

経営発達支援計画の概要

実施者名	志木市商工会（法人番号 6030005007008） 志木市（地方公共団体コード 112283）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】小規模事業者が新たな取組に挑戦することや、この取組を事業計画に基づき実施することを目指す 【目標②】小規模事業者がそれぞれの強みを活かすこと、大型店や他店と差別化を図ること、特産品を活用した商品など新たな商品・製品・サービスを開発すること、ICTを活用することなどにより、高付加価値化を実現することを目指す 【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ことを目指す
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 小規模事業者が経営環境の変化を捉えるためには、データの活用も重要である。そこで、「地域の経済動向分析」を行い、結果を公表する。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が特産品を活用した商品などを開発し、さらにその商品をブラッシュアップすることを目指し、「志木市ご当地グルメ王決定戦」を活用した商品調査を実施する。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者がそれぞれの強みや経営課題を把握することを目的に、「経営分析（財務分析及び非財務分析）」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、新たな取組（経営革新等）に向けた事業計画策定を支援する。 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 小規模事業者の新たな需要開拓を目的に、「彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援」や「ICT 専門家派遣事業（IT を活用した販路開拓の個社支援）」を実施する。
連絡先	志木市商工会 〒353-0004 埼玉県志木市本町 1-6-30 TEL: 048-471-0049 FAX: 048-471-0057 E-mail: info@shikishishokokai.net 志木市 市民生活部 産業観光課 商工・労政グループ 〒353-8501 埼玉県志木市中宗岡 1-1-1 TEL: 048-475-7360 FAX: 048-474-4462 E-mail: sankan@city.shiki.lg.jp

経営発達支援計画

1. 目標

①現状

志木市（以下、当市）は、埼玉県南西部に位置し、東は荒川を隔ててさいたま市に、西南は朝霞市・新座市及び三芳町に、北は富士見市に接する。東西に 4.7km、面積 9.05 km²と全国でも 6 番目に小さな市である。

首都近郊 25km 圏内にあり、東武東上線、地下鉄有楽町線で池袋へ 20 分の距離である。

■志木市の立地・交通



＜歴史的背景＞

江戸時代の正保 4（1647）年に、川越城主松平信綱が新河岸川を改修して、舟運を通じたことにより引又河岸が開設され市場がたち、河岸場を中心とした商業の町として栄えた。江戸、明治を通じて周辺近郊の農作物の大部分がこの市場に集積され、舟運によって浅草花川戸へ運ばれていた。これらの舟は、東京の商品を満載して戻り、市場にはその交易の市がたち、経済文化の中心地として賑わった。

その後、大正 3 年の東上線の開通で活気を帯び、交通上、経済上の要衝の地として今日に至っている。明治 22 年の町村制の施行とともに「志木町」が生まれ、昭和 19 年に至って、当時の入間郡宗岡村、水谷村の両村と北足立郡内間木村とが志木町と合併し「志紀町」となった。しかし、昭和 23 年に分離解消され、昭和 30 年に新たに志木町と宗岡村が合併して「足立町」と町名を改めた。

その後、昭和 33 年に朝霞市の一部を編入し、昭和 45 年 10 月 26 日、地方自治法の改正により単独市制を施行し「志木市」となった。

イ 人口推移

令和 6 年 10 月 1 日時点の人口は 76,200 人である。（住民基本台帳）

人口推移をみると、増加傾向で推移していたが、令和 3 年の 76,712 人をピークに減少傾向に転じている。この原因は、自然減（自然動態が減少）が社会増（社会動態が増加）を上回ったためである。

現在、住民の高齢化が進んでいるため、今後も自然減が増加することが予想される。そのため、将来人口は減少傾向になるものと推測される。

■人口推移

年	世帯数	総数	男	女	自然動態			社会動態			人口増加
					出生	死亡	自然増加	転入	転出	社会増加	
平成12年	25,004	64,745	32,923	31,822	576	339	237	4,100	4,250	△150	87
13年	25,653	65,711	33,396	32,315	595	337	258	5,030	4,172	858	1,116
14年	26,061	66,042	33,556	32,486	597	345	252	3,950	3,931	19	271
15年	26,363	66,105	33,533	32,572	580	352	228	3,972	3,780	192	420
16年	26,661	66,247	33,610	32,637	511	315	196	4,192	4,237	△45	151
17年	27,125	66,956	33,855	33,101	573	354	219	4,566	3,886	680	899
18年	27,587	67,398	33,896	33,502	596	407	189	4,251	3,925	326	515
19年	28,063	67,882	34,225	33,657	606	408	198	3,919	3,779	140	338
20年	28,760	68,808	34,660	34,148	594	468	126	4,383	3,544	839	965
21年	29,388	69,647	35,048	34,599	590	414	176	4,170	3,576	594	770
22年	29,688	69,912	35,210	34,702	604	464	140	3,703	3,639	64	204
23年	30,005	70,080	35,294	34,786	635	474	161	3,579	3,587	△8	153
24年	31,124	71,973	36,055	35,918	583	528	55	4,610	3,687	923	978
25年	31,615	72,813	36,424	36,389	712	532	180	4,677	3,978	699	879
26年	32,147	73,448	36,728	36,720	689	524	165	4,288	3,897	391	556
27年	32,656	73,953	36,991	36,962	674	538	136	4,670	4,016	654	790
28年	33,482	75,221	37,476	37,745	688	627	61	5,173	3,996	1,177	1,238
29年	33,950	75,865	37,718	38,147	708	544	164	4,556	4,085	471	635
30年	34,456	76,225	37,882	38,343	684	646	38	4,314	4,105	209	247
令和元年	35,015	76,485	37,900	38,585	669	632	37	4,364	4,230	134	171
2年	35,362	76,454	37,839	38,615	583	661	△78	4,165	4,104	61	△17
3年	35,843	76,712	37,980	38,732	528	673	△145	4,279	3,996	283	138
4年	36,040	76,414	37,777	38,637	526	780	△254	4,154	4,079	75	△179
5年	36,463	76,454	37,812	38,642	488	734	△246	4,276	4,134	142	△104
6年	36,701	76,200	37,611	38,589	-	-	-	-	-	-	-

※世帯数、総数、男、女は各年 10 月 1 日時点、自然動態、社会動態、人口増加は各年 12 月 31 日時点
出典：志木市「住民基本台帳」

ウ特産品

(a) 特産品

当市における主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品	概要
宗岡はるか舞	宗岡地区の農家の有志たちが、地元産の美味しいお米を多くの人に食べてほしいと生産したハウスブランド米である。
はたざくらカッピーコロッケ	塩漬けさくらの花びらと、キュウリの柴漬けを入れたピンク色のコロッケである。
舟運いろはうどん	志木市が栄えるきっかけとなった舟運をテーマに「輪切りのれんこん・赤い食材・油揚げ」の3つの条件を満たしたうどんである。市制施行50周年を記念して開発された。

(b) 志木市商工会推奨品

当会観光物産開発部会では、市内特産品を「志木名物」として、物産展の開催など様々な形で支援している。また新たな名物の開発発も行っている。そのなかで、その「志木名物」を商工会推奨品として認定する制度を立ち上げ、PR活動に努めている。

■志木名物

- ・はたざくらカッピーコロッケ（第1回全国コロッケフェスティバル準優勝）
- ・カッピーマコロン
- ・カッピーサブレ
- ・はた桜純米、はた桜本醸造（日本酒）
- ・宗岡はるか舞（品種はコシヒカリで特別栽培農産物として埼玉県が認証）
- ・いろは桜（宗岡はるか舞を使用した日本酒）
- ・しきのまつり（宗岡はるか舞を使用した日本酒）
- ・トリュフ香るカップ麺
- ・宗岡トマトらーめん
- ・カパルのアイシングクッキー
- ・宗岡プリン
- ・カッピー&あらちゃんクッキー
- ・カッピーシューラスク
- ・カパル最中アイス・はたざくら酒粕アイス
- ・宗岡コロッケ
- ・舟運いろはうどん
- ・「縁結び・子宝・家内安全・商売繁盛」手ぬぐい
- ・志木のお富士さんグッズ
- ・ハタザクラカッピー焼きそば（イベント限定）

エ 観光資源

当市におけ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
田子山富士塚	明治5（1872）年6月に築造された富士塚で、敷島神社境内にある。古墳といわれてきた「田子山塚」の上に三十三尺（約10m）の土を盛り、2年8カ月の歳月をかけて完成したといわれている。現存する富士塚では最大級であり、国重要有形民俗文化財に指定されている。
チョウショウインハタザクラ	目通り樹周り3.05メートル、高さ11.2メートル、推定樹齢400年以上のハタザクラである。花は大きく、一重咲きの花に雄しべの一部が花弁状に変わった旗弁

(長勝院旗桜)	(1 から 2 枚)を生ずるヤマザクラ(バラ科)の一種で、この種の花ザクラとしては、他に類がなく唯一の栽培品種である。
いろは親水公園	園内には、ウォーターパーク（夏季以外は複合遊具として稼働）や散策路、多目的広場、水辺の護岸などがあり、自然に親しみながら散歩やウォーキングなどの健康増進の場として、また、憩いの場、交流の場としても利用できる。
旧村山快哉堂	店蔵が座売り形式の商形態を残す点、一階中央部分の吹き抜け、鉢巻の 2 段構成、ムシコ窓とその枠回りなど川越の店蔵とは異なる特有の意匠構成が見られる、貴重な有形文化財(建造物)である。
いろはの渡し	かつて舟運で栄えた歴史を後世へ伝えることを目的に、志木市観光協会では定期的に和舟を運航している。運航に当たっては、市民からボランティアの船頭を募り、「志木いろはの渡し会」を設立。中学生から 80 代までの船頭が活躍している。川からの風景を眺めながら、舟運の歴史を感じることができる。
カップ像	当市では、川の街ならではのカップ伝説が数多く語り継がれ、市内にはカップ伝説をモチーフとした 28 体のカップ像が点在している。 〈志木市柏町の宝幢寺（ほうどうじ）に伝わる河童伝説〉 文化 6(1809)年刊行の『寓意草(ぐういそう)』に収録されたあと、大正 3 年(1914)に日本民俗学の創始者柳田国男によって『山島民譚集(さんとうみんたんしゅう)』に紹介された。
カッピー	志木市商工会マスコットキャラクターで、平成 18 年カップを利用したキャラクター「カッピー」が誕生。埼玉県ゆる玉応援団No.16 の隊員でもある。
カパル	(公財) 志木市文化スポーツ振興公社のゆるキャラ。市内に古くから伝わる河童の民話をモチーフに誕生したキモヲタカップである。ゆるキャラグランプリ 2018 のご当地部門第 1 位に輝いた。

オ 産業

(a)業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

当市の事業所数は、平成 24 年が 2,072 社、令和 3 年が 2,059 社である。

上記のうち小規模事業所数は、平成 24 年が 1,601 者、令和 3 年が 1,504 者であり、9 年間で 6.1%減少している。

小規模事業所数の増減を産業別にみると、製造業（△55 者）、卸・小売業（△42 者）の減少数が大きい。一方、医療、福祉（+16 者）、その他サービス業（+16 者）、情報通信業（+3 者）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

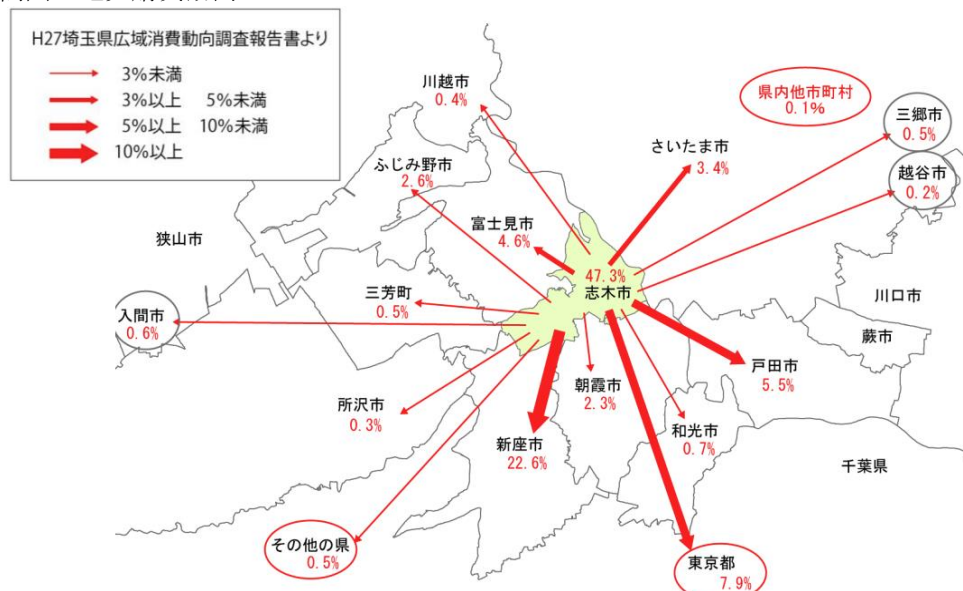
	建設	製造	情報 通信	卸・ 小売	宿泊・ 飲食	医療、 福祉	他サー ビス	その他	計
平成24年									
事業所数	258	249	20	448	185	130	474	308	2,072
小規模事業所数	248	230	18	292	117	66	344	286	1,601
平成28年									
事業所数	222	224	15	436	184	166	457	288	1,992
小規模事業所数	215	206	12	269	104	73	341	268	1,488
令和3年									
事業所数	246	189	26	422	153	228	490	305	2,059
小規模事業所数	235	175	21	250	97	82	360	284	1,504
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△12	△60	6	△26	△32	98	16	△3	△13
増減割合	△4.7%	△24.1%	30.0%	△5.8%	△17.3%	75.4%	3.4%	△1.0%	△0.6%
小規模事業所数	△13	△55	3	△42	△20	16	16	△2	△97
増減割合	△5.2%	△23.9%	16.7%	△14.4%	△17.1%	24.2%	4.7%	△0.7%	△6.1%

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

(b) 商圈・地元購買動向

志木市民の地元購買率は47.3%と半数以下であり、新座市への依存率が高いほか、洋服・衣料品や家具、家電等の購入においては東京都での購買率が高く、広域商圈都市としては、さいたま市や戸田市の商圈に含まれている。

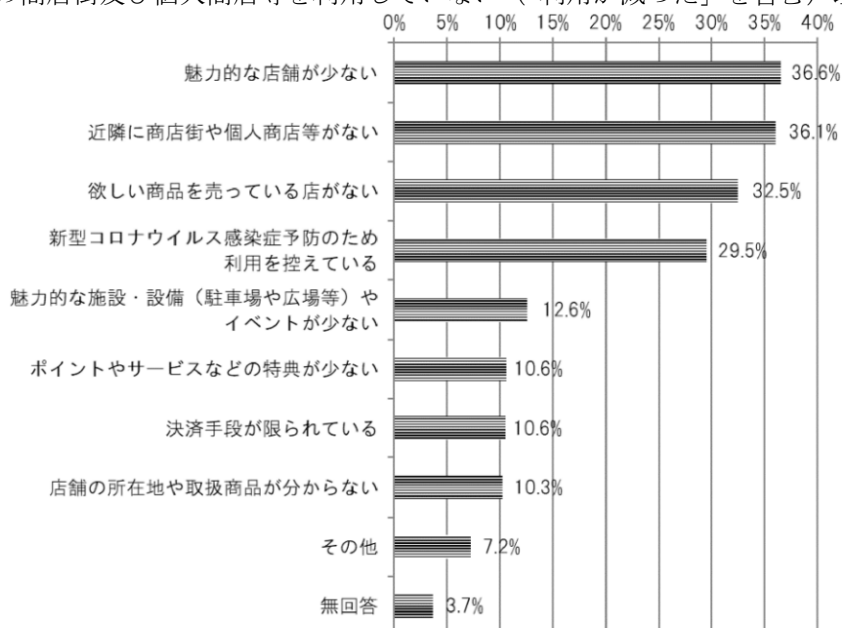
■ 商圈・地元購買動向



出典：志木市「志木市中心市街地活性化基本計画」

また、志木市が実施した「志木市全世帯意識調査（令和3年度）」から、地域の商店街及び個人商店等を利用していない（「利用が減った」を含む）理由をみると、「魅力的な店舗が少ない」が36.6%と最も高く、「近隣に商店街や個人商店等がない」が36.1%、「欲しい商品を売っている店がない」が32.5%と続いている。

■ 地域の商店街及び個人商店等を利用していない（「利用が減った」を含む）理由



（回答者数=3,547）

出典：志木市「志木市中心市街地活性化基本計画」

(c) 業種別にみた小規模事業者の現状と課題（経営課題）

i_商業

当市は都心に隣接するベットタウンであり、人口は微増を保っているが、地域の基幹となる産業もない。駅前を中心に小売業やサービス業が集結している状況にあるが、駅より遠方にも商店会等が存在している。さらに、大型チェーン店が点在しており、小規模事業者は廉売競争に苦慮しているところであり、売上減少、収益悪化を強いられている現状である。

そのため、「新規顧客の獲得による売上拡大」が課題となる。

ii_製造業

当市の製造業は、家内工業的小規模事業者が中心であり、部品量産から品質重視でコスト競争に陥ることも無く、高利益を確保できる受注を確保している状況である。

しかしながら、継続した売上の安定性には欠けるため、「取引先の分散化」が必要である。一方、現状は設備もフル稼働に近く受注も安定している。

現在、余力不足による失注も発生していることから、小規模事業者の経営課題は「生産性向上」である。

iii_建設業

当市の建設業は、受注は底堅い様子で大口の民間建設工事や不動産売買の案件があり、好況である。

増加するリフォーム・リノベーション需要に対応できるデジタルを活用した営業体制を確立して、建設工事のバックオフィス業務の効率UPを図る必要があり、「事務効率化」が経営課題である。また、2024年問題における「人材不足」も課題である。

また、SNSを活用したマーケティングの本格化とイベント開催を行うことで、「デジタルとリアルを組み合わせた営業活動」も課題となっている。

iv_サービス業

当市のサービス業は、売上額はここ数年増加傾向にある。口コミの強化などでネット集客の精度が上がったことも原因で、価格改正もあり、新規を集客するのは単価の高いお客様なので前年度は売上が増加しているが、昨今は高齢者の顧客数が減少傾向にあり、今後は売上の減少につながっていく可能性がある。

顧客数の減少は高齢化が原因だとすると、防げない部分はあると考える。そのため、高齢者の顧客数の減少を補うだけの「新規顧客の獲得」が経営課題となる。

カ 今後5年間における小規模事業者の経営環境が変わるような出来事

＜一般国道254号和光富士見バイパスの整備＞

一般国道254号は東京都文京区を起点に埼玉県西部地域を縦貫し、産業、経済、文化交流の基盤をなす道路である。特に県内においては関越自動車道を補完し、首都圏中央連絡道路や東京外かく環状道路などの幹線道路と連結する重要な幹線道路となっている。

現在、県南西部地域の発展を目指し、和光市内の東京外かく環状道路から朝霞市、志木市を経て富士見市内の一般国道463号までの延長6,850mの「一般国道254号和光富士見バイパス」の整備が進められている。

整備は、順次進んでおり、整備が完了した箇所から供用が始まっている。既にバイパスが開通した和光市では大型物流施設などの新規立地が進むなどの効果があがっており、バイパス全線が完成すると当市においても雇用の促進や税収の増加など、地域経済の活性化が期待できる。

キ 志木市将来ビジョン（第五次志木市総合振興計画）

「志木市将来ビジョン（第五次志木市総合振興計画）（平成28年度～令和7年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

後期実現計画を小規模事業者支援の視点でみると、市内事業者の事業承継や経営力の向上などの稼ぐ力を向上させるための支援、増加しつつある空き店舗を活用した起業者の育成支援などが掲げられている。

■将来構想（平成28年度～令和7年度）

＜まちづくりの基本的な考え方＞

1 市民力が結集した夢のあるまちの創造

2 地域資源を活用した魅力の創造
〈まちの将来像〉
「市民力でつくる 未来へ続くふるさと 志木市」
～ずっと住み続けたい、住んでみたいまちをめざして～

■後期実現計画（令和3年度～令和7年度）（一部抜粋）

第3章 活力と潤いのあるまちづくり
3-1 地域産業が活発なまちづくり
3-1-1 中小企業の経営支援
3-1-2 活気ある商工業の振興
3-1-3 地域農業の活性化
3-1-4 消費者の保護と自立支援
3-2 魅力的なまちづくり
3-2-1 観光資源の発掘と活用
3-2-2 シティプロモーションの推進

ク 志木市中心市街地活性化基本計画

志木市は、中心市街地活性化に関する法律に基づき、「志木市中心市街地活性化基本計画」を策定し、令和5年3月17日、内閣総理大臣から認定された。今後は、目標達成に向け、基本計画に掲載された事業を着実に推進し、関係者が一体となって、中心市街地の活性化に取り組む。

■志木市中心市街地活性化基本計画（令和5年度～令和9年度）

〈中心市街地活性化の基本コンセプト〉
地域の誇り・愛着がつなぐ 地域の魅力 歩いて楽しいまち
〈中心市街地活性化の基本方針〉
方針1 魅力的な個店が集積し、新たな魅力の創出につながるチャレンジの支援・促進
方針2 イベント開催や情報発信の強化によるにぎわいの創出
方針3 歩きやすさの向上・改善による回遊促進
〈上記、方針1の具体的施策〉
①商業施設改修整備事業
空きフロアとして有効活用されていない低未利用部分を改修し、テナントミックスにより、集客力の高い飲食店や小売店舗の再誘致を進める
②中心市街地新規出店支援センターの整備・運営
空き店舗等の情報発信や物件発掘、物件の貸し手と借り手のマッチングや、創業塾などのセミナーの開催、出店相談窓口の設置など、新規出店を支援する

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、当市の人口は増加傾向にあったが、令和3年の76,712人をピークに減少傾向に転じている。小規模事業者においても、今後、需要減の局面に直面することが予想されるため、売上を拡大させるために、「各個店がそれぞれの強みを活かし、魅力を向上させること」や「大型店や他店と差別化を図ること」により、しっかりと経営基盤を固めることが課題となる。

特産品では、当市には広域に有名な特産品などはみられない。このなかで、当会では観光物産開発部会を立ち上げ、商品開発等を支援してきた。また、若手経営者のなかには、新商品開発に積極的な事業者もみられ、志木市市民まつりにて行われる「志木市ご当地グルメ王決定戦」は盛り上がりを見せる。今後も小規模事業者には、志木市を代表するような特産品の開発が期待されている。

小規模事業者数の推移をみると、小規模事業所数は、平成24年が1,601者、令和3年が1,504者であり、9年間で6.1%減少している。現状、経営者・従業員の高齢化、後継者不足等による廃業が増加している状況もみられるため、円滑な事業承継の実現が課題となる。

商圈・購買動向をみると、志木市民の地元購買率は47.3%と、半数以下の状況となっている。また、地域の商店街及び個人商店等を利用していない（「利用が減った」を含む）理由では、「魅力的な店舗が少な

い」が36.6%と最も高く、「近隣に商店街や個人商店等がない」が36.1%、「欲しい商品を買っている店がない」が32.5%と続いている。商業事業者においては、地元住民のニーズをしっかりと把握し、ニーズに応えた商品展開を行うことや、魅力的な店舗（たとえば専門店化）にすることが課題となる。

当会が考える業種別にみた小規模事業者の課題をみると、①商業では、新規顧客の獲得による売上拡大、②製造業では、取引先の分散化や生産性向上、③建設業では、事務効率化や人材不足、デジタルとリアルを組み合わせた営業活動、④サービス業では、新規顧客の獲得などが考えられる。

今後5年間における小規模事業者の経営環境が変わるような出来事では、一般国道254号和光富士見バイパスの整備があげられる。バイパス全線が完成すると交通利便性が向上するため、小規模事業者においても商圏の拡大などを見据えた経営が必要となる。

(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

小規模事業者は需要の低下、売上の低迷、収益悪化と経営を持続的に行うための支援や施策が必要としており、今後も事業計画の策定、実施、フォローアップなど、今まで以上に小規模事業者に寄り添ったサポートが必要である。

このような厳しい経営環境のなか、市内で10年後も小規模事業者が輝き続けるためには、「稼ぐ力」を向上させることが欠かせない。「稼ぐ力」を向上させるためには、「各個店がそれぞれの強みを活かし、魅力を向上させること」、「大型店や他店と差別化を図ること」、「付加価値の高い商品・製品・サービス（特産品を活用した商品など）を開発すること」、「計画経営を行うこと」などが必要であり、市内の小規模事業者がこれらを実現できている姿を、10年後のあるべき姿とする。

さらに経営者・従業員の高齢化、後継者不足等により、廃業が増加しているところであり、こうしたことから円滑な事業承継が実現するために、事業承継計画の策定支援や、計画に即した事業承継が推進できていることも必要である。

また、「地域経済の活性化に資する取組」として、①歴史資源の掘り起しによる観光サービスのテコ入れ、②地域ブランドの発信、③中心市街地の活性化を地域の関係団体と連携により推進することで、地域経済が活性化し小規模事業者の経営の改善発達を支援する。

②志木市将来ビジョン（第五次志木市総合振興計画）との連動性・整合性

志木市将来ビジョン（第五次志木市総合振興計画）の後期実現計画では、「市内事業者の事業継承や経営力の向上支援など、稼ぐ力を向上させる必要」を課題のひとつと捉え、課題解決をすることで「活力と潤いのあるまちづくり」を実現することを目指している。

前項『①10年程度の期間を見据えて』で記載した、「稼ぐ力の向上」や、これを実現するための取組である、「各個店がそれぞれの強みを活かし、魅力を向上させること」、「大型店や他店と差別化を図ること」、「付加価値の高い商品・製品・サービス（特産品を活用した商品など）を開発すること」、「計画経営を行うこと」などは、志木市将来ビジョンと軌を一にする目標であり、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

当会ではこれまでも経営発達支援計画を通じて、小規模事業者の経営発達を支援してきた。

今後も、前述の『①10年程度の期間を見据えて』で掲げた10年後の小規模事業者のあるべき姿を実現するため、支援を継続・実施する。そのためには安定的な商工会運営が求められるので、地域経済団体としての自立的活動や財政的自立を目指すようにする。また、今後も国・県・市との連携のもとで施策事業を積極的に受け入れ、地域振興の活性化に活用し、総合振興事業としては、地域特性と企業ニーズを考えた事業を展開することを目標とする。

イ 商工会としての役割

当会は、昭和35年9月の創立以来、志木市内の総合的な振興発展を図り併せて社会一般の福祉の増進に寄与することを目的に活動している。

こうした中、経営支援では、伴走型小規模事業者支援推進事業、埼玉県中小企業経営力向上事業、小規模事業者経営基盤強化事業（地域連携型）を中心に専門家個別相談業務を強化。また、経営相談窓口も設置して、最低賃金引上げ、デジタル化、インボイス制度導入、エネルギー等の物価高騰の対応といった事業環境変化による影響を受ける小規模事業者を支援している。

具体的には、経営分析セミナー2回、事業承継セミナー2回、事業計画策定セミナー2回を開催し、事業計画書の策定や補助金等の申請支援を実施している。また、創業支援では、9事業所が開業。2事業所に志木市空き店舗活用事業補助金を斡旋した。

市との連携事業では、行政との懇談会、金融斡旋の受付業務、商工業振興対策補助金交付事業、各お買物券換金事業、特に第4弾志木市地域経済応援プレミアム付商品券換金事業により、市内店舗への来店を促進。市民まつりでは42,000人の来場者を迎え、盛大に開催できた。

一般事業では、第10回「カッピーとくとくゼミ」を来店型とオンライン講座で開講。商工振興にも積極的に取り組んできた。

今後は、経営発達支援計画の実行を通じて、市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、小規模事業者の円滑な事業承継、事業規模や収益性の拡大や、経営の効率化を支援する。

(3)経営発達支援事業の目標

(1)地域の現状及び課題、(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえた上で、以下の3つの目標を定める。

〈支援対象〉

当市はこれまで人口が増加しており、比較的良い経営環境のなかで事業を展開していた事業者が多かった。現在、人口減少局面に突入し、小規模事業者においても新たな取組が必要である。そこで、この取組に果敢に挑戦し、「稼ぐ力」を向上させることを目指す小規模事業者を重点的に支援する。

〈目標〉

【目標①】

小規模事業者が新たな取組に挑戦することや、この取組を事業計画に基づき実施することを目指す

【目標②】

小規模事業者がそれぞれの強みを活かすこと、大型店や他店と差別化を図ること、特産品を活用した商品など新たな商品・製品・サービスを開発すること、ICTを利活用することなどにより、高付加価値化を実現することを目指す

【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ことを目指す

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標③】により、小規模事業者の「稼ぐ力」を向上させ、活力と潤いのあるまちづくりを実現することを目指す。また、これを通じて雇用の創出、所得の向上、中心市街地の活性化などを実現し、住民にとっての「ずっと住み続けたい、住んでみたいまち」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】小規模事業者が新たな取組に挑戦することや、この取組を事業計画に基づき実施することを目指す

＜達成のための方針＞

小規模事業者の新たな取組を支援するため、まずは「経済動向調査」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（45 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（20 者/年）。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（売上増加 8 者/年、利益増加 6 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すこと、大型店や他店と差別化を図ること、特産品を活用した商品など新たな商品・製品・サービスを開発すること、ICT を利活用することなどにより、高付加価値化を実現することを目指す

＜達成のための方針＞

小規模事業者が「それぞれの強みを活かすこと」、「大型店や他店と差別化を図ること」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、事業計画策定支援における新たな取組において、強みを活かした差別化などを検討する。

また、「特産品を活用した商品など新たな商品・製品・サービスを開発すること」を実現するため、需要動向調査を通じて、商品のブラッシュアップを実施する（10 者/年）。

「ICT を利活用すること」を実現するために、＜目標①達成のための方針＞の支援における各局面で ICT の活用支援を実施する。具体的には、①経営分析支援の際に、事業者の ICT 活用の状況を分析する、②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 ICT セミナーや ICT 専門家派遣を実施する、③販路開拓支援の際に、ICT 専門家派遣事業を実施する（3 者/年）。また、効果的な支援に向けて、当会内においても DX（デジタルトランスフォーメーション）に向けた相談・指導を行う能力の向上を図る。

【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ことを目指す

＜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】

当市では、人口が令和3年をピークに減少傾向に転じた。今後も小規模事業者にとって、経営環境の大きな変化が予想される。当会ではこのような状況を小規模事業者に周知するため、地域の経済動向分析のデータをホームページに掲載している。

【課題】

今後も引き続き、国が提供するビッグデータの提供を実施し、小規模事業者が経営環境の変化を捉えられるようにすることが必要である。また、今後は小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行い、「稼ぐ力」を向上させるような支援を行うことも課題となっている。

(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を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、広く市内小規模事業者に周知。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】

当会では、小規模事業者が特産品を活用した商品など新たな商品・製品・サービスを開発することや、独自性の高い商品展開を行うことで大型店や他店と差別化することを目指している。一方、小規模事業者の多くは、第三者の声を聞いた商品のブラッシュアップなどが不十分であるという現状がある。

【課題】

小規模事業者の商品について「稼ぐ力」が向上するように、第三者の声を聞くような機会（支援）を提供する必要がある。また、第三者の評価を活用して、商品をブラッシュアップし、「売れる商品」へと改良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
「志木市ご当地グルメ王決定戦」を活用した商品調査 調査対象事業者数	-	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

(3) 事業内容

事業名	「志木市ご当地グルメ王決定戦」を活用した商品調査
目的	小規模事業者が開発・販売する商品（「志木市ご当地グルメ王決定戦」に参加する商品）の需要動向を把握することや、魅力を高めることを目指す。 ※志木市ご当地グルメ王決定戦 志木市民まつりにて行われる企画。各商品を購入、実食した参加者が商品进行评估し、評価の最も高かった商品がグランプリを受賞する。応募条件は、志木市をイメージさせるネーミング（志木〇〇、カッピー〇〇、〇〇カパル、田子山〇〇など）の商品であること、または志木の食材を使った商品であることである。
対象	小規模事業者の商品、10 商品/年（1 者あたり 1 商品）を対象とする。
調査の手法	「志木市ご当地グルメ王決定戦」を活用して参加者アンケート調査を実施する。調査は、経営指導員（もしくはその他の職員）と事業者が協力して実施し、10 商品で 1,000 名程度から回答を得る。
調査項目	□商品の総合評価（直感的な評価） □味 □独自性（志木市らしさ） 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。 また、副次的効果として、結果から「現在、どのような商品の評価が高いのか」についての情報が集まる。そこで、この情報を新商品開発にチャレンジする事業者を提供することで、開発を成功させる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が大型店や他店と差別化を図り、持続的経営を実現するためには、事業者がそれぞれの「強み」を活かすことが重要である。当会ではこれまでも事業者の経営分析を実施してきたが、表面的な分析に留まっていることも多く、必ずしも小規模事業者が本質的な「強み」や課題に気づくような支援をできていなかった。

【課題】

これまでの支援に加え、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的な「強み」や課題に気づき、腹落ちすることに重点を置いた経営分析支援を実施する必要がある。

また、市内小規模事業者の多くは ICT の利活用が十分でないことから、ICT の活用状況や ICT を活用した場合の有効性もあわせて分析することが課題である。

(2) 目標

今後は、対話と傾聴を通じて小規模事業者自身が本質的な課題等に気づき、腹落ちするような支援を実施する。これを実行するためには、1 者当たりの支援に要する時間が多くなることが考えられる。そこで、

実現可能性を加味し、45 者/年（経営指導員 1 名あたり 15 者/年）の経営分析を目標とする。

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	40 者	45 者	45 者	45 者	45 者	45 者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	ホームページによる周知を行う。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（ICT 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】

これまで人口増など比較的良い経営環境のなかで事業を行ってきた小規模事業者が、人口減の局面に対応するためには、新たな取組を行うことが重要である。当会では、これまでも経営革新計画や小規模事業者持続化補助金等のための事業計画策定を支援してきた。

【課題】

小規模事業者の「稼ぐ力」向上に向けて、今後も引き続き、事業計画の策定を支援することが必要である。またこれまでは、必ずしも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ような事業計画でないこともあったため、当会でも経営力再構築伴走支援を行うなど、支援の手法を修正することが課題である。

また、当市では創業者も多いため、創業計画の策定支援を拡充することも課題となっている。

(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。経営分析を行った事業者の約4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。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に ICT セミナーを行い、小規模事業者の ICT 活用（ICT を活用した販売促進、ICT を活用した業務改善や生産性向上）の促進や、これによる「稼ぐ力」の維持・強化を目指す。

その他、創業者・創業希望者向けの創業計画策定支援も実施する。

(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事業計画策定事業者数	15 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
事業計画策定セミナーの開催回数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
ICT セミナーの開催回数	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②創業計画策定事業者数	5 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援	
目的	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。	
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者	
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。また、補助金を契機とした事業計画の案内、事業計画セミナーによる掘り起こしを行う。 ■事業計画策定セミナー	
	支援対象	すべての事業者（特に経営分析を行った事業者）
	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知
	講師	中小企業診断士等
	回数	年2回
	カリキュラム	・事業計画の意義 ・新規事業のアイデアを見つけるポイント ・地域の会社・お店の新規事業の事例 ・誰でも書ける事業計画書のポイント 等
支援の手法	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の2つの方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。支援では、経営者が取り組むべきことに腹落ちし、当事者意識を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。 ＜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 ICT セミナーを実施する。また、セミナーを受講した事業者のなかで、取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応・経営指導や ICT 専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとして DX や ICT 活用を促進する。 ■ICT セミナー	
	支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）
	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知
	講師	ICT 専門家等
	回数	年1回

	カリキュラム	・DX 総論 ・DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）や具体的な活用事例 ・ICT ツールの紹介（SNS や動画サイトを活用した販路開拓 等）
--	--------	--

②創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援
目的	創業期の事業展開が円滑に進むことを目指す
支援対象	創業者・創業希望者
支援対象の掘り起こし	志木市は、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おり、当該計画に基づき創業者に対し、「創業スクール（主催は、一般社団法人地域連携プラットフォーム、当会は共催）」を行っている。また「志木市空き店舗等活用事業補助金」などの施策を行っており、創業者の利用希望も多い。これらの施策を契機に、掘り起こしを行う。 ■志木市空き店舗等活用事業補助金 商店会等の振興及び活性化、起業の支援を図るため、空き店舗等を活用して行う事業に対する補助金。志木市空き店舗等情報登録制度により登録された空き店舗等を活用して事業を実施する場合に、改装費補助、家賃補助を行う。補助率は 1/2 であり、改装費補助は上限 40 万円、家賃補助は上限 6 万円/月（2 年間）である。
支援の手法	創業スクール等を通じて創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員や専門家が一緒になってブラッシュアップする方法にて行う。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1)現状と課題

【現状】

小規模事業者や創業者が、事業計画・創業計画を策定したとしても、実行段階において課題に直面し、計画が実現に至らないことがあった。

【課題】

事業計画や創業計画策定後も伴走型でフォローアップを行い、事業計画・創業計画を実現させることが必要である。また、PDCA を回しながら、計画経営を実現する支援を実施することで、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が課題である。

(2)支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者の割合が 4 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 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、自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、創業計画の策定をした事業者に対しても、四半期ごとのフォローアップを実施し、計画通りの成果をあげることを目指す。

(3) 目標

①事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
フォローアップ対象事業者数	15 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
頻度 (延回数)	四半期毎 (60 回)	四半期毎 (80 回)	四半期毎 (80 回)	四半期毎 (80 回)	四半期毎 (80 回)	四半期毎 (80 回)
売上増加事業者数	-	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
経常利益増加事業者数	-	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者

②創業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
フォローアップ対象事業者数	5 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
頻度 (延回数)	四半期毎 (20 回)	四半期毎 (24 回)	四半期毎 (24 回)	四半期毎 (24 回)	四半期毎 (24 回)	四半期毎 (24 回)

(4) 事業内容

事業名	事業計画・創業計画のフォローアップ
目的	事業計画・創業計画どおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画・創業計画を策定したすべての事業者
支援の手法	経営指導員が、事業計画・創業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画・創業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やす、専門家派遣を実施するなどにより、軌道に乗せるための支援を実施する。フォローアップでは、事業計画・創業計画の進捗状況の確認、売上・利益等の経営指標の把握を行う。また、計画実行上の課題に対し、課題解決を図る。課題解決にあたっては、単に「答え」を提供するような支援を行うのではなく、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じて事業者もよく考えること、事業者内のチームと一緒に作業を行うことにより、事業者が事業環境の変化に合わせて自ら変革を続けていける力（自走化する力）を付けられるようにする。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

市内の人口が減少するなど、需要減少の局面に直面する小規模事業者が売上を増加させるためには、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 ICT 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。

【課題】

当会にて販路開拓支援を実施し、確実に成果を上げることで、小規模事業者の販路開拓の道筋を示すことが必要である。また、これまで ICT 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

当市の製造業は、家内工業的小規模事業者が中心であり、部品量産から品質重視でコスト競争に陥るこ

とも無く、高利益を確保できる受注を確保している状況である。しかしながら、継続した売上の安定性には欠けるため、「取引先の分散化」が課題となっている。取引先を分散化させるためには、新たな取引先を開拓する必要があるが、小規模製造業はこの取組が十分とはいえない。そこで、当会にて「彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援」を実施し、新たな取引先の獲得を支援する。

また、本計画では小規模事業者の「稼ぐ力」の向上を目指している。これを実現するためには、ICT の活用が欠かせない。一方、小規模事業者は「知識不足」「人材不足」等の理由により ICT への取組が遅れている傾向にある。そこで、当会にて「ICT 専門家派遣事業」を実施。事業者ごとの要望に応じたオーダーメイド型の支援を行うことで、ICT を活用した商圏拡大や新たな需要開拓を目指す。

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。

なおこれらの事業の実施にあたっては、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。

(3) 目標

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援 出展事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②ICT 専門家派遣事業 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%

(4) 事業内容

①彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援 (BtoB)

事業名	彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
支援対象	主に製造業 ※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。
訴求相手	埼玉県全域の事業者
展示会等の概要	さいたまスーパーアリーナを会場に、埼玉県、公益財団法人埼玉県産業振興公社、公益社団法人埼玉県情報サービス産業協会、県内金融機関が主催する、首都圏最大級の産・学・官・金連携による展示商談会である。中小企業の受注拡大・販路開拓のための自社の優れた製品・技術・サービス等を幅広い顧客層に PR するビジネスマッチングイベントとなっている。令和 6 年 1 月はリアル展示+オンライン展示のハイブリッド型で開催され、リアル展示では、出展社数 602 企業・団体、来場者数 13,749 人であった。
支援の手法	彩の国ビジネスアリーナの出展支援を実施する。なお、必要に応じ、他の展示会・商談会への出展支援を行う場合もある。参加事業者に対しては、経営指導員が、展示会等で新たな取引先を獲得するまでの支援を伴走型で行う。 ＜出展前の支援＞ 出展者の募集 / 商談シート (FCP シート) の作成 / 商談相手の事前アポイント / 効果的な展示方法 (パンフレット等のツールの整備含む) や短時間での商品等アピール方法の指導 等 ＜出展後の支援＞ 商談相手に対するフォロー 等

②ICT 専門家派遣事業 (BtoB、BtoC)

事業名	ICT 専門家派遣事業
目的	ICT を活用した商圏拡大、新たな需要開拓を目指す。

支援対象	ICT 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	ICT を活用した販路開拓といっても、取り組みたい販路開拓手法（ホームページ活用、SNS 活用、EC、データに基づく顧客管理や販売促進など）は各事業者で異なる。そこで、各事業者に対し、オーダーメイド型の支援を実施する。
支援の手法	『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する ICT セミナーで支援対象者を掘り起こす。その後、経営指導員が ICT 専門家（埼玉県商工会連合会の DX 専門家を想定）と連携して支援を実施する。具体的には、適切な ICT ツールの選定から導入、運用までをハンズオンで支援する。また、成果を確認するため、売上・利益等の経営指標の把握を行う。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

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、当会や志木市だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「経営発達支援事業協議会」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	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 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。 (g) 年 1 回の「経営発達支援事業協議会」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。 ※「経営発達支援事業協議会」の実施の流れ i 志木市産業観光課長（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「経営発達支援事業協議会」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。 ii 当該「経営発達支援事業協議会」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://shikishishokokai.net/)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)「経営発達支援事業協議会」の評価を受け、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、本計画に必要である「小規模事業者のICT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(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。 ・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	経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下(ア～ウ)の研修・セミナーに積極的に参加し、資質向上を図る。具体的には、埼玉県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体が主催する義務研修に参加するだけでなく、当会内で独自に講師を招聘し、会内研修を実施する。また、近隣の商工会と連携し、講師を招聘した研修会を行う。 また、これまでこれらの研修・セミナーへは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、補助員、一般職員も含めて積極的に参加する。 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。 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、以下の〈DX に向けた ICT・デジタル化の取組〉のような、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等に参加する。 〈DX に向けた ICT・デジタル化の取組〉 (a)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、電子決裁システム等の ICT ツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策 等 (b) 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 (c) その他取組 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資質向上 経営力再構築伴走支援の知見は、個々の暗黙知になりやすいという課題がある。そのため、この知見を“形式知化”しつつ、商工会内で共有・蓄積し、伴走支援の実効性を高めていくような仕組み作りが重要である。そこで、「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」のようなテーマの研修に参加する。
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ことを目指す。
内容	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。 イ 情報共有 月 2 回の定期ミーティングのなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員、補助員、一般職員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 ICT 等の活用方法、具体的な ICT 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（経営指導員・補助員・一般職員）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）	
志木市商工会 事務局長 法定経営指導員 1名 経営指導員 2名 補助員 2名 記帳専任職員 3名 志木市 市民生活部 産業観光課	
(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： 井上 直子 連絡先： 志木市商工会 TEL. 048-471-0049	
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 〒353-0004 埼玉県志木市本町 1-6-30 志木市商工会 TEL： 048-471-0049 ／ FAX： 048-471-0057 E-mail： info@shikishishokokai.net	
②関係市町村 〒353-8501 埼玉県志木市中宗岡 1-1-1 志木市 市民生活部 産業観光課 商工・労政グループ TEL： 048-475-7360 ／ FAX： 048-474-4462 E-mail： sankan@city.shiki.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 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	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
事業計画策定セミナー等の開催費	630	630	630	630	630
チラシの作成費	180	180	180	180	180
専門家派遣費(フォローアップ支援含む)	2,640	2,640	2,640	2,640	2,640
展示会出展費	400	400	400	400	400
需要動向調査雑役務費	100	100	100	100	100
協議会開催費	50	50	50	50	50

(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、国補助金、県補助金、連合会補助金、市補助金、事業収入、手数料収入、参加者負担金

(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