

経営発達支援計画の概要

実施者名	鴻巣市商工会（法人番号 2030005009668）
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日
目 標	<p>（1）経営に対する意識改革</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営計画策定の重要性啓蒙と計画策定に伴う将来目標明確化の意識付け ・経営計画策定し、新事業展開に繋げる支援 <p>（2）後継者不足による廃業の抑制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営者に対するスムーズな事業承継支援と、後継者の育成支援 <p>（3）地域観光振興による活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域特産品の開発支援と観光振興による来街者の増加を図り、地域振興発展に取り組む。 <p>【目標達成に向けた方針】</p> <p>当会組織力を向上させるとともに、支援ノウハウの共有・蓄積を図りながら、各支援機関と連携を図りながら、小規模事業者の経営力向上、販売促進等を継続的に支援する方針で取り組んでいく。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援計画の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 5. 需要動向調査に関すること【指針③】 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】 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「鴻巣花火大会」の開催 ・特産品事業者のグループ支援
連絡先	<p>【連絡先】</p> <p>商工会名：鴻巣市商工会 担 当：事務局長 坂本 清人 郵便番号：365-0038 住 所：埼玉県鴻巣市本町6丁目4番20号 電話番号：048-541-1008 F A X：048-541-1071 E-mail：kounosu@syokokukai.jp ホームページ：http://www.syokokukai.or.jp/kohnosu</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 鴻巣市の概要

鴻巣市は埼玉県平野部のほぼ中央に位置し、戦後、鉄道・道路交通の発展により、都心部まで1時間以内という環境で高度経済成長期には宅地開発・企業進出が進み、人口が増加した地域である。

南西部に秩父山地を源流とする荒川が流れ、関東ローム層や荒川沖積層からなる肥沃な土地で、気候にも恵まれ、花卉や果樹などの栽培に適した風土である。江戸時代中期ころより人形作りが始められ、関東三大雛市のひとつに数えられるまでに成長し、明治期には高度な技術と優れた品質で「鴻巣びな」の名が全国に知れ渡りようになった。また、平成23年3月に国の重要無形文化財として「鴻巣の赤物製作技術」が指定された。

「鴻巣の赤物製作技術」は、鴻巣市人形町に伝承される、大鋸屑に正麩糊を加えて練った桐塑製（粘土の一種）に生地を型に入れて成型し、赤く彩色した玩具を製作する技術です。現在、主要な赤物はだるまや獅子頭で、大小様々なものが製作されていますが、かつては、熊金や鯉金などの数百種類が作られ、中山道などを通じて、関東地方を中心に広く各地に流通していた。

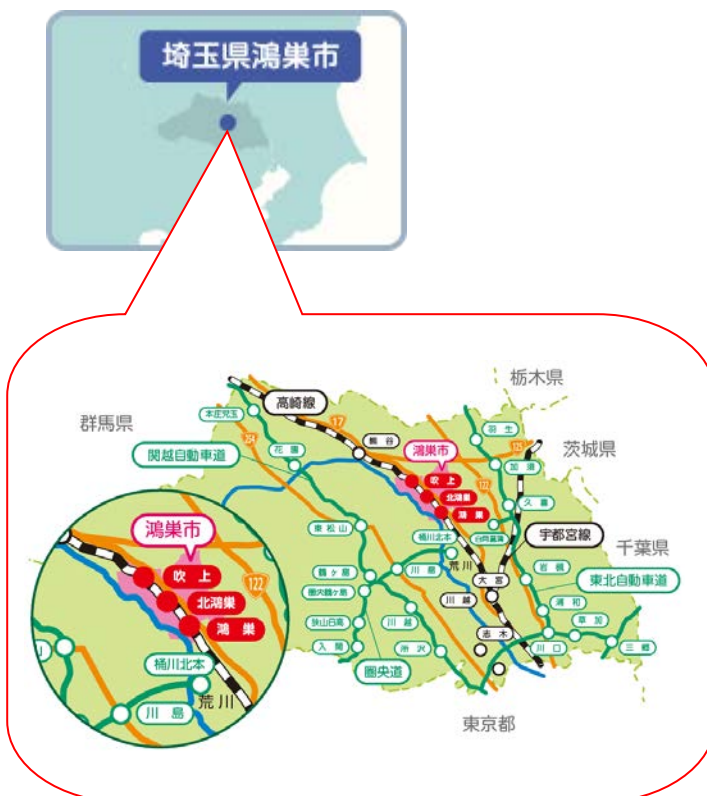
また「花き生産」は、生産種類の増加や生産能力の向上等が図られ、現在では東日本最大級の花き市場である「鴻巣フラワーセンター」が整備され、「花のまち」として全国に誇るブランドとなっている。平成17年10月1日に、鴻巣市、吹上町、川里町の1市2町が合併し、新「鴻巣市」として現在に至る。

2. 当地域の現状と課題

(1) 人口

市の人口は、昭和55年から平成22年までは増加傾向にあったが、それ以降は減少に転じ、ピーク時の平成22年120,981人と比べると、1,933人の減少となっている。世帯数も、核家族化・少子化により1世帯あたり人数がピークの昭和55年の3.65人から平成27年には2.62人と下落している。今後も国立社会保障・人口問題研究所の地域別将来推計人口データによると、鴻巣市は、2020年には115,686人、2040年には96,708人と人口が10万人を切ると推測される。人口減少は商圈規模の縮小につながるため、地域内の小規模事業者の経営基盤強化により一層力を入れ、魅力的な店舗作りによる持続的発展を支援し、市民にとって住みやすく魅力的な街作りを行い他市から市内への転居者の増加を図り、商圈規模拡大に繋げる。

<図表1：鴻巣市の位置>



【鴻巣市の人口】

(各年4月1日現在、単位：人)

	H17年	H27年	H28年	H29年	H30
旧鴻巣市	84,255	119,194	119,076	119,048	118,974
旧吹上町	28,428				
旧川里町	7,991				
合計	120,674				

(出典：鴻巣市ホームページ。H17年に鴻巣市、吹上町、川里町が合併。H26以降は合併後の鴻巣市の人口である。)

【年齢区分別推移】

(各年4月1日現在、単位：人)

年齢区分	H27年	H28年	H29年	H30
0歳～14歳	14,362	14,216	14,078	13,968
15歳～64歳	74,630	73,436	72,505	71,648
65歳以上	30,202	31,424	32,465	33,358
合計	119,194	119,076	119,048	118,974

(出典：鴻巣市ホームページ)

【世帯数の推移】

(各年4月1日現在、単位：世帯)

	H27年	H28年	H29年	H30
世帯数	47,606	48,159	48,817	49,408

(出典：鴻巣市ホームページ)

(2) 観光

市の南部には、隣町である吉見町との間を流れる川幅日本一の荒川(2,537m)がある。この川幅日本一にちなみ開発された「川幅うどん」(麺の幅10cm)・「川幅せんべい」(10cm角)が鴻巣市の特産品となっている。またこの川幅を生かした、「大きさ世界一の四尺玉」を打ち上げる鴻巣市商工会青年部主催による「鴻巣花火大会」を開催し、平成27年は60万人を動員。天候に恵まれなかった平成28年、平成29年でも40万人の観覧客で賑わいを見せた。「大きさ世界一の四尺玉」は他地域と差別化された花火大会として位置づけられている。

また、鴻巣市では鴻巣地区の「鴻巣おとりまつり」、吹上地区の「コスモスフェスティバル」、川里地区の「かわさとフェスティバル」行われているが、地域小規模事業者の販路拡大には至っておらず、さらに多くの地元事業者を巻き込んだ取組みが必要である。また川幅に代わる新たな商品がないことが課題である。



そこで、他の観光資源として鴻巣市には、鴻神寺・勝願寺がある。鴻神寺には、鴻巣の由来となった物語があり以前よりこうのとりの伝説パレードといったイベントにより再現がされている。また子授かり安産願、縁結びでも有名である。勝願寺は、真田信繁(幸村)の兄・信之の奥方である小松姫の墓があり、NHK大河ドラマで取り上げられたことにより、新たな観光地となってきているが、これらの観光資産が活かされていないのが現状である。

<図表2：鴻巣花火大会における四尺玉>

(3) 鴻巣市内の事業者数

図表3「鴻巣市の事業者数の推移」を見ると、事業者数は若干の増減があるものの平成21年より減少傾向にある。小規模事業者数に関しては、平成24年は2,765者、平成26年は2,791者と増加傾向にあるが、平成21年から比較すると206者の減となっている。

<図表3：鴻巣市内の事業者数の推移>

	平成21年度		平成24年度		平成26年度	
	事業者数	小規模事業者数	事業者数	小規模事業者数	事業者数	小規模事業者数
	4,002	2,997	3,672	2,765	3,803	2,791
前回比			91.7%	92.2%	103.5%	100.9%

(出典：H21,H26 経済センサス、H24 経済センサス-活動調査より)

<図表4：鴻巣市内の事業所の新設・廃業数の推移（ ）は個人事業所の統計>

	平成24年度	平成26年度
新設事業所総数	241(76)	551(121)
卸・小売業	72(14)	125(24)
廃業事業所総数	556(308)	540(207)
卸・小売業	176(14)	160(38)

(出典：H24 経済センサス-活動調査、H26 経済センサスより)

図表4「鴻巣市内の事業所の新設・廃業数の推移」を見ると、全体の事業所数は増加、廃業事業所数は横ばいと改善しているように見受けられるが、廃業数が新設数を上回るかほぼ同規模となっている。特に卸・小売業にフォーカスしてみると、いずれも廃業数が新設数を上回っており、平成25年度・平成27年度に作成された「統計こうのす」のデータによると、卸・小売業の事業所数が個人事業の場合、約50の減に対し、法人の場合は約20の増となっており、大型ショッピングモールやドラッグストア等の大型店の進出により地元商店に影響が出ている。今後、廃業に対する具体的な支援策が必要となってくる。

<図表5：事業者数・従業者数の推移>

区分	業種	H24年度		H26年度	
		事業者数	従業者数	事業者数	従業者数
A	農業・林業	24	319	23	246
B	漁業	0	0	0	0
C	鉱業	0	0	0	0
D	建設業	409	1,860	397	1,902
E	製造業	355	7,342	348	7,418
F	電気・ガス・熱供給・水道	2	7	3	56
G	情報・通信	20	213	14	95
H	運輸・郵便	83	1,597	82	1,473
I	卸売・小売	933	8,305	920	7,507
J	金融・保険業	48	452	41	405
K	不動産・物品賃貸業	266	651	275	738
L	学術・専門サービス	113	342	118	361
M	宿泊・飲食サービス	347	2,283	354	2,457
N	生活関連サービス	411	1,562	426	1,761
O	教育・学習支援	140	783	192	1,368
P	医療・福祉	265	4,412	357	5,604
Q	複合サービス	14	222	18	330
R	サービス業	242	1,805	235	1,886
S	公務	0	0	0	0
	合計	3,672	32,155	3,803	33,607

(出典：H24 経済センサス-活動調査、H26 経済センサスより)

図表5「事業者数の推移」を見ると、ほとんどの業種が横ばいである中、P 医療・福祉が約35%の増加となっており、平成27年度に鴻巣市により作成された「統計こうのす」によると医療・福祉分野の中でも、特に社会保険・社会福祉・介護事業の事業数が、平成21年から平成26年度の間に69事業所増えており、65歳以上の人口増加による起業が要因と考える。また、「従業者数の推移」を見ると、ほとんどの業種で改善が見られるが、卸売・小売業に関しては、前回調査から10%ほど減少しており、減少割合が一番大きくなっている。

図表6

【都道府県別】社長の平均年齢推移

(歳)

都道府県	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2016年	対90年	都道府県平均年齢※
岩手県	54.8	56.4	57.8	59.0	60.4	61.4	+6.6	49.0
秋田県	53.8	55.0	56.3	58.1	59.5	61.1	+7.3	51.3
島根県	55.1	56.0	57.1	58.3	59.2	60.8	+5.7	49.5
青森県	53.9	55.3	56.6	58.1	59.2	60.8	+6.9	49.0
山口県	54.8	55.9	56.7	58.2	58.8	59.4	+4.6	49.0
埼玉県	53.0	54.7	56.4	58.0	58.6	59.4	+6.4	45.4
福井県	53.5	54.7	55.7	57.0	58.0	59.4	+5.9	47.4
熊本県	52.7	54.1	55.4	57.0	57.9	59.3	+6.6	47.5

※都道府県平均年齢は「平成27年国勢調査」（総務省統計局、2015年10月1日時点）による。

図表6「都道府県別社長の平均年齢推移」の埼玉県の欄をみると、1990年から2016年までに平均年齢はプラス6.4歳増加している。鴻巣市においても巡回等で経営者の高齢化は実感している。後継者難を背景に事業承継に踏み切れない状況が続いていることが原因といえる。後継者問題は中小・零細企業における大きな経営課題の一つとなっている。

3. 鴻巣市商工会の現状と役割

鴻巣市商工会の起源は県内でも極めて古く、明治39年に「鴻巣同志倶楽部」として発足し、翌40年に商工会に改組。幸手、加須に次ぎ三番目の設立であった。その後昭和35年10月17日、法の施行に合わせて鴻巣市商工会が設立された。

平成18年に旧鴻巣市商工会、旧吹上町商工会、旧川里商工会が合併し、新鴻巣市商工会となった。平成30年4月1日現在の商工会の会員数は1,740名。製造業242名、建設業269名、小売業382名、卸売業47名、飲食・宿泊業182名、サービス業399名、その他219名である。

平成23年の会員数1,924人のピークを境に、人口の減少と合わせるように会員数も減少傾向にある。

現在、商工会の役員は会長以下33名、職員は12名で運営している。

本会では、一貫して地域唯一の総合経済団体として、「商工業の活性化とまちづくりの推進」を基本方針として地域小規模事業者の支援に取り組んできた。しかし、イベント等の地域活性化につながる事業割合が多く、小規模事業者に対する経営内容の把握や事業計画策定支援、統計データを活用した地域動向調査、創業施策支援を十分に実施できていなかった。

また「2. 当地域の現状と課題」にあるように、今後も人口減少による商圈規模の縮小の他、廃業と経済環境の不透明さから、当会では、今まで実施することができていなかった、小規模事業者に対する深化した経営支援を市内のより多くの事業者へ実施できるよう努めていなければならない。

そこで平成30年度からは、新たに「中小・小規模事業者への伴走型支援の強化」を加え、小規

模事業者の経営への意識改革として持続的経営のための経営計画策定、販路拡大に向けた支援、地域内での事業者減少に歯止めをかけるための起業・創業支援、観光振興・地域振興による小規模事業者への波及効果をもたらす支援を実施し、小規模事業者の持続的発展を支援していく。

4. 地域における小規模事業者の中長期的な振興のあり方

鴻巣市が策定した平成29年度より始まる「第6次鴻巣市総合振興計画（10年計画）」では、第5次総合振興計画を継承し「花かおり 緑あふれ 人輝くまち こうのす」を理念・目指すべき都市像とする、としている。産業に関する政策については、政策5「賑わいと活力と魅力を創出できるまちづくり」施策1「商工業の振興」において、「新規企業の誘致と既存企業への設備投資への支援」「起業家や事業者の発掘・積極的な支援」「雇用の質の向上」に取り組むことが掲げられており、計画を推進するにあたり地域経済の仲介・指南役ともいえる商工会との連携強化が謳われている。商工業振興において商工会が主導的な役割を担っていかなければならない。

そこで、上記のような現状と課題、当会の役割を踏まえ、今後10年間で地域内の大半を占める小規模事業者へ持続的な経営力強化の支援を図るかが重要であり、地域経済の指南役である商工会が関係諸機関と連携し、小規模事業者への伴走型支援を実施する。個々の小規模事業者がそれぞれのスタンスで経営力強化に取り組むことで、雇用の創出や地域経済の活性化に繋がると考える。

10年後の企業や地域のあるべき姿

- (1) 経営に対する意識改革により、「経営計画」に基づいた経営が小規模事業者においても当たり前のものとなっている。
- (2) 売上悪化・後継者不足による廃業が減少し、地域小規模事業者数の減少に歯止めがかけられている。
- (3) 特産品の開発や観光振興で交流人口が増加し、小規模事業者への波及効果が拡大している。

5. 当会における経営発達支援計画の目標・方針

上記の中長期的な振興のあり方を踏まえ、鴻巣市商工会では、小規模事業者と良きパートナーシップを築くため、埼玉県、鴻巣市をはじめ地域金融機関等の支援機関と連携し、小規模事業者が経営計画に基づく経営力の向上、業績悪化や後継者不足による廃業を食い止めると共に、中心的な地域特色のある産業及び観光分野（赤物製作技術、川幅に関する特産品、花のまち鴻巣）による交流人口の増加を図ることで、地域経済の活性・雇用創出となるよう地域一体となり取り組む。

- (1) 小規模事業者の経営計画策定の重要性に対する意識改革については、経営者が自社の現状を把握し、課題や明確な将来ビジョン、自社の強みを生かした事業展開や新たなサービス・役務の提供内容を取り入れた「見える化」された事業計画作成が、企業の持続的発展には欠かせない要素であることを、経営指導員により啓蒙・認識させることで平成35年までに取り組み事業所の倍増を図る。
- (2) 後継者不足等による廃業の改善については、事業承継に必要な情報を、中小企業庁策定による「事業承継ガイドライン」の周知・情報提供をする他、従業員、顧客、資産、技術などが確実に後継者に引き継がれるような支援策と後継経営者としての能力を高める支援策として、セミナーや専門家派遣を実施、又、後継者が不在な場合は、専門家派遣による対応策の検討、広報の活用による募集案内など伴走型にて支援を実施することで平成35年までに、事業承継支援事業所数を現状から倍増を図る。
- (3) 地域観光振興については、行政や観光協会、マスコミ、市内の情報誌と連携を行い事業PRに取り組み、来場者を増加させ消費喚起に繋げる、またそこで飲食店・サービス業・小売業者の商品・店舗等の情報発信を行うことで地域経済活性化を図る。また、「川幅ブランド特産品」に変わる、地域の特色である「花のまち鴻巣」を活用した特産品の開発・掘り起こしを行い新たなブランド創出を行う。

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31年4月1日～平成36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】

【現状の取組みと課題】

本会での地域内の経済動向調査は、経営指導員の巡回訪問による事業者へのヒアリングや機関紙等で収集するに留まっており、また収集結果の定期的な情報提供・分析は行っていなかった。

地域内経済・景気動向調査で得た情報を元に創業者や地域内の小規模事業者に対し、巡回指導・窓口相談、当国会報やホームページ等で情報提供を行っていくことで、経営計画策定等に繋げ、小規模事業者の持続的な発展に貢献する。

【事業内容】

(1) 埼玉県・鴻巣市の統計調査

当会にて、埼玉県、鴻巣市の人口、所得、消費者物価指数、景況等を調査・分析し、経営指導員が、小規模事業者に情報提供することで、経営の参考資料とすることを目的とする。

- ・調査項目：埼玉県ホームページ
県内の景気動向調査、景気認識、売上の伸び等
鴻巣市ホームページ
市内人口、事業所推移、消費者物価指数
- ・分析方法：埼玉県の統計のうち、地域の小規模事業者の企業活動に参考となる統計を年に1回ピックアップし、指標の解説や当会の視点でコメントを加え整理・分析を行う。
- ・成果の活用方法：①当国会報・ホームページ及び市広報で公開し、企業活動支援に繋げる。
②当会で各種調査情報を共有し、巡回訪問や窓口相談時に配布することで、企業とのコミュニケーションツールとして活用し、経営計画策定への取組みの契機とする。

(2) 鴻巣市内の企業に対する景況調査

鴻巣市内の企業に対する景況調査を実施し、経営指導員等の企業支援指導時の参考資料とすることで、企業の経営計画策定支援に繋げる。

- ・調査対象：市内100社（小売・サービス業・製造業・建設業等）
- ・調査項目：景況に対する認識、売上の増減、今後の売上見込み、雇用の見込み、消費税等の影響、同業他社との比較、資金繰り、設備投資等
- ・調査方法：市内100社の小規模事業者に調査票を持参し巡回訪問又は郵送する。
- ・分析方法：当会にてとりまとめ、地域の小規模事業者が見やすいように、業種別・企業規模別・経営課題等を明確化し整理・分析を行う。
- ・成果の活用方法：①当国会報・ホームページ及び市広報で公開し、企業活動支援に繋げる。
②回収したアンケートを項目内容別にまとめ、業種ごとの景況感を抽出し、景況調査の鴻巣地域版として巡回訪問や窓口相談時の小規模事業者の経営状況分析の参考として活用する。
③回答した企業に対し、担当経営指導員が巡回訪問し、明確となった経営課題に対してフォローを行い、課題解決の支援を行う。
④回収したアンケートにより、企業が求めているセミナー・講習会のテーマの検討材料として活用する。

【目標】

支援内容	直近	H31	H32	H33	H34	H35
埼玉県・鴻巣市の統計調査	未実施	1回	1回	2回	2回	2回
鴻巣市内の企業に対する地域景況調査公表回数(1回100社)	未実施	1回	1回	2回	2回	2回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

【現状の取組みと課題】

本会では、記帳代行業務における記帳指導、資金調達に関する相談対応を中心に経営状況や財務状況の分析を行ってきたが相談対象事業者に限定されていた。今後は、地域の小規模事業者から自社の経営状況を把握することの重要性を啓蒙し、経営指導員の巡回・窓口相談を通して小規模事業者の経営状況分析に繋げていく。分析により明確となった専門的な課題については、埼玉県商工会連合会と連携、専門家派遣を実施し経営課題解決の支援を行う。

【事業内容】

(1) 経営状況把握と掘り起こし

小規模事業者への巡回訪問や窓口相談による売上や仕入れ状況のヒアリング、財務分析セミナー等（毎月郵送している商工会員への封入物や市の広報等で募集をする。）を通じ、経営分析による経営改善の重要性を伝えると共に、経営指導員が、経営分析をしたことがない、また行いたい方法が分からない小規模事業者や業績の改善が見られない事業者の掘り起こしを行う。

(2) 小規模事業者の経営状況の把握と分析

経営分析をしたことがない、また行いたい方法が分からない小規模事業者や、直近3期と比較し、業績の改善が見られない小規模事業者には、経営指導員による巡回等のヒアリングで経営状況を把握し、分析を行う。

- ・調査対象：①ヒアリングや各種セミナー参加事業者から状況調査を希望した場合。
②事業者の業績悪化（2期連続の赤字や直近3期で業績改善が見られない等）
- ・調査項目：複数年度にわたる財務分析（収益性・安全性・生産性・成長性）、売上状況、損益分岐点、キャッシュフロー等の定量面の分析、SWOT分析、競合状況等定性面の分析。
- ・調査方法：巡回訪問や窓口相談時に、経営指導員や補助員が事業者にヒアリング、ローカルベンチマークを活用する。内容をシートにまとめ、共有化する。
- ・成果の活用方法：経営分析をした事業者へ内容をフィードバックし、アドバイスの資料や課題解決のための専門家派遣に繋げる。また今後の事業計画策定に向けた資料としても活用する。

【目標】

支援内容	直近 (推定値)	H31	H32	H33	H34	H35
掘り起こしによる経営分析企業数	9社	12社	12社	16社	16社	16社
セミナー開催数	未実施	1回	1回	2回	2回	2回
セミナー参加者数	未実施	20名	20名	30名	30名	30名
セミナー参加者による経営分析企業数	未実施	9社	9社	12社	12社	12社
掘り起こし、セミナー参加者による経営分析企業数合計	9社	21社	21社	28社	28社	28社

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【現状の取組みと課題】

現状は、事業計画策定のきっかけが補助金等の申請によるものが多くなっているが、本来は事業計画を策定し、これに基づく経営の実施が事業の持続的発展に繋がるものである。小規模事業者が実施できるよう経営指導員が、重要性の啓蒙や作成支援を実施する。巡回訪問やセミナーで全ての事業者が作成できるとは限らないため、終了後経営指導員による巡回・窓口相談時に継続指導する。(平均3回程度、計画策定まで)。

【事業内容】

(1) 事業計画策定企業の掘り起こし

当会会報やホームページ等に事業計画策定セミナー・個別相談会の開催周知を行い、策定の意義・重要性を広く啓蒙することで企業の掘り起こしを行い、当会より策定提案を実施する。

(2) 事業計画策定支援

①事業計画策定支援

小規模事業者においては、経営者自身が企業活動の維持に奔走し、事業計画策定をする時間が取れず、将来的な経営方針を描けていない企業が少なくない。

しかしながら、自社の現状を把握し、課題や将来的な経営方針が客観的に「見える化」できる事業計画作成は、企業の持続的発展には欠かせない要素であり、小規模事業者の経営課題解決のために、経営指導員による巡回訪問・窓口相談時に経営計画作成の重要性をより多くの小規模事業者に周知・啓蒙し、事業計画の策定と実行支援し、フォローアップを担当経営指導員が伴走型支援することで、小規模事業者の持続的な発展を図る。

②創業(第2創業)希望者に対する事業計画策定支援

近隣商工会(桶川市商工会・北本市商工会・伊奈町商工会)と連携して、地域の創業者の掘り起こし、新たな産業・雇用創出を図るため広域での創業セミナーを開催する。受講者に対しては、担当経営指導員が創業後も継続してフォローアップ巡回訪問を実施し、計画完成まで支援する。

③事業承継のための事業計画策定支援

担当経営指導員による巡回訪問・窓口相談時のヒアリングで、後継者はいるが事業承継のタイミングが分からずに踏み切れない小規模事業者に対し、「事業承継ガイドライン」を活用し、早期の事業承継への取り組みを促すと共に、事業承継を行ったが、計画経営が実施できていない小規模事業者については、よろず支援拠点、地域金融機関と連携しながら、事業者が策定した計画に対して担当経営指導員が指導・助言を行うことで、スムーズな事業承継を実施し小規模時事業者の持続的発展を促す。

【目標】

支援内容	直近 (推定値)	H31	H32	H33	H34	H3
事業計画策定支援掘り起こし 企業数	16社	16社	16社	25社	25社	25社
事業計画策定企業数	16社	16社	16社	25社	25社	25社
創業セミナー・相談会の開催数	1回	1回	1回	2回	2回	2回
創業・第2創業計画策定企業数	1社	6社	6社	8社	8社	8社
事業承継計画策定企業数	未実施	4社	4社	8社	8社	8社
事業計画・創業計画・事業承継 計画策定企業合計	18社	26社	26社	41社	41社	41社

4. 事業計画後の実施支援に関すること【指針②】

【現状の取組みと課題】

本会では、事業計画策定後の事業者に対して定期的な進捗状況確認は実施しておらず、フォローアップも事業者からの申し出による受動的な支援であった。

指導員の定期的な巡回訪問を実施し、進捗状況の確認と課題解決に向けて決め細やかでかつ丁寧な支援を実施していく。

【事業内容】

①事業計画策定後の支援

事業計画策定事業者への支援は、個々の判断で行なっていたが、今後は事業計画策定後、最低四半期に一度は巡回訪問を行い、計画策定後の現状と進捗状況の確認を行う。さらなる課題が見つかった場合は、専門家を招聘し帯同訪問し三者で課題解決の支援を行う。

経営革新計画承認企業に対しても、四半期に一度巡回訪問を実施し、経営革新計画に基づく事業進捗状況の確認を行う。

②創業計画策定事業者への支援

創業間もない事業者は、開業後の資金不足に陥る恐れもあることから、毎月1回の巡回訪問を6ヶ月間実施する。半年経過後は、2ヶ月に一度を目安に巡回訪問を実施する。記帳指導や税務相談についても引き続き支援を実施し、専門家派遣を活用しながら、課題解決に取り組んでいく。

③事業計画策定事業者への施策提供

事業計画策定後、経営指導員の巡回・窓口相談時において国・県・市等の支援策のパンフレットを活用し支援内容の啓蒙と周知を図る。

支援事業・各種補助金等の実現事例を商工会報やホームページ等でPRすることで、取組み意欲を向上させる。

【目標】

支援内容	直近 (推定値)	H31	H32	H33	H34	H34
事業計画策定企業数	16社	16社	16社	16社	25社	25社
フォローアップ訪問回数	64回	64回	64回	64回	100回	100回
創業・第2創業計画策定企業数	6社	6社	6社	8社	8社	8社
フォローアップ訪問回数	54回	54回	54回	72回	72回	72回

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状の取組みと課題】

小規模事業者は「プロダクトアウト」による販売傾向が強く、自らの商品・提供するサービス等について、「マーケットイン」の考えを啓蒙させるために需要動向調査は重要であるが、当会としてはその課題に関連した情報を新聞や業界紙の情報データ等を小規模事業者からの相談の都度、提供するに留まっていた。今後は、経営指導員による巡回訪問・窓口相談時において、事業者へ調査の取組み意識の向上を図り、アンケート内容を事業者とのヒアリングで作成し、支援を実施することで販売促進に繋げていく。

【事業内容】

個社支援を行う小規模事業者の販売する商品又は役務の調査

①店頭等におけるニーズ調査

飲食業その他関連業種の事業所に対して、巡回や窓口相談等を通じて需要動向調査の必要性を説明し、店頭で販売を行っている商品の試食会及びテストマーケティングを行う、また事業者が開発した新商品・新役務を消費者がどう感じるかについて店頭等でモニタリング調査をする際に、当会において下記の支援を行う。

- ・調査方法：事業者と経営指導員でターゲット顧客を想定し、アンケート又はヒアリングシートを作成する。事業者は店頭等において、ターゲット顧客に試食や商品を手にとってもらい、作成したアンケート等を利用して顧客の生の声を収集するニーズ調査を実施する。
- ・調査項目：価格、味・雰囲気など好み、パッケージデザイン、従来商品・他社商品との比較、商品・役務の満足度等
- ・提供方法：経営指導員は、事業者が実施した調査結果について集計・分析を行い、簡潔なレポートにまとめ事業者へフィードバックする。その結果を基に必要に応じて専門家派遣等を活用し、販売戦略の見直し・新商品開発・事業計画策定等に活用する。

②工業展等におけるニーズ調査

工業展等（彩の国ビジネスアリーナ・広域ビジネス商談会・さいしんビジネスフェア）に出店する事業者に対し需要動向調査の必要性を説明し、事業者が出品する商品・製品を顧客がどう感じるかについてアンケート調査等をする際に、当会において下記の支援を行う。

- ・調査方法：事業者と経営指導員でアンケート又はヒアリングシートを作成する。事業者は工業展等（彩の国ビジネスアリーナ・広域ビジネス商談会・さいしんビジネスフェア）において、商品購入者や来場者（バイヤー、メーカー等）に商品・製品等を手にとってもらい、作成したアンケート等を利用して聞き取り調査を行う。経営指導員は、事業者が実施した調査結果について集計・分析を行い、簡潔なレポートにまとめ事業者へフィードバックする。
- ・調査項目：価格、原材料、ロット単位、パッケージデザイン、商品の選定のポイント、商品への要望、商品の購買頻度、商品・役務の満足度等
- ・提供方法：経営指導員は、事業者が実施した調査結果について集計・分析を行い、簡潔なレポートにまとめ事業者へフィードバックする。その結果を基に必要に応じて専門家派遣等を活用し、販売戦略の見直し、新商品開発、事業計画策定等に活用する。

【目標】

支援内容	直近	H31	H32	H33	H34	H35
①の需要動向調査事業者数	未実施	16社	16社	16社	16社	16社
①の実施企業の1社あたり標本数	未実施	30人	30人	30人	30人	30人
②の需要動向調査事業者数	未実施	8社	8社	8社	8社	8社
②の実施企業の1社あたり標本数	未実施	10人	10人	10人	10人	10人

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】

【現状の取組み内容と課題】

これまで当会では、小規模事業者に対する需要開拓支援は当会ホームページで簡単な事業紹介や展示会等への出展案内にとどまっていた。小規模事業者単独では、費用や人材資源等の問題から大規模な販路開拓活動は難しく、支援を要する分野である。今後は、展示会・商談会への案内にとどまらず、専門家派遣を活用し成約率の向上につながる事前のプレゼン対策や実際の展示会場で役立つ商品ディスプレイ対策、広範囲な企業 PR のための IT を活用した支援を実施し、事業者の認知度向上、販路開拓・新規顧客獲得に繋げていく。

【事業内容】

(1) マスメディア等の広報支援

鴻巣市内で、新商品や新事業を始めた企業を当会がピックアップし、マスコミへの紹介を積極的に行う。新聞媒体や地元FM放送局、地元ポータルサイトに記事として取り上げてもらうよう働きかけていく。

(2) 展示会・商談会出展企業への売上向上支援

事業内容	支援対象	支援内容
「彩の国ビジネスアリーナ※1」出展支援 (埼玉県産業企業振興公社主催)	自社製品及び技術のPRを目的とする製造業者	事業者紹介の広報周知 受注に結びつけるプレゼン講習や営業方法について出展前に専門家派遣を実施し成約件数向上を支援する。 出展後は、事業者と事前の支援内容の効果について再考し、担当経営指導員による継続支援を行う。
「広域ビジネス商談会」参加支援 (県北地域5商工団体及び県央地域4商工団体主催)	広域での販路開拓を目指す製造業者	出展申請手続きのサポート 受注成立に結びつけるプレゼン講習や営業方法について出展前に専門家派遣を実施し、受注件数向上を支援する。 出展後は、事業者と事前の支援内容の効果について再考し、担当経営指導員による継続支援を行う。
「さいしんビジネスフェア※2」参加支援 (埼玉縣信用金庫主催)	自社製品及び技術のPRを目的とする事業者	事業者紹介の広報周知、受注に結びつけるプレゼン講習や営業方法について出展前に専門家派遣を実施し、受注件数向上を支援する。 出展後は、事業者と事前の支援内容の効果について再考し、担当経営指導員による継続支援を行う。

※1 彩の国ビジネスアリーナ

公益社団法人埼玉県産業振興公社が主催する700社を超える企業・団体が参加する国内最大級のビジネスマッチングイベント

※2 さいしんビジネスフェア

埼玉縣信用金庫が主催する約250社を超える企業・団体が出展するビジネス展示・バイヤー商談会

(3) ホームページ・ソーシャルメディア等のIT活用販売促進支援

①鴻巣市商店会連合会では、商店会連合会加入事業者については、専用ホームページ「このとりドットこむ」を運営し、企業PRに努めているが、事業者単独で自社のホームページを整備することは難しく、ITを活用した販路開拓が実施できている事業所は少ない。事業所の疑問点や不明点を経営指導員が把握し、ホームページ作成支援ツール「SHIFT」を活用する。SHIFT

の活用指導を行い、事業者が更新できるよう指導し、小規模事業者が苦手とされるITによる情報発信を支援する。課題解決にあたり、高度なIT知識を必要とする場合には、専門家を招聘し、課題解決に努める。

②ソーシャルメディア（SNS）の活用支援

Facebook や LINE 等を集客やPRに繋がるよう活用するため、今までは街バル参加事業者については、継続して活用支援を行ってきたが、今後は、幅広い業種で活用できるよう担当経営指導員が巡回訪問時等に事業者へ活用内容を確認し、指導を行う。事業者だけでの課題解決が困難な場合は、ITに精通した専門家を招聘し、課題解決に努める。

（４）その他

毎年２回程度、販路開拓関係のセミナー（売れる写真の撮り方、商談力向上、チラシ作成等）を開催し、小規模事業者の販路開拓支援に繋げる。セミナー受講者で継続支援を希望する受講者については、担当経営指導員がそれぞれの分野に精通した専門家を招聘し、連携して課題解決を支援する。

【目標件数】

支援内容	直近 (推定値)	H31	H32	H33	H34	H35
広報掲載事業所数	1社	2社	2社	2社	2社	2社
商談会・展示会出展支援						
彩の国ビジネスアリーナ (出展企業数)	1社	1社	2社	2社	4社	4社
うち商談件数	1件	3件	6件	6件	12件	12件
うち成約件数	0件	1件	2件	2件	6件	6件
広域ビジネス商談会 (参加企業数)	5社	10社	10社	12社	12社	15社
うち商談件数	0件	30件	30件	36件	36件	45件
うち成約件数	0件	6件	6件	8件	8件	10件
さいしんビジネスフェア (参加企業数)	5社	10社	10社	12社	12社	15社
うち商談件数	5社	10社	10社	12社	12社	15社
うち成約件数	3社	4社	4社	6社	6社	8社
ITの活用による販売促進支援企業数	未実施	10社	10社	20社	20社	20社
売上増加目標（1社あたり）	未実施	8%	8%	10%	10%	15%
セミナー開催回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

II 地域の活性化に資する取組

【現状の取組みと課題】

本会では、合併後もそれぞれの地域の祭りやイベントを引き継ぎ、地域活性化支援を実施してきた。前述した「小規模事業者の中長期的な振興にあり方」で示した「観光振興による交流人口の増加」を実現するために、観光振興の充実に注力していく。以下の2つの取組みを実施することで、にぎわいの創出と地域ブランド化を推進する。

【事業内容】

(1) 「鴻巣花火大会」の開催

鴻巣の花火は、スターメインを中心とした構成で、関東地方で遅い開催（10月）の花火イベントである。フィナーレを飾る「大鳳乱舞」は壮大な規模の300連発花火となっており、締めを飾る「四尺玉」の打ち上げは他に類を見ないものとなっている。年々規模の拡大や内容のグレードアップを図っている。地域経済の更なる発展に繋げていく。

①組織

「鴻巣花火大会」は鴻巣市商工会青年部が主催し、鴻巣市が協賛となっている。委員会メンバーは、警察署、消防署、交通指導員、鴻巣市観光協会、消防団等の代表から構成されている。開催に向けて、年6～7回委員会を開催し、意識・情報の共有を図っている。

②にぎわいの創出や地域ブランドの効果

打ち上げが15,000発超の規模で、関東地方でも遅い時期の花火大会として、また四尺玉の打ち上げとして幅広く知られており、平成27年は60万人の観覧客が訪れた。花火のチケットをインターネットで購入できる仕組みを導入。埼玉県だけではなく、全国の花火愛好家に親しまれている。鴻巣市内への来訪者の増加に貢献している。

③地域経済の活性化

花火大会プログラムには、協賛している小規模事業者の名前が掲載されている。会場入場者やチケット購入者に配布されており、企業PRに貢献している。また、会場内に事業者の出店ブース（20区画）を設置し、商業者の売上増にも貢献している。

(2) 特産品事業者のグループ支援

当市と吉見町を結ぶ荒川の川幅が日本一であることにちなみ、「川幅」をキーワードとした特産品の開発支援を行ってきた。現在では「川幅うどん」「川幅せんべい」「川幅どらやき」等地域産品として定着した。新たな特産品開発を検討するグループを募り、商工会まちおこし委員会を中心として地域の特色を活用した特産品の開発・掘り起こしや販路開拓を支援し、新たなブランド創出を目指す。衰退しつつある小売・サービス業者の認知度向上による商業振興と地域経済活性化を図る。

①組織

商工会まちおこし委員会を中心として、年2～3回委員会を開催し、特産品開発のグループ発掘や特産品開発を行っていく。

②にぎわいの創出や地域ブランドの効果

「川幅」ブランドとしてうどん・せんべい・どらやきは認知度も高まり、地域の土産として定着し、飲食店・和菓子店の売上増加に貢献した。今後は、「花のまち鴻巣」をキーワードに花を活用した新たな特産品開発により、他業種への売上増にも貢献し、地域経済の活性化に繋げていく。

【目標件数】

事業内容	直近	H31	H32	H33	H34	H35
「鴻巣花火大会」 入場者数	40万人	45万人	45万人	50万人	50万人	55万人
特産品開発グループ 支援	未実施	1グループ	1グループ	1グループ	2グループ	2グループ

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

【現状の取組みと課題】

当会では、行政、市内金融機関、近隣商工会（桶川市商工会・北本市商工会・伊奈町商工会）等と商工会経営改善普及事業及び地域振興事業についての情報交換は行っていたが、小規模事業者に対する支援に繋がるノウハウ等の情報共有を図っていなかった。今後は市内金融機関との情報交換会の際、金融情勢だけではなく実際の取扱事例の情報共有することで、支援能力向上を図る。近隣商工会との情報交換の際は、小規模事業者の支援事例発表を行い、職員会議等で報告。職員間の情報共有・ノウハウの蓄積を図り、更なる支援体制向上に繋げる。

【事業内容】

①行政との連携（随時）

鴻巣市との情報交換会（年1回開催）で、市内の人口情勢や都市計画整備状況等の情報交換を行い、事業者へ情報提供や支援施策の活用に関与する。また、産業振興課等と小規模事業者支援については随時情報交換を実施し、小規模事業者への新たな需要開拓支援が実施できるよう連携構築を図る。

②金融機関との連携（年2回開催）

日本政策金融公庫熊谷支店、市内金融機関と市内小規模事業者の経済・需要動向について年2回会議を行い、国・県の支援施策等の情報を共有することで、小規模事業者への新たな需要開拓支援が実施できるよう連携構築を図る。

③近隣商工会との連携

埼玉県小規模事業者経営基盤強化事業として、近隣商工会4地区（北本市・桶川市・伊奈町・鴻巣市）の経営指導員との毎月1回連携会議を開催し、各地域の小規模事業者等が有する経営課題について課題を共有し、解決を図ることで、地域全体でのノウハウの共有・職員の資質向上を図ると共に、地域小規模事業者への新たな需要開拓支援が実施できるよう連携構築を図る。

2. 経営指導員等の資質向上に関すること

【現状と取組みと課題】

これまでの職員の資質向上等については、各種研修等への参加を中心に対応していた。今後経験豊富な職員の退職、経験年数の違いや人事交流による地域状況の認識不足が生じることで、小規模事業者への支援能力の低下を招く恐れがあり、大きな課題となってくる。そこで職員間の情報共有を図りノウハウを蓄積できるよう、以下の内容を実施する。

【事業内容】

①埼玉県商工会連合会が主催する商工会職員等研修会に参加し職員としての資質向上と小規模事業者に対する支援ノウハウの向上を図る。（年2回程度）

②管内税務署、埼玉県労働保険事務組合連合会等が主催する研修会への参加や、地区内金融機関や税理士会等との連携を図り、創業・事業承継等に係る支援能力の向上を図る。（年6回程度）

③中小企業基盤整備機構の運営する中小企業大学校への研修に参加し、知識の向上を図る。特に経験値の少ない指導員に関しては、基礎的知識を習得することで支援能力の向上を図る。（年1回程度）

④全国連が実施するWeb研修は、経営支援に関する知識向上に必要なシステムであることから、各指導員のスキルアップのために活用する。

⑤経営指導員が習得した支援ノウハウや事業者の経営分析結果等を鴻巣市商工会独自の共有ファイルに蓄積し、職員間の情報の共有化を図り、経営支援体制を構築する。

⑥経営指導員会議を隔週にて実施し、案件に応じ補助員・記帳担当者も同席し、現状支援事業所の情報共有や課題解決のための意見集約と課題解決を行い、小規模事業者へのよりきめ細かい支援と経営指導員を含めた職員全体の資質向上を図る。

⑦小規模事業者の経営課題等解決に対応できるよう、職務のジョブローテーションを実施し、幅広い業務経験を通じて多様な視点を持つことで、職員全体の資質向上を図る。

⑧融資業務スキル向上と情報交換のため、金融機関職員を招聘した融資勉強会を制度改正時に（随時）開催する。

⑨集積した支援ノウハウや成功事例、各種分析結果等については、鴻巣市商工会独自の共有ファイルを構築し、組織として情報の共有と蓄積を図る。

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

【事業内容】

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

①経営発達支援計画の事業評価及び見直しの体制

本計画に対する実績報告書を本計画の統括責任者である事務局長が作成し、税理士や中小企業診断士等の有識者、金融機関（日本政策金融公庫等）、外部有識者として鴻巣市担当課等の外部関係機関の第三者により、事業成果の評価・見直し案の提示を行う。

②経営発達支援計画の事業評価及び見直しの決定

①で検討された事項について、商工会執行部会にて経営発達支援計画推進状況を報告検討するとともに、事業成果の評価・見直しの方針の決定を行う。

③経営発達支援計画の事業評価及び見直しの承認

商工会執行部会において決定された事業の成果・評価・見直し案について、本会理事会へ報告し承認を受けることとする。

④経営発達支援計画の事業評価及び見直しの公表

事業の成果・評価・見直し結果を鴻巣市商工会ホームページにて計画期間中に公表していく。また、鴻巣市商工会発行の広報誌「鴻巣市商工会だより」でも公表して、常に閲覧可能とする。

※ホームページアドレス：<http://www.syokokukai.or.jp/kohnosu/>

(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30年7月現在)

(1) 組織体制

【商工会】

- ・会長（1名）、副会長（2名）、理事（27名）、監事（2名）、顧問（1名）

【事務局体制】

経営発達支援事業は、事務局長を統括責任者とし、実務担当者を経営指導員中心として、職員全員で取り組むものとする。

【統括責任者】

- ・事務局長

経営発達支援計画事業全体の統括。発達支援計画の進捗状況の管理。
自治体や他団体との連携の取りまとめ。

- ・参与、統括

経営発達支援計画事業全体の統括支援。発達支援計画の進捗状況の管理支援。
自治体や他団体との連携の取りまとめ支援。

【事業統括】

- ・経営指導員

経営発達支援計画事業支援の中核を担う。発達支援計画推進に関して連携の中心的存在。
指導員間の情報共有を図ると共に、小規模事業者への情報提供を図る。

【事業補佐】

- ・補助員、記帳専任職員、記帳指導職員

経営発達支援計画の重要な支援者。自己の担当業務から得られる情報に基づき、分析・需要動向を把握し、情報提供を行う。

【事務局実施体制職員数】

事務局長	参与	統括	経営指導員	補助員	記帳専任職員	記帳指導職員
1	1	1	4	2	1	2

※上記のように限られた職員であるため、経営発達支援事業を円滑に進めていくにあたり、既存事業の見直しを行っていく。

(2) 連絡先

鴻巣市商工会

- ・住所 〒365-0038 埼玉県鴻巣市本町6丁目4番20号
- ・電話 048-541-1008 ・FAX 048-541-1071
- ・E-mail kounosu@syokoukai.jp
- ・ホームページ <http://www.syokoukai.or.jp/kohnosu>

(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)

	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
必要な資金の額	7,210	7,210	9,820	9,820	9,820
経済動向調査費	40	40	40	40	40
経営状況分析支援費	300	300	600	600	600
事業計画策定支援費	3,000	3,000	4,980	4,980	4,980
事業計画策定後支援費	450	450	680	680	680
需要開拓支援費	1,920	1,920	2,020	2,020	2,020
特産品開発費	500	500	500	500	500
人件費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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、事業受託費

(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>【地域の経済動向調査】 ・埼玉県、鴻巣市に統計情報を提供してもらい、地域の小規模事業の企業活動に参考となる統計資料を作成する。</p> <p>【経営状況の分析】 ・埼玉県商工会連合会と連携し、セミナー開催時の講師の選定や分析後の課題解決に専門家派遣等を利用する。</p> <p>【事業計画策定支援に関すること】 ・創業希望者に対する事業計画策定支援事業に関しては、第3ブロック商工会（桶川市・北本市・伊奈町商工会）と連携して地域の創業者の掘り起こし、新たな産業・雇用創出を図るため広域での創業セミナーを開催する。 ・事業承継のための事業計画策定支援に関しては、事業承継を行ったが計画経営が実施できていない小規模事業者については、よろず支援拠点、市内金融機関と連携しながら、事業者が策定した計画に対して、スムーズな事業承継を実施する。</p> <p>【新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること】 ・展示会、商談会出展企業への売上向上支援に関しては、「さいしんビジネスフェア」を埼玉縣信用金庫鴻巣支店と連携し、出展者の募集や出展前後の支援をする。</p> <p>【地域の活性化に資する取組】 ・鴻巣花火大会の開催や特産品事業者グループ支援に関しては、鴻巣市及び鴻巣市観光協会と連携してにぎわいの創出や地域ブランド創出支援をする。</p> <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】 ・行政との連携に関しては、鴻巣市と連携し随時情報交換を行い、小規模事業者への新たな需要開拓支援等が実施できるように連携構築を図る。 ・金融機関との連携に関しては、日本政策金融公庫熊谷支店、市内金融機関と市内小規模事業者の経済・需要動向について年2回会議を行い、国・県の支援施策等の情報を共有することで、小規模事業者への新たな需要開拓支援が、実施できるよう連携構築を図る。 ・近隣商工会との連携、埼玉県小規模事業者経営基盤強化事業として、近隣商工会4地区（北本市、桶川市、伊奈町、鴻巣市）の経営指導員との毎月1回連携会議を開催し、各地域の小規模事業者等が有する経営課題について課題を共有し、解決を図ることで、地域全体でのノウハウの共有・職員の資質向上を図るとともに連携構築を図る。</p>
連携者及びその役割
<p>①埼玉県商工会連合会 代表者：会長 三村 喜宏 住 所：埼玉県さいたま市大宮区桜木町 1-7-5 電 話：048-645-0283 役 割：事業全般における情報提供や主催事業への参画、事業進捗への指導・助言</p>

②埼玉県

代表者：県知事 上田 清司

住 所：埼玉県さいたま市浦和区高砂 3-15-1 電 話：048-824-2111

役 割：埼玉県内の小規模事業者への施策支援

③鴻巣市

代表者：市長 原口 和久

住 所：埼玉県鴻巣中央 1-1 電 話：048-541-1321

役 割：鴻巣市内の小規模事業者への施策支援

④よろず支援拠点コーディネーター（(公財)埼玉県産業振興公社）

代表者：理事長 織田 秀明

住 所：埼玉県さいたま市大宮区桜木町 1-7-5 ソニックビル10階 電 話：048-647-4101

役割：連携内容に応じた相談業務等における情報提供や経営支援

⑤(株)埼玉りそな銀行 鴻巣支店

代表者：支店長 久保 誠司

住 所：埼玉県鴻巣市本町 3-1-28 電 話：048-541-1411

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑥(株)埼玉りそな銀行 吹上支店

代表者：支店長 土屋 淳

住 所：埼玉県鴻巣市吹上本町 1-4-2 電 話：048-548-0811

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑦(株)武蔵野銀行 鴻巣支店

代表者：支店長 草生 一英

住 所：埼玉県鴻巣市本町 7-2-33 電 話：048-541-1621

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑧(株)群馬銀行 鴻巣支店

代表者：支店長 星野 光生

住 所：埼玉県鴻巣市雷電 2-1-15 電 話：048-541-2121

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑨(株)群馬銀行 吹上支店

代表者：支店長 神宮 直樹

住 所：埼玉県鴻巣市吹上富士見 1-16-21 電 話：048-548-8311

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑩(株)東和銀行 鴻巣支店

代表者：支店長 本間 秀一

住 所：埼玉県鴻巣市本町 6-6-35 電 話：048-543-2511

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑪(株)東和銀行 吹上支店

代表者：支店長 高橋 孝二

住 所：埼玉県鴻巣市吹上富士見 3-1-20

電 話：048-548-6811

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑫埼玉縣信用金庫 鴻巣支店

代表者：支店長 堀口 浩行

住 所：埼玉県鴻巣市本町 6-1-34

電 話：048-541-1251

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑬埼玉縣信用金庫 吹上支店

代表者：支店長 藤井 裕之

住 所：埼玉県鴻巣市吹上本町 3-2-6

電 話：048-548-7311

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑭川口信用金庫 鴻巣支店

代表者：支店長 轡田 亨

住 所：埼玉県鴻巣市本町 2-1-37

電 話：048-541-3600

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑮熊谷商工信用組合 吹上支店

代表者：支店長 内田 義久

住 所：埼玉県鴻巣市吹上本町 3-6-5

電 話：048-548-0416

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑯(株)大光銀行 鴻巣支店

代表者：支店長 仁瓶 雄司

住 所：埼玉県鴻巣市雷電 1-3-38

電 話：048-541-7111

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑰(株)日本政策金融公庫 国民生活事業 熊谷支店

代表者：支店長 成塚 健治

住 所：埼玉県熊谷市宮町 2-45

電 話：048-521-2731

役 割：鴻巣市内の小規模事業者の金融・創業を中心とした経営支援

⑱鴻巣市観光協会

代表者：会長 清水 岩夫

住 所：埼玉県鴻巣市人形町 1-4-20

電 話：048-544-1730

役 割：地域観光活性化に対する情報提供や事業への参画

⑲第3ブロック商工会（桶川市商工会・北本市商工会・伊奈町商工会・鴻巣市商工会）

伊奈町商工会 会長 町田 伸吉

住 所：埼玉県北足立郡伊奈町小室 9454-1

電 話：048-722-3751

役 割：連携内容に応じた相互事業実施や連携会議を通じた職員の資質向上

幹事商工会：桶川市商工会 会長 加藤 清

住 所：埼玉県桶川市鴨川 1-4-3

電 話：0480-786-0903

役 割：連携内容に応じた相互事業実施や連携会議を通じた職員の資質向上

北本市商工会 会長 内田 千美

住 所：埼玉県北本市宮内 7-148

電 話：048-591-4461

役 割：連携内容に応じた相互事業実施や連携会議を通じた職員の資質向上

連携体制図等

