

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	庄和商工会 (法人番号 2030005007531) 春日部市 (地方公共団体コード 112143)
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】小規模事業者がそれぞれの「強み」を活かし、独自の価値を提供すること</p> <p>【目標②】小規模事業者が価格転嫁やブランド化を通じて、売上拡大を実現すること</p> <p>【目標③】小規模事業者がデジタル技術の導入により、生産性向上を実現すること</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力が向上すること</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 小規模事業者が消費者のニーズに合った商品やサービスの開発を行うことを目指し、「道の駅 庄和」でのお客様アンケート調査を実施する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者によるブランド化に向けて、小規模事業者の商品について、「道の駅 庄和」においてニーズ調査を実施。結果をもとに商品のブラッシュアップを行い、「売れる商品」への磨き上げを図る。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者がそれぞれの「強み」を活かし、独自の価値を提供することを目指し、「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、事業計画の策定を支援する。なお、事業計画の策定にあたっては、「強み」の活用や、デジタル技術の活用、ブランド化などを織り込めないか検討する。</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をフォローアップすることで、計画通りの成果をあげることを目指す。</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、「商談会・展示会への出展支援」や「販促マップの制作・配布」を実施する。</p>
連絡先	<p>庄和商工会 〒344-0112 埼玉県春日部市西金野井 260-7 TEL: 048-746-0611 FAX: 048-746-2515 E-mail: syowa@bc.wakwak.com</p> <p>春日部市 環境経済部 商工振興課 〒344-8577 埼玉県春日部市中央 7-2-1 TEL: 048-797-8029 FAX: 048-737-3683 E-mail: shokou@city.kasukabe.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 春日部市の概況

春日部市（以下、当市）は、埼玉県東部に位置し、都心から35km圏内にある。北は宮代町、杉戸町、南は越谷市、松伏町、西はさいたま市、白岡市、東は江戸川を挟んで千葉県野田市と接している。東京のベッドタウンとして、また県東部地域の商業の中心として発展してきたが、肥沃な土壌と大落古利根川や江戸川などの豊かな水利を生かした田園地帯も広がっている。市域面積は66km²、南北約12km、東西約11kmである。

夏は高温多湿な気候、冬は乾燥した晴天が続く太平洋岸に特徴的な気候である。また、年間降水量は比較的少ない地域だが、梅雨や秋雨に加え、夏の集中豪雨や秋の台風によって影響を受ける。

交通面では、東西方向に東武野田線と国道16号が横断し、南北方向には東武伊勢崎線（地下鉄日比谷線、同半蔵門線、東急田園都市線乗り入れ）と国道4号・4号バイパスが縦断し、高い利便性を有している。

■ 春日部市の立地・交通



現在の春日部市は、平成 17（2005）年 10 月に旧春日部市と旧庄和町が合併することで誕生した。そのため、本市には、春日部商工会議所と庄和商工会（以下、当会）の 2 つの商工団体がある。当会の管轄エリアは、下図「旧庄和町」のエリアである。

■庄和商工会の管内



イ 人口推移

(a) 当市全体の人口推移

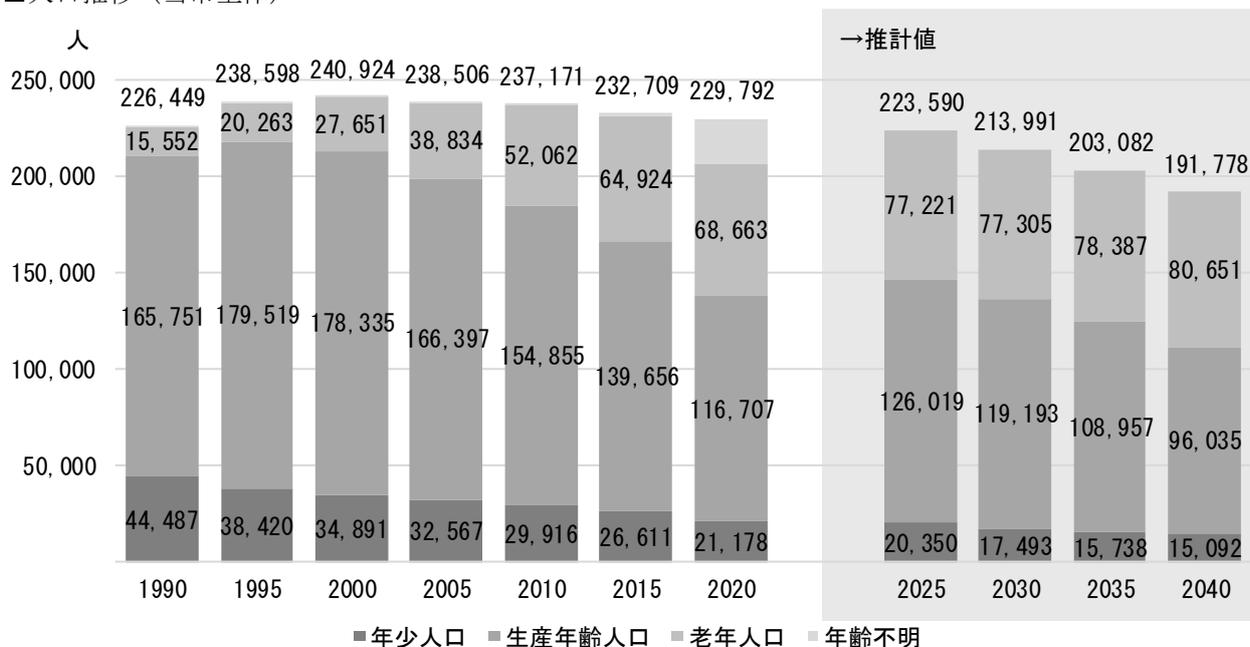
令和 7（2025）年 4 月 1 日時点の人口は 229,367 人である。（住民基本台帳）

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 240,924 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 29.9%から令和 22（2040）年に 42.1%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 50.8%から令和 22（2040）年に 50.1%に低下する見込みである。

■人口推移（当市全体）



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」

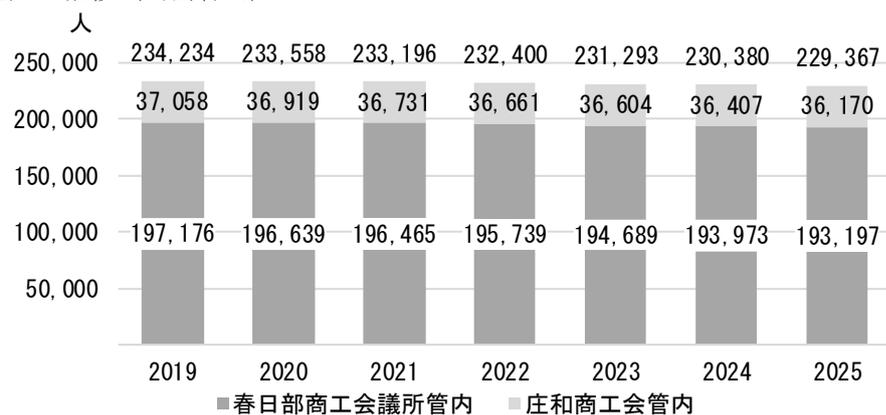
(b) 当会管内の人口推移

令和7（2025）年4月1日時点の、当会管内の人口は36,170人であり、当市全体の15.8%となっている。

令和元（2019）年と比較した人口増減では、当市全体の2.1%の減少に対し、当会管内は2.4%減少しており、市内でも若干人口減少が大きい地区となっている。

なお現在、当会管内では大規模マンションの建設、新興住宅地の整備などが進められており、今後、人口減少が緩やかになる、または人口が増加するなどの効果が期待されている。

■人口推移（当会管内）



出典：春日部市「住民基本台帳」（2021年以前は10月1日時点、2022年以降は4月1日時点）

ウ 特産品

(a) 特産品

当市の特産品は、伝統工芸と自然の恵みが調和した点が特徴である。「桐たんす」や「押絵羽子板」「麦わら帽子」などの工芸品は歴史と職人技に支えられた逸品であり、「春日部完熟梨」は地域ブランドの農産物として親しまれている。工芸と農業の両面で豊かな魅力を持っている。

当会管内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
桐箱	約300年の伝統を誇る春日部の特産品「桐箱」。軽くて調湿作用のある桐箱は、その特性を生かして、美術品や骨董品などの高級品から、食品や日用品まで幅広いものを保存する容器として活用されている。最近では、現代の生活スタイルになじむモダンなデザインの桐箱も登場している。
黒豆「庄和黒」	道の駅「庄和」の開業時に、名物を作ろうと休耕田を使って栽培を始めた丹波種の黒豆「庄和黒」。現在は、「庄和黒」を使った加工食品や、黒豆畑のオーナー制度など、黒豆に関連する取組が行われている。特に、黒豆を砂糖でじっくり煮て、国産小麦の皮で包んだ「黒豆まんじゅう」は人気商品となっている。
いちご	当市にはいちご狩り場が5つあり、なかでも当会管内にあるホルティ貝塚様は、じゃらんいちご狩りグランプリ5年連続敢闘賞を受賞している。種類豊富ないちごを取り揃えており、鮮度や味は抜群である。
米	当会管内は米作りが盛んである。また近年では米のブランド化を図るため、首都圏外郭放水路周辺で栽培・厳選された、もっちり食感ミルキークイーンとさっぱり食感コシヒカリのブレンド米を「龍Q米」として売り出している。
米粉	春日部市では、「春日部産米を活用した食の新たな地域ブランド創出に向けた実証実験」を展開しており、米粉適性品種である「亜細亜のかおり」と「笑みたわわ」の栽培、製粉を行っている。この米粉は、春日部の「春」と「米粉」を合わせ「はるこめこ」と呼ばれている。現在、「はるこめこ」を使用した製麺、飲食店などによる商品開発も開始されているところである。

(b) かすかべフードセレクション

春日部市では、さまざまな「こだわり」のもと生み出された春日部ならではの優れた食品を「かすかべフードセレクション」として認定している。

認定商品は、春日部情報発信館「ぷらっとかすかべ」や道の駅「庄和」などの他、市内外で開催される催事・イベントへ出店し、販売を行っている。



エ 観光資源

当会管内における主な観光資源は下表のとおりである。「道の駅 庄和」は当会が管理運営、「春日部大凧花火大会」や「春日部市庄和地域産業祭」は当会が主催者の一部になっている。

■主な観光資源

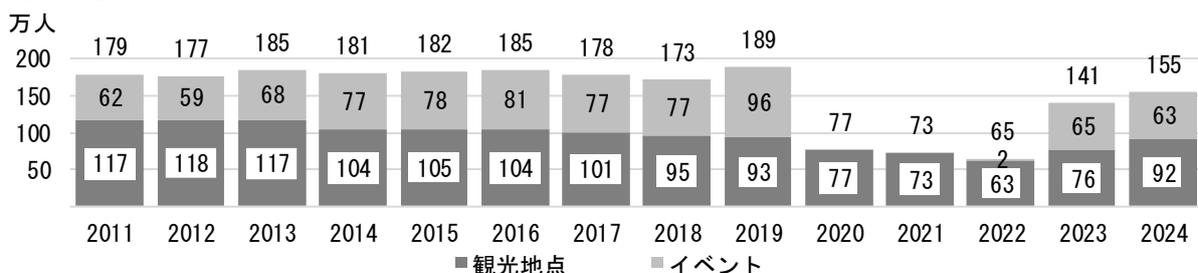
観光資源	概要
首都圏外郭放水路地底探検ミュージアム「龍Q館」	国土交通省の洪水防御施設「首都圏外郭放水路」内に設置され、外郭放水路の機能や役割を紹介する他、地域の賑わいの場を創出する観光拠点としての機能も備えている。龍Q館の運営・管理は、国土交通省江戸川河川事務所と春日部市が共同で行っている。
レジデンシャルパーク SHOWA（庄和総合公園）	南桜井駅の北約 1.5 kmの庄和総合支所に隣接した場所に位置する面積約 14.0ha の総合公園である。公園面積が広く、遊具広場、多目的広場、野球場、体育館、休養施設等の多くの施設を整備している。令和 6 年 10 月より、ネーミングライツにより「レジデンシャルパーク SHOWA」となった。
道の駅 庄和	肥沃な農地と屋敷林が織りなす田園風景に囲まれ、四季の移り変わりを感じられる恵まれた自然環境のなかにある道の駅である。農産物直売所では、地元産の新鮮な野菜や、道の駅「庄和」ならではの商品やお土産なども販売している。
春日部大凧あげ祭り	江戸時代後期から伝わる伝統行事である。その年に初節句を迎える子どもたちの健やかな成長を祈願して行われる。大凧は、縦 15m、横 11m で重さは 800 kg。大きさは畳 100 畳分もあり、日本最大級の大きさを誇っている。
春日部大凧花火大会	昭和 61 年に始まった旧庄和町の「町民夏まつり」を継承した花火大会である。緑に囲まれたレジデンシャルパーク SHOWA（庄和総合公園）を会場に、キッズダンス、よさこいソーラン、和太鼓、御輿などが披露され、中盤に行われる盆踊りは会場の誰もが一緒に踊ることができる。そして、終盤には花火が打ちあがる。
春日部市庄和地域産業祭	毎年 11 月に開催されるイベントである。レジデンシャルパーク SHOWA（庄和総合公園）を会場に、商業市・グルメコーナー、工業木工製品の展示即売、米のつかみどりなどの催物が行われる。ステージでは演奏や子供ダンス、広場でミニ上棟式も行われる。

オ 観光入込客数の推移（当市全体）

令和 6（2024）年の観光入込客数は 155 万人である。

令和元（2019）年までは、180 万人前後で安定推移していたが、令和 2（2020）年に新型コロナウイルス感染症が拡大した影響で急減。その後、感染症拡大前の水準までは戻っていない状況にある。

■観光入込客数の推移（当市全体）



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

当会管内は、国道4号バイパスと国道16号が交差する位置にあり、優れたアクセス環境を背景に、大型ショッピングモールの進出が進んでいる。

また、工業面では、南桜井駅前において戦後より精密機器を製造する大手企業が立地しており、その下請を担う形で周辺に多くの製造業が誕生し、地域の産業と共に発展してきた。しかし、平成9(1997)年に大手企業が他地域へ移転したことにより、関連事業者の集積は徐々に解消されつつある状況にある。さらに、この企業の従業員を顧客としていた飲食店やサービス業も打撃を受け、地域全体の商業活動にも影響が及んでいる。

(b) 業種別の商工業者数（うち、小規模事業者数）の推移

i_当会管内

令和7(2025)年度における当会管内の商工業者数は、1,059者である。

業種別には、サービス業が28.3%と最も多く、小売業が24.8%、建設業が14.9%、製造業が11.4%と続いている。

■令和7年度 業種別の商工業者数（当会管内）

商工業者の業種別内訳							定款会員になり 得る事業所等	合計
建設	製造	卸	小売	飲食宿泊	サービス	その他		
158 (14.9%)	121 (11.4%)	58 (5.5%)	263 (24.8%)	86 (8.1%)	300 (28.3%)	67 (6.3%)	6 (0.6%)	1,059 -

ii_当市全体（参考）

参考として当市全体の事業所数も確認する。

当市全体の事業所数は、平成24(2012)年が7,501社、令和3(2021)年が6,960社である。

上記のうち小規模事業者数は、平成24(2012)年が5,719者、令和3(2021)年が4,939者であり、9年間で13.6%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(△246者)、他サービス業(△141者)、宿泊・飲食業(△126者)の減少数が大きい。一方、医療、福祉(+24者)では増加がみられる。

前項『i_当会管内』と比較すると、前項で示した商工業者数の大半が小規模事業者であると仮定した場合、当市全体における小規模事業者数が約5,000者であるのに対し、当会管内の小規模事業者数は約1,000者であり、当会管内の事業者は当市全体の約2割を占めることが読み取れる。ただし、それぞれの数値には算出根拠の違いがあるため、厳密な比較はできない点に留意が必要である。

■業種別の事業所数及び小規模事業者数（当市全体）

	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	750	647	59	1,839	943	490	2,023	750	7,501
小規模事業所数	728	565	49	1,217	656	221	1,622	661	5,719
平成28年									
事業所数	690	615	49	1,854	971	615	2,011	687	7,492
小規模事業所数	664	537	42	1,154	646	265	1,595	593	5,496
令和3年									
事業所数	648	533	53	1,609	814	648	1,948	707	6,960
小規模事業所数	624	449	45	971	530	245	1,481	594	4,939
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△102	△114	△6	△230	△129	158	△75	△43	△541
増減割合	△13.6%	△17.6%	△10.2%	△12.5%	△13.7%	32.2%	△3.7%	△5.7%	△7.2%
小規模事業所数	△104	△116	△4	△246	△126	24	△141	△67	△780
増減割合	△14.3%	△20.5%	△8.2%	△20.2%	△19.2%	10.9%	△8.7%	△10.1%	△13.6%

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

当地域の小規模事業者は、地域経済の基盤を支える存在である一方、深刻な課題にも直面している。特に事業者の高齢化と後継者不足が顕著で、廃業の増加が地域の活力低下につながっている。また、デジタル化の遅れにより販路拡大が難しく、物価高騰や人手不足も経営を圧迫している。

デジタル活用は経営の効率化や販路拡大に不可欠な要素となっているが、現実には多くの課題が立ちはだかっている。特に IT 人材の不足が深刻で、社内にデジタルに精通した人材がいないため、ツールの選定や導入後の運用が難しいという声が多く聞かれる。また、導入にかかる費用や効果の不透明さから、投資に踏み切れない事業者も少なくない。高齢の経営者が多い地域では、パソコンやクラウドサービスへの抵抗感も根強く、紙ベースの業務から脱却できないケースも見受けられる。さらに、導入後も日々の業務に追われて活用が進まず、ツールが形骸化してしまうことも課題である。地域全体でデジタル化を推進するためには、事業者の意識改革と支援機関の連携が不可欠である。

ii_商業

当地域では、人口減少、少子高齢化が進み商業事業者を取り巻く経営環境は年々に厳しくなっている。大型ショッピングセンターの進出により南桜井駅周辺の既存商店街では客足が遠のき、売上減少、シャッター商店街が相次いでいる。また、小規模事業者の多くが、高齢化しており、後継者が見つからず廃業に追い込まれるケースも多々見受けられる。また、黒豆や桐箱などの地元特産品はあるものの、ブランド化や販路開拓が十分に進んでいないため、地域経済への貢献度が限定的であるという状況である。

iii_工業

当地域では、精密機器を製造する大手企業が南桜井駅周辺に立地し、地域の産業集積を牽引していた。しかし、平成 9 年にその大手企業が他地域へ移転したことで、工業基盤は急速に弱体化。下請け企業は取引先を失い、業績が悪化し、廃業や縮小を余儀なくされた。

現在では、小規模な製造業者が中心となっているが、販路開拓力や営業力に乏しく、外部との取引拡大が難しい状況である。また、経営者の高齢化が進み、技術やノウハウの継承が困難となっており、事業承継の停滞が地域産業の持続性を脅かしている。

また、工業においてもデジタル化、活用に対する課題は大きく、経営者の高齢化が進む現状のなかで、IT 人材を雇うことも難しい。また、新事業と考える経営者も多く、設備面でも難しいと考えられる。

キ 今後 5 年間で小規模事業者の経営環境が変わる出来事

(a) 大規模マンション等の整備

当会管内では大規模マンションの建設、新興住宅地の整備などが進められている。

令和 8（2026）年 3 月上旬には、南桜井駅から徒歩 4 分の場所に、10 階建ての大規模レジデンスが完成する予定である。

これにより、人口流入が見込まれる。

(b) 東埼玉道路の整備

現在、当市のまちづくりが大きく動き出しており、これを「春日部のまちづくり 5 大事業」と呼んでいる。このうち、東北自動車道や常磐自動車道などの高規格道路を補完するとともに、国道 4 号の交通混雑の緩和や東埼玉道路沿線の開発事業を支援する幹線道路として「東埼玉道路」の整備が進んでいる。

本道路の整備により、当会管内と八潮市、松伏町とのアクセス向上が図られ、さらなる交通利便性の向上が期待されている。

ク 第2次春日部市総合振興計画

「第2次春日部市総合振興計画（平成30年度～令和9年度）」の商工・観光部分は次の通りである。

■基本構想（平成30年度～令和9年度）

〈まちづくりの理念〉

- ・市民が主役
- ・まちの魅力を創る
- ・共に未来へチャレンジする

〈まちの将来像〉

つながる にぎわう すまいるシティ 春日部

■後期基本計画（令和5年度～令和9年度）（商工・観光部分を抜粋）

基本目標5 地域の資源を活かした魅力あふれるまち

政策5-1 魅力を活かし、人が集まるまちをつくる

施策5-1-1 観光資源の魅力向上と来訪者の滞在環境の充実

取組1 観光資源の磨き上げと回遊性の向上

取組2 観光情報の充実・発信

取組3 新たな観光資源の創出とブランド化

施策5-1-2 身近で活気あふれる商業環境の充実

取組1 特長と魅力を生かした商店街の形成

取組2 活気と活力を生み出す商業環境の整備

取組3 市内商店街に関する情報発信

政策5-2 新たな仕事を生み出し、働きやすいまちをつくる

施策5-2-1 企業誘致や創業支援の推進と就労支援の充実

取組1 優良企業の誘致と産官学連携などによる起業促進

取組2 就労支援の充実

取組3 働きやすい環境づくり

政策5-3 商工業がさかんなまちをつくる

施策5-3-1 活力ある商工業の基盤づくりへの支援

取組1 企業の稼げる力を強化するための支援

取組2 商工団体との連携による中小企業の経営支援

取組3 地域産業および伝統工芸への支援

ケ 第3次春日部市商工業振興指針

春日部市は、「春日部市商工業振興基本条例」に定められた基本理念をもとに、当市の商工業を取り巻く社会情勢などの環境変化に的確に対応し、さらなる商工業の振興と、にぎわいと活力のあるまちづくりを推進することを目的に「第3次春日部市商工業振興指針」を策定している。

■第3次春日部市商工業振興指針（令和5年度～令和9年度）

〈施策〉

施策1 身近で活気あふれる商業環境の充実

- ・中心市街地をはじめとした、市内の商店街が市内外の消費者でにぎわうようにすること

施策2 企業誘致や創業支援の推進と就労支援の充実

- ・地域の特性を生かした産業の充実と、誰もがそれぞれのライフステージ・スタイルに応じ、その人らしく働けるようにすること

施策3 活力ある商工業の基盤づくりへの支援

- ・商工業者の経営が安定化し、地域産業や伝統工芸が活性化すること

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。

まず、人口をみると、当市全体の総人口は減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。小規模事業者もこのような経営環境のなかで売上を着実に拡大させるためには、域外を含めた商圏の拡大など、時代の変化に則した対策が必要である。

一方で、当会管内では、現在、大規模マンションの建設、新興住宅地の建設が進められている。人口流入も見込めることから、これら新たな住民のニーズに沿った商品を展開し、顧客とすることが課題となっている。

さらに、年齢3区分別人口をみると生産年齢人口が減少していく見込みである。そのため、小規模事業者もデジタル技術を積極的に活用し、生産性向上を図ることで人手不足に対応することが必要である。

当会管内は農業が盛んであり、黒豆、いちご、米といった農産物が特産品となっている。また、近年では米粉（はるこめこ）のブランド化事業として、米粉を活用した商品開発なども進めている。さらに、春日部市ではさまざまな「こだわり」のもと生み出された春日部ならではの優れた食品を「かすかベフードセレクション」として認定している。これらの取組により、新商品開発の機運も高まっていることから、小規模事業者もこれら特産品を活用した商品開発を行い、独自の価値を提供することが期待されている。

観光資源では、当会管内には、首都圏外郭放水路地底探検ミュージアム「龍Q館」といった全国的にも有名な施設があるだけでなく、商工会が道の駅を運営管理するという全国的にも珍しい取組が行われている。当会にとっても、事業者にとっても観光客が身近な存在であることから、今後も、小規模事業者による観光需要の獲得が課題となる。

当市全体の小規模事業所数は、平成24（2012）年が5,719者、令和3（2021）年が4,939者であり、9年間で13.6%減少している。地域の活力を維持するためには、事業所数の減少を抑えることも重要である。そのため、既存事業者の持続的経営や、創業や事業承継の活性化なども地域としての課題となる。

当会が考える業種別にみた小規模事業者の現状と経営課題では、主なものとして、①後継者不足による廃業の抑制、②デジタル技術を活用した販路開拓・生産性向上、③物価高騰や人手不足への対応、④店舗や商品のブランド化、⑤販路開拓力や営業力の強化による新たな取引先の獲得となっている。

(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

当会が支援の対象としている小規模事業者の多くは販路開拓を苦手にしており、経営資源が不足しているのが現状である。支援機関としては、事業者の十分な販路開拓をサポートするために、今後の商工会業務をより実効性の高いものにする必要があり、その支援体制の整備が急務となっている。

また、事業主の高齢化や後継者不足が深刻化するなかで、企業の持続的発展に資するためにも後継者の育成はもちろんのこと、円滑な事業承継支援に力を入れ、事業者の廃業や、事業者数の減少に歯止めをかける。

商工会においては、近年会員組織率が伸び悩んでおり商工会への満足度を上げていくのもこれからの課題である。事業者が経営課題解決に取り組もうと思ったときに、最初に商工会に相談するということが地域に浸透させる。地域の強み、課題を踏まえて、地域の総合的経済団体として、小規模事業者の良きパートナーとなれるよう、関係支援機関と連携し、伴走型支援を通じて小規模事業者の持続的発展に寄与する。

当会においても、春日部市の総合振興計画に沿う形で地域産業の発展を目指す。

②商工会の長期ビジョン（10年程度）

当地域では、年々事業者数が減少している。この背景には、高齢の経営者が多く、後継者が不在の事業所が多いという実情がある。取引先の廃業が進むなかで売上を増加させていくためには、経営指導員による伴走型の経営支援が不可欠である。当会では、価格転嫁の支援や商品のブランド化などに取り組むことで、小規模事業者が時代の変化に即した経営を行い、売上を着実に拡大している姿を目指す。

また、当地域ではデジタル技術を導入している小規模事業者が依然として少なく、作業時間の短縮や原価の低減、ミスの削減、属人化の解消といった生産性向上の成果を十分に得られていない状況がみられる。当会では、IT専門家派遣や経営指導員によるデジタル技術の資質向上を通じて支援力を向上させ、小規模

事業者がデジタル技術を積極的に活用し、生産性の向上を実現していることを目指す。

さらに、当地域には保守的な考えを持つ事業者が多く、旧来のビジネスモデルに依存している小規模事業者が少なくない。一方で、地域に根差した活動を通じて、強固な顧客基盤と信頼関係を築き、大企業には真似できない独自の強みを有する事業者も多く存在する。当会では、現状分析や SWOT 分析などを通じて各事業者の強みを明確化し、それを最大限に活かす支援を行い、小規模事業者が独自の価値を提供していることを目指す。

③第2次春日部市総合振興計画との連動性

春日部市では、「第2次春日部市総合振興計画」の商工業振興に向けた計画として、「第3次春日部市商工業振興指針」を策定している。

前項で示した当会の長期ビジョンと「第3次春日部市商工業振興指針」の関係は下表のとおりであり、連動性・整合性がある。

■「第3次春日部市商工業振興指針」と「商工会の長期ビジョン」の比較表

第3次春日部市商工業振興指針	「商工会の長期ビジョン」で目指す姿
施策1 身近で活気あふれる 商業環境の充実	「小規模事業者が独自の価値を提供していること」を実現することで、地域内に個性あふれる魅力的な店舗を増加させ、結果として、活気あふれる商業環境を創出する。
施策2 企業誘致や創業支援の 推進と就労支援の充実	「小規模事業者がデジタル技術を積極的に活用し生産性向上を図ること」を実現し、従業員の所得を増加させることで、就労環境の向上に寄与する。
施策3 活力ある商工業の 基盤づくりへの支援	「小規模事業者が時代の変化に即した経営を行い、売上を着実に拡大していること」を実現することで、経営基盤を強化させ、結果として活力ある商工業の基盤を作る。

(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〉

旧態依然としたビジネスモデルから脱却し、時代の変化に即した経営を行うことを目指す小規模事業者を重点支援する。

〈目標〉

【目標①】小規模事業者がそれぞれの「強み」を活かし、独自の価値を提供すること

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 独自の価値を提供することで売上増加を達成する事業者数を目標とする。
	KPI 上記を実現するため事業計画の策定を支援する。

【目標②】小規模事業者が価格転嫁やブランド化を通じて、売上拡大を実現すること

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・認定期間終了時の「はるこめこ（米粉）」を利用する小規模事業者数5者
KPI	・「はるこめこ（米粉）」を活用した新商品の開発支援1者/年

設定した理由	KGI	ブランド化を実現する商品づくりの指標として「はるこめこ（米粉）」を利用する小規模事業者数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため「はるこめこ（米粉）」を活用した商品開発を支援する。

【目標③】小規模事業者がデジタル技術の導入により、生産性向上を実現すること

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI	・認定期間中に開催した「デジタル活用セミナー」の参加者のうち、フォローアップを実施した事業者数 10 者	
KPI	・「デジタル活用セミナー」の実施回数 1 回/年	
設定した理由	KGI	デジタル活用を行う事業者数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため「デジタル活用セミナー」を開催する。

【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力が向上すること

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 20 件/年	
設定した理由	KGI	小規模事業者が自己変革力を高め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ような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】を実現することで、地域の特長と魅力を活かした店舗が増加し、住民にとって身近で活気ある商業環境を創出することを目指す。また、小規模事業者が生産性を高めることにより、従業員の所得向上や働きやすい環境の整備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】小規模事業者がそれぞれの「強み」を活かし、独自の価値を提供すること

〈達成に向けた方針〉

小規模事業者それぞれが自社の「強み」を的確に認識するために経営分析の支援を実施する（年間20者）。また、こうして明確になった「強み」を活かして独自の価値を提供したいと考える事業者に対しては、事業計画の策定支援を通じて、その具体的な活用方法を共に検討していく（年間15者）。計画策定後はフォローアップを行い、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5者）及び経常利益の向上（年間3者）を目指す。

また、当会では、顧客ニーズに合った「強み」の活用（強み×顧客ニーズ）が重要であると考えている。そこで、顧客ニーズを把握するため、年1回、「道の駅 庄和」でのお客様アンケート調査を実施する。

〈設定した理由〉

支援プロセスを明確化し、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】小規模事業者が価格転嫁やブランド化を通じて、売上拡大を実現すること

〈達成に向けた方針〉

小規模事業者によるブランド化に向けて、新商品の開発を支援する。具体的には、「道の駅 庄和」において個社の商品（はるこめこ（米粉）を活用した商品など）のニーズ調査を実施し、その結果をもとに商品のブラッシュアップを行い、「売れる商品」への磨き上げを図る（年間2者）。

また、価格転嫁を進めるためには、価格改定や取引先との交渉に向けて、綿密な原価計算が不可欠である。そこで、経営分析や事業計画の策定を通じて、数値計画に落とし込み、価格改定の根拠づけを支援する。

〈設定した理由〉

価格転嫁やブランド化を実現するための支援内容を明確化する。

このうち、「はるこめこ（米粉）」を活用した商品の開発・改良支援に定量目標を設定する。

【目標③】小規模事業者がデジタル技術の導入により、生産性向上を実現すること

〈達成に向けた方針〉

事業計画の策定に意欲的な事業者に対して、デジタル活用セミナーの開催やIT専門家の派遣を実施する。これにより、事業計画の取組の一環として、デジタル技術を活用した生産性向上策を盛り込むことを促す。

併せて、当会としても日々進化するデジタル技術に対応できるよう、職員の資質向上に努めていく。

〈設定した理由〉

デジタル技術の導入に向けた支援内容を明確化する。

【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力が向上すること

〈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図る。

〈設定した理由〉

経営力再構築伴走支援の支援内容を明確化する。

このうち、支援の導入部である経営分析における経営力再構築伴走支援の実施件数（年間 120 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、当会では管内の経済動向を把握するような調査等は実施していない。

事業計画策定支援の際などに都度、事業者の外部環境を整理しているが、広く公表することはなかった。

【課題】

近年、当会管内においては、「かすかベフードセレクション」の認定を目指した商品開発や、「はるこめこ」を使用した飲食店による新商品の展開など、商品開発への機運が高まっている。また、こうした取組に限らず、小規模事業者が消費者ニーズに適した商品を開発することは、今後ますます重要となる。

このような背景を踏まえ、当会としても、消費者ニーズの把握に向けた調査を実施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
「道の駅 庄和」でのお客様アンケート調査 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	「道の駅 庄和」でのお客様アンケート調査
目的	小規模事業者が消費者のニーズに合った商品やサービスの開発を行うことを目指す。
調査内容・調査の手法	年2回（7月・11月）、「道の駅 庄和」にて調査員がお客様を対象にアンケート調査を実施する。回収数は100件を目標とする。
調査項目	〈回答者の属性〉 <input type="checkbox"/> 年齢 <input type="checkbox"/> 性別 <input type="checkbox"/> 居住地 〈消費者ニーズ調査項目〉 <input type="checkbox"/> 野菜以外に購入したい商品 <input type="checkbox"/> 今後、交流広場キッチンカーに出店してほしいキッチンカーメニュー 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が、年齢別・性別・居住地別などのクロス分析を通じてデータを集計・分析し、消費者のニーズを抽出する。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	分析結果は当会ホームページで公表し、広く管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。これにより、消費者のニーズにあった商品やサービスの開発を促進する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者のなかには、新商品や新サービスの開発に前向きに取り組む事業者も見られるが、多くは需要動向調査に基づくマーケティングを行っておらず、これまでの知識や経験に基づいて展開しているのが実情である。また、当会としても、こうした取組を後押しする支援が十分に行えていなかった。

【課題】

個社の商品について、需要動向調査の支援を行い、その結果を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が課題である。なお、調査は当会管内に位置し、地元客と観光客の双方を誘客している「道の駅 庄和」において実施する予定である。

(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
「道の駅 庄和」での商品調査 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	「道の駅 庄和」での商品調査
目的	小規模事業者が開発した商品のニーズを把握し、商品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用することを目指す。
対象	小規模事業者の商品、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、経営分析・事業計画策定支援を行った事業者の商品や、「はるこめこ（米粉）」などの特産品を活用した商品、個社の強みを活かした商品を優先する。
調査の手法	「道の駅 庄和」にて来場者を対象にアンケート調査を実施する。調査は当会職員と事業者が連携して行い、1商品あたり30名以上からのアンケート回収を目指す。
調査項目	<input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（春日部市らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 今後の購入意向 <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、男女別・年齢別・居住地別のクロス分析を通じてデータを集計・分析し、商品のターゲット顧客や改良点を抽出する。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（またはその他の職員）が簡易なレポートに取りまとめ、対象事業者へフィードバックする。その後、事業者との対話や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併せて実施する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、経営指導員による巡回指導を通じて、小規模事業者に対し経営の現状把握や改善策の提案を行っている。また、経営革新計画や各種補助金の申請を行う事業者に対しては、中小企業診断士の助言を得ながら、より高度な経営分析を実施している。

【課題】

これまでも経営分析支援を行ってきたが、支援対象が偏る傾向にあり、十分に幅広い対応ができていたとはいえない状況であった。そのため今後は、経営革新計画や各種補助金の申請に限定せず、より多様な事業者に対して経営分析支援を実施していくことが課題である。

(2) 目標						
項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
経営分析事業者数	23者	20者	20者	20者	20者	20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」、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） <その他の分析（価格転嫁に関する分析）> 当会管内では、現在、価格転嫁を課題としている事業者が多く見受けられる。そこで、上記の財務分析・非財務分析に加え、事業者の要望に応じて価格転嫁に関する分析も実施する。具体的には、簡易なシミュレーションを用いて、価格改定が利益に与える影響の度合いを可視化し、経営判断の材料として提供する。
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】

小規模事業者においては、事業計画の策定に対する意欲はあっても、書類作成に関する経験や知識が乏しく、こうした取組が日常的な習慣として定着していないのが現状である。

【課題】

事業計画に関する知識の提供にあたっては、セミナーの開催も有効な手段の一つである。今後は、これまでの支援を継続しつつ、新たに事業計画に関する正しい知識や必要性についての理解を深められるよう、内容や手法を見直しながらセミナーを実施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約8割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象にデジタル活用セミナーや IT 専門家派遣を行い、小規模事業者のデジタル技術を活用した販売促進や生産性向上の促進や、これによる競争力強化を実現する。

(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
事業計画策定事業者数	18者	15者	15者	15者	15者	15者

(4) 事業内容

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	<p>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。その他、必要に応じて事業計画策定セミナーを開催する。</p> <p>■事業計画策定セミナー</p> <table border="1"><tbody><tr><td>支援対象</td><td>すべての小規模事業者（特に経営分析を行った事業者）</td></tr><tr><td>募集方法</td><td>ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td></tr><tr><td>講師</td><td>中小企業診断士 等</td></tr><tr><td>カリキュラム</td><td>事業計画の意義、事業計画の作成方法、補助金の活用 等</td></tr><tr><td>想定参加者数</td><td>10人/回</td></tr></tbody></table>	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	カリキュラム	事業計画の意義、事業計画の作成方法、補助金の活用 等	想定参加者数	10人/回
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										
カリキュラム	事業計画の意義、事業計画の作成方法、補助金の活用 等										
想定参加者数	10人/回										
支援の手法	<p>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同する方法の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。</p> <p><DXに向けた取組></p> <p>事業計画策定に意欲的な事業者を対象にデジタル活用セミナーを実施する。また、セミナーを受講した事業者のなかで、取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による個社支援や IT 専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとして DX やデジタル活用を促進する。</p> <p>■デジタル活用セミナー</p> <table border="1"><tbody><tr><td>支援対象</td><td>すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）</td></tr><tr><td>募集方法</td><td>ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td></tr><tr><td>講師</td><td>地元 IT 専門家、埼玉県商工会連合会の DX 推進員、中小企業診断士 等</td></tr><tr><td>カリキュラム</td><td>毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、DX の事例や活用方法、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。</td></tr><tr><td>想定参加者数</td><td>10人/回</td></tr></tbody></table>	支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知	講師	地元 IT 専門家、埼玉県商工会連合会の DX 推進員、中小企業診断士 等	カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、DX の事例や活用方法、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。	想定参加者数	10人/回
支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）										
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知										
講師	地元 IT 専門家、埼玉県商工会連合会の DX 推進員、中小企業診断士 等										
カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、DX の事例や活用方法、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。										
想定参加者数	10人/回										

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】

現在は、事業計画を策定した事業者からの要請に応じてフォローアップを実施しているにとどまり、結果としてフォローアップが行われない事業者も一部に見受けられる。

【課題】

今後は、経営指導員を中心にフォローアップの頻度や方法をルール化し、事業計画策定後の継続的な支援に注力することが必要である。あわせて、フォローアップを通じて小規模事業者に計画経営の定着を図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、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。

(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
フォローアップ対象事業者数	18者	15者	15者	15者	15者	15者
頻度 (延回数)	四半期毎 (60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	5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回とする。ただし、計画の進捗が遅れている場合は、これ以外にフォローアップを実施する。

(4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ
目的	事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、事業計画を策定したすべての事業者を対象に、計画策定後3回(3ヵ月後、6ヵ月後、1年後)のフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事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。</p> <p>フォローアップでは、事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。</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】

小規模事業者が持続的な経営を行うためには、新たな需要の開拓が不可欠である。しかしながら、多くの小規模事業者は少人数で事業を運営しており、単独での販路開拓や取組には限界があるのが実情である。

【課題】

小規模事業者の多くは、費用負担や人材確保といった面で課題を抱えており、自社単独での展示商談会への出展や継続的な販路開拓は困難である。現時点でも展示商談会への出展支援は実施しているものの、支援内容は出展の案内や手続きにとどまっており、出展後の商談支援や販路拡大に向けたフォローアップなど、より踏み込んだ支援の充実が求められている。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者が売上拡大させることをひとつの目標としている。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。

- ・当地域では、南桜井駅周辺に立地していた大手精密機器メーカーが他地域へ移転したことにより、工業基盤が急速に弱体化した過去がある。下請け企業の多くは主要な取引先を失い、業績が悪化、廃業や事業縮小を余儀なくされた。そのようななかでも、意欲的に売上拡大を目指し、新たな取引先を模索している事業者が存在する。そこで、展示会・商談会への出展支援を行い、新規取引先の開拓を後押しする。
- ・当会管内では、大規模マンションの建設や新興住宅地の整備が進められており、今後の人口流入が見込まれている。このような新たな住民に対して、地域の小規模店舗の存在を知ってもらうことが課題となっている。そこで、管内の小規模店舗を紹介する販促マップを広く配布し、認知度向上のきっかけを創出することで、新たな顧客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。

なお経営分析・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 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・商談会の出展支援 出展事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
②販促マップの制作・配布 支援事業者数	50者	40者	40者	40者	40者	40者
売上額/者	1万円	1万円	1万円	1万円	1万円	1万円

(4) 事業内容

①展示会・商談会への出展支援 (BtoB)

事業名	展示会・商談会への出展支援
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・商談会を想定している。なお、これ以外にも有効な展示会・商談会がある場合は、出展支援を実施する。支援にあたっては、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。 ア 彩の国ビジネスアリーナ 支援対象：製造業 訴求相手：埼玉県全域の事業者 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・

	<p>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644企業・団体、来場者数15,423人であった。</p> <p>イ 埼玉県東部地域ビジネスマッチング 支援対象：製造業 訴求相手：東部地域の製造業</p> <p>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。</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販促マップの制作・配布（BtoC）

事業名	販促マップの制作・配布
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	主に店舗を営む小規模事業者40者/年 ※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	地元消費者
支援内容	年2～3回、管内の小規模事業者を紹介する販促マップを制作・配布する。
支援の手法	<p>経営分析、事業計画策定、需要動向調査などの支援を通じて、販促マップに掲載する事業者を掘り起こす。その後、経営指導員（またはその他の職員）が編集者となり、編集会社等と連携しながら紙面の制作を行う。制作にあたっては、経営分析等を通じて把握した事業者の「強み」を前面に打ち出した構成とする。その後、新聞折込などにて広く管内消費者に配布する。</p> <p>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がること（リピート化）が重要である。そこで、希望する事業者には、経営指導員による個社支援や専門家の派遣を通じて、来店客のリピート化につながる取組を支援する。</p>

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、当会や春日部市だけでなく、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> <ul style="list-style-type: none">(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。 <p>【DO】（事業の実行）</p> <ul style="list-style-type: none">(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、Keytas等）に適時入力する。 <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <ul style="list-style-type: none">(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。(f) 週1回の朝礼にて、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。(g) 年1回（6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>※「協議会」の実施の流れ</p> <ul style="list-style-type: none">i 春日部市商工振興課長（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「協議会」を年1回（6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。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/syowa/）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>【ACTION】（事業の見直し）</p> <ul style="list-style-type: none">(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。

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、経営指導員等の資質向上については、埼玉県商工会連合会が開催する「課題別職員研修」に全職員が参加し知識の習得に努めている。また、中小企業大学校で行われる「基礎研修」には経営指導員が参加することで、知識やノウハウの習得に努めている。

【課題】

経営指導員のみならず他の職員も含めた組織全体の支援力向上を図るため、組織全体の資質向上を実現し、より効果の高いレベルの支援を行える体制をつくる必要がある。

(2) 事業内容

① 経営指導員（法定経営指導員含む）のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	すべての職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得することを目指す。
不足能力の特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・ 小規模事業者の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	<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 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する場合もある） 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>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 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、デジタルツールに関する展示会や体験会に参加する。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 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 週1回の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</p>

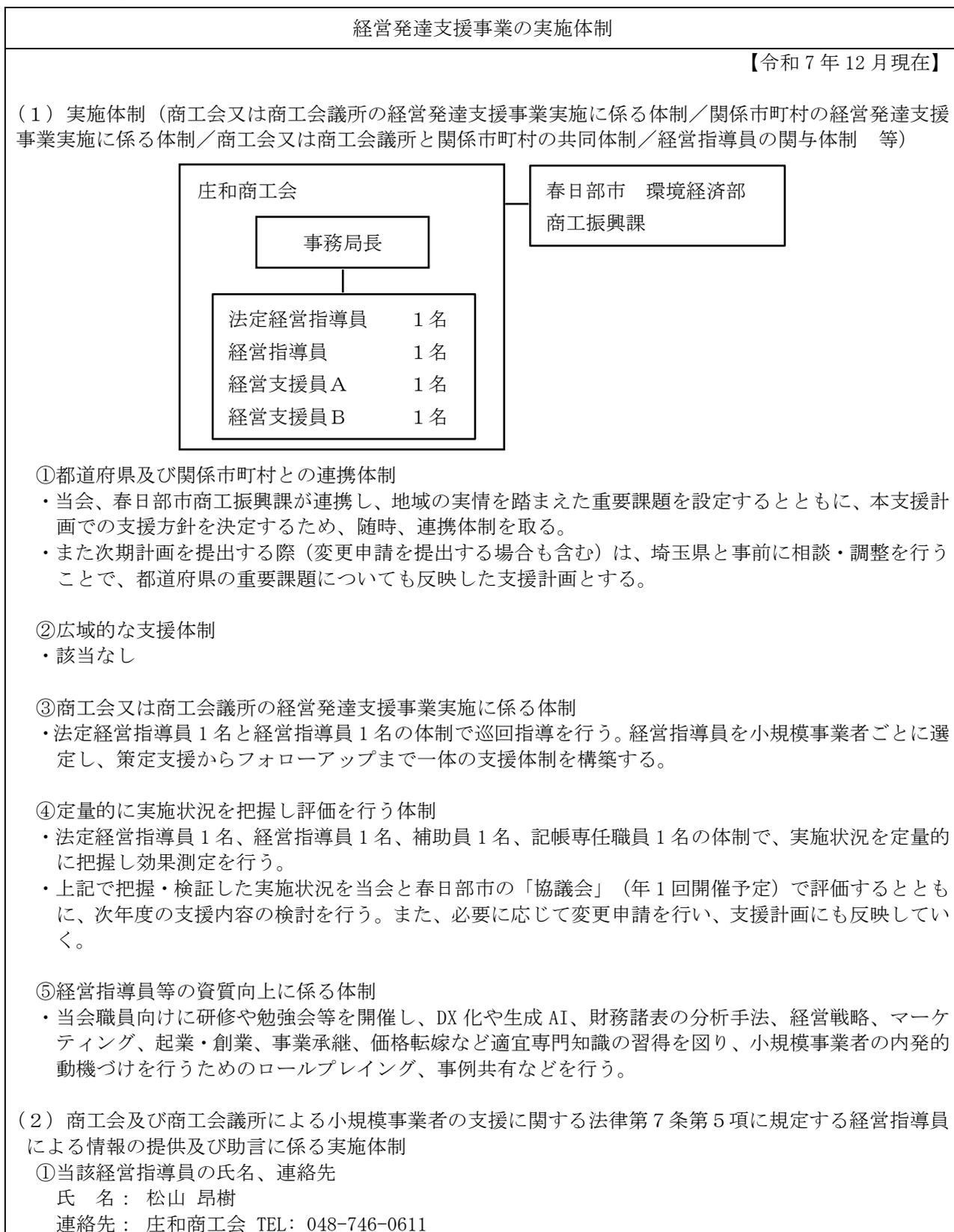
へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法やデジタル活用の方法、具体的なデジタルツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援事業の進捗管理を実施する。

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（松山 昂樹）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庄和商工会

〒344-0112

埼玉県春日部市西金野井 260-7

TEL: 048-746-0611

FAX: 048-746-2515

E-mail: syowa@bc.wakwak.com

②春日部市 環境経済部 商工振興課

〒344-8577

埼玉県春日部市中央 7-2-1

TEL: 048-797-8029

FAX: 048-737-3683

E-mail: shokou@city.kasukabe.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	310	310	310	310	310
専門家派遣事業	100	100	100	100	100
専門家旅費	10	10	10	10	10
展示会出展支援事業	100	100	100	100	100
事業計画策定支援	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、手数料収入、国補助金、埼玉県補助金、春日部市補助金等

(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