

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	太田市新田商工会（法人番号 2070005006496） 太田市（地方公共団体コード 102059）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>目標① 小規模事業者の自立的かつ持続的な事業継続を目的とした経営力強化</p> <p>目標② 事業承継支援による地域小規模事業者廃業率の低下</p> <p>目標③ ネットを活用した情報発信を支援することによる需要喚起</p> <p>目標④ 多角的なアプローチによる地区内外での販路開拓支援による新たな取引先の獲得</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向を分析。小規模事業者に対して的確な支援を行う。また、専門的な分析、地域の経済・消費動向等の情報収集・分析、成果の提供を行う。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が提供する製品・サービスの需要動向を「製品開発や改良」、「新たな販路開拓」等に活用できるように情報収集・分析を行い、調査結果の提供を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者が個々に抱える経営課題を「財務分析」「SWOT分析」などを実施し、個社の経営状況の分析支援を行う。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業者や経営力向上を進めたい事業者が自社の課題に対し、主体的・計画的に事業計画策定に取り組むための支援を実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後にきめ細かな伴走型の支援を実施することにより、計画の実現性を高めるための伴走型支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、地区内外で開催する展示会等出展に関する事前支援・事後フォローを通して、効果的な需要開拓支援を行う。</p>
連絡先	<p>【太田市新田商工会】 住所 〒370-0341 群馬県太田市新田金井町 607 TEL：0276-57-3535 FAX：0276-57-3536 E-mail: onitta@ons.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 2-35 TEL：0276-47-1834 FAX：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) 当地域の現状及び課題

①現状

【立地】

当商工会（太田市新田商工会）は、平成 17 年に太田市・尾島町・新田町・藪塚本町が合併され太田市となったことを契機に、平成 19 年に尾島町商工会・新田町商工会・藪塚本町商工会が合併され一つの商工会となった。それにより当商工会の管轄地区は現太田市の西半分を占める広範囲となっている。

当商工会の管轄地区（尾島町・新田町・藪塚本町）を含む太田市は、関東平野の北部、群馬県南東部に位置し古墳時代以前から栄えた地域であり、東日本最大の天神山古墳をはじめ、天神山古墳、寺山古墳・朝子塚古墳・鶴山古墳など数多くの古墳が点在している。中世においては、新田義貞が生誕し開拓したことから「新田荘（にったのしょう）」と呼ばれていた。江戸時代には、「子育て呑龍（こそだてどんりゅう）」として現在も親しまれている「大光院」の門前町、日光例幣使街道の宿場町（太田宿）として発達した。また、大正期以降は当時世界有数の航空機メーカーであった「中島飛行機」、戦後は「中島飛行機」を前身とする「富士重工業（スバル）」の企業城下町として飛躍的な発展を遂げた。

当商工会が管轄する地域は太田市の西半分となる。この地域は大きく 2 つの地域（北西部地域・西部地域）に分けられる。「北西部地域（旧藪塚本町）」は、地域の玄関口である東武桐生線・藪塚駅が位置し、北関東自動車道の太田藪塚 IC が設置されるなど交通の要衝としての役割を担っている。また、「新田義貞の隠し湯」と言われる「やぶ塚温泉郷」があり県内外の観光客が訪れている。「西部地域（旧新田町+旧尾島町）」は、豊かな田園地帯が広がる中に大規模工業団地が散在しその周辺に住宅地や小規模店舗が立地している。平成 12 年に大規模 SC である「ジョイフル本田」が進出し週末には多くの買い物客で賑わっている。

太田市地図



当商工会管轄地域

- 旧藪塚本町
- 旧新田町
- 旧尾島町



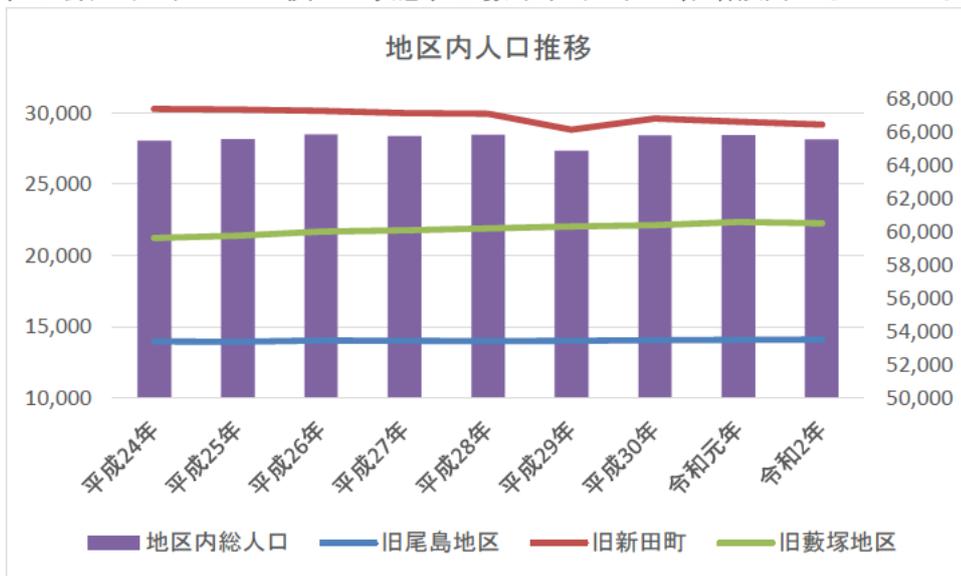
【交通】

太田市には東武鉄道太田駅をターミナル駅とし、東武伊勢崎線・東武桐生線・東武小泉線が走り、東京圏及び北関東の主要都市と連絡している。また、市内には国道 17 号（上武国道）・国道 50 号・国道 122 号・国道 354 号・国道 407 号が走り、周辺市町との連絡機能にも優れている。



【人口動態】

当地区の令和 2 年の人口は 65,537 人となっており、横ばい状態となっている。地区別には旧尾島町地区、旧新田町地区はほぼ横ばい状態、旧藪塚本町地区は微増傾向となっている。



(出典：太田市統計情報)

令和 2 年の当地区の生産年齢人口（15 才以上 65 歳未満）は 38,624 人となっており全体の 58.8% を占めている。地区別にみると、人口が微増している旧藪塚本町地区の生産年齢人口の割合が高く、旧尾島町地区、旧新田町地区においては 65 才以上の人口の割合が約 3 割と高くなっている。

	15 才未満	割合	15～64 才	割合	65 才以上	割合
旧尾島町地区	1,210	13.5%	5,129	57.1%	2,636	29.4%
旧新田町地区	4,255	12.4%	19,888	57.9%	10,208	29.7%
旧藪塚本町地区	3,318	14.8%	13,607	60.8%	5,457	24.4%
合計	8,783	13.4%	38,624	58.8%	18,301	27.9%

資料：太田市行政区別人口階層表

【業種別商工業者数及び小規模事業者数の推移】

当地区における商工業者総数をみると、平成 28 年においては平成 24 年と比較し 26 者の減少、令和 2 年においては 38 者の減少となっている。同様に小規模事業者については、それぞれ 108 者、76 者の減少となった。いずれも小規模事業者の減少数の方が多く、商工業者のうちの小規模事業者の割合は低下傾向となっている。

業種別事業者数の推移（その他を除く）については、平成 28 年は平成 24 年と比較し、リーマンショック後の事業再編などの影響などにより、すべての業種において事業者数が減少した。最も減少した業種はサービス業であり 77 者、17%の減少となった。令和 2 年においては、建設業、製造業、サービス業において事業者数が増加した。背景に、当地区の基幹産業である自動車関連事業の回復に加え住宅建築の着工増加があると考えられる。

	平成 24 年	平成 28 年	増減数	令和 2 年	増減数
商工業者総数	2,353	2,327	▲ 26	2,289	▲ 38
小規模事業者数	1,893	1,785	▲ 108	1,709	▲ 76
小規模事業者の割合	80.5%	76.7%	-	74.7%	-

	平成 24 年	平成 28 年	増減数	令和 2 年	増減数
建設業	335	307	▲ 28	402	95
製造業	655	589	▲ 66	674	85
卸売業	105	104	▲ 1	92	▲ 12
小売業	424	417	▲ 7	348	▲ 69
飲食店・宿泊業	219	198	▲ 21	153	▲ 45
サービス業	466	389	▲ 77	435	46

太田市は、大手自動車メーカーの企業城下町で、製造業の多くはその関連企業である。そのため、地域内に多くの工業団地が立地しており、今後も既存の工業団地の拡充や新たな工業用地の確保が検討されている。主な工業団地は以下の通りである。

地区内工業団地及び企業進出数

工業団地名	面積 (ha)	企業数
新田西部工業団地	108.2	4
新田中部地区工業団地	75.0	54
新田東部工業団地	31.5	24
新田北部工業団地	40.9	17
尾島工業団地	46.2	9
尾島第二工業団地	25.0	5
市野倉地区工業団地	23.0	9
藪塚工業団地	5.3	1
境北部工業団地	2.6	1

商業・サービス業の店舗は、地域内に分散している。また、事業者の集積地である商店街は、長引く景気低迷による店舗の撤退や後継者不足などにより集客力が減衰しその機能を失いつつある。そのため、小売・サービス業を中心とした小規模事業者のネットワークが形成されておらず各事業者がそれぞれ独自に販売促進や情報収集を行っている状態である。平成 12 年に当商工会地区内に「ジョイフル本田」が進出し、平成 15 年には隣接地区である旧太田市地区内に「イオンモール太田」が開業した。また、近隣地区への大規模 SC（ベイシア・とりせん・A コープなど）

の進出が重なり買い物客が奪われる傾向が続いている。

【特産品】

当地区の特産品としては、ヤマトイモ・小玉スイカ・イチゴ・トマト・モロヘイヤなどがある。ヤマトイモは、全国に知られた産地で、群馬を代表する特産品のひとつとなっている。小玉スイカは藪塚本町地区を中心に栽培されており、大玉スイカと比較しても甘くまた皮が薄く、食べられる部分が多いという特長がある。

【太田市の産業振興の方針】

「第2次太田市総合計画 後期行動計画」「2. 各施策の概要・指標・主な実施事業」「(4) 産業経済の振興」「23 工業基盤の整備と産業支援」「24 商業基盤の整備とにぎわいの創出」において以下の方針が掲げられている。

「23. 工業基盤の整備と産業支援」

○現状と課題

経済の回復基調を受け、本市の基幹産業である製造業においては、過去最高の製造品出荷額等を記録するなど好調な状態であり、既存敷地が手狭となり敷地を拡張したい市内企業が多い中、県内外から太田市への進出を希望する企業も増えており、受け皿としての工業団地在庫は逼迫した状況が続いています。本市で造成を進めているおおた渡良瀬産業団地（約37ha）については、太田桐生ICへのアクセスの良さによる好立地条件や前述の状態であるため、ほぼ完売に近い状況であるものの残区画もあることから、早期分譲に向けて誘致活動を推進する必要があります。造成に向けて都市計画変更手続きを進めている工業団地や既存工業団地については、都市計画変更手続きと並行しながら、魅力ある工業団地として広く市内外に積極的にPRを実施し、新たな雇用創出へと繋げる必要があります。産業支援施策として、企業育成支援を目的とした新技術・新製品開発推進補助金や自社製品販路開拓事業助成金として出展料の一部を助成しています。またインキュベーション施設である太田市産業支援センターは、市内中小企業支援を目的に平成26年度に群馬県より譲渡されましたが、平成7年の建築から25年を経過し、雨漏りなど施設が老朽化してきています。

○計画期間における基本的方向・目標

企業誘致活動については、本市が造成するおおた渡良瀬産業団地の販売促進となるだけでなく、造成に向けて都市計画変更手続きを進めている工業団地や既存工業団地、市全体のPRともなることから引き続き実施することで、企業の立地活動を促進し、経済活動を活性化することを目指します。

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。

ICTスキルを長期的なスパンで学べる仕組みを新たに構築し、ICT人材を安定的に供給できる体制を整備するとともに、新たな産業の創出を促すためのアントレプレナーシップを学べる場を創設します。そして、育成した人材をストックすることで、既存の製造業の生産性向上を促すとともに、ICTを活用した新たな価値の創造を目指します。

多様な働き方が認められる太田を目指す第一歩として、若い世代にターゲットを絞り、中・高・大と連携した一体的なキャリア教育を実施します。また、女性の多様な働き方を実現するための支援として、女性の起業促進に向けた取組を強化します。

○2030年にあるべき姿・ありたい姿

工業団地の整備や非線引き地域の土地利用も計画的に進められ、農住工混在の解消が進み、良好な工業環境が整備されています。市外から企業が立地することで新たな経済交流が生

まれ、企業活動が活発化しています。その結果、税収もあがり、充実した市民サービスへと繋がっています。

産業のグローバル化が進み、社会情勢が不透明な中、チャレンジする中小企業の事業拡大を支援することで、産業の多様化・活性化が図られています。

ICT教育を推進した結果、子どものうちから小資本で場所を選ばない働き方を選択肢に入れることができ、在学中から起業も視野に入れた仕事に対する価値観が醸成されています。

多様な働き方を実現するために就労の概念をリデザインし、多様な働き方を学ぶために中高大と連携した一体的なキャリア教育を推進することで、労働に対する意識をマインドセットするほか、女性が家事育児に捉われることなく、就職と起業を選択でき、かつ働き方の多様性が認められる環境が創出されています。

「24. 商業基盤の整備とにぎわいの創出」

○現状と課題

郊外では大規模小売店舗や飲食店等の集積が見られますが、中心市街地では事業主の高齢化や後継者不足などによる空き店舗や廃業といった店舗の活力の低下や空洞化でにぎわいが失われています。平成29年度から始まった空き店舗対策支援事業を活用して、太田駅北口の空き店舗をリフォームして新たな店舗が開店するなど、少しずつではあるが事業の成果が出ています。また、太田市交流館（くらっせ）がまちなかのにぎわい創出のために、子どもから高齢者まで集える様々な事業を展開しています。

インターネットショッピングなどの販売形態や消費行動の多様化により、小売店舗の販売環境は厳しい状況ですが、地域の特性や消費者ニーズを的確に捉え、魅力ある個性的な店舗への転換が課題です。また、これからの商店街は単なる物販・消費の場としてだけではなく地域コミュニティの場としての役割を担っていく必要があります。

○計画期間における基本的方向・目標

多様化する消費者ニーズを的確に捉え、活力ある商業活動が展開されるよう商業振興のための各種施策を行うことで、商業活動の活性化を図ります。

商工団体や民間組織と連携し、太田駅北口から本町通りを経て大光院までのまち歩きといった地域資源を活用した各種イベント等により、まちなかのにぎわい創出を図ります。

商店リフォーム支援事業などの各種商業振興施策により、魅力ある店舗づくりを推進し、地域経済の活性化を図ります。

店舗商品の販路開拓のため、マルシェや展示会等に出展する際の指導や支援を行います。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。

○2030年にあるべき姿・ありたい姿

誰でも意欲のある人が空き店舗を活用して起業し、若者や女性、高齢者などがライフステージに応じて生き生きと働いています。

多様化する消費者のニーズや地域の特性を活かした魅力的な店舗があります。

地域住民の利便性の向上のため、また高齢社会に対応したコミュニティの場として地域に根ざした商店街が形成されています。

②課題

【商業の現状と課題】

商店経営者の高齢化や近隣の大型店舗（イオンモール太田・ジョイフル本田など）への買い物客流出により地元商店の集客が減少している。また、ネット通販の利用も広がり、店舗に足を運ば

ずに商品を購入する消費者も増えている。事業者の中には、デジタル化への対応の遅れ、経営近代化、合理化の遅れ、後継者問題など、経営環境に対応できなくなり廃業に至る事業者も少なくない。一方、太田市は群馬県第3位の人口で東毛地域（桐生市・太田市・館林市・みどり市、邑楽郡）の中心的役割を担っており、地区外からの集客を見込むことも可能である。今後は、ひとつひとつの事業者が自店の魅力を強化し、集客力の向上を達成するための支援が必要となる。

【工業の現状と課題】

当地区は大手自動車メーカーの集積地として、部品製造を中心に発展してきた地域である。地区内の製造業の多くは、下請零細企業であり、切削・プレス・プラスチック成形などの多様な加工品を作っている。リーマンショックなどの外部環境の変化を経て、他メーカーの部品も加工するようになり、技術力の高い事業者も多い。また、事業者同士のネットワークにより情報共有も進んでおり、それらの事業者のM&Aも少なくない。今後は、工業団地に進出している企業とのマッチングや地区外の企業との取引などにより、新たな需要開拓をいかに行っていくかが課題となる。

【建設業の現状と課題】

当地区の建設関連事業者は、土木関連事業者と建築関連事業者に分けられる。建築関連事業者は、さらに、戸建て住宅の建築を請け負う工務店と総合建設者に分けられる。土木関連事業者は河川整備などの公共事業に携わっており、近年の水害被害による一時的な受注拡大はあったものの、中長期の傾向として公共事業は減少することが予想される。建築関連については、太田市の住宅着工件数は堅調に推移しており、また、調整区域が市街化区域に変更され、住宅建設が可能となる地域があることなどから、今後の需要が見込まれる。一方、現場作業を行う職人の高齢化や人員不足が加速しており、事業の維持・継続が困難となる事業者が増えることが考えられる。

今後の課題として、受注獲得のための営業力の強化や人員不足に対応するための人材育成があげられる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

①10年程度の期間の小規模事業者に対する振興のあり方

当地区の地域経済を支えている小規模事業者が、持続的に発展していくことが当地区の振興において重要である。そのためには、それぞれの業種の魅力ある事業者が自社の「強み」を十分に活かし、高い付加価値を生み出せる事業者となることが肝要となる。そのためには小規模事業者の減少に歯止めをかけるとともに、各関係機関等と協力して、質の高い経営支援や事業承継支援に積極的に取り組む。

当地区の人口は横ばい状態であるが、商工事業者数・小規模事業者数はともに減少傾向となっており、特に小規模事業者の減少幅は大きい。今後における小規模事業者への支援が問われる状況と言える。そのような状況の中で、当商工会としては、資金繰りや事業計画作製などの支援の充実と小規模事業者減少に歯止めをかけるため「消費流出の抑制・消費流入促進を図れる『太田市民に愛される事業者』の育成・強化」を長期的な小規模事業者振興のあり方とする。

②「第2次太田市総合計画 後期行動計画」との連動性・整合性

「23. 工業基盤の整備と産業支援」との整合性

「第2次太田市総合計画 後期行動計画」の「23. 工業基盤の整備と産業支援」において、「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」と記載されている。また、「2030年にあるべき姿・ありたい姿」「産業のグローバル化が進み、社会情勢が不透明な中、チャレンジする中小企業の事業拡大を支援することで、産業の多様化・活性化が図られています」と記載されている。当発達支援

計画においても、地区内の小規模事業者の「事業拡大、経営革新」を支援することによって事業の維持・向上を図りたいと考えている。

「24. 商業基盤の整備とにぎわいの創出」との整合性

「第2次太田市総合計画 後期行動計画」の「24. 商業基盤の整備とにぎわいの創出」において、「インターネットショッピングなどの販売形態や消費行動の多様化により、小売店舗の販売環境は厳しい状況ですが、地域の特性や消費者ニーズを的確に捉え、魅力ある個性的な店舗への転換が課題です」と記載されている。また、「店舗商品の販路開拓のため、マルシェや展示会等に出展する際の指導や支援を行います」「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」と記載されている。当発達支援計画においても、厳しい状況に置かれている小規模事業者の販路開拓やデジタル化を伴走型支援で実施することが求められている。

③太田市新田商工会としての役割

当商工会は、経営改善普及事業を核としながら、平成29年度より経営発達支援計画に基づく経営発達支援事業に取り組み、商工会員だけでなく一般事業者や地域社会全体の活性化に寄与してきた。地域の課題である小規模事業者の活性化・事業承継支援に対して、太田市との連携を密にし、小規模事業者に対し、多角的（事業継続性・販売力強化・事業承継）な支援を行い、地域課題の解消に寄与する。

地域小規模事業者の経営課題の抽出から、課題解決を図る計画的な事業経営を推進し、販路拡大から売上の獲得に至るまでを伴走型で支援。小規模事業者の育成から地域経済活性化に寄与する事業者の創出を図り、実施することが当商工会の役割と考える。

(3) 経営発達支援計画の目標

当商工会は、以下の目標を掲げ、地域の小規模事業者に対し伴走型支援に取り組むことで、小規模事業者の減少に歯止めをかけるとともに、地域の担い手である小規模事業者が持続的に発展していくことにより、地域経済の活性化に貢献できるようにする。

目標① 小規模事業者の自立的かつ持続的な事業継続を目的とした経営力強化

目標② 事業承継支援による地域小規模事業者廃業率の低下

目標③ ネットを活用した情報発信を支援することによる需要喚起

目標④ 多角的なアプローチによる地区内外での販路開拓支援による新たな取引先の獲得

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間

令和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小規模事業者の自立的かつ持続的な事業継続を目的とした経営力強化

小規模事業者の経営状況などの現状を把握し、経営分析を実施し、経営課題を解決するために地域経済景気動向調査や需要動向調査などを踏まえた事業計画策定支援に取り組む。

策定後は計画的なフォローアップを実施し、目標達成まで支援するなどの取り組みを通して小規模事業者の経営基盤の改善と強化を図る。また、経営環境の変化に合わせた事業計画等の変更等

のフォローアップまで一貫した支援を行う。

②事業承継支援による地域小規模事業者廃業率の低下

当地区の全業種に共通する課題として事業承継問題がある。小規模事業者の廃業対策として、事業承継ネットワークや群馬県事業引継ぎ支援センターと協力して、承継診断から具体的な計画策定支援・フォローアップに至る支援体制を構築し、円滑な事業承継推進と魅力ある事業の持続的発展を支援する。

③ネットを活用した情報発信を支援することによる需要喚起

当地区内には技術力の高い製造業や他社との差別化が可能な商品・サービスを提供する小規模事業者が数多く存在している。しかし、そのような小規模事業者の多くは、効果的な情報発信ができていない場合が多い。特にネットを活用した情報発信に取り組んでいない事業者も散見される。当商工会において、そのような小規模事業者の商品・サービス・技術などの情報発信を支援することにより、新たな顧客の獲得や地区外に流失していた需要の還流を図る。

④多角的なアプローチによる地区内外での販路開拓支援による新たな取引先の獲得

地区内外の商談会・展示会において新たな取引先を獲得し売上・利益を向上させるために、出店準備、計画実行支援から需要開拓まで実効的な伴走支援を実施する。出展にあたっては、専門家派遣事業なども活用した接客や販売方法等の専門支援やプレスリリース作成支援等を通じた情報発信支援を行い、新たな需要開拓や販路の拡大を目指す

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

現在、当地区内の小規模事業者は、地域の経済動向について、新聞やインターネット等での情報は収集しているが、各種の調査・統計データ等による地域経済動向情報を整理し十分活用するには至っていない。当商工会においても、地域の経済動向については、一定時期ごとに変化の実態を迅速かつ的確に収集・提供することを目的に全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」を過去においては実施していたが、現在は調査対象地区から外れ、実施していない。今後は、小規模事業者に対して的確な支援を実施するため、国が提供するビッグデータなどの有効活用を進め、地域の経済・消費動向等の情報収集・分析、成果の提供を行う。

(2) 目標

	公表方法	現状	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
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員により「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、公表する。

【分析手法】

- ・「地域経済循環マップ」「生産分析」により、何で稼いでいるかを分析する。
- ・「まちづくりマップ・From-To分析」を行い、人の動きなどを分析する。
- ・「産業構造マップ」により、産業別の現状を分析する。
⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②経営指導員による地域景気動向調査の実施

地区内の景気動向等について正確な実態を把握するため、窓口相談や経営指導員の巡回時に、景況感や需要動向などのヒアリングを行い、地区内小規模事業者の景気動向等について、年1回調査・分析を行う。

【調査対象】地区内小規模事業者100者（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業）

【調査項目】売上高増減・利益率増減・経常利益・資金繰り状況・設備投資の有無など

【調査手法】巡回・窓口にて、調査票による年1回のアンケート調査を実施

【分析手法】経営指導員等が業種別・項目別などに集計し外部専門家と連携し分析を行う

(4) 成果の活用

調査結果については、商工会のHPに掲載し、広く地区内事業者等に周知する。

経営指導員が、小規模事業者への巡回指導を行う際の参考資料として活用し、事業計画策定支援に結び付ける。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者は、製品・サービスの提供にあたって、自社が「作りたい」「売りたい」という意識が強く、「顧客ニーズに基づく製品・サービスの開発・販売」という視点に欠けている場合が多い。当商工会においても、需要動向調査に対する知識・認識が乏しく、また、情報収集等の知識やノウハウ不足により、小規模事業者に対し消費者ニーズ等の需要動向を的確に把握できるような支援はできていなかった。小規模事業者の売上・利益の確保を図るためには、プロダクトアウトからマーケットインへの意識改革を進めるとともに、需要動向調査の必要性を訴求し、顧客ニーズを満たした製品・サービスの開発・販売を実現することが課題となる。

今後、当商工会においては、小規模事業者が提供する製品・サービスの開発・販売を促進するため、的確な情報を迅速に把握し、成果につながる需要動向の情報収集・分析を実施し、その調査結果を事業者にフィードバックしていく。

(2) 目標

支援内容	現状	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
①需要動向調査実施事業者数 (取引先・バイヤー対象)	0	年1回 2者	年1回 2者	年1回 3者	年2回 4者	年2回 4者
②需要動向調査実施事業者数 (一般消費者対象)	0	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①ビジネス商談会等を活用したバイヤー向けアンケート調査の実施

当地区内の独自技術を持つ製造業者を対象に、販路開拓を目的として開催される展示会（群馬ものづくりフェア・機械要素技術展（M-Tech）など）に出展し顧客ニーズの把握や新商品開発を目的としたアンケート調査を実施する。

【サンプル数】

バイヤー等などの来場者（サンプル数：1者50件）

【支援対象】

独自の加工技術を持つ製造業者（金属加工・プラスチック成形など）

【調査手段・手法】

事業者の展示ブースに来店したバイヤーを対象に、経営指導員がアンケート調査票を手渡し、ヒアリングを行いながらアンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】

調査結果については、経営指導員が分析を行う。また、必要に応じて専門家に意見を聞く。

【調査項目】

①希望する加工精度 ②納期 ③必要ロット数 ④納品方法 ⑤取引条件 ⑥製品の改善点
⑦製品への関心度 ⑧価格 など

【商工会の支援内容】

- ・ 需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定
- ・ 実施スケジュールの作成 ・ 調査項目の選定
- ・ アンケート調査票の作成
- ・ 回収したアンケート調査票の分析
- ・ 調査結果を活用した製品の開発、改良等のアドバイス

【分析結果の活用】

分析結果については、経営指導員（もしくは分析した専門家）が直接事業者に分析結果をフィードバックし、製品の需要把握に活用する。

②自店における一般消費者向けアンケート調査の実施

小売業・サービス業・飲食業を営む事業者においては、一般消費者の需要動向を把握するために、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行う。

【サンプル数】

来店客 100 人／者（調査期間 1 ヶ月）

【支援対象】

既存商品やサービスの改良に取り組む事業者・新商品や新サービスの販売に取り組む事業者

【調査手段・手法】

来店客に対しアンケート調査票を手渡し記入してもらう。必要に応じて経営指導員が聞き取り調査を行う。

【分析手段・手法】

調査結果については、経営指導員が分析を行う。また、必要に応じて専門家の意見を聞く。

【調査項目】

①商品・サービスの価格 ②品質・量 ③商品のパッケージのデザイン ④関心度 ⑤商品・サービスに対するイメージ ⑥購入目的（家庭用・贈答用等） ⑦改善点 など

【商工会の支援内容】

- ・ 需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定
- ・ 実施スケジュールの作成 ・ 調査項目の選定
- ・ アンケート調査票の作成
- ・ 回収したアンケート調査票の分析
- ・ 調査結果を活用した製品の開発、改良等のアドバイス

【分析結果の活用】

分析結果については、経営指導員（もしくは分析した専門家）が直接事業者に分析結果をフィードバックし、製品の需要把握に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の経営状況の分析に関しては、経営革新計画策定時や補助金申請書作成時に形式

的に実施することとなり、小規模事業者の多くは、自社の業務改善やビジネスモデルの再構築には活用できていない状態である。

今後は、地域経済の動向を踏まえ、需要を見据えた事業計画策定の前段階の支援として、財務分析・非財務分析を行う。支援にあたっては、専門家等とも連携し、実現可能性・実効性の高い事業計画策定支援につなげていく。

(2) 目標

支援内容	現状	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
経営分析件事業者数	30	50	55	60	65	70

(3) 事業内容

①指導員巡回時などにおける経営分析の実施

経営指導員や職員の巡回指導・窓口相談の機会を捉え、自社の「強み」「弱み」や真の経営課題に気付くためには「経営状況の分析」が必要であることを説明し、興味を持った事業者に対して経営分析を実施する。

②経営分析の内容

【対象者】

巡回・窓口相談への来場者、各種セミナー参加者、事業承継相談者の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者 50 者を選定

【分析項目】

定量分析である「財務分析」と定性分析である「非財務分析」の双方を行う。

<財務分析>売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率

<SWOT 分析>内部環境（強み・弱み） 外部環境（機会・脅威）

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」などのソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。また、分析の内容が多岐にわたる場合や事業特性を考慮しなければならない場合などにおいては専門家（中小企業診断士など）に支援を依頼する。

(4) 分析結果の活用

分析結果については、当該事業者を提供し、事業計画策定支援における基礎資料として活用する。また、分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等の情報収集・スキルアップ等に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

当地区の小規模事業者は、「元請企業の売上状況」「大型店舗の出店」などの需要動向の変化に大きく影響を受けている。その一方で、顧客ニーズや自社の強み・弱み等の自社の経営状況を十分に把握できていない事業者も少なくない。そのため自社の課題解決のために事業計画策定の必要性についての認識が低い状態となっている。また創業から間がない事業者においては、事業運営が安定せず資金繰りの悪化等により事業縮小または廃業に至る事例も散見される。

これまでの当商工会での事業計画の策定支援は、小規模事業者持続化補助金・ものづくり補助金などの各種補助金活用・金融支援等の機会を通じて実施するなど受動的な取組に留まっている。

今後は、経営課題を解決するため、地域の経済動向調査、需要動向調査及び経営状況の分析を踏まえ、効果的な事業計画策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

また、変化する事業環境に対応するため「デジタル・ITを活用した事業変革（DX）」に取り組まなければならない事業者も多い。そのような事業者に対しての支援も課題となる。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対して、事業計画策定の意義や重要性を漠然と説明しても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」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の7割程度/年の事業計画策定を目指す。併せて、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金の申請を契機として事業計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

事業計画の策定前段階において「デジタル・ITを活用した事業変革(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

支援内容	現状	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
DX推進セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー開催回数	1	1	2	2	2	2
事業計画策定事業者数	20	35	39	42	46	49

(4) 事業内容

① 「DX推進セミナー」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくためのセミナーを開催する。

【支援対象】

DXの取り組む意欲が高く、またDXを実施するための業務のデジタル化ができている事業者

【募集方法】

参加者の募集については、会員事業者に限定することなく、「当商工会HPからの情報発信」「地区内へのセミナー開催チラシの配布」などを実施し、積極的な参加を促す。

【実施回数】

1回/年

【日程】

2時間

【講師】

専門家(ITコーディネーター・中小企業診断士など)

【参加者】

業務のデジタル化・IT化がある程度進んでおり、それらを活用した「事業変革」に取り組む予定の事業者。

【参加者数】

20名

【カリキュラム】

テーマ	講義内容
DX推進のための取組	○DX総論・DX関連技術について ○DXの具体的な活用事例 ○クラウド型顧客管理ツールの紹介 ○SNSを活用した情報発信方法 ○ECサイトの利用方法

【専門家の派遣】

セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家の派遣を行う。

②経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】

経営分析を行った事業者・需要動向調査を行った事業者・事業計画策定（創業計画・事業承継計画・経営革新計画なども含む）を目指す事業者のうち 20 者

【募集方法】

「個別案内」「当商工会 HP からの情報発信」

【講師】

専門家（中小企業診断士・税理士など）

【回数】

集団セミナー1～2回/年

個別相談会 1～2回/年

【カリキュラム】

日程	セミナー内容
1 日目	・ 計画経営の重要性、基本的な策定方法 ・ 自社分析の方法と分析ワーク（SWOT 分析） ・ 戦略代替案の作成と優先順位の設定
2 日目	・ 計画策定後の活かし方、見直しの重要性とタイミング ・ 数値計画・行動スケジュールの作成
個別相談会	セミナー参加者を対象に作成した事業計画について、経営指導員とセミナー講師が個別に指導する。

③事業計画の策定支援

【支援対象】

経営分析を行った事業者や経営力の向上を図りたい事業者や事業承継を検討している事業者を支援の対象とする。

【手段・方法】

経営指導員が担当制で張り付き、外部専門家等も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画策定を支援した事業者に対するその後のフォローアップに関しては、事業者の状況に合わせたフォローアップをしてきたので計画的な支援となっていなかった。事業者の個別状況を把握できずに支援が途切れてしまうことも多く、策定された計画内容が小規模事業者の現状に即しているか、妥当な計画であったか等を十分に確認・検証できていない。そのため、事業計画策定後に新たに生じた経営課題に対しても対応することができず、作成した事業計画が形骸化するケースも多い。

今後は、実現性のある訪問計画を立て、進捗状況に応じ計画的なフォローアップを実施し、計画の実現性を高めていく。

(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。

(3) 目標

支援内容	現状	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	20	35	39	42	46	49
頻度 (延べ回数)	-	140	162	180	202	218
毎月1回	-	36	48	60	72	84
4半期に1回	-	80	88	92	100	100
年2回	-	24	26	28	30	34
売上増加事業者数	2	4	4	4	5	5
経常利益率1%以上増加事業者数	1	4	4	4	5	5

※売上増加事業者数：フォローアップ対象事業者の10%程度

※経常利益率1%以上増加事業者数：フォローアップ対象事業者の10%程度

(4) 事業内容

【対象者】

事業計画を策定したすべての事業者

【頻度】

支援を担当した経営指導員が原則として四半期に1回の訪問を行い、事業の進捗状況の確認及び計画を実行していく上での問題点などを確認し、状況に合わせて適宜支援を行う。

事業計画策定から日数が経ち、順調に事業が推移している事業者については年2回の訪問とする。また、創業者や債務超過事業者など、多くの経営課題を抱える事業者などについては、毎月1回の訪問を行う。なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

【確認項目】

現在の経営状況・事業計画の進捗状況・事業推進の問題点や課題・今後の展開等

【専門家の派遣】

必要に応じて群馬県商工会連合会やよろず支援拠点・群馬県産業支援機構に依頼し速やかに専門家を派遣するなど専門的な指導・助言を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

これまでの小規模事業者に対する需要開拓支援は、各種展示会・商談会への出展を紹介し、周知する程度であった。そのため、需要開拓支援に関する支援効果の測定効果も行っていない。

当地区内の小規模事業者が製造する製品・提供する商品やサービス・技術等を、新たな消費者や販路開拓したい取引先企業等にアピールし、売上・収益の増加につなげることが最も重要な支援である。販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、地区内外で開催する展示会、商談会への出展に関する事前支援・事後フォローを通して、販売促進、販路開拓につなげ、効果的な需要開拓支援を行う。

一方で、当地域内の小規模事業者は、積極的に販促活動を行っていない場合も多い。特に、IT技術やWebを利用した販売開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず商圏が近隣に限られた範囲にとどまっている事業者も多い。新たな販路開拓にはDXの推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏や地域金融機関等で開催される既存の展示会への出展（オンライン含む）を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が専門家派遣事業なども活用して商品のブラッシュアップや魅力的な陳列や接客、販売方法等専門支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走型支援を行う。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイトの利用等、IT 活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じて IT 専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	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
①商社・バイヤー等向け 展示商談会出展事業者数		2	2	2	2	2
成約件数/者		1	1	1	1	1
②SNS 活用事業者数		10	10	10	10	10
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%
③EC サイト利用事業者数		5	5	5	5	5
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%
④自社 HP 開設者数		10	10	10	10	10
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%
⑤商工会 HP による情報発信	-					
新規掲載事業者数	-	5	5	5	5	5
内利益率 1%以上件数	-	2	2	2	2	2

(4) 事業内容

①商社・バイヤー等向け展示商談会参加事業（B to B）

商社・バイヤー等の需要開拓を図るため、展示商談会への出展を目指す小規模事業者に対し、展示会開催情報の提供や、出展の事前・事後支援（出展・商談ノウハウ習得）を合わせて行うことで商談・成約につなげる。

【支援対象】

- ・バイヤー等の新たな需要開拓を目指し独自の技術力を有する製造業者
- ・経営基盤が脆弱で資金力が足りないため、地区内外に販路を持つ問屋・商社等のバイヤーに、単独では積極的かつ効果的な販路開拓策をとることが難しい小規模事業者

【支援手段・方法】

商工会の会報やホームページにて地域の小規模事業者に向けて情報提供し、経営指導員・職員が、県内外で開催される展示会やマッチング商談会への参加を促す。展示会や商談会への出展支援や製品のカタログなどの PR 資料の作成のほか、バイヤー等へのアピールの仕方や商談の進め方などバイヤーとマッチングするための具体的な事前支援を実施する。出展後においても名刺交換した商談相手へのアプローチ支援等、商談成立に向けた実効性のある伴走支援を行い成約に結び付ける。

【想定する展示会・商談会】

○群馬県ものづくりフェア

群馬県内外のものづくり企業が、各社の独自技術・製品の提案を行う展示商談会である。令和3年8月に開催され、県内企業：148社（166ブース）、県外企業：40社（44ブース）が出展した。毎年、県内外のものづくりに関するバイヤーが多数来場し出展企業との商談を行う。

○機械要素技術展（M-Tech）

東京ビッグサイトで開催される「機械要素技術展（M-Tech）」は、モータ、ベアリング、ねじ、ばねなどの機械部品や、切削、プレスなどの加工技術、表面処理などが出展する展示会である。2019年における実績は、来場者数：66049人（うち海外から：642人）、出展社数：1302社（うち海外から：156社）であった。

②SNSの活用

小規模事業者の多くが地区内での商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNS（フェイスブック・インスタグラムなど）を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

③ECサイト利用（BtoC）

楽天やYahooが運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

④自社HPの開設支援

小規模事業者の多くは自社オリジナルHPを持っておらず、商品・サービスの情報発信力が不十分であることが多い。そのような事業者に対して、オリジナルHP開設支援を行うことにより、新たな販路の拡大につなげる。小売業などECサイトの活用により売上販売が見込める事業者については、必要に応じて専門家を活用し、効果的なHPやPR動画を作成することにより、来店客数増加・取引先拡大・売上増加を達成する。

⑤商工会HPによる情報発信

当商工会に地区内の小規模事業者に関する事業情報（加工技術・提供する商品やサービスなど）を掲載し、取引先や顧客の獲得を進める。事業者の簡単な業務を紹介するとともに、上記で作成したHPとのリンクを設定し、新たな需要を呼び込む。必要に応じて専門家を活用し、効果的なHPやPR動画を作成することにより、来店客数増加・取引先拡大・売上増加を達成する。

経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

毎年開催される総代会において事業の報告が行われているが、総代会出席者は商工会役員・商工会職員となっており、外部評価は行われていない。今後は、事業を客観的に評価し見直すための仕組みを構築することが課題となる。

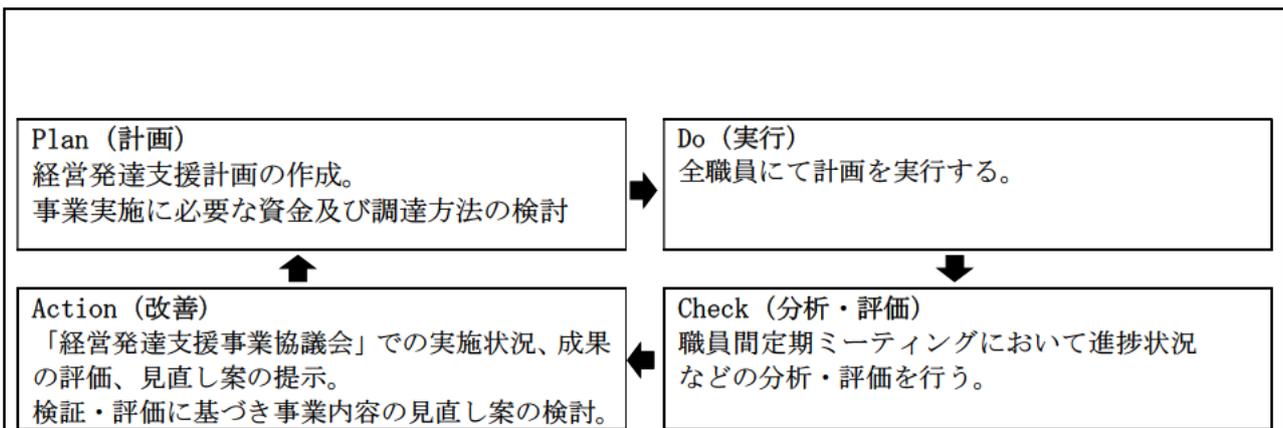
(2) 事業内容

①当商工会役員・太田市産業環境部産業政策課・法定経営指導員・外部有識者（税理士、中小企業診断士などの専門家）により構成された「経営発達支援事業協議会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を年1回行う。

②商工会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、商工会理事会へ報告し、承認を受ける。

④事業の成果、評価、見直しの結果は、事業実施方針等に反映させるとともに、商工会HPにて公表する。



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

これまで当商工会では、指導員・職員の資質向上等については、群馬県商工会連合会が開催する職員研修などを中心に対応を図ってきた。しかし、小規模事業者の持続的成長に向けた経営力強化を支援していくためには、事業者の経営戦略決定に関与可能な高度な支援能力、実践的なノウハウなどの職員間の知識共有が不可欠といえる。

現状、こうした能力向上のための取り組みが体系的・計画的に行われているとはいえず、また、ノウハウ等の共有化についても一部のみとなっている。事業者の課題を的確に把握し、対応するためにもさらなる資質向上を図る。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び群馬県商工会連合会主催の各種セミナーに対し、計画的に経営指導員等を派遣する。当商工会では、年1回開催される「検討会 (PDCA のチェック)」において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施し、支援力向上を図る。

②DX 推進に向けたセミナー

取組が遅れている小規模事業者の DX 推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の IT スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のような DX 推進取組に係る相談・指導能力の向上のため、群馬県産業支援機構等の主催する DX 推進関連のセミナーについても積極的に参加する。

<DX に向けた IT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け (業務効率化等) の取組

RPA システム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け (需要開拓等) の取組

ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

③OJT 制度の導入

経営指導員の支援力を高めるために積極的にOJTの機会を設ける。支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチーム（同席支援）を組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。また、専門家による個別指導などを交えて、個々の能力に合わせた支援能力向上のカリキュラムで組織全体の底上げを図る仕組みを構築する。

④職員間定期ミーティングの実施

上記外部講習会等への参加後に、参加した経営指導員等が講師を務め、研修資料に基づいた説明を行い、研修内容の理解度を深め、情報共有を図る。また、全職員（経営指導員・経営支援員・一般職員・臨時職員）が参加し、定期的（毎月1回）にミーティングを行う。ミーティングにおいて、意見交換やIT等の活用方法・具体的なツールの紹介等を行うことで、職員の支援能力の向上及び修正・改善を図る。

⑤支援力向上勉強会の実施

当商工会職員が全員参加する「支援力向上勉強会」を年2回開催する。勉強会は経営指導員が主導し、研修会や専門家への同行などにおいて習得した経営支援スキルや小規模事業者の事業事例（DX事例含む）・最新のDX普及施策やIT等の活用方法などを発表し、組織全体のスキルアップを図るとともに、支援スキルの共有化を推進し、経営発達支援計画の遂行に役立てる。また、必要に応じて勉強会に専門家を招聘し支援スキル向上に役立つアドバイスを受ける。

⑥データベース化

担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。また、効果のあった支援内容や注意すべき失敗事例については全職員がいつでも参考にできるように共有化を進める。

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、他の支援機関との情報交換は、群馬県商工会連合会を中心とした商工会同士の交流や職員の人脈による専門家との情報交換や、市内金融機関、日本政策金融公庫との情報交換を中心に実施しているものの、より具体的な情報・ノウハウ等の情報交換は行われていない。そのため、支援ノウハウの共有や習得が充分とは言えず事業者への支援力向上にも効果を発揮するには至っていない。

今後は、他支援機関と支援力向上を目的とした情報交換会や研修会を実施する。その際得られた各種情報を事業者にフィードバックすることが課題となる。

(2) 事業内容

①東部地区6商工会による情報交換会（年1回）

現在年1回開催されている東部地区6商工会（太田市新田商工会・板倉町商工会・明和町商工会・千代田町商工会・大泉町商工会・邑楽町商工会）による情報交換会を継続する。その会合において、支援ノウハウ、支援の現状等の意見交換を行い、経営指導員の支援力向上に役立てる。

②群馬県中小企業支援ネットワーク会議への出席（年1回）

群馬県、行政、県内商工会、商工会議所、中央会、群馬銀行、東和銀行、各信用金庫等が参加する中小企業支援ネットワーク会議へ参加する。各機関の成功事例において支援ノウハウを学ぶことや、ネットワーク強化へと繋がるため支援の幅を広げることが可能となる。参加者との支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

③金融機関との情報交換会（年1回）

当地区内の金融機関（群馬銀行・東和銀行など）との金融支援や支援ノウハウを含めた情報交換を行い、当地区の経済状況実情把握とともに当地区内の小規模事業者に着目した支援力向上を図る。

地域経済の活性化に資する取組

1.2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

当地区においては「尾島ねふたまつり（8月）」「やぶ塚かかし祭り（9月）」「太田市産業フェスティバル（11月）」をはじめとする各種イベントが開催されており、当商工会においても出展者支援などを通じて地域活性化に貢献している。各イベントに関しては、チラシの配布や商工会HPにより、周知を図っている。また、巡回時やセミナー開催時においてもチラシを配布し来場者の増加を図っている。

今後は、各種地域振興事業の開催を通じ、太田市・地元企業・金融機関との情報交換を行い、地域経済の活性化について連携を深めるとともに当地区の独自性と求心力の向上を図ることが課題となる。

(2) 事業内容

①「太田市西部地域（旧新田町・旧尾島町・旧藪塚本町）活性化検討会」（仮称）の開催（年1回）
地域経済の活性化を図る土台作りとして「太田市西部地域（旧新田町・旧尾島町・旧藪塚本町）活性化検討会」を年1回開催する。当検討会は、太田市・地元企業・金融機関・専門家などで構成され、検討会においては、当地区で開催される各種イベントはじめ活性化策について検討を行う。

②「太田産業フェスティバル」の開催（年1回）

「太田市産業フェスティバル」は毎年11月に開催され多くの事業者が出展し来場者に商品やサービスを提供している。出展者数は総数が決まっているため増加させることはできないが、「太田市産業フェスティバル実行委員会」などとも連携し出展者の新陳代謝を促進させ、多くの小規模事業者を来場者に周知してもらい需要の開拓を図る。

③「やぶ塚かかし祭り」の開催（年1回）

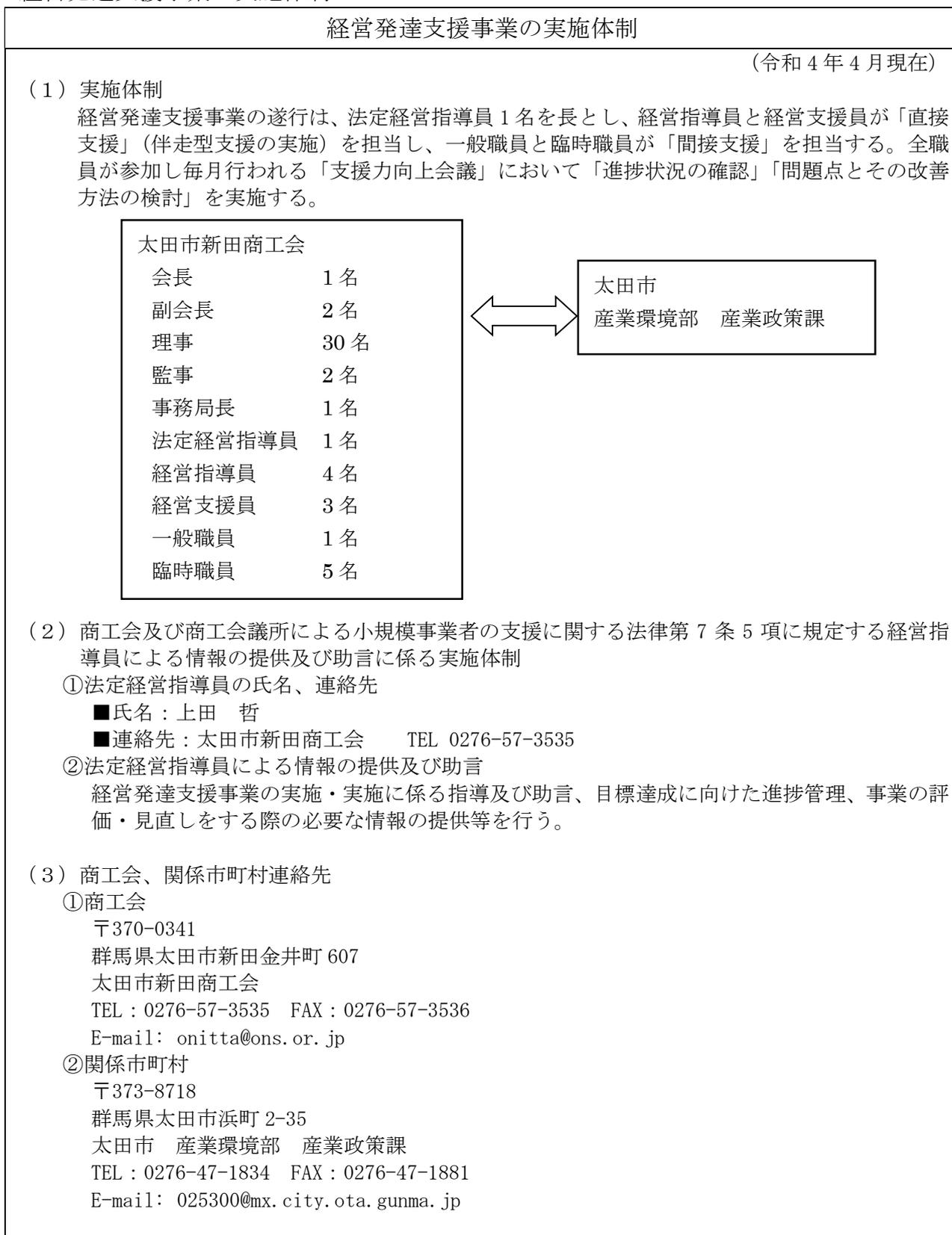
「やぶ塚かかし祭り」毎年9月に100本を超えるかかしが飾られ「一般の部」「ジュニアの部」「大衆賞」の各部門で表彰されている。当商工会においても全面的にバックアップするとともに「やぶ塚かかし祭実行委員会」とも連携し観光地としての「やぶ塚温泉」への来場促進を図る。

④「尾島ねふたまつり」の開催

「尾島ねふたまつり」は青森県弘前市と太田市の歴史的なつながりにより昭和61年から開催されている。まつりの最大の見所は、ねふた運行で、高さ7メートルにもおよぶ扇ねふたとねふた太鼓の隊列は勇壮で、地域内外から15万人を超える見物客が訪れる。今後も「太田市ねふたまつり実行委員会」などとも連携を図り地域のイベントとして注力することにより、地域経済の活性化を推進する。

(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)

	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
必要な資金の額	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
・地域の経済動向調査に関する事業	300	300	300	300	300
・需要動向調査に関する事業	500	500	500	500	500
・経営状況の分析に関する事業	500	500	500	500	500
・事業計画策定支援に関する事業	800	800	800	800	800
・事業計画策定後の実施支援に関する事業	800	800	800	800	800
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業	800	800	800	800	800
・事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事業	200	200	200	200	200
・経営指導員等の資質向上等に関する事業	200	200	200	200	200
・他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事業	200	200	200	200	200
・地域経済の活性化に資する取り組みに関する事業	500	500	500	500	500

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、県補助金、市補助金、全国連補助金、県連補助金、事業受託費、参加者負担金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携する内容
連携者及びその役割
連携体制図等