

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	加須市商工会 (法人番号 8030005015603) 加須市 (地方公共団体コード 112101)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ①小規模事業者の持続的発展に向けた経営分析から販路開拓まで一貫した支援 ②商工会を中核とする地域連携支援体制の構築 ③創業・事業承継支援の強化による地域経済の維持・発展 ④魅力ある商店づくりと空き店舗活用による商店街等の活性化 ⑤地域資源の有効活用と賑わいの創出 ⑥地域支援機関と協力した製造業の経営力向上と雇用の創出 ⑦経営力再構築伴走支援による効果的な支援の実施
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること 地域経済分析システム (RESAS) を活用した地域の経済動向分析を行う。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品について、消費者ニーズを把握するため、イベントを活用した商品調査を支援する。 5. 経営状況の分析に関すること 経営指導員等の巡回・窓口支援などを通じ、小規模事業者の経営課題の抽出と解決にむけた経営分析を行い、事業計画策定支援に繋げる。 6. 事業計画策定支援に関すること 地域の経済動向調査結果や経営分析から抽出した経営課題・経営の方向性をもとに、専門家等とも連携しながら、事業計画策定支援を行う。また、創業支援体制の充実を図り、創業者の掘り起こしや育成に取り組む。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 小規模事業者の策定した事業計画と現状との差異について、原因や対応策を講ずるためにフォローアップ支援を行う。また、創業者の創業計画についてもフォローアップ支援を実施する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会・商談会の出展支援、加須みらい経営塾による広告発行の情報発信支援等を通じ、新たな需要の開拓を支援する。
連絡先	<p>加須市商工会 経営支援課 〒347-0055 埼玉県加須市中央 1-11-41 TEL: 0480-61-0842 FAX: 0480-61-0987 E-mail: kazo@ad.wakwak.com</p> <p>加須市 経済部 産業振興課 〒347-8501 埼玉県加須市三俣 2-1-1 TEL: 0480-62-1111 FAX: 0480-62-1934 E-mail: sangyo@city.kazo.lg.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. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

ア 立地

加須市は、埼玉県の東北部、関東平野のほぼ中央部を流れる利根川中流域にあり、市内を流れる利根川の堆積で形成されたという平坦地で、古き良き歴史を残した都市機能が集積する市街地と、その周辺に広がる水と緑の豊かな農村地域が調和するまちである。東西と南北それぞれ約 16km の広がりを持ち、面積 133.30 km²、都心からおおむね 50km 圏内にあり、群馬県、栃木県及び茨城県に接し、関東のどまんなか位置する。

この加須市にある加須市商工会（以下、「当会」という）は、平成 24 年 4 月に旧加須市・騎西町・大利根町・北川辺町の 4 商工会が合併し、4 地域を活動エリアとして、市内全域の商工業者の経営に関する相談と支援、経済振興を図るための諸活動を通して、街の活性化を目指している。

(基本情報)

面積：133.30 km²

総人口：112,059 人（令和 6 年 11 月 1 日現在）

男 56,418 人

女 55,641 人

世帯数：51,210 世帯

市の木：サクラ

市の花：コスモス



市内には利根川に育まれた肥沃な土と豊かな水を利用した昔ながらの田園風景が広がるほか、平成 24 (2012) 年にラムサール条約湿地に登録された「渡良瀬遊水地」や全国水の郷百選に選ばれた「浮野の里」など随所で豊かな自然が見受けられる。

また、市街地には関東三大不動の一つに数えられる「不動ヶ岡不動尊總願寺」のほか、国の重要無形民俗文化財に指定されている玉敷神社の神楽など、歴史を今に伝える数々の有形、無形の文化財が存在する。

かつては、被服・繊維・こいのぼりの製造を中心とする地場産業が盛んであったが、現在は都心からおおむね 50km と近く、東北縦貫自動車道（以下、「東北道」という）の加須 IC があり、首都圏中央連絡自動車道（以下、「圏央道」という）の白岡菖蒲 IC に近接しており、交通アクセスが便利なおことから、製造業

や物流の拠点として進出する企業が増加しており、市内産業構造の変化が表れてきている。

この他、手打ちうどんとこいのぼりのまちとして広くPRしている他、梨やいちじくなどの果樹栽培、トマトやきゅうりなどの施設園芸、花卉、畜産、養魚なども盛んで収穫量は県内トップクラスであり、県内一の生産量である米を主としてブランド化している。

こいのぼり：以前はこいのぼりの生産量日本一であり、現在も全国有数のこいのぼりの産地である。毎年5月3日の加須市民平和祭では世界一大きい全長100mのジャンボこいのぼりの遊泳が行われる。

加須うどん：加須うどんの自慢は輝く光沢と手打ちならではのコシ、そしてツルツとしたのど越しである。300年という歴史があり、6月25日は加須市うどんの日となっている。

イ 交通網

主要な道路は、東北道と国道122号が南北方向に、国道125号と国道354号が東西方向に通っていて、東側が国道4号に近接している。また、市内中央部に東北道加須ICがあり、圏央道の白岡菖蒲ICも近接する。

鉄道は、東武伊勢崎線に加須駅と花崎駅、東武日光線に新古河駅と柳生駅があり、JR宇都宮線・東武日光線の栗橋駅にも近接している。

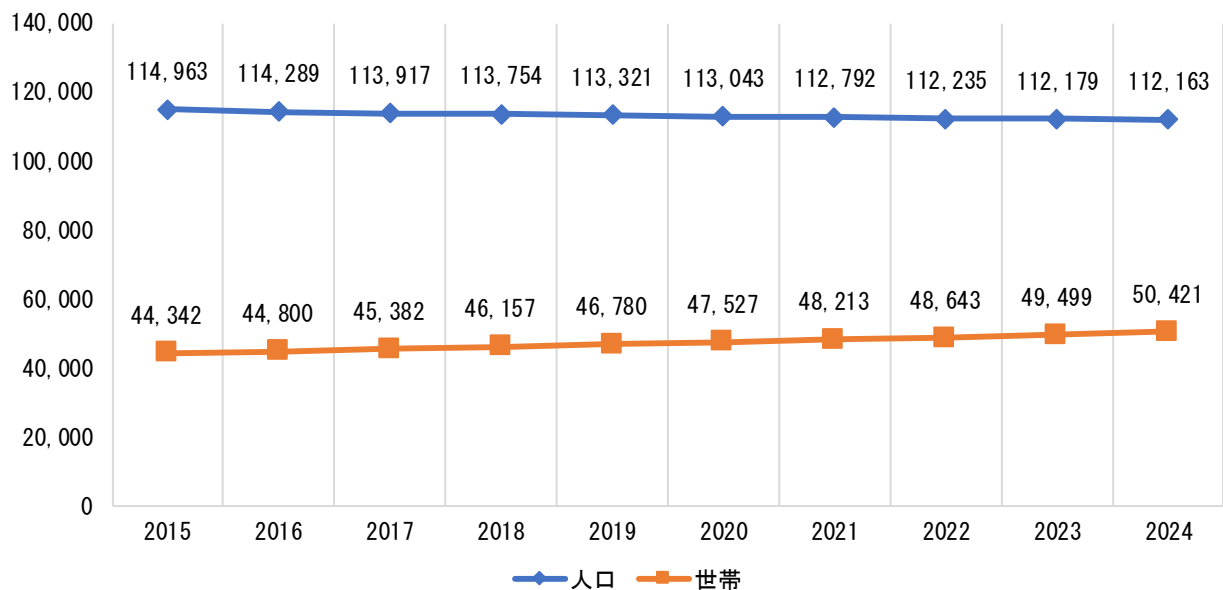
ウ 人口

過去10年間の人口・世帯数は、人口は緩やかに減少するも、世帯数は増加しており、これにより、一世帯あたりの人員は平成27(2015)年の2.59人から令和6(2024)年には2.22人へ減少している。

また、年齢3区分別人口構成比をみると、65歳以上の高齢人口は増加する一方、生産年齢人口は、平成27(2015)年に63.4%だったものが令和6(2024)年には58.2%と5.2%減少、14歳以下の幼年人口は、平成27(2015)年に12.1%だったものが令和6(2024)年には10.6%と1.5%減少しており、少子化とともに、地域を支え産業を支える世代が減少している。

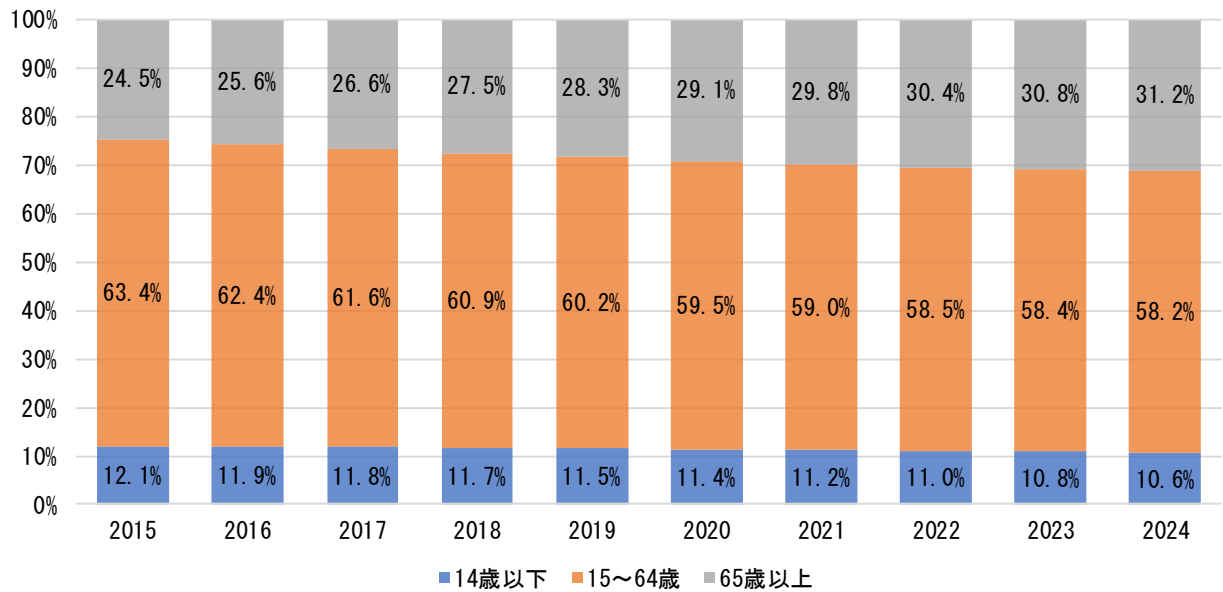
図表-③人口の見通しからも、令和7(2025)年の109,845人に対し、令和17(2035)年には99,612人となり、10年で10,233人、約9%減少することが見込まれており、生産年齢人口については、令和7(2025)年の63,052人に対し、10年後の令和17(2035)年には54,639人となり、約13%の大幅な減少が予測されている。

■図表-① 加須市の人口・世帯数の推移



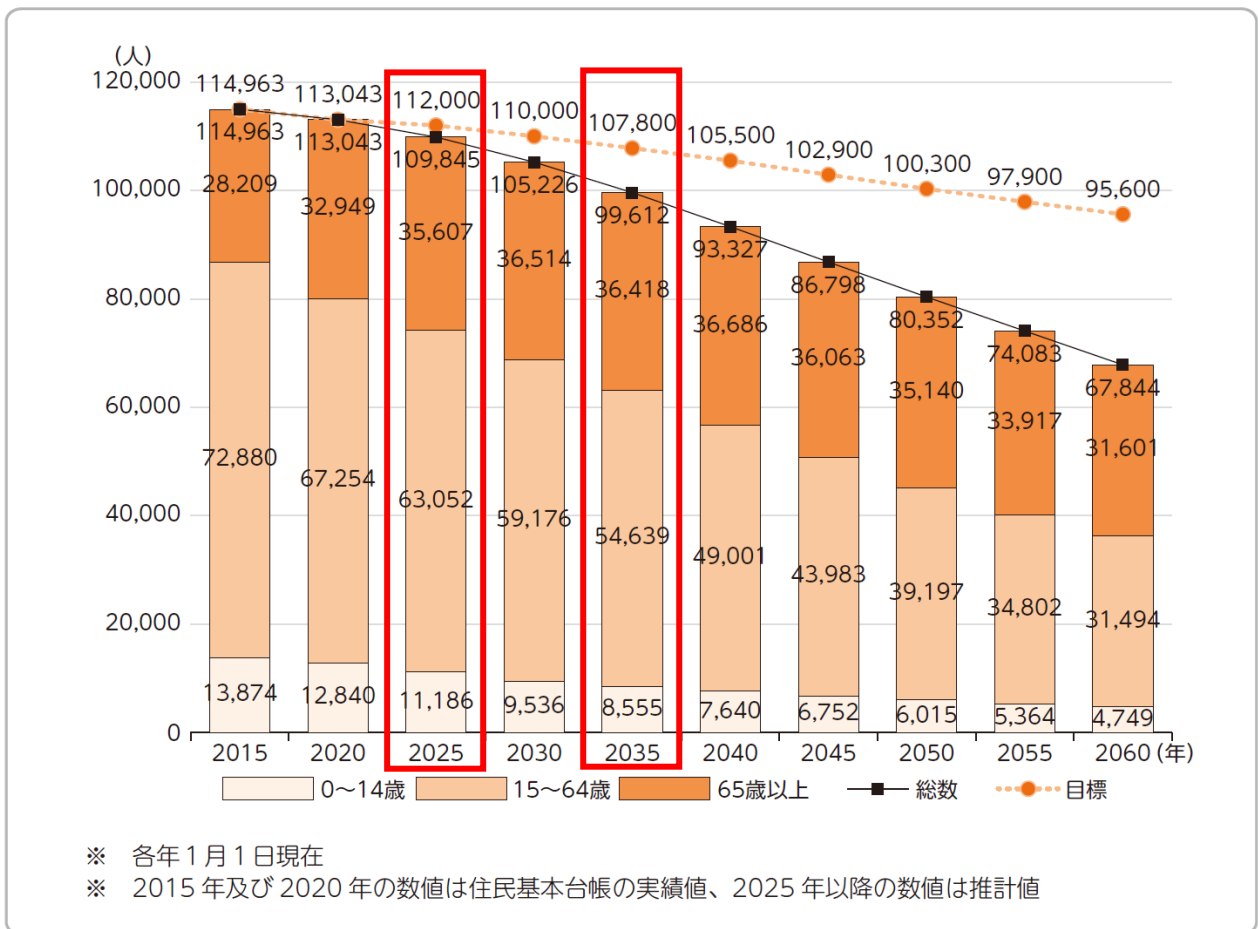
出典：加須市「住民基本台帳（各年1月1日現在）」

■ 図表-② 加須市の年齢3区分別人口の推移



出典：加須市「住民基本台帳（各年1月1日現在）」

■ 図表-③ 人口の見通しと目標



※ 各年1月1日現在

※ 2015年及び2020年の数値は住民基本台帳の実績値、2025年以降の数値は推計値

出典：加須市「第2次加須市総合振興計画」

エ 加須市における産業の状況

令和3年度経済センサス-活動調査の統計によると、加須市の事業所数は3,836社で労働人口は45,902人であり、平成24年との比較では、427事業所の減少となっている。

業種別に見ると図表-④により、第3次産業が圧倒的に多く、もっとも多いのは、「卸売業・小売業」続いて「製造業」「建設業」の順である。

しかし、卸売業・小売業では、平成24年以降、後継者不足等により、事業所数が減少しており、減少幅も特に大きく、またほとんどの産業で減少となっている。

■図表-④ 加須市内における事業所に関する集計の推移

		H24	H28	R3	増減(R3-H24)
第一次産業	農林漁業	19	27	39	20
	鉱業	1	1	0	△1
第二次産業	建設業	589	519	468	△121
	製造業	589	545	480	△109
	電気・ガス・熱供給・水道業	1	2	4	3
第三次産業	情報通信業	12	14	7	△5
	運輸業、郵便業	211	226	222	11
	卸売業、小売業	1,014	970	862	△152
	金融業保険業	36	32	30	△6
	不動産業、物品賃貸業	232	209	165	△67
	学術研究、専門・技術サービス業	101	99	111	10
	宿泊業、飲食サービス業	401	378	319	△82
	生活関連サービス業、娯楽業	423	386	347	△76
	教育、学習支援業	123	122	169	46
	医療、福祉	198	248	299	101
	複合サービス事業	30	30	31	1
	その他のサービス業	283	261	283	0
合計		4,263	4,069	3,836	△427

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

事業所数を従業者数別に分類すると、図表-⑤からも5人未満の小規模事業者（54.9%）が圧倒的に多い。

■図表-⑤ 加須市内における事業所に関する集計の推移

規模	5人未満	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	その他	合計
事業所数	2,105	720	498	191	141	97	67	17	3,836
従業者数	4,403	4,739	6,721	4,598	5,413	6,817	13,211	-	45,902

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

オ 地域の現状

加須市の人口は減少傾向にあり、今後、商工業を担う層である生産年齢人口も減少すると見込まれる。こうした中、市内の商業をけん引してきた商店街では、少子・高齢化の進展、郊外での大型店の進出、街中でのコンビニの普及など消費者の消費行動の変化やその影響から、顧客が減り、空き店舗が増えるという悪循環に陥っている。

図表-⑥により、市内で商店街を形成している加須駅北側エリア、不動岡エリア、騎西エリアにおいて、およそ3割の店舗が空き店舗化しており、うち不動岡エリアにおいては4割程度に至っている状況である。

いずれのエリアにおいても住居店舗一体型の建物が多く、経営者の高齢化等で今後廃業する店舗が増加すると店舗機能を有しない住宅化が進行し、営業店舗の集積性がさらに失われる可能性がある。

■図表-⑥ 空き店舗数

	加須駅北側エリア	不動岡エリア	騎西エリア
営業店舗	213 件	91 件	110 件
空き店舗	90 件	62 件	53 件
空き店舗割合	29.7%	40.5%	32.5%

出典：加須市「第1次加須市産業振興プラン」

令和4年に行った市内の商店経営者を対象としたアンケート調査によると、60歳以上の商店経営者が5割を超え、後継者の予定は、「未定・いない」が8割超。「自分限りで廃業する」という方が3割を超えるなど、今後も商店経営者の減少、空き店舗の増加が予測される。

令和4年に行った消費者需要動向調査によると、日常の買い物を行う店舗として利用する店舗では、「スーパー・ショッピングセンター」が最も多く、次いで「ホームセンター・ドラッグストア」が多い。うち最も利用する店舗は、「スーパー・ショッピングセンター」との回答が最も多くなっている。

通信販売・カタログ販売の利用率は全世代でみると約7割であり、利用媒体はインターネットと専門カタログが大半を占めている。

令和3年度埼玉県商店街経営実態調査報告書によれば、消費者側の関心・期待が高い項目として、高齢者や子育て支援、食品ロス（フードロス）対策、地場製品の販売促進（地産地消）などが挙げられる。一方、商店街で買物をする理由としては、店主や店員との会話やイベント開催などの関心は低く、消費者は買物の利便性を求める傾向が見られる。

製造業について、図表-⑦より、産業中分類別の事業所数で最も多い業種は、金属製品製造業が36、続いて輸送用機械器具製造業24、プラスチック製品製造業が23、食料品製造業が22、生産用機械器具製造業が21、繊維工業が19の順で、この6業種で全体の約6割を占めるが、事業所数は減少傾向にあり、全体では前年比6.3%減となっている。

■図表-⑦ 産業中分類別工業の推移

従業員数4人以上

単位：万円

産業中分類		事業所数		従業者数		製造品出荷額	
		R1	R2	R1	R2	R1	R2
事業所数の多い上位6業種を抽出	食料品製造業	20	22	2,809	2,911	9,375,112	9,060,027
	繊維工業	21	19	434	421	1,731,457	1,692,129
	プラスチック製品製造業	26	23	873	973	2,103,412	2,651,858
	金属製品製造業	38	36	863	812	2,372,130	2,011,333
	生産用機械器具製造業	18	21	689	684	1,297,737	1,202,488
	輸送用機械器具製造業	26	24	2,661	2,163	5,584,355	5,185,557
その他の業種		120	107	5,609	5,433	25,529,974	26,403,805
合計		269	252	13,938	13,397	47,994,177	48,207,197

出典：経済産業省「工業統計調査」、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」（RESASより引用）

また、技術者や経営者の高齢化が進んでおり、今後は事業承継(=技術の承継)を図ることが急務といえる。

仕事はあるものの、その事業承継対策への遅れに加え、設備の老朽化が重なり、新たに設備を導入していきたいが資金面で対応が難しい、原材料価格の上昇による利益の悪化、人材不足からくる生産力の低下への懸念、ある特定の取引先からの受注に依存や新たな販路開拓力の弱さなど様々な課題を抱えていることが、市内の事業所から挙がっている。

建設業では、加須市内の着工新設住宅件数が、図表-⑧によると、令和4年が884戸で、前年と比較すると△82戸と減少している。その内訳は、持家・貸家が減少し、分譲住宅が増加となっている。

また、図表-④より、市内の全事業所数3,836事業所の内、建設業の割合は12.2%を占めるものの、平成24年と令和3年を比較すると121の減少と、卸売業・小売業に続いて2番目に多い。そして、その多くが、5人未満の小規模な事業所であることが図表-⑨から読み取ることができる。

その減少の理由としては、受注減少や競争激化による廃業が多いことその他に、代表者や従業員の高齢化による熟練労働者の引退や若者が入職を避ける傾向から、人手不足・労働力不足もまたその要因の一つであることが、これまでの巡回・窓口相談での現場の意見から考えられる。

■図表-⑧ 加須市の利用関係別着工新設住宅数の推移

利用関係別	R3	R4	増減
持家	406	310	△96
貸家	349	251	△98
給与住宅	6	1	△5
分譲住宅	205	322	117
合計	966	884	△82

出典：埼玉県「埼玉県統計年鑑 (R4～R5)」

■図表-⑨ 建設業の規模別従業者数の推移

規模	H28	R3	増減
5人未満	356	309	△47
5～9人	106	92	△14
10～19人	47	45	△2
20～29人	5	12	7
30～49人	3	6	3
50～99人	1	2	1
100人以上	1	1	0
その他	-	1	1
合計	519	468	△51

出典：総務省・経済産業省「経済センサスー活動調査」

カ 第2次加須市総合振興計画

「第2次加須市総合振興計画」の商工・観光部分は下表のとおりである。

■基本構想（令和3年度～令和12年度）

〈基本理念〉

- ①安心安全で誰もがいきいきと心豊かに暮らすまちづくり
- ②地域の資源と豊かな自然を活かし、元気と魅力があふれるまちづくり
- ③絆と協働の力で将来にわたって暮らしやすいまちづくり
- ④ICTを活用し、新しい時代の流れを力にするまちづくり

〈将来都市像〉

絆でつくる 緑あふれる 安心安全・元気な田園都市 加須

■前期基本計画（令和3年度～令和7年度）（一部抜粋）

第3章 魅力と活力を生む産業のまちづくり

第2節 産業力アップで地域経済が好循環のまちをつくる

第2項 商業の活性化

- (1)商店街や地域商店の魅力アップ
- (2)起業者やチャレンジ企業への支援
- (3)商店街や地域商店の魅力アップ

第3項 地域経済の活性化

- (1)市内企業に対する支援
- (2)地場産業の振興
- (3)産業の連携

第3節 地域の魅力で人が集まるまちをつくる

第1項 観光によるまちおこし

- (1)観光資源の魅力アップ
- (2)観光サイクリングのブランド化
- (3)観光情報発信の充実
- (4)観光推進体制の強化

キ 第1次加須市産業振興プラン

加須市では、第2次加須市総合振興計画を上位計画とし、「魅力と活力を生む産業のまちづくり」の実現に向けて、加須市の産業振興の一部を担う部門計画として、施策を具体化するために「第1次加須市産業振興プラン（令和5年度～令和9年度）」を策定している。

■第1次加須市産業振興プラン（令和5年度～令和9年度）

〈基本理念〉

「稼ぐ力」を高める好循環を形成

〈基本方針と基本施策〉

基本方針1 多様な雇用の創出

- (1)企業誘致の推進
- (2)就業支援の充実
- (3)女性の活躍促進

基本方針2 商業の活性化

- (1)商店街や地域商店の魅力アップ
- (2)起業者やチャレンジ企業への支援
- (3)商店街や地域商業のにぎわい創出

基本方針3 地域経済の活性化

- (1)市内企業に対する支援
- (2)地場産業の振興
- (3)産業の連携

②課題

課題1 空洞化が進む商業集積地（商店街）の活性化

- ・空洞化が進む商業集積地（商店街）において、新陳代謝を進めるための事業承継や起業を促進する必要がある。
- ・地域に支持される商業・商店街づくりが大切であり、地域に支持される商業人材の育成や店舗の誘致等を図ることとし、空き店舗活用や建物更新時の店舗確保を図る必要がある。
- ・市内商業者や小規模事業者は、限られた経営資源で、できるだけ高付加価値の商品を販売していくことで、大規模小売店舗との差別化を図る必要がある。

課題2 商店街の活動基盤弱体化への対応

- ・商店街を担う商業者の高齢化、若い担い手の不足から解散する商店会組織もあることから、地域コミュニティを支える核となる商店会等の地域運営組織の構築が求められる。

課題3 多様化する買い物志向に対応した商業サービス等の構築

- ・大規模小売店舗に対して、小規模店舗は地域に密着し、小回りの利くサービスが提供できる。その利点を十分発揮するためには、地域の高齢化に対応したシニア向けの商品・サービスの拡充など、地域ニーズを把握し、新たな需要を掘り起こす経営戦略の検討が求められる。
- ・地域の市場規模（消費人口）が縮小するなかでも、インターネット販売や通信販売は地理的・物理的な不利を払拭でき、大都市、海外にもつながることから、新たな市場として、需要を喚起することが求められる。

課題4 製造業、建設業の経営基盤強化

- ・加工技術の向上や技術開発、新たな販路拡大に取り組んでいくなど、経営基盤を強化することで熟練技術者の技術を伝承し、事業承継がされやすい経営内容へ改善していくことが求められる。

（参考資料）

■図表-⑩ 加須市及び周辺都市における大規模小売店舗（店舗面積1,000㎡超）の推移

	店舗数	H27 以前	H28	H29	H30	H31 R1	R2	R3	R4	R5	R6
加須市	15	10	1	1				1		2	
行田市	16	12		2			2				
羽生市	12	7			1		3		1		
鴻巣市	22	19				1			1	1	
桶川市	13	10				1	2				
久喜市	32	27				2			1		2
北本市	20	14	2		1		2			1	
蓮田市	12	11				1					
幸手市	20	19					1				
白岡市	7	7									

出典：埼玉県「大規模小売店舗名簿（令和6年4月）」

■図表-⑪ 加須市及び周辺都市における店舗面積10,000㎡以上の大規模小売店舗数

	店舗数	店舗名（店舗面積）
加須市	2	ビバモール加須（34,623㎡）、カインズモール大利根（16,560㎡）
行田市	1	カインズモール行田（カインズ棟）（12,470㎡）
羽生市	2	イオンモール羽生（57,000㎡）、カインズ羽生店（10,240㎡）

鴻巣市	3	エルミこうのす (14,880 m ²)、スーパービバホーム鴻巣店 (14,406 m ²)、FUJI MALL 吹上 (13,009 m ²)
桶川市	2	BENIBANA WALK 桶川 (20,787 m ²)、おけがわマイン (パトリア桶川店) (14,720 m ²)
久喜市	5	モラージュ菖蒲 (51,000 m ²)、アリオ鷺宮 (44,000 m ²)、ムサシ久喜菖蒲店、ヤオコー久喜菖蒲店 (27,207 m ²)、イトーヨーカ堂久喜店 (19,292 m ²)、ベイスシア栗橋店 (11,030 m ²)
北本市	1	HEYWORLD!! (12,628 m ²)
蓮田市	1	MEGA ドン・キホーテ蓮田店 (13,793 m ²)
幸手市	1	ジョイフル本田幸手店 (25,909 m ²)
白岡市	0	

出典：埼玉県「大規模小売店舗名簿（令和6年4月）」

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

加須市では、今後の人口が減少していくことが予測されており、それに伴い小規模事業者の売上も減少することが懸念される。このような状況において、小規模事業者が持続的な経営を行うためには、「各小規模事業者が特性を活かした製品・商品・サービスを確立させることで、大資本企業や量販店との差別化を図り、自立した経営をすること」が必要である。そこでこれを10年後の小規模事業者のあり方と定める。

上記を実現するため、当会においても、各小規模事業者の経営力の向上を目的に伴走型の経営支援を実施し、売上及び収益性の向上を図ることで、地域全体の経済力を発展させていく。

また、地域経済の活性化に向けて、創業者を増やすことも重要である。そこで当会でも、加須市、関係機関との連携を強め、ワンストップサービスによる創業支援を実施する。これにより、質が高く、また親身になった手厚い支援を実施。『創業するなら加須市』のブランド戦略を確立する。加えて当会の情報網を駆使して既存小規模事業者と創業者とのマッチングによる事業承継支援を強化することで、高い技術や伝統の承継にも貢献し、地域経済力の持続的発展に寄与していく。

②第2次加須市総合振興計画との連動性・整合性

加須市では、「第2次加須市総合振興計画」の産業振興に向けた計画として、「第1次加須市産業振興プラン」を策定。当該プランでは、『「稼ぐ力」を高める好循環を形成』を基本理念として掲げている。

小規模事業者が「稼ぐ力」を高めるためには、各小規模事業者が持つ特性（強み）を活かして、付加価値を向上させるしか方法がない。これを具体化したものが、前項『①10年程度の期間を見据えて』で示した10年後の小規模事業者のあるべき姿「各小規模事業者が特性を活かした製品・商品・サービスを確立させることで、大資本企業や量販店との差別化を図り、自立した経営をすること」である。

以上より、それぞれには連動性・整合性がある。

③商工会としての役割

ア 商工会の長期ビジョン

急速に変化する経済やテクノロジー環境のなかで、当会にも多様なニーズへの対応が求められている。これに対応するため、当会では、AIやデータ分析を駆使することによる効率的且つ的確な経営支援に向けたサポート体制を構築する。また、海外市場を含む新たな市場への進出支援や、デジタル技術を活用した販路開拓・業務効率化に向けた支援などを実施。これらの経営支援により、会員企業等との関係をより強固なものとする。加えて、地域経済の活性化に向けたプロジェクトや異業種間の交流を促進していきながら、新たなビジネスの創出にも貢献し、必要不可欠な団体であるポジションを確立する。

イ 商工会としての役割

これまで当会は、金融・税務・労務相談等の経営改善普及事業を中心に、地域の小規模事業者の経営基盤の強化・安定に注力してきたが、今後は、厳しさを増す地域小規模事業者を取り巻く経営環境を充分認識した上で、個社のそれぞれの課題を解決するための支援に重点を置き、小規模事業者の経営力強化を図る。

また、人口や事業所数の減少が進み、市の賑わいが失われかねない加須市において、市内商工業者の約8割を占める小規模事業者のうち、減少傾向が際立つ商業・飲食・サービス業の持続的発展に向けて創業や事業承継支援に重点に置く。

そして、組織全体の支援能力、職員一人一人の資質向上を図るとともに、加須市をはじめ、日本政策金融公庫、金融機関、税理士会、埼玉県よろず支援拠点、埼玉県商工会連合会など支援機関と協力し、効果的・効率的に事業を実施していくことで、市内の小規模事業者の振興及び地域産業振興の中核的な機能を担っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

(1)地域の現状及び課題、(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえた上で、以下の7つの目標を定める。

〈支援対象〉

特性を活かした製品・商品・サービスを確立させることで、大資本企業や量販店との差別化を図り、「稼ぐ力」を向上させることを目指す小規模事業者を重点的に支援する。

〈目標〉

- ①小規模事業者の持続的発展に向けた経営分析から販路開拓まで一貫した支援
- ②商工会を中核とする地域連携支援体制の構築
- ③創業・事業承継支援の強化による地域経済の維持・発展
- ④魅力ある商店づくりと空き店舗活用による商店街等の活性化
- ⑤地域資源の有効活用と賑わいの創出
- ⑥地域支援機関と協力した製造業の経営力向上と雇用の創出
- ⑦経営力再構築伴走支援による効果的な支援の実施

〈地域への裨益目標〉

上記①～⑦により、魅力と活力を生む産業のまちづくりに寄与することを目指す。また、既存小規模事業者や創業者が未来に向けたチャレンジを行うなかで、成長企業が生まれ、新たな雇用が創出されることを目指す。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

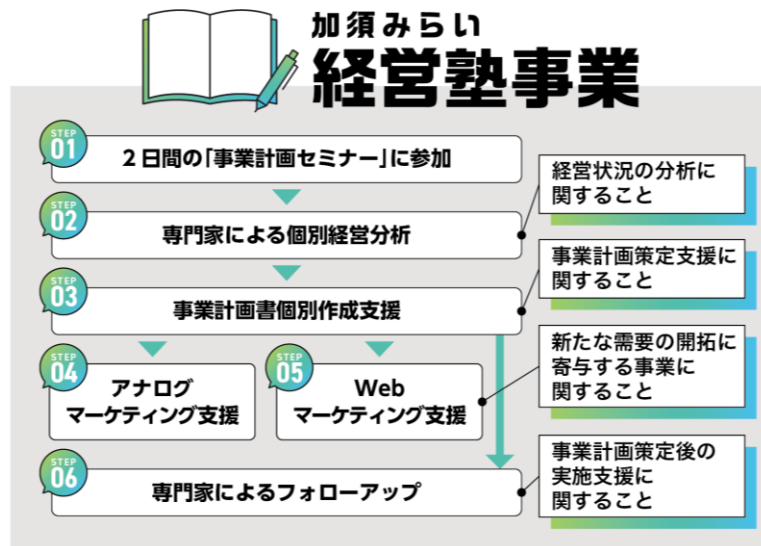
目標① 小規模事業者の持続的発展に向けた経営分析から販路開拓まで一貫した支援

〈達成のための方針〉

個社がもつ強みを活かした経営を支援し、伴走型体制での経営分析、需要動向を見据えた事業計画の策定支援と計画実施に対する積極的な支援を行い、目標達成に向けた販路開拓をはじめとする支援、フォローアップまでを一貫して実行する。

これを実現するための取組のひとつとして、「加須みらい経営塾事業」による支援を実施する。

本事業では、①「事業計画セミナー」を導入部とし、②専門家による個別経営分析の実施、③事業計画書個別作成支援、④アナログマーケティング支援、⑤Webマーケティング支援、⑥専門家による事業計画のフォローアップがひとつのパッケージとなっている。



目標② 商工会を中核とする地域連携支援体制の構築

〈達成のための方針〉

商工会が中核となり、行政、地域金融機関、その他支援機関等との支援体制を構築する。そして、それぞれの役割を明確化し、連携・協力強化を図り、小規模事業者の経営課題解決に向けた施策等を実施する。

目標③ 創業・事業承継支援の強化による地域経済の維持・発展

〈達成のための方針〉

加須市の商工業の課題の一つである事業所数の減少を食い止めるため、専門家・支援機関との協力により、既存事業者の経営力向上を図り、事業承継がされやすい経営内容へ改善していく。また、創業塾等の創業支援を充実させ、市内での創業を促進するとともに、創業後の支援を手厚くサポートすることで、経営を安定させる。これらにより、地域経済の活性化を目指す。

目標④ 魅力ある商店づくりと空き店舗活用による商店街等の活性化

〈達成のための方針〉

消費者ニーズに的確に応じつつ、个性的で独自性のある品揃えやサービス展開による各個店の魅力ある商店づくりを商工会独自の「一店逸品事業」等を活用して支援する。

また、市内不動産会社などとの協働による賃貸借の相互ニーズのマッチングや賃貸にあたっての優遇条件などについて、所有者の協力のもと、空き店舗の利活用を促進し、商店街等の活性化を図る。

目標⑤ 地域資源の有効活用と賑わいの創出

〈達成のための方針〉

「かぞブランドをはじめとする地域資源を活用したビジネス展開」を推進していくため、かぞブランドの魅力発信・販路拡大支援を推進するとともにブランドの価値及びイメージアップにつなげる。

また、加須産の農産物を活用した6次化商品の開発が進んでいることから地域資源を活用したビジネスに取り組む創業者の支援を推進する。

目標⑥ 地域支援機関と協力した製造業の経営力向上と雇用の創出

〈達成のための方針〉

受注拡大・経営力向上に向け、関係機関（埼玉県産業振興公社・埼玉県よろず支援拠点・中小企業診断協会・近隣商工会）等との協力・情報の収集・提供・マッチング支援など支援体制の強化を図り、売上・利益が向上する事業所数を増やし、製造業の経営力向上と活性化を図り、新たな雇用の創出へと繋げる。

目標⑦ 経営力再構築伴走支援による効果的な支援の実施

〈達成のための方針〉

経営分析、事業計画の策定、事業計画策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。

また、これを実現するために、経営力再構築伴走支援に係る経営指導員等の資質向上を実施する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の経営環境が変化していくなかで、事業者が経営判断を行うためには、データの活用も有効である。当会ではこれまでも、地域経済分析システム（RESAS）等を活用し「地域の経済動向分析」を実施してきたが、事業計画策定支援などの個社支援に活用するに留まっており、広く公表できていなかった。

【課題】

今後は、収集したデータを市内小規模事業者に広く公開するとともに、事業者に活用を促すことが課題である。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
地域の経済動向分析 公表回数	HP 掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容	
事業名	地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）
目的	小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行うことを目指す。
調査内容	地域経済分析システム（RESAS）の内容のなかで、市内の小規模事業者に活用してもらいたい項目を分析し、レポートにまとめたうえで公表する。
調査項目	地域経済循環マップ・生産分析 →何で稼いでいるか等を分析 まちづくりマップ・From-to 分析 →人の動き等を分析 産業構造マップ →産業の現状等を分析 等
調査・分析の手法	経営指導員（もしくはその他の職員）が外部専門家と連携し、RESAS の情報を網羅的にみて、事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者が見やすいレポートにまとめる。
調査結果の活用方法	レポートは当会ホームページで公表し、広く市内小規模事業者に周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が経営を維持・成長させるためには、特性を活かした製品・商品・サービスを確立させ、大資本企業や量販店との差別化を図る必要がある。小規模事業者が特性を活かした商品等を開発したとしても、消費者ニーズに合っていないければ売れる商品とはならない。一方で、小規模事業者には、経営資源やノウハウが少なく、独自に消費者ニーズを調査することは難しいという現状がある。

【課題】

当会にて、個社の商品の消費者ニーズ調査を支援することが課題である。また、調査結果を活用して商品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用する必要がある。

(2) 目標

項目	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
イベントを活用した商品調査 調査対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

事業名	イベントを活用した商品調査
目的	小規模事業者が特性を活かした商品等について、需要動向を把握することや、魅力を高めることを目指す。
対象	小規模事業者の商品、3商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 なお、対象商品・サービスの選定にあたっては、特性を活かした商品や加須市が認定している地域ブランド「かぞブランド」の認定商品などを優先する。
調査の手法	「加須市民平和祭」などのイベントを活用してアンケート調査を実施する。調査は、職員と事業者が協力して実施し、1商品・サービスあたり30名以上からアンケート票を回収する。
調査項目	<input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味（食品の場合） <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（加須らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 今後の購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等
分析の手法	経営指導員（もしくはその他の職員）がデータを集計・分析（男女別、年齢別のクロス分析）し、商品・サービスのターゲット顧客や改良点などを抽出する。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。

調査結果の活用方法	分析結果は、経営指導員（もしくはその他の職員）が簡易なレポートにまとめたうえで、対象事業者にフィードバック。その後、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、商品・サービスのブラッシュアップやマーケティング施策に活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて、経営分析や事業計画策定支援もあわせて実施する。
-----------	--

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでも経営分析の支援を実施してきたが、表面的な分析に留まっていることも多く、必ずしも小規模事業者が本質的課題に気づくような支援をできていなかった。

【課題】

これまでの支援に加え、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちすることに重点を置いた経営分析支援を実施する必要がある。

(2) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
経営分析事業者数	56者	63者	70者	77者	84者	84者

※<15 ページの 6. 事業計画策定支援に関することの(3)目標の②創業計画策定事業者向けの創業計画策定支援や事業承継支援にも注力するため、経営分析事業者数の目標はやや少なめに設定>

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	ホームページによる周知を行う。また、巡回訪問・窓口相談・個社支援（記帳代行支援、金融支援、補助金支援、需要動向調査等を含む）や、各種セミナー開催時に訴求する。これに加え、「加須みらい経営塾事業（詳細はP12参照）」にて、掘り起こしを実施する。
分析の実施手法	経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちすることを重視する。なお、必要に応じて専門家派遣を実施して分析を実施する。 分析は、事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」、クラウド型支援ツール（Bizミル等）などを活用する。
分析項目	定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を実施する。 <財務分析> 直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析 <非財務分析（SWOT分析等）> 強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産など）、機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向など）、その他（IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況など）
分析結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> 経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 分析結果は、クラウド型支援ツール（Bizミル等）に集約。経営指導員個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会ではこれまでも経営革新計画や補助金などを契機とした事業計画の策定支援を実施してきた。一方で、経営分析で把握した本質的課題に対し、事業者が当事者意識を持ち、能動的に課題解決に取り組むような支援ができていたとはいえなかった。

【課題】

上記を実現するため、今後は経営力再構築伴走支援による事業計画策定支援を実施することが課題である。これにより、小規模事業者が能動的に課題に立ち向かい、持続的経営を実現することを目指す。

加えて、創業希望者による円滑な創業を実現するため、「KAZO 創業塾」などを契機とした創業計画の策定支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の約 4 割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、当事者意識を持ち自らが課題に取り組むこと（内発的動機づけ）を促す。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に IT セミナーや IT 専門家派遣を行い、小規模事業者の IT 活用（IT を活用した販売促進、IT を活用した業務改善や生産性向上）の促進や、これによる競争力の維持・強化を目指す。

その他、創業者・創業希望者向けの創業計画策定支援も実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①事業計画策定事業者数	28 者	28 者	28 者	32 者	35 者	35 者
加須みらい経営塾の開催回数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
IT セミナーの開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②創業計画策定事業者数	24 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
KAZO 創業塾の開催回数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援
目的	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。また、金融支援や国の「小規模事業者持続化補助金」、「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」や加須市の「経営革新支援補助金*」などの補助金を契機とした事業計画の案内による掘り起こしを行う。 ※経営革新支援補助金 加須市の補助金である。埼玉県が実施している経営革新計画承認制度により承認を得た経営革新計画を実行しようとする者に対し、必要な経費の一部を補助する。申請には、経営革新計画（事業計画）の作成が必要である。
支援の手法	以下の 3 つの方法で支援する。なお、必要に応じて専門家派遣を実施する。 ア 小規模事業者が作成した事業計画に経営指導員がアドバイスする方法 イ 小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法 ウ 加須みらい経営塾を通じて小規模事業者が作成し、その後経営指導員や専門家がアド

バイスする方法

支援では、経営者が取り組むべきことに腹落ちし、当事者意識を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。

■加須みらい経営塾

支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知
講師	講師派遣会社の登録講師から適切な講師を選定
回数	年2回 ※昼開催と夜開催で1回ずつ
カリキュラム	事業計画の概要、作成方法
想定参加者数	15人/回
その他	セミナー後（別日）に個別作成支援（2時間×2回）を実施

〈DX（デジタルトランスフォーメーション）に向けた取組〉

事業計画策定に意欲的な事業者を対象にITセミナーを実施する。また、セミナーを受講した事業者のなかで、取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応・経営指導やIT専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとしてDXやIT活用を促進する。

■ITセミナー

支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知
講師	埼玉県のDX専門家などのIT専門家等
回数	年1回
カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、DXの事例、ITを活用した販売促進・生産性向上手法などの紹介などを行う
想定参加者数	20人/回

②創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援
目的	創業期の事業展開が円滑に進むことを目指す
支援対象	創業者・創業希望者
支援対象の掘り起こし	加須市は、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画の認定を受けており、当該計画に基づき創業者に対し「創業支援補助金※」などの施策を行っている。また、当会においても「KAZO 創業塾」の開催や「創業ワンストップ相談窓口」の設置を行っている。これらの施策を契機に、掘り起こしを行う。
	■KAZO 創業塾
支援対象	創業予定の方、創業して間もない小規模事業者
募集方法	ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知
講師	講師派遣会社の登録講師から適切な講師を選定、金融機関等
回数	年2回（全6日） ※昼開催と夜開催で1回ずつ
カリキュラム	1日目：創業の心構え 2日目：事業計画の重要性 3日目：マーケティングとは何か？ 4日目：創業および事業継続に必要な数字の知識 5日目：創業計画書（公庫様式）の作成ポイント、人材育成と有効活用 6日目：創業に必要な手続きとビジネスプランの作成 ※令和6年度カリキュラムより

	<p>※創業支援補助金 加須市の補助金である。創業時、創業初期の経営安定や必要な設備の充実を図るために必要な経費の一部を補助する。申請には、事業計画（創業計画）の作成が必要である。</p>
支援の手法	創業塾を通じて小規模事業者が作成した創業計画に、経営指導員がアドバイスを行う方法で支援する。また、必要に応じて、専門家派遣を実施する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画や創業計画について、その後のフォローアップは担当する経営指導員個人に委ねており、組織としてのフォローアップ体制を築いていなかった。

【課題】

会内でフォローアップのルールを明確化・周知することが課題である。具体的には、計画策定後1年間は四半期ごとのフォローアップを必須とすることや、1年後（4回目のフォローアップ）に売上や経常利益等の成果指標を確認することなどを、会内で仕組化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者や経常利益増加事業者の割合が約4割（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目指す。

フォローアップでは、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図るための支援を実施する。支援では、事業者への内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力を引き出すことで、支援期間中の事業者の一連の取組を一過性の取組とさせず、事業者が事業環境の変化に合わせて、持続的に発展できる蓋然性を高める。

また、創業計画の策定をした事業者に対しても、四半期ごとのフォローアップを実施し、計画通りの成果をあげることを目指す。

(3) 目標

① 事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
フォローアップ対象事業者数	15者	28者	28者	32者	35者	35者
頻度 (延回数)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (112回)	四半期毎 (112回)	四半期毎 (128回)	四半期毎 (140回)	四半期毎 (140回)
売上増加事業者数	10者	11者	12者	13者	15者	15者
経常利益増加事業者数	10者	11者	12者	13者	15者	15者

② 創業計画のフォローアップ

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
フォローアップ対象事業者数	2者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度 (延回数)	四半期毎 (8回)	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)

(4) 事業内容

事業名	事業計画・創業計画のフォローアップ
-----	-------------------

目的	事業計画・創業計画どおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画・創業計画を策定したすべての事業者
支援の手法	経営指導員が、事業計画・創業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画・創業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やす、専門家派遣を実施するなどにより、軌道に乗せるための支援を実施する。フォローアップでは、事業計画・創業計画の進捗状況の確認、売上・利益等の経営指標の把握を行う。また、計画実行上の課題に対し、課題解決を図る。課題解決にあたっては、単に「答え」を提供するような支援を行うのではなく、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じて事業者もよく考えること、事業者内のチームと一緒に作業を行うことにより、事業者が事業環境の変化に合わせて自ら変革を続けていける力（自走化する力）を付けられるようにする。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。当会では、これまでも事業者の販路開拓を支援してきたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていなかった。

【課題】

各事業の成果が明確でなかったことから、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

加須市は製造業従業者の割合が県平均より高く、製造業が雇用基盤を支えるひとつの大きな産業となっている。実際、高い技術力を保有する事業者も多い。製造業の販路拡大に有効な手段として展示会や商談会の出展があるが、小規模製造業ほど、出展の機会が少ない。そこで、当会にて「産業交流展」や「彩の国ビジネスアリーナ」などの「展示会・商談会の出展支援」を行い、新たな取引先の獲得を目指す。

また本計画では、小規模事業者の『未来に向けた新たなチャレンジによる「稼ぐ力」の向上』を目標としているが、小規模事業者が新たなチャレンジをする際、販路の開拓が課題となることが多い。そこで当会にて、アナログ販路開拓支援およびデジタル販路開拓支援の両面を支援する「加須みらい経営塾による販路開拓支援」を実施し、実際に成果をあげることで、将来的に事業者が自立して販路開拓を実施できるようになることを目指す。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4) 事業内容』のとおりである。

(3) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	7者	7者	7者	7者	7者	7者
成約件数（延べ）	1件	2件	2件	3件	3件	3件
②加須みらい経営塾による販路開拓支援 支援事業者数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
売上額/者	3万円	3万円	3万円	3万円	3万円	3万円

(4) 事業内容	
① 展示会・商談会の出展支援 (BtoB)	
事業名	展示会・商談会の出展支援
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
展示会等の概要 / 支援対象	<p>以下の展示会・商談会への出展支援を実施する。なお、それ以外にも、有効な展示会・商談会がある場合は、出展支援を行う場合がある。支援にあたっては、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。</p> <p>ア 産業交流展 支援対象：製造業 訴求相手：全国の製造業</p> <p>東京ビッグサイトを会場に、産業交流展実行委員会が主催する展示会である。首都圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）に事業所を有する、個性あふれる中小企業などの優れた技術や製品を一堂に展示し、販路拡大、企業間連携の実現、情報収集・交換などのビジネスチャンスを提供することを目的としている。令和5年11月はリアル展＋オンライン展のハイブリッドで開催され、出展社数・団体が647社・団体、来場者数がリアル展は44,252名、オンライン展が10,903（ログイン数）となった。</p> <p>イ 彩の国ビジネスアリーナ 支援対象：製造業 訴求相手：埼玉県全域の事業者</p> <p>さいたまスーパーアリーナを会場に、埼玉県、公益財団法人埼玉県産業振興公社、公益社団法人埼玉県情報サービス産業協会、県内金融機関が主催する、首都圏最大級の産・学・官・金連携による展示商談会である。中小企業の受注拡大・販路開拓のための自社の優れた製品・技術・サービス等を幅広い顧客層にPRするビジネスマッチングイベントとなっている。令和6年1月はリアル展示＋オンライン展示のハイブリッド型で開催され、リアル展示では、出展社数602企業・団体、来場者数13,749人であった。</p> <p>ウ 上尾版ビジネス商談会 支援対象：製造業 訴求相手：埼玉県県央地域と利根地域の製造業</p> <p>上尾商工会議所等が主催する商談会である（当会も主催の一員）。例年10月下旬に開催する。県央地域や利根地域内でのビジネスマッチングや情報交換を目的としている。令和6年10月の開催では、受注側企業21社、発注側企業5社が参加した。</p> <p>エ 埼玉県東部地域ビジネスマッチングフェア 支援対象：製造業 訴求相手：埼玉県東部地域の製造業</p> <p>春日部商工会議所等が主催する個別面談方式によるビジネス商談会および製品展示会である（当会も主催の一員）。例年2月に開催する。小規模製造業の販路開拓や情報収集を目指している。令和6年2月の開催では、受注企業37社、発注企業9社が参加した。</p>
支援の手法	<p>当会が主催する、ものづくりネットワーク加須「Mono Kazo」（開催頻度1回/月程度、年10回）にて展示会に共同出展する。また、それ以外にも展示会・商談会の出展に興味がある事業者を掘り起こし、支援を実施する。出展事業者に対しては、経営指導員が展示会等で新たな取引先を獲得するまでの支援を伴走型で行う。</p> <p><出展前の支援> 出展者の募集 / 商談シート（FCPシート）の作成 / 商談相手の事前アポイント / 効果的な展示方法（パンフレット等のツールの整備含む）や短時間での商品等アピール</p>

	方法の指導 等 <出展後の支援> 商談相手に対するフォロー 等
--	---------------------------------------

②加須みらい経営塾による販路開拓支援 (BtoC)

事業名	加須みらい経営塾による販路開拓支援
目的	加須みらい経営塾にて作成した事業計画に沿って、販路開拓を実施することを目指す。
支援対象	加須みらい経営塾の受講者
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	<p>アナログ及びデジタルの販路開拓支援を実施する。</p> <p><アナログ販路開拓支援> 「チラシ広告マーケティング支援」を実施する。具体的には、訴求したい商品・サービスについて、当会にてチラシの作成を支援し、作成したチラシをポスティング or 事業所配付 or 新聞折込等（事業計画で定めたターゲット顧客ごとに配布手段を検討）する。支援にあたっては専門家派遣を実施する。</p> <p><デジタル販路開拓支援> 「Web 広告マーケティング支援」を実施する。具体的には、PR したい商品・サービスについて、地域・客層・関心ごとなどのターゲット設定を行い、Web 広告を出稿する。支援にあたっては専門家派遣を実施する。</p>
支援の手法	<p>経営指導員が中心となり、加須みらい経営塾で作成した事業計画を基にアナログ及びデジタルの販路開拓を支援する。販路開拓実行後は、成果を確認するため、売上・利益等の経営指標の把握を行う。</p> <p>なお本支援は、あくまでも小規模事業者の販路開拓のきっかけづくりとして実施する。そのため成果がでた事業者に対しては、次のステップとして、独自での販路開拓を提案する。また、実際に独自で販路開拓に取り組む事業者に対しては、経営指導員や専門家が、成果が上がるまでハンズオンで支援を継続する。</p>

Ⅱ. 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

9. 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

(1) 現状と課題

【現状】

現状、経営発達支援事業の評価は、年 1 回の「経営発達支援計画審議会」にて実施している。一方、評価の結果を広く公表できていなかった。

【課題】

今後も「経営発達支援計画審議会」にて事業の評価を受け、結果を基に次年度の事業の見直しを行うなど、PDCA を回しながら経営発達支援事業を推進することで、小規模事業者の売上・利益拡大に寄与することが課題である。また、事業の評価結果を公表する必要がある。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】 （事業の計画・見直し）

	<p>(a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</p> <p>(b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。</p> <p>【DO】（事業の実行）</p> <p>(c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。</p> <p>(d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（Biz ミル等）に適時入力する。</p> <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>(e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（Biz ミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。</p> <p>(f) 週 1 回の経営支援課の会議にて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。</p> <p>(g) 年 1 回の「経営発達支援計画審議会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。なお評価は、経営発達支援計画に記載したすべての事業を対象とする。</p> <p>※「経営発達支援計画審議会」の実施の流れ</p> <p>i 加須市の商工担当課長（もしくは担当者）、法定経営指導員、外部有識者（地域金融機関支店長、中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援計画審議会」を年 1 回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）で定量的に評価する。</p> <p>ii 当該「経営発達支援計画審議会」の評価結果は、理事会に報告する。また、事務所へ常時備え付けすることで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。</p> <p>【ACTION】（事業の見直し）</p> <p>(h) 「経営発達支援計画審議会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。</p>
--	--

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、経営発達支援事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となり実行している。また、本計画で必要となる「経営力再構築伴走支援」に関する知識・ノウハウが特に不足している。

【課題】

本計画の成果をあげるために、経営支援員（補助員等）も含めた組織全体の支援力向上を図ることが課題である。なお本計画期間中は、特に経営力再構築伴走支援や IT 支援の資質向上を図る必要がある。

(2) 事業内容

①経営指導員（法定経営指導員含む）のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	すべての職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得することを目指す。
不足能力の特定	<p>経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・小規模事業者の新たな需要開拓を実現する能力 ・DXに向けた相談・指導を行う能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等 <p>なお、これ以外にも経営発達支援事業を確実に遂行するための知識や技能について、職員一人一人が不足している知識や補うべきスキル・能力を自己分析し、受講すべき研修</p>

<p>内容</p>	<p>会の内容を整理する。</p> <p>経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下（ア～ウ）の研修・セミナーに積極的に参加し、資質向上を図る。具体的には、埼玉県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体が主催する義務研修に参加するだけでなく、中小企業大学校の専門研修、民間の研修などにも積極的に参加する。加えて、適当な研修がない場合は、独自もしくは近隣の商工会と連携して研修を開催する。</p> <p>これまで、これらの研修へは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、補助員等も含めて積極的に参加する。</p> <p>ア 小規模事業者の売上・利益向上支援、新たな需要開拓支援の資質向上 これまでも、経営分析支援、事業計画策定支援、販路開拓支援等の外部講習には参加してきたが、知識の更新のため、これらの研修には引き続き参加する。</p> <p>イ DXに向けた相談・指導能力の習得・向上 DX 関連の動向は日々進化していることから、DX 関連の相談・指導能力向上に資する研修に参加する。</p> <p>ウ 経営力再構築伴走支援の資質向上 「対話と傾聴による信頼関係の構築」、「気づきを促す課題設定型コンサルティング」、「経営者の自走化のための内発的動機付けと潜在力の引き出し」のような経営力再構築伴走支援の能力向上に資する研修に参加する。</p>
-----------	--

②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

<p>目的</p>	<p>個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有することを目指す。</p>
<p>内容</p>	<p>ア OJT ベテラン職員と経験の浅い職員がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家や広域指導員を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。</p> <p>イ 情報共有 毎朝の朝礼や週 1 回の経営支援課の会議のなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。</p> <p>ウ データベース化 担当経営指導員等がクラウド型支援ツール (Biz ミル等) に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。</p>

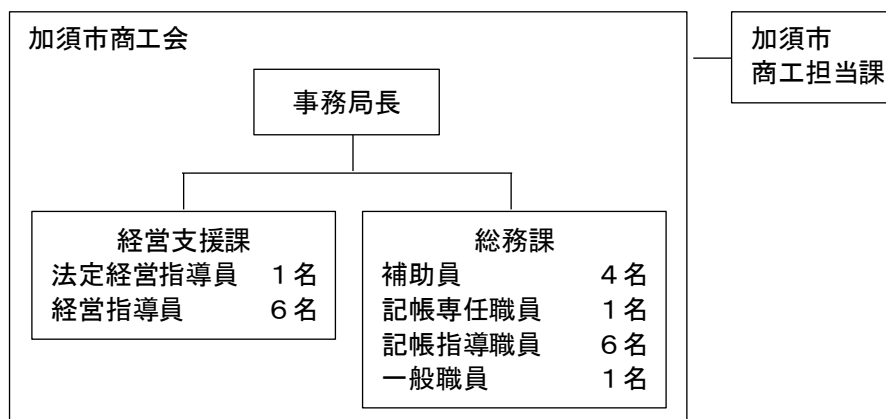
(別表2)

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

【令和6年12月現在】

(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：高橋 完次

連絡先：加須市商工会 TEL. 0480-61-0842

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒347-0055

埼玉県加須市中央 1-11-41

加須市商工会 経営支援課

TEL：0480-61-0842 / FAX：0480-61-0987

E-mail：kazo@ad.wakwak.com

②関係市町村

〒347-8501

埼玉県加須市三俣 2-1-1

加須市 経済部 産業振興課

TEL：0480-62-1111 / FAX：0480-62-1934

E-mail：sangyo@city.kazo.lg.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)

	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
必要な資金の額	8,088	8,088	8,088	8,088	8,088
地域の経済動向調査に関すること	200	200	200	200	200
需要動向調査に関すること	100	100	100	100	100
経営状況の分析に関すること	100	100	100	100	100
事業計画策定支援に関すること	3,087	3,087	3,087	3,087	3,087
事業計画策定後の実施支援に関すること	343	343	343	343	343
新たな需要の開拓に関すること	3,360	3,360	3,360	3,360	3,360
事業の評価及び見直しに関すること	798	798	798	798	798
経営指導員等の資質向上等に関すること	100	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、伴走型補助金、県・市補助金収入、賦課金、事業収入

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等