

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	伊勢崎商工会議所（法人番号 9070005004213） 伊勢崎市（地方公共団体コード 102041）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	目標①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現 目標②小規模事業者の事業計画策定支援とフォローアップ 目標③DXによる業務効率化や販路開拓を支援することによる労働生産性の向上 目標④上記の目標を実現するため、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	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 「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。 4. 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①展示会におけるアンケート調査（BtoB）②店頭におけるアンケート調査（BtoC）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。 5. 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。 6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定に役立つセミナー（DX推進セミナー・事業計画策定セミナー・創業セミナーなど）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。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後に生じた問題点・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。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 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	【伊勢崎商工会議所】 住所 〒372-0014 群馬県伊勢崎市昭和町 3919 TEL：0270-24-2211 FAX：0270-24-4362 E-mail：info@isesaki-cci.or.jp 【伊勢崎市 産業経済部商工労働課】 住所 〒372-8501 群馬県伊勢崎市今泉町二丁目 410 番地 TEL：0270-24-5111 FAX：0270-23-9800 E-mail：shoukou@city.isesaki.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】

当商工会議所が立地する伊勢崎市は、平成 17 年に旧伊勢崎市、佐波郡赤堀町、東村、境町の 1 市 2 町 1 村が新設合併し、新たに伊勢崎市となった。当商工会議所が管轄する地区は旧伊勢崎市地区である。伊勢崎市は、関東平野の北西、群馬県の南東部に位置し、首都から 100 km 圏内にあり、県庁所在地の前橋市に隣接している。西部は佐波郡玉村町、南部は利根川を隔てて埼玉県本庄市、深谷市に県境を接し、北部には桐生市、東部はみどり市と太田市が隣接している。また、南西から北西にかけて妙義、浅間、榛名の山々、北に赤城の秀峰、谷川連峰、足尾連山、日光男体山などが望見できる。

気候は、太平洋岸気候で、平均気温は約 15 度、年間降水量は 1000 mm 程度である。夏は高温多湿で、猛暑となる日が多く、雷の発生も多い。冬は乾燥した晴天が多く、特有の「からっ風」が吹き付ける。長期的には真夏日が増加する一方、冬日は減少している。

歴史的には、古代においては、豪族の屋敷を模した家形埴輪が出土した茶臼古墳をはじめとして古墳があり、早くから力のある豪族が現れ、組織化された社会が営まれていたことが伺える。土地は火山灰地で水はけがよく、桑の成長に適していたため古くから養蚕が盛んであった。江戸時代には太織（やや厚みのある平織の絹織物）の産地として知られ、明治以降には「伊勢崎銘仙」として全国的に有名になり、織物のまちとして発展した。近年は利便性に優れた幹線道路網を活かして、製造業や大規模商業施設の進出が進み、商工業が盛んな産業地域となっている。

【人口】

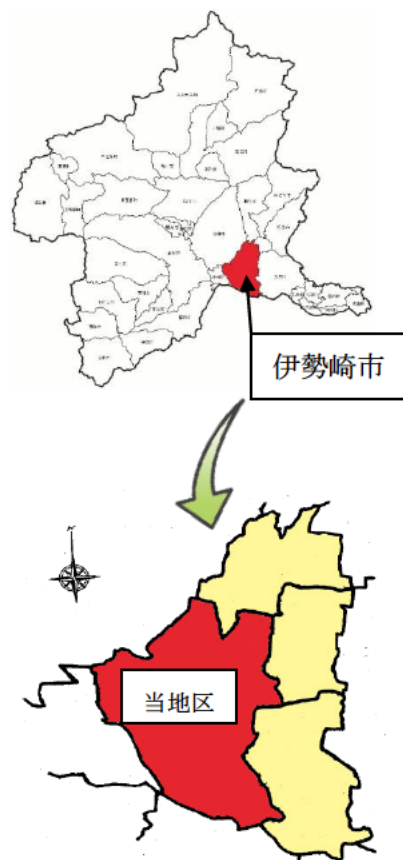
当市の令和 3 年の人口は 212,946 人となっており、平成 26 年と比較すると 1.0%の微増となった。当地区（旧伊勢崎）においては、令和 3 年の人口は 132,587 人、世帯数は 59,392 世帯となっており、平成 26 年と比較すると、人口は 0.4%の微減、世帯数は 9.1%の増加となっている。

当地区の人口・世帯数の推移

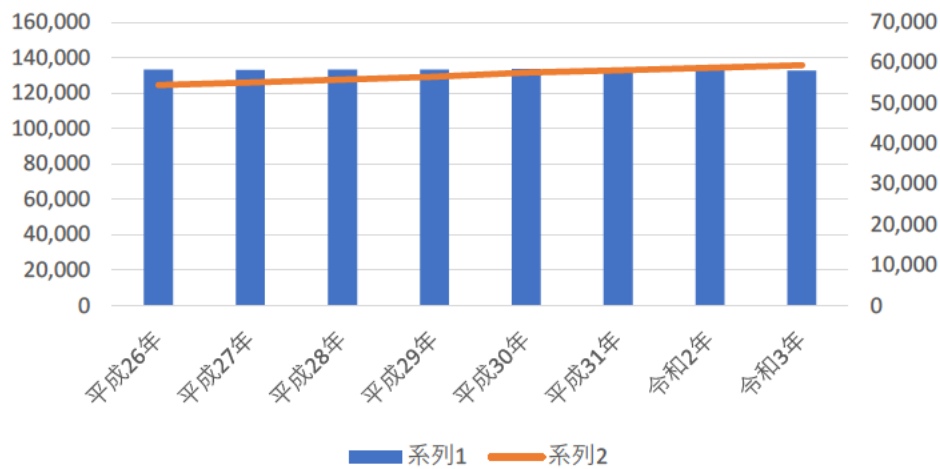
(単位：人・数)

		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
旧伊勢崎	人口	133,154	133,073	133,211	133,222	133,637	133,216	133,009	132,587
	世帯数	54,429	55,127	55,788	56,510	57,545	58,095	58,736	59,392
赤堀	人口	22,683	23,001	23,142	23,191	23,471	23,693	23,750	23,917
	世帯数	8,053	8,340	8,519	8,705	8,983	9,263	9,420	9,648
あずま	人口	25,394	25,538	25,817	26,100	26,421	26,510	26,630	26,849
	世帯数	9,227	9,403	9,669	9,915	10,197	10,375	10,593	10,807
境	人口	29,685	29,495	29,460	29,457	29,502	29,794	29,778	29,593
	世帯数	11,215	11,268	11,360	11,618	11,864	12,313	12,496	12,640

(出典：伊勢崎市統計資料)



旧伊勢崎人口・世帯数推移



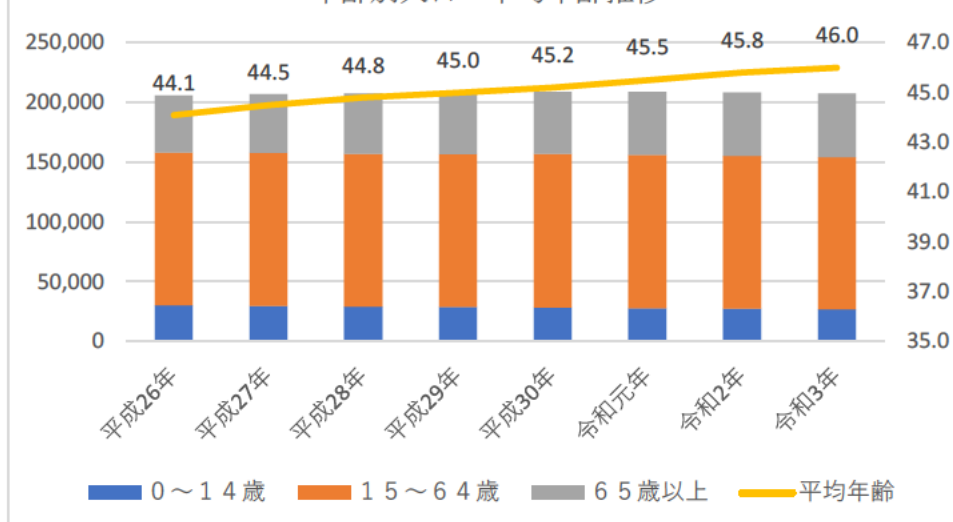
当市の生産年齢人口（15才以上 65才未満）は令和元年以降減少傾向となっている。令和3年における生産年齢人口は127,217人であり、人口に占める割合は61.3%である。一方、地区内の高齢化が徐々に進み、令和3年における65才以上の人口は、53,489人、人口に占める割合は25.8%となっており、人口数・割合ともに増加傾向である。

(単位：人)

	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	30,220	29,540	29,156	28,648	28,260	27,727	27,506	26,976
(割合)	14.7%	14.3%	14.1%	13.8%	13.5%	13.3%	13.2%	13.0%
15～64歳	128,145	128,354	127,767	128,092	128,540	128,331	127,686	127,217
(割合)	62.2%	62.0%	61.6%	61.5%	61.5%	61.5%	61.3%	61.3%
65歳以上	47,688	49,221	50,567	51,508	52,173	52,763	53,086	53,489
(割合)	23.1%	23.8%	24.4%	24.7%	25.0%	25.3%	25.5%	25.8%
平均年齢	44.1	44.5	44.8	45.0	45.2	45.5	45.8	46.0

(出典：群馬県統計情報提供システム：群馬県年齢別人口)

年齢別人口・平均年齢推移



【産業】

当市における商工業者総数については、平成 24 年：8,808 事業者、平成 28 年：8,750 事業者、令和 3 年：8,227 事業者となっており、事業者数は減少傾向となっている。主な業種ごとの事業者数・小規模事業者数は下記の表の通りである。

	平成 24 年		平成 28 年		令和 3 年	
	事業者数	小規模事業者数	事業者数	小規模事業者数	事業者数	小規模事業者数
建設業	839	820	813	786	793	759
製造	1,387	1,085	1,300	998	1,190	870
情報通信業	39	23	37	23	36	20
卸売業、小売業	2,225	1,303	2,145	1,179	1,924	1,056
宿泊・飲食	887	530	935	550	690	387
生活関連サービス業、娯楽業	840	672	848	673	750	597
医療、福祉	534	174	659	192	718	197
サービス業（他に分類されないもの）	552	342	534	325	524	330

（出典：経済センサス）

令和 3 年における小規模事業者の割合がもっとも高い業種は建設業：95.7%となっている。次いで、生活関連サービス業、娯楽業：79.6%、製造業：73.1%となっている。令和 3 年における業種別の事業者数については、医療、福祉以外のすべての業種において事業者数が減少した。

【交通】

当市はＪＲ両毛線と東武伊勢崎線が結節する鉄道交通の要衝であるとともに、北関東自動車道が東西に横断し、伊勢崎インターチェンジ、波志江ＰＡスマートインターチェンジと２つのインターチェンジが設置されている。また、東部を貫通する国道１７号上武国道（平成２９年３月全線開通）、南北を結ぶ４６２号と伊勢崎大間々線、さらには国道５０号、南に国道３５４号（２６年８月３１日全線開通）が高崎市から板倉町までの５８.６km、東西に横断しており、非常に交通アクセスに恵まれた地域である。

【観光資源】

製糸業が盛んであった伊勢崎市には、平成２６年に世界遺産に登録された“富岡製糸場と絹産業遺産群”のひとつ、「田島弥平旧宅」があり、「清涼育」と呼ばれる養蚕技術確立し、養蚕農家の様式にも影響を与えた人物の住宅である。また、県内でも珍しい明治時代末期の木造洋風医院建築物で「伊勢崎銘仙」の常設展示でも有名な伊勢崎明治館が観光スポットになっている。

【特産品】

小麦の産地である当市は粉文化が発展し、幅広うどんを煮込んだ「おっきりこみ」や「焼きまんじゅう」やソース味が懐かしい「いせさき神社コロケ」「いせさきもんじゃ」などがソウルフードとして市民に親しまれている。

また、伊勢崎市のブランド化された野菜として、甘味と酸味と旨味を追求したトマト「Julia」や下植木地区を中心として２００年前から栽培されている伝統野菜「下植木ねぎ」、レタスやキャベツに負けないみずみずしさを誇る、糖度１０以上の白菜「十兵衛」など野菜が栽培されている。

【第２次伊勢崎市総合計画後期基本計画（Ｒ２年度～Ｒ６年度）からの引用】

「第２次伊勢崎市総合計画後期基本計画」の「２-２-２ 活力ある商工業の振興」において、以下の方針が記載されている。

○現状と課題

①郊外や幹線道路沿いでは大規模小売店や飲食店などの集積が見られますが、中心市街地

では空き店舗や廃業などによる空洞化が進み、地域住民の利便性やまちづくりの観点から活性化が重要な課題となっています。商業者、市民、行政の連携した取組を進める必要があります。

- ②中小企業の受注環境が厳しさを増す中で、新たな取引先の獲得と販路の拡大が重要な課題となっています。また、多くの中小事業者の経営基盤は脆弱であるため、景気動向の影響を最小限に抑え、安心して経営に専念し、安定した経営基盤を築くための支援が求められています。

○施策の基本方針

- ①地域に応じた商業活動の活性化を図り、賑わいのあるまちを目指します。
- ②中小事業者が利用しやすい支援制度・体制を充実させ、工業の振興を図り、地域経済の発展を目指します。

○施策の展開

①商業の活性化

- 起業しやすい環境の整備
- 商店街イベントへの支援
- 商業者、市民、大学などと連携したまちづくり
- 地元産業との連携による新たな名産品の創出

②工業の活性化

- 各種融資制度や経営相談の充実
- 技術開発や製品開発への支援
- 伊勢崎銘仙などの伝統産業の振興
- 販路拡大への支援

○まちづくりの指標（成果目標）

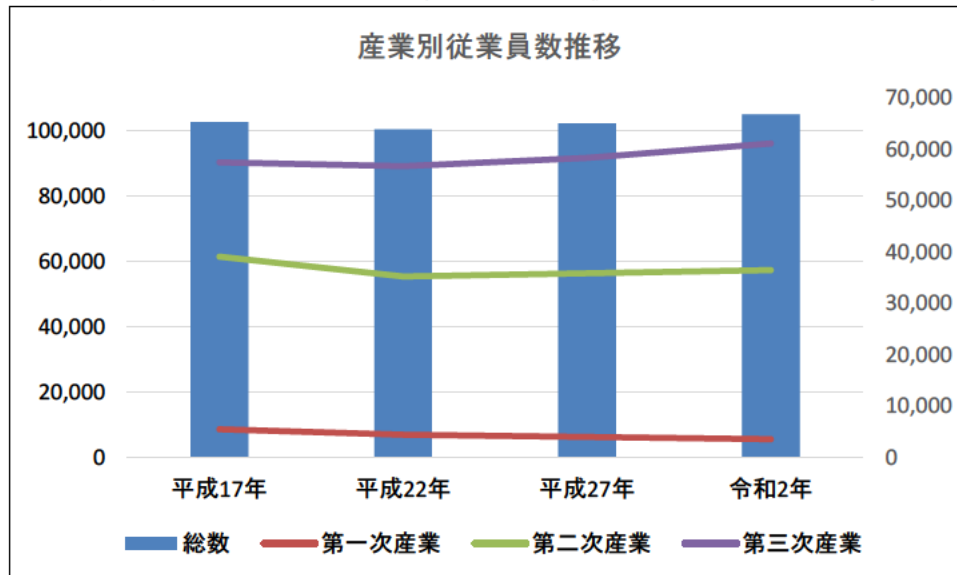
指標名	現状値	目標値	解説・算出方法など
小売業の売上（収入）金額	2,402 億円 （平成 28 年）	2,500 億円 （令和 3 年）	商品などの販売額、または役務の提供によって実現した売上高など（不動産や有価証券などの販売額は含まない）の合計（経済センサス活動調査）
小売業の事業所数	1,431 店 （平成 28 年）	1,500 店 （令和 3 年）	一定の場所を占めて、単一の経営主体のもとで経済活動が行われ、従業者と設備を有して、物の生産や販売、サービスの提供が継続的に行われている場所の合計（経済センサス活動調査）
製造品出荷額等	11,701 億円 （平成 29 年）	12,500 億円 （令和 4 年）	製造品出荷額、加工賃収入額、その他収入額の合計（工業統計調査）

②課題

【現在の状況】

伊勢崎市は古くは「伊勢崎銘仙」で栄えた地域であり、養蚕農家や織物業が主力の産業であったが、戦後から経済成長期にかけ織物業の衰退に伴い、織物産業時代の技術を基盤に輸送用機械器具製造業、業務用機械器具製造業などの企業が集積し、現在北関東有数の工業都市として発展している。また、伊勢崎市においては、人口・世帯数ともに増加傾向で推移しているものの、生産年齢人口（15 才以上 65 歳未満）は令和元年以降減少傾向に転じている。地区内の高齢化が進み、今後は需要の減少が進む可能性がある。その一方、鉄道・道路による県内外からのアクセスは良好であり、伊勢崎市においても、商工業の活性化策を実施している。一方、新型コロナウイルス

の影響や産業構造の変化などにより、全ての産業は厳しい状況に置かれている。産業別就業者数の推移においては、就業者総数は横ばい傾向となっている。また、産業別にみると、第一次産業は減少傾向、第二次産業は横ばい、第三次産業は平成 22 年以降微増傾向となっている。その結果、産業別就業者数の割合は徐々に変化し、令和 2 年においては、第三次産業に従事する就業者数が、全体の 58.2% となり、この傾向は続くことが予想される。



(出典：伊勢崎市統計書（令和 3 年版）)

【産業別の状況と課題】

「商業（小売・飲食業・サービス業）」

- ・商業・飲食業・サービス業の店舗は、旧中心街に立地している店舗と郊外の幹線道路沿いに立地している店舗に大別される。旧中心街は、以前は地区の中心にある商店街として機能し、近隣住民を対象とした商圈を確立していた。しかし、大型店舗の進出やネット販売の伸長などにより、集客力を失っている。一方、幹線道路沿いの店舗については、車両通行量の多い道路沿いは売上を伸ばしている店舗があるものの、競合が厳しく苦戦している事業者も多い。
- ・商店の大半が家内労働の個人商店で小規模な店舗である。昨今、消費者ニーズの多様化や大型店の進出、周辺都市のショッピングセンターへの購買の流出、テレビ・インターネットを利用した通信販売などの新しい消費スタイルが拡大したことで、既存商店の販売力は低下している。また、少子高齢化の進行による事業者の高齢化や後継者不足という問題も深刻になっている。
- ・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。
- ・飲食業については、多くの店舗が近隣住民を顧客ターゲットとしており、今後、地区内の少子高齢化により大きな影響を受けることが想定される。また、新型コロナウイルスの影響により、売上減少となり回復できていない事業者も多い。
- ・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。

「工業（製造・建設業）」

○製造業

- ・地区内の製造業は令和 3 年現在、1,190 事業者となっており、そのうち 870 者が従業員 20 人以下の小規模事業者である。その多くが 2 次 3 次以降の下請部品加工業である。また取

引先も少なく新たな販路開拓には消極的である。また、伊勢崎市は地区内への企業誘致も進めており、工業の振興を図ってきた。新たな企業誘致については、デフレ経済の進行や工場の海外展開による産業や雇用の空洞化などにより極めて厳しい状況である。

工業団地の状況（令和5年8月6日現在）

工業団地名	面積 (千㎡)	事業者数	工業団地名	面積 (千㎡)	事業者数
八斗島工業団地	720	24	伊勢崎佐波第一工業団地	996	27
伊勢崎南部工業団地	474	18	伊勢崎名和工業団地	222	3
伊勢崎南部第二工業団地	118	18	伊勢崎南部第三工業団地	153	8
伊勢崎三和工業団地	507	13	伊勢崎・東流通団地	552	78
伊勢崎・東第二流通団地	53	3	多田山産業団地	165	5
伊勢崎宮郷工業団地	582	10	合計	4,542	207

・地区内の製造業の多くは、下請小規模事業者であり、切削・プレス・プラスチック成形などの多様な加工品を作っている。小規模事業者のなかには、外部環境の変化に対応し、他業種の部品も加工するようになり、高い技術力を持つ事業者も少なくない。今後は、工業団地に進出している企業とのマッチングや地区外の企業との取引などにより、新たな需要開拓を進めていくことが課題となる。

○建設業

- ・建設業においても事業者数は減少傾向となっている。また、令和3年において、事業者数は793者、従業員20人以下の事業者数が759者となっており、全体の95.7%と小規模事業者が多い状況である。
- ・伊勢崎市の新設住宅着工件数は令和3年度において1,192件となっており、平成28年度以降減少傾向となっている。今後の少子高齢化が予想されることなどから、新築件数は減少傾向が続くと考えられる。その一方、高齢化に対応したバリアフリー化などのリフォーム受注は増加が見込まれる。今後は、そのようなリフォームに対応した受注の獲得が課題となっている。
- ・当地区の「強み」として、「交通アクセスの良さ」があげられる。特に平成23年に開通した北関東道により、関越道・東北道へのアクセスが向上し、首都圏などの県外への製品の流通が迅速になった。また、建設業においても居住者の「交通の利便性」があげられる。
- ・上記を勘案した課題として、「事業所間のネットワークの構築」「ものづくり基盤の強化」「地区内外への情報発信」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

当地区の住民の利便性や地域経済を支えている小規模事業者が、今後も持続的に発展していくことが当地区の振興において重要である。そのためには、それぞれの業種の魅力ある事業所が自社の「強み」を十分に活かし、高い付加価値を生み出せる事業者となることが必要となる。当市の現状を鑑みると、人口・世帯数は増加傾向となっているが、生産年齢人口は減少しており、近い将来人口減少局面に突入し、少子高齢化が進む頃が予想される。それに加え、小規模事業者は、「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。また、新型コロナウイルス感染症の影響で、営業方法、購入方法などがデジタル化され、非対面型ビジネスの構築が進み、コロナ後においてもこれらの変化に対応しなければならない。小規模事業者が顧客ニーズの変化やデジタル化の進行などの激変する外部環境に対応し継続的な発展を達成するためには、顧客（消費者・取引先など）に自社を選択してもらう必要がある。

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も実施することが求められている。

小規模事業者の持続的な発展のためには、事業者の売上・利益を確保するとともに、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当会議所の使命である。

また、全業種において情報発信力が弱い状態となっている。独自技術やサービスを持つ事業者の顧客獲得のためには、ネットを活用した情報発信が必須である。デジタル化や IT 化を進めることにより、DX（デジタルトランスフォーメーション）によるビジネスモデルの転換が求められている。

②「第 2 次伊勢崎市総合計画後期基本計画」との連動性・整合性

「2-2-2 活力ある商工業の振興」との整合性

「第 2 次伊勢崎市総合計画後期基本計画」の「2-2-2 活力ある商工業の振興」の「施策の基本方針」において、「地域に応じた商業活動の活性化を図り、賑わいのあるまちを目指します」「中小事業者が利用しやすい支援制度・体制を充実させ、工業の振興を図り、地域経済の発展を目指します」と明記されている。当発達支援計画においても、地区内の「小規模事業者の魅力づくり」を通して、「施策の基本構想」を達成することを考慮している。

③伊勢崎商工会議所としての役割

当商工会議所は、平成 31 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、事業者に着した伴走型支援を行ってきた。当商工会議所の果たす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。
- ・実効性の高い事業計画の策定支援や策定後の支援を実施し、地区内経済を支える小規模事業者の事業の継続を図る。
- ・意欲のある経営者や事業承継者の育成を図るため、知識補充や意識啓発を行う機会や場所を提供する。
- ・新規起業を支援し、地区内の事業者数の維持・増加を図るとともに、新たなビジネスモデルの構築により地区内経済の活性化を支援する。
- ・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

当商工会議所は、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。

目標①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現

目標②小規模事業者の事業計画策定支援とフォローアップによる経営力の強化

目標③DX による業務効率化や販路開拓を支援することによる労働生産性の向上

目標④上記の目標を実現するため、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な発展の取り組みへ繋げる。

以上の目標を掲げ、当商工会議所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6年4月1日～ 令和11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の実現を図る。

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。

②小規模事業者の事業計画策定支援とフォローアップ

小規模事業者の経営力を強化する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「経営状況の分析」「実行可能な事業計画の策定」が必要となる。また計画策定後においては、「定期的な進捗チェック」「チェックに基づく事業計画の修正」が必要となる。当商工会議所においては、上記の内容を伴走型支援として積極的に実施し、小規模事業者の経営力の強化を図る。

③DXによる業務効率化や販路開拓を支援することによる労働生産性の向上

DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得を支援する。DXを進めるためには、業務のデジタル化が欠かせない。ITツールの導入やWebサイト構築の取り組みを支援することはもとより、経営指導員や専門家による個社支援を実施する。また、指導員・職員のDXに関する知識の習得を図るためのセミナーを実施する。

④上記の目標を実現するため、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。

経営分析・事業計画の策定・策定後の実施支援などの各居面において、経営力再構築伴走支援モデルに沿った支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い事業者の持つ潜在力を引き出す。また、これらを実現するために経営指導員の資質向上を図る。

1. 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

「地域の経済動向の調査」の主な取り組みは、金融機関と共同で実施する景況調査や「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」であった。当地区の経済動向を把握するためにはこれらの取り組みは十分な効果がある。

今後は、金融機関と共同で実施する景況調査や個別の情報収集に加え、国が提供するビッグデータなどの有効活用を進め、「事業の方向性の明確化」「事業計画作成」に役立てることが課題となる。

(2) 目標

	公表 方法	現状	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 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伊勢崎市景況調査の 公表回数	HP 掲載	未実施	4 回	4 回	4 回	4 回	4 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）

国が提供する「RESAS（地域経済分析システム）」を活用し、効率的な経済活性化を目指すため、産業特性ごとに「稼ぐ力」の把握と効率性の観点から現状分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】

- ・経営指導員が「RESAS」を活用し、当地区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。
- ・産業特性ごとに「事業所数」「出荷額」を把握し、課題を分析する。
- ・「まちづくりマップ・From-To 分析」を行い、人の動きなどを分析する。
- ・「産業構造マップ」により、産業別の現状を分析する。

②伊勢崎市景況調査

地元金融機関である「アイオー信用金庫」と共同で伊勢崎市の景況調査4半期に一回行っている。伊勢崎佐波地区内の企業およそ400社にご協力いただき、面談又は聞き取りによる調査の回答を集計したものである。

【調査手法】指導員・職員による対象企業への訪問による聞き取り

【調査対象】地区内事業者（全業種約400者）

【実施回数】年4回（面談又は聞き取り調査）

【調査項目】業況・売上（加工）高・資金繰り・採算・原材料仕入単価・原材料在庫など

【分析手法】業種別・項目別などに集計し「景況ポート」として分析

(4) 成果の活用

調査結果については、商工会議所のHPに掲載し、広く地区内事業者にも周知する。金融機関との共同調査については、金融機関のHPに掲載するとともに当商工会議所の会報に掲載する。

経営指導員が、小規模事業者の現状分析を実施する場合の「外部環境分析」の基礎資料として活用し、事業計画策定支援に結び付ける。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

需要動向について、その必要性を理解し情報の収集・分析を行っている小規模事業者はほとんど存在しない。当市には大型店等も多く、地域の小規模事業者が持続的経営を行うためには、これら大型店等と差別化した、顧客のニーズに合った魅力的な商品の提供が必要である。小規模事業者が魅力的な商品を開発するためには、顧客の声を聞いた商品のブラッシュアップが必要である。当商工会議所としては、これまで散発的に需要動向調査を支援してきたが、商品のブラッシュアップまでの支援は不十分であった。

新型コロナウイルスの影響による顧客ニーズの変化などにより、従来の需要とは異なる消費者ニーズが生じていることも考えられる。需要動向についての情報収集を行うとともに、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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①展示会におけるアンケート調査 支援対象事業者数 (BtoB)	0	3者	3者	3者	3者	3者
②店舗におけるアンケート調査支 援対象事業者数 (BtoC)	0	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①展示会におけるアンケート調査 (BtoB)

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興味のある製品 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気に入っている商品・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

当商工会議所においては、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小規模事業者の経営状況の分析を行っている。小規模事業者が経営環境の変化へ対応することや、革新性と創造性に満ちた新事業展開を行うためには、まずは各事業者が現状（経営状況）を把握することが重要である。一方、多くの小規模事業者は日々の業務に追われ「経営状況の分析」を行っていない。一方、当商工会議所においても、「経営状況の分析の必要性」「当商工会議所での経営分析の実施」などについて積極的に周知していない状況である。

以上を勘案すると、「3. 地域の経済動向調査に関すること」の調査・分析結果を踏まえ、小規模事業者との接触の機会を活用し、「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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①セミナー開催件数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	30者	40者	40者	40者	40者	40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

当会議所においては、これまでも事業計画の策定支援を行っていたが、金融支援や補助金申請時の申請書作成などの相談が寄せられてから支援がスタートするなど、受け身の姿勢となってしまう。一方、当地区の小規模事業者においても、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。

上記の状況を考慮すると、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、実現可能性の高い事業計画の策定を支援することが課題となる。そのためには、小規模事業者にも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

最初に、事業計画の作成の意義や作成方法について小規模事業者にも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「5. 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。

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。

また、小規模事業者が自ら経営分析を行い、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。

（３）目標

支援内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
DX 推進セミナーの開催回数	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定セミナー開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
創業セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	20 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 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」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「創業セミナー」の開催

当地区内で創業する事業者や創業から 3 年が経過していない事業者を対象に創業者の事業が軌道に乗るための創業計画の策定を支援する。

【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×3 日

【講師】

専門家（中小企業診断士・税理士・行政書士など）

【参加者】

創業者・創業希望者

【カリキュラム】

日程	テーマ	講義内容
1 日 目	創業の手続き・心構え	○創業に必要な心構え ○創業に必要な諸手続きについて ○法人・個人のメリット・デメリット ○創業事例の紹介
2 日 目	創業に必要な財務知識	○確定申告の概要 ○個人事業主・法人の違い ○資金繰り表の作り方 ○財務諸表の見方
3 日 目	創業計画の作成	○創業に必要な知識 ○マーケティングの考え方 ○創業計画の作成手順 ○創業計画の作成

④事業計画（創業計画）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」「創業セミナー」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」「創業セミナー」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、必要に応じて専門家（中小企業診断士等）を派遣し、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

事業計画策定を支援した事業者に対するその後のフォローアップに関しては、事業者からの相

談があった場合に対応するという場当たりの対応となっており計画的なフォローアップができていない。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散見される。

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「課題・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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
フォローアップ対象事業者数	20 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者
頻度（延べ回数）	20	120	120	120	120	120
売上増加事業者数	2	5	5	5	5	5
利益率 1 %以上増加事業者数	2	3	3	3	3	3

※売上増加事業者数とは前年対比で売上が増加した事業者

※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（創業）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フォローアップを行う。その頻度については、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、他の事業者については、四半期に一度とする。ただし、事業者からの申出等により新たな経営課題が発生し事業計画修正の必要が生じた場合は、臨機応変に対応する。なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、よろず支援拠点・群馬県産業支援機構に依頼し速やかに外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、専門的な指導・助言を行う。また、指導助言に応じてフォローアップ頻度の変更等を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

（１）現状と課題

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。また、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厳しい経営環境となっている。一方で、当地域内の小規模事業者は、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、近隣に限られた商圈にとどまっている。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

ネットを活用した新たな需要の開拓を支援するとともに、県内外で開催される既存の展示会への出展を目指し、出展事業者の出展期間中の陳列・接客などのきめ細やかな伴走支援を行う。また、商工会議所の 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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①県内外展示会への出展支援事業者数	5 者	8 者	8 者	9 者	9 者	10 者
内商談件数	1 件	4 件	4 件	5 件	5 件	6 件
内契約数	0 件	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件
②SNS 活用支援事業者	8 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%
③EC サイト利用支援事業者数	7 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%
④自社 HP の開設支援事業者数	5 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

※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 数。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。

< 想定する展示会・商談会（群馬県内） >

○ぐんま Tech EXPO 2023 (BtoB)

昨年は「群馬ものづくりフェア」として開催された。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 4 年 9 月に開催された展示商談会には、188 者が出展し 2 日間で 2,473 人の来場があった。

< 想定する展示会・商談会（群馬県外） >

○ギフトショー (BtoB)

パーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」は、東京ビッグサイト全館を使用し開催される日本最大規模の ト ラードショー（商談見本市）である。2023 年 2 月の開催時には、出展社数 1,476 社（内海外 15 の国と地域より 292 社）、来場者数 149,844 人であった。

○グルメ&ダイニングスタイルショー (BtoB)

食と食の関連雑貨・知識・ノウハウを集約し、これからの新しい売り方・アイテムが一堂に会する、食の専門見本市であり、多くのマスコミも注目する商談型展示会である。2023年2月の展示会（3日間）は、出展者530社、来場者数28,720人であった。

②SNSの活用（BtoC）

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 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（BtoB・BtoC）

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。

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り組み

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

毎年開催される議員総会において事業の報告が行われているが、議員総会出席者は商工会議所役員・議員・職員と行政など一部来賓となっており、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

当会の常議員会と併設して、当商工会議所役員・伊勢崎市商工労働課長・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にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、商工会議所HPに年1回掲載することで、本地区の小規模事業者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「商工会議所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。
- ・当商工会議所役員や専門家（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

日本商工会議所が主催する研修の参加に加え、(独)中小企業基盤整備機構主催の研修や中小企業大学の主催する研修、群馬県商工会議所連合会の主催する研修に経営指導員が参加することにより、知識の習得や資質の向上に取り組んでいる。そのため、経営分析や事業計画策定などの一定のスキルはある。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・一般職員等)も含めた組織全体のレベルアップが意識されていない。また、IT・デジタル化に関する支援や経営力再構築伴走支援が弱い。そこで、特にこれらの資質向上を図ることが課題である。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進める。

(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」及び群馬県商工会議所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。当商工会議所では、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、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

当商工会議所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

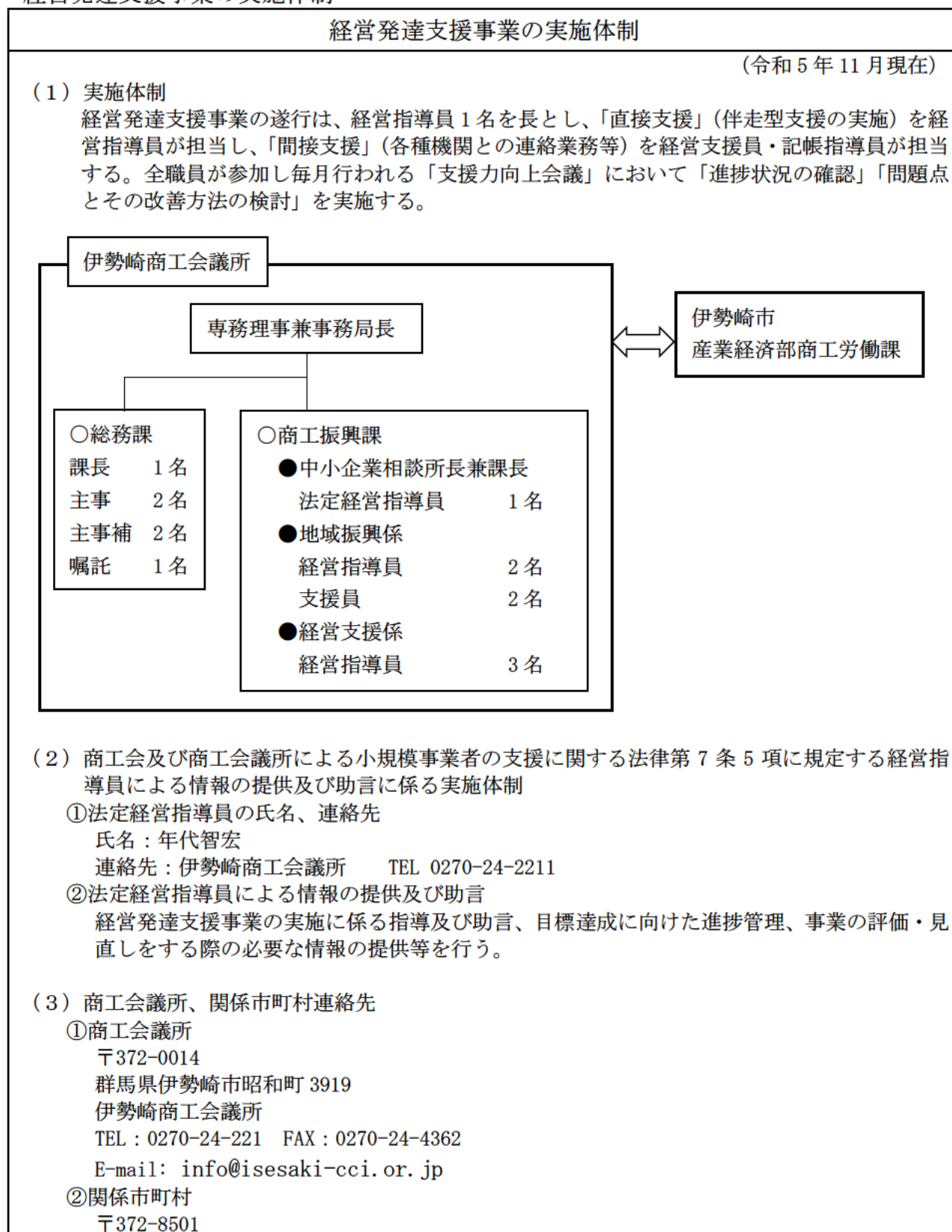
発達支援計画の遂行に役立てる。また、必要に応じて勉強会に専門家を招聘し支援スキル向上に役立つアドバイスを受ける。

⑦情報のデータベース化

商工会議所基幹システム（TOASシステム）に事業者ごとの支援内容を詳細に入力する。商工会議所基幹システムは当商工会議所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、当商工会議所の支援ノウハウとして蓄積する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



群馬県伊勢崎市今泉町二丁目 410 番地
伊勢崎市 産業経済部商工労働課
TEL : 0270-24-5111 FAX : 0270-23-9800
E-mail: shoukou@city.isesaki.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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
・ 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こと	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	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
・ 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	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、市補助金、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)

商工会議所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