



挑戦する中小企業を応援します！

経営革新計画事例集

Vol.21



～ 令和6年度「彩の国経営革新モデル企業」4事例～

目次

◆ 「経営革新計画」について

「経営革新計画」とは . . . 1

「彩の国経営革新モデル企業」とは . . . 1

◆ 令和6年度「彩の国経営革新モデル企業」取組事例

事例1 有限会社エンゼル製菓（桶川市／パン・菓子製造業） . . . 4
承認テーマ：一般消費者向けの新しい販路の開拓

事例2 株式会社第五企画（熊谷市／広告業） . . . 8
承認テーマ：広告印刷物・販促物の新規顧客開拓およびWEBを活用した事業展開

事例3 鳥居観光株式会社（飯能市／その他の宿泊業） . . . 12
承認テーマ：築120年の古民家を活用し地元素材を提供する、古民家レストラン事業の開始

事例4 株式会社名取製作所（上尾市／自動車・同附属品製造業） . . . 17
承認テーマ：最新CNCフォーミング機導入によるプレス専用金型レスに向けた加工技術開発

◆ 経営革新成功の秘訣

成功の秘訣 . . . 22

「経営革新計画」承認企業に対する支援策 . . . 26

◆ 資料編

「経営革新計画」の成功の要因について . . . 31

埼玉県「経営革新計画」の承認状況 . . . 32

「彩の国経営革新モデル企業」指定企業一覧 . . . 34

「経営革新計画」について

■ 「経営革新計画」とは

- ・ 埼玉県では、中小企業等経営強化法に基づき、「経営革新計画」を承認しています。承認を受けると、さまざまな支援措置を利用することが可能となり、事業者の皆様の業績拡大、向上が期待されます。

特定事業者の範囲

対象：本社登記が県内の特定事業者で、1年以上の事業実績がある企業（個人※）の皆様
※個人の場合は県内に住所を有する方が対象です。

業種	従業員
製造業等	500人以下
卸売業	400人以下
サービス業	300人以下
小売業	

・ 申請要件

「新事業活動」に取り組み、「経営の相当程度の向上」を目指す内容であること

Q. 「新事業活動」とは？

A. 以下の6つの分類のいずれかに該当するものをいいます。

- ①新商品の開発
- ②新しいサービスの開発又は提供
- ③商品の新たな生産又は販売の方式の導入
- ④サービスの新たな提供の方式の導入その他の新たな事業活動
- ⑤技術に関する研究開発及びその成果の利用
- ⑥その他の新たな事業活動

Q. 「経営の相当程度の向上」とは？

A. 計画終了時において、右表に掲げる数値を超える伸び率を設定する必要があります。

事業期間	「付加価値額」又は「一人当たりの付加価値額※」の伸び率	「給与支給総額」の伸び率
3年計画	9%以上	4.5%以上
4年計画	12%以上	6%以上
5年計画	15%以上	7.5%以上

※付加価値額を従業員数で割ったもの

■ 「彩の国経営革新モデル企業」とは

- ・ 「経営革新計画」の実践によって、売上の増加や雇用創出など、着実な成果を上げた企業を他の中小企業の模範として県が指定するものです。



彩の国ビジネスアリーナ2025に出展



指定式の写真

※ 制度概要や過去の事例集は以下のURLからご覧いただけます。

<http://www.pref.saitama.lg.jp/a0803/a38.html>（埼玉県産業支援課HP）

令和6年度「彩の国経営革新モデル企業」取組事例

■有限会社エンゼル製菓（桶川市／パン・菓子製造業）

【承認テーマ】一般消費者向けの新しい販路の開拓

- ・菓子のOEM製造が中心であり、受注の波が大きいという課題を解決するため、プリンなどの独自商品の開発により、消費者向け製品への販路開拓に取り組み、収益を上げた。
- ・地元の農作物を使ったクリスマスケーキを商品開発するなど、地域経済の活性化につながる取組を行った。
- ・商品開発においてパート従業員も含め全社員でアイデアを出し合うなど、会社全体で経営革新計画に取り組んだ。

※OEM：他社ブランドでの製品の製造



地元農家のいちごを使用した
クリスマスケーキ

■株式会社第五企画（熊谷市／広告業）

【承認テーマ】広告印刷物・販促物の新規顧客開拓およびWEBを活用した事業展開

- ・スイミングスクールの広告チラシが主な商品であったが、新型コロナウイルスにより受注が激減したことを契機に経営を見直し、新たにWEB広告、販促・ノベルティグッズ制作事業に進出するなど、市場開拓に取り組んだ。
- ・社員に対しWEB関連スキルの習得を支援したり、会社のリフォームを行い、オフィス環境を整えたりするなど、社内の雰囲気づくりに注力した結果、人材の獲得につながった。
- ・地元スポーツチームへユニフォームを無償提供したり、地域の祭りの企画・運営に携わったりするなど、積極的に地域活動を行った結果、認知度が向上して取引先が増加した。



WEB広告を中心とした
新事業展開

■鳥居観光株式会社（飯能市／その他の宿泊業）

【承認テーマ】築120年の古民家を活用し地元素材を提供する、古民家レストラン事業の開始

- ・ キャンプ場の運営管理事業を営む上で課題となっていた繁閑による集客差を解決するために、飯能市景観重要建造物である古民家を活用したレストランを新たに立ち上げ、経営の安定化につなげた。
- ・ 地域の農産物を使用したピザやジェラートの提供など、他の飲食店との差別化を図ったメニューを開発したことで、集客に成功した。
- ・ タブレットによるセルフオーダーシステムの導入やウェブ予約・電子スタンプカードなどのDX化に取り組み、効率的な営業を行った結果、売上を大きく上げた。



古民家を活用したレストラン
『古民家ひらぬま』

■株式会社名取製作所（上尾市／自動車・同附属品製造業）

【承認テーマ】最新CNCフォーミング機導入によるプレス専用金型レスに向けた加工技術開発

- ・ 国内自動車生産の減少などの環境変化に適応するため、主力商品であるワイパー部品の製造において、新たにCNC（コンピューター数値制御）フォーミング機を導入し、金型を使わない生産を実現させ、製造コストの低減と売上の向上につなげた。
- ・ 計画実行のため社内でプロジェクトチームを立ち上げたり、社員に対しCNCプログラミング技術の習得や多能工化を推進したりするなど、人材育成に注力した。
- ・ 技術革新と新規事業展開について専門誌などに取り上げられ、地域経済への貢献企業としての認知度が向上し、新規顧客からの引き合いが増加した。



CNCフォーミング機を
使った加工

会社概要

社名	有限会社エンゼル製菓【桶川市】		
代表者	横澤 文昭	業種	菓子製造業
従業員数	19人	URL	https://www.angel-seika.com/
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・焼き菓子の製造 ・ホテルケーキバイキング用ケーキやペット用ケーキの製造 ・観光土産や贈答用のOEMクッキーの製造 		
沿革	<p>昭和41年 創業 昭和57年 現在地に本社移転 平成2年 現代表取締役が事業承継 平成28年「経営革新計画」承認(1回目) 令和3年「経営革新計画」(2回目) 令和6年「経営革新計画」(3回目)策定中</p>		 <p>事業所の外観</p>

「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

<当時の課題>

- メーカーや問屋からの都度発注のため、売上計画を立てにくく、リスクが高い。
- 繁忙期と閑散期に差が大きく、効率のよい生産ができていない。
- 下請けであるため、原材料や光熱水費の値上がりを価格に転嫁しにくい。

<解決への道筋>

- 消費者に近い小売事業者と直接つながることでの的確なニーズ把握ができ、消費者向けの新しい販路を開拓する。
- 消費者の意見を直接聞いて日持ちのしない生クリームを使った商品展開も可能にする。

「経営革新計画」のテーマと概要

テ ー マ	一般消費者向けの新しい販路の開拓
計 画 期 間	令和2年3月～令和5年2月(3年計画)【令和3年3月承認】



ワンちゃんネコちゃんといっしょに
楽しめるスイーツ
材料が厳選された安心・安全な製品

狭山茶農家とコラボし、焼き菓子を
開発
埼玉の特産の狭山茶PR商品として
HPや郵便局のカatalogギフトで好評

虫食いや形が不揃い等の理由で、
出荷基準を満たさない彩玉梨を
使用し、焼き菓子への加工を研究
地元農家の一助となるよう尽力



素材を生かした優しい味
見た目も可愛い



狭山茶をたっぷり使用
濃厚で香ばしい焼き菓子

埼玉生まれの
こだわり農産物
「彩玉梨」を
ふんだんに使用



付加価値額 55.6%↑
給与支給総額 24.6%↑
※計画前と計画後の比較

焼き菓子のOEM工場が下請けの不安定な受注からの脱却を
はかるため、こだわりの農産物を作る地元農家とのコラボした
新商品を開発し、新たな販路開拓に取り組んでいます。



↑地元農家のいちごを使用し、
当社としては新たな「生洋菓子」
の分野へチャレンジ中！

←プリント技術を活かし、緑
化をPRする焼き菓子を製造

300～の小ロット対応可能。
経験と実績をもとに、焼き菓子などのOEM製造
を行っています。
お客様のニーズに合わせた商品を提供します。



エンゼル製菓
HP→



「経営革新計画」の実践

1 こだわりの農産物を作る農家とつながってオリジナルの焼き菓子を製造

○大型ショッピングモール内の複数の産直広場に商品を納入し、生産者とのネットワークを作る。

○埼玉が誇る狭山茶製造農家とお茶の粉末を使った焼き菓子シリーズを開発。

○今までの日持ちのする焼き菓子だけでなく、生産者の卵やイチゴを使ったプリンや生ケーキなども製造。

2 特色あるこだわりの商品開発

○ペットブームの状況を踏まえ、厳選された材料で、ペット用のクッキーやケーキを開発。

○フードプリンターを使って、顧客のニーズに合ったオンリーワンクッキーの製造。

3 SNSの積極的な活用

○口コミだけでなく、OEMで小ロットのオリジナル商品を作り上げられることを知ってもらうため、HPを立ち上げて情報発信。



材料を厳選したペット用ケーキ



大型ショッピングモール内に出店

「経営革新計画」の成果

○計画期間において付加価値額約55.6%増、給与支給総額約24.6%増と大幅に伸ばすことができた。

○従業員と目標を共有することで、従業員からも積極的にやり方などにアイデアを出すようになり、目標に向かって主体的に行動してくれるようになった。

成功の秘訣

○商工会の経営指導員や専門家の客観的な意見や情報の提供により、自分の考えを整理し、進むべき方向を冷静に判断することができたこと。

○計画づくりをきっかけに従業員との意見交換を積極的に行い、従業員にも理解をしてもらったうえで計画を策定したことで、計画の遂行にもスピード感を持って取り組めたこと。

○事業の推進に当たって活用できそうな他の事業メニューを経営指導員からタイムリーに教えてもらって活用できたこと。

「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

○一人で考え込んで、気づかないことを商工会の経営指導員や専門家のアドバイスが気づかせてくれた。

○自身の持つネットワークと指導員や専門家のネットワークの相乗効果で選択肢が増えた。

○従業員のモチベーションアップにつながった。

○事業拡大につながる補助金の情報を得てチャレンジしたところ、採択された。

これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

○事業を行う中で様々な悩みを気軽に相談できて、自分の進みたい方向やそのやり方の助けになるものです。ぜひみなさんもチャレンジしてみましょ。

○小回りの利く中小企業でないとできないこともあるはず。自分の周りにある地域資源を生かして地域でつながることで事業拡大を目指して一緒に頑張りましょ。



小ロットできめ細やかな作業



モデル企業指定式にて

会社概要

社名	株式会社第五企画【熊谷市】		
代表者	泉 恵介	業種	広告業
従業員数	15人	URL	https://daigokikaku.co.jp/
事業内容	<p>【アナログコンテンツ制作】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・チラシデザイン制作 ・販売促進ツール(ポスター・のぼり旗・横断幕・タペストリー・Xバナー等)制作 ・企業店舗用ツール(名刺・封筒・伝票・パンフレット・会社案内・メニュー表・ショップカード等)制作 ・オリジナルウェア、ノベルティグッズ、オリジナルグッズ制作 ・看板制作 ・ラッピングシート・カッティングシート制作 <p>【デジタルコンテンツ制作】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタル広告(HP・SNS広告・バナー等)のデザイン制作・運用 <p>【企画・素材制作、その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービスのブランディング ・ロゴ・イラスト制作 ・撮影(スチール・出張・動画撮影)、動画編集制作、写真販売、動画配信 ・泳力検定業務委託事業(公益財団法人日本水泳連盟) 		
沿革	<p>昭和35年 大塚印刷 創業</p> <p>昭和62年 第五企画有限会社 創立</p> <p>平成29年 泉 恵介 代表取締役 就任</p> <p>令和2年 株式会社第五企画 商号変更</p>		 <p>事業所の外観</p>

「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

＜当時の課題＞

- アナログ媒体への依存度が高い(紙メディアの需要減少)
- 水泳関連顧客の依存度が高い(少子高齢化による市場規模の減少)
- デジタル広告媒体のノウハウ不足
- 人材不足(デザイン制作・デジタルコンテンツ制作)

＜解決への道筋＞

- デザイン・デジタルコンテンツ制作ができる人材の採用
- 新規顧客獲得のためのマーケティング活動(チラシ配布・WEB広告配信・会社案内・パンフレットの制作や見直し・地域貢献活動)
- 商品・サービスの多様化(デジタルコンテンツ制作・オリジナルグッズ制作)

「経営革新計画」のテーマと概要

テーマ	広告印刷物・販促物の新規顧客開拓およびWEBを活用した事業展開
計画期間	令和2年9月～令和5年8月(3年計画)【令和3年1月承認】

コロナ禍で売り上げが激減

コロナ禍による受注が激減したことを契機に経営を見直し、

新たに **WEB・販促・グッズ制作事業に進出**するなど、市場開拓に取り組んだ。

社員に対し**WEB関連スキルの習得を支援**したり、**リフォームを行いオフィス環境を整備**するなど、

社内の雰囲気づくりに注力した結果、**人材の獲得**につながった。

スポーツチームの**スポンサー活動やイベントの企画**、**児童施設や小学校での啓発活動やボランティア**等

積極的な地域活動の結果、認知度が向上し取引先が増加した。



ウェアプレス機材導入!

グッズ制作事業開始



プログラマーの雇用!

WEB広告事業開始



Youtube広告で認知度UP!

WEBでの自社CM配信



従業員数が約2倍に!

優秀な人材の獲得



販促工房Factory

自社工房開設



hanare石原2号店

路面店ショールーム開設



1万2千人来場で認知度UP!

地域イベントの企画・運営



クリエイティブでサポート!

地元チームのスポンサー



※会社HP

経営革新の結果、每期売上高増加中!
付加価値額 12.5%向上 経常利益 27.3%向上

※計画前と計画後の比較



広報部長
ダンテくん

「経営革新計画」の実践

- 新しい市場ニーズに対応した新商品・サービスを展開
- 顧客との接点を増やすため、販促活動の強化
- 顧客満足度を高めるため、デザインの質を向上
- チームワーク強化を目指し、社内教育プログラムを充実
- 新規店舗の立ち上げ、競争優位性を確立するため、独自のブランド価値を明確化
- 持続的な成長を目指し、コスト管理と利益率の最適化を推進



新商品・サービスに関連するショールーム



新規店舗の立ち上げ・自社ブランディング

「経営革新計画」の成果

- 計画期間において付加価値額約12.5%増、経常利益約27.3%増と大幅に伸ばすことができた
- 顧客満足度の向上とリピート率の増加
- 新規顧客の獲得数の増加
- ブランディングやデザインの強化による市場での認知度の向上
- 販促活動の多角化により、より広いターゲット層へのアプローチが可能に

成功の秘訣

成功の秘訣は、会社のブランディング強化、デザインやデジタルに強い従業員の採用、そして積極的なマーケティングにある。まず、ブランディングを徹底し、市場での独自性を高めたことが、顧客の信頼と認知度を向上させた。次に、デザインやデジタルに強い人材を採用し、アナログ媒体に加えてデジタル技術を取り入れた販促グッズ制作に取り組み、新たな価値を創出した。この変革により、顧客へのアプローチが広がり、より多様なニーズに応えられるようになった。また、積極的なマーケティング活動により、売上拡大と顧客基盤強化が実現した。

「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

経営革新計画に取り組んだ結果、事業の成長と業績向上に大きな成果を上げた。計画期間中、付加価値額は約12.5%、経常利益は約27.3%増加し、収益性と効率性が向上した。これにより、競争力が強化され、市場でのポジションを確立した。業務プロセスの見直しや新規事業の取り組みが売上拡大に寄与した。顧客ニーズを的確に捉え、サービスの質が向上し、顧客満足度が高まった。これにより、リピーターの増加と新規顧客の獲得が進み、安定した収益基盤が築かれた。社内のチームワークやコミュニケーションの改善が進み、社員が目標に向かって積極的に取り組む姿勢が育まれた。

これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

まずは一步踏み出すことが大切だと感じています。経営革新計画は事業を進化させ、競争力を強化するための重要な手段です。最初の一步を踏み出すことで、次に何をすべきかが見えてきます。完璧を目指すのではなく、まずは動き出し、その中で学び、少しずつ軌道修正をしながら前進することが成功に繋がります。私たちも最初は試行錯誤の連続でしたが、動き続けることで徐々に成果が見えてきたので、まずは思い切って踏み出すことをお勧めします。経営革新計画には、明確な目標設定や柔軟な対応が求められますが、その結果、事業の成長と競争力を高めることができます。計画を通じて、新たな価値を創造し、変化を恐れずに進んでいくことが重要です。経営革新計画を実行することで、着実に成果を実感できると考えています。



広告・販促専門店 第五企画hanare



代表取締役 泉 恵介

会社概要

社名	鳥居観光株式会社【飯能市】		
代表者	平沼 庸生	業種	その他の宿泊業・飲食業・製造業
従業員数	55人	URL	https://www.toriiikankou.com/
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・キャンプ場の運営(ケニーズ・ファミリー・ビレッジ/オートキャンプ場ほか) ・飲食店やジェラートショップの運営(古民家ひらぬま、じえらてり屋ひらぬま) ・アイスクリームの製造販売 		
沿革	<ul style="list-style-type: none"> ・ 昭和32年 創業(娯楽施設の運営) ・ 平成6年 オートキャンプ場を開設 ・ 平成28年 2店舗目のキャンプ場を開設 ・ 令和4年 カフェ&レストラン「古民家ひらぬま」を開業 ・ 令和7年 西武所沢S.C.にジェラートショップを出店 	 <p>事業所の外観</p>	

「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

<当時の課題>

- キャンプ事業の季節変動や自然災害(特に令和元年東日本台風)による売上の不安定さ
- 復旧にかかる多大なコストや営業機会の損失が経営に影響

<解決への道筋>

- リスク分散のため、地域に根差した新たな収益チャネルを創出すべきと考えた
- 120年以上の歴史を持つ文化財の古民家を活用したレストラン事業を開始する
- 地域農産物の活用や歴史・文化の継承を軸に、地域貢献と経営の安定化を図る
- キャンプ場の既存顧客に「田舎の楽しさ」を提供し、シナジー効果と新たな集客をする

「経営革新計画」のテーマと概要

テ ー マ	築120年の古民家を活用し地元素材を提供する、古民家レストラン事業の開始
計 画 期 間	令和2年4月～令和6年3月(4年計画)【令和3年3月承認】



自家製ジェラート

ジェラートショップと製造室を併設。カップジェラートは卸売での販売もしております。

飯能ブランドDAINE認定品



レストラン&カフェ

石窯ピッツァや創作の Pasta も地場のもをふんだんに使用。地域経済にも貢献します。



当時の様相残る客席

建築当時のまま、生活感もそのままの客席。職人の思いや当主のこだわりを感じる。



地場の野菜やフルーツなどをふんだんに使用。規格外品も積極的に活用しフードロスの低減も実現。



景観重要建造物の古民家と里山景観がマッチした「レストラン&ジェラート店」という組み合わせは、滞在店舗としては類がなく、観光拠点として貴重な施設である。

経営指標

売上高 117.0%増加
経常利益140.1%増加
給与支給総額 89.0%増加
付加価値額 102.1%増加
※計画前と計画後の比較



私たちは本新規事業を通して豊かな人づくり・地域づくりを行い郷土の文化を承継していきます



「経営革新計画」の実践

1. カフェ・レストラン「古民家ひらぬま」の開業

- 飯能市指定の景観重要建造物である築120年の古民家を活用
- 明治末期の武家屋敷様式を残し、法令遵守の飲食店舗として改修

2. ジェラート製造・販売の開始

- 地域産の果物・野菜・牛乳を使用したジェラートの製造販売・卸売りを開始
- ジェラートが商工会議所の認定する飯能ブランド品『DAINE』に登録、ふるさと納税の返礼品に登録

3. メニュー開発と提供

- 差別化のため、ペレット燃料を使用した石窯ピッツアや創作パスタを開発
- 地域産食材を多く活用したメニュー開発

4. BBQハウスの増設

- 古民家横の空き地を活用してBBQハウスを建設
- キャンプ場の機会ロスを解消し、売上・利益の拡大に貢献

5. 広報・販促活動

- リアル販促(チラシ、周辺事業者との提携割引)とデジタルプロモーションを実施
- ウェブサイト、SNS、グルメサイト、地域情報サイトへの登録を行い、集客を増加

6. DX(デジタルトランスフォーメーション)の活用

- セルフオーダーシステムでオペレーション効率を改善
- POSレジシステム導入、キャッシュレス決済や販売データ分析をが可能に
- 予約・顧客台帳システムと電子スタンプカードの導入で、再来店促進と顧客情報の可視化を実現



従業員も15名増加



製造室の様子

「経営革新計画」の成果

- 計画期間において付加価値額約102.1%増、給与支給総額約89.0%増と大幅に実績を伸ばすことができた。

成功の秘訣

① 協力者との関わりとコミュニケーション

- 農家や生産者と良好な関係を築き、コスト削減とフードロス低減を実現できた
- 商工会議所・中小企業診断士の支援により具体的なアクションプランを策定できた
- 行政機関との密な連携をとり、建築課、消防署、保健所との調整を重ね、古民家という難しい物件を法令に準拠した飲食店舗の開設を実現できた
- 金融機関から、古民家改修に適した建設会社を紹介してもらい、計画を円滑に進めることができた

② DX(デジタルトランスフォーメーション)の活用

- タブレットオーダーシステムの導入でオペレーション効率を改善し、スタッフが「おもてなし」に集中できる環境を作った
- POSレジシステムを活用し、販売データの収集・分析を行い、経営改善や新メニュー開発役立てた
- 予約管理システムと電子スタンプカードによって顧客情報を一元管理し、リピーター創出に繋がる顧客管理ときめ細かいメッセージ配信を実現した
- SNSやデジタルプロモーションを積極活用し、リアルタイムでの情報発信やプロモーションを行った

③ 他人を巻き込む仕組みづくり

- 地域を巻き込んだメニュー開発:「◎◎農園の○○」など、生産者の名前を出すことで、地域全体のブランディングにも貢献できた
- 共同イベントの実施: 茶道体験や飯能雛飾り展など、地域イベントにも積極参加し、古民家滞在を通じて再来店に繋げた
- 周辺事業者とのコラボレーション: キャンプ場や観光施設との割引特典やイベントを実施し、地域全体の滞在時間を増加させた

「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

- 「経営革新計画」に取り組んだことで、売上・利益の拡大と経営基盤の強化に大きく成功した
- 西武所沢S.C.にジェラートショップを新規出店することができた
- 計画終了後も事業の拡大が続き、計画前と比べ現在では従業員が30名増加し、地域創生と観光振興に大きく寄与することができた
- 今後は、製造能力の強化や新規出店、インバウンド対応の強化を通じて、さらなる成長と地域への貢献を目指していきたい

これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

私たちが挑戦した「古民家ひらぬま」は、築120年、明治時代の古民家を活用し、地域資源を活かした事業を展開しましたが、成功の鍵は「人を巻き込む力」でした。

地域の農家さんや行政、商工会の支援を得て、郷土愛を共有しながら進めることで、思わぬ助けや新たなビジネスチャンスが生まれました。DXの活用で業務効率も向上し、地域経済にも貢献できました。

皆様も、周囲の力を信じ、地域と共に歩むことで、計画の実現を掴んでください。



古民家リノベーション・改修の様子



飯能市名栗の山々



経営革新モデル企業
指定式の様子

会社概要

社名	株式会社名取製作所【上尾市】		
代表者	名取 秀幸	業種	自動車・同附属品製造業
従業員数	45人	URL	https://natori-mnf.co.jp/
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 自動車部品の製造 金型・治具の製造・開発 難鋼材(チタン等)の加工 スポーツ用義肢部品の製造・開発 		
沿革	<p>昭和24年 創業 昭和53年 久喜菖蒲工業団地に工場新設 平成20年 代表取締役の名取秀幸就任 平成20年 ISO9001・14001統合版認証取得 平成29年 経済産業省中小企業庁のはばたく 中小企業・小規模事業者300社に選定 平成30年 経済産業省の地域未来牽引企業に選定 令和元年 塙保己一賞貢献賞受賞 令和2年 関東商工会議所連合ベストアクション表彰 令和5年 上尾市栄誉賞受賞 令和7年 東京都港区に東京オフィスを開設 令和7年 都産技研innovation partnership award受賞</p>		
			事業所の外観

「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

<当時の課題>

- 金型を使用する従来の製造方法では、製品毎に曲げ型製作の必要があった。
- 製品形状ごとに金型の交換と段取り作業が必要であった。

<解決への道筋>

- フォーミング機の導入により製品毎の曲げ型を削減する。

「経営革新計画」のテーマと概要

テーマ	最新CNCフォーミング機導入によるプレス専用金型レスに向けた加工技術開発
計画期間	平成30年4月～令和5年3月(5年計画)【平成31年4月承認】



従来の製造方法
【金型+プレス加工機】



金型製作



段取り



プレス加工

金型を使ったプレス加工は、同形状の部品を大量に繰り返し、高精度で生産できる

しかし一方で…

- ・ 製品形状ごとに金型の交換、段取り作業が必要
- ・ 金型製作の初期費用が高額、製作時間が掛かる

フォーミング機の導入により、製品形状ごとの金型の製作が不要になり、段取り時の金型の交換や調整の負担も軽減

製造スピードと効率が向上

課題解決のためフォーミング機を導入



品番の変更はプログラムを呼び出すだけ
= 段取り時間を大幅に削減！

1つの金型で、様々な形状の加工が可能
= 製品形状ごとの金型製作が不要！

付加価値額 29.9% UP
経常利益 819.1% UP

※計画前と計画後の比較



※会社HP

「経営革新計画」の実践

1. 製造スピードの向上

- フォーミング機の導入により、製品形状ごとの金型製作が最小限に抑えられた。
- プログラミング修正の対応により、段取り時の金型交換や調整が最小限に。
- 機械操作の教育を徹底し、多能工化を推進。

2. 生産性の向上

- 金型の材料費や製作時間の削減により、製作費やメンテナンス費を低減。
- リードタイムを短縮し、新製品の試作や生産開始までの期間を短縮。
- 製造品目の多様化により、多品種少量生産への対応がより効率的に。
- 製品ごとの金型数を最小限に抑え、金型管理の負担を軽減。



自動車部品



電気部品

「経営革新計画」の成果

- 計画期間中に付加価値額が約29.9%増、経常利益が約819.1%増と、大幅な成長を達成。
- 多様なニーズに対応するため、効率的かつ柔軟な生産方法を確立。
- 製造スピードと生産効率が飛躍的に向上。

成功の秘訣

○設備投資による生産効率の向上

- ・フォーミング機の導入により、金型製作の負担を軽減し、製造スピードを向上。
- ・プログラム修正の工夫で段取り作業を最小限に抑え、生産の柔軟性を高めた。

○多能工化による人材の活用

- ・操作教育を徹底し多能工化を推進することで、作業の効率化とスキルの底上げを実現。
- ・柔軟な人員配置が可能になり、多品種少量生産への対応力を強化。

○コスト管理と付加価値の向上

- ・金型の材料費や製作時間の削減により、コストを抑えつつ利益率を向上。
- ・製品ごとの金型管理を簡素化し、リソースの最適化を実現。

○市場ニーズに応じた迅速な対応

- ・柔軟な生産方式を確立し、多様な顧客ニーズに迅速に対応。

「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

○生産体制の最適化と業務効率の向上

フォーミング機の導入やプログラム修正の工夫により、製造スピードと効率が飛躍的に向上。段取り作業の負担が軽減され、多品種少量生産にも柔軟に対応できる体制を確立できた。

○競争力の強化と新規市場開拓の可能性

新製品の開発に取り組むことで、新たな市場への進出の可能性が広がった。今後さらなる競争力の強化が期待され、企業の成長と安定性につながる見込みである。

これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

この取り組みが新たな変革のきっかけとなり、さらなる発展と飛躍につながることを願っています。挑戦を重ねることで、企業の成長のチャンスは無限に広がっています。



フォーミング機



代表取締役社長 名取 秀幸

経営革新成功の秘訣

成功の秘訣

これまでのモデル企業の取組を参考に経営革新成功のエッセンスをまとめました。
皆さまの経営革新成功の一助となれば幸いです。

成功の秘訣 1 経営革新計画を実際の経営に活かす！

→ 「経営革新計画」の承認取得はゴールではなく、スタート。計画に基づいた経営を行うことで、「経営革新計画」は初めて力を発揮します。

【成功者たちの取り組み】

● 経営革新計画の「日常業務」への落とし込み

- ・ 実行計画の各項目の責任者を決め、「いつ」「誰が」「何を」すべきかを明確にする。

(例) 実施項目：営業活動効率アップ

いつ：毎月月末まで

誰が：営業部長を責任者とする

何を：得意先への訪問回数を倍増させる、新規取引先を3件開拓する

- ・ 経営革新計画で作った四半期毎の実行計画を月毎の実行計画に落とし込む。

(例) 実施項目：仕入れ先の再検討

1 月：仕入先候補のリストアップ

2 月：仕入先候補との面談

3 月：取引条件等の折衝

- ・ 月別の実行計画を大きく印刷し、社内（従業員が見えるところ）に掲示する。

(例) 食堂に実行計画や営業目標を掲示

● 定期的な進捗管理の実施

- ・ 実行計画と現状の振り返りを行う日を決める。

(例) 月初に実施項目の目標スケジュールと比較し、達成状況の振り返りを行う

月別試算表作成日などに経営全般の進捗状況を確認する

- ・ 定期的に計画を見直し、必要に応じてブラッシュアップする。

(例) 当初計画と実際の進捗状況とを照らし合わせ、計画の時点修正を行う

当初の目標売上高に届いていなければ、販売促進を強化するなど

対応について社内で検討し、実行する

成功の秘訣 2 外部の経営資源も活用する！

→ 経営資源は何も社内だけにある訳ではありません。商工団体の指導員や専門家も自社の立派な経営資源です。これらも活用し、自社の経営を見守り支援をしてくれる「味方」を作ることが大切です。

【成功者たちの取り組み】

● 支援者とのネットワークの維持

・計画実行に行き詰ったときに連絡する人のリストを作り、定期的に現状報告をする。

(例) 連絡する人リスト：経営革新計画の策定を支援してくれた人

(経営指導員、産業振興公社職員、行政関係者等)

：親しい経営者仲間

(商工団体青年部員、勉強会等で知り合った仲間)

：専門家

(顧問の税理士・社会保険労務士、中小企業診断士等)

※勉強会や説明会等では積極的に交流を図り、その後も定期的にメールや面談等を通じて関係を保つようにする。

● 公的支援施策の有効活用

・商工団体等を積極的に巻き込む。

(例) 商工団体の部会活動や税務申告時などで顔を合わせる際に、担当の経営指導員に積極的に状況報告する

そして、課題を解決するために利用できそうな施策がないかチェックする

(営業活動を強化したい⇒ビジネス交流会、商談会などのイベントを活用する)

(資金を調達したい ⇒公的機関による融資制度などを紹介してもらう)

(PRを強化したい ⇒会報誌などの広告枠を活用する)

(例) 会社の決算が出来上がったら、担当の経営指導員に経営状況を報告する
報告と合わせて、経営革新計画に照らして改善すべき点など新年度の目標を宣言する

● 外部への情報発信

・展示商談会などに出展し、自社の技術や製品をPRする。

・メディアに対して積極的に情報発信をする。

(例) 自社の新規事業についてプレスリリースを行う

(例) 業界紙・専門誌に対して働きかけ、記事を掲載してもらうよう依頼する

成功の秘訣3 常にカイゼンを意識する！

→ カイゼンの種はすぐそばにあるものです。業界の常識にとらわれず自由な発想で、常にカイゼンの種を探してみる必要があります。

【成功者たちの取り組み】

● 複数の視点から自社を見直す

- ・ 違う業界の視点から自分の業界、会社を見つめ直してみる。

(例) 製造業で取り入れられているノウハウをバス会社が導入
他の業界の当たり前が大きなイノベーションになることも

(例) サービス業の視点からみたらどうだろうと考え、自社工場をサービス業の仲間に見てもらおう

(例) エンドユーザーの視点から自社サービス、製品を見直してみる

● アイデアを保存する

- ・ 他者からのアドバイスやふと思いついたアイデアを保存する。

(例) いざ思いついたことを忘れないよう、メモを持ち歩いたり、出先で思いついたら携帯で会社のメールに入れておいたりする

● 考え方の軸を持つ

- ・ 経営上の重点課題について、考えがまとまりやすいようにする。

(例) 「こんなものがあつたらいいな」「どうすればもっと安くできるか」など自分なりのカイゼンキーワードを決め、常に頭の中に入れておく

成功の秘訣 4 全社一丸となって実行する！

→ 計画の実行は社長を中心とする幹部だけで成し得るものではありません。現場の最前線で働く従業員の協力があって初めて成功が見えてくるものです。会社が一丸となって目標に進むため、従業員が積極的に意見を言える環境を整え、現場レベルの経営改善の意見をしっかり経営に反映させましょう。

【成功者たちの取り組み】

● 経営目標の共有

- ・ 経営陣と従業員で経営革新計画を共有する。

(例) 社内向け経営革新計画説明会を開催する

従業員へ経営目標の徹底を図り、目標達成に向けての自発的な行動を促す

● 従業員の意見を吸い上げる

- ・ 従業員のアイデアや意見を経営に取り入れてみる。

(例) 職場に従業員が自由に付箋に意見を書いて貼れる場所を設ける

出された意見は従業員全員参加のミーティングで議題にし、意見交換を行う

● 従業員に当事者意識を持たせる

- ・ 経営目標が従業員自身の目標となるようにする。

(例) 計画の作成にもフォローアップにも必ず従業員を参加させる

「社長の計画」ではなく「みんなの計画」だという意識を共有する

● 成果を示す

- ・ 計画が進んでいるという実感を社内で共有できるようにする。

(例) 計画の達成度や業績の向上について、廊下にグラフを貼り出すなど、

従業員の目に見える形で示す

● 経営者の方針を定期的に示す

- ・ 経営方針の周知を役員等の幹部だけではなく、従業員にも徹底する。

(例) 朝礼や社内 LAN 等を通じて、社長から現在の経営について情報発信する

「経営革新計画」承認企業に対する支援策

【計画実行に関する支援策】

中小企業診断士等の専門家派遣

埼玉県又は商工会議所・商工会から、承認後の実行支援のための専門家を派遣します。

<お問い合わせ先> 埼玉県産業労働部産業支援課 TEL: 048-830-3910
各商工会議所・商工会

【販売開拓に関する支援策】

ハンズオン支援事業（テストマーケティング）

優れた新製品・新技術・新サービスを持ちながら、「新規性が高いがゆえに具体的な市場が顕在化していない」「広域的な販路開拓を行いたい手がかりがない」など、単独での販路開拓が困難な中小企業・小規模事業者の皆様を対象として、首都圏市場へのアプローチを側面から支援いたします。

<お問い合わせ先> (独) 中小企業基盤整備機構関東本部企業支援課
TEL: 03-5470-1637

販路開拓支援のための専門家派遣

販売活動に経験豊富な企業OB等を「販売アドバイザー」として無料で派遣し、総合的な販売力の強化を支援する事業を実施しています。

<お問い合わせ先> 埼玉県産業労働部産業支援課 TEL: 048-830-3910

【資金に関する支援策】

(株) 日本政策金融公庫による融資

■新事業活動促進資金

融 資 限 度 額	
中 小 企 業 事 業	国 民 生 活 事 業
直接貸付 14億4,000万円 代理貸付 1億2,000万円	7,200万円 (うち運転資金4,800万円)

※利率、ご返済期間はホームページ等でご確認ください。担保・保証人については日本公庫にご相談ください。
日本政策金融公庫ホームページ ⇒ https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/04_sjkakushin_m.html

＜お問い合わせ先＞ (株) 日本政策金融公庫 中小企業事業・国民生活事業
事業資金相談ダイヤル TEL:0120-154-505

県制度融資

■産業創造資金（経営革新計画促進貸付）

※融資利率は令和7年4月1日～令和7年9月30日 融資実行分
※信用保証・保証料（年%以内）：付する0.77

対象者	限度額	融資期間	融資利率		
			1年超 3年以内	3年超 5年以内	5年超 10年以内
経営革新計画を定めて積極的に経営革新に取り組む方	設備	1億円（組合4億円）	1.3%	1.4%	1.5%
	運転	1億円			

■小規模事業資金（経営革新企業特例）

経営革新計画の承認を受けている事業者が「小規模事業資金」を利用する場合、より低利で融資を受けられる県制度融資の特例措置です。

※融資利率は令和7年4月1日～令和7年9月30日 融資実行分
※信用保証・保証料（年%以内）付する0.50～1.76（9区分）

対象者	限度額	融資期間	融資利率		
			3年以内	3年超 5年以内	5年超 10年以内
経営革新計画の承認を受けてから5年未満の小規模企業者（組合含む）	設備	2,000万円	1.5%	1.6%	1.7%
	運転	2,000万円 (最新決算期における平均月商の3か月分以内)			

※詳細は県ホームページ等でご確認ください。 <https://www.pref.saitama.lg.jp/a0805/seidoyushi/>

＜お問い合わせ先＞ 埼玉県産業労働部金融課 TEL:048-830-3801
事業所所在地の商工会議所・商工会

信用保証の特例

経営革新計画の実行にあたり、民間金融機関から融資を受ける際に信用保証協会による信用保証に関し、特例による別枠支援措置を受けることができます。

○普通保証等の保証限度額の別枠設定

	通常枠	別枠
普通保証	2億円以内（組合4億円以内）	2億円以内（組合4億円以内）
無担保保証	8,000万円以内	8,000万円以内
（内 特別小口保証）	（2,000万円以内）	（2,000万円以内）

○新事業開拓保証の限度額引き上げ

経営革新計画の実行にあたって必要な資金に関するもののうち、信用保証協会の新事業開拓保証の対象となるもの（研究開発費など新事業の開拓に係る資金）について、保証限度額が引き上げになります。

※他の支援による別枠を利用している場合は、利用可能な枠が制限される場合があります。

	通常	特例措置
保証限度額	2億円以内（組合4億円以内）	3億円以内（組合6億円以内）

＜お問い合わせ先＞ 埼玉県信用保証協会保証経営支援部 TEL: 048-647-4713

【海外展開に関する支援策】

スタンドバイ・クレジット制度

海外現地法人等による海外での現地流通通貨の円滑な調達を支援します。

＜お問い合わせ先＞ 日本政策金融公庫の各支店へお問い合わせください
<https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/standbycredit.html>

【その他の支援策】

中小企業投資育成株式会社による支援

中小企業投資育成株式会社による株式・新株予約権・新株予約権付社債の引き受けやコンサルティング等の支援が受けられます。なお、経営革新計画の承認を受けた企業に対しては、対象者要件の特例があります。

＜お問い合わせ先＞ 東京中小企業投資育成株式会社 TEL: 03-5469-1811

中小企業基盤整備機構出資ファンドによる投資

経営革新計画に従い事業を行う企業は、起業支援ファンドからの投資の対象となります。

※ファンドからの投資を受けるためには、ファンドを運営するVC等による審査が必要となります。

＜お問い合わせ先＞ （独）中小企業基盤整備機構 ファンド事業部 ファンド事業企画課
TEL: 03-5470-1672

公益財団法人埼玉県産業振興公社による支援

経営革新計画の実行や成果の向上等に関する県内中小企業の様々なご要望に対し、豊富な支援メニューで総合的にサポートします。

■現場改善、経営革新、BCP、ISO、事業承継、外国人材活用などに関するご相談にお応えします。

＜お問い合わせ先＞ 経営支援グループ [TEL:048-647-4085](tel:048-647-4085)

■売上拡大や経営改善など、経営上のあらゆるご相談にお応えします。

＜お問い合わせ先＞ 埼玉県よろず支援拠点 [TEL:0120-973-248](tel:0120-973-248)

■様々な経営課題を解決する即戦力となる、プロフェッショナル人材の確保を支援します。

＜お問い合わせ先＞ 埼玉県プロフェッショナル人材戦略拠点 [TEL:048-647-4075](tel:048-647-4075)

■AI・IoT等のデジタル技術の活用、DXの推進を支援します。

＜お問い合わせ先＞ DX推進支援グループ [TEL:048-621-7051](tel:048-621-7051)

■国内の受注拡大・販路開拓、海外ビジネス展開を支援します。

＜お問い合わせ先＞ 取引支援グループ [TEL:048-647-4086](tel:048-647-4086)

■産学連携に関するご相談、研究開発のための資金に関するご相談にお応えします。

＜お問い合わせ先＞ 産学・知財支援グループ [TEL:048-857-3901](tel:048-857-3901)

■知的財産を活用した経営力強化など、知的財産全般、特許活用に関するご相談にお応えします。

＜お問い合わせ先＞ 産学・知財支援グループ [TEL:048-621-7050](tel:048-621-7050)

■技術開発、次世代モビリティ等に関するご相談にお応えします。

＜お問い合わせ先＞ 技術開発支援グループ [TEL:048-711-6870](tel:048-711-6870)

■社内人材育成のための各種研修を開催しています。

＜お問い合わせ先＞ 研修・情報グループ [TEL:048-647-4087](tel:048-647-4087)

■サーキュラーエコノミーへの取組を支援します。

＜お問い合わせ先＞ 循環経済支援グループ [TEL:048-711-9906](tel:048-711-9906)

※詳細は公社ホームページでご確認ください。 <https://www.saitama-j.or.jp/>

※経営革新計画に係る承認は、融資等の各種支援を保証するものではありません。
計画承認後、支援策の実施機関への申し込み、審査が必要となります。

資 料 編

「経営革新計画」の成功の要因について

～終了企業調査結果から～

※終了企業調査…国が経営革新計画を終了した企業に対し実施する調査

図1 申請時と比して付加価値が伸びた要因
(複数回答、埼玉県・平成28年度～令和5年度)

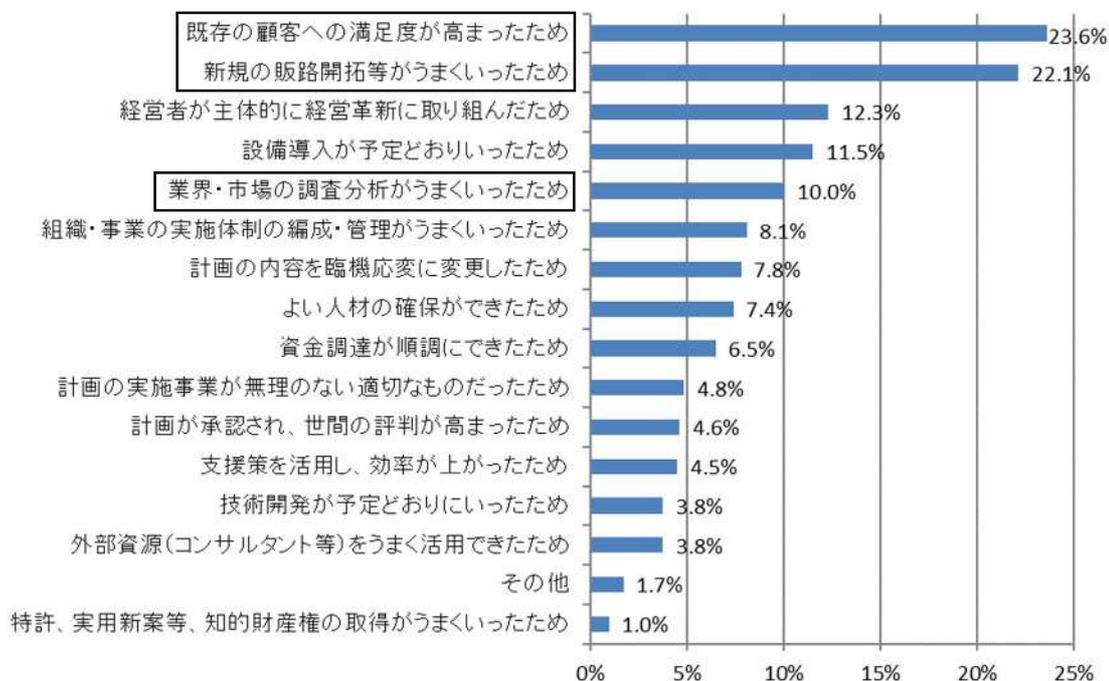
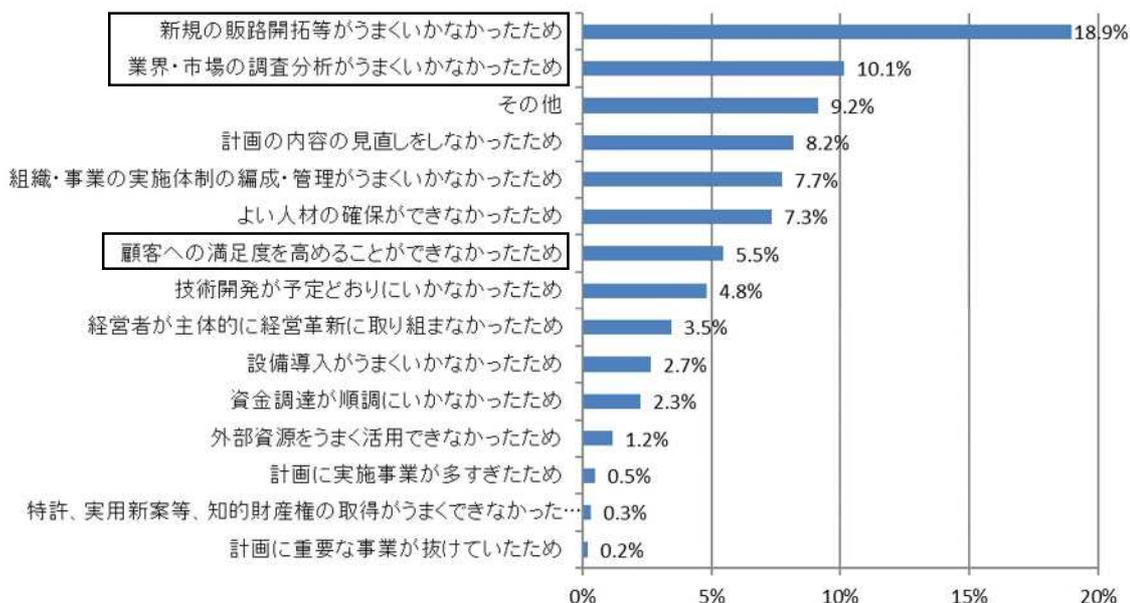


図2 申請時と比して付加価値が伸びなかった要因
(複数回答、埼玉県・平成28年度～令和5年度)



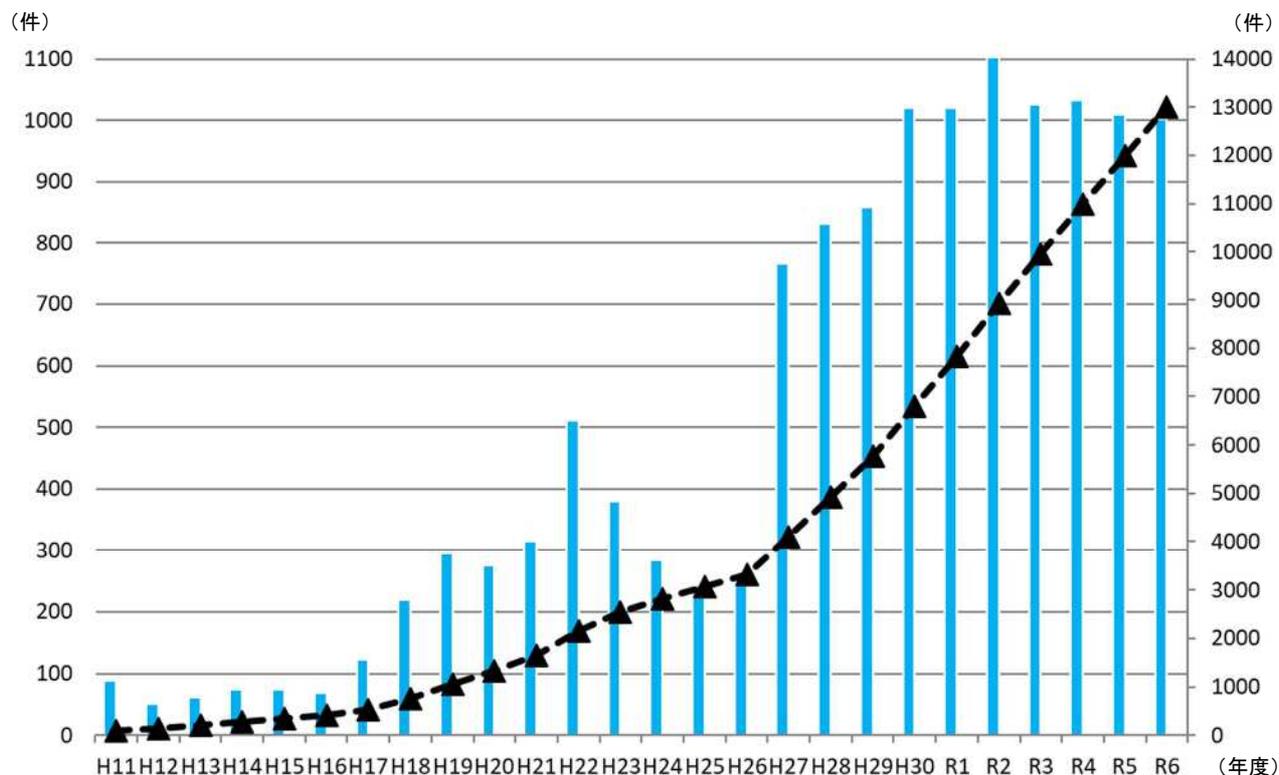
以上より、付加価値が伸びた要因・伸びなかった要因とも、市場調査、顧客満足、販路開拓等の「出口戦略」が重要との結果となっています。

経営革新計画の策定、実行の段階において、ニーズの有無、どこに売するのか、どのように売のかを十分に考え、計画し、実行していくことが成功の要因であると考えられます。

埼玉県「経営革新計画」の承認状況

(1) 承認件数の推移

図1 経営革新計画承認件数の推移（埼玉県、平成11年度～令和6年度）



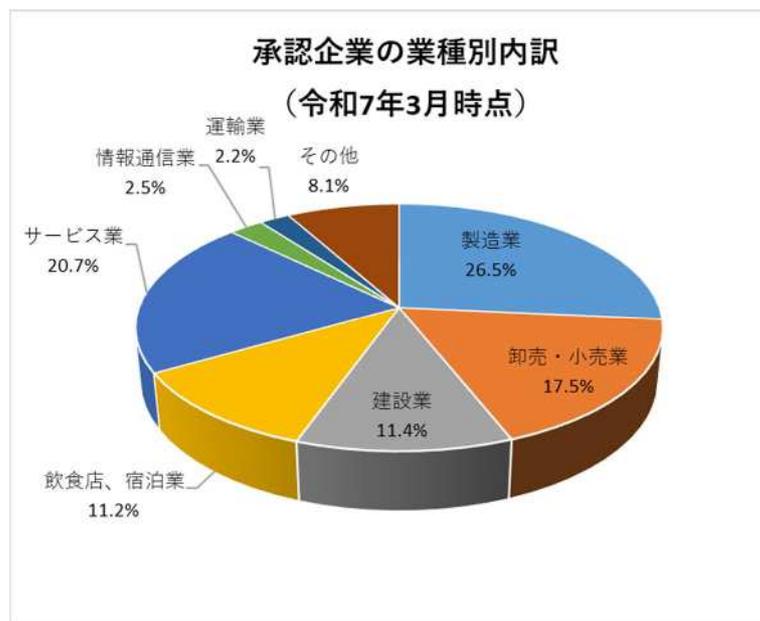
年 度	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21
単年度承認件数	89	51	62	74	75	68	123	219	295	275	316
累 計承認件数	89	140	202	276	351	419	542	761	1,056	1,331	1,647
年 度	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R元	R2
単年度承認件数	511	379	285	243	260	766	832	858	1,021	1,020	1,103
累 計承認件数	2,158	2,537	2,822	3,065	3,325	4,091	4,923	5,781	6,802	7,822	8,925
年 度	R3	R4	R5	R6							
単年度承認件数	1,026	1,033	1,009	1,003							
累 計承認件数	9,951	10,984	11,993	12,996							

「経営革新計画」の承認を開始した平成11年から令和7年3月までの承認計画の累計数は、12,996件となっています。

平成30年度以降、7年度連続で承認件数が1,000件を超えるという全国トップクラスの承認件数を保持しており、令和3年度の実績をもって、「経営革新計画」の累計承認件数は東京都を抜いて全国第1位となり、続く令和4～6年度も全国第1位となりました。

(2) 業種別の特徴

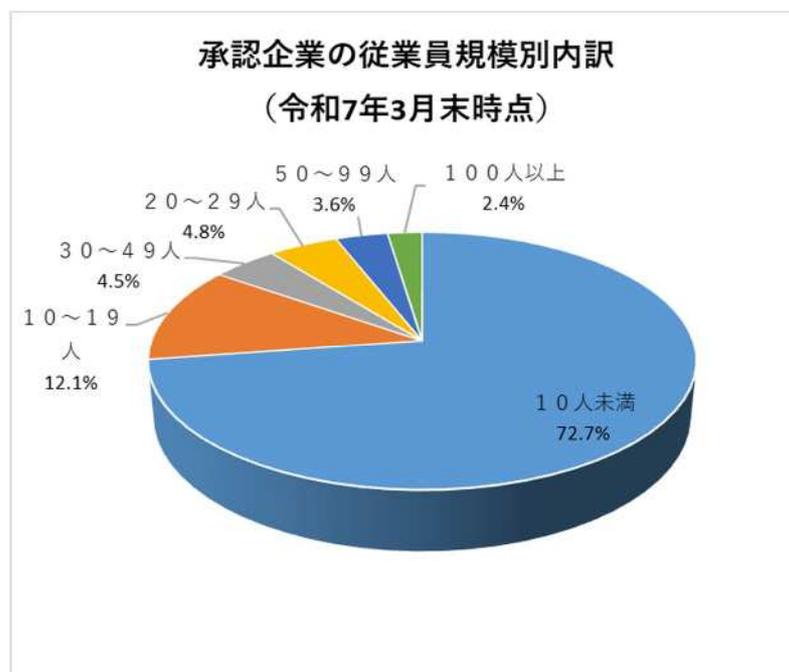
図2 業種別承認件数構成比（埼玉県、平成11年度～令和6年度）



業種別に承認件数を比較すると、製造業が最も多く全体の約30%を占めています。次いで、卸売・小売業、建設業、飲食店、宿泊業、サービス業と続き、上位5業種で約75%を占めています。

(3) 従業員規模別の承認件数

図3 従業員規模別承認件数構成比（埼玉県、平成11年度～令和6年度）



従業員規模別に承認件数を比較すると、従業員数10人未満の企業が最も多く、全体の約70%を占めています。次いで、従業員数10人～19人以下の企業が続くなど、小規模な事業者が大半を占めています。