

経営発達支援計画の概要

実施者名	太田商工会議所（法人番号1070005005854） 太田市（法人番号7000020102059）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>① 工業系の小規模事業者の生産性向上を支援し、収益力の強化を図る。併せて、新分野進出に向けた取り組みを行う小規模事業者の増加を目指す。</p> <p>② 商業・サービス業系の小規模事業者の売れる仕組みづくりを支援し、新たなビジネスモデルを構築する小規模事業者の増加を目指す。</p> <p>③ 創業又は、第二創業を目指す方を支援し、起業の実現を図る。</p> <p>④ 自治体、地域企業、大学と連携し、DXに向けた取り組みを推進することで、企業や移住者に選ばれる地域を目指す。</p>
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること 経営指導員が地域の経済動向を把握し、小規模事業者に対する確かな支援を実施することを目的に、地域の経済動向に関する調査等を行う。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者にマーケットインの考え方を浸透させることを目的に、商圈調査、新商品開発に関するアンケート調査等を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者が定量・定性分析を通じて、実現可能な事業計画策定に導くことを目的に経営状況分析セミナー等を実施する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者が事業計画を策定することで、事業の経済合理性や経営資源の最適化の判断基準に寄与することを目的に、事業計画策定セミナー等を実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者が、当初想定した計画との適否を検証し、乖離がある場合は軌道修正するなど、当初の目標に向かい着実に事業が遂行できるよう、フォローアップを実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者が独自に実施することが難しく、新たな需要の開拓に効果がある事業を当所が開催し、事業者の販路開拓に繋がるようビジネスプレス発表会等の事業を実施する。</p>
連絡先	<p>太田商工会議所 住 所：〒373-0853 群馬県太田市浜町3番6号 電 話：0276-45-2121 F A X：0276-45-1088 e-mail：info@staff.otacci.or.jp</p> <p>太田市 産業環境部 産業政策課 住 所：〒373-8718 群馬県太田市浜町2番35号 電 話：0276-47-1834 F A X：0276-47-1881 e-mail：025300@mx.city.ota.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) 地域の現状及び課題

①現状

《地域の風土》

太田市は関東平野の北部にある群馬県の東南部に位置し、市の北に渡良瀬川、南に利根川が流れ川を境に、北は栃木県、南は埼玉県に隣接、東京から約86kmの距離にある。地形的には海拔235.8mの金山とそれに連なる八王子丘陵が走るほかは、標高30mから110mの肥沃な平坦地となっている。気候は温暖で、自然災害が少ない地域で恵まれている。

[広域位置図]



《歴史的な背景》

太田市は、古くは東日本最大の天神山古墳があり、すでに消失してしまったものも含め、合計約1200基もの古墳が確認されていることから、古墳時代から栄えていたことが想像できる。平安時代末期には、新田氏一族が新田荘を興し、東国武士の礎を築き、江戸時代には、日光例幣使街道の宿場町「太田宿」が栄えた。都市名の由来はここから来ている。同街道の北には徳川家光が、徳川家の始祖である新田義重を追善供養するために大光院を建立し、開山は呑龍上人が招かれた。呑龍上人は身寄りのない子供を弟子として養育したことから、子育て呑龍と呼ばれてその信仰は途切れない。

大正時代には、飛行機王の異名をとった中島知久平により、航空機産業が興り、昭和時代になると「中島飛行機」の発展に伴い、軍需産業の一大拠点となった。戦後、復興・企業再建が進み、現在では、その技術を基礎にした自動車産業を中心に全国有数の内陸型工業都市となっている。

《交通網》

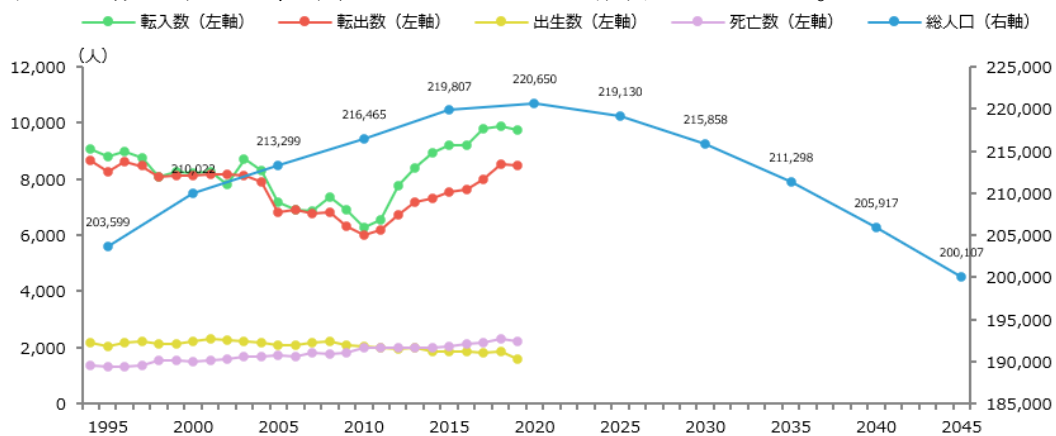
鉄道は、東武鉄道の3路線が走っているものの、太田駅から下りの普通列車はすべてワンマン運転となっており、一日平均乗降客は1万人前後で推移している。東京方面へは特急電車で、北千住駅に約70分で到着する。高速道路は、平成23年3月に北関東自動車道が全線開通し、茨城県とつながったほか東北自動車道、関越自動車道と接続され東北、信越など各方面へ時間短縮が可能となった。

[太田市の位置と交通網]



《人口の推移》

平成17年3月28日に太田商工会議所が管轄する旧太田市と、太田市新田商工会が管轄する尾島町・新田町・藪塚本町の1市3町が合併し、太田市内の人口は224,001人(令和3年3月末時点)となる。うち、当所管内人口は158,494人であり、県内商工会議所において3番目の規模となる。RESAS掲載のデータによると、2015年～2020年の太田市の人口増減率は0.4%増となり、県内で唯一プラス値となる市である。増加要因は、自然増はマイナスだが、社会増がそれを上回っているためであり、特に近年急増している外国人の流入が挙げられる。しかしながら、今後の見通しについては、2045年に200,107人まで減少すると、下記のグラフの通り推計されている。



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数に関する調査」

【注記】2015年までは「国勢調査」のデータに基づく実績値、2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ(平成30年3月公表)に基づく推計値。

《産業構造の推移》

戦後は、航空機産業で培った技術をもとに、繊維やスクーターといった平和産業として再出発し、現在のメリヤス産業と自動車関連産業が基幹産業として発展し、併せて工業団地造成による誘致で製造品出荷額は約 3 兆円となり、全国 12 位の規模である。その中核をなす株式会社 SUBARU の自動車完成工場が 2 か所あり、その周辺にはサプライヤーとしての協力企業工場が多数点在している。

平成 28 年の経済センサスによれば、当所管内の公務を除く全産業事業所数は 7,632 件で、全産業従業者数は 87,870 人を数える。そのうち、サービス業事業所数は 3,074 件、(40.3%)、卸・小売・飲食業の事業所数が 1,790 件 (23.5%)、製造業の事業所数 957 件 (12.5%) で、この大分類の 3 業種で 76.3% を占めている。

従業者数は、サービス業が 31,065 人 (35.4%) と最も多く、続いて製造業で 27,399 人 (31.2%)、卸・小売・飲食業が 15,342 人 (17.5%) で全体の 84.1% を占めている。

小規模事業者の割合は全産業で 67.85% となっており、全国平均の 84.9% を大きく下回る。

産業大分類	平成 26 年		平成 28 年		増減数		平成 28 年 小規模 事業者 数	平成 28 年 小規模 事業者 数割合
	事業 所数	従業 員数	事業 所数	従業 員数	事業 所数	従業 員数		
農林漁業	18	136	17	127	-1	-9	15	88.24%
建設業	725	4,929	700	4,798	-25	-131	661	94.43%
製造業	1,007	26,377	957	27,399	-50	1,022	780	81.50%
電気・ガス・熱 供給・水道	12	416	18	269	6	-147	14	77.78%
運輸・通信	250	5,103	252	5,414	2	311	156	61.90%
卸売・小売・飲 食	1,820	14,546	1,790	15,342	-30	796	1,054	58.88%
金融・保険	126	1,796	118	1,812	-8	16	89	75.42%
不動産	729	1,783	706	1,644	-23	-139	688	97.45%
サービス	3,189	33,669	3,074	31,065	-115	-2,604	1,721	55.99%
合計	7,876	88,755	7,632	87,870	-244	-885	5,178	67.85%

資料：経済センサスより（但し、平成 26 年は基礎調査、平成 28 年は活動調査）

《地域の名産品、地域資源》

扇状地を活かした米麦・養蚕を主体とする農業生産を展開してきたが、首都圏に近い特性を生かし、養蚕に代わり施設野菜・露地野菜・花卉園芸の導入が進んでいる。全国有数の産品である「やまといも」、「こだまスイカ」の他に「ほうれん草」、「小松菜」、「ネギ」「ナス」などの作物が生産されている。

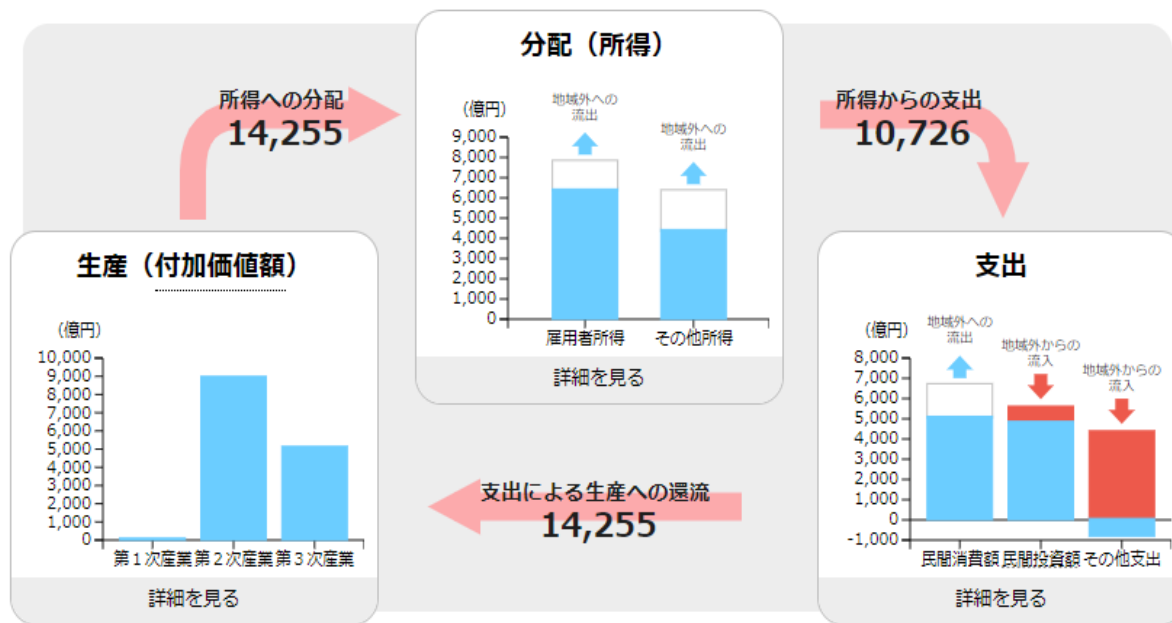
まちおこしとして、焼きそば店が市内に多く点在していることから、「日本三大焼きそばの町」と呼ばれ、B 級グルメリーグに参加。一方、令和 3 年 8 月に B1 プロバスケットボールチームの群馬クレインサンダーズが本拠地を太田市に移したことから、交流人口の増加が今後期待される。

《太田市の地域経済循環図》

地域経済循環率
132.9%

地域経済循環図
2015年

指定地域：群馬県太田市



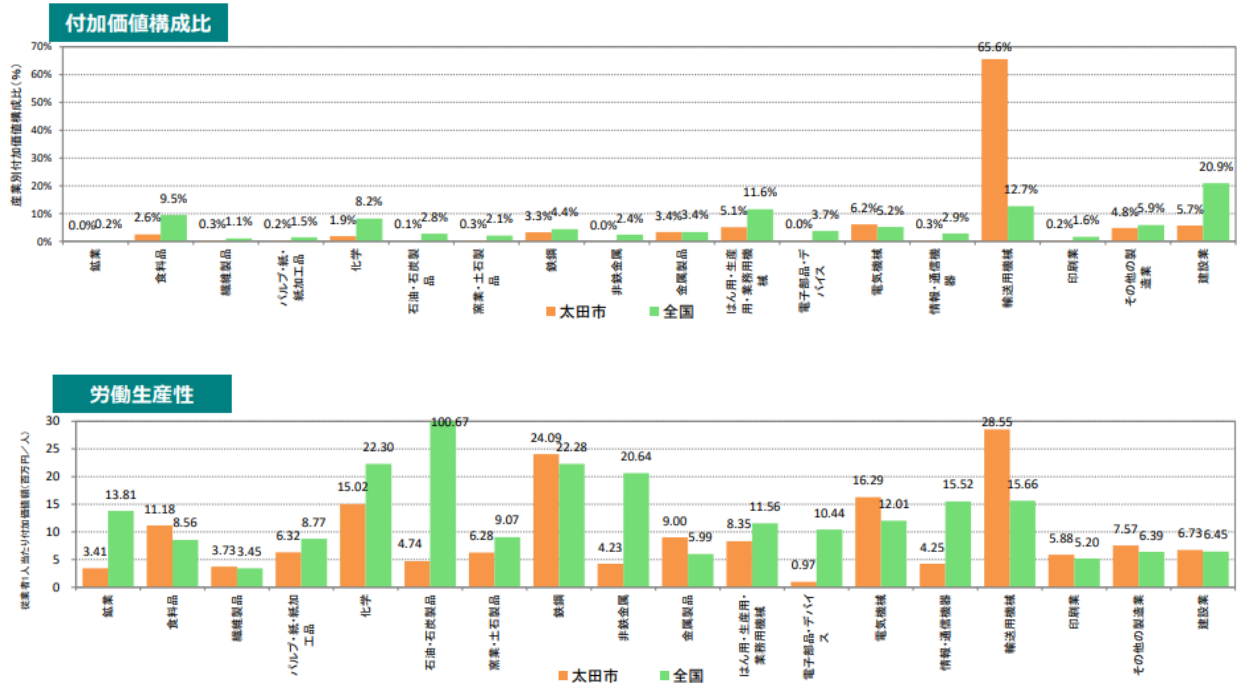
RESASで市内の地域経済循環を分析した結果、地域経済循環率は132.9%と群馬県平均の99.8%と比較しても高い数値を示しており、これは株式会社SUBARUを中心として輸送用機械製造業とそのサプライヤーとなる関連産業が多く集積しており、輸送用機械を頂点としたサプライチェーンが川上から川下まで幅広い産業で形成されているためである。

所得においては域内で企業が生産・販売で得た「雇用者所得」と「其他所得」の方が、地域住民が得る所得より、3,530億円多く、域外へ雇用者所得・其他所得が流出している。雇用者所得の流出率は19.0%と群馬県の平均0.7%と比較しても高い数値である。太田市は昼間人口が夜間人口よりも多い地域であるため、雇用者所得は域外からの通勤者によって流出されており、地域で稼いだ所得が地域住民に還元されていない状態となっている。また、一人当たりの雇用者所得は290万円であり、全国1,719市区町村の内、99位と高いレベルである。

支出のうち民間消費額については、域内で吸収することができず、流出率は25.1%と群馬県の平均11.1%と比較しても高い数値であり、全国1,719市区町村の内、1,524位と大変低いレベルである。投資については817億円と域外からの設備投資を呼び込めている。其他支出については、第2次産業の域際収支が黒字のため、其他支出は流入傾向である。しかしながら域内ベースにおける支出は、域内支出より域外支出の方が大きく、マイナスとなる。これは第2次産業による影響が大きく、域内のサプライチェーンでは賄えず、域外にまで広範囲なサプライチェーンが形成されているためである。

生産については第2次産業が最も大きい産業であり、特に輸送用機械器具の割合が突

出している。労働生産性についても全国と比較して高い数値である。



《管内景況調査》

管内 270 の事業所を対象に、業種を 5 つ（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業）に分類し、景況調査（令和 3 年 6 月時点）を実施。

- ・全産業ベースでみると、コロナの影響を大きく受けた令和 2 年との比較となる前年同期比では売上・業況ともに大幅に改善したものの、前期比ではコロナの影響がますます重く横ばいの状況である。
- ・令和 3 年 6 月期は全ての業種で仕入単価 DI の低下 (= 単価の上昇傾向) がみられ、部品・部材の高騰・調達難が懸念されている。影響が大きい建設業の業況 DI は、前期比で 20 ポイント以上下落した。
- ・今後 3 カ月の見通しについては、コロナ感染再拡大とワクチン接種の進展の両方を見据えつつ、全産業ベースではほぼ横ばいを予想している。業種別には輸送機器、卸売業で今期比上昇、小売業で低下を見込んでいる。

全体 D I 値の推移	2020.7-9 期	2020.10-12 期	2021.1-3 期	2021.4-6 期
売上高前期比	▲ 35.9	▲ 21.5	▲ 37.4	▲ 37.1
売上高前年同期比	▲ 68.2	▲ 54.5	▲ 51.2	▲ 14.0
仕入単価前期比	▲ 10.6	▲ 15.8	▲ 24.2	▲ 45.4
利益率前期比	▲ 41.9	▲ 31.1	▲ 39.8	▲ 32.8
資金繰り前年同期比	▲ 33.2	▲ 22.0	▲ 18.0	▲ 17.9
従業員前年同期比	▲ 7.4	▲ 2.9	1.4	▲ 0.9
業況前期比	▲ 42.4	▲ 25.8	▲ 39.8	▲ 38.9
業況前年同期比	▲ 74.2	▲ 50.2	▲ 46.9	▲ 24.9
今後 3 ヶ月間の業況見通し	▲ 38.3	▲ 38.8	▲ 26.1	▲ 24.9

②課題

《地理的な課題》

東側は大泉町・邑楽町・栃木県足利市、西側は伊勢崎市、南側は埼玉県熊谷市及び深谷市、北側は桐生市・みどり市に接し、互いに経済活動の結びつきが強い地域である。首都圏に近く、平坦地である強みを生かし農・工・商のバランスの取れた地域振興が図られて現在に至っている。一方で、市内で働いているあるいは教育を受けているにもかかわらず市外から通っている人の割合は約 40%（太田市人口ビジョン・総合戦略より）を占める。将来的には人口減少傾向である太田市では、ブランド力を高め、居住を選択してもらえ魅力ある街づくりが課題である。

《歴史的な背景による課題》

古墳時代から栄えた地域であり、江戸時代には、日光例幣使街道等の歴史的な道筋が存在している。国指定史跡で東日本最大の天神山古墳など多数の古墳が、また、新田氏ゆかりの新田荘遺跡、金山城址を始め指定文化財が多く存在しているものの、学校における教科書の歴史に登場する機会はなく、観光地としての認知度は低迷しており、市外からの観光消費が低い状況となっている。

市内のほとんどが平坦な土地であり、農業も振興されているが、工業化と都市化が進み北関東有数の工業地帯となっている。工業団地も多く造成され、首都圏から大手企業の工場進出もあり、人口・人材・技術面でも当市の発展・振興の要因となっている。一方、ものづくり人材の不足や工業団地の不足が、今後成長する課題となっている。

《交通網に関する課題》

北関東自動車道の開通により県外・県内各地への移動に時間短縮が図られ、利便性が高まっている。反面、自動車の依存度が高く、中心部の国道や県道は交通渋滞が発生しており、道路拡幅やアクセス道路整備による市内の渋滞解消が望まれている。

鉄道は東武鉄道太田駅からたすき状に 4 方向へと路線が伸びているが、利用者の伸び悩み、ワンマン運転への転化など悪循環が起こっている。太田駅から特急が浅草駅まで運行されているが、所要時間や料金面で劣勢を強いられており、目的により埼玉県の J R 熊谷駅から新幹線、籠原駅から高崎線を利用する市民もいる状況である。バス路線は、民間が 3 路線を運行する他は、行政も運営を行っているが利用者は学生と高齢者など少数にとどまっている。

《人口に関する課題》

平成 27 年の国勢調査によると人口は 219,896 人で群馬県内では、高崎市、前橋市に次ぎ県内第 3 位の人口規模である。65 歳以上の人口は 5 万 3 千人余、高齢化率は 24% で、県内 12 市のなかでは低い数値を表している。しかし、国勢調査による生産年齢人口は、平成 22 年 138,538 人、平成 27 年 133,417 人と 3.7% の減少となっている。令和 3 年 3 月末時点でも、人口は 224,001 人と直近で横ばいに推移しているが、令和 27 年には人口 200,107 人と推計され、全体の人口減少と生産年齢人口の減少は免れないもので地域経済に与える影響が危惧される。

《産業に関する課題》

工業では、平成30年の工業統計調査で製造品出荷額2兆9238億円(平成29年比2.9%増)を計上する。太田市は㈱SUBARUを中心として輸送用機械製造業とそのサプライヤーとなる関連産業が多く集積し、出荷額の7割以上が輸送用機械器具で占める。複数の自動車メーカーの部品を製造している事業者も多いが、求められる自動車も変化していくことが想定され、製造する部品の変化にも対応していく準備が望まれる。部品製造を受託する小規模事業者は品質、納期、価格面で優位性があれば顧客から選ばれて事業継続は可能であるが、原材料・電気料金高騰などによりコスト増加に対応した利益確保が事業継続に向けた課題である。また、政府は2035年までに全ての新車を電動車にすることを宣言しており、中長期的には、過度な自動車産業への依存から脱却し、自動車関連技術を生かした様々な分野へ進出・転換できるよう受注先の分散化などに取り組む必要がある。

商業では、平成28年の商業統計調査で年間商品販売額8,657億円(平成26年比26.5%増)と増加しており、特に金属材料や機械器具等の卸売業の伸びが顕著である。太田市は他市の地域と同様に大型店やチェーン店の進出が多く、郊外型大型商業施設が市街地東部に開業した後は、地元商業者主導で運営していた太田駅南口の大型商業施設の核店舗が撤退、太田駅付近への集客力が弱まり、中心商店街への衰退に拍車がかかった。太田駅北側では区画整理事業も計画されているがその進展は大幅に遅れている。郊外では食料品スーパー、ホームセンター、ドラッグストア、家電量販店などの県外資本が進出し、自動車で行動する市民には支持を得ている状況で、駅前商店、幹線道路沿いの商店も苦戦している。並行して、ITの進展によるネット販売増加の影響もあり、地元小売店は廃業せざるをえないなど苦戦が続いているため、個店の販路開拓支援、新商品開発などビジネスモデルの再構築が必要と思われる。

《地域の名産品、地域資源に関する課題》

「小玉すいか」、「ほうれん草」、「小松菜」「ねぎ」など一般的な野菜は多く生産されており、中でも栽培面積で日本一を誇る「やまといも」は太田ブランドの特産品として、生産者、太田市、商工会議所、東部農業事務所等が連携し、PR活動から6次産業化の取り組みを行い消費拡大を図っている。日持ちのする菓子などの食品では、太田を代表する土産品が無いと言われて久しく、市外の商品を手土産に利用する市民が多い。歴史的資源は、大光院や金山城址に代表される新田氏や徳川氏ゆかりの名所史跡が多数存在し、やぶ塚温泉郷は隣接する三日月村、ジャパンスネークセンターとともに市を代表する観光施設となっている。しかし、現存する資源の魅力度や、交通網の発展もあり通過型の観光地の現状を打開できず、新たな取り組みが必要と思われる。スポーツではバスケットB1リーグの群馬クレインサンダーズの本拠地が令和3年7月に太田市に移転された。競技会場までのアクセスは、会場駐車場1,200台の他、太田駅からのシャトルバス、竜舞駅からの徒歩(20分)があり、新たなスポーツ観光資源として期待される。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①小規模事業者への長期的支援について

当所管内の工業系の小規模事業者は生産性向上、利益確保、人材確保等の課題を、商

業・サービス業系の小規模事業者は県外資本との競争、ビジネスモデル再構築等の課題に直面している。これらの課題は、事業縮小や廃業を誘発し、事業者の減少や従業員の減少につながっている。太田地域の経済が発展するために、経営発達支援計画の実行を通して、地域で事業活動を行う小規模事業者の経営の継続と発展を支援し、小規模事業者の減少を抑制する事が必要である。長期的な視点（10年間の期間）を踏まえての目標値を以下の通りに設定する。

廃業率は、経済センサスから算出した平成24年から平成28年までの当市平均廃業率14.6%を下回ることを、開業率は平成24年から平成28年までの当市平均開業率9.1%を超えることを目標に掲げ、小規模事業者の伴走型の支援を行う。

[太田市全体の開廃業率] ※管内事業者でデータが取れなかったため太田市全体とする。

調査年・増減率 産業大分類	平成24年		平成26年		平成28年	
	開業率	廃業率	開業率	廃業率	開業率	廃業率
農林漁業	3.4	17.2	16.2	5.4	7.7	2.6
鉱業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
建設業	2.2	16.6	9.9	11.9	6.6	10.7
製造業	2.6	15.7	8.5	11.3	5.6	9.8
電気・ガス・熱供給・水道	0.0	0.0	58.3	0.0	47.4	21.1
運輸・通信	7.4	22.4	19.0	14.5	9.4	12.6
卸売・小売・飲食	7.5	19.7	14.1	18.7	9.2	13.7
金融・保険	6.9	20.0	12.8	16.2	9.7	13.1
不動産	2.2	16.8	5.2	9.6	6.2	9.3
サービス	7.3	17.2	16.0	14.6	10.2	12.7
合計	5.7	17.7	13.1	14.3	8.6	12.0

資料：経済センサスより（但し、平成26年は基礎調査、平成24年・28年は活動調査）

②太田市総合計画との連動性・整合性

太田市では平成29年～令和6年度にわたる長期的な市政指針である「第二次 太田市総合計画」を策定し、将来都市像として「人と自然にやさしく、品格のあるまち太田」を掲げている。その中で「産業経済の振興」に関しては、「活力ある産業とにぎわいのあるまちづくり」をテーマに「工業基礎の整備と産業支援」、「商業基盤の整備とにぎわいの創出」、「観光事業の推進と交流人口の増加」を基本目標として掲げている。

「工業基礎の整備と産業支援に関する連動性・整合性」

太田市総合計画の後期行動計画には、「市内企業の技術力向上を含め新製品・新技術の開発や受注機会の拡大を図ることにより、中小企業の事業拡大、経営革新を支援します」と基本的方向が示されている。本計画においても、技術を生かした様々な分野へ進

出・転換できるよう受注先の分散化を課題として認識しており、ビジネスプレス発表会等を初め、新たな需要の開拓について計画していることから総合計画と整合性がある。

「商業基盤の整備とにぎわいの創出に関する連動性・整合性」

太田市総合計画の後期行動計画には、「小売店舗における消費拡大のため、キャッシュレス決済やポイント還元など支払方法の多様化に対応できるよう、商工会議所や商工会との連携を図り指導や支援を行います。」と基本的方向が示されている。本計画においても、消費者ニーズであるキャッシュレス決済の導入や、コロナ禍におけるテレワーク、電子申請等、急速に進むデジタル化は小規模事業者の課題として認識しており、令和2年度には、J P Q Rセミナーを開催した。今後もキャッシュレス決済を始め、ITに関するセミナーを計画していることから総合計画と連動性・整合性がある。

「観光事業の推進と交流人口の増加に関する連動性・整合性」

太田市総合計画の後期行動計画には、「群馬県、両毛七市、東武鉄道などと連携した広域的な観光推進に努めます。」と基本的方向が示されている。本計画においても、両毛五市商工会議所協議会（足利市、佐野市、桐生市、館林市、太田市）における広域観光推進会議にて、広域観光の活性化を図る計画を立てていることから整合性がある。

③商工会議所としての役割

商工会議所は、地域性（地域の基盤）・総合性（あらゆる業種・業態の商工業者から構成）・公共性（組織や活動などの公共性）の3つの面を持っている。当所は、地域総合経済団体として行政と中小企業・小規模事業者とのパイプ役を果たすとともに、事業者のニーズや課題を収集し、行政の施策・立案に反映させる活動をしてきた。また、商工業の基盤整備として工業団地造成・商店街活性化事業の推進提言、イベント開催など様々な地域活性化事業を展開してきた。

支援機関としては、従来から経営発達支援事業の一環として、事業計画等策定支援・事業計画策定後の実施支援・需要動向調査における情報提供・地域経済の活性化に関する取り組みなどを中心に実施してきた。また、小規模事業者が抱える複雑な経営課題に対して、専門的な知識が必要な分野に対しては、専門家を紹介するなどして課題解決に取り組んできた。

経営発達支援計画の作成にあたり、対象となる太田市全体の小規模事業者数の推移を経済センサスで見ると、平成24年の7,423件から、平成28年には7,046件となり5.1%の減少を見せている。一番大きく減少しているのが卸・小売・飲食業で15.6%の減少であった。また、従業者数は、平成24年の25,007人から平成28年には24,005人となり4.0%の減少を見せた。すべての業種の開業率は、平成24年5.7%、26年13.1%、28年8.6%と年によって波があり右肩上がりとは言い難い状況である。一方、廃業率は、平成24年17.7%、26年14.3%、28年12.0%と15%前後で推移しており、今後もこの傾向は続くことが想定される。当所管内の地域経済を支えている小規模事業者の減少を抑制するための取組が必要である。

[太田市全体の小規模事業者数] ※管内事業者でデータが取れなかったため太田市全体とする。

調査年・増減率 産業大分類	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年	平成 26 年対平成 24 年増減率	平成 28 年対平成 24 年増減率	平成 28 年対平成 26 年増減率
農林漁業	23	33	33	43.5	43.5	0.0
鉱業	1	1	0	0.0	-100.0	-100.0
建設業	981	977	940	-0.4	-4.2	-3.8
製造業	1,294	1,268	1214	-2.0	-6.2	-4.3
電気・ガス・熱供給・水道	2	9	14	350.0	600.0	55.6
運輸・通信	260	261	241	0.4	-7.3	-7.7
卸売・小売・飲食	1,487	1,441	1378	-3.1	-7.3	-4.4
金融・保険	46	53	45	15.2	-2.2	-15.1
不動産	761	727	710	-4.5	-6.7	-2.3
サービス	2,568	2,614	2471	1.8	-3.8	-5.5
合計	7,423	7,384	7,046	-0.5	-5.1	-4.6

資料：経済センサスより（但し、平成 26 年は基礎調査、平成 24 年・28 年は活動調査）

[太田市全体の小規模事業者の従業者数]

調査年・増減率 産業大分類	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年	平成 26 年対平成 24 年増減率	平成 28 年対平成 24 年増減率	平成 28 年対平成 26 年増減率
農林漁業	162	211	238	30.2	46.9	12.8
鉱業	3	1	0	-66.7	-100.0	-100.0
建設業	4,359	4,411	4210	1.2	-3.4	-4.6
製造業	7,256	7,230	7028	-0.4	-3.1	-2.8
電気・ガス・熱供給・水道	25	58	44	132.0	76.0	-24.1
運輸・通信	1,945	1990	1,823	2.3	-6.3	-8.4
卸売・小売・飲食	3,898	3,809	3,646	-2.3	-6.5	-4.3
金融・保険	119	149	119	25.2	0.0	-20.1
不動産	1,372	1,300	1,287	-5.2	-6.2	-1.0
サービス	5,868	5,924	5,610	1.0	-4.4	-5.3
合計	25,007	25,083	24,005	0.3	-4.0	-4.3

資料：経済センサスより（但し、平成 26 年は基礎調査、平成 24 年・28 年は活動調査）

(3) 経営発達支援事業の目標

当地域の小規模事業者の業種構成は、サービス業と製造業とともに卸・小売・飲食業がその多くを占める構成になっているが、それぞれの業種で小規模事業者は高齢化を迎えており、引継ぎタイミングを模索する事業者や、後継者がいないが故にやむを得ず廃業を検討する事業者が多く存在する。当所管内のほとんどの小規模事業者が国内で事業を継続するものと思われる。

地域の小規模事業者の減少を抑制するために、意欲ある小規模事業者、創業希望者の掘り起こしを行い、事業計画に基づいた経営を継続できるように支援を行う。

- ① 工業系の小規模事業者の生産性向上を支援し、収益力の強化を図る。併せて、新分野進出に向けた取り組みを行う小規模事業者の増加を目指す。

製造業等は輸送用機械器具を中心に受注型の小規模事業者が多く、材料を始め生産に関する諸経費が高騰していくなか、生産性を向上し経営の安定を目指すことが必要である。安定後は新たな分野の部品製造や新製品開発へと転換を図り、経営の継続を支援する。

- ② 商業・サービス業系の小規模事業者の売れる仕組みづくりを支援し、新たなビジネスモデルを構築する小規模事業者の増加を目指す。

小売業者を始めサービス業者は、売れる仕組みづくりを体系的に実践できていない例が多い。現状分析を行い取り組むべき方向を見出し、新たな商品・サービスを取り扱うなど新たなビジネスモデルの構築をして、経営の継続を支援する。

- ③ 創業又は、第二創業を目指す方を支援し、起業の実現を図る。

商工会議所が小規模事業者や創業希望者を支援する機関であることを知らず、創業後に困って相談に来所する方が多い。創業スクールの開催を通じて広報活動を行い、支援機関であることを周知しながら、創業を目指す方の夢の実現に貢献する。

- ④ 自治体、地域企業、大学と連携し、DXに向けた取り組みを推進することで、企業や移住者に選ばれる地域を目指す。

コロナ禍において、ペーパーレス、移動レス、キャッシュレスが加速していくなか、地域住民はデジタル化の利便性を認識し、自治体に対してDXへの対応が求められている。今後、移住者や企業に選ばれる地域になるにはDXに向けた対応が必須であり、自治体、地域企業、大学と連携し地域のデジタル化を推進していく。

以上の小規模事業者への直接的な支援の結果、開業率の向上と廃業率の抑制に寄与する。この他に、関係機関との連携を密接に行いながら、中心市街地活性化や地域のデジタル化、観光振興イベントの実施を通して、太田地域の活性化に取り組んでいく。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間

令和4年4月1日～令和9年3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

① 工業系の小規模事業者の生産性向上を支援し、収益力の強化を図る。併せて、新分野進出に向けた取り組みを行う小規模事業者の増加を目指す。

小規模事業者の多くは自社の財務分析ができておらず、また同業他社との比較もできていないため、自社の課題に気づいていないケースが多い。経営状況を分析することで、課題が見える化し、改善に向けた事業計画策定支援並びに実行支援を実施していく。生産性向上の支援については、特にITの導入について推進していく。ITの活用については効果が不明であることを理由に、導入に至らない小規模事業者が多く、愛知県碧南市にある「旭鉄工(株)」等のIT活用事例を紹介し、生産性を向上させるためのIT支援を専門家と共に推進していく。

さらに新分野進出に向けた取り組みを行う小規模事業者の増加を図るために、小規模事業者の強みを洗い出し、自社の強みを認識してもらった上で、展示会やビジネスマッチング等への参加を支援していく。

② 商業・サービス業系の小規模事業者の売れる仕組みづくりを支援し、新たなビジネスモデルに挑む小規模事業者の増加を目指す。

コロナ禍により、飲食業等は消費者需要自体のパイが小さくなっており、ECや自動販売機ベンダー等への販売チャネルの開拓や、業態転換など、事業の再構築が必要となっている。コロナ禍で起きた社会の変化、顧客ニーズの変化について、少規模事業者が対応していくためには経営状況の分析が重要であり、当所での確に経営分析したうえで、持続的発展に寄与できるよう事業計画の策定から実行までを支援していく。

③ 創業又は、第二創業を目指す方を支援し、起業の実現を図る。

創業を希望する方、第二創業を目指す方に対して、創業スクールを開催する。セミナーはこれまでの当所の創業スクールの内容を踏まえ、経営、財務、人材育成、販路開拓、資金調達方法、税務、数値計画など必須事項を決め開催し、事業計画書の策定まで導く。

事業計画を策定した事業者に対し、担当地区指導員を割り当てPDCA支援を実施する。また、事業遂行中に発生した新たな問題・課題については、必要に応じて専門家と連携した支援を行い、課題が解決するまでの継続的な支援を行う。

④ 自治体、地域企業、大学と連携し、DXに向けた取り組みを推進することで、企業や移住者に選ばれる地域を目指す。

太田商工会議所、関東学園大学、太田市、金融機関、企業、NPO等で構成する研究会において、地域の課題をデジタル化により解決するスキームを作り、課題を解決するベンチャー企業を新規創業するなどのプロジェクトを推進していく。そして、研究会として立ち上げたプロジェクトについては、太田市の企画政策課に提案し、市と共同してDXに向けた街づくりを推進していく。

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】

管内景況調査（四半期ごとのDI調査）を270事業所に対して行うと共に、小規模企業景況調査（青色申告者の確定申告指導時の決算内容）を223事業所に対し行っている。これらの収集・分析した結果は、経営の参考にしてもらうため、会報やホームページを利用して公開している。

また、当市の経済動向をまとめた「経済概況」（人口、世帯数、商業・工業統計の数値推移などを収集・整理して掲載）を紙ベースで発行・配布をしている。

経営指導員の巡回時や職員の会報配布時に景況感や事業承継、新型コロナウイルス感染症の影響度合い等の聞き取り調査を行っている。会報配布時の聞き取り内容は、毎月開催している正副会頭会議に報告し、事業活動の参考としている。

【課題】

小規模企業景況調査については、業種によって分母が小さいため、正しい景況が掴めていない。より精度の高い景況調査を行うために、確定申告指導時以外にも、各種事業計画策定支援等で得た決算情報も追加し、調査対象を広げる必要がある。

景況感聞き取り調査では、年1回、全ての管内小規模事業者を巡回するよう計画しているが、双方の営業時間によるずれ違いや、相手側の多忙等が理由により、聞き取り調査ができる事業所は限られ、毎年ほぼ一定の事業者からしか聞き取りできていない状況である。加えて、コロナ禍のなか、対面での聞き取り調査は困難であり、対面以外の聞き取り調査の導入と、調査対象を広げる必要がある。

ビッグデータを活用した地域経済分析は出来ておらず、今後は地域経済連携システム「RESAS」を活用した分析を実施する。

(2) 目標

経営指導員が地域の経済動向を把握し、小規模事業者に対する確かな支援を実施することを目的に下記の調査を実施する。内容は見直しを図りながら作成に取り組み、新たな調査が必要になれば積極的に行う。

支援内容	公表方法	現状 (令和2年度)	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
管内景況調査 (D I 調査)	HP 掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
景況感聞き取り調査	HP 掲載	7回	12回	12回	12回	12回	12回
経済概況発行	HP 掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
小規模企業景況調査	所内常備 備え付け	1回	1回	1回	1回	1回	1回
地域経済動向調査	HP 掲載	0回	1回	1回	1回	1回	1回
経済産業省生産動態 統計調査	所内常備 備え付け	12回	12回	12回	12回	12回	12回

(3) 事業内容

①管内景況調査 (D I 調査)

【調査時期】：四半期に1回(4月、7月、10月、1月)

【調査対象】：管内の商業140社、工業130社。小規模、中規模、大規模の事業所へ事前に調査協力を依頼。

【調査項目】：商業では、売上高前期比、売上高前年同期比、商品販売価格前期比、来客数前期比、利益率前期比、資金繰り前年同期比、労働力過不足前年同期比、今後3ヶ月間の業況見通しを「良い」、「普通」、「悪い」から一つ選択。工業では、受注(生産)額前期比、受注(生産)額前年同期比、生産コスト前期比、利益率前期比、資金繰り前年同期比、労働力過不足前年同期比、設備投資前年同期比、今後3ヶ月間の業況見通しを「良い」、「普通」、「悪い」から1つ選択。また、両業種とも要因・現況を記述方式で調査。

【調査手法】：FAX、又はGoogleフォームにより調査

【分析手法】：群馬経済研究所に勤務していた当所アドバイザーが分析を行う。

【活用方法】：景況感聞き取り調査(下記②に記載)を記載項目に加えて、A4判20ページ程度の報告書を作成する。小規模事業者が活用できるようホームページに年4回公表しダウンロードができるようにする。加えて、会報にポイントを掲載して活用するほか、読みやすいように3ページでまとめた要約版を作成し経営の参考にしていただく。

②景況感聞き取り調査

【調査時期】：毎月1回

【調査対象】：管内事業者

【調査項目】：売上推移、採算、今後の景況、事業承継者の有無、新型コロナウイルス

感染症の影響、経営課題、会議所に対する要望等

【調査手法】：管内を12ブロックに分けて、毎月1ブロックごとに従業員50人以下の会員事業所を職員が訪問し、会報を直接届けながらヒアリングを行う。加えて、当所で配信しているメールマガジン（太田商工会議所 CCI express！“旬速”情報便）にアンケート項目を追加し調査を行う。

※メールマガジン事業

コロナ禍のなか、国や県の施策等についての情報をよりスピーディーに発信することが必要となり、開始した事業。

【分析手法】：群馬経済研究所に勤務していた当所アドバイザーが分析を行う。

【活用方法】：調査結果は正副会頭会議に報告し事業の参考とするほか、直接面談で聞き取った生の声やアンケート回答を集計・分析し、管内景況調査の報告書と併せて、年4回ホームページで公表し、小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

③経済概況発行

【調査時期】：毎年5月発行

【調査項目】：工業統計（県内市町村の業種別の事業所数・従業者数・製造品出荷額の推移）

商業統計（県内市町村の業種別の商店数・従業者数・年間商品販売額の推移）

市町村民経済計算（総生産、所得総額、1人当たり所得）

人口・世帯数の推移、年齢層別人口

*発表された各種数値を整理・加工する。

【調査手法】：発表された各数値を職員が収集、整理

【分析手法】：当所経営指導員等にて集計・分析する。

【活用手法】：印刷して配布用に常備（A4判34ページ）するほか、ホームページに年1回公表し、ダウンロードができるようにする。関係機関との情報交換会議時に状況説明をするほか、経営指導員の巡回・窓口相談時にも資料を提示して小規模事業者への有効利用を図る。

④小規模企業景況調査

【調査時期】：毎年所得税確定申告期間、事業計画策定支援後のフォローアップ時

【調査対象】：管内小規模事業者

【調査項目】：売上高、粗利額、所得、従業員数、業種、経営上の課題等

【調査手法】：巡回・窓口相談時の小規模事業者の確定申告指導時や、事業計画策定支援時又はフォローアップ時に決算書数値の収集・分析をする。同時にヒアリングを行い、経営課題を抽出する。

【分析手法】：群馬経済研究所に勤務していた当所アドバイザーが分析を行う。

【活用手法】：製造業、建設業、卸売業、小売業、飲食業、不動産業、サービス業の7業種に分類し、業種ごとに前年対比の各数値の傾向を分析する。要約した資料を新たに作成し、所内に常時備え付け、管内小規模事業者が常に

閲覧可能な状態とする。また、分析した資料は経営状況分析の際に同業比較するための資料として活用する。

⑤地域経済動向調査

【調査時期】：毎年1回（2月）

【調査項目】：地域経済循環マップ・地域経済循環図、産業構造マップ、まちづくりマップ・From-to 分析等

【調査手法】：RESASよりデータ抽出

【分析手法】：群馬経済研究所に勤務していたアドバイザーが分析を行う。

【活用手法】：当所ホームページで年1回公表し、管内事業者に周知すると共に、事業計画策定支援の際に外部環境分析に活用する。加えて、市とデータを共有し、市の施策立案に反映できるよう働きかける。

⑥経済産業省生産動態統計調査

【調査時期】：毎月1回

【調査項目】：四輪自動車、乗用車、エンジン、機関部品、駆動伝導及び操縦装置部品、懸架制動装置部品、その他の部品、内燃機関電装品の生産数量並びに額

【調査手法】：経済産業省から毎月発表される生産動態調査の中から、自動車部品製造者向けに「輸送機械—自動車部品及び内燃機関電装品」の生産数量、生産金額の動向を毎月時系列にまとめ変動を収集、整理する。

【分析手法】：当所経営指導員等にて集計・分析する。

【活用手法】：収集・整理した結果は、所内に常時備え付け、管内小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。また、経営指導員の巡回・窓口相談時に自動車関連の生産傾向を必要とする製造事業者へ情報提供し、生産計画の見直しを含めた利益改善に役立たせる。

以上6つの定期調査の他に必要に応じて、官公庁・民間研究機関等が公表する経済指標・業界情報を収集・整理して小規模事業者の経営活動に参考となるよう提供する。中小企業庁の「中小企業実態基本調査」、日本政策金融公庫の「小企業の経営指標」など民間調査機関等が発表する各種調査結果の中で小規模事業者の個別の求めに応じて情報提供を行う。収集・整理した情報は提供事例として、職員間で利用可能な体制にするとともに有効であれば新たにホームページなどで公開する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現状】

外部機関が実施する調査データをインターネットから収集。自動車部品製造動向、市内の人口動態、住宅着工数、自動車販売数、コンビニ・スーパー等の小売業者の売上高・店舗数等、計26の統計データの分析を行った。これらの収集・分析した結果は、事業計画策定並びに実施支援に活用している。

【課題】

インターネットから収集できるデータは全国規模のデータが多く、地域の実態にそぐわない場合がある。一部の支援先事業者からは、市町村・町丁目単位の分析データの要望があり、よりミクロな情報提供が必要である。また、これまで分析してきたデータにおいても、本来は「地域の経済動向調査に関すること」に記載すべきものや、需要動向調査として活用されないものが多々あり、収集するデータの見直しが必要である。

(2) 目標

経営指導員が地域の需要動向を把握し的確な支援ができるようにすること、小規模事業者にマーケットインの考え方を浸透させることを目的に以下の調査を実施する。

支援内容	現状 (令和2年度)	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
新商品開発のアンケート調査対象事業者数	0	5者	5者	5者	5者	5者
対象事業者数(商圈調査)	0	16者	16者	16者	16者	16者

(3) 事業内容

小規模事業者が、新商品開発や販路開拓を行う際に参考となるよう当所が組織的に調査を実施し提供する。

① 新商品開発のアンケート調査

管内小規模事業者において新たな商品・サービスの開発を進めている事業者を対象に、需要動向調査の希望を募り、新商品・サービスの開発に寄与する。

本計画1年目は菓子製造小売業の手土産品を対象とした志向調査を実施する。2年目・3年目についても調査対象業種を絞り、同様の調査を実施する。

【調査時期】：毎年1回(10月)

【調査項目】：下記項目などを事業者とともに選定する。

・試食品について

①味、②食感、③見た目、④パッケージデザイン、⑤価格 等

・手土産品の志向について

①当市の消費者が利用している品目、②今後利用したい品目、③予算、

④実際に購入する価格、⑤購入場所、⑥贈り先、⑦選ぶ基準 等

【調査手法】：当所が開催する事業(地域振興イベント等)において、会報により参加者5者を募り、試食・試用及び来場者アンケートを実施。

【分析手法】：群馬経済研究所に勤務していた当所アドバイザーが分析を行う。

【活用手法】：収集・整理した結果は、参加店に情報提供し、更なる改良に役立たせる。また、分析結果を事業計画に反映する。

② 商圈調査

株式会社 日本統計センターが提供するサービス「M i e N a (市場情報評価ナビ)」を使い、創業者や販路開拓を行う商業・サービス業者向けに町丁目単位毎の人口（町別、男女別、増減等）や市場規模（商品分類別購買力等）を毎月調査する。

【調査時期】：毎月1回

【調査項目】：M i e N a から出力できる町丁目単位毎のマーケット分析（商品分類別購買力等）や人口推移など。

【調査手法】：発表された各数値を職員が収集、整理する。

【分析手法】：当所経営指導員等にて集計・分析する。

【活用手法】：収集・整理した結果は、創業者や新たな地域に販路開拓を挑もうとする商業・サービス業者に対し情報提供する。対象者は創業スクール参加者で実際に起業される者、並びに太田市の空き店舗対策事業に申請する者で16者程を想定。町丁目単位毎にどの地域にどのような需要があるか、どれほどの購買力があるかを対象者に情報提供すると共に、事業計画の策定を含め支援する。

※太田市の空き店舗対策事業

空き店舗の解消と有効利用の促進を図り、市内における商業の健全な発展と地域経済の活性化に寄与することを目的とした事業である。指定区域に存する空き店舗を賃借しこれをリフォームして新たに店舗を開設する者に対して太田市が補助金の交付を行う。本補助金を活用するには事業計画の策定が必須であり、当所が事業計画策定の支援を実施している。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

セミナー受講後のフォローアップや、各種補助金、融資等の相談時に経営状況の分析を行った。経営分析の実施件数は平成29年度59件、平成30年度61件、令和元年度79件、令和2年度140件、4年間で計339件、年平均85件となる。

【課題】

経営状況の分析については、小規模事業者持続化補助金の申請相談時に分析する機会が多く、令和2年度では全体の87%（122件）となる。その場合の主な分析は、定性面に偏った分析となっており、十分な定量分析ができていない。また、補助金等の申請時以外に経営分析の支援を要望する小規模事業者は少なく、経営分析の必要性を認識させることが必要である。中小企業白書には経営計画の見直しを図る企業は、新型コロナウイルス感染症における影響が小さいとする結果がでており、小規模事業者が経営状況分析を行い、事業計画並びに経営計画を作成する重要性を認識してもらうアクションが必要である。

(2) 目標

小規模事業者が定量・定性分析を通じて、実現可能な事業計画策定に導くことを目的に以下の支援を実施する。令和8年度までに指導員一人当たり20者×8名=160者を目標に取り組む。

支援内容	現状 (令和2年度)	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
経営状況分析 事業者数	140者	96者	112者	128者	144者	160者
経営状況分析セ ミナー開催数	0件	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

小規模事業者の課題を明らかにするために、事業環境や、業界動向、財務分析等の経営状況分析を行う。

【対象者】

補助金申請希望者、融資希望者、確定申告相談者・セミナー参加者の他、巡回・窓口において事業計画書作成の重要性を訴え、経営状況分析を希望する小規模事業者。

【実施方法】

小規模事業者持続化補助金、マル経融資等の相談者に対し、TOAS（商工会議所トータルOAシステム）の伴走型支援「質問例」を活用した定性分析を行う。また、定量分析については経済産業省のローカルベンチマークを活用して実施する。

中小企業白書に掲載された、経営計画の見直しの有無による新型コロナウイルス感染症の影響について資料を取り纏め、巡回・窓口相談時に配布し、事業計画並びに経営計画作成の重要性を意識付け、経営状況分析へ導く。

新たな販路開拓、新商品・新サービスの開発、生産性向上等に取り組む小規模事業者20者を集め、経営状況分析と事業計画策定をパックにした2日間のセミナーを年1回開催する。販路拡大等に意欲的なセミナー参加者には、地区担当者や専門家を割り当て、経営状況分析から事業計画策定までの支援を実施。周知方法は商工会議所会報、ホームページ、メールマガジン等で行う。

【分析項目】

定量分析：売上高、売上総利益、営業利益、経常利益、売上増加率、営業利益率、損益分岐点、業種平均との比較等。

定性分析：SWOT分析、クロスSWOT分析、3C、4p 等

【分析手法】

定量分析：TOASに決算情報の入力、経済産業省「ローカルベンチマーク」の活用。

定性分析：TOASの伴走型支援「質問例」を活用し、質問票を作成することで、上記の項目の定性分析を行う。市場分析にはRESASやMiENAを活用。「質問例」は各種フレームワークに当てはめた分析が可能であり、経営指導員レベルの平準化に繋がる。

(4) 活用方法

経営状況分析を行うことによりそれぞれの小規模事業者の課題を明らかにし、事業者

にフィードバックすると共に事業計画策定に導く。課題が明らかになることによって、事業者の目指すべき方向性が明確になり、経営上の不安軽減につながる。また、事業計画作成の重要性を認識することが期待できる。

TOASに蓄積された経営支援データは経営指導員内で情報共有し、ノウハウの形式知化を図ることで、経営支援業務の高度化・効率化に活かす。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画セミナーを年2回（令和2年度のみ少人数制で3回開催）、創業スクールを年1回開催し、開催後に経営指導員又は専門家がフォローアップし、事業計画策定支援を実施。

小規模事業者持続化補助金の相談時に、経営状況分析並びに事業計画策定支援を実施。小規模事業者持続化補助金における事業計画策定支援は全体の87%（122件）となる。

【課題】

補助金目的で事業計画を策定する小規模事業者が多く、事業内容ありきで相談を受けるケースが多い。これに対し経営指導員も補助金採択が目的となってしまう、予め決まっている事業内容に合わせた経営状況分析を行い、非合理的な事業計画となってしまう。そのため、経営状況分析を事業者と共に行った上で、事業内容の修正を行い、実現性の高い事業計画策定支援を行う必要がある。同様に事業計画策定セミナーにおいても、経営状況の分析をせずに参加する事業者が多く、効果が不十分であり、開催内容・開催回数の見直しを図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

前述の「地域の動向調査」、「需要動向調査」及び「経営状況の分析」を踏まえ、実現性の高い事業計画策定支援を行っていく。小規模事業者のなかには、購入したい物が先行しがちであるが、補助金だからといって、購入するからには自己負担があり、より投資対効果が高く、実現性が高い事業計画を策定するには、経営状況の分析が土台にあることを丁寧に説明していく。

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、経営分析を行った事業者を対象に80件/年の事業計画策定を目指す。また、事業計画策定者が対前年比にて売上高・営業利益率がともに向上するよう、PDCA支援を行っていく。

事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

「地域の動向調査」、「需要動向調査」及び「経営状況の分析」を踏まえ、小規模事業者が事業計画を策定することで、事業の経済合理性や経営資源の最適化の判断基準に寄与することを目的に以下の支援を実施する。

支援内容	現状 (令和2年度)	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
事業計画等策定事業者数	139者	80者	80者	80者	80者	80者
創業・第二創業計画策定者数	28者	20者	20者	20者	20者	20者
合計	167者	100者	100者	100者	100者	100者
事業計画セミナー数	3回	1回	1回	1回	1回	1回
創業セミナー数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
D X推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回

※現状の事業計画策定支援については139件/年であるが、4カ年平均では80件であり、増加要因は令和2年度に公募された持続化補助金コロナ特別対応型の影響による。令和4年以降の目標設定の根拠については、課題でも挙げた通り事業内容ありきの策定支援を省みて、今後は量より質を目指し、より実現性の高い事業計画策定支援を実施するため、4カ年平均の80者/年に抑えて設定した。

(4) 事業内容

①経営指導員による個社支援の実施

【支援対象】

経営分析を実施した小規模事業者、持続化補助金を検討している小規模事業者、課題解決に意欲的な小規模事業者。

【手段・手法】

経営分析を行った小規模事業者に対し、地区担当者を割り当て、事業計画策定支援を実施する。支援内容が指導員の対応では困難な場合は、専門家派遣を利用する。

補助金等を検討している小規模事業者に対し、「経営状況分析」を行い、「地域の動向調査」「需要動向調査」を踏まえ、事業計画策定支援を実施する。

巡回・窓口相談時に経営計画の見直しの重要性について、当所作成資料を基に説明を行う。事業者が抱える経営課題をヒアリングし、課題解決に意欲的な事業者には、経営状況分析を実施した上で事業計画策定支援を行うと共に、活用可能な補助金について申請を促す。

②事業計画策定セミナーの開催

【支援対象】

経営分析を行った小規模事業者を対象とする。

【手段・手法】

セミナーの開催チラシを会報に折り込むほか、ホームページ、メールマガジンにて、開催を周知する。これまで当所では経営状況分析セミナーを開催せず、事業計画策定セミナーのみの開催であったため、事業計画策定セミナーと経営状況分析セミナーをパックにしたセミナーを全二日間で開催する。セミナーでは、それぞれの小規模事業

者に計画作成の必要性、その手法と活かし方について説明する。やむを得ず経営状況分析セミナーに参加できない事業者については、経営指導員が経営状況の分析を実施したうえで参加可能とする。カリキュラムは以下の案を予定している。

- ・現状把握(SWOT分析、市場分析、顧客分析)
- ・経営戦略策定(経営理念、経営ビジョン、良い戦略の成功事例)
- ・行動計画策定(戦術策定：アクションプラン、組織体制、マーケティング)
- ・数値計画(利益計画、販売計画、資金計画、資金調達方法)

③創業・第二創業支援事業

【支援対象】

あらたに創業を目指す者、第二創業を目指す者

【手段・手法】

新聞折り込みチラシで創業セミナーの開催を周知し、広く掘り起こしを行い、セミナーでの集団指導を行う。併せて経営指導員及び専門家の個別相談会も実施する。セミナーは7回1セットの参加人数はオンラインと会場を合わせて40名程度を想定。カリキュラムはこれまでの当所の創業スクールの内容を踏まえ、経営、財務、人材育成、販路開拓など必須事項を決め開催し、事業計画書策定まで導く。事業計画策定者については原則2ヵ月に1回、経営指導員が対面並びにオンラインによるフォローアップを行い、事業の発展を支援する。

④DX推進セミナーの開催

【支援対象】

管内小規模事業者

【手段・手法】

セミナーの開催チラシを会報に折り込むほか、ホームページ、メールマガジンにて、開催を周知する。販路拡大、売上拡大を目指す小規模事業者向けに、ネットショップの現状や売れるためのポイント、苦情への対応などネット販売に関する知識を学ぶセミナーを年1回開催、30名の参加を目標とする。その他に消費者目線に立ったITニーズや、どのような点にIT化を望むか等の調査を行い(当所地域振興イベント時にアンケート調査を実施)、時代のニーズに合ったDX推進セミナーを開催する。そして、事業者の販路拡大・生産性向上を支援していく。セミナー参加者については、事業者の希望に応じて経営指導員又はIT専門家が経営分析を行い、ITツールの提案から事業計画策定の支援までを実施する。

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

【現状】

小規模事業者持続化補助金、マル経融資、創業計画等において事業計画策定支援した事業者を対象にフォローアップを実施した。

【課題】

令和2年度のフォローアップ実績は67者であり、事業計画策定者数が139者であるのに対し、十分なフォローアップが出来ていないのが現状である。事業計画策定者リストをもとに実績管理を行っているが、フォローアップの要否については各経営指導員任せとなってしまう、一度もフォローアップが出来ていない事業者もあり早急な改善が重要である。事業計画策定後のPDCA支援を習慣づけることと、経営指導員の意識改革を目的に、新たにフォローアップ管理者を置き、組織全体のフォローアップ状況を管理する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。フォローアップを行うことで、計画と実績の差異原因を分析し、計画の見直しを行なっていく習慣を身につけ、計画達成に向けたPDCAサイクルを回していく。

(3) 目標

事業計画を策定した小規模事業者が、当初想定した計画との適否を検証し、乖離がある場合は軌道修正するなど、当初の目標に向かい着実に事業が遂行できるよう、以下の支援を実施する。

支援内容	現状 (令和2年度)	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
フォローアップ対象事業者数	67者	100者	100者	100者	100者	100者
頻度（延回数）	185回	320回	320回	320回	320回	320回
売上増加事業者数	—	26者	26者	26者	26者	26者
営業利益率1%以上増加の事業者数	—	26者	26者	26者	26者	26者

*売上増加事業者数は2017年～2020年の実績32%から算定。

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象に計画の進捗状況についてフォローアップを行い、計画との差異が生じた事業者については、どんな理由で差異が生じたのかを明らかにし、その差異を埋めるための対策を検討し実行するまでを支援する。

頻度は、事業計画策定者の進捗状況を鑑みて重点的にフォローアップが必要な事業者は2カ月に1回（30者を想定）、ある程度順調な事業者は年2回（70者を想定）とし、巡回・窓口・オンラインによる定期面談の他、電話やメール等も活用して経営指導員が行う。また、必要に応じて専門家の派遣、個別相談も行い支援する。

TOASに蓄積されたデータから、成功事例・失敗事例の原因を分析し、経営指導員間で情報共有を図り、今後の支援に役立たせる。

事業計画策定者リストを作成し、組織全体のフォローアップの進捗管理を中小企業相談所長が行うとともに、経営指導員間で支援内容の共有化を図り、今後の指導に活かす。

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】

年2回、当所主催であるビジネスプレス発表会への参加や、プレスリリースの手法を指導し、販路開拓の機会を提供している。年1回、管内の工業事業者を集め、自社と製品のPRを行うビジネスチャンス交流会を開催。商業・サービス業においてはまちゼミを年1回開催し新たな顧客獲得の機会となっている。加えて、当所インスタグラムにて小規模事業者の商品PR、会報紙面へ企業情報の掲載並びにチラシ同封サービス、商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」へ参加の呼びかけを実施している。

ITを活用した販路開拓などのDXに向けた取り組みは、新型コロナウイルス感染症の影響により、急激に増えている状況である。令和2年度には、ECサイトやテーブルオーダーシステム等のITに関する支援を、持続化補助金を通して75者程支援した。

【課題】

ビジネスプレス発表会は、業種問わず参加できる仕組みであるが、年々募集に対し参加者が集まりにくい状況が続いている。また、参加者に対するフォローアップが不十分であり、事業の効果が把握できておらず改善が必要である。今後は記事として取り上げられた事業者を対象に反響や事業効果等をヒアリングし、資料として取り纏め、事業者に参加するメリットを訴求していく。

ITに関しては積極的に活用しようとする事業者とそうでない事業者で二極化しており、デジタル化に消極的な事業者に対して、取り残される懸念からDX推進が必要であることを理解・認識してもらい、取り組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、新たな需要の開拓に効果がある事業を開催し、特に工業については、自社の製品だけではなく、技術力をPRできる場を設け、様々な分野へ進出・転換できるよう支援していく。

DXに向けた取り組みとして、事業者目線ではなく、消費者目線に立ったIT導入を推進していくために、当所で業種別にどのようなITニーズがあるかをアンケート調査し、収集・整理した結果を小規模事業者に提供していく。そして、その結果をもとにセミナーを開催し、ITの導入を希望する事業者については、経営指導員又は専門家が対応し、経営分析を実施したうえでITツールの提案まで支援していく。また、小規模事業者にDXを推進していくのに重要なのは、会議所自体がDXに率先して取り組むことだと考える。会議所がペーパーレスや移動レス、キャッシュレス等のデジタル化に取り組むことで、デジタル化に消極的な事業者の思考を変え、DXを推進していく。

(3) 目標

小規模事業者が独自に実施することが難しく、新たな需要の開拓に効果がある事業を当所が開催し、事業者の販路開拓に繋がるよう以下の事業を実施する。

支援内容	現状 (令和2年度)	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
プレス発表会発表者数	8者	8者	8者	8者	8者	8者
記事掲載件数／者	2件	2件	2件	2件	2件	2件
ビジネスチャンス交流会発表者数	中止	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数／者		1件	1件	1件	1件	1件
まちゼミ参加者数	中止	63者	63者	63者	63者	63者
売上高／者		10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
ものづくり工業ビジネス交流会参加事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
成約件数／者	—	2件	2件	2件	2件	2件
ネットショップ開設者数	—	16者	16者	16者	16者	16者
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
SNS活用事業者数	—	16者	16者	16者	16者	16者
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
ザ・ビジネスモール新規登録事業者数	—	24者	24者	24者	24者	24者
成約件数／者	—	4件	4件	4件	4件	4件

(4) 事業内容

①ビジネスプレス発表会事業（BtoB、BtoC）

管内事業者が開発した、新商品・新製品・新サービス、特徴ある技術・商品、または創業してまもなく新分野に進出した際、効果的にPRする場として、マスコミ記者の方々に一堂に集まって頂き、事業者の為の記者会見を開催する。マスコミ各社や関係者の前で、PRして頂くことにより、事業者の販路拡大を支援し、地域経済活性化並びに明るい情報（話題）を発信していくことを目的とする。

②ビジネスチャンス交流会（BtoB）

小規模事業者が自社の製品や技術力をPRできる場は少なく、また営業力も弱いため新たな取引先の開拓が進まないのが現状である。ビジネス交流会は管内製造業を対象に年1回開催し、販路開拓に意欲的な事業者が自社の製品や技術力を発表する場を設け、

新たな需要の開拓に資することを目的とした事業である。例年、40社程がビジネスチャンス交流会に参加し、内2社に発表機会を設けプレゼン資料の作成支援を行っている。

③まちゼミ（BtoC）

まちゼミは、お店（店主やスタッフ）が講師となり、専門的な知識や情報、コツを無料で受講者（お客様）に伝える少人数制のゼミで、お店の存在・特徴を知って頂き、お店とお客様とのコミュニケーションから、信頼関係を築くことを目的とする事業である。

平成26年から開催を始め、63店舗余りが参加、開催期間1か月間に市内外から延べ約800名が受講しており、交流人口の増加と店舗認知度向上に貢献している。

まちゼミに参加する事業者に対してのフォローは全て事業担当者任せとなっていたが、今後は参加事業者に対し地区担当者を割り当て、ゼミ内容の相談から開催後のフォローアップまでを地区担当者が行い、参加者に対し伴走型支援を行っていく。

④ものづくり工業ビジネス交流会（BtoB）

北関東自動車道の全線開通から10年が経過し、県東毛地区と県西毛地区の産業や経済の交流は緊密性を増している。このような状況を踏まえ、高崎・太田・桐生・伊勢崎商工会議所が主管となり、市域の製造業の広域連携による「ものづくり工業」の産業振興に資する事業として自社の商品や技術をPRする交流会を実施する。管内製造業を対象に当所からは毎年10者以上、4会議所合計で50者程が集まり、域外企業との連携や交流を促進し、以って各市域経済の活性化を図る。また、交流会に参加する事業者については、職員がPR資料等の作成支援を行う。

⑤自社HPによるネットショップ開設

ネットショップの立ち上げに対し、よろず支援機構やITベンダーの専門家等と連携し、以下の支援を行う。

- ア) ネットショップ構築支援・・・商品構成、ページ構成、その他掲載内容等
- イ) PR手法に関する支援・・・リスティング広告、リターゲティング広告、SEO対策、SNS等
- ウ) RFM分析、ABC分析支援・・・HPデータの抽出方法から分析手法までを指導。また、立ち上げ後は、ビュー数等の伸び悩み等、当初の想定と差異を抱える事業者に対して、専門家を帯同した継続支援を行う。

⑥SNS活用

インスタグラムを活用している事業者に対し、当所のインスタグラム（フォロワー数928※11/1時点）への掲載を行い、商品・サービスのPR支援を行う。また、販路開拓に意欲的な小規模事業者に対し、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行う。

⑦インターネットを使った商取引支援サイトへの登録推進（BtoB）

小規模事業者の商圏の拡大や様々な分野への進出を支援していくことを目的に、大阪商工会議所が運営し全国の商工会議所・商工会との協調事業であるインターネット上の

商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」への登録を推進して、B to Bの販路開拓を支援する。

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

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】

関東学園大学経済学部経営学科教授、(株)ナット経営コンサルティング代表（中小企業診断士）、太田市役所産業環境部部長で構成する「経営発達支援計画 事業評価委員会」を年一回3月に開催し、事業評価並びに見直しを行っている。評価結果については、正副会頭会議にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HP及び会報へ掲載している。

【課題】

本計画において、共同作成者である太田市と連携を深めるとともに、新たに外部評価委員会の選定が必要である。

(2) 事業内容

本計画に記載し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。

- ・各事業の年度目標の進捗確認を行うため、半期毎に太田市産業政策課と事業の実施状況について共通認識を持ち、達成に向け協調して推進する。
- ・外部有識者として群馬県経営支援課長、関東学園大学経済学部経営学科教授、中小企業診断士等の3名の構成員と、太田市産業環境部部長、当所専務理事、当所相談所長、法定経営指導員からなる経営発達支援事業評価委員会を設置し、毎年度3月に1回開催する。実施状況についての成果の評価を受け、「中小企業相談所会議」において評価結果を基に見直し案を策定し、太田市産業政策課に報告する。
- ・経営発達支援事業評価委員会での評価並びに評価に対する見直し案を当所正副会頭会議で説明し承認後、事業実施方針等に反映させる。
- ・事業の成果・評価・見直しの結果は、計画期間中、当所のホームページで公表するとともに、当所会報にて概要を公表する。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営指導員向けには、中小企業大学校・県内幹事商工会議所が主催する指導員向け研修を義務研修としている。経営支援員向けには、県内幹事商工会議所が主催する基礎研修を受講させている。その他に、日本商工会議所や関係機関が主催する研修にすべての職員を対象に随時参加させている。

定型業務については、業務フロー図を用いたマニュアルを作成し、全職員間で共有し

業務の標準化を図っている。経営指導員が支援した事業計画書については、全指導員に回覧し、計画内容のチェックや改善点等のコメントを記し、経営指導員の事業計画策定支援の能力向上に繋がっている。

【課題】

職員毎に、対応できる支援レベルを測る仕組みが無く、個々に不足している能力を組織的に把握できていない。支援レベルを測定する仕組みを構築し、不足している能力を補うための研修やOJT等の取り組みが必要である。

(2) 実施内容

①スキル評価

全職員の支援レベルを見える化するため、事業承継支援、創業支援、事業計画策定支援等の支援分野ごとに半期に1回、5段階の自己評価を行い、直属の上司と面談を行う。不得意分野については、民間WEB研修（株ブレンを予定：商工業者向けにテーマ別で340本24時間の受講が可能）の受講や外部講習会、OJTを通して克服し、能力の底上げと均一化を図る。

②外部講習会等の積極的活用

スキル評価で不足していると判明した支援分野の知識を補うため、県内経営指導員応用研修会、経営支援員向け基礎研修及び一般職員研修、中小企業大学校研修に加えて、日本商工会議所が商工会議所職員向けに提供しているWEB研修を全職員に受講させ能力向上を図る。

③支援能力の組織の財産化

支援能力を組織の財産として将来に向けて保有・共有化するために、指導業務の標準マニュアルを作り業務に反映させる。TOASに蓄積された経営支援データの中から成功・失敗事例や特筆すべき支援ノウハウを形式知化し、当所ネットワーク上の専用フォルダに保管して閲覧できるようにする。また、事例等を題材に内部研修を行うことにより有効利用が継続される仕組みづくりを構築する。

④DX推進に向けたセミナー

当所で開催するセミナーや外部機関が開催するセミナーに職員を参加させることで、ITスキルの向上を図る。セミナーは消費者アンケートから得た消費者ニーズの高いITセミナーや最新ITセミナー等、時代のニーズに合ったセミナーを開催する。また、当所自体がデジタル化への対応も知識も不足しているため、5年以内を目処に下記のデジタル化に取り組み、普段の業務から職員がITに関するノウハウを積み上げ、支援能力の向上を図っていく。

<DXに向けたIT・デジタル化の取り組み>

(ア) オンライン支援

対面相談からオンライン相談への誘導を図り、小規模事業者のIT化を推進することを目的に、当所にオンライン支援体験コーナーを設置する。

(イ) オンライン会議

現在は経営指導員のみオンライン支援に取り組んでいるが、今後は全ての職員がオンラインに対応できるよう、所内会議のオンライン化を図り、職員全体のオンラインノウハウの向上を図る。

(ウ) テレワークの導入

クラウドシステムやVPN等により、テレワークに必要な環境を構築する。実際にテレワークを経験することで、事業者がテレワークを行う際の課題や解決案の助言ができるようノウハウの積み上げを図る。

(エ) オンラインストレージの活用

DropBoxやOneDrive等のオンラインストレージを当所プロジェクトチーム等で活用し、小規模事業者との事業計画策定支援の利用に繋げる。

(オ) インスタグラムフォロワーの増加

当所インスタグラムのフォロワー数を増加させるための取り組みを行い、成功事例を取り纏めSNSを活用する事業者の支援に役立たせる。

(カ) 携帯可能なノートPCやタブレット等の活用

巡回先で経営状況分析・事業計画策定支援ができるよう経営指導員全てに携帯用のノートPCやタブレットを配布する。

(キ) ペーパーレス

全ての職員がGoogleFormの活用ができるようOJTを行い、FAXによる回答を削減していく。

(ク) キャッシュレス決済

当所事業参加費等についてキャッシュレス決済を導入する。

11. 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

【現状】

「群馬県中小企業サポーターズミーティング」（商工会議所、商工会、金融機関等で構成）では支援事例の研究を行い、県内商工会議所とは「県下相談所長会議」において各商工会議所の様々な情報交換を実施している。また市内金融機関支店長との懇談会を年1回開催し正副会頭・中小企業応援委員会委員（当所の議員で組織）・中小企業相談所職員が同席のもと情報交換を行っている。

太田ICT地域活性化研究会は、産官学連携・ICT活用による地域活性化の推進を目的に、令和元年に関東学園大学により設立された。定期的な勉強会および情報交換を通じて太田市におけるICT活用促進と地域活性の検討を行っている。研究会をきっかけに令和3年度は、小規模事業者のITに対する抵抗感を払拭することを目的に、当所組織全体で対面相談からオンライン相談へ誘導するよう方針を取り、継続的な支援についてはオンラインへ導く等して推進してきた。今後は会として、市の活性化プロジェクトを推進し、太田市企画部企画政策課に提案することが出来るよう進めている。

【課題】

他の支援機関との連携については、開催される会議毎に当所の職員が固定化されており、取得した情報は復命書や報告書で回覧することが慣例化されている。慣例化されて

いるがゆえに、回覧も流し読みとなってしまう十分な情報共有ができていない状況である。復命書や報告書については、所内で特に情報共有すべきものは重要度を設定する等のルール化が必要である。

(2) 事業内容

①群馬県中小企業サポーターズミーティングの活用

群馬県主導で年に数回開催されており、商工会議所、商工会、金融機関等支援機関で構成されている。各支援機関が行う施策・研修会・展示会・商談会情報など有効な情報が県からメールで日常的に配信されており、小規模事業者向けの利用が可能である。年1回開催されるサポーターズミーティングの時に、他の支援機関の成功事例や支援ノウハウの情報交換を行い、当所の支援内容に反映させる。

②市内金融機関懇談会の活用

太田地域の景況状況や下記金融機関の支援状況の情報交換を主として、年1回開催し、小規模事業者にも有効となる情報交換や支援ノウハウの提供も加え、基幹産業の生産動向の説明を受け支援力の向上を図る。

<参加金融機関>

日本政策金融公庫、商工組合中央金庫、群馬県信用保証協会、三井住友銀行、群馬銀行、足利銀行、栃木銀行、八十二銀行、桐生信用金庫、アイオー信用金庫、足利小山信用金庫、しのめ信用金庫、ぐんまみらい信用組合

③県下商工会議所中小企業相談所長会議の活用

県内商工会議所中小企業相談所長をメンバーに構成した、県下相談所長会議に年3回出席している。各商工会議所の小規模事業者に関する課題や支援内容、事業内容について情報共有し各商工会議所の良い点を取り入れ、当所の小規模事業者に対する支援向上につなげている。また、群馬県から、県の施策について商工会議所に話すべき内容を取り纏め説明や資料配布が行われている。

今後の改善としては、各商工会議所との情報交換も必要であるが、1つのテーマについて掘り下げた話し合いを行い、10の商工会議所が共通して取り組むべき事業を進める必要があると思われる。

④太田ICT地域活性化研究会の活用（年8回）

当所、関東学園大学、太田市、金融機関、企業、NPO等で構成する研究会でDXに関する各企業・自治体の取り組みについて情報交換及び勉強会を実施する。具体的には、スマートフォン社会の中で、会議所が窓口なしで支援できる体制を構築するなど、どう役割変換していくかを学び実践することで、地域のデジタル化を推進していく。また、研究会として、地域のデジタル化により課題を解決するスキームを作り、課題を解決するベンチャー企業を新規創業するなどのプロジェクトを推進していく。

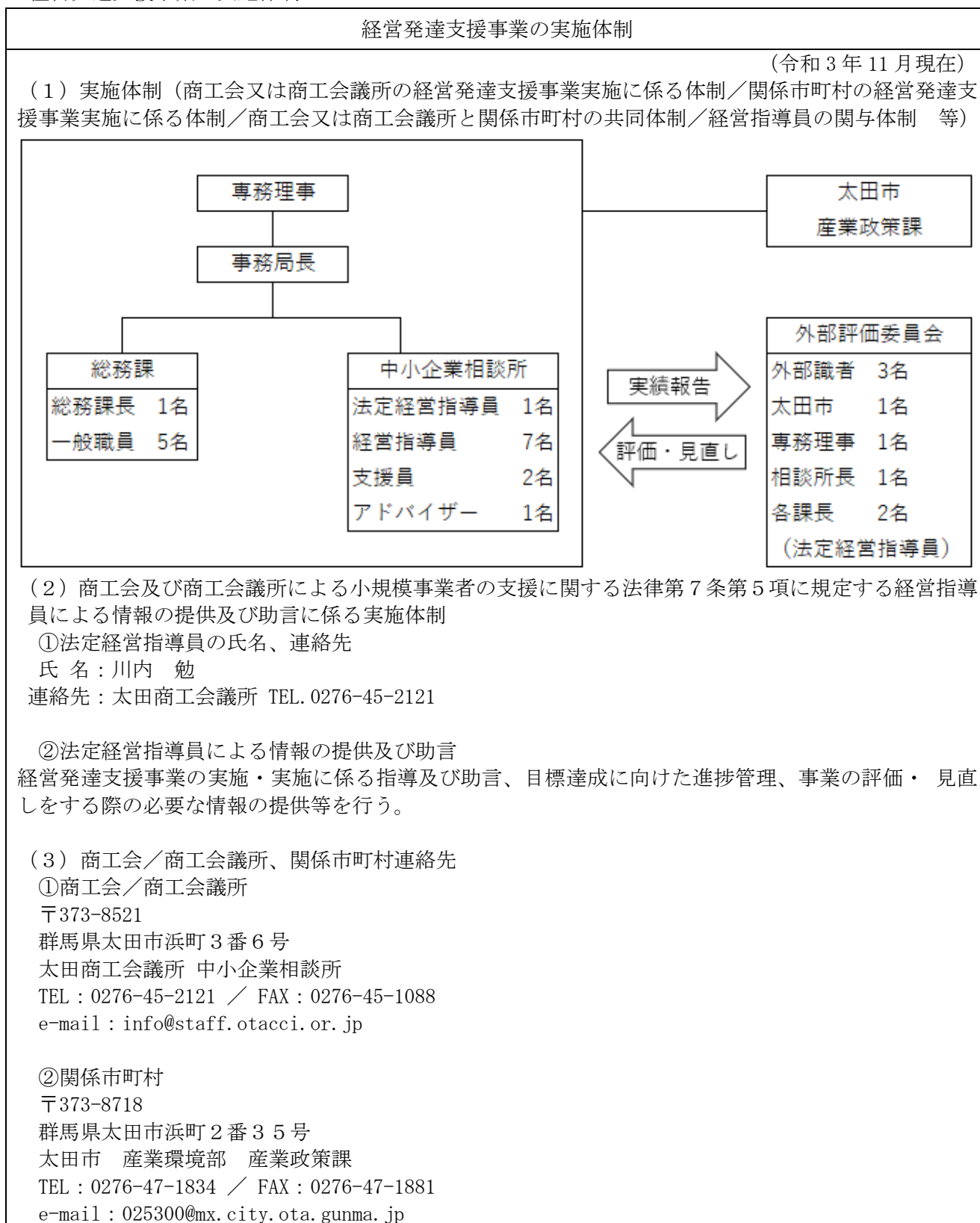
⑤両毛五市商工会議所協議会の活用（各会議延べ年12回）

本会は桐生商工会議所・太田商工会議所・館林商工会議所・足利商工会議所・佐野商工会議所の五市商工会議所で構成される協議会であり、両毛五市における諸問題を中心

に幅広く提案・協議し、地域の総合的な経済発展を推進することを目的に設立された。五市が連携し、両毛五市の発展や両毛五市における問題点等について協議し事業を行っている。令和3年度は市、県境をまたぎ両毛五市間で「自然災害に際しての両毛5市商工会議所における広域連携支援に関する基本協定書」を結ぶ等の事業が行われた。また、令和2及び3年には分科会である広域観光推進会議において、五市の交流人口の活性化を目的に郷土ミステリーツアーを開催した。今後も五市における広域的な観光を推進していくための事業を展開していく。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
必要な資金の額	2,597	2,597	2,597	2,597	2,597
1. 需要動向調査					
① ソフトウェアサービス費	150	150	150	150	150
2. 経営状況分析					
① 専門家謝金、旅費	150	150	150	150	150
② 印刷製本費	163	163	163	163	163
3. 事業計画策定支援					
1) 事業計画策定セミナー					
① 専門家謝金、旅費	150	150	150	150	150
② 印刷製本費	163	163	163	163	163
2) 創業スクール					
① 専門家謝金、旅費	627	627	627	627	627
② 通信運搬費	200	200	200	200	200
③ 印刷製本費	217	217	217	217	217
3) DX推進セミナー					
① 専門家謝金、旅費	150	150	150	150	150
② 印刷製本費	163	163	163	163	163
③ 専門家派遣・個別相談会	264	264	264	264	264
4. 新たな需要の開拓					
1) まちゼミ					
① 印刷製本費	100	100	100	100	100
5. 経営指導員等の資質向上					
① 研修参加費	100	100	100	100	100

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法

商工会議所会費、国補助金、県補助金、市補助金、収益事業収入、手数料収入

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
① ② ③	