

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	高崎市新町商工会 (法人番号 9070005003280) 高崎市 (地方公共団体コード 102024)
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	当地域の小規模事業者の多くは、地区内外の競合他社に需要を奪われ大変厳しい環境に置かれている。それぞれの小規模事業者が自社の「強み」を正確に理解し、「経営状況の分析」や「事業計画の策定」などを通じて他社との差別化を図ることを目標とする。それにより、当地域内の小規模事業者の販路拡大を図り売上・利益を確保する。
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 各種統計調査や地区内の小規模事業者への聞き取りにより、支援を実施する個社及び地域の状況を正確に把握する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 消費者のニーズを把握する仕組みを構築し、情報を収集・分析することにより事業者の「事業の方向性」を把握する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 事業計画策定支援や計画策定後の支援を実施するため「財務分析」「SWOT分析」を実施し、個社の経営状況を把握する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 売上・利益の確保を図るため、実効性の高い事業計画を作成する。</p> <p>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伴走型の支援を実施することにより、計画の着実な進行をサポートする。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商談会・展示会・地域振興事業を通じ、需要掘り起こしを支援する。</p>
連絡先	<p>【高崎市新町商工会】 住所 〒370-1301 群馬県高崎市新町 2270-12 TEL:0274-42-0930 FAX:0274-42-5413 E-mail:shokokai@shinmachi.or.jp</p> <p>【高崎市 商工観光部 商工振興課】 住所 〒370-8501 群馬県高崎市高松町 35 番地 1 TEL : 027-321-1256 FAX : 027-325-4879 E-mail:shoukou@city.takasaki.gunma.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. 目標

(1) 当地域の現状及び課題

①現状

【立地】

当商工会（高崎市新町商工会）は群馬県内の中核市であり、また県内最大の人口（約 37 万人）を擁する高崎市に位置している。新町は平成 18 年 1 月に群馬郡群馬町・箕郷町・倉渕村とともに高崎市に編入された。しかし、高崎市とは隣接しておらず行政区分上は高崎市に属しているものの、飛び地となっている。また、面積は 3.74km<sup>2</sup>であり、群馬県内の商工会地区としては最小の面積である。新町地区は、中山道の宿場町（新町宿）として栄え、古くから交通の要衝であった。明治以降も官営新町屑糸紡績所の開設や国鉄高崎線の開通などにより発展を遂げてきた。現在は、生活環境が整った都市的住宅地としての色彩が濃い地域であり、JR 新町駅は群馬県内で 8 番目に乗降客が多い駅である。一方、鉄道（JR 高崎線）と国道 17 号により南北に分断されており、また、高崎市の飛び地であることから地域の一体化を図りにくい地域でもある。町内には陸上自衛隊新町駐屯地が置かれており、年に 1 度の桜まつりは同駐屯地の敷地を開放して開催されている。



【人口】

高崎市との合併時（平成 18 年 1 月）には当地区の人口は 12,708 人、世帯数は 5,255 世帯であった。令和 2 年の国勢調査においては、人口 12,053 人、世帯数 5,340 世帯となっており、人口については減少傾向、世帯数については増加傾向となっている。

	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年
人口	12,562	12,433	12,587	12,303	12,053
世帯数	4,798	4,870	5,064	5,059	5,340

(出典：国勢調査)

生産年齢人口（15 才以上 65 歳未満）及び年少人口（15 才未満）は減少を続けている。一方、地区内の高齢化が進み、65 才以上の人口に占める割合は令和 2 年に 30%となり徐々に上昇している。

	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年
15 才未満	1,751	1,684	1,697	1,600	1,393
15～64 才	8,374	7,968	7,675	7,173	6,910
65 才以上	2,437	2,781	3,141	3,451	3,558
65 才以上の割合	19.4%	22.4%	25.1%	28.2%	30.0%

(出典：国勢調査)

【産業】

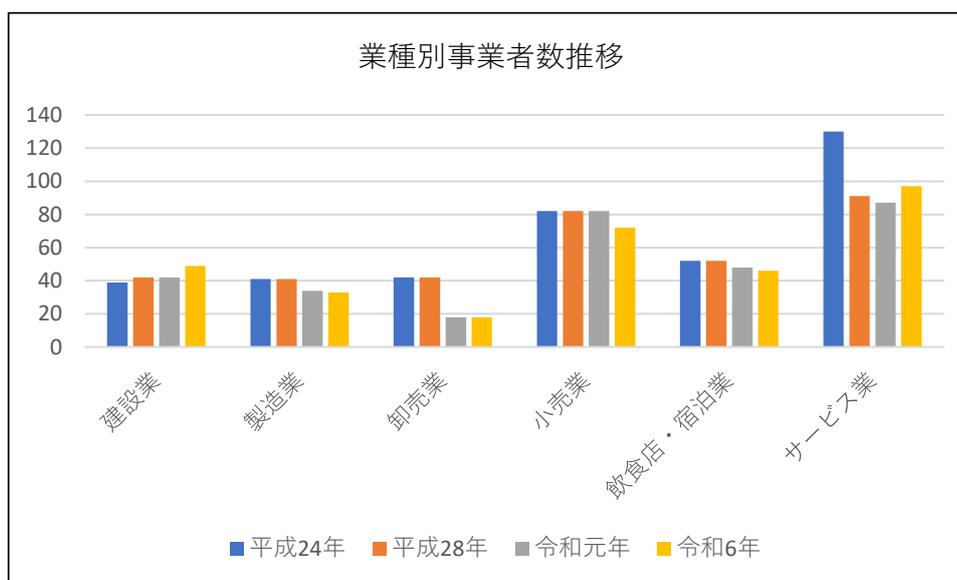
当地区における商工業者総数（令和 6 年度）は 349 事業者となっている。内小規模事業者数は 327 者となっており、全体の 93.7%を占めている。

令和 6 年事業者数

	件数	割合
商工業者総数	349	
小規模事業者数	327	93.7%
建設業	49	14.0%
製造業	33	9.5%
卸売業	18	5.2%
小売業	72	20.6%
飲食店・宿泊業	46	13.2%
サービス業	97	27.8%
その他	19	5.4%

・当地区の商工業者総数については、減少傾向となっている。「建設業」「サービス業」は増加傾向となっているがその他の業種においては横ばいもしくは減少傾向となっている。

	平成 24 年	平成 28 年	令和元年	令和 6 年
商工業者総数	429	429	375	349
小規模事業者数	344	344	314	327



【交通】

当地区は、中山道の宿場町（新町宿）として栄え、古くから交通の要衝であった。明治以降も官営新町屑糸紡績所の開設や国鉄高崎線の開通などにより発展を遂げてきた。現在は、生活環境が整った都市的住宅地としての色彩が濃い地域であり、JR 新町駅は群馬県内で 8 番目に乗降客が多い駅である。一方、鉄道（JR 高崎線）と国道 17 号により南北に分断されており、また、高崎市の飛び地であることから地域の一体化を図りにくい地域でもある。

【観光資源】

江戸時代に近所の子供たちの面倒を見ていた「於菊」という娘にちなんだ「於菊稲荷神社」、明治時代に官営新町屑糸紡績所として開設された新町紡績所があるが、観光資源には乏しい。

【特産品】

市街地のため、農産品などの特産品はない。

## 【高崎市第6次総合計画（2018年度～2027年度）からの引用】

平成21年の高崎市への編入により、独立した市町村としての総合計画は作成されていない。高崎市第6次総合計画においては、「第3節 主要施策」のなかの「市民経済」において、「飲食業の活性化支援」「卸売・小売業の振興」「製造・ものづくりの支援充実」「生活関連サービス業の振興」があげられている。以下に関連する内容を記載する。

### 「飲食業の活性化支援」

#### ○現状と課題

本市には1,700を超える飲食店が店舗を構え、特に、中心市街地には飲食の集積地が複数あり、まちなかにぎわいを創出している。まちなかに限らず郊外においても、数多くの個人経営の飲食店が地域の人から長い間愛され、高い人気を誇っている。

その一方、経営者の高齢化や後継者不足、店舗の老朽化などの課題も発生している。このことに対し、まちなか商店リニューアル助成事業の創設などにより、集客力向上を支援している。

#### ○施策の基本方針

店舗の老朽化などの課題を抱える飲食店に対しては、まちなか商店リニューアル助成事業による支援を継続して実施し、魅力ある店舗づくりを後押ししている。

さらに、ビジネスの集積は、飲食などの消費を伴い、まちなかにぎわいをもたらしている。直接的な店舗への支援にとどまらず、交流人口の増加を図ることにより都市全体を進展させ、飲食業の活性化につなげていくことができる。

### 「卸売・小売業の振興」

#### ○現状と課題

本市は、古くから商都として栄え、交通の拠点性を生かして一層の商業集積を高めてきた。2016（平成28）年には、年間商品販売額が全国15位、中核市の中では1位となるなど、商業都市としての発展を続けている。

しかし、近年では国内景気の厳しさの中にあって、商店経営者の高齢化や後継者不足、店舗の老朽化などの課題を抱える事業者も見受けられる。

#### ○施策の基本方針

市が発注する案件に必要な資材や物品の調達等に当たっては、一貫して市内業者優先の原則を徹底し、市内卸売・小売業の振興を支援している。

若い世代や女性の創業を促すためには、融資制度の充実とともに、小口資金借り入れの際の信用保証協会への保証料の補助や創業者に対する信用保証協会の保証料の補助と利子補給を行っている。市内事業者の資金繰りを支援し、本市経済の活性化を促進させていく。

さらに、2018（平成30）年には、ジェトロ群馬貿易情報センターが開設されており、今後連携を深めながら、海外に向けた販路開拓を積極的に支援していく。

### 「製造・ものづくりへの支援充実」

#### ○現状と課題

経済のグローバル化が進展する中、企業は国内工場の集約化や海外移転を進めているが、工場の閉鎖や市外への流出は地域経済や労働者の生活に大きな影響を与えることから、流出させない施策の展開が重要である。これに対して本市では、ビジネス立地奨励金制度の創設や産業立地振興奨励金制度の拡充による企業誘致の促進、ものづくり海外フェアの開催による市内企業のビジネス機会の創出、海外販路の開拓支援を行ってきた。

また、市内企業の体力強化に向けた支援や新たな分野にチャレンジする事業者を支援することにより、産業構造の多様化を図っていく必要もある。

#### ○施策の基本方針

中小製造業を対象とした支援策として、中小企業等機械設備導入支援助成金制度や中小企業等経営安定化助成金制度を実施しており、今後も各企業が経営環境の変化などに適切に対応できるよう支援していく。

資金面では、一般的な用途の小口資金をはじめ、設備投資や事業拡張のための産業活性化

支援資金や新分野進出資金などを用意しており、特に、小口資金では借りに係る保証料を全額補助することで事業者の負担を軽減している。企業の状況と用途に応じて活用できる全国有数の充実した融資制度を設けている。今後も引き続き、設備投資や新商品の開発、技術革新や新技術の導入、生産性向上に向けた取り組みを積極的に支援していく。

#### 「生活関連サービス業の振興」

##### ○現状と課題

県内で最も多くの人々が暮らす本市では、理美容やクリーニングなど生活に不可欠なサービスが多数必要とされており、現在約 900 店舗の美容室が立地するなど、生活関連サービスの提供が活発に行われている。

その一方、経営者の高齢化や後継者不足、店舗の老朽化などの課題を抱える店舗や事業所もあり、集客力の向上や売り上げの増加に取り組む事業者を後押しすることが必要である。さらに、サービス品質の向上に対する支援も求められている。

また、新たに事業を始めようとする意欲のある人を応援することにより、本市の経済をさらに活性化していくことが求められている。

##### ○施策の基本方針

サービスの品質向上に向けては、教育訓練補助金や研修会開催補助金などによる支援を行っている。事業者の自主的な努力を後押しし、サービス品質の向上を支援することを通じて、市民生活の向上を図る。

また、若い世代や女性の創業を促すため、融資制度の充実とともに、小口資金借りに際しての信用保証協会への保証料の補助や創業者に対する信用保証協会の保証料の補助と利子補給を行っているが、引き続き市内商工業者の資金繰りを支援し、本市経済の活性化を図る。特に現在、女性の能力発揮が求められており、就業促進は重要な課題となっていることから、サービス業を中心に女性の働く機会を創出していく。

さらには、郷土愛の醸成やキャリア教育を進めていくことにより、本市で生まれ育った人が高崎で仕事をしたいという思いを持てるよう働き掛け、それを応援していく体制の充実を図っていききたい。

【群馬県産業振興基本計画（令和 6 年度－令和 9 年度）からの引用】

群馬県産業振興基本計画（令和 6 年度－令和 9 年度）には以下の方針が示されている。

# 基本方針Ⅲ 地域企業の成長支援と高付加価値化

## 方向性

- 地域企業の更なる生産性向上、高付加価値化を進め、稼ぐ力を強化する。
- 感染症や物価高等による影響を受けるとともに、デジタル化、カーボンニュートラルへの対応など様々な課題を抱える地域企業に対して、レジリエンス強化や持続的発展に向けた支援を展開する。
- 群馬をフィールドとして、多様な人材が働きやすく、持てるパフォーマンスを質高く発揮できる働き方を追求する。
- 生産性向上、付加価値の高い製品・サービスの提供、適正な価格転嫁の促進などにより、企業の成長と物価上昇を上回る賃金上昇につなげていく。

## 2030年に目指す姿

- ◆ 地域企業の持つ強みを生かし、多様な人材、企業、地域資源等が結びつき、生産性の向上、企業の成長につながり、地域経済が持続的に発展している。
- ◆ 成長した企業がコネクタハブ企業（地域中核企業）となり、地域経済活性化につながっている。
- ◆ 群馬が働くフィールドとして選ばれ、年齢や性別、障害の有無等にかかわらず、多様な人材が持てる能力を発揮できる働き方が実現できている。



## 施策 I-1 新たなビジネス、成長産業への領域拡大

### 基本方針 I

#### 方向性

- 国内市場の縮小や脱炭素など、製造業を取り巻く環境が厳しくなる一方で、新たなビジネスチャンスも生まれているため、ものづくり技術の集積、産学官金の連携を生かしつつ、今後成長が期待されるものづくり産業分野（次世代自動車など）への進出を支援し、増加する付加価値を群馬県経済へ取り込んでいく。
  - ✓ 既存産業のデジタル技術による高付加価値化
  - ✓ 「未来社会を創る人材・企業」が集まるエコシステムによる新産業創出
  - ✓ 付加価値の高い商品の開発、販路開拓を支援

#### 現状・課題

- 世界的なカーボンニュートラルやDXの加速など、大きな社会・経済構造の変革に直面している。
- 大きな変革の中、デジタル技術の活用や脱炭素の潮流などを取り込みながら、群馬県産業の強みを生かした新たなビジネスの創出・育成や成長産業への領域拡大が必要となっている。



#### 主な取組

- **事業多角化・新分野進出支援**  
企業の実情等に関する知見を有するコーディネーターを配置し、各種支援を実施
- **脱炭素ビジネス開発支援**  
グリーンイノベーション分野の実証プロジェクトへの補助を実施
- **ぐんまスペース&エアロプロジェクト**  
市場成長が見込まれる衛星データ活用領域を主眼に、県内企業の宇宙ビジネス参入を支援
- **スマートファクトリー創出支援**  
スマートものづくりコーディネーター、DSL(デジタルソリューションラボ)による県内企業へのデジタル導入支援
- **経営革新への支援**  
経営革新計画承認制度により、中小企業・小規模事業者の経営力向上に向けた新たな取組を支援
- **地場産業の振興（JIVAリノベーション）**  
繊維産業や食品産業等において、付加価値の高い商品の開発、販路開拓を支援
- **SDGs推進**  
SDGsを企業の経営戦略として取り込み、持続可能な経営への転換を支援



(脱炭素ビジネス開発支援)



(スマートファクトリー創出支援)



SDGsぐんまビジネスプラクティス（SDGsぐんまビジネスプラクティスロゴマーク）

## ②課題

### 【現在の状況】

当地区の人口は減少傾向となっており、それにともない生産年齢人口（15才以上65歳未満）も

減少が続いている。一方、地区内において 65 才以上の高齢化が進み、今後は需要の減少が進む可能性がある。また、平成 18 年に高崎市に編入されたが、経済規模の大きい旧高崎市とは飛び地となっており、小規模事業者の事業の活性化には効果が上がりにくい状況である。その一方、鉄道・道路による県内外からのアクセスは良好であり、高崎市においても、地域の特性を生かした商工業の活性化策を実施している。

#### 【産業別の状況と課題】

##### 「商業（小売・サービス業）」

- ・商業・サービス業の店舗は、新町駅周辺を中心街及び幹線道路（旧中山道）沿いに多く立地している。中心街は、以前は地区の中心にある商店街として機能し、近隣住民を対象とした商圈を確立していた。しかし、大型店舗の進出やネット販売の伸長などにより、集客力を失っている。一方、幹線道路沿いの店舗については、国道 17 号線沿いの大型店に顧客を奪われ集客に苦戦している事業者も多い。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。
- ・当地区の「強み」として、鉄道・道路の敷設により、近隣市町村からのアクセスが良いことや居住者や事業者にとっての利便性が高いことがあげられる。また、高崎市との合併により、高崎市が行っている施策を活用することができるようになった。
- ・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」が挙げられる。

##### 「工業（製造・建設業）」

- ・製造業については、地区内に点在しており、金型製造・工業用ゴム製造・食品加工業など多種にわたる製造業が分布している。
- ・建設業については、「群馬県統計情報提供システム」によると令和 6 年の高崎市の新設住宅着工戸数は 1,959 戸となっており、近年で最も着工戸数の多かった平成 29 年の 2,670 戸から減少傾向で推移している。今後、高齢化が予想されることなどから、新築件数はさらに減少すると予想される。その一方、高齢化に対応したバリアフリー化などのリフォーム受注は増加が見込まれる。
- ・当地区の「強み」として、「交通アクセスの良さ」が挙げられる。国道 17 号が地域内を走っていることや、近くに高速道路の IC（藤岡 IC・高崎玉村スマート IC・上里スマート IC）があることなどから迅速な製品の流通が可能である。また、建設業においても居住者の「交通の利便性」が挙げられる。
- ・上記を勘案した課題として、「取引先の維持」「新規取引先の獲得」「地区内外への情報発信」が挙げられる。

#### (2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

当地区の小規模事業者が、今後「稼ぐ力の向上」「自走化」を進めることが当地区の振興において重要である。またそのことが、当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。激変する外部環境に対応し継続的な発展を達成するためには、顧客（消費者・取引先など）に自社を選択してもらう必要がある。そのためには、小規模事業者がそれぞれの「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。「高崎市第 6 次総合計画」「群馬県産業振興基本計画」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 デジタル化推進

10 年後における地域のあるべき姿：EC・予約・決済・会計・在庫が連携し、受注から出荷・会計までのリードタイムが 20%短縮する姿である。データに基づく価格・販促最適化で収益性を継続的に改善する。

理由：個別最適のツール導入では効果が限定的である。基幹と顧客接点の統合によりデータ駆動の意思決定を可能にし、少人数運営下でも売上拡大とコスト削減を同時に達成するためである。

##### ② 販路開拓による新たな顧客の獲得

10年後における地域のあるべき姿：地区内外において、小規模事業者の製品・サービスを求める多くの人たちとの取引を広げる姿である。デジタルでの情報発信や地区内での知名度向上などにより新たな取引先の開拓を支援する。

理由：「強み」を持っているが、認知されていない小規模事業者も多く、販路開拓を支援することにより、売上・利益の増加が見込めることができる。

### (3) 経営発達支援計画の目標

「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 デジタル化推進

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：オンライン売上比率 50%、営業利益率 5%、受注～出荷時間 20%短縮。

KPI：EC 開設 5 社、マーケティングオートメーション導入 3 社、キャッシュレス比率 80%、API 連携本数 3、在庫回転日数 30 日

設定した理由：売上構成・利益・リードタイムはデジタル投資の費用対効果を示す。導入数や連携数、回転日数はボトルネック解消に直結する運用 K P I であり、投資の成果を段階的に測定できるためである。

#### ② 販路開拓による新たな顧客の獲得

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：新規取引先獲得件数 3 者

KPI：展示会出展数 5 者、イベント実施事業者 5 者

設定した理由：新規取引先獲得数は必達目標である。新規取引先獲得のための施策は事業者の特性により異なるが、展示会出展や自社イベントの開催は有力な手法である。

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 デジタル化推進

達成方針 1：基幹業務の統合と自動化

受注・在庫・会計をクラウドで統合し、POS と EC を API 連携する。RPA で伝票処理を自動化する。

設定した理由：分断システムは二重入力と誤差を生むためである。統合によりリードタイム短縮・在庫最適化が可能となり、利益率改善に直結する。可視化は現場の自律改善を促し、持続的な効果をもたらす。

達成方針 2：データ駆動の販売運用

マーケティングオートメーションでセグメント別配信を行い、RFM 分析で再購買施策を設計する。商品ページの A/B テストを週次で実施し、CPA と CVR をモニタリングする。離脱ポイント

のUI改善を継続する。

設定した理由：感覚頼みの販促は再現性が低いためである。データで仮説検証を回すことで広告効率を高め、転換率を着実に向上させる。小さな改善の積み重ねがオンライン売上比率の上昇を支え、収益に効く。

## ②販路開拓による新たな顧客の獲得

### 達成方針1：地区内取引先の獲得

地域内のターゲット層を明確化し、属性ごとに異なる訴求方法を設計する。イベント出店やコラボ企画により接触機会を増やし、認知から購買までの導線を短縮する。体験型・比較可能な販売施策を導入し、新規顧客の獲得率を高める。

設定した理由：ターゲットを細分化し適切な訴求を行うことで、限られた予算でも効果的に新規顧客へリーチできる。またイベントやコラボは接触障壁が低く、購買前の不安解消にも効果があり顧客獲得につながる。

### 達成方針2：地区外取引先の獲得

地区外顧客に向けて、SNS・自社サイト・ECなどオンライン媒体を活用した情報発信を強化し、地域外からも購入・来店につながる導線を構築する。また地域外イベントや商談会への出展により直接接点を増やし、当社商品の魅力を広域に訴求することで新規顧客の獲得を図る。

設定した理由：地域内市場だけでは成長が限定され、人口減少の影響を受けやすいため、広域からの顧客獲得が必要である。SNSやECは地理的制約を受けず低コストで発信でき、地区外顧客の認知獲得に効果的である。またイベント出展は商品理解を深めてもらいやすく、購入につながる確度が高い。

## 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

「地域の経済動向の調査」の主な取り組みは、「経営指導員の巡回訪問」「窓口相談時の情報収集」「セミナー参加者へのアンケート」であった。一定の効果はあったものの、小規模事業者に対しての的確な支援を行うためには不十分であった。

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)	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景況感調査(聞き取り調査)	—	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、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し、年1回公表する。

【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) 成果の活用

「RESAS」の分析結果及び市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することにより、効果的な支援を実施する。また、調査結果については、表やグラフなどを用いながら、報告書として見やすくまとめ、商工会のHPや会報等を活用し広く情報提供を行う。

小規模事業者が、個々の現状分析を実施する場合の「外部環境分析」の基礎資料として活用し、事業計画策定支援に結び付ける。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

顧客の需要動向を確認し事業計画作成に役立てるため、当商工会では、消費者を対象としたアンケート調査を中心に毎年1者から2者のアンケート調査を行ってきた。アンケート調査を実施した事業所については、事業計画の作成や販路開拓施策の実施などにつながっているが、自発的にこのような需要動向調査を実施している小規模事業者はまだまだ少ない。

コロナ禍後の外部環境の変化などにより、従来の需要とは異なる消費者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)	—	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)	1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、当地区で開催される各種イベント（しんまち商工祭・新町フェスタなど）に出展する事業者（金型製造・工業用ゴム製造）の支援を行う。出展する商品は「自動車部品」「ゴム手袋」などである。

【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。

(4) 成果の活用

アンケート調査の実施支援における成果の活用については、当該事業者の今後の商品開発や既存商品の改善に役立てる。また、事業者の了承のもと商工会で活用事例集にまとめ、事業計画策定や新たな販路拡大を目指している事業者に資料として提供することにより、今後の更なる事業推進に活用していく。

**5. 経営状況の分析に関すること**

(1) 現状と課題

小規模事業者の経営状況の分析に関しては、「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作成時」において実施してきており、一定の効果を上げている。一方で、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。

当商工会においても、「経営状況の分析」の必要性について、訪問時の説明や商工会 HP での情報発信などで周知を進めてきたが、まだまだ不十分な状態である。

以上のような現状を勘案すると、「3. 地域の経済動向調査に関すること」の調査・分析結果を踏まえ、小規模事業者との折衝の機会を捉え、経営指導員が積極的な対応を実施することが課

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人	20者	20者	20者	20者	20者
②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）・経営分析事業者数

【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40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）、顧客リピート率改善施策。

・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

事業計画策定支援に関しては、「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おいて「申請用の事業計画」に陥ってしまい事業者の「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まだまだ多い。

一方、小規模事業者においても、日々の業務に忙殺され、定期的に事業計画を作成している事業者はほとんど無く、作成の意義や作成方法を知らない事業者も多い。  
 以上を考慮すると、これまで以上に、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、小規模事業者に事業計画策定の意義や必要性を理解してもらう仕組み作りが必要となる。

## (2) 支援に対する考え方

前述したように、「何のために事業計画を策定するのか」「なぜ事業計画が必要なのか」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、持続的な発展を継続することが可能となる。具体的には5. で経営分析を行った事業者の5割程度の事業計画策定を目指す。併せて、持続化補助金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。

## (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	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 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"> <li>○DX 総論・DX 関連技術について</li> <li>○DX の具体的な活用事例</li> <li>○クラウド型顧客管理ツールの紹介</li> <li>○SNS を活用した情報発信方法</li> <li>○EC サイトの利用方法</li> </ul>

#### 【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

小規模事業者が自社の現状を正確に把握し、今後の方向性と具体的な行動計画を明確にする力を身につけることを目的として開催するものである。

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

経営の自走化を重視し、コーチング・伴走支援により経営者自身が課題と解決策を見出すプロセスを支援する。また、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。

進捗状況が芳しくない場合は、(a)目標・KPI 達成度の点検、(b)ボトルネックの仮説検証、(c)事業計画の効果・検証を実施し、必要に応じて事業計画の見直し案(目標・KPI・施策・体制・スケジュールの再設計)を提案する。必要に応じて外部有識者・他地区の指導員等第三者の視点を投入する。

(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	20 者	20 者	20 者	20 者
頻度(延べ回数)	30 回	80 回	80 回	80 回	80 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「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「事業計画チェックシート(エクセルにて作成)」にまとめ、その情報を商工会全職員が共有する。「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訪問を実施する。

具体的には、事業計画策定事業者には原則として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、創業者や多くの経営課題を抱える事業者などについては、毎月1回の訪問を行う。

事業計画策定後に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、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、群馬県商工会連合会やよろず支援拠点・群馬県産業支援機構に依頼し速やかに専門家を派遣するなど専門的な指導・助言を実施し、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討の上、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

地域内の人口減少や地域外への通勤者が多いことなどから当地域内での需要は減少傾向である。また、郊外型大型ショッピングモールの進出や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。

当商工会では、インターネットを活用した販売促進にも取り組んでいる。ひとつは、平成25年度に立ち上げられた当商工会が主催するビジネスポータルサイト「新町未来メッセ」である。

「新町未来メッセ」とは、個々の企業が、インターネットのひとつのページに集合して、そのペ

ージを介して受発注を行なう、いわゆる「インターネット上の商店街・工業団地」として機能している。

また、当商工会においては、「しんまちガイドブック」「美味(おい)しんまちグルメぐり」を作成し販路拡大に役立っている。「しんまちガイドブック」「美味(おい)しんまちグルメぐり」については、ネット上でも公開し、店舗数も年々増えている状態である。

今後は「新町未来メッセ」「しんまちガイドブック」「美味(おい)しんまちグルメぐり」を地域内の事業者要充分周知し出店数をさらに増やすことが課題となる。そのためには、既存のサイトの有効活用を図るとともにあらたな需要を開拓するためのサイトのリニューアルを定期的に行う必要がある。

また、各種地域振興事業（お祭りや各種イベント等）を活用した需要開拓も重要である。来場者に自社の商品やサービスを直接 PR する良い機会でもあるため、出展者の増加や出展者の新陳代謝を図ることが課題となる。

各小規模事業者においては、新たな需要を開拓するための販売促進策を習得することが必要となる。特に、IT を活用した需要の開拓を図ることは小規模事業者の大きな課題となっている。パソコンの普及が進んだとはいえ、パソコンを有効に活用し自ら需要の開拓を切り開くことができる事業者はまだ少ない。

## (2) 支援に対する考え方

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、販路拡大についての考え方の理解を深めるための販路開拓セミナーを実施し、自社に役立つ知識の習得を進める。展示会については、商工会が独自に開催することが困難なため、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。

## (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ネットを活用した事業者 PR 施策の支援事業者数	5	7	10	15	20	20
HP 作成件数	5	4	9	13	18	18
内利益率 1%以上件数	1	1	2	2	3	4
②販路開拓セミナーの実施						
開催回数	1	2	2	2	2	2
参加者数（回）	15	15	16	17	18	20
内売上増加件数	1	2	2	3	3	4
③展示会への出展支援事業者数	0	2	2	3	3	5
内商談件数	0	1	1	2	2	3
内契約数	0	1	1	1	1	2
④商工会 HP による情報発信						
延べ掲載事業者数	142	146	150	155	159	164
内売上増加件数	14	15	15	16	16	16

※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ネットを活用した事業者 PR 施策の支援

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 開設支援や PR 動画作成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。作成したコンテンツについては、商品紹介・事業紹介などのチラシ作成に活用するとともに、展示会出展時における PR 動画の放映などにより、相乗効果を図り来店客数増加・取引先拡大・売上増加を達成する。

現在実施している「新町未来メッセ」「しんまちガイドブック」「美味(おい)しんまちグルメぐり」への掲載事業者のさらなる拡充を進める。それとともに、県内を対象とした口コミサイト（ぐんラボ！など）への情報掲載により、新たな需要を獲得する。

## ②販路開拓セミナーの実施

新たな需要を獲得するための基礎知識などを習得するために、販路開拓のためのセミナーを実施する。具体的には、小売・サービス業を対象とした「IT 活用セミナー」、製造業・建設業を対象とした「工程改善セミナー」などである。

### ○IT 活用セミナー

#### 【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×1 日

#### 【講師】

専門家（IT コーディネーターなど）

#### 【参加者】

事業計画策定事業者など

#### 【カリキュラム】

テーマ	講義内容
自社 HP の作成方法	○オリジナル HP の効果 ○HP 開設の基礎知識 ○SEO 対策のポイント

#### 【セミナー参加後の支援】

セミナー参加事業者については、セミナー後に経営指導員が訪問し、今後の販路開拓にどのようにつなげるかについてヒアリングを行うとともに、必要に応じて専門家を派遣し、自社 HP 作成を支援する。

### ○工程改善セミナー

#### 【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×1 日

#### 【講師】

専門家（中小企業診断士・現場経験者など）

#### 【参加者】

事業計画策定事業者・展示会出展事業者など

#### 【カリキュラム】

テーマ	講義内容
小規模事業者の「工程管理」 「品質向上」	○5S の考え方 ○ボトルネック工程の改善手法 ○全体の最適化のための施策

#### 【セミナー参加後の支援】

セミナー参加事業者については、セミナー後に経営指導員が訪問し、今後の工程改善にどのように取り組むかについてヒアリングを行うとともに、必要に応じて専門家派遣を行い具体的な工程改善を支援する。

#### ③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言いがたい。そこで、一般消費者向け商品の製造を行っている事業者（食品加工業など）を対象に、東京ビッグサイトで年2回開催されている「ギフトショー」をはじめ、県内外で行われている各種展示会・商談会等への出展を促し、新たな取引先の獲得を推進する。なお、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。令和7年12月2日(火)に開催された商談会においては、出展事業者15社、来場者36名(バイヤー13社)が参加した。

○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。

#### ④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

##### 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。
- ・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・高崎市・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

- ・西部地区8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。  
商工会正副会長会議で決定。



#### 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、各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。しかし、指導員間での知識の共有が図られていないため、ベテラン指導員と若手指導員の支援能力にバラツキが生じている。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。

経営指導員の知識の共有のための仕組みを構築するとともに、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西部地区8商工会による情報交換会（年1回）

西部地区8商工会による情報交換会を年1回（現状0回）開催する。その会合において、支援ノウハウ、支援の現状等の意見交換を行い、経営指導員の支援力向上に役立てる。

#### ②経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年2回）

日本政策金融公庫高崎支店国民生活事業と高崎支店担当地区支援機関（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。

#### ③群馬県中小企業支援ネットワーク会議への出席（年1回）

群馬県、市町村、県内商工会、商工会議所、中央会、群馬銀行、東和銀行、各信用金庫等が参加する中小企業支援ネットワーク会議へ参加する。各機関の成功事例において支援ノウハウを学ぶことや、ネットワーク強化へと繋がるため支援の幅を広げることが可能となる。参加者との支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

## 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「新町ふるさと祭り」「しんまち商工祭」「新町イルミネーション」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そのすべてを主催者として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、高崎市・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「高崎市新町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「高崎市新町地区地域活性化検討会」を年1回開催する。

「高崎市新町地区地域活性化検討会」は、高崎市・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・記帳指導職員が担当する。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">高崎市新町商工会</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>21 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>2 名</td></tr><tr><td>記帳指導職員</td><td>1 名</td></tr></table>	高崎市新町商工会		会長	1 名	副会長	2 名	理事	21 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	2 名	記帳指導職員	1 名	<table><tr><td>高崎市</td></tr><tr><td>商工観光部商工振興課</td></tr></table>	高崎市	商工観光部商工振興課
高崎市新町商工会																							
会長	1 名																						
副会長	2 名																						
理事	21 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	2 名																						
記帳指導職員	1 名																						
高崎市																							
商工観光部商工振興課																							
	<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	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 当会、高崎市商工観光部商工振興課が連携し、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。</li><li>・ 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。</li></ul>																						
②商工会の経営発達支援事業実施に係る体制	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 地区内を 2 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。</li></ul>																						
③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 法定経営指導員 1 名、経営指導員 1 名、経営支援員 2 名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。</li><li>・ 上記で把握・検証した実施状況を当会と高崎市の連絡協議会(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。</li></ul>																						
④経営指導員等の資質向上に係る体制	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、D X 化や生成 A I、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。</li></ul>																						
(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：北爪こず恵

■連絡先：高崎市新町商工会 TEL 0274-42-0930

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

申請書に記載の経営指導員・北爪 こず恵は、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

〒370-1301

群馬県高崎市新町2270-12

高崎市新町商工会

TEL：0274-42-0930 FAX：0274-42-5413

E-mail:shokokai@shinmachi.or.jp

②関係市町村

〒370-8501

群馬県高崎市高松町35番地1

高崎市商工観光部 商工振興課

TEL：027-321-1256 FAX：027-325-4879

E-mail:shoukou@city.takasaki.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

する事業					
------	--	--	--	--	--

(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 並びに法人にあっては、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