

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	寄居町商工会（法人番号 9030005014059） 寄居町（地方公共団体コード 114081）
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和 13 年 3 月 31 日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】小規模事業者が環境変化に対応し、経営基盤を強化する 【目標②】小規模事業者が経営革新に取り組み、イノベーションや新事業を創出する 【目標③】創業者が事業を軌道に乗せる環境を整え、地域の創業を活性化する 【目標④】中心市街地に魅力ある店舗を増やし、にぎわいを創出する 【目標⑤】経営力再構築伴走支援により、小規模事業者の自己変革と成長を促す
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 中心市街地の活性化に向けて、当会にて的確な経営支援策を立案するために「中心市街地の事業者向けアンケート調査」を実施する。 4. 需要動向調査に関すること 創業希望者の商品について商品力を向上させるため『「月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」を活用した商品調査』を実施。結果を活用して、商品のブラッシュアップにつなげる。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自らが本質的な課題や強みを認識することを目指し、「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。 6. 事業計画策定支援に関すること 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定を支援する。また、創業計画の策定支援も実施する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 前項で策定したすべての事業計画・創業計画をフォローアップし、計画に沿った事業展開を後押しする。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の販路拡大に向けて「展示会・商談会の出展事業」や「“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」、「魅力的な商品等の情報発信事業」を実施する。
連絡先	寄居町商工会 経営支援グループ 〒369-1203 埼玉県大里郡寄居町大字寄居 1228 TEL: 048-581-2161 FAX: 048-581-1424 E-mail: info@yorii.or.jp 寄居町 産業振興企業誘致課 〒369-1292 埼玉県大里郡寄居町大字寄居 1180-1 TEL: 048-581-2121（内線 411・412） FAX: 048-581-1366 E-mail: ssk093g@town.yorii.saitama.jp

経営発達支援計画

1. 目標

①現状

寄居町（以下、当町）は、埼玉県北西部、都心から 70km 圏に位置し、荒川が秩父の山間から関東平野に流れ出す扇状地の要に発達した町である。山地、丘陵、台地、低地と多様な地形に恵まれており、荒川が町域の中央を屈曲しながら東流している。

昭和 55（1980）年に開設された関越自動車道花園インターチェンジを玄関口に、国道 140 号と 254 号、JR 八高線・東武東上線・秩父鉄道線が結接する交通の要衝地である。また、令和 2（2020）年 10 月に東武東上線「みなみ寄居駅」の開業、令和 3（2021）年 3 月に関越自動車道「寄居スマートインターチェンジ」の全面供用により、さらに交通の利便性が高まっている。

■寄居町の立地・交通



イ 人口推移

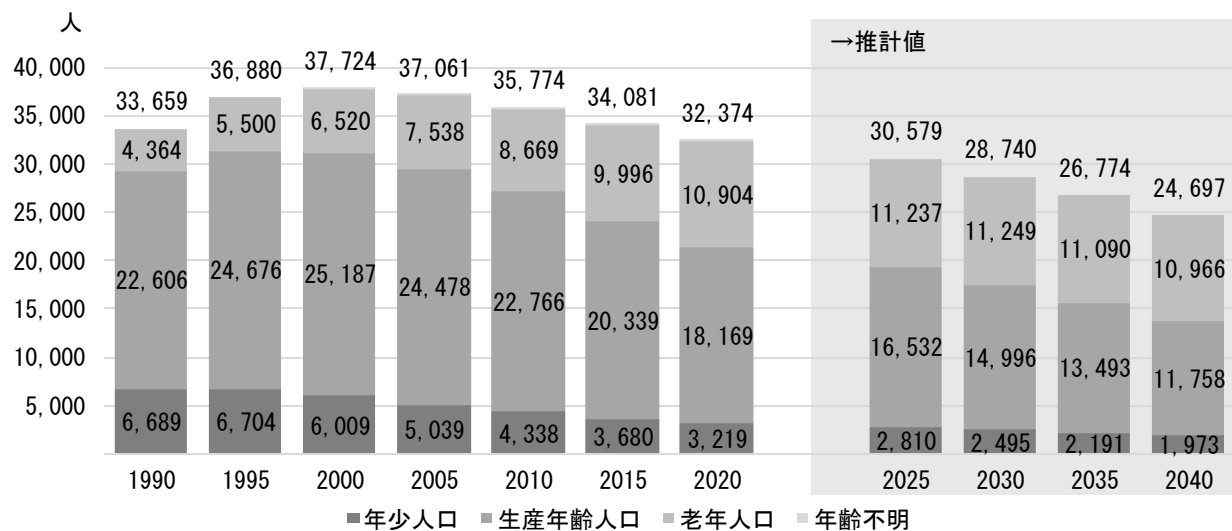
令和 7（2025）年 4 月 1 日時点の人口は 31,535 人である。（住民基本台帳）

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総人口は平成 12（2000）年の 37,724 人をピークに減少傾向に転じており、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。

年齢別人口では、今後、年少人口、生産年齢人口は減少傾向、老年人口は令和 12（2030）年までは増加傾向で推移することが予測されている。

高齢化率は令和 2（2020）年の 33.7%から令和 22（2040）年に 44.4%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 56.1%から令和 22（2040）年に 47.6%に低下する見込みである。

■人口推移



出典：総務省「国勢調査」及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

ウ 特産品

(a) 特産品

名水と豊かな自然に恵まれた寄居町には、400 年以上の歴史をもつみかんなどの農産物といった地域の風土や歴史を感じられる味覚がそう。

主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品	概要
みかん	当町のみかん栽培は天正年間に小田原から移植したことが始まりと言われている。風布地区と小林地区には約 20 軒のみかん園があり、栽培の歴史は 400 年以上と言われている。盆地特有の地形ならではの栽培方法で作られたみかんは、甘酸っぱく、みかんそのものの味が濃いと言われ、10 月下旬から 12 月中旬のみかん狩りのシーズンには県内外から多くの方が訪れる。
寄居とろとろナス	青ナスの一種で、淡い緑色にやや濃い緑色の垂れ模様が特徴である。通常のナスより大きく、長卵型、収穫時期は 6 月下旬から 10 月下旬までである。平成 31（2019）年 1 月に「寄居とろとろナス」が商標登録され、現在、特産品化を推進している。

(b) よりいブランド研究会【里山八珍認定事業】

よりいブランド研究会とは、寄居町の自然、歴史・文化、特産品、食などの発見・発掘・研究を通じて地域資源を磨き上げ、付加価値を高めることにより、「よりいブランド」として他地域との差別化を図り、町の賑わい創出及び産業振興に資することを目的とした研究会である。

本研究会では、「里山八珍認定事業」として、地ものを使い、自然の恵みを生かした寄居町ならではの自慢の逸品を認定している。第 1 回認定は令和 7（2025）年 9 月に行われ、今後も認定商品を増やしていく予定である。

エ 観光資源

当町は古くは秩父往還の宿場町として、また町の対岸にあった鉢形城の城下町として栄えた経緯から、日本（やまと）の里や鉢形城歴史館などの観光施設がある。また、自然豊かな環境を活用してハイキング、花見、バーベキュー、紅葉狩り、みかん狩り、ワカサギ釣りなどを楽しめる魅力的な地域（観光）資源が豊富にある。

また、本田技研工業株式会社埼玉製作所完成車工場には国内外から多くの工場見学者が訪れており、今後は産業観光による入込観光客数の増加が期待されている。

参考）寄居町の主な観光（地域）資源

全国百選選定地

- ▶名水百選「風布川(ふうつぶがわ)・日本水(やまとみず)」
- ▶水の郷「町全城」 ▶水源の森百選「日本水の森」
- ▶日本100名城「鉢形城」 ▶にほんの里100選「風布」

お祭り・イベント

- ▶寄居北條まつり5月中旬 ▶寄居夏まつり7月 ▶寄居玉淀水天宮祭8月第1土曜日
- ▶寄居秋まつり11月 ▶産業文化祭・ふるさとの祭典市・交通安全クラシックカーパレード11月

観光地等

- ▶鉢形城公園 ▶鉢形城歴史館 ▶風布・小林みかん山 ▶かわせみ河原 ▶雀宮公園
- ▶円良田湖 ▶埼玉県立川の博物館 ▶本田技研工業株式会社埼玉製作所完成車工場
- ▶寄居駅南口駅前拠点施設「Yotteco（ヨッテコ）」

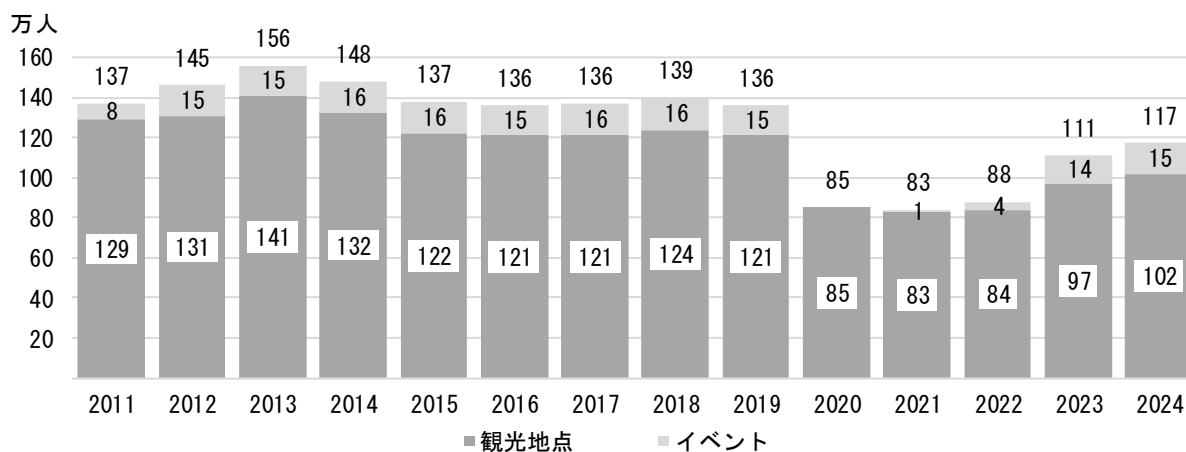
オ 観光入込客数の推移

令和6（2024）年の観光入込客数は117万人である。

推移をみると、平成27（2015）年から令和元（2019）年まで130万人程度で安定推移していたが、令和2（2020）年に新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で急減。その後、回復傾向にある。

また、観光客の属性をみると、イベントが少なく、観光地点が多くを占めている。

■観光入込客数の推移



出典：埼玉県「県内市町村観光入込客数」

カ 産業

(a) 産業の概況

当町では、先進的な資源再生と技術開発に取り組む「彩の国資源循環工場」や、高度な自動車生産技術確立し世界に展開する「本田技研工業株式会社埼玉製作所完成車工場」を中核として、地域産業の活性化が進んでいる。

特に、本田技研工業株式会社埼玉製作所完成車工場が稼働して以降は、自動車関連企業の集積が進み、さらに工場近接地には新駅「みなみ寄居駅」が開業するなど、産業振興や地域の利便性向上に波及効果が生まれている。

平成 25 (2013) 年 7 月に本田技研工業株式会社は四輪完成車工場である埼玉製作所寄居工場（以下、ホンダ寄居工場）での生産を開始した。

埼玉製作所は、それぞれに特徴がある「寄居完成車工場」「小川エンジン工場」2 つの拠点を合わせた事業所の総称である。埼玉製作所は世界中の海外拠点に対しても「ものづくりの発信拠点」として役割を担っている。

ホンダ寄居工場の立地に伴い、部品メーカー等の関連企業等の工場や二次倉庫等が進出している。これにより、多くの企業が町内に立地することで、産業の活性化や雇用の促進が期待されている。

本田技研工業株式会社埼玉製作所完成車工場



出典：本田技研工業株式会社 HP

(b) 業種別の商工業者数（うち、小規模事業者数）の推移

当町の事業所数は、平成 24 (2012) 年が 1,199 者、令和 3 (2021) 年が 1,188 者である。

上記のうち小規模事業者数は、平成 24 (2012) 年が 927 者、令和 3 (2021) 年が 884 者であり、9 年間で 4.6% 減少している。

小規模事業者数の増減を産業別にみると、卸・小売業（△42 者）、製造業（△19 者）の減少数が大きい。一方、他サービス業（+21 者）、医療、福祉（+3 者）など増加がみられる業種もある。

■ 業種別の事業所数及び小規模事業者数

	建設	製造	情報 通信	卸・ 小売	宿泊・ 飲食	医療、 福祉	他サー ビス	その他	計
平成24年									
事業所数	146	156	5	283	144	99	284	82	1,199
小規模事業者数	142	124	4	203	119	45	223	67	927
平成28年									
事業所数	138	147	2	270	139	114	278	76	1,164
小規模事業者数	132	116	2	189	109	48	218	65	879
令和3年									
事業所数	131	138	3	240	132	122	317	105	1,188
小規模事業者数	127	105	3	161	108	48	244	88	884
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△15	△18	△2	△43	△12	23	33	23	△11
増減割合	△10.3%	△11.5%	△40.0%	△15.2%	△8.3%	23.2%	11.6%	28.0%	△0.9%
小規模事業者数	△15	△19	△1	△42	△11	3	21	21	△43
増減割合	△10.6%	△15.3%	△25.0%	△20.7%	△9.2%	6.7%	9.4%	31.3%	△4.6%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(c) 業種別にみた小規模事業者の現状と課題（経営課題）

i 商業・サービス業

当町では、寄居駅南口を中心に地元商店の商業集積があるものの、大型店や通信販売等との差別化ができず商品サービスの充実度や価格競争に巻き込まれ、売上が減少している事業者も多い。これに加え、経営者の高齢化や後継者不足により空き店舗が増加し商店街の空洞化が進んでいる。

平成 25 (2013) 年には駅前的大型店の撤退による影響で買い物需要が減少し、中心市街地の事業者の売上減少が進んだが、新たに中心市街地の中央に位置する元酒造会社の跡地に大型スーパーが平成 30 (2018) 年 5 月にオープンし、中心市街地での買い物需要の改善が図られている。

近年は、個店の魅力向上や大型店との差別化を図るため、商店会と連携を図りながら、一店逸品、街バル等の販売促進支援施策を実施してきた。しかし、大型店との差別化につながる効果まではできていないという状況である。

サービス業をみると、小売業同様、事業者の高齢化等の理由により廃業する事業者がいる一方、中心市街地を中心に新規創業者も多い。実際、Web セミナーや創業相談、当町の空き店舗等活用補助金の支援を通じて令和 6 (2024) 年度には 16 件の創業実績がみられた。

ii_製造業

当町の小規模製造業をみると、「輸送用機械器具製造業」の2次、3次下請けの事業者が多くなっている。なお、ホンダ寄居工場の立地による小規模製造業への新たな受注等の影響はほとんどない。

これまで小規模製造業は、技術力や保有設備により受注をしてきた背景があり、展示会・商談会出展等により自ら需要を開拓するなどの営業力が弱い傾向にあった。そのため利益率が低く、現在の下請単価の低下や材料・人件費高騰等のなかで利益を確保しづらい状況がみられる。

課題は、技術力の可視化や技術力を活かした高付加価値製品の提案など新たな需要開拓を行う販売促進力の向上である。

当会でも、リーマンショック後、展示会出展支援や商談会の開催、海外展開、新たな市場開拓支援等様々な支援施策を実施してきたが、新たな受発注につながる結果はでておらず厳しい状況が続いている。

加えて、多くの経営者が高齢化していることもあり、事業承継（技術の承継）や人材の確保等も課題となっている。

iii_建設業

当町では、住宅の建設が一定数あるが、工事の多くが大手住宅メーカー及びそのグループ企業で占められ、地元の小規模建設業の参画が難しい状況との声も多い。さらに、近年は人手不足や資材の高騰に直面し、利益の確保が困難となっている。

課題は、営業力の強化及び生産性向上である。施主から直接受注する、または大手企業から下請け受注できるよう営業力を強化すると同時に、利益をしっかりと確保できるよう生産性を向上させることを課題とする事業者が多くなっている。

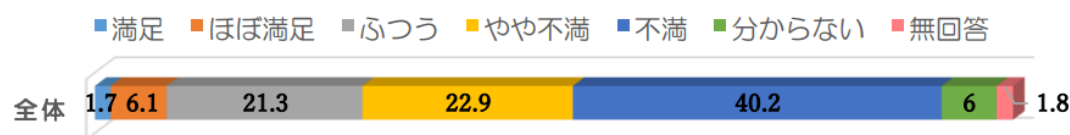
(d) 中心市街地に関する住民ニーズ

当町では、町、商工会、地元事業者が出資して「株式会社まちづくり寄居」を設立。「中心市街地活性化基本計画」の策定に着手し、平成30（2018）年には、町村としては初めての認定を獲得した。本計画に基づき、ソフト・ハード事業を展開し、令和5（2023）年3月の計画終了をもって、一定の目途をつけたという経緯がある。

一方、「中心市街地活性化基本計画」の期間は終了したものの、当会としては今後も中心市街地のさらなる活性化に向けて取組を継続したいと考えている。

寄居町総合政策課が実施した「令和5年度町民満足度アンケート」によると、中心商業地の魅力と賑わいについて、「不満」が40.2%、「やや不満」が22.9%となっており、これらを合わせると63.1%が不満に思っていることが読み取れる。

■寄居駅を中心とした中心商業地の魅力と賑わい



出典：寄居町総合政策課が実施した「令和5年度町民満足度アンケート」

続いて、寄居町中心市街地活性化推進室・(株)まちづくり寄居が実施した「中心市街地活性化に関するアンケート」によると、中心市街地に求めるものとして、「魅力的な店舗」が15.7%と最も高くなっている。

■あなたが中心市街地に求めるものは何ですか（上位5位）

1	魅力的な商店	15.70%
2	歩行者にやさしい歩道の整備・充実	11.56%
3	若者が長居したくなる空間の整備・充実	9.84%
4	きれいな川や緑などの自然空間	9.22%
5	大規模小売店舗	8.20%

出典：寄居町中心市街地活性化推進室・(株)まちづくり寄居「中心市街地活性化に関するアンケート」

キ 第6次寄居町総合振興計画

「第6次寄居町総合振興計画（平成29年度～令和8年度）」の商工・観光部分は次のとおりである。

■基本構想（平成29年度～令和8年度）

＜目指す姿＞

可能性∞ 笑顔満タン よりいまち

＜まちづくりの基本目標（産業・賑わい）＞

基本目標2 人が集まり活力に満ちた 賑わいあふれるまち

地域産業の基盤を強化しながら、大勢の人に「行ってみたい」「買ってみたい」「暮らしてみたい」と感じてもらえる価値のある“よりいブランド”を創出して、人が集まり賑わいあふれるまちを目指します。

■後期基本計画（令和4年度～令和8年度）（商工・観光部分を抜粋）

基本目標2 人が集まり活力に満ちた 賑わいあふれるまち

基本方針(1) 賑わい・活力ある地域産業の創出

- ①中心市街地の活性化
- ②産業の振興
- ③観光の振興

基本方針(2) よりいブランドの創出

- ①地域ブランドの創出
- ②よりい魅力発信の強化
- ③移住・定住の促進

基本方針(3) 安定した雇用の創出

- ①企業誘致の推進
- ②多様な人材の雇用・就労支援

ク 寄居町中小・小規模企業振興条例

当町の事業所の多くを占める中小企業・小規模企業は、地域の雇用と経済を支え、その発展に寄与しにぎわいを創出するとともに、地域社会の担い手として町民生活の向上に重要な役割を果たしている。

寄居町では、令和5（2023）年4月1日に、地域社会全体で連携・協力して中小企業・小規模企業の振興に取り組むことにより地域経済の活性化及び町民生活の向上を図るための基本理念等を定める条例を制定した。

■寄居町中小・小規模企業振興条例

＜基本理念＞

中小・小規模企業の振興は、次に掲げる事項を基本理念として推進されなければならない。

- (1) 中小・小規模企業の自らの創意工夫及び自主的な努力が尊重されること。
- (2) 中小・小規模企業の成長発展及び持続的発展が図られること。
- (3) 町、中小・小規模企業、商工会、金融機関、大企業及び学校が相互に連携して、協力の下に推進されること。

＜基本施策＞

- (1) 経営基盤の強化及び経営革新の促進に資する施策
- (2) 創業及び新産業創出の促進に資する施策
- (3) 円滑な事業承継の促進に資する施策
- (4) 雇用機会の創出並びに人材の育成及び確保に資する施策
- (5) 生産性の向上に向けたデジタル化の促進に資する施策
- (6) 地域経済循環の促進に資する施策
- (7) 販路の開拓及び拡大に資する施策
- (8) まちの賑わいにつながる事業活動の促進に資する施策

ケ よりいいスーパータウンプロジェクト 地域まちづくり計画

埼玉県では、「埼玉版スーパー・シティプロジェクト」として、超少子高齢社会を見据え、市町村の「コンパクト」「スマート」「レジリエント」の3つの要素を兼ね備えた持続可能なまちづくりを県が支援するプロジェクトを実施している。

寄居町は本プロジェクトにエントリー。地域まちづくり計画を策定している。

■ よりいいスーパータウンプロジェクト 地域まちづくり計画

＜コンセプト＞

- ・ 寄居駅南口駅前拠点施設（Yotteco）等の地域資源を生かし、地域の魅力を感じられる、人と人の距離感とやさしさにあふれた中心市街地のにぎわい創出により、まちの活力向上につなげる。
- ・ 「書かない窓口」等、行政手続きのデジタル化を推進すると共に、地域通貨（Yori-Ca）の活用や教育のICT化の推進により、地域経済の活性化や生活基盤の充実をめざす。
- ・ 老朽空き家の除去や電線の地中化を推進するとともに、再生可能エネルギーを導入するための補助事業や、EV車の電源機能を活用した取組等により、地域防災力の強化を図る。

＜事業一覧（一部抜粋）＞

- ・ 中心市街地賑わい創出事業補助金
- ・ 中心市街地の空き店舗等活用推進事業
- ・ 空き家対策事業
- ・ 移動販売事業（生活支援体制整備事業）
- ・ 地域通貨 Yori-Ca 事業

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な課題をまとめる。

当町の小規模事業者をみると、売上が減少している事業者が多い。その要因として、商業では大型店との差別化が十分に図られていないこと、工業では新規取引先の開拓が進んでいないことなどが挙げられる。特に情報発信を苦手とする事業者も多く、自社の独自商品や独自技術の強みが十分に訴求されていない現状にある。

こうした状況の根底には、小規模事業者が自社の経営状況を客観的に把握できていないという課題がある。持続的な成長のためには、外部環境の変化を踏まえつつ、イノベーションの創出や新事業への挑戦といった取組を継続的に行う必要があるが、多くの事業者でその体制が整っていない。そのため、小規模事業者それぞれが現在の経営環境に即した経営革新に取り組むことが重要な課題である。

また、当町の小規模事業者数は、平成24（2012）年の927者から令和3（2021）年には884者へと9年間で4.6%減少している。現在、経営者の高齢化が進行していることを踏まえると、今後も事業者数の減少が続くことが懸念される。事業者数の減少は、地域経済やコミュニティの活力低下につながるおそれがあるため、その抑制が求められる。

具体的には、事業承継の円滑化・活性化を通じて既存事業の継続を促すこと、あわせて創業が活発な地域づくりを進めることが重要である。現在、当町では町外から「寄居の魅力」に惹かれて開業を希望する人を増やす取組を進めているが、今後もこの取組を継続・発展させ、「新しいチャレンジをするなら寄居町を目指したい」と思える人材を増やしていくことが課題である。

当会は、寄居町と連携しながら中心市街地の活性化に取り組んでいる。そのなかで、商店街のエリアビジョンを「新しいチャレンジを応援し、地域を元気にするビジネスが生まれ続けるまち」と定め、各種施策を展開している。前述した既存事業者のイノベーションの促進や創業の活性化も含め、今後も事業者への支援を継続・強化することで、まち全体のにぎわい創出と地域活力の向上につなげていくことが重要な課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①地域における商工会の役割

当会はこれまで、地域振興事業、経営改善事業、経営発達支援計画に基づく伴走型支援事業を実施してきた。地域振興事業では、商業関係のイベント（ふるさとの祭典市事業、マルシェ事業、街バル事業）を中心に展開。また中心市街地を中心とした商店会の事務局として一店逸品事業、街ゼミ、コンシェルジュ事業など個社の魅力向上並びに中心市街地の活性につながる事業を展開している。

経営改善普及事業については、経営資源の補完支援として経営・金融・税務・労務支援をベースに、積極的な取組みを実施している。伴走型支援事業では経営発達支援計画に基づき、経営革新計画の策定支援や販路開拓支援、創業支援などに取り組んできた。特に、近年は経営革新計画の策定支援を通じた伴走型支援（販路開拓、新商品・新サービス開発支援、補助金申請支援等）を強化しており、事業者の経営力向上に寄与している。なお、経営革新策定支援件数（指導員割）では4年連続県内1位の支援実績である。

令和5（2023）年12月、従来の商工会機能に加え、シェアオフィス、コワーキングスペース、コミュニティスペースを兼ね備えた町の産業創出・まちづくりの新拠点として、「SPARK（スパーク）」を開設。今後も新旧様々な小規模事業者の交流の場として新たなビジネス創造や産業・経済の活性化につなげていくために、地域外から寄居町に興味や関心をもつ人材の発掘・育成と食文化・観光コンテンツの掘り起しを行い、地域に変化をもたらす、新しい価値を生み出すことで20年後も輝き続ける小規模事業者の支援を積極的に実施する。

②商工会の長期ビジョン（10年程度）

寄居町は平成30（2018）年3月に内閣府より中心市街地活性化基本計画の認定を受けて、同年4月より5年計画で推進し、令和5（2023）年3月で計画が終了となっている。中心市街地活性化基本計画における目指すべき方向性として「歩きたくなる、歩いてお得なまち」をコンセプトに、活性化のテーマを、①快適な散策のための環境づくり、②生活を支える施設づくり、③多世代が暮らす住環境づくり、④話題の店が集まる稼ぐ商業地づくり、⑤寄居固有の魅力と共感づくりを掲げ、活性化策として寄居の街なかに住み、訪れ、歩くことの魅力とお得感の持てるまちづくりの具体化へ向けた公民連携、協働の活性化事業の推進に取り組んできた。

中心市街地活性化事業において、地域住民の商店街へのニーズ及び需要は寄居駅前拠点「Yotteco（ヨッテコ）」、寄居駅前拠点の整備等のハード事業により一定の対応は出来たと考えるが、地域内の商店、事業者のニーズは十分でないと考え、本事業において活力の低下している商店街の再生に取り組む。

中心市街地活性化事業で実施したアンケートでは後継者不在とした回答が82.1%、そのうち「自分の代で廃業を検討している」と回答した割合は39.7%となっている。アンケートは平成27（2015）年に実施したものであるため、この数値はさらに悪化していると考えられ、このままでは商店街が崩壊してしまう恐れがあり、この状況を打開していく必要があると考える。

そこで商店街のエリアビジョンを「新しいチャレンジを応援し、地域を元気にするビジネスが生まれ続けるまち」と掲げ、商店街に不足している機能として、①遠くから寄居町の良さを知ってもらい寄居に来てもらう仕組み、②町内や町外の事業者が新事業等にチャレンジできる機能、③新事業にチャレンジするためにデータを集め、分析し活用する機能、④寄居で創業、寄居に移転を希望する者と空き家・空き店舗とマッチングする機能と考え、減少し続ける商店数、事業者数と、増加し続ける空き家空き店舗等の遊休不動産のマッチングにより活力を失い続けている商店街を、地域内のみならず、地域外からの人材を積極的に受け入れて、10年後20年後も輝き続ける商店、事業者を創出させ続け、商店街を再生していく。

本事業では、先に述べたとおり商店街のエリアビジョンを「新しいチャレンジを応援し、地域を元気にするビジネスが生まれ続けるまちづくり」とし、新たに建設した新拠点 SPARK のビジョンを「持続的なビジネスの確立、事業を加速していくコミュニティの場の確立、共創していくプラットフォーム」とし、当会のミッションである「既存企業のイノベーション」「中小・小規模企業の誘致」「新たな事業の創出」を果すことで、商店街に多くの人が集まり、商店、事業所が拠点を構えてくれるような場を創出していく。

実施体制は、まずは企業支援として、当会が中心となり、地域内の金融機関、埼玉りそな銀行、武蔵野銀行、埼玉縣信用金庫、熊谷商工信用組合、そして日本政策金融公庫、埼玉県信用保証協会、埼玉県産業振興公社、埼玉県商工会連合会、そして地域内の税理士、司法書士等の各士業、中小企業診断士、その他デザイナー等の各専門家と、10年ほど前から埼玉県のサポートを受けている連携プラットフォームがあ

り、絶対的な自信がある。その他に地域内外から創業希望者や当町に移転を希望する事業者の掘り起こし、空き家空き店舗等の遊休不動産の掘り起こし、その物件のリノベーション、DIY のサポート等を地域の不動産業者、設計事務所、建築業者等と連携して推進していく。

本事業の具体的な内容としては、寄居駅南口徒歩 3 分、寄居町が整備した駅前拠点「Yotteco（ヨッテコ）」の道路挟んだ斜め横に位置する旧武蔵野銀行寄居支店を改装したことで、新しいチャレンジを応援し、地域を元気にするビジネスが生まれ続ける、新拠点を建設した。

施設としてはコワーキングスペース、シェアオフィス、新たに創業した企業や新たに寄居町に移転しようと考えている企業と既存企業とのコミュニティスペースとなり、デジタルデータやアンケート等の定性定量データを分析活用することによる支援を行っていますが、さらに地域外から当町に目を向けてもらい、新拠点を活用してもらうための各種イベント、各種事業を東京などの都市部と当町で交互に続け、その事業者ビジネスのトライアルを行ってもらい、そして空き家空き店舗等の遊休不動産とのマッチングを実施するなどのソフト事業も積極的に推進していく。

最終的には、働き方やビジネスを行う立地条件が多様化している現在において、東京から 70 km 圏内、鉄道が 3 路線乗り入れており、関越自動車花園インターから車で 20 分程度の立地、さらに秩父山地と関東平野の境にあり、町の中心を埼玉県の母なる大河、荒川が流れる自然環境を活かし、そして強みである企業支援体制、さらに寄居町、商店会、地域が一体となる受け入れ体制により、「新しいチャレンジをするなら寄居町を目指す」というイメージを、公民がしっかりタッグを組んで確立していく。

③第 6 次寄居町総合振興計画との連動性

「第 6 次寄居町総合振興計画」では、「人が集まり活力に満ちた賑わいあふれるまち」を基本目標に掲げ、これを実現するため、「中心市街地の活性化」や「産業の振興」等に向けた施策を推進している。

当会の長期ビジョンでは、商店街のエリアビジョンを「新しいチャレンジを応援し、地域を元気にするビジネスが生まれ続けるまち」と定め、活力が低下している商店街の再生に向けた取組を強化する。さらに、商店街以外の事業者に対しても、新たなチャレンジを支援する取組を展開する。

以上のことから、「第 6 次寄居町総合振興計画」と当会の長期ビジョンは、目指す方向性を共有しており、連動性がある。

(3) 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状及び課題、(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえたうえで、以下の 5 つの目標を定める。

＜支援対象＞

新しいチャレンジを行う小規模事業者や創業者を重点支援する。

＜目標＞

【目標①】小規模事業者が環境変化に対応し、経営基盤を強化する

支援計画の認定期間（5 年間） 目標		
KGI		・事業計画を策定した事業者の売上増加事業者割合 4 割以上（＝事業計画策定時の売上高に対する認定期間終了時の売上高が増加している割合が 4 割以上）
KPI		・事業計画策定 20 者/年
設定した理由	KGI	環境の変化に対応し売上増加を達成する事業者数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため事業計画の策定を支援する。

【目標②】小規模事業者が経営革新に取り組み、イノベーションや新事業を創出する

支援計画の認定期間（5 年間） 目標	
KGI	・経営革新計画を策定した事業者のうち、付加価値額の伸び率 10%以上を達成した事業者数 50 者（＝経営革新計画策定時の付加価値額に対する認定期間終了時の付加価値額が 10%以上増加している事業者数が 50 者）

KPI		・経営革新計画策定 20 者/年
設定した理由	KGI	経営革新計画を策定することで付加価値額の増加を達成する事業者数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため経営革新計画の策定を支援する。

【目標③】 創業者が事業を軌道に乗せる環境を整え、地域の創業を活性化する

支援計画の認定期間（5 年間） 目標		
KGI		・ 認定期間中に当会が関与した創業件数 25 者（開業届）
KPI		・ 創業計画策定 5 者/年
設定した理由	KGI	創業の完了件数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため創業計画の策定を支援する。

【目標④】 中心市街地に魅力ある店舗を増やし、にぎわいを創出する

支援計画の認定期間（5 年間） 目標		
KGI		・ 認定期間終了時の中心市街地における空きテナント数 2 ※令和 7（2025）年 12 月現在の空きテナント数 5
KPI		・ 「月 1 からはじめる “二拠点×小商い” チャレンジプロジェクト」による支援 2 者/年
設定した理由	KGI	にぎわい創出のひとつの指標として空きテナントの解消を目標とする。
	KPI	上記を実現するため創業希望者と空きテナントのマッチングを実施する。

【目標⑤】 経営力再構築伴走支援により、小規模事業者の自己変革と成長を促す

支援計画の認定期間（5 年間） 目標		
KGI		・ 支援先事業者（経営分析）の認定期間終了時の事業継続率 90%
KPI		・ 経営分析 40 者/年
設定した理由	KGI	小規模事業者が自己変革を行い、事業継続することを目標とする。
	KPI	上記を実現するための導入部として、事業者の自己変革や成長を促進するための経営分析を支援する。

＜地域への裨益目標＞

上記【目標①】～【目標⑤】により、「新しいチャレンジを応援し、地域を元気にするビジネスが生まれ続けるまち」の実現を目指す。これにより、中心市街地の活性化、さらには「賑わいあふれるまち」への発展に寄与するとともに、安定した雇用基盤の創出を図ることを目指す。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】小規模事業者が環境変化に対応し、経営基盤を強化する

＜達成方針＞

小規模事業者が経営環境の変化に対応できるよう、まずは経営分析を実施し、事業者自身が自社の経営状況を客観的に把握できるようにする（年間40者）。次に、経営分析の結果を踏まえ、経営環境の変化に対応するための事業計画の策定支援を行う（年間20者）。計画策定後は、フォローアップを通じて計画の実行を後押しし、その結果として、売上増加（年間7者）や経常利益増加（年間7者）を実現する事業者を増やすことを目指す。

＜設定した理由＞

本計画期間中の小規模事業者の経営基盤に向けた支援プロセスを明確化する。このうち、経営分析→事業計画策定→フォローアップの各段階で定量目標を設定する。

【目標②】小規模事業者が経営革新に取り組み、イノベーションや新事業を創出する

＜達成方針＞

小規模事業者の経営革新を促進するため、まず経営分析を通じて、事業者の本質的な「強み」を明らかにする。そのうえで、その「強み」を生かしたイノベーションや新事業の創出に向けて、事業計画（経営革新計画）の策定を支援する。

また、経営革新のような新たな取組を進める際には、新規顧客の獲得が最初の課題となることが多い。そこで、新商品の開発を伴う経営革新については、「魅力的な商品等の情報発信事業」（年間5者）を実施し、新製品や新技術の開発を伴う経営革新については、「展示会・商談会出展事業」（年間7者）を実施することで、販路開拓を伴走型で支援する。

＜設定した理由＞

本計画期間中における小規模事業者の経営革新に向けた支援内容を明確化する。このうち、経営革新の実行支援としての販売促進施策に定量目標を設定する。

【目標③】創業者が事業を軌道に乗せる環境を整え、地域の創業を活性化させる

＜達成方針＞

創業者の事業を早期に軌道に乗せるため、創業計画の策定から創業後のフォローアップまで一貫した支援を行い、事業運営が円滑に進むよう後押しする（年間5者）。

あわせて、当会では、町外在住であり当町での創業に意欲を持つ事業者が、小商いを通じてビジネスのトライアルを行う「月1からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」を実施しており、本プロジェクトを通じて潜在的な創業者の掘り起こしを図る（年間2者）。

さらに、トライアル期間はいわばテストマーケティングの機会であることから、「本プロジェクトを活用した商品調査」を実施し、創業希望者の商品力の向上につなげる（年間4者）。

＜設定した理由＞

本計画期間中における創業支援の内容を明確化し、定量目標を設定する。

また、当会で重点的に実施している「月1からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」に関して、プロジェクトを活用した支援の内容及び定量目標を設定する。

【目標④】 中心市街地に魅力ある店舗を増やし、にぎわいを創出する

＜達成方針＞

中心市街地に魅力ある店舗を増やすため、まず「中心市街地の事業者向けアンケート調査」を実施し、事業者の実態や課題を把握する（年１回）。

そのうえで、「目標①の達成方針」に記載した方法により、魅力ある店舗づくりに向けた取組を支援する。あわせて、魅力ある商品の創出を目指す事業者に対しては、「魅力的な商品等の情報発信事業」を実施し、情報発信力と集客力の向上を図る。

さらに、中心市街地の空き家や空き店舗などの遊休不動産を活用した創業を促進するため、「目標③の達成方針」に記載した支援を展開することで、にぎわいの創出と商業機能の維持・強化につなげる。

＜設定した理由＞

本計画期間中に実施する中心市街地のにぎわいづくりに資する支援内容を明確化する。

【目標⑤】 経営力再構築伴走支援により、小規模事業者の自己変革と成長を促す

＜達成方針＞

経営分析、事業計画の策定、事業計画策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話と傾聴を通じて、自己変革のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。

また、これを実現するために、経営指導員等が経営力再構築伴走支援に係る資質向上を図る。

＜設定した理由＞

本計画期間中における経営力再構築伴走支援の支援内容を明確化する。このうち、支援の導入部である経営分析における経営力再構築伴走支援の実施件数（年間 40 者）を定量目標とする。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会では、中心市街地の活性化を重点課題として各種支援に取り組んできた。そのなかで、事業者からの聞き取り等を通じて「肌感覚」としての経営状況は把握していたものの、統計的な手法による客観的なデータ把握までは十分に行えていなかった。

【課題】

今後、支援を一層強化していくにあたっては、感覚的な認識にとどまらず、客観的なデータに基づき支援施策を立案していくことが課題である。そこで、新たに中心市街地の事業者を対象としたアンケート調査を実施し、実態を把握したうえで支援の方向性を検討していく。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
中心市街地の事業者向けアンケート調査 公表回数	HP 掲載	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

事業名	中心市街地の事業者向けアンケート調査
目的	当会では、これまでに引き続き、中心市街地の活性化に取り組んでいく。こうした取組のなかで、中心市街地の事業者の状況を把握することが重要である。そこで、事業者向けに

	アンケートを実施し、事業者の状況を把握するとともに、その結果を経営支援策に役立てることを目指す。
調査内容・調査の手法	当会が年 1 回、郵送（ヒアリング併用）にて実施する。調査対象は中心市街地の事業者約 120 者（本町 24 者、中町 44 者、栄町 22 者、武町 31 者程度）である。
調査項目	□景況感 □経営課題 □その他トピック 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が調査結果を集計し、エリア別・業種別のクロス集計を通じて分析を行う。分析にあたっては必要に応じて専門家と連携する。
調査結果の活用方法	分析結果は当会ホームページで公表し、広く町内の小規模事業者に周知する。また、当会でも、経営支援施策に反映させるだけでなく、今後の商業振興やまちづくりに関する研究、各種施策の立案にも役立てる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

町内には新商品開発等に取り組む事業者がみられるものの、その開発過程をみると、事業者自身の主観に基づいて商品を組み立てているケースが多く、第三者の意見を取り入れる機会は限られている。また、当会としても、第三者の声を商品開発に反映させるための支援には十分に組み合わせてこなかった。

【課題】

今後は、商品開発の段階から第三者の声を取り入れられるような支援を強化していくことが課題である。当会では現在、「月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」を実施し、創業希望者が事業体験を行う場を設けている。本計画期間中は、この機会を活用し、創業希望者の商品・サービスを対象とした商品調査を行うとともに、その結果を踏まえたブラッシュアップ支援を行うことで、創業時に求められる商品力の向上を図る。

(2) 目標

項目	現行	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
「月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」を活用した商品調査調査対象事業者数	-	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(3) 事業内容

事業名	「月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」を活用した商品調査
目的	「月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」において事業体験を行う創業希望者の商品・サービスについて、第三者からの評価を得ることで、内容のブラッシュアップにつなげることを目指す。
対象	「月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト※」において事業体験を行う創業希望者（年間 4 者、1 者あたり 1 商品）を対象とし、それぞれの商品・サービスを調査対象とする。 ※月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト 当町に通いながら、自身が挑戦してみたい事業を現地で試すことができる取組である。たとえば、東京に住みながら、かねてよりの夢であったカフェの開業を試行的に実施するなど、具体的な事業体験が可能である。当会としても、まずは小規模な商いからチャレンジしていただき、将来的には当町での本格的な独立・創業につなげていただくことを目指している。
調査の手法	事業体験を行う創業希望者の商品・サービスについて、他のプロジェクトメンバーが評価を行う。具体的には、まずプロジェクト参加者がそれぞれ商品・サービスを評価し、そ

	の結果をファシリテーターが集約したうえで、総合的な評価を取りまとめる。 ＜評価メンバー＞ ・ファシリテーター：経営コンサルタント（人間中心設計専門家） ・一般消費者の目線：プロジェクトに参加する町内の事業者（10名程度） プロジェクトに参加する創業希望者（20名程度）
調査項目	商品特性に応じて調整するが、一般的には以下の項目を基本的な評価項目とする。 ＜食品の場合＞ ☐味 ☐見た目 ☐パッケージ ☐独自性 ☐価格 ☐その他改善点 等 ＜サービスの場合＞ ☐サービスの内容 ☐独自性 ☐価格 ☐その他改善点 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）とファシリテーターが連携し、評価内容を整理したうえで、改善の優先順位を簡易なレポートとしてまとめる。
調査結果の活用方法	前項のレポートを対象事業者にフィードバックする。その後、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、商品・サービスのブラッシュアップに活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて、経営分析や事業計画策定支援もあわせて実施する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会では、経営分析支援を導入部分とし、その結果を踏まえて事業計画策定支援につなげる流れをルール化している。また、職員のスキル差に左右されない分析を行うため、クラウド型支援ツール「Biz ミル」を活用し、システムに沿った標準的な分析を実施している。

【課題】

今後は、これまでの支援を継続しつつ、より踏み込んだ支援へと発展させていくことが課題である。具体的には、対話と傾聴を重ねることで、事業者自身が本質的な課題を自覚し、課題解決に向けて能動的に行動できるよう、内発的動機付けを促す支援を行うことが必要である。

(2) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
経営分析事業者数	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	対象事業者は、基本的に巡回・窓口相談による経営改善支援（経営・税務・金融等）の際に掘り起こす。なお、小規模事業者の多くは、経営分析の必要性を理解していないことが想定されることから、これら事業者との接点の際に経営分析の必要性を丁寧に説明する。
分析の実施手法	経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちすることを重視する。 分析は、事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、クラウド型支援ツール（Biz ミル、Keytas 等）などを活用する。
分析項目	定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を実施する。

	＜財務分析＞ 収益性・安全性・生産性・成長性の分析 ＜非財務分析（SWOT 分析等）＞ 強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産など）、機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向など）、その他（デジタル活用の状況、事業計画の策定・運用状況など） ＜その他分析＞ 当町では、事業承継が地域の課題となっている。このため、経営分析においては、前述の財務分析・非財務分析に加え、「事業承継の必要性」についても確認を行う。
分析結果の活用方法	・経営分析の結果は事業者フィードバックする。また、事業計画策定に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう支援する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、クラウド型支援ツール（Biz ミル、Keytas 等）に集約。経営指導員個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会では、経営革新計画や小規模事業者持続化補助金等の支援を通じて、事業計画策定支援を積極的に推進してきた。平成 19（2007）年度から本格的に事業計画策定支援に取り組み、現在までに約 300 者が事業計画を策定している。

【課題】

こうした取組を通じて、事業計画策定に関するノウハウは一定程度蓄積されている。一方で、近年は職員の若年化が進んでおり、個々の経験に依存した支援にはリスクも生じている。このため、若手職員であっても同水準の支援が行えるよう、これまでのノウハウを組織内で言語化・共有し、支援スキルの均質化を図ることが課題である。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の 5 割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

また、町内で創業や事業承継を活性化させるため、創業計画や事業承継計画の策定支援も実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
①事業計画策定事業者数	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
②創業計画策定事業者数	6 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
③事業承継計画策定支援	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(4) 事業内容											
①事業計画策定支援											
事業名	事業計画策定支援										
目的	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。										
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者										
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。また、国の補助金や当会の「寄居町ビジネスパワーアップ事業補助金※」を契機とした事業計画策定の提案も実施する。 ※寄居町ビジネスパワーアップ事業補助金 当会が実施する補助制度である。寄居町中小企業・小規模企業振興条例に鑑み、小規模事業者等の売上回復や地道な販路開拓等の取組みに要する費用に対して、経費の一部を補助する。申請には、経営革新計画等の事業計画に資する計画策定が必要である。										
支援の手法	①小規模事業者が作成した事業計画に経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して策定する方法の 2 つの方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。支援では、経営者が取り組むべきことに腹落ちし、当事者意識を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。										
②創業計画策定支援											
事業名	創業計画策定支援										
目的	創業期の事業展開が円滑に進むことを目指す。										
支援対象	創業者・創業希望者										
支援対象の掘り起こし	当会では現状、創業予定者からの窓口相談及び、「月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」等の取組を契機に創業者との接点を持ち、支援につなげている。今後はこれに加え、「地域産業の活性化に係る包括連携に関する協定※」に基づく寄居町創業支援セミナーを再開し、創業予定者との接点を増やす。 ■寄居町創業支援セミナー <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td><td>創業を目指す方、創業予定者、後継者など</td></tr> <tr> <td>募集方法</td><td>ホームページ、チラシ、関係機関での周知</td></tr> <tr> <td>講師</td><td>中小企業診断士 等</td></tr> <tr> <td>回数</td><td>年 1 回</td></tr> <tr> <td>カリキュラム</td><td>経営・財務・人材育成・販路開拓の 4 分野</td></tr> </table> ※地域産業の活性化に係る包括連携に関する協定 寄居町、当会、町内に支店を持つ 4 つの金融機関（埼玉りそな銀行、武蔵野銀行、埼玉縣信用金庫、熊谷商工信用組合）の 3 者による協定である。創業支援及び地域企業育成などによる事項で連携している。	支援対象	創業を目指す方、創業予定者、後継者など	募集方法	ホームページ、チラシ、関係機関での周知	講師	中小企業診断士 等	回数	年 1 回	カリキュラム	経営・財務・人材育成・販路開拓の 4 分野
支援対象	創業を目指す方、創業予定者、後継者など										
募集方法	ホームページ、チラシ、関係機関での周知										
講師	中小企業診断士 等										
回数	年 1 回										
カリキュラム	経営・財務・人材育成・販路開拓の 4 分野										
支援の手法	創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員がアドバイスを行う方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。										
③事業承継計画策定支援											
事業名	事業承継計画策定支援										
目的	事業承継が円滑に進むことを目指す。										
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）										
支援対象の掘り起こし	『5. 経営状況の分析に関すること』にて「事業承継の必要性」を確認。必要性がある事業者に事業承継計画の策定を提案する。										
支援の手法	小規模事業者が作成した事業承継計画を基に、経営指導員がアドバイスを行う方法で支援する。支援にあたっては、埼玉県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携を図る。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。										

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】

事業計画は策定すること自体が目的ではなく、実行し成果を上げることにこそ意義がある。当会では、事業計画を策定した事業者に対し、職員が定期的に訪問して進捗状況を確認し、フォローアップを行っている。また、デジタルを活用した取組として、Google フォームにより進捗状況を把握する仕組みも導入している。

【課題】

しかし現状では、事業計画の「進捗状況の確認」に比重が置かれている面があり、計画実行の過程で生じるボトルネックに対して、事業者とともに乗り越えていく支援が十分とはいえない。今後は、計画の実行段階で直面する具体的な課題に対し、伴走しながら解決を図る支援を一層強化することが課題である。

また、Google フォームを活用した進捗確認においては、無回答の事業者に対するフォローが途切れてしまうケースもある。このため、回答状況にかかわらず全ての事業者を取り残さないよう、組織として継続的に支援できる体制を構築することが必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、計画策定後3回のフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者や経常利益増加事業者の割合が約4割（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目指す。

フォローアップでは、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図るための支援を実施する。支援では、自走化に向けた内発的動機付けを行うことで、支援期間中の事業者の一連の取組を一過性の取組とさせず、事業者が事業環境の変化に合わせて、持続的に発展できる蓋然性を高める。

また、創業計画や事業承継を策定した事業者に対しても、計画策定後3回のフォローアップを実施し、計画に沿って事業が着実に進むよう支援する。

(3) 目標

①事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ対象事業者数	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
頻度 (延回数)	四半期毎 (80 回)	年 3 回※ (60 回)	年 3 回※ (60 回)	年 3 回※ (60 回)	年 3 回※ (60 回)	年 3 回※ (60 回)
売上増加事業者数	10 者	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者
経常利益増加事業者数	10 者	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者

※頻度は、計画策定後3ヵ月後、6ヵ月後、1年後の計3回を基本とする。

②創業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ対象事業者数	6 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
頻度 (延回数)	四半期毎 (24 回)	年 3 回※ (15 回)	年 3 回※ (15 回)	年 3 回※ (15 回)	年 3 回※ (15 回)	年 3 回※ (15 回)
売上目標達成者数	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

※頻度は、計画策定後3ヵ月後、6ヵ月後、1年後の計3回を基本とする。

③事業承継計画のフォローアップ

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ対象事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

頻度 (延回数)	-	年 3 回※ ¹ (3 回)	年 3 回※ ¹ (3 回)	年 3 回※ ¹ (3 回)	年 3 回※ ¹ (3 回)	年 3 回※ ¹ (3 回)
売上増加事業者数※ ²	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

※¹ 頻度は、計画策定後 3 ヶ月後、6 ヶ月後、1 年後の計 3 回を基本とする。

※² 事業承継が実施された場合の目標である。承継後に売上が増加することを目標とする。

(4) 事業内容

事業名	事業計画・創業計画・事業承継計画のフォローアップ
目的	事業計画・創業計画・事業承継計画どおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画・創業計画・事業承継計画を策定したすべての事業者
支援の手法	経営指導員が、事業計画、創業計画、事業承継計画を策定したすべての事業者に対して、計画策定後 3 回（3 ヶ月後、6 ヶ月後、1 年後）のフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やす、専門家派遣を実施するなどにより、軌道に乗せるための支援を実施する。 フォローアップでは、計画の進捗状況の確認、売上・利益等の経営指標の把握を行う。また、計画実行上の課題に対し、課題解決を図る。課題解決にあたっては、単に「答え」を提供するような支援を行うのではなく、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じて事業者もよく考えること、事業者内のチームと一緒に作業を行うことにより、事業者が事業環境の変化に合わせて自ら変革を続けていける力（自走化する力）を付けられるようにする。

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】

当会ではこれまで、「展示会・商談会出展事業」や「一店逸品事業」などを通じて、小規模事業者の販路開拓や認知度向上を支援してきた。いずれの取組も一定の効果が確認されており、今後も継続して実施していく必要がある。

一方で、近年はデジタル技術を活用した販促の重要性が高まっているものの、当会としてデジタル販促に資する取組は十分に展開できていないのが現状である。

【課題】

今後は、これまでの事業の成果を一層拡大させるとともに、デジタル販促に関する新たな支援メニューを構築・実施していくことが課題である。

また、中心市街地においては、空き家や空き店舗などの遊休不動産の増加が課題となっていることから、移住希望者や創業者と空き店舗とのマッチングを促進し、地域資源として有効活用していく取組を進めることも重要な課題である。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者や創業者による新たなチャレンジを促進することを目指している。一方で、新たなチャレンジを進める際には、新規顧客の獲得が最初の大きな課題となることが多い。そこで、事業者による新規顧客の獲得を後押しする事業を実施する。

事業の実施目的及び期待される効果は、次のとおりである。

- ・経営革新に取り組む事業者のなかには、新商品の開発や新製品・新技術の開発を伴うケースも多い。そこで、新商品の開発を伴う経営革新については「魅力的な商品等の情報発信事業」を、新製品や新技術の開発を伴う経営革新については「展示会・商談会出展事業」を実施し、販路開拓を伴走型で支援することで、新たな顧客の獲得を目指す。

・創業者が新たなチャレンジを行う際には、テストマーケティングが重要である。そこで、町外在住でありながら当町での創業に意欲を持つ事業者が、小商いを通じてビジネスのトライアルを行う「月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」を実施し、実際の販売を行いながらテストマーケティングを行うことを目指す。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4)事業内容』のとおりである。

(3) 目標

項目	現行	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
①展示会・商談会の出展事業 出展事業者数	4 者	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者
成約件数（延べ）	3 件	7 件	7 件	7 件	7 件	7 件
②“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト 支援事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上額/者	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
③魅力的な商品等の情報発信事業 支援事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上額/者	-	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円

(4) 事業内容

①展示会・商談会等の出展事業（BtoB）

事業名	展示会・商談会等の出展事業
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
展示会等の概要 /支援対象	主に以下の展示会・商談会・ビジネスマッチングを想定している。なお、これ以外にも有効な展示会・商談会・ビジネスマッチングがある場合は、出展支援を実施する。支援にあたっては、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。 ア 彩の国ビジネスアリーナ 支援対象：製造業 訴求相手：埼玉県内の製造業 さいたまスーパーアリーナを会場に、埼玉県、公益財団法人埼玉県産業振興公社、公益社団法人埼玉県情報サービス産業協会、県内金融機関が主催する、首都圏最大級の産・学・官・金連携による展示商談会である。中小企業の受注拡大・販路開拓のための自社の優れた製品・技術・サービス等を幅広い顧客層に PR するビジネスマッチングイベントとなっている。令和 7 年 1 月はリアル展示＋オンライン展示のハイブリッド型で開催され、リアル展示では、出展社数 644 企業・団体、来場者数 15,423 人であった。 イ ニッポン全国物産展 支援対象：食品製造業 訴求相手：全国のバイヤー 全国商工会連合会が主催する物産展である。地域経済を支える中小企業・小規模事業者等がテスト販売、新規顧客獲得等を通じて売上増加、販売力向上を図ることを目的としている。令和 6（2024）年 11 月の開催では、参加事業者数が 200 者以上、来場者数が約 8 万人であった。
支援内容	①当会が展示会ブースを借り上げ、複数の事業者による共同出展を行う方法、②各事業者が独自に展示会・商談会に出展する際の支援を行う方法の 2 つの支援形態を想定。
支援の手法	展示会・商談会への出展を希望する事業者の掘り起こしを行う。参加希望者に対しては、事業者の要望に応じて経営指導員が以下の支援を実施する。また、必要に応じて専門家派遣を行う。また、近年は展示会出展時に PR 動画で訴求することも増えている。そこで、

	必要に応じて、PR 動画や販促ツール等の制作も支援する。 ＜出展前の支援＞ □出展者の募集 □商談シート（FCP シート）の作成 □商談相手の事前アポイント □パンフレット等のツール整備を含む効果的な展示方法や、短時間で商品等の魅力を伝えるためのアピール手法についての指導 等 ＜出展後の支援＞ 商談相手に対するフォロー 等
--	--

②月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト（BtoC）

事業名	月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト
目的	他地域に居住しており、当町での創業に意欲的な事業者が、小商いを行うことでビジネスのトライアルを行い、実際に売上を立てることを目指す。また、当会としては、①当町にて本格的な独立・創業につなげていただくこと、②これらの事業者が将来的に空き家や空き店舗等の遊休不動産を活用することを目指す。
支援対象	当町で小商いにチャレンジする事業者 ※対象者の考え方 本事業の支援対象者には、開業届を提出している方（すでに創業している方や近く創業を予定している方）と、開業届を提出していない方（ビジネスのトライアルだけ実施する方）の 2 種類がいる。本事業ではいずれも支援を行うが、経営発達支援計画においては前者の「開業届を提出している方」を支援対象として考える。
訴求相手	町内の消費者
支援内容	「月 1 からはじめる“二拠点×小商い”チャレンジプロジェクト」とは、他の地域に拠点のある方が、当町に通いながら、自身が挑戦してみたい事業を現地で試すことができる取組である。たとえば、東京に住みながら、かねてよりの夢であったカフェの開業を試行的に実施するなど、具体的な事業体験が可能である。 当会では、以下の 4 つのプログラムにて支援を実施する。 ア 小商いを知る 現地で小商いを実践している人たちの現場を視察。小商いをするためのヒントや方法を学ぶ機会を提供する。 イ 地域を知る 当町がどのような町なのか、どのような地域資源があるのか、まちを巡りながら、地域から見える小商いのネタを探る機会を提供する。 ウ 小商いを考える 現地で活用できる空き家や拠点を訪問しながら、実際にどのようなことができそうか、これまでの内容を踏まえてアイデアワークショップを実施する。 エ 小商いを体験する 現地の空き家や拠点を活用して、お試して「小商い」を実践する。
支援の手法	支援対象者の掘り起こしにあたっては、インターネット等のメディアを活用し、積極的な情報発信を行う。支援については、経営指導員等がハンズオンで対応し、事業の構想段階から、ビジネスのトライアル、さらに開業に至る場合には創業計画の策定まで、一貫した支援を実施する。

③魅力的な商品等の情報発信事業（BtoC）

事業名	魅力的な商品等の情報発信事業
目的	当町には、魅力的な商品を生み出す事業者が多数見られる。また、「一店逸品事業」や「里山八珍認定事業」などを通して魅力的な商品も創出されている。こうした商品の情報発信を支援することで、優れた商品が適切に評価され、確実に販売につながる環境の整備を目指す。

支援対象	魅力的な商品を開発するだけでなく販路開拓に意欲的な小規模事業者 ※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。
訴求相手	消費者（主に地元住民を想定）
支援内容	以下の支援により商品の販路開拓を実施する。なお、これ以外にも有効な販路開拓手法がある場合は実施する場合もある。 ア 魅力的な商品等の情報発信 当会の経営指導員がプロデューサーとなり魅力的な商品のプロデュースを実施する。 具体的には以下の取組を実施する。 (a) 商品の磨き上げ支援 専門家派遣等を行い、商品の改良アドバイスを実施する。 (b) プロカメラマンによる写真、動画の作成支援 改良後の商品について、プロのカメラマンによる撮影を実施。また、PR 動画の制作を行う。 (c) 当会ホームページによる情報発信支援 当会のホームページによる商品の情報発信を実施する。また、事業者のホームページや SNS での情報発信を支援する。 イ 新商品&新サービス合同記者発表会（プレスリリース支援） 専門家と連携して実施する。具体的には以下の支援を一体的に実施する。 (a) オープンセミナー（広報やプレスリリースの手法を紹介） (b) 事前対策セミナー（実際の広報に向けて広報コンセプトを作成） (c) 広報個別相談（リリースの作成） (d) 新商品&新サービス合同記者発表会 リハーサル (e) 新商品&新サービス合同記者発表会（メディアを呼び、発表を行う）
支援の手法	経営分析、事業計画策定、需要動向調査等の支援を通じて、魅力的な商品を有する事業者を掘り起こす。その後、経営指導員（またはその他の職員）が前項の販路開拓手法により情報発信を支援する。 なお、本事業の目的は、事業者自身がこうした取組を主体的に実施できるようになることである。そこで、本事業を通じて成功体験を得た事業者に対しては、将来的に自立的に同様の取組が継続できるよう具体的な道筋を示すための支援も併せて実施する。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、経営発達支援事業については、「事業検討会議」において外部有識者から評価を受け、その結果を次年度事業の見直し・立案に反映させることで、PDCA サイクルを機能させている。

【課題】

これまでの取組において大きな課題は認められないことから、今後も同様の枠組みとプロセスを維持しつつ、引き続き外部評価を踏まえた事業改善を継続していく。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。

	【PLAN】（事業の計画・見直し） (a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 (b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。 【DO】（事業の実行） (c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。 (d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（Biz ミル、Keytas 等）に適時入力する。 【CHECK】（事業の評価） (e) 日々の業務のなかで、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（Biz ミル、Keytas 等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。 (f) 月 1 回の職員会議にて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認及び評価を行う。 (g) 年 1 回（7 月頃）の「事業検討会議」にて、外部有識者等からの評価を受ける。なお評価は、経営発達支援計画に記載したすべての事業を対象とする。 「事業検討会議」の実施の流れ i 寄居町産業振興企業誘致課長（または担当者）、法定経営指導員、外部有識者※をメンバーとする「事業検討会議」を年 1 回（7 月頃）開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）で定量的に評価する。 ※外部有識者メンバー ・専門家 中小企業診断士、税理士、弁護士、司法書士、1 級建築士、経営コンサルティング会社 等 ・金融機関 埼玉りそな銀行寄居支店、武蔵野銀行寄居支店、埼玉縣信用金庫寄居支店、熊谷商工信用組合寄居支店、日本政策金融公庫熊谷支店、埼玉県信用保証協会熊谷支店 ・行政 埼玉県産業支援課、埼玉県商業・サービス産業支援課、埼玉県北部地域振興センター、埼玉県事業承継・引継ぎ支援センター、埼玉県商工会連合会企業支援部 ii 当該「事業検討会議」の評価結果は、当会ホームページへ掲載（年 1 回）することで、地域の小規模事業者等が常に関連可能な状態とする。 【ACTION】（事業の見直し） (h) 「事業検討会議」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。
--	---

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、経営発達支援計画の実行に必要な資質向上については、経営指導員 2 名が中心となって取り組んでいる。これに加え、記帳指導職員も事業計画の策定支援に携わるなど、経営指導員以外の職員についても資質向上を図ってきた。

【課題】

これまでの資質向上は、主として埼玉県商工会連合会による法定研修や、実務を通じた OJT により行ってきた。しかし、近年の小規模事業者を取り巻く課題は多様化・複雑化しており、これらの手法だけでは十分とはいえない。

そこで今後は、当会自らが研修会を企画・開催するなど、「当会にとって必要な知識・スキル」を重点的に習得できる場を整備することが必要である。また、経営指導員に限らず、他の職員も含めた組織全体で資質向上に取り組み、組織として、より効果的な支援を提供できる体制を構築することが課題である。

(2) 事業内容

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

参加者	すべての職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得することを目指す。
不足能力の 特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 ・伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・DXに向けた相談・指導を行う能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等
内容	経営発達支援事業を適切に遂行し、上記の不足能力を補うために、以下の手段・手法により職員の資質向上を図る。これまでは経営指導員が中心となり資質向上に取り組んできたが、今後はすべての職員が主体的に取り組む体制とする。 ア 中小企業大学校の専門研修、上級研修 中小企業大学校の専門研修や上級研修では、幅広いテーマが用意されており、当会職員がそれぞれの強みを伸ばす、あるいは弱みを克服するためのテーマを選択することが可能である。また、全職員に共通して不足している「経営力再構築伴走支援」に関するカリキュラムも整備されており、組織全体の支援力向上に資する内容となっている。 イ 独自に講師を招聘して研修会を開催 資質向上の手段として外部研修への参加も考えられるが、当会における不足能力の強化を図るうえでは、独自の研修会を開催することも有効である。そこで、法定経営指導員が全職員の不足能力を網羅的に把握したうえでテーマを設定し、会内研修会を実施する。会内研修会とすることで、すべての職員が参加しやすく、組織全体の底上げにつながるという利点がある。 ウ デジタルツールに関する展示会や体験会への参加 デジタル技術を活用した支援の質を高めるため、デジタルツールに関する展示会や体験会に参加する。新たなサービスやツールの動向を把握し、実際に操作・活用方法を体験することで、職員自身の理解を深めるとともに、支援先事業者への具体的な提案や導入支援に活かすことを目指す。また、会場での専門家との交流や情報収集を通じて、今後の支援に有効なネットワークの構築を図る。

②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有することを目指す。
内容	ア OJT 広域指導員と経験の浅い職員がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。 イ 職員間の定期ミーティング 月 1 回の職員会議のなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法やデジタル活用の方法、具体的なデジタルツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援事業の進捗管理を実施する。 ウ データベース化 担当経営指導員等がクラウド型支援ツール（Biz ミル、Keytas 等）に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

11. 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】

現状、当会では経営発達支援事業を効果的に推進するため、他の支援機関との連携を通じて支援ノウハウ等の情報交換を行っている。特に寄居町「稼ぐ力」創出応援事業地域連携モデルチーム連携促進会議においては、地域の重要課題を共有し、その解決策や支援の方向性について検討している。

【課題】

これまでは、各機関の上層部が中心となって参加することが多く、議論がやや表層的な内容にとどまる場面もみられた。今後は、各機関において現場を熟知する担当職員の参加を促すことで、実情に即した課題の抽出と、より具体的で実効性の高い議論が行われる場へと発展させていくことが課題である。

(2) 事業内容

① 稼ぐ力強化支援専門家会議

相手先	・ 専門家（中小企業診断士、税理士、弁護士、司法書士、一級建築士、経営コンサルティング会社 等） ・ 金融機関（埼玉りそな銀行寄居支店、武蔵野銀行寄居支店、埼玉縣信用金庫寄居支店、熊谷商工信用組合寄居支店、日本政策金融公庫熊谷支店、埼玉県信用保証協会熊谷支店） ・ 行政（埼玉県産業支援課、埼玉県商業・サービス産業支援課、埼玉県北部地域振興センター、埼玉県事業承継・引継ぎ支援センター、埼玉県商工会連合会企業支援部）
頻度	年 3 回
方法	町内の支援団体等が一同に介した情報交換・意見交換会である。同町内で活動する支援団体として有益な情報交換・意見交換及び連携ができているため、今後も継続する。会議では、金融機関、団体、士業等に対する相談内容の傾向や各団体等の業界内での最新の支援手法等について相互に情報を提供。これにより、支援ノウハウのアップデートや市内支援者のネットワーク構築効果が期待できる。

② 埼玉仮想工業団地事業

相手先	埼玉県商工会連合会、くまがや市商工会、長瀬町商工会、皆野町商工会、美里町商工会、西秩父商工会、ふかや市商工会、児玉商工会、東秩父村商工会、上里町商工会、荒川商工会、神川町商工会
頻度	年 3 回
方法	埼玉仮想工業団地とは、商工会が運営するビジネスマッチングサイトである。埼玉県北部地区の優良で高度な技術を持つ製造業者が掲載されており、モノづくりのためのアウトソーシングや下請企業を探している企業同士のマッチングを行う。また、試作品、共同受注も請け負う。本事業では、埼玉仮想工業団地の運営や、本サイトに掲載している事業者が参加する商談会を開催といった面で連携を図っている。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制													
【令和 7 年 12 月現在】													
(1) 実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等）													
寄居町商工会 事務局長 <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px 5px;">法定経営指導員</td><td style="text-align: right; padding: 2px 5px;">1 名</td></tr> <tr><td style="padding: 2px 5px;">経営指導員</td><td style="text-align: right; padding: 2px 5px;">1 名</td></tr> <tr><td style="padding: 2px 5px;">補助員</td><td style="text-align: right; padding: 2px 5px;">1 名</td></tr> <tr><td style="padding: 2px 5px;">記帳専任職員</td><td style="text-align: right; padding: 2px 5px;">1 名</td></tr> <tr><td style="padding: 2px 5px;">記帳指導職員</td><td style="text-align: right; padding: 2px 5px;">1 名</td></tr> <tr><td style="padding: 2px 5px;">パート職員</td><td style="text-align: right; padding: 2px 5px;">1 名</td></tr> </table> 寄居町 産業振興企業誘致課		法定経営指導員	1 名	経営指導員	1 名	補助員	1 名	記帳専任職員	1 名	記帳指導職員	1 名	パート職員	1 名
法定経営指導員	1 名												
経営指導員	1 名												
補助員	1 名												
記帳専任職員	1 名												
記帳指導職員	1 名												
パート職員	1 名												
①都道府県及び関係市町村との連携体制 ・ 当会、寄居町産業振興企業誘致課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、随時、連携体制を取る。 ・ また次期計画を提出する際（変更申請を提出する場合も含む）は、埼玉県と事前に相談・調整を行うことで、県の重要課題についても反映した支援計画とする。 ②広域的な支援体制 ・ 該当なし ③商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制 ・ 法定経営指導員 1 名と経営指導員 1 名の体制で巡回指導を行う。経営指導員を小規模事業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。 ④定量的に実施状況を把握し評価を行う体制 ・ 法定経営指導員 1 名、経営指導員 1 名、補助員 1 名他の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。 ・ 上記で把握・検証した実施状況を当会と寄居町の「事業検討会議」（年 1 回開催予定）で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。 ⑤経営指導員等の資質向上に係る体制 ・ 当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX 化や生成 AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。 (2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第 7 条第 5 項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制 ①当該経営指導員の氏名、連絡先													

氏 名： 梅澤 優子
連絡先： 寄居町商工会 TEL： 048-581-2161

②当該経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員（梅澤 優子）は、施行規則第 7 条第 2 項に規定する広域経営指導員に該当しない。

（3）商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①寄居町商工会 経営支援グループ

〒369-1203
埼玉県大里郡寄居町大字寄居 1228
TEL： 048-581-2161
FAX： 048-581-1424
E-mail： info@yorii.or.jp

②寄居町 産業振興企業誘致課

〒369-1292
埼玉県大里郡寄居町大字寄居 1180-1
TEL： 048-581-2121（内線 411・412）
FAX： 048-581-1366
E-mail： ssk093g@town.yorii.saitama.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
必要な資金の額	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
専門家派遣費（伴走型）	2,440	2,440	2,440	2,440	2,440
専門家派遣費（経営力）	700	700	700	700	700
展示会等実施・出展費	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300
委託・外注費	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
連携会議（協議会）運営費	100	100	100	100	100
ソフトウェアサービス費	460	460	460	460	460

(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	7,000
働き方改革推進支援助成金（団体推進コース）	2,300
中小企業経営力向上事業	700
合計	10,000

(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