

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>川口商工会議所 (法人番号 5030005012132) 川口市 (地方公共団体コード 112038)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和7年4月1日～令和11年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 消費者ニーズや社会環境の変化に対応するため、定量/定性両面からの経営分析を行う。それに基づき、DXをはじめとする事業者の意識改革を後押しする施策の推進を図る。4年間の事業期間内において、920件の経営分析を行う。 ② 「経営力再構築伴走支援モデル」の実践を通じ、小規模事業者の自立的な経営力強化を目指す。「チーム・かわBiz」の支援体制を活用し、4年間の事業期間内において520者の事業計画策定を目指す。なお、小規模事業者数減少対策の一環として創業支援における創業計画の策定も含む。 ③ 新規需要の開拓、地域の賑わいづくりを目指した製品・商品・サービスの開発、ブランド化、販売力の強化を図る。4年間の事業期間内において、40者の展示会等出展支援と24者のIT活用支援を行う。
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ① RESASを活用した地域の経済動向分析 ② 景気動向分析 4. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ① 展示会等におけるヒアリング調査 5. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ① 補助金等に関するセミナーの実施 ② 個別相談における経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ① 事業計画策定セミナーの開催 ② 創業塾の開催 ③ DXセミナーの開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ① 事業計画策定後のフォローアップ ①-1 県内高校教諭と事業者の意見交換会の開催 ①-2 求人情報の発信支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> 8-1 製造業者を対象とした販路開拓支援 (BtoB) <ul style="list-style-type: none"> ① 展示会等への出展 ② 受発注商談会への参加及びビジネス交流会の開催 ③ IT活用支援 ④ (仮)ものづくり支援プラットフォームの設置 8-2 商業者を対象とした販路開拓支援 (BtoC) <ul style="list-style-type: none"> ① 地域イベントへの出店支援とチャレンジショップの活用 ② 川口 i-mise 大賞の実施 8-3 全小規模事業者を対象とした販路開拓支援 <ul style="list-style-type: none"> ① 当所オウンドメディアやSNSを活用した販促支援 ② 地元特産品やサービスの広域販売に向けた支援
<p>連絡先</p>	<p>川口商工会議所 経営支援課 〒332-8522 埼玉県川口市本町4丁目1番8号 川口センタービル8階 TEL: 048-228-2220 E-mail: kcci@kawaguchicci.or.jp 川口市 産業労働政策課 〒332-8601 埼玉県川口市青木2丁目1番1号 TEL: 048-259-9025 E-mail: 100.01000@city.kawaguchi.saitama.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地域の現状

ア 川口市の概況

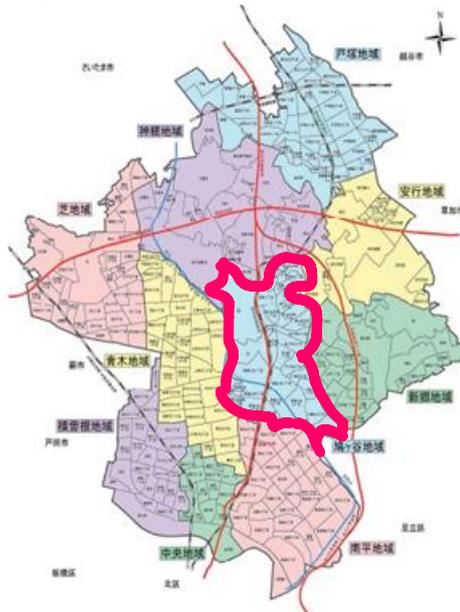
川口市（以下、当市）は、埼玉県の南東部に位置し、荒川を隔てて東京都の北区及び足立区に隣接している。面積は 61.95 km²で、市域の大部分が都心から 10～20km 圏内に含まれる。

鉄道は 3 路線（JR 京浜東北線、JR 武蔵野線、SR 埼玉高速鉄道線）が通っており、交通の利便性が非常に高いため人口の増加と東京のベッドタウン化が進んでいる。とりわけ、①インフラ整備など住環境、②交通の利便性、③教育・文化環境、④家賃相場などからみたコストパフォーマンス、⑤将来の街の発展性を基準に 2020 年から 2 年連続で“本当に住みやすい街”ランキング（住宅ローン大手の SBI アルヒ株式会社調べ）で全国 1 位を取るなど、若いファミリー層の人口増を裏付けている。地域的には、商業地区と工業地区とが混在しており、外国人の居住割合が高いことも特徴として挙げられる。

幹線道路では国道 122 号線、東北自動車道や東京外環自動車道が東西南北を縦・横断し、首都高のインターチェンジもあるなど、物流面に関する利便性も非常に高い。

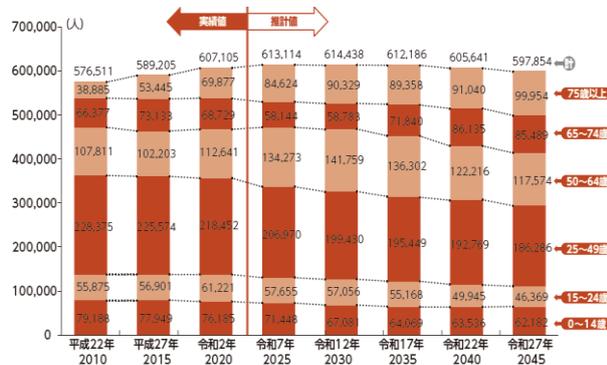
当市は、平成 23 年 10 月に鳩ヶ谷市との合併で人口約 58 万人(当時)となり、平成 29 年 12 月には人口 60 万人に達し、翌年平成 30 年 4 月に中核市に移行した。

川口商工会議所（以下、当所）は、令和 6 年 4 月 1 日旧鳩ヶ谷市エリア（右図太赤線内）を管轄していた鳩ヶ谷商工会との組織統合を果たし、これを機に市内唯一の地域総合経済団体となった。



イ 人口

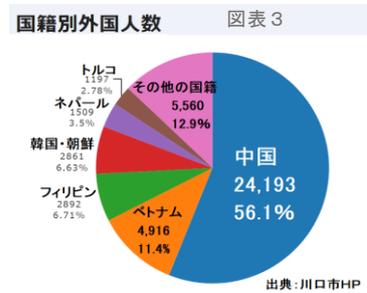
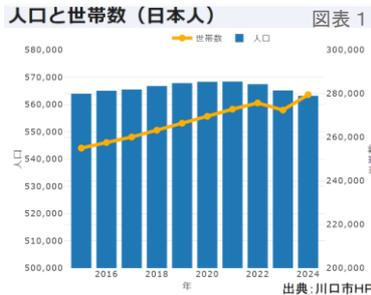
現在、当市の人口は 608,023 人である（令和 6 年 8 月 1 日現在）が、令和 12 年(2030 年)の 614,438 人をピークに緩やかに減少に転じ、令和 27 年(2045 年)には 60 万人を割り込むものと推計されている（右図参照）。約 10 年後の令和 17 年(2035 年)における人口総数は現在から 4,163 人の増加であるが、総人口に占める生産年齢人口（15 歳以上～65 歳未満）は令和 7 年(2025 年)の約 40 万人をピークとして、令和 17 年(2035 年)には約 39 万人(1 万人減)、



出典：川口市第 5 次総合計画

令和 27 年(2045 年)には約 35 万人(5 万人減)と、大きく後退局面に転じることが見込まれる。

また、当市の外国人人口は令和 6 年 8 月現在で 46,208 人と市人口の約 7.6%を占めており、日本人の伸び率よりも高い(図表 1、2、3)。居住者の数は埼玉県内で最も多く、全国でも 10 番目(法務省「在留外国人統計」)となっている。



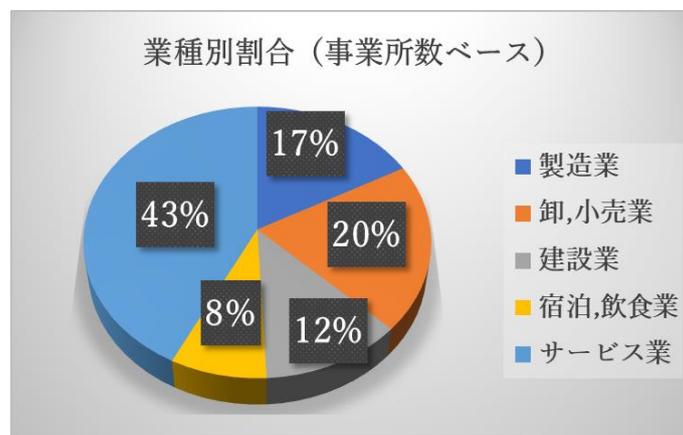
ウ 産業

産業は、第 1 次産業のウエイトが極めて低く、第 3 次産業が多数を占める都市型構造であるが、第 2 次産業の比率(26.8%)が他市と比較して高く(製造業のみでは 18.2%)、工業都市の性格を持っている。

この要因として、当市を代表する地場産業の鋳物工業の存在が大きくあげられる。川口鋳物の起源は室町とも、鎌倉時代とも言われるが、古く江戸時代には隣接する大消費都市・東京(江戸)の需要に応える「鍋・釜」などの家庭用品の生産が盛んに行われた。明治時代に入り機械鋳物、大型鋳物へと転換がなされる中で飛躍的な成長を遂げ、関連する機械工業、木型工業などとともに基幹産業となって市勢の発展に貢献した。川口を舞台とした映画「キューポラのある街」が放映された昭和 37 年当時、鋳物工場の売上は川口市一般会計の 8.5 倍、従業員数は市内人口の 8.7%相当規模であった。鋳物や機械等のものづくりから始まる元気の連鎖は、商業・流通・サービス業など多種多様な産業集積をもたらし、東京を囲む一大産業圏の中核を成す都市へと成長させた。

近年は、操業環境の悪化や国内外の競争の激化、後継者難などの影響により、製造業の減少が続いているが、“ものづくり”は経済活動のみならず、まちづくりや市民生活に深く根付いており、当市のかげがえのない資源と言える。

一方、地域経済分析システム「RESAS」によると、人口の拡大などを背景に医療、福祉、不動産、物品賃貸、生活関連サービス、教育、学習支援などの生活関連産業も成長しており、中でも近年では平成 28 年から令和 3 年までの 5 年間で情報通信業が 29.1%増、教育・学習支援業が 12.0%増(いずれも事業所数ベース)と引き続き大きな増加がみられる。第 3 次産業が、生産額・付加価値額の約 6 割を占めるほどに存在感を増している。



出典: RESAS 令和 3 年統計

エ 地域資源

当市は前掲の鋳物産業以外にも、安行地区は江戸時代から庭木を育てる職人が多く江戸から移り住み、職人の技が磨かれてきた日本有数の植木のまちとして知られている。

また、将軍が日光社参される「日光御成道」には“川口宿”、“鳩ヶ谷宿”と2ヶ所の将軍の休憩場所があった。特に鳩ヶ谷地区の中心地は現在も“鳩ヶ谷宿”の面影を色濃く残し、江戸時代から続く店舗や歴史ある建物、寺院など数多くあり、地域の貴重な資源となっている。

歴史文化の背景とは別に、川口オートレース場、SKIPシティ（インキュベートオフィスの併設）、グリーンセンター、川口緑化センター、イイナパーク川口（赤山歴史自然公園/ハイウェイオアシスの併設）などの施設もあり、SKIPシティ国際Dシネマ映画祭、川口市市産品フェアを始めとするイベントも開催されている。

さらに、西川口駅周辺では近年、“ガチ中華”と言われる本場の中国系飲食店が50軒以上ひしめき合うなど、他に類を見ない状況となっている。

オ 川口市総合計画

現在、川口市により、まちづくりの基本的な方向性を示す「川口市総合計画」の第5次総合計画（2016～2025年）が策定されており、基本構想である6つの「めざす姿」が示されている。産業分野に関しては、そのうちの「めざす姿Ⅲ」に掲げられており、「産業や歴史を大切にした“地域の魅力と誇りを育むまち”」を標榜している。

それを受け、重要性の高い課題と施策を示した同計画の後期基本計画（2021～2025年）では、「1. 地域経済基盤づくり」、「2. 活力ある工業等の振興」、「3. 活気ある商業の振興」、「4. 魅力ある農業の振興」、「5. 地域資源の活用」の5つが重点施策として挙げられている。

そして、上記5つの重点施策を推進するべく、具体的な実施事業が下表の通り令和6年度版実施計画（令和6～8年度）として策定されている。

※第5次川口市総合計画における令和6年度版実施計画（令和6～8年度）

将来都市像	人としごとが輝くしなやかでたくましい都市 川口	
め ざ す 姿 Ⅲ	産業や歴史を大切にした“地域の魅力と誇りを育むまち”	
	1 地域経済基盤づくり	①企業経営の強化支援 ②就労環境の向上 ③企業間連携の支援 ④担い手の育成と技術の振興
	2 活力ある工業等の振興	①ものづくり産業のさらなる振興 ②企業立地及び業務拡張等の支援
	3 活気ある商業の振興	①にぎわいある商業活動の振興
	4 魅力ある農業の振興	①都市農業の振興 ②都市農地の保全
	5 地域資源の活用	①地域資源を活用したシティプロモーションの実施 ②歴史的資源の保護と活用 ③SKIPシティを活用した地域の活性化

(参考)「川口市総合計画」の構成について

基本構想 (平成28年度から令和7年度までの10年間)

まちづくりの基本理念と計画策定後10年間で達成をめざす将来の姿を示したものです。

基本計画 (前期・後期各5年間)

基本構想の将来の姿を実現するために、特に重要性の高い課題と施策、そして、施策ごとに目標を示したものです。前期基本計画は令和2年度までの5年間とし、本市をとりまく社会経済情勢の変化に対応するため、令和3年度に後期基本計画を策定しました。

実施計画

基本計画を推進する手段のうち、財政計画との裏付けを図りながら有効かつ効率的と考えられる事業を定めて示したものです。実施計画は、毎年見直しを図り、3年先を見据えながら策定していきます。



※基本構想や基本計画をまたぐ年度の実施計画は、実施計画1年目に該当する基本計画に則り策定します

出典：川口市役所HP

②地域の課題

下表で示したとおり、コロナ禍前の平成29年との比較では、商工業者数自体の減少傾向が見取れ、小規模事業者数も同程度の減少となっている。この減少トレンド自体は、少なくとも20年ほど前から継続しており、商工業者の減少には歯止めがかかっていない状況である。

商工業者減少の要因として、倒産や後継者不在による廃業が挙げられ、人手不足やIT化の遅れなどによる生産性の伸び悩み、新規取引先の開拓等の課題を抱えていることが考えられる。

また最近では、新型コロナウイルス感染症の余波によるサプライチェーンの混乱やウクライナ侵攻、世界的なインフレ、急激な円安の影響、原油・原材料価格の高騰が続くなかで一部商品への価格転嫁が進んでいない等、様々な要因が重なっており今後の動向について注視していく必要がある。

- コロナ禍前の平成29年との比較では、商工業者数は約6%の減少
- 小規模事業者数についても同程度の減少幅となっている

商工業者数			小規模事業者数		
平成29年	令和3年	増減 (比率)	平成29年	令和3年	増減 (比率)
18,656	17,458	▲1,198 (▲6.4%)	14,682	13,708	▲974 (▲6.6%)

※埼玉県小規模事業経営支援事業において埼玉県から示された事業者数

以上のことから、課題として次の2点が挙げられる。

ア. 円安や仕入価格の上昇等によるコスト増と不十分な価格転嫁、消費動向の変化

製造業や建設業を中心に原材料価格の高騰は事業者の利益を圧迫している。商工会議所 LOBO 調査にもある通り、約4社に1社が取引先と十分な価格交渉が行えていないほか、サービス業や商業分野においても原油価格上昇に伴う公共料金の負担増や消費者の節約志向により利益を圧迫している。先にも述べた通り、当地域は同規模の他市と比較して第2次産業の割合が高いため、原材料の高騰や価格転嫁不足は特に影響度の高い問題である。



◀ 令和6年8月

LOBO 調査結果 ▶



今後は、このような不確実な経済社会情勢において、需要の減少や顧客ニーズの変化にどう対応するかが課題となる。顧客ターゲットの見直しや顧客ニーズに合わせたビジネスモデルの転換などにより、新たな需要の開拓や生産性向上への支援が必要である。

イ.事業所数の減少、後継者不足による技術力の停滞

管内事業者の経営者の高齢化が進んでおり、後継者や引継ぎ先が決まらず、上記経済社会情勢の影響を受け、やむなく廃業を選択せざるを得ないことによる事業所数の減少、さらに後継者不足による技術力の停滞が懸念される。そのため、円滑な事業承継（M&A含む）が課題である。

また、事業所数の減少に歯止めをかけるため、創業支援（創業5年未満のスタートアップ企業含む）を充実させ、活力ある企業として定着させていくことが必要である。当市では近年創業者が増加傾向にあるが、当所及び川口市等と連携して実施している「特定創業支援等事業」や、川口市が立ち上げた川口市で活躍したい・起業したい女性と市内女性起業家を繋げるプロジェクト「AF E K T（アフェクト）」等、創業間もない事業所に寄り添う支援体制の整備と、創業期だけに止まらず、持続可能な経営体制を築くための継続支援の仕組みの構築が課題である。

なお、主な支援分野別、産業別の課題を俯瞰すると以下のとおりであり、これらを念頭に置きながら経営発達支援事業を推進する。

[主な支援分野別の課題]

支援分野	ア. 地域の小規模事業者、イ. 当所（自治体含む）の課題
創業	ア. 適正な商圈等の分析、事業計画の策定難、資金の調達 イ. 都市間競争の激化、広報の不足、ワンストップ相談機能の強化
事業承継	ア. 後継者の不在、後継者の育成、意識の不足（計画・準備の遅れ） イ. 事業者の掘り起し、多様な承継への適切な対応、他の支援機関との役割分担
販路開拓	ア. 市場やユーザーニーズの把握、ブランド力・PR力・営業力の不足 イ. 展示会等での成果拡大、バイヤー・支援機関との連携、価格転嫁対策
生産性向上	ア. 補助金等の活用促進、企業内人材の不足（情報・ノウハウ含む）、資金調達 イ. 費用対効果の可視化、補助金等の採択率アップ、フォローアップの実施
労働・雇用	ア. 人材の確保難、賃金（給与水準）の引上げ、人材の育成 イ. 多様な人材活用の促進、他の支援機関との連携
D X 推進	ア. 意識の醸成、精通人材の育成・確保難、導入コスト負担、支援施策の活用不足 イ. DX 推進の好事例の紹介、他の支援機関・団体・ベンダーとの連携

[産業別の課題]

産業分類	ア. 地域の小規模事業者、イ. 当所（自治体含む）の課題
2次産業 (特に製造業)	ア. 生産性の向上、人手不足への対応、事業承継（承継事業の創出含む） イ. 情報技術の効果的導入、新たな雇用対策の展開、デザイン等の付加価値向上支援
3次産業 (特に小売業)	ア. 強みの確立や魅力の発信、店主の高齢化・後継者難、店舗や設備の老朽化 イ. 個店の競争力強化、地域の賑わいづくり、次世代まちづくり人材の育成

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

管内小規模事業者の「自走」を促す支援の一層強化、さらに、基礎体力の高い“小さくとも強い事業者”をより多く育成することで小規模事業者の振興を図る（「経営力再構築伴走支援モデル」の実践を目指す）。

また、不確実性に加えて、商工業者の減少や生産年齢人口の減少に伴う労働力不足が深刻化するなか、長期的な小規模事業者の振興において、減少する労働人口を補う「労働・雇用対策」及び小規模事業者数の減少に歯止めをかける「事業再構築支援」「事業承継支援」「創業支援」、さらには競争力を高める「生産性向上支援」「販路開拓支援」「新事業展開支援」等に今まで以上に注力することが必要である。

② 川口市計画との連動・整合性

本経営発達支援計画（以下、「本計画」）は、川口市が定める「第5次川口市総合計画」と連動させる。具体的には、「①地域の現状」でも述べた、第5次川口市総合計画における「令和6年度版実施計画」に記載された事業を意識して実施するが、本計画の性質上、とりわけ1.から3.の項目との整合性を重視して実施する。

（再掲）第5次川口市総合計画における令和6年度版実施計画（令和6～8年度）

将来都市像	人としごとが輝くしなやかでたくましい都市 川口	
めざす姿Ⅲ	産業や歴史を大切にした“地域の魅力と誇りを育むまち”	
	1 地域経済基盤づくり	①企業経営の強化支援 ②就労環境の向上 ③企業間連携の支援 ④担い手の育成と技術の振興
	2 活力ある工業等の振興	①ものづくり産業のさらなる振興 ②企業立地及び業務拡張等の支援
	3 活気ある商業の振興	①にぎわいある商業活動の振興
	4 魅力ある農業の振興	①都市農業の振興 ②都市農地の保全
	5 地域資源の活用	①地域資源を活用したシティプロモーションの実施 ②歴史的資源の保護と活用 ③SKIPシティを活用した地域の活性化

③ 川口商工会議所としての役割

小規模事業者が持つ資源、ノウハウ、経営状況を分析し、自らの強みや機会を活かして需要の創造や掘り起こしができるよう事業計画の策定から実行までを支援する。さらに、小規模事業者と目線を合わせて「対話と傾聴 ⇒効果的な提案」から「腹落ち ⇒潜在力の引き出し、能動的な行動」を経て、個別に設定したゴールに向けて自走できるよう伴走支援を行うこと、並びに伴走する職員においても研修等を通じてスキルの向上と研鑽に努めることが求められている。

また、令和6年4月に旧鳩ヶ谷商工会との組織統合を果たし市内唯一の総合経済団体となったことで、同一市内で地域差のない支援サービスを提供できるようになった。これを受け、ワンストップサービス体制である「チーム・かわビズ」を活用し、土業専門団体や金融機関、支援機関と連携を図り、企業の成長段階や必要に応じいつでも相談できる“かかりつけ医”としての役割を担う「川口版伴走型支援モデル」を継続して実施していく。

「チーム・かわビズ(川口地域企業支援プラットフォーム)」の支援スキーム

【0回目 事前ヒアリング】

企業支援コーディネーター及び経営指導員等がヒアリングを実施、事業者の現状や決算状況等の整理・分析を行い本質的な経営課題の抽出を行うとともに、必要に応じて専門家派遣による相談(短期支援もしくは長期支援)へつなげる。

【1～5回目 元気アシストプログラム(短期支援)】

企業支援コーディネーター及び当所職員が中心となり、本質的な経営課題及び個別の経営課題解決に向けて事業者の実態に即した専門家を派遣し支援を行うとともに、事業者の強みや弱み(内部環境)、市場動向や競合他社(外部環境)、等を整理・分析し「診断報告書」を作成する。

そして、「診断報告書」をもとに今後の具体的なアクションプラン(行動計画)の作成及び実行支援を行う。また必要に応じて、経営課題解決に役立つ埼玉県の施策や国の補助金等の提案も行う。

例 ●経営革新計画の作成支援 ●ホームページを充実させたい ●設備導入にあたり補助金を活用したい
●新たな販売・集客ツールを考えている ●生産性向上を図りたい ●資金調達や資金計画の相談 など

【専門相談(短期支援)】

必要に応じ、連携する土業専門団体からの専門家派遣や登録専門家による経営課題の解決を行う。

例 ●デザインやチラシ作成を相談したい
●特許・商標について相談したい
●税金・労務・法律・各種届出
●IT導入 など

【6～10回目 超・元気アシストプログラム(長期支援)】

中長期的な視野での経営課題の解決やさらなる成長に向け、「事業計画書」を策定。3～5年後の事業者のビジョンを明確にし、優先して取り組むべき項目を整理し数値計画・実行スケジュールに盛り込む。

「事業計画書」の実行スケジュールに従って、専門家や本商工会議所経営指導員・金融機関職員等が事業計画のスタートアップ支援とともに、生産性向上(デジタル化等)や販路開拓(マッチング、新商品開発等)、財務体質改善等の重点支援分野に関する実行支援を実施する。

例 ●新たな事業展開を考えており、人員強化・生産性向上を図りたい ●事業承継に必要な知識・アドバイスがほしい
●売上が低迷し今後の見通しが立たず、今のうちに事業の見直しに着手したい
●マッチング、新商品開発等の販路開拓 ●財務体質改善等の実行支援 など

(3) 経営発達支援事業の目標

前述の(1)及び(2)を踏まえ、本計画では以下の3項目を設定し、後述の経営発達支援事業を実現していく。

- ①消費者ニーズや社会環境の変化に対応するため、定量/定性両面からの経営分析を行う。それに基づき、DXをはじめとする事業者の意識改革を後押しする施策の推進を図る。4年間の事業期間内において、920件の経営分析を行う。
- ②「経営力再構築伴走支援モデル」の実践を通じ、小規模事業者の自立的な経営力強化を目指す。「チーム・かわビズ」の支援体制を活用し、4年間の事業期間内において520者の事業計画策定を目指す。なお、事業者数減少対策の一環として創業支援における創業計画の策定も含む。
- ③新規需要の開拓、地域の賑わいづくりを目指した製品・商品・サービスの開発、ブランド化、販売力の強化を図る。4年間の事業期間内において、40者の展示会等出展支援と24者のIT活用支援を行う。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

前項で掲げた目標を達成するため、以下の方針に基づき支援を実施する。

【目標①達成に向けた方針】

目標：消費者ニーズや社会環境の変化に対応するため、定量/定性両面からの経営分析を行う。それに基づき、DXをはじめとする事業者の意識改革を後押しする施策の推進を図る。4年間の事業期間内において、920件の経営分析を行う。

方針：「ローカルベンチマーク」や「経営デザインシート」といったツールを活用し、定量面/定性面いずれからも入念な分析を行う。また、事業者自身が納得した状態でその後の事業計画策定のフェーズに移行するためにも、補助金活用セミナーや専門家による個別相談等を通じて経営分析の重要性を認識させることも重要である。

【目標②達成に向けた方針】

目標：「経営力再構築伴走支援モデル」の実践を通じ、小規模事業者の自立的な経営力強化を目指す「チーム・かわBiz」の支援体制を活用し、4年間の事業期間内において520者の事業計画策定を目指す。なお、事業者数減少対策の一環として創業支援における創業計画の策定も含む。

方針：埼玉県が推進している経営革新計画の策定や補助金申請に係る事業計画の策定等をフックに管内事業者への周知だけでなく、各種セミナーの開催、個別相談での機会を積極的に活用し、計画策定支援の利用を積極的に促す。既存の計画策定事業者においても、新たな取り組みがある際や計画期間終了後に向け、次の計画策定支援をタイミングよく促す取り組みも強化していく。とりわけ、事業計画作成セミナー等を複数回開催して行くことは有効である。

また、支援を必要とする事業者や経営意欲が高く新たな取り組みを希望している事業者は勿論のこと、そうではない事業者に対しても「経営力再構築伴走支援モデル」の実践を通じて、課題設定・洗い出しの有効性と事業計画に基づく計画経営の重要性の2点を強く訴求し、事業者が自走していけるよう定期的なフォローアップも含めた伴走支援を実施する。

【目標③達成に向けた方針】

目標：新規需要の開拓、地域の賑わいづくりを目指した製品・商品・サービスの開発、ブランド化、販売力の強化を図る。4年間の事業期間内において、40者の展示会等出展支援と24者のIT活用支援を行う。

方針：販売力強化のためには、自社の製品・商品・サービスのブランディングを行い、展示会出展やECサイト参入で活路を見出すのが一般的であるが、限られた資源で経営を行う小規模事業者にはハードルが高い。

そこで、展示会出展やイベント等参加による直接的な販促機会の提供に加え、デジタル化による「業務効率化（POSレジ等）」「販路開拓（ECサイト等）」「情報発信（動画作成、SNS等）」を積極的に行い、間接的に小規模事業者の販促活動に資する支援を実施する。

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

地域の事業者の景況感や課題を把握するため、定期的な調査（クローズアップ市内景況調査）と、自然災害や感染症、国際紛争等世界的なリスクの発現など、社会情勢の変化に対する事業者の影響を把握するための緊急調査を不定期で実施している。

上記データについては、ホームページ等で公開し情報提供しているが、小規模事業者が経営分析や事業計画を策定する際には、個々の事業者のニーズに応じた情報の分析・絞り込みを支援する必要がある。また、「RESAS」等のビッグデータ活用についても対応していく必要がある。

(2) 目標

実施内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	公表方法
①RESASを活用した地域の経済動向分析公表回数	-	1回	1回	1回	1回	HP等にて 公表
②景気動向分析公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	

(3) 事業内容

①RESASを活用した地域の経済動向分析

【調査手法】RESASを活用し、全国のデータと比較した当市の特色を調査する。

日本商工会議所「地域診断サービス」を利用し分析を進める。

【調査項目】「地域経済循環図・生産分析」：地域の産業が生産する付加価値額、所得の分配状況、投資・消費への流出状況

「From-to分析・人口動態調査」：人口増減・滞在人口、事業所の推移、地域幸福度

「産業構造マップ」：事業所数、従業員数、売上額の変動推移、産業別修正特化係数等

②景気動向分析

【調査手法】管内事業者の景気動向等についての実態を把握するため、年4回の「クローズアップ市内景況調査」を実施する。FAX/WEBにより調査票を回収し、集計・分析を行う。

【調査対象】会員事業所200者から回答を採取する。

【調査項目】売上額、採算、仕入単価、販売単価、従業員、業況、資金繰り等

(4) 調査結果の活用

情報収集・調査、分析した結果は当商工会議所のホームページや広報誌等に掲載し、広く管内事業者等に周知する。

併せて、経営指導員等が「対話と傾聴」による真の課題発掘のための外部環境参考資料とするとともに、個別事業者の経営課題に対し、効果的な支援へ繋げられるよう調査と支援を行っていく。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状では個別製品に関する調査については実施しておらず、製品・サービスの調査依頼を希望する事業者の発掘までに至っていない。市内企業ものづくりブランド「i-mono・i-waza 認定製品」の販路開拓支援としては、展示会出展等における来場者アンケートが一定数有効であるものの、製造業以外では「顧客ニーズに基づく商品・サービスの開発」に結び付くような調査はできていない。

第3期計画において策定した「クラウドファンディングでの調査」および「電子商品券の発行による需要調査」については、期待された実績に結び付かなかったこと、行政と連携した商品券事業が廃止されたこと等により、今期計画では見送ることとする。

本計画では、まず需要動向調査を希望する小規模事業者と必要と判断できる製品・サービスの掘り起こしが課題となっている。

(2) 目標

項目	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
展示会等におけるヒアリング調査対象事業者数	4者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

・展示会等におけるヒアリング調査

当所が運営する「ものづくりブランド認定制度」の認定事業者の中から小規模事業者5社を対象に調査を行う。市内や県内で行われる展示会等に出展し、展示する認定製品・技術について、経営指導員等がバイヤー等にヒアリング調査を行う。実施手法として、紙媒体に限らずQRコード等を活用し、デジタル上でも行う。

調査項目に関しては、下記の項目を想定するが、調査を行う展示会等の特性等を鑑み、適宜調整することとする。

【対象者】川口 i-mono・i-waza ブランド認定事業者

【サンプル数】対象者の製品・技術ごとにバイヤー等5者

【調査手法】「彩の国ビジネスアリーナ」や「川口市市産品フェア」等、バイヤーが集う展示会において、経営指導員等が製品・技術の需要動向についてヒアリングを行う。

【調査項目】価格・品質・デザイン・他社製品との比較・重さ・大きさ・色・機能等

(4) 調査結果の活用

分析結果は、対象の事業者ごとに説明する形でフィードバックし、マーケットインの視点のもと、製品・サービスの改良、新製品開発や新市場開拓に役立てる。なお、公益性が認められる調査結果については、当所のオウンドメディア等を通じて広く公表することとする。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

融資申し込みや補助金申請、経営革新計画の策定において、現状分析を要する事業者に対し、経営指導員等や元気アシストプログラムによる専門家派遣を実施し、個別に対応している。地域の現状でも述べた通り、外国出身者（帰化を含む）の居住割合が高いため、外国出身者の相談需要も一定数ある。

定量分析においては小規模事業者自身の財務会計だけでなく管理会計への理解が伴わず、表面的な理解に止まる場合がある。また、事業計画策定の第一の目的が補助金獲得である場合、事業者自身が継続した支援を望まないケースもある。

伴走支援のはじめの一歩である事業者へのヒアリング・分析においては、「対話と傾聴」による事業者個々の状況に合った対応が求められることは言うまでもない。そこで、当所では先述した「チーム・かわビズ」という、川口商工会議所、地域金融機関及び地域士業団体の3者で構成する企業支援プラットフォームを構築している。「チーム・かわビズ」を通し、課題を抱える小規模事業者に寄り添い、本質的な課題解決を図るべく、3者一体となって支援を行うことを目的としており、経営発達に資する伴走支援を行う上で非常に有効である。具体的には、企業支援コーディネーター（注1）のコーディネートのもと、小規模事業者の現状に適した専門家を選定し経営状況の把握を行うことで、よりの確な経営状況の分析を行える体制となっている。

（注1） 当所に常駐する企業支援コーディネーター（外部から招聘している診断士等の専門知識を有する者、令和6年10月現在で5人が在席している）

(2) 目標

支援内容	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
①補助金等に関するセミナーの実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②個別相談における経営分析事業者数	-	230 者	230 者	230 者	230 者

(3) 事業内容

①補助金等に関するセミナーの実施

事業者にとって補助金の活用は関心の高い項目ではあるが、他方で高いハードルを感じる事業者も多い。なぜなら、補助金申請にかかる事業計画の策定はもとより、その出発点である、自社の経営状況の分析を十分に行えている事業者は決して多くはないからである。

そこで、当所ではそういった事業者を対象に補助金等に関するセミナーを開催し、当該セミナー内において、自社における現状把握のための定量・定性分析の習得も併せて支援する。

なお、セミナーのコンテンツに関しては補助金のみに限定せず、経営革新計画やマル経融資等も検討対象とし、幅広い事業者へ意識づけが可能なものとする。

セミナーの募集にあたっては、当所 HP や SNS 等のデジタルツールのほか、会報誌やチラシ・ポスター等の非デジタル媒体も柔軟に活用する。

②個別相談における経営分析

基本的には、①で記載したセミナー終了後、経営指導員等が個々の事業者に対し、経営分析を支援する。分析にあたっては必要に応じ、「元気アシストプログラム」による専門家等の派遣を行い、適宜適切な支援を行う。

上記以外にも、個別の窓口相談や個々の事業者からの要望があれば同様に支援を行う。

[経営分析の内容]

【対象者】積極的に事業計画策定、販路拡大に取り組む事業者 230 者

【分析項目】「財務分析」と「非財務分析」

《財務分析》直近の決算書からの財務分析

《非財務分析》対話を通じた SWOT 分析等

【分析手法】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」、中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」等のフレームワークや SWOT 分析を活用し、経営指導員等が分析を行う。また、市場情報評価ナビ「MieNa」を活用し、商圏情報の分析も行っていく。

(4) 分析結果の活用

分析結果を当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用するだけでなく、データベース化、内部共有を行い、経営指導員等のスキルアップにも活用する。

なお、収集・分析したデータは、事業所管理ソフトをもって更新・管理を行い、他の業者支援に活用できるよう支援ノウハウの蓄積を図る。特に、事業計画の策定に直結するようなセミナーにおいては、アンケート等を活用し個別支援の希望の有無を確認したうえで、具体的な経営分析や事業計画策定等の支援につなげていく。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

不確実な事業環境の変化により、事業計画策定の必要性や重要度が一定の高まりを見せるなか、いまだ小規模事業者においては、事業計画策定の重要性への理解不足、策定への抵抗感、補助金等申請のための事業計画策定のみにとまり、計画実行につながっていない点も一部見受けられる。

当所では毎年、各種補助金申請における窓口相談会の実施をはじめ、次世代経営者に求められる実践的な経営力の育成と新たなネットワークづくりを目的とした「川口経営塾」等を開催し事業計画策

定支援を行っている。なかでも、経営革新計画の策定においては全職員を対象に毎年1人1件以上の策定支援目標を課しており、中小企業診断士を中心とした専門家の派遣を行い、専門家と当所職員が連携しつつ計画策定の支援を行っている。

加えて、事業計画策定の重要性は既存事業者に限った話ではない。コロナ禍以降、働き方改革や生活様式の変化が進行した結果、新しく事業を興したいというニーズは高まりを見せている。当所でも近年、創業に関する相談件数は増加傾向にあり、市内の関係機関と連携しながら、創業希望者への事業計画策定支援も行っているところである。

他方、そもそも事業者は「売上・利益を拡大したい」という直接的な目的があつて相談に来られることがほとんどであり、初めから「事業計画を策定したい」と考える事業者は少ないため、いかに事業者自身に事業計画の重要性を理解してもらい、策定に向けて能動的に行動してもらえるか、が最大の課題と言える。

さらに、管内の特殊性として、外国出身者（帰化を含む）への支援の難しさがある。事業者との「対話と傾聴」を深く推し進めなければ、実現可能性の高い事業計画策定に結びつかないことは明白であるが、近年増加している外国出身者（帰化を含む）に対する事業計画策定の際には言語やニュアンス・文化的な障壁もあり、独特な支援の難しさがある。

(2) 目標

支援内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
①事業計画作成セミナー開催	2回	2回	2回	2回	2回
②創業塾の開催	-	4回	4回	3回	3回
③DXセミナー開催	5回	5回	5回	5回	5回
事業計画策定事業者数	-	130者	130者	130者	130者

(3) 支援に対する考え方

小規模事業者との綿密な「対話と傾聴」による課題設定を行い、課題解決に至る中期経営計画の策定を進めていく。中でも重視することは、一時的な課題解決による「売上・利益の確保」ではなく、中長期的に「売上・利益を拡大」し、「稼ぐ力」を養うための課題設定を行っていくことである。事業者が納得したうえで自走していけるよう真の課題を十分に精査し、計画策定を行う。事業者に対しDXやGXによる経営の武装化や思い切った事業再構築への人的投資の促進等による自己変革への挑戦を支援することで、選択肢を十分に提供し、不確実な事業変化に対しても経営力を発揮できる計画策定を行うための支援を進める。

併せて、これから創業（事業承継等による第二創業も含む）を考えている方に対しても、創業前から事業計画策定の重要性を理解してもらうために、各種セミナー等を通じて創業前の段階における支援を充実させていく。

特に、各種補助金に関しては事業者の関心が高い事項であることから、補助金申請を契機とした事業計画策定支援を積極的に提案していく。

また、個別支援による事業計画策定では経営指導員等が専門家と連携しながら支援していく。専門家の活用にあたっては、「チーム・かわビズ（川口地域企業支援プラットフォーム）」における「元気アシストプログラム」のスキームを優先的に活用する。経営指導員等は小規模事業者に対して、信頼感を高められるよう努め、同時に専門家から支援スキルを学ぶ。

(4) 事業内容

事業計画を策定する小規模事業者の具体的な掘り起こし策として、下記セミナー等を開催する。なお、個社支援やセミナー講師においては、「元気アシストプログラム」による専門家派遣を活用する。セミナーの募集にあたっては、当所HPやSNS等のデジタルツールのほか、会報誌やチラシ・ポスター等の非デジタル媒体も柔軟に活用する。

①事業計画策定セミナーの開催

多くの事業者にとって、事業計画を策定することは簡単なことではないと思われる。そこで、前項5にて記載したセミナー参加者および個別相談における経営分析事業者の希望者を念頭におき、事業

計画の策定に不慣れな方や意欲のある方を対象に事業計画策定を目的としたセミナーを開催し、現状分析、優位性のある経営資源や強みを活かした計画の策定を支援する。

②創業塾の開催

創業期において、確かな事業計画を策定することは事業を軌道に乗せるうえで極めて重要なことである。そこで、これから創業される方（事業承継等による第二創業も含む）や創業間もない方を対象に創業塾を開催し、経営知識や創業計画策定スキルの習得を支援する。これにより、創業期から成長期への安定的な経営の実現と長期的な伴走支援に繋げていく。

③DXセミナーの開催

コロナ禍を経てビジネス環境が劇的に変化するなか、基礎的な IT スキルの習得はもちろんのこと、生産性の向上や販路拡大のためには事業者自身が継続的に IT スキルを向上させていくことが求められる。そこで、事業者の IT レベルに合わせて、PC のスキルアップやDXによる生産性や収益力を高める知識・ノウハウを学ぶためのセミナーを開催する。

【支援の一例】

- ・ PC の基幹アプリの知識が乏しい事業者向け：Microsoft Word、Excel、PowerPoint セミナー
 - ・ DXにより生産性向上を図りたい事業者向け：DXを活用した生産性向上・業務効率化セミナー
 - ・ DXにより収益力向上を図りたい事業者向け：DXを活用した営業力強化・WEB マーケティング
- ※セミナー受講後、個別支援希望者に対しては経営指導員や専門家派遣による支援を行う。

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

現状では、経営革新計画策定後の実行支援であるフォローアップとアンケート調査等による確認を実施しているが、前述したとおり事業計画策定の第一の目的が補助金獲得である場合、一時的な相談になりがちであるため、継続的な支援につながりづらい現状がある。

従って事業者に対し、「計画策定支援」では計画を作るだけでなく、計画策定後の事業者への接触により売上・利益率増加が図れるよう自走化を見守り、必要に応じたアフターフォローで「実行支援」できる体制の認知と経営指導員等による事業者との関係性づくりが課題である。

また、地域の課題にも示したとおり、ほぼすべての業種において人手不足への対応が課題となっており、計画の実行にあたり、経営資源の要素である「ヒト」の確保は不可欠な支援である。

(2) 目標

支援内容	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
事業計画策定後のフォローアップ対象事業者数	-	130 者	130 者	130 者	130 者
頻度（延回数）	-	260 回	260 回	260 回	260 回
売上高・利益増加目標達成事業者数	-	10 者	10 者	10 者	10 者
県内高校教諭と事業者の意見交換会への参加事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者
求人情報の発信新規支援事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ

事業計画の実施に際し、頻度については基本的に半年に 1 回程度事業者と接触を図り、策定した計画内容と事業者の自走化度合により柔軟な支援を講ずる。フォローアップにおいては必要に応じ、「元気アシストプログラム」による専門家派遣を活用する。

支援過程や支援結果に顕著な成果が見られるものについては、事例を公表し積極的に共有していくことで事業者の意識も前向きになるだけでなく、こうした支援事例を蓄積していくことで「対話と傾聴」による経営指導員等の課題解決力を高めていきたい。

①-1 県内高校教諭と事業者の意見交換会の開催

市内企業に対する労働力、特に若年労働力（新規学校卒業者）の確保を目的として、川口市、ハローワーク川口及び市内各業種組合と連携し、県内高等学校で進路指導を担当している教諭と市内企業の意見交換会を開催し、求人活動を支援する。

①-2 求人情報の発信支援

小規模事業者においては自社のホームページを持っていない企業もあり、求人情報の発信が不十分な企業も少なくないことから、各事業者の採用情報を当所「求人情報掲載サイト」に掲載し、それぞれの特徴や雰囲気を動画で伝えられるよう掲載支援を行う。

【支援手法に対する考え方】

事業計画策定後の経営力強化には、事業者が抱える課題の変化についても随時対応する必要がある。原則として事業計画策定支援をしたすべての事業者をフォロー対象とし、事業計画策定時に担当した経営指導員等が計画の進捗と実行支援の必要性を確認する。フォローの頻度やフォロー後の支援策については、事業者の状況に応じて、経営指導員等が専門家等と連携しながら具体的な実施につなげていく。

また、経営指導員等による進捗確認の結果、計画と進捗状況に看過できないズレが生じ軌道修正が必要と判断した場合には「元気アシストプログラム」による専門家派遣等を活用し、原因の究明・計画の修正を行う。

人材採用に関しては、事業者の実施計画に合わせ、採用に必要な人数・時期を踏まえながら、適宜フォローを行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

8-1 製造業者を対象とした販路開拓支援 (BtoB)

(1) 現状と課題

長年、「川口なら何でもできる」と言われるほど多様な企業と高度な技術の集積を有する一方、下請企業的な体質やプロダクトアウト志向が強い事業者が多いため、元請の意向に従わざるを得ず、価格交渉等を十分に行うことが難しい環境がある。

従って、小規模事業者自身が積極的に販路開拓を行い経営の安定化を図っていく必要があるが、新型コロナの影響による需要動向の変化や、現在も続く円安/原材料等の高騰により、積極的な販路開拓が自社では十分に行えない小規模事業者が多く見受けられ、そういった小規模事業者への支援が求められている。

【支援に対する考え方】

基本的には、営業ノウハウに乏しい、発信力が弱い、展示会に出展できるほどの資金力を有さない等の販売力が低い小規模事業者に対し、信用力・発信力を高める展示会出展支援やデジタル媒体を活用した販路開拓支援を強化する。

販路開拓支援にあたっては、必要に応じて「元気アシストプログラム」による専門家派遣も行うことにより、実効的な支援を行っていく。

(2) 目標

	事業内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
①	展示会等への出展事業者数	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
	成約件数	2 件	3 件	3 件	3 件	3 件
②	受発注商談会及びビジネス交流会への参加事業者数	9 者	10 者	10 者	10 者	10 者

	成約件数	－	1件	1件	1件	1件
③	IT活用支援事業者数 (延べ数)	9者	6者	6者	6者	6者
	成約件数	－	1件	1件	1件	1件
④	(仮)ものづくり支援プラットフォームによる専門家支援事業者数	－	－	5者	5者	5者
	商談等の成約件数	－	－	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①展示会等への出展

小規模事業者にとって単独での展示会等への出展は資金・人員面で大きな負担であり、小規模事業者持続化補助金申請事業者の対象経費としても展示会出展費用が増加傾向にあることから、そのような小規模事業者に対しても広く販路開拓の機会を得てもらうことを目的として、次掲の川口市市産品フェアをはじめとした展示会等に出展を予定している。

経営指導員等は、出展時に製品の搬入・陳列や開催期間中の案内役として会場に張り付くことで来場者へのPRを行い、販路開拓の支援を行う。また、同時に専門家も適宜配置することによって出展時の営業サポートや出展後のフォローを行うことでより効果的な支援を図る。

川口市市産品フェア	
概要	川口市主催の市内事業者の販路拡大を目的とした展示会
開催時期(日数)	10月
来場者数	21,418 (R6年度実績)
出展社数	150企業・団体(同上)

彩の国ビジネスアリーナ	
概要	埼玉県主催の県内事業者の販路拡大を目的とした展示会
開催時期(日数)	1月第4水・木曜(2日間)
来場者数	13,749人(R5年度実績)
出展社数	602企業・団体(同上)

②受発注商談会への参加及びビジネス交流会の開催

東京商工会議所をはじめ40商工会議所が主催する「ザ・商談!し・ご・と発掘市」や当市及び当所が共催する「受発注商談会」等への参加促進、当所独自のビジネス交流会の開催において、発注企業への自社プレゼン、グループミーティング、直接の商談等によりビジネスチャンスの拡大を支援する。

併せて、当該小規模事業者に対し、受発注商談会の周知や専門家と連携し、アピールポイントの分析・PR方法の検討等を行うことで確実に受注につなげられるよう支援する。

③IT活用支援

これまで当所では、市内のブランド認定制度専用ホームページ(※URL 下記)やYouTubeチャンネルにより、市内事業者のPRを行ってきた。

映像によるPR支援は小規模事業者にとって資金面での負担もあり、映像制作支援を行うことは新たな需要を開拓するために必要である。

映像制作のみならず、デジタルツールの活用は、販路拡大を行ううえで必須であることから、事業者自身のITリテラシーを高め、事業者自身が新しい需要を開拓するための手助けを行うべく、セミ

ナー等の実施や「元気アシストプログラム」による専門家派遣等を通じて、広く IT 活用に係る支援を行っていく。

※ブランド認定制度 HP : <https://www.kawaguchicci.or.jp/brand/product/waza/index.html>

④ (仮) ものづくり支援プラットフォームの設置

当所ではものづくり企業が集積する当市の特徴を活かし、平成 21 年度からものづくりブランド認定度を設置し、ブランド価値の向上に努めている。本制度は、認定製品・技術の展示や広報により、販路拡大や品質向上を図り、当市の伝統と信頼の証として知名度が向上することを目的としている。

認定にあたっては厳しい審査基準のもとに審査が行われることから、高い技術や製品力を有しながらも他の基準項目を満たさず認定に至らないものも少なくない。これらの製品・技術をブラッシュアップすることで需要の拡大を図るため、(仮) ものづくり支援プラットフォームを設置し、専門家による製品力、技術・技能の向上支援や、企業間の交流・連携等による販路拡大等の支援を行う。

8-2 商業者を対象とした販路開拓支援 (BtoC)

(1) 現状と課題

令和元年当時は川口市内に 60 弱の商店会があったものの、令和 6 年 10 月現在商店会数は 41 にまで減少している。大型店の影響や事業承継の問題等から廃業する個店が増え、近い将来において存続が危ぶまれる商店会は少なくない。地域の賑わいやコミュニティの中核であるはずの商店会の機能再生と個店の魅力創出は喫緊の課題と言える。

小規模事業者が有する限られた資源に光をあてながら、「頑張る個店と商人づくり」、「既存の商品やサービスの付加価値づくり」、「地域の活力づくり」を推進し、その魅力を市民等に強く発信する取り組みが求められている。

(2) 目標

	事業内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
①	地域イベントへの出店支援と当所チャレンジショップの活用	-	10 者	10 者	10 者	10 者
	年商 5%以上増加事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者
②	川口 i-mise 大賞の実施を通じた支援事業者数	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
	年商 5%以上増加事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者

(3) 事業内容

①地域イベントへの出店支援とチャレンジショップの活用

令和 6 年 10 月現在、市内には 8 つの大型ショッピングモールが存在しており、市内外を問わず利用者が多い。これに加えて、令和 7 年度には三井不動産によって川口駅前の旧そごうが新たな商業施設としてリニューアルオープンを予定しており、これら集客力の高い施設と連携を図っていくことが地元の小規模事業者にとって有効である。

加えて、市内では川口花火大会や鳩ヶ谷地区の「鳩ヶ谷商工まつり」等の市民向け大小様々なイベントが行われていることから、それらのイベントへの小規模事業者の出店支援/企画開催を行い、地元での認知度向上や販路開拓に寄与していく。

また、当所鳩ヶ谷支部に設置しているチャレンジショップ「THE Byrd's STAND (バーズ スタンド)」の周知活動を含めた利用促進を図る。特に、創業期にある小規模事業者が事業計画に基づき当施設で短期間トライアル営業を行い、事業の改善につなげていく。創業期以外でも、店舗を持たない小規模事業者がイベントを開催する等、販路開拓に資する活用を提供する。

(参考) チャレンジショップ「THE Byrd's STAND」

【場所】川口市鳩ヶ谷本町 2-1-1 鳩ヶ谷支部 1 階
埼玉高速鉄道「鳩ヶ谷駅」から徒歩 10 分、「鳩ヶ谷本町 1 丁目」バス停から徒歩 1 分

【広さ】75 m²

【設備】厨房設備一式（飲食業の許認可取得済）、テーブル 3 卓、カウンター 15 席、
バリアフリートイレ、キッズスペース、プロジェクター・音響設備一式

②川口 i-mise 大賞の実施

管内で消費者に支持されている店舗を市民投票で発掘し、審査・表彰することで市内小規模事業者の売上拡大・販路拡大を図る。人に教えたくないような店舗の魅力を紹介してもらうことで、店舗ひいてはまちの魅力発見につなげるとともに、その効果による地域内経済循環の向上を目指す取組として令和 5 年度は飲食部門と小売サービス部門で計 12 店舗を表彰した。受賞店舗には HP 上での PR や受賞店舗限定で利用できるクーポンを作成する等、認知度向上につなげる支援を実施し、販路開拓に貢献する。

また、i-mise 大賞の出口戦略として、当所のスケールメリットを活かした広報活動のほか、受賞店舗の経営力向上のため、マーケット調査や新商品開発、販売戦略及びビジネスプランのブラッシュアップ等、魅力ある店舗の創出に向けての伴走型支援を行い地域の活性化にもつなげていく。

8-3 全小規模事業者を対象とした販路開拓支援

(1) 現状と課題

良い製品（商品）がありながら、「販売方法がわからない」「営業力不足などから売上が伸びない」「自社のホームページがない（あるが更新されていない）」「効果的なチラシを作成したい」など、販売・営業に関する様々な悩みを解決するため、「元気アシストプログラム」による専門家派遣を実施している。現状では経営状況の分析や事業計画の策定に注力しており、販路開拓の実現まで寄り添った支援が限定的であるため、事業計画策定支援を行った小規模事業者に対しては、具体的な販路開拓まで一貫して関与する等売上・利益の拡大への支援強化を図る。

(2) 目標

	事業内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
①	動画配信支援事業者数	17 者	18 者	18 者	18 者	18 者
	新規取引先増加事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者
②	地元特産品やサービスの広域販売に向けた支援事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者
	月商 5%以上増加事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者

(3) 事業内容

①当所オウンドメディアや SNS を活用した販促支援

自社の製品・商品をブランディングしたい、自社 HP がない（あるが古い・更新されていない）、SNS も活用していないという小規模事業者に対して、当所のオウンドメディアや SNS を活用した販促支援を行う。JR 川口駅前に設置された大型ビジョン「キャストビジョン」（当所が管理・運営）や YouTube を活用した動画配信等の支援を行う。EC サイトを作りたい事業者にも IT コーディネーターや IT を得意とする中小企業診断士等の専門家によるアドバイスを行い、販路開拓を実現する。

経営指導員等が専門家と連携し、宣伝物の企画や発信方法、デジタル PR のアドバイスも行う。作成した宣伝物は上記キャストビジョンにて放映する。

②地元特産品やサービスの広域販売に向けた支援

小規模事業者にとって自身の商品やサービスを自前のリソースのみで広域的に販売することは、ハードルが高い。そこで、当所が地域商社的な役割を果たすことで、地域の特産品の掘り起こしや、引いては新たな特産品を生み出すきっかけ作りを行い、小規模事業者の販路拡大・認知度向上に寄与していく。

具体的な方策としては、カタログギフトやギフトショップ等への登録支援、小規模事業者同士のマッチング機会の提供や広報活動を行う。

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

従前より、計画期間のうち「経営発達支援計画評価委員会（以下、評価委員会）」を年1回開催し、評価・検証を行っている。体制としては当所の議員（市内経営者、市内金融機関支店長）に加え、川口市経済部長及び外部識者として中小企業診断士（「チーム・かわBiz」の企業支援コーディネーター）の構成で評価委員会を設置している。

評価委員会では、全体的な視点から今後のあり方について方向性が示されるとともに、具体的な改善点が示されている。評価にあたっては、どうしても定量的な評価が中心となっており、定性的な面での評価が不十分であること、計画実施の進捗においては管理体制に弱さがみられることが挙げられる。

(2) 事業内容

評価委員会での評価及び改善事項に関しては、図1のとおり見直しに至るまでの進捗管理を法定経営指導員が総括する。事業の実施状況の把握および評価、見直し及び報告、共有については以下の方法により行う。

①進捗管理・共有・改善体制

月1回開催される「チーム・かわBiz」の企業支援コーディネーターで構成されるコーディネーター会議の場を大いに活用し、適宜各事業の進捗管理及び共有及び進捗遅れや課題点について意見交換し逐次改善を図る。従前の計画において脆弱であった計画実施の進捗管理における仕組みの弱さをここで補完し、PDCAサイクルをチェックする機能を有する。

特に、事業計画策定支援、策定後のフォローアップについては、直接支援に係わる企業支援コーディネーターならではの助言も奏功している。毎回、進捗や件数把握だけでなく、個別の支援状況における課題なども共有できる場となっている。

②事業の評価・見直しについての検討

年1回、下記記載のメンバーで構成される評価委員会に事業の評価を諮り、同時に見直しがあればその方向性についても検討する。

③具体的な見直し案の立案・決定、報告・共有

評価委員会からの提言を受け、法定経営指導員が担当委員会（中小企業支援委員会）との協議のもと、必要に応じ具体的な見直し案を立案し、運営協議会（正副会頭、常設委員会委員長で構成される）にて年1回報告・共有する。

これらの情報を、改めてコーディネーター会議の場でも共有する。

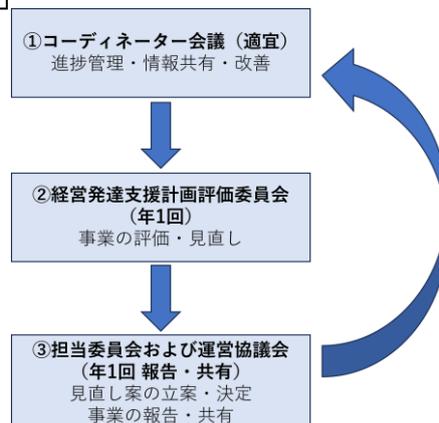
なお、目標達成に向けた方針のとおり、質を落とさず量を確実なものとするを念頭に、件数の進捗管理及び成功事例と改善事例の共有を評価項目の優先事項とし、評価方式としては、達成度に応じた5段階評価とする。

そして、地域の小規模事業者に対しては、評価委員会における評価結果を当所のホームページで広く公表する。

[経営発達支援計画評価委員会の構成]

1	委員長	中小企業支援委員会委員長
2	副委員長	同委員会副委員長
3	委員	同委員会担当副会頭
4	〃	同委員会委員
5	〃	市内士業団体代表
6	〃	市内金融機関代表
7	〃	川口市経済部長
8	〃	川口商工会議所専務理事
9	外部有識者	中小企業診断士
10	法定経営指導員	川口商工会議所職員

図1



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

当所は経営指導員等の補助対象職員のみならず、一般職員を含む全職員の関与をもって本計画を推進している。具体的には「経営状況の分析に関すること」の小規模事業者ヒアリングと経営状況分析に加え、事業計画策定を目標として課している。

したがって、当所職員（以下、職員）の支援能力の底上げと意識改善への不断の取り組みが必須であり、埼玉県商工会議所連合会や中小企業基盤整備機構が開催する研修等に積極的に参加するほか、「小規模支援カンファレンス（職員研修）」を通じ、経験豊富な中小企業診断士を講師に伴走支援に関する支援事例やノウハウを学んでいる。

小規模支援カンファレンスにおいては、部署別、職層別、支援レベル（経験）別など、運営スタイルに変化をつけながら毎年開催しているが、職員の年齢構成上、世代交代も含め経験年数の浅い職員に対する経営・簿記知識などのフォローも含めた幅広い内容も不可欠となっており、最近では若手中心のテーマ企画を主としている。

上記のような研修を行う一方、各職員はそれぞれの案件に対して自身で対応することがほとんどであるため、ベテラン職員のノウハウを共有する仕組みが脆弱である。

とりわけ一般職員においては、日常的に経営支援業務を行っていない部署もあり、支援スキルの維持や職員の支援能力の平準化、それを補完する専門家及び経営指導員のフォローアップ体制を一層強化する必要がある。職員に目標として課している事業計画策定支援であるが、日常業務に差はあるものの各人の案件発掘が毎年課題となっている。

さらに、コロナ禍以降オンラインによる相談対応も選択肢に加えたことにより、全職員が一定以上のITスキルを習得する必要がある。

(2) 事業内容

上記のような現状と課題を踏まえ、下記の事業を行う。事業の実施に際しては法定経営指導員が中心となって行う。

①小規模支援カンファレンスの実施

中小企業診断士による「小規模支援カンファレンス」を継続して開催する。これまでの開催方法を踏襲しつつ、参加する経営指導員、一般職員等の支援案件（支援の経緯、抽出された課題、解決策、成果等）をケーススタディ形式で共有し、さらには一方的ではなく参加者間でグループディスカッションを行うなど、参加型による能動的な開催方式も取り入れスキルと情報の共有を図る。本事業の実施にあたっては、法定経営指導員が進捗と課題を管理しながら、講師を務める中小企業診断士と協議のうえ、適宜DXに係る内容も取り入れつつ企画・運営する。

②企業支援コーディネーターとの連携、専門員による後進指導（OJT）

5名の企業支援コーディネーターと連携し、当所職員が日々直面する問題に対するアドバイスや専門家派遣前の案件整理（ヒアリング含む）にも関わっていただくことにより、職員のスキルアップや事業計画策定支援の案件発掘にも寄与することとしている。

加えて、定年を迎え嘱託契約をしている職員を専門員とすることにより、後進の指導にもあたるよう OJT 機能として位置付けている。

③広域指導員の積極的活用

当所では、埼玉県商工会議所連合会が派遣を行っている広域指導員による OJT を定例で月 2 回積極的に活用している。広域指導員は各地商工会議所の職員経験もあることから、単なる専門家としてではなく金融機関担当者同席のもと資金繰りの絡んだ案件対応など、商工会議所を熟知している立場で指導いただける利点がある。

④外部講習会や外部講師等の積極的活用

職員が幅広い視野を養える環境を整備するため、埼玉県商工会議所連合会や中小企業基盤整備機構が開催する講習会等への積極的な参加及び外部講師を招聘した研修会等を行う。具体的には、職員を階層別に分け、それぞれの階層レベルにあった集合研修ないし同行研修等を想定しているほか、下記のようなセミナー等も想定している。

[DX推進に向けたセミナー]

法定経営指導員だけでなく一般職員等も日頃から一定の経営指導対応ができるよう、オンライン会議の設定や開催方法など内部研修で積極的に学ぶだけでなく、会計・レジ・キャッシュレス決済等のクラウドサービス、Line や Instagram、YouTube 等の SNS を活用した情報発信、デジタルツールによる業務改善等の知識習得を目指すほか、IT に関する職員全体のスキルの底上げを図る。

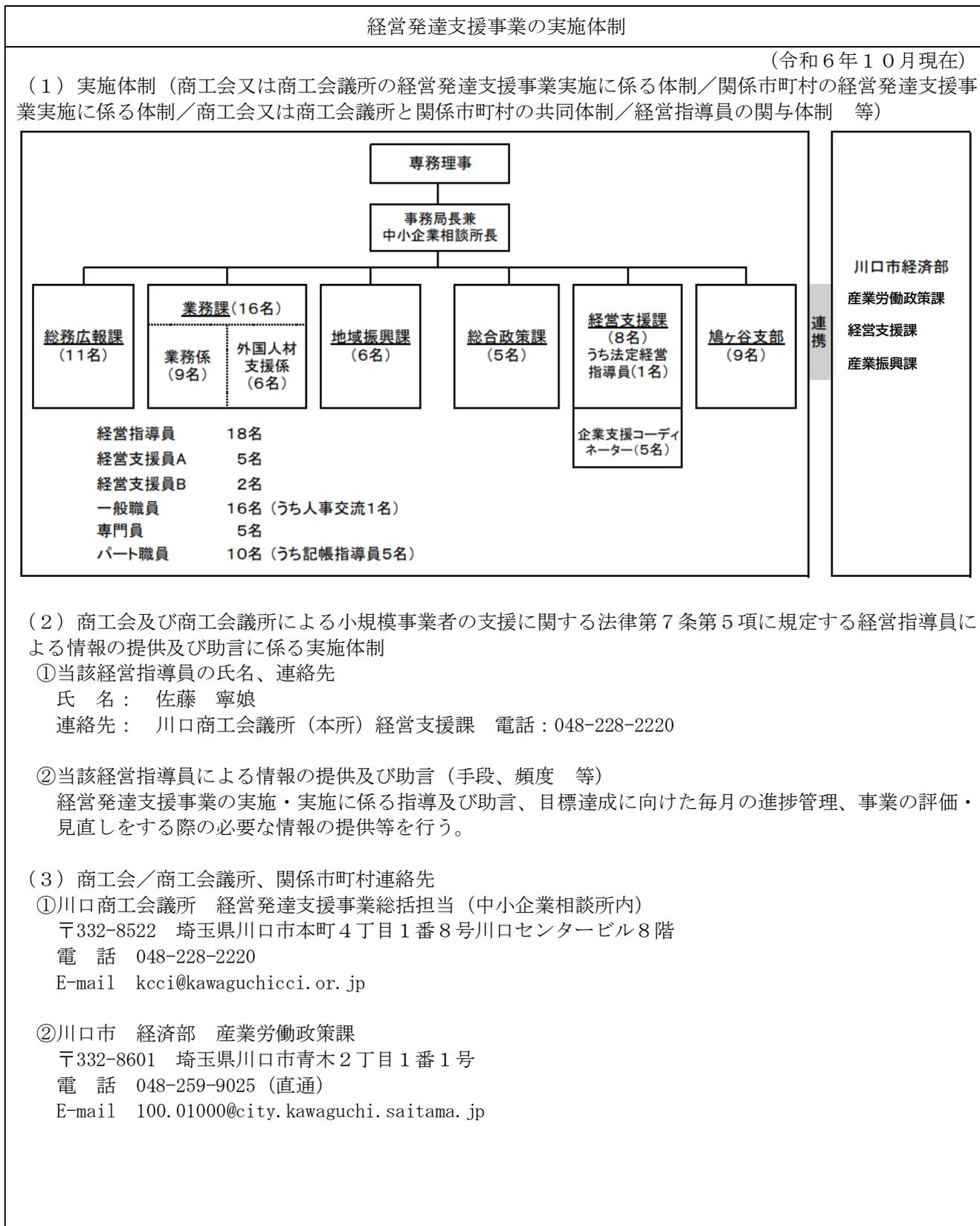
一方、DX 推進という専門的な支援においては、牽引できる経営指導員等の能力を伸ばすことに重きを置き、率先して必要な知識を習得、伝達共有していく。

[経営支援能力向上セミナー]

記帳・申告、融資、補助金、労務、創業等、各種テーマの講習会に積極的に参加することによって、経験年数の浅い経営指導員や一般職員のスキル向上を図り、実際の支援に役立てていく。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(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)

	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R 1 0 年度
必要な資金の額	43,400	44,600	43,800	43,800
市場・需要調査	1,650	1,650	1,650	1,650
専門家謝金	8,120	8,120	8,120	8,120
セミナー開催	2,800	2,800	2,500	2,500
求人・採用支援	1,200	1,200	1,200	1,200
需要開拓支援(BtoB)	5,200	5,700	5,700	5,700
〃 (BtoC)	22,300	23,000	22,500	22,500
〃 (全事業所)	1,500	1,500	1,500	1,500
研修費等	630	630	630	630

(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、各種事業収入、受託事業収入

(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