

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	藤岡市鬼石商工会（法人番号 8070005004016） 藤岡市（地方公共団体コード 102091）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	①小規模事業者の目線に立った事業計画策定 ②事業計画策定後のきめ細やかなフォローアップ ③小規模事業者の商品開発と販路開拓支援 ④情報発信を支援することによる販路拡大の実現 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、小規模事業者の持続的な発展を支援するとともに、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げる。
事業内容	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の活用や当会独自の景況調査、小規模事業者の決算データ分析を通して地域経済の動向を的確に把握し、情報の提供と事業者の計画策定に活用する。 4. 需要動向調査に関すること 新商品・新サービスに対するバイヤーや消費者ニーズの調査、各種統計調査からの需要動向の分析を行い商品開発や販路開拓支援につなげていく。 5. 経営状況の分析に関すること 分析対象者をセミナーや金融支援等を通じて開拓する。ローカルベンチマークを活用して定性分析、定量分析を行い事業計画策定につなげていく。 6. 事業計画策定支援に関すること セミナー参加者や経営分析実施者などを対象に、販路開拓や事業承継、創業計画など目的に合わせた実現性の高い事業計画策定支援を実施する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後の進捗状況を定期的に確認しフォローアップを行う。進捗状況が思わしくない場合は、専門家の視点を投入し対応策の検討とフォローアップ頻度の変更を行う。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 県内外の商談会・展示会への出展を支援し、新たな取引先の開拓に努める。また、ネットを活用した情報発信により、地区外の需要を取り込む。
連絡先	【藤岡市鬼石商工会】 住所 〒377-1401 群馬県群馬県藤岡市鬼石 334-2 TEL：0274-52-2062 FAX：0274-52-6024 E-mail: onishoko@onishoko.or.jp 【藤岡市 経済部商工観光課】 住所 〒375-8601 群馬県藤岡市中栗須 327 TEL：0274-40-2318 FAX：0274-24-4414 E-mail: syoko2@city.fujioka.gunma.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 当地域の現状及び課題

① 現状

【立地】

当地域が位置する藤岡市は、群馬県の西南部に位置し、東は埼玉県上里町、神川町、西は高崎市吉井、甘楽郡甘楽町、下仁田町、埼玉県秩父市、北は高崎市、佐波郡玉村町と境界を接し、市の南部は関東平野に、市の西南側は山間部になっている。

山や神流川の美しい山や河川などの優れた自然環境と市街地が共存し、総合病院を核とした医療や、数々の介護施設等、福祉にも積極的に力を注ぐ地域である。

当商工会が位置している鬼石地区(旧鬼石町)は、平成 18 年 1 月の行政合併により藤岡市に編入された。地域面積約 53K㎡の大半が山間部(森林)に覆われ、旧市街地に商店が集積する門前町として栄えてきた。

また、周囲を山々に囲まれているため、冬季や台風の強風も緩和されて、比較のおだやかな気候の土地でもある。



【人口】

藤岡市との合併前の人口は約 6,800 人、世帯数 2,300 世帯であった。その後は人口・世帯数とも減少傾向となっており、平成 27 年 10 月 1 日における当地区の人口は、5,455 人、世帯数は 2070 世帯となっている。

《藤岡市鬼石地区人口と世帯数の推移(出典：藤岡市統計書(令和 2 年版))》

	H12 年	H17 年	H22 年	H27 年
人口	7,269	6,808	6,100	5,455
世帯数	2,301	2,317	2,160	2,070

生産年齢人口(15才以上 65歳未満)は減少傾向となっている。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増加しており令和 17 年には 30%を超えており、現在においてはその比率はさらに高くなっていると予想される。

《藤岡市鬼石地区年齢別人口の推移(出典：藤岡市統計書(令和 2 年版))》

	H12 年	H17 年
15 才未満	940	772
15~64 才	4,449	3,981
65 才以上	1,880	2,055
65 才以上の割合	25.9%	30.2%

※H18 年藤岡市と旧鬼石町の合併により本統計データはH17 年で集計終了

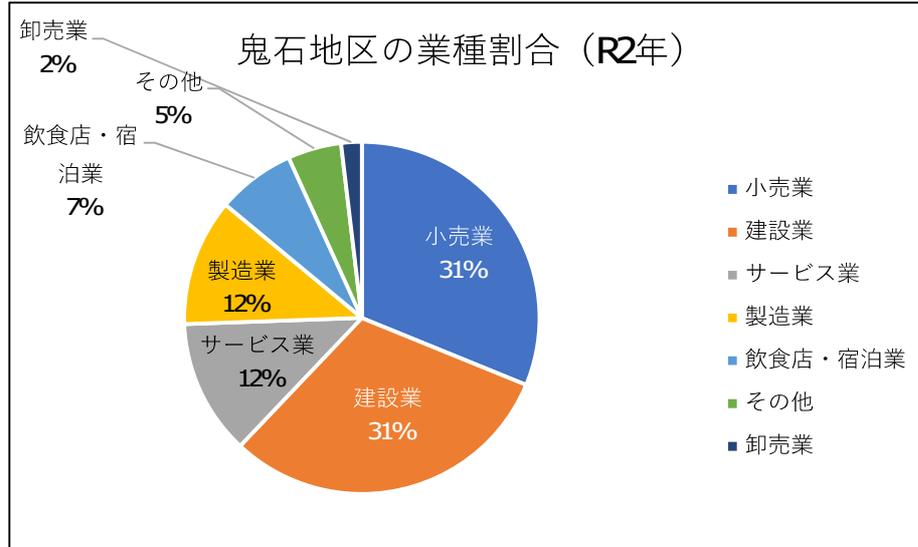
【産業】

当地区における商工業者総数(令和 2 年度)は 268 事業者となっている。うち小規模事業者数は 232 者となっており、全体の 86.5%を占めている。商工業者数・小規模事業者数ともに平成 28 年には事業者数が増加したが令和 2 年には大きく減少している。

《商工業者・小規模事業者数（出典：経済センサス）》

	H24年	H28年	R2年
商工業者総数	404	435	268
小規模事業者数	297	381	232

令和2年度における業種別事業所数は小売業の占める割合が最も高く31.2%（83者）となっている。次いで建設業30.8%（82者）、サービス業12.4%（32者）となっている。小売業・建設業で全体の約6割を占めているが、業種によるバラツキは比較的少ない。

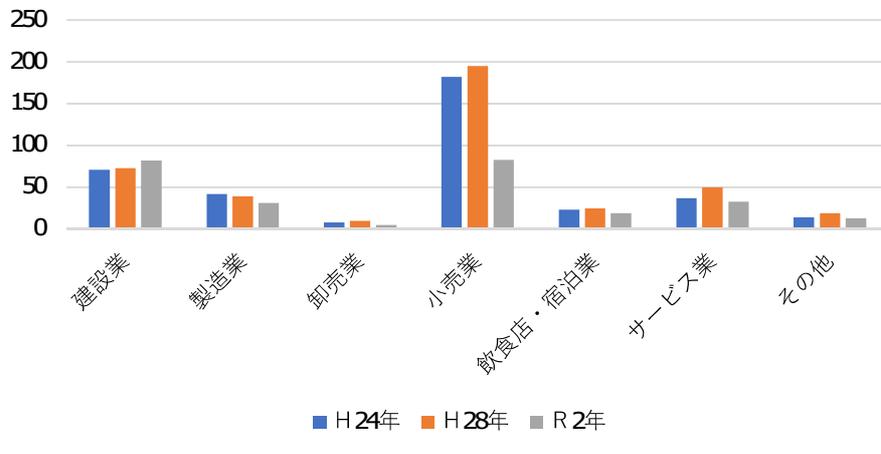


業種別の事業者数推移では、建設業がわずかながら増加傾向、その他の業種については平成28年以降は減少傾向となっている。特に小売業においては事業者数の減少が大きく、令和2年においては平成28年と比較し約57%の事業者数の減少となった。

《業種別事業者数の推移（出典：経済センサス）》

	H24年	H28年	R2年	割合
建設業	71	73	82	30.8%
製造業	42	39	31	11.7%
卸売業	8	10	5	1.9%
小売業	182	195	83	31.2%
飲食店・宿泊業	23	25	19	7.1%
サービス業	37	50	33	12.4%
その他	14	19	13	4.9%

鬼石地区の業種別事業者数推移



**【交通】**

当地区には鉄道が通っておらず、主要な交通手段は車・バスである。国道 462 号線が、地区内を流れる神流川に沿って走っており、山間部を通じて多野郡神流町や上野村、埼玉県秩父市などへのアクセス道としての役割を果たしている。

**【観光資源】**

三昭和 32 年に国の名勝及び天然記念物に指定された波石（サンバセキ）峽がある。この渓谷は、下久保ダムの下流に位置し、約 1.5 km にわたり三波石と言われる「緑色片岩類」の巨岩・奇石が並ぶ特異な景観を創り出している。

県立桜山公園には、全国的に珍しい「冬桜」が約 7,000 本あり、11 月から 12 月にかけて一斉に花を咲かせる。秋になるとモミジやケヤキなどの木々は色とりどりに紅葉し、冬桜と見事なコラボレーションを演じる。

鬼石地区には、御荷鉢山（みかぼやま）に住んでいた鬼が、富士山より低い山が気に入らず、一晩で高くしようと石を積み上げますが、空は白み始め、悔しがった鬼が石を放り投げたところ、その落ちたのが鬼石だという伝説があり、それにちなんだ「鬼恋節分祭」が毎年 2 月に開催されている。「鬼恋節分祭」では、福は内、鬼も内! のかけ声で豆と多数の景品の当たるボールなどをまく「鬼呼び豆まき」、子供限定の「鬼とのジャンケン」、歌謡ショーなどが行なわれている。毎年 7 月の中旬に開催される「鬼石夏祭り」は、勇壮な屋台囃子と屋台巡行で知られ、「関東一の祭り囃子」と言われている。

**【特産品】**

冬桜が咲く時期に実がなる「冬桜りんご」。みかん、鉱泉煎餅、長井屋まんじゅうなどがある。

**【第 5 次藤岡市総合計画（2018～2027）からの引用】**

「第 5 次藤岡市総合計画」「第 3 部 基本計画」の中の「第 3 章基本施策 3 産業・観光」において以下の方針が掲げられている。

「3-1 商業・サービス業」

○施策の目標

- ・商店街をはじめとした地域の特性、個性、資源などを活用しながら、人々のにぎわいと活気があふれるまちづくりを行います。
- ・地域の商店や創業希望者等が魅力ある店づくりや経営の安定・向上を図るための支援を行うことにより、環境の変化や消費者ニーズに適切に対応し、競争力を備えた地域産業の育成を行います。

○現状と課題

- ・卸売業や小売業における商店の数は、平成 16 (2004) 年の 867 店から平成 26 (2014) 年は 557 店となり、310 店 (35.8%) 減少しています。販売額は、平成 16 (2004) 年の 1,017 億円から平成 26 (2014) 年は 820 億円となり、197 億円 (19.4%) 減少しています。
- ・商業は多野藤岡地域を主な商圈として発展してきましたが、高崎市に近接する立地条件やモータリゼーションの進展、消費者ニーズの高度化・多様化などを背景に購買力の流出が顕著となっています。
- ・商店街においては、郊外への大型店進出や消費者ニーズの変化、事業主の高齢化や後継者問題に伴う廃業などにより活力が低下してきています。
- ・地域経済や産業の活性化を図るためには、既存商店の再生をはじめ、商業経営の強化や沿道型商業の適正誘導などが課題です。また、創業希望者や新規出店者などを支援することにより、新しい活力を生み出す必要があります。

○今後の個別施策

1 魅力ある商業地・商店街の形成

市民の生活に密着した個店や商店街が、地域の特性や資源などを生かしながら環境の変化や消費者ニーズに適切に対応し、魅力ある店づくりに取り組めるよう支援していきます。

2 商業経営の安定・向上

中小企業の経営力の安定と向上を図るため、商工会議所、商工会などを通じ経営相談・経営指導・企業診断などの充実により企業の経営改善を進めます。既存商店の経営安定・強化を促進するため、制度融資の充実に努めます。

3 地域経済・産業の活性化

地域経済や産業の活性化を図るため、商工会議所・商工会・商店街などと連携して、商業活性化策の充実、創業希望者や新規出店者に対する支援を進めます。

4 地域資源を活用した商業振興

豊かな自然や文化・歴史などの観光資源を生かした商業の振興を図ります。

○今後の個別施策

指標の名称	説明	単位	28年度 (基準)	34年度 (中間目標)	39年度 (目標)
商店数	商業統計による商店数	店	557 (26年)	550	550
販売額	商業統計による販売額	億円	820 (26年)	825	825
創業支援者数	創業支援事業計画に基づく創業支援者累計数 (工業・地域産業を含む)	人	33	143	188

「3-2 工業・地域産業」

○施策の目標

- ・既存企業の経営基盤の強化を進めるほか、企業の新たな用地需要等に応えるため産業基盤の整備を行うことにより優良企業の誘致を進め、地域産業の振興によるまちづくりを目指します。
- ・企業との交流や県との連携を進め、地域産業の技術の高度化、新分野への取り組みを支援します。

○現状と課題

- ・事業所数(従業員4人以上)は、平成 17 (2005) 年の 274 事業所から平成 26 (2014) 年は 219 事業所となり、55 事業所 (20.1%) 減少しています。一方、製造品出荷額等は、平成 17 (2005) 年の 2,005 億円から平成 26 (2014) 年は 2,254 億円となり、249 億円 (12.4%) 増加しています。

- ・従業者数は平成 17 (2005) 年の 8,582 人から平成 26 (2014) 年は 8,368 人となり、214 人 (2.5%) 減少しています。
- ・工業は旧来からの瓦製造業に替わって、昭和 40 (1965) 年以降の企業誘致により、輸送機器をはじめ、金属製品、プラスチック製品、電気機器等の製造業を中心として企業立地が進んできました。近年では、平成 22 (2010) 年に藤岡北部工業団地、平成 24 (2012) 年には三本木工業団地が完成し、進出企業も医薬品・医療品製造、輸送機器関連等多種にわたり本市の工業力を高めています。しかし、既存企業の多くは中小企業で占められ、景気変動に左右されやすい構造になっているため、景気の低迷や経済のグローバル化の影響により事業所が減少し、停滞傾向にあります。なお、製造品出荷額等については、リーマンショック時の平成 21 (2009) 年には落ち込みましたが、現在は回復し増加傾向となっています。
- ・既存企業の体質強化や付加価値の高い先端企業の立地を促進し、経済環境の変化に対応できる産業構造・産業基盤の強化を図ることが必要です。また、工業用地が不足しているため、適地の選定や工業団地の造成を行い、企業誘致を図ることが必要です。
- ・地域経済や産業の活性化を図るためには、創業希望者や新規事業者などを支援し、新しい活力を生み出すことが必要です。

○今後の個別施策

1 既存企業の振興

既存企業の経営基盤を強化するため、技術・製品の販路開拓や IT を活用した営業力強化を支援します。

2 企業経営の安定・向上

中小企業の経営力の安定と向上を図るため、商工会議所や商工会などを通じ経営相談・経営指導・企業診断などの充実により企業の経営改善を進めます。

既存企業の経営安定・強化を促進するため、制度融資の充実に努めます。

3 企業誘致の推進

優良企業の受け皿となる工業団地として適切な地域を選定し、造成・整備を行います。また、柔軟な産業構造を実現するため、多様な企業の誘致を図るほか、企業の市内立地を実現するための優遇措置を講じます。

4 新産業・新分野の推進

新産業・新分野への進出を促すため、企業との交流や県との連携により、医療関連や環境・エネルギー関連といった新たな分野に取り組む企業やその開発を支援します。

5 地域経済・産業の活性化

地域経済や産業の活性化を図るため、商工会議所や商工会、商店街などと連携して、創業希望者や新規事業者に対する支援を進めます。

○今後の個別施策

指標の名称	説明	単位	28年度 (基準)	34年度 (中間目標)	39年度 (目標)
事業所数	工業統計による商店数	事業所	219 (26年)	220	220
製造品出荷額等	工業統計による製品出荷額等	億円	2,254 (26年)	2,420	2,420
創業支援者数	創業支援事業計画に基づく創業支援者累計数 (商業・サービス業を含む)	人	33	143	188

②課題

【現在の状況】

当地区は地区の大半が山間部であり、平野部は限られている。その狭い区域に農地・住宅地・商

業地・工業地が混在しているため、産業の振興を進めるのが困難な地域でもある。人口・世帯数ともに減少傾向となっており、それとともに生産年齢人口（15才以上65歳未満）も減少している。また、主要な交通手段が車・バスであることから道路整備は進んでいるが、弊害として消費者・生産者の地域外流出が起こっている。

#### 【産業別の状況と課題】

##### 《商業（小売・飲食・サービス業）》

- ・当地区における小売業者の占める割合は最も高い。その理由は、特産品である「三波石」を販売する事業者が多かったことに由来している。「三波石」は伊勢神宮の石段に使用されるなど庭石として名高いが、近年、住宅様式の変化にともなう日本式庭園の減少や景気低迷によるコスト削減などにより需要が低下している。
- ・当地区の中心地に商店街があるが、商店経営者の高齢化や郊外型大型店の出店影響、近隣都市への購買流出が進み、地元商店街の衰退と空洞化が顕著となり、事業所経営は厳しい環境である。また、大型店（小売商業）は、当地の北部に食料品・雑貨類小売のスーパー「フレッセイ鬼石店」があり、さらに建築資材・雑貨類小売のホームセンター「カインズホーム神川店」が、商店街から3キロメートル圏内に立地しており、競合が厳しくなっている。また、ネット通販の利用も広がり、店舗に足を運ばずに商品を購入する消費者も増えている。
- ・飲食店は地区の中心部に集中しており、地区内の人口減少による影響を大きく受けている。また、新型コロナウイルスの影響により苦境に立たされている事業者も多い。

##### 《工業（製造・建設業）》

- ・当地区では、神流川の上流に昭和43年に下久保ダムの建設にともない、造園業で使用される「三波石」が産出され、石の加工や曳き売りで全国各地を売り歩いた石の町として栄えてきた。現在においても、製造業においては、三波石関連の事業者が多い。
- ・しかしながら、近年では景気低迷や消費者ニーズの変化、安価な製品の普及等、取り巻く環境が変化し、地場産業である「三波石」の販売額は大幅に減少しているため、経営面では厳しい環境にある。
- ・製造業においては、自動車関連部品の製造・加工を行っている事業者も多い。プラスチック加工や金属加工を受注し元請企業に納品しているが、独自の技術を持つ小規模事業者もあるが、零細事業者が多く元請企業の業績に自社の売上が大きく左右されてしまう。
- ・近隣の藤岡市が関越自動車道や上信越自動車道の分岐点であることから、工業団地などの集積が進んでいる。当地区において、そのような事業所との取引がある事業者も多く、地区外への移転が進んでいる。
- ・建設業については、事業者数は増加傾向となっている。その理由は、当地区の交通の利便性が高まったことや、近隣市である藤岡市・高崎市より事業コストが低いため事業所を移転してくる事業者が増えているからである。

##### 《事業承継》

- ・全業種を通じて後継者不足が課題となっている。後継者がいないまたは未定の事業者が多く、このままではその多くが廃業してしまう可能性が高い。日常の巡回訪問の結果、後継者がいない理由は、現事業の将来性を危惧していること、子供に継ぐ意思がないことなどが大きな原因であり、自分限りで廃業しようと考えているからである。
- ・当地区を取り巻く経済環境は今後も厳しくなることが予想される。そのような先に希望を持っていない状況の中で、事業を承継する（させる）ことに躊躇するのは当然ともいえる。しかし、独自の技術を持つ事業者や好業績の事業者がその中に存在しており、今後も時代に適応したビジネスモデルへの転換を模索することにより、地域を支える事業者の持続的発展は可能であると考えられる。

#### (2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

##### ①10年程度の期間を見据えて

当市の状況を鑑みると、このままでは10年後には、小規模事業者数の相当数が廃業してしまう

可能性もある。当地区の生活を支える小規模事業者が持続的に発展していくことが地域振興において重要であり、小規模事業者の発展と雇用の創出は商工会の使命である。小規模事業者の減少を可能な限りくい止めていくことが求められている。

そのためには、自社の「強み」に気付き、「強み」を活かした高付加価値経営を実現し、事業継続への「強い思い」を持ってもらうことが必要である。方法として、事業者の規模やレベルなどの実情に合わせた経営分析を行い、事業計画の策定からその後の実行支援へとつなげていく過程で事業者のやる気を引き出し、自発的な経営改善へと導いていくことが支援の中心となる。

これを実現するには、支援体制の更なる充実と質の向上が必要である。指導員・職員のスキルアップによる支援力の向上、他の支援機関、専門家との連携を強化するなどして相談、支援体制の整備を進めていく。

また、全業種において、自社製品やサービスの情報発信力が弱い状態となっている。独自技術やサービスを持つ事業者の顧客獲得のためには、ネットを活用した情報発信が必須である。デジタル化やIT化を進めることにより、DX（デジタルトランスフォーメーション）によるビジネスモデルの転換が求められている。

## ②「第5次藤岡市総合計画」との連動性・整合性

### 「3-1 商業・サービス業」との整合性

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

## ③藤岡市鬼石商工会としての役割

当商工会は、平成29年度より取り組んでいる経営発達支援計画に基づき、当地区の小規模事業者の持続的な発展のために密着した支援を行ってきた。これからもこの姿勢を変えずに、当地区の「中核支援機関」「身近な支援機関」として、気軽に相談に来てもらえるような体制を整えていく。

また、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金などの小規模事業者施策の普及を図り、事業計画の策定と併せて活用することでより効果的に経営改善を進めていく。

小規模事業者を取り巻く環境は厳しい状況にあるが、長年地域で培ってきた信頼関係を有効に活用し、他のさまざまな支援団体との連携を図ることで、地域の中核的支援団体としての役割を果たしていく。

## (3) 経営発達支援計画の目標

### ①小規模事業者の目線に立った事業計画策定

事業の継続を図るために、実現可能性の高い事業計画策定を支援する。当地区の小規模事業者が存続することにより、鬼石地区で暮らす人々が安心して生活することが可能となり、また地域の雇用を生み出すことにより地域に裨益する。

### ②事業計画策定後のきめ細やかなフォローアップ

事業計画策定後の事業者にきめ細やかなフォローアップを実施することにより、確実な計画達成を目指す。

### ③小規模事業者の商品開発と販路開拓支援

顧客や取引先の需要に基づいた製品・サービス開発を支援する。また、展示会への出展などを支援することにより、それらの製品・サービスの販路開拓を目指す。

### ④情報発信を支援することによる販路拡大の実現

小規模事業者のネットを活用した情報発信などを支援し、販路拡大を図る。

## 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4年4月1日～ 令和9年3月31日

#### (2) 目標の達成に向けた方針

##### ①小規模事業者の目線に立った事業計画策定

小規模事業者の経営力を強化し持続的な発展を維持するためには事業計画の策定が重要となる。事業計画を策定するためには、自社の「経営状況の分析」に基づいた具体的な行動計画・数値計画が必要となる。当商工会においては、個々の小規模事業者のレベルに合わせた実現可能性の高い事業計画策定を支援する。

##### ②事業計画策定後のきめ細やかなフォローアップ

いくら立派な事業計画を策定しても実行されなければ意味がない。また、事業計画進行途中にはさまざまな問題点が生じることも多い。当商工会では、事業計画策定事業者に対して基本的には4半期に1度の訪問を実施するとともに、必要に応じて訪問回数を増やすなど事業者の進行状況に合わせたフォローアップを実施する。

##### ③小規模事業者の商品開発と販路開拓支援

新商品・新サービスの開発にあたっては、自社の「強み」を認識し、「強み」を活かす商品群の選定、ターゲットの設定、販売戦略の策定等の支援を行う。自社が「作りたい」「売りたい」商品ではなく、消費者目線の「売れる商品」を開発する支援を行う。

製品・サービスの販路開拓については、県内外での商談会・展示会への出展を支援し新たな取引先の獲得を図る。

##### ④情報発信を支援することによる販路拡大の実現

当地区内には、独自の製造技術を持つ事業者、特徴のある商品・サービスを提供する事業者が多く存在している。しかし、そのような小規模事業者の多くは、ネットを活用した効果的な情報発信を行っておらず販売機会を逃してしまっている。SNS 開設や自社 HP の開設などを支援し販路拡大を実現する。

### 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、当商工会の指導員が会員等を巡回し、知り得た情報を職場内のみで共有していたに過ぎず、当会単独の情報収集であり、かつ情報公開していなかった。今後は、国が提供するビッグデータの活用や独自のアンケート調査を実施するなど、地域経済動向を的確に情報収集し比較分析を行い、小規模事業者の経営分析や事業計画の作成、実行に向けて有効な情報として提供することが課題である。

##### (2) 目標

	公表方法	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
②地区内の経済動向調査の公表回数	HP掲載	-	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

当地域経済の全体像、各産業の現状を把握するため、国の提供する「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し地域の経済動向分析を行い、当会ホームページ上で報告する。

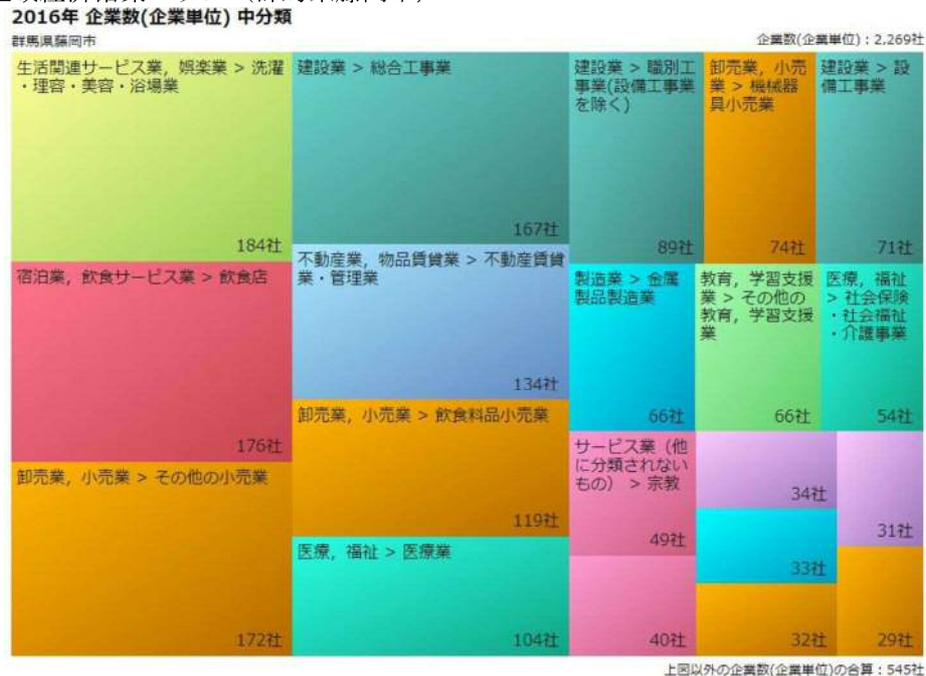
#### 【調査項目】

- ・「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。
- ・「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。

#### 【調査手法】

経営指導員が「RESAS」を活用し、当地域の経済動向分析を行う。

#### RESAS 地域経済循環マップ（群馬県藤岡市）



#### ②地区内の経済動向調査

当地区の小規模事業者に経済動向を尋ねるアンケート調査票を配布し、回収したデータの分析を指導員が行い地区内の経済動向を把握する。

【調査対象】 製造業、建設業、小売業、飲食業、サービス業（100者）

【実施回数】 年1回（9月）

【調査項目】 売上高・利益・仕入状況・資金繰り・設備投資の有無など

【調査手法】 巡回・窓口にて、調査票による年1回のアンケート調査を実施

【分析手法】 経営指導員等が業種別・項目別などに集計し外部専門家と連携し分析を行う

### (4) 成果の活用

情報収集し調査・分析した結果を当会ホームページに掲載し、管内事業者に周知するとともに各事業所の事業計画策定に活用する。また、当会としても情報共有を行い、事業所の事業計画策定や経営改善計画策定に活用して行く。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

事業者が自らの新商品・新サービス等を販売する際には、消費者ニーズや市場動向等、需要動向

を把握することが必要である。しかし、多くの小規模事業者はその必要性を認識しておらず、調査を実施していないのが現状である。また、当商工会においても需要動向調査の支援を実施していない。

今後は、需要動向調査の必要性を説明するとともに、事業者が需要動向調査を行う際には積極的にサポートを行い、新商品・新サービスの市場ニーズの把握を行う。

## (2) 目標

支援内容	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①商談会・展示会におけるアンケート調査 調査対象事業者数	0	2者	2者	2者	2者	2者
②業種別・品目別の需要調査 調査対象事業者数	0	2者	2者	2者	2者	2者

## (3) 事業内容

### ①商談会・展示会におけるアンケート調査の実施

独自技術を持つ製造業者や特徴のあるサービスを提供する事業者が、バイヤーや消費者を対象に実施するアンケート調査を支援する。具体的には、独自の技術を持つ木材加工メーカーや金属加工メーカーを対象とし、県内外で開催される展示会（群馬ものづくりフェア・ギフトショーなど）に出展する事業者の需要動向調査の支援を行う。

#### 【サンプル数】

来場者 100 人

#### 【調査手段・手法】

展示ブースに来場したバイヤーや一般消費者を対象に、アンケートに記載いただく。小規模事業者が必要とする情報を提供し、その結果の活用を図るため、調査項目等は事業者ごとに選定して調査を実施する。

#### 【分析手段・手法】

調査結果を指導員が集計・整理を行い、専門家の意見を聞きながら分析を行う。

#### 【調査項目】

①商品・サービスの満足度 ②よかった点・改善点 ③価格設定 ④納期 ⑤支払条件・取引条件 など

#### 【調査・分析結果の活用】

担当指導員が情報を共有するとともに、事業者に対し直接調査結果の説明を行う。また、新規商品の開発や事業計画策定の資料とし、新たな販路拡大につなげる。

### ②業種別・品目別の需要調査

#### 【調査手段・手法】

総務省、経済産業省のホームページ、金融機関や業界団体・経済紙のレポート、日経テレコン等から業種別・品目別需要動向の情報を収集し、当該小規模事業者が必要とする情報を提供する。その結果の活用を図るため、調査項目等は事業者ごとに選定して調査を実施する。

#### 【分析手段・手法】

調査結果を指導員が集計・整理を行い、専門家の意見を聞きながら分析を行う。

#### 【調査項目】

①業種別の市場動向 ②品目別の市場動向 ③地域別の景況感 ④商品・サービスのトレンド など

#### 【分析結果の活用】

指導員・職員が分析した情報を共有し事業所の個別支援に活用するとともに事業者の情報提供を行い経営改善や事業計画策定等に活かす。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

財務分析などの定量分析に関しては、金融支援を行う際に、各経営指導員が「安全性分析」「収益性分析」を行う程度であり、記帳代行者に対しては「ネット de 記帳」等の経営分析システムはあるものの、上手く活用できていない状態である。

定性分析については、新規開業や経営革新計画を志す事業所に SWOT 分析、3C 分析等を明示し、経営方針策定の支援をすることはあったが、当商工会から事業者に提案することはなかった。

一方、当商工会においても、経営状況の分析の必要性について、積極的に周知していない状況である。

今後は、巡回訪問や窓口相談などの小規模事業者との接触の機会を捉え、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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
経営状況分析勧誘事業者数	-	10 者	10 者	15 者	15 者	15 者
経営分析件数	-	5 件	5 件	7 件	7 件	7 件

### (3) 事業内容

#### ①経営分析への勧誘

経営指導員の巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時などの小規模事業者との接触の機会を捉え、「経営状況の分析」が必要であることを説明する。説明を受け、経営状況を分析してみたいと申し出た事業者に対して、経営指導員が主導し経営分析を実施する。

#### ②経営分析の内容

##### 【対象者】

巡回訪問・窓口相談・各種セミナー開催時の来場者の中で、経営状況分析の重要性に気づいた事業者

##### 【分析項目】

定量分析たる「財務分析と定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

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

<非財務分析>部環境（強み・弱み）、外部環境（機会・脅威）を整理しクロス SWOT 分析により事業の方向性を整理する。

##### 【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」などのソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。また、分析の内容が複雑な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）に支援を依頼する。

### (4) 分析結果の活用

分析結果については、当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定支援における基礎資料として活用する。また、各データはデータベース化し内部共有することで、経営指導員や職員のスキルアップに役立てる。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

現状の事業計画策定支援は、小規模事業者経営改善貸付等の金融審査の推薦書作成や、小規模事業者持続化補助金・モノづくり補助金等の申請書作成にともなう事業計画の策定支援が主である。内容としても補助金獲得等目的のための対応が多く、小規模事業者ごとの規模や経営状

況分析、地域経済動向等を考慮した事業計画の策定が出来ていない。これは、事業計画策定の本来の意義や重要性が理解されていない事が理由としてあげられる。このため、小規模事業者にとって事業計画策定の意義や重要性を理解、認識してもらい実現可能性・継続性の高い事業計画策定を支援することが課題である。

## (2) 支援に対する考え方

小規模事業者が経営課題を解決するためには、自社の置かれた経営環境についての理解とそれを考慮した事業計画が必要であるが、地区内において、このような計画書を作成している事業者はほとんどない。また、事業計画の意義や必要性の説明を行っても、事業者自身が日々の業務に忙殺され、時間が取れない状況にある。補助金申請者、事業承継予定者、創業予定者、金融相談者の中から前向きで意欲の高い事業者の掘り起こしを図り、実現可能性の高い事業計画の策定につなげて行く。

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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8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	-	1回	2回	2回	2回	2回
個別相談会	1回	1回	1回	2回	2回	2回
事業計画策定件数	2件	5件	5件	7件	7件	7件

## (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」の取り組む予定の事業者。

#### 【カリキュラム】

日程	テーマ	講義内容
1日目	DX推進のための取組	<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

### 【支援対象】

経営分析を行った事業者、小規模事業者持続化補助金申請者、各種セミナー（事業承継セミナー・創業セミナーなど）参加者、金融相談者

### 【募集方法】

「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。

### 【講師】

専門家（中小企業診断士・税理士など）

### 【実施回数】

1～2 回/年

### 【参加者】

20 者（20 名）

### 【カリキュラム】

日程	テーマ	講義内容
1 日目 (2 時間)	事業計画策定の概要	○事業計画とは？ ○事業計画策定の意義及び重要性 ○経営理念・ビジョンの作成方法
2 日目 (2 時間)	自社の分析 自社の事業計画策定	○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 ○行動計画・数値計画の設定

## ③個別相談会の実施

セミナーを受講しただけでは、事業計画策定に覚束ない事業者も多い。そのような事業者を対象に、事業計画策定のための個別相談会を実施する。

### 【支援対象】

事業計画策定セミナー受講者、自ら事業計画策定を行う意欲のある事業者

### 【実施回数】

1～2 回/年

### 【手段・方法】

事業計画策定セミナー受講者に対し、担当している経営指導員が個別相談会への参加を促す。事業計画策定における指導・助言は担当経営指導員が実施するが、必要に応じて専門家（中小企業診断士など）に同席してもらい適切な指導を仰ぎながら、実現可能性の高い、継続性のある事業計画に確実に繋げていく。

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

当商工会の現状は、各種補助金申請や金融相談に伴う事業計画策定が中心となっており、その後の進捗状況の把握やフォローアップについては、事業者からの相談や担当した職員の個々の対応に委ねられ、支援内容、支援頻度などについてルールが明確化されていなかった。また、経営指導員・職員は個別に活動しているため、お互いの進捗状況、支援技術などを共有する機会もなかった。組織的、計画的なフォトショップ・支援対応が必要である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定後については、その後の進捗状況が重要となる。事業計画策定した事業者に対し

て支援内容に応じて定期的に巡回、窓口相談によりフォローアップを実施する。また、各事業者の進捗状況によりフォローアップ回数の増減や計画変更支援を行う。

### (3) 目標

支援内容	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
フォローアップ対象事業者数	2 者	5 者	5 者	7 者	7 者	7 者
頻度 (延べ回数)	10 回	26 回	26 回	34 回	34 回	34 回
毎月 1 回フォロー事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
4 半期に 1 回フォロー事業者数	-	3 者	3 者	5 者	5 者	5 者
年 2 回フォロー事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上増加事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
利益率 1%以上増加事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

※売上増加事業者・利益率 1%以上増加事業者数はフォローアップ事業者数の 10%とした。

### (4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象としてフォローアップを行う。支援内容に応じてフォローアップ回数を決め 1 事業所 2 年間の進捗状況を把握する。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基本とする。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。

事業計画策定後に問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、その把握に努めるとともに具体的な改善案について提案を行う。また、必要に応じて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、専門家を派遣するなど専門的な指導・助言を受ける。

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・世帯数の減少や高齢化などから当地域内での需要は減少傾向である。また、大型店舗（フレッセイ鬼石店・マルエドドラッグ鬼石店など）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。

当商工会では、HP 作成の個別相談会を実施し、小規模事業者の HP 開設を支援してきた。しかし、地区内の多くの小規模事業者はホームページを持っておらず、製品・サービス等の宣伝や販売を WEB 上で行っていない状況にある。また、HP を作成した事業者においても、動画などのコンテンツ不足により、思ったような効果が上がっていない例もある。

ネットの活用や県内外の展示会への出展などを積極的に展開し、新たな需要の開拓を支援することが課題となる。

### (2) 支援に対する考え方

当会が独自で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展示会、販売会、商談会などを積極的に活用するよう、事業所への周知徹底を図っていく。この目的達成のため、専門家を派遣し、ブース等のディスプレイ支援、営業話法の支援、アンケート調査票の作成等を支援する。

スマホやパソコンの普及により、いつでもどこでもインターネットを閲覧できる環境が整っている現在、ホームページや SMS を活用した情報発信や商品販売が重要となっている。独自の技術やサービスを提供する小規模事業者を中心に、ネットを活用した情報発信・商品販売を支援する。

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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①商談会出展事業者数 (BtoB)	0	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②SNS 活用事業者数	0	10 者				
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%
③EC サイト利用事業者数	0	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%
④自社 HP 開設者数	2 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
売上増加率/者	5%	10%	10%	10%	10%	10%
⑤商工会 HP による情報発信	-					
新規掲載事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
内利益率 1%以上件数	-	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

### (4) 事業内容

#### ①県内外商談会への出展支援

独自の技術を持つ製造業者などを対象に、バイヤーなどと商談を行うことのできる商談会・展示会への出展支援を行う。出展に不慣れな事業者に対して、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】

- ・独自の技術を持つ製造業者
- ・独自に展示会に出展するには経営基盤が不足している事業者

#### 【支援方法】

当商工会のホームページにおいて、事業者に向けての情報提供を行うとともに、経営指導員・職員が、支援対象となる事業者を訪問し、県内外で開催される展示会やマッチング商談会への参加を促す。展示会や商談会への出展支援や製品のカタログなどの PR 資料の作成のほか、バイヤー等へのアピールの仕方や商談の進め方などバイヤーとマッチングするための具体的な事前支援を実施する。出展後においても名刺交換した商談相手へのアプローチ支援等、商談成立に向けた実効性のある伴走支援を行い成約に結び付ける。

#### 【出展を想定する展示会】

##### ○群馬県ものづくりフェア

群馬県内外のものづくり企業が、各社の独自技術・製品の提案を行う展示商談会。令和3年8月に開催された商談会には、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。毎年、県内外のものづくりに関するバイヤーが多数来場し、出展企業との商談を行う。

##### ○中小企業 新ものづくり・新サービス展

ものづくり補助事業に取り組んだ事業者が、ものづくり補助金を活用して開発した新しい製品・サービス・技術等（補助事業の成果）の販路開拓・拡大支援のために開催される商談会。

東京ビッグサイトで開催され、2019年の来場者数は17,926人、出展社数は539社であった。

②SNSの活用

小規模事業者の多くが地区内での商圏に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNS（フェイスブック・インスタグラムなど）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

当商工会で行っているHP開設のための個別相談会は引き続き実施する。また、窓口相談・巡回訪問・各種セミナー参加者に対してこれまで以上に積極的に自社HPの開設を呼びかける。また、HPは開設したが思うように効果が上がらない事業者に対して、新たなコンテンツとしてPR動画などの追加を行う場合は、必要に応じて専門家を活用し、効果的PR動画作成を支援する。

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。

**経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み**

**9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること**

**(1) 現状と課題**

毎年開催される総代会において事業の報告が行われているが、総代会出席者は商工会役員・商工会職員となっており、外部評価は行われていない。今後は、事業を客観的に評価し見直しするための仕組みを構築することが課題となる。

**(2) 事業内容**

当商工会役員・藤岡市経済部商工観光課・法定経営指導員・外部有識者（税理士、中小企業診断士などの専門家）により構成された「経営発達支援事業協議会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を年1回行う。

協議会において作成された評価・見直し案については、当商工会理事会へ報告し承認を受け、事業の成果・見直しの結果については、内容を「商工会HP」において公表する。

**10. 経営指導員等の資質向上等に関すること**

**(1) 現状と課題**

現在、当商工会では、群馬県商工会連合会が実施する各種研修会や、中小企業大学で実施される研修に経営指導員を派遣し資質の向上を図っている。しかし、経営指導員をはじめとする職員の資質については、職務経験・知識により、バラつきがある状態となっている。また、経営指導員・職員において、知識・ノウハウの共有が進んでおらず、組織全体のレベルアップが進んでいない。

**(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

## ③職員間定期ミーティングの実施

全職員（経営指導員・経営支援員・記帳指導職員）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、経営指導員が、小規模事業者の経営状況、分析結果等支援状況について報告を行うとともに、IT 等の活用方法や具体的なツールの紹介を行う。それらの情報や支援ノウハウの共有化を図ることにより、組織全体の支援力を強化する。また若手指導員はベテラン指導員との意見交換を通じ、経営指導のノウハウを習得する。

## ④OJT 制度の導入

経営指導員の支援力を高めるために積極的に OJT の機会を設ける。巡回、窓口相談時において、必要に応じ、若手経営指導員は、ベテラン経営指導員とチームで小規模事業者の支援に当たり、指導、助言内容、情報収集方法等を学び資質を向上させる。

## ⑤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西南地区 7 商工会による情報交換会（年 1 回）

西南地区 7 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）

日本政策金融公庫前橋支店国民生活事業と前橋支店地区支援機関（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。

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、行政、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。

## 地域経済の活性化に資する取組

### 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**

当地区においては「鬼石夏祭り（7月）」をはじめとする各種イベントが開催されており、当商工会においても出展者支援などを通じて地域活性化に貢献している。しかし、このようなイベントは季節ごとに開催される一過性の事業となっており、地域経済の活性化策として有効に活用されていない状況となっている。

今後は、各種地域振興事業の開催を通じ、藤岡市・地元企業・金融機関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鬼石地区の独自性と求心力の向上を図ることが課題となる。

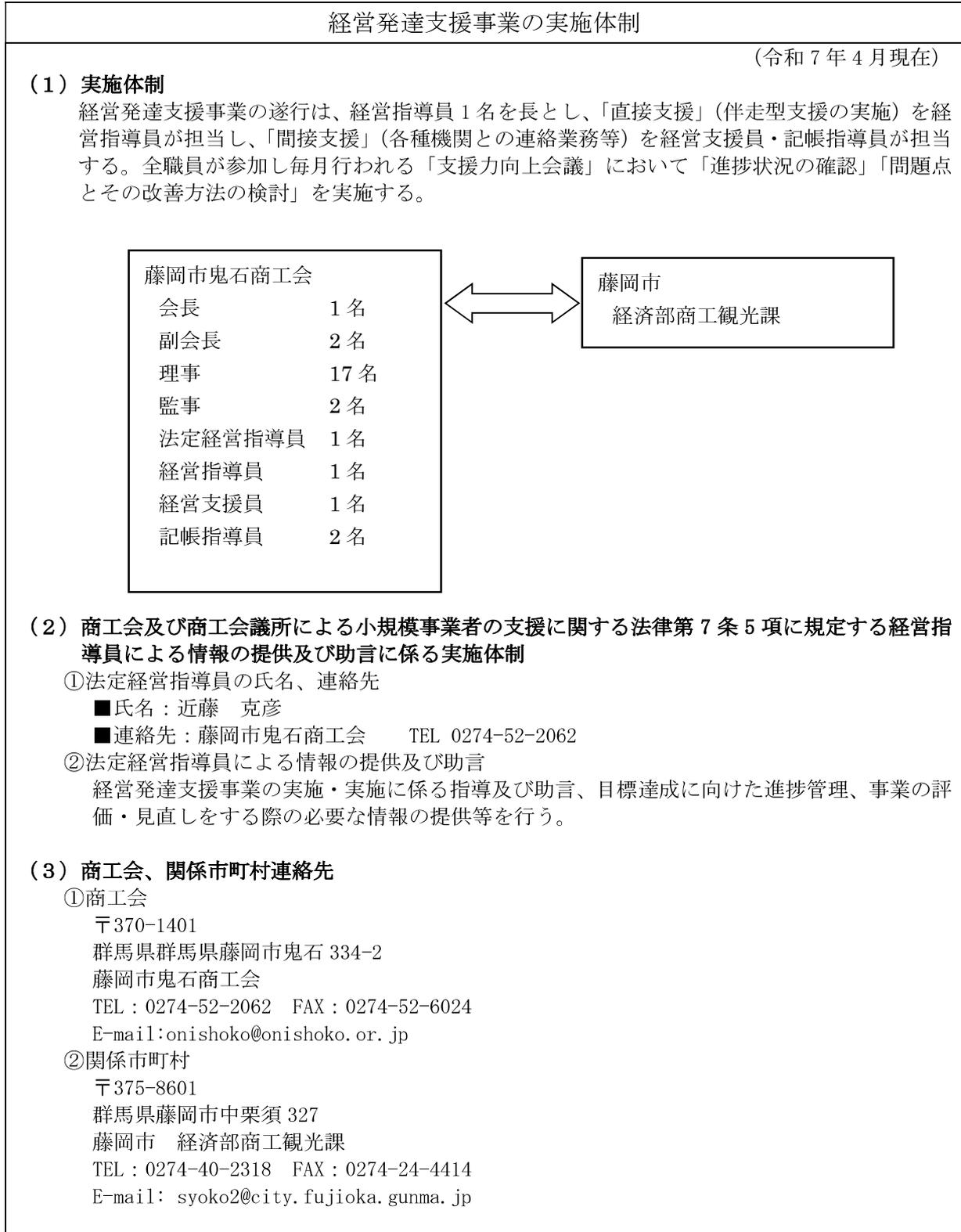
#### **(2) 事業内容**

①「鬼石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「鬼石地区地域活性化検討会」を年1回開催する。当検討会は、藤岡市・地元企業・金融機関・専門家で構成され、検討会においては、当地区で開催される各種イベントの有効で継続的な活性化策について検討を行う。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	3,500	3,500	3,500	3,500	3,800
・地域の経済動向調査に関する事業	200	200	200	200	200
・需要動向調査に関する事業	200	200	200	200	200
・経営状況の分析に関する事業	200	200	200	200	200
・事業計画策定支援に関する事業	200	200	200	200	200
・事業計画策定後の実施支援に関する事業	600	600	600	600	600
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
・事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事業	200	200	200	200	500
・経営指導員等の資質向上等に関する事業	50	50	50	50	50
・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	50	50	50	50	50
・地域経済の活性化に資する取り組みに関する事業	100	100	100	100	100

(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