

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	(法人番号 2030005017877) 越谷商工会議所 (地方公共団体コード 112224) 越谷市
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 400 者の事業計画策定支援及び 150 者の創業支援を行う。 (2) 小規模事業者の事業継続・拡大を図る為に、展示会・販売会の出展支援及び広報支援を行う。 (3) 各支援機関との連携による、効果的かつ強固な支援体制を確立し、伴走支援を行う。併せて職員の支援能力の向上を図る。
事業内容	3－1．地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者に対し景気動向調査等を行い、収集したデータの分析を行い結果のフィードバックを行う。 3－2．需要動向調査に関すること 市場ニーズに合致した商品開発を期する為の特産品や新商品の消費者アンケート調査等需要動向調査を行う。 4．経営状況の分析に関すること 補助金申請者や各種セミナーに参加した小規模事業者に対し、分析ツールの活用や専門家と連携しながら経営状況分析を行う。 5．事業計画策定支援に関すること 専門家との連携や事業計画作成ツールを活用し、具体的かつ実現可能性の高い計画書作成を行う。 6．事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画の進捗管理や、新たな課題の発見やその解決の為の支援メニューの提供等、PDCAサイクルを意識した継続した支援を行う。 7．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会やマッチングイベントを開催し、取引先の増加による売上の増加と販路拡大を期待する。
連絡先	越谷商工会議所 中小企業相談所 〒343-0817 埼玉県越谷市中町7-17 TEL：048-966-6111 FAX：048-965-4445 メールアドレス：k9664445@koshigaya-sci.or.jp 越谷市 環境経済部 経済振興課 〒343-8501 埼玉県越谷市越ヶ谷4-2-1 TEL：048-967-4680 FAX：048-963-9175 メールアドレス：keizaishinko@city.koshigaya.lg.jp

(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

越谷市の状況

【立地】

越谷市は埼玉県の一部、首都圏から北へ半径25km圏内に位置しており、市域は東西8.6km、南北11.5km、面積は60.24km²、丘陵がなく標高1.9mから5.5m程度の平坦な埼玉県東部低地帯にある。元荒川、古利根川、綾瀬川、新方川、中川の一級河川や葛西用水、末田大用水、谷古田用水など多くの河川や用水があり、古くから自然に恵まれた「水郷こしがや」と呼ばれてきた。

人口はさいたま市、川口市、川崎市に次いで県内第4位で、平成27年4月に県内2市目の中核市へ移行するなど、県東部の中心的都市として発展を続けてきた。

首都圏からの至近性や交通利便性の高さから、各鉄道駅を中心に商業立地が進むとともに、周辺での市街化の進展により、ベッドタウンとしての性格が強い。

【交通】

市内には南北に東武スカイツリーライン、東西にJR武蔵野線が通り、8つの駅があり、駅が交わる新越谷駅（東武スカイツリーライン）・南越谷駅（JR武蔵野線）からは、都内の主要駅まで乗り換えなしで行くことが可能であり、東京23区内へ通勤・通学する市民は4万人を超えている。

道路交通網は、都心と東北方面を結ぶ国道4号が市内のほぼ中央を縦断し、市民や市内事業者の交通の軸となっており、さいたま市方面に伸びる国道463号も国道4号と市内でつながっているほか、市東部でレイクタウンを貫く形で走る東埼玉道路は、東京外環道と並行する国道298号に接続し、首都高速道路、外環道、東北自動車道なども近い。また、卸売業店舗、トラック・ターミナル、営業倉庫、卸売市場などの流通関連諸施設を備えた越谷流通団地を有するなど、交通利便性に優れている。

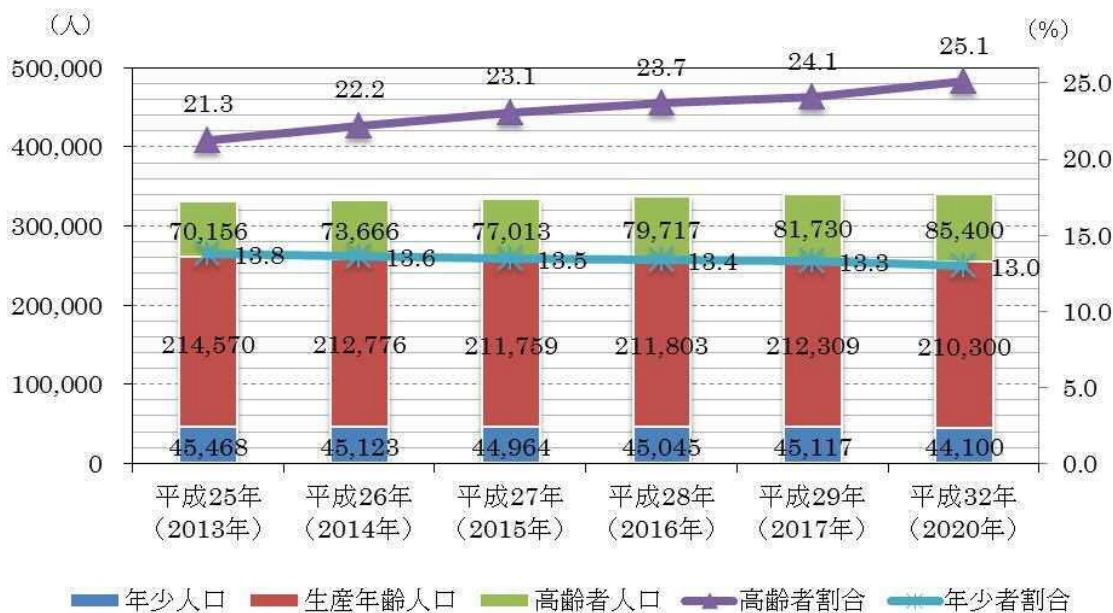
【人口】

《平成元年から平成30年までの越谷市人口推移》

(単位：人)

	H元年	H5年	H10年	H15年	H20年	H25年	H30年
人口	277,114	291,519	302,368	314,667	320,802	330,428	341,095
世帯数	88,718	98,718	108,239	120,257	130,392	139,326	151,228
世帯人員	3.1	3.0	2.8	2.6	2.5	2.4	2.3





資料：平成28年版越谷市統計年報

平成32年は推計値（第4次越谷市総合振興計画後期基本計画）

越谷市の総人口は平成8年に30万人を超え、越谷レイクタウン整備の影響により人口、世帯数ともに増加しているものの、世帯人員は減少傾向にある。区分別人口統計を見ると、年少人口及び生産年齢人口の占める割合が減少傾向にあるが、一方で老年人口の占める割合が年々増加し、2020年（令和2年）では高齢者の割合が25.1%となり、少子高齢化が進んでいる。

【観光・特産品】

越谷市には、750年創建とされる大聖寺や平安末期に創建とされる越ヶ谷久伊豆神社等の神社仏閣が多数あり、歴史のある町である。江戸時代からの日光街道沿い「越ヶ谷宿」には商家のたたずまいの残る蔵や古民家が多数あり多くの人が訪れている。さらに、新たな名所として、市の南東部に越谷レイクタウン地区が整備され、日本最大級の大型商業施設であるイオンレイクタウンが開店し、年間約5,000万人を集客している。越谷レイクタウン「大相模調整池」周辺ではサイクリングやカヌー、手漕ぎボードなどの水上レクリエーションが体験できる。また、平成27年にオープンした観光農園「越谷いちごタウン」は、日本最大級の規模とアクセスのよさから収穫期には大勢の観光客が来園している。他に、東越谷の日本庭園「花田苑」苑内にある「こしがや能楽堂」、大林地区には宮内庁が管轄する「鴨場」や越谷梅林公園などが、市民の憩いの場所となっている。

越谷のイベントでは日本三大阿波踊りの一つ「南越谷阿波踊り」や夏の夜空を彩る「越谷花火大会」、水田に描かれた巨大な絵を高さ80メートルの高さから眺める「こしがや田んぼアート」など多くの来場者で賑わっている。



南越谷阿波踊り



こしがや田んぼアート



越谷花火大会

越谷の特産物には、クワイや越谷ねぎ、山東菜、いちご、太郎兵衛もち、チューリップ、などがある。越谷ねぎを使った、ご当地グルメである「こしがや鴨ネギ鍋」は市内の飲食店で食せるほか、毎年11月下旬に開催されるこしがや産業フェスタにて5,000人分の鴨ネギ鍋を販売し毎年好評を得ている。

また、越谷の伝統的手工芸品として、だるま、せんべい、ひな人形、桐箱があり、江戸時代からの伝統を現在も受け継ぎ、今でも越谷の特産品として多くの人々に愛され続けている。

越谷駅にある「ガーヤちゃんの蔵屋敷」では、上記の特産品やこしがや愛されグルメ認定品、地域の農産物加工品などを販売している。

【産業】

越谷市は旧日光街道の宿場町として発展してきた街道沿いの街である。かつては、農業を基軸に加工業、運送業や伝統工芸や街道沿いの宿、河川交通の結節点として様々な地場産業が営まれてきた。昭和30年代後半には首都圏からの交通の利便の良さから都内から工場が移転、昭和40年以降は東京近郊のベッドタウンとして発展し市街地が形成され各種産業が栄えた。近年ではインフラ整備も進み交通の利便性の高まりにより、大型ショッピングセンターの進出も増えている。

しかしながら市民の消費行動も大きく変化したことにより、従来の商店街の衰退、空洞化が進んでいる。一方で、JR武蔵野線越谷レイクタウン駅の開業に伴い、南越谷地区・レイクタウン地区周辺に移転または新規開業する事業所や店舗が増加している。

・事業所数の推移

平成28年経済センサス活動調査によると、市内全体の事業所数は11,053事業所、そのうち商工業事業所数10,198事業所で、小規模事業者数は約70%の7,187事業所である。

平成21年に11,947事業所あったが、リーマンショックの影響を受け、減少の一途をたどっている。従業員数については、平成24年以降の景気の緩やかな回復基調に伴う有効求人倍率の上昇傾向、また女性や高齢者の就労等による雇用の多様化の影響から増加傾向にある。JR武蔵野線越谷レイクタウン駅や南越谷地区を中心とする事業所の転入や新規店舗の開業も雇用の増加に反映している。

《企業数・事業所数・従業員数の推移》



【出典】経産省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再加工

【注記】企業数については、会社数と個人事業所を合算した数値。従業者数は事業所単位の数値

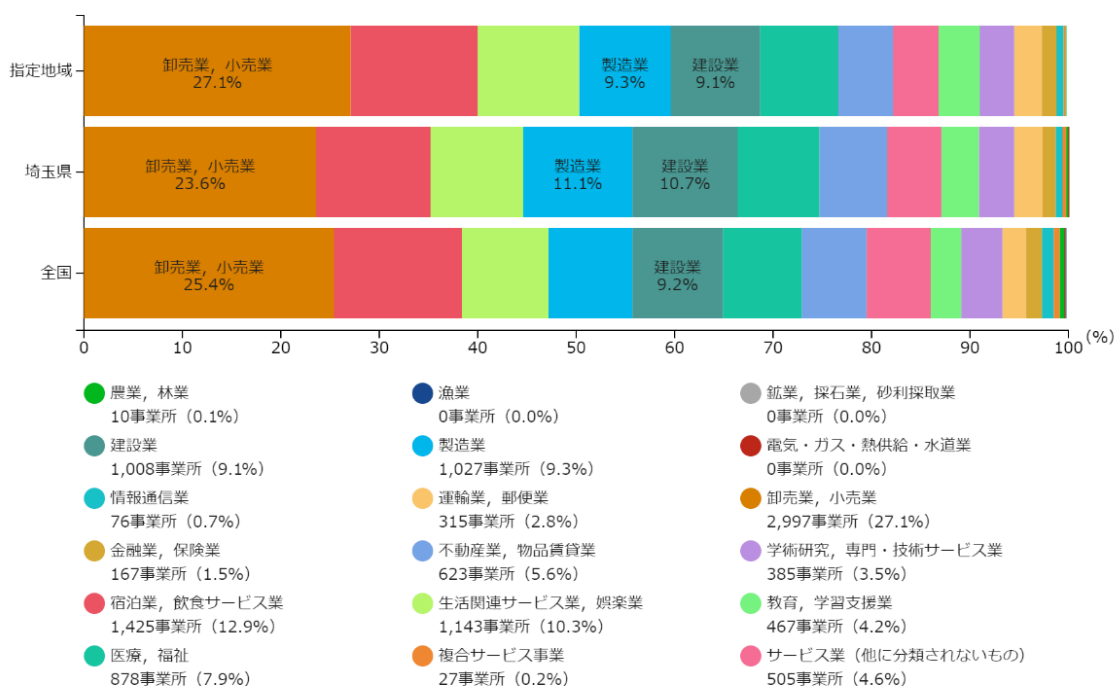
・種別の構成

下記図は、平成28年の越谷市の産業構造（業種別事業所数、構成比）を示している。卸売・小売業が27.1%、製造業が9.3%、建設業が9.1%、サービス業※が31.1%で、基幹産業となるものはない。卸売・小売業が全国平均と埼玉県平均を上回り、典型的な都市近郊型の商業都市である。

※サービス業：宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業、医療・福祉

事業所数(事業所単位) 2016年

指定地域：埼玉県越谷市



地域経済分析システム「REASAS」より 平成28年

越谷市総合振興計画における産業部分の引用

第5次越谷市総合振興計画（令和3年から令和12年まで10年間）では、市の将来像に「水と緑と太陽に恵まれたみんなが活躍する安全・安心・共生都市」を掲げ、産業面では「魅力ある資源を生かし、都市の活力を創造するまちづくり」を目指し各種施策を行う方針である。

○地域社会を支える産業の活性化を図る

・地域産業の持続的発展を支援する

商工会議所と連携し経営に関する相談支援を実施することで中小企業者の経営基盤の安定・強化を図る。

制度融資を始めとする各種施策により、事業者の安定した成長を図る。

・新たな産業を育成する

創業者に対する創業相談やセミナー、補助金等による支援を実施することで、円滑な創業を推進する。また、商工会議所をはじめとする各支援機関との情報共有・連携強化により、地域が一体となった創業支援体制作りを推進する。

・魅力ある商業の振興を図る

商店街の賑わい創出や、個店の魅力を向上させる事業を支援する。

まちなかの地域資源を活用した商業イベント等を支援し魅力ある商業の振興を図る。

- ・魅力ある工業の振興を図る
優れたものづくり企業の成長に向けた広域的な販路開拓等への取り組みを支援し魅力あるものづくりの活性化を図る。また、伝統的地場産業の魅力の発信と技術の伝承に向けた取組を支援する。
新たな企業立地を目指すため、荻島地区を始めとし、本市の地理的特性を活かした産業用地の創出を推進する。
- 魅力と活力でライフスタイルを豊かにする。
 - ・地域の魅力の発信と都市のブランドの構築で街の総合力を高める。
食や景観等のまちの個性を発掘・編集し地域の魅力を発信する。
市民の幸せやまちと市民の関わりについて、共感をテーマに都市ブランドの構築を図る。
首都圏の若い世代をターゲットにシティプロモーションを展開する。
 - ・にぎわいを創出し地域経済の循環を促進する
地域の優位性を観光商材とし、人を呼び込み、交流人口の拡大による地域経済の循環と活性化を図る。
ターゲットを明確にした戦略的な情報発信を行う。

②課題

【各産業の景況と課題】

- ・商業・サービス業
越谷市は典型的なベッドタウンであり、商業・サービス業の占める割合が高い。近年では、イオンレイクタウンなどの大型店の出店、個人消費の低迷、インターネット販売等による消費者ニーズの多様化、働き方改革による人材不足等の影響を受け店舗を持つ小規模商業者は売り上げ・利益ともに非常に厳しい状況に強いられている。
商店会は、東武スカイツリーラインの市内各駅前や日光街道沿いの各地区の住宅地に点在しており、平成22年に22カ所あった商店会は、令和2年現在では4カ所減少し現在は18カ所である。業績不振や事業者の高齢化や後継者難による廃業により、空き店舗の増加が目立っており、今後の個店の持続的な経営と商店会の活性化が課題となっている。
- ・製造業（工業）
業種別では金属加工業、プラスチック製品製造業、一般機械器具製造業などが目立ち、市内全域に分散した立地であるが、取引先や製造品は事業所ごとに異なり、市内の相互連携は弱く特定製品の産地ではない。
首都圏に近いという好立地の反面、市街化区域内の準工業地域に立地している工場はわずかであり、多くは住宅地や市街化調整区域に立地している。市街化調整区域内においても住宅等の建築が進み、住工混在や工業用地不足による工場の市外への流出が課題となっており、適正な工業適地の検討や工業用地の確保が求められ、現在では荻島地区に産業用地を整備する計画がある。
個々が抱える課題としては、産業拠点の海外移転による受注の減少、人材不足、後継者難により廃業する事業所も多いことから、ビジネスモデルの再構築や販路開拓を求められている。
- ・建設業
越谷市は、ベッドタウンで住宅ニーズが高い。また、中堅ハウスメーカーが立地しており、木造建設業を始めとした下請け業者が多数あることから従業員の雇用の受け皿となっているが、公共事業の減少や大手メーカーの進出等により、事業所数、従業員数共に減少傾向にある。
また、深刻な人手不足や資材価格の高騰により厳しい経営環境が続いている。さらに、経営者の高齢化による廃業が増加しており、今後は後継者問題や若手技能者の育成確保に対する取り組みが必要である。

・観光

越谷市は、東京から近く交通網が充実しており歴史ある観光名所も多いが、滞在型の特色のある観光資源が不足している。また、大型商業施設イオンレイクタウンには、年間約5,000万人が訪れているが、店舗内の移動だけのため市内名所への回遊まで至っていない。また、農・商・工と地場産業との連携不足から、観光資源の掘り起こしがなく“こしがや”独自のブランドイメージが乏しい。今後はブランドイメージの確立と情報発信が課題である。

イオンレイクタウンとの連携による回遊やご当地グルメ「こしがや鴨ネギ鍋」に続く「食」のブランドの創出、日光街道「越ヶ谷宿」など地域産業の観光資源化などに取り組み、観光を核としたブランドプロモーションを推進することが必要である。

（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

10年後の越谷市は少子高齢化により、人口が現在より1万人減少していると予測される。高齢化や後継者不在、事業形態の変革、さらに新型コロナウイルス感染症の長引く影響により、事業存続の危機にさらされる事業者が増え続けることが考えられる。この10年先多くの事業者が「生き残り」という深刻な問題に立ち向かっていかなければならない。そして、小規模業者数の減少に歯止めをかけるため、今後10年を見据えて下記の方針で支援を行う。

- ・どのような環境変化にも対応出来るよう、自ら目標を設定し事業計画の策定からPDCAサイクルに取り組めるよう持続的に支援していく。
- ・高齢化や後継者不足による廃業に歯止めをかけるため、事業承継支援体制を強化し円滑な事業承継を支援していく。
- ・地域資源を活用した特産品の開発やブランド化による新たな産業を創出されるように、それに携わる小規模事業者や起業・創業者を支援していく。

越谷市でも今後10年間の施策の方向性を示す第5次総合振興計画に、地域産業の持続的発展や新たな産業の育成、地域経済の活性化等を定める予定である。これに基づき、事業者のニーズや地域の特性に合った経営支援を実施して越谷市、越谷商工会議所、関係する支援機関が連携をより強化して小規模事業者への伴走支援に取り組み、小規模事業者の持続的発展と地域産業の活性化を推進していく。

②越谷市総合振興計画との連動性・整合性

第5次越谷市総合振興計画では、越谷市の将来像に「水と緑と太陽に恵まれたみんなが活躍する安全・安心・共生都市」を掲げ、産業面では「魅力ある資源を生かし、都市の活力を創造するまちづくり」を目指す方針である。

越谷商工会議所では、本計画において連動性の高い以下5つの取り組みを強く意識した連携を行い、小規模事業者が地域の活性化を支えて活躍できるよう、業種に応じたきめ細やかな支援や事業の充実を図っていく。

越谷市総合振興計画の具体的な取り組み	関連例の高い商工会議所の支援・事業
①地域産業の持続的発展を支援する ・事業者支援の充実 ・地域の経済基盤の強化	・越谷プラットフォーム機関との連携強化 ・事業承継に対する支援
②新たな産業を育成する ・起業・創業活動の支援	・創業支援の強化
③魅力ある商業の振興を図る ・商店街・商業者の支援 ・中心的な商業拠点の魅力向上	・商店街の組織力強化支援 ・商店街の集客支援 ・空き店舗支援

④魅力ある工業の振興を図る ・ものづくり産業の支援 ・企業立地の促進	・伝統的地場産業の魅力発信 ・工業振興支援 ・企業の誘致
⑤地域の魅力の発信と都市のブランドの構築 でまちの総合力を高める ・地域の魅力の発信 ・都市のブランドの構築 ・首都圏へのプロモーション	・地域ブランドの発掘と情報発信
⑥にぎわいを創出し地域経済の循環を促進する ・集客・交流を図る観光の推進 ・観光情報の効果的な発信	・地域経済の活性化 ・観光資源の開拓

③商工会議所としての役割

平成 27 年 4 月に越谷市商工会が代表機関となり地域の支援機関が自主的に連携し中小企業及び小規模事業者の支援を行う地域プラットフォーム（こしがや企業応援プラットフォーム）（※ 1）を立ち上げた。商工会議所となった現在は、行政や越谷市産業雇用支援センター「二番館」※ 2 コーディネーターを始めとする地域の専門家や地域の金融機関と連携し市内事業者に対して支援を行っている。また、平成 28 年 4 月に越谷市商工会から越谷商工会議所に組織変更し、地域の小規模事業者の取りまとめ役として、産業政策への提言や地域の産業に対し様々な活動を行ってきた。

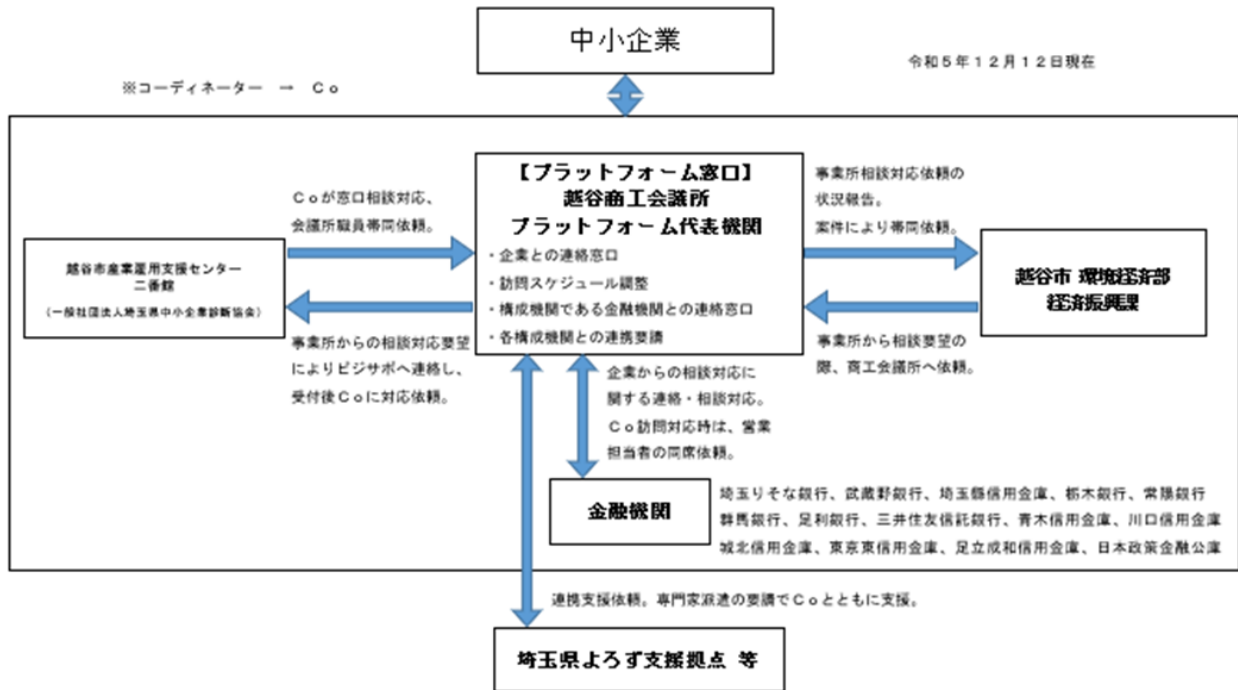
当所では「創業しやすい街“越谷”」を第 1 期中期ビジョンとして掲げ、「会員企業の活力強化」「地域経済の活性化」「組織力強化」の 3 事業を柱とした取組を進めている。中でも「会員企業の活力強化」については行政や金融機関など地域支援機関と連携し、創業者や小規模事業者支援に特に力を入れている。

現在、地域経済を支える小規模事業者は、需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面しており、今まで以上に寄り添った支援が求められている。小規模事業者の持続的経営を行うためには、商工会議所として各種支援施策を周知し、理解してもらうことが必要である。また、小規模事業者のニーズや課題を行政に繋げ、施策等に反映させなければならない。これからも当所は地域経済の発展を担う経済団体として、行政や関係支援機関との連携をより強化し、小規模事業者を支援し事業の発展と地域経済の発展に寄与していく。

※ 1 「こしがや企業応援プラットフォーム」

地域の支援機関（越谷商工会議所、越谷市、金融機関、など）による中小企業者等支援を目的とした連携体で、中小企業庁の認定を受けている。

【こしがや企業応援プラットフォーム支援体制】



※2 越谷市産業雇用支援センター 「二番館」

創業支援や市内事業者の経営支援を行うために、越谷市から委託され越谷商工会議所が運営している。経営支援経験の豊富な専門家がコーディネーターとして常駐し、創業や経営に関する相談から、販路拡大や資金調達までの相談をワンストップ型で支援している。また、二番館コーディネーターはこしがや企業応援プラットフォームと連携し、地域プラットフォームコーディネーターとしても企業を支援する。

「コーディネーター」とは

役割：専門的な知識・ネットワーク等を有し、中小企業者および創業者からの相談に対して経営課題や取組内容を明確化し、適した専門家の手配や施策情報を提供するなど企業支援の中心的役割を果たす。

(3) 経営発達支援事業の目標

以上のことを踏まえ、越谷商工会議所では、地域総合経済団体として越谷市をはじめとする支援機関と強い連携のもと、創業者や市内の小規模事業者に対して令和3年4月～令和8年3月まで5年間、下記の支援を実施し、事業者の発展と地域経済の活性化を図ることを目標とする。

1. 個社（小規模事業者）に対する経営支援の強化

経営環境の変化への対応や新しい取り組みに前向きな小規模事業者を重点に支援する。当市には多様な小規模事業者がいるが、その中には、経営環境の変化への対応に前向きな事業者や自社の競争力の強化、付加価値の向上、事業の拡大、新商品開発等を図っていくことに意欲的な事業者も多い。そのような事業者に対し、各支援機関と連携することで、売上・利益の増加や業績改善、持続的発展を目標とする。

①既存事業者の持続的発展支援

- ・事業計画策定支援 400 件
小規模事業者の経営を分析し、事業の成長が見込まれる事業者や、課題に前向きに対処する事業者に対し、事業計画の策定支援やフォローアップ等を行うことで、売上増加、事業拡大を目指す。
- ・事業承継問題の解決・支援 30 件
後継者がいる事業者に対しては、後継者を中心に事業計画を策定し事業承継をスムーズに遂行させ、事業者の雇用の維持や人材育成、売上拡大を目指す。また、後継者不在で事業継続を考えている事業者に対しては、同業種・異業種間での事業統合（M&A）の支援を行い、廃業による事業者数の減少に歯止めをかけていく。

②創業支援強化

- ・創業支援計画策定支援 150 件 （内創業者数 100 件）
創業者は1年以内に約30%が廃業している。原因としては、事業計画を策定していないことや、資金調達が十分できていないことが挙げられる。創業者の事業を軌道に乗せるため、創業時に必要な情報や基礎知識、創業計画書策定について二番館コーディネーターと連携して集中支援を行う。創業支援を強化することで、市内の創業者の輩出と創業後の雇用の増加が見込まれることと併せ、創業者の事業の安定化と長期継続することを目標とする。

2. 地域経済の活性化

地域経済の活性化による小規模事業者の販路・売上拡大

①各イベント・展示会参加と PR 冊子による販路開拓

- ・イベントの出展支援 (BtoC) 150 者 （内売上増加見込み 61 者）
- ・交流会出展支援 (BtoB) 125 者 （内成約見込み 43 者）
- ・販促冊子・サイト掲載支援 320 者 （ ” 320 者）

小規模事業者は自らがイベントを開催することは困難であり、単独での広報戦略が取りづらく、販促活動や販路開拓が思うようにできないケースが見受けられる。そこで、当所が主催・共催するイベントや展示会、交流会等を開催する。イベント等の出展支援と販促冊子・事業所紹介サイトを作成し掲載することで、事業者の取引拡大や売上増加につなげる。

②地域資源を活用した新たな商品開発と PR 活動

- ・地域資源を活用した商品開発 170 件
越谷には地域資源を活用した商品も開発されてきているが、PR 不足により市外からの集客や商品の販売まで至っていない。地域資源を活用した商品を認定しプロモーションすることで、市外からの誘導と事業者の売上増加につなげていく。
また、需要動向調査を行い、結果を事業者にフィードバックすることで、商品開発や新サービスの提供につなげる。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

1. 個社（小規模事業者）に対する経営支援の強化

小規模事業者には販路開拓や人材育成や資金調達、事業承継等の課題が多数ある。創業者では創業に対する情報や基礎知識、また人脈等が伴っていないことが多い。また、当所経営指導員も能力や経験値に応じ支援に格差が生じている。今後は、経営指導員等の支援スキルアップと支援の標準化のために、職員研修やOJT制度を導入し資質の向上を図り、地域プラットフォームを始めとする支援機関と連携し支援する。

①既存事業者の持続的発展支援

・事業計画策定支援

多くの小規模事業者は経験や勘をもとに日々経営している状況である。5年後の事業については漠然と考えているものの、見通しが立たず新たな事業にチャレンジできていない。だが、当所が以前行った事業所へのアンケート調査では、事業計画の策定を考えている事業者が半数近くあることから、事業計画策定の支援が必要であると考えている。窓口・巡回相談や各種セミナー参加者に対し、事業計画策定を推進するチラシ等を活用して事業継続の必要性につて周知していく。併せて事業計画策定セミナーと個別相談会を開催し、事業向上に意欲的な事業者を発掘し事業計画の策定を勧める。事業計画の策定では地域の経済動向や需要動向、自社の経営分析を行い課題の抽出や取組内容を見定めてもらい、時代に合わせたビジネスモデルの再構築や実現可能性の高い計画策定支援を地域プラットフォームと連携し行う。計画策定後のフォローアップは随時行い、計画と大きな差異や新たな課題があった場合は専門家による支援を受けることで、事業の強化とさらなる発展が見込まれる。

・事業承継問題の解決・支援

事業主の高齢化や後継者不足に伴う廃業が課題となっている。事業承継の有無についてアンケート等で調査し支援を必要とする事業者を把握していく。支援が必要な事業者に向けた事業承継セミナーや個別相談会を開催し事業承継計画策定の必要性や重要性を考えてもらう機会を創出する。後継者は不在だが事業の引継ぎを考えている事業者に対しては埼玉県事業引継ぎ支援センターと連携し、同業種・異業種間での事業統合（M&A）を支援し事業の継続を図る。後継者がいるが事業承継が進んでいない事業者に対しては、後継者と一緒に事業計画の策定から承継後のフォローアップまで円滑な事業承継が図れるよう、埼玉県事業引継ぎ支援センターを始め地域プラットフォーム構成機関等や専門家と連携し支援する。

②創業支援強化

創業者は経営の経験も少なく、十分な事業計画を持たずに創業し資金不足や人材不足による業績悪化に陥り廃業するケースが多い。また、創業者の事業生存率は、創業後1年では約70%、3年では約50%と3年以内に約半数の創業者が事業継続できていない状況であることから、3年間は各支援機関と連携を強化し、集中支援する。主に、創業塾や創業後のフォローアップセミナーの開催を越谷市や当所のホームページ等で広く市民に周知する。創業塾では創業時に必

要な基礎知識や情報が学べることと創業者同士の交流を図ることを目的に、創業フォローアップセミナーでは創業後に課題となる人材、販路開拓、資金調達等をテーマに開催する。各セミナー終了後のフォローについては、販売促進や事業計画策定等の支援を「二番館」と連携強化し創業者が軌道に乗るまで集中的に支援する。また、創業融資が必要な創業者については地域プラットフォーム構成機関の金融機関と連携し支援することで、円滑な資金調達により創業後の事業の継続と経営の安定を図ることができる。

2. 地域経済の活性化

・地域経済の活性化による小規模事業者の販路・売上拡大

①各イベント・展示会参加とPR 冊子による販路開拓

当所では、越谷産業フェスタや5市1町で開催される埼玉東部工業展、広域ビジネス交流会を始め、地域の商店会と協力してイベント等を開催している。独自で販路拡大を行うことが難しい小規模事業者に対して、イベントの開催・出展支援を行い、販促の機会を設ける。事業者がイベントに出展する際は、専門家と連携し、出展での営業から終了後のフォローまで支援していく。また、販促冊子や事業所紹介サイトを作成し、事業者をPRし市内外に向けて広く周知する。各イベント等では消費者に対し需要動向調査を行い、調査結果を事業者へフィードバックする。

②地域資源を活用した新たな商品開発とPR活動

越谷市の魅力をPRするために、地域資源を活用した商品の発掘を行い、地域の特産品を活用した飲食メニューや土産等の「食」をテーマとした商品の認定事業に取り組む。認定商品はパンフレット、ホームページやSNS等で市内外に向けて情報を発信し市内へ誘導していく仕組みを作る。また、消費者に対し需要動向調査を行い、調査結果をフィードバックし、さらなる商品開発に取り組めるよう支援する。

3. 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

日本商工会議所のLOBO調査や景況調査を行い、中小企業施策立案の基礎資料のために企業を取り巻く経営環境や直面する課題等を示すデータを収集して当所会報やホームページにて発表している。

[課題]

現在の調査方法は全国的に行っているものであり、調査結果としてのみの報告に限られており、収集データを分析や活用、公表しなければならない。また、その調査結果を基に支援事業者に対し、経営改善を提案する必要がある。

(2) 目標

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①経営動向調査	0回	4回	4回	4回	4回	4回
②相談窓口調査	0回	1回	1回	1回	1回	1回
③各種調査の活用	12回	12回	12回	12回	12回	12回
④景気動向調査の活用	0回	1回	1回	1回	1回	1回
⑤REASASを活用した調査	0回	1回	1回	1回	1回	1回
⑥MieNaの活用	131件	160件	170件	180件	200件	200件

(3) 事業内容

小規模事業者に対し各景気動向調査を行い、収集したデータをもとにデータベース化し経営指導員を中心に分析する。市内事業者の経営状況を詳細に把握することで、今後の支援の方向性や経営戦略の立案に活用することができる。また、分析結果は会報やホームページ等で広く発信することで、小規模事業者の経営方針や事業計画を策定する際に必要な情報を提供することができる。

①巡回・窓口相談時、セミナー等参加者への経営動向調査

【調査対象】巡回・窓口相談者 800件 セミナー参加者 250件

【調査時期】随時

【調査項目】財務分析：売上状況、経常利益、資金繰り、
非財務分析：全体業況、直面する経営課題、雇用の状況、事業承継の有無

【調査方法】巡回・窓口ではヒアリング調査する。セミナーではアンケートにて回答する。

【分析手法】経営指導員が地域プラットフォームコーディネーターと連携し調査・分析を行う。

②「二番館」との連携による相談窓口調査

「二番館」に来所した小規模事業者や創業者に対しに経営動向等についてアンケートをとり地域プラットフォームコーディネーターが調査・分析し、越谷市や越谷商工会議所にフィードバックする。

【調査対象】「二番館」相談者 400件

【調査時期】1回

【調査項目】財務分析：売上状況、経常利益、資金繰り、
非財務分析：全体業況、直面する経営課題、雇用の状況、事業承継の有無

【調査方法】アンケートを郵送し返信用封筒で回収する

【分析方法】地域プラットフォームコーディネーターが分析し越谷市や経営指導員にフィードバックする。

③「中小企業景況調査」「LOBO 調査」の活用

中小企業庁及び独立行政法人中小企業基盤整備機構が行う「中小企業景況調査」では、中小企業の景況を把握し、中小企業施策立案の基礎資料の収集を行う。また、日本商工会議所が行う「LOBO 調査」では、小規模事業者の経営動向について調査分析を行う。

【調査時期】「中小企業景況調査」年4回（四半期ごと）

「LOBO 調査」毎月1回

【調査方法】「中小企業景況調査」「LOBO 調査」市内事業者(5社)に対し、アンケート調査

④越谷市景気動向調査等の活用

越谷市が実施している「越谷市景気動向調査」により、地域の経済動向を分析する。

【調査時期】年1回

【調査項目】財務分析：業況・売上高・経常利益・従業員数・資金繰り

【調査方法】市内500事業所を無作為抽出。往復ハガキによるアンケート方式

分析手法：越谷市、経営指導員及び地域プラットフォームコーディネーターと連携し調査・分析を行う。

⑤地域経済分析サービス REASAS を使用した分析と結果を活用した調査

管内の人口、産業、観光、雇用等の現状把握及び地域経済動向分析サービス REASAS を活用し、会報やホームページにて公表する。

【調査時期】年1回

【調査項目】人口・産業・観光・雇用

【分析手法】「地域経済循環マップ」にて生産・分配・支出に関して調査
「産業構造マップ」にて市内の産業分布、事業所数、付加価値等について調査
「街づくりマップ」にて滞在人口、事業所立地動向等の調査

⑥商圏レポート市場情報評価ナビ MieNa（ミナ）の活用

マーケット分析を行う上で、商圏範囲をピンポイントに指定し、購買層と購買力をデータとして活用することにより、事業者のターゲット層と提供する最良の商品を見極める。

【調査項目】年齢層・業種構成等のマーケット特性・購買力・県内他のエリア比較

【分析手法】市内町名別に 500m、1 km、3 kmの商圏範囲データの活用

（４）成果の活用

- ①収集した情報を調査分析し、結果は会議所ホームページや越谷市のホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ②連携する地域プラットフォーム構成機関会議にて、調査した結果を報告する。地域の小規模事業者の経営状況や直面する経営課題について把握し、情報を共有する。
- ③経営指導員等会議にて、各調査結果から得られる小規模事業者の動向やニーズ、課題等を共有し、今後の支援を行う上での参考資料とする。

３－２．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

小規模事業者はプロダクトアウトによる販売傾向が強く、マーケットインの視点に立って商品・サービスの開発を行うという認識が弱いため、小規模事業者が想定顧客を設定し商品開発を行う為の需要調査を当所が小規模事業者に代わって行いフィードバックしていくことは、非常に重要なことであるが、現状はあまり行われていない。

〔課題〕

自社の商品・サービスを消費者に選んでもらうための第一歩として、「どのような顧客」の、「どのようなニーズ」に、「どのような強み」によって訴求するののかという方向性を定めなければならないが、小規模事業者においては独自で定めることは困難である。それを解決する為、各種展示会や販促イベント時において消費者から直接需要調査・分析を行い、その結果を小規模事業者にフィードバックすることで、市場のミスマッチを防ぐ。

（２）目標

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
「こしがや鴨ネギ鍋」 「鴨ネギメニュー」 来店者への調査件数	実施せず	75 件	85 件	90 件	100 件	120 件
展示会及び販売会 一般来場者への 調査件数	実施せず	120 件	140 件	170 件	200 件	250 件

（３）事業内容

①「こしがや鴨ネギ鍋」「鴨ネギメニュー」提供店来店者への需要動向調査

「こしがや鴨ネギ鍋」や「鴨ネギメニュー」提供店舗への来店者に対し、味の感想等を調査し、その結果をフィードバックし、更なる商品の改良を促す。

【調査手段・方法】鴨ネギ鍋・鴨ネギメニュー提供店への来客者に対しWEB 上でのアンケートフォームによるアンケート調査を行う。

【サンプル数】来店者（延べ２００名）

【調査時期】１１月～２月

【調査項目】調査項目設定には、よろず支援拠点他、各分野の専門家と協議し、来店者の属性や嗜好がわかるような項目を選定する。

（例）味、量、価格、見た目、パッケージ等

【分析手段・手法】よろず支援拠点他、各分野の専門家と連携し、集計データの分析を行う

【分析結果の活用】検証結果を各店舗に情報提供すると共に、商品のブラッシュアップや商品開発、価格帯の見直しなど、事業改善支援を行い売上の増加を図る。

②当所が主催及び出展支援をする展示会及び販売会への一般来場者への需要動向調査

【調査手段・方法】新商品・新サービスの周知PRを行う場として開催している当所主催の展示会・販売会「こしがや産業フェスタ（仮称）」（地域産業イベント）にて、来場者に対し紙形式の記名及びWEB上でのアンケートフォームによる調査を行う。

【サンプル数】イベント来場者（２００名）

【調査時期】当所が主催及び出展支援をする展示会及び販売会開催時

【調査項目】調査項目設定には、よろず支援拠点他、各分野の専門家と協議し、来場者の属性や嗜好がわかるような、項目を選定する。

（例）味、量、価格、見た目、パッケージ等

【分析手段・手法】よろず支援拠点、各分野の専門家と連携し、集計データの分析を行う。

【分析結果の活用】検証結果を各店舗に情報提供すると共に、商品のブラッシュアップや商品開発、価格帯の見直しなど、事業改善支援を行い売上の増加を図る。その調査結果により開発した新商品を更にブラッシュアップし、「一店逸品」や「こしがや愛されグルメ」において掲載、紹介する。

４．経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

これまでは、各種補助金申請時や金融相談時に定性面においては、代表者の人柄や家族構成、従業員構成、取引先の規模や経営状況、競合状況、立地条件、経営課題等を直接本人から聞き取りを行い主に補助金申請・金融に活かすのみで、先立って分析を行い、事業改善に向けてのアドバイスや事業計画への落とし込みをする事はあまりなく、分析結果を利活用する機会はほとんど無かった。定量面も同様であった。

〔課題〕

小規模事業者は、独自で経営分析を行うことは困難であるため、経営分析ツールを導入し、事業者と指導員等との情報共有を図ることで改善点の洗い出しが可能となるが、事業者への利用周知をより一層行っていくことが課題である。

クラウド型支援ツール（Bizミル等）を所内の共通のツールとし、情報の共有化を図り、より効果的な経営支援に繋がるよう有効に活用するために継続的な職員内部研修も併せて行う必要がある。

（２）目標

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
セミナー開催	５回	１４回	１５回	１５回	１８回	１８回
個別相談会	１２回	１５回	１５回	１５回	１５回	１５回
分析件数	131件	150件	160件	170件	180件	200件

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者掘り起こし

- ・各種セミナーの開催については、越谷市広報や当所会報・ホームページで広報する。また、地域プラットフォーム構成機関や各機関に配架し広く周知する。
- ・セミナーの参加者は各セミナーの内容に沿った小規模事業者が対象となる。
- ・事業計画作成セミナーはじめとした各種セミナーや個別相談会等の開催時に、参加者へ向け経営分析支援及びBIZ ミル等分析ツールについて周知を行い、活用を促す。
- ・持続化補助金等各種補助金申請者、経営革新計画策定者等意欲的な経営者に対し、分析ツールについて周知を行い、活用を促す。

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者や持続化補助金等申請者、経営革新計画策定者等意欲的な経営者

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う

《財務分析》 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

《SWOT分析》 強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】経営支援基幹システム（BIZ ミル等）のソフトを活用し、経営指導員と専門家等が連携して分析を行う。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- ・分析したデータを経営指導員や専門家と有することで、更なる強みの発見や課題解決の糸口を掴み、経営革新計画の取組みへの誘導を行い、売上増加や生産性向上等の効率的・効果的な経営支援に繋げる。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

「二番館」相談者、経営革新セミナーや創業塾といった研修会参加者並びに国・県等の補助金申請などのきっかけで事業計画書策定支援を経営指導員が行っているが、指導員歴の浅い経営指導員は、専門家の力に頼っている部分大きい。また、策定希望者の掘り起こしが難しく、希望者自身からの支援依頼を待っている状態である。

[課題]

計画書作成支援ツールを活用し、フォーマットを統一し、計画書の質の向上・平準化や共有化を目指すことが課題である。

経営革新計画についても、職員が経営革新計画の重要性を意識付け、指導員等が自ら進んで策定者の掘り起こしをしていく。

(2) 支援に対する考え方

実際に経営改善に繋がった取組事例や本人の声を会報やホームページに紹介し、支援件数を増やしていく。また、地域プラットフォームの構成機関と連携し、ノウハウの共有を図った事業計画の策定支援をはじめ、新たな支援対象者の掘り起こしを図る。但し、件数は重要であるが、事業者の意欲がないと意味の無いものになってしまう為、巡回等でその状況を把握し、効果的な経営改善に繋がるよう意欲のある事業者を選定する。事業計画書ではフォーマットを統一し、計画書の質の向上・平準化や共有化することが必要である。経営革新計画についても、事業者に対し経営革新計画の重要性を意識付けすることで、自らが事業計画を策定できるよう支援する。事業承継計画策定支援についても重要課題として取り組んでいく必

要がある。

また、当所は越谷市と連携して創業支援に力を入れている。現在、小規模事業者が減少の一途をたどっている中、創業者は非常に貴重な存在で、地域への影響力も非常に大きいことから、創業支援も重点的に取り組んでいく。

(3) 目標

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
事業計画策定件数	43件	60件	70件	80件	90件	100件
事業承継策定件数	実施せず	2件	5件	5件	8件	10件
創業計画策定件数	25件	30件	30件	30件	30件	30件

(4) 事業内容

①事業計画策定支援セミナー、個別相談会の開催

意欲があるが事業計画策定をしたことがない事業者へ向けてセミナーを開催する。セミナー終了後は、専門家による個別相談会を開催し、主に作成に意欲的な事業者を経営指導員等が支援する。課題解決に向け二番館コーディネーターと連携しながら、課題解決に向けた指導・助言を行い、事業計画完成まで伴走型で支援する。

セミナーや個別相談会を開催することで、事業計画策定のハードルを下げるとともに様々な効果をもたらすことをPRする。支援メニューの周知も図ることができ、支援件数の増加にも繋がる。

【募集方法】募集方法：会報への案内チラシを同封、ホームページ、プラットフォーム構成機関へのチラシを配布

【回数】セミナー年3回、個別相談会3回

【カリキュラム】講師を依頼する専門家と連携し、事業計画書の策定を講義に盛り込む。

【参加者数】セミナー：各回20名 個別相談会：各回5名

【支援対象者】経営分析を行った事業者、持続化補助金等各種補助金の相談者また申請者、マル経融資利用事業者、事業計画に積極的な事業者。

【手段・手法】セミナーや個別相談会受講者に対し、経営指導員が事業計画の策定につなげ、地域プラットフォームコーディネーターと連携し伴走支援する。

②事業承継計画策定支援

事業承継に馴染みのない小規模事業者において、事業承継の重要性を理解し、事業承継が円滑に行えるよう支援を行う。事業承継セミナーや個別相談会の開催、埼玉県事業引継ぎ支援センター等専門組織と連携をすることで事業承継のハードルを下げ、事業の継続を図る。

【募集方法】会報への案内チラシを同封、ホームページ、プラットフォーム構成機関へのチラシを配布

【回数】セミナー年3回 個別相談会毎月1回

【カリキュラム】講師を依頼する専門家と連携し、事業計画書の策定を講義に盛り込む

【参加者数】セミナー 各回15名 個別相談会 各回5名

【支援対象者】事業承継を考えている事業者、

【手段・手法】セミナーや個別相談会受講者に対し、経営指導員が事業引継ぎ支援センター専門家や地域プラットフォームコーディネーターと連携し事業計画の策定支援につなげる。

③創業者計画策定支援

創業を考えている方や創業間もない方に対して越谷市と連携して創業塾、創業フォローアップセミナーを開催する。なお、創業支援については産業競争力強化法に基づく越谷市創業支援等事業計画の創業支援事業者として地域と連携して支援を実施する。当所としては特に創業時に必要な

情報や基礎知識の習得に向けた支援や創業融資で必要となる創業計画書策定支援などを中心に行い着実な創業ができるよう伴走支援する。

【募集方法】当所会報及び市広報にて開催記事を掲載、当所と越谷市のホームページ掲載、二番館への創業相談者、プラットフォーム支援機関へのチラシ配布。

【回数】創業塾2回（各講座4回シリーズ） フォローアップセミナー4回

【カリキュラム】講師を依頼する専門家と連携し、創業計画書の策定を講義に盛り込む

【参加者数】各回20名

【支援対象者】二番館創業相談者、創業塾、創業フォローアップセミナー参加者

【手段・手法】経営指導員と地域プラットフォームコーディネーターが連携し創業支援策定に繋げる。

・先輩経営者との勉強会の開催

創業間もない段階での販路の開拓や、成長期での事業拡大など悩みを抱える相談者に対して、経営者としての心構え、行動の指針などについて、先輩経営者を講師とした勉強会を開催し、経営指導員や専門家ではできないフォローを行なうことにより、実現性や改善効果の高い事業計画策定を行うことが出来る。

【募集方法】創業塾や創業フォローアップセミナー参加者への直接声掛け、当所会報及び市広報にて案内記事を掲載、当所と越谷市のホームページ掲載、二番館への創業相談者及び地域プラットフォーム構成機関へのチラシを配布。

【回数】年2回

【カリキュラム】講師となる先輩経営者と連携し、創業に対する心構えや起業前、起業後に必要な様々なノウハウが学べるについて

【参加者数】各回20名

【支援対象者】二番館創業相談者、創業塾、創業フォローアップセミナー参加者

6. 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]

事業計画の策定支援は行っているもののその後の相談対応や進捗状況確認などの継続した支援を行えず、目標達成できていない企業もある。また、思うように計画が進まず、モチベーションが下がり、途中で計画を止めてしまう事業者も多い。

[課題]

事業計画を遂行するための進捗管理やモチベーション維持、新たな課題の発見やその解決のための支援メニューの提供等、継続した支援を行うことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

フォローアップは事業計画書を策定したすべての事業者を対象とする。事業計画の進捗状況を定期的に確認し、その状況に応じた専門家の支援を行う。進捗状況に応じて支援の回数を調整する。目標へ向けてのズレの修正や目標値の再設定等、PDCAサイクルを意識した継続支援を行うことが重要と考える。

また、課題を職員間で共有することにより、様々な観点から課題解決の糸口を掴む。

(3) 目標

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
事業計画策定件数	43件	62件	75件	85件	98件	110件

頻度（延数）	4 3 回	186 回	225 回	255 回	294 回	300 回
売上増加	—	2 0 件	2 2 件	2 5 件	2 5 件	3 0 件
利益率 5 % 増加	—	1 5 件	1 6 件	1 8 件	1 8 件	1 8 件
創業計画策定件数	2 5 件	3 0 件	3 0 件	3 0 件	3 0 件	3 0 件
頻度	—	180 回	270 回	360 回	360 回	360 回
事業計画目標達成件数	—	1 0 件	1 0 件	1 0 件	1 0 件	1 0 件

※事業承継策定支援のフォローアップは、計画策定後も、年 1 回フォローしていく。

（４）事業内容

①既存事業者に対する事業計画策定支援とフォローアップ

各種補助金申請者、経営革新計画策定者、事業承継計画策定者等に対して、事業計画策定後 4 ヶ月に 1 回、策定した事業計画書の進捗状況に応じフォローアップし支援していく。

計画実行にあたっては、地域プラットフォームコーディネーターと連携を図り支援する。事業者の進捗状況と目標に大きなズレが生じていると判断される場合は、専門家派遣を行い課題解決に向けた指導・助言を行っていく。

月 1 回開催している経営指導員会議にて、進捗状況の報告会を開催し、課題解決に向けたノウハウの共有や情報交換を行い支援に活かす。

②創業計画策定支援とフォローアップ

創業直後の事業者は 1 年間 2 ヶ月に一回、地域プラットフォームコーディネーターと連携し指導・助言を行う。2 年目、3 年目は 4 か月に 1 回程度進捗状況に応じてフォローアップし支援していく。また、状況に応じて専門家が必要な場合は、適宜専門家派遣を行い計画通りに事業が継続できるようフォローしていく。

・改善成功事例の周知と経営者との勉強会の開催

経営改善に繋がった経営者の経験談やその重要性を周知し、先輩経営者を講師とした勉強会を開催し、経営指導員や専門家ではできないフォローを行なっていく。

7. 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〕

需要開拓が必要な小規模事業者の発掘・啓発活動を行い、BtoB 支援は、埼玉東部工業展、広域ビジネス交流会等への出展支援を行った、BtoC 支援は、地域産業イベントへの出店支援を行っている。

販売促進支援としては、単独の販促活動が難しい小規模事業者に対して、商品・サービスを掲載した冊子「一店逸品 in こしがや」を作成し広報活動支援を行っている。

〔課題〕

販促活動の場を提供するだけではなく、展示会販売会にて需要動向調査を行い、その結果をフィードバックし新商品開発へ向けての情報提供や経営改善に繋がる支援を行う必要がある。展示会来場者や一般来店者へ向け需要動向調査を行い、その結果を支援者へフィードバックを行うことで、「選ばれる企業」「選ばれる商品」となるよう継続支援を行う。

（２）支援に対する考え方

越谷商工会議所独自で地域産業イベントを行い、周辺地域の消費者等に向けての事業者の周知 PR 支援を行っているが、出展者から広域の展示会の開催を要望するニーズもあり、県主催の展示会への出展支援や広域連携での展示会に参加できる場を提供することで支援を行う。

また、需要動向調査の結果をフィードバックすることにより商品開発や新サービスの提供に繋

げる。

(3) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
こしがや産業 フェスタ出展者数 (売上増加率3% 増加者数)	30者 (8者)	30者 (10者)	30者 (10者)	30者 (13者)	30者 (13者)	30者 (15者)
埼玉東部工業展 出展者数 (成約件数)	10者 (2者)	10者 (2者)	10者 (2者)	10者 (3者)	10者 (3者)	10者 (4者)
広域ビジネス 交流会 (成約件数)	1者 (1者)	15者 (5者)	15者 (5者)	15者 (6者)	15者 (6者)	15者 (7者)
「一店逸品」 掲載事業者	48者	60者	60者	65者	65者	70者
「愛されグルメ」 掲載事業者	27者	30者	30者	35者	35者	40者
販路開拓 セミナー開催数 (延べ受講者数) [売上増加率3% 増加者数]	2回 (50者) [5者]	3回 (75者) [7者]	3回 (80者) [8者]	4回 (110者) [10者]	4回 (120者) [10者]	4回 (140者) [12者]

※「一店逸品」「こしがや愛されグルメ」は掲載・配布をすることにより、広く周知が図れ、全掲載事業者の売上向上が見込まれる

(4) 事業内容

①展示会・マッチングイベント等の開催又は出展支援

展示会やマッチングイベントの開催を行う。独自で販路拡大を行うことが難しい小規模事業者に対して、以下の展示会を開催・出展支援を行い、販促の機会を設けることで、取引先の増加等を図ることができ売上の増加と販路拡大が期待できる。

- (i) 「こしがや産業フェスタ（仮称）」（地域産業イベント）による製品PR及び販売支援（BtoC）
当所では越谷市と連携し、地域産業イベントを開催する。越谷市内の小規模事業者の事業PR、商品販売、商談等を目的に商工業者が出店し、昨年は2日間で延べ13万人が来場し、市民への絶好のアピールの場となっている。特に越谷に古くからある伝統的手工芸品や地域資源を活用した特産品を販売し需要開拓につながっている。

【令和元年度実績：】出展事業者163社・来場者134,000人

- (ii) 「埼玉東部工業展」出展による取引の拡大等支援（BtoB）

県内事業者約800社が参加する「彩の国ビジネスアリーナ」（毎年1月後半に2日間開催）の会場内にて埼玉東部の5市1町（越谷市・草加市・三郷市・八潮市・吉川市・松伏町）の商工会・商工会議所が連携し、各自治体の協力も得ながら「埼玉東部工業展」として開催している。事業計画策定事業者、経営革新承認事業者等、意欲のある製造者の優れた工業製品・技術・情報のPRの為に、出展支援を行い、取引拡大、技術交流、情報収集や連携地域外の企業との交流の場を提供することで売上向上・販路開拓に寄与する。

【令和元年度実績】市内出展者数10社（5市1町全体57社）・来場者17,603人

(iii) 広域商工会議所・商工会の連携による広域ビジネス交流会の開催 (BtoB)

さいたま商工会議所、蕨商工会議所、戸田市商工会、鳩ヶ谷商工会と連携して「広域ビジネス交流会」(商談会)を年2回(工業版と全業者版)開催する。地域を超え一度に多くの事業者と交流が図れる本交流会(商談会)は、管内の小規模事業者にとって非常に有効である。交流会終了後は、取引につながったケースや交流会に対する意見を把握するためアンケート調査を行い、今後の支援につなげる。

【令和3年度出展予定者】工業版35社・全業者版75社

※出展者同士の交流会の為、一般来場者は無し。

②販売促進・広報活動支援

小規模事業者自身が新たな販売促進や広報活動を行うことは困難である為、販促冊子の作成や紹介サイトの公開等広報支援、セミナーの開催等様々な支援を行うことで広く消費者への周知を行い、販路拡大売上の向上を図る。

(i) 「一店逸品 in こしがや」「こしがや愛されグルメ」

販促活動に対して、コスト面において実施が難しい小規模事業者が提供する、商品・サービスを掲載する冊子「一店逸品 in こしがや」の作成、越谷の「食」にテーマを絞り多角的に広報活動する「こしがや愛されグルメ」事業を通し、消費者に直接広報することで、効果の高い販促活動を行うことができ、売上や来客数の増加が期待できる。

(ii) 「越谷まちゼミ」の開催

小規模事業者自身の店舗を会場にして、その店ならではの専門知識や情報、コツなどを無料で教えることを通しその店舗の価値を高め、店舗と顧客とのコミュニケーションを深めることで信頼関係を築き、来店頻度の向上を図り、売上の向上にも大きく貢献できる。

(iii) ホームページ、SNSの活用による販路開拓支援

広報活動については、近年はSNSやホームページでの広報が重要である。また、最近ではインスタグラムといった特に画像を重視する見栄えのする広報活動が盛んに行われており、その効果は高い。写真撮影や見せ方の技術が弱い小規模事業者に対して写真撮影方法について、SNSやホームページに利用する見栄えのする商品の写真を撮るテクニックを学ぶ研修会をはじめとした様々なテーマの研修会を開催し、より効果的な広報活動となるような支援を行い、来客数の向上を目指す。

(iv) マスメディア、各種広報誌当の広報支援

市内企業の中で特に新商品・サービス等展開した小規模事業者の新たな取り組みを広報支援する。主に、事業計画策定者や創業者等に対し優先的に支援する。当所会報、ホームページ、紹介コーナーを利用して事業計画策定支援を受けた事業所を優先的に掲載し販路開拓やビジネスマッチングにつなげる。また、広報こしがや、埼玉新聞、地元ケーブルテレビ等に当所とのつながりの中で事業者を推薦しPRすることで販路開拓支援を行う。

8. 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]

個別の事業の実施状況については、適宜正副会頭会議や常議員会、当所の会報等にて報告を行っている。しかしながら、成果についての評価・検証については現在実施されておらず今後の事業のブラッシュアップに至っていない。

[課題]

事業へのフィードバックが行われていないので、新たな事業評価の仕組みの構築及び、体制の強化が必要である。

(2) 事業内容

半期に1回、越谷市経済振興課と越谷商工会議所事務局長、中小企業相談所管理職、担当者（法定指導員）、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「評価委員会（仮）」を開催し、事業の実施状況や、成果の評価について検討し、見直し案を策定する。

経営指導員内で上記の評価、見直し案を参考にしつつ、次年度の方針を決める。

事業の成果、評価及び見直し並びに次年度の方針・計画については小規模事業者支援委員会、正副会頭会議、常議員会にて報告し承認を得る。

当会のホームページ及び会報へ掲載することで、小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

9. 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]

埼玉県商工会議所連合会が行う経営指導員等研修や日本商工会議所が主催する研修会等への参加により資質向上を図ってきた。

こうした資質向上のための取り組みが体系的・計画的に行われているとはいえず、ノウハウや情報の共有化についても部分的なものに留まっている。

[課題]

小規模事業者に対する経営支援においては、対応する経営指導員によって経験値の違いなどから支援の質・量に違いが生じることがある。

これを是正するためには、OJTや外部専門家を招聘した小規模事業者に対する様々な課題解決のための内部研修会を開催し、経営指導員等の支援スキルの平準化が必要となる。

また、指導事例を共有化することにより、支援時の解決の糸口の幅を広げ効果的な経営支援に繋げる。

(2) 事業内容

①経営指導員によるOJT制度の導入

経営支援に対する支援経験が浅い経営指導員と経験豊富な経営指導員とがチームとなり、巡回指導や窓口相談を活用したOJTを積極的に実施し、支援能力の向上を図る。

②専門家の招聘による職員研修会の開催

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、専門家による「事業計画策定研修会」「事業承継研修会」を開催し、自己研鑽を図る。

経営革新計画策定に関する職員研修会を開催し、個々の経験値の違いによる支援能力の格差を埋める。

③コーディネーターや専門家の同行による資質向上

地域プラットフォームコーディネーターによる小規模事業者支援や専門家派遣事業の際、経営指導員が同行し、コーディネーターや専門家の支援ノウハウを学び、今後の経営支援に活かす。

④外部講習会・研修会等の積極的活用

各経営指導員、職員ごと支援のスキルに差があるため、その差を埋めるべく、スキルに合った下記の講習会や研修会に参加し支援能力の向上を図る。

- ・日本商工会議所が主催する研修
- ・埼玉県商工会連合会・埼玉県商工会議所連合会の「職員研修」

- ・中小企業大学校研修の受講
- ・地域プラットフォーム構成機関支援能力向上セミナーへの参加

⑤職員間の定期ミーティングの開催

- ・職員研修会の開催
研修会等へ出席した経営指導員等が順番で講師を務める、内部職員研修会を定期的に開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。
- ・経営指導員を中心とした勉強会
月1回外部講師による経営革新計画策定に係る勉強会を年4回開催する。計画策定後のフォローとして検討会を月1回開催し、ノウハウや支援情報を共有する。経営指導員会議（会頭と懇談会）で各自報告し事例化していく。

⑥TOAS と BIZ ミル等を活用したデータベース化

TOAS(会員管理システム)やBIZ ミル等を活用し、システム上で支援内容を適時入力することで、支援中の小規模事業者の状況を職員全員で共有化でき、担当外の職員でも対応が可能になる。

10. 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) 現状と課題

[現状]

当所では「地域プラットフォーム」をはじめとする越谷市や支援機関と連携し市内事業者の情報交換を行っている。また各近隣商工会・商工会議所と連携し地区外の経済状況やそれぞれが抱える課題について情報交換を行っている。各関係機関との連絡会議は担当者だけとなっており他経営指導員との面識があまりなく、情報が行き届いていない。

[課題]

今後は各会議で得た支援事例やノウハウを経営指導員で共有する仕組みづくりや交流が必要である。

(2) 事業内容

①埼玉県東部広域商工団体連絡協議会

埼玉県東南部5商工会・商工会議所で組織する「埼玉県東部広域商工団体連絡協議会」で年2回役員及び職員に対して研修を行い、それぞれの管内の経済状況や直面する課題等について情報交換を行う。

②こしがや企業応援プラットフォーム連絡協議会

地域プラットフォーム構成機関の支援情報の共有を目的として地域プラットフォーム連絡会議を年3回開催し、その中で各支援機関の支援事例やノウハウ等の意見交換を行い、地域の小規模事業者の課題を共有する。また、各支援機関の事例発表会や二番館コーディネーターによる構成機関職員向けセミナーを開催し、当所職員や構成機関職員の支援能力の向上と交流を図る。

③金融機関との懇談会

市内金融機関との懇談会を年2回開催し、最近の金融事情や金融機関の支援の取り組みについて情報交換を行う。金融機関との関係性を深め、小規模事業者の支援をスムーズに進めていく。

④職員間の情報共有

上記①②③で得た情報を職員間で共有することで支援体制の強化を図り、効果的な伴走型支援に活用し、事業者の持続的発展を目指す。

1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

地域経済の活性化としては、商店会を中心とした賑わい創出事業を行っているが、イベント当日のみ賑わうだけでその後の集客にまでは至っていない。特産品を使った飲食やお菓子など徐々に開発されてきたものの情報発信が乏しく市内外まで行き届いていない。また、越谷レイクタウンや歴史的観光資源は多くあるものの、市外からの観光客の誘導に至っていない。

[課題]

越谷の魅力を市内外に伝えるため、地域・観光資源の創出を図り情報発信することで地域活性化を図っていくことが必要である。

そのため、越谷市、(一社)越谷市観光協会、越谷市商店会連合会、各種団体と連携を図り今後の地域活性化を目的とした連携事業を強化していくことが必要である。

(2) 事業内容

①街なかの活性化につなげるテーマイベントの開催

日光街道越ヶ谷宿や地元地場産業をテーマにイベントを開催する。越谷市、越谷新町商店会、越谷中央商店会と連携して各イベントや人材発掘・育成事業に取り組み、市内外の人々を集客し事業者のPRや販売活動を行うことで商店会振興や街なかの賑わい創出に寄与する。

・イベント事業

日光街道越ヶ谷宿の歴史・文化、越谷市の地場産業をPRし、旧街道沿いの賑わいと商店会の活性化を図るため、越谷市、越谷新町商店会、旧日光街道越ヶ谷宿を考える会等と連携し「宿場まつり」(年2回以上)を開催する。(宿場まつり会議 年4回以上)

商店会とその周辺の賑わいを創出し地域の活性化を図るため、越谷中央商店会と連携し「まるななマーケット」(年2回)を開催する。(まるななマーケット運営会議 年4回以上)

・人材発掘・育成事業

商店主の高齢化や後継者不在によって進む、街の担い手となる人材不足の解消を目的として「チャレンジ講座」を開催する。6回シリーズで開催、最後に受講者によるプランの発表会にて意識付けをすることで、地域での活動や街なかでの創業を希望する人材の掘り起こしや将来の地域での担い手となる人材の育成に取り組む。

②街バルの実施

小規模飲食店の売上向上及び商店街活性化を目的に、「街バル」を開催する。開催により得られた効果、課題点を各商店会長・商工会議所担当職員との連絡会議(名称：越谷市商店会連合会理事會・年3回開催)において情報共有を行い、より効果的な街バルの開催に繋げる。

③越谷飲食ブランド確立のための「こしがや愛されグルメ」認証事業

越谷市と㈱JTB 埼玉支店と連携し「こしがや愛されグルメ」認証事業を行う。越谷の「食」テーマを絞り、市内の飲食業からお手土産や飲食メニューを募集する。プロモーション委員会(年2回以上)にて選考会を開催し、選定・認証する。選定されたグルメについては「認証式」を開催し、市内外の方に披露・プロモーションを行い、認証されたグルメは当所が主催、共催するイベントに出店しアンケート調査とPR活動を行う。独自のパンフレットやホームページ、サポーター活動によるSNSによる情報発信を行うことで、越谷市の郷土愛の醸成や市内への誘客、さらには地域経済の活性化を図る。

※参考：第2期プロモーション委員会メンバー(令和元年度)

イオンモール株式会社イオンレイクタウン、株式会社ジェイコム埼玉・東日本、株式会社ほど株式会社地域新聞社、株式会社エフエムこしがや、株式会社JTBパブリッシング

こしがや愛されグルメアンバサダー

④地域ポイント事業「まるこポイント」

越谷市民の買い物を応援するとともに、キャッシュレス化を促進するため、越谷市商店会連合会と協力して、市内全域を対象とした地域ポイント事業「まるこポイント」事業を行い、加盟店会議を年1回以上開催する。越谷市とイオン株行会社との連携協定に基づき発行されたご当地WAONカード「越谷まるこWAON」を地域ポイントカード「まるこポイントカード」として活用し、市内のまるこポイント加盟店で買い物すると「まるこポイント」がたまり、たまったポイントを市内加盟店で利用することで、地域経済の活性化につなげる。

⑤空き店舗物件、遊休設備紹介支援

創業者や事業拡大を目指す事業者に対して、市内の空き店舗や空き倉庫、工場等の事業用物件情報や遊休設備をホームページ等にて公開する。併せて地域プラットフォーム連絡会議（年3回）にて金融機関等と情報共有を行うことで、空き店舗等の利活用の促進や、設備投資のコスト削減を狙うことで市内商工業等の活性化や創業者支援を図る。

(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

(令和6年4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)

経営発達支援事業 実施部署
中小企業相談所

中小企業相談所長
経営指導員 9名
(うち法定経営指導員 2名)
補助員 3名
記帳専任職員 1名

越谷市 環境経済部
経済振興課

- (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当該経営指導員の氏名、連絡先

氏 名：中川 正晴、赤石 亮
連絡先：越谷商工会議所 TEL. 048-966-6111

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度 等)

経営発達支援事業の実施・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

〒343-0817
埼玉県越谷市中町 7-17
越谷商工会議所 中小企業相談所
TEL : 048-966-6111 / FAX : 048-965-4445
e-mail : k9664445@koshigaya-cci.or.jp

②関係市町村

〒343-8501
埼玉県越谷市越ヶ谷 4-2-1
越谷市 環境経済部 経済振興課
TEL : 048-967-4680 / FAX : 048-963-9175
e-mail : keizaishinko@city.koshigaya.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)

	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
必要な資金の額	1 1, 0 0 0	1 1, 2 0 0	1 1, 2 0 0	1 1, 5 0 0	1 1, 5 0 0
専門家謝金	1, 5 0 0	1, 5 0 0	1, 5 0 0	1, 5 0 0	1, 5 0 0
支援ソフトウェア導入	8 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0
セミナー開催事業	3, 5 0 0	3, 7 0 0	3, 7 0 0	4, 0 0 0	4, 0 0 0
販路開拓支援事業	5, 0 0 0	5, 0 0 0	5, 0 0 0	5, 0 0 0	5, 0 0 0
職員資質向上事業	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0

(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
伴走型小規模事業者支援推進事業補助金、県補助金、市補助金

(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
○公益財団法人 埼玉県産業振興公社（埼玉県よろず支援拠点） 所在地：埼玉県さいたま市大宮区桜木町 1-7-5 ソニックシティビル 10 階 理事長：神田 文男（埼玉県よろず支援拠点 チーフコーディネーター 越智 隆史） ○埼玉県事業引継ぎ支援センター（さいたま商工会議所委託） 所在地：埼玉県さいたま市浦和区高砂 3-17-15 さいたま商工会議所会館 4 階 統括責任者：石川 峰生 ○一般社団法人 埼玉県中小企業診断協会（こしがや企業応援プラットフォーム構成機関） 所在地：埼玉県さいたま市浦和区高砂 4-3-21 三協ビル 5 階 会 長：高澤 彰 ○市内金融機関（こしがや企業応援プラットフォーム構成機関） 埼玉りそな銀行越谷支店、武蔵野銀行越谷支店、埼玉縣信用金庫越谷支店、栃木銀行越谷支店 常陽銀行越谷支店、群馬銀行越谷支店、三井住友信託銀行越谷支店、青木信用金庫越谷支店 川口信用金庫蒲生支店、城北信用金庫越谷支店、東京東信用金庫大袋支店、足立成和信用金庫 北越谷支店、足利銀行越谷支店
連携して実施する事業の内容
(1) 需要動向調査に関すること 埼玉県よろず支援拠点の専門家と連携し、小規模事業者に対するアンケート結果について調査・検証し、その分析結果を連携機関に情報提供並びに共有化する。 (2) 経済状況の分析に関すること 分析によって作成されたローカルベンチマーク等を用いて外部の中小企業診断士等の専門家、埼玉県よろず支援拠点などにより事業者の情報を正確に伝える。 (3) 事業計画策定支援に関すること 埼玉県よろず支援拠点及び中小企業診断協会（こしがや企業応援プラットフォーム構成機関）の専門家と連携して、より実現性の高い事業計画策定支援を行う。 (4) 事業計画策定後の実施支援に関すること 計画通りの事業計画実施に向けた進捗状況の定期的な確認を埼玉県よろず支援拠点、中小企業診断協会（こしがや企業応援プラットフォーム構成機関）の専門家と連携して、支援を行う。 (5) 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 個別の事業実施状況の成果の評価・検証について、埼玉県中小企業診断協会等と成果の評価の見直しや検討を行う。 (6) 経営指導員等の資質向上等に関すること 対応する経営指導員の経験値の違いなどによる支援の質・量の違いを是正するために、OJTや埼玉県中小企業診断協会等外部専門家を招聘した内部研修会の開催を行い、経営指導員等の

支援スキルの平準化と質の向上を図る。

また、指導事例を共有化することにより、支援時の解決の糸口の幅を広げ効果的な経営支援に繋げる。

(7) 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

地域プラットフォーム構成機関の支援情報の共有を目的として地域プラットフォーム連絡会議を定期的に開催し、その中で各支援機関の支援事例やノウハウ等の意見交換を行い、地域の小規模事業者の課題を共有する。

連携して事業を実施する者の役割

(1) 需要動向調査に関すること

より制度の高い専門家ならではの見地から集計データの分析を行い、検証結果を各店舗に情報提供を行うことと併せて、商品のブラッシュアップや商品開発、価格帯の見直しなど、事業改善支援を行い、売上増加を図る。

(2) 経済状況の分析に関すること

分析したデータを経営指導員と共に読み込む事で、更なる強みの発見や課題解決の糸口を掴み、経営革新計画の取組みへの誘導を行い、売上増加や生産性向上等の効率的・効果的な経営支援に繋げる。さらに効果が生み出せた取組みについては、職員間で内部共有することで、職更なる効果的な経営支援に繋げる。

(3) 事業計画策定支援に関すること

事業計画を策定する中で、連携したセミナーの開催による、事業計画策定の重要性の啓蒙と各事業者が抱える経営課題に対して、専門性の高い見地から計画策定支援を行う。創業や事業承継計画策定支援においても、より専門性の高い策定支援が可能となる。

(4) 事業計画策定後の実施支援に関すること

計画通りの事業計画実施に向けた進捗状況の定期的な確認や、計画を実施していくなかで、事業計画との間にズレが生じている場合での早期修正に向けて、専門家ならではの視点で支援を行う。

(5) 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

専門的な見地から、事業の評価検討を行うことで、早期の事業修正を行う。

(6) 経営指導員等の資質向上等に関すること

専門家としてノウハウを提供することで、商工会議所職員の資質向上を狙い、事業者支援の充実を図る。

(7) 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

各構成機関の強みを活かした事業の見直しを行うことで、連携体を構成することのメリットを活かす。

連携体制図等

小規模事業者



- (1) 需要動向調査に関する
こと
- (2) 経済状況の分析に関する
こと
- (3) 事業計画策定支援に
関すること
- (4) 事業計画策定後の実
施支援に関すること
- (5) 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
- (6) 経営指導員等の資質
向上等に関すること



連携機関

- 公益財団法人
埼玉県産業振興公社
(埼玉県よろず支援拠点)
- 埼玉県事業引継ぎ支援
センター
- 一般社団法人
埼玉県中小企業診断協会
- 市内金融機関