

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名</p>	<p>前橋商工会議所（法人番号：8070005000849） 前橋市（地方公共団体コード：102016）</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>① 伴走支援による小規模事業者の「稼ぐ力」の強化と経営基盤の安定 分析から計画策定、実行支援までのプロセス指標（KPI）を設定することで、支援の質と量を確保し、成果（KGI）である収益力の改善につなげる。</p> <p>② DX・AI活用による生産性向上と持続可能な価値創造 人手不足を解消し賃上げ原資を確保するには生産性向上が必須であり、デジタル導入数や省エネ診断数を指標化し、進捗を管理する。</p> <p>③ 創業の促進と円滑な事業承継による新陳代謝の活性化 相談段階から診断、計画策定、成約・創業までの各フェーズを指標化し、切れ目のない支援を行う。</p> <p>④ 自社の商品や製品、技術をPRできる場の提供 具体的行動量（出展数等）を管理するとともに、人材確保についても、マッチング機会の創出数を指標とし、支援の実効性を高める。</p> <p>⑤ 自然災害や感染症などへの備えと非常事態からの早期復旧に対する支援 認定取得数を成果指標とすることで、計画の実効性と対外的な信用力の向上を図る。</p>
<p>事業内容</p>	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること 景況調査や RESAS 等を活用した市内の経済動向調査を実施し、その結果を市内事業者公表する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 展示会・商談会・即売会におけるヒアリングやアンケート調査を実施し、商品開発や販路開拓につなげる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること セミナー及び個別経営分析等による経営課題抽出と事業計画策定への接続、また、DX等の専門診断・分析を行い、内発的動機付けを行う。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営計画のみならず、DXや創業・承継等のセミナー及び個者支援を実施し、事業者のライフサイクルに応じた計画策定を支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 経営指導員が巡回訪問等を実施し、策定した事業計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。</p> <p>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・商談会等への出展支援のほか、SNS やプレスリリースを活用した販促活動、産学官金連携による新商品開発・付加価値向上支援を行う。</p>
<p>連絡先</p>	<p>前橋商工会議所 経営支援部 〒371-0017 群馬県前橋市日吉町 1-8-1 Tel. 027-234-5111 Fax. 027-234-8031 E-Mail : keieishienbu@maebashi-cci.or.jp 前橋市 産業経済部 産業政策課 〒371-8601 群馬県前橋市大手町 2-12-1 Tel. 027-898-6983 Fax. 027-224-1188 E-Mail : kougyou@city.maebashi.gunma.jp</p>

経営発達支援事業の目標

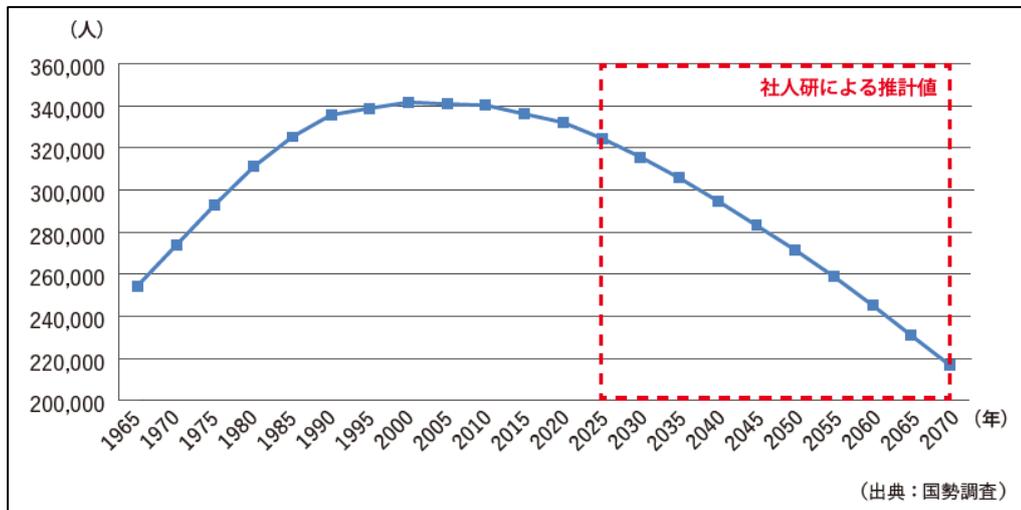
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①人口構造と人材の確保

前橋市の人口は、富士見村、大胡町、粕川町との合併により2000年には34万人超の人口規模となったものの、2005年から減少が始まり、このまま減少が進めば2040年には29万5千人程度になると推計されている。

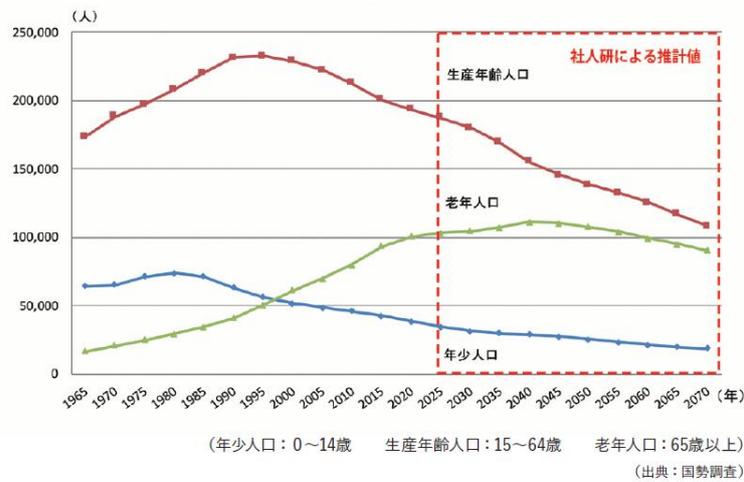
図1 前橋市の人口の推移



※社人研：国立社会保障・人口問題研究所

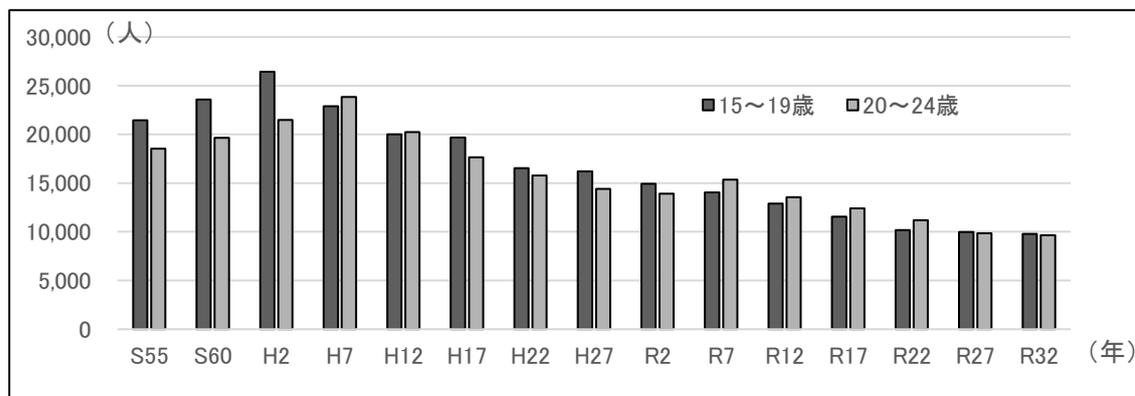
また、人口の推移を3つの区分に分けて見ると、生産年齢人口（15～64歳）が大きく減少し、高齢者の割合が高くなっていくことが見込まれる。

図2 前橋市の区分別の推移



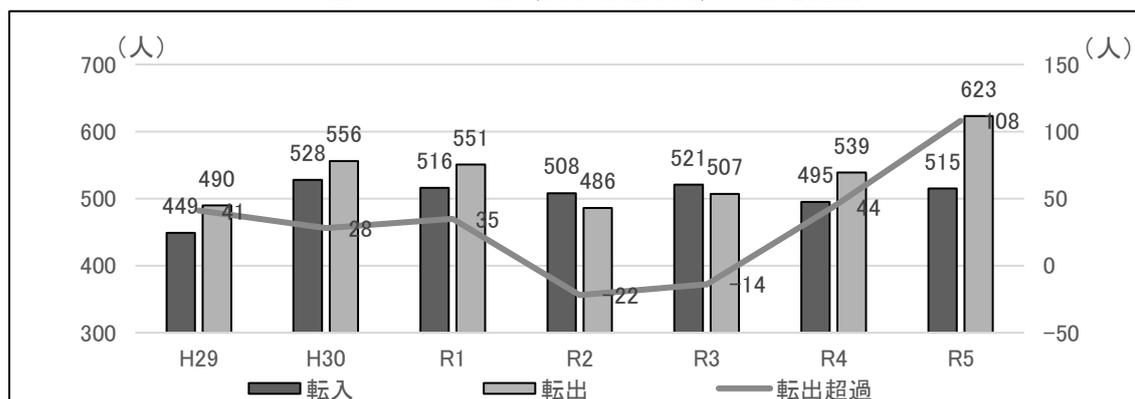
人々の価値観やライフスタイルの多様化等を背景とした出生率低下による人口減少に加えて、進学や就職によって若年人口（15～19歳、20～24歳）が市外・県外へと流出している傾向もある。

図3 若年人口（15-19歳、20-24歳）の推移と将来推計



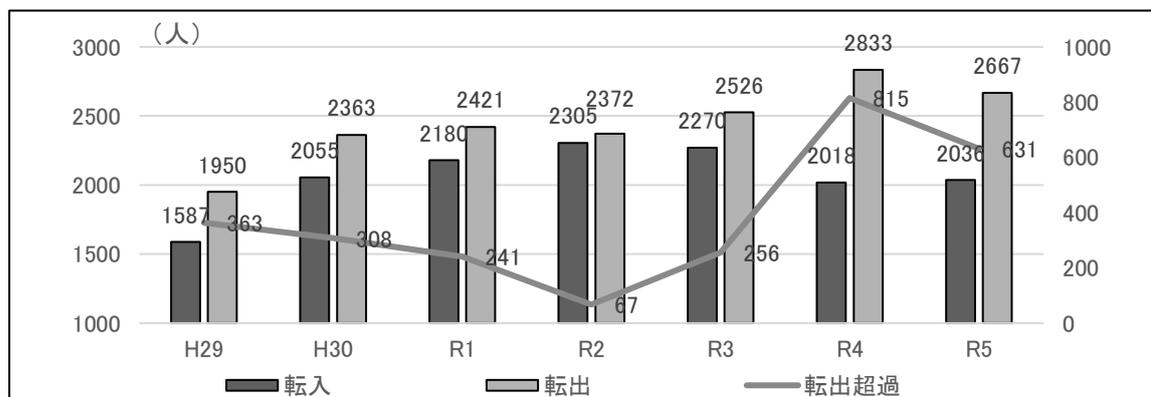
出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所データより作成

図4 15-19歳（大学等進学時）の若者流出



出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所データより作成

図5 20-24歳（就職時）の若者流出



出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所データより作成

このように労働力人口が減少する中、市内事業者による人材の確保は困難となっており、令和5年度に実施したアンケート調査でも、人材関連が本市事業者の主要な課題として挙げられた。特に不足している人材の「階層」についての設問でも、若年者が不足していると回答した事業者の割合は「78.0%」となり、若年者の不足感が強いことが分かった。

不足している人材階層（複数回答）	
N=209	
若年者（35歳未満）	78.0%
中堅	39.2%
ベテラン	13.9%

労働力人口の減少は、製造業・建設業など労働集約型産業に直接影響し、競争力低下を招くとともに事業の継続に懸念が生じることから、人材の確保や人材の活用・育成は重要かつ解決に向けた取り組みが必須の課題となっている。

②生産性向上への取り組み

労働力人口の減少が見込まれ様々な業種で人手不足が深刻化する中、ロボット、AI、IoTやICT等のデジタル技術を活用した生産性の向上が重要になっている。

また、物価上昇を上回る賃上げを実現し、持続可能な経済社会を構築するうえでも、生産性向上の必要性や意義はますます高まっている。

一方で、デジタル技術の活用には①IT人材の不足・不在、②導入や運用に要するコスト、③情報セキュリティ、④企業文化・意識などの障壁が存在すると考えられる。特にIT人材の不足・不在に関しては、経営層や従業員のITリテラシーが不十分なため、デジタル技術の導入の必要性や導入後に使いこなせるかといった課題があり、導入を見送るケースもある。

また、導入や運用に要するコストについても、市内の中小企業がコストを上回る生産性の向上が見込めるかを適切に見積もることが難しいことも想定され、結局デジタル技術の導入が見送られ、生産性の向上が遅れる懸念もある。

これらのことから、これまでの直接的な生産設備等の導入支援に加えて、今後は各事業者の個別具体的な事情に合わせた伴走型支援を中心に行っていく必要がある。また、各事業者が新技術の導入や専門人材の確保・育成を積極的に行っていく流れをつくるためにも、各支援団体との連携強化を図りながら、最適な情報提供及び必要な支援施策の展開ができるように努めていく必要がある。

③収益力の改善

国内を取り巻く経済環境は、足元の物価高や円安、人件費の上昇などを背景に、コストが増加し、収益を圧迫している。

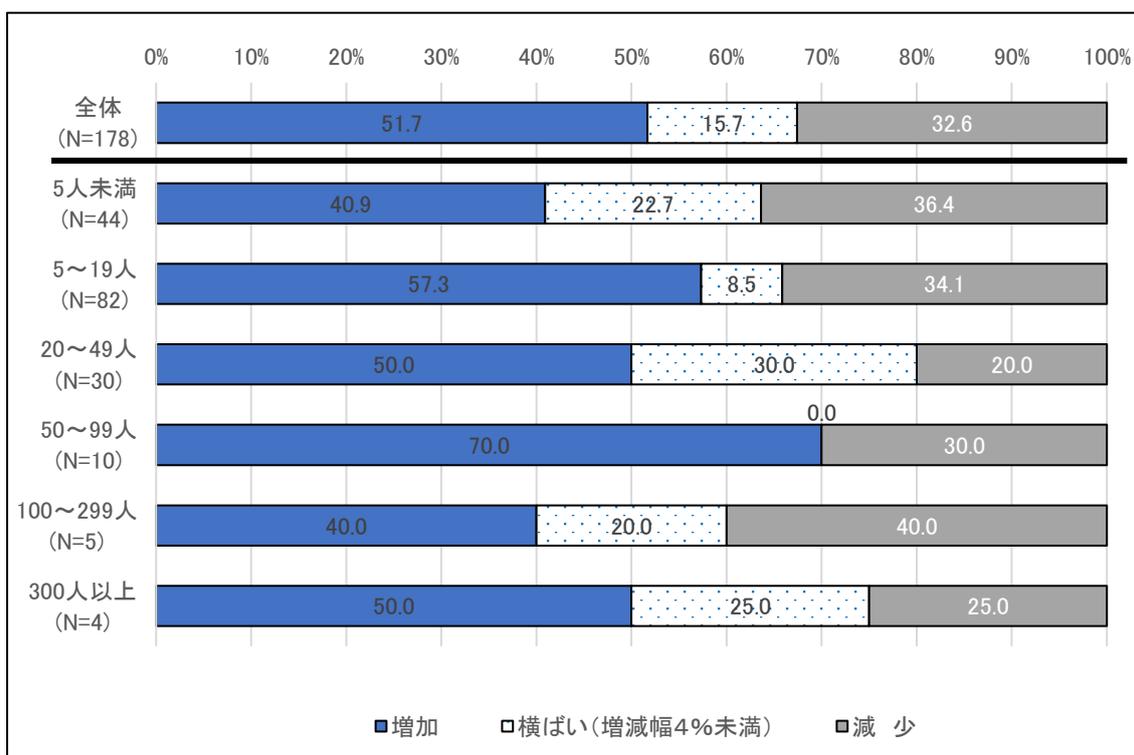
本市の事業者へのアンケート結果をよると、売上高は、約7割の事業者がコロナ前と同水準また

はそれ以上に回復し、今後3年間の売上高も約4割の事業者が「増加」を見込んでいる一方で、事業規模が小規模であるほど今後の見込みが厳しい状況である。

新型コロナウイルス感染症拡大前（令和元年度）と比較した売上高は、「全体」では、「増加」した事業者が51.7%、「横ばい（増減幅4%未満）」となった事業者が15.7%となった。約7割の事業者が増加または横ばいとコロナ前の水準またはそれ以上に回復している。

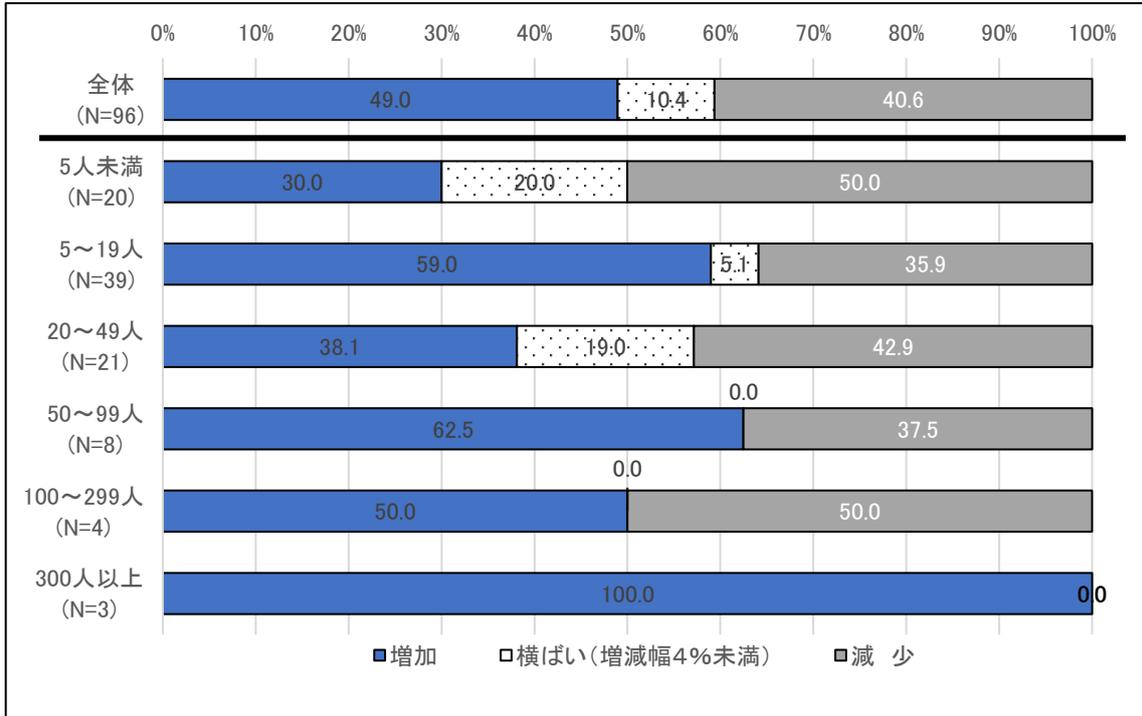
従業員規模別でみると、「増加」と「横ばい（増減幅4%未満）」の合計が全体を下回ったのは、「5人未満」、「5～19人」、「100～299人」となっており、小規模の方がコロナ前の水準に回復している事業者が少ない状況となった。

図6 コロナ前と比較した売上高の増減（従業員規模別）



新型コロナウイルス感染症拡大前（令和元年度）と比較した営業利益は、「全体」では、「増加」した事業者が49.0%、「横ばい（増減幅4%未満）」が10.4%となった。売上高は約7割の事業者が増加または横ばいとコロナ前の水準またはそれ以上に回復しているものの、営業利益については、コロナ前の水準またはそれ以上に回復している事業者は約6割にとどまっており、従業員規模別でみると、5人未満の規模で「増加」の割合が最も少なく、小規模事業者の収益力の改善が比較的遅れていることが読み取れる。

図7 コロナ前と比較した営業利益の増減（従業員規模別）

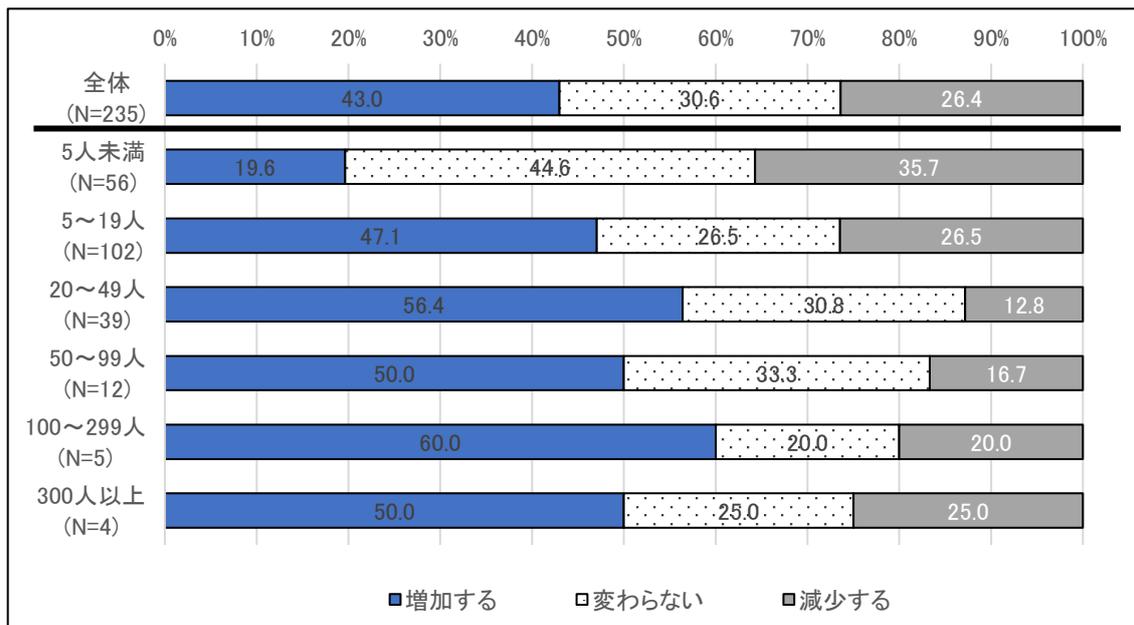


※営業利益がマイナスまたは0の事業者は集計から除外した

一方、今後3年間の売上高について、「全体」では、現在と比較して「増加」と回答した事業者は43.0%と約4割は今後の成長を見込んでいる。

ただし、従業員規模別でみると、「5人未満」では「減少」と回答した事業者が「増加」と回答した事業者を上回っており、特に小規模事業者については厳しい景況見込みとなっている。

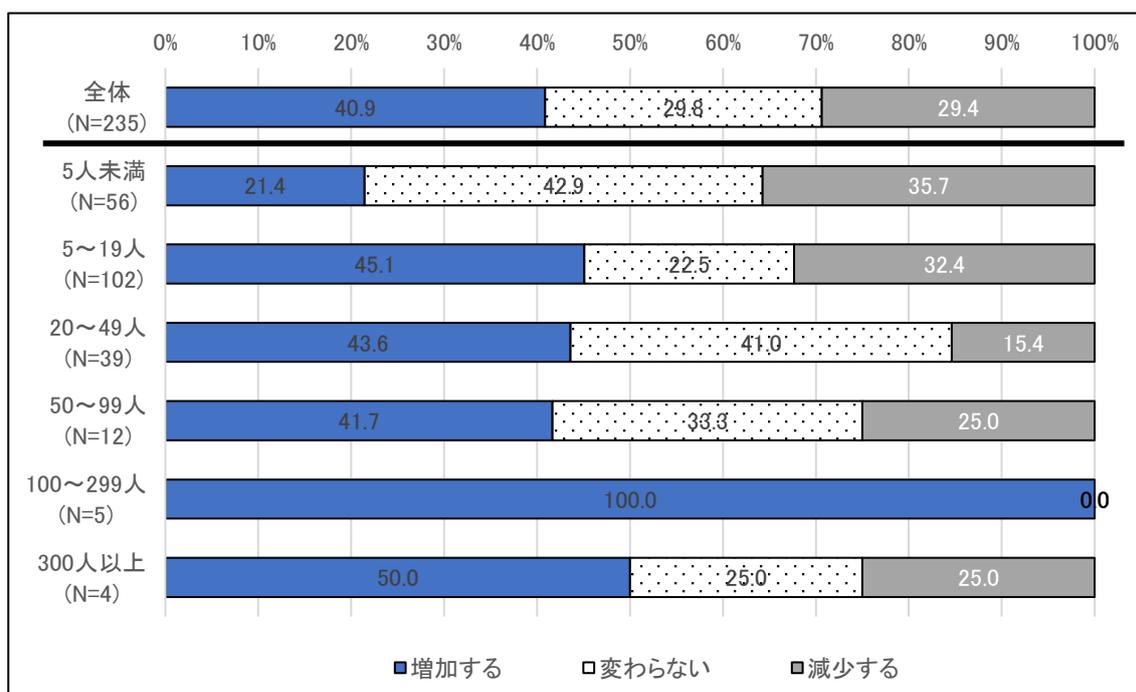
図8 今後3年間の売上高の見通し（従業員規模別）



今後3年間の営業利益について、「全体」では、現在と比較して「増加」と回答した事業者は40.9%と約4割は今後の成長を見込んでいる。

ただし、従業員規模別で見ると、売上高同様「5人未満」では「減少」と回答した事業者が「増加」とした事業者を上回っており、特に小規模事業者については厳しい見込みとなっている。

図9 今後3年間の営業利益の見通し（従業員規模別）



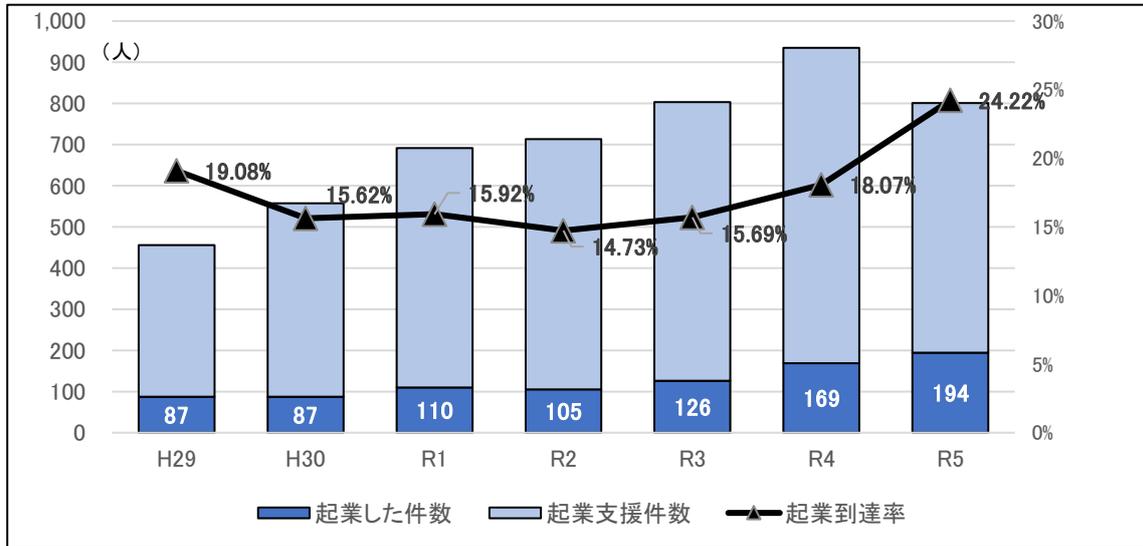
このように本市の小規模事業者は売上高・営業利益の減少見込みが増加見込みを上回っているなど、厳しい状況がうかがえるため、事業成長のための取り組みを行い、規模の経済性を高めることも有効な手段の一つである。そのため、これまでの資金面や経営面に対する総合的な支援を継続していくことに加えて、事業承継やM&Aを推進し、事業規模の拡大や多角化といった事業成長につながる取り組みを行うことも収益改善効果があるものとして期待できる。

④起業・創業の支援

本市では、起業に関する動きが活発化しており、本市や支援団体の支援を受けて起業するケースが増えている状況が確認できる。令和5年度は起業に関する支援を受けた件数は801件、このうち実際に起業した件数は194件であり、支援を受けた人の約24.22%が実際に起業したという結果となった。

また本県では、群馬イノベーションアワードや群馬イノベーションスクール等創業支援の活動が活発であり、起業に関する機運が醸成されている。また、日本政策金融公庫における令和5年度の開業融資件数の伸び率を見ると、群馬県が全国8位で、令和元年度と比較して34.8%増となり、実際に県内の起業に関する機運が高まっていることが分かる結果となった。

図 10 前橋市創業支援等事業の支援を受けた起業者数



出典：前橋市産業政策課調べ

※本データは、本市及び連携支援団体等が実施している各創業支援等事業の支援を受けた件数を「起業支援件数」とし、支援を受けたうち実際に起業した件数を表しています。また、支援を受けた件数のうち、実際に起業した割合を「起業到達率」として表しています。

このような本市における起業・創業の流れを大切にして小規模事業者の支援を続けつつ、今後は、本市の経済成長のエンジンとなり得るスタートアップの支援を実施していく必要がある。

工業、商業、農業、観光業、伝統産業など、あらゆる分野において前橋ならではの資源を活かしたビジネスを生み出すことや、新しい技術やサービスの導入を通して地域課題・社会課題（高齢化、交通、医療など）に対して、革新的な解決策を見出すことを目指すことで、本市の経済を成長させることを目指す。なお、ここでいうスタートアップとは、加速度的に成長する企業のほか、既存の行動慣習や技術に変化を加える事業者のことを指しており、既存事業の改革や新規事業の創生など将来の所得を向上させることへの取り組みのことである。

このような取り組みを通して、地元の小規模事業者等への外注によって既存の事業者への経済波及や地元の雇用を創出させるとともに、高度人材が呼び込める環境をつくりだし、若者に魅力的な働き方（将来性、自由な風土など）を提供して都市部への流出を防ぎ、若者の定着又はUターンを促進するとともに移住者を増加させ、地域の活性化に繋げる取り組みが必要である。

また、前橋工科大学をはじめとして、市内・県内の大学等との協業により、研究成果を社会実装する機会を増やすことで新しいイノベーションを生み出すなど、大学等の研究シーズを活かす機運を高めることで、進学先として選ばれるまちを目指すことも重要である。

これらの取り組みを通して、「挑戦するまち」としてのイメージを形成し、スタートアップ支援を実施することで、前橋市が革新の拠点として注目されるようになり、他市との差別化を図って、既存の小規模事業者への経済波及効果も目指す。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

【前橋商工会議所 経営発達支援ビジョン】

「めぶく前橋」の未来を共創し、
ライフサイクルに応じた しなやかで稼ぐ力のある経営をサポート

本計画は、前回の計画が掲げた「経営者が自社の5年後 10年後をイメージできる経営サポート」のビジョンを踏襲し、事業者のライフサイクルに応じた支援を展開するとともに、前橋市の産業振興ビジョンが掲げる「新しい価値がめぶくクリエイティブ都市」の実現に向け、その原動力となる小規模事業者とともに目指す。

変化の激しい時代を乗り越えるため、事業者が自らの力で未来を切り拓く「自走化」を促す伴走支援を核とするとともに、デジタル化（DX）の波を捉え、生産性を向上させることで、人手不足などの課題を成長の機会へと転換する「変革と成長」を支援。

そして、創業から事業承継まで、事業のあらゆるライフステージにおいて「人」を育て、新たな挑戦者が次々と生まれる土壌を育むことで、事業者一人ひとりの挑戦が結集し、前橋ならではの強みとして集積し、地域全体が活性化する未来を共に創り上げていく。

本計画が目指すもの

【共創（Collaboration & Accumulation）】

商工会議所は指導するだけの存在ではなく、事業者や市、関係機関と「共に創る」パートナー。個々の事業者の強みを「集積」させ、連携させることで、地域全体の力に変えていく。

【しなやかさ（Adaptation & Challenge）】

人口減少や市場の変化といった避けられない課題に対し、ただ耐えるのではなく、DXや新たなビジネスモデルへの挑戦を通じて、しなやかに「適応」していく強さを育む。

【稼ぐ力（Transformation & Growth）】

利益を生み出し、雇用を守り、地域に貢献するという事業の本質を追求し、生産性向上や販路開拓といった具体的な支援を通じて、持続的な「変革と成長」を実現する。

なお、前回の経営発達支援計画が目指す伴走型支援や事業者のライフサイクルに応じた支援の考え方を継承しつつ、市内事業者が直面する喫緊の課題である「収益力の改善」「深刻な人材不足」「DX化への対応の遅れ」「事業承継問題」に対応するため、以下の5つの目標を掲げ、小規模事業者の持続的発展を通じて地域経済の活性化に貢献する。

① 伴走支援による小規模事業者の「稼ぐ力」の強化と経営基盤の安定

10年後における地域のあるべき姿：小規模事業者が、変化の激しい時代においても自ら課題を発見し、数値に基づいて経営判断を行う「自走化」した状態にあること。また、物価高等の外部環境変化にしなやかに適応し、安定した収益力（稼ぐ力）を有している姿である。

理由：支援機関の代行に頼るだけでは、環境変化への即応力が育たないためである。経営者自身がリテラシーを高め、自立的にPDCAを回せるようになることが、持続的な事業継続と地域経済の安定に不可欠であるため。

② DX・AI活用による生産性向上と持続可能な価値創造

10年後における地域のあるべき姿：デジタル技術やAIが業務に定着し、労働生産性が飛躍的に向上している姿である。単純作業の自動化により生まれたリソースが、新たな商品開発や顧客サービス等の付加価値創造業務に充てられ、人手不足の課題を成長の機会へと転換している。

理由：労働人口の減少が避けられない中、従来手法では事業維持が困難になるためである。デジタル活用による省力化と高付加価値化の両輪が、賃上げ原資の確保と競争力強化の唯一の解となるため。

③ 創業の促進と円滑な事業承継による新陳代謝の活性化

10年後における地域のあるべき姿：「まえばし創業支援ネットワーク」等の機能により、新たな挑戦者が次々と生まれ、地域に定着している姿である。同時に、後継者不在企業においては、M&Aを含む多様な形態での事業引継ぎが進み、地域の貴重な技術や雇用が次世代へ継承されている。

理由：地域の産業基盤を維持・発展させるためには、既存企業の存続（承継）と新規参入（創業）による新陳代謝が必須であるためである。早期の準備と多様な選択肢の提示が、地域経済の縮小を防ぐ防波堤となるため。

④ 自社の商品や製品、技術をPRできる場の提供

10年後における地域のあるべき姿：地域観光資源を活用し、地域産品やサービスが、デジタル販路等を活用して域外・海外市場からも支持され、外貨を獲得している姿である。

理由：人口減少による域内需要の縮小を補うためには、商圏の拡大が不可欠である。

⑤ 自然災害や感染症などへの備えと非常事態からの早期復旧に対する支援

10年後における地域のあるべき姿：自然災害やパンデミック等の不測の事態に対し、平時からの備え（BCP）が文化として定着している姿である。有事の際にも早期復旧が可能となり、地域サプライチェーンと雇用が守られている。

理由：災害の激甚化やリスクの多様化が進む中、防災・減災対策は事業存続の前提条件となるためである。強靱な経営基盤の構築が、地域の安心と信頼を支えるため。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 伴走支援による小規模事業者の「稼ぐ力」の強化と経営基盤の安定

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：75者について売上高増加率 年平均5%増 もしくは付加価値額(営業利益+人件費+減価償却費)3%増のいずれかまたは両方を達成する

KPI：経営分析実施件数 500件、事業計画策定支援件数 270件、伴走支援（フォローアップ）実施回数 3,250回

設定した理由：売上・利益の向上は事業継続の根幹である。分析から計画策定、実行支援までのプロセス指標（KPI）を設定することで、支援の質と量を確保し、成果（KGI）である収益力の改善につなげるためである。

② DX・AI活用による生産性向上と持続可能な価値創造

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI: 75 者の労働生産性を向上させる

KPI: デジタル化・DX 関連セミナー受講者数 75 名、IT 導入補助金等採択件数 25 件、IT 専門家派遣件数 25 件

設定した理由: 人手不足を解消し賃上げ原資を確保するには生産性向上が必須であり、そのため的手段としてデジタル導入数などを指標化し、進捗を管理するためである。

③ 創業の促進と円滑な事業承継による新陳代謝の活性化

支援計画の認定期間 (5 年間) 目標:

KGI: 新規創業者数 20 名、事業承継 (M&A 含む) 成約・完了件数 5 件

KPI: 創業塾受講者数 100 名、事業承継診断実施数 25 件、事業承継計画策定数 10 件

設定した理由: 地域の産業基盤を維持するためには、創業と承継の両輪が必要である。相談段階から診断、計画策定、成約・創業までの各フェーズを指標化し、切れ目のない支援を行うためである。

④ 自社の商品や製品、技術を PR できる場の提供

支援計画の認定期間 (5 年間) 目標:

KGI: 140 者の売上増加率 5% 達成とメディア掲載 10 者

KPI: 展示会・商談会出展支援数 140 者、SNS 活用・プレスリリース活用支援数 50 者

設定した理由: 人口減少下での売上確保には域外需要の獲得が不可欠であり、そのための具体的な行動量 (出展数等) を管理する。

⑤ 自然災害や感染症などへの備えと非常事態からの早期復旧に対する支援

支援計画の認定期間 (5 年間) 目標:

KGI: 事業継続力強化計画認定事業者数 10 者

KPI: 事業継続力強化計画策定セミナー受講者数 100 者

設定した理由: 災害時の事業停止リスクを最小化するためには、平時の計画策定が重要である。認定取得数を成果指標とすることで、計画の実効性と対外的な信用力の向上を図るためである。

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 伴走支援による小規模事業者の「稼ぐ力」の強化と経営基盤の安定

達成方針 1：対話と傾聴による「経営力再構築伴走支援」の実践

経営指導員が事業者との対話を重ね、決算書等の財務データだけでなく、経営者の想いや事業の強み・弱みといった非財務情報も統合して分析する。表面的な課題解決ではなく、事業者が本質的な課題に「気づき」、納得して行動できるよう、コーチングの手法を用いて支援する。

設定した理由：単なる代行支援や一方的な指導では、一時的な解決にしかならず、経営者の「自走化」につながらないためである。対話を通じて経営者自身が課題を腹落ちすることで、実行力と継続性が高まる。

達成方針 2：ライフサイクルに応じた課題解決と資金繰り支援

創業期、成長期、成熟期といった事業フェーズに応じ、最適な支援メニュー（販路開拓、設備投資、資金調達等）を提供する。特に、物価高騰下における資金繰り支援として、小規模事業者経営改善資金（マル経融資）等の公的融資制度の活用を推進し、経営の安定を図る。

設定した理由：事業者の置かれた状況によって優先すべき課題は異なるためである。また、挑戦や改善には資金の裏付けが不可欠であり、安定した資金繰りが「稼ぐ力」の強化の土台となる。

② DX・AI 活用による生産性向上と持続可能な価値創造

達成方針 1：段階的なデジタル化支援と生成 AI の活用

「何から始めて良いかわからない」事業者にはクラウド会計やキャッシュレス決済等の導入を、「さらなる効率化を目指す」事業者には RPA による自動化や、生成 AI（ChatGPT 等）を活用した販促文作成・業務効率化を支援する。IT 専門家と連携し、ツールの選定から定着までを伴走する。

設定した理由：リテラシーの格差が大きいため、一律の支援ではなく段階別の支援が必要である。特に生成 AI 等の最新技術は、小規模事業者でも低コストで導入でき、人手不足解消と生産性向上に直結する効果が高いため。

達成方針 2：省エネ・脱炭素（GX）によるコスト削減と価値向上

「前橋商工会議所環境アクションプラン」に基づき、省エネルギー診断の受診を促進し、エネルギーコストの削減を図る。また、環境配慮型経営（GX）への転換をブランディングにつなげ、新たな付加価値として訴求する。

設定した理由：エネルギー価格の高騰は収益を圧迫する大きな要因であり、コスト削減が利益確保に直結するため。また、環境対応はサプライチェーン取引においても重要な選定基準となりつつある。

③ 創業の促進と円滑な事業承継による新陳代謝の活性化

達成方針 1：創業エコシステムの構築と定着支援

「まえばし創業支援ネットワーク」を活用し、創業相談から事業計画策定、資金調達、開業後のフォローまでをワンストップで支援する。「創業スクール」に加え、まちなかでのトライアル出店等を支援し、事業の定着率を高める。

設定した理由：創業期の失敗リスクを低減し、生存率を高めるためには、資金・ノウハウ・場所の包括的な支援が不可欠であるため。

達成方針 2：早期の承継診断と多様な選択肢の提示

経営者の年齢や後継者の有無に関わらず「事業承継診断」を実施し、課題を早期に可視化する。親族内承継だけでなく、従業員承継や第三者承継（M&A）の可能性も含めて提案し、「群馬県事業承継・引継ぎ支援センター」等の専門機関と連携してマッチングを支援する。

設定した理由：準備不足による廃業を防ぐには、早期の着手が鍵となる。また、親族内承継が困難なケースが増えており、M&A等の多様な選択肢を提示することで、地域の貴重な経営資源を次世代に残すことができる。

④ 自社の商品や製品、技術をPRできる場の提供

達成方針 1：リアルとデジタルを融合したハイブリッド販路開拓

首都圏等の展示会出展支援（リアル）と、ECサイト構築やSNSマーケティング支援（デジタル）を組み合わせ、商圏を拡大する。バイヤーの声やアクセス解析データを活用し、マーケットイン視点での商品改良を促す。

設定した理由：人口減少により地域内需要のみでは成長が困難であり、域外需要の獲得が必須であるため。リアルとデジタルの双方を活用することで、機会損失を防ぎ、効果的な販路拡大が可能となる。

⑤ 自然災害や感染症などへの備えと非常事態からの早期復旧に対する支援

達成方針 1：実践的なBCP策定と認定取得の推進

ハザードマップを用いたリスク確認から始め、初動対応マニュアルの作成、減災設備の導入計画まで、実効性の高い事業継続力強化計画（ジギョケイ）の策定を支援し、国の認定取得を推進する。

設定した理由：災害等の有事の際に、早期復旧できるか否かが企業の存続を左右するため。認定取得は、防災意識の向上だけでなく、金融支援や対外的な信用力向上にもつながる。

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

現状：当所では、日本商工会議所の「LOBO 調査」（毎月・5 者対象）や中小企業基盤整備機構の「中小企業景況調査」（年 4 回・65 者対象）を継続して実施し、結果を当所ホームページや調査協力先事業所へ提供している。また、「RESAS」のビッグデータについても、会報での紹介や職員研修などを通じて情報共有を図り、地域経済の動向把握に努めている。

課題：「LOBO 調査」も「中小企業景況調査」もいずれも全国的な傾向を示す内容が中心で、前橋の地域特性を十分に反映した分析にはつながっていない。また、調査結果のフィードバック先が調査協力事業所に限定されているため、市内の幅広い小規模事業者への情報提供としては不十分である。さらに、RESAS 等のデータも独自の分析や経営指導への実務的な活用には至っていないなど、地域の実情を踏まえた分析・情報提供の体制が十分に整っていない点が課題となっている。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	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景況調査（四半期調査）	HP 掲載	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
②RESAS を活用した地域経済分析	HP 掲載	－	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

① 中小企業景況調査を活用した市内の特徴や傾向の分析・公表

目的：市内事業者の実態を把握するため、現在実施している景況調査から、前橋市の特徴や傾向を分析・整理し、事業者向けにわかりやすく公表する。

【調査対象】65 者（製造業 9 者、建設業 9 者、卸売業 11 者、小売業 12 者、サービス業 24 者）

【調査項目】売上、仕入、業況、資金繰り、経営上の問題点

【調査方法】経営指導員・支援員による聞き取り、FAX、オンライン等にて調査

②RESAS 等を活用した地域経済・消費動向の把握と分析

目的：RESAS（地域経済分析システム）等を活用し、人口動態、商圈分析、消費動向などのデータを分析する。分析結果を事業者の既存事業の見直し、新たな事業展開や販路開拓に寄与することを目的に公表する。

【分析内容】RESAS の「産業構造」「地域経済循環」「企業間取引」機能を活用し、人口動態、来訪者（来街者）動向、消費動向、産業別の動向、前橋市の特徴や課題の整理

(4) 調査結果の活用

① 支援テーマの優先順位付け

景況調査の結果を基に、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する。

手法：

- ・景況調査の DI を集計し、悪化項目（採算・資金繰り・人手不足）を抽出。
- ・専門家派遣や補助金申請支援の対象業種や事業者を選定。

② 調査結果をわかりやすくまとめ、地域に広く公開する

調査結果は当所ホームページ等で公表する。

手法：

- ・ 定型フォーマットをつくる。
- ・ HP 等で定期的に公表。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：小規模事業者の商品・サービスに対する市場ニーズや消費動向の把握は公表されている調査機関のデータを活用するに留まっており、観光や地域ブランドに関する認知度・購買行動の定量データが不足していることから、マーケットイン型の商品開発や販路戦略に活かせていない。また、当所でも出展支援が中心であり、参加後に事業者に対しての個別でのヒアリングの実施しかできていない。

課題：顧客の意見や市場環境を反映した具体的な需要動向を把握できておらず、小規模事業者の商品・サービス開発に活用できる情報が不足している。また、需要動向調査や販売データなどに基づいた分析が出来ていないため、当所でも参加事業者に対して、具体的な商品や販路開拓につながる有効的なフィードバックができていない。

(2) 目標

項目	現行	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
①BtoC の展示会・即売会における 需要動向調査対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②BtoB の展示会・商談会における 需要動向調査対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

① BtoC の展示会・即売会における需要動向調査

市内道の駅や物産館、市外や首都圏の百貨店等での展示会・即売会における調査を実施。

【調査手法】

(情報収集) アンケート・ヒアリング・試食・体験

(情報分析) 専門家や経営指導員等にて情報分析を行う

【サンプル数】 50 人

【調査項目】

①味 (使いやすさ) ②価格 ③見た目 ④パッケージ等 ⑤購入意向 ⑥具体的な改良提案 (自由記述)

【調査結果の活用】

調査結果は参加事業者にフィードバックし、専門家や経営指導員がさらなる商品改良等につなげる。

② BtoB の展示会・商談会における需要動向調査

東京商工会議所や各地域の商工会議所が主催する商談会「首都圏バイヤーマッチング商談会」「東商バイヤーズミーティング（個別企業との商談会）」「ものづくり受発注商談会」等において、参加事業者の商品や製品に係る需要動向調査を実施する。

【調査手法】

（情報収集）主催者による事後のアンケート、ヒアリング・試食・体験

（情報分析）専門家や経営指導員にて情報分析を行う

【サンプル数】バイヤー 10社

【調査項目】

上記①の項目のほか、改良提案や取引条件

【調査結果の活用】

調査結果は参加事業者にフィードバックし、次回商談に向けた提案資料の作成支援や事業計画の見直しを行うことで、さらなる商品・製品の改良等につなげる。

※「首都圏バイヤーマッチング商談会」「東商バイヤーズミーティング（個別企業との商談会）」
東京商工会議所が主催。各地商工会議所の会員事業者向けにも募集対象を広げて開催し、食品／雑貨バイヤー約30社を招聘してのマッチング商談会「首都圏バイヤーマッチング商談会」や個別に各回流通系バイヤーを招き、直接商談をいただく「東商バイヤーズミーティング」を開催している。

※「全国ものづくり受発注商談会&技術連携マッチング」

東京商工会議所をはじめとする各地域の商工会議所及び東京都商工会連合会（54団体）が主催。全国各地の製造業者が一堂に会し、具体的な案件に沿って個別に面談する事前マッチング形式の大規模商談会。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状：決算書に基づく過去の財務分析（売上高、利益率等の推移確認）は、融資相談や税務申告の際に実施している。しかし、市場環境の変化や競合状況、従業員のスキル、知的資産といった「非財務情報」の分析や、将来のキャッシュフローを見据えた経営デザインの検討までは十分に手が回っていないのが実情である。また、SWOT分析等のフレームワークを知らない、あるいは活用したことがない小規模事業者も多く、自社の強みを言語化できていないケースが散見される。

課題：

・財務・非財務の統合分析: 過去の数字（財務）だけでなく、将来の成長源泉となる強みや課題（非財務）を統合的に「見える化」し、経営の実態を正しく把握する必要がある。

- ・経営者の意識変革: 分析結果を単に示すだけでなく、経営者が自社の本質的な課題に「気づき」、主体的に改善に取り組むための動機づけ（腹落ち）を行うプロセスが不可欠である。
- ・テーマ別分析の不足: DX 推進や脱炭素（GX）、事業承継といった特定の経営課題に対する専門的な診断・分析機能が不足している。

(2) 目標

項目	現行	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	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②個別経営分析実施事業者数	90 者	100 者	100 者	100 者	100 者	100 者
（うち DX・GX・承継診断実施数）	—	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

(3) 事業内容

① 経営分析セミナー

目的: 経営者自身が自社の決算書を読み解き、現状を客観視する力を養うとともに、SWOT 分析を通じて自社の強み・弱みを再発見する。

【募集方法】 チラシ・ホームページ・メール配信・SNS 告知、巡回・窓口相談時の個別案内、関係機関（金融機関・支援機関）との連携紹介。

【開催回数】 年 1 回（定員 15 名、計 15 名）

【内 容】

- ・財務分析の基礎: 損益分岐点比率、労働生産性などの重要指標の算出と、業界平均値との比較（ローカルベンチマーク等の活用）。
- ・SWOT 分析: 内部環境（強み・弱み）と外部環境（機会・脅威）の棚卸し、クロス SWOT 分析による「強みを活かして機会を捉える」戦略の検討。

② 個別経営分析（財務＋非財務の統合分析）

目的: 補助金申請、融資相談、巡回・窓口相談を通じて抽出した課題に対し、専門的な視点で深掘りし、意思決定に直結する詳細な分析を行う。

【対象者】 セミナー参加者から意欲・効果見込の高い 5 者を選定＋補助金・融資・巡回等から 95 者追加（計 100 者）

【手 法】 経営指導員によるヒアリング（対話）を重視し、「ローカルベンチマーク（ロカベン）」や「経営デザインシート」等のツールを活用して分析レポートを作成する。必要に応じて中小企業診断士等の専門家を同行させる。

【分析項目】

- ・財務: 直近 3 期分の決算書に基づく収益性、安全性、生産性、キャッシュフロー分析。
- ・非財務: 商圏・顧客層の分析、商品・サービスの競争力評価、業務プロセスのボトルネック特定、従業員の定着率・スキルマップ、IT 活用状況。

③ 重点テーマ別「専門診断・分析」

目的: 目的により必要データが異なる点を踏まえ、テーマ別に指標・ヒアリング項目を設計。DX、省エネ、事業承継、創業の成果に直結する分析を実施する。

【テーマ別の主なデータ】

- ・DX診断：IT 専門家（IT コーディネーター等）を派遣し、アナログ業務の棚卸しとデジタル化可能な領域（経理、受発注、販促等）の特定を行う。
- ・省エネ・GX 診断：「前橋商工会議所環境アクションプラン」に基づき、専門家によるエネルギー使用状況の計測・分析を行い、CO2 排出量と削減余地（コスト削減効果）を試算する。
- ・事業承継診断：経営者の年齢や後継者の有無に関わらず、自社株評価や個人保証の状況、後継者候補の適性などを早期に診断し、承継に向けた課題を洗い出す。
- ・創業支援：初期費用・運転資金計画、収支シミュレーション、参入障壁、初期顧客獲得計画、許認可・リスク

(4) 分析結果の活用

①小規模事業者支援への活用

- ・課題共有と動機づけ（フィードバック）
 - ・分析結果を「経営分析カルテ」や「SWOT 分析シート」としてまとめ、グラフや図表を用いて視覚的にわかりやすく経営者にフィードバックする。
 - ・「なぜ利益が出ていないのか」「どこに無駄があるのか」といった現状認識のズレを解消し、経営者が「変わりたい」「改善したい」と思う内発的動機づけを行う。
- ・事業計画策定への接続
 - ・分析で明らかになった課題（ボトルネック）と伸びしろ（強み）を基に、次項の「事業計画策定」における具体的な目標設定（KPI）やアクションプランの立案につなげる。
 - ・例えば、「原価率が高い」という分析結果から「仕入れ見直し」や「価格転嫁」の計画を、「Web からの集客が弱い」という結果から「SNS 活用・EC サイト構築」の計画を導き出す。

②内部での活用（商工会、商工会議所内）

- ・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

- ・ **金融機関・関係機関との連携資料としての活用**

- ・ 作成した分析レポート（ロカベンシート等）を、金融機関への融資申し込みやリスクスケジュール交渉、または補助金申請時の添付資料として活用し、対外的な説明力を高める。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状：これまでの事業計画策定支援は、小規模事業者持続化補助金等の申請を目的とした短期的な計画作成が中心であった。そのため、採択後は計画が見直されず、日々の経営判断や進捗管理（予実管理）の指針として定着していないケースが多い。また、計画策定を専門家や職員に依存してしまう傾向があり、経営者自身の当事者意識が希薄になりがちである。

また、DX や事業承継、災害対策（BCP）といった専門的な経営課題に対して、「重要性は理解しているが、何から手を付ければよいか分からない」「専門知識がなく計画に落とし込めない」という事業者が多い。

課題：

- ・ 計画策定の動機づけ：個別支援の前段階として、セミナー等を通じて課題解決の必要性やメリットを認識させ、計画策定へのハードルを下げる必要がある。
- ・ 経営の自走化：補助金の有無にかかわらず、経営者自身が自社の将来像（ビジョン）を描き、実現に向けた具体的かつ実効性のあるアクションプランを策定・実行する習慣を定着させる必要がある。
- ・ 多様な課題への対応：DX、脱炭素（GX）、人手不足対応、事業承継など、多様化する経営課題に対応するため、画一的な計画ではなく、事業者のフェーズや課題に応じた専門的な計画策定支援が必要である。

(2) 支援に対する考え方

- ・ 内発的動機づけの重視：各種セミナーを「気づき」の場と位置づけ、受講者を個別の計画策定支援へと誘導する。また経営指導員は「答え」を教えるのではなく、対話（コーチング）を通じて経営者の想いや潜在的な課題を引き出す。経営者が「なぜやるのか」を腹落ちし、納得感（オーナーシップ）を持って計画を策定できるよう支援する。
- ・ 5年後・10年後を見据えた支援：目先の資金調達だけでなく、事業者のライフサイクル（創業、成長、成熟、承継）を見据え、持続的な成長を可能にする中長期的な視点での計画策定を促す。
- ・ 経営の自走化：最終的には経営者自身が自社の将来像（ビジョン）を描き、数値に基づいた計画を運用できるよう支援する。

(3) 目標

項目	現行	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
②DX・生産性向上セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
③創業セミナー（創業塾）開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④事業承継セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
⑤ジギョケイ策定セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
⑥事業計画策定事業者数（総数）		54者	54者	54者	54者	54者

(4) 事業内容

① 事業計画策定セミナーの開催

目的： 経営分析を実施した事業者を対象に、自社の強みや課題を再確認し、持続的な成長に向けた具体的な行動計画（アクションプラン）の策定手法を習得させる。

具体的手法

【支援対象】 経営分析実施済み事業者、経営革新や販路開拓を目指す小規模事業者

【募集方法】 会報誌へのチラシ同封、当所ホームページ・SNSでの告知、経営指導員による巡回時の個別勧奨

【講師】 中小企業診断士、当所経営指導員

【回数】 年1回開催

【カリキュラム】

- ・ 経営環境の振り返りと SWOT 分析の深化
- ・ 「経営デザインシート」を用いたビジネスモデルの俯瞰
- ・ 数値計画（売上・利益）と行動計画（誰が・いつ・何を）の連動
- ・ 個別ワークショップと計画素案の作成

【参加者数】 15名

【成果指標】 事業計画策定件数：15件、個別相談(伴走支援)への移行件数：10件、補助金(持続化補助金、前橋市経営計画実行補助金)申請件数：5件

② DX・生産性向上セミナーの開催

目的： 人手不足やコスト高に対応するため、デジタル技術を活用した業務効率化や生産性向上のノウハウを提供し、IT導入計画の策定へとつなげる。

具体的手法

【支援対象】 デジタル化、DX化に関心のある事業者、業務効率化に課題を持つ事業者

【募集方法】 会報誌へのチラシ同封、当所ホームページ・SNSでの告知、経営指導員による巡回時の個別勧奨、ITベンダー等と連携した周知

【講師】 ITコーディネーター、DX専門家、ITツール提供企業

【回数】年1回開催

【カリキュラム】

- ・小規模事業者が取り組むべきDXの第一歩（インボイス対応、キャッシュレス等）
- ・生成AI（ChatGPT等）やRPAを活用した業務自動化・省力化の実演
- ・IT導入補助金の活用事例と申請のポイント
- ・自社に適したツール選定と導入計画の作成ワーク

【参加者数】15名

【成果指標】DX・IT導入に関する計画策定数：15件、IT専門家派遣の要請件数：5件、IT導入補助金等の申請・採択件数：5件

③ 創業セミナー（創業塾）の開催

目的：創業希望者に対し、経営に必要な基礎知識を体系的に習得させ、実現性が高く、早期に軌道に乗るための「創業計画書」の策定を支援する。

具体的手法

【支援対象】創業予定者、創業後間もない事業者

【募集方法】会報誌、ホームページ・SNSでの告知、創業支援ネットワーク機関（金融機関等）でのチラシ配架

【講師】中小企業診断士

【回数】年1コース（1コース全4回シリーズ）

【カリキュラム】

- ・経営理念の策定とビジネスモデルの構築
- ・創業の手続、税務・会計・資金繰りの基礎知識
- ・マーケティング戦略（商圏分析、販路開拓）
- ・創業計画書の作成

【参加者数】20名

【成果指標】創業計画書策定数：20名、受講後の新規開業数：4名（受講者の2割）、創業関連融資・特定創業支援等事業の活用件数：2件

④ 事業承継セミナーの開催

目的：経営者の高齢化が進む中、事業承継の重要性と早期着手の必要性を啓発し、親族内・第三者承継（M&A）に向けた準備計画の策定を促す。

具体的手法

【支援対象】60歳以上の経営者、後継者候補、後継者不在の事業者

【募集方法】会報誌、ホームページ・SNSでの告知、金融機関からの紹介

【講師】中小企業診断士、税理士、群馬県事業承継・引継ぎ支援センター担当者

【回数】年1回開催

【カリキュラム】

- ・事業承継の現状と失敗しないための段取り
- ・親族内承継における自社株・資産の移転対策
- ・第三者承継（M&A）の基礎知識とマッチング事例紹介
- ・「事業承継診断」の実施と承継計画策定のポイント

【参加者数】10名

【成果指標】事業承継診断の実施件数：5件、事業承継計画の策定数：2件、専門機関（事業承継・引継ぎ支援センター等）への紹介件数：5件

⑤ 事業継続力強化計画策定セミナーの開催

目的：自然災害や感染症等のリスクに対し、損害を最小限に抑え、早期復旧を図るための「事業継続力強化計画」の策定と、国の認定取得を支援する。

具体的手法

【支援対象】事業継続力強化計画未策定の小規模事業者

【募集方法】会報誌、ホームページ・SNSでの告知、損害保険会社等と連携した案内

【講師】中小企業診断士、損害保険会社担当者

【回数】年1回開催

【カリキュラム】

- ・ハザードマップを用いた自社の災害リスク確認
- ・人命安全確保と初動対応マニュアルの作成
- ・事前対策（設備固定、データバックアップ等）の検討
- ・事業継続力強化計画認定申請書の作成演習

【参加者数】20名

【成果指標】事業継続力強化計画の申請・認定数：2件

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

現状：現在、小規模事業者持続化補助金等の申請を行った事業者を中心に、年間約300件の事業計画フォローアップを実施している。しかし、その頻度は年1回程度のモニタリングに留まっているのが実情である。また、起業・創業、事業承継、新事業展開など事業計画の類型に応じた伴走メニューの体系化が未整備である。

課題：年1回の確認では、近年の原材料費やエネルギー価格の急激な高騰といった激しい環境変化への対応が後手に回るケースが見受けられる。また、計画と実績に乖離が生じても、早期に軌道修正を図る機会を逃し、計画が形骸化してしまうことが課題である。

今後は、フォローアップの頻度と質を高め、変化に即応できるPDCAサイクルの構築、また、起業・創業計画／事業承継計画／新事業展開計画に対応した類型別支援メニューの策定が必要。

(2) 支援に対する考え方

- ・「点」から「線」の支援へ：年1回の確認（点）ではなく、四半期ごとの定期的な対話（線）を通じて、経営者の伴走者として継続的に関わる。
- ・早期発見・早期対策：予実管理を通じて「コスト増による利益圧迫」などの兆候を早期に発見し、手遅れになる前に価格転嫁や経費削減などの対策を講じる。
- ・自走化の促進：最終的には経営者自身が進捗を管理し、環境変化に合わせて自律的に計画を修正

できる状態（経営の自走化）を目指す。

(3) 目標

項目	現行	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フォローアップ対象事業者数	150者	150者	150者	150者	150者	150者
②フォローアップ頻度（延回数）	150回	650回	650回	650回	650回	650回
③目標達成事業者数（売上増等）	—	15者	15者	15者	15者	15者

(4) 事業内容

事業計画を策定した小規模事業者を対象として、経営指導員が巡回訪問等を実施し、策定した事業計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定150者のうち、1/6の25者は毎月1回、1/3の50者は四半期に一度、他の75者については年2回とする。ただし、小規模事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。また、その実行手段は、経営指導員の判断を基に各ブロック内での協議を経て決定する。

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、他ブロック等の経営指導員間による協議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

現状：当所ではこれまで展示会や即売会、商談会への出展支援を中心に実施。具体的には市内で開催されたイベント「御城印サミット」での「前橋の逸品即売会」のほか、首都圏における即売会「地域うまいもんマルシェ」「羽田空港催事事業」、北陸最大級の展示会「北陸技術交流テクノフェア」には前橋市との共同にて出展した。その他、行政や専門家、関係団体などと連携し、商談会、展示会・即売会・セミナーを実施した。また、広報宣伝ツールとして当所会報「糸都」（月刊誌）への会員情報掲載及びチラシ同封サービスの実施のほか、新たにプレスリリースサービス「PRTIMES」「共同通信 PR ワイヤー」を開始した。

課題：前橋市のアンケート調査にて、事業活動における問題と課題において「受注量・取引量の減少」や「顧客や取引先の確保・拡大」が上位項目として上がっており、喫緊の課題となっている。また、人口減少に伴う地域内のマーケットが縮小しているなかで、地域外やオンラインでの新たな販路開拓に関心を持っているが、出展ノウハウやIT知識・人材不足等の理由により取り組むことに躊躇してしまう状況にある。また、商品開発において顧客ニーズに基づいた開発および販売（マーケットイン）が不十分である。さらに、前橋は全国に先駆けて「産学官金連携」に取り組んでお

り、企業のニーズと大学のシーズのマッチングの土壌が整っているものの、十分に活用しきれていない。

(2) 支援に対する方針

当所では、販路開拓・拡大に対する意欲が高い小規模事業者（小売業（食品・雑貨）、製造業、観光業など）に対し、行政や専門家、関係団体などとの「産学官金連携」の強みを活かした、「戦略策定→実行→評価/改良」（PDCA）のサイクルに基づいた伴走支援を行っていくことで、最終的には事業者の自走化を目指す。また、効果的かつ継続的に稼げる好事例の創出と事例やノウハウを体系化し横展開していくことで、地域全体の底上げにつなげていく。

(3) 目標

項目	現行	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リアルの展示会・即売会・商談会への出展支援事業者数	12者	15者	15者	15者	15者	15者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
②デジタルの展示会・商談会への出展による販路開拓支援事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
③SNS活用・プレスリリースによる販路開拓支援者数	8者	10者	10者	10者	10者	10者
メディア掲載件数/者	—	2者	2者	2者	2者	2者
④産学官金連携による新商品開発・付加価値向上支援者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

① リアルの展示会・即売会・商談会への出展支援

自社で製造販売している商品や製品に対し、全国的な販路拡大を目指す食品製造小売業者や地域資源活用型製造業等を対象に出展支援を行い、地域の美味しい商品、新たに開発された製品の販路開拓・拡大支援を行うため、首都圏における展示即売会+テストマーケティングを実施する。

開催にあたっては、経営指導員等が専門家と連携し、需要動向調査の結果を活用した事前戦略策定、事前・事後の出展支援を行う。

また、展示会に出展したことがない製造業の小規模事業者に対しても展示会への出展体験並びに広く販路開拓の機会を得てもらうことを目的として、隣県や首都圏における展示会への共同出展を実施する。

経営指導員は、出展サポートとして一緒に同行し、来場者へのPRを行い、販路開拓の支援を行う。なお、出展時には事前の説明会や事後の報告会等を開催し、より効果的な支援を図る。展示会は2025年には前橋市と共同出展を行った製造業を中心とした大型展示会である「北陸技術交流テクノフェア」に共同出展し、来年度以降も継続して共同出展することを想定している。

また、東京商工会議所や各地域の商工会議所が連携にて開催する商談会「首都圏バイヤーマッチング商談会」「東商バイヤーズミーティング（個別企業との商談会）」「全国ものづくり受発注商談会&技術連携マッチング」等への参加を促進するため、各事業を広く広報することで、バイヤー等との直接の商談等により事業者の販路拡大を支援する。また、商談に向けては経営指導員や専門家等と連携し、商談方法やPR方法等のほか、商談後のフォローアップを実施することで、商品のさらなるブラッシュアップのほか、確実に受注につなげられるよう支援する。特に同行支援においては、事業者による自走化を目指し、職員が商談スキル向上に向けた具体的な指導を行う。

※「北陸技術交流テクノフェア」

北陸技術交流テクノフェアは福井県福井市で開催され、業種・分野・地域を超え、様々な企業・大学・研究機関等が一堂に会する北陸最大級の総合展示会。産学官の技術連携を促進し、革新的なテクノロジーと新たなビジネスを創造することで、社会課題に対処し、持続可能な社会の実現を目指していくことを目的としている。全国から多彩な企業・大学・研究機関の209社・団体が出展し、技術と人材の交流を促進している。

※「全国ものづくり受発注商談会&技術連携マッチング」

東京商工会議所をはじめとする各地域の商工会議所及び東京都商工会連合会（54団体）が主催。全国各地の製造業者が一堂に会し、具体的な案件に沿って個別に面談する事前マッチング形式の大規模商談会。

※「首都圏バイヤーマッチング商談会」「東商バイヤーズミーティング（個別企業との商談会）」

東京商工会議所が主催。各地商工会議所の会員事業者向けにも募集対象を広げて開催し、食品／雑貨バイヤー約30社を招聘してのマッチング商談会「首都圏バイヤーマッチング商談会」や個別に各回流通系バイヤーによる商談会を実施する。

②デジタルの展示会・商談会への出展による販路開拓支援

地域外需要の獲得につなげるため、今までWeb展示会や商談会等に出展したことがない小規模事業者を対象に全国の商工会議所ネットワークを通じたインターネットサイト「ザ・ビジネスモール」や前橋市オンラインアンテナショップ「旅する前橋めぶく。ショップ」を利活用していただき、全国規模での新たな取引先確保、販路拡大に繋げる。また、越境ECへの取り組み支援も行い、専門家と連携し出展期間中のアクセスやコメント、評価等の分析などを行うことで、対象国の検討や商品の改良につなげる。

※「ザ・ビジネスモール」

大阪商工会議所が運営する商取引支援サイト。全国29万社以上の商工会議所・商工会会員が登録する日本最大の企業データベースで、アクセス数は月間300万以上、全国580団

体超の商工会議所・商工会が登録。

③ SNS 活用・プレスリリースによる販路開拓支援

セミナーの開催や専門家と連携した個者支援を実施し、フェイスブックやインスタグラムなど SNS を活用した販路開拓を支援する。

また、販路拡大の機会を創出するため、セミナーの開催や専門家との連携を図り、プレスリリースサービスの活用促進を図る。

④ 産学官金連携による新商品開発・付加価値向上支援

産学官金で連携を図り、付加価値を向上させるための商品開発や磨き上げ、知的財産の保護・活用事業を実施する。また、展示会・即売会やバイヤーとの商談会などに出展し、意見聴取を実施し、商品のさらなるブラッシュアップを目指す。

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

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：事業報告は定性的な内容が中心であり、定量的な成果検証や第三者視点での評価、期中での機動的な見直しプロセスが確立されていない。

課題：KPI・KGI に基づく客観的な評価体制を構築し、PDCA サイクルを実効性のあるものにする必要がある。

(2) 事業内容

① 定量的把握の仕組み

手法：支援案件管理システム（または Excel 管理簿）を活用し、各事業の KPI（支援件数、売上増加率、アンケート満足度等）の実績データを毎月収集・集計する。ダッシュボード化し、進捗を見える化する。

② 評価手法

- ・当所役員をリーダーとした「経営発達支援事業連携協議会」（以下、「協議会」）を設置し、構成員に外部有識者（中小企業診断士等）、法定経営指導員、前橋市担当者、群馬県等を含める。
- ・年度下期に協議会を開催し客観的な視点から評価・検証を行い、次年度支援計画に反映。

③ 評価・見直しの頻度

- ・年 1 回以上、協議会を開催。必要に応じて臨時協議会を開催。

④ 結果の公表方法

- ・協議会の議事録要旨および事業評価結果を当所ホームページ等に掲載し、地域事業者が常時

閲覧可能な状態を確保。

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

現状：当所では経営指導員 15 名、経営支援員 3 名の計 18 名の支援体制を敷き、前橋市を 4 つのブロック(東西南北)に分け、それぞれブロック別での対応をしている。なお、県内の経営指導員や経営支援員を対象とした定期的な研修会の参加、中小企業大学校への研修参加などを実施しているが、一般職員を含めた体系的な能力向上策が不足しており、また、受講内容や支援ノウハウが個人に依存(属人化)しており、組織全体での共有・継承が不十分である。

課題：業務として地域振興や中心市街地活性化事業など政策的支援を行う業務も多々あり、経営指導員、経営支援員、一般職員によって支援経験や能力の差があることが否めない。また、現在の経営指導員の経験年数も差が顕著であり、さらに DX や創業、事業承継等の高度化する課題にはなかなか対応することができない。専門スキルの習得と、組織として支援ノウハウを共有・活用する仕組み(ナレッジマネジメント)の構築が必要である。

(2) 事業内容

目的：経営指導員と経営支援員、一般職員の支援能力を体系的に高め、DX や創業、事業承継等の高度化する課題に対応できるよう専門スキルを習得し、また、支援ノウハウ共有と O J T を通じて組織力を強化する。

① 外部講習会や研修会等の積極的活用

内容：経営指導員および経営支援員、一般職員に対し、既存の県内商工会議所応用研修会や基礎研修会、日本商工会議所主催の研修に加え、以下のテーマに関する専門研修(中小企業大学校、県連主催研修等)への派遣や専門講師に依頼し所内研修会等を実施する。

【DX・IT】生成 AI 活用、IT ツール(RPA、クラウド会計、EC、SNS)、デジタルマーケティング。

【専門実務】事業承継税制、M&A 実務、知的財産管理、BCP 策定。

【対話力】コーチングスキル、ファシリテーション、傾聴力強化。

② ノウハウ共有の仕組み(ナレッジマネジメント)

内容：支援事例(成功事例・失敗事例)、作成した計画書、提案資料等をデータベースに蓄積し、全職員が検索・閲覧可能にする。また、定期的に事例検討会を開催し、困難案件への対応策を協議し、研修受講者が復命報告を行うことで、組織全体で知見を共有する。

③ OJT の実施

内容：経験豊富な経営指導員と若手職員がペアとなり、巡回指導や窓口相談を行う OJT を制度化し、実践的なスキル継承を図る。

11. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

現状：当所は群馬県内にある10の商工会議所(前橋、高崎、桐生、伊勢崎、太田、沼田、館林、富岡、渋川、藤岡)および近県(宇都宮、水戸)の商工会議所と支援ノウハウや地域の現状等の情報交換を行っている。また、金融機関や公的支援機関をはじめとする支援機関とも日常的に情報交換を行いながら、スムーズに事業者支援を行える体制を整えている。

課題：事業者が抱える課題やニーズが、複雑化・高度化し、または商圏が広域化するなかでの変化に対応するため、他地区の商工会議所をはじめ、金融機関や公的支援機関と連携し、支援の現状、支援ノウハウ、事業者ニーズに関する事など情報交換を積極的に行っていく必要がある。また、小規模事業者においても、知的財産権を取得することで自社の防衛力と営業力を高めるための支援体制を新たに加える。これらの取り組みにより支援体制の強化と連携事業の推進することで、管内小規模事業者の持続的な発展に向けて多様な視点からの支援体制をこれまで以上に構築する。

(2) 事業内容

① 北関東三県県庁所在地商工会議所職員研修会

北関東三県県庁所在地商工会議所である、栃木県の宇都宮商工会議所、茨城県の水戸商工会議所、当所の3会議所合同による職員研修会を年1回開催している。職員研修会は、持ち回りで開催しており、開催商工会議所での企業支援や産業振興、まちづくりの取り組みを中心に紹介しながら、参加商工会議所の直近での取り組みの情報共有を図っている。

② 県下商工会議所相談所長会議

群馬県内の10商工会議所の相談所長に群馬県の企業支援部局で構成される相談所長会議(年3回開催)にて、施策情報の共有や情報交換の時間を設けて県内の小規模事業者を取り巻く経営環境や課題の把握、需要動向、支援の現状、支援ノウハウ等について情報交換を行うことで、経営指導員の資質向上をはじめとする、県内商工会議所全体の支援力向上を目指す。

③ 群馬県よろず支援拠点との連携

当所では群馬県よろず支援拠点と連携して個別相談会を隔月開催にて定期的で開催し、よろず支援拠点の専門家とともに、企業経営に関する様々な課題解決に向けた伴走型支援や、セミナー開催にあわせた個別相談会を実施。また、専門家とともに事業所を訪問し課題解決を支援する専門家派遣も実施する。

④ 群馬県事業承継ネットワークへの参画

当所は、群馬県事業承継ネットワークの一員として事業承継支援に取り組んでいる。事業承継は、大きく分けて、親族への承継、親族外(役員や従業員)への承継、M&Aに分類されるなか、ヒト・資産・知的資産の承継には時間と専門知識が必要となるケースが多いことを鑑みて、群馬県事業承継・引継支援センターとの連携により事業者からの相談に対応することで、事業承

継計画の策定支援を進める。

⑤ 金融機関との事業承継に関する連携協定

当所の上位組織である（一社）群馬県商工会議所連合会と県内に本店を置く金融機関と事業承継支援に関する協定を締結し、情報を共有しながら事業承継を進めている。当所で受け付けた事業者からの相談を各金融機関に取り次ぐかたちで、金融機関がもつノウハウを活用しながら、事業承継の支援を進めることができる。

⑥ 日本政策金融公庫前橋支店との経営改善資金推薦団体連絡協議会

当所の金融支援のノウハウを蓄積するべく、マル経融資制度の円滑な運用につなげるため、日本政策金融公庫 前橋支店との経営改善資金推薦団体連絡協議会を年 2 回開催し、また定期的な情報交換を行っている。金融支援における小規模事業者のニーズや動向などについて相互の情報交換を通して、支援ノウハウの一層の向上に努める。

⑦ まえばし創業支援ネットワーク

まえばし創業支援ネットワークは、市内での創業支援を活発にするべく前橋市、日本政策金融公庫、税理士会、社労士会、中小企業診断士協会、行政書士会、商工会議所、商工会、前橋創業センターを運営する（一社）前橋起業支援センターで構成される連携体制である。各支援機関が持つ得意分野を活かして、創業者にワンストップで創業支援サービスを提供することで、創業者のニーズに沿った支援を行なっている。当所は、本ネットワーク創設以来、参画しており、ネットワーク構成機関と連携を図りながら、「起業家交流会」や「よろず相談会」に積極的に参加し、参加者の相談対応やフォローアップに努める。

⑧ JETRO 群馬との連携

本県に拠点を置く、ジェトロ群馬と連携をして、前橋市および周辺エリアの事業者の海外展開への相談に対応できるように個別相談会を毎月開催。海外経験豊富なジェトロのアドバイザーが、製造業だけでなく農産物・食品やサービス分野も含めて海外展開に関する支援ができる体制を整えている。

⑨前橋発明協会及び群馬県発明協会（INPIT 群馬県知財総合支援窓口）との連携

前橋発明協会及び群馬県発明協会（INPIT 群馬県知財総合支援窓口）と連携をして、知的財産に関する疑問や課題の相談に対応できるように個別相談会を毎月開催。また、知財アドバイザーの派遣など支援ができる体制を整えている。

12. 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

現状：人々のライフスタイルやマイカー中心の移動手段など取り巻く環境の変化により前橋の中心市街地では、空洞化が進み、通行量は軒並み減少し、まちなかは低迷する状況となった。しかし、前橋市では 2017 年に官民連携で策定した、前橋ビジョン“めぶく。～良いものが育つまち～”の考えのもと、官民が連携し中心市街地の活性化に取り組み、まちなかでは空き店舗に新たな事業者

が outlet し始め、徐々に活気を取り戻しつつある。また、地域課題の解決に向けた取組をビジネスモデルとして取り組むローカルゼブラ企業の重要性が高まっている。

加えて、まちづくりにおいて、馬場川通り、広瀬川河畔、JR 前橋駅～群馬県庁区間の空間整備、中心市街地における再開発など、ハード整備と公共空間の利活用が進み、回遊性向上や賑わい創出が図られている。

当所は、行政、他の支援機関に加え、大学・研究機関や観光振興の組織、商店街など、多様な担い手と連携を図りながら地域経済活性化のため、産業振興全般から観光振興、地元人材の育成・定着、まちづくり、産学官金連携などと多岐にわたる取組を行っている。

課題：

- ・ 中心市街地の空洞化と通行量減少
- ・ 地域の新たな価値創出を担う企業や人材（ローカルゼブラ企業、クリエイティブ産業・IT 人材等）の育成ならびに、既存事業者と連携させるための支援基盤が十分に整っていない。
- ・ 民間の新しい挑戦を後押しする制度や支援が不足し、公共空間の活用も進みにくい状況
- ・ 中心市街地全体の面的な回遊性向上が十分でなく、整備が点にとどまっている
- ・ 再開発等に伴うオープンスペースの不足

(2) 事業内容

① 前橋市産業振興ビジョン協議会への参画

前橋市では「前橋市中小企業振興基本条例」の目的を達成するために、「前橋市産業振興ビジョン」において、本市の産業振興の方向性や方針を定めている。本市の産業が今後よりいっそう発展していくためには、国内外のマクロな社会環境の変化に目を向けつつも、ミクロな地域の視点に立脚した地域経済活性化への取り組みが必要となるなか、本市の活力ある産業の確立を目指したものです。本産業振興ビジョンは、令和7年度に3度目の改定が行われ、コロナ禍や物価高騰、ICT社会の本格的到来などその後の更なる社会経済情勢の変化を踏まえた対応を行うことに主眼を置いた内容となっている。計画期間は令和7年度から令和9年度までの3年間で、本ビジョンに基づいた施策が進められており、その進捗状況などを共有するため『前橋市産業振興ビジョン協議会』に参画している。協議会は年数回程度開催される予定である。

【構成員（※名簿掲載順）】

（一社）群馬県銀行協会、群馬県信用保証協会、公益財団法人 群馬県産業支援機構、群馬県立産業技術センター、前橋工科大学、前橋中心商店街協同組合、群馬県ものづくり技術研究会、厚生労働省前橋公共職業安定所ハローワークまえばし、富士見商工会、連合群馬前橋地域協議会、ぐんま若者サポートステーション、前橋商工会議所女性会、前橋商工会議所、群馬がん治療技術地域活性化総合特区地域協議会、一般社団法人群馬県中小企業診断士協会、前橋東部商工会、群馬県中小企業団体中央会、一般公募

解決する課題：改定したビジョンの各事業の進捗状況を確認し、令和10年度に改定予定のビジョンに事業内容を反映する。

② 前橋市御用聞き型企業訪問サポート事業の推進

本事業は前橋市・前橋工科大学・前橋商工会議所の3者がタッグを組む「チーム御用聞き」が、コーディネーターとともに課題を抱えている企業に直接訪問し、事業所のニーズや潜在的なシ

ーズを掘り起し、一緒に課題を解決する制度。

これまで「チーム御用聞き」が、事業所を訪問し、企業の皆さまから様々な課題や相談を受け、課題解決へのアドバイス、製品化へ向けた開発支援、商品化に向けた販路支援など、各支援機関等と連携しながら企業の稼ぐ力の向上に向けた支援を行っている。また、各種支援機関との連携により、橋渡しなども行っている。特に製造業を中心として技術開発や5Sの推進をはじめとする取り組みについて成果を挙げている。

解決する課題：課題を抱えている企業に直接訪問し、事業所のニーズや潜在的なシーズを掘り起こす。

③ 産学官金共創 ぐんま未来イノベーション会議

群馬大学、前橋工科大学、共愛学園前橋国際大学、(一社)群馬県商工会議所連合会、前橋商工会議所では産学官金が互いに連携し官民共創コミュニティの実現を図り、イノベーションの加速によって、地域力の向上、地域社会および経済を活性化させることを目的に毎年、開催。例年、最新のトピックスによる基調講演やパネルディスカッション、ビジネス交流会をはじめ、各機関の研究結果パネル展示を設けて開催している。

解決する課題：産学官金連携の最新動向や、技術開発等の情報が得られる機会であるので、支援事業者の業種に応じて参画を促し、大学等のシーズと産業界のニーズのマッチングを行い、技術開発や商品開発につなげる。

④ めぶく。プラットフォーム（地域人材の育成・定着に向けた産学官連携基盤推進協議会）

2018年、前橋市、市内の6大学と前橋商工会議所は、産学官でつくる協議会「めぶく。プラットフォーム前橋（地域人材の育成・定着に向けた産学官連携基盤推進協議会）」を設立。包括連携協定を締結し、若者の地元就学・就職、起業・創業、事業承継、雇用の確保など、地域の将来を支える人材をどのように育成し、定着させていくかは、産業界、教育界、行政が共通して抱える喫緊の課題であるとの認識のもと、「地域人材の育成・定着」をテーマに、産業界・教育界・行政が、地域の課題を共有し、各々の役割や立場を超えて、お互いの強みや経営資源を持ち寄りながら課題解決に取り組む。これまで、合同企業説明会や進路・就職相談会、次世代、次々世代の経営層の育成をめざして、リーダーにとって、経営にとって、必要な複眼的かつ複層的な学びを提供する「めぶく。ビジネススクール」を開催。

【構成団体】

前橋商工会議所、市内国公立全6大学（群馬大学、県民健康科学大学、前橋工科大学、群馬医療福祉大学・短期大学、共愛学園前橋国際大学、明和学園短期大学）、前橋市、(一社)群馬県専修学校各種学校連合会 ※オブザーバー群馬県、群馬労働局

解決する課題：若年層の域外流出を抑え、就労定着を促進。また次世代の経営層を育成し、人材不足解消と地域の持続性を高める。

⑤ (公財)前橋観光コンベンション協会との連携

(公財)前橋観光コンベンション協会は、前橋市の観光、コンベンション振興を担う組織である。主な事業として観光戦略の立案やマーケティング、観光客誘致、市内観光イベントの実施、コンベンションの誘致や開催支援、映画やテレビ等のロケーション撮影の誘致を行っている。

2021年からは、温泉を含めた「食」「自然」「文化・歴史」などの地域資源を、ウォーキングで

巡り体感するイベントとして、「ONSEN・ガストロノミーウォーキング in 前橋・赤城スローシティ」を毎年開催しており、当所もその運営支援を行っている。

他、近年は、前橋市が良質な豚肉の産地であることなどから「TONTONのまち まえばし」として豚肉料理の名物づくりを進める中、市内でも人気の高いソースカツに的を絞り、デジタルスタンプラリーとして「まえばし推しカツ No.1」を開催した。当所としても、飲食店に対する参加促進を通じて自店のPRにつながる支援を行っている。

解決する課題：地域資源の掘り起こしや磨き上げを通じて、地域の交流を増やし、来街動機を創出。

⑥ 一般社団法人前橋市物産振興協会との連携

前橋市物産振興協会は、前橋市における各種物産（観光土産品を含む）の販路開拓、品質の改善及び生産の増強を図り、本市の産業経済振興に寄与することを目的とする組織である。前橋駅の物産館「前橋百貨」の運営を行なっている。加えて前橋市物産や土産物の販路開拓及び宣伝紹介をはじめ、見本市、展示会、博覧会等の開催及び参加、物産の生産、技術の支援及び研究、会員の各種催しに対する協力など本市の物産振興に関する事業を行っている。

解決する課題：市内の事業者の販路開拓の選択肢につなげ、事業者の売上及び地域の認知度の向上。

⑦ 前橋市赤城の恵ブランド推進協議会との連携

赤城の恵ブランドは、前橋市の「地産地消」の推進と「食の安全安心」の確保、前橋産農林水産物の消費拡大に取り組んでいる産品に与えられる認証制度。現在、前橋市内で生産された野菜などの生鮮食品類が26品目、前橋産の農林水産物を使って製造された加工品が21品目、合計47品目が認証されている。（※制度見直しのため、R7.11.25現在募集していない）

認証後は、イベントや前橋市ホームページ等でPRされるほか、市内で加工品を製造する事業者にとっては販路開拓の選択肢として、また農商工連携の取り組みにつながるものとなっている。

解決する課題：市内の事業者の販路開拓の選択肢につなげ、事業者の売上及び地域の認知度の向上。農商工連携による新たな価値の創造

⑧ 創業支援とローカルゼブラ企業育成による新たな産業創出の推進

当所ではこれまで、創業スクールの開催をはじめ、ぐんぎんビジネスサポート大賞、群馬イノベーションアワード、群馬イノベーションスクールなど、地域の創業を後押しする各種取組と連携し、創業希望者や第二創業を目指す事業者の事業化支援に取り組んできた。

また、当所の「GREEN&RELAX構想」のもと、自然とデジタルが共存するデザイン都市を目指し、クリエイティブ産業やIT産業の誘致にも取り組んできた。中心市街地では、IT人材やクリエイティブ人材が交流する拠点が生まれるほか、空き店舗の利活用を促進する「マチスタント」事業による創業支援も効果を発揮している。特に、(一社)コード・フォー・グンマでは、シビックテックによるデジタル技術を活用した地域課題の解決を目指している。こうした活動は、行政・市民・企業の協働による新しい価値創造の取り組みや地域におけるDXやデータ利活用の促進にも寄与している。

こうした動きが広がる中で、地域課題の解決を単なる社会貢献ではなく、ビジネスとして解決

する存在であるローカルゼブラ企業の重要性が高まっている。人口減少社会において、前橋が直面する課題に対し、行政だけでは解決が難しいテーマも多い。そのため、地域に根ざした企業が多様な関係者と協働し、技術やサービスを生かして課題解決に取り組むことは、地域の持続性を高める大きな力となる。当所としても、ローカルゼブラ企業の創出・育成を積極的に後押しし、前橋の課題を起点とした新たな価値創造と、持続的な地域経済の発展につなげていく。
解決する課題：新規創業や地域課題解決に挑む企業の育成による新しい産業や価値の創造。

⑨ 商店街組織との連携

本市中心市街地にある9つの商店街で組織される前橋中心商店街協同組合、中心部以外の商店街で組織される前橋市商店街連合会といった商店街組織との連携を図り、販促イベントや施策などの情報発信や運営支援を行っており、加盟する店主の経営に寄与する取組を行っている。
解決する課題：商店街の来訪動機を促し、地域経済に波及効果をもたらす。

⑩ 都市空間整備と公共空間の利活用ならびに関係団体との連携によるまちなかの価値向上

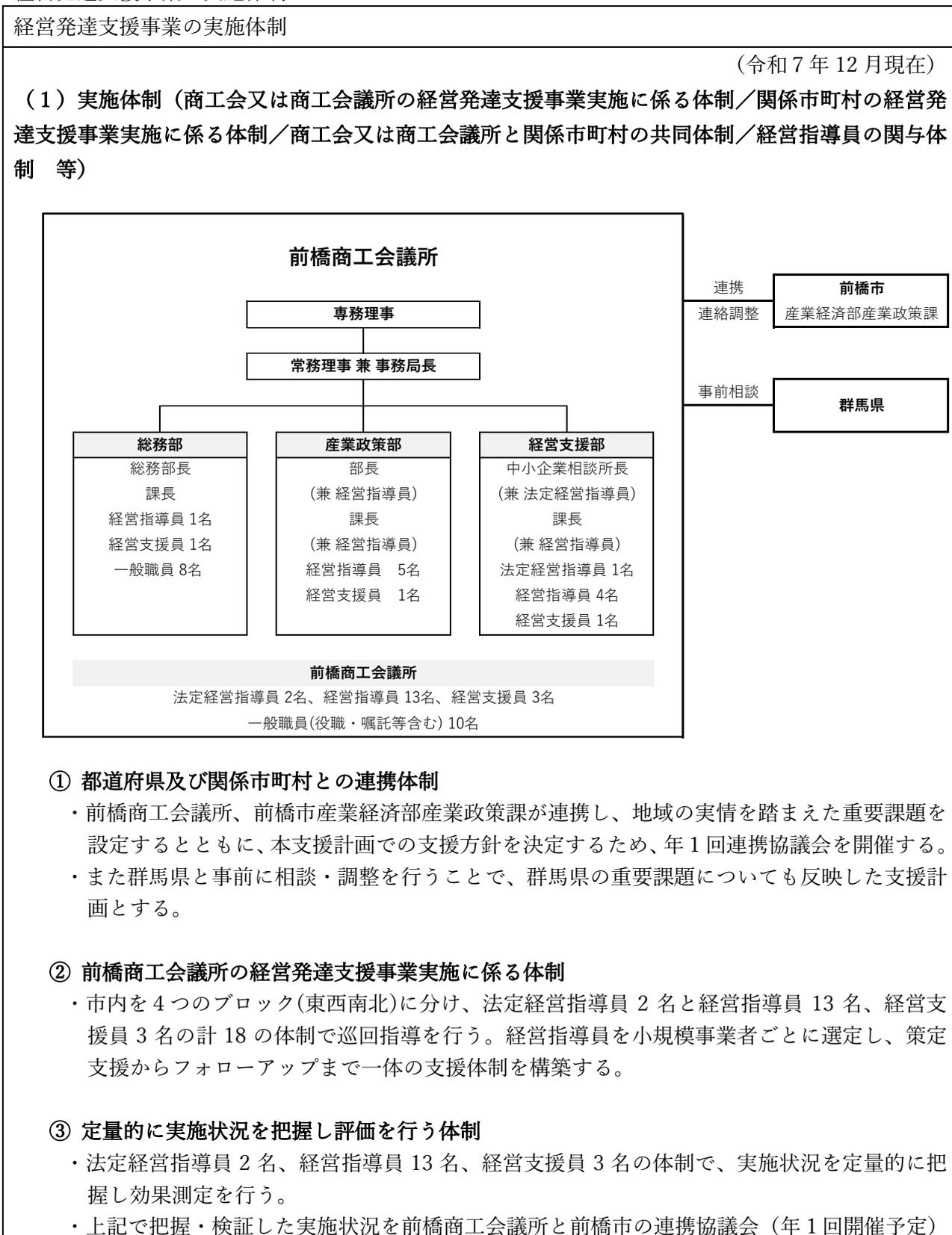
当所では「GREEN&RELAX 構想」や「前橋市アーバンデザイン」に基づき、馬場川通り、広瀬川河畔、前橋駅～県庁区間、4・8番街再開発エリアなどにおいて、都市空間の整備と公共空間の利活用を推進している。これらの取組により、美しさと機能性を備えた都市景観が生まれ、通行量や地価の上昇といった効果も見られている。今後は、都市空間整備を「点」から「面」へと広げ、エリア間の連続性を持たせることで、まちなか全体の回遊性を高めることが重要である。当所はまちづくりの“ハブ”としての機能を発揮し、まちづくりに関連する多様な担い手と連携し、ネットワーク形成や情報共有等の支援を通じて、多様な主体による創造的な取組が生まれる環境構築を推進する。

あわせて、整備された公共空間の利活用を促進し、民間による新しい挑戦やイベントの創出、地域資源を生かした取組を支援することで、将来にわたってまちなかの価値向上を図る。

解決する課題：面的な都市空間整備と公共空間利活用の推進により、来訪動機・回遊性を向上させる。多様な主体が連携して価値を共創する環境を整え、企業の集積・誘致につながるまちなかを形成する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



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

- ・当所職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX・IT（生成 AI 活用、IT ツール（RPA、クラウド会計、EC、SNS）、デジタルマーケティング）、事業承継税制、M&A 実務、知的財産管理、BCP 策定、コーチングスキル、ファシリテーション、傾聴力強化等の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 条第 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 当該経営指導員の氏名、連絡先

- ・氏名 須田 憲人、福田 輝和
- ・連絡先 前橋商工会議所 Tel.027-234-5111

② 当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）

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。

当計画の法定経営指導員については、本計画の実行性と目標の成果を達成するための強固な体制を整えたいため、2名の配置を行うこととする。

③ 広域経営指導員の当否

申請書に記載の法定経営指導員 須田 憲人、福田 輝和は、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／商工会議所、関係市町村連絡先

① 前橋商工会議所

〒371-0017 群馬県前橋市日吉町 1-8-1
前橋商工会議所 経営支援部
Tel.027-234-5111 / Fax.027-234-8031 E-Mail: keieishienbu@maebashi-cci.or.jp

②前橋市

〒371-8601 群馬県前橋市大手町 2-12-1
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	8,264	8,214	8,214	8,214	8,214
3.地域の経済動向調査に関する こと	118	68	68	68	68
4. 需要動向調査に関する こと	200	200	200	200	200
5. 経営状況の分析に関する こと	760	760	760	760	760
6. 事業計画策定支援に関する こと	2,020	2,020	2,020	2,020	2,020
7. 事業計画策定後の実施 支援に関すること	520	520	520	520	520
8. 新たな需要の開拓に寄 与する事業に関すること	3,758	3,758	3,758	3,758	3,758
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	40	40	40	40	40
10. 経営指導員等の資質向 上等に関すること	488	488	488	488	488
11. 他の支援機関との役割 分担と連携強化による効果 的な小規模事業者支援に関 すること	360	360	360	360	360

(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
自己財源(会費等)、国補助金、群馬県補助金、前橋市補助金、事業受託費、商談・展示会出展料、各種事業参加費等

(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。

