

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	新座市商工会 (法人番号 5030005007009) 新座市 (地方公共団体コード 112305)
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】 小規模事業者が自社の強みを生かし、他社との差別化を図る</p> <p>【目標②】 小規模事業者がデジタル技術を活用し、生産性向上と販路開拓を実現する</p> <p>【目標③】 起業・創業を目指す人が、事業を着実に軌道に乗せる</p> <p>【目標④】 事業が次世代に承継されるとともに、第二創業により事業が成長する</p> <p>【目標⑤】 経営力再構築伴走支援により、小規模事業者の自己変革力が高まる</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 当会がデータに基づいた経営支援施策を立案するために、「景況・経営状況に関するアンケート調査」を実施する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者や創業者の商品・サービスについて消費者ニーズを把握するために、「小規模事業者や創業者の新商品・新サービスに関する調査」を実施する。また調査結果を活用して商品・サービスのブラッシュアップにつなげる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自身が自社の経営状況を客観的に把握するために、「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、他社との差別化に向けた事業計画策定を支援する。また、創業計画や事業承継計画の策定も支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 小規模事業者や創業者（第二創業者を含む）が、計画の内容を着実に遂行できるよう、前項で策定したすべての計画のフォローアップを実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者が新たな需要を開拓するために、「彩の国ビジネスアリーナの出展支援」や「デジタル販促施策の実行支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>新座市商工会 経営支援課 〒352-0011 埼玉県新座市野火止 1-9-62 TEL: 048-478-0055 FAX: 048-478-0048 E-mail: niiza@2134sci.or.jp</p> <p>新座市 市民生活部 産業振興課 〒352-8623 埼玉県新座市野火止 1-1-1 TEL: 048-477-6346 FAX: 048-477-1721 E-mail: sangyou@city.niiza.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

ア 新座市の概況

新座市（以下、当市）は、埼玉県の最南端にある。東京都心から約 25km 圏内に位置し、東西約 7km、南北約 8km、総面積 22.78 km²である。東は朝霞市に接し、南は東京都練馬区、西東京市及び東久留米市、西は東京都清瀬市及び所沢市、北は入間郡三芳町及び志木市に接し、地域の半分が東京都に接する武蔵野の面影を残す数少ない都市である。

交通は、関越自動車道が当市の南側を北西に向かって横断している。また鉄道は、市内を走行する東武東上線と JR 武蔵野線、また、隣接市を走行する西武池袋線が市民の足として利用されている。

新座市商工会（以下、当会）は、当市唯一の商工団体である。

■ 新座市の立地・交通



イ 人口推移

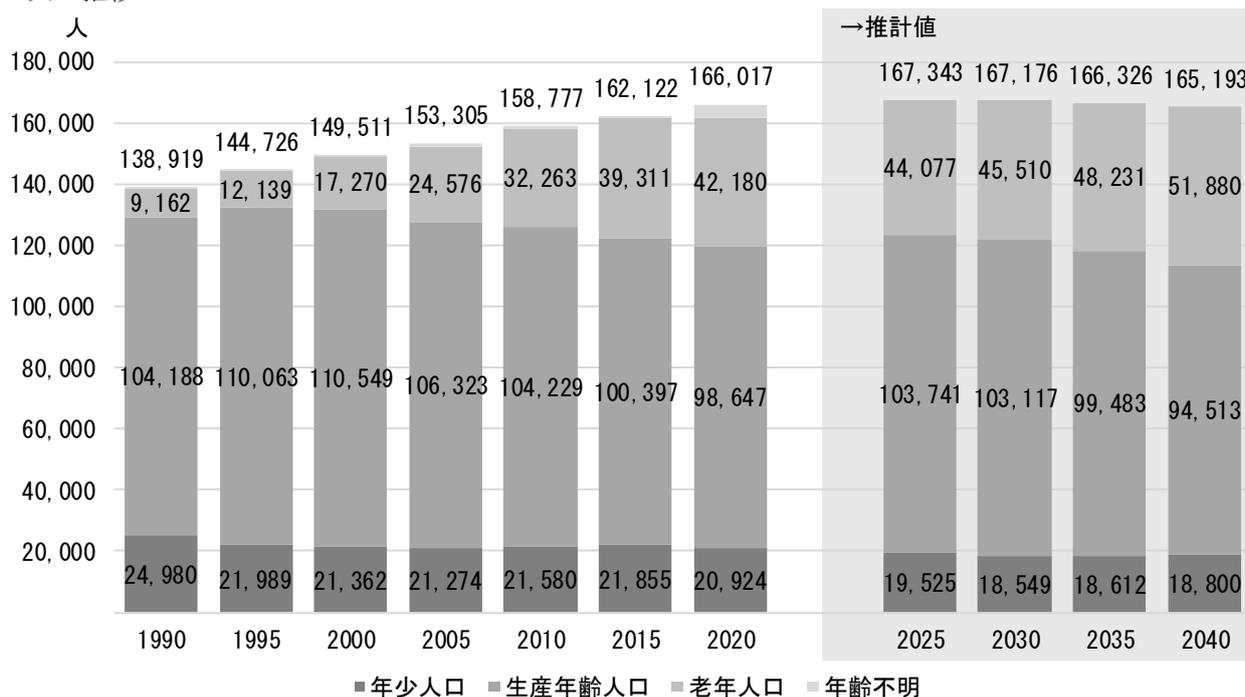
令和 7（2025）年 4 月 1 日時点の人口は 166,392 人である。（住民基本台帳）

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総人口は増加傾向にある。一方、将来人口をみると、令和 7（2025）年の 167,343 人をピークに減少傾向に転じることが見込まれている。

年齢別人口では、今後、年少人口と生産年齢人口は減少傾向、老年人口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 25.4%から令和 22（2040）年に 31.4%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 59.4%から令和 22（2040）年に 57.2%に低下する見込みである。

■人口推移



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

ウ 地域資源

(a) 特産品

当市は首都近郊にありながらも農業が盛んで、ホウレンソウ、ニンジン、サトイモの他、季節により様々な野菜が収穫されている。

そのなかでも、ニンジンが特産品となっている。市内では、高品質のニンジンが多く収穫されており、新座で育ったニンジンは「肌がきれい」と言われており、滋味あふれる「美人」のニンジンのは、根はもちろん、葉までおいしくなっている。

その他、「にんじんうどん」などのにんじんを使用した加工品も作られている。

(b) 新座ブランド

新座市では、市の魅力発信とともに、地域経済の活性化や市民の皆様のふるさと意識の醸成を目的に、平成 27（2015）年度から「新座ブランド認定事業」に取り組んでいる。

第 1 弾では、「お土産になる『食』分野の商品」を対象に優れた 10 品を認定した。その後、令和 7（2025）年度には、市制施行 55 周年を迎えるに当たり、第 2 弾として新たに 6 品が新座ブランド認定品となった。



(c) 観光資源

当市は都心へのアクセスも良いベッドタウンという印象が強い。一方で、豊富に広がる武蔵野の自然が残り、四季の移ろいを感じることもできる。

特に有名な観光資源として「平林寺」がある。平林寺は、妙心寺（京都）を本山とする臨済宗の禅刹である。創建はおよそ 650 年前にさかのぼり、江戸時代初期、徳川幕府老中と川越藩主を務めた松平伊豆守信綱とその一族（大河内松平家）の菩提寺として、岩槻から野火止の地へ移設された。山門から奥には広大な境内林（東京ドーム 9 個分）が広がる。

昭和初期までは雑木林として人々の暮らしと共にあり、昭和 43（1968）年に国天然記念物の指定を受けた。現在、雑木林は文化的資産として保全されている。

(d) アトム通貨

アトム通貨は早稲田・高田馬場の街で、地域コミュニティーを育み、街を活性化させるために生まれた地域通貨である。当市では、新座市商工会創立 50 周年、新座市制施行 40 周年を記念して、平成 22（2010）年 8 月からアトム通貨の流通が始まった。

新座市との連携のもと当会が運営を担当しており、現在、市内の 165 社の加盟店（令和 7 年 11 月現在）において、レジ袋辞退者へのアトム通貨贈呈など、それぞれのお店が決めた活動を行って入手できるほか、ボランティア及び新座市や当会が実施する事業への参加者や協力者等に御礼として配付している。

入手したアトム通貨は、市内の加盟店（「アトム通貨加盟店」というシールを店頭に掲げて告知）で、『1 馬力 = 1 円』として使用できる。

当会では、市内全域でアトム通貨を流通させ、人と人との交流が「ありがとう」の気持ちを広げていくことで、商店会や小売店・飲食店等の活性化を図る一助としていく。

エ 産業

(a) 産業の概況

当市は、豊かな自然を残しつつ首都圏へのアクセス利便性も高く、住環境と立地条件に恵まれた住みやすいまちである。

工業については、中堅企業を含む事業所が数多く立地している。一方で、TOPPAN(株)の製造部門が移転したことにより、下請けである小規模な印刷関連事業所の受注が減少し、廃業が増加している状況にある。

商業については、市内に 12 の商店会があり、商店会連合会を組織して歳末大売出し等のイベントを合同で実施している。一方で、交通網の利便性の高さから大型店・チェーン店 オーケーストアー、ドラッグストアコスモス・ドラッグストアセキ・ウエルシア薬局が相次いで出店していることに加え、マミーマート生鮮市場・イオンなど新規出店も予定されていることから、小規模商店等の事業活動に大きな影響を与えている。

(b) 景況感

当会が実施した「景況・経営状況に関するアンケート調査（令和 6 年度）」より景況感を確認する。

売上高をみると、「良くなった」が 20.7%であるのに対し、「悪くなった」が 35.5%となっている。また、採算（経常利益）をみると、「良くなった」が 10.7%、「悪くなった」が 50.6%である。

いずれも、「悪くなった」の割合が高くなっており、経営環境が厳しいことが読み取れる。

■売上高及び採算（経常利益）

	良くなった	変わらない	悪くなった
売上高	20.7%	43.8%	35.5%
採算（経常利益）	10.7%	38.7%	50.6%

出典：新座市商工会「景況・経営状況に関するアンケート調査（令和 6 年度）」

(c) 業種別の商工業者数（うち、小規模事業者数）の推移

当市の事業所数は、平成24（2012）年が4,854社、令和3（2021）年が4,520社である。

上記のうち小規模事業者数は、平成24（2012）年が3,656者、令和3（2021）年が3,211者であり、9年間で12.2%減少している。

小規模事業者数の増減を産業別にみると、卸・小売業（△161者）、製造業（△115者）、宿泊・飲食業（△107者）の減少数が多い。一方、情報通信業（+19者）、医療、福祉（+18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者数

	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	842	578	40	1,068	515	299	974	538	4,854
小規模事業者数	819	492	30	673	314	139	740	449	3,656
平成28年									
事業所数	793	511	38	1,009	515	383	972	514	4,735
小規模事業者数	766	433	26	628	290	176	721	422	3,462
令和3年									
事業所数	769	455	58	887	392	419	985	555	4,520
小規模事業者数	744	377	49	512	207	157	702	463	3,211
増減（令和3年-平成24年）									
事業所数	△73	△123	18	△181	△123	120	11	17	△334
増減割合	△8.7%	△21.3%	45.0%	△16.9%	△23.9%	40.1%	1.1%	3.2%	△6.9%
小規模事業者数	△75	△115	19	△161	△107	18	△38	14	△445
増減割合	△9.2%	△23.4%	63.3%	△23.9%	△34.1%	12.9%	△5.1%	3.1%	△12.2%

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

(d) 商店数の推移

商店数の推移をみると、卸売店舗数は△14.8%の減少、小売店舗数は△18.7%の減少となっている。

一方、卸売販売額及び小売販売額は増加しており、一店舗当たりの販売額は増加していることが推測できる。

■商店数

	平成28年	令和3年	伸び率（%）
卸売店舗数	170	148	△14.8
卸売販売額（百万円）	163,747	193,321	18.0
従業者数	1,643	1,522	△7.4
小売店舗数	633	515	△18.7
小売販売額（百万円）	127,890	129,944	1.7
従業者数	6,114	6,695	9.5

出典：新座市商工会「新座市商工要覧」（経済センサス-活動調査の数値）

(e) 飲食店舗数の推移

飲食店舗数の推移をみると、店舗数が△26.3%の減少となっている。

前項『(c) 商店数の推移』でみた卸売店舗数や小売店舗数の減少幅と比較しても、飲食店が大きく減少していることが読み取れる。

■飲食店舗数

	平成28年	令和3年	伸び率（%）
飲食店舗数	456	336	△26.3
従業者数	4,169	3,555	△14.7

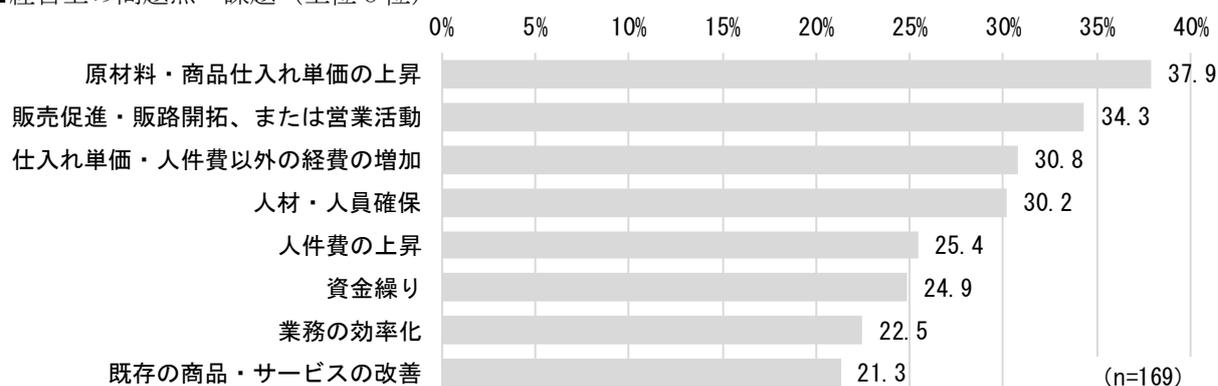
出典：新座市商工会「新座市商工要覧」（経済センサス-活動調査等の数値）

(f) アンケートからみた事業者の経営上の問題点・課題

前述の「景況・経営状況に関するアンケート調査（令和6年度）」より経営上の問題点・課題を確認すると、「原材料・商品仕入れ単価の上昇」が37.9%と最も高く、「販売促進・販路開拓、または営業活動」が34.3%、「仕入れ単価・人件費以外の経費の増加」が30.8%と続いている。

近年の原材料やエネルギーコストの増加の影響への対応が必要な事業者が多いことに加え、売上拡大を課題にしている事業者が多いことが読み取れる。

■経営上の問題点・課題（上位8位）



出典：新座市商工会「景況・経営状況に関するアンケート調査（令和6年度）」

(g) 業種別にみた小規模事業者の現状と課題（経営課題）

当市は、埼玉県の最南端にあり、東京都と隣接しており、都心から25km圏内に位置し、東武東上線・JR武蔵野線が通る交通利便性の良い地域である。総人口の増加はみられるが、高齢化率の上昇・生産年齢人口率の低下の傾向にあり、地域経済は縮小傾向にある。

地域の小規模事業者は厳しい経営環境に直面している。

地域経済の中核を担う小規模事業者は、経営者の高齢化、後継者不足、物価・原材料の高騰などの課題に直面しており、「経験頼みの経営」からの脱却が急務である。また、デジタル活用やマーケティングの弱さ、収益構造の脆弱さも持続的な経営に向けた課題となっている。

業種別の現状と経営課題は次のとおりである。

商業（小売業・サービス業）	
現状	<ul style="list-style-type: none"> 大型店やドラッグストアチェーン店の進出により、地域内の小売業の集客力は低下している。 顧客の減少と消費者ニーズの多様化。人口減少や高齢化により、従来の顧客層が縮小。同時に、消費者の好みや要求が多様化している。 ECサイトでの購入の増加。コロナ禍以降、ネット通販の利用が大幅に増加し、実店舗の売上に影響を与えている。 原材料価格・仕入れコストの上昇により、商品価格も増加している。 物価高騰による消費者の買い控え。イン플레이ションの影響で消費者が必要不可欠な物以外の購入を控える傾向にある。 デジタル・SNSの情報発信・活用が不十分。効果が十分でない。
経営課題	<ul style="list-style-type: none"> 地域密着型の接客・商品構成にすることや、地元高齢者のニーズに対応する必要がある。 消費者ニーズを明確にした新商品・新サービスの提供。地域のニーズを詳細に分析し適切なターゲット分析を行う必要がある。 ECサイトの構築、強化。ネット販売を確立し、実店舗とのオムニチャンネル戦略を展開する。 効率的な在庫管理システムの導入。DX・ITを活用した在庫管理により、コスト削減と品揃えの最適化を実現する。 価格戦略の見直しと付加価値の創出。単なる値下げ競争ではなく、サービスや品質向上に

	<p>よる差別化を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> デジタルマーケティングの強化。デジタル・SNS を活用し、効果的な集客と販促を行う。
建設業	
現状	<ul style="list-style-type: none"> 原材料価格とエネルギーコストの上昇。鋼材や木材などの建設資材の価格上昇、及び燃料費の高騰が利益を圧迫している 人手、人材不足。若年労働者の減少と高齢化により、熟練工や技術者の確保が困難になっている。 公共事業の減少による受注難。財政緊縮により公共事業が減少し、受注競争が激化している。
課題	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ技術の導入によるコストの削減。高効率機器の導入や、建築物の省エネ設計を推進し、コストの削減を図る。サプライチェーンの見直しや、新素材、リサイクル材の活用を進める。 デジタル技術活用による生産性向上。ドローンなどの先端技術を導入し作業効率を高める。技能承継と人材育成。若手技術者の育成プログラムの充実や、熟練技術のデジタル化による技術伝承。 災害対策・防災工事への注力。地域の防災計画に基づいた、インフラ強化や耐震改修工事の推進。 地元密着での小回りのきく工事への対応を強化すること
製造業	
現状	<ul style="list-style-type: none"> 製品ニーズの変化への対応。消費者の嗜好や市場トレンドの急速な変化に追従する必要がある。 原材料価格とエネルギーコストの上昇。原油価格の高騰や資源の需給逼迫により、製造コストが上昇している。 人手・人材不足。生産現場での労働力不足が深刻化し、特に専門技術が深刻化し、特に専門技術を持つ人材の確保が困難になっている。 サプライチェーンの混乱。世界的な物流の混乱や部品調達の困難により、生産計画に支障が出ている。
課題	<ul style="list-style-type: none"> 国や県の施策活用による経営革新。補助金や支援制度を活用し、設備投資や技術開発を推進する。 製造ラインの最適化。生産効率を高めるため、工程の見直しや自動化設備の導入を行う。価格転嫁と付加価値向上の両立。コスト上昇分の適切な価格転嫁と同時に、製品の高付加価値化を進める。 デジタル化、自動化の推進。IoT や AI を活用したスマートファクトリー化により生産性・品質向上を図る サプライチェーンの多様化。強靱化、調達先の分散化、リスク分散を図る。

オ 今後 5 年間で小規模事業者の経営環境が変わる出来事

<新座駅周辺の開発事業>

現在、新座駅周辺において開発事業が進んでいる。

新座駅南口周辺は、市中央部の『都市拠点』として、整備された良好な都市基盤をいかしつつ、新座駅南口地区地区計画に基づく土地利用の誘導や、安全で快適な歩行空間や自転車通行空間の確保などにより、拠点にふさわしい良好な商業地空間の形成を図る予定である。

新座駅北口周辺は、新座駅南口周辺と一体となった都市拠点づくりを図るため、新座駅北口土地区画整理事業により、北口駅前広場を始めとする都市基盤の整備を進める。また、新座駅北口地区地区計画に基づく土地利用の誘導や、安全で快適な歩行空間や自転車通行空間の確保などにより、拠点にふさわしい良好な商業地空間の形成を図る予定である。

区画整理事業の他に、地下鉄 12 号線（仮）新座中央駅周辺のまちづくり構想も引き続き進んでいる。

これにより、新座駅周辺や（仮）新座駅予定地のヒトの流れが変わることが見込まれており、小規模事業者においても新たなヒトの流れへの対応などが求められる。

カ 第5次新座市総合計画

「第5次新座市総合計画（平成5年度～令和14年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

■基本構想（平成5年度～令和14年度）

〈基本方向〉

- ・子どもがのびのびと育つまち
- ・安心して暮らすことができるまち
- ・住みやすく魅力的なまち

〈将来都市像〉

未来もずっと暮らしに『プラス』が生まれる 豊かなまち 新座

■前期基本計画（令和5年度～令和9年度）（商工・観光部分を抜粋）

第4章 にぎわいと環境が調和するまち

第2節 地域経済振興

施策1 中小企業の経営基盤の強化

施策2 商工業の充実

施策4 就労支援体制の充実

第6章 基本構想の推進のために

第3節 シティプロモーション

施策1 選ばれるまちになるためのシティプロモーションの推進

施策2 新座ならではの魅力づくり

施策3 まちの魅力を伝え広める仕組みづくり

②課題

これまで記述した内容を踏まえ、小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題を整理する。

当会が実施した「景況・経営状況に関するアンケート調査（令和6年度）」によると、売上が「良くなった」と回答した事業者は2割にとどまり、事業者の業況は必ずしも良好とはいえない。当市はこれまで人口増加が続いており、さらに交通網の利便性の高さから大型店・チェーン店の出店も相次いできた。一方、今後は人口が減少局面に転じ、市内需要の縮小とともに競争の一層の激化が見込まれる。このような環境のなかで小規模事業者が持続的に経営を続けるためには、他社と明確な差別化を図り、「選ばれる」存在となることが不可欠である。

また、同調査における経営上の問題点・課題をみると、「原材料・商品仕入れ単価の上昇」が最も多く挙げられている。これに加え、エネルギー価格や人件費の上昇が利益を圧迫しており、小規模事業者においても生産性向上への取組が喫緊の課題となっている。生産性向上を図るうえではデジタル化が欠かせないが、市内の小規模事業者の多くはデジタル化への取組が遅れており、これが経営の効率化を阻害する要因となっている。このため、デジタル技術を「当たり前の道具」として活用できる体制を整えていくことが重要な課題である。

市内の小規模事業所数は、平成24（2012）年が3,656者、令和3（2021）年が3,211者であり、9年間で12.2%減少している。事業者数の減少は地域の活力低下に直結するおそれがあり、既存事業者における事業承継を活発化させ、後継者による第二創業等を通じて事業の成長を促すとともに、創業希望者が創業に挑戦しやすい環境を整備することが、地域としての重要な課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①地域における商工会の役割

ア 地域の総合経済団体としての役割

地域の総合経済団体である当会は、行政と小規模事業者が多数を占める地域企業を結ぶパイプ役である。行政が実施する小規模事業者のための各種支援施策を周知・普及させるとともに、ニーズや課題などを行政につなげ、行政が立案・実施する施策等に反映させるため、小規模事業者の声を届ける役割が期待されている。

また、小規模事業者の経営基盤を強化させるため、地域の賑わいの創生を他機関と連携し実施する役割がある。現状、「新座快適みらい都市市民まつり商工祭」「アトムが案内！“すぐそこ新座”発見ウォーキング」や「地域通貨（アトム通貨）」などの事業を実施しているが、これらの取組を今後も拡大させ、商工業全体の振興発展を目指す。

イ 小規模事業者支援団体としての役割

地域経済を支える小規模事業者は需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面している。そのような環境のなか、経営を持続的に行うための経営課題の解決や、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経営サポートという役割が期待される。

現状、当会では、経営改善普及事業により記帳相談、税務相談、経営相談などや、経営革新計画の策定支援、補助金の申請支援、創業者への支援などを実施している。一方、これらの支援のフォローアップを実施してこなかったことや、事業者の販路開拓支援などが十分でなかったことから、売上の拡大や利益の確保といった目に見える効果があがっていないと切り切れなかった。

今後は、事業計画策定支援からフォローアップまでの一貫体制を整備し、さらに事業者の販路開拓に寄与する事業を展開することで事業者に効果を実感させる。また、各種経営課題の解決に対し、ワンストップで対応できる体制を整えることで、すべての小規模事業者が事業を成長できるよう支援を行う。

ウ 埼玉りそな銀行と連携

当会では、令和7（2025）年7月に埼玉りそな銀行新座支店と「新座市商工会と埼玉りそな銀行新座支店との経営支援に関する連携協定」を締結した。

当該協定では、(a)経営課題の把握と対応（伴走型支援）、(b)支援施策や専門家の紹介、(c)金融・補助金などに関する情報提供、(d)セミナーや相談会などの共催、(e)その他、両者が協議の上、必要と認められた事項について、連携を図ることとしている。

②商工会の長期ビジョン（10年程度）

これまで『地域の現状及び課題』で述べたとおり経営環境は厳しいが、地域資源を生かせば持続的な発展は可能である。当会は、新座市総合計画が掲げる「未来もずっと暮らしに『プラス』が生まれる豊かなまち」の実現に向け、10年後のビジョンを以下のとおり定め、伴走型支援や行政連携を通じてその実現を力強く支えていく。

■小規模事業者に対する長期的な振興のあり方（ビジョン）

ア 個店の強みを活かし、地域に「選ばれる理由」を持った経営の実現

事業者が自社の強みを再定義し、住宅都市の暮らしに「プラス」となる高付加価値な商品・サービスを展開している状態を目指す。当会は、需要動向調査に基づく事業計画策定やブランディング支援を強化し、「この店だから選ばれる」個店経営と地域内経済循環の拡大を牽引する。

イ デジタル技術を「当たり前」の道具とし、生産性向上と脱炭素に貢献

デジタル技術を使いこなし、少ない人手でも高い生産性と働きやすい環境を両立している状態を目指す。当会は、実務的なIT導入支援やデータ活用経営の普及を行うとともに、業務のペーパーレス化や省エネ推進を通じて、市のDX（デジタルトランスフォーメーション）及びゼロカーボンシティ実現に貢献する。

ウ 「住むまち」から「住み・働き・楽しむまち」へ、創業と挑戦が活発な地域へ

多様な世代が地域課題をビジネスで解決する「創業の地」として認知され、職住近接のライフスタイルが定着している状態を目指す。当会は、創業塾や空き店舗を活用したトライアル支援を充実させ、失敗を恐れず挑戦できる環境と新たな地域雇用の創出を後押しする。

エ 事業承継の円滑化と、次世代による「第二の創業」の促進

地域で培われた技術や暖簾が次世代へ確実に引き継がれ、後継者による「第二の創業」が活発化している状態を目指す。当会は、早期の事業承継診断やM&Aを含むマッチング支援を強化し、廃業を抑制するとともに、革新的な事業展開による地域の雇用維持を図る。

都心へのアクセスが良く多様な世代が住む当市の特性を活かし、住民と事業者が共に地域経済を支える「地域内エコシステム」が醸成されるよう、商工会がその結節点となって支援していく

③第5次新座市総合計画との連動性

新座市の「第5次新座市総合計画」では、「にぎわいと環境が調和するまち」を掲げ、産業振興に向けた各種施策を実行している。

前項『商工会の長期ビジョン（10年程度）』と「第5次新座市総合計画」の関連は下表のとおりであり連動性がある。

■第5次新座市総合計画と新座市商工会の長期ビジョンとの関係

第5次新座市総合計画	商工会の長期ビジョン（10年程度）
第4章 にぎわいと環境が調和するまち 第2節 地域経済振興 施策1 中小企業の経営基盤の強化	イ デジタル技術を「当たり前の道具」とし、生産性向上と脱炭素に貢献 ウ 「住むまち」から「住み・働き・楽しむまち」へ、創業と挑戦が活発な地域へ エ 事業承継の円滑化と、次世代による「第二の創業」の促進
施策2 商工業の充実	ア 個店の強みを活かし、地域に「選ばれる理由」を持った経営の実現

(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うえで、以下の5つの目標を定める。

<支援対象>

当市の人口は、これまで増加傾向で推移してきたが、今後は減少局面へと転じる見込みである。こうした環境変化に対応しつつ経営の発達を目指す小規模事業者を、重点的に支援していく。あわせて、創業及び事業承継に対する支援を強化し、地域の事業を次世代へと確実につないでいくことを目指す。

<目標>

【目標①】小規模事業者が自社の強みを生かし、他社との差別化を図る

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・事業計画を策定した事業者の売上増加事業者割合3割以上（＝事業計画策定時の売上高に対する認定期間終了時の売上高が増加している割合が3割以上）
KPI	・事業計画策定25者/年
設定した理由	KGI 他社との差別化を図った事業計画を策定することで売上増加を達成する事業者数を目標とする。
	KPI 上記を実現するため事業計画の策定を支援する。

【目標②】小規模事業者がデジタル技術を活用し、生産性向上と販路開拓を実現する

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・デジタル販促により売上高が20%以上増加した事業者数10者（＝デジタル販促への取組前の売上高に対する認定期間終了時の売上高が20%以上増加している事業者数が10者）
KPI	・「デジタル販促施策の実行支援」の支援事業者数5者/年
設定した理由	KGI デジタル技術活用のひとつとしてデジタル販促の成果を目標とする。
	KPI 上記を実現するためデジタル販促支援を実施する。

【目標③】起業・創業を目指す人が、事業を着実に軌道に乗せる

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI	・認定期間中に当会が関与した創業件数 25 者（開業届）	
KPI	・創業計画策定 5 者/年	
設定した理由	KGI	創業の完了件数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため創業計画の策定を支援する。

【目標④】 事業が次世代に承継されるとともに、第二創業により事業が成長する

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI	・認定期間中に当会が関与した事業承継件数 3 者	
KPI	・事業承継計画策定 2 者/年	
設定した理由	KGI	事業承継の完了件数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため事業承継計画の策定を支援する。

【目標⑤】 経営力再構築伴走支援により、小規模事業者の自己変革力が高まる

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI	・支援先事業者（経営分析）の認定期間終了時の事業継続率 90%	
KPI	・経営分析 75 者/年	
設定した理由	KGI	小規模事業者の自己変革力が高まり、事業継続することを目標とする。
	KPI	上記を実現するための導入部として、事業者の自己変革力を高めるための経営分析を支援する。

＜地域への裨益目標＞

上記【目標①】～【目標⑤】により、地域に「選ばれる理由」を持つ魅力的な店舗や、デジタル技術を「当たり前」の道具として活用する利便性の高い店舗が増加し、住民の暮らしに『プラス』をもたらすことを目指す。あわせて、こうした取組を通じて、地域ににぎわいを創出することを目指す。

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8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】小規模事業者が自社の強みを生かし、他社との差別化を図る

〈達成方針〉

小規模事業者が差別化を図るためには、まず自社の現状を正しく把握することが重要である。そこで、経営分析を通じて事業者自身が自社の経営状況を客観的に把握できるよう支援する（年間75者）。そのうえで、経営分析の結果を活用し、差別化に向けた事業計画の策定を支援する（年間25者）。計画策定後はフォローアップを実施し、売上増加（年間8者）や利益向上（年間4者）の実現を目指す。

また、差別化にあたっては、提供する商品・サービスそのものの差別化も重要である。このため、専門家と連携して「小規模事業者や創業者の新商品・新サービスに関する調査」を実施し、その結果を活用して商品・サービスのブラッシュアップにつなげる（年間3者）。

〈設定した理由〉

本計画期間中の小規模事業者の他社との差別化に向けた支援プロセスを明確化する。このうち、経営分析（商品等の調査を含む）→事業計画策定→フォローアップの各段階で定量目標を設定する。

【目標②】小規模事業者がデジタル技術を活用し、生産性向上と販路開拓を実現する

〈達成方針〉

小規模事業者のデジタル活用を促進するため、経営分析の際に「デジタル活用の状況」についてもあわせて分析を行う。そのうえで、実際にデジタル活用に取り組む事業者に対しては、事業計画の策定支援を通じて最適な活用方法を検討し、助言する。

また、デジタル技術を活用した販売促進に取り組む事業者に対しては、「デジタル販促施策の実行支援」（年間5者）を実施し、売上拡大の実現に向けて伴走型で支援を行う。

〈設定した理由〉

本計画期間中における小規模事業者のデジタル技術の活用に向けた支援内容を明確化する。このうち、デジタル販促支援について定量目標を設定する。

【目標③】起業・創業を目指す人が、事業を着実に軌道に乗せる

〈達成方針〉

起業・創業を目指す人が事業を着実に軌道に乗せられるよう、創業計画の策定を支援する。あわせて、策定した計画に基づきフォローアップを実施し、計画の実行を後押しする（年間5者）。

〈設定した理由〉

本計画期間中における創業支援の内容を明確化し、創業計画策定→フォローアップに定量目標を設定する。

【目標④】事業が次世代に承継されるとともに、第二創業により事業が成長する

〈達成方針〉

事業承継を活性化させるため、経営分析の際に「事業承継の必要性」について確認を行う。そのうえで、事業承継を実施する事業者に対しては、事業承継計画の策定を支援する（年間2者）。

また、事業承継後に事業の見直し（第二創業）に取り組む後継者に対しては、「目標①の達成方針」に示した支援を適用し、事業の成長を後押しする。

〈設定した理由〉

本計画期間中における事業承継支援の内容を明確化する。

【目標⑤】 経営力再構築伴走支援により、小規模事業者の自己変革力が高まる

〈達成方針〉

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、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自己変革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。

〈設定した理由〉

本計画期間中における経営力再構築伴走支援の支援内容を明確化する。このうち、支援の導入部である経営分析における経営力再構築伴走支援の実施件数（年間 75 者）を定量目標とする。

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】

現状、「景況・経営状況に関するアンケート調査」を実施し、事業者の景況感や経営課題等を把握している。一方、調査結果をホームページ等で公表できていない。また、調査結果を活用して経営支援策に十分活用しているとはいえない状況である。

【課題】

今後は、経営支援策に活用することが課題である。これを実現するために、今まで以上に設問項目を工夫することや、クロス分析等により詳細な分析を行い、事業者の課題を把握できるようにする必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
景況・経営状況に関するアンケート調査 公表回数	HP 掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

事業名	景況・経営状況に関するアンケート調査
目的	事業者の経営課題や景況感等を把握することで、経営支援施策への反映を目指す。
調査内容・調査の手法	調査は新座市と当会が協力して実施する。当会の会報に調査票を同封し、事業者へ送付。回答は FAX または市のシステムを活用した電子回答により回収する。対象は市内の事業所とし、約 150 社からの回収を目指す。
調査項目	<input type="checkbox"/> 景況感（売上高、採算、人員確保 等） <input type="checkbox"/> 主要事業の将来性（5～10 年先） <input type="checkbox"/> 経営の課題 <input type="checkbox"/> 期待する支援策 <input type="checkbox"/> その他トピック 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が、業種別・規模別などのクロス分析を通じてデータを集計・分析し、景況感や経営課題を明らかにする。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	分析結果は当会ホームページで公表し、広く市内の小規模事業者に周知する。また、当会でも、経営支援施策に反映させる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が稼げる商品・サービスを展開するためには、商品・サービスについて消費者ニーズを把握することが重要である。一方、当会では現状、これに資する事業を十分に提供できていない。

【課題】

小規模事業者や創業者の商品・サービスについて、消費者ニーズを把握するための支援を実施することが課題である。そこで、本計画期間中においては、専門家を活用し、小規模事業者や創業者の商品・サービスについて評価・改良支援を実施する。

(2) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
小規模事業者や創業者の新品・新サービスに関する調査 調査対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者や創業者の新品・新サービスに関する調査
目的	小規模事業者が新たに開発した商品・サービスや、創業者の商品・サービスについて、第三者の評価を得ることで、商品・サービスのブラッシュアップにつなげることを目指す。
対象	年間3者（1者あたり1商品）の商品・サービスを調査対象とする。 ※経営革新計画等に基づき開発された新品・新サービスを優先的に調査する。 ※創業者の商品・サービスを優先的に調査する。
調査の手法	1つの商品・サービスに対し、以下の調査チームによる評価を実施する。なお、商品・サービスによって専門家の追加・入れ替えなどを実施する（たとえばWEBで販売する商品の調査の場合、パッケージが重要となるのでデザインの専門家を加えるなど）。なお、本事業は調査の性質上、多数の評価を収集することが難しく、統計的に有効な評価は困難である。このため、評価は自由記述形式で行う。 〈調査チーム〉 ・調査統括及びマーケティングの専門家：中小企業診断士 ・一般消費者の目線：当会職員、当会会員*などから合計20名程度 ※当会会員 商品・サービスのターゲットに応じて適切な消費者からの評価を得られるように工夫する。たとえば、「ケーキ」の調査を行う場合は、女性の目線が重要であるため、女性部にて評価を行うなどを想定している。
調査項目	商品特性に応じて調整するが、一般的には以下の項目を基本的な評価項目とする。 〈食品の場合〉 <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> 見た目 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> その他改善点 等 〈サービスの場合〉 <input type="checkbox"/> サービスの内容 <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> その他改善点 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が中小企業診断士等の専門家と連携し、評価内容を整理したうえで、改善の優先順位を簡易なレポートとしてまとめる。
調査結果の活用方法	前項のレポートを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・サービスのブラッシュアップに活用する。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】

当市の小規模事業者をみると、従前のビジネスモデルを継続するなかで、売上高や採算（経常利益）が徐々に減少している事業者が多くみられる。これらの事業者が経営改善を図るためには、経営者自身が自社の経営状況を客観的に把握し、自己変革に取り組む必要がある。当会では経営分析支援を実施しているが、財務分析のみ、あるいは非財務分析のみにとどまるなど、表面的な分析となることもあった。

【課題】

今後は、経営力再構築伴走支援モデルに基づく経営分析支援を実施し、小規模事業者自身が客観的に経営状況を把握できるようにすることが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
経営分析事業者数	52者	75者	75者	75者	75者	75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	巡回訪問・窓口相談・個社支援（金融支援、補助金支援を含む）の際や、各種セミナー開催時に周知する。また、個別相談会の際に必要な性を訴求する。
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」、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> 収益性・安全性・生産性・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（デジタル活用の状況、事業計画の策定・運用状況など） <その他分析> 当市内では、事業承継が地域の課題となっている。このため、経営分析においては、前述の財務分析・非財務分析に加え、「事業承継の必要性」についても確認を行う。
分析結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> 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。経営指導員個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、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】

小規模事業者が自社の強みを生かし、他社との差別化を図りながら事業を発展させていくためには、まず将来の姿を具体的に「描く」ことが重要である。現状、当会では経営革新計画や各種補助金を契機とした事業計画策定支援を行っているが、事業者と経営指導員（専門家を含む）が将来の目指す姿を十分に共有しないまま、形式的な計画策定にとどまっているケースもみられる。

【課題】

小規模事業者が将来を見据え、自らの想いやビジョンを具体的な計画書へと落とし込むことが必要である。そのためには、対話と傾聴を重ね、事業者の内にある考えや意向を丁寧に引き出したうえで、共に事業の将来像を描いていく支援体制を構築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、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の約3割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

加えて、市内で創業や事業承継を活性化させるため、創業計画の策定支援、事業承継計画の策定支援も実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①事業計画策定事業者数	19者	25者	25者	25者	25者	25者
②創業計画策定事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
③事業承継計画策定事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

※当会が開催する「にいざ創業塾」は、およそ40名が受講。カリキュラムの一環として創業計画の策定を行うため、すべての受講者が計画書を作成する。一方、実際にセミナー受講後すぐに開業に至るのは例年5者程度であることから、目標値もこれに合わせて5者と設定している。

(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。その他、事業計画策定セミナーを契機とした掘り起こしや、国の補助金、新座市の「新座市中小企業者IT・DX導入費補助金 ^{*1} 」、「新座市経営革新計画支援事業補助金 ^{*2} 」などを活用した掘り起こしも実施する。	
	■事業計画策定セミナー	
	支援対象	すべての小規模事業者（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	講師派遣会社の登録講師等
	回数	年1回
	カリキュラム	経営分析・事業計画策定の意義、経営分析の手法、事業計画作成のポイント、活用できる補助金の紹介等
	想定参加者数	20人

	<p>※1 新座市中小企業者 IT・DX 導入費補助金 新座市の補助金である。IT・DX を導入する事業者の方に経費の一部を助成し、販路拡大、生産性向上等を支援する。申請には事業計画書が必要である。</p> <p>※2 新座市経営革新計画支援事業補助金 新座市の補助金である。埼玉県が承認する経営革新計画の採択事業者の方に計画に沿う経費の一部を助成し、販路拡大等を支援する。</p>
支援の手法	<p>以下のいずれかの方法にて支援する。</p> <p>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</p> <p>②経営指導員による指導・助言に基づき、小規模事業者が自ら計画を策定するよう支援する方法</p> <p>③個別相談会を通じて、専門家の専門的知見に基づく指導・助言を受け、小規模事業者が主体的に計画を策定する方法</p> <p>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。</p>

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・創業期の事業者												
支援対象の掘り起こし	<p>新座市では、創業を目指す方や創業間もない方（創業後 5 年未満）を支援するため、産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画を策定し、国の認定を受けている。当会では、当該計画に基づき「にいざ創業塾」の開催や、「創業ワンストップ窓口」の設置を行っているため、これらを通じて支援対象者の掘り起こしを行う。また、国の補助金や新座市の「新座市創業支援補助金※」を活用した掘り起こしも実施する。</p> <p>■にいざ創業塾</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>新座市で創業を考えている方、創業 3 年以内で事業を見直したい方</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、関係機関での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>中小企業診断士、税理士 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 1 回（全 5 日）</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>経営、財務、人材育成、販路開拓、創業計画の策定 等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>40 人</td> </tr> </table> <p>※新座市創業支援補助金 新座市の補助金である。創業者の方や新たに副業を行う方に、創業計画書に沿った経費の一部を補助し、創業期のサポートを行う。</p>	支援対象	新座市で創業を考えている方、創業 3 年以内で事業を見直したい方	募集方法	ホームページ、チラシ、関係機関での周知	講師	中小企業診断士、税理士 等	回数	年 1 回（全 5 日）	カリキュラム	経営、財務、人材育成、販路開拓、創業計画の策定 等	想定参加者数	40 人
支援対象	新座市で創業を考えている方、創業 3 年以内で事業を見直したい方												
募集方法	ホームページ、チラシ、関係機関での周知												
講師	中小企業診断士、税理士 等												
回数	年 1 回（全 5 日）												
カリキュラム	経営、財務、人材育成、販路開拓、創業計画の策定 等												
想定参加者数	40 人												
支援の手法	創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員がアドバイスをを行う方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。												

③事業承継計画策定支援

事業名	事業承継計画策定支援
目的	事業承継が円滑に進むことを目指す。
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	<p>『5. 経営状況の分析に関すること』にて「事業承継の必要性」を確認。必要性がある事業者に事業承継計画の策定を提案する。また、事業承継・引継ぎ支援センターと連携して実施する「事業承継 個別相談会」や、新座市の「新座市事業承継・M&A 支援事業補助金※」を契機とした支援を実施する。</p> <p>※新座市事業承継・M&A 支援事業補助金 新座市の補助金である。事業承継を行おうとする事業者の方に経費の一部を補助し、円</p>

	滑な事業継続を支援する。
支援の手法	小規模事業者が作成した事業承継計画を基に、経営指導員がアドバイスを行う方法で支援する。支援にあたっては、埼玉県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携を図る。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、当会では中小企業診断士と連携し、個別訪問を通じて、事業計画の実施状況調査を実施している。一方、当該実施状況調査がスポットでの支援にとどまることもあり、事業計画の継続的なフォローアップとは言えないケースもみられる。

【課題】

今後は、継続的なフォローアップを実施することが課題である。具体的には、中小企業診断士と連携した実施状況調査に加え、当会の経営指導員による継続的な支援を平行して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、計画策定後3回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約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約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。

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、自走化に向けた内発的動機付けを行うことで、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、創業計画を策定した事業者には計画策定後3回のフォローアップ、事業承継計画を策定した事業者には半期ごとのフォローアップを実施。計画通りに進捗させることを目指す。

(3) 目標

①事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ対象事業者数	10者	25者	25者	25者	25者	25者
頻度 (延回数)	四半期毎 (30回)	3回※ (75回)	3回※ (75回)	3回※ (75回)	3回※ (75回)	3回※ (75回)
売上増加事業者数	3者	8者	8者	8者	8者	8者
経常利益増加事業者数	2者	4者	4者	4者	4者	4者

※フォローアップの頻度は、計画策定後3回(3ヵ月後、6ヵ月後、1年後)を基本とする。

②創業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ対象事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度 (延回数)	四半期毎 (9回)	3回※ (15回)	3回※ (15回)	3回※ (15回)	3回※ (15回)	3回※ (15回)
売上増加事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者

※フォローアップの頻度は、計画策定後3回(3ヵ月後、6ヵ月後、1年後)を基本とする。

③事業承継計画のフォローアップ

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ対象事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
頻度 (延回数)	四半期毎 (2回)	半期毎 (4回)	半期毎 (4回)	半期毎 (4回)	半期毎 (4回)	半期毎 (4回)
売上増加事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

事業名	事業計画・創業計画・事業承継計画のフォローアップ
目的	事業計画・創業計画・事業承継計画ご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・事業承継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・創業計画・事業承継計画を策定したすべての事業者を対象にフォローアップを実施する。頻度は、事業計画と創業計画は策定後3回（3ヵ月後、6ヵ月後、1年後）、事業承継計画は策定後半期ごと（6ヵ月後、1年後）とする。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、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、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。</p> <p>加えて、事業者が自ら課題を解決できるよう、当会が契約している株式会社ブレーンのWEBセミナー（常時600以上のタイトルが閲覧可）のなかで事業者の課題解決に役立つものがあれば紹介する。</p>

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】

現状、彩の国ビジネスアリーナに当会でブースを借り上げ、共同出展を実施している。一方、それ以外の販路開拓支援が不十分である状況もみられる。

【課題】

彩の国ビジネスアリーナへの出展支援は継続しつつ、さらに、近年重要性が増しており、かつ多くの小規模事業者が苦手としているデジタル販促の分野でも個社支援を実施することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者が自社の強みを生かし、他社との差別化を図ることを目指している。一方で、差別化（新たな取組）を実行する際には、販路開拓が最初の障壁となる場合が多い。このため、当会が販路開拓機能を補完する。

事業の実施目的及び期待する効果は次のとおりである。

- ・当市の人口が減少局面に転じるなか、市内の消費は今後一定の縮小が見込まれる。この際に必要となるのが、市外への販路拡大である。とりわけ当市は立地面での強みを有しており、市外との取引において優位性がある。市外の取引先獲得に向けては、展示会等の活用が有効な手段である。そこで、「彩

の国ビジネスアリーナの出展支援」を実施し、新たな取引先の獲得を目指す。

- ・当会では、小規模事業者がデジタル技術を「当たり前」の道具として活用し、販路拡大等を実行していくことを目指している。しかし、多くの小規模事業者はデジタルに関するノウハウや人材を有しておらず、自力での取組が難しい状況にある。そこで「デジタル販促施策の実行支援」を実施し、集客力の向上及び販路拡大につなげることを目指す。

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。

(3) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①彩の国ビジネスアリーナの出展支援 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	1件
②デジタル販促施策の実行支援 支援事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
(BtoB向け販促施策の場合) 成約件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
(BtoC向け販促施策の場合) 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の出展支援 (BtoB)

事業名	彩の国ビジネスアリーナの出展支援
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
支援対象	製造業
訴求相手	埼玉県全域の製造業
彩の国ビジネスアリーナの概要	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7(2025)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644企業・団体、来場者数が15,423人であった。
支援内容	当会が展示会ブースを借り上げ、複数の事業者による共同出展を行う方法を中心とする。なお、年度によっては、各事業者が独自に彩の国ビジネスアリーナに出展する際の支援を行う方法をとる場合もある。
支援の手法	彩の国ビジネスアリーナへの出展を希望する事業者の掘り起こしを行う。参加希望者に対しては、事業者の要望に応じて経営指導員が以下の支援を実施する。また、必要に応じて専門家派遣を行う。 <出展前の支援> <input type="checkbox"/> 出展者の募集 <input type="checkbox"/> 商談シート (FCPシート) の作成 <input type="checkbox"/> 商談相手の事前アポイント <input type="checkbox"/> パンフレット等のツール整備を含む効果的な展示方法や、短時間で商品等の魅力を伝えるためのアピール手法についての指導 等 <出展後の支援> 商談相手に対するフォロー 等

②デジタル販促施策の実行支援 (BtoB、BtoC)

事業名	デジタル販促施策の実行支援
目的	小規模事業者がデジタル販促施策 (デジタル技術を活用した販売や情報発信等) に取り組み、売上を拡大させることを目指す。
支援対象	事業計画にデジタル販促施策を記載している小規模事業者
訴求相手	各事業者の訴求相手

支援内容	小規模事業者のデジタル販促施策の実行支援を行う。 なお、デジタル販促の手法は、ホームページ、SNS、EC サイトなど多岐にわたり、事業者によってニーズが異なる。こうした状況を踏まえ、各事業者の要望に応じたオーダーメイド型の支援を行う。
支援の手法	各事業者の事業計画の内容からデジタル販促施策の有無を確認し、デジタル販促施策が記載されている場合は、実行支援を提案する。また、必要に応じて「デジタル販促に関するセミナー」を開催し、支援対象者を掘り起こす。 支援先決定後は、経営指導員が中心となり、取組内容に応じて適切なデジタル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。支援では、必要に応じて IT 専門家や IT 事業者とも連携する。

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、当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、当会や新座市だけでなく、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) 日々の業務のなかで、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) 週 1 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及び評価を行う。 (g) 年 1 回（7 月頃）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 新座市産業振興課長（または担当者）、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（7 月頃）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

	<p>量的に評価する。</p> <p>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://2134sci.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。</p> <p>【ACTION】 (事業の見直し)</p> <p>(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。</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】

これまでの資質向上により、経営発達支援計画に必要な経営分析や事業計画策定支援に関する資質は一定程度備わっていると見える。一方、近年、支援ニーズが高い、デジタル支援やマーケティング支援にかかる資質については、経営指導員ごとに大きく差がみられる状況である。

【課題】

特定の分野において経営指導員ごとに支援力に差が見られることから、不足する能力を特定したうえで、当該能力を向上させるような取組を実施することが課題である。加えて、経営指導員以外の職員にも一定の支援力を付けさせ、全会一丸となって支援を行える体制を構築することが必要である。

(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

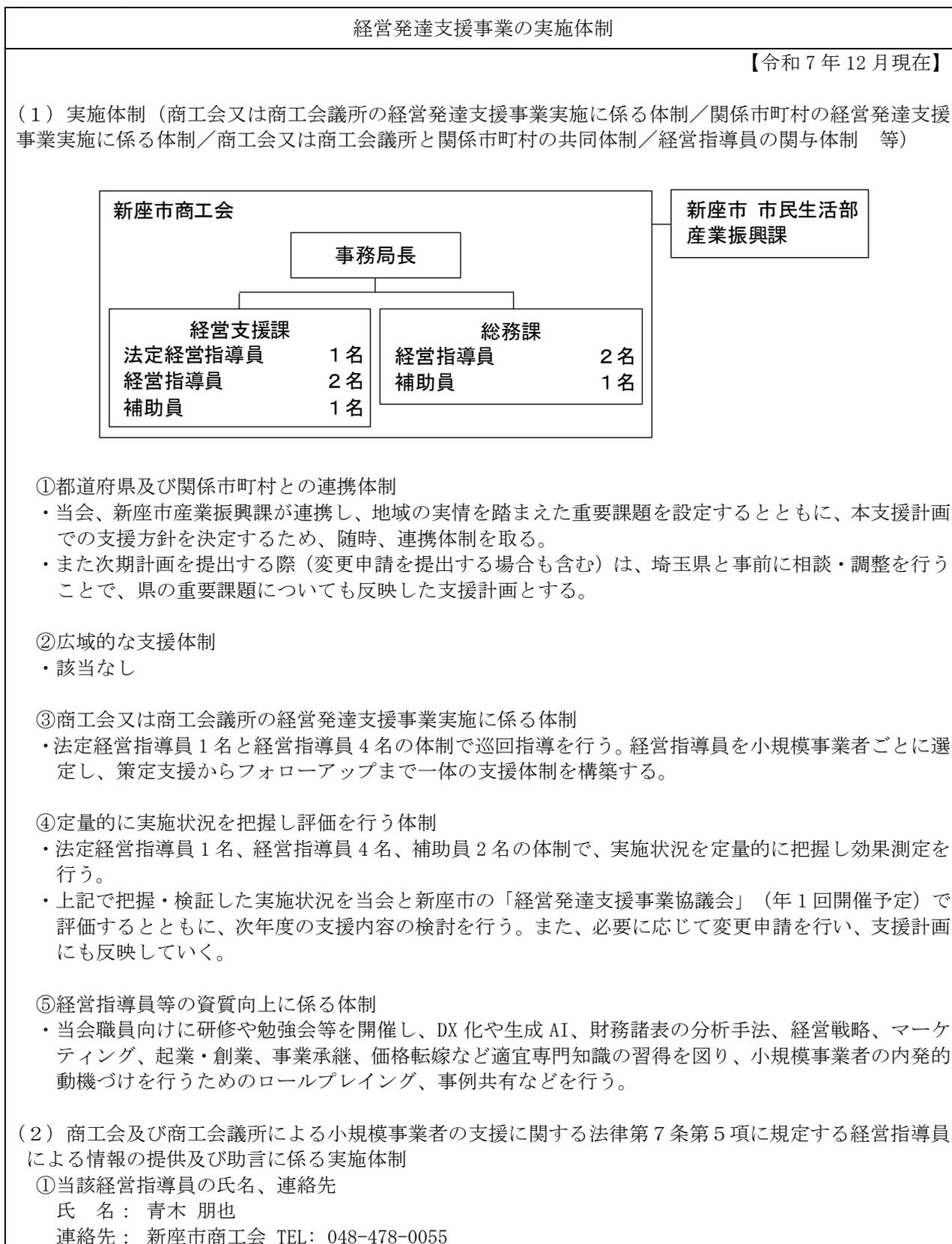
参加者	すべての職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得することを目指す。
不足能力の特定	<p>経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・ 創業や事業承継、デジタル支援の支援能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等
内容	<p>経営発達支援事業を適切に遂行し、上記の不足能力を補うために、以下の手段・手法により職員の資質向上を図る。これまでは経営指導員が中心となり資質向上に取り組んできたが、今後はすべての職員が主体的に取り組む体制とする。</p> <p>ア 上部団体の主催する研修会 経営分析や事業計画策定といった、本計画実施にあたり最低限必要な資質については、全国商工会連合会の Web 研修や、埼玉県商工会連合会の研修会を活用する。</p> <p>イ 民間の研修 (WEB セミナー) デジタル技術やマーケティング手法は日々進化しており、的確な支援を行うためには、当会職員も常に最新の情報を把握しておく必要がある。当会では、株式会社ブレーンの提供する WEB セミナーに契約しており、常に 600 タイトル以上のセミナーを受けられる。そこで、支援に必要な知識について、当該 WEB セミナーを活用して学習する。</p> <p>ウ 独自に講師を招聘した内部研修会 当会ではこれまでも埼玉県事業承継・引継ぎ支援センターの専門家や、日本政策金融公庫の職員を招聘し、内部研修を実施してきた。今後も、法定経営指導員が全職員の不足能力を網羅的に把握したうえでテーマを設定し、内部研修会を実施する。</p> <p>エ デジタルツールに関する展示会や体験会への参加 デジタル技術を活用した支援の質を高めるため、金融機関が主催するデジタルツールに関する展示会や体験会等に参加する。新たなサービスやツールの動向を把握し、実際に操作・活用方法を体験することで、職員自身の理解を深めるとともに、支援先事業者への具体的な提案や導入支援に活かす。</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 職員間の定期ミーティング 週 1 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デジタル活用の方法、具体的なデジタル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、経営発達支援事業の進捗管理を実施する。</p> <p>ウ データベース化 担当経営指導員等が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。</p>

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②当該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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員（青木 朋也）は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①新座市商工会 経営支援課

〒352-0011

埼玉県新座市野火止 1-9-62

TEL: 048-478-0055

FAX: 048-478-0048

E-mail: niiza@2134sci.or.jp

②新座市 市民生活部 産業振興課

〒352-8623

埼玉県新座市野火止 1-1-1

TEL: 048-477-6346

FAX: 048-477-1721

E-mail: sangyou@city.niiza.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 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
必要な資金の額	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400
専門家派遣(フォローアップ支援含む)	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
事業計画策定セミナー等の開催費	300	300	300	300	300
展示会出展費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
調査・分析費用	500	500	500	500	500
職員の資質向上事業	100	100	100	100	100

(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・市補助金・各種事業収入

(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 並びに法人にあつては、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