

### 経営発達支援計画の概要

<b>実施者名</b>	長野原町商工会（法人番号 6070005007747）
<b>実施期間</b>	平成28年4月1日～平成33年3月31日
<b>目 標</b>	<p>「新商品・新サービスの開発に向けた小規模事業者支援と観光地ブランド化の推進」</p> <p>(1)経営革新の推進  (2)後継者の育成  (3)女性・シニアによる起業の推進  (4)中小企業支援施策の普及  (5)関係機関との連携強化  (6)経営支援体制の強化</p>
<b>事業内容</b>	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p>1. 地域の経済動向調査【指針③】  経営発達支援事業の目標を達成するために、地域の経済動向を調査する経営支援体制を構築し、ハッ場ダム完成時にスタートダッシュが切れるよう、地域内の消費者及び小規模事業者の経済動向等を把握し、その共有化を図ります。また、ダム完成後の魅力ある観光地としてのブランド化を確立させ地域活性化に推進します。</p> <p>2. 経営状況の分析【指針①】  小規模事業者の経営状況の分析を通じて経営課題の抽出・整理を図り、その課題の解決に向けて、経営指導員がハンズオンで支援します。</p> <p>3. 事業計画策定支援【指針②】  これまでも小規模事業者持続化補助金や経営革新に向けたセミナーを開催し、事業計画の策定を支援してきましたが、今後においても、県連合会等の支援機関と連携し、「事業計画策定セミナー」を開催していきます。また、地域内の潜在的な起業家の掘り起こしを図るため、創業塾、第二創業塾、第三創業塾を各1回以上開催していきます。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援【指針②】  事業計画策定後においては随時その進捗状況を確認しながら、支援機関と連携し伴走型フォローアップを通じて、小規模事業者の持続的発展を確実なものとしていきます。</p> <p>5. 需要動向調査【指針③】  新たに生産・販売する商品・サービスの需要動向に関する情報の収集、整理、分析、及びその結果を提供することにより持続的発展に繋げていきます。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業【指針④】  本会が提供する様々なマッチングの機会の活用を通じて、小規模事業者による新商品、新製品、新サービス等の認知度向上を通じた、新たな販路開拓を実現させます。またより広域的・全国的な販路開拓を目指すための後方支援として、本会のHP等により情報提供を行っていきます。</p> <p><b>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</b>  町の第4次総合計画に掲げられた事業について、町と連携しながら、市場調査や新たな商品やサービスの開発を通じて、地域の魅力の創出に取り組んでいきます。</p>
<b>連絡先</b>	<p>住 所：群馬県吾妻郡長野原町大字長野原37-2  長野原町商工会</p> <p>担 当 者：経営指導員 小林 弘</p> <p>電話番号：0279-82-2208 F A X：0279-82-2782</p> <p>メールアドレス：nagasho@xp.wind.jp</p> <p>ホームページ：http://www.wind.ne.jp/naganohara/</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 地域の概要

・地域の風土

長野原町は、群馬県の西北部に位置し、東は東吾妻町・高崎市、西は嬭恋村、北は草津町・中之条町、南は長野県軽井沢町に接している。町域は、東西 12 キロメートル、南北 18 キロメートル、総面積は 133.85 平方キロメートルで、町土の 80% 近くが山林原野等であり、南北の高低差が約 1,000m もあることから多彩な自然に溢れている。



・地理的な特徴

長野原町の東部ではハッ場ダムの建設が進められている。ハッ場ダムは、国直轄の多目的ダムで、治水と利水が主目的のダムであり、下流部における洪水被害の軽減と首都圏の都市用水の開発を行うもので、極めて重要な役割を果たす施設である。また東部には、ハッ場ダムの建設に伴い新たに整備される草津温泉の上がり湯として親しまれる川原湯温泉がある。

南部は、浅間山の北麓に広がる標高 850m～1,350m の浅間高原地帯で、平均気温は 8 月が 20 度、2 月はマイナス 6 度位、最低気温はマイナス 20 度まで下がることもある。南部の一部は上信越高原国立公園に含まれており、古くから多くの著名人が別荘を持つ北軽井沢地区は高原リゾート地として全国的に知られている。北部は、吾妻川に沿って集落が立ち並ぶ標高 510m～830m の山岳傾斜地帯で、山が近くまで迫ることから平らな土地はあまり多くはない。

・歴史的な背景

長野原町に集落が誕生したのは、今から約 8500 年前の縄文時代早期で、石器や土器の発見がその足跡を伝えている。江戸時代には草津温泉や川原湯温泉への湯治客や善光寺への参詣者が行き交ったことから交通の要衝地として栄えた。明治 22 年の町村制施行により近隣の一町九村が合併し、現在の「長野原町」が誕生した。

・交通アクセス

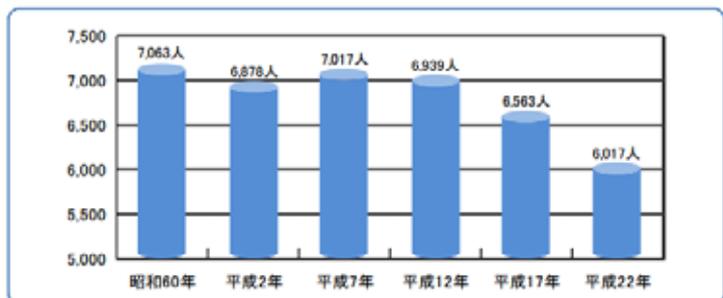
鉄道は、JR 吾妻線が東西に走ることから、川原湯温泉駅、長野原草津口駅、群馬大津駅、羽根尾駅の 4 つの駅を有し、上野駅まで乗り換えなしでアクセスできる。

道路は、前橋市まで約 56km、東京都心まで約 150km と、県都や東京に比較的近接するとともに、関越自動車道や上信越自動車道へのアクセスも比較的容易である。町内には国道 144 号・145 号・146 号の 3 国道の基点が結節することから、草津温泉や鬼押出し、万座温泉、軽井沢など、県内はもとより長野県を含めた主要観光・リゾート地等を結ぶ交通の要衝としての役割を果たしている。

さらに現在、渋川市と吾妻郡、長野県東御市を結ぶ地域高規格道路(上信自動車道)の建設が進められており、開通により広域的アクセスは飛躍的に向上することから今後の更なる発展が期待されている。

・人口の推移

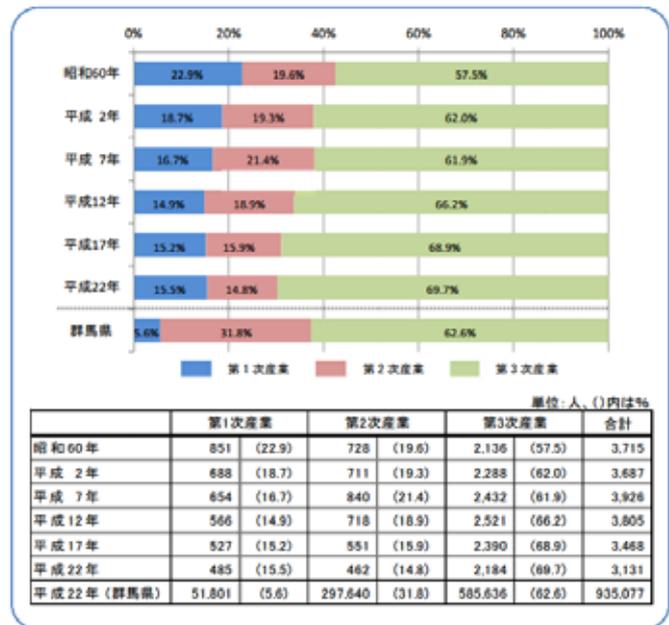
昭和 30 年に 8,349 人であったが、昭和 40 年には 7,747 人、昭和 50 年には 7,194 人、昭和 60 年には 7,063 人、平成 12 年には 6,939 人と減少を続け、現在(平成 27 年 10 月)は 5,883 人となっている。



資料：「国勢調査」(平成 22 年、総務省)

・産業構造の推移

産業別就業者数は、平成2年では、第1次産業就業者数が688人(18.7%)、第2次産業就業者数が711人(19.3%)、第3次産業就業者数が2,288人(62.0%)であったが、平成22年では、第1次産業就業者数が485人(15.5%)、第2次産業就業者数が462人(14.8%)、第3次産業就業者数が2,184人(69.7%)となっており、第1次と第2次産業の割合が減少し、第3次産業が増加する傾向にある。



単位：人、( )内は%

	第1次産業	第2次産業	第3次産業	合計
昭和60年	851 (22.9)	728 (19.6)	2,136 (57.5)	3,715
平成2年	688 (18.7)	711 (19.3)	2,288 (62.0)	3,687
平成7年	654 (16.7)	840 (21.4)	2,432 (61.9)	3,926
平成12年	566 (14.9)	718 (18.9)	2,521 (66.2)	3,805
平成17年	527 (15.2)	551 (15.9)	2,390 (68.9)	3,468
平成22年	485 (15.5)	462 (14.8)	2,184 (69.7)	3,131
平成22年(群馬県)	51,801 (5.6)	297,640 (31.8)	585,636 (62.6)	935,077

資料：「国勢調査」(平成22年、総務省)

・地域の名産品

長野原町では、広大な土地や夏期冷涼な気候など恵まれた自然条件を生かし、特色ある農業が活発に展開されている。

特に、北軽井沢地区を中心に、広大な開拓地を生かした日本有数の酪農地帯とキャベツ、レタスをはじめとする高原野菜の産地が形成されており、新鮮な農畜産物を提供する食料供給基地として大きな役割を果たしている。

2. 地域の課題

【商業の現状と課題】

商業は、長野原地区及び北軽井沢地区を中心に展開されている。平成14年の商業統計調査によると、卸売業の商店数11店、従業者数67人、年間販売額22.6億円、小売業商店数106店、従業者数569人、年間販売額99.4億円となっている。

古くから小売業を主体に町内の購買ニーズに応えてきたが、小規模個人経営が大半を占め、車社会の一層の進展や消費者ニーズの高度化・多様化等を背景に、近隣的大型店等への購買力の流出が進み、高齢化や後継者不足とも相まって、取り巻く環境は一層厳しさを増している。

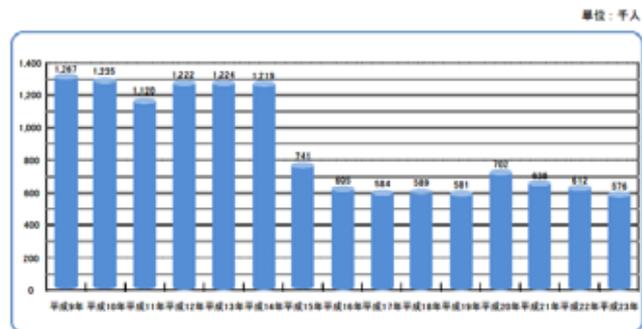
【工業の現状と課題】

工業は木材産業と土木に関連した建設産業、工業団地への誘致企業を中心に展開されている。平成16年の工業統計調査によると、製造業の事業所数(従業者4人以上)は9事業所、従業者数97人、製造品出荷額は30.8億円となっている。

工業は地域経済の発展はもとより、雇用の創出や研究・開発機能の強化など、重要な役割を担っているが、長期に亘る景気の低迷や国際競争の激化は、町内企業にも相当の影響を及ぼしており、取り巻く環境は一層厳しさを増している。

【観光業の現状と課題】

北軽井沢地区の別荘地・高原リゾート地をはじめ、川原湯温泉、浅間牧場、ゴルフ場、キャンプ場、ハイキングコース等々、多彩で魅力ある観光・リゾート資源を有しており、平成9年には年間126.7万人の観光客が訪れていたが、平成23年は57.6万人と半減している。今後においては、観光客が年間を通してリピートしたくなる魅力ある観光地・リゾート地づくりと、八ッ場ダムの建設に伴い移転が



資料：「市町村別観光客数統計表」(平成23年、群馬県)

進む川原湯温泉への誘客が大きな課題となる。

#### 【住民の産業への満足度】

平成 26 年 10 月 31 日に、町が「第五次長野原町総合計画」を作成する際の基礎資料として、「長野原町重要度・満足度アンケート調査」を実施している。この調査結果をみると、住民は「商業」「工業」「観光」「農業」のいずれの産業振興について重要度が高いと考えているにもかかわらず、その満足度は低くなっている。

### 3. 長野原町商工会の役割

昭和 35 年 10 月 17 日に誕生したのが長野原町商工会である。平成 27 年 4 月 1 日現在は、商工業者数 400 人、小規模事業者数 337 人、会員数 302 人(内訳＝法定会員数 276 名、定款会員 14 名、特別会員 12 名)、組織率 69.00%となっている。

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
商工業者数	434 人	434 人	434 人	400 人
小規模事業者数	384 人	384 人	384 人	337 人
会員数	303 人	296 人	298 人	302 人
(法定会員数)	(277 人)	(270 人)	(272 人)	(276 人)
内、商業	61 人	58 人	58 人	58 人
内、工業	95 人	94 人	94 人	94 人
内、サービス業	68 人	68 人	67 人	70 人
内、農業・観光	53 人	50 人	53 人	54 人
組織率 法定会員数/商工業者数	63.82%	62.21%	62.67%	69.00%

本会は、税務、経理、金融、労務などの基礎的な経営改善普及事業、及び、決算期における税務指導、労働保険の各種手続きを中心に取り組んできた。その一方で、商品券販売、歳末の販売促進企画、夏祭り、収穫祭等の季節催事等においても地域貢献・地域振興も展開してきた。

#### ・これまでの商工会の取り組みと課題

これまでの取り組みと課題には以下が挙げられる。

##### (1) 「短視眼的な経営改善普及事業からの脱却」が課題

これまでの本会の経営改善普及事業は、巡回指導や窓口相談において、経営・労務・税務・融資等の指導を行ってきたが、それは決算を意識した顕在化した課題や問題点を解決するための短視眼的な経営指導となることが少なくなかった。

今後は、経営指導員の資質向上を図り、群馬県商工会連合会をはじめとする地域の関係機関との連携体制を構築し、中長期的に売上や利益を上げるための、創造性・機動性・柔軟性のある経営支援ができるよう、経営支援体制を強化することが課題である。

##### (2) 「商工観の経営の近代化と体質強化の促進」が課題

地域の課題で挙げたとおり、商業・工業・観光業を取り巻く経営環境は厳しさを増しており、加えて、住民からの満足度も低い。

今後は、国や県等による中小企業支援施策の普及を推進し、「持続化補助金」など小規模事業者に人気の施策をきっかけに事業計画の策定の回数と質を高め、小規模事業者の潜在的課題まで掘り下げた支援を行えるよう、経営支援体制を強化することが課題である。

#### ・本会に求められている役割

本会には、会員事業者を中心に地域の商工業者、小規模事業者、商工会員の経営をサポートし、持続的な発展を伴走型で支援することが役割として求められており、具体的には以下の2事業を中心としている。

##### (1) 経営改善普及事業

- ✓ 記帳指導、税務指導及び労働保険の申告等の基礎的支援が中心であるが、このレベルを一步引き上げ、いかにして売上や利益を引き上げるかといった、収益性向上の推進役としての役割。
- ✓ 人口減少と需要減少に対応するための新たな販路開拓、及び、後継者難による廃業を回避するための事業承継といった、小規模事業者が中長期的に発展していくための持続的経営の推進役としての役割。

##### (2) 地域振興事業

- ✓ 過去から継続した単なるイベントにとどまった地域貢献・地域振興事業を推進するのではなく、小規模事業者同士の交流を図ったり、起業や経営革新で開発された新商品・新サービスのテストマーケティングの場としたりするなど、地域活性化の推進役としての役割。

#### 4. 小規模事業者振興の目標

##### ・町の総合計画

長野原町は、平成18年3月に「第四次長野原町総合計画」を策定しているが、この中で、商工業と観光業の振興に対しては以下が示されている。

##### 商工業の振興に向けて

町との連携のもと、研修・相談機会の拡充や情報提供の充実等を通じ、経営の近代化を促進していくとともに、各種融資制度の周知と活用を促し、経営体質・基盤の強化を促進する。

##### 観光・リゾートの振興に向けて

関係部門、関係機関・団体が一体となった研究体制の整備を図り、今後の本町の魅力ある観光地づくりについて総合的な研究を進め、全体的なイメージづくりや観光戦略の立案を図る。

##### ・中長期的な小規模事業者振興の在り方

現在の計画では2020年(平成32年)に、ハッ場ダム、地域高規格道路、川原湯温泉等、町内の整備の多くが完了することが見込まれていることから、小規模事業者は今からこの完成に向けた準備に着手しなくてはならない。そこで、今後、ハッ場ダムの完成に向けて増加が見込まれる観光客をターゲットに、新たな商品やサービスの開発に挑戦する小規模事業者を集中的に支援することを中期的な目標とする。

そして、ダム完成後、川原湯温泉や北軽井沢地区において継続して観光客が訪れ、長野原町が観光地としてブランド化されるように地域活性化を推進することを長期的な目標とする。

**中期的目標：やる気のある小規模事業者の集中支援**  
**長期的目標：「観光」のブランド強化**

##### ・小規模事業者振興の目標

2020年(平成32年)のハッ場ダムの完成に向けて、税務指導や記帳指導を中心とした従来の経営改善普及事業の取組を見直し、小規模事業者の売上や利益を確保するため事業計画に基づく経営の推進、新たな需要開拓に向けた支援に重点を置くことを目標とする。

##### ・目標達成の為の方針(方向性)及び経営発達支援事業の概要

上部団体である群馬県商工会連合会を中心に、群馬県、長野原町、道の駅ハッ場ふるさと館、ぐんまち

やん家、日本政策金融公庫、群馬銀行、ぐんまみらい信用組合、群馬県産業支援機構といった関係機関との連携を密にして、以下7項目を具体的な推進項目として事業を実施する。

#### (1) 経営革新の推進

町の観光の中心地である川原湯温泉地区、北軽井沢地区を中心に、町内全ての商業、工業、観光業、農業を営む小規模事業者に対して、新たな顧客となる観光客を中心に顧客の満足度と固定化を図るための創造性・機動性・柔軟性ある新たな商品・サービスを開発し、中長期的に売上や利益を上げるための経営革新を推進する。

#### (2) 後継者の育成

町の人口がここ数年急速に減少しており、今後においても更なる人口減少と高齢化が危惧される。地域に密着して事業を行う小規模事業者にとって、少子高齢化は消費低迷に直結することから、先行きの不安から後継者の有無に係わらず廃業する小規模事業者が後を絶たない。このような環境変化を乗り越えるために、新事業展開に対してチャレンジ精神に富む経営者や後継者を対象とした事業計画の策定を総合的に支援するとともに、その育成を支援していく。

#### (3) 女性・シニアによる起業の推進

疲弊化する地域において、いつも元気なのは女性とシニアである。労働力人口の減少に伴い、その活躍が期待されているが、本会女性部、生活改善グループなど、女性やシニアが中心となって地域貢献を行うグループがある。女性やシニアのソーシャルビジネスの起業・創業活動を支援する。

#### (4) 中小企業支援施策の普及

現在、小規模事業者に対する施策は、群馬県商工会連合会をはじめ、国や県からも豊富なメニューがある。そこで、これらの施策情報を小規模事業者に迅速かつタイムリーに届け、売上や利益の向上を目指すために活用して貰うことが重要な課題となることから、これらの支援体制を構築する。

#### (5) 関係機関との連携強化

本会は、これまでも、上部団体である群馬県商工会連合会を中心に、群馬県、長野原町といった行政、日本政策金融公庫・群馬銀行・ぐんまみらい信用組合等の金融機関、群馬県産業支援機構、税理士、中小企業診断士等の専門家と連携しているが、今後は、小規模事業者支援施策情報の提供や各事業計画案件の共有化並びに実行に向けた支援体制を構築する。

#### (6) 経営支援体制の強化

経営発達支援事業を推進するために本会に新たに「経営発達支援相談窓口」を設置する。また、経営指導員が経済動向、経営状況分析、需要動向調査等のスキルアップを図るために、上部団体である群馬県商工会連合会が実施する研修会等への参加、中小企業基盤整備機構等の関係機関が開催する講習会へ積極的に参加し、資質の向上に努める

#### (7) 地域活性化委員会(仮)の設置

住民は「商業」「工業」「観光」「農業」のいずれの産業振興について重要度が高いと考えているにもかかわらず、その満足度が低くなっている。この課題を解決するために、本会に新たに「地域活性化委員会(仮)」を立ち上げ、地域活性化戦略の構築と新たな特産品やおもてなしサービスの開発に挑む。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間(平成28年4月1日～平成33年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

・経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針】

(現状と課題)

現状は、これまでに本会が独自で地域の経済動向や決算データに関して調査したことはなく、経営指導員は、専ら県商工会連合会における研修時に国や県の経済動向を把握してきた。また小規模事業者においても、経済動向を把握するための手段や経験等のノウハウが乏しいことから、自社で調査している事業者は非常に少ない。

このような現状であるため、窓口相談や巡回指導時において、小規模事業者が自社の経営状況を分析する際に、求められれば経済動向に関する情報を提供するものの軽視されることが多いことから、その提供先は限定的であった。また、そもそも、本会には小規模事業者に対して地域の経済動向を踏まえた的確な経営戦略を提案できる経営支援体制が整備されていない。これらの対策整備が課題である。

(改善方法)

今後は、本会が独自に地域の経済動向に関する調査を行い全職員が能動的に収集、整理、分析し、小規模事業者を取り巻く経営環境を迅速に把握し提供できる情報共有体制を構築する。

調査結果は経営指導員等が窓口相談や巡回指導を行う際に、事業計画を策定する小規模事業者に提供するとともに、本会のホームページや会報等で広く公開する。また、経営指導員は地域経済の現状把握と将来予測、政策提案の基礎資料となるように更なる分析の徹底を図る。

(事業内容)

(1) 【小規模企業景気動向調査(新規事業)】

項目	内 容
目的	全国連による「小規模企業景気動向調査」に項目を併せて地区内小規模企業の景気動向等についての情報を収集する。全国連と地域内の景況感にはどのような差があるのか、その結果を取りまとめ周知するとともに、本会の政策資料としていく。
対象	地域内小規模事業者約40社(仮)(商業、工業、サービス、農業観光各10社(仮))
調査方法	調査票に基づく聴取り調査法
頻度	年1回(仮)
調査項目	「売上額」「仕入単価」「採算」「資金繰り」「業況」について当該月末時点での景気について前年同月に比べてどうなっているか、5段階から選択。
分析方法	各調査項目について、増加(好転)企業割合から減少(悪化)企業割合を差し引いた値(D.I.)を示す。
活用方法	地区内小規模企業による景況感から地域経済の現状を把握し、将来予測、政策提案の基礎資料となるように活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者が自店の業界動向を把握することで、事業計画の基礎資料とする。

(2) 【決算データ分析調査(新規事業)】

項目	内 容
----	-----

目的	業種毎の経済動向情報として整理し、創業や経営革新、事業承継などに関する相談等に活用していく。
対象	地域内小規模事業者から業種毎に計40社(仮)を抽出
調査方法	商工会記帳システム「ネットde記帳」から業種ごとの決算データを抽出
頻度	年1回(仮)
調査項目	「売上」「利益」「従業員」「業績推移」
分析方法	「売上」「利益」「従業員」「業績推移」を業種毎・時系列に分析
活用方法	地区内小規模企業による決算データから業種毎の経済動向の現状を把握し、将来予測、政策提案の基礎資料となるように活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者が自店の業界動向を把握することで、事業計画の基礎資料とする。

### (3) 【各種統計資料による経済動向の情報収集と分析提供(新規事業)】

項目	内容
目的	小規模事業者等の意思決定における参考資料として情報を提供する
対象	群馬県産業政策課が取り纏める「経営環境の変化による影響調査」、県連合会が取り纏める「中小企業景況調査」等
調査方法	インターネットにより収集
頻度	半期に1回(仮)
調査項目	県内の商工業の経済動向
分析方法	県全体でどのような経済動向にあるのか、その現状と課題について、群馬県産業政策課及び県連合会がどのような見解を示しているのかを分析する。
活用方法	本会の事業活動と小規模事業者による事業計画の構築に反映
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者の視野を広め、新たな商品・サービス等の経営革新への意欲を高める

#### (目標)

経営発達支援事業の目標を達成するために、地域の経済動向を調査する経営支援体制を構築し、地域内の消費者及び小規模事業者の経済動向等を把握し、その共有化を図る。なお、対象企業数、統計資料の対象と分析の実施頻度については、本事業終了時に見直しを図る。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
小規模企業景気動向 調査対象企業数	未実施	準備	40社/回	40社/回	40社/回	40社/回
決算データ分析調査 対象企業数	未実施	準備	40社/回	40社/回	40社/回	40社/回
各種統計資料 分析実施頻度	未実施	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針】

### (現状と課題)

これまでは経営指導員による巡回指導、窓口相談を中心に、各種セミナーの開催、経営革新計画やマル経融資の申請時等々において、小規模事業者に対して経営状況の分析を行っていたが、それは提出要件を満たすための形式的な分析にとどまっていた。

今後は、売上や利益の拡大を目指す小規模事業者に対して、経営状況の分析の本質、必要性、重要性を認識させ、その中で、経営状況の分析が必要な小規模事業者の掘り起こしを行うことが課題となる。また、分析項目についても財務分析に偏るのではなく、業種・業態毎に特徴的な分析項目を設定していくことも課題である。

#### (改善方法)

八ツ場ダム建設に伴う再建地域である川原湯温泉や北軽井沢地域を中心に、経営状況の分析が必要な小規模事業者に対して、経営指導員が巡回指導、窓口相談を中心に、各種セミナーの開催、経営革新計画やマル経融資の申請時等々の様々な機会において、経営状況の分析を行う。経営状況の分析が必要と考えられる小規模事業者とは、若手の経営者や事業に対する意識が高いが売上と利益が伸び悩む小規模事業者である。リストアップし、経営指導員が中心となって経営状況の分析の必要性と重要性について意識を高めるための指導を丁寧実践していく。

なお、経営分析という言葉に拒絶反応を示すような高齢の経営者に対しては、改善が必要なポイントを簡潔に絞る指導方法へ改善を図っていく。

また、専門性や特殊性が求められる業種業態については、県連合会と連携を図り専門的な知見を有する専門家等を招聘し、経営状況の分析を実施する。

#### (事業内容)

- (1) 持続化補助金等中小企業施策の公募時期、巡回及び窓口による経営改善相談時に、経営上の課題などの聞き取り調査を行う。(既存事業の改善)
- (2) 経営状況の分析の本質、必要性、重要性を説きながら、中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」を利用し、「収益性」「効率性」「生産性」「安全性」「成長性」の観点からワースト3を抽出し、課題を浮かび上がらせる。なお、パソコン操作が不得手な高齢な事業者には、経営指導員等が操作方法のレクチャーを行う。(既存事業の改善)
- (3) 上記(1)及び(2)を踏まえ、事業に対する意識が高く、売上と利益の拡大を目指す小規模事業者に対して、以下の個別指標による経営分析を行う。(既存事業の改善)
  - 単年度分析:損益分岐点売上高、売上高対経常利益率、一人当たりの付加価値額等(仮)
  - 経年分析:売上伸び率、利益伸び率、付加価値額の伸び率等(仮)
  - 経営動向分析:経営理念、中長期の経営目標、従業員数、従業員教育、従業員の平均年齢、採用計画、後継者の有無、設備更新の状況、情報化への対応等(仮)
- (4) 専門家等と連携しながら単年度、経年、経営動向分析の項目を元に、小規模事業者は現在の経営の課題・問題点を認識することで、事業計画策定の準備を進める。(既存事業の改善)
- (5) なお、管内非会員である小規模事業者については、中小企業施策の公募時期に併せて、経営上の課題などの聞き取り調査を行う。(既存事業の改善)

#### (目標)

小規模事業者の経営状況の分析を通じて経営課題の抽出・整理を図り、その課題の解決に向けて、経営指導員がハンズオンで支援する。目標件数は、小規模事業者に対して、5年後に経営指導員一人当たり年間 50社以上の経営分析ができる経営支援体制を構築していくことである。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
指導員一人当たりの経営状況の分析件数	30社	35社	35社	40社	45社	50社

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

#### (現状と課題)

これまでは経営革新計画をはじめ、持続化補助金、ものづくり補助金、マル経融資等の申請に併せて事業計画の策定を行ってきたが、小規模事業者の多くは事業計画の策定機会が少ないことから、そのス

キルが乏しい。また、そもそも1の「地域の経済動向」、2の「経営状況の分析」、5の「需要動向」が不正確であったことから、的確な事業計画の策定には至っておらず、その進捗状況も把握する体制が構築されていなかった。

今後の課題は、1の「地域の経済動向」、2の「経営状況の分析」、5の「需要動向」を踏まえた最適な事業計画の策定支援をタイムリーに行うこと、そして、その事業計画に対する PDCA を実施する支援体制を整備することである。

#### (改善方法)

今後は、例えば、川原湯温泉では宿泊業者や飲食業者、北軽井沢地区では別荘地の巨木化した庭木伐採や建物修繕を行う地域内の小規模事業者に対して、経営指導員による巡回指導や窓口相談、そして各種セミナーや経営革新計画、マル経融資の申請時などの様々な機会において、事業計画に基づいた経営の必要性と重要性について意識を高めるための指導を丁寧に実践していく。

並行して、高い事業意欲を持つ小規模事業者に対しては、「1.地域の経済動向調査」、「2.経営状況の分析」、「5.需要動向調査」を踏まえ、売上と利益の拡大に向けた実現可能性の高い事業計画の作成を伴走型で支援していく。

#### (事業内容)

##### (1) 巡回指導・窓口相談時の事業計画策定支援(既存事業の改善)

小規模事業者からの相談時にその場で1の「地域の経済動向」、2の「経営状況の分析」、5の「需要動向」等に関するデータをタイムリーに情報提供ができるように、先般、県連合会から経営指導員に配布されたタブレット等を活用し、相談を受ける体制を整備する。

##### (2) 「事業計画策定セミナー(仮)」による指導の強化(既存事業の改善)

県連合会、行政、群馬県産業支援機構、及び、近隣商工会等の支援機関と連携し、「事業計画策定セミナー」を補助金や融資等の申請に係わらず、年1回開催する。高い事業意欲を持つ小規模事業者が効率的に事業計画を策定できるよう、作成には、中小企業基盤整備機構が提供する「経営計画作成アプリ 経営計画つくるくん」を使用する。

なお、タブレット操作が苦手、内容が難しすぎる等々、申請書の作成が難しいと判断し申請をあきらめてしまう事業者も多く存在する。このような小規模事業者に対しては経営指導員等が担当者として張り付き、多くの事業者が事業計画の策定ができるよう、指導体制を強化する。

##### (3) 補助金制度の積極的な活用に向けた「補助金活用相談日(仮)」の開催(既存事業の改善)

持続化補助金やものづくり補助金等の補助金制度に向けて事業計画の策定を支援する際に、これまでは募集期間内に短期集中で対応してきたが、今後は、募集期間とは別に、年1回「補助金活用相談日」を設定し、伴走型で事業計画策定支援を行う体制を整備する。なお開催については県連合会及び近隣の商工会と連携し、実施していく。

##### (4) 各種創業に向けた「創業塾、第二創業塾、第三創業塾(仮)」の開催(既存事業の改善)

創業・第二創業(経営革新)・第三創業(事業承継)の相談においても、事案が生じてから事業計画の作成対応を図ってきたが、今後は地域内の潜在的な起業家の掘り起こしを含め、年1回「創業塾、第二創業塾、第三創業塾の開催」を日本政策金融公庫、ぐんまみらい信用組合、群馬銀行、及び、近隣商工会と連携して開催し、伴走型で事業計画策定支援を行う体制を整備する。

##### (5) マル経等の「融資相談会(仮)」の開催(既存事業の改善)

融資相談においても事案が生じてから事業計画の作成対応を図ってきたが、今後は、上記(1)～(4)により生じる融資相談については、年1回「融資相談会」を、日本政策金融公庫、ぐんまみらい信用組合、群馬銀行と連携して開催し、伴走型で事業計画策定支援を行う体制を整備する。

#### (6) PDCA チェック項目の整備(既存事業の改善)

事業計画を策定し、それに沿った経営を実行していくことが持続的経営には有効である。よって、「4.事業計画後の実施支援」に向けた PDCA を担保するために、この段階で「売上伸び率」「利益伸び率」「付加価値額の伸び率」等の経年分析について年度毎に目標と実績の差異を確認することを事業者と確認しておく。

#### (目標)

これまでも小規模事業者持続化補助金や経営革新に向けたセミナーを開催し、事業計画の策定を支援してきた。今後においては、「事業計画策定セミナー」「補助金相談日」「創業塾、第二創業塾、第三創業塾」により、高い事業意欲を持つ小規模事業者の事業計画策定を5年後に経営指導員一人当たり年間10社以上支援できる体制を構築する。なお、セミナー開催数と指導員による事業計画の支援数については、本事業終了時にその数と体制について見直しを図る。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
「事業計画策定セミナー」の開催数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
「補助金活用相談日」の開催数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
「創業塾、第二創業塾、第三創業塾」の開催数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
「融資相談会」の開催数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
指導員一人当たりの事業計画支援事業者数	未実施	4社/人	6社/人	8社/人	10社/人	10社/人

## 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

### (現状と課題)

持続化補助金等の補助金事業においては、事業に関する進捗確認を行うが、確実な事業完了を目指すために経費支出と証拠書類等の確認が主となっていた。その他の創業や経営革新においては、計画策定後、承認されたり事業が実施されたりすることで一段落という雰囲気が出ることから、特段問題がなければ進捗管理を確認することはなかった。

今後は、事業計画の進捗状況を定期的・計画的に把握し、計画に遅延が見られる場合にはタイムリーにアドバイスを提供し、確実な計画の実現を遂行できる PDCA サイクルを取り、且つ実施方法の構築が課題である。

### (改善方法)

今後は、事業計画を策定した小規模事業者に対して、年度当初にフォローアップ計画を策定し、その定期的な窓口相談や巡回指導により、進捗を管理していく。事業計画と比較し、計画との乖離を表面化させ、遅延が見られる場合には、その対応策を探る。専門的な課題が生じた場合には、専門家派遣や金融機関等との連携によるフォローアップの実施を行う。

### (事業内容)

#### (1) 経営指導員等による定期的なフォローアップ(既存事業改善)

これまでは経営指導員等が個々の判断で行っていたフォローアップを、今後は四半期に一度を目標に巡回訪問を実施し、進捗状況の確認、現状把握を行う。具体的には、「3. 事業計画策定支援に関すること」で設定した「PDCA チェック項目」により、年度毎の「売上伸び率」「利益伸び率」「付加価値額の伸び率」の進捗状況の確認を行う。進捗に乖離が見られる場合には、改善策を一緒に考え、各種施策の活用やマッチング機会の提供等、課題に応じた必要な支援を行う。なお、創業・第二創業・第三創業塾の卒業生については以下のような重点的な支援を行う。

#### ➤ 創業塾卒業生に対する個別のフォローアップ(既存事業の改善)

これまで本会では、卒業生に対する計画実施支援が十分ではなかった。今後は開業に向けた

各種手続き支援、資金調達支援、研究開発支援、販路開拓支援等の手厚いフォローを四半期に一度を目標に継続的にいき、創業者の個別の計画実現を支援していく。

➤ **第二創業塾卒業生に対する個別のフォローアップ(既存事業の改善)**

これまで本会では、経営革新計画承認事業所に対し、計画期間中年一度程度のフォローアップ調査を行い、経営革新計画の進捗状況を確認していた。今後は形式的な調査に留まることなく、事業の進捗状況に応じて、四半期に一度を目標に補助金や制度融資等の支援策の活用提案と申請手続きのサポートを行い確実な事業化を支援していく。

➤ **第三創業塾卒業生に対する個別のフォローアップ(既存事業の改善)**

これまで本会では、事業承継を予定または実施している事業者に対し、適宜相談に乗っていたが、それは形式的な対応となっていた。今後は、専門家と連携し、現経営者だけでなく、前経営者や従業員等の利害関係者からもヒアリングを行い、事業承継後の在るべき姿と事業計画の整合性を確認した上で、事業計画に対するコンセンサスを形成する。フォローアップに際しては、四半期に一度を目標に専門家派遣、補助金、制度融資等の支援策の活用提案と申請手続きのサポートを行い確実な事業承継を支援していく。

(2) **支援施策の提供(新規事業)**

中小企業庁のホームページや中小企業ネットマガジン等を通じて、中小企業施策を収集し、小規模事業者の計画推進に役立つ情報提供と補助金申請支援等の支援を行う。

(3) **専門家の活用(新規事業)**

業種・業界特有の課題解決やマーケティング、IT 活用、デザイン等機能に特化した専門的な支援が必要な場合は、群馬県商工会連合会やミラサポによる専門家派遣制度を活用する。

(4) **金融斡旋(新規事業)**

必要な設備資金及びそれに付随する運転資金の融資を希望する小規模事業者には日本政策金融公庫による「小規模事業者経営発達支援融資制度」の積極的な活用を助言する。

(目標)

事業計画策定後においては、支援機関と連携した伴走型フォローアップを通じて、小規模事業者の持続的発展を確実なものとしていく。なお、32 年度の目標は、指導員が担当するフォローアップ件数を年間 40 社、その進捗状況確認を四半期に一度を目標に行うことから、継続分のフォローアップ回数は年間 160 回を目指す。なお、この数字については、本事業終了時にその数と体制について見直しを図る。

	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
指導員一人当たりのフォローアップ事業所数(新規分)	未実施	4 社/人	6 社/人	10 社/人	10 社/人	10 社/人
指導員一人当たりのフォローアップ回数(新規分)	未実施	16 回/人	24 回/人	40 回/人	40 回/人	40 回/人
指導員一人当たりのフォローアップ事業所数(継続分)	未実施	—	10 社/人	20 社/人	30 社/人	40 社/人
指導員一人当たりのフォローアップ回数(継続分)	未実施	—	40 回/人	80 回/人	120 回/人	160 回/人

**5 . 需要動向調査に関すること【指針】**

(現状と課題)

小規模事業者が商品・サービスを提供する際、「売れている」「売りたい」「作れる」「作りたい」という思いが先行するため、「顧客ニーズ」に基づく事業計画の策定という視点が欠けることが少なくなかった。また、事業計画の客観性を担保するためには、売上・利益の目標を設定し、その達成により、小規模事業者の持続的発展を促進することが求められるが、そのためにも事前の需要動向調査は不可欠である。

これまで本会においては、窓口相談や巡回指導時に、その商品やサービスの需要動向をヒアリングすることが少なく、経営者の勘や経験に対して裏付けできるデータ収集を怠ってきた。業種別・品目別の需要動向については、そもそも商工会がそのような調査を行うという認識が乏しく、その必要性と情報の集め方を理解している事業者は少ないのが現状である。

今後は、小規模事業者に対して、プロダクトアウトからマーケットインへ意識改革を図るために需要動向調査の必要性の認識を促し、その手法を理解し実施することが課題となる。

#### (改善方法)

経営指導員等が小規模事業者に対して、巡回や窓口相談等を通じて、販路開拓のためには需要動向調査の本質、必要性、重要性が必要であることを説いていく。需要動向調査の項目は、①市場動向、②地域住民・観光客・バイヤー等の消費者動向、③競合他社の動向という3つの動向分析を中心に年に1回以上実施する。情報収集の効率化を図るために、群馬県商工会連合会と専門家と連携しながら、行政や公的機関、各業界団体、地域の支援機関等が持つ情報を活用していく。

#### (事業内容)

##### (1) 需要動向調査の必要性の啓蒙による支援先の掘り起こし(既存事業改善)

本会は、上記「2. 経営状況の分析に関すること」と同様、小規模事業者に対し巡回相談、セミナー開催、ホームページによる啓蒙を通じて需要動向調査の必要性を説く。また、「経営状況の分析」を行った事業所には、「1. 地域の経済動向調査に関すること」、「2. 経営状況の分析に関すること」、そして、この「5. 需要動向調査に関すること」により「SWOT 分析」が完了することを理解させ、需要動向調査実施事業所を増やし、「6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること」で実施する事業への参加を促す。

##### (2) 需要動向調査の実施(新規事業)

小規模事業者がターゲットとしている市場が具体的にどのようなニーズを求めているのか、その需要動向を調査する。調査方法は、一つは地域内消費者をターゲットとしている事業者に向けた「地域内消費者意識調査」、二つ目は地域外で開催される展示会・商談会に出展する事業者に向けた「展示会・商談会等による需要動向調査」、三つ目は総務省統計局「家計消費状況調査」を想定している。

##### 【地域内消費者意識調査(新規事業)】

項目	内容
目的	地域内に居住する住民の商工業に求めるニーズを顕在化させる
対象	地域住民約100名(仮)
調査方法	調査票に基づく聴取り調査法
頻度	年1回(仮)
調査項目	日常の買い物行動、買物頻度、購入品目、交通手段、イベント等に対するニーズ、その他の意見・要望等
分析方法	消費者のニーズを定性的に把握し、消費者の潜在的なニーズを浮かび上がらせる。
活用方法	本会の事業活動と小規模事業者による新たな営業活動に反映
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者の新たな商品・サービス等の経営革新への意欲を高める。

##### 【展示会・商談会等による需要動向調査(新規事業)】

項目	内容
目的	小規模事業者が「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」で出展・出品す

	る展示会・商談会等に関する事前情報の収集
対象	展示会や商談会を担当するバイヤー
調査方法	郵送、電話による聴取り
頻度	「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事」による出展・出品が決定次第
調査項目	売れ筋商品、死に筋商品、売価、顧客特性、平均買上単価、競合商品、その他出店者に対する意見・要望等
分析方法	「売れ筋商品」、「価格帯」、「来店する消費者の属性」、「同業他社」等の傾向を分析し、報告書にまとめる。
活用方法	顧客のニーズに基づいた“売れる”商品の開発に向けて活用する。
提供方法	分析した報告書を当該展示会・商談会に出展・出品する小規模事業者に提供する。
小規模事業者に対する効果	展示会・商談会前に予め顧客のニーズを把握することができれば、それに対応刷ることができ、売上が増加する可能性が高まる。これにより需要動向調査の重要性を認識させることができる効果が期待される。

#### 【各種統計資料による需要動向調査(新規事業)】

項目	内容
目的	各種統計資料の情報を提供することで、小規模事業者の意思決定を支援する。
対象	総務省統計局「家計消費状況調査」「家計調査」等
調査方法	インターネットにより収集
頻度	「家計消費状況調査」「家計調査」は年1回
調査項目	主な商品・サービスへの消費者の支出動向
分析方法	家計消費の動向について、国はどのような見解を示しているのかを分析し、提供する。
活用方法	消費者の消費行動に基づいた“売れる”商品の開発に向けて活用する。
提供方法	本会が運営するホームページ、SNS、会報、回覧板、及び、行政の広報誌等
小規模事業者に対する効果	小規模事業者の視野を広め、新たな商品・サービス等の経営革新への意欲を高める。

#### (3) 需要動向調査の分析支援(既存事業改善)

需要動向調査の分析は小規模事業者には難易度が高いことから、群馬県商工会連合会の専門家と連携しながら分析支援を行う。具体的には、販路開拓を目指す市場における①「地域住民、観光客、バイヤー等の消費者ニーズ」、②「その商品・サービスの価格帯」、③「競合他社の動向」の3点から、機会と脅威を把握し、その中で、自社で強みを活かした新たな需要を開拓するための方法についてアドバイスを行う。

#### (4) 情報の共有化(新規事業)

需要動向調査の結果は小規模事業者に提供するとともに、報告書として取り纏める。これらは日本標準産業分類項目(中分類)毎にファイリングし、職員間でいつでも情報共有できるようにしておく。

#### (目標)

小規模事業者の販売する商品やサービスに対する需要動向調査の実施を支援メニューとして盛り込むことで、小規模事業者に対してマーケットインの考え方を浸透させていく。なお、その数は地域内消費者意識調査については毎年1回地域住民100人を対象とする。小規模事業者の事業毎に異なる需要動向は「3. 事業計画策定支援に関する事」と連動し、5年後に経営指導員一人当たり年間10社以上を目標とする。「家計消費状況調査」等の各種統計資料による調査は年に1回とする。これらを踏まえた需要動向調査の支援分析は「3. 事業計画策定支援に関する事」と連動し、5年後に経営指導員一人当たり年間10社以上を目標とする。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
消費者意識調査	未実施	準備	100人/回	100人/回	100人/回	100人/回
展示会等による需要動向調査	未実施	4件/人	6件/人	8件/人	10件/人	10件/人
各種統計資料による調査回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
需要動向調査の分析支援	未実施	4社/人	6社/人	8社/人	10社/人	10社/人

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

### (現状と課題)

多くの小規模事業者が持続的発展を目指すために、売上アップを目指しているが、長引く不況や少子高齢化による内需の減少といった経営環境の悪化により、思い描く経営が実現できていない状況にある。又、このような状況に対して、小規模事業者にはこれまで以上に新たな需要開拓の支援が求められているものの、その支援体制が構築できていないという課題がある。

### (改善方法)

1から5で策定した事業計画に基づき、業種別に顧客を「地域内新販路開拓」と「地域外新販路開拓」に分け、それぞれの需要特性に応じた販路開拓を支援する。

### (事業内容)

#### (1) 地域内の新たな需要開拓への支援(訴求対象:主に小売業・サービス業・飲食業・建築業等)

##### (現状と課題)

古くから小売業を主体に地域内の購買ニーズに応じてきたが、小規模個人経営が大半を占め、車社会の一層の進展や消費者ニーズの高度化・多様化等を背景に、大型店等への購買力の流出が進み、高齢化や後継者不足とも相まって、取り巻く環境は一層厳しさを増している。

これらの構造変化に直面している地域の小規模事業者は、地域住民に支持され選ばれる個店づくりを実現する必要があるものの、その満足度は低くなっていることから、住民に支持される店とはなっていない。よって、地域住民への満足度を高めることで、新たな需要取り込む販路開拓を進める必要がある。

##### (改善方法)

- ① 地域にはない斬新なアイデアやノウハウを学ぶため、他地域の成功事業者の視察や勉強会を行い、その新たな需要開拓に向けた取り組みを学ぶ。
- ② 新たな需要開拓の中核となるプロモーションスキルを持ったマーケティング専門家を派遣し、販売促進ノウハウを提供する。
- ③ 売上高平均伸び率3%を目指す。

##### (事業内容)

#### ① 先進地事例研究(既存事業改善)

項目	内容
目的	新たな需要開拓に向けて興味深い取り組みを行っている日本全国の事業者の取り組みについて事例研究を行う。
対象者	本事業により地域内の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	経営指導員が「4. 事業計画策定後の実施支援に関すること」と連動し、四半期に一度、テーマを掲げ、実施する。
支援内容	事例収集が得意な中小企業診断士等を県連合会と連携し招聘する。
手段	テレビや新聞、雑誌等から事例を収集する。
小規模事業者に対する効果	どのような商品やサービスが今売れているのかを知る習慣を小規模事業者につける。またその事例の中から、自店でも実施可能な取り組みを積極的に取り入れることで、新しい行動を起こす習慣をつけることができる。

② 個店プロモーション支援事業(既存事業改善)

項目	内容
目的	1から5で策定した事業計画に基づき、ターゲットを明確にした商品陳列、チラシ作り、接客スキルといった個別のプロモーションスキルを向上させる。
対象者	本事業により地域内の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	経営指導員が「4. 事業計画策定後の実施支援に関すること」と連動し、四半期に一度、テーマを掲げ、実施する。
支援内容	プロモーションが得意なデザイナー等を県連合会と連携し招聘する。
手段	デザイナー等が有するスキル・ノウハウから学ぶ
小規模事業者に対する効果	経営資源の乏しい小規模事業者であっても、より多くの顧客を集客できるようセミナーや店舗診断を行っているが、更にコストパフォーマンスの良いプロモーション方法について経験値を高めることができる。

③ 地域住民が集まる催事スペースの活用(既存事業改善)

項目	内容
目的	小規模事業者にとって最も身近な地域内の需要を開拓する機会を与える。
対象者	本事業により地域内の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	多数の集客が期待できる場所を本会が確保し、催事スペースとして提供する。
支援内容	本会が主催する催事であることを本会ホームページや折り込みチラシ等を通じて、地域住民に周知する
手段	「道の駅 ハッ場ふるさと館」等の大型スペースにて小規模事業者の商品やサービスを周知する。
小規模事業者に対する効果	自社商品の周知を図るとともに、商品・サービスに対する改善点など、消費者の生の声を聞くことで、自店の経営力を高め、売上高平均伸び率3%を目指す。

④ 地域住民向け情報誌の配布(新規事業)

項目	内容
目的	小規模事業者が業としている食料品や日用品の配達、住宅リフォーム等サービス等を取り纏めた情報誌を編集し、地域住民に配布する
対象者	本事業により地域内の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	地域内の新たな需要開拓を目指す商品やサービスを紹介する情報誌を作成し、地域住民に提供する。
支援内容	商品・サービスの説明文、キャッチフレーズ、写真等の作成について専門家を招聘し作成する。
手段	本会、長野原町、地域内公共施設、金融機関などの窓口に情報誌を設置する
小規模事業者に対する効果	地域内の新たな需要開拓が期待されるが、期待通り進展しない場合には、価格・商品力・販売方法・広告宣伝のどこに問題があるのかを見直す機会となる。

(2) 地域外の新たな需要開拓への支援(訴求対象:主に観光業・農業)

(現状と課題)

本会地域は、多彩で魅力ある観光・リゾート資源を有するものの、現状においては、その魅力が100%消費者に伝わっているとは言い難い。そこで、観光と農業の両面から当地域をブランド化させる新たな販路開拓策を構築することが課題である。

(改善方法)

- ① 小規模事業者が地域外の新たな需要を開拓するためには、「顧客ニーズに基づく商品開発」「タ

- ターゲットへのアプローチ」、「展示会・商談会等への出展」の3段階のステップが必要である。
- ② まず新たな需要開拓の中核となるプロモーションスキルを持ったマーケティング専門家を派遣し、自分たちの強みを活かしたプレゼンテーションスキルを高める。
- ③ 展示会・商談会等を、顧客ニーズに基づく商品開発ができたのかを確認する実践の場として、その定量的な成果として、売上高平均伸び率3%を目指す。

(事業内容)

① 「新たな販路開拓塾(仮)」の開催(既存事業改善)

項目	内容
目的	商談会等において小規模事業者が自らその強みをプレゼンツールと話術により、新たな取引先を獲得していくことは地域外の新たな需要を開拓するためには非常に重要。よって、このプレゼンテーションスキルを高めるための研修会を実施する。
対象者	本事業により地域外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	経営指導員が「4. 事業計画策定後の実施支援に関すること」と連動し、四半期に一度、テーマを掲げ、実施する。
支援内容	本事業計画で再認識した自社及び商品の強みを書き出し、この強みと最も相性が良いと考えられる顧客を設定する。次いで、この顧客に向けたメッセージである商品コンセプトを検討し、それをプレゼンテーションツールとしてまとめる。このツールをもとにどのような話術で顧客と会話することが良いのか等々、展示会・商談会の現場を想定し、徹底的にプレゼンテーションスキルを高める。
手段	プレゼンテーションを専門とするコンサルタントを招聘する。
小規模事業者に対する効果	プレゼンテーションスキルを高めると同時に、これまで交換した名刺をダイレクトメールに活用する。既存のチラシを見直す等、展示会や商談会という機会を最大限に活かすための事前準備の場とする。

② 展示会・商談会等への出展(既存事業改善)

項目	内容
目的	「顧客ニーズに基づく商品開発」「ターゲットへのアプローチ」が正しく機能しているかを「展示会・商談会等への出展」で確認し、売上高平均伸び率3%を実現する。
対象者	本事業により地域外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	多数の集客が期待できる場所を本会が確保し、催事スペースとして提供する。具体的には、以下の通り。 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 県連合会が主催する「おいしい群馬再発見！絶品ご当地グルメ大集合(道の駅田園プラザ川場、10月他)」、「はばたけ！ぐんま農と食のビジネス商談会(アニバーサリーコート・ラシーネ、2月)」等の展示会や商談会</li> <li>● 全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展(池袋サンシャインシティ展示ホール、11月)」等の展示会</li> <li>● 首都圏で開催される「グルメ&amp;ダイニングショー(東京ビッグサイト、2・9月)」や「FOODEX JAPAN(幕張メッセ、3月)」等の国際見本市</li> </ul>
支援内容	①の「新たな販路開拓塾(仮)」での検証を行うための支援を行う。
手段	経営指導員は展示会・商談会等に同行し、小規模事業者の顧客への対応、顧客の声・反応を収集し、良い点・改善すべき点を把握する。
小規模事業者に対する効果	「顧客ニーズに基づく商品開発」「ターゲットへのアプローチ」、「展示会・商談会等への出展」の3段階のステップについて確認する。差異が生じている場合は、その原因を追及し、次回の展示会・商談会ではその課題を解決できるようにする。

(3) 地域外の新たな需要開拓への支援(訴求対象:主にものづくり企業)

(現状と課題)

バブル崩壊以降、大企業による海外移転が加速したことによる産業の空洞化が発端であるが、現在でも、中国をはじめとするアジア勢との価格競争や東日本大震災、その後の電力不足、急速な為替変動などにより、本地域の工業を取り巻く環境は厳しい状況にある。

そこで、ものづくり企業の独創性や挑戦意欲に富んだ新たな地域産業の創出を促すための地域外の新たな需要開拓を支援することが課題となる。

(改善方法)

- ① ものづくり企業は、自社の技術力を誇示する「プロダクトアウト」になることが散見されるが、本事業では事業計画の策定においては、技術開発に至る背景を整理し「マーケットイン」によるものづくりを推進する。
- ② また、ものづくりにおいては、「品質(Quality)」「価格(Cost)」「納期(Delivery)」の3項目の中で何に競争力を持たせるのかを明確にする。
- ③ 展示会・商談会等を、顧客ニーズに基づく技術開発の検証の場とする。また、その定量的な成果として、売上高平均伸び率3%を目指す。

(事業内容)

① 「新たな販路開拓塾(仮)」の開催(既存事業改善)

項目	内容
目的	ものづくり企業においても、商談会等において小規模事業者が自らその強みをプレゼンツールと話術により、新たな取引先を獲得していくことは地域外の新たな需要を開拓するためには非常に重要。しかし、ものづくり企業は技術開発には注力するが、プレゼンテーションはお粗末であることが少なくない。よって、このプレゼンテーションスキルを高めるための研修会を実施する。
対象者	本事業により地域外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	経営指導員が「4. 事業計画策定後の実施支援に関すること」と連動し、四半期に一度、テーマを掲げ、実施する。
支援内容	本事業計画で再認識した自社及び商品の強みを書き出し、この強みと最も相性が良いと考えられる顧客を設定する。次いで、この顧客に向けたメッセージである商品コンセプトを検討し、それをプレゼンテーションツールとしてまとめる。このツールをもとにどのような話術で顧客と会話することが良いのか等々、展示会・商談会の現場を想定し、徹底的にプレゼンテーションスキルを高める。
手段	プレゼンテーションを専門とするコンサルタントを招聘する。
小規模事業者に対する効果	プレゼンテーションスキルを高めると同時に、これまで交換した名刺をダイレクトメールに活用する。既存のチラシを見直す等、展示会や商談会という機会を最大限に活かすための事前準備の場とする。

② 展示会・商談会等への出展(既存事業改善)

項目	内容
目的	「顧客ニーズに基づく商品開発」「ターゲットへのアプローチ」が正しく機能しているかを「展示会・商談会等への出展」で確認し、売上高平均伸び率3%を実現する。
対象者	本事業により地域外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援方法	多数の集客が期待できる場所を本会が確保し、催事スペースとして提供する。具体的には、以下の通り。 ● 中小企業基盤整備機構が主催する新価値創造展(中小企業総合展)
支援内容	①の「新たな販路開拓塾(仮)」での検証を行うための支援を行う。
手段	経営指導員は展示会・商談会等に同行し、小規模事業者の顧客への対応、顧客の声・反

	応を収集し、良い点・改善すべき点を把握する。
小規模事業者に対する効果	「品質(Quality)」「価格(Cost)」「納期(Delivery)」の3項目に対する顧客の評価を確認する。差異が生じている場合は、その原因を追及し、次回の展示会・商談会ではその課題を解決できるようにする。

(目標)

上記の例の通り、本会が提供可能な様々な展示会・商談会等への出展の機会を活用することで、小規模事業者による新商品、新製品、新サービス等の認知度向上を通じた、新たな販路開拓を実現させる。

またより広域的・全国的な販路開拓を目指すための後方支援として、本会のホームページ等の SNS、商工会誌、県連合会等関係機関の広報誌、マスコミへのプレスリリース等の情報提供を行う。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
展示会等への出展数	未実施	4回	6回	8回	10回	10回
展示会等での商談件数	未実施	40件/回	60件/回	80件/回	100件/回	100件/回
展示会等での成約件数	未実施	4件/回	6件/回	8件/回	10件/回	10件/回
展示会等での受注件数	未実施	1件/回	2件/回	3件/回	4件/回	5件/回
展示会等での売上高増加率	未実施	3%UP/回	3%UP/回	3%UP/回	3%UP/回	3%UP/回

・ 地域経済の活性化に資する取組

1. 地域活性化会議の開催

(現状と課題)

平成 26 年 10 月 31 日に、町が「第五次長野原町総合計画」を作成する際の基礎資料として、「長野原町重要度・満足度アンケート調査」を実施しているが、この調査結果をみると、住民は「商業」「工業」「観光」「農業」のいずれの産業振興について重要度が高いと考えているにもかかわらず、その満足度が低くなっている。

(改善方法)

この課題を解決するために、地域活性化に興味を持つ、農家、農業者、飲食、宿泊業者、サービス業者、さらには、今後起業を志す者等、幅広い地域住民を対象に、新たに「地域活性化委員会(仮)」を立ち上げる。

(事業内容)

- (1) 委員長は本会会長として、長野原町及び県連合会の担当職員、さらに、地域の商業・工業・観光業者から、若者・女性・シニアを 10 名程度募集し、委員として委嘱する。(既存事業拡充)
- (2) 経営革新を通じて新たに生産・販売する商品やサービスが内在する課題・問題点について、その解決を図るための情報収集、整理、分析を通じて、その結果を提供するとともに、専門的な課題については、県連合会と連携し、専門家の知見を受けながら、方向性を提示していく。(新規事業)
- (3) 新たな商品やサービスの開発の具現化を図るために、全国商工会連合会の「地域力活用新事業全国展開支援事業」の採択を受けて事業を推進していく。(新規事業)

(目標)

毎年度、会長を委員長として、新たなテーマを掲げた委員会を組織し、市場調査や新たな商品やサービスの開発を通じて、地域の魅力の創出を目指す。なお、数値目標は下表のとおり。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
委員会開催	未実施	3回	3回	3回	3回	3回

先進地市場調査実施回数		1回	1回	1回	1回	1回
新商品・新サービス開発個数		2個	2個	2個	2個	2個

・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

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

(現状と課題)

現状としては、近隣商工会、及び、県連合会の経営指導員による情報交換を図るための会議を3ヶ月に一度程度開催し、経営支援に関する情報交換を行っている。

今後は、その頻度を増やすとともに、その情報交換のテーマを事前に定め、現状の取り組みと改善方法に対して棚卸しをする等、明確な意識付けを図っていくことが課題である。

(改善方法)

様々な角度からの小規模事業者への面的支援体制を構築するため、積極的な情報交換の場を設置する。具体的には、本会、近隣商工会、及び、県連合会の経営指導員による情報交換を図るための会議を3ヶ月に一度程度開催し、本事業に対する実施状況の情報共有を通じてPDCAを踏っていく。

また、県連合会を中心に、群馬県産業経済部や長野原町等の行政、日本政策金融公庫、群馬銀行、ぐんまみらい信用組合等の金融機関、群馬県産業支援機構等の支援機関、税理士や中小企業診断士等の専門家と連携し、新規の起業・創業に関する情報、小規模事業者が地域で直面している課題や問題点、支援機関に求めるニーズ、小規模事業者に対する販路開拓の支援ノウハウの成功例等に関して情報交換を半期に一度程度実施する。

(事業内容)

・近隣商工会や県連合会との本発達支援計画に関する情報交換会の実施(既存事業拡充)

項目	内容
目的	近隣商工会及び県連合会の担当職員を交え、経営指導員各々担当する小規模事業者が遂行する経営発達支援計画の状況を発表し、その取り組みに対する意見を求めることで、更なる改善点を図る。
連携先	中之条町商工会、東吾妻町商工会、嬭恋村商工会、草津町商工会、高山村商工会、群馬県商工会連合会
情報交換の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の経済動向</li> <li>● 小規模事業者が直面している課題や問題点</li> <li>● 小規模事業者が商工会等支援機関に求めるニーズ</li> <li>● 経営指導員による支援実績、成功・失敗の事例</li> <li>● 創業・経営革新・事業承継、金融相談、持続化やものづくり補助金等の中小企業支援施策、農商工連携・6次産業化等の法認定、等々</li> </ul>
組織への定着方法	復命書の作成・回覧、及び、翌週の朝礼での発表
開催頻度	3ヶ月毎
組織及び小規模事業者に対する効果等	商工会は地域における小規模事業者の最も身近な支援機関であり、経営指導員は小規模事業者にとって経営発達支援計画をともに遂行するパートナーである。よって、経営発達支援計画を実施するに当たり、近隣商工会や県連合会との連携強化を図ることでこれまで持ち得ないノウハウを補完・強化することができることから、小規模事業者への支援力を引き上げる効果がある。

・金融機関との本発達支援計画に関する情報交換会の実施(既存事業拡充)

項目	内容
目的	地域金融機関、県連合会と連携し、地域の経済情報、起業・創業に関する情

	報、小規模事業者の現状や小規模事業者が金融機関に求めるニーズ等を伝え、それについて意見交換を行う。併せて、金融機関の小規模事業者に対する考え方についてもヒアリングしておく。
連携先	日本政策金融公庫、群馬銀行、ぐんまみらい信用組合、群馬県商工会連合会
情報交換の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の経済動向</li> <li>● 金融に関する最新情報</li> <li>● 金融面で小規模事業者が地域で直面している課題や問題点</li> <li>● 金融面で小規模事業者が支援機関に求めるニーズ等々</li> </ul>
組織への定着方法	復命書の作成・回覧、及び、翌週の朝礼での発表
開催頻度	半期毎
組織及び小規模事業者に対する効果等	小規模事業者が直面している課題・問題点について情報共有し、支援施策の具現化に繋げていく。また国や県が実施する施策の主旨や実施状況等、現場には届かないことが多いことから、これらを情報収集し、商工会内部で情報共有する。

・税理士や中小企業診断士等の専門家との本発達支援計画に関する情報交換会の実施(既存事業拡充)

項目	内容
目的	小規模事業者が支援機関や専門家に求めるニーズやスキルについて情報交換を行い、効果的・効率的な支援が実施できるよう支援ノウハウ等について情報交換する。
連携先	税理士、中小企業診断士、その他の専門家、群馬県商工会連合会
情報交換の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中小企業支援施策に関する最新情報</li> <li>● 小規模事業者が地域で直面している課題や問題点</li> <li>● 小規模事業者が専門家に求めるニーズ</li> <li>● 小規模事業者への支援の成功事例</li> <li>● 地域経済活性化に向けた取り組み、等々</li> </ul>
組織への定着方法	復命書の作成・回覧、及び、翌週の朝礼での発表
開催頻度	年1回
組織及び小規模事業者に対する効果等	小規模事業者が直面している課題・問題点について情報共有し、その効果的・効果的な解決方法について協議する。

(目標)

小規模事業者を様々な角度から支援していくため、支援機関がそれぞれの強みを提供し合い、小規模事業者の事業計画の遂行を支援することができるよう情報交換の場を設けていく。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
近隣商工会や県連合会	3ヶ月毎	3ヶ月毎	3ヶ月毎	3ヶ月毎	3ヶ月毎	3ヶ月毎
金融機関	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎
税理士や中小企業診断士等の専門家	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

これまで時間と予算の関係で、経営指導員が参加する研修は県連合会主催が中心となっている。今後は、経営指導員の資質向上を図るために、より実践的なテーマを体系的に学ぶ人材育成環境を整備していきたい。

また、職員人事権の一元化に伴う人事異動により、町外から勤務する経営指導員が金融をはじめとする各種経営支援を有効的に実施するには、地域小規模事業者との「融和」が肝要であるため、町内の小規模事業者の多くが加盟する長野原中央商工協同組合(組合員 74 名)が定期的で開催する会議や美化活

動等の地域事業にも可能な限り経営指導員が参加し、友好的な人間関係を構築していくことも重要な課題と考えます。

#### (改善方法)

本事業で開催されるセミナーや勉強会において小規模事業者と共に学習し、アンケート調査分析の方法など小規模事業者の売上増加支援に役立つ専門知識を体得する。

また、**経営指導員**は、OJTにより資質向上を図ることを基本に、OFF-JTとして「小規模企業からの相談スキル」「新商品開発」「営業販路開拓」「事業承継」「IT活用支援」といった県連合会や中小企業大学校が実施する研修に年間1回以上参加し、個別事業者の経営力強化、売り上げ・利益の確保を重視する支援能力の向上を図る。

**補助員**においては、次期経営指導員として、OJTを中心に経営指導員から指導・助言内容、情報収集方法を学び、伴走型支援能力の向上を図る。

全職員は計画的な人材育成と支援ノウハウの共有、及び職員間において支援を受けた案件に係る個人情報・企業情報の守秘義務・社外秘を徹底する。

経営指導員等が取得した経営支援ノウハウは毎月1回、職員全員でミーティングを行い、経営状況分析をはじめとする各種支援ノウハウを共有化することで、小規模事業者への支援能力向上を図る。さらに、指導業務に役立てるため、ミーティングで使用した関連資料等はファイリングし、いつでも閲覧出来るように整理しておく。

また、広域な経済環境及び消費動向等の状況把握と、小規模事業者への経営力強化に繋がる支援能力の向上を図るため、近隣町村の経営指導員（6町村12名）との情報交換会を開催し、経営支援に必要な関連情報の共有化を図る。

#### (事業内容)

##### ・群馬県商工会連合会主催研修会への参加（既存事業改善）

[目的]: 専門的経営支援能力強化

[対象]: 経営指導員

→群馬県商工会連合会主催による経営指導員を対象とした、各種の目的別セミナーに参加するとともに、研修内容については勉強会等により職員間で情報を共有する。

##### ・中小企業大学校専門研修への参加（既存事業改善）

[目的]: 専門的経営支援能力強化

[対象]: 経営指導員

→経営発達支援計画の事業を進めるうえで求められる、小規模事業者が必要とする各種需要動向及び販路開拓支援に係る知識習得については、中小企業大学校が主催する課題別専門研修に経営指導員を参加させることで、支援能力の向上を図るとともに研修内容については職員間で情報を共有する。

##### ・日本政策金融公庫による小規模事業者発達支援融資制度の学習（既存事業改善）

[目的]: 金融支援能力強化

[対象]: 経営指導員

→小規模事業者発達支援融資等の制度内容を学び、事業計画策定支援を受けた小規模事業者が円滑に資金調達できるよう支援能力の向上を図る。

##### ・職員勉強会の実施（既存事業改善）

[目的]: 基礎的支援能力（経営、税務、労働等）、専門的支援能力の強化

[対象]: 経営指導員・補助員・記帳専任職員・記帳指導員

→小規模事業者への伴走型による継続的指導を行うため、毎月1回開催する。

経営発達支援計画で示した各支援事業を推進するための能力の習得や基礎的な経営支援

について、テーマを決めて勉強会を開催するほか、各職員が参加した研修会、説明会、会議などの内容については、毎日実施している朝礼の席で、必要に応じて概略を説明する。  
また、各職員が手掛ける各種事業の内容、状況等についても報告を行うことで情報の共有を図り、経営発達支援事業の遂行に役立てる

・広域的職員勉強会の実施（新規事業）

[目的]:基礎的、専門的支援能力の強化

[対象]:経営指導員

→事業計画策定事業者への伴走型指導の必要性、持続的指導に対するモチベーションを高めるため、近隣町村の経営指導員（6町村12名）による情報交換会を年2回程度行い、小規模事業者への経営発達支援事業の遂行に役立てる。

・職位別、伴走型の支援を通じて得られた支援ノウハウの扱い方(既存事業の拡充)

担 当	支援ノウハウの取扱
経営指導員	職員の計画的人材育成と支援ノウハウの共有、及び、職員間において支援を受けた案件に係る個人情報・企業情報の守秘義務・社外秘を徹底する。 本事業で開催されるセミナーや勉強会の遂行を円滑化させるため、小規模事業者と共に学習し、アンケート調査分析の方法など小規模事業者の売上増加支援に役立つ専門知識を体得する。 また、OJTにより資質向上を図ることを基本に、Off-JTとして県連合会や中小企業大学校が実施する研修に年間1回以上参加し、支援能力の向上を図る。
補助員 記帳専任職員 記帳指導員	次期経営指導員として、OJTを中心に経営指導員から指導・助言内容、情報収集方法を学び、伴走型支援能力の向上を図る。
情報の共有化	取得した支援ノウハウは職員全員で月曜日の朝にミーティングを行い、ノウハウを共有化し、小規模事業者の支援能力向上を図る。さらに、ミーティング後、関連資料等はファイリングし、全員が閲覧出来るように整理しておく。

(目標)

商工会のスローガンでもある「商工会は行きます 聞きます 提案します」を本事業により実践するため 小規模事業者の売上と利益に直結するための経営指導員等の資質向上と小規模事業者の本会に対する満足度・信頼度の向上を目指す。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
県連合会への研修参加	1回	1回	1回	1回	1回	1回
中小企業大学校への研修参加	不定期	1回	1回	1回	1回	1回
日本政策金融公庫への研修参加	不定期	1回	1回	1回	1回	1回
職員勉強会の実施	不定期	毎月	毎月	毎月	毎月	毎月
広域的職員勉強会の実施	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

3. 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

毎年度、本計画に記載された事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価検証を行う。

- ① 群馬県商工会連合会をはじめ、外部有識者を招聘した経営発達支援事業検討委員会を設定し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ② 理事会において、評価・見直しの方針を決定する。
- ③ 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会に報告し承認を受ける。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果を総代会や本会ホームページにて計画期間中公表する。

(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

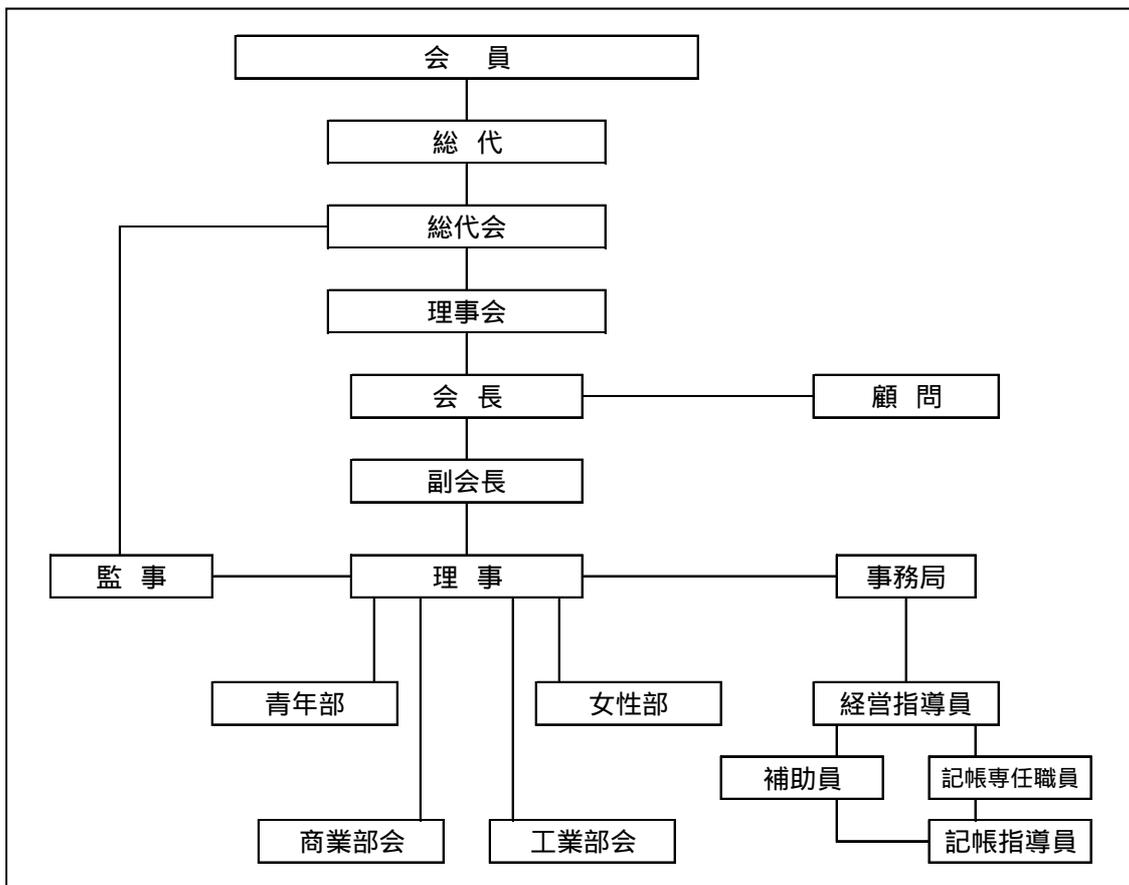
(平成27年12月現在)

(1) 組織体制

(商工会の体制)

本会の全体の体制は下図の通りである。実行は2名の経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員の計5名が遂行し、これまでも多くの事業実績を有している。また中小企業診断士等の専門家との連携が図られ、アドバイス体制も構築されていることから、専門的な課題にも対応できることも大きな強みとして挙げられる。

(商工会全体の組織図)



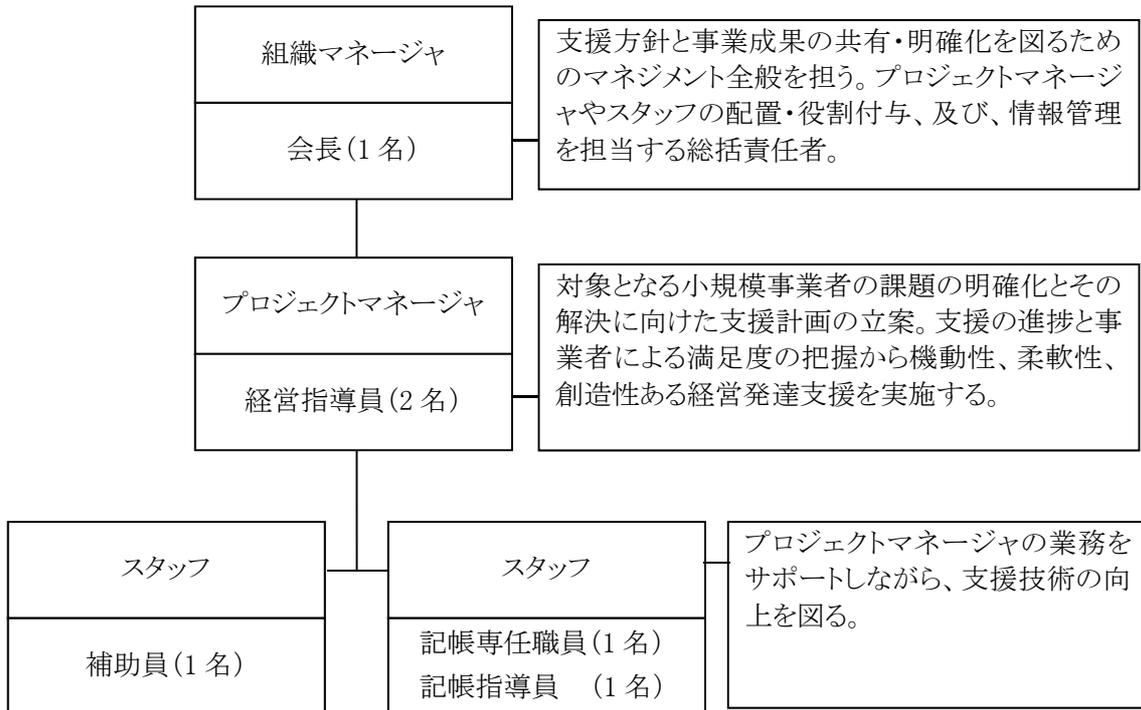
(経営発達支援事業の実施体制)

経営発達支援事業を促進するため、本会に新たに「経営発達支援相談窓口」を設置し、その周知については本会会報、及び、地域内の回覧板、行政が発行している広報誌にて行う。組織マネージャは会長、プロジェクトマネージャは経営指導員とし、補助員、記帳専任職員、記帳指導員がスタッフとして補佐する体制とする。

事業実施の有益性を担保するため、会長を委員長とする「地域活性化委員会(仮)」を組織し、副会長、理事等の協力を仰ぎながら経営指導員が中心となって推進する。

事業の成果・評価・見直しの結果の周知については、会員や地域住民の意見聴取を踏まえて実施するに加え、理事会にて評価・見直しを決定し、総代会における承認後に、本会ホームページにて会長が公表する。

【経営発達支援相談窓口】



(実際に事業を実施する人員)

担当	担当者	業務内容
事業責任者	経営指導員 小林 弘	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営発達支援窓口の総括</li> <li>経営発達支援事業の企画立案及び執行、連携機関との連絡調整</li> </ul>
実施責任者	経営指導員 湯本 清	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営発達支援事業の推進</li> <li>セミナー、研修会の開催</li> </ul>
実施補佐	補助員 星 直子	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織運営に係る予算管理</li> <li>経営発達支援事業の実行補佐</li> </ul>
実施補佐	記帳専任職員 芹澤 智子	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営発達支援事業の実行補佐</li> <li>経営分析に必要な会計資料作成</li> </ul>
実施補佐	記帳指導員 浅井 薫	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営発達支援事業の実行補佐</li> <li>経営分析に必要な会計資料作成</li> </ul>

(2) 連絡先

名称	長野原町商工会		
住所	群馬県吾妻郡長野原町大字長野原 3 7・2		
担当部署	経営指導員	担当者氏名	小林 弘
電話番号	0279-82-2208	F A X 番号	0279-82-2782
メールアドレス	nagasho@xp.wind.jp		
ホームページ	http://www.wind.ne.jp/naganohara/		

## (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)

	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
必要な資金の額	<b>44,600</b>	<b>44,600</b>	<b>44,600</b>	<b>45,600</b>	<b>45,600</b>
・経営改善普及事業費	<b>29,770</b>	<b>29,770</b>	<b>29,770</b>	<b>29,770</b>	<b>29,770</b>
1.人件費	21,700	21,700	21,700	21,700	21,700
2.福利厚生費	3,830	3,830	3,830	3,830	3,830
3.旅費	40	40	40	40	40
4.事務費	250	250	250	250	250
5.福利環境整備費	2,100	2,100	2,100	2,100	2,100
6.指導事業費	1,850	1,850	1,850	1,850	1,850
・一般事業費	<b>2,650</b>	<b>2,650</b>	<b>2,650</b>	<b>2,650</b>	<b>2,650</b>
1.総合振興費	400	400	400	400	400
2.業種別部会対策費	750	750	750	750	750
3.税務金融対策費	100	100	100	100	100
4.青年部・女性部対策費	900	900	900	900	900
5.情報対策費	200	200	200	200	200
6.記帳機械化推進費	300	300	300	300	300
・管理費	<b>9,610</b>	<b>9,610</b>	<b>9,610</b>	<b>9,610</b>	<b>9,610</b>
1.人件費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
2.旅費	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
3.事務費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
4.家屋費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
5.会議費	200	200	200	200	200
6.渉外費	300	300	300	300	300
7.福利厚生費	400	400	400	400	400
8.負担金	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
9.支払利息	5	5	5	5	5
10.役員慰労金共済掛金	405	405	405	405	405
・財政調整基金引当金	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>500</b>
・経営発達支援事業費	<b>2,000</b>	<b>2,000</b>	<b>2,000</b>	<b>3,000</b>	<b>3,000</b>
・予備費	<b>70</b>	<b>70</b>	<b>70</b>	<b>70</b>	<b>70</b>

(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		(単位：千円)
県補助金：	21,000	
町補助金：	7,500	(県補助金の1/3+地域振興対策費の補助金が確立)
県連補助金：	170	
経営発達支援事業補助金：	2,000	(国・県・町)
自己財源：	13,930	(会費・手数料等・繰越金 3,500千円含む)
合計	44,600	
商工会一般会計 本事業実施のための国補助金を中心に、県商工会連合会の専門家派遣、県町補助金による捻出を想定している。		

(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

連携する内容					
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営発達支援事業の内容</li> <li>1. 地域経済動向調査</li> <li>2. 経営状況分析</li> <li>3. 事業計画策定支援</li> <li>4. 事業計画策定後の実施支援</li> <li>5. 需要動向調査</li> <li>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業</li> <li>・ 地域経済の活性化に資する取組</li> <li>・ 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</li> <li>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事</li> <li>2. 経営指導員等の資質向上等に関する事</li> <li>3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事</li> </ul>					
連携者及びその役割					
<p>本会が中核となって、群馬県商工会連合会を中心に関係機関で構成する連携体制を構築する。尚、連携者とその役割は下表の通り。</p>					
支援機関名			役 割		
群馬県商工会連合会			【県下商工会に対する中核支援機関】 ・ 経営発達支援事業全般に経営支援課職員が経営指導員と一体となって各種事業の実行を支援する。		
代表者	会長 高橋基治	住所	前橋市関根町 3-8-1	連絡先	027-231-9779
群馬県 産業経済部 商政課			【県内小規模事業者への施策支援を行う】 ・ 創業、経営革新の受付及び新商品等販路開拓に係る商談会や物産展の参加について支援する		
代表者	課長 上原英之	住所	前橋市大手町 1-1-1	連絡先	027-226-3336
長野原町 産業課 観光商工係			【地域内小規模事業者への施策支援を行う】 ・ ハツ場ダム建設に伴う水没地域再建及び管内小規模事業者への各種支援に必要となる商工会補助金の交付について支援する。		
代表者	課長 黒岩 亨	住所	吾妻郡長野原町大字長野原 66 番地の 3	連絡先	0279-82-2244
道の駅 ハツ場ふるさと館			【地域観光及び地域資源の活用等について支援を行う】 ・ 商品開発、販路開拓、テストマーケティング等の実施及び物産展への参加協力により小規模事業者の商品やサービスの改良についても支援する。		
代表者	代表取締役 篠原 茂	住所	吾妻郡長野原町大字林 1567-4	連絡先	0279-83-8088
ぐんまちゃん家（ぐんま総合情報センター）			【首都圏での販路開拓支援を行う】 ・ 地域資源を活用した商品及びサービスに関する広報と販路開拓に関する多様な提案並びにバイヤー等の情報提供について支援する。		
代表者	所長 宮崎信雄	住所	東京都中央区銀座 5 丁目 13 番地 19	連絡先	03-3546-8511

支援機関名			役 割		
日本政策金融公庫 高崎支店 国民生活事業			【地域小規模事業者への金融支援を行う】 ・創業、第二創業（経営革新）予定者に対する事業資金の調達及び情報共有による事業開始後の資金繰り等の指導を商工会と連携して支援する		
代表者	総括 井上純夫	住所	高崎市連雀町 81	連絡先	027-326-1621
群馬銀行 長野原支店			【地域小規模事業者への金融支援を行う】 ・経営計画立案に伴う各種事業推進に必要な融資実行を支援する。		
代表者	支店長 加藤 剛	住所	吾妻郡長野原町大字長野原 186-2	連絡先	0279-82-2355
ぐんまみらい信用組合 長野原支店			【地域小規模事業者への金融支援を行う】 ・経営計画立案に伴う各種事業推進に必要な融資実行を支援する。		
代表者	支店長 関口 修	住所	吾妻郡長野原町大字長野原 192-1	連絡先	0279-82-2488
ぐんまみらい信用組合 北軽井沢支店			【地域小規模事業者への金融支援を行う】 ・経営計画立案に伴う各種事業推進に必要な融資実行を支援する。		
代表者	支店長 関口 修	住所	吾妻郡長野原町大字北軽井沢1987-344	連絡先	0279-84-3003
(公財)群馬県産業支援機構			【地域小規模事業者への産業支援を行う】 ・事業計画の策定及び実施支援等の各種事業に係る高度・専門的な課題の解決や事業計画策定の際に多面的な総合指導について支援する。		
代表者	理事長 根岸富士夫	住所	前橋市大渡町 1-10-7	連絡先	027-255-6500
関東信越税理士会 中之条支部			【地域内小規模事業者への税務支援を行う】 ・事業計画推進に伴い発生する税務問題の解決及び決算指導を支援する。		
代表者	指定税理士 帆足康洋	住所	吾妻郡東吾妻町大字岩井 322	連絡先	0279-68-0065
中小企業診断士			【地域経済動向等調査、経営分析・需要動向、計画策定・実施支援】 ・消費者ニーズや商品動向の把握及び商業・観光等について専門化との連携により需要動向調査を実施することで事業者が行う商品開発、新サービスの提供にかかわる経営計画策定などを総合的に支援する。		
代表者	長岡 力	住所	東京都杉並区堀ノ内 2-31-2-401	連絡先	090-412-3569

