

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	鳩ヶ谷商工会（ 法人番号 4030005012133 ） 川口市（ 地方公共団体コード 112038 ）
実施期間	令和3年4月1日～令和6年3月31日
目 標	(1) 伴走型支援に基づいた地域小規模事業者の「売上の拡大・利益の向上」 (経営分析に基づいた事業計画を策定し、売上・利益の増加を図る) (2) 地域特性を活かした「創業者の創出」 (伝統ある商店街と若い人材の融合を通じて、創業者を増加させる) (3) 小規模事業者・地域にとってプラスとなる「事業承継の推進」 (積極的な啓蒙活動を通じ、様々な形による事業承継の実現を支援する) (4) 地域資源や地域事業者を活かした「街づくり」と「地域内外需要(消費)の拡大」 (地域内の魅力を創出・発信し、観光・地域住民による消費の拡大を図る)
事業内容	3－1. 地域の経済動向調査に関すること (国・県・市・当会調査を分析し、広く公表するとともに個社支援に活用する) 3－2. 需要動向調査に関すること (小規模事業者の商品・役務に係る需要動向を調査し、販路開拓に繋げる) 4. 経営状況の分析に関すること (SWOT分析・財務分析の体系化とデータ化を図り、伴走型支援を実施する) 5. 事業計画策定支援に関すること (経済動向・需要動向・経営分析等を踏まえ、実効性の高い事業計画を策定) 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること (計画実行を継続的に支援するとともにPDCAサイクルを確立する) 7. 新たな需要開拓の寄与に関すること (展示会出展支援・ITによる支援を通じて小規模事業者の需要を開拓する)
連絡先	■鳩ヶ谷商工会 〒334-0002 埼玉県川口市鳩ヶ谷本町2丁目1番1号 TEL:048-281-5555 / FAX:048-285-6630 E-mail: hatogaya@syokoukai.jp ■川口市 経済部 産業労働政策課 〒332-8601 埼玉県川口市青木2丁目1番1号 TEL:048-259-9025 / FAX:048-258-1190 E-mail: 100.01000@city.kawaguchi.saitama.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

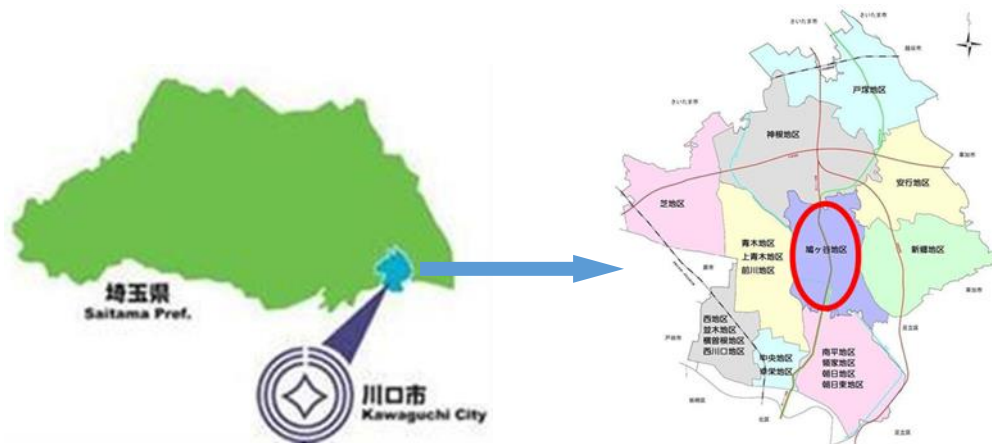
(1) 地域の現状及び課題

①地域の現状

【立地等】

I. 位置・面積

鳩ヶ谷商工会管内である川口市鳩ヶ谷地域は埼玉県南東部に位置し（下の左地図参照）、平成 23 年に川口市・鳩ヶ谷市の 2 市の合併により誕生した。南北 3.8 km・東西 2.8 km、面積 6.22 k m² のコンパクトな地域に商工業と住居が混在した地域である。現在は旧川口市地域を川口商工会議所が管轄し、当会は旧鳩ヶ谷市地区（下の右地図参照）の管轄を行っている。



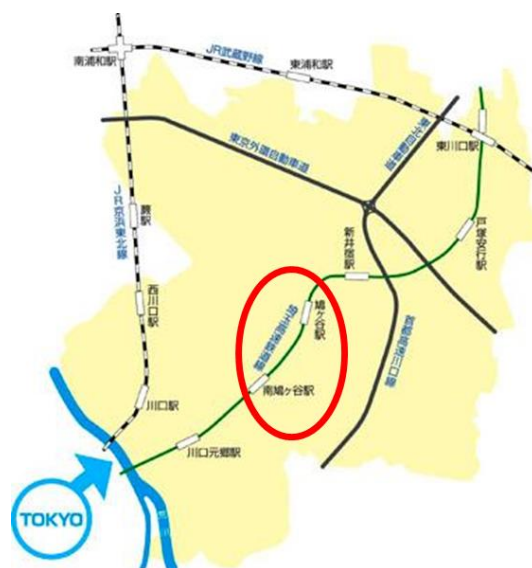
II. 交通

鉄道では、東京メトロ南北線に直結した埼玉高速鉄道の駅が 2 駅あり、飯田橋・永田町・六本木・目黒など各駅まで 25～40 分程度で到着する。また、市内には J R 京浜東北線（2 駅）と武蔵野線（1 駅）が運行され、都心への利便性が高い地域である。

バスでは、国際興業バスや市内循環コミュニティバスが古くから発達しており、地域内の循環も比較的スムーズな場所が多い。

道路では、地域の中心地を国道 122 号が縦断し、約 3 km 内に東北自動車道、東京外環自動車道、首都高のインターチェンジがあり、物流面に関する利便性も非常に高い。

鉄道・バス・道路と交通に関する利便性が全て高いため、人口の増加と東京のベッドタウン化が進んでいる。



Ⅲ. 歴史文化（地域資源）

古来より中央と地方を結ぶ幹線道路である「鎌倉街道」が通り、道とともに産業・文化が育まれてきた地域である。江戸時代になると日光社参（将軍が日光へ参拝すること）時に将軍が通る道「日光御成道」として整備され、日光御成道に5つ設けられた宿場町の一つ「鳩ヶ谷宿」も作られ、町の発展に繋がった。

「鳩ヶ谷宿」には、日光御成道と地域内を流れる「芝川」「見沼代用水」を使い、各地から物資が集められ、県内屈指の商業・文化の中心地となった。特に、江戸時代中頃から始まる三八市は大変な賑わいを見せ、綿布・米穀・野菜・植木苗木などの集散地として栄え、米穀問屋や織物中継商が軒を並べていた。

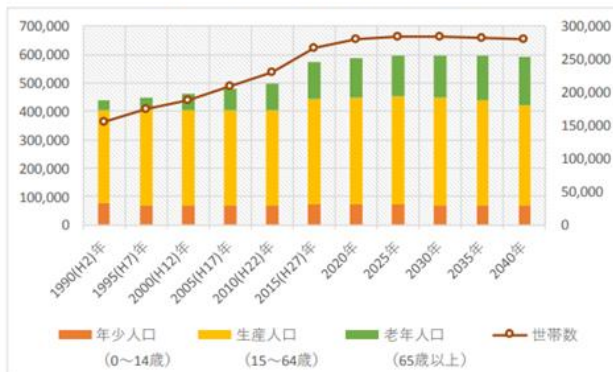
当地域の中心地の区割りは今でも鳩ヶ谷宿の面影を残し、江戸時代から続く店舗や歴史ある建物・寺院も数多くあり、地域の貴重な資源となっている。現在では日光御成道という資源を活用したイベント（右写真）も開催され、地域の賑わい作りに繋がっている。



【人口】

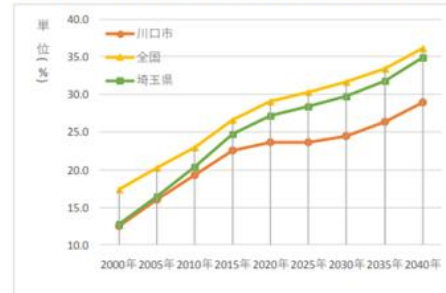
川口市は平成30年4月1日に中核市に移行した人口607,105人（令和2年1月1日時点）の都市で現在も人口が増加している。しかし、川口市の「基本特性等現状把握調査結果」では、人口及び世帯の推移・推計（下の左図）では間もなく人口のピークを迎え、高齢化率の推移・推計（下の右図）においても高齢化率の上昇が予測されている。

図表1：川口市の人口及び世帯の推移・推計



出典：2015年までは国勢調査結果の推移等、2020年以降の推計値は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30年推計）より

図表2：高齢化率の推移・推計（全国・埼玉県・川口市）



※15年までは国勢調査結果の推移等、2020年以降の推計値は国立社会保障・人口問題研究所

当鳩ヶ谷地域の推移データ（下記の表）では、人口は平成12年の54,228人から令和2年には65,205人と20年間で約20%増加した。しかし、生産人口は微増に留まり、老年人口は約2倍まで激増するなど、当地域でも高齢化率は確実に上昇している。

鳩ヶ谷地域	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年	20年間対比
世帯数	20,897	23,668	26,539	28,215	30,474	146%
人口	54,228	57,305	61,473	63,610	65,205	120%
年少人口（0～14才）	7,472	7,833	8,482	8,574	8,360	112%
生産人口（15～64才）	38,842	38,903	39,826	39,967	41,054	106%
老年人口（65才以上）	7,914	10,569	13,165	15,069	15,791	200%
平均年齢（才）	41.26	42.49	43.31	44.45	45.46	+4.2

【産業】

I. 事業所数

当地域全体では、H18 年 2,264 事業所、H24 年 2,053 事業所、H28 年 1,857 事業所と 10 年間で 407 事業所（約 18%）減少した。埼玉県全体での減少率（-5.4%）と比較し、大きな減少率となっている。

II. 小規模事業者数

当地域の小規模事業者率は 83.0%となっている。埼玉県全体の割合は 74.2%であり、当地域は小規模事業者率が高いことが特徴である。しかし、当地域の小規模事業者率は H18 年の 86.0%から H28 年には 83.0%に減少していることから、小規模事業者の廃業が年々増加していることが分かる。

一方で都心への利便性の高さ、出版社やマスコミ関連、I T 関連が集積する地域に直結していることから、業務を請負うフリーランスの小規模事業者が増加していることも地域の特徴となっている。

III. 業種

【建設業】H24 年 319 事業所→H28 年 282 事業所、-11.6%

約 90%は専門工事を行う小規模事業者で一人親方も多い。特定の元請け会社から仕事を受注しているケースが多いが、オリンピック需要や人口増加に伴う住宅着工・リフォーム工事など、比較的安定した受注量を保持している。また、後継者のいない古くからの事業所の廃業が増えているが、若い創業者も多にいる。

【製造業】H24 年 421 事業所→H28 年 359 事業所、-14.8%

自動車関連の部品加工などを行う小規模事業者が中心であるが、ものづくりの町である川口市に位置していることから中大規模の事業者も多い。しかし、人口増加に伴って準工業地域にまでマンションや住宅が立ち並び、騒音・排気の近隣問題から移転する事業者もいる。製造業に不向きな立地と開業に必要な高額コストから新たに創業する人はほとんどいない状態である。

【小売業】H24 年 484 事業所→H28 年 430 事業所、-11.2%

当地域の小売業の多くは商店街に位置する地元密着の店舗であるが、地域外の大型店やネット販売の浸透により、購買力の流出が著しく、古くから経営している小規模店舗は厳しい経営環境にあり、廃業も増加している。一方、大手チェーン店によるコンビニやドラッグストアは人口増加に伴い、店舗数も増加している。

【サービス業】H24 年 790 事業所→H28 年 786 事業所、-0.5%

当地域のサービス業の多くは、小売業同様に地域密着型の生活関連サービス業となっている。人口増加に伴い、個人の飲食業・美容業の開業も多く、業種割合では一番高くなっている。また、新規開業も多いことから競争は激しいが、独自のサービスや特徴を持っている店舗も多い。

《鳩ヶ谷地域 事業所統計データ》

鳩ヶ谷地域	H18 年 調査結果	H24 年 調査結果	H28 年 調査結果	前回調査 対比	H18 年 業種割合	H24 年 業種割合	H28 年 業種割合
建設業	437	319	282	88.4%	19.3%	15.5%	15.2%
製造業	533	421	359	85.3%	23.5%	20.5%	19.3%
小売・卸売業	536	484	430	88.8%	23.7%	23.6%	23.2%
サービス業	674	790	786	99.5%	29.8%	38.5%	42.3%
地区全体事業所数	2,264	2,053	1,857	90.5%			
（うち小規模事業者数）	1,948	1,742	1,542	88.5%			
（当地区小規模事業者率）	86.0%	84.9%	83.0%				
埼玉県全体事業所数	232,418	226,999	219,247	96.6%			
（うち小規模事業者数）	178,515	172,648	162,663	94.2%			
（県全体小規模事業者率）	76.8%	76.1%	74.2%				

【川口市総合計画】

現在、まちづくりの基本的な方向性を示す「川口市総合計画」は、第 5 次総合計画（2016～2025 年）が策定され、「人と しごとが輝く しなやかでたくましい都市 川口」を将来都市像として位置づけられている。

また、6 つのめざす姿の 1 つとして、「めざす姿Ⅲ 産業や歴史を大切にした“地域の魅力と誇りを育むまち”」が掲げられ、具体的な単位施策として、「地域経済基盤づくり」「活力ある工業等の振興」「活気ある商業の振興」「魅力ある農業の振興」「地域資源の活用」があげられている。

めざす姿Ⅲ 産業や歴史を大切にした“地域の魅力と誇りを育むまち”	
施策・基本方針	単位施策
1 地域経済基盤づくり 企業の経営基盤の強化を支援し、さらに市産品のブランド化や販売促進に力を注ぐことで市内産業の経済活動を活性化します。	① 企業経営の強化支援 ② 就労環境の向上 ③ 企業間連携の支援 ④ 担い手の育成と技術の振興
2 活力ある工業等の振興 高い技術力を活用した製品の高付加価値化や積極的なPRといった差別化を図る活動を支援し、ものづくり産業の振興を図ります。	① ものづくり産業のさらなる振興 ② 企業立地及び業務拡張等の支援
3 活気ある商業の振興 人々が買い物を楽しめる商業環境づくりと、地域に密着した商店街の魅力づくりを支援し、商業の振興を図ります。	① にぎわいある商業活動の振興
4 魅力ある農業の振興 歴史と伝統を誇る花き・植木や野菜といった本市の農産物（生産地）のブランド力向上と販路拡大を図るとともに、首都圏で貴重な農地を保全する仕組みを作ることで、都市農業の振興につなげていきます。	① 都市農業の振興 ② 都市農地の保全
5 地域資源の活用 本市が持つ多種多様な魅力と誇りを育み、市内外に発信していくことで、多くの交流や活動を生み出し、まちを元気にしていきます。	① 地域資源を活用したシティプロモーションの実施 ② 歴史的資源の保護と活用 ③ SKIP シティを活用した地域の活性化

②地域の課題

【小規模事業者の経営環境等における課題】

I. 小規模事業者数の大幅な減少

当地域では 10 年間で事業所数全体において約 18%、小規模事業者数では約 21%も減少している。これは、大型店の進出・ネット売上の増加・消費マインドの低下・ライフスタイルの多様化など外部環境に基づく要因もあるが、小規模事業者自身が抱える下記Ⅱ～Ⅳなど内部要因による影響も大きい。

当会としては、その他にも「開業者の創出」や「事業承継の推進」「地域で抱える課題」への対応支援が事業所数減少の重要な解決策と捉え、伴走型支援で取組む必要がある。

Ⅱ. 小規模事業者の売上・利益率の低下

当会が行ってきた財務分析の結果では、地域の小規模事業者の多くで売上・利益率の減少傾向が見られた。一方、事業計画に基づき新商品やサービスの開発などを行っている事業者の売上・利益は比較的増加傾向にあるなど二極化が発生している。

Ⅲ. 経営者の高齢化、事業承継の遅れ

上記の売上・利益の減少傾向は、特に経営者が高齢な小規模事業者によく見られる。当地域の経済

を長らく支えてきた貢献者であるが、経営状況に加えて後継者不在により、廃業を選択する事業者が年々増加している。また、後継者が既に従事している、もしくは後継者候補が存在しているにもかかわらず、承継準備に着手していない事業者も多い。第三者承継に関しては地域内において実績数が少ないことも課題である。

IV. デジタル化や IT 活用への対応の遅れ

人材が不足している小規模事業者は、業務のデジタル化による生産性の向上や IT の活用による販売促進などに取組み、売上・利益の増加に繋げることが望まれるが、当会のアンケート調査でもデジタル化の導入・IT の活用を行っている小規模事業者の割合は半数に達していない状況にある。要因としては、導入コストといった理由の他に導入の効果が分からない、何をすればよいか分からないといった声が多く、推進に向けた伴走型支援が求められている。

V. 創業者数の伸び悩み

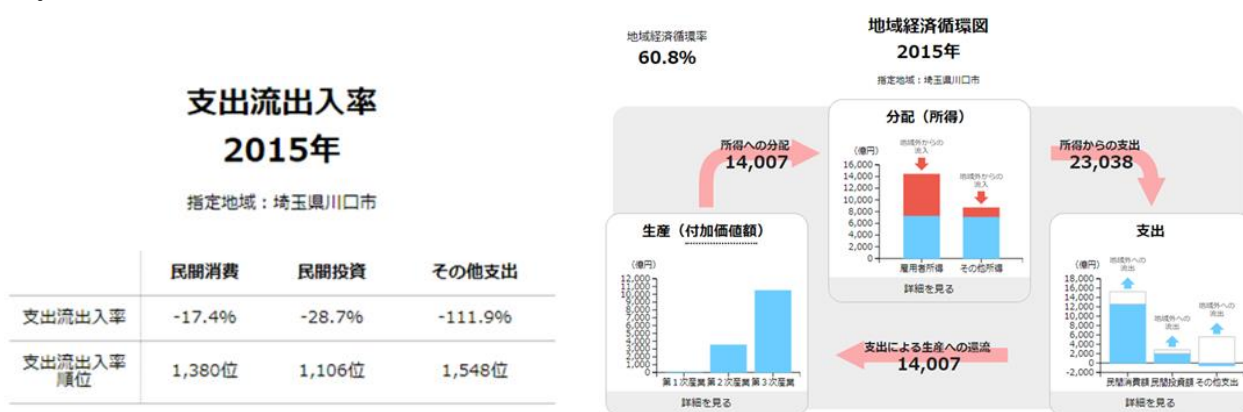
当地域では人口増加と比較して創業者数が少ない現状にある。また、開業したが数年内に廃業する店舗（小売・サービス業）もあり、事業所数の増加における大きな課題となっている。創業を推進する啓蒙活動や育成施設、そして創業を成功に導く当会支援の強化が求められる。

【地域の環境変化への対応における課題】

I. 地域外での消費拡大

RESAS（地域経済分析システム）の「川口市の支出流入率」データにおいて、民間消費では-17.4%と地域外への流出率が県内最大のマイナス数値となっている。当地域では 20 年前まで鉄道がなく、近隣地域に勤めている割合も高かったため、食品・日用品・嗜好品ともに地域内での消費率が高かった。しかし、地下鉄の開通とともに人口が増加する中でベッドタウン化が進み、ネット購入も含めて地域外での消費率が高くなっている。地域の小規模事業者にとって、人口増加は大きなチャンスであるが、地域住民が望む商品やサービスを十分に提供できていない他、自社の商品・サービスが地域内で知られていないことが大きな課題である。

また、インバウンド需要や交通の利便性の高さを活かした観光来訪者も十分に取組みしていない状況である。当地域が持つ、地域資源や魅力ある店作りを通じて、地域内消費を高める支援が求められる。



II. 地域イベントの減少、新たな住民への歴史や文化の継承

商店街など地域でイベントを行っていた団体やグループの解散、世話役の高齢化などにより、地域で開催されるイベントが減少している。また、新たな住民からは地域の歴史文化を知る機会の創出が求められているが十分に対応できていない。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

「地域に次の100年企業を育てることを目標に共に歩む」を当会の振興理念とし、経営発達支援に取り組んでいる。宿場町として栄えた当地域には100年企業が多数存在するが、100年企業には時代の流れや消費者ニーズの変化に柔軟に対応し、業態やサービス方法を変革してきた特徴がある。

しかし、小規模事業者の多くは全体的に旧態依然の経営スタンスとなっており、持続的な事業発展に課題を抱えている。当地域では10年間で人口が約10%増加しているにもかかわらず、事業所数は約18%減少するという危機的状況である。今後10年を見据えた場合、当地域でも人口減少が始まり、ネットでの購入層はさらに増加することが見込まれ、地域内での需要減少は避けられない。

また、小規模事業者は少子高齢化による人材不足、消費者の価値観やライフスタイルの多様化、予期せぬ災害など、様々な課題に生き残りをかけて対応していかなければならない。小規模事業者が求められる変革に情報や知識を提供し、強い支えとなることが当会の責務と考えている。

上記を見据えて当会では重点振興として、「売上・利益の増加」「事業承継の推進」「開業者の創出」「地域内需要の掘り起こし」に取り組む。当地域における経営者の平均年齢は、60歳以上が全体の約60%を占めており、円滑な事業承継が大きな課題である。廃業者数が開業者数を上回る現状において、地域経済の活力の源である小規模事業者に対して、経営力向上や革新的な取り組みへの支援、親族内での円滑な事業承継・第3者への事業承継を支援することで、廃業者数の減少に歯止めをかけると同時に事業の持続的発展に繋げる。

また、人口が大幅に増加し、都内で働く若い世代も多数いる当地域には、才能を秘めた人材が相当数存在していると認識している。当会が伴走型支援を行い、事業計画策定に基づいた創業支援を行うことで開業時のリスクを下げ、体力の乏しい創業者の経営基盤の早期確立に繋げていく。

そして、小規模事業者による「地域の伝統ある企業の変革」と「新たな人材・魅力の発掘」の融合により、「イノベーション性の高い未来型のまちづくり」を行い、「地域内需要を高める」ことを振興の在り方として、経営発達支援を実施する。

② 川口市総合計画との連動性・整合性

本経営発達支援計画は、「第5次川口市総合計画」における具体的な産業振興施策を策定した「川口市産業振興指針」と連動性を持って、事業の推進を図る。「川口市産業振興指針」の抜粋情報は下記の通り。

【目的】

本市に住む人、働く人の暮らしを支える利便性と質の高いサービスの提供には、市内産業の振興が不可欠であり、市内産業の現状を把握し、地域の中小企業・小規模企業及び中小企業団体と密接に連携しながら、中小企業・小規模企業及び幅広い業種の産業振興に計画的に取り組むこと。

【目標年次】

「第5次川口市総合計画」と同じ「2025年度」とし、計画期間は「2018年度～2025年度」までの8年間。

産業振興において、中小企業団体（当会など）と密接に連携し、中小・小規模企業の幅広い業種の計画的な支援に取り組むことが定められている。また、「第5次川口市総合計画」「川口市産業振興指針」とともに計画期間は2025年度までとなっており、本経営発達期間と一致している。

また、川口市産業振興指針の「目標」として、下記の3つが定められている。

【目標】

市内経済の好循環による産業が輝くまち

幅広い世代の人材が活躍するまち

魅力ある産業の演出による活力あるまち

下記で掲げる本経営発達支援計画の目標・方針も「市内経済の循環作り」「若い世代の開業支援」「地域資源の活用による活性化」となっており、目標においても連動性が高い。

そして、川口市産業振興指針の「基本方針・重点プロジェクト」として、9つの基本方針と22のプロジェクトが定められている。本計画では、下記の6つの基本方針と12の重点プロジェクトにおいて、連動性を持った取組みを実施する。

川口市と当会が一体感を持って地域の小規模事業者の持続的発展の支援に取り組むことで、川口市の「産業振興指針」ならびに当会の「経営発達支援計画」の目標を達成させる。

基本方針		重点プロジェクト
1.	幅広い業種の産業振興に取り組みます	市産品の活用促進 市産品フェア等による市内産業の魅力発信
2.	中小企業・小規模企業の活躍を支援します	産業支援機関と連携した経営支援の強化 事業承継に対する支援
3.	市内企業の魅力の創出・販路拡大に取り組みます	市産品フェア等による販路拡大支援の強化 創業支援の強化
5.	市内企業の人材確保・人材育成を支援します	人材育成支援の強化 女性活躍推進の支援
8.	市内商店街の活性化を支援します	商店街の組織力強化の支援 商店街の集客支援
9.	地域産業資源の活用に取り組みます	地域産業資源を活用した誘客事業の推進 地域産業資源を活用した事業への支援

③商工会としての役割

小規模事業者が持つ資源、ノウハウ、経営状況を分析し、自らの強みや機会を活かして需要の創造や掘り起こしができるよう事業計画の策定から実行まで支援する。特に商工会が果たすべき役割として地域に根付き、地域の特色・小規模事業者・地域に住む人々を把握した機関ならではの強みを活かした、いつでも相談できる「経営のホームドクター」の役割を担う。

定期的な巡回や開かれた窓口を通じて、どんな相談にも対応を図る中で、課題の根底や要因を探り、外部の支援機関との連携も含めて、最適な対応法を診断・アドバイスすることが求められる。

そのために職員は研修等を通じてスキルの向上に取り組み、地域の小規模事業者の発展と職員の成長を同時に促すことを意識したスタンスで経営発達支援を行うこととする。また、徹底して事業者とマンツーマンで向き合い、個別指導においてはどの支援機関にも負けないサービスの提供を心掛けていく。

そして、小規模事業者自身の考えを尊重し、自覚を持った経営戦略による持続的発展を目指すために事業計画策定では、まず事業者自身に自分の考えを深めてもらった上で、当会で必要な情報の収集・提供を行うサポート支援を行う。また、経営指導員を中心に職員でできる支援内容を増やし、高度な課題については専門家や強固なネットワークを活用するなど企業の実態や状況に適応した伴走型支援を行うこととする。

また、伴走型支援における重要な資料となる支援情報はデータ化し共有化を図るとともに強固なネットワークによる連携支援においても活用し、より効果的な伴走型支援に繋げる。

(3) 経営発達支援事業の目標

目標①：伴走型支援に基づいた地域小規模事業者の「売上の拡大・利益の向上」

地域の小規模事業者の多くは売上の拡大と利益の向上を目指しているが、目標を達成するための具体的な計画作りや新たな取組みを行えていない状況である。当会ではこれまでも経営発達支援計画に取組み、事業計画に基づいた経営を推進してきたが、小規模事業者全体の割合ではまだ十分な数値に達していない。今後はさらに積極的な啓蒙活動を通じて行支援事業者を増加させるとともに、経営分析・事業計画策定・計画実行・販路開拓の支援システムを新たに構築し、質の高い伴走型支援を実施する。また、PDCAを継続的に行うことで変化に一早く対応し、支援事業者の売上の拡大・利益の向上に繋げることを目標とする。

(具体的な目標数値)

- I. 事業計画の基礎となる経営分析を5年間で400件実施する。
- II. 経営分析を行った事業所のうち、5年間で205社の事業計画を策定する。
- III. 事業計画策定後には状況別に定めた頻度でフォローアップを行い、5年間で1,200回実施する。
- IV. 販路開拓支援等も継続的に実施し、事業計画を策定した事業者のうち、73社の売上の拡大または利益の増加目標を達成させる。

目標②：地域特性を活かした事業展開による「創業者の増加」

当地域では人口増加という大きな機会を得ているにもかかわらず、事業所数は大幅に減少し、創業者も少ない現状にある。当会では地域資源である日光御成道「鳩ヶ谷宿」の伝統を受け継ぐ地域商店街の街並みと、人口増加に伴い新たに流入した才能ある若い人材を「地域特性」と捉え、両者を軸とした事業展開による「創業者の増加」を目指す。しかし、創業希望者は当会の存在や経営支援策を知らない方が多いため、まずは啓蒙活動から力を注ぐとともに、上記①の支援＋当会独自の実践型創業支援を通じて、創業者の増加と創業後の定着に繋げることを目標とする。

(具体的な目標数値)

- I. 当会独自の実践型支援を5年間で75件実施する。
- II. 最終的な創業事業計画策定支援を5年間で15件実施する。
- III. 新規開業者には重点的なフォローアップを行い、5年間で180回実施する。
- IV. 伴走型支援を通じて、開業3年後の事業継続率割合80%を達成する。

目標③：小規模事業者・地域にとってプラス（有益）となる「事業承継の推進」

人口構成同様に高齢化が進んでいる地域の経営者に対して、事業承継計画の策定に基づく、段階的な承継の準備を推進する。多くの場合は親子間で承継が行われるが、事前に協議や対策を取っている事業者はほとんどない状況である。本経営発達支援計画を通じて、事前の準備から計画策定・承継後の後継者へのフォローアップなど伴走支援を実施することで、小規模事業者にとって有益となる事業承継の実行を目指す。また、現在ほとんど実行されていない第三者承継においても、廃業されることで地域として大きな損失となる技術やノウハウなどを所有する事業者については、専門支援機関と積極的に連携し、第三者承継や部分承継も視野に入れた事業承継の実現を目標とする。

(具体的な目標数値)

- I. 相談者のうち、具体的な承継時期を定めた事業所の事業承継計画を5年間で10件策定する。
- II. 事業承継計画策定後には協力支援機関と連携し、5年間で120回のフォローアップを実施する。

目標④：地域資源や地域事業者を活かした「街づくり」と「地域内外需要（消費）の拡大」

当地域は交通の利便性の向上に伴って人口が増加しているが、地域の小規模事業者の多くは、100年企業も含めて、長年経営を行っている小規模事業者が多い。本経営発達支援計画を通じて、「事業

計画に基づいた新商品やサービスの開発」、「魅力ある創業者の増加」、「事業承継による新しい経営」が実現することで地域経済の活性化とより住みやすい街になることが見込まれる。また、その取組みを行う中で「地域資源（日光御成道、ご当地グルメ、豊富な人材や連携機関等）」を活かした「街づくり」にも繋げることを目標とする。

また、「地域資源」を地域内外に積極的にPRすることで観光客など交流人口の増加による地域外からの消費拡大、そして都内等での消費が多い地域住民の消費拡大を図り、当地域の「支出流入率」を向上させることを目標とする。

（具体的な目標数値）

I．創業支援や鳩ヶ谷宿の魅力発信を通じて、5年間で商店街空き店舗10件のリノベーションを実施する。

II．小規模事業者・地域資源の魅力を発信するイベントを年4回開催するとともに、5年間で75社の出展支援を行い、地域需要（消費）の拡大を図る。

III．様々な機関・団体や人材と協力連携し、街づくりに取り組むことで地域外からの交流人口を年間3%増加させる。

2. 経営発達支援事業の実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日～令和6年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

《4つの目標を達成するために取組む共通方針》

上記で定めた本経営発達支援事業の4つの目標を達成するために、下記の4つを全項目に共通する重点方針とする。

方針①：経営発達支援事業のさらなる周知による支援対象者の「掘り起こしの強化」

当会では平成28年度より経営発達支援の取組みを行い、地道な活動を続けたことで地域小規模事業者の「事業計画」という意識は以前より高まった。しかし、まだ1度も支援を行えていない事業者の方が多い現状である。

支援を必要とする事業者（創業希望者、事業承継希望者も含む）や経営意欲が高く新たな取組みを希望している事業者を掘り起こすため、当会の経営発達支援の概要や市場動向分析・需要動向分析の調査データを取りまとめ、巡回・窓口相談時に事業者に提示し、支援の利用を積極的に促す。また、会員以外で特に接点がない地域事業者には、ホームページに情報を掲載することで経営に関心の高い事業者の検索・利用に繋げる。また、当地域は利便性の高さから都内の企業を相手にしたフリーランスの方々も増加していることから、事業周知の強化を図る一貫として当地域に2ヶ所ある駅の掲示板を利用したPRも実施するなど啓蒙活動も改善し、本事業による支援対象者の拡大を行う。

方針②：当会支援手法の確立と研修実施による「支援能力の強化」「組織的な支援の実施」

小規模事業者への個別支援では現在の経営発達支援計画に取組む中で一定の成果を出すことができた。しかし、担当の経営指導員の判断やスキルによって事業者への支援内容が異なっている。個別支援という強みは活かしつつ、支援内容の判断基準や一定の支援手法を確立することで、これから経営支援に取組む職員や経験の浅い職員も伴走支援に取組むことを可能とする。

また、伴走型支援において専門家の知識は必須であるが、普段接する当会全職員のスキルや知識を上げることが重要であることから、目的や課題に応じたOJTとOff-JTを計画的に実施することで、職員のスキルと当会の支援機関としての機能の向上に繋げ、組織的支援の確立を図る。

方針③：小規模事業者・当会のデジタル化の推進・ITの利活用による「生産性の向上」

限られた資源（ヒト・モノ・カネ・情報）で経営を行う小規模事業者こそ、デジタル化による業務の効率化やITの利活用による販路開拓などに取組む必要があるが、現状では利活用率は低い状況にある。同様に限られた資源で支援を行う当会もITを十分に活用できていない状況にある。本経営発達支援計画では、各分野においてITを活用した支援を実施する。

当会ではデジタル化やITの利点である「業務の効率化、支援情報の共有化」+「販路開拓（ECサイト等）、情報発信（WEB商談会・プロモーション等）」といった付加価値の提供を活かした伴走型支援を行い「サービスの生産性の向上」に繋げる。また、小規模事業者でも取組みやすいクラウドサービスの紹介なども通じて、地域全体におけるITの利活用の促進に取り組む。

方針④：当会館1階イノベーションセンターの設立による「支援の多様化」

当会の経営発達支援では事業計画の元、地域小規模事業者が売上・利益を増加させることを目標としているが、資金や知名度の乏しい小規模事業者が実際に販路の開拓を図ることは困難である。また、伴走型支援の中で販路開拓支援も行っているが、年数回開催される大型展示会やイベントにおける支

援が中心となっており、日常的な事業者単独への支援は十分に行えていない現状となっている。

そして、本経営発達支援計画では、「創業者の増加」を目標に掲げているが、これまでの創業支援では、立案する創業計画書は考察や想像による域を超えることができず、開業後に計画とズレが生じることを改善したいと考えていた。

そこで、当会では令和2年10月に当会館1階の研修室を全面改装し、鳩ヶ谷商工会イノベーションセンター「THE Byrd's STAND」を新たに立ち上げた。当施設は「日本一実践型の研修施設」を目指し、本経営発達支援計画に新たに取り入れる。

鳩ヶ谷イノベーションセンター「THE Byrd's STAND」

【名前の由来】

Byrd's は創業を志す人や夢を持った事業者を鳥に例え、STAND（立ち向かう）人達の Stand by（側にいる、支える）となれる支援施設を目指して名付けた。

【場所】 埼玉県川口市鳩ヶ谷本町 2-1-1 鳩ヶ谷商工会館 1 階

鳩ヶ谷駅から徒歩 10 分、鳩ヶ谷本町 1 丁目バス停から徒歩 1 分

◆地域資源の日光御成道「鳩ヶ谷宿」の中心地に立地

【広さ】 75 m²

【設備】 厨房設備一式（飲食業の許認可取得済み）、テーブル 2 卓、カウンター席 15 席、バリアフリースイレ、キッズスペース、プロジェクター・音響等一式



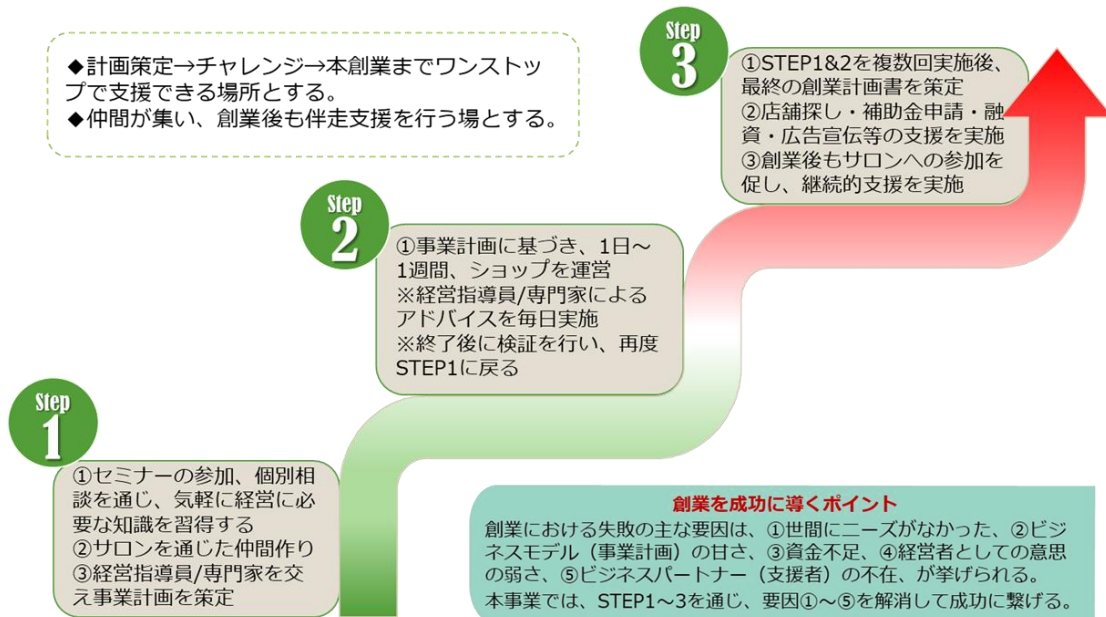
【創業希望者への支援】

創業3年後の廃業率は約50%というデータが示す通り、創業支援は難しいものである。そこで、当施設を使った創業支援では、下記の図の通り、3ステップによる伴走型支援に取り組む。

◆ステップ1：セミナーや個別相談を通じた知識の習得支援。専門家も交えて事業計画を策定

◆ステップ2：事業計画に基づき、当施設で短期間のチャレンジショップを実施。当会職員・専門家によるアドバイスを毎日行う。終了後には総検証を行い、再度ステップ1に戻る。

◆ステップ3：ステップ1&2を複数回実施し、最終の創業計画書を策定。店舗探し・補助金申請・融資・広告宣伝などの総合支援を開業後も含めて伴走型にて実施する。



【小規模事業者への支援】

既存の小規模事業者への支援では、「需要動向調査」「新たな需要の開拓」において活用を行う。当施設では、事業者への支援利用・地域活性化イベントでの利用時に当会職員などがアンケート調査を定期的実施する。また、新商品やサービスのPR販売会、顧客を招いた独自の展示会など当施設を使った新たな需要の開拓を小規模事業者に積極的に促し、持続的発展に寄与する支援を行う。

◆伴走型支援にける当施設の想定利用法（一部）

- ・実践型セミナー（商品陳列、接客など） → 事業計画策定支援
- ・新メニューの試食会、新商品の発表会 → 販路開拓支援
- ・住民参加による商品開発会議 → 需要動向調査支援、

【地域経済への効果】

小規模事業者や創業者が当施設での支援を通じて新たな価値を創造することで、ビジネスチャンスを生み出すことが可能となる。また、当施設で実践研修を重ねた創業者には商店街の空き店舗など既存ハードの利活用を促進することで、地域の魅力と地域内需要を高め、地域経済の活性化に繋がる。

《「4つの目標」を達成するための個別方針》

【目標①】伴走型支援に基づいた地域小規模事業者の「売上の拡大・利益の向上」

【達成方針】本経営発達支援計画では、地域の小規模事業者に対して当会が経営分析→事業計画策定→実行支援（新たな需要の開拓を含む）を伴走型にて支援し、事業者の「売上の拡大・利益の向上」という成果に結びつけることを目指す。本計画ではこれまでの伴走型支援を下記の強化を図り、成果を上げていく。

まず、経営分析においては経営発達における支援の第一歩かつ事業計画策定における重要資料と位置付け、経営分析に関する支援強化を図る。これまではバラバラに捉えていた経済動向・需要動向・経営分析（定性・定量）を「連動した指標データ」として捉え、分析結果の向上を図る。

そして、経営分析・事業計画策定ではヒアリング内容のマニュアル化を図ることで、事業者が抱える課題や所有する強みや市場の機会を見逃さず、事業計画に反映させることで計画の実行性を高める。その後の実行支援では継続的なチェックを行うことで、実行内容の微調整や修正を可能にしたPDCAサイクルを構築し、事業者と共に目標の達成を図っていく。

【目標②】 地域特性を活かした事業展開による「創業者の増加」

【達成方針】 本経営発達支援計画では、地域における「創業者の増加」という目標を達成するために、当会が行ってきた創業支援を革新した伴走型支援を通じて、創業者の増加だけでなく、創業後の定着の成果を上げる。

創業希望者の掘り起こしでは、これまでのホームページ等での告知に加えて、多くの人が利用する公共交通機関（駅）などを活用し、当会が開業前から開業後まで伴走型支援を行うことをPRし、支援（創業）希望者の増加を図る。また、プチ創業・シニア創業・副業など様々な創業スタイルを支援し、掘り起こしを強化する。

事業計画策定から実行（開業）の間では、当会館1階に新たに設置したチャレンジショップで実践型の研修を繰り返し行い、地域における需要や市場動向を十分に把握し、実際の経験と分析に基づいた創業計画書を策定する。また、各種士業の専門家だけでなく、不動産業者・建設業者・インテリアデザイン業者など地域のスペシャリストにも協力を求め、地域活性化に繋がる新規創業の支援に地域一体となって取り組む。

十分な研修と連携による支援を通じて開業した後も当会が伴走型支援を行い、PDCAサイクルを実施することで、創業後の定着（事業の継続）率を大幅に高めていく。

【目標③】 小規模事業者・地域にとってプラス（有益）となる「事業承継の推進」

【達成方針】 本経営発達支援計画では、経営者の高齢化が進む中で対応が遅れている事業承継を推進するために、下記の対応を図り、小規模事業者・地域にとってプラス（有益）となる事業承継を支援し、事業承継の実施件数など成果を上げる。

事業承継は中長期に渡る継続的な支援が必要かつ、時には個人の財産や家庭の問題にまで踏み込むため、これまでは事業者からの要望待ちの状態となっていた。そこで、まずは当会職員が改めて事業承継を行う意義やメリットを理解し、巡回・窓口相談を通じて積極的に事業者に対する動機付けを行う。また、経営者の年齢や後継者の有無などから推進する事業者の順位付けを行い、早急に実施すべきと判断した事業者には補助金や税制等の有効活用などの説明を通じ、より関心を高めていく。その後、関心を持った事業者には詳細なヒアリング等を実施し、多方面から経営分析を行い、協議すべき課題について整理し、専門家や連携支援機関を交えて解決に向けた支援を実施する。また、事業承継後の経営がスムーズにいくよう、セミナー等により後継者の育成も行い、承継後のフォローアップも通じて、小規模事業者にとってプラス（有益）となる事業承継を実現する。

また、近年地域において大きな損失となっている独自の技術やノウハウを所有する事業者の廃業に対しても第三者承継を視野に入れ、より一歩踏み込んだ支援に取り組む。事業承継の支援は困難な課題が多数発生するため、他の支援機関との連携を重視し、適切な引継ぎサポートを心掛ける。

地域の暮らしを支える小規模事業者の技術やアイダデを承継支援することは、地域にとってプラス（有益）となることから、本事業計画の重点目標として取り組む。

【目標④】 地域資源や地域事業者を活かした「街づくり」と「地域内外需要（消費）の拡大」

【達成方針】 RESASの支出流出率データでも当地域は県内最大のマイナス幅（-17.4%）が示されている。これは、域外住民による来訪や消費が少なく、域内住民が域外で消費や滞在していることが要因となっている。交通の利便性の高さも大きな要因ではあるが、本経営発達支援計画のもと小規模事業者と地域が一体となり「街づくり」に取り組むことで、地域における需要と消費の拡大を目指していく。そのため、人口増加や利便性の高さという地域の機会を活かす取り組みを下記の5つの視点から実施し、需要を掘り起こす。

[小規模事業者・当会] 本経営発達支援計画を通じて、小規模事業者が必要動向・市場動向の意識付けを徹底する。また、経営分析と事業計画に基づいた新商品・サービスの開発から販路開拓の取り組みを支援する。特に地域資源（歴史文化やグルメ）を活用した特産品開発や地域オリジナルブランドの開発を積極的に支援する。また、開業・事業承継による新しい店作りを通じて魅力的な街づくりを実現する。

[地域外からの来訪増加]インバウンドも含め都内から日帰り観光（歴史文化、グルメ、体験、買い物）で楽しめる街であることをPRし、当地域への来訪者の増加を図り、消費に繋げる。

[地域内外へのPR手法]これまでも実施してきた紙媒体に加え、デジタルの利活用を積極的に行う。特に動画を積極的に用いることで視覚面から興味を持ってもらう。また、これまでも連携してきた埼玉高速鉄道(株)との連携をさらに強化し、当地域から都内に通勤している住民、都内在住・在勤者に対して積極的な情報発信を実施する。

[イベント開催]街や地域事業者の魅力を伝えるため、様々なイベントの開催や出展支援を行う。主催するイベントに関しては、歴史文化や子育てなどテーマ性やターゲットを明確に持った企画を立案し、関心を高める。

[連携強化]これまでも地域の様々な支援機関・団体と連携して地域活性化に取り組んできたが、今後はさらに連携の幅を広げる。特に地域の未来を担う「学生」、新たに流入した「子育て世代」、新しい発想と専門性を持った「フリーランス」の方々との連携を強化し、目標を達成する。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者の多くは新聞等で経済動向を意識しているが、自社で経済動向調査を行っている企業はほとんどいない。一方で経済動向と自社の経営状況が結びついているケースが多いため、情報の必要性は感じている。しかし、情報分析の方法が分からず実行していない状況となっている。

当会では全国商工会連合会が調査している全国平均データ、埼玉県が調査している県内平均データ、川口市が調査している市内平均データの調査結果を当会ホームページに掲載してきた。

②課題

上記3者の調査データは、個社支援における経営分析・事業計画策定・策定後支援（フォローアップ）・販路開拓の支援時の基礎的資料として活用しているが、全体的には経営指導員等が小規模事業者との面談（会話）において数値・状況等を盛り込む程度と十分に活かされていない。また、当会全体として各種データの独自分析を行っていないため、職員の情報収集量や認識によって支援における活用法にも個人差が発生している。

今後は外部の専門家も交えて独自の分析を行い、より多くの地域の小規模事業者に対して分かりやすく、地域特性も盛り込んだ調査結果をまとめる必要がある。

また、これまで活用してきた分析データの他にも個社（業種・より特定の地域）ごとの分析に優れている各種分析システム（RESAS）も積極的に取り入れ、地域小規模事業者の気付きの創出と経営発達支援におけるデータの有効活用に繋がるよう改善を図る。

(2) 目標

事業内容	現行	R3年度	R4年度	R5年度
地域の経済動向調査の対象事業者数 ※下記(3)の②	—	80社	80社	80社
独自の総合分析の実施回数 ※下記(3)の③	—	2回	2回	2回
行政等の調査データの公表回数（HP） ※下記(3)の①	12回	12回	12回	12回
独自の総合分析の公表回数（HP・会報誌） ※下記(3)の①	—	2回	2回	2回

(3) 事業内容

これまでは他の機関が発表した経済動向調査を参考資料として活用するのみであったが、本経営発達支援計画では、経済動向データを経営分析から販路開拓まであらゆる支援において活用する。また、活用の効果を高めるため、下記の内容で収集から分析まで実施する。

①行政、支援機関等による各種調査データの収集・活用

I. 全国・県・市の調査データ

全国商工会連合会が全国における売上高・収益性・資金繰り・設備投資などの集計・分析等を実施する「小規模企業景気動向調査」、埼玉県が県内における生産・雇用・物価・消費・企業動向などの集計・分析を実施する「埼玉県経済動向調査」、川口市が市内における生産・収益性・雇用・設備投資・個人消費などの集計・分析を実施する「川口市経済動向等調査」といった国・県・市の3点の調査結果を収集し、支援時の資料として活用する。当地域だけでなく、より広い範囲における動向を把握することで地域の課題や機会を見出すとともに販路開拓等においても活用が可能となる。

II. RESAS（地域経済分析システム）による地域の調査データ

膨大な分析データを有した「RESAS」による、産業別による詳細な経済動向、地域経済の循環構造、地域外からの滞在人口などの分析結果を経営発達支援に活用する。マクロの視点から、各分野のミクロの視点まで分析されたビッグデータを、当会が実施する個社支援から、地域経済の活性化に資する取組まで、重要な分析データとして活用を行う。

【分析データ】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→各段階におけるお金の流れ等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to 分析」→地域外からの人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業別における稼ぐ力を分析

②当会による地域の動向調査の実施・活用

I. 地域の「景気動向調査」の実施・活用

当地域特有の経済動向を探り詳細な実態を把握するため、当会による「景気動向調査」を実施する。調査は下記の手法にて、年2回実施する。数値の変化から要因も分析し、地域の景気動向として活用する。

【調査対象】地域内の小規模事業者30社（工業、建設業、商業、サービス業）

【調査手法】指導員等が巡回訪問、窓口対応時にヒアリングにより調査票を記入

【調査項目】売上額、売上単価、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資など

II. 地域の「消費動向調査」の実施・活用

当会が管理している地域商店街のスタンプ（ポイント）事業を活用した消費動向調査を実施する。スタンプの利用データを元に個店単位・業種単位・利用者単位による数値調査を年2回実施し、消費マインドや売れ筋商品等を分析し、地域の消費動向データとして活用する。

【調査対象】地域内の小規模事業者50社（商業、サービス業）

【調査手法】指導員等がカエルスタンプ会の売上管理データから情報を収集・整理

【調査項目】売上高、顧客数、年齢、利用頻度、利用構成など

③行政等の調査データと当会の調査データを整理し、「総合分析」の実施・活用

これまでは上記①の行政が行った各調査結果を公表してきただけであったが、独自に行う「景気動向調査」の結果および上記①の「RESAS」の分析結果を交えた、当地域独自の「経済動向分析」を年2回実施する。

【分析対象データ】上記①②の全調査データ

【分析手法】経営指導員等が共有・検討した上で外部専門家と連携し、多方面から分析を実施

（４）成果の活用

上記の事業内容にて調査・分析した結果を下記の方法にて公表する他、本計画における小規模事業者への経営支援に活用する。

①ホームページや商工会報に調査データ・分析結果を掲載（対象：地域の全事業者）

収集・整理・分析を行った各調査データや分析結果を公表する。小規模事業者が業界全体の景況や地域の経済動向等を知ることで、自社の経営状況を把握し、原因に対する疑問が生まれることで経営分析への掘り起こしに繋げることが可能となる。

公表方法は誰でも閲覧できる当会ホームページに専用枠を設け、下記の更新頻度で掲載する。また、商工会報にも掲載し、駅・金融機関等にも設置することで地域の全事業者に対して情報発信を行う。

また、経営指導員等が巡回指導を行う際には、商工会報やタブレットを用いて、説明と情報提供を行う。

【ホームページへの掲載内容】

（毎月公表）事業内容①に記載した「小規模企業景気動向調査」、「埼玉県経済動向調査」、「川口市経済動向調査」の結果データ

（半期毎公表）事業内容③に記載した「総合分析」の結果データ

【商工会報への掲載内容】

（半期毎公表）事業内容③に記載した「総合分析」の結果データ

②個社支援におけるツールとしての活用（対象：伴走型支援を実施する事業者）

調査・分析結果を地域小規模事業者に対する支援ツールとして活用する。指導員等が伴走型支援を行う中で、経営分析（自社の経営状況、業界の動向、地域の消費動向）、事業計画策定（ターゲット設定、価格設定、販路開拓戦略）、フォローアップ（計画時と比較検証）、新たな需要の開拓（開拓手法、商品開発）など様々な場面で調査データを用いて効果的な支援に繋げる。同様に創業や事業承継における支援においても調査データを活用する。

また、個社への支援においては必要に応じて、J-Net21（中小機構）、日経テレコン POSEYES、業界誌等の媒体を活用して情報収集を行い、消費トレンドや業界情報を小規模事業者に提供する。

③経営発達支援計画への活用（対象：当会職員、当会役員、協議会）

情報の調査・分析した結果は、当会役員会・経営発達支援計画協議会などに掲示し、当会が実施する経営発達支援の参考資料として活用し、事業内容（セミナー、展示会出展、地域経済活性化など）に反映させる。

また、調査・分析した情報は職員で実施する定例支援会議や外部専門家も交えて実施する経営カンファレンスにおいても情報の共有を徹底し、当会の課題であった認識の個人差の解消にも繋がる。

３－２．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

①現状

小規模事業者が売上・利益を増加させるには需要動向を見極めることが重要であるが、事業者自身では情報収集能力が乏しく、多くの事業者が需要動向調査はできていない状況にある。また、当会の支援時には公的な需要動向調査データを示してはいるが、地域特有の需要や個社の技術やサービスなどの需要動向調査は行えていないことから、十分な情報を提供できていない現状である。

②課題

小規模事業者にはそれぞれに個性があり、取扱う商品やサービスもターゲットも異なっているが、提供する情報は一律的なものとなっていた。そして、地域特有の需要動向データを十分に保有できていないことが大きな課題となっている。今後は独自の需要動向調査を行うとともに支援事業者のターゲットに対して有益な調査データを提供できるよう、需要動向調査に関する当会独自の選定事項と活用データを定め、全職員で共有する仕組み作りが必要である。

(2) 目標

事業内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度
(製造業) 展示会等における調査対象事業者 ※下記(3)の②のⅠ	2 社	10 社	10 社	10 社
(小売・サービス) イベント等における調査対象事業者 ※下記(3)の②のⅡ	—	5 社	5 社	5 社
(全業種) 当会施設における調査対象事業者 ※下記(3)の②のⅢ	—	10 社	10 社	10 社

目標とする調査対象事業者は、当会が経営分析・事業計画策定など経営発達支援を行っている小規模事業者で下記の展示会等に出展を行う事業者から選出する。

(3) 事業内容

①全職員で共有する「ターゲットの設定」支援

需要動向を調査するにあたっては、顧客ターゲットの設定が最重要であると考ええる。支援事業者と商品やサービスを提供したいと考えるターゲットを明確化し、ターゲットのニーズ、利用シーンを具体化するところから支援を開始する。また、全職員でイメージを共有し、支援経験の浅い職員でも対応できるようターゲットの分類シートを作成する。その上で下記の調査等を実施する。

分類	例
①地理的な分類	
地域	関東地方、県南部、川口市内、当店半径 1 km 以内、など
気候・季節	暖かい地域、雨が多い季節、寒い日、など
人口密度	都市部、ロードサイド、駅前、住宅地、など
②人口的な分類	
年齢	子供、高校生、社会人、高齢者、30 代、など
性別	男性、女性
家族構成	単身者、子育て世帯、要介護世帯、など
所得	世帯 1,000 万円以上、年金暮らし、仕送り学生、など
職業	会社員、自営業、パート、土木作業員、など
③心理的な分類	
ライフスタイル	アウトドア志向、ゲーム好き、流行好き、浪費家、など
④行動での分類	
使用頻度	ヘビーユーザー、季節時、行事時、など
求めているもの	機能性、価格、アフターサービス、独自性、など

②「展示会等」を活用した当会の需要動向調査・分析の実施

Ⅰ. (BtoB向け) 展示会等における「需要動向調査」の実施・活用

製造業における需要や個社の製品・サービス等の調査を下記の通り、実施する。取引ターゲットとなる事業者等から生の声をお聞きすることで、支援事業者の伴走型支援において有効活用が可能となる。

【展示会名】○「川口市市産品フェア」(令和元年度：出展企業 127 社、来場者数 37,761 人)
○「彩の国ビジネスアリーナ」(令和元年度：出展企業 680 社、来場者数 17,603 人)
○「鳩ヶ谷商工まつり」(令和元年度：出展企業 52 社、来場者数 15,000 人)
【対象業種】製造業(当会が経営発達支援を行っている展示会出展事業者)
【調査対象者】当会展示ブースに来訪された事業者・バイヤー等 計 100 名
【調査項目】性能、品質、デザイン、価格、技術、改善希望、製品ニーズ、取引条件など
【調査方法】出展事業者と出展サポートを行う当会職員・専門家等が、ヒアリング又は記入式にてアンケート調査を実施。
【分析方法】当会職員等が集計を行い、調査項目毎における分析レポートを作成
【結果の活用】分析した結果は事業者にフィードバックを行い、サービスの開発や技術の改善などを行い、PDCAサイクルに繋げる。

II. (BtoC向け) イベント等における「需要動向調査」の実施・活用

小売業・サービス業における需要や製品・サービス等の調査を下記の通り、実施する。地域顧客が多く集まる会場で調査を行うことで、地域特有の需要を把握することが可能となり、伴走型支援において次の展開に繋がることが可能となる。

【展示会名】○「川口市市産品フェア」(令和元年度：出展企業 127 社、来場者数 37,761 人)
○「鳩ヶ谷商工まつり」(令和元年度：出展企業 52 社、来場者数 15,000 人)
【対象業種】小売業・サービス業(当会が経営発達支援を行っているイベント出店事業者)
【調査対象者】会場にいる地域住民 計 50 名
【調査項目】味、食感、大きさ、見た目、値段、興味、悩み、改善希望など
【調査方法】当会職員または専門家等が、ヒアリング又は記入式にてアンケート調査を実施。
【分析方法】当会職員等が集計を行い、調査項目毎における分析レポートを作成
【結果の活用】分析した結果は事業者にフィードバックを行い、商品やパッケージの改善などを行い、PDCAサイクルに繋げる。

III. (BtoB・BtoC向け) イベント等における「需要動向調査」の実施・活用

当会館 1 階に新たに設置したイノベーションセンターを利用する事業者の需要や製品・サービス等の調査を下記の通り、実施する。当施設は創業希望者の利用が特に多く見込まれ、開業前に地域住民の生の声を活かした事業計画を策定することが可能となる。

【開催内容】事業所単独、グループ単位による独自のテスト販売会、展示会、商談会など
【対象業種】小売業、サービス業、製造業、建設業(当会が経営発達支援を行っている事業者)
【調査対象者】来館された一般個人、事業者・バイヤー 計 100 名
【調査項目】上記 II・III をベースに業種・サービス・目的別に応じた調査項目を設定
【調査方法】利用事業者とサポートを行う当会職員・専門家等が、ヒアリング又は記入式にてアンケート調査を実施。
【分析方法】当会職員等が集計を行い、調査項目毎における分析レポートを作成
【結果の活用】分析した結果は事業者にフィードバックを行い、問題点の改善を行い、創業計画書策定、新たな商品やサービスの開発、PDCAサイクルに繋げる。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

経営指導員等が巡回・窓口相談対応を行う中で、課題が見受けられる事業者や経営意欲の高い事業者をピックアップし、経営分析を実施している。また、各種補助金や経営革新の申請事業者に対しても経営分析から始めている。分析方法はヒアリングと決算データを中心に行い、事業計画策定に繋げ

ている。

②課題

他の支援においても同様な課題があるが、経営状況の分析においてもヒアリング能力の個人差が発生している。それは、ヒアリング内容が体系化されていないことも大きな要因であることから、統一のヒアリングシートの作成が必要であると考えている。また、分析結果の作成方法やデータ化も統一されていないため、全職員が共有して伴走型支援を実施できる活用体制作りが望まれる。

(2) 目標

事業内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度
経営分析件数	65 件	80 件	80 件	80 件

周知活動による自主的申込みに頼らず、全職員が巡回・窓口相談において積極的に声掛けを行う。また、セミナー・個別相談に参加する事業者は経営意欲が高い、現在課題を抱えているなど経営分析の必要性が高いことから、目標件数の達成に繋げていく。

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

I. 巡回・窓口相談による発掘

巡回・窓口相談時に市場動向データを提示するとともに自社の経営分析の重要性を説明し、意欲ある経営者を発掘する。記帳代行・決算指導事業者や金融申込み事業者については、売上の大幅な増減・債務超過・事業承継の推進に当てはまる事業者を中心に経営分析の実施を促す。

II. ホームページ・商工会報・案内チラシ・パネル等による周知

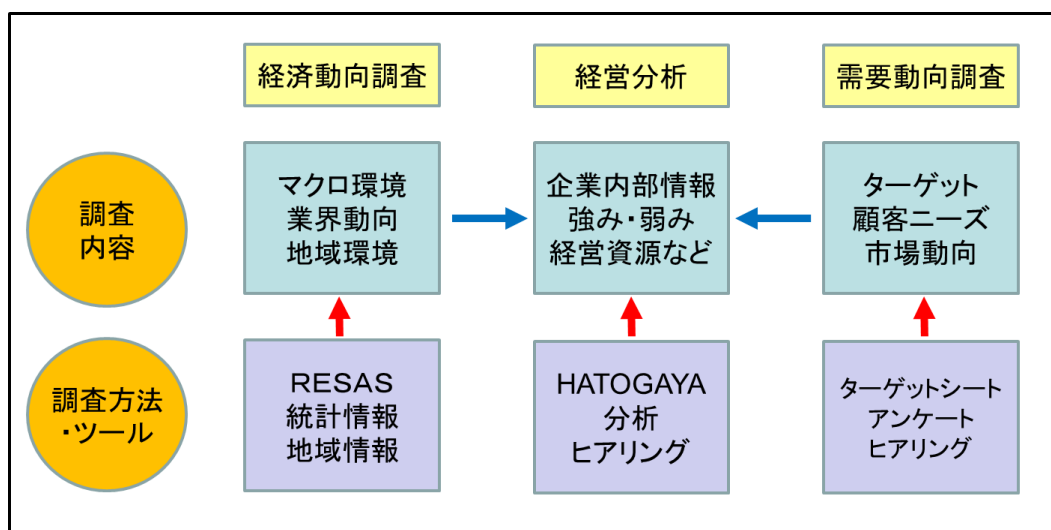
当会で実施する経営分析に関する支援情報を当会ホームページや商工会報に掲載する他、配布用の案内チラシ、駅等に掲示する案内パネルを作成し、幅広い周知を図る。掲載にあたっては「融資における経営指標の見方や分析方法」や「売上が上がっている会社と下がっている会社の経営状況の違い」など事業者の関心を高める工夫を凝らす。

III. セミナー・個別相談会における簡易分析の実施

経営セミナーや経営個別相談会に参加されている方で決算書を持参した事業者に対して、「BIZミル」や中小機構の「経営自己判断システム」を使用し、簡易的な定量分析を実施する。利用者には引き続き、定性分析も含めた経営分析の実施を促す。

②経営分析の体系化

精度の高い経営分析を実施するため、経営分析の体系化を図る。当会では「経済動向調査」「需要動向調査」「経営分析」を三位一体で捉え、本発達計画で記載する内容・方法等を持って収集したデータの集約を経営分析とする。



③経営分析の実施

I. 全職員で統一した独自の経営分析シート「HATOGAYA分析」の開発活用

課題であった職員によって異なる経営分析の内容（特に定性部分）の統一を図った独自の分析システム「HATOGAYA分析」を専門家と開発し、経験の浅い職員でも必要なヒアリングが可能となる「ヒアリングシート」も作成する。

【対象者】意欲的で販路拡大の可能性を持つ小規模事業者

【分析手法】HATOGAYA分析ヒアリングシートを作成して、対象事業者へのヒアリングを行い、その結果をデータベース化する。

【分析項目】

分析項目	
H (heart)	経営者の人柄、想いの強さ、やる気
A (admirer)	ファン、顧客
T (threat)	外部環境の脅威
O (opportunity)	外部環境の機会
G (growth)	成長性、今後の行動
A (associate)	仲間、組織
Y (yours)	経営資源、強み、特徴
A (accounting)	財務、資金

II. 経営支援基幹システム「BIZミル」による財務分析および経営分析結果表

当会にて導入している経営支援基幹システム「BIZミル」を活用し、財務分析を行う。また、上記の「HATOGAYA分析」による非財務分析も交えた、「分析結果表」を作成する。事業者にとって分かりやすい分析結果表を提供することで、自身の課題やチャンスに気づき、次の事業計画策定へのステップに繋げる。

【BIZミルで行う財務（定量）分析】

売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率など（収益性、成長性、生産性、効率性、安全性）

【BIZミルで行う分析結果表】

SWOT分析、クロスSWOT分析、経営状況分析表、財務分析表、ローカルベンチマークなど

(4) 分析結果の活用

①経営発達支援計画への活用

分析したデータは事業者にフィードバックすることで事業者自身における認識を高めてもらう。また、改善すべき点やS W O T分析結果を元に次の事業計画策定に進める。また、フォローアップ時には計画実行後の数値的効果を計る際の比較データとして使用し、効果的なPDCAサイクルの実現にも繋がる。

②データの共有化

作成した分析データは、BIZミル機能で事業者毎に整理保存し、全職員が閲覧できる状態で共有化を図る。また、進捗管理・支援状況なども記録することで、継続的な伴走型支援を行う。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者は事業計画策定への抵抗感を持つ場合も多いが、当会では様々な機会にてその必要性を訴求しながら事業計画策定支援を実施している。経営指導員ごとに支援目標数を定め、特に経営革新計画書・補助事業計画書の策定においては一定程度の成果を創出できている。また、経営発達支援計画も5年目を迎え、2回目・3回目の事業計画策定となる事業者もあり、利用した小規模事業者にとって意義のある支援と捉えている。

②課題

前述したとおり一定程度の成果を出せてはいるものの、地域の小規模事業者全体から見れば5%程度に留まっている。もっと多くの小規模事業者に対して事業計画策定の必要性を伝え、興味を持ってもらえるような働きかけを行うことで、支援数を増加させたい。また、支援機関として創業計画や事業承継計画など、多様な場面に対応できるよう事業計画策定支援に関する組織体制の強化が必要である。

(2) 支援に対する考え方

頭の中で漠然とプランを構築している小規模事業者に対して、成功事例を踏まえて事業計画策定の意義や効果を伝えていく。また、伝える機会を創出するためにタイムリーな問題や関心度の高いテーマのセミナー等を積極的に開催するとともに、動機付けとして補助金等も上手く活用する。

その後、経営分析に繋げる中でさらに意欲が高い事業者を5割程度選定し、事業計画策定を目指す。

また、当会の目標である「開業者の創出」「事業承継の推進」を行うため、掘り起こしの手法は同様であるが、当会の支援スキルを高め、支援件数・計画策定件数を増加させる。

また、事業計画の策定支援を行うにあたり、当会では下記の3つを心掛ける。

①実現性・効果性の高い事業計画作り

事業計画策定の最終的な目的は、支援した小規模事業者の売上・利益が増加することと考え、策定した計画が絵にかいた餅とならぬよう実現性も重視している。そのために、事業計画が経営分析に基づいているか、事業の継続性に繋がる計画であるか、を支援において意識している。

②多様な状況に応じた事業計画作り

現在行っている支援の多くが、経営革新計画や補助事業計画など事業者自らが積極的な事業展開を希望しているものである。しかし、事業の再生計画・承継計画・創業計画など、当会支援の元、事業計画を策定すべき状況はまだ多い。巡回・啓蒙活動による掘り起こし、セミナーテーマの検証、

当会職員のスキル向上、他の支援機関との連携強化などを行い、多様な状況に応じた事業計画策定支援が行える機関を目指していく。

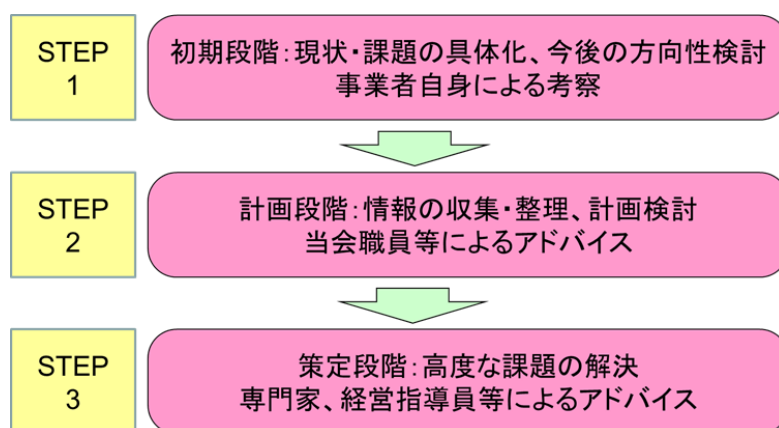
③小規模事業者・当会職員・専門家の支援ステップ別に応じた責任と役割

当会では、下記のステップ別に応じて事業者・当会職員・専門家がそれぞれ責任と役割を持って取り組む伴走型支援の実施を目指す。

Ⅰ.「ステップ1」では初期段階として、まずは事業者自身が現状や課題を自覚した上で、進むべき方向性の考察を行う。

Ⅱ.「ステップ2」では計画段階として、当会職員が市場動向・需要動向・経営分析を元にしたアドバイスをを行い、計画内容の検討を行う。

Ⅲ.「ステップ3」では策定段階として、経営指導員が多方面から計画策定に必要な事項についてアドバイスをを行う。また、事業者と検討する中で高度な課題や特殊な経営状況が見られた場合は、専門家を交えて解決を図る。



(3) 目標

事業内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度
事業計画策定件数	31 件	36 件	36 件	36 件
創業計画策定件数	—	3 件	3 件	3 件
事業承継計画策定件数	—	2 件	2 件	2 件

(4) 事業内容

上記目標の達成と策定計画の効果を高めるために「支援に対する考え方」の通り、事業者によって異なる多様な状況に応じた「きっかけ作り」の展開（下記①②③）、専門家・経営指導員等による策定支援（下記②③④）を実施する。

①計画策定支援者の掘り起こし・選定

Ⅰ. 巡回や窓口対応をきっかけに経営分析を行い、課題や意欲の見られた事業者に当会が担当職員を設けて、セミナー等への参加や事業計画の策定を促す。

Ⅱ. 目的別や課題別に応じた下記のセミナーを開催し、経営分析・事業計画策定を促す。

Ⅲ. 目的別や課題別に応じた下記の個別相談会を開催し、経営分析・事業計画策定を促す。

②セミナーの開催

Ⅰ. 既存事業者を対象とした、「事業計画の策定に繋がるセミナー」の開催

（テーマは経営革新・補助金・販路開拓・事業再生・経営分析・職種別・新型コロナ対策など）

- Ⅱ．既存事業者を対象とした、「事業承継セミナー」の開催
 （埼玉県事業承継ネットワーク等と連携した事業承継に向けた総合支援セミナー）
- Ⅲ．創業希望者を対象とした「創業セミナー」の開催
 （チャレンジショップ機能もある当会館 1 階で行う日本一実践型のセミナー）

③専門家による個別相談会の実施

- Ⅰ．相談の多い「経営」「税務」「法律」「労務」に関する個別相談会を開催
 （専門家：中小企業診断士、税理士・会計士、弁護士、社会保険労務士）
- Ⅱ．相談内容と課題の深刻度に応じて、「専門的地域を有した」専門家の個別派遣
 （専門家：上記Ⅰの他、ITコンサルタント、デザイナー、弁理士など）

④経営指導員・専門家による事業計画策定支援

Ⅰ．「事業計画策定フォーマット」を使った3者協働による計画策定

「支援に対する考え方」で記載した通り、事業者・当会職員・専門家が責任と役割を持ち、3者が協働で事業計画書を策定し、実現性と効果性の高い計画を目指す。

まず、策定にあたって経営分析において作成した「経営分析結果表」を使って改めて自社や外部の環境を確認する。その後、事業者自身による考察を行うが、考察する内容や順番が分からない場合が多いため、あらかじめ考察課題を順次的に記載した当会独自のフォーマット（例：右図）を策定する。まずは質問に沿って記載することで事業計画の基礎が完成するため、事業者が取り組みやすくなる。

その後は、経営指導員や専門家も交えて考察→調査検証→課題解決法の提案を繰り返し行い、事業者の目的別・課題別に応じた事業計画書の策定を支援する。考察においては、「地域の経済動向調査」、「経営状況の分析」、「需要動向調査」に基づいているかを注視し、販路開拓の実現性と売上・利益の増加への実効性の高い事業計画を策定する。

＜経営計画＞ 1600013

1. 企業概要
(1) 企業の沿革 創業した経緯、これまでの大きな出来事、現在の状況など
(2) 企業の概要 店舗や事業所情報（営業時間、席数、提供する商品サービスなど） 顧客の属性（男女別、年代別、業種別、利用シーン別などの割合） 商品サービスの情報（売上ランキング、商品サービスの特色など）
2. 顧客ニーズと市場の動向
(1) 市場動向 地域の特性（人口の増減、店舗や同業の増減、立地、変化など） 需要の動向（需要動向、競合動向など） 地域や需要の動きと自社の関わり
(2) 顧客ニーズ 最近の自社の顧客の嗜好 最近の競合の商品サービス お客様からの要望（補助金で導入するものも必要）
3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み
・お客様から評価されていること ・技術や商品サービスの特色 ・自能力や強み ・地域や業界でのネットワーク ・業種や顧客数 ・その他強み
4. 経営方針・目標と今後のプラン
(1) 経営方針 どのような企業を目指しているか、長期的な考え方
(2) 目標 今後3～5年での具体的な数値目標（売上、利益など）
(3) 今後のプラン 上記目標を達成するために今後3～5年に実施すること 上記目標を達成するためのプランは以下のようになっています。
1年目：〇〇の実施（開始事業の内容をメインに）
2年目：〇〇の実施（9月の強化、人材の採用や教育など）
3年目：〇〇の実施（次のステップ、新たな商品サービスの開発など）

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

①現状

事業計画を策定した事業者には支援した経営指導員が担当となり、巡回・面談等で継続的に計画の進捗状況等の確認を行っている。そして、計画を実行する中でさらに拡大的な取り組みや次の新たな取り組みを考えている事業者には、再度事業計画の策定を促している。また、課題が見つかり、計画通りに進捗することができない事業者には、専門家も交えて課題の解決を図っているが、事業計画策定支援者数が年々増加する中でフォローの回数・質ともに不足し、担当職員や事業者によって差も生じている。

②課題

フォローアップは大変重要な支援と位置付けているが、不足している要因として、マンパワー不足もあるが、当会内でフォローアップを定期的に行うための仕組みが整備されていないことが大きな要因と考えている。今後は事業者によって差が生じぬよう、事業計画策定後のフォローアップを計画的に行うこと、フォローアップ時に確認する内容や実施する内容をマニュアル化し、必要な事業者には必ず追加支援を行われることを仕組みとして構築していくことが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

策定した計画の実行支援、その後の進捗確認を行う中で常にPDCAを行い、必要な改善支援を続けることで事業者の持続的発展効果を高めることを支援方針とする。支援の中心は経営指導員の定期的な巡回・面談を通じて進捗状況を把握し、利用できる施策や課題解決を図るための専門家派遣などを提案することとする。そのために本事業内容では当会フォローアップの仕組作りから始める。

また、事業者との信頼関係をより強固なものとし、伴走型支援による事業者の成長発展を目指すため、進捗状況・成果の管理レポートを作成し、事業者にも情報共有を図る。そして、データ化をはかることで当会全体での情報共有化に繋げ、担当が変わっても継続的な実施支援が行える仕組みを構築する。

(3) 目標

事業内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度
(一般的な事業計画策定による) フォローアップ対象事業者数	31 社	36 社	36 社	36 社
上記頻度 (延回数)	—	180 回	180 回	180 回
(創業計画策定による) フォローアップ対象事業者数	—	3 社	3 社	3 社
上記頻度 (延回数)	—	36 回	36 回	36 回
(事業承継計画策定による) フォローアップ対象事業者数	—	2 社	2 社	2 社
上記頻度 (延回数)	—	24 回	24 回	24 回
(全対象事業者計) 売上増加の事業者数	—	13 社	13 社	15 社
(全対象事業者計) 利益率 3%増加の事業者数	—	13 社	13 社	15 社

(4) 事業内容

フォローアップを誰にでも同じように実施するのではなく、「必要とする人に、必要な支援を行う」ことをコンセプトとして、フォローアップの提供方法を明確に区分けする手法を用いる。フォローアップ専用のヒアリングシートを作成し、事業計画策定前の経営分析時とどのような変化をもたらしているかを確認する。

確認した状況からその後の支援を「良好 (経過観察支援)」「要改善者 (新たな計画作り・課題解決支援)」「要再検討 (専門家も交え抜本的な見直し支援)」などの多段階に分け、必要な企業へは迅速にフォローアップができる体制を作る。また、1 度きりで終わるのではなく、定めた期間で定期的な実施を行う。また、ヒアリングシートや分析情報は全職員が共有できるようにし、誰でも経過状況が把握できることで継続的な支援が行えるようにする。

また、実現性と実効性の高い事業計画策定支援を目指す。計画通りに進捗する事業者ばかりではないことから、巡回・面談等を通じて、支援事業者の状況や要望を適切に見極める中で、柔軟に計画の見直しを提案し、改めて売上・利益の増加という目標に進めるよう信頼関係を構築したフォローアップを実施する。

①当会独自のフォローアップの仕組みの構築

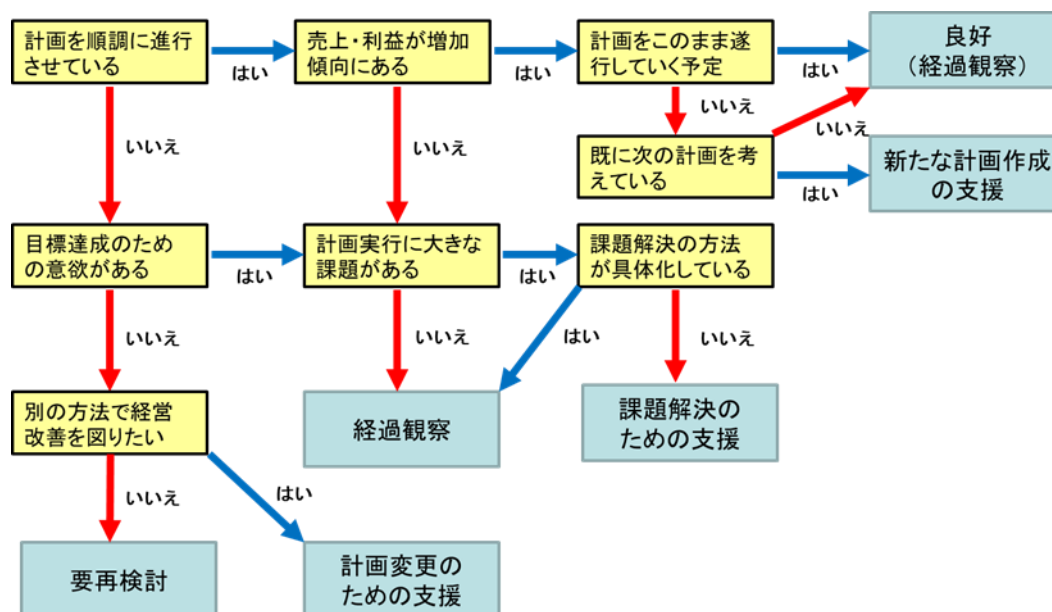
【フォローアップ対象者】事業計画を策定した全事業者

【フォローアップ頻度の区分け】

I. 一般的な事業計画を策定した小規模事業者には事業計画策定から 1 年間は 3 ヶ月に 1 回の頻度で

実施する。2 年目以降は下記の通り、事業者の実行・成果状況により、頻度・提供方法を区分けする。

- ・「良好（経過観察）」（6 ヶ月に 1 回）
- ・「新たな計画作成の支援」「計画変更のための支援」「課題解決のための支援」（1 ヶ月に 1 回）
- ・「要検討」（経営カンファレンスや専門家との協議により、方向性を提案し事業者のやる気を再度引き起こすとともに、機会を見つけ再度経営分析から支援）



Ⅱ．創業計画・事業承継計画の策定支援者に対しては、上記Ⅰと同様の手法で状況の把握を行うが、急激な変化も起こりうることで、そして、経営に不慣れで様々な課題や悩みが発生することから、継続して重点的にフォローアップを行う必要があるため、創業計画策定者には1 ヶ月に 1 回、事業承継計画策定者には 2 ヶ月に 1 回の頻度で実施する。

②支援情報のデータ化・共有化

事業計画策定前の経営分析時とどのような変化をもたらしているかを確認するため、フォローアップ専用のヒアリングシートを作成する。シートに記載された内容をきちんと確認することで、「支援をどの程度必要とするか」の適切な判断が全職員共通で行えるようになる。

また、ヒアリングシートの情報や分析データを経営支援基幹システム「BIZ ミル」で管理することで、誰でも時系列的に変化を確認することが可能となり、継続的な支援を事業者に提供できるようになる。

③フォローアップの実行

Ⅰ．経営指導員による PDCA 支援

事業計画策定を担当支援した経営指導員は、上記で定めた頻度で定期的に巡回・面談を行い、進捗状況に応じた「必要とする支援」を提案していく。進捗状況の確認では、ヒアリングだけではなく試算表などを用いて数値面での効果についても把握する。フォローアップにおいてはまず Check（評価）を適切に行うことが重要であることから、職員単独での判断が難しい場合は経営指導員会議において全体で協議し、Act（改善）に向けた方向性を定める。

軽微なプラン変更は経営指導員と事業者で改善プランを策定するが、経営指導員だけでは解決が困難な課題が発生した場合は、下記Ⅱの専門家を交えた支援を実施する。また、下記Ⅲで計画実行に有効となる施策や情報を積極的に提案することで、事業計画の発展に繋げる。

Ⅱ. 専門家によるフォローアップ支援

経営指導員だけでは解決が困難な場合や、根本的な計画の見直しが必要な場合には専門家派遣等を行い、早急な対応を図っていく。また、発生した課題解決に最適な専門家等を派遣できるよう、日頃から専門家や他の支援機関との連携強化も図る。

Ⅲ. 各種施策や機会の活用によるフォローアップ

経営指導員は常にアンテナを張り、計画実行や進捗の加速化に有効となる補助金や助成金などの各種施策の活用を提案する。また、展示会やイベントなど販路開拓に繋がる情報、市場動向・需要動向などを常に提供することで、事業者の計画実行を伴走型により多方面から支援を実施する。

④PDCAサイクルの確立

事業計画を策定した全ての事業者に対して、絶えずフォローアップを継続し、事業者との間にPDCAのサイクルを確立する。長年継続することでPlan（計画）とDo（実行）の精度が上がり、当会が目指す小規模事業者の「売上・利益の増加」「創業者の定着」「プラスとなる事業承継」に繋げる。

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

①現状

製造業への支援では、「鳩ヶ谷商工まつり」「川口市市産品フェア」「彩の国ビジネスアリーナ」に集団出展を行っている。自社単独での出展が困難な小規模事業者が当会の出展サポートの元、新たな販路開拓に取組みことができ、新規取引の開拓にも繋がった。

商業・サービス業・建設業への支援では、「鳩ヶ谷商工まつり」「日光御成道“夏の陣”」「川口市市産品フェア」「たたら祭り」などの地域のイベントへの出展支援を行っている。PR力の弱い小規模事業者が大勢の人が集まる会場で直接的に商品やサービスをPRすることで、販路拡大に繋がっている。

当会では事業計画策定の元、新たな商品やサービスを開発した事業者に対して、展示会やイベントへの積極的な参加を促している。

②課題

展示会には当会職員も帯同し、サポートやアンケート調査なども実施しているが、調査結果のフィードバックが十分でなく、商品の改善や新たな商品開発に寄与できていない。また、当地域は部品加工業者が多いことから、自社オリジナル製品を製造している事業者は少なく、商談件数・商談成立件数ともに満足できる数値には至っていない。また、年数回の大型展示会を中心とした支援となっているため、支援事業者が限定されていることも課題であり、より多くの小規模事業者に対して、日常的に提供が可能な販路開拓支援策の構築が求められている。

一方、イベントによるPRでは大勢のお客様が来場されることもあり、当日の販売件数・売上高ともに成果を上げている事業者が多い。しかし、当日限定の一過性の売上になりがちであるため、今後は継続的な利用に繋がるよう支援の工夫や事業者への指導が必要であると考えている。

（2）支援に対する考え方

当会では支援を行う中で、計画策定時から需要開拓の方法までを具体化した提案を行っている。また、当会や関連団体が主催するイベントなどにおいて地域顧客との接点を作り、展示会への出展サポートも行うことで、新たな需要の開拓においても伴走型支援の実施を目指している。

しかし、支援対象となっている事業者の数や支援事業者の需要開拓の成果には課題が残っている。本事業では出展や参加することが目的ではなく、支援する事業者が1社でも多く取引先や顧客を開拓し、1円でも多く売上に繋がるよう支援を心掛ける。そして、フォローアップまで継続して行うこと

でPDCAサイクルに繋げる。

そのために本計画を通じて、小規模事業者の需要開拓に寄与する新たな取組みを構築し、顧客ターゲットや販売方法・目的などに応じて、より手軽にいつでも事業者の需要開拓をサポートできるように事業内容の拡充を図っていく。

(3) 目標

事業内容別に定めた目標件数等は下記の通り。本事業を通じ伴走型による販路開拓支援を行い、成約件数・売上目標を達成させる。

	事業内容	現行	R3年度	R4年度	R5年度
①	専門家派遣による指導支援事業者数 ※下記(4)の①	3社	12社	12社	12社
②	(BtoB) 展示会等への出展事業者数 ※下記(4)の②	8社	10社	10社	10社
	上記による成約件数/社	—	2件	2件	2件
③	(BtoC) イベント等への出展事業者数 ※下記(4)の③	10社	15社	15社	15社
	上記による売上額/社	—	15万円	15万円	15万円
④	(BtoC) ネットショップへの出展事業者数 ※下記(4)の④	7社	10社	10社	15社
	上記による売上額/社	—	10万円	10万円	10万円
⑤	(BtoB、BtoC) IT・デジタルPR参加事業者数 ※下記(4)の⑤	5社	10社	10社	10社
	上記による成約件数/社	—	5件	5件	5件
⑥	(BtoB、BtoC) チャレンジショップへの出展事業者数 ※下記(4)の⑥	—	15社	15社	15社
	上記による売上額/社	—	10万円	10万円	10万円

(4) 事業内容

事業内容（支援メニュー）を拡充し、下記①～⑥を実施する。業種別による需要開拓支援メニューの一覧は下記の通り。○が支援内容別に対象として想定している業種（詳細は個社単位で判断）。

	事業内容	製造業	建設業	小売業	サービス業
①	専門家派遣による指導支援 ※下記(4)の①	○	○	○	○
②	(BtoB) 展示会等への出展支援 ※下記(4)の②	○			
③	(BtoC) イベント等への出展支援 ※下記(4)の③		○	○	○
④	(BtoC) ネットショップへの出展支援 ※下記(4)の④	○		○	
⑤	(BtoB、BtoC) IT / デジタルPR支援 ※下記(4)の⑤	○	○	○	○
⑥	(BtoB、BtoC) チャレンジショップ出展支援 ※下記(4)の⑥	○	○	○	○

①専門家と当会職員による支援

埼玉県商工会連合会、埼玉県よろず支援拠点などによる派遣制度を活用し、専門家も交えて自社の商品やサービス・強みを活かした効果の高い、顧客ターゲットの絞り込みを行う。その他にもITを

活用した情報発信による需要の開拓を重点支援課題とし、ITコンサルタントの派遣も行う。

また、当会職員と専門家が出展前には商談技術の指導や効果的な陳列レイアウトの指導、出展中には商談サポートやアンケート調査の実施、出展後には名刺交換者へのアプローチ手法やアンケート調査結果に基づいた検証ならびに改善策の検討も行う。

その他、商談や打合せ等において ZOOM などの利用が増えているため、操作方法や活用法等についても支援を行う。

目標とする支援事業所数は、下記②～⑥の支援事業者 60 社のうち 12 社とする。

②「BtoB 展示会・商談会」による販路開拓

I. 「川口市市産品フェア」における工業製品の展示・商談会

川口市主催で市内最大規模となる BtoB（BtoC も含む）の複合的展示会である「川口市市産品フェア」（令和元年度：出展企業 127 社、来場者数 37,761 人）に対し、地域小規模事業者の単独出展支援と当会が伴走型支援を行っている製造業者による共同出展を実施する。

【特色・効果】ものづくりの町である川口市には多くの製造業者と様々な需要が存在する。域内に確かな技術を持った事業者があることを伝えることで、マッチング成立率が高まる展示会。

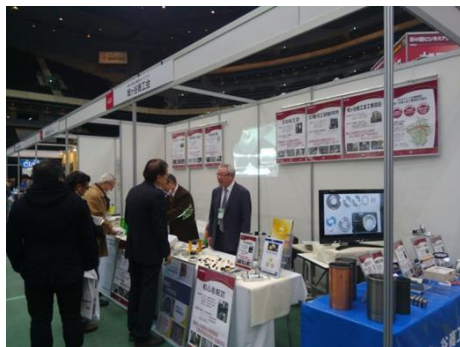
【支援内容】出展前～出展後まで上記①による伴走支援を行う他、商談件数を増加させるため、キャッチかつ支援事業者の魅力をより伝えることができる展示装飾を行い、来訪者の増加を目指す。

II. 「埼玉ビジネスアリーナ」への出展支援

埼玉県主催で県内最大規模となる BtoB のビジネス商談会である「彩の国ビジネスアリーナ」（令和元年度：出展企業 680 社、来場者数 17,603 人）に対し、地域小規模事業者の単独出展支援と当会が伴走型支援を行っている製造業者による共同出展を実施する。

【特色・効果】例年 600 社を超える製造業者が出展するビジネス専門の展示会には、全国から多くの事業者やバイヤーが終結する。出展企業同士のマッチングも期待できることから、積極的に技術等の PR を行うことで新規取引先の開拓が期待できる。

【支援内容】上記 I と同じ。輸送における利便性の優位さも伝えるなど工夫を凝らす。



③「BtoC イベント」による販路開拓

I. 「鳩ヶ谷商工まつり」における商品・サービスの PR・販売会

鳩ヶ谷商工会主催で地域最大規模となる BtoC（BtoB も含む）のイベントである「鳩ヶ谷商工まつり」（令和元年度：出展企業 52 社、来場者数 15,000 人）を開催し、意欲ある地域小規模事業者の販路開拓支援を行う。

【特色・効果】50 年の歴史を誇る地域最大のイベントには大勢の住民が来場するため、域内における大きな販路開拓の機会となっている。

【支援内容】事業計画策定のもと開発した新商品や新サービスの発表の場としても利用する。また、長期利用に繋がるようお客様への店舗等の PR チラシ等の作成支援も行う。

II. 「鳩ヶ谷フェス」「南鳩ヶ谷オータムフェア」における商品・サービスの PR・販売会

同じく鳩ヶ谷商工会（青年部）主催で若い世代をターゲットとした BtoC のイベントである「鳩ヶ谷フェス」（令和元年度：出展企業 20 社、来場者数 8,000 人）、「南鳩ヶ谷オータムフェス」（令和元年度：出展企業 8 社、来場者数 6,000 人）を開催し、地域小規模事業者の販路開拓支援を行う。

【特色・効果】両イベントは 3 年前から、地域に増加している若い子育て世代などが楽しめるイベン

トとして開始した。この世代は都内在勤が大多数を占め、地域店舗等の情報を知らないため、域内での支出消費量が一番少ない世代となっている。域内の需要開拓における最大のターゲット層が集結する絶好の機会となっている。

【支援内容】身近な場所に魅力ある店舗等があることをイベントでの購入と店主との触れ合いを通じて伝えられるよう、商品構成や販売方法についても指導を行う。また、デジタル世代に合わせて下記⑤のデジタルによるPRも支援する。

Ⅲ. その他、地域で開催されるイベントにおける商品・サービスのPR・販売会

当会も実行委員会等に関わる地域のB to Cのイベントである「日光御成道“夏の陣”」「たたら祭り」に出展支援を行う。その他にも地域内外から当会に寄せられる出展要望を取りまとめ、小規模事業者の事業計画における販路開拓計画やターゲットに沿ったイベントへの出展支援を行う。

【特色・効果】「日光御成道“夏の陣”」や「たたら祭り」は域内の住民だけでなく、域外の方も多数訪れるイベントとなっている。広告宣伝力が弱い小規模事業者にとって域外の方にPRするまたとな機会となっている。

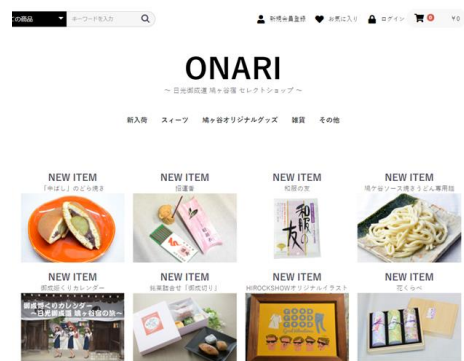
【支援内容】地域では名が通っていても域外の方は全く知らないケースがほとんどであることから、ポスターやPOPなど商品情報の発信を魅力的に伝えられるよう支援を行う。また、域外の方に継続してご利用いただけるよう下記④のネットショップによる販売も支援する。

④鳩ヶ谷商工会「ネットショップ」を活用した販路開拓

当会で運営管理を行っているネットショップ「ONARI」を使った販路開拓支援を行う。パソコン等を使った販売管理を行うことが困難な小規模事業者も当会で運営・決済管理・通知・発送までを行うネットショップを気軽に活用し、需要に応じた商品を全国に販売することで販路開拓を支援する。参加店舗の新規募集とネットショップの宣伝を継続的に行い、域外における需要開拓と売上増加に繋げる。

【特色・効果】小規模事業者にとってネックとなる多額な費用と操作等の手間を解消したネットショップを当会伴走型支援の一環として運営している。商圈を問わず、全国から受注を請けることができ、人手の問題からイベント等への出展ができない小規模事業者も販路開拓に取り組むことが可能となる。

【支援内容】通常の店舗販売と異なりネット販売で大切な写真の撮り方、SNSの活用、定期的な情報提供などを専門家も交えて支援を行う。また、一斉キャンペーンなどの企画も立案することで支援事業者の新規取引・売上拡大に繋げていく。



⑤IT・デジタルを使ったPRによる販路開拓

当会のホームページ上で提供している製造業向けの受発注情報サービス「マッチングポータルサイト」、YouTubeを使った販路開拓事業である製造業向けの「鳩ヶ谷商工会仮想工業団地」、商業・サービス業向けの「鳩ヶ谷宿仮想町屋」の支援強化を図る。紹介事業者の新規募集と更新、ターゲットとする顧客へのPRを継続的に行い、展示会に出展できなくとも日常的に販路開拓に取り組めるようになる。

【特色・効果】視覚性や必要な情報をきちんと盛り込み、デジタルで制作することで域内外に365日24時間、販路開拓に取り組むことが可能となる。小規模事業者にとって生産性の大きな向上に繋がる。

【支援内容】経営分析や事業計画策定に基づいて支援事業者の強みや顧客ターゲットを明確にしたデータ作りを支援する。また、オンラインによる「バーチャル展示会」なども企画し、新たな需要開拓手法の開発と情報発信の仕組みを構築する。

⑥鳩ヶ谷商工会イノベーションセンター内「チャレンジショップ」を活用した需要の開拓

「チャレンジショップ機能」を有した当会館 1 階で需要開拓支援を実施する。例として「飲食業」であれば実際に試食してもらい、「小売業」であれば期間を決めて特設販売を行う、「サービス業」であればプレゼンテーションや体験をしてもらい、「製造業」であれば取引先を呼んで展示会を開催する、「建設業」であれば消費者を呼んで P R 商談会を開催するなど顧客との直接的な接点を作り出し、需要の開拓を行う。

【特色・効果】様々な設備を有した当施設を地域の小規模事業者が気軽に利用することができる。あらゆる業種の方が需要調査から P R 販売まで行うことで、域内外における販路開拓に繋がる。

【支援内容】初めて取組む方にも展示レイアウト・接客方法など事前準備から伴走型支援を行う。需要調査やフォローアップも通じて着実な販路開拓に繋げる。また、開催周知についても当会 H P、駅の看板スペースなどを活用して、広く周知を図ることで地域小規模事業者の需要の開拓に寄与していく。



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

①現状

当会では、年 1 回「経営発達支援計画評価会」を開催して年度に実行できたこと、実行できなかったことについて議論を交わして評価を行っていた。その他、外部専門家として中小企業診断士より客観的な評価を受けていた。そして、評価会で出た意見を元に各事業の見直しを図り、当年度の支援事業計画の実施内容等に反映させている。

②課題

現在の評価手法では内部での評価が強く反映されてしまうため、客観的な評価が十分であるとは言えない状況である。また、外部専門家からの指摘を受けているものの、支援体制の課題などから新たな支援計画には十分に反映できていない状況である。今後は、様々な角度から評価を受けることが必要であり、外部の人間を交えた検討会に発展させることが課題となっている。また、指摘された見直し案を十分に取り入れた支援事業計画を行えるよう、当会の支援体制の強化を並行して行う必要がある。

(2) 事業内容

①「経営発達支援計画協議会」の開催

これまで当会会長、当会事務局長 1 名、当会経営指導員 1 名、中小企業診断士 1 名（外部有識者）で年 1 回行ってきた「経営発達支援計画評価会」における議論をより活性化し、実りある支援に繋がるよう「経営発達支援計画協議会」に名称を変更するとともにメンバーの見直しを行う。

新たなメンバーは、川口市経済部 1 名、当会正副会長 3 名、当会事務局長、当会法定経営指導員 3 名、業種別代表者 4 名、中小企業診断士 1 名（外部有識者）で構成し、年度終了後 2 ヶ月以内に年 1 回開催する。

協議会では、実施した事業の成果報告等を通じた評価を行うとともに今後の支援における改善点について協議を行う。協議会で改善の必要性が指摘された点は見直し策を検討し、速やかに改善することで当会の経営発達支援計画の P D C A を行うことが可能となり、地域の小規模事業者に対してより効果的な伴走型支援の実施に繋がる。

②経営発達支援計画協議会における「評価結果」の公表

上記の経営発達支援計画協議会における「評価結果」は理事会に報告し、見直し策に関する意見もいただく。また、協議会開催後1ヶ月以内に当会ホームページに「評価結果」を公表（年1回）することで、地域の幅広い小規模事業者が自由に閲覧できる状態にする。

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

①現状

当会では資質向上のための取り組みとして、一般的なOJTによる人材育成、外部講習会の活用による人材育成の手法はもちろん、それ以外に独自の取り組みとして「経営カンファレンス」として外部専門家である中小企業診断士とともに事例企業の経営を職員全員で考える取り組みを行っている。

②課題

上記の経営カンファレンスの成果もあり、経営指導員はもちろん全職員が会員企業の経営の在り方に対して意識を高めるようになり、経営支援に関する知識も向上してきている。しかし、現状ではまだ多様化する経営課題や困難な経営課題、中小企業の特徴を活かした提案をできるまでは至っておらず、今後はこの取り組みを更に発展させて、職員全体で企業支援に成果を出せる組織作りが課題となっている。

（2）事業内容

①外部講習会等の積極的活用

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、埼玉県商工会連合会主催の各種セミナー、全国商工会連合会のWEB研修、埼玉県等主催の各種研修会、中小企業大学校主催の専門研修などに対し、計画的に参加する。

経営指導員等自身が支援経験の少ない内容を積極的に受講することで支援能力の向上に繋げる。そして、事業者からのニーズが高い支援内容については誰かが必ず受講して情報を共有することで、支援機関である当会全体の資質向上を図る。また、AIなど新たな技術の習得に絶えず努める。

②計画的なOJTの実施

支援経験の豊富な経営指導員や外部専門家に若手経営指導員や一般職員が同行して巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを計画的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

また、定期的な経営指導員会議を行う中で、担当する支援事業者に発生した課題や対応法を協議することで、支援事業者へ適切なサポートと資質向上に繋げる。

そして、新たな組織体制として、法定経営指導員1人に一般職員1人を専任でサポートに付けて経営発達支援に取り組む。法定経営指導員から指示された支援業務を実践する中で知識とスキルが向上され、経営指導員以外でも支援できる幅を広げていく。

③データベース化による職員間の情報共有の徹底

外部専門家に同行した経営指導員や外部研修会に出席した職員が、そこで学んだことを記録として残してデータベース化する。それを全職員がいつでも閲覧できる状態にして、支援情報や支援ノウハウの共有を図る。また、職員ミーティングの中で要点の説明を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

その他にも経営支援基幹システム「BIZミル」に蓄積された経営分析・経営支援データを共有することで、緊急時においても対応が可能となる他、経験の浅い職員の知識の向上にも繋がる。

④鳩ヶ谷商工会独自の「経営カンファレンスの実施」

前経営発達計画時から実行している「鳩ヶ谷経営カンファレンス」を更に発展させて実行する。従来は外部専門家が示す事例企業を対象に行ってきたが、新たな取り組みとして「会員企業を対象にカンファレンスを行う」「職員が講師として事例企業のカンファレンスを行う」「サービスや商品を実体験しながらカンファレンスを行う」などの試みを追加していくことで、より深く企業や支援方法を知り、資質向上に活かす。

〈経営カンファレンス 5 ヶ年ビジョン〉

	経営指導員	記帳職員・補助員
現状	専門家と共に企業の経営支援が行える	経営支援の重要性を理解し、意識が高まった
1 年後	より多くの経営支援の事例を学び、他の職員と考えを共有できる	地域企業の現状を把握し、経営支援の重要性を説明できる
2 年後	専門家を有効に活用しながら、多様な経営支援を行える	経営者の話を直接聞き取り、現状分析を行い、課題を経営指導員に伝達できる
3 年後	記帳職員・補助員との連携を強化する中で指導能力を高める	通常業務にて事業者の課題に気付き、定量・定性の両面から経営分析を行える
4 年後	専門家との役割分担を明確化し、多様な場面で現状分析や今後の提案が行える	通常業務にて事業者への経営のアドバイスや事例の紹介を行える
5 年後	1 人で経営支援を行うことができ、ある程度の課題に対応できる	経営指導員や専門家と共に経営支援を行うことができる

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

①現状

川口市内外の行政・支援機関が集い、情報交換会、研修会などを行ってきた。そこで、最新の施策や支援事例を学ぶことで、地域小規模事業者への支援に役立てている。

②課題

事業者からの相談内容は、年々高度・多様化しており、高度な専門知識を必要とする場合も多い。引き続き、研修等を通じて職員がスキルを向上させることも重要であるが、専門とする他の連携支援に適切に引継ぎことも重要な責務である。他の支援機関と信頼関係をより強固なものとするべく、情報交換の強化を図る。

(2) 事業内容

①小規模事業者経営基盤強化事業連絡会議

埼玉県南部地域振興センター管轄の商工会・商工会議所が集まる「小規模事業者経営基盤強化事業連絡会議」に出席し、小規模事業者支援事業の現状、経営革新計画承認等に関する支援策、各種補助金情報、支援ノウハウ、支援事例について情報交換を行う。同じ目的と立場である支援機関の良い支援手法を当会にも取込むことを目的とする。(年 4 回開催)

②埼玉県商工会連合会 事務局長会議・経営指導員協議会

埼玉県内の商工会職員が集まる「事務局長会議」、「経営指導員協議会」に出席し、各地域の経済動

向、各商工会が行う支援ノウハウ、支援状況、成功事例等について情報交換、県外も含めた研修会を行う。研修を通じて知識を向上させるとともにより広い地域の手法を取込むことを目的とする。(年 10 回開催)

③川口市創業支援会議

川口市内の支援機関(川口市・川口市産業振興公社・鳩ヶ谷商工会・川口商工会議所)で構成された「川口市創業支援会議」に出席し、地域創業支援事業の現況、セミナーの開催、創業に関する支援ノウハウ、支援事例、支援施策などについて情報交換を行う。地域を代表する 4 支援機関が情報を密接に交換することで創業希望者への総合的な支援を実現させる。(年 3 回開催)

また、当会施設のチャレンジショップの運営においても連携し、創業希望者の支援を行う。

④埼玉県事業承継ネットワークへの出席

埼玉県が商工会・商工会議所、金融機関、士業団体、公的機関、市町村を含めた機関で構成する「埼玉県事業承継ネットワーク」に出席し、各機関における事業承継の現状及び課題、支援事例等の有益な情報のやりとりを行い、各団体等の枠を超えた情報共有とネットワーク作りを行う。多岐に渡る専門的知識が必要となる事業承継において知識を学ぶとともに、連携機関との関係性を強化し、適切なフォローに繋げることを目的とする。(年 2 回開催)

⑤日本政策金融公庫浦和支店マル経推薦団体連絡協議会

日本政策金融公庫浦和支店管轄の商工会・商工会議所が集まる「協力会会議」に出席し、地域の経済動向、金融支援等の状況について情報交換を行う。また、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」の積極的活用法について情報交換を行う。事業計画策定を通じた新たな取り組みでは資金繰りも重要となる。支援情報を適切に伝え確実な計画実行に繋げる。(年 2 回開催)

⑥その他支援機関との連絡会議

地域金融機関、関東信越税理士会川口支部、川口税務署管内青色申告会との研修会において、地域の経済動向、各支援機関・団体が行う支援策、支援状況、支援ノウハウ等について情報交換を行う。支援事業者の掘り起こしからフォローアップまで様々な課題や支援内容が発生する。地域の専門的機関との連携を強化し、ともに地域小規模事業者の発展に繋げていく。(年 5 回開催)

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

①現状

当会では地域の活性化に資する取組みを地域のコミュニティを形成する場と同時に小規模事業者の新たな取組みの発表の場、需要を調査する場、販路開拓の貴重な場と捉え、年間 4 回の大規模イベントと年間約 10 回の各イベントへの協力を行っている。人口が増加している当地域では大勢の来場者が訪れ、小規模事業者が開発した商品などを購入することで、地域経済の活性化に繋がっている。

また、イベント開催においては顧客ターゲットを明確にするなどコンセプトを持った企画を心掛け、出店者にも新商品の開発やテストマーケティングを促し、経営発達支援の一環としている。

②課題

当地域は人口密集地のため、イベントを開催すると来場者数は多く、売上等において一定の効果を発揮できているが、地域外からの来訪者は少ない現状にある。今後は当会および事業者が SNS 等を十分に活用することで、地域外からの来訪者を増加させると同時に地域内外者の継続利用に繋げ、地域経済がより活性化するよう支援を実施したい。

また、継続する中でマンネリ化を避け、さらに魅力を拡大させるには、若い人材の発掘や協力が重

要であると考え。そして、地域外から人を呼び込むためには鉄道会社との強力な連携が重要であると考え、魅力的な街づくりを通じた地域経済の活性化に取り組んでいく。

(2) 事業内容

①地域資源文化「日光御成道」を活用した街づくり

当鳩ヶ谷地域は、徳川家康が祀られた日光東照宮に歴代の徳川将軍が参詣に向かう専用道として江戸時代に発展した「日光御成道」の鳩ヶ谷宿で栄えた場所である。平成 24 年からは時代絵巻を現代によりみが見えさせた「日光御成道まつり」も開催され、地域住民だけでなくマスコミ報道を通じて県内外からも注目されている。当会では川口市・川口市観光物産協会・川口産業振興公社・埼玉高速鉄道・地域商店街・新井宿まちづくり協議会・跡見学園女子大学・武南地区交通安全協会等で構成された委員会を年 3 回開催し、貴重な歴史的財産である「日光御成道」を活用し、来街者を増やし、商店街を活性化させるイベントを開催する。また、新たな商品開発にも繋げ、小規模事業者の積極的な事業参加を促し、地域経済を活性化させる。



- i. 日光御成道まつり、日光御成道“夏の陣”、おかめ市、ふれあいマーケットといった日光御成道で開催するイベントを実施し、地域内外からの来街者の増加を図る。
- ii. 日光御成道を活用した特産品の開発を推奨し、マーケティング調査・販路開拓支援、事業計画策定についても継続的に支援を行う。
- iii. 日光御成道鳩ヶ谷宿に位置する商店街店舗等をPRしたHPを作成し、随時更新を行う。上記イベントを含め観光来街者の増加を図る。

②ご当地グルメ「鳩ヶ谷ソース焼きうどん」を活用した街おこし

当地域に戦前からあるソース会社と連携協力し、開発した専用ソースと埼玉県が日本第 2 位の生産量を誇るうどんを組合せた、ご当地グルメ「鳩ヶ谷ソース焼きうどん」事業を鳩ヶ谷商工会青年部が中心となり平成 21 年より行っている。現在では当会内に当会役員・青年部員・飲食店・小売店・地域住民等で構成された「鳩ヶ谷ソース焼きうどん研究会」を設置し、定期的に会議やイベント活動を行っている。

また、「埼玉を日本一のうどん県にする会」や埼玉県と協力し、県内各地でPR活動を行っている他、他県グルメと「日本 5 大焼きうどん宣言」を締結し、毎年数多くのテレビ・ラジオ・新聞・雑誌などにも取り上げられている街おこし事業となっている。

今後も川口市、川口市観光物産協会、商店街、NPO、地域学生、他グルメ団体等とも連携し、新たに生み出したグルメ文化を活用し地域経済の活性化を推進していく。

- i. 青年部を中心に地域内外のイベント等に年 10 回出展し、知名度を向上させるとともに当地域の商店街にある焼きうどん提供飲食店舗への来店に繋げ、売上の増加を図る。
- ii. 鳩ヶ谷焼きうどんソースを使用した特産品の開発を推奨し、各地で開催されている展示販売会等の出展を継続的に支援する。
- iii. 現在約 20 店舗ある焼きうどん提供店を紹介したマップやHPを作成し、全国各地のB級グルメ愛好家へのPRの他、マスコミ等への積極的なPRを実施し、観光来訪者の増加を図る。



③当会館1階「チャレンジショップ」を活用したイノベーションによる街づくり

当会館1階の研修室を令和2年10月にチャレンジショップ機能を設けた施設に改装した。新たな施設では、飲食・商品の販売が可能な他、映像設備も整えている。既存の事業者には捕らわれず、地域に増えている才能あるフリーランスや創業希望者を積極的に取り入れ、地域にイノベーションを起こす事業者の発掘を通じ、地域に賑わいをもたらす事業を行う。

今後は当会内に当会役員・青年部員・外部有識者などで構成した地域イノベーション委員会を設け、活用法や支援策の協議を定期的実施する。また、川口市、川口市観光物産協会、埼玉高速鉄道(株)、商店街、創業者、NPO、学校等と連携し、新たな情報発信基地から文化を創り出し、空き店舗の活用なども通じて特色ある街づくりを推進していく。

④「埼玉高速鉄道(株)」 「学校」との連携強化による街づくり

当地域で運行する埼玉高速鉄道(株)は、地域経済の活性化に積極的な協力を行っており、当会でも様々な事業において連携を図っている。今後は事業の計画段階から連携を図ることで、地域外からの来訪促進を図っていく。また、当地域は新たに流入した都内在勤者が多いため、2駅で1日約2万人の乗客が駅を利用している。地域の小規模事業者の販路開拓において、この層は「潜在需要」の宝庫であり、当会と埼玉高速鉄道(株)が協力し、マーケティングを行うことで「地域内需要の増加」に繋げる。

また、地域の小・中学校、跡見学園女子大学、埼玉学園大学など連携している学校と街づくりにおいて、さらに強力な関係を構築し、発想の多様化・地域の逸材の発掘による未来に繋がる経済活性化の取組みを実現する。

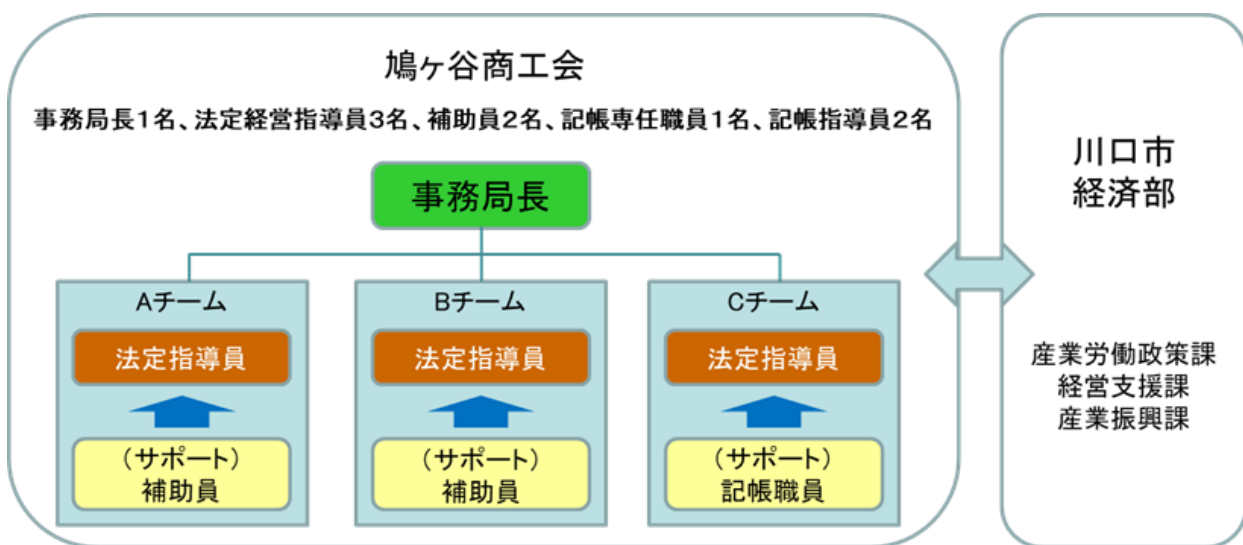
(別表 2)

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

(令和 2 年 1 0 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当該経営指導員の氏名、連絡先

- 氏 名：田部雅樹、永井誠一、千葉和平
- 連絡先：鳩ヶ谷商工会：048-281-5555

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において中心的な役割を担い、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。

また、支援体制の強化推進のため、法定経営指導員1名に補助員・記帳専任職員1名をつけて指導と目標達成に向けた支援サポートを連携して実施する。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒334-0002

埼玉県川口市鳩ヶ谷本町2丁目1番1号

鳩ヶ谷商工会

TEL：048-281-5555 / FAX：048-285-6630

E-mail：hatogaya@syokoukai.jp

②関係市町村

〒332-8601

川口市経済部産業労働政策課

埼玉県川口市青木2丁目1番1号

川口市 経済部 産業労働政策課

TEL：048-259-9025 / FAX：048-258-1190

E-mail：100.01000@city.kawaguchi.saitama.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3年度	令和4年度	令和5年度
必要な資金の額	10,500	10,500	10,500
事業啓蒙活動	500	500	500
専門家謝金	2,000	2,000	2,000
セミナー開催	500	500	500
市場・需要調査	200	200	200
経営支援管理	300	300	300
展示会出展	1,000	1,000	1,000
販路開拓支援	1,000	1,000	1,000
地域活性化	5,000	5,000	5,000

(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、川口市補助金、埼玉県補助金、国補助金、各事業収入等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

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	
①	
②	
③	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	

