

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） |
| 実施期間 | 平成29年4月1日～平成34年3月31日 |
| 目標 | <p>工業系の小規模事業者の原価低減活動を支援し、財務基盤の強化を図る。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>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>創業を希望する方、第二創業を目指す方を支援し、創業の実現を図る。</p> |
| 事業内容 | <p>・経営発達支援事業の内容</p> <p>1．地域の経済動向調査に関すること【指針】 経済概況発行、景況感聞き取り調査等を行い、小規模事業者に有効な資料を提供する。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。</p> <p>2．経営状況の分析に関すること【指針】 小規模事業者の経営状況の問題点把握を組織的に取り組み、課題を明らかにして、事業計画策定へ導く。</p> <p>3．事業計画策定支援に関すること【指針】 事業計画等策定件数は、毎年56件の策定支援を目標に取り組み、事業継続が可能になるよう支援する。創業者数(第二創業含む)は毎年20件を目標とする。</p> <p>4．事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】 計画を策定した小規模事業者、創業者のすべてにフォローアップとして3カ月に1回定期面談を行い、事業の発展を支援する。</p> <p>5．需要動向調査に関すること【指針】 需要動向調査は、小規模事業者が利用しやすい情報に整理、加工したうえで、日常的に情報提供を行えるよう整え、個社支援調査の実行を支援する。</p> <p>6．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】 当所のビジネスプレス発表会、公的支援機関等と連携した展示会・商談会へ参加、ネット販売に進出するように導き、売上拡大に寄与する。</p> <p>・地域経済の活性化に資する取組</p> <p>イベント開催により街の賑わいを創出し、小規模事業者を消費者等にPRする機会とするとともに、イベント来場者・観光客入込み数増加に貢献する。</p> |
| 連絡先 | <p>住所：〒373-0853 群馬県太田市浜町3番6号</p> <p>電話：0276-45-2121</p> <p>FAX：0276-45-1088</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》

太田市は関東平野の北部、群馬県東南部に位置し、市の南部に利根川、北部に渡良瀬川が流れ、東側は栃木県、南側は埼玉県に隣接、東京から北西へ約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》

古代では東日本最大の勢力を誇る「毛野国」の中心地域として発展し、中世になると新田氏一族が新田荘を興し、東国武士の礎を築いた。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康が、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》

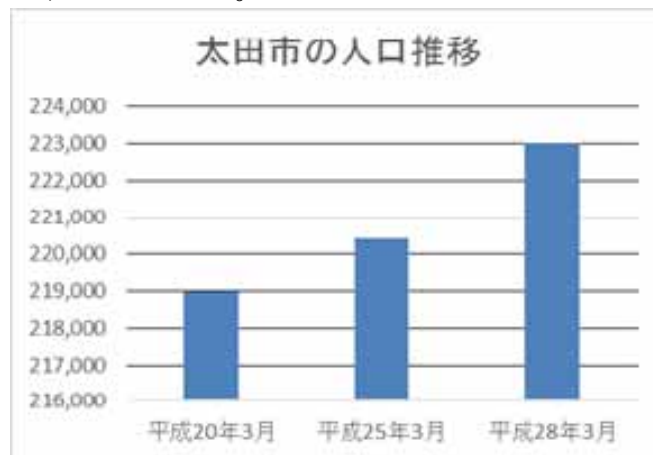
鉄道は、東武鉄道の3路線（4方面に）が走っているものの、太田駅から下りの普通列車はすべてワンマン運転となっており、一日平均乗降客は1万人前後で推移している。東京方面へは特急電車で、浅草駅に約80分で到着する。高速道路は、平成23年3月に北関東自動車道が全線開通し、茨城県とつながったほか東北自動車道、関越自動車道と接続され東北、信越など各方面へ時間短縮が可能となった。

[太田市の位置と交通網]



《人口の推移》

平成17年3月28日に太田市・尾島町・新田町・藪塚本町の1市3町が合併し、人口21万人を超える新「太田市」が誕生した。人口の推移は、平成20年3月末218,981人、平成25年3月末220,407人、平成28年3月末223,030人と転入者の増加で減少に転じていない。



《産業構造の推移》

戦後は、メリヤス産業と自動車関連産業を基幹産業として発展し、併せて工業団地造成による優良企業誘致で製造品出荷額は年々伸長している。富士重工業(株)の自動車組立工場が2か所あり、その周辺には自動車部品を製造する協力企業の工場が多数点在している。

平成26年の経済センサスによれば、公務を除く全産業事業所数は10,252件で、全産業従業者数は117,627人を数える。そのうち、サービス業事業所数は3,951件(38.5%)、卸・小売・飲食業の事業所数が2,348件(22.9%)、製造業の事業所数1,579件(15.4%)でこの大分類の3業種で76.8%を占めている。平成26年と平成24年の経済センサスの数値を比較すると、全産業の中で事業所数が減少しているのは、建設業、製造業、卸・小売・飲食業、金融・保険業、不動産業である。

従業者数は、製造業が42,171人(34.8%)と最も多く、続いてサービス業で37,227人(31.6%)、卸・小売・飲食業が19,149人(22.9%)で83.7%を占めている。平成26年と平成24年の経済センサスの数値を比較すると全体では2.8%の増加となっている。

[太田市の事業所数]

| 調査年・増減率 産業大分類 | 平成21年 | 平成24年 | 平成26年 | 平成24年 対平成21年 増減率 | 平成26年 対平成21年 増減率 | 平成26年 対平成24年 増減率 |
|------------------|--------|--------|--------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 農林漁業 | 30 | 29 | 37 | -3.3% | 23.3% | 27.6% |
| 鉱業 | 0 | 1 | 1 | - | - | 0.0% |
| 建設業 | 1,143 | 1,022 | 1,020 | -10.6% | -10.8% | -0.2% |
| 製造業 | 1,727 | 1,595 | 1,579 | -7.6% | -8.6% | -1.0% |
| 電気・ガス・熱供給・水道 | 6 | 5 | 12 | -16.7% | 100.0% | 140.0% |
| 運輸・通信 | 407 | 366 | 373 | -10.1% | -8.4% | 1.9% |
| 卸売・小売・飲食 | 2,681 | 2,411 | 2,348 | -10.1% | -12.4% | -2.6% |
| 金融・保険 | 164 | 160 | 148 | -2.4% | -9.8% | -7.5% |
| 不動産 | 902 | 821 | 783 | -9.0% | -13.2% | -4.6% |
| サービス | 4,051 | 3,877 | 3,951 | -4.3% | -2.5% | 1.9% |
| 合計 | 11,111 | 10,287 | 10,252 | -7.4% | -7.7% | -0.3% |

資料: 経済センサスより(但し、平成21年・26年は基礎調査、平成24年は活動調査)

[太田市の従業者数]

| 調査年・増減率 産業大分類 | 平成 21 年 | 平成 24 年 | 平成 26 年 | 平成 24 年対 平成 21 年 増減率 | 平成 26 年対 平成 21 年 増減率 | 平成 26 年対 平成 24 年 増減率 |
|------------------|------------|------------|------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 農林漁業 | 378 | 453 | 415 | 19.8% | 9.8% | -8.4% |
| 鉱業 | 0 | 3 | 1 | - | - | -66.7% |
| 建設業 | 7,234 | 6,165 | 6,438 | -14.8% | -11.0% | 4.4% |
| 製造業 | 38,499 | 39,187 | 42,171 | 1.8% | 9.5% | 7.6% |
| 電気・ガス・熱供給・水道 | 375 | 395 | 376 | 5.3% | 0.3% | -4.8% |
| 運輸・通信 | 8,023 | 7,756 | 7,880 | -3.3% | -1.8% | 1.6% |
| 卸売・小売・飲食 | 21,418 | 19,812 | 19,149 | -7.5% | -10.6% | -3.3% |
| 金融・保険 | 2,132 | 2,357 | 1,969 | 10.6% | -7.6% | -16.5% |
| 不動産 | 2,208 | 2,047 | 2,001 | -7.3% | -9.4% | -2.2% |
| サービス | 35,744 | 36,204 | 37,227 | 1.3% | 4.1% | 2.8% |
| 合計 | 116,011 | 114,379 | 117,627 | -1.4% | 1.4% | 2.8% |

資料: 経済センサスより(但し、平成 21 年・26 年は基礎調査、平成 24 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」の他に「ほうれん草」、「ゴボウ」、「こだまスイカ」などの作物が生産されている。

B級グルメ愛Bリーグに参加し「日本三大焼きそばの町」として売り出してきた。その背景には、ラビットスクーターやスバル360などのヒット商品を生み出した富士重工や関連工場に東北地方から多くの人が出稼ぎに来ていた。この人たちが太田に焼きそばを持ち込み根付かせたのではないかとされている。

2. 地域の(現状と)課題

《地理的な強み・弱み》

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。反面、東京まで86kmと出やすい環境にあり、若年世代の首都圏への流出は多く、特に大学卒業後に当地域での就職、居住のUターンが望まれている。

《歴史的な背景による強み・弱み》

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。

《交通網に関する強み・弱み》

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、目的により埼玉県の新幹線、JR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。

《人口に関する強み・弱み》

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。平成28年3月時点でも、人口は減少していないことは強みであるが、平成37年には20万4千人程度と予測され、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。

《産業に関する強み・弱み》

工業では、平成26年の工業統計で製造品出荷額2兆6178億円（平成25年比11.4%増）を計上し、出荷額の7割以上を輸送用機械器具が占めている。富士重工業(株)の製造する自動車は国外向けの比率が高く高操業の状況にあるものの、協力企業へのコストダウン要請は継続的に続いている。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。中長期的には、自動車関連技術を生かして様々な分野へ進出・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26年の商業統計で年間商品販売額6,843億円（平成19年比3.8%減）と減少しており、他所の地域と同様に大型店やチェーン店進出の影響は大きい。

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、電気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、地域資源に関する強み・弱み》

「ねぎ」、「ほうれん草」、「ごぼうなど」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」、「小玉スイカ」は太田ブランドの特産品としてPRしているところである。日持ちのする菓子などの食品で、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、藪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。

3. 太田商工会議所の役割

《これまでの商工会議所の取組と課題》

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・商店街近代化事業の推進提言、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、従来から経営改善普及事業の一環として、金融斡旋・税務支援・情報の提供・現場改善支援、販路開拓支援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、対象となる小規模事業者数の推移を経済センサスで見ると、平成21年の8,133件から、平成26年には7,352件となり9.6%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%減少であった。また、従業者数は、平成21年の27,065人から平成26年には23,259人となり14.1%の減少を見せた。すべての業種の開業率は、平成21年7.1%、24年5.7%、26年13.1%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21年15.9%、24年17.7%、26年14.3%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。

[太田市の小規模事業者数]

| 調査年・増減率 産業大分類 | 平成 21 年 | 平成 24 年 | 平成 26 年 | 平成 24 年対平成 21 年増減率 | 平成 26 年対平成 21 年増減率 | 平成 26 年対平成 24 年増減率 |
|------------------|---------|---------|---------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 農林漁業 | 27 | 23 | 32 | -14.8% | 18.5% | 39.1% |
| 鉱業 | 0 | 1 | 1 | - | - | 0.0% |
| 建設業 | 1,088 | 981 | 977 | -9.8% | -10.2% | -0.4% |
| 製造業 | 1,414 | 1,294 | 1,268 | -8.5% | -10.3% | -2.0% |
| 電気・ガス・熱供給・水道 | 3 | 2 | 8 | -33.3% | 166.7% | 300.0% |
| 運輸・通信 | 294 | 260 | 261 | -11.6% | -11.2% | 0.4% |
| 卸売・小売・飲食 | 1,707 | 1,487 | 1,441 | -12.9% | -15.6% | -3.1% |
| 金融・保険 | 59 | 46 | 53 | -22.0% | -10.2% | 15.2% |
| 不動産 | 844 | 761 | 727 | -9.8% | -13.9% | -4.5% |
| サービス | 2,697 | 2,568 | 2,584 | -4.8% | -4.2% | 0.6% |
| 合計 | 8,133 | 7,423 | 7,352 | -8.7% | -9.6% | -1.0% |

資料：経済センサスより(但し、平成 21 年・26 年は基礎調査、平成 24 年は活動調査)

[太田市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 21 年 | 平成 24 年 | 平成 26 年 | 平成 24 年対平成 21 年増減率 | 平成 26 年対平成 21 年増減率 | 平成 26 年対平成 24 年増減率 |
|------------------|---------|---------|---------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 農林漁業 | 194 | 162 | 209 | -16.5% | 7.7% | 29.0% |
| 鉱業 | 0 | 3 | 1 | - | - | -66.7% |
| 建設業 | 5,046 | 4,359 | 4,411 | -13.6% | -12.6% | 1.2% |
| 製造業 | 7,707 | 7,256 | 7,230 | -5.9% | -6.2% | -0.4% |
| 電気・ガス・熱供給・水道 | 30 | 25 | 44 | -16.7% | 46.7% | 76.0% |
| 運輸・通信 | 2,279 | 1,945 | 279 | -14.7% | -87.8% | -85.7% |
| 卸売・小売・飲食 | 4,423 | 3,898 | 3,809 | -11.9% | -13.9% | -2.3% |
| 金融・保険 | 164 | 119 | 149 | -27.4% | -9.1% | 25.2% |
| 不動産 | 1,525 | 1,372 | 1,300 | -10.0% | -14.8% | -5.2% |
| サービス | 5,697 | 5,868 | 5,827 | 3.0% | 2.3% | -0.7% |
| 合計 | 27,065 | 25,007 | 23,259 | -7.6% | -14.1% | -7.0% |

資料：経済センサスより(但し、平成 21 年・26 年は基礎調査、平成 24 年は活動調査)

[太田市の開業率]

| 調査年・増減率 産業大分類 | 平成 21 年 | 平成 24 年 | 平成 26 年 | 平成 24 年対 平成 21 年 増減率 | 平成 26 年対 平成 21 年 増減率 | 平成 26 年対 平成 24 年 増減率 |
|------------------|------------|------------|------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 農林漁業 | 13.3 | 3.4 | 16.2 | -74.4% | 21.8% | 376.5% |
| 鉱業 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | - | - |
| 建設業 | 4.9 | 2.2 | 9.9 | -55.1% | 102.0% | 350.0% |
| 製造業 | 4.2 | 2.6 | 8.5 | -38.1% | 102.4% | 226.9% |
| 電気・ガス・熱供給・水道 | 0.0 | 0.0 | 58.3 | - | - | - |
| 運輸・通信 | 8.1 | 7.4 | 19.0 | -8.6% | 134.6% | 156.8% |
| 卸売・小売・飲食 | 6.9 | 7.5 | 14.1 | 8.7% | 104.3% | 88.0% |
| 金融・保険 | 4.9 | 6.9 | 12.8 | 40.8% | 161.2% | 85.5% |
| 不動産 | 3.4 | 2.2 | 5.2 | -35.3% | 52.9% | 136.4% |
| サービス | 9.8 | 7.3 | 16.0 | -25.5% | 63.3% | 119.2% |
| 合計 | 7.1 | 5.7 | 13.1 | -19.7% | 84.5% | 129.8% |

資料：経済センサスより(但し、平成 21 年・26 年は基礎調査、平成 24 年は活動調査)

[太田市の廃業率]

| 調査年・増減率 産業大分類 | 平成 21 年 | 平成 24 年 | 平成 26 年 | 平成 24 年対 平成 21 年 増減率 | 平成 26 年対 平成 21 年 増減率 | 平成 26 年対 平成 24 年 増減率 |
|------------------|------------|------------|------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 農林漁業 | 6.7 | 17.2 | 5.4 | 156.7% | -19.4% | -68.6% |
| 鉱業 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | - | - |
| 建設業 | 11.9 | 16.6 | 11.9 | 39.5% | 0.0% | -28.3% |
| 製造業 | 15.4 | 15.7 | 11.3 | 1.9% | -26.6% | -28.0% |
| 電気・ガス・熱供給・水道 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | - | - |
| 運輸・通信 | 11.3 | 22.4 | 14.5 | 98.2% | 28.3% | -35.3% |
| 卸売・小売・飲食 | 19.6 | 19.7 | 18.7 | 0.5% | -4.6% | -5.1% |
| 金融・保険 | 9.8 | 20.0 | 16.2 | 104.1% | 65.3% | -19.0% |
| 不動産 | 9.1 | 16.8 | 9.6 | 84.6% | 5.5% | -42.9% |
| サービス | 17.2 | 17.2 | 14.6 | 0.0% | -15.1% | -15.1% |
| 合計 | 15.9 | 17.7 | 14.3 | 11.3% | -10.1% | -19.2% |

資料：経済センサスより(但し、平成 21 年・26 年は基礎調査、平成 24 年は活動調査)

4. 小規模事業者振興の目標

《地域における小規模事業者を取り巻く現状と課題を踏まえた、中長期的な小規模事業者振興の在り方》

当所管内の工業系の小規模事業者は原価低減、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21年から平成26年までの当市平均廃業率15.9%を下回ることを、開業率は平成21年から平成26年までの当市平均開業率8.6%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。

《小規模事業者振興の目標》

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、廃業するタイミングや後継者への引継ぎタイミングを模索している。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原価低減活動を支援し、財務基盤の強化を図る。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を減らし、利益額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 創業を希望する方、第二創業を目指す方を支援し、創業の実現を図る。

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を行い、支援機関であること周知しながら、創業を目指す方の夢の実現に貢献する。

以上の小規模事業者への直接的な支援の結果、廃業率の抑制と開業率の向上に寄与する。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観光振興を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ゆく。

《目標達成のための方針(方向性)及び経営発達支援事業の概要》

太田商工会議所は、「信頼され支持される商工会議所」を目指して行動をします。

経営発達支援事業に従事する経営指導員は、「小規模事業者の声に傾聴する」、「小規模事業者とともに解決策を考える」、「小規模事業者とともに成長する」の3つの方針を徹底して小規模事業者に寄り添った伴走型支援を行政、中小企業基盤整備機構、群馬県産業支援機構、金融機関ほか各支援機関と連携して実施します。

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

経済概況発行、景況感聞き取り調査等を行い、小規模事業者に有効な資料を提供する。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。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の経営状況の問題点把握を組織的に取り組み、課題を明らかにして、事業計画策定へ導く。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

事業計画等策定件数は、毎年56件の策定支援を目標に取り組み、事業継続が可能になるよう支援する。創業者数(第二創業含む)は毎年20件を目標とする。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

計画を策定した小規模事業者、創業者のすべてにフォローアップとして3カ月に1回定期面談を行い、事業の発展を支援する。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

需要動向調査は、小規模事業者が利用しやすい情報に整理、加工したうえで、日常的に情報提供を行えるよう整え、個社支援調査の実行を支援する。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

当所のビジネスプレス発表会、公的支援機関等と連携した展示会・商談会へ参加、ネット販売に進出するように導き、売上拡大に寄与する。

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29年4月1日～平成34年3月31日

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 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③】

《現状と課題》

管内景況調査（四半期ごとのD I 調査）、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）を行っている。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など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。

小規模事業者の的確な指導を行うために地域の状況を把握するとともに、小規模事業者の経営分析、事業計画作成に利用されるよう調査・活用方法を修正する必要がある。

《改善方法》

実施する調査、整理・収集する統計等は、小規模事業者の経営の一助になることを目的に作成する。会報配布時の聞き取り調査は、景況感聞き取り調査として、管内景況調査の報告書に数字だけでは分からない生の声として記載する。小規模事業者に地域経済動向を把握することの重要性を説明しながら、経営指導員が巡回・窓口相談時など機会をとらえて資料提供を行う。

《事業内容》

1) 管内景況調査（D I 調査）（既存事業改善）

調査時期：四半期に1回（4月、7月、10月、1月）

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。

手 段：小規模、中規模、大規模の事業所へ事前に調査協力を依頼。
管内の商業60社、工業90社にFAX調査を実施し、結果をまとめる。
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、小規模事業者が活用できるようホームページや会報にポイントを掲載して活用する。この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（既存事業改善）

調査時期：毎月1回

調査項目：売上推移、仕入れ価格・経費の推移、雇用過不足感などの景況感、経営課題、要望等

手 段：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て、会報を直接届けながらヒアリングを行う。

活用方法：毎月の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を整理、管内景況調査の報告書に掲載し小規模事業者へ情報提供をする。

3) 経済概況発行（既存事業改善）

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。

手 段：発表された各数値を職員が収集、整理

活用方法：印刷して配布用に常備（A4判34ページ）するほか、新たにホームページに掲載してダウンロードできるようにする。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（既存事業改善）

調査時期：毎年度所得税確定申告期間

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

手 段：巡回・窓口相談時の小規模事業者の決算書を集計・分析する。同時にヒアリングを行い、経営課題を抽出する。

活用方法：機械金属工業、繊維工業、建設工業、小売業、食料品小売業、機械自動車販売修理業、理美容クリーニング業、飲食業の8業種に分類し、各業種の前年対比の各数値の傾向を分析し指導の基礎資料とし、新たに要約版を作成して活用、小規模事業者へ情報提供する。

以上4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。

《目標》

経済概況発行、景況感聞き取り調査等を行い、小規模事業者に有効な資料を提供する。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。

| 調査事業名 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|--------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 管内景況調査 (D I 調査) | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| 景況感聞き取り調査 | 12回 | 12回 | 12回 | 12回 | 12回 | 12回 |
| 経済概況発行 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 小規模企業景況調査 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

《現状と課題》

経営状況の分析には、内部要因分析・外部要因分析があるが、分析自体を知らない事業者が多く、自ら分析している小規模事業者はほとんどいないのが現状である。当所においては、事業者から分析の求めがあれば経営指導員が個々に財務分析等を行ってきたが組織的に実施することが必要である。

《改善方法》

事業継続のために経営分析を行う必要性やその手法を知らない事業者に、経営状況分析の重要性について丁寧に説明し理解を深めてもらう。

分析を行った小規模事業者には、小規模事業者自らが持っている強みをさらに伸ばすための事業計画の策定へと導く。分析した企業も記録に残し、経営指導員同士の情報共有化を図る。

《事業内容》

- 1) 経営状況分析推進事業（既存事業改善）

○目的

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

融資希望者、確定申告相談者の他、小規模事業者を広く対象とする。

○実施方法

ダイレクトメールでセミナーの開催を周知する。セミナーでは、中小機構が作成した「小規模事業者の事業計画づくり・サポートキット」(エクセル)を利用してその必要性、その手法と活かし方を説明する。経営指導員が巡回・窓口相談時に個別にサポートキットをもとに作成支援を行う。内容によっては専門家派遣も利用する。

○分析項目

サポートキット(事業環境棚卸シート、決算書入力シート、財務分析シート)を使用し以下について現状の分析を行う。実施にあたっては、支援者用のサポートブック(中小機構作成)を共通マニュアルとして利用する。

- ・事業者の棚卸し(人材、設備、資金等)
- ・製品、商品、サービスの棚卸し ・顧客の棚卸し ・競合、業界の棚卸し
- ・過去3期分決算書数値の検証 ・収益性 ・効率性 ・生産性 ・安全性
- ・課題の抽出

○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、事業計画作成に導くことができる。作成シートはエクセルで保管し、事業者の進捗管理シートを作成し経営指導員が情報を共有する。

○小規模事業者に対する効果等

課題が明らかになることによって、事業者のめざすべき方向性がはっきりとし、経営上の不安軽減につながり、事業計画作成の重要性を認識することが期待できる。

《目標》

小規模事業者の経営状況の問題点把握を組織的に取り組み、課題を明らかにして、事業計画策定へ導く。

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|---------------|-----|------|------|------|------|------|
| 経営状況分析件数 | 20件 | 96件 | 96件 | 96件 | 96件 | 96件 |
| 経営状況分析セミナー開催数 | 0件 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

《現状と課題》

当所では、既存の小規模事業者から事業計画書策定の相談を受ける事例は少ない現状であり、計画書づくりを組織的に推進する必要がある。また、融資を希望する創業希望者は、計画書を作成する事例が多いがその完成度は十分とは言えない状況である。事業計画策定に関するセミナーなどを開催しても参加者は少ない傾向にあり、当所においては意識づけの活動を強化することが必要である。

《改善方法》

経営状況分析を行った小規模事業者に加えて、経営指導員による窓口・巡回相談時でのアプローチの他、事業計画書策定セミナー周知を通じてのアピールが重要となる。これまでよりも事業計画策定支援を重点的に行うことで策定に取り組む小規模事業者の増加を図る。

《事業内容》

1) 事業計画等策定支援事業(既存事業改善)

○目的

小規模事業者は創業期、成長期、安定期、衰退期など経営ステージの違いにより、取り組むべき課題も異なっている。事業継続に向けて、課題解決の最適な取り組みの具体性を高めるため事業計画策定を支援する。

○対象者

経営分析を実施した小規模事業者、課題解決に意欲的な小規模事業者。

○支援方法

ダイレクトメールでセミナーの開催を周知する。セミナーでは、それぞれの小規模事業者が必要となる計画作成の必要性、その手法と活かし方を説明する。個別相談は、経営指導員が巡回・窓口相談時に支援を行う。内容によっては、専門家派遣を利用する。

○支援内容

① 事業計画策定

中小機構が作成した「小規模事業者の事業計画づくり・サポートキット」(エクセル)を活用する。簡易な手法で作成できる「経営計画つくるくん」(作成アプリ)も利用可能とする。

② 経営革新計画策定

中小企業庁がわかりやすく、親しみやすく解説することをモットーとして作成した小冊子「今すぐやる経営革新」を活用する。

③ 事業承継計画策定

中小機構が作成した小冊子「中小企業経営者のための事業承継対策」を活用する。

○効果等

計画を策定し実行することにより、業績の向上と事業継続に寄与することが可能となる。計画に基づく営業行動により自信もつき展示会・商談会参加等積極的な事業展開が期待できる。

2) 創業・第二創業支援事業(既存事業改善)

○目的

創業を目指す者の事業計画策定を支援し、創業の実現性を高める。

○対象者

あらたに創業を目指す者、第二創業を目指す者。

○支援方法

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も実施する。

○支援内容

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、マーケティング、資金調達方法、税務、数値計画など必須事項を決め開催し、事業計画書作成まで導く。

○効果等

事業計画書作成により、資金調達、開業手続きも円滑に行うことが可能になる。

《目標》

事業計画等策定件数は、毎年56件を目標に取り組み、事業継続が可能になるよう支援する。創業者数(第二創業含む)は毎年20件を目標とする。

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-----------------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 事業計画等策定支援数 (経営革新、事業承継含む) | 23件 | 56件 | 56件 | 56件 | 56件 | 56件 |
| 創業・第二創業計画策定 支援数 | 2件 | 20件 | 20件 | 20件 | 20件 | 20件 |
| 事業計画セミナー数 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |
| 経営革新計画セミナー数 | 0回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 事業承継セミナー数 | 1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 |

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

《現状と課題》

これまではフォローアップを明確に規定しておらず、相手先の状況を踏まえて経営指導員の裁量に任せていた。

《改善点》

事業計画策定者、創業者の名簿を作成し、担当する経営指導員を決めて支援実績を管理する。経営指導員は、事業計画策定後の計画と実績の差異分析を実施するなど、対象者と定期的に面談を行う。それにより、振返りを習慣化し、PDCAサイクルを体験・理解できるように支援する。

《事業内容》

1) 事業計画策定フォローアップ事業(新規事業)

○目的

事業計画策定後の定期面談により、振返りを習慣化し、PDCAサイクルを定着させ、事業継続に向けて計画が実現できるよう支援する。

○対象者

事業計画等（経営革新、事業承継を含む）を策定した者。

○実施方法

3カ月に1回を目安に巡回・窓口による定期面談を経営指導員が行う。専門家の派遣も行い支援を行う。

「計画が妥当なものであったか」、「計画を実行した内容は妥当であったか」、「経営環境の変化による影響があったか」という3つの視点を中心に進める。どんな理由で差異が出たのか明らかにし、計画と実績の差異がどのくらいあり、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。フォローアップの期間は2年間を原則として、1年目は直接の面談を基本とし、その後は電話やEメールでのフォローアップも可能とする。

事業計画策定者の名簿を作成し、フォローアップの進捗管理を経営指導員が行い、支援内容の共有化を行い、今後の指導に活かす。

○効果等

フォローアップを行うことで、差異の原因を分析して、計画の見直しを行なっていく習慣を身につけ、計画達成に向けて活動が継続されてゆくことが期待できる。

2) 創業・第二創業フォローアップ支援事業(既存事業改善)

○目的

創業者等の事業が軌道に乗るよう、現状把握を行い、事業継続に向けて計画が実行で

きるよう支援する。

○対象者

創業・第二創業計画策定をした創業者。

○実施方法

創業した者は3カ月に1回を目安に巡回・窓口による定期面談を経営指導員が行う。専門家の派遣も行い支援を行う。

「計画が妥当なものであったか」、「計画を実行した内容は妥当であったか」、「経営環境の変化による影響があったか」という3つの視点を中心に進める。どんな理由で差異が出たのか明らかにし、計画と実績の差異がどのくらいあり、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。創業期は、経営に対する不安も多いことから2年間は原則として直接の面談をフォローアップの期間とする。

創業・第二創業者の名簿を作成し、フォローアップの進捗管理を経営指導員が行い、支援内容の共有化を行い、今後の指導に活かす。

○効果等

創業者等に対するフォローアップを直接面談で行い経営上への不安要因の解消を図る。計画との差異の原因を分析して、改善を確実にこなっていくことで、成長期、安定期へ導くことが期待できる。

《目標》

計画を策定した小規模事業者、創業者のすべてにフォローアップとして3カ月に1回定期面談を行い、事業の発展を支援する。

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|----------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 事業計画等策定後のフォローアップ事業所数 | 不定期 | 56件 | 56件 | 56件 | 56件 | 56件 |
| 創業・第二創業者のフォローアップ事業所数 | 不定期 | 20件 | 20件 | 20件 | 20件 | 20件 |
| フォローアップ延べ事業所件数 | — | 76件 | 152件 | 152件 | 152件 | 152件 |

*フォローアップ延べ事業所数は、計算の便宜上、開始年度分と前年分の2年間で計上。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

《現状と課題》

小規模事業者は、自社が取り扱う商品・サービスに関する情報を収集していない、必要性を感じているが情報収集方法が分からない状況が見受けられる。事業者の業種や業態に合った需要動向の調査は、事業者からの求めに応じて担当する経営指導員が対応す

る状況であり、組織的に需要動向の調査を実施し、情報を提供できるように整える必要がある。

《改善方法》

事業計画を策定する小規模事業者に対して、需要動向調査の必要性を理解してもらい、統計資料やデータベースサービス等から情報を収集し提供を行えるようにする。小規模事業者の個社支援における調査は、必要な内容を個社とともに企画して調査を実施する。

《事業内容》

1) 業種別・品目別需要動向調査事業（既存事業改善）

○目的

小規模事業者が、新商品開発や販路開拓など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。

○調査方法

官公庁の統計資料の中から生産動態調査や、人口、市場規模等のデータとともに現地調査などを含めて担当する経営指導員1名が月1回の頻度で情報を整理する。

また、市民アンケート調査を行い、新商品開発の参考とする。

○調査項目

調査は以下の①～④を主として収集・整理を行い、日常的に提供できるようにする。

① 経済産業省生産動態統計調査

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の時系列にまとめ変動を調査する。

② 商圈調査

創業者や販路開拓を行う商業・サービス業者向けに当地域の人口（町別、男女別、増減等）や市場規模（購買力等）を官公庁の統計資料をもとに毎月調査する。また、経営指導員の現地調査で競合等の情報や住宅・道路など地域環境状況などを収集・整理する。

③ 市民アンケート調査

当地の小規模事業者の解決すべき課題に、太田を代表する手土産品の開発が想定される。手土産品の志向調査を題材に、当市の消費者が利用している品目、今後利用したい品目、予算、実際に購入する価格、購入場所、贈り先、選ぶ基準などを街頭アンケート調査で100名を対象に実施し、情報提供する。

④ インターネット調査

手土産品を開発する事業者向けに日経トレンディ、日経テレコンなどから、ヒットしている商品の種類、価格、容量、形状、パッケージなどの傾向を毎月1回収集・整理する。

○活用・提供方法

収集・整理した結果は、所内で情報共有化を図り、全職員が閲覧可能にする。経営指導員の巡回・窓口相談時に需要動向を必要とする小規模事業者へ提供する。

○効果等

得られた情報をもとに事業計画策定や販路開拓、新商品開発などに利用し、より活用できる調査を実施することに繋がる。

2) 個社支援需要動向調査事業（新規事業）

○目的

より詳しい需要動向を求める小規模事業者向けに、商品・サービスや製造部品の需要動向の調査・分析活動を支援し、新商品の開発や新分野進出など販路開拓に役立てる。

○調査方法

商業・サービス業系の事業者は顧客を対象に、工業系の事業者は親企業などで構成する組合の事業者を対象としたアンケート調査を行う。実施する詳細な内容は個社と経営指導員が協議の上、調査を行う。専門家派遣も利用する。

○調査項目

① 商業・サービス業系のニーズ調査

自店の来店客の動向を把握することが、第一に必要と考えられる。

来店する顧客 100 名を対象として、商品開発や販路開拓に活かせるように、欲しい商品、機能、価格、利用機会などを記入方式でアンケート調査を行う。調査項目は、取り組む事業者ごと、案件ごとに異なることが想定されるため、その都度アンケート内容の詳細設計を行う。

② 工業系のニーズ調査

新分野進出や新たな取引先を開拓するために、地域内の太田機械金属協同組合に加盟する中小企業 126 社を対象にアンケート調査を行う。

取扱い分野、使用する材料、必要な設備、発注頻度、発注個数、求められる技術、品質、納期などを記入方式で聞き取る。調査項目は、取り組む事業者ごと、案件ごとに異なることが想定されるため、その都度アンケート内容の詳細設計を行う。

○活用・提供方法

収集・整理した結果は、個社と経営指導員が分析し、新商品開発、販路開拓などに役立てる。事例として所内で情報共有化を図り、全職員が閲覧可能にし、他の調査の参考にする。

○効果等

得られた需要動向を事業計画策定にも活用し、新商品開発や販路開拓、新分野進出に活かし事業の継続、発展に繋がる。

《目標》

需要動向調査は、小規模事業者が利用しやすい情報に整理、加工したうえで、日常的に情報提供を行えるよう整え、個社支援調査の実行を支援する。

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|---------------|----|------|------|------|------|------|
| 経済産業省生産動態統計調査 | 0 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| 商圈調査 | 0 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| 市民アンケート調査 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| インターネット調査 | 0 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| 個社支援需要動向調査支援数 | 0 | 6 | 8 | 10 | 12 | 14 |

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

《現状と課題》

輸送用機械器具など特定の部品を製造し、納品する事業者が多く、展示会等へ出展する事業者は少ない。食品製造業は数が少ないが展示会等へのニーズはあると思われる。行政・支援機関・民間などで展示会・商談会を開催しており、出展意欲のある事業者へは当所からも案内している。しかし、出展料や日程、人員等の問題で小規模事業者が出展した事例は少ない。

《改善方法》

当所が主催で行ってい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する。展示会・商談会は、公的機関を中心に連携し出展を促す。また、当所が代表者となり展示会・商談会に出展し、複数の小規模事業者の商品を紹介し、商談・成約の実現を目指す。

《事業内容》

1) ビジネスプレス発表会事業(即存事業改善)

平成24年10月から「ニュービジネスプレス発表会」を開催している。マスコミとのネットワークが取りにくい事業者のために主催し、マスコミ、支援機関関係者を一堂に集めて向けて新商品・新サービスの情報発信を、年3回実施してきた。平成27年からは「ビジネスプレス発表会」に名称を変更し、新商品・新サービスの部、地域産品掘り起しの部、創業・第二創業の部の3つを設けて発表会及びブース内での個別説明によるPRを行う機会を設けており、各部に該当する小規模事業者の参加を促す。

また、年3回の実施のため、発表時期が希望と合わない場合はプレスリリースの書き

方指導を経営指導員が行い、直接、プレスにアピールできる支援を行う。

2) 展示会・商談会支援事業(即存事業改善)

群馬県及び群馬県産業支援機構では、県内企業の優れた技術力や製品開発能力を広く紹介し、受注機会の拡大を図るため、各種の展示会・商談会を開催しており、当所も中小企業者へ積極的に紹介している。また中小企業基盤整備機構が主催する新価値創造展も成約が望める展示会であり、有効な販路開拓事業である。新商品を開発した者、新たな受注先を求める者を対象として参加奨励と書類作成支援を経営指導員が行う。

また、展示会へは、小規模事業者単独では出展することが困難なケースが多くあり、各種展示会参加にあたり太田商工会議所名で出展枠を取り、小規模事業者が特に不足する人員を当所で補い、商品や技術のPRを行う。

3) ネット販売セミナーの開催(新規事業)

販路先拡大、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、苦情への対応等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。ネット進出した事業者の売上額を対前年比10%の増加を目指す。

《目標》

当所のビジネスプレス発表会、公的支援機関等と連携した展示会・商談会へ参加、ネット販売に進出するように導き、売上拡大に寄与する。

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| プレス発表会発表数 | 9社 | 9社 | 9社 | 12社 | 12社 | 12社 |
| 展示会・商談会出店数(上段)と成約数(下段) | 1件 1件 | 4件 2件 | 6件 3件 | 8件 4件 | 10件 5件 | 12件 6件 |
| ネット販売進出件数 | 0社 | 2社 | 6社 | 8社 | 10社 | 12社 |

II. 地域経済の活性化に資する取組

《現状と課題》

地域経済活性化のための事業は、地域における他の機関との間で今後の地域経済活性化の方向性を共有した上で実施していくことが望まれている。当市で行われるイベントは、市・観光協会・民間・地域住民・商工会議所などが参画した実行委員会形式が多く、組織の土台は出来ている。今後は、活性化への方向性を共有化して取り組むことが望まれる。

《改善点》

太田市は「各種イベントを実施する中で観光誘客に努めるほか、名所・物産品を広く紹介することにより観光を含めた地域振興に努める」との方針を掲げている。当所は地域経済活性化のために、この方針を関係者に浸透させ、意識の共有化を図ってゆく。

観光振興、人口減少対策、商店街活性化、ブランド化等の各取り組みを行っている実行委員会の会議・イベントを通して方針の浸透を行い、他のイベント主催者へも方針の伝播を図るとともに、小規模事業者が発展するように良好な環境を作り上げてゆく。

《事業内容》

1) 大光院を中心とした金山周辺のPR活動（既存事業改善）

当市の地域資源である大光院への来場者を増やし地域経済活性化に貢献しようと、「太田市観光事業PR委員会」（当所主管）を行政や多くの関係者と平成14年に設立した。境内及び門前商店街で同年から「呑龍様まつり」を年1回開催してきた。小規模事業者と子供向けイベント・食のイベントなど趣向を凝らして実施している。また、より一層の賑わいづくりと買物弱者対策として太田駅から大光院へ通じる大門通りを歩行者天国にした「呑龍市」を平成22年から開催し、現在では大門通りと大光院門前商店街で年2回開催している。地域経済活性化に向けて年3回の会議とイベントを通して、市の方針を浸透させてゆく。

- ・呑龍様まつり：年1回開催
- ・呑龍市：年2回開催

2) フェスタinオオタ事業「おおたdeマチノミ1,000」（既存事業改善）

街の活性化、人口減少対策として「婚活事業(街コン)」を行政・関係団体等と実行委員会（当所主管）を組織し平成25年から実施している。男女合計約1,000人が、中心市街地の指定された3店舗の飲食店を移動して街中を回遊する仕組みで、男女の出会いを提供している。毎回100組内外のカップルが出来、これまでに4組の婚姻が成立した。

街コン参加者の50%以上が市外から訪れており、飲食店のみならず、衣料・理美容・宿泊など市内外の様々な業種に波及効果がある。街コン参加者には、クーポン券発行など再来訪を促す仕組みを作って交流人口の増加を図る。

当市での「婚活事業」開催は年1回であるが、県内及び交流のある栃木県2都市（足利・佐野市）に呼びかけて毎月どこかの市で開催されるよう機会を増やしてゆきたい。

- ・太田市内 年1回
- ・群馬県内 9か所、栃木県内 2か所

3) 太田まちなかゼミナール（おおたdeまちゼミ）（既存事業改善）

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、50店舗余りが参加、開催期間1か月間に市内外から約700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。

今後の改善点は、まちゼミに参加している店主等による自主的な組織を結成し、個店の魅力を向上させるための勉強会や交流会・反省会を実施させ、意識の共有化ができる体制づくりを行う。さらに、運営を軌道に乗せ、まちゼミの開催頻度を上げていく。

- ・現状のまちゼミ：年1回開催
- ・5年後のまちゼミ：年4回開催目標

4) 「太田特産やまといもを地元からもり上げる販売戦略検討会」(既存事業改善)

地域資源∞全国展開プロジェクト調査研究事業の結果から、栽培面積日本一のやまといもに焦点をあて、平成22年7月に「太田大和芋料理普及会」を立ち上げて小規模事業者と共に「食」の強化事業を開始した。翌年に県・市・JA・生産者等と販売戦略検討会を結成し、各種PR活動をしている。やまといもは素材の難しさがあるが、焼きそばクレープ・シフォンケーキ・蕎麦・プリン・まんじゅう等の新商品も開発された。新たな料理品、お土産品開発に取り組む小規模事業者を関係者とともに掘り起こしてゆき、「太田特産やまといも」のブランドを強化し、交流人口の増加に貢献する。

《目標》

イベント開催により街の賑わいを創出し、小規模事業者を消費者等にPRする機会とするとともにイベント来場者、観光客入込み数増加に貢献する。

| 目標内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 観光客入込数 | 329万人 | 331万人 | 333万人 | 335万人 | 337万人 | 339万人 |

*太田市の平成20年から平成28年度までの目標設定値を参考にして、毎年0.5%の増加を目標とする。

Ⅲ. 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》

「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、近隣商工会とは「広域経済交流推進協議会」を組織して経営指導員の情報交換会を実施している。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・中小企業活性化委員会委員(当所の議員で組織)・相談所職員が同席のもと情報交換を行っている。しかし、小規模事業者の支援を中心に活動しているものではない。

《改善方法》

情報交換会の席でお互いの顔が見えており、小規模事業者の支援に向けての対話もしやすい土壌が出来上がっている。この会合の時だけでなく、日常的に職員同士で支援ノウハウの向上や新たな需要開拓について直接やりとりができる関係を互いに築き、支援に活かす。

《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(既存事業改善)

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定期的に配信されており、小規模事業者向けに利用可能である。年1回開催される発表会の時に、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) 広域経済交流推進協議会指導員交流会議の活用（既存事業改善）

当所及び近隣商工会（太田市新田商工会、大泉町商工会、邑楽町商工会、千代田町商工会）との情報交換会を年1回、視察研修会を年1回のペースで実施しているが、情報交換会を年2回とし小規模事業者の販路開拓などに有効となる会議を実施する他、経営指導員同士の気軽な情報交換の円滑化を図る。

3) 市内金融機関懇談会の活用（既存事業改善）

太田地域の景況状況や中小企業支援状況の情報交換を主として、年1回開催しているが、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、支援力の向上を図る。

4) 地域産学官連携ものづくり研究機構交流会議開催（新規事業）

研究開発及び新技術開発のための支援事業、ものづくり人材育成及び交流事業を実施している同機構相談員との情報交換会を年2回開催し、製造業系の小規模事業者支援の参考とする。また、同機構は当所と共に太田市の認定連携創業支援事業者になっており創業支援においても連携を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

《現状と課題》

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。補助員向けには、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。その他には、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。特に経営指導員には中小企業施策に精通した上で融資、税務に関する能力の他に、小規模事業者の課題を見つけ解決に導く能力が求められているが、経営指導員の能力の均一化と、支援ノウハウの共有化に取り組む必要がある。

《改善方法》

小規模事業者の支援ノウハウを習得するために、経営発達支援事業に役立つ研修へ、より多く参加させ能力向上を図る。組織内で支援ノウハウや成功事例をデータ化して共有できる仕組みを構築して組織の財産として保有していく体制を整備する。そして、課題解決研修を定期的に行い、5年以内を目途に職員の指導能力の均一化を目指す。

《事業内容》

○集合研修

1) 中小企業大学校研修（既存事業改善）

経営指導員は、「基礎研修Ⅰ」、「基礎研修Ⅱ」、「各種専門研修」を各1回参加すると終了としていたが、経営発達支援計画に役立つ専門研修には制限なく参加し能力向上を図る。

2) 県内経営指導員研修会 (既存事業改善)

上記の中小企業大学校研修に参加した場合は、その年は免除される仕組みになっているが、上記同様に経営発達支援計画に役立つ研修には参加し能力向上を図る。

3) 補助員研修及び一般職員研修(既存事業改善)

経営発達支援計画を実行する上で、売上向上、販路拡大、経営革新、創業などを支援できる能力が身に付くよう1)、2)以外の様々な機関が主催する研修に積極的に参加させ能力向上を図る。

○個別研修

4) 日商WEB研修 (既存事業改善)

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。経営指導員の能力の均一化を図るために、WEB研修の効果測定の結果を分析し、得意・不得意分野を把握する。不得意分野は再研修や所内での課題解決研修によって克服し、能力の底上げと均一化を図る。

5) 民間WEB研修 (新規事業)

日商WEB研修の補完として、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時間受講可能)を導入し、いつでも短時間で研修を受ける体制を作る。尚、このWEB研修を小規模事業者にも公開し、小規模事業者と経営指導員が共通の研修を受講することで課題解決のための相互理解とコミュニケーションの円滑化を図る。

○支援能力向上と情報の共有化

6) 課題解決研修会 (新規事業)

日商WEB研修での効果測定結果、日頃の経営指導員の指導実績等から均一化が必要な課題を見つけ出し、再研修が必要な案件を対象に内部研修を実施する。必要に応じて外部講師を招いての勉強会を開催する。

7) 支援能力の組織財産化 (新規事業)

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従事する。指導結果の中から成功・失敗事例や特筆すべき支援ノウハウを共通の書式で作成し、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を構築する。

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

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。

・行政、大学、中小企業診断士等を構成員とする経営発達支援事業評価委員会を設置し、

毎年度1回開催する。実施状況についての成果の評価を受け、見直し案の提示を受ける。

- 経営発達支援事業評価委員会での評価・見直し案を受けて、太田商工会議所正副会頭会議で事業の説明をし、承認を受ける。
- 事業の成果・評価・見直しの結果は、計画期間中、太田商工会議所のホームページで公表するとともに、太田商工会議所会報にて概要を公表する。

(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

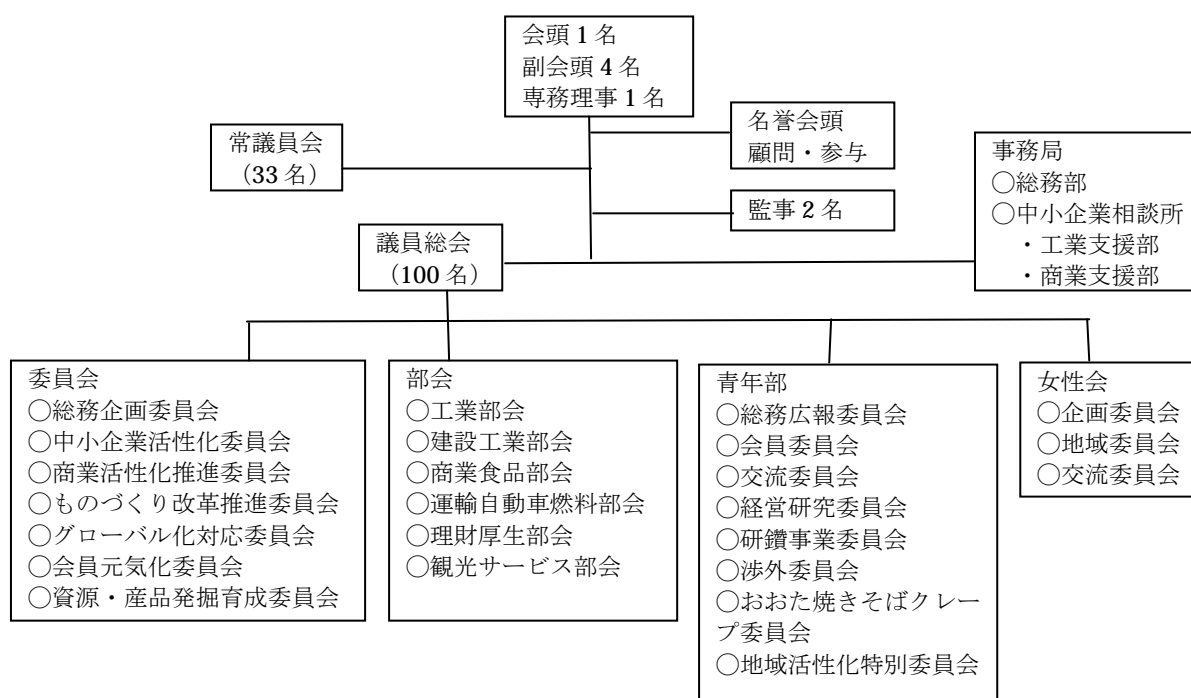
(平成 28 年 10 月末現在)

(1) 組織体制

太田商工会議所合計 20名
 総務部小計 8名
 中小企業相談所小計 12名

* 経営発達支援計画を直接行う中小企業相談所職員の内訳
 工業支援部：経営指導員 4名、補助員 1名、一般職員 1名
 商業支援部：経営指導員 4名、補助員 1名、一般職員 1名

《組織図》



(2) 連絡先

太田商工会議所 中小企業相談所
 住 所：群馬県太田市浜町 3 番 6 号
 電 話：0 2 7 6 - 4 5 - 2 1 2 1
 F A X：0 2 7 6 - 4 5 - 1 0 8 8
<http://www.otacci.or.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)

| | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 必要な資金の額 | 4,234 | 4,234 | 4,234 | 4,234 | 4,234 |
| 1. 経営状況分析 | | | | | |
| ① 専門家謝金、旅費 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| ② 開催案内印刷費 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| ③ // 郵送費 | 518 | 518 | 518 | 518 | 518 |
| ④ // 封筒代 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 2. 事業計画策定支援 | | | | | |
| ① 専門家謝金、旅費 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| ② 計画策定開催案内印刷費 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| ③ // 郵送費 | 518 | 518 | 518 | 518 | 518 |
| ④ // 封筒代 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| ⑤ 創業スクール案内印刷費 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| ⑥ 創業スクール折込み費 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| 3. 需要動向調査、需要開拓事業 | | | | | |
| ① 専門家謝金、旅費 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| ② 開催案内印刷費 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| ③ // 郵送費 | 518 | 518 | 518 | 518 | 518 |
| ④ // 封筒代 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| ⑤ 展示会出展費 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| ⑥ 市民アンケート調査委託費 | 550 | 550 | 550 | 550 | 550 |
| 4. 経営指導員等の資質向上事業 | | | | | |
| ① 研修参加 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| ② 民間WEB研修 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 |

(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)

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 | |
|---|--|
| <p>○経営状況分析、事業計画策定支援</p> <p>小規模事業者の経営状況分析、事業計画策定等にあたり、専門的かつ高度な相談があった場合は、専門家を派遣し、小規模事業者の経営意欲向上と持続的経営につなげる。創業・第二創業者は、産業競争力強化法に認定された太田市及び地域産学官連携ものづくり研究機構と連携して支援する。</p> | |
| 連携者及びその役割 | |
| <p>○連携機関</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業基盤整備機構 理事長 高田 坦史 東京都港区虎ノ門3-5-1 ・ 群馬県産業支援機構 理事長 根岸富士夫 前橋市大渡町1-10-7 ・ 太田市産業環境部 部長 板橋 信一 太田市浜町2-35 ・ 地域産学官連携ものづくり研究機構 代表理事 清水 聖義 太田市本町29-1 ・ 群馬県中小企業診断士協会 会長 福島 久 前橋市敷島町244-1 <p>小規模事業者によって異なる現況に合わせて、専門家を派遣して、分析、各種計画策定の支援を行い、経営意欲の向上と持続的経営につなげる。創業支援は、太田市は創業場所の提供、地域産学官連携ものづくり研究機構は創業後のフォローを行う。</p> | |
| 連携体制図等 | |
| | |

(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 |
|---|
| <p>○新たな需要開拓での連携 展示会・商談会へ参加できるように小規模事業者を育成及び掘り起しを行う。</p> |
| 連携者及びその役割 |
| <p>○連携機関</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業基盤整備機構 理事長 高田 坦史 東京都港区虎ノ門3-5-1 ・ 群馬県産業経済部 部長 塚越 正弘 前橋市大手町1-1-1 ・ 群馬県産業支援機構 理事長 根岸富士夫 前橋市大渡町1-10-7 <p>県・産業支援機構では、ものづくり企業向け展示商談会、商業・サービス業向け展示商談会を国内、国外に向けて年間複数回開催している。中小機構では、ウェブを利用し大手企業と中小企業・小規模企業のマッチングを行っている。</p> |
| 連携体制図等 |
| |

(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 |
|---|
| <p>○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 日常的に、職員同士で展示会情報、取引情報、技術情報など新たな需要開拓を始め支援に役立つ情報交換ができる関係の構築を図り、支援に活かす。</p> |
| 連携者及びその役割 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域産学官連携ものづくり研究機構 代表理事 清水 聖義 太田市本町 2 9 - 1 ・ 広域経済交流推進協議会 *当所主催 太田市新田商工会他 ・ 金融機関懇談会 *当所主催 日本政策金融公庫前橋支店 国民生活事業 統轄 高橋 智 前橋市本町 1-6-19 群馬銀行太田支店 支店長 内堀 剛夫 太田市飯田町 584 等 ・ 群馬県中小企業サポーターズ 群馬県産業経済部長 塚越正弘 前橋市大手町 1-1-1 <p>県内の中小企業支援機関が、これまでの支援事例を生かして小規模事業者への持続的経営に向けて支援を行う。</p> |
| 連携体制図等 |
| <p style="text-align: center;">小規模事業者 経営発達</p> <p style="text-align: center;">↑ 支援</p> <p style="text-align: center;">太田商工会議所</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>支援ノウハウ 展示会情報</p> <p>{金融機関懇談会} 日本政策金融公庫前橋支店、商工中金前橋・足利支店、県信用保証協会太田支店、太田市内金融機関</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>支援ノウハウ 取引情報</p> <p>{広域経済交流推進協議会} 太田市新田商工会、大泉町商工会、邑楽町商工会、千代田町商工会</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>支援ノウハウ 技術情報</p> <p>{地域産学官連携ものづくり研究機構} 群馬大学工学部、太田市</p> </div> </div> <p>{群馬県中小企業サポーターズ} 県産業経済部、県産業支援機構、県内金融機関、損害保険会社、商工会、商工会議所、県中小企業団体中央会、県信用保証協会、北関東産官学研究会 他</p> |