

経営発達支援計画の概要

実施者名	高山村商工会（法人番号 9070005007744） 高山村（地方公共団体コード 104281）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 小規模事業者の実態に応じた事業計画の策定支援による自走化の実現</p> <p>(2) やる気のある事業者への積極的な専門家派遣による事業者の潜在力の引き出し</p> <p>(3) 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる</p>
事業内容	<p>I 経営発達支援事業計画の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 地域の動向を把握するために「RESAS」（地域経済分析システム）を活用しての経済動向分析を行い、年1回当商工会ホームページにて公表する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 販路開拓を目的として開催される展示会に出展する事業者に対して、顧客ニーズの把握や新商品開発を目的としたアンケート調査を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 当地区内の小規模事業者を対象に、経営指導員の巡回訪問・窓口相談の機会を活かし、経営分析を行う事業者を掘り起こしていく。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、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。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定を行った事業者について、訪問日やチェック項目などを記載した「事業計画チェックシート」を用いて巡回訪問を実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 新たな需要開拓を目指す小規模事業者に対し、展示会開催情報の提供や、出展の事前・事後支援（出展・商談ノウハウ習得）を合わせて行う</p>
連絡先	<p>高山村商工会 経営指導員 石関 剛 〒377-0702 群馬県吾妻郡高山村大字中山 3410 TEL 0279-63-2200 / メール Tsuyoshi-ishizeki@gcis.or.jp 高山村役場 地域振興課長 林 隆文 〒377-0702 群馬県吾妻郡高山村大字中山 2856 番地 1 TEL 0279-63-2111 / メール ta-hayashi@vill.takayama.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現状

【立地】

当商工会は、群馬県の北西部に位置する高山村に立地しており、高山村全域を管轄エリアとしている。高山村は、東西11.34km、南北10.63km、総面積64.16km²の小さな村である。東は沼田市、南は渋川市、西は中之条町、北はみなかみ町に接しており、南北に1,000m級の子持山・小野子山・中ノ岳・十二ヶ岳など、緑豊かな山々にいだかれた、景観にも優れた高原地帯である。

戦国時代には、交通の要所として各所に城が設けられ、城跡、合戦跡が今に残っている。近世になると、越後と江戸を結ぶ三国街道の宿場として、大いに賑わった。繁栄は街道が廃止される明治初期まで続いたが、その後、基幹産業を農業に切り替えた。明治22年(1889年)、中山村と尻高村が合併して高山村になり、現在に至っている。

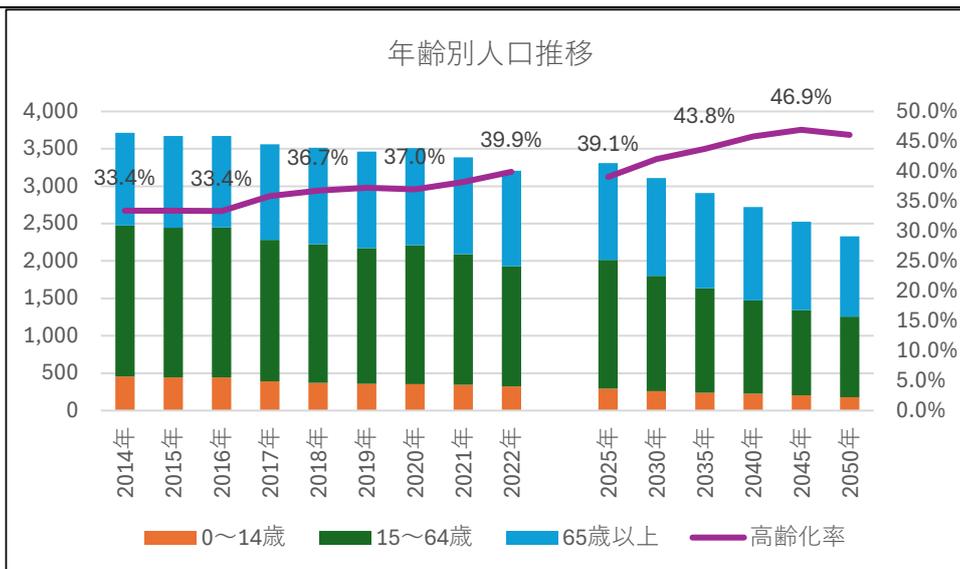
当地区は、四季折々に花々が咲きほころび、温泉が湧き、キャンプ場や高原牧場など、訪れる人々の心を和ませてくれるロマンの村として、今日まで息づいてきた。また、夏季は気温も比較的穏やかで湿度も低いため、大変涼しく、夏の静養地として著名な軽井沢も凌ぐとも言われている。村内は、地形が異なる二つの地区、盆地状の中山地区と、傾斜地で中之条盆地の一部である尻高地区に分かれる。そのため耕作地も標高420mから700mまでと幅広く分布しており、米や野菜といった農産物など豊富な地域資源、観光資源に恵まれている。

【人口】

人口は1980年をピークに減少傾向となり2014年には3,716人、2022年には3,209人まで減少している。また、高齢化率(65才以上が占める割合)は増加しており、2014年の高齢化率は33.4%であったが、2022年の高齢化率は39.9%である。

今後も人口は減少することが予想されており、2050年には2,330人、高齢化率46.1%となることが想定されている。





(出典：群馬県統計情報提供システムおよび国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」)

【産業】

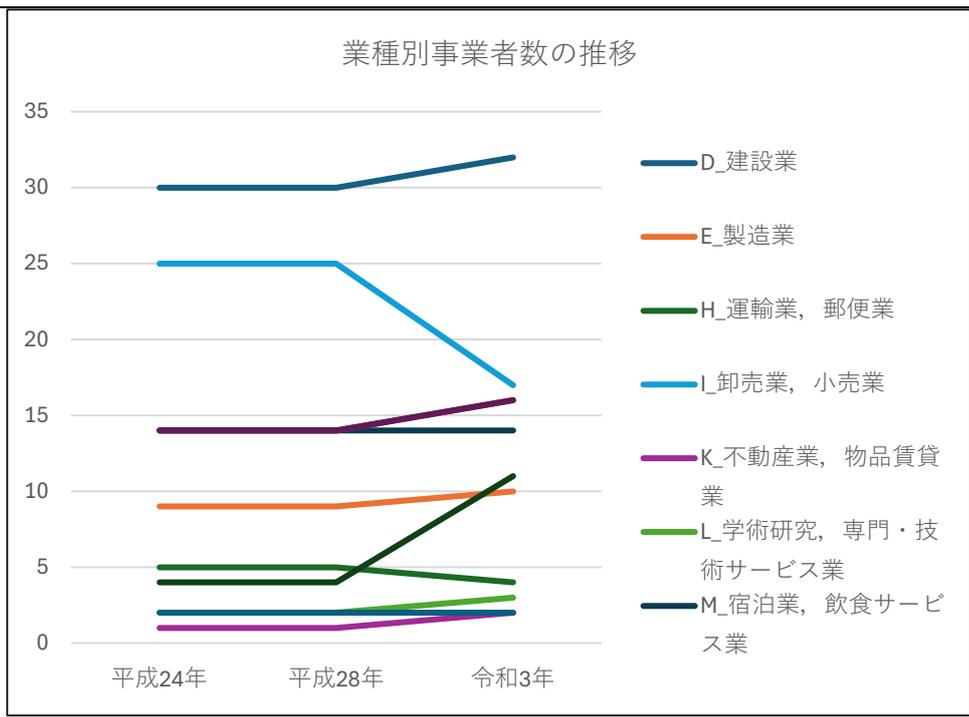
経済センサスによると、本地区における令和3年度の商工業者数は127者となっており、内小規模事業者数は95者である。平成28年度の経済センサスと比べると、事業者数は7者増加し、小規模事業者数は2者減少している。

	平成24年	平成28年	令和3年
事業者数	120	120	127
内小規模事業者数	99	97	95
小規模事業者の割合	82.5%	80.8%	74.8%

(出展：経済センサス)

令和3年度の業種別事業者数については、建設業が最も多く32者であった。次いで卸売業・小売業17者、生活関連サービス業・娯楽業16者の順となっている。建設業については、令和3年度に増加したが、卸売業・小売業については大きく減少した。

	平成24年	平成28年	令和3年
D_建設業	30	30	32
E_製造業	9	9	10
H_運輸業，郵便業	5	5	4
I_卸売業，小売業	25	25	17
K_不動産業，物品賃貸業	1	1	2
L_学術研究，専門・技術サービス業	2	2	3
M_宿泊業，飲食サービス業	14	14	14
N_生活関連サービス業，娯楽業	14	14	16
O_教育，学習支援業	4	4	11
Q_複合サービス事業	2	2	2
R_サービス業（他に分類されないもの）	14	14	16



【交通】

上越新幹線「上毛高原駅」、高速道路（関越自動車道）「月夜野インター」とともに車で約 20 分の距離にあり、首都圏まで 2 時間圏内とアクセスに優れている。

【観光資源】

周囲を囲む 1,000m 級の山々、緑豊かな田園風景、爽やかな牧場風景、素朴な田舎らしさなど風光明媚である。村内には県内唯一の「県立ぐんま天文台」があり、光環境条例※が制定されているため、美しい星空など魅力的な観光資源を有している。また、村内を走る国道は、日本ロマンチック街道に指定されており、美しい景観が広がっている。

※光環境条例・・・村の美しい星空を守るために、人工光の増加を抑制し、天体観測に適した環境づくりに努めていくことを目的とした条例。

【特産品】

ブランド米である「月あかね」（平成 26 年の米・食味分析鑑定コンクール国際大会において金賞受賞）、「たかやまきゅうり」「まこもだけ」「ビーツ」等新鮮な野菜類が採取できる。

たかやまきゅうり	まこもだけ	ビーツ	月あかね

【第 5 次高山村総合計画からの引用】

「第 5 次高山村総合計画」（平成 27 年度～平成 36 年度）の「商工業の振興」「観光の振興」において、以下の方針が示されている。

○商工業の振興

「取組の方針」

村民が豊かに暮らすためには、産業を振興することが重要です。

そのためには、農林業関係者との連携を図りながら、村独自のブランド商品の開発等を行うことや、それらを観光客等に販売するため、道の駅「中山盆地」等を活動の場とする展開も必要です。

また、雇用確保や定住促進を図るため、村内企業の支援を継続的に行うとともに、村外企業の誘致を図ります。

「施策と実現化方策」

- ・行政と商工会との連携事業の支援
- ・商品のブランド化
- ・企業の誘致や斡旋

○観光の振興

「取組の方針」

道の駅「中山盆地」を観光、防災等を含めた村の中心拠点として整備するため、計画的に各種施設整備や活動を行っていきます。

また、農山村の豊かな資源を背景とし、村民、都市居住者及び観光客等の交流の場や、体験の場をつくり、地域活性化や定住促進を図ります。

さらに観光の振興を図るため、ホームページや広報等を活用して、広告PRを展開します。

「施策と実現化方策」

- ・道の駅「中山盆地」施設整備
- ・宿泊施設整備
- ・各種イベント・体験プログラム等による交流事業
- ・人材育成と村民参加
- ・広告・PR事業
- ・様々な産業との連携
- ・花いっぱい運動の推進

②課題

【現在の状況】

近世には、越後と江戸を結ぶ三国街道の宿場として、大いに賑わいその賑わいは明治初期まで続いたが、街道が廃止されたあとは、基幹産業を農業に切り替えている。しかし近年は、国内景気の厳しさに加え「新型コロナウイルスの影響」「事業所の後継者不足」「地区内の少子高齢化」など、地域内の事業者を取り巻く経営環境は厳しい状況が続いている。

【産業別の状況と課題】

○商業（小売業・飲食業・サービス業）の状況と課題

令和3年度において卸売業・小売業の事業者数が大きく減少した。また、小売業・卸売業に限らず商業全般において、「新型コロナウイルスの影響による来店客の減少」「消費者ニーズの多様化」「ECサイトによる通信販売の拡大」「隣接町村への大型小売店舗の出店」などに対する対応が遅れ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、後継者不足による店舗の閉店による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。一方、経営の分析や経営計画を立てるうえで必要な顧客管理・数値管理（売上・経費など）ができていない事業者も多い。特に、デジタル化・IT化が進んでいない事業者がほとんどであり、キャッシュレスへの対応なども遅れている状態である。

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

○工業（製造業・建設業）の状況と課題

当村の工業は業種別に見ると令和3年度において、建設業32者、製造業10者となっている。

建設業については、事業者32件のすべてが小規模事業者であり、大手建築会社や土木施工企業の下請となっている。「群馬県統計情報提供システム」によると令和4年度の高山村の新設住宅着工件数は8件となっており、令和3年度の10件と比較し減少している。

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

地区内の製造業の多くは、下請小規模事業者であり、木材・木製基礎資材などの加工品を作っている。リーマンショックなどの外部環境の変化を経て、他メーカーの部品も加工するようになり、技術力の高い事業者も存在している。今後は、市場の優位性を持つ新技術を確立していくことや、独自技術の洗練化、新製品の開発を進めることにより、大手企業とのマッチングや地区外の企業との取引などにより、新たな需要開拓を進めていくことが課題となる。

○観光業

当村は東西に日本ロマンチック街道、南北に旧三国街道が存在し、街道特有の風景、景観が観光客にとって魅力的な空間になっている。村の地形条件が盆地形状であることから農山村景観、眺望景観、また光環境条例を制定している地域であるため美しい星空といった魅力的な景観が形成されており、温泉やキャンプ場、ゴルフ場などのリゾート施設をはじめとした観光資源も有している。観光入込客数については、令和4年に490,200人となり前年対比107.5%となった。コロナ禍による観光客の減少はようやく落ち着いた状況となっているが、コロナ禍前の令和元年の575,500人と比較すると観光客はまだ完全に回復していない状況である。

今後は、観光客に喜ばれるような地元ならではの商品開発、商品力・サービス力の強化や、多様化する観光ニーズへの対応、インバウンド観光客や教育旅行など幅広い観光客の誘客に取り組むことも課題となっている。

○農業

農業は当地区の主要産業であり、農業産出額は206千万円（令和2年農林業センサス）となっている。内訳は、米：8千万円、野菜38千万円、畜産141千万円などであり、地区の特性に合った農業が展開されている。しかし、「農業経営者の高齢化や担い手不足」「兼業化」などが急激に進んでおり、耕作放棄地の増加に伴う農地利用率の低下、土地の分散による生産性の低下などを招いているのが現状である。

今後は、当地区内の農産物を活用した農商工連携への取り組みによる6次産業化、高付加価値農業の推進を図るとともに、販路開拓、ブランドイメージの構築を図ることが課題となっている。

（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

当地区は、人口減少やそれにともなう高齢化・生産年齢人口の減少に加え、「仕入価格の高騰」「ネット販売の拡大」「後継者不足」などの厳しい状況にさらされている。

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

小規模事業者の持続的発展のためには、事業承継支援や創業支援を行うことにより小規模事業者の減少を最小限に抑えるとともに、それぞれの小規模事業者の問題点や経営課題に応じたきめ細やかな伴走型支援を実施することにより、収益力の強化を進めることが重要である。そのためには、当商工会が「職員のスキルアップによる支援力強化」「専門家・支援機関等との連携」などの相談体制を整備し、継続的な経営分析や事業計画作成・需要開拓を行うことが重要となる。

また、当地区の小規模事業者の多くは、情報発信力が弱い状態となっている。独自技術やサービスを持つ事業者の顧客獲得のためには、ネットを活用した情報発信が必須である。デジタル化やIT化

を進めることにより、DX（デジタルトランスフォーメーション）によるビジネスモデルの転換が求められている。

②第5次高山村総合計画」（平成27年度～平成36年度）との連動性・整合性

「施策1-3 商工業の振興」との整合性

「第5次高山村総合計画」の「施策1-3 商工業の振興」における「施策と実現化方策」において、「行政と商工会との連携事業の支援」が掲げられている。また、「施策1-1 観光の振興」において「様々な産業の連携」があげられ、「施策1-2 農林業の振興」において「特産品のブランド化(6次産業、米、野菜、花き)」があげられており、当商工会が目指す方向と一致しており、本発達支援計画を通じて高山村と連携して企業支援を実施していく。

③高山村商工会としての役割

当地区は、小規模事業者が事業者全体の約75%を占めておりその中には経営基盤が脆弱な事業者も少なくない。また、人口減少に伴う需要の低迷や高齢化の進展、グローバル経済における競争環境の激化等によって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の変化に直面しており、小規模事業者が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ている。

小規模事業者の多くは大企業と異なり、人・モノ・金・情報等の経営資源に制約があるため、それぞれの企業の実情に応じた支援が必要となる。経営理念を踏まえ、環境に適応するためにイノベーションを起こし続けることが必要となるため、常に事業者目線に立ち、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。上記を考慮し、当商工会の果たす役割は下記の通りであると考えている。

- ・当地区における経済動向や需要動向調査などの客観的な分析データや補助金など各種行政情報を的確に小規模事業者へ提供し、実効性の高い新商品・新サービスの開発を支援する。
- ・小規模事業者の実態に即した事業計画の策定支援や策定後の支援を実施し、地区内経済を支える小規模事業者の事業の継続を図る。
- ・意欲のある経営者や事業承継者の育成を図るため、知識補充や意識啓発を行う機会や場所を提供する。
- ・小規模事業者が直面する環境変化への対応や変化に応じたビジネスモデルの再構築（6次産業化・農商工連携・地域資源活用事業など）についての支援を実施する。
- ・地区内の事業者の減少を少しでも食い止めるため、新規起業を支援し事業者数の維持を図るとともに、新たなビジネスモデルの構築により地区内経済の活性化を支援する。

(3) 経営発達支援事業の目標

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

目標① 小規模事業者の実態に応じた事業計画の策定支援による自走化の実現

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

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

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

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間

令和7年4月1日～ 令和12年3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の実態に応じた事業計画の策定支援による自走化の実現

小規模事業者が事業を安定的に継続させるためには、それぞれの事業者の現状に応じた事業計画策定が重要となる。地域経済動向調査や需要動向調査により環境変化を把握するとともに、事業者の「強み」を活用した事業計画の作成が重要となる。当商工会では、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行い小規模事業者の自走化の実現を目指す。

②やる気のある事業者への積極的な専門家派遣による事業者の潜在力の引き出し

事業承継者や創業者の中には、事業拡大に向けて積極的に事業運営に取り組む人も多い。そのような「やる気のある事業者」について、指導員が手厚い支援をするとともに、積極的に専門家派遣を実施し、事業計画策定・事業計画策定後のフォロー・販路拡大策の助言・工程改善などの支援を実施する。また、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

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

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

I. 経営発達支援計画の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

これまで、当地域では経済動向について、調査・分析をほとんど行っていない。当商工会でも群馬県により実施されている「経営環境の変化による影響調査」における業況調査や、巡回・窓口相談時のヒアリング及び面談時に聞き取り調査をする程度で、地区内の小規模事業者に十分な情報提供ができていなかった。

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

(2) 目標

	公表方法	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②地区内の景気動	HP	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

向分析の公表回数	掲載						
----------	----	--	--	--	--	--	--

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

地域の事業者が、取扱い品、サービス提供メニューなど経営の方向性の指針となる情報提供を目的として、地域の動向を把握するために経営指導員による「RESAS」（地域経済分析システム）を活用しての経済動向分析を行い、年1回当商工会ホームページにて公表する。

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

【調査項目】

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

②地区内の景気動向分析

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

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

【調査対象】 製造業、建設業、小売業、飲食業、サービス業（各業種者・合計25者）

【実施回数】 年1回（10月）

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

(4) 調査結果の活用

「RESAS」の分析結果及び市内の景気動向調査の結果を事業計画策定支援時に反映させることで、事業の方向性を明確にすることにより、効果的な支援を実施する。

アンケート結果は、今後の事業計画策定支援に繋げることが出来る。また、情報の蓄積により、経営上の問題点・課題、販売促進の手段、事業承継可能な事業者数、減災・防災の意識等の傾向を把握することができ、経営支援に活用できる。アンケート結果については、商工会のホームページで公表し広く地区内事業者に周知する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が新商品や新サービスを提供する際、需要動向調査が必要となってくるが、当地区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、調査を行っていないのが現状である。商工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や経営革新計画策定支援時に、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チェックする程度であった。

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

(2) 目標

支援内容	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①展示会におけるアンケート調査 支援対象事業者数（BtoB）	0	2者	2者	2者	2者	2者
②消費者を対象としたアンケート 調査支援対象事業者数（BtoC）	0	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

① 展示会におけるアンケート調査 (BtoB)

主に食品メーカーや卸売業、飲食店を対象として、販路開拓を目的として開催される展示会に出展する事業者に対して、顧客ニーズの把握や新商品開発を目的としたアンケート調査を実施する。具体的には、独自の技術を持つ食品加工メーカーや小規模な飲食店などを対象とし、県内外で開催される展示会（グルメショーなど）に出展する事業者の支援を行う。

【サンプル数】

50 件/者

【調査手段・手法】

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

【分析手段・手法】

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

【調査項目】

①製品コンセプト ②製品の良い点・悪い点 ③価格設定 ④顧客ターゲット ⑤取引条件
⑥納期 ⑦要求精度 など

【分析結果の活用】

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

② 消費者を対象とした需要動向調査の実施 (BtoC)

小売業・サービス業・飲食業などを対象に自店でのアンケート調査を実施する。

【サンプル数】

来店顧客 100～200 人（調査期間 1 ヶ月）

【調査手段・手法】

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

【分析手段・手法】

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

【調査項目】

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

【分析結果の活用】

分析結果については、担当した経営指導員が直接事業者に分析結果をフィードバックし、製品や提供するサービスの改良や需要把握に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

経営状況の分析については、マル経などの金融支援や各種補助金申請などにおいて、必要に応じて実施しているが、財務分析のみ、非財務分析のみといった偏った分析も多かった。一方、多くの小規模事業者は日々の業務に追われ「経営状況の分析」を行っておらずその分析手法についても理解していない。

現状を考慮すると、当地区内の小規模事業者への「経営分析の必要性」の周知と、経営分析データ

の活用方法を習得する機会を設定することが課題となる。そのうえで「対話と傾聴」を通じて財務・非財務の両面から見た経営分析を実施することが重要である。

(2) 目標

支援内容	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①掘り起こしのための活動 総数	20回	30回	30回	30回	30回	30回
②経営分析事業者数	10者	15者	15者	15者	15者	15者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業所の掘り起こし

当地区内の小規模事業者を対象に、経営指導員の巡回訪問・窓口相談の機会を活かし、経営分析を行う事業者を掘り起こしていく。小規模事業者の多くは、自社の経営状況の分析を行っていないため、分析を行うことにより「事業所の強み・弱み」「外部環境の機会や脅威」が明確になり事業計画の策定につなげることができる。

【募集方法】

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

②経営分析の内容

【対象者】

巡回訪問・窓口相談時において、気づきを得た小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を20者選定

【分析項目】

定量分析である「財務分析」と、定性分析である「非財務分析」の双方を行う。

《財務分析》直近3期分の収益性・生産性・安全性及び成長性の分析

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

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

【分析手法】

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

③専門家の活用

分析の内容が多岐にわたる場合や事業特性を考慮しなければならない場合などにおいては、専門家（中小企業診断士など）に支援を依頼し、経営課題の抽出につなげていく。

(4) 分析結果の活用

分析結果については、当該事業者へ提供し、事業者の「経営状況・課題の把握」「事業の方向性の明確化」に役立てるとともに、事業計画策定支援における基礎資料として活用する。また、各データはデータベース化し内部共有することで、経営指導員や職員のスキルアップに役立てる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画策定支援に関しては、マル経などの金融支援や各種補助金の申請書作成時において行っている程度である。また、作成した事業計画についても「申請用の事業計画」に陥ってしまい事業者の「事業の方向性」を考慮した具体的で実現可能な事業計画が作成されていないことも散見された。

一方、小規模事業者においても、顧客ニーズや需要動向の変化を感じているものの、日々の業務に忙殺され、事業計画作成に至っていない。

以上を考慮すると、事業計画を策定する事業者を積極的に発掘し、「事業の方向性」に即した実現可能性の高い事業計画の策定を支援することが課題となる。また、変化する事業環境に対応するため「デジタル・IT を活用した事業変革 (DX)」に取り組まなければならない事業者も多い。そのような事業者に対しての支援も課題となる。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定に取り組む前に、「事業計画策定手順・作成の意義」について小規模事業者に理解してもらう必要がある。そのうえで、各事業者が具体的で実現可能性の高い事業計画を作成し、それに沿って事業を展開することにより、持続的な発展を継続することが可能となる。具体的には「経営状況の分析に関すること」で経営分析を行ったすべての事業者の事業計画策定を目指す。計画策定の際には、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

併せて、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金などの申請を契機として経営計画の策定を目指す事業所の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画策定につなげていく。また、事業計画策定にあたっては「3.地域の経済動向調査」「4.需要動向調査」「5.経営状況の分析」を踏まえ、具体的で達成可能な計画となるよう支援する。

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

(3) 目標

支援内容	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
DX 推進セミナー	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定セミナー開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	2 回	2 回
事業計画策定事業者数	8 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

(4) 事業内容

① 「DX 推進セミナー」の開催

DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得し、実際に DX に向けた IT ツールの導入や Web サイト構築等の取組を推進していくためのセミナーを開催する。

【募集方法】

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

【実施回数】

1 回/年

【日程】

2 時間

【講師】

専門家 (IT コーディネーター・中小企業診断士など)

【参加者】

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

【カリキュラム】

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

【専門家の派遣】

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

②「事業計画策定セミナー」の開催

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

【募集方法】

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

【実施回数】

1回/年

【日程】

2時間×2日

【講師】

専門家（中小企業診断士・税理士など）

【参加者】

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

【カリキュラム】

日程	講義内容
1日目	○事業計画とは何か ○事業計画策定の意義と重要性を理解する ○事業計画の概要を理解する ○経営理念の作成方法
2日目	○環境分析（SWOT 分析）の考え方と実践 ○クロス SWOT 分析による経営戦略の構築 ○行動スケジュールの設定 ○数値計画（売上・経費など）の作成

③事業計画の策定支援

【支援対象】

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

【手段・方法】

事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員が対応し、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。ま

た、専門家（中小企業診断士等）による個別相談会を実施し、小規模事業者の事業計画作成を支援する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

現在、事業計画策定を支援した事業者に対するフォローアップは、問題が発生した時に問題解決の支援を行っている状態である。そのため、事業計画策定後に新たに生じた経営課題に対して対応することができず事業計画が頓挫してしまっているケースも少なくない。

上記を勘案すると、事業計画を策定した事業者に対する計画的で継続的なフォローアップを行う体制づくりに取り組むことが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

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

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

(3) 目標

支援内容	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
フォローアップ対象事業者数	3者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延べ回数）	10回	40回	40回	40回	40回	40回
売上増加事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
利益率1%以上増加事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者

(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、訪問日やチェック項目などを記載した「事業計画チェックシート」を用いて巡回訪問を実施し、策定した事業計画が確実に実行されているかどうかを確認するため、定期的なフォローアップを実施する。

訪問頻度については、四半期に一度のフォローアップ訪問を実施する。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、債務超過事業者など、経営課題を抱える事業者については、毎月1回の訪問を行う。ただし、事業者からの申出等により新たな経営課題が発生し事業計画修正の必要が生じた場合は、臨機応変に対応するとともに、必要に応じて専門家の派遣を行う。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方を検討の上、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

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、当地区においては、人口の減少や高齢化による需要の減少を実感している。またインターネット通販の普及、海外製の安価な商品の販売など、小規模事業者にとって対応が難しい環境に置かれている。

一方で、当地区内の小規模事業者は、それぞれ個別に販売ルートを開拓しているが、それほどの効果は上がっていない。特に、IT 技術や Web を利用した販売開拓等の DX に向けた取組が進んでおらず商圏が近隣に限られた範囲にとどまっている。新たな販路開拓には DX の推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

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

支援対象については、経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲のある製造業・小売業などを中心に「SNS 活用」「EC サイトの活用」「自社 HP の開設」などの支援を実施する。

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

(3) 目標

支援内容	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 展示即売会の開催 (BtoC)						
支援事業者数/者	-	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
新規顧客獲得数/者	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	-	3%増	3%増	3%増	3%増	3%増
②県内外展示会への出展支援事業者数	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
内商談件数	0 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
内契約数	0 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③SNS 活用支援事業者	0 者	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%
④EC サイト利用支援事業者数	0 者	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%
⑤自社 HP の開設支援事業者数	2 者	3 者	3 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	5%
⑥商工会 HP による情報発信支援事業者数	14 者	15 者	16 者	17 者	18 者	20 者
新規掲載事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
内利益率 1%以上件数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

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

(4) 事業内容

①県内外展示会への出展支援

地域内には、付加価値の高い商品やサービスの提供を行っている小規模事業者もいるが、地域外での認知度は高いとはいえない。そこで、商社・バイヤー等の新たな需要開拓を目指す小規模事業者に対し、展示会開催情報の提供や、出展の事前・事後支援（出展・商談ノウハウ習得）を合わせて行うことで商談・成約につなげる。

支援対象事業者は、独自の技術力を持ち、積極的に販路拡大を目指す製造業（食品加工業などを含む）や新規取引先の獲得を進めたい小売業などである。展示会への出展は、準備や当日の人員

確保などハードルが高く感じる小規模事業者も多い。また、事前準備と振り返りを十分に行わないと、ただ出展しただけになって効果は薄い。出展前の準備から終了後の振り返りまでを支援することで小規模事業者の継続的な支援につなげる。

<想定する展示会・商談会（群馬県内）>

○群馬県商工会連合会「美味しい群馬再発見！ビジネス商談会」（BtoB）

群馬県の名産品、物産品を幅広く群馬県内外へ販路開拓することを目的として開催される。商談会は事前アポイント型で、出展事業者がバイヤー席で商品の優れた点や商品の評判等を説明する。また、出展事業者のテーブル（展示ブース）が用意され、バイヤーとのフリー商談のほか、出展事業者同士のフリー商談が行われる。令和5年11月29日（水）に開催された商談会においては、出展：23者、バイヤー：18者が参加した。昨年の商談は1回30分の個別商談形式で延べ72件の商談が行われた。

○事業計画を策定した小規模事業者を対象に道の駅「中山盆地」においてBtoCの展示即売会を開催する。高山村の豊かな農産物や地域資源を活用した加工品をPRし、新たな顧客層の獲得へと繋げていく。出展する事業者には、事前にブースのつくり方や商品の見せ方、陳列方法などを学ぶ機会を提供し、効果的な売場づくりやVMDについて知識を得ることで売上増加に繋げていく。

<想定する展示会・商談会（群馬県外）>

○ギフトショー（BtoB）

パーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」は、東京ビッグサイト全館を使用し、出展社数2,400社、来場者数20万人の規模で開催される、日本最大規模のトレードショー（商談見本市）である。

○グルメ&ダイニングスタイルショー（BtoB）

食と食の関連雑貨・知識・ノウハウを集約し、これからの新しい売り方・アイテムが一堂に会する、食の専門見本市であり、多くのマスコミも注目する商談型展示会である。2021年10月の展示会（3日間）は、出展者数98社・小間数123、来場者数22,828名であった。

②SNSの活用

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

③ECサイト利用（BtoC）

楽天やYahooが運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

④自社HPの開設支援

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

⑤商工会HPによる情報発信

当商工会に地区内の小規模事業者の事業情報を掲載し、新たな取引先や新たな顧客の獲得を進める。事業者の簡単な業務を紹介するとともに、上記で作成したHPとのリンクを設定し、新たな需要を呼び込む。必要に応じて専門家を活用し、効果的なHPやPR動画を作成することにより、来店客数増加・取引先拡大・売上増加を達成する。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

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

(2) 事業内容

当商工会役員・高山村地域振興課・法定経営指導員・外部有識者（税理士、中小企業診断士などの専門家）により構成された「協議会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等（全事業の目標値に対する実施率、成果の達成率、その要因等）について5段階評価を行う。

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

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

Plan（計画）
経営指導員等が具体的な実行計画の立案、事業資金の額・調達方法の検討。
商工会正副会長会議で決定。



Do（実行）
経営指導員等が計画に従って伴走型支援を実行する。



Check（分析・評価）
協議会において経営発達支援事業の実施状況、成果の評価、見直し案を年1回行う。



Action（改善）
評価結果及び見直し案、次年度への対策案を検討。理事会報告、承認の上で、事業実施方針等に反映。



10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

群馬県商工会連合会が実施する参加が義務付けられている各種研修会において、経営指導員が知識の習得や資質の向上に取り組んでいる。また、経営指導員の支援能力向上のみに重点が置かれ、そ

の他の職員（経営支援員・記帳指導員）も含めた組織全体のレベルアップが意識されていない。
経営指導員の知識を高めるとともに、組織全体のレベルアップを図ることが課題となる。

（２）事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び群馬県商工会連合会主催の各種セミナーに対し、計画的に経営指導員等を派遣する。
当商工会では、年1回開催される「検討会（PDCAのチェック）」において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施し、支援力向上を図る。

②DX推進に向けたセミナー

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

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

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

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

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

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

③OJT制度の導入

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

④職員間定期ミーティングの実施

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

⑤小規模事業者課題設定力向上研修

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする研修を実施する。

⑥支援力向上勉強会の実施

当商工会職員が全員参加する「支援力向上勉強会」を年1回開催する。勉強会は経営指導員が主導し、研修会や専門家への同行などにおいて習得した経営支援スキルや小規模事業者の事業事例などを発表し、組織全体のスキルアップを図るとともに支援スキルの共有化を推進し、経営発達支援計画の遂行に役立てる。また、必要に応じて勉強会に専門家を招聘し支援スキル向上に役立つアドバイスを受ける。

⑦コミュニケーション能力向上セミナー

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

⑧情報のデータベース化

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

1 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

群馬県商工会連合会の研修時の休憩時間や金融機関との雑談時間などを利用し各経営指導員は支援ノウハウ等の情報交換を個別に行っている。このような研修は、情報交換を目的とした会合ではないため、支援ノウハウの共有や習得が充分とは言えず事業者への支援力向上にも効果を発揮するには至っていない。

他の支援機関と連携した情報交換については、その機会が少なく、また、情報交換に対する組織的な取り組みが行われていない。

今後は、他支援機関と支援力向上を目的とした情報交換会や研修会を実施する。その際得られた各種情報を事業者にフィードバックすることが課題となる。

(2) 事業内容

①吾妻郡内6商工会による情報交換会(年1回)

吾妻郡内6商工会(高山村商工会・中之条町商工会・長野原町商工会・東吾妻町商工会・嬭恋村商工会・草津町商工会)の経営指導員との情報交換会を開催する。小規模事業者の動向、支援策やノウハウ等の情報交換を行うとともに、金融、創業、経営革新、ものづくり、6次産業化、農商工連携、地域資源活用事業、新連携等についても支援能力向上を図れるよう、それぞれの地域の特性、強みを持ち寄り支援力の強化を図る。

②経営改善貸付推薦団体連絡協議会(年1回)

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

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

高山村商工会では平成21年度から全国商工会連合会の小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業等に積極的に申請し、平成24年から25年度には県立ぐんま天文台を有する星のきれいな高山村と豊かな農作物を活かした「星と農」高山村の魅力を活かした観光振興事業をテーマに地域資源の活用と、点で行っていた観光事業所に観光部会を立ち上げ線で結ぶ連携をしてきた。イベント

で村内が相互連携するなど新たな取り組みが生まれてきたが、既存のイベントを膨らませる程度となり、構築には至っていない。

これまでの取り組みは、地域の小規模事業者への売上増加などの視点で捉えると、支援が十分とはいえず、地域への波及効果も不明確であった。今後は、地域資源を活用した取り組みや、農業との連携による農商工連携、6次産業化等のビジネスの視点を取り入れ、新たな地域経済の活性化に寄与していくことが課題である。また、地域のブランド化に向け、地域住民が魅力を感じ、地域外に誇れる地域ならではの商品開発、飲食メニュー開発など、高山村のブランド力を創出することが課題となっている。

(2) 事業内容

①「高山村地域活性化検討会」の開催（年1回）

地域経済の活性化を図る土台作りとして「高山村地域活性化検討会」を年1回開催する。当検討会は、高山村・地元企業・金融機関・専門家で構成され、検討会においては、当地区で開催される各種イベントの有効で継続的な活性化策について検討を行う。

②着地型観光プログラムの開発

地元の農業者・観光農園・飲食店、農家民泊等の小規模事業者、高山村、商工会、群馬県商工会連合会、県立ぐんま天文台、観光の専門家（㈱日本旅行所属・中小企業診断士）と着地型観光委員会を設立し、年2回委員会を開催し農業体験や星空観賞等の着地型プログラムを開発する。

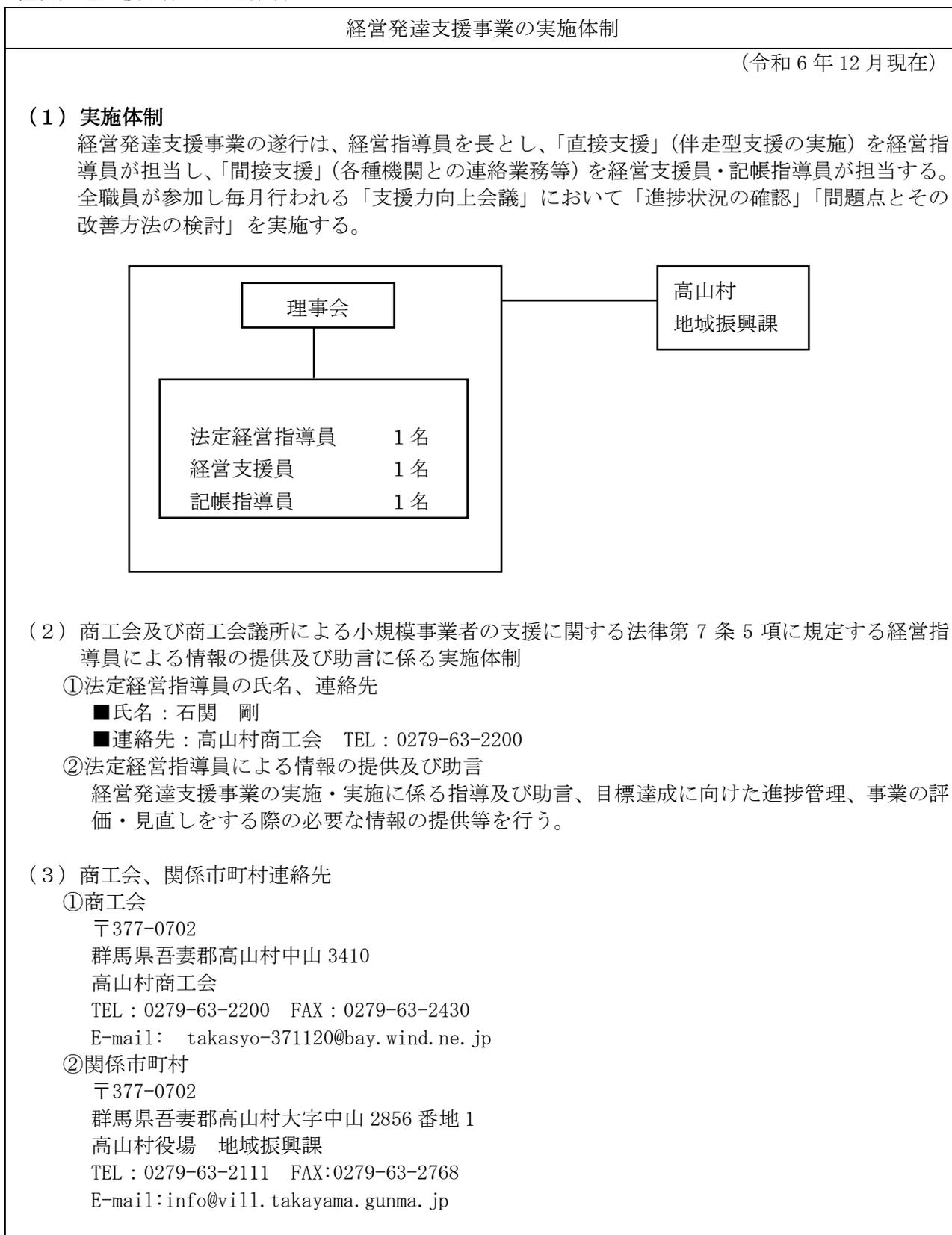
日本で初めて光環境条例（県立ぐんま天文台が設置されることにより、美しい星空を守るため、人工光の増加を抑制し、天体観測に適した環境づくりに努めることを目的にしたもの）を制定した村であり、強みである星空も含め村外へアピールしていく。

③各種イベントの開催、協力事業

村との連携し、観光振興の視点により今後も各種イベントの開催、協力を行っていく。各種イベントを通し、高山村の魅力をアピールし、地域外からの入込客数の増加と観光消費額の増加、知名度向上を図っていく。主なイベントは星空をPRする「ナイトウォーク」、観光PR、消費拡大を目的とした「ふるさと祭り」等である。「ナイトウォーク」では、高山村商工会役職員で構成するナイトウォーク実行委員会を年3回開催し内容を協議していく。「ふるさと祭り」は行政、商工会長、婦人会等で組織するふるさと祭り実行委員会の開催に合わせ各団体の長が出席し内容を検討していく。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300
・地域の経済動向調査に関する事業	100	100	100	100	100
・需要動向調査に関すること	300	300	300	300	300
・経営状況の分析に関する事業	300	300	300	300	300
・事業計画策定支援に関する事業	700	700	700	700	700
・事業計画策定後の実施支援に関する事業	400	400	400	400	400
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
・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	400	400	400	400	400
・経営指導員等の資質向上等に関する事業	100	100	100	100	100
・他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事業	100	100	100	100	100
・地域経済の活性化に資する取り組みに関する事業	100	100	100	100	100

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

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

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携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