

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	入間市商工会（法人番号 3030005003876） 入間市（地方公共団体コード 112259）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】商業事業者が商業施設（アウトレット等）や大型店舗・ネット通販との差別化を図った魅力的な店舗づくりを行うこと、工業事業者が設備投資を行い技術力・生産体制を向上させることなど、小規模事業者が現在の経営環境に適合した経営を行っていることを目指す 【目標②】小規模事業者による狭山茶などの特産品を利用した商品や、それぞれの独自性を活かした商品・サービスの開発・販売を実現する 【目標③】現状、DX・ITの利活用が不十分な小規模事業者による、DX・ITの利活用による販路・商圏拡大、生産性向上を実現する 【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る
事業内容	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 小規模事業者自身が経営環境の変化を把握することを目的に、「地域の経済動向分析」を実施し、結果を公表する。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が特産品を利用した商品や小規模事業者の独自性を活かした商品を開発（ブラッシュアップ）することを目指して「イベントでの商品調査」を実施する。また、調査結果を活用した商品のブラッシュアップを支援する。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自身が、現在の経営状況を把握することを通じて本質的な課題を認識することを目指して、「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。 6. 事業計画策定支援に関すること 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の新たな取組に向けた事業計画策定を支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 前項で策定したすべての事業計画を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新たな需要開拓を目的に、「個社の集客支援事業」や「ホームページ作成支援事業」を実施する。
連絡先	入間市商工会 〒358-0001 埼玉県入間市向陽台 1-1-7 TEL: 04-2964-1212 FAX: 04-2964-1214 E-mail: irm@irumashi-sci.org 入間市 環境経済部 商工観光課 〒358-8511 埼玉県入間市豊岡 1-16-1 TEL: 04-2964-1111 FAX: 04-2965-0232 E-mail: ir244000@city.iruma.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

ア 入間市の概況

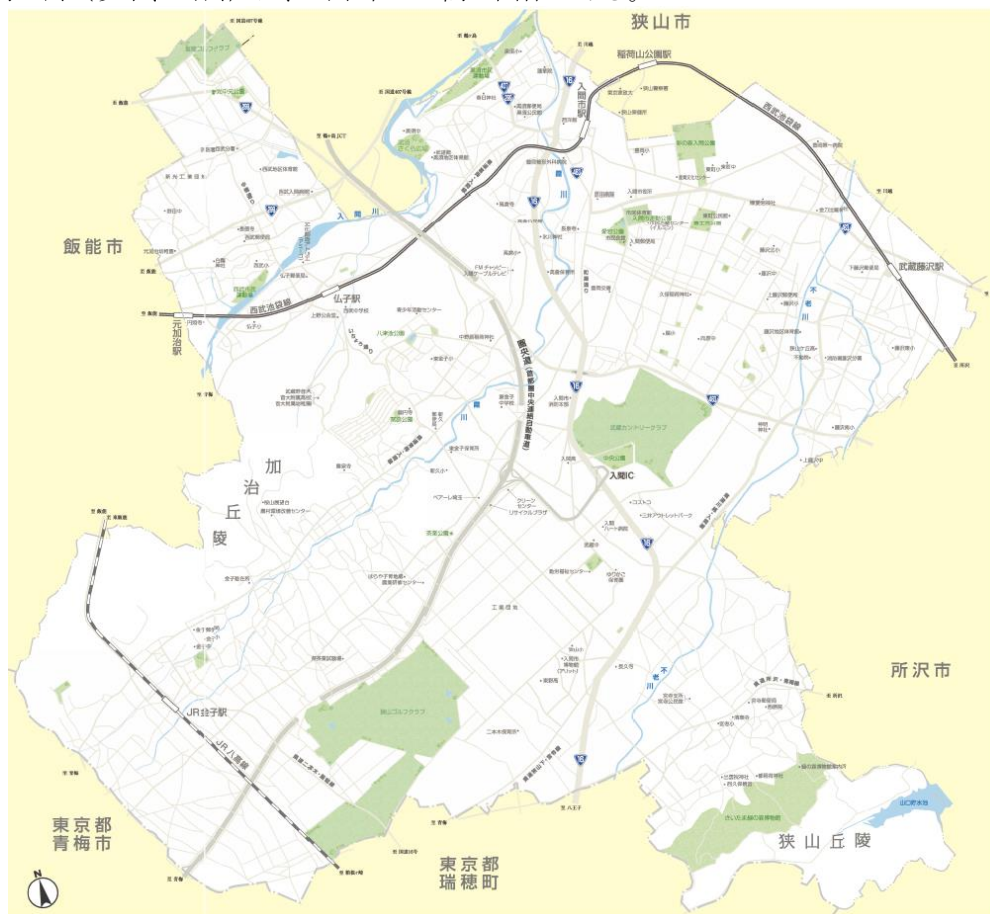
入間市（以下、当市）は、埼玉県の西南部に位置し、都心から 40km 圏にあり、東は所沢市、西は飯能市と東京都の青梅市、南は東京都の西多摩郡瑞穂町、北は狭山市にそれぞれ接している。

市域全体は、海拔 60 メートルから 200 メートルのややなだらかな起伏のある台地と丘陵からなっている。総面積は、44.69 km²である。

市東南端と西北端には、それぞれ狭山丘陵と加治丘陵があり、市域の約 10 分の 1 を占める茶畑とともに当市の豊かな緑を形成し、また、市域の西北部には荒川の主流である入間川が流れ、中央部に霞川、南部に不老川といった市内を東西に流れる 3 本の河川とともに自然的な景観を形作っている。また、市域の東北部には、狭山市・入間市域にまたがって航空自衛隊入間基地が所在していることも、本市の地形的な大きな特徴となっている。

交通の面では、鉄道駅として西武池袋線の 4 つの駅と JR 八高線の金子駅があり、主要道路としては一般国道 16 号をはじめ、国道 4 路線と県道 9 路線がある。さらに平成 8（1996）年には圏央道（首都圏中央連絡自動車道）が開通し入間 IC が国道 16 号と接続したことで、その後の圏央道の整備拡張に伴って、首都圏へのアクセスのみならず広域的にも利便性の高い交通網が形成されている。

入間市商工会（以下、当会）は、当市唯一の商工団体である。



出典：入間市商工会「いるま建設業 MAP」

イ 人口

当市の人口は、令和 5（2023）年 11 月 1 日現在では 144,893 人であり、平成 22（2010）年 10 月 1 日の 150,901 人をピークに減少している。年齢構成の推移をみると、生産年齢人口（15 歳以上 65 歳未満）が減少する一方で、高齢者人口（65 歳以上）は増加傾向にある。

ウ 特産品

当市は県下最大の「狭山茶」の産地である。「色は静岡、香りは宇治よ、味は狭山でとどめさす」とうたわれる銘茶「狭山茶」。現在の「狭山茶」は、江戸時代後期に市域の宮寺地区で始められた茶作りが直接の起源である。当市は、昭和 41 年の市制施行以来、埼玉県内最大の狭山茶産地であり続けており「入間市といえば狭山茶」のイメージが定着しているだけでなく、各種の品評会で最高賞の受賞者を輩出するなど、品質の高い茶づくりを行っている。

その他にもサトイモや露地物野菜類の生産も盛んである。

エ 観光資源

当市には、寺社をはじめとする文化財と豊かな自然（入間川、霞川、加治丘陵、狭山丘陵等）、お店や公園といった地域の魅力が多くある。また、三井アウトレットパーク入間などの買い物施設があり、多くの買い物観光客を惹きつけている。

主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

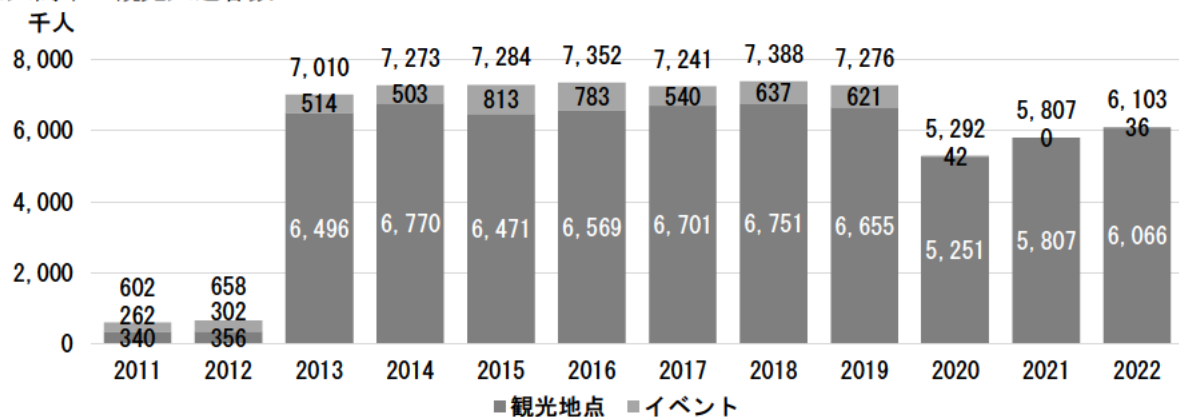
観光資源	概要
ジョンソントウン	かつての米軍基地時代のハウスとそれを模した建物がアメリカのような街並みを作り出している。住居としてはもちろん、工房やカフェ、雑貨屋などオシャレなショップもたくさんある。平成 27 年に「都市景観大賞」、令和 3 年に「グッドデザイン金賞」「アジア都市景観賞」を受賞している。
三井アウトレットパーク入間 / コストコ入間倉庫店	三井アウトレットパーク入間は、圏央道の入間 IC からすぐの国道 16 号沿いに立地するアウトレットである。平成 20 年 4 月に開業した。施設内には、バラエティ豊かな店舗が揃う。隣接する会員制倉庫型店舗のコストコホールセール入間倉庫店とあわせて買物が楽しめるスポットとなっている。

オ 観光入込客数の推移

令和 4（2022）年の観光入込客数は 610 万人である。

推移をみると、平成 25（2013）年以降、700 万人超で安定して推移していたが、令和 2（2020）年の新型コロナウイルス感染症の影響で急減している。

■入間市の観光入込客数



出典：埼玉県「埼玉県観光入込客統計」

カ 産業

(a) 産業の概観

工業では、伝統ある繊維産業をはじめ、昭和 40 年代からの工業団地造成等により電気、機械工業を中心とした幅広い分野の産業が分布し、近年は先端技術産業など付加価値の高い業種の企業も増えつつある。商業では、平成年代以降、入間市駅周辺が整備されて中心市街地の商業的な核として位置付けられたほか、区画整理事業の進捗に伴って武蔵藤沢駅周辺にも出店が進んでいる。さらに近年は、郊外型大規模店舗が進出し、平成 20（2008）年に圏央道入間 IC 近くにオープンした大型アウトレットモールには広域から多くの来場者が集まるなど、新たな入間市の顔ともなっている。

(b) 業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

当市の平成 24 年の事業所数は 4,862 社、令和 3 年の事業所数は 4,712 社である。

小規模事業所数は平成 24 年が 3,559 者、令和 3 年が 3,305 者であり、9 年間で 7.1%減少している。産業別にみると、宿泊・飲食業（△19.7%）、製造業（△14.1%）の減少率が高くなっている。一方、医療、福祉や情報通信業など、小規模事業所数が増加している業種もみられる。

■業種別の事業所数及び小規模事業所数

	建設	製造	情報 通信	卸・ 小売	宿泊・ 飲食	医療、 福祉	他サー ビス	その他	計
平成24年									
事業所数	572	639	30	1,166	532	324	1,158	441	4,862
小規模事業所数	559	518	23	716	335	164	883	361	3,559
平成28年									
事業所数	526	599	26	1,215	514	375	1,064	383	4,702
小規模事業所数	512	486	18	715	313	181	802	308	3,335
令和3年									
事業所数	540	563	47	1,159	440	427	1,117	419	4,712
小規模事業所数	523	445	38	676	269	196	815	343	3,305
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△32	△76	17	△7	△92	103	△41	△22	△150
増減割合	△5.6%	△11.9%	56.7%	△0.6%	△17.3%	31.8%	△3.5%	△5.0%	△3.1%
小規模事業所数	△36	△73	15	△40	△66	32	△68	△18	△254
増減割合	△6.4%	△14.1%	65.2%	△5.6%	△19.7%	19.5%	△7.7%	△5.0%	△7.1%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(c) 業種別の現状と課題（経営課題）

i 商業

当地域には、4 つの商店街が存在しており、入間市駅周辺に近いアポポ商店街、扇町屋商店街が中心市街地の商店街である。しかしながら、市内外の多くの消費者が自動車を利用して買い物に行っており、駐車場を有する商業施設や大型店舗の集客が強く、近年ではネット通販にも集客を奪われていると聞く。昔ながらの商店は固定客が付いているため事業継続できているが、高齢化が進み後継者問題を抱えている店舗が多い。若い創業者には、コンセプトを持った個性的な店舗が並ぶジョンソンタウンなどが開業地として人気があるが、観光客が多い反面、地元市民の利用者が少ないという声がある。同様に、市外からアウトレットやコストコを訪れる観光客を市内他地域への周遊につなげていくことも大きな課題である。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により生活スタイルが一変したため、飲食店をはじめとして、コロナ以前まで売上回復出来ていない店舗が多く廃業が増加傾向にある。

IT 化については、令和 4 年度及び令和 5 年度に実施された入間市プレミアム付電子商品券によりキャッシュレスを導入する店舗が増え、キャッシュレス化の垣根が低くなったと感じる。また、インボイス制度や電子帳簿保存法の影響もあり税務会計のデジタル化も進んだ。EC・SNS による販路開拓については、まだまだ活用しきれていない事業者が多く、伸び代があると考えられる。

ii 工業

武蔵工業団地、狭山台工業団地および金子・野田のミニ工業団地を中心に工業が発展し、非鉄金属製造

や電機・輸送機器関連の製造業を中心に県内有数の工業地帯を形成しており、その下請企業として小規模事業者も多く存在している。技術として付加価値の高い工業製品を作っている事業者も多いが、広く認知されていない課題がある。また、新型コロナウイルス感染症やロシア・ウクライナ情勢等の影響により、原材料となる金属の資材値上がりの高騰に対し価格転嫁に苦慮しており経営を圧迫している。

圏央道が平成 27（2015）年に東名道～東北道まで繋がったため、入間・狭山のインターチェンジや国道 16 号に近い工業用地は企業に人気である。今後、市は新たな企業誘致先として圏央道青梅インターチェンジ北側地域の産業系土地利用を目指しており、さらなる活性化が期待される。上記を見据え、小規模事業者も、資金面での設備投資の遅れや人材不足を解消するなど、需要に応えられる体制づくりが必要となる。

iii 建設業

市内には総合建設業者はあるものの少なく、一人親方等の小規模建設事業者が大部分を占める。その小規模事業者は家族経営が多く、かなり高齢化しており、後継者問題・人材不足に悩まされている。下請け体質の事業者は、原材料高騰及び原油高・人件費等を元請けに転嫁出来ず、また新たな取引先を発掘出来ずに既存の元請業者からの受注が減少し売上を大きく落としている。特に、新築住宅をメインに行っていた事業者の受注減少が顕著である。下請け体質からの脱却を図れた事業者は売上が伸びており二極化しているが、好調だった事業者も人材不足により受注を請けきれず売上が頭打ちになっている状況である。また、ホームページ等を持たない事業所も多く、顧客管理・受発注・会計管理のデジタル化も整っていないなど IT 活用が課題となっている。

キ 第 6 次入間市総合計画

「第 6 次入間市総合計画（平成 29 年度～令和 8 年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

後期基本計画を小規模事業者支援の視点でみると、①先端産業に対する意欲的な取組の支援、②経営基盤の安定・強化支援、③技術力向上や職人の技能継承および生産性向上に向けた設備投資への支援による魅力ある企業の強化・増加などが施策の方向性として掲げられている。

■基本構想（平成 29 年度～令和 8 年度）

まちづくりの目標	みんなでつくる 住みやすさが実感できるまち いるま
計画の基本的視点	(1) 人口の減少、少子化・高齢化への備え (2) 安全で安心な暮らしを守る (3) 厳しい財政状況における行政運営 (4) 将来にわたって持続可能なまちづくり (5) グローバル社会への対応と情報通信技術の利活用 (6) 新たな自治のあり方への対応
まちづくりの目標を実現するための施策の大綱（商工・観光部分）	第 5 章 活気に満ちたまちづくり（産業、観光、市民文化） 〔目標〕 市内のさまざまな産業の振興を図るとともに、地域の特性を生かした観光資源のアピールや市民文化の創造・振興に取り組むことで、まちそのものの活気、そこに住むひとの活気に満ちたまちをつくります。

■後期基本計画（令和 4 年度～令和 8 年度）

第 5 章 活気に満ちたまちづくり（産業、観光、市民文化） 第 2 節 商工業の振興 第 1 項 活動支援の推進 第 2 項 企業誘致の推進 第 3 項 労働環境の整備 第 4 項 雇用・就労の促進 第 5 項 経営基盤強化および生産性向上に対する支援の推進 第 3 節 観光の振興 第 1 項 魅力発掘・開発の推進 第 2 項 資源活用・発信の推進
--

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず人口をみると、当市の人口は、平成 22（2010）年 10 月 1 日の 150,901 人をピークに減少傾向にあり、これをひとつの原因として、地域内の 4 つの商店街では集客が減少している。地域としても、事業者、商店街、行政が連携してまちづくりを進めることで、（ア）空き店舗を減少させることや、（イ）魅力あるイベントを実施すること、（ウ）地域電子通貨（ポイント）を導入することなどにより、地域住民による地元商店での消費活動の活発化を図ることを課題と考えている。また、小規模事業者においても、この人口減少局面でも十分な集客が図れるよう、個々で魅力的な店舗づくりを行うことが課題といえる。

年齢構成別の人口推移では、生産年齢人口（15 歳以上 65 歳未満）が減少している。小規模事業者では既に人材不足の問題を抱えているが、生産年齢人口が減少することで、今後ますます深刻となることが予想される。そのため、DX（デジタルトランスフォーメーション）・IT 等の利活用による生産性向上が課題となる。

特産品では、当市は県下最大の「狭山茶」の産地である。このブランド力は全国に通じるものであるため、小規模事業者においても、狭山茶などの特産品を利用した商品開発が期待されている。

観光面では、三井アウトレットパーク入間などの買い物施設があり、多くの買い物観光客を惹きつけている。埼玉県「埼玉県観光入込客統計」によれば、令和 4（2022）年において 610 万人もの観光客がみられる。一方、これら買い物観光客の市内他地域への周遊は少なく、地域店舗への恩恵は少ない。今後を見据えると、人口減少が進むなかで、この観光消費の獲得は欠かせない。そのため、小規模事業者も、この買い物観光客を自店に誘引するような取組が課題であるといえる。

業種別の事業所数の推移をみると、小規模事業所数は平成 24 年が 3,559 者、令和 3 年が 3,305 者であり、9 年間で 7.1%減少している。産業別にみると、宿泊・飲食業（△19.7%）、製造業（△14.1%）の減少率が高くなっている。近年の創業者の状況をみても、製造業での創業はほとんどみられない。当会としては、当市の地域活力の維持のためには、製造業の活性化もひとつの重要な要素であるため、製造業者の減少は可能な限り抑えたいと考えている。そのため、市内小規模製造業の経営力向上・経営改善、事業継続（事業承継含む）が地域として課題といえる。

業種別の現状と経営課題をみると、（ア）全業種共通で、原材料・エネルギー価格・人件費の高騰への対応（価格転嫁、高付加価値化など）、事業承継、DX・IT の利活用による販路・商圏拡大、（イ）商業では、商業施設や大型店舗・ネット通販との共存共栄（差別化）、観光客の誘客、新型コロナウイルス感染症の影響により一変した生活スタイルへの対応、EC・SNS による販路開拓、（ウ）工業では、自社の独自性の発信、市が誘致した企業の需要に応えられる体制づくり、（エ）建設業では、新たな取引先の発掘、下請け体質からの脱却、人手不足への対応などが課題となっている。

(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

当市の人口は、人口減少により令和 22（2040）年には現在の約 17%減の 12 万千人弱になるものと推計されている。また、人口の減少とともに進む少子化・高齢化により、65 歳以上の人口が約 39%にまで増加する一方、15 歳以上 65 歳未満の生産年齢人口は徐々に減少していくことが予想されている。P3 の『(c) 業種別の現状と課題（経営課題）』で述べたとおり、小規模事業者では既に人材不足や後継者問題を抱えており、今後ますます深刻となる。そしてコロナ以降の原価高騰や売上減少による利益率減、借入金増によって資金繰りが厳しい事業者が多い。

このような状況から今後、地域経済を担う小規模事業者が事業継続していくためには、人材の育成や DX・IT 等の利活用による生産性向上や販路開拓を図ること、また、地域との連携を強化し、地域の資源や人材を活用した新たな事業の創出を行っていくことが必要である。当会では上記の実現に向けて伴走型支援を実施し、当市の 10 年後の小規模事業者が「持続的に成長し、地域経済の活性化に貢献していること」をあるべき姿と定める。また、具体的なあるべき姿として以下を挙げる。

■小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

■10 年後の小規模事業者のあるべき姿
持続的に成長し、地域経済の活性化に貢献していること

■具体的なあるべき姿

- ア 商業では、中心市街地（入間市駅周辺および扇町屋地区）を当市の顔として活性化を図るため、事業者、商店街、行政と連携してまちづくりを進め、空き店舗の減少、魅力あるイベントの実施、地域電子通貨（ポイント）導入などにより、地元客が地元の店舗で消費活動していること
- イ 工業では、市が掲げる「企業誘致を推進することにより、より多くの企業が活発な経済活動を行うまち。」を目指し、誘致企業のニーズに応えられる生産能力を持つ事業者に成長していること
- ウ 狭山茶など特産品を利用した商品や独自の強みのある商品開発の支援、及び DX・IT による販路・商圏拡大を行っていること
- エ 従業員の研修支援や労働環境の整備を行えていること

②第 6 次入間市総合計画との連動性・整合性

第 6 次入間市総合計画では、まちづくりの目標を実現するための施策の大綱（商工・観光部分）として、「活気に満ちたまちづくり：市内のさまざまな産業の振興を図るとともに、地域の特性を生かした観光資源のアピールや市民文化の創造・振興に取り組むことで、まちそのものの活気、そこに住むひとの活気に満ちたまちをつくります」と掲げている。

当会では、10 年後の小規模事業者のあるべき姿として、「持続的に成長し、地域経済の活性化に貢献していること」を目標としており、これは入間市が目指す、活気に満ちたまちづくりに寄与する目標といえる。

その他、前項「①10 年程度の期間を見据えて」で示した長期的な振興のあり方（具体的なあるべき姿）と「第 6 次入間市総合計画」の関係は下表のとおりであり、連動性・整合性がある。

■第 6 次入間市総合計画と前項の比較表

第 6 次入間市総合計画	10 年後の小規模事業者のあるべき姿
①先端産業に対する意欲的な取組の支援	イ 工業では、市が掲げる「企業誘致を推進することにより、より多くの企業が活発な経済活動を行うまち。」を目指し、誘致企業のニーズに応えられる生産能力を持つ事業者に成長していること
②経営基盤の安定・強化支援	ア 商業では、中心市街地（入間市駅周辺および扇町屋地区）を当市の顔として活性化を図るため、事業者、商店街、行政と連携してまちづくりを進め、空き店舗の減少、魅力あるイベントの実施、地域電子通貨（ポイント）導入などにより、地元客が地元の店舗で消費活動していること ウ 狭山茶など特産品を利用した商品や独自の強みのある商品開発の支援、及び DX・IT による販路・商圏拡大を行っていること エ 従業員の研修支援や労働環境の整備を行えていること
③技術力向上や職人の技能継承および生産性向上に向けた設備投資への支援による魅力ある企業の強化・増加	イ 工業では、市が掲げる「企業誘致を推進することにより、より多くの企業が活発な経済活動を行うまち。」を目指し、誘致企業のニーズに応えられる生産能力を持つ事業者に成長していること エ 従業員の研修支援や労働環境の整備を行えていること

③商工会としての役割

当会は昭和 35 年 12 月 9 日に武蔵町商工会として、620 人の会員とともに設立された。その後、市制施行に伴い入間市商工会となり、各会員事業所の発展と地域貢献、市の躍進を目指し努めてきた。現在の会員数は 2,730 者で構成されている。小規模事業者に対し、経営支援、金融支援、経営革新支援、税務支援、労務支援、事業承継支援、創業支援、各種補助金支援を職員 9 名が実施している。その他、地域振興事業として、バルやマルシェなど地域の賑わい創出のためのイベント等を行っている。また、IT 化・DX 推進として、入間市の「いるま DX 推進ラボ」や県と連携し、専門家派遣や事業者マッチングなどの支援

を実施している。

第1期経営発達支援計画では、以下の目標を掲げ、小規模事業者支援を実施してきた。今後は第2期経営発達支援計画を定め、小規模事業者の活性化に向けて全職員一丸となり取り組む。

目標（第1期経営発達支援計画）

小規模事業者の持続的発展に向け、巡回訪問や窓口相談による経営分析やセミナー等を通し、経営課題を解決するための事業計画策定支援を進める。また、必要に応じ専門家や金融機関と連携し、課題に応じた伴走型支援を行い、継続的なフォローアップにより持続的発展を支援する。併せて地域資源を活かしつつ、各地域で行われている事業への積極的な参画・支援により地域経済の活性化に繋げる。

(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、今後5年間の事業実施期間で取り組む下記の4つの目標を設定する。

〈目標〉

- 【目標①】商業事業者が商業施設（アウトレット等）や大型店舗・ネット通販との差別化を図った魅力的な店舗づくりを行うこと、工業事業者が設備投資を行い技術力・生産体制を向上させることなど、小規模事業者が現在の経営環境に適合した経営を行っていること目指す
- 【目標②】小規模事業者による狭山茶などの特産品を利用した商品や、それぞれの独自性を活かした商品・サービスの開発・販売を実現する
- 【目標③】現状、DX・ITの利活用が不十分な小規模事業者による、DX・ITの利活用による販路・商圈拡大、生産性向上を実現する
- 【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標④】により、個々の小規模事業者が魅力的な事業展開をすることで、買い物観光客の市内周遊や中心市街地の活性化を実現する。また、小規模事業者が持続的に成長することで、地域経済の活性化に貢献するだけでなく、地域にとって魅力的な雇用基盤となることを目指す。

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6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】商業事業者が商業施設（アウトレット等）や大型店舗・ネット通販との差別化を図った魅力的な店舗づくりを行うこと、工業事業者が設備投資を行い技術力・生産体制を向上させることなど、小規模事業者が現在の経営環境に適合した経営を行っていること目指す

【目標①達成のための方針】

小規模事業者が現在の経営環境へ適合するための支援として、まずは外部環境を「地域の経済動向調査」により整理する。その後、経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。経営分析では、財務データ等からみえる表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。

また、経営分析等の結果から、今後の方針・取組内容（現在の経営環境に適合した方針等）を定め、結果を事業計画にまとめる。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。

事業計画の実現においては、販売促進支援として、「個社の集客支援事業」などを実施する。

【目標②】小規模事業者による狭山茶などの特産品を利用した商品や、それぞれの独自性を活かした商品・サービスの開発・販売を実現する

【目標②達成のための方針】

小規模事業者の特産品を利用した商品づくり、それぞれの独自性を活かした商品づくりに向けた支援として、「イベントでの商品調査」を実施する。また、調査結果を基に、商品のブラッシュアップを伴走型で支援する。

【目標③】現状、DX・ITの利活用が不十分な小規模事業者による、DX・ITの利活用による販路・商圏拡大、生産性向上を実現する

【目標③達成のための方針】

小規模事業者のDX・ITの利活用による販路・商圏拡大、生産性向上に向けて、【目標①達成のための方針】の支援における各局面でIT利活用支援を実施する。具体的には、①経営分析支援の際に、事業者のデジタル化・IT活用の状況を分析する、②事業計画策定支援の際に、事業計画の策定を希望する事業者に対し、ITセミナーの開催やIT専門家派遣を実施する、③販路開拓支援の際に、「ホームページ作成支援事業」を実施する。

また、効果的な支援に向けて、当会内においてもIT・デジタル化支援能力の資質向上を図る。

【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る

【目標④達成のための方針】

経営分析、事業計画の策定、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】

本計画で目指す、「小規模事業者が現在の経営環境に適合した経営を行っていること」が実現できていない一つの理由として、小規模事業者自身が経営環境の変化を把握できていないことが考えられる。

経営環境の変化を捉えるためのひとつの手法として、データの活用があるが、現状、当会では十分なデータの提供ができていなかった。

【課題】

現状、十分なデータの提供ができていなかったため、今後は RESAS を活用して「地域の経済動向分析」を行い、小規模事業者に提供する必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10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	地域の小規模事業者により市内の状況（経営環境の変化等）を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とすることを目指す。
調査の内容	地域経済分析システム（RESAS）を活用し、地域経済の分析、観光客などの人の動き、産業の現状等を分析する。
調査を行う項目	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
調査の手段・手法	経営指導員が RESAS の情報を網羅的にみて、外部専門家と協議・検討しながら事業者の役に立つデータを抽出。表やグラフを用いて資料を作成し、地域経済動向を管内の小規模事業者に伝えるツールとして配布する。
調査結果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表し、広く管内事業者にも周知。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】

当市は県下最大の「狭山茶」の産地である。このブランド力は全国に通じるものであるため、小規模事業者においても、狭山茶などの特産品を利用した商品開発が期待されている。

小規模事業者が開発した商品（特産品を活用した商品やそれぞれの独自性を活かした商品）が消費者ニーズを満たしているか確認するためには、マーケティング調査が有効である。一方、当会では現状、マーケティング調査の支援が不十分だった。

【課題】

今後は、マーケティング調査を強化する必要がある。具体的には、「イベントでの商品調査」（個社の商品調査）を実施する。また、調査結果を活用し、消費者ニーズを満たしていない点について、商品ブラッ

シュアアップを支援することが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
イベントでの商品調査 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	イベントでの商品調査
目的	小規模事業者が開発した商品（主に、狭山茶などの特産品を利用した商品や、それぞれの独自性を活かした商品）の魅力度を向上させることを目指す。また、魅力度を向上させることで、①アウトレットなどに来市した買い物観光客が当該商品を求めて市内に周遊することや、②ECなどで当該商品を全国に販売することを目指す。
対象	小規模事業者の商品（主に食品）や飲食店のメニューなど、3 商品/年（1 者あたり 1 商品）を対象とする。 ※特産品を利用した商品や小規模事業者の独自性を活かした商品を優先対象とする
調査の手段・手法	「syoko マルシェいるま 等のイベ トを活用し、アンケート調査を実施する。具体的には、マルシェで小規模事業者が販売する商品について、購入者にアンケートの回答を依頼する。調査結果に有意性を持たせるため、1 商品あたり 20 名以上からアンケート票回収を目指す。
調査を行う項目	☐ 商品の総合評価（直感的な評価） ☐ 味 ☐ パッケージ ☐ 独自性（入間らしさ） ☐ 価格 ☐ 購入意向 ☐ その他改善点 等
分析の手段・手法	当会職員（必要に応じて専門家を活用）がデータを集計・分析し、簡易な ポートにまとめる。分析では、各項目について男女別、年齢別にクロス集計を実施し、結果から商品等のターゲット顧客や改良点などを抽出する。
調査・分析結果の活用	前項の簡易レポートを基に事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品等のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップの実行にあたっては、経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の経営状況を現在の経営環境に適合させるためには、小規模事業者自身が現在の経営状況を把握することを通じて、本質的な課題を認識することが重要である。これができると、小規模事業者自身で、現在の経営環境に適合した経営方針等を定めることが可能になる。

当会では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、必ずしも本質的な課題を事業者自身に認識させるための支援を行えていなかった。

【課題】

これまで表面的な分析もみられたことから、今後は小規模事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置いた経営分析を実施する必要がある。

(2) 目標

伴走型支援の導入部として、年間 60 者の経営分析を行うことを目標とする。60 者/年の内訳は、経営指導員 4 名×15 者/年=60 者/年である。

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
経営分析事業者数	39 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者

(3)事業内容							
事業名	小規模事業者の経営分析						
目的	小規模事業者自身が、現在の経営状況を把握することを通じて本質的な課題を認識することを目指す。						
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）						
対象事業者の掘り起こし	当会ホームページでの周知、巡回訪問・窓口相談、記帳代行支援、金融支援、補助金支援、前項『4. 需要動向調査に関すること』などの個社支援の際や、各種セミナー開催時における周知を実施する。						
分析の手段・手法・項目	経営分析は、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。具体的な分析内容は下表のとおりである。 <table border="1"> <tr> <td colspan="2">■経営分析を実施する項目</td></tr> <tr> <td>財務分析</td><td>直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析</td></tr> <tr> <td>非財務分析</td><td> <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> デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など </td></tr> </table> 分析にあたっては、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」、クラウド型支援サービス（Bizミル等）などを活用し、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。非財務分析では、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題の把握を目指す。	■経営分析を実施する項目		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	<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> デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など
■経営分析を実施する項目							
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	<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> デジタル化・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	・経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。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、クラウド型支援サービス（Bizミル等）に集約し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、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】

小規模事業者が、商業施設（アウトレット等）や大型店舗・ネット通販との差別化を図った魅力的な店舗づくりを行うこと、設備投資を行い技術力・生産体制を向上させることなど、新たな取組を行う際は、事前に事業計画策定を通じて、その取組内容や効果を整理することが重要である。

当会では、これまでも経営革新計画の策定や、補助金のための事業計画策定などを通じて、これらの取組を支援してきた。

【課題】

今後もこれらの取組を継続する必要がある。また、現状16者/年の支援であったが、今後はこれらの取組を行う事業者をさらに増加させることを目指して、25者/年まで支援を拡大させることが課題である。

(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、事業計画の策定支援を実施する。事業計画の策定支援では、経営分析件数の約4割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者に対して、ITセミナーやIT専門家派遣を行い、事業計画にIT

利活用の視点を織り込むことで、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

支援にあたっては、「経営状況の分析」で把握した経営の本質的な課題を活用し、対話と傾聴を通じて、事業者自身が事業計画策定に能動的に取り組むための内発的動機づけを行いながら、最適な意思決定のサポートを実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
事業計画策定事業者数	16 者	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者
事業計画策定セミナーの開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
IT セミナーの開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援												
目的	「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、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。また、IT 利活用に関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際に IT 利活用に向けた IT ツールの導入や Web サイト構築等の取組を推進していくことを目的に、事業計画の策定を希望する事業者に対し、IT セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。												
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者を対象とする。												
対象事業者の掘り起こし	対象事業者の掘り起こしは、経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する方法を中心とする。また、補助金・助成金を契機とした事業計画策定の提案や事業計画策定セミナーによる掘り起こしを実施する。 ■事業計画策定セミナー <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td><td>すべての事業者を対象とする。</td></tr> <tr> <td>募集方法</td><td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td></tr> <tr> <td>回数</td><td>年 1 回</td></tr> <tr> <td>講師</td><td>埼玉県内の専門家（中小企業診断士）を想定</td></tr> <tr> <td>カリキュラム</td><td>事業計画の必要性や活用方法、事業計画の作成方法 など</td></tr> <tr> <td>想定参加者数</td><td>10 人</td></tr> </table>	対象事業者	すべての事業者を対象とする。	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知	回数	年 1 回	講師	埼玉県内の専門家（中小企業診断士）を想定	カリキュラム	事業計画の必要性や活用方法、事業計画の作成方法 など	想定参加者数	10 人
対象事業者	すべての事業者を対象とする。												
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知												
回数	年 1 回												
講師	埼玉県内の専門家（中小企業診断士）を想定												
カリキュラム	事業計画の必要性や活用方法、事業計画の作成方法 など												
想定参加者数	10 人												
支援の手段・手法	事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の 2 つの方法で実施する。策定にあたっては、事業者が本質的な課題を認識、納得した上で、内発的動機づけ（当事者意識を持ち自らが課題に取り組む）を促すような支援を実施する。支援時には、必要に応じて専門家派遣を実施する。 なお、事業計画に IT 利活用の視点を織り込むことを目的として、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に IT セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。 ■IT セミナー <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td><td>すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行う。</td></tr> <tr> <td>募集方法</td><td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td></tr> <tr> <td>回数</td><td>年 1 回</td></tr> <tr> <td>講師</td><td>IT 専門家を想定</td></tr> <tr> <td>カリキュラム</td><td>DX、生成 AI、SNS など、毎回、時流に合った IT 関連テーマを定める。 なお、カリキュラムのなかで、DX 総論、DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）、各種 IT ツール紹介等の総論的な内容も紹介する。</td></tr> <tr> <td>想定参加者数</td><td>20 人</td></tr> </table>	対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行う。	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知	回数	年 1 回	講師	IT 専門家を想定	カリキュラム	DX、生成 AI、SNS など、毎回、時流に合った IT 関連テーマを定める。 なお、カリキュラムのなかで、DX 総論、DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）、各種 IT ツール紹介等の総論的な内容も紹介する。	想定参加者数	20 人
対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行う。												
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知												
回数	年 1 回												
講師	IT 専門家を想定												
カリキュラム	DX、生成 AI、SNS など、毎回、時流に合った IT 関連テーマを定める。 なお、カリキュラムのなかで、DX 総論、DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）、各種 IT ツール紹介等の総論的な内容も紹介する。												
想定参加者数	20 人												

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】

現状、事業計画策定後の実施支援が不十分であり、事業計画が形骸化することもあった。また、売上増加や利益増加といったアウトカムにまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

【課題】

事業計画のフォローアップを徹底することで、実行を阻害する課題に対し事業者と一緒に解決する必要がある。また、フォローアップ支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援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3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。

支援にあたっては、自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行い現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて、経営者 内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

項目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
フォローアップ対象事業者数	16 者	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者
頻度 (延回数)	四半期毎 (72 回)	四半期毎 (100 回)	四半期毎 (100 回)	四半期毎 (100 回)	四半期毎 (100 回)	四半期毎 (100 回)
売上増加事業者数	-	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
経常利益増加事業者数	-	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者

(4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・ 手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただ、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、事業計画と進捗状況がズレている場合（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、訪問回数の増加や専門家派遣を行い、軌道に乗せるための支援を実施する。 なお、事業計画の PDCA は、事業者自身ができるようになる（自走化すること）ことが好ましい。そのため、フォローアップ支援においては、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ような支援を実施する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(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。また、小規模事業者の多くは IT を利活用した販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」「人材不足」等の理由により取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっているという課題がある。

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。また、IT を利活用した販路開拓等の支援ができていなかった。

【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。また、これまで IT を利活用した販路開拓等に関する支援が十分でなかったことから支援を強化することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。また、小規模事業者は IT を活用した販路開拓が遅れていることから、IT を活用した販路開拓のきっかけづくりとして「ホームページ作成支援事業」を実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
①個社の集客支援事業 支援事業者数	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②ホームページ作成支援事業 支援事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
(BtoB の場合) 成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
(BtoC の場合) 売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①個社の集客支援事業（BtoC）

事業名	個社の集客支援事業
目的	小規模事業者は広告宣伝に多額の費用をかけることができず、新規顧客との接点が少ない。また、独自にどのように集客をすればよいのかをわからない事業者も多い。そこで、集客のきっかけづくりとして、当会で個社の集客を支援する。また将来的には、小規模事業者が独自に集客の取組を行えるようにする。
支援内容	年度により支援テーマを定め、以下の取組を通じて、既存顧客とは異なる新たな顧客との接点づくりの個社支援を実施する。 ア 売り出し事業 支援対象：小売業 訴求相手：地元消費者 売り出しとは、特定の日や期間に、特に宣伝して安く売ったり、景品を付けたりして売するための企画である。当会では、年 1 回、年末または年度末に実施。地域に売り出しのチラシを配布する。また、期間中に買い物をする、豪華賞品が当たる抽選会に参加できる。 イ syoko マルシェいるま 支援対象：小売業、飲食業等の店舗 訴求相手：地元消費者 当会が主催するイベントである。市内商工業者の販路開拓や PR の機会を創出することを目的としている。令和 5 年 6 月に第 1 回開催が行われ、約 1,000 人の来場者を集めた。今後は、認知度を上げるにより、さらなる集客に努める。 ウ 「いるま建設業 MAP」等の集客ツール制作 支援対象：年度により支援対象業種が変わる 訴求相手：地元消費者 「いるま建設業 MAP」とは、市内の建設者を紹介する簡易カタログである。各業者がどのような工事を行うか（どのような工事が強みか）についても紹介している。今後も年度ごとに支援対象業種を決め、対象業種の小規模事業者を紹介する集客ツールを作成する。

	また集客ツールを配布することで、販路開拓・ビジネスマッチングを実現する。なお、集客ツールは基本的に紙媒体と考えているが、必要に応じて、電子ブックやWEB サイトも検討する。
支援の手段・手法	参加事業者のなかから、毎年3者程度の個社支援協力事業者を選定。これら協力事業者への支援（トライア ドエラー）を通じて、「どのようにすれば成果を拡大させることができるか」を検証する。この個社支援で得た成功体験は、他の個社支援において活用する。支援にあたっては、専門的な知識も必要となるため、専門家との連携も行う。
期待効果	売上拡大を狙う

②ホームページ作成支援事業（BtoB、BtoC）

事業名	ホームページ作成支援事業
目的	現代において、IT を活用した販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者は取組が遅れており、いまだホームページを保有していない事業者もみられる。そこで、IT を活用した販路開拓のきっかけづくりとして、ホームページ作成支援を実施する。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	ホームページ作成ツール「Goope」を活用したホームページ作成支援を実施する。また、ホームページを作成するだけでは効果は限定的であると考えられるため、「Goope」の機能を活用しながら、ホームページのアクセスを増加させるための SNS 支援、ホームページで商品を販売する EC 支援を実施する。
支援の手段・手法	①経営分析で顕在化した経営課題に対してホームページ（SNS、EC 等含む）を活用した課題解決（販路開拓）に意欲的な事業者、②事業計画のなかでホームページ（SNS、EC 等含む）を活用した販路開拓の取組を記載した事業者、③『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する「IT セミナー」でホームページ（SNS、EC 等含む）を活用した販路開拓に意欲を持った事業者を中心に、支援対象者を掘り起こす。その後、実際にチャレンジする事業者に対し、経営指導員や IT 専門家派遣による個社支援を実施する。また、導入後も成果があがるまでフォローアップを行う。
期待効果	BtoB の場合：新たな取引先の獲得を狙う、BtoC の場合：売上拡大を狙う。

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支援状況は、会内で評価するに留まっており、第三者の視点を入れた評価・事業の見直しなどはなされていなかった。

【課題】

今後は、第三者（外部有識者）を入れた「経営発達支援事業評価会議」により本事業の成果を確認し、PDCA を回しながら事業を推進する必要がある。

(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改善のために、PDCA を回す仕組みを構築する。
事業評価の手段・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）

	(a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 (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。 【DO】（事業の実行） (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。 (d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援サービス（Biz ミル等）に適時入力する。 【CHECK】（事業の評価） (e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援サービス（Biz ミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。 (f) 週 1 回の会議にて、法定経営指導員や経営指導員等が相互に進捗状況の確認および評価を行う。 (g) 年 1 回の「経営発達支援事業評価会議」にて、外部有識者等からの評価を受ける。 ※「経営発達支援事業評価会議」の実施の流れ - 入間市商工観光課長（もしくは担当者）、法定経営指導員、外部有識者（税理士等）をメンバーとする「経営発達支援事業評価会議」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）にて定量的に評価を行う。 - 当該「経営発達支援事業評価会議」の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当会ホームページ（https://irumashi-sci.org/）へ掲載（年 1 回）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。 【ACTION】（事業の見直し） (h) 「経営発達支援事業評価会議」の評価及び理事会の意見等を参考に、年 1 回、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。
--	--

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、本計画で目標とする「DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力」や「経営力再構築伴走支援の能力」が不足している。

【課題】

本計画の成果をあげるために、補助員等も含めた組織全体の支援力向上を図る必要がある。また、不足能力を特定し、外部・内部研修を通じて資質向上を図ることが課題である。

(2) 事業内容

①経営指導員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	全職員（法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員）
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
不足能力の特定	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。 〔小規模支援法改正により新たに求められる能力〕 ・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力 ・ 展示会等や IT を活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力 〔近年の支援環境の変化に対して求められる能力〕 ・ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上

内容	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、以下の手段・手法により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今まで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。 ア 小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて 埼玉県商工会連合会の経営指導員研修などの上部団体等が主催する研修に参加する他、中小企業大学の専門研修、金融機関が開催する研修・セミナーなどに参加する。 イ DXに向けたIT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。 ＜DXに向けたIT・デジタル化の取組＞ i) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組 RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等 ii) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組 ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等 iii) その他の取組 オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等 ウ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて 中小企業基盤整備機構の「経営力再構築伴走支援研修」に参加する。また外部で「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマの研修・セミナーが開催される場合は積極的に参加する。
----	---

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

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	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。 イ 情報共有 週1回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。 ウ データベース化 担当経営指導員等がクラウド型支援サービス（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。

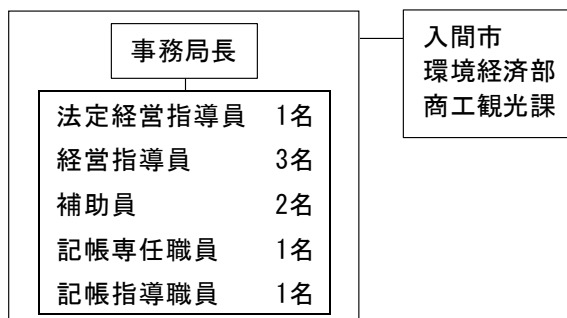
(別表2)

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5年11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：石田 雅樹

連絡先：入間市商工会 TEL. 04-2964-1212

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

〒358-0001

埼玉県入間市向陽台 1-1-7

入間市商工会

TEL：04-2964-1212 / FAX：04-2964-1214

E-mail：irm@irumashi-sci.org

②関係市町村

〒358-8511

埼玉県入間市豊岡 1-16-1

入間市 環境経済部 商工観光課

TEL：04-2964-1111 / FAX：04-2965-0232

E-mail：ir2440000@city.iruma.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 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
必要な資金の額	5,900	5,900	5,900	5,900	5,900
事業計画策定セミナー開催費	300	300	300	300	300
ITセミナー開催費	300	300	300	300	300
専門家派遣謝金	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
集客開拓事業費	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
調査・分析費用	200	200	200	200	200
職員の資質向上事業費	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
会費収入、国・県・市補助金、各種事業収入

(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