

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	北本市商工会 (法人番号 3030005009667) 北本市 (地方公共団体コード 112330)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】 小規模事業者が、「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築、生産性の向上など、新たな取組（経営革新）を実施していること。またこれらの取組を、事業計画に基づく計画経営によって実施していること</p> <p>【目標②】 小規模事業者が、IT（DX）の利活用による販路拡大・生産性の向上を実施していること</p> <p>【目標③】 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、小規模事業者の力を引き出すこと</p>
事業内容	<p>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 小規模事業者が持続的経営を行うためにはデータを活用した経営判断も不可欠である。そこで、「地域の経済動向分析」を行い、結果を公表する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品・製品力を向上させることを目的に「商談会等を活用した製品調査」を実施する。また調査結果を活用し、商品・製品力向上に向けた支援を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築等に向けて、小規模事業者自身が自社の強みや経営課題等を客観的に把握するための「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。</p> <p>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、「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築、生産性の向上など、新たな取組（経営革新）に向けた事業計画策定を支援する。</p> <p>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。</p> <p>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、「展示会・商談会の出展支援」や「商品開発・マーケティング支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>北本市商工会 〒364-0002 埼玉県北本市宮内 7-148 TEL: 048-591-4461 FAX: 048-591-4043 E-mail: info@kitamoto-sci.jp</p> <p>北本市 市民経済部 産業観光課 商工労政・観光担当 〒364-8633 埼玉県北本市本町 1-111 TEL: 048-594-5530 FAX: 048-592-5997 E-mail: a03100@city.kitamoto.lg.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

ア 北本市の概況

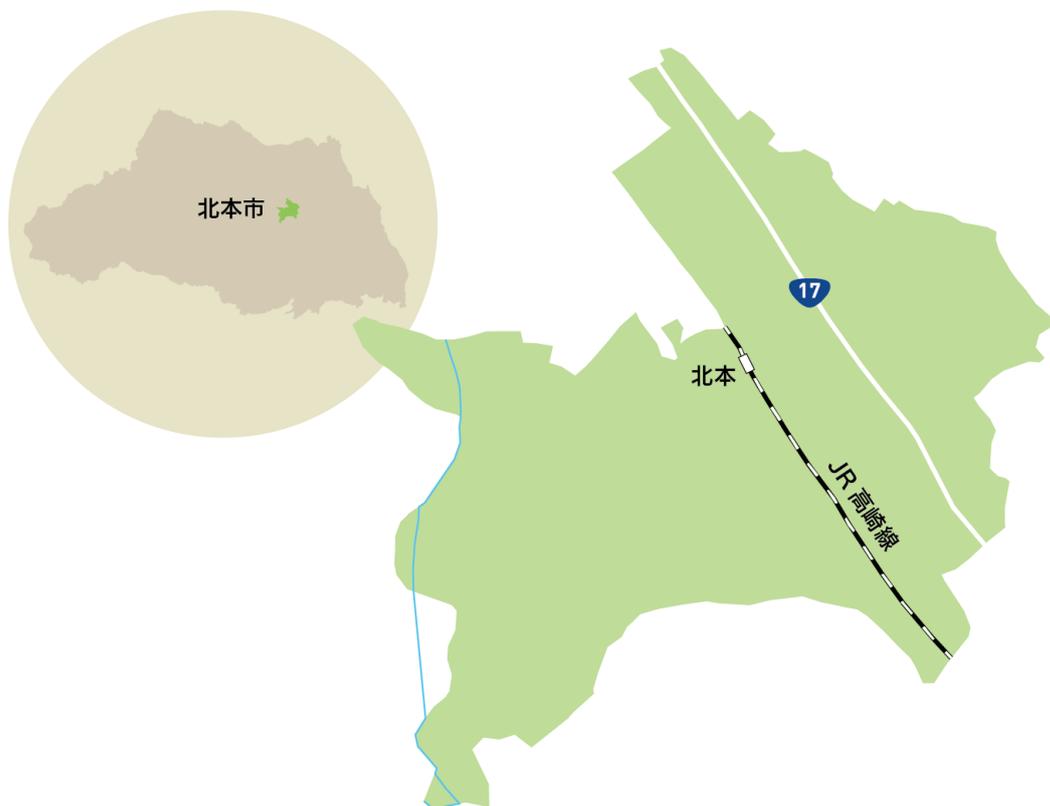
北本市（以下、当市）は、埼玉県の中央部に位置し、面積は 19.82 平方キロメートル。首都圏 45 キロメートル圏内という立地条件にありながら、美しい里山や雑木林が暮らしと隣り合う、穏やかな緑のグラデーションを描く街である。

市制施行時に約 3 万 4,000 人であった人口は、現在では約 6 万人を超えており、自然と人々が共生しながら発展を続けてきた。貴重な野生動植物のすみかであり、県内初の「森林セラピー基地」に認定されている北本自然観察公園や雑木林などの緑が日常に寄り添い、里山の散策やキャンプ、農業体験など、四季を通じて自然と触れ合えるのが特徴である。また、デーノタメ遺跡をはじめとする縄文時代の遺跡が多いことは、古くから人々が豊かな自然とともに安心して暮らせる場所として選ばれてきた証しでもある。

交通アクセスでは、都心まで電車で 45 分。平成 27 年 3 月に高崎線における東京駅への直通運行が開始され、同年 10 月には首都圏中央連絡自動車道（圏央道）の桶川北本 IC～白岡菖蒲 IC 間（10.8km）が開通となり、交通インフラ環境が充実している。

北本市商工会（以下、当会）は、当市唯一の商工団体である。

■ 北本市の立地・交通



イ 人口推移

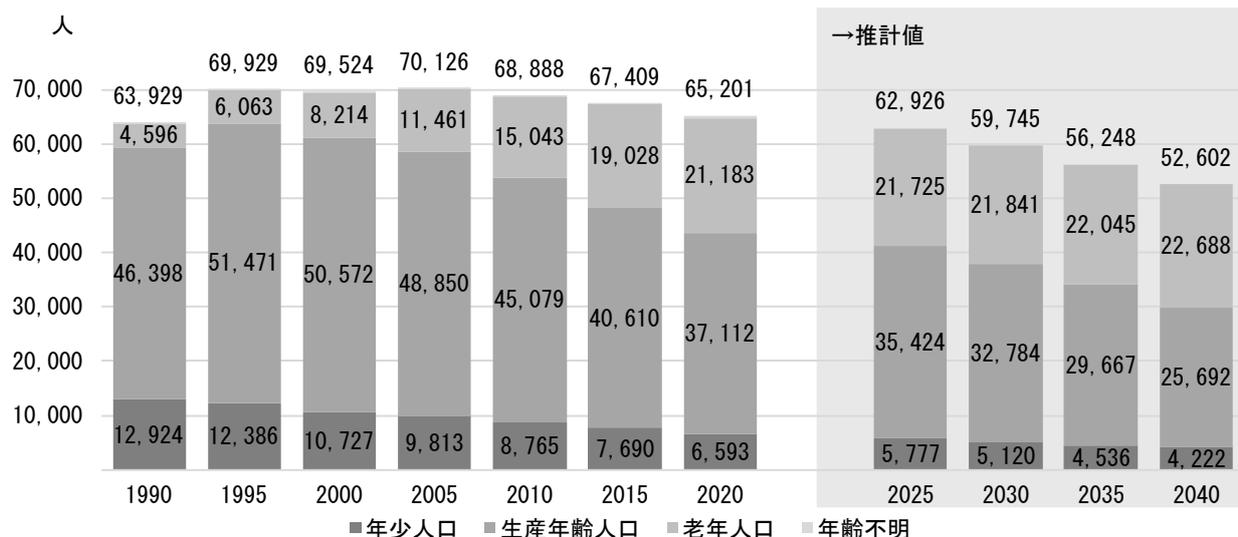
令和 6 年 11 月 1 日時点の人口は 65,333 人である。(住民基本台帳)

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総人口は平成 17 (2005) 年の 70,126 人から減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。

年齢別人口では、今後、年少人口と生産年齢人口は減少傾向、老年人口は増加傾向で推移することが予測されている。

高齢化率は、令和 2 (2020) 年の 32.5%から令和 22 (2040) 年に 43.1%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 56.9%から令和 22 (2040) 年に 48.8%に低下する見込みである。

■人口推移



出典：総務省「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

ウ 特産品

(a) 特産品

当市の西側には、かつては舟運で栄えた荒川が流れ、大宮台地の肥沃な土壌により古くから農業が盛んに営まれてきた。現在もなお、野菜や果物、米に麦と 1 年を通じて多品種生産されている。

また、古くから北本ではトマトが特産品であり、各生産者が、安心・安全なおいしいトマトを提供している。また、トマトを使った和菓子や食料品などの特産品も次々と開発されている。

(b) 北本ブランド

北本市では、地域特性を生かした優れた産品を「北本ブランド」として認定。市内外に向けて情報発信することにより、地域経済の活性化、北本市の知名度とイメージの向上および市民の誇りと愛着の向上を図っている。

エ 観光資源

当市における主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

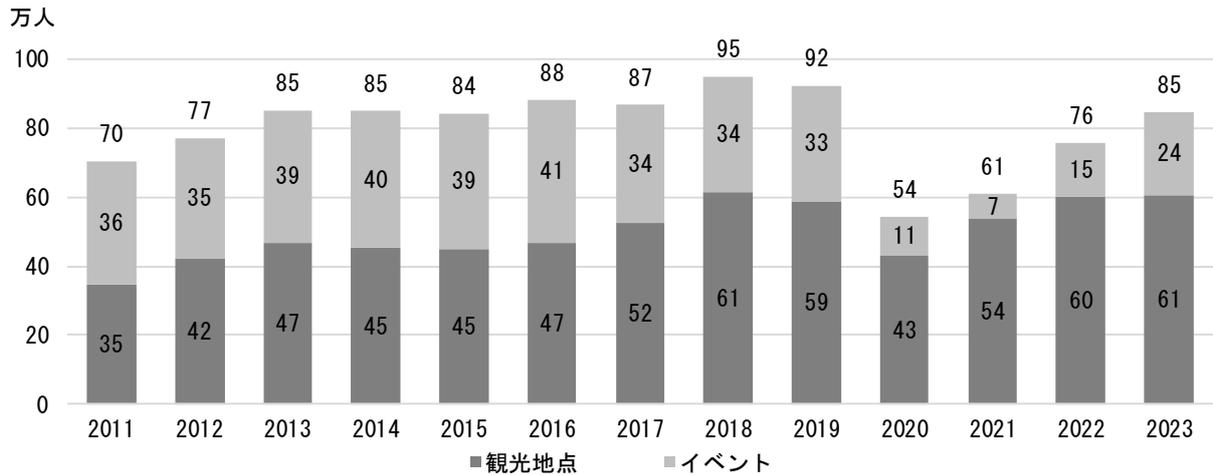
観光資源	概要
グリコピア・イースト	お菓子の製造過程見学に加え、楽しみながらお菓子世界を学ぶことができるコミュニケーションミュージアムである。
石戸蒲ザクラ	大正 11 年に国の天然記念物に指定された樹齢 800 年とされる名木で、日本五大桜のひとつに数えられている。
サンアメニティ北本キャンプフィールド (北本市野外活動センター)	テントサイトやコテージなどのキャンプ場を備えた野外活動、体験活動の拠点。バーベキュー場や入浴施設もある。
北本自然観察公園・埼玉県自然学	里山の豊かな自然を体験できる県立公園。園内の自然学習センタ

習センター	ーでは動植物に関する豊富な情報が得られる。
きたもと「四季の恵み」マルシェ (北本市農業ふれあいセンター)	地場物産館「桜国屋」、そば処「さんた亭」、「情報発信館」「&green CAFE」が立ち並ぶ複合施設。

オ 観光入込客数の推移

令和5(2023)年の観光入込客数は85万人である。
推移をみると、令和元(2019)年までは増加傾向であったが、令和2(2020)年の新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で急減したことが読み取れる。

■観光入込客数の推移



出典：埼玉県「県内市町村観光入込客数」

カ 産業

(a)業種別の事業所数(小規模事業所数)の推移

当市の事業所数は、平成24年が1,895社、令和3年が1,911社である。
上記のうち小規模事業所数は、平成24年が1,343者、令和3年が1,307者であり、9年間で2.7%減少している。
小規模事業所数の増減を産業別にみると、卸・小売業(△44者)、製造業(△13者)の減少数が大きい。一方、医療、福祉(+21者)など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	197	159	14	489	203	156	515	162	1,895
小規模事業所数	189	129	12	289	115	67	391	151	1,343
平成28年									
事業所数	200	158	11	475	228	200	514	167	1,953
小規模事業所数	192	129	10	268	135	91	390	150	1,365
令和3年									
事業所数	202	148	13	454	200	210	504	180	1,911
小規模事業所数	195	116	12	245	108	88	383	160	1,307
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	5	△11	△1	△35	△3	54	△11	18	16
増減割合	2.5%	△6.9%	△7.1%	△7.2%	△1.5%	34.6%	△2.1%	11.1%	0.8%
小規模事業所数	6	△13	0	△44	△7	21	△8	9	△36
増減割合	3.2%	△10.1%	0.0%	△15.2%	△6.1%	31.3%	△2.0%	6.0%	△2.7%

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

(b)業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）

産業全般	
現状	<p>北本市の人口は平成 17（2005）年をピークに減少しており、令和 12（2030）年に 6 万人を下回る一方、平成 17（2015）年に 28.2%の高齢化率が、令和 27（2045）年には 46.0%まで高まり、生産年齢人口の割合 46.4%とほぼ同じになると推計されている。</p> <p>また、市内総生産は、平成 27（2015）年度には 1,605 億 9,200 万円であり、内訳は第 2 次産業 29%、第 3 次産業 71%と経済のサービス化が進んでいる。</p> <p>経済センサス（平成 28 年）による事業所数は、卸売業・小売業が 1 位、生活関連サービス業・娯楽業が 2 位、宿泊業・飲食サービス業が 3 位。同じく従業者数では、卸売業・小売業が 1 位、製造業が 2 位、医療・福祉が 3 位となっている。</p> <p>産業全体の問題点として、①中心性・自立性が不足していること、②市外から稼ぎ、市外で使う構造となっていること、③中小事業者における人手不足などがあげられる。</p>
課題	<ul style="list-style-type: none">・市内の中小・小規模事業者の底上げ、付加価値の高い企業を誘致する。・質の高い労働力を中小企業に提供する。・商業と観光の振興による市内消費を喚起する。
商業	
現状	<p>卸売業・小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額等の規模は、周辺 5 市で 4 位～5 位の劣位である。この原因として、市民による食料品・日用雑貨等の地元購買率は高いものの、買い物を楽しむ場所は市外の大型 SC 等が中心となっていることがあげられる。</p> <p>人口あたりの店舗数、売場面積は周辺市と同等程度にあり、特にスーパーの店舗数が多いことから買い物利便性は高いと考えられる。食料品・日用雑貨等は、スーパーでの購入率が高い一方、一般の商店での購買率が極めて低い。</p> <p>そのため、一般の商店等で構成される中心市街地、商店街が衰退している。</p>
課題	<ul style="list-style-type: none">・農業、観光など他産業との連携による特色ある商業・商店街を創出する。・地元密着、地域への結びつけを図る。（街バル、街ゼミ、新たなフェスを創出）
工業	
現状	<p>製造業において、事業所数では「食料品製造業」、「金属製品製造業」、「生産用機械器具製造業」、従業者数では「業務用機械器具製造業」、「食料品製造業」、「はん用機械器具製造業」、製造品出荷額等では「業務用機械器具製造業」、「はん用機械器具製造業」、「食料品製造業」が上位 1～3 位を占める。なお、周辺 7 市町のうち、事業所数と従業者数で 6 位、製造品出荷額等では 7 位であり、相対的に劣位にある。また、工業用地の不足に加え産業団地がないことが、企業が立地する上での弊害となっていることや、用途制限、住工混在による操業の不自由、事業継続の不安、意欲のある事業者の市外移転のおそれがある。</p>
課題	<ul style="list-style-type: none">・土地利用の見直し、企業用地の確保を図る。・操業ニーズの明確化と操業環境の改善を図る。・地元経済への結びつけを強化する。・付加価値の高い企業を誘致する。

キ 第五次北本市総合振興計画後期基本計画

「第五次北本市総合振興計画後期基本計画（令和 4 年度～令和 7 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見ると、高付加価値化や地産地消、事業の継続（廃業することなく事業を継続すること）などが掲げられている。

■基本構想（平成 28 年度～令和 7 年度）

〈基本理念〉 市民との協働による持続可能なまちづくり
〈将来都市像〉 緑にかこまれた健康な文化都市 ～市民一人ひとりが輝くまち 北本～

■後期基本計画（令和4年度～令和7年度）（一部抜粋）

政策5 活力あふれるまち

5-1 農業・商業・工業の振興

5-1-1 付加価値の高い農業・商業・工業の推進

5-1-2 地域経済循環の推進

5-1-3 持続可能な経営の支援

5-1-4 観光の振興

5-1-5 企業誘致の推進

ク 北本市産業振興ビジョン

北本市は、前項で記載した将来都市像の実現に向けて、社会・経済の潮流、本市と周辺地域との特徴を明確化した上で、「北本市産業振興ビジョン（令和元年度～令和8年度）」を策定している。

■北本市産業振興ビジョン（令和元年度～令和8年度）

〈本ビジョンの目標〉

目標1 地域に大きな付加価値をつくり、雇用と税収を発生させる

目標2 市のブランド・個性を高め、市民の生活の満足度、まちの価値、精神的な豊かさを創造する

〈本ビジョンの基本方針〉

協働と連携による持続可能な産業まちづくり

〈取り組む分野・分野別施策〉

1 中小企業支援

1 北本市に産業を定着させる中小事業者支援

2 産業別支援

1 北本らしい市民に顔の見える農業を担う農業者支援

2 まちづくりや地域のつながり、市民生活のための商店・事業所・商店街支援

3 北本市の製造業の位置付けと地域への結びつけ

4 北本市のシティプロモーションとしての観光の振興

3 産業基盤整備、事業継続・新規立地の促進

1 産業基盤整備、操業環境の確保

2 企業誘致、新規立地の促進

4 働く人の支援

1 就労支援、人材育成・働き方改革の支援

5 推進体制の整備

1 産業に関する協働と連携のネットワーク構築

②課題

これまで記述した地域の現状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、総人口は平成17（2005）年の70,126人から減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。これに伴い、売上が減少している事業者が多くみられることから、「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築などを行うことが課題である。

さらに、年齢3区分別人口をみると、高齢化率が上がり消費構造が変化していく。当市では、市外の大型SCなどで買い物を楽しむ消費者が多いが、高齢者を中心に車での買い物も難しくなってくると考えられる。そこで、一般の商店を中心に、消費者と店舗の顔の見える結びつきを作り、集客を行うことも必要である。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、今まで以上の労働力不足となること予想されることから、DX（デジタルトランスフォーメーション）による生産性向上などの新たな取組が課題となる。

特産品では、当市の西側には、かつては舟運で栄えた荒川が流れ、大宮台地の肥沃な土壌により古くから農業が盛んに営まれてきた。現在もお、野菜や果物、米に麦と1年を通じて多品種生産されている。現在、北本トマトが特産品として有名であり、これを活用した北本トマトカレーなどの高付加価値な加工品も生まれている。今後も小規模事業者には、特産品を活用した商品開発・販売などが期待されている。

小規模事業所数は、平成24年が1,343者、令和3年が1,307者であり、9年間で2.7%減少している。地域活力維持のためには、雇用の維持も重要であるため、市内産業の従業者数の減少率が、生産年齢人口

の減少率を下回るようにできるように、産業の基盤整備が地域としての課題となる。また、これを実現するため、創業や事業承継の活性化も課題である。

その他、市内では IT (DX) の利活用が十分である小規模事業者が少ない現状があるため、今後の持続可能な経営に向けて、IT (DX) 利活用の促進が課題といえる。

(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

これまでの現状と課題を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興のあり方を以下のとおり定める。また、当所としてもこれを実現すべく支援を実施する。

■小規模事業者の長期的な振興のあり方

産業全般	
ア	事業計画に基づく計画経営を行い、売上や営業利益を拡大させていること
イ	「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築、生産性の向上など、新たな取組を実施し、持続可能な経営を実現していること
ウ	IT (DX) の利活用による販路拡大・生産性の向上を実施していること
エ	従業員の所得を増大させていること
オ	空き家や空き店舗を活用していること
カ	SDGs を意識した経営を行っていること
キ	市内で創業や事業承継が活発に行われていること
商業	
ク	市内卸売業・小売業の従業者数の減少率が、市の生産年齢人口の減少率以下に抑えられていること
ケ	地域密着の情報発信・おもてなし拠点ができていること
工業	
コ	市内製造業の従業者数の減少率が、市の生産年齢人口の減少率以下に抑えられていること
サ	製造業の積極的な土地利用ができていること

②北本市総合計画（北本市産業振興ビジョン）との連動性・整合性

北本市では、「第五次北本市総合振興計画」の産業振興に向けた計画として、「北本市産業振興ビジョン」を策定している。

前項『①10 年程度の期間を見据えて』で示した 10 年後の小規模事業者のあるべき姿と「北本市産業振興ビジョン」の関係は下表のとおりであり、連動性・整合性がある。

■北本市産業振興ビジョンと前項の比較表

北本市産業振興ビジョン	10 年後の小規模事業者のあるべき姿
目標 1 地域に大きな付加価値をつくり、雇用と税収を発生させる	ア 事業計画に基づく計画経営を行い、売上や営業利益を拡大させていること イ 「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築、生産性の向上など、新たな取組を実施し、持続可能な経営を実現していること ウ IT (DX) の利活用による販路拡大・生産性の向上を実施していること エ 従業員の所得を増大させていること キ 市内で創業や事業承継が活発に行われていること
目標 2 市のブランド・個性を高め、市民の生活の満足度、まちなかの価値、精神的な豊かさを創造する	オ 空き家や空き店舗を活用していること カ SDGs を意識した経営を行っていること ク 市内卸売業・小売業の従業者数の減少率が、市の生産年齢人口の減少率以下に抑えられていること ケ 地域密着の情報発信・おもてなし拠点ができていること コ 市内製造業の従業者数の減少率が、市の生産年齢人口の減少率以下に抑えられていること サ 製造業の積極的な土地利用ができていること

③商工会としての役割

ア 商工会の長期ビジョン

当会では、管内企業への支援を通じて、次を実現することをビジョンに掲げる。

- ・市内卸売業・小売業の従業者数の減少率が、市の生産年齢人口の減少率以下に抑えられている。
- ・地域密着の情報発信・おもてなし拠点ができている。
- ・市内製造業の従業者数の減少率が、市の生産年齢人口の減少率以下に抑えられている。
- ・製造業の積極的な土地利用ができている。
- ・小規模事業者が、事業計画に基づく計画経営を行っていること。
- ・小規模事業者が、ビジネスモデルを再構築していること。
- ・小規模事業者が、売上、営業利益を拡大させていること。
- ・小規模事業者が、生産性を向上させていること。
- ・小規模事業者が、強みを活かした経営を行っていること。
- ・小規模事業者が、特産品を活用した商品開発を行っていること。
- ・小規模事業者が、IT (DX) を利活用していること。
- ・小規模事業者が、従業員の所得を増大させていること。
- ・小規模事業者が、空き家や空き店舗を活用していること。
- ・小規模事業者が、SDGs を意識した経営を行っていること。
- ・管内で創業が活発に行われていること。
- ・管内で事業承継が活発に行われていること。

イ 商工会としての役割

当会は、昭和 35 年 12 月に法の施行に合わせて創立総会を行い、昭和 36 年 2 月に設立された。

当市では、事業者高齢化及び後継者不足、商店街の空き店舗の増加などによる小規模事業者の減少が進んでいくと考えられることから、企業の持続的発展に資するためにも後継者の育成や事業承継支援に早期に取り組み、若手経営者が活躍できるよう支援する必要がある。

また、経営発達支援計画の実行を通じて、管内の小規模事業者がさらなる成長を遂げるための支援（経営発達支援）を強化する。具体的には、小規模事業者の事業規模や収益性の拡大や、経営の効率化を支援する。

(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、以下の 3 つの目標を定める。

〈支援対象〉

今後の持続可能な経営に向けて、新たな取組（経営革新等）の実施に前向きな小規模事業者を重点的に支援する。

〈目標〉

【目標①】

小規模事業者が、「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築、生産性の向上など、新たな取組（経営革新）を実施していること。またこれらの取組を、事業計画に基づく計画経営によって実施していること

【目標②】

小規模事業者が、IT (DX) の利活用による販路拡大・生産性の向上を実施していること

【目標③（経営力再構築伴走支援に向けた目標）】

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、小規模事業者の力を引き出すこと

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標③】により、地域に大きな付加価値をつくり、雇用と税収を増加させること。また、地域の産業が活性化することで、市民の生活の満足度やまちの価値を増加させることを目指す。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

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

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】 小規模事業者が、「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築、生産性の向上など、新たな取組（経営革新）を実施していること。またこれらの取組を、事業計画に基づく計画経営によって実施していること

〈達成のための方針〉

小規模事業者が「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築、生産性の向上など、新たな取組（経営革新）を行うために、まずは「地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）」により外部環境を整理する（年1回）。また、経営分析により各事業者の経営状況を明らかにする（60者/年）。経営分析では、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちすることに重点を置く。

次に、分析結果を活用しながら、新たな取組（経営革新）に向けた方向性を検討し、結果を事業計画にまとめる（23者/年）。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（売上増加7者/年、利益増加7者/年）。

加えて、上記のうち製造業事業者に対しては、製品の需要動向を把握することや、バイヤーのニーズを把握することを目的に、製品の需要動向調査を実施。その後、製品のブラッシュアップを支援する（2者/年）。また、ブラッシュアップ後の製品は、「上尾版ビジネス商談会」などの展示会・商談会への出展支援を行い、販路拡大を実現する（支援対象2者/年、成約件数1件/者）。

製造小売業やサービス業に対しては、「商品開発・マーケティング支援」により、「強み」を活かした“売れる商品”の開発から、適切なマーケティングまでをワンストップで支援する（支援対象3者/年、売上増加率5%/者）。

【目標②】 小規模事業者が、IT（DX）の利活用による販路拡大・生産性の向上を実施していること

〈達成のための方針〉

〈目標①達成のための方針〉の支援における各局面でIT（DX）の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策定に意欲的な事業者を対象にITセミナーやIT専門家派遣を実施する。

また、効果的な支援に向けて、当会内においてもDXに向けた相談・指導を行う能力の向上を図る。

【目標③】 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、小規模事業者の力を引き出すこと

〈達成のための方針〉

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

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

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

市内の小規模事業者の多くは勘と経験を基に経営判断を行っており、データを活用した経営判断を行えていない。また、当会としても、小規模事業者へのデータ提供を実施してこなかった。

【課題】

小規模事業者が持続的経営を行うためにはデータを活用した経営判断も不可欠である。そこで、地域経済分析システム（RESAS）を活用したデータの提供を実施することが課題である。

(2) 目標

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

(3) 事業内容

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

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

本経営発達支援計画では、小規模事業者が「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築を行うことを目指しており、この「強み」には、小規模事業者の製品の「強み」も含まれる。

小規模事業者が、自社製品に「強み」があると感じていても、第三者から客観的にみて「強み」であるかはわからない。これを確認するためには、第三者の評価を聞く必要があるが、当会ではこのような支援を行えていなかった。

【課題】

小規模事業者が独自に上記の調査を行うことは難しい。そこで当会にて、小規模事業者の製品調査支援を行う必要がある。また、調査結果を活用して、製品のブラッシュアップを行うことが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
商談会等を活用した製品調査 調査対象事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容	
事業名	商談会等を活用した製品調査
目的	小規模事業者の製品の需要動向を把握することや、バイヤーのニーズを把握すること、製品の魅力を高めることを目指す。
対象	小規模事業者の製品、2製品/年（1者あたり1製品）を対象とする。
調査の手法	上尾版ビジネス商談会（詳細は『8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』に記載）等の商談会を活用してバイヤーから製品の評価を受ける。多面的な評価を得るため、1つの製品について、5名以上のバイヤーから評価を得る。
調査項目	・製品の見た目の良さ ・製品1個あたりの大きさ ・製品の形やデザイン ・パッケージの形やデザイン ・製品の機能性 ・製品の新鮮さ/斬新さ ・製品の価格 ・製品の取扱意向 ・取引条件 ・その他改善点 等
分析の手法	収集した評価は経営指導員が分析を行う。具体的には、5名以上のバイヤーの評価のなかで、共通して評価が低かった項目や共通して指摘された改善項目などをまとめる。これにより改善の優先順位付けを行う。
調査結果の活用方法	前項の分析結果を事業者にフィードバックする。また、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、製品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて、経営分析や事業計画策定支援もあわせて実施する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が、「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築、生産性の向上など、新たな取組（経営革新）を実施するためには、まず経営分析を通じて、小規模事業者の現状を把握する必要がある。当会では、これまでも経営分析支援を実施してきた。

【課題】

当会ではこれまでも経営分析支援を実施してきたが、経営指導員や専門家が主導で行っており、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちするような支援は行えていなかった。そこで今後は、経営力再構築伴走支援による経営分析を実施することが課題である。

また、小規模事業者の多くは IT（DX）の活用が十分でない状況を鑑み、IT の利用状況についても併せて分析を行う必要がある。

(2) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
経営分析事業者数	20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	小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	ホームページによる周知を行う。また、巡回訪問・窓口相談・個社支援（記帳代行支援、金融支援、補助金支援、需要動向調査等を含む）や、各種セミナー開催時に訴求する。
分析の実施手法	経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちすることを重視する。 分析は、事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」、クラウド型支援ツール（Bizミル等）などを活用する。

分析項目	<p>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。</p> <p><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</p> <p><非財務分析（SWOT分析等）> 強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産など）、機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向など）、その他（IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況など）</p>
分析結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、クラウド型支援ツール（Bizミル等）に集約。経営指導員個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

本経営発達支援計画では、小規模事業者が新たな取組を事業計画に沿って実施する、いわゆる計画経営を行うことを目指している。当会ではこれまでも、経営革新計画や小規模事業者持続化補助金のための事業計画策定支援を行ってきた。

【課題】

これまでの事業計画支援では、おおよそ実現不可能な内容を計画として落とし込むこともあった。一方、小規模事業者の計画経営を支援するにあたっては“絵に描いた餅”としないことが重要である。そこで、今後は実現可能性にこだわった事業計画策定支援を行うことが課題である。

(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、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の約4割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、当事者意識を持ち自らが課題に取り組むこと（内発的動機づけ）を促す。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象にITセミナーを行い、小規模事業者のIT（DX）の利活用による販路拡大・生産性の向上の促進や、これによる競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
事業計画策定事業者数	7者	23者	23者	23者	23者	23者
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	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。また、補助金を契機とした事業計画策定の提案も実施する。
支援の手法	①小規模事業者が作成した事業計画に経営指導員がアドバイスする方法、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つの方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。支援では、経営者が取り組むべきことに腹落ちし、当事者意識

を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。

〈DXに向けた取組〉

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

■IT セミナー

支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知
講師	埼玉県商工会連合会の DX 専門家等を想定
回数	年 1 回
カリキュラム	DX 総論、DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）や具体的な活用事例 / クラウド型顧客管理ツールの紹介 / SNS を活用した情報発信方法 / EC サイトの利用方法 等
想定参加者数	15 人/回

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】

小規模事業者の計画経営を進めるためには、事業計画策定後のフォローアップも重要である。当会ではこれまでもフォローアップ支援を行ってきたが、フォローアップの有無や回数は、経営指導員等による個々の判断で行われており、会内で統一したルールが設けられていなかった。この結果、フォローアップが不十分で、事業計画の実施状況がわからなくなることもあった。

【課題】

これまで会内で統一したルールがなかったため、今後はルールを定め、すべての事業計画に対し、四半期毎のフォローアップを徹底することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者や経常利益増加事業者の割合が約 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。

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

(3) 目標

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
フォローアップ対象事業者数	7 者	23 者	23 者	23 者	23 者	23 者
頻度 (延回数)	四半期毎 (28 回)	四半期毎 (92 回)				
売上増加事業者数	3 者	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者
経常利益増加事業者数	3 者	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者

(4) 事業内容

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

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者がビジネスモデルの再構築や新たな取組（経営革新）を実施した際、その実現の障害になるのは、新たな販路の開拓である。せっかく良い商品・製品・サービスを作ったとしても、それらが売れなければ意味をなさない。当会ではこれまでも販路開拓支援を行ってきたが、“新たな販路を獲得する”という視点を持った、成果にこだわった支援はできていなかった。

【課題】

今後は、成果があがるまで徹底的に支援を行うことが課題である。そのため、小規模事業者が独自で実施することが難しい、展示会・商談会の出展支援事業、IT 専門家派遣事業の 2 事業に絞り、支援を実施する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が、「強み」を活かしたビジネスモデルへの再構築などの新たな取組を行う際、販路開拓が課題になることが多い。この理由として、小規模事業者には経営資源が少なく、営業人員などがいないことがあげられる。とりわけ、製造業にこの傾向が強い。そこで、当会にて「彩の国ビジネスアリーナ」などの展示会・商談会の出展支援を行い、小規模製造業等が新たな取引先を獲得することを目指す。

また「強み」を活かしたビジネスモデルの再構築を実現するためには、まず個社の「強み」を活かした商品を開発し、その後当該商品を適切なマーケティングを通じて販売するという流れが必要となる。一方、小規模事業者がこの取組を独自に実施することは難しいと感じている。そこで、当会にて商品開発からマーケティングまでをワンストップで支援。新たな市場を開拓することを目指す。

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

なお、これらの事業の実施においては、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。

(3) 目標

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②商品開発・マーケティング支援 支援事業者数	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容									
① 展示会・商談会の出展支援 (BtoB)									
事業名	展示会・商談会の出展支援								
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。								
展示会等の概要 / 支援対象	<p>以下の展示会・商談会への出展支援を実施する。なお、それ以外にも、有効な展示会・商談会がある場合は、出展支援を行う場合がある。支援にあたっては、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。</p> <p>ア 上尾版ビジネス商談会 支援対象：製造業 訴求相手：県央地域と利根地域の製造業</p> <p>上尾商工会議所・上尾ものづくり協同組合・桶川市商工会・伊奈町商工会・当会が主催する商談会である。例年 10 月下旬に開催する。県央地域や利根地域内でのビジネスマッチングや情報交換を目的としている。令和 5 年 10 月の開催では、受注側企業 22 社、発注側企業 6 社が参加した。</p> <p>イ 彩の国ビジネスアリーナ 支援対象：製造業 訴求相手：埼玉県全域の事業者</p> <p>さいたまスーパーアリーナを会場に、埼玉県、公益財団法人埼玉県産業振興公社、公益社団法人埼玉県情報サービス産業協会、県内金融機関が主催する、首都圏最大級の産・学・官・金連携による展示商談会である。中小企業の受注拡大・販路開拓のための自社の優れた製品・技術・サービス等を幅広い顧客層に PR するビジネスマッチングイベントとなっている。令和 6 年 1 月はリアル展示+オンライン展示のハイブリッド型で開催され、リアル展示では、出展社数 602 企業・団体、来場者数 13,749 人であった。</p>								
支援の手法	<p>経営指導員が参加事業者に対し、展示会等で新たな取引先を獲得するまでの支援を伴走型で行う。</p> <p><出展前の支援> 出展者の募集 / 商談シート (FCP シート) の作成 / 商談相手の事前アポイント / 効果的な展示方法 (パンフレット等のツールの整備含む) や短時間での商品等アピール方法の指導 等</p> <p><出展後の支援> 商談相手に対するフォロー 等</p>								
② 商品開発・マーケティング支援 (BtoC)									
事業名	商品開発・マーケティング支援								
目的	小規模事業者が「強み」を活かした“売れる商品”を開発し、適切なマーケティングを行うことで新たな市場を開拓することを目指す。								
支援対象	製造小売店・サービス業などを想定 ※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。								
訴求相手	消費者								
支援内容	独自に新商品の開発などを行うことが難しい事業者を対象に、商品開発からマーケティングまでをワンストップで支援する。								
支援の手法	<p>商品開発・マーケティングセミナーを開催し、支援対象者を掘り起こす。</p> <p>■商品開発・マーケティングセミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>製造小売店・サービス業等のなかで、商品開発に意欲的な事業者</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>中小企業診断士等を想定</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 1 回</td> </tr> </table>	支援対象	製造小売店・サービス業等のなかで、商品開発に意欲的な事業者	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知	講師	中小企業診断士等を想定	回数	年 1 回
支援対象	製造小売店・サービス業等のなかで、商品開発に意欲的な事業者								
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知								
講師	中小企業診断士等を想定								
回数	年 1 回								

カリキュラム	<商品開発> ・売れる商品とは ・商品開発の発想法 ・商品開発の進め方 等 <マーケティング> ・アナログ販促 ・デジタル販促 等
想定参加者数	10 人/回

その後、経営指導員がプロデューサーとなり、商品開発からマーケティングまでワンストップで支援を実施する。支援にあたっては、適時・適切な専門家と連携する。これにより、当該商品を活用した売上拡大を実現する。また、成果を確認するため、売上・利益等の経営指標の把握を行う。

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、当会や北本市だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「経営発達支援計画事業評価委員会」により事業の成果を確認し、PDCA を回しながら経営発達支援事業を推進することで、小規模事業者の売上・利益拡大に寄与することが課題である。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	<p>以下の取組により、経営発達支援事業のPDCAを回す。</p> <p>【PLAN】（事業の計画・見直し）</p> <p>(a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</p> <p>(b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。</p> <p>【DO】（事業の実行）</p> <p>(c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。</p> <p>(d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（Bizミル等）に適時入力する。</p> <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>(e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（Bizミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。</p> <p>(f) 毎週月曜日の朝礼にて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。</p> <p>(g) 年1回の「経営発達支援計画事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。なお評価は、経営発達支援計画に記載したすべての事業を対象とする。</p> <p>※「経営発達支援計画事業評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i 北本市産業観光課長（もしくは担当者）、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「経営発達支援計画事業評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）</p>

- で定量的に評価する。
- ii 当該「経営発達支援計画事業評価委員会」の評価結果は、理事会に報告する。また、当会ホームページ (<https://k-sci.securesite.jp/sci/>) 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) 「経営発達支援計画事業評価委員会」の評価を受け、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】

これまででも経営発達支援事業の成果をあげるため、経営分析支援、事業計画策定支援、販路開拓支援などに関する資質向上を図ってきた。

【課題】

現在の経営発達支援計画では、前述の支援の他、「DXに向けた相談・指導を行う能力」や「経営力再構築伴走支援の基本姿勢」などの支援力向上が求められている。そこで、新たにこれらの支援力向上に向けた資質向上を図る必要がある。

また、属人的な資質向上にせず、組織としての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 (法定経営指導員含む) のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	すべての職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得することを目指す。
不足能力の特定	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。 <ul style="list-style-type: none"> ・伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・小規模事業者の新たな需要開拓を実現する能力 ・DXに向けた相談・指導を行う能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等
内容	<p>経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下 (ア～ウ) の研修・セミナーに積極的に参加し、資質向上を図る。具体的には、埼玉県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体が主催する義務研修に参加するだけでなく、中小企業基盤整備機構の研修、中小企業大学の専門研修、民間の研修などにも積極的に参加する。加えて、適当な研修・セミナーがない場合は、第5ブロック商工会連絡会議 (埼玉県比企地域8商工会) に外部講師を招聘し、研修を開催する。</p> <p>これまで、これらの研修・セミナーへは、経営指導員が中心に参加していたが、今後は、補助員等も含めて積極的に参加する。</p> <p>ア 小規模事業者の売上・利益向上支援、新たな需要開拓支援の資質向上 これまでも、経営分析支援、事業計画策定支援、販路開拓支援等の外部講習には参加してきたが、知識の更新のため、これらの研修・セミナーには引き続き参加する。</p> <p>イ DXに向けた相談・指導能力の習得・向上 DX関連の動向は日々進化していることから、DX関連の相談・指導能力向上に資する研修・セミナーに参加する。</p> <p>ウ 経営力再構築伴走支援の資質向上 「対話と傾聴による信頼関係の構築」、「気づきを促す課題設定型コンサルテーション」、「経営者の自走化のための内発的動機付けと潜在力の引き出し」のようなテーマの研修・セミナーに参加する。</p>

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

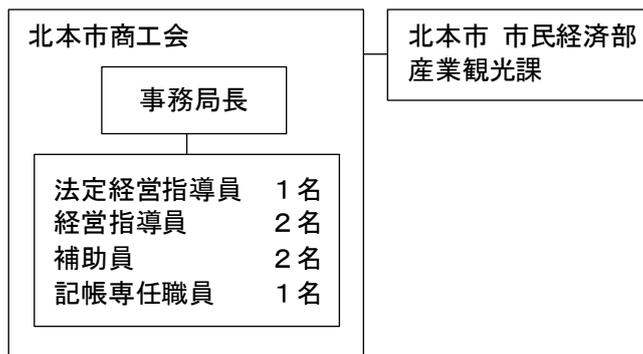
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

【令和6年12月現在】

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



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

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名： 齊藤 伸吾

連絡先： 北本市商工会 TEL. 048-591-4461

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

〒364-0002

埼玉県北本市宮内 7-148

北本市商工会

TEL： 048-591-4461 / FAX： 048-591-4043

E-mail： info@kitamoto-sci.jp

②関係市町村

〒364-8633

埼玉県北本市本町 1-111

北本市 市民経済部 産業観光課 商工労政・観光担当

TEL： 048-594-5530 / FAX： 048-592-5997

E-mail： a03100@city.kitamoto.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	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
地域の経済動向調査に関すること	200	200	200	200	200
需要動向調査に関すること	300	300	300	300	300
経営状況の分析に関すること	500	500	500	500	500
事業計画策定支援に関すること	500	500	500	500	500
新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	300	300	300	300	300
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	500	500	500	500	500
経営指導員等の資質向上等に関すること	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
国補助金、県補助金、市補助金、会費、手数料等

(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 並びに法人にあつては、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