

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	千代田町商工会（法人番号 1070005005920） 千代田町（地方公共団体コード 105236）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>（１）事業計画策定に事業者の潜在能力を盛り込む伴走支援及び策定後のフォローアップを実施することで、事業者の潜在能力を引き出し、事業の長期的継続を促し、長期的には自立（自身で考え・行動し・分析する）できることを目標に促していく。</p> <p>（２）事業承継のための事業磨き上げ支援や若手後継者支援の実施を行うことで自立的な経営強化を促していき、適切な新陳代謝を促していく。</p> <p>（３）新規顧客・取引先開拓のために小規模事業者の魅力を引き出し、情報発信・販売促進の実施。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>①地域の経済動向分析 ②地域内の経営状況調査</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>①新商品開発の調査 ②展示会でのアンケート調査</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催） ②経営分析の内容</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>①「DX推進セミナー・IT専門家派遣」の開催 ②「事業計画策定セミナー」の開催 ③事業計画の策定支援</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>策定した事業計画が確実に実効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。</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>①県内・首都圏の商談会・展示会参加事業 ②SNS活用 ③ECサイト利用(B to C) ④自社HPの開設支援</p>
連絡先	千代田町商工会 〒370-0503 群馬県 邑楽郡千代田町 赤岩 1127-1

TEL:0276-86-3207 FAX:0276-86-5220

e-mail:gccis3@watasi.or.jp

千代田町 産業観光課

〒370-0598 群馬県 邑楽郡千代田町 赤岩 1895-1

TEL:0276-86-7005 FAX:0276-86-4361

e-mail:syoukou@town.chiyoda.gunma.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

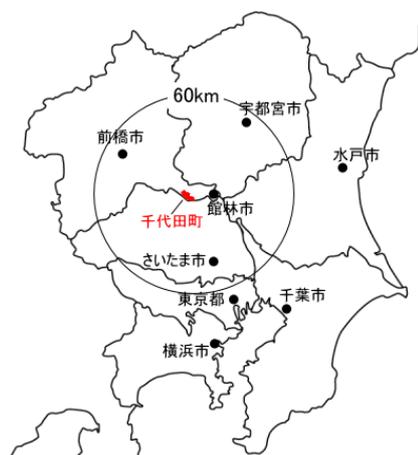
(1) 当地区の現状及び課題

① 現状

【立地】

当商工会（千代田町商工会）が位置する邑楽郡千代田町は、群馬県の南東部に位置し、南に雄大な利根川を望み、その左岸に沿って東西に細長く伸びた平坦地で、東京から60キロ圏内の、水と緑豊かな町である。また、千代田町は上毛かるた（郷土かるた）で歌われている「鶴舞う形の群馬県」の首の部分にあたり、北東は館林市（童話「分福茶釜」の舞台となった茂林寺がある）、南は利根川を挟んで埼玉県（行田市、熊谷市）と接しており、総面積は21.73㎢と群馬県で4番目に狭い地区である。

また、千代田町商工会の管轄区域は千代田町全域である。



【人口】

当地区の人口は令和4年7月時点で11,069人（令和4年は千代田町HPより）となっており、平成30年以降減少傾向で推移していたが令和4年になり微増となった。世帯数については、4,626世帯であり平成30年以降一定水準で推移していたが令和4年に微増となった。

今後は、増減を繰り返しながら全体的な傾向として総人口は減少していくと考えられる。また世帯については、単独世帯が増加傾向、三世帯世帯は減少傾向で推移していくと考えられる。

《当地区の人口及び世帯数の推移》

	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
人口	11,103	10,933	10,857	10,759	11,069
世帯数	4,098	4,120	4,012	4,134	4,626

(出典：群馬県移動人口調査結果（年報）)

千代田町の生産年齢人口は令和3年時点で6,153人となっている。生産年齢人口の構成比は平成24年56.5%（7,267人）に対し令和3年50.0%（6,153人）と減少傾向にある。年少人口も減少傾向にあり、生産年齢人口は今後更に減少していくことが予想され、高齢化が更に進展していくことも予想される。

《千代田町の年齢別人口の推移》

	平成 24 年		平成 27 年		平成 30 年		令和 3 年	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合
年少人口 (0～14 才)	1,530	11.9%	1,471	11.6%	1,372	11.0%	1,218	9.9%
生産年齢人口 (15～64 才)	7,267	56.5%	6,780	53.6%	6,435	51.4%	6,153	50.0%
老年人口 (65 才以上)	4,056	31.6%	4,405	34.8%	4,717	37.7%	4,936	40.1%

(出典：群馬県「群馬県年齢別人口統計調査」)

【産業】

当地区の商工業者は令和 3 年時点で 554 者となっている。平成 24 年以来増減を繰り返し 59 者増加した。商工業者総数に占める小規模事業者も増減を繰り返し一定水準で推移している。

※令和 3 年は、商工会独自調査で集計したためより実態に近い情報となっている。

《当地区の商工業者・小規模事業者数の推移》

	平成 24 年	平成 27 年	平成 30 年	令和 3 年
商工業者総数	495	494	510	554
小規模事業者数	406	373	373	445
小規模事業者の割合	45.1%	43.0%	42.2%	44.5%

(出典：経済センサス)

当地区の令和 3 年の業種構成は製造業 27.3% (146 者)、建設業 20.6% (110 者)、サービス業 18.7% (100 者) の順であり、工業者の割合が高い傾向にあるが、当地区における業種のバラツキは比較的少ないといえる。

最近の傾向として、小売業者が減少傾向にあるなか、建設業者、製造業者、サービス業者は微増傾向にあることが伺える。

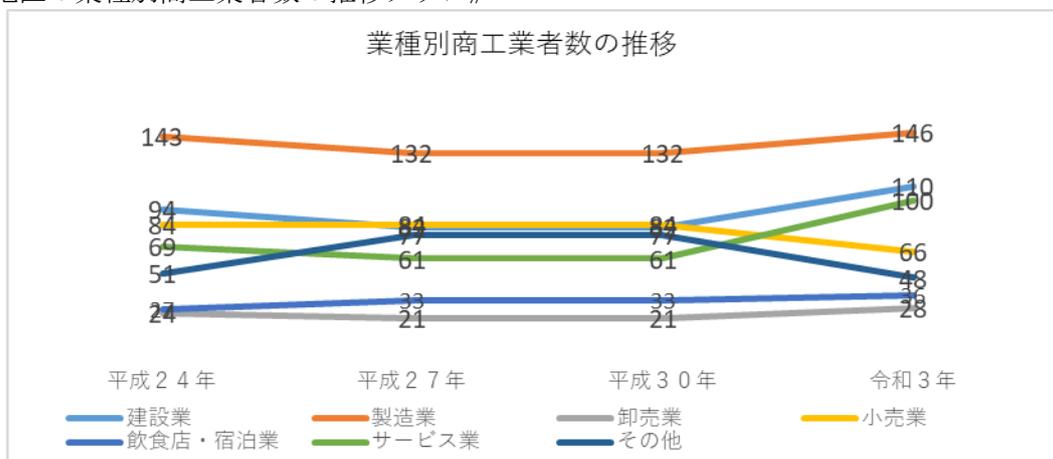
※令和 3 年は、商工会独自調査で集計したためより実態に近い情報となっている。

《当地区の業種別商工業者数の推移》

	平成 24 年		平成 27 年		平成 30 年		令和 3 年	
	業者数	割合	業者数	割合	業者数	割合	業者数	割合
建設業	94	19.1%	82	16.7%	82	16.7%	110	20.6%
製造業	143	29.1%	132	26.9%	132	26.9%	146	27.3%
卸売業	24	4.9%	21	4.3%	21	4.3%	28	5.2%
小売業	84	17.1%	84	17.1%	84	17.1%	66	12.4%
飲食店・宿泊業	27	5.5%	33	6.7%	33	6.7%	36	6.7%
サービス業	69	14.0%	61	12.4%	61	12.4%	100	18.7%
その他	51	10.4%	77	15.7%	77	15.7%	48	9.0%

(出典：経済センサス)

《当地区の業種別商工業者数の推移グラフ》



【交通】

当地区には国道・鉄道・高速道路が通っておらず、路線バスと渡し船（「赤岩渡船」：主要地方道上の動力船渡船）のみであり、交通インフラの整備が不十分であるため、都心から60キロ圏内に位置するにも拘わらず、その好立地を活かしきれていない状況である。

【観光資源】

当地区には「水と風」をテーマにした緑豊かな「なかさと公園」、千代田町赤岩と利根川をはさんで埼玉県熊谷市葛和田をつなぐ「赤岩渡船」、日本屈指の可動堰である全長約700mの「利根大堰」のほか、その利根大堰がもたらす、ゆるやかな川の流れと広い川幅により、「利根川河川敷」は水上スポーツ（ウインドサーフィンやジェットスキー等）のメッカとなっているなど、多くの観光スポットがある。また、「千代田の祭川せがき」「千代田町産業祭」等の地域振興事業も実施されている。

【特産品】

当地区は苗木や花木の栽培が盛んであり、町内北西部を中心に広がる「植木の里」には、70～80戸の植木生産農家が存在しており、全国的にも知名度の高い生産地となっている。

また、米麦の生産も盛んであり、地区内にビール工場を持つ大手ビールメーカー向けにビール麦を生産している。

【千代田町第六次総合計画（計画期間：令和3年度～令和10年度）からの引用】

「千代田町第六次総合計画」「6つの施策の方向性」「基本施策4 活力ある産業とにぎわいのあるまちづくり【産業振興】」において以下の方針が掲げられている。また、「前期基本計画」「基本施策4 活力ある産業とにぎわいのあるまちづくり」「4-2 商業の振興」「4-3 工業の振興」において、「施策の方針」「主な事業」などが記載されている。

基本施策4 活力ある産業とにぎわいのあるまちづくり【産業振興】

- ・各種産業を振興することで、雇用を創出し人々を定着させ、にぎわいのあるまちづくりを推進します。
- ・農業、商業、工業のバランスのとれた発展を図るとともに、変化する社会経済情勢に対応するため、県・J A・商工会等との連携を強化し、産業の振興に努めます。
- ・観光の振興に向けて、既存の特産物・観光資源のPRを行いながら、新たな特産物や観光資源の

発掘・利活用を図ります。

4-2 商業の振興

(1) 現状と課題

商業の振興は、まちのにぎわいを保つために重要な要素となります。近年の東部地区への大型店舗の進出に伴い、町民の生活利便性は向上するとともに、主要地方道足利邑楽行田線沿線では、飲食店などの出店により人や車の流れに変化がありました。

また、ふれあいタウンちよだの商業用地内に空いている土地があるため、引き続き出店の推進を行っていく必要があります。一方で既存商店においては、経営者の高齢化や後継者不足による店舗数の減少及び空き店舗数の増加など多くの課題を抱えています。

このため、商工会等との連携に努め、各種経営相談、創業や新商品の開発研究に係る支援を継続し、時代の変化に対応しながら商業の活性化を図っていく必要があります。

(2) 施策の方針

- ◆ 商業用地への出店を促進します。
- ◆ 商工会と連携を図りながら、既存商店の活性化を図ります。
- ◆ 創業支援や新商品開発等を推進します。

(3) 施策の概要

① 商業用地への出店の促進

- ・空いている商業用地への出店を促すため、優遇措置を展開しながら町ホームページや広報紙等を活用した効果的なPRに努め、関係部門と連携しながら推進します。

② 既存商店の活性化

- ・既存商店の活性化のため、経営相談や融資制度の充実に努め、商工会と連携しながら固定客の減少防止と新規顧客の獲得を図り、かつ、時代のニーズに対応できるよう経営の近代化を支援します。

③ 創業や新商品開発等の推進

- ・商工会と連携しながら、各種制度を活用し、創業による新規参入や新商品の開発等の支援を行います。また、創業支援の一環として、空き店舗の活用も検討します。

(4) 主な事業

- ・ぐんまDX 技術革新事業・中小企業制度融資事業・商工会関係補助事業・創業支援事業 ほか

(5) 指標

目標指標	基準値	目標値
小売業・卸売業の事業所数	83事業所 (平成28年)	90事業所 (令和6年)
小売業・卸売業の年間販売額	312億円 (平成28年)	492億円 (令和6年)
グルメガイド掲載店舗数	37店舗 (令和元年度)	40店舗 (令和6年度)

4-3 工業の振興

(1) 現状と課題

本町には、工業団地に進出している大企業と、町内に点在している中小企業があります。

景気の低迷は続いており、特に中小企業の経営状態が厳しい状況にあります。町内企業の倒産や廃業を防ぐためにも迅速かつ的確な経営指導を行う必要があるため、商工会の適切な経営指導の強

化や制度融資の迅速化に努めます。

また、工業の活性化のため、県と連携して新技術・新製品の開発、産業間の連携、企業誘致などの推進が必要になります。販路開拓の場となる企業情報交換会も継続実施が求められます。

(2) 施策の方針

- ◆ 商工会の経営指導の強化を支援します。
- ◆ 融資制度の迅速化を図ります。
- ◆ 企業集積を図り、工業の活性化に努めます。
- ◆ 新たな販路開拓につながるよう企業同士の情報交換の場の提供に努めます。

(3) 施策の概要

① 経営指導の強化

- ・ 商工会の経営指導を強化するための支援に努めます。

② 制度融資の迅速化

- ・ 企業の安定化に向けて、借りやすく迅速性のある制度融資の推進に努めます。

③ ISO認証取得の支援

- ・ 企業の経営安定化のため、ISO国際規格の認証取得を支援します。

④ 新技術・新製品開発の支援

- ・ 県との連携により、新技術・新製品の開発を行うための支援をします。

⑤ 工業の活性化

- ・ 企業集積を図りながら、産業間の連携強化を進めるとともに、地域特性を生かした企業誘致などの調査・研究を推進します。

⑥ 販路開拓・情報交換の場の提供

- ・ 企業情報交換会の実施により、参加企業同士の情報交換や新たな販路開拓につながる機会を提供します。

(4) 主な事業

- ・ 商工会関係補助事業 ・ ISO 認定取得支援事業 ・ 中小企業制度融資事業 ・ ぐんま DX 技術革新事業 ・ 企業情報交換会実施事業 ほか

(5) 指標

目標指標	基準値 (平成30年)	目標値 (令和6年)
製造業の事業所数	76事業所	79事業所
製造業の出荷額	1,954億円	2,031億円

② 課題

【工業（製造・建設業）等】

当地区の製造業は減少傾向にあったが、最近では微増となった。生産用機械や金属製品加工の他、さまざまな製造業種が点在している状況であり、地域としての特徴は見られない。

建設業について、当地区は植木の栽培が盛んであり、植木の販売から波及した、一般家庭はもとより、公共事業等の大規模な造園工事・外構工事にも着手するなど業務の内容も拡大しているが、必ずしも建設業事業者の業績拡大とはなっていない。

地域の実情を熟知した地元の小規模事業者が、地域内事業者との連携を図りつつ、連携事業者や個々の事業者自ら需要を開拓することで新たな取引先を獲得し、収益構造の転換を図ることが課題である。

【商業（小売・サービス業）等】

当地区は経営者の高齢化や後継者不足による商店数の減少及び空き店舗数の増加によって、小売業者の減少傾向が顕著となっている。また、大型商業施設（ジョイフル本田千代田店等）の進出に

よって、商業施設へ向かう消費者の購買行動は顕著であり、小規模事業者の店舗の衰退が更に進んでしまう状況となっている。

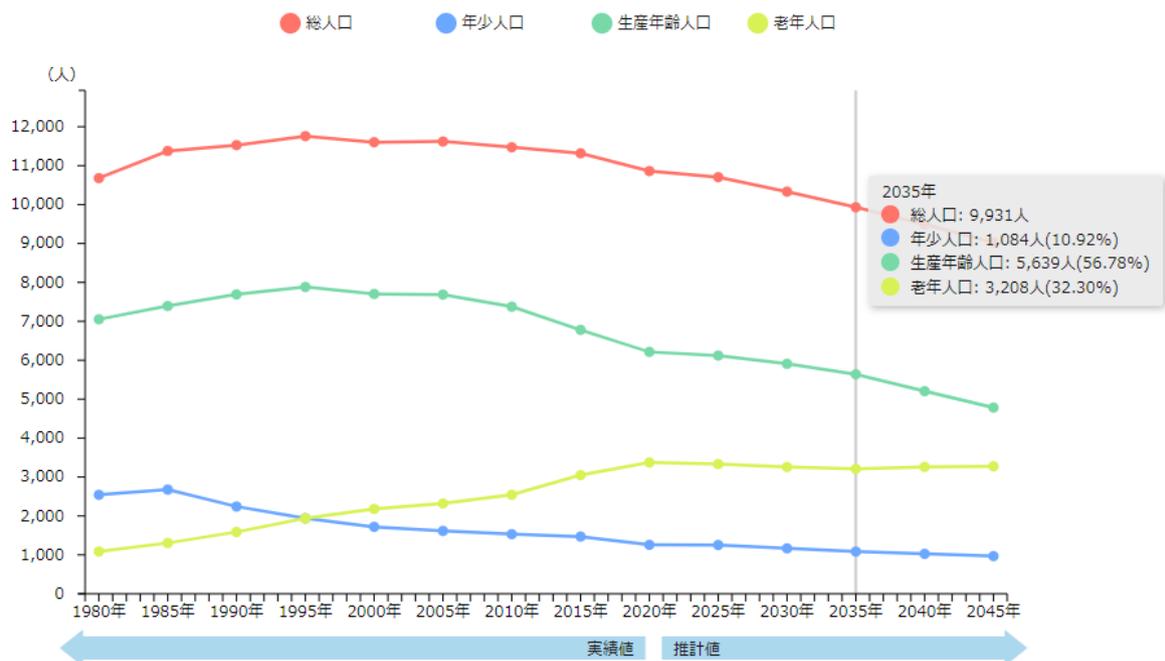
小規模事業者が「自社の商品・サービスの強みを再認識して情報を発信すること」、「新商品・新サービスを開発し新たな顧客に提案すること」等によって、販路開拓を目指すことが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

① 10年程度の期間を見据えて

<今後想定される地区内の環境変化>

RESAS（地域経済分析システム）によると、千代田町の総人口は2035年に1万人を割り9,931人、生産年齢人口は5,639人、老年人口3,208人になると予測されている。



- ・今後、地区内の市場規模は相当程度縮小することが想定される。小売業・サービス業などの商業系の小規模事業者が旧態依然とした経営スタイルを継続した場合、10年後、小規模事業者の減少が更に促進されることが予想される。
- ・総人口の減少とともに生産年齢人口が減少し続けることが想定されている。工業系の小規模事業者にとって労働力確保が困難な状況となることが考えられる。小規模事業者にとって労働生産性向上のための取組が求められることになる。
- ・グローバル化の進展による競争環境の激化、経済環境や自然環境など小規模事業者を取り巻く外部環境はさらに複雑化するものと考えられる。

<当地区内の小規模事業者のあるべき姿>

- ・顧客ニーズや需要の動向の変化に合わせた新商品・新サービスを継続的に開発している。
- ・新規事業に積極的に取り組み、新たな需要を喚起できる体制となっている。
- ・全業種において、販路開拓や生産性向上など経営の様々な局面でDX（デジタルトランスフォーメーション）に向けた意識の向上が図られている。
- ・商工会や金融機関などの支援機関が提供する情報や、補助金などの各種施策を活用しながら経営改善を図っている。
- ・事業計画に基づいてPDCAサイクルを確実に回し続けられている。

<長期的な振興のあり方>

- ・今後想定される当地区の環境変化を考慮し、小規模事業者のあるべき姿を勘案すると、新商品・

新サービスの開発支援、ビジネスモデルの転換支援、販路開拓のためのマッチング支援、自社における情報発信支援、各種情報の活用支援などを行いながら、小規模事業者数の維持と収益力向上を図ることが当地区の長期的な振興のあり方である。

②千代田町総合計画との連動性・整合性

「千代田町第六次総合計画」の「4-2 商業の振興」において、施策の方針として「商業用地への出店を促進します」「商工会と連携を図りながら、既存商店の活性化を図ります」「創業支援や新商品開発等を推進します」を掲げ、目標指標として「小売業・卸売業の事業所数」「小売業・卸売業の年間販売額」「グルメガイド掲載店舗数」を示している。

また、「4-3 工業の振興」において、施策の方針として「商工会の経営指導の強化を支援します」「融資制度の迅速化を図ります」「企業集積を図り、工業の活性化に努めます」「新たな販路開拓につながるよう企業同士の情報交換の場の提供に努めます」を掲げ、目標指標として「製造業の事業所数」「製造業の出荷額」を示している。

当発達支援計画においても、地区内の「小規模事業者の魅力づくり」を通して、「基本事業の目標指標」を達成することを考慮している。

③千代田町商工会としての役割

- ・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、知識補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。

(3) 経営発達支援計画の目標

当商工会は、上記の「(1) 当地区の現状及び課題」「(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 事業計画策定に事業者の潜在能力を盛り込む伴走支援及び策定後のフォローアップを実施することで、事業者の潜在能力を引き出し、事業の長期的継続を促し、長期的には自立（自身で考え・行動し・分析する）できることを目標に促していく。
- ② 事業承継のための事業磨き上げ支援や若手後継者支援の実施を行うことで自立的な経営強化を促していき、適切な新陳代謝を促していく。
- ③ 新規顧客・取引先開拓のために小規模事業者の魅力を引き出し、情報発信・販売促進の実施
以上の目標を掲げ、対話と傾聴を通じて、共に考えながら個々の課題解決へ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) 経営発達支援事業の内容

①事業計画策定に事業者の潜在能力を盛り込む伴走支援及び策定後のフォローアップ

小規模事業者が、継続的な発展を目指すためには、事業計画の策定が重要となる。事業計画策定においては「自社の経営状況の分析」「実現可能性の高い事業計画の策定」が必要となる。また計画策定後においては、商工会からの一方通行の指導ではなく、対話と傾聴による「定期的な進捗チェック」「問題点・課題の把握」「事業計画の修正」が必要となる。当商工会においては、経営者との対話を通じた信頼の醸成、経営者にとっての本質的課題の掘り下げを重視し、これが経営者の腹落ちに繋がり、内発的動機づけによって事業者の潜在能力を引き出す伴走支援を実施する。

長期的には事業者が自立（自身で考え・行動し・分析する）できるように意識しながら伴走支援を行っていく。

②事業承継のための事業磨き上げ（自律的な経営力強化）伴走支援や若手後継者支援の実施

当地区の高齢化率は年々上昇傾向にあり、令和3年現在の高齢化率は、40.1%となっており、同様に経営者の高齢化が顕著となっている。事業承継について何の対策も講じなかった場合、廃業によって地域内の商工業者は更に減少することが予想される。円滑な事業承継によって廃業事業者を減少させるために、魅力的な事業への磨き上げ（デジタル化によるソフトな資産の見える化）支援や若手後継者の経営力向上のための支援を実施する。

③新規顧客・取引先開拓のために小規模事業者の魅力を引き出し、情報発信・販売促進の実施

当地区内には特徴のある商品・サービスを提供する小規模事業者が数多く存在している。しかし、一方で、効果的な情報発信ができず機会損失を生じている事業者も少なからず存在している。当商工会において、そのような小規模事業者の商品・サービス・技術などの魅力を伴走支援によって引き出し、情報を蓄積・発信することにより、地区内外の新たな顧客の獲得や地区外に流失していた需要の還流を図る。

小規模事業者との対話と傾注を通じて、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

【現状】

「地域の経済動向の調査」の主な取り組みは、「経営指導員の巡回訪問」「窓口相談時の情報収集」「セミナー参加者へのアンケート」にとどまっている。

現状において、しっかりとした調査の実施ができていないことから、当地域内の経済動向が正確に把握できていない状況にある。

【課題】

今後は、経営指導員が実施する巡回・窓口相談時の個別ヒアリングの他に、国が提供するビッグデータなどの有効活用を進め、「産業別の経済状況の把握」「事業計画策定」など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地域内経営状況の公表回数	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）

当地区の事業者には、地域で稼げている産業、取扱品、サービスなど、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）を活用した経済動向分析を行い、年1回当商工会ホームページで公表する。

【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」 → 何で稼いでいるかを分析

・「まちづくりマップ・From-To分析」 → 人の動きなどを分析

・「産業構造マップ」 → 産業別の現状を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定等に反映する。

②地域内の経営状況調査

地域内の事業所の経営状況を把握し、当商工会が提供すべき支援コンテンツの選定や優先順位を適切に判断するため、経営状況調査を年1回実施し、当商工会ホームページで公表する。

【調査手法】指導員による巡回時の聞き取り調査

【調査対象】地区内小規模事業者を業種ごとに全体の割合に応じて、対象事業者合計100社を目安に実施。

【調査項目】経営状況、景況感、経営資源、経営上の問題点・課題、販売促進、事業計画策定、事業承継、減災・防災等

(4) 調査結果の活用方法

○調査した結果はホームページに掲載し、広く地域内事業者に周知する。

○調査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し、効果的な支援を実施する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の多くは、製品・サービスの開発・販売にあたり、「良い製品を開発したから売れるはず」「良い商品を仕入れたから売れるはず」といったプロダクトアウトの考え方で製品開発、商品仕入、サービス開発をしている傾向にあり、顧客ニーズに基づく製品・サービスの開発」という意識が弱かった。

当商工会においても、経営指導員等の需要動向調査に関する知識・認識が欠けており、小規模事

業者が消費者ニーズなどの需要動向を正確に把握できるような支援は行っていなかった。

【課題】

小規模事業者の売上・利益の確保を図るためには、顧客目線に立ったマーケットインの考え方が必要になる。

地域内の少子高齢化や交通の利便性向上に伴う需要動向の変化により、今までの需要とは異なるニーズが生じていることも考えられる。地域内の需要動向についての情報を収集するとともに、その情報を分析し、活用を図ることが課題となる。

(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新商品開発の 調査対象事業者数	—	年1回 5者	年1回 5者	年1回 5者	年2回 5者	年2回 5者
②展示会でのアンケート 調査支援対象事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

①新商品開発の調査

当地区の事業者对新商品開発を支援するためのアンケート調査を地域内で実施する。食料品店・飲食店が「ちよメシグルメガイド」(千代田町公式グルメガイド)への掲載を目指した商品・メニュー開発の際の試作段階のアンケート調査を地域内で実施する。

また、建設業・製造業者等が地域外に販路開拓を図る際に、どのような潜在ニーズが存在するかを把握するために展示会等でアンケート調査を実施する。

【調査手法】

(情報収集) 事業者の各店舗や事業所で来店客に対してアンケート調査票を手渡し、聞き取りによるアンケート調査を行う。

(情報分析) 調査結果は、経営指導員が取りまとめて分析を行う。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は、よろず支援拠点等の専門家に意見を聞き分析を行う。

【サンプル数】 50 件/者

【調査項目】 味、食感、見た目、量、価格、パッケージ 改良点 等

【調査結果の活用】 調査の分析結果は、担当した経営指導員が直接事業者にフィードバックし、新製品の完成に向けた改良等に活用する。

②展示会でのアンケート調査

既に製品化されている商品について更なる販路拡大に向けて、桐生信用金庫が開催する「ビジネスマッチングフェア」や中小企業基盤整備機構が主催する「中小企業総合展」において、来場するバイヤーに対してアンケート調査を実施する。

【調査手法】

(情報収集) ビジネスマッチングフェアや中小企業総合展に来場したバイヤー等に対してアンケート調査票を手渡し、聞き取りによるアンケート調査を行う。

(情報分析) 調査結果は、経営指導員が取りまとめて分析を行う。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は、よろず支援拠点等の専門家に意見を聞き分析を行う。

【サンプル数】 50 件/者

【調査項目】 製品コンセプト、製品の良い点・悪い点、価格設定、顧客ターゲット、取引条件、納期、要求精度 等

【調査結果の活用】 調査の分析結果は、担当した経営指導員が直接事業者にフィードバックし、製品の改良等に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当商工会における経営状況の分析については、マル経などの金融支援や小規模事業者持続化補助金などの各種補助金の申請書作成時において実施しており、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「経営分析」を実施しておらず、その分析手法についても理解していない事業者も多い。

【課題】

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。そのうえで、高度かつ専門的な知識を有する外部専門家等と連携し、実現可能性・実効性の高い事業計画策定に繋げていくこととする。

(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
③経営分析セミナー開催件数	—	1回	1回	1回	1回	1回
④経営分析事業者数	—	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者の発掘（経営分析セミナーの開催）

セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】 チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

②経営分析の内容

【対象者】 セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い5者を選定

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「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、安全性および成長性の分析

〈非財務分析〉 下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)	(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定・運用状況 ・商圏内人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】 事業者の状況や局面に合わせて、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。また、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）に支援を依頼する。

非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。また対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、多様な支援ツールから事業者に合わせて活用選択を行っていく。

(4) 分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者を提供し、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。
- 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

【現状】

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策定支援を行っている程度であり、受け身の対応となってしまっている。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本質的な「事業の方向性」を考慮した事業計画となっていないケースも見受けられる。

また、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。

【課題】

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、小規模事業者に事業計画策定の意義や必要性を理解してもらう仕組み作りが必要となる。

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、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せるわけでは無い。「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫し、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。

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
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
③事業計画策定事業者数	11者	15者	15者	15者	15者	15者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー・IT専門家派遣」の開催

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

【募集方法】参加者の募集は、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(ITコーディネーター・中小企業診断士など)

【参加者数】 5～10 人／回

【支援対象】 DXに積極的に取り組み、事業変革によるビジネスモデルの転換を進める事業者

【カリキュラム】・DX総論

- ・DX関連技術（クラウドサービス、AI等）
- ・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 等

【専門家派遣】 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

経営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）への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】 参加者の募集は、会員事業者に限ることなく、「当商工会HPからの情報発信」や「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】 2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）

【参加者数】 5～10人／回

【支援対象】・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・経営革新計画等含む）を目指す事業者 等

【カリキュラム】 < 1日目 > ・事業計画の意義、作成方法

- ・経営分析により把握した自社の問題点の確認
- ・「地域の経済動向調査」「需要動向調査」の結果の活用
- ・経営理念の作成方法

< 2日目 > ・環境分析（SWOT分析）の考え方

- ・クロスSWOT分析の説明
- ・経営分析&事業計画作成ワーク
- ・行動計画、数値計画の作成

③事業計画の策定支援

経営分析を行った全事業者を対象に事業計画策定を勧める。また、「DX推進セミナー」「事業計画策定セミナー」等のセミナー参加者など、事業計画策定に積極的な事業者の支援を行う。

【支援手法】 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する。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、確実に事業計画策定につなげていく。また、専門家（中小企業診断士等）による個別指導を実施し、小規模事業者の事業計画策定を支援する。

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

【現状】

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、問題が発生した時点で問題解決の支援を行っている程度であり、場当たりの対応や策定した事業計画が頓挫していてもそのままになっている状況も少なくない。

【課題】

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への取組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。

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
①フォローアップ対象事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者
②頻度（延べ回数）	—	90回	90回	90回	90回	90回
③売上増加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
④利益率1%以上増加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が訪問日やチェック項目などを記載した独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した事業計画が確実に実効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、事業計画策15者のうち、5者は毎月1回、5者は四半期に一度、他の5者については年2回の訪問とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、計画と進捗にズレが生じた場合や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、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、必要に応じて専門家を派遣し、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

【現状】

地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組みが進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

展示会・商談会出展や企業PR動画等のプロモーション支援は行っているが、一定の効果は認められるものの、新たな需要の開拓として十分な成果を得られているとは言えない。

【課題】

展示会・商談会出展や企業PR動画等のプロモーション支援の事前・事後のフォローが不十分であったため、他のツールとの複合的な組み合わせによって改善する必要がある。

今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

群馬県内や首都圏で開催される既存の展示会・商談会への出展を積極的に支援する。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ともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細やかな伴走支援を行う。また、当商工会HPにおいて、小規模事業者の事業情報を掲載することで、新たな需要開拓を促進させる。

D X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サイトの利用など、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県内外展示会出展支援事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
②県内商談会参加支援事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③SNS活用事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%
④ECサイト利用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2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	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率/者	—	1%	1%	1%	1%	1%

(4) 事業内容

①彩の国ビジネスアリーナ出展事業 (BtoB)

商工会が「彩の国ビジネスアリーナ」において事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

「彩の国ビジネスアリーナ」は年に1回2日間にわたり、埼玉県及び首都圏からのべ6,000名が来場する恒例イベントで、400程度の展示ブースがある。また、小売業・サービス業に対しては、高崎市にあるGメッセぐんまで開催される展示会への出展を呼びかける。Gメッセで開催される展示会に出展することにより、群馬県内の新規顧客開拓に繋げていくのはもとより、都心からの新規顧客の獲得も狙える。

「Gメッセ群馬」は東京ビッグサイトとほぼ同規模の施設であり、アフターコロナ期においては、かなりの数の商談会・展示会が開催されることが見込まれる。

②「Gメッセ群馬」で開催される商談会出展事業 (BtoC)

群馬県高崎市にある大型コンベンションセンター「Gメッセ群馬」で開催される商談会に、小売業・サービス業から2社を選定し参加させる。参加させるだけでなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。「Gメッセ群馬」への出展を第一とするが、百貨店や道の駅での出展も検討の選択肢とする。

「Gメッセ群馬」は東京ビッグサイトとほぼ同規模の施設であり、アフターコロナ期においては、かなりの数の商談会・展示会が開催されることが見込まれる。

③ SNS活用

小売・サービス業の多くが区内で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、専門知識を必要とせず取り組みやすいSNS（Facebook/Instagram/Twitter など）を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

④ ECサイト利用（BtoC）

比較的運用コストが抑えられ容易に開始出来る Yahoo!ショッピング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。

⑤ 自社HPの開設支援

自社HPのない小規模事業者が多く、情報発信力が不十分である。そのような事業者に対して、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動画の作成を支援することで、来店客数増加、取引先拡大、売上増加を達成する。（BtoC）

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

毎年開催される総会において事業報告を行なっているのみである。また、総会出席者は、商工会役職員及び一般会員であり、外部から評価を受ける状況にない。そのため、各事業内容の評価及び検証するまでには至っておらず、その後の事業実施方針等への十分な反映はみられない。

【課題】

今後は、事業を客観的に評価し見直すことが不可欠であり、定期的に事業の評価及び見直し等（PDCA）を行うための仕組みを構築する必要がある。

(2) 事業内容

当会の理事会と併設して、千代田町産業観光課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「協議会」を半期（年2回）ごとに開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。事業計画策定事業者数やフォローアップ事業者数や展示会出展支援事業者数等を公表し、その数値を基に客観的な評価をいただく。

当該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、HP（年2回）及び総会議案書を郵送等で配布することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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】

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。

【課題】

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

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び群馬県商工会連合会主催の各種セミナーに対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

当商工会では、年2回開催される「検討委員会（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。

【DX推進に向けたセミナー】

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

【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。

【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。

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員がチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

職員によるミーティングを開催し進捗状況を共有する。経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回、年間12回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

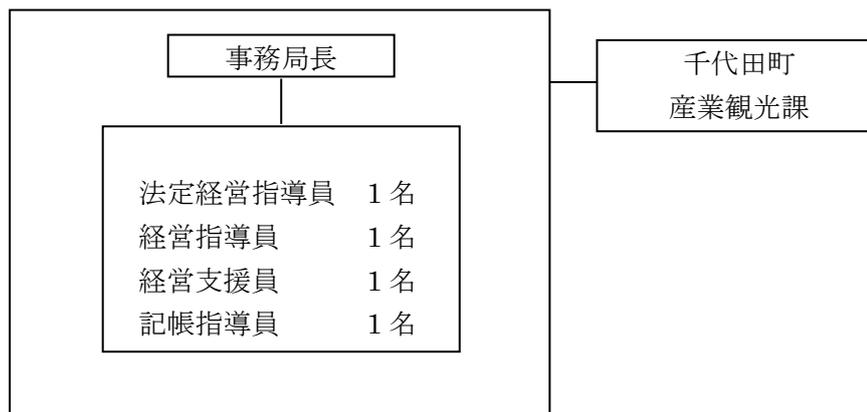
(別表2)

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)



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

① 法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名： 柳田拓良

■連絡先： 千代田町商工会 TEL 0276-86-3207

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

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

① 商工会/商工会議所

〒370-0503 群馬県邑楽郡千代田町赤岩 1127-1

千代田町商工会

TEL : 0276-86-3207 / FAX : 0276-86-5220

E-mail : gccis@watasi.or.jp

② 関係市町村

〒370-0598 群馬県邑楽郡千代田町赤岩 1895-1

千代田町 産業観光課

TEL : 0276-86-7005 / FAX : 0276-86-4361

E-mail : syoukou@town.chiyoda.gunma.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	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	800	800	800	800	800
・事業計画策定支援に関する事業	800	800	800	800	800
・事業計画策定後の実施支援に関する事業	800	800	800	800	800
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	800	800	800	800	800
・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	500	500	500	500	500
・経営指導員等の資質向上等に関する事業	500	500	500	500	500

(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。

