

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	吉見町商工会 (法人番号 4030005011325) 吉見町 (地方公共団体コード 113476)
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、事業計画等により目標（K P I）を設定して、計画経営を実施することで、売上・利益の拡大を図る</p> <p>【目標②】小規模事業者が、それぞれの「強み」を活かした経営、顧客生涯価値（L T V）にこだわった経営、I Tを利活用して販路開拓や売上管理、地域資源を活かした商品開発などにより、収益性の向上を図る</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、小規模事業者の力を引き出す</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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国が提供するビッグデータを活用した、地域経済動向の分析。 ・上記内容を当会HPに公表し、広く町内小規模事業者に周知。 ・特に分析結果と関連性が深い業種については、巡回訪問時に説明。 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の商品、2商品/年（1者あたり1商品）を対象。 ・小規模事業者の店舗、もしくは道の駅いちごの里よしみで調査を実施。 ・調査時のアンケート結果を分析し、ブラッシュアップやマーケティングに活用。 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営革新や各種補助金の活用を念頭に置く小規模事業者30者が対象。 ・当会HP、巡回訪問、窓口相談、個社支援や各種セミナー開催時などに訴求。 ・分析結果はB i z ミルなどに集約し、すべての職員が確認できるようにする。 <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原則として経営分析を行った事業者へのフィードバック時に事業計画策定を提案。 ・課題解決を目的とした、外部専門家による専門性の高い支援の実施。 ・意欲的な事業者を対象にI T専門家派遣を実施し、事業計画中の取り組みのひとつとして、D X（デジタルトランスフォーメーション）やI T活用を促進する。 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画を策定した事業者を対象に、四半期ごとにフォローアップを実施。 ・事業計画の実現可能性を高めることを目的とした各種セミナーも適宜開催。 ・自走化に向けた内発的動機付けを行い、事業者の持続的発展の蓋然性を高める。 <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出展前後を含めた、展示会や商談会への出展支援の実施。 ・I Tを活用した情報発信事業を実施。
連絡先	<p>吉見町商工会 〒355-0118 埼玉県比企郡吉見町大字下細谷 1210 TEL: 0493-54-0701 FAX: 0493-54-0743 E-mail: info@yoshimi.or.jp</p> <p>吉見町 産業振興課 商工観光係 〒355-0192 埼玉県比企郡吉見町大字下細谷 411 TEL: 0493-54-5027 FAX: 0493-54-4200 E-mail: y-9007@town.yoshimi.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 吉見町の概況

吉見町（以下、当町）は、埼玉県のはぼ中央に位置する東西 7km、南北 8km、総面積 38.64 km²の町である。大部分は平野部で、東部に荒川、南西部に市野川が流れ、肥沃な穀倉地帯となっている。西部丘陵地帯は県立比企丘陵自然公園に指定されており、吉見百穴や八丁湖周辺に散在する黒岩横穴墓群などは、古墳時代を代表する貴重な史跡として注目されている。

都心から 50km 圏にあり、東武東上線や JR 高崎線、関越自動車道などへ容易にアクセスできる。吉見町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

■ 吉見町の立地・交通



イ 特産品

当町の約 8 割は水稻を中心とした農耕地であり、東部に荒川、南西部に市野川が流れ、肥沃な穀倉地帯となっている。

町の大部分は平野部で、昭和 30 年頃から栽培が始まった「吉見いちご」は、埼玉県内第 1 位の作付面積を誇る。町内ではいちご狩りができるほか、「いちご生どら焼」「手作りいちごジャム」「いちごカレーうどん」「いちごの里サンデー」などのいちごの関連商品も作られている。

ウ 人口推移

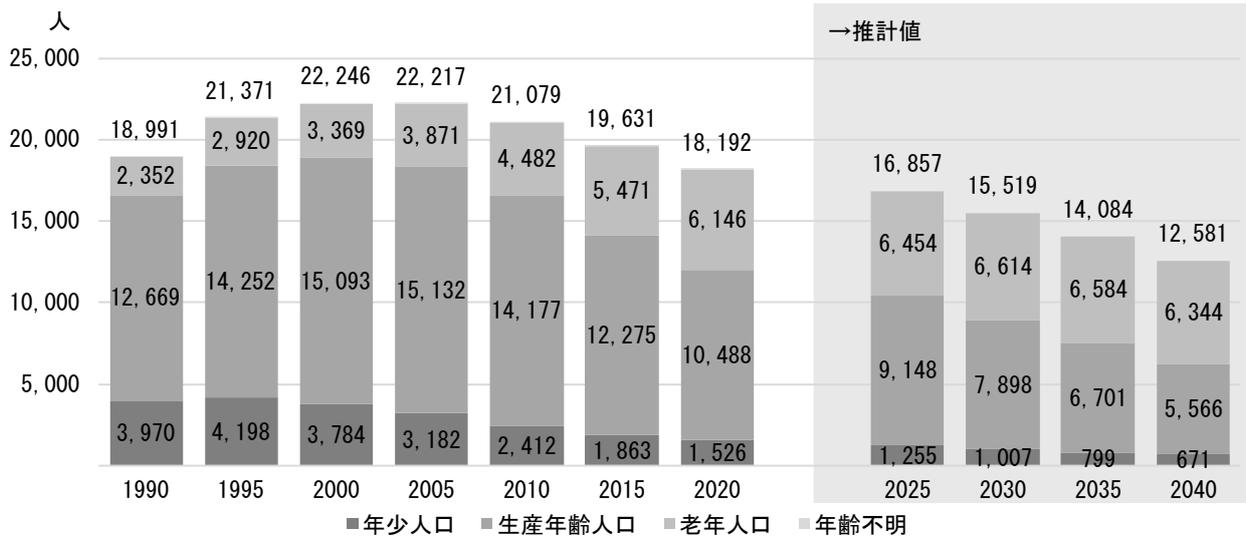
令和 6 年 10 月 1 日時点の人口は 17,687 人である。(住民基本台帳)

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 12 (2000) 年の 22,246 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、年少人口や生産年齢人口は減少傾向。老年人口は令和 12 (2030) 年まで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 33.8%から令和 22 (2040) 年に 50.4%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 57.7%から令和 22 (2040) 年に 44.2%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」

エ 観光資源

(a) 観光資源

当町は、荒川や市野川が流れ、肥沃な穀倉地帯が広がる一方で、西部の丘陵地帯は、県立比企丘陵自然公園に指定されている。全国的に有名な吉見百穴をはじめ、平成 20 年に国指定史跡となった松山城跡など、数多くの文化財が残されている。

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
吉見百穴	古墳時代 後期～終末期 (6 世紀末～7 世紀末) につくられた横穴墓群で、大正 12 年に国指定史跡となった。現在確認されている 219 基は、日本有数の規模を誇る横穴墓群である。
松山城跡	平成 20 年に比企城館跡群の 1 つとして国の史跡に指定された。「松山城風流合戦」の舞台としても有名で、武田信玄や上杉謙信、前田利家らも攻城に参加した記録が残されている。
岩殿山安楽寺 (吉見観音)	坂東 11 番の札所で源頼朝の弟、範頼が幼少期に身を隠したと伝えられる。境内には三重塔や左甚五郎作と伝わる「野荒らしの虎」などの県・町指定の文化財が数多くある。
道の駅いちごの里よしみ	埼玉県で 15 (いちご) 番目に登録された道の駅である。「物産館」をはじめ、いちごをモチーフとした遊具のある「わんぱく広場」が人気である。また、農産物直売所も併設されている。

(b) 日本農業遺産に認定

令和 5（2023）年 1 月に、「比企丘陵の天水を利用した谷津沼農業システム」が日本農業遺産として認定された。申請は、比企丘陵農業遺産推進協議会（滑川町、東松山市、熊谷市、嵐山町、小川町、吉見町、寄居町、埼玉中央農業協同組合、くまがや農業協同組合）が行ったものである。

このなかで、当町には「ため池」がある。

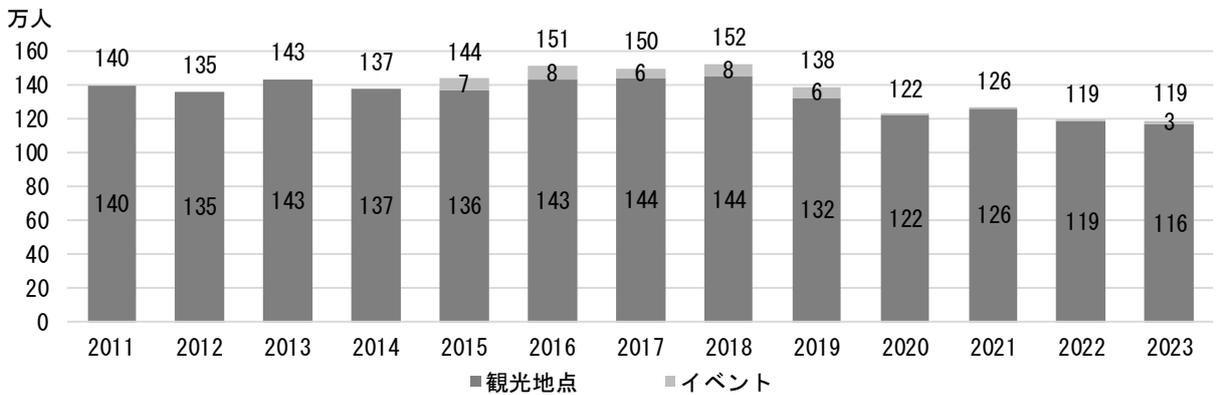
■認定を受けた地域の概要

谷津地形（丘陵地で形成された谷状の地形）を活かして多数のため池を築き、谷津田での稲作と谷津斜面での少量多品目の畑作を行っている。ため池と谷津田は河川からの引水等がなく、天水のみを水源とした閉鎖系の水利システムとなっていることから貴重な生態系が維持されている。沼下と呼ばれる伝統的な水利組合組織によりきめ細かな水管理が行われており、地理的な水の得にくさを克服した省エネ水供給システムとなっている。

オ 観光入込客数の推移

令和 5（2023）年の観光入込客数は 119 万人である。
推移をみると、毎年増減はあるものの比較的安定して推移していることが読み取れる。

■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」

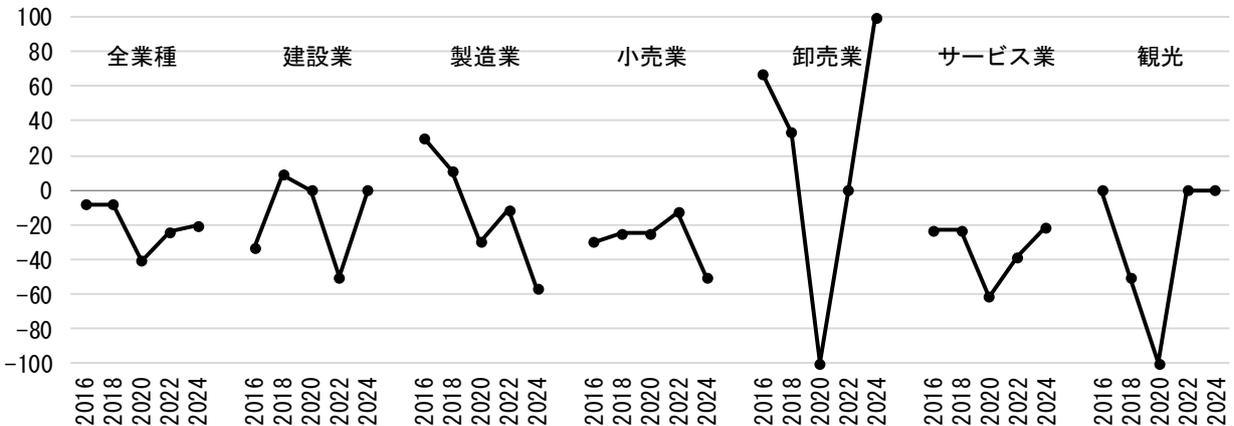
カ 産業

(a) 業種別の景況感

当会が年 2 回実施している「吉見町企業景況調査」より、業種別の景況感を確認する。なお、業種によっては、調査数（n 数）が少なく、正確な数値がでない可能性があるため、全業種のみ確認する。

業況（自社）DI の推移をみると、全業種では一貫してマイナス値となっていることがわかる。これは言い換えると、業況が悪いと感じる事業者の割合が多いことを示している。

■業況（自社）DI の推移（各年 7 月調査）



出典：吉見町商工会「吉見町企業景況調査報告書」

(b)業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

当町の事業所数は、平成24年が681社、令和3年が611社である。
上記のうち小規模事業所数は、平成24年が558者、令和3年が468者であり、9年間で16.1%減少している。

小規模事業所数の増減を産業別にみると、建設業（△43者）、製造業（△17者）、宿泊・飲食業（△13者）の減少数が多い。一方、情報通信業や医療、福祉では増加がみられる。

■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	168	108	0	124	63	29	134	55	681
小規模事業所数	167	89	0	86	51	13	109	43	558
平成28年									
事業所数	145	104	2	127	52	37	128	45	640
小規模事業所数	143	83	2	87	41	13	104	37	510
令和3年									
事業所数	127	92	3	109	51	43	140	46	611
小規模事業所数	124	72	3	78	38	14	104	35	468
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△41	△16	3	△15	△12	14	6	△9	△70
増減割合	△24.4%	△14.8%	-	△12.1%	△19.0%	48.3%	4.5%	△16.4%	△10.3%
小規模事業所数	△43	△17	3	△8	△13	1	△5	△8	△90
増減割合	△25.7%	△19.1%	-	△9.3%	△25.5%	7.7%	△4.6%	△18.6%	△16.1%

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)業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）

i_商業

当町には「駅」「高速道路・国道」「総合病院」「ショッピングモール」など大規模集客施設がなく、「駅」がないため「商店街」もなく、町外からの流入人口の多くは年間来場者数100万人を誇る「道の駅よしみ」やいちご狩り、「富貴ゴルフ倶楽部」「吉見ゴルフ場」などに依るところが多い。

小売業は、家族経営の店舗が大半であり、事業主の高齢化が顕著だが後継候補者がいないため、大多数が廃業予備軍の状況にあり、設備投資や店舗改装の動きは鈍い。死亡廃業が多くなっているのも特徴である。また、近年の原材料費や燃料費など物価高騰と、最低賃金アップを含めた人件費高騰の煽りを受け、収益性が悪化している事業者も目立つ。それに加えて、近隣の大手スーパー等への消費流出率は相変わらず高く、地元商店の利用は縮小傾向にある。特にアルコール取扱店では、飲酒運転の取り締まり強化とコロナ禍の影響による消費者の生活スタイルの変化により夜間の来客は総じて減少傾向である。

理美容業は、顧客の高齢化による利用回数の減少やチェーン店による料金体系の崩壊で、客離れが進んでいる。

観光業は、地域振興においても町観光の目玉である国指定史跡「吉見百穴」や県内1位の作付面積を誇る「吉見いちご」があるものの、町の起爆剤的な活用に至っていないのが現状である。

総じて、町内事業者は農村特有の地域意識が根強く、従来の商慣習から既存の顧客関係に固執し、競合しての他エリアでの営業活動や明確なターゲット把握による経営戦略策定が得意ではなく、旧態依然たる『待ちの経営』に終始する傾向が強い。そのため若年層顧客や町外からの来町者、新規取引先の開拓等に対する積極的アプローチが少なく、折角の販売受注機会を失うケースが多い。

また、業種を問わずQR決済を含めたキャッシュレス化はまだ充分には浸透していない。

ii_工業

コロナ禍からの回復以降、半導体関連や自動車関連など一部業界では回復傾向も見られたが、今年度になってからは悪化したとの声が多くなっている。特に設備投資はかなり縮小している模様である。

町内商工業者数的には最も少なく会員割合的にも17%程度にとどまっており、新規起業者はあまり見

受けられない。事業者の大半が2次以下の下請け業者であり、従業員は3～5人程度が主力になっている。

業種の共通課題は「人手不足」「材料費高騰」「燃料費高騰」「設備の老朽化」となっている。これらの要因は全てコスト高につながるものであり、取引先との価格交渉も随時行っているが、収益性の悪化は避けられない。あわせて、最低賃金（全国加重平均）に関しても、令和4年に31円、令和5年に41円増加しているうえで、令和6年も50円増加（1,078円）が見込まれており、さらなる収益性の悪化と人材確保の困難化が懸念される。

iii_建設業

土木工事関係業者は公共工事の減少が目立ち、先行き見通しは概して悲観的である。工務店（＝大工）の受注は下請けが主力で、「戸建て受注」は依然低調である。全業種共通の課題だが、高齢化と生産年齢の減少による「人手不足」は深刻化しており、人材確保は喫緊の課題である。

その他の業種と比較をすると、若年層が多い業界であるが、インボイス制度が導入されて以降は、高齢の一人親方などの廃業や廃業検討が目立つ。材料価格はウクライナ紛争の影響で高騰した価格が以前の水準には戻っていないため、収益性の悪化が懸念される。

キ 今後5年間における小規模事業者の経営環境が変化する出来事

(a) 東松山鴻巣線の4車線化

主要地方道東松山鴻巣線は、東松山市から吉見町を経て鴻巣市に至る延長約12kmの東西方向の幹線道路である。国道407号等と4車線道路のネットワークを構築するため、4車線供用区間に挟まれた未整備区間1.6kmの4車線化を実施する。



出典：埼玉県ホームページ

(b) 大和田地区の産業団地整備

吉見町では、人口減少、社会情勢や環境の変化に対応するとともに、町民のニーズを叶えるため、定住化の促進、新たな雇用の創出、新たな拠点の整備を課題としている。

このなかで、吉見町と埼玉県企業局は、地域社会の持続的成長に向けて、コンパクト、スマート、レジリエントの視点を持ち、周辺地域のまちづくりと一体となった産業基盤づくり及び防災機能強化に取り組むことを、令和5年9月1日に共同宣言した。

前述の課題解決をはかるため、大和田地区に産業団地を整備。当該地区は、工業系ゾーンとして位置づけられており、「工業・物流業の振興を図るため、工業用地の整備を企業立地とあわせて促進する」としている。

令和5年度より事業化され、産業団地完成に向けて順次取り組んでいる。



出典：吉見町ホームページ

ク 第六次吉見町総合振興計画

「第六次吉見町総合振興計画（令和3年度～令和12年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。前期基本計画では、地域資源を活かした産業に活力が生まれている姿などを目指している。

■基本構想（令和3年度～令和12年度）

〈将来像（計画のテーマ）〉

未来へつなぐ みんなで安心して暮らせるまち よしみ

—20年先への種まき—

〈まちづくりの基本的視点〉

- 1 変化の「先」を見る
- 2 あるものを活かす・つなげる
- 3 試してみる

■前期基本計画（令和3年度～令和7年度）（一部抜粋）

よしみライフステージ03 「働きたい」と思えるまち

- 1 多様な就労と雇用
 - (1) 企業誘致
 - (2) 多様な就労・産業の創出
 - (3) 雇用の促進
- 2 商工業
 - (1) 既存立地企業・中小企業の支援
 - (2) 農業・観光との連携
 - (3) 商業の拠点づくり
- 3 農業
 - (1) 多様な担い手の確保・育成

- (2) 商業・観光との連携
- (3) 農地の有効活用
- (4) 町の農業・農産物の魅力発信

4 観光

- (1) 農業や歴史・文化との連携
- (2) 観光資源の発掘と交流人口増加
- (3) 広域連携による観光振興
- (4) 道の駅の機能拡充

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、人口は減少傾向が続いており、令和2(2020)年の18,192人に対し、10年後の令和12(2030)年は16,857人と7.3%減少することが予測されている。小規模事業者が持続的に経営を行うためには、この人口減少を加味したうえで戦略的に事業を展開する必要がある。具体的には、将来を見据えた事業計画等を策定し、目標(KPI)を定め、計画経営を行うことが課題となる。

特産品では、当町には埼玉県内1位の作付面積を誇る「吉見いちご」がある。また、いちごを活用した加工商品も作られている。前述のとおり、人口が減少していくなかで、このような特産品を活用した付加価値の高い商品の販売は、収益を上げるうえでのひとつの有効な手段となる。小規模事業者においても、新たな商品開発などが課題となる。

観光資源では、当町には、全国的に有名な「吉見百穴」をはじめ、平成20年に国指定史跡となった「松山城跡」など、数多くの文化財が残されている。また、「道の駅いちごの里よしみ」には、毎年多くの観光客が来町する。この結果、令和4(2022)年の観光入込客数は119万人となっている。小規模事業者においてもこれら地域資源(特産品や観光資源など)を活用した観光消費の獲得を検討する必要がある。

景況感をみると、業況(自社)DIの推移は、全業種では一貫してマイナス値となっている。これを言い換えると、業況が悪いと感じる事業者の割合が多いことを示している。このような状況になった理由として、当町の小規模事業者は総じて、農村特有の地域意識が根強く、従来の商慣習から既存の顧客関係に固執し、競合しての他エリアでの営業活動や明確なターゲット把握による経営戦略策定が得意ではなく、旧態依然たる『待ちの経営』に終始する傾向が強いことがあげられる。そのため、町外へ販売するなど『攻めの経営』への転換が課題となる。なお、町外への販売や営業活動には、ITを活用した販売促進も有効な手段であるが、実践できている事業者は少ない状況にある。

当町の小規模事業所数は、平成24年が558者、令和3年が468者であり、9年間で16.1%減少している。地域活力維持のためには、事業所数の維持も重要であるため、創業の促進や廃業の抑制(事業承継等)が地域としての課題となっている。

当会が考える業種別の課題は、主なものとして、①全業種に共通して、原材料費や燃料費などの物価高騰や最低賃金アップを含めた人件費高騰への対応、事業承継、人材確保(高齢化と生産年齢の減少による人手不足への対応)など、②商業では、近隣の大手スーパー等との差別化や顧客生涯価値(LTV)の向上(これを実現するための、それぞれの「強み」を活かした経営や、顔の見える接客)、町外からの来町者への積極的アプローチなど、③工業では、設備の更新、IT化による生産性向上、④建設業では、収益性の向上などがあげられる。

さいごに、今後5年間における小規模事業者の経営環境が変化する出来事をみると、「東松山鴻巣線の4車線化」や、「大和田地区の産業団地整備」があげられる。前者に対しては、交通利便性が高まることによる、流入人口の増加なども考えられるため、小規模事業者においても町外からの来町者を獲得することが課題となる。後者に対しては、新産業団地の誘致企業とのビジネスマッチングなどが課題である。

(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

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、当会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

- ア 事業計画等により KPI (※1) を設定して、経営を行っていること
- イ それぞれの「強み」を活かした経営を行っていること
- ウ LTV (※2) にこだわった経営を行っていること
- エ IT を利活用して販路開拓や売上管理を行っていること
- オ 地域資源を活かした商品開発を行っていること
- カ 市内で創業や事業承継が活発に行われていること

※1 KPI

「Key Performance Indicator」の略。「重要業績評価指標」や「重要達成度指標」と呼ばれる。目標達成のための各プロセスにおいて、達成度合いの計測と評価をするための指標である。

※2 LTV

「顧客生涯価値 (Life Time Value)」の略。ある顧客が自社の利用を開始してから終了するまでの期間に、自社がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標である。

②第六次吉見町総合振興計画との連動性・整合性

「第六次吉見町総合振興計画 (前期基本計画)」の商工・観光部分では、めざす姿として『地域資源を活かした産業に活力が生まれている』ことを掲げている。

これを実現するためのひとつの方法として、小規模事業者が地域資源を活用した商品開発を行うことが考えられる。そのため、前項『①10年程度の期間を見据えて』の「オ 地域資源を活かした商品開発を行っていること」は町が目指す姿の実現に寄与する。

また、地域資源という言葉を広義にみると、地元住民の生活を支える商店などの小規模事業者も地域資源のひとつに該当する。前項で記載した「ア 事業計画等により KPI を設定して、経営を行っていること」「イ それぞれの「強み」を活かした経営を行っていること」「ウ LTV にこだわった経営を行っていること」「エ IT を利活用して販路開拓や売上管理を行っていること」「カ 市内で創業や事業承継が活発に行われていること」は地域資源である小規模事業者に活力を生むことに寄与する。

以上より、前項『①10年程度の期間を見据えて』の内容は、「第六次吉見町総合振興計画 (前期基本計画)」と連動性・整合性がある。

③商工会としての役割

ア 商工会の長期ビジョン

当会は、第六次吉見町総合振興計画を踏まえ、地域経済の活性化と中小企業の持続的成長を支援するため、以下の長期ビジョンを掲げる。

■吉見町商工会長期ビジョン

<ビジョン>

イノベーションと共生により、未来を創出する持続可能な地域経済社会の実現

<ビジョンの背景>

吉見町は、豊かな自然と歴史文化を有する魅力的な地域である一方で、人口減少、少子高齢化、デジタル化への対応など、多くの課題に直面している。中小企業もまた、競争激化、人材不足、事業承継といった課題を抱え、変化に対応するための新たな取組が求められている。

<目指す姿>

10年後の当地域は、イノベーションを推進し、地域資源を最大限に活用することで、新たな産業を創出し、持続可能な地域経済を実現する。中小企業は、デジタル技術を駆使し、地域に根ざした強みを活かして、多様なニーズに応える新たな価値を創造する。

イ 商工会としての役割

当会は、小規模事業者に対し、経営指導員2名による経営改善普及事業や経営発達支援事業を実施している。また、地域の総合経済団体として、国・県・町の施策を企業に周知するとともに、小規模事業者の声を新たな施策に反映すべく提言を行うなど、国・県・町と企業のパイプ役としての役割も担っている。加えて、イベントの開催など、地域振興に努めている。

特徴的な取組としては以下があげられる。

ア 無料求人広告

経営上の課題として「人材不足」をあげる企業が多いことを受け、町内企業の人材募集を目的に無料求人広告を出稿している。具体的には、年2回、町内全域並びに隣接市町に約3万枚/回の新聞折り込み広告を出している。

イ 会員事業者PR動画

会員事業者を紹介するためのPR動画を制作し、当会ホームページに掲載している。

ウ ポータルサイト（よしみコレクトナビ）

町内の商工業者の魅力や最新情報を町内外に紹介する目的としてポータルサイトを開設。当町の店舗や観光だけでなく、住まいの方に対しても暮らしに役立つ情報を届けている。

エ 吉見町商工会LINE公式アカウント

吉見町商工会LINE公式アカウントを開設し、町内の店舗やイベント、暮らしに役立つ情報など届けている。

今後は上記の取組の他、経営発達支援計画の実行を通じて、町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、経営の効率化や省力化・省人化を支援する。

(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〉

町外へ販売するなど『攻めの経営』への転換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、事業計画等により目標（KPI）を設定して、計画経営を実施することで、売上・利益の拡大を図る

【目標②】

小規模事業者が、それぞれの「強み」を活かした経営、顧客生涯価値（LTV）にこだわった経営、ITを利活用して販路開拓や売上管理、地域資源を活かした商品開発などにより、収益性の向上を図る

【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

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標③】により、吉見町内全域の産業に活力が生まれている姿を目指す。また、小規模事業者の経営が維持・発展することによる、町内住民の雇用や生活の維持・活性化に寄与することを目指す。

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、事業計画等により目標（KPI）を設定して、計画経営を実施することで、売上・利益の拡大を図る

〈達成のための方針〉

まずは RESAS を使った「地域の経済動向分析」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（30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、新たな取組の内容を事業計画にまとめる（15者/年）。また、目標（KPI）を定める。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（15者/年）。

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い、持続的に事業を発展させることを目指す。

【目標②】小規模事業者が、それぞれの「強み」を活かした経営、顧客生涯価値（LTV）にこだわった経営、IT を利活用して販路開拓や売上管理、地域資源を活かした商品開発などにより、収益性の向上を図る

〈達成のための方針〉

小規模事業者の「それぞれの強みを活かした経営」を実現するために、経営分析において、各事業者の「強み」を明確化する。また、事業計画策定時に、「強み」を活かした差別化などを検討する。なお、「強み」のなかには、事業者自身が持つ強みの他、顧客に気に入られて何度もご利用いただく商品開発や販売方法の強みや、お客様からみた商品の強みもありえる。そこで、需要動向調査を通じて、客観的な商品の「強み」なども分析する。

上記は、小規模事業者がそれぞれの「強み」を活かすことで他社と差別化を図る手法であるが、もう一つの差別化の手法として、顧客とのつながり（顔の見える接客など）の強化がある。そこで、上記の支援において、顧客とのつながりをより強化するための対策を検討するなど「LTVにこだわった経営」に向けての支援も実施する。

「IT を利活用して販路開拓や売上管理」を実現するために、経営分析支援の際には事業者の IT 活用の状況を分析する。また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。加えて販路開拓支援の際に、「IT を活用した情報発信事業」を実施する（支援対象5者/年、売上増加額5%/者）。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。

また、「地域資源を活かした商品開発」を実現するために、需要動向調査を通じた商品のブラッシュアップを支援する（2者/年）。また、小規模事業者が商品を開発してもすぐに販路開拓をすることが難しい状況を鑑み、前述の「IT を活用した情報発信事業」を活用した情報発信を実施する。

【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、小規模事業者の力を引き出す

〈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。

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】

町内事業者 50 社を対象に「吉見町景況調査」を半期に 1 回実施。収集したデータは分析を加えて、事業者の「経営判断材料」として活用を図る為に「吉見町景況レポート」として当会ホームページで公表し、事業者提供している。

【課題】

町に限定した調査結果として地域特性の把握には役立っているが、対象 50 社の調査だけでは業況の良い事業者の数値が全体数値を左右する傾向があり、業界としての傾向把握には難があったため、同調査は今後実施しない予定。また、ビッグデータの活用がされておらず、有益情報の提供機会が限られていたことが課題である。

(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	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	調査報告は当会ホームページで公表し、広く町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】

個性的な商品を開発・提供するためには、現在の消費者ニーズなどを把握して、競合他社との差別化を図る必要がある。一部には、自身の創意工夫で差別化を図り競合優位性のある商品を持っている小規模事業者も存在するが、多くの小規模事業者は資金面・人材面などが不足しているため、消費者ニーズを把握すること自体が難しい。

【課題】

消費者ニーズを把握するための取組や支援を行う必要がある。また、ニーズ調査だけではなく、競合優位性のある新商品開発やブラッシュアップの支援を行うための道筋を確立させることも課題である。

(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 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	小規模事業者が個性的な商品や地域資源を活かした商品を開発・提供するためには、現在の消費者ニーズなどを把握して、競合他社との差別化を図る必要がある。また、本市には観光客向けの「名物」といえる商品がなく、小規模事業者の新たな商品開発による観光需要の獲得もひとつの課題となっている。そこで、需要動向調査を実施し、小規模事業者の商品ニーズを把握することや、魅力を高めることを目指す。
対象	小規模事業者の商品、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 対象商品は、地域資源を活用した商品（いちごを活用した商品、節句人形など）や、各事業者の独自性を活かした個性的な商品などを想定している。
調査の手法	商品を販売する小規模事業者の店舗、もしくは「道の駅いちごの里よしみ」等にて調査を実施する。前者の場合は事業者が主体となり調査を実施、後者の場合は経営指導員（もしくはその他の職員）と事業者が協力して調査を実施する。1商品あたり30名以上からアンケート票を回収する。
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"/> 見た目 <input type="checkbox"/> 独自性（吉見町らしさ） <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。
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。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

日常の巡回指導及び窓口相談において対応した経営革新計画・各種補助金事業計画の策定希望者、事業計画策定経験事業者、セミナー及び個別相談会の参加者、確定申告支援先の経営分析を実施している。

【課題】

セミナー及び個別相談会は日程が限られていることから、例年参加者が少ない。自社経営状況の分析に興味を持つ事業者はいるが、日程調整が難しく、分析及び計画策定への取組を先延ばしにしているケースが散見される。また、分析データは担当した経営指導員は十分把握できているが、商工会全職員が共有できる仕組みが構築されておらず、支援能力における職員間の差が少なくすることが課題である。

(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
経営分析事業者数	34者	30者	30者	30者	30者	30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	経営革新や各種補助金計画策定を念頭に置く小規模事業者から意欲的な30者を対象とする。経営分析者数の目標は少ないが、地域に密着したきめ細かい経営指導を行う経営分析を心がけ、なるべく事業計画策定支援に結びつける。
支援対象の掘り起こし	ホームページや当会の公式LINE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	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】

経営革新承認件数は、令和5年度実績13件、平成18年からの累計実績125件となっており、平成27年以降は平均12件/年の実績となっている。主な傾向としては、補助金の活用を希望する事業者は事業計画策定への意識も高く、その後の補助金申請と経営革新計画の承認に繋がった件数が多い。

	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5
経営革新計画承認件数	10件	10件	10件	11件	9件	21件	11件	13件	13件

(補助対象職員5名、経営指導員2名)

【課題】

過去に事業計画の策定を行った事業者やセミナー参加者は、経営革新承認や補助金活用による新たな事業に取り組むことで「気づき」があった事業者が大半を占めている。その一方で、未だに「待ちの商売」に固執している小規模事業者も多く存在しており、ターゲットの明確化や数値目標の設定など計画策定の重要性に気づいていないことが課題である。

(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する。本支援では、経営分析を行った事業者の5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。具体的には、中小企業診断士等と連携した個別相談を重視する。

また、事業計画策定に意欲的な事業者に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	29 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
専門家と連携した個別相談回数 (うち、IT 専門家による個別相談回数)	60 回 (-)	45 回 (10 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	以下の 3 つの方法で支援する。また、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。 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必要に応じて中小企業診断士等の専門家と連携した個別相談の実施 〈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 専門家派遣（埼玉県商工会連合会の DX 専門家等の派遣など）を実施する。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。

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】

フォローアップ巡回は、日程を定め集中的に専門家と巡回訪問しているが、支援回数は各社 1～2 回という制限があったこと、及び過密日程により進捗確認と課題抽出までが精一杯であった。また、事後対応を経営指導員 1 名でこなしており、専門的かつ高度な知識が必要な案件には、時間を要する場合があった。

【課題】

通年に渉る専門的な支援が行き届くように専門家の派遣回数を増やすとともに、相談テーマに沿った専門家の選定と可能な限りで事前調査を行い、相談者に寄り添った支援を実施することが必要である。

(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蓋然性を高める。

また、事業計画を策定した意欲的な事業者を対象に、事業計画の実現可能性を高めることを目的とした各種セミナーも適宜開催する。

(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
フォローアップ対象事業者数	23者	15者	15者	15者	15者	15者
頻度 (延回数)	四半期毎 (109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)	四半期毎 (60回)
売上増加事業者数	12者	5者	5者	5者	5者	5者
経常利益増加事業者数	13者	5者	5者	5者	5者	5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	<p>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。</p> <p>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。あわせて、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。</p> <p>また、過年度を含めて事業計画を策定した事業者を対象に、事業計画の実現可能性を高めるための各種セミナーを適宜開催。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・経営指導や専門家派遣を行う。</p> <p><セミナー案></p> <ul style="list-style-type: none">・販路開拓セミナー・IT（ICT）活用セミナー・BCP への取組セミナー・SDGs やサーキュラーエコノミー（循環経済）セミナー など

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】

①「よしみコレクトナビ（地域情報ポータルサイト）」を活用して町内商工業者の魅力や最新情報を町内外へ情報発信、②工業部会を中心とした展示会（彩の国ビジネスアリーナ）出展支援、③Web による販売促進・販路開拓を目的とした「デジタル活用セミナー（訴求力のある写真の撮り方、Instagram や LINE 公式アカウントなど各種 SNS 活用支援、チャット GPT の基礎研修など）」や専門家派遣支援の実施、④「ゆったり吉見～お店めぐりガイドブック～」や「建設屋さんガイドブック」など、特徴的な商品や提供しているサービスを紹介する事業所情報誌の発行などを行った。

また、商工会独自に Instagram（フォロワー980名）、Facebook（同129名）、LINE 公式アカウント（友だち450名）、YouTube（チャンネル登録49名）、Threads（フォロワー138名）を開設しており、事業所の商品やサービスの紹介、地域の情報発信、イベント案内などを行っている。

【課題】

「彩の国ビジネスアリーナ」への出展支援を行っているが、ここ数年来、参加希望事業者もほぼ同じ事

業者であることが課題である。また、2024年版「中小企業白書・小規模企業白書」でも記載がある通り、小規模事業者は「販路開拓」「マーケティング」が問題（苦手）と感じていることが多く、当地域においても「販路開拓」「マーケティング」支援を強化する必要がある。また、紙媒体で行っている情報発信は、新聞購読者の減少や情報の更新がタイムリーに行えないことが課題となっている。



よしみコレクトナビ周知チラシ



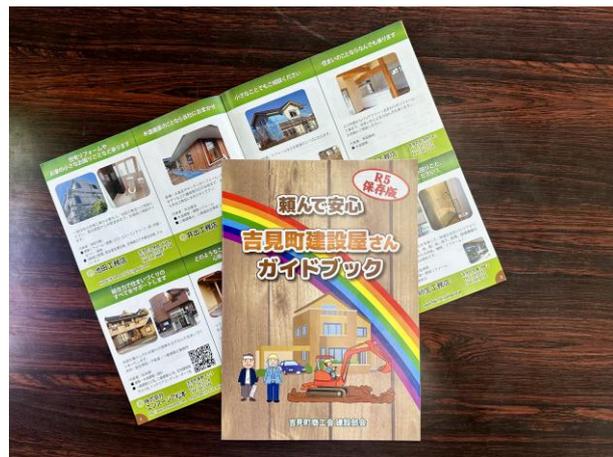
LINE 公式アカウント募集チラシ



デジタルセミナー周知チラシ



ゆったり吉見～お店めぐりガイドブック



吉見町建設屋さんガイドブック

(2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者が町外へ販売する、ITを活用した販路開拓を行うなど『攻めの経営』へ転換することを目指している。そこでこれに寄与する事業を実施する。

事業の実施目的、期待する効果等は次のとおりである。

- ・町外への販売を強化するためには、展示会・商談会の出展が有効である。そこで、「展示会・商談会の出展支援」を実施する。具体的には、近場（県内）でのビジネスマッチングに向けて「彩の国ビジネスアリーナ」や「さいしんビジネスフェア」の出展を支援する。また、事業者によっては、より広域での販売強化を志向する場合もある。そこで、必要に応じて、「東京インターナショナル・ギフト・ショー」の出展も支援する。これらにより、新たな取引先の獲得を目指す。
- ・『攻めの経営』の実現にはITの活用も必要である。特に、当町へ来町する消費者の集客においてはITの活用がより効果を発揮する。一方、町内の小規模事業者は農村特有の地域意識が根強く、従来の商慣習から既存の顧客関係に固執し、ITを活用した販路開拓が十分にできているとはいえない。そこで、IT活用のきっかけづくりとして「ITを活用した情報発信事業」を実施する。これにより個店の集客力のアップを図る。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4)事業内容』のとおりである。
 なお経営分析・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
②ITを活用した情報発信事業 支援事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5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>以下のいずれか（もしくは複数）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 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、出展社数が602企業・団体、来場者数が13,749人であった。</p> <p>イ さいしんビジネスフェア 支援対象：業種問わず 訴求相手：埼玉県全域の事業所</p> <p>埼玉縣信用金庫が主催する展示・商談会である。2015年より隔年で開催され、埼玉縣信用金庫及び協賛信用金庫の取引先である中小企業の販路拡大や、業種や地域を越えたビジネスマッチングを目的としている。令和5年6月は、リアルとオンラインのハイブリッドで開催され、242企業・団体が出展し、8,020名の来場があった。</p> <p>ウ 東京インターナショナル・ギフト・ショー 支援対象：食品製造業等 訴求相手：全国のバイヤー</p> <p>株式会社ビジネスガイド社が主催する、日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市である。ショップ、百貨店、専門店、商社、卸売業者などのバイヤーなどへの販路拡大、商談機会となっている。令和6年9月の開催では、出展社数が2,004社、来場者数が147,988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</p>

	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 <出展後の支援> 商談相手に対するフォロー 等
--	---

②IT を活用した情報発信事業（BtoC）

事業名	IT を活用した情報発信事業
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	<p>町内の小規模事業者は農村特有の地域意識が根強く、従来の商慣習から既存の顧客関係に固執し、旧態依然たる『待ちの経営』に終始する傾向が強い。また、このような背景のなか、IT を活用した販路開拓が十分にできているとはいえない。</p> <p>現状を打破するためには、IT を活用した販路開拓により実際に成果が上がることを体感させる必要がある。そこで、当会では、「よしみコレクトナビ^{*1}」や「吉見町商工会 LINE 公式アカウント^{*2}」による事業所紹介や、「会員事業者 PR 動画^{*3}」の制作などを行い、IT を活用した情報発信により小規模事業者の集客を支援している。</p> <p>※1 よしみコレクトナビ 町内の商工業者の魅力や最新情報を町内外に紹介する目的としたポータルサイト。当町の店舗や観光だけでなく、町民に対しても暮らしに役立つ情報を届けている。</p> <p>※2 吉見町商工会 LINE 公式アカウント 町内の店舗やイベント、暮らしに役立つ情報など届けるための、LINE 公式アカウントである。</p> <p>※3 会員事業者 PR 動画 会員事業者を紹介するための PR 動画である。</p> <p>上記の取組はまだ開始したばかりであり、現状、十分な成果があげられていないが、継続することで成果があがると考える。そこで、今後も継続し、成果をあげることで小規模事業者に IT を活用した販路開拓の効果を実感させる。また、これにより、小規模事業者自身が IT を活用した販路開拓を実施するきっかけ作りとする。</p>
支援の手法	<p>『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する IT セミナーや、個社支援（経営分析支援、その他の支援）の際に、支援対象の掘り起こしを実施する。その後、「よしみコレクトナビ」への掲載支援や、PR 動画の制作支援等を実施する。これらの支援にあたっては、『5. 経営状況の分析に関すること』で分析した小規模事業者の「強み」などを活用する。その後、成果（売上にとどの程度寄与したか）を確認し、小規模事業者自身が IT を活用した販路開拓に取り組むことを提案する。</p> <p>IT を活用した販路開拓に意欲的となった小規模事業者に対しては、IT 専門家派遣を実施。単に IT 専門家を派遣するだけでなく、成果があがるまでハンズオンで支援を継続する。また、当会としても、「よしみコレクトナビ」のリニューアルを行い、事業主自身が追記修正可能な形式へ変更する。</p> <p>その他にも、紙媒体で行っている事業については、デジタル媒体への変更なども検討して、効果的なユーザーリーチを図れる情報発信を行う。さらに、新たに「リフォーム需要獲得支援サイト」の創設を行うなど、情報発信媒体も増やし、効果の最大化を狙う。</p>

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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、当会や吉見町だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「吉見町商工会経営支援事業評価委員会」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) 月2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「吉見町商工会経営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>※「吉見町商工会経営支援事業評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i 吉見町産業振興課長（もしくは担当者）、法定経営指導員、外部有識者（埼玉縣信用金庫吉見支店長等）をメンバーとする「吉見町商工会経営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「吉見町商工会経営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://yoshimi.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関覧可能な状態とする。</p> <p>【ACTION】（事業の見直し）</p> <p>(h) 「吉見町商工会経営支援事業評価委員会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。</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】

簡単な事務作業は経営指導員以外でも対応できるよう職員勉強会を実施し、職員全体の多能工化を図っているが、事業者が抱える経営課題の多様化、上部団体からの報告業務の重複及び頻度の増加などの影響により、現場事務のマンパワー不足は慢性化している。

【課題】

職員勉強会の定期的な実施など経営指導員及び一般職員（補助員・記帳専任職員）のスキルアップを図り、業務の質的向上を図る必要がある。

(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、中小企業大学の専門研修、民間の研修（Web研修）などにも積極的に参加する。</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ィング」、「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能力の向上に資するテーマの研修に参加する。</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 月 2 回の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</p>

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。

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。

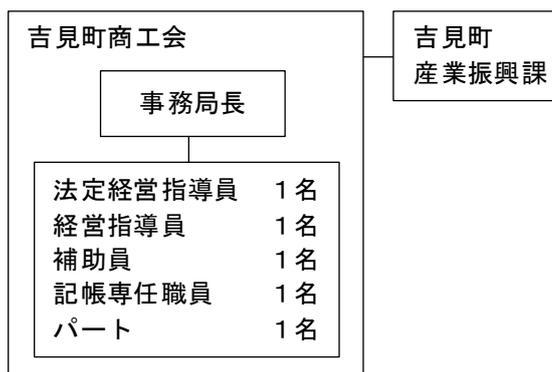
(別表2)

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：清水 純弘

連絡先：吉見町商工会 TEL. 0493-54-0701

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

〒355-0118

埼玉県比企郡吉見町大字下細谷 1210

吉見町商工会

TEL：0493-54-0701 / FAX：0493-54-0743

E-mail：info@yoshimi.or.jp

②関係市町村

〒355-0192

埼玉県比企郡吉見町大字下細谷 411

吉見町 産業振興課 商工観光係

TEL：0493-54-5027 / FAX：0493-54-4200

E-mail：y-9007@town.yoshimi.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	4,931	3,941	3,941	3,941	3,941
専門家派遣	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
展示会出展	1,012	1,012	1,012	1,012	1,012
ポータルサイトリニューアル (事業主自身が追記修正可能な形式へ変更)	990	—	—	—	—
ポータルサイト管理運営費	60	60	60	60	60
PR 動画作成	770	770	770	770	770
経営支援基幹システム	299	299	299	299	299

(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 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