

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>前橋商工会議所（法人番号： 8070005000849） 前橋市（地方公共団体コード：102016）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p><b>目標1 新型コロナウイルス感染症の影響による倒産を防ぐ</b> 新型コロナウイルス感染症の影響からの復興を第一に、融資制度や補助金制度等を活用した基盤強化と新生活様式に即したビジネスモデルへの転換による事業継続の強化に向けた集中的支援を行う。</p> <p><b>目標2 支援企業の営業利益率の向上</b> 事業者のニーズを的確に捉え、10年後の姿がイメージできるよう企業のライフサイクルに応じたサポートを行う。具体的には、経営環境や経営課題に関する調査、経営分析を通して抽出した経営課題に応じて設定したテーマ（稼ぐ力の向上、経営効率改善、人的資本の価値向上）に基づいた支援を行う。</p> <p><b>目標3 イノベーティブな事業環境の創出</b> 前橋のまちづくりの特徴を活かし創業やイノベーションを促進する取組を行う。具体的には、新規創業や第二創業希望者への支援、創業後5年未満の事業者を対象としたフォローアップ支援、その他創業支援策と連携した地域全体での「創業支援」への機運醸成を図る。</p>
<p>事業内容</p>	<p>○ 経営発達支援事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>地域の経済動向調査に関すること</b> ビッグデータの活用（RESAS、MieNa）や各種統計調査を活用した分析、景況調査の拡充を通して、地域経済の動向を調査分析し、その結果を事業所に還元する。</li> <li>▪ <b>需要動向調査に関すること</b> 展示会・商談会におけるアンケート調査や観光振興と絡めた土産品開発に関する調査を行い、消費者の需要に関するニーズを調査分析し、その結果を事業所に還元する。</li> <li>▪ <b>小規模事業者の経営状況の分析に関すること</b> セミナーや相談対応を通して、BIZ ミルなどの支援ツールや分析フレームを活用して経営分析を行い、事業者へのフィードバックと支援機関としての情報の蓄積を行う。</li> <li>▪ <b>事業計画策定支援に関すること</b> コロナ禍を乗り越えるための補助金活用を契機とした事業計画策定支援、収束後には企業のライフサイクルに応じた事業計画策定支援を主に、セミナー開催や関係機関との連携を行うことで、策定支援に留まらず策定完了まで寄り添った支援を行う。また、創業塾の開催や創業後のフォローアップセミナーを通じ、創業支援を行う。</li> <li>▪ <b>事業計画策定後の実施支援に関すること</b> ブロック別支援体制による巡回支援を主に、事業計画の進捗管理やズレへの対処を行うことで、きめ細かなフォローアップに努める。</li> <li>▪ <b>新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> IT等の利活用による販路開拓、展示会・商談会の出展支援、プレスリリース支援、異業種交流やマッチング支援を通じた販路開拓の支援を行う。</li> </ul>
<p>連絡先</p>	<p>前橋商工会議所 中小企業相談所 経営支援課 〒371-0017 群馬県前橋市日吉町 1-8-1 TEL: 027-234-5111 FAX:027-234-8031 E-mail:soumu@maebashi-cci.or.jp 前橋市 産業経済部 産業政策課 〒371-8601 群馬県前橋市大手町 2-12-1 TEL:027-898-6983 FAX:027-224-1188 E-mail:kougyou@city.maebashi.gunma.jp</p>

(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

#### 【地域の概観】

群馬県前橋市は、人口約 33 万人、面積：311.6 平方 km の都市である。

- ・群馬県の県庁所在都市として政治・行政、経済の中心地となっている。
- ・地理的には関東地方にあり、東京から北西に約 100km、群馬県の中央よりやや南に位置する。
- ・市域中央部から南は関東平野の北西端として平坦地で、市域の中央部から北に向けては緩やかに傾斜し、北端に日本百名山の一つである赤城山がそびえる。
- ・利根川が市域の西側を南北に流れ、その両岸に市街地が広がり、利根川の川幅が狭まった台地上に中心市街地が位置する。市街地の外側には農地が広がり、都市的土地利用と農村的土地利用がバランスよく分布する。
- ・交通網は南北に関越自動車道、西に上信越自動車道、東に北関東自動車道が延び、首都圏だけでなく、信越、北関東、東北の各地へのアクセスが良好な十字軸を形成する。
- ・市内には4つのインターチェンジと1つのパーキングエリアがバランス良く立地する交通の要衝。
- ・高速道路網を補完する道路として国道17号、国道50号などがあり、地域高規格道路である上武道路が市域の中央部を貫く形で走る。
- ・鉄道は、高崎駅を起点に群馬県の東西に結んで栃木県の小山市まで伸びるJR両毛線と高崎駅を起点に県内を北上して新潟県へと抜けるJR上越線が市内を走る。また地元電鉄会社が経営す



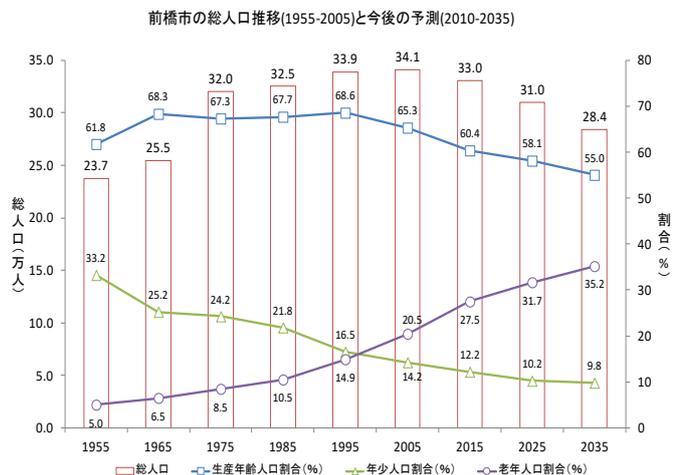
る上毛電鉄線が本市と隣市の桐生市を結ぶ。本市の鉄道駅の玄関口はJR前橋駅であり、そこを起点に中心市街地が広がる。

- ・歴史的には、城下町を起源としており、その城下町で活発だった製糸業や絹の取引で経済的な基盤が形成され、明治維新以降の近代化のなか、国内有数の製糸業都市として大きく発展した。
- ・製糸業都市として栄えたことを背景に、詩人・萩原朔太郎を輩出したことや、レンガ倉庫をはじめ歴史的建築物が残っており文化的観光資源、赤城山や利根川をはじめとする自然的観光資源も有する。
- ・本市では、盛んな畜産業（豚）を活かした豚肉料理のまち「TONTONのまち まえばし」を推進している。
- ・前橋市では、2017年に官民連携で策定した、前橋ビジョン“めぶく。～良いものが育つまち～”の考えのもと、第七次前橋市総合計画では、「新しい価値の創造都市・前橋」を将来都市像に据え、「地域経営」の視点を持って、市民、企業・団体、行政が「自分ごと」として本市のまちづくりに取り組むことと位置付けられている。その動きに呼応するように、様々な取り組みが現在、前橋市では行われている。

## ② 本市の産業構造とその課題

### (i) 人口推移予測

- ・前橋市の人口は戦後、一貫して増加し続けてきたが、2005年の34.1万人をピークに減少に転じている。
- ・国の推計によると、2035年には28.4万人に減少し、高齢化率は35.2%と予測される。将来的には約10万人が高齢者となる。他方で労働力人口の割合は、55.5%となっており、経済活動の担い手である年齢層の確保が課題である。

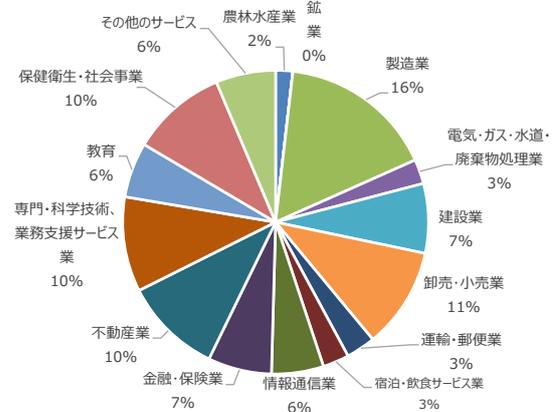


### (ii) 産業構造

#### ○ 市内の総生産額(経済活動の規模と内訳)

群馬県が算出している市町村経済計算による、2017年の前橋市の総生産額(公務を除く産業部門)は約1.2兆円である。その内訳は、製造業が16%、卸売・小売業が11%、不動産業と保健衛生・社会事業、専門・科学技術、業務支援サービス業が10%と続く。他都市と比べると不動産業、保険・金融業のシェアが高い傾向にあるものの、いわゆるサービス業と認識される産業もシェアをもっており、特定の産業に偏ることなくバランス良く分布する構造となっている。

前橋市の産業部門の総生産額のシェア(2017年)

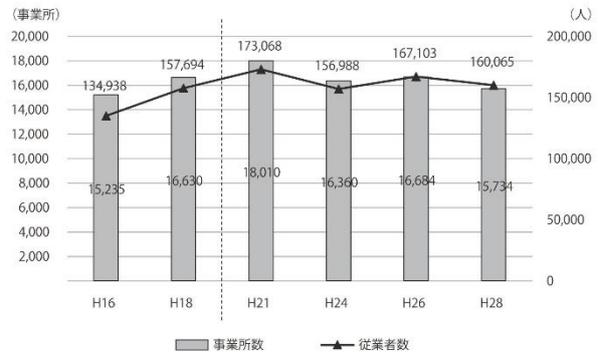


### ○ 事業所数と従業者数

経済センサスによると、本市の事業所数・従業者数は平成 21 年をピークにやや減少傾向にある。平成 21 年と平成 28 年を比較すると、事業所数は 12.6%減、従業者数は 7.5%減となった。一方で、平成 24 年と平成 28 年を産業別に比較すると、本市の基幹的産業の一つである製造業では、事業所数は 8.0%の減少、従業者数は 2.1%の増加となっている。卸売業・小売業では順に 5.9%減、6.9%減となっている。また、事業所数・従業者数の増加が顕著な業種は医療・福祉であり、事業所数は 19.8%増、従業者数は 29.9%増となっている。従業者数は、5,000 人以上増加している。

前橋商工会議所の管内には、小規模事業者は 9,260 件あり、全体の 74.5%を占めている。そのうち、商業・サービス業が 6,403 件で、製造業等は 3,436 件となっている。業種別では卸・小売業が最も多く、次いで建設業、飲食・サービス業などが続いている。

■図表：事業所数及び従業者数の推移

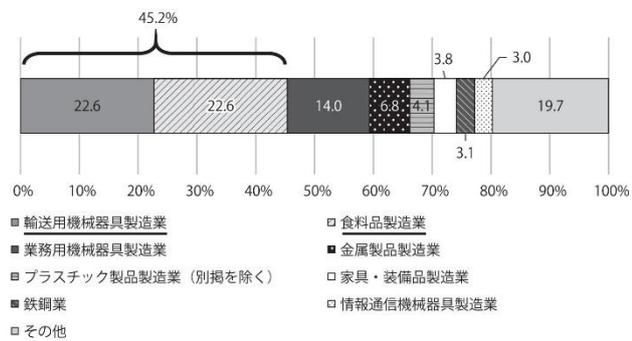


出典：「平成 16、18 年事業所・企業統計」「平成 21、24、26、28 年経済センサス」総務省、経済産業省より作成

### ○ 製造業

製造品出荷額は 5,898 億円（平成 28 年）。県内自治体の中では 4 番目となる。製造品出荷額等では、全体の約 45%を食料品製造業と輸送用機械器具製造業が占めている。一方、従業員一人当たりの粗付加価値額で換算すると、飲料・たばこ・飼料製造業が約 4,300 万円、次いで業務用機械器具製造業が約 3,100 万円と非常に多くなっている。

■図表：製品出荷額（業種別割合）



出典：「平成 28 年経済センサス」総務省、経済産業省より作成

■図表：製造業におけるシェア順位

事業所数			従業者数		
順位	業種	構成比	順位	業種	構成比
1	食料品製造業	14.5%	1	食料品製造業	24.6%
2	金属製品製造業	11.5%	2	輸送用機械器具製造業	12.1%
3	家具・装備品製造業	9.8%	3	業務用機械器具製造業	9.4%
4	印刷・同関連業	8.3%	4	金属製品製造業	9.1%
5	その他の製造業	8.1%	5	プラスチック製品製造業（別掲を除く）	5.4%

出典：「平成 28 年経済センサス」総務省、経済産業省より作成

平成 28 年の事業所数は 1,024 ヶ所、従業者数は 21,534 人で平成 24 年と平成 28 年を比較すると、8.0%減で、従業者数は 2.1%増という状況である。特に業務用機械器具製造業では、従業者数が 1,200 人以上増加している。プラスチック製品製造業では約 280 人、食料品製造業では 260 人の増加がみられる。

業種別の構成比は、食料品製造業が事業所数の14.5%、従業者数の24.6%を占め、製造業における基幹的産業となっていることが分かる。また、工業団地に立地する企業が占める事業所数の割合は30%程度であるが、従業者数や出荷額の割合は50%を超えており、地域経済を支える存在として工業団地が果たす役割は大きい。

### ○ 商業・サービス業

本市の卸売業は平成24年から平成28年にかけて、事業所数は3.1%減、従業者数は2.6%減となった。平成28年の年間商品販売額は、約7,600億円で、小売業は事業所数6.0%減、従業者数8.0%減となっており、年間商品販売額では約3,800億円の規模を維持している。

■図表：卸売業、小売業の年間商品販売額の推移（単位：百万円）

	H14	H16	H19	H26	H28
卸売業	901,915	1,684,866	2,013,538	631,751	758,974
各種商品	5,610	X	3,044	688	325
繊維・衣服等	10,848	X	6,746	3,694	2,728
飲食料品	473,225	477,210	419,614	284,503	310,600
建築材料、鉱物・金属材料等	127,108	119,523	129,752	114,891	150,712
機械器具	150,823	925,308	1,308,951	118,506	167,041
その他	134,301	150,528	145,432	109,469	127,567
小売業	370,500	363,786	368,923	373,407	388,893
各種商品	44,310	37,009	28,307	21,508	18,247
織物・衣服・身の回り品	26,650	24,937	20,400	18,522	22,845
飲食料品	97,085	91,351	114,461	94,127	101,635
自動車・自転車	65,436	70,328	62,069	87,829	83,307
家具・じゅう器・機械器具	33,674	36,460	31,612	19,623	25,240
その他	103,345	103,700	112,073	131,797	137,621

※単位未満を四捨五入しているため、内訳の計と合計が一致しない場合がある。

出典：「平成14、16、19年商業統計、平成26、28年経済センサス」を参考に作成

卸売業・小売業以外のサービス業全体では、事業所数が1.5%減、従業者数は5.8%増となっており、卸売業・小売業と比べると事業所数は減少が抑えられ、従業者数は増加傾向にある。これは、医療・福祉分野を中心とした需要増から雇用が増えているためと考えられ、今後も需要増が見込まれる医療・福祉分野においては、継続的な人材確保が必要と考えられる。

### ○ 中心市街地の現況と新しい動き

前橋市も中心市街地については、空洞化が進んだ状況になっている。歩行者通行量をみると（右図）、約45年前は多いところで4万人近くの通行量があった。しかし、人々のライフスタイルやニーズ、マイカー中心の移動手段など取り巻く環境の変化により、通行量は軒並み7～9割減少し、都市自体に経済力があっても、まちなかは低迷する状況となった。路線価をみても、20年前と比べ9割減少し、県庁所在地の中で最下位を推移しており、まちなかへの投資は低調である。

しかし、新しいまちづくりの方向性として定められた前橋市アーバンデザイン、

当所が提案するGREEN&RELAX構想のもと、官民連

図3 中心市街地の歩行者通行量変化  
（緑：1975年・橙：1990年・ピンク：2017年）



各年の歩行者通行量調査を元に作成 ※通行量の数字は概数

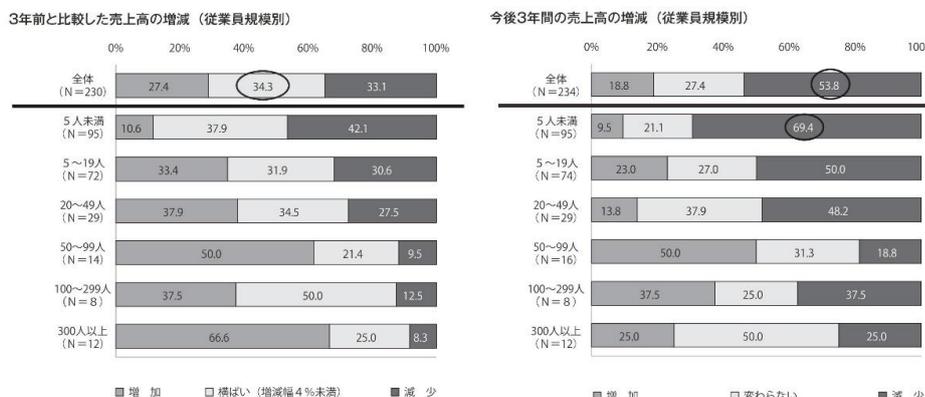
携によるまちづくりが始まり、また市内外からのまちなかへの投資や交流が生まれつつあり、まちなかを取り巻く状況が少しずつではあるが、変化の兆しが見え始めている。

### (iii) 経営課題

#### ○ 事業者の売上高の増減

令和元年に前橋市が行ったアンケート調査によると、3年前と比較した売上高は、「全体」では「横ばい」（増減幅±4%未満）で推移しているとする事業者が34.3%と最も多くあり、従業員規模が小さいほど「減少」と回答する割合が大きくなる傾向にある。他方で、今後3年間の売上高について、「全体」では、現在と比較して「増加」と回答した事業者は18.8%にとどまり、「減少」と回答した事業者は合計53.8%を占めた。市内事業者の今後の経営状況に関する認識は厳しい状況におかれている。

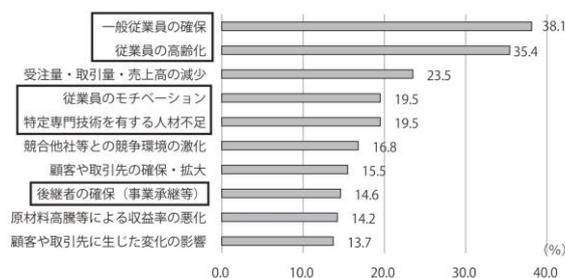
従業員規模別でみると、「50～99人」の区分を除けば、規模が小さいほど、「減少」とする割合が大きくなっており、「5人未満」の区分では、実に7割に近い事業者が「減少」と回答しており、特に小規模事業者の売上増加につながる支援策の展開が求められている。



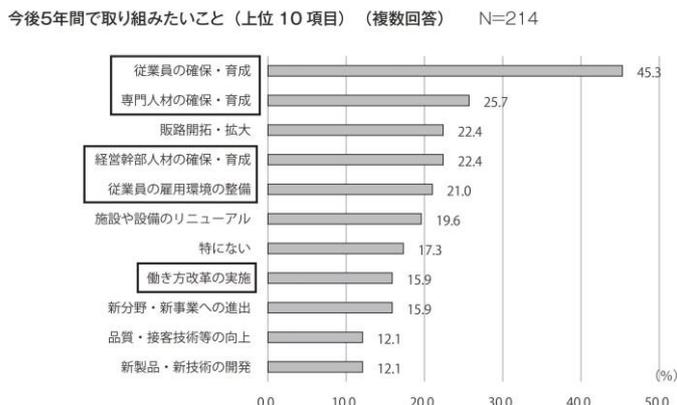
#### ○ 事業者における経営課題

令和元年に前橋市が行ったアンケート調査によると、事業活動における問題や課題としては「受注量・取引量・売上高の減少」（23.5%）を抑え、「一般従業員の確保」（38.1%）、「従業員の高齢化」（35.4%）が上位2項目に挙げられる。また、「従業員のモチベーション」（19.5%）、「特定専門技術を有する人材不足」（19.5%）、「後継者の確保（事業承継等）」（14.6%）も上位に挙げられており、全体的に「労働力・人事」に関わる項目が多くなっている。

事業活動における問題と課題（上位10項目）（複数回答） N=226



また、「今後5年間で取り組みたいこと」でも、「販路開拓・拡大」(22.4%)を抑え、「従業員の確保・育成」(45.3%)が突出した1位となっているほか、「専門人材の確保・育成」(25.7%)、「経営幹部人材の確保・育成」(22.4%)、「従業員の雇用環境の整備」(21.0%)、「施設や設備のリニューアル」(19.6%)、「特にない」(17.3%)、「働き方改革の実施」(15.9%)、「新分野・新事業への進出」(15.9%)、「品質・接客技術等の向上」(12.1%)、「新製品・新技術の開発」(12.1%)など「労働力・人事」に関わる項目が多くなっている。



### ○ 創業や事業継続

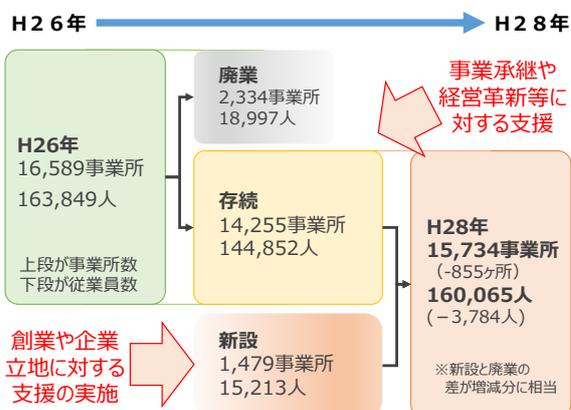
前橋市にて産業振興を図り、地域経済の発展を考える上で、市内で9割を超える中小・小規模事業者の活力向上は必須であり、「稼ぐ」事業者を増やすことが求められる。

しかし、経済センサス活動調査によると、前橋市では事業所数・従業員数が減少傾向(廃業>新設)にある(右図)。人口減少が進み、ニーズが複雑化・多様化するなか、需要不足や後継者不足など、環境変化によるところがあると見られる。

これに対して、やむを得ず廃業する事業者を抑制すること、既存事業者への支援、そして起業支援と、ビジネスがしやすい環境づくりを進める必要がある。そのためには、これらの事業者が抱える経営課題を共有しながら寄り添って支援を行なう、伴走型支援が求められる所以である。

創業については、前橋市の産業振興ビジョンにおいても重点を置いており、前橋市や創業支援等事業者が行う各種創業支援事業を受けて創業した人数を成果目標として設定し、増加させることを目指している。前橋市は各支援機関と連携を図りながら融資制度をはじめとする創業支援事業を展開し、創業支援に関する環境を整えている。今後はさらに長期的な操業及び事業発展が望める支援及び環境づくりが必要である。

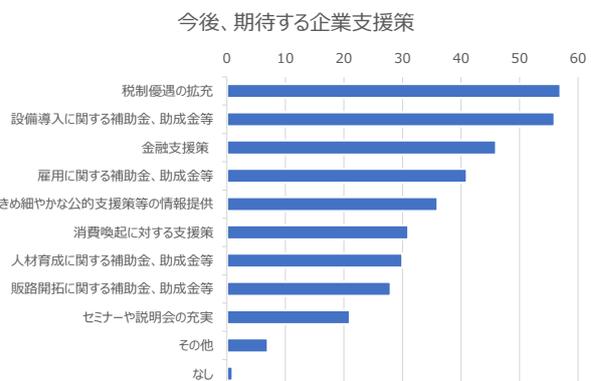
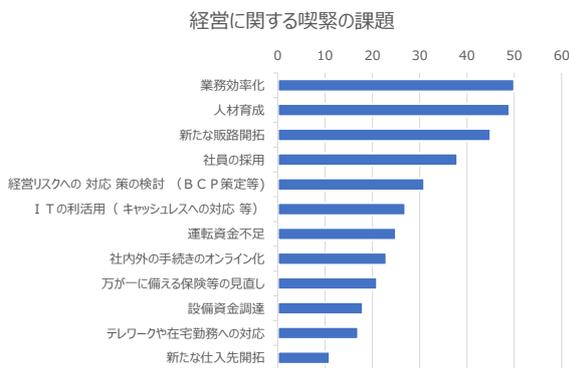
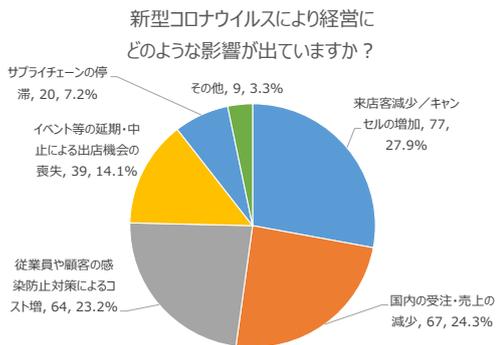
前橋市における存続・廃業・新設別での民営事業所数・従業員数の変化 (経済センサス活動調査より)



### ○ コロナ禍における事業者への影響(業況)と経営課題

当所が前橋市、東京海上日動保険火災(株)群馬支店と2020年7~9月に共同で行ったコロナ禍における、経営上の影響と対応策、ウイズコロナ時代における経営課題等について聞き取るアンケートを実施した。回答の傾向は、次の通りである。

- ・新型コロナウイルス感染症拡大により経営上の影響としては、「来店客減少/キャンセルの増加」「国内の受注・売上の減少」、「従業員や顧客の感染防止対策によるコスト増」が上位を占めており、売上が減少する中でコロナ対策によるコストがかさんでいるものとみられる。コロナ禍において事業者は、収入の減少と支出の増加という苦境に立たされていることが本アンケートにおいても浮き彫りとなった。



- ・新型コロナウイルス感染症拡大による影響への営業面での対応策として、「補助金・助成金・給付金の申請」と「公的支援策の情報収集」、次いで「一時休業や営業時間の短縮」が主に挙げられ、初動対応に関する事柄に回答が集中している。
- ・今後の経営課題として、「業務効率化」「人材育成」、「新たな販路開拓」、「社員の採用」の順で多く、社内内部の体制を固めることや生産性向上につながる項目を重視し、そのうえで売上減少を補うべく販路開拓を重視するような傾向が推測される。特にこれまでのアンケートで上位に入らなかった、「業務効率化」が経営課題のトップであり、コロナ禍下にて経営における重視すべきポイントに変化の兆しが顕れているといえる。
- ・期待する支援策として、税制の優遇がトップで、コロナ対策のための設備導入への補助策、金融支援策、雇用に関する助成金の順で多い傾向となる。
- ・相談方法については、セミナーや説明会についてはオンライン開催を望む声が圧倒的に多く、実際の個別相談や相談会については、面談とオンラインの併用を望む声がある。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ① 10年程度の期間を見据えて

前橋市の現状と課題を踏まえた上で、少子高齢化を背景とした人口減少や人手不足、グローバル経済の発展による市場競争の激化に加え、新型コロナウイルスの感染拡大の影響により経済停滞の長期化が懸念されるなど、市内の中小・小規模事業者は厳しい社会経済環境に直面している。特に小規模事業者になるほど、人的、財務的にも体力が少なく新型コロナウイルス感染症の影響で1年先の事業継続が見えないほどの先行き不安を感じている。

そこで当所は「経営者が自社の5年後10年後をイメージできる経営サポート」をビジョンに掲げ、まずは新型コロナウイルス感染症の影響からの復興を第一とした基盤強化と事業

継続の強化に向けた集中的支援を行い、そして事業者のニーズを的確に捉え企業のライフサイクルに応じた経営支援サポートを行っていく。また、前橋市の特徴である「めぶく。」に代表される創業やイノベーションを促進する支援や仕組みを構築していき、「**新しい価値の創造都市前橋**」の実現を目指す。

そのために、当所では小規模事業者が抱える様々な経営課題に対し、職員のスキルアップはもとより、他の支援機関や専門家との連携強化を図り、相談体制の強化に努めるほか、行政や関係者との協力により地域資源の利活用や中心市街地の活性化を目指す。

## ② 第七次前橋市総合計画や前橋市産業振興ビジョンとの連動性・整合性

第七次前橋市総合計画の第4章「活気あふれるまちづくり（産業振興）」において、10年後に目指す姿として「既にあるしごとの魅力を高めるとともに、新たなしごとを創出し、市民それぞれが個性を活かして活躍できるビジネスチャンスにあふれたまちを目指す」とあり、重点施策として「地域の産業の活性化」「働く意欲と機会の創出」「魅力ある農林業への転換」が示されている。さらに令和2年度改定版前橋市産業振興ビジョンでは3つの目指す姿（『ポテンシャル』で飛躍する都市、『チャレンジ精神』で生き活きと輝く都市、『イノベーション』で成長する都市）、4つの戦略（「既存産業の総合的・実効的支援」、「各種支援機関等の連携による新製品・新技術の創出」、「前橋にマッチした企業立地の促進」、「起業家の創出と人材育成」）が提示され、今回の改定版で初めて「商工会議所・商工会と連携した小規模事業者等の伴走型支援」が施策の方針として明文化されており、本計画の目標や取組内容は前橋市の施策とも連動するものである。

## ③ 商工会議所としての役割

当所は明治31年に設立以来、地域における唯一の総合経済団体として経営支援、産業振興、地域活性化など様々な事業を実施してきた。そこで、前橋市では平成25年10月に市内中小企業の発展と地域経済の活性化を目指し「前橋市中小企業振興条例」が制定され、その第2条、第7条において「経済団体（商工会議所）は中小企業者の事業活動を支援するとともに、市が行う中小企業の振興施策に協力するものとする。」とその役割が条例でも定められており、当所は前橋市と両輪になって市内企業支援を支える役割を担っている。



## (3) 経営発達支援事業の目標

以上を踏まえ、本計画の目標を①「**新型コロナウイルス感染症の影響による倒産を防ぐ**」②「**支援企業の営業利益率の向上**」③「**イノベティブな事業環境の創出**」と定め、市内中小・小規模事業者の事業継続および売上拡大支援を図り地域経済の発展や雇用維持を支えるとともに、事業者ニーズに基づく伴走型支援により5年10年先の自社の姿がイメージできる企業数の増加を図り、他都市に負けない魅力として「新しい価値の創造都市前橋」の実現を図る。

## 2 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

### (1) 経営発達支援事業の実施期間

本経営発達支援計画における事業実施期間を令和3年4月1日～令和8年3月31日とする。

### (2) 目標の達成に向けた方針

#### ① 新型コロナウイルス感染症の影響による倒産を防ぐ目標に対する方針

**方針** 新型コロナウイルス感染症の影響からの復興を第一とした  
基盤強化と事業継続の強化に向けた集中的支援を行う

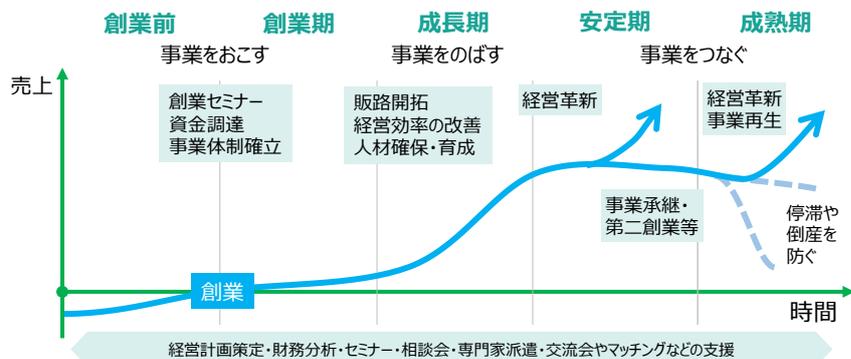
- (i) 新型コロナウイルス感染症の影響で生じた売上減少等による運転資金不足に対応するため、小規模事業者経営改善資金（マル経融資）等の活用による資金投入支援のほか、国や県、市等の補助金を活用した販路開拓支援による売上増加支援を通じキャッシュフロー確保を目指す。
- (ii) コロナ禍下における新生活様式に対応するための販売方法、接客方法などのビジネスモデルの変化に対応した支援を行う。

#### ② 支援企業の営業利益率の向上目標に対する方針

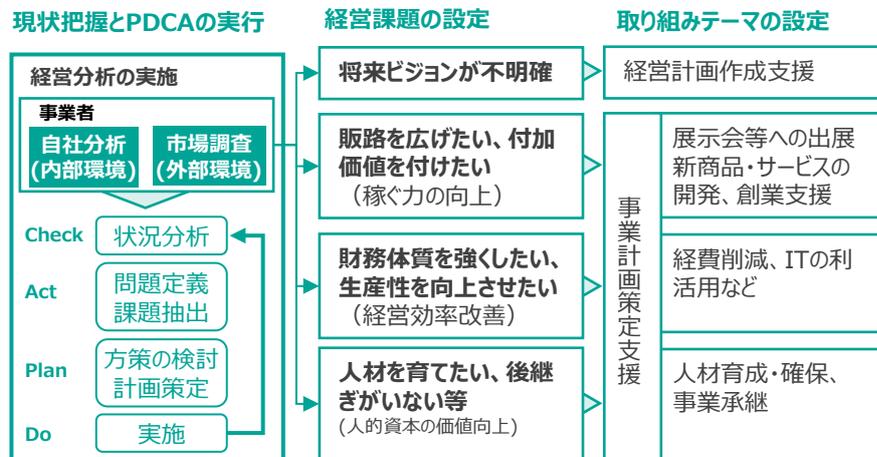
**方針** 事業者のニーズを的確に捉え、10年後の姿がイメージできるよう  
企業のライフサイクルに応じたサポートを行う

- (i) 経済環境の変化や事業形態により多種多様な経営課題が存在するため、従前以上に経済動向調査や直面している経営課題を抽出できるよう調査やアンケートを実施し、事業者のニーズを的確に把握する。
- (ii) セミナーや巡回訪問、窓口相談時など様々な機会を通じて経営分析を実施し、経営者に自社の現状把握を促す。
- (iii) 内部環境や外部環境の分析をもとに支援テーマを「稼ぐ力の向上（販路開拓や付加価値の創出）」、「経営効率改善（財務内容の改善、業務効率化（ITの利活用）、生産性向上）」、「人的資本の価値向上（戦略的中核人材の養成、多様な人材確保機会創出、事業承継等の担い手確保）」の3つにセグメント化し必要な支援を行う。

事業者のライフサイクルに応じた支援の展開（イメージ）



## 伴走型経営支援のプロセスイメージ



### ③ イノベーティブな事業環境の創出目標に対する方針

方針 前橋のまちづくりの特徴を活かし創業やイノベーションを促進する取組を行う

- (i) 新規創業や第二創業希望者に対し、創業スクールを開催する。
- (ii) 創業後5年未満の事業者を対象としたフォローアップ支援を行う。
- (iii) 群馬イノベーションアワード等の創業支援事業と連携し、地域全体での「創業支援」への機運醸成を図る。

## 3-1 地域の経済動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

現在当所では、日本商工会議所の LOBO 調査(5社に対し毎月)、中小企業基盤整備機構の中小企業景況調査(61社に対し年4回)を実施し、調査にご協力いただいた事業所に結果を提供している。調査結果が全国の値であり地域特性が出ない点、結果のフィードバックが調査協力先限定となっている点が課題となっており、令和2年度より管内の集計を始めているところである。

また、国が提供する「RESAS」等のビッグデータについては、当所会報やセミナー等でその活用方法の周知は行っているものの、独自の分析は行っていない。

### (2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
① 公表回数	0	4	4	4	4	4
② 実施回数	0	1	1	1	1	1
③ 公表回数	0	1	1	1	1	1

### (3) 事業内容

#### ① 中小企業景況調査の充実による地域内の業況の把握

中小企業景況調査の調査対象を増加したうえで管内の景況感を把握し、全国との対比から前橋の特徴を分析・整理し公表する。

【調査対象】現在の 61 社(製造業9社、建設業8社、卸売業 10 社、小売業 15 社、サービス業 19 社)を 100 社(各業種 20 社)に増やす。

【調査項目】売上、仕入、資金繰り等

【調査方法】現行の経営指導員による聞き取りのほか、FAX やオンラインなどにより調査する。

## ② 調査項目の充実による詳細な事業者ニーズの把握

上記景況調査に経営課題に係る調査項目を追加し、事業者が望む施策や支援事業を把握する。

【調査対象】①と同様

【調査項目】経営課題、求める支援策など

【調査方法】①と同様

## ③ 統計データ等を活用した地域経済・消費動向の把握

「RESAS」や「MieNa」、各種統計調査等を活用した地域経済・消費動向の分析を行い、経験や勘ではなく、データを根拠とした事業計画立案に寄与する。

【分析内容】「RESAS」の将来人口推計や滞在人口、消費傾向等のデータや「MieNa」の商圈分析、各種統計調査等から前橋市の特徴を分析・整理する。

【分析方法】経営指導員が必要に応じて専門家の助言を受け分析する。また、年に一度は市内シンクタンクの協力をいただき、市内経済動向分析を行う。

## (4) 成果の活用

①、③の事業で情報収集・調査、分析した結果は当所会報やホームページで広く管内事業者等に周知し、経営計画の基礎資料として活用していただくとともに、経営指導員等が巡回指導を行う際の資料としても活用する。②の調査結果は当所の施策へ反映する。

## 3-2. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

現状では具体的な需要動向調査は実施していない。また、調査の結果を有効な形でフィードバックするノウハウの蓄積や職員の資質向上が課題となっている。

### (2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①調査対象事業者数	0	3社	3社	3社	3社	3社
②調査対象事業者数	0	5社	5社	5社	5社	5社
③調査対象事業者数	0	20社	20社	20社	20社	20社

### (3) 事業内容

#### ① 土産品開発に係る需要動向調査

前橋市は「水と緑と詩のまち」といわれるように、文学文化は前橋固有の地域資源である。近年ではゲームやアニメに文学のコンテンツが使用されることも多く、平成 30 年度に当所で実施した調査では、萩原朔太郎にゆかりのあるスポットや食を関連させることで観光誘客を図れる可能性があることがわかった。そこで、萩原朔太郎をテーマとした観光振興と絡めた土産品開発を支援するための需要動向調査を実施する。

- 【支援対象】 食品製造小売事業者
- 【調査対象】 来場者 50 人(一般消費者)
- 【調査手段】 前橋市物産振興協会が運営する前橋物産館や群馬県が運営するぐんまちゃん家(東京銀座)等で試食コーナーを設け、アンケートを実施する。
- 【調査項目】 味、食感、見た目、価格 など
- 【成果の活用方法】 経営指導員が当該事業者にはフィードバックし、商品の改良につなげる。

#### ② BtoC の展示会・即売会における需要動向調査

県内外の物産館や道の駅、百貨店等での展示即売会（「全国から毎週集まる！！地域うまいもんマルシェ」）における需要動向調査を実施する。

- 【調査対象】 来場者 100 人(バイヤー、一般消費者)
- 【調査手段】 来場客に、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。
- 【調査項目】 ①味 ②価格 ③見た目 ④パッケージ等
- 【成果の活用方法】 調査結果は当該飲食店にフィードバックし、商品の改良につなげる。

#### ③ BtoB の展示会・商談会における需要動向調査

東京商工会議所をはじめ 35 商工会議所が主催する「ザ・商談！し・ご・と発掘市」等へ参加した事業所の商品や役務の提供に係る需要動向調査を商談相手を対象に実施する。

- 【調査対象】 参加事業所の商談相手
- 【調査手段】 アンケート方式
- 【調査項目】 取り扱い商品・役務による
- 【成果の活用方法】 調査結果は当該事業所にフィードバックし、商品・役務の改良につなげる。

## 4.小規模事業者の経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】 経営指導員等による金融相談や巡回・窓口相談、各種経営セミナー、個別相談会等を通じて、小規模事業者へのヒアリングを行い、必要に応じた分析と支援を実施している。専門的な経営課題の解決にあたり、群馬県産業支援機構（よろず支援拠点、事業引継ぎ支援センター、創業支援センター）、群馬県産業技術センター、JETRO 関東貿易情報センターと連携している。

【課題】 事業者の状況を把握するにあたり、当面の資金調達を目的とした金融支援や小規模事業者持続化補助金をはじめとする各種補助金の申請等の相談が、自社分析に必要な情報を得られる主な接点となっているが、資金繰りや補助金申請等の目先の目的に関わ

る分析・支援にとどまり、多くが具体的な掘り下げや継続的な支援に発展していない。また、巡回や各種経営セミナーで事業者に接する機会はあるものの、具体的な相談に進展する事業者は少ないため、巡回や各種経営セミナーで接点を持った事業者との関係性を深める方策が必要となっている。事業者との接点（巡回・窓口相談、金融相談、補助金申請、経営セミナー、個別相談会等）を増やし、そこから支援対象となる小規模事業者の発掘をし、定量的・定性的な経営分析に基づく継続的な支援を実施していく。

## (2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
(i) 経営分析 セミナー 開催件数	1	1	1	1	1	1
分析件数	130	200	200	200	200	200

※巡回指導や窓口相談を通じ 15 名の経営指導員 1 名につき年間 12 社（合計 180 社）、経営分析セミナー参加者 20 社に対し経営指導員が分析を行う

## (3) 事業内容

### ① 経営分析対象事業者の掘り起こし

#### (i) 経営分析セミナーの開催

経営分析セミナーを開催し、経営分析の重要性の周知や支援対象事業者の掘り起こしを行う。毎月約 5,600 事業所に配布している当所広報誌やホームページやフェイスブック、メールマガジン、SNS、チラシ、ダイレクトメール、関係団体の広告媒体等を通じて広く周知を行う他、巡回・窓口相談の際も事業者の状況にあわせて参加勧奨を行う。また、当所主催のセミナーを開催する際、参加事業所へ対して経営分析を行う機会を設け利用を呼び掛ける。呼び掛けに応じた事業者へは BIZ ミルを活用したローカルベンチマーク等による分析をし、事業者へ結果のフィードバックを行うだけでなく、分析に沿った経営課題解決のための支援を積極的に実施する。（目標数は上記「(2)目標」を参照）

#### (ii) 金融相談や補助金相談における経営分析にもとづく積極的な支援

マル経融資の申込や小規模事業者持続化補助金をはじめとする各種補助金申請の際、事業者の経営分析を原則的に行うものとし、経営分析結果は事業者本人へフィードバックするとともに、その分析に基づき資金計画や事業計画の作成を支援する。一時的な支援にとどまらず、融資申込や補助金申請を足掛かりとしてどのように事業を発展させるかを、申込・申請が終了した後も適宜経営分析による客観的な目線を保ちながら継続的な支援につながるよう心掛ける。

#### (iii) 巡回による対象事業所の掘り起こし及び継続した支援

小規模事業者は、経営方針や経営計画を普段意識せず、足元の経営状況に左右された経営となっている場合が多い。経営指導員との対話により経営方針や経営計画など自社についてあらためて考える契機となり、自社を客観的に分析できるよう経営分析を活かしつつ支援を行う。具体的には巡回時に経営状況等を聞き取り経営分析を行い、結果を事業者へフィードバックしながら自社の現状分析及び将来の進むべき方向をともに検討する。フローチャートを利用しそれぞれの事業者におけるライフステージを意識しながら、5年後・10年後自社がどうあるべきかを具体的・数値的に想定し、PDCAサイクルを効果的に回すうえで必要な経営分析を行いながら支援を行う。

#### (iv) 新規創業者等への客観的視点での自社分析による計画及び実行意識の醸成

新規創業者は事業計画・計画遂行に不慣れなことが多いため、計画の作成から実行、振り返り等を経営分析に基づく客観的な視点によって実施することを、より密度を濃く行う必要がある。創業についての個別相談や創業セミナー等を通じて接した創業者に対し、経営分析を実施したり、自身で経営分析を行えるよう指導しながら、計画立案・実行・検証・計画の再作成といったPDCAサイクルとそれにおける客観的な視点の重要性に事業者本人が気づき実行できるよう支援を行う。

### ② 経営分析の内容

【対象者】 上記①(i)～(iv)の中から、経営分析の必要性を感じ、決算書等情報提供に応じた200社

【分析項目】 定量分析：売上高総利益率、営業利益率、自己資本比率、売上債権回転期間、棚卸資産回転期間等の財務分析。各種分析の同業多社との比較。

定性分析：経営方針、SWOT分析、環境分析（3C分析、PEST分析）、業界の収益性（ファイブフォース）、付加価値（バリューチェーン）、マーケティングに関する分析（4P、4C、STP、AIDMA、AISAS）等

【分析手法】 日本商工会議所が推奨する「経営支援機関システム(BIZミル)」や経済産業省「ローカルベンチマーク」、内閣府の「経営デザインシート」、(株)日本統計センター「市場情報評価ナビ/MieNa」、日本政策金融公庫「財務診断サービス」、中小機構「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。定性分析においては経営指導員の経験等で差が付きやすいため、職員間で情報を共有しながら精度の高い分析を行えるよう体制を作る。より専門性の高い分析が必要となる場合は外部専門家と連携するなどして多方面からの分析を行う。

### (4) 成果の活用

- ・ 分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定支援に活用する。また、分析結果により課題が認識された事業所には、課題解決のための支援を行う。
- ・ より専門的・高度な支援が必要となり外部専門家と連携する際に、本分析結果を共有することで効率的な事業者の把握につながる。
- ・ 分析結果は、「BIZミル」でデータベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。情報共有することにより、担当する経営指導員が変わったとしても、過去の状況を把握しながら継続した支援を行うことができる。
- ・ 外部専門家の分析に職員が同席し、スキルアップを図る。特に本計画の初年度・次年度で積極的に外部専門家による分析を行い、本計画最終年度では職員自身で正しく分析できるよう、経験の蓄積をしていく。

## 5. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】管内小規模事業者の多くは、将来の発展や継続を目指すということに目は向かず、むしろ目先の収益に一喜一憂しがちで、経営活動を行う上で重要とされる“経営理念の策定”や“目標の設定”といった計画性に乏しい実情がうかがえる中、昨今のコロナ禍による経済活動の著しい停滞から、業種を問わず大きなダメージを受けており将来

への希望をも失いつつある。

一方、本市の創業環境に目を向けると、前橋市の産業振興ビジョンにおいても創業支援を重点項目の一つに掲げ、開業に対する融資制度等の支援メニューを充実させ、創業を促進する環境づくりに力を注いでいる。

このような状況下、当所の支援状況は、平成28年4月に経営発達支援計画の認定を受け、経営計画策定に重きを置いた支援を中心に関連セミナーの開催や専門家派遣等を行うことで、財務状況の分析や課題の抽出、強みや弱みの整理など経営資源の見える化に対する重要性を説きつつ、各種補助金の活用を推進することにより事業計画策定支援に結び付けている。また、初期対応が窓口・電話相談などの「待ちの相談体制」が常態化していて、支援先の固定化が目立つようになり、その反省から、平成30年度より本市内を4分割した「ブロック別支援」の導入によって、組織的な支援体制の強化と管内全域への支援に努めている。

**【課題】** これまでは経営計画策定を重視したため、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透しておらず、支援方針の転換を図り改善した上で事業計画策定支援を重視する必要があると同時に、計画に盛り込まれた取り組みの実現可能性や数値目標の達成までを考慮した計画策定を行う必要があることから、経営状況の分析結果を十分に鑑みたくえでの計画策定支援を行う。

また、ブロック別支援を導入し組織的な支援を強化しているものの、経営指導員の資質や支援経験、対応能力など個々の力量に委ねている実情も否めず、支援件数等にバラつきが見受けられるため、職員間の支援情報の共有化を図るとともに、支援に必要な資質向上と支援能力の底上げによる平準化が必要である。

## (2) 支援に対する考え方

昨今のコロナ禍で将来への希望を失いつつある小規模事業者を対象に、前向きに導くための支援が重要であり、この難局を乗り越え持続的な経営を目指してもらうために、本計画の1～2年目までは、コロナ禍を乗り越えるための支援を重点的に取り組むため、国や県・市等の各種補助金等の活用を促しつつ、申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高い取り組みを選定し、販路開拓に向けた事業計画の策定につなげる。また、コロナ禍の収束を見据えて、3年目以降は、小規模事業者のライフサイクルに応じた事業計画策定支援を行っていく。

計画策定支援にあたり、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。そして、支援事業者が利益率3%（赤字の場合は黒字化へ）向上を達成するために必要な「稼ぐ力の向上」、「経営効率改善」、「人的資本の価値向上」に取り組むことで、経営資源の最適化を図り「自社の5年後10年後がイメージできる」支援を行う。

## (3) 目標

事業計画策定の目標値						
	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
① - (i) 策定件数	130件	115件	135件	—	—	—

－(ii)策定 件数	—	20件	—	—	—	—
②－(i)開催	—	2回	2回	2回	2回	2回
〃－(ii)開催	—	2回	2回	2回	2回	2回
〃－(iii)開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
〃－(iv)開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
〃 策定件数	—	15件	15件	150件	150件	150件
策定件数合計	130件	150件	150件	150件	150件	150件

#### (4) 事業内容

##### ① コロナ禍を乗り越える事業計画策定支援

###### (i) 各種補助金等の活用促進（2年程度を想定）

###### 【支援対象及び事業内容】

コロナ禍の難局を乗り越え、持続的な経営に前向きな意欲のある事業者を中心に、「ブロック別支援体制」による巡回支援や窓口相談の案件を基に事業者を選定し、国や県・市等の各種補助金等の活用を促進し、経営指導員等が経営計画策定から経営分析・事業計画策定までワンストップで支援する。

また、計画策定事業者に関してはその実行に向けて補助金等の申請支援につなげるとともに、具体的な実行に向けて伴走型支援を実施していく。但し状況に応じて、専門家や関係機関とも連携することにより、事業計画策定にあたり実現性の高い取り組みへと導く。

同時に、経営指導員等が支援経験を積むための重要期間と捉え、個々の資質向上と実力を身につけ、支援能力の平準化にも努める。

###### (ii) キッチンカー事業に挑戦する飲食店への事業計画策定支援

###### 【支援対象及び事業内容】

コロナ禍により経済が停滞する中、感染を恐れ外出を控える等の生活様式に対応するべくキッチンカー事業への参入を検討する飲食店が増えている。事業者からのヒアリングによると、参入障壁となるのが採算の不確実性(期待収益-参入コスト)であるとの声が多い。つまり、①機材調達コストを下げることで、②潜在ニーズの把握が課題と言える。

①については、機材購入等の仕組み等並びにファイナンスについて既に行政による補助金制度導入やメニューを揃えている金融機関もある。一方で②については各事業者が独自に調査せざるを得ない状況であり、これが大きな障壁と思われる(期待収益の算出が困難)。そこで、令和2年度に実施予定の調査(ターゲットとなる潜在需要が、市内のどこにどの程度存在しているかを調査)の結果を活用しつつ、経営分析をもとに出店場所選定も含めた事業計画策定支援を行う。

##### ② 企業のライフサイクルに応じた事業計画策定支援

支援対象は、経営分析を行った小規模事業者のうち、「5・10年後がイメージできる」に向けて意欲を持っている事業者で、支援が必要と判断される事業者又は支援を希望する事業者

の合計 150 社を対象として行う。(創業間もない事業者を含む) 事業再生・経営改善、緊急的な事業承継問題等の一刻を争う問題を有さない者を想定する。但し、その問題を有する案件は、専門家へとつなぐことで支援機関としての役割を果たす。そこで以下の事業を実施する。

**(i) 事業計画策定を希望する事業者の発掘のため、「事業計画策定セミナー」を開催**

経営分析を実施した事業者を対象にセミナーを開催し、事業計画の策定意義と重要性、具体的な手法を学んでもらう事業計画策定セミナーを開催する。また、本セミナーの受講者を B I Z ミルの管理機能に登録することで、フォローアップ支援につなげていく。

【募集方法】 ホームページ、フェイスブック、メールマガジンにて開催案内を行うとともに、会報等へチラシを折り込む 他

【開催回数】 年 2 回

【カリキュラム案】 事業計画策定の意義、経営計画・経営目標・ビジョン等の考え方  
事業計画策定のプロセスと留意点、事業計画達成に向けた行動計画  
事業計画策定とブラッシュアップ 等

【参加者数】 50 社

**(ii) 「事業計画策定セミナー」等の受講者を対象とした個別相談会を開催**

「事業計画策定セミナー」等の受講者に対して、それぞれの業種業態に応じた個別の事業計画策定 支援を実施するため、専門家による個別相談会を開催する。個別相談会に経営指導員等が同席することで、計画策定後の実行支援にもつなげていく。

【募集方法】 ホームページ、フェイスブック、メールマガジンにて開催案内を行うとともに、会報等へチラシを折り込む 他

【開催回数】 年 2 回 (1 回 5 日間)

【参加者数】 50 社

【策定ツール】 BIZ ミルを主体として、必要に応じて中小機構の「経営計画つくるくん」を活用し、経営指導員等が伴走型の計画策定支援を行う。

**(iii) 創業計画書の作成に向けた「創業塾」を開催**

創業を予定している方、創業間もない方に対して、経営者として必要な心構えや自己の棚卸、事業を取り巻く環境分析等を通じて、具体的な創業計画やマーケティング計画を作成する 4 日間にわたる創業塾を開催する。また、受講者を B I Z ミルのセミナー管理機能に登録することで、創業に向けたフォローアップ支援につなげていく。

【募集方法】 ホームページ、フェイスブック、メールマガジンにて開催案内を行うとともに、市の広報誌にて募集を行う

【開催回数】 年 1 回 (1 回 4 日間)

【カリキュラム案】 第 1 日目 創業に役立つポイント (事業コンセプト、持続化に必要な心構え  
起業手続きの方法 他)

第 2 日目 マーケティング (売れて、儲かる仕組みを考える)

第 3 日目 事業内容の具現化と数値化 (販売計画・収支計画・資金計画 他)

第 4 日目 事業計画の策定とブラッシュアップ (夢を叶える行動計画)

【参加者数】 30 名

**(iv) 創業後 3～5 年の経営者を対象にした「創業フォローアップセミナー」を開催**

本市の創業融資である起業家独立開業支援資金の利用者における創業後 5 年後の廃業率が 8.8%となっており、3 年後の状況に比べ 1.1%悪化している。要因として、創業時には創業融資や補助金の活用により売上補填があるため計画の見直しを十分にせず運転資金が確保で

きたが、開業時の資金が底をついた5年後位の時期に打開策を講じられず廃業につながっていると考えられる。そこで、創業から3～5年の経営者を対象に創業計画の見直し、経営分析、事業計画策定をトータルでフォローするセミナーを開催する。

【募集方法】 ホームページ、フェイスブック、メールマガジンにて開催案内を行うとともに、市の広報誌にて募集を行うほか、群馬イノベーションアワード参加者へ周知

【開催回数】 年1回（1回5日間）

【カリキュラム案】 創業計画の見直し、経営分析による課題抽出  
創業計画の再構築、販路開拓への取組 等

【参加者数】 20名

#### (v) 前述①を除いた、事業計画策定

「巡回支援」、「事業計画策定セミナー」・「個別相談会」・「創業塾」・「創業後フォローアップセミナー」の各受講者を対象に事業計画策定支援を実施する。策定ツールとしては、経営分析と同様に「BIZ ミル」を中心に用いることで、事業所ごとのデータ保管と経営指導員間での情報共有が徹底され、各ブロック別の組織力と知恵を結集することで、多様性を持った戦略と実現性の高い計画策定に加え、数値目標の達成に向けた抜け目のない支援を実践する。また、状況に応じて、専門家や金融機関とも連携することにより、円滑な資金調達に対する環境を整える。

## 6. 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】 前述の「5. 経営計画策定支援に関すること」で解説したとおり、管内の小規模事業者の多くが将来展望に目を向けられない状況下、当所では、巡回支援及び広報誌による有益な情報提供や好事例を発信することで、経営理念に基づいた事業計画策定の大切さと重要性について理解を求めて来たとともに、各種セミナーや個別相談会の開催、専門家派遣等を通して個社支援への充実を図ることで、既存事業者の経営課題掘り起こしと経営基盤強化に努めてきた。

しかしながら、新たな販路開拓の実現に向けた展示会や催事即売会等への出展支援を行うことで、ビジネスチャンスの機会創出と経営を軌道に乗せるための支援を行うつつも、その後のフォローアップとしては、担当経営指導員の裁量に委ねていることから、継続的な支援の観点からは不十分な状況を否定できないことが反省点である。

【課題】 計画策定後のフォローアップに関しては、巡回支援の頻度や周期を適切に設定するとともに、課題解決に対するスピード感を常に意識し、支援そのものが後手に回らぬよう計画の進捗状況に対するチェック&アクションの支援サイクルを習慣づけるために、経営指導員の意識改革と自己管理を徹底するとともに、支援先の売上や売上総利益、営業利益等の経営指標を把握・説明できるよう努めることが求められている。

### (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。

### (3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ対象事業者数	—	150 件				
頻度（延回数）	—	1,800 回				
売上増加事業者数	—	50 件	50 件	50 件	60 件	75 件
営業利益率3%以上増加の事業者数	—	25 件	25 件	25 件	30 件	40 件

※上記目標値については、5. (3)「事業計画策定の目標値」で掲げた数値を基準に、「フォローアップ対象事業者数」は「事業計画策定件数」と同数、フォローアップの「頻度（延べ回数）」は6. (4)「事業内容」で掲げた数値を基準に訪問以外のコンタクト（電話、電子メール、リモート 他）による確認を含む。「売上増加事業者数」「営業利益率3%以上増加の事業者数」は、本計画開始当初における「フォローアップ対象事業所数」の1/3及び1/6から段階的に増加させ、最終年度は1/2及び1/4まで引き上げる。

### (4) 事業内容

フォローアップ頻度の目標数値としては、事業計画策定 150 社に対し毎月 1 回を基本に訪問等による支援を行う。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。また、その実行手段は、経営指導員の判断を基に各ブロック内での協議を経て決定する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じている危険度が高いと判断できる案件は、他ブロック等の経営指導員間による協議や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度等の体制の変更を行う。

## 7. 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】** 小規模事業者は優れた技術・製品（商品）がありながらも受注の確保に結びついていない。情報発信や販路拡大支援に対して、当所ではこれまで商談会や即売会、展示会への出展支援、並びに広報宣伝ツールとして当所会報「糸都」（月刊誌）への会員情報掲載及びチラシ同封サービスの実施、更にはホームページやSNSの利活用セミナー等を実施している。

**【課題】** 商談会や即売会、展示会への出展支援に際して、それぞれ年間 1 回程度の支援であったため、支援件数が年間数社程度に留まっている。今回の計画では、未だ 1 度も展示会等の出展をしたことがない事業所をターゲットにするため、セミナーの開催等の出展の事前・事後のフォローをきめ細かく行うことで成果を高める改善をした上で実施する。

### (2) 支援に対する考え方

販路開拓セミナー並びに展示会等出展支援に対しては、例えばホームページを持っていない、SNSを利用したことがない、展示会等に一度も出展したことがない等の事業所をター

ゲットに支援を行い、これらの販路開拓策を継続して経営実装してもらえるよう支援する。また、展示会や商談会については、前橋商工会議所が自前で開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会等への出展を目指し、出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

### (3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①HP・SNS等 ICT 利活用販路開拓支援事業者数	—	20社	20社	20社	20社	20社
売上増加率/社	—	3%	3%	3%	3%	3%
②各種メディアへのプレスリリース支援事業者数	—	20社	20社	20社	20社	20社
新規取引社数/社	—	1社	1社	1社	1社	1社
③Web 展示会・商談会への出展による販路開拓支援事業者数	—	10社	10社	10社	10社	10社
成約件数/社	—	2社	2社	2社	2社	2社
④展示即売会への出展支援事業者数	2社	5社	5社	5社	5社	5社
売上額/社	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
⑤展示会への出展支援事業者数	8社	20社	20社	20社	20社	20社
成約件数/社	—	3社	3社	3社	3社	3社
⑥受発注商談会への参加支援事業者数	4社	10社	10社	10社	10社	10社
成約件数/社	—	2社	2社	2社	2社	2社

※ ④の売上額の根拠について：2018年の「日本百貨店しょくひんかん」での「地域うまいモンマルシェ」の実績は、客単価463円、マルシェの平均売上84,185円となることから、平均以上の売上を目標とし1社あたり10万円とする。

### (4) 事業内容

#### ① ホームページ・SNS等 ICT 利活用販路開拓支援 (BtoB・BtoC)

未だ Web を使用した情報発信をしていない小規模事業者が多いのが現状であるため、ホームページ・SNS等を販売促進ツールとして新規顧客獲得・販路拡大をしていただくべく「販路開拓セミナー」を開催する他、販売促進ツールの活用・作成方法について実践を交えて習得できるよう支援する。なお、「販路開拓セミナー」は、ホームページやSNS等のICTツールを利活用したことがない小規模事業所を対象に、「ホームページ・SNSの開設の仕方」、

「事例を挙げた利活用の方法」「各種 SNS の特徴や注意点」等についてセミナーを開催する。

## ② 各種メディアへのプレスリリース支援（BtoB・BtoC）

小規模事業者は、効果的な周知活動を行うことができず受注の確保に結びついていないのが現状である。新商品、新サービスを各メディアへ積極的に発信し、販路拡大の機会を創出するため、「プレスリリースセミナー」の開催や、専門家と連携し個別作成支援を実施する。なお、「プレスリリースセミナー」は、広報活動の悩みを抱える小規模事業所を対象に、各種メディアに対応した「プレスリリースとは」「ニュースとして取り上げられるためのポイント」「選ばれるプレスリリースの構成・書き方」等についてセミナーや個別相談会を開催する。

## ③ Web 展示会・商談会への出展による販路開拓支援（BtoB・BtoC）

今まで Web 展示会や商談会等に出展したことがない小規模事業者を対象に全国の商工会議所ネットワークを通じたインターネットサイト「ザ・ビジネスモール」「BMテンポ」や「おもてなしギフト」を利活用していただくべく広報・周知を図り、全国規模での新たな取引先確保、販路拡大に繋げる。

### ※「ザ・ビジネスモール」

大阪商工会議所が運営する商取引支援サイト。全国 26 万社以上の商工会議所・商工会会員が登録する日本最大の企業データベースで、アクセス数は月間 300 万以上、全国 470 団体超の商工会議所・商工会が登録。

### ※「BMテンポ」

飲食店、小売店、サービス店の紹介ホームページを店舗事業者が簡単に編集し、開設できるサービスあり、作成したホームページは、商工会議所・商工会が運営する日本最大級の企業取引サイト「ザ・ビジネスモール」上に掲載。

### ※「おもてなしギフト」

横須賀商工会議所が日本商工会議所、全国の商工会議所と連携して Yahoo! ショッピング上に運営する、ギフト専門のネットショップ。

上記の活用を促し、出展及び新規取引先拡大に繋げる。

## ④ 展示即売会への出展支援（BtoC）

日本商工会議所が「日本百貨店しょくひんかん」（東京・秋葉原）と連携し、全国のうまいものを「全国から毎週集まる！！地域うまいものマルシェ」を開催しており、自社で製造販売している商品に対し、全国的な販路拡大を目指す食品製造小売業者を対象に出展支援を行い、地域の美味しい商品、新たに開発された商品の販路開拓・拡大支援を行う。

さらに、新商品等の広告宣伝のため、県内外の物産館や道の駅、百貨店等において「前橋物産コーナー」「前橋ブランド展示即売会」等を設置していただけるよう商工会議所が交渉し、希望事業者を募って共同出展する。展示即売会開催にあたり、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行う。

### ※日本百貨店しょくひんかん

ニッポンのモノづくりとスグレモノをテーマに、日本全国から様々なヒト・モノ・コトが集まり、様々な出会いを生み出している日本百貨店。2013 年 7 月にオープンし、日本



商工会議所が各地商工会議所と連携し、「地域の自慢の逸品」を週替わりで出品。地域で長く愛されている美味しいものや「地域資源を活かして地域ぐるみで開発された食品」の販路開拓・拡大支援を行っている。2019年度は32週にわたり開催し、29商工会議所が出展。地区内事業者の参加を促し売上増加に繋げる。

#### ⑤ 展示会への出展支援（BtoB）

展示会への出展は小規模事業者にとって非常にハードルが高い。費用や人員の確保の難しさはもちろん、一度も展示会に出展したことがない小規模事業者にとってはサポート無くして単独での出展は難しい状況である。そのような一度も展示会に出展したことがない製造業の小規模事業者に対しても展示会への出展体験並びに広く販路開拓の機会を得てもらうことを目的として、隣県における展示会への共同出展を実施する。



経営指導員は、出展サポートとして一緒に同行し、来場者へのPRを行い、販路開拓の支援を行う。また、事前の説明会や事後の報告会等を開催し、より効果的な支援を図る。

なお、展示会は首都圏での製造業を中心とした大型展示会である「彩の国ビジネスアリーナ」において共同出展することを想定している。

##### ※「彩の国ビジネスアリーナ」

埼玉県さいたまスーパーアリーナで開催される国内最大級の大型展示会。中小企業の受注確保・販路開拓、技術力向上等を目的とし、広域的な企業間ネットワーク形成による新たなビジネスチャンス創出の場を提供する展示商談会毎年約600社ほどの企業・団体が参加する。

#### ⑥ 受発注商談会への参加支援（BtoB）

東京商工会議所をはじめ36商工会議所が主催する「ザ・商談！し・ご・と発掘市」等への参加を促進するため、発注・受注したい製造業者を対象とし、広く広報するとともに、直接の商談等により販路拡大を支援する。



経営指導員は、専門家等と連携し、商談方法やPR方法等、確実に受注につなげられるよう支援する。

##### ※「ザ・商談！し・ご・と発掘市」

東京商工会議所をはじめ36商工会議所が主催。製造業者が一堂に会し、具体的な案件に沿って個別に面談する受発注商談会。発注企業60社、受注希望企業200社を定員とし、全国各地の企業との商談が可能。

## 8. 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] 前橋市産業政策課長、群馬県産業支援機構相談課長、日本政策金融公庫前橋支店国民

生活事業統括で構成する「経営発達支援計画評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の評価及び見直しを行っている。

**【課題】** 経営発達支援事業の評価・見直しを行っているが、さらなる連携強化を求める評価が多く挙げられた。また、前期の計画では前橋市総合計画、前橋市産業振興ビジョンなどを加味した計画ではなかったため、今後は前橋市の政策との整合性を加味しつつ、前橋商工会議所と前橋市が一体となった経営発達支援計画を進める必要がある。

## (2) 事業内容

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

- ① 当所内において担当副会頭をリーダーとし職員のみならず関係議員も含めた「経営発達支援計画プロジェクトチーム（仮）」を結成し、経営発達支援事業に関する事業の実施状況、成果の評価、事業見直し等に関し内部評価を実施する。
- ② 年1回、前橋市、群馬県、政府系金融機関の関係機関、法定経営指導員のほか、企業支援に関係する外部有識者等を委員に委嘱し、「経営発達支援計画評価委員会」を開催し、①の内部評価に対する評価・検証を行う。
- ③ 「経営発達支援計画評価委員会」での評価や見直しについて、経営発達支援計画プロジェクトチームにて再度改善策を検討し、結果を正副会頭会議で承認、常議員会で報告する。
- ④ 事業の成果、評価、見直しの結果を当所のホームページ、会報等に掲載し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

## 9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

**【現状】** 当所では経営指導員15名、経営支援員3名の計18名の支援体制を敷いているが、さらに2019年度よりメガバンクで海外実績も豊富なスーパーバイザー1名、地元金融機関からの出向職員1名を受け入れさらなる経営支援の強化に努めてきた。

資質向上のためスーパーバイザーを講師としたOJTの開催、県内の経営指導員や経営支援員を対象とした定期的な研修会の参加、中小企業大学校への研修参加などを実施している。

**【課題】** 業務として地域振興や中心市街地活性化事業など政策的支援を行う業務も多々あり、経営指導員によって支援経験や能力の差があることが否めない。また、現在の経営指導員の年齢構成も高齢化と若年化が顕著であり今後はベテラン指導員のノウハウを若手に伝授する仕組みを構築し、組織全体としてのスキルアップを図る必要もある。

### (2) 事業内容

#### ① 外部講習会や研修会等の積極的活用

既存の県内商工会議所応用研修会や基礎研修会、日本商工会議所主催の研修に加え、経営分析や事業計画策定支援のスキルアップにつながる中小企業大学校の専門研修に経営指導員、一般職員問わず参加し、支援能力の底上げを行う。

## ② OJT制度の導入ならびに情報共有

現在、当所管轄区域を東西南北の4ブロックに分けて、ブロックごとに担当者を配置（1ブロック4～5名）し巡回支援を行っているが、支援経験の豊富な経営指導員と若手経営指導員や経営支援員、さらには一般職員を組み合わせたブロック構成員とし、毎月2回はブロック会議を開催し、巡回支援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、毎月ブロックリーダー会議を開催し、ブロック毎の進捗や支援情報の共有を図る。

## ③ 中小企業診断士等の資格取得奨励

経営指導員の資質向上と職員全体の専門知識の向上を図るため、中小企業診断士の資格取得を奨励する。現在1名の中小企業診断士が在職しているが、増員を図るべく資格取得費用負担や取得希望者に対する実務支援を行い、令和7年度までに2名の取得を目指す。

## ④ データベース化

経営指導員・経営支援員が「BIZミル」による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。

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

**[課題]** 事業者が抱える課題やニーズが、複雑化・高度化し、または商圈が広域化するなかでの変化対応に加えてコロナ禍下での状況に対応するため、他地区の商工会議所をはじめ、金融機関や公的支援機関と連携し、支援の現状、支援ノウハウ、事業者ニーズに関する事など情報交換を積極的に行っていく必要がある。これらの取り組みにより支援体制の強化と連携事業の推進することで、管内小規模事業者の持続的な発展に向けて多様な視点からの支援体制をこれまで以上に構築する。

## (2) 事業内容

### ① 北関東三県県庁所在地商工会議所職員研修会

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



提供することで、創業者のニーズに沿った支援を行なっている。当所は、本ネットワーク創設以来、参画しており、ネットワーク構成機関と連携を図りながら、「起業家交流会」や「よろず相談会」に積極的に参加し、参加者の相談対応 やフォローアップに努める。

#### ⑧ JETRO 群馬との連携

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

### 11. 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

当所は地域経済の活性化のため、前橋市をはじめとする関係者と会議や事業等を通じて方向性を共有している。行政、他の支援機関に加え、大学・研究機関や観光振興の組織、商店街など、多様な担い手と連携を図りながら地域経済活性化のため、産業振興全般から観光振興、地元人材の育成・定着、まちづくり、産学官連携などと多岐にわたる取り組みを行っている。今後、これらの主体とのさらなる連携、情報共有を進めることで事業者の経営に寄与する取り組みが必要とされている。

#### (2) 事業内容

##### ① 前橋市産業振興ビジョン協議会への参画

前橋市では「前橋市中小企業振興基本条例」の目的を達成するために、「前橋市産業振興ビジョン」において、本市の産業振興の方向性や方針を定めている。本市の産業が今後よりいっそう発展していくためには、国内外のマクロな社会環境の変化に目を向けつつも、ミクロな地域の視点に立脚した地域経済活性化への取り組みが必要となるなか、本市の活力ある産業の確立を目指したものです。本産業振興ビジョンは、令和2年度に2度目の改定が行われ、ICT社会の本格的到来などその後の更なる社会経済情勢の変化を踏まえた対応を行うことに主眼を置いた内容となっている。計画期間は令和2年度より令和6年度までの5年間で、本ビジョンに基づいた施策が進められており、その進捗状況などを共有するため『前橋市産業振興ビジョン協議会』に参画している。協議会は年数回程度開催される予定である。

##### 【構成員（※名簿掲載順）】

群馬県信用保証協会、前橋商工会議所女性会、前橋東部商工会、(一社)群馬県銀行協会、前橋中心商店街協同組合、群馬県次世代産業振興戦略会議、群馬県若者就職支援センター、富士見商工会、ぐんま若者サポートステーション、前橋工科大学 地域連携推進センター、連合群馬前橋地域協議会、前橋商工会議所、公益財団法人 群馬県産業支援機構、群馬がん治療技術地域活性化総合特区地域協議会、群馬県立産業技術センター、一般社団法人 群馬県中小企業診断士協会、群馬県中小企業団体中央会、一般公募

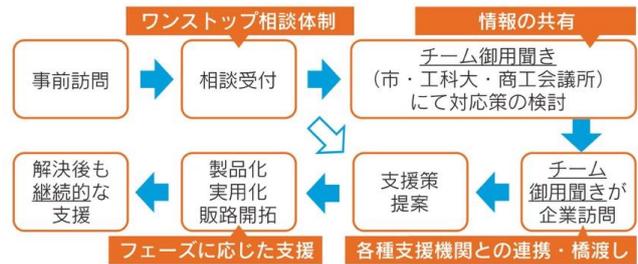
##### ② 前橋市御用聞き型企業訪問サポート事業の推進

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

的なシーズを掘り起し、一緒に課題を解決する制度。

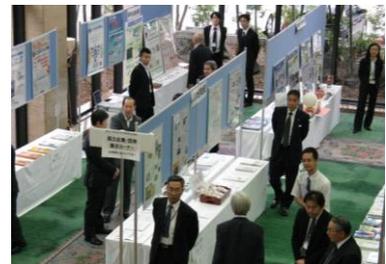
これまで「チーム御用聞き」が、事業所を訪問し、企業の皆さまから様々な課題や相談を受け、課題解決へのアドバイス、製品化に向けた開発支援、商品化に向けた販路支援など、各支援機関等と連携しながら企業

の稼ぐ力の向上に向けた支援を行っている。また、各種支援機関との連携により、橋渡しなども行っている。特に製造業を中心として技術開発や5Sの推進をはじめとする取り組みについて成果を挙げている。本計画の実行にあたっては、本制度の産学官連携による企業支援という特徴を活かして事業計画策定支援に繋げていく。



### ③ 群馬産学官金連携推進会議

群馬大学、前橋工科大学、前橋商工会議所では産学官連携に金融機関の支援を加え、知的財産と産業の融合、県内地域の活性化に寄与することを目的に毎年、開催。例年、最新のトピックスによる基調講演やパネルディスカッション、ビジネス交流会をはじめ、各機関の研究成果パネル展示や専門のコーディネーター等による技術・補助金の相談デスクを設けて開催している。産学官金連携の最新動向や、技術開発等の情報が得られる機会であるので、支援事業者の業種に応じて今後も参画を促していく。



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

2018年、前橋市、市内の6大学と前橋商工会議所は、産学官でつくる協議会「めぶく。プラットフォーム前橋(地域人材の育成・定着に向けた産学官連携基盤推進協議会)」を設立。包括連携協定を締結し、若者の地元就学・就職、起業・創業、事業承継、雇用の確保など、地域の将来を支える人材をどのように育成し、定着させていくかは、産業界、教育界、行政が共通して抱える喫緊の課題であるとの認識のもと、「地域人材の育成・定着」をテーマに、産業界・教育界・行政が、地域の課題を共有し、各々の役割や立場を超えて、お互いの強みや経営資源を持ち寄りながら課題解決に取り組む。これまで、合同教職員研修会や進路・就職相談会を開催。



構成団体：前橋商工会議所、市内国公立全6大学(群馬大学、県民健康科学大学、前橋工科大学、群馬医療福祉大学・短期大学、共愛学園前橋国際大学、明和学園短期大学)、前橋市 ※オブザーバー群馬県、群馬労働局

### ⑤ (公財)前橋観光コンベンション協会

(公財)前橋観光コンベンション協会は、前橋市の観光、コンベンション振興を担う組織である。主な事業として観光戦略の立案やマーケティング、観光客誘致、市内観光イベントの

実施、コンベンションの誘致や開催支援、映画やテレビ等のロケーション撮影の誘致を行っている。

#### ⑥ ようこそまえばしを進める会(T-1グランプリ)

旅館・ホテル、タクシー、バス、旅行会社など観光に関係する民間関係者や行政関係者らで構成された観光振興を図るための組織で、平成17年11月に発足。前橋市の北部にある赤城山南麓地域では養豚が特に盛んであり、前橋市の豚肉産出額は全国トップクラスで、都道府県別でも群馬県が全国6位(2012年都道府県別農業産出額)になっており、豚のブランド銘柄が多いのも特徴がある。この特徴を生かして、「TONTONのまち まえばし」



と銘打って、名物料理づくりの取り組みをはじめ、豚肉料理を使った料理コンテスト「T-1グランプリ」の実施や、グルメマップの作成やその他、観光振興に取り組んでいる。

その中で、群馬県産の良質な豚肉を使った料理コンテスト「T-1グランプリ」はこれまで11回開催され、例年市内約60～80店舗が参画している。飲食店に対してはこのコンテストへの参画を促し、自店のPRにつながる支援を行う。



#### ⑦ 前橋市物産振興協会

前橋市物産振興協会は、前橋市における各種物産(観光土産品を含む)の販路開拓、品質の改善及び生産の増強を図り、本市の産業経済振興に寄与することを目的とする組織である。前橋駅の物産館や市内の観光スポットである「臨江閣」のカフェ・物産コーナーの運営を行っている。加えて前橋市物産や土産物の販路開拓及び宣伝紹介をはじめ、見本市、展示会、博覧会等の開催及び参加、物産の生産、技術の支援及び研究、会員の各種催しに対する協力など本市の物産振興に関する事業を行っている。市内の事業者にとっては販路開拓の選択肢につながるため、連携を密にして事業者の販促につなげていきたい。

#### ⑧ 前橋市赤城の恵ブランド推進協議会

赤城の恵ブランドは、前橋市の「地産地消」の推進と「食の安全安心」の確保、前橋産農林水産物の消費拡大に取り組んでいる産品に与えられる認証制度。



現在、前橋市内で生産された野菜などの生鮮食品類が23品目、前橋産の農林水産物を使って製造された加工品が32品目、合計55品目が認証されている。

認証後は、イベントや前橋市ホームページ等でPRされるほか、展示会への出展費用や販促物の作成費用などの販売促進のための経費について一部補助を受けることができる。赤城の恵ブランド推進協議会に参画するとともに、例年、認証された商品を紹介する展示会、「赤城の恵情報交換会」開催する。市内で加工品を製造する事業者にとっては販路開拓の選択肢として、また農商工連携の取り組みにつながるものとなっている。



### ⑨ 創業支援関連の取り組みへの連携・参加促進

新商品・新サービスの開発、新たな市場の開拓などの事業プランの募集・表彰を通じて事業化の支援を行うべく地元銀行が主催する、「ぐんぎんビジネスサポート大賞（当所は審査員を務める）」、起業家精神を持った人材を発掘し、イノベーション機運を高めるべく、地元新聞社が主催する「群馬イノベーションアワード（ビジネスプランコンテスト）」「群馬イノベーションスクール（創業スクール）」など、創業を促し、起業家を育てる取り組みが本地域では盛んである。



そこでこれらの取り組みとの連携を図って情報収集を行い、事業者のエントリーの支援を行うことや、これらの取り組みに参加した事業者のフォローアップを図ることで、創業や第二創業（経営革新）への積極的な支援を展開する。

### ⑩ 商店街組織との連携

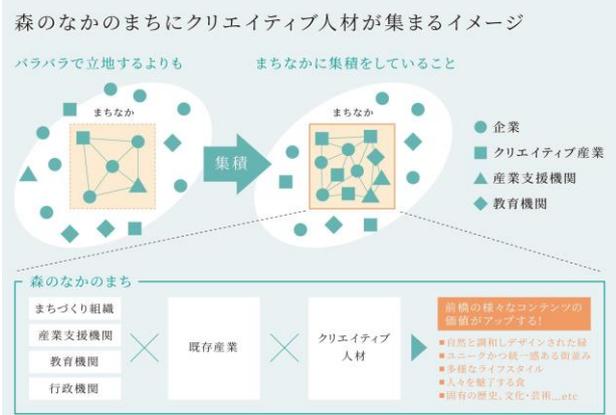
本市中心市街地にある9つの商店街で組織される前橋中心商店街協同組合、中心部以外の商店街で組織される前橋市商店街連合会といった商店街組織との連携を図り、販促イベントや施策など情報提供を行っており、加盟する商店主の経営に寄与する取り組みを行っている。



### ⑪ (一社)前橋デザインコミッションとの連携

まちづくりについて当所は、新しいまちづくりの構想として、「GREEN&RELAX 構想」を策定した。この構想は前橋のコンセプトである、「水と緑と詩のまち」を体现できるような緑のある空間を形成し、自然や緑による癒しや生産性向上への効果がある環境をつくり、クリエイティブな企業や人材がまちなかに集まり、つながることで活性化を図ろうというもの。そこで重視していることは、まちなかを舞台に地域経済を好循環させて富をもたらすヒト・モノ・コトといった、「新しい価値の創造」、新しい経済活動が生まれる仕組みを構築することにあります。また、前橋市でも官民連携により、まちなかの景観や、地域資源の活用のあるり方などをまとめた「前橋市アーバンデザイン」を策定。

既存の産業とデザインの力を掛け算することで新しい発想やイノベーションが生まれる



(一社)前橋デザインコミッションは、前橋市の中心市街地における、新しいまちづくりの動き・方向性として定められた、上記の前橋市アーバンデザイン、Green & Relax にもとづき、官民連携によるまちづくりを進める組織として、国の都市再生推進法人の認定を受け活動を行なっている。この組織での取り組みを通して、まちなかでの事業を行いたい事業者の支援をともに行っている。

(別表2)

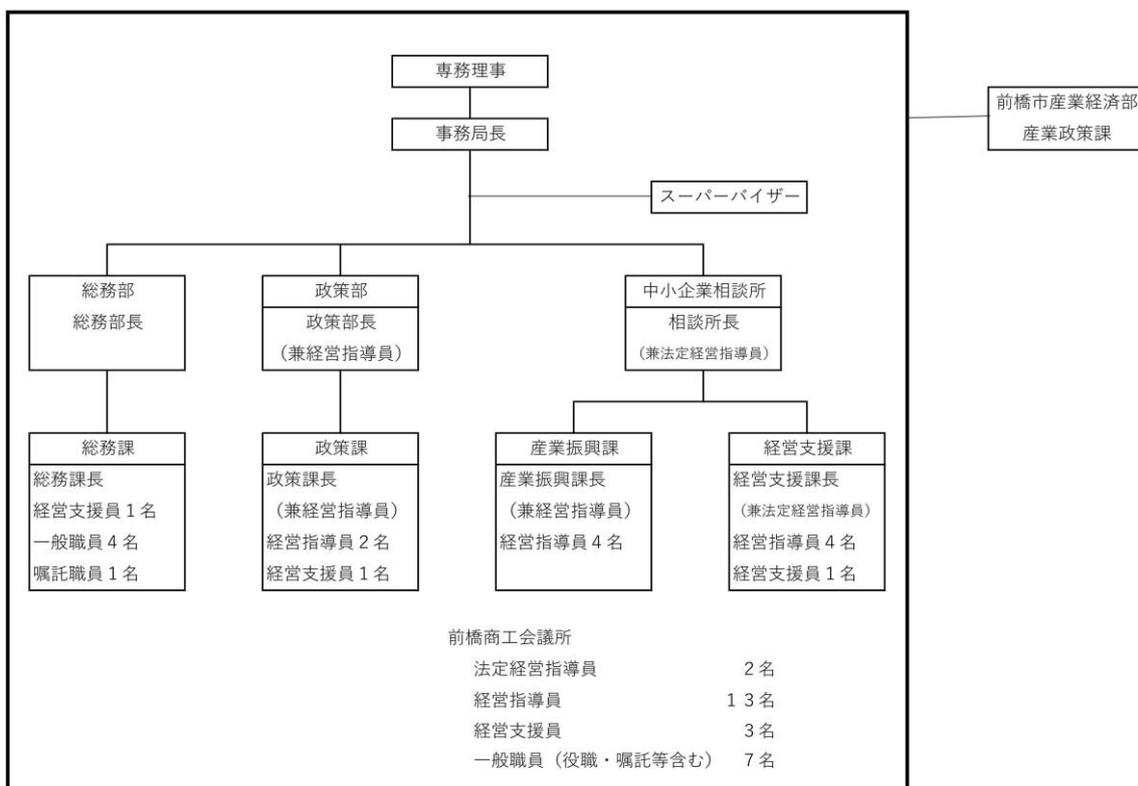
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和2年11月現在)

(1)実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等)

経営発達支援計画の事業を遂行するため、前橋市産業経済部産業政策課と連携を図りながら、当所経営指導員を中心に経営支援員、一般・嘱託職員、スーパーバイザー等が連携し、小規模事業者支援を実施する。



(2)商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

① 法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名 須田 憲人、横山 善彦

■連絡先 前橋商工会議所 TEL: 027-234-5111

**② 法定経営指導員による情報の提供及び助言**

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供を行う。

**(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先**

**① 前橋商工会議所**

連絡窓口：前橋商工会議所 中小企業相談所 経営支援課

住 所：〒371-0017 群馬県前橋市日吉町 1- 8- 1

TEL：027-234-5111 FAX:027-234-8031 E-mail:soumu@maebashi-cci.or.jp

**② 前橋市役所**

連絡窓口：前橋市 産業経済部 産業政策課

住 所：〒371-8601 群馬県前橋市大手町 2-12-1

TEL:027-898-6983 FAX:027-224-1188 E-mail:kougyou@city.maebashi.gunma.jp

## (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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	11,739	11,739	11,439	11,289	11,289
地域の経済動向調査に関すること	650	650	650	650	650
需要動向調査に関すること	100	100	100	100	100
小規模事業者の経営状況の分析に関すること	1,730	1,730	1,430	1,280	1,280
事業計画策定支援に関すること	2,497	2,497	2,497	2,497	2,497
事業計画策定後の支援に関すること	570	570	570	570	570
新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	5,572	5,572	5,572	5,572	5,572
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	50	50	50	50	50
経営指導員等の資質向上に関すること	300	300	300	300	300
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	270	270	270	270	270

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

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

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

