

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	坂戸市商工会（法人番号 3030005010880） 坂戸市（地方公共団体コード 112399）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>小規模事業者自らが自社の強みを生かした事業を認識・実行し、自助・自立経営することを支援することにより、持続的に発展するまちづくりを行う</p> <p>小規模事業者の DX に向けた意識を向上させるための足掛かりとして、まずは IT ツールの導入やデジタル技術の活用による業務の効率化、販路の拡大を支援することにより、地域所得の向上を図る</p> <p>上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>小規模事業者自身が経営環境の変化を把握した上で最適な経営判断を行うことを目的に、RESAS や統計坂戸を活用して市内の経営環境を整理・公表する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>小規模事業者の顧客ニーズにあった商品づくりを支援するため、店頭での商品・サービス調査を支援し、結果を商品のブラッシュアップに繋げる。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>小規模事業者の自助・自立経営、自社の強みを活かした経営を実現するためには、事業者自らが「現状」や「強み」を把握する必要がある。そこで、経営分析（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）を支援する。</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>「地域の経済動向調査（経営環境）」や「経営状況の分析（自社の強み）」及び「需要動向調査（顧客ニーズ）」の結果を踏まえたうえで、小規模事業者の今後の方向性を定め、事業計画にまとめる。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>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>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>小規模事業者の新たな需要開拓を目的として、「彩の国ビジネスアリーナ」「埼玉県西部地域産業ミニ商談会」等の展示会・商談会の出展支援や IT を使った販路開拓の個社支援といった、販路開拓支援を実施する。</p>
<p>連絡先</p>	<p>坂戸市商工会</p> <p>〒350-0229 埼玉県 坂戸市 薬師町 31-3</p> <p>TEL:049-282-1331 FAX:049-282-1302</p> <p>e-mail:info@sakado.or.jp</p> <p>坂戸市 環境産業部 商工労政課</p> <p>〒350-0292 埼玉県 坂戸市 千代田 1-1-1</p> <p>TEL:049-283-1331 FAX:049-283-1366</p> <p>e-mail:sakado35@city.sakado.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 坂戸市の概況

坂戸市（以下、当市）は、埼玉県のほぼ中央に位置する。地勢はおおむね平坦で、秩父山系から清流として知られる高麗川が南西から東へ流れ、北部で荒川水系入間川の支流である越辺川へ合流している。市内に残る緑地とともに良好な水辺空間は、豊かな自然環境として市民から高い評価を得ている。

当市は都心から45km圏の位置にあり、東武東上線で都心に直結し、東京都への通勤圏として発展してきた。

鉄道は、東武東上線と東武越生線が通っており、東武東上線には、若葉駅、坂戸駅、北坂戸駅、東武越生線には西大家駅があり、坂戸駅は東上線と越生線の結節点となっている。これまでの東京メトロ有楽町線に加え、平成25（2013）年3月から東武東上線と東急東横線、横浜高速みなどみらい線との相互直通運転（東京メトロ副都心線経由）が開始された。

広域道路網は、首都圏中央連絡自動車道（圏央道）において、平成20（2008）年に、鶴ヶ島ジャンクション～川島インターチェンジ間の開通に伴い、坂戸インターチェンジの供用が開始され、平成27（2015）年10月に、埼玉県区間が全通し、東名高速・中央道・関越道・東北道が圏央道によって結ばれた。

また、市内を南北に縦断して関越自動車道が走っており、坂戸西スマートインターチェンジの供用が平成25（2013）年8月に開始され、周辺開発・企業立地が進められている。

道路網は、市のほぼ中央部を南北方向に走る国道407号を軸として、主要地方道及び県道により骨格が形成されている。

なお、坂戸市商工会（以下、当会）は、当市唯一の商工団体である。



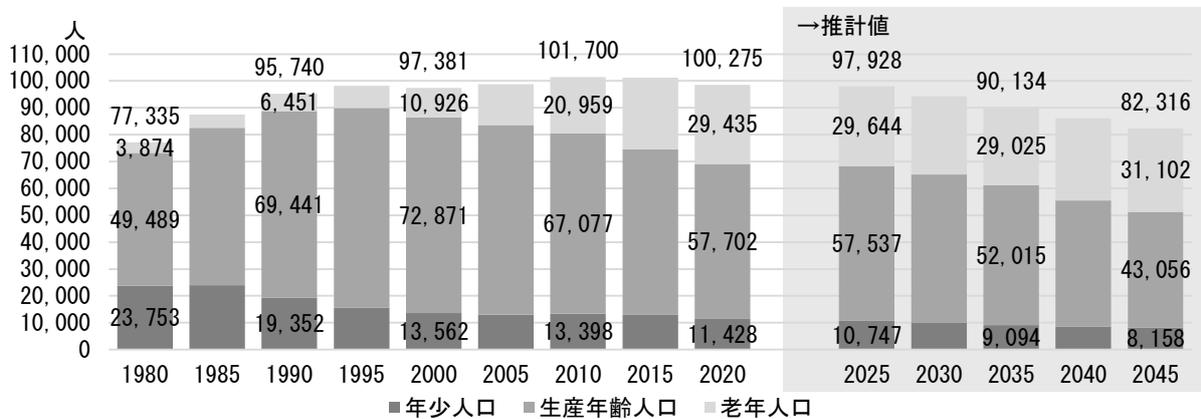
イ 人口

当市の令和4年9月1日時点の人口は99,960人である（住民基本台帳）。

特産品名	概要
食品・調味料	通常の卵に比べて葉酸を3倍多く含む「卵」、飲み物などに入れて葉酸を手軽に摂取できる「さかど葉酸精」、季節ごとの花の種類などにより味や色・香りなどの風味の違いを楽しませてくれる「はちみつ」などがある。
菓子	前述の卵を使用した「どら焼き」や「まんじゅう」、当市の形に似ている象をかたどった「ぞうサブレ」など、和菓子、洋菓子ともに作り手のやさしさを感じる品が揃う。
焼酎	坂戸市産のサツマイモ「すいおう」の芋を使った芋焼酎。減圧蒸留器で低温蒸留することで、芋本来の風味と香りを楽しめる仕上がりになっている。

国勢調査の結果を基に当市の人口推移をみると、平成22年（2010）年の101,700人をピークに減少傾向に転じている。年齢別人口について将来の推移をみると、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29.4%から令和27（2045）年には37.8%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和2（2020）年の57.5%から令和27（2045）年には52.3%に低下する見込みである。



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) 坂戸市葉酸プロジェクト

当市では、女子栄養大学の研究を活かし、同大学と協働で認知症や脳梗塞等の予防に効果があるといわれるビタミンB群の一種である葉酸（ようさん）を1日400マイクログラム摂取する運動を進めている。



(b) 坂戸市ミツバチプロジェクト

当市では、ミツバチと住める環境を維持することが私たちを取り巻く自然環境を保全することにもつながると考え、平成25年度から全国初となる自治体によるミツバチの飼育を始めている。

(c) さかど自慢の逸品

当市では市内の事業者がこだわりを持って製造・販売している商品のなかで坂戸市の登録を受けた商品を「さかど自慢の逸品」としてホームページ等での紹介やイベント出展(店)の案内によりPRしている。

■主なさかど自慢の逸品

特産品名	概要
食品・調味料	通常の卵に比べて葉酸を3倍多く含む「卵」、飲み物などに入れて葉酸を手軽に摂取できる「さかど葉酸精」、季節ごとの花の種類などにより味や色・香りなどの風味の違いを楽しませてくれる「はちみつ」などがある。
菓子	前述の卵を使用した「どら焼き」や「まんじゅう」、当市の形に似ている象をかたどった「ぞうサブレ」など、和菓子、洋菓子ともに作り手のやさしさを感じる品が揃う。

焼酎	坂戸市産のサツマイモ「すいおう」の芋を使った芋焼酎。減圧蒸留器で低温蒸留することで、芋本来の風味と香りを楽しめる仕上がりになっている。
生活雑貨	チアフル&アニマル雑貨、座椅子、nu board

エ 観光資源

当市には、1年で最もにぎわう「坂戸よさこい」、北浅羽桜堤公園の安行寒桜をはじめとした桜の名所、大宮住吉神楽等の歴史的文化遺産など、楽しさややすらぎをもたらす魅力的な観光資源が豊富にある。

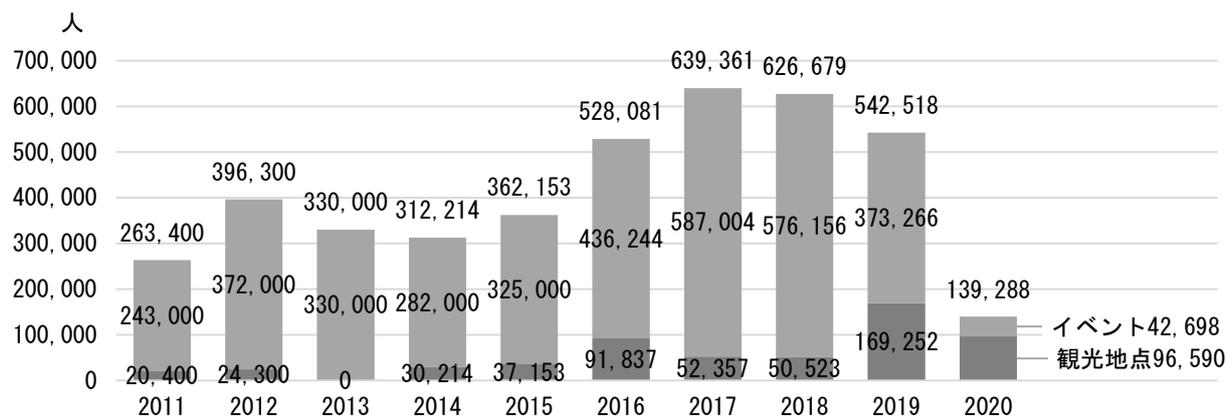
主な観光資源は次表のとおりである。

■ 主な観光資源

観光資源名	概要
坂戸よさこい	平成13年の市制施行25周年を記念して開始され、関東屈指のよさこいまつりに成長した。
桜	市の木に指定されている桜。当市内を流れる越辺川沿いに総延長1,200mにわたり約200本の「安行寒桜」が咲き誇る。
伝統芸能	毎年3回奉納され、なかでも4月の例大祭が盛大な「坂戸の大宮住吉神楽」や、安永7年(1777年)に始まったとされる「森戸の獅子舞」が継承されている。

オ 観光入込客数の推移

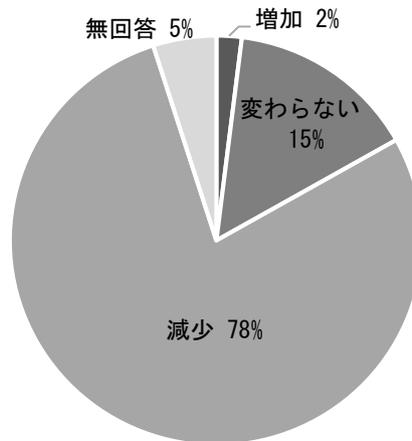
当市の令和2(2020)年度の観光入込客数は139,288人である。推移をみると平成28(2016)年度に大幅に増加。その後50万人超で推移していたものの、新型コロナウイルス感染症により減少していることが読み取れる。



カ 産業

(a) 景況感 (売上高)

当会が実施したアンケート調査によると、平成31年4月と比較した令和2年4月の売上高では、「増加」は2%に留まっており、78%が「売上減少」と回答している。



出典：坂戸市商工会「新型コロナウイルス感染症 感染拡大の影響アンケート調査」

(b) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

当市の商工業者数は、平成24年が2,996社、平成28年が2,968社である。

小規模事業者数は平成24年が2,232者、平成28年が2,111者であり、4年間で5.4%減少している。産業別にみると、製造業が33者減少、卸・小売業が24者減少と特に減少数が多くなっている。一方、医療、福祉では増加がみられる。

	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	330	284	21	673	424	246	743	275	2,996
小規模事業所数	321	224	14	432	314	113	573	241	2,232
平成28年									
事業所数	302	250	16	668	436	297	752	247	2,968
小規模事業所数	296	191	10	408	303	134	563	206	2,111
増減(H28年-H24年)									
事業所数	△28	△34	△5	△5	12	51	9	△28	△28
増減割合	△8.5%	△12.0%	△23.8%	△0.7%	2.8%	20.7%	1.2%	△10.2%	△0.9%
小規模事業所数	△25	△33	△4	△44	△11	21	△10	△35	△121
増減割合	△7.8%	△14.7%	△28.6%	△5.6%	△3.5%	18.6%	△1.7%	△14.5%	△5.4%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(c) 業種別の現状

i_商業

近年、坂戸市近隣にスーパーセンターなどの大型商業施設が建設され、消費者の市外流出が続いている。さらに市内の大型店が閉店し空洞化が進むことが予想される。

商店街においては、人の往来が減り、利用者が少なくなり、空き店舗が増えることが見込まれる。個人店においても、店主の高齢化と後継者不足により、廃業が増えることが見込まれる。

個人店の活性化、事業継続のために販路拡大の工夫、自店の強みの分析などによる改善支援をすることが課題である。

チェーン展開されている店舗が増加しており、個人店に対しては、金融相談程度の支援に留まり経営全般の支援が不足していることが課題である。

ii_工業

生産設備の不足・老朽化、熟練技術者の確保難、アナログ的な生産管理が常態化し、IT活用が遅れている。そのうえ、多くの事業者は、ワンマン経営で経験と勘を頼りに経営を行っている。

設備投資、人材育成、情報発信など計画経営の重要性を啓蒙し、事業計画策定を支援していくことが課題である。

また、技術力があるが、下請け工場の事業所が多く、技術力を生かした高付加価値製品の開発や販路開

拓を行うことが課題である。

キ 今後5年間で小規模事業者の経営環境に影響を及ぼす出来事

(a) 坂戸西スマートインターチェンジ周辺開発

関越自動車道坂戸西スマートインターチェンジの供用が開始されたことに伴い、広域的なアクセス性向上を活用した、坂戸西スマートインターチェンジ周辺の産業集積を進められている。このひとつとして、令和2（2020）年3月に、大和ハウス工業がマルチテナント型物流施設を設置した。



出典：大和ハウス工業ホームページ

現在、令和5（2023）年1月の竣工に向け、2棟目（DPL 坂戸Ⅱ）の建設が進行しているところである。

坂戸西スマートインターチェンジ周辺に物流機能が集積することにより、当該施設で働く従業員の消費等、当市の地域活性化にも寄与することが期待されている。

ク 第6次坂戸市総合振興計画

「第6次坂戸市総合振興計画（平成24年度～令和4年度）」における後期基本計画の商工・観光部分は下表のとおりである。なお、本計画策定時の終期は令和3年度としていたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、次期坂戸市総合計画策定に係る市民参画の実施が困難な状況となったため、計画期間が1年間延長されている。

小規模事業者支援の視点からみると、商業・観光の振興の実現に向け、人口増減や年齢構成の変化の影響を受ける地域商業と地域の密接な関係づくりや、地域の個店や小規模工場が産学官や農商工の連携を活用したきめ細かなサービスの開発を意欲的に行うことを掲げている。また、観光振興では、観光資源を磨き上げ、他分野との連携及び近隣市町と広域的な連携も視野に入れた、新たな観光資源の発掘を掲げている。

■後期基本計画（平成29年度～令和4年度）

- | |
|---|
| 3-5 商工業 ～商工業者と消費者がともに支え合い、持続的に発展するまちにします～ |
| 1. 商工業ビジョンの策定・推進 |
| 2. 意欲的な事業者への支援 |
| 3. 中小企業の振興 |
| 3-8 観光 ～人が訪れ交流するまちにします～ |
| 1. 観光の推進 |

ケ 坂戸市商工業ビジョン

坂戸市では、商工業の振興の目的を明らかにし、当市のあるべき商工業の姿、活力ある商店街の形成や効率的な企業集積につながる商工業の活性化のための基本方針および事業構想の検討を行い、実現へ向けの方策を提案するために、「坂戸市商工業ビジョン（平成25年度～令和4年度）」を策定している。

なお、前項の「第6次坂戸市総合振興計画」の計画期間が1年延長されたことに伴い、本ビジョンも1年延長されている。

■坂戸市商工業ビジョン（平成25年度～令和4年度）

- | | |
|----|--|
| 目的 | ①雇用・所得の確保・増加
②市民・消費者の商業・サービス業利用手段の確保
③にぎわいのある快適な都市空間・まちづくり
④雇用・所得を生み出す市の経済的基盤の維持・拡充 |
|----|--|

基本方針	基本方針 1. 「やる気」を「つなぐ」 基本方針 2. 「地産地消」をすすめる 基本方針 3. 「坂戸ブランド」をつくる
------	--

②課題

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

まず、人口をみると、当市の人口は減少傾向に転じており、今後は減少傾向が加速することが見込まれている。小規模事業者においては、人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。

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ことから、この変化への対応が課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、IT活用等による生産性の向上が課題である。

特産品では、当市には、すいおうやルーコラといった農産物の他、坂戸市が実施する「坂戸市葉酸プロジェクト」や「坂戸市ミツバチプロジェクト」などから生まれた産品などの特産品がある。また、市内の事業者がこだわりを持って製造・販売している商品のなかで坂戸市の登録を受けた商品を「さかど自慢の逸品」としてホームページ等での紹介やイベント出展(店)の案内によりPRしている。小規模事業者においても、特産品を活用した商品開発が期待されている。

当会が令和2(2020)年に実施したアンケート調査より景況感(売上高)をみると、平成31年4月と比較した令和2年4月の売上高では、「増加」は2%に留まっており、78%が「売上減少」と回答している。本調査は新型コロナウイルス感染症の拡大直後に実施されたもので、極端に「減少」の割合が高くなっており、平時においても売上高が減少している事業者が多くなっている。これはつまり縮小市場で事業を継続している事業者が多いことを示しており、事業の再構築や経営革新等といった事業の見直しが課題となっている。

業種別の事業所数の推移をみると、当市の小規模事業者数は平成24年が2,232者、平成28年が2,111者であり、4年間で5.4%減少している。業種別にみると、製造業が33者減少、卸・小売業が24者減少と特に減少数が多くなっている。近年の創業希望者の状況をみても、製造業や卸・小売業での創業はほとんどみられないことから、地域の活力維持のために、既存の製造業や卸・小売業の経営改善や事業承継による事業所数の維持がひとつの課題となっている。

業種別の課題をみると、①商業では、大型商業施設との差別化、事業承継、販路拡大の工夫、自店の強みを活かした経営改善、②工業では、生産設備の更新、人材育成、ITを活用した生産性向上や情報発信、技術力を生かした高付加価値製品の開発、市外の取引先獲得等が課題である。

また、今後5年間で小規模事業者の経営環境に影響を及ぼす出来事をみると、坂戸西スマートインターチェンジ周辺の開発進行があげられる。これにより企業集積などが進行すると人流・商流が変わることが考えられるため、地域小規模事業者においてもこれらの情報を敏感に把握するとともに、この経営環境に合わせた経営面での対応が課題となる。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

当市では、人口減少・少子高齢化が更に進むことが予測されており、小規模事業者を取り巻く経営環境の厳しさは一層加速するものと考えられる。その中で、小規模事業者の事業を継続させていくためには、経営環境、顧客ニーズを把握したうえで、自社の強みを生かした事業を小規模事業者自らが認識し、実行することが重要となる。また、これを実現するためには、計画経営、IT活用の情報発信等が必要となる。そこで、市内の小規模事業者がこれらを実現している姿を10年後のあるべき姿と定める。

当会では、計画経営支援の初期段階として、資金繰り表、貸借対照表等の財務関連の作成支援を行い、続いて、経営分析支援を行い、最終段階として事業計画作成につなげ、計画経営に取り組む小規模事業者を増やす。

また、IT活用は、経営資源の乏しい小規模事業者にとっては苦手な部分であり、その重要性を認識しておらず、DX(デジタルトランスフォーメーション)に向けた意識を向上させるための足掛かりとして、まずは、ITツールの導入やデジタル技術の活用による業務の効率化、情報発信(自社の特徴、強み等)から支援をする。

その他に、現在も実施している事業承継支援と創業支援に注力し、現状の管内小規模事業者数の維持を

目指す。また、高度な課題解決に対応するため専門家派遣を利用した伴走型支援を推進する。

②第6次坂戸市総合振興計画との連動性・整合性

坂戸市では「第6次坂戸市総合振興計画」を最上位計画として、商工業の振興の実行計画として「坂戸市商工業ビジョン」を定めている。当ビジョンでは、その「基本方針1」において、『「やる気」を「つなぐ」』を掲げ、以下の支援を求めている。

基本方針1 「やる気」を「つなぐ」

経済活動である商工業は、まず事業者の自助・自立が基本であり、行政的な支援は2次的なものです。事業者の自助努力、すなわち、自立しようとする「やる気」を伸ばす方向での支援が求められます。

また、「やる気」のある事業者の成功例を数多く生み出すことで、厳しい社会・経済環境の中で、意欲を失いがちな事業者の「やる気」を引き出すことも必要です。（一部抜粋）

当会では、前項「④10年程度の期間を見据えて」で示したとおり、「小規模事業者の事業を継続させていくためには、経営環境、顧客ニーズを把握したうえで、自社の強みを生かした事業を小規模事業者自らが認識し、実行すること」を10年後の小規模事業者のあるべき姿としている。これは事業者の自助・自立に寄与する目標であり、連動性・整合性がある。

③商工会としての役割

当会は、昭和35年に会員数558名により設立された。設立以降、経営革新支援、事業承継支援、創業者支援、金融支援、各種補助金支援、地域の賑わい創出のためのイベント等を実施している。

今後は、厳しい状況下にある小規模事業者の実情に応じた支援が必要となる。

支援に必要な調査・経営状況の分析を行い、事業計画の策定・販路開拓・フォローアップまでを一貫して支援する。

これにより、地域経済を支える小規模事業者等の売上増や経営力強化に取り組み、個々の小規模事業者に応じた伴走型による支援を提供する。

(3)経営発達支援事業の目標

【目標①】

小規模事業者自らが自社の強みを生かした事業を認識・実行し、自助・自立経営することを支援することにより、持続的に発展するまちづくりを行う

【目標②】

小規模事業者のDXに向けた意識を向上させるための足掛かりとして、まずはITツールの導入やデジタル技術の活用による業務の効率化、販路の拡大を支援することにより、地域所得の向上を図る

【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、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

本計画では、小規模事業者の自助・自立経営を目標としており、これを実現するために、まずは小規模事業者に自助・自立経営の成功体験を提供する必要がある。そこで、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）や各事業者の強みを明らかにする。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。同時に、RESAS や統計坂戸による地域の経済動向分析や需要動向調査を通じて経営環境や顧客ニーズを把握・整理する。これらの分析結果を活用しながら、小規模事業者自らが自社の強みを生かした事業を認識させ、その事業を事業計画にまとめる。さらに、事業計画を伴走型でフォローアップし、事業計画を実現することで事業者の成功体験に繋げる。

【目標②達成のための方針】

小規模事業者のDXに向けた意識を向上させることを目的にITセミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。また、ITツールの導入やデジタル技術の活用による業務の効率化、販路の拡大への取組意欲が高い事業者に対しては、ITを活用した販路開拓の支援を実施する。

これらの支援を実現するため、経営指導員がDXに関する資質向上を行い、実行力を向上させる。

【目標③達成のための方針】

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

また、これを実現するために、経営指導員等の資質向上を実施する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の自助・自立経営を実現するためには、事業者自身が経営環境の変化を把握した上で、都度、最適な経営判断を行う必要がある。この経営環境の変化を把握するためには、データの活用が有効であるが、当会ではこれまで十分なデータ提供ができていなかった。

【課題】

これまで十分なデータ提供ができていなかったことから、今後は、地域経済分析システム（RESAS）や統計坂戸を活用したデータ提供を行う必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9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
目的	地域の小規模事業者により市内の状況（経営環境の変化等）を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とする。
調査の内容	地域経済分析システム（RESAS）や統計坂戸の内容のなかで、地域の小規模事業者により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。
調査を行う項目	<p>■ RESAS 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</p> <p>■ 統計坂戸 ○人口 ○国勢調査 ○事業所 ○商工業 ○土木・建設・上下水道 ○運輸・通信 ○保健衛生 ○社会福祉 ○教育・文化 ○公害・市民生活 等</p>
調査の手段・手法	経営指導員が外部専門家と連携し、RESAS や統計坂戸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	調査報告は当会ホームページで公表し、広く管内事業者により周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当市では近年、近隣にスーパーセンターなどの大型商業施設が建設されており、小規模事業者の経営に影響を与えている。このような環境のなかで小規模事業者が生き残るためには、顧客ニーズを把握した商品・サービスづくりが必要である。一方、小規模事業者の多くには、この顧客ニーズを捉えるためのマーケティング調査の機会がない。また、当会でも、このような調査支援は実施してこなかった。

【課題】

大型店等と差別化した商品づくりや顧客ニーズに合った商品づくりのためのマーケティング調査を支援する必要がある。また、マーケティング調査の結果を活用して、商品のブラッシュアップを支援することが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
店頭での商品・サービス調査 調査対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

事業名	店頭での商品・サービス調査
目的	小規模事業者の商品・サービス（以下、商品等）について、当該事業者の来店客より評価を得ることで、顧客の声を取り入れた商品等のブラッシュアップに繋げる。
対象	店舗で販売する（販売を予定する）小規模事業者の商品等、3商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。
調査の手段・手法	各店の店舗にて、事業者が主体となりアンケート調査を実施する。実施にあたっては、事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。アンケート調査は紙アンケートもしくはWEBアンケートにより実施し、1商品あたり20名以上の来店客からアンケート票を回収する。

調査を行う項目	<p>■食品（飲食店のメニュー含む）の場合 <input type="checkbox"/>商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/>味 <input type="checkbox"/>パッケージ <input type="checkbox"/>独自性（坂戸らしさ） <input type="checkbox"/>価格 <input type="checkbox"/>購入意向 <input type="checkbox"/>その他改善点 等</p> <p>■サービスの場合 <input type="checkbox"/>サービスの総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/>サービスの内容 <input type="checkbox"/>独自性 <input type="checkbox"/>価格 <input type="checkbox"/>今後もサービスを受けたいか <input type="checkbox"/>その他改善点 等</p>
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が外部専門家と連携しながら分析を行う。分析では、各項目について男女別、年齢別にクロス集計を実施。結果から商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が自助・自立経営を行うためには、まずは事業者自身が「現状」を把握し、問題意識を持つ必要がある。また、小規模事業者が自社の強みを生かした事業を展開するためには、事業者自身が自社の強みを把握する必要がある。当会では、これまでも経営分析により、これらの課題解決を図ってきたが、表面的な分析に留まっていることも多く、必ずしも事業者の本質的な課題までは抽出できていなかったという現状がある。

【課題】

事業者自身が「現状」や「強み」を把握するための経営分析を提供する必要がある。また、これまで表面的な分析もみられたことから、今後は事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置いた経営分析を実施することが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
経営分析事業者数	-	45者	45者	45者	45者	45者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	<p>経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおり、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。分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、クラウド型支援サービス（BIZミル等）、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「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。</p> <p>■経営分析を実施する項目 財務分析：直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析</p>

	<p>非財務分析：強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産 など）</p> <p>機会・脅威（商圏内の人口、競合、業界動向 など）</p> <p>その他（デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など）</p> <p>※非財務分析は事業者との対話を通じて実施する</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はフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、当会定期ミーティングにて共有するだけでなく、クラウド型支援ツール（BIZミル等）上に集約し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が自助・自立経営を行うためには、経営環境、顧客ニーズを把握したうえで、自社の強みを生かした事業を小規模事業者自らが認識し、事業計画にまとめることが重要である。当会では、これまでも事業計画の策定支援を実施しているものの、支援の内容をみると、経営の方向性にまで踏み込んだ支援が十分でなかったという現状がある。

【課題】

経営の方向性にまで踏み込んだ事業計画の策定支援を行うことが課題である。また、当市の小規模事業者はDXに向けた意識が弱く、今後強化が必要なことから、事業計画策定前段階においてはITツールの導入やデジタル技術の活用による業務の効率化、販路の拡大に関する意識の醸成を行い、小規模事業者のDXへの取組を促進させる必要がある。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

事業計画の策定支援では、経営分析件数の約3割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、DXに向けたセミナーやIT専門家派遣を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
事業計画策定事業者数	13者	15者	15者	15者	15者	15者
ITセミナーの開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援
目的	「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。なお、事業計画策定事業者に対して、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、ITセミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。

支援対象	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者 ・金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者 ・補助金やDX支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者等 												
対象事業者の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する。 ・補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 												
支援の手段・手法	<p>事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の2つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。</p> <p>なお、事業計画において、DXやITツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象にITセミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。</p> <p>■ITセミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td>すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行う。</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>埼玉県商工会連合会のDX支援員、地元IT事業者、IT専門家等</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>年度ごとにテーマを決めIT関連のセミナーを開催する。また、カリキュラムのなかで、DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例といった総論的な内容も取り上げる。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>10人/回</td> </tr> </table>	対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行う。	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知	回数	年1回	講師	埼玉県商工会連合会のDX支援員、地元IT事業者、IT専門家等	カリキュラム	年度ごとにテーマを決めIT関連のセミナーを開催する。また、カリキュラムのなかで、DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例といった総論的な内容も取り上げる。	想定参加者数	10人/回
対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行う。												
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知												
回数	年1回												
講師	埼玉県商工会連合会のDX支援員、地元IT事業者、IT専門家等												
カリキュラム	年度ごとにテーマを決めIT関連のセミナーを開催する。また、カリキュラムのなかで、DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例といった総論的な内容も取り上げる。												
想定参加者数	10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】

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

【課題】

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、定期的にフォローアップを実施し、事業計画を実施する上で発生した経営課題等に対し、事業者と一緒に解決を図る必要がある。また、フォローアップ支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合が25%※、経常利益増加割合が20%※（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）になることを目標とする。

フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

※当会が実施したアンケート調査（P3参照）では、前年比で売上高が増加している事業者の割合は2%であった。本調査は、新型コロナウイルス感染症の拡大直後という特殊な環境において実施された結果であり、平時ではこの割合は15%程度になるのではないかと感じる。そこで、本計画においては、事業計画策定～フォローアップという伴走型支援を実施した事業者において、売上増加割合が25%、経常利益増加事業者割合が20%となることを目指す。

(3) 目標

項目	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
フォローアップ対象事業者数	13者	15者	15者	15者	15者	15者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)
売上増加事業者数	-	4者	4者	4者	4者	4者
経常利益増加事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・ 手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、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、訪問回数を増やしながら軌道に乗せるための支援を実施する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。当会では、これまでも事業者の販路開拓を支援してきたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていなかった。また、ITを活用した販路開拓等の支援ができていなかった。

【課題】

各事業の成果が明確でなかったことから、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。また、これまでDXに関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くはITを使った販路開拓等が遅れていることから、事業者のニーズに合わせてオーダーメイド型でITを活用した販路開拓の個社支援を実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
②ITを活用した販路開拓の支援 支援事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
(BtoBの場合) 成約件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
(BtoCの場合) 売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容	
① 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	当市では小規模製造業の事業所数が減少しており、製造業の経営基盤強化が喫緊の課題となっている。当市の小規模製造業をみると、優れた技術を持つ事業者も多いが、新たな取引先の獲得ができていないことが多い。とりわけ、坂戸西スマートインターチェンジの供用が開始され、商圏の拡大が期待できるものの、市外の取引先獲得が弱いといえる。そこで、展示会・商談会の出展支援を通じて、小規模製造業の新たな取引先の獲得を支援する。
展示会等の概要/ 支援対象	<p>年度によって、支援テーマを定め、以下のいずれか（もしくは両方）の展示会・商談会の出展支援を行う。</p> <p>ア 彩の国ビジネスアリーナ 支援対象：主に製造業 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4年1～2月はオンライン開催され、302企業・団体が出展、来場者数16,819名を数えた。</p> <p>イ 埼玉県西部地域産業ミニ商談会 支援対象：主に製造業 訴求相手：埼玉県西部地域の事業者</p> <p>埼玉県西部地域の商工団体（所沢、川越、飯能、狭山各商工会議所および入間市商工会）が連携し開催する商談会である。地元および埼玉県西部地域という「近場」での受発注件数の拡大を目的としているため、商談会としては比較的小規模で開催されている。令和3（2021）年度は新型コロナウイルス感染症のまん延防止の観点から、例年より規模を縮小して開催され、発注企業14社、受注企業17社が参加し、合計で58商談が行われた。</p>
支援の手段・手法	本支援は、自社独自に展示会・商談会に出展が難しい小規模製造業を支援する目的で実施する。そのため、これまで展示会・商談会への出展経験がない（少ない）事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、展示会等に出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行う。具体的には、出展者の募集だけでなく、出展前に効果的な展示方法、短時間での商品等アピール方法、商談シート（FCPシート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等、出展後の商談相手に対するフォロー方法をワンストップで指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。
② IT を活用した販路開拓の支援 (BtoB, BtoC)	
事業名	IT を活用した販路開拓の支援
目的	現代において、IT を使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取組が遅れている。そこで、自社独自では IT の利活用が難しい事業者に対しオーダーメイド型の支援を実施し、新規取引先の獲得を目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず） ※事業計画を策定した事業者を重点的に支援
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	IT を活用した販路開拓といっても、実施したい内容は各事業者で異なる。そこで、各事業者の実施したい内容を基にオーダーメイド型の支援を実施する。具体的には、IT を活用した販路開拓手法（ホームページ制作、EC サイト利用、SNS の活用等）から事業者が選択した内容について、経営指導員や IT 専門家によるハンズオン支援を実施する。

支援の手段・手法	巡回訪問・窓口相談、経営分析支援や事業計画策定支援のに加え、『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する「IT セミナー」において、IT を活用した販路開拓を行いたい事業者を掘り起こす。その後、経営指導員や IT 専門家による支援を実施する。支援にあたっては、IT を活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿った IT 導入～運用支援を行う。これらの支援により新規顧客の獲得を目指す。
期待効果	BtoB の場合：新たな取引先の獲得を狙う、BtoC の場合：売上拡大を狙う。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、経営改善普及事業における事業者の支援状況は、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、当会や皆野町だけでなく、第三者として外部有識者を入れた「経営発達支援事業評価委員会」により本事業の成果を確認し、PDCA サイクルを回しながら事業を推進する必要がある。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCA を回す仕組みを構築する。
事業評価の手段・手法	<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) 毎朝の朝礼にて、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「経営発達支援事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。</p> <p>※「経営発達支援事業評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i 坂戸市商工労政課長、法定経営指導員、外部有識者（税理士等）をメンバーとする「経営発達支援事業評価委員会」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）にて定量的に評価を行う。</p> <p>ii 当該「経営発達支援事業評価委員会」の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当会ホームページ（http://www.sakado.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。</p>

【ACTION】（事業の見直し）

(h) 「経営発達支援事業評価委員会」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

【現状】

現状、経営改善普及事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となり実行している。

【課題】

本計画の成果をあげるためには、経営支援員も含めた組織全体の支援力向上が必要である。このために、経営支援員も含めた資質向上、OJT等を実施することが課題である。

(2) 事業内容

① 経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得する
不足能力の特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 ・ 経営分析、事業計画策定、フォローアップにより、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力 ・ 展示会等やITを活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力 ・ DXに向けたIT・デジタル化の支援を行う能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上
内容	経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・手法により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、その他の職員も含めて積極的に参加する。 ア 小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて 埼玉県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体等が主催する研修に参加する他、中小企業大学の専門研修への参加、独自に外部講師を招聘した会内研修の開催を行う。 イ DXに向けたIT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。 <DXに向けたIT・デジタル化の取組> i) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組 RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等 ii) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組 ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等 iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法等 ウ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて 埼玉県商工会連合会の開催する研修、もしくは独自に外部講師を招聘し、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマの研修に参加する。

②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	<p>ア OJT 制度 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 定期ミーティング 毎朝の朝礼のなかで各人の支援状況等を共有し、経営発達支援計画の進捗管理や支援ノウハウの共有（支援先事業者が活用して効果的だった IT ツールの共有など）を図る。</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>

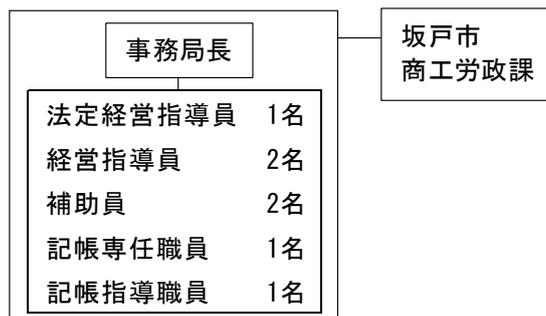
(別表2)

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4年11月現在】

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



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

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：阿部 愛斗

連絡先：坂戸市商工会 TEL. 049-282-1331

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

〒350-0229

埼玉県坂戸市薬師町 31-3

坂戸市商工会

TEL：049-282-1331 / FAX：049-282-1302

E-mail：info@sakado.or.jp

②関係市町村

〒350-0292

埼玉県坂戸市千代田 1-1-1

坂戸市 環境産業部 商工労政課

TEL：049-283-1331 / FAX：049-283-1366

E-mail：sakado35@city.sakado.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 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
セミナー開催費	300	300	300	300	300
市場・需要調査関連費	400	400	400	400	400
販路開拓支援	500	500	500	500	500
専門家謝金	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
展示会出展	400	400	400	400	400
通信運搬費	300	300	300	300	300
資料購入費	100	100	100	100	100

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入・坂戸市補助金・埼玉県補助金・国補助金・各種事業収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等