

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	富士見商工会 (法人番号 4070005000084) 前橋市 (地方公共団体コード 102016)
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	経営発達支援計画の目標 ①観光と連携した産業振興 ②計画的な事業運営による地域の活性化
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 国が提供するビッグデータ (RESAS) の活用及び経営指導員による聞き取り調査により、支援を実施する個社及び地域の状況を正確に把握し、支援テーマの優先順位付けや重点産業への集中伴走、販路開拓・商品改良の実証に活用する。 4. 需要動向調査に関すること 展示会におけるアンケート調査 (BtoB) 及び消費者を対象としたアンケート調査 (BtoC) により、顧客ニーズや消費者の需要動向を把握し、「売れる商品・サービスづくり」を支援する。 5. 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナー及び個別経営分析 (財務+非財務) により、経営分析の必要性の周知と個社の経営状況を把握し、経営の本質的課題を踏まえた事業計画策定支援や事業計画策定後の支援に繋げる。 6. 事業計画策定支援に関すること DX 推進セミナー及び事業計画策定セミナーにより、「デジタル・IT を活用した事業変革 (DX)」や「事業計画策定の意義や策定手順」の理解促進に努め、経営の本質的課題を踏まえた実現可能性の高い事業計画を策定する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後のきめ細やかで定期的なフォローアップにより、事業計画の進捗状況把握と事業計画の着実な遂行を支援する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 県内外で開催される展示会・商談会への出展により、新たな需要の掘り起こしや販路開拓の支援を行う。また、SNS や EC サイト、自社 HP 等 IT 技術や Web を活用した販売促進支援を行う。
連絡先	【富士見商工会】 住所 〒371-0103 群馬県前橋市富士見町小暮 104-1 TEL : 027-288-2593 FAX : 027-288-4889 e-mail: fujimi-shoko@dune.ocn.ne.jp 【前橋市 産業経済部 産業政策課】 住所 〒371-8601 群馬県前橋市大手町二丁目 12 番 1 号 TEL : 027-898-6983 FAX : 027-224-1188 e-mail:kougyou@city.maebashi.gunma.jp

15～64 才	14,208	14,618	14,107	13,200	12,022
65 才以上	3,584	4,184	4,846	5,899	6,422
65 歳以上の割合	16.8%	18.7%	21.7%	26.3%	29.6%

(出典：国勢調査)

【産業】

当地区における商工業者総数（令和 3 年度）は 567 事業者となっている。内小規模事業者数は 472 者となっており、全体の 83.2%を占めている。

令和 3 年事業者数

	件数	割合
商工業者総数	567	
小規模事業者数	472	83.2%
建設業	152	26.8%
製造業	54	9.5%
卸売業	24	4.2%
小売業	91	16.0%
飲食店・宿泊業	56	9.9%
サービス業	136	24.0%
その他	48	8.5%

(出典：経済センサス)

当地区の商工業者総数・小規模事業者数ともに、減少傾向となっている。業種別では「サービス業」が増加傾向、「建設業」「小売業」「飲食店・宿泊業」が減少傾向、「製造業」「卸売業」は横ばい状態である。

	平成 24 年	平成 28 年	令和 3 年
商工業者総数	621	614	567
小規模事業者数	562	518	472

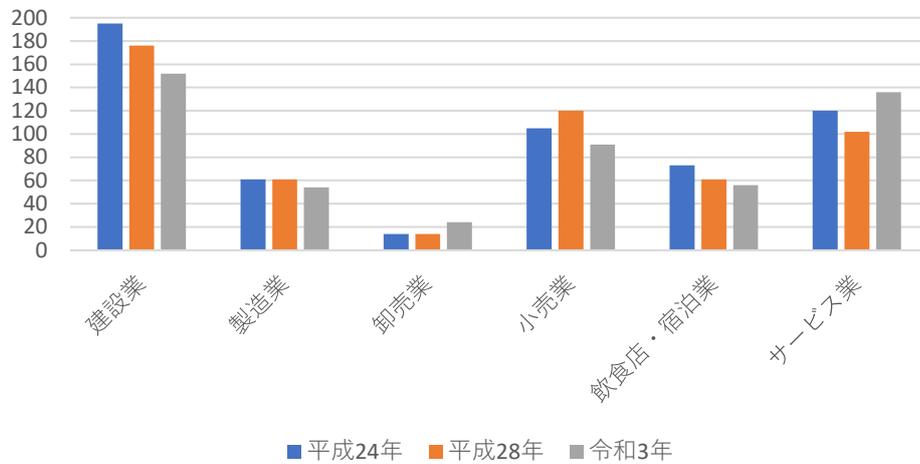
(出典：経済センサス)

平成 28 年と比較した令和 3 年の業種別の事業者数は、「卸売業」「サービス業」は増加したが、それ以外の業種は減少となった。特に「小売業」の減少が著しい。

	平成 24 年	平成 28 年	令和 3 年
建設業	195	176	152
製造業	61	61	54
卸売業	14	14	24
小売業	105	120	91
飲食店・宿泊業	73	61	56
サービス業	120	102	136
その他	47	74	48

(出典：経済センサス)

業種別事業者数推移



【交通】

地域内に鉄道は敷設されておらず、主な交通手段は「バス」「自家用車」などの車両での移動となる。当地域の南部を横断する形で上武道路（国道 17 号のバイパス道路）が整備された。上武道路は埼玉県熊谷市西別府の上武インターチェンジ（深谷バイパス分岐）から群馬県前橋市田口町へ至る国道 17 号バイパスである。群馬県内における最後の未開通区間が 2017 年 3 月 19 日に開通したことで全通となり、当地区の利便性が高まった。また、それに合わせ沿線に「道の駅まえばし赤城」が令和 5 年 3 月 21 日にオープンした。

また、高速道路については、関越自動車道の「渋川伊香保 IC」「駒寄スマート IC」や北関東自動車道の「駒形 IC」「波志江スマート IC」から近く、県内外へのアクセスも比較的良好い。

【観光資源】

当地区は赤城山麓に位置し、赤城山山頂も当地区内である。赤城山の山頂には大沼、小沼と呼ばれるカルデラ湖があり、周囲にはミズバショウなどの高山植物が生息する覚満淵という湿原がある。赤城山は榛名山、妙義山と並び、上毛三山の一つに数えられており、日本百名山、日本百景の一つにも選ばれている県内有数の景勝地である。特に、冬季における大沼でのわかさぎ釣り、その周辺の白樺やつつじが有名である。赤城山は四季を通じてこれらの自然に彩られており、毎年多くの観光客が訪れている。

【特産品】

赤城山の南面に広がる緩やかな山麓は全国屈指の日照時間を誇っており、従来から農産物の栽培が盛んであった。水利の良い低地は水田として、丘陵地は畑として活用されている。当地区は川を境に地質が異なっており、川の東側は根菜類、西側は葉物類の栽培に適している。そのため、多様な農産物の栽培が可能となっており、主な農産物として「ほうれん草」「ひとめぼれ（米）」「時沢大根」がある。

【第七次前橋市総合計画（2025 年度改訂版）からの引用】

「第七次前橋市総合計画（2025 年度改訂版）」の「Ⅲ推進計画」の「第 4 章 活気あふれるまちづくり（産業振興）」において「地域産業の基盤強化・活性化」「第 5 章 魅力あふれるまちづくり（シティプロモーション）」が示されている。主な記載内容は下記の通りである。

○第 4 章 活気あふれるまちづくり（産業振興）

「目標」

多様で魅力的な産業や雇用の場を生み出す環境を整備し、まちににぎわいと活力をもたらします。

「企業・団体に期待する役割」

- ・製品開発・技術開発の推進
- ・産業支援制度の積極的な活用
- ・進出企業との事業連携
- ・民間物件活用に関する協力

「事業者の事業継続支援と新市場の開拓」

1. 経営基盤強化事業
 - ・企業融資の支援
 - ・専門家派遣による相談支援
 - ・事業承継に対する支援検討
 - ・事業者への継続的伴走支援
2. 必要人材確保・育成事業
 - ・雇用人材の技術取得支援
 - ・採用時企業負担軽減事業検討
 - ・企業魅力発信
3. 経営支援事業
 - ・企業の設備投資支援
 - ・企業の DX 推進取組支援
 - ・企業の新製品開発支援
 - ・店舗等の改装工事や備品購入支援

○「第5章 魅力あふれるまちづくり（シティプロモーション）」

「目標」

前橋の持つ地域資源を活用した観光・歴史・文化・芸術・スポーツ振興を推進し、まちににぎわいをもたらします。

「企業・団体に期待する役割」

- ・地域の魅力の発掘・発信
- ・歴史・文化・芸術に触れる機会の提供
- ・スポーツを通じた地域貢献の取組
- ・観光事業者等との積極的な連携

「赤城山を核とした観光振興」

1. 赤城山情報発信事業
 - ・市民へ地域事業や魅力を発信
 - ・ボランティア等運営参画推進
 - ・地域行事支援
 - ・メディア発信
2. 赤城山ツーリズム促進事業
 - ・赤城を軸としたアクティビティツアー・観光ツアー企画
 - ・四季折々の赤城山情報発信
 - ・イベントと地域資源を結びつけた誘引策の実施
3. 道の駅「まえばし赤城」管理運営事業
 - ・道の駅「まえばし赤城」管理運営事業
 - ・イベント等の推進
 - ・関係人口・交流人口の玄関口としての道の駅「まえばし赤城」利活用、地場産品 PR

②課題

【現在の状況】

当地区は前橋市街地からの人口流入などにより人口が増加してきたが、近年は少子高齢化を要因とした人口減少に転じている。当地区内の小規模事業者においては、国内景気の厳しさに加え

「原材料・光熱費の高騰」「新型コロナウイルスによる消費者動向の変化」「事業所の後継者不足」「地区内の少子高齢化」など、経営環境は厳しい状況が続いている。

【産業別の状況と課題】

「商業（小売・サービス業）」

- ・ 本地区の小売・サービス業は前橋市街地に近い地区南部で発展してきた。各店舗は幹線道路沿いや住宅地の中に点在しており、商店街としての機能は有していない。近年は、大型店舗の進出、「道の駅まえばし赤城」のオープン、ネット市場の伸長などにより、各店舗は徐々に集客力を失っている。また、立地場所にかかわらず、事業主の高齢化が進んでいる。
- ・ 地区内の多くの小規模事業者が苦境に立たされているが、経営の分析や事業計画を立てるために必要な顧客管理・数値管理（売上・経費など）ができていない事業者も多い。特に、デジタル化・IT化が進んでいない事業者がほとんどであり、キャッシュレスへの対応なども遅れている状態である。
- ・ 上記を勘案した課題として、「個店の魅力度向上（ストアブランドの確立）」「販売チャネルの多様化」「後継者の育成」が上げられる。

「工業（製造・建設業）」

- ・ 製造業については、地区内に工業団地はなく、各事業所が点在している。食品加工・金属加工・プラスチック加工などの事業者が分布している。
- ・ 建設業については、景気低迷による公共工事の縮小に加え、本地区が前橋市に吸収合併された影響で公共工事の競争が激化し事業者数が減少傾向となっている。また、前橋市の令和6年における新設住宅着工戸数は1,848戸となっており減少傾向が続いている。
- ・ 上記を勘案した課題として、「新規取引先の獲得」「地区内外への情報発信の強化」「ものづくり基盤の強化」が上げられる。

「観光業」

- ・ 観光業については、赤城山観光を中心とした事業を展開している。しかし、団体旅行の減少や県内外の競合観光地に客を奪われ、集客が減少している事業者が多い。
- ・ 2023年3月21日に開業した「道の駅まえばし赤城」の来場者数は、年間440万人となり、当初の年間目標である80万～100万人を大きく上回った。今後もこのペースは続くと考えられており、それにともない当地区内への観光客の増加も期待される。
- ・ 上記を勘案した課題として、「観光客集客のための需要喚起策の実施」「本地区の特徴を活かした商品・サービスの開発」が課題となる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

本地区の住民の利便性や地域経済を支えている小規模事業者が、今後も持続的に発展していくことが本地区の振興において重要である。そのためには、それぞれの業種の魅力ある事業所がそれぞれの「強み」を十分に活かし、高い付加価値を生み出せる事業者となることが必要となる。以上の点を考慮すると、今後「稼ぐ力の向上」「自走化」を進めることが本地区の振興において重要である。また、そのことが、本地区の住民の利便性や地域経済を支えることにつながると考えられる。「第七次前橋市総合計画」との連動性も考慮し長期的な振興のあり方を下記の通り定めた。

①観光と連携した産業振興

10年後における地域のあるべき姿：通年で体験型コンテンツが確立し、宿泊・飲食・体験・物販が回遊導線で結ばれ、観光消費単価が群馬県の平均価格（宿泊客が1人あたり21,045円、日帰り客が1人あたり3,022円）を上回る姿である。平日・閑散期にも地元の資源を生かした着地型ツアーと需要の高い時期は最適な価格設定にすることで需給最適化を図る。

理由：訪問動機を体験価値に転換し、短時間滞在と季節偏在を是正することが必須である。地域産業と関連する各種商品・サービスの提案により粗利を高め、観光の裾野を地域小規模事業者にも広く波及させるためである

②計画的な事業運営による地域の活性化

10年後における地域のあるべき姿：小規模事業者（創業者も含む）が、自社の「強み」や保有する経営資源に基づき、実現可能な事業計画を作成・実行することにより売上・利益を向上させることにより地域の活性化が実現する姿である。

理由：多くの小規模事業者は事業計画を作成しておらず、実現可能性の高い事業計画に基づき事業運営を行うことにより「稼ぐ力」を向上させる必要がある。

(3) 経営発達支援計画の目標

「当地域の現状および課題」「小規模事業者の中長期的な振興のあり方」を踏まえ、当商工会の目標を下記の通りとする。

①観光と連携した産業振興

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：観光関連売上5%増、消費単価（宿泊客：23,000円、日帰り客：3,500円）、平均滞在時間5%増。

KPI：体験商品造成5本、多言語WEB整備率50%、キャッシュレス対応率80%、ホテル予約サイト等掲載10件。

設定した理由：単価・滞在・売上は波及効果の核心指標である。造成数・多言語・決済・流通・は集客から購買までの行動ステップを定量化し、ボトルネックの特定と迅速な改善PDCAを可能にするためである。

②計画的な事業運営による地域の活性化

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：営業利益率10%

KPI：事業計画作成者数50者

設定した理由：創業者を含めた小規模事業者の利益率の向上は、賃金引き上げや新たな雇用に必要なため、目標として適切である。また、事業計画（創業計画を含む）の作成は計画的な事業運営に欠かせない。

以上の目標を掲げ、小規模事業者の支援に取り組むことで、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が増えることにより、地域の雇用が維持され、地域で暮らす人々が安心して生活できる環境の創出に繋がることを地域への裨益目標とする。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間

令和8年4月1日～令和13年3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

①観光と連携した産業振興

達成方針1：回遊導線の設計

駅・宿・飲食・物販・体験を結ぶ回遊マップを整備し、スタンプラリーと特典で移動を促す。宿泊者向け5%クーポンを発行し、体験後の物販購入へ誘導する。ナビアプリで混雑・滞在を可視化する。

設定した理由：点在資源を線で結ぶことで滞在時間と支出を拡大できるためである。導線設計は機会損失を減らし複数拠点の売上に波及する。低コストで実装でき、データが次の改善につながるため投資対効果が高い。

達成方針 2：通年型体験コンテンツの造成

ブルーベリー農園の収穫体験、登山、スキーやスノーシュー、わかさぎ釣り等を季節別に 4 本造成する。価格帯を階層化し、予約枠と人員を平準化する。体験後の限定商品購入と写真投稿特典を設ける。

設定した理由：季節偏重は稼働の波と収益の不安定を生むためである。通年商品により人員と設備の稼働を均し、単価と回遊を同時に高められる。体験は物販連動の起点となり、地域全体の収益最大化に寄与する。

達成方針 3：受入環境の DX（多言語・予約・決済）

多言語 WEB を整備し、宿泊施設等予約サイトに 10 件掲載する。キャッシュレス対応率を 80% へ引き上げ、即時予約・在庫連携の API を構築する。レビュー返信と顧客情報の管理を週次で運用する。

設定した理由：言語・予約・決済の摩擦は来訪と購入の阻害要因であるためである。検索～予約～支払いの直線化で CVR と消費単価が上がる。データ連携により運営負荷が下がり、品質均一化と再訪促進が実現する。

②計画的な事業運営による地域の活性化

達成方針 1：具体的な数値目標の設定

事業の将来的な方向性を明確にするため、売上目標・顧客獲得戦略・投資計画を体系的に整理し、実行可能な計画書を作成する。定期的に数値を検証し、改善点を反映させることで、持続的に成長できる事業運営体制を確立する。

設定した理由：小規模事業者は資源が限られるため、方向性が曖昧だと投資の失敗や販路拡大の遅れにつながる。事業計画を明確に定めることで、日々の意思決定が容易になり、持続的成長に必要な行動を実行しやすくなる。

達成方針 2：効果的な計画の作成

市場環境・競合・顧客ニーズを分析し、自社の強みを生かした事業戦略を立案する。地域性や自社資源に基づく施策を明確化し、必要な資金調達や設備投資を計画的に実施することで、安定的かつ効率的な経営基盤を整備する。

設定した理由：市場変化や競合環境に対応するには、現状を客観的に分析し、自社に合った戦略を持つことが不可欠である。計画的な資金活用や投資判断がしやすくなり、行政支援や金融機関との連携も進めやすくなる。

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

地域経済動向・景気動向に関しては、マル経などの融資や販売促進、申告等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、また分析もほとんど行っていない。

今後は、経営指導員が実施する巡回時の個別ヒアリング等の他に、国が提供するビッグデータなどの有効活用を進め、「事業の方向性の明確化」「事業計画作成」に役立てることが課題となる。

(2) 目標

	現状	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
①産業構造分析（RESAS 活用）	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

②景況感調査 (聞き取り調査)	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
--------------------	-----	----	----	----	----	----

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

国が提供する「RESAS（地域経済分析システム）」を活用し、効率的な経済活性化を目指すため、産業特性ごとに「稼ぐ力」の把握と効率性の観点から現状分析を行い、分析結果を「地域経済分析レポート」として取りまとめ、HP や会報等を通じて年1回公表する。

【分析手法】

- ・「地域経済循環マップ」「生産分析」により、何で稼いでいるかを分析する。
- ・産業特性ごとに「事業所数」「出荷額」を把握し、課題を分析する。
- ・「まちづくりマップ・From-To分析」を行い、人の動きなどを分析する。
- ・「産業構造マップ」により、産業別の現状を分析する。

②経営指導員による聞き取り調査

経営指導員の巡回時や窓口相談・セミナー開催時などに小規模事業者から景況感や需要動向・経営課題・問題点などのヒアリングを行い、その結果を業種別・項目別にまとめ「地区内景況レポート」として整理する。本レポートはHP への掲載や窓口での配付により公表し、地区内の小規模事業者の事業計画作成時などの基礎資料として活用する。

【調査対象】地区内小規模事業者 100 社

【実施回数】年1回（9月実施 指導員の巡回による聞き取り調査）

【調査項目】売上高増減・利益率増減・資金繰り状況・設備投資の有無など

【分析手法】業種別・項目別などに集計し「地区内景況レポート」として分析

(4) 調査結果の活用

①支援テーマの優先順位付け

景況調査結果を基に、価格転嫁・資金繰り・人材確保の重点支援を決定し、専門家派遣や補助金申請支援に反映。

手法：

- ・景況感調査のDI を業種別に集計し、悪化項目（採算・資金繰り・人手不足）を抽出
- ・Excel で「課題別優先度マトリクス」を作成
- ・専門家派遣・補助金申請支援の対象企業を選定

②重点産業への集中伴走

RESAS 分析で抽出した産業に対し、販路開拓・DX・人材育成を一体で支援。企業間ネットワークを活用し広域連携を促進。

手法：

- ・RESAS 分析で付加価値額・取引流入額の高い業種を抽出
- ・該当業種の企業リストを作成し、販路開拓・DX・人材育成の支援計画を策定
- ・商談会・逆見本市を企画し、企業間ネットワークを活用

③販路開拓・商品改良の実証

消費動向調査結果を基に、イベント・商談会で商品改良を検証。売上・客数・粗利の変化を定量評価し、次年度支援計画に反映。

- ・消費動向調査結果を基に、商品改良案を提示
- ・イベント・アンテナショップで試験販売を実施
- ・売上・客数・粗利を比較し、効果測定をExcel でグラフ化

- ・成果を次年度支援計画に反映

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が新商品や新サービスを提供する際、需要動向調査が必要となってくるが、当地区内における多くの小規模事業者はその必要性を認識しておらず、調査を行っていないのが現状である。商工会としてもこれまで需要動向調査においては小規模事業者からの相談時や、ものづくり補助金申請時や経営革新計画策定支援時に、該当する業種や商品についてインターネットや業界紙でチェックする程度であった。

今後は、消費者向け・バイヤー向けの両方を対象に需要動向調査を実施する必要がある。調査の結果をもとに「売れる商品・サービスづくり」を支援することが課題となる。

(2) 目標

支援内容	現状	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①展示会におけるアンケート調査支援対象事業者数 (BtoB)	0者	2者	2者	2者	2者	2者
②消費者を対象としたアンケート調査支援対象事業者数 (BtoC)	0者	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①展示会におけるアンケート調査 (BtoB)

販路開拓を目的として開催される展示会に出展する事業者に対して、顧客ニーズの把握や新商品開発を目的としたアンケート調査を実施する。具体的には、独自の技術を持つ金属加工メーカーやプラスチック加工メーカーを対象とし、県内外で開催される展示会（群馬ものづくりフェア・機械要素技術展（M-Tech）など）に出展する事業者の支援を行う。

【サンプル数】

来場者 100人

【調査手段・手法】

事業者の展示ブースに来店した一般消費者やバイヤーを対象に、アンケート調査票を手渡し、ヒアリングを行いながらアンケートを記入する。

【分析手段・手法】

調査結果については、経営指導員が分析を行う。また、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性に考慮しなければならない場合などについては、専門家に依頼し報告書を作成する。

【調査項目】

①興味のある商品 ②自社商品の良い点・悪い点 ③価格設定 ④顧客ターゲット ⑤取引条件 など

【分析結果の活用】

分析結果については、経営指導員（もしくは分析した専門家）が直接事業者に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自社におけるアンケート調査 (BtoC)

小売業・サービス業などを営む事業者にとって、消費者の需要動向を把握するには、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行うことがもっとも現状に則した調査となる。

【サンプル数】

来店顧客 100～200人（調査期間 1ヶ月）

【調査手段・手法】

自店に来店した顧客に対しアンケート調査票を手渡し、アンケートを記入してもらう。アンケー

ト調査への協力を促すため、サンプル品などの粗品を用意する。

【分析手段・手法】

調査結果については、経営指導員が分析を行う。また、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性に考慮しなければならない場合などについては、専門家に依頼し報告書を作成する。

【調査項目】

①年齢 ②居住地 ③いつも買う商品 ④味 ⑤価格 ⑥購入目的 ⑦気に入っているサービス 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）が直接事業者に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や接客対応の改善などにも役立てる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が、持続的な事業継続を図るとともに経営環境の変化に対応するための革新性や創造性に満ちた新規事業の展開を進めるためには、各事業者が現在の経営状況を把握することが重要となる。当商工会においては、マル経などの金融支援や各種補助金申請などにおいて、必要に応じて経営分析を実施しているが、これまで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日々の業務に追われ「経営状況の分析」を行っ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。

以上のような現状を勘案すると、当地区内の小規模事業者への「経営分析の必要性」の周知と、経営分析データの活用方法を習得する機会を設定することが課題となる。そのうえで「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げることが重要となる。

(2) 目標

支援内容	現状	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①経営分析セミナー	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②個別経営分析（財務＋非財務）	0者	20者	20者	20者	20者	20者
経営分析事業者数	15者	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

【目的】

参加者が自社データを用いて財務・非財務を可視化し、強み・課題・機会を自ら発見。

分析の意義と具体的活用法を体験し、個別支援につなげる入口を形成する。

【募集方法】

チラシを作成すると共に、ホームページ・商工会会報などで広く周知する。併せて巡回・窓口相談時に案内を行う。

【開催回数】

年1回（定員20名）

【内容】

- ・ローカルベンチマーク、経営デザインシート、経営計画ツール（中小機構「経営計画つくるくん」等）の操作体験
- ・自社データ記入、簡易SWOT、KBF/KSF（購買決定要因・成功要因）抽出、90日アクションの作成
- ・個別分析支援への応募案内

②個別経営分析（財務＋非財務）

【目的】

意思決定に直結する財務指標と、競争優位・顧客価値・外部機会を統合分析し、施策優先順位を明確化。経営計画を実行可能な行動計画へ落とし込む。

【対象者】

セミナー参加者・巡回指導の中から、意欲的な 20 事業者を選定

【分析項目】

定量分析である「財務分析」と、定性分析である「非財務分析」の双方を行う。

《財務分析》直近 3 期分の収益性・生産性・安全性及び成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、対話を通じて事業者の内部環境における「強み」「弱み」「機会」「脅威」を整理する。

財務分析 (直近 3 期)	収益性（売上総利益率・営業利益率等）、生産性（労働生産性等）、安全性（自己資本比率・流動比率等）、成長性（売上高増加率等）
内部環境 (強み・弱み)	「商品・製品・サービス」「技術・ノウハウ等の知的財産」「仕入先・取引先」「人材・組織」「デジタル化・IT 活用の状況」「従業員のノウハウ・技術力・対応力」「事業計画の策定・運用状況」など
外部環境 (機会・脅威)	「商圏内の人口・人流」「競合状況」「業界動向」「顧客ニーズの変化」「行政など施策」など

【分析手法】

「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」「経営計画ツール」「面談ヒアリング」「資料分析（PL/BS/在庫・受注・CRM）」、必要に応じアンケート実施

【成果物】

分析レポート、課題抽出シート、90 日アクションプラン、中期経営計画素案

③専門家の活用

分析の内容が多岐にわたる場合や事業特性を考慮しなければならない場合などにおいては、専門家（中小企業診断士など）に支援を依頼し、経営課題の抽出につなげていく。

（４）分析結果の活用

①小規模事業者支援への活用

・事業計画策定への接続

経営状況の分析結果（財務指標・SWOT・顧客構造・業務プロセス）を基に、小規模事業者ごとに短期・中期・長期の改善策を明確化し、事業計画に落とし込む。

・短期（資金繰り）：資金繰り表の作成、支払・回収サイトの見直し、在庫圧縮、金融機関との調整支援。

・中期（販路）：強みを活かした販路開拓（EC 導入、SNS 広告、展示会出展）、顧客レポート率改善施策。

・長期（設備投資）：省人化・省エネ設備の投資計画策定、投資回収期間の試算、補助金・金融支援の活用。

・KPI 設定と伴走支援

粗利率、在庫回転日数、広告 CPA、回収サイトなどの KPI を設定し、月次レビューで進捗確認。改善が遅れる場合は是正策を提示し PDCA サイクルを回す。

②内部での活用

・情報共有とナレッジ化

分析結果を統一フォーマットで記録し、指導員間で共有。成功事例・失敗事例をケースバン

ク化し、支援の質を平準化。

- ・研修・スキル強化

分析手法（財務・SWOT・KPI 設定）やフォローアップの事例を内部研修で共有し、指導員のスキル向上を図る。

- ・データ活用による重点化

分析結果を集計し、地域全体の課題（例：資金繰り悪化率、デジタル販路未整備率）を把握。重点支援分野を決定し、次年度支援計画に反映。

③地域経済・政策連携への活用

- ・地域課題の見える化

分析結果を集約し、地域の小規模事業者が抱える共通課題（例：資金繰り逼迫、デジタル化遅れ、事業承継リスク）を明確化。

- ・行政・金融機関との連携強化

データを基に、補助金・保証制度・金融支援の提案を行い、政策形成や制度改善にフィードバック。

- ・広域連携・共同施策

分析結果を活用し、複数商工会で共同販促・共同物流・共同研修を企画し、地域全体の競争力を高める。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が経営環境の変化を捉えたビジネスモデルの転換や新規事業の立ち上げ、新商品の開発・販売などに取り組むためには、実施前の事業計画を策定する必要がある。当商工会は、「マル経などの金融支援」「各種補助金の申請書作成時」「伴走型支援事業における事業計画策定支援」において事業計画策定支援を行っており、一定の効果を上げている。しかし、作成した事業計画については「補助金申請のための事業計画策定」なども多く、事業者の「事業の方向性」を考慮した具体的で実現可能な事業計画が作成されていないことも散見された。

一方、小規模事業者においても、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、事業計画作成に至っていない。

以上を考慮すると、事業計画を策定する事業者を積極的に発掘し、「事業の方向性」に即した事業計画の策定を支援することが課題となる。また、変化する事業環境に対応するため「デジタル・IT を活用した事業変革 (DX)」に取り組まなければならない事業者も多い。そのような事業者に対する支援も課題となる。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定に取り組む前に、「事業計画策定手順・作成の意義」について小規模事業者に理解してもらう必要がある。そのうえで、各事業者が具体的で実現可能性の高い事業計画を作成し、それに沿って事業を展開することにより、ビジネスモデルの転換や新規事業の成功率が高まり、持続的な発展を継続することが可能となる。具体的には「経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った事業者の全数の事業計画策定を目指す。併せて、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金などの申請を契機として経営計画の策定を目指す事業所の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画策定につなげていく。また、事業計画策定にあたっては「3. 地域の経済動向調査」「4. 需要動向調査」「5. 経営状況の分析」を踏まえ、具体的で達成可能な計画となるよう支援する。

「5. 経営状況の分析に関すること」で実施する「経営状況分析に関するセミナー」を通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

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

支援内容	現状	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
DX 推進セミナー	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定セミナー開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	2 回	2 回
事業計画策定事業者数	15 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

(4) 事業内容

① 「DX 推進セミナー」の開催

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

【募集方法】

参加者の募集については、会員事業者に限ることなく、「当商工会 HP からの情報発信」「地区内へのセミナー開催チラシの配布」などを実施し、積極的な参加を促す。

【実施回数】

1 回/年

【日程】

2 時間

【講師】

専門家 (IT コーディネーター・中小企業診断士など)

【参加者】

業務のデジタル化・IT 化がある程度進んでおり、それらを活用した「事業変革」に取り組む予定の事業者。

【カリキュラム】

日程	講義内容
1 日	<ul style="list-style-type: none"> ○DX 総論・DX 関連技術について ○DX の具体的な活用事例 ○クラウド型顧客管理ツールの紹介 ○SNS を活用した情報発信方法 ○EC サイトの利用方法

【専門家の派遣】

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

② 「事業計画策定セミナー」の開催

事業者自らが事業計画策定の重要性を理解し、創業・事業承継・新事業展開に向けた持続的な経営改善を図るため、指導員や専門家が経営分析を行った事業者、各種セミナー (事業承継セミナー・創業セミナーなど) 参加を契機に経営分析を行った事業者、などを対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。

【募集方法】

参加者の募集については、会員事業者に限ることなく、「当商工会 HP からの情報発信」「地区内へのセミナー開催チラシの配布」などを実施し、積極的な参加を促す。

【実施回数】

1 回/年

【日程】

2時間×2日

【講師】

専門家（中小企業診断士・税理士など）

【参加者】

経営分析を行った事業者・需要動向調査を行った事業者・事業計画策定（創業計画・事業承継計画・経営革新計画なども含む）を目指す事業者

【カリキュラム】

日程	講義内容
1日目	○事業計画とは何か ○事業計画策定の意義と重要性を理解する ○事業計画の概要を理解する ○経営理念の作成方法
2日目	○環境分析（SWOT分析）の考え方と実践 ○クロスSWOT分析による経営戦略の構築 ○行動スケジュールの設定 ○数値計画（売上・経費など）の作成

③事業計画の策定支援

【支援対象】

経営分析を行った事業者並びに、「DX推進セミナー」「事業計画策定セミナー」参加者を中心に事業計画策定に積極的な事業者の支援を行う。

【手段・方法】

事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員が担当制で対応し、必要に応じて外部専門家（中小企業診断士・税理士など）の支援を仰ぎながら、具体的で実現可能性の高い事業計画を策定する。また、専門家（中小企業診断士等）による個別相談会を実施し、小規模事業者の事業計画作成を支援する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画策定を支援した事業者に対するその後のフォローアップに関しては、事業者からの相談があった場合に対応するとともに伴走型支援事業において定期的な訪問を実施してきた。その一方、事業計画通りに進まない事業者に対するきめ細やかなフォローが行き届かない事業者が散見された。

上記を勘案すると、事業計画通りに事業が進んでいる事業者へのフォローはもとより、事業計画に変調をきたしている事業者に対するきめ細やかなフォローアップを行う体制づくりや事業計画修正を迅速に実施することが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

フォローアップについては、事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

支援内容	現状	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
------	----	-------	-------	--------	--------	--------

フォローアップ対象事業者数	10 者	20 者				
頻度（延べ回数）	30 回	80 回				
売上増加事業者数	1 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
利益率 1%以上増加事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 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、事業計画策定を行った事業者について、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「事業計画チェックシート」を用いて巡回訪問を実施し、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、四半期に一度のフォローアップ訪問を実施する。事業計画策定から日数経ち、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。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とともに、必要に応じて専門家の派遣を行う。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、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、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

地域内の人口は減少傾向に転じており、地域外への通勤者が多いことや高齢化などから地域内での需要は予断を許さない状況である。また、大型ショッピングセンターの進出や「道の駅まえばし赤城」の開設、インターネット通販の普及、海外製の安価な商品の販売など、小規模事業者にとって厳しい経営環境となっている。一方で、当地域内の小規模事業者は、積極的に販促活動を行っていない場合も多い。特に、IT 技術や WEB を利用した販売促進策が不得手な事業者が目立つ。

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乏しく、個社での需要開拓を実施することが難しい。

当地区内の小規模事業者は、現状において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状況である。特に、IT 技術や WEB を利用した販売開拓等の DX に向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣に限られた狭い範囲にとどまっている。新たな販路開拓には DX の推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

当商工会が独自に展示会等を開催するのは困難なため、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、商工会の HP において、小規模事業者の事業情報を掲載することにより、新たな需要の開拓を促進させる。

DX に向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイトの利用等、IT 活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じて IT 専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①県内外展示会への出展支援事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
内商談件数	1件	2件	2件	2件	2件	2件
内契約数	0件	1件	1件	1件	1件	1件
②SNS活用支援事業者	0者	3者	3者	5者	5者	5者
売上増加率/者	-	3%	3%	5%	5%	5%
③ECサイト利用支援事業者数	1者	3者	3者	5者	5者	5者
売上増加率/者	-	5%	5%	10%	10%	10%
④自社HPの開設支援事業者数	2者	3者	3者	5者	5者	5者
売上増加率/者	-	1%	1%	3%	3%	5%
⑤商工会HPによる情報発信	1回	1回	1回	1回	1回	1回
売上増加事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1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県内外展示会への出展支援

地域内には、付加価値の高い商品やサービスの提供を行っている小規模事業者もいるが、地域外での認知度は高いとはいえない。そこで、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。

支援対象事業者は、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である。一方、物産展や商工展への出展は準備や当日の人員確保などハードルが高く感じる小規模事業者も多い。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って効果は薄い。出展前の準備から終了後の振り返りまでを支援することで小規模事業者の継続的な支援につなげる。

< 想定する展示会・商談会（群馬県内） >

○ぐんま Tech EXPO (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。令和3年8月に開催された展示商談会には、県内企業：148社（166ブース）、県外企業：40社（44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、物産品を幅広く群馬県内外へ販路開拓することを目的とし開催される。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。2025年12月に開催された商談会（1日間）においては、出展事業者15社、バイヤー13社が参加した。

< 想定する展示会・商談会（群馬県外） >

○大台南国際旅展

台湾の台南市で開催される大規模な旅行博覧会である。毎年11月頃に開催され、国内外の観光地や宿泊施設、交通機関、観光商品などが紹介される。多くの観光客や業界関係者が集まり、台湾におけるインバウンド誘致の重要なイベントとなっている。2024年11月に開催された展示商談会（4日間）は、出展事業者82社、来場者数139,193名であった。

○ギフトショー (B to B)

パーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」

は、東京ビッグサイト全館を使用し、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。2025 年 9 月に開催された展示会（3 日間）は、出展社数 2,657 者、来場者数 186,993 名であった。

○グルメショー（B to B）

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。2025 年 9 月に開催された展示会（3 日間）は、出展者数 321 社・小間数 288、来場者数 32,268 名であった。

②SNS の活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすい SNS を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

③EC サイト利用（BtoC）

楽天や Yahoo が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、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う。

④自社 HP の開設支援

小規模事業者の多くは自社オリジナル HP を持っておらず、商品・サービスの情報発信力が不十分であることが多い。そのような事業者に対して、オリジナル HP 開設支援を行うことにより、新たな販路の拡大につなげる。また、必要に応じて専門家を活用し、効果的な HP や PR 動画を作成することにより、来店客数増加・取引先拡大・売上増加を達成する。

⑤商工会 HP による情報発信

当商工会に地区内の小規模事業者の事業情報を掲載し、新たな取引先や新たな顧客の獲得を進める。事業者の簡単な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。必要に応じて専門家を活用し、効果的な HP や PR 動画を作成することにより、来店客数増加・取引先拡大・売上増加を達成する。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み

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

現状

- ・経営発達支援事業の進捗確認は理事会で行っているが、評価指標が定量化されていない。
- ・外部有識者や市町村を交えた第三者視点の評価体制が未整備。
- ・評価結果の公表は限定的で、地域事業者が常時閲覧できる仕組みが不十分。

課題

- ・KPI・成果指標を用いた定量的評価の仕組みを構築する必要。
- ・外部有識者・法定経営指導員又は広域経営指導員・市町村を含む協議会体制の整備。
- ・毎年度 1 回以上の評価・見直しの定期化と、結果を HP・会報で公開する体制の確立。
- ・広域的な支援体制を踏まえ、複数商工会・関係機関との情報共有・改善提案を組み込む

(2) 事業内容

①定量的把握

- ・KPI 設定：事業計画策定件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数、EC 導入件数などを設定する。

- ・データ収集：フォローアップシート・会員アンケート・実績報告を統合し、ダッシュボードで可視化する。

②評価手法

当商工会役員・前橋市・法定経営指導員・外部有識者（税理士、中小企業診断士などの専門家）により構成された「協議会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等（全事業の目標値に対する実施率、成果の達成率、その要因等）について5段階評価を行う。

③評価・見直しの頻度

- ・年1回以上の総合評価＋半期レビューを実施する。
- ・必要に応じて臨時協議会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重点課題（DX推進、販路開拓、知財活用）を議論する。

④結果の公表方法

- ・評価結果はHP・会報に掲載し、地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保する。
- ・広域連携先（近隣商工会・関係機関）にも共有し、改善策を協働で検討する。

⑤広域的支援体制の活用

- ・中部地区4商工会、商工会議所と情報共有し、共通課題（販路開拓・DX・人材育成等）に対する合同研修・専門家派遣を検討する。
- ・評価委員会で他の支援機関等の事例を取り入れ、地域間の成功事例を水平展開する。

Plan（計画）

経営指導員等が具体的な実行計画の立案、事業資金の額・調達方法の検討。理事会で決定。



Do（実行）

経営指導員等が計画に従って伴走型支援を実行する。



Check（分析・評価）

協議会において経営発達支援事業の実施状況、成果の評価、見直し案を年1回行う。



Action（改善）

評価結果及び見直し案、次年度への対策案を検討。理事会報告、承認の上で、事業実施方針等に反映。

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

群馬県商工会連合会が実施する参加が義務付けられている各種研修会において、経営指導員が知識の習得や資質の向上に取り組んでいる。また、経営指導員の支援能力向上のみに重点が置かれ、その他の職員（経営支援員・記帳指導員）も含めた組織全体のレベルアップが意識されていない。

経営指導員の知識を高めるとともに、組織全体のレベルアップを図ることが課題となる。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び群馬県商工会連合会主催の各種セミナーに対し、計画的に経営指導員等を派遣する。当商工会では、年1回開催される「検討会（PDCAのチェック）」において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施し、支援力向上を図る。

②DX 推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者の DX 推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の IT スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のような DX 推進取組に係る相談・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、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

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

経営指導員・職員の支援力を高めるために積極的に OJT の機会を設ける。必要に応じ、若手職員は、経営指導員とチームで巡回指導や窓口相談の機会を活用した OJT を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。また、専門家による個別指導などを交えて、個々の能力に合わせた支援能力向上のカリキュラムで組織全体の底上げを図る仕組みを構築する。

④職員間定期ミーティングの実施

上記外部講習会等への参加後に、参加した経営指導員等が講師を務め、研修資料に基づいた説明を行い、研修内容の理解度を深め、情報共有を図る。また、全職員（経営指導員・経営支援員・記帳指導員）が参加し、定期的（毎月 1 回）にミーティングを行う。ミーティングにおいて、意見交換や 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及び修正・改善を図る。

⑤小規模事業者課題設定力向上研修

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする研修を実施する。

⑥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。

⑦コミュニケーション能力向上セミナー

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

⑧情報のデータベース化

商工会基幹システムに事業者ごとの支援内容を詳細に入力する。商工会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、担当指導員が不在の場合でも事業者への対応が可能となる。また、効果のあった支援内容や注意すべき失敗事例については事業者情報をプリントアウトし全職員がいつでも活用できるよう共有化を進める。ファイル内容については毎年見直し、当商

工会の支援ノウハウとして蓄積する。

1.1. 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

(1) 現状と課題

群馬県商工会連合会の研修時の休憩時間や金融機関との雑談時間などを利用し各経営指導員は支援ノウハウ等の情報交換を個別に行っている。このような研修は、情報交換を目的とした会合ではないため、支援ノウハウの共有や習得が充分とは言えず事業者への支援力向上にも効果を発揮するには至っていない。

他の支援機関と連携した情報交換については、その機会が少なく、また、情報交換に対する組織的な取り組みが行われていない。

今後は、他支援機関と支援力向上を目的とした情報交換会や研修会を実施する。その際得られた各種情報を事業者にフィードバックすることが課題となる。

(2) 事業内容

①中部地区4商工会による情報交換会（年1回）

中部地区内4商工会（前橋東部商工会・群馬伊勢崎商工会・富士見商工会・玉村町商工会）の経営指導員との情報交換会を開催する。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ともに、金融、創業、経営革新、ものづくり、6次産業化、農商工連携、地域資源活用事業、新連携等についても支援能力向上を図れるよう、それぞれの地域の特性、強みを持ち寄り支援力の強化を図る。

②経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年1回）

日本政策金融公庫前橋支店国民生活事業と高崎支店地区支援機関（商工会・会議所）による「経営改善貸付推薦団体協議会」において、金融斡旋状況を中心とした現場レベルにおける様々な小規模事業者への支援実績や成功事例、手法などを紹介し、伴走型支援のノウハウ、支援状況等についての情報交換を行うことで、効果的な金融支援を行う。

1.2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

現在、当地区において「富士見地区産業祭」「つつじ祭」など各種イベントが開催されており、当商工会においては運営に携わり出展者支援を行うなど地域活性化に貢献している。

今後は、地区内の地域振興事業（各種イベントなど）の開催を通じ、前橋市・地元企業・金融機関などとの情報交換を行い、地域経済の活性化について連携を深めるとともに当地区の独自性と求心力の向上を図ることが課題となる。

(2) 事業内容

①「富士見地区地域活性化検討会」の開催（年1回）

地域経済の活性化を図る土台作りとして「富士見地区地域活性化検討会」を年1回開催する。「富士見地区地域活性化検討会」は、前橋市・地元企業・金融機関・専門家で構成され、検討会においては各種イベントの継続的な活性化策、観光資源の有効な活用方法などについて検討を行う。

②各種イベントの開催

地域内の商工業者が自社の製品やサービスを来場者に提供する各種イベントに対して、当商工会は、主催者と連携してその運営が円滑に行えるよう努めるとともに、他市町村及び地域住民と事業者の交流を図り、地域経済の活性化に役立てる。

(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 7 年 1 2 月現在)																							
(1) 実施体制																							
経営発達支援事業の遂行は、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・記帳指導員が担当する。全職員が参加し毎月行われる「支援力向上会議」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。																							
<table><tr><td colspan="2">富士見商工会</td></tr><tr><td>会長</td><td>1 名</td></tr><tr><td>副会長</td><td>2 名</td></tr><tr><td>理事</td><td>15 名</td></tr><tr><td>監事</td><td>2 名</td></tr><tr><td>事務局長</td><td>1 名</td></tr><tr><td>法定経営指導員</td><td>1 名</td></tr><tr><td>経営指導員</td><td>1 名</td></tr><tr><td>経営支援員</td><td>1 名</td></tr><tr><td>記帳指導員</td><td>1 名</td></tr></table>	富士見商工会		会長	1 名	副会長	2 名	理事	15 名	監事	2 名	事務局長	1 名	法定経営指導員	1 名	経営指導員	1 名	経営支援員	1 名	記帳指導員	1 名	<table><tr><td>前橋市</td></tr><tr><td>産業経済部産業政策課</td></tr></table>	前橋市	産業経済部産業政策課
富士見商工会																							
会長	1 名																						
副会長	2 名																						
理事	15 名																						
監事	2 名																						
事務局長	1 名																						
法定経営指導員	1 名																						
経営指導員	1 名																						
経営支援員	1 名																						
記帳指導員	1 名																						
前橋市																							
産業経済部産業政策課																							
<table><tr><td>群馬県</td></tr></table>	群馬県																						
群馬県																							
①都道府県及び関係市町村との連携体制																							
・ 当会、前橋市産業経済部産業政策課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年 1 回、連絡協議会を開催する。																							
・ また群馬県と事前に相談・調整を行うことで、都道府県の重要課題についても反映した支援計画とする。																							
②商工会の経営発達支援事業実施に係る体制																							
・ 地区内を 3 地区に分け、法定経営指導員 1 名と経営指導員 1 名の体制で巡回指導を行う。経営指導員を小規模事業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。																							
③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制																							
・ 法定経営指導員 1 名、経営指導員 1 名、経営支援員 1 名、記帳指導員 1 名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。																							
・ 上記で把握・検証した実施状況を当会と前橋市の連絡協議会(年 1 回開催予定)で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。																							
④経営指導員等の資質向上に係る体制																							
・ 当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX 化や生成 AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。																							
(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 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：羽鳥 拓也

■連絡先：富士見商工会 TEL 027-288-2593

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・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広域経営指導員の当否

申請時に記載の経営指導員・羽鳥拓也は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒371-0103

群馬県前橋市富士見町小暮 104-1

富士見商工会

TEL : 027-288-2593 FAX : 027-288-4889

E-mail:fujimi-shoko@dune.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒371-8601

群馬県前橋市大手町二丁目 12 番 1 号

前橋市 産業経済部 産業政策課

TEL : 027-898-6983 FAX : 027-224-1188

E-mail:kougyou@city.maebashi.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200
・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	500	500	500	500	500
・経営状況の分析に関する事業	800	800	800	800	800
・事業計画策定支援に関する事業	800	800	800	800	800
・事業計画策定後の実施支援に関する事業	800	800	800	800	800
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	800	800	800	800	800
・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	500	500	500	500	500
・経営指導員等の資質向上等に関する事業	500	500	500	500	500
・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業	500	500	500	500	500

・地域経済の活性化に資する取り組みに関する事業	500	500	500	500	500
-------------------------	-----	-----	-----	-----	-----

(備考)必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、県補助金、市補助金、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)

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
連携する内容
連携者及びその役割
連携体制図等