

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	伊奈町商工会 (法人番号 3030005006268) 伊奈町 (地方公共団体コード 113018)
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】小規模事業者が実施する経営環境の変化に対応するための新たな取組（チャレンジ）を支援する</p> <p>【目標②】小規模事業者が実施するDX(デジタルトランスフォーメーション)による競争力の強化や業務効率化などの主体的な変革を支援する</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、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を図る</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 小規模事業者自身が外部環境の変化を捉えることを目的に、「地域の経済動向調査」を実施し、結果を公表する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が独自性のある商品を開発（ブラッシュアップ）することを目指して、商品調査を実施する。また、調査結果を活用し商品の開発までワンストップで支援する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営環境の変化に対応した新たな取組（チャレンジ）に向けて、「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、小規模事業者の持続的経営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「ITを活用した販路開拓の個社支援」、「地域イベントでの集客支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>伊奈町商工会 〒362-0809 埼玉県北足立郡伊奈町中央 4-401 TEL: 048-722-3751 FAX: 048-721-3366 E-mail: ina@syokoukai.jp</p> <p>伊奈町 元気まちづくり課 〒362-8517 埼玉県北足立郡伊奈町中央 4-355 TEL: 048-721-2111 FAX: 048-721-2136 E-mail: genki@town.saitama-ina.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

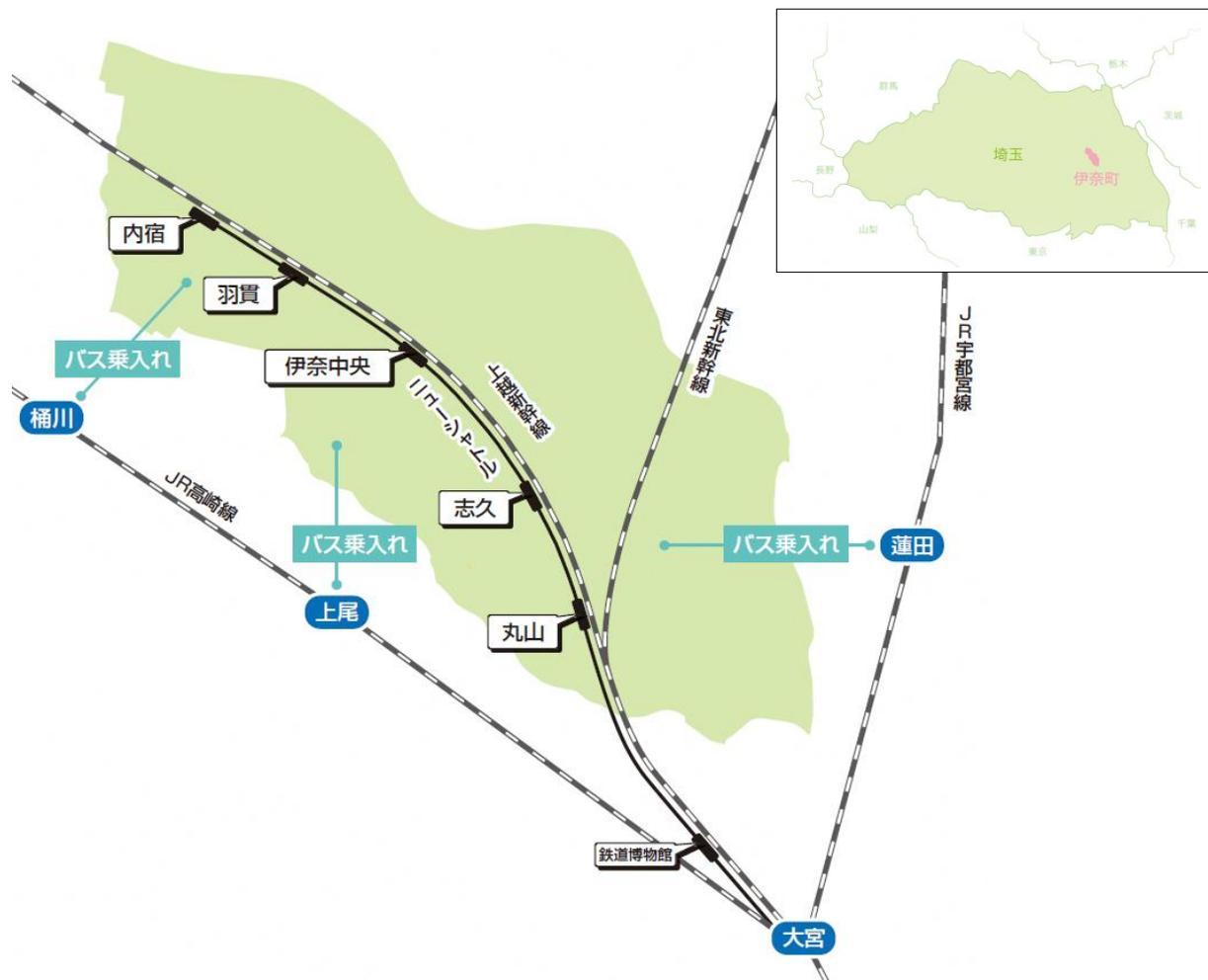
ア 伊奈町の概況

伊奈町（以下、当町）は、埼玉県の中南部にあり、都心から約40km圏内に位置している。東西に2.5km、南北に7.5km、面積14.79平方キロメートルの概ね楕円形で、標高8m～18mの沖積層、洪積層からなる肥沃な平坦地である。

古くから農耕が営まれ、江戸時代には徳川家康に仕え、家康の国づくりを支えた代官頭の一人である伊奈備前守忠次が行った治水事業や新田開発によって発展した。

交通では、JR大宮駅よりニューシャトルで丸山駅まで15分、内宿駅まで25分となっている。なお、ニューシャトルは、朝夕のラッシュ時には5分間隔で運行されている。

伊奈町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。



出典：(一社) 伊奈町観光協会「伊奈町観光ガイド」

## イ 人口

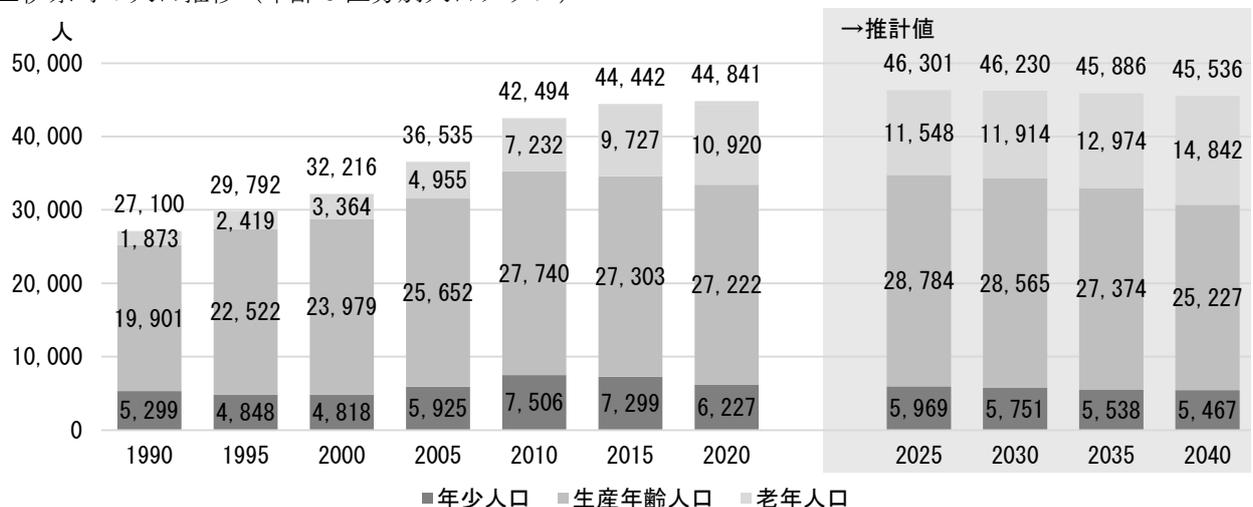
昭和 58 (1983) 年に、東北・上越新幹線の開業にあわせ、伊奈町と大宮市（現さいたま市）を結ぶ埼玉新都市交通伊奈線（ニューシャトル）が開通し、町内に 5 つの駅が誕生した。これにより交通の便が良くなるとともに、土地区画整理事業の施行により、良好な環境の住宅地が供給されたことに伴い、人口は大きく増加した。平成 22 (2015) 年の国勢調査では、人口の増加率は県内 1 位、全国でも 5 位と町は大きく変貌を遂げた。

令和 5 年 9 月 1 日時点の人口は 45,137 人である（住民基本台帳）。

国勢調査及び社人研推計を基に推移をみると、当町の人口は増加傾向となっている。一方、今後 10 年をみると、減少傾向に転じることが予測されている。年齢別人口の将来の推移をみると、年少人口及び生産年齢人口は減少傾向、老年人口は増加傾向となる見込みである。

長期的にみると、高齢化率は、令和 2 (2020) 年の 24.4%から令和 27 (2040) 年には 32.6%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 60.7%から令和 27 (2040) 年には 55.4%に低下する見込みである。

### ■伊奈町の人口推移（年齢 3 区分別人口グラフ）



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

みどり豊かな当町では、米や野菜はもちろん梨、ぶどうなどの果樹栽培が盛んで、収穫の時期には農家の庭先や選果場などでもその日のうちに買うことができる。

主な特産品は下表のとおりである。

### ■主な特産品

特産品名	概要
梨	食感がいいと言われている当町の梨。生産者いわく、町の火山灰土壌のおかげとのことである。さらに生産者の 1 年を通してのまめな手入れがあるからこそ、シャキシャキでおいしい梨が生まれる。
ぶどう	当町では「巨峰」の栽培が大半を占めている。また、近年では「シャインマスカット」の栽培も増加している。
ワイン	町産の巨峰を使用したワイン「彩の実」は、巨峰を皮ごと発酵させることで皮の色や味わいなどの成分を引き出した飲み口が特徴である。また、梨を使用したワイン「乙女の香り」は、町産梨「豊水」の果汁のみを発酵させ、酸味とほのかな甘さのバランスの取れたワインである。なお、「乙女の香り」の名称は、上田清司前埼玉県知事により命名された。

### (b) 伊奈の推奨土産品

(一社) 伊奈町観光協会では、伊奈特産の農産物や工業製品、お菓子類等を推奨土産品として認定し、町内外にPRしている。PRにあたっては、各種イベントだけでなく、JA 埼玉農作物直売所「四季彩館」や「いな物産館」、Yahoo!ショッピング「埼玉県伊奈町観光協会店」での販売なども実施している。

### エ 観光資源

町の北部には、県内最大のバラ園を有し、町のイベントのなかで最大の集客を誇るバラまつりが毎年開催されている。また、町の南部では伊奈町の町名の由来となった伊奈備前守忠次公を顕彰するとともに「忠次公によるまちづくり事業」を実施している。

主な観光資源は下表のとおりである。

#### ■ 主な観光資源

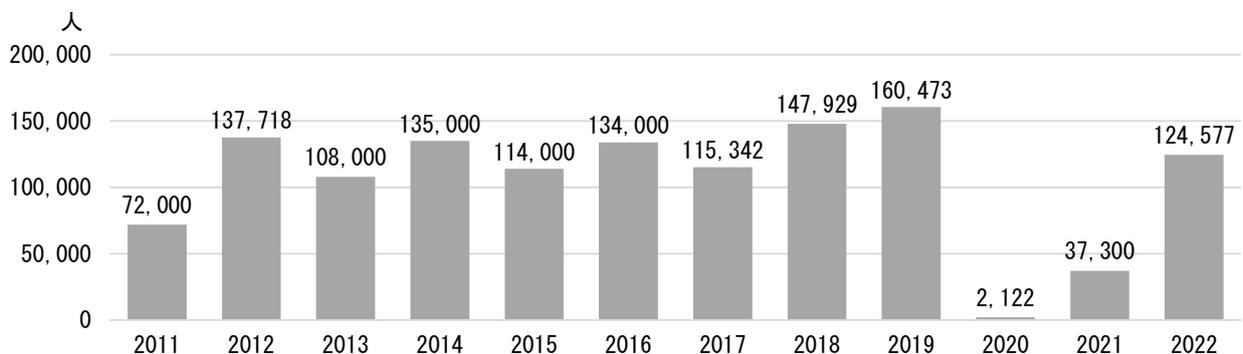
観光資源	概要
町制施行記念公園 (バラ園)	伊奈町制施行記念公園は昭和 45 年の町制施行を記念し、同 47 年に作られた。現在はバラを始めとする季節の花が咲き乱れる花園や、さまざまなスポーツ・レクリエーション施設がある。園内のバラ園は、約 1.4ha の敷地に、400 種 5000 株のバラが咲き誇る。
伊奈氏屋敷跡周辺	伊奈町の町名の由来となった伊奈備前守忠次公。伊奈氏屋敷跡は、原市沼などの湿地帯に囲まれた島状の台地全体に位置し、その規模は東西約 350m、南北約 750 m である。明治維新後、陣屋敷地は収公ののち払下げられ、民有地となり、各所の門も取払われた。現在、建物の遺構は検出されておらず、陣屋内の区分は明らかではないが、当時を偲ばせる堀や土塁が各所に良好な状態で保存されている。
緑のトラスト保全 第 13 号地「無線 山・KDDI の森」	緑のトラスト保全地とは、ふるさと埼玉のすぐれた自然や歴史的環境を後世に残すため、県民・企業から寄付金（さいたま緑のトラスト基金）などを主な資金として保全を図っているエリアである。「無線山・KDDI の森」は、大宮台地の東端に位置し、コナラを中心とした落葉広葉樹林が広がっている。また西側にはソメイヨシノの並木があり、春には多くの花見客でにぎわう。かつてこの地に国際電信電話株式会社（現在の KDDI 株式会社）の無線局「小室受信所」が設置されていたことから無線山の愛称で親しまれてきた。

### オ 観光入込客数の推移

令和 4 年（2022 年）の観光入込客数は 12.5 万人である。

推移をみると、平成 24 年（2012 年）以降、10 万人超で安定して推移しており、平成 29 年（2017 年）以降は増加傾向にあったが、令和 2 年（2020 年）の新型コロナウイルス感染症の影響で急減している。

#### ■ 伊奈町の観光入込客数



出典：埼玉県「埼玉県観光入込客統計」

**カ 産業**

**(a) 業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移**

当町の平成24年の事業所数は1,323社、令和3年の事業所数は1,271社である。

小規模事業所数は平成24年が957者、令和3年が875者であり、9年間で8.6%減少している。産業別にみると、宿泊・飲食業（△19.2%）、製造業（△17.8%）、建設業（△15.0%）の減少率が高くなっている。一方、医療、福祉や卸・小売業、情報通信業など、小規模事業所数が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
<b>平成24年</b>									
事業所数	211	214	5	271	114	72	301	135	1,323
小規模事業所数	200	169	5	147	73	28	226	109	957
<b>平成28年</b>									
事業所数	188	198	5	281	116	87	296	126	1,297
小規模事業所数	178	155	5	159	72	32	220	94	915
<b>令和3年</b>									
事業所数	179	185	7	270	103	116	287	124	1,271
小規模事業所数	170	139	6	151	59	50	197	103	875
<b>増減(令和3年-平成24年)</b>									
事業所数	△32	△29	2	△1	△11	44	△14	△11	△52
増減割合	△15.2%	△13.6%	40.0%	△0.4%	△9.6%	61.1%	△4.7%	△8.1%	△3.9%
小規模事業所数	△30	△30	1	4	△14	22	△29	△6	△82
増減割合	△15.0%	△17.8%	20.0%	2.7%	△19.2%	78.6%	△12.8%	△5.5%	△8.6%

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) 開廃業率**

当町の平成26年～28年の開廃業率をみると、廃業率が開業率を上回っている。

現在、当町には経営者の高齢化により廃業を予定している事業者も多くみられることから、事業承継等の活性化により、廃業を抑制させることも必要である。

**■開廃業率**

	開業率	廃業率
平成26年～28年	5.4%	7.6%

出典：埼玉県「埼玉県の産業と雇用のすがた（令和4年度 改訂版）」

**(c) 業種別の現状と課題（経営課題）**

**i\_商業**

当町の商業は、平成18年にショッピングセンター「ユニクス伊奈」が開業して以降、立地環境が良いこともあってその周辺に商業者、特にチェーン店が進出しており、商業集積化がみられる。また、高齢化社会が進む中、当地域においても時代を反映して、医療、福祉関係の事業所が増えている。

ショッピングセンターの立地や広域幹線道路であるさいたま栗橋線沿道周辺への商業者や住宅の集積により、既存商店会及び地域の小売店は、大型店、コンビニエンスストア、大手チェーン店との競争を余儀なくされ、加えてネット販売の浸透等による商業環境の変化もあり、売上の減少、収益の低下が顕著に表れ非常に厳しい。町内には3商店会が形成されているが、商店会の会員は、高齢化と後継者不足により廃業を検討する事業者が見受けられる。

一方で当地域は人口増が進んできたこともあり、最近では店舗兼用住宅や自宅の一部を活用した事業者の起業も比較的多くある。

商業店舗はコロナ前の状況に戻りつつあるが、飲食店においては、個人顧客の利用は戻ってきているものの、会社等の団体利用が未だにコロナ前の水準より減少している。業種的に増えているのはエステサロン、整体、ネイルサロン等のSOHOビジネス。また、手作りパン店、洋菓子店舗の増加が見受けられる。

当町にはニューシャトルの駅が5駅あり、各駅の周辺には飲食店等の事業者が少ないことから小規模事業者を増やしていくためには、行政等と連携し創業できる環境づくりを進めていく必要がある。

令和6年中にポーライト株式会社（本社：さいたま市北区日進町、資本金9000万、従業員500名）が本社を伊奈町に移転する。これを一つの起爆剤としたい。

## ii\_工業

製造業においては、これまで伊奈町は土地区画整理事業において二地区の工業団地を整備し、積極的に工場誘致を進めてきた。両地区ともに大手製造工場や高い技術力を有した企業が操業しており、地域には雇用面等地域活性化に貢献してきた。

しかしながら、統計によると製造業の事業所数は、減少している。

当町に立地する事業所の多くは小規模事業者で金属・機械関連の下請け企業（大多数が二次・三次下請け）が多く、コロナ前の状況に戻りつつあるものの依然として原材料の不足や高騰、電気料金の値上げ等の影響で厳しい状況が続いている。また、人手不足が深刻化している。製造事業者の一部には、優れた技術を有しているにもかかわらず、後継者不在により廃業を検討している事業者がいる。長らく後継者不在であったことから、設備の入替が行われておらず第三者承継も思うように進まない現状である。

建設業においては、他の業種と比較してIT化やDX（デジタルトランスフォーメーション）への取組が遅れているように見受けられる。事業所数及び従業者数は減少で推移しており、資材高騰や建設業界の安全基準等が厳格化されており、従業員コストの上昇や価格競争等により経営環境は厳しい状況にある。

町内企業では慢性的な人手不足であるが、町には若い子育て世代が多く移住してきており、これらの世代が子育てにひと段落ついた頃に地元企業への求職ニーズが高まるのではないかと期待をしている。

## キ 伊奈町総合振興計画

「伊奈町総合振興計画（平成27年度～令和6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みると、「町内の事業活動が活発になり、町の特性を活かした魅力ある商品やサービスの提供が行われていること」を目指し、①「BUY伊奈」を進め町内消費を促すこと、②企業の活性化のために起業を促進すること、③高齢化の進展による商店の後継者不足対策として適切な事業承継支援を行うことなどが掲げられている。

### ■基本構想（平成27年度～令和6年度）

将来像	ずっと住みたい 緑にあふれた 安心・安全なまち
将来像実現のための基本目標	(1) 安心・安全なまちに暮らす (2) 健康で心安らぐまちに暮らす (3) 豊かな心を育むまちに暮らす (4) 緑あふれる、にぎわいのあるまちに暮らす (5) 町民と行政が協働するまちに暮らす
施策の大綱（商工・観光部分）	4. 緑あふれる、にぎわいのあるまちに暮らす (6) まちのにぎわいを創る事業活動の活性化 (7) 地域資源を活かした観光振興

### ■後期基本計画（令和2年度～令和6年度）

第4章 キラキラ光るずっと住みたいまち
1. シティプロモーションの推進
1. ブランド化の推進
2. 戦略的・継続的な情報発信
3. シビックプライドの醸成
4. シティセールスの推進
7. まちのにぎわいを創る事業活動の活性化
1. 企業の誘致
2. 企業活性化の支援
3. 地域商業の活性化
4. 商工業団体の育成
5. 就労者支援及び勤労者福祉の充実
8. 地域資源を生かした観光振興

1. 体験交流型観光の推進
2. 観光情報の発信
3. 観光協会の充実

## 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、当町の人口は増加傾向にあるが、今後10年をみると減少傾向に転じることが予測されている。小規模事業者は現状、人口増加局面の比較的安定した経営環境のなかで事業を展開できているが、安定している今だからこそ、今後の人口減少局面に対応できるよう自社の先行き（目標、取組など）を明確にするなど、しっかりと準備することが必要である。

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、今まで以上に慢性的な労働力不足となることが予想されることから、設備の更新、デジタル化、効率化等による人手に頼らない経営を実現し、生産性を向上させることが必要である。

特産品では、みどり豊かな当町には、米や野菜はもちろん梨、ぶどうなどの果樹栽培といった農作物がある。また、(一社)伊奈町観光協会が主体となり、伊奈特産の農産物や工業製品、お菓子類等を推奨土産品として認定するなど、地域特産品のブランド化を進めている。小規模事業者においても、推奨土産品に資する商品の開発・販売が期待されている。

観光資源では、当町は県内最大のバラ園を有している。また、伊奈町の町名の由来となった伊奈備前守忠次公を顕彰する取組として「忠次公によるまちづくり事業」を実施し、伊奈氏屋敷跡を活用している。これらの取組により、年間10万人超の観光客を集客してはいるものの小規模事業者においては、これらの観光客を自社（自店）に回遊させるような取組が課題となっている。

小規模事業所数は平成24年が957者、令和3年が875者であり、9年間で8.6%減少。この要因として、廃業率が開業率を上回っている点があげられる。このままでは地域の活力が減衰することが予想されるため、創業や事業承継を活性化させ、事業所数の減少を緩やかにすることが地域としての課題である。

当会が考える業種別の課題をみると、ア.商業では、大型店・コンビニエンスストア・大手チェーン店との差別化、ネット販売の浸透等による商業環境の変化への対応、ニューシャトルの駅が5つある利点を活かしたまちづくりなど イ.工業では、原材料の不足や高騰等への対応（価格転嫁やコストカット）、人材確保、事業承継による優れた技術の承継、設備の入替、IT化やDXへの取組などがある。

## (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

当町の今後を見据えると、少子高齢化が進み、既存の小売店も半数は後継者不足で廃業者が相次ぎ、空き店舗が目立つ状況が想定される。そのため、当町の「強み」である、駅が5つある利点を活かしたまちづくりが必要となってくる。

これを実現するため、これまで記述した地域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、当会もこれを実現すべく支援を実施する。

ア 10年後の小規模事業者が、事業計画に基づく計画経営を行っていること

新型コロナウイルス感染症の影響を経て、先行きが見通せないなかで経営を行う小規模事業者も多い。このような状況だからこそ、事業計画により自社の先行き（目標、取組など）を明確にし、計画に基づき経営を行っている姿を目指す。

イ 10年後の小規模事業者が、生産性を向上させていること

町内企業は慢性的な人手不足にある。これに対応するためには、業務効率化、設備の更新、デジタル化等により人手に頼らない経営も模索する必要がある。そこで、小規模事業者がそれぞれの取組により生産性を向上させている姿を目指す。

ウ 10年後の小規模事業者が、主体的に競争力の強化や業務効率化に向けたDXを推進していること

今後の経営を考えると、デジタルを活用した経営戦略も欠かせない。一方、小規模事業者の多くは

IT の利活用が遅れている。そこで、今後 10 年で IT の利活用を活発化させ、将来的（10 年後）に DX を推進できている姿を目指す。

エ 上記の結果、小規模事業者が地域の雇用基盤になっていること

当町には若い子育て世代が多く移住してきており、これらの世代が子育てにひと段落ついた頃に、地元企業へ就職することが予想される。そこで、上記「ア」～「ウ」を実現することで、小規模事業者が成長し、地域にとって欠かせない雇用基盤となる姿を目指す。

オ 管内で創業や事業承継が活発に行われていること

当町では廃業率が開業率を上回っており、事業所数が減少している。このままの状況では地域の活力が減衰することが予想されるため、創業や事業承継が活発化され、事業所数の減少が緩やかになっている姿を目指す。

### ②伊奈町総合振興計画との連動性・整合性

伊奈町総合振興計画では、後期基本計画のなかで、「キラキラ光るずっと住みたいまち」を実現するため、商工業において「まちのにぎわいを創る事業活動の活性化」を掲げている。また、これを実現するための個別施策で「企業活性化の支援」や「地域商業の活性化」「就労者支援及び勤労者福祉の充実」を実施している。

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を実現することは、上記の施策の達成に寄与するため、連動性・整合性がある。

#### ■伊奈町総合振興計画と前項の比較表

伊奈町総合振興計画	10 年後の小規模事業者のあるべき姿
◇企業活性化の支援 既存企業が今後も町内で円滑に事業活動が展開できるよう、産業基盤の整備や経営支援を図ります。	ア 10 年後の小規模事業者が、事業計画に基づく計画経営を行っていること イ 10 年後の小規模事業者が、生産性を向上させていること ウ 10 年後の小規模事業者が、DX を推進していること
◇地域商業の活性化 買い物弱者などに配慮した買い物環境の整備を図るとともに、地域コミュニティの拠点となる地域商業活動の活性化を図ります（事業を承継するための支援を含む）。また、集客につながるイベント開催などを支援します。	オ 管内で創業や事業承継が活発に行われていること
◇就労者支援及び勤労者福祉の充実 雇用機会の創出と就労者支援に努めるとともに、余暇活動をはじめ勤労者の生活の質の向上に向け、融資制度の充実や生涯学習・レクリエーション事業などを通じて、勤労者の福利厚生を支援します。	エ 小規模事業者が地域の雇用基盤になっていること

### ③商工会としての役割

当会は、昭和 48 年の設立以降、地域の中小・小規模事業者の経営改善や経営基盤の強化に努めてきた。昨今の経済情勢は、ここ数年のコロナ禍により大きく変化している。業務の DX 化、消費の EC 化に加え、経営者の高齢化など、中小・小規模事業者を取り巻く課題は山積である。

このような状況のなか、当会は、地域小規模事業者にとって最も身近な支援機関として小規模事業者が抱える経営課題に対し、課題解決に向けて寄り添い、また、地域に密着した唯一の総合経済団体として小規模事業者の生の声を行政に届け、行政が立案・実施する施策等に反映させるために活動している。

加えて、小規模事業者の活力向上には、個々の事業者の支援のみならず地域全体が活性化することが必要である。そのため、観光振興など全体的な地域振興事業に取組み、これらを通じた「面的」な事業者支

援を行っている。

第1期経営発達支援計画では、以下の目標を掲げ、小規模事業者支援を実施してきた。今後は第2期経営発達支援計画を定め、小規模事業者の活性化に向けて全職員一丸となり取り組む。

#### 目標（第1期経営発達支援計画）

町内経済を支える小規模事業者は、町内事業所の75%を占めているが、需要の低下、売上げの減少等に直面している。事業計画の策定・実施・フォローアップなど今まで以上に伴走型支援が求められており、関係支援機関と連携しながら経営革新、事業承継、創業を支援し、既存及び新規小規模事業者の持続的発展を目指す。

併せて町内における循環消費の拡大や地域に人を呼び込む観光事業等の実施支援による消費拡大を図り地域経済を活性化させることを目標とする。

### (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、今後5年間の事業実施期間で取り組む下記の3つの目標を設定する。

#### 〈目標〉

【目標①】小規模事業者が実施する経営環境の変化に対応するための新たな取組（チャレンジ）を支援する

【目標②】小規模事業者が実施するDXによる競争力の強化や業務効率化などの主体的な変革を支援する

【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を図る

#### 〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標③】により、小規模事業者それぞれが活気を取り戻すことで、キラキラ光るまちづくりに寄与することを目指す。また、小規模事業者の経営が安定化し、事業を継続する事業者が増加することで、地域コミュニティが維持され小規模事業者が成長し、地域にとって欠かせない雇用基盤となることを目指す。

## 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6年4月1日～令和11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】

小規模事業者の経営環境の変化に対応した新たな取組（チャレンジ）を支援するため、まずは地域の経済動向調査として「地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）」を実施し、外部環境を整理する。次に、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、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。

その後、上記の結果を活用しながら、自社の先行き（目標など）や新たな取組（チャレンジ）を事業計画にまとめる。事業計画策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画の実現を目指す。

また、販路開拓にあたっては、「展示会・商談会の出展支援」や「地域イベントでの集客支援」を実施する。

### 【目標②達成のための方針】

小規模事業者のDXによる競争力の強化や業務効率化などに向けて、前項の各支援段階においてIT活用に関する支援を実施する。

具体的には、ア. 経営分析支援の際に、事業者のデジタル化・IT活用の状況を分析する、イ. 事業計画策定支援の際に、IT専門家派遣を実施する、ウ. 販路開拓支援の際に、「ITを活用した販路開拓の個社支援」（経営指導員とIT専門家が連携したハンズオン支援）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IT・デジタル化支援能力の資質向上を図る。

### 【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】

小規模事業者が経営環境の変化に対応するためには、まずは小規模事業者自身が外部環境の変化を捉える必要がある。当会では現状、個社支援の際に外部環境を分析していたが、面的支援としては実施できていなかった。

#### 【課題】

上記の【現状】を踏まえ、今後は地域の経済動向調査・分析により小規模事業者にとって有益なデータをまとめたうえで、周知することが課題である。

## (2) 目標

項目	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
地域の経済動向調査・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	地域の経済動向調査・分析（国が提供するビッグデータの活用）
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）を活用し、地域経済の分析、観光客などの人の動き、産業の現状等を分析する。
調査を行う項目	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
調査の手段・手法	経営指導員が RESAS の情報を網羅的にみて、外部専門家と協議・検討しながら事業者の役に立つデータを抽出。表やグラフを用いて資料を作成し、地域経済動向を管内の小規模事業者に伝えるツールとして配布する。
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、大型店、コンビニエンスストア、大手チェーン店との差別化を図りキラキラと光るためには、「独自性のある商品」を持つこともひとつの手段である。一方、小規模事業者の多くは、独自性のある商品開発のノウハウがない。また、当会でもこれに資する十分な支援ができていなかった。

#### 【課題】

上記の【現状】を踏まえ、今後は個社の商品について需要動向調査を実施する必要がある。また、調査結果を活用した商品のブラッシュアップまでワンストップで支援することが課題である。

### (2) 目標

項目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
商品調査 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	商品調査
目的	小規模事業者は経営資源が少なく、マーケティング調査などが不十分であることが多い。そこで、当会でマーケティング調査を支援することで、顧客の声を取り入れた商品ブラッシュアップに繋げる。
対象	小規模事業者の商品（主に食品）や飲食店のメニューなど、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 ※特産品を活用した商品を優先対象とする
調査の手段・手法	当会で実施する事業（産業祭等）にて試食・アンケート調査を実施する。具体的には、事業開催時に小規模事業者が当会に商品を持ち込み、当会職員が調査を実施する。調査結果に有意性を持たせるため、1商品あたり20名以上からアンケート票を回収する。
調査を行う項目	<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（伊奈らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等

分析の手段・手法	当会職員（必要に応じて専門家を活用）がデータを集計・分析し、簡易なレポートにまとめる。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し、結果から商品等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	前項の簡易レポートを基に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、商品等のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップの実行にあたっては、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】

小規模事業者が新たな取組（チャレンジ）を行うためには、小規模事業者自身が自社の経営状態や課題を客観的に把握することが重要である。当会ではこれまでも経営分析の支援を実施してきたが、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。

#### 【課題】

これまで表面的な分析もみられたことから、今後は小規模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必要がある。

また、小規模事業者がDXによる競争力の強化や業務効率化を実施するためには、DXによる課題解決を図れないか検討することが重要である。

### (2) 目標

伴走型支援の導入部として、年間24者の経営分析を行うことを目標とする。24者/年の内訳は、経営指導員2名×12者/年=24者/年である。

項目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
経営分析事業者数	24者	24者	24者	24者	24者	24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環境の変化に対応した新たな取組（チャレンジ）に向けて、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	当会ホームページでの周知、巡回訪問・窓口相談、記帳代行支援、金融支援、補助金支援などの個社支援の際や、各種セミナー開催時における周知を実施する。					
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。具体的な分析内容は下表のとおりである。</p> <p>■経営分析を実施する項目</p> <table border="1"> <tr> <td>財務分析</td> <td>直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析</td> </tr> <tr> <td>非財務分析</td> <td>           &lt;強み・弱み&gt;            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            &lt;機会・脅威&gt;            商圏内の人口・人流、競合、業界動向 など            &lt;その他&gt;            デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など         </td> </tr> </table> <p>分析にあたっては、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」などを活用し、定量</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	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 <機会・脅威> 商圏内の人口・人流、競合、業界動向 など <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
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	<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> 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>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。非財務分析では、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題の把握を目指す。</p> <p>なお、ITの利活用の分析に関しては、当会が実施する「DX推進支援事業※」を契機としたIT専門家派遣（埼玉県商工会連合会のDX推進員）による分析も実施する。</p> <p>※DX推進支援事業          当会が実施する補助事業。中小・小規模事業者が主体的に変革し、競争力の強化や業務効率化などを進めるためにはDXへの取組が求められている。そこで、IT専門家によるアドバイスに基づき行う設備投資に必要な経費の一部を補助する（上限10万円）。</p>
分析結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>分析結果は、基幹システム「経営カルテ※」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。</li> </ul>

※「経営カルテ」とは、埼玉県商工会連合会が県下商工会に提供している基幹システムのこと。職員は、事業者毎の経営カルテに日々の相談内容や支援内容等を入力し記録している。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

小規模事業者が持続的経営を行うためには、自社の先行き（目標、取組など）を明確にし、計画に基づいた経営（計画経営）を行うことが重要である。また、経営環境の変化に対応した新たな取組（チャレンジ）を行う際は、事前に取組内容について事業計画策定を通じて多面的に検討することで成功確率が上がると考えられる。

当会ではこれまでも、経営革新計画や補助金のための事業計画を中心に策定支援を実施してきた。

### 【課題】

これまでの支援を継続しつつ、経営指導員がさらにスキルアップを図ることで経営力再構築伴走支援モデルによる、小規模事業者の主体となった策定支援を実施することが課題である。

### (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、事業計画の策定支援を実施する。事業計画の策定支援では、経営分析件数の約6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IT専門家派遣を行い、事業計画にIT利活用の視点を織り込むことで、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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
事業計画策定事業者数	14者	15者	15者	15者	15者	15者
IT専門家派遣の実施回数	-	20回	20回	20回	20回	20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。また、IT利活用に関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にIT利活用に向けた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ことを目的に、事業計画の策定を希望する事業者に対しIT専門家派遣を実施する。

支援対象	原則として経営分析を実施した事業者を対象とする。
対象事業者の掘り起こし	対象事業者の掘り起こしは、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方法を中心とする。また、補助金・助成金や当会が実施する「新事業チャレンジ支援事業※」を契機とした経営革新計画策定の提案などを実施する。 ※新事業チャレンジ支援事業 当会が実施する補助事業。経営環境の変化に対応するため、新たな取組にチャレンジする（経営革新計画を策定する）事業者に対し、新規事業に必要な経費の一部を補助する（上限 20 万円）。
支援の手段・手法	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。 なお、事業計画に IT 利活用の視点を織り込むことを目的として、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に IT 専門家派遣を実施する。

## 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】

事業計画策定後の実施支援が不十分であり、事業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】

事業計画のフォローアップを徹底することで、実行を阻害する課題に対し事業者と一緒に解決する必要がある。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、計画 5 年目に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 7 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。

### (3) 目標

項目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
フォローアップ対象事業者数	14 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
頻度 (延回数)	30 回	四半期毎 (60 回)				
売上増加事業者数	-	5 者	5 者	7 者	7 者	10 者
経常利益増加事業者数	-	5 者	5 者	7 者	7 者	10 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、訪問回数の増加や専門家派遣を行い、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、小規模事業者の多くは IT を利活用した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という課題がある。

当会では、これまで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 を利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 IT を利活用した販路開拓等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ことが課題である。

### (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、小規模事業者は独自で IT を活用した販路開拓を行うのが困難な場合が多いことから、「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 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4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個社支援 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	-	10%	10%	10%	10%	10%
③地域イベントでの集客支援 出展事業者数	20者	20者	20者	20者	20者	20者
売上額/者	-	3万円	3万円	3万円	3万円	3万円

### (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	対企業取引の事業者にとって、展示会・商談会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に展示会・商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に展示会・商談会の出展支援を実施する。
展示会等の概要/ 支援対象	年度によって支援テーマを定め、以下のいずれか（もしくは複数）の展示会・商談会の出展支援（個社支援）を行う。 ア 上尾版ビジネス商談会 支援対象：製造業（プレス加工、切削加工、プラスチック成型加工、表面処理、組立など） 訴求相手：県央地域と利根地域の製造業  上尾商工会議所・上尾ものづくり協同組合・桶川市商工会・北本市商工会・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 2 月の開催では、受注側企業 21 社、発注側企業 9 社が参加した。

	<p>イ 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 5 年 2 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 479 企業・団体、来場者数 12,685 人であった。</p> <p>ウ さいしんビジネスフェア  支援対象：業種問わず  訴求相手：埼玉県内の企業</p> <p>さいたまスーパーアリーナを会場に、埼玉縣信用金庫が主催する展示商談会である。埼玉県内外の中小企業にビジネスマッチングによる販路拡大の機会を提供することや、埼玉県内外の食、物産、伝統工芸品を広く一般消費者に紹介することを目的としている。隔年で開催されており、令和 5 年 6 月は、オンラインとリアルのハイブリッド型展示会として開催され、約 230 団体・企業が出展した。</p>
支援の手段・手法	<p>参加事業者が、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、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等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。また、「上尾版ビジネス商談会」では、当会が主催者の一角を担っているという利点を活かし、参加者のニーズ（どのような相手と新規取引をしたいか）を聞き出し、参加者同士のビジネスマッチングを行う。</p>
期待効果	<p>新たな取引先の獲得を狙う。</p>
<p><b>②IT を活用した販路開拓の個社支援 (BtoB、BtoC)</b></p>	
事業名	<p>IT を活用した販路開拓の個社支援</p>
目的	<p>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 IT 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。</p>
支援対象	<p>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</p>
訴求相手	<p>各事業者の訴求相手</p>
支援内容	<p>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 販売、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 専門家派遣によるハンズオン支援を実施する。</p>
支援の手段・手法	<p>① 経営分析で顕在化した経営課題に対して IT を活用した課題解決に意欲的な事業者、② 事業計画のなかで IT を活用した販路開拓の取組を記載した事業者を中心に、支援対象者を掘り起こす。その後、実際にチャレンジする事業者に対し、経営指導員や IT 専門家派遣による個社支援を実施。必要に応じて「DX 推進支援事業 (P12 参照)」を活用する。また、導入後も成果があがるまでフォローアップを実施する。なお、本事業は経営指導員と IT 専門家が連携して実施するが、本来は経営指導員が単独で支援できることが望ましい。そこで、IT 専門家を派遣する際は、経営指導員が同行し、そのノウハウを吸収する。</p>
期待効果	<p>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。</p>

③地域イベントでの集客支援 (BtoC)	
事業名	地域イベントでの集客支援
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ず、新規顧客との接点が少ない。また、独自にどのように集客をすればよいのかをわからない事業者も多い。そこで、集客のきっかけづくりとして、地域イベントを活用した個店の集客支援を実施する。
支援対象	小売業、飲食業等の店舗
訴求相手	地元の消費者
支援内容	支援対象事業者により、以下のいずれか（もしくは両方）の地域イベントを活用した集客支援を実施する。 ア 商工フェスティバル 毎年 10 月中旬に県民活動総合センターで開催されるイベントである。当会が主催している。町内の商工業者等の出店（展）による特産品等の商品の展示・即売やグルメ店舗の出店、各団体によるステージイベント等が行われる。令和 4 年 10 月の開催では、総来場者数は約 17,000 名であった。 イ バラまつり 毎年 5 月上旬から 6 月上旬に町制施行記念公園で開催されるイベントであり、(一社)伊奈町観光協会が主催している。まつり期間中の週末は、ミニコンサート・ダンスステージ・郷土芸能・バラ園ガイドツアー・ゆるキャラ大集合やライトアップなどにぎやかなイベントが催される。令和 5 年 5 月 3 日～28 日の開催では、総来場者数は約 66,000 名であった。
支援の手段・手法	参加事業者の募集だけでなく、イベントの集客、イベントで接点を持ったお客様を店舗に誘導する（リピート利用してもらう）ための個社支援を実施する。なお、個社支援にあたっては必要に応じて専門家を活用する。
期待効果	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】

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行っていなかった。

##### 【課題】

当会や町だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「経営発達支援事業 事業評価会」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	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 <b>【PLAN】</b> （事業の計画・見直し） (a) 前年度の <b>【ACTION】</b> を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 (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。 <b>【DO】</b> （事業の実行） (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。 (d) 経営指導員等は、実施した内容を基幹システム「経営カルテ」に適時入力する。

	<p><b>【CHECK】</b>（事業の評価）</p> <p>(e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、基幹システム「経営カルテ」により各経営指導員等の指導状況を確認する。</p> <p>(f) 月1回の会議にて、法定経営指導員や経営指導員等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 事業評価会」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 事業評価会」の実施の流れ</p> <p>i 伊奈町元気まちづくり課長（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 事業評価会」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 事業評価会」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（<a href="http://ina-sci.com/">http://ina-sci.com/</a>）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><b>【ACTION】</b>（事業の見直し）</p> <p>(h) 「経営発達支援事業 事業評価会」の評価及び理事会の意見等を参考に、年1回、次年度の事業の見直しを行い<b>【PLAN】</b>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】

経営発達支援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。また、本計画で目標とする「DXに向けたIT・デジタル化の支援を行う能力」や「経営力再構築伴走支援の能力」が不足している。

#### 【課題】

本計画の成果をあげるために、補助員等も含めた組織全体の支援力向上を図る必要がある。また、不足能力を特定し、外部・内部研修を通じて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	全職員（法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳専任職員、一般職員）
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	<p>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。</p> <p>[小規模支援法改正により新たに求められる能力]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 伴走型支援により、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</li> <li>・ 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</li> </ul> <p>[近年の支援環境の変化に対して求められる能力]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ DXに向けたIT・デジタル化の支援を行う能力</li> <li>・ 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</li> </ul>
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、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などの上部団体等が主催する研修に参加する他、中</p>

	<p>小企業大学の専門研修などの外部研修に参加する。</p> <p>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。</p> <p>&lt;DXに向けたIT・デジタル化の取組&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>iii) その他の取組 オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等</li> </ul> <p>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 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。また外部で「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・セミナーが開催される場合は積極的に参加する。</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
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し、ノウハウを習得する。</p> <p>イ 情報共有 月1回の会議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基幹システム「経営カルテ」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>

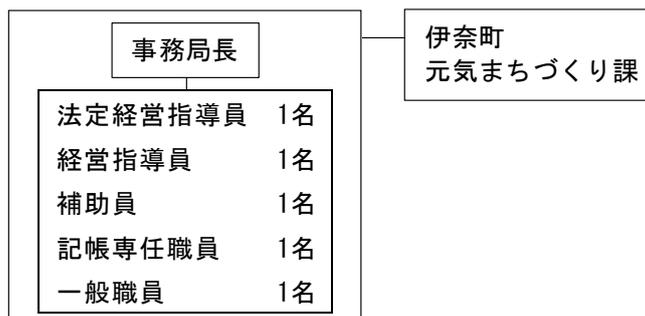
(別表2)

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5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： 増田 伸行

連絡先： 伊奈町商工会 TEL. 048-722-3751

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

〒362-0809

埼玉県北足立郡伊奈町中央 4-401

伊奈町商工会

TEL： 048-722-3751 / FAX： 048-721-3366

E-mail： ina@syokokukai.jp

②関係市町村

〒362-8517

埼玉県北足立郡伊奈町中央 4-355

伊奈町 元気まちづくり課

TEL： 048-721-2111 / FAX： 048-721-2136

E-mail： genki@town.saitama-ina.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 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
必要な資金の額	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
1. 調査費	500	500	500	500	500
2. 事業計画策定支援費	800	800	800	800	800
3. フォローアップ事業費	300	300	300	300	300
4. 新たな需要の開拓費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、国補助金、県補助金、町補助金、その他収入

(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