経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	沼田商工会議所（法人番号 9070005006936） 沼田市（地方公共団体コード 102067）
実施期間	2023/04/01　～　2028/03/31
目標	**経営発達支援事業の目標** 小規模事業者の外部環境の変化に応じた事業の再構築や経営革新、さらにこれに伴う販路開拓などを支援することにより、地域経済の強化を図る 小規模事業者の IT の活用による販路拡大・生産性向上や地域資源を活用した加工品の開発などの新たな取組を支援することにより、地域に新たな活力を創出する 上記を実現するために、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を図る
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 小規模事業者が管内の経営環境の変化を周知することを目的に、地域経済分析システム（RESAS）を活用した「地域の経済動向分析」や「沼田商工会議所景況調査」を実施し、結果を公表する。 2．　需要動向調査に関すること 小規模事業者の地域資源を活用した魅力的な商品づくりのために、「商品調査」により当該商品について消費者の声を聞き、結果を商品のブラッシュアップに繋げる。 3．　経営状況の分析に関すること 小規模事業者自身が自社の現状（経営状況）や取り組むべき課題を正しく把握することを目的に、経営分析（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）を支援する。 4．　事業計画の策定支援 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえたうえで、外部環境の変化に応じた事業の再構築や経営革新等に資する事業計画の策定を支援する。 5．　事業計画策定後の実施支援

	前項で策定したすべての事業計画を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する。 6.　新たな需要の開拓支援 小規模事業者の新たな需要開拓を目的として、「群馬ものづくりフェアへの出展支援」や「IT を活用した販路開拓の支援」といった個社支援を実施する。
連絡先	沼田商工会議所　中小企業相談所 〒378-0044　群馬県 沼田市下之町 ８８８番地 テラス沼田７階 TEL:0278-23-1137 FAX:0278-24-0715 e-mail:info@numata-cci.or.jp 沼田市　経済部　産業振興課　商工振興係 〒378-8501　群馬県 沼田市下之町 ８８８番地 テラス沼田５階 TEL:0278-23-2111 FAX:0278-24-5179 e-mail:sangyo@city.numata.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) 地域の現状及び課題

①現状

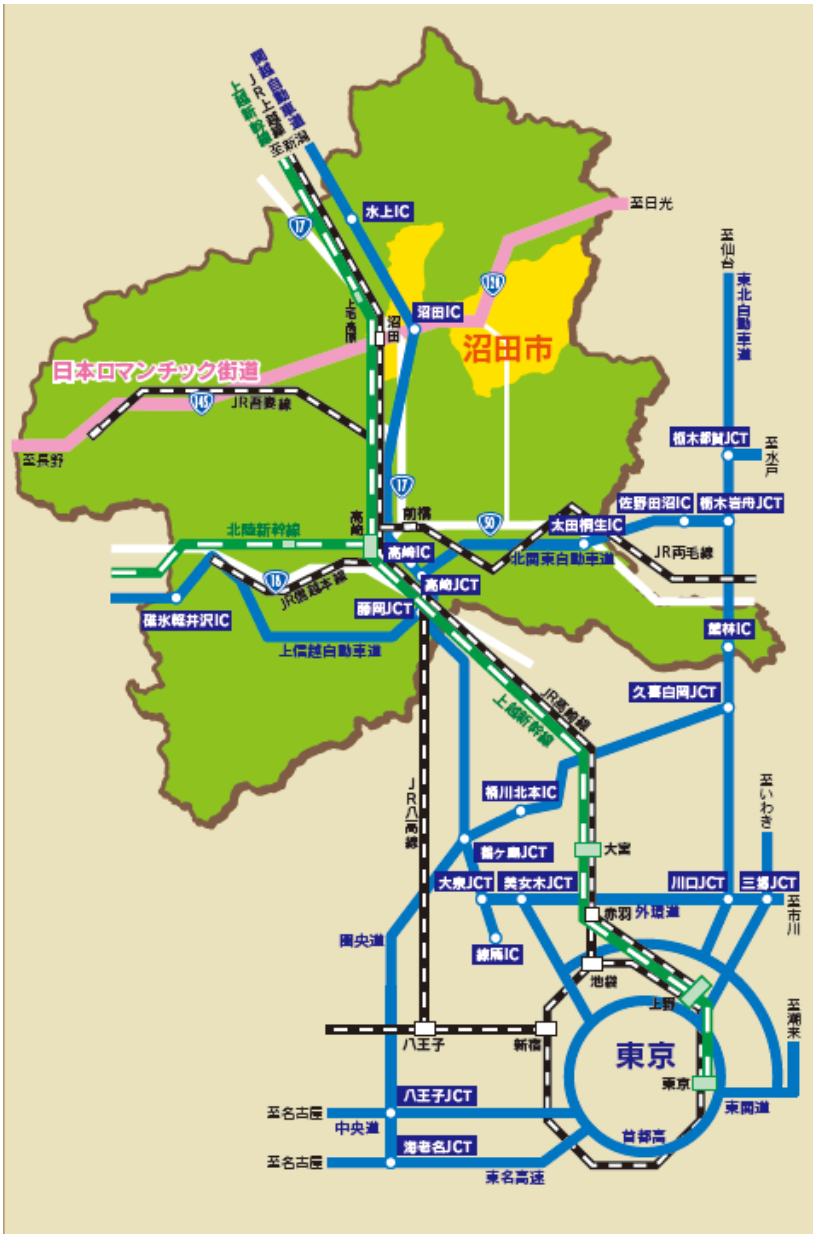
ア 沼田市の概況

沼田市（以下、当市）は、首都東京から約 125 kmの群馬県北部に位置し、錫ヶ岳、皇海・袈裟丸山などで栃木県と接し、東部は日光連山・赤城山の山岳地帯である。また、利根川・片品川・薄根川など大小 15 の河川は、ダムによる発電や防災・首都圏の水がめとして重要な役割を持ち、関東平野を潤している。

標高は、250m から 2,000m 級の山岳まで較差があり、山岳・森林・高原・湖沼・河川・渓谷、河岸段丘など、スケールの大きい変化に富んでいる。

総面積は、443.46 ㎢と広大で、群馬県全体の 6.97%を占め、市域の約 8 割を森林が占める。

交通は、JR 上越線と国道 17 号によって東京と直結し、上越新幹線や関越自動車道により利便性が良い。新幹線では東京から隣接するみなかみ町の上毛高原駅まで約 80 分、高崎・上越線では上野駅から沼田駅まで約 130 分（一部区間特急利用）、関越自動車道では練馬 IC から沼田 IC まで約 90 分、他に月夜野 IC と昭和 IC が至近距離にあり、首都圏はもとより全国からのアクセスを可能にしている。市内には、一般国道 4 路線、主要地方道 5 路線、一般県道 12 路線があり、JR 上越線・沼田駅などを中心としたバス路線による地域交通網が形成されている。



当市は、平成 17 年 2 月 13 日に、沼田市、利根村、白沢村が合併し誕生した。

このため、当市には沼田商工会議所（以下、当所）と沼田市東部商工会の 2 つの商工団体がある。

■沼田商工会議所と沼田市東部商工会の管轄エリア図

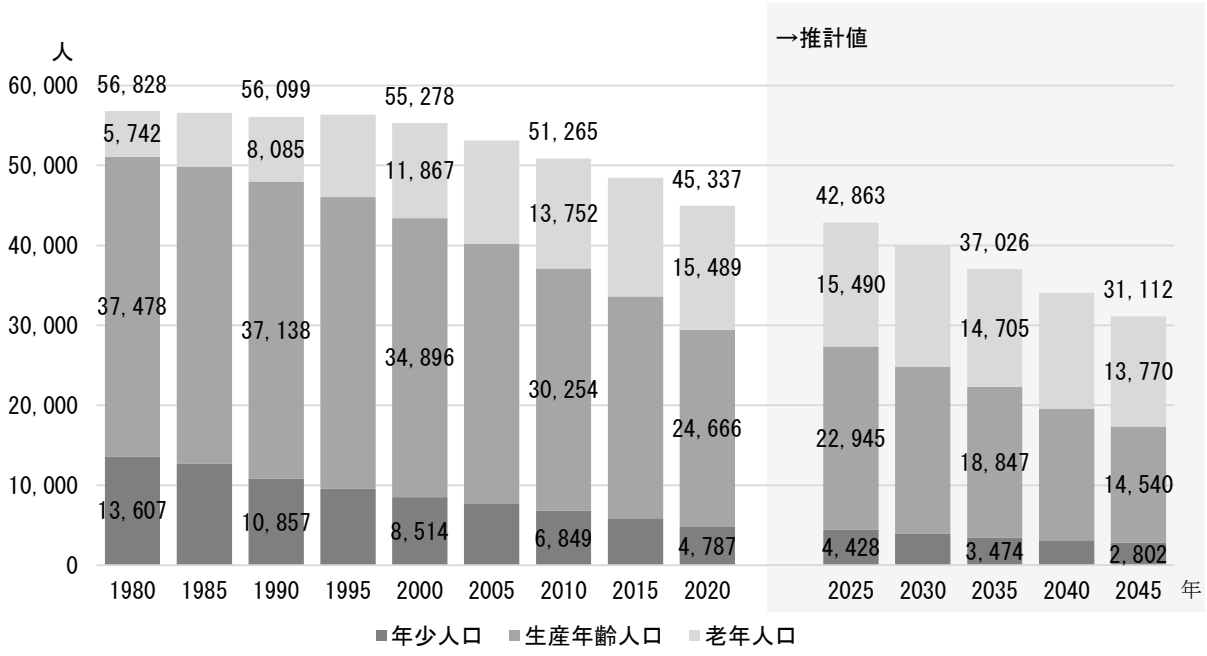
イ 人口

(a) 当市全体の人口推移

令和 4 年 9 月末時点の人口は 45,541 人（住民基本台帳）である。

国勢調査の結果を基に人口推移をみると、人口は減少傾向が続いている。年齢別人口について将来の推移をみると、年少人口と生産年齢人口は減少傾向、老年人口は横ばい～減少傾向で推移することが予測されている。

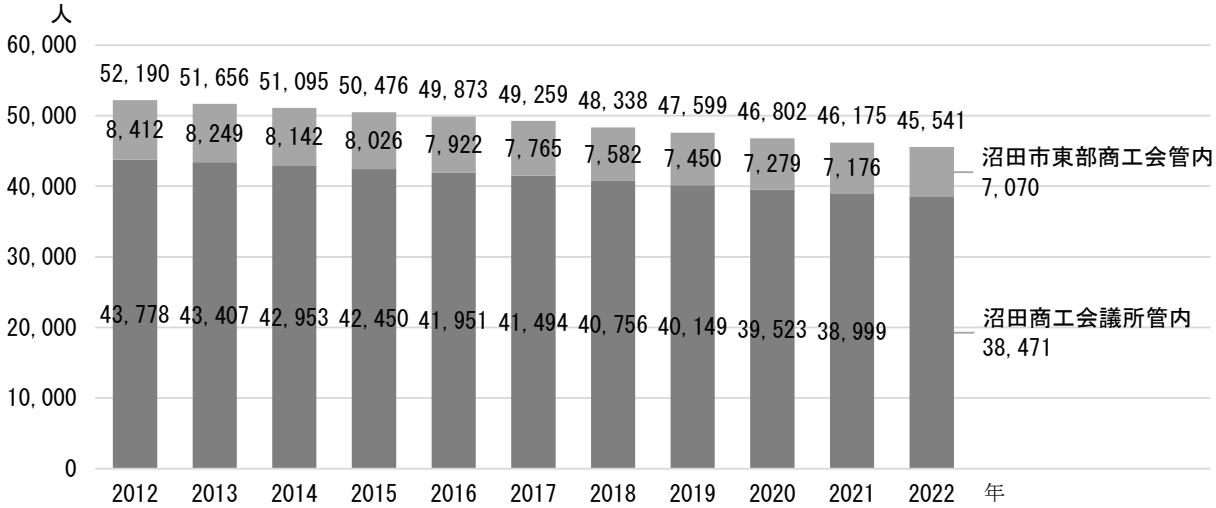
高齢化率は、令和 2（2020）年の 34.2%から令和 27（2045）年には 44.3%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 54.4%から令和 27（2045）年には 46.7%に低下する見込みである。



出典：総務省「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

(b) 当所管内の人口推移

令和 4（2022）年 9 月末時点の当所管内の人口は 38,471 人であり、当市全体の 84.5%を占める。人口の大部分を占めることから、前項の当市全体の傾向と当所管内の傾向は概ね同一と考えることができる。



出典：沼田市「住民基本台帳（外国人含む）」より一部加工（各年 9 月末時点）

ウ 特産品

当市には、「木どころ沼田」ならではの伝統工芸品、県内の栽培面積が約 40%と言われるこんにゃくいもから作られるこんにゃくなど、気候と風土が生んだ名産品が多くある。また、恵まれた自然と夏冬・昼夜の寒暖の差の大きい内陸性気候に属することから果樹園も多い。

当所管内における主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品名	概要
木工芸品	選び抜かれた木目の美しさが特長の沼田うきもく、奥利根産の桑を材料としロクロ技術によって作り出される沼田桑細工、手作りの沼田桐下駄、天然木一枚板のテーブルなど、上品で美しい商品が親しまれている。
こんにゃく	昔ながらの技法で仕上げた製品は、絶妙な風味と舌ざわりが特徴。味付け玉こんにゃくをはじめピリ辛、みそ漬けなどさまざまな商品が開発されている。
フルーツ	さくらんぼ、ブルーベリー、ぶどう、りんご、いちごなど 2 月から 11 月まで旬の味を楽しめる。特にさくらんぼは沼田を代表する初夏の味覚として定着している。

エ 観光資源

当市は、豊富な温泉群・スキー場・ゴルフ場・史跡などの観光資源に恵まれ、さらに関越自動車道沼田インターチェンジによる交通アクセスの良さなどを背景に、観光客が多く訪れる。

当所管内の主な観光資源は下表のとおりである。

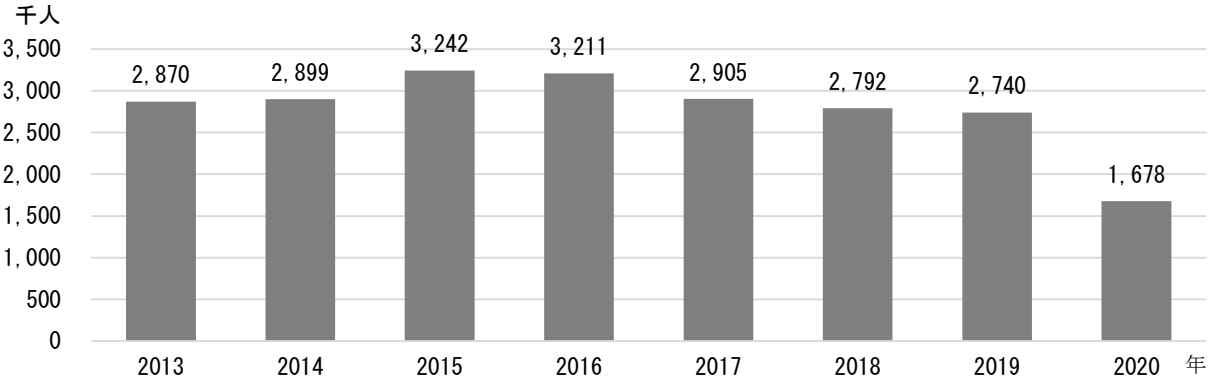
■主な観光資源

観光資源名	概要
自然	玉原高原（たんばらこうげん）は東京から車で約 2 時間、標高 1,200～1,550m の国有林に開かれた森林リゾート地で、春のミズバショウを始めとする湿原植物や初夏にかけてのブナの新緑、盛夏のラベンダー、高山植物の紅葉が見頃を迎える秋、冬はさらさらパウダースノーが楽しめるスキー場など 1 年を通じて自然の豊かさを感じることができる、沼田市の「自然」を代表する観光資源の一つである。
沼田まつり	江戸時代を起源とする須賀神社の「祇園祭」と、「沼田まつり商工祭」が統合された、沼田市民総参加の大祭である。古くから「おぎょん」と呼ばれており、毎年 20 万人以上の人出で賑わっている。須賀神社、榛名神社の両神社みこし渡御をはじめ、優美華麗な山車「まんど」の行列、市内各地域から参加する町みこしの共演、子供みこし行

	列、「千人おどり」と呼ばれる流し踊り等、様々な行事が行われる。特に大天狗面をみこしに仕立て、約 300 人の女性だけで担ぐ「天狗みこし」は迫力満点である。

オ 観光入込客数の推移（当市全体）

令和 2（2020）年の観光入込客数は 168 万人である。推移をみると 300 万人前後で安定推移していたものの、令和 2（2020）年の新型コロナウイルス感染症により減少していることが読み取れる。



出典：群馬県「群馬県統計情報提供システム」

カ 産業

(a)景況感

当所が実施している沼田商工会議所景況調査より景況感をみる。なお、新型コロナウイルス感染症前後の景況感を比較するため、平時（コロナ前）として平成 29 年度下半期、直近期として令和 3 年度下半期を取り上げる。

結果をみると、業況 DI はコロナ禍前が△22.5 ポイント、直近期が△14.2 ポイント、売上高 DI はコロナ禍前が△5.9 ポイント、直近期が 0.0 ポイント、採算水準 DI はコロナ禍前が△25.0 ポイント、直近期が△26.3 ポイントとなっている。小規模事業者の多くは、新型コロナウイルス感染症の前から厳しい経営環境に置かれていることが読み取れる。

	コロナ禍前（平成 29 年度下半期）			直近期（令和 3 年度下半期）		
	業況判断	売上高	採算水準	業況判断	売上高	採算水準
改善・増加	15.0%	20.9%	7.5%	22.9%	34.3%	11.4%
横ばい	47.5%	52.3%	60.0%	40.0%	31.4%	51.4%
悪化・減少	37.5%	26.8%	32.5%	37.1%	34.3%	37.1%
DI 値	△22.5	△5.9	△25.0	△14.2	0.0	△26.3

出典：沼田商工会議所「沼田商工会議所景況調査」

(b)業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

経済センサス（活動調査）より、当所管内の業種別の商工業者数および小規模事業者数を推計すると下表のとおりとなる。

小規模事業者数は平成 24 年が 1,757 者、平成 28 年が 1,636 者であり、4 年間で 6.9%減少している。産業別にみると、ほぼすべての業種で小規模事業者数が減少しており、そのなかで卸・小売業の減少数が△41 者と多いことがわかる。一方、医療、福祉では増加がみられる。

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成 24 年									
商工業者数	307 者	167 者	11 者	591 者	302 者	133 者	512 者	125 者	2,148 者
小規模事業者数	305 者	149 者	10 者	437 者	242 者	70 者	436 者	108 者	1,757 者
平成 28 年									
商工業者数	274 者	161 者	10 者	546 者	292 者	142 者	479 者	111 者	2,015 者
小規模事業者数	269 者	142 者	8 者	396 者	240 者	74 者	407 者	100 者	1,636 者
増減（H28 年－H24 年）									
商工業者数	△34 者	△6 者	△1 者	△44 者	△10 者	9 者	△33 者	△14 者	△133 者
増減割合	△10.9%	△3.5%	△8.7%	△7.5%	△3.4%	6.5%	△6.4%	△10.9%	△6.2%
小規模事業者数	△37 者	△6 者	△2 者	△41 者	△2 者	5 者	△29 者	△8 者	△121 者
増減割合	△12.0%	△4.3%	△17.6%	△9.4%	△0.8%	6.8%	△6.7%	△7.7%	△6.9%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部推計・加工

(c)業種別の課題（経営課題）

ⅰ_商業

旧沼田市中心の商圏と国道 120 号沿線の比較的新しい出店により、年間商品販売額は平成 28 年で 810 億円となっているが、商店数・従業者数・商品販売額ともに減少傾向にある。

特に旧沼田市中心商店街の商業力は急速に下降しており、その対策が課題である。沼田市環状線が全線開通する見込みから環状線沿線に大型商業施設が出店する計画もあり、既存事業の生き残りも課題となっている。

ⅱ_工業

横塚工場適地は市街地から東へ約 4 キロメートル、国道 120 号から約 1 キロメートルに位置し、県道に面し関越自動車道沼田 IC から約 2 キロメートルに立地。災害が少ない工場適地として誘致活動を実施している。また、都市計画法に基づく工業専用地域に指定されており、既に複数の事業者が活動しているものの今後の活用が課題となっている。

また、古くから木材、食料品等の小規模経営の製造業が多く、製造品出荷額等は沼田市内で特化しているが、事業者数および従業者数は、減少傾向にある。

ⅲ_観光業

玉原高原や迦葉山等の観光資源に地域での偏りがある。また、同地区において観光フルーツ園を経営している事業者が多くあり、一体となった観光施策が重要である。近年では野外活動のブームもあり、ブームに乗った事業展開も必要と考える。

また、大河ドラマに取り上げられたことにより一時「真田の街」としての盛り上がりがあったものの、沼田城址である「沼田公園」とその城下町としての観光ルートが確立されておらず、また既存の商店街としての脱却が図れていないのが課題である。商店街としてではなく沼田城址を活用した観光地への転換が課題である。

キ 沼田市第六次総合計画

「沼田市第六次総合計画（平成 29 年度～令和 8 年度)」の商工・観光部分は下表のとおりである。

小規模事業者支援の視点からみると、商業では中小企業の経営基盤の強化や魅力ある商店街の形成など、工業では新分野への進出など、観光では観光資源を活かした観光客へのおもてなしなどが掲げられている。

■基本構想（平成 29 年度～令和 8 年度）：施策の大綱

地域経済　～ブランド力と交流による元気創生のまちづくり～

活力に満ちた産業振興を進め、経済の強化、販路の拡大を図ります。

商工業については、中小企業の経営基盤の強化を支援します。また、中心市街地の空洞化や商業活性化の対策に努め、魅力ある商店街の形成を図ります。工業については、企業誘致を推進するととも

に、新分野への進出を支援します。
起業や創業が活発に行われ、地域経済に活気を創造するとともに、これらを担う人材の育成を図ります。また、男女がともに子育て等をしながら働き続けられる職場づくりを推進するとともに、産業振興により雇用機会の拡大に努めます。
観光については、本市の観光資源の魅力化を図るとともに、それらの PR などシティセールスの強化、訪日外国人旅行者の対応、観光客を受け入れる、こころのこもったおもてなしに努めます。

■基本計画（平成 29 年度～令和 8 年度）

第 2 節　商工業の振興と雇用の安定を図ります（商業、工業、労働）
（1）起業・創業の促進　（2）経営基盤の強化　（3）個店・商店街の活性化
（4）地場産業の振興　（5）企業誘致の推進　（6）労働環境の整備　（7）雇用の安定
第 3 節　魅力ある資源を活かし観光を振興します（観光）
（1）観光資源の発掘・活用　（2）観光情報の発信　（3）観光環境と観光振興体制の整備

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず、人口をみると、当所管内の人口は今後も減少傾向となることが見込まれている。商業事業者にとっては、域外への販路拡大、観光客向けの販路拡大など、人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。

さらに、年齢 3 区分別人口をみると、高齢化率が上がることから、消費構造の変化への対応が課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、生産性向上等への取組が必要となる。

特産品をみると、当市には、「木どころ沼田」ならではの伝統工芸品、県内の栽培面積が約 40%といわれるこんにゃくいもから作られるこんにゃくなど、気候と風土が生んだ名産品が多くある。また、果樹園も多い。現状、これらの名産品は、地域内（観光客対象も含む）で販売されていることが多かったが、EC 販売等を使えば、域外への販売も考えられる。そのため、小規模事業者にもこれら特産品を活用した商品開発や新たな需要の獲得が期待されている。

観光面では、当市は、豊富な温泉群・スキー場・ゴルフ場・史跡などの観光資源に恵まれ、さらに関越自動車道沼田インターチェンジによる交通アクセスの良さなどを背景に、年間 300 万人前後の観光客が訪れる。一方、小規模事業者の多くはこの観光客需要の獲得が十分でないと感じるため、この需要獲得が課題となる。

景況感をみると、新型コロナウイルス感染症の拡大前（平時）であっても業況判断 DI 値がマイナスとなっている。これはつまり、縮小市場において事業を行っている事業者が多いことを示している。そのため、事業者においては、外部環境の変化に応じたターゲット顧客の見直しをするなど、環境の変化に応じたビジネスモデルの再構築が課題であるといえる。

小規模事業者数をみると、平成 24 年が 1,757 者、平成 28 年が 1,636 者であり、4 年間で 6.9%減少しており、卸・小売業の減少数が△41 者と特に多くなっている。近年、卸・小売業での創業はほとんどみられないことから、このままの流れが継続すれば、事業者数は減少の一途を辿ることが予測される。そのため、地域の活力維持のために、事業承継などにより卸・小売業の事業者数を維持する取組が必要であり、地域の課題となっている。

業種別の経営課題をみると、①商業では大型商業施設との差別化、②工業では経営基盤の強化や新たな取引先の獲得、③観光業では野外活動等のブームに乗った事業展開や、観光客等にとって魅力的な店舗・商品づくりが課題といえる。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

これまでの現状と課題を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興のあり方を以下のとおり定める。また、当所としてもこれを実現すべく支援を実施する。

ア　小規模事業者が外部環境の変化に対応し、経営基盤を強化していること
現在、小規模事業者の多くは縮小市場のなかで事業を展開しているため、事業計画策定を通じた事

業の再構築や経営革新などのターゲットの見直しを行い、外部環境の変化に対応している姿を目指す。

イ　小規模事業者が販路を拡大し、事業を成長させていること
　当所管内の交通利便性の高さを活用した商圏拡大や、IT の活用（EC など）による域外への販売など、小規模事業者がそれぞれの特色を活かし、販路を拡大させている姿を目指す。

ウ　小規模事業者が内部環境を整備し、雇用に困ることのない事業運営をしていること
　働き方改革により魅力的な雇用環境を整備することに加え、IT を活用した生産性向上等を実現するなど、小規模事業者が内部環境を整備し、雇用に困ることのない事業運営ができている姿を目指す。

エ　小規模事業者が地域資源を活用した 6 次産業化を推進し、加工品を開発・販売していること
　観光資源を活かした観光客へのおもてなしを実現するため、小規模事業者が 6 次産業化等により地域資源を活用した新たな加工品を開発し、域外需要（観光需要含む）を獲得している姿を目指す。

オ　小規模事業者が第 2 創業等により、事業承継を円滑に推進していること
　管内の事業者数が減少しているなかで、活力維持のためには事業者の維持が欠かせない。そのため、事業承継が活発に行われ、事業者数の減少が緩やかになっている姿を目指す。

②沼田市第六次総合計画との連動性・整合性

「沼田市第六次総合計画」の商工・観光部分では、商業では「中小企業の経営基盤の強化」や「魅力ある商店街の形成」など、工業では「新分野への進出」など、観光では「観光資源を活かした観光客へのおもてなし」などを掲げている。

前項「10 年程度の期間を見据えて」の「ア」「イ」「ウ」「オ」は総合計画の「中小企業の経営基盤の強化」、「エ」は「魅力ある商店街の形成」や「観光資源を活かした観光客へのおもてなしなど」、「イ」は「新分野への進出」にそれぞれ資する目標であるため、連動性・整合性がある。

③商工会議所としての役割

当所は、昭和 22 年の設立以来、地域の総合経済団体として、地域の中小企業者の経営安定と持続的な発展のために事業を行い、産業、経済、社会の発展に寄与してきた。

最近では、広域観光推進のために利根沼田地域の関係団体等が連携して取り組む「奥利根広域観光連携協議会」を令和 2 年に立ち上げ、情報発信強化などを行っている。また、中心市街地活性化事業への参画や電子地域通貨「てんぐー」の普及促進、海外販路開拓、沼田まつりなどの地域活性化イベント推進等、地域経済の課題克服に取り組んでいる。

今後は、経営発達支援計画に対し全所一丸となって取り組み、小規模事業者の持続的発展に寄与することを目指す。

(3)経営発達支援事業の目標

上記(1)及び(2)を踏まえ、本計画の目標を以下の 3 項目とする。

【目標①】
　小規模事業者の外部環境の変化に応じた事業の再構築や経営革新、さらにこれに伴う販路開拓などを支援することにより、地域経済の強化を図る。

【目標②】
　小規模事業者の IT の活用による販路拡大・生産性向上や地域資源を活用した加工品の開発などの新たな取組を支援することにより、地域に新たな活力を創出する。

【目標③】
　上記を実現するために、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を図る。

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

【目標①達成のための方針】

小規模事業者の外部環境の変化に応じた事業の再構築や経営革新を実現するため、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。経営分析では、財務データ等からみ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く。同時に、地域経済分析システム（RESAS）の分析を通じて外部環境を整理する。これらの分析結果を活用しながら、小規模事業者が今後の取組を事業計画にまとめる支援を行い、計画を伴走型でフォローアップする。フォローアップにあたっては、「群馬ものづくりフェア」等の展示会・商談会への出展支援や IT による販路開拓支援など、販路開拓面を重点的に支援する。これらの支援により、事業者の売上・利益の増加を実現する。

【目標②達成のための方針】

小規模事業者の IT の活用に関しては、小規模事業者の DX（デジタルトランスフォーメーション）に関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、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ことを目的に IT 関連セミナーを開催する。また、セミナーを通じて、IT を活用した販路開拓（ホームページ制作、EC 販売、SNS の活用等）に取り組む事業者に対しては、IT 専門家派遣等による個社支援を実施し、販路開拓が成功するまで伴走型で支援を行う。

地域資源を活用した加工品の開発に関しては、需要動向調査を通じて商品の改善点を抽出し、結果を商品のブラッシュアップに繋げる支援を行う。

【目標③達成のための方針】

経営分析、事業計画の策定、策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。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、潜在力を引き出す。

また、これを実現するために、経営指導員等の資質向上を実施する。

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】

小規模事業者が外部環境の変化に応じた事業の再構築や経営革新を行うためには、まずは外部環境の変化を捉える必要がある。当所ではこれまでも、管内の経済動向に関する各種データを収集してきたが、分析・公表が十分でなく、小規模事業者にそのデータが届いていないという現状がある。

【課題】

収集したデータの分析・公表ができていなかったため、今後は、地域経済分析システム（RESAS）や沼田商工会議所景況調査を活用し、地域の経済動向を分析し、広く小規模事業者に提供する必要がある。また、事業計画策定時などに役立てる。

(2)目標

項目	公表方法	現行	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 公表回数	HP 掲載	－	1回	1回	1回	1回	1回
②沼田商工会議所景況調査 公表回数	HP 掲載	－	2回	2回	2回	2回	2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）

事業名	地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）
目的	地域の小規模事業者に市内の状況（経営環境の変化等）を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とする。
調査の内容	地域経済分析システム（RESAS）の内容のなかで、地域の小規模事業者に活用してもらいたい項目を分析し、レポートにまとめたうえで公表する。
調査を行う項目	地域経済循環マップ・生産分析　→何で稼いでいるか等を分析 まちづくりマップ・From-to 分析　→人の動き等を分析 産業構造マップ　→産業の現状等を分析 等
調査の手段・手法	経営指導員が日本商工会議所や外部専門家と連携し、RESAS の情報を網羅的にみて、事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者が見やすいレポートにまとめる。
調査結果の活用方法	調査報告は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

②沼田商工会議所景況調査（アンケート調査）

事業名	沼田商工会議所景況調査（アンケート調査）
目的	当所管内の中小企業（小規模事業者）の景況感や経営課題を把握することで、効果的な施策の立案に活用する。
調査の内容/調査の手段・手法	当所が年 2 回実施する景況調査（アンケート調査）において、管内の事業者 120 者（製造業 30 者、卸小売飲食業 30 者、サービス業 30 者、建設業 30 者）より調査票を回収する（郵送法）。
調査項目	業況判断、売上高、採算水準、資金繰り、借入難易度、在庫水準（商品）、設備投資、経営上の問題点、賞与 等
分析の手段・手法	経営指導員が外部専門家等と連携し、当所管内の集計データの業種別分析や経年分析、全国データとの比較分析などを行う。
調査結果の活用方法	分析結果は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知する。また、当所でも、結果を支援施策の検討に活用する。

4.需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

【現状】

小規模事業者が地域資源を活用した魅力的な商品を開発するためには、当該商品について消費者の声を聞き、消費者の声を活かして、商品のブラッシュアップを行うことが重要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自に消費者の声を聞くような取組ができていない。また、当所でもこのような支援は実施できていなかった。

【課題】

新たに、個社の商品について、消費者の声を聞くような調査の支援を行う必要がある。また、調査の結

果をもとに、商品のブラッシュアップを行うことが課題である。

(2)目標

項目	現行	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
商品調査 調査対象事業者数	－	3者	3者	3者	3者	3者

(3)事業内容

事業名	商品調査
目的	小規模事業者の商品・サービス・製品（以下、商品等※）について、消費者の評価を得ることで、顧客の声を取り入れた商品等のブラッシュアップに繋げる。 ※小規模事業者の商品全般を対象とするが、地域資源を活用した加工品の調査を優先的に実施する。
対象	小規模事業者の商品等、3商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。
調査の手段・手法	産業展示即売会※1、沼田ゑびす講※2、わらべフェスタ・柳波まつり※3などのイベントにて、事業者と経営指導員が協力してアンケート調査を実施する。調査では、1商品あたり30名以上の来場客からアンケート票を回収する。
調査を行う項目	≪食品の場合≫ □商品の総合評価（直感的な評価）　□味　□パッケージ　□独自性　□価格 □沼田らしさ　□購入意向　□その他改善点 等 ≪サービスの場合≫ □サービスの総合評価（直感的な評価）　□サービスの内容　□独自性　□価格 □今後もサービスを受けたいか　□その他改善点 等 ≪製品（木製品・雑貨など）の場合≫ □製品の総合評価（直感的な評価）　□独自性　□安全性　□価格　□パッケージ □購入意向　□どのような用途に使用したいか　□その他改善点
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が外部専門家と連携して分析を行う。分析では、各項目について居住地別（地元客 or 観光客）、男女別、年齢別にクロス集計を実施。結果から商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

※1 産業展示即売会

当市生産品の総合展示・即売を通して広く内外に宣伝・紹介を行い、販路拡大を図り、本市産業の振興に寄与することを目的としたイベントである。また、当所の工業・木工業合同部会では1社1技術を有する企業の他、ユニークな素材や技術を誇る事業所の紹介を実施。子供が楽しめる丸太切り体験などで集客をしながら企業紹介を実施している。

※2 沼田ゑびす講

当所が主催し、毎年 11 月に行われる大売出しイベント。歩行者天国となった本町通りに商店が露店を出店。商店街毎に催し物等が行われる。

※3 わらべフェスタ・柳波（りゅうは）まつり

当所が主催し、毎年4月に行われるイベント。童謡作家、林柳波にちなみ開催されるおまつりは、本町通りが歩行者天国になり多くの露店などが賑わう。

5.経営状況の分析に関すること

(1)現状と課題

【現状】

小規模事業者の事業の再構築や経営革新のためには、事業者自身が自社の現状（経営状況）や取り組むべき課題を正しく把握することが重要である。当所ではこれまでも経営分析を支援してきたが、事業計画の策定支援の際や融資の支援の際に部分的に実施するに留まっており、経営分析という単独のサービスは提供できていなかった。

【課題】

小規模事業者が、自社の現状（経営状況）や取り組むべき課題を認識できるよう、経営分析という単独のサービスを提供する必要がある。

(2)目標

計画5年目に48者/年の経営分析を実施する。この内訳は、経営指導員4名×12者/年＝48者/年である。当所には経験の浅い経営指導員も多いため、実現可能性を考慮し、一人あたりの分析件数を20者/人（経営指導員等一人当たりで継続的に指導及び助言を行うことができると想定される業務量）×6割＝12者/人と算出している。

項目	現行	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
経営分析事業者数	－	40者	40者	44者	44者	48者

(3)事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時などに訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料をもとに実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおりである。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実施する。分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、クラウド型支援ツール（BIZミル等）、経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。 ■経営分析を実施する項目 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：強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、技術・ノウハウ等の知的財産 など） 機会・脅威（競合、業界動向 など） その他（デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など） ※非財務分析は事業者との対話を通じて実施する
分析結果の活用方法	・経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、クラウド型支援ツール（BIZミル等）上に集約し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6.事業計画策定支援に関すること

(1)現状と課題

【現状】

小規模事業者の事業の再構築や経営革新を実現するためには、事前に事業計画を策定することが重要である。当所では、これまでも小規模事業者の事業計画策定支援を行ってきたが、支援の内容をみると、経営の方向性にまで十分に踏み込めていないケースが多くみられたという現状がある。

【課題】

経営の方向性にまで踏み込んだ事業計画の策定支援を行うことが課題である。また、管内の小規模事業者は IT の活用に向けた意識が弱く、今後強化が必要なことから、事業計画策定前段階において、IT の活用による販路拡大・生産性向上に関する意識の醸成を行い、小規模事業者の IT 活用への取組を促進させる必要がある。

(2)支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

事業計画の策定支援では、経営分析件数の 5 割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、IT 関連セミナーや IT 専門家派遣を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3)目標

項目	現行	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
事業計画策定事業者数	15 者	20 者	20 者	22 者	22 者	24 者
事業計画策定セミナーの開催回数	－	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
IT 関連セミナーの開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(4)事業内容

<table>
<tr><td>事業名</td><td colspan="2">事業計画策定支援</td></tr>
<tr><td>目的</td><td colspan="2">「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。なお、事業計画策定事業者に対して、DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、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に、DX 推進セミナーを開催する。</td></tr>
<tr><td>支援対象</td><td colspan="2">経営分析を実施した事業者の他、金融相談、経営改善において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者、補助金や DX 支援において事業計画策定支援を必要とする事業者等を支援対象とする。</td></tr>
<tr><td>対象事業者の掘り起こし</td><td colspan="2">対象事業者の掘り起こしは、経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する方法を中心とする。また、これ以外にも、補助金・助成金を契機とした事業計画策定の提案や事業計画策定セミナーによる掘り起こしを実施する。
■事業計画策定セミナー
<table><tr><td>対象事業者</td><td>本セミナーは事業計画策定事業者の掘り起こしも目的のひとつとするため、すべての事業者を対象とする。なお経営分析を実施した事業者に対しては個別に周知を行い、参加を促す。</td></tr><tr><td>募集方法</td><td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td></tr><tr><td>回数</td><td>年 1 回</td></tr><tr><td>カリキュラム</td><td>1.事業計画とは、2.SWOT 分析の方法、3.経営方針、4.経営課題ごと</td></tr></table></td></tr>
</table>

		の取組、5.アクションプラン、6.数値目標、7.補助金の活用 等
	想定参加者数	20 人/回
	その他	事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、策定前に経営指導員が経営分析を実施する。

支援の手段・手法	事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の 2 つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。 なお、事業計画において、DX や IT ツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に IT 関連セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。 ■IT 関連セミナー

対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に参加を促す。
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知
回数	年 1 回
講師	講師派遣会社より IT に強い専門家を招聘
カリキュラム	年度ごとにテーマを決め IT 活用のためのセミナーを開催する。また、カリキュラムのなかで、DX 総論、DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）や具体的な活用事例といった総論的な内容も取り上げる。
想定参加者数	20 人/回

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】

事業計画策定後の実施支援が不十分であり、計画が形骸化することもあった。また、売上増加や利益増加といった成果にまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

【課題】

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、定期的にフォローアップを実施し、事業計画を実行する上で発生した経営課題等に対し、事業者と一緒になって解決を図る必要がある。また、フォローアップ支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

(2)支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合が 3 割、経常利益増加割合が 2 割（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目標とする。

フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員が一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3)目標

項目	現行	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	－	20 者	20 者	22 者	22 者	24 者
頻度 （延回数）	－	四半期毎 (80 回)	四半期毎 (80 回)	四半期毎 (88 回)	四半期毎 (88 回)	四半期毎 (96 回)

売上増加事業者数	－	6者	6者	7者	7者	7者
経常利益増加事業者数	－	4者	4者	4者	4者	5者

(4)事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画策定を支援したすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・ 手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やしながら軌道に乗せるための支援を実施する。

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】

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、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、「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。当所では、これまでも事業者の販路開拓を支援してきたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていなかった。また、ITを活用した販路開拓等の支援ができていなかった。

【課題】

各事業の成果が明確でなかったことから、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。また、これまでDXに関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

(2)支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くはITを使った販路開拓等が遅れていることから、ITを活用した販路開拓について個社支援を実施する。

(3)目標

項目	現行	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群馬ものづくりフェアへの出展支援 出展事業者数	－	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	－	1件	1件	1件	1件	1件
②ITを活用した販路開拓の支援 支援事業者数	－	4者	4者	4者	4者	4者
（BtoBの場合）成約件数/者	－	1件	1件	1件	1件	1件
（BtoCの場合）売上増加率/者	－	3%	3%	3%	3%	3%

(4)事業内容

①群馬ものづくりフェアへの出展支援（BtoB）

事業名	群馬ものづくりフェアへの出展支援
目的	製造業にとって、展示会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に展示会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に群馬ものづくりフェアへの出展支援を実施する。

支援対象	製造業
訴求相手	主に群馬県内に生産・開発拠点を有する企業
展示会等の概要	群馬県等が主催する展示商談会である。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。令和 4 年 9 月の開催では、出展企業 188 社（県内企業 140 社、県外企業 48 社)、支援機関 12 機関、協賛機関 10 機関等が参加し、活発な商談が行われた。
支援の手段・手法	本支援は、自社独自に展示会・商談会に出展が難しい小規模事業者を支援する目的で実施する。そのため、これまで展示会・商談会への出展経験がない（少ない）事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、展示会等に出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行う。具体的には、出展者の募集だけでなく、出展前に効果的な展示方法、短時間での商品等アピール方法、商談シート（FCP シート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等、出展後の商談相手に対するフォロー方法等をワンストップで指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

②IT を活用した販路開拓の支援（BtoB, BtoC）

事業名	IT を活用した販路開拓の支援
目的	現代において、IT を使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取組が遅れている。そこで、自社独自では IT の利活用が難しい事業者に対しオーダーメード型の支援を実施し、新規取引先の獲得を目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）　※事業計画を策定した事業者を重点的に支援
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	IT を活用した販路開拓といっても、実施したい内容は各事業者で異なる。そこで、各事業者の実施したい内容を基にオーダーメード型の支援を実施する。具体的には、IT を活用した販路開拓手法（ホームページ制作、EC 販売、SNS の活用等）から事業者が選択した内容について、経営指導員や IT 専門家によるハンズオン支援を実施する。
支援の手段・手法	巡回訪問・窓口相談、経営分析支援や事業計画策定支援の際に加え、『6.事業計画策定支援に関すること』で実施する「IT 関連セミナー」において、IT を活用した販路開拓を行いたい事業者を掘り起こす。その後、経営指導員や IT 専門家による支援を実施する。支援にあたっては、IT を活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿った IT 導入～運用支援を行う。これらの支援により新規顧客の獲得を目指す。
期待効果	BtoB の場合：新たな取引先の獲得を狙う、BtoC の場合：売上拡大を狙う。

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】

経営改善普及事業における事業者の支援状況は、所内で評価するに留まっており、第三者の視点を入れた評価・事業の見直しなどはなされていなかった。

【課題】

今後は、当所や当市だけでなく、第三者として外部有識者を入れた「経営発達支援事業評価委員会」により本事業の成果を確認し、PDCA サイクルを回しながら事業を推進する必要がある。

(2)事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCA を回す仕組みを構築する。

事業評価の手段・手法	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】（事業の計画・見直し） （a）前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 （b）上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。 【DO】（事業の実行） （c）経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。 （d）経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に適時入力する。 【CHECK】（事業の評価） （e）日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。 （f）月 1 回の定期ミーティングにて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。 （g）年 1 回の「経営発達支援事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。 ※「経営発達支援事業評価委員会」の実施の流れ ⅰ 沼田市産業振興課長（又は係長）、法定経営指導員、外部有識者（金融機関等）をメンバーとする「経営発達支援事業評価委員会」を年 1 回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）にて定量的に評価を行う。 ⅱ 当該「経営発達支援事業評価委員会」の評価結果は、常議員会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当所ホームページ（https://www.numata-cci.or.jp）へ掲載（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。 【ACTION】（事業の見直し） （h）「経営発達支援事業評価委員会」の評価を受け、年 1 回、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。

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】

経営改善普及事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となり実行している。

【課題】

本計画の成果をあげるためには、経営支援員や一般職員も含めた組織全体の支援力向上が必要である。このために、経営支援員や一般職員も含めた資質向上、OJT 等を実施することが課題である。

(2)事業内容

①経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	経営指導員、経営支援員、一般職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得する
不足能力の特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 ・伴走型支援により、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力 ・展示会等や IT を活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力 ・DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上

内容	経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・手法により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、経営支援員・一般職員も含めて積極的に参加する。 ア　小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて 群馬県商工会議所連合会の経営指導員研修、日本商工会議所の Web 研修等の上部団体等が主催する研修に参加する他、独自に外部講師を招聘した所内研修を開催する。 イ　DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX 関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。 ＜DX に向けた IT・デジタル化の取組＞ ⅰ）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 ⅱ）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 ⅲ）その他の取組 オンライン経営指導の方法 等 ウ　経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて 独自に外部講師を招聘し、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマで所内勉強会を開催する。

②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	ア　OJT 制度 当所には経験年数の浅い経営指導員や経営支援員もいる。そこで、ベテラン経営指導員と経験の浅い経営指導員・経営支援員等がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。 イ　定期ミーティング 月 1 回の定期ミーティングのなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、研修等へ参加した経営指導員等が順番で講師を務め、経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等について紹介し、ミーティング内で意見交換を行う。また、各人の支援状況等を共有し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。 ウ　データベース化 担当経営指導員等がクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、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。

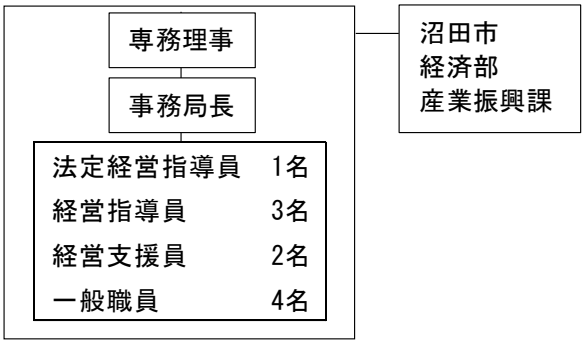
（別表２）

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： 飯塚 岳秀

連絡先： 沼田商工会議所 TEL.0278-23-1137

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・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／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒378-0044

群馬県沼田市下之町 888 テラス沼田７階

沼田商工会議所　中小企業相談所

TEL： 0278-23-1137　／　FAX： 0278-24-0715

E-mail： info@numata-cci.or.jp

②関係市町村

〒378-8501

群馬県沼田市下之町 888 テラス沼田５階

沼田市　経済部　産業振興課　商工振興係

TEL： 0278-23-2111　／　FAX： 0278-24-5179

E-mail： sangyo@city.numata.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	920	920	920	920	920
群馬県ものづくりフェアへの出展料	120	120	120	120	120
DX の実現にむけてセミナー開催	300	300	300	300	300
コンサルタント依頼料	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
会費収入、国補助金（伴走型補助金等）、県補助金、市補助金 等

（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）

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者と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
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等