

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>(法人番号 2030005017877) 越谷商工会議所 (地方公共団体コード 112224) 越谷市</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和8年4月1日～令和13年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 (1) 小規模事業者の発展的事業継続に寄与する対話と傾聴による伴走支援 (2) 創業・事業承継支援強化による地域経済の持続的発展 (3) 職員の支援能力の向上。事業計画策定支援及び創業支援 (4) 小規模事業者の事業継続・拡大に寄与する販路拡大支援 (5) 各支援機関との連携による、効果的かつ強固な支援体制の確立</p>
<p>事業内容</p>	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者に対し景気動向調査等を行い、収集したデータの分析を行い結果のフィードバックを行う。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 市場ニーズに合致した商品開発を期する為の特産品や新商品の消費者アンケート調査等需要動向調査を行う。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 補助金申請者や各種セミナーに参加した小規模事業者に対し、分析ツールの活用や専門家と連携しながら経営状況分析を行う。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 専門家との連携や事業計画作成ツールを活用し、具体的かつ実現可能性の高い計画書作成を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画の進捗管理や、新たな課題の発見やその解決の為の支援メニューの提供等、PDCAサイクルを意識した継続した支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 取引先の増加による売上の増加に資する、販路拡大展示会やマッチングイベントを開催する。</p>
<p>連絡先</p>	<p>越谷商工会議所 中小企業相談所 〒343-0817 埼玉県越谷市中町7-17 TEL: 048-966-6111 FAX: 048-965-4445 メールアドレス: 5220nakagawa@koshigaya-cci.or.jp</p> <p>越谷市 環境経済部 経済振興課 〒343-8501 埼玉県越谷市越ヶ谷4-2-1 TEL: 048-967-4680 FAX: 048-963-9175 メールアドレス: keizaishinko@city.koshigaya.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

越谷市の現況

【立地】

越谷市は埼玉県の一部、首都圏から北へ半径25km圏内に位置しており、市域は東西8.6km、南北11.5km、面積は60.24km²、丘陵がなく標高1.9mから5.5m程度の平坦な埼玉県東部低地帯にある。元荒川、古利根川、綾瀬川、新方川、中川の一級河川や葛西用水、末田用水、谷古田用水など多くの河川や用水があり、古くから自然に恵まれた「水郷こしがや」と呼ばれてきた。



人口はさいたま市、川口市、川越市、所沢市に次いで県内第5位で、平成27年4月に県内2市目の中核市へ移行するなど、県東部の中心的都市として発展を続けてきた。

首都圏から至近で交通利便性も高く、温暖な地域に属し、平坦な地形で住みやすいこともあり、ベッドタウンとして発展してきた。

【交通】

鉄道網は、市内南北に東武スカイツリーライン、東西にJR武蔵野線が通っている。駅も市内8箇所あり、特に東武スカイツリーラインは東京メトロ日比谷線および半蔵門線と直通運転を行っており、都内の主要駅まで乗り換えなしで行くことが可能であり、非常に利便性が高く東京23区内へ通勤・通学する市民は4万人を超えている。

道路交通網は、都心と東北方面を結ぶ国道4号が市内のほぼ中央を縦断し、市民や市内事業者の交通の軸となっており、さいたま市方面に伸びる国道463号も国道4号と市内でつながっているほか、市東部でレイクタウンを貫く形で走る東埼玉道路は、東京外環道と並行する国道298号に接続し、首都高速道路、外環道、東北自動車道などからのアクセスも良好である。その結果、卸売業店舗、トラック・ターミナル、営業倉庫、卸売市場などの流通関連諸施設を備えた越谷流通団地を有するなど、交通利便性に優れている。

【人口】

《平成元年から令和6年までの越谷市人口推移》

(単位：人)

	平成元年	平成10年	平成20年	令和元年	令和3年	令和5年	令和6年
人口	277,144	302,368	320,802	343,383	345,487	343,644	342,681
世帯数	88,071	108,239	130,392	153,949	158,751	160,965	162,337
世帯人員	3.18	2.79	2.46	2.23	2.18	2.13	2.11

出典：令和6年版 越谷市統計年報

越谷市の総人口は平成8年に30万人を超え、住みやすさと越谷レイクタウン整備の影響により人口、世帯数ともに増加していたが、令和3年を境に越谷市においても人口減少が進んでいる。さらには核家族化や単身世帯の割合の増加もあり、世帯数も減少傾向にある。区分別人口統計によると、年少人口が減少一途を辿り、少子高齢化が進んでおり、2024年(令和6年)では65歳以上の

高齢者の割合が25.7%となっている。また昨今は全国同様に市街地においても空き家の増加が目立ってきており、対策が必要となっている。

【観光・特産品】

越谷市は、かつて日光街道3番目の宿場町として栄えた「越ヶ谷宿」が位置していた。今も商家の佇まいの残る蔵や古民家が多数あり、なかでも飲食店やイベントスペース等複数の店舗からなる古民家を改装した、複合施設の「はかり屋」は市内外から多くの来訪者が訪れている。同様にカフェなどに改装した店舗も増えている。また、徳川家康ともゆかりがあり、鷹狩りの際に宿泊するための施設として、家康の命により「越ヶ谷御殿」が設営された。明暦の大火により焼失した江戸城の再建の為に再利用され現在は存在していないが、御殿跡地全域に「御殿町」という地名が付けられ今もその名残がある。更には、750年創建とされる大聖寺には家康ゆかりの寝衣や奉納刀などが保存されている。平安末期に創建とされる越ヶ谷久伊豆神社等の神社仏閣が多数あり、歴史的価値のある町である。

商業としての特色は、市の南東部に建設された面積40ha、水深最大約5mの「大相模調節池」を中心に越谷レイクタウン地区が整備され、日本最大級の大型商業施設であるイオンレイクタウンが位置し、年間約5,000万人を集客している。「大相模調節池」の周囲には遊歩道が整備され、ランニングやサイクリングが楽しめ、水上ではカヌー、手漕ぎボードが体験できる。日本庭園「花田苑」と苑内にある「こしがや能楽堂」、また、オーストラリアのキャンベルタウン市との姉妹都市提携10周年を記念して開設された「キャンベルタウン野鳥の森」、その他、約28,000㎡の敷地内40種類の梅の木が植えられている「越谷梅林公園」があり市民の憩いの場所となっている。全国でも4か所しかない宮内庁が管轄する「宮内庁埼玉鴨場」も位置している。

越谷のイベントでは、夏の夜空を彩る「越谷花火大会」、日本三大阿波踊りの一つ「南越谷阿波踊り」、水田に描かれた巨大な絵を高さ80メートルの高さから眺める「こしがや田んぼアート」など多くの来場者で賑わっている。



南越谷阿波踊り



こしがや田んぼアート



越谷花火大会

越谷の特産物には、くわいや越谷ねぎ、山東菜、いちご、太郎兵衛もち、チューリップ、などがある。水耕栽培のメロンは空中にメロンが実る様子から「スカイメロン」と名付けられ、新たな農産物として期待されている。また、令和5年度に文化庁の「100年フード」に認定された、越谷ねぎを使ったご当地グルメである「こしがや鴨ネギ鍋」は市内の飲食店で食せるほか、毎年11月下旬に開催される「こしがや産業フェスタ」にて4,000人分の鴨ネギ鍋を販売し好評を得ている。

また、越谷の伝統的手工芸品として、だるま、せんべい、ひな人形、桐箱があり、江戸時代からの伝統を現在も受け継ぎ、今でも越谷の特産品として多くの人々に愛され続けている。

越谷駅にある観光物産拠点施設「ガーヤちゃんの蔵屋敷」では、上記の特産品や市内事業者の商品、地域の農産物加工品などを販売している。

【産業】

越谷市は旧日光街道の宿場町として発展してきた街道沿いの街である。かつては、農業を基軸に加工業、運送業や伝統工芸、街道沿いの宿、河川交通の結節点として様々な地場産業が営まれてきた。昭和30年代後半には首都圏からの交通の利便の良さから都内から工場が移転、昭和40年以降は東京近郊のベッドタウンとして発展し市街地が形成され各種産業が栄えた。近年ではインフラ整備

が進み、交通の利便性の高まりにより、イオンレイクタウンをはじめとした大型ショッピングセンターの進出も増えている。

しかしながらイオンレイクタウンの開業や、市民の消費行動の変化により、従来の商店街の衰退、空洞化が進んでいる。一方で、最寄駅のJR武蔵野線越谷レイクタウン駅の開業に伴い、南越谷地区・レイクタウン地区周辺に移転または新規開業する事業者や店舗が増加している。

・事業所数の推移

令和6年の越谷市統計年報によると、市内全体の事業所数は10,754事業所、従業員数は119,862人となっている。

平成21年に11,947事業所であり、減少傾向にある。従業員数については、平成24年以降の景気の緩やかな回復基調に伴う有効求人倍率の上昇傾向、また女性や高齢者の就労等による雇用の多様化の影響から増加傾向にある。JR武蔵野線越谷レイクタウン駅や南越谷地区を中心とする事業所の転入や新規店舗の開業も雇用の増加に反映している。

②課題

【各産業の景況と課題】

・商業・サービス業

越谷市は典型的なベッドタウンであり、商業・サービス業の占める割合が高い。近年では、イオンレイクタウンなどの大型店の出店、個人消費の低迷、インターネット販売等による消費者ニーズの多様化、働き方改革による人材不足等の影響を受け店舗を持つ小規模商業者は売上・利益ともに非常に厳しい状況を強いられている。

商店会は、東武スカイツリーラインの市内各駅周辺や日光街道沿いの各地区の住宅地に点在しているが、加盟店舗の廃業や経営者の高齢化によって商店会事業の縮小傾向であり、平成22年に22カ所あった商店会は、令和7年現在では6カ所減少し16カ所である。

また、業績不振や事業者の高齢化、後継者難による廃業によって、空き店舗の増加が目立っており、個店の持続的な経営と商店会の活性化が課題となっている。また防犯上の観点からも対策が必要である。

・製造業（工業）

越谷市には大規模な工業地域は存在せず、中規模製造業者や市内全域に分散した小規模製造業者で構成されている。取引先や製造品は事業者ごとに異なり、市内の相互連携は弱い。

首都圏に近いという好立地であることや国道463号線、東埼玉道路(国道4号線)の整備が進み輸送の効率化が図られるポテンシャルの高い地域である反面、市街化区域内の準工業地域に立地している工場はわずかであり、多くは住宅地や市街化調整区域に立地している。市街化調整区域内においても住宅等の建築が進み、住工混在や工業用地不足による工場の市外への流出が課題となっており、適正な工業適地の検討や工業用地の確保が求められている。現在では国道463号線に隣接する荻島地区に産業用地を整備する計画がある。

個々が抱える課題としては、産業拠点の海外移転による受注の減少、人手不足、後継者難により廃業する事業所も多いことから、ビジネスモデルの再構築や販路開拓の必要性に迫られている。

・建設業

越谷市は、ベッドタウンで住宅ニーズが高く、中堅ハウスメーカーが存在しており、木造建設業を始めとした下請け業者が多数存在し、従業員の雇用の受け皿となっているが、公共事業の減少や好立地であるが故の大手メーカーの進出等により、事業者数、従業員数共に減少傾向にある。

また、深刻な人手不足や資材価格の高騰により越谷市も厳しい経営環境が続いている。さらに、他の産業同様に経営者の高齢化による廃業が増加しており、今後は後継者問題や若手技能者の育成・確保に対する取り組みが必要である。

・観光

越谷市は、東京から近く交通網が充実しており歴史ある観光名所も多いが、滞在型の特色のある観光資源が不足していることと併せ、観光PRも不足している状況である。大型商業施設イオンレイクタウンには、年間約5,000万人が訪れているが、施設内で完結し、市内観光名所や飲食店、個人商店への回遊までには至っていない。また、農・商・工と地場産業との連携不足から、観光資源の掘り起こしがなく“こしがや”独自のブランドイメージが乏しい。今後はブランドイメージの確立と情報発信が急務である。

イオンレイクタウンとの連携による市内への回遊や文化庁の「100年フード」に認定されたご当地グルメ「こしがや鴨ネギ鍋」に続く「食」のブランドの創出、日光街道「越ヶ谷宿」などの観光資源化の強化に取り組み、観光を核としたブランドプロモーションを推進し入込客数の増加を図ることが必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

レイクタウン地区や西大袋地区の開発もあり、市外からの人口流入はあるが、少子高齢化の動きは越谷市も同様で、令和6年は341,715人と令和2年よりほぼ横ばいとなっており、今後は人口が減少していると予測される。更には、原材料費の高騰や経営者の高齢化による後継者不在による廃業、消費行動の変化による事業変革、新型コロナウイルス感染症を乗り越えても尚長引く経済不安等、事業継続の為には、様々な難局への対応が必要であり、存続の危機にさらされる事業者が増え続けることが考えられる。事業者はこの困難に立ち向かっていかなければならないが、単独では変化への対応が困難である事業者も多く、我々支援機関は、その小規模事業者の減少に歯止めをかけるため、越谷市や越谷商工会議所、関係支援機関と連携を強固なものとし、今後10年を見据え下記の方針で支援を行う。

ア. 刻々と変化する環境変化にも対応出来るよう、対話と傾聴により事業者自らが目標を設定した、自立成長に向けた事業計画の策定支援と、PDCAサイクルを見据えた伴走型の継続的支援。

イ. 創業者が安心して事業を始められるように、事業計画の策定・人脈形成などの総合的サポート及び開業後の継続支援。

ウ. 原材料高騰による利益の減少や人手不足を解消するデジタル化によるDX支援。

エ. 高齢化や後継者不足による廃業の歯止めに寄与する、体制強化による円滑な事業承継支援。

オ. 地域資源を活用した商品の開発やブランド化による新たな産業の創出と、それに伴う、小規模事業者への販路開拓支援。

越谷市でも今後10年間の施策の方向性を示す第5次総合振興計画に、地域産業の持続的発展や新たな産業の育成、地域経済の活性化等を定めている。これに基づき、事業者のニーズや地域の特性に即した経営支援を実施して越谷市、越谷商工会議所、関係する支援機関が連携をさらに強固なものにして小規模事業者への伴走支援に取り組み、小規模事業者の持続的発展と地域産業の活性化を推進していく。

②越谷市総合振興計画及び越谷市中小企業振興計画との連動性・整合性

【越谷市総合振興計画における産業部分の引用】

第5次越谷市総合振興計画（令和3年から令和12年まで10年間）では、市の将来像に「水と緑と太陽に恵まれたみんなが活躍する安全・安心・共生都市」を掲げ、産業面では「魅力ある資源を生かし、都市の活力を創造するまちづくり」を目指し各種施策を行う方針である。

○地域社会を支える産業の活性化を図る

・地域産業の持続的発展を支援する

商工会議所と連携し経営に関する相談支援を実施することで中小企業者の経営基盤の安定・強化を図る。

制度融資を始めとする各種施策により、事業者の安定した成長を図る。

・新たな産業を育成する

創業者に対する開業相談やセミナー、補助金等による支援を実施することで、円滑な開業を推進する。また、商工会議所をはじめとする各支援機関との情報共有・連携強化により、地域が一体となった開業支援体制作りを推進する。

・魅力ある商業の振興を図る

商店街の賑わい創出や、個店の魅力を向上させる事業を支援する。

まちなかの地域資源を活用した商業イベント等を支援し魅力ある商業の振興を図る。

・魅力ある工業の振興を図る

優れたものづくり企業の成長に向けた広域的な販路開拓等への取り組みを支援し魅力あるものづくりの活性化を図る。また、伝統的地場産業の魅力の発信と技術の伝承に向けた取組を支援する。

新たな企業立地を目指すため、荻島地区を始めとし、本市の地理的特性を活かした産業用地の創出を推進する。

○魅力と活力でライフスタイルを豊かにする

・地域の魅力の発信と都市のブランドの構築で街の総合力を高める

食や景観等のまちの個性を発掘・編集し地域の魅力を発信する。

市民の幸せやまちと市民の関わりについて、共感をテーマに都市ブランドの構築を図る。

首都圏の若い世代をターゲットにシティプロモーションを展開する。

・にぎわいを創出し地域経済の循環を促進する

地域の優位性を観光商材とし、人を呼び込み、交流人口の拡大による地域経済の循環と活性化を図る。ターゲットを明確にした戦略的な情報発信を行う。

【越谷市中小企業振興計画について】

本計画は、令和5年度から令和8年度までの4年間を計画期間（次計画：令和9年度から令和12年度を予定）とし、市の最上位に位置する上記の「第5次越谷市総合振興計画」の分野別計画として位置づけ、市内中小企業が直面する生産性向上、人材確保などの課題に対応するため、実効的かつ効果的な支援を体系化している。

越谷商工会議所では、本計画において連動性の高い以下5つの取り組みを強く意識した連携を行い、小規模事業者が地域の活性化を支えて活躍できるよう、業種に応じたきめ細やかな支援や事業の充実を図っていく。

越谷市中小企業振興計画の具体的な取り組み	関連性の高い商工会議所の支援・事業
①創業しやすいまち ・創業の担い手を発掘し、育成する ・創業を支援する	・各支援機関との連携強化 ・開業個別支援の強化 ・開業フォローアップセミナーの開催
②継ぎやすいまち ・事業承継の包括的な支援体制を構築する	・各支援機関との連携強化 ・事業承継に対する支援
③働きやすいまち ・市民の就職に向けたスキルアップを図る ・多様な働き手が活躍できる環境を	・人材育成セミナーの実施

整備する	
④中小企業が元気なまち <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業の経営課題を解決する ・中小企業の新たな取組みを支援する ・地域内の需要と供給をつなげる ・中小企業の地域内連携を強化する ・中小企業の事業拡大を支援する 	<ul style="list-style-type: none"> ・各支援機関との連携強化 ・地域経済の活性化 ・工業振興支援 ・ビジネスマッチング促進事業
⑤未来につながるまち <ul style="list-style-type: none"> ・経営課題や取組み状況に応じたデジタル技術の活用を支援する ・地域資源の活用とにぎわいの創出を推進する ・不確実な状況への対応とレジリエンスの強化 ・新たな企業立地・企業誘致の推進を図る ・中小企業の魅力と社会的価値の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・各支援機関との連携強化 ・DX支援の強化 ・観光資源の開拓 ・商店街の組織力強化支援 ・商店街の集客支援 ・空き店舗支援 ・企業の誘致 ・伝統的地場産業の魅力発信 ・地域ブランドの発掘と情報発信

③商工会議所としての役割

平成 27 年 4 月に越谷市商工会(当時)が代表機関となり地域の支援機関が自主的に連携し中小企業及び小規模事業者の支援を行う中小企業庁より認定を受けた連携体(こしがや企業応援プラットフォーム)(※1)を立ち上げた。現在は、行政やビジネスサポートセンターこしがや(※2)コーディネーターを始めとする地域の専門家や地域の金融機関と連携し市内事業者に対して支援を行っている。また、平成 28 年 4 月に越谷市商工会から越谷商工会議所に組織変更し、地域の小規模事業者の取りまとめ役として、産業政策への提言や地域の産業に対し様々な活動を行ってきた。

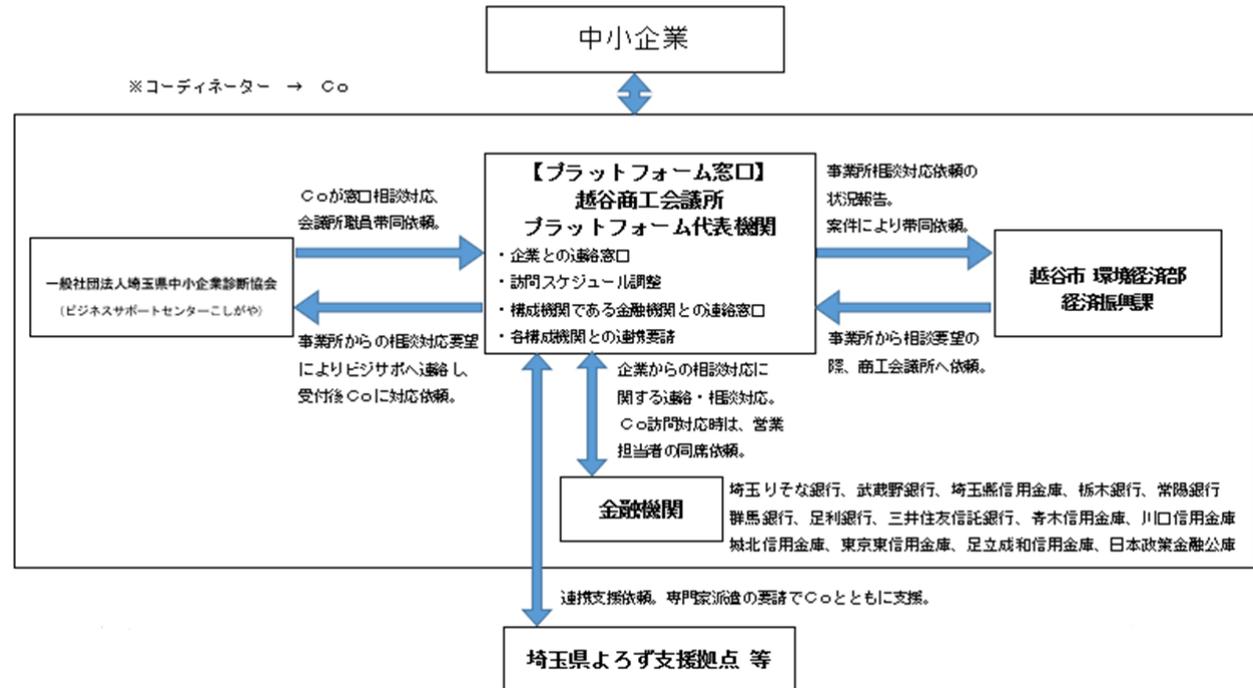
また、令和 5 年度より、当所独自の新体制として、会員事業者への事業計画策定や経営改善支援、開業後のフォローアップ支援等多岐の支援を更に強化すべく、毎週水曜日に中小企業診断士を常駐させ、ワンストップかつ、より専門性の高い事業支援を実施している。

現在、地域経済を支える小規模事業者は、コロナ禍を乗り越えてもなお続く、長引く経済不況による売上の減少、原材料高騰による利益の減少、人手不足、経営者の高齢化による事業承継等の様々な問題に直面しており、寄り添った伴走型支援が求められている。小規模事業者の持続的経営を行うためには、商工会議所の役割として、各種支援施策の周知や専門家の活用等、その後の対話と傾聴を通じた経営支援の中で事業者自らが腹落ちし、自己変革による内発的実施に向けていくことの役割を担う。また、小規模事業者のニーズや課題を行政に繋げ、施策等に反映させていく役割も担う。これからも当所は地域経済の発展を担う経済団体として、行政や関係支援機関との連携をより強固なものとし、小規模事業者を支援し事業の発展と地域経済の発展に寄与していく。

※1 「こしがや企業応援プラットフォーム」

地域の支援機関(越谷商工会議所、越谷市、金融機関、など)による中小企業者等支援を目的とした連携体で、中小企業庁の認定を受けている。

【こしがや企業応援プラットフォーム支援体制】



※2 ビジネスサポートセンターこしがや

越谷市が実施する、経営支援経験の豊富な中小企業診断士がコーディネーターとして常駐し、経営課題等に対する診断、助言、各種コーディネート等をワンストップ型で支援している施設である。コーディネーターはこしがや企業応援プラットフォームと連携し、地域プラットフォームコーディネーターとしても企業を支援する。

「コーディネーター」とは

役割：専門的な知識・ネットワーク等を有し、中小企業者および創業者からの相談に対して経営課題や取組内容を明確化し、適した専門家の手配や施策情報を提供するなど企業支援の中心的役割を果たす。

(3) 経営発達支援事業の目標

以上のことを踏まえ、越谷商工会議所では、地域総合経済団体として越谷市をはじめとする支援機関と強い連携のもと、開業者や市内の小規模事業者に対して令和8年4月～令和13年3月まで5年間、下記の支援を実施し、事業者の発展と地域経済の活性化を図ることを目標とする。

1. 小規模事業者に対する経営支援の強化

長引く経済不況のなか、その厳しい経営環境の変化への対応や新しい取り組みに前向きな小規模事業者を重点に支援する。越谷市は事業者数も多く、多様な小規模事業者がいるが、その中には、経営環境の変化への対応として自社の競争力の強化、付加価値の向上、事業の拡大、新商品開発等を図っていくことに前向きな意欲的な事業者も多い。そのような事業者に対し、各支援機関と連携により、売上・利益の増加や業績改善を図り、持続的発展を目標とする以下の支援を実施する。

①既存事業者の事業計画策定実施支援

小規模事業者の経営状況を分析し、事業の成長を目指す事業者や、課題解決に前向きに対処する事業者に対し、対話と傾聴を通じた、持続可能な事業計画の策定支援を実施し、自立成長へと促す。そして、その計画の継続的なフォローアップ等を行うことで、確実な計画の実施による売上増加、事業拡大を図る。

②開業支援強化

開業者は事業計画を策定していないことや、資金面が脆弱であることが挙げられる。開業者の事業を早期に軌道に乗せるため、開業時に必要な情報や基礎知識、開業計画書策定について各支援機関と連携して支援を行う。開業支援を強化することで、市内の創業者の輩出と開業後の雇用の増加が見込まれることと併せ、開業者の事業の安定化と長期継続に結び付けることを目標とする。

③DX支援

人的リソースが脆弱な小規模事業者は、特にデジタル化が重要であると考え、推進していく。さらには、単にデジタル化で終結させることの無いよう、その先の顧客獲得や売上・利益増加等の効果に結び付ける事業計画の策定支援や導入事例の周知を実施し、その重要性を特に示していく。

④事業承継支援

後継者がいる事業者に対しては、後継者を中心に事業計画を策定し事業承継をスムーズに遂行させ、雇用の維持や人材育成、副次的な売上拡大を目指す。また、後継者不在であるが、事業の継続を考えている事業者に対しては、専門的支援機関と連携し、同業種・異業種間での事業統合(M&A)等の支援を行い、廃業による事業者の減少や事業の衰退に歯止めをかけていく。

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

1. 個社(小規模事業者)に対する経営支援の強化

小規模事業者には販路開拓や人材育成や資金調達、事業承継等の課題が多数ある。創業者では創業に対する情報や基礎知識、また人脈等が伴っていない事が多い。また、当所経営指導員も能力や経験値により、支援に格差が生じている。今後は、経営指導員等の支援スキルアップと支援の標準化のために、職員研修やOJT制度を導入し資質の向上を図る。他の支援機関と連携し以下の内容で事業者支援を実施していく。

①既存事業者の持続的発展支援

・事業計画策定支援

多くの小規模事業者は経験や勘をもとに日々経営している状況である。5年後の事業については漠然と考えているものの、見通しが立たず新たな事業にチャレンジできていない。しかしながら、当所が実施している事業者へのアンケート調査では、事業計画の策定を考えている事業者が半数近くあることから、事業計画策定の支援が必要であると考え。窓口・巡回相談や各種セミナー参加者に対し、事業計画策定を推進するチラシ等を活用して事業計画策定の重要性について周知していく。併せて事業計画策定セミナーと個別相談会を開催することで、意欲的な事業者を発掘し、事業計画の策定を実施する。事業計画の策定では地域の経済動向や需要動向、自社の経営分析を行い課題の抽出や取組内容を自身で見定め、時代に合わせたビジネス

モデルの再構築や実現可能性の高い計画策定支援を各支援機関と連携し支援に結び付ける。計画策定後はフォローアップを随時行い、計画と大きな差異や新たな課題があった場合は専門家による支援を受けることで、事業の強化とさらなる発展が見込まれる。

・事業承継問題の解決・支援

事業主の高齢化や後継者不足に伴う廃業が課題となっている。事業承継の有無についてアンケート等調査し支援を必要とする事業者を把握していく。支援へ向けて事業承継セミナーを開催し事業承継計画策定の必要性や重要性の気付きを創出し、早期の事業承継計画の策定に繋げる。また、後継者は不在だが事業の引継ぎを考えている事業者に対しては埼玉県事業引継ぎ支援センター等の専門機関と連携し、同業種・異業種間での事業統合（M&A）を支援し事業の継続を図る。後継者がいるが事業承継が進んでいない事業者に対しては、後継者と一緒に事業計画の策定から承継後のフォローアップまで円滑な事業承継が図れるよう、埼玉県事業引継ぎ支援センターを始めとした地域プラットフォーム構成機関等や専門家と連携し支援する。

②開業者の事業継続支援

開業者は十分な事業計画を持たずに創業し、業績悪化に陥り廃業するケースが多い。また、開業者の事業継続率は、創業後1年では約95%、3年では約90%と高い水準ではあるが、順調な事業継続のためには、特に支援強化が必要と考え、主に個別相談会の実施や各種セミナーを開催する。創業時に必要な基礎知識や情報を学ぶことができる創業塾や、開業後の事業者に向けた人材、販路開拓、資金調達等をテーマにしたフォローアップセミナーを開催する。各セミナー終了後のフォローについては、経営指導員による窓口・巡回指導や当所をはじめ各支援機関が実施している個別相談により開業者が軌道に乗るまで集中的に支援する。また、融資が必要な事業者については地域プラットフォーム構成機関の金融機関と連携し支援することで、円滑な資金調達へ繋げる。

以上、事業支援にあっては事業者との対話と傾聴を通して、事業者自らが内発的に課題を引き出し、その課題解決に向けた自走化を目指す。

2. 地域経済の活性化

①地域経済の活性化による小規模事業者の販路・売上拡大

当所では、こしがや産業フェスタや5市1町で開催される埼玉東部工業展、広域ビジネス交流会を始め、地域の商店会と協力して販促PRイベント等を開催している。独自で販路拡大を行うことが難しい小規模事業者に対して、イベントの開催・出展支援を行い、販促の機会を設ける。事業者がイベントに出展する際は、専門家と連携し、出展での営業から終了後のフォローまで支援していく。また、個店の販促媒体の発行や事業所紹介・マッチングサイトの作成により、事業者を市内外に向けて広く周知する。各イベント等では消費者に対し需要動向調査を行い、調査結果を事業者へフィードバックし、今後の新商品開発等に繋げる。

②地域資源を活用した新たな商品開発とPR活動

越谷市の魅力をPRするために、地域資源を活用した商品の発掘を行い、地域の特産品を活用した飲食メニューや土産等、「食」をテーマとした商品の開発に取り組む。開発した商品は様々な広報媒体で市内外に向けて情報を発信する。市外からの来訪者については、市内各施設への回遊も図られるような事業を実施する。各店舗への来店者に対し、需要動向調査を行うことで、調査結果を事業者へフィードバックし、さらなる商品開発に取り組めるよう支援する。

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]

日本商工会議所のLOB0調査や景況調査を行い、中小企業施策立案の基礎資料のために企業を

取り巻く経営環境や直面する課題等を示すデータを収集して当所会報やホームページにて発表している。

[課題]

現在の調査方法は全国的に行っているものであり、調査結果としての報告に限られており、収集データの分析や活用がされていない。また公表しなければならない。その調査結果を基に支援事業者への経営改善を提案する必要がある。

(2) 目標

内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①巡回・窓口調査・公表	0回	4回	4回	4回	4回	4回
②各種調査・公表	12回	12回	12回	12回	12回	12回
③越谷市景気動向調査・公表	0回	1回	1回	1回	1回	1回
④REASAS調査・公表	0回	1回	1回	1回	1回	1回
⑤商圈分析ツール	131回	160回	170回	180回	200回	200回

(3) 事業内容

独自の調査が困難な小規模事業者に対し各景気動向調査を行い、収集したデータをもとにデータベース化し経営指導員を中心に分析する。市内事業者の経営状況を詳細に把握することで、今後の支援の方向性や経営戦略の立案に活用することができる。また、分析結果は会報やホームページ等で広く発信することで、小規模事業者の経営方針や事業計画を策定する際に必要な情報を提供することができる。

①巡回・窓口相談時、セミナー等参加者への景気動向調査

【調査対象】巡回・窓口相談者 800者 セミナー参加者 250者

【調査時期】年4回(四半期ごと)

【調査項目】財務分析 売上状況、経常利益、資金繰り、
非財務分析 全体業況、直面する経営課題、雇用の状況、事業承継の有無

【調査方法】巡回・窓口相談時にヒアリング調査する。セミナー開催時に参加者へ調査を実施する。

【分析手法】経営指導員が中小企業診断士等の専門家と連携し調査・分析を行う。

②「中小企業景況調査」「LOBO調査」の活用

中小企業庁及び独立行政法人中小企業基盤整備機構が行う「中小企業景況調査」では、中小企業の景況を把握し、中小企業施策立案の基礎資料の収集を行う。また、日本商工会議所が行う「LOBO調査」では、小規模事業者の経営動向について調査分析を行う。

調査時期：「中小企業景況調査」年4回(四半期ごと)

「LOBO調査」毎月1回

調査方法：「中小企業景況調査」「LOBO調査」市内事業者(5社)に対し、アンケート調査

③越谷市景気動向調査等の活用

越谷市が実施している「越谷市景気動向調査」により、地域の経済動向を分析する。

【調査時期】年1回

【調査項目】業況・売上高・経常利益・従業員数・資金繰り

【調査方法】市内500事業所を無作為抽出。往復ハガキによるアンケート方式

分析手法：越谷市、経営指導員及び当所と連携の専門家と供に調査・分析を行い、会報やホームページ等に広く周知する。

④地域経済分析サービス REASAS を使用した分析と結果を活用した調査

管内の人口、産業、観光、雇用等の現状把握及び地域経済動向分析サービス REASAS を活用し、会報やホームページにて公表する。

【調査時期】年1回

【調査項目】人口・産業・観光・雇用

【分析内容】「地域経済循環マップ」にて生産・分配・支出に関して調査

「産業構造マップ」にて市内の産業分布、事業所数、付加価値等について調査

「街づくりマップ」にて滞在人口、事業所立地動向等の調査

⑤商圈・市場分析ツールの活用

開業時やマーケット分析時に、商圈範囲をピンポイントに指定し、購買層と購買力をデータとして活用することにより、事業者のターゲット層と提供する最良の立地と商品を見極める。

【調査項目】年齢層・業種構成等のマーケット特性・購買力・県内他のエリア比較

【分析内容】500m、1 km、3 kmといった距離別の商圈範囲データやマーケットの動向を調査し、支援事業者に提示する。

(4) 成果の活用

①収集した情報を専門家等と連携して調査分析し、結果は会議所ホームページや越谷市のホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

②経営指導員等会議にて、各調査結果から得られる小規模事業者の動向やニーズ、課題等を共有し、今後の支援を行う上での参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者が想定顧客を設定し商品開発を行う為の需要調査を行うことは、非常に重要なことであるが、現状は殆ど行っていない。

小規模事業者はプロダクトアウトによる販売傾向が強く、マーケットインの視点に立って商品・サービスの開発を行うという認識が弱いため、小規模事業者が想定顧客を設定し商品開発を行う為の需要調査を当所が小規模事業者に代わって行いフィードバックしていくことは、非常に重要なことであるが、現状は殆ど行っていない。

[課題]

自社の商品・サービスを消費者に選んでもらうための第一歩として、「どのような顧客」の、「どのようなニーズ」に、「どのような強み」によって訴求するのかという方向性を定めなければならないが、小規模事業者においては独自で定めることは困難である。当所の販促事業や各種展示会の開催時において消費者・来場者より直接需要調査を行い、その結果を小規模事業者にフィードバックする。さらにその調査結果を基に専門家を活用し、新商品開発支援を実施し、顧客のミスマッチを防ぐ。

(2) 目標

内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
「こしがや鴨ネギ鍋」 「鴨ネギメニュー」 調査対象事業者数	13者	15者	15者	15者	20者	20者
展示会及び販売会 一般来場者 調査対象事業者数	134者	140者	140者	150者	150者	160者

販促事業 調査対象事業者数	22者	40者	40者	50者	50者	60者
------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(3) 事業内容

①「こしがや鴨ネギ鍋」「鴨ネギメニュー」提供店来店者への需要動向調査

「こしがや鴨ネギ鍋」や「鴨ネギメニュー」提供店舗への来店者に対し、味の感想等を調査し、その結果をフィードバックし、更なる商品の改良を促す。

【調査手段・方法】鴨ネギ鍋・鴨ネギメニュー提供店への来客者に対しWEB形式にてアンケート調査を行う。

【サンプル数】1者あたり50名

【調査時期】11月～2月

【調査項目】調査項目設定には、よろず支援拠点他、各分野の専門家と協議し、来店者の属性や嗜好がわかるような、項目を選定する。

(例) 味、量、価格、見た目、パッケージ等

【分析手段・手法】よろず支援拠点他、各分野の専門家と連携し、集計データの分析を行う

【分析結果の活用】検証結果を各店舗に情報提供を行うと共に、商品のブラッシュアップや商品開発、価格帯の見直しなど、事業改善支援を行い売上の増加を図る。

②当所が主催及び出展支援をする展示会及び販売会への一般来場者への需要動向調査

【調査手段・方法】展示会及び販売会にて、来場者を対象に記名式及びWEB形式にてアンケート調査を行う。

【サンプル数】1者あたり20名

【調査時期】当所が主催及び出展支援をする展示会及び販売会開催時

【調査項目】調査項目設定は、当所連携専門家、よろず支援拠点他、専門家と協議し、来場者の属性や嗜好がわかるような、項目を選定する。

(例) 味、量、価格、見た目、パッケージ等

【分析手段・手法】当所委託専門家、よろず支援拠点等、各分野の専門家と連携し、集計データの分析を行う。

【分析結果の活用】検証結果を各店舗に情報提供を行うと共に、商品のブラッシュアップや商品開発、価格帯の見直しなど、事業改善支援を行い売上の増加を図る。その支援により開発した新商品を各種広報活動や「一店逸品(仮称)」において掲載、紹介する。

③当所が実施する販促事業により来店・利用した一般消費者への需要動向調査

【調査手段・方法】展示会及び販売会にて、来場者を対象に記名式及びWEB形式にてアンケート調査を行う。

【サンプル数】1者あたり50名

【調査時期】当所が主催及び出展支援をする展示会及び販売会開催時

【調査項目】調査項目設定は、当所連携専門家、よろず支援拠点他、専門家と協議し、来場者の属性や嗜好がわかるような、項目を選定する。

(例) 味、量、価格、見た目、パッケージ等

【分析手段・手法】当所連携専門家、よろず支援拠点等、各分野の専門家と連携し、集計データの分析を行う。

【分析結果の活用】検証結果を各店舗に情報提供を行うと共に、商品のブラッシュアップや商品開発、価格帯の見直しなど、事業改善支援を行い売上の増加を図る。その支援により開発した新商品の各種広報活動や「一店逸品(仮称)」において掲載、紹介する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、各種補助金申請時や金融相談時に定性面においては、小規模事業者から代表者の人柄や家族・従業員構成、取引先の規模や経営状況、競合状況、立地条件、経営課題等を直接本人から聞き取りを行い、補助金申請・金融に活かすのみとなっていた。経営支援の一環として先立って経営分析を行い、それにより抽出された課題解決に向けた支援や補助金の提案、事業計画への落とし込みをする事はあまりなく、定量面も同様であった。

[課題]

小規模事業者は、独自で経営分析を行うことは困難であるため、経営分析ツールを導入し、事業者と指導員等と情報の共有を図ることで改善点の洗い出しが可能となるが、事業者への利用周知をより一層行っていくことが課題である。

BIZ ミル等に代表される「経営支援ソフトウェア」を所内の共通のツールとし、情報の共有化を図り、より効果的な経営支援に繋がるよう有効に活用するために継続的な職員内部研修も併せて行う必要がある。

(2) 目標

内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
経営分析事業者数	43者	60者	70者	80者	90者	100者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の掘り起こし

- ・事業計画策定セミナーはじめとした、各種セミナー開催時に参加者へ向け経営分析支援及び経営分析ツールについての有用性の周知を行い、活用を促す。
- ・持続化補助金等各種補助金申請者、経営革新計画策定者等、経営に意欲的な経営者に対し、分析ツールの周知を図り、活用を促す。

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者や持続化補助金等申請者、経営革新計画策定者等意欲的な経営者

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】「経営支援ソフトウェア」を活用し、事業者と経営指導員が定期的に分析する。必要に応じて、専門家等も連携して分析を行う。

(4) 分析結果の活用

- ・分析したデータを事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識し、更なる強みの発見や課題解決の糸口を掴み、さらに経営指導員や専門家と共に読み込む事で、より綿密な事業計画の策定に繋げる。その策定した計画を経営革新計画の取組みへの誘導を行い、売上増加や生産性向上等の効率的・効果的な経営支援に繋げる。
- ・経営指導員や専門家との連携により課題解決を行い、効果が生み出した取組みについては、内部会議等において報告をすることで、職員間の情報共有が図れ、更なる効果的な経営支援に繋げる。
- ・効果のあった支援内容についてホームページ等で周知し、活用してもらうと共に、経営分析の重要性を啓蒙する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

開業者や小規模事業者こそ事業計画策定が必要であると考え、「ビジネスサポートセンターこしがや」や当所への個別相談者や経営革新セミナーや創業塾といった研修会参加者や、補助金申請などのきっかけで計画策定の提案及び支援を行っているが、周知不足もあり、未だ事業計画策定の重要性が認識されておらず、策定件数も少ない状態である。

また、支援についても専門家による支援のウエイトが非常に大きい。また、指導員それぞれで計画書の作成方法や質にばらつきも出ている。さらに、策定希望者の掘り起こしも行っておらず、希望者自身の支援依頼を待つ受け身の状態である。

[課題]

大きな課題である、指導員のスキルのバラつきは、計画書作成支援ツールを活用し、フォーマットを統一することで、計画書の質の向上・平準化や共有化を目指す。

職員が苦手意識を克服し、自らが進んで策定者の掘り起こしを行い、更なる事業計画策定件数を増やすことで、経営革新計画に結び付け、申請件数も増加させていく。

(2) 支援に対する考え方

実際に経営改善に繋がった取組事例や本人の声を会報やホームページで紹介し、支援件数を増やしていく。また、ノウハウの共有を図った事業計画の策定支援をはじめ、新たな支援対象者の掘り起こしを図る。但し、件数は重要であるが、事業者の意欲がないと意味の無いものになってしまう為、巡回等でその状況を把握し、効果的な経営改善に繋がるよう意欲のある事業者を選定する。事業計画書はフォーマットを統一し、計画書の質の向上・平準化や共有化することが必要である。経営革新計画についても、事業者に対し経営革新計画の重要性を意識付けすることで、自らが事業計画を策定できるよう支援する。

DXについても同様で、デジタル化も人手不足の解消や経営改善に繋がる効果的な取り組みであるが、小規模事業者においては、未だハードルが高い取り組みであると認識され、敬遠されがちである。指導員による提案と重点的なセミナーの開催により、事業計画に盛り込む必要性の理解を得る。

事業承継についても、計画策定の重要性を周知し、支援にあたっては、専門機関と連携し、早期の計画策定によるスムーズな事業承継となることと共に、被承継者・承継者共にメリットにある事業承継を実施する。

(3) 目標

	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
事業計画策定事業者数	43者	60者	70者	80者	90者	100者
DX事業策定事業者数	0者	1者	1者	2者	2者	3者
創業計画策定事業者数	25者	30者	30者	30者	30者	30者
事業承継策定事業者数	0者	2者	5者	5者	8者	10者

(4) 事業内容

①事業計画策定支援セミナー、個別相談会の開催

意欲があるが事業計画策定をしたことがない事業者へ向けてセミナーを開催する。セミナー終了後は、専門家による個別相談会を開催し、主に策定に意欲的な事業者を経営指導員等が支援する。課題解決に向け支援機関と連携しながら、課題解決に向けた指導・助言を行い、事業計画完成まで伴走型で支援する。

セミナーや個別相談会を開催することで、事業計画策定のハードルを下げるとともに様々な効果をもたらすことをPRする。支援メニューの周知も同時に行い、支援件数の増加にも繋げる。

【募集方法】 募集方法：会報への案内チラシを同封、ホームページ、プラットフォーム構成機関へのチラシを配布

【回数】 セミナー年3回、個別相談会3回

【カリキュラム】 講師を依頼する専門家と連携し、事業計画書の策定を講義に盛り込む。

【参加者数】 セミナー：各回20名 個別相談会：各回5名

【支援対象者】 経営分析を行った事業者、持続化補助金等各種補助金の相談者また申請者、マル経融資利用事業者、事業計画に積極的な事業者。

【手段・手法】 セミナーや個別相談会受講者に対し、経営指導員が事業計画の策定につなげ、必要に応じ、当所連携専門家やビジネスサポートセンターこしがや地域プラットフォームコーディネーターと連携し伴走支援を行う。

②DX策定支援

人的リソースが脆弱な小規模事業者にとってDXは重要な取組みであると考え、課題の上位に位置すると考える。しかしながら、未だその小規模事業者自身がその重要性に気付いていない、若しくはハードルの高いものと認識しており、進んでいないのが現状であるためDXの有用性を広く周知するためのセミナーや個別相談を実施し、導入に結び付ける。

しかしながら専門性の高い取り組みであるため、経営指導員をはじめとした職員が単独で支援することは困難であり、専門家との連携も併せて実施する。

【募集方法】 会報へのセミナー開催案内チラシの同封、ホームページ、プラットフォーム構成機関等連携先へのチラシ配布、DXの必要性をPRする広報活動。

【回数】 セミナー開催 年2回及び、職員による随時のDX推進活動

【カリキュラム】 セミナーについては、講師を依頼する専門家と連携し、DX策定の重要性を講義に盛り込む。

【参加者数】 セミナー 各回20名

【支援対象者】 DXを目指す事業者

【手段・手法】 セミナー受講者に対し、経営指導員と専門家が連携し、DXによる事業計画の策定につなげる。

③創業計画策定支援

創業を考えている方や創業間もない方に対して越谷市による創業塾、開業後は、越谷商工会議所が開業フォローアップセミナーを開催する。なお、創業支援については産業競争力強化法に基づく越谷市創業支援等事業計画の創業支援事業者として地域と連携して支援を実施する。当所としては特に創業時に必要な情報の提供や基礎知識の習得に向けた支援、資金調達で必要となる創業計画書策定支援などを中心に行い着実な創業とその後の事業継続について伴走支援する。

【募集方法】 当所会報及び市広報にて開催記事を掲載、当所と越谷市のホームページ掲載、ビジネスサポートセンターこしがやへの創業相談者、プラットフォーム支援機関へのチラシ配布。

【回数】 創業塾2回、フォローアップセミナー4回

【カリキュラム】 依頼する講師と連携し、創業計画書の策定を講義に盛り込む

【参加者数】 各回20名

【支援対象者】 当所やビジネスサポートセンターこしがやへの創業相談者、創業塾、開業フォローアップセミナー参加者

【手段・手法】 経営指導員と当所が連携している専門家が連携し創業支援策定に繋げる。

・先輩経営者との勉強会の開催

開業間もない段階や、成長期での事業拡大など悩みを抱える相談者に対して、経営者としての心構え、行動の指針などについて、先輩経営者を講師とした勉強会を開催し、経営指導員や専門

家では出来ないフォローを行っていく。

【募集方法】個別相談者や創業塾・開業フォローアップセミナー参加者への直接声掛け、当所会報及び市広報にて案内記事を掲載、当所と越谷市のホームページ掲載及び地域プラットフォーム構成機関へのチラシを配布。

【回数】年2回

【カリキュラム】講師となる先輩経営者と連携し、創業に対する心構えや起業に必要な様々なノウハウの習得

【参加者数】各回20名

【支援対象者】創業相談者、創業塾、開業フォローアップセミナー参加者

④事業承継計画策定支援

事業承継に馴染みのない小規模事業者において、事業承継の重要性を理解し、事業承継が円滑に行えるよう支援を行う。事業承継セミナーや個別相談会の開催、埼玉県事業引継ぎ支援センター等専門組織と連携をすることで事業承継のハードルを下げ、事業の継続を図る。

【募集方法】会報への案内チラシを同封、ホームページ、プラットフォーム構成機関へのチラシを配布

【回数】セミナー 年3回 個別相談会毎月1回

【カリキュラム】講師を依頼する専門家と連携し、事業計画書の策定を講義に盛り込む

【参加者数】セミナー 各回15名 個別相談会 各回5名

【支援対象者】事業承継を考えている事業者

【手段・手法】セミナーや個別相談会受講者に対し、経営指導員が当所と連携している専門家と連携し事業計画の策定支援につなげる。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業計画の策定支援は行っているものの後の相談対応や進捗状況確認などの継続した支援を行えず、目標達成できていない企業もある。また、思うように計画が進まず、モチベーションが下がり途中で計画が止まってしまう事業者も多い。

[課題]

計画した事業計画を遂行するための進捗管理やモチベーション維持、新たな課題の発見やその解決の為に支援メニューの提供等、継続した支援を行うことが必要である。

策定支援から実施支援へ定期的な継続支援を実施し、確実な事業継続に繋げる

(2) 支援に対する考え方

フォローアップは事業計画書を策定したすべての事業者を対象とする。事業計画の進捗状況を定期的に確認し、その状況に応じた専門家の支援を行う。進捗状況に応じて支援の回数を調整する。目標へ向けてのズレの修正や目標値の再設定等、PDCAサイクルを意識した継続支援を行うことが重要と考える。

また、課題を職員間で共有することにより、様々な観点から課題解決の糸口を掴む。

(3) 目標

	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①事業計画 フォローアップ者数	43者	60者	70者	80者	90者	100者
頻度(延数)	26回	120回	140回	160回	180回	200回

売上増加	—	20者	25者	40者	80者	120者
利益率5%増加	—	15者	20者	25者	30者	50者
②DX フォローアップ者数	0者	1者	1者	2者	2者	3者
頻度(延数)	0回	2回	2回	4回	4回	6回
③創業計画 フォローアップ者数	25者	30者	30者	30者	30者	30者
頻度(延数)	25回	120回	120回	120回	120回	120回
④事業承継 フォローアップ者数	0者	2者	5者	5者	8者	10者
頻度(延数)	0回	2回	5回	5回	8回	10回

※事業承継策定支援のフォローアップは、計画策定後も、年1回フォローしていく。

※創業支援のフォローアップは、計画策定後3年間フォローする。進捗状況に応じてフォローの頻度を減らしていく。

(4) 事業内容

①既存事業者に対する事業計画策定のフォローアップ

各種補助金申請者、経営革新計画策定者、事業承継計画策定者等や採択・不採択に係わらず補助金申請者に対して、希望者に専門家派遣等を通じて事業継続支援を行う。

事業計画策定後半年ごとに一度、経営指導員が策定した事業計画書の進捗状況の確認を行う。事業計画の目標に大きなズレが生じていると判断される場合は、適宜専門家派遣を行い課題解決に向けた指導・助言を行っていく。

また、月1回開催している経営指導員会議にて、進捗状況の報告会を開催し、課題解決に向けたノウハウの共有や情報交換を行い支援に活かすとともに、経営指導員他職員の支援スキルの向上を図る。

②DX策定支援のフォローアップ

DX計画の策定事業者については、新たな取組みで、計画遂行の難易度は高いものであるためフォローアップが必要である。経営指導員や専門家の活用と連携した質の高い、半年に1回のフォローアップを実施し、計画が順調に実施出来るように支援する。DX支援と同時に経営状況についても同時にフォローする。

③創業計画策定支援のフォローアップ

創業直後の事業者は、開業後1年間は四半期に一度、専門家や各支援機関と連携し指導・助言を行う。1年後は進捗状況を見ながら、随時支援していく。また、状況に応じて専門家が必要な場合は、適宜専門家派遣を行い計画通りに事業が継続できるようフォローしていく。

・改善成功事例の周知と経営者との勉強会の開催※

経営改善に繋がった経営者については、その経験談や重要性の周知のために、講師として招き勉強会を開催することで、経営指導員や専門家ではできない現場のリアルな声が聞ける良い機会となる。

④事業承継計画策定支援のフォローアップ

事業承継計画の実施については、様々な観点から計画を策定するものであるため、計画の遂行についても、フォローアップを実施し計画的に実施が図られているかを確認していく必要が不可欠である。特に専門性の高い分野であるので様々な支援機関と連携し、年1回のフォローアップを実施していく。

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

[現状]

需要開拓が必要な小規模事業者の発掘・啓発活動を行い、BtoB 支援は、埼玉東部工業展、広域ビジネス交流会等への出展支援を行った、BtoC 支援は、地域産業イベントへの出店支援を行っている。

販売促進広報支援としては、単独の販促活動が難しい小規模事業者に対して、毎月発行している当所会報「鼓動」の誌面、店舗情報や商品・サービスを掲載した冊子「一店逸品 in こしがや」の発行や Instagram をはじめとした当所の各種 SNS をはじめとした様々な媒体により広報活動支援を実施した。

[課題]

販促活動の場を提供するだけでなく、広報活動により来店した一般消費者や展示会販売会にて需要動向調査を行い、その結果をフィードバックし新商品開発へ向けての情報提供や経営改善に繋がる支援を行う必要がある。その結果を支援者へフィードバックを行うことで、「選ばれる企業」「選ばれる商品」となるよう継続支援を行う。

(2) 支援に対する方針

越谷商工会議所独自で地域産業イベントを行い、周辺地域の消費者等に向けての事業者の周知 PR 支援を行っているが、出展者から広域の展示会の開催を要望するニーズもあり、県主催の展示会への出展支援や広域連携での展示会に参加できる場を提供することで支援を行う。

また、需要動向調査の結果をフィードバックすることにより商品開発や新サービスの提供に繋げる。

(3) 目標

現状	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
展示会出展者数 (売上高 10%以上)	93 者 (93 者)	100 者 (100 者)	100 者 (100 者)	100 者 (100 者)	100 者 (100 者)	100 者 (100 者)
「一店逸品(仮称)」 掲載事業者 (売上高 10%以上)	21 者 (21 者)	30 者 (30 者)	35 者 (35 者)	40 者 (40 者)	40 者 (40 者)	40 者 (40 者)
販路開拓 セミナー開催数 (延べ受講者数) (売上高 10%以上)	9 回 (149 者) (70 者)	10 回 (180 者) (90 者)	10 回 (200 者) (100 者)	10 回 (220 者) (120 者)	10 回 (220 者) (130 者)	10 回 (220 者) (130 者)

※「展示会」は来場者が多く見込まれ即日販売とその後の実店舗への来店が見込まれることにより、売上の向上も見込まれる。

※「一店逸品(仮称)」は、広報媒体掲載・配布をすることにより、広く周知が図れ、全掲載事業者の売上向上が見込まれる

(4) 事業内容

①展示会・マッチングイベント等の開催又は出展支援

展示会やマッチングイベントの開催を行う。独自で販路拡大を行うことが難しい小規模事業者に対して、以下の展示会を開催・出展支援を行い、販促の機会を設けることで、取引先の増加等を図ることができ売上の増加と販路拡大が期待できる。

(i) 地域産業イベントによる自社製品 PR 及び販売支援

当所では越谷市と連携し、地域産業イベントを開催する。越谷市内の小規模事業者の事業PR、商品販売、商談等を目的に商工業者が出店し、昨年は2日間で延べ13万人が来場し、市民への絶好のアピールの場となっている。特に越谷から古くからある伝統的手工芸品や地域資源を活用した特産品を販売し需要開拓につながっている。

(ii) 「埼玉東部工業展」出展による取引の拡大等支援

埼玉東部の5市1町（越谷・草加・三郷・八潮・吉川・松伏）の商工会・商工会議所が連携し、各自自治体の協力も得ながら「埼玉東部工業展」を開催。事業計画策定事業者、経営革新承認事業者等、意欲のある製造者の優れた工業製品・技術・情報のPRの為に展覧支援を行い、取引拡大、技術交流、情報収集や連携地域外の企業との交流の場を提供することで売上向上・販路開拓に寄与する。

(iii) 国・埼玉県が主催するマッチングイベントへの出展に対する助成

国内最大の展示会「中小企業総合展」や県内約800社が参加する「彩の国ビジネスアリーナ」（毎年1月後半に2日間開催）など国・埼玉県当公的機関が主催する商談会・マッチングイベントに出店する小規模事業者に対し、出展料の助成を行い、新たな需要開拓を支援する。

(IV) さいたま商工会議所・蕨商工会議所と共催による広域ビジネス交流会の開催

さいたま商工会議所、蕨商工会議所、川口商工会議所と連携して「広域ビジネス交流会」を年2回（工業版と全業者版）開催する。地域を超え一度に多くの事業者と交流が図れる交流会は管内の小規模事業者にとって非常に有効である。交流会終了後は、取引につながったケースや交流会に対する意見を把握するためアンケート調査を行い、今後の支援につなげる。

②販売促進・広報活動支援

小規模事業者自身が新たな販売促進や広報活動を行うことは困難である為、販促冊子の作成や紹介サイトの公開等広報支援、セミナーの開催等様々な支援を行うことで広く消費者への周知を行い、販路拡大売上の向上を図る。

(i) 店舗を紹介するPR媒体の発行

販促活動に対して、コスト面において実施が難しい小規模事業者が提供する、店舗・商品・サービスを掲載しPRする媒体の発行により、消費者に直接広報することで、効果の高い販促活動を行うことができ、売上や来客数の増加が期待できる。

(ii) 「越谷まちゼミ」の開催

事業者自身の店舗を会場にして、その店ならではの専門知識や情報、コツなどを無料で教えることを通しその店舗の価値を高め、店舗と顧客とのコミュニケーションを深めることで信頼関係を築き、来店頻度の向上を図り、売上の向上にも大きく貢献できる。

(iii) ホームページ、SNSの活用による販路開拓支援

広報活動については、近年はSNSやホームページでの広報が重要である。また、最近ではInstagramといった特に画像を重視する見栄えのする広報活動が盛んに行われており、その効果は高い。写真撮影方法について、SNSやホームページに利用する見栄えのする商品の写真を撮るテクニックを学ぶ研修会をはじめとした様々なテーマの研修会を開催し、より効果的な広報活動となるような支援を行い、来客数の向上を目指す。

(IV) マスメディア、各種広報誌等の広報支援※

市内企業の中で特に新商品・サービス等展開した小規模事業者の新たな取り組みを広報支援する。主に、事業計画策定者や創業者等に対し優先的に支援する。当所会報、ホームページ、紹介コーナーを利用して事業計画策定支援を受けた事業所を優先的に掲載し販路開拓やビジネスマッチングにつなげる。また、広報越谷、埼玉新聞、地元ケーブルテレビ等に当所とのつながりの中で事業者を推薦しPRすることで販路開拓支援を行う。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]

個別の事業の実施状況については、適宜正副会頭会議や常議員会、当所の会報等にて報告を行っている。しかしながら、成果についての評価・検証については現在実施されておらず今後の事業のブラッシュアップに至っていない。

[課題]

実施した事業の評価や見直しが行われていない。事業評価の仕組みの再構築や体制の強化が必要である。

(2) 事業内容

①前年度の支援者数や目標に対する結果を指導員間で共有し、全体としての定量面を把握し、支援内容や目標を改めて設定する。その目標に基づき個人（経営指導員等）ごとに再度、定量的に落とし込み、個々の成果目標を設定する。

②半期に1回、越谷市経済振興課と越谷商工会議所事務局長、中小企業相談所管理職、担当者（法定経営指導員）、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする評価検討を実施し、事業の実施状況や、成果の評価の見直し案の検討を行う。

③経営指導員を中心に所内にて、上記の評価、見直し案を参考にし、次年度の方針を決める。事業の成果、評価及び見直し並びに次年度の方針・計画については小規模事業者支援委員会、正副会頭会議、常議員会にて報告し承認を得る。

④その支援方針について、当所のホームページ及び会報へ掲載することで、小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

経営指導員は、経営支援を実施するなかで、事業者の状況を観察し、職員会議等において報告し、その状況に基づき法定経営指導員が、上記評価検討会議において報告する。

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]

埼玉県商工会議所連合会が行う指導員研修や日本商工会議所が主催する研修会等への参加により資質向上を図ってきた。

こうした資質向上のための取り組みが体系的・計画的に行われているとはいえ、職員個人の能力強化による受講となっており、組織的な体制による受講テーマの設定には至っておらず、ノウハウや情報の共有化についても部分的なものに留まっている。

[課題]

小規模事業者に対する経営支援においては、対応する経営指導員によって経験値の違いなどから支援の質・量に違いが生じることがある。

これを是正するためには、OJTや外部専門家を招聘した内部研修会の開催、組織的な支援体制の強化による外部研修会の受講等、経営指導員等の支援スキルの平準化が必要となる。

また、指導事例を共有化することによる、支援時の解決の糸口の幅を広げる効果的な経営支援の強化が必要となっている。

(2) 事業内容

①経営指導員によるOJT制度の導入

経営支援が浅い指導員と経験豊富な経営指導員とがチームとなり、巡回指導や窓口相談を活用したOJTを積極的に実施し、支援能力の向上を図る。

②専門家の招聘による職員研修会の開催

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、専門家による研修会を開催し、自己研鑽を図るとともに、経営発達支援計画や伴走型事業への積極的関与を促す。

- ・コーディネーターや専門家派遣同行による資質向上

「ビジネスサポートセンターこしがや」コーディネーターや当所連携専門家の小規模事業者支援や専門家派遣事業の際に、経営指導員が同行し、専門家の支援のノウハウを学び、今後の経営支援に活かす。

③外部講習会等の積極的活用

- ・日本商工会議所が主催する研修
- ・埼玉県商工会連合会・埼玉県商工会議所連合会の「職員研修」
- ・中小企業大学校研修の受講

④職員間の定期ミーティングの開催

- ・職員研修会の開催

研修会等へ出席した経営指導員等が順番で講師を務める、内部職員研修会を定期的に開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

- ・経営指導員を中心とした勉強会

外部講師による経営革新計画策定に係る勉強会を適宜開催する。計画策定後のフォローとして検討会を月1回開催し情報を共有する。その結果を正副会頭会議にて報告する。

⑤経営支援ツールを活用したデータベース化

BIZミルに代表される経営分析ツールを導入し、システム上で支援内容を適時入力することで、支援中の小規模事業者の状況を職員間で共有化し、担当外の職員でも対応が可能になる。

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

(1) 現状と課題

[現状]

当所では、越谷市や支援機関と連携し市内事業者の情報交換を行っている。また各近隣商工会・商工会議所と連携し地区外の経済状況やそれぞれが抱える課題について情報交換を行っている。各関係機関との連絡会議は担当者だけとなり他経営指導員との面識があまりなく、情報が行き届いていない。

[課題]

今後は各会議で得た支援事例やノウハウを経営指導員で共有する仕組みづくりや交流が必要である。

(2) 事業内容

①埼玉県東部広域商工団体連絡協議会

埼玉県東南部5商工会・商工会議所で組織する「埼玉県東部広域商工団体連絡協議会」で年2回役員及び職員に対して研修を行い、それぞれの管内の経済状況や直面する課題等について情報交換を行う。

②金融機関との懇談会

市内金融機関との懇談会を年2回開催し、最近の金融事情や金融機関の支援の取り組みについて情報交換を行う。金融機関との関係性を深め、小規模事業者支援をスムーズに進めていく。

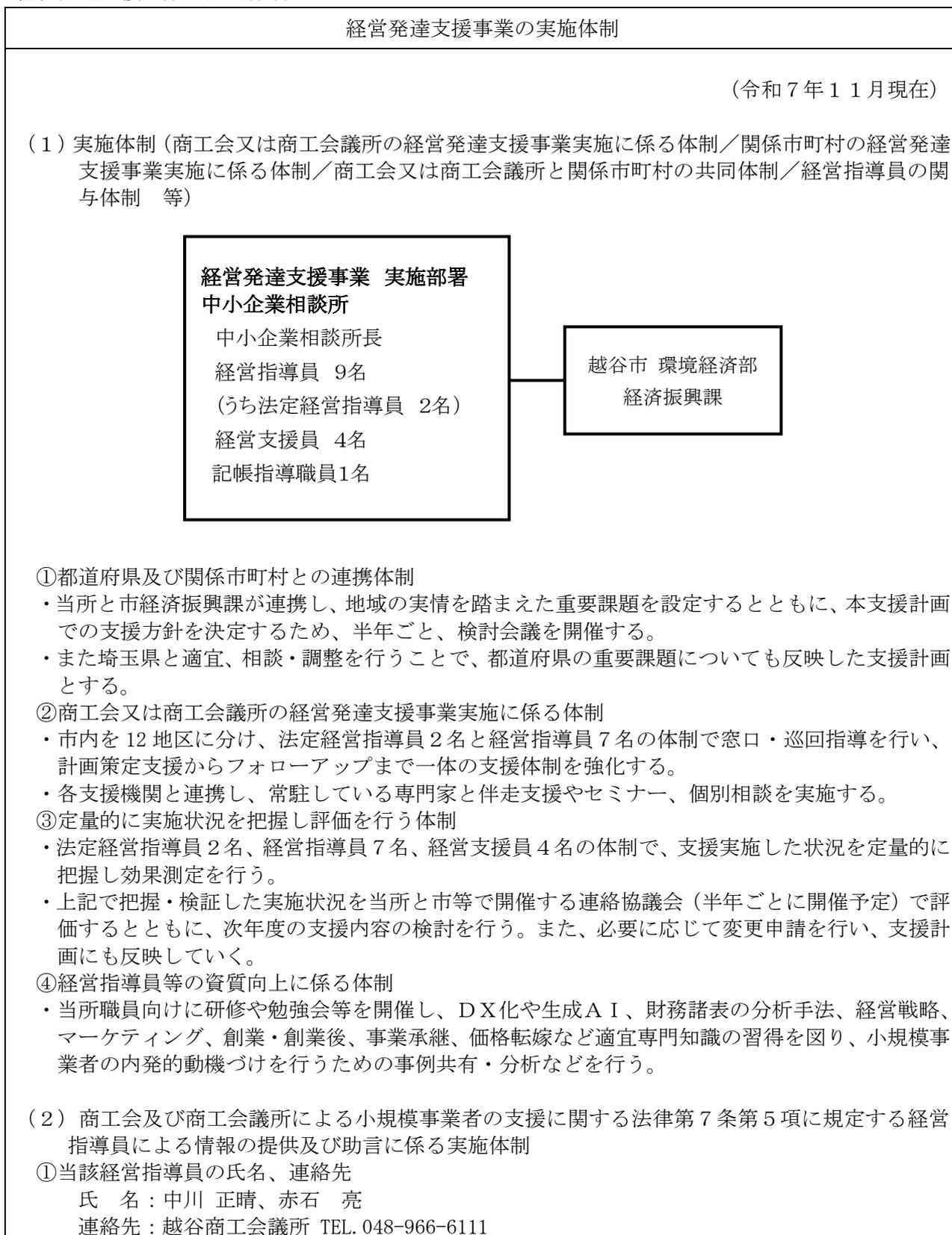
③職員間の情報共有

上記①②で得た情報を職員間で共有することで支援体制の強化を図り、効果的な伴走型支援

に活用し、事業者の持続的発展を目指す。

(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（手段、頻度等）

経営発達支援事業の実施・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。

当計画の法定経営指導員については、市内事業者が多く、支援対象者や支援内容が多岐にわたる為、2名の配置を行うこととする。

③広域経営指導員の当否 申請書に記載の経営指導員中川正晴及び赤石 亮は、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) 商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会議所

〒343-0817

埼玉県越谷市中町 7-17

越谷商工会議所 中小企業相談所

TEL : 048-966-6111 / FAX : 048-965-4445

e-mail : 5220nakagawa@koshigaya-cci.or.jp

②関係市町村

〒343-8501

埼玉県越谷市越ヶ谷 4-2-1

越谷市 環境経済部 経済振興課

TEL : 048-967-4680 / FAX : 048-963-9175

e-mail : keizaishinko@city.koshigaya.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)

	R 8年度	R 9年度	R 10年度	R 11年度	R 12年度
必要な資金の額	11,200	11,400	11,400	11,700	11,700
専門家謝金	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
支援ソフトウェア導入	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
セミナー開催事業	3,500	3,700	3,700	4,000	4,000
販路開拓支援事業	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
職員資質向上事業	200	200	200	200	200

(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
伴走型小規模事業者支援推進事業補助金、県補助金、市補助金

(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