

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>高崎市吉井商工会（法人番号 5070005002443） 高崎市（地方公共団体コード 102024）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和8年4月1日～令和13年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>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。</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること 各種統計調査（RESAS など）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。 4. 需要動向調査に関すること 消費者や取引先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。 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。 6. 事業計画策定支援に関すること セミナー開催と個別支援により、小規模事業者の事業計画策定を支援する。必要に応じて外部専門家を活用し、実現可能性の高い事業計画を作成する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後に、計画的できめ細や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。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会への出展支援・SNS や HP の利活用などを通じて、新たな需要の開拓を促進する。
<p>連絡先</p>	<p>高崎市吉井商工会 〒370-2132 群馬県高崎市吉井町吉井 6-4 TEL：027-387-2293 FAX：027-387-5430 E-mail:yoshii@gcis.or.jp</p> <p>高崎市 商工観光部 商工振興課 〒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（高崎市吉井商工会）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。吉井町は群馬県の南西部に位置し、昭和 30 年に甘楽郡岩平村との合併により多野郡吉井町となったが、平成 21 年 6 月に高崎市と合併し高崎市吉井町となった。本町は西に甘楽町、北西に富岡市及び安中市、北は高崎市市街地、東南は藤岡市に接しており、蝶々が羽を広げたような形となっている。町の中央部を鎭川が東西に流れており、その周辺には平地が広がっている。町の北部と南部は緑豊かな丘陵地となっており、総面積は 58.35Km² である。

(高崎市全体図)



【人口】

人口については、平成 12 年～平成 17 年においてはほぼ横ばい状態であったが、平成 22 年以降は減少傾向となっている。世帯数については平成 12 年以降、増加傾向となっている。世帯数の増加は、高齢単身世帯の増加によるものと考えられる。

	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年
人口	24,845	24,987	24,586	23,864	23,369
世帯数	7,778	8,174	8,542	8,726	9,182

(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上昇し、令和2年においては人口の33.8%が65才以上となっている。

	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年
15才未満	3,841	3,553	3,187	2,871	2,510
15～64才	16,312	15,989	15,269	13,853	12,885
65才以上	4,692	5,445	6,085	7,070	7,850
65才以上の割合	18.9%	21.8%	24.8%	29.7%	33.8%

(出典：国勢調査)

【産業】

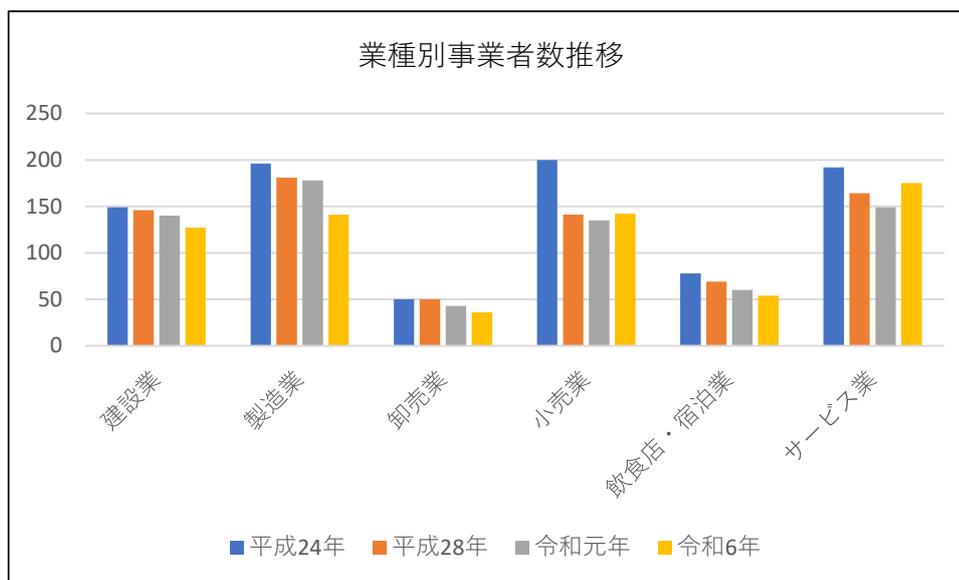
当地区における商工業者総数（令和6年度）は742事業者となっている。内小規模事業者数は602者となっており、全体の81.1%を占めている。

令和6年事業者数

	件数	割合
商工業者総数	742	
小規模事業者数	602	81.1%
建設業	127	17.1%
製造業	141	19.0%
卸売業	36	4.9%
小売業	142	19.1%
飲食店・宿泊業	54	7.3%
サービス業	175	23.6%
その他	56	7.5%

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。それにともない、小規模事業者数も減少している。業種別では平成元年まではすべての業種において減少傾向であったが、令和6年においては、「小売業」「サービス業」が増加に転じた。

	平成24年	平成28年	令和元年	令和6年
商工業者総数	935	851	798	742
小規模事業者数	806	741	650	602



【交通】

町内には、国道 254 号線と主要地方道である高崎神流秩父線がそれぞれ東西・南北に走っているほか、上信越自動車道が町内の南部を東西に走り吉井インターチェンジが設置されている。また、国道 254 号線のバイパスとして「甘楽吉井バイパス」の建設が平成 12 年から始まり、平成 29 年 11 月に完成した。「甘楽吉井バイパス」は、甘楽町と吉井町の交通渋滞の緩和と、交通安全の確保を目的としたバイパスとして敷設され、物流の効率化と地域の活性化が図られている。鉄道は上信電鉄線の馬庭駅・吉井駅・西吉井駅が敷設されており、高崎市街地への所要時間は 20～25 分である。また、上信越道の吉井インターチェンジの開設により首都圏や長野方面・新潟方面へのアクセスが容易になり他地域との交流が推進されている。

【観光資源】

吉井町では、縄文時代や弥生時代の遺跡が数多く発見されており、古代から人が住んでいたことがうかがわれる。その中でも和銅 4 年（711 年）に本町を中心に創立された多胡郡の記念碑である多胡碑は、日本三古碑の一つに数えられており、平成 29 年に、上野三碑（山ノ上碑・多胡碑・金井沢碑）としてユネスコ世界の記憶に登録された。

【特産品】

季節に応じた農産物が栽培されている。代表的な農産品として「きゅうり」「なす」「なめこ」があげられる。

【高崎市第 6 次総合計画（2018 年度～2027 年度）からの引用】

平成 21 年の高崎市との合併により、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ます。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ます。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ます。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ます。

○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ます。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ます。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発展させ、飲食業の活性化につなげていきます。

「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ました。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ます。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ます。このような状況に対し、本市ではまちなか商店リニューアル助成制度の創設などにより、若い世代や女性の創業支援、店舗の活性化を推進しています。

○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ます。また、集客力の向上や売り上げの増加に取り組む商店経営者をまちなか商店リニューアル助成制度の継続により支援していく

とともに、集客力のある商店街づくりを推進するため、空き店舗の解消や商店街が実施するソフト事業などを支援することにより、販売活動の振興促進を図ります。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います。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ます。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きます。

「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ますが、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す。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ました。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ります。

○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きます。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、小口資金では借り入れ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するなど、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ます。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きます。

「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ます。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す。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ます。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ます。

○施策の基本方針

まちなか商店リニューアル助成事業を実施することにより、魅力的な店舗への改装などを支援し、事業が活性化していけるよう後押しします。さらに、助成の要件として施工等を市内事業者に限定することにより、市内の幅広い業種の仕事を増やしていきます。

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ます。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ります。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ますが、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ります。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きます。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ます。

【群馬県産業振興基本計画（令和6年4月－令和10年3月）からの引用】

群馬県産業振興基本計画（令和6年4月－令和10年3月）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ール企業（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(デジタルリノベーションラボ)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（JIVALイノベーション）**
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ぐんまビジネス実践プロジェクト)

②課題

【現在の状況】

当地区は、人口が減少傾向となっており、生産年齢人口（15才以上65才未満）についても減少が続いている。世帯数は増加しているものの、地区内における65才以上の高齢化が進み、今後も需要の減少が進む可能性が高い。当地区は平成21年に高崎市に編入されたが、旧高崎市からの集客や誘致に結び付いておらず、小規模事業者の事業の活性化にはあまり効果が上がっていない。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、高崎市においてもさまざまな施策を実施し商工業の活性化に取り組んでいる。

【産業別の状況と課題】

「商業（小売・サービス業）」

- ・当地区内には商店街が無く、駅や幹線道路沿いに店舗が点在している状態である。地区内に大規模ショッピングセンターが開設され、多くの住民がそれらの大型店に流れており地元の小規模小売店から客足が遠ざかる傾向となっている。そのうえ国道254号線バイパス「甘楽吉井バイパス」の完成により、地区内の住民が都市部である高崎市街地や前橋市のショッピングモールに買い物に行くケースも増えている。また、多くの小規模事業者において事業主の高齢化が進んでいる。
- ・当地区の「強み」として、鉄道による移動、高速道路のICやバイパスの完成により、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」が上げられる。

「工業（製造・建設業）」

- ・製造業については、従業員が5人以下の小規模事業者が多く、大手製造業の下請け事業者として金属加工・金型製造・プラスチック加工などの事業を営んでいる。また、製造業の拠点として「吉井工業団地」「吉井本郷工業団地」「吉井多比良工業団地」「吉井岩井工業団地」が立地しており、それらの工業団地内の企業の下請け事業者として活動している小規模事業者も少なくない。その一方で、大手メーカーの生産拠点が県内から県外、さらにコストの安い海外へと移転する動きが顕著になっている。また、事業主が高齢化し後継者がいない場合も多く、そのような事業者は設備投資もままならない状態となっている。
- ・建設業については、高崎市の新設住宅着工戸数は令和6年において2,892戸となっており、最も多かった平成18年の4,525戸の6割程度となっている。今後の人口減少や高齢化を考慮すると、新築件数はさらに減少することが予想される。また、事業主の高齢化が進み後継者がいない事業所も少なくない。
- ・当地区の「強み」として、「地区内に4つの工業団地を有しており、多くの製造業が進出している」「国道254号が地域内を走っていることや、近くに高速道路（上信越道）のIC（吉井IC）があることなどから迅速な製品の流通が可能である」「様々な業種の事業者が混在しているため、異業種間のコラボレーションを図ることができる」などがあげられる。
- ・上記を勘案した課題として、「現場の生産性の向上」「DX（デジタルトランスフォーメーション）への積極的な取組」「新たな取引先の獲得」「後継者の育成」などが挙げられる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

当地区の振興にとって、住民の利便性と地域経済を支える小規模事業者が、今後「稼ぐ力」を向上させ、「自走化」を進めることが重要である。これは、ひいては当地区の住民の利便性向上と地域経済の持続的な発展につながると考えられる。その実現のためには、それぞれの業種において、魅力ある事業者が自身の「強み」を最大限に活かし、高い付加価値を生み出せる事業者となることが不可欠である。そこで、「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：地区の内外を問わず、小規模事業者のサービスや製品を求める多くの人々との取引を拡大する姿である。デジタルを活用した情報発信や地区内での知名度向上を図ることにより、新たな取引先の開拓を支援する。

理由：「強み」や魅力的な商品を持ちながらも、認知度が低い小規模事業者は多く存在する。これらの事業者の販路開拓を支援することで、売上と利益の増加を見込むことができる。

(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30%、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50%、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KPI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ず達成すべき目標である。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、展示会への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、小規模事業者へ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、その結果、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、その属性ごとに最適な訴求方法を設計する。イベント出店やコラボ企画などを通じて顧客との接触機会を増やし、認知から購買までの導線を短縮する。体験型や比較可能な販売施策を導入することで、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て適切な訴求を行うことにより、限られた予算であっても効果的に新規顧客へリーチできる。また、イベントやコラボ企画は顧客にとって接触障壁が低く、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、オンライン媒体を活用した情報発信を強化する。具体的には、SNS・自社サイト・ECなどを活用し、地域外からも購入や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出展することで直接的な接点を増やし、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などは地理的制約を受けず低コストで発信できるため、地区外顧客の認知獲得に非常に効果的である。また、イベント出展は顧客に商品理解を深めてもらいやすく、その結果として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

これまでの「地域の経済動向の調査」の主な取り組みは、「経営指導員等の巡回訪問」「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。これらの取り組みは一定の効果はあったものの、小規模事業者に対する的確な支援を行うためには不十分であった。

今後は、経営指導員等が実施する巡回時の個別ヒアリング等に加えて、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に、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実施し、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の機会を活用し、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実施する。そしてその結果を業種別・項目別に整理し「地区内景況レポート」としてまとめ、HP や会報等を通じて年1回公表する。また、地区内の小規模事業者が事業計画を作成する際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) 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、小規模事業者への事業計画策定支援時に反映させる。これにより、事業の方向性を明確にすることで、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 や会報等を活用して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

小規模事業者が売上・利益の確保を図るためには、自社が提供する商品・サービスについて、その顧客である消費者や取引先の需要動向を調査・分析し、将来の予測を立てた上で事業計画を策定することが不可欠である。しかし、現在、消費者の需要動向についてその必要性を理解し、情報の収集・分析を行っている小規模事業者はほとんど存在しない状況にある。当商工会においても、経営指導員が巡回訪問時に、事業者が話す需要動向の変化などについて受動的に聞く程度に留まっている。得られた情報についても分析はほとんど行っておらず、活用も図られていないのが現状である。また、地区内外の消費者の需要動向についてはまったく調査を行っていない。

外部環境の変化により、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。したがって、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)	0	1者	1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	1者	1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、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（ぐんま TechEXPO・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)

小売業や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ためには、自店に来店する顧客へのアンケート調査を実施することが、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年代 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、接客対応の改善や店舗レイアウトの見直しなどにも役立てる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の経営状況の分析については、「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ているため「経営状況の分析」を自ら行っておらず、その分析手法についても理解していない事業者も多いのが実態である。

当商工会においても、「経営状況の分析」の必要性について、巡回訪問時や窓口対応時の説明などで周知を進めてきたが、その周知は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、経営指導員がより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者	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）

【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ついては、「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」において実施してきており、一定の効果を上げている。しかし、作成した事業計画が「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依然として多い。

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いない。さらに作成の意義や作成方法を知らない事業者も多い状況にある。

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、それに加えて、小規模事業者に対して事業計画策定の意義や必要性を理解してもらうための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、小規模事業者に対し「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、その意義を理解してもらう必要がある。そのうえで、各事業者が具体的で実現可能性の高い事業計画を作成することが重要である。そしてその計画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7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 推進セミナー開催回数	1回	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	1回	1回
事業計画策定事業者数	5者	14者	14者	14者	14者	14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"> ○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

【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

事業の持続的成長と経営力の強化のために、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	<ul style="list-style-type: none"> ○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	<ul style="list-style-type: none"> ○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】

経営分析を実施した事業者並びに、「DX推進セミナー」「事業計画策定セミナー」の参加者を中心に、事業計画策定に積極的な事業者を対象として支援を行う。

【手段・方法】

事業計画策定セミナー受講者に対しては、経営指導員が担当制で対応することとする。その際、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支援を実施する。また、それに加えて、専門家（中小企業診断士等）による個別相談会を実施することにより、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ついては、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することで対応してきた。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アッ

プ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アップはもとより、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の構築や事業計画の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などに基づきフォローアップの頻度を設定することとする。具体的には、進捗状況により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調であると判断し訪問回数を減らしても支障がない事業者を明確に見極めた上で、個々の事業者に応じた適切な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・群馬県商工会連合会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	13	20	20	20	20	20
頻度（延べ回数）	61	80	80	80	80	80
売上増加事業者数	1	4	4	5	5	5
利益率1%以上増加事業者数	1	2	2	2	2	2

※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、まず、事業計画を策定した事業者に関する主要な情報を「事業計画チェックシート（エクセルにて作成）」にまとめることとする。このチェックシートには、「事業者名」、「事業計画策定年月日」、「事業の方向性の概要」、および「事業計画のチェックポイント（売上・利益など）」を記載し、その情報を商工会全職員で共有する。さらに、この「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することで、計画的な訪問を実施する体制を整える。

フォローアップ訪問は、原則として四半期に一度実施することとする。事業計画策定から日数が経過し、事業が順調に推移していると判断される事業者については、訪問頻度を年2回とする。また、債務超過事業者など、特に経営課題を抱える事業者については、毎月1回の頻度で訪問を行う。ただし、事業者からの申出などにより新たな経営課題が発生し、事業計画の修正が必要となった場合は、上記頻度にかかわらず、臨機応変に対応することとする。その際、必要に応じて外部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、群馬県商工会連合会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

当地域は人口減少や高齢化などにより、地域内での需要が減少傾向にある。また、郊外型大型ショッピングモールの進出、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。

当地区内の小規模事業者は、現状ではそれぞれ個別に販売ルートを開拓しているものの、顕著な効果を上げている事業者は少ないのが実情である。特に、IT 技術や Web を利用した販路開拓等の DX に向けた取組が進んでおらず、その結果、商圏が近隣に限られた狭い範囲にとどまっている。したがって、新たな販路開拓には DX の推進が不可欠であるという点を事業者に理解・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

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、販路拡大に関する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は困難であるため、県内外で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展する事業者に対しては、出展期間中の陳列や接客などに関する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 県内外展示会への出展支援事業者数	0 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
内商談件数	0 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
② SNS 活用支援事業者	5 者	7 者	7 者	8 者	8 者	8 者
売上増加率/者	-	3%	3%	5%	5%	5%
③ EC サイト利用支援事業者数	0 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	3 者	4 者	4 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	-	1%	1%	3%	3%	5%
⑤ 新たな需要獲得のためのセミナー開催	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
セミナー参加事業者数	7 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
内利益率 1%以上件数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
⑥ 商工会 HP による情報発信						
掲載事業者数	67 者	70 者	70 者	75 者	75 者	75 者
内利益率 1%以上件数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

※利益率については、経営革新計画において年率 1%が目標であることに準じた。

(4) 事業内容

① 県内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を提供する小規模事業者が存在するものの、地域外での認知度は高いとはいえない状況にある。そのため、商社・バイヤー等への新たな需要開拓を目指す小規模事業者に対し支援を実施する。具体的には、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小規模事業者にとってハードルが高く感じることも多い。また、事前準備と振り返りを十分に行わないと、出展しただけになってしまい効果は薄い。出展前の準備から終了後の振り返りまでを一貫して支援することで、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） >

○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6年12月3日（火）に開催された商談会においては、出展事業者18社、バイヤー18社が参加した。

< 想定する展示会・商談会（群馬県外） >

○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、東京ビッグサイトを使用し、出展社数2,000社、来場者数14万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。

○グルメショー（旧グルメ&ダイニングスタイルショー）（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月の展示会（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、より遠方の顧客を取り込むため、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実施する。

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つつ、効果的な商品紹介のリード文作成・写真撮影の技術指導、適切な商品構成の提案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のオリジナルHPを持っておらず、結果として商品やサービスの情報発信力が不十分であることが多い。そのため、このような事業者に対してオリジナルHPの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で、来店客数の増加・取引先の拡大・売上の増加を達成する。

⑤新たな需要獲得のためのセミナー開催

当地区内の小規模事業者が自社HPを有していない事業者が多い現状を考慮し、無償で取得でき情報発信が可能なSNS（InstagramやLINE公式アカウント、Facebookなど）の開設セミナーなどを実施する。特に、昨今のスマートフォンの普及状況などから、スマートフォンを用いて効果的に情報発信を行うことが新たな需要を取り込むためには必須となる。したがって、セミナーを通じて効果的なSNSの作成方法や情報発信のポイントなどを学んでもらうことにより、新たな需要の開拓を図る。

【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×1日

【講師】

専門家（ITコーディネーター・中小企業診断士など）

【参加者】

Web を活用し情報発信の頻度を高め新たな需要の開拓を進めたいと考えている意欲のある事業者

【カリキュラム】

日程	講義内容
1 日	<ul style="list-style-type: none"> ○SNS とは？ ○SNS 立ち上げのための必要事項 ○SNS のメリット・デメリット ○フォロワーを増やすための上手な情報発信

⑥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することにより、新たな取引先や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 とのリンクを設定することで、新たな需要を効果的に呼び込む。また、必要に応じて専門家を活用し、効果的な HP や PR 動画を作成するで、来店客数の増加・取引先の拡大・売上の増加を達成する。

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

- ・K P I ・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**

- ・K P I 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、E C 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（税理士や中小企業診断士などの専門家）により構成される「協議会」を年 1 回開催する。経営発達支援事業の全事業の目標値に対する実施率、成果の達成率、その要因等の進捗状況等について、5 段階評価を実施する。

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・会報等に掲載し、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（高崎市榛名商工会、高崎市群馬商工会、高崎市倉渕商工会、高崎市箕郷商工会、高崎市新町商工会、安中市商工会、安中市松井田商工会、当商工会）、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

現在、各経営指導員は、群馬県商工会連合会が実施する各種研修会において、知識の習得や資質の向上に努めている。しかし、指導員間で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間には支援能力のバラツキが生じているのが現状である。また、支援能力の向上が経営指導員のみ重点が置かれており、その他の職員（経営支援員や記帳指導員）も含めた組織全体のレベルアップが意識されていない。

したがって、経営指導員の知識を共有する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喫緊の課題となる。

(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、群馬県商工会連合会主催の「経営指導員研修」などの研修会や中小企業庁等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。また、中小企業大学校が実施している支援担当者向け研修に対しても、計画的に経営指導員を派遣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推進に対応するため、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させる必要がある。これにより、事業者のニーズに合わせた相談・指導が可能となる。そのため、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を組み、巡回指導や窓口相談の機会を活用した OJT を積極的に実施することで、組織全体としての支援能力の向上を図る。さらに、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、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うことにより、研修内容の理解度を深め、全職員間で情報共有を図る。また、全職員（経営指導員、経営支援員、記帳指導員）が参加する定例のミーティングを毎月 1 回実施する。このミーティングにおいては、意見交換や IT 等の活用方法・具体的なツールの紹介などを行うことで、職員の支援能力の向上及び業務の修正・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のプロセスをスムーズに実行する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。この勉強会は経営指導員が主導する。勉強会では、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することで、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、支援スキルの向上に役立つ実践的な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。この研修を通じて、支援の基本姿勢である「対話と傾聴」の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成や本質的課題の掘り下げを実践することにつなげる。

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。この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、特に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、全職員がいつでも活用できるよう共有化を進める。共有内容については毎年見直しを行い、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

現在、各経営指導員は、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て、支援ノウハウ等の情報交換を個別に行っている状況である。しかし、これら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十分とは言えず事業者への支援力向上に効果を発揮するには至っていない。

また、他の支援機関との情報交換の機会が少ないことに加え、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、他の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 (高崎市榛名商工会、高崎市群馬商工会、高崎市倉渕商工会、高崎市箕郷商工会、高崎市新町商工会、安中市商工会、安中市松井田商工会、当商工会) 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、情報交換を行うこととする。具体的には、金融斡旋状況を中心とした現場レベルでの様々な小規模事業者への支援実績や成功事例、その手法などを紹介する。これらの情報交換を通じて、伴走型支援のノウハウ、支援状況等についての共有を図り、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「吉井秋まつり」「よしい祇園祭り」「ひだまりフェス」など各種イベントが開催されており、当商工会においても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) の開催を通じて、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「高崎市吉井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「高崎市吉井地区地域活性化検討会」を年 1 回開催する。

「高崎市吉井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

当商工会は、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、その運営が円滑に行えるよう努めることとする。この支援を通じて、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にあたっては、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。また、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">高崎市吉井商工会</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>20 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>記帳指導員</td><td>1 名</td></tr></table>	高崎市吉井商工会		会長	1 名	副会長	2 名	理事	20 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
高崎市吉井商工会																							
会長	1 名																						
副会長	2 名																						
理事	20 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																						
記帳指導員	1 名																						
高崎市																							
商工観光部商工振興課																							
<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	<table><tr><td>群馬県</td></tr></table>	群馬県																			
高崎市																							
商工観光部商工振興課																							
群馬県																							
①都道府県及び関係市町村との連携体制																							
・ 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。																							
・ 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 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。さらに、小規模事業者ごとに担当の経営指導員を選定することで、事業計画の策定支援からその後のフォローアップまでを一貫して担う、一体的な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 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。																							
・ 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。																							
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する。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、小規模事業者の支援に役立つ専門知識の習得を適宜図る。さらに、小規模事業者の内発的動機づけを行うため、ロールプレイングや事例共有なども実施する。																							
(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第 7 条 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：越田 雅仁

■連絡先：高崎市吉井商工会 TEL 027-387-2293

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・越田 雅仁は、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

〒370-2132

群馬県高崎市吉井町吉井6-4

高崎市吉井商工会

TEL：027-387-2293 FAX：027-387-5430

E-mail:yoshii@gcis.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
-------------------------	-----	-----	-----	-----	-----

(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