

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	玉村町商工会（法人番号 5070005004217） 玉村町（地方公共団体コード 104647）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現 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
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」（地域経済分析システム）などのビッグデータの活用や地区内の景気動向を把握することにより、事業計画策定や経営改善計画策定に役立てる。 2. 需要動向調査に関すること 消費者ニーズを把握するために小規模事業者が出展する展示会や店頭でのアンケート調査を実施する。実施したアンケートについては分析を行い、新商品開発・新サービス開発・既存商品の改善に役立てる。 3. 経営状況の分析に関すること 「ローカルベンチマーク」「経営計画つくるくん」など、さまざまなツールを活用しながら「財務分析」「SWOT 分析」を実施し、個社の経営状況を把握するとともに事業計画策定に役立てる。 4. 事業計画の策定支援 事業計画策定に役立つセミナーを開催するとともに、売上・利益の確保を図るため、専門家の支援も実施しながら実現可能性の高い事業計画を作成する。 5. 事業計画策定後の実施支援 事業計画策定後に生じた問題点・新たな課題解決のために、「指導員の訪問」「専門家派遣」などの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。 6. 新たな需要の開拓支援 県内外の展示会に出展する事業者を支援するとともに IT を活用した新規需要の掘り起こしを支援する。

連絡先	玉村町商工会 〒370-1132 群馬県 佐波郡玉村町 下新田 429-2 TEL:0270-65-2954 FAX:0270-65-5122 e-mail:tama-s@po.wind.ne.jp 玉村町 経済産業課 〒370-1192 群馬県 佐波郡玉村町 大字下新田 201 TEL:0270-65-2511 FAX:0270-65-2592 e-mail:keizai@town.tamamura.lg.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) 当地域の現状及び課題

①現状

【立地】

当商工会は群馬県玉村町全域を管轄している。当商工会が管轄する玉村町は群馬県の南部に位置し、東京から 100km 圏内にあり、面積は約 5 km 四方の 25.78k m² となっており、古くは日光例幣使街道の宿場町で知られた。県下の主要都市である、前橋市、高崎市、伊勢崎市、藤岡市の 4 市に囲まれているほか、町の南側は埼玉県上里町、本庄市と接している。町の中央北部には利根川が、南側には烏川が流れ、両河川は町の南東部で合流している。町内の地形はいたって平坦であり、上毛三山の赤城山、榛名山、妙義山と浅間山等を一望できる自然豊かな地域である。気候は、内陸にあるため、夏は暑く冬は「上州空っ風」と呼ばれる季節風が吹く。雨量は夏多く、冬は少ない太平洋型気候であり、一年を通じて晴天の日が多いことが特徴となっている。

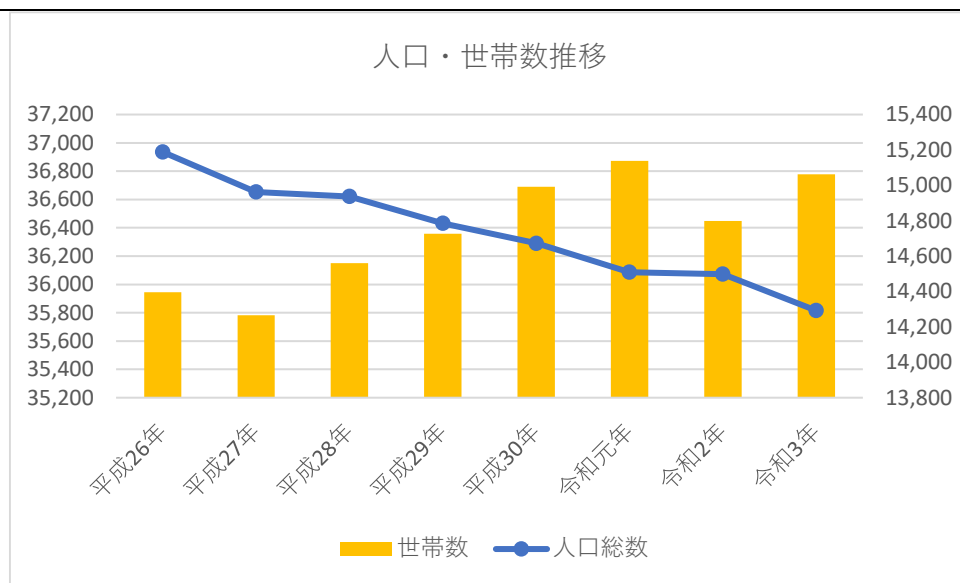


【人口】

玉村町の人口・世帯数は、平成 26 年には人口 36,935 人（男 18,037 人・女 18,898 人）・世帯数 14,396 世帯であった。その後、人口は減少を続け、令和 3 年には 35,816 人（男 17,486 人・女 18,330 人）となった。一方、世帯数について、平成 27 年の 14,266 世帯を底として、令和元年まで増加していたが、令和 2 年に減少した後、令和 3 年に再び増加している。

●人口と世帯数の推移（出典：群馬県統計情報提供システム）

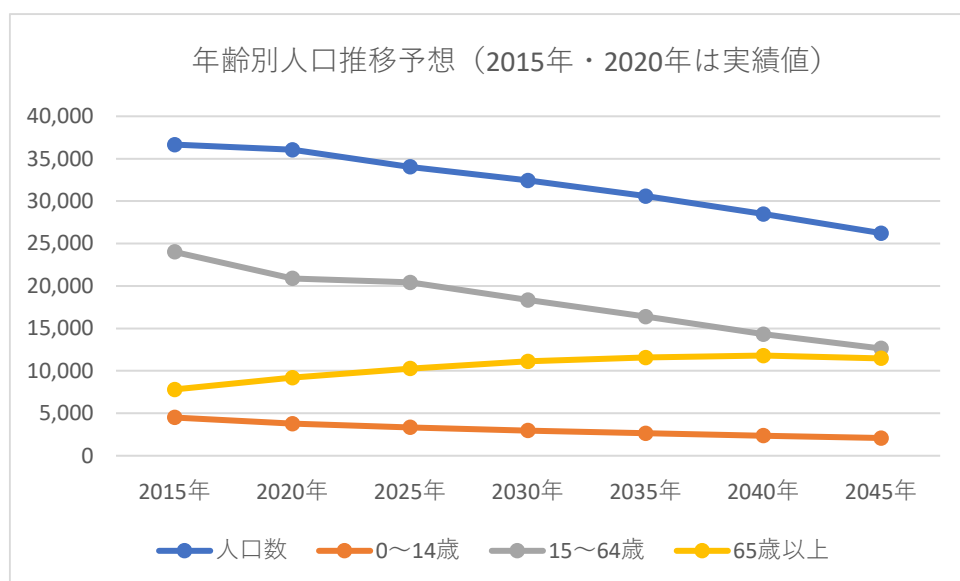
	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年
人口総数	36,935	36,653	36,622	36,432	36,291	36,086	36,073	35,816
男	18,037	17,922	17,841	17,710	17,656	17,575	17,594	17,486
女	18,898	18,731	18,781	18,722	18,635	18,511	18,479	18,330
世帯数	14,396	14,266	14,560	14,727	14,992	15,138	14,798	15,063



玉村町の2020年における生産年齢人口（15才以上65才未満）は20,898人となっており、2015年と比較しても減少している。また、将来においても、人口数・生産年齢人口は減少傾向となることが予想されている。一方、65歳以上の人数は増えており、2020年には全体の25.5%をしている。この傾向は今後も続き、2045年には65才以上の人口が全体の43.8%となることが予想されている。

●年齢別人口の推移（出典：2015年・2020年については群馬県統計情報提供システム、その後の予想値については国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」）

	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年
人口数	36,654	36,054	34,034	32,441	30,596	28,486	26,219
0～14歳	4,510	3,777	3,347	2,965	2,637	2,366	2,082
15～64歳	24,016	20,898	20,415	18,353	16,388	14,330	12,651
65歳以上	7,801	9,207	10,272	11,123	11,571	11,790	11,486
65才以上の割合	21.3%	25.5%	30.2%	34.3%	37.8%	41.4%	43.8%



【産業】

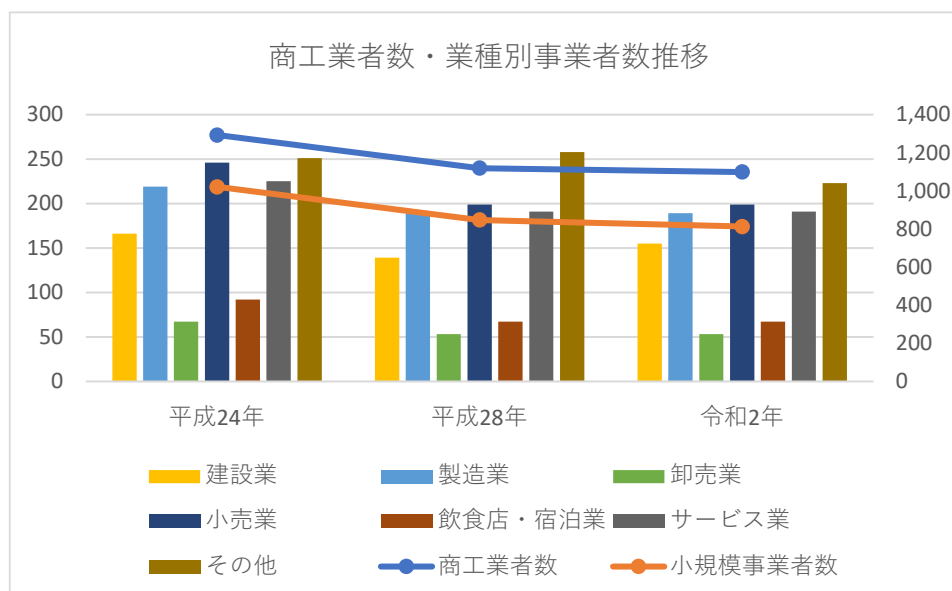
平成 24 年における玉村町の商工業者数は 1,293 者、小規模事業者数は 1,021 者、小規模事業者の占める割合は 79.0%であった。その後、商工事業者数・小規模事業者数ともに減少し、令和 2 年においては、商工業者数 1,099 者、小規模事業者数 813 者、小規模事業者の占める割合は 74.0%となっている。平成 24 年と比較し、商工業者数は 15.0%、小規模事業者数は 20.4%減少した。

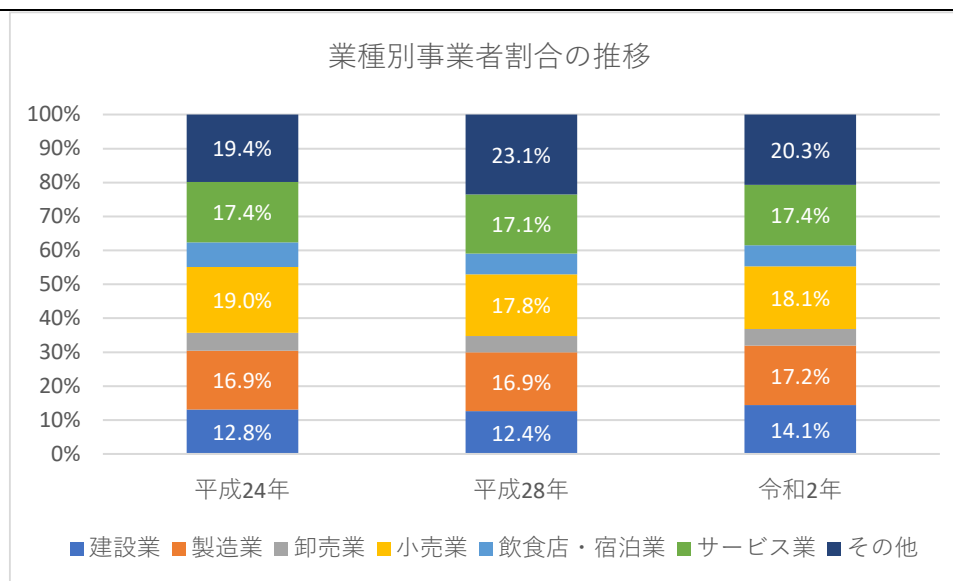
また、業種別の事業者数推移では、平成 24 年と令和 2 年を比較すると、すべての業種において減少している。最も減少率が高い業種は飲食店・宿泊業の 27.2%、次いで卸売業 20.9%、小売業 19.1%の順となっている。

令和 2 年における業種別事業者数の割合は、小売業 18.1%、サービス業 17.4%、製造業 17.2%などとなっており、業種別の偏りはほとんど見られない。また、平成 24 年と比較しても割合はほとんど変化していない。

●商工業者・小規模事業者・業種別事業者数（出典：経済センサス）

	平成 24 年	平成 28 年	令和 2 年
商工業者数	1,293	1,119	1,099
小規模事業者数	1,021	847	813
小規模事業者の割合	79.0%	75.7%	74.0%
建設業	166	139	155
製造業	219	189	189
卸売業	67	53	53
小売業	246	199	199
飲食店・宿泊業	92	67	67
サービス業	225	191	191
その他	251	258	223





【交通】

平成 26 年 2 月、関越自動車道の高崎玉村スマート IC が開通、同年 8 月、町中央部を東西に貫く東毛広域幹線道路(国道 354 号バイパス)が開通するなど利便性は高まった。一方、町内に鉄道の駅はなく、JR 高崎駅・JR 新町駅へのバスが運行されている。

【観光資源】

2015 年に開業した「道の駅 玉村宿」、鎌倉時代の建久 6 年（1195）に創建された「玉村八幡宮」などがある。

【特産品】

町の特産品として、いちご（やよいひめ・紅ほっぺ・かおり野など）・ブロッコリー・上州牛などがある。

【第 6 次玉村町総合計画（2021 年～2032 年）からの引用】

「第 6 次玉村町総合計画」において、以下の内容が記載されている。

「重点目標 6 笑顔と活気ある地域をつくり、つなげる」

雇用・勤労者・企業をまもり、地域経済の潜在力を高めます。また、新しい技術や制度を積極的に取り入れます。そして、町が持続的に発展を果たしていける、笑顔と活気あふれる地域をつくり、未来へつないでいきます。

○未来想定

- ・近郊の大型商業施設に顧客が流れ、町内小売商店が衰退
- ・高齢化により農業、商店等の担い手が不足
- ・ネットショッピング、物流形態の変化
- ・フードデリバリー等、新しいビジネスの出現
- ・新しい情報提供方法（アプリ等）の開発による地域活性化
- ・第 6 次産業化による特産品など新規ビジネスモデルの発掘
- ・シェアリングエコノミー

○主な視点

- ・産業・地域力
- ・観光・交流
- ・イノベーション
- ・雇用・企業誘致
- ・財政健全化

上記の総合計画に基づき「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定されており、以下の内容が記載されている。

「1. 「第2期玉村町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の位置づけ」

○4つの政策分野

政策分野1：「地方における安定した雇用を創出する」

政策分野2：「地方への新しい人の流れをつくる」

政策分野3：「若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる」

政策分野4：「時代に合った地域をつくり、安心なくらしを守るとともに、地域と地域を連携する」

○第2期における新たな視点

(1) 地方へのひと・資金の流れを強化する

・将来的な地方移住にもつながる「関係人口」の創出・拡大

・企業や個人による地方への寄附・投資等による地方への資金の流れの強化

(2) 新しい時代の流れを力にする

・Society5.0実現に向けた技術の活用

・SDGsを原動力とした地方創生

(3) 人材を育て生かす

・地方創生の基盤をなす人材に焦点を当て、掘り起こしや育成、活躍を支援

(4) 民間と協働する

・地方公共団体に加え、NPO等の地域づくりを担う組織や企業と連携

(5) 誰もが活躍できる地域社会をつくる

・女性、高齢者、障がい者、外国人等誰もが居場所と役割を持ち、活躍できる地域社会を実現

(6) 地域経営の視点で取り組む

・地域の経済社会構造全体を俯瞰してのマネジメント



②課題

【現在の状況】

当地区において「ムラ」造りが始まったのは4世紀初頭のことである。また、江戸時代においては、日光例幣使街道の宿場町として多くの人々が利用するなど古い歴史を持っている。近年においては、関越自動車道の高崎玉村スマート IC の開通、東毛広域幹線道路(国道 354 号バイパス)の開通などにより利便性は高まっている。その一方、人口の減少とともに高齢化が進み、働き手である生産年齢人口(15才以上65歳未満)も減少している。また、商工業者・小規模事業者数の減少により、地域の活力が失われる可能性がある。

【産業別の状況と課題】

○製造業

「状況」

- ・製造業については、大手製造業(自動車関連・機械製造関連など)の下請零細企業が多く元請企業の業績に売上・利益が大きく左右される事業者が大部分を占める。
- ・元請企業の生産計画にあわせたジャストインタイムが求められており、工程管理や在庫管理についての要求が高くなっている。その一方で、人的資源・経済的資源に限られることから「新しい受注先の開拓」「事業再構築への取り組み」などが進んでいない。
- ・元請企業からの要請に応えるため、生産システムや経理処理などを中心に、デジタル・ITを活用している事業者もあるが、それらの技術を活用し業務そのものを変革する「DX(デジタルトランスフォーメーション:IT・デジタルを活用した業務変革)」に取り組んでいる事業者は少ない。

「課題」

- ・課題として、「DXへの積極的な取組」「新たな取引先の獲得」「生産性の向上」「後継者の育成」などが上げられる。

○建設業

「状況」

- ・人口減少による新築着工件数は減少しているが、高齢化にともなうリフォーム工事の需要は増えている。また、玉村町においてもリフォーム補助金を支給しリフォームを奨励している。
- ・関越自動車道の高崎玉村スマート IC の開通、東毛広域幹線道路(国道 354 号バイパス)の開通などにより利便性は高まっており、新たな居住者の増加が期待できる。
- ・土木・建設業については、公共事業の減少が予想され、今後の事業の在り方が問われている。
- ・事業者の多くで事業主の高齢化が進んでいる。その一方事業承継者が決まっていない事業者も多く事業承継に課題を抱えている。

「課題」

- ・「高齢化に対応したリフォーム受注の獲得」「民間事業の拡大」「生産性の向上」「後継者の育成」などが上げられる。

○サービス業

「状況」

- ・当地区のサービス業は地域住民を対象とする限られた商圈で事業を営む事業者を中心に構成されている。
- ・特徴あるサービスを展開している事業者も少なくない。そのような事業者は「交通アクセスの良さ」「こまめな情報発信」などを活用し顧客を獲得している。その一方、旧態依然のサービスを提供している事業者も多く、2極化が進んでいる。そのような事業者においては、事業主の高齢化が進み、事業承継に課題を抱えている事業者が多い。
- ・事業主の属人的な技術力に依存した事業所が多く、デジタル化・IT化が進んでいない事業所も多い。また、今後求められる「DX」の必要性を感じていない事業者も多く取組が遅れている。

「課題」

- ・「特徴あるサービスの提供」「デジタル化による事業の効率化」「情報発信の強化」「後継者の育成」などがあげられる。

○小売・飲食業

「状況」

- ・大型店の出店（フレッセイ玉村店・とりせん玉村店・アバンセ玉村店など）により顧客を奪われる状況が続いている。また、交通の利便性が良くなることにより、近隣市（前橋市・高崎市・伊勢崎市など）への購買流出が起こっている。
- ・若い世代を中心にネット通販の利用も広がり、店舗に足を運ばずに商品を購入する消費者が増えている。
- ・デジタル化・IT化が進んでいない事業者も多く、今後求められる「DX」への取り組みについての体制が整っていない。

「課題」

- ・「大型店との差別化」「デジタル化による経営の効率化」「ネット販売への取組」「後継者の育成」などが上げられる。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

①10年程度の期間を見据えて

人口減少や高齢化の進展に伴う市場の縮小、交通の利便性やネット社会の伸展などにもともなう地域外への消費流出など、外部環境は厳しさを増している。また、後継者の育成問題や、小規模事業者であるが故の脆弱な経営基盤等の影響による廃業等の問題など事業者数の減少も大きな課題となっている。今後においても、このような状況が続くものと予想されており、これらへの的確な対応が必要となっている。そのような状況を考慮し、当商工会地域における小規模事業者の10年程度の期間を見据えた振興の方向性は次のとおりとする。

- 1) 小規模事業者が内部環境（強み・弱み）や外部環境（機会・脅威）等を正確に把握し、地域の実情や経営実態を踏まえながら経営基盤強化に向けての具体策に取り組むことにより事業の継続を進める。
- 2) 多様化している消費者ニーズに的確に対応するため、アンケートや統計データ等の活用による需要動向の収集・分析などを実施する。それにより得られた情報を、新商品・新サービス開発に活用し、マーケットインの考え方に基づく販路開拓を支援する。
- 3) 小規模事業者は、地域のコミュニティ機能や地域経済の活力の源泉として雇用機会創出等の役割を担っている。事業承継・創業を支援することにより小規模事業者数の減少に歯止めをかけるとともに当地区の活性化を図る。

②「第6次玉村町総合計画（2021年～2032年）」との連動性・整合性

「第6次玉村町総合計画」との整合性

「第6次玉村町総合計画」の「未来想定」において、「近郊の大型商業施設に顧客が流れ、町内小売商店が衰退」「高齢化により農業、商店等の担い手が不足」「ネットショッピング、物流形態の変化」が想定されている。

「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」における「政策分野」として、「地方における安定した雇用を創出する」「地方への新しい人の流れをつくる」が掲げられている。また、＜第2期「総合戦略」の政策体系＞においては、「地域の特性に応じた、生産性が高く、稼ぐ地域の実現」「安心して働ける環境の実現」が記載されている。

当発達支援計画においても、地区内の小規模事業者に対して「地区内小規模事業者の衰退」「高齢化による担い手不足」などを考慮し「販路拡大・生産性向上」「新技術開発・新製品開発」「新規事業や新分野への参入」「企業のイノベーション」などを支援し、「地域の特性に応じた生産性が高く、活力ある地域社会の実現」を達成することを考慮している。

③玉村町商工会としての役割

当商工会は、長年にわたり小規模事業者の経営基盤の強化に向けた金融支援・税務支援などの経

営改善普及事業に取り組んできた。また、平成 30 年度から取り組んでいる経営発達支援計画に基づき、当地区の小規模事業者の持続的な発展のために、事業者に密着した伴走型支援を行ってきた。これからも当地区の「中核支援機関」「身近な支援機関」として、気軽に相談に来てもらえるような体制を継続することが多くの事業者から求められている。

上記を考慮すると、当商工会の今後の役割は、小規模事業者の事業継続と安定した経営のために、商工会の指導員・職員が小規模事業者に寄り添い、「小規模事業者の悩み」「問題点・課題」を把握し、どのようにすれば問題が解決できるかを一緒に考えることが重要となる。また、指導員や職員だけで解決できない専門的な事案に関しては、専門家の派遣や外部機関（群馬県よろず支援拠点など）への相談など、改善に向けて一丸となって取り組み、事業が安定するまで継続的に伴走型指導を続けていく。

当地区の高齢化にともない、小規模事業者の経営者の高齢化が進み、廃業する事業者も徐々に増加している。長年にわたって地域を支えてきた小規模事業者数の減少は「当地区の活力の減退」「雇用の喪失」に直結する。当商工会は、小規模事業者の持続的な発展を支えるために、指導員・職員の資質向上を図り、小規模事業者の多様な支援の要望に応える体制を構築する。

（３）経営発達支援事業の目標

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

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

②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、当商工会が小規模事業者の支援に一丸となって取り組むことにより、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を増やすことが可能となる。その結果、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 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小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、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う。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。事業計画策定時や策定後において、必要に応じて専門家を派遣し、計画策定や策定後のフォローアップを実施する。

②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

当地区内の「経済動向の調査」については、「巡回時のヒアリング」「窓口相談の対応」「補助金申請書作成」などを通じて情報を収集していた。これらのヒアリングにおいて断片的な経済動向は把握できるものの小規模事業者に対しての的確な支援を行うためには不十分であった。また、ビッグデータ等を活用した専門的な分析は出来ていなかった。今後は、経営指導員が実施する巡回時の個別ヒアリング等の他に、国が提供するビッグデータを有効に活用し小規模事業者支援に役立てることが課題となる。

(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	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②景気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

(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）

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。

RESAS 地域経済循環図（群馬県玉村町）

滞在人口の地域別構成割合

都道府県 → 市区町村

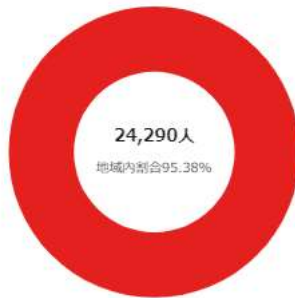
群馬県玉村町

2021年8月 平日 14時

総数 総数 (15歳以上80歳未満)

滞在人口合計: 25,466人 (滞在人口率: 0.92倍)
(国勢調査人口: 27,749人)

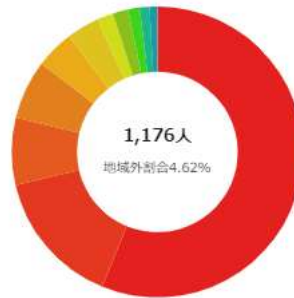
滞在人口 / 都道府県内



滞在人口/都道府県内ランキング 上位10件

● 1位 群馬県 24,290人 (100.00%)

滞在人口 / 都道府県外



滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

● 1位 埼玉県 661人 (56.21%)
● 2位 東京都 178人 (15.14%)
● 3位 神奈川県 88人 (7.48%)
● 4位 栃木県 77人 (6.55%)
● 5位 千葉県 50人 (4.25%)
● 6位 茨城県 43人 (3.66%)
● 7位 新潟県 21人 (1.79%)
● 8位 長野県 20人 (1.70%)
● 9位 富山県 15人 (1.28%)
● 10位 福島県 13人 (1.11%)
● その他 10人 (0.85%)

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 20 者・合計 100 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・設備投資の有無など

【分析手法】経営指導員が分析し、必要に応じて専門家に支援を依頼する。

(4) 成果の活用

調査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する。また、当会において情報共有を行い、事業所の事業計画策定や経営改善計画策定に活用して行く。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

コロナ禍による新たな生活様式やソーシャルディスタンスの確保、非接触型購買行動の現出など、地区内の小規模事業者を取り巻く外部環境が激変している。そのような状況下において、小規模事業者の売上・利益の確保を図るためには、提供する商品・サービスについて顧客である消費者・取引先の需要動向を調査・分析し、いわゆるマーケットインに基づく商品・サービスの提

供が必要である。しかし、多くの小規模事業者はその必要性を認識しておらず、情報収集や調査を実施していないのが現状である。また、当商工会においても、経営指導員が巡回訪問時に、事業者が話す需要動向の変化などについて受動的に聞く程度で、分析などは行っていない。今後は、需要動向調査の必要性を説明するとともに、事業者が需要動向調査を行う際には積極的にサポートを行い、新商品・新サービスの市場ニーズの把握を行う。

(2) 目標

支援内容	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展示会におけるアンケート調査 支援対象事業者数	0	2者	2者	2者	2者	2者
②店頭におけるアンケート調査 支援対象事業者数	0	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①展示会におけるアンケート調査 (BtoB)

製造業・建設業において、取引先獲得を目的として開催される展示会に出展する事業者に対して、顧客ニーズの把握や新商品開発を目的としたアンケート調査を実施する。具体的には、独自の技術を持つ「金属加工メーカー」「プラスチック加工メーカー」「食品加工メーカー」などを対象とし、県内外で開催される展示会（群馬ものづくりフェア・ホーム&ビルディングショーなど）に出展する事業者の需要動向調査の支援を行う。

【サンプル数】

来場者 50 人

【調査手段・手法】

事業者の展示ブースに来店したバイヤーや一般消費者を対象に、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自社商品の良い点・悪い点 ③価格設定 ④顧客ターゲット ⑤取引条件 ⑥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アンケート調査 (BtoC)

小売業・サービス業・飲食業などを営む事業者にとって、消費者の需要動向を把握するには、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行うことがもっとも現状に則した調査となる。

【サンプル数】

来店顧客 100～200 人（調査期間 1 ヶ月）

【調査手段・手法】

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

【分析手段・手法】

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

【調査項目】

①年齢 ②居住地 ③いつも買う商品 ④味 ⑤価格 ⑥購入目的 ⑦気に入っているサービ

ス ⑧来店頻度 ⑨接客対応 など

【分析結果の活用】

分析結果については、経営指導員（もしくは分析した専門家）が直接事業者に分析結果をフィードバックし、自店の商圈や顧客ニーズの把握に努める。また、店舗レイアウトの見直し、接客対応の改善などにも役立てる。

（４）成果の活用

アンケート調査の実施支援における成果の活用については、当該事業者の今後の商品開発や既存商品の改善に役立てる。また、事業者の了承のもと、商工会で活用事例集にまとめ、事業計画策定や新たな販路拡大を目指している事業者に資料として提供する。

5. 経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

小規模事業者は自社の状況を客観的な数字等で捉えていない場合が多い。事業の持続的発展のために自社の強み・弱みを的確に分析し事業に活用することが重要である。

当商工会では、記帳指導時、マル経などの金融支援や各種補助金（小規模事業者持続化補助金・ものづくり補助金など）の作成支援時において必要に応じて実施していることが多く、積極的には行っていない。

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」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げることが重要となる。今後は、現在の需要を捉えるとともに需要を先読みした事業計画を策定するための前段階として、財務分析・非財務分析を実施する。

（２）目標

支援内容	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経営状況分析の掘り起こしのための活動総数	25	25	25	25	25	25
②経営分析事業者数	20	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

（３）事業内容

①指導員巡回時などにおける経営分析の実施

経営指導員の巡回訪問・窓口相談、各種セミナーの開催時において、小規模事業者に「経営状況の分析」の意義・必要性を説明する。また、経営分析に取り組み、成果を得られた事業者の具体例をまとめた資料を作成・配布することにより事業者の掘り起こしを図る。次いで、「経営状況の分析」を希望する小規模事業者に対して、経営指導員が主導し実施する。

②経営分析の内容

【対象者】

巡回・窓口相談・各種セミナー開催時の来場者の中から、意欲的な 20 事業者を選定

【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、当該事業者提供し、事業者の「経営状況・課題の把握」「事業の方向性の明確化」に役立てるとともに、事業計画策定支援における基礎資料として活用する。また、各データは事業所ごとに整理保管し、必要な場合に他の職員が閲覧することにより当商工会内の情報共有にも役立てる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者においては、日々の業務に忙殺され、事業計画に基づく経営が行なわれていない場合が多い。当商工会での事業計画策定支援については、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だけ策定支援を行っているため受け身の対応に留まっていた。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、事業計画作成の意義や作成方法を知らない事業者も多い。コロナ禍において経済環境が厳しく、今後の見通しも明確に見えない状況においては、小規模事業者は自ら経済状況に適合して変化していかなければならない。

以上を考慮すると、受け身の姿勢を改め事業計画を策定する事業者を積極的に発掘し、「事業の方向性」に即した事業計画の策定を支援することが課題となる。

また、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

小規模事業者に対しては、「何のために事業計画を策定するのか」「なぜ事業計画が必要なのか」を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事業者全数の事業計画策定を目指す。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。

「5. 経営状況の分析に関すること」で実施する「経営状況分析の掘り起こしのための活動」を通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

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。

専門家（中小企業診断士・税理士など）

【参加者】

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

【カリキュラム】

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

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。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、事業計画策定支援を行った事業所に関しては、計画策定後のフォローアップについて対応がまちまちであり、事業者からの相談があった場合に対応するなどの場当たりの対応となっている。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形骸化す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や事業計画策定後に新たに生じた経営課題や状況の変化に対応する事業計画の修正を実施することが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

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。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。

(3) 目標

支援内容	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
フォローアップ対象事業者数	15 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

頻度（延べ回数）	30 回	80 回	80 回	80 回	80 回	80 回
売上増加事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	3 者
利益率 1 %以上増加事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

※売上増加事業者数とは前年対比で売上高が増加した事業者

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

（４）事業内容

計画的なフォローアップを実施するため、事業計画策定を行った事業者について「事業者名」「事業計画策定年月日」「事業の方向性の概要」「事業計画のチェックポイント（売上・利益など）」を「事業計画チェックシート」にまとめ、その情報を商工会全職員が共有する。「事業計画チェックシート」にはフォロー訪問予定日を事前に記入し計画的な訪問を実施する。

具体的には、事業計画策定事業者には原則として四半期に一度のフォローアップ訪問を実施する。事業計画策定から日数が経ち、順調に事業が推移している事業者については年 2 回の訪問とする。また、創業者や債務超過事業者など、多くの経営課題を抱える事業者などについては、毎月 1 回の訪問を行う。

事業計画策定後に新たな経営課題が発生し事業計画修正の必要が生じた場合は、上記の訪問時に経営指導員が十分なヒアリングを行いその把握に努め具体的な改善案について提案を行う。また、必要に応じて群馬県商工会連合会やよろず支援拠点・群馬県産業支援機構に依頼し速やかに専門家を派遣するなど専門的な指導・助言を行う。

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

「新たな需要の開拓」については、展示会や商談会への出展を周知する程度であり積極的な働きかけは行ってこなかった。当地区内は人口・世帯数の減少や高齢化による需要の減少が生じている。また、近隣市への大型店舗の進出やインターネット通販の普及、海外製の安価な商品の販売など、小規模事業者にとって対応が難しい環境となっている。

一方で、当地区内の小規模事業者は、そのような状況を理解しつつも積極的に販促活動を行っていない場合も多い。特に、IT 技術や Web を利用した販路開拓等の 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会等を開催するのは困難なため、県内外で開催される既存の展示会への出展を目指し、出展事業者の出展期間中の陳列・接客などのきめ細やかな伴走支援を行う。また、商工会の HP において、小規模事業者の事業情報を掲載することにより、新たな需要の開拓を促進させる。

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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①県内外展示会への出展支援事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
内商談件数	6 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
内契約数	2 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②SNS 活用事業者	4 者	4 者	4 者	5 者	5 者	5 者

売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%
③EC サイト利用支援事業者数	1 者	3 者	3 者	3 者	4 者	4 者
売上増加率/者	-	2%	2%	2%	2%	2%
④自社 HP の開設支援事業者数	1 者	3 者	3 者	3 者	4 者	4 者
売上増加率/者	-	2%	2%	2%	2%	2%
⑤web 広告出稿による販路開拓支援事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%
⑥商工会 HP による情報発信支援事業者数	26 者	31 者	36 者	41 者	46 者	51 者
新規掲載事業者数	3 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
内利益率 1%以上件数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 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、東京ビッグサイトで年 2 回開催されている「ギフトショー」をはじめ、県内外で行われている各種展示会・商談会等の情報提供を行うとともに、出展事業者に対する支援を実施する。支援対象事業者は、独自技術を持つ自動車関連・機械製造関連の下請事業者や地域の特産品を活用した商品を開発している食品加工業者などである。それらの事業者が新たな取引先を獲得することを目的とし展示会に出展する。なお、物産展や商工展への出展は準備や当日の人員確保などハードルが高く感じる小規模事業者も多い。また、事前準備と振り返りを十分に行わないと、ただ出展しただけになって効果は薄い。出展前の準備から終了後の振り返りまで支援することで小規模事業者の継続的な支援につなげる。

※「ギフトショー」

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

※「群馬ものづくりフェア」

群馬県内外のものづくり企業が、各社の独自技術・製品の提案を行う展示商談会である。G メッセ群馬で開催され、昨年開催時（令和 3 年 9 月 1 日 ～ 9 月 30 日）には、出展企業数 154 社。来場者数 2,405 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。

⑤WEB 広告出稿による販路開拓支援

SNS やポータルサイト上での広告出稿支援を行うことで新たな需要取り込みの拡大につなげる。外部専門家と経営指導員が商品・サービスのコンセプト設定、ターゲット設定、広告発行エリア

や期間について助言を行うことで広告効果を最大化する。広告出稿後は、結果を分析し、出向前に想定したターゲット設定等が適切であったか見直しを行う。それを次の商品開発や販路開拓支援に活かしていく。

⑥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員・商工会職員となっており、外部評価は行われていない。今後は、事業を客観的に評価し見直すための仕組みを構築することが課題となる。

(2) 事業内容

当会の理事会と併設して、当商工会役員・玉村町経済産業課・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（年 1 回開催）」を年度末に開催し、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）について評価を行う。

「協議会」の評価結果は、役員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その内容を「商工会 HP」に掲載（年 1 回）することで地域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。

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。



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。



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。



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、各経営指導員

が知識の習得や資質の向上に取り組んでいる。しかし、指導員間での知識の共有が図られていないため、ベテラン指導員と若手指導員の支援能力にバラツキが生じている。また、経営指導員の支援能力向上のみに重点が置かれ、その他の職員（経営支援員）も含めた組織全体のレベルアップが意識されていない。

経営指導員の知識の共有のための仕組みを構築するとともに、組織全体のレベルアップを図ることが課題となる。

（２）事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び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

③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。

④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、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

⑤OJT 制度の導入

経営指導員の支援力を高めるために積極的に OJT の機会を設ける。巡回、窓口相談時において、必要に応じ、若手経営指導員は、ベテラン経営指導員とチームで小規模事業者の支援に当たり、指導、助言内容、情報収集方法等を学び資質を向上させる。

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中部地区4商工会による情報交換会（年1回）

中部地区4商工会（前橋東部商工会・群馬伊勢崎商工会・富士見商工会・玉村町商工会）による情報交換会を年1回（現状0回）開催する。その会合において、支援ノウハウ、支援の現状等の意見交換を行い、経営指導員の支援力向上に役立てる。

②経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年2回）

日本政策金融公庫前橋支店国民生活事業と前橋支店地区支援機関（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。

③群馬県中小企業支援ネットワーク会議への出席（年1回）

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

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

当地区においては「たまむら町ふるさとまつり（7月）」「玉村町産業祭（11月）」をはじめとする各種イベントが開催されており、当商工会においても出展者支援などを通じて地域活性化に貢献している。しかし、このようなイベントは季節ごとに開催される一過性の事業となっており、地域経済の活性化策として有効に活用されていない状況となっている。

今後は、各種地域振興事業の開催を通じ、玉村町・地元企業・金融機関との情報交換を行い、地域経済の活性化について連携を深めるとともに玉村町の独自性と求心力の向上を図ることが課題となる。

(2) 事業内容

①「玉村地区地域活性化検討会」の開催（年1回）

地域経済の活性化を図る土台作りとして「玉村地区地域活性化検討会」を年1回開催する。当検討会は、玉村町・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「玉村町産業祭」の開催（年１回）

当地区内で開催される産業祭は、地域内の商工業者が自社の製品やサービスを来場者に提供する地区内最大のイベントである。当商工会は、主催者としてその運営が円滑に行えるよう努めるとともに、他市町村及び地域住民と事業者の交流を図り、地域経済の活性化に役立てる。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

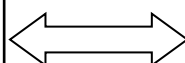
経営発達支援事業の実施体制

(令和 4 年 11 月現在)

(1) 実施体制

経営発達支援事業の遂行は、経営指導員 1 名を長とし、「直接支援」(伴走型支援の実施)を経営指導員が担当し、「間接支援」(各種機関との連絡業務等)を経営支援員・記帳指導員が担当する。全職員が参加し毎月行われる「支援力向上会議」において「進捗状況の確認」「問題点とその改善方法の検討」を実施する。

玉村町商工会	
会長	1 名
副会長	2 名
理事	22 名
監事	2 名
事務局長	1 名
法定経営指導員	1 名
経営指導員	1 名
経営支援員	2 名
記帳指導員	1 名
一般臨時職員	1 名



玉村町 経済産業課

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

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：福島 遼

■連絡先：玉村町商工会 TEL 0270-65-2954

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

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

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒370-1132

群馬県佐波郡玉村町下新田 4 2 9-2

玉村町商工会

TEL：0270-65-2954 FAX：0270-65-5122

E-mail:tama-s@po.wind.ne.jp

②関係市町村

〒370-1192

群馬県佐波郡玉村町大字下新田 201

玉村町 経済産業課

TEL：0270-65-2511 FAX：0270-65-2592

E-mail:keizai@town.tamamura.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	5,200	5,200	5,200	5,200	5,200
・ 地域の経済動向調査に関する事業	500	500	500	500	500
・ 需要動向調査に関する事業	500	500	500	500	500
・ 経営状況の分析に関する事業	400	400	400	400	400
・ 事業計画策定支援に関する事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・ 事業計画策定後の実施支援に関する事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・ 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事業	100	100	100	100	100
・ 経営指導員等の資質向上等に関する事業	500	500	500	500	500
・ 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事業	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)

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

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携する内容
連携者及びその役割
連携体制図等