

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

Made in いせさき しごと創生プロジェクト

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

群馬県伊勢崎市

### 3 地域再生計画の区域

群馬県伊勢崎市の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

##### 【課題の背景】

本市は、北関東自動車道及び関越自動車道からの交通アクセスに優れるなどの立地的優位性を生かし、工業団地への企業誘致や大規模小売業の集積などに取り組み、業務用機器及び輸送用機器を中心とする、製造業が盛んな県内有数の産業都市としての地位を確立した。平成27年国勢調査における産業分類別の就業人口の構成比をみると、第二次産業が36.5%と、県平均の31.8%を大きく上回っており、人数で見ても、本市の製造業の就業者数29,283人は、次点の卸売・小売業14,679人の約2倍にのぼることから、製造業が本市の基幹産業であることが見て取れる。令和元年の製造品出荷額等は11,942億円と、群馬県全体の約13%を占め、現在においても産業都市としての役割を果たし続けている。

しかし、平成27年国勢調査では、夜間人口は20万8,814人、昼間人口は20万5,094人と、夜間人口が昼間人口を約4,000人上回り、働く場所を求め労働力が市外に流出していることが分かる。これは、県内12市のうち最も低い1人当たり所得額2,859千円（平成29年度市町村民経済計算）という数字からも分かる通り、働き手に取って特に給与の面で魅力的な雇用を市内に創出できていないという大きな課題を示している。本事業では、この大課題を解決するため、その原因である以下の2つの小課題への対策を講じ、製造業の収益の拡大、ひいてはそこで働く従業員の所得の増進を図ることで、魅力的な雇用の創出、すなわちしごとの創生を図る。

##### 【事業で解決を目指す課題】

#### ①新たな販路の獲得

企業の収益を上げるためには、売上を上げる必要がある。しかし、（一財）群馬経済研究所が実施した調査によれば、経営上の問題点として、約54%もの県内事業者が「売上・受注の停滞、減少」を課題と捉えている。この課題に対応するにはコロナ禍によって停滞、減少した既存の販路を維持するだけでなく、新たな販路を獲得することが必要である。

販路拡大に有効な手段としては、オンラインによる営業活動や自社ホームページやSNSによる情報発信が挙げられるが、市内商工団体及び金融機関が作成する「景況レポート2021年春号」の調査においては、約30%の事業者が「IT人材が不足している」と回答しており、自社でホームページを持ってない、人的余裕がない、あるいは効果的な運用が出来ないなど、優れた製品や技術を持つものの積極的な外部への情報発信が困難である企業が多く存在する。そのため、市及び関係商工団体の主導により強力に企業の情報発信や連携強化を支援し、販路拡大へとつなげていく取組が必要である。

#### ②製品の付加価値の向上

RESASによると、本市の製造業の付加価値額は、2014年から2019年にかけて約1,200億円減少している。この指標を2014年の水準に戻し、より高い収益を上げられるよう支援する必要がある。経済産業省が平成29年10月に行った「中小企業・小規模事業者の生産性向上について」の調査によると、中小企業が収益を高めるためには、設備投資やIT投資など、成長投資が大きな効果があることがわかる。一方、市内の現状として、「景況レポート2021年春号」において、ニューノーマルへ移行していく中での課題についてのアンケートを実施したところ、回答数366社のうち、「デジタル化、オンライン化への対応の遅れ」を課題と感じている企業が7.7%あった。また、上述のとおり、約30%の企業が「IT人材が不足している」と回答している。このことから、デジタル化、ニューノーマルへの対応やそれに伴う課題に企業が対応できておらず、製品の付加価値が向上しにくい実情があると考えられる。そのため、新たな価値やそれに伴う課題に対応する先進事例の情報収集を市が後押しし、企業が成長投資など実践につなげていけるような仕組みづくりが必要である。

## 4-2 地方創生として目指す将来像

### 【概要】

本市では、第2期伊勢崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略における基本目標の1丁目1番地として「しごとの創生」を位置づけ、人口増加のための安定した雇用の創出を目指す中で、具体的な施策として、「地域産業の活性化、付加価値の向上」を設定し、販路拡大への支援や新技術及び新製品の開発支援などの取組を行うものとしている。

これらの取組を販路拡大支援を軸に発展させ、市内企業の情報発信及び連携強化の支援や、先進事例等の情報収集の支援を行うことで、下記の本市における構造的な課題を解決し、しごとの創生を目指す。

### 【数値目標】

K P I ④	移住相談会等の参加者数							単位	人
	事業開始前 (現時点)	2022年度 増加分 (1年目)	2023年度 増加分 (2年目)	2024年度 増加分 (3年目)	2025年度 増加分 (4年目)	2026年度 増加分 (5年目)	2027年度 増加分 (6年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	11,788.00	237.00	237.00	638.00	200.00	200.00	-	1,512.00	
K P I ②	0.00	10.00	10.00	10.00	1.00	1.00	-	32.00	
K P I ③	0.00	5.00	5.00	6.00	1.00	1.00	-	18.00	
K P I ④	228.00	9.00	9.00	14.00	16.00	21.00	-	69.00	

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

### 5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

#### ○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

##### ① 事業主体

2に同じ。

##### ② 事業の名称

Made in いせさき しごと創生プロジェクト

##### ③ 事業の内容

地方創生の実現における構造的な課題に対応する支援内容で事業を組み立て、本市の地方創生を実現する。

①新たな販路を獲得するため、企業の情報発信と連携強化を支援する。

新たな販路獲得の困難さは、企業の情報発信や周辺との連携が不足していることが原因である。

そこで、企業の情報発信や連携強化を支援するため、企業技術展や展示商談会を開催する。具体的には、企業技術展は、市内の商工団体と連携し、市内の会場において40社程度の企業展示ブースを設け、市内の企業間の情報交換を促し、協業の促進を図ることで、新たな取引先の開拓を支援するものである。展示商談会は、県内の施設を会場として、40社程度の企業展示ブースを設け、前橋市、高崎市、太田市等の近隣の企業と市内企業間の交流を促し、新たな取引先の開拓を支援するものである。

いずれのイベントも、初年度は事業の立ち上げ、次年度以降は参加企業の増加やアンケート等によるブラッシュアップを検討、最終年度までには自走化に向けて実施主体の在り方を検討していく。

また、経済産業省により選定される地域未来牽引企業が市内に8社あり、このような企業には、優れた技術等を武器に地域経済を強力に牽引していくことが期待される。本事業ではそれら地域未来牽引企業にも積極的に働きかけ、市内企業との協業も目指す。

②製品の付加価値を高めるため、先進事例の情報収集を支援する。

製品付加価値の低さは、デジタル化、ニューノーマルなど新たな価値やそれに伴う課題の情報を適切に収集できておらず、業務効率化や新たなニーズに対応できていないことが原因である。

そこで、先進事例の収集を支援し、製品付加価値を向上させるために、メッセナゴヤ・病院設備機器展・機械要素技術展などの県外展示会へ市内企業との共同出展を行う。これにより、市内企業は、販路拡大とともに各業界の最新動向について情報収集を行うことができる。また、市では、今後予定される産業団地の案内を県外の企業に行い、他地域進出への契機を伺う企業の情報を収集する。

上記②で実施する事業は①の事業で主眼とする販路拡大支援にも資するものであり、販路拡大支援を軸としながら各課題への対応を図り、しごとの創生の実現を目指すものである。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

展示会の開催や出展は本来企業が自主的に実施または参加するものであり、自治体は今回、その端緒を示すに過ぎない。中長期的には企業同士の連携が生まれ、事業を自立化できる。また、事業の資金については、企業版ふるさと納税を活用し、企業からの負担金を徴することで、積極的な外部資金の獲得を図る。

##### 【官民協働】

現場の具体的な課題把握、幅広い情報交流、資金の確保、広報・PRなどあらゆる面で連携することで、本事業の課題である「新たな販路の獲得」、「付加価値の向上」を目指す。

具体的には、県外展示会を県外企業との官民連携の機会と捉え、行政・市内企業・県外企業の間での販路拡大や付加価値向上に係る情報共有に重点的に取り組むことで、市内企業の業種や規模、方針に合わせた適切な販路拡大のサポートを行う。

##### 【地域間連携】

販路支援については、単一の自治体での取り組みでは広がり弱いため、近隣自治体及び県外自治体に要請し、情報提供や情報交換はもちろんのこと、関係者にとって利益を上げられるような連携の在り方を検討する。

具体的には、近隣自治体が開催する展示会に新規に参加することで、連携範囲の拡大に重点的に取り組み、販路拡大や付加価値向上の実現を加速させる。

##### 【政策・施策間連携】

本事業は、一貫して企業の販路拡大支援を推進することで、《地方創生の実現における構造的な課題》として掲げた個々の課題の解決を目指している。そのため、事業の軸となる販路拡大支援に様々な事業・取組を連携させることは、地方創生の実現に向けて多角的なアプローチを可能とするものである。

具体的には、下記のとおり創業支援、移住促進及び雇用創出の各施策との連携に重点的に取り組み、連携先事業と相乗的に効果を高め合い事業を実施する。

##### 【デジタル社会の形成への寄与】

###### 取組①

市内製造業の販路拡大や、先進企業等の情報収集を推進するため、本市の産業の基盤である製造業と、ニューノーマルへの対応が急務である医療・福祉分野に主眼を置き、各種団体及び民間企業が主催する各種展示会に出展する。共同出展企業には、商談数や契約数等についての報告を求め事業効果を測定するほか、アンケートにより出展企業の意見を聴き、事業のブラッシュアップを図る。また、会場内でデジタル化など先進的な取組を行う企業によるセミナー等が開催される場合には、積極的な受講を促し、レポートの提出を求め、市内企業間で先進事例の情報共有を図れる仕組みを検討する。

###### 理由①

各種展示会において、販路拡大と並行してデジタル化等の先進事例の情報収集に取り組むことで、共同出展した市内企業のデジタル人材の育成を後押しし、付加価値の向上を図る。

###### 取組②

該当なし。

###### 理由②

###### 取組③

該当なし。

###### 理由③

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 8 月

【検証方法】

伊勢崎市まち・ひと・しごと創生会議による効果検証を通じてPDCAサイクルによる事業の検証を行う。

【外部組織の参画者】

学識経験者（大学教授）、伊勢崎市区長会、伊勢崎商工会議所、群馬伊勢崎商工会、連合群馬伊勢崎地域協議会、伊勢崎市PTA連合会、伊勢崎市社会福祉協議会、佐波伊勢崎農業協同組合、伊勢崎金融懇話会、群馬県中部振興局

【検証結果の公表の方法】

市ホームページにて公表

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 86,050 千円

⑧ 事業実施期間

2022年4月1日 から 2027 年 3 月 31 日 まで

※企業版ふるさと納税との併用による事業実施期間延長適用

⑨ その他必要な事項

特になし。

### 5-3 その他の事業

#### 5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

#### 5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2027 年 3 月 31 日 まで

## 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

### 7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

### 7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に

7-1に掲げる評価の手法により行う。

### 7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。