

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|--|
| 実施者名 (法人番号) | ふじみ野市商工会 (法人番号 9030005008952) ふじみ野市 (地方公共団体コード 112453) |
| 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】小規模事業者に事業計画に基づく計画経営が定着し、経営環境の変化への対応力が高まること</p> <p>【目標②】小規模事業者が新たな需要開拓・ビジネスモデルの再構築等により収益力を向上させること</p> <p>【目標③】創業者が安心して創業できること</p> <p>【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、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 小規模事業者が自社を取り巻く経営環境を把握するために「地域の経済動向分析（市や国が提供するビッグデータの活用）」を実施する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品について顧客ニーズを把握するために「商品調査事業」を支援する。また調査結果を基に、商品のブラッシュアップや販売促進を支援する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自身が自社の経営状態を客観的に把握するために、「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、事業計画策定を支援する。また、創業者・創業希望者向けに創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・創業計画を四半期毎にフォローアップする。</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、「彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援」や「個店の集客支援」、「IT活用セミナー後の個社支援」を実施する。</p> |
| 連絡先 | <p>ふじみ野市商工会 〒356-0004 埼玉県ふじみ野市上福岡 1-5-14 TEL: 049-261-3156 FAX: 049-261-3150 E-mail: fujimino@syokoukai.jp</p> <p>ふじみ野市 市民活動推進部 産業振興課 商工労政係 〒356-8501 埼玉県ふじみ野市福岡 1-1-1 TEL: 049-262-9023 FAX: 049-263-6111 E-mail: sangyo@city.fujimino.saitama.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 ふじみ野市の概況

ふじみ野市（以下、当市）は、都心から 30 キロメートル圏内に位置し、東は富士見市、西・北は川越市、南は三芳町に隣接している。面積は 14.64 平方キロメートルで、東西は 7.5 キロメートルにあり、南北は 6.0 キロメートルにある。

武蔵野台地の北部のほぼ平坦な地に位置し、地質は関東ローム層である。北部市境に沿って、江戸時代から昭和初期にかけて江戸とを結んで栄えた新河岸川舟運の水路・新河岸川が南北に流れている。

川越街道（国道 254 号）が市の中央部を南北に走り、また、東武東上線が川越街道に並行して走り、国道 254 号バイパスが市の北部、関越自動車道が西側を走っている。鉄道は、地下鉄有楽町線に加え、平成 20 年 6 月に地下鉄副都心線と東武東上線の相互乗り入れが実現し、都心への交通の便が一層よくなっている。

ふじみ野市商工会（以下、当会）は、当市唯一の商工団体である。

■ ふじみ野市の立地・交通



イ 人口推移

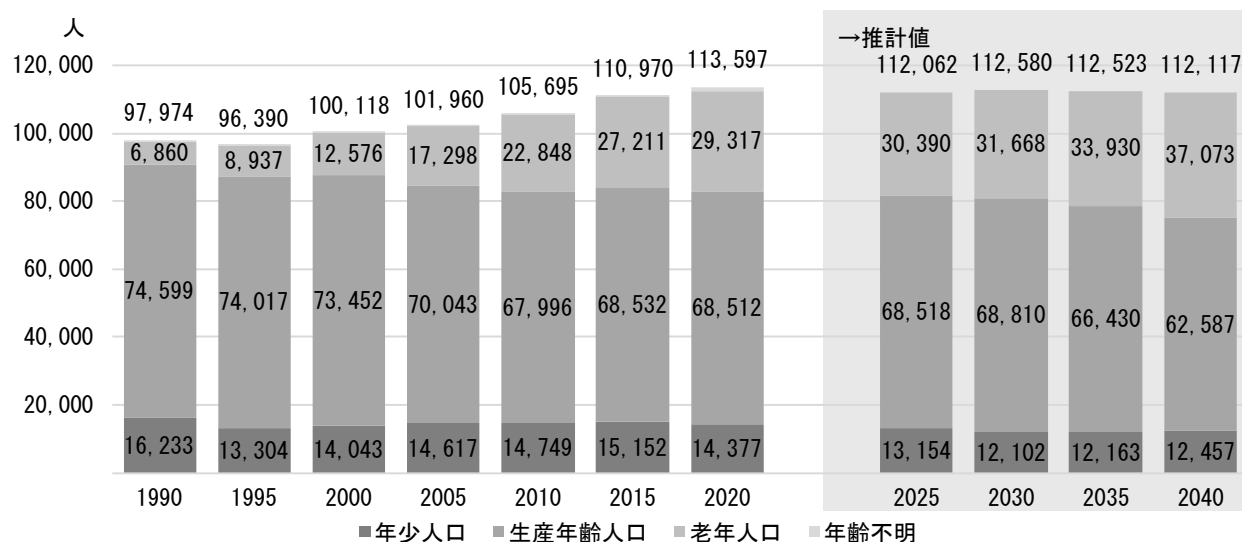
令和 6 年 10 月 1 日時点の人口は 114,470 人である。(住民基本台帳)

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 7 (1995) 年の 96,390 人から増加傾向にあり、今後も令和 12 (2030) 年まで増加傾向が続くことが見込まれている。

年齢別人口では、今後、年少人口は減少傾向、生産年齢人口は令和 12 (2030) 年までは増加傾向、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 25.8%から令和 22 (2040) 年に 33.1%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 60.3%から令和 22 (2040) 年に 55.8%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 産業

(a) 業種別の景況感

当会が令和 4 年度に実施した「経済動向調査」より小規模事業者の業種別の景況感を確認する。

全産業をみると、売上高 DI が△27.4 ポイント、採算 DI が△47.5 ポイント、資金繰り DI が△31.4 ポイントとなっている。なお、DI 値はマイナス値となっているものの、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた数値ともいえるため、必ずしもこの数値から「景況感が悪い」とは判断できない。

そこで次に、全国値と比較する。全国値と比較すると、売上高 DI と採算 DI において、すべての業種で全国値を下回っている。この結果より、全国平均よりも景況感が悪いといえる。

■小規模事業者の売上高 DI、採算 DI、資金繰り DI

| | 売上高 DI | | 採算 DI | | 資金繰り DI | |
|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|
| | ふじみ野市 | 全国 | ふじみ野市 | 全国 | ふじみ野市 | 全国 |
| 全産業 | △ 27.4 | - | △ 47.5 | - | △ 31.4 | - |
| 製造業 | △ 16.7 | △ 8.5 | △ 55.6 | △ 32.0 | △ 38.8 | △ 17.9 |
| 卸売業 | △ 28.6 | △ 12.8 | △ 71.4 | △ 30.6 | △ 71.4 | △ 19.7 |
| 小売業 | △ 42.7 | △ 24.0 | △ 55.0 | △ 39.4 | △ 45.7 | △ 25.4 |
| 建設・運輸業 | △ 23.9 | △ 13.3 | △ 45.7 | △ 32.4 | △ 25.0 | △ 8.7 |
| サービス業 | △ 18.2 | △ 8.4 | △ 36.4 | △ 33.4 | △ 14.3 | △ 19.2 |

※一部箇所について、全国値が公表されていないため空欄となっている。

※DI 値の高い方の背景をグレーにしている。

※全国値は、中小企業庁「中小企業景況調査報告書 (2022 年 7-9 月期実績)」より引用している。

※建設業・運輸業の全国値は「建設業」のものを使用している。

出典：ふじみ野市商工会「経済動向調査報告書 (令和 4 年度)」

(b) 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2,974社、令和3年が2,832社である。

上記のうち小規模事業所数は、平成24年が2,180者、令和3年が1,953者であり、9年間で10.4%減少している。

小規模事業所数の増減を産業別にみると、宿泊・飲食業（△28.3%）、卸・小売業（△20.7%）、製造業（△19.2%）の減少率が高くなっている。一方、医療、福祉や情報通信業など、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 | 334 | 272 | 23 | 684 | 448 | 234 | 709 | 270 | 2,974 |
| 小規模事業所数 | 316 | 234 | 19 | 444 | 286 | 94 | 538 | 249 | 2,180 |
| 平成28年 | | | | | | | | | |
| 事業所数 | 302 | 245 | 18 | 699 | 445 | 297 | 746 | 254 | 3,006 |
| 小規模事業所数 | 282 | 206 | 15 | 432 | 288 | 116 | 573 | 226 | 2,138 |
| 令和3年 | | | | | | | | | |
| 事業所数 | 304 | 230 | 24 | 609 | 342 | 304 | 734 | 285 | 2,832 |
| 小規模事業所数 | 285 | 189 | 20 | 352 | 205 | 112 | 531 | 259 | 1,953 |
| 増減(令和3年-平成24年) | | | | | | | | | |
| 事業所数 | △30 | △42 | 1 | △75 | △106 | 70 | 25 | 15 | △142 |
| 増減割合 | △9.0% | △15.4% | 4.3% | △11.0% | △23.7% | 29.9% | 3.5% | 5.6% | △4.8% |
| 小規模事業所数 | △31 | △45 | 1 | △92 | △81 | 18 | △7 | 10 | △227 |
| 増減割合 | △9.8% | △19.2% | 5.3% | △20.7% | △28.3% | 19.1% | △1.3% | 4.0% | △10.4% |

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) アンケートからみた小規模事業者の経営上の問題点

前述の「経済動向調査」より小規模事業者の経営上の問題点をみる。

小規模事業者の結果をみると、「販売促進・販路開拓、または営業活動」が56.3%で最も高く、「原材料や商品の仕入単価の上昇」が51.6%、「人材・人員確保・人材育成」が40.6%と続いている。

■小規模事業者の売上高DI、採算DI、資金繰りDI

| | 全体 (n=239) | 事業規模別 | |
|--------------------|---------------|----------------|-----------------|
| | | 小規模 (n=192) | 小規模以外 (n=45) |
| 販売促進・販路開拓、または営業活動 | 54.4% | 56.3% | 46.7% |
| 原材料や商品の仕入単価の上昇 | 51.5% | 51.6% | 51.1% |
| 人材・人員確保・人材育成 | 46.9% | 40.6% | 75.6% |
| 業務の効率化 | 42.7% | 39.6% | 55.6% |
| 既存の製品・サービスの改善 | 26.4% | 27.1% | 24.4% |
| 資金繰り対策 | 26.4% | 26.0% | 28.9% |
| 新製品・サービスの開発 | 25.5% | 25.5% | 24.4% |
| 顧客ニーズの把握 | 25.5% | 28.1% | 13.3% |
| 自社の強みの把握・活用 | 23.8% | 26.0% | 15.6% |
| 建物・設備等の老朽化 | 22.6% | 21.4% | 28.9% |
| 新型コロナウイルス感染症への対応 | 16.3% | 16.7% | 15.6% |
| 事業承継・廃業・M&A | 15.9% | 16.1% | 15.6% |
| ITの利活用（キャッシュレス対応等） | 13.8% | 12.0% | 22.2% |

出典：ふじみ野市商工会「経済動向調査報告書（令和4年度）」

(d)業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）

i_商業

かつて、住民への生活必需品の供給役は地元の商店街や個店が担っていたが、東京のベッドタウンとして人口増加による発展をしてきたことに伴い、多くの大型量販店が進出し、小規模小売店の存続に大きな影響を与えてきた。大型店と競合しない、地元商店ならではの特色を如何に出してゆけるかが地域性に於ける課題となる。

新型コロナウイルス感染症の拡大により減少した来客数がコロナ禍を過ぎた今でも戻っていない。状況を分析しないと原因は特定できないが、消費者のライフスタイルや勤務条件の変化に伴う消費行動が変化したことが要因の一つと考えられる。

この影響で、個店、特に小売業は、売上・利益ともに減少している。また、売上・利益の減少を理由として、商店会への加入見送りや、後継者不足といった問題が生じている。

新たな顧客の獲得が急務であるが、若者世代は「キャッシュレス化」が進んでおり、キャッシュレス対応は必須であるが、キャッシュレスを導入した場合、新たな知識の習得、現金化までの時間や手数料負担等が課題となっている。

商業においては、前述したように「小売業」は大打撃を受けているが、理美容・接骨院・飲食店といったサービス業は比較的、売上・利益の減少幅が少ない。小売業においても、「修理」や「手持ちのアクセサリ手直し」といったサービス部門の売上割合が高くなっている。

インターネットを活用した店舗・商品・サービスの周知等、WEB（ホームページ）有効活用は今後ますますニーズが高まると思われる。ITに関する知識や活用方法を身に着ける事は経営に多大な影響を与える者と推察している。

ii_工業

コロナ禍後の工業系事業者の業況は製造品目によりバラツキはあるものの、概ね回復基調にあると思われる。そのことが人手不足をより深刻化させており、公共職業安定所に求人をだしても応募がないとの声を聴く。特に工場内での重労働を伴う職種は希望が少ないようである。賃金、福利厚生等の雇用条件は大手企業との格差が不利に働く。民間の求人・求職サービスはある程度の成果を期待できるものの、利用料が高く、経費負担が増える。採用が叶っても、近年、最低賃金の改定率が高くなっており、将来的に人件費の負担増が不安要素となる。また、就業規則等の労務に関する整備が不十分なケースもある。

そこで、人手不足を省力化で対応することも検討されるが、設備投資の資金調達課題となる。

現状では、かつてのような需要がないことにより、後継者の見込みがたたず、事業所が所持する知的財産や物的財産等が失われることを防ぐ為、M&A等、事業承継の支援が必要と思われる。

エ ふじみ野市将来構想 from 2018 to 2030

「ふじみ野市将来構想 from 2018 to 2030 後期基本計画（令和6年度～令和12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、市内における創業者への支援強化、商店街におけるにぎわいの維持・確保の推進、市内企業のマッチング支援やサポートの強化などが掲げられている。

■基本構想（平成30年度～令和12年度）

〈まちづくりの理念〉

- ・安心と安全
- ・地域力
- ・環境

〈まちの将来像〉

人がつながる 豊かで住み続けたいまち ふじみ野

■後期基本計画（令和6年度～令和12年度）

分野6 産業・経済～にぎわいと活力にあふれるまち～

施策20 労働 雇用の場を創出し、働きやすい環境を構築します

- (1) 就労支援の充実
- (2) 労働者への支援強化

施策 22 商工業 新たな産業の育成と商工業の活性化を進めます

- (1) 商工業の活性化
- (2) 新たな産業の育成

施策 23 観光 誰でもいつでも観光を楽しめる環境づくりを進めます

- (1) 地域資源の活用による地域の活性化

オ ふじみ野市中小企業及び小規模企業振興基本計画

令和 4 年 4 月 1 日に市内中小企業及び小規模企業の振興について基本的な事項を定めることにより、産業振興を総合的に推進し、地域経済の活性化及び持続可能な市勢の豊かな推進に寄与することを目的に「ふじみ野市中小企業及び小規模企業振興基本条例」が施行された。

また、この条例に基づき中小企業及び小規模企業の振興を図る施策を総合的かつ計画的に推進するための実行計画として「ふじみ野市中小企業及び小規模企業振興基本計画」を策定している。

■ふじみ野市中小企業及び小規模企業振興基本計画（令和 6 年度～令和 12 年度）

施策

1. 商工業用地の確保、整備及び保全、道路網の整備等を推進することにより市内産業基盤の整備を図るための施策
2. 魅力ある農業の推進を図るため、農地の管理及び活用、優良農地の確保、生産技術の向上並びに経営基盤の安定化に努めるとともに、地産地消の拡大を推進するための施策
3. 若者、高齢者、障害者、外国人をはじめとした、全ての起業者が活躍できる場の創出及び新しい挑戦を推進するための施策
4. 事業承継者の計画的な育成を推進することにより、持続的な雇用及び産業の発展を図るための施策
5. 情報発信、企業間交流、融資制度の拡充、商工業及び農業の事業連携、販路及び受注機会の拡大等への支援により事業の強化を図るための施策
6. 職住近接を推進することにより、地域経済の循環促進及び活力向上を図るための施策
7. 経済団体等及び市内に本店又は支店を有する銀行、信用金庫その他金融機関の連携強化を図るための施策
8. 地域ブランドの創造及び販売網の整備等を推進するための施策
9. 市内観光資源の開発及び活用による観光基盤整備を推進するための施策
10. 地域資源の活用を推進し、環境負荷を低減することにより持続可能な社会の実現を目指すための施策
11. 様々な媒体を通して情報発信し、この条例の基本理念の理解を深めるための施策

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。

人口をみると、総人口は平成 7（1995）年の 96,390 人から増加傾向にあり、今後も令和 12（2030）年まで増加傾向が続くことが見込まれている。一方、人口の増加率は低下しており、今後は限られた顧客の取り合いを行う必要がでてくる。小規模事業者も、自社の「強み」を今一度見つめ直し、他社としっかりと差別化を図ることが課題となる。

さらに、年齢 3 区分別人口をみると生産年齢人口が減少していくことから、今後は今以上の人手不足となることが予想される。小規模事業者は、大企業と比較して良い雇用条件を出せないため、人材確保に苦慮している。そのため、IT などを活用した業務効率化などにも取り組む必要がある。

業種別の景況感では、すべての業種で売上高 DI と採算 DI が全国値を下回っている。この結果より、全国平均よりも景況感が悪いといえる。要因のひとつとして、これまで人口増という恩恵を受け、売上を拡大させることができた結果、経営環境の変化への対応力が弱まっていることが考えられる。そのため、小規模事業者も、時代に即した事業に再構築することが課題としてあげられる。

小規模事業所数は、平成 24 年が 2,180 者、令和 3 年が 1,953 者であり、9 年間で 10.4%減少している。人口が増加しているなかで、この減少率は地域としての損失といえる。地域の活力向上には、事業者数の維持も重要な要素である。そのため、事業者にとって魅力的な地域を創出するとともに、創業を活性化させること、既存事業者の経営力を向上させ事業承継に繋げること（廃業を抑制すること）が課題となる。

アンケートからみた小規模事業者の経営上の問題点では、「販売促進・販路開拓、または営業活動」が 56.3%で最も高く、「原材料や商品の仕入単価の上昇」が 51.6%、「人材・人員確保・人材育成」が 40.6%

と続いている。

当所が考える業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）では、主なものとして、①商業では、消費者のライフスタイルや消費行動が変化への対応、「モノを売る」のではなく「コトを売る」ような事業の創出、WEB（ホームページ）有効活用など、②工業では、収益力の向上、魅力的な職場づくりによる人材の確保、省力化への取組、知的財産や物的財産等の承継などがあげられる。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

当市の歴史をみると、昭和30年代に日本住宅公団（現在の都市再生機構）が、上福岡駅西側の農地に霞ヶ丘団地（昭和34年入居開始、1793戸）を、駅東側の造兵廠（火工廠）跡地上野台団地（昭和35年入居開始、2080戸）を建設した。この2つの団地には、20～30代の若い家族や東京への通勤者が多かったため、上福岡駅の利用客が急増し、東武鉄道は、昭和34年に上福岡駅を東武鉄道初の橋上式駅舎に改築した。さらに団地が建設された頃から、その周辺では住宅建設が進み、人口が急速に増え始めた。その後、平成5年のふじみ野駅開業の前後に、大規模なマンション・住宅建築が始まり人口の増加は続いている。

このような状況のなか、小規模事業者は人口増という恩恵を受け、売上を拡大させることができた。一方、人口の増加率が緩やかになり、さらに大型店の進出やECの台頭などにより競争が激しさをましていく。これに加え、これまで恵まれた経営環境に置かれていた企業の経営者も高齢化し、経営環境の変化への対応力が弱くなっている。この結果、収益力の低下がおきており、十分な売上・利益の確保が難しくなっている小規模事業者も多く、商店会においてはシャッターが閉まる店舗も増加しつつある。

そこで、当会では、10年後の小規模事業者のあるべき姿を「時代に即した事業に再構築することで収益力を向上させ、活力を取り戻すこと」と定める。親子二世帯が生活できる収益を得る事で、後継者の確保や収益力がある企業が多数存在し、地域の経済力を強化させる。また、経営者が引退したときに、商売をやって良かったと思ってもらえるようになることを目指す。

②ふじみ野市将来構想 from 2018 to 2030 との連動性・整合性

ふじみ野市の「ふじみ野市将来構想 from 2018 to 2030」では、商工業振興に向けて「新たな産業の育成と商工業の活性化を進めます」との目標を掲げ、「商工業の活性化」や「新たな産業の育成」といった施策を実行している。

また、前項『①10年程度の期間を見据えて』では、10年後の小規模事業者のあるべき姿を、「時代に即した事業に再構築することで収益力を向上させ、活力を取り戻すこと」としている。

小規模事業者が、この10年後のあるべき姿の実現に向けて取り組むことは、ふじみ野市の施策である「商工業の活性化」の実現に寄与するため、連動性・整合性があるといえる。

③商工会としての役割

ア 商工会の長期ビジョン

人手不足・後継者不足・キャッシュレス・AI等のIT技術の進化等、小規模事業者を取り巻く経営環境は大きく変化していると考えられる。特に現代ではIT・DXといった技術を抜きにした経営は考えられない。今後を見据えると、人と人が相対して販売していた行為のうち、何割かはWEB上の取引により行われていく時代になっていくものと推察できるが、このことは決して悪い面だけでなく、居ながらにして全世界の人々を顧客とする事ができるという良い側面も有する。

このような経営環境の変化に対し、企業は大なり小なり対応していく必要がある。

そこで、当会においても、時代の潮流にのった支援を実施することを長期ビジョンとして掲げる。これを実現するために、常に新たな技術や知識にアンテナを張り、学習するとともに、支援ノウハウを蓄積する必要がある。

イ 商工会としての役割

平成17年10月1日、上福岡市と大井町が合併し、新市「ふじみ野市」が誕生した。遅れて5年後の平成22年4月1日、商工会も合併し当会が発足した。また、合併後5年経過した平成27年8月末には、事

務の効率化・経費の削減・スケールメリットを活かすことを目的に、大井支所を閉鎖し、上福岡事務所に統合し事務所の一本化を果たした。役職員は、会長以下役員 30 名、職員 11 名（他、パート職員 3 名）（うち、経営指導員は 4 名）である。

これまで当会は地域振興事業および経営改善普及事業を実施してきた。地域振興事業では、商業関係の祭りやイベント（おおい祭り、上福岡七夕まつり、産業祭、まちバル、さくらまつり、押し活スタンプラリー）を中心に展開。また、商店会連合会の事務局として、地域内に大小合わせて 20 箇所ある商店会をまとめてきた。

経営改善普及事業では、従来の巡回指導を中心とした経営・金融・税務相談をベースに、創業支援や経営革新計画の策定支援にも積極的に取り組んでいる。特に、近年は経営革新計画の策定支援を強化しており、事業者の事業基盤の再構築に寄与している。

新型コロナウイルス感染症以降、小規模事業者は減少している。管内経済を活性化させるためにも新たな企業が増加することは重要な事であると考え、創業支援事業へ注力する必要があると考えている。創業支援に関しては、ふじみ野市と連携し新たな支援策を構築するなど支援強化を進めている。

今後は、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 4 つの目標を定める。

〈支援対象〉

時代に即した事業に再構築することにより収益力の向上を目指す小規模事業者を重点的に支援する。

〈目標〉

【目標①】

小規模事業者に事業計画に基づく計画経営が定着し、経営環境の変化への対応力が高まること

【目標②】

小規模事業者が新たな需要開拓・ビジネスモデルの再構築等により収益力を向上させること

【目標③】

創業者が安心して創業できること

【目標④】

上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、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④】により、新たな産業の育成と商工業の活性化に寄与することを目指す。また、小規模事業者が成長することで雇用を生み出し、地域の若者、女性、高齢者、障がいのある人など、働くことを希望する全ての人が活躍できる雇用基盤を創出することを目指す。

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】小規模事業者が事業計画に基づく計画経営が定着し、経営環境の変化への対応力が高まること

〈達成のための方針〉

小規模事業者の計画経営を支援するため、まずは「地域の経済動向分析」により外部環境を整理する。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。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、これらの結果を活用しながら今後の取組内容を事業計画にまとめる。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。

これらのPDCAを回しながら計画経営を実現することで、将来的には小規模事業者自身がこの取組を自走して行えるようにし、経営環境の変化への対応力を高める。

【目標②】小規模事業者が新たな需要開拓・ビジネスモデルの再構築等により収益力を向上させること

〈達成のための方針〉

小規模事業者が新たな需要を開拓するために、「彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援」や、まちバル（ふじみ野「福」バル）やスタンプラリー（ふじみん押し活スタンプラリー）などによる「個店の集客支援」を実施する。

また、新たな需要開拓にはITの活用も欠かせない。そこで、経営分析時にITの活用状況などを分析し、小規模事業者にITの活用を提案する。また、当会においても「IT活用セミナー後の個社支援」を実施する。

【目標③】創業者が安心して創業できること

〈達成のための方針〉

創業者が安心して創業するためには、創業前に創業計画を策定し、多面的に事業を検討することが有効である。そこで、創業セミナーを開催し、創業者を掘り起こすだけでなく、創業計画の策定に繋げる。また、創業計画のブラッシュアップを支援する。創業後も、フォローアップを行い、円滑な創業ができるようにする。

【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、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図る。

上記【目標①】～【目標④】を推進して行く為には、小規模事業所と当会の信頼関係の構築が最も重要である。どうしたら信頼して頂けるかを考え、真摯に取り組んで行く。

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

【現状】

令和5年度は、「統計ふじみ野」から当市の動態、産業大分類・地区別事業所数などピックアップして当会ホームページに掲載した。

【課題】

資料を公表するに留まっているため、事業者も当会職員も活用していくことが課題となる。また、活用できるデータとするために、地域経済分析システム（RESAS）についても分析対象に含めることで、より充実した分析を実施する必要がある。

(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 | 1回 |

(3) 事業内容

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 地域の経済動向分析（市や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も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 | 「統計ふじみ野」から小規模事業者に役立つデータを抽出 1 土地・気象 4 事業所 7 市民所得 2 人口 5 商業 8 住宅・建設 3 国勢調査 6 工業 9 運輸 「RESAS」から小規模事業者にも役立つデータを抽出 1 人口マップ 4 企業活動マップ 7 まちづくりマップ 2 地域経済循環マップ 5 消費マップ 8 医療・福祉マップ 3 産業構造マップ 6 観光マップ |
| 調査・分析の手法 | 経営指導員が外部専門家と連携し、これらの情報を網羅的にみて、小規模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も周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。 |

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が売上増加や利益確保を実現するためには自社の強みを活かし、他社との差別化を図る必要がある。そのためには顧客ニーズを把握し、新商品の開発や商品の改良を定期的実施していくことが重要である。一方、小規模事業者は経営資源が少ないため、個店の力だけで顧客ニーズを把握する取組を実施することが困難な状況にある。

【課題】

当会にて新商品開発についての調査支援を行い、顧客ニーズの把握や販売促進策等について検討し、販売に多く繋がる新商品を創出していくことが課題である。

(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 |
|-----------------|----|-----------|-----------|-----------|------------|------------|
| 商品調査事業 調査対象事業者数 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 |

(3) 事業内容

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 商品調査事業 |
| 目的 | 小規模事業者が開発・販売する商品の需要動向を把握することや、魅力を高めることを目指す。 |
| 対象 | 小規模事業者の商品、3商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 |
| 調査の手法 | 巡回訪問・窓口相談や、当会「商品開発支援事業*」にて支援対象者を掘り起こす。その後、「ふじみ野市産業まつり」や「まちバル（ふじみ野「福」バル）」等のイベント時にアンケート調査を実施する。調査は、経営指導員（もしくはその他の職員）と事業者が協力して実施し、1商品あたり30名以上からアンケート票を回収する。 ※商品開発支援事業 商品調査～商品のブラッシュアップまでワンストップで支援する事業。具体的には、 ①商品調査として、専門家とアンケートの調査項目を検討する、②調査を実施する、 ③アンケート結果を専門家が分析し、商品のブラッシュアップに活用する。これらの支援により、目玉商品への磨き上げや新商品、新メニューの開発に繋げる。 |
| 調査項目 | <input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味（食品の場合） <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 今後の購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等 |
| 分析の手法 | 経営指導員（もしくはその他の職員）がデータを集計・分析（男女別、年齢別のクロス分析）し、商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。また、「商品開発支援事業」の支援対象者の商品については、担当専門家が分析を実施する。 |
| 調査結果の活用方法 | 分析結果は、経営指導員（もしくはその他の職員）が簡易なレポートにまとめたうえで、対象事業者にフィードバックする。その後、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、商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。また、「商品開発支援事業」の支援対象者に対しては、担当専門家が、商品のブラッシュアップまでを一貫して支援する。 |

5. 経営状況の分析に関すること**(1) 現状と課題****【現状】**

令和5年度の分析件数達成率は対目標件数で170%と、多くの掘り起こしに成功し、支援件数の増加に繋がった。実施方法については定着してきているため、今後の方針も継続とする。

【課題】

支援先が新たな課題の抽出と改善を行い、継続的な事業展開が望めるように、単年度での支援に止まらず、引き続き、伴走型支援を行う必要がある。

(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 | 80者 | 80者 | 80者 | 80者 | 80者 | 80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 | 巡回訪問や窓口相談などによる掘り起こしを基本とする。小規模事業者の多くは、経営分析の必要性を理解していないことが想定されるため、巡回訪問や窓口相談の際に、経営分析の必要性を丁寧に説明し、経営分析に結びつける。これに加えて、「小規模事業者経営改善資金（マル経融資）」の相談時にも、経営分析の対象事業者を掘り起こす。融資相談においては、これまで財務分析のみを実施することが多かった。そこで今後は、財務分析のみならず、非財務分析も一緒に実施することを提案する。 |
| 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 | 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。 〈財務分析〉 直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析 〈非財務分析（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） |
| 分析結果の活用方法 | ・経営分析の結果は事業者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】

当会では経営革新計画や小規模事業者持続化補助金等の支援を通し、事業者の事業計画策定の支援を行ってきた。従前より創業計画書の策定支援も行っていたが、令和6年度より開始された「ふじみ野市創業支援ステップアップ補助金」において創業計画書の策定が必須であったことから需要が高まっている。

【課題】

事業計画や創業計画を策定した事業者の業績アップに今まで以上に寄与することが課題である。これを実現するために、当会においても支援能力の向上を図るとともに、事業者との対話と傾聴により、事業者が能動的に計画を策定するような支援を進めていく必要がある。

(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、事業計画策定を支援する。現行計画の実施により支援方法も定着してきているため、本支援に於いても年間に事業者数 30 者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 活用セミナーや IT 専門家派遣を行い、小規模事業者の IT 活用（IT を活用した販売促進、IT を活用した業務改善や生産性向上）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 | 30 者 | 30 者 | 30 者 | 30 者 | 30 者 | 30 者 |
| 事業計画策定個別相談会の開催回数 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |
| IT 活用セミナーの開催回数 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |
| 創業計画策定事業者数 | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 |
| 創業支援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

① 事業計画策定支援

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|--|------|--------------------------------|------|--------------------------|----|---------|----|---------------|----|------------------------------------|------|------------------------------|------|--------------------------|----|----------|----|-------|--------|--|
| 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 | <p>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、③「事業計画作成個別相談会」を通じて小規模事業者と専門家が協力して作成する方法の 3 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。</p> <p>■事業計画策定個別相談会</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>事業計画策定に意欲的な事業者（特に、経営分析を行った事業者）</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</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 1 回（2～3 日間）</td> </tr> <tr> <td>内容</td> <td>1 事業所 90 分の範囲で、事業計画策定に関する相談を受け付ける。</td> </tr> </table> <p><DX（デジタルトランスフォーメーション）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 活用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 専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとして DX や IT 活用を促進する。</p> <p>■IT 活用セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての小規模事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）</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>IT 専門家 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 1 回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、DX の事例や活用方法、IT を活用し販路拡大・業務効率化手法なども紹介する。</td> </tr> </table> | | 支援対象 | 事業計画策定に意欲的な事業者（特に、経営分析を行った事業者） | 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 | 回数 | 年 1 回（2～3 日間） | 内容 | 1 事業所 90 分の範囲で、事業計画策定に関する相談を受け付ける。 | 支援対象 | すべての小規模事業者（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 | IT 専門家 等 | 回数 | 年 1 回 | カリキュラム | 毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、DX の事例や活用方法、IT を活用し販路拡大・業務効率化手法なども紹介する。 |
| 支援対象 | 事業計画策定に意欲的な事業者（特に、経営分析を行った事業者） | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 回数 | 年 1 回（2～3 日間） | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 内容 | 1 事業所 90 分の範囲で、事業計画策定に関する相談を受け付ける。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 支援対象 | すべての小規模事業者（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 | IT 専門家 等 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 回数 | 年 1 回 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| カリキュラム | 毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、DX の事例や活用方法、IT を活用し販路拡大・業務効率化手法なども紹介する。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| ②創業計画策定支援 | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|------|---------------------|------|---------------------------------|----|----------------------------------|----|----------|--------|---|-----|--------------|
| 事業名 | 創業計画策定支援 | | | | | | | | | | | | |
| 目的 | 創業期の事業展開が円滑に進むことを目指す | | | | | | | | | | | | |
| 支援対象 | 創業者、創業希望者、創業後5年以内の方 | | | | | | | | | | | | |
| 支援対象の掘り起こし | <p>ふじみ野市は、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画の認定を受けており、当該計画に基づき特定創業支援事業を実施。「ふじみ野市創業支援ステップアップ補助金※」などの施策を行っている。また当会においても、「創業支援セミナー」を開催している。これらの取組を契機に、支援対象者の掘り起こしを行う。</p> <p>■創業支援セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>創業者、創業希望者、創業後5年以内の方</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ポスティング、ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>先輩経営者、中小企業診断士、税理士、社会保険労務士、金融機関 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回（全2日）</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td> 第1回 <ul style="list-style-type: none"> ・創業計画作成、創業経験者の体験談 ・社会保険制度の解説、従業員の採用方法と手続き、補助金や助成金の解説、手続きや支援機関紹介、就業規則作成 ・創業向け融資制度の概要と手続きの仕方 第2回 <ul style="list-style-type: none"> ・開業に伴う諸届出にあたっての留意点、確定申告書作成・決算書作成、出納帳の書き方 ・創業計画書作成 <p style="text-align: right;">※令和6年度のカリキュラムより</p> </td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>希望者には個別相談会あり</td> </tr> </table> <p>※ふじみ野市創業支援ステップアップ補助金 ふじみ野市の補助金である。創業5年以内の方がふじみ野市内で創業する際に係る費用等に対し、最大で3年間の支援を行う。</p> | 支援対象 | 創業者、創業希望者、創業後5年以内の方 | 募集方法 | ポスティング、ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知 | 講師 | 先輩経営者、中小企業診断士、税理士、社会保険労務士、金融機関 等 | 回数 | 年1回（全2日） | カリキュラム | 第1回 <ul style="list-style-type: none"> ・創業計画作成、創業経験者の体験談 ・社会保険制度の解説、従業員の採用方法と手続き、補助金や助成金の解説、手続きや支援機関紹介、就業規則作成 ・創業向け融資制度の概要と手続きの仕方 第2回 <ul style="list-style-type: none"> ・開業に伴う諸届出にあたっての留意点、確定申告書作成・決算書作成、出納帳の書き方 ・創業計画書作成 <p style="text-align: right;">※令和6年度のカリキュラムより</p> | その他 | 希望者には個別相談会あり |
| 支援対象 | 創業者、創業希望者、創業後5年以内の方 | | | | | | | | | | | | |
| 募集方法 | ポスティング、ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知 | | | | | | | | | | | | |
| 講師 | 先輩経営者、中小企業診断士、税理士、社会保険労務士、金融機関 等 | | | | | | | | | | | | |
| 回数 | 年1回（全2日） | | | | | | | | | | | | |
| カリキュラム | 第1回 <ul style="list-style-type: none"> ・創業計画作成、創業経験者の体験談 ・社会保険制度の解説、従業員の採用方法と手続き、補助金や助成金の解説、手続きや支援機関紹介、就業規則作成 ・創業向け融資制度の概要と手続きの仕方 第2回 <ul style="list-style-type: none"> ・開業に伴う諸届出にあたっての留意点、確定申告書作成・決算書作成、出納帳の書き方 ・創業計画書作成 <p style="text-align: right;">※令和6年度のカリキュラムより</p> | | | | | | | | | | | | |
| その他 | 希望者には個別相談会あり | | | | | | | | | | | | |
| 支援の手法 | 創業支援セミナー等を通じて創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員や専門家が一緒になってブラッシュアップする方法にて行う。 | | | | | | | | | | | | |

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】

事業計画の達成には、定期的な計画の進捗管理と実行に伴う問題点の解決が必要である。原則として四半期に一度のフォローアップを計画しているが、現状は半期に一度の職員によるフォローアップ及び専門家による個別相談に留まっている。

【課題】

近年事業環境変化が激しいことから、事業計画実現のためにはフォローアップの頻度を上げる必要がある。また自走化に向けてどう支援を行うかが今後の課題である。

(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する。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可能性を高め

る。

また、創業計画の策定をした事業者に対しても、四半期ごとのフォローアップを実施し、計画通りの成果をあげることを目指す。

(3) 目標

① 事業計画のフォローアップ

| 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 | 30者 | 30者 | 30者 | 30者 | 30者 | 30者 |
| 頻度 (延回数) | 四半期毎 (120回) | 四半期毎 (120回) | 四半期毎 (120回) | 四半期毎 (120回) | 四半期毎 (120回) | 四半期毎 (120回) |
| 売上増加事業者数 | 9者 | 9者 | 9者 | 9者 | 9者 | 9者 |
| 経常利益増加事業者数 | 9者 | 9者 | 9者 | 9者 | 9者 | 9者 |

② 創業計画のフォローアップ

| 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 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 |
| 頻度 (延回数) | 四半期毎 (12回) | 四半期毎 (12回) | 四半期毎 (12回) | 四半期毎 (12回) | 四半期毎 (12回) | 四半期毎 (12回) |

(4) 事業内容

| | |
|-------|--|
| 事業名 | 事業計画・創業計画のフォローアップ |
| 目的 | 事業計画・創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・創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・創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・創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・創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、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】

ここ数年の取組で、工業系事業所による展示会参加への意識が定着しつつある。また、商業系事業所には需要開拓の為、キャッシュレス決済等の導入について IT 活用を絡めた支援を行っており、支援件数は目標を大きく上回っている。

【課題】

展示会出展支援で十分な成約に結びついていないため、展示方法、商談とその後のフォロー等に対応した支援が必要である。また、キャッシュレス化、IT 活用については、実際の導入・活用に即した支援が必要であり、利便性の追求が課題である。

(2) 支援に対する考え方

市内には優れた技術を持つ製造業や、最終製品の製造（下請からの脱却）にチャレンジする製造業もみられる。これらの事業者は、商品を広域に販売していきたいという思いはあるが、自社独自の取組では限界がある。そこで、当会にて「彩の国ビジネスアリーナ等」の出展を支援し、新たな取引先を獲得することを目指す。

当市は人口が増えており、個店にとってはビジネスチャンスとなっている。当会としても、転入者と小規模小売店を繋げる役目を果たしたいと考えている。一方、個店は広告宣伝に多額の費用をかけることができないため、どうしても新規顧客との接点が少なくなってしまう。そこで、「個店の集客支援」を実施し、個店と新規顧客の接点づくりによる売上拡大を実現する。

本計画では、小規模事業者の時代に即した事業への再構築による収益力の向上を目指している。これを販路開拓という視点で見ると、時代に即した取組として IT の活用は欠かせない。一方、IT を活用した販路開拓にも様々な手法があり、ひとつの手法に限定することはできない。そこで当会では、小規模事業者の要望に応じ、オーダーメイド型かつ徹底した支援を実施する。これにより、小規模事業者が商圏を拡大させることや新たな需要を獲得することを狙う。

なお、上記の支援にあたっては、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。

(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彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援 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 | 1件 |
| ②個店の集客支援 支援事業者数 | - | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 |
| 売上増加率/者 | - | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% |
| ③IT活用セミナー後の個社支援 支援事業者数 | - | 4者 | 4者 | 4者 | 4者 | 4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 | - | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% |

※「②個店の集客支援」は、「まちバル（ふじみ野「福」バル）」や「スタンプラリー（ふじみん押し活スタンプラリー）」を活用した支援を想定している。これらのイベントへの参加店舗は数十事業者になるが、ここでは、そのなかで個社支援を実施する参加店舗数を目標値としている。

(4) 事業内容

①彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援（BtoB）

| | |
|---------|---|
| 事業名 | 彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援 |
| 目的 | 新たな取引先を獲得することを目指す。 |
| 支援対象 | 主に製造業 ※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 | 埼玉県全域の事業者 |
| 展示会等の概要 | 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、出展社数が602企業・団体、来場者数が13,749人参加した。 |
| 支援の手法 | 彩の国ビジネスアリーナの出展支援を実施する。なお、必要に応じ、他の展示会・商談会への出展支援を行う場合もある。参加事業者に対しては、経営指導員が、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。 〈出展前の支援〉 |

| | |
|--|--|
| | <p>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個店の集客支援 (BtoC)

| | |
|-------|---|
| 事業名 | 個店の集客支援 |
| 目的 | 小規模事業者は広告宣伝に多額の費用をかけることができないため、新規顧客との接点が少ない。そこで当会が個店の集客支援を実施することで、事業者と新規顧客の接点づくり、店舗や商品の PR、新規事業や商品のマーケティングを実現する。 |
| 支援対象 | 店舗を運営する小売業、飲食業、サービス業 ※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 | 町内もしくは近隣の消費者 |
| 支援内容 | <p>「まちバル (ふじみ野「福」バル) ※¹」や「スタンプラリー (ふじみん押し活スタンプラリー) ※²」などの事業により、個店の集客支援を実施する。</p> <p>※¹ まちバル (ふじみ野「福」バル) まちバル事業である。事前にチケットを購入し、チケットを使用して、参加店舗で食べ・飲み歩き、ショッピングやサービスを楽しむことができる。</p> <p>※² スタンプラリー (ふじみん押し活スタンプラリー) スタンプラリー事業である。実施期間中に参加店舗で買い物をするとスタンプが集められる。集めたスタンプで“押し店”に投票するとデジタルクーポンが手に入れられ、クーポンは参加店舗で使用することができる。</p> |
| 支援の手法 | 本事業の最大の目的は参加店舗と新規顧客との接点を増やすことである。一方、参加店舗の経営を安定させるためには、新規顧客の獲得だけでなく、その顧客をリピート化させることが重要である。そこで、希望する店舗には、経営指導員による支援や専門家派遣を実施し、来店客をリピート化させるような取組を支援する。 |

③IT 活用セミナー後の個社支援 (BtoB、BtoC)

| | |
|-------|---|
| 事業名 | IT 活用セミナー後の個社支援 |
| 目的 | IT を活用した商圏拡大、新たな需要開拓を目指す。 |
| 支援対象 | IT を活用した販路開拓に意欲がある小規模事業者 (業種等問わず) ※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 | 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、取り組みたい販路開拓手法 (ホームページ活用、SNS 活用、EC、データに基づく顧客管理や販売促進など) は各事業者で異なる。そこで、各事業者に対し、オーダーメイド型の支援を実施する。 |
| 支援の手法 | 『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する IT 活用セミナーで支援対象者を掘り起こす。その後、経営指導員が IT 専門家 (埼玉県商工会連合会の DX 専門家等を想定) と連携して支援を実施する。具体的には、適切な IT ツールの選定から導入、運用までをハンズオンで支援する。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】

「経営発達支援事業評価委員会設置規程」に基づき、年1回、事業評価委員会を開催し、事業成果を確認している。また事業評価に基づき、PDCA サイクルを回し、次年度事業を見直している。

【課題】

当会では評価委員会の設置年数は浅いが、継続実施により定着を図ることが必要である。また、今まで以上の成果をあげるため、日々の業務から小さいPDCAを回せるよう組織作りを行うことが課題である。

(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）ごとに定量的に落とし込み、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) 週1回の定期ミーティングにて、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。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>※「経営発達支援事業評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i ふじみ野市産業振興課長（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）で定量的に評価する。</p> <p>ii 当該「経営発達支援事業評価委員会」の評価結果は、理事会に報告する。また、当会ホームページ（https://fujimino-syokokukai.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関連可能な状態とする。</p> <p>【ACTION】（事業の見直し）</p> <p>(h) 「経営発達支援事業評価委員会」の評価を受け、当会の指導に関わる職員全員にて、翌年度の改善の方向性を協議する。特に、ここでは当会全体の達成度だけでなく、個人別に成果目標の達成度を測り、翌年度の実現可能性を加味したうえで方向性を定める。当該過程を経て、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。</p> |

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】

全職員が埼玉県商工会連合会で開催している職員研修にて知識の習得を行っている。経営指導員については週に1回、ミーティングを行い、情報・ノウハウ等の共有を行っている。

【課題】

当会の事情に即した知識・ノウハウを修得する為に独自の職員研修等を実施する必要がある。また、支援のノウハウや支援先情報のより深い共有化が課題である。

(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、①中小企業大学の専門研修への参加、②独自に外部講師を招聘しての職員研修などを行う。また、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、すべての職員が積極的に参加する。</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」のような経営力再構築伴走支援の能力向上に資する研修に参加する。</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 週1回の定期ミーティング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</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>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> |
|--|--|

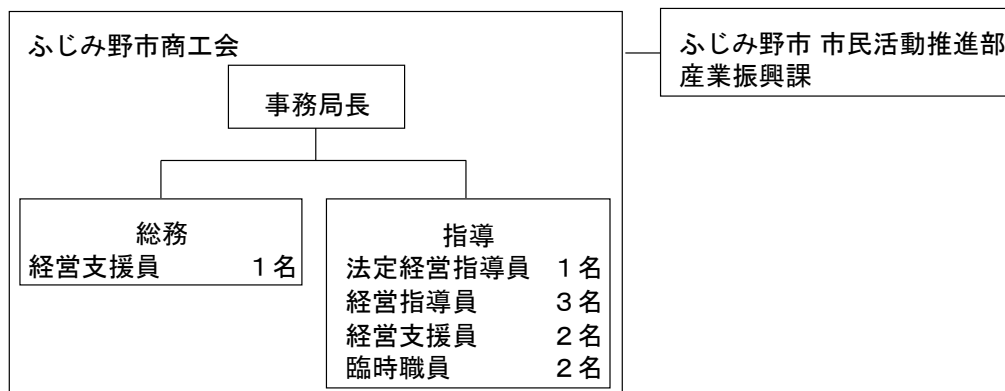
(別表2)

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：佐藤 桂一

連絡先：ふじみ野市商工会 TEL. 049-261-3156

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

〒356-0004

埼玉県ふじみ野市上福岡 1-5-14

ふじみ野市商工会

TEL：049-261-3156 / FAX：049-261-3150

E-mail：fujimino@syokoukai.jp

②関係市町村

〒356-8501

埼玉県ふじみ野市福岡 1-1-1

ふじみ野市 市民活動推進部 産業振興課 商工労政係

TEL：049-262-9023 / FAX：049-263-6111

E-mail：sangyo@city.fujimino.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 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 | 6,300 | 6,300 | 6,300 | 6,300 | 6,300 |
| 運営指導費 | 2,200 | 2,200 | 2,200 | 2,200 | 2,200 |
| 中小企業経営力向上事業費 | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 1,800 |
| 伴走型支援推進事業費 | 2,050 | 2,050 | 2,050 | 2,050 | 2,050 |
| 受託事業費 | 250 | 250 | 250 | 250 | 250 |
| | | | | | |
| | | | | | |

(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、市補助金、県補助金、国補助金、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 |
| |