

経営発達支援計画の概要

実施者名	上尾商工会議所（法人番号 9030005006270） 上尾市（地方公共団体コード 112194）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】小規模事業者の技術やノウハウの向上、新事業創出、販路開拓の支援により事業規模拡大や収益性の向上、経営の効率化を実現することを目指す。 【目標②】商品力、サービス力の強化で域内の消費流出減少、また域外からの消費流入増加を目指す。 【目標③】地域住民の需要に応える小規模事業者の供給力により、住みよいまちづくりを実現し域内の経済を活性化していく。また雇用の創出により地域の持続的発展へと繋げていく。
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者が地域の経済動向を捉えるための支援として「景況調査」及び「LOBO調査」を実施し、結果を公表する。 4. 需要動向調査に関すること 市内消費者の需要動向についてニーズ調査を実施する。 5. 経営状況の分析に関すること 数値的な経営分析とともに、経営者の想いを傾聴し言語化していく。 6. 事業計画策定支援に関すること 事業者自身で計画書を作り上げるよう、伴走型支援を行う。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 進捗管理と各種施策情報提供、課題に対応する専門家の活用。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商談会や展示会などへの出展支援とセミナーの開催。
連絡先	上尾商工会議所 中小企業相談所 〒362-8703 埼玉県上尾市二ツ宮750 上尾商工会議所 指導課 TEL：048-773-3111 / FAX：048-775-9090 E-mail：yu@ageocci.or.jp 上尾市 環境経済部 商工課 〒362-0042 埼玉県上尾市谷津2-1-50 上尾市プラザ22内 TEL：048-777-4441 / FAX：048-775-5024 E-mail：s256000@city.ageo.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①上尾市の現状

ア 上尾市の概況

上尾市は埼玉県の南部に位置したまちで、県庁所在地であるさいたま市の北側に隣接している。東京駅までは約40kmと都心からも近いまち。面積は45.51平方km。

鉄道交通網は、まちの中心部を南北に縦断するJR高崎線の駅で、上尾駅と北上尾駅があり、上尾駅から直通で池袋まで35分、新宿まで39分、東京駅まで41分、横浜駅まで68分の時間で移動することができ、都内近郊に通勤する人の大事な足となっている。

道路交通網は、市内を南北に通る国道17号が輸送手段や通勤手段として利用されている道路であるが、上尾周辺地域を通過するだけの外々交通が53%(注1)と高く、慢性的に交通渋滞が発生している。その為国道17号の西側を並行し国道16号と熊谷バイパスに接続し、都心と地方を結ぶ輸送網の利便性を高め県内地域の道路網を形成するとともに、国道17号の交通緩和や沿道環境の改善を図るため、平成28年上尾道路が開通し交通の利便性はさらに高まった。また現在首都高速道路大宮線延伸のため、上尾南までの建設工事が進んでいる。

まちの西側に隣接している川越市との間には1級河川である荒川が流れているため、横断するアクセスが弱く基本的に人の流れは南北に動いている。

人口は埼玉県7位で230,123人(令和6年10月1日現在)。都内近郊へのアクセスも良く市内から都心部に働きに行く人や買い物に行く人も多く、ベッドタウンとして機能している。

近年、郊外型の大型ショッピングセンターが次々と進出してきており、小売業の売場面積と小売販売額は一貫して増加している現状である。

(注1 出典：国土交通省関東地方整備局 一般国道17号上尾道路「再評価」資料より抜粋)



出典：@Google. ZENRIN

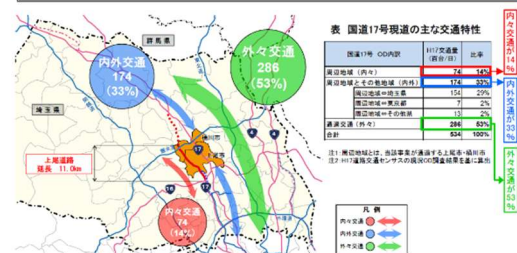


出典：埼玉県ホームページ

1. 事業の概要

(1)～4 事業の目的と計画の概要(国道17号現道の交通特性)

・上尾道路と並行する国道17号現道の交通特性は、周辺地域を通過する外々交通が53%、起終点のどちらかが周辺地域にある内外交通が33%、周辺地域に起終点を持つ内々交通が14%となっている。



注1 出典：国土交通省関東地方整備局

一般国道17号上尾道路「再評価」資料

イ 成り立ち

五街道の一つである中山道の宿場町として発展してきた街道沿いのまち。市内のほとんどは平地で中心地以外は農村地帯として栄えていた。

昭和33年市制施行時の人口は約3万7千人であったが、昭和40年代の高度経済成長期に市内流入人口が増加し、人口20万人を超える都市へと成長した。飛躍的に人口が増加した背景には、都心からのアクセスが良いことから原市団地、尾山台団地、西上尾第一団地、西上尾第二団地と次々に県内でもトップレベルの団地群が建設されていったこと、それと共に産業が発達し雇用が潤っていた事が挙げられる。

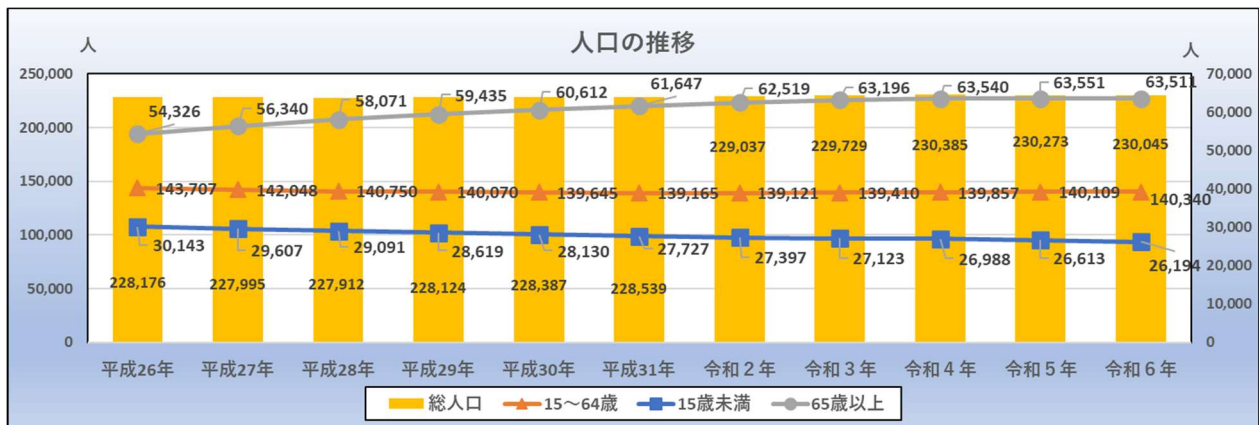
産業の歴史は、昭和20年代 時計メーカーであった東洋時計(株)が当市に工場を置いており、そこから技術者が独立し、精密金属加工業者が増え製造業者の多いまちとなった。そして昭和30年代以降、工業団地の造成や企業誘致により日産ディーゼル(株)（現：UDトラックス(株)）、ブリヂストンサイクル(株)や、パソコン・スマートフォンをはじめとしたあらゆる電子機器に利用されるICチップ内の銅箔で、世界トップシェアを誇る三井金属鉱業(株)銅箔事業部等の大企業の事業所・工場ができ、輸送用機械器具の製造業者や自動車部品関連企業などが多数ある工業地域となった。

商業については、人口増加とともに商機を見出した事業者の出店が相次ぎ、市内にはいくつもの商店が開業し賑いが生まれ、郊外には大型の商業施設やチェーン店も次々と進出した。

前述のように上尾市は発達してきたが、かつて市内に勢いよく流入してきた世代も高齢化に伴い、高齢者が大きな割合を占めるようになってきている。そして子育て家族世代は地価の高騰や新規集合住宅の開発の減少もあり、上尾ではなく鉄道網の発達により利便性が高まり魅力の増した上尾市以北の地域を選ぶケースが増加している。従って、流入人口が減少し人口は減少に転じ始めている。また企業も代表者の高齢化により、承継させないで廃業するケースが増加し企業数も減少し続けている。上尾市は次の時代に向かっていくための転換期に差し掛かっている。

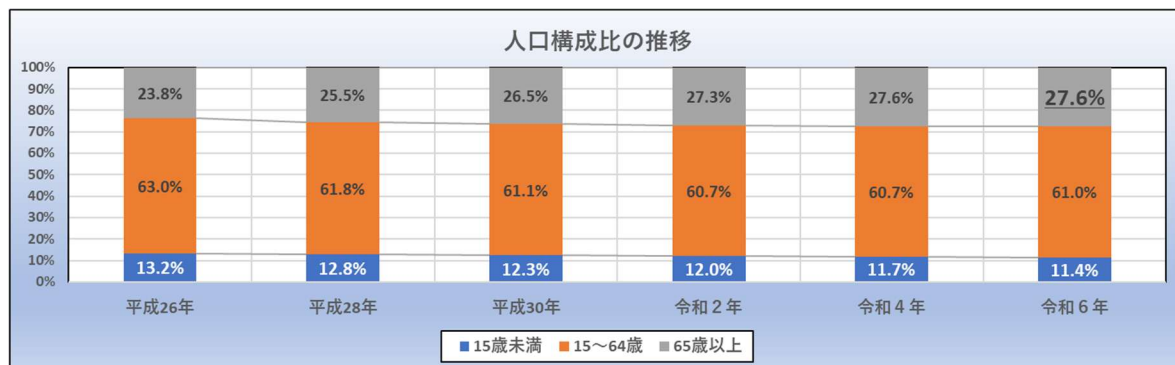
ウ 人口

上尾市の人口は230,045人(令和6年4月1日時点)であり10年前の平成26年の228,176人と比較して1,869人増加している。



出所：上尾市 統計あげお「年齢別人口表」により作成

年令区分別に人口推移を見ると65歳以上の人口は増加傾向で、構成比率では平成26年は23.8%であったが、令和6年は27.6%となっている。一方で生産年齢人口（15歳～64歳）と年少人口の構成比率は減少し続けている。

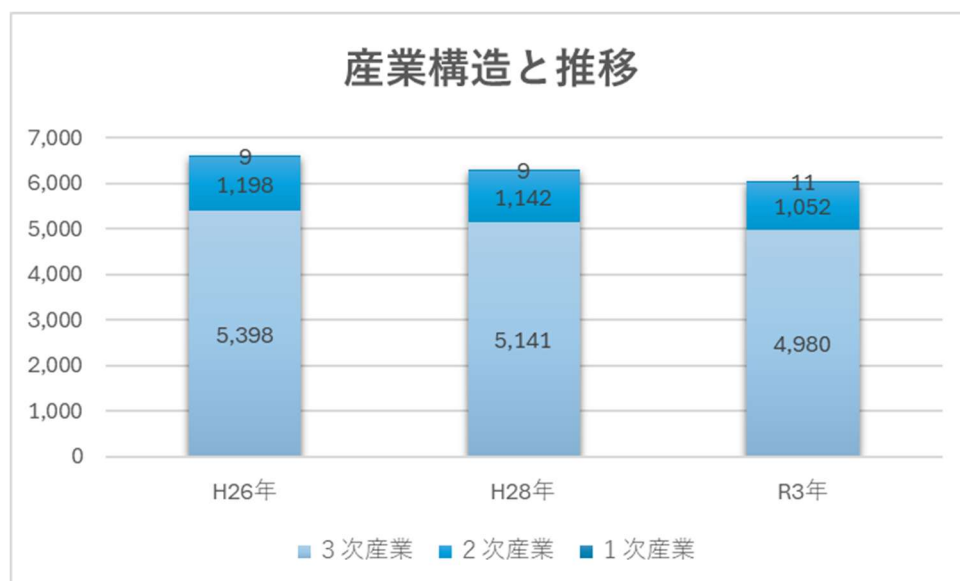


出所：上尾市 統計あげお「年齢別人口表」により作成

エ 産業

(a) 産業構造

平成26年が6,605社、平成28年が6,292社、直近(令和3年)の事業所数は6,043社と推移している。産業構造としては、3次産業の割合が増加し続けており、直近(令和3年)は4,980社で82.4%。続いて2次産業が1,052社で17.4%。1次産業が11社で0.2%となっている。1次産業は市内に11社で極端に少ない。前述の通り製造業者(2次産業)が「まちの力」として機能してきたまちであったが、後継者問題や新型コロナウイルス感染症の蔓延による景気後退などで事業所数が激減してしまった現在、2次産業の割合は減少し続けている。

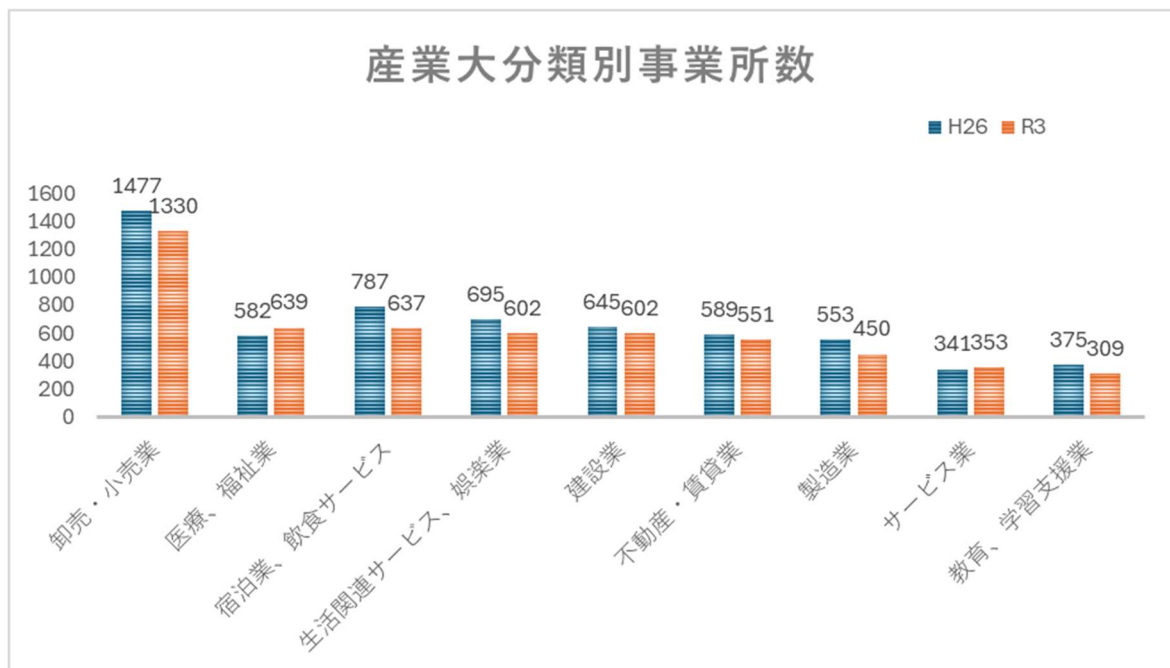


出所：上尾市 統計あげお「産業大分類別事業所数及び従業者数の推移」により作成

(b) 産業大分類別の事業所数

産業大分類別に見た事業所数と推移 ～事業所数の多い卸・小売業～

産業大分類別に事業所数の推移を記載(事業所数の多い上位9業種)していくと以下のようになっている。令和3年度は卸・小売業1,330社、医療・福祉業639社、宿泊・飲食業637社、生活関連サービス業602社、建設業602社、不動産業・賃貸業551社、製造業450社、サービス業353社、教育学習支援業309社。業種別にみると、平成26年度と比較して「宿泊業」、「飲食サービス業」、「卸売・小売業」、「製造業」が大きく減少している。一方で「医療・福祉業」は増加している。

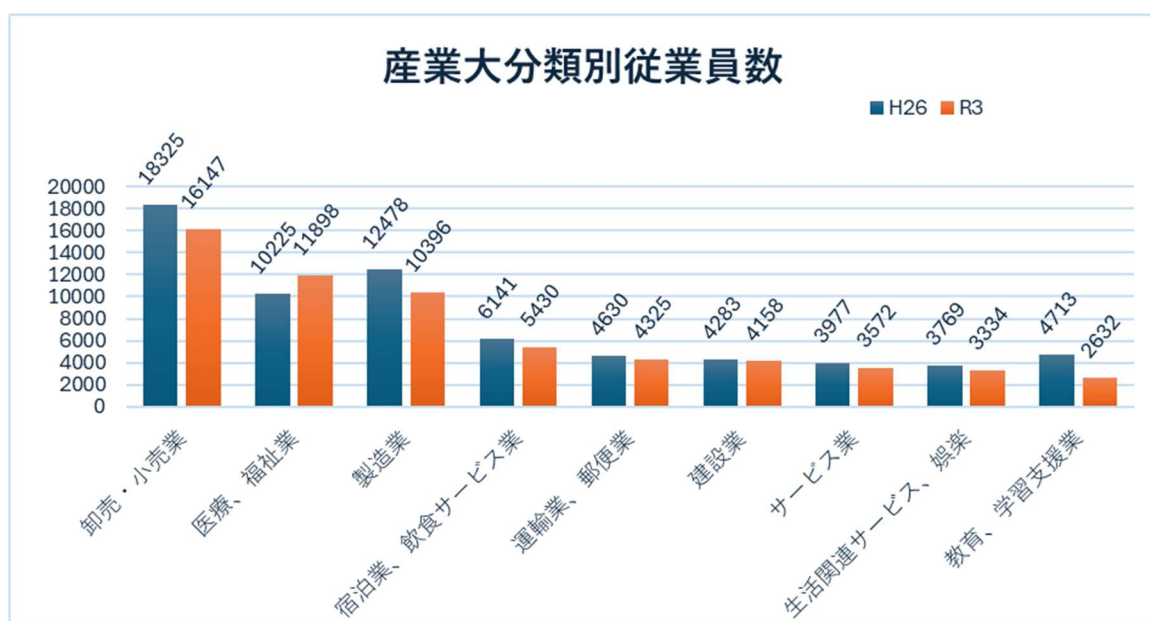


出所：上尾市 統計あげお「産業大分類別事業所数及び従業者数の推移」により作成

(c) 産業大分類別に見た従業者数

産業大分類別に見た従業員数と推移

産業大分類別に従業員数の推移を記載(従業員数の多い上位9業種)していくと以下のようになっている。令和3年度は卸・小売業16,147人、医療・福祉業11,898人、製造業10,396人、宿泊・飲食業5,430人、運輸業、郵便業4,325人、建設業4,158人、サービス業3,572人、生活関連サービス業3,334人、教育・学習支援業2,632人。業種別にみると、平成26年度と比較して、「卸売・小売業」、「製造業」、「教育・学習支援業」が大きく減少している。「医療・福祉業」は事業所数の増加と共に従業員数も増加している。



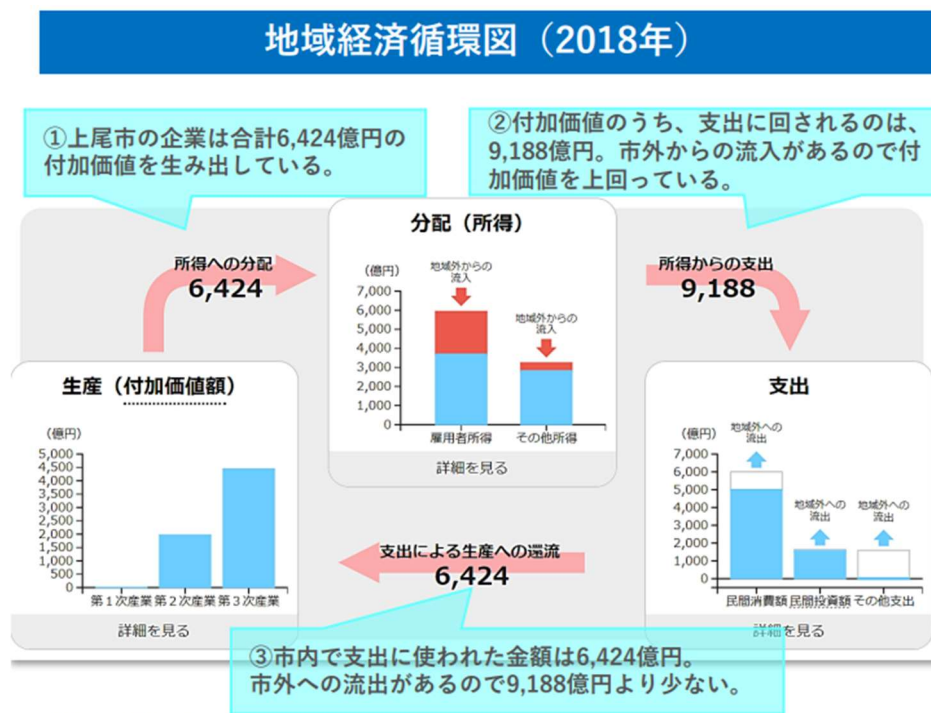
出所：上尾市 統計あげお「産業大分類別事業所数及び従業者数の推移」により作成

②課題

ア 消費の地域外流出

地域経済分析システムRE S A Sで上尾市の地域経済循環を分析したところ、所得9,188億円のうち6,424億円が域内で消費され、それ以外は域外へ流出している。

埼玉県内最大の商業都市であるさいたま市に隣接していること、また都心からのアクセスも良い反面、消費が上尾市の地域外で多く発生していると考えられる。



出典：RE S A S分析データ【埼玉県上尾市】

イ 小規模事業者の課題

小規模事業者の抱える課題について小規模企業白書2024年版における事業者の課題をみると、下記の様な結果となっている。

経営課題について【回答の多い上位5項目】

順位	項目	割合
1位	販路開拓・マーケティング	25.6%
2位	人手不足	20.9%
3位	資金繰り	10.6%
4位	価格転嫁	7.5%
5位	人材育成	7.1%

出所：「2024年版中小企業白書小規模企業白書⑦」Ⅱ-3第2-1-2図から作成

経営課題の中で、25.6%と一番多くあがった「販路開拓・マーケティング」に対しては、「新規製品・商品・サービスの開発・投入」や「既存製品・商品・サービスの改善・見直し」、「自社ホームページ・SNSを活用した情報発信」といった取組が上位に挙げられている。また、取組上での課題としては、「開拓に必要な人材の不足」や「商品・サービス力の協力」、「情報収集・分析などの不足」が上位に挙がっている。

順位	販路開拓に向けた【取組み】
1 位	新規製品・商品・サービスの開発・投入
2 位	既存製品・商品・サービスの改善・見直し
3 位	自社ホームページ・SNS等を活用した情報発信
4 位	新規顧客・取引先への営業・訪問活動
5 位	対面販売における顧客とのコミュニケーションの充実

順位	新規顧客・販路開拓の【課題】
1 位	開拓に必要な人材の不足
2 位	商品・サービス力の強化
3 位	情報収集・分析などの不足
4 位	資金不足
5 位	I T活用

出所：「2024 年版中小企業白書小規模企業白書⑤」Ⅱ-14 第 2-1-2 図及び
Ⅱ-20 第 2-1-18 図から作成

（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

上尾市における 10 年後の人口推移について、現在よりも減少することが予想されている中、変化していく経営環境に対応し持続的に収益を上げていく為の支援が必要となる。それぞれの企業が自社の強みを的確に捉え、その魅力を市内外に発信できる企業となるよう、自走化を継続的に行える環境や仕組みを作っていく事を振興のあり方とする。

第 6 次上尾市総合計画では、令和 3 年度から令和 12 年度までの目指す姿を実現するため、まちづくりの 8 つの基本方向を示している。

上尾商工会議所としても、これを実現すべく支援を実施する。

② 上尾市総合計画等との連動性・整合性

第 6 次上尾市総合計画の 8 つのまちづくりに関する基本方向のうち 7 つめの、「活力にあふれたにぎわいあるまちづくり」では以下のように説明している。

「活力にあふれたにぎわいあるまちづくり」

本市の産業立地上の優位性を生かし、地域全体の産業競争力を向上させるとともに、特産品等を積極的に P R するなど、にぎわいを創出する取組を進めます。また、働き方の多様化による労働力の確保や労働環境の向上、情報技術の活用を推進することで、活力あるまちづくりを進めます。

この将来像を実現させるためには、住みよいまちづくりを推進していかなければならない。特に第 3 次産業の生活関連サービス業の充実、生活満足度を上げることに繋がる。また地域経済の活性化による雇用の促進などの経済的発展も同時に必須となり、本支援計画は市の目的と整合しており、計画と連動したものになる。

また、産業振興における個別ビジョンである「上尾市産業振興ビジョン」が策定されている。このビジョンの実現に向けた推進体制である「上尾市産業振興会議」と同調した事業展開をしていく。

※「上尾市産業振興会議」とは、学識経験者、金融関係者、消費者団体、市民、関係行政機関、市職員並びに産業関係者、産業支援機関として当所役員で構成され具体的かつ実現可能な産業振興施策の検討を行い、上尾市に提言を行う会議である。

第6次上尾市総合計画における「まちづくりの基本方向」

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. 明日を担う人が育つまちづくり2. 人生が楽しめるまちづくり3. 支え合う安心なまちづくり4. 誰もが自分らしく暮らせるまちづくり5. 安全な暮らしを守るまちづくり6. 未来に引き継ぐ環境と共生するまちづくり7. 活力にあふれたにぎわいあるまちづくり8. 持続可能な都市経営 |
|--|

③商工会議所としての役割

当所は、先行きが見通しにくく、日々変化する経営環境において直面する様々な課題に対し、小規模事業者の一番身近な相談相手として、経営力再構築伴走支援モデルのフレームワークに基づき、対話を通じて経営者の想いに対し傾聴し、事業者が本質的課題を認識し納得した上で数値計画や行動計画策定支援を行う。また、生産年齢人口の減少に伴い生産性向上を図るためには、DXを推進し事業者の産業競争力を向上させ、持続的発展の一助となれるよう支援する。

（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、今後５年間の実施期間で下記の目標を設定する。

- 【目標①】小規模事業者の技術やノウハウの向上、新事業創出、販路開拓の支援により事業規模拡大や収益性の向上、経営の効率化を実現することを目指す。
- 【目標②】商品力、サービス力の強化で域内の消費流出減少、また域外からの消費流入増加を目指す。
- 【目標③】地域住民の需要に応える小規模事業者の供給力により住みよいまちづくりを実現し、域内の経済を活性化していく。また雇用の創出により地域の持続的発展へと繋げていく。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

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

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

小規模事業者が、事業規模拡大や収益性の向上、経営の効率化を実現させるために、まずは経営分析を行い事業者の現状の経営状況を把握する。経営分析では、経営者の想いを傾聴し、表面的なデータから見える課題だけでなく、本質的な課題を事業者自ら認識することに重点を置く。次に、分析結果を活用し伴走支援を行いながら、事業計画策定の重要性を浸透させる。またDX推進セミナーの開催などにより業務効率を図るための社内体制整備を支援する。

【目標②達成のための方針】

域内の消費流出を減少し域外からの消費流入増加を実現させるために、各種取引商談会や展示会への出展支援とSNS活用セミナーを開催し、市内外への魅力を発信していくための支援を行っていく。

【目標③達成のための方針】

地域住民の需要に応えるために、消費者へのニーズ調査を行い、事業者の事業計画に反映できるように支援を行う。また雇用の創出力のある製造業の支援により、地域の持続的発展を目指す。

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

現状は、全国の商工会議所で定期的実施している「景況調査」や「LOBO調査」や、行政、日本商工会議所、(一社)埼玉県商工会議所連合会等から不定期で依頼のある各種調査を実施している。それらの調査結果は依頼元の日本商工会議所や(一社)埼玉県商工会議所連合会等に集約され、中小企業施策立案の基礎資料などに活用されている。

現状では、調査依頼先に対し地域内データとして集計し、分析や活用、公表していないものもあり課題となっている。

(2) 目標

項 目	公表方法	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
景況調査公表回数	会議所ホームページ	4回	4回	4回	4回	4回
LOBO調査 公表回数	会議所ホームページ	12回	12回	12回	12回	12回

(3) 事業内容

景況調査及びL O B O調査を実施し、経済動向について情報を収集し分析。情報提供として当所ホームページにおいて公表する。

景況調査とは	
名 称	中小企業景況調査
目 的	中小企業庁及び独立行政法人中小企業基盤整備機構が、中小企業の景況を把握し、中小企業施策立案の基礎資料を収集するために実施している。
調査方法	全国の商工会、商工会議所、及び中小企業団体中央会の調査員が調査票を配布・回収
調査対象数	上尾地域47企業(全国約19,000企業)
調査回数	1年に4回(四半期ごと)
調査項目	建設業、製造業、卸売業、小売業、サービス業との5業種を特性に応じ調査項目を設定。主に売上、客単価、資金繰り、仕入れ単価、業況など約20項目を前年同期、前期と比較する。また来期の見通しについても調査する。

L O B O調査とは	
名 称	商工会議所L O B O調査(早期景気観測調査)
目 的	商工会議所のネットワークのもと、地域や中小企業が「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを設定して調査(例：設備投資や採用・賃金の動向等)を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済対策に関する政策提言・要望活動などに活用することを目的としている。
調査方法	全国338の商工会議所経営指導員による調査票配布・回収
調査対象数	2,700企業
調査回数	1月に1回(年12回)
調査項目	当月の業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の状況および、自社が直面している経営上の問題などについて調査する。

(4) 調査結果の活用

収集した情報を分析し、当所ホームページにて公表し事業者に周知する。また当所でも結果を活用し、経営支援に役立てていく。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状、個別支援において顧客調査を行っており、「新事業創出や新商品開発」などの取り組みたいことが明確になっている事業者が実施している。新しいことに取り組むための事前情報の収集として需要動向調査を実施する必要があると考えられる。

(2) 目標

項 目	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
新商品開発等調査等を行う事業者を対象とする	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

消費者のニーズについて把握するためのアンケート調査を実施する。

具体的な調査方法は、店頭などにおいて来店客を対象としたニーズ調査を行う。消費者のニーズを把握し販路開拓や事業規模拡大など、今後の事業計画を立てていくための情報収集を目的とする。個々の事業者が知りたい内容や収集すべき情報が異なるため、ニーズ調査に先立ち事業者ごとに合ったアンケート項目のカスタマイズ支援を行う。また、調査結果を整理・分析しフィードバックする。事業者はフィードバックされた情報を事業計画策定の基礎資料として利用し、新事業の計画や新商品・新サービスの開発などに役立てていく。

本事業において、事業者自身が消費者ニーズの収集についての重要性を認識し、自ら実施できる体制づくりを整えていくことが狙い。継続して商品力を上げるための販路開拓を行っていくノウハウの提供となる。

実施体制：会議所職員とマーケティングノウハウを持っている専門家がチームを組み、事業に取り組む。

対象事業者：小売業、飲食業、サービス業等、一般消費者向けサービスや商品を提供する事業者。
事業者数：50者【1年度10者（経営指導員5名×2者）】

調査内容：特に新商品やイチオシ商品また、推奨土産品等の商品改良に役立てるための意見を集める。具体的には、金額設定やパッケージング、ネーミング等

支援者：上尾商工会議所職員、専門家

調査期間：1か月（調査の統計を取るにあたり来店客の80%を目安とする。）

調査対象者：店舗の来店客又は取引先企業等

※過去実施したアンケート

事業者ごとに消費者ニーズが異なることから、アンケート項目の内容が異なる。

飲食業の例	造園業の例
ご回答年月日 2023年9月 日 お客様へ アンケート調査にご協力お願いいたします。 本日は、ご来店いただき誠にありがとうございます。 今後の参考にさせていただきますので、該当項目に○を付け、ご感想をお寄せください。 店主 (1) 性別をお聞かせください。 a. 男性 b. 女性 (2) 年齢をお聞かせください。 a. 10代 b. 20代 c. 30代 d. 40代 e. 50代 f. 60代 g. 70代以上 (3) お住まいをお聞かせください。 a. 上尾市 b. 桶川市 c. 北本市 d. 鴻巣市 e. 伊奈町 f. さいたま市 g. その他() (4) 当店にお越しになったのは何回目ですか。 a. 初めて b. 2回以上 ★2回以上とお答の方のみ、下記来店頻度をお教えてください。 a. ほぼ毎日 b. 週ごと c. 月に数回 d. 月に1回程度 e. たまに (5) 今回、どなたとお越しになりましたか。(人数をお書きください) a. 一人で b. 仕事仲間(人) c. 家族で(人) d. 友人・知人(人) e. その他(人) (6) 今回、どのようにしてお越しになりましたか。 a. 歩いて b. 公共交通機関(バス、電車)で c. 自転車で d. 車で e. その他() (7) 当店を何でお知りになりましたか。(回答は複数でもかまいません) a. 食べログ等インターネット記事 b. 地域紹介誌 c. 家族に教えられ d. 友人・知人の紹介 e. 看板を見て f. その他() (8) ご利用のSNSを教えてください。(回答は複数でもかまいません) a. ライン b. ツイッター c. フェイスブック d. インスタグラム e. その他() f. 利用していない (9) お越しになった理由をすべてお聞かせください。(回答は複数でもかまいません) a. 昔から利用している b. 店の雰囲気がいよい c. 仕事の都合 d. 値段が手ごろ e. 料理が美味しくメニューが充実 f. 会場があり宴会がしやすい g. 店主と会話できる h. その他() (10) お越しに伴い以下の満足度をお聞かせください。 ①メニュー(看板料理) a. 満足 b. 普通 c. 不満() ②メニュー(本日のおすすめ) a. 満足 b. 普通 c. 不満() ③メニュー(酒) a. 満足 b. 普通 c. 不満() ④価格 a. 満足 b. 普通 c. 不満() ⑤店の雰囲気 a. 満足 b. 普通 c. 不満() ⑥店の設備(床、照明、換気、トイレ等) a. 満足 b. 普通 c. 不満() 当店に対し、ご意見・ご要望がありましたらお聞かせください。 調査にご協力ありがとうございました。	アンケートのお願い No. _____ 平素は、当店をご利用頂き有難うございます。上尾商工会議所と協同でアンケートを実施しています。お忙しいところ恐縮ですが、アンケートの回答にご協力をお願いします。 QRコードをスマホで読み取ります Q1. お店を知った方法 (複数選択可) ① 通りすがり ② 知人からの紹介 ③ 家族から聞いて ④ おけポタをみて ⑤ ホームページを見て ⑥ SNS (インスタグラム) を見て ⑦ その他 () Q2. 依頼された作業 (以前依頼分含む) ① 剪定・刈込 ② 植栽・ガーデニング ③ 雑草対策 ④ 害虫駆除 ⑤ 観葉植物 ⑥ 庭のリフォーム Q3. 現在ご自身でなさっている作業はありますか? ① 植栽・ガーデニング ② 苗木の植付け ③ 剪定・刈込 ④ 雑草対策 ⑤ 害虫駆除 ⑥ 芝張り・芝刈り ⑦ その他 () Q4. 今後ご自身でやりたい作業はありますか? ① 剪定・刈込 ② 植栽・ガーデニング ③ 雑草対策 ④ 害虫駆除 ⑤ 観葉植物 ⑥ 庭のリフォーム ⑦ その他 () Q5. ご自身で作業するにあたって、どのようなものがほしいですか? ① 工具・器具 ② 苗木 ③ 安全な除草剤 ④ 安全な殺虫剤 ⑤ 安全な虫除け剤 ⑥ 腰が痛くない作業椅子 ⑦ 園芸土や砂利 ⑧ 使い易いハサミや長統 ⑨ 水耕栽培用鉢 ⑩ 汚れにくい手袋 ⑪ 観葉植物 ⑫ 作業の説明・指導 ⑬ ベットが食べられる植物 ⑭ その他 () Q6. ご要求品をご提供する様にしたら購入いただけますか? ① 購入する ② ホームセンターで購入 ③ 通信販売で購入 ④ サービス付きなら購入する ⑤ 子供と作業できるものなら購入する ⑥ ベットに閉じ込めるものなら購入する ⑦ その他 () Q7. お店へのご意見、お客様の要望をお聞かせ下さい。 当社記入欄 ご協力ありがとうございました。 当店、上尾商工会議所以外の第3者に譲渡することはありません。

(4) 調査結果の活用方法

調査結果を集約し分析したものを事業者にフィードバックし、事業計画策定のための基礎データとして活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の持続的発展には、現状の経営状況を把握し計画経営を実践することが重要である。しかしながら多くの小規模事業者は、自社における数値目標を計画的に策定できていない。

課題は、事業者が数値計画を策定しようにもそのための知識が不足していること。そのため経営指導員等の伴走支援が入り事業者への的確なヒアリングと事業者の想いを言語化し、経営分析の支援を行っていく必要がある。

(2) 目標

伴走型支援として年間60者の経営分析を行うことを目標とする。

60者の内訳は経営指導員5名×12者＝60者

項 目	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
経営状況分析事業者数	60者	60者	60者	60者	60者

(3) 事業内容

支援の導入部分では、経営力再構築伴走支援モデルのフレームワークに基づき、対話（傾聴＋共感＋問いかけ＋提案）を行うことで、事業者の「気づき」を促し計画経営を実践するための内発的動機づけを行い、潜在力を引き出すことを目的に「ローカルベンチマーク」と「経営デザインシート」を活用し定量分析の財務分析と定性分析である非財務分析を行う。

【分析手法】

ア 「ローカルベンチマーク」

ローカルベンチマークを使用した対話を通じて、経営指導員と事業者が経営の現状、課題を相互に理解し、経営者の「気づき」により、経営改善を目指す。

イ 「経営デザインシート」

事業環境の変化を見据え、自社や事業の「これまで」を把握するとともに、「これから」（ありたい姿）を構想し、「これから」と「これまで」の比較により、移行戦略を策定する。

【分析項目】

財務分析	ローカルベンチマークにより抽出される分析項目 1) 売上高増加率(売上持続性) 2) 営業利益率(収益性) 3) 労働生産性(生産性) 4) EBITDA有利子負債倍率(健全性) 5) 営業運転資本回転期間(効率性) 6) 自己資本比率(安全性)
非財務分析	【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】経済状況、業界動向、競合、マーケティング情報、人口動態、など 【その他】デジタル化、IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など

(4) 分析結果の活用

経営状況を分析することで課題抽出ができ、解決に向けた支援策を考えることができる。分析結果を事業者にフィードバックし、課題解決や新事業計画策定時の基礎データとして活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状は、経営革新セミナーや創業塾、DX支援セミナー、補助金申請などをきっかけに事業計画策定支援を行っている。計画作成方法は事業者それぞれで作成方法や質に統一性がない。また毎年度開催している経営革新計画策定セミナーでは、参加者のほとんどが経営革新計画の認定を取得している状況であるが、セミナー講師である専門家に頼り、参加者自身で計画を作成する力を身に付けていないことも課題である。

(2) 支援に対する考え方

前段の経営状況の分析を踏まえ事業計画策定支援を実施し、小規模事業者にも事業計画策定の重要性を浸透させる。多くの小規模事業者は、人手不足による時間の制約や計画策定ノウハウの不足により、事業計画を作成することの重要性が低いと感じている。計画策定支援をすることで重要性を認識し、自ら計画作成できるよう伴走支援を行いながら意識変化を促す。

(3) 目標

1年度につき25者の計画を策定することを目標とする。

項 目	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①事業計画策定支援者数	25者	25者	25者	25者	25者
②事業計画策定セミナー開催	1回	1回	1回	1回	1回
③DX支援セミナー開催	1回	1回	1回	1回	1回
④創業準備セミナー開催	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

経営指導員、また専門家の支援を活用し計画を策定する。専門家には「上尾中小企業サポートセンター」に登録している専門家に依頼する。

対象事業者：事業計画策定セミナー参加者、または経営分析を行った企業

内 容：セミナーの参加者で計画策定を希望する事業者には、セミナー受講後も継続支援を行い計画策定支援をしていく。

■上尾中小企業サポートセンターとは

上尾市と上尾商工会議所の連携事業であり、市内中小・小規模事業者が抱える経営課題を様々な分野の専門家が課題解決のために支援を行うサービス。中小企業診断士、社会保険労務士、ITコーディネータ、カメラマン等 各分野の専門家が連携し多面的にサポートすることで、あらゆる経営課題を解決に導くことができる。相談及び専門家派遣費用は無料のため、事業者にとって有益なサービスとなっており、多くの事業者が利用している。

《上尾中小企業サポートセンター過去の実績》

事業年度	登録専門家	相談件数
令和4年度	29名	391件
令和5年度	32名	304件



②事業計画策定セミナーの開催

上尾中小企業サポートセンターに登録している中小企業診断士等を講師に招き、1年度に1回開催する。1回の開催で10名程度の参加者を見込む。

対象事業者：経営状況分析の事業により分析を行った事業者。新事業の構想を持っている事業者。

開催回数：1年度に1回

募集方法：当所ホームページ、DM等で募集案内を行う。

カリキュラム内容(予定)

日 程	テーマ
1 日 目	事業計画作成の基本
2 日 目	事業計画作成体験・個別相談

③DX支援セミナー

上尾中小企業サポートセンターに登録しているITコーディネータを講師に招き、1年度に1回開催する。1回の開催で10名程度の参加者を見込む。

対象事業者：DX推進を計画している、または関心のある事業者

開催回数：1年度に1回

募集方法：当所ホームページ、DM等で募集案内を行う。

カリキュラム内容(予定)

- ・DX推進の基本的な概要
- ・DX推進を行っている企業の事例説明
- ・行政や公的機関などが実施している各種DX推進関連の補助金の紹介

セミナー受講後のフォローとして、ITコーディネータ及び中小企業診断士を派遣し、DX推進についてアドバイスを行う。また補助金を申請する事業者には、生産性向上に向けたDX推進計画策定の支援を行う。

④創業準備セミナー

上尾市創業支援等事業計画に基づく特定創業支援等事業に則ったセミナーを開催する。上尾中小企業サポートセンターに登録している中小企業診断士で創業支援の専門家を講師に招き、1年度に1回開催する。1回の開催で30名程度の参加者を見込む。

対 象 者：創業予定者、または創業後1年以内の事業者

開催回数：1年度に1回

募集方法：当所ホームページ、上尾市ホームページ、上尾市広報誌等で募集案内を行う。

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

事業計画策定支援後、事業者が実行に移せないこともある。また、動き出しても継続して計画を遂行し目標達成できていない事業者もある。本業に追われ事業者のモチベーションが下がり、途中で計画策定を断念しないように、計画した事業計画を遂行するための進捗管理と継続した伴走支援を行うことが課題である。

（２）支援に対する考え方

①進捗管理

計画と進捗状況にズレが生じていないか、職員および専門家によるヒアリング調査を行い、進捗状況を確認する。PDCAサイクルを意識した確認を行うことにより、事業者にはPDCAサイクルを定着させる。フォローアップの頻度は事業内容にもよるが、四半期に一度を目安とする。

②必要な施策の情報提供

計画の達成に向けた各種支援策をタイムリーに提供していく。

③支援力向上への取組

職員同士の課題解決に向けたノウハウの共有や、情報交換を行い指導に活かす。

（３）目標

事業計画策定事業者に対し、職員または専門家が訪問しヒアリング調査を行う。

支援対象事業者数は25者（法定経営指導員含む経営指導員5名×1人あたりの支援件数5者）

フォローアップ回数100回（1事業者につき1年度4回×25者）

数値目標達成事業者数15社（各年度の支援対象者25者の60％）

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
支援対象事業者数	25者	25者	25者	25者	25者
フォローアップ回数	100回	100回	100回	100回	100回
数値目標達成事業者数	15者	15者	15者	15者	15者

※数値目標について売上10％増、粗利益率3％増、新規顧客10％増、新規取引先10％増（前年同月比） 計画策定時に上記いずれかを目標値として設定する。

（４）事業内容

①進捗管理

事業計画・DX推進計画・創業計画を策定した事業者を対象に職員および専門家によるヒアリング調査を実施し、計画の遂行状況について確認する。PDCAサイクルを意識した確認を行うことにより、事業者にはPDCAサイクルを定着させる。計画の進捗状況が計画内容通りに遂行されない時は、フォローアップを重点的に行う。

②フォローアップ

担当者が定期的に事業者と話し合い計画を遂行するにあたり、必要な支援を実施する。具体的には、各種補助金や融資制度等施策の紹介。課題に応じた中小企業診断士、ITコーディネータ、社会保険労務士、カメラマン等の登録専門家を派遣し、事業計画を実現性の高いものへと導いていく。

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

多くの事業者は、新たに開発・改良した商品を販売する為のノウハウや、営業に割く人件費や外注費の余裕が無いのが現状であり、販路開拓を行っていくことが課題である。

（２）支援に対する考え方

事業者の新規顧客開拓や、営業エリアの拡大、新商品の認知度向上を目的に、商談会や展示会の出展支援、また有効な宣伝方法に関する情報提供やセミナーの開催などによって販路開拓支援を行う。

（３）目標

内 容	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①オータムフェス出店支援	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率／者	10%	10%	10%	10%	10%
②SNS活用セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回
参加者	10者	10者	10者	10者	10者
③農と食の展示・商談会への出展支援	1者	2者	3者	4者	5者
成約件数／者	1件	1件	2件	2件	2件
④上尾版ビジネス商談会の開催	15者	15者	15者	15者	15者
成約件数／者	1件	1件	1件	1件	1件
⑤彩の国ビジネスアリーナへの出展支援	10者	10者	10者	10者	10者
成約件数／者	1件	1件	1件	1件	1件

（４）事業内容

各種取引商談会や展示会への出展支援を行い、受注先・外注先・仕入先の開拓、業界の情報収集に活用する。またSNS活用等各種セミナーを開催し、販売促進力を強化していくための支援を行う。

①上尾商工会議所オータムフェス出店支援

上尾商工会議所オータムフェスとは、中心市街地の賑わいづくりと市内商業等の活性化を図るための販売促進イベントで、駅の利用者などで賑わう上尾駅改札前の自由通路を開催場所としたイベント。このイベントに参加する、店外販売に不慣れな事業者への出店支援を行う。出店のメリットとして、当日の売上収入、店舗の宣伝、イベント出店のノウハウの獲得などがあげられる。支援の手法は、商品やサービスなどの認知度向上や売上増加を目的に、上尾中小企業サポートセンター登録専門家による派遣伴走支援を行う。内容としては、見栄えの良い商品の陳列方法、POPの作成・活用方法、イベントに適した商品のアレンジ等の支援を行う。

②SNS活用セミナーの開催

『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する「DX支援セミナー」の参加者、経営分析で顕在化した経営課題に対しITを活用した課題解決に意欲的な事業者、さらに事業計画の中でITを活用した販路開拓の取組を記載した事業者を中心に、自社の情報や活動を効果的に多くの人に広め、売上に繋げることを目的にSNSを活用した販売戦略についてのセミナーを開催する。

支援の手法：上尾中小企業サポートセンター登録専門家（ITコーディネータ）を講師に、1年度に1回SNS活用セミナーを開催する。

募集方法：上尾商工会議所ホームページ、DM等で募集案内を行う。

内 容：SNSを活用した集客方法について

SNSに掲載する画像や動画の作成方法について

参加人数：10名／1年度

③農と食の展示・商談会への出展支援

当展示・商談会へ参加し、取引先や外注先・仕入先の開拓を行うと共に、業界の情報収集に活用してもらい商品力強化を図る事を目的とする。展示・商談会に参加するメリットを事業者の説明し参加を促す。対象事業者としては事業計画策定支援先で「食」に関連する事業者を中心に募る。

開催概要	
名 称	農と食の展示・商談会
開催時期	2月上旬
会 場	さいたまスーパーアリーナ
開催者	主催：埼玉りそな銀行 共催：埼玉県
来場対象	百貨店、スーパー、量販店、生協、通販、各種小売店、卸・問屋、商社、流通、食品加工、惣菜、中食、給食業、外食産業、ホテル、旅館、輸出、貿易等の食品担当バイヤー
来場者数	約4,000人
開催概要	「農」と「食」に関わる地元業者のビジネス支援策の一環として、埼玉県の食材をスーパー、食品商社、外食・中食産業などのバイヤーに、見て、触れて、味わっていただきながら商談する機会の創出を目的として開催される。
支援対象者	『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する「事業計画策定セミナー」参加者、経営分析で顕在化した経営課題に対し販路開拓を課題とし解決に意欲的な事業者、さらに事業計画の中で展示会を活用した販路開拓の取組を記載した食品関連事業者。
支援の手法	商品やサービスなどの認知度向上や売上増加を目的に、上尾中小企業サポートセンター登録専門家による派遣伴走支援行い、効果的なパンフレットや看板作成、展示レイアウト等についてアドバイスを行う。
支援の効果	事業者のメリットとして見栄えの良い商品の陳列方法、効果的なパンフレットや看板作成、POPの作成・活用方法、イベントに適した商品のアレンジ、展示レイアウト等のノウハウの獲得により商談成立が見込める。

④上尾版ビジネス商談会の開催

上尾商工会議所と近隣地域の商工団体(伊奈町商工会、桶川市商工会、北本市商工会、鴻巣市商工会)と協働で、ビジネス商談会を開催する。

支援対象	製造業
支援内容	県内外から参加する発注案件を持っている事業者を招き商談の場を用意するマッチング事業。同時に同会場にて受注事業者同士の情報交換や、各事業者がアピールする場を提供する。
支援の手法	商談会場を用意し、上尾エリアで発注先を探している事業者を招待し商談の機会を提供する。商談希望などについて両者の仲介し商談予約などを行う。参加企業の企業概要、加工内容、設備、主要設備、PR事項、加工品の写真を掲載したガイドブックを作成し発注企業を含めた参加企業に配布し商談時に利用してもらう。
効 果	通常は担当者レベルの人と商談するまでに時間や労力を要するが、直接担当者レベルの人と会うことが出来るという点がメリット。 発注案件を持っている事業者との商談なので、お互いの条件が合えば早い商談の成立が見込める。

⑤彩の国ビジネスアリーナへの出展支援

さいたまスーパーアリーナを会場として開催される、(公財)埼玉県産業振興公社と県内金融機関主催による、中小企業の受注確保・販路開拓・技術力向上等を目的とした、広域的な企業間ネット

ワーク形成による新たなビジネスチャンス創出の場を提供する展示商談会。

支援の手法は、

支援対象	製造業
支援内容	中小企業の受注拡大や販路開拓を促す国内最大級の展示会である彩の国ビジネスアリーナであるが、出展料や搬入・搬出、また当日の人員準備などの労力など負担も大きく小規模事業者にとっては参加へのハードルが高い。そこで当所でブースを借り上げ、小スペースであるが共同で出展できるスペースを提供する。
支援の手法	展示スペースのレイアウトや展示物のデザインを行い、上尾市の事業者であることを広く周知する。事業者の商品を展示し説明などを行う。
効 果	2日間で約17,000人が来場するイベントなので宣伝効果は高い。

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

①現状

現状、正副会頭会議での報告と事業報告書及び当所ホームページでの報告を行っている。また、経営発達支援事業の支援状況は、所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及び見直し検証までは行っていないのが実態である。

②課題

今後は、当所や上尾市だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「経営発達支援事業評価会議」による本事業の評価・見直しを行い、PDCAサイクルを回しながら事業を推進する仕組みを構築することが不可欠である。

(2) 事業内容

①事業の評価及び見直し

法定経営指導員、上尾商工会議所指導課長、上尾市環境経済部商工課長、外部有識者（上尾中小企業サポートセンターに登録している中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援事業評価会議」を年度初めに1回開催する。尚、評価基準について「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）にて定量的に評価を行う。評価を基に事業の見直しを行い、新年度のアクションプランに反映させPDCAサイクルを回していく。

【PLAN】 (計画・見直し)	ア 前年度の【ACTION】を受け、事業内容な目標を設定（修正）する。
【DO】 (実行)	ア 当所の経営発達支援計画に基づき事業を遂行する。 イ 経営指導員等は、実施した内容を支援ツールに随時入力する。
【CHECK】 (評価)	ア 半期に1回の経営支援会議において経営指導員等が進捗状況の報告を行い、上尾市商工課担当者及び法定経営指導員が評価を行う。 イ 年1回の「経営発達支援事業評価会議」において上尾市担当課長及び外部有識者から評価を受ける。
【ACTION】 (改善)	ア 「経営発達支援事業評価会議」の評価及び正副会頭会議の意見等を参考に、年1回次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。

②評価結果の公表方法

事業の成果や評価・見直しの結果を事業実施方針に反映させるとともに、上尾商工会議所ホームページ上で公開する。さらには、事務所に経営発達支援事業評価会議報告書を常時備えることで、地域の小規模事業者が常に関連できる状態とする。

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、経営指導力の向上を目的とした埼玉県が実施する商工会・商工会議所職員研修を受講している。各々のテーマに沿った見識は高まっているかもしれないが、職員内での知識の共有は出来ていない。どの職員がどのテーマの研修を受けたかを職員同士が把握できていないので、「誰が何を知っているか」という事が、それぞれ分かっていないということが課題である。

(2) 事業内容

①OJTや専門家同行による現場ノウハウの吸収

実際の支援現場での技術を、専門家または経験のある役席をはじめとした経営指導20年以上務めた職員が、経験の浅い職員を同行させ学ぶ機会を作る。

②定期的な経営支援会議の開催

■当所職員並びに上尾市環境経済部商工課職員との、経営支援会議を半期に一度開催し、事業者への支援内容や進捗状況の報告を行い、それぞれの職員が持っている知識やノウハウを集約し本計画にフィードバックさせる。

また、本事業内容と相違が無いが確認し、常にPDCAサイクルを実施できる体制を構築する。

■セミナーのレクチャー

各職員が、受講したセミナー毎に講師となり、研修で学んだ事を解りやすくレクチャーする。レクチャーした職員もアウトプットすることにより一層学びを熟知する効果がある。

③研修による資質向上

経営分析、事業計画策定の手法についての研修、その他新商品開発や販路開拓等、本事業において必要と考えられる知識を補充するためのセミナーを受講する。

対象者：全職員

④上尾中小企業サポートセンターの専門家を講師とした勉強会(年1回)

サポートセンターに在籍している専門家より支援ノウハウについてのレクチャーを受けると共に、最新の支援手法について学ぶ勉強会を開催する。

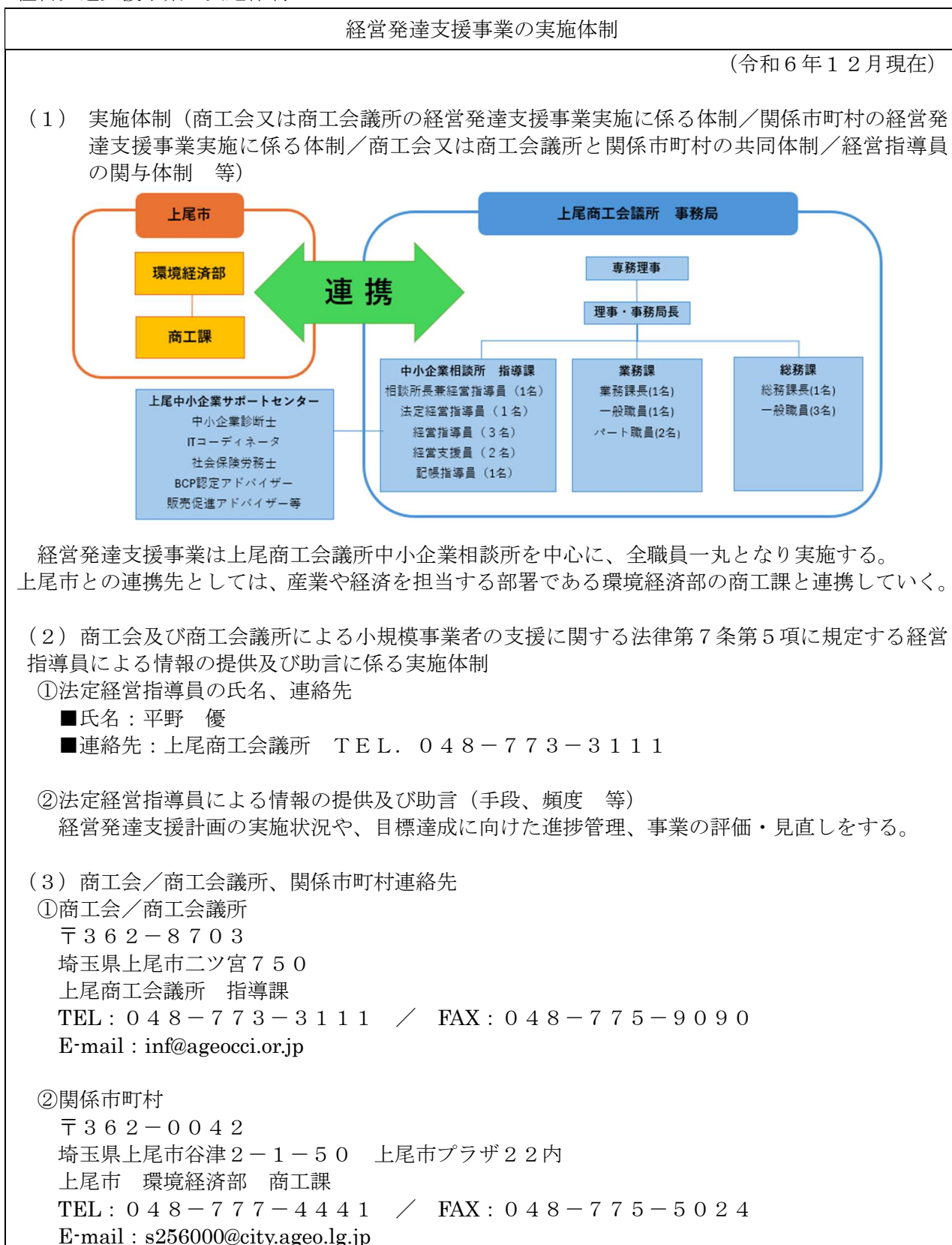
経営指導員、支援員が不在の場合でも相談内容の聞き取りなどの対応ができる体制を整えていくため、全職員で資質向上に努めていく。

⑤広域指導員を活用した勉強会(年1回)

(一社)埼玉県商工会議所連合会に所属している広域指導員より、支援ノウハウ等についてレクチャーを受けると共に、最新の支援手法について学ぶ勉強会を開催する。

(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)

	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
必要な資金の額	84,250	84,250	84,250	84,250	84,250
中小企業相談所	70,900	70,900	70,900	70,900	70,900
商工業振興等特別事業	12,200	12,200	12,200	12,200	12,200
部会活動費	1,150	1,150	1,150	1,150	1,150

(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、上尾市補助金、埼玉県補助金、伴走型補助金等

(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