

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大泉町商工会（法人番号 9070005005921） 大泉町（地方公共団体コード 105244）
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 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 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	大泉町商工会 〒370-0523 群馬県 邑楽郡大泉町 吉田 2467 番地 TEL:0276-62-4334 FAX:0276-62-3619 e-mail:oizumi-info@gos.or.jp 大泉町 住民経済部 経済振興課 〒370-0595 群馬県 邑楽郡大泉町日の出 55 番 1 号 TEL:0276-63-3111 FAX:0276-63-3921 e-mail:keizai@town.oizumi.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) 当地域の現状及び課題

①現状

【立地】

当商工会は群馬県大泉町全域を管轄している。大泉町は、昭和 32 年 3 月、小泉町と大川村が合併して誕生した。群馬県の東南に位置し、地形は平坦で、南は利根川を挟んで埼玉県熊谷市に隣接している。面積は 18.03 平方km で、群馬県で一番小さな町であるが、北関東でも屈指の製造品出荷額を誇る一方、いずみ緑道などの公園や街路などの都市施設整備を積極的に進め、美しい都市景観を持つ町となっている。1990 年の出入国管理法の改正によってブラジル、ペルー等の日系人が日本国内で自由に働けるようになったため、人手不足から町では日系人を積極的に誘致し、これら外国人の住民登録者が 7910 人、全人口の約 18.98% (2022 年 5 月末現在) を占めるようになった。



【人口】

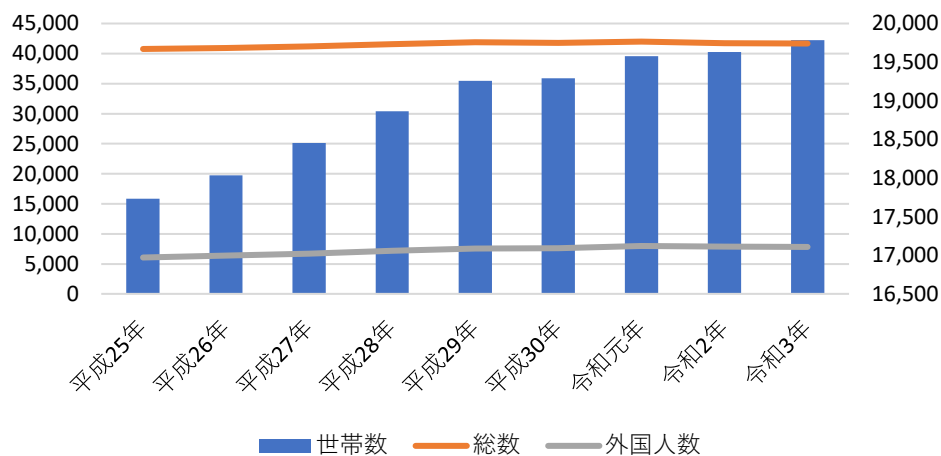
当町の人口は、41,668 人 (2022 年 5 月末現在) で、群馬県内では最も人口の多い町である。(次いで多いのは佐波郡玉村町) また、人口密度は北関東 3 県 (茨城県、栃木県、群馬県) の市町村の中で最も高く、関東地方の町の中では 6 番目に高い (2021 年 4 月 1 日現在)。人口推移については、総数・外国人数ともにほぼ横ばいで推移している。一方、世帯数については増加傾向となっている。

人口・世帯数の推移

	世帯数	人口			
		総数	男	女	外国人
令和 3 年	19,784	41,658	21,670	19,988	7,834
令和 2 年	19,632	41,718	21,792	19,926	7,860
令和元年	19,578	41,987	21,944	20,043	7,977
平成 30 年	19,293	41,785	21,833	19,952	7,623
平成 29 年	19,259	41,876	21,891	19,985	7,585
平成 28 年	18,864	41,568	21,733	19,835	7,180
平成 27 年	18,453	41,226	21,505	19,721	6,717
平成 26 年	18,036	40,931	21,257	19,674	6,377
平成 25 年	17,732	40,759	21,083	19,676	6,050

※出典：大泉町ホームページ 大泉町の人口・世帯 (年別)

人口・世帯数推移



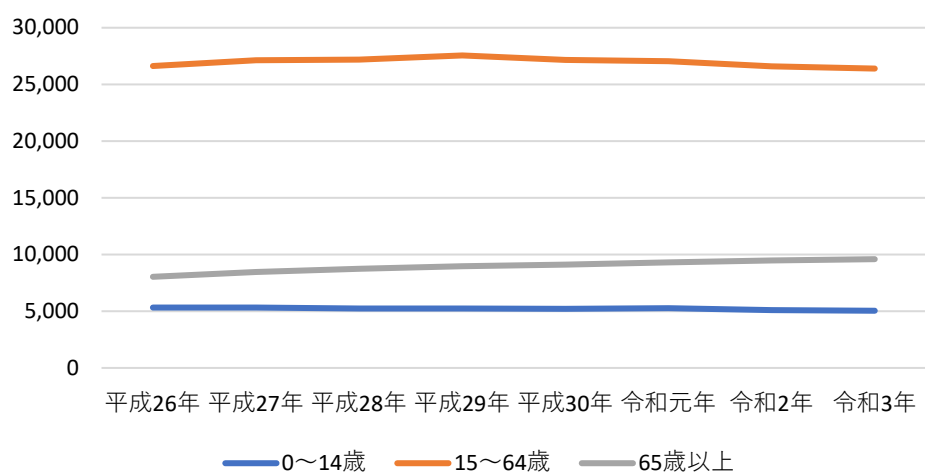
年齢別人口の推移については、年少人口(0～14歳)・生産年齢人口(15～64歳)はともに減少傾向となっている。その一方、老年人口(65歳以上)は増加傾向となっており、令和3年における65歳以上の人口に占める割合は、23.4%となっている。

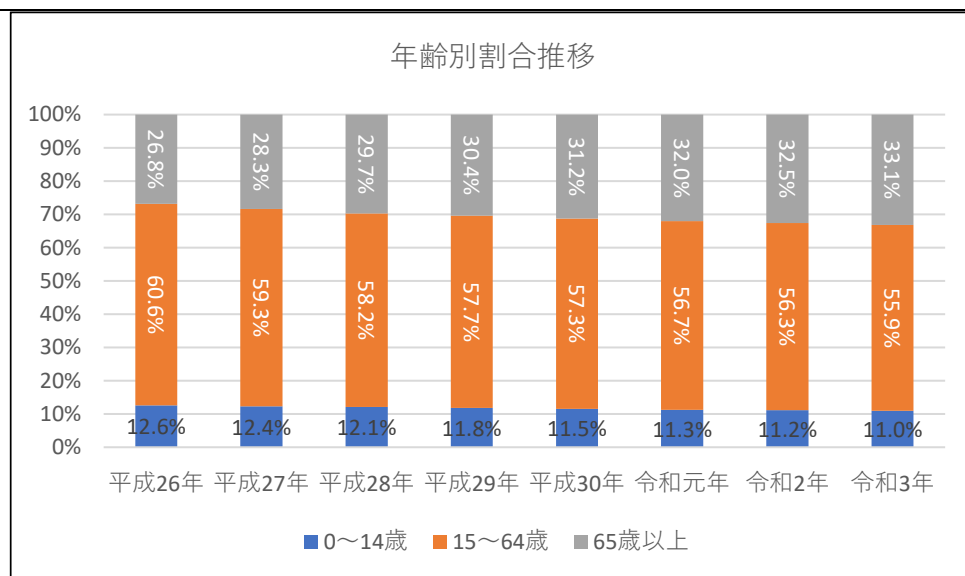
年齢別人口の推移

	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
0～14歳	5,330	5,310	5,245	5,220	5,206	5,246	5,097	5,032
(割合)	13.3	13.0	12.7	12.5	12.6	12.6	12.4	12.3
15～64歳	26,610	27,138	27,193	27,559	27,145	27,034	26,575	26,395
(割合)	66.6	66.3	66.1	66.0	65.5	65.0	64.6	64.4
65歳以上	8,035	8,456	8,731	8,954	9,114	9,286	9,464	9,588
(割合)	20.1	20.7	21.2	21.5	22.0	22.3	23.0	23.4

※出典：群馬県統計情報提供サービス

年齢別人口推移





【産業】

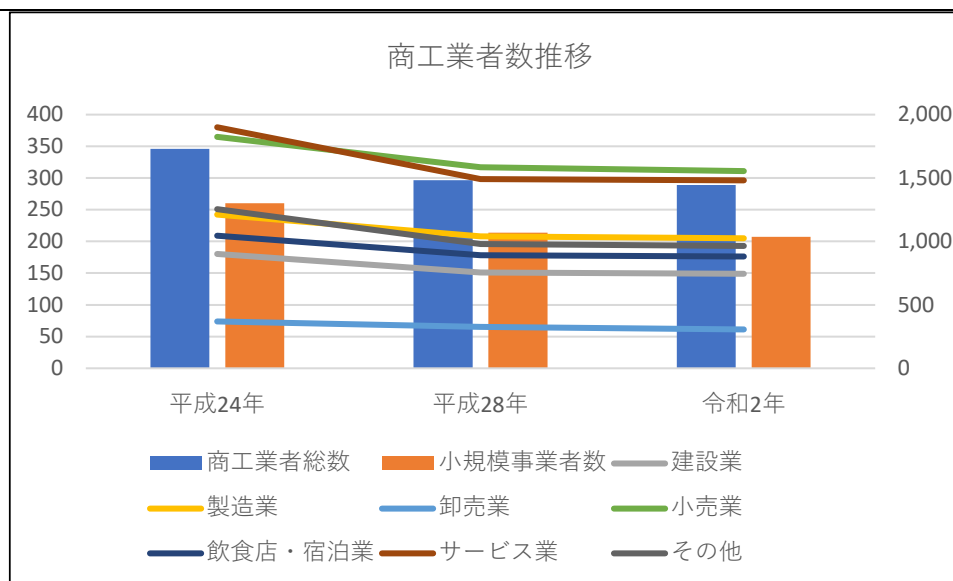
当地区の商工業者数は、平成 24 年において 1,730 者であった。また、小規模事業者数は 1,301 者であり全体の 75.2%を占めていた。令和 2 年における商工業者数・小規模事業者数はそれぞれ 1,445 者・1,036 者となっており、ともに減少している。また、令和 2 年における小規模事業者の割合は 71.7%であり、小規模事業者の占める割合は低減している。

令和 2 年の業種別の事業者数は、すべての業種において減少傾向となっている。特にサービス業は平成 24 年と比較し 22.1%の減少率となっており、厳しい状況に置かれている。

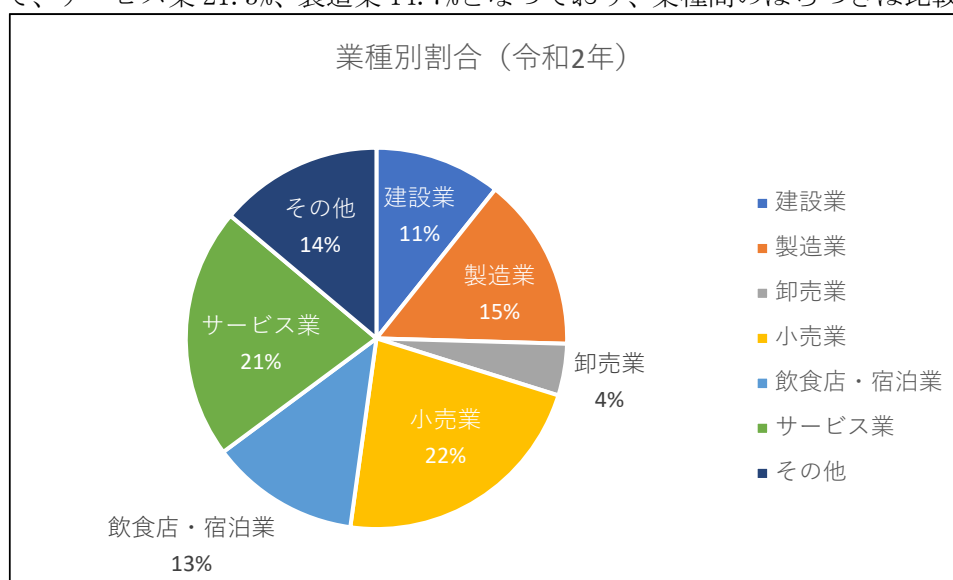
商工業者・小規模事業者・業種別事業者数の推移

	平成 24 年	平成 28 年	令和 2 年
商工業者総数	1,730	1,482	1,445
小規模事業者数	1,301	1,070	1,036
建設業	180	151	149
製造業	242	208	205
卸売業	74	65	61
小売業	365	317	311
飲食店・宿泊業	209	178	176
サービス業	380	298	296
その他	251	196	193

※出典：経済センサス



令和2年における当地区の業種別事業者数の割合は、小売業が最も高く全体の22.4%を占めている。次いで、サービス業21.3%、製造業14.7%となっており、業種間のばらつきは比較的小さい。



【交通】

鉄道は、東武小泉線が走っており、「東小泉駅」「小泉町駅」「西小泉駅」の3駅が町内にある。道路は、町北部を国道354号が東西に走っている。また、最寄りのインターチェンジは北方の北関東自動車道・太田桐生IC、東方には東北自動車道・館林ICがある。

【観光資源】

西小泉駅南側の「ハナミズキ通り」は日本の道100選に、「いずみ緑道花と芸術の散歩道」は新日本歩く道紀行（文化の道）100選に選ばれ、観光スポットの名所となっている。町内の特色として、外国人居住比率が約19%と全国でも高い比率の本町は、町を歩けばあちこちにポルトガル語の看板が目に入り、日本文化と外国文化が融合した独特の雰囲気を持っている。

【特産品】

当町では、山芋・米・小麦・白菜などの作物が生産されている。かつては、ブラジルと関連した特産品づくりとしてシモン芋（ブラジル原産の白いサツマイモで栄養価が高く、原産地では民間

薬として使用)の商品開発を進めていた時期もあったが、これをビジネスチャンスとして販路開拓に結び付けることができず、今日に至っている。

【大泉町みらい創造羅針盤～大泉町総合計画 2019～ 第二期実施計画（2022 年度～2025 年度）から引用】

「大泉町みらい創造羅針盤」の「第二期実施計画」「Ⅰ 産業振興」において、以下の方針が示されている。

「1 工業の振興」

○現状と課題

工業の更なる発展に向けて、町内企業が安定的な経営基盤を維持していくとともに、更に成長していけるよう、町の制度融資による資金調達や設備導入への支援を行うほか、国や県の支援制度の利用を促進しています。

今後も本町の工業が継続的に発展していくためには、企業による円滑な資金繰りや経営の効率化・高度化が図られるとともに、時代の変化に対応した新たなビジネスモデルが構築されていくことが重要です。

引き続き、町内企業に対し、制度融資の利用や設備導入を促進していくほか、官民ともにDX（デジタル・トランスフォーメーション）【※1】を積極的に推進していく中で、関係機関等とも連携しながら新たな支援策についても検討していく必要があります。

○施策の基本方針

社会経済情勢を踏まえた支援を行っていくために、企業からの更なる情報収集に努めるとともに、各種融資・支援制度の周知や利用促進を図っていきます。

また、企業が時代の変化に対応しながら経営力や競争力を強化していけるよう、関係機関等とも連携しながら、DXの推進や新規事業分野への展開などを支援していきます。

○主な取り組み内容

- ・企業訪問などを通じた各種支援制度の周知及び活用促進
- ・制度融資の継続実施
- ・企業による生産能力の拡大や合理化・省力化などに向けた設備導入に対する支援
- ・中小企業の競争力や経営基盤の強化に対する支援
- ・関係機関等との連携による経営等に関する相談の実施
- ・県との連携による新技術や新製品開発に対する支援
- ・工業振興に係る新たなニーズの把握と支援策の調査研究

○KGI（重要目標達成指標）

	2020 年度 基準値	2025 年度 目標値
工業の振興について満足している人の割合	20.4%	21.5%

○KPI（重要業績評価指標）

	2020 年度 基準値	2025 年度 目標値
生産能力の拡大等に向けた設備導入に対する支援件数	21 件	26 件
災害対応力向上に向けた取り組みに対する支援件数	-	15 件
新技術や新製品開発に対する支援件数	0 件	2 件

「2 商業の振興」

○現状と課題

商業の振興については、新型コロナウイルス感染症の影響を受けている店舗等への営業継続に向けた支援をしているほか、店舗のリニューアルや空き店舗の有効活用を促進し、商店街の魅力を高めていくことで、商業全体の活性化を図っています。

新型コロナウイルス感染症の影響が残っていくことへの懸念のほか、店舗の老朽化や後継者不足などの問題が深刻化している中、これまでの取り組みに加え、今後のニーズを踏まえた新たな支援策についても検討しながら本町における商業活動を支えていく必要があります。

○施策の基本方針

商業全体の活性化を図るため、魅力ある商店街の形成に向け、引き続き、空き店舗の有効活用のほか、商店街の環境整備に向けた活動に対して支援をしていきます。

また、関係機関等と連携し、事業者の経営改善に向けた取り組みを促進するとともに、多様なニーズに対応した支援策を検討していきます。

○主な取り組み内容

- ・ 空き店舗での創業や既存店舗の改装に対する支援
- ・ 商店街などの街路灯の電気料金や改修工事費用に対する補助
- ・ 関係機関等との連携による経営等に関する相談の実施
- ・ 商工会などが行う商業振興活動に対する支援
- ・ 町内事業者の活性化に向けた支援
- ・ 商業振興に係る新たなニーズの把握と支援策の調査研究

○KGI（重要目標達成指標）

	2020 年度 基準値	2025 年度 目標値
商業の振興について満足している人の割合	26.5%	33.4%

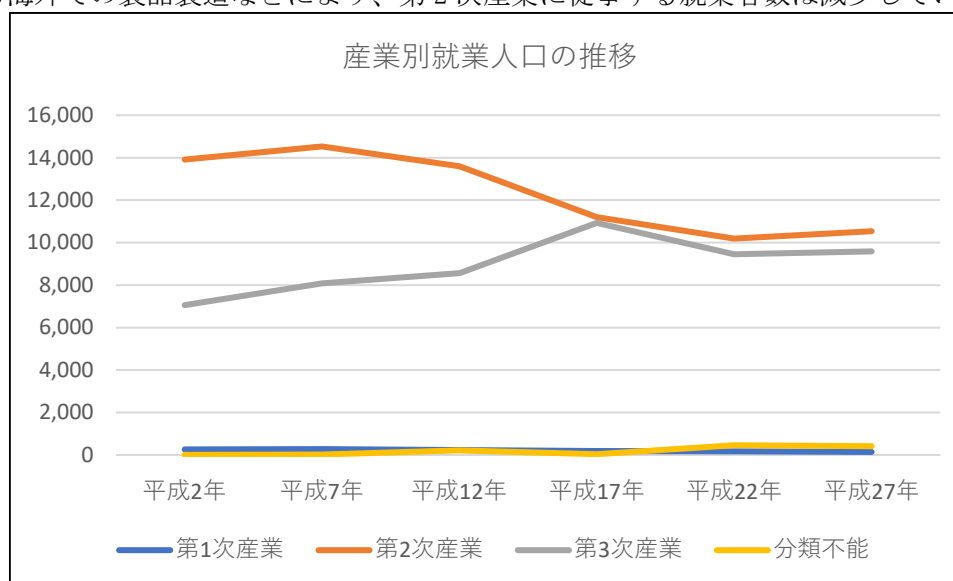
○KPI（重要業績評価指標）

	2020 年度 基準値	2025 年度 目標値
空き店舗の活用に対する支援件数	-	4 件
既存店舗の改装に対する支援件数	2 件	8 件
事業者の経営に関する支援件数	1,853 件	2,040 件

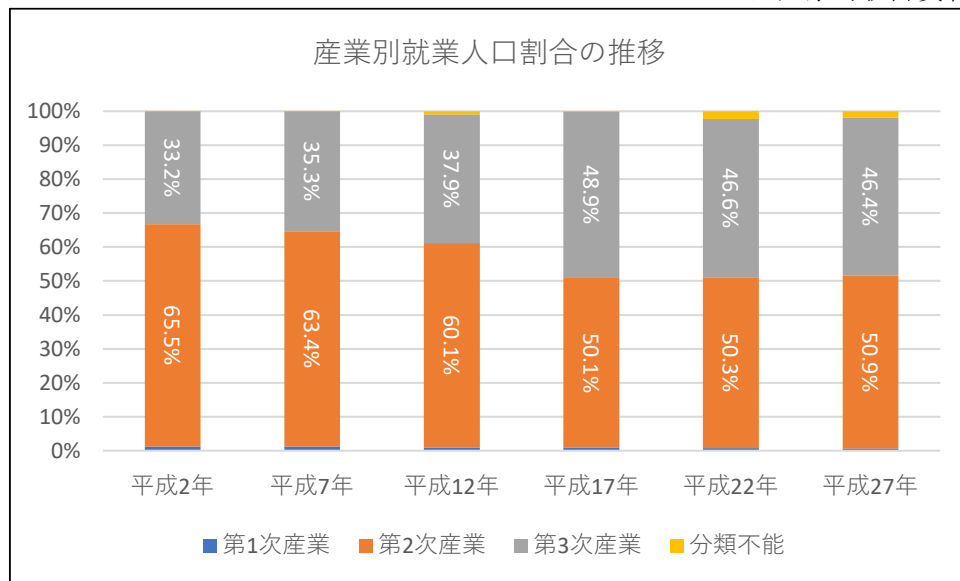
②課題

【現在の状況】

当地区は、第二次世界大戦前には中島飛行機の工場があり、戦後は三洋電機（現パナソニック）や富士重工業（現 SUBARU）の工場となるなど、工業を中心に発展してきたが、近年のグローバル化による海外での製品製造などにより、第2次産業に従事する就業者数は減少している。

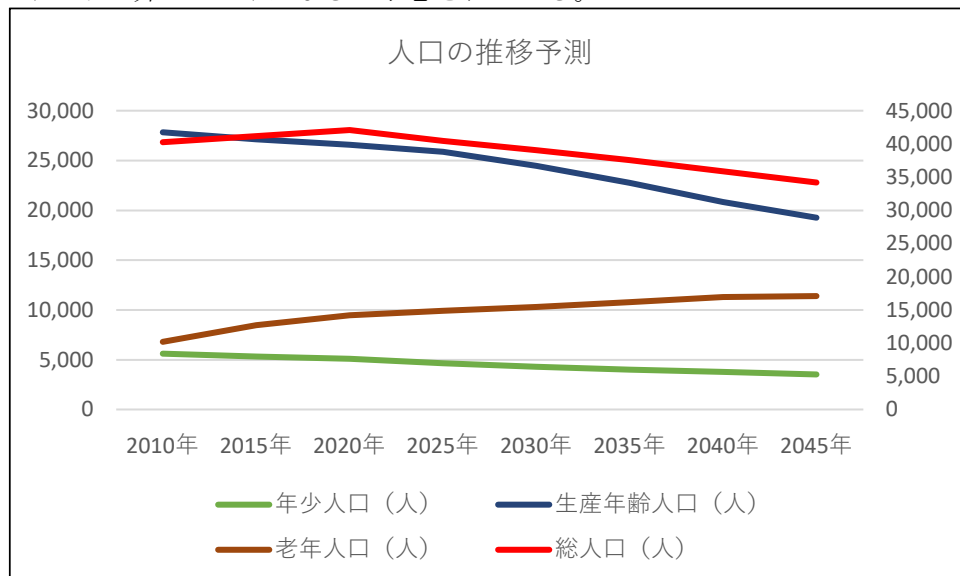


※大泉町統計資料



※大泉町統計資料

また、今後は、人口減少が進み、2045年には総人口 34,182 人、年少人口 3,528 人、生産年齢人口 19,265 人、老年人口 11,389 人と予想されている。老年人口の占める割合は、令和 3 年の 23.4% から 10 ポイント上昇し 33.3%になると予想されている。



※RESAS 人口推計

上記の要因などから、「取引先の縮小」「地区内の購買力低下」「後継者問題」などが全業種に共通する課題となっている。

【産業別の状況と課題】

○工業（製造業・建設業）

- ・製造業においては、元請企業の製造工場の海外移転、安価な海外部品の増加などにより、事業者数は減少傾向となっている。当地区内の製造業者の多くは、大手メーカーの 2 次・3 次下請けとして事業を営んでおり、取引先からの受注減少に直面している事業者も少なくない。一方、そのような事業者の中には、独自の技術を持つ小規模事業者もあるが、販路開拓のノウハウ

ウ不足や非効率な生産体制などにより、チャンス逃してしまっている事業者も存在する。

- ・建設業においても、事業者数は減少傾向となっている。群馬県内における新設住宅着工戸数は平成2年度の31,693戸をピークに減少傾向となり、令和2年度においては9,988戸であった。大泉町においても令和2年の新設住宅着工件数は247件にとどまっており、厳しい状況となっている。また、事業主の高齢化が進んでおり、その一方後継者が決まっていなかった事業者も多く事業承継に課題を抱えている。
- ・製造業・建設業ともに、生産体制・工程管理・顧客管理などがデジタル化されておらず非効率となっている事業者も多い。
- ・上記を勘案した課題として、「新たな取引先の獲得」「生産性の向上」「DXへの積極的な取組」「後継者の育成」などが上げられる。

○商業（小売業・飲食業・サービス業）

- ・当地区における小売業者は事業者数が減少しており厳しい状況となっている。その理由は、東毛広域幹線道路の開通による市街地中心部の交通量の減少や近隣市町の大型商業施設の地域間競争も激化していることによる集客力の低下などである。また、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も増えている。
- ・サービス業の業種は「理美容業」「自動車整備業」などの地域住民に密着したサービスを提供する業種が多い。独自のサービスを提供している事業者もいる一方で旧態依然のサービスを継続している事業者も多く2極化が進んでいる。
- ・飲食業においては、ほとんどの店舗が地区内の住民を顧客ターゲットとしており、地区内の人口減少による影響を大きく受けている。また、新型コロナウイルスの影響により、売上減少に陥っている事業者も多い。
- ・また、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、今後のDXに対応できない状態となっている。
- ・上記を勘案した課題として、「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。

（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

当商工会は、平成30年度から経営発達支援計画に基づき小規模事業者への伴走型支援を実施してきた。大泉町の住民の利便性や地域経済を支えている小規模事業者を、今後も継続的に支援していくことに変わりはない。また、小規模事業者が持続的に発展していくためには、自社の「強み」を十分に活かし、「顧客ニーズ・市場の動向」に対応した付加価値の高い事業者となる必要がある。また、それを実現するための経営計画の作成も必要となる。当商工会においても事業計画作成を通じて、自社の体制（マネジメント・組織など）の見直しを図る事業者を支援してきた。

当地区は、人口減少やそれにとともなう高齢化・生産年齢人口の減少により地域の活力が失われる事態に直面している。また小規模事業者においては、「製造現場の海外移転」「大手販売店の進出」「ネット販売の拡大」などの厳しい環境変化にさらされている。また、事業主の高齢化による事業承継についての課題も抱えている。

今後10年程度の期間においては、小規模事業者が継続的に発展し続けるために克服すべき様々な経営課題に対し、「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・需要開拓など事業者に寄り添った経営支援を実施することが求められている。

②「大泉町みらい創造羅針盤～大泉町総合計画2019～ 第二期実施計画」との連動性・整合性

「1 工業の振興」との整合性

「大泉町みらい創造羅針盤 第二期実施計画」の「1 工業の振興」の「現状と課題」において、「官民ともにDX（デジタル・トランスフォーメーション）を積極的に推進していく」、「施策の基本方針」において、「企業が時代の変化に対応しながら経営力や競争力を強化していけるよう、

関係機関等とも連携しながら、D Xの推進や新規事業分野への展開などを支援していきます」、
「主な取り組み内容」において「中小企業の競争力や経営基盤の強化に対する支援」「関係機関等との連携による経営等に関する相談の実施」などが記載されている。
また、「2 商業の振興」の「施策の基本方針」において「関係機関等と連携し、事業者の経営改善に向けた取り組みを促進するとともに、多様なニーズに対応した支援策を検討していきます」、
「主な取り組み内容」において「関係機関等との連携による経営等に関する相談の実施」「商工会などが行う商業振興活動に対する支援」「町内事業者の活性化に向けた支援」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「D Xの推進や新規事業分野への展開」「経営等に関する相談の実施」「関係機関等と連携」「活性化に向けた支援」を進めることを考慮している。

③大泉町商工会としての役割

上記に記載した通り、地区内の小規模事業者を取り巻く環境は一段と厳しさを増している。また、人的・資金的に経営資源が限られる小規模事業者が自社のみで事業を継続・発展させていくことは難しい状況となっており、当商工会の役割はますます大きくなるものと考えられる。そのうえで、当商工会の果たす役割は、小規模事業者の事業継続と安定した経営の為に、経営指導員を中心に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。具体的には下記の通りである。

- ・当地区内の小規模事業者に影響を与え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提供し、新商品・新サービスの開発に役立てる。
- ・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。
- ・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。
- ・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) 経営発達支援事業の目標

「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。

- 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
- 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り組みへ繋げる

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

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。

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

「ビジネスモデルの転換に取り組む事業者」「後継者が事業変革に取り組む事業者」「事業再構築に取り組む事業者」など、やる気のある事業者について、指導員が支援するとともに、積極的に専門家派遣を実施し、事業計画策定・店舗改装・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。そのため、集積される情報や内容に偏りが見られ、また分析もほとんど行っていない。

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の活用など、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

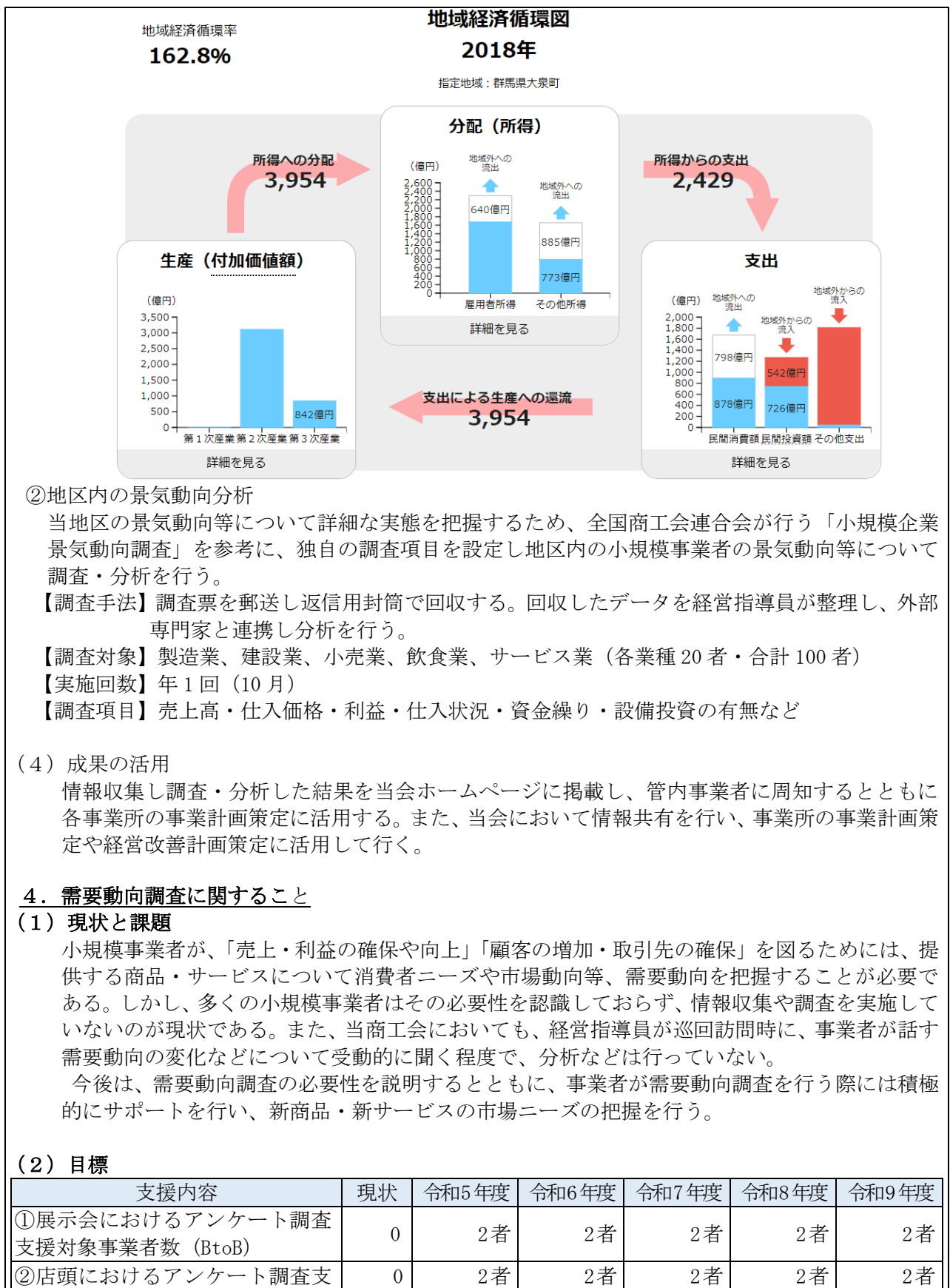
①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

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）を活用や独自のアンケート調査の実施などにより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。



援助対象事業者数（BtoC）						
（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金属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 80 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興味のある商品 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 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店頭におけるアンケート調査（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。また、当商工会においても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、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。また、「経営状況の分析の必要性」「事業者の経営分析が当商工会で行うことができる」などを積極的に周知していない。

以上のような現状を勘案すると、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」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げることが重要となる。

(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	-	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

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策定支援を行っている。策定支援を実施した事業者の中には自社の経営分析を行い事業の変革を図る事業者も少ないながら存在した。しかし、ほとんどの事業計画は「申請用の事業計画」となっており、事業者の「事業の方向性」を考慮した具体的で実効性の高い事業計画が作成されていない。

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、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

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。

（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	1	1	2	2
事業計画策定セミナー参加者人数	-	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	-	13	13	14	16	18

(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	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、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	-	13	13	14	16	18
頻度（延べ回数）	-	52	52	56	64	72
売上増加事業者数	-	3	3	4	5	6
利益率1%以上増加事業者数	-	1	1	1	2	2

※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

当地区内の小規模事業者の多くは、地区内の人口・世帯数の減少や高齢化による需要の減少を実感している。また、大型店舗（ベイシア大泉店・ウエルシア大泉町中央店・カインズ大泉店など）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に置かれている。

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圈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)	-	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 活用事業者	-	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%
④自社 HP の開設支援	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%
⑤商工会 HP による情報発信						
新規掲載事業者数	-	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、独自の技術で製品を開発している金属加工メーカー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。

<群馬県内>

○群馬ものづくりフェア (B to B)

群馬県内外のものづくり企業が参加し、各社の独自技術・製品の提案を行う展示商談会である。令和3年8月に開催された展示商談会には、県内企業：148社（166ブース）、県外企業：40社（44ブース）が出展した。

○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」(B to B)

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。出展事業者数は25社程度の規模である。

<群馬県外>

○ギフトショー (B to B・B to C)

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 (B to B・B to C)

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

当商工会役員・大泉町住民経済部経済振興課・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）により構成された報告会（年1回開催）を年度末に開催し、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。

報告会において、その内容を検討し、成果の評価・見直し方針を検討し、見直し案の提示を行う。

報告会において作成された評価・見直し案については、当商工会理事会へ報告し承認を受ける。事業の成果・見直しの結果については、その内容を「商工会 HP」において年1回公表する。

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。

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（（太田市新田商工会・板倉町商工会・明和町商工会・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 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「産業フェスティバル（11 月）」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、大泉町・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大泉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「大泉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「大泉地区地域活性化検討会」を年 1 回開催する。当検討会は、大泉町・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「産業フェスティバル」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

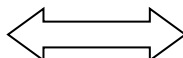
経営発達支援事業の実施体制

(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・一般職員が担当する。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。

大泉町商工会	
会長	1 名
副会長	2 名
理事	23 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
再雇用経営指導員	1 名
経営支援員	1 名
再雇用経営支援員	1 名
一般職員	1 名



大泉町 住民経済部経済振興課

(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：近藤 慶典

■連絡先：大泉町商工会 TEL 0276-62-4334

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

〒370-0523

群馬県邑楽郡大泉町吉田 2 4 6 7

大泉町商工会

TEL：0276-62-4334 FAX：0276-62-3619

E-mail: oizumi-info@gos.or.jp

②関係市町村

〒370-0595

群馬県邑楽郡大泉町日の出 55 番 1 号

大泉町 住民経済部経済振興課

TEL：0276-63-3111 FAX：0276-63-3921

E-mail: keizai@town.oizumi.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	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
・ 地域の経済動向調査に関する事業	200	200	200	200	200
・ 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	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	500	500	500	500	500
・ 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	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
連携者及びその役割
連携体制図等