

経営発達支援計画の概要

実施者名	杉戸町商工会（法人番号 9030005007533） 杉戸町（地方公共団体コード 114642）
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】 小規模事業者の持続的発展 【目標②】 小規模事業者による地域特産品開発 【目標③】 創業希望者による円滑な起業・創業の実現 【目標④】 事業承継（第三者承継を含む）の促進 【目標⑤】 経営力再構築伴走支援の実施</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「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。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が魅力的な商品・サービスの開発を行うために「小規模事業者や創業者の新品・新サービスに関する調査」を支援する。また、調査結果を基に商品・サービス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、持続的発展に向けた事業計画策定を支援する。また、創業計画や事業承継計画・第二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、事業承継計画・第二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「販売促進セミナー及び個社支援」や「杉戸商人塾による集客支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>杉戸町商工会 〒345-0036 埼玉県北葛飾郡杉戸町杉戸 3-9-10 TEL: 0480-32-3719 FAX: 0480-32-3919 E-mail: sugito@syokoukai.jp</p> <p>杉戸町 産業振興課 〒345-8502 埼玉県北葛飾郡杉戸町清地 2-9-29 TEL: 0480-33-1111 FAX: 0480-33-2958 E-mail: sangyoshinko@town.sugito.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 杉戸町の概況

杉戸町（以下、当町）は埼玉県の北東に位置し、都心から40km圏内、東は江戸川を隔てて千葉県野田市、西は大落古利根川を境に久喜市と宮代町、南は春日部市、北は幸手市と接している。

総面積は30.03km²、東西約10km、南北約7kmの鷺の形をした地形となっており、町域の大部分は海拔6m前後だが、西部の大落古利根川沿いに残る自然堤防地域や、東部の江戸川沿いの地域など海拔10m前後の台地状の地域も散在している。

町を取り巻く交通網は、国道4号、国道4号バイパス、旧日光御成街道などが町内を通過しているほか、首都圏中央連絡自動車道も隣接している。また、中心市街地には東武動物公園駅が隣接し、東武スカイツリーラインから、東武伊勢崎線、東武日光線の分岐点となっており、西地区には東武日光線の杉戸高野台駅がある。

杉戸町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

■ 杉戸町の立地・交通



イ 人口推移

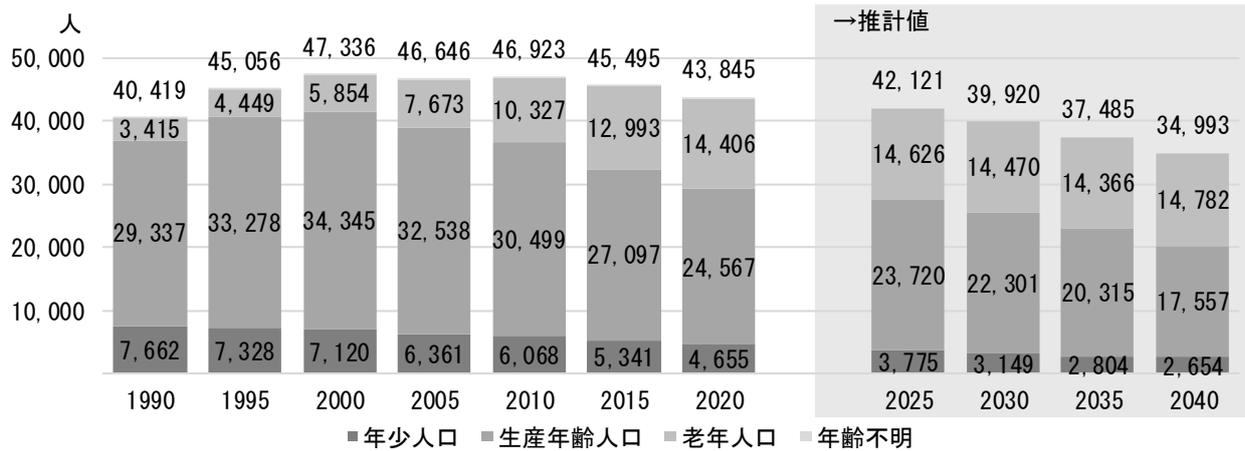
令和 7 (2025) 年 4 月 1 日時点の人口は 43,392 人である。(住民基本台帳)

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 12 (2000) 年の 47,336 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、老年人口は横ばい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 32.9%から令和 22 (2040) 年に 42.2%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 56.0%から令和 22 (2040) 年に 50.2%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 地域資源

(a) 観光資源

当町には、平成 13 (2001) 年 4 月に農産物の直売所や食堂を備える「アグリパークゆめすぎと」が開業、平成 14 (2002) 年 8 月に埼玉県 13 番目の「道の駅」として認定された。地元、新鮮農産物を購入でき、公園や収穫体験が出来る農園が人気で、道の駅ランキングの上位に選ばれる等、町内外から多くの来客がある。

平成 24 (2012) 年 4 月には、日帰り温泉施設「雅楽の湯」が開業し、「@nifty 温泉：全国人気温泉ランキング」に 5 年連続 1 位に選ばれる等、県外からも多くの集客を誘致する施設になっている。

毎年 8 月上旬に開催される「古利根川流灯まつり」は、杉戸町と宮代町の間には流れる古利根川に、畳 1 畳分ほどの大きさの灯籠を約 250 基係留するイベントであり、杉戸町内外からの来場が多いイベントとなっている。

また、当町は日光街道の宿場町として栄え、元和 2 (1616) 年に「杉戸宿」として開宿され、平成 28 (2016) 年に 400 周年を迎えた。当町の原点を再確認し、杉戸宿再発見のための取組を行い、観光客の誘致による中心市街地の活性化や、郷土の歴史に対する町民の理解と誇りを深めると共に、杉戸町らしさ（地域アイデンティティ）の確立と魅力発信を進めている。



アグリパークゆめすぎと



日光街道杉戸宿めぐり(まち歩き)



古利根川流灯まつり

(b) 杉戸町推奨土産品

杉戸町観光協会（当会が事務局を担っている）では、産業の振興と町産品の普及を図ることを目的に、杉戸町推奨土産品の認定を行っている。対象は、販売の目的をもって製造する、または加工の最終段階が町内で行われる商品である。認定審査は隔年で行われている。

推奨された土産品には推薦状を交付。さらに、西公民館、杉戸郵便局、東武動物公園駅、杉戸高野台駅にてPRを図っている。

エ 産業

(a) 産業の概況

産業は、農業が盛んで、主に水稲・きゅうり・ナス・柿（早生次郎）が生産されている。旧日光街道沿いには、今も古い民家が残されており、平成28（2016）年度に杉戸宿開宿400年を迎えた。杉戸町ブランディングの契機として観光により一層の力を入れている。

(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1,477社、令和3（2021）年が1,453社である。

上記のうち小規模事業者数は、平成24（2012）年が1,086者、令和3（2021）年が1,044者であり、9年間で3.9%減少している。

小規模事業者数の増減を業種別にみると、製造業（△34者）、卸・小売業（△29者）の減少数が大きい。一方、他サービス業（+17者）、医療、福祉（+11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	197	188	9	384	141	90	329	139	1,477
小規模事業者数	185	161	8	250	91	35	255	101	1,086
平成28年									
事業所数	181	170	7	364	122	103	341	145	1,433
小規模事業者数	170	144	6	240	79	44	264	105	1,052
令和3年									
事業所数	193	156	8	343	110	117	361	165	1,453
小規模事業者数	186	127	6	221	74	46	272	112	1,044
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△4	△32	△1	△41	△31	27	32	26	△24
増減割合	△2.0%	△17.0%	△11.1%	△10.7%	△22.0%	30.0%	9.7%	18.7%	△1.6%
小規模事業者数	1	△34	△2	△29	△17	11	17	11	△42
増減割合	0.5%	△21.1%	△25.0%	△11.6%	△18.7%	31.4%	6.7%	10.9%	△3.9%

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経営課題

i_商業サービス業

当町の商業サービス業は、住宅街や駅周辺を中心に地元住民向けに根ざした小売業・飲食業・理美容業などが多数を占めている。大型商業施設が近隣市（春日部・久喜）に立地しており、買い物目的の消費者の流出が長年の課題である。町内には「東武動物公園駅」など交通の要所もあるが、観光客が町内の商業施設に流入する構造は十分に整っておらず、地元客への依存度が高い状態である。また、地場店舗は個人経営が多く、後継者難や高齢化が深刻となっている。

近年、当会が中心となり販路開拓補助金や SNS 活用セミナーなどを行っているが、ICT 活用には温度差があり、全体的な DX（デジタルトランスフォーメーション）の進展は鈍い傾向である。キャッシュレス決済の導入率も低く、若年層の顧客が使いづらいと感じる店舗も少なくない。地域イベントへの参加や商店会の連携もあるものの、経営戦略にまで活かしてきいていない事業者が多い印象である。さらに、物価上昇により仕入れコストが上昇する一方、価格転嫁が難しく、収益確保に苦戦する事業者も増えている。

このように、杉戸町の商業サービス業の課題は、①地域内需要依存の構造、②デジタル対応の遅れ、③高齢化・後継者不足、④外部からの消費者流入の仕組みづくりの欠如である。町のスケールに合わせた集客戦略や、町と連携した伴走支援による経営力強化が急務となっている。

ii_建設業

当町の建設業は、住宅リフォームや外構、左官、大工、配管、電気工事などの小規模事業者が中心である。町の人口規模や土地利用状況から新築住宅の着工件数は限られており、リフォームや修繕といった既存住宅への対応が主な仕事となっている。そのため、地元密着の関係性が強く、口コミや紹介による受注が多い一方、元請からの受注依存度も高く、価格交渉力が弱いという構造的課題を抱えている。

また、資材価格の高騰や人件費の上昇により、利益が圧迫されている。特に小規模な業者は仕入れ交渉力に乏しく、材料費の負担が経営を直撃している。さらに、職人の高齢化が進み、若手の確保・育成が大きな課題である。建設現場での長時間労働や厳しい労働環境もあり、若年層の入職を妨げている。令和 6（2024）年からの時間外労働規制も中小建設業者にとっては対応が難しく、労務管理体制の未整備が浮き彫りになっている。

また、見積りや工程管理にデジタルツールを取り入れている事業者も少なく、生産性向上や働き方改革の実現には壁がある。町内の建設業者が今後も地域のインフラ維持を担っていくには、資材高騰や人手不足といった「構造問題」に地域密着型でどう立ち向かうかが鍵となっている。

iii_製造業

当町の製造業は、工業団地や郊外にある小規模な金属加工、木工、食品加工業などが中心で、家族経営や数人規模の企業が多く存在する。2020 年代以降、事業所数・従業者数ともに減少傾向にあるが、他の地方と比べれば一定の活力が維持されている。特に注目されるのは、木材・木製品産業（家具を除く）における特化傾向の強さで、地域に根差した伝統的な産業が今も息づいている点である。

一方で、その多くが元請企業や特定顧客への依存度が高く、自社での営業力や製品開発力が弱い傾向がある。また、機械設備の老朽化が進んでおり、更新投資が進んでいない企業が多数となっている。ICT や IoT の導入も限定的で、工程・在庫管理などを紙ベースで行っているところも多く、結果として生産性の向上が頭打ちになっている。

人材面では、熟練工の高齢化が深刻で、若年層の就業希望者は少ない状況である。特に町内の工業高校などからの地元就職率は低く、製造業を志望する学生の多くが近隣都市や大企業を選ぶ傾向にある。また、品質認証（ISO 等）を取得していない事業者も多く、取引先の選定において不利になる場面も見られる。これにより販路の拡大が進まず、既存取引先に依存した経営が続いている。

今後は、設備投資への補助制度活用、若手技術者の確保・定着支援、製品開発支援、デジタル化推進など、多面的な取組が求められている。特に当町の地場産業である木製品産業などは、「杉戸ブランド」としての価値向上が期待される分野でもあり、商工会・行政・地域金融機関などが連携した支援体制の構築が今後の鍵となる。

オ 今後5年間で小規模事業者の経営環境が変わる出来事

〈東武動物公園駅東口通り線周辺まちづくり構想〉

杉戸町では、東武動物公園駅東口通り線周辺を、モデル地域「まちなか」エリアとし、コンセプト「圧倒的ホームタウン」の具現化に向けて積極的な取組を行っている。

現在、東武動物公園駅東口通り線の拡幅工事を実施している。拡幅工事に伴い、一時的に東口通り線の店舗が減少したが、工事完成後は、新たな姿で地域ににぎわいが創出されることが期待されている。



出典：杉戸町「東武動物公園駅東口通り線周辺まちづくり構想」

カ 第6次杉戸町総合振興計画

「第6次杉戸町総合振興計画（令和3年度～令和12年度）」の商工・観光部分は次のとおりである。

■基本構想（令和3年度～令和12年度）

〈まちづくりの基本理念〉

みんなで考え、行動することで、よりよい「杉戸」をつくる

〈まちの将来像〉

みんなで育てるまち すぎと

〈まちの未来像（商工・観光部分）〉

未来像6 魅力ある産業を育み、発信できるまち

杉戸町には、おいしい農産物や魅力的な商品、歴史や文化など、様々な資源があり、その中には、住んでいる人にとってはあたりまえでも、外から見れば魅力的で貴重なものがたくさんあります。

杉戸産の食材を使ったグルメやスイーツ、様々な製品や商品などを地域の資源として充実させていくことで、産業が元気になり、いきいきと働くことができる場所も増えていきます。

そして、その魅力を内外に発信し、たくさんの人たちに杉戸町を知ってもらうことも必要です。

だれもが自分の住んでいる「まち」をよく知り、町が持つ様々な産業を活かしながら、杉戸町の魅力を創出、掘り起こし、発信していくことができるまちを目指します。

■後期基本計画（令和8年度～令和12年度）（商工・観光部分を抜粋）

未来像 6 魅力ある産業を育み、発信できるまち

施策 24 商工業振興と起業にチャレンジできる支援体制の整備

- ・創業支援事業の実施
- ・地元企業応援事業の実施

施策 25 魅力ある雇用の創出

- ・魅力ある雇用創出事業の実施

施策 26 地域資源の掘り起こしと活用による観光振興

- ・古利根川流灯まつりの開催
- ・推奨土産品のPR
- ・マスコットキャラクターの活用

施策 27 人を惹きつける魅力的なシティプロモーションの推進

- ・シティプロモーションの推進
- ・移住・定住促進プロモーションの推進
- ・公式 SNS の運用

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとっての地域の課題をまとめる。

当町の人口は減少傾向にあり、高齢化も進行している。その結果、地域内需要は縮小しており、これに伴い多くの小規模事業者で売上減少が生じている。特に、地域内需要に依存した事業展開にとどまっている事業者が多く、今後も人口減少や高齢化が進むことを踏まえると、従来型のビジネスモデルのままでは、いずれ限界を迎えることが懸念される。そのため、地域内需要への依存度を下げるなど、ビジネスモデルの再構築が重要な課題となっている。

加えて、近年の原材料・エネルギー価格の高騰や人件費の増加は、事業者の収益を一層圧迫している。そのため、小規模事業者においても、こうした環境変化に対応する取組が不可欠である。

具体的には、第一に付加価値の向上が挙げられる。小規模事業者が自らの強みを明確化し、それを生かした事業展開へと転換することで、高付加価値化を図ることが求められる。また、地域資源など町ならではの「らしさ」を生かしたブランド化も、高付加価値化に資する取組といえる。

第二に、業務効率化や生産性向上への取組が必要である。コスト増が続くなかでは、業務プロセスの見直しや省力化によるコスト削減が欠かせない。特に、多くの小規模事業者ではデジタル化が十分に進んでいないことから、デジタルツールの導入・活用を通じた業務効率化も重要な課題となっている。

当町の小規模事業所数は、平成 24（2012）年の 1,086 者から令和 3（2021）年には 1,044 者へと 9 年間で 3.9%減少している。事業所数の減少は、地域経済や地域社会全体の活力低下につながるおそれがある。このため、円滑な事業承継を通じた事業の継続が重要な課題である。事業承継にあたっては、後継者不在の事業者も多いことから、親族内承継に限らず、第三者承継も含めた多様な選択肢の中から最適な方法を選択できる環境整備が求められる。併せて、起業・創業の促進も必要であり、とりわけ若い事業者等による新たな産業・事業の創出が期待される。

当会としても、地域の小規模事業者を取り巻く経営環境が一層厳しさを増していることを踏まえ、個々の事業者が抱える課題解決と持続的発展に資する支援を強化していく必要がある。また、東武動物公園駅東口通り線周辺のまちづくりなど、地域全体のにぎわい創出や地域経済の活性化に取り組むことは、小規模事業者の発展にも寄与するものである。今後も、行政や関係機関との連携体制を一層強化し、小規模事業者支援の成果が地域全体へと波及していくよう取り組んでいく。

(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

当会はこれまで、地域の総合的経済団体、地域の小規模事業者支援機関として経営改善普及事業の推進、起業・創業支援、商業活性化推進事業、地域特産品開発や販路開拓支援等を関係機関と協力し、推進してきた。また、杉戸町観光協会の事務局でもあり、町の2大祭り（杉戸夏まつり、古利根川流灯まつり）をはじめ、多くの地域振興事業にも取り組んでいる。

今後は、厳しさを増す地域の小規模事業者を取り巻く経営環境を充分認識したうえで、個社それぞれの課題を解決する為の支援に重点を置き、小規模事業者の経営力強化を図る。

② 商工会の長期ビジョン（10年程度）

当会の長期ビジョンは以下のとおりである。

1. 小規模事業者の持続的発展を支える

- ・当会はおおよそ10年程度の中長期を見据えて、小規模事業者が事業活動を維持・継続できるような体制をつくることを目指している。
- ・経営力の強化、事業承継の支援、高齢化・人材不足への対応など、事業者が直面している課題を克服する方向を重視している。

2. 地域経済の活性化とまちづくりとの連動

- ・商工業の持続的発展を通じて、駅周辺など中心市街地の活性化を図ること。就労の場を確保し、地域全体の経済を元気にすることが目標である。
- ・地域資源を活用し、「杉戸町ブランド」のような地元ならではの特産品・産業を創ることで、新たな産業の創出や町の魅力向上を図る。

3. 行政や関係機関との連携強化

- ・当会だけでなく、町役場・県・国・他の地域団体などと協働しながら支援体制を整えること。施策の見直しや再構築を含め、小規模事業者をサポートするための体制を強化する。
- ・「杉戸町総合振興計画」といった上位のまちづくり計画との整合性を保つこと。総合振興計画に掲げられる産業振興や起業支援などの政策とつながる形で事業を進めていく。

4. 新しい産業・起業の促進

- ・起業・創業を後押しする支援。特に、若い事業者や新規参入する事業について、相談や支援制度を強化する。
- ・第三者承継（オーナーが引退・転業する際に新しい世代や他者が引き継ぐ）の支援も視野に入れており、スムーズな承継が地域の商工業の継続にとって重要である。

5. 町の「らしさ」を生かしたブランド・観光・交流

- ・地域資源を掘り起こし、観光振興を図る。杉戸町独自の魅力を発信することで、町の知名度アップ、交流人口の拡大を目指す。
- ・観光や交流を通じて町への移住・定住を促すような環境づくりも含まれる。子育て環境・住環境を充実させることも、長期ビジョンの一部である。

③ 第6次杉戸町総合振興計画との連動性

杉戸町の「第6次杉戸町総合振興計画（後期基本計画）」では、産業振興を図るため、「魅力ある産業を育み、発信できるまち」を未来像に掲げ、各種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6次杉戸町総合振興計画」の関連は下表のとおりであり連動性がある。

■ 第6次杉戸町総合振興計画と杉戸町商工会の長期ビジョンとの関係

第6次杉戸町総合振興計画	商工会の長期ビジョン（10年程度）
施策24 商工業振興と起業にチャレンジできる支援体制の整備	

・創業支援事業の実施	4. 新しい産業・起業の促進
・地元企業応援事業の実施	1. 小規模事業者の持続的発展を支える 2. 地域経済の活性化とまちづくりとの連動 3. 行政や関係機関との連携強化 5. 町の「らしさ」を生かしたブランド・観光・交流

(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>

厳しさを増す経営環境を十分に認識したうえで経営課題の解決に前向きに取り組む事業者に加え、起業・創業にチャレンジする方や事業承継に取り組む事業者を重点的に支援する。

<目標>

【目標①】小規模事業者の持続的発展

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12者/年（令和8～10年度） ・事業計画策定9者/年（令和11～12年度）
設定した理由	KGI 持続的発展に向け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】小規模事業者による地域特産品開発

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・認定期間終了時の「杉戸町推奨土産品」の認定数41品（令和7年12月現在35品）
KPI	・専門家と連携した「小規模事業者や創業者の新商品・新サービスに関する調査」の実施件数2者/年
設定した理由	KGI 小規模事業者が地域特産品の開発を行い、「杉戸町推奨土産品」に認定を受けることを目標とする。
	KPI 上記を実現するため商品の開発・改良支援を実施する。

【目標③】創業希望者による円滑な起業・創業の実現

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25者（開業届）
KPI	・創業計画策定5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】事業承継（第三者承継を含む）の促進

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事業承継件数2者
KPI	・事業承継計画・第二創業計画策定1者/年
設定した理由	KGI 事業承継の完了件数を目標とする。
	KPI 上記を実現するため事業承継計画・第二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の実施

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 36 者/年（令和 8～10 年度） ・経営分析 24 者/年（令和 11～12 年度）
設定した理由	KGI	経営力再構築伴走支援により小規模事業者の事業継続率が高ま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、既存の小規模事業者の経営力を高め、地域の産業基盤の強化を図ることを目指す。また、既存事業者や創業者の中から魅力ある産業が創出され、それが地域における新たな雇用基盤として定着することを目指す。

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】小規模事業者の持続的発展

〈達成方針〉

小規模事業者の持続的発展に向け、まず「地域の経済動向分析(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(計画5年目に年間24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(計画5年目に年間9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、事業者の売上や利益が増加することを目指す。

また、上記フォローアップの一環として「販売促進セミナー及び個社支援」(年間2者)や「杉戸商人塾による集客支援」(年間2者)などといった販路開拓支援を実施する。

〈設定した理由〉

本計画期間中の小規模事業者の持続的発展に向けた支援プロセスを明確化する。

このうち、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(販路開拓支援を含む)の各段階で定量目標を設定する。

【目標②】小規模事業者による地域特産品開発

〈達成方針〉

小規模事業者による地域特産品開発に向け、商品の開発や改良の支援を実施する。

具体的には、専門家と連携したうえで、「小規模事業者や創業者の新商品・新サービスに関する調査」を実施。調査により消費者ニーズ等を把握したうえで、商品開発や改良につなげる(年間2者)。

〈設定した理由〉

本計画期間中における小規模事業者の商品開発・改良に向けた支援内容を明確化し、定量目標を設定する。

【目標③】創業希望者による円滑な起業・創業の実現

〈達成方針〉

創業希望者に対し、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、創業後の事業運営が円滑に進むよう後押しする(年間5者)。

〈設定した理由〉

本計画期間中における創業支援の内容を明確化する。

このうち、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】事業承継(第三者承継を含む)の促進

〈達成方針〉

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、事業承継計画の策定を支援する(年間1者)。また、必要に応じて、後継者による第二創業計画の策定を支援する。

支援にあたっては、埼玉県事業承継・引継ぎ支援センターと連携を図る。

〈設定した理由〉

本計画期間中における事業承継支援の内容を明確化する。
このうち、事業承継計画・第二創業計画策定→フォローアップに定量目標を設定する。

【目標⑤】 経営力再構築伴走支援の実施

〈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、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（計画5年目に年間24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する景況調査に調査協力（15者）している。一方、この結果を当会として集計はしておらず、また十分に支援策等に役立てられていなかった。

【課題】

小規模事業者が勘と経験から経営判断をするのではなく、データに基づいた判断を促すことが課題である。これを実現するために、地域経済分析システム（RESAS）を活用し、事業者に情報提供を行う。

(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
地域の経済動向調査 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、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）が外部専門家と連携し、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。
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】

新たな商品やサービスを生み出す際には、消費者ニーズを的確に捉えたうえで開発を進めることが重要である。しかし、小規模事業者の商品・サービス開発の実態をみると、このようなプロセスを踏まず、事業者の主観に依拠した開発にとどまっているケースが少なくない。また、当会としても、消費者ニーズを把握するための仕組みづくりや、これを踏まえた開発支援を十分に行えていなかった。

【課題】

今後は、小規模事業者が開発した新商品・新サービスについて、消費者ニーズを踏まえたブラッシュアップを行う支援を実施することが課題である。とりわけ、創業者は事業経験が乏しいなかで、自らの思いや主観を中心に商品・サービスを組み立てる傾向が強いため、重点的に支援していく必要がある。

(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
小規模事業者や創業者の新商品・新サービスに関する調査 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	小規模事業者や創業者の新商品・新サービスに関する調査
目的	小規模事業者が新たに開発した商品・サービスや、創業者の商品・サービスについて、第三者の評価を得ることで、商品・サービスのブラッシュアップにつなげることを目指す。
対象	年間2者（1者あたり1商品）の商品・サービスを調査対象とする。 ※経営革新計画等に基づき開発された新商品・新サービスを優先的に調査する。 ※創業者の商品・サービスを優先的に調査する。
調査の手法	1つの商品・サービスに対し、以下の調査チームによる評価を実施する。なお、商品・サービスによって専門家の追加を実施する（たとえば土産品の場合、パッケージが重要となるのでデザインの専門家を加えるなど）。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。 <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 ・一般消費者の目線：当会職員（8名程度）
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、評価内容を整理したうえで、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・サービスのブラッシュアップに活用する。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、経営革新計画を策定する事業者や小規模事業者持続化補助金を申請する事業者を対象に、経営分析の支援を実施してきた。

【課題】

これまでの当会の支援は、事業計画策定時に実施するに限られており、広く経営分析を実施できていなかった。そのため今後は、経営分析を広く提供することが課題である。また、経営分析実施時において、小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを重視した支援を実施する必要がある。

(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
経営分析事業者数	21者	36者	36者	36者	24者	24者

※令和8～10年度は、経営指導員3名×12者＝36者/年の経営分析を実施する。令和11年度以降は、経営指導員数が2名に減少する可能性があるため目標値を24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）の際や、各種セミナー開催時に周知する。また、「経営相談会※」の際に必要性を訴求する。 ※経営相談会 定期的に開催している中小企業診断士による窓口相談会。販路開拓、補助金、創業、経営改善、経営計画策定、資金繰り、事業承継などの経営に関する相談を受けている。
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）

	<p><その他分析> 当町では、事業承継が地域の課題となっている。このため、経営分析においては、前述の財務分析・非財務分析に加え、「事業承継の必要性」についても確認を行う。</p>
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】

これまで経営革新計画や小規模事業者持続化補助金、融資を契機とした事業計画策定支援を実施してきた。一方、これ以外を目的とした支援は十分にできていなかった。

【課題】

事業計画の意義や重要性を広く周知することで、小規模事業者に事業計画の必要性を認識させることが課題である。また、創業や事業承継を目指す者に対する支援も強化する必要がある。

(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約3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。

加えて、町内で創業や事業承継を活性化させるため、創業計画の策定支援、事業承継計画・第二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	9者	12者	12者	12者	9者	9者
②創業計画策定事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
③事業承継計画・第二創業計画策定事業者数	-	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。その他、事業計画策定支援セミナーを契機とした掘り起こしや、国の補助金、杉戸町・当会の「ビジネスパワーアップ補助金※」などを活用した掘り起こしも実施する。	
	■事業計画策定支援セミナー	
	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	事業計画のポイントとメリット、自社の現状分析と市場機会の見つけ方、新規事業候補の抽出と選定等 ※令和7(2025)年度のカリキュラムより
	想定参加者数	10人
	その他	参加者のうち希望者には個別に専門家派遣あり
	<p>※ビジネスパワーアップ補助金</p> <p>杉戸町の委託により当会が実施する補助金である。「経営革新計画」や「事業継続力強化計画」に取り組む、または取り組む予定(申請時に1年以上の事業実績がある)の中 小企業・小規模事業者等が、経営計画を作成し、その計画に沿って売上の回復を図る費 用、地道な販路開拓、人材育成、商品開発等を支援する。</p>	
支援の手法	<p>以下のいずれかの方法にて支援する。</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 経営相談会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 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。</p>	

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・創業期の事業者
支援対象の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> 杉戸町では、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、当該計画に基づき設置する「創業相談窓口」を通じて支援対象者を掘り起こす。また、国の補助金や杉戸町・当会の「杉戸町創業補助金^{※1}」、杉戸町の「杉戸町空き店舗等活用補助金^{※2}」などを活用した掘り起こしも実施する。 近隣の商工会(久喜市商工会、蓮田市商工会、白岡市商工会、幸手市商工会、宮代町商工会)と共同で実施する創業塾を通じて支援対象者を掘り起こす。 <p>※1 杉戸町創業補助金 杉戸町の委託により当会が実施する補助金である。杉戸町を活性化させることを目的とし、地域の活性化や新たな需要の獲得を目指す創業者または創業から間もない方に対して、計画的な販路拡大等を支援する。申請には事業計画書が必要である。</p> <p>※2 杉戸町空き店舗等活用補助金 杉戸町の補助金である。雇用の創出及び町の活性化を図るとともに、空き家・空き店舗の解消を目的に、空き店舗等で事業を開始する事業者には、改修費・店舗賃借料の一部を補助する。申請には事業計画書が必要である。</p>
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。

③事業承継計画・第二創業計画策定支援

事業名	事業承継計画・第二創業計画策定支援
目的	事業承継が円滑に進むことを目指す。
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	『5.経営状況の分析に関すること』にて「事業承継の必要性」を確認。必要性がある事業者には事業承継計画・第二創業計画の策定を提案する。
支援の手法	小規模事業者が作成した事業承継計画・第二創業計画を基に、経営指導員がアドバイスを行う方法で支援する。支援にあたっては、埼玉県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携を図る。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を策定したすべての事業者に対しフォローアップを実施している。一方、実施頻度・実施時期・評価指標等が担当者任せになっており統一されていない。

【課題】

当会としてのフォローアップのルールを明確化することが課題である。具体的には、事業計画や創業計画の策定後1年間は定期的なフォローアップを必須とし、1年後に評価指標（売上・経常利益）を必ず確認する。また、事業承継計画についてもフォローアップを実施する必要がある。

(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、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は計画策定後3回、事業承継計画・第二創業計画を策定した事業者には半期毎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	9者	12者	12者	12者	9者	9者
頻度 (延回数)	- (18回)	3回* (36回)	3回* (36回)	3回* (36回)	3回* (27回)	3回* (27回)
売上増加事業者数	2者	4者	4者	4者	3者	3者
経常利益増加事業者数	-	4者	4者	4者	3者	3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	3者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度 (延回数)	- (6回)	3回* (15回)	3回* (15回)	3回* (15回)	3回* (15回)	3回* (15回)

※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。

③事業承継計画・第二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
頻度 (延回数)	-	半期毎 (2回)	半期毎 (2回)	半期毎 (2回)	半期毎 (2回)	半期毎 (2回)

(4) 事業内容	
事業名	事業計画、創業計画、事業承継計画・第二創業計画のフォローアップ
目的	事業計画、創業計画、事業承継計画・第二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、事業承継計画・第二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、事業承継計画・第二創業計画を策定したすべての事業者を対象にフォローアップを実施する。頻度は、事業計画と創業計画は計画策定後3回（3ヵ月後、6ヵ月後、1年後）、事業承継計画・第二創業計画は半期ごと（6ヵ月後、1年後）とする。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、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>

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】

小規模事業者は経営資源が少なく、多くが十分な販路開拓を実施できていない。特に、デジタル販促が遅れている傾向にある。これまで当会でも販促支援を実施してきたが、イベント・セミナーの開催等に留まることが多く、事前・事後の支援が不足していた。

【課題】

小規模事業者の販路開拓を伴走型で支援することが課題である。また、デジタル関連の販促セミナーを開催するとともに、実行する事業者に対しては個社支援を行うなど、デジタル販促の面でも支援を導入していくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が持続的に発展していくためには、新たな販路の開拓が欠かせない。一方で、小規模事業者は経営資源が限られており、自力のみでの販路開拓が難しい場合も多い。そこで、事業者単独では対応が困難な販路開拓について、当会が支援を実施する。

事業の実施目的及び期待する効果は次のとおりである。

- 多くの小規模事業者は、「自社にとって最適な販路開拓手法」を十分に理解できていない。そこで、「販売促進セミナー及び個社支援」を実施し、伴走型で支援しながら売上拡大につなげる。なお、小規模事業者の多くがデジタル販促が不十分であることを考慮し、販売促進セミナーでは、デジタル販促の手法等についても案内する。
- 一部の小規模事業者では、情報発信が十分でなく、新規顧客の獲得に苦慮している。そこで、「杉戸商人塾による集客支援」を実施し、新規顧客との接点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販売促進セミナー及び個社支援 支援事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
(BtoBの場合) 成約件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
(BtoCの場合) 売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%
②「杉戸商人塾」による集客支援 支援事業者数	1者	3者	3者	3者	2者	2者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

※②「杉戸商人塾」による集客支援では、参加事業者のうち、小規模事業者かつ重点的に支援する事業者の数を目標値としている。

(4) 事業内容

①販売促進セミナー及び個社支援 (BtoB、BtoC)

事業名	販売促進セミナー及び個社支援													
目的	小規模事業者が新たな販売促進施策を講じることにより売上拡大を図ることを目指す。													
支援対象	販売促進に意欲的な小規模事業者（業種問わず） ※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	それぞれの事業者のターゲット顧客													
支援内容	販売促進セミナーを開催し、そのなかで実際に販売促進策に取り組む事業者に対しては個社支援を行う。													
支援の手法	<p>経営分析・事業計画策定などの支援や、販売促進セミナーを通じて、支援対象となる事業者を掘り起こす。なお販売促進セミナーのテーマは、年度により事業者のニーズに合ったものに変えていく予定である（デジタル販促、アナログ販促等）。</p> <p>■販売促進セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての事業者（業種等問わず）</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、事業者のニーズにあったものをメインテーマに定める。その他、時流に沿った販売促進策を網羅的に紹介する。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>20人</td> </tr> </table> <p>実際に販売促進に取り組む事業者に対しては、経営指導員が個社支援を行う。支援にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。販売促進の実行後は成果を確認するとともに、小規模事業者がその後の取組を自走できるよう支援する。</p>		支援対象	すべての事業者（業種等問わず）	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、事業者のニーズにあったものをメインテーマに定める。その他、時流に沿った販売促進策を網羅的に紹介する。	想定参加者数	20人
支援対象	すべての事業者（業種等問わず）													
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、事業者のニーズにあったものをメインテーマに定める。その他、時流に沿った販売促進策を網羅的に紹介する。													
想定参加者数	20人													

②「杉戸商人塾」による集客支援 (BtoC)

事業名	「杉戸商人塾」による集客支援
目的	小規模事業者と消費者の接点を増やし、売上を拡大させることを目指す。
支援対象	店舗を運営する小売業、飲食業、サービス業 ※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	地元・近隣の消費者
杉戸商人塾の概要	年1回、当会が主催するイベントである。店舗の店主やスタッフが講師となり、プロならではの知識や情報、コツを受講生（参加者）に伝える少人数制のゼミである。店主やスタッフの人柄を消費者に知ってもらい信頼関係を築くことを目的としており、新規顧客の開拓につながる有効な手段となっている。令和6（2024）年11～令和7（2025）年1月の開催では7講座が開設され、延べ42名の参加があった。
支援内容	「杉戸商人塾」を開催し、参加店舗と消費者の接点づくりを行う。

支援の手法	巡回訪問・窓口相談や、経営分析・事業計画策定などの個社支援を通じて、参加店舗を掘り起こす。本事業の最大の目的は、参加店舗と新規顧客との接点を増やすことである。一方で、参加店舗の経営を安定化させるためには、新規顧客の獲得にとどまらず、継続的な来店につなげること（リピート化）が重要である。そこで、希望する事業者（重点支援先）には、経営指導員による個社支援や専門家派遣を通じて、来店客のリピート化につながる取組を支援する。
-------	---

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、当会や杉戸町だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「経営発達支援計画審議協議会」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) 朝礼にて、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「経営発達支援計画審議協議会」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>※「経営発達支援計画審議協議会」の実施の流れ</p> <p>i 杉戸町産業振興課長（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「経営発達支援計画審議協議会」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「経営発達支援計画審議協議会」の評価結果は、理事会に報告する。また、当会ホームページへ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に</p>

閲覧可能な状態とする。

【ACTION】（事業の見直し）

(h) 「経営発達支援計画審議協議会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。

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研修への参加、全国商工会連合会が実施するWEB研修の受講等によって、小規模事業者を支援するために必要な知識や情報を得ている。また、専門家派遣を実施する際には、帯同し支援ノウハウを学び、支援能力の向上を図っている。

【課題】

小規模事業者の課題が多様化・複雑化しているため、資質向上を図るために上記以外の研修への参加も積極的に行う必要がある。また、経営指導員間の情報共有だけでなく、組織全体として知識や支援ノウハウを共有する体制を構築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

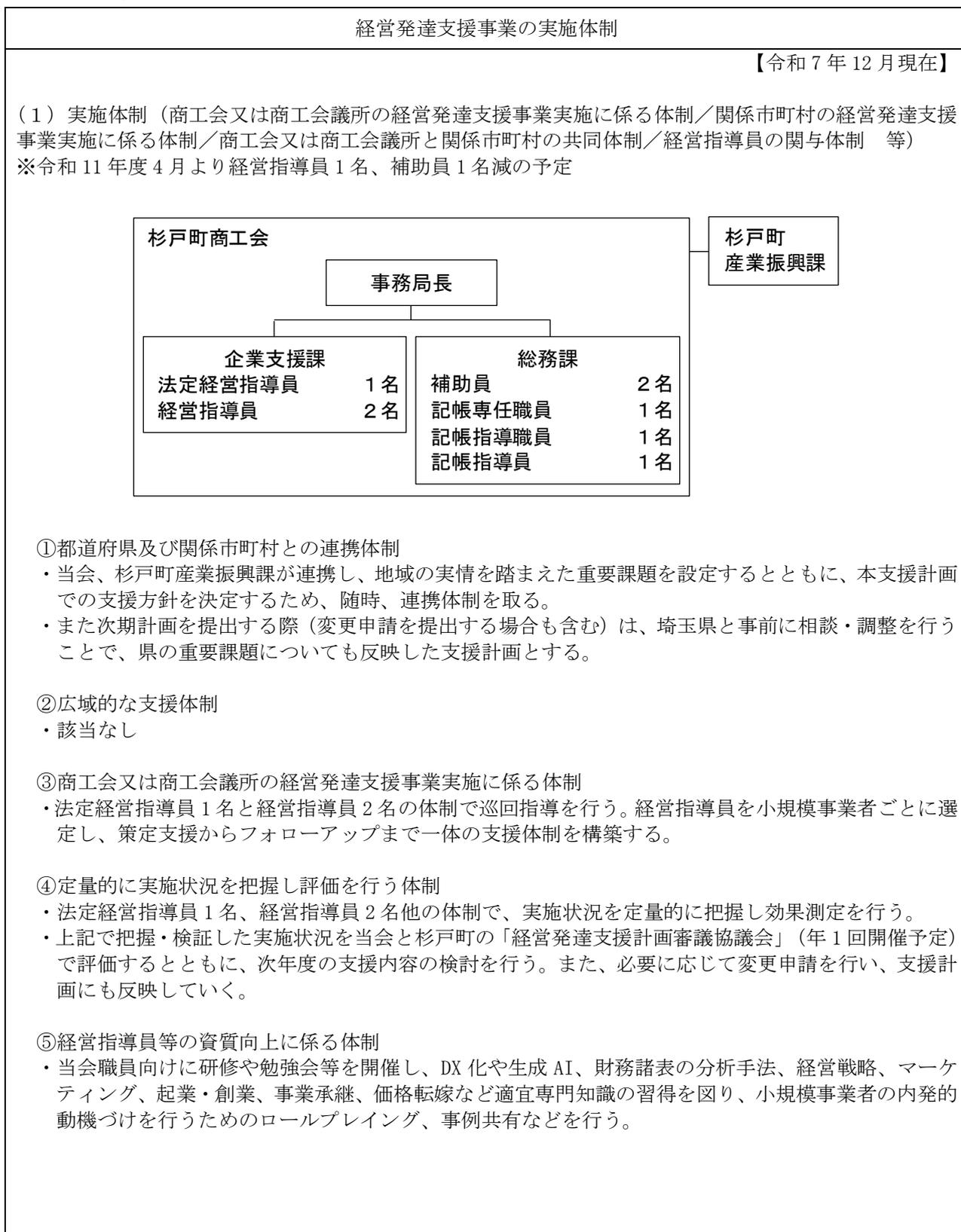
参加者	すべての職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得することを目指す。
不足能力の特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 <ul style="list-style-type: none">・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力・ 販売促進（マーケティング）やデジタル化に関する高度な支援能力・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等・ 上記の他、各職員が能力評価シートを用いて自己分析を行い、個人ごとに不足能力を特定する。
内容	経営発達支援事業を適切に遂行し、上記の不足能力を補うために、以下の手段・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。 <p>ア 上部団体の主催する研修会 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、全国商工会連合会や埼玉県商工会連合会の研修会を活用する。</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 朝礼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、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。</p>

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名：山中 翔太

連絡先：杉戸町商工会 TEL：0480-32-3719

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（山中 翔太）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杉戸町商工会

〒345-0036

埼玉県北葛飾郡杉戸町杉戸 3-9-10

TEL：0480-32-3719

FAX：0480-32-3919

E-mail：sugito@syokokukai.jp

②杉戸町 産業振興課

〒345-8502

埼玉県北葛飾郡杉戸町清地 2-9-29

TEL：0480-33-1111

FAX：0480-33-2958

E-mail：sangyoshinko@town.sugito.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	910	910	910	910	910
事業計画策定セミナー開催費用	110	110	110	110	110
販売促進セミナー開催費用	110	110	110	110	110
専門家派遣費用	330	330	330	330	330
クラウド型支援ツール運営費	360	360	360	360	360

(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
国・県・町補助金、会費、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