

経営発達支援計画の概要

実施者名	沼田市東部商工会（法人番号 1070005006935）
実施期間	平成 28 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日
目標	<p>小規模事業者の喫緊の課題である「売上の向上」「利益の確保」に対応するため、これまでの経営改善普及事業と地域振興事業を発展させ、地域の課題を克服し、強みを伸ばす事業計画の策定とその着実な遂行を以下の 6 つの目標により伴走型で支援していきます。</p> <p>(1) 地域資源を活用した 6 次産業の推進 (2) 「道の駅・白沢」を拠点とした観光による地域活性化 (3) 中小企業施策普及の徹底 (4) 創業・第二創業・第三創業の推進 (5) 地域支援機関との連携 (6) 経営支援体制の強化</p>
事業内容	<p>・経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査 地区内の小規模事業者等が直面している現状の課題や問題点を把握するため、本会が実施する景気動向調査をはじめ、各種調査結果等の分析を通じて、小規模事業者の経営活動に資するデータを収集整理したデータベースを整備し活用していきます。</p> <p>2. 経営状況の分析 巡回指導、窓口相談、セミナーの開催を通じた経営分析により、小規模事業者の経営意識の向上を図ります。</p> <p>3. 事業計画策定支援 小規模事業者の経営課題を達成するための事業計画を、専門家との連携を通じて作成していきます。また創業、第二創業（経営革新）塾を開催し、創業希望者の知識向上を図り、計画策定を図るとともに、創業後においても継続して支援を行うための遂行状況の確認や指導・助言を行っていきます。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援 事業計画策定後において定期的なフォローアップを実施しながら、事業の継続的発展を確かなものにするために、あらゆる関係機関を利用した伴走型の支援を実施します。</p> <p>5. 需要動向調査 新たに生産・販売する商品・サービスの需要動向に関する情報の収集、整理、分析、及びその結果を提供することにより持続的発展に繋げていきます。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 小規模事業者の営業・販路拡大の課題に対して、専門家と連携した個別相談を受け付けます。また、販路開拓先を「地域内」と「地域外」に分け、それぞれの需要特性に応じた特産品等の販路開拓や、取引先の増加、商品の認知度を向上させるための出展を支援し、さらに関係機関の広報誌、マスコミやITを利用することにより全国的な販路開拓に繋がっていく支援を実施します。</p> <p>・地域経済の活性化に資する取り組み 平成 21 年度から本会が取り組んでいる”美と健康を提案する地域”を推進するため、新たに「地域活性化委員会（仮）」を立ち上げます。</p>
連絡先	<p>〒378-0121 群馬県沼田市白沢町高平 153-1 沼田市東部商工会 経営指導員 林 清市 電話番号:0278(53)2978 FAX 番号:0278(53)3451 メールアドレス: sei-hayashi@gcis.or.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 地域の概要

・地域の風土、歴史的背景、交通アクセス

群馬県沼田市は、県の北部、沼田盆地の東端に位置しており、2005年(平成17年)2月13日に、本会管轄地域である利根郡白沢村と利根村が編入合併したことにより、川場村、片品村、昭和村、みなかみ町と接する総面積443.37k㎡と県下3番目に大きな市となった。東京からの交通アクセスは、関越自動車道で1時間30分、上越新幹線で1時間20分と利便性は高い。



・人口の推移

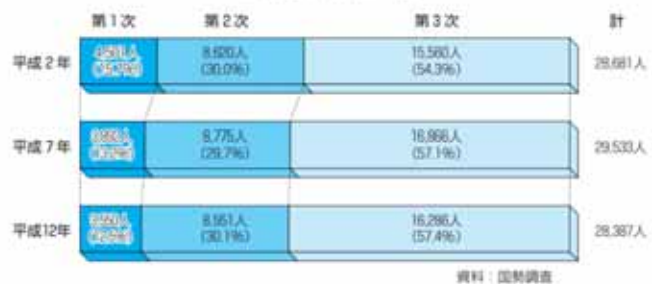
人口は平成13年の56,710人から減少傾向にあり、現在(平成27年12月1日推計)は48,433人となっており、市が平成17年に策定した下図:「年齢別人口の推移と将来予測」にある平成28年の50,560人より減少が加速している。

・産業構造の推移

平成22年の産業就業者数をみると、県は、第一次産業が51,801人(5.5%)、第二次が297,640人(31.8%)、第三次が585,636人(62.6%)であるのに対して、沼田市は第一次が2,955人(12.1%)、第二次が6,256人(25.6%)、第三次が15,183人(62.2%)となっている。第三次産業就業者の割合は県と同様だが、第一次産業就業者の割合は県に比べて高くなっている。また、右図「産業別就業者数の推移」にある平成2年から比べると、第一次産業就業者が急速に減少している。



産業別就業者数の推移



2. 地域の強みと課題

総務省による経済センサス活動調査(2012年)により、各産業の売上高を一人あたりで換算すると、県平均は第一次産業が12百万円、第二次産業は31百万円、第三次産業は19百万円となっているが、沼田市においては、第一次産業が6百万円、第二次産業が20百万円、第三次産業が20百万円となっており、第一次産業と第二次産業については県と大きな差がある。

【商業の現状と課題】

各産業の状況を個別にみると、商業は、平成24年の年間商品販売額は730億円となっており、沼田市が第5次総合計画を策定した平成16年の908億4,545万円から商店数と従業者数は商品販売額ともに減少傾向にある。

	平成16年	平成24年
年間商品販売額	908億4,545万円	730億円
商店数	918	636

従業者数

4,861 人

3,680 人

これは国道 120 号線上に大手資本によるショッピングセンター、量販店、専門店、ファミリーレストラン、コンビニエンスストア、ファーストフード店等の大型店が数多くあり、さらに、平成 25 年に旧利根村と白沢村の商圏を分断していた椎坂(しいさか)峠が「椎坂バイパス」の開通により解消されたことから、大型店に消費が流出している影響が大きいと類推される。

結果、食料品・日常雑貨店、トンカツ屋や蕎麦屋等の小規模な個人経営の店が点在して残る状況となっており、にぎわいを支えてきた商店街の活力は失われつつある。

このような状況の中で商業の振興を図っていくためには、個店の活性化が重要な課題であり、個店の自助努力はもとより、地域事業者の積極的な取り組みなどによる活気と魅力のあるまちづくりが不可欠である。

よって、商業の活性化に向けて、個店の経営強化や空き店舗の解消など、活性化に取り組む地域事業者が抱える様々な課題に対して、適切な支援を行っていくことが課題である。

【工業の現状と課題】

工業は、木材、食料品、電気機器等の小規模経営の製造業が多く、平成 25 年の製造品出荷額等は 842 億 4,183 万円となっており、第 5 次総合計画を定めた平成 16 年の 990 億 727 万円と比べて、事業所数・従業者数・原材料使用額等・現金給与のいずれも減少傾向にある。

	平成 16 年	平成 24 年
製造品出荷額等	990 億 727 万円	842 億 4,183 万円
事業所数	136	103
従業者数	3,407 人	2,750 人
原材料使用額等	650 億 2,105 万円	499 億 8271 万円
現金給与	139 億 3,941 万円	108 億 4,611 万円

これはバブル崩壊以降、大企業による海外移転が加速したことによる産業の空洞化が発端であるが、現在でも、中国をはじめとするアジア勢との価格競争や東日本大震災、その後の電力不足、急速な為替変動などにより、本地域の工業を取り巻く環境は厳しい状況にある。

工業の振興は地域経済の活性化に不可欠なことから、ものづくり企業に対して、急速な技術革新や高度情報化などの環境変化に対応した企業経営の確立や、人材育成の支援などに取り組んでいくこと、さらに独創性や挑戦意欲に富んだ起業家の輩出や中小企業の新分野への進出などによる新たな地域産業の創出を促し、産業構造の多様化を図っていくことが課題となる。

【農業の現状と課題】

農業は、片品川を遡(さかのぼ)った白沢町、利根町には、トマト農家が多く、デルモンテが工場を構えるほどである。ほかにも、3～6月にはイチゴ、6～7月にはサクランボ、7～8月にはブルーベリー、9～11 月にはリンゴなど、年間を通じて新鮮な野菜が収穫される農業地域である。他に米、こんにゃくいも、しいたけ、きのこ、乳用牛、豚などが生産されており、総農家数は平成 22 年が 2,315 戸だが、平成 16 年と比べて減少傾向にある。

	平成 16 年	平成 22 年
総農家数	2,461 戸	2,315 戸

地域内の農業は、農業従事者の高齢化、後継者不足などに伴う耕作放棄地の増加や経済のグローバル化、天候不順や有害鳥獣による農業被害等、農業を取り巻く情勢は年々厳しくなっている。さらに、東日本大震災に伴う原子力発電所の影響による取引価格の低下などの風評被害を受けたことで、一段と厳しい状況となっている。

今後は農業従事者の減少を補うため、力強い担い手の育成と新たな担い手の確保、さらに、地域の特性を活かした特産品の開発、首都圏等の大消費地へのPR等、地産多消に向けた当地域のブランド化の推進が課題となる。

【観光業の現状と課題】

観光は、国道120号線上にある「道の駅・白沢」には、白沢高原温泉を引き湯した日帰り入浴施設「望郷の湯」と農産物直売所「座・白沢」の2つの施設があり、赤城山と赤城高原の眺望が楽しめることから冬期のスキーヤーを中心に四季を通じて多くの観光客が訪れる。さらに、美人の湯と名高い「老神(おいがみ)温泉」、竜宮伝説のある国指定天然記念物「吹割(ふきわれ)の滝」、根が大石を割り咲く「石割桜」、「迦葉山(かしょうざん)」、「玉原(たんばら)高原」、「白沢高原温泉」、スキー場として「たんばらスキーパーク」も整備されている。このように豊かな地域資源に恵まれるが、平成24年度の観光入込客数が2,858,700人、消費総額においては5,738,411千円となっており、平成16年と比べていずれも減少傾向にある。

	平成16年	平成24年
観光入込客数	2,955,500人	2,858,700人
消費総額	5,906,789千円	5,738,411千円

沼田市内の観光業はスキー場を頂点に、観光業、宿泊業、飲食業、温泉業、さらに閑散期には地域住民はスタッフとして雇用されるなど多大な経済効果がある。

現在、たんばらスキーパークの一箇所のみとなっているが、スキー客が多く利用する「道の駅・白沢」を中心に、「老神温泉」や「吹割の滝」等の地域内の観光拠点と連携し、地域一体となって四季を通じて観光客を呼び込む新たな地域活性化を推進する必要がある。

3. 沼田市東部商工会の役割

・これまでの商工会の取り組みと課題

2005年(平成17年)2月の利根郡利根村、利根郡白沢村との行政合併を受け、平成19年4月に利根村商工会、白沢村商工会とが合併し誕生したのが沼田市東部商工会である。平成27年4月1日現在は、商工業者数415人、小規模事業者数361人、会員数300人、組織率72.3%、青年部員数26人、女性部員数53人となっている。

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
商工業者数	486人	486人	486人	415人
小規模事業者数	421人	421人	421人	361人
会員数	313人	307人	297人	300人
内、商業	63人	62人	62人	66人
内、工業	111人	110人	107人	106人
内、サービス業	42人	42人	39人	42人
内、農業・観光	97人	93人	89人	86人
組織率	64.4%	63.2%	61.1%	72.3%
青年部員数	28人	27人	28人	26人
女性部員数	64人	58人	55人	53人

本会は、税務、経理、金融、労務などの基礎的な経営改善普及事業、及び、決算期における税務指導、労働保険の各種手続きを中心に取り組んできた。その一方で、収穫祭、蕎麦祭り、夏祭り、商品券販売、歳末の販売促進企画等の季節催事等においても地域貢献・地域振興も展開してきた。

これまでの取り組みの課題として、以下が挙げられる。

- 経営支援においては、記帳指導、税務指導及び労働保険の申告等が主な支援内容となっており、売上や利益の向上、新たな販路開拓、事業承継といった、小規模事業者を取り巻く経営環境に対応する中長期的な経営戦略に対する踏み込んだ経営改善指導の充足向上が必要。
- 地域貢献・地域振興においては、過去から継続した足元の取り組みが多く、中長期的な地域経済全体の活性化という視点の付加が必要。
- 商工業者数、小規模事業者の数および会員数の減少に対する歯止めが必要。

・本会に求められている役割

会員事業者を中心に地域の商工業者、小規模事業者、商工会員の経営をサポートし、持続的な発展を伴走型で支援することが本会の役割として求められている。具体的には以下の2事業が中心となっている。

(1) 経営改善普及事業

- ✓ 記帳指導、税務指導及び労働保険の申告等の基礎的支援が中心であるが、このレベルを一步引き上げ、いかにして売上や利益を引き上げるかといった、収益性向上の推進役としての役割。
- ✓ 人口減少と需要減少に対応するための新たな販路開拓、及び、後継者難による廃業を回避するための事業承継といった、小規模事業者が中長期的に発展していくための持続的経営の推進役としての役割。

(2) 地域振興事業

- ✓ 過去から継続した単なるイベントにとどまった地域貢献・地域振興事業を推進するのではなく、小規模事業者同士の交流を図ったり、起業や経営革新で開発された新商品・新サービスのテストマーケティングの場としたりするなど、地域活性化の推進役としての役割。

4. 小規模事業者振興の目標

・市の方向性

現在、沼田市は、起業による新規雇用の創出や雇用に伴う定住を促進し、地域経済の活性化を図るために、起業を志す人が学ぶことができる「ぬまた起業塾」を開講している。この塾では、実践的な会社経営のノウハウを習得する場とするべく、単に塾生が聴講するだけのセミナーではなく、ビジネスプランの作成を中心とし、実際に会社を立ち上げてから軌道に乗せるまでフォローする取り組みを行っており、市は活用する地域資源として以下を示している。

- (1) 農業:リンゴやトマト等の果実や野菜。
- (2) 観光:自然と食を活かした観光活性化。

・地域における小規模事業者を取り巻く現状と課題

市の方向性を推進するために、沼田市東部地域における小規模事業者を取り巻く現状を見ると、以下のような課題がある。

(1) 農業:リンゴやトマト等の果実や野菜。

「野菜摂取量の減少と現代人のライフスタイルへの対応」

本会の会員数 300 人のうち、第一次産業就業者は 39 名 (13.0%) であり、そのうち果実農園が 10 名 (3.3%)、他酪農が 8 名 (2.7%) となっている。また第三次産業就業者は 151 名 (50.3%) であり、そのうち飲食・宿泊業が 44 名 (14.6%)、サービス業が 45 名 (15.0%) となっている。

昭和 50 年頃、本地域では首都圏からの観光客がリンゴやトマトなどの農産物を箱買いしトランクに詰め込む姿をあちこちで目にすることができたが、現在ではそのような光景を目にすることは少なくなっている。

日本人の野菜消費量をみると、その量が年々減少していることに加え、年代別にみてもすべての年代で摂取目標量(350g[※])に達しておらず、特に 20 歳代～40 歳代で減少が目立っている。

他方、本会青年部には若手農家が多いことから、顧客の世代交代を促すために、現代のライフスタイルに応じたリンゴやトマトの提供といった新たな事業計画を策定し、推進する必要がある。

「地域活性化の鍵を握る 6 次産業化の推進」

現在、「道の駅・白沢」で販売される人気商品の一つが「白沢野菜のソース」だが、これは平成 22 年度に沼田市東部商工会が本会青年部の若手農家と連携し、6 次産業化を推進する新たな特産品として開発したもので、平成 23 年度の「むらおこし特産品コンテスト」において全国商工会連合会会長賞を受賞している。現在では、若者に加えて女性やシニア、それに障害者が参加し、「白沢トマトの飲む酢」や「白沢トマトのキーマカレー」、今年度は、白沢温泉、トマトジュース、リンゴジュース、そしてハチミツを原材料とした「白沢の無添加石けん」等、様々な特産品を開発している。

このような第一次産業と第三次産業がそれぞれ持つ強みを融合させた6次産業化を推進することが地域活性化の鍵を握っていると考えられるため、これらを推進する必要がある。

(2) 観光:自然と食を活かした観光活性化

「スキー客の減少と地域内観光拠点の一体的連携」

沼田市内のスキー場はバブル景気を経て、現在、たんばらスキーパークの一箇所のみとなっているが、スキー産業は、スキー場を頂点に、観光業、宿泊業、飲食業、温泉業、さらに閑散期には地域住民はスタッフとして雇用されるなど多大な経済効果がある。

レジャー白書によると、スキー人口は1993年のピーク時から3分の1に減少したものの、昨今、景気回復ムードにより底を打ち、スキー客が戻りつつあるという報道がされている。

そこで、スキー客が多く利用する「道の駅・白沢」を中心に、「老神温泉」や「吹割の滝」等の地域内の観光拠点と連携し、地域一体となって四季を通じて観光客を呼び込む新たな地域活性化を推進する必要がある。

「道の駅・白沢からの更なる情報発信」

「道の駅・白沢」は、白沢高原温泉を引き湯した日帰り入浴施設「望郷の湯」と農産物直売所「座・白沢」の2つの施設があり、さらに200台収容可能な広大な駐車場も併設されていることから、地域を代表する観光拠点である。週末ともなると、新鮮な農産物を求めて、首都圏ナンバーの車で一杯となるが、隣接する村には日本一の集客を誇る道の駅があり、競争環境は厳しいことから、当施設の誘客力向上により地域内の小規模事業者への経済効果を高めなければならない。

そこで、この「道の駅・白沢」を小規模事業者による6次産業化と観光の情報発信拠点とし、農産物の販売や観光PRだけでなく、小規模事業者の6次化商品販売、さらには、試作品の観光客へのアンケートの場とする等、情報発信拠点として積極的に活用していく必要がある。

・地域における小規模事業者を取り巻く現状と課題を踏まえた、中長期的な小規模事業者振興の在り方

このように当地域には魅力ある観光資源に四季を通じて多くの観光客が訪れ、また、やる気のある若手農家が美味しい農産物を生産している。このような他地域には決して真似ができないような強みと機会があるものの、小規模事業者の多くは、これまでのやり方で商売を行っていることから、顧客のニーズに的確に対応することが難しく、思惑通りに収益が向上しないことが少なくない。

そこで、本会は、中期的な目標として、本事業を通じてやる気のある小規模事業者の集中支援を通じて、魅力ある地域資源を活用した創業・経営革新・6次産業化を推進し、長期的に、沼田市東部地域が観光と農業の両面で誰からも認知されるブランド化となるよう取り組むこととする。

- ①やる気のある小規模事業者の集中支援
- ②地域資源を活用した『6次産業化』の推進
- ③『観光』『農業』のブランド強化

・小規模事業者振興の目標

この支援方針を推進するために、沼田市東部商工会は、中期的に、当地域のやる気のある小規模事業者の共通課題である「売上の向上」、「利益の確保」を図るべく、経済や需要動向等の外部環境分析と経営分析による内部環境分析を通じて、地域資源を活用した『6次産業化』の具現化に向けた事業計画の策定支援、セミナーや講習会の開催を通じ、伴走型の計画の着実な実行支援のほか、必要に応じ、経営実態を踏まえた計画の見直しを行うなど、持続的経営に向けて経営品質を向上させることを目標とする。

そして長期的には、地域の恵まれた自然条件、生活条件、産業条件を生かして、新たな需要開拓を図り、沼田市東部地域が『観光』『農業』の両面からブランド化され、多くの人に認知される活動を推進していく。

・目標達成の為の方針(方向性)及び経営発達支援事業の概要

支援方針を推進するために、以下の5つを小規模事業者の振興目標として掲げ、群馬県、沼田市、群馬県商工会連合会、日本政策金融公庫等との連携体制を構築し、事業を推進していく。

(1) 中小企業施策普及の徹底

現在、国や県を通じて、中小企業や小規模事業者に対する施策は、アベノミクス経済政策により潤沢に補完されている。多くの小規模事業者にその施策情報を届け、実践して頂くことが本会の役割として重要な課題であることから、中小企業施策をリアルタイムに入手し、いち早く事業者に届ける支援体制を構築する。

(2) 創業・第二創業・第三創業の推進

沼田市が推進する「ぬまた起業塾」と連携し、「観光」「農業」を中心とした創業支援を図る。創業支援の対象は新たなビジネスチャンスに果敢に取り組む若者、女性、シニアとなるが、第二創業(経営革新)や第三創業(事業承継)においては、現経営者や後継者に対して、創業前の支援から、創業後の成功確率を高めるための支援を行う。

起業者・経営者には、中期的には新規事業者を増やし事業を安定させること、長期的には新規雇用の創出と雇用に伴う定住促進を働きかけることで地域内人口を増加させていく。

(3) 地域支援機関との連携

本会では、これまでも、群馬県、沼田市といった行政、上部団体である群馬県商工会連合会、日本政策金融公庫や利根郡信用金庫等の金融機関、群馬県産業支援機構、税理士、中小企業診断士等の専門家と連携しているが、今後は、小規模事業者支援施策情報の提供や各事業計画案件の共有化並びに実行に向けた支援体制を構築する。

(4) 経営支援体制の強化

経営発達支援事業を推進するために本会に新たに「経営発達支援相談窓口」を設置する。また、経営指導員のスキルアップを図るために、上部団体である群馬県商工会連合会が実施する研修会等への参加、中小企業基盤整備機構等の関係機関が開催する講習会や事業説明会等へも積極的に参加し、情報収集や資質の向上・研鑽に努める。

(5) 「地域活性化研究会(仮)」の立ち上げ

当地域には風光明媚な自然、四季を通じて楽しめる農産物等々、魅力的な地域資源が多い。小規模事業者が持続的な経営を行うためには、これらの地域資源を活用するだけでなく、地域課題を直視し対峙することも求められる。

例えば、地域課題を個別に見ると、農産物では6次産業化やブランド化をいかに進めるべきかという課題があり、「道の駅・白沢」では国道に面することで誘客力を高めたい、「老神温泉」は撤退したまま放置されている大型ホテルの敷地の再活用問題、「吹割の滝」は客動線のバリアフリー化を核としたサービス力の向上等々、多くの課題・問題点がある。

これらの課題・問題点に取り組むために、小規模事業者を中心に、行政、市議員、経営者、地域住民等を交えた「地域活性化研究会(仮)」を立ち上げ、将来の在るべき姿から、今、我々は何をすべきなのかを中長期的な視点で検討する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成 28 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日）

(2) 経営発達支援事業の内容
 ・ 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針】

(現状と課題)

現状は、これまでに本会が独自で地域の経済動向や決算データに関して調査したことはなく、経営指導員は、専ら県商工会連合会における研修時に国や県の経済動向を把握してきた。また小規模事業者においても、経済動向を把握するための手段や経験等のノウハウが乏しいことから、自社で調査している事業者は非常に少なく、人的資源が不足している小規模事業者自ら調査を行うことは難しい。

このような現状であるため、窓口相談や巡回指導時において、小規模事業者が自社の経営状況を分析する際に、求められれば経済動向に関する情報を提供するものの軽視されることが多く、その提供先は限定的であった。

また、そもそも、本会には小規模事業者に対して地域の経済動向を踏まえた的確な経営戦略を提案できる経営支援体制が整備されていない。これらの対策整備が課題である。

(改善方法)

今後は、本会が独自に地域の経済動向に関する調査を行い全職員が能動的に収集、整理、分析し、小規模事業者を取り巻く経営環境を迅速に把握し提供できる情報共有体制を構築する。

調査結果は経営指導員等が窓口相談や巡回指導を行う際に、事業計画を策定する小規模事業者に提供するとともに、本会のホームページや会報等で広く公開する。また、経営指導員は地域経済の現状把握と将来予測、政策提案の基礎資料となるように更なる分析の徹底を図る。

(事業内容)

(1) 【小規模企業景気動向調査(新規事業)】

項目	内容
目的	全国連による「小規模企業景気動向調査」に項目を併せて地区内小規模企業の景気動向等についての情報を収集する。全国連と地域内の景況感にはどのような差があるのか、その結果を取りまとめ周知するとともに、本会の政策資料としていく。
対象	地域内小規模事業者約40社(仮)(商業、工業、サービス、農業観光各10社(仮))
調査方法	調査票に基づく聴取り調査法
頻度	年1回(仮)
調査項目	「売上額」「仕入単価」「採算」「資金繰り」「業況」について当該月末時点での景気について前年同月に比べてどうなっているか、5段階から選択。
分析方法	各調査項目について、増加(好転)企業割合から減少(悪化)企業割合を差し引いた値(D.I.)を示す。
活用方法	地区内小規模企業による景況感から地域経済の現状を把握し、将来予測、政策提案の基礎資料となるように活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者が自店の業界動向を把握することで、事業計画の基礎資料とする。

(2) 【決算データ分析調査(新規事業)】

項目	内容
目的	業種毎の経済動向情報として整理し、創業や経営革新、事業承継などに関する相談等に活用していく。
対象	地域内小規模事業者から業種毎に計40社(仮)を抽出
調査方法	商工会記帳システム「ネットde記帳」から業種ごとの決算データを抽出
頻度	年1回(仮)
調査項目	「売上」「利益」「従業員」「業績推移」
分析方法	「売上」「利益」「従業員」「業績推移」を業種毎・時系列に分析
活用方法	地区内小規模企業による決算データから業種毎の経済動向の現状を把握し、将来予測、政策提案の基礎資料となるように活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者が自店の業界動向を把握することで、事業計画の基礎資料とする。

(3) 【各種統計資料による経済動向の情報収集と分析提供(新規事業)】

項目	内容
目的	小規模事業者等の意思決定における参考資料として情報を提供する
対象	群馬県産業政策課が取り纏める「経営環境の変化による影響調査」、県連合会が取り纏める「中小企業景況調査」等
調査方法	インターネットにより収集
頻度	半期に1回(仮)
調査項目	県内の商工業の経済動向
分析方法	県全体でどのような経済動向にあるのか、その現状と課題について、群馬県産業政策課及び県連合会がどのような見解を示しているのかを分析する。
活用方法	本会の事業活動と小規模事業者による事業計画の構築に反映
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者の視野を広め、新たな商品・サービス等の経営革新への意欲を高める

(目標)

経営発達支援事業の目標を達成するために、地域の経済動向を調査する経営支援体制を構築し、地域内の消費者及び小規模事業者の経済動向等を把握し、その共有化を図る。なお、対象企業数、統計資料の対象と分析の実施頻度については、本事業終了時に見直しを図る。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
小規模企業景気動向調査対象企業数	未実施	準備	40社/回	40社/回	40社/回	40社/回
決算データ分析調査対象企業数	未実施	準備	40社/回	40社/回	40社/回	40社/回
各種統計資料分析実施頻度	未実施	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎

2. 経営状況の分析に関すること【指針】

(現状と課題)

これまでは経営指導員による巡回指導、窓口相談を中心に、各種セミナーの開催、経営革新計画やマル経融資の申請時等々において、小規模事業者に対して経営状況の分析を行っていたが、それは提出要件

を満たすための形式的な分析にとどまっていた。また、小規模事業者の中には自ら専門書により経営状況の分析を行う者もいるが、その数は少なく、小規模事業者にとって難易度が高い。

今後は、売上や利益の拡大を目指す小規模事業者に対して、経営状況の分析の本質、必要性、重要性を認識させ、さらに、その中から、意欲の高い小規模事業者の掘り起こしを行うことが課題となる。

また、分析項目についても財務分析に偏るのではなく、従業員教育、後継者の有無、設備の状況、情報化への対応等、経営状況を俯瞰した分析項目を設定していくことも課題である。

(改善方法)

経営状況の分析が必要な小規模事業者に対して、経営指導員が巡回指導、窓口相談を中心に、各種セミナーの開催、経営革新計画やマル経融資の申請時等々の様々な機会において、経営状況の分析を行う。経営状況の分析が必要と考えられる小規模事業者とは、若手の経営者や事業に対する意識が高いが売上と利益が伸び悩む小規模事業者である。リストアップし、経営指導員が中心となって経営状況の分析の必要性と重要性について意識を高めるための指導を丁寧実践していく。

なお、経営分析という言葉に拒絶反応を示すような高齢の経営者に対しては、改善が必要なポイントを簡潔に絞る指導方法へ改善を図っていく。

また、専門性や特殊性が求められる業種業態については、県連合会と連携を図り専門的な知見を有する専門家等を招聘し、経営状況の分析を実施する。

(事業内容)

- (1) 持続化補助金等中小企業施策の公募時期、巡回及び窓口による経営改善相談時に、経営上の課題などの聞き取り調査を行う。(既存事業の改善)
- (2) 経営状況の分析の本質、必要性、重要性を説きながら、中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」を利用し、「収益性」「効率性」「生産性」「安全性」「成長性」の観点からワースト3を抽出し、課題を浮かび上がらせる。なお、パソコン操作が不得手な高齢な事業者には、経営指導員等が操作方法のレクチャーを行う。(既存事業の改善)
- (3) 上記(1)及び(2)を踏まえ、事業に対する意識が高く、売上と利益の拡大を目指す小規模事業者に対して、以下の個別指標による経営分析を行う。(既存事業の改善)
 - **単年度分析**:損益分岐点売上高、売上高対経常利益率、一人当たりの付加価値額等(仮)
 - **経年分析**:売上伸び率、利益伸び率、付加価値額の伸び率等(仮)
 - **経営動向分析**:経営理念、中長期の経営目標、従業員数、従業員教育、従業員の平均年齢、採用計画、後継者の有無、設備更新の状況、情報化への対応等(仮)
- (4) 専門家等と連携しながら単年度、経年、経営動向分析の項目を元に、小規模事業者は現在の経営の課題・問題点を認識することで、事業計画策定の準備を進める。(既存事業の改善)

(目標)

小規模事業者の経営状況の分析を通じて経営課題の抽出・整理を図り、その課題の解決に向けて、経営指導員がハンズオンで支援する。目標件数は、小規模事業者に対して、5年後に経営指導員一人当たり年間50社以上の経営分析ができる経営支援体制を構築していくことである。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
指導員一人あたりの経営状況の分析件数	28社	35社	35社	40社	45社	50社

3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

(現状と課題)

これまでは経営革新計画をはじめ、持続化補助金、ものづくり補助金、マル経融資等の申請に併せて事業計画の策定を行ってきたが、小規模事業者の多くは事業計画の策定機会が少ないことから、そのスキルは乏しい。また、そもそも1の「地域の経済動向調査」、2の「経営状況の分析」、5の「需要動向調査」が不正確であったことから、的確な事業計画の策定には至っておらず、さらに、その進捗状況を把握する体制が構築されていなかった。

今後の課題は、1の「地域の経済動向調査」、2の「経営状況の分析」、5の「需要動向調査」を踏まえた最適な事業計画の策定支援をタイムリーに行うこと、そして、その事業計画に対する PDCA を実施するための支援体制を整備していくことが課題として挙げられる。

(改善方法)

今後は、地域内の小規模事業者に対して、経営指導員が巡回指導、窓口相談を中心に、各種セミナーの開催、経営革新計画やマル経融資の申請時等々の様々な機会において、事業計画に基づいた経営の必要性と重要性について意識を高めるための指導を丁寧実践していく。

並行して、高い事業意欲を持つ小規模事業者に対しては、「1.地域の経済動向調査」、「2.経営状況の分析」、「5.需要動向調査」を踏まえ、売上と利益の拡大に向けた実現可能性の高い事業計画の作成を伴走型で支援していく。

(事業内容)

(1) 巡回指導・窓口相談時の事業計画策定支援(既存事業の改善)

小規模事業者からの相談時にその場で1の「地域の経済動向」、2の「経営状況の分析」、5の「需要動向」等に関するデータをタイムリーに情報提供ができるように、先般、県連合会から経営指導員に配布されたタブレット等を活用し、相談を受ける体制を整備する。

(2) 「事業計画策定セミナー(仮)」による指導の強化(既存事業の改善)

県連合会、行政、群馬県産業支援機構、及び、近隣商工会等の支援機関と連携し、「事業計画策定セミナー」を補助金や融資等の申請に係わらず、年1回開催する。高い事業意欲を持つ小規模事業者が効率的に事業計画を策定できるよう、作成には、中小企業基盤整備機構が提供する「経営計画作成アプリ 経営計画つくるくん」を使用する。

なお、タブレット操作が苦手、内容が難しすぎる等々、申請書の作成が難しいと判断し申請をあきらめてしまう事業者も多く存在する。このような小規模事業者に対しては経営指導員等が担当者として張り付き、多くの事業者が事業計画の策定ができるよう、指導体制を強化する。

(3) 補助金制度の積極的な活用に向けた「補助金活用相談日(仮)」の開催(既存事業の改善)

持続化補助金やものづくり補助金等の補助金制度に向けて事業計画の策定を支援する際に、これまでは募集期間内に短期集中で対応してきたが、今後は、募集期間とは別に、年1回「補助金活用相談日」を設定し、伴走型で事業計画策定支援を行う体制を整備する。なお開催については県連合会及び近隣の商工会と連携し、実施していく。

(4) 各種創業に向けた「創業塾、第二創業塾、第三創業塾(仮)」の開催(既存事業の改善)

創業・第二創業(経営革新)・第三創業(事業承継)の相談においても、事案が生じてから事業計画の作成対応を図ってきたが、今後は地域内の潜在的な起業家の掘り起こしを含め、年1回「創業塾、第二創業塾、第三創業塾の開催」を日本政策金融公庫、利根郡信用金庫、群馬銀行、及び、近隣商工会と連携して開催し、伴走型で事業計画策定支援を行う体制を整備する。

(5) マル経等の「融資相談会(仮)」の開催(既存事業の改善)

融資相談においても事案が生じてから事業計画の作成対応を図ってきたが、今後は、上記(1)～(4)により生じる融資相談については、年1回「融資相談会」を、日本政策金融公庫、利根郡信用金庫、群馬銀行と連携して開催し、伴走型で事業計画策定支援を行う体制を整備する。

(6) PDCA チェック項目の整備(既存事業の改善)

事業計画を策定し、それに沿った経営を実行していくことが持続的経営には有効である。よって、「4.事業計画後の実施支援」に向けた PDCA を担保するために、この段階で「売上伸び率」「利益伸び率」「付加価値額の伸び率」等の経年分析について年度毎に目標と実績の差異を確認することを事業者と確認しておく。

(目標)

これまでも小規模事業者持続化補助金や経営革新に向けたセミナーを開催し、事業計画の策定を支援してきた。今後においては、「事業計画策定セミナー」「補助金相談日」「創業塾、第二創業塾、第三創業塾」により、高い事業意欲を持つ小規模事業者の事業計画策定を5年後に経営指導員一人当たり年間10社以上支援できる体制を構築する。なお、セミナー開催数と指導員による事業計画の支援数については、本事業終了時にその数と体制について見直しを図る。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
「事業計画策定セミナー」の開催数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
「補助金活用相談日」の開催数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
「創業塾、第二創業塾、第三創業塾」の開催数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
「融資相談会」の開催数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
指導員一人当たりの事業計画支援事業者数	未実施	4社/人	6社/人	8社/人	10社/人	10社/人

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

(現状と課題)

持続化補助金等の補助金事業においては、事業に関する進捗確認を行うが、確実な事業完了を目指すために経費支出と証憑確認が主となっていた。その他の創業や経営革新においては、計画策定後、承認されたり事業が実施されたりすることで一段落という雰囲気が流れることから、特段問題がなければ進捗管理を確認することはなかった。

今後は、事業計画に沿った経営を実行していくことが持続的経営の為には有効であることを実践していくため、事業計画の進捗状況を定期的・計画的に把握し、計画に遅延が見られる場合にはタイムリーにアドバイスを提供し、確実な計画の実現を遂行できる PDCA サイクルを取り、且つ実施方法を構築していく。これらの実施体制が課題となる。

(改善方法)

今後は、事業計画を策定した小規模事業者に対して、年度当初にフォローアップ計画を策定し、その定期的な窓口相談や巡回指導により、進捗を管理していく。事業計画と比較し、計画との乖離を表面化させ、遅延が見られる場合には、その対応策を探る。専門的な課題が生じた場合には、専門家派遣や金融機関等との連携によるフォローアップの実施を行う。

(事業内容)

(1) 経営指導員等による定期的なフォローアップ(既存事業改善)

これまでは経営指導員等が個々の判断で行っていたフォローアップを、今後は四半期に一度を目標に巡回訪問を実施し、進捗状況の確認、現状把握を行う。具体的には、「3. 事業計画策定支援に関すること」で設定した「PDCA チェック項目」により、年度毎の「売上伸び率」「利益伸び率」「付加価値額の伸び率」の進捗状況の確認を行う。進捗に乖離が見られる場合には、改善策を一緒に考え、各種施策の活用やマッチング機会の提供等、課題に応じた必要な支援を行う。なお、創業・第二創業・第三創業塾の卒業生については以下のような重点的な支援を行う。

➤ **創業塾卒業生に対する個別のフォローアップ(既存事業の改善)**

これまで本会では、卒業生に対する計画実施支援が十分ではなかった。今後は開業に向けた各種手続き支援、資金調達支援、研究開発支援、販路開拓支援等の手厚いフォローを四半期に一度を目標に継続的に行い、創業者の個別の計画実現を支援していく。

➤ **第二創業塾卒業生に対する個別のフォローアップ(既存事業の改善)**

これまで本会では、経営革新計画承認事業所に対し、計画期間中年一度程度のフォローアップ調査を行い、経営革新計画の進捗状況を確認していた。今後は形式的な調査に留まることなく、事業の進捗状況に応じて、四半期に一度を目標に補助金や制度融資等の支援策の活用提案と申請手続きのサポートを行い確実な事業化を支援していく。

➤ **第三創業塾卒業生に対する個別のフォローアップ(既存事業の改善)**

これまで本会では、事業承継を予定または実施している事業者に対し、適宜相談に乗っていたが、それは形式的な対応となっていた。今後は、専門家と連携し、現経営者だけでなく、前経営者や従業員等の利害関係者からもヒアリングを行い、事業承継後の在るべき姿と事業計画の整合性を確認した上で、事業計画に対するコンセンサスを形成する。フォローアップに際しては、四半期に一度を目標に専門家派遣、補助金、制度融資等の支援策の活用提案と申請手続きのサポートを行い確実な事業承継を支援していく。

(2) **支援施策の提供(新規事業)**

中小企業庁のホームページや中小企業ネットマガジン等を通じて、中小企業施策を収集し、小規模事業者の計画推進に役立つ情報提供と補助金申請支援等の支援を行う。

(3) **専門家の活用(新規事業)**

業種・業界特有の課題解決やマーケティング、IT 活用、デザイン等機能に特化した専門的な支援が必要な場合は、群馬県商工会連合会やミラサポによる専門家派遣制度を活用する。

(4) **金融斡旋(新規事業)**

必要な設備資金及びそれに付随する運転資金の融資を希望する小規模事業者には日本政策金融公庫による「小規模事業者経営発達支援融資制度」の積極的な活用を助言する。

(目標)

事業計画策定後においては、支援機関と連携した伴走型フォローアップを通じて、小規模事業者の持続的発展を確実なものとしていく。なお、32 年度の目標は、指導員が担当するフォローアップ件数を年間 40 社、その進捗状況確認を四半期に一度を目標に行うことから、継続分のフォローアップ回数は年間 160 回を目標として挑戦する。なお、この数字については、本事業終了時にその数と体制について見直しを図る。

	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
指導員一人当たりのフォローアップ事業所数(新規分)	未実施	4 社/人	6 社/人	10 社/人	10 社/人	10 社/人
指導員一人当たりのフォローアップ回数(新規分)	未実施	16 回/人	24 回/人	40 回/人	40 回/人	40 回/人
指導員一人当たりのフォローアップ事業所数(継続分)	未実施	—	10 社/人	20 社/人	30 社/人	40 社/人
指導員一人当たりのフォローアップ回数(継続分)	未実施	—	40 回/人	80 回/人	120 回/人	160 回/人

5 . 需要動向調査に関すること【指針】

(現状と課題)

小規模事業者が商品・サービスを提供する際、「売れている」「売りたい」「作れる」「作りたい」という思いが

先行するため、「顧客ニーズ」に基づく事業計画の策定という視点が欠けることが少なくなかった。また、事業計画の客観性を担保するためには、売上・利益の目標を設定し、その達成により、小規模事業者の持続的発展を促進することが求められるが、そのためにも事前の需要動向調査は不可欠である。

これまで本会においては、窓口相談や巡回指導時に、その商品やサービスの需要動向をヒアリングすることが少なく、経営者の勘や経験に対して裏付けできるデータ収集を怠ってきた。業種別・品目別の需要動向については、そもそも商工会がそのような調査を行うという認識が乏しく、その必要性和情報の集め方を理解している事業者は少ないのが現状である。

今後は、小規模事業者に対して、プロダクトアウトからマーケットインへ意識改革を図るために需要動向調査の必要性の認識を促し、その手法を理解し実施することが課題となる。

(改善方法)

経営指導員等が小規模事業者に対して、巡回や窓口相談等を通じて、販路開拓のためには需要動向調査の本質、必要性、重要性が必要であることを説いていく。需要動向調査の項目は、①市場動向、②地域住民・観光客・バイヤー等の消費者動向、③競合他社の動向という3つの動向分析を中心に年に1回以上実施する。情報収集の効率化を図るために、群馬県商工会連合会と専門家と連携しながら、行政や公的機関、各業界団体、地域の支援機関等が持つ情報を活用していく。

(事業内容)

(1) 需要動向調査の必要性の啓蒙による支援先の掘り起こし(既存事業改善)

本会は、上記「2. 経営状況の分析に関すること」と同様、小規模事業者に対し巡回相談、セミナー開催、ホームページによる啓蒙を通じて需要動向調査の必要性を説く。また、「経営状況の分析」を行った事業所には、「1. 地域の経済動向調査に関すること」、「2. 経営状況の分析に関すること」、そして、この「5. 需要動向調査に関すること」により「SWOT分析」が完了することを理解させ、需要動向調査実施事業所を増やし、「6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること」で実施する事業への参加を促す。

(2) 需要動向調査の実施(新規事業)

小規模事業者がターゲットとしている市場が具体的にどのようなニーズを求めているのか、その需要動向を調査する。調査方法は、一つは地域内消費者をターゲットとしている事業者に向けた「地域内消費者意識調査」、二つ目は地域外で開催される展示会・商談会に出展する事業者に向けた「展示会・商談会等による需要動向調査」、三つ目は総務省統計局「家計消費状況調査」等の各種統計資料による需要動向調査を想定している。

【地域内消費者意識調査(新規事業)】

項目	内容
目的	地域内に居住する住民の商工業に求めるニーズを顕在化させる
対象	地域住民約100名(仮)
調査方法	調査票に基づく聴取り調査法
頻度	年1回(仮)
調査項目	日常の買い物行動、買物頻度、購入品目、交通手段、イベント等に対するニーズ、その他の意見・要望等
分析方法	消費者のニーズを定性的に把握し、消費者の潜在的なニーズを浮かび上がらせる。
活用方法	本会の事業活動と小規模事業者による新たな営業活動に反映
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者の新たな商品・サービス等の経営革新への意欲を高める。

【展示会・商談会等による需要動向調査(新規事業)】

項目	内容
目的	小規模事業者が「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」で出展・出品する展示会・商談会等に関する事前情報の収集
対象	展示会や商談会を担当するバイヤー
調査方法	郵送、電話による聴取り
頻度	「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」による出展・出品が決定次第
調査項目	売れ筋商品、死に筋商品、売価、顧客特性、平均買上単価、競合商品、その他出店者に対する意見・要望等
分析方法	「売れ筋商品」、「価格帯」、「来店する消費者の属性」、「同業他社」等の傾向を分析し、報告書にまとめる。
活用方法	顧客のニーズに基づいた“売れる”商品の開発に向けて活用する。
提供方法	分析した報告書を当該展示会・商談会に出展・出品する小規模事業者に提供する。
小規模事業者に対する効果	展示会・商談会前に予め顧客のニーズを把握することができれば、それに対応することができ、売上が増加する可能性が高まる。これにより需要動向調査の重要性を認識させることができる効果が期待される。

【各種統計資料による需要動向調査(新規事業)】

項目	内容
目的	各種統計資料の情報を提供することで、小規模事業者の意思決定を支援する。
対象	総務省統計局「家計消費状況調査」「家計調査」等
調査方法	インターネットにより収集
頻度	「家計消費状況調査」「家計調査」は年1回
調査項目	主な商品・サービスへの消費者の支出動向
分析方法	家計消費の動向について、国はどのような見解を示しているのかを分析し、提供する。
活用方法	消費者の消費行動に基づいた“売れる”商品の開発に向けて活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者の視野を広め、新たな商品・サービス等の経営革新への意欲を高める。

(3) 需要動向調査の分析支援(既存事業改善)

需要動向調査の分析は小規模事業者には難易度が高いことから、群馬県商工会連合会の専門家と連携しながら分析支援を行う。具体的には、販路開拓を目指す市場における①「地域住民、観光客、バイヤー等の消費者ニーズ」、②「その商品・サービスの価格帯」、③「競合他社の動向」の3点から、機会と脅威を把握し、その中で、自社で強みを活かした新たな需要を開拓するための方法についてアドバイスを行う。

(4) 情報の共有化(新規事業)

需要動向調査の結果は小規模事業者に提供するとともに、報告書として取り纏める。これらは日本標準産業分類項目(中分類)毎にファイリングし、職員間でいつでも情報共有できるようにしておく。

(目標)

小規模事業者の販売する商品やサービスに対する需要動向調査の実施を支援メニューとして盛り込むことで、小規模事業者に対してマーケットインの考え方を浸透させていく。なお、その数は地域内消費者意識調査については毎年1回地域住民100人を対象とする。小規模事業者の事業毎に異なる需要動向は「3. 事業計画策定支援に関すること」と連動し、5年後に経営指導員一人当たり年間10社以上を目標とする。「家計消費状況調査」等の各種統計資料による調査は年に1回とする。これらを踏まえた需要動向調査の支援分析は「3. 事業計画策定支援に関すること」と連動し、5年後に経営指導員一人当たり年間10社以上を

目標とする。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
消費者意識調査	未実施	準備	100人/回	100人/回	100人/回	100人/回
展示会等による需要動向調査	未実施	4件/人	6件/人	8件/人	10件/人	10件/人
各種統計資料による調査回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
需要動向調査の分析支援	未実施	4社/人	6社/人	8社/人	10社/人	10社/人

6．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

(現状と課題)

多くの小規模事業者が持続的発展を目指すために売上アップを目指しているが、長引く不況や少子高齢化による内需の減少といった経営環境の悪化により、思い描く経営が実現できていない状況にある。このような中で、本会には、小規模事業者に対する新たな需要開拓支援がこれまで以上に求められている。

新たな需要の開拓を図るためには、販売先を、「地域内」と「地域外」とに分けることが考えられ、さらに、それぞれの需要特性に応じた販路開拓が求められるが、現状においてそのような活動を行える経営支援体制は構築されていない。この点を踏まえて、需要開拓の橋頭堡を築くことが課題である。

(改善方法)

1から5で策定した事業計画に基づき、業種別に顧客を「地域内新販路開拓」と「地域外新販路開拓」に分け、それぞれの需要特性に応じた販路開拓を支援する。

(事業内容)

(1) 地域内の新たな需要開拓への支援(訴求対象:主に小売業・サービス業・飲食業・建築業等)

(現状と課題)

古くから小売業を主体に地域内の購買ニーズに伝えてきたが、小規模個人経営が大半を占め、車社会の一層の進展や消費者ニーズの高度化・多様化等を背景に、大型店等への購買力の流出が進み、高齢化や後継者不足とも相まって、取り巻く環境は一層厳しさを増している。

これらの構造変化に直面している当地の小規模事業者は、地域住民に支持され選ばれる個店づくりを実現する必要があるものの、その満足度は低くなっていることから、住民に支持される店とはなっていない。よって、地域住民への満足度を高めることで、新たな需要取り込む販路開拓を進める必要がある。

(改善方法)

- ① 地域にはない斬新なアイデアやノウハウを学ぶため、他地域の成功事業者の視察や勉強会を行い、その新たな需要開拓に向けた取り組みを学ぶ。
- ② 新たな需要開拓の中核となるプロモーションスキルを持ったマーケティング専門家を派遣し、販売促進ノウハウを提供する。
- ③ 売上高平均伸び率3%を目指す。

(事業内容)

① 先進地事例研究(既存事業改善)

項目	内容
目的	新たな需要開拓に向けて興味深い取り組みを行っている日本全国の事業者の取り組みについて事例研究を行う。
対象者	本事業により地域内の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	経営指導員が「4. 事業計画策定後の実施支援に関すること」と連動し、四半期に一度、テーマを掲げ実施する。
支援内容	事例収集が得意な中小企業診断士等を県連合会と連携し招聘する。

手段	テレビや新聞、雑誌等から事例を収集する。
小規模事業者に対する効果	どのような商品やサービスが今売れているのかを知る習慣を小規模事業者につける。またその事例の中から、自店でも実施可能な取り組みを積極的に取り入れることで、新しい行動を起こす習慣をつけることができる。

② 個店プロモーション支援事業(既存事業改善)

項目	内容
目的	1から5で策定した事業計画に基づき、ターゲットを明確にした商品陳列、チラシ作り、接客スキルといった個別のプロモーションスキルを向上させる。
対象者	本事業により地域内の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	経営指導員が「4. 事業計画策定後の実施支援に関すること」と連動し、四半期に一度、テーマを掲げ、実施する。
支援内容	プロモーションが得意なデザイナー等を県連合会と連携し招聘する。
手段	デザイナー等が有するスキル・ノウハウから学ぶ
小規模事業者に対する効果	経営資源の乏しい小規模事業者であっても、より多くの顧客を集客できるようセミナーや店舗診断を行っているが、更にコストパフォーマンスの良いプロモーション方法について経験値を高めることができる。

③ 地域住民が集まる催事スペースの活用(既存事業改善)

項目	内容
目的	小規模事業者にとって最も身近な地域内の需要を開拓する機会を与える。
対象者	本事業により地域内の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	多数の集客が期待できる場所を本会が確保し、催事スペースとして提供する。
支援内容	本会が主催する催事であることを本会ホームページや折り込みチラシ等を通じて、地域住民に周知する
手段	「道の駅白沢」や「老神温泉」、行政の会議室等の大型スペースにて小規模事業者の商品やサービスを周知する。
小規模事業者に対する効果	自社商品の周知を図るとともに、商品・サービスに対する改善点など、消費者の生の声を聞くことで、自店の経営力を高め、売上高平均伸び率3%を目指す。

④ 地域住民向け情報誌の配布(新規事業)

項目	内容
目的	小規模事業者が業としている食料品や日用品の配達、住宅リフォーム等サービス等を取り纏めた情報誌を編集し、地域住民に配布する
対象者	本事業により地域内の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	地域内の新たな需要開拓を目指す商品やサービスを紹介する情報誌を作成し、地域住民に提供する。
支援内容	商品・サービスの説明文、キャッチフレーズ、写真等の作成について専門家を招聘し、作成する。
手段	本会、沼田市、地域内の金融機関
小規模事業者に対する効果	地域内の新たな需要開拓が期待されるが、期待通り進展しない場合には、価格・商品力・販売方法・広告宣伝のどこに問題があるのかを見直す機会となる。

(2) 地域外の新たな需要開拓への支援(訴求対象:主に観光業・農業)

(現状と課題)

本会地域は、多彩で魅力ある観光・リゾート資源を有するものの、現状においては、その魅力が 100%

消費者に伝わっているとは言い難い。そこで、観光と農業の両面から当地域をブランド化させる新たな販路開拓策を構築することが課題である。

(改善方法)

- ① 小規模事業者が地域外の新たな需要を開拓するためには、「顧客ニーズに基づく商品開発」「ターゲットへのアプローチ」、「展示会・商談会等への出展」の3段階のステップが必要である。
- ② まず新たな需要開拓の中核となるプロモーションスキルを持ったマーケティング専門家を派遣し、自分たちの強みを活かしたプレゼンテーションスキルを高める。
- ③ 展示会・商談会等を、顧客ニーズに基づく商品開発ができたのかを確認する実践の場として、その定量的な成果として、売上高平均伸び率 3%を目指す。

(事業内容)

① 「新たな販路開拓塾(仮)」の開催(既存事業改善)

項目	内容
目的	商談会等において小規模事業者が自らその強みをプレゼンツールと話術により、新たな取引先を獲得していくことは地域外の新たな需要を開拓するためには非常に重要。よって、このプレゼンテーションスキルを高めるための研修会を実施する。
対象者	本事業により地域外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	経営指導員が「4. 事業計画策定後の実施支援に関すること」と連動し、四半期に一度、テーマを掲げ、実施する。
支援内容	本事業計画で再認識した自社及び商品の強みを書き出し、この強みと最も相性が良いと考えられる顧客を設定する。次いで、この顧客に向けたメッセージである商品コンセプトを検討し、それをプレゼンテーションツールとしてまとめる。このツールをもとにどのような話術で顧客と会話することが良いのか等々、展示会・商談会の現場を想定し、徹底的にプレゼンテーションスキルを高める。
手段	プレゼンテーションを専門とするコンサルタントを招聘する。
小規模事業者に対する効果	プレゼンテーションスキルを高めると同時に、これまで交換した名刺をダイレクトメールに活用する、既存のチラシを見直す等、展示会や商談会という機会を最大限に活かすための事前準備の場とする。

② 展示会・商談会等への出展(既存事業改善)

項目	内容
目的	「顧客ニーズに基づく商品開発」「ターゲットへのアプローチ」が正しく機能しているかを「展示会・商談会等への出展」で確認し、売上高平均伸び率3%を実現する。
対象者	本事業により地域外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	多数の集客が期待できる場所を本会が確保し、催事スペースとして提供する。具体的には、以下の通り。 <ul style="list-style-type: none"> ● 県連合会が主催する「おいしい群馬再発見！絶品ご当地グルメ大集合(道の駅田園プラザ川場、10月他)」、「はばたけ！ぐんま農と食のビジネス商談会(アニバーサリーコート・ラシーネ、2月)」等の展示会や商談会 ● 全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展(池袋サンシャインシティ展示ホール、11月)」等の展示会 ● 首都圏で開催される「グルメ&ダイニングショー(東京ビッグサイト、2・9月)」や「FOODEX JAPAN(幕張メッセ、3月)」等の国際見本市
支援内容	①の「新たな販路開拓塾(仮)」での検証を行うための支援を行う。
手段	経営指導員は展示会・商談会等に同行し、小規模事業者の顧客への対応、顧客の声・反応を収集し、良い点・改善すべき点を把握する。

**小規模事業者
に対する効果**

「顧客ニーズに基づく商品開発」「ターゲットへのアプローチ」、「展示会・商談会等への出展」の3段階のステップについて確認する。差異が生じている場合は、その原因を追及し、次回の展示会・商談会ではその課題を解決できるようにする。

(3) 地域外の新たな需要開拓への支援(訴求対象:主にもものづくり企業)

(現状と課題)

バブル崩壊以降、大企業による海外移転が加速したことによる産業の空洞化が発端であるが、現在でも、中国をはじめとするアジア勢との価格競争や東日本大震災、その後の電力不足、急速な為替変動などにより、本地域の工業を取り巻く環境は厳しい状況にある。

そこで、ものづくり企業の独創性や挑戦意欲に富んだ新たな地域産業の創出を促すための地域外の新たな需要開拓を支援することが課題となる。

(改善方法)

- ① ものづくり企業は、自社の技術力を誇示する「プロダクトアウト」になることが散見されるが、本事業では事業計画の策定においては、技術開発に至る背景を整理し「マーケットイン」によるものづくりを推進する。
- ② また、ものづくりにおいては、「品質(Quality)」「価格(Cost)」「納期(Delivery)」の3項目の中で何に競争力を持たせるのかを明確にする。
- ③ 展示会・商談会等を、顧客ニーズに基づく技術開発の検証の場とする。またその定量的な成果として、売上高平均伸び率3%を目指す。

(事業内容)

① 「新たな販路開拓塾(仮)」の開催(既存事業改善)

項目	内容
目的	ものづくり企業においても、商談会等において小規模事業者が自らその強みをプレゼンツールと話術により、新たな取引先を獲得していくことは地域外の新たな需要を開拓するためには非常に重要。しかし、ものづくり企業は技術開発には注力するが、プレゼンテーションはお粗末であることが少なくない。よって、このプレゼンテーションスキルを高めるための研修会を実施する。
対象者	本事業により地域外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	経営指導員が「4. 事業計画策定後の実施支援に関すること」と連動し、四半期に一度、テーマを掲げ実施する。
支援内容	本事業計画で再認識した自社及び商品の強みを書き出し、この強みと最も相性が良いと考えられる顧客を設定する。次いで、この顧客に向けたメッセージである商品コンセプトを検討し、それをプレゼンテーションツールとしてまとめる。このツールをもとにどのような話術で顧客と会話することが良いのか等々、展示会・商談会の現場を想定し、徹底的にプレゼンテーションスキルを高める。
手段	プレゼンテーションを専門とするコンサルタントを招聘する。
小規模事業者に対する効果	プレゼンテーションスキルを高めると同時に、これまで交換した名刺をダイレクトメールに活用する、既存のチラシを見直す等、展示会や商談会という機会を最大限に活かすための事前準備の場とする。

② 展示会・商談会等への出展(既存事業改善)

項目	内容
目的	「顧客ニーズに基づく商品開発」「ターゲットへのアプローチ」が正しく機能しているかを「展示会・商談会等への出展」で確認し、売上高平均伸び率3%を実現する。
対象者	本事業により地域外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者

支援方法	多数の集客が期待できる場所を本会が確保し、催事スペースとして提供する。具体的には、以下の通り。 ● 中小企業基盤整備機構が主催する新価値創造展(中小企業総合展)
支援内容	①の「新たな販路開拓塾(仮)」での検証を行うための支援を行う。
手段	経営指導員は展示会・商談会等に同行し、小規模事業者の顧客への対応、顧客の声・反応を収集し、良い点・改善すべき点を把握する。
小規模事業者に対する効果	「品質(Quality)」「価格(Cost)」「納期(Delivery)」の3項目に対する顧客の評価を確認する。差異が生じている場合は、その原因を追及し、次回の展示会・商談会ではその課題を解決できるようにする。

(目標)

上記の例の通り本会が提供可能な様々な展示会・商談会等への出展の機会の活用を通じて、小規模事業者による新商品、新製品、新サービス等の認知度向上を通じた、新たな販路開拓を実現させる。またより広域的・全国的な販路開拓を目指すための後方支援として、本会のホームページ等の SNS、商工会誌、県連合会等関係機関の広報誌、マスコミへのプレスリリース等の情報提供を行う。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
展示会等への出展数	未実施	4回	6回	8回	10回	10回
展示会等での商談件数	未実施	40件/回	60件/回	80件/回	100件/回	100件/回
展示会等での成約件数	未実施	4件/回	6件/回	8件/回	10件/回	10件/回
展示会等での受注件数	未実施	1件/回	2件/回	3件/回	4件/回	5件/回
展示会等での売上高増加率	未実施	3%UP/回	3%UP/回	3%UP/回	3%UP/回	3%UP/回

・地域経済の活性化に資する取組

(現状と課題)

平成20年に農商工連携促進法の施行や六次産業化・地産地消法の交付により、地域の農産物を用いた新たな特産品開発の機運が高まるようになり、本会においても平成21年度から全国商工会連合会や群馬県による補助事業等を活用し、トマトやリンゴという白沢地域の農産物を活用した「白沢野菜のソース」、「白沢トマトのキーマカレー」、「白沢トマトの飲む酢」等を開発している。

これらは”美と健康を提案する地域”をコンセプトとして掲げているが、それは野菜や果物を摂ることで健康になるという意味に加え、旬の時期に過熟、変形、変色等の理由により廃棄される農産物を活用することで地域の農家・農業者が健康になるという意味も含まれている。これらのコンセプトが支持され、「白沢野菜のソース」は平成21年度に全国商工会連合会から会長賞を頂いている。

当地域には未だ多くの地域資源が埋没していることから、これらの掘り起こしを行い、小規模事業者の経営の改善発達と地域経済活性化を一体的に行っていく必要がある。

(改善方法)

これまでの取り組みを踏まえ、今後も本会が取り組んでいる”美と健康を提案する地域”の方向性に共鳴する、または、興味を持つ、農家、農業者、飲食、宿泊業者、サービス業者、さらには、今後起業を志す者等、幅広い地域住民を対象に、新たに「地域活性化委員会(仮)」を立ち上げる。

地域活性化に対するテーマは会員等から募集し、この新たな特産品開発の具現化を図るために、全国商工会連合会の「地域力活用新事業全国展開支援事業」の活用を想定し事業を推進する。

(事業内容)

(1) 委員長は本会会長として、委員には地域の農家・農業、主婦、高齢者等から5名程度を新たに募集し委員として委嘱する。

- (2) 6次産業化を通じて新たに生産・販売する商品やサービスが内在する課題・問題点について、その解決を図るための情報収集、整理、分析を通じて、その結果を提供するとともに、専門的な課題については、県連合会と連携し、専門家の知見を受けながら、方向性を提示していく。
- (3) 新たな特産品開発の具現化を図るために、全国商工会連合会の「地域力活用新事業全国展開支援事業」の採択を受けて事業を推進していく。

(目標)

毎年度、会長を委員長として、新たなテーマを掲げた委員会を組織し、市場調査や新たな特産品開発を通じて、地域の魅力を地域ブランドの創出を目指す。なお、数値目標は下表のとおり。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
委員会開催						
先進地市場調査	平成21年度より実施					
新たな特産品の開発						
報告書作成						

・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

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(現状と課題)

現状としては、近隣商工会、及び、県連合会の経営指導員による情報交換を図るための会議を3ヶ月に一度程度開催し、経営支援に関する情報交換を行っている。

今後は、その頻度を増やすとともに、その情報交換のテーマを事前に定め、現状の取り組みと改善方法に対して棚卸しをする等、明確な意識付けを図っていくことが課題である。

(改善方法)

近隣商工会、金融機関、専門家、行政等との定期的な連絡会議は既に実施しているが、テーマは各機関の事業報告が中心であった。他の支援機関と連携して、小規模事業者の動向、支援策やノウハウ等の情報交換を行うと共に、中小企業支援施策、創業、経営革新、事業承継、金融相談、持続化やものづくり等の補助金等の支援力向上を図る為に、必要な支援機関とそれぞれの強みを提供し合うことで、地域として実質的な効果が上がる支援事業を実施する。

(事業内容)

・近隣商工会や県連合会との本発達支援計画に関する情報交換会の実施(既存事業拡充)

項目	内容
目的	近隣商工会及び県連合会の担当職員を交え、経営指導員各々担当する小規模事業者が遂行する経営発達支援計画の状況を発表し、その取り組みに対する意見を求めることで、更なる改善点を図る。
連携先	片品村商工会、みなかみ町商工会、昭和村商工会、川場村商工会、群馬県商工会連合会
情報交換の内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の経済動向 ● 小規模事業者が直面している課題や問題点 ● 小規模事業者が商工会等支援機関に求めるニーズ ● 経営指導員による支援実績、成功・失敗の事例 ● 創業・経営革新・事業承継、金融相談、持続化やものづくり補助金等の中小企業支援施策、農商工連携・6次産業化等の法認定、等々
組織への定着方法	復命書の作成・回覧、及び、翌週の朝礼での発表

開催頻度	3ヶ月毎
組織及び小規模事業者に対する効果等	商工会は地域における小規模事業者の最も身近な支援機関であり、経営指導員は小規模事業者にとって経営発達支援計画をともに遂行するパートナーである。よって、経営発達支援計画を実施するに当たり、近隣商工会や県連合会との連携強化を図ることでこれまで持ち得ないノウハウを補完・強化することができることから、小規模事業者への支援力を引き上げる効果がある。

・金融機関との本発達支援計画に関する情報交換会の実施(既存事業拡充)

項目	内容
目的	地域金融機関、県連合会と連携し、地域の経済情報、起業・創業に関する情報、小規模事業者の現状や小規模事業者が金融機関に求めるニーズ等を伝え、それについて意見交換を行う。併せて、金融機関の小規模事業者に対する考え方についてもヒアリングしておく。
連携先	日本政策金融公庫、利根郡信用金庫 追貝支店、利根郡信用金庫 白沢支店、群馬銀行、群馬県商工会連合会
情報交換の内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の経済動向 ● 金融に関する最新情報 ● 金融面で小規模事業者が地域で直面している課題や問題点 ● 金融面で小規模事業者が支援機関に求めるニーズ等々
組織への定着方法	復命書の作成・回覧、及び、翌週の朝礼での発表
開催頻度	半期毎
組織及び小規模事業者に対する効果等	小規模事業者が直面している課題・問題点について情報共有し、支援施策の具現化に繋げていく。また国や県が実施する施策の主旨や実施状況等、現場には届かないことが多いことから、これらを情報収集し、商工会内部で情報共有する。

・税理士や中小企業診断士等の専門家との本発達支援計画に関する情報交換会の実施(既存事業拡充)

項目	内容
目的	小規模事業者が支援機関や専門家に求めるニーズやスキルについて情報交換を行い、効果的・効率的な支援が実施できるよう支援ノウハウ等について情報交換する。
連携先	税理士、中小企業診断士、その他の専門家、群馬県商工会連合会
情報交換の内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 中小企業支援施策に関する最新情報 ● 小規模事業者が地域で直面している課題や問題点 ● 小規模事業者が専門家に求めるニーズ ● 小規模事業者への支援の成功事例 ● 地域経済活性化に向けた取り組み、等々
組織への定着方法	復命書の作成・回覧、及び、翌週の朝礼での発表
開催頻度	年1回
組織及び小規模事業者に対する効果等	小規模事業者が直面している課題・問題点について情報共有し、その効果的・効果的な解決方法について協議する。

(目標)

小規模事業者を様々な角度から支援していくため、支援機関がそれぞれの強みを提供し合い、小規模事業者の事業計画の遂行を支援することができるよう情報交換の場を設けていく。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
近隣商工会や県連合会	3ヶ月毎	3ヶ月毎	3ヶ月毎	3ヶ月毎	3ヶ月毎	3ヶ月毎

金融機関	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎
税理士や中小企業診断士等の専門家	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

時間と予算の関係で、経営指導員が参加する研修は県連合会主催が中心となっている。今後は、経営指導員の資質向上を図るために、より実践的なテーマを体系的に学ぶ人材育成環境を整備することで経営発達支援計画に適した支援能力の向上を目指すことが課題である。

(改善方法)

記帳指導・税務指導といった従来の経営指導に加え、経済動向調査、経営分析、需要動向調査、販路開拓が求められる経営発達支援においては、経営指導員をはじめとする職員全員に、これまで以上に高度な専門知識が問われることになる。

このような経営指導員等の資質向上を図るため、事務局長は人材育成計画を策定し、OJTだけでなく、県連合会及び中小企業基盤整備機構による外部研修という Off-JT への参加を促し、小規模事業者が事業計画に基づいた経営を進めることができるノウハウを習得するとともに、職員間のスキルのバラつきを極力解消し、対応の差が生じないようにする。

経営指導員は、本事業の中核的牽引者として、組織内において支援ノウハウや成功事例を共有できる仕組みを構築するとともに、施策情報、個々の事業者に対する支援状況も共有し、経営指導員等個人が有するノウハウや情報を組織の財産として保有していく体制に変革する。

これにより、小規模事業者に対する情報提供を円滑に行うとともに、職員間による支援のバラつき、異動による滞りを解消し、また、事務局長が本事業による伴走型支援を通じて得られた小規模事業者に関する個人情報・企業情報等を厳重に管理することで、小規模事業者の本会に対する満足度・信頼度を高める。

(事業内容)

・県連合会で開催される研修会への参加(既存事業の拡充)

項目	内容
主催	群馬県商工会連合会
目的	経営指導員、補助員、記帳指導員に求められる専門的スキルを学ぶ
内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営発達支援計画の取り組み事例 ● 経済動向調査、経営分析、需要動向調査、販路開拓の各理論 ● 小規模事業者からのヒアリングスキル ● 小規模事業者に求められるプレゼンテーションスキル等々
組織への定着方法	復命書の作成・回覧、及び、翌週の朝礼での発表
開催頻度	職員は一年に1回以上参加
組織及び小規模事業者に対する効果等	経営発達支援計画を踏まえた商工会職員の在り方を学び、職員間による支援のバラつき、異動による滞りを解消することで、小規模事業者の本会に対する満足度・信頼度を高める。

・中小企業基盤整備機構で開催される研修会への参加(新規事業)

項目	内容
主催	中小企業基盤整備機構
目的	特定の専門分野に特化した実践的で高度なスキルを学ぶ
内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 「小規模企業からの相談スキル」 ● 「新商品開発」 ● 「営業販路開拓」 ● 「事業承継」

	● 「IT 活用支援」等々
組織への定着方法	復命書の作成・回覧、及び、翌週の朝礼での発表
開催頻度	職員は一年に1回以上参加
組織及び小規模事業者に対する効果等	小規模事業者の売上・利益の向上に直結する支援能力の向上を図り、小規模事業者の本会に対する満足度・信頼度を高める。

・職位別、伴走型の支援を通じて得られた支援ノウハウの扱い方(既存事業の拡充)

担当	支援ノウハウの取扱
事務局長	職員の計画的な人材育成と支援ノウハウの共有、及び、職員間において支援を受けた案件に係る個人情報・企業情報の守秘義務・社外秘を徹底する。
経営指導員	本事業で開催されるセミナーや勉強会の遂行を円滑化させるため、小規模事業者と共に学習し、アンケート調査分析の方法など小規模事業者の売上増加支援に役立つ専門知識を体得する。 また、OJTにより資質向上を図ることを基本に、Off-JT として県連合会や中小企業大学校が実施する研修に年間1回以上参加し、支援能力の向上を図る。
補助員 記帳指導員	次期経営指導員として、OJTを中心に経営指導員から指導・助言内容、情報収集方法を学び、伴走型支援能力の向上を図る。
情報の共有化	取得した支援ノウハウは職員全員で月曜日の朝にミーティングを行い、ノウハウを共有化し、小規模事業者の支援能力向上を図る。さらに、ミーティング後、関連資料等はファイリングし、全員が閲覧出来るように整理しておく。

(目標)

商工会のスローガンでもある「商工会は行きます 聞きます 提案します」を本事業により実践するため中小・小規模事業者の売上と利益に直結するための経営指導員等の資質向上と小規模事業者の本会に対する満足度・信頼度の向上を目指す。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
県連合会の研修参加	1回	1回	1回	1回	1回	1回
中小企業基盤整備機構の研修参加	不定期	1回	1回	1回	1回	1回

3. 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

毎年度、本計画に記載された事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価検証を行う。

- ① 群馬県商工会連合会をはじめ、外部有識者を招聘した経営発達支援事業検討委員会を設定し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ② 理事会において、評価・見直しの方針を決定する。
- ③ 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会に報告し承認を受ける。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果を総代会や本会ホームページにて計画期間中公表する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

(平成28年1月現在)

経営発達支援事業の実施体制

(1) 組織体制
(商工会の体制)

本会の体制は右図の通り。本会は事務局長をはじめ2名の経営指導員、補助員、記帳指導員の5名でこれまで多くの事業実績を有している。また中小企業診断士等の専門家との連携が図られ、アドバイス体制も構築されていることから、専門的な課題にも対応できることを大きな強みとしている。

(経営発達支援事業の実施体制)

経営発達支援事業を促進するため、本会に新たに「経営発達支援相談窓口」を設置し、その周知については本会会報、及び地域内の回覧板、行政が発行している広報誌にて行う。組織マネージャは事務局長、プロジェクトマネージャは経営指導員とし、補助員、記帳専任職員がスタッフとして補佐する体制とする。

事業実施の有益性を担保するため、会長を委員長とする「地域活性化委員会(仮)」を組織し、副会長、理事等の協力を仰ぎながら経営指導員が中心となって推進する。

事業の成果・評価・見直しの結果の周知については、会員や地域住民の意見聴取を踏まえて実施することに加え、理事会にて評価・見直しを決定し、総会における承認後に、本会ホームページにて事務局長が公表する。

沼田市東部商工会会員 300名

沼田市東部商工会理事会

会長

副会長 2名

理事 20名

監事2名

工業部

商業部

観光・サービス部

青年部

女性部

【経営発達支援相談窓口】

組織マネージャ

事務局長(1名)

支援方針と事業成果の共有・明確化を図るためのマネジメント全般を担う。プロジェクトマネージャやスタッフの配置・役割付与、及び、情報管理を担当する総括責任者。

プロジェクトマネージャ

経営指導員(2名)

対象となる小規模事業者の課題の明確化とその解決に向けた支援計画の立案。支援の進捗と事業者による満足度の把握から機動性、柔軟性、創造性ある経営発達支援を実施。

スタッフ

補助員(1名)

スタッフ

記帳指導員(1名)

事務局長、プロジェクトマネージャの業務をサポートしながら、支援技術の向上を図る。

担当	担当者	業務内容
事業責任者	事務局長 遠藤 剛	<ul style="list-style-type: none"> 経営発達支援窓口の総括 経営発達支援計画の作成
実施責任者	経営指導員 林 清市 経営指導員 石関 剛	<ul style="list-style-type: none"> 経営発達支援事業の推進 セミナー、研修会の開催 外部講師、専門家の招聘
実施補佐	補助員 阿部 利恵 記帳指導職員 峰川 朋恵	<ul style="list-style-type: none"> 組織運営に係る予算管理 経営発達支援事業の実行補佐

(2) 連絡先

名称	沼田市東部商工会		
住所	〒378-0121 群馬県沼田市白沢町高平 153-1		
担当部署	経営指導員	担当者氏名	林 清市
電話番号	0278(53)2978	F A X 番号	0278(53)3451
メールアドレス	sei-hayashi@gcis.or.jp		
ホームページ	http://numatatoubu.sakura.ne.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)

	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
必要な資金の額	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
1．経営発達支援事業	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
2．地域経済の活性化	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
3．支援力向上	0	0	0	0	0

(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

本事業実施のための国補助金及び商工会一般会計を想定している。

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容					
<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営発達支援事業の内容 <ul style="list-style-type: none"> 1. 地域経済動向調査 2. 経営状況分析 3. 事業計画策定支援 4. 事業計画策定後の実施支援 5. 需要動向調査 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 ・ 地域経済の活性化に資する取組 ・ 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 <ul style="list-style-type: none"> 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事 2. 経営指導員等の資質向上等に関する事 3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事 					
連携者及びその役割					
<p>本会が中核となって、群馬県商工会連合会を中心に関係機関で構成する連携体制を構築する。なお、連携者とその役割は下表の通り。</p>					
支援機関名			役割		
群馬県商工会連合会			県下商工会に対する中核支援機関		
代表者：	会長：高橋基治	住所：	前橋市関根町3-8-1	連絡先：	027-231-9779
群馬県 産業経済部産業政策課			県内小規模事業者への施策支援を行う		
代表者：	課長 戸塚俊輔	住所：	前橋市大手町1-1-1	連絡先：	027-226-3336
沼田市 経済部			市内小規模事業者への施策支援を行う		
代表者：	部長 折原豊彦	住所：	沼田市西倉内町780番地	連絡先：	0278-23-2111
沼田市観光協会（沼田市観光交流課）			地域観光への振興支援を図る		
代表者：	協会長 平井良明	住所：	沼田市西倉内町780番地	連絡先：	0278-23-2111
ぐんまちゃん家（ぐんま総合情報センター）			首都圏での販路開拓支援を行う		
代表者：	所長 宮崎信雄	住所：	東京都中央区銀座5丁目13番地19	連絡先：	03-3546-8511
日本政策金融公庫 前橋支店 国民生活事業			県内小規模事業者への金融支援を行う。		
代表者：	総括 高橋智	住所：	前橋市本町1-6-19	連絡先：	027-223-7311
利根郡信用金庫 追貝支店			県内小規模事業者への金融支援を行う。		
代表者：	支店長 大竹幸一	住所：	利根町追貝118番地1	連絡先：	0278-56-2121
利根郡信用金庫 白沢支店			県内小規模事業者への金融支援を行う。		
代表者：	支店長 小菅隆夫	住所：	沼田市白沢町高平70-8	連絡先：	0278-53-4511
群馬銀行 沼田支店			県内小規模事業者への金融支援を行う。		
代表者：	支店長 松田久	住所：	沼田市西原新町51-1	連絡先：	0278-23-4411
（公財）群馬県産業支援機構			県内事業者への産業支援を行う		
代表者：	理事長：根岸富士夫	住所：	前橋市大渡町1-10-7	連絡先：	027-255-6500
関東信越税理士会沼田支部			県内小規模事業者への税務支援を行う。		
代表者：	支部長 林計二郎	住所：	沼田市栄町492	連絡先：	0278-24-5533
中小企業診断士			地域経済動向等調査、経営分析・需要動向、計画策定・実施支援		
代表者：	長岡 力	住所：	東京都杉並区堀ノ内2-31-2-401	連絡先：	090-412-3569

連携体制図等

