

経営発達支援計画の概要

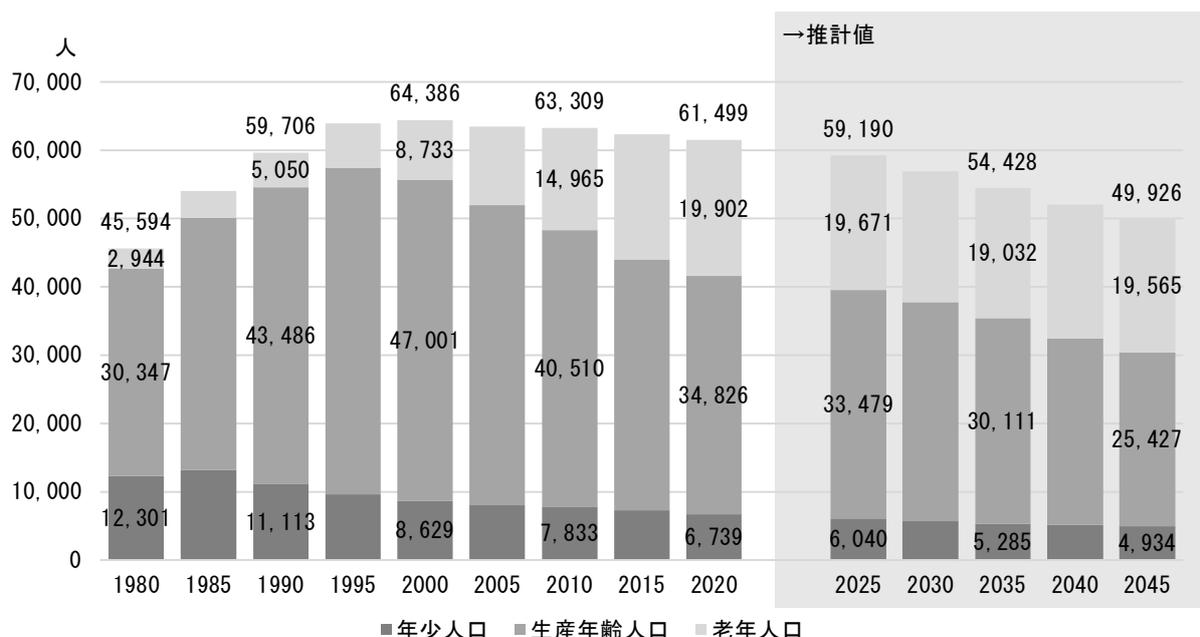
実施者名 (法人番号)	蓮田市商工会 (法人番号 5030005002851) 蓮田市 (地方公共団体コード 112381)
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】小規模事業者が自己変革力を身に付け、経営上の諸問題について自身で解決できる能力の向上を支援することにより、地域産業基盤の強化を図る</p> <p>【目標②】小規模事業者のDXを絡めた事業への転換（生産性向上や販売促進・販路開拓を含む）を支援することにより、地域の民間活力の向上を図る</p> <p>【目標③】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、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</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 小規模事業者が今後の事業展開を検討する際のデータの提供として、年1回、RESASを活用した地域の経済動向分析を通じて外部環境を整理し、ホームページで公表する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の消費者ニーズにあった商品づくり、特産品を活用した商品づくりを支援するため、消費者向けのマーケティング調査を実施し、結果を商品のブラッシュアップに繋げる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の自己変革力向上を目的に、事業者自らが自社の現状（経営状況）や経営課題を認識することを目指し、経営分析（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、事業計画の策定支援を実施する。支援にあたっては、事業者自身が自走化できるよう内発的動機付けを行いながら事業者が主体となった事業計画の策定支援を目指す。</p> <p>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。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新たな需要開拓を目的として、展示会・商談会の出展支援やITを使った販路開拓の個社支援といった、販路開拓支援を実施する。</p>
連絡先	<p>蓮田市商工会 経営支援課 〒349-0111 埼玉県蓮田市東 6-1-8 TEL: 048-769-1661 FAX: 048-769-1662 E-mail: info@web-hasuda.or.jp</p> <p>蓮田市 環境経済部 商工課 〒349-0193 埼玉県蓮田市大字黒浜 2799-1 TEL: 048-768-3111 FAX: 048-765-1700 E-mail: shoukou@city.hasuda.lg.jp</p>

イ 人口

令和4年9月1日時点の人口は61,367人（住民基本台帳）である。

国勢調査の結果を基に人口推移をみると、人口は平成12（2000）年の64,386人をピークに減少傾向に転じており、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。年齢別人口について将来の推移をみると、年少人口、生産年齢人口、老年人口のすべてが減少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32.4%から令和27（2045）年には39.2%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和2（2020）年56.6%から令和27（2045）年には50.9%に低下する見込みである。



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」

ウ 特産品

(a) 特産品

当市には、豊かな自然環境を背景にした地域資源がある。明治時代に栽培がはじめられたといわれる梨をはじめとした果物、蓮田市産の大豆を材料としたみそなどが作られている。

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
梨	昭和18年、上平野地区で県内で初めて長十郎の無袋栽培が始まり、当市の梨の評価が高まったと伝えられる。幸水、彩玉、豊水、新高などの種類が作られている。
はなみずきみそ	蓮田市産の米と大豆を使い、甘みのあるまろやかな味のみそである。農業者トレーニングセンター敷地内にある「蓮田市農産物加工講習センター」で作られている。

(b) 蓮田市商工会推奨特産品

当会では、「わがまちが自信を持ってお勧めする品」を推奨特産品として認定している。また、商品開発推進事業として、蓮田産の大豆や米を利用した商品開発を支援している。

これらの商品は「蓮田撰品絵巻」としてカタログにまとめている。



エ 観光資源

当市には、春は元荒川のソメイヨシノが咲き誇り、黒浜沼や北部の山ノ神沼には湿生植物をはじめ多種多様な植物が生育し、鳥類も多く四季を通じてバードウォッチングが楽しめる豊かな自然環境がある。また、「国指定史跡黒浜貝塚」などの史跡、「閨戸の式三番（しきさんば）」をはじめとした歴史的な財産を継承している。

主な観光資源は下表のとおりである。

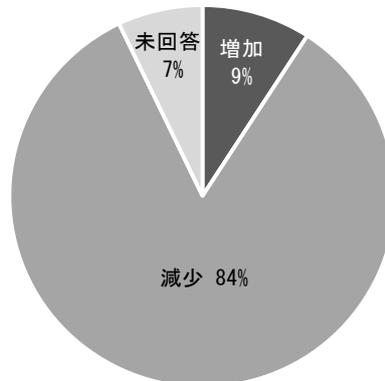
■主な観光資源

観光資源名	概要
元荒川	春には満開の桜が咲き、夏は緑が一面に広がり、秋には色づいた木々が季節を知らせ、冬はさまざまな鳥が遊びにやってくる。一年を通じて彩ある風景をつくりだし、訪れる人を楽しませてくれる。
黒浜沼	沼周辺の休耕田や湿地には、ヨシやマコモ、ガマなどの湿生植物が生育。ノウルシやジョウロウスゲなどの絶滅危惧種も確認されている。その他、カルガモやキジなどの鳥類が確認されており、バードウォッチングを楽しむ人が見受けられる。
黒浜貝塚	縄文時代前期中葉の関東地方を中心に見られる土器型式「黒浜式土器」の標式遺跡・貝塚として、昭和 50 年 3 月 31 日に県指定史跡に指定。規模は東西 150m、南北 95m 程の範囲に及ぶ。その後平成 18 年に国指定史跡に指定、平成 25 年に追加指定された。

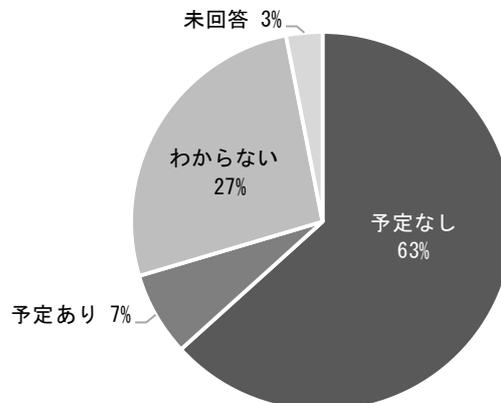
オ 産業

(a) 景況感

当会が実施したアンケート調査によると、令和元（2019）年 4～6 月と比較した令和 2（2020）年 4～6 月の売上高では、「増加」は 9%に留まっており、84%が「減少」と回答している。



また、業績悪化が続いた場合に、廃業・閉店を予定しているかでは、「予定あり」が 7%となっており、新型コロナウイルスの影響が継続した場合、廃業や閉店が増加することが予想される。



出典：蓮田市商工会「新型コロナウイルスの影響に関するアンケート調査結果」

(b)業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

当市の平成24年の事業者数は1,634社、平成28年の事業者数は1,625社である。

小規模事業者数は平成24年が1,194者、平成28年が1,162者であり、4年間で2.7%減少している。産業別に減少率をみると、製造業が△13.0%、建設業が△8.4%と減少率が高くなっている。一方、医療、福祉、宿泊・飲食業、他サービス業では増加がみられる。

	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	235	160	8	392	171	131	395	142	1,634
小規模事業所数	227	123	5	243	98	57	323	118	1,194
平成28年									
事業所数	219	147	7	377	183	151	402	139	1,625
小規模事業所数	208	107	5	234	103	66	327	112	1,162
増減(H28年-H24年)									
事業所数	△16	△13	△1	△15	12	20	7	△3	△9
増減割合	△6.8%	△8.1%	△12.5%	△3.8%	7.0%	15.3%	1.8%	△2.1%	△0.6%
小規模事業所数	△19	△16	0	△9	5	9	4	△6	△32
増減割合	△8.4%	△13.0%	0.0%	△3.7%	5.1%	15.8%	1.2%	△5.1%	△2.7%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(c)業種別の課題（経営課題）

i_商業

商業の状況をみると、上記にあるように、卸売業および小売業の減少が顕著である。反対に、医療、福祉事業者の増加が示すように、高齢化による医療施設や福祉施設の増加が進んでいる。他サービス業が微減であるのは、開業の際に初期投資が不要な理・美容業の開業が多いためである。当地域も他の地域と同様に、インターネット取引の増加によるインターネット販売の商取引が進み、事業者の販売方法も転換を求められている。インターネット販売が進む今だからこそ、顧客と直接接する日々の取引を大事にして、接客サービスでしか提供できない付加価値を提供していくことが課題である。

また、当地域には商店会組織が幾つかあるが、商店街は無く高齢化が進むことから、組織の維持体制や代わりとなる組織やコミュニティの生成も地域としての課題となっている。

ii_工業

工業者の状況をみると、建設及び製造業の小規模事業者数の減少率が高い。これまでは、小規模事業者であっても、各事業者が保有する技術やサービスの提供などで事業を継続できていたが、経営者の高齢化により、事業を引き継げず、やむを得ず廃業に至っているケースが散見される。こうした状況に対して、技術の引継ぎが簡単に進むよう、事業の再構築やDX（デジタルトランスフォーメーション）などを活用する体制づくりが急務である。

カ その他トピック

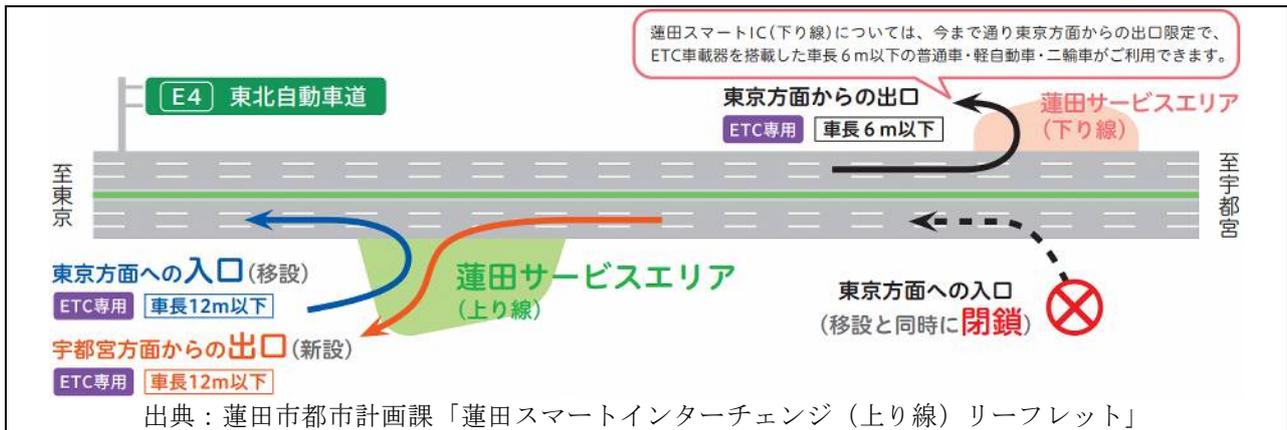
(a)とかいなか NO.1

蓮田市（蓮田ブランド推進協議会）では、市内に存在する地域資源、蓮田から想起される都市イメージ等に一体的なストーリー性を持たせ、それらを含めたものを蓮田ブランドとして確立することを目指している。このなかで、蓮田の魅力や目指す理想の姿を示したキャッチコピー「とかいなか NO.1」が採用され、本キャッチコピーをひとつのツールとしてシティセールスを行っている。

(b)蓮田スマートインターチェンジ「上り線出口」の供用開始

東北自動車道蓮田サービスエリアに設置されたインターチェンジについて、これまでは4分の2インター形式として、上り線側SA（東京方面）に入口（上り線入口）、下り線SA（宇都宮方面）に出口（下り線出口）が設置されていた。令和4年4月に「上り線出口」が新設され、さらに「上り線入口」について、これまでの車長6m以下から車長12m以下までの通行が可能となった。

これにより高速道路へのアクセス強化、地域住民の利便性向上、地域経済の活性化等が期待されている。



キ 蓮田市第5次総合振興計画

「蓮田市第5次総合振興計画（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。
 小規模事業者支援の側面からみると、①産業の創出では、地域の個性や情報通信技術を生かすことができる企業を支援し、民間活力を高めること、②産業の育成では、産業間連携や、特産品のPR等による地場産業の活性化などが掲げられている。

■基本構想

将来像	四季かおる つながり 安心 活きるまち
基本理念	基本理念4 活きるまち＝地域の活力を高めるまち 豊かな地域資源を活用し、蓮田ブランドの創出や地域産業をさらに発展させます。交通の利便性に優れているという立地条件を生かし、企業の誘致を促進するとともに雇用の創出を図ります。 また、生涯学習やボランティア活動等を通じて、市民誰もが地域で活躍できるまちをつくります。
基本政策	基本政策IV 地域の資源が活きるまちをつくる 豊かな市民生活と活力ある地域経済を支えるため、農業、商業、工業の振興を図ります。地域の資源を活用し、各種のイベントを通して市民との交流を深めるとともに、活力のある産業を推進していきます。

■基本計画

基本政策IV 地域の資源が活きるまちをつくる
政策1 産業の創出支援 (1) 企業立地促進／(2) 創業支援
政策2 産業育成・支援 (1) 産業振興・経営基盤の強化／(2) 就労支援／(3) 地域資源の活用

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にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。小規模事業者においては、人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。
 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、この変化への対応が課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、DX等による生産性の向上が課題である。
 特産品では、当市には、豊かな自然環境を背景にした地域資源があり、明治時代に栽培がはじめられたといわれる梨をはじめとした果物、蓮田市産の大豆を材料としたみそなどが作られている。また、当会では、「わがまちが自信を持ってお勧めする品」を推奨特産品として認定しているだけでなく、商品開発推進事業として、蓮田産の大豆や米を利用した商品開発を支援している。小規模事業者においても、特産品を活用した商品開発が期待されている。

当会が令和元（2019）年に実施したアンケート調査より景況感をみると、令和元（2019）年4～6月と比較した令和2（2020）年4～6月の売上高では、「増加」は9%に留まっており、84%が「減少」と回答している。本調査は新型コロナウイルス感染症の拡大直後に実施されたもので、極端に「減少」の割合が高くなっているが、平時においても売上高が減少している事業者が多くなっている。これはつまり縮小市場で事業を継続している事業者が多いことを示しており、事業の再構築や経営革新等といった事業の見直しが課題となっている。

なお、同アンケートにより業績悪化が続いた場合に、廃業・閉店を予定しているかについての回答をみると、「予定あり」が7%となっており、新型コロナウイルスの影響が継続した場合、廃業や閉店が加速すると予想される。

業種別の事業所数の推移をみると、当市の小規模事業者数は平成24年が1,194者、平成28年が1,162者であり、4年間で2.7%減少している。業種別にみると、製造業が△13.0%と特に減少率が高くなっている。近年の創業希望者の状況を見ても、製造業での創業はほとんどみられないことから、地域の活力維持のために、既存製造業の経営改善や事業承継による事業所数の維持はひとつの課題となっている。

業種別の課題をみると、①商業では、インターネット販売が進む今だからこそ、顧客と直接接する日々の取引を大事にして、接客サービスでしか提供できない付加価値を提供すること、②工業では、事業の再構築やDXなどを活用する体制づくりが課題となっている。

また、その他のトピックをみると、蓮田スマートインターチェンジ「上り線出口」の供用が開始され、東京方面、東北方面のアクセス利便性が向上している。これにより、事業者の商圏が広がるだけでなく、蓮田スマートインターチェンジ近隣の開発や企業集積などが考えられるため、地域小規模事業者においてもこれらの情報を敏感に把握するとともに、この経営環境に合わせた経営面での対応が課題となる。

(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

これまで記述してきたとおり、当市の現状をみると、人口が減少局面にあり、さらに少子高齢化が加速することが予測されている。また、人口減少や経営者の高齢化に伴い、事業所数が減少するなどの影響もでている。小規模事業者においても、これまでどおりの事業展開を継続することは難しくなることが予想され、今後の10年は変革の10年にする必要がある。そこで、小規模事業者が今後も持続的経営を行うために、「自己変革力を身に付け、様々な経営上の諸問題について自身で解決できる能力を保有する事業者が多数存在するような状況」を小規模事業者のあるべき姿と定める。当会としても、自立した小規模事業者が育まれる環境づくりを重点的に支援し、これらの事業所に従事する従業員の満足度向上を実現することで、最終的には働きやすい環境を創出し、今後の人口減少に少しでも歯止めをかけることを目指す。

幸い新型コロナウイルス感染症の影響によりテレワーク化が進み、物価の高い都心部からの転入超過が隣接するさいたま市を中心にみられている。さいたま市と比べ、当市の土地の価格は比較的低いことから、当市においても事業者の開業や転入なども期待されている。

蓮田市が「とかいなかNO.1」とあるように、さいたま市の隣であるとともに、都心部まで約40分という立地を生かし、都心の最新のトレンドを取り入れながら、最先端な事業環境の構築体制の整備となる10年としたい。

②蓮田市第5次総合振興計画との連動性・整合性

「蓮田市第5次総合振興計画」の基本計画では、商工業振興の政策として「産業育成・支援」が掲げられており、これを実現する施策として「産業振興・経営基盤の強化」への取組を行っている。

前項の小規模事業者のあるべき姿である「自己変革力を身に付け、様々な経営上の諸問題について自身で解決できる能力を保有する事業者が多数存在するような状況」は、市の取組である「産業振興・経営基盤の強化」に資する目標であり、当然に連動性・整合性がある。

③商工会としての役割

当会としては、市の総合振興計画の施策を踏まえながら、これまで取り組んできた事業の見直しと再構築、支援体制の強化を図り、小規模事業者へのきめ細かい経営支援に努める。経営環境の変化が激しい時代が予想され、小規模事業者自身が自己変革力を身に付け、様々な経営上の諸問題について自身で解決できる能力向上に繋がるよう成長を促す支援を行う。具体的には、感染症や自然災害、カントリーリスクな

どを起因とする景気の後退局面であっても、事前に事業計画の策定などによる備えを行い、発生時でも事業を継続できる事前の準備を推進する。また、地域資源である小規模事業者の特性を生かした商品やサービスの中から、共通する課題を見つけ出し、企業間で連携しながら解決できるコミュニティの維持も図りたい。その他、事業承継に対してもスムーズな引継ぎが行える気運の醸成に努める。事業承継では、当会職員と事業者との間に、相談が気軽にできる普段からの関係性の継続を図る。当会に対する相談の意識的な敷居を下げることで、創業支援にも注力を行う。当会と関連する関係機関の協力を仰ぎながら、DXを絡めた事業への転換に結び付ける。

第1期経営発達支援計画では、以下の目標を掲げ、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）

○蓮田市商工会の総力を挙げ、地域の小規模事業者に対し効果的な支援が実施できるよう目指します。

- (1)当商工会が掲げる「行政との連携・協調」をこれまで以上に推進し、蓮田市としての魅力を多くの人に訴求させ、地域力向上を行います。
- (2)首都圏40キロ圏内としての地理的優位性を利用し、企業誘致活動を行い商工会の組織率の向上を目指します。また、JR宇都宮線の上野東京ラインの開通、高速道の蓮田新サービスエリア開設により事業者を転入させ、生産人口の流入になるよう狙います。
- (3)市内金融機関や、不動産業者、士業（税理士事務所、司法書士事務所）などと連携し、創業事業者の掘り起しを行い、創業支援を実施します。
- (4)他の商工会との広域による経営革新計画セミナーを毎年実施し、承認体制の確立を果たします。
- (5)当商工会が主催する事業者同士のマッチング事業を行い、需要の喚起、雇用の創出などを狙います。
- (6)経営革新のモデル企業を輩出している実績を利用し、経営革新塾を近隣の商工会と広域的に開催し、小規模事業所の中長期的な経営基盤強化に繋がるよう目指します。最終的には、経営革新承認企業の実績に繋がります。

(3)経営発達支援事業の目標

これまで記述してきた(1)、(2)を踏まえ、本計画の目標を以下の3項目定める。

【目標①】

小規模事業者が自己変革力を身に付け、経営上の諸問題について自身で解決できる能力の向上を支援することにより、地域産業基盤の強化を図る

【目標②】

小規模事業者のDXを絡めた事業への転換（生産性向上や販売促進・販路開拓を含む）を支援することにより、地域の民間活力の向上を図る

【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、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

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

本計画では、小規模事業者の自己変革力の醸成を目標としており、これを実現するために、まずは小規模事業者に変革の成功体験を提供する必要があると考える。

そこで、まずは経営分析により各事業者の現状（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。同時に、RESASによる地域データの分析や需要動向調査を通じて外部環境を整理する。これらの分析結果を活用しながら、具体的な競争力強化の方向性を定め、結果を事業計画にまとめる。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現することで事業者の成功体験に繋げる。

【目標②達成のための方針】

小規模事業者のDXを絡めた事業への転換（生産性向上や販売促進・販路開拓を含む）に関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、実際にデジタル活用等の取組を推進していくことを目的にIT関連セミナーやITかけこみ寺（IT専門家派遣）を実施する。

また、デジタルを活用した販路開拓への取組意欲が高い事業者に対しては、IT関連セミナー後の実行支援（個社支援）を実施する。

これらの支援を実現するため、経営指導員がDXに関する資質向上を行い、実行力を向上させる。

【目標③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】

当市の今後の状況を俯瞰すると、人口の減少、少子高齢化など、小規模事業者の経営環境の変化が激しい時代が予想される。この変化を捉える際、地域の経済動向データの活用が有効であるが、当会ではこれまで十分な情報提供ができていなかった。

【課題】

地域の経済動向データの情報提供が十分でなかったため、今後はRESASを活用した地域の経済動向分析を通じて外部環境を整理し、広く小規模事業者に周知する必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9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）の内容のなかで、地域の小規模事業者により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】

小規模事業者の自己変革のなかには、消費者ニーズに合った商品開発なども含まれる。また、当会では商品開発推進事業として、蓮田産の大豆や米を利用した商品開発を支援している。これらの商品開発で“売れる商品”づくりを行うためには、プロダクトアウトの視点だけでなく、マーケットインの視点も重要である。当会ではこれまで、マーケット調査の必要性を感じていたが、これまで実施できていなかった。

【課題】

“売れる商品”づくりのために、マーケティング調査を行うことが課題である。また、調査結果を活用して商品のブラッシュアップを行う必要がある。

(2) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
特産品を中心とした商品の調査 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	特産品を中心とした商品の調査
目的	当会では、商品開発推進事業として、蓮田産の大豆や米を利用した商品開発を支援している。また、これ以外にも、小規模事業者のなかには、商品開発に取り組む事業者もいる。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、マーケット調査などが不十分であることが多い。そこで、当会にて需要動向調査を支援することで、顧客の声を取り入れた商品ブラッシュアップを行い、“売れる商品”づくりに繋げる。
対象	小規模事業者の商品（主に食品）、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 ※特産品を活用していない商品も調査対象とするが、特産品を活用した商品を優先調査
調査の手段・手法	「うたやの森フェスティバル」「商工祭さくらまつり」「街バル ぐるっとはすだ得バル」などの市外消費者も集まる場で試食・アンケート調査を実施する。調査は、経営指導員

	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	<input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（蓮田らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点等
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が専門家と連携して分析を行う。分析では、各項目について居住地別（市内 or 市外）、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	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ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。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の自己変革のためには、まずは事業者自らが自社の現状（経営状況）や経営課題を認識することが必要である。当会ではこれまでも経営分析を支援してきたが、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】

これまで表面的な分析もみられたことから、今後は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。

(2) 目標

現状から支援範囲を拡大させ、計画5年目に45者/年（＝経営指導員3名×15件）の支援を目指す。

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
経営分析事業者数	25者	29者	33者	37者	41者	45者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者自らが自社の現状（経営状況）や経営課題を認識することを目的に、経営分析支援を行い、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	チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	<p>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。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおりであり、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。分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、クラウド型支援サービス（BIZミル等）、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「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。</p> <p>■経営分析を実施する項目</p> <p>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</p> <p>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）</p> <p>機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向など）</p> <p>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）</p>

■事業承継分析

上記に加え、代表者が65歳以上の小規模事業者に対しては、追加で事業承継に関する分析を実施する。分析は、事業承継診断マニュアルの「自己診断チェックシート」を使用して実施する。具体的には、会社の基本情報の他、後継者候補の有無や事業承継の時期、事業承継の際の課題などについてヒアリングする。

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専門家派遣により解決を図る。
- ・分析結果は、当会定期ミーティングにて共有するだけでなく、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）上に分析結果を集約し、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。
- ・当会ではこれまで、市内商工業者のPR誌『はすだ市民便利帳』、高い技術力を持つ匠達を紹介する『蓮田の匠』といった冊子やWEBサイトを作成しており、今後も新たな企画を検討している。いずれの媒体においても事業者の「商品・製品・サービス」やその「特徴」を掲載することが重要であるため、経営分析において分析された各事業者の特徴（強み）を活用する（経営分析の結果をそのまま掲載するのではなく、副次的に分析結果を活用する）。

蓮田の匠では厳選した匠で生み出される世界に一つの製品を人物と技術の両面からご紹介。



出典：蓮田市商工会「蓮田の匠」

- ・事業承継分析を実施した事業者に対しては、事業承継診断シートで把握できた事業承継フェーズごとに、実施すべき対策を提案する。特に、具体的に事業承継を進めたいと考えている事業者に対しては、事業承継個別相談会を開催し、事業承継の課題解決を図る。

■事業承継個別相談会

対象事業者	すべての事業者を対象とするが、経営分析（事業承継分析）を行っ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6日
講師	埼玉県事業承継・引継ぎ支援センターの専門家等
相談できる内容	「事業承継」に関すること（親族への承継、役員・従業員への承継、第三者への承継（M&A）、その他）
想定参加者数	2人/日

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会ではこれまでも事業計画の策定支援を行ってきたが、目先の課題解決に偏重する支援である、いわゆる「課題解決型」の支援に留まっており、事業者の自己変革を実現する支援が行えていなかった。

【課題】

小規模事業者が課題解決に能動的に取り組めるよう、いわゆる「経営力構築型（課題設定型）」の事業計画策定支援を実施する必要がある。具体的には、事業者自身が自走化できるよう内発的動機付けを行いながら事業者が主体となった事業計画の策定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

「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。特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

事業計画の策定支援数では、毎年支援数を増加させ、計画5年目に20者/年を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、IT関連セミナーやIT専門家派遣を行い、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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
事業計画策定事業者数	15者	16者	17者	18者	19者	20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
IT関連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。なお、事業計画策定事業者に対して、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、また実際にDX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ために、DX推進セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。													
支援対象	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者 ・金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者 ・補助金やDX支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者等 													
対象事業者の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 ・事業計画策定セミナーを開催する。 <p>■事業計画策定セミナー</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>対象事業者</td> <td>すべての事業者を対象とするが、経営分析を行った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>カリキュラム</td> <td>1. 事業計画とは、2. SWOT分析の方法、3. 経営方針、4. 経営課題ごとの取組、5. アクションプラン、6. 数値目標、7. 補助金の活用等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>30人/回</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施する。</td> </tr> </tbody> </table>		対象事業者	すべての事業者を対象とするが、経営分析を行っ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	カリキュラム	1. 事業計画とは、2. SWOT分析の方法、3. 経営方針、4. 経営課題ごとの取組、5. アクションプラン、6. 数値目標、7. 補助金の活用等	想定参加者数	30人/回	その他	事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施する。
対象事業者	すべての事業者を対象とするが、経営分析を行っ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													
カリキュラム	1. 事業計画とは、2. SWOT分析の方法、3. 経営方針、4. 経営課題ごとの取組、5. アクションプラン、6. 数値目標、7. 補助金の活用等													
想定参加者数	30人/回													
その他	事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施する。													
支援の手段・手法	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の2つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。 なお、事業計画において、DXやITツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に													

意欲的な事業者を対象に IT 関連セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。

■ IT 関連セミナー

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	地元 IT 事業者等、地元 IT 専門家、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、セミナーを開催する。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	10 人/回

■ IT かけこみ寺（IT 専門家派遣）

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 30～40 件
講師	地元 IT 事業者等、地元 IT 専門家等を想定
相談できる内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. ネット集客 <ul style="list-style-type: none"> ・ HP 集客（HP やブログに関すること） ・ SNS 活用（Instagram、Facebook、Twitter） ・ Google ビジネスプロフィールに関すること ・ 動画活用（YouTube、TikTok）および動画編集に関すること 2. DX 化 <ul style="list-style-type: none"> ・ クラウドサービスの活用（社内の情報共有など） ・ 社内システムの見直し（システムのリプレイス等） ・ 業務の効率化の進め方 ・ リモートツールの活用方法 3. セキュリティ <ul style="list-style-type: none"> ・ セキュリティ対策
想定参加者数	3 人/日

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、事業計画策定後のフォローアップについて、売上・利益の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】

今後は、事業計画を策定したすべての事業者を対象に、原則四半期ごとにフォローアップを実施する。そのなかで、事業計画を実施する上で発生した経営課題等に対し、事業者と一緒に解決を図る。これらの支援を通じて、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、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合が 3 割、経常利益増加割合が 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）になることを目標とする。

フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を

通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

項目	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
フォローアップ対象事業者数	15者	16者	17者	18者	19者	20者
頻度 (延回数)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (64回)	四半期毎 (68回)	四半期毎 (72回)	四半期毎 (76回)	四半期毎 (80回)
売上増加事業者数	-	5者	5者	5者	6者	6者
経常利益増加事業者数	-	3者	3者	4者	4者	4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、訪問回数を増やしながら軌道に乗せるための支援を実施する。

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、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる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、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた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。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DX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必要がある。

(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、地域内の小規模事業者の多くはITを使った販路開拓等が遅れていることから、ITを活用した販路開拓として、「IT関連セミナー」後の実行支援を実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①ア 彩の国ビジネスアリーナ 出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
①イ 蓮田市商工会異業種交流会 出展事業者数	-	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
② 「IT関連セミナー」後の実行支援事業者数	-	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	-	3%	3%	3%	3%	3%
③ア 街バル 参加事業者数	30 者					
売上金額/者	-	3 万円				
③イ スタンプラリー事業 参加事業者数	30 者					
売上金額/者	-	5 万円				

(4) 事業内容

① 展示会・商談会の出展支援 (BtoB)

事業名	展示会・商談会の出展支援
目的	小規模事業者は専門の営業人員がおらず、域外への販路開拓ができていないことも多い。そこで、域外への販路拡大を支援することを目的に展示会・商談会の参加支援を実施する。
展示会等の概要/ 支援対象	<p>ア 彩の国ビジネスアリーナ</p> <p>支援対象：主に製造業 訴求相手：埼玉県全域の事業者</p> <p>さいたまスーパーアリーナを会場に、埼玉県、公益財団法人埼玉県産業振興公社、公益社団法人埼玉県情報サービス産業協会、県内金融機関が主催する、首都圏最大級の産・学・官・金連携による展示商談会である。中小企業の受注確保・販路開拓、技術力向等を目的とし、広域的な企業間ネットワーク形成による新たなビジネスチャンス創出の場を提供する。令和4年1～2月はオンライン開催され、302企業・団体が出展、来場者数16,819名を数えた。</p> <p>イ 蓮田市商工会異業種交流会</p> <p>支援対象：すべての業種 訴求相手：市内の事業所</p> <p>当会が開催する交流会である。市内事業者間での近隣のビジネスマッチングを目的として開催されており、全体講演会の後、各事業所の自己紹介とPR、商談会と続く。令和元年の開催では24社が参加し、活発な商談が行われた（令和2年、令和3年は新型コロナウイルス感染症の影響により中止）。今後の開催では、参加希望者のうち、重点支援先（2社程度）を定め、この重点支援先において商談が成立するよう、当会で支援（商談相手の参加促進、商談のサポート等）を実施する。</p>
支援の手段・手法	本支援は、自社独自に展示会・商談会に出展が難しい小規模事業者を支援する目的で実施する。そのため、これまで展示会・商談会への出展経験がない（少ない）事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、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、事前準備として効果的な展示方法や短時間での商品等アピール方法等のレクチャー、商談シート（FCPシート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等を支援する。また、出展後は商談相手に対するフォロー方法などを指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

② 「IT関連セミナー」後の実行支援 (BtoB, BtoC)

事業名	「IT関連セミナー」後の実行支援
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、自社独自ではITの利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、『6. 事業計画策定

	支援に関すること』で実施する「IT 関連セミナー」において紹介した IT による販売促進の方法（ホームページ制作、EC サイト利用、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 専門家によるハンズオン支援を実施する。
支援の手段・手法	「IT 関連セミナー」において、IT を活用した販路開拓を行いたい事業者を掘り起こす。その後、経営指導員や IT 専門家による支援を実施する。支援にあたっては、IT を活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿った IT 導入～運用支援を行う。これらの支援により新規顧客の獲得を目指す。
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。

③イベントでのテストマーケティング支援 (BtoC)

事業名	イベントでのテストマーケティング支援
目的	小規模事業者は広告宣伝に多額の費用をかけることができず、新規顧客との接点が少ない。そこで事業者と新規顧客の接点づくりを目的に「街バル」や「スタンプラリー事業」を実施する。
支援対象	小売業、飲食業等の店舗
支援内容	「街バル」や「スタンプラリー事業」といったイベントへの参加を通じて、既存顧客とは異なる新たな顧客との接点づくりを行う。 ア 街バル 白岡・蓮田合同街バル実行委員会（白岡市商工会・当会）が主催し、白岡市、蓮田市、白岡市観光協会、はすだ観光協会、埼玉県利根地域振興センターが後援するイベントである。事前に購入したバルチケットを使用し、さまざまなお店をめぐるながら「食べ歩き」「飲み歩き」「お買い物」「サービス」等を楽しめる。 イ スタンプラリー事業「Go! Go! スタンプ蓮田」 当会が主催し、市内商店会・はすだ観光協会が協力するスタンプラリーイベントである。12月1日～31日までの期間で開催される。参加には、まず、当会・蓮田市役所・市内公共施設・参加店でスタンプ台紙を入手し、参加店で買い物・食事をしてスタンプを獲得。その後、スタンプ台紙に必要事項を記入し応募すると景品があたる。
支援の手段・手法	本事業の目的は参加店と新規顧客との接点を増やすことである。一方、参加店の経営を安定させるためには、新規顧客の獲得だけでなく、その顧客をリピート化させることが重要である。そこで、希望する店舗には、経営指導員による支援や専門家派遣を実施し、来店客をリピート化させるような取組を支援する。
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、当会や蓮田市だけでなく、第三者として外部有識者を入れた「事業評価委員会」により本事業の成果を確認し、PDCA サイクル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	<p>以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。</p> <p>【PLAN】（事業の計画・見直し）</p> <p>(a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</p> <p>(b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。</p> <p>【DO】（事業の実行）</p> <p>(c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。</p> <p>(d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に適時入力する。</p> <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>(e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。</p> <p>(f) 月 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および評価を行う。</p> <p>(g) 年 1 回の「事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。</p> <p>※「事業評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i 蓮田市商工課長、法定経営指導員、外部有識者（公認会計士等）をメンバーとする「事業評価委員会」を年 1 回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）にて定量的に評価を行う。</p> <p>ii 当該「事業評価委員会」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（http://www.syokokai.or.jp/syokokai/hasuda/index.html）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) 「事業評価委員会」の評価を受け、年 1 回、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】

現状、経営指導員を中心に経営発達支援計画の実行に必要な資質向上に取り組んでいる。そのため、経営分析や事業計画策定などの一定のスキルはある。一方、小規模支援法改正で新たに求められる能力である、事業者の成果（売上・利益向上）を実現させる能力や DX 支援の能力、経営力再構築伴走支援の能力は不足している。

【課題】

不足能力を特定したうえで資質向上を図る必要がある。とりわけ当会は、IT・デジタル化に関する支援や経営力再構築伴走支援が弱い。そこで、特にこれらの資質向上を図ることが課題である。

また、経営指導員のみならず他の職員も含めた組織全体の支援力向上を図るため、組織全体の資質向上を実現し、より効果の高いレベルの支援を行える体制をつくる必要がある。

(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	経営指導員、補助員、一般職員等
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	<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> <p>[小規模支援法改正により新たに求められる能力]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>[近年の支援環境の変化に対して求められる能力]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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	<p>経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・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・一般職員も含めて積極的に参加する。</p> <p>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や全国商工会連合会の経営指導員研修といった上部団体等が主催する研修に参加する他、近隣6商工会で外部講師を招聘した研修会を開催する。また、必要に応じて、独自に外部講師を招聘した会内研修を実施する。</p> <p>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。</p> <p><DX に向けた IT・デジタル化の取組></p> <ul style="list-style-type: none"> 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 オンライン経営指導の方法 等 <p>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 独自に外部講師を招聘し、「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」のようなテーマで会内勉強会を開催する。</p>
②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み	
目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	<p>ア 定期ミーティング 月 1 回の定期ミーティングにおいて、各人の支援状況等を共有し、経営発達支援計画の進捗管理を実施するだけでなく、ノウハウ交換や研修等で得た知識・有益な IT ツール等の共有を図る。</p> <p>イ データベース化 担当経営指導員等がクラウド型支援サービス（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>

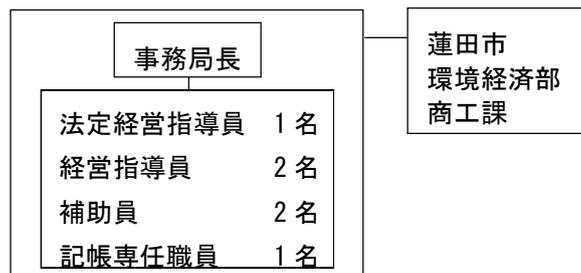
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

【令和5年7月現在】

(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：安西大輔

連絡先：蓮田市商工会 TEL. 048-769-1661

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

〒349-0111

埼玉県蓮田市東6-1-8

蓮田市商工会 経営支援課

TEL：048-769-1661 / FAX：048-769-1662

E-mail：info@web-hasuda.or.jp

②関係市町村

〒349-0193

埼玉県蓮田市大字黒浜2799-1

蓮田市 環境経済部 商工課

TEL：048-768-3111 / FAX：048-765-1700

E-mail：shoukou@city.hasuda.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 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
必要な資金の額	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
地域の経済動向調査に関すること	100	100	100	100	100
需要動向調査に関すること	200	200	200	200	200
経営状況の分析に関すること	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業計画策定支援に関すること	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業計画策定後の実施支援に関すること	200	200	200	200	200
新たな需要の開拓に資する事業に関すること	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500

(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
自主財源 (会費手数料・共済手数料・記帳機械化手数料)・国補助金・埼玉県補助金・蓮田市補助金

(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