

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	上里町商工会 (法人番号 6030005009342) 上里町 (地方公共団体コード 113859)
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】 小規模事業者が事業計画に基づき自社の将来を描くこと</p> <p>【目標②】 小規模事業者がそれぞれの魅力や地域資源を活用し、売上拡大を図ること</p> <p>【目標③】 主に若者や女性、移住者などが、創業にチャレンジし、事業が軌道に乗ること</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こと</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 当会にて的確な経営支援策を立案するために「地域経済動向調査」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、それぞれの魅力や地域資源を活用した商品についてブラッシュアップを図るため、「専門家を活用した看板商品磨き上げサービス」を提供する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自らが本質的な課題や強みを認識することを目指し、「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、自社の将来を描くための事業計画の策定を支援する。また、創業計画の策定支援も実施する。</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・創業計画をフォローアップし、計画に沿った事業展開を後押しする。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の販路拡大に向けて「ビジネスマッチング支援」や「デジタル販促支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>上里町商工会 〒369-0306 埼玉県児玉郡上里町大字七本木 5591 TEL: 0495-33-0520 FAX: 0495-33-3296 E-mail: kamisato@syokoukai.jp</p> <p>上里町 地域活力創造課 〒369-0392 埼玉県児玉郡上里町大字七本木 5518 TEL: 0495-35-1235 FAX: 0495-33-2429 E-mail: chikatsu@town.kamisato.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 上里町の概況

上里町（以下、当町）は、東経 139 度 8 分、北緯 36 度 14 分、埼玉県の最北端に位置し、東西 6.0 km、南北 5.5 km、総面積 29.18 km²のややひし形をなし、西は神流川を境にして群馬県藤岡市、高崎市、北は烏川及び利根川を隔てて群馬県玉村町、伊勢崎市に接しており、南東部は、本庄市、神川町に接している。

標高は、南が標高 85m、北が約 50m という標高差 35m の非常に緩やかな傾斜をしている平坦地である。地質は、神流川の扇状地を形成する砂礫層及び関東ローム層と河川に沿った沖積低地を形成する礫層からなっており、肥沃な地質となっている。また、表層地盤は、北部の烏川沿岸地域及び西部の神流川沿岸地域が扇状地、南東部がローム台地となっており、県下では比較的地震動に対して強い地盤である。

交通網は、東西に国道 17 号、国道 254 号、関越自動車道、JR 高崎線、JR 上越新幹線、主要地方道藤岡本庄線、一般県道勅使河原本庄線などが横断しており、これらの幹線交通軸により東西方向の交流や結びつきが強くなっている。また、南北には、主要地方道上里鬼石線、一般県道児玉新町線が縦断している。さらに、現在、国道 17 号のバイパスとして本庄道路が整備中であり、国道 17 号の渋滞解消と抜け道としての市街地への車の流入が減少し、利便性と安全性の向上が期待されている。

上里町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

■ 上里町の立地・交通



イ 人口推移

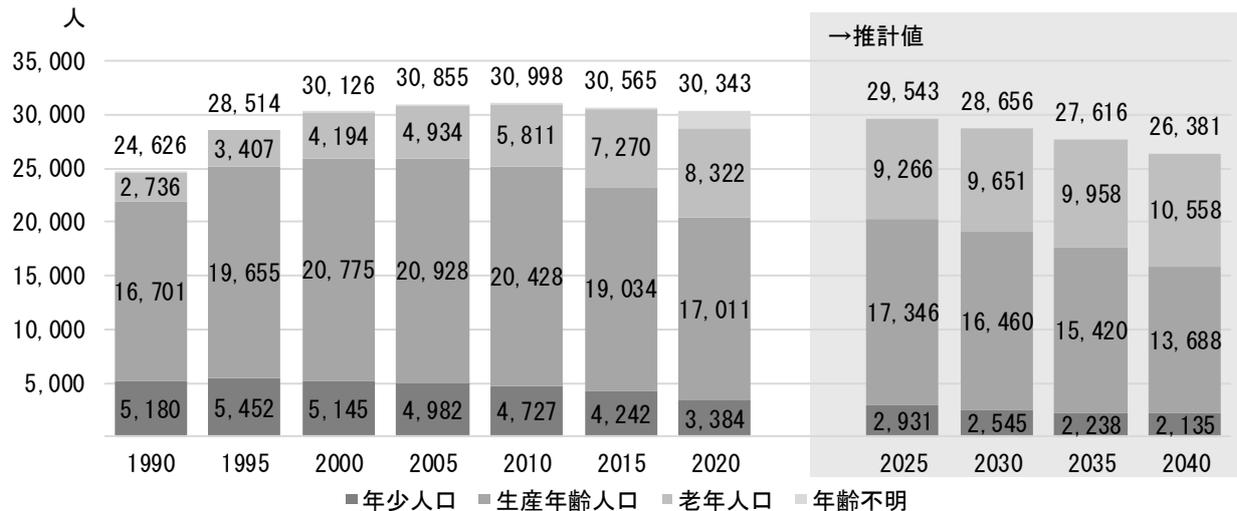
令和 7（2025）年 4 月 1 日時点の人口は 30,389 人である。（住民基本台帳）

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 22（2010）年の 30,998 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 27.4%から令和 22（2040）年に 40.0%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 56.1%から令和 22（2040）年に 51.9%に低下する見込みである。

■人口推移



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

当町では、烏川や神流川がもたらした肥沃な土壌により、米麦をはじめ、野菜、果樹、畜産、花卉をバランスよく生産している。有機農業も盛んで、化学肥料や農薬の使用量削減に取り組んでいる。

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
上里梨	当町で生産された和梨の総称である。清流・神流川の肥沃な扇状地で太陽の恵みと農家の愛情がたっぷり注がれ、7月下旬から12月にかけて、計13品種の甘く瑞々しい梨が生産される。その起源は、江戸時代（文政年間）とされており、明治35年に伏見宮殿下に献納した記録も残る。当町が全国に誇る逸品である。
上里いちご	甘さが自慢の上里町のいちごはハウス栽培が主力。際立つ強い甘みとほのかな酸味が特徴の埼玉県オリジナル品種「あまりん」をはじめ、豊かな香りが特徴の「かおりん」や、さわやかな酸味もあり、口いっぱい芳醇な香りが広がる「べにたま」など、時季ごとに様々な味わいのいちごを楽しむことができます。
種子小麦	当町は、古くから小麦栽培が盛んであった。以前は「農林61号」が主要品種であったが、現在では短稈（背丈が低い）で収量が多く、病害虫に強い「さとのそら」へと切り替わった。寒冷で強い季節風“赤城おろし”に耐え、豊富な日照と清流・神流川の豊かな水で育った上里の小麦は、麺類やパン、菓子など幅広い用途で用いられ、人気商品となっている。

(b)かみさとブランド

上里町では、町内で生産、製造または加工された一次製品、工芸品、工業製品、または加工品（原材料等に町内で生産されたものを含む場合に限る。）など、町が誇る製品等を「かみさとブランド」として認定している。認定にあたっては、かみさとブランド認定審査会による審査を実施する。



エ 観光資源

当町には、農業体験・歴史探訪・買い物が楽しめる観光スポットが豊富にある。農作物直売所や洋菓子店などが集まる「このはなパーク上里」は家族連れにも好評。交通面では、スマート IC やサービスエリアを活かした観光の拠点にもなっている。

主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

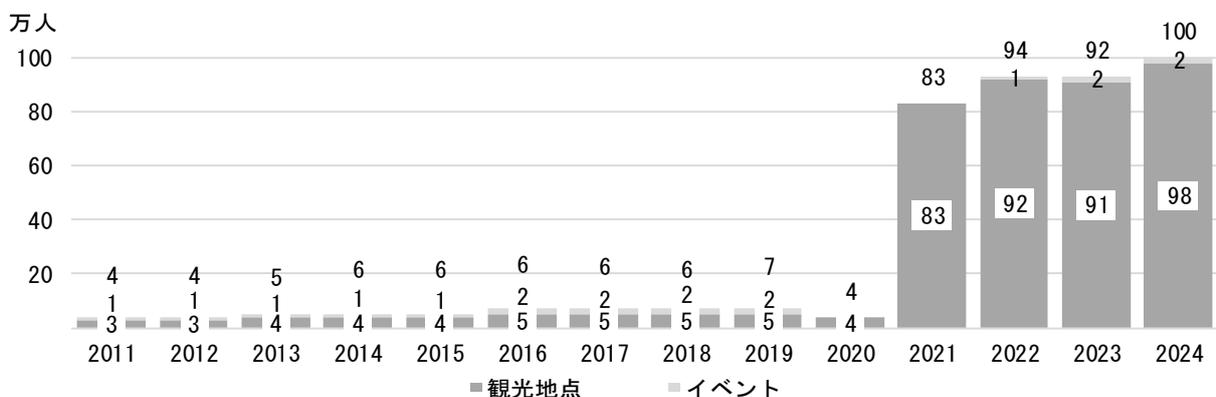
観光資源	概要
このはなパーク上里	関越自動車道「上里スマート IC」すぐの好立地にある当町の中心的な観光拠点である。上里産新鮮農作物が購入できるフードコート併設型農作物直売所「アグリパーク上里」、南イタリアをモチーフにした大型洋菓子店「上里カンターレ」、多品種のいちご狩りが楽しめる観光農園「上里いちご&トマト園」など、ショッピングだけでなく体験、グルメを楽しめるスポットとなっている。
関越自動車道 上里サービスエリア	上里 SA（上り線） 上信越道・北関東道から関越道に合流し、東京方面に向かう最初の SA である。地元の埼玉県以外にも、群馬県など沿道地域の食や土産が楽しめる。地域の特色を活かした SA として NEXCO 東日本の「ドラマチックエリア」に指定されている。 上里 SA（下り線） 練馬 IC から約 75 km、上信越道分岐の手前に位置していることから、ファーストブレイクに利用される SA である。地元の特産品「上里梨」や「上里産小麦」を使用した上里ならではのメニューや商品を取り揃えている。
上里菅原神社	菅原道真公を祀る「天神さま」。延喜 3（903）年の菅原道真の没後、道真の御意を全国に広める旅をしていた陰陽博士・紀友成がこの地へ立ち寄ったことから、村人たちが村の鎮守とすべく小さな祠を建立したことが起源とされている。主に学問の神様として多くの崇拝を集めるほか、ウクライナ語の御朱印が人気を博している。

オ 観光入込客数の推移

令和 6（2024）年の観光入込客数は 100 万人である。

推移をみると、平成 23（2011）年から令和 2（2020）年まで 5 万人前後で推移していたが、令和 3（2021）年に「このはなパーク上里」が開業して以降、増加傾向にある。

■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、県内でも有数の営農地帯である。農業生産においては、ねぎ、白菜、きゅうりなどの野菜が盛んに栽培され、出荷額の約半分を占めている。畜産も盛んであり、肉用牛、乳用牛、豚、鶏卵がいずれも生産されている。米や麦は二毛作が中心で、全国屈指の種子小麦産地として知られている。また、果樹や花きの栽培も行われており、梨やいちごが特産品となっている。

商工業においては、本庄市及び神川町にまたがる児玉工業団地を中心に、大企業の工場や流通倉庫が流入・集積しているほか、大型ショッピングセンターやモールも複数出店しており、地域経済を支えている。

(b) 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 1,005 社、令和 3（2021）年が 964 社である。

上記のうち小規模事業者数は、平成 24（2012）年が 726 者、令和 3（2021）年が 667 者であり、9 年間で 8.1%減少している。

小規模事業者数の増減を業種別にみると、卸・小売業（△21 者）、建設業（△18 者）の減少数が大きい。一方、医療、福祉（+12 者）、情報通信業（+4 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	131	124	3	253	113	71	225	85	1,005
小規模事業者数	125	84	2	158	70	23	192	72	726
平成28年									
事業所数	115	120	5	261	123	86	236	80	1,026
小規模事業者数	113	79	4	157	72	32	192	73	722
令和3年									
事業所数	110	115	7	234	103	91	229	75	964
小規模事業者数	107	75	6	137	60	35	178	69	667
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△21	△9	4	△19	△10	20	4	△10	△41
増減割合	△16.0%	△7.3%	133.3%	△7.5%	△8.8%	28.2%	1.8%	△11.8%	△4.1%
小規模事業者数	△18	△9	4	△21	△10	12	△14	△3	△59
増減割合	△14.4%	△10.7%	200.0%	△13.3%	△14.3%	52.2%	△7.3%	△4.2%	△8.1%

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

(c) 業種別にみた小規模事業者の現状と課題（経営課題）

i_全業種共通

当町の小規模事業者は、経営者の高齢化、後継者不足が顕著であり、廃業リスクの高まりが町の事業者数減少に直結している。また、事業計画の策定や PDCA サイクルの実践といった計画経営が未定着で、収益性や持続可能性の向上に課題が残る。今後は IT 利活用、人材育成、販路拡大、事業承継支援の強化が必要である。

ii_小売業・飲食業

町内には商店街がなく、路面店の小規模事業者は大型小売店舗や商業集積施設との競争にさらされている。商業施設にテナントとして出店する大手資本や FC 店舗の影響により、個店の存在感は希薄になり、販路開拓が課題となっている。加えて、IT の利活用が進んでおらず、SNS や EC を活用した情報発信・販売手段の構築が遅れている。また、顧客ニーズの多様化に対応できる商品開発やサービス改善の仕組みづくりも進んでいない。

iii_製造業

町内の製造業は児玉工業団地に立地する中堅企業との競争や連携不足が課題である。小規模事業者の多くは大手との取引に依存しており、取引先の海外移転や景気変動の影響を受けやすい。自社の技術や強みを活かした新たな取引先の開拓が急務であり、また、企業間マッチングの機会が不足している。デジタル技術やIoTの導入による業務効率化、生産性向上も進んでいない。

iv_建設業

町内の建設業は小規模な一人親方が中心であり、大手・中堅ゼネコンへの依存体質から脱却できていない。地域のニーズに即した小規模修繕などの潜在的需要がある一方で、それを拾い上げて受注につなげる仕組みや広報が不足している。将来的な担い手不足や事業承継の問題も深刻で、経営基盤の強化が求められている。

キ 第5次上里町総合振興計画

「第5次上里町総合振興計画（平成29年度～令和8年度）」の商工・観光部分は次のとおりである。

■基本構想（平成29年度～令和8年度）

〈基本理念〉

- 1 健やかで安心なまち
- 2 快適で安全なまち
- 3 実り豊かなまち
- 4 人が輝くまち
- 5 みんなで支えあうまち

〈上里町の将来像〉

ひと・まち・自然が共に輝く“ハーモニータウン かみさと”

■後期基本計画（令和4年度～令和8年度）（商工・観光部分を抜粋）

基本目標 13 商工業の振興

目標とする姿 大企業と中小企業が共存し、地域の活力が維持されています。

- 施策項目 13-1 経営安定化への支援
- 施策項目 13-2 起業・新分野への進出の促進
- 施策項目 13-3 企業誘致の推進

基本目標 14 観光・交流のまちづくりの推進

目標とする姿 上里町が知名度を上げ、観光客が多く訪れ、賑わいのあるまちになっています。

- 施策項目 14-1 観光拠点の充実
- 施策項目 14-2 交流人口と関係人口の増加

基本目標 15 雇用対策の推進

目標とする姿 すべての就業者が、仕事と生活の調和のもと、職場でいきいきと輝いています。

- 施策項目 15-1 雇用の安定
- 施策項目 15-2 就労環境の改善

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。

当町の人口は、平成22（2010）年の30,998人をピークに減少傾向へと転じており、今後はそのスピードが加速することが予想されている。また、高齢化も一層進行する見込みである。多くの小規模事業者は町内の消費者を主なターゲットとして事業を展開しているが、今後も町内の消費需要は減少していくと見込まれる。将来にわたり持続的に経営を行うことを考えれば、これまで通りの事業の進め方を続けるのではなく、町外への販売など新たな取組を進める必要がある。そこで、小規模事業者においても、事業計画に基づき将来像を描きながら経営を進めていくことが課題となる。

前述の町外への販売など新たな取組を進めるにあたっては、地域資源や自社の強みを活かすことが有効である。当町には上里梨やいちごや種子小麦といった特産品があり、近年は「かみさとブランド」の認定制度も開始されている。このため、小規模事業者には、これらの地域資源を活用した商品開発等に取り組

むことが期待される。自社の強みという観点では、商業においては個店の魅力向上、工業においては技術力を活かした新たな取引先の開拓などが考えられる。こうした取組を通じて、他社（特に大型商業施設など）との差別化を図り、地域で選ばれる存在となることが課題である。

なお、当町の観光入込客数は、令和3（2021）年の「このはなパーク上里」開業以降、急増している。一方で、現状では「このはなパーク上里」の集客を町内回遊へと十分につなげられていない。そこで、当会としても、町内への誘客につながる仕組みづくりを進め、町内の小規模事業者にとってビジネスチャンスを創出していくことが課題となる。

当町の小規模事業所数をみると、平成24（2012）年が726者、令和3（2021）年が667者であり、9年間で8.1%減少している。また、経営者の高齢化や後継者不足が顕著であり、廃業リスクが高まっている。小規模事業者数の減少は地域の魅力低下につながるおそれがあるため、その減少傾向を緩やかにしていくことが必要である。このなかで、当会の支援活動を通じて、近年は創業希望者が増加していることもうかがえる。これを踏まえ、若者・女性・移住者など多様な担い手が継続的に挑戦できるよう、創業前後を通じた伴走支援体制を一層拡充し、創業の芽が途切れないようにすることが課題となる。

最後に、多くの小規模事業者ではIT活用が不十分であり、SNS・EC・自社サイト等を用いた情報発信や販売体制の整備が遅れている状況がみられる。そのため今後は、デジタル化を促進することで経営力の強化を図ることも必要である。

(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、創業者をはじめとする小規模事業者の育成及び持続的発展に向け、経営力向上に資する各種経営支援を展開することで、地域経済の振興発展と雇用の確保、交流人口の増加を図り、産業面から当町の魅力向上に寄与する。

また、地域資源や特産品を活かした販路開拓支援、デジタル活用の促進、人材育成などを通じ、地域内の事業活動を活性化させることで、持続可能な地域経済の実現を目指す。

② 商工会の長期ビジョン（10年程度）

これまで多くの小規模事業者では、長年の経験や勘を頼りにした経営が一般的で、事業計画を立てるという意識はあまり浸透していなかった。しかし、商工会の継続的な支援により、計画経営の必要性が少しずつ認知されてきており、創業間もない事業者においても「計画を持つことの大切さ」を理解する流れが生まれている。今後もこの流れをさらに強め、誰もが事業計画に基づいて将来を描けるよう支援を行う。

また、当町は人口3万人ながら複数の大型商業施設が立地しており、競合環境は決して緩やかではない。そのなかで生き残るためには、小規模事業者が価格ではなく“自分たちならではの”強みを明確にし、それを活かした独自性のある経営を行うことが欠かせない。町の特色や個店の魅力を磨き上げ、地域で選ばれる存在になるよう支援を行う。

当町には商店街のような起業支援的なインフラや、強い地域ブランドがあるわけではないが、それでも近年は創業する人が少しずつ増えてきており、当会としても非常に心強く感じている。地域の魅力づくりが課題として残る中、創業の芽が途切れないよう、特に若者や女性、移住者など多様なチャレンジを支える支援体制を今後さらに強化する。

③ 第5次上里町総合振興計画との連動性

上里町の「第5次上里町総合振興計画（後期基本計画）」では、商工業の振興に向けて、「経営安定化の支援」や「起業・新分野への進出の促進」といった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次上里町総合振興計画（後期基本計画）」の関連は下表のとおりであり連動性がある。

■第5次上里町総合振興計画と上里町商工会の長期ビジョンとの関係

第5次上里町総合振興計画	商工会の長期ビジョン（10年程度）
経営安定化の支援	<ul style="list-style-type: none"> ・誰もが事業計画に基づいて将来を描けるよう支援を行う。 ・町の特徴や個店の魅力を磨き上げ、地域で選ばれる存在になるよう支援を行う。
起業・新分野への進出の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の魅力づくりが課題として残る中、創業の芽が途切れないよう、特に若者や女性、移住者など多様なチャレンジを支える支援体制を今後さらに強化する。

(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うえで、以下の4つの目標を定める。

〈支援対象〉

大企業や大型店との差別化を図り、地域から選ばれる特色ある事業を展開することを目指す小規模事業者を重点的に支援する。また、当町で増加している創業の芽が途切れないよう、創業に向けてチャレンジする創業者を重点的に支援する。

〈目標〉

【目標①】小規模事業者が事業計画に基づき自社の将来を描くこと

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4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4割以上）	
KPI	・事業計画策定15者/年	
設定した理由	KGI	・小規模事業者が自社の将来を描くための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のプロセスとして事業計画の策定を支援する。

【目標②】小規模事業者がそれぞれの魅力や地域資源を活用し、売上拡大を図ること

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI	<ul style="list-style-type: none"> ・認定期間中に当町の特産品である「小麦」を活用した商品開発を行った小規模事業者数3者 ・認定期間終了時の「かみさとブランド」の認定商品数10品（令和7年12月現在3品） 	
KPI	・専門家を活用した看板商品磨き上げサービス支援数2者/年	
設定した理由	KGI	・地域資源を活用した商品づくりの指標として「小麦」を活用した商品開発を実施した事業者数を目標とする。また、まち全体として地域資源の活用を促進するため、地域ブランド認定数を目標とする。
	KPI	・上記を実現するために商品の開発や磨き上げを支援する。

【目標③】主に若者や女性、移住者などが、創業にチャレンジし、事業が軌道に乗ること

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15者（開業届）	
KPI	・創業計画策定3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のプロセスとして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こと

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 30 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、小規模事業者が大企業や大型店との差別化を図ることで、大企業と中小企業が共存し、地域の活力維持に寄与することを目指す。また、小規模事業者が自らの魅力を磨き上げること、さらには地域資源を活用した事業展開を行うことにより、地域全体の魅力向上を図り、上里町の知名度向上や観光客の増加、さらには賑わいのあるまちづくりに資することを目指す。

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】小規模事業者が事業計画に基づき自社の将来を描くこと

〈達成方針〉

小規模事業者が自社の将来を描けるように、まずは経営分析を行い、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（年間30者）。次に、この結果を活用し、自社の将来を見据えた事業計画策定を支援する（年間15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7者）及び経常利益の増加（年間3者）を実現する。

また、上記に向けて適切な支援を実施するため、「地域経済動向調査」を実施し、経営支援策の立案に役立てる（年間1回）。

〈設定した理由〉

支援プロセスを明確化するため、地域の経済動向調査→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】小規模事業者がそれぞれの魅力や地域資源を活用し、売上拡大を図ること

〈達成方針〉

小規模事業者がそれぞれの魅力を活かして売上拡大を図るために、経営分析時に事業者の「強み（魅力）」を分析し、これを今後の事業展開に活用する。

また、特に地域資源を活用した商品開発に向け、「専門家を活用した看板商品磨き上げサービス」を実施し、商品の磨き上げを実施する（年間2者）。

加えて、これらの商品の販路拡大に向けた取組として、「ビジネスマッチング支援」（年間3者）や「デジタル販促支援」（年間3者）を実施する。

〈設定した理由〉

主に小規模事業者地域資源の活用に向け、商品開発から販路開拓までの支援内容を明確化する。また、それぞれの支援施策に対し、定量目標を設定する。

【目標③】主に若者や女性、移住者などが、創業にチャレンジし、事業が軌道に乗ること

〈達成方針〉

創業の活性化に向け、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3者）。

また、創業者の商品に関しても、前述の「専門家を活用した看板商品磨き上げサービス」を実施する。

これらの取組により、創業者のチャレンジを下支えし、創業の芽が途切れないようにする。

〈設定した理由〉

創業支援の支援内容を明確化する。

このうち、商品の磨き上げや創業計画策定に関し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こと

〈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〉

事業者の自己変革を促進するため、その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 30 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、当会では地域の経済動向を把握する仕組みができていない。

当町では、小規模事業者によるそれぞれの強みを活かした取組や、「かみさとブランド」などの地域資源を活かした取組が進みつつあるが、今後はこのような取組を幅広い産業に展開していきたいと考えている。そこで、各業種の経営状況について定点観測を行う必要であると考えている。

【課題】

今後は、小規模事業者の業種別の経営状況や地域資源の活用状況等について定点観測を行い、経営支援施策や「かみさとブランド」等の展開に反映することが課題である。

(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
地域経済動向調査 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	地域経済動向調査
目的	事業者の経営課題や景況感に加え、地域資源や「かみさとブランド」をはじめとする上里らしい魅力を多方面から把握し、今後のブランド展開や経営支援施策への反映を図る。
調査内容・調査の手法	当会が年 1 回、巡回訪問や窓口相談の機会を活用してアンケート調査を実施する。調査対象は町内の事業所 20 者（建設業・製造業・小売業・飲食業・サービス業など、5 業種から各 4 者を選定）とし、約 10 者からの回答回収を目指す。
調査項目	<input type="checkbox"/> 景況感（業界の景気、貴社の景気、売上高、採算、雇用の状況 等） <input type="checkbox"/> 経営課題 <input type="checkbox"/> 地域資源の活用状況 <input type="checkbox"/> 求める支援策 <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、広く町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】

当町では現在、「かみさとブランド」など地域資源を活かした取組が進んでいるものの、商品開発において当会が支援を実施しているケースは少ない。

商品開発においては、消費者の多面的な声を収集し、それを開発に活用することが重要である。

【課題】

「かみさとブランド」などの地域資源を活用した商品、当会にて推進している「小麦」を活用した商品、創業者の商品などについて、商品の開発・改良支援を行うことが課題である。そこで今後は、専門家等の協力を得て、看板商品の磨き上げやマーケティング力の強化につなげる幅広いリサーチ体制を構築する必要がある。

(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
専門家を活用した看板商品磨き上げサービス 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	専門家を活用した看板商品磨き上げサービス
目的	小規模事業者の看板商品・サービスについて、需要を把握し、商品・サービス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	小規模事業者の看板商品・サービスのうち、年間2商品（1者あたり1商品）を対象とする。なお、支援にあたっては以下の商品を重点的に支援する。 ア 「かみさとブランド」への認定を目指す商品を重点的に支援する。 イ 当会で推進している「小麦」を活用した商品開発を重点的に支援する。 ウ 当町では創業者が多くみられる現状を踏まえ、創業者の商品を重点的に支援する。
調査の手法	調査は、専門家との連携のもと実施する。具体的には、中小企業診断士等の専門家が全体統括として評価を行うが、「味」や「パッケージ」など一般消費者目線での評価が重要となる項目については、当会職員や当会女性部のメンバーが評価を担当する（合計で10名程度を想定）。また、必要に応じて、フードコーディネーターやデザイナー等の専門家とも連携を図る。
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、評価内容をまとめ、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】

当会では、事業計画策定支援の一環として経営分析を行っているが、実施のタイミングや内容が担当者で異なっており、分析手法や支援の流れが統一されていない。

また、分析結果を組織として蓄積・共有する仕組みも十分ではない。

【課題】

今後は支援の導入段階で経営分析を行う体制を整備する必要がある。

また、クラウド型経営支援基幹システム「Biz ミル」を活用して分析手法を標準化し、各社の強みを販路拡大支援などへ活かす仕組みづくりが課題である。

(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	30者	30者	30者	30者	30者	30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（税務相談、記帳代行、金融支援、補助金支援など）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、Keytas 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	<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、Keytas 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】

当会では、補助金申請や金融支援などを契機として事業計画の策定支援を行っている。しかし、当会職員や専門家が主導して計画策定を進めるケースもあり、小規模事業者が能動的に計画策定に関与していない場合もみられる。その結果、策定した計画が十分に活用されず、実行や改善につながっていない事例も散見される。

【課題】

今後は、クラウド型支援システム（Biz ミル、Keytas 等）を活用し、事業者自身の気づきを促しながら計画策定を行うことで、計画の実行・定着を図る体制を構築していくことが課題である。

また当会においても、経営分析で把握した課題や強みを踏まえ、実効性のある事業計画を策定できるよう、支援の流れを体系化する必要がある。

(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5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、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	29者	15者	15者	15者	15者	15者
②創業計画策定事業者数	7者	3者	3者	3者	3者	3者

※現行では、事業計画策定事業者数が29者、創業計画策定事業者数が7者となっているが、これらは例年を上回る水準である。そこで、目標値については実現可能性を踏まえ、事業計画策定事業者数を年間15者、創業計画策定事業者数を年間3者と設定する。そのうえで、現行値を視野に入れつつ、より一層支援を強化していく。

(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策定の提案も実施する。 この他、必要に応じて事業計画セミナーによる掘り起こしも実施する。	
	■事業計画セミナー	
	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	中小企業診断士 等
	回数	年1回
	カリキュラム	経営分析と事業計画の重要性、事業計画の作成方法、補助金活用 等
	想定参加者数	10人/回
支援の手法	① 小規模事業者が策定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策定する方法の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。	

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	<p>上里町では、町内で創業を目指す者を支援するため、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、当該計画に基づき個別相談指導を実施しており、これが創業者との接点となっている。また、国の補助金や上里町の「起業者支援事業補助金※」を契機とした支援も行っている。</p> <p>今後は、当町において創業者が多くみられる現状を踏まえ、創業者との接点拡大を目的として「創業支援セミナー」の開催も検討している。</p> <p>■創業支援セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>創業を目指す方、創業予定者、後継者など</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 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・販路開拓の4分野</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>5人程度の少人数セミナーとする</td> </tr> </table> <p>※起業者支援事業補助金 上里町の補助制度である。町内で起業(独立開業)される方に初期費用として建築等工事費補助事業や家賃等の助成を行っている。申請には事業計画書が必要である。</p>	支援対象	創業を目指す方、創業予定者、後継者など	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 等	回数	年1回(全5日)	カリキュラム	経営・財務・人材育成・販路開拓の4分野	想定参加者数	5人程度の少人数セミナーとする
支援対象	創業を目指す方、創業予定者、後継者など												
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 等												
回数	年1回(全5日)												
カリキュラム	経営・財務・人材育成・販路開拓の4分野												
想定参加者数	5人程度の少人数セミナーとする												
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】

当会では、事業計画や創業計画を策定した事業者に対し、巡回訪問や相談対応を通じたフォローアップを行っている。しかし、計画の実行状況を体系的に把握する仕組みや、実施段階での課題を継続的に支援する体制は十分に整っていない。

【課題】

策定した事業計画や創業計画が実際の経営改善や事業発展につながるよう、進捗状況を定期的に確認し、必要に応じて専門家派遣や追加支援を行う体制を構築する必要がある。

また、計画実施後の成果や課題を共有し、次の事業計画や経営分析へとつなげる伴走型の支援サイクルを確立す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、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5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対しては、四半期毎にフォローアップを実施し、計画に沿って事業が着実に進むよう支援する。

(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	29者	15者	15者	15者	15者	15者
頻度 (延回数)	四半期毎 (58回)	年3回* (45回)	年3回* (45回)	年3回* (45回)	年3回* (45回)	年3回* (45回)
売上増加事業者数	7者	7者	7者	7者	7者	7者
経常利益増加事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

※頻度は、原則、計画策定後3ヵ月後、6ヵ月後、1年後の計3回とする。

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	7者	3者	3者	3者	3者	3者
頻度 (延回数)	四半期毎 (14回)	四半期毎 (12回)	四半期毎 (12回)	四半期毎 (12回)	四半期毎 (12回)	四半期毎 (12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、事業計画を策定した事業者に対しては策定後3回（3ヵ月後、6ヵ月後、1年後）、創業計画を策定した事業者に対しては四半期毎（3ヵ月後、6ヵ月後、9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、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】

当町では、地域資源を活かした商品・サービスの開発が進んでいる。一方で、それらの商品について積極的に販路開拓に取り組む事業者は一部に限られている。特に、展示会・商談会やオンラインを活用した販路開拓が不十分な傾向にある。

【課題】

地域内外の取引機会を拡大し、新たな需要を創出するため、ビジネスマッチングやデジタル販促など多様な手法を活用した支援体制を整備する必要がある。

また、当会においても、経営分析や事業計画策定支援の結果を踏まえ、事業者の強みを生かした販路開拓を継続的に支援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、小規模事業者がそれぞれの魅力や地域資源を活用し、売上拡大を図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、期待する効果等は次のとおりである。

- ・当町では現在、小規模事業者それぞれの強みや技術力を活かした商品・製品開発、「かみさとブランド」など地域資源を活かした取組が進んでいる。一方、販路開拓までを見据えた取組とはなっていないことが多い。これらの販路開拓には展示会・商談会などを活用したビジネスマッチングが有効な手段であるため、当会にて「ビジネスマッチング支援」を実施し、新たな取引先の獲得を目指す。
- ・小規模事業者がそれぞれの魅力や地域資源を活用した際、その点について情報発信をすることが重要である。この時、デジタルの活用が有効であるが、多くの小規模事業者はデジタル販促の活用度が低い。そこで「デジタル販促支援」を実施。情報発信の強化による集客や新たな取引先の獲得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ビジネスマッチング支援 支援事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数(延べ)	1件	1件	1件	1件	1件	1件
②デジタル販促支援 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ビジネスマッチング支援 (BtoB)

事業名	ビジネスマッチング支援
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
ビジネスマッチング等の概要/支援対象	<p>主に「彩の国ビジネスアリーナ」や「農と食の展示・商談会」、「埼玉仮想工業団地」でのビジネスマッチングを想定している。なお、これ以外にもビジネスマッチングに有効な展示会・商談会などがある場合は、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 農と食の展示・商談会 支援対象：食料品製造業 訴求相手：百貨店、スーパー、量販店、外食産業、ホテル等の食品担当バイヤー</p> <p>埼玉りそな銀行が主催するイベントである。魅力ある埼玉の食材等を紹介する展示・商談会となっている。農畜産物の生産者や食品加工業者のブース展示があるだけでなく、出展者とバイヤーとの個別商談会、輸出支援ブース、農業学科系高校の生徒と出展者の接点創出などが行われる。令和7(2025)年2月の開催では、出展者数が128団</p>

	<p>体、来場バイヤー数が 4,129 名となった。</p> <p>ウ 埼玉仮想工業団地 支援対象：製造業 訴求相手：埼玉県北部地区の製造業</p> <p>埼玉県商工会連合会 第 3 区会長会が主催するマッチングサイトである。埼玉県北部地区に集積する優良で高度な技術を持つ製造業者を紹介している。モノづくりのためのアウトソーシング/下請企業を探している企業や、試作品、共同受注の依頼を行いたい企業とのマッチングが期待できる。</p>
支援内容	ビジネスマッチングが成立するよう個社支援を実施する。
支援の手法	ビジネスマッチングへの参加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、経営指導員が支援を行う。具体的には、展示会や商談会へ出展する事業者に対しては、出展前の準備から出展後の商談相手へのフォローアップまでを一貫して支援する。さらに近年は、写真や動画を活用した商品訴求が一般的となっていることから、必要に応じてプロカメラマンによる写真撮影や動画クリエイターによる動画制作の支援も行う。また、マッチングサイトに掲載する事業者に対しては、その強みを分析したうえで、魅力的なページ作りを支援する。これらの支援に際しては、必要に応じて専門家派遣を行う。

②デジタル販促支援（BtoB、BtoC）

事業名	デジタル販促支援												
目的	小規模事業者がデジタル技術を活用した販売や情報発信に取り組み、売上を拡大させることを目指す。												
支援対象	デジタル技術を活用した販売や情報発信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	デジタル技術を活用した販売や情報発信の手法は、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	<p>経営分析や事業計画策定支援等の個別支援を通じて、また「デジタル活用セミナー」の開催を通じて、支援対象となる事業者の掘り起こしを行う。</p> <p>■デジタル活用セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての事業者</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>中小企業診断士、地元 IT 事業者 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 1 回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>毎年度、時流に即したテーマをメインテーマとして設定し、その他にもデジタル技術を活用した販売促進手法などを網羅的に紹介する。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>15 人/回</td> </tr> </table> <p>実際にデジタル販促に取り組む事業者には、経営指導員がコーディネーターとなり、適切な IT 専門家や IT 事業者と連携しながら支援を実施する。具体的には、事業者の課題に応じて、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。また、販促効果が高い一方で、事業者が独自に実施することが難しい(ア)インターネット広告の出稿、(イ)事業者や商品の紹介動画の作成、(ウ)LP（ランディングページ）の作成などについては、必要に応じて、当会が実行を支援する。なお、本支援は、事業者が自ら実施するためのきっかけ作りを目的とするものである。そのため、将来的には事業者自身が自走して取り組めるよう、その体制づくりを後押しする。</p>	支援対象	すべての事業者	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、地元 IT 事業者 等	回数	年 1 回	カリキュラム	毎年度、時流に即したテーマをメインテーマとして設定し、その他にもデジタル技術を活用した販売促進手法などを網羅的に紹介する。	想定参加者数	15 人/回
支援対象	すべての事業者												
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、地元 IT 事業者 等												
回数	年 1 回												
カリキュラム	毎年度、時流に即したテーマをメインテーマとして設定し、その他にもデジタル技術を活用した販売促進手法などを網羅的に紹介する。												
想定参加者数	15 人/回												

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、当会や上里町だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「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	<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、Keytas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、Keytas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（6～7月）の「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。</p> <p>※「協議会」の実施の流れ</p> <p>i 上里町地域活力創造課長（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「協議会」を年1回（6～7月）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「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://www.syokokai.or.jp/syokokai/kamisato/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) 「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】

当会では、経営指導員を中心に研修参加やOJTを通じてスキル向上に努めているが、近年は若手職員が増加しており、経験や知識にばらつきがみられる。また、デジタル技術や伴走支援など新しい支援手法への対応は、個人の経験や得意分野に依存している部分があり、支援ノウハウの共有も十分とは言えない状況である。

【課題】

若手職員を含む全職員が、経営発達支援計画の実行に必要な知識・スキルを体系的に習得できる体制を整備する必要がある。

また、個人に蓄積された支援ノウハウを組織全体で共有・活用できる仕組みを構築し、組織としての支援力を強化す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 ・デジタル活用に向けた相談、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。 ア 独自に講師を招聘する研修会 当会には若手の職員が多いという特徴がある。そこで、職員のレベルに合わせて、独自研修会を開催する。具体的には、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。 イ 中小企業大学の専門研修、上級研修 中小企業大学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。 ウ 民間の研修 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。そこで、民間の専門会社が実施する研修に積極的に参加する。

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で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 職員間の定期ミーティング

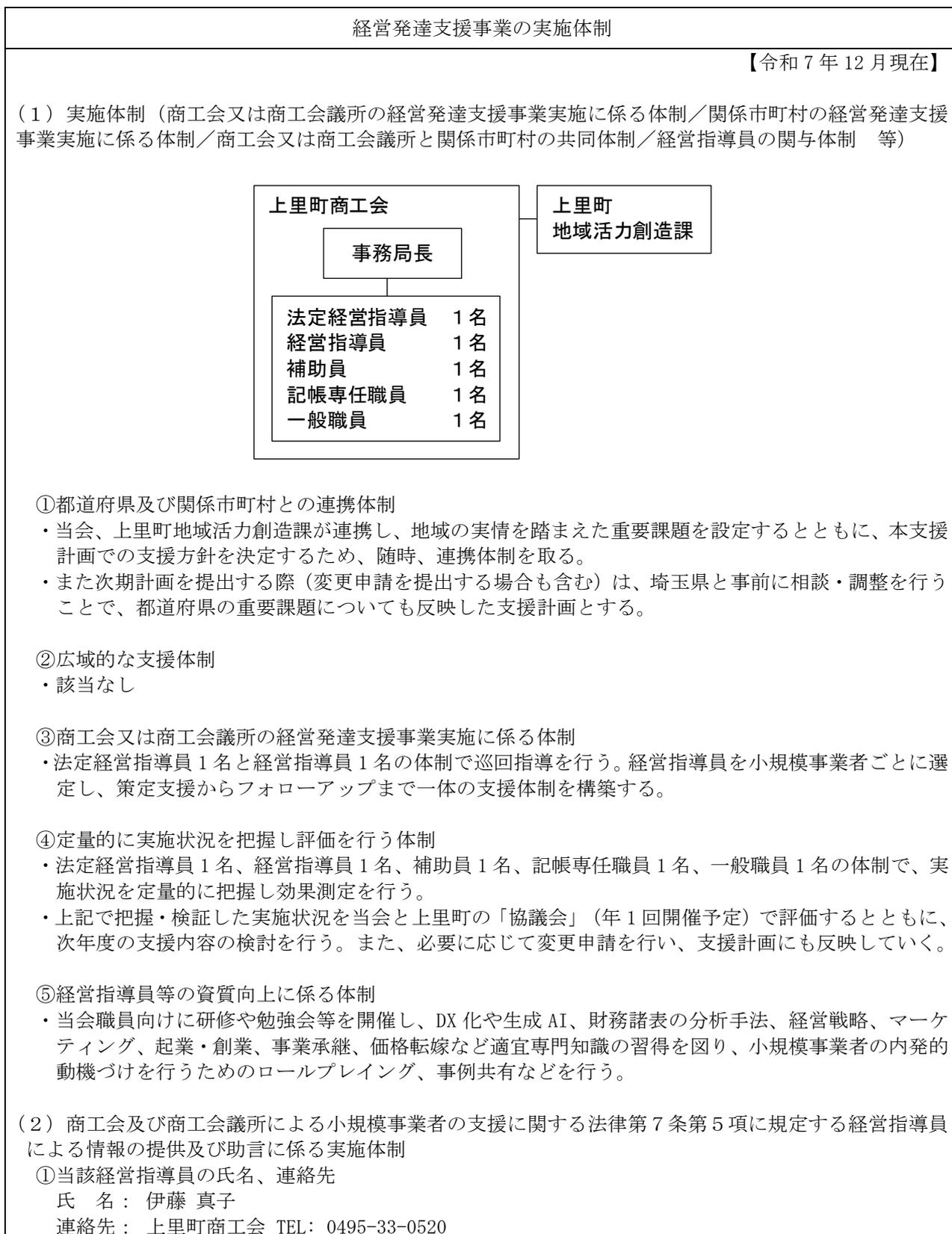
月 1 回の定期ミーティングのなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法やデジタル活用の方法、具体的なデジタルツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援事業の進捗管理を実施する。

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、Keytas 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。

(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（伊藤 真子）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上里町商工会

〒369-0306

埼玉県児玉郡上里町大字七本木 5591

TEL: 0495-33-0520

FAX: 0495-33-3296

E-mail: kamisato@syokoukai.jp

②上里町 地域活力創造課

〒369-0392

埼玉県児玉郡上里町大字七本木 5518

TEL: 0495-35-1235

FAX: 0495-33-2429

E-mail: chikatsu@town.kamisato.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	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700
3. 地域の経済動向調査に関する事 こと	100	100	100	100	100
4. 需要動向調査に関する事 こと	300	300	300	300	300
5. 経営状況の分析に関する事 こと	200	200	200	200	200
6. 事業計画策定支援に関する事 こと	300	300	300	300	300
7. 事業計画策定後の実施支援に 関すること	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
8. 新たな需要の開拓に寄与する 事業に関する こと	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
9. 事業の評価及び見直しをする ための仕組み に関する事 こと	200	200	200	200	200
10. 経営指導員等の資質向上等 に関する事 こと	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
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・上里町補助金

(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