

経営発達支援計画の概要

実施者名	和光市商工会（法人番号 2030005007011） 和光市（地方公共団体コード 112291）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	和光市の地域活性化及び小規模事業者の持続・発展に寄与するため、行政や支援機関と連携を密にし、小規模事業者の意識改革と事業の底上げ、継続性及び経営体質の改善を図るため、以下の点を基本とした支援に取り組む。 （1）小規模事業者が同業他社と差別化し、販路開拓・売上拡大を目指す （2）小規模事業者がDXやAIの利活用を図り、業務の効率化を目指す （3）新規創業、転入を支援し、管内の小規模事業者数の維持・増加を目指す （4）上記を実現するために「経営力再構築伴走支援」を行い地域の持続的発展の取組を図る
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること ①RESASの活用 ②経営指導員による聞き取り調査</p> <p>4. 需要動向調査に関すること ①新商品展示即売会からの需要動向調査と結果の活用 ②「彩の国ビジネスアリーナ」での需要動向調査と結果の活用</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析対象者の掘り起こし ②経営指導員等による経営分析</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること ①「事業計画策定セミナー」の開催 ②小規模事業者の事業計画の策定</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①中小企業診断士等を活用した計画策定者へのフォローアップ</p> <p>8. 新たな需要の開拓に関する寄与する事業に関すること ①事業者紹介サイト「わこぐる」の拡充 ②販路開拓セミナーの開催 ③新商品展示即売会の開催 ④彩の国ビジネスアリーナへの出展支援</p> <p>II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組</p> <p>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評価委員会の開催 ②理事会への報告 ③検証結果の公開</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること ①外部講習会等の積極的活用 ②OJT計画 ③資格取得推進</p> <p>11. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウの情報交換に関すること ①「認定支援機関連絡会議」の開催</p> <p>12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること ①産業の担い手・働き手不足の解消を図る事業の実施 ②創業者や理研ベンチャー等向けの支援について ③不動産物件の一括管理システムの構築について</p>
連絡先	和光市商工会 〒351-0114 埼玉県和光市本町 31-2-109 電話：048-464-3552 FAX：048-464-3554 メール： info@wako-sci.or.jp 和光市役所 〒351-0192 埼玉県和光市広沢 1-5 電話：048-424-9114 FAX：048-464-1192 メール： c0300@city.wako.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

➤ 立地と人口

和光市は、埼玉県の最南端東部に位置し、東は東京都板橋区、西は埼玉県朝霞市、北は埼玉県戸田市に隣接している。面積は11.04km²と埼玉県内で3番目に小さい市であるが、県内63市町村で平均年齢が県内2番目に若く、また人口増減率が県内1位と人口が増加し続けている市である。また東京近接のため地価も上昇し続けているが、平均所得も県内1位となっており所得が高いという傾向も見られる。当会は和光市全域を管轄しており、当市唯一の商工団体である。



和光市ホームページ「市のプロフィール」より

年 度	住民基本台帳世帯数			住民基本台帳人口								
	日本人登録世帯数	外国人登録世帯数	総世帯数	日本人登録人口			外国人登録人口			総人口		
				総数	男	女	総数	男	女	総数	男	女
平成 15 年度	30,866	723	31,389	69,796	36,178	33,617	1,286	653	633	71,082	36,832	34,250
20	34,217	733	34,950	74,204	38,418	35,785	1,433	702	731	75,637	39,121	36,516
25	36,129	894	37,023	76,550	39,566	36,984	1,710	856	854	78,260	40,422	37,838
30	38,777	1,421	40,198	79,434	40,844	38,590	2,393	1,256	1,137	81,827	42,100	39,727
令和 5 年度	41,279	1,482	42,761	81,139	41,508	39,631	2,460	1,350	1,110	83,599	42,858	40,741

県内市町村の人口増減率(県HPより5年度統計) 県内市町村の平均年齢(県HPより5年度統計)

順位	市町村	増減率 (人口千対)	増減数 (人)
	全 県	△0.80	△5,877
1	和 光 市	10.59	887
2	八 潮 市	6.10	569
3	滑 川 町	4.26	85
4	朝 霞 市	4.14	589
5	東 松 山 市	4.00	368
6	さいたま市	3.78	5,066
7	富 士 見 市	2.93	330
8	蕨 市	2.65	196
9	戸 田 市	2.44	346
10	川 口 市	1.55	918

順位	市町村	平均年齢 (歳)
	全 県	47.4
54	蕨 市	45.8
55	伊 奈 市	45.8
56	川 口 市	45.8
57	さいたま市	45.5
58	吉 川 市	45.5
59	八 潮 市	45.2
60	滑 川 町	44.3
61	朝 霞 市	43.9
62	和 光 市	42.8
63	戸 田 市	42.3

県内市町村の平均所得（県 HP より 5 年度統計）

順位	市町村	金額 (千円)	増加率(%) (対令和元年度)
	全 県	2,890	△4.0
1	和 光 市	3,710	△1.7
2	さいたま市	3,486	△4.2
3	戸 田 市	3,454	△2.4
4	朝 霞 市	3,318	△1.9
5	三 芳 町	3,155	△8.6
6	志 木 市	3,085	△1.5
7	蕨 市	3,074	△2.0
8	八 潮 市	3,008	△4.2
9	川 口 市	2,969	△3.3
10	所 沢 市	2,919	△4.2

東武東上線の乗降者数(東武鉄道HPより)

順位	駅名	乗降人(人)
1	池袋	408,382
2	和光市	162,203
3	朝霞台	148,983
4	川越	114,751
5	志木	93,798
6	朝霞	65,029
7	ふじみ野	61,092
8	東武練馬	54,406
9	成増	51,425
10	上福岡	50,324

※乗降人数は、2023 年度 1 日平均。

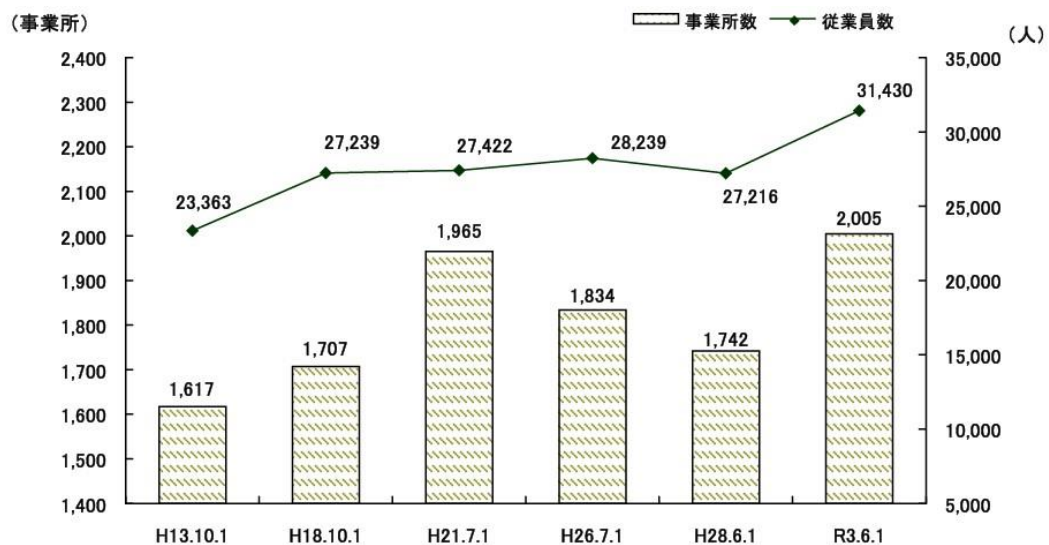
➤ 交通

和光市には和光市駅があり、東京メトロ副都心線・有楽町線・東武東上線が乗り入れている。東京メトロに関しては、始発駅という点から各方面へのアクセス・利便性はとて高く、1日あたりの乗降客数は東武東上線が約 16 万人と沿線でも有数の混雑駅となっており、和光市に事業所を置く本田技研や理化学研究所、和光市役所の従業員や、都内等へ出勤するサラリーマンなど駅の利用者は多い。

主要道路網は、国道 254 号、東京外かく環状道路などで骨格形成されており、特に和光 IC、和光北 IC の 2 つのインターチェンジが設置されているなど各方面への利便性は高い。

➤ 市内事業者数

事業所数、従業員数の推移（令和5年度版 統計わこう）



資料 経済産業省 事業所・企業統計調査、経済センサス-基礎調査、経済センサス-活動調査

(注1) 平成18年までは事業所・企業統計調査

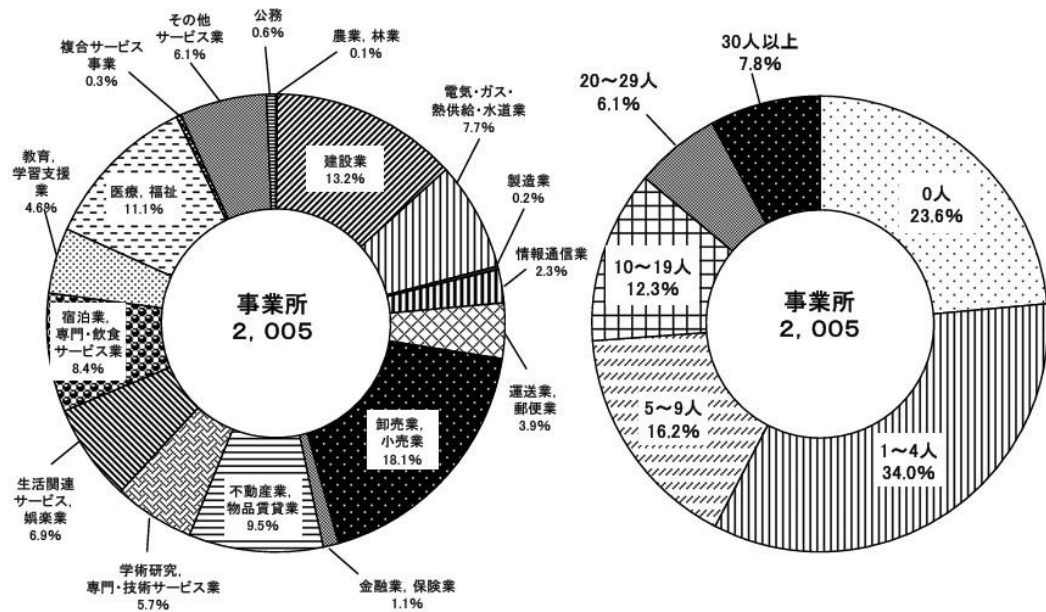
(注2) 平成28年経済センサス-活動調査については、民営事業者のみ集計

市内の業種別事業所数は、経済センサスにもあるように減少傾向にあったが、R3年度統計では大幅に増加している。これまでは、駅前を中心に商業・サービス業施設が集結する典型的な都市近郊型の生業が中心であったが、大手チェーン店が多数進出しているため、小規模事業者は厳しい価格競争に晒されており、生業を営む小規模事業者は減少している。また、宅地整備が進んでいるため、住工混在地域が発生しており、製造業を営む小規模事業者は、機械などの稼働時間が制限されてしまっており、他市への流出が顕著で、特に減少率が高くなっている。

一方、大きな設備導入を伴わない理美容、エステ、ネイル、不動産業などの小規模店、1人親方などの建設業者などの創業や転入が増えている。東京に面している事や交通の利便性などによる人口増加と連動し、マンションの一室で事業を始める方も増えている。

全体の事業所数の割合は、飲食・小売・サービスを中心に第3次産業が8割強を占め、残りが製造業・建設業の第2次産業という構成になっている。また事業所の規模を見ると6割近くが従業員数5人未満であり、大規模店舗は市内に13店舗あるのみであり、その他は全てが中小・小規模事業者である。

産業別事業所数、従業員別事業所（令和5年度版 統計わこう）



資料 経済産業省 経済センサスー活動調査

資料 経済産業省 経済センサスー活動調査

➤ 商業・小売・サービス業の現状

和光市の業種別事業所数は、小売・サービス業が36%と多く、飲食店・宿泊業が10%と続く。商業面では、ここ3年程で大型スーパー6店舗や、雑貨なども販売する大手薬局チェーン5店舗など大型店の進出により、身近な商店での買い物から大規模な駐車場を持つ大型商業施設での買い物が増えている。管内小規模事業者も他地域と同様、価格、商品力、広告力などで太刀打ちできず、概ね業況は厳しい。

➤ 工業（製造業）の現状

工業は事業所数が年々減少傾向にあり、令和5年に和光市が発表した統計によると、事業所数、従業者数、生産額などが平成20年の統計と比較して、10数年で大幅に減少したことがわかる。

前述のように、宅地化が進む過程で住工混在となり近隣住民との騒音トラブルや、操業時間の制限

による価格競争力の低下を招いている。また地価の高騰で借地操業している事業所にとっても、価格競争では不利な環境となっている。域外に転出する事業所はいても新規に和光市内で工業を始めようとする事業所はほとんどいない。こうしたことにより、市内工業事業所数は減少の一途をたどっている。

その例外として、市内に本所を有する理化学研究所に隣接する和光理研インキュベーションプラザでは、最先端の理研の技術シーズを活用する理研ベンチャー企業がいくつも誕生している。しかし本プラザに入居できる期間は原則 5 年と決められており、退出する企業が和光に根付くことはほとんど無い。これは成長した企業は利便性を考えたり、和光市内に成長企業の受け皿となる場所（土地）が無いことが原因である。

和光市内工業の推移および状況 (単位：金額は千円)

区分	事業所数	従業員数	現金給与	原材料	製造品	生産額
	合計	計	総額	使用額等	出荷額等	
平成20年(12月31日現在)	106	1,715	687,662	2,107,189	3,627,324	3,570,105
平成22年(12月31日現在)	88	1,527	570,759	1,597,198	2,905,454	2,550,782
平成24年(2月1日現在)	76	1,349	526,116	1,247,017	2,340,791	2,285,322
平成25年(12月31日現在)	69	1,312	538,045	1,818,076	2,925,975	2,458,078
平成26年(12月31日現在)	66	1,301	520,301	1,825,045	3,040,382	2,582,287
平成29年(6月1日現在)	65	1,220	478,717	1,844,195	2,891,640	2,351,537
平成30年(6月1日現在)	65	1,303	542,412	1,922,423	3,045,667	2,396,528
令和元年(6月1日現在)	69	1,354	539,914	2,081,092	3,274,598	2,630,461
令和2年(6月1日現在)	67	1,264	523,135	1,964,494	3,207,684	2,539,303

和光理研インキュベーションプラザ外観

※和光理研インキュベーションプラザの活用

和光理研インキュベーションプラザは、中小企業基盤整備機構、理化学研究所、埼玉県、和光市が連携して運営を行う施設であり、入居する企業に対しては一定期間、家賃補助を行い、入居企業の支援も行っている。入居企業は、理化学研究所が有する技術やサービスと連携して、新事業展開や新技術開発が可能であり、ナノテクノロジーや、精密加工分野などさまざまな分野の開発等の活動が行われている。



②課題

- 相次ぐ大手飲食・小売店の出店による小規模事業者の経営悪化

和光市は、人口の増加、交通の利便性の向上などから首都圏近郊のベッドタウンとして発達しており、この市場を獲得するために、大手飲食店や小売店などが数多く進出してきている。

具体的には、和光市駅では東武鉄道による再開発が行われ2020年3月に駅ビルが開業を迎えた。ここには全国的に知名度の高い店舗、商業施設が約30店舗出店し、消費者にとって魅力は増したが、駅周辺の小規模店舗にとっては打撃となった。

駅前の至る所にチェーン店が点在する



さらには駅周辺のみならず、駅から離れた地域にも、大型スーパーマーケット5店舗や、雑貨なども販売する大手薬局チェーン5店舗など大型店もここ数年で開店しており、小規模事業者は更なる価格競争、売上の減少など経営環境の悪化にさらされている。

市内で事業を行う小規模事業者は、日頃より子供見守りや防災、防犯や消防団などの地域活動、雇用や納税などで地域社会にも貢献してきたかけがえのない存在であり、災害時には和光市の復旧を担う重要な役割も果たしている。こうした小規模事業者の存続・持続的発展は、和光市にとっても喫緊の重要課題であり、大手企業との差別化や新商品開発、ビジネスマッチングなどによる売上拡大に向けた経営革新の取組みが必要である。

▶ 様々な事業環境変化への対応

2024年に猶予期間も終了し、全業種に適用されることとなった働き方改革、また近年は毎年引き上げられている最低賃金、またそれらを実現する為に求められている生産性向上の為にデジタル化、DX（デジタルトランスフォーメーション）、税制改正に伴うインボイス制度や電子帳簿保存法など、経営資源の少ない小規模事業者には乗り越えるべき高い壁が近年は立て続けに発生している。さらには、コロナを経て体力的に疲弊した財務状況に追い打ちをかけるウクライナ侵攻等によるエネルギー高、急激な円安に起因する物価高などに対し、価格転嫁できない小規模事業所も多く、収益の確保は一層難しい状況となっている。

以上のような急激な経営環境の変化に対応していくためにも、まずは出来る所から生産性の向上や価格転嫁を図るなどの取組みが必要である。

▶ 人的課題への対応

第一次ベビーブームで生まれた団塊世代が75歳以上となる2025年、中小企業や小規模事業者にとっては事業承継問題が深刻さを増している。高齢な経営者が経営する事業所の約半分程が後継者不在による廃業になるとの試算もあるが、当市においても同様の傾向があると実感している。高齢経営者に対して傾聴・共感・問い掛けにより、気付き・腹落ちさせる「経営力再構築伴走支援」が特に求められる支援だと感じている。

また少子高齢化による人手不足の問題も抱える中小・小規模事業所も多い。そのような中、特に東京に近接する和光市の課題として、時給など待遇の良い都内への勤務を希望する若者などが多く、職業安定所に求人を出しても求職者が来ないという事業所の声も多い。

事業承継問題や人手不足問題は、それらに取り組む他機関との連携も図りながら、個々の事情に応じた支援が必要である。

▶ 不動産の課題への対応

和光市は池袋まで東武東上線の急行で15分、横浜まで副都心線直通で1時間以内の他、東京外かく環状道路のICが2つあるなどの交通の利便性や、行政が力を入れている都市基盤整備と福祉施策の充実などにより、魅力ある都市として若い世代の流入が続き、そうした人口増加の影響もあり、地価が上昇している。そうした状況であっても和光市においては空き店舗によるシャッター街といったものは見られず、空き物件には比較的早期に次の契約が結ばれる状況となっている。

そうした中、先述の和光理研インキュベーションプラザを卒業となる企業が市内への移転を希望する場合であっても、希望に合う空き物件がなかなか見つからず、残念ながら他地域へ移転してしまうケースが多々見られている。また和光での事業開始を希望する事業者も同様で、希望物件がなかなか見つからず、断念しているというケースも散見される。

せっかく和光での事業展開を希望する事業者にも他市に行かれてしまうという機会損失が発生している中で、日々変動し続ける不動産情報を検索することが容易でない事が課題と感じている。

(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

10年後の和光市の小規模事業者は、大規模な駐車場を配備した大型店舗やフランチャイズ店、大手チェーン店等の出店攻勢により、今まで以上に厳しい経営環境を強いられると想定する。

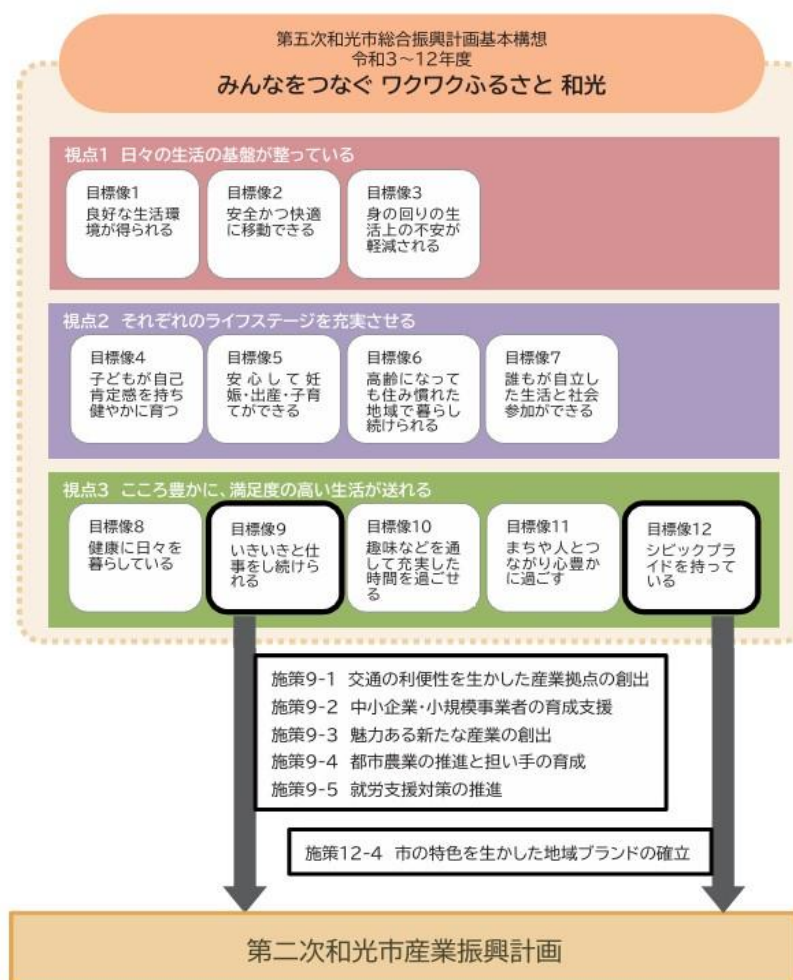
工業についても、住工混在や地価上昇等により工場の市外転出や、後継者不在、DX化や先端設備等への投資ができないなど、時流についていけない事業所の廃業によりさらに事業所数は減少を辿るものと想定され、一層和光市の商業、サービス業への比率が高まっていくものと思われる。

しかし前述のように、この地域を様々な面から支えている小規模事業者の存在は必要不可欠で、そのため事業環境変化や人的課題を解決し、他社と差別化した魅力ある商品やサービスを提供していくことが課題となる。当会としては、引続き小規模事業者が1者でも多く、持続・発展していくためにも、より一層の「経営力再構築伴走支援」が不可欠と考えている。

② 和光市総合振興計画との連動性・整合性

和光市は、長期的な展望に立ち和光市の目指すべき将来像を描くとともに、その実現にむけた総合的かつ計画的なまちづくりの在り方を示すものとして、令和3年度から令和12年度までの10年間を計画期間とした「第五次和光市総合振興計画」を策定している。さらに総合振興計画を踏まえた和光市の産業振興の方針を定めるものとして、令和4年度から令和13年度までの10年間を計画期間とした第二次和光市産業振興計画を策定している。その体系図と施策は右図の通りである。

当会では、産業支援の担当部署である和光市産業支援課と毎月の定例会議を通じて各種施策の情報交換や状況報告、各種事業摺り合わせを行い、和光市の産業振興計画とベクトルを一にして、小規模事業者の持続的な発展に資する伴走型支援体制を整備して取り組んでいる。



③ 和光市商工会としての役割

和光市唯一の商工団体である和光市商工会は、これまで管内の小規模事業者の意見を集約し、行政（和光市）に意見具申し、「地域の活性化」「中小・小規模事業者の持続的な発展と活力の強化」に取り組んできた。近年は急激な事業環境の変化に対応するための小規模事業者に対する地道な支援、とりわけ顔が分かり相互信頼関係のある事業所と商工会だからこそできる「経営力再構築伴走支援」を

実践していくことに、商工会としての存在意義が求められるようになってきていると考えている。

和光市には、知名度の高い大手資本のチェーン店、商業施設などが続々と参入してきていることから、小規模事業者を取り巻く環境は大変厳しいものとなっている。当会では他の支援機関、金融機関、行政（埼玉県・和光市）などとの連携により小規模事業者への支援体制をいっそう強化し、地域経済の活性化を推進していく必要がある。そのために、需要開拓、販路開拓、高付加価値化等による小規模事業者の経営力強化を図り、経営指導員等による伴走型支援が欠かせないことから、専門的な知識や情報を常に入手し、地域の支援機関としての重要な役割を果たしていく。

（３）経営発達支援事業の目標

長期的な振興のあり方や、地域の現状と課題を踏まえ、次の通り目標を定める。

〈目標〉

【目標①】小規模事業者が同業他社と差別化し、販路開拓・売上拡大を目指す

【目標②】小規模事業者がDXやAIの利活用を図り、業務の効率化を目指す

【目標③】新規創業、転入を支援し、管内の小規模事業者数の維持・増加を目指す

【目標④】上記を実現するために「経営力再構築伴走支援」を行い地域の持続的発展の取組を図る

以上により、小規模事業者の支援に取り組むことで、小規模事業者の経営基盤が安定し、事業を継続・発展させる事業所が増える事により、地域の雇用が維持され、地域で暮らす人々が安心して生活できる環境につながる事を、地域への裨益目標とする。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①：小規模事業者が同業他社と差別化し、販路開拓・売上拡大を目指す】

小規模事業者が他社と差別化を図るためにはSTP分析を行うのが一般的である。STP分析とは、セグメンテーション（市場細分化）、ターゲティング（ターゲット市場の決定）、ポジショニング（自社の立ち位置の明確化）の頭文字を取ったものである。

STP分析を実施するために、まずは「地域の経済動向調査」により市場動向を整理する。その後、自社の立ち位置の明確化に向けて、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。これらの分析結果を活用しながら、事業計画においてポジショニングを定める。事業計画策定後は、伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。また、事業計画を実現させるための販路拡大支援として、当会ポータルサイト「わこぐる」の拡充、展示即売会や展示会への出展支援などを実施する。

【目標②：小規模事業者がDXやAIの利活用を図り、業務の効率化を目指す】

小規模事業者のDXやAI利活用推進に向けて、前項の支援における各局面でDX・AI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・AI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、DX推進員等の派遣を実施する、③販路開拓支援の際に、「DX専門家派遣事業」や「デジタル集客・デジタルビジネスマッチング支援」を実施する。また、効果的な支援に向けて、当会職員に対してもIT・デジタル化支援能力の資質向上を図る。

【目標③：新規創業、転入を支援し、管内の小規模事業者数の維持・増加を目指す】

和光市は埼玉県内でも3番目に小さい市であるにもかかわらず、また地代が高いにもかかわらず流入したい事業所は多く、実際に事業所数は増えている。土地が狭い分、マンションなど上に向かい、そこで事業を始める方も多い。他市に見られるようなシャッター街は無く、空室はすぐ埋まる傾向にある。和光市の地域経済活性化の為に管内の小規模事業者を維持・増加させる必要があるが、市内で創業したい方、転入して事業を行いたい方の利便性を図り、誘致に繋げるため、不動産探しを容易にする取り組みを行う。

合わせて新規創業を支援し、事業継続に繋げるための事業計画の策定およびその実施支援も強力に行う必要がある。また小規模事業者の大きな経営課題となっている人手不足対策として、地元の子供、学生に地元企業の魅力を伝え、市内雇用に繋げていく事業も行う。

【目標④：上記を実現するために「経営力再構築伴走支援」を行い地域の持続的発展の取組を図る】

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、経営者との対話を通じて、傾聴・共感・問い掛けにより、気づき・腹落ちさせ事業者の内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。また技術進歩に乗り遅れることなく、小規模事業者への支援・提案を行うために、IT・DX・AIについての知識習得も必要である。これらのことを実現するために、経営指導員等のより一層の資質向上を図っていく。

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

小規模事業者は、業種ごとや地域ごとに経済動向を意識することは重要である。そのためのSTP分析を行うためには、小規模事業者自身が市場を分析し、ビジネスチャンスとなる市場を見極める必要がある。当会ではこれまで個社支援の際に、データを活用した市場分析の支援（事業機会の分析等）を行ってきたが、データを広く周知することはなかった。上記から、経営資源が不足している小規模事業者においては、外部環境要因による経営への影響も決して見逃すことは出来ないため、地域の経済動向について正確な情報収集およびその発信と活用方法について検討する必要がある。

(2) 目標

項目	周知方法	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 公表回数 (RESAS)	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 公表回数 (聞き取り)	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①RESASの活用

地域全体の経済動向、特に地場産業に関する現状分析や実態把握のため、経済産業省と内閣官房により提供されている地域経済分析システム (RESAS) を活用し、産業特性ごとに「稼ぐ力」の把握と効率性の観点から現状分析を行い、年1回公表する。

その際、産業マップメニューの全産業火花図にて産業構造の全体像（売上高・付加価値額）、産業同士の繋がりを捉え、異業種間連携や経営戦略などを考える際の材料とする。

また、商圈となりうる近隣都市との比較を表にまとめ、小規模事業者の有益情報となるように提供し、小規模事業者の持続的な発展に向けた事業計画を策定する上での基礎データの取得や、経営分析における外部環境分析を主体とする支援に活用する。

- 【分析手法】
- ・地域経済循環マップ・生産分析により、何で稼いでいるかを分析する
 - ・産業特性ごとに事業所数は出荷額、強み、現状課題を分析する。この際、近隣都市とも比較して、伸びている・落ち込んでいるところを分析する
 - ・全産業火花図を用いて、経営指導員等が調査・分析を行う

②経営指導員による聞き取り調査

巡回指導時や窓口相談時に、経営指導員が小規模事業者から景況感や需要動向、経営課題についてのヒアリングを行い、結果を事業者聞き取りレポートとして業種別、項目別にまとめる。当レポートは理事会で、管轄内小規模事業者の業況について状況報告を行う。併せて、経営指導員等の間で情報共有し、経営分析や事業計画作成の際の支援データとして活用する。

- 【調査対象】 管轄内事業者 100 者（飲食、小売、サービス、建設、製造業）
- 【実施回数】 年 1 回（10 月実施）
- 【調査項目】 売上高増減、利益率増減、資金繰り状況、借入有無、設備投資有無
- 【調査手法】 経営指導員が巡回訪問や窓口相談時に聞き取り調査を行う
- 【分析手法】 業種別、項目別に集計し、経営指導員が分析を行う

(4) 調査結果の活用

得られた情報について、項目別に収集・分析を行い、地域の状況を把握し、経営指導員の巡回指導時や窓口相談時のほか、会報、ホームページ等に掲載し、管轄内小規模事業者への周知を図る。また、この結果については後述の経営状況の分析や事業計画策定支援の中でも参考資料として活用していく。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

事業者の商品やサービス等を、より確実な売上増加に繋げていくためには、顧客・商品・サービスの需要動向を調査し、需要開拓を進める必要があるが、多くの事業者は認識していても行動に移せず取り組めていないのが現状である。

当会においても、需要動向に関する調査については十分なフォローが出来ておらず、事業者役に立つ情報発信が十分出来なかった。

従って、今後は事業者の需要動向に対する認識を高める取り組みを行うとともに、需要動向についての調査支援を積極的に実施し支援していく必要がある。

また、和光市が立ち上げている和光ブランド[※]は、平成24年に制定され、市内事業者からの申請に基づき認定基準に則って認定（2024年12月現在で17の商品が認定）されるもので、主だった観光施設や、地域産品が無い当市において、少しでも和光市の知名度とイメージを高め、地域の活性化を図ることを目的としている。

※ 和光ブランドとは・・・

和光の風土、歴史、素材などを活用したアイデアあふれる商品等や製法、品質、機能などの商品特性に優れた和光市が誇る商品を和光ブランドとして認定し、広く市内外に周知し、和光ブランドのブランドイメージの定着と向上を図ることで、市内で生産等される商品の付加価値を高めるために制定された和光市のオリジナル認定制度のこと。

しかし、認定数は制度設計された当初から比較すると停滞しており、各事業者が多くの新商品開発に着手している中で、本制度自体の露出不足が露呈しているためか、市外だけでなく市内でも十分に浸透していない。そのため、和光ブランド自体の高付加価値化を図るためにもそれぞれの商品の需要動向について積極的に支援していく必要がある。

(2) 目標

目標	現状	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年
新商品展示即売会 アンケート調査対象 事業者数	年1回 5者	年1回 5者	年2回 10者	年2回 10者	年2回 10者	年2回 10者
彩の国ビジネスアリーナ アンケート調査対象 企業数	—	年1回 3者	年1回 3者	年1回 3者	年1回 3者	年1回 3者

(3) 事業内容

①新商品展示即売会からの需要動向調査およびその活用 <BtoC支援>

当会は、伴走型小規模事業者支援推進事業によって市内で新商品展示即売会を実施しており、簡易事業計画の策定や、来場者に対するアンケート調査を実施している。商品に対する意見や

ニーズに関するアンケート調査を実施し、需要動向調査に関する支援を行う。

<アンケート調査支援>

- 【概要】 駅前で行う新商品展示即売会（駅前マルシェ）に集まる一般消費者に対して、展示、試食、販売を行い、アンケートにより新商品に対する評価を回収する
- 【調査数】 出店事業者5者／回に対しての消費者ニーズ調査を行う
- 【方法】 一般消費者に対して見る・触る・食べる・飲む等の方法によりアンケートを取る
- 【調査項目】 ①味 ②価格 ③色 ④大きさ ⑤デザイン ⑥改良ポイント等自由記述
- 【活用方法】 アンケート終了後、新商品展示即売会参加事業者ごとに集計、経営指導員がアドバイスを行い、販路開拓や改善、新商品の事業化に向けて活用頂く。必要に応じて専門家等を派遣し事業化に向けた支援を行う

②「彩の国ビジネスアリーナ」での需要動向調査およびその活用 <BtoB 支援>

埼玉県で行われている工業系最大のビジネスマッチング商談会に出展し、バイヤー向けに需要動向に役立つニーズ調査を行う。

また、精度の高いマッチングから商談件数を増やすために、アンケート結果を集約し、調査結果をもとにモノづくりについても経営指導員が小規模事業者に寄り添って支援し、商品企画やその改良に繋げる。必要に応じて専門家等を派遣し、フィードバックを行う。

<アンケート調査支援>

- 【概要】 来場された企業、事業者に対して、ブースに展示した商品のアンケートにより、ヒアリングを行う
- 【調査数】 出展事業者3者に対して、来場者へのアンケート調査を行う
- 【方法】 展示した商品に対して個別評価をヒアリングする
- 【調査項目】 ①興味のある商品 ②自社商品改良点 ③価格設定 ④要望等自由記述
- 【活用方法】 ヒアリングしたアンケート結果を経営指導員が分析し、出展事業者へ展開、批評に対して個別にフィードバックする。必要に応じて、埼玉県よろず支援拠点等の専門家を派遣し具体的な改良を目指す

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者は、人的・時間的余裕があるところが非常に少なくなっており、自社の経営状況の分析までなかなか手が回らないというのが現状である。

当会でも、小規模事業者支援策である小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金等の申請時や、経営革新計画作成支援時には経営分析の必要性を事業所に対してお伝えしているところではあるが、このような経営に対して前向きな事業所以外の事業所に対しては、経営分析を十分に行えていないと考えている。

今後は経営指導員等の巡回・窓口相談、各種セミナー開催時に、経営分析を行うことの重要性をお伝えし、一件でも多くの小規模事業者の経営分析を実施していく。

(2) 目標

現状では、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金の申請支援をおこなった事業所を中心に経営分析等を行ってきたが、本事業期間に関しては、セミナーの開催を行うことで経営分析まで関わっていくことができる事業所を増やしていく。当会の経営指導員3名が年に各10者ずつ経営分析をするものとし、下記のように目標を定める。

	現状	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年
① セミナー開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
② セミナー参加者数	10者	30者	30者	30者	30者	30者
③ 経営分析者数	15者	30者	30者	30者	30者	30者

(3) 事業内容

①経営分析対象者の掘り起こし

当会の会員・非会員問わず、金融相談など経営に係る各種相談に来られた窓口対応時や、経営指導員等が会員企業へ巡回訪問を行う際に、経営分析の必要性を周知して掘り起こしを行う。

また、小規模事業者に対して経営分析の知識の習得やその必要性をお伝えするため、経営分析に関するセミナーも開催する。

セミナー参加者の募集は、会員・非会員問わず行えるよう、和光市内に約120か所ある「広報掲示板」や連携金融機関窓口、市の制度融資窓口である和光市役所などに、開催案内ポスターの掲示やチラシを配布するなどして行っていく。

内容的には「決算書の読み方」「キャッシュフローについて」等のセミナーを、年に2～3回程度行い、それぞれ15者程度募集する。

②経営分析の内容

窓口相談や巡回訪問時に啓発を行った際に、経営分析を行ってみたいと考える事業者に対しては、決算書等の経営分析に必要な書類の提出をお願いし、それをもとに中小機構が提供している「経営自己診断システム」などの分析ソフトを活用する。収益性分析・安全性分析・生産性分析・成長性分析結果を事業者に提供し、自社の課題を把握していただく他、ヒアリングを行うなどしてSWOT分析も同時に行うことで分析を行う。

また、中小企業診断士等の専門家派遣も活用し、経営指導員等では難しい案件にも対応する。

セミナー受講者に対しては、受講者の内、経営分析に前向きな事業者を対象として、上記同様に分析ソフト等や外部中小企業診断士等も活用して経営分析を行っていく。セミナー受講者の中から、意欲的な10者程度を選定する。

(4) 分析結果の活用

経営分析を行った内容は実施した事業者にはフィードバックし、事業者自身に経営状況を把握していただくことで、事業計画の必要性を確認していただき、事業計画策定につなげていく。

また、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

当会では、数年前より小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金等の補助金申請支援と経営革新計画を含めた、中期事業計画の策定まで結びつけた支援を実施してきた。

また、これまでもセミナー等で事業計画策定について啓発をおこなっていたが、計画策定に取り組む意義や重要性が浸透していなかったという課題があったため、今後は開催方法の見直しを行い実施していく。

(2) 支援に対する考え方

前述のような経営に対して前向きに取り組んでいる事業者を中心に、持続的な発展や自立を支援していくため、事業計画の策定支援を積極的に行っていく。

その際には「地域の経済動向調査」及び「需要動向調査」を踏まえ、「経営状況の分析」を行った事業者の中で、今後の事業計画に対しても前向きに考えていこうとする事業者に対し事業計画策定支援を行っていく。

セミナーに関しては、開催の告知方法から見直し、内容についても単に策定方法だけを伝えるのではなく、考え方や必要性を十分に理解していただけるよう支援していくものとする。

(3) 目標

目標については、令和5年度の「経営革新計画」認定件数16件に基づき、上記経営分析者数を加味しながら設定した。

	現状	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年
事業計画策定者数	16者	18者	20者	20者	25者	25者

(4) 事業内容

①「事業計画策定セミナー」の開催

経営状況の分析に関するセミナーに参加された事業者や、経営分析を行った事業者、金融機関や市への融資相談を行う事業者などを対象とした事業計画策定のためのセミナーを開催する。

参加者の募集は、会員企業だけでなく市内全域にわたる事業所への参加啓発を行えるよう、和光市内に約120か所ある「広報掲示板」や連携金融機関窓口、市の制度融資窓口である和光市役所などに開催案内ポスターの掲示やチラシを配布するなどして行っていく。

セミナーは、「経営分析セミナー」開催後に1~2回程度行い、事業計画策定の考え方や進め方から、顧客ニーズと市場の動向、自社の商品・サービスの強みの把握、実際の事業計画の策定等について行っていく。参加者はそれぞれ15者程度を募集する。

②事業計画の策定

【支援対象】経営分析を行った事業者並びに、事業計画策定セミナーの参加者を中心に事業計画策定に積極的な事業者とする

【手段・方法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、中小企業診断士など外部専門家の協力もいただきながら、確実に事業計画の策定につなげていく

その際には、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、当事者意識を持ち自らが課題に取り組む「内発的動機づけ」を促していく

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

経営革新計画を中心に事業計画の策定支援を行ってきたが、策定を行った事業計画の進捗管理を小規模事業者が行って、現状把握・課題解決を行っていくことはなかなか難しいと考えられる。商工会などの支援機関がフォローアップしていくべきだが、組織的、計画的な取組として現状では行っていなかった。

今後は、支援の期間、回数、支援内容など標準化を行い、事業計画の具現化に向けて経営指導員を中心に伴走支援を行っていくことで、持続的な発展と自立を促していく。

(2) 支援に対する考え方

事業計画は策定するだけでなく、策定したものを着実に実践していくことが何よりも大事であるとする。多くの小規模事業者にとってその進捗管理などは難しい事もあり、商工会として定期的なフォローアップ（声掛け・ヒアリング・相談など）の伴走支援が必要である。またフォローアップ支援においても事業者との対話と傾聴に心掛け、事業者への内発的動機付けを行い、自走化に向けてその潜在力を引き出すことに注力していく。

(3) 目標

フォローアップの頻度は四半期に1回を目標とするが、計画通り進んでいる事業所の頻度は落とし、その分計画通りに進んでいない事業所は手厚くフォローしていく。

売上増加事業者数の目標については、現状の売上を維持していくこと自体が難しいといわれる状況で、計画策定～フォローアップ支援を行なう事業者の半数程度は少なくとも増加してもらえるようフォローアップを行っていく。

また、経常利益の増加についても、売上増加事業者数同様、事業計画策定～フォローアップ支援を行なう事業者の内、半数程度を目標とする。ただしこの目標は売上増加事業者と重複する場合もある。

	現状	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年
フォローアップ対象事業者数	30者	30者	35者	35者	40者	40者
頻度：年3～4回 (年間延べ回数)	60回	120回	140回	140回	160回	160回
売上増加事業者数	未調査	15者	18者	18者	20者	20者
経常利益増加の事業者数	未調査	15者	18者	18者	20者	20者

(4) 事業内容

事業計画策定者全員に対して実施支援を行っていく。

計画策定に関わった経営指導員等が中心となってフォローアップを行い、その際に顕在した高度な課題に対しては中小企業診断士等の専門家や金融機関等と連携して行っていく。

フォローアップの頻度としては、今までは経営指導員等が個々の判断で行っていたものを、四半期に一度以上は行っていく、事業者の状況によっては、二か月に一度のところを毎月訪問するなどして、進捗状況の確認と今後に対する対策の仕方について支援していく。

具体的な支援内容としては、計画通りに進んでいない場合は課題の把握、解決方法についてアドバイスを行っていく。改善が必要な場合や高度な課題に直面している様な場合には、当会の持つ各種施策の活用や外部専門家なども交え、課題に応じた支援を行っていく。また、その際運転資金や設備資金等の資金調達が必要な場合には、日本政策金融公庫のマル経融資を中心に、認定支援機関連携会議で顔の見える関係にある、市内金融機関とも連携しながら、和光市制度融資、埼玉県制度融資の斡旋を行っていく。

当会の持つ各種施策を常に最新のものとできるように中小企業庁や各省庁が発信する支援策を適宜収集し、計画遂行に役立つ情報提供を行っていく。

8. 新たな需要の開拓に関する寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

事業者の重要課題の1つである販路開拓について、当会では、小規模事業者のホームページを整備したり、SNSを活用したり新商品展示即売会に出展するなどを行ってきたが、どれも二番煎じの対策であることから新鮮みも少なく、大きな効果を得ているとは言い難い。

また、近隣商工会（朝霞・新座・志木）と連携したビジネス交流会の開催や、製造業に対しては南西部4市仮想工業団地をインターネットの仮想空間に工業団地の作成を実施したが、実際にビジネスに繋がった受発注は微々たるもので、実際の効果測定や調査等も行っていないことから、参加者を集めるだけの形骸化した事業になってしまっている。

そのため、小規模事業者にはモチベーションを高く持っていただくことが必要であり、定期的に販路開拓に関するセミナーを開催する。セミナーの中にはより実践的なものとなるようPOPやレイアウトに関するセミナーを開催し、見せ方などの工夫について学んでいただく。

ホームページの整備について、当会では市と連携し、和光市事業者紹介ポータルサイト「わこぐる」を推し進めており、市内の商業・小売業に留まらず、製造・建設業なども掲載することで、顧客や市民からも幅広く利活用されるサイトを制作することで販路開拓や売上の向上に繋げていく。



和光市商工会

和光市地域情報ポータルサイト
わこぐる

令和5年度伴走型小規模事業者支援推進事業

新商品展示即売会について、和光市は商店街がなく、各店での販売が一般的となる。販路拡大の1つの方法として、複数店舗が出店した販売会等への参加があるが、小規模事業者にとって、幕張メッセや全国商工会連合会が主催する全国物産展などの数万人が来場する規模の販売会へは、商品在庫数の準備や人員の関係で、参加するには憚られてしまう。

(2) 支援に対する考え方

経営資源も少なく営業力の弱い小規模事業者が独自に自社及び商品・サービスの広告や認知度向上を図ることは難しい。良い商品・サービスを有しながら認知度が低く売上拡大を図りたい事業者のPRや認知度向上が高い取り組みについて支援をする。個別での取り組みと協同での取り組みを織り交ぜ、小規模事業者が目標を持って実施。実際に効果が上がることを示しながら、将来的には事業者が自主的に取り組めるよう道筋を作る。

(3) 目標

目 標	現状	令和 7 年	令和 8 年	令和 9 年	令和 10 年	令和 11 年
① わこぐる登録事業者数	200 者	210 者	230 者	250 者	270 者	300 者
市内消費者向け広告	1 回	—	1 回	—	1 回	—
成約件数	—	10 件	12 件	14 件	16 件	18 件
②セミナー開催数	—	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回
参加事業者数	—	8 者	15 者	15 者	15 者	15 者
新規取引先開拓件数	—	2 件	3 件	3 件	3 件	3 件
③即売会開催数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
参加事業者数	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
売上増加事業者数	—	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
④ 商談会参加事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
名刺交換枚数	—	75 枚	100 枚	100 枚	150 枚	150 枚
商談件数	—	8 件	10 件	10 件	15 件	15 件
見積依頼件数	—	4 件	5 件	5 件	7 件	7 件
今後期待される 有望な取引先件数	—	4 件	5 件	5 件	7 件	7 件

(4) 事業内容

①和光市事業者紹介ポータルサイト「わこぐる」の拡充 <BtoB/BtoC 支援>

前期計画策定時には約 80 であった事業者登録であった本サイトについて、当初は飲食店を中心としていたが、幅を広げ建設サービスや文化芸術、製造といった小規模事業者の掲載も積極的に行ったことで、計画終了時の令和 6 年度は 200 者程の事業者が登録するサイトとなり、名実ともに市内最大の事業者紹介サイトになった。市内最大の事業者紹介ポータルサイトというスケールメリットを活かし、各社の商品・サービス・技術を広く PR することに寄与している。

消費者向けについてはクーポン機能も積極的に活用頂くなど、事業者自身が自主的に本サイトを活用し販路開拓に活用頂いている。

引き続き紹介事業者を増やし、スケールメリットを確たるものにするほか、定期的（2 年に 1 回程度）に市内消費者に対して広告媒体を全戸配布する等、本サイトへのアクセスを促すような取り組みをすることで、事業者自身の PR やクーポン設定の効果を底上げし、売上拡大につなげたいと考えている。

②販路開拓に関するセミナーの開催 <BtoC 支援>

小規模事業者の販路開拓支援に資する目的を持って、POP セミナーやレイアウト等の見せ方に関するセミナーを開催する。埼玉県よろず支援拠点には、POP やチラシ等の広告作成に関する分野を得意とした PR プランナーや、SNS や IT を活用した情報発信に関するコーディネータが所属しているため、よろず支援拠点と連携して受講者参加型のセミナーを実施し、他社との差別化を図っていく。

③自社商品展示即売会の販路開拓支援 <BtoC 支援>

和光市の小規模事業者の課題でもある自社商品の販売機会を創出すべく“複数店舗が共同出店した展示販売会”を和光市と連携して、人通りの多い例えば和光市駅前などにて開催する。

本事業の実施により、消費者に対するアンケート調査等を行うことで自社商品の効率的な需要動向（商品としての価値の見極め）を掴むことができるだけでなく、販売機会も創出される。新たな販路開拓に寄与できるだけでなく、出店に向けた準備や出展後の相談役として多くの事業者に伴走型の支援を行うことが可能となる。

④彩の国ビジネスアリーナを通じた協同販路開拓支援 <BtoB 支援>

さいたまスーパーアリーナで開催するビジネスマッチング商談会「彩の国ビジネスアリーナ」には、昨年度実績で出展企業 600 社以上、来場者も数万人規模と、工業系の展示会としては埼玉県で最大規模を誇る。県内最大規模の工業系展示会へ県内の他商工会と連携し、その会員事業所による協同出展を通して販路開拓支援を行う。経営指導員等が、出展前の準備や出展後の来場者フォローのほか、出展期間中における見せ方、他地域や出展企業との技術交流やネットワークの構築、相談役として小規模事業者に伴走支援し、新たなビジネスチャンスの獲得を目指す。

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されていなかった。

【課題】今後は、当会や和光市だけでなく、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

事業年度ごとにPDCAサイクルを回すことにより、事業の評価、見直しを行う。具体的には、次の方法によりPDCAを行う。

① 【PLAN】（事業の計画策定）

前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標の設定（修正）を行う。

またその内容は、個人（経営指導員等）に落とし込み、個々の成果目標を設定する。

② 【DO】（事業の実行）

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。

法定経営指導員は、事業の実施と合わせ、成果目標に対する進捗状況を監督する。

③ 【CHECK】（事業の評価）

法定経営指導員は、日々の業務の中で経営指導員等の実施する事業の進捗を確認する。

週1回定例で行う全体ミーティングで全職員がそれぞれの進捗状況を確認し共有する。

年1回、「経営発達支援事業 評価会議」を開催し、外部有識者等からの評価を受ける。

当該評価結果は、理事会にて報告し、次年度の事業方針に反映させるとともに、当会ホームページ (<http://wako-sci.or.jp/>) 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。

※「経営発達支援事業 評価会議」について

和光市産業支援課長（もしくは担当者）、事務局長、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援事業 評価会議」を年1回開催する。

会議では、経営発達支援事業の進捗・成果等について、「A」～「E」の評価を付ける方法にて定量的に評価を行う。

「A」：100%達成、「B」：80%達成、「C」：50%達成、「D」：30%達成、「E」：0%

④ 【ACTION】（事業の見直し）

「経営発達支援事業 評価会議」の評価を受け、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

支援スキルのインプットとしては、現状では、中小企業基盤整備機構 中小企業大学校の主催する事業団研修、埼玉県商工会連合会の主催する指定研修の受講と、WEB研修の受講に留まっている。

また、事業計画策定支援や補助事業計画書作成支援など、ノウハウが必要な支援については、特定の経営指導員等に偏っていた。近年、地域事業者が抱えている経営課題は多様化・複雑化しており、また事業環境変化に対応する為の知識、さらに IT・DX・AI に関する知識も必要となっており、事業者に対してより専門性の高い支援を行うために職員全員の資質向上が求められる。まず、当会の経営指導員等に不足している能力を以下の通り特定する。

- ・小規模事業者の売上向上や利益向上を実現する能力
- ・展示会等を活用した販路開拓を実現する能力
- ・IT・DX・AI を活用した業務効率化や販路開拓を実現する能力
- ・経営力再構築伴走支援を実践する為の能力

（2）事業内容

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・手法により個々の資質向上を図る。あわせて個人に帰属してしまいがちな支援ノウハウの組織内での共有を以下の通り図っていく。

① 外部講習会等の積極的活用

従来の経営改善普及事業に必要な支援能力向上のため、埼玉県商工会連合会が行う研修会へ参加する。職員それぞれの経験年数、能力等に応じ、法定経営指導員、経営指導員だけでなく、全職員が必要スキル習得の為、積極的に研修に参加する。

さらに販路開拓や売上向上などに関しては、中小企業大学校等が主催する研修のうち、担当する支援業務に必要なスキル習得の為の科目があれば、専門コースも積極的に受講し、支援能力の向上を図る。

また近年急激な進歩を続ける IT・DX・AI と、小規模事業者がそれらを活用し業務効率化や販路開拓を実現するためのセミナーや成功事例発表会などの開催情報にはアンテナを高く保ち、支援能力向上につながるものがあれば、積極的に参加し吸収を図る。

またそれらの内容については、後日全職員に対し資料を回覧するとともに、重要な内容については、毎週月曜に職員全員参加で行っている、全体ミーティングにて時間をとり勉強会を行い、支援ノウハウを共有し、水平展開を図る。

② OJT、内部勉強会等での知識習得と支援ノウハウ等の情報共有

当会は入職5年以下の若い職員が3名おり、経営指導員等の個人が有する知識や支援ノウハウを組織として共有するため、OJTを計画的・組織的に実施し、教育を行っていく。また経営指導員においても支援能力向上を向上させるために、困難な支援案件等を全体ミーティングなどで共有し意見を出し合うことで、経験・知識を積み上げ、支援能力の向上につなげていく。また必要に応じ、専門家を招聘し、課題の解決方法等についてのノウハウを習得する。

OJTでは、事業計画策定支援や補助事業計画書作成支援等、ノウハウが必要な支援メニューについて、法定経営指導員を中心に経営指導員と補助員等がチームとなって支援を行っていくことで、組織全員の知的財産として共有し、事業者に対する支援の実効性と有効性を高めていく。

また、これらの取組みを行っていく中で、個々の職員が持つ支援ノウハウや分析結果等は個々に保管せず、組織全体として共有するため共有フォルダや支援カルテのデータベースに保管する。経営指導員だけでなく職員全員がいつでも閲覧できるようになっており、これらの情報は組織全体の共有の財産として事業者への支援ツールとして活用していく。

③ 経営力再構築伴走支援を実践する為の能力習得

中小企業基盤整備機構の「経営力再構築伴走支援研修」に参加する他、近隣商工会（当会、朝霞市商工会、新座市商工会、志木市商工会、戸田市商工会）との合同勉強会にて講師を招聘し、基本姿勢（対話と傾聴）の為の「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」のようなテーマで研修を開催し、能力習得を図っていく。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

当会では平成25年より、管内の金融機関や税理士・中小企業診断士、行政などと密に連携して年4・5回の勉強会を開催している。各機関の相互理解、顔の見える関係により、認定支援機関が連携し管内事業所を支援しようとする為の勉強会である。

しかし、金融機関の担当者は3年程度で異動になり、折角築いた信頼や人間関係が振出しに戻り、その金融機関との距離がひろがってしまうことが毎年起きている。

事業承継やDX、資金繰り支援など、毎年テーマを決め、勉強会をすることで、管内認定支援機関の連携を維持・強化していく必要がある。

(2) 事業内容

「認定支援機関連絡会議」の開催

当会では、他の支援機関と支援ノウハウの共有や、会員・非会員問わず事業者への伴走支援を行うため、毎年継続して様々なテーマについての勉強会を行っていく。

参加者は、埼玉県産業労働政策課、和光市産業支援課のような行政機関や、埼玉県信用保証協会並びに日本政策金融公庫浦和支店、埼玉りそな銀行和光支店、川口信用金庫和光支店、武蔵野銀行和光支店、巢鴨信用金庫成増支店、埼玉縣信用金庫朝霞支店、東京信用金庫成増支店のような近隣金融機関、また、会員税理士、中小企業診断士等の士業グループも含めた体制とする。

金融機関については、支店長を含め融資業務担当者の参加により、支援機関同士のチームの顔が見える関係を築いていく。

税理士や中小企業診断士がチームに入ることによって、日本



全体での懸念事項となっている事業承継などの問題に対し、強力に支援を行っていくことができる。

会議では、商工会で相談のあった案件だけでなく、公庫のマル経融資、保証協会を含めた他金融機関の制度融資の申し込みや各種支援施策の申し込みについて、チームで対応することによる共有化を図り、事業者の成果向上を図っていく。

また、商工会における事業者への支援メニューについて細かく説明し、しっかりと把握していただくことで、金融機関等に来訪された相談者に対しても、迅速な企業支援を行っていくことが可能になる。

会議については、年間4～5回行い、各々の支援メニューについて理解を深めていく。会議の1回目は、支店長等責任者に参加していただき、この会議の趣旨を十分に理解していただいた上で、2回目以降担当者レベルで上記会議を進めていく。

1.2. 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産業の担い手・働き手不足の解消について

和光市は東京都心部に隣接しアクセスの良さや交通の利便性を背景として、近年住民は増加傾向で安定している。また、他市区町村と比較し充実した子育て支援施策も相まって特に25～44歳までの層が市全体の中で多くを占め、働き盛りや家族世帯が多い一方で都市に隣接する市の課題として都市部への通勤率が高いため、他地域への通勤者も相当数いるのが実情である。

近年の統計によると、日本全体で都市部の通勤率が上昇しており、特に首都圏近隣の市町村では自市内における就業者が少ない傾向である。和光市の場合も、近隣の東京都内や産業集積市などへの通勤者が多いことから、市内の就業機会は限定的であると推定される。

和光市においても産業の担い手確保の困難により事業継続に深刻な課題を抱えている中小・小規模事業者は多く、地域ならびに事業者内部双方から市内の事業者への就職や事業承継を促せるような取り組みを行う必要があると考える。

②不動産物件について

また和光市は人口流入と共に事業所数も増えている中で、自宅で創業する者もいるが、他地域から転入し和光市内で事業を開始する者、また理研インキュベーションプラザを卒業し、市内での移転を希望する者などから、市内物件に関する問い合わせが増加傾向である。現状では市内不動産業者に一社一社問合せ、タイミングが合えば紹介してもらえろという流れであるが、物件情報は日々変化する為、随時問合せをし続ける必要がある。これをネットを通じて一括検索できるシステムがあれば解決できると考えている。

③創業者や理研ベンチャー等について

和光市は県内でも珍しい事業者が増加傾向にある市であり、毎年多くの創業もあるが、ベッドタウンならではの傾向として建設業の一人親方やエンジニア、広告業（インフルエンサー等）などのいわゆるフリーランスの増加が著しい。また、和光理研インキュベーションプラザ（公的なベンチャー・スタートアップ支援の仕組み）があることから研究開発やその事業化といった小規模事業者も多い。その他、一般的な飲食業やサービス業、小売業なども多く創業されている。フリーランスや研究職をはじめ小規模事業者の創業は足腰が脆弱であり、地域経済活性化の観点からも行政等と連携しながら創業前、創業時、創業後とフェーズを設け都度必要な支援を伴走し行っていく必要があると考える。

(2) 事業内容

① 産業の担い手・働き手不足の解消を図る事業の実施

和光市商工会では若手経営者や後継者の集まりである青年部を中心に、地域の子どもたちに自身の事業を体験してもらい「わこわーく」を実施しており、こういった取り組みを発展させながら継続的に実施することで、地域の事業者の産業を身近に感じ、将来和光で働こうという子どもたちを増やしていきたいと考えている。また、併せて市内の学校等と連携を図りながら各種事業を実施することで市内雇用の創出機会を増加させたいと考える。(必要に応じ市内企業による合同説明会等の付帯事業を企画し相乗効果を高める)

併せて社会保険労務士や労働省庁各所と連携を図り、小規模事業者の課題となりやすい労働環境の改善や生産性の向上に資する支援することにより、事業者の内外より支援を行い持続性を高めて参る所存である。

② 不動産物件の一括検索システムの構築について

市内不動産会社は市内に約 10 者あり、それぞれがそれぞれの手法で物件を案内紹介している。全ての不動産会社の紹介する物件を確認し、また日々変化する物件を見ていくことは多忙な方にはほぼ不可能に近い。そこで市内不動産会社と連携し、各社の事業所登録できる物件を閲覧、問合せ等のできる手法の構築を目指す。理想的には各社の情報を網羅的に集約したサイトの構築を行いたい。それにより新たに和光市内へ参入したい事業所や、また和光市内に残りたいと考える事業所の手助けができ、地域経済の活性化に資するものになればと考えている。

③ 創業者や理研ベンチャー等向けの支援について

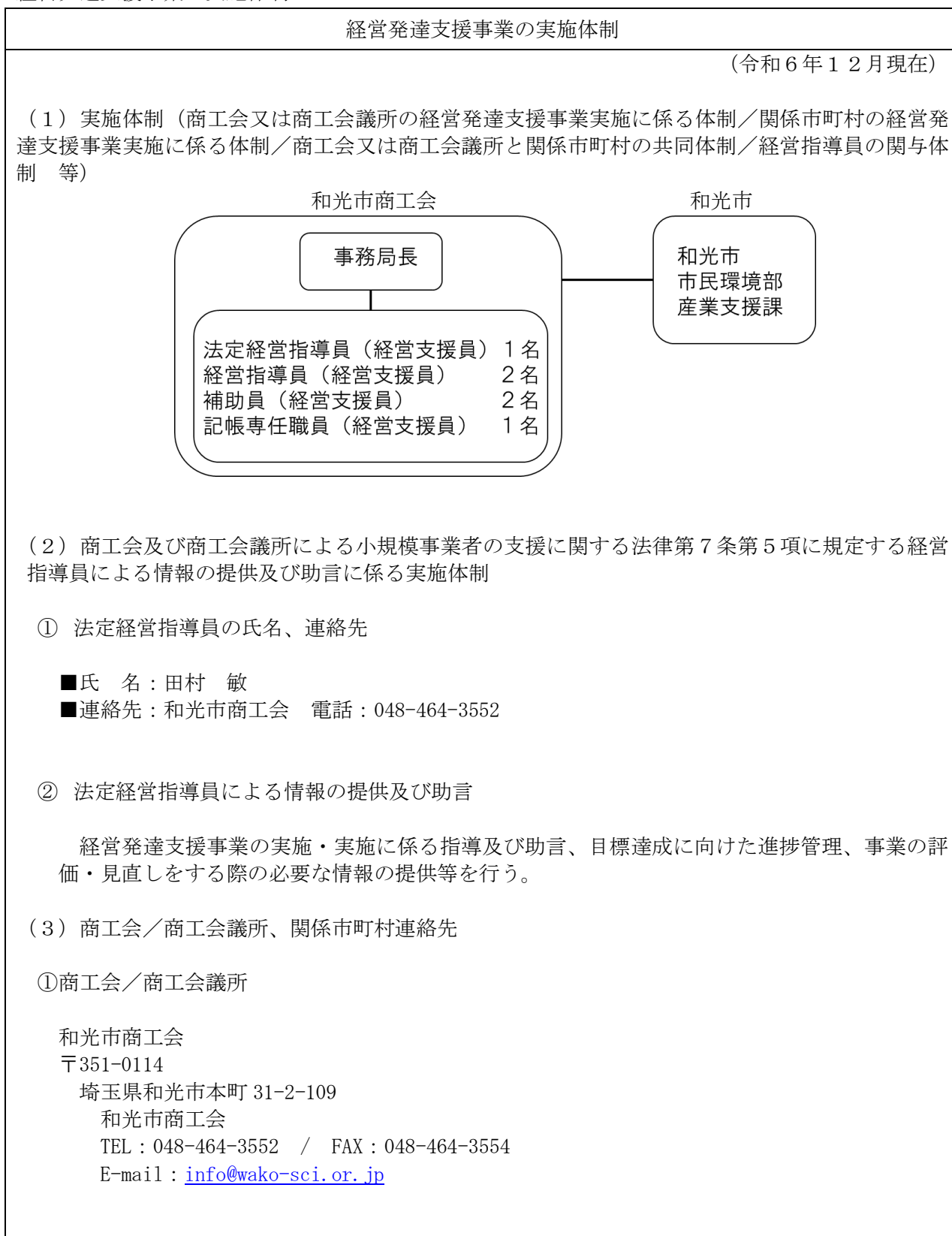
創業前の支援として、前述「事業計画策定支援の為に専門家相談」を通じながら、創業計画の策定やマーケティングを支援する。また、具体的な創業計画が固まっている事業者に対しては前述「新たな需要開拓に寄与する事業」記載の販路開拓支援を活用しながらテストマーケティング支援等を実施する。

創業時の支援として、具体的な開業手続きの指導(必要に応じ専門家と連携)や創業場所の確保に向けた前述不動産サイトによる探索支援だけでなく、フリーランスが法人化する際の課題として自宅を公開することに抵抗がある場合など、市内レンタルオフィス等と連携した法人本社設置に関する支援を行う。また、法人設立にあたっては市の特定創業支援事業の活用も検討できることから行政と緊密な連携を図りながらキメ細かい創業支援を行う。

創業後の支援として、必要に応じ専門家相談を通じながらマーケティング、DX化などの支援を行いながら、創業計画の見直しや創業初期の段階で3～5か年の中長期計画策定と事業を軌道に乗せるための実行支援を行う。また、販路開拓支援を活用しながら直接的な売上向上に資する支援を行う。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②関係市町村

和光市
〒351-0192
埼玉県和光市広沢 1-5
和光市 産業支援課
TEL : 048-424-9114 / FAX : 048-464-1192
E-mail : c0300@city.wako.lg.jp

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
必要な資金の額	5,000	7,000	5,000	7,000	5,000
専門家謝金	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
セミナー開催費	300	300	300	300	300
わこぐる拡充費	500	2,500	500	2,500	500
展示即売会開催費	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
展示会出展費	900	900	900	900	900
支援機関連携会議	200	200	200	200	200
資質向上研修費	200	200	200	200	200

(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、手数料収入、埼玉県補助金、和光市補助金、国補助金等

(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。

