 TEL : 0274-57-2414 FAX : 0274-57-2869 E-mail:kanna-s@kannamachi.jp</p> <p>神流町産業建設課 〒370-1592 群馬県多野郡神流町大字万場 90 番地 6 TEL : 0274-57-2111 FAX : 0274-57-3399 E-mail:sanken@town.kanna.gunma.jp</p>

(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地域の現状

【立地】

神流町は、群馬県南西部に位置し、東西14km、南北8km、総面積は114.6km²、奥多野の深い山々と清流に囲まれた人口約1,700人余りの町である。

2003年(平成15年)4月に多野郡内の2町村、万場町と中里村が合併し発足し、町名は2つの町村を貫き流れる神流川に由来している。町の中央部を西から東へ神流川が流れ、数多くの支流が神流川へと注いでいる。

標高は、役場周辺が340mで、周囲には1,000m級の西上州の山々が連なっている。そのため、平坦地が少なく、農地は急峻な地形を活用した段々畑が多くあり、水田はまったくない。



図1 神流町の立地

【人口】

神流町の人口は、昭和30年頃より減少に転じて以降、現在においても減少傾向は続いている。また、当町の高齢化率は62.7%(2020年)となり、全国平均28.4%(2019年10月1日)と比較して大きく進行している。

今後も、人口減少とともに少子高齢化が進行すると思われ、これにより地域を支える人材の不足や地域コミュニティの崩壊など、町における活力の低下が懸念される。

<人口と世帯数と高齢化率の推移>

	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年
人口	3,210	2,757	2,352	1,954	1,645
世帯数	1,219	1,127	1,038	903	825
高齢化率	41.34%	48.28%	52.34%	56.09%	62.71%

(出典：国勢調査)

生産年齢人口(15才以上65歳未満)及び年少人口(15才未満)は減少を続けている。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上昇している。

	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年
15歳未満	265	168	115	90	72
15～64歳	1,618	1,258	1,006	768	542
65歳以上	920	1,331	1,231	1,096	1,031

(出典：国勢調査)

人口推移

群馬県神流町

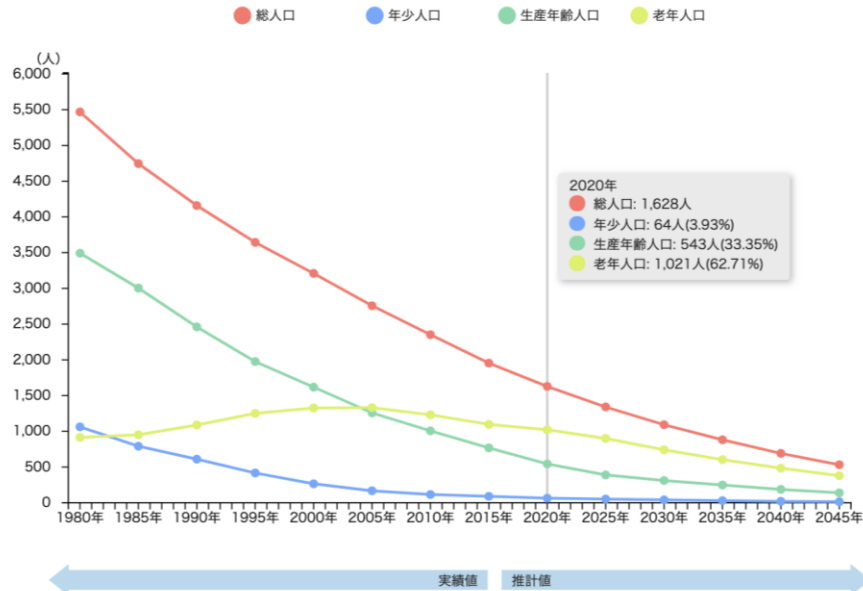


図 2 神流町の人口推移と今後の予想 (RESAS による)

【交通網】

公共の交通網は鉄道の乗り入れはなく、路線バスのみである。路線バスは群馬県高崎市の新町駅から多野郡上野村間を往復運航しており、当町まで片道1時間以上を有する。なお、車両の場合は関越自動車道・本庄児玉インター並びに藤岡インターから約1時間、上信越自動車道・下仁田インターから約1時間の場所に位置する。

【産業】

当町の商工業者数は185事業者となっている。うち小規模事業者数は172事業者となっており、92.9%を占めている。産業では昭和初期に宿場町として栄えた歴史から小売業が多いといえる。また、雇用の場としては建設業並びに製造業が主となっているが、製造業は大手企業の下請け並びに孫請け的な位置に属する。少子高齢化の進行から事業所数も大きく減少しており、今後の動向には多くの不安を抱いている。

区分	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他
事業所数	32	19	7	41	14	24	48
うち小規模事業者数	30	18	6	37	13	21	47

(出典：平成28年度経済センサス活動調査情報の群馬県独自集計)

【地域資源、特産品】

神流町は平成15年に隣接する万場町と中里村が合併し誕生した。主な観光資源としては旧万場町の「鯉のぼり」、旧中里村の「恐竜」を合併後も継承し、恐竜足跡の化石「瀬林の漣痕(さざ波岩)」や「恐竜センター」は通年で集客力を有する。

また、平成21年からは豊かな自然環境をステージとした、トレイルランニングレース「神流マウンテンラン&ウォーク」を開催し、国内でも屈指の人気の高い大会に成長している。夏季におい

でのイベントとしては清流・神流川を活用した「神流の涼」が平成22年から開催されており年々来場者が増加している。また、昨今は川や山などの自然を活用したアウトドアレジャーへの取組みを強化しており、令和2年からはアウトドア用品の製造、卸、販売、イベント運営企画、保険業などを手がける総合グループ「mont-bell」のフレンドエリアに登録し、誘客を図っている。

特産品については、神流町の固有種である「栗端（あわばた）大豆」や「赤じゃが」、町内に多く自生する「柚子」や近年栽培が活発化し新たな特産品を目指すじゃがいも「インカのめざめ」などがあげられる。



【第2次神流町総合計画からの引用（商工・観光部分）】

ア. 商工業

<現状と課題>

本町の商業は、小規模な個人経営の小売店がほとんどで、過疎・高齢化や後継者不足により、空き店舗が目立ちつつあります。また、交通の利便性の向上、モータリゼーション時代の成熟により、町民の購買は広域圏の中心である藤岡市をはじめ、高崎市、埼玉県北部の都市まで広がり、かつて奥多野地域の中心的役割を担っていた本町の商店街においては、買い物離れが進んでいます。さらに、集落によっては商店の閉店や車などを使用できない高齢者の増加により、生活用品などの購入に困窮する、いわゆる「買物弱者」の問題が懸念されます。このような中、商店の安定的な売上と後継者の確保のためには、商工会、商店連盟などとの連携とともに新商品の開発や新しいサービスの展開、さらにはインターネットを活用した観光客の取り込みによる、町民や観光客などの集客向上のための施策を展開していくことが課題です。

工業についても、地理的条件と景気低迷により全般的に厳しい状況が続いており、製造業や建設業においても事業縮小・人員削減が行われるなど、厳しい状況となっています。こうした中、雇用機会の減少による人口流出を最小限に抑えるため、地域の特性を活かした環境型産業や福祉産業の創出など、雇用の創出が大きな課題です。

<今後の方向性>

このような中、町では町内消費の拡大を図るため、商工会や商店連盟との協力・連携により、地域に密着した商業経営の推進のもと町内購買力の強化を目指します。また、買物弱者対策として、町内商店における買い物代行サービスの検討や移動販売を奨励します。併せてイベントやインターネットを活用したPR活動による観光客の取り込みを強化し、町内における観光消費の拡大を目指し町並みと商店街を魅力あるものとするために、空き店舗の活用や駐車場整備、散策案内などの充実を促進します。特産品開発では観光イベントへの積極的な商店の参加を促し、販売力を高めるとともに、地域の特性を活かした「かな」ブランドの開発・全町的な販売を含めた販路確保により、生産者の意欲向上と地域の活性化を図ります。工業の振興と新企業の誘致では企業の経営強化への取り組み支援などとともに、本町の自然に配慮し環境にやさしく、地域の産業と融合できる企業の誘致を推進し、若者の定住促進や就労機会の創出を目指します。

イ. 観光業

＜現状と課題＞

本町は、清流「神流川」が東流し、春を彩る花々、夏の鮎釣り、秋の紅葉、冬の雪景色が四季折々の顔を見せ、訪れる人々の目を楽しませる、清らかな水と豊かな自然に恵まれた美しい町です。また、「神流川」、「鯉のぼり」、「恐竜」、「鮎の里」、「トレイルランニング」の地域イメージが確立されており、各種イベントには、多くの観光客が訪れます。しかしながら、その観光スタイルは、日帰りの短期型観光が多く、宿泊や交流を伴う長期滞在型の観光に対応できる、観光の振興が課題となっています。また、イベント時における観光客の駐車スペースが、河川敷頼りとなっており、河川状況に左右され、使用できなくなることや、整備の都度多大な費用がかかることなどの課題があります。また、町の中央を流れる清流「神流川」は、関東一の水質を誇り、釣りや川遊びなど、多くの観光客で賑わいます。しかしながら、近年の集中豪雨や台風による土砂の流入により、瀬と淵の消失など魚の生息環境に悪影響を及ぼしています。現在、漁業組合による石 灰石の投入により、生息環境や水質浄化などの取り組みがされていますが、今後も漁業組合との協力や町民参加による「神流川」の再生・復元に向けた取り組みの推進が重要です。さらに、豊かな自然環境を活かした交流・体験によるまちづくりを進め、I・Uターン者の定住や都市住民との交流人口増加による地域の活性化対策が課題です。

＜今後の方向性＞

この課題に対して、地域資源である自然と町の主要観光施設の充実を図り、「かんな」のイメージを高めるとともに、回遊性の高い観光地づくりを推進し、固定客やリピーターなどの観光客の増加に努めます。また、近年の自然・アウトドア志向の高まりを受け、神流町の地域資源を生かした観光のさらなる見直しを行い、神流川や豊かな山など、自然を活用した自然体験型の観光を充実させます。また、町民や企業の協力のもと、「みかほ高原荘」や「道の駅万葉の里」、町内宿泊施設を利用した自然体験、食など、スローライフ・スローフード志向に対応した本町ならではの交流企画、観光体制の整備を図り、全町的な観光振興を推進します。清流「神流川」の再生・復元に取り組むとともに、神流川の鮎や身近な水辺環境のイメージを発信し、観光漁業と相まった水辺交流の振興を推進します。

②地域の課題

【現在の状況】

神流町の商工業の現状を見ると、全業種において少子高齢化と人口減少が大きく影響している。小売業やサービス業においては消費人口の減少からなる売上の低下、工業においては生産人口の減少からなる人材不足による経営力の低下が顕著である。これらの影響によって企業数の減少や空き店舗の増加が進むとともに、地域住民の生活基盤が揺らいできていることが現状である。業種別の詳細な現状と課題は以下に項目別に示す。

【業種別の現状と課題】

a. 商業（小売・卸売・飲食・サービス業）

当町の商業・サービス業は近年の消費者ニーズの多様化、ITの普及やECサイトによる通信販売の拡大、自家用車の普及や大型小売店舗の出店など、商業を取り巻く急激な環境変化への対応が遅れ、魅力不足から競争力の低下により顧客離れを招いている。また経営者の高齢化や過疎化を背景に後継者不足による廃業により空き店舗の増加やそれに伴う買い物の利便性の低下が問題となっている。特に飲食業は平成16年には16事業者あったが令和3年には7事業者まで減少しており、町民の安定した食生活基盤の低下や、観光客に対する神流町の魅力低下を招いている。

この現状に対して、町と連携を図りながら経営相談や融資貸付などの経営支援、後継者の育成支援に取り組んできたが、今後は地域資源を活用した新商品開発やブランド化、個店の魅力向上による販路開拓が課題である。

<商業関連の事業所数の推移（群馬県商工会連合会実態調査より）>

	合計	小売業	卸売業	飲食業	サービス業
2000年	163	78	7	25	53
2005年	154	80	5	25	44
2010年	141	69	7	23	42
2015年	94	43	4	17	30
2020年	86	41	7	14	24

（※2000年は合併前の万場町、中里村の合計数を記載）

b. 工業（製造業・建設業）

当町の工業は業種別に見ると事業所数では建設業が多い。しかし、この中には一人親方の建築業が含まれており、雇用を生み出している総合建設業は従業員の人手不足や従業員の高齢化により減少している。また、製造業は大手電機メーカーからの下請けと農工具の製造、食品製造が含まれている。この分野においても流通の問題による工場移転や経営者の高齢化などが原因で事業所が年々減少している状況であり、比例して総生産額も減少している。建設業や製造業は地域の雇用の場として重要な役割を担っていることを鑑みると地域的な経済活動の低迷が危ぶまれているといえる。

<工業関連の事業所数の推移（群馬県商工会連合会実態調査より）>

	合計	建設業	製造業
2000年	135	96	39
2005年	114	78	36
2010年	102	70	32
2015年	59	38	21
2020年	51	32	19

（※2000年は合併前の万場町、中里村の合計数を記載）

c. 観光業（宿泊業）

当町の観光関連業は主に宿泊業と飲食業、及び特産品製造業のカテゴリーが対象と考えられる。この業種においても経営者の高齢化による廃業が相次いでおり、今後は更に厳しさが増すものと推察される。観光による入込客と消費額は大きな変動はなく推移していることと、平成29年以降に観光施設である「神流町恐竜センター」「道の駅・万葉の里」のリニューアルや「古民家の宿・川の音」のオープン、また農泊推進協議会事業などによる効果が期待できる。

<観光入込客数と観光消費額の推移>

	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年
入込客数（人）	124,600	135,100	124,000	122,800	120,100
観光消費額（千円）	116,317	118,802	110,728	未公表	未公表

（出典：群馬県統計情報提供システム）

（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

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にある。また、今後のさらなる人口減少と少子高齢化の進行を考慮すると、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。

a. 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（行程）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」

b. 建設業

「公共事業中心の経営体制からの脱却による民間受注の開拓」、「営業力向上によるプレゼンテーション力のアップ」、「高齢化と人材不足に対応した設備の導入」、「リフォーム需要の取込」、「異業種への進出」

c. 小売・卸売業

「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」、「地元並びに近隣地域商品の販売」、「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」

d. 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」

e. 飲食業・宿泊業

「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」、「テイクアウトメニューの充実」

②第2次神流町総合計画との連動性・整合性

第2次神流町総合計画基本計画「第3編 基本計画」のなかの「第2節 商工業の振興」において、「安定的な売上と後継者の確保のためには、商工会との連携とともに新商品の開発や新しいサービスの展開、さらにはインターネットを活用した観光客の取り込みによる、町民や観光客などの集客向上のための施策の展開」と示されている。当発達支援計画においても、行政との連携強化をはじめ新商品開発やインターネット活用による集客向上を図ることとしており連動した事業推進を図っている。

また、施策においても町内消費の拡大では「魅力ある商店づくり」「商工会による経営指導の強化」、観光消費の拡大では「イベントやインターネットによる消費拡大」、特産品開発では「ブランド商品の開発と販売」「ブランド商品の販路充実」が述べられている。当経営発達支援計画においても、「事業計画策定」や「インターネット活用による販路開拓事業」「展示商談会物産展出店事業」「観光関連施設における常設ブース設置による販路開拓事業」「特産品開発事業の推進に係る統一ブランド化」等を計画しており連動性と整合性をもって小規模事業者の魅力づくりを図ることを通して、経済の活性化を達成することで「真に魅力ある町、暮らしやすい町」の実現を図る。

③神流町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の上昇に取り組んできた。また、平成29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、「少子高齢化による過疎化」、「新型コロナウイルス感染拡大によるニューノーマル生活の出現」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。さらに、小規模事業者の多くは大企業と異なり、ヒト・モノ・カネ・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。そこで事業所ごとに、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

家と連携を図りながら、個々の事業者に応じた支援を提供することである。また、小規模事業の「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) 経営発達支援事業の目標

今回策定する経営発達支援計画に基づき、行政や関係機関と連携しながら以下の目標と方針を掲げ、役職員が一丸となって経営発達支援事業を長期的かつ計画的に実施していく。

常に変化する経営環境を的確に捉え、10年後を見据えながら小規模事業者の事業環境に応じた支援を行うため、当会の中長期的な振興のあり方を踏まえ、今後5年間の支援方針として以下の3つの目標を掲げ、小規模事業者の経営の持続的発展と地域全体の活性化を目指す。

目標① 小規模事業者の経営改善支援

小規模事業者が抱える経営課題の解決と、経営の持続的発展に必要となる事業計画を、経営分析や市場調査、個社の強み・弱みを踏まえて策定し、計画の実行からフォローアップまで伴走支援する。域内需要の縮小を踏まえ、外貨獲得が期待できる飲食・宿泊業および製造業に加え、地域内の商業環境を維持する小売・卸売業を重点支援する。

ア. 観光客への需要喚起による飲食・宿泊業の発展

観光関連産業（飲食店、宿泊業）を対象に、顧客ニーズの把握、神流町ブランドを活用した商品・役務の開発、接客サービスの向上を支援する。

イ. 新市場への需要開拓

製造業を対象に、顧客ニーズの把握、地域資源を活用した神流町ブランド商品の開発、販路開拓を支援する。

ウ. 小売・卸売業の経営力強化

小売・卸売業を対象に、顧客ニーズの把握、地域特性を踏まえた品揃えや新たな販売方法の導入を支援する。

目標② 事業承継・経営革新等の支援強化

廃業や後継者不在にて事業者が減少する中、円滑な創業や事業承継に繋げるため、神流町や関係機関と連携して創業支援や事業承継支援に取り組む。

目標③ 小規模事業者の販路開拓支援強化

当地域活性化の方向性について、関係機関と検討・共有を図り、神流町周辺における観光入込客数の向上を目標に、観光客が周遊できる仕組みを作る。

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者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4年4月1日 ～ 令和9年3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の経営改善支援強化

(a. 製造業、b. 建設業、c. 小売・卸売業、d. サービス業、e. 飲食業・宿泊業)

小規模事業者が需要動向や経営分析結果を基に、自社の強み・弱み等を理解した上で、事業継続や新事業にチャレンジしながら経営改善に取り組めるように支援するとともに、事業計画に反映させることで、小規模事業者の経営安定化と円滑な事業継続を目指す。

②事業承継・経営革新等の支援強化

(a. 製造業、b. 建設業、c. 小売・卸売業、d. サービス業、e. 飲食業・宿泊業)

事業承継については、承継者の主導のもと経営革新計画の認定を視野に新商品・新役務の開発又は生産、商品の新たな生産又は販売の方式の導入、役務の新たな提供方式の導入により、新たな事業の掘り起こしを行うことで小規模事業者の廃業を抑制し、地域経済の活性化を目指す。

③小規模事業者の販路開拓支援強化

(c. 小売・卸売業、d. サービス業、e. 飲食業・宿泊業)

全国商工会連合会等が主催する物産展や商談会を活用しながら、小規模事業者が県内外への販路開拓や需要拡大を図るため、商談スキル向上を目的としたセミナーの開催など出展者に対する支援を行うとともに、SNS活用、自社ホームページ、ECサイト等の作成支援を通じて販路開拓を支援し、売上の確保や収益力の強化を図ることで、小規模事業者の持続的な発展を目指す。

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

【現状】

これまで地域の経済動向調査に関する調査は、経営指導員の巡回訪問、窓口相談時における個別ヒアリングや確定申告時における決算書からの現状把握に留まっており、地域の小規模事業者に対する的確な指導を行うための体系的な調査を実施していなかった。

日本政策金融公庫や群馬県商工会連合会等の研修会にて得られる情報は広範囲な要素が高く、真に当地域の現状把握には至っておらず、新型コロナウイルス感染症の影響も含め地域経済の動向が不透明な中において的確な支援が十分とは言えない状態である。

【課題】

今後は経営指導員の巡回訪問時や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

事業内容	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①小規模事業者景況調査						
調査回数/年	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
調査件数	40 社	40 社	40 社	40 社	40 社	40 社
公表回数	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
②外部統計データの活用						
外部機関の統計データの活用	未実施	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
RESAS の活用	未実施	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
公表回数	未実施	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回

<公表方法>

①小規模事業者景況調査の結果については、当会ホームページ及び会報にて広く地域の事業者へ情報提供を行っていくと同時に経営指導員等の巡回時の参考資料とする。

また、②RESAS を活用した外部機関の統計データの活用結果も当会ホームページや会報、経営指導員等の巡回時の参考資料とし、事業計画策定支援においても活用していく。

(3) 事業内容

①神流町版「小規模事業者景況調査」による地域経済動向の把握

経営指導員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「神流町商工会版・小規模事業者景況調査」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。

【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

【調査対象】

地区内小規模事業者40社（商業関係30社、工業関係10社）

【実施回数】

年 1 回（6 月実施 指導員等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、設備投資状況など

②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】

主にRESAS（地域経済分析システム）を活用。

経営指導員が実施し、より高度な分析が必要な場合は専門家に依頼する。

【実施回数】

年 1 回（10 月実施）

【分析項目】

- ・「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。
- ・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。

(4) 調査結果の活用

- ・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。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。また、小規模事業者が個社の現状分析を実施する場合に、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。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで需要動向に関する調査は行政並びに神流町商工会として明確に実施していなかった。地域小規模事業者の多くは経験上の勘を拠り所に経営判断することが多く、そのため自社を取り巻く経営環境や顧客ニーズの変化を客観的に捉える機会が乏しいことが現状である。また、商工会においても、こうした現状を踏まえながらもその重要性を積極的に理解させるための手段を講じておらず、各種補助金の申請を通し通説的な需要動向を伝えるに留まっている。

【課題】

消費者ニーズの変化は早く販売機会を逃している場合も考えられることから、地区内外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である。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①イベント・展示会における消費者アンケート調査対象事業者数	—	年 1 回 2 社	年 1 回 2 社	年 2 回 2 社	年 2 回 2 社	年 2 回 2 社
②商品開発動向調査対象事業者数	—	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社

(3) 事業内容

①消費者等アンケートによる需要動向調査の実施

地域内イベント（鯉のぼり祭り、神流の涼、神流マウンテンラン&ウォークなど）をはじめ群馬県や群馬県商工会連合会などが実施する商談会や展示会などにおいて、消費者やバイヤーを対象にしたアンケート調査を実施する。得られた情報に係る結果をグラフ化などにより明確に分析した報告書としてまとめ、小規模事業者にフィードバックを行い、既存商品やサービスの改善を図り需要拡大に役立てていく。なお、この情報は全職員が閲覧可能な共有データベースとして保存し情報の共有を図り、経営指導員等の巡回並びに窓口相談時において携帯端末や書面にて情報を提供することで個社の有する商品や役務の向上に反映させ事業計画策定への支援に活用していく。

【調査対象】

宿泊業、飲食業、特産品製造業

【サンプル数】

来場者 100 人/社

【調査方法・手法】

アンケート方式

宿泊業・飲食業	・地域内イベントにおける宿泊者に配布し回収する ・地域外からの宿泊者に配布し回収する
特産品製造業	・地域内イベントや来町者などの一般消費者 ・地域外の商談会や展示会における消費者並びにバイヤー

【分析手段・手法】

回収したアンケートを基に経営指導員が分析する。また、特殊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は、専門家に分析を依頼する。

【調査項目】

宿泊業・飲食業	①年齢、性別、目的 ③施設設備 ⑤満足度	②料金体系 ④料理やサービス ⑥今後求めるサービスと商品
特産品製造業	①価格 ③見た目（商品、パッケージ） ⑤改善点	②味 ④満足度

【調査・分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

②地域ブランド商品開発に向けた需要動向調査の実施

地域産品（味噌・赤じゃが・粟端大豆・柚子・インカのめざめなど）を活用した新商品開発について地域内試食会を年1回定時開催し、行政や町観光協会などの関係機関並びに一般消費者からのダイレクトな情報を収集する。そのアンケート結果について得られた評価や意見等を集計・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。

作成したアンケート調査の活用については、当該事業者の高品質化や顧客ニーズにマッチした商品開発に役立てるものであり、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。

【調査対象】

特産品製造業、飲食業

【サンプル数】

来場者 20 人/社

【調査方法・手法】

展示会や試食会に来場いただいた方へアンケート調査票を手渡し、アンケートを記入してもらおう。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】

回収したアンケートを基に経営指導員が分析する。また、特殊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は、専門家に分析を依頼する。

【調査項目】

- ①味覚に関すること ②見た目に関すること ③質や量に関すること
④包装デザインに関すること ⑤価格に関すること ⑥購入ターゲットに関すること

【調査・分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

5. 経営状況の分析に関すること**(1) 現状と課題****【現状】**

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」や各種補助金の申請書作成時及び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が、中長期を見据えた経営分析となっていない。

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。

【課題】

経営分析を企業の持続的発展に結び付けるために、従前の分析からもう一步踏み込み、経営の発展を目的とした小規模事業者の経営状況の分析を行っていく事が課題である。前述した、実施予定の地域経済動向調査と需要動向調査の結果とリンクさせながら、小規模事業者の持続的発展に結び付けていくための経営分析とする。

(2) 目標

支援内容	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①複式簿記化率	30%	35%	40%	45%	48%	50%
②セミナー開催件数	—	1回	1回	2回	2回	3回
③経営分析事業者数	5件	6件	7件	9件	11件	13件

(3) 事業内容**①複式簿記化の推進による経営分析の強化**

正確な経営分析を行うためには複式簿記が必須項目であることから、簡易簿記事業者の複式簿記への移行を段階的に50%まで高める。複式簿記化によって作成が可能となる企業の健康診断ツール「ローカルベンチマーク・シート」を用い、経営状態や課題を具体的に明示することで経営分析の重要性を地域内小規模事業者に浸透させていく。併せて、指導時には各種補助金獲得に対しての有効性を伝えることで、分析数の強化を図っていく。

【対象者】

103人（青色申告者）

【強化方法】

経営指導員並びに協力いただいている税理士による個別指導

【開催回数】

随時

②経営分析セミナーの開催

税理士や中小企業診断士などの専門家を招聘した経営分析セミナーを開催し、自社の経営分析力を強化し、中長期先まで見据えた事業計画策定に活用できるようにする。

【対象者】

小規模事業者 172 者（令和3年11月時点）

【募集方法】

チラシの郵送及び直接配布

【開催回数】

年1回～年3回

【参加者数】

各回10人程度

【日程】

2時間×1日

【講師】

専門家（中小企業診断士など）

【カリキュラム】

テーマ	講義内容
経営分析の概要と策定	○経営分析とは何か ○経営分析の意義と重要性を理解する ○環境分析（SWOT分析）の考え方と実践 ○定量分析（売上高・売上総利益・営業利益・経常利益・棚卸資産回転率・損益分岐点売上高 など）

③経営分析のレベルアップ

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】

セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業所を選定

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う

≪財務分析≫売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

≪SWOT分析≫強み、弱み、脅威、機会等

【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」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。また、分析の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）分析結果の活用

- ・分析結果は、当該事業者にフィードバックし、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、事業計画の策定等に活用する。
- ・分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員や経営支援員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

【現状】

国および自治体の補助事業申請において事業計画策定の重要性と活用度が向上しているが、申請用の計画となってしまっており、中長期的な目標設定にむけた事業計画策定が進んでいない現状がある。

【課題】

小規模事業者には事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透させることが課題と考えられる。経営指導員等の巡回指導にて事業計画の大切さを伝えていくとともに、小規模事業者に寄り添った伴走型による事業計画策定支援を広報誌や各種通知において広報するなどの改善を図り実施していく。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないことから、「経営分析セミナー」のカリキュラムの中に事業計画策定のメリットを含ませるなどの工夫を施すことで5.で経営分析を行なった事業者の8割の事業計画策定を目指す。併せて、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者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。また、この事業計画の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の維持と強化を目指す。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①DX推進セミナー	—	1回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー開催	—	1回	2回	2回	2回	2回
③事業計画策定事業者数	3件	5件	6件	8件	9件	11件

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」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に、セミナーを開催する。

【支援対象】

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

【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、「当商工会ホームページからの情報発信」「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。

【講師】

専門家（中小企業診断士、ITコーディネータなど）

【回数】

1～2回/年

【参加者数】

各回7人程度

【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サイトの利用方法等

【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）を目指す事業者のうち、情報化に対して積極的な事業者の支援を行なう。

【支援手法】

セミナーを受講した事業者の中から取組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応や経営指導を行う。さらに高度な支援に応じてIT専門家派遣を実施する。

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・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

【参加者数】

各回 7 人程度

【日程】

3 時間×1 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】

テーマ	講義内容
事業計画策定の概要と策定	<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 ○経営理念の作成方法 ○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

【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。

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

【現状】

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。

【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事業計画修正を迅速に実施することが課題であるといえ、計画的な支援体制に改善したうえで実施する。

(2) 支援に対する考え方

今後は策定した事業計画の遂行に対して、スケジュール化した巡回計画を作成し経営改善普及事業とリンクし、売上高や利益率、所得金額などの数値を重視した明確な支援を行う。また、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随時変更し効率的な支援を図る。

(3) 目標

年度	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ対象事業者数（過年度分も含む）	5 社	7 社	8 社	10 社	11 社	13 社
延べフォローアップ回数（平均3回/者）	10 件	21 件	24 件	30 件	33 件	39 件
売上増加事業者数	1 件	2 件	3 件	4 件	5 件	6 件
利益率2%以上増加の事業所数	1 件	2 件	2 件	3 件	4 件	4 件

(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、年平均3回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回の訪問を行うなど、事業者の事業計画の進捗に応じて、臨機応変に対応する。

上記の目標では、フォローアップ対象事業者につき、平均3回の支援を行うと算出した。

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、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、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・助言を実施し、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討の上、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

【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る。また近隣市町村の中大型店やインターネット通販の普及は小規模事業者にとって厳しい状況を生んでいる。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が多く見受けられる。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ほとんどである。この状況下において本会では、商工会ホームページを活用し個社の販売促進に取り組んでいる。具体的にはHP内に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いる。併せて平成30年からは企業の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にて紹介を行っている。また、群馬県商工会連合会が主催する物産展には毎年2社の出店支援を実施してきた。上記の事業は一定の効果あげてはいるが不十分な点も多い。

【課題】

新たな需要を開拓するための販売促進策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。今後の販路開拓にはDX推進が必要不可欠であることを理解・認識させる取組みを図っていくことが重要である。また、展

示会や物産展出店の事前・事後のフォローが不十分であったため改善したうえで実施する。

併せて、地域内観光施設を活用した販路開拓も重要である。訪れる観光客に対して自社の商品やサービスを直接PRする良い機会でもあることから、売れる商品作りを研究することが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

本会独自での展示会開催は費用面や立地から困難と思われるため、地域外で開催される既存の展示会や販売会への出展を促す。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、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。また、地域内需要が低下している中で観光による需要拡大を図っていく。そのためには観光客の嗜好を把握しニーズに合った商品づくりが大切であることから、パッケージも含めた商品力の強化について相談対応を行い、必要に応じて特産品づくりのノウハウの高い専門家派遣を実施し需要拡大につなげる。また、IT活用による営業・販路開拓に関しては、DXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等を中心に相談対応を行い、理解度を高めた上で導入にあたっては必要に応じてIT関係の専門家派遣を実施し事業者にあった支援を行なう。

(3) 目標

実施内容	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①販売会・展示会出品	2社	2社	3社	3社	4社	4社
商談件数/社	2件	2件	3件	3件	4件	4件
商談成立件数/社	0件	1件	2件	2件	3件	3件
②常設ブース設置	未実施	2社	3社	4社	5社	5社
売上増加事業者数	—	2社	3社	4社	5社	5社
③インターネット活用による販路開拓(合計)	68社	77社	85社	90社	96社	101社
・商工会HP情報掲載	63社	70社	75社	80社	85社	90社
新規顧客獲得数	5社	10社	15社	20社	25社	30社
・PR動画作成	3社	3社	5社	5社	5社	5社
新規顧客獲得数	3社	3社	5社	5社	5社	5社
・HP新規作成件数	2社	3社	3社	3社	3社	3社
新規顧客獲得数	1社	2社	2社	2社	2社	2社
・ネットショップ新規開設事業者数	未実施	1社	2社	2社	3社	3社
新規顧客獲得事業者数	—	1社	2社	2社	3社	3社

(4) 事業内容

①外部機関と連携した展示商談会物産展出店事業

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いく。群馬県や群馬県商工会連合会が実施する販売会や展示商談会、近隣市町村の物産展などに対し、開催の目的や趣旨を精査したうえで、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く。また、出店や出品に係る販売員、テーブルや調理用具等の器具備品など、不足している部分を神流町商工会が補うことで、参加に対する課題を克服し販路開拓の道を支援していく。

【対象者】

特産品製造事業者

【事業者数】

1, 2社

【対象商品】

味噌、豆腐、柚子加工品、パンなど町の特産品を活用した商品を中心とする。

【対象展示会】

・群馬県主催「ぐんま地場産業フェスタ 2022 in TOKYO」

県の優れた地場産品等を一堂に集め、首都圏バイヤー等を対象とした展示商談会。地場産品、特に新商品や新商品展開のための試作品等の展示・商談を行い、その魅力を積極的にPRし、商取引の拡大を目指すことを目的としている。
募集出展事業者数80社程度

・群馬県商工会連合会主催「美味しい群馬再発見！ビジネス商談会」

群馬県産の魅力ある地場産食品や、こだわりある加工食品を取り扱い、販路拡大に挑戦する出展事業者とバイヤーをお引き合わせする商談会
募集出展事業者数25社

②観光関連施設における常設ブース設置による販路開拓事業

神流町内において多くの観光客や来街者の受け皿となっている「道の駅・万葉の里」と「神流町恐竜センター」に働きかけを行い、地域内小規模事業者の商品や製品を販売する常設ブースを設置し売上の増加を図る。なお、このブースの常設については当該施設においても地場産品による収益増加が見込まれることから概ねの承諾を頂いている。今後の神流町商工会としての支援は、観光客のニーズに対応した商品開発とパッケージの変更等へのアドバイスや、委託販売に係る手数料負担の軽減措置の意見具申である。

【対象事業者】

特産品製造事業者

【事業者数】

1, 2社

【対象商品】

味噌、豆腐、柚子加工品、パンなど町の特産品を活用した商品を中心とする。

【見込効果】

道の駅万葉の里の入り込み客数は繁忙期で約100名/日、神流町恐竜センターの入込客数は繁忙期で約150名/日であり、町内で観光客に訴求できる場所である。

③インターネット活用による販路開拓事業

インターネットやスマートフォンが発達した社会において、商圏拡大には非常に有効な手段であると考えられる。しかし、現状の当町の小規模事業者における情報機器の普及率は非常に低く、さらにパソコンすらない事業者も多く見受けられる。

このような状況下において神流町商工会のホームページ内に立ち上げた小規模事業者の紹介ページを刷新のうえ活用し、商品やサービスの画像や動画を掲載し、ネット環境の整わない小規模事業者の情報発信を補い販路開拓につなげる。

併せて、設備を有する小規模事業者には自社のホームページ作成やECサイトを活用したネットビジネスへの取組みを促す。ネットビジネスにあたってはより高い効果を求めてDX推進を盛り込み、PR動画制作、ネットショップ新規開設により、小規模事業者の販路開拓を支援する。

【対象者】

特産品製造事業者、飲食宿泊事業者、小売事業者

【事業者数】

上記目標のとおりである。

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

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

【現状】

商工会の事業は単年度ごとの取り組みが非常に多いといえる。これは収入の多くを補助金に依存していることに大きく起因しているからである。

【課題】

現在の補助事業は新規性を重視するものがほとんどであり、継続的に中期的な事業を行えていない。このことから単年度での成果に重点をおいた取り組みになっており、またその結果に満足していたことも否めない事実である。しかし、経営発達支援計画の策定にあたって、改めてPDCAサイクルに基づいた中長期的な事業の評価と見直しを行う体制づくりが必要である。

(2) 事業内容

①経営発達支援計画の事業評価及び改善体制の構築 (Plan, Do)

年間5回開催の商工会役員会にて、事業の進捗状況の詳細な報告体制を構築する。現在の役員会では予算遂行を中心に行っているが、今後は事業遂行状況の詳細な報告を数値にて示し、中間評価と改善策のチェック体制を確立する。また、この役員会と併設して、商工業者の代表、神流町産業建設課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「神流町商工業活性化推進研究会(仮)」を半期ごとに開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行い、次年度以降の効果的な事業推進へ結び付けていく。

②経営発達支援計画の事業評価及び改善の決定 (Check)

事業期間終了後、速やかに群馬県商工会連合会や外部有識者としての神流町財政担当課長並びに神流町産業建設課長より事業の精査を受け、その結果を毎年度当初の役員会にて審議し、計画に掲げる目標の達成に向けた方針を決定する。

③経営発達支援計画の事業成果及び改善の承認 (Check)

新年度当初の役員会において決定された、事業の成果や評価並びに改善案は毎年5月に開催する通常総会にて報告し、地域商工業者より承認を受ける。また、共同実施者としての神流町長からの承認を受ける。

④経営発達支援計画の事業評価及び改善の公表 (Action)

事業の成果や評価、改善案の結果を定期的に発行する神流町商工会の会報及びホームページでの公表並びに事務所に常時備え付けすることで、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

- ・会報発行時期：毎年6月30日(予定)
- ・ホームページアドレス：神流町商工会(kanna-s.org)

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

【現状】

経営指導員をはじめ補助対象職員やパート職員の資質の向上については、群馬県商工会連合会、群馬県商工会職員協議会をはじめ、群馬県、中小機構などが実施する研修会への参加が中心となっている。

【課題】

各種研修によって一定の効果は得られているが、小規模事業者のニーズの多様化や高度化が進む中で更なる自己研鑽は必要不可欠であると感じている。また、地域特有の指導に対するスキルアップが望まれる中で対処を行わなくてはならない。特に喫緊の課題であるDX推進にあたっては早急なスキルアップが望まれている。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

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「経営指導員研修会」「資質向上研修会」や、税務関係団体主催の「税務研修会」、労務関係団体主催の「労務研修会」に対し、計画的に経営指導員をはじめ職員を派遣する。

【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（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

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、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。

③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に加え、DXに向けたIT・デジタル化の取組、IT等の活用方法や具体的なITツール等の紹介などを発表し、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。

④データベース化

担当経営指導員等がシステム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。

【活用するシステム】

- ・基幹システム2015
- ・BIZミル

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

【現状】

従前の支援機関との連携は必要事案に応じて行っており、恒常的な連携は行っていなかった。このため、案件解決が最優先され継続的な連携に至っていなかった。

【課題】

本会の経営改善普及事業への取り組みを最優先する必要がある、経営革新につながる高度な取り組みに対して人力的に不足していることが大きな課題といえる。今後は、経営発達支援事業の円滑な実施に向け、他の支援機関との連携を強化することが必要である。

(2) 事業内容

①群馬県商工会連合会主催の経営指導員連絡会議への出席（毎月1回）

群馬県商工会連合会内に設置された広域支援センターが主催する同会議は県内全経営指導員106人が出席し、支援策の概要や中小企業施策の動向などの情報交換が行われる。経営指導員を本会議に参加させ小規模事業者の支援力向上に結び付ける。

②地域の経済動向に関する情報共有と活用（年1回）

地域内の経済動向についての情報を共有し活用につなげるために実施する。神流町や地域内金融機関である群馬銀行万場支店やしのめ信用金庫万場出張所と連携し、総合的な経済動向を探るための情報交換会を開催する。

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

【現状】

人口減少に歯止めがかからない当町において、もっとも大きな問題は少子高齢化対策である。高齢化比率は55%を超えており、買い物弱者の増加は社会問題となっている。また、経営者の高齢化も進んでおり廃業による小規模事業者の減少に歯止めがかからない状況であり、今後の町の将来に大きな不安を抱えている。

【課題】

行政も過疎化や少子化への対策を講じているが、その効果が表れるには相当の時間を有すると思われる。神流町商工会としても買い物弱者対策や創業や事業承継への支援を積極的に取り組んではいるが、廃業者を上回ることができていない。即効性と持続性の両面から町の将来像を見据えた取り組みが必要と思われる。

(2) 事業内容

当町における地域経済活性化において、上記の課題を踏まえ下記4項目について重点的かつ定期的に取り組んでいく。

①特産品開発事業の推進に係る統一ブランド化

神流町の特産品開発を推進するにあたり、その知名度の低さが課題として挙げられる。このため、神流町商工会が中心となり神流町と神流町観光協会と定期的な会合等を通じて問題意識や課題解決に向けた取組の方向性を共有し、相互に連携して特産品認定制度の立ち上げを進めていくことで、地域ブランドの確立と地域経済の活性化に繋げる。具体的には、認定された商品や製品に対して統一の認証マーク、統一名称を定め、統一感を演出することにより個々の商品や製品のグレードアップを図っていく。

②地域イベントによる地域経済活性化

神流町では、春の「鯉のぼり祭り」、夏の「神流の涼」、秋の「神流マウンテンラン&ウォーク」「恐竜王国秋祭り」、冬の「神流ウィンターイルミネーション」等のイベントが開催されており、神流町商工会は全てのイベントにおいて協賛している。これらのイベントにおける小規模事業者の売上増加などの経済効果は来場者数と比例している現状を踏まえ、更なるイベントの隆盛を目指すことで地域経済の発展につなげていくことが必要である。このため、神流町商工会として、イベントの実施から得られる経済効果を検証した上で問題点を洗い出し、小規模事業者の経営活動に直結する観光施策を導き出していけるよう、主催者に対し会合等の場で意見具申活動を行うとともに、関係者と問題意識や今後の取組の方向性等を共有しながら、観光施策の更なる充実を図ることで地域経済の活性化に結び付けていく。また、併せて関係する小規模事業者に対しては、イベントの費用対効果を向上させるためにイベント内容や日程などの情報を早期に発信し意識共有と取組み支援に努めていく。

③神流町農泊推進協議会への参加と意見具申

神流町では地域資源の有効的な利活用による新たな観光客の誘致を図るため、平成31年に神流町・神流町観光協会・多野藤岡農協・神流川森林組合・南甘漁業協同組合などが一堂に参画する神流町農泊推進協議会を立ち上げ、国の農山漁村振興交付金事業を活用し事業活動を行っている。神流町商工会では、今後の観光振興と地域活性化を協議するため、本協議会に定期的に参加し、小規模事業者の持続的発展と地域経済の活性化に対する意見具申を行うとともに、6次産業化や農泊関係者の事業化に関する支援において今後も中心的な役割を担っていく。

④買い物弱者対策事業の推進による地域経済活性化

現在、平成25年度に国の「地域自立型買い物弱者対策支援事業」において設置した生活必需品販売所「よってけや」の運営を行い、商店が消滅した地区の住民の生活の安定と安心を図っている。しかし、他の地区においても買い物弱者は増加しており、これらについても考慮しなければいけない状況にある。

今後は、神流町商工会が中心となり、地域の関係機関とも連携協力しながら、より広い範囲についてもカバーできる体制づくりを行っていく。具体的には宅配業務が困難な小規模事業者の代行業務への着手を検討し、買い物弱者の生活の安定を図るとともに小規模事業者の売上の増加に結びつけ経営の持続的発展に寄与する。併せて、今後さらに拡大することが予測されるこの課題に対して、神流町保健福祉課並びに神流町社会福祉協議会と会合等を通じて問題意識を共有し、神流町の基本構想に掲げる「安全で笑顔あふれ暮らしやすいまち」の実現に努めていく。

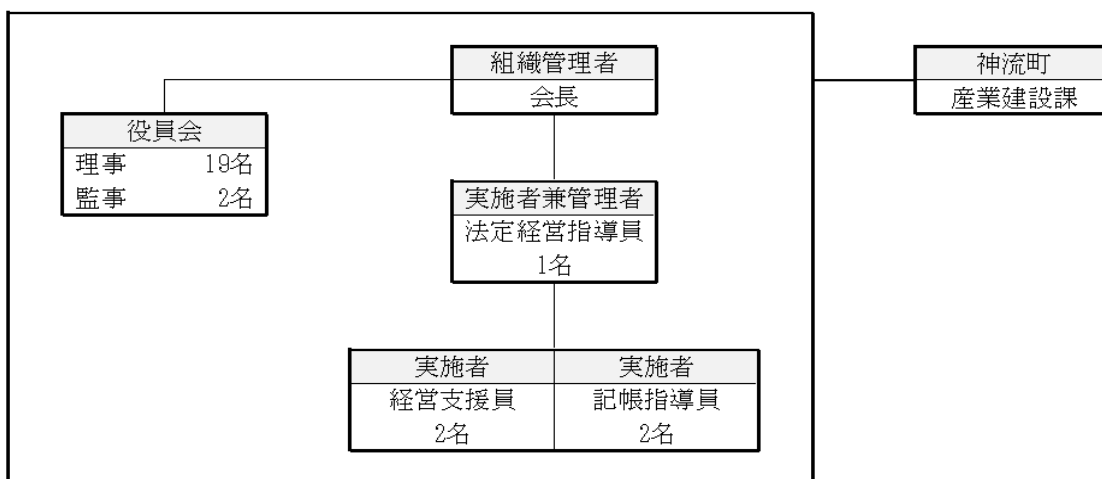
(別表2)

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3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：香西信昭

■連絡先：神流町商工会 TEL. 0274-57-2414

②当該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

〒370-1504

群馬県多野郡神流町大字万場78番地2

神流町商工会

TEL：0274-57-2414 / FAX：0274-57-2869

E-mail：kanna-s@kannamachi.jp

②関係市町村

〒370-1592

群馬県多野郡神流町大字万場90番地6

神流町 産業建設課

TEL：0274-57-2111 / FAX：0274-57-3399

E-mail：sanken@town.kanna.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)

	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
必要な資金の額	3,350	3,700	3,900	4,100	4,100
○専門家派遣費	500	600	650	650	650
○セミナー開催費	50	100	150	150	150
○調査研究費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○展示会出展費	200	400	500	700	700
○ECサイト構築費	400	400	400	400	400
○システム利用費	200	200	200	200	200
○需用費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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事業補助金、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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等