

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	幸手市商工会 (法人番号 1030005004728) 幸手市 (地方公共団体コード 112402)
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、計画的な経営（事業計画に基づく経営）を行うことを目指す。</p> <p>【目標②】小規模事業者が、販路開拓に取り組み、販路を市外・県外・オンラインに広げることを目指す。</p> <p>【目標③】小規模事業者が、他社と差別化した商品・サービスを開発することを目指す。</p> <p>【目標④】創業支援を強化することで、市内で創業が活発に行われることを目指す。</p> <p>【目標⑤】経営力再構築伴走支援を実施し、小規模事業者の自己変革力を高めることを目指す。</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施策を立案するために「幸手市経営動向調査」を実施する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品について第三者の評価を基にブラッシュアップすることを目的に「飲食店のメニュー調査」を支援する。なお、創業期の事業者は特に“商品力”が重要であるため、創業者の商品に対しても当該調査を実施する。</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態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、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 小規模事業者が、事業計画・創業計画に基づき、経営のPDCAサイクルを回すために、前項で策定したすべての計画を策定後1年間フォローアップする。これにより事業者が計画的な経営（事業計画に基づく経営）を実現できるようにする。</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に、「展示会・商談会等への出展支援」や「新たな販路の開拓支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>幸手市商工会 企業支援課 〒340-0114 埼玉県幸手市東 3-8-3 TEL: 0480-43-3830 FAX: 0480-43-3883 E-mail: satte@syokoukai.jp</p> <p>幸手市 建設経済部 商工観光課 〒340-0192 埼玉県幸手市東 4-6-8 TEL: 0480-43-1111(内線 594) FAX: 0480-44-0257 E-mail: syoukou@city.satte.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 幸手市の概況

幸手市（以下、当市）は、埼玉県の北東部にあり、東経139度43分、北緯36度4分に位置している。面積は33.93㎢、市域は東西8.8km、南北7.6kmである。

平坦で標高の最も高いのが外国府間地区の15.9m、最も低いのは戸島地区の4.7mとなり、標高差はわずか11.2mである。地勢は古東京湾の一部が陸地化したもので、東端には下総台地の一部があるものの、ほかは沖積低地で、利根川と渡良瀬川の氾濫によって形成された沖積層の粘性土がほとんどである。

公共交通ネットワークでは、市内の西寄りを通り東京都心方面と栃木県方面をつなぐ東武日光線、当市を經由して近隣市町をつなぐ朝日自動車の路線バス、タクシー及び市内各方面を運行する市内循環バス5路線で構成されている。幸手駅が乗り継ぎ拠点となっており、路線バス、市内循環バスが乗り入れるほか、タクシーが待機している。また、地域によっては杉戸町の杉戸高野台駅や久喜市の東鷲宮駅が最寄り駅となっている。

幸手市商工会（以下、当会）は、当市唯一の商工団体である。

■ 幸手市の立地・交通



イ 人口推移

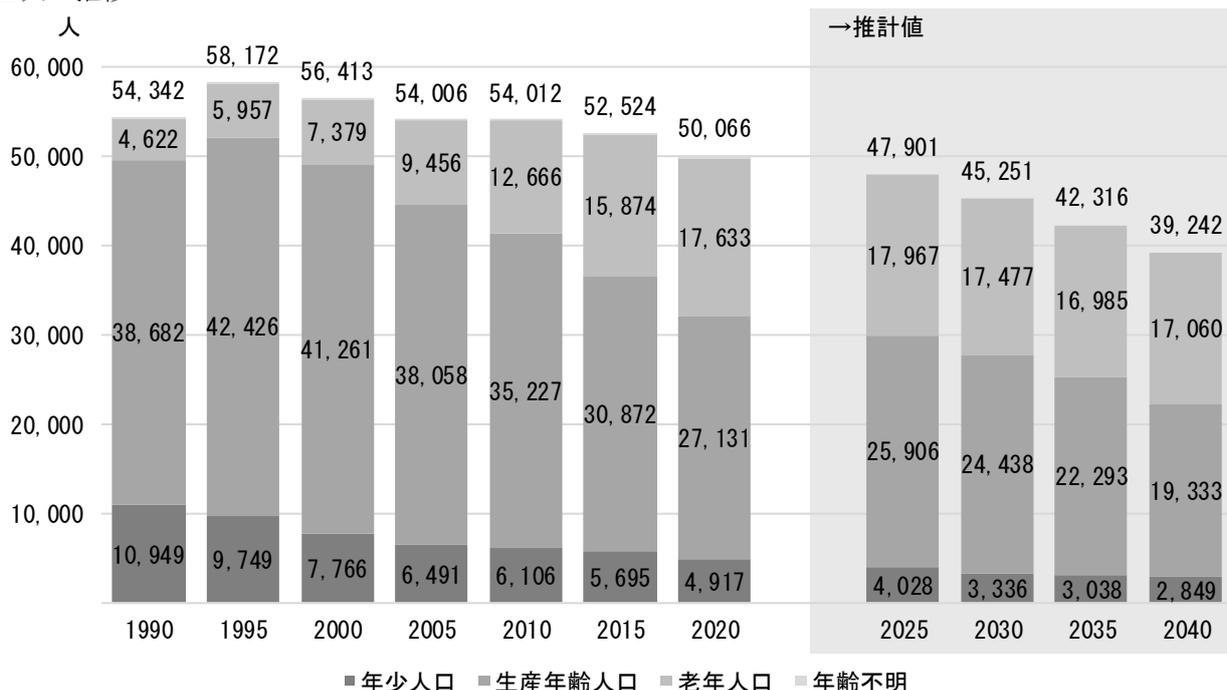
令和 7 (2025) 年 4 月 1 日時点の人口は 48,630 人である。(住民基本台帳)

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 58,172 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、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 35.2%から令和 22 (2040) 年に 43.5%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 54.2%から令和 22 (2040) 年に 49.3%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 観光資源

当市は、桜の名所「権現堂堤」や歴史ある「幸手宿」など、自然と伝統が調和した四季と歴史を感じられる、親しみやすい観光地である。

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
権現堂堤	大正 9 (1920) 年、幸手市の権現堂堤には延長 6km にわたり約 3,000 本のソメイヨシノが植えられ、関東屈指の桜の名所として広く知られるようになった。春になると全国から多くの花見客が訪れ、堤沿いに咲き誇る桜並木と、足元に広がる菜の花畑が織り成す淡いピンクと鮮やかな黄色の絶妙なコントラストが、訪れる人々の目と心を楽しませる。さらに、初夏の紫陽花、秋の曼珠沙華、冬の水仙など、四季折々の花々が彩りを添え、年間を通して自然の美しさを感じられる魅力的な観光資源となっている。
幸手宿	幸手宿は、日光道整備以前から利根川水系の舟運や鎌倉街道中道の往来により交通の要衝として栄えてきた。元和 2 (1616) 年には幕府の命により人馬継立が始まり、日光街道 6 番目の宿場町として整備された。日光道中と將軍家の社参道である日光御成街道の結節点でもあり、政治・軍事・物流の面でも重要な地であった。現在も古民家や蔵が残り当時の面影を感じながら歴史散策が楽しめる地域となっている。

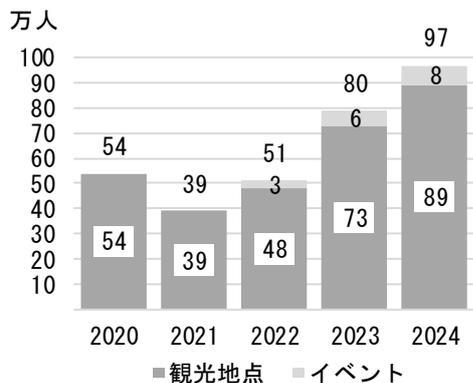
エ 観光入込客数の推移

令和 6（2024）年の観光入込客数は 97 万人である。

推移をみると、令和 2（2020）年に新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で急減後、回復傾向にはあることが読み取れる。

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」

オ 産業

(a) 産業の概況

当市は、古くから水資源に恵まれた農業の盛んな地域であり、また、河川及び陸上交通の要衝として、交易・商業・文化の中心地としても発展してきた。江戸時代には、江戸川・権現堂川・葛西用水路などの河川改修によって多くの新田が造成され、農業が活発に行われるようになった。また、河川を利用した船運が江戸と結ばれていたことから、権現堂や西関宿には回船問屋が軒を連ね、大いに賑わいを見せていた。

明治時代に入ると、東北本線の開通により船運は次第に衰退したが、その後、東武日光線や国道 4 号の開通により都市化が進展した。昭和 47（1972）年の幸手団地、昭和 59（1984）年の幸手工業団地の整備を皮切りに、住宅団地や工業団地、幹線道路の整備が着実に進められてきた。

近年では、平成 27（2015）年に首都圏中央連絡自動車道（圏央道）幸手インターチェンジが供用開始となり、翌平成 28（2016）年には幸手中央地区産業団地の造成工事が完了するなど、さらなる産業基盤の強化が図られている。

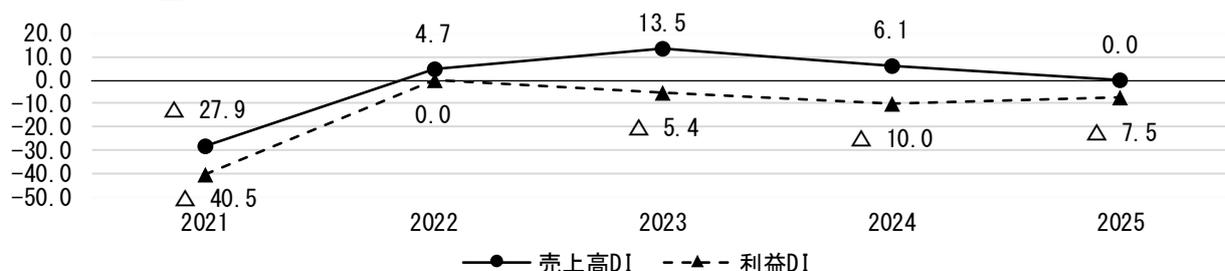
(b) 業種別の景況感

当会が実施する「幸手市経営動向調査」により景況感を確認する。

売上 DI は令和 4（2022）年にプラスへ転じ、その後も概ねプラス圏で推移している。利益 DI はマイナス圏での推移が続くものの、その幅は大きくない。

以上から、足元の景況感は総じて「良くも悪くもない」水準にあると読み取れる。

■売上 DI・利益 DI（前期比、各年 4～6 月期）



出典：幸手市商工会「幸手市経営動向調査」

(c) 業種別の商工業者数（うち、小規模事業者数）の推移

当市の事業者数は、平成24年が2,194社、令和3年が1,871社である。

上記のうち小規模事業者数は、平成24年が1,728者、令和3年が1,391者であり、9年間で19.5%減少している。

小規模事業者数の増減を産業別にみると、卸・小売業（△91者）、他サービス業（△86者）、製造業（△62者）の減少数が多い。一方、医療、福祉（+12者）では増加がみられる。

■業種別の事業者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									
事業者数	254	222	11	519	258	133	588	209	2,194
小規模事業者数	249	179	9	363	188	61	493	186	1,728
平成28年									
事業者数	236	192	6	468	252	155	578	197	2,084
小規模事業者数	230	139	5	314	173	66	484	178	1,589
令和3年									
事業者数	212	159	10	411	197	169	515	198	1,871
小規模事業者数	206	117	8	272	135	73	407	173	1,391
増減(令和3年-平成24年)									
事業者数	△42	△63	△1	△108	△61	36	△73	△11	△323
増減割合	△16.5%	△28.4%	△9.1%	△20.8%	△23.6%	27.1%	△12.4%	△5.3%	△14.7%
小規模事業者数	△43	△62	△1	△91	△53	12	△86	△13	△337
増減割合	△17.3%	△34.6%	△11.1%	△25.1%	△28.2%	19.7%	△17.4%	△7.0%	△19.5%

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

(d) アンケートからみた経営上の問題点

前述の「幸手市経営動向調査」により経営上の問題点を確認する。

令和7（2025）年をみると、「原材料価格の上昇」が47.4%と最も高く、「原材料費・人件費以外の経費増加」が31.6%、「従業員の確保難」が23.7%と続いている。

経年比較では、「原材料価格の上昇」は減少傾向。「原材料費・人件費以外の経費増加」は増加傾向になっている。

■経営上の問題点（各年4～6月期）

	令和5年	令和6年	令和7年
大企業の進出による競争の激化	11.4%	4.2%	-
新規参入業者の増加	8.6%	2.1%	5.3%
製品ニーズの変化への対応	14.3%	8.3%	13.2%
生産設備の不足・老朽化	2.9%	4.2%	13.2%
生産設備の過剰	-	-	-
原材料価格の上昇	62.9%	50.0%	47.4%
原材料の不足	8.6%	4.2%	5.3%
人件費の増加	28.6%	27.1%	13.2%
原材料費・人件費以外の経費増加	25.7%	27.1%	31.6%
製品（加工）単価の低下	-	2.1%	-
金利負担の増加	5.7%	6.3%	-
取引条件の悪化	2.9%	4.2%	2.6%
事業資金の借入難	5.7%	-	5.3%
新商品・新規の技術開発	5.7%	4.2%	2.6%
ITの活用・促進	2.9%	10.4%	2.6%
従業員の確保難	28.6%	22.9%	23.7%
熟練技術者の確保難	5.7%	4.2%	5.3%
後継者の育成・決定	11.4%	18.8%	7.9%
需要の停滞	22.9%	14.6%	10.5%
その他	5.7%	4.2%	10.5%

出典：幸手市商工会「幸手市経営動向調査」

(e) 業種別にみた小規模事業者の現状と経営課題

当市は、東武日光線が通る交通利便性の高い地域でありながら、近年は少子高齢化の進行や人口減少の影響を受け、地域経済は縮小傾向にある。とりわけ中心市街地の商業空間はかつての賑わいを失いつつあり、地域の小規模事業者は厳しい経営環境に直面している。

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

業種別の現状と経営課題は次のとおりである。

商業（小売業・サービス業）	
現状	<ul style="list-style-type: none">・大型店やチェーン店の進出により、地場小売業の集客力は低下している。・中心市街地では店舗数が減少しており、空き店舗が目立っている。
経営課題	<ul style="list-style-type: none">・「勘と経験」に頼った経営から脱却し、計画経営に転換すること・地域密着型の接客・商品構成にすることや、地元高齢者のニーズに対応すること・他社と差別化した高付加価値商品・サービスを開発すること・域外販路を開拓すること（ECを含む）・市のイベントや地域通貨（商品券）事業を活用して収益を生み出すこと・既存店舗と創業者のマッチングによる円滑な事業承継
建設業	
現状	<ul style="list-style-type: none">・多くが下請けのため、元請けの受注状況に左右されやすく、経営が不安定である。
課題	<ul style="list-style-type: none">・元請けに依存しないような自社受注体制の強化や、これを実現するための地域住民（一般消費者向け）のPRを実施すること・地元密着での小回りのきく工事への対応を強化すること・技能承継や担い手育成
工業（製造業）	
現状	<ul style="list-style-type: none">・多くの事業者が市外・県外企業との取引に依存しており、市内での連携が希薄である。
課題	<ul style="list-style-type: none">・市内でのマッチングの活性化や、これによる販路の多様化、企業連携の強化を実現すること・共同受注体制を構築すること

カ 今後5年間で小規模事業者の経営環境が変わる出来事

<市制40周年 シティプロモーション映画の制作>

幸手市は、市政40周年の節目となる令和8（2027）年10月の公開を目指し、市をPRする長編の「シティプロモーション映画」の製作を開始している。

現在、地元特産品のレシピなどを盛り込んだ青春ストーリーが想定されている。

地元特産品がテーマとなっているため、公開後は、当該特産品に注目が集まる可能性があり、小規模事業者にも新商品・新メニュー開発など、一定の対応が求められることが予想されている。

キ 第6次幸手市総合振興計画

「第6次幸手市総合振興計画（平成元年度～令和10年度）」の商工・観光部分は次のとおりである。

■基本構想（平成元年度～令和10年度）

<まちづくりの基本理念>

- ・市民と行政がともにまちをつくる
- ・だれもが住み続けたいまちをつくる
- ・魅力を創り、伝え、誇れるまちをつくる

<将来像>

みんなで作る 幸せを手にするまち 幸手

■後期基本計画（令和6年度～令和10年度）（商工・観光部分を抜粋）

第5章 観光・産業 ～にぎわいと活力あふれるまち～

第1節 地域の特性をいかした観光の振興

- 1 観光施設・ルート整備
- 2 観光資源の活用
- 3 観光事業の充実・連携
- 第2節 商工業の活性化のための支援
 - 1 商店街の魅力ある環境整備
 - 2 中心市街地活性化事業の支援
 - 3 商業団体の活動の支援
 - 4 企業立地の促進・地元雇用の拡大
- 第3節 雇用と労働環境の充実
 - 1 雇用情報の提供
 - 2 就業環境の充実
 - 3 福利厚生充実

[施策の目的]

- ・商業団体の活動に対する支援や後継者の育成を図り、商業者が安定した経営を持続できること。
- ・企業の立地促進や中小企業の経営支援、また創業支援を図ることにより、地域経済が活性化すること。
- ・特性や個性をいかした魅力ある商店街の形成を図り、中心市街地がにぎわっていること。

②課題

当会が実施している「幸手市経営動向調査」によると、「原材料価格の上昇」が47.4%、「原材料費・人件費以外の経費増加」が31.6%となるなど、事業者は原材料や経費の増加に直面していることが読み取れる。さらに、小規模事業者の経営課題としては、収益構造の脆弱さの克服が挙げられる。このため、小規模事業者においても、これまでの「どんぶり勘定」から脱却し、事業計画に基づいた計画的経営を実践していくことが課題である。

また、当市では大型店・チェーンの進出や中心市街地の空洞化により、地場小売・サービス業の集客力が低下している。こうした状況のなか、令和8(2027)年10月には地元特産品を題材とした市制40周年プロモーション映画が公開される予定であり、小規模事業者にとっては新たなビジネスチャンスとなる。そこで、小規模事業者においても、地域資源や自らの強みを活かした高付加価値型の商品・サービスの開発を行うことが課題といえる。

さらに、当市の人口は令和2(2020)年の50,066人から10年後の令和12(2030)年には45,251人(△9.6%)に減少すると見込まれており、今後は市内需要のさらなる低下が予測される。そのため、小規模事業者においても販路を市外・県外へと広げていくことが課題である。市外等に向けた販路開拓においてはデジタル技術(ホームページ、EC、SNS等)の活用が有効な手段であるため、デジタル販促の強化も必要である。

加えて、産業維持の前提となる事業所数の確保も喫緊の課題である。当市の小規模事業者数は平成24(2012)年の1,728者から令和3(2021)年には1,391者へと減少しており、9年間で19.5%減少している。加えて、経営者の高齢化も進行しており、今後は「廃業」を選択する事業者が増えることも予想される。したがって、創業や事業承継が活発に行われることが重要な課題となっている。

さいごに、業種別の課題をみると、製造業では市外・県外取引への依存度が高く、地域内連携が希薄で共同受注や相互補完の仕組みが弱いという現状がある。また、建設業においては元請依存からの脱却が求められている。そこで、地元企業間のネットワークを強化し、異業種間連携を促進することが課題といえる。

(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、地域の商工業振興及び会員事業者の発展を目的として活動する公益団体である。中小・小規模事業者の経営がより安定的かつ持続的に行えるよう支援を行っている。

例をあげると、税務・記帳や労務・雇用に関する相談、資金繰りや補助金申請のサポート、創業及び事業承継支援など、幅広い経営支援を提供している。特に創業希望者に対しては、創業塾や個別相談を通じて、事業計画の策定から資金調達までを手厚く支援している。

地域活性化の面においては、市内商店会との連携を強化し、空き店舗の利活用やイベント開催、特産品の開発支援などを積極的に推進している。中心市街地にある地域密着型の施設として仲町商店会の空き店舗対策事業の一環として誕生した「しあわせのえきプラス」などの新たな取組もその一例である。

さらに、国が認定する「経営発達支援計画」に基づき、幸手市と連携して地域の小規模事業者の経営改善や販路開拓支援を通じ、地域経済の活性化と持続的な発展に貢献している。

今後も地域に根ざし、事業者と共に歩むパートナーとして、これからも多様な支援活動を展開していく。

②商工会の長期ビジョン（10年程度）

これまで『(1)地域の現状及び課題』で述べたとおり、当市の小規模事業者を取り巻く経営環境は厳しさを増している。他方、地域資源や地元のつながり、地道な経営努力を生かせば、持続可能な地域経済の構築は十分に可能であると当会は考える。そこで当会は10年後のビジョンを次のとおり定め、今後も地域に根差した支援者として、伴走型支援の充実、事業者間の連携支援、行政・外部支援機関との協業を通じて、小規模事業者の持続的な発展に向けた筋道を力強く支えていく。

■小規模事業者に対する長期的な振興のあり方（ビジョン）

ア 小規模事業者が計画的な経営（事業計画に基づく経営）を行っている状態

地域の小規模事業者が「どんぶり勘定」から脱却し、事業計画に基づいた計画的経営を実践している状態を目指す。当会では創業塾や各種講習会を通じた経営知識の普及、経営相談窓口の強化、専門家による事業計画策定支援、補助金活用のサポートなど、伴走型の支援を重点的に行う。

イ 地域資源や強みを活かし、高付加価値型の商品・サービスを開発している状態

地域の特産品や地元密着の強みを活かした高付加価値型の商品やサービスの開発が進み、差別化された事業が地域内外で確立、浸透されている状態を目指す。当会では、創業支援や補助金を活用した商品開発支援、専門家派遣、展示商談会への参画支援などを通じて、付加価値向上を伴走支援する。

ウ デジタル技術を積極的に活用し、販路を市外・県外・オンラインに広げている状態

デジタル技術を積極的に導入し、ECサイトやSNS、デジタル広告等を活用した広域販路の確保・拡大を図っている状態を目指す。当会では、業種別のデジタルセミナー開催やデジタル人材とのマッチング支援、IT導入補助金等の活用支援により、事業者のデジタル対応力強化に重点的に取り組む。

エ 地域内で創業・事業承継が活発に行われており、次世代の担い手が育成されている状態

地域で新たな創業が継続的に生まれ、また高齢化が進む事業者の事業承継が円滑に進み、地域経済の担い手が次世代に引き継がれている状態を目指す。当会では、創業塾や個別相談による創業支援、事業承継計画策定支援、専門家とのマッチングを通じて、持続可能な事業継続体制の構築に取り組む。

オ 地元企業間ネットワークが強化され、異業種連携や地域全体のビジネス活性化が実現している状態

市内及び近隣の企業間で連携・協働が進み、異業種間での新たな商機創出や共同事業、地元発のプロジェクトが活性化している状態を目指す。当会では、異業種交流会の開催、地元企業マップ作成、商談会の実施、公益財団法人埼玉県産業振興公社との連携を通じたビジネスマッチング支援を重点的に進める。

また本市は女性の創業者が比較的多いことから市内への定住を促進し人口増加につながるよう支援していく。

③第6次幸手市総合振興計画との連動性

幸手市「第6次幸手市総合振興計画」では、観光・産業の振興に向け「にぎわいと活力あふれるまち」を掲げ、商工業の活性化のための支援などを実施している。

総合振興計画と、前項で記載した当会の長期ビジョン（10年程度）の関連は次のとおりであり連動性がある。

■第6次幸手市総合振興計画と当会の長期ビジョン（10年程度）の関連

第6次幸手市総合振興計画 施策の目的（商工業の活性化のための支援）	幸手市商工会の長期ビジョン（10年程度） ※前項に記載のある番号
商業団体の活動に対する支援や後継者の育成を図り、 商業者が安定した経営を持続できること。	ア、ウ、エ、オ
企業の立地促進や中小企業の経営支援、また創業支援 を図ることにより、地域経済が活性化すること。	ア、ウ、エ、オ

特性や個性をいかした魅力ある商店街の形成を図り、中心市街地がにぎわっていること。

イ

(3) 経営発達支援事業の目標

(1)地域の現状及び課題、(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえたうえで、以下の5つの目標を定める。

<支援対象>

小規模事業者が経営を持続するためには販路開拓による収益確保が必要である。そこで、本計画期間中は、事業計画に基づき新たな販路開拓にチャレンジする事業者を重点支援する。併せて、当市では女性を中心とした創業が多くみられる特徴があることから、創業支援も重点的に実施する。

<目標>

【目標①】小規模事業者が、計画的な経営（事業計画に基づく経営）を行うことを目指す。

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15者/年
設定した理由	KGI 事業計画に基づく経営を実施することで、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に事業計画の策定を支援する。

【目標②】小規模事業者が、販路開拓に取り組み、販路を市外・県外・オンラインに広げることを目指す。

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・認定期間中の当会の支援による展示会等出展を通じた市外取引先の合計獲得件数5件
KPI	・展示会・商談会等への出展支援数3者/年
設定した理由	KGI 販路を市外・県外・オンラインに広げることに対するひとつの指標として、展示会等を通じた市外取引先の獲得件数を目標とする。
	KPI 上記を実現するために展示会・商談会等への出展支援を実施する。

【目標③】小規模事業者が、他社と差別化した商品・サービスを開発することを目指す。

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・認定期間中の経営革新計画における「新商品の開発又は生産」及び「新しいサービスの開発又は提供」の合計件数5件
KPI	・経営革新計画策定10者/年
設定した理由	KGI 経営革新計画を通じて新商品や新サービスを開発する件数を目標とする。
	KPI 上記を実現するために経営革新計画の策定を支援する。

【目標④】創業支援を強化することで、市内で創業が活発に行われることを目指す。

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45者（開業届）
KPI	・創業計画策定9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⑤】経営力再構築伴走支援を実施し、小規模事業者の自己変革力を高めることを目指す。

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 40 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、事業者の自己変革力を高めるための経営分析を支援する。

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標⑤】により、にぎわいと活力あふれるまちの創出に寄与することを目指す。
また、小規模事業者の中から新たに市外・県外へ販売する事業者を創出し、外需を獲得（他地域から所得を得る）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、計画的な経営（事業計画に基づく経営）を行うことを目指す。

＜達成に向けた方針＞

まずは経営分析を行い、事業者の強みや課題を顕在化させる（年間40者）。その後、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15者）。さらに、策定後はフォローアップを実施し、計画通りの事業展開を後押しすることで、売上増加（年間5者）、経常利益増加（年間3者）を実現する。

＜設定した理由＞

支援プロセスを明確化するため、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、販路開拓に取り組み、販路を市外・県外・オンラインに広げることを目指す。

＜達成に向けた方針＞

市外・県外との新たな取引実現に向け、「展示会・商談会等への出展支援」（年間3者）を行う。また、当会のネットワークを活かした販売拠点において、テストマーケティングの機会を提供する「新たな販路開拓支援」（年間3者）を実施する。

＜設定した理由＞

販路開拓の支援内容を明確化。このうち、各種販路開拓施策に定量目標を設定する。

【目標③】小規模事業者が、他社と差別化した商品・サービスを開発することを目指す。

＜達成に向けた方針＞

前項の販路開拓を実現するためには、その前段階として他社との差別化を図った商品・サービス開発が不可欠である。しかし、小規模事業者は経営資源が限られており、経験や勘に頼った開発にとどまる傾向がある。そこで本計画期間中は「飲食店のメニュー調査」支援し、その結果を基に商品のブラッシュアップにつなげるなど、開発・改良段階から一貫して支援を行う（年間2者）。

＜設定した理由＞

他者と差別化した商品・サービスの開発に向け、本計画期間中に当会が実施する支援内容について定量目標を設定する。

【目標④】創業支援を強化することで、市内で創業が活発に行われることを目指す。

＜達成に向けた方針＞

当市では、女性を中心とした創業が多いという特徴がある。そこで、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、事業が円滑に進むよう後押しする（年間9者）。また、創業期には「商品力」が特に重要となることから、創業者に対しても積極的に前項で記載した「飲食店のメニュー調査」を実施する。

＜設定した理由＞

創業支援の支援内容を明確化。このうち、創業計画策定に関し定量目標を設定する。

【目標⑤】 経営力再構築伴走支援を実施し、小規模事業者の自己変革力を高めることを目指す。

〈達成に向けた方針〉

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〉

小規模事業者の自己変革力を高めるため、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 40 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、市内の企業を対象とした景気動向調査を年 2 回実施。製造業・建設業・卸売業・小売業・飲食業・サービス業の 6 つの業種区分で、景況感や経営課題などをタイムリーに掴んでいる。また地域経済分析システム（RESAS）を活用し、市内の事業者の情報提供を行っている。

【課題】

景気動向調査の結果について、業種別（6 業種）に集計しているが、業種によっては回収数が少ないため統計的に有意なデータとなっていないこともある。そのため、今後は業種区分を再検討し、今まで以上に役立つデータと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
幸手市経営動向調査 公表回数	HP 掲載	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(3) 事業内容

事業名	幸手市経営動向調査
目的	事業者の経営課題や景況感等を把握することで、経営支援施策への反映を目指す。
調査内容・調査の手法	当会が年 2 回、郵送法によりアンケート調査を実施する。調査対象は市内の事業所であり、約 1,000 社にアンケート票を配布し、40 社からの回収を目指す。
調査項目	<input type="checkbox"/> 景況感（売上高、利益、原価、在庫、従業員、資金繰り、設備投資 等） <input type="checkbox"/> 経営上の問題点 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が、業種別などのクロス分析を通じてデータを集計・分析し、景況感や経営課題を明らかにする。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。
調査結果の活用方法	分析結果は当会ホームページで公表し、広く市内の小規模事業者に周知する。また、当会でも、経営支援施策に反映させる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、飲食店をメインに個社の商品に対する需要動向調査を行っている。また過去には、市内高校と金融機関が連携して開発した商品の調査も実施した。

【課題】

小規模事業者は勘に頼った開発を行う傾向にあるため、当会で調査を実施する意義は大きい。そのため、今後も支援を継続する。支援において、調査結果の活用が不十分であるため、今後は調査から結果の活用までをワンストップで支援することが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
飲食店のメニュー調査 調査対象事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

事業名	飲食業のメニュー調査
目的	小規模事業者や創業者の商品について、専門家の評価を得ることで、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	年間2者（1者あたり1商品）の商品を調査対象とする。 ※主に飲食業の看板メニューを調査対象と想定している。
調査の手法	1つの商品に対し、以下の商品調査チームによる評価を実施する。具体的には、まず当会職員が調査対象の飲食店の商品について調査を実施。この結果を専門家に集約したうえで、専門家が自身の評価と合わせて事業者にフィードバックする。なお、本事業は調査の性質上、多数の評価を収集することが難しく、統計的に有効な評価は困難である。このため、評価は自由記述形式で行う。 〈商品調査チーム〉 ・調査統括及びマーケティングの専門家：中小企業診断士等の専門家 ・一般消費者の目線：当会職員（3名以上）
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。 □商品の総合評価（直感的な評価） □味 □見た目 □量 □独自性 □価格 □食材の適否 □今後の購入意向 □その他改善点 等
分析の手法	中小企業診断士等の専門家が経営指導員（またはその他の職員）と連携し、評価内容から改善の優先順位を整理する。
調査結果の活用方法	分析結果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】

現状、経営革新計画の策定支援や小規模事業者持続化補助金など各種補助金支援、さらにマル経融資支援の場面を中心に、経営分析支援を実施している。

【課題】

経営分析を実施している事業者の大半は、自社の経営状況を前向きに改善・発展させようとする意識を持っている。一方で、真に支援を必要としているのは、当会に来会しない事業者や、その場しのぎで融資を申込む事業者であることが多い。そのため、経営分析の重要性を広く周知し、その活用を促すことが今後の課題となっている。

(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	60者	40者	40者	40者	40者	40者

※今後は、事業者との対話と傾聴を経て、事業者自身が本質的な課題に気づき、腹落ちするような支援を実施する。これを実現するためには、事業者との信頼関係を構築するなど、1者当たりにより多くの時間をかける必要があるため、実現可能性を加味し、目標値を40者/年とする。

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	巡回訪問・窓口相談・個社支援（金融支援、補助金支援を含む）や、各種セミナー開催時に訴求する。また、個別経営相談窓口 [※] にて経営分析を提案する。その他、当会の広報誌に掲載した取組事例を契機とした掘り起こしを実施する。
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。なお、専門的な分析が必要となった場合は、個別経営相談窓口 [※] につなげる。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	<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個別経営相談窓口[※]や専門家派遣により解決を図る。 分析結果は、基幹システム「経営カルテ」や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と共有することで、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。

※個別経営相談窓口：『6. 事業計画策定支援に関すること』参照

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、経営革新計画を契機とした事業計画の策定や、小規模事業者持続化補助金の申請に向けた事業計画の策定支援を実施している。加えて、個別経営相談窓口や巡回・窓口相談の際に事業計画の策定を提案している。

また、創業者に対しても創業計画の策定支援を実施している。

【課題】

『5. 経営状況の分析に関すること』の【課題】で記載した内容同様、支援対象者の幅を広げることが課題である。そのため、当会との接点の少ない事業者に対しても訴求を行う必要がある。

また、当市では女性を中心とした創業が多くみられるという特徴があることから、創業計画の策定支援を強化することが課題となっている。

(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4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、市内で創業を活性化させるため、創業予定者の計画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	23者	15者	15者	15者	15者	15者
②創業計画策定事業者数	6者	9者*	9者*	9者*	9者*	9者*

※現行の23者/年は、前回計画の目標値である。当時は新型コロナウイルス感染症により、多くの補助金メニューが用意されていたため23者/年としていた。現在は平時であるため、実現可能性を加味し、目標値を15者/年とする。

※当会では、例年15～20者程度の創業計画策定支援を実施している。一方、このなかですぐに開業に至るのは例年9者程度であることから、目標値もこれに合わせて9者と設定している。

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援
目的	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。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>上記で掘り起こした小規模事業者に対して、以下の3つの方法により事業計画策定の支援を実施する。</p> <p>①小規模事業者が作成した事業計画に対し、経営指導員が助言を行う方法 ②小規模事業者と経営指導員が協力して事業計画を作成する方法 ③個別経営相談窓口*を通じて、小規模事業者と専門家が協力して作成する方法</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>※個別経営相談窓口 当会では、月3回、専門家による個別経営相談窓口を設置。中小企業診断士や税理士による経営相談を行っている。相談が可能な内容は、事業計画の策定、売上拡大、デジ</p>

タル化による業務の効率化、取引先とのトラブル、労務手続き等、多岐に渡っている。

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	<p>幸手市では、起業を目指す人へ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、当該計画に基づいて創業ワンストップ窓口を設置するだけでなく、近隣商工会と共催で「創業塾」を開催している。これらの施策を通じて、支援対象者の掘り起こしを行う。</p> <p>■創業塾</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>創業を目指す方、創業後間もない方</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、幸手市の広報、関係機関での周知</td> </tr> <tr> <td>主催</td> <td>久喜市商工会、蓮田市商工会、白岡市商工会、杉戸町商工会、宮代町商工会、当会</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>当会枠 最大5名</td> </tr> </table>		支援対象	創業を目指す方、創業後間もない方	募集方法	ホームページ、チラシ、幸手市の広報、関係機関での周知	主催	久喜市商工会、蓮田市商工会、白岡市商工会、杉戸町商工会、宮代町商工会、当会	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	当会枠 最大5名
支援対象	創業を目指す方、創業後間もない方															
募集方法	ホームページ、チラシ、幸手市の広報、関係機関での周知															
主催	久喜市商工会、蓮田市商工会、白岡市商工会、杉戸町商工会、宮代町商工会、当会															
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	当会枠 最大5名															
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】

事業者のなかには、計画を策定した段階で満足し、その後のフォローアップを求めないケースもある。その結果、十分なフォローアップが行えない場合がある。

【課題】

上記の要因のひとつとして、当会における定期的なフォローアップへの意識が十分でなかったことが挙げられる。そのため、計画策定後に計画とのずれについて相談に応じられるような受入体制を整備することが課題である。具体的には、個別経営相談窓口などの支援ツールを有効に活用できる仕組みづくりを進めていく必要がある。

(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、策定後3回のフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者の割合が約3割、フォローアップ対象事業者に対する経常利益増加事業者の割合が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も、策定後3回の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	23者	15者	15者	15者	15者	15者
頻度 (延回数)	- (188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	3者	5者	5者	5者	5者	5者
経常利益増加事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者

※頻度は、計画策定後3ヵ月後、6ヵ月後、1年後の計3回を原則とする。

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	6者	9者	9者	9者	9者	9者
頻度 (延回数)	四半期毎 (30回)	年3回* (27回)	年3回* (27回)	年3回* (27回)	年3回* (27回)	年3回* (27回)

※頻度は、計画策定後3ヵ月後、6ヵ月後、1年後の計3回を原則とする。

(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	<p>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、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。</p> <p>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。</p> <p>加えて、事業者が自ら課題を解決できるよう、当会が契約している株式会社ブレインのWEBセミナー（常時600以上のタイトルが閲覧可）のなかで事業者の課題解決に役立つものがあれば紹介する。</p>

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、商業者への支援としては、事業者が開発した商品を JA 埼玉みずほが運営する農産物直売所に出品することで、販路開拓の機会を提供している。また、物価高騰や経済対策として、幸手市独自の商品券事業「ハッピーエール券事業」への積極的な登録を促し、事業者 PR の機会拡大を図っている。さらに、本商工会主催の歳末セール事業の活用にも努めている。

工業者への支援としては、建設関連において、当会に寄せられる問い合わせに対応し、リフォーム業者紹介サービスを通じた支援を行っている。さらに、製造業に関しては埼玉県東部地域ビジネスマッチングフェアへの積極的な参加を支援することで、商談機会の創出に取り組んでいる。

【課題】

農産物直売所での販路開拓機会の提供については、出品を希望する事業者が少ないという課題がある。また、「ハッピーエール券事業」は国の交付金を活用した事業であるため、自由な実施が難しい。さらに、リフォーム業者紹介については、すべての建設業者の事業内容を十分に把握できておらず、紹介業者に偏りが生じてしまっている。加えて、東部ビジネスマッチングフェアにおいては、近年出展者の固定化が進んでおり、支援を必要とする事業者の目に留まるような周知が不足している。

これらの状況を鑑み、事業の取捨選択を実施し、これまで以上に広く小規模事業者が販路開拓を実現できるような事業構成に組み直すことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が経営を持続するためには、販路開拓による収益確保が必要である。そこで当会では、本計画期間中、事業計画に基づき新たな販路開拓にチャレンジする事業者を重点的に支援する。

事業の実施目的や期待する効果は以下のとおりである。

- ・ 本市の製造業は、自社ブランドを持たない、いわゆる下請製造業が多い。そのなかで近年、新たな取組（経営革新等）として最終製品を開発する事業者も現れているが、その際の課題となっているのが販路開拓である。製造業の販路開拓においては、展示会・商談会の活用が有効な手段であることから、「埼玉県東部地域ビジネスマッチングフェア」や「彩の国ビジネスアリーナ」等への出展支援を実施し、新たな取引先の開拓を目指す。なお、この支援は最終製品を開発した製造業に限らず、優れた技術を有する製造業等も対象とする。
- ・ 小規模事業者が市場性や販売ポテンシャルの高い商品を持っていても、専門の営業人材がいないため、新たな販路開拓が大きな障壁となっている。一方、当会はいくつかの販路に対してネットワークを有している。そこで、当会が営業パーソンとなり「新たな販路開拓支援」を実施することで、商品の新たな販路を創出することを目指す。

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展示会・商談会等への出展支援 出展事業者数	-	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
②新たな販路の開拓支援 支援事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/者	-	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円

(4) 事業内容

①展示会・商談会等への出展支援（BtoB）

事業名	展示会・商談会等への出展支援
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	主に以下の展示会・商談会・ビジネスマッチングを想定している。なお、これ以外にも有効な展示会・商談会・ビジネスマッチングがある場合は、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する。 ア 埼玉県東部地域ビジネスマッチングフェア 支援対象：製造業 訴求相手：東部地域の製造業 埼玉県東部地域の商工会・商工会議所が主催する商談会及び製品展示会である。東部地域でのビジネスマッチングや情報交換を目的としている。令和7（2025）年2月の開催では、受注側企業46社、発注側企業12社が参加した。 イ 彩の国ビジネスアリーナ

	<p>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である。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>
支援内容	①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、②各事業者が独自に展示会・商談会に出展する際の支援を行う方法の2つの支援形態を想定。
支援の手法	<p>展示会・商談会への出展を希望する事業者の掘り起こしを行う。参加希望者に対しては、事業者の要望に応じて経営指導員が以下の支援を実施する。また、必要に応じて専門家を派遣を行う。</p> <p><出展前の支援> <input type="checkbox"/>出展者の募集 <input type="checkbox"/>商談シート（FCPシート）の作成 <input type="checkbox"/>商談相手の事前アポイント <input type="checkbox"/>パンフレット等のツール整備を含む効果的な展示方法や、短時間で商品等の魅力を伝えるためのアピール手法についての指導 等</p> <p><出展後の支援> 商談相手に対するフォロー 等</p>

②新たな販路の開拓支援（BtoC）

事業名	販路の開拓支援
目的	新たな販路を開拓することにより売上が拡大することを目指す。
支援対象	<p>食料品製造業、製造小売 等</p> <p>※市場性や販売ポテンシャルの高い商品を優先的に支援する。 ※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>
訴求相手	市内の消費者、観光客
支援内容	<p>当会のネットワークを活用して、小規模事業者の商品について、新たな販路の開拓支援を実施する。具体的には以下の方法がある。</p> <p>ア 農産物直売所「さくらファーム」での販売 「さくらファーム」は、権現堂堤のそばに位置する、JA埼玉みずほが運営する農産物直売所である。地元で採れた新鮮な野菜をはじめ、おいしい米や惣菜、漬物などの加工品を豊富に取り揃えている。観光客の来店も多いことから、小規模事業者の商品のうち、特に観光客等に向けて市場性が見込まれるものについて、「さくらファーム」での販売を行う。</p> <p>イ 「幸手駅改札口商店」での販売 「幸手駅改札口商店」とは、地元産品の販売事業である。当会観光サービス業部会が中心となり、毎週火曜日に幸手駅の改札口にて商品販売を行っている。小規模事業者にとっては、商品のテストマーケティングの場としても活用可能であるため、新商品等を開発した事業者に対しては、積極的に出店を提案する。</p> <p>ウ その他 当市で開催される各種イベントにおいて、商品の認知度向上やテストマーケティングを目的とした販売を実施する。あわせて、当会のネットワークを活用し、地元小売店、地元飲食店等への売り込みを行うなど、ビジネスマッチングによる販路開拓支援を実施する。</p>
支援の手法	市場性や販売ポテンシャルの高い商品を有し、かつ販路開拓を希望する事業者を掘り起こす。その後、前項で示した各種施策を活用し、テストマーケティングや販路開拓を実施

する。販路開拓が成立した場合には、継続的な取引へとつながるよう支援を行う。一方、販路開拓が成立しなかった場合には、その原因を洗い出し、課題解決に向けたフォローアップ支援を実施する。テストマーケティングの場合には、販売実績や顧客の声をもとに、商品のブラッシュアップや今後の販路開拓に向けたマーケティング支援を行う。

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】

地域振興事業・各種講習会等では開催後に必ずアンケートを取り、事業への評価と今後の見直しを図るよう努めている。また、毎年度終了後、外部有識者からの評価を受けた後、市の関係部署・当会執行部を含めた評価会議を開催。報告会及び次年度に向けた体制作りに役立っている。

【課題】

現状の取組にて事業のPDCAが回せているため、今後も継続・実施する。

(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、実施した内容を基幹システム「経営カルテ」や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、基幹システム「経営カルテ」や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2回の企業支援課会議にて、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月頃）の「評価会議」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>※「評価会議」の実施の流れ</p> <p>i 幸手市商工観光課長（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「評価会議」を年1回（6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「評価会議」の評価結果は、当会ホームページ（https://www.syokokai.or.jp/syokokai/satte/）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) 「評価会議」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】

埼玉県商工会連合会での職員研修会や関係支援機関（県・中小機構・劳保連・法人会連合会・青申会連合会）の研修会に積極的に参加している。また、事業者向けに行われる当会での経営相談窓口や専門家派遣での帯同支援・各種講習会&セミナー等への出席を通して支援力の強化が図れるよう努めている。

【課題】

研修等受講後には企業支援課内での情報共有を図っているが、どうしても研修会等に参加者のみに情報が留まる傾向にあり、組織全体での情報の共有化を図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 ・ 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	<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 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。</p> <p>イ 民間の研修（WEBセミナー） デジタル技術やマーケティング手法は日々進化しており、的確な支援を行うためには、当会職員も常に最新の情報を把握しておく必要がある。当会では、株式会社ブレインの提供するWEBセミナーに契約しており、常に600タイトル以上のセミナーを受けられる。そこで、支援に必要な知識について、当該WEBセミナーを活用して学習する。</p> <p>ウ 独自に講師を招聘して研修会を開催（近隣の商工会と連携しての研修会を含む） 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> <p>エ デジタルツールに関する展示会や体験会への参加 デジタル技術を活用した支援の質を高めるため、金融機関等が主催するデジタルツールに関する展示会や体験会等に参加する。新たなサービスやツールの動向を把握し、実際に操作・活用方法を体験することで、職員自身の理解を深めるとともに、支援先事業者への具体的な提案や導入支援に活かすことを目指す。また、会場での専門家との交流や情報収集を通じて、今後の支援に有効なネットワークの構築を図る。</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 2 回の企業支援課会議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基幹システム「経営カルテ」やクラウド型支援ツール (Biz ミル等) へ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>

11. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

11 ブロック連絡協議会及び近隣 6 商工会が連携して共同事業（事業者向けや職員向け勉強会等）を開催。その他、日本政策金融公庫越谷支店管内商工会が連携した協力会（11 商工団体）にて金融に関する勉強会や情報交換会を開催。市内金融機関と本商工会との情報交換会&交流会を開催するなど支援ノウハウ等についての情報交換を密に行っている。

【課題】

各商工会における事業の進め方や考え方の違いから希望する勉強会の内容が異なることがある。また、勉強会や研修会に出席した者で情報が留まることがあり、会内で情報共有がされない状況もみられる。今後は、得られた情報や他の商工団体での支援事例を当会でも効果的に生かすことが課題である。

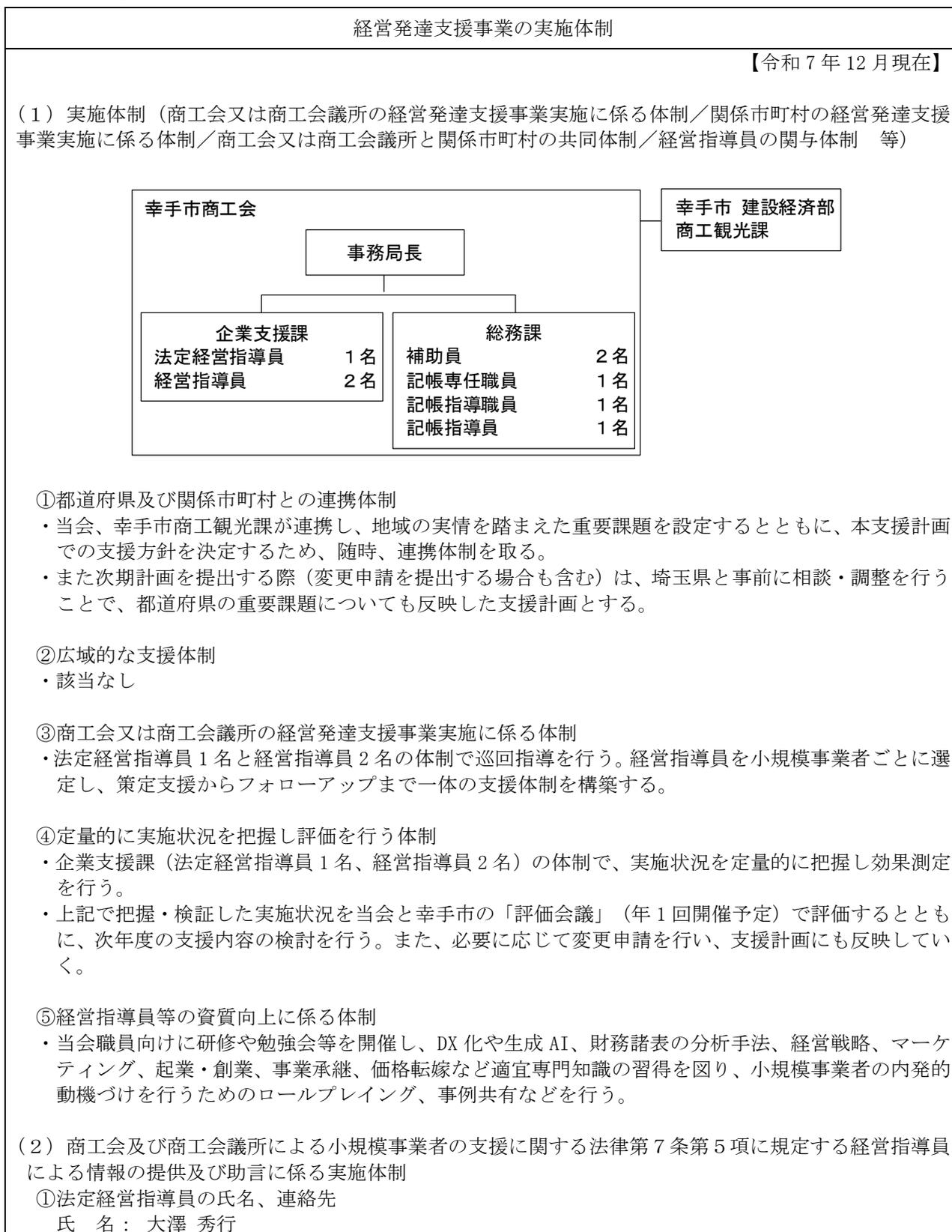
(2) 事業内容

金融機関との勉強会

相手先	埼玉縣信用金庫、埼玉りそな銀行、武蔵野銀行、栃木銀行、川口信用金庫
頻度	年 1 回
方法	<p>地域の状況把握や金融支援他、創業や経営改善における事例や課題等について、金融機関との情報交換を開催することで、今後の支援に対する方向性の共有を図り、個社支援に活かしていく。なお、全ての金融機関との合同開催については、事業承継の事例等、個別性が強く金融機関独自の支援ノウハウを持つことから、金融機関が一堂に会する開催が困難になることが予測される。その場合は、金融機関と個別の情報交換会を実施して個社支援に活かしていく。</p> <p>さらに、関係機関との連携を深めることで、支援事例やノウハウの共有を促進し、当会における支援の質と効果の向上につなげていく。</p>

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



連絡先： 幸手市商工会 TEL： 0480-43-3830

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（大澤 秀行）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幸手市商工会 企業支援課

〒340-0114

埼玉県幸手市東 3-8-3

TEL： 0480-43-3830

FAX： 0480-43-3883

E-mail： satte@syokokukai.jp

②幸手市 建設経済部 商工観光課

〒340-0192

埼玉県幸手市東 4-6-8

TEL： 0480-43-1111（内線 594）

FAX： 0480-44-0257

E-mail： syoukou@city.satte.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	2,405	2,405	2,405	2,405	2,405
経営状況の分析	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業計画策定支援	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
事業計画策定後の実施支援	100	100	100	100	100
新たな需要の開拓	100	100	100	100	100
事業の評価及び見直し	5	5	5	5	5
経営指導員等の資質向上	100	100	100	100	100

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、国補助金、県補助金、市補助金 等

(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