

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	児玉商工会（法人番号 7030005009341） 本庄市（地方公共団体コード 112119）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】小規模事業者が、今後の経営持続のために何が必要なのか、何が求められているのかを分析したうえで、事業を再構築することを目指す 【目標②】小規模事業者が、消費者のニーズや新たな需要を分析したうえで、販路開拓を強化し、消費者取引や企業間取引を拡大させることを目指す 【目標③】小規模事業者が、ITを活用し、販路開拓や生産性向上等を実現させることを目指す 【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、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
事業内容	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 小規模事業者が、今後の経営持続に何が必要なのか、何が求められているのかを把握するためのひとつの手段として「地域の経済動向分析」を実施し、結果を公表する。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の消費者のニーズや新たな需要の分析に向けて、「児玉商工まつり」等のイベントを活用し、消費者のニーズ等を把握するための需要動向調査を実施する。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者が、自社の現状を把握した上で事業を再構築するために、経営分析（財務分析・非財務分析の双方）を支援する。 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」の結果を踏まえたうえで、小規模事業者の事業計画の策定を支援する。 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。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者が消費者取引や企業間取引を拡大させるために、「展示会等の出展支援」や「IT 専門家派遣事業」、「SNS を活用した販売促進支援」による販路開拓の個社支援を実施する。
連絡先	児玉商工会 〒367-0212 埼玉県本庄市児玉町児玉 325-5 TEL: 0495-72-1556 FAX: 0495-72-1948 E-mail: kodama@syokoukai.jp 本庄市役所 経済環境部 支所環境産業課 〒367-0298 埼玉県本庄市児玉町八幡山 368 TEL: 0495-72-1334 FAX: 0495-72-4216 E-mail: kdm-sangyo@city.honjo.lg.jp

(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 本庄市の概況

本庄市（以下、当市）は、東京から 80 キロメートル圏、埼玉県西北に位置する面積 89.69 平方キロメートル、人口約 8 万人の都市である。東は深谷市、西は上里町・神川町、南は美里町・長瀬町・皆野町、北は利根川をはさんで群馬県伊勢崎市に接している。

地形は概ね平坦で安定した地盤を有しているが、長瀬町などとの境界に近い南西部は、陣見山などの 500 メートル級の山々が連なる山村地となっている。自然災害は少なく、気候は夏に雨量が多く、冬に少ない東日本型気候であり、水と緑豊かな自然環境に恵まれたところである。

交通では、JR 高崎線、八高線、上越新幹線、関越自動車道本庄児玉インターチェンジや国道 17 号・254 号・462 号などの主要道が縦横に走り、東京と上信越方面を結ぶ交通の要衝となっている。平成 16 年 3 月には上越新幹線本庄早稲田駅が開業し、東京駅からの所要時間は約 50 分に短縮されている。



出典：本庄市観光協会「本庄市観光ガイドブック」

現在の本庄市は、平成 18 年 1 月に、旧本庄市と旧児玉郡児玉町が合併して誕生した。
この影響で、当市には、本庄商工会議所と児玉商工会（以下、当会）の 2 つの商工団体がある。
なお、当会の管轄エリアは当市南部エリア（旧児玉郡児玉町の地域）である。



イ 人口

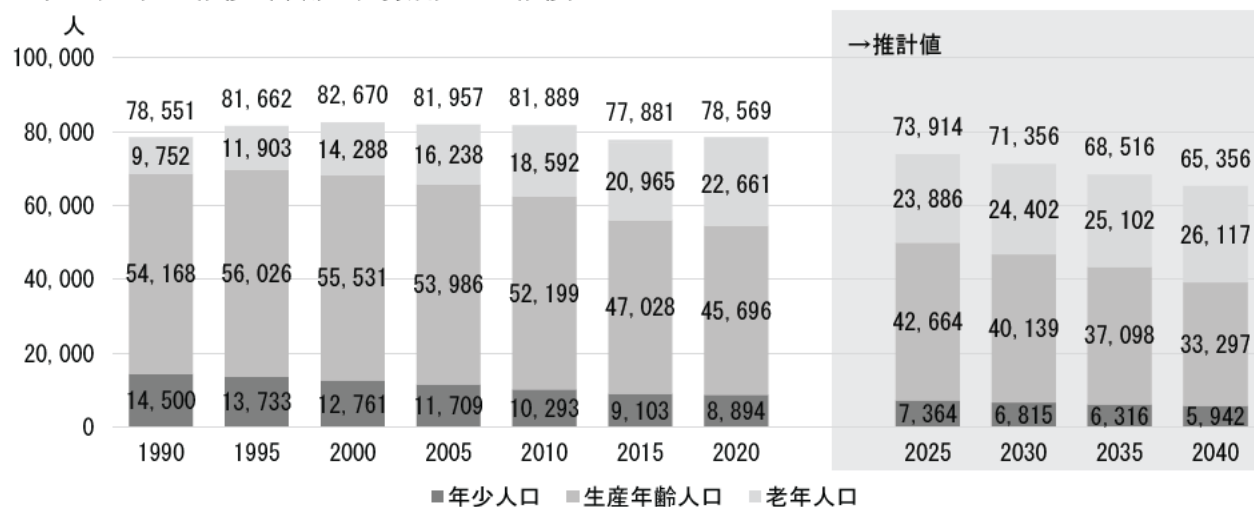
i_ 当市全体

令和 5 年 4 月 1 日時点の人口は 77,473 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、当市の人口は平成 12 年（2000 年）の 82,670 人をピークに減少傾向に転じており、この傾向は今後も続くものと予測されている。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 年（2020 年）の 28.8%から令和 27 年（2040 年）には 40.0%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 年（2020 年）の 58.2%から令和 27 年（2040 年）には 50.9%に低下する見込みである。

■本庄市の人口推移（年齢 3 区分別人口の推移）



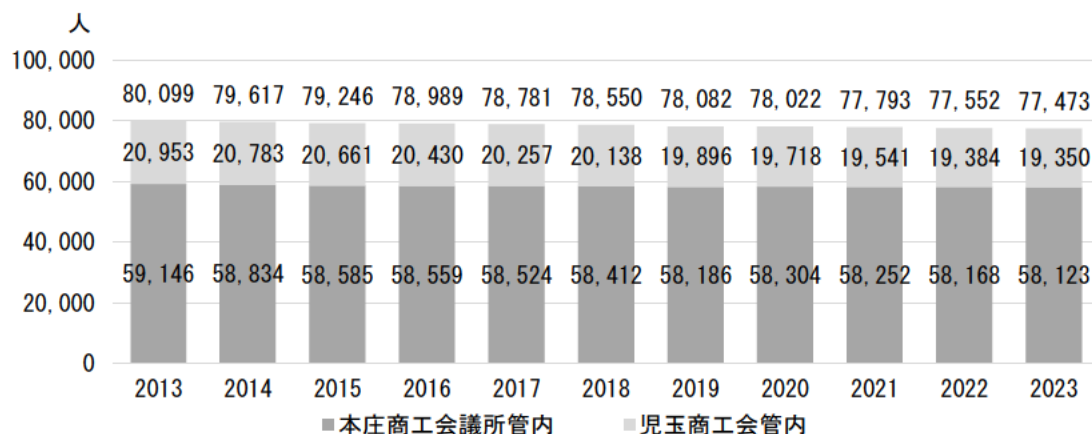
出典：総務省「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

ii_当会管内

令和5年4月1日時点の当会管内の人口は19,350人であり、当市全体の25.0%である(住民基本台帳)。

推移をみると、平成25年(2013年)から令和5年(2023年)までの10年間で当会管内の人口は7.7%減少となっており、当市全体(3.3%減少)と比較して減少割合が高くなっている。

■当会管内の人口推移



出典：本庄市「町別世帯人口（各年4月1日時点）」

ウ 特産品

当市は、県内有数の農作物の産地であり、「本庄野菜」のほか、素材にこだわったご当地グルメがある。当会管内の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
本庄野菜	当市は、「本庄で作れない野菜はない」と言われるほど農業が盛んである。一年を通して様々な野菜が生産されており、季節ごとに旬の野菜を楽しむ。市内児玉地域で生産される「児玉なす」は知る人ぞ知る高品質ブランドなすである。また、同地域で生産される「児玉たまねぎ」は「児玉なす」とともに県内トップクラスの生産量を誇る地域特産品である。
つみっこ	小麦粉を練って一口大につみとり、野菜と一緒に煮込んだ「すいとん」である。市内の飲食店で食べられるほか、イベントへも出店される。
なっとうピザライス(ナピラ)	当市を中心とした埼玉県北部地域に「なっとうピザライス」というメニューがあり、喫茶店を中心とする飲食店のほか、家庭でも手軽に食べられてきた。昆布だしや粉チーズ、めんつゆなどで味を付けたご飯に、納豆、ピーマン、チーズなどの具材を入れて焼き上げチーズを乗せ、香ばしい香り漂う各店自慢の味をぜひ食べ比べしてほしい、ご当地グルメのひとつである。

エ 産業

(a)業種別の現状と課題（経営課題）

i_商業

近年のモータリゼーションの進展や消費者のライフスタイルの変化により、消費の中心が郊外の幹線道路沿いに立地する大型店等へシフトしている。また、インターネットによる通信販売などが一般化し、消費購買手段は大きく変化している。そのため、当市においても商店街の空洞化が進んでいる。

かつて商業の中心としてにぎわった JR 八高線児玉駅周辺の商店街（あら町商店会、児玉中央通り商店会）は、当会と協力して様々な施策を行ってきたが、経営者の高齢化や後継者不足による廃業や、中心地を通る道路の拡張や区画整理をきっかけとする廃業で、加入事業者数の減少に直面している。

また、小規模事業者（小規模店舗や事業所）は、IT の知識が乏しく、利活用が遅れており、国道 254 号沿いの大型店やチェーン店にお客様を奪われている現状を克服できていない。

小規模事業者は様々な努力を行っているが、管内の商業者は厳しい状況が続いている。

ii_工業

かつて、当会管内（旧児玉町）の代表的な地場産業は瓦産業であった。しかし、建築様式の変化、大規模生産地からの市場流入により事業所数は大幅に減少し、現在操業している企業は1社のみとなっている。

物流に関しては、当市は、交通網が発達 首都圏からのアクセスがよく、本庄児玉インターチェンジを中心に他県へのアクセスも非常に便利な位置にある。また、地盤が強いため、耐震性が高く、近年の異常気象による災害被害もほとんどない状況で安心安全な操業が期待できるという強みがある。

この立地上の強みを活かし、当市には、出版印刷業・機械金属加工業・電子機器製造業・化学製品製造業・鉄鋼業など多くの企業が集積している工業団地が 2 つある（下表）。また、当会管内の中心を走る国道 254 号沿いに新たな食品製造業の集積を図る企業誘致をはじめ、工場見学等を通じた「産業観光」を推し進めている。

児玉工業団地	関越自動車道本庄児玉インターチェンジより 3.3km の南西部に位置し、専用道路が設備されており、企業数 54 社で形成されている（うち本庄地区 23 社）。
児玉・神川うめみの工業団地	都心から埼玉県の新北西へ約 80km 圏に位置し、本庄市児玉町と神川町の両町に立地し、県立上武自然公園の区域内にあり、緑と自然に包まれた自然環境にめぐまれた場所に位置し、企業数 10 社で形成されている（うち本庄地区 7 社）。

出典：児玉商工会現地確認調査 令和 5 年 9 月 15 日現在

一方、上越新幹線の「本庄早稲田駅」から都心まで 50 分と通勤も十分可能となっているため、市内に支店や工場を構える大手企業は地元から新たな人材確保を行っていない現状がみられる。

また、工業団地内に企業が多数操業するなか、市内の中小零細企業との連携やマッチングが行われておらず、企業課題に対する小回りの効いた対応策が図れていないのが課題である。

iii_観光産業

近年の観光の形態として、従来型の名所旧跡やレジャー施設などを訪れるタイプだけではなく、国内の交通機関の発達により、日帰り観光の増加や地域に根ざした生活文化を地域の時間に併せて体験する体験型観光、食・グルメを味わう観光スタイルが脚光を浴びている。

当会管内には、埼玉ゆかりの三大偉人のひとり「塙保己一」に代表される郷土の偉人の足跡、地域の人々と共生してきた豊かな大地・森林など、様々な資源がちりばめられている。また、本庄のおもてなしの心を実感してもらう「まちの駅」のネットワークが形成されており、市外から訪れる人たちとの交流が図られ、一過性でない息の長い観光施策の推進に役立っている。

今後は、魅力ある観光資源の発掘・創出・活用を行い、市内外への PR 強化、観光ブランド化を通じた満足度の向上、また市民協働による受入体制の強化により、本市の観光価値を高めることが重要である。

(b)業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

i_当市全体

当市の平成24年の事業所数は3,559社、令和3年の事業所数は3,272社である。

小規模事業所数は平成24年が2,688者、令和3年が2,276者であり、9年間で15.3%減少している。産業別にみると、卸・小売業（△101者）、建設業（△91者）、製造業（△55者）の減少数が大きくなっている。一方、医療、福祉では、小規模事業所数が増加している。

■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	379	335	24	844	435	242	896	404	3,559
小規模事業所数	366	248	15	573	300	109	716	361	2,688
平成28年									
事業所数	342	318	23	842	422	280	874	335	3,436
小規模事業所数	321	233	13	533	291	114	685	289	2,479
令和3年									
事業所数	298	285	14	756	406	334	878	301	3,272
小規模事業所数	275	193	8	472	269	141	662	256	2,276
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△81	△50	△10	△88	△29	92	△18	△103	△287
増減割合	△21.4%	△14.9%	△41.7%	△10.4%	△6.7%	38.0%	△2.0%	△25.5%	△8.1%
小規模事業所数	△91	△55	△7	△101	△31	32	△54	△105	△412
増減割合	△24.9%	△22.2%	△46.7%	△17.6%	△10.3%	29.4%	△7.5%	△29.1%	△15.3%

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

ii_当会管内

続いて、当会管内の小規模事業者数を確認する。

埼玉県資料によると、平成28年の当会管内の商工業者数は758者であり、そのうち558者が小規模事業者となっている。

つまり、上記『i_当市全体』で示した平成28年の小規模事業者数2,479者のうち、当会管内の割合は22.5%であるといえる（出典元となる資料、小規模事業者数の算出方法が異なるため、正確な割合ではない）。

オ 本庄市総合振興計画

「本庄市総合振興計画（平成30年度～令和9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、①商業の振興では、本庄商工会議所・児玉商工会・商店街連合会等の各種団体等との連携・協力による市内の商店街の活性化による地域の特性を活かした商業拠点の維持、中心市街地等空き店舗を利用した営業を開始する事業主への改修費の助成の継続実施、本庄商工会議所・児玉商工会との連携による中小企業の経営力の安定と向上、中小企業の設備の近代化の促進、デジタル化の進展や新型コロナウイルス感染症の感染拡大などの社会情勢の変化への対応、創業希望者に対し経済的支援にとどまらず講座等の紹介などを総体的に行う伴走型支援の実施、観光事業などとの連携による地域の特性を活かした商業の振興、②工業の振興では、中小企業が経済環境の変動に対応しつつ健全に発展するための企業経営の基盤強化、既存の市内中小企業の近代化や技術革新等の強化を図るための本庄商工会議所・児玉商工会等が実施するセミナー等事業の支援、③観光の振興では、関係機関と連携した推奨土産品制度の促進による優良な特産品の開発、安心・安全な農産物のブランド化および販路拡大などが掲げられている。

■基本構想（平成30年度～令和9年度）

まちづくりの基本理念	みんなで育む安心・共生のまちづくり 訪れたくなる住み続けたくなるまちづくり 市民と行政がともに創る安全のまちづくり
本庄市の将来像	あなたと活かす みんなで育む 歴史と教育のまち 本庄 ～世のため、後のため～

政策大綱 (商工・観光部分)	経済環境分野 持続可能で活力に満ちた、にぎわいと魅力のあるまち ・地域経済と雇用を支える産業の育成・強化を図り、誰もがいきいきと働き続けられる環境づくりを推進するとともに、地域資源を活用し、人が訪れたいにぎわいと魅力のあるまちを目指します。 ・環境の保全活動や資源・エネルギーの利活用を促進し、負荷をかけない持続可能な社会の実現を目指します。
-------------------	--

■後期基本計画（令和5年度～令和9年度）

第3章 経済環境分野 持続可能で活力に満ちた、にぎわいと魅力のあるまち

施策大項目2 商業の振興

- 取組内容（施策中項目）
1. 魅力のある商業ゾーンづくり
 2. 商店街の活性化
 3. 商業経営の強化と創業の支援
 4. 他分野との連携による商業の振興

施策大項目3 工業の振興

- 取組内容（施策中項目）
1. 優良企業の誘致
 2. 工業用地の確保
 3. 工場の適正配置
 4. 企業経営の強化

施策大項目4 観光の振興

- 取組内容（施策中項目）
1. 伝統継承の支援
 2. 観光資源の活用
 3. 観光のPR・受入体制の整備
 4. 特産品の開発・普及
 5. 広域観光の推進

施策大項目5 いきいき働ける環境づくりと消費者の安全と利益の確保

- 取組内容（施策中項目）
1. 誰もが安心して働ける環境づくりと雇用の促進
 2. 多様な働き方の推進
 3. 消費生活相談の充実
 4. 消費者意識の向上

※当資料は「本庄市総合振興計画 後期基本計画」より商工・観光部分の施策を引用している。引用においては、「後期基本計画」より統一的な表現を用いて、項目のみを抽出するなど一部加工を行っている。

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が続いており、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。このなかで当会管内は人口の減少率が高い地域である。そのため、小規模事業者においては、人口減少による地域内消費の減衰への対応が課題となる。また、今後の経営持続のために何が必要なのか、何が求められているのかを改めて分析したうえで、事業を再構築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、消費者のニーズや新たな需要を分析することを通じて、この変化へ対応することが課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、今まで以上の労働力不足となること予想されることから、DX（デジタルトランスフォーメーション）等による生産性向上等も必要となってくる。

特産品では、当市は「本庄で作れない野菜はない」と言われるほど農業が盛んである。また、「つみっこ」や「なっとうピザライス（ナピラ）」といった独自性のある特産品もある。小規模事業者においてもこれら特産品を活用した商品の開発・販売や、それに伴う差別化・高付加価値化への取組が期待されている。

当会が考える業種別の課題をみると、①商業では、消費者のライフスタイルや消費購買行動の変化への対応、大型店やECとの差別化、事業承継、ITの利活用、②工業では、工業団地内に立地する企業と市内

の中小零細企業との連携やマッチングの促進、③観光産業では、「日帰り観光」「体験型観光」「食・グルメを味わう観光スタイル」などの新たな観光ニーズへの対応、豊富な観光資源の活用などがあげられる。

当市全体の小規模事業所数は平成24年が2,688者、令和3年が2,276者であり、9年間で15.3%減少している。このうち、当会管内の小規模事業者数は約2割となっている。地域活力維持のためには、地域内の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。

(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

本庄市は、「本庄市総合振興計画」のなかで当市の将来像を「あなたと活かす みんなで育む 歴史と教育のまち 本庄 ～世のため、後のため～」と掲げ、実現に向けた基本理念と政策の柱である「政策大綱」を以下のとおり定めている。

- ①みんなで育む安心・共生のまちづくり
- ②訪れたいくなる住み続けたいくなるまちづくり
- ③市民と行政がともに創る安全のまちづくり

上記「②訪れたいくなる住み続けたいくなるまちづくり」の基本理念のなかに経済環境分野があり、このなかで、地域経済と雇用を支える産業の育成・強化を図り、誰もがいきいきと働き続けられる環境づくりを推進するとともに、地域資源を活用し、人が訪れたいくなるにぎわいと魅力のあるまちづくりを目指すこと、環境の保全活動や資源・エネルギーの利活用を促進し、負荷をかけない持続可能な社会の実現を目指すことなどが掲げられている。

当会管内の現状と課題および「本庄市総合振興計画」を踏まえ小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方について以下のとおり定める。

- ア 地域内小規模事業者が、今後の経営持続のために何が必要なのか、何が求められているのかを分析したうえで、事業を再構築していること
- イ 地域内小規模事業者が、消費者のニーズや新たな需要を分析したうえで、販路開拓を強化し、消費者取引や企業間取引を拡大させていること
- ウ 歴史と伝統がある当地域の資源を、創出・活用・PR・ブランド化することで小規模事業者が高付加価値化を実現していること。また、行政や関係機関と連携を強化し、持続可能で活力に満ちた、にぎわいと魅力あるまちを実現すること

②本庄市総合振興計画との連動性・整合性

前項「①10年程度の期間を見据えて」で示した10年後の小規模事業者のあるべき姿と「本庄市総合振興計画」の関係は下表のとおりであり、連動性・整合性がある。

■本庄市総合振興計画と前項の比較表

本庄市総合振興計画	10年後の小規模事業者のあるべき姿
商業の振興 ①魅力ある商業ゾーンづくり 本庄商工会議所等を含む各機関等の多様な連携により、市内の商店街の活性化を図り、地域の特性を活かした商業拠点の維持を支援。また中心市街地等の空き店舗を利用し営業を開始する事業者に改修費の助成を継続実施。	以下の取組により、小規模事業者が経営の安定と向上や経営基盤の強化を図ること
②商店街の活性化 商店会等が行うイベント等の販売促進事業等や、消費者とのコミュニケーションを図るため、各種事業において本庄商工会議所、児玉商工会、商店街連合会と協力し、商店街の活性化の支援。	ア 地域内小規模事業者が、今後の経営持続のために何が必要なのか、何が求められているのかを分析したうえで
③商業経営の強化と創業支援 中小企業の経営力の安定と向上を図るため、本庄商工会議所、児玉商工会との連携により、商業診断、経営相談指導等を実施。また、中小企業の安定と設備の近代化の促進のため、各種融資制度の拡充に努める。デジタル化の進展や感	

染症等の社会情勢の変化を踏まえつつ、事業者が対応できるよう必要に応じた支援の実施。 ④他分野との連携による商業の振興 観光事業などとの連携を図り、集客力のある回遊ルートを開発を行い、歴史、文化など地域の特性を活かした商業の振興を目指す。交流人口の増加につながるイベントの実施。	で、事業を再構築していること イ 地域内小規模事業者が、消費者のニーズや新たな需要を分析したうえで、販路開拓を強化し、消費者取引や企業間取引を拡大させていること
工業の振興 ①優良企業の誘致 上越・北陸新幹線や関越自動車道をはじめとする交通の利便性や操業に適した環境を有する地域の特長を活かし、本庄千本桜周辺地区産業団地等をはじめとした工業用地への優良企業の誘致並びに地元雇用の創出の促進。 ②工場用地の確保 新たな産業拠点の創造に向けて、アクセス性や企業ニーズが高い関越自動車道本庄児玉インターチェンジ等に隣接する地域を中心に、立地の可能性について検討を進め、あわせて国・県の協力や支援を求めながら早期実現を目指す。 ③工場の適正配置 新たな企業の立地や移転については、企業誘致優遇制度などを活用しながら、住工混在地区の工場を移転・集約化することによって、市街地の住環境の向上を図るとともに、向上の安定的な操業環境の確保。 ④企業経営の強化 中小企業が経済環境の変動に対応しつつ健全な発展を図れるよう、各種融資制度の拡充に努め、企業経営の基盤強化を図る取組みを支援。また既存の市内中小企業の近代化や技術革新等の強化を図るために本庄商工会議所・児玉商工会等が実施するセミナー等の事業を支援。	
観光の振興 ①伝統継承の支援 祭り、行事、郷土芸能などの保存を図るため、維持管理や後継者の育成、祭りの品格を高めるため研究等の支援。 ②観光資源の活用 歴史的建造物・花の名所などの観光資源の活用を図る。工場見学など体験参加型プログラムを活用した観光ルートの開設や観光資源の活用を図るほか、本庄ブランド発信のための施設の整備を検討。 ③観光のPR・受入体制の強化 ポスター、パンフレット等やSNS等を通じて積極的に観光PRを図る。また在日外国人へのPRの推進とともに、受入体制の整備や観光案内看板等の設置等を図る。 ④特産品の開発・普及 関係機関と連携し、推奨土産特産制度の促進による優良な特産品の開発・ブランド化・販売路線の拡大。本市マスコット「はにぼん」を用いたグッズ開発や販売推進。 ⑤広域観光の推進 本庄地域広域観光振興協議会等を活用し、本市及び近隣市町村の観光情報の共有化と観光ルートの開発、PRを図り、広域連携による観光振興を図る。	ウ 歴史と伝統がある当地域の資源を、創出・活用・PR・ブランド化することで小規模事業者が高付加価値化を実現していること。また、行政や関係機関と連携を強化し、持続可能で活力に満ちた、にぎわいと魅力あるまちを実現すること
③商工会としての役割 当会の支援対象は、多くが販路開拓を苦手とする小規模事業者であり、支援機関として十分な販路開拓支援ができていないことが課題である。そのため、今後の商工会業務をより実効性の高いものにするため販路開拓支援を強化する必要がある。 また、後継者不足及び大型店の進出等により、商店会（現在2商店会）もかつての賑わいが消えつつあり、現状の経営計画を根本から見直す必要がある。	

企業の持続的発展に資するためにも後継者の育成や事業承継支援に早期に取り組み、若手経営者が活躍できるよう支援する必要がある。

併せて、観光分野においても地元の観光資源を十分に活用できているとは言えず、現存する観光資源の有効活用により、外からの在日、訪日外国人などを含めた観光客入り込み数の増加対策を構築する必要がある。

こうした課題に対応するため、当会の役割として商工会職員の資格取得やスキルアップを図り小規模事業者へ支援の強化をしつつ、単発な支援ではなく、継続して支援を行っていき、小規模事業者の持続的発展に寄与することを目標に掲げ推進していくことが必要だと考えている。

第1期経営発達支援計画では、以下の目標掲げ、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）

児玉商工会管内の人口減少や後継者問題による事業所数の減少に歯止めをかけ、小規模事業者の持続的発展に寄与し、関係機関との連携を強化することにより、地域の発展に繋げるため以下の項目を目標に掲げ推進します。

1. 経営革新計画取得・各種補助金申請策定支援及び金融機関等と連携した創業者の発掘及び創業支援
2. 売上拡大に資するための販路開拓支援
3. 観光資源の有効活用による観光入り込み客数の増加

(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4つの目標を設定する。

〈目標〉

- 【目標①】小規模事業者が、今後の経営持続のために何が必要なのか、何が求められているのかを分析したうえで、事業を再構築することを目指す
- 【目標②】小規模事業者が、消費者のニーズや新たな需要を分析したうえで、販路開拓を強化し、消費者取引や企業間取引を拡大させることを目指す
- 【目標③】小規模事業者が、ITを活用し、販路開拓や生産性向上等を実現させることを目指す
- 【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、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

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標④】により、小規模事業者を持続的に発展・成長させていくことを目指す。これにより、地域経済と雇用を支える産業の育成・強化を図り、持続可能で活力に満ちた、にぎわいと魅力のあるまちづくりの創出に寄与する。

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】

小規模事業者が、今後の経営持続のために何が必要なのか、何が求められているのかを分析したうえで、事業を再構築することを目指す

【目標①達成のための方針】

小規模事業者が、今後の経営持続に何が必要なのか、何が求められているのかを分析するために、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、事業を再構築するための取組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。

【目標②】

小規模事業者が、消費者のニーズや新たな需要を分析したうえで、販路開拓を強化、消費者取引や企業間取引を拡大させることを目指す

【目標②達成のための方針】

小規模事業者が、消費者のニーズや新たな需要を分析するための支援として、前項で記載した「地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）」だけでなく、「イベントでの商品調査」による個社の商品調査を支援する。なお当該支援は、調査に留めず、調査結果を活用して商品のブラッシュアップに繋げることを目指す。

また、販路開拓の強化に向けた支援として、「展示会等の出展支援」等を実施する。

【目標③】

小規模事業者が、ITを活用し、販路開拓や生産性向上等を実現させることを目指す

【目標③達成のための方針】

小規模事業者が、ITを活用して販路開拓や生産性向上等を実現させるための支援として、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。また、事業計画策定支援の際に、DXセミナーやIT専門家派遣を行う。さらに、販路開拓支援の際に、「IT専門家派遣事業」や「SNSを活用した販売促進支援」を実施する。

当会内においても、効果的な支援に向けて、IT・デジタル化支援能力の資質向上を図る。

【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、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

【目標④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、今後の経営持続に何が必要なのか、何が求められているのかを把握するためのひとつの方法として、データの活用がある。当会では現状、個社支援の際にデータを活用していたが、広く周知するに至っていなかった。

【課題】

これまで広く周知できていなかったため、今後は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	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、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】

消費者ニーズは日々変化しているが、小規模事業者のなかには、この変化を捉えられていない事業者も多い。また、時代の変化により、消費者の新たな需要が生まれている。そのため、当会においても、小規模事業者が消費者のニーズや新たな需要を分析するための支援が必要であるが、現状、十分な支援ができているとはいえなかった。

【課題】

小規模事業者が消費者のニーズや新たな需要を分析するための支援を実施する必要がある。また、単に調査に留めず、調査結果を活用して商品のブラッシュアップに繋げ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
イベントでの商品調査 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	イベントでの商品調査
目的	当会では、地域内小規模事業者が、消費者のニーズや新たな需要を分析したうえで、販路開拓支援を強化し、消費者取引や企業間取引を拡大させていることを目指している。これを実現するためには、小規模事業者が消費者のニーズや新たな需要を分析する必要がある。そこで、「児玉商工まつり※」等のイベントにて、消費者のニーズ等を把握するための需要動向調査を実施する。
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。なお、本調査は基本的に地元客をターゲットとした商品を想定しているが、特産品を活用した商品がある場合は優先的に調査を実施する。
調査の手段・手法	「児玉商工まつり※」等のイベントを活用し、来場者向けに試食・アンケート調査を実施する。調査は、当会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。
調査を行う項目	☐ 商品の総合評価（直感的な評価） ☐ 味 ☐ パッケージ ☐ 独自性（児玉らしさ） ☐ 価格 ☐ 購入意向 ☐ 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。

※ 児玉商工まつり

当会が主催するイベントである。例年 10 月中旬の日曜日に、競進社模範蚕室周辺で開催される。大抽選会やゲームなどの楽しいイベントが行われる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が事業を再構築するためには、小規模事業者自身が自社の経営状況や経営課題等を客観的に把握し、事業再構築の必要性を認識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、事業計画策定支援に付随して実施することが多く、経営分析自体を目的とすることは少なかった。そのため、表面的な分析に留まっており、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】

現状は表面的な分析しか実施できていなかったため、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、小規模事業者の多くは IT の活用が遅れていることから、IT を活用した販路開拓や生産性向上等に向けて、デジタル化・IT 活用の状況も併せて分析することが課題である。

(2) 目標

伴走型支援の導入部として、年間 30 者の経営分析を行うことを目標とする。30 者/年の内訳は、経営指導員 2 名×15 者/年=30 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	45 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者

※現行値（45 者/年）のなかには、財務分析のみ、非財務分析のみを実施するという、表面的な分析もみられた。今後は、経営力再構築伴走支援を行い、経営者との対話と傾聴を通じて、事業者が抱える本質的な課題抽出を行うため、目標値を 30 者/年としている。

(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、今後の経営持続のために何が必要なのか、何が求められているのかを分析したうえで事業を再構築するために、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	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。なお、専門性が高い分析が必要な場合は、ビジネスパワーアッププロジェクト※（以下、BPP）などを活用した専門家派遣による分析を実施する。 具体的な分析内容は下表のとおりである。 <table><tr><td colspan="2">■経営分析を実施する項目</td></tr><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> <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 </td></tr></table> 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」、クラウド型支援サービス（Biz ミル等）などを活用し、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。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。						■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	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
■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											
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											
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 BPP 等を活用した専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、クラウド型支援サービス（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。											

※ ビジネスパワーアッププロジェクト（BPP）

埼玉県北部の 7 つの商工会（寄居町商工会、くまがや市商工会、ふかや市商工会、当会、上里町商工会、美里町商工会、神川町商工会）と 4 つの商工会議所（熊谷商工会議所、深谷商工会議所、本庄商工会議所、秩父商工会議所）が連携して実施する広域連携事業である。主に、①BPP に登録した専門家の派遣事業、②中小企業ビジネス交流会の開催、③売上拡大実践講習会の開催、④ビジネスマッチング・交流会の開催などを行っている。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

本来、事業計画策定支援は、前項『5. 経営状況の分析に関すること』で顕在化した本質的な課題を解決するために実施するべきものである。一方、現状は「何が必要で、何が求められているか」に基づいた計画作りでなく、「何をやりたいか」に基づいた計画作りが中心となっている。

【課題】

小規模事業者が「何をやりたいか」という考えに基づいたの計画作りの場合、実現可能性が低い計画となることも多い。そのため、「何が必要で、何が求められているか」に基づいた地に足が付いた計画作りを支援（誘導）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5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セミナーやIT専門家派遣を行い、事業計画にIT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	12 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
事業計画策定セミナーの開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
DXセミナーの開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援													
目的	「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 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 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、DX セミナーの開催や 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、補助金や助成金を契機とした掘り起こしも実施する。													
支援の手段・手法	事業計画の策定支援に先立ち、事業計画に IT 活用の視点を織り込むことを目的として、DX セミナーを開催する。 ■DX セミナー <table><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>講師派遣会社の講師等を想定</td></tr><tr><td>カリキュラム</td><td>毎回、時流に合った IT 関連テーマを定める。なお、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）、各種 IT ツール紹介等の総論的な内容も紹介する。</td></tr><tr><td>想定参加者数</td><td>15 人</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	講師派遣会社の講師等を想定	カリキュラム	毎回、時流に合った IT 関連テーマを定める。なお、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）、各種 IT ツール紹介等の総論的な内容も紹介する。	想定参加者数	15 人
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	講師派遣会社の講師等を想定													
カリキュラム	毎回、時流に合った IT 関連テーマを定める。なお、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）、各種 IT ツール紹介等の総論的な内容も紹介する。													
想定参加者数	15 人													

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、③事業計画策定セミナーで作成する方法の3つの方法で実施する。支援にあたっては、必要に応じてBPP等を活用した専門家派遣を実施する。

また、管内でDXを促進させるため、事業計画にIT活用を織り込む事業者に対しては、IT専門家派遣を実施する。

■事業計画策定セミナー

対象事業者	すべての事業者を対象とするが、経営分析を実施した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（2時間×3日間）
講師	中小企業診断士を想定
カリキュラム	事業計画書策定のポイント、経営分析、目標や課題解決に向けての取組等
想定参加者数	講師と参加者がコミュニケーションを取りながら進められるよう、少人数制（10名程度）とする。

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】

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】

事業計画や事業承継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、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者の割合が3割、フォローアップ対象事業者に対する経常利益増加事業者の割合が2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	12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	-	5者	5者	5者	5者	5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BPP等を活用した専門家派遣を行い、軌道に乗せるための支援を実施する。なお、事業計画の進捗管理は、事業者自身ができるようになることが好ましい。そのため、フォローアップ支援においては、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ような支援を実施する。
-----------------------	---

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ITを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専門家派遣事業」や「SNSを活用した販売促進支援」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展示会等の出展支援 出展事業者数	1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専門家派遣事業 支援事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2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%
③SNSを活用した販売促進支援 支援事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①展示会等の出展支援（BtoB）

事業名	展示会等の出展支援
目的	対企業取引の事業者にとって、展示会等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等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等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（もしくは両方）の展示会等の出展支援を行う。 ア ほんじょう産業フェスタ

	支援対象：小規模事業者（業種問わず） 訴求相手：市内の事業所 本庄市が市内の産業振興や経済の活性化を推進することを目的に開催するイベントである。令和4年から開始され、毎年11月に開催される予定である。フェスタでは、飲食ブースの出店やイベントなどが行われるが、その他に市内企業の紹介ブースの設置や商工製品の販売体験会なども実施される。令和4年11月の開催では、市内企業の紹介として81ブースが出展した。また、総来場者数は15,000人であった。 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 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。
支援の手段・手法	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、「ほんじょう産業フェスタ」では、地域内でのイベント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。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

②IT 専門家派遣事業（BtoB, BtoC）

事業名	IT 専門家派遣事業
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 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。
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 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。
支援の手段・手法	①『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する「DX セミナー」の参加者、②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、③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。
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。

③SNS を活用した販売促進支援（BtoC）	
事業名	SNS を活用した販売促進支援
目的	近年、新たな販路開拓手法として、Instagram、Facebook、X、TikTok、YouTube 等の SNS による販売促進や販売に取り組む事業者が増加している。そこで、SNS による販売及び販売促進（情報発信含む）を行う事業者を支援し、さらに徹底的にフォローアップを行うことで売上拡大を目指す。
支援対象	対消費者取引（BtoC）を行う事業者
訴求相手	全国の消費者、観光客等
支援内容	SNS による販売促進を支援することにより売上拡大を目指す。
支援の手段・手法	チラシの配布やホームページの他、巡回訪問などで支援対象者を掘り起こす。その後、SNS ページの立ち上げから、ページ構成、PR 方法等を伴走型で実施する。支援にあたっては、必要に応じて IT 専門家派遣等を実施する。構築後は、アクセス数や購入数を定期的にフォローし、PDCA サイクルを回すことで売上拡大を目指す。 また、近年は、ジオターゲティング広告（GPS を利用し、店舗周辺に滞在履歴がある人などへダイレクトに配信する広告）などの効果の高い新たな広告手段がでているものの、小規模事業者の認知度は低いため、このような新たな広告手段の提案や実行支援を行う。
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】

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、当会や本庄市だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「経営発達支援事業 事業検討委員会」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。 【PLAN】（事業の計画・見直し） (a) 前年度の【ACTION】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。 【DO】（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、実施した内容をクラウド型支援ツール（Biz ミル等）に適時入力する。 【CHECK】（事業の評価） (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。 (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。

	(g) 年 1 回の「経営発達支援事業 事業検討委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。 ※「経営発達支援事業 事業検討委員会」の実施の流れ i 本庄市役所 支所環境産業課長（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 事業検討委員会」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。 ii 当該「経営発達支援事業 事業検討委員会」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 https://kodama-shoukokuai.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。 【ACTION】（事業の見直し） (h) 「経営発達支援事業 事業検討委員会」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【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「小規模事業者の IT 支援」や「経営力再構築伴走支援」に関する知識・ノウハウが不足している。

【課題】

本計画の成果をあげるために、補助員や一般職員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）
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。 〔小規模支援法改正により新たに求められる能力〕 ・ 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 ・ 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 〔近年の支援環境の変化に対して求められる能力〕 ・ 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、補助員等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などの上部団体等が主催する研修に参加する他、ビジネスパワーアッププロジェクト（BPP）や近隣の商工会と共同*で講師を招聘して研修を開催する。 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 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」に参加する他、ビジネスパワーアッププロジェクト（BPP）や近隣の商工会と共同で講師を招聘し、「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」のようなテーマで研修を開催する。
	※ 近隣の商工会と共同 埼玉県商工会連合会が区分している第 8 ブロック連絡協議会（神川町商工会、上里町商工会、美里町商工会、当会）などを想定している。
	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	ア OJT ベテラン職員や広域指導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。 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。 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）	
事務局長 法定経営指導員 1名 経営指導員 1名 補助員 1名 記帳専任職員 1名 本庄市役所 経済環境部 支所環境産業課	
(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： 間々田 尋 連絡先： 児玉商工会 TEL. 0495-72-1556	
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 〒367-0212 埼玉県本庄市児玉町児玉 325-5 児玉商工会 TEL： 0495-72-1556 ／ FAX： 0495-72-1948 E-mail： kodama@syokokukai.jp	
②関係市町村 〒367-0298 埼玉県本庄市児玉町八幡山 368 本庄市役所 経済環境部 支所環境産業課 TEL： 0495-72-1334 ／ FAX： 0495-72-4216 E-mail： kdm-sangyo@city.honjo.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	600	600	600	600	600
研究調査費	350	350	350	350	350
支援発達費	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
国補助金、埼玉県補助金、本庄市補助金、事業手数料収入、事務委託費 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