

# 経営発達支援事業評価委員会報告

<p>経営発達支援計画の概要</p>	<p>第3期計画期間：令和5年4月1日～令和8年3月31日</p> <p>目標：450社（者）の事業計画策定支援〔うち、DX関連計画策定70社（者）〕およびその内125社（者）に対しての利益目標の達成に努める。</p> <p>管内ものづくりブランド力強化やIT人材を含めた産業人材の創出・育成、各種イベント等による地域経済波及効果の拡大などに取り組む。管内小規模事業者数の維持・拡大および持続的発展を図る。</p> <p>市内各支援機関との連携によるオール川口体制「チーム・かわビズ」をさらに強固にするとともに、不確実な事業環境に対し柔軟かつ迅速な対応が図れる経営の再構築をも見越した、総合的伴走支援メニューの拡充および支援人材の育成強化の推進に努める。</p> <p>事業内容：Ⅰ 経営発達支援事業の内容 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 Ⅲ 地域経済の活性化に資する取組</p>		
<p>開催日</p>	<p>令和6年7月16日（火）午前11時～午後12時15分</p>	<p>出席者</p> <p>（敬称略 順不同）</p>	<p>&lt;評価委員会委員12人&gt;</p> <p>中小企業支援委員会担当副会頭 田中副会頭</p> <p>中小企業支援委員会 小原委員長</p> <p>同 金井副委員長</p> <p>同 隅内副委員長</p> <p>同 青木副委員長</p> <p>同 高山委員（連携支援団体代表）</p> <p>金融・保険・土業部会 石井部会長（金融機関支店長）</p> <p>川口市 江原経済部長</p> <p>川口商工会議所 伊藤専務理事</p> <p>川口商工会議所企業支援コーディネーター</p> <p>北澤幸廣、小野寺義明、大沢誠一</p> <p>事務局7人(内、川口市経済部産業労働政策課2人)</p>
<p>会場</p>	<p>川口商工会議所会議室</p>		
<p>評価</p>	<p>【令和5年度経営発達支援計画概要と評価】</p> <p>①地域の経済動向調査に関すること（外部環境の分析） A</p> <p>②経営状況の分析（内部環境の分析） A</p> <p>③事業計画策定に関すること A</p> <p>④事業計画策定後の実施支援に関すること（フォローアップ） A</p> <p>⑤需要動向調査 A</p> <p>⑥販路開拓支援 B</p> <p>⑦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 C</p> <p>（計画全体のPDCAを回す活動）</p> <p>⑧他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウなどの情報交換に関すること C</p> <p>⑨経営指導員等の資質向上に関すること（支援機能を向上させる活動） A</p> <p>⑩地域経済活性化事業（地域の外部環境を押し上げる事業） A</p>		
<p>令和5年度の支援実績および評価に対する主な意見等</p>	<p>&lt;主な意見&gt;</p> <p>全体：（アンケート結果などで説明していることも含め）前回と比べると定量面と定性面と両者とも理解しやすくなっている。</p> <p>項目での評価について、従来からあるものについては軽く、重要課題は重くするなど、今後は「ウェイト付け」をするとよい。</p> <p>総合評価を付ける必要があるのか。</p> <p>〔事務局：特に総合評価をいただくことは考えていない〕</p> <p>計画にはあるが実施していない事業（例：商品券事業）があり、また、数値を把握できていない項目がある一方、実施でき実績が出ているものなど、これらが混在する中での評価となっている点はどうかと思う。</p> <p>全体的に、目標の立て方と実績とがかけ離れていると感じられるため、（本来）実施できそうな数字を目標とすべきではないか。</p> <p>〔事務局：既に今期3年間の計画に盛り込まれ認定を受けていることから、今期中は変更ができない。来年に令和6年度の評価をいただく際も同様のことが言える。次期計画策定の際は、評価しやすい目標の立て方を検討したい〕</p> <p>今後はPDCAを以て当初計画とどう変化したかも盛り込むべき。</p> <p>⑥新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること：</p> <p>SNSの活用は重要であることから、セミナー開催などの支援がなかったことを鑑みると、この項目の評価は下げざるを得ない。</p>		

(別表1)

経営発達支援計画

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①地域の現状

<概要>

川口商工会議所は、埼玉県の南東部に位置する川口市にあり、荒川を隔てて東京都の北区及び足立区に隣接している。面積は61.95km<sup>2</sup>であり、右図(下段)において点線円の鳩ヶ谷地区を除く55.73km<sup>2</sup>が本商工会議所管轄地域となっており、本商工会議所事務所は実線円の中央地区に所在する。

現在、川口市では第5次川口市総合計画(2016~2025年)において、「人としごとが輝く しなやかでたくましい都市 川口」を掲げ、「人と産業が元気なまち」の実現を目指しており、本経営発達支援計画(3か年計画)における最終年度にも合致する。

管内は大部分が都心から10~20km圏内に含まれ、鉄道も3路線(JR京浜東北線、JR武蔵野線、埼玉高速鉄道線)が通っており、高速自動車道が南北東西を縦・横断するなど、交通の利便性が高く、都内に通勤する人々のベッドタウンとして近年住宅都市化が進んでいる。

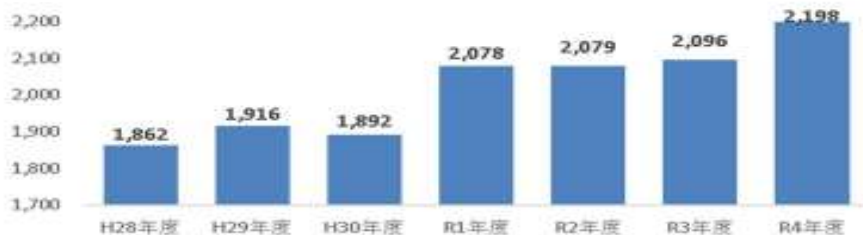
平成23年10月に鳩ヶ谷市と合併し、人口約58万人(当時)となり、平成29年12月には人口60万人に達し、翌年の平成30年4月に中核市に移行した。令和4年10月時点では人口は約60万5千人、世帯数も約29万8千世帯まで増加している。

また、下図のとおり、「川口の元気」の原動力となる様々なまちづくり施策及び中小企業対策と、新型コロナウイルス感染症対策等の推進を図るべく、予算規模も過去最大となっており、市税収入は令和3年度減収となったものの、直近では最大値を更新している。



出展：川口市第5次総合計画  
(令和4年度実施版)

歳出 一般会計当初予算額(億円)



歳入

市税収入額・収納率(億円・%)



なお、第5次川口市総合計画 後期版(2021~2025年)では、川口市として更なる「選ばれるまち」を目指すために掲げた「人々の元気」「産業の元気」「くらしの元気」「まちの元気」

「地域の元気」の5分野(34項目)にわたる政策について、「新型コロナウイルス感染症関連事業」及び「SDGs関連事業」という新たな視点をもって事業を推進(注1)している。

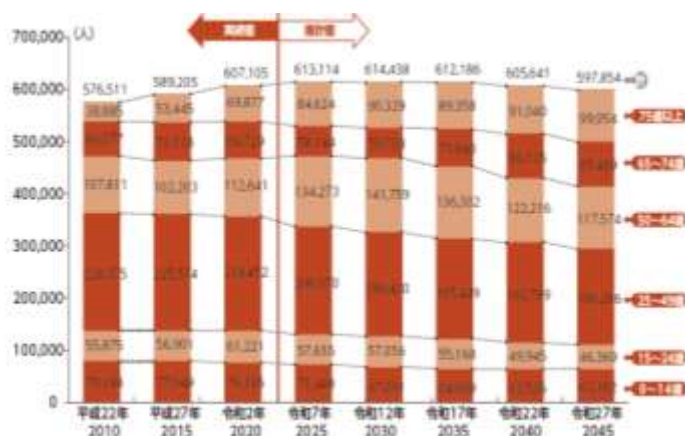
また、商工行政分野においては産業振興指針(2018~2025年)を策定し、総合計画と整合を図りながら地域経済の活性化に向けた具体的な施策を推進している。

(注1) 新型コロナウイルス感染症への対応については、中長期的な経済対策が必要となるアフターコロナ期を見据え、感染拡大時でも必要な支援策を随時計画・実施に取り組むこととしている。加えて、それぞれ5分野34項目にSDGs目標を掲げ、持続可能な社会の実現に向けて取り組みを行なっている。

#### <人口>

令和4年10月1日現在の川口市の人口は605,013人で、このうち鳩ヶ谷地区を除く本商工会議所管内の人口は540,062人となっており、全市の89.3%を占める。

川口市の人口推計は右図のとおりとなっている。推計によると、本市の人口は令和12年(2030年)の614,438人をピークに減少に転じ、令和27年(2045年)には60万人を割り込むものと推計されている。



出展：川口市第5次総合計画

約10年後の令和17年(2035年)における人口総数は現在から7,173人の増加であるが、総人口に占める生産年齢人口(15歳以上~65歳未満)は令和7年(2025年)の約47万人をピークとして、令和17年(2035年)には約45万人(2万人減)、令和27年(2045年)には約41万人(6万人減)と、大きく後退局面に転じることが見込まれる。

また、川口市の外国人人口は現時点で38,565人\*と市人口の約6.4%を占めており、居住者の数は埼玉県内で最も多く、全国でも7番目(法務省「在留外国人統計」)となっている。\*令和3年12月末現在。国別では中国、ベトナム、韓国、フィリピン、トルコの順。

#### <産業>

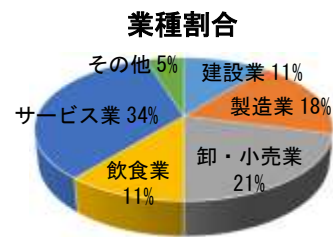
産業は、第1次産業のウエイトが極めて低く、第3次産業が多数を占める都市型構造であるが、第2次産業の比率(26.8%)が他市と比較して高く(製造業のみでは18.2%)、工業都市の性格を持っている。

この要因として、本市を代表する地場産業の鋳物工業の存在が大きく挙げられる。川口鋳物の起源は室町とも、鎌倉時代とも言われるが、古く江戸時代には隣接する大消費都市・東京(江戸)の需要に応える「鍋・釜」などの家庭用品の生産が盛んに行われた。明治時代に入り機械鋳物、大型鋳物へと転換がなされる中で飛躍的な成長を遂げ、関連する機械工業、木型工業などとともに基幹産業となって市勢の発展に貢献した。川口を舞台とした映画「キューポラのある街」が放映された昭和37年当時、鋳物工場の売上は川口市一般会計の8.5倍、従業員数は市内人口の8.7%相当規模であった。鋳物や機械等のものづくりから始まる元気の連鎖は、商業・流通・サービス業など多種多様な産業集積をもたらし、東京を囲む一大産業圏の中核を成す都市へと成長させた。近年は、操業環境の悪化や国内外の競争の激化、後継者難などの影響により、製造業の減少が続いているが、“ものづくり”は経済活動のみならず、まちづくりや市民生活に深く根付いており、本市のかけがえのない資源と言える。



一方、人口の拡大などを背景に医療、福祉、不動産、物品賃貸、生活関連サービス、教育、学習支援などの生活関連産業が急成長しており、なかでも医療、福祉関連の事業所数は平成21年から26年の5年間で、21.8%、従業者数では、43.0%の増加が見られている。

地域経済分析システム「RESAS」によると、第3次産業が、生産額の7割、付加価値額の8割を占めるほどに存在感を増している。



出展：平成28年経済センサス

## ②地域の課題

これまで産業の発展を背景に成長を遂げてきた川口市であるが、一方で、商工業者数は約10年で10%以上も減少していることから、この間は人口増加に伴う域外からの流入所得が大きな支えであったと言える。商工業者減少の要因として、倒産や後継者不在による廃業が挙げられ、小規模事業者における人手不足やIT化の遅れなどによる生産性の伸び悩み、新規取引先の開拓等の課題を抱えていることが考えられる。

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

➤ 管内事業者は約10年間で2,435件、小規模事業者では2,275件が減少

商工業者数 (件)			小規模事業者数 (件)		
平成18年	平成29年	増減 (比率)	平成18年	平成29年	増減 (比率)
21,091	18,656	▲2,435 (▲11.5%)	17,137	14,862	▲2,275 (▲13.3%)

※埼玉県小規模事業経営支援事業において埼玉県から示された事業者数

以上のことから、本商工会議所管轄地域の課題として次の3点が挙げられる。

### ア) 労働力不足

川口市の人口推計からすると、間もなく労働力人口の減少に転じることが予想される。また、令和4年10月現在の最低賃金は埼玉県が987円で、東京都が1,072円と85円の格差があることから、東京都内への通勤者の増加による労働力人口の流出が加速し、地域の労働力不足が懸念される。これを補うため 業務効率化・IT活用などDXの推進による生産性の向上と同時に、「働きやすいまちづくり」を主題としたまちの魅力の創出と労働力の確保が課題である。

### イ) 新型コロナウイルスの影響、原油・原材料高による需要・消費動向の変化

新型コロナウイルス感染症の影響が長期化していることもあり、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業など、対面の接客が基本となる業種は既存事業での売上高を十分に確保できなくなっている。川口市は、全事業所数のうち、商業・サービス業が66%を占めるため、上記同様の影響を受けている事業者が多数存在する。また、原油・原材料高は商業に限らず、景気動向調査(次頁図)からもわかるとおり、建設業や製造業においても、売上だけでなく、利益の減少は顕著である。



◁ 令和4年9月  
LOBO 調査結果

令和4年10月  
LOBO 調査結果 ▷



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

### ウ) 事業所数の減少、技術力の衰退

管内事業者の経営者の高齢化が進んでおり、後継者や引継ぎ先が決まらず、上記経済社会情勢の影響もありやむなく廃業を選択せざるを得ないことによる事業所数の減少、さらに技術力の衰退が懸念される。そのため、円滑な事業承継（M&A・廃業支援含む）が課題である。また、事業所数の減少に歯止めをかけるため、創業支援（創業後5年程のスタートアップ企業含む）を充実化させ、活力ある企業として定着させていくことが必要である。川口市では、近年創業者が増加傾向にあるが、本商工会議所及び川口市等と連携して実施する「特定創業支援等事業」や、川口市が立ち上げた川口市で活躍したい・起業したい女性と市内女性起業家を繋げるプロジェクト「AF E K T（アフェクト）」等、創業間もない事業所に寄り添う支援体制の整備と、創業期だけに留まらず、持続可能な経営体制を築くための継続支援の仕組みの構築が課題である。

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

#### [主な支援分野別の課題]

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

#### [産業別の課題]

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

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年後の川口市

管内事業者の「自走」を促す支援の一層強化、更に、基礎体力の高い“小さくても強い事業者”をより多く育成することで小規模事業者の振興を図る（ここで言う「自走」とは、川口商工会議所による事業計画策定及び実行支援等の伴走型支援により目標を達成し、以降は事業者自らがP D C Aサイクルを回すことができる状態を指す）。

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

② 川口市計画との連動・整合性

本経営発達支援計画（以下、本計画）は「川口市産業振興指針」と連動させる。当指針は「市内経済の好循環による産業が輝くまち」「幅広い世代の人材が活躍するまち」「魅力ある産業の創出による活力あるまち」の実現に向けた9つの基本方針等を掲げているが、本計画においては特に関連性の高い以下の6つの方針及び重点プロジェクトを強く意識した連携を行う。

方針	重点プロジェクトのうち関連性の高い事業
1. 幅広い業種の産業振興に取り組みます	○市産品フェア等による市内産業の魅力発信
2. 中小企業・小規模企業の活躍を支援します	○産業支援機関と連携した経営支援の強化 ○事業承継に対する支援 ○テーマ型ネットワーク形成の促進
3. 市内企業の魅力の創出・販路拡大に取り組みます	○市産品フェア等による販路拡大支援の強化 ○創業支援の強化
5. 市内企業の人材確保・人材育成を支援します	○人材採用機会の充実 ○人材育成支援の強化 ○女性活躍推進の支援
8. 市内商店街の活性化を支援します	○商店街の組織力強化の支援 ○商店街の集客支援
9. 地域産業資源の活用に取り組みます	○地域産業資源を活用した誘客事業の推進 ○地域産業資源を活用した事業への支援

(川口市産業振興指針から抜粋)

### ③川口商工会議所としての役割

本商工会議所は次期中期行動計画（2023～2025年）の活動方針を次のように定めた。

#### **かわぐちの“更なる新化と挑戦”を支える 地域事業者の羅針盤**

川口市の経済とその担い手である地域事業者は、新型コロナウイルス禍等によって生じた価値の変化を、新たな成長の推進力として高めて行くことが重要である。

今こそ川口商工会議所は強く大きな存在感を発揮し、会員事業者等に寄り添い、ともに未来を描き、明日の川口への活力を創造するため、新しい変化へと続く進路を示す。

#### **会員事業者への15の約束 ～川口商工会議所が目指す2025年の姿～**

##### **I. 発言力を高め、地域の事業者と経済を支える政策提言・組織基盤強化活動**

1. 地域事業者の課題やニーズ等を集約する多様な仕組みが整備され、組織活動の基盤として機能を発揮している
2. 商工会議所ならではの政策提言が行われ、地域事業者の経営改善と本市経済の発展に大きく貢献している
3. 関係機関連携の深化と盛んな委員会活動等により、地域のオピニオンリーダーとしての存在感が拡大している
4. 会員組織率が向上し、政策提言の実現性や公的支援情報の普及等が進展するとともに、事業の充実化が図られている
5. 事務局の機能強化が図られ、事業者にもっと身近で頼りにされる支援拠点として期待が高まっている

##### **II. 事業者に寄り添う伴走型で、チャンスを広げ未来をともに創造する経営支援活動**

6. 創業期から成熟期を経て後継者へのバトンタッチまでを支える“川口版伴走型支援モデル”が認知され、定量的な成果が表れている
7. 支え合い等のコミュニティが形成され、良質なサービスの提供やビジネスチャンスを創出し続けている
8. 生産性向上や販路開拓等に関する総合的なデジタル支援等を通じ、事業者の自己変革意欲が高まっている
9. 国内外における制度の改正、商慣習の変化等への迅速なサポートが、円滑な経営活動の一助となっている
10. 技能実習制度の安定かつ適正な運営が図られ、受入事業者のニーズにマッチした外国人材が活躍している
11. 雇用を守り、人を育む支援の拡充によって、経営の安定化と成長を強く後押ししている
12. 会員数のスケールメリットを生かした福利厚生事業と経営のバックアップサービスがさらに充実している

##### **III. 選ばれ続ける明日の川口へ、まちのポテンシャルを引き出す地域振興活動**

13. 川口の個性を活かした店舗・商品等が発掘並びに周知され、新旧住民から高い支持を受けている
14. 商工会議所、行政、関係団体等が一体となって、地域の賑わい創出と域外需要の獲得に取り組んでいる
15. 官民連携のまちづくりによって地域の魅力や活力が高められ、住みやすい・働きやすいまちの進展に貢献している

経済社会環境の変化に積極果敢な対応を図り、本市の魅力あふれる「人・もの・まち・夢づくり」をリードし、企業と人々から常に信頼される総合経済団体として、地域活性化の実現に貢献する。また、本商工会議所と地元の金融機関、専門家が連携し、オール川口体制で管内小規模事業者の持続的な成長・発展をワンストップで支援することに努める。

※参考：川口商工会議所では「伴走型支援」を以下のように定義する

誰が	小規模事業者の持続的発展を願う、熱意を持った経営指導員等が
誰に	経営状態をより良くすることに対し自らの時間と労力を惜しまない小規模事業者に
何を	各種支援機関や専門家と連携しながら、その事業者のあるべき姿を明確化し、事業者の心の支えとなりつつ、その実現に向けた課題解決までを共に行い
どうした	売上・利益の拡大が図られるとともに、自立したビジネスモデルの確立によって自ら稼ぐ経営力が備わった

更に、今後は、不確実な事業環境に加えて本市の課題である商工業者の減少や生産年齢人口の減少に伴う労働力不足が深刻化するなか、長期的な小規模事業者の振興に対しては、地域ぐるみでの支援体制と、経営力の確実な再構築のための伴走支援が必要となると考えられるため、以下の「支援手法（アプローチ法）」を用いて支援を行うことで、事業者の真の課題を設定していき、以降は事業者自らが、事業環境の変化にあっても、PDCAサイクルを回すことができる状態へと促す。そのための支援力を発揮するための手法として、これまでの「伴走型支援」の定義に追加するものとする。

どのように (アプローチ法)	経営上の問題をあぶりだすための対話ではなく、経営者のこれまでの事業への考え方を聴き取り、信頼関係を確立することを重視し、そのうえで①正確な情報を聴き取り課題を設定する方法、②強みの発見から未来像実現に対する戦略の設定を行う方法（未来志向型）を使い分ける（対話と傾聴によるアプローチ）。
-------------------	--

### (3) 経営発達支援事業の目標

第1期計画では「身近で気軽に、何でも相談できる“頼られる商工会議所”であること」から、第2期では「寄せられた相談を“解決できる身近な商工会議所”となること」を目標としていた。本計画では、不確実な事業環境に対し、小規模事業者自身が考える課題を直接解決することを重視するのではなく、小規模事業者の真の課題を発見し、その課題解決に取り組むことで、小規模事業者の自己変革力を高め、経営の「自走」を促すという、潜在的な経営力の発掘・育成を後押しする経営力再構築伴走支援の徹底を行い、“稼ぐ力を見つけることのできる商工会議所”となることを目標とする。

具体的な目標を以下のとおり設定する。

- ①経営革新計画の策定支援をはじめ、各種事業計画策定の支援を行うことにより小規模事業者の経営の基礎体力向上を図る。川口市、地域金融機関及び士業専門団体等と連携を強化しながら3か年の事業期間内に450社（者）の事業計画策定（うちDX関連計画策定70社（者））を支援する。さらには実行支援にもこれまで以上に注力し、事業期間内に125社（者）に対しての利益目標の達成に努める。



- ②地域の課題解決に加え、不確実な経済情勢に対する経営課題への対応、経営改善が必要な事業者、創業間もない事業者への支援を強化することにより、管内の小規模事業者数の維持・拡大を図る。また、地域経済活性化に資するものづくりブランド力の強化やDXの普及・推進を図り、産業人材の創出・育成、各種イベント等による持続的な経済波及効果の拡大に取り組む。
- ③「チーム・かわビズ」を構成する川口商工会議所、連携金融機関及び士業専門団体に加え、地域内支援機関、川口市及び（公財）川口産業振興公社との連携強化を図り、まさにオール川口体制による強固な支援体制を確立し、ワンストップによる伴走支援の推進に努める。

## 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5年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

- ①本商工会議所は、埼玉県が推進している経営革新計画の策定について管内事業者への広報をより一層強化する。そして、事業計画に基づく計画経営の重要性と、計画策定における課題の設定・洗い出しの有効性、の2点を強く訴求し質（成果）にこだわって取り組んでいく。

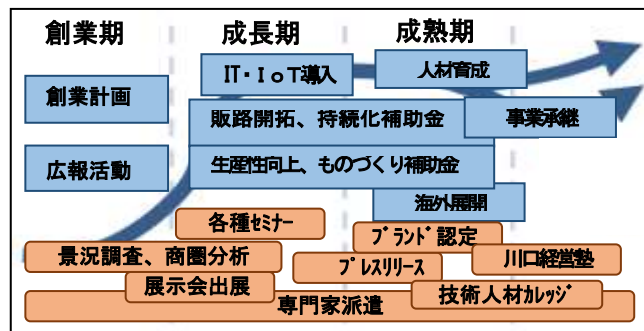
なお、質にこだわりながらも量（件数目標の達成）を確実なものとするために、これに向けた企業支援コーディネーター※（中小企業診断士等）の所内配置や、法定経営指導員を核とした経営指導員等による支援体制を整備していく。

※企業支援コーディネーターについて

「チーム・かわビズ」支援体制構築時は1名、令和元年8月からは中小企業診断士を3名に増員し日替わりで常時配置のうえ支援を行なっている。

管内事業者が抱える多様な経営課題に対して適宜適切に対応を図るため、DX導入支援等をはじめとした各種分野に明るい専門家を選出し支援体制を構築している。

- ②企業のライフステージに応じた支援の最大化に取り組むことを前回計画から進めているなか、右図のとおり多様な経営課題への対応を想定し支援人材の確保に努めるとともに、本商工会議所及び川口市等が実施する既存の支援事業と連動を図る。特に、最重点支援の一つである成長期支援を中心に事業承継に関しても地域に根付く商工会議所として、経営者（または後継者）との対話を通じ成果につながる支援を行う。



地域経済活性化事業においては、本市の強みや都市のブランド力強化の観点から、引き続きものづくり分野の振興に重点的に取り組むとともに、川口市との連携のもと企業、団体、市民の接着剤としての役割を果たしながら集客力の高い大規模イベントを開催し、小規模事業者への波及効果の拡大に努める。

- ③「チーム・かわビズ」の令和4年度事業計画の事業方針は、「地域ぐるみの支援体制『チーム・かわビズ』の支援実績向上と存在感の拡大」である。本商工会議所（企業支援コーディネーターを含む）、連携金融機関及び士業専門団体を中心とした各支援機関との連携により、量・質ともに小規模事業者への支援実績の向上に努めるとともに、地域に広くアピールし存在感の拡

大を図ることで、地域経済を支援する仕組みを充実化させる。そのうえで、本計画を好機に川口市をはじめとした地元支援機関等とのさらなる連携促進に取り組む。

また、管内事業者が抱える様々な経営課題をワンストップかつ伴走型で支援するため、「チーム・かわビズ」の支援スキーム（注1）を実施し、「対話と傾聴」による本質的経営課題の抽出とその解決及び売上・利益の拡大につなげる、「経営力再構築伴走支援モデル」として本商工会議所職員全体で支援を推進していく。（注1）

### チーム・かわビズ（川口地域企業支援プラットフォームによる「元気アシストプログラム」）の支援スキーム

#### 【0回目 事前ヒアリング】

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

#### 【1～5回目 元気アシストプログラム（短期支援）】

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

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

- 例 ●経営革新計画の作成 ●HPを充実させたい  
●設備導入にあたり補助金を活用したい  
●新たな販売や集客ツールを考えている ●IT導入  
●特許・商標について相談したい

など

#### 【1～10回目 超・元気アシストプログラム（長期支援）】

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

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

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

など

#### 【～10回目 超・元気アシストプログラム（長期支援）】

元気アシストプログラム（短期支援・上記）から超・元気アシストプログラム（長期支援・右記）へ移行

### 元気アシストプログラムからの移行 （支援の実行フェーズにおいて別メニューへ柔軟に対応）

#### 【令和版ビジネスファクトリー事業】

官民支援機関等\*と連携し、継続的な支援を実施する

##### ステップ1

チーム支援会議で

- ①支援事業者を招き、現状と課題、今後の事業展開等をヒアリング
- ②経営方針、実現性等を確認しつつ、具体的な支援策を検討し、事業者へ提案する

##### ステップ2

支援のマッチング成立後は、支援機関の専門家が長期で支援します

※埼玉県中小企業診断協会、埼玉県よろず支援拠点等

#### 【コロナ禍の影響を受けた事業者に対する経営支援】

事業の再生・再構築及び事業譲渡等に対する本質的課題の把握（特に財務面を重視）と経営・財務診断を切り口に、多様な支援機関と連携し支援を実施する

ステップ1 借入金返済負担の軽減、新たな資金調達等の対応

ステップ2 事業再構築補助金の活用による新分野展開や業態転換、事業・業種転換等の支援

ステップ3 中小企業活性化協議会連携による、「リスケ」「再生ファンド活用」「劣後ローン活用」「会社分割・事業譲渡による事業承継」等の支援

## 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

本商工会議所ではリアルタイム景況調査、中小企業景況調査、L O B O（早期景気観測）調査等を行なっている。近年の新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）拡大の影響により、小規模事業者等、困窮する事業者への支援対策のためにも景況調査を優先する状況となっている。また、リアルタイム景況調査においては全国の先行き等、地域の景況差を公表することで、管内小規模事業者の実態把握を定期で得ていた。

しかしながら、今後は、地域のより詳細な商圈分析を定期で行うことで、管内小規模事業者の経営力の再構築支援に資するべく、経済動向調査を実施する。

そこで、改めて川口市が実施している「市内事業者実態把握調査」等を参考に、地域の商業・サービス事業者も含めた幅広い業種の経営に役立つ情報収集・分析・発信を行うべく改善を図ることとする。

#### (2) 事業内容

##### ①景況調査

管内全体の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、日本商工会議所が行う「ア. 中小企業景況調査（四半期毎）」及び「イ. L O B O 調査（毎月）」、川口商工会議所が行う「ウ. リアルタイム景況調査（四半期毎）」と、さらに、「緊急アンケート」と称して、資金繰りやD X化の現状、円安や物価高に対する小規模事業者への影響の実態把握調査といった調査項目を追加し、管内小規模事業者の経営動向等について、随時調査・分析を積極的に行い、公開をしていく。

##### ②市内産業団体、金融機関との情報交換会の開催

「ア. 市内主要産業団体との情報交換会」、「イ. 市内金融機関との連絡会議」をそれぞれ年1回開催し、国内外の景気の見通し並びに管内の景況感、直面する経営課題等を把握する。

#### 新③(仮称)川口経済研究所の発足

地方創生、地域経済活性化のため、産業構造の把握、諸産業の動向、企業経営に資する調査・研究等を行うため、(仮称)川口経済研究所を発足する。

主な事業として下記を計画している。

##### ③-1かわぐち経済レポートの発行

上記②の情報交換のみならず、既存の調査報告を取りまとめることで管内の経済動向についてより詳細に把握・情報提供するため、川口市が実施する「市内事業者実態把握調査」の結果や金融機関、業種組合等の関係機関による調査結果に関し、ヒアリング、専門家による分析を通じ、「かわぐち経済レポート」として取りまとめ、川口市等とも情報共有し地域経済活性化に繋げる。

##### ③-2各種付帯調査、研究

上記①の景気動向調査に付随した管内小規模事業者に影響を与える事象について、調査・研究を行う。例としては、新型コロナ拡大の長期化、ウクライナ情勢に伴う原材料等高騰や円安の影響といった事象を想定している。

#### 新④市場情報評価ナビ「MieNa」及び地域経済分析システム「RESAS」の積極的活用

課題解決や事業計画策定にあたり、真の課題を発掘するうえで必要な、現状の詳細な分析として、適切な商圈分析の把握と提供を行なっていく。

埼玉県商工会議所連合会による商圈調査ツール/市場情報評価ナビ「MieNa」及び地域経済分析

システム「RESAS」を積極的に活用することで、管内小規模事業者に対し、認識との差異や他地域の商圈との違いを収集・分析したうえ、正確な情報の提供を図っていく。

#### 新⑤職員と外部委託業者との連携によるフォローコール及び巡回による地域経済動向調査の実施

前回の計画において金融機関との連携による巡回・窓口調査を計画していたが、新型コロナ拡大により、金融機関業務への依頼が困難になるほか、本商工会議所職員による巡回件数の減少もあり、実施方法の再考が必要となった。

そこで、改めて前掲①～③までのマクロ的な調査からは把握しきれないきめ細やかな経済動向を把握するため、本商工会議所職員及び外部委託業者によるフォローコール及び職員巡回によりヒアリング調査を行う。

なお、それぞれの事業における調査対象、調査項目等は下記の通り。

種類	調査対象等	調査項目	調査手法	分析手法
①景況調査				
ア. 中小企業景況調査	45 者	業況、売上高、売上単価、仕入単価、経常利益、従業員数、賃金、資金繰り、設備投資等	FAX・メールによる送付・回答	民間コンサルファームに委託
イ. LOBO 調査	9 者			
ウ. リアルタイム景況調査	400 者			
②情報交換会				
ア. 市内産業団体	主要 5 関係団体	景況感（売上、利益等）、業界別の動向（特徴的な変化等）、それぞれの団体の認識等	会合・意見交換会	経営指導員及び中小企業診断士が行う
イ. 市内金融機関	13 金融機関			
③(仮称)川口経済研究所による調査・研究	関係機関との協力調査	景況感（売上、利益等）、諸産業の動向（特徴的な変化等）、管内経済動向の調査研究等	事業者実態把握調査の活用	経営指導員及び中小企業診断士が行う
④「MieNa」及び「RESAS」の積極的活用	—	人口動態、居住・産業動向、所得層、購買消費動向、国政調査・統計資料等	各ツールの活用	経営指導員及び中小企業診断士が行う
⑤職員・外部委託業者のフォローコール及び巡回による調査	小規模事業者 2,000 者	業況、売上高、売上原価、経常利益、従業員数、賃金、資金繰り、設備投資、経営課題等	個別にヒアリング	経営指導員及び中小企業診断士が行う

#### (3) 調査結果の活用

情報収集・調査、分析した結果は川口商工会議所ホームページ（以下、HP）に掲載し、広く管内事業者等に周知するとともに、川口市及び連携する金融機関や士業専門団体との連絡会議においても情報共有し公開することを促すこととする。併せて、経営指導員等が「対話と傾聴」による真の課題発掘のために外部環境を参考資料とするとともに、個別事業者の経営課題に対し、ワンストップで支援へ繋げられるよう調査と支援を相互で効果的に行なっていく。

#### (4) 目標

(単位：回)

	実施内容	公表方法	現状	R5年度	R6年度	R7年度
①景況調査	ア 中小企業景況調査実施・公開回数	HP 掲載	4	4	4	4
	イ LOBO 調査実施・公開回数					
	ウ リアルタイム景況調査実施・公開回数					
	エ 緊急アンケート調査実施・公開回数					
②情報交換会	ア 市内主要産業団体との情報交換会	HP	1	2 以上	2 以上	2 以上
	イ 市内金融機関との連絡会議	掲載	1	2 以上	2 以上	2 以上



③(仮称)川口経済研究所による「かわぐち経済レポート」の発行	HP 掲載	—	1	1	1
④市場情報評価ナビ「MieNa」及び地域経済分析システム「RESAS」の積極的活用 →各項目の分析に活用し、分析内容を掲載	HP 掲載	—	1	1	1
⑤フォローコール及び巡回による調査の公表	HP 掲載	—	1	1	1

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

かつて「ウーマノミクス言いたい放題」を実施し、個別の製品・サービスに対して消費者の意見を収集していたが、現在は行っていない状況である。他にも民間のPR会社のサービス等を提供しているが、利用はほとんどないのが現状である。

また、第2期計画において実施を予定した「覆面調査の活用」については、新型コロナによる飲食店事業者の困窮が長期化したこともあり、需要動向調査支援よりも事業継続のための計画策定支援、資金調達に係る支援が主な支援となっていた。現状では個別製品に関する調査については機能しておらず、よって新たな需要動向調査に係る支援計画を検討する必要がある。

これまで、第2期計画以降、計画しながらも実施がままならなかった理由として、製品・サービスの調査依頼を希望する事業者の発掘にまで至らなかったことが挙げられる。市内企業ものづくりブランド認定製品「i-mono・i-waza」についても、販路開拓支援としては、展示会出展等における来場者アンケートが一定数有効であるものの、絶対数が少ないとの評価もあった。

そのため、本計画では、需要動向調査の必要と判断できる製品・サービスの掘り起こしと、一定数以上の動向調査に結び付けるための事業を行う。

##### (2) 事業内容

###### 新①クラウドファンディングの活用による調査

本商工会議所では、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響が第1波より飲食店事業者に及んだことから、休業等を余儀なくされた各事業者への支援のため、クラウドファンディングの活用により管内飲食店事業者のチケット配布事業を行なった。登録事務費とプレミアム分を本商工会議所が負担することで、事業者の費用負担をなくし、さらに各店のファンを募集することで、苦しいなかでの事業者の精神的な応援も行うことができた。一方で、ファンだけでなく需要動向としても調査の有効性を得られることから、飲食店事業者に限らず、新規製品や新規サービスの需要動向調査にも活用をしていく。

具体的には、支援者へのアンケート調査を実施する。リターン時にアンケートを送付、回収を行う。新規製品や新規サービスの需要動向はリターン内容やファン層により傾向もそれぞれ異なるため、専門家による分析を経て事業者に対しフィードバックを行う。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査対象数】支援者50人

【調査手段・手法】「キャンプファイヤー等(クラウドファンディングサイト)」を利用し、新製品・新サービスの支援者に対し、アンケート票を送付・回収する。

【分析手段・手法】調査結果は、販路開拓や製品開発等を専門分野とする外部専門家と連携しながら経営指導員が分析を行う。

【調査項目】製品やサービスを実際に受ける前と後とで、下記分析を行う。

製品の場合：「価格」「デザイン」「他社製品との比較」「パッケージ」「大きさ」「重さ」「色」

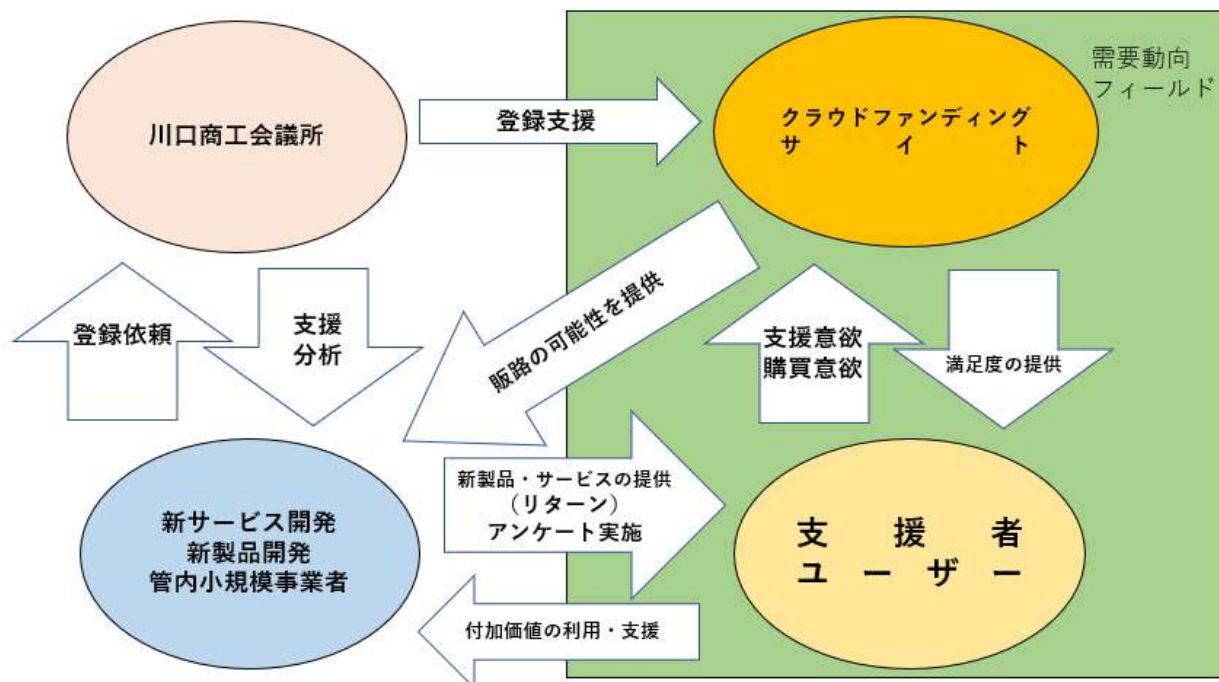
サービスの場合：「価格」「費用対効果」「居住区域」「所得層」「家族形態等」

製品・サービスの場合：「認知のきっかけ」「購買意欲・共有度」「リターンへの重要度※」等

※リターン目的で重要度が高いと判断された場合は、新規製品やサービスへの重要度が低い  
ため、分析対象となるか随時判断する。

【分析結果の活用】分析結果は、専門家と連携し、経営指導員が当該事業者  
に直接説明する形でフィードバックし、製品・サービスの更なる改良・開発に役立てる。

## クラウドファンディング活用調査のイメージ



### 新②電子版商品券の発行による需要動向調査

本市では「元気」川口商品券」としてこれまで本商工会議所が事務局となり、長年継続して発行を行っており、予約購入者数も毎年抽選で行うなど市内認知度も高い。

消費者の利便性向上や事業者の業務効率、新規商品・サービス等の開発にも役立てられるよう電子版商品券の発行に向け、加盟店数1,500店を目指し、準備を行っている。

本計画では、商品券の電子化により有効活用が可能となる消費者の利用データ分析により、事業者に対し専門家とともに下記の項目についてフィードバックを行い、事業計画に反映する。

【サンプル数】電子商品券利用者50人

【調査手段・手法】電子商品券利用者にランダムにデータを利用、アンケートの実施・集計

【分析手段・手法】調査結果は、販路開拓や飲食サービス等を専門分野とする専門家と連携しながら経営指導員が分析を行う。

【調査項目】データ集計「性別」「年齢層」「居住区域」「職業」

アンケート集計「価格」「デザイン」「他社製品と比較してどうか」等

【分析結果の活用】分析結果は、専門家と連携し、経営指導員が当該事業者  
に直接説明する形でフィードバックし、新規商品・サービス等の改良・開発に役立てる。

### ③展示会での調査

本商工会議所が運営する「ものづくりブランド認定制度」の認定事業者のなかから BtoC 製品（鍋、包丁、玩具等）を製造する10者を対象に調査を行う。ブランド認定事業では年間で2回程度の展示会に出展するが、特に「川口市市産品フェア」では多くのバイヤーやユーザー等の来場者があることから、認定製品について経営指導員等がアンケート調査を行い、事業者に対し専門家

とともにフィードバックを行い、事業計画に反映する。

【サンプル数】来場者50人

【調査手段・手法】「川口市市産品フェア（10月開催）」やその他の展示会において、来場客に製品を見て、触って、（試せるものは）試してもらい、経営指導員が聞き取り、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】調査結果は、販路開拓や製品開発等を専門分野とする専門家と連携しながら経営指導員が分析を行う。

【調査項目】「価格」「デザイン」「触った印象」「他社製品と比較してどうか」「パッケージ」「重さ」「大きさ」「色」「現在使っている製品」等

【分析結果の活用】分析結果は、専門家と連携し経営指導員が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、製品・サービスの更なる改良・新製品開発に役立てる。

### (3) 目標

項目	現状	R5年度	R6年度	R7年度
①クラウドファンディングでの調査対象事業者数	—	5	5	5
②電子商品券での対象事業者数	—	—	5	5
③展示会での調査対象事業者数	—	5	5	5

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

[現状]

経営指導員等による巡回訪問及び窓口相談に加え、また、コロナ禍で巡回による接触機会が減った際に実施した会員事業者へのフォローコール並びに非会員へのテレコールによる加入勧奨を通じ、年間3,000件ほどの管内小規模事業者との接触を図り、事業所基本情報（資本金・所在地・従業員数・取扱商品等）及び現状の経営課題の把握を中心に行なっている。

その中から約1,000件の小規模事業者に対して、かつて職員が右図1～12の項目をヒアリングによって確認し、小規模事業者から得られた回答を定量化することで“やる気度”（※）のランク付けを行っていた。

		確認項目		
1	基本情報	事業所名		
		代表者名		
		所在地		
		従業員数		
		業種		
		資本金		
2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	分析項目	最近の景況感		
		今後1年間で取り組みたい事業		
		継続的なフォローアップの必要性		
		活用したい商工会議所の支援内容		
		事業に対する熱意		
		売上目標に対する意識		
		営業利益目標に対する意識		
		経営革新に対する意識		
		伴走支援に対する意識		
		財務分析に対する意識		
				特記事項

（※）やる気度

すべての経営者に“やる気”があることを前提としているが、その中でも経営をより良くすることに対して積極的であること（支援の優先度）を表す指標としている。

一方で、第1期計画期間から経営発達支援事業評価委員会において「件数のみを重要視しているのではないか」との指摘や「各職員が各々の業務を多く抱えたなかで本事業を推進する以上、本来行うべき分析が行われていないのではないか」という指摘もあった。

また、分析内容そのものについても、現状ではコロナ禍ということもあり経営状況の分析を行なっているというよりも「経営実態の確認」や「経営持続意思の確認」であるとの指摘もある。

そして、第2期計画期間では、第1期計画期間中より開始した川口地域企業支援プラットフォーム「チーム・かわビズ」による専門家派遣制度「元気アシストプログラム」（以下、チーム・かわビズ「元気アシストプログラム」）のスキームを最大限に活用することを計画し実行にあたった。

ただ、コロナ禍において支援を必要とする内容の多くは資金調達であり、スピード感の必要性と支援の必要な絶対数も多くあったことから、経営力の再構築伴走支援には至らなかった。

加えて、後述する経営指導員及び本商工会議所職員全体の支援能力の向上にも起因するが、伴

走支援のはじめの一步である事業者へのヒアリング・分析においては、各職員の「対話と傾聴」をはじめとするスキル・ノウハウに委ねられる部分も大きいと考えられる。

#### [改善方法]

第2期計画期間において計画した「チーム・かわBiz」は、本商工会議所、地域金融機関及び地域土業専門団体の3者で構成されている企業支援のプラットフォームである。(29頁参照)

本商工会議所はチーム・かわBiz「元気アシストプログラム」を通し、課題を抱える小規模事業者に寄り添い、課題解決を図るべく、3者一体となって支援を行うことを目的としているが、その組織体制は、経営力再構築伴走支援を実現するにあたって、最大限生かせると考える。

チーム・かわBiz「元気アシストプログラム」は企業支援コーディネーターのコーディネート(注1)のもと、小規模事業者の現状に適した専門家を選定し専門家が経営状況の把握を行うことで、よりの確な経営状況の分析を行える体制を整える。

また、分析項目に関しては、定量面、定性面の両面を分析するが、「定量面は定性面の結果」と捉え、定性面を重視した分析を行う。つまり、「何が強い(弱い)からこのような損益・貸借になっているのか」を意識した分析を行う。定性面は基本的に事業者へのヒアリングによるSWOT分析を行うが、強み・弱みの分析を行う際にはバリューチェーン分析やVRIO分析を重視して、外部環境とのクロスSWOT分析も織り交ぜ行う。

なお、本商工会議所では、小規模事業者へのDX推進を加速させるため、それぞれの事業者のIT活用度合いを、各事業者のポジショニング(図1)から、伴走支援の課題設定のツールとしてDX推進を行うことを令和3年度より実施しているが、当計画ではさらに課題解決へ導くべく実施メニューを有効活用して経営分析の充実を図っていく。

(注1) 本商工会議所に常駐する企業支援コーディネーター(外部から招聘している中小企業診断士等の専門知識を有する者、令和4年10月現在で3人在席している)

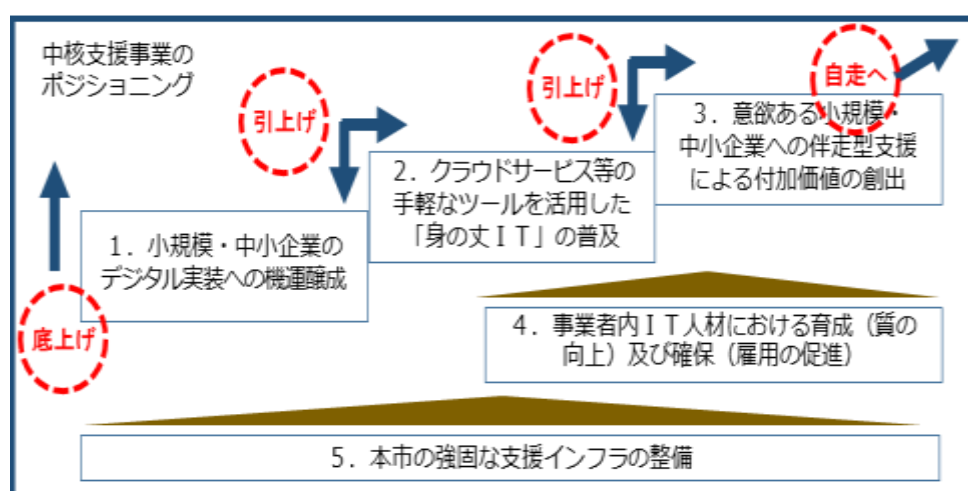


図1



## (2) 事業内容

経営状況の分析は、第2期計画と同様に下図(図2)を念頭に置きながら下記(2)-1、(2)-2、(2)-3の手順で行う。意図として、膨大な数の小規模事業者のなかから、「チーム・かわビズ」により、連携する各金融機関から経営について課題を持つ事業者の情報共有及び、川口商工会議所・川口市経済部の窓口への相談依頼者に対し、各段階を経て経営分析の対応をしていく。

「対話と傾聴」を繰り返す手法により、真の経営課題を把握・設定するため、また、後述する事業計画策定の手法に対しても効率的な取り組みを行うため、DXに係る分析も含めて下記のとおり分析を行っていく。

### (2)-1. 巡回・窓口相談、セミナー等による小規模事業者との接触

本商工会議所では管内14,862者の小規模事業者のなかから巡回、窓口相談、セミナー・イベント、さらに、コロナ禍でもフォローコール等を通じて年間約3,000者の小規模事業者と接触を引き続き行っていく。

### (2)-2. 経営意欲確認

接触がある年間3,000者の小規模事業者のなかから1,000者に対し、経営指導員15人・一般職員が「経営意欲(やる気度)」の確認を行う。確認内容に点数を付し、点数が高い事業者及び指導員等の判断により支援の優先度が高いと判断された小規模事業者に対して、次ステップの「経営状況分析」を行う。

### (2)-3. 経営状況の分析

上記経営意欲確認において、点数もしくは経営指導員等の判断により支援の優先度が高いと判断された小規模事業者300者に対しては経営状況の分析を行う。

なお、本項目の経営分析については、下記のとおり実施していくが、当計画からDX推進を行うための分析を加え、その後の事業計画策定や事業者の課題解決へと活用していく。

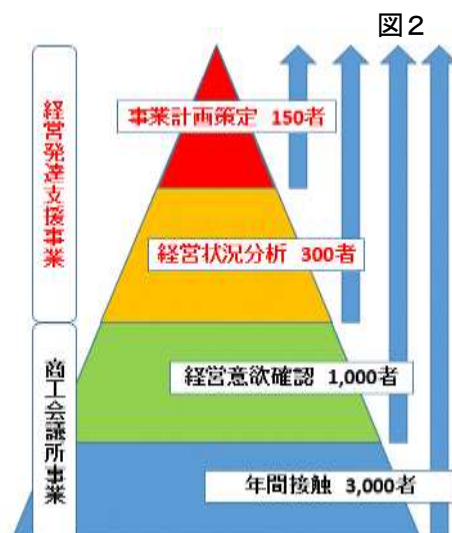
#### ①窓口相談等による経営状況分析

窓口相談、巡回訪問、販路開拓支援事業等の利用事業者及び連携金融機関から支援の要請があった事業者のなかから優先度の高い小規模事業者を選定し、経営指導員等が前述の経営分析情報を加えた相談シートに基づきヒアリングを行い、経営分析情報の収集を行う。

#### 新②DXに係る分析も含めた専門家との連携による経営状況の分析

前述のチーム・かわビズ「元気アシストプログラム」における支援スキームを活用し、専門家及び経営指導員等による経営状況の把握を行う。前期計画で考案した下記項目が盛り込まれたA3版のチェックシートを再度活用し、まずは経営状況の把握を行う。チェックシートの位置づけは、経営状況分析そのものではなく、分析の前処理として行う。また、本分析において、前期計画から加えることとして、DXへの経営状況把握ののち、在席する企業支援コーディネーター(15頁参照)の選定によって個別の経営課題に即した専門家を派遣し、定性面・定量面においてより専門的な分析につなげる。

本事業の分析結果は経営診断報告書としてまとめ、当該事業者にフィードバックする。



項目	質問内容
基本情報	会社名、代表者名、業種・取り扱い品、資本金、従業員数等
1. 業況について	業況、売上、利益、資金繰り
2. 自社について	経営理念、強み・弱みの把握、営業活動、人材、借入、後継者の有無等
3. 顧客について	顧客像の把握、ニーズの把握、顧客データの活用、顧客との接点等
4. 競合について	競合相手の認識、業界についての認識、戦略、差別化要因の有無等
5. 経営課題について	認識している経営課題
6. 同上	設問5に対する具体的な内容
7. DXについて	業務効率化、生産効率化、ITツールの活用状況等
8. 財務項目	簡易的B/S、P/L

### ③各種セミナー参加者に対する分析

本商工会議所では独自に開催するセミナーや、川口市、各業界団体との共催で行うセミナー、連携金融機関を含む他支援機関との共催で行うセミナー等、様々な形式でセミナーを開催している。テーマは「制度改正」「BCP」「経営革新計画」「事業承継」「補助金」「創業」「税務」「労務」と多岐にわたる。また、令和4年度よりDX推進に関するセミナー（※）を多数開催しており、事業のやる気度に直結するテーマのセミナーにおいてはアンケート等を活用し、個別支援の希望の有無を確認し、経営分析や事業計画策定等の支援につなげていく。

#### ※DXセミナーの具体例：

「インボイス制度～デジタル化導入事例セミナー（業種別）」「小売店のためのキャッシュレスセミナー」「建設業のための身の丈DX」など業種ごとのセミナー、ITツールの実演会等のセミナーを通し、IT支援事業者とのマッチングを行う「デジタルサロン」、「DXマッチングサポート事業」など。

#### 〔経営分析の内容〕

【対象者】下記ア、イ、ウ、エの合計305者（初年度のみ300者）

ア. “やる気度” ランクにおいて上位に位置付けられた小規模事業者 50者

イ. その他優先される小規模事業者、金融機関から支援の要請があった小規模事業者 50者

ウ. 各種セミナーにおいて個別支援を希望する小規模事業者 190者

エ. 前述4. 需要動向調査に関することにおいて対象とする事業者 15者（初年度のみ10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、売上高総利益、経常利益（個人事業は税引前所得）、損益分岐点等

〈SWOT分析〉強み、弱み、機会、脅威 等

上記を基本的項目とし、業種やスキームによっては下記項目についても分析を行う。

○元気アシストプログラムでは上記項目に加え、「戦略・経営者」「マーケティング」「人材・組織」「運営管理」「財務管理」「IT運用・管理」「危機管理・知財・CSR」の分析も行う。

#### 【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」やこれまで重点的に取り組んできた経営革新計画のフォーマットを活用し、各種専門家と連携しながら分析を行う。

元気アシストプログラム(9頁参照)を活用した分析においては、上記分析項目を記載した経営診断報告書において専門家による分析を行う。

市場情報評価ナビ「MieNa」も活用し、自社分析と商圈との関連性・差別化を経営指導員と中小企業診断士等の専門家が連携して分析する。

### (3) 成果の活用

経営状況分析の結果については、経営指導員等が巡回訪問により経営者一人一人に丁寧に報告を行いフィードバックすることで、事業計画の策定等につなげていく。

分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。収集・分析したデータは、事業所管理ソフトをもって更新・管理を行い、他の小規模事業者支援に活用できるよう支援ノウハウの蓄積とマニュアル化を図る。

#### (4) 目標

支援内容	現状	R5年度	R6年度	R7年度
経営意欲確認件数	1,071	1,000	1,000	1,000
経営分析件数	—	300	305	305

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

不確実な事業環境の変化により、事業継続力強化計画策定の必要性や重要度が一定の高まりを見せるなか、いまだ小規模事業者においては、中期的計画経営の必要性と重要性への理解不足、策定への抵抗感、補助金等申請のための事業計画策定のみにとまり、計画経営の実践不足（策定事務の負担、人材・スキルの不足）などが見られている。

本商工会議所では毎年、各種補助金申請における窓口相談会の設置をはじめ、次世代経営者に求められる実践的な経営力の育成と新たなネットワークづくりを目的とした「川口経営塾」や、各種セミナー等を開催し経営状況分析及び事業計画策定支援を行なっている。

なかでも、経営革新計画の策定においては全職員を対象に1件以上の策定支援のノルマを課しており、中小企業診断士を中心とした専門家の派遣を行い、専門家と本商工会議所職員が連携しつつ計画策定の支援を行なっている。

その結果、令和元年度46件、令和2年度37件、令和3年度39件と、日本一の経営革新計画承認件数を誇る埼玉県内のなかでも有数の支援件数を継続している。

#### [課題]

上記のような成果を挙げる一方で、経営革新計画の承認を得ることに重きが置かれてしまい実効性のある事業計画策定がなされていない事例が一部に見受けられ、前期計画においても課題と捉え、解決策として、川口地域企業支援プラットフォーム「チーム・かわビズ」のスキームを優先的に活用し、企業支援コーディネーターによる采配のもと、計画の取り組み内容や数値目標の実現可能性までを考慮した計画策定を行った。

そのうえで、前項5.の「経営状況の分析」の結果の活用において、あらためて事業者との「対話と傾聴」をさらに深く推し進めなければ、より実現可能性の高い計画経営へと結びつかないと考える。事業者に対し、正確な説明とともに必要な分析結果を伝え、事業者が考える経営ビジョンに対しスケジュールや機能別課題への対応に見落としがないか、伴走支援の手法に至るまでを事業者と対話し、事業者との認識の齟齬がなく真の課題を十分に鑑みたくうえで計画策定を行う。

### (2) 支援に対する考え方

前提として入口段階で「事業計画を策定したい」と考える小規模事業者は少ないと言える。多くの場合、「売上・利益を拡大したい」という目的があって経営指導員等へ各種相談に来られることがほとんどである。

本商工会議所では、先述の企業支援コーディネーターにおいて、課題設定を事業者との綿密な対話により行い、課題解決に至る中期経営計画の策定を進めていく。なかでも重視することは、一時的な課題解決による「売上・利益の確保」でなく、中長期的に「売上・利益を拡大」していく、「稼ぐ力」を養うための課題設定を行なっていくことである。

事業者に対し、DXやGXによる経営の武装化や、思い切った事業再構築への人的投資の促進などによる自己変革への挑戦を支援することで、選択肢を存分に提供し、不確実な事業環境に対しても経営力を発揮できる計画策定を行うための支援を進める。

具体的な選択肢として、下記のとおり、DXに係る支援事業を含めて対応にあたる。

①DXマッチングサポート

：生産性の向上など「稼ぐ力」を高めるため、土業等の経験豊富な専門家等と連携した地域ぐるみの企業支援体制であるチーム・かわBiz「元気アシストプログラム」などを通じ、小規模事業者の課題解決を図りながら、会員IT事業者（支援事業者）とのマッチングを行う。

②デジタル実装支援

：実績豊富な企業支援コーディネーターを筆頭とするITコンサルタント等の専門家との連携のもと、事業者ニーズにマッチしたDXの推進について、機運醸成（気づき）を図る最適な情報提供や認識に齟齬のない計画策定やスムーズな計画実行のための支援を行う。

また、事業計画策定を行ううえでは「経営状況の分析」「新たな取り組み」「業績変化のシミュレーション」を行うが、この過程こそが、売上・利益の拡大等をもたらすものであることを経営指導員等が認識し、小規模事業者に理解を求めることが必要と考える。

特に、各種補助金に関しては関心が高い事項であることから、補助金申請を契機とした事業計画策定支援は積極的に提案していくものとする。

(3) 事業内容

①個別支援による事業計画策定

原則として、事業計画策定支援は経営指導員等が専門家と連携しながら個別に支援していく。専門家の活用にあたっては、国、県、市の補助金を積極的に活用する。経営指導員等は小規模事業者に対して、信頼感を高められるよう努め、同時に専門家からは支援スキルを学ぶ。

連携する専門家の選定に際しては、チーム・かわBiz「元気アシストプログラム」のスキームを優先的に活用し、前述の企業支援コーディネーターの采配のもと、様々な経営課題を抱える小規模事業者に対し、適した専門家を派遣し、事業計画の策定を支援する。

②事業計画策定支援

【支援対象】

経営分析を行なった小規模事業者のうち、「あるべき姿」の実現に向けての支援が必要と判断される者及び支援を希望する者の合計150者を対象として行う。(創業間もない事業者を含む) 事業再生・経営改善、緊急的な事業承継問題等の一刻を争う問題を有さない者を想定する。

なかでも、DXに係る支援を上記の計画策定事業者のうち年間20者（最終年度は30者）を対象として行う。対象事業者の選定は、下記セミナー等への参加者を例として、先述の経営分析において「あるべき姿」の実現にDXが不可欠である小規模事業者から選定する。

例	経営課題	内容	開催頻度（年間）
	デジタルサロン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・IT支援事業者との繋がり促進</li> <li>・ITツールの実演会など</li> </ul>	2回以上
	職種別・階層別セミナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小売店のキャッシュレス・レジ・会計連動による業務効率化</li> <li>・IT入門/効率化 建設業のための身の丈DX</li> <li>・人事/採用 自社サイト活用</li> <li>・小規模事業者の経理・人事業務</li> <li>・製造業の受注業務の効率化</li> </ul>	各種1回以上
	DX関連補助金等セミナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・川口市DX推進補助金</li> <li>・かわぐちDX支援奨励金</li> <li>・IT導入補助金 等</li> </ul>	公募回数により 随時



**【手段・手法】**

経営革新計画の策定を主軸として推進する。経営指導員または一般職員が当該小規模事業者を担当として張り付き、企業支援コーディネーターや外部専門家、更には金融機関職員と連携し確実に事業計画の策定につなげていく。概ね4回程度の個別相談を目安に事業計画を完成させる。また、事業承継、事業再生・経営改善等の経営課題を抱える小規模事業者に対しては、通常の実業計画に盛り込む内容に加え、下記項目についても記載する。

経営課題	事業計画に追加する内容
事業承継	代表就任時期、株式・その他資産の承継、技術・ノウハウの承継等
経営改善	業績悪化の要因、改善方法、借入返済計画等
D X（デジタル実装）	労働生産性・付加価値の向上、販路拡大、E D I等の取引への参加

**(4) 目標**

計画名	現状	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	計画期間合計
事業計画策定件数	104	150	150	150	450

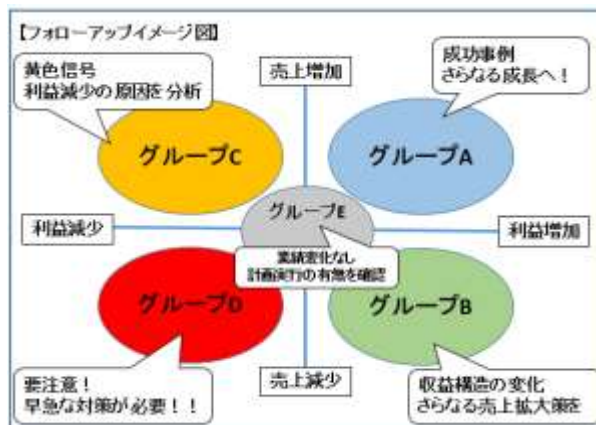
**7. 事業計画策定後の実施支援に関すること**

**(1) 現状と課題**

第1期計画においては、6か月に1度のフォローアップを義務付けたことにより売上・利益の変化についての把握は徐々にできるようになり、さらに第2期計画においては、右図のとおりグループ別に毎月・3か月・6か月に1度と頻度を増やす計画により、実行支援体制を充実化させる計画をたてた。

しかしながら、第2期計画期間中では、新型コロナの影響をはじめとする、資金調達支援や経営改善支援が急務となった小規模事業者も多く、改めて計画策定後の実行可能な実施支援体制、アフターフォロー体制を見直す必要がある。

本計画では、不確実な経済環境において資金難など優先すべき事業者と区別をすることにより、より有効なアフターフォロー体制の仕組みを構築する。



**(2) 支援に対する考え方**

事業計画を策定した全ての小規模事業者に対し、事業計画策定時に担当した経営指導員等が実施期間において6か月毎の報告書の提出と実施支援の必要性の確認を依頼する。必要性の確認は自走化を意識し、事業者の考える意思を尊重するためである。なお、提出のない事業所においては電話やメール、FAX等を利用し「計画通りの事業が実施されているか」、「直面する課題はあるか」などの確認を行う。フォローの頻度やフォロー後の支援策については下記の通りとするが、いずれのケースにおいてもフォローアップを希望、または必要と判断される事業所に対しては、経営指導員等が専門家等と連携しながら具体的な実施支援につなげていく。

第2期計画では、先述のとおり、毎月～6か月に1度の頻度で、事業計画策定後の実施支援を行うことを計画したが、不確実な経済環境において実施支援が不足してしまった。そのことを解決するため、事業計画の実施における上図のグループを次頁図のように修正し、支援の必要と判断される事業者を、優先順位(1)利益減少度、(2)実施支援希望の有無、として支援方法についてもそれぞれ4つのグループに分類することで実行性を高め支援の充実化を図る。

なお、(1) 利益の減少を優先した理由としては、売上高が伸びているものの、昨今の原材料高や円安などの情勢においては利益幅が収縮し、計画策定以降に売上高の減少に先んじて、利益が減少している事業者への実施支援の緊急性が高いものとする。

下記に掲げる小規模事業者のグループは事業計画策定を行なった事業者であり、それらの事業者には策定時及び6か月ごとに、実施支援が必要な旨の希望を確認することとする。

【グループ1】

利益が縮小しており、実施支援を希望しているグループ。早急な原因把握に努めると同時に対策を検討・実行する。また、計画策定時点で予測できなかった事態なのか、計画立案時にカバーできていなかった事柄がなかったかの検証を行う。検証結果は内部で共有することで、以降の支援に活かしていく。フォローアップ支援頻度は1か月に1回以上とする。

【グループ2】

利益が減少しているものの、実施支援は希望していないグループ。稀なケースであると思われるが、一時的な利益減少の場合や、利益減少に対して自社で対策を打っている場合などが挙げられる。ただし、減少の度合いについては各社の状況によるため、計画実施の進捗確認を細分化し、その後の状況を分析していく必要がある。支援頻度は3か月に1回以上とする。

【グループ3】

利益の増加を実現させており、更なる販路拡大や業務効率等による実施支援の希望があるグループ。見方によっては成功したように認識できるが、経営力再構築伴走支援においては、さらに課題解決力を養うべき事業所であるといえる。支援頻度は3か月に1回以上とする。

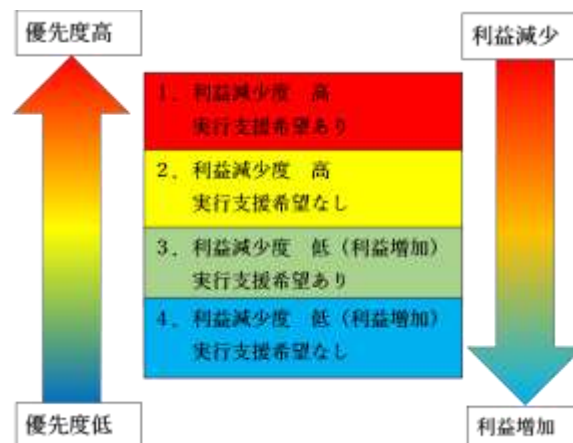
また、当グループは利益増加を想定しており、売上高増加も更に成し遂げているか、その他の課題による計画経営の必要性がないかを、実施支援の希望通りでなくとも、「対話と傾聴」による課題設定を重ねていくための成功事例ともなりうるため、検証結果を内部で共有し、最終的には自走を図ることのできる事業者として支援をしていく。

【グループ4】

利益は増加しており、更に実施支援希望のないグループ。現状より利益増加を図るため自社で対策を打っている場合もあるため、成功事例としても計画の実施状況は確認の必要がある。

一時的な利益増加の場合も考えられるため、専門家と連携し、内発的動機づけに注力することで、自走化に向けて支援を行う。

また、成功事例としても有力な事業者であるため、不足な事態においては、緊急的にいつでも実施支援をできるように定期的な接触を図っていくものとする。支援頻度は6か月に1回とする。



(3) 事業内容

上記グループ別の頻度でフォローアップを行うが、事業計画の実施に際し、営業力の向上、WEBの有効活用、税務、労務、法務等の個別の経営課題が生じることが想定される。支援手法としては、経営課題や下記ライフステージに応じた支援策を講じ円滑な事業計画の実施を支援する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、計画策定後の状況について事業者との「対話と傾聴」を繰り返すことで、事業者の潜在力を引き出すことのできるよう、本商工会議所の企業支援コーディネーターや外部専門家と連携し、計画の見直しを行うとともにフォローアップ頻度の変更等を行う。

(企業のライフステージ別の支援手法)

創業期	<ul style="list-style-type: none"> <li>○創業・第二創業時における制度融資等の支援</li> <li>○経営計画の実効を促進するためのワークショップの定期的な開催(悩みを共有し、課題解決のトレーニング、ビジネスプランのブラッシュアップ等を目途とする)</li> <li>○小規模事業者持続化補助金を中心とした販売促進の支援</li> </ul>
成長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>○現行の経営改善普及事業に加え、「販売・営業力強化」、「資金調達」、「新製品開発・新技術開発」、「市場動向」、「知財活用等の戦略」、「ビジネスプラン・コンセプトの見直し」等の重要な経営課題に対し、専門家による個別支援を実施</li> <li>○小規模事業者持続化補助金、ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金、IT導入補助金等の申請にあたり、経営計画の見直しや販売・営業力強化支援を行うなど伴走型フォローアップを実施</li> <li>○事業計画実施途中で資金面の支援が必要な事業者に対しては、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営改善資金融資」や市内金融機関と連携を図りながら各種制度融資の利用を促進し、融資実行後の伴走型フォローアップ(報告書の提出依頼とその後の巡回訪問)につなげて行く</li> </ul>
成熟期	<ul style="list-style-type: none"> <li>○成長期と同様に、各経営課題へのきめ細やかな支援</li> <li>○後継者不足による廃業率抑えるため、事業承継及び後継者育成セミナー及び個別相談会を開催</li> <li>○円滑な事業承継に向けた事業承継計画策定支援、具体的な承継時における弁護士・税理士・中小企業診断士等の専門家派遣</li> </ul>

(4) 目標

支援内容	現状	R5年度	R6年度	R7年度
フォローアップ対象事業者数	39	75※1	150	150
頻度(延回数)		235	940	940
グループ1(1カ月に1回):50者	—	150	600	600
グループ2(3カ月に1回):20者	—	20	80	80
グループ3(3カ月に1回):50者	—	50	200	200
グループ4(6カ月に1回):30者	—	15	60	60
利益増加事業者数		20	40	50
売上高・利益増加目標達成事業者数	—	10	20	25

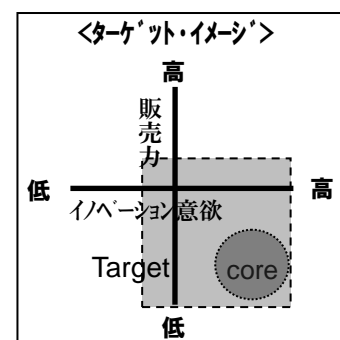
※1:計画初年度であるR5年度は、事業計画策定事業者150者のうち、半数は年度後期以降になるものと想定したことからフォローアップ対象には含んでいない。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

8-1 製造業者を対象とした販路開拓支援

(1) 現状と課題

長年、「川口なら何でもできる」と言われるまでに多様な企業と高度な技術の集積を有する一方、下請企業の体質が強いことなどから営業力・販売力・マーケティング力等の企業の成長性に係る経営課題を抱える小規模製造業者が多く存在する。また、新型コロナの影響による消費動向の変化や、現在も続く円安や原材料等の高騰により、地道かつ積極的な販路開拓が自社では十分に行えない小規模事業者が一層増えているなか、かつて本市には「川口発」の革新的事例が幾つもあったように、新たな需要を開拓する(自らがチャレンジし稼ぐ)取り組みに対し、不確実な経済情勢であっても、取り



組みを継続できるための支援手法が求められている。

〔支援に対する考え方〕

右図のターゲットイメージを念頭に、該当する小規模事業者に対しての販路開拓支援を図る。営業ノウハウに乏しい、発信力が弱い、展示会に出展できるほどの資金力を有さない等の販売力が低い小規模事業者に対し、信用力・発信力を高めるブランド認定制度及び展示会出展支援を強化する。

## (2) 事業内容

### ①ブランド認定制度

ものづくりブランド認定制度（「川口 i-mono ブランド・i-waza ブランド認定制度」）を継続して実施する。これにより、市内の小規模事業者が保有する優れた製品力や技術力の付加価値を高める。現在約100社の製品・技術を認定しているが、本制度について、認定事業者からは「営業力の強化に一役買っている」「信頼度の向上に寄与している」との声が寄せられている。

本商工会議所は、当ブランド認定製品について、開設している専用ホームページを活用したPR支援や、メディア・市内関係機関へのPR等の支援、下記展示会への出展支援等を行う。

また、ブランド認定企業間連携による新製品開発や新事業展開等に向けて、管内の企業・団体やデザイナー等とネットワークの構築を図り、ビジネスの可能性を広げ販路拡大や売上向上に向けての支援も行う。

### ②展示会出展

小規模事業者にとって単独での展示会出展は資金・人員面で大きな負担であり、小規模事業者持続化補助金申請事業者の対象経費としても展示会出展費用が増加傾向にあることから、そのような小規模事業者に対しても広く販路開拓の機会を得てもらうことを目的として、上記ブランド認定制度の認定企業においては、本商工会議所として小間を借り上げ、展示会の属性に応じて出展製品を選定するなど、下記の川口市市産品フェア等に年1回以上の展示会に出展している。

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

川口市市産品フェア	
概要	川口市主催の市内事業者の販路拡大を目的とした展示会
開催時期（日数）	10月第3金・土・日曜（3日間）
来場者数	20,982人（R4年度実績）
出展社数	137企業・団体（同上）

### ③受発注商談会への参加

東京商工会議所をはじめ40商工会議所が主催する「ザ・商談！し・ご・と発掘市」や（公財）川口産業振興公社、川口市及び本商工会議所が共催する「受発注商談会」への参加を促進し、発注企業への自社プレゼン、グループミーティング、直接の商談等によりビジネスチャンスの拡大を支援する。

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

### 新④コロナ禍でも持続可能なVR技術を活用した映像制作支援

上記ブランド認定製品・認定技術の認定事業者の製品への思いや技術の高さを紹介する動画を、これまで本商工会議所及び当ブランド認定制度専用ホームページやYouTubeチャンネルにより、PRを行ってきた。



映像によるPR支援はコロナ禍でありながらも持続可能であり、小規模事業者にとって資金面で負担のあるPR動画の製作にも、当ブランド認定により映像制作支援を行うことは新たな需要を開拓するために必要と考える。

ここで新たにVR技術による体験型の製品・技術・事業者PRをはじめ、これまで伝えることのできなかったデジタルツールの活用により、当ブランド認定製品や技術の更なる魅力を発信していく。具体的にはオンライン展示会などでも活用できるよう検討していく。

### (3) 目標

	事業内容	現状	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①	ブランド認定制度（年間認定事業者数）	10	10	10	10
	新規取引先開拓事業者数	—	5	5	5
②	展示会出展事業者数		20	20	20
	成約件数	—	5	5	5
③	受発注商談会参加者数	—	10	10	20
	成約件数	—	2	2	5
④	映像製作支援（VR映像含む、延べ件数）	60	80	100	110
	成約件数	—	3	6	9

## 8-2 事業者を対象とした販路開拓支援

### (1) 現状と課題

令和元年当時は川口市内に約60の商店会があったものの、令和4年10月現在、は53にまで減少している。大型店の影響や事業承継の問題等から廃業する個店が増え、近い将来において存続が危ぶまれる商店会も少なくない。地域の賑わいやコミュニティの中核であるはずの商店会の機能再生と個店の魅力創出は喫緊の課題と言える。

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

〔支援に対する考え方〕

頑張るお店の店主や従業員等を「人財」と捉え、その魅力（人柄や商品知識等）を知らしめるための機会をつくり、消費者の満足度向上と新たなファン獲得（個客から固客へ）を図る。また、本商工会議所の多様な広報媒体を通じ、事業者の売上等の拡大を支援するとともに、中心市街地の賑わいを創出し地域経済の活性化に貢献する。

なお、これらの支援については川口市商店街連合会及び地域商店会との協働により実施する。

### (2) 事業内容

#### ① “元気” 川口商品券の発行

市内商店での消費喚起を目的とし、平成23年より川口市の協力により毎年発行しているプレミアム付き商品券の発行を継続して行う。（R3年度発行総額24億円※プレミアム分含む）

川口市では毎年発行しており、本事業に関しての市民の浸透度が高く、全国的にも稼働率の高い地域である。例年、地域の小売業、飲食業、サービス業等に対して一定の売上増加効果が得られている。

本商工会議所は、川口市や川口市商店街連合会等との協働により商品券の発行・販売、加盟店の募集・登録等、本事業に付随するすべての業務を行う。また、新たに電子版商品券発行事業を進めていくことにより消費者への利便性の向上を高めるとともに、電子版商品券利用データを活用し収

集したデータを分析し、結果を加盟店へ情報提供することによる個社支援も行う。

#### ②キャッシュレスの推進

令和元年10月から令和2年6月までのキャッシュレス・ポイント還元事業を起点として、消費者の利便性向上に伴いキャッシュレス化の動きが加速している。キャッシュレスへの対応によりこれまで取得できなかったデータの活用ができるようになることから、新規顧客獲得に向けてのキャッシュレス対応に関して支援を行なっていく。

本商工会議所は管内事業者に対して広く周知・推進するが、事業計画の策定を行なった小規模事業者に対しても一層推進していくことで新規顧客の獲得を支援する。

#### 新③店舗診断・販売促進支援

大手小売店やショッピングモールが複数存在する管内において、小規模事業者の経営する個店が魅力を高め・PRするためには店舗づくりや紙媒体・WEB媒体等の販促ツールの活用方法が極めて重要になる。勘や経験に頼る店舗づくり・販促ツールの活用を改め、専門家による店舗診断・販促ツール診断を行い、より集客効果の高い店舗づくりを促進することで“魅力ある店づくり”を支援し、新規顧客の獲得に寄与する。

コロナ禍で影響を受けた飲食・小売事業者については、本商工会議所で有する広報媒体（HPや広報誌等）を活用して店舗情報（安心宣言飲食店+（プラス）認証店、接種証明活用店等）を継続的に発信してもらい、安心安全である点の周知及び店舗の利用促進を行なってもらう。

経営指導員等が専門家と連携することにより本事業を推進するが、店舗の改修が必要になった場合や、販促ツールを作成する場合などは川口市商店改修事業補助金や国の小規模事業者持続化補助金の活用を提案・申請支援する。

#### 新④川口 i-mise 大賞の実施

管内で消費者に支持されている店舗を専用アプリによる市民投票で発掘し、審査・表彰することで市内事業者の売上拡大・販路拡大を図る。人に教えたくくなるような店舗の魅力を紹介してもらうことで店舗、ひいてはまちの魅力発見につなげるとともに、その効果による地域内経済循環の向上を目指す。令和4年度は市内飲食店を対象に実施、20店舗を表彰した。受賞店舗へは店舗PR動画の制作や店舗で使えるクーポン情報を専用アプリ経由で配信する等、知名度向上につなげる支援を実施する。今後は対象業種を増やすことでより一層市内店舗の魅力を発信、個社支援に注力し市内事業者の活性化につなげていく。

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

#### (3) 目標

	事業内容	現状	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①	元気川口商品券加盟店舗数	1,653	1,700	1,700	1,700
	月商5%以上増加店舗数	—	680	680	680
②	キャッシュレスの推進(※)	—	50	60	70
	月商5%以上増加店舗数	—	20	30	35
③	専門家による店舗診断	—	4	5	6
	月商5%以上増加店舗数	—	4	5	6
⑤	i-mise 大賞受賞事業所数	9	12	12	12
	月商5%以上増加店舗数	—	4	4	4

(※) 本商工会議所の支援を通じ、実際にキャッシュレス化が図られた事業者の数。

### 8-3 全小規模事業者を対象とした販路開拓支援

#### (1) 現状と課題

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

#### (2) 事業内容

##### ①動画配信支援

十分なPRができていない小規模事業者に対し、動画配信の支援を行う。JR 川口駅前に設置された大型ビジョン「キャストビジョン」（本商工会議所が管理・運営）やYouTubeを活用した動画配信の支援を行う。

指導員等が専門家と連携し、動画の企画や発信方法、デジタルPRのアドバイスをを行う。作成した動画は上記キャストビジョンにて放映する。

##### ②合同プレス発表会の開催

優良な製品を保有するが販売力の乏しい小規模事業者や、特徴的な取り組みを行なっている小規模事業者に対し、メディアに自社をPRする機会を提供する。マスコミ各社を招聘したうえで、事業所が自社製品や自社の取組み等についてPRを行い、マスコミへ発信することにより広くPRする支援を行う。

経営指導員等が事業の企画・実施を行い、専門家と連携したうえで、事前に発表内容のブラッシュアップを支援することで、よりPR効果の高い情報発信を支援する。

##### ③プレスリリース支援

元新聞記者である専門家がプレスリリースの書き方や効果的PR方法、メディアへのアプローチに関するアドバイスをを行う。さらに、企業広報支援サービス大手の共同通信PRワイヤーとの提携により、自社の新製品・新サービス・展示会などの情報を独力でメディア各社へ発信することが難しいプレスリリースをWEBシステムの活用によりメディア各社に配信することで、効果的なプレスリリースを実施するための支援を行う。上記②の合同プレス発表会が、来場したメディア関係者や市内関係機関等への情報発信を行うのに対し、本事業では発表会に来場しない、個別のメディアへのプレスリリースの作成支援や、WEBシステムの活用により、効果的に広くPRすることを狙う。

##### ④SNSの活用支援

自社ホームページを保有していない（保有しているが古い・更新されていない）、SNSも活用していないという小規模事業者及びSNS活用セミナー参加者に対して、気軽に情報発信による販路開拓の支援を行う。ITコーディネーターやITを得意とする中小企業診断士等の専門家によるアドバイスをを行い、販路開拓を実現する。

#### (3) 目標

	事業内容	現状	R 5年度	R 6年度	R 7年度
①	動画配信支援事業者数	—	3	4	5
	月商5%以上増加事業者数	—	2	3	4
②	合同プレス発表会参加事業者数	5	5	5	5
	月商5%以上増加事業者数	—	5	5	5
③	プレスリリース支援利用事業者数	6	8	10	10
	月商5%以上増加事業者数	—	4	5	5

④	SNSの活用支援	—	5	5	5
	月商5%以上増加事業者数	—	3	3	3

## 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

第2期計画期間中は計画期間(3年)のうち「経営発達支援計画評価委員会(以下、評価委員会)」を年1回開催していた。体制としては川口商工会議所の議員(市内経営者、市内金融機関支店長)に加え、川口市経済部長及び外部識者として中小企業診断士3人(「チーム・かわビズ」の企業支援コーディネーターを含む)の計12人の構成で評価委員会を設置している。

課題としては、年1回の評価委員会開催では、全体の進捗管理体制に脆弱さがあり、計画期間中では期間中に新型コロナウイルス感染症の影響により実施方法の見直しを余儀なくされたことが挙げられる。

また、定量的な評価を行っていなかったことにより、各項目の目標に対する達成度やプロセスとの関連性などの見直しに不足が見られた。加えて、市内土業専門団体及び市内金融機関とは「チーム・かわビズ」を通じて連携を図るものの、川口市及び(公財)川口産業振興公社とは計画の政策面において十分な共有がなされていないことも課題とされる。

#### (2) 事業内容

PDCAサイクルを適切に機能させるため、図1のとおり、企業支援コーディネーターと経営指導員で構成されるコーディネーター会議(毎月開催)において月次進捗管理を行い、評価委員会での見直しに至るまでの進捗管理を法定経営指導員が本商工会議所の①運営協議会(正副会頭、常設委員会委員長で構成)及び担当委員会(中小企業支援委員会)に報告し組織で共有する。

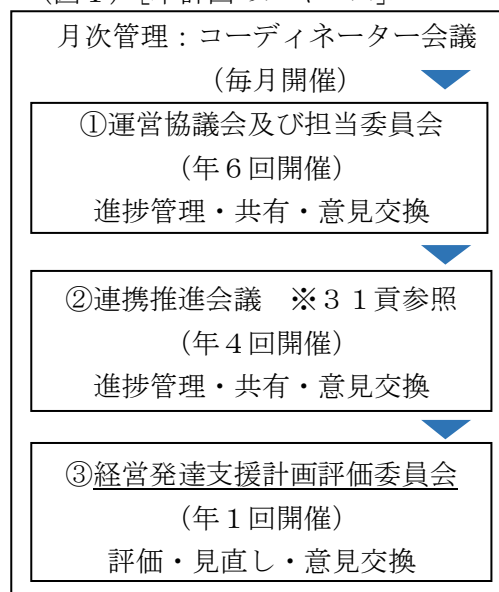
評価委員会の開催(③)は原則として年1回とするが、①担当委員会が事業の進捗を管理し、適宜必要な改善を行うものとする。また、「チーム・かわビズ」で連携し開催している②連携推進会議(金融機関・土業専門団体)においても事業の進捗等を報告し共有する。(31頁参照)

#### [経営発達支援計画評価委員会の構成]

(本計画期間の体制) ※前計画から変更なし

1	委員長	経営支援委員会委員長
2	副委員長	経営支援委員会副委員長
3	委員	担当副会頭
4	〃	経営支援委員会委員
5	〃	市内土業専門団体代表
6	〃	市内金融機関代表
7	〃	川口市経済部長
8	〃	川口商工会議所専務理事
9	外部有識者	中小企業診断士
10	〃	〃
11	〃	〃
12	法定経営指導員	川口商工会議所職員

(図1) [本計画のスキーム]



なお、目標達成に向けた方針のとおり、質を落とさず量を確実なものとすることを念頭に、件数



の進捗管理及び成功事例と改善事例の共有を評価項目の優先事項として、評価することとする。

また、評価においては定量的に把握する仕組みとして、KGIとKPIをそれぞれ5段階評価で行うこととする。

KGIでは、各事業項目の目標設定における進捗状況の評価を行う。

5段階評価のうち、3以下の場合、直近の担当委員会において共有、意見交換を行い、法定経営指導員がこれを集約し、KPIとの関連から実施方法の見直しを行う。

KPIでは、各事業項目のプロセスがスケジュールどおり行われているかを5段階で評価し、それぞれの項目の実効性について、共有、意見交換を行い、PDCAサイクルを機能させる。

### (3) 公表方法

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

## 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〕

本商工会議所は経営指導員のみならず、一般職員を含む全職員の関与をもって本計画を推進している。具体的には「経営状況の分析に関すること」の小規模事業者ヒアリングと経営状況分析に加え、事業計画策定及び実施支援をノルマ化している。

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

研修では、実際の支援事例に基づき「どのような点に注意してヒアリングを行うのか」「腹落ちする伴走支援とは」等を学び、さらには講師の診断士と連携しながら実際に事業計画の策定支援等を行うにあたっての注目点、現場で役立つ知識や支援スキルを身に付けている。

部署別、職層別、支援レベル（経験）別など、運営スタイルに変化をつけながら開催してきたが、様々な研修方法も一巡した感もあり、職員の世代交代も含め経験年数の浅い職員に対する経営・簿記知識などのフォローも含めた幅広い内容も不可欠となっており、最近ではテーマ毎に若手中心の積極参加としている。

#### 〔課題〕

上記のような研修を行う一方、各職員はそれぞれの案件に対して自身で対応することがほとんどであるため、ベテラン経営指導員のノウハウを共有する仕組みが脆弱であるという課題も持ち合わせている。

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

さらに、コロナ禍では接触機会低減のためオンラインによる相談対応も選択肢に加えたことにより、誰もが最低限のオンライン相談対応は必須となっている。

### (2) 事業内容

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

#### ①小規模支援カンファレンスの実施

中小企業診断士による「小規模支援カンファレンス」を継続して開催する。これまでの開催方法も踏襲しつつ、参加する指導員、一般職員等の支援案件（支援の経緯、抽出された課題、解決

策、成果等)をケーススタディ形式で共有し、さらには一方的ではなく参加者間でグループディスカッションを行うなど、参加型による能動的な開催方式も取り入れスキルと情報の共有を図る。本事業の実施にあたっては、法定経営指導員が進捗と課題を管理しながら、講師を務める中小企業診断士と協議のうえ、DXの内容も取り入れつつ企画・運営する。

具体的なDXの内容としては、DX導入に課題を抱える事業者と会員IT事業者との「DXマッチングサポート事業」、「デジタルサロン」(19頁参照)を活用し、会員IT事業者の行うITツールの実演会を職員向けにも行い、生産性向上や業務効率化を図るツールがどのような課題に有効かを共有できる内容を予定している。

### 新②DX推進に向けたIT導入等の取組

法定経営指導員が中心となり、経営指導員だけでなく一般職員等も日頃からオンラインによる経営指導対応ができるよう、オンライン会議の設定や開催方法など内部研修で積極的に学ぶだけでなく、その他にも経営指導員向けの外部講師派遣によるITに関する研修への参加を必須化しスキルの底上げを図る。しかしながら、所謂DX推進という専門的な支援では、経営指導員等の能力の平準化を優先するよりも牽引できる経営指導員等の能力を伸ばすことに重きを置き、率先して必要な知識を習得できるよう外部研修等に積極的に参加し持ち帰り、伝達共有して推進して行く。

### 新③経営支援の手引きの作成及びデータの共有化

企業支援コーディネーターと連携し、再構築伴走支援のための「経営支援の手引き」を作成する。また、定年を迎え嘱託契約をしている職員を現在は専門員としており、後進の指導にあたるためのOJT機能としても位置付けているが、本手引きは有効な指導ツールとなる。

経験年数の浅い職員の指導員、一般職員等は、「どのような相談が寄せられるかわからない」「どのように相談対応してよいかかわからない」といった不安を抱きやすい傾向があり、このような不安を解消するために、本手引きでは相談テーマ別に「どのような基礎知識が必要か」「どのような相談が多いのか」「どのような対応を行うべきか」等について記載する。

さらに、実際に行った支援実績の内容をデータベースに残す際に、「業況」「現状の課題」「分析内容」「支援内容」の項目に加え、事業者といかに対話を図ったか、腹落ちに至ったかを詳細に記載する部分として「支援対応方法(※)」を項目化する。これらのデータ共有は、相談テーマ別に支援ノウハウの蓄積と支援実績の蓄積を相互に図れるシステムを構築し、職員全体のスキルアップを図っていく。

※「支援対応方法」：支援手法・アプローチ法(7頁参照)

## 1.1. 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) 現状と課題

小規模事業者への持続的成長を促す伴走支援の重要性が高まる中、平成29年9月に川口地域企業支援プラットフォーム「チーム・かわビズ」を発足させた。これは、“オール川口”による支援体制をコンセプトに、本商工会議所が核となり、地域金融機関及び士業専門団体が連携して小規模事業者等を支援する仕組みである。令和4年3月7日には、新たに一般社団法人埼玉県中小企業診断協会とも協定書を締結した。

本商工会議所及び金融機関は“かかりつけ医”、“目利き役”として、士業専門団体は“専門医としてその役割と目標を共有・認識しながら運営を図っている。連携支援実績は平成29年度発足時(7か月)の86件、平成30年度325件、令和元年度437件と充実化が図られ、支援体制・



件数とも着実に軌道に乗って来ていたが、コロナ禍に見舞われた令和2年度596件から、令和3年度には285件となった。更には、コロナ禍ということもあり積極的な広報はできずにいた。

一方、支援事業者及び金融機関担当者からは案件により派遣回数拡大を求める声が寄せられており原則3回（一案件につき）までとしていた専門家派遣を、短期支援「元気アシストプログラム」については5回までとし、中長期的な視野での経営課題の解決やさらなる成長に向けた支援をする長期支援「超・元気アシストプログラム」（最大10回まで）も新たに導入した。（9頁参照）また、専門家派遣においては、顕在する課題解決に導くための事前ヒアリングが大きな鍵となっている。

また、受け皿として本商工会議所職員側の課題（後述）はあるものの、小規模事業者が殆どを占める会員事業所の中でも「チーム・かわBiz」事業が定着しているとはまだまだ言い難く、会員事業所及び鳩ヶ谷地域を含む市内全域への周知活動も今後の課題となっている。

## （2）改善方法

成果と課題を踏まえつつ、「チーム・かわBiz」を小規模事業者に広く周知するとともに、川口市をはじめとする関係機関との一層の連携促進によって運営基盤（財源、支援人材、信頼関係等のリソース）の充実強化に全力で取り組む。

前掲の「事業計画策定支援」においても述べたように、より実効性の高い支援を行うことで経営支援の実績を上げる。そのため、以下のとおり推進していく。

「チーム・かわBiz」による専門家派遣制度（支援プログラム）を、短期支援である「元気アシストプログラム」、長期支援である「超・元気アシストプログラム」や支援の実行フェーズにおいて別メニューに移行できる「令和版ビジネスファクトリー」やコロナ禍等の影響を受けた事業者に対する経営支援など、より体系化した。

また、支援案件と専門家配置でのミスマッチが起きないよう、さらには顕在する経営課題をうまく抽出し課題解決に導くため、事前ヒアリングの重要性とそれを担う企業支援コーディネーターの役割を大きくした。（職員の資質向上については28頁参照）

なお、周知活動においては体系化した新たな広報パンフレットを作成し、事業者はもとより行政・報道機関・地域、さらには連携機関内部に“アピール”を行い、鳩ヶ谷地区を含めた全市域に「チーム・かわBiz」の存在感を高めるべく展開している。今後は、支援実績の見える化を図り支援事例の広報活動と支援事例集の作成を目指す。

## （3）事業内容

①「チーム・かわBiz」の運営（以下の記載事項は事業計画により全連携機関が共有）

### ア．支援体制の充実強化

支援の成果拡大に向け、支援体制の体系化と最長10回までの長期支援「超・元気アシストプログラム」を導入し、金融機関と本商工会議所職員の進捗管理の見える化等により“ワンストップ&伴走型支援”の充実強化に取り組む。


また、行政をはじめ本市を活動拠点とする産業支援機関及び専門家との連携強化を一層図るとともに、本商工会議所内に3名の企業支援コーディネーターを配置し的確な支援を実施する。

### イ．相乗効果を発揮した事業の推進

小規模事業者の事業計画の策定と実行支援のほか、多様な経営課題の解決を実施し年間285件（令和3年度実績。以降の年度も各連携機関自らが示した数値により最終目標を設定）の連携支援を行うとともに、セミナー・商談会等を共同により開催する。

### ウ．ネットワーク強化と支援力向上

事業活動のPDCAサイクルの実践、情報の共有、顔の見える関係づくりや職員の支援能力向上など、将来につながる運営基盤の確立を念頭に、以下の活動を通じ3者間連携を更に促進する。

- (1) 連携推進会議（金融機関、士業専門団体それぞれ年4回定期開催）  
目標の達成状況や今後の事業の在り方などを検討する実務的な会議
- (2) 金融機関合同職員研修会（支店長級を対象とし毎年5月に開催。参加者は90人程度）  
研修会と交流会の2部構成。研修会では、時宜に適った講和（過去には、帝国データバンクによる地域経済動向（令和元年）など）のほか、「チーム・かわBiz」の連携支援事業の紹介を行う。
- 
- (3) 士業専門団体交流会  
（各士業専門団体役員を対象に毎年2月に開催。参加者は50人程度）  
金融機関合同職員研修会と同様に、研修会と交流会の2部構成で開催。その他「コロナ・困りごと・何でも相談会」の開催。
- (4) 金融機関職員、事業団体所属会員を対象とした事業説明会（随時）、その他
- ※（2）～（4）については、新型コロナウイルス感染症による影響を鑑みて時期を見極め接触機会低減のためのオンラインもしくはハイブリット（リアル・オンライン）による開催とする等、参加者の安全に配慮して実施する。

#### エ. 存在感の拡大につながる広報活動

企業支援コーディネーターや成功事例等の紹介を盛り込んだ広報紙等の発行やホームページの運営を図るとともに、各連携機関の多様な広報媒体の活用、事業者との接触機会を捉えたフェイストゥフェイスによる「チーム・かわBiz」の発信を行うなど、鳩ヶ谷地区を含めた全域での広報を最重要活動と位置付け取り組む。

#### ②川口市、（公財）川口産業振興公社との連携

「チーム・かわBiz」とは別に平成30年度から、川口市経済部、（公財）川口産業振興公社と事業の連携促進や類似事業の是正などについて定期的な意見調整を行なっている（このような取り組みを通じ、本計画においても多くの連携事業を盛り込んだところである。）。引き続き課題を共有しながら連携を深め、盤石なオール川口での支援体制となる。

#### ③埼玉県小規模事業者経営基盤強化事業（地域連携）の推進

連携団体は、さいたま・蕨商工会議所、鳩ヶ谷・戸田市商工会であり、埼玉県から他連携地域の情報を得るとともに、経営革新計画承認、創業支援、各種補助金などそれぞれの目標と進捗を各商工団体で管理し、互いの刺激としながら各地域の小規模事業者支援のモチベーションアップにつなげて行く。併せて、経営革新計画等の策定に係る専門家派遣や事業承継セミナーの共同開催をはじめ、支援ノウハウ・支援の成功・失敗事例、専門家の紹介など支援強化に関する横断的な情報交換と、事業の評価及び連携メリット創出のための定期連絡会議（埼玉県職員も参加）を2か月毎に開催する。

### III. 地域経済の活性化に資する取組

#### 1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

##### (1) 現状と課題

川口市のシンボルである製造業の事業者数は、ピーク時の平成3年に6,328件あったものの、平成28年（経済センサス）には3,837件まで減少している。加えて、2次産業における生産性の低水準や労働力不足の深刻化等は、“首都圏有数の工業都市”のブランドイメージに大きな影響を及ぼす事態となっている。まちの活力の源泉ともいえる「ものづくりの振興」は本地域の喫緊の課題と言える。

一方、住環境・交通の利便性、教育・文化環境、コストパフォーマンス、発展性の5つを基準とした「本当に住みやすい街大賞 in 関東ランキング」（アルヒ株式会社）では、2020年及び2021年の2年連続で1位に選ばれる等、近年「住むまち」としての魅力が再認識されつつある。これは都心へのアクセスの良さ等から住宅を中心とした開発が進んでいること、ホールや図書館等の公共的機能が充実していること、公園や荒川等の自然が駅近くに存在している、等の要因が考えられる。都心に通勤する人々、とりわけ子育て世代に選ばれるまちとして人口の増加が続いており、“住工共存都市”としての変革期を迎えていることから、「住むまち」を超えて、働き、活動し、憩うまちとして発展することで、「住みたいまち」から「住み続けたいまち」を目指す取り組みが必要である。

ものづくりの伝統と魅力（まちのアイデンティティ）、東京都に隣接する好立地条件、郊外の緑化資源など川口ならではの強みを生かし、新しい市民が「住んで良かった」「これからも住み続けたい」と思える定住意識の醸成を図るとともに、市の人口・経済規模をできる限り維持（または減少を抑制）するための取り組みが求められている。

##### (2) 事業内容

###### ①労働生産性向上支援

労働生産性の向上において、情報技術の活用は有用な手段の一つである。優秀なITコーディネーター等の支援人材の発掘に努め支援体制の強化に取り組むとともに、民間事業者のノウハウ・技術と小規模事業者の経営ニーズとのマッチングを図る仕組みを導入する。

後者の取り組みは、経営ニーズ（経営課題）に対し、専門家及び市内を中心としたITベンダー等により構成されたネットワークが複数の改善提案書（見積書）を提示するもの。成約すれば民間レベルの取引となるが、導入後も専門家による品質のチェックを行うなど、継続的なフォローアップを実施していく。[民間事業者と経営ニーズのマッチングは年10件程度を想定]

###### ②事業者間連携による新製品開発支援

市内のものづくり事業者同士が技術を持ち寄り、デザイナー等と連携して、いまだ開発されていない新たな製品開発を行うことを積極的に支援する。製品開発により、土産品もしくは地域生活に一助となる製品になることを目的とし、地域経済活性化へと繋がるよう取り組みを支援していく。

また、市内事業者によって開発された製品のPRを本商工会議所から積極的に発信し、本市の魅力あふれる「人・もの・まち・夢づくり」を本商工会議所がリードしていく。

###### ③産業人材カレッジ

各事業者の人材育成を目的に、ア. 県内支援機関の人材育成カリキュラムの一元的なWEB配信（ポリテクセンター埼玉、（公財）埼玉県産業振興公社、埼玉県産業技術総合センター、埼玉県産業人材育成課等と連携）、イ. 少人数制のオーダーメイド研修（埼玉県立川口高等技術専門校と連携。随時要望に応じる）、ウ. 先進工場の視察（年2回）、エ. 人材育成カリキュラムのテーマ拡充（生産性向上やDX化に向けてのデジタル人材育成、中間管理職等の管理職側の人材育成）、オ. 専門家派遣による個社支援を実施する。



#### 新④副業人材の活用推進

中小・小規模事業者にとって人材不足は深刻化するなか、雇用形態に捉われない専門人材の活用が身近となっていることを受け、人材支援による地域企業の事業強化を目的として、副業・兼業人材のマッチングプラットフォームを運営する民間企業（株式会社みらいワークス 本社：東京都港区）との業務提携を行う。43都道府県（182市町村）の中小企業が利用している「Skill Shift（スキルシフト）」という副業人材マッチング事業を、商工会議所としては埼玉県内で初めて開始した。従業員の採用手段で悩む企業に対して、経営領域で活躍する人材を副業として簡易かつ低額で採用できる手段を提供することで、企業の成長・発展に向けての支援を実施する。

#### ⑤川口花火大会

令和元年5月に荒川の河川敷を会場として、60年ぶりとなる花火大会を開催した。その後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による延期を経て、第2回花火大会を令和4年11月に開催。

行政、関係団体、地域事業者等の様々な主体と協力した持続可能なイベントを開催し、近隣都市からの新たな需要の掘り起こしを図る。川口駅前広場「キュボラ広場」等を活用したイベント（川口駅前マルシェ）や市内モール店等との連携により、地域の賑わい創出とともに、集客イベントとの波及効果で地域活性化を促進する。

#### ⑥SDGs 経営の普及

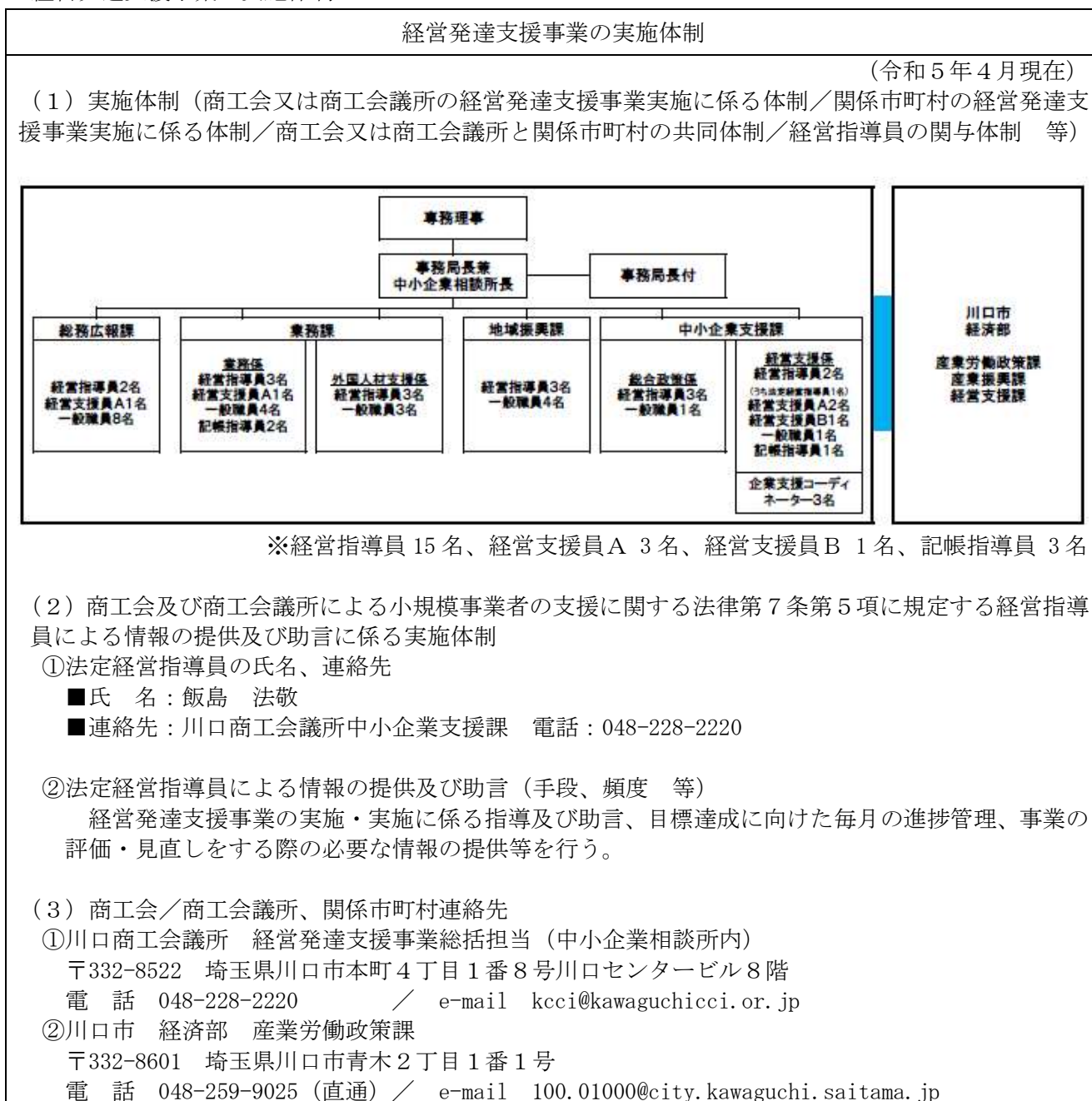
2015年の国連サミットで国際的な社会課題を解決し、持続可能な世界を実現するための国際目標としてSDGs（持続可能な開発目標）が採択された。今や世界中の企業がSDGs経営に取り組み始めているなか、本商工会議所においても関係機関（埼玉県中小企業診断協会等）と共にその理解を深め、同時に管内の小規模事業者への普及を推進していく。

そのなかで、令和2年より新たに創設された「埼玉県SDGsパートナー」登録制度についても併せて周知を行うとともに、「チーム・かわビズ」による支援を通じてSDGsに積極的に取り組む意欲を持つ小規模事業者の企業価値の向上及び競争力の強化を図るための登録申請支援を行うことで「埼玉版SDGs」を推進していく。

それにより、社会課題解決を本業に組み込む事業者や、SDGsを新たなチャンスとして市場や産業を作り出していく事業者を支援していく。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
必要な資金の額	204,200	204,200	204,200
中小企業相談所	161,500	161,500	161,500
地域振興費	36,700	36,700	36,700
ブランド支援事業費	5,000	5,000	5,000
その他	1,000	1,000	1,000

(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、国補助金、県補助金、市補助金、事業受託費

(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
連携者なし
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