経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	明和町商工会（法人番号 6070005006591） 明和町（地方公共団体コード 105228）
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 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。
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 事業計画策定や DX 推進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	明和町商工会 〒370-0701　群馬県 邑楽郡明和町 南大島１０７３－１ TEL:0276-84-3130 FAX:0276-84-4938 e-mail:meishou@cc9.ne.jp 明和町　産業環境課 〒370-0795　群馬県 邑楽郡明和町 新里２５０－１ TEL:0276-84-3111 FAX:0276-84-3114 e-mail:sangyo@town.gunma-meiwa.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、群馬県明和町全域を管轄している。本町は大政奉還後の明治４年、廃藩置県により、一時栃木県に属したが、明治９年に群馬県の管轄となった。従来当地区は、穀倉地帯として発展し、江戸時代には江戸と上野・下野を結ぶ交通の要衝、物資の中継点として発展してきた。明治 22 年の町村制の施行により、千江田村、梅島村、佐貫村が発足し、昭和 30 年の町村合併促進法により、3 か村が合併し、明和村が誕生した。

明治 40 年東武伊勢崎線川俣駅の設置、昭和 37 年国道 122 号の昭和橋の開通、昭和 47 年東北自動車道の開通など、交通網が飛躍的に発達し、これにともない、工場や住宅等の開発が進み、従来の準農村地帯から、都市的な様相に変貌を遂げた。昭和 45 年には、首都圏都市開発区域の指定を受け、続いて都市計画区域の指定を受けたことにより都市化がさらに進行、また、東武伊勢崎線の複線化後は住宅建設が進み、昭和 60 年には人口が１万人を突破し、平成 10 年に明和町となった。

「鶴舞う形の群馬県」－明和町は、その鶴舞う形の首の方（東南端）に位置し、気候は比較的温暖で南に利根川、北に谷田川が流れる水と緑が豊富な地域である。西部で標高 20ｍ、東部で 18ｍと、西から東へと緩やかに傾斜した平地が続き、ほとんど起伏は見られない地勢となっている。

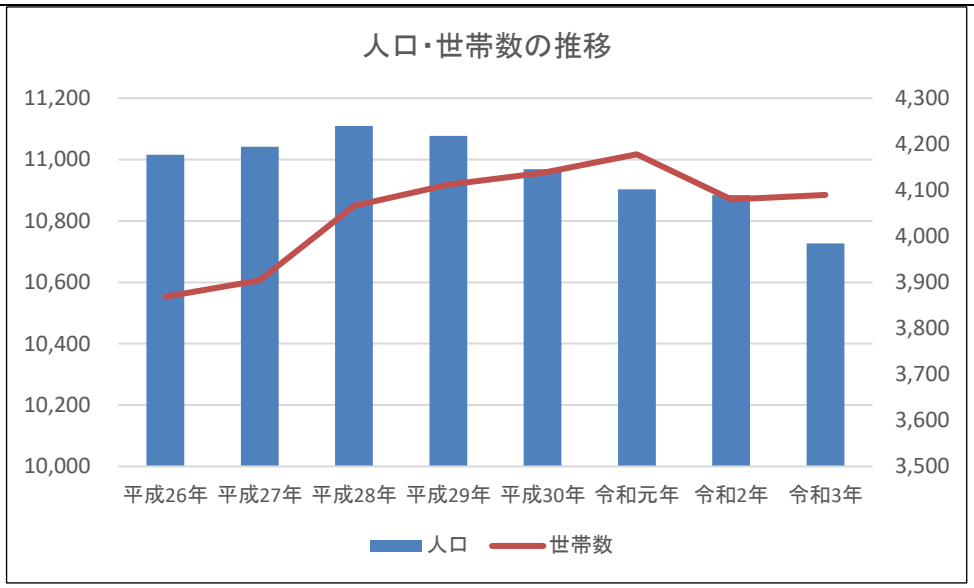
また、明和町商工会の管轄区域については「明和町全域」である。

【人口】

明和町の人口・世帯数については、平成 26 年には人口 11,016 人、世帯数 3,869 世帯であった。その後、人口は平成 28 年までは増加したがその後は減少傾向に転じている。世帯数について、令和元年までは増加傾向であったが、令和２年に減少しその後は横ばいで推移している。

人口と世帯数の推移（出典：群馬県統計情報提供システム　移動人口調査）

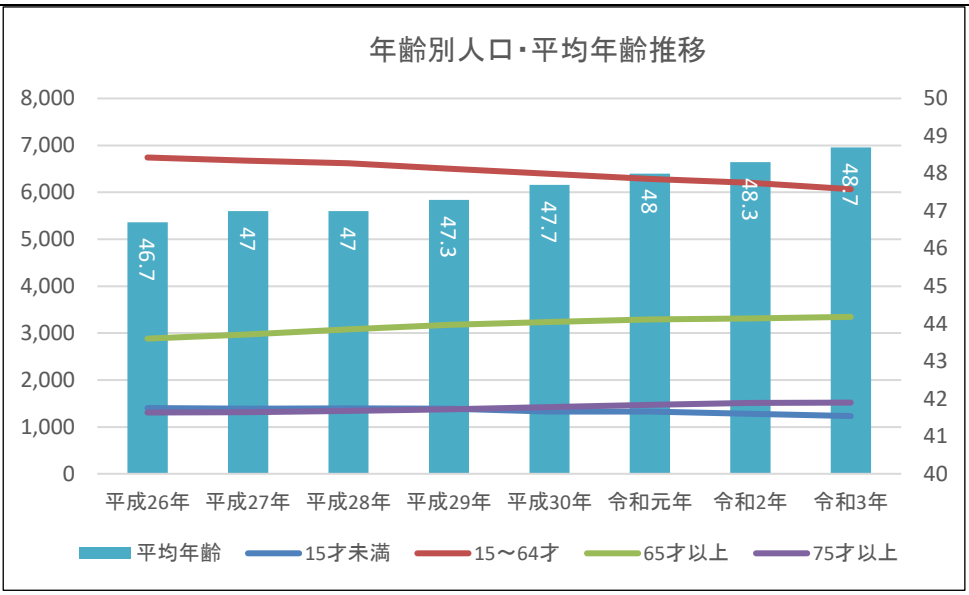
	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年
人口	11,016	11,042	11,110	11,077	10,969	10,903	10,884	10,727
世帯数	3,869	3,904	4,066	4,112	4,138	4,178	4,080	4,090

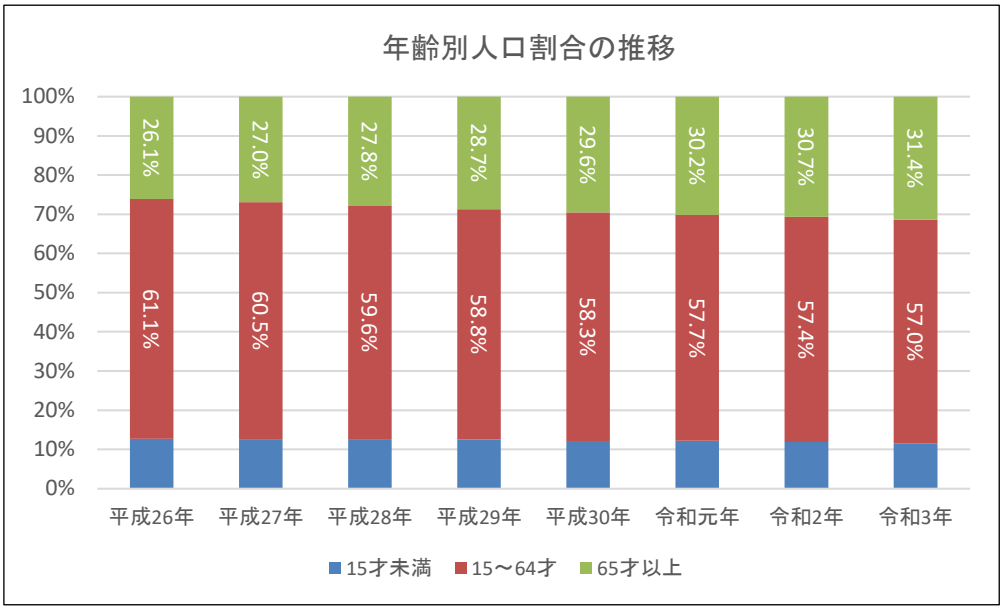


生産年齢人口（15 才以上 65 才未満）は一貫して減少傾向となっている。一方、地区内の高齢化が進み、65 才以上・75 才以上の人口に占める割合は増加しており令和 3 年においては、それぞれ、31.4%、14.3%となっており、それに応じて平均年齢も年々高くなっている。

年齢別人口の推移（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
15 才未満	1,404	1,390	1,397	1,390	1,332	1,327	1,284	1,234
割合	12.7	12.6	12.6	12.6	12.1	12.2	11.9	11.6
15～64 才	6,745	6,671	6,620	6,503	6,392	6,287	6,202	6,068
割合	61.1	60.5	59.6	58.8	58.3	57.7	57.4	57.0
65 才以上	2,882	2,974	3,082	3,173	3,240	3,289	3,316	3,347
割合	26.1	27.0	27.8	28.7	29.6	30.2	30.7	31.4
75 才以上	1,311	1,317	1,342	1,379	1,427	1,475	1,514	1,518
割合	11.9	11.9	12.1	12.5	13.0	13.5	14.0	14.3
平均年齢	46.7	47.0	47.0	47.3	47.7	48.0	48.3	48.7





【産業】

当地区における商工業者総数・小規模事業者数については、平成 24 年度においては、それぞれ 392 者・326 者であった。その後、商工業者数・小規模事業者数ともに減少を続け、令和 2 年度においては 357 者・273 者となっている。減少率は小規模事業者の方が高く、令和 2 年と平成 24 年を比較した場合、商工業者・小規模事業者のぞれぞれの事業者数減少率は 8.9%、16.3%となっており、小規模事業者数の減少が激しい。

商工業者・小規模事業者数（出典：経済センサス）

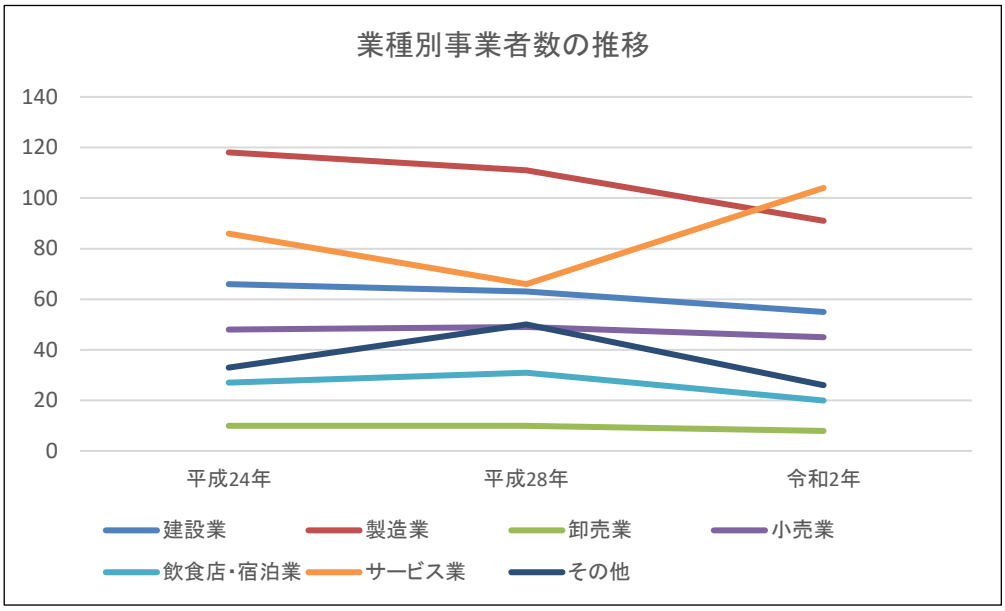
	平成 24 年	平成 28 年	令和 2 年
商工業者総数	392	384	357
小規模事業者数	326	311	273
小規模事業者の割合	83.16%	80.99%	76.47%

業種別の事業者数推移では、令和 2 年にサービス業の事業者数が増加した。その他の業種については、減少傾向となっている。製造業、卸売業、飲食店・宿泊業においては、平成 24 年と比較

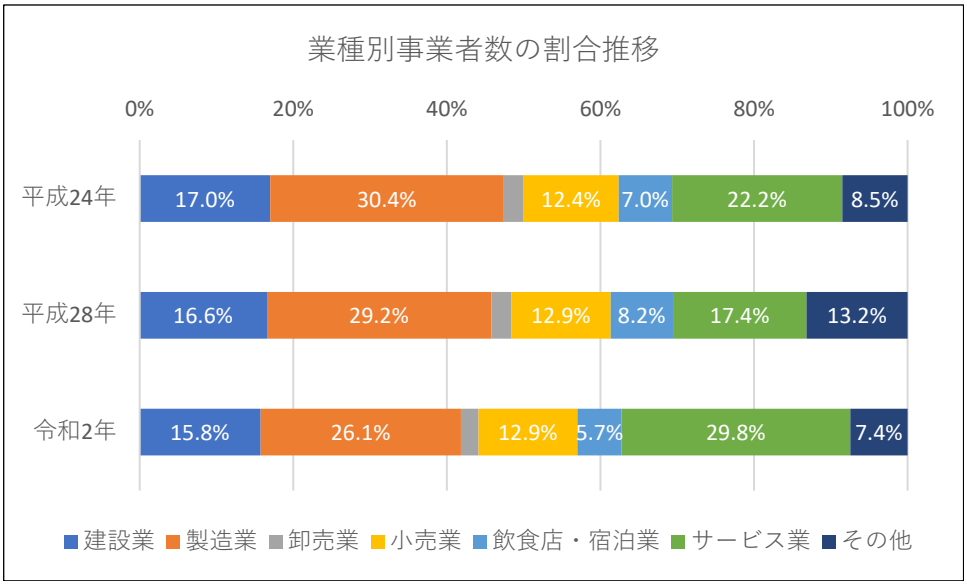
し、令和 2 年には事業者数の減少率が 20%を超えている。

業種別事業者数の推移（出典：経済センサス）

	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
平成 24 年	66	118	10	48	27	86	33
平成 28 年	63	111	10	49	31	66	50
令和 2 年	55	91	8	45	20	104	26



業種別事業者数の割合は、令和 2 年については、サービス業の占める割合がもっとも高くなり 29.8%であった。次いで製造業 26.1%、建設業 15.8%となっており、業種によるバラツキは比較的少ない。



【交通】

町の中央には東武伊勢崎線、国道 122 号が走り、東北自動車道へは車で約 13 分という便利な地域であり、群馬県の中でも都心に近い地区である。

【観光資源】

矢島遺跡や斗合田・下江黒地区のささら舞といった歴史・文化的な資源がある。

【特産品】

町の主な特産は、梨、シクラメン、カーネーション、桃であり、現在梨を使った特産品として町が中心となり、「梨の雫めいわ」（ジュース）、等を開発している。

【第 6 次明和町総合計画（平成 27 年度～平成 36 年度）からの引用】

「第 6 次明和町総合計画」の「基本計画」のおける「第 5 章　豊かさと活力を育むまちづくり」の「第 1 節　農業の振興」「第 2 節　商工業の振興」において、以下の内容が示されている。

「第 1 節　農業の振興」（小規模事業者支援に関する項目を抜粋）

《基本方針》

本町の農業経営体の特徴である水稲と施設園芸、果樹、花卉等を複合させた経営体の生産の振興を引き続き図るとともに、流通の改善をはじめとする支援対策を実施し、さらに、体験型農業、観光型農業を展開し、集客を通じて農業の魅力を PR するとともに、新たな顧客の獲得に結びつけ、農家の収入の拡大を目指します。

農業従事者の高齢化や担い手不足の対策として、多様な担い手の育成（農業生産法人等の育成、6 次産業化認定事業者、農業後継者、新規就農者、地域の中心となる農業者）、地域と連携した多面的機能向上による用排水路の整備、ほ場の再整備等のハード事業、及び農地中間管理機構を活用した農地の集約化、集積率の向上等のソフト事業を推進していきます。

《基本計画》

(4) 地域の特色を活かした農業の振興

1. 地場産品の振興

本町の地場産品には、食味評価の高い米、農家収入の中心を成すキュウリ・ナス等の施設園芸、減農薬農法に取り組んでいる梨・桃等の果樹、新しい雇用を生み出す産業に成長している花卉栽培等があります。都心を中心とした PR 活動による知名度の向上、直販体制による販売の促進を図り、これら地場産品の振興に努めていきます。

2. 地産地消の拡大

地元で生産されたものを地元で消費する「地産地消」が拡大されるよう、さらに学校給食、近隣企業への食材提供等、体制の整備を図っていきます。

3. グリーンツーリズム

体験型農業、観光農業により本町を訪れた観光客に対し、本町の特産農産物を PR し、農作業や地域の自然、生活、文化等を「体験」していただき、訪れる側と受け入れる地域の人々とのふれあい等の「交流」により新しい消費者の開拓に努めます。

4. 農商工連携

地域の農業、商業、工業が連携し、新たな地域産物の創出を支援します。

5. 6 次産業化の推進

農業生産法人等が、地域資源を活用した新事業の創出、地域の農産物の利用の促進を支援します。

《主な事業》

事　　業
多様な担い手の育成・確保・支援
農業近代資金、スーパーL資金の利子補給補助事業
集落営農組織の推進・育成
農地流動化の促進
特産物・観光農場のPR

地産地消の拡大（学校給食、近隣企業）
農商工連携･６次産業化事業認定に係る支援
多面的機能と連携した農道及び水路整備の実施
耕作放棄地等の発生防止・解消

「第２節　商工業の振興」

《基本方針》

住民の雇用の場の確保や所得向上を図るとともに、町の財政基盤を強化させるため、自然環境に配慮しながら、将来性のある企業の誘致に向けた工業基盤の整備に努めます。

また、産学官の連携を強化しながら、ものづくり技術の集積、新たな産業の創出に努めるとともに、企業の地域貢献活動を奨励し、社会的経済的に認められる優良企業の育成を図ります。

さらに、地域産業の活性化により、住民の暮らしの維持及び向上を図り、行政及び事業者、関係団体、住民等が協働と連携により一体となって、明和町の魅力を輝かす総合的な商業振興を目指していきます。

《基本計画》

(1)工業基盤の整備

1 工業団地の造成

県、関係機関との連携を図り、将来を見据えた戦略的な工業団地の造成に努めます。

2 工場立地の推進

産業構造の変化や企業のニーズを見極めながら企業誘致に関する優遇制度の拡充を図ると同時に、工場立地に係る届出の簡素化を図ります。

3 交通網の整備

企業のニーズを鑑みながら、道路、駅周辺等都市基盤の整備に努めます。

(2)優良企業の育成

1 地域貢献活動の奨励

企業の社会的公正・倫理に則った活動を奨励します。

2 新技術・新製品の奨励

次世代産業の集積を目指し、新たな技術、競争力の高い製品の開発を奨励します。

3 小規模企業の持続的発展

町商工会による経営診断、経営指導を促進させ、小規模企業の経営体質の強化を図ります。また、小規模企業の事業活動が自立的で個性豊かな地域社会の形成に貢献していることについて、地域住民の理解が深まるよう努めます。

(3)商業の振興

1 誰もが安心して買い物ができる環境整備

鮮魚、精肉を扱う商業集客施設の誘致に努めると同時に、今後、更なる進展が予想される高齢化社会に対応した宅配サービスや移動販売等へのサービスに努める事業者を奨励します。

2 行政、事業者、住民等が連携したイベント実施への支援

にぎわいを生み出し、活気ある地域づくりを進めるため、行政のみならず、事業者、関係団体、住民、学校等が連携し、相乗効果を生む各種イベントの実施を推進及び支援します。

3 明和ブランド育成・強化

地域特性を取り入れながら、今ある資源、強みを活かし、農作物等の魅力の向上と販路拡大、新たな特産品の創出等への取組みを行い、明和ブランドの育成を図ります。また、明和ブランドに触れることのできる店舗支援や情報発信、また明和ブランドの地消及び販路拡大を強化します。

4 地域を支えるコミュニケーション機能の拡充

産学官が連携し、子どもから高齢者まで、多くの住民でにぎわい、地域コミュニティの場として活気ある商店等となるような取り組みを奨励します。

《主な事業》

事　業
工業団地の造成
企業誘致促進奨励金の拡充
工場立地届出に係る権限移譲
交通網の整備
優良企業の育成・啓発
ぐんま新技術・新製品開発補助制度の実施
経営相談、経営診断及び経営研修会の実施
社会福祉協議会と連携した宅配サービス、移動販売等への活動支援
消費拡大を促すイベント等の企画、取組の推進
商工会等と連携した交流会、勉強会等の機会を通じた協働によるまちづくりの推進
商業集客施設の誘致
明和ブランドの育成・強化
商業施設と連携した住民交流の場及び高齢者活躍の場づくり

②課題

【現在の状況】

明和町は東京都心から約 60km と群馬県の中で最も東京都に近く、交通の便も良い事から、東京へ通勤・通学する住民も多い。古くは縄文の時代から人が住み、文化が育まれてきた地区でもある。その一方、最近の傾向として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、地域の魅力や活力が減退する可能性がある。

【産業別の状況と課題】

○工業（製造・建設業）

明和町は、企業立地促進法に基づく基本計画の集積区域に設定され、平成 25 年度より町内西地区の一部が同法に基づく重点促進区域にも指定され、あわせて工場立地法に基づく工場立地届に係る事務を群馬県から権限移譲を受けるなど、これまでに工業地域への企業誘致を積極的に行ってきた。

しかし、令和 2 年現在、建設業事業者数 55 者、製造業事業者数 91 者となっており、両業種ともに減少傾向となっている。

建設業においては、大手建築会社や土木施工企業の下請となっている事業者や、小規模工務店・大工が多い。当地区においては、人口減少や少子化により、新築着工件数も減少傾向となっており需要の減少が懸念される。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している。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。

製造業においては、プラスチック製品製造業が多く、明和町製造業の牽引役になっている。プラスチックの成形品は、本県で強い自動車関連部品だけでなく、家電・ＯＡ・住宅・食品・アミューズメント関連部品等も守備範囲であるため、幅広い取引が見られる業種である。

今後は産学官及び企業間の強みや特性を持ち合わせた連携を推進するなどして、市場の優位性を持つ新技術の確立やそれらを活用した新製品の開発を進め、内外に発信していくことが

重要な課題となっている。

○商業（小売・サービス・飲食業）

地域における商業の役割は、地域住民に豊かな消費生活の提供を通じて、暮らしの向上を支援するものであり、また、他の産業分野ともつながり、魅力ある特産品の創出・流通や地産地消の推進等を通じて地域の人々の交流やにぎわいを生み出すものとして、地域コミュニティにおける中心的役割を担うことが求められている。

しかし、近年における「新型コロナウイルスの影響」「景気の低迷」「仕入れ価格の高騰」「価格破壊の進行」「ネット販売の拡大」などにより、明和町の商業を取り巻く環境は、より一層、厳しさを増している。また、明和町の少子化、高齢化、大型店との競合等の外部環境変化により、商業者の廃業等が増加しており小規模事業者の事業者数の減少が激しい。また、小規模事業者においては、顧客管理・数値管理（売上・経費など）のデジタル化・IT 化が進んでいない事業者も多く、今後求められる「DX（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)」への取り組みについての体制が整っていない。

上記を考慮した課題として「個性的な店づくりや品揃えによる集客数アップ」「IT を活用した販売促進」「後継者の育成」などが上げられる。

○農業

明和町の農業については、農業人口・専業農家数・兼業農家数は大幅に減少し続けており、従事者の平均年齢は 68.3 歳となっている。明和町の特産である「梨」については、「梨組合」に所属している生産者は 21 者（令和 4 年 7 月現在）となっており、最近は生産量が減少傾向にある。一方、明るい話題としては、梨農家の若手後継者等が「梨人（なしんちゅ)」を結成し、農業の活性化を図っている。今後は、「農商工連携」、「６次産業化」について周知するとともに農業者といかに連携をとりながら、事業化支援を実施して行くかが課題と言える。

（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

当地区においては、人口減少やそれにともなう高齢化・生産年齢人口の減少、また、小規模事業者を取り巻く環境については、「新型コロナウイルスの影響」「仕入れ価格の高騰」「ネット販売の拡大」「後継者不足」などの厳しい環境変化にさらされている。

今後、小規模事業者が激変する外部環境や課題に対応し、継続的な発展を達成するには、今以上に顧客（消費者・取引先）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、事業の方向性を定めることが求められている。

今後 10 年程度の期間においては、小規模事業者の売上・適正利益が確保でき、収益力のある小規模事業者を育成し、自立・ 安定した経営を行っていける小規模事業者を増加させることで、地域内の経済の好循環を図るとともに地域としての稼ぐ力を向上させることが必要となる。当地区の生活を支える小規模事業者が持続的に発展していくことが地域振興において重要であり、小規模事業者の発展と雇用の創出を支えていくことが商工会の使命である。そのための具体的な方法として、事業者の規模やレベルなどの実情に合わせた経営分析を行い、事業計画の策定からその後の実行支援へとつなげていく過程で事業者のやる気を引き出し、自発的な経営改善へと導いていくことが支援の中心となる。

②「第 6 次明和町総合計画（平成 27 年度～平成 36 年度)」との連動性・整合性

「第 1 節　農業の振興」との整合性

「第 6 次明和町総合計画」の「基本計画」における「第 5 章　豊かさと活力を育むまちづくり」の「第 1 節　農業の振興」において、「地場産品の振興」「農商工連携」「６次産業化の推進」が掲げられている。当商工会においても、「農産物の販路拡大支援」「農商工連携による新商品の開発・販売」を今まで実施してきており今後も続ける予定である。

「第 2 節　商工業の振興」においては、「新技術・新製品の奨励」「小規模企業の持続的発展」が示されている。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、「自社の技術やノ

ウハウを活用した新製品・新サービスの開発」「きめ細やかな経営診断・経営指導」などの支援を通して、「当地区小規模事業者の持続的な発展」を達成することを目指している。

③明和町商工会としての役割

当商工会の主な役割は下記の通りである。

・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を小規模事業者に提供し、実効性の高い新商品・新サービスの開発を支援する。
・意欲のある経営者や事業承継者の育成を図るため、知識の拡充や意識啓発を行う機会や場所を提供する。
・既存事業の改善やビジネスモデル転換による新たな事業の収益効果を検証するため事業計画策定を推進する。
・群馬県よろず支援拠点などの各種支援機関、金融機関、専門家および行政による支援体制を構築するための中核機関として機能する。

当商工会は、平成 30 年度より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。これからもこの姿勢を変えることなく、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整えていく。

小規模事業者を取り巻く環境は厳しい状況にあるが、長年地域で培ってきた信頼関係を有効に活用し、他のさまざまな支援団体との連携を図ることで、地域の中核的支援団体としての役割を果たしていく。

（3）経営発達支援計画の目標

当地区の現状・問題点・課題及び長期的な振興のあり方を踏まえ、当商工会は、以下の目標を掲げ、地区内で重要な役割を担う小規模事業者の減少に歯止めをかけるとともに地域経済の活性化貢献に寄与する。

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、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 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

小規模事業者の課題解決・経営力強化を図るためには、実効性の高い事業計画の策定が重要となる。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。

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、「経営指導員の訪問時のヒアリング」「資金繰りなどの窓口相談時のヒアリング」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）

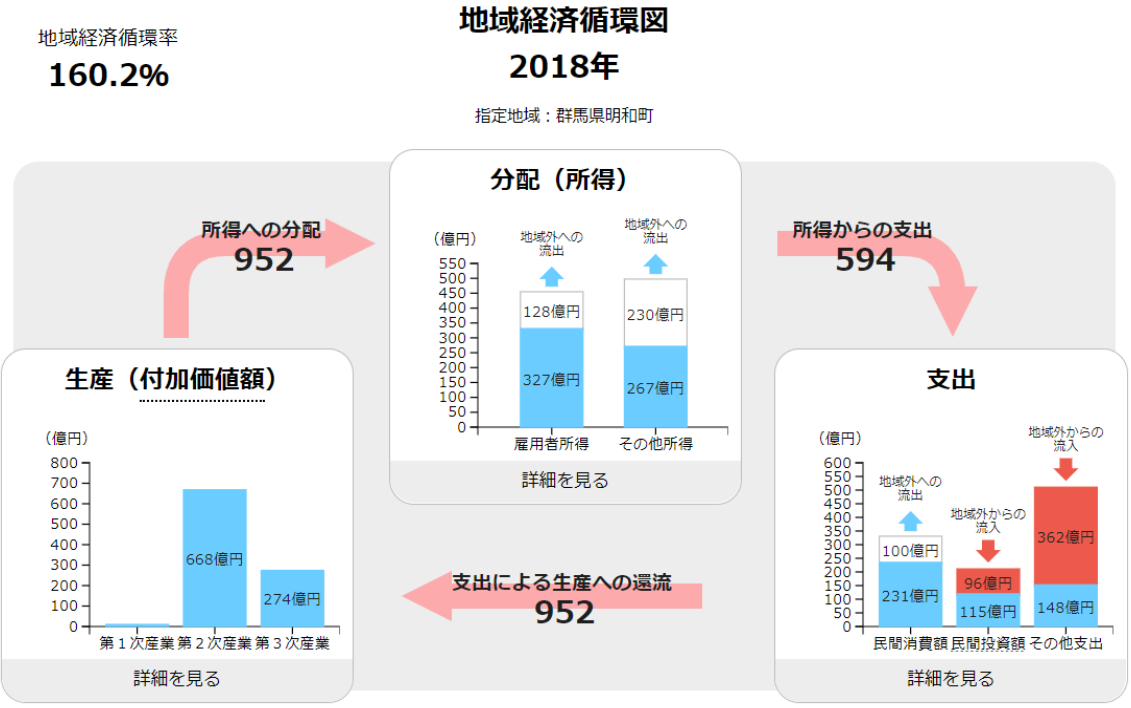
当地域経済の全体像、各産業の現状を把握するため、国の提供する「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）を活用し地域の経済動向分析を行い、当会ホームページ上で報告する。

【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（群馬県明和町）



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

（４）成果の活用

情報収集し調査・分析した結果を当会ホームページに掲載し、管内事業者に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いく。

４．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

小規模事業者が売上・利益の確保・向上を図るためには、提供する商品・サービスについて消費者ニーズや市場動向等、需要動向を把握することが必要であるが、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）

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、独自の技術を持つプラスチック加工メーカーや食品加工メーカーを対象とし、県内外で開催される展示会（群馬ものづくりフェア・機械要素技術展 (M-Tech)など）に出展する事業者の支援を行う。

【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、自店の商圏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

アンケート調査実施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、経営革新、経営改善のための経営計画策定など必要に応じて実施しており、積極的には取り組んでこなかった。また、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事業者も多い。

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セミナー開催件数	0	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	5者	15者	15者	16者	18者	20者

（３）事業内容

①経営分析を行う事業所の掘り起こし（経営分析セミナーの開催）

毎年実施している金融相談会や各種セミナーに参加する事業者などを対象に経営問診票や経営問診票活用マニュアル等を活用しながら対象事業所の経営状況の概況を把握するとともに経営分析等を行い適切な経営指導や助言を行う。

また、経営分析に関するセミナーを開催し、開催周知時に、経営分析の重要性（経営計画策定の基礎）を訴え、受講生の参加意識の高揚を図る。

【募集方法】

チラシを作成すると共に、ホームページ・商工会会報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】

セミナー参加者・巡回指導の中から、意欲的な15～20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」「行政などの施策」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、当該事業者に提供し、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

事業計画策定支援に関しては、「経営状況の分析に関すること」で記載した内容と同様に、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、小規模事業者においても、日々の業務に忙殺され、定期的に事業計画を作成している事業者はほとんど無く、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の 9 割程度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「経営状況分析に関するセミナー」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。

（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
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 回予定	1 回	1 回	1 回	2 回	2 回
事業計画策定セミナー参加者人数	0	20 人/回	20 人/回	20 人/回	20 人/回	20 人/回
事業計画策定事業者数	4 者	13 者	13 者	14 者	16 者	18 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。

【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」の取り組む予定の事業者。

【カリキュラム】

日程	テーマ	講義内容
1 日目	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

【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	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的な対応となっている。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、経営者と従業員が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	7 者	13 者	13 者	14 者	16 者	18 者
頻度（延べ回数）	14 回	58 回	58 回	62 回	70 回	76 回
4 半期に１度（者）	1 者	6 者	6 者	7 者	9 者	10 者
年２回（者）	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	6 者
毎月（者）	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
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（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。

具体的な頻度（延べ回数）について事業計画策定事業者に対して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充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	0	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
内商談件数	－	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
内契約数	－	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②SNS 活用支援事業者数	1 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	－	10%	10%	10%	10%	10%
③EC サイト利用支援事業者数	1 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	－	10%	10%	10%	10%	10%
④自社 HP の開設支援事業者数	0	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	0	10%	10%	10%	10%	10%

⑤商工会 HP による情報発信支援事業者数		20 者	25 者	30 者	35 者	40 者	45 者
	新規掲載事業者数	2 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言いがたい。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、個人向けの加工製品を開発しているプラスチック製品製造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圏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 HP 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

毎年開催される総会において事業の報告が行われているが、総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・明和町産業環境課・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・記帳指導職員）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。

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

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東部地区 6 商工会による情報交換会（年 1 回）
東部地区 6 商工会（当会・太田市新田商工会・板倉町商工会・千代田町商工会・大泉町商工会・邑楽町商工会）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 1 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

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

当地区においては「めいわ祭り（8 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店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、明和町・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明和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「明和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「明和地区地域活性化検討会」を年 1 回開催する。当検討会は、明和町・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「明和町産業祭」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。
③「企業情報交換会」の開催（年 1 回）
当地区内の企業経営者や工業団地に進出している大企業の担当者、農業者（特産品関連）が一堂に会して、地元飲食店の料理を味わいながら名刺交換を行い交流を図り、新たなビジネスチャンスにつながることを目的に開催され、地域経済の活性化に役立てる。

（別表２）

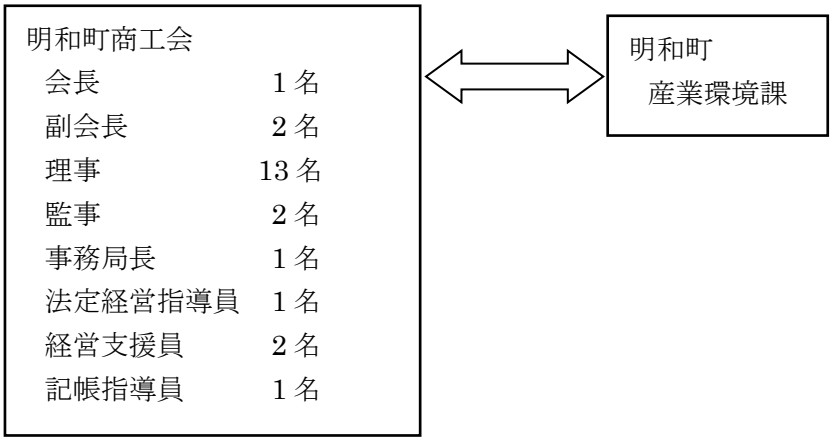
経営発達支援事業の実施体制

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。



（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：栗原　玲子

■連絡先：明和町商工会　　TEL 0276-84-3130

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

〒370-0701

群馬県邑楽郡明和町南大島 1073-1

明和町商工会

TEL：0276-84-3130　FAX：0276-84-4938

E-mail: meishou@cc9.ne.jp

②関係市町村

〒370-0795

群馬県邑楽郡明和町新里 250 番地 1

明和町　産業環境課

TEL：0276-84-3111　FAX：0276-84-3114

E-mail: sangyo@town.gunma-meiwa.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	**3,300**	**3,300**	**3,300**	**3,300**	**3,300**
・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	400	400	400	400	400
・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	500	500	500	500	500
・事業計画策定後の実施支援に関する事業	500	500	500	500	500
・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こと	100	100	100	100	100
・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）

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
連携体制図：連携者及びその役割