

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	美里町商工会（法人番号 4030005009344） 美里町（地方公共団体コード 113816）
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】 小規模事業者が経営環境の変化に対応し、持続的な経営を実現する</p> <p>【目標②】 小規模事業者がデジタル活用により、生産性向上及び販路開拓を実現する</p> <p>【目標③】 新規創業及び事業承継が活発に行われる地域環境を形成する</p> <p>【目標④】 経営力再構築伴走支援により、小規模事業者の自己変革を促進する</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 小規模事業者がデータに基づいた経営判断をするために「国が提供するビッグデータ（RESAS）の活用」を実施する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品を消費者ニーズに合った商品とするために「商工会の集まりを活用した商品調査」を支援する。また調査結果を基に商品のブラッシュアップを支援する。</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や経営課題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、持続的な経営に向けた事業計画策定を支援する。また、創業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が、事業計画・創業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「美里町商工会のホームページによる情報発信事業」や「ホームページの作成支援事業」、「展示会等の出展支援事業」を実施する。</p>
連絡先	<p>美里町商工会 〒367-0112 埼玉県児玉郡美里町大字木部 323-3 TEL: 0495-76-0144 FAX: 0495-76-0112 E-mail: misatomati@syokoukai.jp</p> <p>美里町 農林商工課 商業観光係 〒367-0194 埼玉県児玉郡美里町大字木部 323-1 TEL: 0495-76-5133 FAX: 0495-76-0909 E-mail: nosei@town.saitama-misato.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 美里町の概況

美里町（以下、当町）は、埼玉県の北西部に位置し、都心から約80km、電車で約1時間半圏内という都心部からの交通アクセスに優れた地域となっている。

形は東西に約5.5km、南北に約9.0kmと、縦に細長い形をし、総面積は、33.41km²、中央部以北の平坦地と、北部から南部へ向かって高度を増すなだらかな丘陵地を形成している。また、小山川、志戸川、天神川が流れ、自然豊かな田園風景の広がる環境にある。

交通網は、JR八高線が町内を横断し松久駅が町の中心部にあり、主要な道路としては、主要地方道本庄寄居線が町内を縦断し、国道254号及び関越自動車道が町内を横断している。なお、関越自動車道では、寄居PAスマートインターチェンジの開通により、群馬・長野方面と東京方面へのアクセス向上が図られている。

美里町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

■ 美里町の立地・交通



イ 人口推移

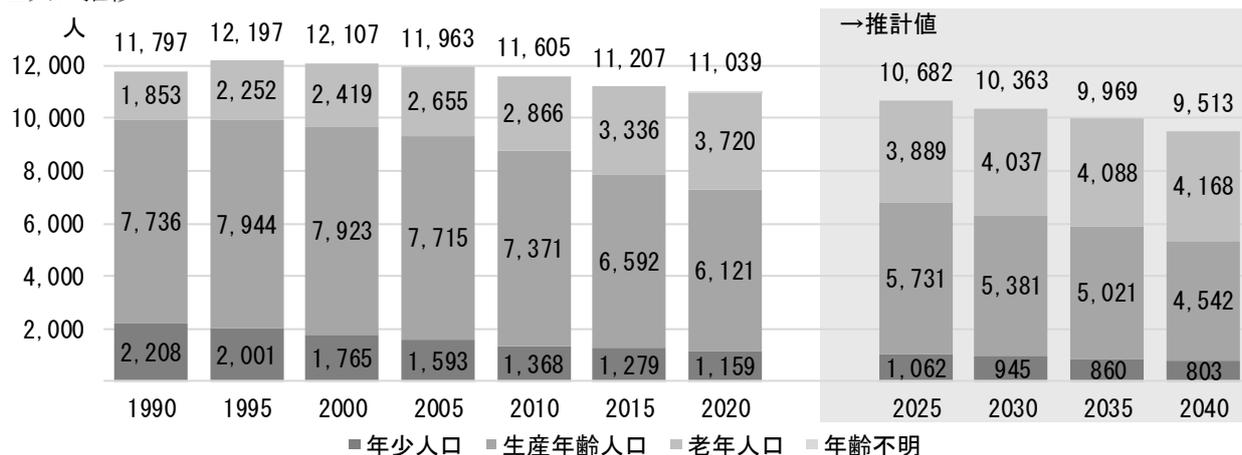
令和 7 (2025) 年 4 月 1 日時点の人口は 10,581 人である。(住民基本台帳)

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総人口は平成 7 (1995) 年の 12,197 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 33.7%から令和 22 (2040) 年に 43.8%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 55.4%から令和 22 (2040) 年に 47.7%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 特産品

古くから当町の基幹産業は農業であり、ほぼ全域で米麦・野菜・畜産・花きなど幅広い農畜産物が生産され、主に首都圏各地に向けて出荷されている。ブルーベリーの生産が盛んで、首都圏からのアクセスも良く観光農業につながっている。

主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品	概要
ブルーベリー	当町は、国内有数の栽培面積を誇るブルーベリーのまちである。植栽品種が多く、収穫期の 6 月から 8 月までの間、ブルーベリーを楽しむことができる。町内には約 10 戸の観光農園が点在し、多くの観光客でにぎわう。
エゴマ	シソ科の植物であるエゴマは特有の香りがあるため、イノシシやニホンジカの食害を受けにくいとされており、南部の中山間地域を中心に栽培されている。円良田特産センターでは、エゴマを搾油し販売している。



ブルーベリー



エゴマ加工品 (えごま油)

エ 観光資源

まず、夏場においては、ブルーベリーの摘み取り体験ができる観光農園が人気である。この時期は新鮮なブルーベリー生果や加工品の購入ができる農産物直売所も賑わいを見せる。

また、町内にある3カ所のゴルフ場は、都内からのアクセス性と美しいコース整備から好評を得ており、貴重な観光資源である。

祭事としては毎年8月15日に行われている、国指定重要無形民俗文化財「猪俣の百八燈（いのまたのひゃくはっとう）」がある。猪俣の百八燈は、平安から鎌倉時代にかけて武蔵国で勢力をはせた武蔵七党のひとつ猪俣党の猪俣小平六範綱とその一族の霊を慰めることを目的にすると伝えられ、堂前山の尾根に築かれた108基の塚に上がる灯火が幻想的で美しいと広く知られている。

また、本町は埼玉県内で古墳が最も多くつくられた地域で、旧石器時代から中世時代までの遺跡や遺物が多く発掘され、「埼玉の飛鳥」と呼ばれている。美里町遺跡の森館ではこれらの貴重な出土品をはじめとする考古資料を見学することができるが、観光資源としては弱い。



猪俣の百八燈



馬形埴輪（白石古墳群より出土）

出典：美里町ホームページ

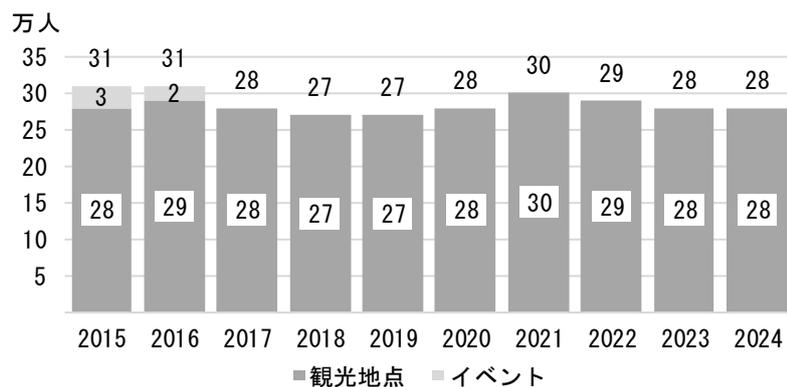
オ 観光入込客数の推移

令和6（2024）年の観光入込客数は28万人である。

推移をみると、平成27（2015）年以降、30万人前後で安定推移している。

また、観光客の属性をみると、イベントが少なく、観光地点が多くを占めている。

■観光入込客数の推移



出典：埼玉県「県内市町村観光入込客数」

カ 産業

(a) 産業の概況

当町は、農業が基幹産業であるが、農業者の高齢化や後継者不足が進み、農業担い手の減少が顕著であり、農業を取り巻く環境は厳しい状況にある。

また、住民の生活機能に直結する小売や飲食等の商業についても縮小傾向にある。町内には、商店街やショッピングセンターがないこと、さらには個人商店の数が少ないことから、住民の消費行動は近隣市町の大規模店舗等に依存しており、生活機能の強化や地域経済の活性化に取り組むことが必要である。

一方、工業については農村地域への産業の導入の促進等に関する法律に基づく積極的な企業誘致により、町内に多くの企業や工場が立地し、地域の雇用創出につながっている。

(b) 景況感

当会が調査協力を行っている「中小企業景況調査」より景況感を確認する。

令和7(2025)年の業況(自社)をみると、「良い」が6.7%、「ふつう」が60.0%、「悪い」が33.3%となっており、業況が良いと回答する事業者は少ないことがわかる。

経年でみても同様の結果となっており、現在の経営環境に合わせて事業を成長させることができていない事業者は少ないものと推測できる。

■業況(自社)

	良い	ふつう	悪い
令和5(2023)年	6.7%	73.3%	20.0%
令和6(2024)年	7.1%	71.4%	21.4%
令和7(2025)年	6.7%	60.0%	33.3%

(c) 業種別の商工業者数(うち、小規模事業者数)の推移

当町の事業所数は、平成24(2012)年が427社、令和3(2021)年が415社である。

上記のうち小規模事業所数は、平成24(2012)年が318者、令和3(2021)年が300者であり、9年間で5.7%減少している。

小規模事業所数の増減を産業別にみると、卸・小売業(△11者)、他サービス業(△11者)の減少数が多い。一方、医療、福祉(+2者)など増加がみられる業種もある。

■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	66	86	1	81	34	41	93	25	427
小規模事業所数	65	57	1	57	26	17	78	17	318
平成28年									
事業所数	62	84	1	79	31	35	84	27	403
小規模事業所数	62	51	1	53	26	12	66	20	291
令和3年									
事業所数	63	82	1	68	26	51	87	37	415
小規模事業所数	62	53	1	46	22	19	67	30	300
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△3	△4	0	△13	△8	10	△6	12	△12
増減割合	△4.5%	△4.7%	0.0%	△16.0%	△23.5%	24.4%	△6.5%	48.0%	△2.8%
小規模事業所数	△3	△4	0	△11	△4	2	△11	13	△18
増減割合	△4.6%	△7.0%	0.0%	△19.3%	△15.4%	11.8%	△14.1%	76.5%	△5.7%

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

(d) 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

小売業においては商店街や大規模なショッピングセンターがなく、個人商店の数も少ないことから、近郊市町への流出が顕著になっており、厳しい状況に置かれている。小売業で構成する美里虹カード会では売出しやPRを行っているが、十分な効果が得られているとは言い難い。また、事業主の高齢化が進んでおり、後継者も居ない事業者が大半を占め、廃業が既定路線となっている。

飲食業においては新型コロナウイルス感染症が拡大以降、宴会の減少や外食から内食への意識の変化、環境の変化により売上が減少している。緩やかに回復を見せているが、コロナ禍前とはほど遠い状況である。また原材料の高騰により価格転嫁ができていない事業所が多く見られる。開業間もない人や20代～30代はSNSを活用した情報発信がみられるが、40代以降は情報発信を苦手とする人が多い。

サービス業においては事業主本人が全体的に若く、それぞれが固定客を掴んでおり安定的に事業を行っていると同時に、設備投資なども積極的で意欲のある人が多い。

ii_工業

製造業においては自動車関連の下請け事業所が多く、親会社の影響によって売上に波がある。資材の高騰や価格の高止まり、様々な経費の上昇により利益率が圧迫されている。

建設業においては万年人材不足の影響で協力会社やひとり親方との連携にて事業を展開している事業者が殆どである。人材募集を行っているが、応募は少なく雇用した人材も早期に退職する傾向が強く、将来的な人材育成が出来ない状況となっている。また、材料費の価格の変動が早く先を見越した見積を立てることが難しい為、その都度事務作業に多くの時間が必要となっている。

土木工事業は比較的順調であり、コロナ禍前の状況に戻っているが、デジタルの活用による生産性向上は課題である。

iii_観光

本町は自然豊かな田園風景と米麦や野菜、果樹などの多様な農作物、国指定重要無形民俗文化財「猪俣の百八燈」をはじめとする伝統行事や古墳・遺跡等の歴史的文化財などの観光資源を有している。また、ブルーベリーは国内有数の植栽面積を誇り、6月～8月は摘み取り体験が楽しめる観光農園が開園している。特産品としてエゴマも有名であり、健康食材として無農薬・無化学肥料での生産を推進しており、ふるさと納税の返礼品としても高い人気を誇っている。

しかし、起爆的な観光資源がないことが課題であり、新たな観光資源の発掘が必要であるとともに、町の魅力を積極的に発信していくことが求められている。

キ 今後5年間で小規模事業者の経営環境が変わる出来事

(a) 美里甘粕地区産業団地

埼玉県企業局と美里町では令和6（2024）年度より美里甘粕地区産業団地を事業化している。予定地は美里町役場、JR八高線の松久駅付近で、県道本庄寄居線に近接している。関越自動車道寄居スマートICにも近く、交通アクセスが良い。

これにより、地域の振興や新たな雇用の創出が期待されている。

<美里甘粕地区産業団地の概要>

所在地	: 児玉郡美里町大字甘粕地内
団地総面積	: 約75,600平方メートル
分譲面積	: 約60,300平方メートル
交通アクセス	: 関越道寄居スマートICから約0.7キロメートル、県道本庄寄居線に近接
引渡時期	: 令和9年度末（予定）

(b) 町立小学校の統合

美里町では、少子化が進むなかで、こどもたちがより良い環境で学び、成長できる場所となるよう3つの小学校（東児玉小学校、松久小学校、大沢小学校）を統合し、新しい小学校の建設を進める予定である。

小学校の統合により、町内のヒトの流れが変わることが予想される（都市機能の集積により、町内の一部の場所にヒトが集中するなど）ため、小規模事業者にとっても対策が必要となる。

ク 第5次美里町総合振興計画

「第5次美里町総合振興計画（平成28年度～令和7年度）」の商工・観光部分は次のとおりである。
なお、本計画の期間が令和7（2025）年度までであるため、現在、次期計画を策定中であるが、商工・観光部分において、大きな方向性の変更はない見込みである。

■基本構想（平成28年度～令和7年度）

〈美里町のこれからをつくる基本理念〉

心身ともに美しく暮らせるまちづくり

〈まちの将来像〉

住民一人ひとりが誇りを持って暮らせる美しの里

〈基本目標（商工・観光部分）〉

しごとづくり

しごととの視点：喜びを生み出す新しいしごとづくり

今ある産業のさらなる発展はもとより、美里町の資源を活かしながら、新しい時代のニーズに対応した、働く楽しさ喜びを感じることができる、新しい仕事生まれるまちを目指します。

■後期基本計画（令和3年度～令和7年度）（商工・観光部分を抜粋）

第2章 産業

3. 安心して働ける雇用の場づくり

- ・安定した雇用の創出

4. 自分らしく働ける環境・仕事づくり

- ・商業の振興
 - ・多様な就労と起業促進
- ##### 5. 人と人がつながる体験型観光づくり
- ・果樹の里の推進
 - ・交流・体験型観光プログラムの充実

基本方針

- ・多様な地域住民のニーズに対応した、地域密着型の商業振興やサービス業の育成、環境や景観に配慮した沿道サービスの形成に努め、まちづくりと一体となった商業・サービス業を振興します。
- ・多様な人材の起業支援や、新しい分野の産業の創出に取り組み、様々な職種の雇用が生まれるまちを目指します。

ケ 美里 SuperTown プロジェクト 地域まちづくり計画

埼玉県では、「埼玉版スーパー・シティプロジェクト」として、超少子高齢社会を見据え、市町村が実施する「コンパクト」「スマート」「レジリエント」の3つの要素を兼ね備えた持続可能なまちづくりを支援している。

美里町は本プロジェクトにエントリーし、地域まちづくり計画を策定している。

■美里 SuperTown プロジェクト 地域まちづくり計画

〈まちづくりのコンセプト〉

『生活と自然が共生する 持続的な“美しの里”の拠点づくり』

「町民生活の利便性の向上」と「豊かな自然環境の多面的活用」を実現するために、本町の美しい自然環境と地域力を兼ね備えた“美力”あるまちの核を形成し、計画的な土地利用による周辺環境の保全を図ることで、サステナブルなまちづくりを目指す。

※「美力（みりょく）」とは、美里町の魅力を意味する造語である。

〈事業一覧（一部抜粋）〉

- ・日常生活に必要な都市機能の集約
- ・産業団地の整備
- ・教育機能の集約
- ・交通結節点の整備

地域まちづくり計画の「事業一覧」のうち、「日常生活に必要な都市機能の集約」については、小学校の統合をきっかけに、役場と松久駅と小中学校に囲まれたエリアに、買い物や食事等の日常生活に必要な都市機能（商業施設、スーパー等）を集約させる計画であることから、小規模事業者（特に飲食や小売）に影響を与えるものと考えられる。

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。

当会が調査協力している「中小企業景況調査」によれば、「業況が良い」と回答した事業者の割合は極めて低い水準にとどまっている。現在、当町の人口は減少傾向にあり、高齢化も進行している。このような環境下においても、多くの小規模事業者は従来型のビジネスモデルを継続しており、それが業況悪化の一因となっていると推測される。このまま同様のビジネスモデルを続けても状況の改善は見込みにくいいため、小規模事業者においても、経営環境の変化に対応した事業構築へと転換していくことが必要である。

また、近年は原材料やエネルギー価格の高騰、人件費の上昇等により、利益が圧迫されている事業者が多い。こうした状況のもとで利益を確保するためには、生産性向上への取組が不可欠であるが、小規模事業者における取組は限定的である。小規模事業者の多くは、デジタルを活用した販路開拓や生産性向上に関心を持ちながらも、知識・ノウハウや人材の不足により、具体的な取組が進んでいないのが実情である。このため、デジタル技術を活用した取組を一層推進していくことが課題となっている。

当町の小規模事業所数は、平成24(2012)年が318者、令和3(2021)年が300者であり、9年間で5.7%減少している。事業所数が減少するなかにあつては、創業者による新たなビジネスの創出は、地域にとって欠かせない要素であるとともに、既存事業の承継も重要な課題である。そのため、新規創業及び事業承継が活発に行われる環境を整備し、地域経済を支える事業者層を維持・強化し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地域における商工会の役割

当会は、地域の総合経済団体として経営改善普及事業を始め地域振興に資する事業に取り組んできた。経営改善普及事業では金融・税務・経営・労働などを中心に創業支援や経営革新計画の策定事業にも積極的に取り組んでいる。小規模事業者の経営環境は近年大きく変化しており、持続的発展に向け事業者個々の課題解決に向けた支援を行い、経営力強化を図る。また、事業者数の減少が進む中、地域の活性化に向け創業者の支援に重点を置く。

そして、職員一人一人の資質向上を図るとともに、事業者にとって身近で重要な存在として経営者に寄り添った伴走支援を行い、美里町をはじめ各関係機関と連携し小規模事業者の持続的発展に向け全職員一丸となって取り組む。

②商工会の長期ビジョン（10年程度）

当会では、当町の現状と課題を踏まえ、10年後の小規模事業者のあるべき姿を以下のとおり定める。また、これの実現に向けて、今後5年間に渡り経営発達支援計画における伴走型支援を実施する。

■10年後の小規模事業者のあるべき姿

①小規模事業者が、経営環境の変化に応じた事業の構築を行っていること

小規模事業者を取り巻く経営環境は変化している。持続的経営を行うために何が必要なのか、何を求められているのかを小規模事業者が考え、環境の変化に対応している姿を目指す。

②小規模事業者がデジタル活用で生産性向上や販路開拓を実現していること

小規模事業者の多くがデジタルの利活用が遅れている。デジタル化等を活用した設備投資により業務を効率化し、生産性を向上させている姿を目指す。また、デジタル化による販路開拓が行われている姿を目指す。

③新規創業や事業承継が活発に行われていること

事業所数が減少しているなかで、地域にとって創業者による新たなビジネスの創出は欠かせない。

これと同時に、既存の事業を承継していくことも重要である。そこで、新規創業や事業承継が活発に行われている姿を目指す。

③第5次美里町総合振興計画との連動性

美里町「第5次美里町総合振興計画」では、「自分らしく働ける環境・仕事づくり」を実現するために以下の基本方針を掲げている。

- ア 多様な地域住民のニーズに対応した、地域密着型の商業振興やサービス業の育成、環境や景観に配慮した沿道サービスの形成に努め、まちづくりと一体となった商業・サービス業を振興します。
- イ 多様な人材の起業支援や、新しい分野の産業の創出に取り組み、様々な職種の雇用が生まれるまちを目指します。

前項『商工会の長期ビジョン（10年程度）』で示した10年後の小規模事業者のあるべき姿のうち、「①小規模事業者が、経営環境の変化に応じた事業の構築を行っていること」や「②小規模事業者がデジタル活用で生産性向上や販路開拓を実現していること」は前述の「ア」、「③新規創業や事業承継が活発に行われていること」は前述の「イ」の実現に寄与するため、連動性がある。

(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うえで、以下の4つの目標を定める。

<支援対象>

持続的経営に向けて新たなチャレンジ（経営革新等）に取り組む事業者を重点的に支援する。また、多様な人材による起業や、新たな分野の産業創出に資する取組を重点的に支援する。

<目標>

【目標①】 小規模事業者が経営環境の変化に対応し、持続的な経営を実現する

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10者/年
設定した理由	KGI 経営環境の変化に対応し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活用により、生産性向上及び販路開拓を実現する

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・認定期間終了時の「美里町商工会のホームページによる情報発信事業」の掲載事業者数40者
KPI	・新規に「美里町商工会のホームページによる情報発信事業」に参加した事業者数2者/年
設定した理由	KGI デジタルを活用した販路開拓のきっかけづくりとして当会ホームページによる情報発信支援数を目標とする。
	KPI 上記を実現するため登録事業者の掘り起こしを実施する。

【目標③】 新規創業及び事業承継が活発に行われる地域環境を形成する

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創業件数5者（開業届）
KPI	・創業計画策定1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】 経営力再構築伴走支援により、小規模事業者の自己変革を促進する		
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 15 者/年
設定した理由	KGI	小規模事業者が自己変革を行い、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、事業者の自己変革を促進す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④】により、多様な地域住民のニーズに対応した地域密着型の商業振興に寄与することを目指す。また、多様な人材による起業や新分野の産業創出を通じて、様々な職種の雇用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】小規模事業者が経営環境の変化に対応し、持続的な経営を実現する

〈達成方針〉

小規模事業者が経営環境の変化に対応できるよう、まず「国が提供するビッグデータの活用」（年1回）を実施し、経営環境を整理する。あわせて経営分析を行い、事業者の課題を明確化する（年間15者）。次に、これらの結果を活用して事業計画の策定を支援する（年間10者）。計画策定後はフォローアップを実施し、計画に沿った事業展開を後押しすることで、売上の増加（年間3者）及び経常利益の向上（年間2者）を目指す。

上記に加え、小規模事業者による「売れる商品づくり」を後押しするために、「商工会の集まりを活用した商品調査」を実施。調査結果を活用し、商品のブラッシュアップにつなげる（年間2者）。

〈設定した理由〉

本計画期間中で小規模事業者の持続的経営実現に向けた支援プロセスを明確化。地域の経済動向調査→需要動向調査→経営分析→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活用により、生産性向上及び販路開拓を実現する

〈達成方針〉

小規模事業者がデジタル化を促進するため、経営分析の際に「デジタル活用の状況」を確認。活用に向きの事業者に対しては、デジタル化に向けた事業計画の策定支援につなげる。

また、デジタルを活用した情報発信を支援するため、「美里町商工会のホームページによる情報発信事業」（年間2者）及び「ホームページの作成支援事業」（年間2者）を実施する。

〈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活用に向けた支援内容を明確化する。このうち、デジタルを活用した情報発信支援について定量目標を設定する。

【目標③】新規創業及び事業承継が活発に行われる地域環境を形成する

〈達成方針〉

新規創業が活発に行われるよう、創業計画の策定からフォローアップまでをワンストップで支援し、事業運営が円滑に進むよう後押しする（年間1者）。

また、事業承継が活発化するよう、経営分析の際に「事業承継の検討状況」を確認。事業承継を検討している事業者に対しては、埼玉県事業承継・引継ぎ支援センターと連携した支援を実施する。

〈設定した理由〉

本計画期間中における小規模事業者の事業継続や創業の活性化に向けた支援内容を明確化する。このうち、創業支援では創業計画策定→フォローアップに定量目標を設定する。

【目標④】経営力再構築伴走支援により、小規模事業者の自己変革を促進する

〈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、経営力再構築伴走支援を実施する。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と傾聴を通じて、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、経営指導員等が経営力再構築伴走支援に係る資質向上を図る。

〈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 15 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、全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」に調査協力している。一方、調査件数が少ないため、地域の経済動向を把握するには至っていない。

【課題】

小規模事業者がデータに基づいて事業展開を行うための支援を実施することが課題である。またこれを実現するため、地域経済分析システム（RESAS）を活用し、地域経済情報を提供していく必要がある。

(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
国が提供するビッグデータの活用 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	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、町内の小規模事業者に活用してもらいたい項目を分析。分析結果を公表する。
調査項目	RESAS に掲載されている情報のうち、主に次の項目を調査する。 <マーケティングマップ> <input type="checkbox"/> 生活用品消費分析 <input type="checkbox"/> 生産・消費地分析 <input type="checkbox"/> 滞留人口メッシュ分析 <input type="checkbox"/> 通過人口メッシュ分析 <input type="checkbox"/> 事業所立地分析 <input type="checkbox"/> 将来人口メッシュ分析 <観光マップ> <input type="checkbox"/> 観光地分析 <input type="checkbox"/> 宿泊者分析 <input type="checkbox"/> 国内観光消費分析 <input type="checkbox"/> インバウンド消費分析 <人口マップ> <input type="checkbox"/> 人口構成分析 <input type="checkbox"/> 人口増減分析 <input type="checkbox"/> 自然増減分析 <input type="checkbox"/> 社会増減分析 <input type="checkbox"/> 新卒者就職・進学分析 <input type="checkbox"/> 通勤通学人口分析 <input type="checkbox"/> 将来人口推計分析 <input type="checkbox"/> 地域人口メッシュ分析 <産業構造マップ> <input type="checkbox"/> 産業構造分析 <input type="checkbox"/> 製造品出荷額分析 <input type="checkbox"/> 経営環境分析
調査・分析 の手法	年 1 回、経営指導員（またはその他の職員）が RESAS の情報を網羅的に確認。町内の小規模事業者にとって有益なデータを分析・抽出したうえで、その活用方法について簡単なコメントを記載する。また、分析にあつては必要に応じて外部の専門家と連携する。
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、広く町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、事業計画策定時の基礎資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

消費者ニーズが日々変化するなか、小規模事業者のなかには、市場やトレンドの変化を十分に捉え切れていないケースが多くみられる。また、当会としても、消費者ニーズを把握するための支援を十分に提供できていない。

【課題】

小規模事業者が事業を持続的に継続・成長させていくためには、自社商品について消費者ニーズを継続的に捉えられるよう支援する仕組みを構築することが必要である。また、本支援を通じて、小規模事業者に対し、消費者の潜在ニーズや新たなアイデアを提供し、「売れる商品づくり」を後押ししていくことが課題である。

(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
商工会の集まりを活用した商品調査 調査対象事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

事業名	商工会の集まりを活用した商品調査
目的	小規模事業者が、販売する商品の需要を把握し、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ことを目指す。
対象	小規模事業者の商品（主に食品を想定）、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 ※小規模事業者が「新商品」を開発した場合は優先して調査する。
調査の手法	当会の女性部や青年部などの集まりを活用し、アンケート調査を実施する。調査は当会職員が行い、1商品あたり10名以上からのアンケート回収を目指す。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。そのため、評価は自由記述形式で行う。
調査項目	<input type="checkbox"/> 味 <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
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が、10名以上からの評価のなかで、共通して評価が低かった項目や共通して指摘された改善項目などを分析し、改善の優先順位を簡易なレポートとしてまとめる。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	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。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現在は、小規模事業者持続化補助金や経営革新計画、マル経融資といった制度を活用する際に、ヒアリングを通じて経営状況の分析を行っている。一方で、その多くは表面的な分析にとどまり、事業者の本質的な経営課題まで十分に掘り下げられていないのが現状である。

【課題】

小規模事業者との「対話と傾聴」に重点を置き、事業者自らが本質的な課題を認識し、主体的に経営改善へ取り組めるよう、「課題の深掘り」を主眼とした経営分析を徹底することが課題である。さらに、デジタル技術を活用した販売促進、業務改善、生産性向上を促す観点から、デジタル化の進捗状況について

もあわせて分析していくことが必要である。

(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	15者	15者	15者	15者	15者	15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（記帳代行支援、金融支援、補助金支援等を含む）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」、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）
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】

現状、主に小規模事業者持続化補助金や経営革新計画の策定時に、事業計画策定支援を実施している。窓口相談だけでなく、当方からの巡回訪問を通じた提案により策定に至るケースも多く、策定件数は年々増加傾向にある。一方で、事業計画の必要性について十分に理解していない事業者も多くみられる。

【課題】

今後も、事業計画の必要性・重要性を周知しつつ、計画策定に取り組む事業者の掘り起こしを継続的に行うことが課題である。また、近年、小規模事業者を取り巻く経営環境が激変していることを踏まえ、経営の持続的発展に向けて本質的な課題の解決を支援できる体制を確立することが必要である。

(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7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。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象にデジタル活用に向けたセミナーや専門家派遣を行い、小規模事業者のデジタル活用（デジタル技術を活用した販売促進、業務効率化、生産性向上等）の促進や、これによる競争力の維持・強化を目指す。

加えて、町内で創業を活性化させるため、創業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	10者	10者	10者	10者	10者	10者
②創業計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1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、補助金や経営革新計画を契機とした事業計画策定の提案も実施する。																									
支援の手法	<p>以下のいずれかの方法で支援する。支援では、必要に応じて専門家派遣を実施する。</p> <p>ア 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 イ 小規模事業者と経営指導員が協力して策定する方法 ウ 事業計画策定セミナーを通じて小規模事業者が作成する方法</p> <p>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> <p>■事業計画策定セミナー（必要に応じて開催）</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての事業者（特に経営分析を実施した事業者）</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>講師派遣会社の登録講師等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回（複数回講座を予定）</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>事業計画の意義、マーケティング等の座学に加え、講座内で事業計画を作成するカリキュラムとする。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>8人</td> </tr> </tbody> </table> <p><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デジタル活用に向けた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、経営指導員による個社支援や専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとしてデジタル活用を促進する。</p> <p>■デジタル活用に向けたセミナー（必要に応じて開催）</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>講師派遣会社の登録講師等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>10人</td> </tr> </tbody> </table>		支援対象	すべての事業者（特に経営分析を実施した事業者）	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（複数回講座を予定）	カリキュラム	事業計画の意義、マーケティング等の座学に加え、講座内で事業計画を作成するカリキュラムとする。	想定参加者数	8人	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	講師派遣会社の登録講師等	回数	年1回	カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。	想定参加者数	10人
支援対象	すべての事業者（特に経営分析を実施した事業者）																									
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（複数回講座を予定）																									
カリキュラム	事業計画の意義、マーケティング等の座学に加え、講座内で事業計画を作成するカリキュラムとする。																									
想定参加者数	8人																									
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	講師派遣会社の登録講師等																									
回数	年1回																									
カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。																									
想定参加者数	10人																									

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	美里町では、町内で創業を希望するかた、創業して間もないかたの支援を強化するため、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。当会は、当該計画に基づいて創業個別相談を行っているため、この相談を接点に支援対象者の掘り起こしを実施する。また、国の補助金、美里町の「美里町起業支援事業補助金※」を契機とした掘り起こしも行う。加えて、今後は掘り起こしを強化するため、創業セミナーによる掘り起こしも検討している。 ※美里町起業支援事業補助金 美里町の補助金である。これから起業するかたを対象に、事業の開設に必要な建設・改修費、賃貸料、人件費（町民を雇用した場合のみ）の一部を補助する。
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。

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、事業計画や創業計画のフォローアップが十分に行われず、計画策定の段階で支援が完了してしまうケースがある。その結果、事業計画の内容が具体的な事業成果に結び付かないケースも多くみられる。

【課題】

計画的かつ継続的な伴走支援体制を構築し、事業計画や創業計画を策定したすべての事業者に対してフォローアップを実施することが課題である。また、フォローアップを通じて、事業者に計画のPDCA（計画・実行・評価・改善）サイクルを定着させていくことが必要である。

(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が3割、フォローアップ対象事業者に対する経常利益増加事業者の割合が2割（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目指す。

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も計画策定後3回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	8者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度 (延回数)	四半期毎 (16回)	3回※ (30回)	3回※ (30回)	3回※ (30回)	3回※ (30回)	3回※ (30回)
売上増加事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
経常利益増加事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2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	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度 (延回数)	四半期毎 (2回)	3回※ (3回)	3回※ (3回)	3回※ (3回)	3回※ (3回)	3回※ (3回)
売上目標達成者数	-	1者	1者	1者	1者	1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。

(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、事業計画や創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(3ヵ月後、6ヵ月後、1年後)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、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、各種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】

小規模事業者が事業継続をするためには新たな需要の獲得が不可欠である。しかし、新たな市場開拓に意欲を持つ事業者は多いとはいえず、また小規模事業者が単独で販路開拓を行うには限界がある。加えて、多くの小規模事業者はオンラインでの販路開拓に高い関心を持ちながらも、知識やノウハウ、人材の不足により、具体的な取組が進んでいない。その結果、情報発信力が著しく不足している事業者が多数存在している。

【課題】

小規模事業者が販路開拓に意欲を持つように、その要性と重要性を改めて周知・浸透させる必要がある。現在、当会ではSNS活用やホームページ作成支援等を行っているものの、依然として情報発信が不十分な小規模事業者が多いため、小規模事業者の実情や習熟度に応じたデジタル活用支援を一層強化。デジタル化を通じた新たな販路開拓を具体的かつ着実に推進していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者がデジタル活用を行い、販路開拓を実現することを目指している。そこで、これに寄与する事業を実施する。事業の実施目的や期待する効果等は次のとおりである。

まず、当会管内には自社のホームページを保有していない事業者も多い。そのような事業者が最低限の情報発信をできるよう「美里町商工会のホームページによる情報発信事業」を実施する。これにより、少しでも集客に寄与することを目指す。

次に、上記により一定の成果を上げた事業者に対して「ホームページの作成支援事業」を実施する。これにより情報の発信量を上げ、集客力を拡大させることを目指す。

その他、当会管内では新たに「美里甘粕地区産業団地」が事業化されるなど、製造業においても活性化が期待されることから、「展示会等の出展支援事業」を実施し、新たなビジネスマッチングを創出する。

(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美里町商工会のホームページによる情報発信事業 支援事業者数	28 者	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%
②ホームページの作成支援事業 支援事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
(BtoB の場合) 成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
(BtoC の場合) 売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%
③展示会等の出展支援事業 支援事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

※①については、毎年新規に掲載する小規模事業者数を目標値とする。

(4) 事業内容

①美里町商工会のホームページによる情報発信事業 (BtoB、BtoC)

事業名	美里町商工会のホームページによる情報発信事業
目的	ホームページを持たないなど情報発信が不十分な小規模事業者が、デジタル販促を通じて売上向上を実現することを目指す。また、副次的効果として、この取組を事業者にとってのデジタル活用のきっかけとすることを目指す。
支援対象	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。 ※ホームページを保有していない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	当会ホームページの事業者紹介ページで商品やサービスをPRする。
支援の手法	経営分析支援や事業計画策定支援、さらに『6. 事業計画策定支援に関すること』に記載した「デジタル活用に向けたセミナー」を通じて、支援対象事業者を掘り起こす。その後、当会ホームページに事業者の商品やサービスを掲載する。掲載にあたっては、経営分析等で明らかになった強みを訴求し、その魅力を効果的に発信する。 その他必要に応じて、プロカメラマンによる商品撮影や動画クリエイターによる動画制作を支援するほか、訴求力向上のため当会ホームページの SEO 施策やデザイン改修なども実施する。さらに、本事業で得た事業者情報を活用し、事業者紹介冊子（飲食店マップ等）の制作・配布などアナログ支援も併用することで、事業効果を高める。 本支援は、副次的効果としてホームページを持たないなど情報発信が不十分な事業者にとって、デジタル活用のきっかけとなることを目指している。この取組を契機に自社ホームページの作成を希望する事業者に対しては、次項『②ホームページの作成支援』を実施する。

②ホームページの作成支援事業 (BtoB、BtoC)

事業名	ホームページの作成支援事業
目的	小規模事業者が自社ホームページを開設・運用し、売上向上を実現することを目指す。
支援対象	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。 ※前項『①美里町商工会のホームページによる情報発信事業』を契機に自社ホームページの開設に至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	Goope（グーペ）を活用した自社ホームページの開設を支援する。
支援の手法	各種個社支援や前項『①美里町商工会のホームページによる情報発信事業』により支援対象者を掘り起こす。その後、経営指導員が Goope（グーペ）を活用した自社ホームページの開設から運用までをハンズオンで支援する。支援にあたっては必要に応じて専門家やデジタル関連事業者と連携する。

③展示会等の出展支援事業（BtoB）

事業名	展示会等の出展支援
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
展示会等の概要/支援対象	<p>主に以下の展示会等を想定している。なお、これ以外にも有効な展示会・商談会がある場合は、出展支援を実施する。支援にあたっては、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。</p> <p>ア 彩の国ビジネスアリーナ 支援対象：製造業 訴求相手：埼玉県内の製造業</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。</p> <p>イ 美里商工まつり 支援対象：主に製造業等 訴求相手：町内の製造業、消費者等</p> <p>当会が主催するイベントである。毎年 11 月上旬に開催している。各種イベントが実施される他、町内事業者による展示・即売も行われる。令和 7（2025）年 11 月の開催では、30 社・団体が出店した。</p>
支援内容	「彩の国ビジネスアリーナ」等の展示会では、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にて支援を実施する。「美里商工まつり」では、事業者同士のビジネスマッチングを支援する。
支援の手法	展示会等への出展を希望する事業者の掘り起こしを行い、参加希望者に対しては経営指導員が事業者の要望に応じて支援を実施する。具体的には、出展前には商談シートの作成、商談相手のアポイント、各種訴求ツールの制作などを行い、出展後には商談相手へのフォローアップを支援する。これらの支援にあたっては、適宜、専門家派遣を実施する。

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、当会や美里町だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「事業検証委員会」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	<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。</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及び評価を行う。</p> <p>(g) 年1回（7月頃）の「事業検証委員会」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。</p> <p>※「事業検証委員会」の実施の流れ</p> <p>i 美里町農林商工課長（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「事業検証委員会」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）で定量的に評価する。</p> <p>ii 当該「事業検証委員会」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://misatomati-syokokai.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) 「事業検証委員会」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】

現状、埼玉県商工会連合会が主催する職員研修や、中小企業大学校が主催する研修に参加し、職員の知識習得と資質向上に努めている。

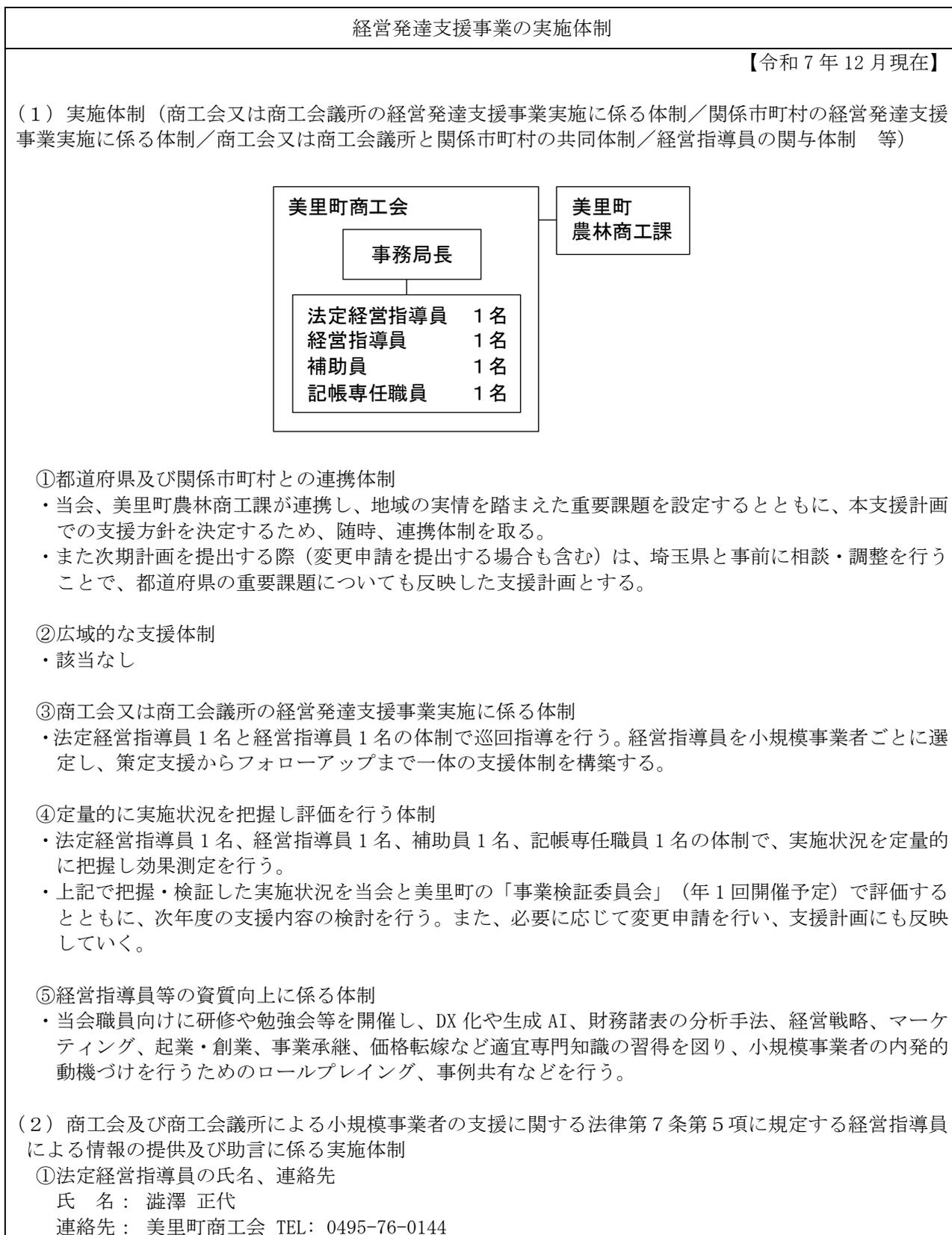
【課題】

一方で、職員間で支援に関する知識やノウハウに偏りがみられ、個々の支援能力にばらつきが生じている。このため、組織全体でノウハウや成功事例の共有を徹底し、支援能力の平準化を図ることが課題である。また、多様化・複雑化する小規模事業者の経営課題に対応するため、外部専門家を活用した研修等を通じて、組織全体の支援能力を一層向上させ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	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。 <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 ・小規模事業者のデジタル活用や新たな需要開拓を実現する能力 ・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 経営指導員等研修会 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、埼玉県商工会連合会が主催する職員研修を活用する。</p> <p>イ 中小企業大学校の専門研修、上級研修 中小企業大学校の専門研修や上級研修では、幅広いテーマが用意されており、当会職員がそれぞれの強みを伸ばす、あるいは弱みを克服するためのテーマを選択することが可能である。また、全職員に共通して不足している「経営力再構築伴走支援」に関するカリキュラムも整備されており、組織全体の支援力向上に資する内容となっている。</p> <p>ウ 独自に講師を招聘して研修会を開催 資質向上の手段として外部研修への参加も考えられるが、当会における不足能力の強化を図るうえでは、独自の研修会を開催することも有効である。そこで、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、会内研修会を実施する。会内研修会とすることで、すべての職員が参加しやすく、組織全体の底上げにつながるという利点がある。</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 月 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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員（澁澤 正代）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美里町商工会

〒367-0112

埼玉県児玉郡美里町大字木部 323-3

TEL: 0495-76-0144

FAX: 0495-76-0112

E-mail: misatomati@syokokai.jp

②美里町 農林商工課 商業観光係

〒367-0194

埼玉県児玉郡美里町大字木部 323-1

TEL: 0495-76-5133

FAX: 0495-76-0909

E-mail: nosei@town.saitama-misato.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	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
専門家派遣費	400	400	400	400	400
セミナー開催費	400	400	400	400	400
チラシ作成費	200	200	200	200	200

(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、埼玉県補助金、美里町補助金、各種手数料・委託料

(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