

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>白岡市商工会 (法人番号3030005004791)</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成30年4月1日～平成34年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>小規模事業者の明確なビジョンに基づく事業計画策定を支援しながら、商業経営者においては将来像を「地域に根ざした魅力ある商店・商店街」とし、2つの基本目標「地域に密着した商業機能の展開」、「個店と商店街の商業活動の強化」を定める。 工業経営者においては将来像を「地域の特性を活かした工業経営」とし、3つの基本目標を「変化に対応した工業経営（ものづくり）」、「多様な主体との連携・協働」、「人材の育成と確保」と定める。</p>
<p>事業内容</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) 地域の経済動向及び需要動向を調査分析するとともに、各種経済動向調査の分析結果の情報を提供、公表する。 2) 小規模事業者の持続的発展に向け、経営状況の分析及びその結果に基づいた事業計画書策定支援を策定後のフォローアップも含めて実施する。 3) 各種イベント開催時や他の関係団体が開催する展示会等に小規模事業者の商品や製品の出品あつ旋し、小規模事業者の販売促進、地場製品の認知度の向上をはかる。 4) 白岡市、白岡市観光協会等と連携し、今後の地域経済活性化の方向性を検討するとともに、既存事業の検証を行いつつ、社会一般の福祉の増進に資するための祭り、イベントを開催し、住民コミュニティの醸成と市内に賑わいを創出する。
<p>連絡先</p>	<p>白岡市商工会 住所：〒349-0204 埼玉県白岡市篠津944-13 電話：0480-92-9151 ホームページアドレス：http://shiraoka.or.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 白岡市の現状

白岡市は、埼玉県の東部、東京都心から約40Km、JR宇都宮線を利用し40分程度の場所に位置しており、首都圏のベッドタウンとしての特徴を有している。

道路網は、東北縦貫自動車道（以下、東北道）、国道122号線、県道8路線が市内を通過し、東北道久喜ICや首都圏中央連絡自動車道（以下、圏央道）白岡菖蒲ICにもアクセスが良好で、広域的な交通利便性が高く、近年交通の要所として物流事業者等の進出が増加している。特にここ数年で、大手卸売商社が物流倉庫の拠点を構え、こうした流れを起爆剤にした地域発展が期待される。さらに、平成27年に開通したJR東日本の上野東京ラインにより、埼玉から静岡県までの往来が可能となり、人口増加の要因の一つにもなっている。



<白岡市の人口>

白岡市の人口は埼玉県内で最も新しい市であることから、県内では二番目に人口が少ない市であるが、次頁の人口推移で分かるように、人口増加が続いている。さいたま市、春日部市、久喜市、蓮田市及び宮代町の隣接している5市町と比較すると、さいたま市を除く全ての市町では、平成22年と比べて人口が減少しているが、当市では、大幅に増加している(人口52,329人、平成29年4月1日時点)。これは、土地区画整理事業による宅地供給、また、JR宇都宮線の利便性向上などにより、子育て世代を中心とした転入者が増えていることによるものと考えられ、近隣市町と比較して一定の優位性があり、恵まれた状況である。

白岡市人口の推移

暦年	人口	出所
昭和	55	31,624
	60	34,171
平成	2	38,319
	7	43,225
	12	46,999
	17	48,389
	22	50,272
	27	51,550
	29	52,329

しかしながら、国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口』によると、当市においても平成32年には人口減に転じると想定されている。人口の減少による影響は大きく、労働力と購買意欲の低下を招き地域の経済活動に大きな影響を及ぼすことが予想される。このような将来的な人口減少に対して、速度を緩めるべく、地域経済の底上げが必要である。

白岡市の将来推計人口

男女計	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
総数	50,272	50,795	50,510	49,690	48,458	46,893	45,138

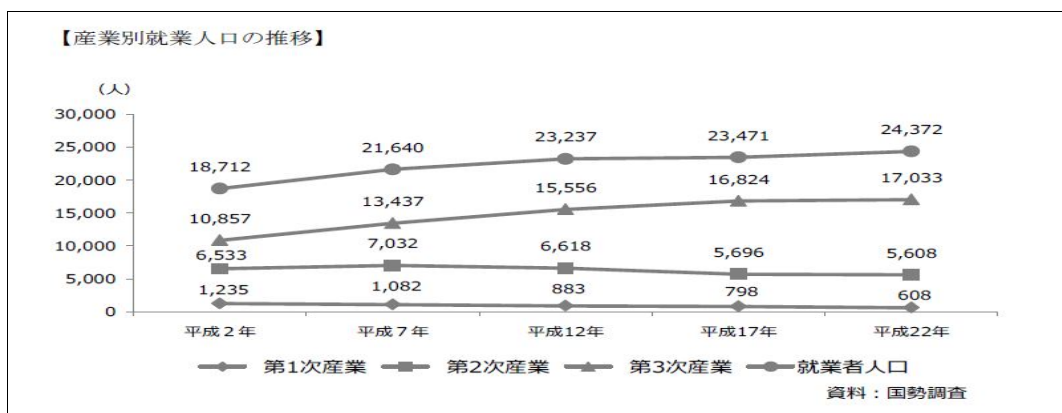
(国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口』(平成25年3月推計)より)

<白岡市の産業の特徴>

当市の就業人口は、増加傾向が続いており、平成2年に18,712人であった就業者数が平成22年には24,372人となり、20年間で5,660人(30.2%)増加している。

産業別就業人口では、第1次産業は減少傾向が続いており、平成2年に1,235人であった就業者が平成22年には608人となり、20年間で627人(▲50.8%)減少した。第2次産業は、平成7年までは増加していたが、その後減少傾向に転じ、平成2年の6,533人から平成22年には5,608人となり、20年間で925人(▲14.2%)減少している。

一方で、第3次産業は、一貫して増加傾向が続いており、平成2年に10,857人であった就業者数が平成22年には17,033人となり、20年間で6,176人(56.9%)増加した。平成22年の産業分類別就業人口で多いのは「製造業」、「卸売業、小売業」となっている。



(「白岡市人口ビジョン(平成28年9月)」より)

上記産業別就業人口から分かる通り、特に卸売業および製造業の増加が顕著である。その要因として、圏央道などの高速道路網の急速な整備による利便性の向上、さらに埼玉県および白岡市による白岡市白岡西部産業団地企業誘致推進条例による「白岡西部産業団地」の誕生・誘致により、大手物流商社を始めとする多くの企業進出が始まっている。特に全国トップの大手医薬品卸業社が新たな進出を始め、大手プラスチックフィルム製造工場が増設を進めるなど、地域にとって新たな産業の誘致による雇用創出、生産人口の増加に繋げる機会が広がっている。

一方、事業者数の推移をみると、事業所数は平成20年を境に減少に転じ厳しい状況となっている。下表の事業所数の推移の通り、前回平成20年から平成24年時点にかけて、特に大幅な減少となり、小規模事業者の廃業などが起因している。これに対して、地域の総力を挙げて商工業者の育成指導が急務である。

市内事業所数の推移

平成16年		平成18年		平成20年		平成24年	
事業所数	対前回伸び率	事業所数	対前回伸び率	事業所数	対前回伸び率	事業所数	対前回伸び率
1,409	-6.4%	1,446	2.6%	1,529	5.7%	1,269	-17.0%

(資料) 総務省統計局「経済センサス—基礎調査報告」平成24年2月1日現在

市内事業所業種別数(平成24年度事業所・企業調査商工業者数より)

建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・宿泊業	サービス業	その他	合計
220	135	60	246	119	341	148	1,269

また、当市は県内有数の梨の産地で、4月中旬には市内梨園が梨の花の白一色に染まり、往時より出荷量は減少しているものの、「白岡の梨」は近隣に名を馳せている。人口数が増加したため、平成24年10月に単独での市制施行をはたし、交通利便性

の良さ、豊かな自然などの強みを有しており、東洋経済新報社の「全都市住みよさランキング」総合評価では、当市が埼玉県内1位になった。



2 白岡市商工会の現状

本会では、市内の小規模事業者に対し、経営の基盤である記帳・税務、労務、金融、指導業務を中心に、第5次白岡市総合振興計画（平成24年度～平成33年度）の方針の下、①小規模事業者を含む既存企業を中心とした産業の活性化を進めるとともに、②優良企業の誘致、商店街の活性化など、各分野における産業の充実を図るといふ施策方向性を踏まえつつ、③名産である梨をはじめ、地元の特産品を活用した白岡オリジナルの商品開発事業を進めてきた。梨では、「リキュール」や「ケーキ」、「シャーベット」、そして「なし飴」などといった加工品がある。梨以外では、爽やかな甘味と酸味が好評な「ブルーベリーヨーグルトアイスクリーム」や、ソースなしでも美味しい「おばちゃんコロッケ」、地元産トマトを使ったB級グルメなどがある。

また、埼玉県内で2番目に大きい自然沼である「柴山沼」を活用した新たな観光資源開発のための「鯉のぼり事業」や「冬の蛍イルミネーション点灯事業」を実施し、地域活性化にむけた取組を精力的に展開している。



（「鯉のぼり事業」画像）

3 地域と白岡市商工会の課題

既存の事業所は8割強が小規模事業者であり、それ故に人材力、資金力、情報発信力が乏しい。商店街には駐車場が少なく、幹線道路、市街地、歩道等は未整備で買物客が安心してショッピングできない状況にあり、事業主の高齢化、後継者不足、近隣の大型商業施設への購買力分散化等により売上げ減少、廃業の増加に繋がっている。

	事業所数	小規模事業者数	小規模事業者の割合 (%)
	平成 24 年統計	平成 24 年統計	平成 27 年 4 月
白 岡 市	1,269	1,027	80.9

(埼玉県商工会連合会発表「平成 26 年度全国商工会連合会実態調査」より)

近年宅地開発により新興住民は増加傾向にあるが、情報発信力に課題を抱える小規模事業者や既存商店街は、各個店の持つ「強み」をアピールしきれていないことから消費先としての選択肢に挙げておらず、これに対して何ら対策を講じることができていない現状がある。

本会としては、これらの問題を解決するため、小規模事業者の持っている「強み」、「弱み」等の現状分析を行い、明確なビジョンに基づいたビジネスプラン策定とそのプランに基づく経営を推進・支援し、新たな顧客の獲得、認知度向上にむけて、ホームページ等 I T を活用した情報発信力の強化策等を講じ、その「強み」(特色)を消費者に広く訴求していく取組が急務と考えている。

また、産業団地の整備等企業立地は進展してきているが、慢性的な求人難の状態が続いているため、この問題に対する支援も喫緊の課題である。

4 中長期的な振興のあり方に基づく目標及び方針

地域の現状と課題などを踏まえ、本計画開始以降の 10 年間(平成 30 年度～平成 40 年度)も地域の経済基盤を確固たるものとする事及び白岡市の活力向上の拡大を目的に、第 5 次白岡市総合振興計画の下、地域の総合経済団体および小規模事業者支援機関として、つぎのとおり「小規模事業者の中長期的なあり方」を策定する。

＜小規模事業者の中長期的な振興のあり方(第 5 次白岡市総合振興計画(=平成 24 年度～平成 33 年度)より＞

- ① 既存企業を中心とした産業の活性化を進める
- ② 優良企業の誘致、商店街の活性化による各分野の産業の充実
- ③ 地域資源を活用し、まちの魅力を町内外に積極的に情報発信することで、交流人口の拡大を図る

＜白岡市商工会の中長期的な振興に基づく目標＞

当会では上記を踏まえ、以下の中長期的な振興の目標を掲げる。

- (1) 地域企業数の維持拡大
 - ① 既存小規模企業の持続的発展を推進する。
 - ② 事業継承などを円滑化することにより、後継者難による廃業の極小化を行っていく。
 - ③ 創業希望者を積極的に発掘・支援することによる地域内企業数の増加を目指すしていく。

(2) 地域企業の経営力強化

技術革新や経営改革等に積極的に取り組む企業を発掘し、これに伴走型支援を積極的に展開することによる経営革新計画認定取得企業の増加

(3) 地域産業の活性化及び白岡市の活力向上

中心市街地を活性化させるほか、今まで以上に地域資源を発掘・活用し、白岡市の魅力を市内外に積極的に情報発信することにより交流人口を拡大することによる経済効果を地域小規模事業者に波及させる。

<白岡市商工会における中長期的な振興に基づくあり方>

白岡市商工会は上記目標に向かって、当計画の開始年度から10年後も既存企業の維持拡大はもちろん、新たな企業の誘致に繋がるよう地域経済全体が底上げされる取り組みを実施する。

経営資源が不足しがちな小規模事業者に対して、外部的な脅威に注視つつ、それぞれの事業者が保有する他には無い強みの再確認を行う。地元企業に寄り添う商工会が経営支援を行い続けることで、事業主や従業員が認識しえない企業の強みを改めて顕在化させ、その強みをベースとした事業計画の策定および推進、経営革新の挑戦により経営基盤を強化し、企業経営の維持拡大、持続的発展を目指す。

さらに地域全体では市内商店街に対し、地域における経済活動の自立的循環が図れるよう、地域住民のニーズの把握を促し、中小企業庁を中心とする商業活性化や地域産業支援などのスキームの活用を積極的に行い、中心市街地を主とした地域全体の活力向上につなげる。個社に対する支援、地域全体の支援を同時に行い、白岡市全体の経済活性化を行い、最終的に人口の増加を目指す。

これまで以上に、様々な情報の集約に努め、潜在する地域資源を存分に活用し、多くの問題に対しても一元的な対応に努め、10年後のこれからも地域に無くてならない唯一の総合経済団体として、白岡市商工会の総力を挙げ、商工業発展のための中心的な役割を果たし続ける。

5 本計画の目標および方針

前述の中長期的な振興のあり方に沿って、白岡市商工会は積極的に本発達計画に則った取り組みを行い、小規模事業者の経営基盤強化を推進する。次に埼玉県、白岡市、日本政策金融公庫、地域金融機関その他関係支援機関及び各商工団体とも連携し、個別企業の経営力向上、販売促進等を継続して支援するとともに、創業・第二創業支援、経営革新支援等を行うことを目標とする。

(1) 業種別の支援に対する基本の方針

① 商業経営者

将来像を「地域に根ざした魅力ある商店・商店街」とし、2つの基本目標「地域に密着した商業機能の展開」、「個店と商店街の商業活動の強化」を定めて支援する。

② 工業経営者

将来像を「地域の特性を活かした工業経営」とし、3つの基本目標を「変化に対応した工業経営（ものづくり）」、「多様な主体との連携・協働」、「人材の育成と確保」と定めて支援する。

(2) 個別事項

① 事業計画策定

小規模事業者の明確な将来ビジョンに基づく事業計画策定を支援する。

② 小規模事業者施策等普及のさらなる推進

多くの事業者に支援施策を周知・普及する体制づくりを推進し、事業者にはこれに基づき経営改善が図れるよう効果的に支援する。

③ 経営発達支援体制の充実

小規模事業者への指導・助言を効果的に実施するために、本発達支援計画に則った組織体制を構築し、当会が総力を挙げ小規模支援機関としての取り組みを実施する。さらに、経営指導員を中心とした職員全体のスキルアップを図る。具体的には、全国商工会連合会及び埼玉県商工会連合会が実施する研修会等並びに経済産業省、埼玉県等関係諸機関が実施する研修会等などに職員を積極的に派遣して資質向上・研鑽に努める。

④ 地域ブランド・特産品の強化拡充等

従来から実施している特産品に加え、白岡市シティプロモーション戦略に適合した特産品を開発するなどして、地域経済活性化に活用する。

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30年4月1日～平成34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】

(1) 目的

これまででは小規模事業者に対して各職員が個別に景気動向の聴き取りを行ってきたが、一定のルールのもと、実施期間を定め体系的な調査を実施していなかった。今後は、本計画に則り、今まで以上に踏み込んだ経営指導となるよう地域の経済情勢等の状況を、角度の異なる複数の調査や分析を行い、地域経済の調査結果を情報提供し、効果的な経営支援となるよう調査を実施する。

(2) 事業内容

<地域企業に対する動向調査>

① 地域企業に対する経済動向調査（調査票送付）

地域企業に対し調査票を送付して経済動向調査を実施する。業種毎（建設業、製造業、卸売業、小売業、飲食店・宿泊業、サービス業）に無作為に抽出し、対象企業を選定する。対象企業に対し直近の売上状況を中心に、前期との比較、来期の見込みや経営課題、資金繰りなどの回答を求める調査票を年1回送付し地域の経済動向を収集する。

② 地域企業に対する経済動向調査（巡回や窓口相談時の聴き取り）

本会理事及び総代等から業種に偏りなく抽出した事業所に対して、調査期間を定め、地域内の経済動向のヒアリングを行う。調査は経営指導員を主とする巡回や窓口での相談時に直接経営者から聴き取りを行う。収集する内容は上記①と同様であるが、直接経営者から聴き取りする機会を生かし、当該企業が実際に直面する経営課題や資金繰りなどの裏付けを取ることで、精度の高い調査内容とする。

<埼玉県及び白岡市を対象とする調査>

③ 埼玉県経済動向調査や埼玉県商工会連合会が行う各種調査結果等の利活用

埼玉県商工会連合会等が実施する中小企業景況調査に協力し、その結果得られる埼玉県内や白岡市内の地域全体の経済動向を収集する。また、埼玉県が実施する経済動向調査「彩の国経済の動き」や、地域金融機関が実施する地域経済の調査結果などを集め、地域経済の動向を把握する。

④ 地域経済分析システム（RESAS）による調査、分析

国が推進する地域経済分析システム（RESAS）を積極的に活用し、地域経済の動向を把握する。産業マップでは主だった産業ごとの売上高や付加価値額の変化を把握し、地域経済循環マップでは地域内産業の生産額などのデータを収集する。さらに自治体比較マップにおける創業数を把握するなど、常に最新データの収集に努める。

⑤ 白岡市の振興計画等各種情報による調査

白岡市との連携を密にして四半期に一度会議を行い、振興計画や重点施策、まちづくりの動向などの情報をタイムリーに収集し、事業運営上の機会（高齢化の進展に伴うビジネスチャンス等）、脅威（人口減少・全国チェーンの進出等）などに備え、地域の総合経済団体ならではの地域に特化した情報を収集する。

項目	内容	
	調査内容①および②	調査内容③～⑤
調査対象項目	売上増減、利益増減、資金繰り、雇用状況、経営課題等、売上見込、在庫状況	埼玉県内及び市内や近隣の経済指標動向（景気動向指数（現状・見通し）、鉱工業指数、消費者物価、住宅投資
調査方法	巡回や窓口での聴き取り調査、アンケート調査の実施	各種団体のホームページや、冊子媒体の活用、行政との定期的な会議により収集
調査対象業種	建設業、製造業、卸売業、小売業、飲食店・宿泊業、サービス業	

(3) 調査結果の分析および活用

地域企業の景気動向や資金繰り、経営課題や雇用状況などの収集された調査内容を担当職員が纏め、地域全体の経済動向の分析を行う。地域の経済動向の特徴を捉えることで、経営計画策定時の指針となるよう活用する。さらに、日常の巡回、窓口相談時にも効果的に分析結果を活用して今後の脅威に備えるとともに、経営者とともにそれへの対策を講ずべく支援する。分析結果は白岡市商工会で管理する職員間利用の共有フォルダ内にデータ化して保存を行うとともに、会報誌やホームページ等で公表し常時閲覧可能にすることで活用の幅を広げる。

<数値目標>

	支援内容	現 状 (見込)	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
調査内容 ①および ②	巡回訪問調査件数 (年 1 回)	10	30	30	50	60
	窓口調査件数 (年 1 回)	10	70	80	90	100
調査内容 ③～⑤	調査分析実施回数 (四半期毎)	1	4	4	4	4

2 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1) 目的

I-1の調査等により得られた地域の経済動向結果を踏まえ、小規模事業者の商品やサービスに対する需要を見据えた事業計画を策定するため、前段として、それぞれの事業者の現状の分析を行う。これまで実施してきた分析は、融資等の申請に主眼を置く計画書に終始しており、将来を見据えた真の分析とは言えないものであった。これからは、対象事業者の強みや弱み等を顕在化させ、財務分析を行い、競合状況や人材等の配置など幅広い項目についてフレームワークを使用し、事業者と共に現状を適切に把握することで、課題解決に向けた経営分析を行う。個社に対する経営分析を行うことで課題を見つけ、次項の経営計画策定の際の重要な基礎データとして事業所と共に分析を行い、伴走型の支援へ繋げていく。

(2) 事業内容および分析項目

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員が中心となり、事業者の経営環境である内部要因（企業内の技術力、商品の強みや弱点、開発力、販売力、有する設備能力や人材、財務内容）、外部要因（企業を取り巻く市場、販売網、需要の変化、競合商品・競合企業の有無や代替商品）についての現状分析、経営課題の抽出を行う。

<対象事業者>

事業計画の策定を希望する事業者、これまで経営計画の策定を行ってこなかった事業者、財務面で経営状況が厳しい事業者、売上が順調に推移しているが足元の経営状況の分析が必要な事業者等、事業計画の策定が必要な事業者を対象とする。なお、対象企業の掘り起しは、巡回訪問時や窓口の相談対応時に聴き取りで行う他、商工会が行う各種事業の実施の際にも行う。さらに、経営計画策定支援セミナーなどを開催し、対象企業の掘り起しに努める。

<分析内容>

①3C分析（市場・顧客、競合、自社）

対象事業者の置かれている経営状況を下記の項目により分析を行う。

- ・市場・顧客＝市場規模、市場の成長性、顧客のニーズ、顧客の消費行動
- ・競合＝競合のシェア、競合の特徴、新規参入の有無、業界ポジション
- ・自社＝企業理念、既存事業の製品サービスの現状、技術力、販売網、資本力、既存ビジネスの特徴

②人員数および組織体制等の分析

小規模事業者は適正な人材の配置に繋がる組織図等を整備していないケースが少なからずあり、改めて人員配置や人員数について可視化することで、現状の組織体制の把握を行う。また、下記の財務分析で得られる“一人あたりの付加価値額”を算出し、適正人員数も割り出していく。

③財務分析

売上高増加率（売上持続性）、営業利益率（収益性）、労働生産性（生産

性)、EBITDA 有利子負債倍率 (健全性)、営業運転資本回転期間 (効率性)、自己資本比率 (安全性)、一人あたりの付加価値額などの項目をベースに財務分析を行う。

④SWOT 分析 (強み、弱み、機会、脅威)

上記①～③の分析内容をもとに、強み、弱み、機会、脅威の視点から、対象企業の現状を把握し、経営上の課題やビジネスチャンスを確認し、経営資源の最適な活用に繋げる。地域企業の強みを知る地元商工会ならではの分析により、定量的な部分だけでは示すことが困難な企業の強みを深化させ、企業経営の意識の高揚に繋げる。

<分析方法>

上記分析は、法人税概況説明報告書や事業所の概要書類 (パンフレットや会社案内など) を参考にしながら、決算書や申告書類をもとに、対象事業者から聴き取りを行い、それぞれのフレームワークに落とし込む。さらに、その結果を中小企業基盤整備機構「経営分析システム」や「ローカルベンチマーク」を利用し、抽出された各々の内容を一元化しデータ化する。対象事業者が今後、金融機関から借入を検討する場合は、積極的に後者のローカルベンチマークを使用する。

(3) 経営分析の活用方法

上記で導き出された分析結果は、担当指導員が職員間で共有可能なデータに作成し落とし込む。入力されたデータを月 1 回実施する職員間での定期会議内で担当指導員より報告を行い、情報の共有化を図る。分析内容を当商工会内の共有データに蓄積することで、過去および将来の分析結果との比較も行う。その後は、事業者にフィードバックし、後述の事業計画策定支援の際に使用する。導き出された分析結果をしっかりと活用し、事業の方向性を検証するべく、着実な事業計画の策定支援に繋げる。

いずれも経営者とともに分析を行うが、業種に特化した高度な支援を必要とする場合には、中小企業診断士等各種専門家の力も活用し分析を行う。

<目 標>

支援内容	現状 (見込)	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
① 経営分析を行うための巡回数 (回)	40	70	80	90	100
② 経営分析件数 (件)	20	35	40	45	50
(経営分析数の内訳)					
商工会による経営分析件数	17	30	35	40	45
専門家による経営分析件数	3	5	5	5	5

3 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 目 的

ほとんどの市内小規模事業者は、事業計画を策定していないことから、「経

営理念」、「経営ビジョン」などが明確化されておらず、いわゆる「勘」や長年の「経験則」に頼った経営を行っているといっても過言ではない状況であることから、現状ではこれが経営改善指導を行う際の障害の一つともなっている。このような状況を打開するため、本計画で行うこととしている「1 地域の経済動向調査に関すること」、「2 経営状況の分析に関すること」及び「5 需要動向調査に関すること」の結果を活用し、小規模事業者に対して事業計画策定の重要性を丁寧に説明、小規模事業者の意識を改革する。地域内小規模事業者の経営改善を推進し、安定的な収益を確保することにより事業の継続性を高める。本項目を含め本計画の全般を通じて、事業者自らが主体性をもって本事業を遂行していく姿勢を醸成させ、遺漏部分を商工会が補完していくスタイルにすることで、目標数値の実現可能性の担保を図る。

さらに、新規事業を展開して新たな収益事業への進出を支援するため、経営者ととともに効果的な事業計画・経営革新計画を策定し支援する。また、窓口相談、巡回指導時に事業計画策定（経営革新等含む）を目指す商工業者をはじめとする小規模事業者に積極的に事業計画の策定を推進する。金融相談や持続化補助金の相談のみならず、事業計画策定こそが最も重要であることを伝え、事業計画の策定を促すことで小規模事業者の事業の健全な発展に貢献することとする。

(2) 支援の対象

支援対象者は、前項の経営状況の分析を行った事業者を中心に、経営の向上を目指し、そのために事業計画・経営計画を策定する意欲のある地域内小規模事業者とする。他にも小規模事業者持続化補助金の申請支援の際や金融あっ旋相談時のみならず、巡回・窓口指導時や経営革新等セミナー出席者などから、意欲の高いものを誘導することとする。

(3) 事業内容

① 事業計画策定支援

(ア) 巡回および窓口相談

巡回時や窓口相談時において、小規模事業者からの面談の際に事業計画の策定を推進する事業者の掘り起しを行っていく。その後、上記支援対象者に向けて事業計画の策定の支援を行う。

(イ) 各種補助金の申請支援時

国や埼玉県、市役所などの各種補助金（主に小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、IT導入補助金など）の申請時に、補助金の対象期間である短期的な期間だけでなく、中長期的な事業計画の策定を行うことで、持続的な経営に繋がる事業計画の策定を促し支援を行う。

(ウ) 経営計画策定セミナーの開催

経営計画作成セミナー（集団）の実施により経営計画の策定の重要性を参加者に伝え、事業者が主体的に策定を行っていくよう意識改革も行う。その後の個別相談でも相談者の現状を踏まえたきめ細やかな策定支援を実施す

る。

(エ) 金融相談会の開催

定期的に実施する金融相談会においても、金融の相談だけではなく、本発達支援計画に則った中長期的な経営計画の策定へ導く。

② 市内創業希望者に対する支援

市内で創業を希望する者に対して、積極的に創業計画書の策定支援を行うとともに、必要に応じて、補助金制度やその申請方法、開業資金、税務関連届出書類の作成提出等ワンストップできめ細やかな支援を行う。

③ 経営革新計画策定に挑む事業者への対応

前項までの事業計画の策定支援を行う事業者に対し、商工会が積極的に一つ上のステージである、経営革新計画の策定に導く。本発達支援計画のスキームを利用し、それぞれの支援企業の新たな取組の実現を図る。

<目 標>

支援内容	現状 (見込)	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
①巡回訪問回数	50	75	90	105	120
②窓口相談件数	100	110	120	130	140
③事業計画策定事業者数	15	25	30	35	40
(事業計画策定数の内訳)					
商工会による経営計画策定数	12	20	25	30	35
専門家による経営計画策定数	3	5	5	5	5

4 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(1) 目的

地域内小規模事業者等が I-3-(3)により策定した事業計画・経営革新計画に基づく事業活動・経営を展開し、安定的な収益を確保することにより事業の継続・さらなる発展を目指して伴走型の支援を行う。

また、地域経済・産業の発展に寄与するため、創業支援を併せて行う。

(2) 支援の対象

前記「3 事業計画策定支援に関すること」で事業計画を策定したもののほか、経営の向上を目指し、そのために自らが事業計画・経営計画を策定済みの意欲のある地域内小規模事業者及び国等の各種小規模事業者支援施策の活用を希望するもの・創業予定者等。

(3) 事業内容

① 事業計画・経営革新計画に基づく経営の支援

地域内小規模事業者が、I-3-(3)により策定した事業計画・経営革新計画に基づく経営を推進するため、事業計画の進捗管理・定期的な見直しなどの支援を、経営者とともに行う。進捗管理は、単に事業計画の遂行状況だけを追うのではなく、当該企業の売上高の推移や粗利額の推移の把握も行っていくものとする。(事業計画策定を支援した者全員に初年度は3か月に1回の頻度で、次年度以降は最低年1回行う。)

高度・専門的な課題等については、埼玉県商工会連合会等のコンサルタント、日本政策金融公庫、埼玉県産業振興公社、埼玉県産業技術総合センター等とも連携して対応、丁寧にサポートし、事業計画の着実な進展と成果の実現を迫及する。

② 支援策等の広報

国、県、市等の行う支援策等を本会ホームページや巡回時にタイムリーに広報で案内することにより周知するとともに、事業計画の遂行状況を確認して必要に応じて事業計画の見直しを行う等継続的にフォローアップを行う。

③ 創業者に対するフォローアップ

創業後も引続き3ヶ月ごとに事業計画の進ちょく状況や経営状況等について確認して指導・助言するとともに、需要動向調査や埼玉県経済動向調査等各種情報提供(印刷物またはタブレット画面表示を提示。)を随時行って事業の拡大・発展を伴走型で支援する。

④ 小規模事業者の雇用の安定化

フォローアップの一環として、慢性的な人出不足の解消に向け求職者を対象とした合同企業説明(面接)会を、ハローワーク春日部、白岡市及び近隣商工会と合同で開催するほか、ハローワークや他団体の主催する求人説明会開催情報を本会ホームページに掲載、巡回・窓口指導時に個別提供(印刷物またはタブレット画面表示を提示。)することにより市内小規模事業者の雇用の安定化を図ることとする。

<目 標>

支援内容	現状 (見込)	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
事業計画フォローアップ延回数	60	100	120	140	160
売上高増加事業者数	未確認	15	18	20	24
粗利増加事業者数	未確認	12	14	16	20
企業説明会開催回数 (求人対策事業)	1	1	1	1	1

5 需要動向調査に関すること【指針③】

(1) 目 的

小規模事業者の販売促進、利益確保を推進するために、消費者から求めら

れている商品やサービスを的確に捉えることで、精度の高い経営計画の策定や効率的な販路開拓に繋げるべく以下の調査事業を実施する。

調査結果は、新商品の開発やサービス改善のほか、事業計画策定時の売上高設定にも活用する。

(2) 支援の対象

事業計画の作成を支援する事業所や巡回等指導時に発掘した事業所の中で、事業の持続的な発展を目指し、新商品・新サービスの開発並びに販路開拓に積極的に取り組む意思を有する事業者を主な対象とする。

(3) 事業内容

①業種別、品目別といった少し大きな単位での調査

次項の新たな販路開拓に向けた事業実施につなげるため、潜在する購買動向をそれぞれの事業者に合わせて把握が出来るよう細かな支援を実施する。

上記支援対象の製品の属する業種ごとに、品目別、アイテム別といった少し大きな視点での調査を実施する。経営指導員により、当該アイテムの業界の状況、品目別に業種別審査辞典や日経テレコン（有料版）などを利用し経営計画策定の指針とする。

調査内容	調査方法	調査項目	活用内容
業種別、品目別といった少し大きな単位での調査	『業種別審査辞典』、日経テレコン（有料版）などを利用	業種別、品目別、市場規模、将来の展望	得られた調査結果をもとに、当該業種への進出について検討

②小規模事業者の販売する商品又は役務を対象とする調査

上記支援対象者の製品やサービスが、既存市場への新製品の投入なのか、新市場への既存製品の投入か、それとも全くの新製品でありながら新市場への投入なのかにより、どの調査方法を選択するか事業者を確認する。

- 新製品を開発し既存の市場へ投入する場合 →次表（ア）の調査を実施
- 既存製品を新たな市場へ進出する場合 →次表（イ）の調査を実施
- 新製品を開発し全くの新市場へ投入する場合→次表（ウ）の調査を実施

①で得られた比較的広い範囲での市場を選定した後に以下の調査を実施する。

まず（ア）の既存市場に対する新製品投入では、既存市場に対して新製品の試用（試食や試飲など）やテスト販売を行い、使用感や印象、どのくらいの売価設定であれば購入につながるかなどを、試用者から直接聴き取りし情報を収集する。聴き取りが難しい遠隔地や数量が多いものに関しては無料サンプルを使い、アンケートをDMやメールなどを利用して実施する。そうして収集されたデータを纏め分析を行い、新製品の投入の有効性について検証する。

また、(イ)の新規市場への既存製品の投入では、これまでに進出を果たせなかった地域や、年齢層、性別などへ投入先を増やすべく、これまで果たしてきた既存市場の進出状況を踏まえながら、事業者と経営指導員で協議を行い、商圈調査サイトを駆使し、対象市場を選定する。候補となる市場を選定後、さらなる精度を上げるため、交通量調査などの実地調査で直接対象市場に触れ、新市場への投入の成否を検証するとともに、海外展開への進出も視野に見据える。

さらに(ウ)の新規市場での新製品の投入では、まったくの新製品開発と同時に新たな市場へ進出をめざす事業者に対し、産業交流展などの展示会出展により、バイヤーや顧客候補に対して直接聴き取りを行い、新製品の強みや弱みについての確認を行いながら、新たな市場の選定を見定め、検証および分析を行う。

	調査方法	調査項目	活用内容
(ア) 既存市場に対する新製品投入	既存顧客へ新製品を試用させ、直接聴き取りを行う 他、遠隔地へアンケートをDMなどで実施	(新製品・新サービスへの)色・数・形・材質・感触・印象・関心度・価格・購買意欲・感想・意見等	左記調査内容をもとに既存商圈へ新製品・新サービスの投入を進める。
(イ) 新規市場への既存製品の投入	民間の調査サイト(商圈大勝)などの利用。 (新市場へ直接訪問を行い)交通量調査などの実地調査により対象市場に触れ、情報を収集する。	<市場> 想定エリアの主要地域、人口、年齢、男女比、収入、交通量等 <競合> 競合製品・サービスの進出状況、シェア、競合店の実地調査	左記調査項目を纏め、既存商品の新たな市場への投入を進める。
(ウ) 新規市場での新製品の投入	産業交流展などの展示会に出展し、バイヤーや顧客候補に直接新商品の評価を行う	(新製品・新サービスへの)色・数・形・材質・感触・印象・関心度・価格・購買意欲の感想・意見等	新しい分野への新商品の投入を進める。

※(調査方法は)複数の戦略が有効な場合は、上記(ア)～(ウ)の調査方法に拘ることなく、他の調査方法を使い分ける。

③地域の特性に合ったニーズ調査の実施

白岡市は長らく名産の梨を使った特産品を開発してきた歴史があり、白岡駅前には特産品を一堂に集めた白岡特産館がある。様々な事業者が製造する製品を購入することが可能であり、このような影響から梨に関連した商品や

サービスが多数存在する。市内中学生が特産品（文房具など）のデザイン作成に参加した経緯もあり、その認知度はかなり高い。こうして培われてきた伝統の流れを継承していくために、特産品や梨関連商品のニーズ調査を実施する。調査実施時期は特産品開発時や梨に関連する新商品の開発前後に実施する。調査方法は下記イベントの出店時や、商工会や他の団体が実施するイベントの際に、直接、客や見込み客から聴き取り（調査内容は状況に応じて上記（ア）～（ウ）を使い分けて）を行い実施する。

- ・白岡特産館で聞き取り調査
- ・JR 白岡駅 PR 活動（毎月最終水曜日に実施する白岡駅構内での販売会）
- ・こいのぼり事業、白岡高校文化祭、彩の国ビジネスアリーナ等
- ・その他商工会イベントおよび展示会出展



（白岡市特産品のホームページより抜粋）

④ 上記以外の需要動向調査

上記調査で不足する部分や、高度な分野の需要動向の調査に関しては、埼玉県商工会連合会等などの専門家派遣や外部のシンクタンクによる調査を実施し対応する。

⑤ 調査結果の活用方法

得られた調査内容を纏め、新製品の投入の可否、新市場への進出の成否などを対象事業者と共に検証し、分析する。

収集されたデータは、担当指導員が埼玉県商工会連合会の基幹システム内に共有データとして落とし込む。入力されたデータを月 1 回実施する職員間での定期会議内で対応指導員より報告を行い、個社に対する需要動向調査のレベルが一定水準に保たれるよう均一化を図る。また、経営指導員に一人一台貸与されているタブレット端末に、需要動向調査の分析結果等の内容（商工会基幹システムを活用）を落とし込み、対象事業者の巡回指導時に利用する。経営計画策定時の重要なデータとなりうるよう常に対象事業者の製品やサービスの最新な需要動向の把握に努める。

< 目 標 >

支援内容	現状 (見込)	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
①業種別、品目別といった少し大きな単位での調査	未実施	5回	6回	7回	8回
②需要動向の調査事業者数	未実施	25	25	25	25
(需要動向の調査事業者数の内訳)					
直接的な聴き取りによる調査数	未実施	10	10	10	10
DMなどによるアンケート調査数	未実施	8	8	8	8
商圈調査サイト等の利用調査数	未実施	5	5	5	5
展示会などへの出展による調査数	未実施	2	2	2	2

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】

(1) 目的

I-5によって得られたデータを分析し、結果を小規模事業者にフィードバックすることなどによって、新たな需要を開拓する方法を事業者とともに伴走型で支援する。

本会が主催する各種イベント開催時や他の関係団体が開催する展示会等に小規模事業者の商品や製品の出品を積極的にあっ旋して新規顧客を獲得することにより、新たな需要を開拓する。事業者の有する製品やサービスのニーズに合わせ、対消費者向け（BtoC）、対企業向け（BtoB）の大枠でそれぞれ支援を行う。対消費者向け（BtoC）では、商工会が参加する特産品販売時（主に梨関連）などに合わせ、それぞれの事業者の製品やサービスの販売やPRを行い、対象となる消費者に知らしめる。また、対企業向け（BtoB）では、普段参加が成しえない埼玉県や全国レベルの展示会への参加や、地域金融機関が開催する展示会への参加、BtoBサイトなどの利用を推進し、新たな需要の開拓の寄与に繋げる。さらに、新たな需要開拓に繋がるセミナーなどを開催し、個社支援だけでなく全体的な支援も行っていく。これらの取組により小規模事業者の販売促進、利益確保を推進するとともに、地場製品の認知度の向上を図る。

(2) 支援の対象

事業計画の作成支援を行った事業者や、事業計画策定後の実施支援を要する事業者を中心に、事業の持続的な発展を目指し、販路開拓に積極的に取り組む意思を有する事業者を主な対象とする。

(3) 事業内容

① JR白岡駅における特産品PRイベント等実施における販売促進（BtoC）

事業者の有する消費ニーズが地域にある場合は、JR東日本白岡駅において商工会が実施する特産品（主に梨関連）のPRイベント時に、事業者の製品やサービスの告知機会を設け、市内消費者の認知度を向上させるとともに販売を促進する。さらに、商工会が出店する市内外において開催される各種イベント

内においても小規模事業者のブースを設け、そこへの出店等の支援を通じ販売促進、市内消費者への認知度向上を図る。

② 埼玉県物産観光館「そびあ」や「むらからまちから館」への出品のあつ旋等 (BtoC)

事業者の有する消費ニーズが地域外にある場合は、埼玉県物産観光館「そびあ」や全国商工会連合会が運営する「むらからまちから館」への出品をあつ旋し、市内だけでなく埼玉県内や全国的な展開により、小規模事業者の販売促進と消費者への認知度向上を図る。

③ ECサイト等の導入支援による販路開拓支援 (BtoC 並びに BtoB)

全国連商工会連合会が提供する無料ホームページ作成サイト (Shift) の活用 (EC サイトも作成可) を進め、事業者の製品、サービスを広く知らしめるために積極的に活用し、販路開拓、新規顧客の獲得を行う。無料アプリケーションソフト (Shift) は、BtoC、BtoB のいずれも対応可能である。Shift の利用を促すため、Shift の講習会も実施する。さらに「IT 導入補助金」等の活用により、個々の事業者の経営状況に合ったオーダーメイド型の EC サイトの導入を推進し、きめ細やかな販路開拓の支援も行う。

④ 広報宣伝等による需要開拓 (BtoC 並びに BtoB)

小規模事業者が扱う新商品や新製品の開発等の新たな事業展開について、マスメディア、各種広報誌等へ情報提供、取材依頼を行うとともに本会ホームページ、SNS 活用による広報宣伝を通じた販路開拓支援事業を展開する。

⑤ 白岡市マスコットキャラクターの活用 (BtoC 並びに BtoB)

本会が中心となって作成した「なしべえ」、「なしりん」に加え、市が新たに作成したキャラクター「シラオ仮面」のデザインを製作段階から活用を推進するとともに、消費者向け各種販促イベント時などにも最大限活用して白岡市及び市内事業所並びに製品等の知名度を向上させ、市内事業所の販売力強化を図る。

⑥ 各種展示会などの出展支援 (BtoB)

全国規模の展示会『彩の国ビジネスアリーナ』や『産業交流展』などに出展支援を行うことで、これまでの販促では接点を見いだせなかった顧客やバイヤーなどに直接、製品やサービスの強みをアピールし、新たな販路の拡大へ繋げる。出展支援は、事業者の有する製品やサービスに合わせて、最大限効果が望める展示会の選択を検討する。出展前には展示会への効果的な出展方法についても指導し、出展後についても接点が得られた来場者へのアプローチの進め方を事業者と共に検討し、商談成約数の向上に繋がるよう伴走型の支援を行っていく。

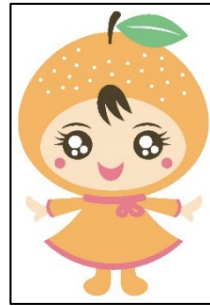
⑦ 販売力強化支援セミナーによる支援

事業者に対し販売力を強化するためのセミナーを行う。内容は、新たな需要

の开拓方法を体系的に習熟できるものにする。接客、POP作成、クレーム対応、ホームページ作成、展示会利用術など幅広く行っていく。個社の支援だけでなく、地域の事業所全体の販売力強化の底上げとなるよう実施する。



なしべえ



なしりん



シラオ仮面

<目 標>

支援内容	現 状 (見込)	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
①各種イベントの際の出店事業者数	未実施	10	11	12	13
②埼玉県物産観光館「そぴあ」「むらからまちから館」への出品事業者数	未実施	1	2	3	4
③ EC サイト等導入事業者数	1	5	6	7	8
④ 広報宣伝等実施事業者数	未実施	3	4	5	6
⑤ 白岡市マスコットキャラクターの活用支援事業者数	未確認	1	2	3	4
①～⑤の支援による売上増加事業者数	未確認	18	22	27	32
⑥ 各種展示会などの出展事業者数	未確認	10	11	12	13
⑥-1 展示会等実施による商談件数	未確認	30	33	36	39
⑥-2 展示会等実施による商談成約数	未確認	15	17	18	19
⑦販売力強化支援セミナー開催回数	未実施	1	1	1	1

II 地域経済の活性化に資する取組

1 目的等

白岡市の知名度を高めて来街者を増加させることなどにより、小規模事業者のビジネスチャンスを増加させ売上・利益を伸長させること（地域経済活性化）を目指し、白岡市、白岡市観光協会等関係諸機関と連携し、今後の地域経済活性化の方向性の共有化を図る。

また、社会一般の福祉の増進に資するための祭り・イベントを開催し、住民コミュニティを醸成するとともに市内に賑わいを創出することにより、小規模事業者の顧客を増加させて、売上・利益を伸長させることを目指す。

2 事業内容

(1) 地域経済活性化事業の推進

埼玉県（利根地域振興センター）、白岡市、観光協会、と定期的な連絡会議（地域経済活性化連絡会議）を開催して地域の現状と課題を分析し、相互の意思疎通、情報の共有化を図り、当市の発展・地域経済活性化に寄与する事業について整理・検討する。

既存の地域経済活性化事業についての再評価を行い、より一層白岡市の特性を活かしたイベント事業を再構築する。

(2) まつり・イベントの開催

① 商工まつり（8月上旬開催）

模擬店、踊り、健康企画など市民参加型の複合イベント。来場者に市内商工業者・小規模事業者を出店により広く認知させ、小規模事業者等の顧客増、売上増を目指す。

② 鯉のぼりイベント（5月5日開催）

市内柴山沼に全国から寄せられた大小様々な鯉のぼりを設置・掲揚し、模擬店やステージイベント等を実施。白岡市の認知度を高めることにより来街者を増やし、小規模事業者のビジネスチャンスを増加させて売上・利益を伸長させること（地域経済活性化）を目指す。

③ わんぱく笑（商）店街（11月23日開催）

特設会場に小学生を中心とした子どもたちの模擬店を設置、商業を実体験してもらうことにより、子どもたちに「起業家意識」を醸成するとともに、子ども達の保護者等にも地元の事業者（小規模事業者）を認知させ、親近感を感じていただく。地元の事業者（主に小規模事業者）に親近感を感じていただいた方をイベント当日にクーポン券などの配布により顧客化し、小規模事業者等の売上・利益増を目指す。また、地元白岡高校の協力を受けて高校生にスタッフとして参加していただくとともに、ステージイベントなども実施して、中心市街地の賑わい創出・活性化にも寄与する。

④ 冬の蛍イルミネーションイベント（12月開催）

市内柴山沼に「蛍」に見立てたLEDの電球を設置。LED電球は、縦につるし

て、風に揺られながら、光が上から下に、そして下から上に流れるように点滅させ、その光が川面に映り、「蛍」が川面を飛び交うように幻想的な雰囲気醸し出す。白岡市の認知度を高めることにより来街者を増やし、小規模事業者のビジネスチャンスを増加させて売上・利益を伸長させること（地域経済活性化）を目指す。

⑤ 中心市街地活性化に向けた建議・意見具申

中心市街地活性化に向け、商業者を中心とした街づくりの提言を白岡市等行政に建議、意見具申を行う。

⑥ 白岡市シティプロモーション戦略に沿った特産品の開発等

白岡市シティプロモーション戦略のテーマ「いとおかし しらおかし」のイメージに合った特産品を開発する（1年目は調査研究）。また、ふるさと納税の返礼品としての活用やインターネット販売を検討（再構築）する。

<目 標>

事業内容	現 状 (見込)	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
(1) 経済活性化連絡会議開催回数	未実施	3回	3回	3回	3回
(2) まつり・イベントの開催による来場者数および開催回数					
①白岡まつり来場者	2万人	2万人	2万人	2万人	2万人
②鯉のぼりイベント	1,000人	1,000人	1,000人	1,000人	1,000人
③わんぱく笑(商)店街	3,000人	3,000人	3,000人	3,000人	3,000人
④冬の蛍イルミネーションイベント	500人	500人	500人	500人	500人
⑤中心市街地活性化に向けた建議・意見具申	1回	1回	1回	1回	1回
⑥新しい特産品の開発	調査研究	調査研究	試作品製作	特産品開発	特産品PR

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

(1) 支援ノウハウ、支援の現状について情報交換（県内支援機関）

毎月開催される近隣6商工会（白岡市、久喜市、幸手市、蓮田市、杉戸町、宮代町）による連携会議（小規模事業者経営基盤強化事業、連携型）において、職員間による情報交換を実施し、各地域に存在する諸問題について協議を行い、解決方法を模索する。さらに単会だけでは開催が困難な創業塾や経営革新計画セミナーなどを共催形式での実施により、スケールメリットのある支援へつなげていく。

また、他の支援機関（中小機構、産業振興公社、よろず支援拠点）との情報共有により地域だけでは解決できない問題を、地域を超えた支援となるよう努める。

日本政策金融公庫については、同公庫の持つ事業性評価の優れたノウハウの提供を受け、これを小規模事業者支援時に最大限有効に活用することで、より実効性の高い伴走型支援を行うこととする。

(2) 支援ノウハウ、支援の現状についての情報交換（経営指導員協議会）

埼玉県内の商工会経営指導員が集まる「埼玉県商工会経営指導員協議会（年3回程度）」においての情報交換の時間を活用し、近隣地域では解決できない問題に対しても、地域を超えて情報交換を行うことで、グローバルに支援ノウハウ、支援の現状、事例等について情報を交換して職員の支援能力向上を目指す。

2 経営指導員等の資質向上等に関すること

当商工会における職員の資質は、支援に携わった経験年数や回数など、職員間でばらつきが生じ、事業者に対する支援能力に差が生じてしまっている。こうした課題に対し、組織全体としてレベルアップを図るために、以下の取組を実施する。また、それぞれの取組に対して積極的に職員間で情報を共有し、本発達支援計画が組織全体としての取組になるよう推進する。

(1) 各種研修会等への積極的な参加

全国商工会連合会、税務署、マル経協力会、埼玉県商工会連合会等が主催する研修会等に積極的に参加することで、売上げや利益確保を重視した支援能力の向上を図る。また、経営計画の作成や新規顧客獲得等の指導方法に関する業務研究会（全職員対象）などを隔月程度開催して知識の共有化を進める。

(2) 中小企業基盤整備機構の研修への参加

積極的に職員を派遣して、小規模企業振興基本法制定の背景、小規模事業者とのコミュニケーションの取り方、小規模事業者向け事業計画策定支援・売上向上支援、地域資源活用等各種知識を習得させ、小規模事業者に対する体系的な支援能力向上を図る。

(3) 経営指導員連絡会での支援ノウハウの共有（単会実施）

組織内で経営指導員等職員連絡会議を定期的（隔月）に開き、職員間で支援開

始から支援内容の詳細、結果、終了後の経過等の報告を行い、情報の共有を行う。次回生じる同様の問題発生時にも活用し、解決方法の幅を広げる。若手職員については、ベテラン経営指導員とチームを組んで小規模事業者を支援すること等を通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。

(4) 職員の資格取得支援

職員が支援能力向上に資するITと経営全般に関する総合的知識を習得するため、ITパスポートやFP技能士等各種資格取得率を向上させることを目指し、講習会受講料や資格試験受験料の一部を助成するなどして職員の資格取得を支援することにより、経営指導員等の資質向上を図る。

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

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) 評価・見直し方針の決定等

商工会内の企画総務委員及び商工会員以外の外部有識者（中小企業診断士、司法書士、白岡市役所担当課）を交えた会議を設置し、評価・見直しの方針を決定する。

(2) 理事会への報告等

理事会に事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示、報告を行い、承認を受ける。

(3) 事業成果等の公表

事業の成果・評価・見直しの結果を当会のホームページで計画期間中公表し、随時小規模事業者等が閲覧できるようにする。

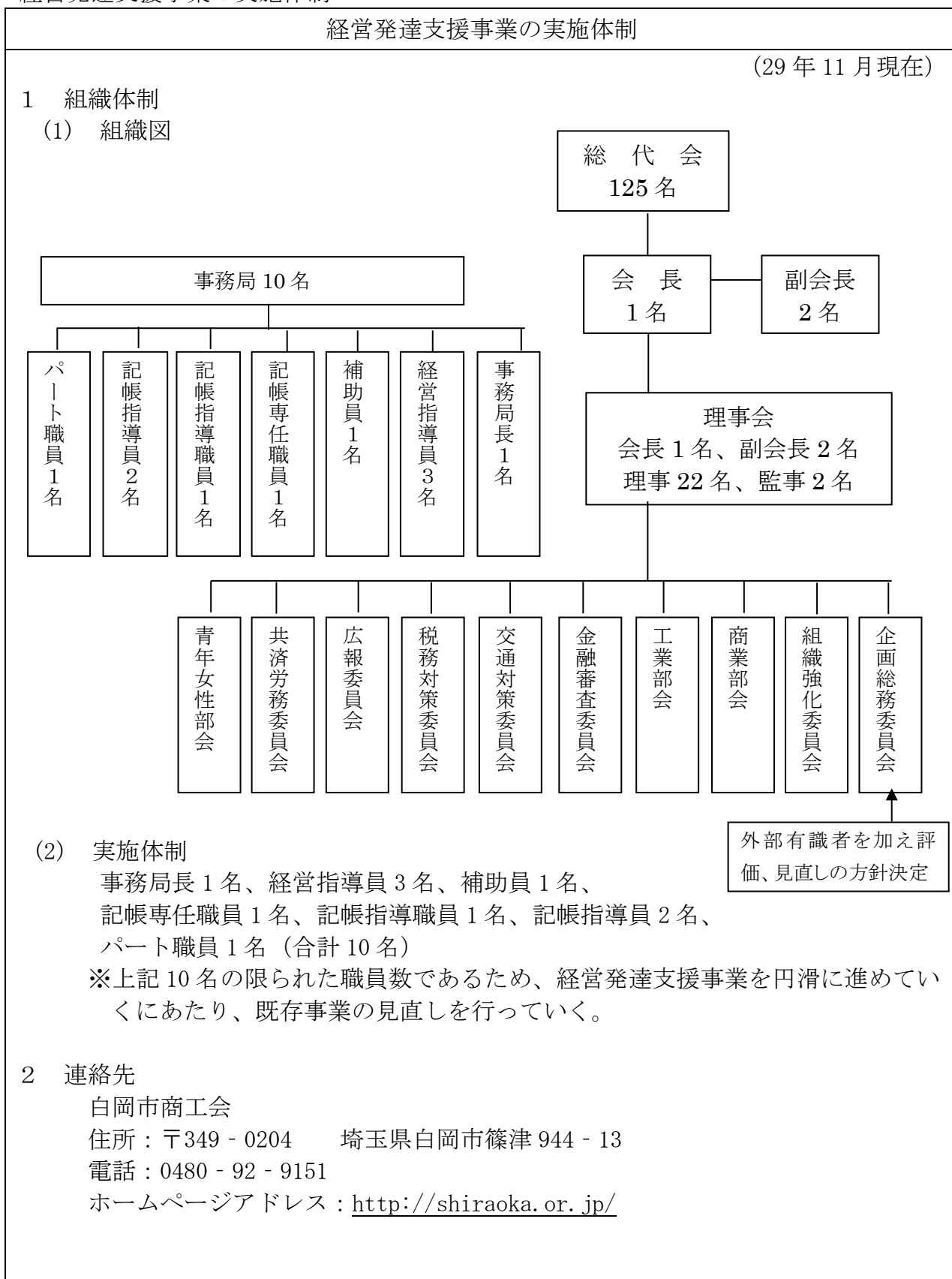
(白岡市商工会ホームページアドレス <http://shiraoka.or.jp/>)

(4) 見直し後の事業推進

見直しの結果に基づき、さらなる効果・成果があがるよう事務局一体となって事業を推進する。

(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)

	30年度	31年度	32年度	33年度
必要な資金の額	600	600	600	600
調査費	200	200	200	200
講習会開催費	100	100	100	100
専門家派遣費用	200	200	200	200
展示会出展費用	100	100	100	100

(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、負担金、手数料 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。

(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
①国、県施策の情報提供及び本件に係る財政支援、指導等 ②高度化・専門化する諸問題への対応のための情報提供、専門家派遣、小規模事業者への金融支援等 ③地域振興事業等の実施に係る意見交換と人的支援等
連携者及びその役割
埼玉県（知事 上田 清司） 埼玉県さいたま市浦和区高砂 3-15-1 本件を実施する際の諸施策実施に係る財政支援、情報提供と指導等 埼玉県商工会連合会（会長 大久保義海） 埼玉県さいたま市大宮区桜木町 1-7-5（大宮ソニックシティビル7階） 高度化・専門化する諸問題への対応のための情報提供、専門家派遣等 白岡市長・白岡市観光協会（会長 小島 卓） 埼玉県白岡市千駄野 432 地域振興事業に係る情報提供と財政・人的支援 <その他支援機関> <ul style="list-style-type: none">・ 経済産業省（経済産業大臣 世耕 弘成） 東京都千代田区霞が関 1-3-1 本件を含む経営改善普及事業に係る情報提供・ 中小企業庁（長官 安藤 久佳） 東京都千代田区霞が関 1-3-1 本件を含む経営改善普及事業に係る情報提供・ 中小企業基盤整備機構（理事長 高田 坦史） 東京都港区虎ノ門 3-5-1 虎ノ門 37 森ビル 本件を含む経営改善普及事業に係る情報提供・ 埼玉県産業振興公社（理事長 織田 秀明） 埼玉県さいたま市大宮区桜木町 1-7-5（大宮ソニックシティビル 10 階） 本件を含む経営改善普及事業に係る情報提供・ 株式会社日本政策金融公庫（総裁 細川 興一） 東京都千代田区大手町 1-9-4（大手町フィナンシャルシティ ノースタワー） 小規模事業者への金融支援等・ 株式会社埼玉りそな銀行（社長 池田 一義） 埼玉県さいたま市浦和区常盤 7-4-1 小規模事業者への金融支援等

- 株式会社武蔵野銀行（取締役頭取 加藤 喜久雄）
埼玉県さいたま市大宮区桜木町 1-10-8
小規模事業者への金融支援等
- 株式会社足利銀行（取締役兼代表執行役頭取 松下 正直）
栃木県宇都宮市桜 4-1-25
小規模事業者への金融支援等
- 埼玉縣信用金庫（理事長 橋本 義昭）
埼玉県熊谷市久下 4-141
小規模事業者への金融支援等

連携体制図等

