

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>幸手市商工会 (法人番号 1030005004728) 幸手市 (地方公共団体コード 112402)</p>	
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>	
<p>目標</p>	<p>幸手市の商工業の課題や振興のあり方を踏まえ、経営発達支援事業を効率的に実施し、伴走型による小規模事業者の持続的発展と地域経済の活性化を目指す。</p> <p>①小規模事業者の持続的発展と経営基盤の強化を図るために事業計画に基づく計画経営の導入支援を行う。</p> <p>②創業・事業承継支援の強化による地域経済の維持・発展を目指す。</p> <p>③魅力ある商店づくりと空き店舗活用による商店街等の活性化。</p> <p>④地域支援機関との協力による支援体制の強化によって、小規模事業者の支援効果の向上を図る。</p>	
<p>事業内容</p>	<p>1. 地域の経済動向調査に関すること 地域経済分析システム (RESAS) を活用した地域の経済動向調査・独自の経済動向調査を行う。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 個社の商品・サービスに関する消費者アンケートを行い、当該事業者にもフォードバックすることで、商品・サービスの販売戦略の見直しや更なる新商品・サービス開発に活用していく。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 経営指導員等の巡回・窓口支援やセミナーを通じ、小規模事業者の経営課題の抽出と解決にむけた経営分析を行う。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 経営分析から抽出した経営課題・経営の方向性をもとに、専門家等とも連携しながら、事業計画策定支援を行う。また、創業者への支援として創業計画策定支援を行う。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 小規模事業者 (創業者を含む) が策定した事業計画 (創業計画) と現状との差異について、原因や対応策を講ずるためにフォローアップ支援を行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新商品の販売支援 (BtoC) や商談会への出展支援等 (BtoB) の実施による販路開拓支援を実施する。</p>	
<p>連絡先</p>	<p>幸手市商工会 企業支援課 〒340-0114 埼玉県幸手市東3丁目8番3号 TEL : 0480-43-3830 FAX : 0480-43-3883 E-mail : satte@syokoukai.jp</p>	<p>幸手市 建設経済部 商工観光課 〒340-0192 埼玉県幸手市東4丁目6番8号 TEL : 0480-43-1111 FAX : 0480-43-1123 E-mail : syoukou@city.satte.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

【立地】

幸手市は、埼玉県北東部に位置し、東京都心から50km圏内にあり、東武鉄道日光線、国道4号線や4号バイパスの整備により東京都心から1時間圏域にある。

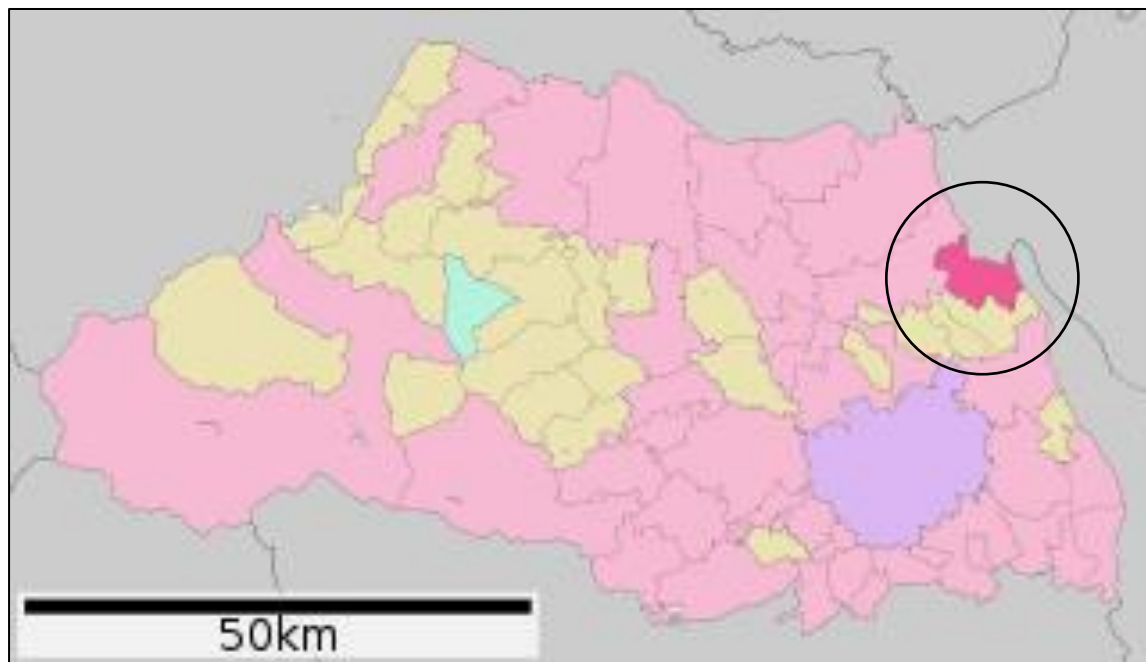
面積は、33.93km²、市域は東西8.8km、南北は7.6kmとなっている。

中心市街地には日光街道が東武鉄道日光線に沿うような形で整備されているが、日光街道が整備される以前より、利根川水系による河川舟運と鎌倉街道中道の人の往来で交通の要衝として栄えていた。江戸時代に入り日光街道が整備され、宿場町「幸手宿」として賑わいを見せ、現在の市街地の基盤は、このころ作られたものである。現在も日光街道を中心に商店会が9つ組織されている。

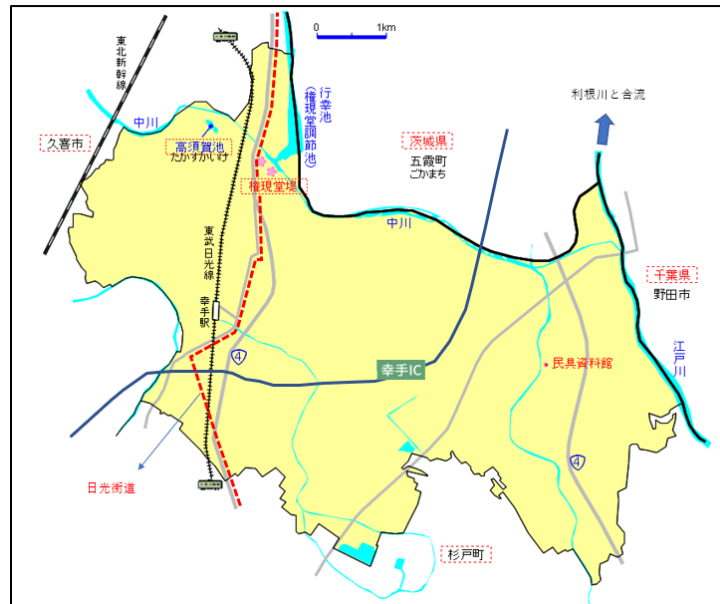
昭和4年、東武鉄道日光線幸手駅が開業すると人口も徐々に増加し、商業や綿織物工場、製糸工場等を初めとする地場産業で賑わい、昭和61年の市政施行に伴い幸手市となった。

平成31年3月、東武鉄道幸手駅の駅舎の橋上化により、駅の東西口が自由通路で行き来できるようになり、あわせて駅の西口改札が開設された。これにより、新たに久喜駅(JR宇都宮線、東武伊勢崎線)までのバスの路線も開通し、市民の利便性が向上した。

【埼玉県の地図と幸手市の位置】



【幸手市の地図】



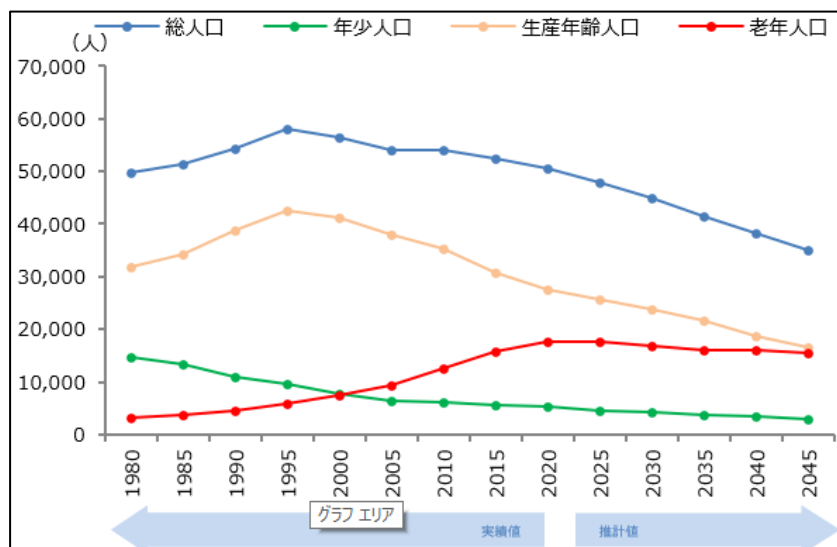
【人口】（令和2年10月1日現在）

総人口 : 50,389人（男25,348人、女25,041人）
世帯数 : 22,840世帯

幸手市の人口は、平成7年（1995年）の58,172人をピークに令和2年（2020年）10月時点で50,389まで減少している。

65歳以上の老年人口比率は、平成7年（1995年）では、10.2%であったが、令和2年（2020年）には34.8%となり、急速に高齢化が進行している。

生産年齢人口比率は、平成12年（2000年）の73.1%をピークに急激に減少している。RESASでは2045年の生産年齢人口比率が47.3%、老年人口比率は44.1%とほぼ同比率になると推計されている。年少人口についても減少が続き、少子高齢化の進展に歯止めがかかっていない。



【出典】 RESAS 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所

【産業】

平成28年度経済センサス活動調査結果によると、幸手市の事業所数は2,089件で、平成24年度と比較すると110件の減少となっている。

事業所数が多い業種は「卸売り・小売業」、続いて、「宿泊業・飲食業」、「建設業」になっている。「医療・福祉」の業種は22件増えたものの、全体の事業所数は減少傾向にある。

	業種	H24	H28	増減
第一次産業	農林漁業	5	5	0
	鉱業	0	1	1
第二次産業	建設業	254	236	△ 18
	製造業	222	192	△ 30
	電気・ガス・熱供給・水道業	2	1	△ 1
第三次産業	情報通信業	11	6	△ 5
	運輸業、郵便業	47	45	△ 2
	卸売業、小売業	519	468	△ 51
	金融業保険業	16	13	△ 3
	不動産業、物品賃貸業	219	205	△ 14
	学術研究、専門・技術サービス業	67	70	3
	宿泊業、飲食サービス業	258	252	△ 6
	生活関連サービス業、娯楽業	218	214	△ 4
	教育、学習支援業	97	89	△ 8
	医療、福祉	133	155	22
	複合サービス事業	4	7	3
	その他のサービス業	127	130	3
合計		2,199	2,089	△ 110

出展：総務省統計局 経済センサス

市内の事業所を従業者の規模別にみると、従業者数5人未満の小規模事業者は、全体の65.2%、20人未満で見ると90.2%を占め、小規模事業者が多いことがわかる。

規模	5人未満	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	その他	合計
事業所数	1,361	342	179	89	55	28	28	7	2,089
	65.2%	16.4%	8.6%	4.3%	2.6%	1.3%	1.3%	0.3%	
従業者数	2,706	2,231	2,428	2,084	2,075	1,882	4,872	-	18,278
	14.8%	12.2%	13.3%	11.4%	11.4%	10.3%	26.7%	-	

出展：総務省統計局 経済センサス

【大規模小売店舗】

幸手市及び近隣市町の大規模小売店舗の平成24年度以降の出店状況は、次の通りとなっている。幸手市で2店、隣接の久喜市で2店、杉戸町で3店の出店があり、市内の小売店への影響は大きい。

	幸手市	久喜市	白岡市	杉戸町	宮代町	合計
大規模小売店舗数	19	28	7	6	1	61
内、平成24年度以降の出店数	2	2	2	3	0	9

参考：埼玉県大規模小売店名簿

経済センサス活動調査の平成24年と平成28年を比較すると、事業所数の減少は全体で110件のマイナスとなっているが、最も多く減少した業種は、「卸売り・小売業」で51件のマイナスになっている。

これは、大規模小売店舗の出店による消費行動の変化等の影響により事業の継続が困難となり、加えて後継者不足による廃業が原因であると考えられる。特に、中心市街地の小規模な小売店の廃業の増加の原因の一つになっていると考えられる。

幸手市内の商店会の加盟店数は、比較できる資料では、平成17年4月の267件から令和2年4月時点では202件まで減少していることも大規模小売店舗出店の影響による消費行動の変化等が原因と考えられる。

【幸手市商工会 会員数 推移】

市内の事業所数が減少傾向にある中で、当会の会員数は、廃業等による退会が毎年30件程度あるものの、入会も同数程度あり、ここ数年は安定的に推移している。

これは、新規加入のうち会員事業者による紹介加入の割合が7割程度ある等、補助金申請をはじめとする当会のきめ細かな事業者支援が好評であることで、会員数が安定的に推移している理由であると考えている。

	H27.4.1	H28.4.1	H29.4.1	H30.4.1	H31.4.1	R2.4.1
会員数	1,090	1,071	1,059	1,056	1,054	1,057

【交通】

主要道路として、国道4号線、国道4号バイパスがそれぞれ南北に通っている。平成24年、高速道路「首都圏中央連絡自動車道（以下、圏央道）」の開通により、幸手インターチェンジが設置され、東北自動車道、関越自動車道、中央自動車道や東名高速道路とのアクセスが可能となった。

幸手インターチェンジの東側地区に幸手中央地区産業団地が造成された（面積：47ha）。産業団地への進出企業は食品製造業や物流企業等で、17区画すべての分譲が終了し、今後、操業する区画を含めて順調に稼働し始めている。幸手中央地区産業団地の順調な稼働により、雇用の創出、物流の効率化等、今後も産業の発展に期待が寄せられている。

【観光】

市の北部、中川の堤防となっている権現堂堤には、約1,000本の桜並木があり、市民の憩いの場となっている。また、NPO法人幸手権現堂桜堤保存会の努力により、初夏には100種類1万株のあじさい、秋には25万株の曼珠沙華、冬には水仙が植栽され、四季折々の花が咲き揃い、大きな観光資源として成長している。



②課題（課題と課題に対する考え方）

②-1 計画的な経営への意識不足

- ・多くの小規模事業者は、これまでの経験を頼りにした商売を行っており、計画的に経営するという意識が低いので、計画経営の重要性を認識させていく必要がある。

当会が計画策定支援を行っている事業所について、経営革新計画承認件数と小規模事業者持続化補助金の採択件数についてみると、次の通りとなっている。

経営革新計画の承認事業所の中には、計画承認支援と前後して、販路開拓の取組として小規模事業者持続化補助金の申請を行う事業者もあり、事業計画に基づく計画経営の重要性を認識する小規模事業者が増えている。

なお、従業員数が20人未満の事業所数の1,882件と比較すると、少数にとどまっていることから、今後も個社がもつ強みを活かした経営を持続していくための事業計画策定を伴走型で支援を行う。

	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度
経営革新計画承認件数	12件	13件	10件	9件	17件
小規模事業者持続化補助金の採択件数	12件	13件	9件	13件	15件

※R2年度は、見込み数

②-2 中心市街地（商店街）の活性化

- ・高齢化の進展等による中心市街地（商店街）において、事業承継や起業を促進。
- ・空き店舗の活用とイベント情報の発信によるにぎわいの創出をする。
- ・小規模事業者の限られた経営資源で高付加価値の商品・サービスを開発販売していくことによる大型店との差別化を図る。

②-3 多様化する買い物志向に対応した商業サービス等の構築

- ・小規模店舗は地域に密着し、顧客に合わせた細かな要望に応えることが可能であることから、地域の高齢化に対応したシニア向けの商品・サービスの拡充等大型店とは差別化した細かいサービスの提供による経営戦略の検討が求められる。

②-4 建設業、製造業の経営基盤強化

- ・建設業は、元請負先1社に頼った経営を行っているところが多く、元請負先の経営状況に左右されやすい不安定な状況にある。そこで、地域密着で小回りの利く工事が可能であるという小規模事業者の優位性を活かして、市民から直接リフォーム工事を請け負うための実効性のある事業計画策定支援が必要となる。
- ・当会で経営指導をする製造業の多くは、1・2社の取引先からの受注製造に依存していることも多く、取引先開拓に消極的であるので、他の協力団体等とともに商談の機会を継続的に作っていくことが必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①幸手市総合振興計画

幸手市では、第6次幸手市総合振興計画が定められている。この計画は、前期基本計画が2019（平成31）年度から2023（令和5）年度までの5年間、後期基本計画が2024（令和6）年度から2028（令和10）年度のそれぞれ5年間、合わせて10年の基本計画となっている。

この10年の基本計画では、商工業に関する部分は一貫して「にぎわい」、「活性化」がキーワードとなっており、10年後も継続して、産業の活性化がテーマになると考えられる。

前期基本計画の第2部一分野別計画－第5章「にぎわいと活力あふれるまち」【観光・産業】に以下の通りの施策の目標及び現状と課題が挙げられている。

第6次幸手市総合振興計画

第2部一分野別計画－第5章「にぎわいと活力あふれるまち」【観光・産業】より

施策の目的

- ・商業団体の活動に対する支援や後継者の育成を図り、商業者が安定して持続可能な経営ができること。
- ・企業の立地促進や中小企業の経営支援、また創業支援を図ることにより、地域経済が活性化すること。
- ・特性や個性を活かした魅力ある商店街の形成を図り、中心市街地がにぎわっていること。

幸手市総合振興計画に挙げられる課題は、次の通り。

現状と課題

- ・首都圏中央連絡自動車道（圏央道）が開通し、幸手インターチェンジが開設され、幸手中央地区産業団地の整備が行われました。このことにより本市への交通利便性の向上、誘致企業による雇用機会の創出などによる地域活性化の促進が期待されています。
- ・本市の商業環境は、郊外における大規模小売店舗の出店に伴い、売り場面積は増加傾向となっています。しかし、中心市街地をはじめとして既存の小規模小売店については、経営者の高齢化に伴う後継者問題、収益の減少などにより空き店舗となる事例が増えており、この対策が喫緊の課題となっています。
- ・商業の活性化策として、商工会や商業協同組合とともに「食」に関するイベントの開催や、商店会組織が実践する活性化事業への支援を実施しました。今後も協働による中心市街地の活性化を図る事業や商業者の自主的な取り組みへの支援が必要とされています。

さらに、幸手市では、関連する計画として「幸手市中心市街地にぎわい創造方針」が平成30年3月に策定されており、本方針の中に商工会の役割が挙げられている。

幸手市中心市街地にぎわい創造方針に挙げられる商工会の役割

中心市街地にぎわい創造へ向けての役割

- 産業経済団体の一つとして、市全域あるいは周辺市町との連携により取り組むことが求められる。
- 中心市街地活性化・にぎわい創造に関する事業活動について、主体となって推進することが求められる。
- 専門家集団として、経営診断や経営相談、融資、労務等で商業者をサポートし、商店の経営面での魅力と活力の向上を推進することが求められる。
- 市内での購買の向上や愛着と指示される商店街活動等への支援が求められる。

第6次幸手市総合振興計画及び幸手市中心市街地にぎわい創造方針を踏まえ、当会における長期的な振興の在り方を次のように定める。

- ① 商工会が身近な相談窓口として、これまでの金融・税務・労務相談等の経営改善普及事業に加えて、個社の課題解決のための支援に重点を置き、小規模事業者の経営力の強化を図る。
- ② 特に近年は、経営革新計画、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金等へ取り組む事業者が増えてきており、これらの経営計画作成が個社の課題解決につながることから、より一層、個社の課題解決のための支援を行っていく。
- ③ 事業者支援の効果的な実施のための他の支援機関等との協力強化を図る。

(3) 経営発達支援計画の目標

幸手市の課題や幸手市総合振興計画における施策の目的、幸手市中心市街地にぎわい創造方針における商工会の役割を踏まえ、幸手市商工会は小規模事業者振興の目標として次の項目を掲げ、小規模事業者の持続的発展と地域経済の活性化を目指す。

- ① 小規模事業者の持続的発展と経営基盤の強化を図るために事業計画に基づく計画経営の導入支援を行う。
- ② 創業・事業承継支援の強化による地域経済の維持・発展を目指す。
- ③ 魅力ある商店づくりと空き店舗活用による商店街等の活性化
- ④ 地域支援機関との協力による支援体制の強化によって、小規模事業者の支援効果の向上を図る。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の持続的発展と経営基盤の強化を図るために事業計画に基づく計画経営の導入支援を行う。

事業計画に基づく計画経営を実施している小規模事業者は増加しているものの、管内の事業所数と比較して少数にとどまっていることから、今後も個社がもつ強みを活かした経営を支援し、伴走型体制での経営分析、需要動向を見据えた事業計画の策定支援と計画実施に対する積極的な支援を行う。

②創業・事業承継支援の強化による地域経済の維持・発展を目指す。

幸手市の課題の一つである事業所数の減少を食い止めるため、専門家や他の支援機関との協力により、既存事業者の後継者問題に即した事業承継支援を行うとともに、創業塾等の創業支援を充実させ、市内での創業を促進する。また、創業後の支援を強化することで、経営を安定させ、地域経済の活性化を目指す。

③魅力ある商店づくりと空き店舗活用による商店街等の活性化

当会が実施する空き店舗活用事業「しあわせのえき『プラス』」を発展させ、地域情報の発信の場として活用することで、商店街の活性化を図る。また、幸手市商業協同組合や幸手市商店会連合会とともに地域活性化の協議を行っていく。

④地域支援機関との協力による支援体制の強化によって、小規模事業者の支援効果の向上を図る。

幸手市、地元金融機関、その他支援機関等との支援体制を構築する。そして、それぞれの役割を明確化し、協力強化を図り、小規模事業者の経営課題解決に向けた施策等を実施する。

経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 当会では、市内の企業を対象にした地域景気動向調査を実施していない。

景気動向については、金融機関が発行する調査報告書で国内・県内の経済概況、県内産業動向等の把握に努めてきた。

【課題】 これまで、ビッグデータ等を活用した経済動向分析は行っていなかったため、客観的なデータによる動向を把握できていない。そのため、小規模事業者持続化補助金（以下、「持続化補助金」という）の事業計画策定等の支援では一時的にデータ収集を行うが、継続的な動向調査ではないため、経験則をもとにした指導になっている。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① ビッグデータの活用による地域の経済動向分析の公表回数	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 中小企業景気動向調査（独自調査）による景気動向分析の公表回数	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(3) 事業内容

① ビッグデータの活用

管内の事業者に対し、事業計画策定や地域の経済動向の把握のために経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【分析手法】 ・「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

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

② 中小企業景気動向調査（独自調査）

全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を参考にした調査票により、調査・分析を年2回実施する。

【調査対象】 会員事業者1,000社

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

【調査手法】 会員事業者へ調査票を郵送し、FAX等で回収する。

回収目標数：50社

【分析手法】経営指導員が集計し、分析を行う。

(4) 成果の活用

- ・分析した結果は、当会ホームページに掲載し、市内事業者等に周知する。
- ・小規模事業者持続化補助金をはじめとする補助金申請等に必要な事業計画策定支援の参考資料にする。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 個社の商品・サービスに対する需要動向調査は計画的には行っていない。

会員からの要望により、ホテル事業者のサービスに関する利用者アンケート調査を実施し、ホテル事業者へフィードバックした実績等がある。

【課題】 小規模事業者の中には、新たな商品開発やサービスの提供に前向きに取り組む事業所があるが、消費者アンケートに基づく商品開発等のテストマーケティングを行うことなく、これまでの経験等を頼りにした商品開発を行っている。そのため、需要動向調査の手法を持っていない。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
調査対象事業者数	1 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社

(3) 事業内容

個社の看板商品（サービス）や開発中の商品（サービス）に関する消費者アンケートを実施することで、個社の商品（サービス）改良のきっかけづくりや新商品（サービス）の開発意欲を高めていく。

【調査対象事業者】

個社の商品・サービスの開発や改良につながる需要動向調査の実施は、以下の事業者を想定する等、案件別に柔軟に対応する。

- ① 地域の観光資源となっている権現堂は、桜をはじめ四季の花の観賞で訪れる観光客が多ので、この桜等、四季の花をイメージした商品開発をする事業者。
- ② 前年度（令和2年度）に経営革新計画の策定等により、新たな商品またはサービスの試作品等を開発した事業者。

【調査項目】

新商品・サービスに対するテストマーケティング等の調査は次の通り実施するが、調査対象事業者の業種業態に合わせて柔軟に調査項目を設定して実施する。

顧客属性	居住地、年齢、性別、来店曜日・時間・頻度、来店動機等の事項。
商品属性	(飲食店の場合) 注文メニューに対しての味、量、価格、色合い、食材の適否、改善点等 (小売店の場合) 購入商品に対しての色、サイズ、価格、パッケージ（見た目）、用途、使い勝手等

【調査方法】

次の方法を含めて、調査対象事業者により調査方法を判断して実施する。

- ア 商品、サービスの提供店舗での既存顧客への店頭アンケート調査や聞き取り調査。
- イ 市内各地で開催されるイベントに来場する地域内外の一般消費者へのアンケート調査や聞き取り調査。

調査数は、飲食店の調査対象商品をイベント時に調査する場合は、回答数を50件に設定する等、調査対象と調査方法により設定する。

【活用方法】

アンケート調査結果の分析・整理を行い、当該事業者にフィードバックすることで、商品開発及び商品構成、販売戦略の見直しと、更なる新商品開発・販売の参考データとして活用してもらい、新たな需要開拓に繋げる。アンケート調査結果の分析・整理は、場合によっては専門家の助言を得ながら実施することで分析の効果を高める。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 小規模事業者持続化補助金等の補助金申請を検討している事業者、経営革新計画承認に向けて取り組む事業者に対して、支援内容によっては中小企業診断士等の助言を得ながら経営分析を実施している。

また、毎月開催している日本政策金融公庫の定例相談会の相談者の金融支援時の経営分析、巡回・窓口相談時に計画経営の提案をして経営分析を実施している。

この他、毎年、補助金活用セミナー等の経営セミナーを開催し、計画経営の提案を行い、経営分析を実施している。

[課題] 経営分析を実施する事業者数は、毎年70件程度となっているが、市内の従業員数が20人未満の事業所数の1,882件と比較すると、経営分析の実績数は少数にとどまっている。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①巡回・窓口相談者の経営分析数	62 件	45 件	45 件	45 件	45 件	45 件
②経営セミナー等参加者の経営分析件数	20 件	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件
合計	82 件	60 件	60 件	60 件	60 件	60 件
経営セミナー等の開催数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

【目標数値について】

①の経営分析数（補助金申請や金融支援等、巡回・窓口相談を契機とする経営分析）

現行 : 令和2年度の公庫定例相談会の出席見込み数：30件、経営革新計画承認見込み数：17件、持続化補助金等の補助金申請実績見込み数：15件、以上の見込み数の合計。

R3年度以降：現行実績は、新型コロナウイルスの影響による相談件数が多いため、調整後の目標件数とする。

②の経営分析数

現行 : 令和2年度に開催するセミナーの出席者数（全4回コースのセミナーの平均出席者数）。

R3年度以降：令和元年度までの経営セミナー等の平均出席者数の12件の実績から15件を目標数として設定する。

(3) 事業内容

事業計画に基づく計画経営に取り組むことが重要と考える小規模事業者に対し、事業計画策定を前提にした経営分析の実施を提案する。また、経営セミナー等の開催については、補助金の申請も視野に入れた実現可能性の高い事業計画策定による計画経営の重要性を周知しながら、小規模事業者の経営分析を実施する。

【対象者】 ①補助金申請相談者、金融相談者等の巡回・窓口相談者のうち、経営分析を希望する事業者

②経営セミナー等の参加者

【分析項目】

- ・定量分析たる財務分析
売上高、経常利益、損益分岐点、売上高総利益率等
- ・定性分析たるSWOT分析（非財務分析）
強み、弱み、機会、脅威

【分析手法】

経営支援基幹システム（Bizミル）等を利用し、経営指導員が分析する。また、外部専門家と協力し、分析する。

(4) 成果の活用

分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画策定に活用する。また、Bizミル等で内部共有することで、経営指導等のスキルアップに活用する。

5-1. 事業計画策定支援に関すること（対象：小規模事業者）

(1) 現状と課題

【現状】 小規模事業者持続化補助金等の補助金申請にかかる事業計画策定支援、経営革新計画等の事業計画策定支援は、巡回・窓口指導時等及び経営セミナー等の開催により事業計画策定支援を実施している。この他、日本政策金融公庫の定例相談会を契機として事業計画策定支援を実施している。

【課題】 補助金申請をきっかけとする事業計画策定支援では、実際に採択された事業計画書を補助金申請書の記入例として補助金申請希望者に提示すると、計画書作りに困難さを感じて、事業計画策定を断念する事業者もいるため、経営指導員による伴走型の事業計画策定支援が求められている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画に基づく計画経営の重要性を認識した小規模事業者に対して、事業計画策定を伴走型で支援していく。経営セミナー等の参加者の中には補助金申請を視野に入れる事業者もいるため、補助金の募集時期を視野に入れた実効性、実現性の高い事業計画の策定を支援する。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 金融相談者、巡回・ 窓口相談者等、日常 の相談者の事業計画 策定件数	32 件	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件
② 経営セミナー等の出 席者の事業計画策定 件数	10 件	8 件	8 件	8 件	8 件	8 件
合計	42 件	23 件	23 件	23 件	23 件	23 件

【目標数値について】

①の事業計画策定件数

現行 : 令和2年度の見込み数。

R3 年度以降 : 令和元年度の経営分析件数と事業計画の策定割合の 1/3 で算出。

経営分析件数目標件数 45 件 × 事業計画策定割合実績 1/3 = 15 件

※現行の令和2年度は、前年度の持越し案件が多かったため、目標は調整値で設定。

②による経営分析数

現行 : 令和2年度の見込み数。

R3年度以降: 目標件数15件×事業計画策定割合実績50%≒8件

※令和2年度は、新型コロナウイルスの感染拡大による影響でセミナー参加者が多かったため、前年の令和元年のセミナー参加者数と事業計画策定割合の50%で算出。15件×50%≒8件

(4) 事業内容

事業計画に基づく計画経営の重要性を認識し、経営分析を行った小規模事業者に対する伴走型による事業計画策定支援

【対象者】 ①金融相談者、巡回・窓口相談者等、日常の相談者を対象者とする。
②経営セミナー等の出席者

【手法】 小規模事業者の現状分析、課題と解決方法等の補助金申請のポイントを指導する。

5-2 創業者に対する支援（対象：創業希望者）

(1) 現状と課題

【現状】 産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画の認定を受けている幸手市と近隣の6つの商工会（埼玉県商工会連合会第11ブロック）及び埼玉県、日本政策金融公庫、民間金融機関と協力し、当会が創業支援等事業者として、創業塾を開催している。なお、令和2年度は、新型コロナウイルスの影響により、セミナー形式による創業塾の開催を中止し、専門家による個別相談事業として実施している。

令和元年度は、創業塾の参加者以外の支援者を含めて15名が創業した。創業者へは、創業後も継続的に販路開拓支援等を行っている。

【課題】 創業時の金融支援において、十分な自己資金を有していない創業希望者が多いことから、自己資金の準備に関する指導が欠かせない。創業資金の準備を含めた創業計画を策定しないで創業する事業者もいるため、計画経営の重要性を認識させていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

創業への思いと、創業の準備不足というギャップが生じる場合もあるため、当会が5年前から実施している近隣6商工会との共同創業塾を今後も継続して開催し、創業計画の策定の重要性を認識させていく。

当会が創業塾を定期的に開催している地域唯一の支援機関であることを継続して発信していくことで、日常の創業相談にも対応していく。

これにより、資金計画や販売計画等の創業計画の重要性を認識していない、あるいは創業計画の重要性の認識が不足している創業希望者に対し、事業を継続していくための創業計画を立てることの重要性を理解してもらう。

また、創業塾の開催時期以外にも創業相談の対応ができるよう、相談窓口としての機能を果たしていく。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 創業塾参加者の 創業計画策定件数	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
② 日常相談による創業 計画策定件数	2 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
合計	5 件	6 件	6 件	6 件	6 件	6 件

【目標数値について】

①による創業計画策定件数

現行 : 令和2年度は、新型コロナウイルスの感染拡大による影響により、創業塾の開催を中止したため、令和元年度の実績を現行とする。

R3 年度以降 : 創業塾の参加見込み数（例年5名程度）から経営指導員が各1件の策定することを目標とする。

②による創業計画策定件数

現行 : 令和2年度の見込み数。

R3 年度以降 : 指導員3名、一人1件の策定を目標とする。

(4) 事業内容

①創業塾の開催

【回数等】 年1回（5日間コース）、出席者5名を見込む。

（近隣商工会と共同開催のため全体出席見込み数は30名）

【対象者】 市内在住及び市内で創業を希望する者。

【募集】 幸手市の広報誌、当会ホームページへの掲載等により開催を周知。

【内容】 創業希望者の経営、財務、人材育成、販路開拓等の知識習得を目的とする。

②創業ワンストップ相談窓口による創業支援

創業支援等事業者として、創業までの支援窓口として、創業希望者の相談に応じる。

6-1. 事業計画策定後の支援に関すること（対象：小規模事業者）

(1) 現状と課題

【現状】 小規模事業者に対する事業計画策定後の支援

持続化補助金等の補助金採択者や経営革新計画の承認を受けた事業者に対して、事業計画策定後の実行支援（以下、「フォローアップ」という）を行っている。

【課題】 定期的なフォローアップが出来ていないため、計画と現状の差異に対する対応が遅れることがある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定事業者への定期訪問で事業計画の進捗状況を確認し、集中的に支援すべき事業者と訪問回数を減らしても差し支えない事業者を見極め、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数	-	23 社	23 社	23 社	23 社	23 社
頻度 (延数)	-	188 回	188 回	188 回	188 回	188 回
売上増加事業者数	-	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
利益率 2%以上の増加事業者数	-	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

【目標数値について】

フォローアップによる売り上げ増加事業所数
経営指導員数 3 名×1 社を目標数とする。

①のフォローアップによる利益率増加事業所数
経営指導員数 3 名×1 社を目標数とする。

(4) 事業内容

事業計画の実行に自信がないために、専門家や経営指導員の後押しがないと実行できない小規模事業者がいる。そのため、フォローアップにより、事業計画に基づく計画経営を推進し、また、計画との差異が生じないように支援する。思うように進んでいない事業者に対しては、専門家と協力してフォローアップを行う。

【対象者】

小規模事業者 小規模事業者持続化補助金、経営革新計画の認定により事業計画策定した小規模事業者を対象とする。

フォローアップの頻度は、事業計画策定目標の23社のうち、10社は毎月1回、8社は2か月に1回、5社は四半期に1回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画が思うように進んでいない事業者に対しては、フォローアップ頻度の変更を行い、必要に応じて外部専門家と協力して事業計画の実行性を高めていく。

6-2. 事業計画策定（創業計画）後の支援に関すること（対象：創業者）

（1）現状と課題

【現状】 創業後、日々の帳簿作成や確定申告に必要な税務指導、資金繰りの悪化による金融相談、集客や新たな取引先を増やしたいといった販路開拓等の相談の多くは、事業者からの相談依頼の連絡があった時に対応を行っている。

【課題】 定期的なフォローアップが出来ていないため、計画と現状の差異に対する対応が遅れることがある。

（2）支援に対する考え方

支援対象は、事業計画（創業計画）を策定した事業者とするが、事業計画策定事業者への定期的なフォローアップで事業計画の進捗状況を確認し、集中的に支援すべき事業者とフォローアップ回数を減らしても差し支えない事業者を見極め、フォローアップ頻度を設定する。

（3）目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象創業者数	-	6 社	6 社	6 社	6 社	6 社
頻度（延数）	-	30 回	30 回	30 回	30 回	30 回
売上増加事業者数	-	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

【目標数値について】

フォローアップによる売り上げ増加事業所数
経営指導員数 3 名×1 社を目標数とする。

（4）事業内容

創業後は、経営者は一人で悩みを抱えることがあるが、専門家や経営指導員のフォローアップを心強く感じる事業者も多くいる。そのため、フォローアップにより、事業計画に基づく計画経営を推進し、計画との差異が生じないように支援し、また、思うように進んでいない事業者に対しては、専門家と協力してフォローアップを行う。

【対象者】

創業者 創業支援により事業計画を策定し、創業した事業者を対象とする。

事業計画（創業計画）策定目標の内、3社は2か月に1回、3社は3か月に1回のフォローアップを行う。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画が思うように進んでいない事業者に対しては、フォローアップ頻度の変更を行い、必要に応じて外部専門家と協力して事業計画の実行性を高めていく。

7. 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] 以下のような販路開拓支援を行っている。

① 商業者への支援

事業者が開発した商品の販売場所として、JA埼玉みずほが運営する農産物直売所「さくらファーム」に饅頭等の商品紹介をして、販売機会を作っている。

② 工業者への支援

当会の工業部会において、建設業支援として市民向けのリフォーム相談事業を実施しており、登録事業者による見積もり・業者紹介サービスを実施し、商工会が紹介することによる安心な事業者紹介として好評を得ている。

③ 製造業者への支援

小規模な製造業等の販路開拓支援として、当会を含めた埼玉県の東部地域の商工団体や金融機関が共同で開催する商談会「東部地域ビジネスマッチング」に毎年2社程度の出展支援をしている。

※さくらファームについて

農産品だけでなく地元商工業者の商品販売も行っている。
直売所の場所が、桜等の四季の花で来場者の多い権現堂公園の目の前にあり、平成29年度から令和元年度の客数は毎年度20万人前後（レジ通過客数）と多くの来客がある。

※東部地域ビジネスマッチングについて

毎年2月に春日部商工会議所・宮代町商工会・杉戸町商工会・白岡市商工会・庄和商工会・幸手市商工会・加須市商工会・蓮田市商工会・草加商工会議所・越谷商工会議所・三郷市商工会・八潮市商工会・吉川市商工会・松伏町商工会と埼玉県産業振興公社・埼玉ふれあい拠点運営共同事業体・埼玉縣信用金庫で協力し、春日部商工会議所が代表となり、「埼玉県東部地域ビジネスマッチングフェア2020」を開催している。

中小事業者が積極的に品質の向上や新製品の開発に取り組み顧客の需要に応えようと努力している魅力ある埼玉県内の中小企業を支援するために個別面談方式によるミニ商談会と製品展示会として開催している。

平成31年2月開催（出展企業数：発注側9社、受注側29社、令和2年2月は新型コロナウイルスの影響により中止）。

[課題] ①さくらファームへの紹介件数が少なく、最近では市外事業者の商品が半数以上であるため、地場産商品の開発販売が急務となっており、新商品の開発意欲の高い事業者を掘り起こしていく必要がある。

②見積もりサービスは、大手のリフォーム業者等との比較資料として利用されることもあるため、市内の安心なりフォーム会社をPRしていく必要がある。

- ③東部ビジネスマッチングという商談会への出展は、敷居が高いと感じる事業者もいるため、ここ数年は出展者が固定化傾向にあり、新規出展者の掘り起こしに繋がっていない。

(2) 支援に対する考え方

①農産物直売所「さくらファーム」等での新商品販売支援

需要動向調査を実施し、新商品を開発した事業者について、調査結果等のデータをもとにさくらファーム等への委託販売の紹介をすることで、委託契約の成約につなげ、新商品開発の事業者の売り上げ増加に寄与する。

②建設業の販路開拓支援

元請負先1社に依存した経営を行ってきた建設業が、市民からのリフォーム相談や改築・改装工事の受注機会につながっている実績を活かして、本事業を継続して実施していく

③製造業の販路開拓支援

商談会「東部地域ビジネスマッチング」の開催情報を地元金融機関等の他の支援機関にも積極的に提供し、貴重な商談の機会としての効果を高めていく。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①の販路開拓支援事業者数	1 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
売上額/社	5 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
②の販路開拓支援契約数	6 社	6 社	6 社	8 社	8 社	8 社
売上額/社	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円
③の参加事業者数	2 社	2 社	3 社	3 社	3 社	3 社
商談件数/社	1 件/社	1 件/社	2 件/社	2 件/社	2 件/社	2 件/社

【目標数値について】

①について

需要動向調査の目標件数2社のうち、通年で販売可能な「さくらファーム」や幸手桜まつりでの販売ブース等に出品できる事業者割合を50%と想定して1件、これに例年の取引紹介実績数の1件、合計2件とする。

②について

令和4年度までは、現行の契約数を目標とする。
令和5年度以降は、広報強化の効果で契約数の増加を見込む。

③について

令和3年度までは、現行の商談件数を目標とする。
令和2年度は、新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、東部地域ビジネスマ

ッチングが中止となったので、令和元年度の実績を目標とする。
令和4年度以降は、共同出展の提案により、出店数の増加を図る。

(4) 事業内容

① 商業者への支援：さくらファーム等を活用した販路開拓支援【BtoC】

需要動向調査の結果による販売計画と、さくらファーム等での販売、販売実績の分析評価、改善というPDCAサイクルを回すことで、事業者の商品開発意欲をさらに高める。

② 工業者への支援：建設業者へのリフォーム相談事業【BtoC】

元請負先1社に頼った経営を行っているところが多い建設事業者の経営基盤を安定させるために、地域密着で小回りの利く工事が可能であるという小規模事業者の優位性を活かして、市民から直接リフォーム工事を請け負うためのリフォーム紹介事業を強化して、継続実施していく。リフォーム相談事業は、市のリフォーム補助金と並行して実施できるようにすることで効果を高めていく。

③ 製造業への支援：商談会【BtoB】

敷居が高いと感じる「東部地域ビジネスマッチング」等の商談会への出展は、単独出展店を提案していくのではなく、共同出展を提案する。これにより、一つの商談案件を数社で不足する技術を補いながら対応する体制を作り、受注機会の増加を図っていく。

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

8. 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】 幸手市建設経済部商工観光課と必要に応じて連絡会議を実施している。また、当会の1年間の事業実績を総会資料にまとめ、会員の事業者に配布・公表し、意見をもらいながら、各種事業の改善に取り組んでいる。

【課題】 事業実績の公表は会員に限られている。また、第三者を含めた委員会が未設置である。

(2) 事業内容

毎年6月に前年度の事業結果をもとに経営発達支援事業の進捗状況等の評価を行う評価会を開催する。

評価会議のメンバーは、以下と想定する。

- ① 当会の執行部（構成は正副会長、専務理事）
- ② 幸手市建設経済部商工観光課長
- ③ 事務局長
- ④ 法定経営指導員
- ⑤ 外部有識者（中小企業診断士）

当該評価会の評価結果は、理事会に報告し、商業部会や工業部会、青年部・女性部の各部会の事業方針等に反映させていく。

また、評価結果は事務所へ常時備え付けをすることで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

9. 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] 経営指導員等の資質向上については、事業者への専門家派遣の帯同により、専門家の支援や課題解決スキルを実践形式で学ぶ他、埼玉県商工会連合会が主催する職員研修や個々の職員が職責に応じた研修等への参加を中心に行っている。研修等に参加した職員は、復命書に研修内容の資料を添付して作成し、職員間で回覧を行っている。

経営指導員間では、専門家帯同の情報や研修内容について、月に1回程度開催する企業支援課会議で報告し、情報共有を図っている。

[課題] 経営指導員間の情報共有だけでなく、組織全体として知識や支援ノウハウ等を共有できる仕組みが不十分である。

(2) 事業内容

①外部研修会への参加による支援能力向上

埼玉県商工会連合会が主催する研修に加え、外部組織の中小企業整備機構等が主催する研修へも積極的に参加することで、経営分析、経営革新、販路開拓、事業承継といった支援能力の向上を図る。

②OJTによる支援能力向上

②-1 専門家・外部支援機関との協力による資質向上

専門家派遣や外部支援機関との支援の際には、経営指導員も同行し、OJTにて支援能力（ヒアリング手法、支援の進め方、分析の視点、事業展開の手法、専門的支援知識等）の向上を図る。

②-2 職員同士の同行による資質向上

支援経験の浅い職員に対しては、可能な限りベテラン職員を巡回訪問や窓口支援に同席させ、実施支援を通じたOJTを積極的に実施する。

③組織内での支援ノウハウの共有化

③-1 経営指導員会議の開催

2週に1回程度の頻度で定期的を開催し、小規模事業者の支援事例を共有し、互いの得意・不得意分野を補完し合いながら、経営支援のスキル・ノウハウを高め合うとともに、知識や情報の共有化を図る。

③-2 データベース化

個社支援の記録は、Bizミルや基幹システム上の経営カルテに適時入力を行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が共有できるシステムを構築する。

10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 他の支援機関との連携として、埼玉県利根地域管内における商工団体連絡会議（管内10商工団体）、地域連携会議（近隣6商工会：幸手市、久喜市、蓮田市、白岡市、杉戸町、宮代町）、日本政策金融公庫越谷支店協力会（支店管轄商工団体11組織）に参加し、支援ノウハウ、支援の現状、支援事例、国や埼玉県、各種関係機関の施策等についての情報交換を行っている。

また、市内の金融機関（現状は、埼玉縣信用金庫）との勉強会の開催により、市内の小規模事業者の支援情報の共有等、情報交換を行っている。

〔課題〕 各支援機関から得た支援ノウハウ等の情報については、参加者や経営指導員間、あるいは担当者レベルで情報が留まる等極めて限定的であり、組織内で十分に共有化できていない。また、各支援機関から得た支援ノウハウ等の情報についても、組織として小規模事業者への支援に効果的に活かされやすい体制ではない。

(2) 事業内容

次の各支援機関との情報交換の会議には、可能な限り、複数名で出席する等、他の支援機関との交流・参加者相互の支援ノウハウの情報交換を積極的に行う。また、収集した情報については、経営指導員会議、総務課会議により、職員全員での情報共有を行い、組織全体の支援能力向上を図る。

① 商工団体連絡会議（利根地域振興センター管内）への出席（年2回）

② 中小企業基盤強化事業（地域連携型）会議への出席（年6回）

埼玉県利根地域振興センターを中心とする、利根管内の商工団体10団体※1が参加する「商工団体連絡会議」及び、近隣エリアの商工団体※2で構成する「地域連携会議」へ出席し、行政の施策をはじめ小規模事業者の個社支援ノウハウ・地域活性化支援等の情報を得る。

※1 利根管内の商工団体10団体

加須市商工会・羽生市商工会・南河原商工会・久喜市商工会・幸手市商工会
宮代町商工会・杉戸町商工会・白岡市商工会・蓮田市商工会・行田商工会議所

※2 近隣エリアの商工団体

久喜市商工会・蓮田市商工会・白岡市商工会
杉戸町商工会・宮代町商工会・幸手市商工会

③ 日本政策金融公庫 マル経協議会への出席（年2回）

小規模事業者経営改善資金（マル経）推薦団体連絡協議会（日本政策金融公庫越谷支店管内商工会、商工会議所）へ出席し、金融支援他、公庫管内の融資制度の利用状況や各地域の資金需要や地域経済動向について情報交換を行う。また、小規模事業者等からの金融相談を受けた際には、迅速に対応するため、普段から公庫職員との情報交換を行い、支援体制の強化を図る。

④ 金融機関との勉強会（年1回）

地域の状況把握や金融支援他、創業や経営改善における事例や課題等について、埼玉縣信用金庫のみならず、地域の他の金融機関（埼玉りそな銀行、武蔵野銀行、栃木銀行）との情報交換を開催することで、今後の支援に対する方向性の共有を図り、個社支援に活かしていく。

なお、全ての金融機関との合同開催については、事業承継の事例等、個別性が強く金融機関独自の支援ノウハウを持つことから、金融機関が一堂に会する開催が困難になることが予測される。その場合は、金融機関と個別の情報交換会を実施して個社支援に活かしていく。

1.1. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状] 平成30年3月に策定した中心市街地にぎわい創造方針を定め（運用10年間）により、商工会を事務局とした「中心市街地にぎわい創造推進協議会」を平成30年4月に立ち上げ、事業展開を図っている。

また、埼玉県立幸手桜高校と平成31年2月に連携協定を結び、2年生の授業運営や文化祭での市内事業所の販促PR等、様々な事業を展開した。

[課題] 中心市街地にぎわい創造推進協議会は定期的な開催は行っておらず、個別の事業を実施している。また、市や商工会主導の事業展開になっており、中心市街地や商店街の活性化に関わる中心的な人材の育成が欠かせない。

(2) 事業内容

① 中心市街地にぎわい創造推進協議会の開催（年2回）

商店街事業等の活性化方針や事業の運営内容を協議するために幸手市役所、幸手市商店会連合会、幸手市商業協同組合等が出席する協議会を年2回開催する。本協議会での協議事項の例は以下の通りとする。協議事項は、各事業への事業費の助成を含めて、賑わい創出に寄与する事項を協議する。商工会は協議会の事務局として役割を果たしていく。

例1） 商店街等支援事業やる気商店会イベント等事業
商店会が企画するイベント等の事業。

例2） 売り出し実行委員会（6回程度）
歳末売り出しの効果的な実施検討による商業活性化事業。

例3） 個店指導事業
希望する個店、可能性のある個店に専門家派遣制度を活用して個店の活性化を図っていく事業。

例4） しあわせのえきプラス運営事業（空き店舗対策事業として実施している「しあわせのえき『プラス』」による商店街魅力アップ事業）
コミュニティスペースとしてギャラリー等に活用すること、中心市街地を拠点として活動するサークルへの助成等により、中心市街地の楽しさ・利便性・魅力の向上を図ることにより、中心市街地の賑わいを創出する。

② 特産品開発普及促進事業

②-1 幸手駅自由通路構内物産展

桜まつり時に、東武鉄道幸手駅改札前自由通路にて市内特産品の販売会を開催。
桜まつり時に、さくらファームにて開催される幸手物産フェアでの特産品等の販売。

②-2 特産品活用事業

商工会で開発した桜グッズの市外利用者への販路開拓を実施。

③ 教育機関との連携

埼玉県立幸手桜高校との連携協定による授業運営や文化祭での市内事業所の販促PR等を行う。

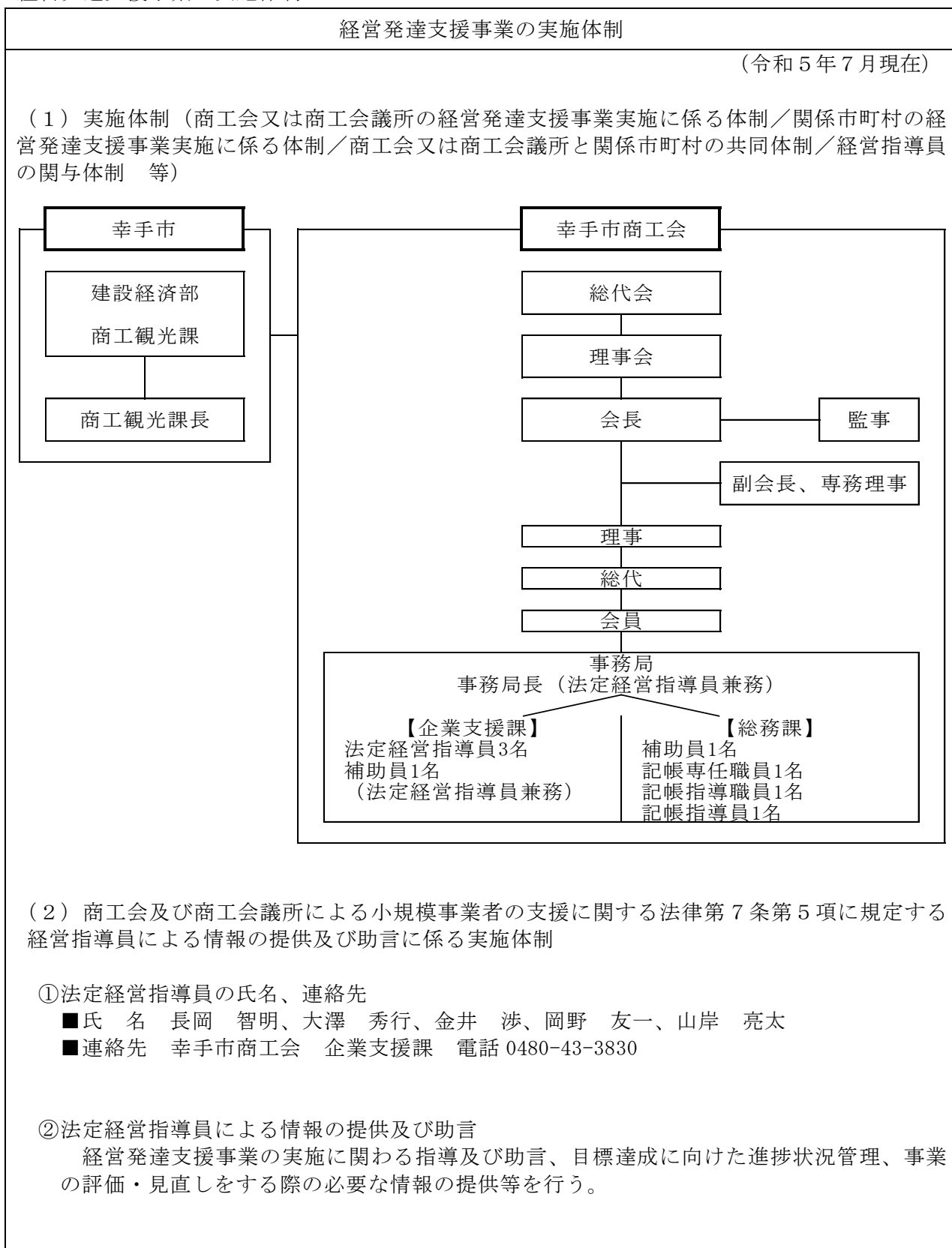
④ 桜まつり実行委員会（年5回）

幸手市の最大イベントとなる桜まつりについて、幸手市、幸手市観光協会、NPO法人桜保存会と連携し、地域活性化に向けて協議する。

商工会は、幸手市商業協同組合、幸手市商店会連合会とともに市外から訪れる観光客の中心市街地への回遊策を検討しながら委員会に参加する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



当計画の法定経営指導については、令和3年7月以降、5名体制の認定を受けている。
その理由は、経営革新計画の承認支援や小規模事業者持続化補助金・ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金等の相談が増加しているためである。また、アフターコロナを見据えて令和3年度より観光サービス業部会を設置し、地域活性化事業の強化を図っている。

こうした状況に対応するための支援体制の強化として、令和3年3月に退職した補助員の補充者として、他の商工会の経営指導員を補助員として補充採用した。経営指導員の設置数の都合上、補助員としての着任になっているが、実務は経営指導員として対応している。更に事務局長は当会組織の統制を図りながら自ら経営計画作成や補助金申請支援に携わっており、今後も同様に対応することから法定経営指導員としている。なお、埼玉県では令和3年度より経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員の別をなくして経営支援員に統一して事業者支援を行っている。これにより、上記の法定経営指導員以外の他の補助員と記帳専任職員および記帳指導職員の3名（経営支援員）も法定経営指導員の講習を令和3年度に修了しており、法定経営指導員と合わせて当会全体として支援体制の強化を図っている。

（3）商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒340-0114

埼玉県幸手市東3丁目8番3号

幸手市商工会 経営支援課

TEL：0480-43-3830 / FAX：0480-43-3883

E-mail：sätte@syokoukai.jp

②関係市町村

〒340-0192

埼玉県幸手市東4丁目6番8号

幸手市 建設経済部 商工観光課

TEL：0480-43-1111 / FAX：0480-43-1123

E-mail：syoukou@city.satte.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)

	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
必要な資金の額	71,670	79,517	79,517	79,517	79,517
経営改善普及 事業費・小規模 企業対策事業 費	58,880	66,027	66,027	66,027	55,546
地域振興費	12,790	13,490	13,490	13,490	12,590

(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、伴走型補助金、県・市補助金収入、賦課金、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