

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	宮代町商工会（法人番号 1030005007532） 宮代町（地方公共団体コード 114421）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】小規模事業者が、「商売」から「経営」へと発展的に経営力を高めることを目指す。 【目標②】小規模事業者が、事業環境の変化に対応し、個社の課題解決を図り、経営力を強化させることを目指す。 【目標③】小規模事業者が、地域資源活用、IT利活用などを行い、収益を拡大させることを目指す。 【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、小規模事業者の力を引き出すことを目指す。
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行うために「地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）」を実施する。また、当会が小規模事業者に的確な支援を実施するために「地域経済動向調査（アンケート調査）」を実施する。 4. 需要動向調査に関すること 大型店やチェーン店と差別化するための商品、創業者の商品、メイドインみやしろ推奨品の認定を目指す商品などについて「商品調査」を支援する。また、調査の結果を商品のブラッシュアップ等に繋げる。 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課題等を客観的に把握するための「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。 6. 事業計画策定支援に関すること 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業環境の変化へ対応し、事業を維持・拡大させるための事業計画策定を支援する。また、創業者・創業希望者向けに、創業計画の策定を支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 前項で策定したすべての事業計画・創業計画を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新たな需要開拓を目的に、「ITを活用した販路開拓事業」や「マイスター事業」を実施する。
連絡先	宮代町商工会 〒345-0801 埼玉県南埼玉郡宮代町字百間 1015-1 TEL: 0480-35-1661 FAX: 0480-35-1662 E-mail: miyasiro@syokoukai.jp 宮代町 産業観光課 商工観光担当 〒345-8504 埼玉県南埼玉郡宮代町笠原 1-4-1 TEL: 0480-34-1111（内線 264、265） FAX: 0480-34-1093 E-mail: sangyo@town.miyashiro.saitama.jp

(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 宮代町の概況

宮代町（以下、当町）は、関東平野の中央部にあり埼玉県の一部に位置する。東西 2km、南北 8km を測り、北西から南東にかけて細長い形をしており、面積は 15.95 km²。東武伊勢崎線が町を縦断しているという好条件のもと、都心へ通勤するベッドタウンとして昭和 40 年代以降人口が急増した。町の東側は、北葛飾郡杉戸町、南側は春日部市、西側は白岡市、北側は久喜市に接しており、東武鉄道が町を縦断している。町域を画するように北から東、そして南へと、かつて利根川の本流であった古利根川が流れている。

当町は、昭和 30 年須賀村、百間村が合併してできた町である。町の名は、百間村の総鎮守姫宮神社の「宮」と、須賀村の総鎮守である身代神社の「代」をそれぞれとって現町名の一部としてできた。旧村名である百間の地名の最古の記録は姫宮神社々前に掛けてあったという鰐口の銘であり、応永 21（1414）年と記されており、古い地名である事がうかがえる。

一方、須賀は鎌倉時代の寛喜 2（1230）年、小山朝政の文書に出てくるのが最古であり、古い地名である事がわかる。また字名は旧須賀地区については明治 22 年合併前の旧村名を大字とし、旧百間村についても当初同じく旧村名を大字としたが、昭和 5 年大字を廃し新たに 10 字（あざ）に変更し今日に至っている。

アクセスは、車では東北自動車道からは岩槻もしくは久喜 IC から約 30 分。鉄道では浅草もしくは北千住から東武スカイツリーライン（東武伊勢崎線）、日光線、地下鉄日比谷線で東武動物公園下車。北千住からは急行で約 40 分である。

宮代町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

■ 宮代町の立地・交通



イ 人口推移

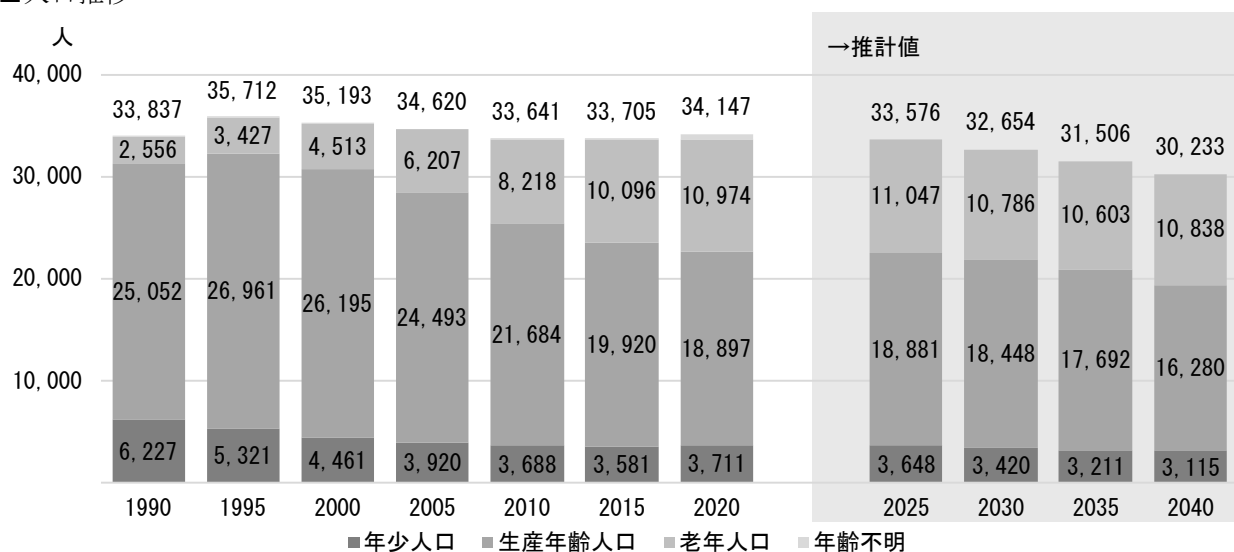
令和 6 年 9 月 1 日時点の人口は 33,410 人である。(住民基本台帳)

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 35,712 人から減少傾向にあったが、平成 22 (2010) 年より増加傾向に転じている。人口増加の要因として、平成 24 (2012) 年から大型住宅団地 (計画人口約 2,600 人) である道佛地区整理地の住宅地販売が開始され、人口の流入が進んだことがあげられる。一方、今後は減少傾向となることが見込まれている。

年齢別人口では、今後、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 32.1% から令和 22 (2040) 年に 35.8% に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 55.3% から令和 22 (2040) 年に 53.8% 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

当町における主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品	概要
巨峰	ぶどうの王様と呼ばれる巨峰。宮代町では、昭和 30 年代に和戸地区の農家によって生産が始まり、昭和 57 年には県内でもトップクラスの収穫量となった。町を代表する特産品として、巨峰ワインなどに商品化されるほか、実の色が宮代町のイメージカラーとなるなど、町のシンボリックな存在となっている。
米	宮代産コシヒカリ「みやしろっ子」をはじめ、株式会社新しい村で生産しているコシヒカリ「村育ち」などさまざまな種類がある。
純米吟醸 宮代そだち	宮代町の自然が育んだ酒造好適米を 100% 使用し、お米の風味を生かした飲みごたえのある 1 本である。

(b) メイドインみやしろ推奨品制度

宮代町では、当町の豊かな自然や、育まれてきた文化や歴史、優れた技術などから生まれた「宮代町でしか味わえない」、「宮代町でしか手に入らない」逸品を「メイドインみやしろ推奨品」として認定している。認定商品は、広く町内外に PR し、地域経済の活性化と町の知名度アップにつなげている。

エ 観光資源

当町における主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

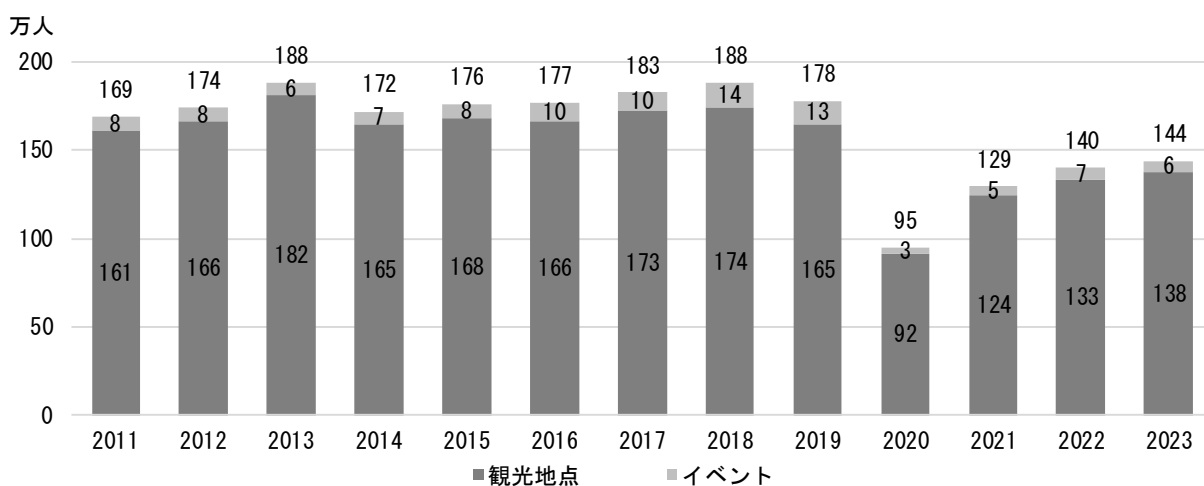
観光資源	概要
東武動物公園	昭和 56 年にオープンした、当町を代表するレジャー施設である。動物園と遊園地のほか、夏にはプールも楽しむことができ、1 年間に 100 万人を超える来場者で賑わう。花火やイルミネーションなど、四季を通じてさまざまなイベントが行われる。
新しい村	「農」をテーマとした「生産」や「消費」、「農業体験」などを通して、歴史に学び、自然と向き合い、互いに助け合いながら暮らす社会を築いていく場として宮代町が整備した場所である。主な取組として、「地産地消の推進」「コミュニティの創造」「宮代の農業を支える」の 3 点を行っている。
コミュニティセンター進修館	昭和 55 年にオープンした市民活動のための施設である。「色々な人々の活動や風景の中心となっていく場所」をコンセプトに象設計集団が設計を担当。円と直線を組み合わせた形が特徴の町のシンボルとなっている。平成 20 年には建物北側に四季の丘が完成し、平成 21 年、彩の国景観賞を受賞した。
笠原小学校	朱色の柱に瓦屋根、周囲の緑とあいまってどこか異国の雰囲気醸し出す小学校である。1981 年に開校した。柱に彫られた宮沢賢治の詩や天井に描かれた星座、廊下にある秘密基地のようなベンチなど、子どもたちを楽しませる工夫が校内に施されている。

オ 観光入込客数の推移

令和 5（2023）年の観光入込客数は 144 万人である。

推移をみると、新型コロナウイルス感染症が拡大する前は、180 万人前後で安定して推移していたことが読み取れる。

■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) 景況感

当会が実施している「地域経済動向調査」より景況感を確認する。

売上高の動向では、2022年度は「増加」が20.7%であり「減少」の65.2%を大きく下回っている。また、営業利益の動向も同様の傾向であり、「増加」が14.3%であり「減少」の68.6%を大きく下回る。

下表の結果はいずれも新型コロナウイルス感染症の影響が残っているため、極端に「増加」＜「減少」となっているが、平時においても売上高や営業利益が減少している事業者の割合が高いものと考えられる。

■売上高の動向（対2019年度比較）

	増加	横ばい	減少
2021年度	9.9%	9.9%	80.2%
2022年度	20.7%	14.1%	65.2%

■営業利益の動向（対2019年度比較）

	増加	横ばい	減少
2021年度	9.1%	13.7%	77.1%
2022年度	14.3%	17.1%	68.6%

出典：宮代町商工会「地域経済動向調査」

(b) 業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

当町の事業所数は、平成24年が1,054社、令和3年が948社である。

上記のうち小規模事業所数は、平成24年が885者、令和3年が757者であり、9年間で14.5%減少している。

小規模事業所数の増減を産業別にみると、その他サービス業（△44者）、卸・小売業（△32者）の減少数が大きい。一方、医療、福祉や情報通信業では増加がみられる。

■業種別の事業所数及び小規模事業所数

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成24年									
事業所数	130	81	6	211	127	63	290	146	1,054
小規模事業所数	126	75	4	160	97	28	261	134	885
平成28年									
事業所数	120	66	4	217	123	76	270	122	998
小規模事業所数	115	61	3	165	97	33	235	110	819
令和3年									
事業所数	121	61	6	179	103	85	260	133	948
小規模事業所数	115	58	5	128	78	32	217	124	757
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△9	△20	0	△32	△24	22	△30	△13	△106
増減割合	△6.9%	△24.7%	0.0%	△15.2%	△18.9%	34.9%	△10.3%	△8.9%	△10.1%
小規模事業所数	△11	△17	1	△32	△19	4	△44	△10	△128
増減割合	△8.7%	△22.7%	25.0%	△20.0%	△19.6%	14.3%	△16.9%	△7.5%	△14.5%

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) 開廃業率

開業については近隣市町と比べて開業率は低く、廃業率が高い状況である。

■ 当町の開業率・廃業率（平成28年～令和3年）

	開業率	開業数 (年換算)	廃業率	廃業数 (年換算)
全国	4.7%	250,202	5.5%	294,057
埼玉県	4.5%	11,011	5.5%	13,403
さいたま市	5.2%	2,171	5.9%	2,464
春日部市	3.8%	289	5.6%	427
幸手市	2.5%	53	4.9%	102
白岡市	3.8%	54	4.7%	66
宮代町	3.3%	33	4.7%	47
杉戸町	4.5%	65	4.7%	68

※出典：「埼玉県の産業と雇用のすがた（令和5年度版）」

※黄色の塗りつぶしは近隣市町

なお、近隣6市町連携による創業セミナーを継続開催しているが、当会からの参加者は多く、潜在的な起業意欲は高いので、創業セミナー参加者へのフォローアップをより重点的に行い、起業創業に注力していくことになる。

■ 創業セミナーの参加者数

	R2	R3	R4	R5
宮代町	7名	7名	14名	10名
幸手市	6名	5名	6名	8名
久喜市	4名	3名	2名	5名
蓮田市	3名	5名	7名	9名
杉戸町	2名	2名	1名	3名
白岡市	9名	1名	2名	1名

(d) 小規模事業者の課題（経営課題）（全業種共通）

小規模事業者の多くは、計画的に事業運営する『経営』という意識が低く、経験を頼りにした『商売』をしている。小規模事業者を取り巻く環境が日々変化していることから、経営の革新や販路開拓への取組、計画経営の重要性を認識させていく必要がある。

■ 当会の経営革新計画等の承認件数

	R1 年度	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度
経営革新計画承認件数	5 件	5 件	4 件	5 件	5 件
小規模事業者持続化補助金の採択件数	6 件	8 件	0 件	1 件	1 件
宮代町活性化補助金 (持続化補助金の宮代版)	2 件	6 件	10 件	4 件	10 件

当会が経営革新計画の承認支援をした事業所数と補助金申請に伴い事業計画を策定した事業者数の推移は上図のとおりである。

宮代町活性化補助金（持続化補助金の宮代版）は、その都度受付が可能なため申請しやすいことから申請件数が増えてきている。持続化補助金については、経営革新計画の策定に合わせて持続化補助金の申請を行う事業者もいるが、補助事業スケジュールに合わせやすい宮代町活性化補助金の申請が多くなっている。

経営革新計画や補助金申請をきっかけに販路開拓に取り組み、計画経営の重要性を認識する事業者が増

えてきているが、もっと増加させていく必要がある。

IT の利活用については、例えばエアレジ設置に伴うクラウド会計の導入に関しては、経営相談窓口で相談を受ける件数も増加してきているが、マンツーマンで指導して有効性や利便性等を確認しながら推進していく必要がある。

(e) 業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）

i_商業

近隣市町を含めて大型店の出店による消費行動の変化や東武動物公園駅東口の再開発による商店の移転や撤退の影響などで東武動物公園駅東口商店会が休会、百間新道商店会が解散となり、地域の商業者の経営は大変厳しい状況にある。

商業全体として収益拡大への取組と事業承継が課題である小規模事業者が多い。

小売業や飲食業は原材料価格の高騰の価格転嫁は進んできているものの、エネルギー価格の上昇などもあり、利益を生み出すことが難しくなっている。IT の活用などによる販売促進策を講じるにも家族経営の小さな事業者が多いため、収益拡大への取組に至らないことも多い。また、老朽化した設備の更新も進まず、事業を継続するメリットがないとして廃業するケースや、儲からない稼業は承継させたくない事業主もいて廃業することもある。この他、自宅兼店舗の構造から第三者承継も行えないため、廃業が増加している。

また、ゼロゼロ融資の返済が経営に与える影響も大きい。例えば、既存の業種から付加価値を付けた新たな業態への転換を勧めるも借入残高が多く事業転換が図れない状況にある。

理美容業は、新規出店もあるが、多くの店が高齢化と後継者不在のまま経営しているため、今後、多くの廃業が予測されている。

飲食店は、新型コロナウイルス感染症の類型が5類へ移行後も2次会の時間帯の需要が大きく低下したままで収益は回復していない。また、家族経営により収益の拡大に意欲的な事業者が少ないことや、特色のあるメニュー開発を行う事業者が少ないこともあり、全体的に苦戦を強いられている。加えて、後継者不在による廃業も多くなっている。一方、カフェの開業などによる新規出店もみられる。

小売店は、生鮮3品のお店は数店残るが、消費の大部分は大型店となっている。菓子店等は物価やエネルギー価格高騰の影響でお客様の消費が抑えられていて苦戦している。

当会では消費の町外流出を食い止め、町内消費の活性化を図るために使用期限のないご当地商品券「ありがとう」を発行している。商品券は宮代町の敬老会の記念品として活用されているが、発行量を拡大させ、小規模事業者の収益拡大に寄与していく必要がある。

ii_製造業

当町は、部品製造等のいわゆる製造業者が少ない。工業団地がないこと、町内に国道などの幹線道路がないため企業進出がなく、製造業者が少ない町として今日に至っている。

元請け1社の完全下請け状態のため、元請け会社次第で業績が左右され、常に不安定な状況になっている。事業規模も家族経営が多く、販路開拓に消極的な状況である。

iii_建設業

建設業は、人手不足が深刻になっており、工事を請け負って収益になることがわかっていても人手がいらないため仕事を断ることや、長期間、工事に着手できないこともある。また、建設資材の高騰で工事受託後に材料・資材等の仕入れ価格が上昇し、収益を圧迫している。

事業者の高齢化も進んでいるが、一人親方や家族経営者は後継者不在が多い。

町内の建設業の多くは設備設置業や外構工事といった下請事業者が多い。そのため、利益率が低く、安定した事業運営ができていない。元請け事業者がほぼ1社の完全下請けが多く、元請負業者次第で業績が左右されてしまう。

当会では「住まいと暮らし相談会」を年6回開催し、また、リフォーム相談は通年で受付をし、当会登録事業者による安心事業者による工事を提供する事業を行っているが、町民が町内事業者へリフォーム等を依頼する基準はチェーン事業者等の価格を参考にした低価格の事業者を選択する傾向があり、苦戦することもある。また、宮代町ではリフォーム補助金（住宅用、店舗用あり）を創設しており、施工業者は町内事業者に限定されているので、町内の安心安全の事業者と補助金の活用をPRして、価格だ

けでないメリットを打ち出していく必要がある。

当会としては引き続き「住まいと暮らしの相談会」を PR して、町内事業者の受注の機会を増加させていく必要がある。

キ 今後 5 年間に小規模事業者の経営環境が変化する出来事

＜近隣市に大型店舗が出店＞

当町内の大型店は直近では「フードスクエアカスミ宮代店」が 2009 年に開店した。当店は町内外からの来店が多く、町内の消費の多くを吸収している。その影響で中心市街地にあったスーパーの「宮代生鮮市場」が 2016 年に閉店となった。また、東武動物公園駅西口に「東武ストア」と「無印良品」が開店した。両店の出店により駅前の賑わい創出に寄与している。

小規模事業者は大型店の出店があっても古くからの馴染み客に支えられ事業を継続している。なお、今年に入ってから商圈内の近隣市町に大型店の出店が相次いでいる。2024 年 9 月に「ベルク白岡上野田店」が、同じく 9 月に「ヤオコー久喜吉羽店」が開店し、今後は町外へ消費が流れていく可能性が高い。

ク 第 5 次宮代町総合計画

「第 5 次宮代町総合計画（令和 3 年度～令和 12 年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

商業振興の視点では、コンパクトな町の強みを活かすという構想のもと、「顔が見える地域経済をつくる」ことを掲げている。具体的には、大量生産、大量消費経済による「顔が見えない経済」から「顔が見える地域経済」へ意識を変えることで、お金も人も地域の中で循環させる。これにより人口減少社会を見すえて、地域密着、地域主体の経済社会を進めるとしている。

■未来像と構想（令和 3 年度～令和 12 年度）

＜宮代町の未来像＞

首都圏でいちばん人が輝く町

＜構想＞

構想 1 宮代らしさを価値として高めていく

構想 2 コンパクトな町の強みを活かす

構想 3 さまざまな活動や主体を生み出す

構想 4 社会環境の変化に対応し行政運営を変化させ続ける

■前期実行計画（令和 3 年度～令和 7 年度）（一部抜粋）

○新しい村魅力アップ事業

「新しい村」を整備してから約 20 年。直売施設の増加やインターネット販売の普及など取り巻く状況も大きく変わりました。着地型観光という視点も含めて調査・分析を行い、「新しい村」の魅力を高める計画を策定し、「新しい村」をより魅力的な空間へと変えていきます。

○小商いからはじめようチャレンジショップ推進事業

宮代町での起業を促進するため、空き店舗や公共施設の空きスペース等をチャレンジショップとして、起業志望者に提供する仕組みづくりを行います。また、複数店が連続して空き店舗となったエリアについては、貸主などと連携して、特色のあるエリアの形成を促します。

②課題

これまで記述した地域の現状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。

人口をみると、平成 22（2010）年より増加傾向にあったが、今後は減少傾向となることが見込まれている。小規模事業者も、新たに人口減少局面に直面するため、事業環境の変化に対応し、個社の課題解決を図りながら、持続的経営に向けて努力を重ねていく必要がある。

特産品では、当町には、巨峰、米、日本酒などの特産品がある。また、宮代町では、当町の豊かな自然や、育まれてきた文化や歴史、優れた技術などから生まれた商品を「メイドインみやしろ推奨品」として認定している。小規模事業者においても、特産品を活用した商品や「メイドインみやしろ推奨品」に認定される商品の開発が期待されている。

観光では、当町には「東武動物公園」があり、年間 100 万人を超える来町者がいる。また近年は「新しい村」などの新たな観光スポットができ、町外から観光客を惹きつけている。小規模事業者において

も、これら観光客を誘客し、観光需要を獲得することが課題となる。

景況感をみると、売上や営業利益が減少している事業者が多くなっている。現在のビジネスモデルでは今後の持続的経営が困難な事業者もみられるため、ビジネスモデルの再構築や経営革新などによる経営改善が必要である。

小規模事業所数は平成 24 年が 885 者、令和 3 年が 757 者であり、9 年間で 14.5%減少している。この要因として、当町では近隣市町と比較して開業率が低く、廃業率が高いという状況があげられる。地域活力維持のためには、町内の事業所数の維持も重要であるため、創業や事業承継の活性化が地域としての課題となっている。

なお、当町では創業希望者が多く、潜在的な起業意欲が高いため、希望者に対しフォローアップを重点的に行い、起業・創業支援を強化することが当会としての課題となる。

当会が考える小規模事業者の課題は以下のとおりである。

◇全産業

- ・経験を頼りにした『商売』から脱却し、計画的に事業運営する『経営』を行うこと
- ・経営を取り巻く環境の変化に合わせ、経営革新や販路開拓を行うこと
- ・IT を利活用すること

◇商業

- ・大型店等と差別化を行い、収益を拡大させること
- ・個社の魅力向上や集客の向上
- ・事業承継を行い、廃業を少なくすること

◇製造業

- ・取引先の分散化による経営の安定化
- ・新たな取引先獲得のための販路開拓

◇建設業

- ・建設資材やエネルギー価格の高騰への対応
- ・事業承継
- ・取引先の分散化による経営の安定化（脱下請けを含む）
- ・チェーン事業者との差別化

今後 5 年間に於いて小規模事業者の経営環境が変化する出来事では、近隣市への大型店舗の出店がある。大型店舗の出店により町外に消費が流れていくことが予想されるため、小規模事業者は、魅力的な店舗づくり等による大型店舗との差別化がより必要になってくる。

(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

これまで記述した『(1)地域の現状及び課題』や、宮代町の「第 5 次宮代町総合計画」を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興の在り方を次のように定める。

- ア 小規模事業者が、事業環境の変化に対応し、個社の課題解決を図り、経営力を強化させていること
- イ 小規模事業者が、「商売」から「経営」へ発展的に経営力を高めていること。また、そのために経営革新計画等の取組による計画経営を行っていること
- ウ 小規模事業者が、経営革新計画等の計画に基づく小規模事業者持続化補助金等の活用により個社の経営改善を図っていること
- エ 上記の事業者支援の効果的な実施のために、当会においても、他の支援機関等との協力強化を図っていること

②第 5 次宮代町総合計画との連動性・整合性

「第 5 次宮代町総合計画」の商業振興の視点では、コンパクトな町の強みを活かすという構想のもと、「顔が見える地域経済をつくる」ことを掲げている。

量販店のように、商品を多数陳列し、その中から選んでもらうというのも一つの商売の方法である。

他方、商店等が同じような方法を取ることは難しい。そこで、店主と消費者のつながりにより、量販店と差別化を行うことはひとつの有効な手段であると考えられる。

一方、この方法は、ひとつ間違えれば、旧態依然としたビジネスモデルである、いわゆる「待ちの経営」になりかねない。高度経済成長期などの人口増加局面であれば、「待ちの経営」でも事業は成長していくが、人口減少局面に突入する当町の状況に即していないとも考えられる。

そこで、当会では、宮代町が目指す「顔が見える地域経済」から一步踏み込み、「小規模事業者が戦略的に顔が見える経営を行うこと」を目指す。これを実現するために、前項『⑩10年程度の期間を見据えて』で記載したア～エの実現が必要であり、結果として宮代町が目指す「顔が見える地域経済をつくる」ことの実現に寄与する。

以上より、連動性・整合性がある。

③商工会としての役割

ア 商工会の長期ビジョン

当会が10年後も小規模事業者の支援者であり続けるための長期ビジョンを掲げる。

- ① 事業者の前向きな取組や成長を支援する商工会
小規模事業者が商売から経営への転換を図るために、取組の大小にかかわらず、計画経営を実践する小規模事業者を支援する。
- ② 事業環境の変化や小規模事業者の課題を共有し、解決策をともに考える商工会
地域の経済団体として、商工会のネットワーク力を最大限に活かしながら、事業者とともに課題の解決策を考え、小規模事業者自らが行う解決策の支援を行う。
- ③ 起業・創業支援で町の活性化を推進する商工会
宮代町の創業支援策を活用した起業・創業計画の策定支援やフォローアップにより持続的な経営が実現できるよう支援する。
また、高齢化した事業者の廃業について、第三者承継による起業・創業支援を実施する。

イ 商工会としての役割

当会は、昭和36年に会員数286人で創立。令和6年4月1日時点の会員数は541人である。

■商工会員数

	H31.4.1	R2.4.1	R3.4.1	R4.4.1	R5.4.1	R6.4.1
商工会員数	539	531	545	551	557	541
増減	-	-8	+14	+6	+6	-16

経営指導員等による巡回・窓口相談により経営改善普及事業を中心に地域の小規模事業者の支援を行うと同時に、当町唯一の総合経済団体として、まちづくり、地域振興事業にも力を注いできている。

事務局体制は、事務局長1名、経営指導員2名、補助員1名、記帳指導員2名の合計6名で事業運営を行っている。

今後は、経営発達支援計画の実行を通じて、町内の小規模事業者がさらなる成長を遂げるための支援（経営発達支援）を強化する。具体的には、小規模事業者の事業規模や収益性の拡大や、経営の効率化を支援する。

また近年、経営環境の変化の度合いとスピードが高まっており、小規模事業者もこの環境変化に迅速かつ柔軟に対応する力（自己変革力）が必要になっている。そこで当会でも、事業者の目先の課題への対応を支援するだけでなく、そもそも何を課題として認識・把握するかという課題設定型の伴走型支援を強化する必要がある。

(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上で、以下の4つの目標を定める。

〈支援対象〉

事業環境の変化へ対応し、事業を維持・拡大させることに前向きな小規模事業者を重点支援する。

〈目標〉

【目標①】

小規模事業者が、「商売」から「経営」へと発展的に経営力を高めることを目指す。

【目標②】

小規模事業者が、事業環境の変化に対応し、個社の課題解決を図り、経営力を強化させることを目指す。

【目標③】

小規模事業者が、地域資源活用、IT利活用などを行い、収益を拡大させることを目指す。

【目標④（経営力再構築伴走支援に向けた目標）】

上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、小規模事業者の力を引き出すことを目指す。

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標④】により、小規模事業者の経営力を高めることで、事業者が輝く町を創出する。また、小規模事業者が発展的に成長することで、雇用を創出するなど、町の活性化に寄与することを目指す。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】小規模事業者が、「商売」から「経営」へと発展的に経営力を高めることを目指す。

＜達成のための方針＞

「商売」から「経営」へと発展的に経営力を高めるためには、事前に事業計画を策定し、計画経営を実行することが重要である。

そこで、まずは経営分析支援により、小規模事業者の経営状況を分析する（40者/年）。その後、経営課題を解決するための事業計画策定支援を実施（16者/年）。事業計画を策定するだけでなく、策定後も伴走型でフォローアップを実施する（売上増加5者/年、利益増加5者/年）。これらPDCAを回しながら、将来的に、小規模事業者自身が計画経営を自走できるようにする。

【目標②】小規模事業者が、事業環境の変化に対応し、個社の課題解決を図り、経営力を強化させることを目指す。

＜達成のための方針＞

小規模事業者が事業環境の変化を捉えるために、地域経済分析システム（RESAS）を活用し、地域の経済動向分析を実施する（年1回）。また、経営分析支援により、小規模事業者自身が抱える本質的課題を顕在化する。これらの分析結果を小規模事業者と共有し、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援する。

【目標③】小規模事業者が、地域資源活用、IT利活用などを行い、収益を拡大させることを目指す。

＜達成のための方針＞

小規模事業者の地域資源を活用した商品・サービスの開発、大型店やチェーン店と差別化した商品・サービスの開発支援や商品の魅力アップを支援する（2者/年）。

ITの利活用に向けて、経営分析支援の際にITの利活用状況を分析する、事業計画策定支援の際にIT専門家派遣を実施する、販路開拓支援の際にITを活用した販路開拓事業を実施する。また、効果的な支援に向けて、当会内でもDX（デジタルトランスフォーメーション）の相談・指導を行う能力の向上を図る。

【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、小規模事業者の力を引き出すことを目指す。

＜達成のための方針＞

経営分析、事業計画の策定、事業計画策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。

また、これを実現するために、経営力再構築伴走支援に係る経営指導員等の資質向上を実施する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】地域の経済動向分析は、RESAS により分析し、結果を当会ホームページに公開している。

地域経済動向調査は、売上、利益、原価、資金繰りなどを年 1 回調査する計画であったが、新型コロナウイルスの蔓延や原油・原材料価格の高騰といった特殊要因による影響が大きく、毎年、時流に合わせた影響度調査に切り替えて実施してきた。

【課題】RESAS の分析は地域の経済動向等を把握するために欠かせないものなので、小規模事業者の事業計画策定の参考とするために分析と公開を継続していく必要がある。

地域経済動向調査は、特殊要因による調査から売上、利益、原価、資金繰りなどの動向調査を再開し、継続的に調査することで当町の事業者の動向を確認していく必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①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	1 回
②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	1 回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

事業名	地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）
目的	小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行うことを目指す。
調査内容	地域経済分析システム（RESAS）の内容のなかで、地域の小規模事業者を活用してもらいたい項目を分析し、レポートにまとめたうえで公表する。
調査項目	人口：年齢別の人口推移、人口ピラミッド 産業構造：事業所数、従業員数、製造品出荷額等、年間商品販売額の推移 企業数の構成比、売上高の構成比 消費動向：人口 1 万人当たりキャッシュレス決済加盟店数の推移 月別のキャッシュレス決済金額の推移 観光：滞在人口の月別推移、宮代町の目的地（カーナビ検索数上位） など
調査・分析の手法	経営指導員（もしくはその他の職員）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	レポート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、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

②地域経済動向調査

事業名	地域経済動向調査
目的	町内の中小企業（小規模事業者）の経営課題等を把握することで、的確な支援を行い、小規模事業者の収益性の拡大や、経営の効率化を実現することを目指す。
調査内容・調査の手法	町内の中小企業（小規模事業者）を対象にアンケート調査を実施する。 調査は、年 1 回、郵送にて実施する。町内の事業者約 500 者（製造業 30 者、建設業 110 者、小売・卸売業 100 者、飲食業 75 者、サービス業 140 者、その他 50 者程度）に調査票を送付し、50 者から回収することを目指す（回収率 10%を見込む）。
調査項目	景況感（売上高、経常利益、原価、在庫、従業員数、資金繰り、設備投資 等）、

	経営課題、原材料価格高騰等の時流に応じた調査項目 等
分析の手法	経営指導員（もしくはその他の職員）がデータを集計・分析（業種別分析や経年分析等）し、分析結果に対し簡単なコメントを付ける。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、広く町内小規模事業者にも周知する。また当会でも、結果を施策の立案や支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 みやしろ産業祭において事業者の商品のアンケート調査を実施する予定だったが、新型コロナウイルスの影響により、みやしろ産業祭が中止や制限開催になったこと等により、実施できていない。

【課題】 意欲的にメニュー開発を行う事業者が少ないことや消費者アンケートが未経験や不慣れな事業者が多いため、消費者の意見を取り入れて商品の開発や改良をすることの重要性を認識させていくことが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
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	商品調査
目的	小規模事業者が開発・販売する商品の需要動向を把握することや、魅力を高めることを目指す。
対象	小規模事業者の商品、2 商品/年（1 者あたり 1 商品）を対象とする。 なお、対象商品の選定にあたっては、特に、「メイドインみやしろ推奨品※」の認定を目指す商品や大型店やチェーン店と差別化するための商品、創業者の商品などを優先する。 ※「メイドインみやしろ推奨品」については P2 参照
調査の手法	商品調査は随時受け付ける。そのため、いつでも調査できる体制を整えることが重要である。そこで、調査は「当会の会合」や「会員事業所（会員事業所の従業員に協力を得る）」で実施する。 調査は経営指導員（もしくはその他の職員）と事業者が協力して実施し、1 商品あたり 30 名以上からアンケート票を回収する。
調査項目	☐ 商品の総合評価（直感的な評価） ☐ 味 ☐ パッケージ ☐ 独自性（宮代町らしさ） ☐ 価格 ☐ 今後の購入意向 ☐ その他改善点 等
分析の手法	経営指導員（もしくはその他の職員）がデータを集計・分析（男女別、年齢別のクロス分析）し、商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。
調査結果の活用方法	分析結果は、経営指導員（もしくはその他の職員）が簡易なレポートにまとめたうえで、対象事業者にフィードバックする。その後、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、商品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて、経営分析や事業計画策定支援もあわせて実施する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】小規模事業者が、「商売」から「経営」へと発展的に経営力を高めるためには、現在の経営状況を小規模事業者自身が認識する必要がある。現状、巡回訪問、窓口相談、個社支援の際に事業者の経営状況についてヒアリングし、経営分析支援を実施している。

【課題】家族経営や小規模経営が多いことから財務分析が苦手の事業者もいる。その先の補助金には関心はあるが経営分析や事業計画策定の段階になると先に進まなくなってしまうため、当会が伴走型による支援を強化することが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
経営分析事業者数	29 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	ホームページによる周知を行う。また、巡回訪問・窓口相談・個社支援（記帳代行支援、金融支援、補助金支援、需要動向調査等を含む）や、各種セミナー開催時に訴求する。
分析の実施手法	経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちすることを重視する。 分析は、事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」、クラウド型支援ツール（Biz ミル等）などを活用する。
分析項目	定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を実施する。 ＜財務分析＞ 直近 3 期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析 ＜非財務分析（SWOT 分析等）＞ 強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産など）、機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向など）、その他（IT 活用の状況、事業計画の策定・運用状況など）
分析結果の活用方法	・経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、クラウド型支援ツール（Biz ミル等）に集約。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】経営状況についてのヒアリング結果を活用し、経営革新計画や各種補助金申請へのステップアップを促進している。

【課題】補助金申請の際に事業計画の策定に着手する事業者もいるため、普段から計画経営を行うことの重要性を発信していく必要がある。また、当町では創業塾の参加者が多く、潜在的な起業意欲が高いため、創業塾参加者へのフォローアップをより重点的に行い、起業創業に注力していくことが課題である。

(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4割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、当事者意識を持ち自らが課題に取り組むこと（内発的動機づけ）を促す。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象にIT専門家派遣を行い、小規模事業者のIT活用（ITを活用した販売促進、ITを活用した業務改善や生産性向上）の促進や、これによる競争力の維持・強化を目指す。

その他、創業者・創業希望者向けの創業計画策定支援も実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①事業計画策定事業者数	18者	16者	16者	16者	16者	16者
IT専門家派遣の実施回数	6回	6回	6回	6回	6回	6回
②創業計画策定事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
創業塾の開催回数	2回	1回	1回	1回	1回	1回

(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（国の補助金や宮代町の補助金※）を契機とした事業計画策定の提案も実施する。 ※宮代町商工業活性化事業補助金（経営改善事業） 町内に事業所を有する個人または法人の小規模企業者の事業計画に基づいた新たな取組に対する補助金。機械装置費や広報費、開発費などが対象となる。補助率は1/2で、補助限度額は20万円となっている。
支援の手法	①小規模事業者が作成した事業計画に経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の2つの方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。支援では、経営者が取り組むべきことに腹落ちし、当事者意識を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。 〈DXに向けた取組〉 事業計画策定に意欲的な事業者を対象にIT専門家派遣（IT専門家や、埼玉県DX専門家を想定）を実施する。これにより、事業計画中の取組のひとつとしてDXやIT活用を促進する。

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	宮代町は、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画の認定を受けており、当該計画に基づき創業者に対し、「創業塾」、「宮代町創業促進事業補助金」などの施策を行っている。これらの施策を契機に、掘り起こしを行う。 ■創業塾 <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td><td>創業希望者</td></tr> <tr> <td>募集方法</td><td>ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知</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> ○創業準備をする段階で知っておかなければならない 5 つのこと ○創業に必要な手続き ○経理・税務を学び、事業の現状を理解できる経営者になる ○創業資金の調達方法 ○創業計画作成のポイント ○お客様を獲得するための 4 つのメソッド ○広告戦略で重要な 7 つのポイント ○採算の取れるビジネスモデルを計画する 3 つの考え方 ○従業員を雇用するときのルール ※令和 6 年度カリキュラムより </td></tr> <tr> <td>想定参加者数</td><td>10 人/回</td></tr> <tr> <td>その他</td><td>参加者を対象に個別相談会あり</td></tr> </table> ■宮代町創業促進事業補助金 町内で創業する方を支援するための補助金。機械装置費や広報費、借料などが対象となる。補助率は 1/2 で、補助限度額は 20 万円となっている。申請にあたっては、創業計画書の提出が必要である。	支援対象	創業希望者	募集方法	ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知	講師	中小企業診断士 等	回数	年 1 回（全 5 日）	カリキュラム	○創業準備をする段階で知っておかなければならない 5 つのこと ○創業に必要な手続き ○経理・税務を学び、事業の現状を理解できる経営者になる ○創業資金の調達方法 ○創業計画作成のポイント ○お客様を獲得するための 4 つのメソッド ○広告戦略で重要な 7 つのポイント ○採算の取れるビジネスモデルを計画する 3 つの考え方 ○従業員を雇用するときのルール ※令和 6 年度カリキュラムより	想定参加者数	10 人/回	その他	参加者を対象に個別相談会あり
支援対象	創業希望者														
募集方法	ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知														
講師	中小企業診断士 等														
回数	年 1 回（全 5 日）														
カリキュラム	○創業準備をする段階で知っておかなければならない 5 つのこと ○創業に必要な手続き ○経理・税務を学び、事業の現状を理解できる経営者になる ○創業資金の調達方法 ○創業計画作成のポイント ○お客様を獲得するための 4 つのメソッド ○広告戦略で重要な 7 つのポイント ○採算の取れるビジネスモデルを計画する 3 つの考え方 ○従業員を雇用するときのルール ※令和 6 年度カリキュラムより														
想定参加者数	10 人/回														
その他	参加者を対象に個別相談会あり														
支援の手法	創業塾を通じて小規模事業者が作成した創業計画を基に、事業者・経営指導員・専門家が一緒になってブラッシュアップする方法にて行う。														

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】巡回訪問、窓口相談等で進捗状況のヒアリングをしている。必要に応じて専門家派遣を行い、実効性を高めている。特に補助金の補助事業の遂行については実績報告がしやすい形での支援を行っている。

【課題】小規模事業者は事業運営には時間をかけるが事業計画の進捗状況に関心が薄くなりやすい傾向があるので、タイムリーな実施支援が欠かせない。経営指導員だけでなく専門家派遣を活用しながら計画の実行支援を行い、計画経営の重要性を認識させる必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者や経常利益増加事業者の割合が約 3 割（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目指す。

フォローアップでは、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図るための支援を実施。支援では、事業者への内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力を引き出すことで、支援期間中の事業者の一連の取組を一過性の取組とさせず、事業者が事業環境の変化に合わせて、持続的に発展できる蓋然性を高める。

また、創業計画の策定をした事業者に対しても、四半期ごとのフォローアップを実施し、計画通りの成果をあげることを目指す。

(3) 目標

①事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
フォローアップ対象事業者数	18 者	16 者	16 者	16 者	16 者	16 者
頻度 (延回数)	四半期毎 (72 回)	四半期毎 (64 回)	四半期毎 (64 回)	四半期毎 (64 回)	四半期毎 (64 回)	四半期毎 (64 回)
売上増加事業者数	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
経常利益増加事業者数	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

②創業計画のフォローアップ

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

(4) 事業内容

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

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】小規模事業者の IT の活用が遅れており、特に中高齢の事業者が顕著になっている。
また、当会工業部会内にマイスター事業委員会を設置し「住まいと暮らしの相談会」を実施しており、町民からのリフォーム等の相談に対して登録事業者と町民をマッチングさせている。

【課題】IT 活用については、エアレジ等の導入に関心はあっても導入後の活用ができていない、SNS を開設しても長続きしないといった課題があり、専門家派遣や経営相談窓口を活用して支援を行う。
リフォーム相談については、町民が町内事業者へリフォーム等を依頼する際、チェーン事業者の価格を参考にした低価格の事業者を選択する傾向があり、小規模事業者は苦戦することもある。
宮代町ではリフォーム補助金（住宅用、店舗用あり）を創設しており、施工業者は町内事業者に限定されているので、町内の安心安全の事業者を PR して、価格だけではないメリットを打ち出していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者が IT を利活用し、収益を拡大させることを目標のひとつとしている。当町の小規模事業者をみると、IT を活用した販売促進が十分にできているとはいえない。この状況を打破するため、当会では、小規模事業者が IT 活用の効果を実感する、いわゆる“成功体験”を得ることが必要ではないかと考える。そこで、宮代町が運営する Web サイトである「みやしろで暮らそっ」、「宮代で働こっ」を活用した「IT を活用した販路開拓事業」を実施。売上拡大を達成し、小規模事業者の IT 活用のきっかけを創出する。

また、小規模事業者の多くは、販路開拓が十分でないが、とりわけ建設業にこの課題を持つ事業者が多い。小規模建設業は、大手・中堅建設業の下請けが中心であり、脱下請けを目指す事業者はいるものの、なかなか実現できない現状がある。そこで当会にて「マイスター相談事業」を継続することで、小規模建設業と消費者のマッチングを実現する。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4) 事業内容』のとおりである。

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

(3) 目標

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①IT を活用した販路開拓事業 支援事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%
②マイスター相談事業 支援事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上金額/者	100 万円	150 万円	150 万円	150 万円	150 万円	150 万円

※①の事業は、支援事業者数を 5 者程度と想定しているが、このなかに創業者が含まれるため、既存小規模事業者分として 2 者を目標としている。

(4) 事業内容

①IT を活用した販路開拓事業（BtoC）

事業名	IT を活用した販路開拓事業
目的	IT を活用した商圈拡大、新たな需要開拓を目指す。また、IT を活用した販路開拓が不十分な小規模事業者が IT を活用するきっかけ作りを目指す。
支援対象	IT を活用した販路開拓に意欲がある小規模事業者（主に商業） ※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。
訴求相手	町内外の消費者
支援内容	当町には、ホームページを持っていないなど、IT の活用が不十分な小規模事業者が多い。

そこで、まずは IT を活用した販路開拓のきっかけづくりを提供する。具体的には、宮代町が運営する Web サイトである「みやしろで暮らそっ」、「宮代で働こっ」への掲載支援を行う。これまでも、これらの Web サイトに掲載して集客が増えたという声は多いため、販売促進効果が生まれることが見込まれる。

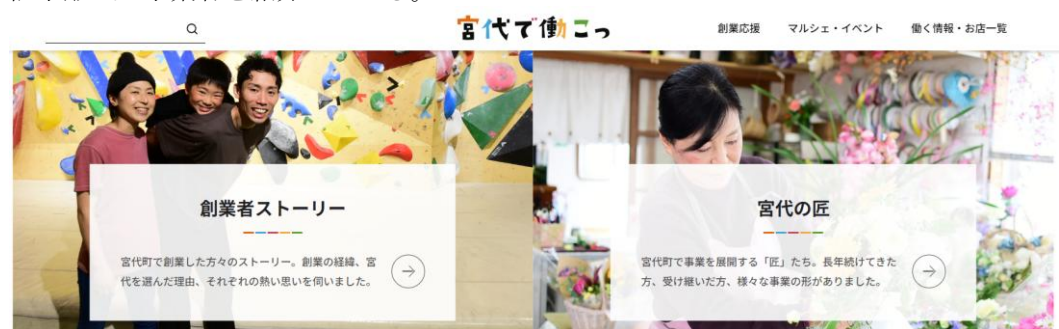
※Web サイト「みやしろで暮らそっ」

宮代町の定住人口増加を目的に 2012 年 4 月に開設。オウンドメディアとしての機能や、町内の店舗情報を紹介する機能がある。



※Web サイト「宮代で働こっ」

町内商工業の活性化を目的に 2017 年 3 月に開設。創業者ストーリーや宮代の匠など、記事形式で事業者を紹介している。



支援の手法

経営指導員が経営分析を通じて、事業者の「強み」などを分析する。その後、ライターと協力してその「強み」を記事にし、Web サイトへの掲載を支援する。掲載後は、成果を確認するため、売上・利益等の経営指標の把握を行う。
 なお、本事業は、あくまでも小規模事業者の IT を活用した販路開拓のきっかけづくりとして実施する。そのため、成果がでた事業者に対しは、次のステップとして、独自での IT による販路開拓を提案する。

②マイスター事業（BtoC）

事業名	マイスター事業
目的	建設業事業者が新たな顧客を獲得することを目指す。
支援対象	建設業
訴求相手	町内の消費者
支援内容	当会では年 6 回程度、マイスター事業として「住まいと暮らしの相談会」を実施している。当相談会では、以下の相談が可能である。 ・ 建築士へリフォーム・耐震工事等の相談 ・ 税理士へ相続税・贈与税等、住まいの税の相談 ・ 司法書士へ相続登記、住まいや暮らしの法律の相談 ・ 土地家屋調査士へ土地の境界分筆・測量の相談

	上記のなかで、畳替、害虫駆除、増改築、内外装工事、解体、リフォーム、耐震診断、耐震改修工事などの相談もみられるため、建設業事業者とのマッチングを実施する。
支援の手法	適切なマッチングを行うために、各建設業事業者の「商品」や「強み」を確認する必要がある。そこで、経営分析を実施し、これらを確認する。その後、「住まいと暮らしの相談会」での相談を基に建設業事業者とのマッチングを実施する。 工事後は、可能であれば施主へヒアリングを行い、工事の満足度などを確認することで、次回マッチングに役立てる。

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】 宮代町産業観光課とは小規模事業者の支援について常に情報交換を行っている。
小規模事業者の支援状況は、毎年5月に前年度の支援状況等を「経営発達支援計画実績報告書」にまとめ、外部有識者の評価を受けている。本報告書および外部有識者の評価結果は当会ホームページで公開している。
- 【課題】 今後も宮代町とともに自己評価を行い、地域の実情に合った小規模事業者支援の目標設定につなげていく。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	以下の取組により、経営発達支援事業のPDCAを回す。 【PLAN】（事業の計画・見直し） (a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 (b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。 【DO】（事業の実行） (c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。 (d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（Bizミル等）に適時入力する。 【CHECK】（事業の評価） (e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（Bizミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。 (f) 日々の朝会にて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認を行う。 (g) 年1回の「経営発達支援計画推進委員会」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。 ※「経営発達支援計画推進委員会」の実施の流れ i 宮代町産業観光課長（もしくは担当者）、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援計画推進委員会」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）で定量的に評価する。 ii 当該「経営発達支援計画推進委員会」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://www.syokokukai.or.jp/syokokai/miyashiro/) へ掲

	載（年１回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。 【ACTION】（事業の見直し） (h) 「経営発達支援計画推進委員会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。
--	--

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】事業者への専門家派遣に帯同し、専門家の支援や課題解決スキルを実践形式で学ぶ他、埼玉県商工会連合会が主催する職員研修や個々の職員が職責に応じた研修等へ参加し資質向上を図っている。

専門家派遣の支援情報や研修会等の情報は、毎日実施している朝会で報告し、研修資料の回覧によって情報を共有している

【課題】研修資料の共有や支援情報の共有を積極的に行っているが、知識経験が属人的になりやすいので、朝会以外の時間で経営指導員、経営支援員（補助員）による報告会を行い、資質向上の精度を高めていくことが課題である。

(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（法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳指導員、一般職員）
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得することを目指す。
不足能力の特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 ・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・ 小規模事業者の新たな需要開拓を実現する能力 ・ DXに向けた相談・指導を行う能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等
内容	経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下（ア～ウ）の研修・セミナーに積極的に参加し、資質向上を図る。具体的には、埼玉県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体が主催する義務研修に参加するだけでなく、中小企業基盤整備機構の研修、中小企業大学校の専門研修に参加する。また、これらの研修のなかで不足能力の資質向上が図れない場合は、近隣の商工会（第11ブロック連絡協議会等）と連携し、外部講師を招聘したうえで共同研修を開催する。 また、これまでこれらの研修・セミナーへは、経営指導員が中心に参加していたが、今後は、補助員、記帳指導員、一般職員も含めて積極的に参加する。 ア 小規模事業者の売上・利益向上支援、新たな需要開拓支援の資質向上 これまで、経営分析支援、事業計画策定支援、販路開拓支援等の外部講習には参加してきたが、知識の更新のため、これらの研修には引き続き参加する。 イ DXに向けた相談・指導能力の習得・向上 DX関連の動向は日々進化していることから、以下の＜DXに向けたIT・デジタル化の取組＞のような、DX関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等に参加する。 ＜DXに向けたIT・デジタル化の取組＞ (a) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組 RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子決裁システム等のITツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策 等 (b) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組 ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム 等

	(c) その他取組 オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入 等 ウ 経営力再構築伴走支援の資質向上 経営力再構築伴走支援の知見は、個々の暗黙知になりやすいという課題がある。そのため、この知見を“形式知化”しつつ、商工会内で共有・蓄積し、伴走支援の実効性を高めていくような仕組み作りが重要である。そこで、「対話と傾聴による信頼関係の構築」、「気づきを促す課題設定型コンサルティング」、「経営者の自走化のための内発的動機付けと潜在力の引き出し」のようなテーマの研修に参加する。
②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み	
目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有することを目指す。
内容	ア OJT ベテラン職員と経験の浅い職員がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。 イ 情報共有 日々の朝会（参加者：法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳指導員、一般職員）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 IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。 ウ データベース化 担当経営指導員等がクラウド型支援ツール（Biz ミル等）に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員（法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳指導員、一般職員）で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
【令和6年12月現在】	
(1) 実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等）	
宮代町商工会 事務局長 法定経営指導員 1名 経営指導員 1名 補助員 1名 記帳指導員 2名 宮代町 産業観光課	
(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制	
①法定経営指導員の氏名、連絡先	
氏 名： 田邊 亮	
連絡先： 宮代町商工会 TEL. 0480-35-1661	
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	
〒345-0801	
埼玉県南埼玉郡宮代町字百間 1015-1	
宮代町商工会	
TEL： 0480-35-1661 ／ FAX： 0480-35-1662	
E-mail： miyasiro@syokoukai.jp	
②関係市町村	
〒345-8504	
埼玉県南埼玉郡宮代町笠原 1-4-1	
宮代町 産業観光課 商工観光担当	
TEL： 0480-34-1111（内線 264、265） ／ FAX： 0480-34-1093	
E-mail： sangyo@town.miyashiro.saitama.jp	

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
必要な資金の額	2,270	2,270	2,270	2,270	2,270
地域経済動向調査費	150	150	150	150	150
専門家派遣費用	700	700	700	700	700
創業塾開催費用	150	150	150	150	150
経営相談窓口設置費用	750	750	750	750	750
住まいと暮らしの相談会開催費用	350	350	350	350	350
クラウド型支援ツール運営費	170	170	170	170	170

(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、伴走型補助金、県・町補助金、賦課金、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