

(別表 1)

経営発達支援計画

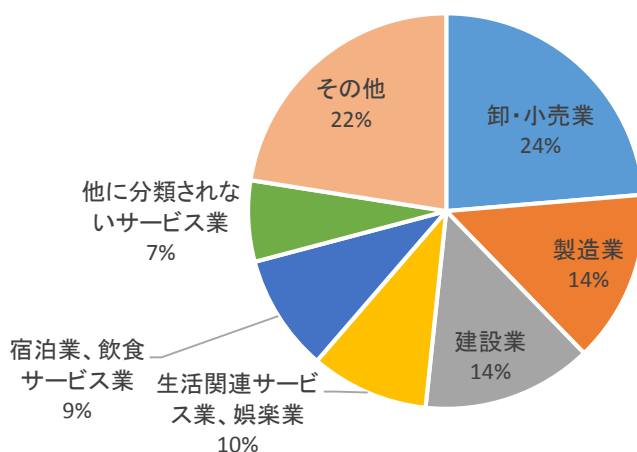
経営発達支援事業の目標

<加須市の概況>

加須市は、平成 22 年に旧加須市、騎西町、北川辺町、大利根町の合併により、新「加須市」として誕生。埼玉県東北部、都心からおおむね 50 キロ圏内に位置し、群馬・栃木・茨城の 3 県に隣接。鉄道は、東武伊勢崎線と東武日光線に計 4 駅、主要な道路は、東北自動車道加須 IC、国道 122 号と 125 号が通っている。かつては、被服・繊維・こいのぼりの製造を中心とする地場産業が盛んな地域であり、現在は食品製造業や物流の拠点として進出する企業が多い。

手打ちうどんとこいのぼりの街、県内一の生産量である米を主としてブランド化し、広く PR している。また、なしやいちじくなどの果樹栽培、トマトやきゅうりなどの施設園芸なども盛んである。

市内産業構造



<平成 24 年経済センサス 活動調査より>

<現在の市内産業の現状と課題>

1. 商業の現状

ここ 10 年で小売の事業所数及び年間商品販売額は減少しているが大型店の出店により売り場面積は増加。近隣市における大規模小売店舗の出店も著しく、埼玉県の消費動向調査（平成 22 年度実施）によると加須市は、広域圏都市にあたる久喜市の圏（久喜圏）と、準広域都市にあたる羽生市の圏（羽生圏）の 2 つの圏が重なる都市となっている。加須市は、久喜市、羽生市の 2 次圏にあたり、両圏に本市の 10%~30%の消費者が吸引されている。

大型店の出店や事業主の高齢による廃業のため加須駅周辺の空き店舗が増加しているのが現状である。

【加須市の小売業・卸売業の推移】

分類	事業年度	H9	H19	増減
小売業	事業所数	1,055	849	▲206
	年間商品販売額	949 億円	824 億円	▲125
	売り場面積	91,192 m ²	129,606 m ²	38,414 m ²
卸売業	事業所数	201	214	13
	年間商品販売額	683 億円	1,144 億円	461 億円
	従業者数	1,334 人	2,047 人	703 人

<平成 19 年商業統計調査より>

【市内の大規模小売店舗（1,000 m²以上）の状況】

市町名	店舗数	内 10,000 m ² を超える大型ショッピングセンター	
加須市	12 店	(2 店)	ビバモール加須 (H18.10) カインズモール大和根 (H21.9)
久喜市	28 店	(3 店)	モラージュ菖蒲 (H20.11) イトーヨーカ堂久喜店 (S49.06) ベイシア栗橋店 (H17.09)
羽生市	6 店	(1 店)	イオンモール羽生 (H19.1)

<埼玉県大規模小売店舗名簿より（平成 26 年 4 月）>

【空き店舗】

対象地域	空き店舗数		増減
	H11	H24	
加須地域	33	76	43
騎西地域	未調査	41	41

<加須市商業振興ビジョン(H25.3)より引用>

【商業の課題】 <加須市商業振興ビジョン(H25.3)より引用>

(課題①)

景気の低迷などにより買い物の頻度も減少傾向にあるが、H24 に実施した消費者アンケートでは大型店で買い物が増えたことを理由に 3 年前と比較し、約 3 割の方が市内商店での買い物の頻度を「減少した」としている。

一方、個店では、「特徴ある商品開発や品揃え」や「顧客管理の強化」などや売上を利益アップにつながる取り組みとして必要性を感じているが、実際に取り組んでいる個店は少ない。

個店の売り上げを伸ばし、本市商業の活性化を図るためには、商品情報をはじめ、個店の良さや魅力などを消費者にしっかり伝えると共に、個店ならではのきめ細かなサービスの実施など顧客の来店につながる販売力の向上が必要である。また魅力ある店舗づくりや品揃えの工夫をはじめ、商品開発や顧客管理の強化など、経営力

の向上も課題になっている。

(課題②)

H24 に実施した経営者アンケートでは約 5 割の経営者から「後継者がいない」との回答があり、「後継者未定」の回答を加えるとその割合は約 7 割を占める。

また商店経営者の約 6 割が 60 歳代以上となっており、本市においても商店経営者の高齢化とともに、後継者問題は深刻なものである。

後継者不足については、様々な要因から解消は難しいところがありますが、既存店の継続営業を促進する取組とともに、商業の維持・発展に向けた若手商業者の育成支援などが課題である

(課題③)

商店街を形成している加須地域及び騎西地域における空き店舗数は、117 店舗あり、商店街全体における空き店舗率は 20. 1%になっている。商店街における空き店舗の発生は、商店街の魅力や集客力を低下させるなど、周辺店舗だけでなく商業集積全体に大きな影響を与える。

空き店舗を活用した新規出店を促進することにより、商業集積機能を高めるとともに商店街全体の魅力向上が課題である。

2. 工業の現状

本市の工業は、従業者数 3 人以下・4 人以上とともに、金属製品製造業が多く、その製造品総出荷額等についても、平成 23 年において約 171 億円であり、その規模は決して大きくはない。出荷額ベースでは、食料品製造業が全体の 22%を占めており、また、従業者数でも全体の 19%である。

事業所数は、平成 24 年は 295 箇所となっており、平成 23 年の 298 箇所に比べて減少し、従業者数については 12, 328 人と、11, 560 人から増加傾向にある。製造品出荷額等については、平成 23 年の約 3, 496 億円に対し、平成 24 年は約 862 億円の減（△13. 6%）となっている。

また、従業者数 3 人以下・4 人以上とともに繊維工業では、製造品出荷額ともに少ないものの事業所数は多いという統計からも、規模としては小さいながらも当市の地盤産業であるといえる。

従業者数 3 人以下 (経営組織：個人)

産業中分類		事業所数	従業者数	製造品出荷額
事業所数の多い 3 業種	金属製品製造業	24	52	40, 500
	繊維工業	24	52	28, 041
	生産用機械器具製造業	17	37	55, 091
平成 24 年合計		150	303	239, 959
平成 22 年合計		166	335	207, 445

従業者数 4 人以上

産業中分類		事業所数	従業者数	製造品出荷額
事業所数の多い3業種	金属製品製造業	43	808	1,715,204
	繊維工業	32	472	652,799
	食料品製造業	25	2,213	7,747,278
	輸送用機械器具	25	1,647	4,933,995
平成 23 年合計		298	11,560	34,969,038

平成 24 年合計	295	12,328	30,179,843
-----------	-----	--------	------------

<工業統計調査 加須市より 引用>

【工業の課題】 <加須市製造業等実態調査 (H20.3) より引用>

(課題①)

経営者の高齢化と後継者問題

経営者の年齢について調査したところ、60 歳代以上の高齢者が半数を超え、また後継者のいない、決まっていない事業者が 54%と半数を超えている。

(課題②)

人材の確保と育成

アンケート調査では、「従業員の高齢化」と「従業員の募集難」「人材育成・研修機会の不足」が上位 3 位を占め、これらをあわせると 75%弱を占めており、労働力の確保、及び人材育成といった人員・人的問題の厳しさを示している

(課題③)

製品開発力、販路開拓力が弱い

アンケート調査では、事業展開・情報化に関して抱えている事業経営上の課題として「販路開拓先の拡大」「製品開発能力の不足」「情報発信力の不足」が上位 3 位を占めている。また「下請け構造からの脱却」「企業製品のブランド化」「市場ニーズの把握不足」をあげている企業もあり、これらのことから、今後の経営上の問題として販路の拡大と製品開発力の向上が挙げられる。

(課題④)

事業所の魅力度が弱く、経営向上の力が見えない

アンケート調査によれば、取引先が自社と取引する理由として「取引期間（実績）」「品質」「小ロット対応」「納期」「価格」を挙げている事業所が約 67%ある。一方、「提案能力」「営業力」「情報提供力」「オンリーワン製品・技術」を挙げている事業所は 5%前後と低く、これは、独自の技術力・製品開発力といった優れた要素のある企業が少ないことが推測される。

(課題⑤)

情報化について、取引先開拓の姿勢が弱い

パソコンの利用については、「受注・売上の管理」「文書の作成」といった事務的なものが多く、「ホームページによる情報発信」「インターネット広告」「NCネットワークの利用」など、新たな販路開拓につなげる目的に利用している事業所は少なく、IT活用方法が内向きのなものにとどまっているといえる。

(課題⑥)

環境・その他への取組が弱い

従業員数 20 人以下の小規模企業が 60%強を占めている状況下において、ISO を取得した事業所は約 20%強となっているが、ISO の取得は経営改善に必要なマネジメント力の強化につながるものであり、また環境問題への取組も社会的な課題となっている状況を踏まえ、今後さらに国際認証規格の取得促進を強化する必要がある。

また経営革新計画の承認取得については、「承認済み」の企業が 5%弱、「検討中」が 10%強しかなく、さらに「経営革新計画そのものが分からない」とする企業が 60%弱あるということから、経営向上への意欲が希薄な企業が多いということが推測できる。

(課題⑦)

連携グループ造りの意欲が弱い

他事業所との連携グループに参加している事業所は約 25%近くと少なく、また連携に参加している事業所でもその主な活動内容を「情報交換」としているグループが 46.4%と半数近くを占めている。一方「製品開発」が 20%弱、「販路開拓」が 15%弱、「技術開発」が 10%弱と企業業績発展につながるような活動は少ない。

(まとめ)

商業、サービス業に関しては、大型商業施設が本市を取り囲むように次々と隣接する街へ出店した影響に加え、市街地の人口減少・高齢化に伴う消費行動の低迷、駅前通りを中心に空き店舗の増加により、店舗が点在化し、商店街機能の低下をまねくなど大変厳しい現状である。課題としては魅力のある店づくりと空き店舗対策等への対応が挙げられる。

工業に関しては都内や県南からより広い敷地を求め物流拠点となりやすい当地の環境を活かし、中小製造業者の移転が増えている一方、廃業・後継者不足等による企業の減少が上回っている。中小製造業者は新たな販路が見いだせていないのが現状であり、課題としては販路拡大と業種間連携の強化が挙げられる。

<目標>

地域を活性化させるためには、産業の活性化いわば個々の事業所の活性化が不可欠であり、個々の魅力アップは必須である。そのためにも商工会としては経営指導員の伴走型支援により、小規模事業者が自らの課題を抽出するための経営分析を行い、中長期的な経営計画を作成し、PDCA サイクル¹を回すことで個店の経営の安定ならびに持

¹ 事業活動における生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan (計画) → Do (実行) → Check

続的な発展を支援し、魅力ある事業所を増やしていきたい。

業態別の支援としては、地域の特産品である加須手打うどん会加盟店、金属加工業を主として組織されている加須ものづくり研究会所属事業所を中心に行い、その効果を他の業種にも波及できるよう取り組む。

そして、併せて観光振興、地域コミュニティの構築を図るなど、地域に人を呼び込む仕組みをつくり、街を発展させることを目指す。

(経営発達支援事業実施にあたっての取り組む姿勢・考え方)

日本の産業の底辺を支えている小規模事業者の経営支援と活力ある街づくりに、行政や各種団体、金融機関や税理士など他の支援機関、NPO 等と連携し、総力戦で挑む体制をつくり、役職員の意識改革、知恵と気力・体力を振絞る覚悟をもって臨む。地域のことを商工会職員が一番良く知っているとまで言われるよう常に地域の情報にアンテナを張り、収集につとめ、小規模事業者のよりどころとなるべく、国・県・市の制度をうまく活用し、総合的な経営支援を行う。

加須市が平成 22 年に策定した今後 10 年間 (H23~H32) のまちづくりの指針である「加須市総合振興計画」では、『活力ある産業のまちづくり』を掲げており、農業・工業・商業の振興、産業の創出についての基本方針と具体的施策をもとに産業を活性化しているため、本会においても、市の進行計画に沿う形で地域産業の発展を目指す。

以上のように、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、各機関と連携し、事業者に対して経営力の向上、販売促進等を継続して支援しを行うことで売上利益が向上する事業所数を増やすと共に創業支援を行い 雇用の創出を図ることを目標とする。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (平成 27 年 4 月 1 日~平成 32 年 3 月 31 日)

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

加須市の経済動向を調査・分析することにより、市内における経済動向、企業経営動向を把握し、適切かつ効果的な施策立案・推進する基礎資料として活用すると共に、市内小規模事業者の経営判断の参考資料として役立てることを目的とする。

(これまでの取り組み)

加須市総合振興計画、商業部門に位置する計画の商業振興施策基本指針「加須市商業振興ビジョン」の策定にあたり、平成25年に地域商業の現況と課題の把握について

(評価) → Act (改善) の 4 段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善する。

取り組む他、全国連・県連と商工会で地区内小規模企業の景気動向等についての情報を毎月収集・報告・集計し、会員事業所へ情報提供を行なった。

(事業内容)

(1) 加須市と各関係機関の協力により、市内企業の方にアンケートを郵送及び経営指導員が直接事業所へ伺い、ヒアリングにて調査し、地域経済動向を調査、分析する。

調査結果は、市内企業の経営分析のための基礎資料として利用できるものとし、商工会の広報誌、経営相談時・セミナー等にて情報の提供を図る。

また、加須市、埼玉県、国及び金融機関の経済関係資料を集約し、本市域の経済活動の推移を把握するための資料として、まとめる。

<調査対象>

製造業・建設業・卸売業・小売業・飲食業・サービス業の6業種で、市内で主要な産業を網羅。

<調査回数>

4ヶ月に一回ペース。(年3回)

<調査項目>

- ①業況判断 ②生産・売上・受注額 ③原材料・商品仕入
- ④生産・商品販売価格 ⑤製品・商品在庫、⑥資金繰り
- ⑦収益 ⑧従業員 ⑨雇用・設備 ⑩経営上の問題点などを予定

(目標)

市内経済動向の迅速かつ的確に把握し、地域経済動向の指標として活用する共に、その統計及び分析結果を広く公表し、市内小規模施策を検討する上での参考データとする。

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
経済動向調査回数	未実施	準備	3	3	3	3
調査対象事業者数	未実施	準備	60	60	60	60

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・窓口相談、及び各種セミナーの開催等を通じて、小規模事業者の経営分析を行う。

その分析に基づく課題等については、内容により、埼玉県、加須市、よろず支援拠点²、日本政策金融公庫、地域金融機関、中小機構³、埼玉県商工会連合会のコーディネ

²国が全国に設置する経営相談所です。中小企業・小規模事業者の皆様の売上拡大、経営改善など、経営上のあらゆるお悩みの相談に対応する。

一タ一等と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対して的確かつ丁寧にサポートするなど、商工会が地域小規模事業者の『かかりつけ医』的な役割を担う。

(これまで取り組んできた内容)

定期的な巡回訪問や、各関係機関と連携した相談会、各種セミナー、日々の窓口相談、経営改善貸付(マル経)の斡旋・各種補助金申請にて、事業主さんへのヒアリング、決算書を基にした経営分析の他に、記帳機械化での財務分析を中心に行なっている。

(事業内容)

- (1) 巡回訪問、各種セミナーの開催、経営・金融 相談業務により経営分析を対象とする小規模事業者をピックアップし、持続的発展に向けて経営分析を実施する。
- (2) 経営分析には、まず自社の経営状況を把握する必要があるため、商品サービス、財務や顧客、人材・設備等を内部環境と景気動向、社会情勢、市場、業界、競合他社等の外部環境を知るためのSWOT分析⁴や4C分析⁵、4P分析⁶等を小規模事業者の実情に合わせて段階的に経営指導員と一緒に挙行。場合によっては、専門知識を有する中小企業診断士等とも連携する。
- (3) 経営分析に必要な外部データおよび内部データを用意して経営指導員の巡回時や個別相談時において参考資料として提示しアドバイスする。
【外部データの活用】
既存のデータや各種メディアの活用、業界紙、専門誌、官公庁、業界団体、金融機関などが発表している統計データやレポート等により収集・整理し、提供する。
【内部データの活用】
 - ①1. の地域の経済動向調査で集めたアンケート結果を分析し、経営分析の基礎資料として活用し小規模事業者の課題解決につなげる。
 - ②収集した資料から同業種の経営判断の参考となるよう巡回時に経営指導員による自店との比較分析を行い経営の向上に役立てる。
- (4) 経営分析から課題を抽出するとともに、財務、マーケティング、業務改善等についてアドバイスや提案を行う。何をすべきか気づきを与え、次項の3. 事業計画の策定支援へとつなげる。

³独立行政法人中小企業基盤整備機構(略称:中小機構)

⁴目標を達成するために意思決定を必要としている組織や個人のプロジェクトやベンチャービジネスなどにおいて、外部環境や内部環境を強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)の4つのカテゴリーで要因分析し、事業環境変化に対応した経営資源の最適活用を図る経営戦略策定方法の一つ

⁵企業や事業の競争力を分析する際の考え方の枠組みの一つ。自社(Company)、競合(Competitor)、顧客/市場環境(Customer)の「3つのC」、あるいは、これに加えて費用(Cost)や流通(Channel)、状況/文脈(Context)、協力者/提携相手(Cooperator/Collaborator)のいずれかを加えた「4つのC」に着目して分析する手法のこと。

⁶4Pとは、企業や事業の競争力を分析する際の考え方の枠組みの一つで、「Product」(製品)、「Price」(価格)、「Promotion」(宣伝)、「Place」(立地、流通)の4つの「P」に着目する手法。

(目標)

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
経営分析対象事業者数	35	40	42	49	56	63
(参考)経営指導員数	8	8	7	7	7	7

3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

3-1 小規模事業者に対する支援

事業者が経営課題を解決するため、上記1.地域の経済動向調査 2.の経営分析需要動向調査を踏まえ、事業計画策定支援及び行政、関係機関とも連携し、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

(H25～26年度の取り組み)

経営計画作成セミナーと個別相談会を開催し、小規模事業者持続化補助金の申請時における事業計画策定を35件支援に加え、経営革新承認制度の計画策定支援を9件、ものづくり補助金4件、創業補助金1件における計画策定を支援した。

(事業内容)

- (1) 事業計画策定等(経営革新含む)に関するセミナー・フォローアップの個別相談会の開催に加え、日頃の巡回指導、窓口相談(金融・経営)時に、事業計画策定(経営革新含む)を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。
- (2) 事業計画策定(経営革新含む)を目指す小規模事業者の他、金融・経営相談、各種補助金の申請時に事業計画の策定支援を行い具体的な計画として「見える化」し、経営者や各スタッフの果たすべき役割を明確化する。

(目標)

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
セミナー・説明会開催回数	2	2	2	2	2	2
事業計画策定事業者数	35	40	45	45	50	50

3-2 創業者に対する支援

加須市内における創業者を増やすため、市、県、日本政策金融公庫、創業・ベンチャー支援センター埼玉等と連携して創業塾・創業セミナーを開催し、創業支援を行う。創業後も継続的な経営支援や情報提供を行い伴走型の支援を実施する。

(これまで取り組んできた内容)

- 国の創業人材育成事業や埼玉県の提案型補助事業を活用し、
・創業塾<H16, H18, H26>

・経営革新塾（第二創業塾を含む）＜H17, H21, H22, H26＞
を各種関係機関と連携し開催した。

- (1) 創業塾（全5回開催）や創業セミナーを開催し、創業計画を作成するためのノウハウや、補助金活用、資金調達、税務、経理、労務等の知識向上を図る。
- (2) 創業後は担当指導員による個別フォローや創業者交流会等を行い、経営安定に向けた支援や販路開拓等を行う。
- (3) 第二創業や事業承継に関する個別相談会を開催し、後継者の事業引き継ぎや新分野への参入支援を行う。加須市商業振興ビジョンにて実施予定の「商業後継者店舗リニューアル支援事業」、「商業後継者支援事業」、「空き店舗リニューアル支援事業」、「企業家育成資金融資あつ旋事業」、「チャレンジショップ支援事業」などを活用できるよう情報提供も行う。
- (4) 加須市商業振興ビジョンにて実施予定の空き店舗情報の発信などにより、空き店舗を活用することにより商業密度をあげ、商店街全体の魅力アップを図る。（新規）

(目標)

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
創業塾開催数	2回	1回	1回	1回	1回	1回
創業セミナー開催回数	3回	2回	3回	3回	3回	3回
創業者数	6人	6人	7人	10人	15人	20人
第二創業、 事業承継支援者数	1人	3人	3人	3人	3人	3人
空き店舗情報発信	未実施	実施	→	→	→	→

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

- (1) 事業計画策定後に、国、埼玉県、加須市、関係機関の行う支援策等の広報、商工会の発行する情報誌により周知し、フォローアップを実施する。
- (2) 事業計画策定後に、必要に応じて2カ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、必要な指導・助言を行う伴走型の支援を行う。
- (3) 高度かつ専門的な指導を要する場合には、的確な指導を行える専門家への繋ぎをし、相談ニーズに対応できる体制を整える。
- (4) 事業計画を有し、一定の要件を満たす小規模事業者が、持続的な経営の為に資金

調達を必要とする際、日本政策金融公庫の『小規模事業者経営発達支援融資制度』を活用し、資金繰りの安定化が図れるよう支援する。また、本融資制度活用にあたっては、事業計画の策定、その後のフォローアップも併せて支援する。

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
フォローアップ件数	33	40	45	45	50	50

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

現状での需要動向調査は新聞・雑誌、業界紙、専門誌、官公庁、業界団体、金融機関が発表している統計データやレポートの外部情報と経営指導員が巡回および窓口相談等で事業者より聞き取り調査で得た内部情報を個別に経営支援に活かしている。経営指導員の個人差や業種別の情報収集量に偏りがでているのが課題である。

(改善方法)

- (1) 外部情報や経営指導員が個別に収集した内部情報を集め、分析した上で共通の需要動向を作成して経営支援に活かす。
- (2) 業種別の需要動向を消費者および事業者から拾い上げて地域経済の指標として小規模事業者の経営支援の参考資料として提供し、経営の方向性を検討する材料とする。

(事業内容)

- (1) 巡回や外部専門家等を活用した需要動向調査（既存事業改善）

現状実施している外部情報の収集の他に下記の事業を実施する。

<目的>

小規模事業者の販路拡大、協力企業の開拓を通して経営の安定化を図る為、商工会が中心となり需要動向を調査する。

<対象者>

市内の事業者6業種を対象

(製造業、建設業、飲食業、サービス業、卸売業、小売業)

<調査方法>

年1回調査票を配布し、郵送形式での回収と職員巡回時に面接調査を行う。

<頻度>

年1回

<調査項目>

A取引先となる地区、B主要取引先の属性、C外注取引の有無（受注側・発注側）、D今後生産拡大、縮小しそうな業種、E海外への生産移管や国内回帰の状況

- (2) 消費者に対する需要動向調査（新規事業）

<目的>

消費者を対象とする業種（小売業、飲食業、サービス業、建設業）については消費者に対して需要調査を行う。調査結果を分析して広報や巡回等で提供することにより、小規模事業者の経営戦略の参考資料とする。

<対象者>

一般市民を対象に地域別、年代別に500人～700人

<調査方法>

加須市等の協力を得て、市内44,600世帯に調査票を配布し郵送形式で回収する。初年度500件以上の回収を目標とするが回収数が足りない場合は不足分を外部に委託する。

<頻度>

年1回実施

<調査項目>

食料品、飲料（酒）、外食、衣料品、家電、雑貨、旅行、リフォーム、など業種別に①買物の場所、②購入商品、③頻度、④金額等の調査を継続実施し、動向把握を定量的に捉える。

(1)・(2) 共通事項

<活用方法>

調査で得られた需要動向は経営指導員や外部の専門家で分析して業種別の支援の方向性を整理する。

巡回及び経営相談において、小規模事業者の需要動向を指導する裏付け資料として経営課題の抽出・解決に向けたアドバイスを行う。より専門性が求められる事項については、専門家派遣制度などを活用し、課題解決に向けた支援を継続的に行う。

また、分析結果については事業計画書を策定する上での根拠として活用する。

<提供方法>

商工会HPや商工会会報に掲載。巡回指導時に調査結果を持参し提供する。

<小規模事業者に対する効果>

同業種の需要動向を把握することで顧客ニーズを掴み商機を得ることで売上拡大の効果が見込める。

(目標)

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
経営指導員巡回等による需要動向調査 調査票回収事業所数	未実施	準備	130	140	150	150
消費者に対する需要動向調査 調査票回収件数	未実施	準備	500	600	700	700

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

小規模事業者が当地域で経営の持続的な発展をするためには販路開拓や販売促進活動が必要であるが、人的資源が乏しい小規模事業者にとっては大きな課題である。

売上が下がっている、モノが売れない、素材はいいモノをもっているのにそれをどうやって売っていくか分からない、取引をしてくれそうな企業をどうやって探すか頭を悩ます事業所は多い。

その多くが過去の成功例から「良いものを作れば売れる」というプロダクトアウト⁷の考え方になっており、これを「売れたものが良いもの」というマーケットイン⁸の考え方を知り顧客志向の取組みをする必要がある。

このような中で、広報や巡回指導を通し、展示会や物産展等の情報提供だけでなく、上記2.～5.での支援を基に個々の事業所にあった販路拡大に結びつくよう、下記の事業等を通じて、機会の創出を図っていきたい。また、取引先企業のあっせん・紹介をスピーディに対応できるよう必要な情報のデータベース化や各機関との良好な支援体制の構築にも取り組むこととする。

(事業内容)

- (1) 巡回指導や窓口相談による販路開拓相談を随時行い、専門家派遣のみならず「よろず支援拠点」や「中小機構」等関係機関の支援内容の活用を図り、小規模事業者の販路開拓を支援する。
- (2) 海外展開を希望する小規模事業者の支援を行うために相談窓口を設け、「よろず支援拠点」、「SBSC（埼玉国際ビジネスサポートセンタ）：埼玉県振興公社内」、「JETRO⁹」等と共同し連携を図り支援していく。
- (3) 近隣市町では、先駆的な取り組みとなる製造業の販路開拓や業種間連携を推進するための「加須ものづくり研究会¹⁰」を継続支援し、展示会の出展や新規取引先獲得のための訪問活動を行う。（既存事業改善）
- (4) 展示会出展事業者に対して加須市及び商工会より出店料の補助を行うことにより販路開拓の負担を軽減する。（目標数値向上）
- (5) 彩の国ビジネスアリーナ、埼玉技術交流会その他地域の展示会に商工会として参加し出展企業の販路開拓を支援する。
- (6) 「ニッポン全国物産展」や近隣市町村開催の物産展の出店案内を行い、小規模事業者の販路開拓の支援を行う。

⁷企業が商品開発・生産・販売活動を行う上で、企業側の都合（論理や思想、感性・思い入れ、技術など）を優先するやり方。“作ってから売り方を考える方法”

⁸企業が商品開発・生産・販売活動を行ううえで、顧客や購買者の要望・要求・ニーズを理解して、ユーザーが求めているものを求めている数量だけ提供していきとういう経営姿勢のこと。“売れるものだけを作って提供する方法”

⁹独立行政法人日本貿易振興機構（英語：Japan External Trade Organization、略称：JETRO、ジェトロ）は、経済産業省所管の独立行政法人で日本の貿易の振興に関する事業、開発途上国・地域に関する研究を幅広く実施

¹⁰異業種交流により、「現場改善・自社の営業力を強化」することをメイン目的に発足した工業部会傘下の任意研究会。月に1度勉強会を行い、自社の現状や課題について意見交換し、販路開拓の仕方・経営革新・補助金の活用・自社PR等について学んでいる。現在30名登録。

- (7) ホームページなど ICT の活用により積極的に特産物の情報発信を行い市内外への加須ブランドの認知向上と販路拡大を支援する。
- (8) 商工会ホームページや facebook 等の SNS¹¹ を有効活用し、商品・サービス等を継続的に広報することで小規模事業者の需要の開拓を行う。(目標数値向上)
- (9) 小規模事業者の IT 活用による販路開拓を進めるために、ホームページ作成や SNS 活用等の講習会を開催する。
- (10) 個店の魅力を市民に知って頂き利用してもらう仕組みとして事業所紹介の冊子「加須 fan」を発行し、全市民に配布することで小規模事業者の販路開拓を支援する。
- (11) 食べ歩きによるまちの活性化支援としての街バル¹²「加須バル」を開催し、参加事業者の新規顧客開拓を支援する。(新規)
- (12) 「加須うどん」の知名度を全国レベルに引き上げるため、「加須手打うどん会」の支援を行う。「加須市うどんの日」の制定をはじめ、「加須うどん検定」の実施や「食べ歩きスタンプラリー」等を開催しており 300 年以上続く地域の食文化を提供する小規模事業者の新規顧客開拓の支援を行う。(既存事業改善)
- (13) 「手書きこいのぼり」の伝統を受け継ぐため小学生以下を対象とした「手書きこいのぼり教室」を開催し地場産業の PR を行う。
- (14) 「マルシェ de 加須」の継続支援を行い参加事業者の販路開拓を支援する。(目標数値向上)

(目標)

支援内容	現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度
販路開拓相談事業者数	11 件	11 件	12 件	12 件	14 件	14 件
海外展開相談事業所数	4 件	4 件	6 件	6 件	8 件	8 件
ものづくり研究会 販路開拓売上高 (万円)	2,600	2,600	2,700	2,700	2,800	2,800

¹¹ Social Networking Service 人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の Web サイト。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、趣味や嗜好、居住地域、出身校、あるいは「友人の友人」といったつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供する、会員制のサービスのこと。

¹² バル (bar) はスペインで酒場、居酒屋、軽食喫茶店のこと。「街バル (Machibar)」とは、地域・街の活性化と飲食店の活性化を目的として地域・街が密着して開催するバルを食べ歩き・飲み歩きするグルメイベント。

展示会出店料助成件数	6件	8件	8件	8件	10件	10件
展示会出展回数（商工会として参加分）	2回	2回	2回	2回	2回	2回
IT活用講習会	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
IT活用相談事業所数	20件	20件	25件	25件	30件	30件
特産物の情報発信	実施	→				
「加須 fan」掲載事業所数	85件	85件	85件	85件	85件	85件
「加須バル」開催数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
「加須バル」参加事業所数	—	30件	32件	35件	37件	40件
加須手打うどん会 販路開拓拠点整備	未実施	実施	→			
手書きこいのぼり教室 参加者数	64名	64名	64名	64名	64名	64名

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

1-1. 地域活性化事業

加須市、加須市観光協会、商工会、JA、事業者、市民らにより平成 24 年に策定した「加須市観光ビジョン」に基づき地域経済活性化事業を推進している。

<地域の魅力>

【主な催事】節分会（2月）、平和祭（5月）、藤まつり（4～5月）あやめ祭り（6月）
あじさい祭り（6月）、夏まつり（7月）、こいのぼりマラソン（12月）

【観光社寺物産販売施設】むさしの村、總願寺、玉敷神社、加須はなさき公園、道の駅

【特産品】うどん、こいのぼり、郷土和菓子（いがまんじゅう、五家宝、塩あんびん）、農産物（米、梨、いちじく、トマト、いちご）

【花】藤、あじさい、花菖蒲、ホテイアオイ、オニバス、野菊、ノウルシ、コスモス

【他】サイクリングロード、観光大使、観光ボランティアガイド

（事業内容）

加須市、加須市観光協会、商工会、JA、事業者、市民で構成する「加須市観光ビジョン推進委員会」を年1回開催し、事業の企画・立案、予算化と事業の効果の検証、さらに検証に基づく次回への改善につなげる一連の作業を「加須やぐるまマネジメントサイクル（PDCA サイクル）」の考え方に基づいて進行管理を行う。

- (1) 市民の平和への願いをこめた祭典「平和祭（ジャンボ鯉のぼりの遊泳）」（5月）、渡良瀬遊水地がラムサール条約登録湿地¹³となったことを記念した「渡良瀬遊水地まつり」（10月）は全市対象のまつりであり、商工会では青年部をはじめ関係部会等が参加して地域活性化に寄与しているため今後も継続して参加する。
- (2) 各地域では下記の主要な地域活性化事業を主催し、商工会本支所各部会等が参加して地域活性化を図るとともに、参加事業者の販路開拓や消費拡大、地域貢献の場となっているため今後も継続して実施する。

地区	名称	実施時期	主催	関係機関
加須	まちなか賑わいフェスティバル	8月	商工会	市、観光協会他
	模擬店、ご当地アイドル・戦隊ステージ、書道パフォーマンス他			
〃	利根フェスティバル	11月	商工会	防衛省、市、羽生市商工会、近隣市町村
	模擬店、防衛省協力による航空・車輛展示、熱気球、クラシックカー展示、うどん早食い大会、ステージイベント等			
騎西	奇彩ハロウィン	10月	商工会	県、市
	仮装パレード、コンテスト、模擬店、ステージイベント、かぼちゃランタン作り、商店街スタンプラリー			
北川辺	商工会サマーフェスタ	8月	商工会	市、観光協会 青少年相談員、青年リーダーズクラブ、農業青年会議所、4Hクラブ、加須JC、北川辺ドリームプロジェクト
	模擬店、ステージイベント、ご当地戦隊ショー、盆踊り、打ち上げ花火、抽選会等			

¹³ 特に水鳥の生息地として国際的に重要な湿地に関する条約

大和根	おおとね商工夏まつり	8月	商工会	市、観光協会、大和根青色申告会、行田法人会加須支部大和根地区、豊野台テクノタウン工業団地協議会
	模擬店、ステージイベント、ご当地戦隊ショー、盆踊り、打ち上げ花火、抽選会等			

(目標)

項目		現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
まちなか賑わいフェスティバル	出店者数	23	23	23	23	23	23
	来場者数	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
利根フェスティバル	出店者数	39	40	40	40	40	40
	来場者数	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
奇彩ハロウィン	出店者数	15	15	15	18	19	20
	来場者数	6,500	6,500	6,500	7,000	8,000	8,500
商工会サマーフェスタ	出店者数	24	24	24	24	24	24
	来場者数	2,800	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
おおとね商工夏まつり	出店者数	20	20	20	20	20	20
	来場者数	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000

1-2. 地域活性化事業【実践型地域雇用創造事業】(新規)

加須市、行田地域雇用対策協議会、ほくさい農業協同組合、加須市商工会、加須手打うどん会、金融機関、埼玉県農林振興センターにて、加須市地域雇用協議会を構成し、産業振興による雇用創出を推進していく。

推進にあたっては、国の実施している実践型地域雇用創造事業を活用する。

(重点分野)

①ものづくり分野

地元農産物を活用し、六次産業化による商品開発及びブランド化を図ると共に販路を拡大し、産業の振興を図り、雇用を創出させる。

②賑わい創出分野

加須市の名物など「食」を活用したグルメツアーや収穫農業体験をセットとした事業を実施し、観光客を誘致し地域経済を活性化させ雇用の創出を図る

(事業内容)

I 雇用拡大メニュー

- ①起業家への支援セミナー ②経営革新セミナー
③販路拡大・販売促進習得セミナー ④六次産業化習得セミナー

Ⅱ 人材育成メニュー

- ①ビジネスマナー・コミュニケーション能力養成セミナー
②商品開発・販売方法を学ぶセミナー
③専門的な知識・技能を習得するセミナー

Ⅲ 就職促進メニュー

- ①就職説明会 ②情報発信事業 ③就業支援事業

Ⅳ 雇用創出実践メニュー

- ①新商品開発・ブランド確立事業：六次産業化推進による新商品開発及びブランド化
②体験型観光事業：加須市の名物や郷土料理など「食」を活用したグルメツアー
や収穫農業体験などの実施

(目標)

項目	現状	27年度	28年度	29年度	合計
雇用拡大メニュー（利用企業数）	未実施	100社	100社	100社	300社
人材育成メニュー（利用者数）	未実施	100人	160人	160人	420人
就職促進メニュー（利用者数）	未実施	40人	90人	90人	220人

＜実践型地域雇用創造事業 事業構想書（案）より＞

Ⅲ. 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

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

- (1) 県内・ブロック別の経営指導員を対象とした研修会において支援ノウハウ、支援の現状、先進事例についての情報交換を年3回以上行う。
- (2) 利根地域管内における商工団体連絡会議及び日本政策金融公庫の会議において、支援ノウハウ、支援の現状、先進事例、国や埼玉県、各種関係機関の施策等についての情報交換をする。
- ・商工団体連絡会議（利根管内） 年2回
 - ・日本政策金融公庫 マル経協議会・国金協力会 年6回
 - ・小規模事業者経営基盤強化事業（利根管内） 年6回（新規）
- (3) 市内の小規模事業者を対象とする関係機関（金融機関、税理士会等）、関係事業者（印刷・看板・ホームページ）を集め、情報交換及び研修会を実施し、支援ノウハウ、支援の現状、今後の展開について情報を共有し、有効な支援体制を新たに構築する。
- ・支援研修会（情報交換会） 年2回（新規）

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

＜支援能力向上の仕組み＞

（知識の蓄積）

- （1）全国商工会連合会・埼玉県商工会連合会及び日本商工会議所等が主催する研修に加え、中小企業大学の主催する研修及び関係機関が主催する研修会へ経営指導員等が年間2回以上参加し、売上や利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。
- （2）全国連の提供するWEB研修を更に活用し、経営指導員だけでなく全ての職員が受講し自己研鑽に務める。

（キャリアの蓄積）

- （3）専門家派遣制度では専門家と共に経営指導員は年1回以上帯同し、指導・助言を行いながら知識はもちろん指導方法の技術の習得を図る。

＜支援ノウハウの共有体制＞

- （4）支援経験の少ない経営指導員については、巡回及び窓口相談において、経験豊富な経営指導員とチームで小規模事業者を支援すること等を通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJT¹⁴により伴走型の支援能力の向上を図る。
- （5）「テーマを設けた勉強会・意見交換会」を随時開催する他、経営分析結果等データ化することにより、組織内で経営指導員や他の職員のノウハウを共有し、組織全体的として支援能力向上を図る。

※経営支援業務の比率を高めることで、キャリアの蓄積だけでなく、相当の学習にも取り組み、その結果、経営支援業務の質が高まるなど、キャリアと知識の一体化を日々の業務を通して考える。

3. 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

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ① 毎年4月に事業の実施報告書を作成し、有識者（中山和彦氏【中小企業診断士】・加須市役所商業観光課長・産業雇用課長）により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ② 「経営発達支援事業評価会議」（中山氏、事務局長および経営支援課職員）において、評価・見直しの方針を決定する。

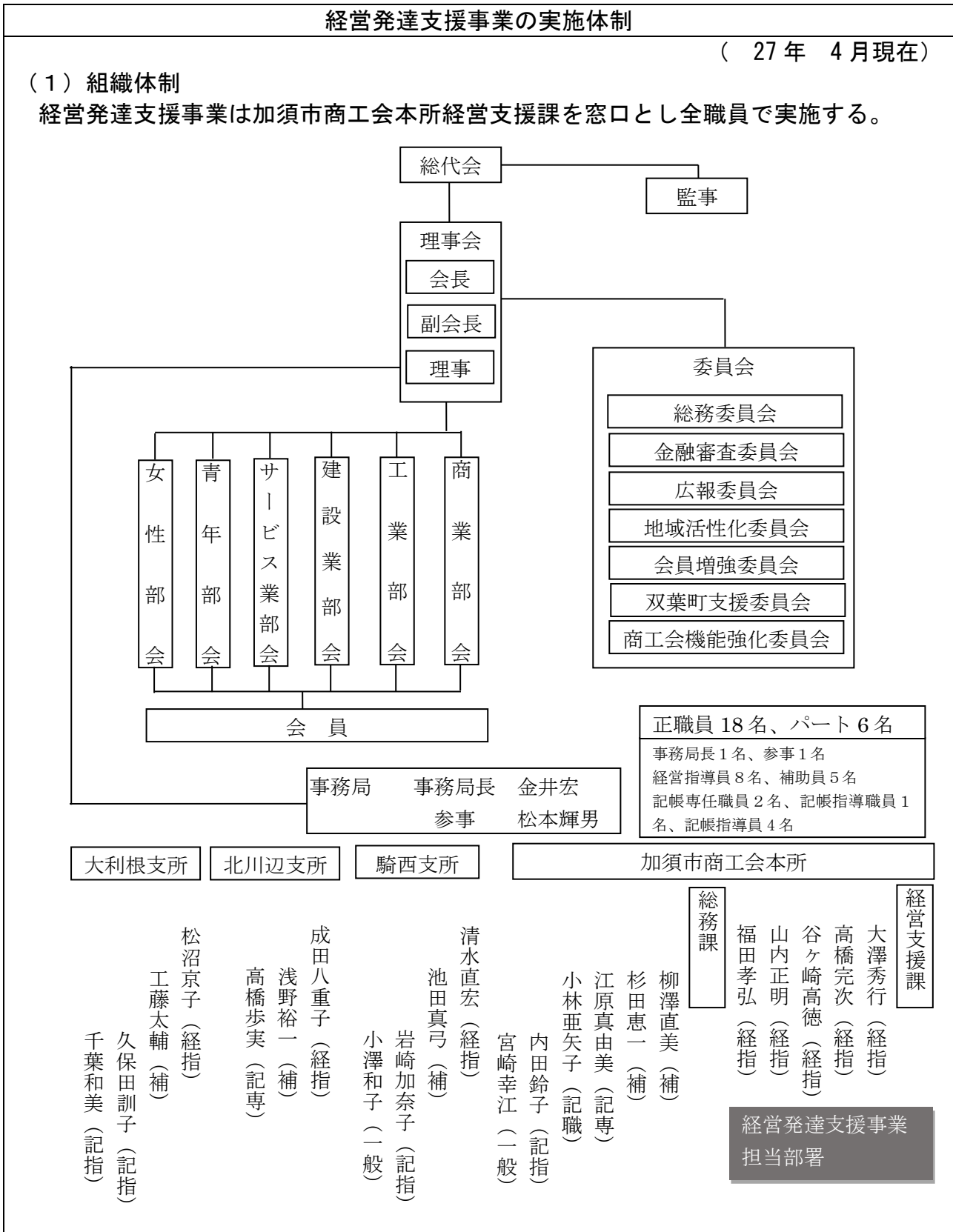
¹⁴ 職場の上司や先輩が部下や後輩に対し具体的な仕事を通じて仕事に必要な知識・技術・技能・態度などを意図的・計画的・継続的に指導し、修得させることによって全体的な業務処理能力や力量を育成するすべての活動。

③ 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会に報告し、承認を受ける。

④ 事業の成果・評価・見直しの結果を会報や加須市商工会 HP (<http://kazo-sci.jpn.org/>) で計画期間中公開し、小規模事業者が常に閲覧可能な状態にするとともに加須市にも報告する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(2) 連絡先
 加須市商工会 経営支援課
 埼玉県加須市中央 1-11-41
 (TEL) 0480-61-0842
 (HP) <http://kazo-sci.jpn.org/>

(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)

	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
必要な資金の額	198,500	189,500	191,200	192,900	194,600
小規模企業対 策事業費	198,500	189,500	191,200	192,900	194,600
経営普及改 善事業費	126,500	117,000	118,200	119,400	120,600
地域振興費	72,000	72,500	73,000	73,500	74,000

(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、県・市補助金収入、賦課金、事業収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。