

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	富岡市妙義商工会（法人番号 9070005003529） 富岡市（地方公共団体コード 102105）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 起業や事業承継によるビジネスモデル検討での事業の創出 地域特産品、地域観光資源を活用した 6 次産業の隆盛 小規模事業者と対話と傾聴を通じて個々の課題設定をした上で、持続的発展のための力を引き出し、DX や働き方改革を絡めた業務改善や、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる 魅力ある地域事業者の商品や技術力を P R する販路構築のための機会提供や新たな販路獲得の実現
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 富岡市妙義商工会版「小規模事業者景況調査」の実施や統計資料等の外部データを活用し地域経済の動向を把握する。 2. 需要動向調査に関すること 提供するサービスや販売する商品の需要動向を把握し、有益な情報を小規模事業者に提供する。 3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の持続的発展を支援するため、経営指導員の巡回・窓口相談時に経営分析支援を実施・提供する。 4. 事業計画の策定支援 巡回訪問や創業時における窓口相談等において、事業計画策定を促す啓蒙活動に加え、事業計画の策定を目指す小規模事業者や創業予定者等に対して、専門家による事業計画策定セミナーを開催・提供し事業計画策定を支援する。 5. 事業計画策定後の実施支援 事業計画策定後の事業者に対し、経営指導員が巡回訪問し、進捗状況を確認しながら必要に応じたフォローアップ支援を実施する。進捗に課題や問題が生じた場合には専門家派遣を行うことより事業計画実施に向けたフォロー体制

	制を提供し支援する。 6. 新たな需要の開拓支援 小規模事業者の販路開拓を支援するため、展示商談会等の出展支援や小規模事業者自身での販路開拓のためのＨＰやＥＣサイト等への支援、また、自社プロモーション動画制作支援を提供することより、事業者の知名度向上を図ると共に、新たな販路先の拡大や獲得となるよう支援する。
連絡先	富岡市妙義商工会 〒370-2411 群馬県 富岡市 妙義町上高田 1197-6 TEL:0274-73-3723 FAX:0274-73-2673 e-mail:yasuaki-shimoyama@gcis.or.jp 富岡市 経済産業部 産業振興課 〒370-2392 群馬県 富岡市 富岡 1460-1 TEL:0274-62-1511 FAX:0274-62-0357 e-mail:shougyou@city.tomioka.lg.jp

経営発達支援事業の目標

1.目標

(1) 旧妙義町概要と現状、課題（富岡市現状含）

①概要と現状

【富岡市面積、県内位置】

富岡市面積 122.90 ㎢、旧妙義面積 28.26 ㎢、可住地面積 77.20 ㎢。群馬県においては西南に位置している。(図 1 と 2)。



※富岡市の県内位置 (図 1)

※富岡市における旧妙義町（濃色部）地区が当会の管轄区域 (図 2)

可住面積率が 62.8%であり、富岡市の約 40%は森林である。平成 18 年 3 月 27 日に旧富岡市と旧妙義町が合併し、新富岡市が誕生した。

【隣接地域】

隣接する市町村は、安中市（旧松井田町含む）、下仁田町。富岡市は更に甘楽町と隣接する。隣接地域も人口減少が発生している。当地域も含め、全て中山間地域である。中山間地域であることから、行政区の境界は山林となっており、日常での車で買い回りの移動は障害が多い。当地域の鉄道網の発達も起伏が激しい地形上から乏しく、利便性は高くない。



※富岡市隣接行政区

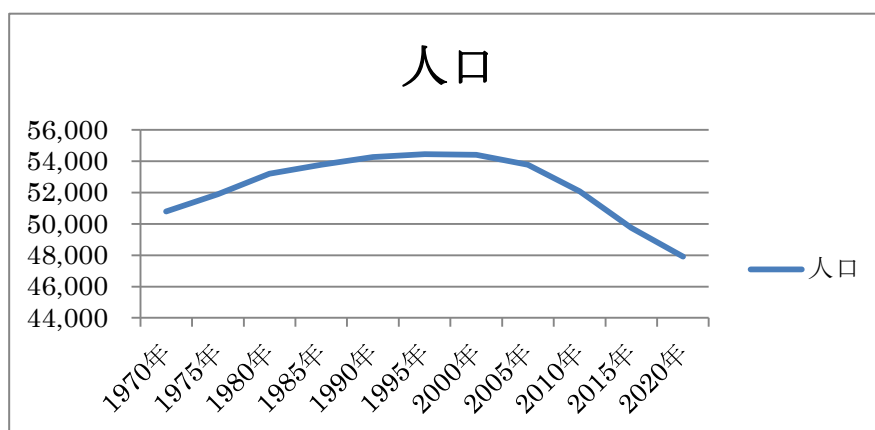
【富岡市人口】

富岡市総人口 46,637 人 (R4.6.1 現在)、内 妙義地区人口 3,701 人 (R4.4 月末現在)。

【富岡市人口推移】

人口推移については下記表の通りであり、1995 年をピークに減少の一途。

年	人口
1970 年	50,784 人
1975 年	51,883 人
1980 年	53,200 人
1985 年	53,768 人
1990 年	54,259 人
1995 年	54,435 人
2000 年	54,401 人
2005 年	53,765 人
2010 年	52,070 人
2015 年	49,746 人
2020 年	47,915 人



※旧妙義町の人口も同様の率で減少している。

【旧妙義町の人口推移】

年	H10.12	...	H15.12	...	H17.12	...	H26.12	...	H29.10	...	R4.4	
人口数	5,150 人	...	4,913 人	...	4,727 人	...	4,283 人	...	4,123 人	...	3,701 人	

光資源を有している。特に妙義山は厳しい岩山であり、登山客から人気のスポットである。観光施設は妙義山周辺に在し、妙義観光は特に妙義山の紅葉は、当県の上毛かるたの読み歌である「紅葉に映える妙義山」通り、紅葉が見事であることと、この景色のために登山客含め全国的に秋口に観光客が訪れる。富岡市内含むこれらの観光資源は、学生合宿、写生、歴史散策、釣り、登山、キャンプ、といったことに利用されており、一定の人気やリピーターを確保している。

上信電鉄は富岡製糸場の世界遺産登録時は利用客の10%程度の上昇が見られた(2016)。しかし、2022年現在の観光状況は、富岡製糸場の観光客数の激減(ピーク時133万人から17万人)より、コロナ感染症の影響含め大幅な影響を富岡市は受けている。当会の地域においても影響は受けているが、個人旅行の台頭、キャンプや登山などアウトドア活動の流行といったことも生じたことで、富岡製糸場観光集客激減の影響は軽微である。



※当地域の観光名所「妙義山」

妙義山集客データ

	R1	H30
妙義山	814 千人	835 千人



※全国的に有名な「群馬サファリパーク」

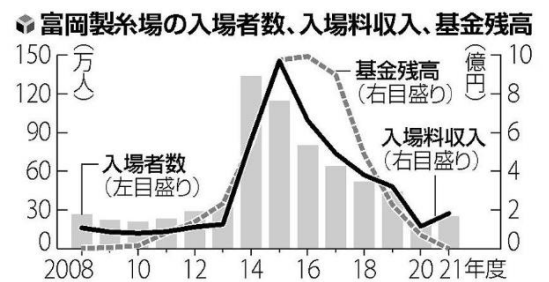


群馬自然史博物館
& 福沢一郎美術館



※世界遺産「富岡製糸場」

※読売新聞データ



大塩湖、丹生湖



大杵湖

【富岡市街地等での経済状況】

富岡市内では、商業として、新規出店は大型店やF C店が大部分であり、富岡市254号線バイパスでの出店が多くみられる。日用品取扱店もスーパーなどの進出が目立ち、大型施設集約型となっている。地域商業事業者において大型店は比較的少なく、人口減少から存続方法や業態転換などの岐路に直面している傾向。工業においては、工業進出はあまり見られず、工業誘致が富岡市において大きな課題となっている。大規模雇用が発生しにくく、工業製品の安定受注には繋がっていない実情の地域状況である。平坦な土地の未活用面が多くみられ、田畑の利用減少からも土地の産業利用が課題となっている。創業も発生率が低く、産業発展面で停滞や、事業者高齢化とも関連し、産業減少となっている。富岡市創業の大手・中堅企業も、一部を

除いては本社を富岡市から移転しており、産業減少が危惧される状況。

【当地商工業者数推移】

平成28年の経済センサス当地域の業種別数値は下記表の通り

商 工 業 者 の 業 種 別 内 訳							
(計)	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・宿泊業	サービス業	その他
174 社 (内小規模事業者数151社)	46 社 (26.4%)	39 社 (22.4%)	3 社 (1.7%)	32 社 (18.4%)	17 社 (9.8%)	26 社 (15.0%)	11 社 (6.3%)

平成24年の経済センサス当地域の業種別数値は下記表の通り

商 工 業 者 の 業 種 別 内 訳							
(計)	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・宿泊業	サービス業	その他
171 社 (内小規模事業者数154社)	49 社 (28.7%)	43 社 (25.2%)	3 社 (1.7%)	23 社 (13.5%)	14 社 (8.2%)	27 社 (15.7%)	12 社 (7.0%)

【当地域業種別状況】

○各業種における概要や状況

<建設業>

地域内建設業社は近隣と比較して規模はあまり大きくはなく、全て従業員10人以下の事業所である。合併前は、地域内公共事業を主として営業を行う事業者が多かったが、現在は民間でのリフォームなどの業務を主とするようになった。取引先範囲は地域人口減少・高齢化により商圈を拡大して対応する傾向にあり、建設現場は高崎市など人口が多い地域での工事が増加傾向で、県外での現場も増加傾向。電気や水道などの設備業者を除き、事業者は高齢化してきており、今後の事業運営や事業承継に課題を抱える事業者も依然として多い。受注に関しては一定量請け負っており、コロナ禍を経てもなお安定した経営となっている。技術や工事品質についても一定水準以上であり、この点が、継続的な受注に繋がっていると考えられる。高齢化により事業者数減少傾向でもある。

<製造業>

地域内製造業者の規模は、鍛造企業である日亜鍛工株式会社（資本金5,000万）を除いては、小規模零細企業が多く、売上高1億円以上3億円以内で従業員15名～30名以下の企業である。製品については木工製品、金属部品、プレス加工、金属パイプ加工、FRP成型、など多様で、各社、県内外の取引先に納品している。各社はそれぞれ取引先を有して経営を行い、地域内でのそれぞれ事業者間の関連性や連動性、連携性は無い状況。工場設備等においても地域事業者は、一定期間で入替や導入を行っており、品質が低下しないよう努めている。2次請・3次請企業が多く、発注先の業績に経営が左右される事業者が大部分である。人材確保面においても、地域住民採用が多く、地域雇用を担っている点は大きい。求める人材が集まりにくい状況は地域高齢化から継続している。原材料高騰や調達困難から事業運営において潜在的なリスクが生じている。

<卸売業>

卸売業は非常に少なく（1社）、かつ、全て食品卸業である。店舗への食材（生肉、加工肉、きのこ、梅加工品、こんにゃく加工品）卸売を実施している。取引範囲は比較的広く、県内一円であったり、東京へも卸売を実施している。品質についても、地域特性上、丁寧な作業により加工、調理されたものが多く、安定した市場を有している。また、価格帯についても、比較的低価にて提供しており、好評であるものが多い。

<小売業>

小売業は、長年地域の生活品を販売する事業者が多く、主に食料品販売（5店舗）である。地域内大型商業施設は「道の駅みょうぎ」。他は、地域農産物販売所2か所、ガソリンスタンド2か所、コンビニ、絹・草木工芸品2か所、石材商1か所、土産物産店2か所、その他店舗を構えない小売約8社という状況である。地域住民に対しての営業が大部分であり、富岡市254号線バイパスに出店の大型店やF C店の影響を引き続き大きく受けている。また、事業主が高齢であることが多く、後継者がいないことが多いため、長年の営業スタイルを変化させず経営してきた。部分的に、新商品販売など見られるものの、店舗経営の大枠は昔ながらのスタンスである。個社の品揃えは個性的とは言えないものの、お酒の品揃えに強い店舗、生鮮品に強い店舗、地場産野菜に強い店舗、と、個社ごとの特徴は有している。コロナ感染症の影響から、個人旅行の台頭よりターゲット顧客層に変化が見られる地域小売店も見られる。

<飲食店・宿泊業>

飲食業12社、宿泊業5社という状況。飲食業は、日本料理、洋食、焼肉店、ホルモン店、妙義観光者用

の喫茶店・食事処、ラーメン店、定食屋と様々な営業を行っており、地域内で競合が少ない特色がある。各店舗とも固定客・リピーターを有しており、一定の人気を有している。宿泊業については、妙義山観光宿泊旅館3か所、民宿、ゴルフ場所有ホテル、となっており、妙義山観光宿泊旅館においても、従前より学生合宿客対象や登山客対象、一般観光客対象とターゲットが分かれており、それぞれ個性を出して営業を行っている。飲食業・宿泊業すべて、リーズナブルな価格帯でのサービス提供を行っており、安定した営業を続けている。事業者の高齢化かつ後継者不足は共通課題となっている。この業種は、コロナ感染症で多大な影響を受けたが、支援金や助成金での下支えがあり営業存続し、徐々にではあるが顧客回帰が図られてはいるが、以前よりも衰退傾向にある。一部で都会からの移住者による簡易宿泊施設開業といったことも見られるようになった。

<サービス業>

サービス業の内容は、自動車整備工場5社、観光旅客業1社、運送・運輸業3社、理美容業5社、福祉介護施設4社、ゴルフ場1ヶ所、ハウスクリーニング1社、士業1社、カーフィルム制作1社、観光サービス2社、整体、ヨガという状況。自動車整備と理美容業が多く、この点も生活必要性が高い業種の社数が多くなる傾向であり、地域住民対象サービス業の特色が強い。また、昨今の高齢化から福祉介護施設も増加しており、新サービス事業として定着しつつある。福祉介護施設は近隣住民も対象にし、施設稼働率が上昇するよう営業を行っている。観光関連サービス業は、広く誘客となるよう新聞広告折込やPR活動を行い、利用促進となるようにしている。他サービス業は人口数に伴った社数となっており、主に地域住民を対象にした営業活動を行っている。介護施設は特に業績は右肩上がりであり、地域高齢化の特徴を顕著に現わしている。

<その他>

その他は地域金融機関、富岡市業務委託事業者、6次産業農業事業者などである。

※【当地域業種別状況】は当地域全事業者の概要や概数。内、当会員数は下記数値表のとおり

【経営発達支援計画実施期間での当会の数値変異】

1) 会員推移

平成30年4月1日における当会会員数値

	会員数	(計)	会 員 事 業 所 の 業 種 別 内 訳								定款会 員	
			建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・宿泊業		サービス業			その他
							飲食店	宿泊業	娯楽業	娯楽業以外		
総合計	106	102	40	19	1	11	8	3	1	17	2	4

令和4年4月1日における当会会員数値

	会員数	(計)	会 員 事 業 所 の 業 種 別 内 訳								定款会 員	
			建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・宿泊業		サービス業			その他
							飲食店	宿泊業	娯楽業	娯楽業以外		
総合計	105	101	38	19	1	8	7	3	1	20	4	4

※入会10社① 退会12社② 特別会員から普通会員への変更1社③ ① - ② + ③ = △1社

※退会については、全て高齢化による「事業廃業」。

※入会については、「販路の獲得」での課題解決のための入会理由が大半。

2) 補助金申請含む計画策定推移

①小規模事業者持続化補助金申請件数

制度開始～平成30年4月1日時点での申請事業者総件数 22社

制度開始～令和4年4月1日時点での申請事業者総件数 46社

※約2倍の申請件数に増加する。

②ものづくり補助金申請件数

制度開始～平成30年4月1日時点での申請事業者総件数 0社

制度開始～令和4年4月1日時点での申請事業者総件数 2社

※経営発達支援計画での事業進行により大型の事業計画にも着手する事業者の発生

③事業再構築補助金

制度開始～令和4年4月1日時点での申請事業者総件数 1社

※ものづくり補助金申請理由と同様

④経営革新計画

制度開始～平成30年4月1日時点での申請事業者総件数	0社
制度開始～令和4年4月1日時点での申請事業者総件数	1社
⑤経営力向上計画	
制度開始～令和4年4月1日時点での申請事業者総件数	0社
⑥経営継続力強化計画	
制度開始～令和4年4月1日時点での申請事業者総件数	1社

※補助金以外の申請については、事業者の経営資源が乏しいため、先進的な取組とはなっていない。

②事業者課題

【共通項目】

上記の各業種現状の通り、事業者において継続しての共通の課題は、「事業者の高齢化」「後継者不足」であることは変わらないが、「販路の獲得」がより重要なファクターとして地域事業者からの要望が増加しているのが現状である。その理由として、

- ①新型コロナウイルス感染症の影響より行動規範が変化してしまった。
- ②人口減少等から商圈範囲を拡張する必要に迫られ、地域事業者も既存の商圈での戦略のみでは立ち行かなくなってしまう。
- ③観光などにおいて、個人旅行の台頭から都心部からの観光が増加しつつあり、今までにない現象への対応による販路獲得の必要性に迫られている。
- ④事業承継においても、安定した販路の確保、保有が承継する項目の最大のポイントとなっており、事業承継上においても販路獲得と保有が重要事項
- ⑤販路の獲得や拡大で、イメージやシナリオを描けない事業者は、業績が横這いか停滞状況となっている。

【商業課題】

地域実情のとおり、旧富岡市での254号線バイパス線沿いにチェーン店やFC店の進出が見られ、地域消費が流出している状況。妙義地域内での商品は日用品、食料品取り扱いの小規模な店舗が多く、安中市や安中市松井田町への消費流出も生じている。地域人口も激減していることから、この影響は深刻で、課題となっている。

【観光課題】

富岡製糸場が世界遺産登録（H26）となったが、現在の集客数については上記のように急変の状況であり、この集客数に依存した観光運営は困難な状況となっており課題となっている。また、安定した妙義山観光集客があり、個人旅行増加傾向で集客機会があるにも関わらず、妙義山周辺観光事業者の業績は横這いであり、妙義山の麓にある道の駅みょうぎ、の業績含め観光収益化向上、観光誘客向上が課題であり、事業者の高齢化も進んでおり事業承継も課題である。

【工業課題】

地域工業の現状のとおり、ある程度の技術力を有し操業を行っているが、コロナ感染症による製造環境の変化も含め、安定した受注確保面で課題が多くあり、自社技術を活用する機会が喪失されている傾向であることが課題であり、地域外での受注取込に対しての営業活動等が課題である。

【建設業課題】

空き家改修やリフォーム、介護施設の建設増進、地域道路網の整備等、地域建設業の活躍機会は一定量存在し一定の仕事量は存在するが、事業者の高齢化での課題や山里の荒廃への新事業分野への対応課題、他地域での人手不足への当地域事業者とのコネクトといった面で課題があり、人材の循環や販路獲得に課題が生じている。

③富岡市の地域振興の地域振興の在り方

富岡市では現状の経済状況に対応するため、富岡市総合計画（第2次 平成28年度～平成38年度）として、産業面では「世界に誇る地域資源を活かした力のあるまち」の実現を目指し、重点施策として下記の2項目を掲げ、産業振興としては次の3項目の目標を掲げている。

重点施策1 少子化・高齢社会や人口減少への対応

－すべての市民が輝き、明日への夢や希望がもてるまちをつくる

重点施策2 新たな価値の創造

－まちの魅力・資源を活用した、ひとときを輝くまちをつくる

SDGs(エスディーゼーズ)の導入

2015年(平成27年)9月の国連サミットにおいて採択された2030年までの持続可能な開発目標(SDGs:Sustainable

Development Goals)と本計画の施策体系との対応を整理し、本計画をとりまとめました。SDGs と総合計画を連動させる取組みは県内初。

○商業 富岡製糸場を核とする豊かな観光資源、地域の魅力を最大限に引き出す発信力(観光プロモーションの取り組み)を強化し、交流人口の増加を図るとともに、他市町村との広域的観光連携に基づく戦略的な観光・商業振興を図る。

○工業 多様で豊かな雇用の場を創出するために、東京都心とつながる交通網の利便性、自然災害の少なさなどの優位性を活かし、工業団地の整備や企業誘致を計画的に推進する。また、既存企業が成長・発展し続けられるよう、周辺地域との連携や協力を図りながら、支援の強化やそのための情報収集を図る。

○地場産業 関係団体の協力を得た地産地消の推進、本市産の農林産物のPR活動、魅力的な特産品開発、安定した生産体制づくりの支援に取り組む。また、外国人観光客を視野に入れた富岡市らしい「おもてなし」や魅力ある観光商品、飲食物、サービスの開発、支援に努める。

◆第2次富岡市総合計画中期での「施策の展開」については下記のとおり

- ①工業の振興 ▶ 条例に基づく施設新增助成金・雇用促進助成金等により、企業誘致や既存企業の継続的支援を推進します。▶ 異業種交流などを通じた新たな産業の創出やものづくりの人材育成を推進します。
- ②就労・雇用の支援 ▶ 学生を対象にしたインターンシップ事業の推進、高校 3 年生を対象にした市内事業所の見学会等の継続的な実施により、市内企業への就職を促進します。▶ 市内企業がより多くの適した人材を得られるよう、PR 活動に努めます。▶ 国や県と連携して情報提供などの PR 活動に努めることにより、市民の子育てや介護と仕事の両立を支援します。▶ 若者や女性、高齢者などがいきいきと働き続けられるよう、労働者の支援及び雇用環境の充実を図る事業者を支援します。▶ 市内企業と連携し、仕事と家庭の調和(ワーク・ライフ・バランス)の推進を図ります。
- ③創業者の支援 ▶ 創業相談、創業者支援利子補給制度、関係機関との連携による創業スクール開催、空き店舗対策支援事業等により、創業希望者や創業者を支援します。▶ 中小企業診断士による面談・助言事業により、創業間もない事業者の事業継続や売上拡大を支援します。▶ 関係機関等と連携し、事業者の事業承継を支援します。
- ④企業誘致の促進 ▶ 市外からの企業誘致や市内企業の拡張・移転を見据え、工業団地を整備するとともに、企業誘致及び企業立地促進策の拡充を図ります。▶ 次世代産業の振興やバックアップ機能を求める首都圏等の企業の誘致活動を推進します。
- ⑤商業の振興 ▶ ホームページ作成支援、売上アップセミナー開催、個別経営相談会の実施等により、意欲ある商業者の経営改善や売上向上を支援します。▶ ネットショップ等の運営支援や群馬県産業支援機構、中小企業基盤整備機構等の専門機関との連携により、市内中小企業及び小規模事業者の市外・県外・国外への販路拡大、外貨の獲得を促進します。▶ 情報通信技術(ICT)の進展や経済のグローバル化など、大きく変化する環境に対応する商業者の取組を支援します。▶ 商店街の街路灯の LED 化及び維持管理事業を支援します。▶ 中心商店街におけるおもてなしやまちなかの回遊性向上に向けた取組を支援します。▶ 空き店舗のリノベーション(再生)による出店や開業等、民間の活力や手法を活用した官民連携の商業振興施策を推進します。
- ⑥融資制度の活用促進 ▶ 市の制度融資(小口資金、中小企業安定資金)の活用により、地域経済を支える市内中小企業や小規模事業者を支援し、経営基盤の強化や安定化を促進します。
- ⑦地域経済団体の支援 ▶ 富岡商工会議所や富岡市妙義商工会が実施する地域経済活性化のための事業を支援します。

◆観光振興については別記載を行い、より注力する内容が掲げられている。

- ⑧富岡製糸場と妙義山を拠点とした市内観光資源の魅力向上と情報発信 ▶ 市内に点在する観光資源を結びつけるため、連携した事業を実施し、市内の回遊性向上を促進します。▶ 修学旅行や研修旅行を積極的に誘致するとともに、体験プログラム等を充実させ、「学びの拠点施設」としての富岡製糸場の活用を図ります。▶ 日本三奇勝の1つである妙義山や周辺地域の自然や歴史・文化など、豊富な魅力を活かした滞在型観光の充実を図ります。▶ 情報提供、案内のためのボランティアガイド等の育成を図り、「日本の近代登山発祥の山」ともいわれる妙義山の魅力を幅広く紹介するとともに、登山客の増加とリピーターの確保を図ります。▶ ホームページや SNS、プロモーションビデオなど、さまざまな媒体を活用した情報の受発信を推進します。
- ⑨地域資源を活かした観光まちづくり ▶ 地域が主体となって取り組む観光資源の掘り起こしや磨き上げ、その旅行商品化やサービス体制の構築を支援します。▶ 観光協会をはじめ、観光、交通、情報にかかわる民間事業者等、多様な関係者と協働し、滞在コンテンツや二次交通の充実、受入環境の整備等、観光振興のための取組を一体的に推進します。▶ 観光ボランティアガイド等の養成、おもてなし意識の醸成により、市内どこでも観光客を受け入れられる体制を整備します。▶ 自然、歴史的建造物、人、まちなみ、食や特産品などの地域資源を活かした観光施策を展開します。▶ 観光協会等の関係団体の育成に努め、連携を推進します。▶ 周辺市町村や民間組織と連携し、旅行者の多様なニーズに対応します。
- ⑩食のブランド化と特産品の開発・普及 ▶ 全国に誇る地域の食材と郷土の食文化を活かした「料理」を開発するとともに、そのブランド化を図ります。▶ 「富岡らしい」新たな特産品、旅行商品の開発と普及を図ります。
- ⑪訪日外国人観光(インバウンド)の受入体制の整備 ▶ 多言語対応のサインやピクトグラム※3 の導入を計画的に推進します。▶ 海外友好都市との国際観光交流事業等、海外での誘客交流活動を積極的に展開します。▶ 外国人旅行者も無料でインターネットにアクセスできる、公衆無線 LAN スポットの設置を推進します。

上記の通り、当会の長期的な小規模事業者支援と連動性や整合性を有する内容となっている。

(2) 地域小規模事業者に対する長期的な振興の当会の在り方

1) 富岡市妙義商工会の取り巻く状況

当会の取り巻く状況は、

- 1) 少子高齢化による事業者数減少や需要減少

2) 大型FC店舗進出等による競争率激化での事業者の淘汰
 3) 事業者での需要確保のための商圈拡大や周知等での認知度向上への対策の要求急増
 4) このような社会状況であることの事業者への働きかけや情報伝達の強化の必要性
 5) 地域にて新サービスを展開しようとする創業者等への手厚い対応の必要性
 ということが総括して考えられ、この点についてより一層「頼られる商工会」であることが望まれており、「希望が持てる」「魅力・資源を生かしたまちづくり」という富岡市の重点事項を率先して行う団体であることが望まれている。

2) 当会の長期的な小規模事業者を含めた地域事業者の支援

このような状況を踏まえ、当会の支援の在り方や役割として

- 1) 既存事業者への新たな販路獲得のための経営戦略の立案や構築への支援を行う。
- 2) 新たな販路獲得を行うための機会創出や施策利用等での積極的展開を支援する。
- 3) 事業者高齢化が顕著な昨今において、持続的に事業行えるような事業承継を支援する。
- 4) 新たなサービスなどを提供したい創業者等に、安定経営を実現できるような情報提供支援を行う。
- 5) 社会変化等への対応や社会的要請などへスムーズな実現を図るよう助言や導入促進支援を行う。
- 6) 創業者等を含め地域事業者商圈拡大実現へ組織機関を活用した周知集客ロジック構築支援を行う。
- 7) 地域事業者の持続的存続により地域雇用全体の保全を支援する。
- 8) 地域事業者間の連携や共同を強化することでのシナジー等発生の支援をする。
- 9) 地域コミュニティー保持や独自性・特色等保全のための地域活動を支援する。
- 10) 専門家連携含め地域事業者のスキルアップやノウハウ構築のための「学ぶ場」を支援する。

以上のことを長期的に個社に対して支援提供を行い、最終的に「地域への裨益」へと繋がるように長期支援運営を行っていく。これらの長期的な支援実現を当会で果たすことより、個社の自主的課題解決能力の獲得や自発的行動力の醸造に繋げ、事業者の持続的発展と地域振興事業の長期間の実現へ寄与することが当会の支援目標。

この実現のために、上部団体である群馬県商工会連合会を中心として、群馬県、富岡市、富岡商工会議所、道の駅みょうぎ、ぐんまちゃん家、当会近隣商工会、日本政策金融公庫、群馬銀行、しのめ信用金庫、群馬県信用組合、群馬県商工会連合会関与の専門家と連携しながら、小規模事業者の持続的発展と地域経済活性化を目標とした当会での伴走型支援体制を構築し実施する。

個社との「傾聴と対話」を重視した支援メニュー提供より、個社に対して成果のある支援内容を長期的に当会で提供する。

(3) 経営発達支援事業の目標

- ①起業や事業承継によるビジネスモデル検討での事業の創出
- ②地域特産品、地域観光資源を活用した6次産業の隆盛
- ③小規模事業者と対話と傾聴を通じて個々の課題設定をした上で、持続的発展のための力を引き出し、DXや働き方改革を絡めた業務改善や、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる
- ④魅力ある地域事業者の商品や技術力をPRする販路構築のための機会提供や新たな販路獲得の実現

以上の目標を掲げ、富岡市の重点事項を充足しながら、今後の地域経済の担い手として活躍・寄与できる地域事業者の創出の実現に繋がるようにする。その結果、地域事業者が成長し、地域経済の重要な担い手として地域とともに持続的に成長・発展し、**地域経済の維持・観光商業振興・地域雇用の保持**に貢献していく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5年4月1日～令和10年3月31日 5年間）

- (2) 目標の達成に向けた方針

①起業や事業承継によるビジネスモデル検討での事業の創出

当会は、富岡市が認定を受けた創業支援等事業計画に沿って市と連携し、創業予定者の相談場所として、ワンストップの相談窓口を設置するほか、専門家による創業支援塾を開催し、市内でまた、特に当地域における新たな創業の増加を目指す。

また、人口減少による地域経済の疲弊や小規模事業者減少に歯止めを掛けるため、市行政や市内金融機関及び群馬県商工会連合会等との関係機関と連携を図り、地域課題事項への対処や特に事業承継支援を介したビジネスモデル変革支援を行う。

②地域特産品、地域観光資源を活用した6次産業の隆盛

富岡市行政と連携を図り、観光業では市内や当地域での物産品や農業資源、富岡製糸場に代表される絹・繭資源、日本三奇勝の景観を中核素材として地域性・独自性・独創性ある新たな商品・サービスの開発と提供を目指し、これらの活用を試みる小規模事業者に対して、地域内外の売上獲得や収益性向上のための計画策定やビジネス考察等の機会を提供し、経営革新が推進され観光商業がブラッシュアップされるようなカリキュラム提供や経営計画検討を推進する。

農業事業者とのリンクや連携も促進し、単に農産物資源提供に留まらず、付加価値が高まる商品開発を推進し、6次産業化を促進させる。

③小規模事業者と対話と傾聴を通じて個々の課題設定をした上で、持続的発展のための力を引き出し、DXや働き方改革を絡めた業務改善や、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる

地域経済動向を踏まえ小規模事業者と対話と傾聴を通じて個々の課題設定をした上で、経営分析等を行い、富岡市や当地域の地域産業支援と自社の強みを活かした事業計画策定を支援するとともに、上記②とも関連させた、新商品・新サービスの開発による新たなビジネスモデル構築を支援することで、地域内小規模事業者の経営力強化と持続的発展を図る。特に工業においては、自社技術転用やブラッシュアップによる付加価値向上製品提供促進となるよう、自社計画の立案、見直しや気付きを推進し、ビジネスモデル転換や利益確保体制の構築といったことを促進させ、地域内雇用保全を図れるようにする。また、働き方改革とDXを関連させ、デジタル技術での業務効率向上や商圏拡大や業務のオートメーション化を推進することへの支援を図り、従前と異なる労働環境構築や国際間での競争力を有する労働の在り方等の実現を推進させる。

④魅力ある地域事業者の商品や技術力をPRする販路構築のための機会提供や新たな販路獲得の実現

当地域での共通課題である「販路の獲得」と、事業計画を策定した小規模事業者の新たな販路開拓を支援するため、国内外の商談会・展示会への出展支援（B to B 支援）及び展示販売会・EC サイト出展支援（B to C 支援）を実施し、当地域小規模事業者の売上・利益を増加させ、経営の持続的発展に寄与する。

以上の4項目について、支援機関と個社との「傾聴と対話」を重視した運用を図り、個社がPDCAサイクルで事業運営すること、個社での事業の見直しが適宜に容易に行えるような内容を支援機関が提供することでビジネス再構築やリビルトが行いやすくなるようになること、に繋げ、“個社の自主的課題解決能力向上”を目的に方針設定を行う。

3.地域経済の動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当地域経済の疲弊や人口減少は地域概要の通りであり、益々の加速が予測される。しかし、地域事業者は、この事象について、感覚的であったり、単に悲観的であったり、また、逆に楽観的であったり、と事業のこれまでの経験から、「感じ方」に依存した地域経済動向判断を行っている。事実、これまで地域経済動向調査は、経営指導員の巡回訪問及び窓口相談での個別ヒアリングや理事会等での意見徴収範囲にとどまっており、地域小規模事業者に対する確で指導を行うための体系的で客観的な調査実施、結果提供を行ってこなかった。また、マクロ的なデータ活用も図られておらず、判断材料が僅少であることが現状である。

【課題】

今後は経営指導員等が巡回訪問、窓口相談を実施する際に、国が提供するようなビッグデータ活用が課題であり、小規模事業者がより専門的な経営分析が行いやすくや指標、指針が立ちやすい相談に対するアウトプット提供が課題である。また、経営支援を行う際の、判断の前提となる地域状況のしっかりとした把握やそのための調査方法・手段の確立も課題であり、得られたこれら情報やデータを整理分析し、地域事業者が容易に閲覧・参照できるよう情報整備面も課題となっている。

(2) 目標

事業内容	周知方法	現状	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
【小規模事業者景況調査】							
調査回数/年	HP 掲載	0 件	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
調査件数		0 件	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社
公表回数		0 件	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
【外部統計データ活用】							
外部機関統計データ活用	HP 掲載	1 機関	2 機関	2 機関	2 機関	3 機関	3 機関
RESAS 活用		0	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
公表回数		0	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回

(3) 事業内容

①小規模事業者景況調査による地域経済動向の把握

地域業者の状況や経済動向について、一定時期ごとの変化・実態を迅速かつ的確に収集・提供することを目的にする。現在、群馬県が実施している「経営環境の変化による影響調査」について、当会も調査対象地区として管内 1 事業者の調査を実施しているが、過小なサンプル数であり、当地域経済動向を的確に表し難い。

そこで、本経営発達支援事業の一環として、当会版の「小規模事業者景況調査」を下記実施要領に基づき実施し、地域小規模事業者に対する的確な指導を実施するための基礎データとして活用する。併せて、地域の事業者が誰でも平易に閲覧できるよう情報公開を実施していく。

<実施要領>

①調査対象件数

当商工会地域の会員（116 社）と地域特性を踏まえ、商業 3 社、工業 5 社、サービス業 4 社、観光 3 社の計 15 社を調査対象とする。

②調査項目及び調査時点・調査頻度

調査項目については、群馬県が「経営環境の変化による影響調査」に独自調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向について年 1 回調査、分析を行う。

小規模事業者景況調査・調査項目（案）

	前期に比べて	来期の見通し
問 1. 業況（自社）	1. 好転 2. 変化なし 3. 悪化	1. 好転 2. 変化なし 3. 悪化
問 2. 売上高	1. 好転 2. 変化なし 3. 悪化	1. 好転 2. 変化なし 3. 悪化
問 3. 資金繰り	1. 好転 2. 変化なし 3. 悪化	1. 好転 2. 変化なし 3. 悪化
問 4. 将来予測	1. 好転 2. 変化なし 3. 悪化	1. 好転 2. 変化なし 3. 悪化

③調査・分析を行う手段・手法

調査は、当会での調査票を作成し、訪問による聞き取り調査を行う。得られた調査結果は経営指導員により集計と分析を行い、群馬県での集計結果と同様に業種別に整理した上でデータ化、グラフ化を行う。

②統計資料等の外部データ活用

これまでの、経済動向を把握する外部データとして、全国商工会連合会が毎月実施している小規模企業景気動向調査のレポートを参考に小規模事業者支援に活用していたが、今後は外部統計データ収集の充実を図るとともに、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的に経済活性化を目指すため、経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を併せて活用・経済動向分析を行い年 1 回当会ホームページで公表する。

【分析手法】「地域経済循環マップ・生産分析」により、何で稼いでいるか等を分析

- ・「まちづくりマップ・From to 分析」により、人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」により産業の現状等を分析

④周知回数や活用方法

調査結果を年2回（10月、2月）個社に対して配布し、地域内市場動向や個社の景況把握を図ることで、地域課題を個社相互で共有し、個社での課題設定や自主的な課題設定等で活用して頂くことでの支援で活用する。

（4）成果の活用

上記の取組において「見える化」された当地域の業種別経済動向を、全国及び群馬県の動向と比較することで、地域経済の実態と特徴を捉えることが出来る。毎年、継続した調査を実施することで時系列の変化も分析でき、小規模事業者の環境変化要因として捉え、経営指導に活用することが出来る。また、「小規模事業者景況調査」の結果については、当会ホームページ等で広く地域事業者へ情報提供を行っていくとともに、経営指導員等の巡回時の参考資料として活用する。併せて「RESAS」を活用した地域経済動向分析結果も同様に、当会ホームページ等で情報発信し、経営指導員等の巡回時の参考資料として活用していく。

4.需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現状】

小規模事業者が新商品や新サービスを提供する際、トレンドやマインド把握のための需要動向調査が必要となってくるが、管内における多くの小規模事業者はその必要性を認識しておらず、そのための活動や調査を行っていないのが現状である。当会としても、これまで需要動向調査においては、小規模事業者からの相談時や、ものづくり補助金申請時、経営革新等計画策定時に、該当する業種や商品についてインターネットや業界紙で若干、チェックする程度であった。

【課題】

商品・サービスを開発する際、特定の原材料や素材、個社の技術で開発できるものは何かといったシーズ発想を元にプロダクトアウト型の商品開発に陥りやすい傾向にある。これは消費者に受け入れられる商品開発とはならない面があり、ニーズ発想の取込やマーケットインの考え方など、顧客要望と事業者の技術とのミックス、といったコンセプトアウトの発想が重要となってくるため、このような視点を常に取り入れることが大切であり、課題となる事項となっている。

そのため、小規模事業者自身が提供する商品・サービスについて、そのターゲット顧客の需要動向を調査分析し、ニーズ把握などより将来予測を踏まえた上での事業計画を立案・策定する必要があるため、この課題解決のために個別具体的な需要動向調査を実施していく。

（2）目標

	現状	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
展示商談会等出展時でのバイヤー等へのアンケート調査実施支援 （表示は実施する出展事業者数） （1 商品あたりの調査標本数）	未実施	3 社分 （100）	3 社分 （100）	3 社分 （100）	3 社分 （100）	3 社分 （100）

（3）事業内容

管内の小規模事業者が商品・サービスを開発し販路開拓を行う際、需要動向調査の必要性を説明し認識頂くとともに、事業者が需要動向調査を行う際には、当会でも積極的にサポートを行い、商品・サービスの販売促進を効果的に行えるよう支援していく。

展示商談会やマッチングフェア等において、小規模事業者が出展する商品等について消費者と近く、または消費者ニーズの把握に優れている立ち位置のバイヤー等から顧客ニーズを把握するためアンケート調査を行う。消費者やバイヤーが求める商品、トレンド、ニーズ等の情報を収集、集積し、小規模事業者にフィードバックし、これにより個社での商品開発等において、買う側のニーズを踏まえた計画立案となるようにし、価格戦略などにも活用してもらう。

●展示商談会等出展時のアンケート調査実施支援

買う側のニーズを踏まえた商品開発等を支援していくため、展示商談会等の出展時において事業者が行うアンケート調査を支援する。

食品製造販売、地元食材使用加工品など「食品」の販路開拓を実施する事業者や製造業者の中でも、特に” B to B” 取引が中心の小規模事業者が行う新商品開発や既存商品のブラッシュアップに繋げていくための支援を行う。また、地元資源である” シルク” といったものを利用した工芸品や手工業についても、食品製造業支援と同様の目的でアンケートを実施し支援を実施していく。

具体的には、群馬県商工会連合会主催催事、ビジネスガイド社、R X ジャパン社主催催事において、個社が取り扱う商品・サービスそのものを「売る」「宣伝する」だけでなく、展示品自体のアンケート調査を実施し、得られたレスポンスや評価、改善点などを集計・分析することで今後の商品改良や開発に繋げていく。

<アンケート調査実施支援の流れ>

【1】出展事業者とアンケート設問設計の打ち合わせ

出展する商品・サービスに対する見込顧客やバイヤーの意見を汲み取るため、専門家の知見も挿入しアンケート設問設計を行う。

【2】アンケート調査実施支援

事業者が出展する展示会等へ当会職員も同席し、需要動向を捉えようとする商品・サービスのアンケート調査を実施し支援する。

調査項目としては、対象とする商品・サービスにより異なるが、消費財では「商品に関すること」「価格に関すること」「利用シーンに関すること」「販売方法に関すること」「販売場所に関すること」など、直接の商品・サービスに対しての調査を行う。製造業での出展においては、「ロット数」「求められる技術」「生産体制の希望」「バイヤーでの課題」といったことを中心に調査を実施し支援する。

【3】アンケート評価の集計・分析

アンケート調査によって得られた評価や意見等を集約し、専門家の意見を参考にしながら分析を行い、調査結果としてまとめる。

(4) 成果活用

作成したアンケート調査結果をもとに経営指導員が巡回し、改善点や売り方、個社の設備投資方針についてアドバイスを行う。新たな課題については専門家派遣等により指導・助言を提供し、課題解決を図れるように支援する。また、アンケート結果は当該事業者の商品開発・改良に役立てるほか、地域内で汎用的に利用できる内容であれば、事例として同様課題を参考となる事業者に提供することで、今後の個社の事業推進に活用する。

調査目的：バイヤー意向を汲み取ることでトレンド把握や長期購買となる商品の特徴把握といったこと

の情報収集と、収集した内容の個社へのフィードバックを目的にバイヤー意向調査を行う。

特に、地域事業者は情報収集が乏しいことから、「販売シーン」「利用シーン」「活用シーン」のイメージが限られ、自社製品の活用機会を想定しにくく、そのため個社の自主的な販売戦略が立案しにくい状況と言える。その課題解決を図ることが調査目的である。

調査方法：バイヤーへのアンケート形式でのシート配布と記入による情報取得。

活用方法：収集された情報をデータベース化し、特徴や傾向把握や地域事業者に汎用的に活用できるコメント等を個社に流布することで、自社製品開発は販売戦略が立案できるよう活用し支援する。

「マーケットイン」を意識した個社経営に繋がれるように情報活用する。

5.経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域における小規模事業者の多くは経験上の“勘”を拠り所に経営判断を行うことが多く、そのため独善的になりがちで、自社を取り巻く経営環境変化や自社財務状況の把握、SWOT 事項の把握といった事項を客観的に捉える機会に乏しいのが現状である。また、当会においても、こうした現状を踏まえた上での、その重要性理解や経営活用を積極的に促す周知活動等は実施しておらず、セミナーや各種補助金申請を通じ、経営状況分析支援を行ってきた程度である。その結果、経営計画立案面でも実績が乏しい状況となっている。

【課題】

そのため、今後は小規模事業者が経営の持続的発展を図るために必要となる「事業計画策定」を支援するため、その前段階として把握しておくべき「外部経営環境」と「内部経営環境」の分析支援を実施していくこと、その重要性を知ってもらうための啓蒙活動が課題である。

(2) 目標

事業内容	現状	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
ヒアリングシートによる啓蒙活動	未実施	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件
「BIZ ミル」での経営分析件数	未実施	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件

(3) 事業内容

小規模事業者が経営の持続的発展を図るためには、事業計画に基づいた事業活動に取り組むことが肝要であり、そのための「事業計画の策定」と「経営状況の分析」が必要となるが、前述の通りの小規模事業者の状況であるため、コロナ禍、原材料高騰を含めた近年の経営環境変化とスピードへの対応が後手であり、結果として、売上減少、利益確保体制の不備といった結果に繋がっている。そのため、今後当会として、経営分析の重要性を理解してもらうことを目的とした周知活動と具体的な経営分析支援を下記の通り実施し支援を行う。

①ヒアリングシートによる啓蒙活動

経営指導員による巡回時や窓口相談時に、「経営分析に関するヒアリングシート」を活用し、事業者の実態把握を行うとともに、経営分析に取り組むことの重要性を啓蒙する。ヒアリングシートは財務分析項目として、売上高や営業利益（個人は所得金額）の把握に加え、経営状況分析の頻度や決算書を使用した詳細分析の実施有無等を調査する。定性的な分析としては財務情報とリンクさせた自社の SWOT 項目や顧客ニーズなどの自社内外環境把握等の調査を実施し支援する。

経営状況分析ヒアリング・調査項目（予定）

Q1 自社売上・利益について詳細把握しているか？	1. はい 2. いいえ
Q2 自社商品・サービスの SWOT 項目把握しているか？	1. はい 2. いいえ
Q3 売り手や取引相手等、ターゲット化しているか？	1. はい 2. いいえ
Q4 お客様や取引先の要望や要求を把握しているか？	1. はい 2. いいえ
Q5 業界動向や市場動向などターゲット層動向を把握しているか？	1. はい 2. いいえ
Q6 自社競合等の状況把握をしているか？	1. はい 2. いいえ
Q7 自社経営状況把握等をどの程度の頻度で行っているか？	1. 毎日 2. 毎週 3. 毎月 4. 2～3 か月 5. 半年 6. 決算期 7. 都度 8. 無
Q8 決算書分析等で財務内容含む経営分析をしているか？	1. 每期実施 2. 税理士一任 3. 無

②経営分析基幹システム「BIZ ミル」での経営分析

経営分析へ意欲的・積極的な事業者に対し、巡回や窓口支援を介して伴走型経営支援基幹システム「BIZ ミル」を活用した、事業計画策定への繋げるための経営状況分析支援を行う。今まで行ってこなかった、視覚的なデータを事業者に提供することで、現状の「見える化」を行い、当会においてもデータ蓄積を行うことが出来るため、事業計画立案や計画策定の際に活用し支援する。

また、ヒアリングシート回答、各種セミナー参加者等への経営指導員によるフォローアップ、マル経等制度等を利用した事業者に対して、PC やタブレットによる施策情報提供や個別ヒアリングを行い支援する。巡回支援時等でのデータ化、その場での分析結果提示、課題抽出等のフィードバックを行い、事業把握のための献上把握シートを事業者に提示し、事業計画策定に活用し支援する。

<現状把握シートの項目>

①基本項目	事業内容、経営者属性、従業員構成 等
②定性面	目標設定（5 か年）、景況感、課題、ABC 分析、SWOT 分析、簡易計画と PDCA 分析
③定量面	過去 3 か年の財務諸表から主な財務分析（成長性、収益性、生産性、安全性等） 分析結果はエクセルデータ出力

本システムより、今後の支援内容の詳細な提案が可能となり、個社が俗人的、独善的な経営から脱却できるような経営情報提供による支援を実施することで、均一な支援品質提供や支援の見える化、有益な経営情報提供を実現することが出来る。また、分析～課題抽出～事業計画策定～フォローまでの一連の蓄積が可能となり、小規模事業者のマイクロ経営環境の詳細把握ならびに時系列ごとの財務諸表諸数値の対比・比較が可能となる。

(4) 分析結果活用

分析結果については、該当事業者に対して提供するものとし、経営の状況把握と課題の明確化による事業計画策定の支援に活用する。また、そのデータは事業者ごとに整理保管し、必要に応じて当会職員間で閲覧しやすいような情報共有や環境整備を行い、個社支援品質向上等に繋げていく。

調査内容：個社の「業績」「ターゲット層」「顧客ニーズ」「マーケットシェア率」「競合含めた市場動向」

調査方法：上記シートを活用して収集する。単にシート配布を行うだけでなく、専門家派遣訪問と連動した事業運営を行い、個社の実態や実質的な内容を得られるシート活用となるようにする。

活用方法：収集した情報はデータベース化することで可視化を図り、個社にアウトプットすることで、個社の「気づき」の促進となるように運用し、自発的な経営の補助的資料となる内容を提供することで支援と活用を行う。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会ではこれまで、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金、事業再構築補助金等の補助金申請、経営革新計画やマル経融資等において、専門家と連携して事業計画策定支援を行ってきた。しかしながら、事業者の認識は補助金獲得の手段として、長期的ビジョン立案の視点無く、仕方なく事業計画を策定している域を脱しておらず、事業計画に基づいて経営の実践や需要を見据えた経営戦略の構築が十分とは言えない状況である。

【課題】

経営環境変化が大きく、かつ高速化しつつある中、経営者自身が自社の強みや顧客ニーズにクイックに気づき、新たな需要を適宜、想像するために、事業計画策定の意義や重要性理解を事業者に浸透させていくことが当会の役割であり課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定意義や重要性を網羅的に伝達しても、実質の行動変化や目的性把握といったことに即時繋がるわけではないため、啓蒙活動用のリーフレット作成配布や事業計画策定セミナーのカリキュラムを初心者や創業予定者、創業者でもわかるような内容を工夫して作成し伝達することで、経営分析を行った事業者の5割程度となる8事業者の事業計画策定を目指す。併せて、各種補助金申請を契機として、実現可能性の高いものを選定し事業計画策定へと繋げていく。

また、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・強化を目指す。

なお、事業計画策定には経営状況分析が必須となることから、事業計画策定セミナー参加者全員が基本的には、経営分析を行うこととなるカリキュラム内容としてセミナー等の開催内容とする。

支援対象者は、

- 1) 現状の経営で困難な面があり、解決を図りたい事業者
- 2) 経営をより伸ばすためにどうすればよいかわからない事業者
- 3) 現在悩みは無いが、支援団体との傾聴と対話にて、潜在的な課題解決の必要性や、チャンスロス解消で飛躍する可能性を有する事業者といった事業者を主として支援を行う。支援方法としては、専門家帯同も含めた巡回訪問による「傾聴と対話」での課題収集と、この課題を踏まえた計画策定機会の提供と助言を支援として提供し、経営計画策定の技術面を「事業計画策定セミナー」「創業セミナー」「DX推進セミナー」を提供することで、補強的な支援を行う。

(3) 目標

	現状	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
①事業計画策定セミナー開催回数	2 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
事業計画策定セミナー事業者参加数	5 社	15 社	15 社	15 社	15 社	15 社
事業計画策定事業者	5 社	12 社	12 社	12 社	12 社	12 社
個別相談会参加事業者数	—	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
事業計画策定件数	3 社	8 社	8 社	8 社	8 社	8 社
②DX 推進セミナー開催回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
DX 推進セミナー事業者参加数	—	15 社	15 社	15 社	15 社	15 社

※事業計画策定セミナーは創業者等を対象とした創業セミナーも内容として含む。

※策定件数については、当会会員数約 100 であるので、その 8%程度の策定率となるよう実施。

※DX 推進セミナーについても、事業計画策定セミナーと同数の参加者となるよう実施。

(4) 事業内容

①事業計画策定の重要性を理解いただくための啓蒙活動実施

事業計画策定の意義や重要性の理解が乏しい小規模事業者に対して、その内容の理解を浸透させるため、事業計画策定の意義や取組事例を掲載したリーフレットを作成し、日頃の巡回訪問時や窓口相談時、創業での支援時等に配布説明することで周知徹底を図っていく。また、当会 HP や配布物でも本事業掲載を行い、地域事業者に対して広く啓蒙活動を行っていく。

②事業計画策定セミナーの開催

事業計画策定セミナーについて、対象者が当会会員限定の事業であったが、今後は参加対象者を会員限定とせず、富岡市を中心に広く周知し、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行うとともに、

4.需要動向調査に関すること、**5.経営状況の分析に関すること**での事業者に対しても積極的な参加の勧奨を行い、事業計画策定セミナーを開催していく。セミナー開催要領については下記の通り。

<事業計画策定セミナー開催要領>

【1】目 的 小規模事業者が経済社会情勢の変化に対応し、自らのビジネスモデルを再構築するために、自社の顧客ニーズや強み・弱みを踏まえた事業計画作成に基づく経営を行うことで、自社の躍進を図ることを目的とする。

【2】名 称 「事業計画策定セミナー」「創業セミナー」

【3】日 程 3 時間×2 日間×2 回

【4】会 場 富岡市妙義商工会館、富岡市公民館 等

【5】講 師 専門家依頼、活用（コンサルタント企業等）

【6】参加者 事業計画策定を目指す事業者、経営分析を行った事業者、需要動向調査を実施した事業者、創業後間もない創業者、創業予定者 等

【7】カリキュラム

日程	テーマ	セミナー内容
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
2 日目	事業計画策定の実践	●経営理念について考える ●経営ビジョンの策定を行う ●自社環境分析 ・外部環境分析 ・内部環境分析（SWOT 分析） ●顧客ニーズやターゲットマーケティングを考える ●経営課題を明確にする ●経営戦略を策定する ・計画立案

- ・スケジュールリング
- ・数値目標化
- DX 推進で販売機会を構築する
- ・IT での販路構築方法
- ・DX でのコストマネジメント&リスクヘッジ

※創業者対象のセミナーについては、上記カリキュラムのほかに、財務入門と人材育成の項目を盛り込んだ内容でのセミナー開催を行う。

③専門家による個別相談会の実施

事業計画策定セミナーにおいて策定された参加事業者の事業計画のブラッシュアップを目的とした、専門家（コンサルタント等）による個別相談会を実施し、群馬県商工会連合会・よろず支援拠点等との連携も図りながら運用していく。事業計画策定が途中で頓挫や滞らないよう、本事業の専門家個別相談会で事業者の課題解決やモチベーション維持となるよう事業実施し支援する。個別相談会の開催の際に、経営指導員も相談時に同席し、事業計画策定の推進や進捗確認、経常的な策定への働きかけ、となるよう事業実施し支援していく。内容については、事業者の本質的課題を認識でき、その事項についてのアドバイス提供から、自発的に課題解決が図れるようになるようになることを目的に実施・支援をする。

④DX 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。

<DX 推進セミナー開催要領>

- 【1】目的 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・強化を目的とする。
- 【2】名称 「DX 推進セミナー」
- 【3】日程 2 時間×1 回
- 【4】会場 富岡市妙義商工会館、富岡市公民館 等
- 【5】講師 専門家（IT コーディネーター・中小企業診断士など）
- 【6】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。
- 【7】カリキュラム

テーマ	セミナー内容
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

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】

当会ではこれまで、小規模事業者持続化補助金等の補助金事業において、事業に関する進捗確認を行うが、確実な事業完了を目指すために物品納入や工事完了、経費支出管理、証憑書類確認等の事務的なフォローに終始している。その他の創業や経営革新計画申請においても、承認申請の計画策定に全精力を費やしているのが現状である。申請終了で一区切りとなり、申請事後、特段問題が無ければ進捗管理の確認を行うことがないのが現状である。

【課題】

今後は、事業計画の進捗状況を定期的・計画的に把握し、計画に対して遅延や課題が見られる場合にはタイムリーにアドバイス提供を行い、確実な計画実現を遂行できる PDCA サイクルを提供する、といった当会

の実施体制の構築が課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した小規模事業者に対する支援については、立案された事業計画の内容が確実に実行されるよう、定期的な巡回訪問等の機会を通じて進捗状況を把握し、フォローアップを図っていく。フォローアップ対象事業者は、**6.事業計画策定支援に関すること**で事業計画を策定した全ての事業者とする。計画が順調に進んでいる事業者はフォローアップ頻度を落とし、密に伴走支援が必要な事業者には頻度を上げて対応することで、着実に計画が実行できるように支援体制を構築していく。

また、事業計画策定後の支援にあたって、新たな問題や課題が生じた事業者などに対して、群馬県商工会連合会、群馬よろず支援拠点等の専門家と連携して指導・助言を行い、課題解決のために事業者と一体となって対応し、計画の見直しを図るなど伴走型支援を提供していく。

これらのことより、事業者の潜在的な能力の活用機会となるような事業計画策定後フォローアップを提供し、事後、事業者が自発的、能動的に活動を行うことができるように支援を行う。

(3) 目標

	現状	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
事業計画策定後フォローアップ対象事業者数	3 社	8 社	8 社	8 社	8 社	8 社
事業計画策定後フォローアップ頻度	年 1 回	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎
事業計画策定後フォローアップ総回数	3 回	32 回	32 回	32 回	32 回	32 回
専門家フォローアップ回数	5 回	16 回 (8 社×2 回)	16 回 (8 社×2 回)	16 回 (8 社×2 回)	16 回 (8 社×2 回)	16 回 (8 社×2 回)
売上増加事業者数	2 社	8 社	8 社	8 社	8 社	8 社
利益率 3%以上増加事業者数	—	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社

※利益率 3%以上増加の根拠は、経営革新計画の経常利益率の伸び率 3%以上を準用している。

(4) 事業内容

①経営指導員による定期的な巡回訪問によるフォローアップ

事業計画策定をしたすべての事業者に対し、年 4 回（四半期ごと）の頻度で経営指導員による定期的な巡回訪問を行い、事業進捗を確認し必要に応じたフォローアップにより、売上高や利益額、販売数量などの定量的な評価を行い、数値化できない定性的な評価については、事業者自身による評価とヒアリングにより分析し、利益確保や販路構築が可能となる策についてアドバイスを行う。

進捗状況が芳しくなく、事業計画とのズレや齟齬が生じていると判断する場合には、外部専門家や群馬県商工会連合会専門経営指導員等の第三者視点を投入することにより、発生原因や要因、今後の対応や修正についての検討を行い事業者にフィードバック内容を提供し、フォローアップ回数や支援体制の見直し等を行うことで臨機応変な支援体制構築となるようにする。

②専門家巡回によるフォローアップ

経営指導員の定期的なフォローアップのほかに、専門家を定期的に招聘し、巡回訪問提供を行うことで、定期的な専門家による計画策定へのフォローアップを提供し、より伴走型支援体制を提供することで事業者を支援する（上記①の経営指導員訪問のほかに、事業計画策定事業者に対し各年 2 回の巡回訪問）。必要に応じ、群馬県商工会連合会、群馬県よろず支援拠点の専門家派遣も利用して策定後フォローアップを行う。

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】

新たな需要開拓に向けて当会単独で行っている展示会、商談会は無く、全て群馬県商工会連合会や群馬県・県内金融機関等が県内で主催または共済する展示会を受動的に活用しているのが現状である。その取り組みは、参加意欲のある事業者任せであり、戦略的な催事選択や効果ある催事マッチング選択に繋がっておらず、フォローについても事前～事後まで一貫した当会の支援体制とは言えず、十分な需要開拓に至っていない。

【課題】

県内外の催事まで視野に入れた積極的な展示会出展支援や商談後の顧客獲得のための事後フォローを伴走的に支援実施していくことが課題である。また、多様な顧客ニーズに合った商品・サービス提供を発信し増

大していくための、HPを活用した個社のECサイト促進支援や動画によるプロモーション活動促進支援、DXによる業務効率向上に対する支援提供が課題である。

(2) 支援に対する考え方

当会が自前、単独で展示会開催は、規模面・効果面で乏しいため、首都圏で開催される既存の国内最大規模の展示会への出展を提供することで販路開拓機会を支援する。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うと共に、出展期間中は陳列、接客、商品案内など、きめ細やかな伴走支援を行い、販路開拓機会を最大限活用できるよう支援する。HP等のデジタル技術への支援については、専門家による技術指導を介して、事業者が積極的・自発的に技術活用となるような支援を提供していく。

(3) 目標

事業内容	現状	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
① インターナショナルギフトショー出展支援事業 (B to B)						
出展回数/年	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
出展支援事業者数	2 社	6 社	6 社	6 社	6 社	6 社
商談成約件数/社	1 件	6 件	6 件	6 件	6 件	6 件
② ぐんまビジネス商談会出展支援事業 (B to B)						
出展回数/年	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
出展支援事業者数	1 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
商談成約件数/社	1 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
③ 製造業技術展出展支援事業 (B to B)						
出展回数/年	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
出展支援事業者数	2 社	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社
商談成約件数/社	2 件	4 件	4 件	4 件	4 件	4 件
④ 個社 HP・EC サイト化作成指導での顧客獲得・販路開拓支援事業 (B to C)						
作成指導事業者件数	4 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
売上増加率/社	3%増	3%増	3%増	3%増	3%増	3%増
⑤ 個社プロモーション動画作成・周知指導による顧客獲得・販路開拓支援事業 (B to C)						
作成指導事業者件数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
売上増加率/社	—	3%増	3%増	3%増	3%増	3%増
⑥ 個社 DX 推進による業務効率・生産性向上支援事業 (B to B、B to C)						
キャッシュレス化・自社資源データ化推進指導事業 件数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
コスト減少率/社	—	10%減	10%減	10%減	10%減	10%減
売上増加率/社	—	3%増	3%増	3%増	3%増	3%増

※成約件数の根拠は、過去の出展事業者の平均成約件数は1件/社であるため。

※売上増加率の根拠は、出展等の平均成果が売上増加率が3%であり、本項目での目標数値とする。

(4) 事業内容

①、②、③展示商談会出展支援事業 (B to B)

展示商談会出展支援については、積極的に出展事業者の取引拡大に繋がるよう、出展に係る書類の支援や会期前のバイヤーへの訴求対策、希望するバイヤー像の構築等の支援を行い、会期中は同席しフォローを行い、商談進捗状況をリアルタイムで確認して支援していく。更なる出展者の拡大をしていくため開催情報の事業者への提供や、商談会に出展したことのある事業者の声などを地域内に伝達して販路獲得意識を高めるよう支援を行う。主要な展示催事は「インターナショナルギフトショー」「ぐんまビジネス商談会」「製造業技術展×2回」を見込んでいる。

各展示商談会出展にあたって、上記の支援事項を経営指導員が事前・事後でフォローを行うと共に、会期中には事業者が万全に、実力やプレゼンが発揮・実施できるよう、陳列・接客できめ細やかなフォローを提供し伴走支援を行っていく。各催事においては出展事業者数に応じたブース借り上げを行い、事業計画策定面でも出展内容や成約内容、バイヤーからの要望等を計画書にフィードバックさせ、事業計画策定でも活用する。観光集客が停滞傾向である面の改善も含め、商圈が拡大できるよう事業実施し支援を行う。

- ①名 称：インターナショナルギフトショー
主 催：ビジネスガイド社
概 要：国内の雑貨、食品、コスメ、ノベルティ、雑誌掲載、またそれらに関するOEM依頼等を総合的に開催する展示商談会。国内外のバイヤーが多数来場し、コロナ禍においても17万人のバイヤー集客を実現する大型催事。バイヤークラスにおいても決裁権を有する要職が多く、新たな販路開拓に適した催事で、催事内容に適合する事業者はビジネスチャンスに繋がる期待大の催事。
会 場：東京ビッグサイト
来場者数：3日間で約17万人
出展社数：約3000社
- ②名 称：ぐんまビジネス商談会
主 催：群馬県商工会連合会
概 要：県内会場で、様々なバイヤーとの商談がリーズナブルに実現できる好評な展示会。バイヤーリストにおいても、群馬県商工会連合会によってリストアップとチョイスが行われた意識の高いバイヤーが多く、質の高く効果性が高い商談が実施されている。バイヤーと出展者、出展者同士の接点や親密度が高く、出展によるバイヤー要望聴取など事業者の経営参考となる要素や出展者同士の今後の事業運営など出展によるシナジー効果が高い。
会 場：ラシーネ新前橋
来場者数：20社程度
出展者数：20社程度
- ③名 称：製造業技術（仮称）
主 催：RX ジャパン
概 要：自動車製造や産業工作機製造、建築部材製造等において、国内では大手企業は事業者高齢化から安定した外注先確保は急務であり、コロナ禍や紛争による生産拠点のシフトなども関連して、地域製造業者のリンク構築やリストアップという対応が望まれる状況となっている。この催事は、こういった要望に合致した展示会となっており、具体的な商談が成約しやすい催事であるため、受注確保効果が高い。
会 場：東京ビッグサイト、幕張メッセ
来場者数：約7万人（1催事において）
出展社数：約3000社（1催事において）

④個社HP・ECサイト化作成指導での顧客獲得・販路開拓支援事業

⑤個社プロモーション動画作成・周知指導による顧客獲得・販路開拓支援事業

⑥個社DX推進による業務効率・生産性向上支援事業

インターネット、スマートフォンの普及より国内でのWEB利用率は飛躍的な増加率であるが、地域事業者が経営面で利用するにはハードルが高く、未対策であることよりチャンスロスも生じているケースが多く散見される状況となっている。これはこの事項の取組が著しく遅れていると言わざるを得ない状況であり、国内での諸手続きのオンライン化や電子取引促進を阻害していると言わざるを得ない状況であるため、④、⑤、⑥の事項について、上記の事業者数への指導提供と支援を実施することにより、WEB活用販路開拓促進（HP設置、自社ECサイト化）、集客・誘客ツール構築（動画）となるよう支援し、事業者のチャンスロスが解消されるよう支援する。

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】

経営発達支援事業運用検討が理事会にて行われ、外部有識者等の意見聴取も取り入れているが、見直しまでの仕組みが構築されていないのが現状である。

【課題】

理事会内に経営発達支援検討委員会を設置し、より外部有識者の意見聴取と交流を増加させ委員会を開催し、PDCAサイクルを素早く回すことが課題となっている。定期的な経営発達支援事業検討委員会と理事会での実施内容評価について素早いフィードバックや検討機会提供が必要となっている。

(2) 事業内容

①経営発達支援事業検討委員会の開催

当会の理事会と併設して、富岡市役所経済産業部長、群馬県商工会連合会、法定経営指導員、外部有識者としてコンサルタントや中小企業診断士、をメンバーとする経営発達支援事業検討委員会を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗や方針についての評価を行う。そこでは、事業の実施状況を定量的に把握できるよう、目標に対する達成度や全事業の目標値に対する実施率等を数値化し、進捗状況を可視化することで、再分析と対策立案・実行支援を実施していく。開催時期：理事会が年度内6回（4月、6月、9月、12月、2月、3月の年度内6回）行われ、そのうちの1回（2月）に委員会を開催し、「事業の達成度」「運営方法」「専門家派遣件数や実績内容」「商談会の成果」といった内容を検討・判断を行い、事業成果がより高まるよう、成果の評価・見直し方針を検討し、見直し案の提示を行う。

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。

Plan（計画）

- ・経営発達支援計画の作成
- ・事業実施に必要な資金及び調達方法の検討
- ・作成した経営発達支援計画について理事会にて報告し承認を受ける
- ・成果・事業計画等を「商工会 HP」で公表する。

Do（実行）

- ・経営発達支援計画に基づき全職員にて計画を実行する。
- ・月1回開催される「支援力向上会議」において、事業ごとの実施状況を管理するとともに情報共有を図る。



Action（改善）

- ・報告会での検証・評価に基づき事業内容の見直し案を検討する。
- ・必要性や有効性を考慮し新規事業や支援策を検討する。



Check（分析・評価）

- ・事業の実施状況を分析し、「支援力向上会議」において結果と目標を比較する。
- ・当商工会役員や専門家（外部有識者）を交えた報告会を年度末に開催し、計画の検証・評価を行う。



②事業成果の公表

事業の成果・評価・計画の見直し結果を、当会HPにて計画期間中公表するとともに、当会事務所においても常設し、地域の小規模事業者等が常時、閲覧できる状況を構築する。

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

【現状】

職員での資質向上の取組として、これまで群馬県商工会連合会が主催する職種別各種研修、職員協議会が主催する資質向上研修、中小企業大学校等での中小企業支援担当者研修等の定期的なOFF-JTを実施してきた。また、別に全国商工会連合会で実施しているeラーニングを活用した経営指導員WEB研修を実施している範囲に留まっている。

【課題】

研修会等は限られた時間の中でテーマを決め実施され、かつ、職種別であることから職員間において研修

会等で得られた指導ノウハウや情報交換、共有化等を当会内で実施していないことが支援業務における課題である。各職員の支援能力格差、情報格差をなくすために、既存の OFF-JT への積極的参加や、支援機関や専門家派遣での企業支援同行など OJT を積極的に実施していくことも必要となる。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上・開発のため、群馬県商工会連合会が主催する職種別研修会、職員協議会が開催する資質向上研修、中小企業大学校が実施する「事業計画策定セミナー」等の OFF-JT をより一層実施する。また、経営発達支援事業検討委員会メンバーによって有効な支援ノウハウ習得のため研修会を年 1 回実施する。

②OJT 制度導入

経営指導員及び一般職員は、外部支援機関や専門家と連携して小規模事業者を支援する場合、同行での支援を必須とし、指導・助言内容、情報収集方法など伴走型の支援能力向上や開発を図る。また、支援経験の豊富な経営指導員及び一般職員がチームを組織し、巡回訪問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向上を図る。この点、一般職員も含め実施し、事業者との「傾聴と対話」を重視した OJT 運営を図る。

③職員間の DX 理解促進を含めた定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ参加した経営指導員が講師を務め、経営支援の基礎～事業者との課題共有、潜在的なニーズや問題の引き出し方法などに至るまで、定期的なミーティング（月 2 回、年 24 回）を開催し意見交換や情報共有を組織内で図ることで、経営指導員及び一般職員の支援能力向上に繋げる。職員での DX の理解促進については、この定期的なミーティングにおいて実施し、必要に応じ外部有識者を招聘したミーティングを開催し、経営指導員及び一般職員の理解促進を深めた上で、事業者の DX 支援に取り組む。一般職員も積極的な参加となるようにする。

④情報等のデータベース化

担当経営指導員が基幹システムや BIZミルでのデータ入力を適宜・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等が職員間で相互共有できるようにし、担当外職員でも一定レベル以上の対応ができる環境を構築する。また、作成中の書類データなどにおいても、共通サーバにて職員相互で共有できる環境を構築し、支援状況把握や支援方針の OJT が図られるようにする。一般職員もデータベース状況共有が図られるようにし、従事者全員が情報のインプット・アウトプットが容易にできる環境づくりを率先して行えるようにする。

11.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】

群馬県商工会連合会では、3 か月に一度、商工会運営連絡会議が実施され、群馬県の担当者などを招き情報提供や単会への情報提供、指導ノウハウ伝達を行っているが、支援ノウハウの共有や情報交換までには至っておらず、双方向での連携での支援ノウハウ向上に繋がっておらず、また、連携先も群馬県商工会連合会のみであり、当会としても連携性が乏しい状況が現状である。

【課題】

今後は、群馬県商工会連合会ほか、地域金融機関 3 機関、富岡市行政、よろず支援拠点等支援機関と連携し、小規模事業者の動向、支援策やノウハウのインプットやアウトプットを強化することで、停滞傾向である経営計画策定の推進に繋げていくことが課題である。また、金融、創業、経営革新、ものづくり、農商工連携、6 次産業化といったことの支援力向上を図るために、それぞれの機関の強みを持ち寄ることで、当会が地域において多面的なチャネルを有する組織として機能し、多角的な支援を提供できるようにする点に課題がある。

(2) 事業内容

①富岡市・富岡商工会議所・富岡市妙義商工会 3 者での、地域経済支援対策会議の実施

この会議上で、当会の経済動向調査などの情報提供や地域事業者実態情報も提供することより、実質的な地域特性を考えた支援ノウハウの構築となるようにし、富岡市側においては、富岡市の有する基礎データ（住

民数、年齢構成等）と照らし合わせて、有用な支援方針を構築する。（年２回）

②富岡・甘楽郡下４商工会（南牧村商工会、下仁田町商工会、甘楽町商工会、当会）での情報交換

４商工会での情報交換を年２回行い、現状把握や支援ノウハウの構築に努める。この内容も当会組織内で共有し、支援ノウハウが人に寄らず一定レベルで提供できるようにする。（年２回）

③日本政策金融公庫での支援者説明会の実施

年１回、支援者講習を実施して頂き、地域事業者への有用な制度等の説明や金融トレンド、ＤＩについての説明を頂き、当地域の経済動向と照らし合わせるとともに、地域事業者への情報伝達のコンテンツ収集機会ともし、地域事業者の支援指針の基礎となるよう説明会を実施する。（年１回）

④群馬県よろず支援拠点との連携

「群馬県よろず支援拠点」のコーディネータと連携し、売上拡大や販路開拓、啓蒙活動、等、小規模事業者に必要な解決方法を提案する。（年１回）

⑤群馬県中小企業支援ネットワーク会議への積極参画

群馬県内の金融機関、商工団体等 90 機関で構成する「群馬県中小企業支援ネットワーク会議」（事務局：群馬県信用保証協会）に積極参画し、中小企業の経営支援等に係る構成員間の連携を密にし、専門知識や経験等の共有や情報取得を図ることで、小規模事業者の支援の質の向上を図る。（年１回）

地域経済の活性化に資する取組

12.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】

富岡市では、富岡製糸場を代表とする観光資源を活かした催事を、四季を通して通年開催し、地域集客や経済振興を実施している。また、このことに関連し、地域での観光商品育成や６次産業促進、富岡市版DMO運営、といったことに注力し、事業者の育成や新商品・新サービスの生成・醸造といったことに意欲的である。通年での催事例として、

- ・妙義山ビューライド in 富岡、の開催（自転車競技催事）。
- ・富岡どんと祭り、の大々的な開催（地域山車巡回による地域振興催事）
- ・紅葉フェスティバルの開催（妙義山・妙義神社の観光振興催事）
- ・ふるさと納税アイテムの充実（富岡市版DMOの主要事業）

といった活動を行い、経済活動を支えている。

【課題】

上記の催事への参加者などからは、①地域概要にて列記した資源について、地域の景観、自然、食文化、歴史史跡、観光施設について高い評価を頂いているが、地域でのこれら富岡市の地域資源活用が乏しく、魅力ある地域資源が埋没しており、地域全体のPRや販売促進による地域集客をより一層図ったほうが良いという要望があり、課題となる事項となっている。また、これら地域資源とリンクした観光商品の生成による経済活動促進やふるさと納税アイテムの拡充について要望が多く、課題となっている。そして、こういった新商品・新サービスに取り組みたい若手事業者、飲食店、若手女性が少数ではあるものの希望者が出ている。その他、移住による民泊事業創業者なども一定数生じるようになってきた。そこで、こういった人材の活躍機会のため、こういった方を中心に中長期的な視点で、行政を含む当会を取り巻く関係機関と連携した地域振興施策を図り、徐々に活動を広げていくことに課題がある。

（２）事業内容

①地域活性化委員会の設置・開催

地域資源活用での観光商品育成や６次産業促進、農商工連携、富岡市版DMOでのふるさと納税アイテム生成、といったことのために観光客誘致の要因となる付加価値の高い特産品を育成し、地域経済活性化のための方向性を検討し、小規模事業者が持続的に事業を発展させるため「地域活性化検討委員会（仮称）」の設置し、運用することで地域ブランド力向上を図る。

委員会は年２回開催し、地域イベントの充実・活性化、地域資源活用特産品開発といったことの検討を行う。委員は、富岡市、群馬県商工会連合会、富岡市妙義商工会、外部専門家を中心に構成し、その他地域飲

食店、観光業者、商工業者の意見を中核として検討委員会を行い、「若手」「女性」「移住事業者」の機動力や柔軟性、想像力等の強みを活かし、地域内で意識や感覚、センス、方向性の共有が図られる仕組みの構築を行う。

②かぶらぶらぶら街道推進協議会の開催

群馬県の協力も仰ぎ、富岡市地域と甘楽郡地域を繋ぐキーワード「かぶら」を中心とした広域連携を図り、広域観光パッケージ商品生成やグルメ連携企画開発などでの甘楽富岡地域の活性化を協議する。近隣4市町村商工会（甘楽、下仁田、南牧、当会）を参画メンバーとし、富岡県税行政事務所をオブザーバーとして迎え、年2回の協議会を開催する。

※かぶら…**鐺川**（かぶらがわ）は、群馬県を流れる利根川水系の一級河川。甘楽富岡地区のほとんどを流域とする。下仁田町の南牧川合流地点より上流は「西牧川」とも呼ばれる。鐺川の「鐺」を取って、流域周辺地域を「かぶら」として命名し、振興図っている。

(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 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）

富岡市妙義商工会	富岡市
会長 1 名	経済産業部産業振興課
副会長 2 名	
理事 10 名	
監事 2 名	
法定経営指導員 1 名	
経営支援員 1 名	
臨時職員 1 名	
18 名	

(経営発達支援事業の実施体制)

担当内容	担当者	業務内容
実施責任者	法定経営指導員 下山 泰明	対象企業の課題等を明確化し、必要な支援を計画。直接支援の実施や専門家派遣を活用し課題解決に導く。経営発達支援計画の実施と実施に伴う助言、目標達成に向けた進捗管理、事業評価、見直し等に必要となる情報の提供を行う。

(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 項に規定する法定経営指導員による情報提供及び助言に係る実施体制連絡先

①法定経営指導員の氏名、連絡先

◆氏 名：下山 泰明

◆連絡先：富岡市妙義商工会 TEL 0274-73-3723

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

富岡市妙義商工会

: 〒370-2411 群馬県富岡市妙義町上高田 1197-6

TEL 0274-73-3723 Fax 0274-73-2673

E-mail : yasuaki-shimoyama@gcis.or.jp

URL : <https://myogi.org>

②関係市町村

富岡市役所経済産業部産業振興課

: 〒370-2392 群馬県富岡市富岡 1460-1

TEL 0274-62-1511 Fax 0274-62-0357

E-mail : shougyou@city.tomioka.lg.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	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
1.事業計画策定支援	400	400	400	400	400
2.事業計画策定後の実施支援	800	800	800	800	800
3.新たな需要開拓	5,500	5,500	5,500	5,500	5,500
4.経営発達支援事業の評価・見直しを行う事業	300	300	300	300	300

(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。

資金調達方法
会費、市補助金、商工会一般会計、伴走型事業補助金

(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)

経営発達支援事業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と連携して経営発達支援事業を実施するもの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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等