

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	笠懸町商工会（法人番号 8070005005146） みどり市（地方公共団体コード 102121）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 目標Ⅰ 事業計画策定支援による小規模事業者の持続的経営の実現 目標Ⅱ 事業承継への取組を通じて、地区内事業者の減少に歯止めをかけ、地域経済基盤の維持・強化を図る 目標Ⅲ 新規顧客・取引先開拓のための情報発信・販売促進の実施
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）を活用した地域の経済動向分析の実施 ・ 笠懸地区景気動向調査の実施 4. 需要動向調査に関すること ・ アンケート調査を実施し、取引先・消費者の需要動向を把握するとともに、小規模事業者が提供する製品・サービスの改善・改良や、新商品・新サービスの開発に活用できるよう情報収集・分析を行い、調査結果の提供を実施する。 5. 経営状況の分析に関すること ・ 小規模事業者が抱える経営課題について、財務分析・SWOT分析などを活用した個社の経営状況分析支援を実施し、事業計画策定につなげる。 6. 事業計画策定支援に関すること ・ 経営分析した事業者や事業計画策定セミナー参加者、事業意欲の高い事業者が、自社の課題に対し、主体的・計画的に事業計画策定に取り組むための支援を実施する。 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、きめ細かなフォローアップを実施し、計画達成のための助言・指導を行う。また、伴走型支援で計画の実現性を高める。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・ 販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、地区内外で開催される商談会・展示会等への出展に関する事前支援・事後フォローを通して、効果的な需要開拓支援を行う。また、まちゼミの開催により、地区内需要の掘り起こしを行う。
連絡先	笠懸町商工会 〒379-2313 群馬県みどり市笠懸町鹿 3003-1 TEL：0277-76-2507 FAX：0277-76-7814 E-mail：office@kasakake.or.jp みどり市 産業観光部 商工課 労政係 〒376-0192 群馬県みどり市大間々町大間々 1511 TEL：0277-76-1938 FAX：0277-76-9049 E-mail：shoko@city.midori.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】

当商工会が立地するみどり市笠懸町は、平成18年3月27日に新田郡笠懸町、山田郡大間々町、勢多郡東村が合併し「みどり市」となった。

群馬県の東部に位置し、総面積は208.42km²となる。市域は桐生市・栃木県日光市を始め、群馬・栃木両県の7市と接しており、首都東京からは100km圏内にある。

地形は南北に長く、北部には足尾山地が連なり、その山塊に源をもつ渡良瀬川が市の北東から南東にかけて流れている。当商工会地区の中で目を引くものとして、1万年以上前の日本の旧石器文化の存在を証明し、日本史の常識を覆す発見となった岩宿遺跡がある。



【人口】

当地区（みどり市笠懸町）の令和2年の人口は30,069人となっており、横ばい状態となっている。世帯数については、12,079世帯であり増加傾向が続いている。

▼当地区の人口及び世帯数の推移（各年12月末日現在／単位：人、世帯）

	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
人口数	29,740	29,932	30,105	30,049	30,031	29,972	30,069
世帯数	10,866	11,078	11,347	11,537	11,716	11,862	12,079

(出典：みどり市「住民集計表」)

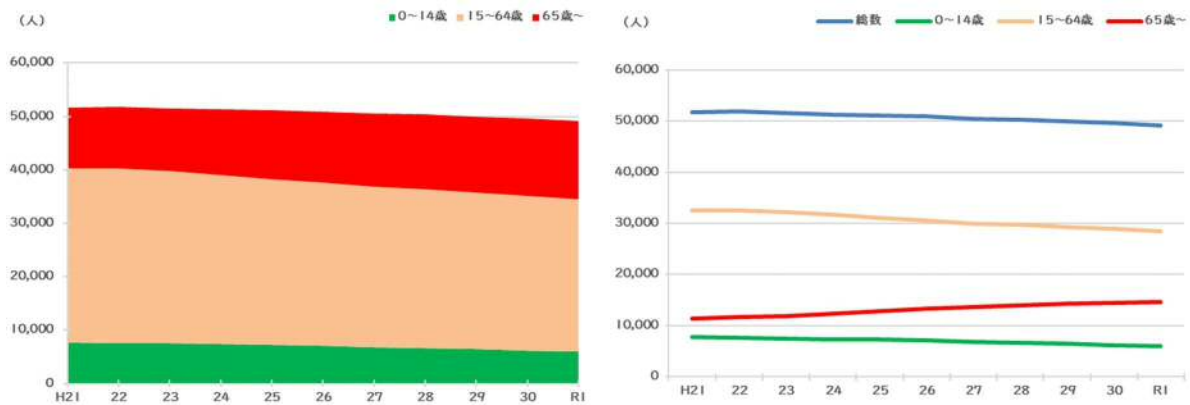
みどり市の生産年齢人口（15～64歳）は減少傾向となっている。令和元年においては28,481人となっており、人口に占める割合は58.0%である。一方、地区内の高齢化が徐々に進み、令和元年における65歳以上の人口に占める割合は29.7%となっている。

▼みどり市の年齢3区分別人口及び割合の推移（各年10月1日現在／単位：人）

年度	人口				割合		
	総数	0～14歳	15～64歳	65歳～	0～14歳	15～64歳	65歳～
平成 21	51,689	7,733	32,531	11,425	15.0%	62.9%	22.1%
22	51,842	7,632	32,578	11,632	14.7%	62.8%	22.4%
23	51,523	7,506	32,252	11,765	14.6%	62.6%	22.8%
24	51,264	7,348	31,663	12,253	14.3%	61.8%	23.9%
25	51,105	7,231	31,051	12,823	14.1%	60.8%	25.1%
26	50,858	7,095	30,492	13,271	14.0%	60.0%	26.1%
27	50,508	6,833	29,966	13,709	13.5%	59.3%	27.1%
28	50,345	6,612	29,713	14,020	13.1%	59.0%	27.8%
29	50,001	6,403	29,297	14,301	12.8%	58.6%	28.6%
30	49,610	6,217	28,889	14,504	12.5%	58.2%	29.2%
令和 元	49,083	6,008	28,481	14,594	12.2%	58.0%	29.7%

(出典：群馬県「群馬県年齢別人口統計調査」)

▼みどり市の年齢3区分別人口の推移(図1,2)



【産業】

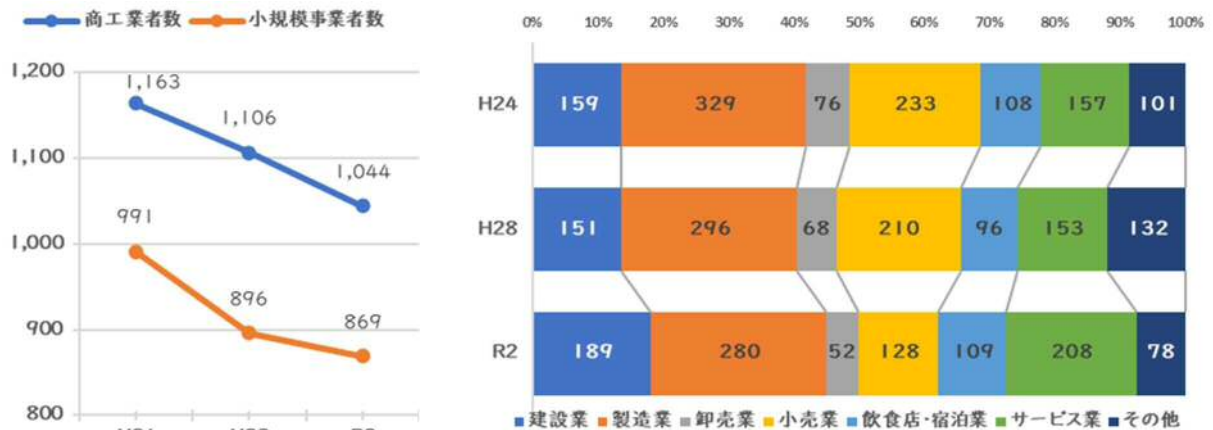
当地区における商工業者数の推移は、経済センサス活動調査の数値によると、令和2年度においては、1,044者となっており、地区内の商工業者数は減少傾向である。また、小規模事業者数は869者で、商工業者数と同様に減少している。平成24年度と比較すると商工業者数で119者の減少、小規模事業者数で122者の減少であり、商工業者の減少率は10.2%、小規模事業者の減少率は12.3%となり、小規模事業者の減少幅が大きい。業種構成比率の大きい順に見ると、製造業が26.8%と最も高く、続いてサービス業が19.9%、建設業18.1%、小売業12.3%となっている。

▼当地区の商工業者数の推移

	平成24年度	平成28年度	令和2年度		対平成24年度	
	事業所数	事業所数	事業所数	構成比	事業所数	増減率
商工業者数	1,163	1,106	1,044	100.0%	▲119	▲10.2%
うち小規模事業者	991	896	869	83.2%	▲122	▲12.3%
建設業	159	151	189	18.1%	30	18.9%
製造業	329	296	280	26.8%	▲49	▲14.9%
卸売業	76	68	52	5.0%	▲24	▲31.6%
小売業	233	210	128	12.3%	▲105	▲45.1%
飲食店・宿泊業	108	96	109	10.4%	1	0.9%
サービス業	157	153	208	19.9%	51	32.5%
その他	101	132	78	7.5%	▲23	▲22.8%

(出典:総務省「経済センサス-活動調査」情報を群馬県で独自集計)

▼当地区の商工業者数の推移(図1,2)



【交通】

南北には、栃木県日光市から埼玉県を經由して東京都までつながる国道 122 号、東西には、前橋市から茨城県水戸市へとつながる国道 50 号が走り、交通の要衝地としての役割を担っている。また、市の南部付近に建設された北関東自動車道では太田藪塚 IC が開設され、令和 2 年度に IC へのアクセス道路が整備されたことで、より一層の利便性の向上と地域の発展が期待されている。

鉄道においても、高崎線を経由して東京とつながる JR 両毛線、東武浅草線に接続する東武鉄道桐生線のほか、地元住民の身近な交通手段として上毛電鉄・わたらせ渓谷鐵道（観光鉄道兼ねる）がある。



【観光資源】

当地区内にある岩宿遺跡は、旧石器時代の遺跡である。1946 年（昭和 21 年）頃、当時在野の考古学者であった相沢忠洋によって発見された。この発見によって、それまで土器時代以前の日本列島に人類は居住していなかったとされた定説を覆し、日本にも旧石器時代が存在したことが証明された。1979 年（昭和 54 年）8 月 17 日、国の史跡に指定されている。

【特産品】

当地区の特産品としては、トマトやナス、ホウレン草、長ニンジン、シイタケ等の野菜が作られている。トマトは生産高が多く品質も高いことで好評を得ている。ナスは、東京などの首都圏や北陸・東北などにも多く出荷されている。

【第 2 次みどり市総合計画（2018 年度～2027 年度）からの引用】

「第 2 次みどり市総合計画」「基本計画」「基本政策 6 にぎわいと活力あるまちづくり（産業経済）」において以下の方針が掲げられている。また、「施策 6-2 商工業の振興」において、「施策の方針」「基本事業」などが記載されている。

基本政策 6 にぎわいと活力あるまちづくり（産業経済）

多様な地形と産業資源を有するみどり市の特色を生かしながら、自然環境、農林業と観光の融合や、商工業の振興とまちづくりの連動などに努め、産業経済の活性化を促進します。

中山間地域や南部の農業地域では、新規就農者や参入企業の確保に取り組むとともに、認定農業者の育成を図り、生産規模拡大のための施設整備や農地の利用集積を支援していきます。また、山間部の林業では、国・県・森林組合と連携しながら、植樹から伐採までの森林資源の循環を推進し、安定した林業経営に向けた支援を行っていきます。

商工業の振興では、創業・起業支援や事業者の販路拡大・研究開発を支援しながら、新たな産業創出や雇用創出に向けて、企業誘致や工業団地造成の検討も進めていきます。

また、各地域の歴史・文化と結びつけた観光の振興のため、新たな観光資源の発掘や開発を継続し、まちなか周遊のために新たな施設の整備を行うとともに、SNS などの多様な媒体を活用して観光地としての魅力を効果的に PR していきます。

「施策 6-2 商工業の振興」

<めざす姿> 商工業の発展により地域が活性化され、就業機会も拡充されます。

<めざす姿への戦略（施策の方針）>

- 空き店舗の利活用やそれと連動した創業・起業支援を行うとともに、商店街やコミュニティの拠点となる施設を整備し、商店街の活性化を推進します。
- 市内の中小企業・事業者の担い手育成や、生産品の販売促進、新製品・新技術の開発等を支援し、地域産業の継続的な発展を目指します。
- 国道 50 号や北関東自動車道へのアクセスの良さなど、みどり市の地域特性を活かし、企業誘

致や工業団地の整備を推進し、新たな雇用の創出を図ります。

- 商工会や金融機関などと連携し、創業に関する相談窓口の設置や情報提供により、充実した創業支援を行います。

<実現に向けた取組（基本事業）>

基本事業	めざす姿
1 地域産業活性化の促進	商店街の整備改善、開業及び企業立地を推進し、活性化が図られます。
2 商工業の経営基盤の支援	商工業者の経営支援を行い、経営の安定化が図られます。
3 雇用就労の支援	新たな雇用の場が確保され、安心して働くための支援が受けられます。

主な事業

- ◆ 企業立地促進事業【総合戦略】 ◆ 起業家チャレンジ資金貸付事業【総合戦略】
- ◆ 商店街活性化支援事業【総合戦略】 ◆ まちなか拠点施設整備事業【総合戦略】
- ◆ 新商品開発チャレンジ支援補助事業【総合戦略】 ◆ 小口資金融資事業

<施策の背景>

少子高齢化の進行や経済情勢が不透明な状況の中、働く世代が市外に流出しています。将来的な地域経済の維持・発展に向けて、地域産業の活性化により新たな雇用や産業を創出することで、働く世代を呼び戻すことが必要となっています。

市内商店街（大間々本町通り周辺）では、空き店舗や空き地の増加により商店街の活力が失われつつあります。商店街の再生・活性化によるにぎわいの創出と魅力あるまちづくりの取り組みが求められています。

<成果指標一覧>

施策の達成度を測る指標	現状値 (2016年度)	めざそう値 (2022年度)
● 年間商品販売高	931 億円 (2014年度)	940 億円
● 製造品出荷額	947 億円 (2014年度)	950 億円
● 法人市民税（法人税割）納税者数	458 事業者	470 事業者



基本事業の成果指標

基本事業	基本事業の達成度を測る指標	現状値 (2016年度)	めざそう値 (2022年度)
1 地域産業活性化の促進	● 創業支援事業を活用した創業者数	11 人	20 人
	● 起業家チャレンジ資金活用による開業者数	11 事業所	17 事業所
2 商工業の経営基盤の支援	● 事業所数（卸売業・小売業）	590 事業所	590 事業所
	● 事業所数（製造業）	450 事業所	450 事業所
	● 商工会の会員数	1,402 事業所	1,430 事業所
	● 市内の商店で日常の買い物をする市民の割合	86.7%	90.0%
3 雇用就労の支援	● 新規求人数	7,757 人	7,900 人
	● 勤労者向けの支援を活用している人数	1,751 人	1,800 人

②課題

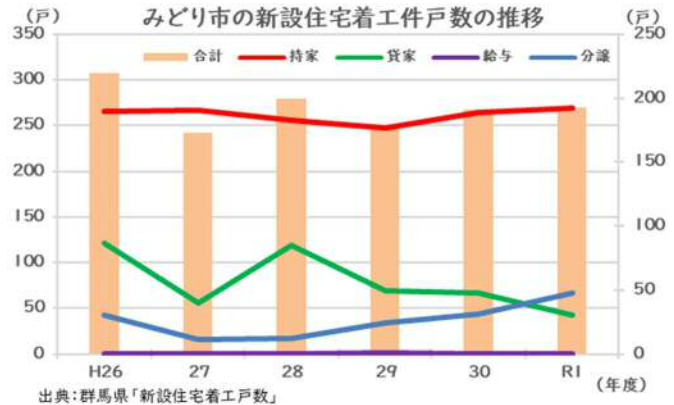
【工業等】

古来より織物産業が盛んな桐生市と隣接していることもあり、刺繍・プリントなどを行う繊維工業が多い。また、生産用機械や金属製品、自動車部品関連事業者の割合が高い。

繊維関連事業者は、下請工程を請け負っている事業者が多く、安価な海外製品の普及により受注額が減少している。自動車関連事業者は、比較的堅調に推移しているものの、切削・研磨などの部品加工などの下請零細企業が多い。独自の技術力を持っている事業者もいるが、新たな取引先を獲得するには至っておらず、大規模・中規模企業との連携や交流を促進し、新規取引先の開拓に結び付けることが課題である。

建設業については、建築物の電気・水道工事などを施工する住宅設備関連の事業者が多い。また、隣接する桐生市からの人口流入もあり、世帯数が増えていることなどから分譲地の開発などが進み住宅着工件数は堅調に推移している。

地域の実情を熟知した地元の小規模事業者が、自ら需要を開拓することで新たな取引先を獲得し、収益構造の転換を図ることが課題である。



【商業】

当地区には商店街と呼べるような集積地がなく、近隣の大型店舗（さくらモール大間々店・スマーク伊勢崎店）やショッピングセンター（イオン太田店など）に比べると集積による訴求効果が低く、店舗の存在や商品・サービスの認知が不十分となっている。その結果、訴求効果や利便性の高い大型店舗やショッピングセンターへ向かう消費者の購買行動は顕著となり、小規模事業者の店舗の衰退が進んでしまう状態となっている。

当地区は、隣接する桐生市のベッドタウンとして発展してきた。桐生市市街の人口減少や高齢化は急速に進んでいるが、当地区の人口は横ばい状態となっており比較的良好な状態である。

一方、地区内においても生産年齢人口（15～64歳）が徐々に減少し、高齢化が進行し購買力が低下してきている。

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

【地区内の商工業者】

当地区の商工業者全体については、経営者の高齢化、後継者不在といった問題を抱える事業者が多い。そのような事業者は、経営状況も停滞し改善見込みが少なく、事業拡大に対する意欲も低下傾向にある。しかし、当地区の裨益のためには必要不可欠な存在でもある。商工業者が成長し収益が増えれば、投資活動による税収増加、企業規模拡大による雇用の受入れ機能の向上などといった効果を得ることができる。さらに、地域の個別需要を満たす商品やサービスを提供できるのは当地区の状況に精通した地元商工業者である。こうした問題や要求に対応するためには、成長意欲のある経営者を掘り起こし、積極的な支援をすることが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

①10年程度の期間を見据えて

<今後想定される地区内の環境変化>

- ・現在の人口は横ばい状態であるが、早晚減少傾向に転じると想定される。それに伴い、人口構成に占める高年齢者層の割合が増加する。こうした変化により、新たな商品やサービスの供給が求められることが予想される。
- ・集客力の高い大型店等の進出は、小売業・サービス業などの商業系の小規模事業者にとっては脅威であり、顧客満足維持と新規顧客開拓に取り組まない限り、事業の継続すら危ぶまれる。
- ・グローバル経済の進展などによる競争環境の激化などの外部環境の変化や、生産年齢人口減

少に対するための労働生産性向上の取組など、小規模事業者を取り巻く環境はさらに複雑化を増すものと考えられる。

- ・ 経営者の高齢化により廃業が増加し、小規模事業者数の減少が想定される。

<当地区内の小規模事業者のあるべき姿>

- ・ 顧客ニーズや需要の動向の変化に合わせた新商品・新サービスを継続的に開発している。
- ・ 大型店等の進出に対し、差別化を図りながら高い顧客満足を維持している。
- ・ 新規事業に積極的に取り組み、新たな需要を喚起できる体制となっている。
- ・ 商工会や金融機関などの支援機関が提供する情報や、補助金などの各種施策を活用しながら経営改善を図っている。
- ・ 経営者個人が貪欲に知識の習得に努め、その結果として会社が成長し、環境の変化の中でも生き残っている。
- ・ 事業計画に基づいて PDCA サイクルを確実に回し続けられている。

<長期的な振興のあり方>

- ・ このように、今後想定される当地区の環境変化を考慮し、小規模事業者のあるべき姿を勘案すると、新商品・新サービスの開発支援、ビジネスモデルの転換支援、販路開拓のためのマッチング支援、自社における情報発信支援、各種情報の活用支援などを行いながら、小規模事業者数の維持と収益力向上を図ることが当地区の長期的な振興のあり方である。

②「第2次みどり市総合計画」との連動性・整合性（「施策6-2 商工業の振興」との整合性）

「第2次みどり市総合計画」の「施策6-2 商工業の振興」において、「市内の中小企業・事業者の担い手育成や、生製品の販売促進、新製品・新技術の開発等を支援し、地域産業の継続的な発展を目指します」と記載されている。また、「基本事業 2 商工業の経営基盤の支援」の「めざす姿」として「商工業者の経営支援を行い、経営の安定化が図られます」と記載され、主な事業として「新商品開発チャレンジ支援補助事業」などが実行されている。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、「基本事業の成果指標」を達成することを考慮している。

③笠懸町商工会としての役割

- ・ 当地区における経済動向や需要動向調査などの客観的な分析データを小規模事業者に提供し、実効性の高い新商品・新サービスの開発を支援する。
- ・ 意欲のある経営者や事業承継者の育成を図るため、知識補充や意識啓発を行う機会や場所を提供する。
- ・ 既存事業の改善やビジネスモデル転換による新たな事業の収益効果を検証するため事業計画策定を推進する。
- ・ 群馬県よろず支援拠点などの各種支援機関、金融機関、専門家および行政による支援体制を構築するための中核機関として機能する。

(3) 経営発達支援計画の目標

目標Ⅰ 事業計画策定支援による小規模事業者の持続的経営の実現

目標Ⅱ 事業承継への取組を通じて、地区内事業者の減少に歯止めをかけ、地域経済基盤の維持・強化を図る

目標Ⅲ 新規顧客・取引先開拓のための情報発信・販売促進の実施

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4年4月1日 ～ 令和9年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

目標Ⅰ 事業計画策定支援による小規模事業者の持続的経営の実現

商工会 HP や当商工会で行われる各種会議（役員会・業種別部会・青年部・女性部など）において、「経営状況の分析」「事業計画の策定」支援の実施を周知するとともに、「事業計画策定セミナー」の開催を通じて支援対象事業者を発掘し、実現可能性の高い事業計画策定支援を行う。事業計画策定後は、定期的なフォローアップを実施し、小規模事業者の持続的経営の実現に向けて伴走型の支援を行う。

目標Ⅱ 事業承継への取組を通じて、地区内事業者の減少に歯止めをかけ、地域経済基盤の維持・強化を図る

当地区内の小規模事業者の維持・増加を図るためには、事業承継支援が必要不可欠となる。事業承継者候補に対する経営に関する知識の補充や事業計画の策定手法などについて、きめ細やかな支援を行う。また、後継者がいない事業者については、群馬県事業引継ぎ支援センターなどの支援機関と連携し、円滑な事業承継を実現する。

目標Ⅲ 新規顧客・取引先開拓のための情報発信・販売促進の実施

小規模事業者の多くは、製品・サービスの情報発信が苦手である。そのため、独自の技術・サービスを持っていても必要とする企業・消費者に知ってもらうことができず、潜在的な需要を掴むことができない。そのような事業者に対して、ネットを活用した情報発信手法や展示会・商談会への出展支援を実施し、新規顧客・取引先の開拓を支援する。

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

現状は、マル経などの融資や販売促進、確定申告等の経営支援を行うための巡回・窓口相談時のヒアリング及び面談記録による把握にとどまっており、集積される情報や内容に偏りが見られ、調査分析もほとんど行っていない。

現状において、しっかりとした調査の実施ができていないことから、当地区内の経済動向が正確に把握できていない状況にある。また、ビッグデータなどを活用した分析についてもできていないため、国が提供する RESAS を活用する等の対応が必要と言える。

今後は、経営指導員が実施する巡回・窓口相談時の個別ヒアリングの他に、国が提供するビッグデータなどの有効活用を進め、「産業別の経済状況の把握」「事業計画策定」などに役立てることが課題となる。

(2) 目標

内容	公表方法	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①地域経済動向分析の公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②地区内景況レポートの公表回数	HP 掲載	—	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）

地域の事業者が、取扱品、サービス提供メニューなど、経営の方向性の指針となる情報提供を

目的として、地域の動向を把握するために経営指導員による「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した経済動向分析を行い、年1回当商工会ホームページで公表する。

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ」「生産分析」 → 何で稼いでいるかを分析
- ・「まちづくりマップ・From-To分析」 → 人の動きなどを分析
- ・「産業構造マップ」 → 産業別の現状を分析

⇒ 上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定等に反映する。

②地区内の経営状況調査

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

【調査手法】 指導員による巡回時の聞き取り調査

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

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

(4) 調査結果の活用

「RESAS」の分析結果及び地区内の景気動向調査の結果を事業計画策定支援時に反映させることで、事業の方向性を明確にし、効果的な支援を実施する。

アンケート結果は、今後の事業計画策定支援に繋げることができる。また、情報蓄積により、経営上の問題点・課題、販売促進の手段、事業承継可能な事業者数、減災・防災意識等の傾向を把握することができ、経営支援に活用できる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の多くは、製品・サービスの販売・提供にあたり、自社が「作りたい」「売りたい」という独りよがりの意識が先行した製品開発、商品仕入、サービス開発をしており、「顧客ニーズに基づく製品・サービスの開発」という意識が弱かった。

当商工会においても、経営指導員等の需要動向調査に関する知識・認識が欠けており、小規模事業者が消費者ニーズなどの需要動向を正確に把握できるような支援は行っていなかった。

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

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

(2) 目標

内容	現状	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①取引先・バイヤー等に対する 需要動向調査 ・実施回数(1者あたり) ・調査支援対象事業者数	— —	年1回 3者	年2回 6者	年2回 6者	年2回 6者	年2回 6者
②消費者を対象とした 需要動向調査 ・実施回数(1者あたり) ・調査支援対象事業者数	— —	年1回 2者	年1回 2者	年1回 3者	年1回 3者	年1回 4者

(3) 事業内容

①取引先・バイヤー等に対する需要動向調査の実施

主に製造業を対象として、販路開拓を目的に開催される展示会へ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。

- 【サンプル数】 100件／者
- 【調査手法】 事業者の展示ブースに訪れたバイヤーを対象に、アンケート調査票を手渡し、聞き取りによるアンケート調査を行う。
- 【調査項目】 製品コンセプト、製品の良い点・悪い点、価格設定、顧客ターゲット、取引条件、納期、要求精度 など
- 【情報分析】 調査結果は、経営指導員が取りまとめて分析を行う。詳細な分析が必要な場合や事業者の特性に考慮しなければならない場合などは、よろず支援拠点等の専門家に意見を聞き分析を行う。
- 【調査結果の活用】 調査の分析結果は、担当した経営指導員が直接事業者にフィードバックし、製品や提供するサービスの改良、需要把握に活用する。
- 【支援内容】
 - ・「プロモ&セールス力養成講座」の開催
 - 出展する事業者に対して、「プロモ&セールス力養成講座」を開催する。売る力を身につけることを目的に、次の3つスキル実装を目標とする。
 - ① 自社の商品・サービスの魅力を「お客様に刺さる言葉」で表現できる
 - ② 自社の商品・サービスの「販売設計」ができる
 - ③ 自社の商品・サービスの「販促ツール」を作成できる
 - 3つのスキル習得のため、専門家によるセミナー・個別指導を実施する。
 - ・実施スケジュールの作成
 - ・アンケート調査項目の選定、アンケートシートの作成・提供
 - ・回収したアンケート調査票の分析・提供
 - ・調査結果を活用した新製品の開発、改良等のアドバイス

②消費者を対象とした需要動向調査の実施

小売業・サービス業・飲食業を対象に自店でのアンケート調査を実施する。

- 【サンプル数】 100件／者
- 【調査手法】 自店に来店した顧客にアンケート調査票を手渡し、記入してもらう。来店客が多いと予想される場合には、必要に応じ経営指導員がアンケート調査に協力する。
- 【調査項目】 年齢、性別、居住地、味、価格、購入目的（家庭用・贈答品用など）、気に入っているサービス、来店頻度、接客対応 など
- 【情報分析】 調査結果は、経営指導員が取りまとめて分析を行う。詳細な分析が必要な場合や事業者の特性に考慮しなければならない場合などは、よろず支援拠点等の専門家に意見を聞き分析を行う。
- 【調査結果の活用】 調査の分析結果は、担当した経営指導員が直接事業者にフィードバックし、商品や提供するサービスの改良、需要把握に活用する。
- 【支援内容】
 - ・実施スケジュールの作成
 - ・アンケート調査項目の選定、アンケートシートの作成・提供
 - ・回収したアンケート調査票の分析・提供
 - ・調査結果を活用した新商品・新サービスのアドバイス

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

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

今後は、現在の需要を捉えるとともに需要を先読みした事業計画を策定するための前段階として、財務分析・非財務分析を実施する。そのうえで、高度かつ専門的な知識を有する外部専門家等と連携し、実現可能性・実効性の高い事業計画策定に繋げていく。

(2) 目標

内容	現状	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①経営分析の掘り起こし先数	20者	40者	40者	50者	50者	60者
巡回訪問先数	10者	10者	10者	15者	15者	20者
窓口勧誘先数	10者	10者	10者	15者	15者	20者
セミナー開催時勧誘先数	—	20者	20者	20者	20者	20者
②経営分析事業者数	20者	20者	20者	25者	25者	30者

(3) 事業内容

①経営分析掘り起こしのための活動

経営指導員の巡回訪問・窓口相談の機会を活かし、経営分析を行う事業者を掘り起こしていく。小規模事業者の多くは、自社の経営分析をしたことがないため、経営分析の効果である「機会や脅威」「戦略的強み・弱み」が明確になる点や自社の経営課題を顕在化させることができる。

②経営分析の内容

【対象者】 巡回訪問・窓口相談時において、気づきを得た小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を選定する。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

＜財務分析＞ 直近3期の売上高、売上総利益、営業利益、経常利益、利益率、棚卸資産回転率、損益分岐点売上高 など

＜非財務分析＞ 事業者の内部環境環境における強み・弱み、事業者を取り巻く外部環境の機会・脅威を整理し、クロスSWOT分析により事業の方向性を整理する。

【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。必要に応じて専門家（中小企業診断士など）に支援を依頼する。

(4) 分析結果の活用

分析結果については、当該事業者にフィードバックし、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、データベース化し内部共有することで、経営指導員や職員のスキルアップに役立てる。

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小規模事業者持続化補助金などの各種補助金の申請時において策定支援を行っている程度である。

また、多くの小規模事業者は、顧客ニーズや需要動向の変化を感じているものの、日々の業務に忙殺され、事業計画策定に至っていない。

今後は、前項までの地域の経済動向調査、需要動向調査及び経営状況の分析等を踏まえ、効果的で実現可能性の高い事業計画策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定に取り組む前に、小規模事業者に「事業計画策定手順・作成の意義」を理解してもらう必要がある。そのうえで、各事業者が具体的に実現可能性の高い事業計画を策定し、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。あわせて、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、事業計画の策定を目指す意欲ある事業者についても支援を実施する。

また、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

内容	現状	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①DX推進セミナー ・開催回数 ・参加者数	— —	1回 10人	1回 10人	1回 15人	1回 15人	1回 15人
②事業計画策定セミナー ・開催回数 ・参加者数	— —	1回 20人	2回 20人	2回 25人	2回 25人	2回 30人
③事業計画策定勧誘訪問先数	15者	20者	20者	25者	25者	30者
④事業計画策定事業者数	15者	18者	18者	22者	22者	27社

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー・IT専門家派遣」の開催

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

【募集方法】 参加者の募集は、会員事業者に限ることなく、「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×1日

【講師】 専門家(ITコーディネーター・中小企業診断士など)

【参加者数】 10～15人/回

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

【カリキュラム】

- ・DX総論
- ・DX関連技術(クラウドサービス、AI等)
- ・DXの具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法等

【専門家派遣】 セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家の派遣を行う。

②「事業計画策定セミナー」の開催

経営指導員や専門家が経営分析を行った事業者、各種セミナー（事業承継セミナー・創業セミナーなど）への参加を契機に経営分析を行った事業者などを対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。

- 【募集方法】 参加者の募集は、会員事業者に限定することなく、「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】 1～2回／年
- 【日程】 2時間×2日
- 【講師】 専門家（中小企業診断士・税理士など）
- 【参加者数】 20～30人／回
- 【支援対象】
- ・経営分析を行った事業者
 - ・需要動向調査を行った事業者
 - ・事業計画策定（創業計画・事業承継計画・経営革新計画等含む）を目指す事業者等
- 【カリキュラム】
- <1日目>
- ・事業計画の意義、作成方法
 - ・経営分析により把握した自社の問題点の確認
 - ・「地域の経済動向調査」「需要動向調査」の結果の活用
 - ・経営理念の作成方法
- <2日目>
- ・環境分析（SWOT分析）の考え方
 - ・クロスSWOT分析の説明
 - ・経営分析&事業計画作成ワーク
 - ・行動計画、数値計画の作成

③事業計画の策定支援

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

- 【支援手法】 事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員が担当制で対応する。必要に応じて外部専門家（中小企業診断士・税理士など）の支援を仰ぎながら、確実に事業計画策定につなげていく。また、専門家（中小企業診断士等）による個別指導を実施し、小規模事業者の事業計画策定を支援する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画策定を支援した事業者に対するフォローアップは、問題が発生した時に問題解決の支援を行っている状態である。そのため、場当たりの対応や策定した事業計画が頓挫していてもそのままになっていることも少なくない。

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への取組や事業計画策定後に新たに生じた経営課題や状況の変化に対応する事業計画の修正を実施することが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

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

内容	現状	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①フォローアップ対象事業者数	15者	18者	18者	22者	22者	27者
②頻度（延べ回数）	30回	72回	72回	88回	88回	108回
毎月1回	—	24回	24回	24回	24回	24回
四半期に1回	—	32回	32回	48回	48回	68回
年2回	—	16回	16回	16回	16回	16回
③売上増加事業者数	2者	3者	3者	4者	4者	5者
④利益率1%以上増加事業者数	1者	1者	1者	2者	2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、事業計画を策定した事業者を対象として、担当経営指導員が訪問日やチェック項目などを記載した独自のフォローアップシートを用いて巡回訪問する。策定した事業計画が確実に実行されているかどうかを確認するため、定期的なフォローアップを実施する。

訪問頻度については、四半期に一度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、債務超過事業者など、経営課題を抱える事業者については、毎月1回の訪問を行う。

なお、計画と進捗にズレが生じた場合や新たな経営課題が発生し、事業計画修正の必要が生じた場合は、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、必要に応じて専門家を派遣し、専門的な指導・助言を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

現状において、事業者がそれぞれ個別に販売ルートを開拓しているが、それほど効果は上がっていない。当商工会では、「まちゼミ」開催を通して、新たな需要の開拓による新規顧客の獲得と売上高増加の支援を行っており、一定の効果は認められるものの、来場者が近隣に限られるため、新たな需要の開拓として十分とは言えない。また、地区外での新たな需要の開拓には、ほとんど取り組んでいない。

今後は、県内や首都圏で開催される展示会及び商談会への出店を積極的に支援するとともに、地区内の需要の掘り起こしのために「まちゼミ」を有効に活用する。また、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、商圏が近隣に限られた範囲にとどまっているため、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

群馬県内や首都圏で開催される既存の展示会・商談会への出展を積極的に支援する。

出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細やかな伴走支援を行う。また、当商工会HPにおいて、小規模事業者の事業情報を掲載することで、新たな需要開拓を促進させる。

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サイトの利用など、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

内容	現状	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
① 県内外展示会出展支援事業者数	1 者	3 者	6 者	6 者	6 者	6 者
成約件数/1 者あたり	0 件	1 件	1 件	2 件	2 件	3 件
② まちゼミの開催 (年)	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
売上増加率/1 者あたり	—	1%	1%	1%	1%	1%
③ SNS 活用事業者数	4 者	5 者	5 者	6 者	6 者	7 者
売上増加率/1 者あたり	—	3%	3%	3%	3%	3%
④ EC サイト利用事業者数	1 者	3 者	3 者	4 者	4 者	5 者
売上増加率/1 者あたり	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑤ 自社 HP の開設支援事業者数	2 者	5 者	5 者	6 者	6 者	7 者
売上増加率/1 者あたり	—	1%	1%	2%	2%	3%
⑥ 商工会 HP による情報発信事業者数	73 者	78 者	83 者	89 者	95 者	102 者
うち新規掲載事業者数	5 者	5 者	5 者	6 者	6 者	7 者
うち利益率 1%以上増加事業者数	—	1 者	1 者	2 者	2 者	3 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・首都圏の商談会・展示会参加事業 (B to B)

商社・バイヤー等の新たな需要開拓を目指す小規模事業者に対し、展示会開催情報の提供や、出展の事前・事後支援（出展・商談ノウハウ習得）を合わせて行うことで商談・成約につなげる。また、出展する事業者には、「4. 需要動向調査に関すること」で説明した「プロモ&セールス力養成講座」を受講してもらい、出展の事前準備を整え、商談・成約につなげる。

【支援対象】 独自の技術力を持ち、積極的に販路拡大を目指す製造業者

【支援方法】 当商工会の HP において、地区内の小規模事業者向けの情報提供を行うとともに、経営指導員等が巡回訪問・窓口相談などの帰化を捉え、展示会への出展を促す。事業者の交渉力を高め、確実な成果を得るために、「プロモ&セールス力養成講座」への参加を勧める。

【想定する商談会・展示会】

<群馬県内>

○ビジネスマッチングフェア (B to B/B to C)

桐生市、太田市、館林市、桐生商工会議所、桐生信用金庫、アイオー信用金庫、館林信用金庫が共同で開催している近隣事業者が参加する商談会である。参加業種は、機械金属製品（製造）、繊維（製造）、プラスチック（製造）、建設、不動産、各種サービスなど多岐にわたり、新たな需要の開拓が見込める。令和元年度の開催実績は、出展者数 140 社・来場者数 3,500 人であった。

○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。リアル開催された平成 30 年度では、県内企業 112 社 (98 ブース)、県外企業 19 社 (24 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。

<群馬県外>

○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。2020年10月の展示会は、出展者数89社・団体146小間、来場者数18,039名(3日間)であった。

○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である「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。

②まちゼミの開催

まちゼミは、店舗等で店主の商品へのこだわりや職人ワザを気軽なセミナー風に話してもらったり、間近で実演してもらったり、また中には、参加者に体験してもらうような少人数を対象とした講座(ゼミナール)である。まちゼミをきっかけにお店のファンになってもらい、新たな顧客を開拓することが目的となる。当商工会では、まちゼミ事前講習会を実施し、事業者自身によりお客様が興味を持ち参加してもらえるような講座やテーマを考え、顧客獲得を達成することを支援する。

【支援対象】 ・商業・サービス業等でファンづくりをしたいと考えている事業者
・製造・建設業等で工場・事業所等を見学してもらい、お互い地域の住民と会社として協力関係を持ちたい事業者

【参加事業者数】 15者程度

【支援方法】 ・商工会HPでまちゼミ参加事業者を募集するとともに、「まちゼミ講座」の詳しい情報を掲載し、参加を促す。
・参加店が掲載されたパンフレットを作成し、当地区内に戸別配布する。

③SNS(フェイスブック・インスタグラム・ツイッターなど)の活用

小売・サービス業の多くが地区内での商圏に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、専門知識を必要とせず取り組みやすいSNS(Facebook/Instagram/Twitterなど)を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

④ECサイト利用(B to C)

小売業を中心に、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い、新たな需要の獲得を図る。

⑤自社HPの開設支援

自社HPのない小規模事業者が多く、情報発信力が不十分である。そのような事業者に対して、HP開設支援を行うことにより、新たな販路の拡大につなげる。また、必要に応じて専門家を活用し、効果的なHPやPR動画の作成を支援することで、来店客数増加、取引先拡大、売上増加を達成する。

⑥商工会HPによる情報発信

当商工会HPに小規模事業者の事業情報(店舗案内・製品案内など)を掲載し、新たな取引先や顧客の獲得を進める。事業者の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。

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

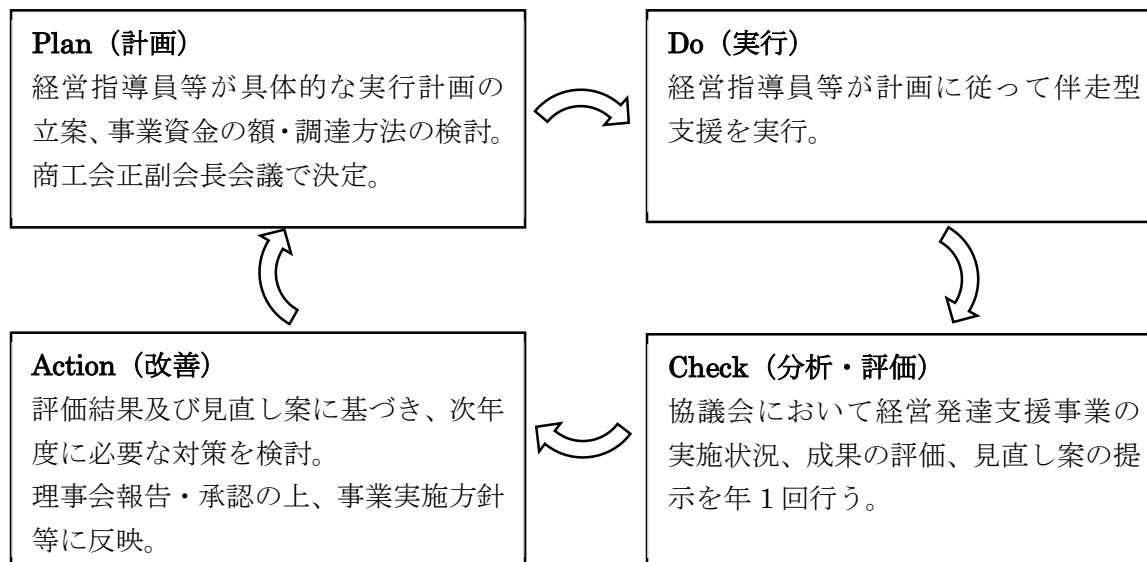
9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

毎年開催される総代会において事業報告を行なっているのみである。また、総代会出席者は、商工会役職員であり、外部から評価を受ける状況にない。そのため、各事業内容の評価及び検証するまでには至っておらず、その後の事業実施方針等への十分な反映はみられない。今後は、事業を客観的に評価し見直しするための仕組みを構築することが不可欠である。

(2) 事業内容

- ① 法定経営指導員を含む全職員で、当該年度の目標を達成するための具体的な実行計画の立案、事業実施に必要な資金及び調達方法を検討し、商工会正副会長会議において決定する。(Plan)
- ② 当該年度の事業計画に従って、経営指導員等が伴走型支援を実行する。(Do)
- ③ 商工会正副会長、商工会事務局長、みどり市産業観光部商工課、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）で構成された「協議会」を設置し、経営発達支援事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を年1回行う。(Check)
- ④ 全職員参加の定期ミーティングにおいて、当該協議会での評価結果及び見直し案に基づき、次年度に必要な対策を検討する。(Action)
- ⑤ 協議会による事業の評価結果及び見直し案、次年度への対策案を当商工会理事会へ報告し承認を受けた上で、事業実施方針等に反映させる。
- ⑥ 事業の評価結果、見直しの結果は、当商工会ホームページ (<http://www.kasakake.or.jp/>) で公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。



10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

経営指導員等については職位に応じて群馬県商工会連合会が実施する商工会等職員業務分担別研修会に参加したり、専門家を招聘した個別相談に同席したりすることでスキルアップに取り組んでいる。

知識の習得に加え、本計画の目標の達成のためには、本計画に携わる全ての職員が小規模事業者の事業内容に興味を持ち、事業者の持続的発展を意識した相談業務を実施することが最も重要である。

(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、群馬県商工会連合会が実施する商工会等職員業務分担別研修会に参加する。また、当商工会では、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推進に向けた研修会・セミナーへの参加

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、中小企業大学校が企画する下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のための研修・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>

- 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
- 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
- その他取組
オンライン経営指導の方法等

<DX研修・セミナー>

- 販売促進のためのIT活用支援
小規模事業者支援を行う上で、初歩的なITツールの活用やWebの活用、Web販売促進の手法について学び、現場の実態に即した支援を行う能力の向上を図る。
 - ・小規模事業者に有用なITツールの活用
 - ・Webの活用とWeb販売促進の手法
 - ・小規模企業のための情報セキュリティ支援
- 小規模事業者のIT導入支援の進め方
小規模事業者にデジタル活用をはじめの一步を提案するための診断・提案ツールの活用方法について学ぶ。あわせて、中小機構のデジタル活用支援のメニューやおすすめのアプリなどを学ぶ。
 - ・IT活用支援のための基礎知識
 - ・IT経営簡単診断ツールの活用実習
 - ・小規模事業者でも導入可能なアプリ（「ここからアプリ」活用法）
- IT活用支援力強化研修 ～小規模事業者のDXスタート支援～
小規模事業者のDXスタート支援を行うため、IT活用可能性の見つけ方から、ITソリューションの調査方法まで、小規模事業者の現状に合致したIT化実現のための具体的な支援ノウハウを身に付け、IT活用支援力の強化を図る。
 - ・小規模企業のIT活用上の課題、IT支援策の体系的理解
 - ・IT支援のための基礎知識
 - ・IT経営簡単診断（演習）
- IT活用支援力強化研修 ～セキュリティ対策支援～
IT人材不足から情報セキュリティ対策を先送りしている中小・小規模事業者を支援するため、クラウド体験、Webでの理解度チェックなどを通じて、セキュリティの重要性や、昨今の流れであるクラウド利用、テレワークへの推進を行うことができるIT活用支援力の

強化を図る。

- ・情報セキュリティ対策の重要性
- ・クラウド体験・サイバーセキュリティ演習
- ・中小・小規模事業者の情報セキュリティ対策

③OJT 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あたり、指導、助言内容、情報収集方法等を学び資質を向上させる。

④職員間の定期ミーティングの開催

毎月 1 回、職員によるミーティングを開催し進捗状況を共有するとともに、経営指導員等が出席した研修会の内容については、出席職員が詳細な報告を行い、意見交換・IT 等の活用方法・具体的なツールの紹介等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

⑤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。

⑥情報のデータベース化

担当経営指導員等が商工会基幹システム上のデータ入力を適時・適切に行う。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、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有し、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。

(別表2)

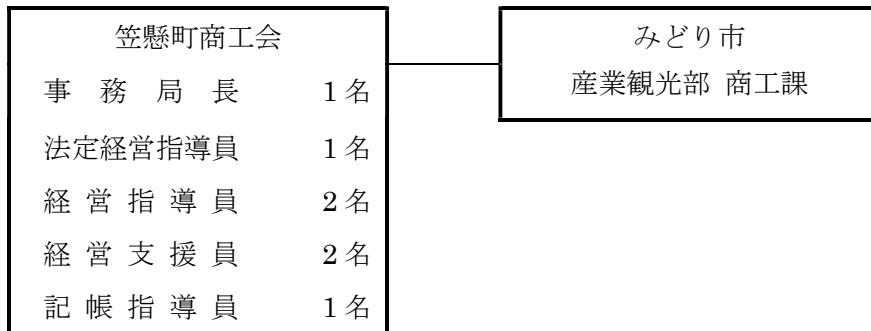
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3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)

経営発達支援事業の遂行は、法定経営指導員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)を経営支援員と記帳指導員が担当する。毎月行われる全職員参加の「定期ミーティング」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。



(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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：滝澤 尚人

■連絡先：笠懸町商工会 TEL 0277-76-2507

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

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

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒379-2313 群馬県みどり市笠懸町鹿 3003-1

笠懸町商工会

TEL : 0277-76-2507 / FAX : 0277-76-7814

E-mail : office@kasakake.or.jp

②関係市町村

〒376-0192 群馬県みどり市大間々町大間々1511

みどり市 産業観光部 商工課

TEL : 0277-76-1938 / FAX : 0277-76-9049

E-mail : shoko@city.midori.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	5,500	5,500	5,500	5,500	5,750
・地域の経済動向調査に関する事業	500	500	500	500	500
・需要動向調査に関する事業	200	200	200	200	200
・経営状況の分析に関する事業	100	100	100	100	100
・事業計画策定支援に関する事業	600	600	600	600	600
・事業計画策定後の実施支援に関する事業	600	600	600	600	600
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
・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	200	200	200	200	450
・経営指導員等の資質向上等に関する事業	300	300	300	300	300

(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、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)

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 並びに法人にあつては、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