

## 伴走型小規模事業者支援推進事業費補助金に係る 補助事業実績報告書（抜粋）

### 1. 実施した補助業務の概要

#### (1) 事業名（本事業で取り組んだテーマ）

「道の駅」のオープンに向けた6次産業化・地域ブランドの確立

#### (2) 事業の概要

##### ①事業の目的

小規模事業者の経営力向上、売上増加、販路拡大等を目指した伴走型の支援を継続して実施するとともに、小規模事業者と農業者等との連携を発展させ、地域内への「道の駅」のオープンに向け地域全体を巻き込んだ6次産業化、地域ブランドの確立を目指す。

そして長期的には、地域の恵まれた自然条件、生活条件、産業条件を生かして、新たな需要開拓を図り、前橋東部地域が『観光』『農業』の両面からブランド化され、多くの人に認知される活動を推進していくことが目的である。

##### ②事業の内容

#### 1) 調査事業

##### 調査実施の内容

調査名称	活用目的	主な調査項目	調査数
中小企業景況調査	地域内事業者の景気動向を把握し、製造・建設・小売・サービス業が求める今後の施策を探る。	売上（加工）額、輸出額、売上（加工）単価、売上（加工）数量、原材料仕入単価、等々	15社
決算データ分析調査	地域内事業者の決算データから、経営状況を把握し、経営分析を通じて今後の支援策を探る。	貸借対照表、損益計算書の各勘定科目、等々	44者
地域内消費意識調査	地域内の消費者のニーズを把握し、小規模事業者の新たなビジネスシーズを探る。	買い物頻度、同行者、場所、移動手段、店選び、困り毎、その理由、改善要望、等々	配付数 5,138通 回収数 1,708通
各種統計資料による経済動向の情報収集と分析調査	行政が発表している公的な統計データの存在を把握し、その活用方法を探る。	人口、世帯数、人口の推移、産業別人口、農業人口、農業就業者数、等々	—

2) 専門家活用事業（セミナーを除く）

招聘した専門家（参照：事業成果報告書P20）

所属	氏名
青山学院大学 経営学部教授	玉木 欽也
青山学院大学ヒューマンイノベーション研究センター 客員研究員 中小企業診断士	鈴木 宏幸
青山学院ヒューマン・イノベーション・コンサルティング株式会社 主任研究員 中小企業診断士	小貫 直之
	小田 信也
	上岡 恵子
株式会社リンクアンドイノベーション 代表取締役 中小企業診断士	長岡 力

指導を受けた内容とその成果

指導内容	成果	参照：事業成果報告書 該当ページ
中小企業景況 調査の分析	製造・建設・小売・サービス業の各調査項目について、 全国・群馬県と比較した上で、地域内小規模事業者が置 かれている状況について客観的な示唆を受ける。	P22～
調査の結果 (概要)	<p>「製造業」 売上について、全国及び群馬県と比較すると、加工の額、単価、数量の項目において第一四半期と比べて今期は景況感悪化し、輸出額は前年同等であるが、来期見通しは、加工の額と単価、数量ともに不変の判断をしている。</p> <p>「建設業」 受注額は新規契約工事と請負工事ともに、全国及び群馬県と比較して、今期と来期見通しで景況が悪い。材料仕入単価と採算については、今期低いが、来期に大きく改善することを見込んでいる。</p> <p>「小売業」 国及び群馬県に比べて、今期の売上額、客単価、また客数、商品仕入れ単価の景況感がともに悪い。ただし、来期については、売上額のみ、全国や県を上回る良好な景況を見通している。</p> <p>「サービス業」 売上高、利用客数、客単価、及び仕入単価は全国と群馬県に比べて今期の景況感が悪いが、来期は全国及び県を上回るまたは同水準の良好な景況を見通して</p>	

	いる。							
決算データ 分析調査の分析	個人事業主89の個々の決算データ、及び、それらを業種毎に合算したデータの2種について、業界平均と比較しながら経営分析の示唆を受ける。	P52～						
調査の結果 (概要)	<p>「全体総括」</p> <p>全業種を通じて売上げ規模、従業員数は、業界平均並みか、それ下回り、小規模である。ただし、営業利益及び営業利益率といった収益性は、「69 不動産賃貸業・管理業」と「22 鉄鋼業」を除き、業界平均を上回り、収益力のある企業群が特性といえる。また、売上高を1人あたりで業界比較すると、「60 その他小売業業」「08 設備工事業」「76 飲食店」「89 自動車整備業」「69 不動産賃貸業・管理業」の5業種においては、業界平均を上回る。今後の発展方向性としては、「08 設備工事業」、「07 識別工事業」、「06 総合工事業」や「89 自動車整備業」等においては、売上げ規模拡大への対応、また「60 その他の小売業」「76 飲食店」等については生産性向上への対応課題が読み取れる。また全体共通課題として、人材確保や事業継承への対応が重要である。人員確保が難しい場合は、標準化、機械化やITを活用とした省人化検討も視野に入れる。</p>							
地域内消費者 意識調査の分析	調査結果から得られる地域内消費者の動向とそれを踏まえた商工会に求められる今後の活動について示唆を受ける。	P63～						
調査の結果 (概要)	<p>◆ 買い物の傾向</p> <p>アンケートを見ると、全体の85%が「週一回以上頻度」で買い物を行い、75%が「自分で運転する車」で買い物に出掛けている結果であった。過半数超が買い物の際、「品揃え、アクセスしやすさ、価格」を重視していることから、「総合スーパー、スーパーマーケット」で買い物をする率が非常に高かった(83%)。</p> <p>地域外への傾向は、</p> <table border="1"> <tr> <td>旧大胡地区</td> <td>過半数が前橋市内へ買い物</td> </tr> <tr> <td>旧粕川地区</td> <td>4割が前橋市、4割が伊勢崎市へ買い物</td> </tr> <tr> <td>旧宮城地区</td> <td>過半数が前橋市内へ買い物</td> </tr> </table> <p>という結果であった。このことから、品揃え等について都市との差別化、強みの検討・強化を充分に行う事が今後の検討ポイントとなる。</p> <p>また性差からは、男性の4割がコンビニを活用し、女性の4</p>	旧大胡地区	過半数が前橋市内へ買い物	旧粕川地区	4割が前橋市、4割が伊勢崎市へ買い物	旧宮城地区	過半数が前橋市内へ買い物	
旧大胡地区	過半数が前橋市内へ買い物							
旧粕川地区	4割が前橋市、4割が伊勢崎市へ買い物							
旧宮城地区	過半数が前橋市内へ買い物							

	<p>割は、農産物直売所・道の駅を活用している。これより、男性は、弁当、飲料等の「惣菜・調理品等」をコンビニで買い上げ、女性はより「食材、素材等」を直売所で購買していると思われる、今後の新商品・サービス開発等への参考としたい。</p> <p>◆ 買い物の困りごと</p> <p>アンケートを見ると、「困っている」はわずか 5%しかなく、ほとんどの回答者が普段、「買い物に困っていない」結果となった。「地域外へ少なくとも 1 回/月買い物に出かける」割合が 76%あることから、近隣に店がない、身近に品揃えの豊富な店が無い実情がある。</p> <p>◆ 地域別の特徴</p> <p>アンケートを見ると、3 地区とも大差は無い。尚「旧宮城村地区」は他の地域に比べ、「近隣に店に欲しい商品が無い」「近隣に店がない」「近隣の店は休みが多い。営業時間が短い」といった回答が他地域に比べ多かった。</p> <p>◆ 地域活性化の特徴</p> <p>アンケートを見ると、「食のイベント」要望が過半数を占め、中でも女性の 57%、10～30 歳代の若手が 72%支持するなど、女性と若い世代からの回答が高かった。地域別に大きな差は見られなかった。</p>	
--	---	--

### 3) 評価・見直しのための委員会の開催について

#### 委員会の開催実績

回数	開催日時	出席者
第1回	平成28年8月9日（火）	前橋東部商工会 副会長 松島慎一、商工活性化委員長 坂本栄、特産品開発交流会長 渡辺博美 他
第2回	平成29年1月30日（月）	

#### 評価・見直しの内容

評価	事業内容	内容
達成	中小企業景況調査の分析	事業計画通りの調査を実施し、地域課題の解決に向けた方向性を探ることができた。今後は、提言書を取りまとめ、前橋市等と一体となって、これら課題の解決を目指す。
	決算データ分析調査の分析	現在15社に対して行っており、本会だけの景気動向調査の結果を把握することは達成である。しかしながら、その結果が地域の状況を反映しているのか、例えば、その数を増やす、業種構成を見直すなど、さらに検証する必要性を感じている。
	地域内消費者意識調査の分析	本会の保存されているデータが個人事業主だけであり、法人の決算書は保存されていない。今後は、持続化補助金等の施策に併せて、決算

		書を蓄積し分析していく必要性を感じている。
	職員の資質向上	中小企業基盤整備機構が実施する研修会へ参加し、資質の向上に努めた。今後は、事業承継など、地域が抱える問題を解決するためのスキルを習得する必要性を感じている。
未達成	該当なし	