

経営発達支援計画の概要

実施者名	吉川市商工会（法人番号 1030005010528）
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日
目標	<p>地域内事業所が次世代に繋がる経営体質の確立を目指す。          企業を取り巻く環境変化に対応し「新たな取り組み」を行なうため、企業の現状を分析し、事業計画書作成支援を行ない、小規模事業者の経営体質の強化を図る。          事業継承を見据え、事業者の経営力の向上を目指し、小規模事業者の現状と課題を明確にし、後継者育成を図る。          創業を考える起業家に対し、経営計画作成支援等を通じて創業支援を行なう。          小規模事業者の店舗と商品のPRを目的にイベントを開催して、売上の増進を図る。</p>
事業内容	<p>地域の経済動向を調査・分析し、調査結果を基に窓口経営相談及び巡回指導等において提供する。          イベントアンケート、経営指導員の巡回・窓口相談を通じて情報を収集し、分析を行ない、分析結果をもとに、個社の必要としている情報を提供助言し、経営基盤向上を支援する。          最終目標          巡回訪問件数 90 件、窓口相談件数 60 件、経営分析(財務・SWOT) 件数 30 件          持続化補助金に対応したセミナー・個別相談会を開催し、事業計画策定を支援する。          事業計画策定後において、フォローアップとして巡回訪問し、必要な助言を行なう。          最終目標          セミナー開催 3 回、事業計画策定者 10 人、フォローアップ 57 件          創業希望者に創業計画書策定支援を行ない、創業支援を行なう。さらに、創業後のフォローアップにより、伴走型の支援を行なう。          最終目標          創業・革新塾開催 15 回、創業支援者数 15 人、第二創業支援数 10 人          小規模事業者の販路開拓のため、工業展・一店逸品事業・特産品開発事業を行ない、企業PRに努め売上に繋げていく。          最終目標          展示会商談件数 10 件、特産品目数 37 ケ、一店逸品事業参加数 70 社          イベントを通じて小規模事業者の発展と、市民の参加により地域活性化を図る。          最終目標          イベント回数 6 回、出展者数 100 店、来場者数 22,000 人</p>
連絡先	<p>住所：埼玉県吉川市平沼 1-21-16          電話：048-981-1211 F A X：048-984-1189          Eメールアドレス：yosikawa@namazu.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

- 吉川市は首都圏 25km 圏内に位置しており、東に江戸川、西に中川が流れていることから、昔から水運により商業を中心に栄えた街である。また稲作が盛んであったことから、緑豊かな街並みが残る他、川に親しんできた歴史・文化があり、川魚料理を中心とした食文化となった。その中に「なまず」を食べる習慣があり、そこで「なまずの里」として、特産品開発やそれらをPRするための地域振興に取り組んでいる強みがある。また、JR武蔵野線開通以降、人口は増加傾向であり、住宅も増えて緑や川が同居する街並みとなっている。しかしながら、相次ぐ大型店の出店に伴い、産業の中心であった市内小売店は減少し、現在の商工会員の業種構成は、商業・サービス業 45%、工業 30%、建設業 25%となっている。なお、20 年前の構成は商業・サービス業が 55%を占めていた。頑張っている各小売店においても売上の減少をきたしているとともに、工業においては、二次・三次下請工場が大半を占めており、親企業の発注量に経営が左右される経営状況があり、後継者が育たず、後継者不足といった課題がある。この後継者について、家族はいるものの家業には従事せず、サラリーマンとなっているケースが多く、いかに家業を継ぐ体制作りが整えられるかが課題である。加えて、地域小売店の減少により、小規模小売店は、お客様の顔が見えるお店であり、お客様同士が店舗内で話を交わす場としての地域コミュニティ機能の低下が懸念される。

(中長期目標)

上記のような地域の強みと課題を踏まえ、商工会は地域の総合経済団体として、小規模事業者の持続的な発展を目指し、個社の売上増加・事業の継続・後継者育成・事業継承および工業における技術商品開発を目指し、伴走型の支援を実施していく。

これにより、地域内事業所が次世代に繋がる経営体質の確立を目標とする。よって、10 年後の吉川市の小規模事業者は経営力の強化が図られ、事業所の廃業に歯止めを掛けることに繋がる。埼玉県・吉川市・地域金融機関・税理士・中小企業診断士・その他支援機関と連携し、個別企業の経営力向上、販売促進等を継続して支援するために、以下の内容を行なう。

(事業内容)

①経営革新による経営力の向上

企業を取り巻く環境の変化により、売上等を向上するために、これまでのやり方とは違う「新たな取り組み」を行なうことが必要となる。商工会は小規模事業者の現状を分析し、事業計画書の作成支援をすることで、自社を見直すことができ、経営方針が明確にでき、小規模事業者の経営体質の強化と売上増加を図る。これにより、小規模事業者は経営の安定に繋げる。

(目標)

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
経営革新認定企業数	2	4	6	6	8	8

## ②後継者育成による事業承継

事業主の高齢化が進み、事業継承が円滑に行われることが重要である。その為には、事業者の経営力の向上を行なうには、事業所の現状と課題を明確にし、商工会は、支援機関として小規模事業者の事業承継がスムーズに行なえるよう支援し後継者育成を図る。この中で、後継者のやる気を引き出すには、売上の増加が最大のポイントであると考えられ、経営革新や補助金制度を活用し事業継承に繋げる。

(目標)

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
後継者支援回数	0	5	10	10	15	15

## ③創業支援

景気低迷や高齢化により、廃業は増加している。その為、地域経済は低迷している。人口が増加していることから需要は（ニーズ）増加する業種が考えられ、創業を考える起業家に対し、支援機関として経営計画作成支援等を通じて、創業支援を行なう。これにより地域の活性化に繋がるとともに、地域の商工業の発展を目指す。

(調査実施回数)

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
創業塾	0	1	1	1	1	1
経営計画作成支援数	0	3	3	4	4	5

## ④店舗・商品のPR

店舗と商品のPRを目的に、市と協力しながら「よしかわマルシェ」・「商工まつり」・「ジャズナイト」を開催するにあたり、売上の増進と店舗・商品PRを目的に売店出店を募る。イベント開催回数を年6回の目標とするとともに出店数目標は年間100店とする。これにより、既存店舗以外での販売となり、販売機会の増大、商品の周知・売上拡大が図られる。加えて、「なまずの里」として地域振興をおこない、特産品を活用して個店として特産品の開発をし、商品化をすることで、売上増進が図られるとともに、「なまずの里」をPRすることで、市外からの集客が可能となり、売上に繋げることができる。新規特産品開発は、年3件を目標とする。また、一店逸品事業においては、現在60店舗が参加しているが、これを70店舗参加の目標とする。さらに企業のホームページを持たない事業者が多く、年間3件を作成支援の目標とする。支援機関として販路開拓支援を行なうことで、PR手段や販売ツールが不足している小規模事業者の集客力向上に繋げる事業を行ない、事業者の経営の安定を目指す。

## 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 29 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】

地域の経済動向を調査・分析することにより、市内小売業者、飲食店、サービス業等の小規模事業者の経営判断に活用する。その上で、経営判断により事業計画を作成する事で、各個店の今後向かうべき方向性が見いだせる。更に、売上の増大及び後継者育成に繋がると期待される。

(事業内容)

(1) 巡回指導、消費動向調査により、地域の経済動向を調査・分析する。調査結果は、インターネットにおける商工会ホームページにより、利用できるものとし、更に経営指導員の窓口・巡回相談時等に提供して企業の問題解決に繋げる。

(2) 特産品開発において、現在 22 品を認定して、地域振興及び販売店の売上増加及び店舗PRを行っているが、特産品認知度調査等により課題の抽出を行う。  
また、事業所内で特産品の開発検討をすることで、後継者が育つことに繋がる。

(3) 現在、市観光協会に同調し、吉川マルシェへの出店参加やジャズナイトにおける店舗の出店を募って、店舗PRと売上増進及び販売機会の増加を狙って行動している。その中で、来場者やその他イベントにおいて特産品認知度調査や消費者の購買調査等を行ない、その動向を元に課題の抽出や商品ニーズを調べる。なお、調査項目とすれば、消費者ニーズを吸い上げることを主眼に置いて、「ほしい商品」・「価格」・「商品・製品の種類」・「大きさ・形状」等品揃えや商品・製品開発に繋げる。売上増加、店舗PRができる。

(4) 年一回、市民まつりにおいて、商工部門として商工まつりを開催している。出店者は団体を含め 70 店であり、出店者アンケートを行ない、課題やニーズを調査し、経営相談時等において提供するとともに、商工会事業企画に繋げていく。

(5) 市外の国や埼玉県を経済動向については、埼玉県や埼玉県商工会連合会が行なっている「埼玉県四半期経営動向調査」・「埼玉県中小企業景況調査」、全国商工会連合会が行なっている、「小規模企業景気動向調査」等により収集・分析し、指導員が相談内容に応じた情報を提供し、問題解決に繋げる。

(目標)

調査結果を元に、情報を分析して経営計画策定や経営課題解決時に活用する。  
また、各イベント開催の実行委員会等の会議において提供していく。さらに新たな特産品開発に向けた取り組みに活用していく。

(調査実施回数)

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
①消費動向調査	0	1	1	1	1	1
②特産品認知調査	0	1	2	2	2	2
③特産品購買調査	0	1	2	2	2	2

(調査方法)

①消費動向調査

- ・時期 年1回
- ・配布方法 全戸配布(約23,000件)
- ・調査項目 年齢・性別・商品群別買物理由・購入地域等

②・③特産品認知度及び特産品購買調査

- ・時期 年2回
- ・配布回収方法 イベント会場での聴き取り
- ・調査項目 知っている商品・購入したことがある商品・欲しい商品等

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の持続的発展に向け、窓口・巡回相談を通じて得た情報を利用して経営分析を行う。県の発表する「需要動向調査」・埼玉県及び埼玉県商工会連合会が行なっている「埼玉県四半期経営動向調査」・「埼玉県中小企業景況調査」、全国商工会連合会が行なっている「小規模企業景気動向調査」、さらには、マネージメントリサーチ等のシンクタンクが行なっている景気調査の結果を指標として利用する。これらの情報や指標をもとに小規模事業者の経営分析を行い、経営改善・問題解決に繋げる。

(事業内容)

- (1) 経営指導員の巡回訪問・窓口相談業務により、分析の対象となる小規模事業者をピックアップし経営状況を把握する。その手法として、2年連続赤字となっている小規模事業者の「売上の推移」・「利益率の推移」・「原価率の推移」・「自己資本の推移」・「キャッシュフローの状況」を示した基礎資料を経営指導員がまとめ、債務超過となっているなど業績が厳しい事業所については、専門知識を有する中小企業診断士・税理士・金融機関と連携し、財務・需要動向・消費動向・労務状況の項目をもとに経営分析を行なう。
- (2) 内部・外部環境を整理してSWOT分析を行い、活かすべき強み・克服すべき弱み・強みを投入する機会・回避すべき脅威を明らかにし、指標との比較から問題点、改善すべき点を見だし、その解決につなげる。
- (3) ICTセミナーの開催を通じて習得した、ブログ、ツイッター、フェイスブックなどのSNSを情報発信に活用し、消費者の投稿による評価や生の声を情報収集して分析し、経営計画作成の根拠とする。
- (4) 上記の経営分析により経営課題を抽出し、経営計画作成にあたり根拠として使用する。

(目標)

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
巡回訪問件数	18	21	30	45	60	90
窓口相談件数	12	14	20	30	40	60
財務分析件数	4	5	7	10	13	20
SWOT 分析件数	2	2	3	5	7	10

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

事業者が経営課題を解決するため、上記2の経営分析の結果を踏まえ、各事業所の現状と今後の方向性を導き出すことにより、経営の安定と後継者育成に繋がる事業計画策定を行なう。さらに連携を活用し、より専門的内容については中小企業診断士・税理士等に協力を得て連携し、伴走型の指導・助言を行ない、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

(事業内容)

- (1) 持続化補助金に対応した事業計画策定等に関するセミナー、個別相談会の開催により、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。
- (2) 窓口相談・巡回指導時に小規模事業者からの相談等を受けるとともに、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。
- (3) 事業計画策定を目指す小規模事業者の他、金融相談、各種補助金の申請時に事業計画の策定支援を行う。
- (4) 経営内容を見直したい企業に対して、経営計画作成の支援をしながら、経営革新計画に発展するよう事業計画の策定支援を行なう。また、専門的な相談に対しては中小企業診断士・税理士等と連携して支援する。

(目標)

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
セミナー説明会開催回数	0	2	2	3	3	3
事業計画策定事業者数	6	7	8	9	10	10

### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

計画策定後、企画の計画内容を踏まえ、計画を実現するため、連携を活用し、専門的内容については、中小企業診断士、税理士、日本政策金融公庫等と連携し、指導・助言を行い小規模事業者の事業の持続的発展を図る。さらに、創業・第二創業支援として、隣接商工会（八潮・三郷・松伏）と連携して経営革新塾を開催する。創業については、吉川市と連携して創業塾を開催する。事業実施及び創業後においては、フォローアップすることにより、伴走型の支援を実施する。

(事業内容)

- (1) 日本政策金融公庫における「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用し、事業者の金融相談に対応する。さらに融資実行後においては、定期的に訪問し、経営状況を確認するとともに、企業の持続的発展を支援する。
- (2) 事業策定後に国・県・市・他の支援機関の行う支援策等の広報、案内により周知し、フォローアップを実施する。
- (3) 事業計画策定後に必要に応じて、二年間において年3回。四ヶ月に一度、巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、売上の状況・利益率・来客者数等、どのように変化しているかを確認し、必要な指導・助言を行う。尚、策定後、二年を過ぎた企業に対しては、必要に応じて相談を受けるものとする。

(目標)

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
フォローアップ件数	9	21	45	51	57	57

- (4) 創業塾（全二回開講）を市町村と共同開催し、創業希望者の知識向上を図り、創業計画の策定支援を行うことにより、創業支援を行う。
- (5) 創業後は、商工会への加入を促し、地区懇談会等への参加により、他の経営者との意見交換会は業界動向や地域情報の収集を目的とし、その情報を元に経営判断に繋げることができる。さらに経営指導員による個別フォローアップ、税務相談、また、事業の実施において融資が必要になった場合には、日本政策金融公庫や金融機関への制度融資の斡旋などを行い、伴走型の支援を行う。
- (6) 第二創業（経営革新）に関する相談会・セミナーを他の商工会と共同開催し、会員企業の中から、やる気のある事業所をピックアップして経営計画の作成支援をすることにより、経営革新計画策定に繋げることで、第二創業（経営革新）支援を実施する。

(目標)

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
創業（経営革新）塾開催回数	12	14	14	15	15	15
創業支援者数	2	5	8	10	12	15
第二創業（経営革新）支援者数	3	5	7	10	10	10

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者が商品やサービスを提供し事業を発展させていくために、事前の需要動向調査は不可欠であるが、その必要性を理解できている小規模事業者は少なく、顧客ニーズを掴めていなかったために具体的戦略を立てることができず、顧客数及び売上額の増加に結びついていなかった。

なかでも、平成8年の市制施行以来、吉川市で取り組んでいる「なまずの里吉川」にちなんだ街づくりは市民に浸透し、当商工会においてもそれに同調し、なまずをモチーフにした特産品開発、なまず料理のPRを進めてきたが、ニーズ調査を行っていなかったために消費者の需要を十分に把握しきれず、結果として、特産品の数が増えず、なまず料理も一部の飲食店で提供されている以上に広がっていない。

そこで、小規模事業者に対して、顧客ニーズに基づいた商品やサービスの提供の必要性を、経営指導員が巡回や窓口相談を通じて説いていき、また、これら「なまず」に関する消費者の需要動向調査を行い、調査した内容を分析して個者に情報提供していくことで今後の経営計画策定、商品開発に役立てる。

(1) なまず特産品に関する需要調査

(情報収集する項目)

- ・ なまず特産品の存在を知っているか
- ・ 過去に購入したことはあるか
- ・ 買った人はどの商品を買ったか及び買った理由
- ・ 食べた感想

- ・価格は高いと思ったか安いと思ったか
- ・今後も購入したいと思うか
- ・買わなかった人はその理由
- ・今後、開発してほしい特産品（食べ物、文具、雑貨）
- ・なまず特産品に対する意見、要望

（調査方法）

- ・特産品販売所、既存特産品の製造事業所、まちなか水族館（事業所に設置した水槽で生きたなまずが見られる）参加店に来店するお客様及び市内外のイベント出店時に来場者からヒアリングする。試食可能な場所においては試食を行った上で聞き取りする。
- ・子育てサークル、消費者団体に協力してもらいアンケート調査を行う。

（分析方法）

- ・調査結果を集計し、既存の特産品の知名度、購入の有無、感想、どのような商品を求めているのかを分析整理してまとめ、「I. 1. 地域の経済動向調査」で行った特産品認知度調査の結果と併せてデータベース化する。

（活用方法）

- ・特産品を製造販売する事業者、経営指導員が巡回訪問や窓口相談時に分析結果を情報提供し、既存商品の改善及び新商品の開発に活用する。
- ・ニーズの多かった商品の開発が可能な事業者、経営指導員が巡回訪問や窓口相談時に分析結果を情報提供し、新商品の開発に活用する。

（目 標）

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
ヒアリング数	0	200	200	200	200	200
アンケート件数	0	100	100	100	100	100
情報提供件数	0	25	30	30	35	35

（2）なまず料理に関する需要調査

（情報収集する項目）

- ・なまずを食したことがあるか
- ・食べた人は食べた料理及び食べた理由
- ・食べた感想
- ・値段は高いと思ったか安いと思ったか
- ・食べたことのない理由
- ・今後、開発してほしい料理メニュー
- ・なまず料理を提供してほしい飲食店
- ・なまず料理に対する意見、要望

（調査方法）

- ・なまず料理を提供する飲食店に来店するお客様及び市内外のイベント出店時に、来場者からヒアリングする。試食可能な場所においては試食を行った上で聞き取りする。
- ・子育てサークル、消費者団体に協力してもらいアンケート調査を行う。



(分析方法)

- ・調査結果を集計し、消費者は、なまず料理を食べたことがあるか、どのような料理を求めているのか、どこのお店で食べたいかを分析整理してまとめデータベース化する。

(活用方法)

- ・なまず料理を提供する飲食店に、経営指導員が巡回訪問や窓口相談時に分析結果を情報提供し、新商品の開発に活用する。
- ・ニーズの多かった料理の開発が可能な飲食店に、経営指導員が巡回訪問や窓口相談時に分析結果を情報提供し、新商品の開発に活用する。

(目 標)

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
ヒアリング数	0	200	200	200	200	200
アンケート件数	0	100	100	100	100	100
情報提供件数	0	5	10	10	15	15

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業【指針④】

小規模事業者が新たな販路を開拓する際、個で顧客（取引先）を見つけることは容易ではない。そこで、工業については展示会等を開催し、商品・製品の周知を行うとともに、事業所のPRを行う。また、商業・サービス業については一店逸品事業において、各個店の事業内容・商品など特長をPRすることで、新しく転入された市民に周知し、新規顧客として集客することで認知度の向上を図る。

(事業内容)

- (1) 当商工会が所属する地域の商工団体（草加商工会議所・越谷商工会議所・八潮市商工会・三郷市商工会・松伏町商工会）と共同で工業展を年1回開催する。

製造業においては普段、取引先以外に自社をPRする場が少ないため、出展する事業者は自社製品・技術をPRでき、また、新たな取引先を探すクライアントにとっては、様々な出展者が集まる中から目に留まった事業者と商談できる絶好の機会となる。

そうした機会を近隣地域の商工団体と連携して広域的に提供することにより、地域内でのBtoBのマッチングを促進し、新たな取引に繋げ販路開拓に結びつける。

- (2) 商業・サービス業などの小規模事業者が、お店の自慢の商品・技・人物などを消費者にPRし、ファンづくりをして売上を伸ばしていくために一店逸品事業を行う。消費者は気になるお店があっても、外からではどのようなお店かわからないので入れないということが多く、そうした消費者の不安とお店のチャンスロスを解消するため、一店逸品カタログを作成する。

カタログを見た消費者がお店のことがわかり、そこに足を運ぶようになると、徐々にファンが増え、ファンとなった消費者の口コミなどでさらに来店者が増え、参加店の業績が伸びる可能性が高まる。

また、より相乗効果を生ませるため市内共通のポイントカード事業とも連携を図る。消費者がポイント特典を受けるために来店頻度が増えることで、さらに業績

を伸ばせる可能性があるため、未加入の参加店にポイントカード会に加盟するよう促す。

一店逸品事業は吉川市の支援を受けており、カタログを広報誌とともに市内全世帯に無料で配布できるため、多くの市民に周知できる。さらに、吉川市と接する近隣市町への折込み配布や全国商工会連合会が運営するニッポンセレクトに出品することで、市外の消費者へも幅広くPRもする。

カタログの特長…参加する事業所の商品(製品)、雰囲気、働く人、所在地、営業時間、定休日などがわかる冊子。それを基にしたWeb版を同時作成し、フェイスブック等のSNSと連動させることで幅広く周知を図る。

ポイントカードとは…「よしかわラッピーカード」の名称で市内の約40店舗が加盟し、お買い上げ金額200円ごとに1ポイントもらえ、200ポイントたまと満点となり、500円分の買い物やイベントに利用できる。

(3) 吉川市が「なまずの里」として市をPRしていることから、商工会も「なまず」にちなんだ街おこしとして、米菓・和洋菓子など食品製造小売業や文具・雑貨などを製造する市内事業所に促し、特産品開発事業を行う。

出来上がった特産品は商工会の優良特産品として認定し、開発した事業所及び特産品販売所で販売する。また、特産品を紹介するツールとしてカタログを作成する。さらに、市内外で行われるイベントへの参加や全国商工会連合会が運営するニッポンセレクトに出品することで、新たな顧客開拓と事業所のPR及び特産品認知度の向上を図る。

(4) 市外において開催される展示会・見本市等について情報収集し、出展を促進する。開催情報は理事会、関係する各部会、必要に応じて郵送などで周知し、小規模事業者に対して出展を促し、出展者は企業の製品・サービス・技術のPRと販路開拓及び認知度の向上を図る。

(5) 工業展等展示会の開催や一店逸品カタログ発行にあたっては、テレビ埼玉、J:COM、新聞各紙、地域情報紙等に展示会の開催日時・場所・出展者数などの概要、カタログの発行日・配布方法・構成内容などを情報提供し紹介してもらい、より広く周知することでより多くの集客が図れる。

(目標)

項目	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
工業展出展者数	2	3	4	4	5	5
商談件数	未確認	6	8	8	10	10
成約件数	未確認	3	4	4	5	5
一店逸品事業参加数	62	63	64	66	68	70
売上増加参加店数	未確認	9	10	10	11	12
カード事業参加店数	17	18	20	20	21	22
カタログ配布数	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
特産認定数	22	25	28	31	34	37
ニッポンセレクト出品者数	0	4	4	6	8	10

市外展示会等出展数	0	1	2	2	2	2
-----------	---	---	---	---	---	---

## Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

### 1. 地域活性化事業

吉川市、よしかわ観光協会、さいかつ農協、商工会の地域団体を構成員として「地域活性化会議」を年2回開催し、今後の地域活性化の方向性を検討する。さらに、吉川市は川魚料理において、なまずを食する習慣により“なまず”と深い関係があり、「なまずの里」として街おこしを行なっている。この街おこしの一環で特産品開発を行い、開発した6店舗により特産品販売会が組織され、販売所である「ラッピーランド」を運営している。

こうした「なまず」に関わる地域の特性を踏まえた上で、会議で検討した地域活性化の方向性を導き出す。

また、イベントとすれば、商工まつり、よしかわマルシェ、八坂まつり、ジャズナイトを開催し、小規模事業者の発展と市民参加により地域活性化を図る。

#### (事業内容)

(1) 商工会が主体となり吉川市、よしかわ観光協会、さいかつ農協で構成する「地域活性化会議」を年2回開催し、会議において「商業・サービス業」を中心とした地域活性化の方向性を検討し、今後向かう道筋をつける。

(2) よしかわ観光協会、よしかわマルシェ実行委員会及び会場となる商業施設と連携して、「商業・サービス業」のPR、消費拡大を目的に「よしかわマルシェ(朝市)」を市民交流センターおあしす、商業施設駐車場、JR吉川美南駅前広場において開催する。

(3) 商工会青年部が主体となり、「吉川ジャズナイト」を開催する。

サービス業、特に飲食物を中心とした個店のPR、消費拡大と市民どうしの交流を目的とし、また、埼玉県、吉川市、よしかわ観光協会と連携し、開催をPRするためにJR東日本吉川美南駅にも協力をいただき、南流山駅から北朝霞駅までの武蔵野線各駅でコンサートの告知案内を行っている。

コンサートはアマチュアバンド8組の演奏者で行い、商工会、行政、飲食店、さらには一般市民が協力して作るコンサートとして、地域活性化の起爆剤としての期待が大きく、平成27年度には18,000人の来場者があった。

また開催にあたり、市内一般企業280社から協賛をいただくことでコンサートが成り立っており、市内の一大イベントとなりつつある。そして、鉄道を利用して市外からも多くの方が来場し、地域の活力となり、地域全体の活性化が図れる。

#### (目標)

項目	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
イベント開催回数	4	4	5	5	6	6
出展者数(延べ数)	85	90	90	95	95	100
来場者数(回数合計)	19,500	20,000	21,000	21,000	22,000	22,000

## 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

近隣商工会、日本政策金融公庫、税理士会、金融機関と連携し、各地域の状況や

支援策、支援ノウハウ等に関する情報交換を行い、経営発達支援事業の円滑な実施に努める。

- (1) 地域の諸問題に対応するために埼玉県商工会連合会が設置した、埼玉県東部地区の支援機関（三郷市商工会・八潮市商工会・松伏町商工会・庄和商工会）を対象とする「ブロック会議」を年2回開催し、支援ノウハウ、支援の現状、事業内容について情報交換と隣接地域の現状を把握して動向の情報収集を行なう。
- (2) 各商工会の事務局長及び経営指導員が資質向上をはかり地域商工業の発展に寄与するために、事務局長で構成する「事務局長会議」を年4回、経営指導員で構成する「経営指導員協議会」を年5回開催し、支援ノウハウ、支援の現状、事業内容について情報交換し、スキルアップに繋げる。
- (3) 日本政策金融公庫融資の円滑な斡旋を行うために、同越谷支店が主催する「経営改善貸付推薦団体連絡協議会」を年2回開催し、その研修会において、融資の現状、金融動向等について情報交換し情報を得る。
- (4) 円滑な税務指導を行うために、申告・決算相談において連携している関東信越税理士会越谷支部税理士との懇談会を年1回開催し、税務支援の現状・支援ノウハウ・経済動向等について情報交換し、資質向上を図る。
- (5) 金融斡旋業務を円滑に行うために、市内金融機関（埼玉りそな銀行・栃木銀行・武蔵野銀行・城北信用金庫・亀有信用金庫・青木信用金庫）と情報交換会を年1回開催し、資金需要や現状等の情報交換を行ない、地域の経済動向の共有化を図る。

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

小規模事業者を巡る経営課題が年々多様化・複雑化しているため、経営指導員等職員が知識や情報を習得し指導力を身につけ、経営発達支援事業を円滑に実施するために、以下のことを実施して資質向上を図る。

- (1) 全国商工会連合会・日本商工会議所が主催する研修の参加に加え、埼玉県商工会連合会・埼玉県商工会議所連合会が主催する「職員研修」に経営指導員、補助員、記帳専任職員が年1回以上参加することで、最新の経営支援事例や施策・法律についての知識・情報を習得し、支援能力の向上を図る。
- (2) 中小企業大学校が主催する「中小企業支援担当者研修」に経営指導員が参加することで、経営革新支援や事業継承、創業支援等の専門性の高い知識やノウハウを身につけ支援能力の向上を図る。さらに、普段接する機会の少ない他の都道府県からの参加者と情報交換ができる。
- (3) 経営指導員は窓口において、相談を受けながら指導内容をカルテに記入し、その内容をパソコン内の基幹システムに取り込むことでデータベース化し、支援内容及び事業者の経営状況分析結果を共有する。
- (4) 事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員による、「職員勉強会」を四半期ごとに年4回開催し、指導業務内容・注意点・問題点を共有し、各職員のノウハウ及び指導力の向上に努める。
- (5) 若手経営指導員は、難しい指導内容において、ベテラン経営指導員とチームで

小規模事業者を支援することで、指導力・助言力・情報収集方法をOJTで学び、伴走型の支援能力の向上を図る。

### 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

本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、年1回、以下の方法により、評価検証を行う。

- ①中小企業診断士・税理士・観光協会事務局長等の外部有識者により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ②理事会又は部会長委員長会議において、評価・見直しの方針を決定する。
- ③事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。
- ④事業の成果・評価・見直しの結果を吉川市商工会のホームページで(<http://www.namazu.or.jp>)で計画期間中公表する。

(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

(平成28年10月現在)

(1) 組織体制

事業実施人員

指揮管理者 事務局 長 1名

経営指導員 3名

事務職員人員

事務局 長 1名

経営指導員 3名

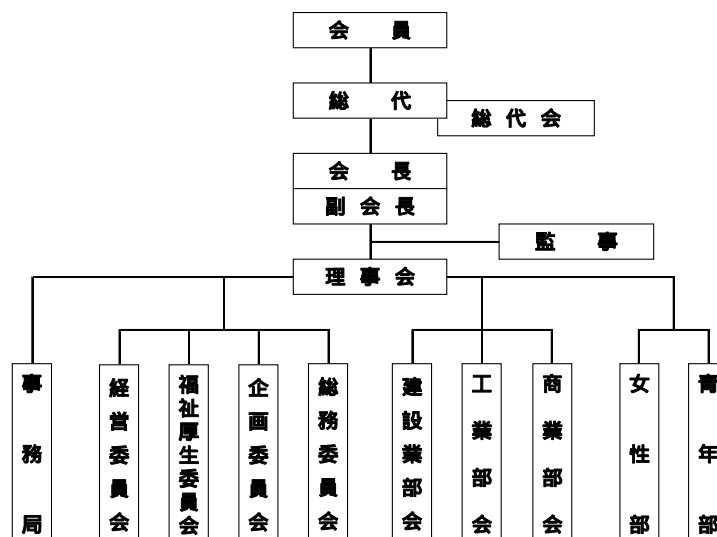
補助員 1名

記帳専任職員 1名

パート 2名

合計 8名

吉川市商工会組織図



(2) 連絡先

住所 〒342-0056

埼玉県吉川市平沼1丁目21番地16

電話番号 048-981-1211

F A X 048-984-1189

ホームページ <http://www.namazu.or.jp>

アドレス

Eメールアドレス [yosikawa@namazu.or.jp](mailto:yosikawa@namazu.or.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)

	平成 29 年度 (29 年 4 月以降)	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
必要な資金の額	46,900	47,050	47,200	47,350	47,450
経営改善事業費	44,950	45,050	45,150	45,250	45,350
指導員等設置費	35,000	35,100	35,200	35,300	35,400
旅費	30	30	30	30	30
事務費	300	300	300	300	300
指導事業費	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
地域経済活性化 事業費	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
一店逸品事業費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
資質向上費	20	20	20	20	20
一般事業費	1,950	2,000	2,050	2,100	2,100
商工まつり費	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
観光事業費	150	200	250	300	300
環境改善費	700	700	700	700	700

(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・特別賦課金・事務負担金収入

(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>(1)「2 - 地域の経済動向調査」「2 - 経営分析・需要動向調査」で、埼玉県・埼玉県商工会連合会・全国商工会連合会が発行する経営動向調査、景況調査、景気動向調査を活用し、整理・分析して小規模事業者へ提供する。</p> <p>(2)「2 - 事業計画の策定・実施支援」で、国・埼玉県・全国商工会連合会・埼玉県商工会連合会の行なう支援策・補助金等の情報を活用し、小規模事業者へ提供する。</p> <p>(3)「2 - 創業・第二創業(経営革新)支援」で、経営革新計画の策定に関して埼玉県商工会連合会の専門家派遣制度を利用して専門家の支援を受ける。</p> <p>(4)「2 - 創業・第二創業(経営革新)支援」で、事業計画に基づいた資金が必要となった際に、日本政策金融公庫越谷支店と連携して「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用し、融資の斡旋を行う。</p> <p>(5)「2 - 小規模事業者販路開拓支援」で一店逸品事業を行う上で、吉川市と連携して市内全戸配布を行う。</p> <p>(6)「3 - 地域活性化事業」で、「よしかわマルシェ」・「よしかわジャズナイト」の開催に際し、吉川市(商工課)よしかわ観光協会、農協と連携し、地域の活性化を図る。</p> <p>(7)「4 - 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」で、支援ノウハウ・支援状況等の情報交換において、埼玉県東部地区の支援機関、事務局長会議、経営指導員協議会、日本政策金融公庫越谷支店、関東信越税理士会越谷支部、市内金融機関と連携する。</p> <p>(8)「4 - 経営指導員等の資質向上等に関すること」で、経営指導員のスキルアップに際し、埼玉県商工会連合会、中小企業大学校と連携し、研修を受講する。</p>
連携者及びその役割
<p>(1) 全国商工会連合会 代表者：会長 石澤義文 住 所：東京都千代田区有楽町 1-7-1 電 話：03-6268-0088 ・役 割：景気動向調査結果や施策情報等の提供。 ・効 果：全国規模の景気需要動向や最新の支援策等を知り、市内の小規模事業者の現状把握や経営分析に活用できる。</p> <p>(2) 埼玉県 代表者：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：埼玉県内の景気動向調査結果や施策情報等の提供。 ・効 果：埼玉県内の景気需要動向や最新の支援策等を知り、市内の小規模事業者の現状把握や経営分析に活用できる。</p>



( 3 ) 埼玉県商工会連合会

代表者：会長 大久保義海

住 所：埼玉県さいたま市大宮区桜木町 1-7-5

電 話：048-641-3617

- ・役 割： 埼玉県内の景気動向調査結果や施策情報等の提供。  
経営分析や経営革新計画書作成時の専門家派遣支援。
- ・効 果： 埼玉県内の景気需要動向や最新の支援策等を知り、市内の小規模事業者の現状把握や経営分析に活用できる。  
専門的な課題の解決や経営革新計画書作成。

( 4 ) 吉川市

代表者：市長 中原恵人

住 所：埼玉県吉川市吉川 2-1-1

電 話：048-982-5111

- ・役 割： 埼玉県内の景気動向調査結果や施策情報等の提供。  
市発行広報誌での小規模事業者向け施策情報の案内。  
よしかわマルシェ（朝市）開催。
- ・効 果： 吉川市内の景気需要動向や最新の支援策等を知り、市内の小規模事業者の現状把握や経営分析に活用できる。  
案内や情報を市内小規模事業者（特に非商工会員）へ広く提供する。  
事業所 P R ・売上拡大

( 5 ) 日本政策金融公庫越谷支店

代表者：支店長 萩原 薫

住 所：埼玉県越谷市弥生町 3-33

電 話：048-964-5561

- ・役 割： 経営革新や創業時の融資実行。  
経営指導員への金融支援ノウハウ等の提供。
- ・効 果： 経営革新計画や創業計画の遂行による小規模事業者支援。  
経営指導員のスキルアップ。

( 6 ) 関東信越税理士会越谷支部

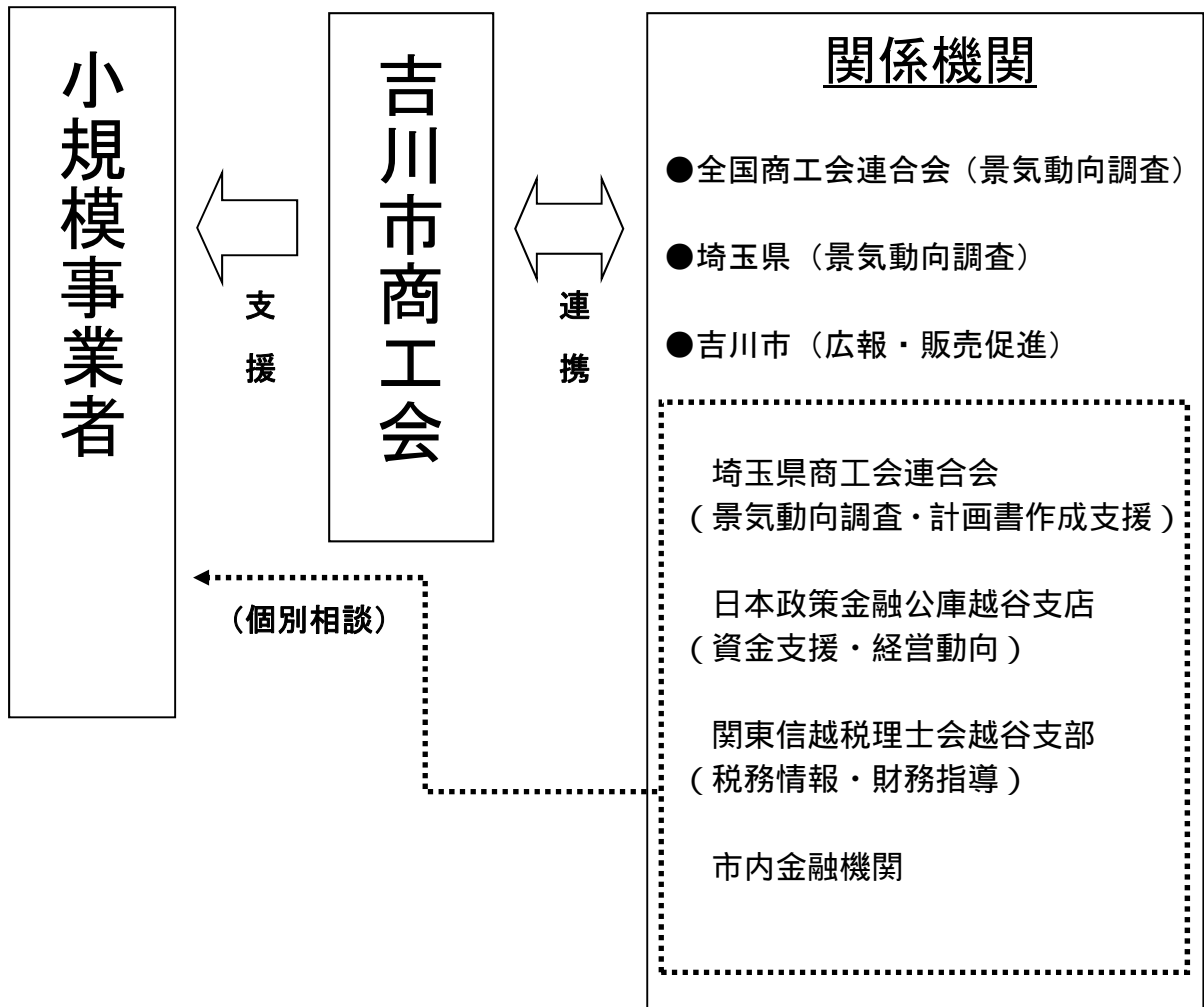
代表者：支部長 戸井田均

住 所：埼玉県越谷市赤山町 3-3-4

電 話：048-962-6131

- ・役 割： 金融情報、最新税務情報の提供。
- ・効 果： 経営指導員のスキルアップ。

連携体制図等



※商工会が中心となり、小規模事業者に対する支援体制は、すべて同じ体型となる。