

経営発達支援計画の概要

実施者名	藤岡商工会議所（法人番号 9070005004015） 藤岡市（地方公共団体コード 102091）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 小規模事業者が事業環境に対応しながら、持続的発展の中で経営していけるよう、支援体制を整備し推進する。 (2) 小規模事業者の事業計画策定支援とフォローアップ (3) DX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 (4) 上記の目標を実現すべく、小規模事業者の個々の課題を対話と傾聴を通じて設定し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる。
事業内容	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中小企業景況調査 ②地域景気動向調査「景況調査」の活用 ③国が提供するビッグデータの活用 4. 需要動向調査に関すること 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） ③プレミアム付き商品券取扱い参加店に対する調査 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の掘り起こし ②財務諸表を活用した分析とSWOT分析 6. 事業計画策定支援に関すること ①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 ①既存事業者に対する事業計画策定後の支援 ②事業承継に係る事業計画策定後の支援 ③創業者に対する事業計画策定後の支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①県内外展示会への出展支援 ②ECサイト利用（BtoC） ③自社HPの開設支援（BtoB・BtoC）
連絡先	藤岡商工会議所 中小企業相談所（指導課） 〒375-8506 群馬県藤岡市藤岡853-1 TEL:0274-22-1230 FAX:0274-24-1229 E-mail: fcci@fujioka-cci.or.jp 藤岡市 経済部商業観光課 〒375-8601 群馬県藤岡市中栗須327 TEL:0274-40-2318 FAX:0274-24-4414 E-mail: syoko2@city.fujioka.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) 地域の現状及び課題

① 現状

群馬県の南西部に位置する藤岡市は、総面積 180.29 km²で、東側は埼玉県上里町や神川町、西側は甘楽町や下仁田町、南側は神流町や埼玉県秩父市、北側は高崎市や玉村町と接している。市の南西部は、主要山岳である赤久縄山と御荷鉾山を有しているため標高が高く、北東に行くに従い平地が広がる。市街地を含む平野部は、三方を鐮川、烏川、神流川に囲まれ、南部には首都圏の水がめである下久保ダムを有している。

気候は太平洋側気候で、平野部の年間降水量は約 1,000 mm と比較的少なく、年間平均気温は約 15℃ と比較的温暖な気候である。

東京からは約 90 km の距離に位置し、日本の中央の南北軸である関越自動車道と東西軸である上信越自動車道、北関東自動車道により十字軸が形成されている。そのため、高速自動車道交通ネットワークの結節点であり、国道 17 号、254 号、462 号、主要地方道前橋長湫線などが走り、交通の利便性に優れている。

公共交通機関は、JR 高崎線と JR 八高線、上越新幹線が横断しており、市内には JR 八高線群馬藤岡駅と北藤岡駅がある。バスは市内を循環する路線バスや広域連携による路線バスが運行されている。

江戸時代には、中山道の脇街道の宿場町として栄え、多くの人や物産、文化が行き交い、上州絹の集積地として発展、平成 18 年に鬼石町を編入し、現在の藤岡市となった。(第 5 次藤岡市総合計画より引用)



<観光・特産品>

平成 26 年に世界文化遺産に登録された「富岡製糸場と絹産業遺産群」の構成資産のひとつである「高山社跡」を有し、隣接する高山社情報館では、絹産業の発展をもたらした功績を伝えている。藤岡インターチェンジに隣接する「道の駅らん藤岡」は、高速道路のパーキングエリアからも、一般道路からもアクセスできることから立ち寄りスポットとして人気があり、「関東好きな道の駅ランキング」において常に上位に選ばれ、年間約 240 万人が訪れている。4 月下旬から 5 月上旬にかけて、「ふじの咲く丘」では藤岡を代表する花の一つ、フジの花が咲き誇り、開花期間中は、ふじまつりが開催され、県内外から多くの人を訪れる。

群馬県育成品種のイチゴ「やよいひめ」の県内有数の産地であり、また、全国有数のシンビジウムの産地で、数多くの品種を生産している。(藤岡市勢要覧 2019 より引用)

<人口>

藤岡市の住民基本台帳人口は、令和 5 年 4 月 1 日現在で 62,646 人であり、このうち、旧鬼石町地区を除く旧藤岡市地区(藤岡商工会議所管内、以下「管内地域」という。)の人口は 58,010 人である。(令和 5 年版藤岡市統計書)

<産業構造>

管内地域における産業別就業者数による産業構造では、平成 27 年に第 1 次産業が 4.4%、第 2 次産業が 35.4%、第 3 次産業が 60.2%の割合であったが、令和 2 年には第 1 次産業 4.2%、第 2 次産業 34.6%、第 3 次産業が 59.7%となり、第 1 次産業、第 2 次産業、第 3 次産業全てが減少の傾向にある。(表 1 参照)

第 3 次産業では、卸売業・小売業、医療や福祉関係に従事している者が特に多く、第 3 次産業全体の半数近くを占める。(表 5 参照)

令和 3 年経済センサス活動調査を基に算出した管内の商工業者数 2,105 のうち、小規模事業者数は 1,614 (76.67%) で、平成 28 年の数値、商工業者数 2,344、うち小規模事業者数 1,827 (77.94%) より割合が 1.27%下がっているが、群馬県の全商工会議所管内を合計した小規模事業者の割合 (74.81%) や群馬県全域の小規模事業者の割合 (76.57%) と比較すると多い。

表 1【産業分類別就業人口の推移 (管内地域)】

単位：人 (%)

年次	総数	第 1 次産業	第 2 次産業	第 3 次産業
平成 12 年	32,237 (100.0)	2,114 (6.6)	13,182 (40.9)	16,941 (52.6)
平成 17 年	31,315 (100.0)	1,932 (6.2)	11,798 (37.7)	17,585 (56.2)
平成 22 年	29,620 (100.0)	1,545 (5.2)	10,692 (36.1)	17,383 (58.7)
平成 27 年	30,119 (100.0)	1,317 (4.4)	10,659 (35.4)	18,143 (60.2)
令和 2 年	29,225 (100.0)	1,214 (4.2)	10,123 (34.6)	17,447 (59.7)

資料：令和 2 年国勢調査

<工業>

工業は、旧来からの瓦製造業に替わり、輸送機器をはじめ、金属製品、プラスチック製品、電気機器等の製造業を中心に企業立地が進んできた。市内には 16 の工業団地があり、輸送用機器関連や化学関連、業務用機器関連産業などさまざまな企業が進出し、市の工業力を高めている。

事業所数(従業者 4 人以上)は、平成 24 年の 230 (うち、従業者 300 人未満 227) から令和 4 年は 265 (うち、従業者 300 人未満 262) と 35 (うち、従業者 300 人未満 35) 増加、従業者数は、平成 24 年の 8,292 人から令和 4 年は 9,338 人と増加しているが、近年は概ね横ばいの傾向である。

一方、製造品出荷額等は、平成 24 年の 2,134 億円から令和 4 年は 2,684 億円と増加している。しかし、その内訳は、従業者 300 人以上の事業所 1 社を含むプラスチック製品製造業が 427 億円、1 社を含む金属製品製造業が 563 億円、1 社を含む輸送用機械器具製造業が 518 億円となっており、大企業を有する分野で全体の約 6 割を占めている。(工業統計調査、経済構造実態調査)

<商業>

卸売業や小売業における商店の数は、平成 28 年の 580 店から令和 3 年は 521 店となり、59 店 (10.2%) 減少している。販売額は平成 28 年の 885 億円から令和 3 年は 769 億円となり、116 億円 (13.2%) 減少している。工業に比べ、事業所の減少率が非常に大きくなっている。(表 2 参照) 特に、小売業の商店数の減少率が販売額の減少率より 20.7% も大きく、小規模店舗の廃業、撤退が進んでいると推察できる。

表 2【商業の推移】

年次	商店数 (店)			従業者数 (人)			年間商品販売額 (万円)		
	総数	卸売業	小売業	総数	卸売業	小売業	総数	卸売業	小売業
平成 28 年	580	93	487	3,693	552	3,141	8,853,600	266,420	618,940
令和 3 年	521	82	439	3,586	482	3,104	7,685,300	181,440	587,090
増減	▲ 59	▲ 11	▲ 48	▲ 107	▲ 70	▲ 37	▲ 1,168,300	▲ 84,980	▲ 31,850
増減率	▲ 10.2%	▲ 11.8%	▲ 9.9%	▲ 2.9%	▲ 12.7%	▲ 1.2%	▲ 13.2%	▲ 31.9%	▲ 5.1%

資料：商業統計調査、経済センサス活動調査

②課題

管内地域は、日本の中央部を縦横に結ぶ高速自動車道交通ネットワークの結節点に位置し、東京から約 1 時間の群馬の玄関口として、北関東屈指の広域交通の利便性を誇っている。藤岡インターチェンジに隣接し、観光案内所や観光物産館、農産物直売所を置く「道の駅らん藤岡」や「高山社跡」、国の名勝及び天然記念物である「冬桜」が有名な旧鬼石地区の「桜山公園」、「三波石峡」など優れた観光資源を有し、人が行き交う地域である。

一方、市の総人口は、平成 7 年の 70,528 人をピークに減少に転じ、令和 2 年には 64,820 人となっている。管内地域では、平成 12 年の 62,951 人まで人口が増加傾向であったが、その後減少が続き、令和 2 年には 57,355 人となっている。年齢別 3 区分人口構成比の推移をみると、年少人口及び生産年齢人口が減少し、高齢人口が増加しており、今後も人口減少、少子高齢化が加速度的に進んでいくと推計されている。(表 3 参照)

人口減少に伴い、商業客の減少や商圈の縮小に伴う市街地の衰退、事業規模縮小や廃業による地域経済衰退が危惧され、産業基盤の整備と交流人口の更なる増加に向けた対策が必要である。

表 3【年齢別 3 区分人口の推移 (管内地域)】

単位：人 (%)

年次	総数	年少人口 (15 歳未満)	生産年齢人口 (15~64 歳)	高齢人口 (65 歳以上)
平成 7 年	62,676 (100.0)	10,736 (17.1)	42,848 (68.4)	9,092 (14.5)
平成 12 年	62,951 (100.0)	9,812 (15.6)	42,332 (67.2)	10,807 (17.2)
平成 22 年	61,875 (100.0)	8,596 (13.9)	38,869 (62.8)	14,410 (23.3)
平成 27 年	60,253 (100.0)	7,644 (12.7)	35,737 (59.3)	16,872 (28.0)
令和 2 年	57,355 (100.0)	6,470 (11.3)	32,536 (56.7)	18,349 (32.0)

資料：令和 2 年国勢調査

＜地域産業の課題＞

藤岡市の産業別就業者数では、第1次産業、第2次産業が減少し、第3次産業が多くなっているが、群馬県平均と比較した場合、第2次産業の就業割合は県平均より多く、第3次産業の就業割合は県平均より少なくなっている。(表1・表4参照)

表4【産業別就業者数及び産業割合の群馬県との比較】

単位：人（％）

	総数	第1次産業	第2次産業	第3次産業
藤岡市	31,579 (100.0)	1,305 (4.1)	11,027 (34.9)	18,773 (59.4)
群馬県	949,945 (100.0)	42,484 (4.5)	287,927 (30.3)	593,348 (62.5)

※総数には分類不能の産業を含む

資料：令和2年国勢調査

第2次産業で、従業者が4分の3以上を占める製造業における事業所数、従業者数の近年の推移は増加傾向にあるが、製造品出荷額等は減少がみられ、令和2年の2,362億円は前年の2,689億円から12.2%減であった。しかし、近隣の高崎市8,722億円、富岡市3,132億円、安中市3,243億円と比較すると少ない状況である。(令和3年経済センサス活動調査)

第3次産業を従業者数が多い順にみると、卸売業・小売業、医療・福祉関係、宿泊業・飲食サービス業、運輸業・郵便業の順となっている。このうち、医療・福祉関係以外は事業所数、従業者数ともに減少傾向であり、人口減少や少子高齢化、通販市場の拡大等の近年の社会情勢が、当地域の産業にも大きく影響を与えていることが推察される。(表5参照)

地域経済や産業の活性化を図るには、社会情勢の変化、競争の激化に耐えられるよう中小・小規模事業者の経営安定・経営改善への支援体制の強化が必要である。社会情勢の変化に適応した経営を進める業種で事業所が増えていることを背景に、成長分野への参入や新たに収益を生み出す事業展開を後押しする必要がある。

表5【産業分類別事業所数・従業者数の推移】

産業分類	平成26年		平成28年		令和3年	
	事業所数	従業者数 (人)	事業所数	従業者数 (人)	事業所数	従業者数 (人)
総数（公務を除く）	3,044	28,354	2,868	26,408	2,596	25,696
第1次産業（農林、林業、漁業）	20	171	18	130	26	222
第2次産業計	803	11,335	760	11,205	684	10,809
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	0	0	-	-
建設業	362	2,035	345	1,873	317	1,655
製造業	441	9,300	415	9,332	367	9,154
第3次産業計	2,221	13,276	2,090	15,073	1,886	14,605
運輸業、郵便業	73	1,194	72	1,465	68	1,445
卸売業、小売業	686	4,343	691	4,309	599	4,178
不動産業、物品賃貸業	198	483	180	448	169	445
宿泊業、飲食サービス業	287	1,911	266	1,778	204	1,454
生活関連サービス業、娯楽業	294	1,405	268	1,220	227	1,062
医療・福祉	214	3,940	199	2,930	224	3,187
その他	469	3,572	414	2,923	395	2,894

※平成26年は経済センサス基礎調査、平成28年、令和3年は経済センサス活動調査

資料：藤岡市統計書

<工業の課題>

藤岡市は、群馬県の玄関口に位置し、東京から約1時間でアクセスできる。藤岡インターチェンジまでは、東京・横浜方面はもちろんのこと、東北圏、中部圏、近畿圏からも容易にアクセスできる交通の利便性、地震や水害などの自然災害が比較的少ない、地盤が固いという特徴があることから、工場や物流拠点として産業施設の立地条件に合い、ビジネスに最適な環境が揃うため、着々と工業団地の造成が進んでいる。

一方、管内企業のほとんどは中小・小規模事業者で占められ、景気変動に左右されやすい構造になっている。年2回実施する藤岡商工会議所の独自の景況調査によると、経営上の問題点として、原料・材料の高騰がここ数回の調査結果の第1位となっており、仕入れ単価の上昇、従業員の確保難、電力料金の上昇が上位を占める。

そのような現状を踏まえ、エネルギー等の物価高騰への対応、人手不足、需要の縮小、DX化など事業環境の変化に対応できるよう、自社の経営課題に応じた幅広い支援が必要となる。

<商業の課題>

管内地域は、多野藤岡地域を主な商圈として発展してきたが、商業都市である高崎市に近接する立地条件や、著しいモータリゼーションの進行、コロナ禍により大きく変化した消費者の購買行動と心理などを背景に購買力の流出が顕著となっている。

直近では、令和元年8月のスーパーマーケットとりせん藤岡店の閉店、令和6年11月のスーパー丸幸藤岡宮本店の閉店、令和元年7月のピアゴ藤岡店のドン・キホーテUNYへの変更など、管内大規模店舗・ローカルスーパーの撤退や業態変更があり、その後も大規模店舗の出店はない。

既存商店の再生をはじめ、地域に密着した各店舗や商店街がその特性や資源を生かしながら対策していくことで、時代に沿った事業を運営していけるよう支援し、経営改善さらには経営の安定に繋げていく必要がある。

また、創業希望者や新規出店者などを支援することにより、新しい活力を生み出す取り組みも必要である。

(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

当市の総人口は、平成7年頃の約7.1万人をピークに減少に転じている。日本の人口のピークが平成20年頃であることから、当市の人口減少は全国よりも10年以上も先行しており、この減少傾向は今後も続く見込みである。要因としては、少子高齢化があげられ、それと比例して事業主の高齢化による休廃業、低水準である新規創業などから小規模事業者の減少も見込まれる。

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最も重要であり、伴走支援を通じて支えていくことが当会議所の使命であると考えます。

そのためには、財務データから見える表面的な経営課題だけでなく、対話と傾聴を通じて、事業者の本質的課題を経営者の自らが認識することに重点を置き、将来的な自走化を目指し、事業者に深い納得感と当事者意識を持たせ、自らが事業計画を実行していくための支援が必要となる。

事業者の努力によって生み出された独自の技術、自慢の商品やサービスを広く認知してもらい、多くの需要を獲得するため、多角的な視点で支援をおこなう。

まずは、各セミナーの開催や個別支援において意欲のある事業者の掘り起こしを行い、経営指導員と事業者で客観的な状況分析を行う。事業者の規模やレベルなどの実情に合わせた適切な経営計画を策定する。

実現するためには、支援体制の整備が必須であり「経営指導員等のスキルアップによる支援力の向上」「行政機関・専門家との連携強化」などで事業者に寄り添った経営支援を進めていく。

また、事業環境に対応しながら持続的発展の中で経営するためには、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。デジタル技術を活用し、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革することで、競争上の優位性を確立させる。

②第5次藤岡市総合計画との連動性・整合性

「3-1 商業・サービス業」との整合性

「第5次藤岡市総合計画」の「3-1 商業・サービス業」において「地域経済や産業の活性化を図るためには、既存商店の再生をはじめ、商業経営の強化や沿道型商業の適正誘導などが課題です」と記載されている。また「今後の個別施策」においては、「中小企業の経営力の安定と向上を図るため、商工会議所、商工会などを通じ経営相談・経営指導・企業診断などの充実により企業の経営改善を進めます」「地域経済や産業の活性化を図るため、商工会議所・商工会・商店街などと連携して、商業活性化策の充実、創業希望者や新規出店者に対する支援を進めます」と記載されている。当発達支援計画においても、地区内の「小規模事業者の魅力づくり」を通して、「目標指標」を達成することを考慮している。

③藤岡商工会議所としての役割

藤岡商工会議所は地域における総合経済団体として、長年にわたり小規模事業者支援や地域経済の活性化に取り組んできた。令和2年度に経営発達支援計画の認定を受け、事業を実施している。今後も商工会議所として、事業環境の変化を的確に把握し、小規模事業者への伴走型支援を実施していく。対話と傾聴によりニーズを的確に把握し、行政や各種関係機関との連携による伴走型支援とフォローアップを積み重ね、地域経済の活性化と持続的発展を実現していく。

（3）経営発達支援事業の目標

上記の「小規模事業者の長期的な振興のあり方」を踏まえ、当会議所では、令和7年度から令和12年度まで、以下の通り目標を設定し、小規模事業者の支援に取り組む。

目標（1） 小規模事業者が事業環境に対応しながら、持続的発展の中で経営していけるよう、支援体制を整備し推進する。

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（3） DX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べく、小規模事業者の個々の課題を対話と傾聴を通じて設定し、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、当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になる。その結果、地域への雇用が維持され、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。

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7年4月1日～令和12年3月31日

(2) 目標達成に向けた方針

①小規模事業者が事業環境に対応しながら、持続的発展の中で経営していけるよう、支援体制を整備し推進する。

小規模事業者の事業環境変化に対応し、持続的発展を図っていく上で、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、事業者に寄り添った支援体制の整備を推進する。多様な課題解決ツールの活用を提案しながら事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、将来的な自走化を目指す。

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、「定期的な進捗確認」「フォローアップに基づく事業計画の修正」が必要となる。当会議所においては、上記の内容を積極的に実施し、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に関する重要性や基礎知識の習得を支援する。DXを進めるためには、業務の効率化が欠かせない。ITツールの導入やWebサイト構築の取り組みで販路開拓支援による労働生産性向上を図ることはもとより、経営指導員及び専門家による個社支援を実施する。また、経営指導員・職員のDXに関する知識の共有を図る。

④上記の目標を実現すべく、小規模事業者の個々の課題を対話と傾聴を通じて設定し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる。

経営分析・事業計画の策定・策定後の実施支援などの各局面において、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り、地域全体で持続的発展への取り組みへ繋げる。

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】 これまでの地域経済動向調査については、①中小企業景況調査（4半期ごと）、②地域景気動向調査「景況調査」（9月・3月の年2回）を実施している。

【課題】 これまで実施しているものの、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、改善した上で実施する。

(2) 目標

項目	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①「RESAS」調査	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
「RESAS」調査 当会議所HP公表	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②地域景気動向調査 「景況調査」 対象企業800社	2回	2回	2回	2回	2回	2回
地域景気動向調査 「景況調査」 結果報告書提供	2回	2回	2回	2回	2回	2回
地域景気動向調査 「景況調査」 当会議所HP公表	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③中小企業景況調査 対象企業50社	4回	4回	4回	4回	4回	4回
中小企業景況調査 結果報告書提供	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
中小企業景況調査 当会議所HP公表	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域の経済動向を把握し、地域内の小規模事業者の効率的な活性化を目指すため、経営指導員等が、国が提供する「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【分析手法】

「地域経済循環マップ・生産性分析」→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

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に活用する。

②地域景気動向調査「景況調査」（9月・3月の年2回）の活用

この調査は、管内事業者の景気動向等について総合的に把握するために1994年2月より実施している当初独自の景況調査で、現在までに61回実施、毎回約250社からの回答がある。

調査項目を見直しながら、引き続き年2回調査・分析を行う。

【調査対象】 管内800事業所（全業種対象）

【調査項目】 「景況感」「売上」「客数」「経常利益」「設備投資」「雇用」「経営上の問題点」の項目ごとの好転・悪化等の状況

【調査手法】 調査票を郵送し、後日返信用封筒で回収する。

【分析方法】 経営指導員等が分析するが、外部専門家と連携し、更なる分析を行う。

③中小企業景況調査（4半期ごと）

管内の景気動向等についてより詳細な実態や最新の動きを把握するために日本商工会議所と連携し、3ヵ月ごとに調査・分析を行う。

【調査対象】 管内 50 事業所

【調査項目】 製造業、卸売業、小売業、建設業、サービス業の 5 つの業種
業況、売上、資金繰り、採算、在庫、従業員動向、設備導入、
経営上の問題点等

【調査手法】 経営指導員等が直接訪問し依頼、後日回収する。

【分析手法】 経営指導員等が分析するが、外部専門家と連携し、更なる分析を行う。

（4）調査結果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者にも周知する。
- 今後はデータ化を行い、小規模事業者への巡回指導・窓口相談の際の参考資料とする。また、作成したデータを当会議所ホームページに掲載するとともに、小規模事業者がデータを必要とする場合には、メール送信等により情報提供を行うなど活用する。
- 業種別（製造業・建設業・卸小売業（飲食店を含む）・サービス業その他）の分析結果を小規模事業者の経営分析や事業計画策定の際に活用し、また、核業種に対応した経営指導やセミナーの企画立案に活かす。更には、雇用や景気の状態・実態を把握し、国・県・市等への政策提言に反映させる。

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、情報収集・分析を行っている小規模事業者は当地域にはほとんど存在しない。小規模事業者が持続的な経営を行うためには、近隣大型店等と差別化し、顧客のニーズに合わせ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。当会議所としては、これまで需要動向調査を支援していない状況にある。

社会情勢や顧客ニーズの変化などにより、従来とは異なる消費者ニーズが生じていることも考えられ、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である。

（2）目標

項目	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 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）	未実施	1 者	1 者	2 者	2 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）	未実施	1 者	1 者	2 者	2 者	3 者
③高山社債プレミアム付き商品券調査対象事業者数	未実施	30 者	30 者	30 者	50 者	50 者

(3) 事業内容

①展示会におけるアンケート調査（B to B）

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（ぐんま Tech EXPO 2024）などに出展する事業者の支援を行う。

【サンプル数】

来場者 30 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し、ヒアリングを行いながらアンケートに記入する。

【分析手段・手法】

調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【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（B to C）

小売業・サービス業・飲食業を営む事業者にとって、消費に繋がる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のがもっとも現状に則した調査となる。

【サンプル数】

来客顧客 50～100 人（調査機関 1 ヶ月）

【調査手段・手法】

自店に来店する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】

調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【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。

③プレミアム付き商品券取扱い参加店に対する需要動向調査

当会議所は、世界遺産「高山社跡」の顕彰と物価高騰等により影響を受けている事業者支援と消費拡大を目的とし、当会議所会員に年 1 回総額 1,500 万円（プレミアム分 450 万円）のプレミアム付き商品券を発行している。この取扱店として参加している事業者に対し販売状況、顧客層等についてアンケート調査を行い、商品券の効果、管内事業者の営業状況を把握する。

【サンプル数】

参加店約 200 店舗

【調査手段・手法】

参加店へQRコードによるWebアンケートを行う。

【分析手段・手法】

調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】

①顧客層 ②売れ筋商品 ③商品券による売上効果等

【分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が当該参加店にフィードバックし、事業計画策定意欲の向上に繋げ、更に今後の小規模事業者支援策を検討する資料とする。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 これまでの当会議所の小規模事業者への経営分析は、補助金申請等に係る現状把握や資金調達に係る貸借対照表・損益計算書の解析による財務内容の把握等に留まっており、管内小規模事業者に対し、客観的で具体的に掘り下げた経営状況・課題の解析に対する支援は弱かった。

【課題】 今後は、事業計画策定に意欲がある小規模事業者を発掘し、「気付き」を与えるツールとして損益分岐点を活用。また、小規模事業者それぞれのニーズに合わせた分析を行うための高度・専門的な知識不足を補うため、外部専門家等と連携するなど、改善した上で踏み込んだ事業計画策定・経営分析を実施する。

(2) 目標

項目	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① セミナー開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
② 経営分析事業者数	10者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

経営分析を行う事業者の発掘のため、「経営分析セミナーの開催」や「巡回・窓口相談を介した掘り起こし」を行う。

セミナー参加者は、当会議所会報・ホームページ等で募集し、また、経営指導員等が日々の経営相談を通じ必要性の高いと思われる者に参加を呼び掛ける。年1回開催し、参加者は20人を想定する。

【経営分析の目標】 セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性が高い15社を選定。

【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、財務分析には(独)中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」、「経営計画つくるくん」や株式会社エイチ・エーエルの「BIZミル(経営支援機関システム)」を使い、経営指導員等が収益性・安全性・成長性の分析を行う。専門性の高い分析(案件)については、専門的知識を有する専門家派遣事業を利用し、関係機関と連携を図る。非財務分析についてはSWOT分析を行う。

【分析項目】 財務諸表を活用した分析とSWOT分析を行う

≪財務分析≫売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

(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。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、経営課題の抽出に繋げていく。また、各データは事業所ごとに整理保管し、必要な場合は他の職員が閲覧することにより当商工会議所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】 これまでの当会議所の事業計画策定支援は、補助金申請や金融（融資）相談等への事業計画作成といった、計画の利用目的が明確である場合の対応に留まっている。

【課題】 これまでの計画策定支援では、事業計画の意義や重要性の理解が浸透しておらず、地域経済動向や需要動向などを踏まえ、自社の経営状況の内容、将来の事業所のあり方、経営ビジョンをしっかりと見据えたものではないため、セミナーを開催するなど改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

これからは、事業計画策定の意義や重要性を「事業計画策定セミナー」や個別相談を通じて周知・説明し、今後の地域経済や自社の業況を見据え、持続的発展が図れるよう小規模事業者の積極的な事業計画策定に繋げていく。

また、「事業計画策定セミナー」の内容をよく検討し、5. で経営分析を行った事業者の8割/年間の事業計画策定を目指す。

事業承継を検討している事業者に対しても、事業計画（事業承継計画）は大変重要であることから、メニュー（支援内容）は異なるが、策定支援を行っていく。

さらに、創業希望者・創業後間もない事業者に対しても、事業計画の意義・重要性の理解を図り、実効性の高い計画策定に繋げていく。

(3) 目標

支援内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① DX推進セミナー開催回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
② 事業計画策定セミナー開催回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
③ 事業計画策定事業者数	8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、ITツールの導入やWebサイト構築等の取組みを推進していくためのセミナーを開催する。

募集方法：当会議所会報、当会議所ホームページ

実施回数：年1回

カリキュラム：DXに関する重要性や基礎知識の習得。

（目的：ITツールの導入やWebサイト構築の取組みで販路開拓支援に

よる労働生産性向上を目指す。)

②経営分析を実施した事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催

募集方法：当会議所会報、当会議所ホームページ

回数：年1回

カリキュラム：事業計画策定に関するもので、意義、重要性、策定の留意点など

(目的：小規模事業者の経営基盤強化を図り、持続的発展を目指す。)

参加者数:15人

※セミナー終了後の個別相談会及びその後の経営指導に繋ぐ。

・事業承継を検討している事業者に対する事業承継計画策定支援

事業承継を検討している事業者に対し、経営指導員等が事業承継診断（ヒアリングシート）を実施し、専門家（士業）を交えて事業承継計画書の策定支援を行う。

また、事業承継税制や補助金について情報提供し、活用を働きかける。

・創業希望者・創業後間もない事業者を対象とした事業計画策定支援

藤岡市及び地元金融機関と連携して、創業希望者・創業後間もない事業者を対象とした創業支援セミナー、創業スクールをそれぞれ年1回開催し、支援対象者を掘り起こし、セミナー等の中で事業計画の重要性を学んでもらう事により対象者の意識を高めたうえで計画策定支援を行う。

③事業計画の策定

【支援対象】経営分析を行った事業者、事業承継を検討している事業者

創業支援セミナー・創業スクール参加事業者

【手段・手法】事業者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き専門家（士業）を交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。

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】これまでの当会議所の事業計画策定後支援は、要請があった場合のみの対応であった。

【課題】これまで事業計画策定後の支援では、訪問回数も少なく不定期であり、事業計画の進捗状況確認やフォローアップが計画的に実施できていないため、今後は、定期的な訪問を行い、事業者に寄り添ったきめ細かいフォローアップを改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

経営者が自己変革力（自走化）を身につけるよう意識し、対話を通じて現場レベルで当事者意識を持って取り組むなど、計画の進捗のフォローアップを通じて経営者への内発的動機付けを行い、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の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

	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数	未実施	30者	30者	30者	30者	30者
頻度(延回数)	未実施	120回	120回	120回	120回	120回
売上増加達成者数	未実施	5者	5者	5者	5者	5者
利益率1%以上増加達成事業者数	未実施	3者	3者	3者	3者	3者

※売上増加事業者数とは前年対比で売上高が増加した事業者

※利益率については、経営革新計画において年率1%が目標であることに準じた。

(4) 事業内容

計画的なフォローアップを実施するため、事業(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「事業計画確認シート」にまとめ、その情報を当会議所職員が共有する。「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、創業者や複数借入金の多い事業者(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、自社での取組みには限界がある。また、近接市への購買流出やインターネット通販の普及、安価な海外製商品の販売など、小規模事業者にとって厳しい経営環境が続いている。一方で当地域の小規模事業者は、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を利用した販路開拓等のDXに向けた取組みが進んでおらず、限られた商圏にとどまっている。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、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

インター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に向けた取組みとして、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	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①県内外展示会への出展支援事業者数	未実施	1 者	1 者	2 者	2 者	3 者
内商談件数	未実施	1 件	1 件	2 件	2 件	3 件
内契約数	未実施	1 件	1 件	2 件	2 件	3 件
②EC サイト利用支援事業者数	未実施	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者
売上増加率/者	未実施	3%	3%	3%	3%	3%
③自社の HP の開設支援事業者数	未実施	1 者	1 者	2 者	2 者	3 者
売上増加率/者	未実施	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①県内外展示会への出展支援

当地域内には、付加価値の高い商品やサービスの提供を行っている小規模事業者もいるが、地域外での認知度は高いとは言い難い。そこで、東京ビッグサイトで開催されている「feel NIPPON」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製造業者や地域の特産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、物産展等の出展は準備や当日の人員確保など小規模事業者にとってハードルが高く感じることも多い。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り効果は薄い。小規模事業者の継続的な支援に繋げるためには、出展前の準備から終了後の振り返りまでが必要となる。

< 想定する展示会・商談会（群馬県内） >

○ぐんま Tech EXPO 2024 (BtoB)

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 5 年 10 月に開催された展示商談会には、182 社が出展し 2 日間で 2,200 人の来場があった。

< 想定する展示会・商談会（群馬県外） >

○feel NIPPON 春 2025

feel NIPPON は、開催期間 3 日間にわたり開催される国内最大級の展示商談会である。全国や国外に向けた販路拡大の絶好の機会であり、各地の特色のある企業が個性を出しつつ地元の魅力も発信できる。2024 年 2 月の開催時には、出展社数 207 社（内 49 商工会議所・158 事業者）、来場者数 33,497 人であった。

○日本百貨店しょくひんかん「地域うまいもんマルシェ」

1 週単位で出店し、首都圏の消費者をターゲットとしたテストマーケティングや地元の PR を図る。2023 年度では平均売上額約 10 万円、平均売上点数 173 点、来場者数平日約 1,000 人休日約 2,500 人から 3,000 人であった。

②EC 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、価格設定等の伴走支援を行う。デジタル技術を活用

し、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革することで、売上や利益率の向上を推進する。

③自社HPの開設支援 (BtoB、BtoC)

小規模事業者の多くは自社のWebサイトを持っておらず、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、Webサイト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

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】 これまでの当会議所の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は、個々の事業を必要に応じて見直しに留まり、仕組みづくりにおいては行っていなかった。

【課題】 毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、時期を定め適切に見直しを行うため、以下の方法で評価・検証を行う。

(2) 事業内容

当会議所専務理事・藤岡市経済部商業観光課長・法定経営指導員・中小企業診断士（外部有識者）により構成された「経営発達支援計画検討委員会（年1回年度末開催）」を開催し、本計画の年度目標に対する実績を報告。目標達成事業の効果や未達成事業の理由や原因について、評価・検証し、推進方法などの見直しについて審議を行うとともに、事業への課題や今後の方向性等の提案を頂く。

検討委員会では、項目ごとに実績と事業の「必要性」「妥当性」「有効性」「効率性」についての評価を踏まえ、「PDCA評価」としてA～Dの判定基準を設け判定し、次年度の計画・実行に活用する。

○検討委員会における評価基準表

今年度実績に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
必要性	実施した事業は目的に適切であり、必要性が高い				
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である				
有効性	成果とともに事業者への効果が出ている				
効率性	事業の進め方は効率的に行っている				

PDCA評価

実績・評価等つつ、目標の達成度具合の割合に応じてAからDを判定する

判定

- A:目標を達成することができた。(100%以上)
- B:事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。(80~99%)
- C:目標を半分程度しか達成することができなかった。(30~79%)
- D:目標を達成することができなかった。(30%未満)

【公表方法】 検討委員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当会議所HPに年1回掲載することで、当地区の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。(当会議所HP : <http://www.fujioka-cci.or.jp>)

・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
- ・作成した経営支援発達計画について役員会に報告して承認を得る。
- ・事業報告・事業計画をHP・会報などで公表する。



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回の「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。
- ・当会議所役員・専門家(外部有識者)を交えた協議会を年1回年度末に開催し、計画を検証・評価し、見直し案の提示を行う。



Action (改善)

- ・報告会での評価、見直し案に基づき経営発達支援計画を見直し、改善を図る。また、必要性・有効性を考慮し、新たな支援策・事業を検討する。



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

【現状】 経営に関する知識や情報収集はもとより、経営分析・販路開拓支援など多岐にわたり、個々の対応が困難なため、専門家に依頼するケースが多くあった。

これまでの資質向上活動は、経営指導員等向けの資質能力向上のための研修等に参加し、習得したノウハウ等を文書回覧や、他の経営指導員等が巡回・窓口相談を行う前に情報共有を行っていたに留まり、現状のやり方では不足している知識能力を向上させるに至らず、経営指導員等個々の能力にバラツキが出ている。

【課題】 小規模事業者が事業計画を策定し、それに基づいた持続的発展を進めていく中で、支援を行う経営指導員等の支援力によって大きな差が出ることが多かったため、小規模事業者へ支援経験が少ない経営指導員等については、支援ノウハウが豊富な経営指導員や専門家派遣に同席することで、対話とヒアリングのスキルを習得できるよう組織で取り組んでいく。

(2) 事業内容

① 外部研修会等の積極的活用

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。

当会議所では、年1回開催される「協議会(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

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、リモートワークの導入、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

③OJT 制度の導入

支援経験の豊富な職員と若手職員とが連携し、巡回相談や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体として支援能力の向上に繋げる。

④西北毛4商工会議所支援力向上研修会の実施

群馬県内同規模の4商工会議所（沼田商工会議所・渋川商工会議所・富岡商工会議所・藤岡商工会議所）と年1回小規模事業者支援について支援力向上に向けた情報交換並びに事例等を通じて研修を行い、今後の支援に繋げる。

⑤支援力向上勉強会の実施

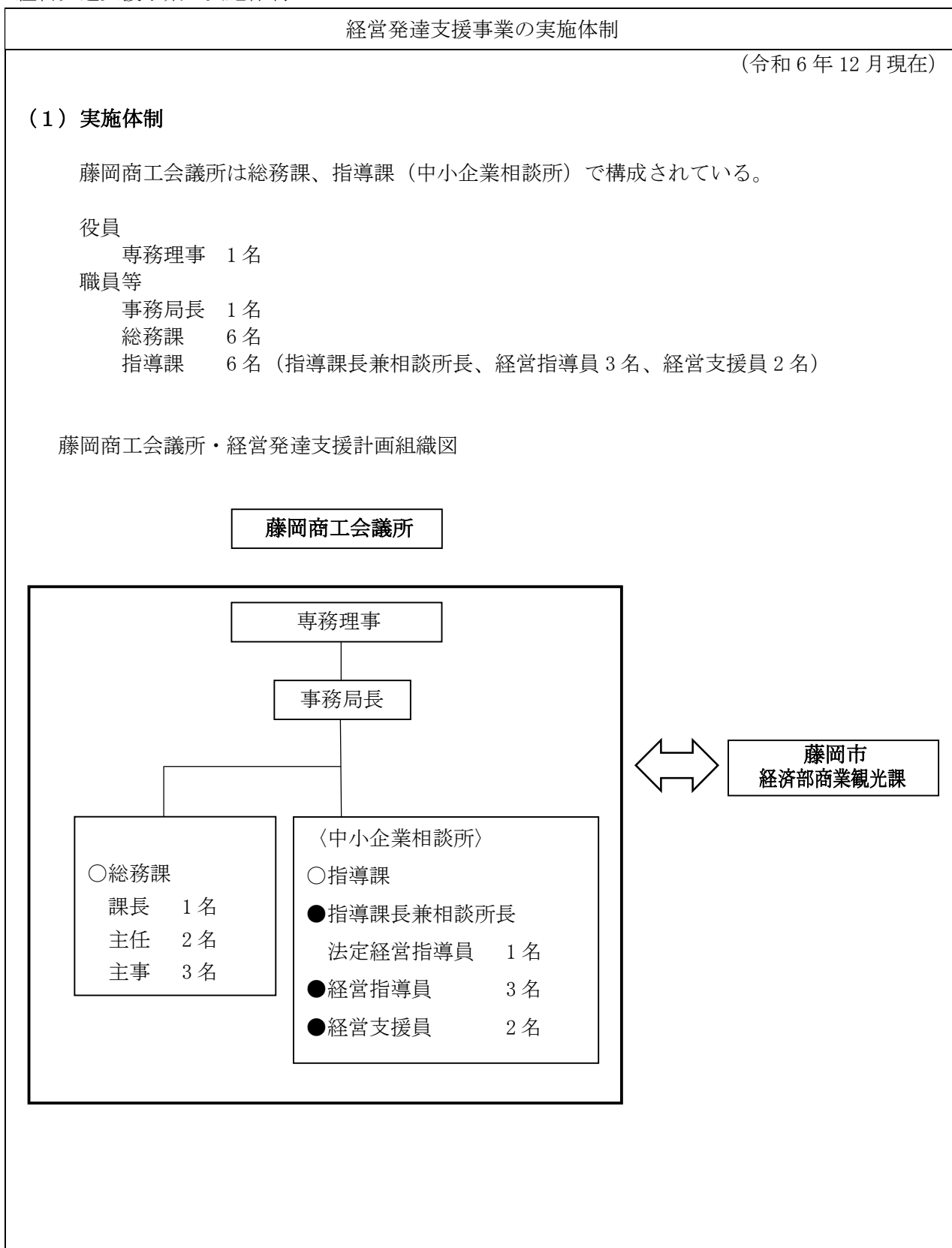
全職員（経営指導員・経営支援員・一般職員）が参加し支援力向上勉強会を行う。（年1回）勉強会において、小規模事業者の経営状況、分析結果等支援状況について報告を行う。それらの情報や支援ノウハウの共有化、職員間で意見交換を行うことで、経営指導のノウハウ習得に繋げ、全体の支援力を強化する。

⑥企業情報のデータベース化と活用

担当経営指導員等が基幹システムにデータ入力を適時・適切に行うことで支援した内容を蓄積することができる。そのことから、支援を行う小規模事業者に関する情報、指導内容を共有することで全職員が対象者の情報を把握し、対応ができるようにする。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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：山下 猛 (指導課長兼相談所長)

■連絡先：藤岡商工会議所 TEL0274-22-1230

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

〒375-0856

群馬県藤岡市藤岡 853-1

藤岡商工会議所 中小企業相談所 (指導課)

TEL：0274-22-1230 / FAX：0274-24-1229

E-mail:fcci@fujioka-cci.or.jp

②関係市町村

〒375-8601

群馬県藤岡市中栗須 327

藤岡市 経済部商業観光課

TEL：0274-40-2318 / FAX：0274-24-4414

E-mail:syoko2@city.fujioka.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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
・地域の経済動向調査に関する事業	400	400	400	400	400
・需要動向に関する事業	400	400	400	400	400
・経営状況の分析に関する事業	600	600	600	600	600
・事業計画策定に関する事業	550	550	550	550	550
・事業計画策定後の実施支援に関する事業	550	550	550	550	550
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
・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
・経営指導員の資質向上等に関する事業	400	400	400	400	400

(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、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)

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