

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	嵐山町商工会 (法人番号 5030005011605)
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日
目標	地域に根付いた小規模事業者の経営力を強化するための支援をしていくことについて、本会が主導的な役割を担い、厳しい状況を打開していく。平成27年10月に策定された、「嵐山町人工ビジョン及び嵐山町総合戦略」にもとづいて、国や県の施策と歩調を合わせつつ、これからも嵐山町商工会は地域支援機関として、事業計画の策定やITツール等を活用した販路開拓支援、各種制度融資の斡旋による資金繰り支援等、商工業振興のための一翼を担っていく。
事業内容	<p>I 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域の経済動向調査 小規模事業者調査、埼玉県内における経済動向に関する情報収集、小規模事業者調査及び外部データの活用</li> <li>2. 経営状況の分析 掘り起こし、定量分析、定性分析、専門家・経営指導員の連携による分析</li> <li>3. 事業計画策定支援 分析結果の活用、事業計画策定支援、起業・創業、第二創業事業計画策定支援</li> <li>4. 事業計画策定後の実施支援 事業計画策定後支援、起業・創業、第二創業事業計画策定後支援</li> <li>5. 需要動向調査 地域資源活用に係る調査、消費者動向調査</li> <li>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 展示会出展支援事業、ITツール活用支援事業、SHIFT活用支援事業、メディア活用支援事業</li> </ol> <p>II 地域経済の活性化の資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 小規模事業活性化連絡会議の開催</li> <li>(2) 観光資源の活性化</li> <li>(3) 地域資源を活用した特産品の開発</li> <li>(4) らんざん駅前朝市</li> </ol>
連絡先	<p>住 所 埼玉県比企郡嵐山町大字菅谷445番地1</p> <p>役職氏名 事務局長 新井 吉孝 経営指導員 伊得 憲明</p> <p>電話番号 0493-62-2895 FAX番号 0493-62-2879</p> <p>メールアドレス ranzan@syokokouai.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

## 経営発達支援事業の目標

### 1. 嵐山町の概要

当商工会のある嵐山町は、東京より60km圏内埼玉県ほぼ中央に位置している。

平安時代末期の武将木曾義仲や畠山重忠ゆかりの地で、江戸時代には江戸と上州を結ぶ川越児玉往還の菅谷宿として栄えた。

交通に関しては東武東上線武蔵嵐山駅があり、国道254号線が町内を貫き、関越自動車道の嵐山小川インターもでき、利便性が高まっている。

観光の面では、観光雑誌で「人気バーベキュー場」として、全国1位を獲得した「嵐山溪谷」があるほか、都幾川堤の桜並木などの認知度が近年、高まっており町の魅力となっている。

また、ブルーベリーの観光果樹園があり、人気を博していることに加え、新規にラベンダー畑開園が計画されており、新たな観光資源になることが期待されている。



嵐山溪谷



観光果樹園のブルーベリー

#### 【将来展望に関連した調査分析】

嵐山町民のまち・ひと・しごとに関する意識・意向を把握するため、行政により、嵐山町に居住している18歳以上の方を対象に2,000人（無作為抽出）の郵送によるアンケート「まち・ひと・しごとに関する意識調査」が行われた（回収数955件、回収率47.8%）ところ、嵐山町に居住している人の70%以上の方が、嵐山町は「住みよい」と感じ、「その後も住み続けたい」と感じている。定住意向は、年齢があがるとともに増加する傾向にある。20代以下の場合では、「移転したい」が24%と他の年代に比べて高くなっている。

居住を希望する理由としては「住み慣れている」「自然環境がよい」「家族・友人がいる」が上位を占めている一方、移転したい主な理由としては「交通が不便」が約42%で最も多くなっている。

	居住を希望する理由（上位3つ）		移転を希望する理由（上位3つ）	
1位	住み慣れている	37.6%	交通が不便	42.3%
2位	自然環境がよい	26.6%	働く場所が遠い	14.1%
3位	家族・友人がいる	18.3%	公共施設が整っていない	8.5%

居住の面から考えると、「交通の不便」においては、地理的にその状況を克服することは難しく、町ではこれまでも公共交通機関に対し、終電の時間延長など要望しているが、対応策については大変難しい状況にある。

今後、通信技術やICT技術の成長を始めとした「技術革新」は想像を超えたものとなることが予想されることから、勤務状況も変化して、「交通の不便」や「働く場所が遠い」が解消されることが期待される。

一方で、観光客の流入という面にとらえれば、「自然が豊か」であり、東京都心から約1時間で行くことができる「地の利」をPRできると考えられる。

## 2. 当地域の現状及び課題

### (1) 人口

嵐山町の人口は平成14年をピークに減少しており、年代別では年少人口及び生産年齢人口の減少が顕著となっている。

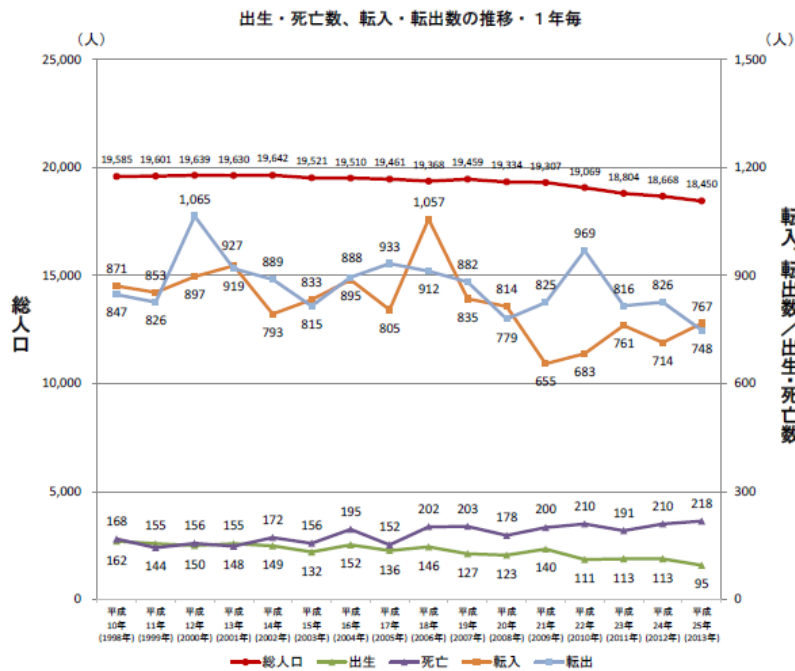
人口減少の要因には自然増減と社会増減に分けられるが、嵐山町では自然減及び社会減の状態が続いている。

自然減の状況としては、老年人口の増加を背景とした死亡数の増加、少子化を背景とした出生数の少なさにより、自然減の規模が広がりつつある。

社会減の状況としては、平成7年あたりまでは、就職・結婚・子育てというライフイベントに伴う転入超過がみられたが、平成7年以降は就職や結婚・出産を期に、交通便利性の高い近隣市町などへ転出する傾向に変わっている。かねてより生じていた高校・大学進学期における転出超過と相まって、学齢期から若年層にかけての転出超過傾向が顕著となっている。

最新の統計調査によると、平成30年1月1日時点で、人口はおよそ17,942人で、近年の推移は微減状態が続いている。今後も減少傾向が続くものと推測され、嵐山町においても、人口減少問題は避けることのできない課題となっている。

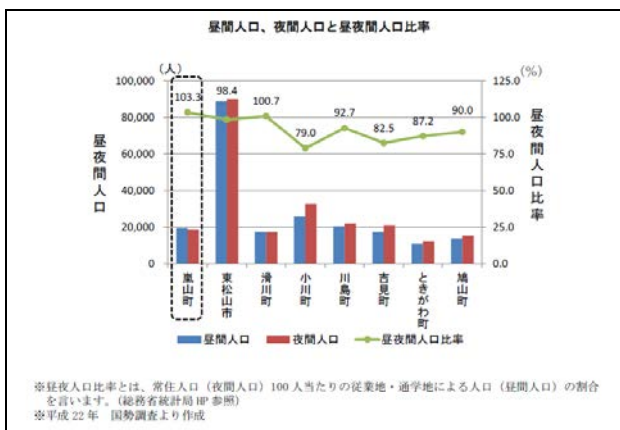
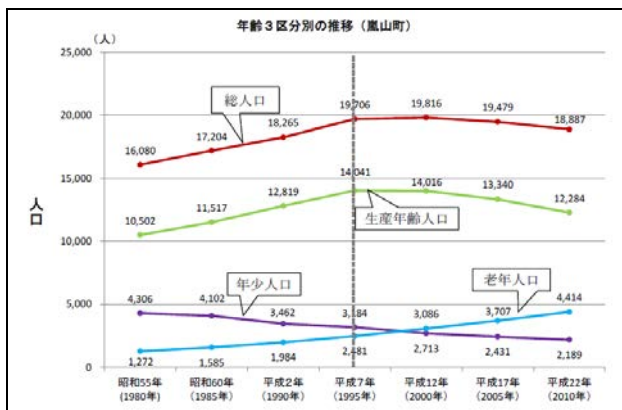
そういった中ではあるが、65歳以上の方でも元気に働き続けていることから、嵐山町では、高齢者の健康寿命を延ばす政策を行うことにより、就労意欲のある高齢者の後押しを行っていくこととしている。



※総人口は埼玉県町(丁)字別人口調査結果報告より 各年1月1日現在人口で作成  
 ※出生・死亡数、転入・転出数は埼玉県統計年鑑より作成

#### 人口区分

- 0歳から19歳：年少人口
- 20歳から69歳：生産年齢人口
- 70歳以上：高齢人口



国勢調査の昼夜間人口比率について、近隣の比企郡と東松山市で比較すると、100を超える自治体（昼間人口のほうが夜間人口より多い）は、嵐山町（103.3）と滑川町（100.7）の2町のみとなっている。この昼夜間人口比率が100を超える点が嵐山町の特徴の1つとなっている。

（嵐山町人口推移の試算）

「国立社会保障・人口問題研究所（社人研）の推計準拠による推計結果より」

単位：人

分類	平成 22 年 (2010 年)	平成 37 年 (2025 年)	平成 57 年 (2045 年)	平成 72 年 (2060 年)
老年人口	4,414	5,706	5,094	4,096
生産年齢人口	12,281	9,404	6,115	4,331
年少人口	2,187	1,464	918	605
総人口	18,882	16,574	12,128	9,034

## （2）産業

国指定史跡 杉山城や町名の由来となった嵐山溪谷など、豊かな自然と歴史の中で発展してきた当地域は、「自然と調和した文化的田園都市」である。

商業は、国道254号線沿線を中心に大型小売店が進出している一方、駅西側の小売店や飲食店の商業力が低下している。原因として、高齢化や後継者不足による意識低下が上げられる。駅周辺の活性化は町の住民意識調査においても要望度の高い項目であり、それに取り組んでいくことが課題であるが、自家用車で買物に行く住民が大多数の地域でもある。車で行きやすいロードサイド店舗の増加、また、ショッピングモールの出店によって、大型店舗に移りつつあった消費動向が加速している。商店数は減少傾向にある。

年	区分	商店数	年間商品販売額 (万円)
平成 11 年	卸売業	21	393,046
	小売業	180	1,407,638
	計	201	1,800,684
平成 14 年	卸売業	19	213,361
	小売業	166	1,819,575
	計	185	2,032,936
平成 16 年	卸売業	20	567,032
	小売業	153	1,814,100
	計	173	2,381,132
平成 19 年	卸売業	18	718,277
	小売業	153	2,037,280
	計	171	2,755,557
平成 24 年	卸売業	22	278,800
	小売業	110	1,592,800
	計	132	1,871,600

資料:平成16年商業統計調査結果報告 平成16年6月1日現在(簡易調査)

資料:平成19年商業統計調査結果報告 平成19年6月1日現在

資料:平成24年経済センサス-活動調査結果報告 平成26年2月26日公表

工業は、平成6年より工業・事業所の建設が開設された嵐山花見台工業団地を有し、現在もほぼ全ての区画において稼働している。しかし、多くの事業所で人手が不足しており、会社存続のために必要なこととして、人材確保とその育成が課題となっている。

年	事業所数	製造品出荷額等(万円)
平成12年	67	7,880,346
平成13年	61	8,273,951
平成14年	55	8,162,804
平成15年	61	8,787,849
平成16年	58	8,639,963
平成17年	56	9,483,252
平成18年	54	10,704,856
平成19年	64	14,487,746
平成20年	62	13,112,096
平成21年	52	10,634,303
平成22年	54	12,553,185
平成23年	56	11,276,321
平成24年	58	12,168,232
平成25年	58	11,418,784
平成26年	57	12,935,094

資料:工業統計調査結果報告書 各年12月31日現在

建設業は、公共工事の受注件数が減少しており、厳しい状況下にある。また、工業と同様に人手不足が深刻な課題となっている。

(小規模事業者数内訳)「2018商工会実態調査より」

区分	商業 (小売・飲食・サービス他)	工業	建設業	その他	計
商工業者数	433	89	130	73	725

小規模事業者数は569事業者(商工業者数は725事業者)で、「商業」が多い。

#### ①事業所数の推移

嵐山町の事業所数は平成24年で792件となり、平成21年に比べて2%減となっている。事業所数は平成18年から平成21年にかけて比企地域全体で増加したが、平成24年では周辺自治体も同様にやや減少している。

(事業所数の推移)

	平成18年	平成21年	平成24年
嵐山町	809	833	792
平成18年を100とした場合	100.0	103.0	97.9

②就業者数の推移

嵐山町就業者数は平成22年で9,349人となっている。平成12年を100とした場合92.8となり、就業者数は減少している。またこれを性別でみると、男性90.3、女性96.6となり、減少幅は男性の方がより大きくなっている。

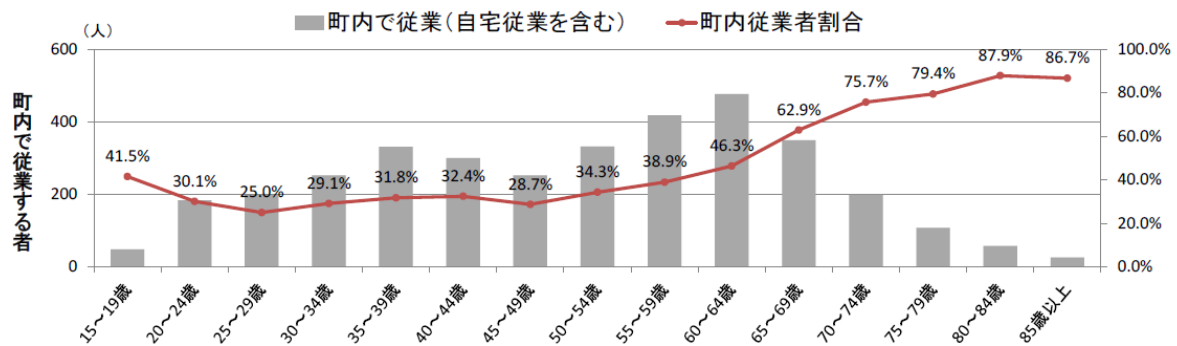
性別・年齢階級別でみると男女とも20代、40代後半から50代にかけての就業者数が減少傾向にある。また男女とも60代の就業者数は増加傾向にある。

(就業者数の推移)「国勢調査より」

	平成12年	平成17年	平成22年
嵐山町 男性	6,010	5,782	5,425
平成12年を100とした場合	100.0	96.2	90.3
嵐山町 女性	4,062	4,009	3,924
平成12年を100とした場合	100.0	98.7	96.6
嵐山町 総合	10,072	9,791	9,349
平成12年を100とした場合	100.0	97.2	92.8

嵐山町に居住する就業者9,349人のうち、町内で従業(自宅従業を含む)している人は3,532人(約37.8%)となっている。年齢別の構成割合では20代から50代まではおおむね3割程度、60代後半以降では半数以上が町内従業者となっている。性別でみると、男性では40代後半で19.5%と最も低くなっている。また、女性では男性よりも町内従業の割合が高く、30代以降は3割以上となっている。

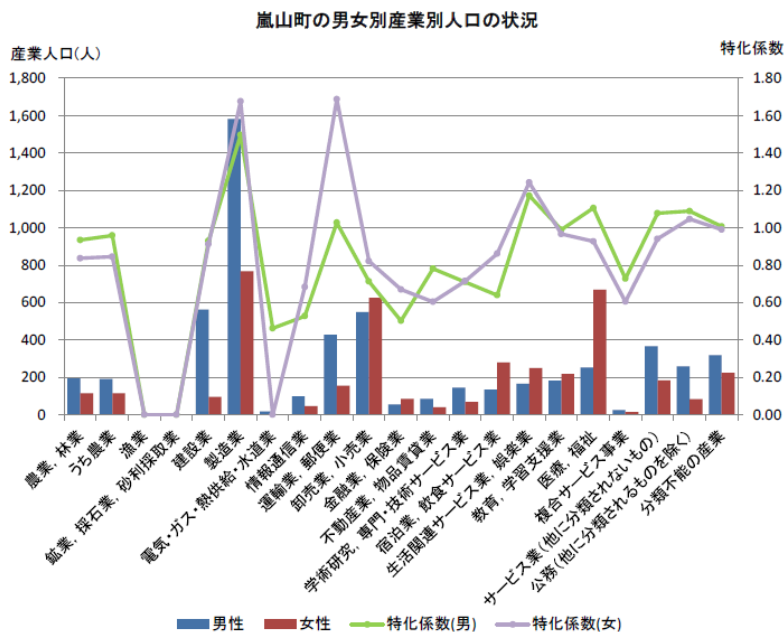
年齢階級別町内従業者数の状況(嵐山町)



### ③産業別就業者の推移

嵐山町の産業別就業者数の推移をみると、第1次産業、第2次産業ともに就業者数は減少傾向にあり、平成22年では第1次産業310人、第2次産業3,008人となっている。第3次産業は平成17年までは増加を維持していたが、平成22年は減少に転じて5,488人となっている。

産業別就業者構成比を埼玉県及び全国と比較すると、嵐山町では第2次産業就業者の割合(34.2%)が埼玉県(25.3%)や全国(25.2%)よりも高くなっている。



※平成22年国勢調査より作成  
 特化係数＝嵐山町のX産業の(嵐山町を常住地とする)就業者比率/全国のX産業の就業者比率

嵐山町在住者の産業別人口の状況をみると、男性では、「建設業」「製造業」「運輸業、郵便業」「卸売業、小売業」が多く、女性では、「製造業」「卸売業、小売業」「医療、福祉」が多くなっている。

特化係数を用いて産業別就業者比率を全国比較すると、男女とも「製造業」で高くなっている。また、女性では「運輸業、郵便業」でも高い値となっている。

### (3) 小規模事業者の現状及び課題

- ・商業は、ロードサイド店舗の増加、また、ショッピングモールの出店によって、大型店舗に移りつつあった消費動向が加速された。

町内に電車などの公共交通機関はあるものの、自家用車で買物に行く住民が大多数の地域であり、駅前通り商店は、自家用車で買物には向いていない。嵐山町は東武東上線の武蔵嵐山駅を有しているが、町内を循環するバスといった公共交通機関の本数が少なく、自家用車で買物に行きやすい国道沿いの大型店舗への消費流出に歯止めがかからない状況である。

駅前通り商店をはじめとした小規模小売店舗は、売上減少や低迷につながり、厳しい



経営環境が続いている。高齢化や後継者不足により、廃業となる店舗が増加し、駅前通り商店がまばらになり、中心市街地の魅力が低下している。それとともに、空き店舗の増加などの課題も生まれている。

- 工業は、嵐山花見台工業団地を中心とした中規模の事業所は概ね順調に稼働しているものの、小規模事業者は、下請企業が多い地域であり、古くから付き合いのある親企業に取引を依存しているケースが多い。販路開拓や特定の会社に依存しない受注の確保が大きな課題となっている。営業力の強化、また、それに付随した人材確保とその育成に取り組まなければならない。

これらのことから、全ての業種において、当地域商工業者全体の78.5%を占める小規模事業者の「売上の向上」「利益の確保」が、避けることのできない課題となっている。

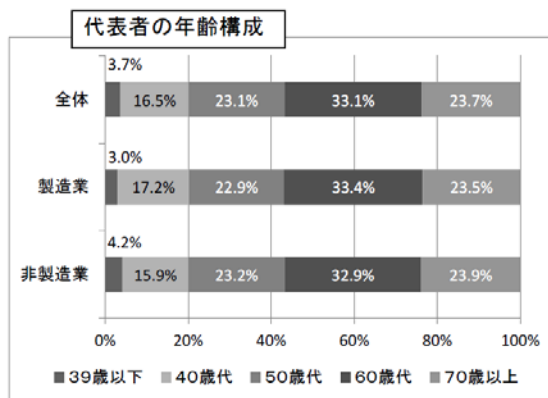
また、県内事業主の高齢化が進んでいるが、嵐山町においても例外ではなく、後継者不足と相まって、事業承継を見据えた経営計画を考えていく必要がある。

#### 県内経営者（代表者）の年齢構成について

「埼玉県四半期経営動向調査（平成27年1～3月期）特別調査事項より」

経営者（代表者）の年齢は、「60歳代」（33.1%）が最も多く、次いで「70歳以上」（23.7%）、「50歳代」（23.1%）であった。製造業、非製造業間の大きな違いはなかったが、ともに60歳以上（60歳代～70歳以上）が6割近くを占めた。

また、前回調査（平成19年度第4四半期調査）では70歳以上の割合が14.9%であったが、今回8.8ポイント増加していることから、県内企業の経営者の高齢化が進んでいることがうかがえる。



### 3. 嵐山町商工会の役割と小規模事業者の中長期的な振興のあり方

#### (1) 嵐山町商工会の役割

今後、人口減少や少子高齢化の進展による生産年齢人口の減少により、商圏内の需要も減少傾向となることが予想される。それに対応するためには、小規模事業者は経営力の強化を図るとともに、新たな需要を開拓していかなければならない。

大手チェーン店は、商圏で商売できなくなれば、スクラップアンドビルドで、閉店の判断を下すこともできる。しかし、地域商工業者はそうはいかず、個店の減少や、空き店舗の増加など、地域の活力低下による問題が直結する。

前述した地域の現状等から、これまでも嵐山町商工会は支援機関として、経営革新計

画の作成や持続化補助金を活用した販路開拓支援、各種制度融資の斡旋による資金繰り支援などに携わり、商工業振興のための一翼を担ってきた。

したがって、地域に根付いた小規模事業者の経営力を強化するための支援をしていくことについて、本会が主導的な役割を担い、厳しい状況を打開していかなければいけない。その役割がさらに強く求められていくと考える。

第5次嵐山町総合振興計画（平成23年度を初年度とした平成32年度までの10年計画）の将来像は「豊かな自然 あふれる笑顔 心の通いあうまち らんざん」となっている。嵐山町が持つ有利性を更に進化させていく必要があり、今後、選択と集中を行いつつ、まちづくりを行っていく必要があると考えられている。

それを踏まえ、平成27年10月には、「嵐山町人口ビジョン及び嵐山町総合戦略」が策定された。

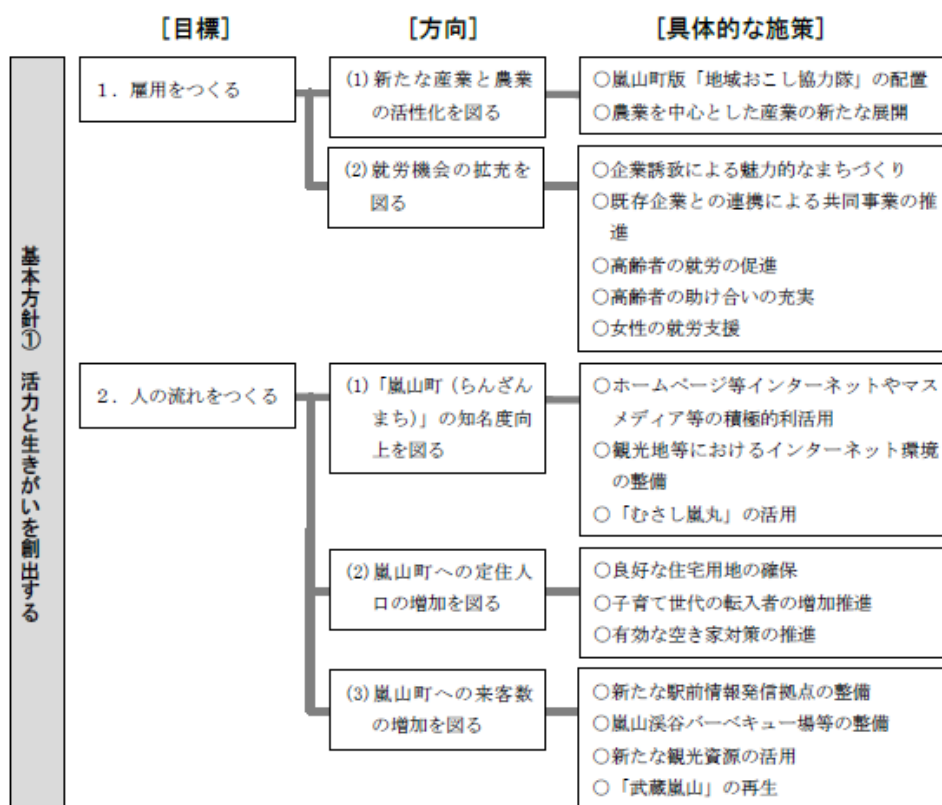
嵐山町総合戦略（平成27年度を初年度とした平成31年度までの5年計画）では、嵐山町が持続可能なまちづくりを行っていくためには、国や県の施策と歩調を合わせつつ、嵐山町に関わる全ての方々が連携することで、急速な社会状況の変化に対応し、自然・歴史・文化を大切にする「嵐山町らしさ」を忘れずにまちづくりを行っていくことが必要と考えられている。

活力ある嵐山町をつくり続けるため、総合振興計画の将来像を引き継ぎ、更に発展したものとなるよう、下記のとおり総合戦略の基本的な方針が定められている。

< 3つの基本方針 >

- ①活力と生きがいを創出する
- ②子どもたちの未来を創出する
- ③住みよい豊かな環境を創出する

<体系図>



この中で、地域商工業に関連する「基本方針①活力と生きがいを創出する」の項目については、本会が中心となり、施策を推進していくことが求められている。

## (2) 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

地域内の大半を占める小規模事業者を元気で豊かにすることが、雇用の創出や賑わいの創出、地域経済活性化に繋がっていくと考える。

当会では、今後の10年間において、嵐山町総合戦略(なかでも「新たな産業と農業の活性化を図る」「就労機会の拡充を図る」といった項目)に沿った形で、以下の目標を掲げ、小規模事業者の振興を実現していく。

### (中長期的な振興のあり方に基づく目標)

- ・小規模事業者が経営力を強化していくことにより商工業振興を図っていく。
- ・商工業の持続的発展により、駅周辺を中心市街地の盛り上げや、就労の場の確保など、地域経済活性化に貢献していく。
- ・嵐山溪谷等の地域資源(観光資源)を活用し、嵐山町ならではの特産品を開発するなど、新たな産業を創出する。

なお、「嵐山町総合戦略」期間終了後も、前述の課題に取り組んでいく必要があることから、この考え方は継続しうるものであると考える。

#### 4. 経営発達支援事業の目標

本計画（5年間）の目標として、中長期的な振興のあり方を踏まえ、地域の総合的経済団体および小規模事業者支援機関として、関係支援機関との連携を強化し、以下の取り組みを進めていく。

- (1) 小規模事業者の計画経営への転換支援
- (2) 企業への経営・技術支援の強化
- (3) 地域資源の活用

（目標達成に向けた方針）

小規模事業者の置かれている経営状況の分析に始まり、課題の抽出、経営革新計画を始めとした計画の作成、課題の解決に向けた解決策の実施まで事業者に寄り添った伴走型の支援を行う。

小規模事業者の経営力の向上を図り、事業の継続・持続的発展の実現を図るため、以下の事業を実施する。

- (1) 専門家と連携した小規模事業者の経営支援  
経営相談の身近な窓口として、必要に応じて専門家等とも連携して、小規模事業者の経営課題解決に向けた支援に取り組む。
- (2) 金融機関と連携した各種制度融資の斡旋による資金繰り支援  
小規模事業者の円滑な資金繰りの一助となるべく、マル経融資制度や小規模事業者経営発達支援融資制度を取り扱う日本政策金融公庫や、県制度融資を取り扱う各金融機関との連携を強化する。
- (3) 定期的な小規模事業者への訪問・経営状況の確認  
小規模事業者を定期的に巡回訪問し、経営計画の進捗状況確認や、課題解決に向けた支援を行う。
- (4) 各専門部会（商業部会など）や朝市でのアンケート等の意見集約・分析  
新商品開発や販路開拓支援のため、「らんざん駅前朝市」等の場において需要動向調査を行い、今後の展開に活かしてもらおうべく、分析結果について情報提供をおこなう。
- (5) 地域資源を活用した特産品等開発支援  
新たな地域資源としてブルーベリー・ラベンダーを活用する傾向があることから、これらを活かした取り組みについて支援を行う。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成31年4月1日～平成36年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

### I. 経営発達支援事業の内容

#### 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

##### (現状と課題)

経営指導員が巡回指導・窓口指導を行うことにより、地域の小規模事業者に対して、売上状況・顧客状況・景況感等についてヒアリングを行うことはできているが、現状では以下のような課題がある。

- ①事業者に対するヒアリング内容が偏っており（収集項目や雛形・様式等がなく）、一貫した方法で調査を実施できていない。
- ②町内の経済動向を一目で把握できる資料がなく、情報が活用されていない。（収集した情報が眠ったままになっており、整備がされていない。）
- ③地域の経済動向が小規模事業者に伝わっていない。（地域向けの情報発信がされていない。）

##### (方針)

小規模事業者に、地域性を加味した効果的な支援を行うべく、地区内小規模事業者の経済動向を調査・分析する。

また、埼玉県内における経済動向に関する情報を収集することで、地区内と比較ができる体制を整備する。

##### (事業内容)

#### (1) 小規模事業者調査【新規】

全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」と同様の調査票を用い、雛形・様式の統一を図った上で、年1回（毎年12月を予定）、アンケートシート形式の調査を実施する。

本調査で地域の小規模事業者の実態を把握し、全国連「中小企業景況調査」や、前年度の調査と比較して動向を分析する。

小規模事業者の経済活動の支援に活用できる基礎データとすることで、(2)の県内の経済状況と比較できる体制を整備する。

- (調査方法) 無作為に選んだ小規模事業者に調査票を郵送して行う。  
(回答率を上げるため、返信用封筒に切手を貼り、同封する。)
- (調査対象) 製造業、建設業、卸売業・小売業、サービス業から5社ずつ計20社
- (分析手法) 経営指導員が専門家と連携し、下記の業種別に項目を分析する。
- (対象業種) 製造業、建設業、卸売業・小売業、サービス業

(調査項目) DI 値 (売上、業況、採算)、経営環境の見通し、  
雇用状況、設備投資の予定、資金繰りの状況、経営上の問題点等

(2) 埼玉県内における経済動向に関する情報収集 (調査) 【新規～拡充】

国や県、金融機関等が発行しているレポートから埼玉県内における経済動向に関する情報収集を行うことで、小規模事業者を取り巻く環境や抱えている問題、業種別景況などを把握し、定期的な分析を実施する。(必要に応じて、専門家に調査を依頼し、アドバイスをもらう。)

年2回(半期毎を予定)を目標に、調査結果のポイントをまとめ、商工会内での情報共有を図り、地域の小規模事業者に対しても情報提供を実施する。

小規模事業者の経済活動の支援に活用できる基礎データとすることで、(1)の地域内の経済状況と比較できる体制を整備する。

(調査方法) 埼玉県の統計年鑑(県)、埼玉県経済動向調査(県)、  
経済センサス(総務省)、中小・小規模企業白書(中小企業庁)、  
全国中小企業動向調査(日本政策金融公庫)、RESAS

(分析手法) 経営指導員が専門家と連携し、下記の業種別に項目を分析する。

(対象業種) 製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業

(調査項目) 地域分析、県内の景況感、雇用情勢、  
消費動向(年間消費支出額、年間商品販売額)等

(3) 小規模事業者調査及び外部データの活用(情報発信) 【新規～拡充】

前述(1)(2)の調査結果は、表やグラフ等を用いながら、報告書として見やすくまとめ、商工会のホームページで情報提供を広く実施する。

(商工会ホームページには、バナーを設定し、新規に専用ページを作成する。)

また、商圏の設定、競合店調査、地区内の経済動向等の相談時に速やかに情報提供を行い、経営分析に繋げることで事業者支援に活用する。

(目標)

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
(1) 小規模事業者 調査件数	0	30	30	40	40	50
報告書作成数	0	1	1	1	1	1
(2) 埼玉県内経済 動向情報収集回数	0	2	2	2	2	2
報告書作成数	0	2	2	2	2	2
情報発信(ホームペー ジ掲載)回数	0	3	3	3	3	3
(1) + (2) の合計						

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

### (現状と課題)

これまでの分析は、基となるデータを事業主からのヒアリングにより得た情報を使用していた。

そのため、事業主の感覚に頼っていた部分が大きく、また、顧客では無い人の情報が不足しているため、新規顧客の獲得にも苦戦しており、顧客減少に結びついていることが考えられる。

多くの小規模事業者に、自社の経営状況を分析し、内容を把握してもらうことの大切さを感じてはいたものの、経営相談があった際にのみ、経営分析の支援を行うことに留まっているのが現状である。

### (方針)

巡回を強化することにより、計画経営の重要性等について啓発を行い、経営分析を希望する小規模事業者の掘り起しを実施する。

また、分析をしたことがない・以前おこなったものの重要性を理解いただいていない事業者に対して、必要性を説明し、多くの事業者に経営分析に取り組んでいただけるよう普及啓蒙を実施する。

小規模事業者が持っている知恵、経験、工夫等、目に見えない経営資源を聞き取り、分析を行うことで、小規模事業者の計画経営への転換を支援するべく、個社支援を実施し、事業所個別の経営分析を実施する。

客観的に、自社の現状を再確認してもらうことで今後の事業展開の検討（経営計画の作成）に繋げる。

### (事業内容)

小規模事業者の強みを抽出する重要な要素となる「ヒト、モノ、カネ、情報」等の項目について経営分析を実施する。

課題に応じて、専門知識を有する埼玉県商工会連合会、地域金融機関、よろず支援拠点のコーディネーター等と連携し、専門家派遣制度等を活用する。

**【手 段】** 業者ごとに担当経営指導員を決め、ヒアリングを通じて、現状分析を行い、課題を抽出する。

「ローカルベンチマーク」や、中小機構の「経営自己診断システム」を活用し、事業者に経営状態を把握してもらう。

原則として、小規模事業者自らシステムに入力いただき、結果についてともに考えていくことを想定しているが、コンピューターの操作に慣れていない等の際には、入力操作支援についても行うこととする。担当経営指導員が専門的な分析が必要と判断した場合、各種専門家の派遣を行う。

その際は、担当経営指導員も同席し、分析内容を把握する。

【掘り起こし】 窓口相談や巡回訪問の際に、小規模事業者からの相談等を受けるとともに、経営分析の重要性等について啓発を行う。小規模事業者へ個別に説明することで、業種別にきめ細やかな支援ができる。  
経営分析の必要性について、年4回全会員にチラシを送付し、情報発信することで、経営分析に対する認識・理解度を高めてもらう。

【対象事業者】 事業者自らが経営分析を希望した事業者。  
事業の業績悪化等により本会が経営分析の必要性を判断した事業者。  
巡回等で経営分析の必要性を説明し、業績が悪化することを防ぎたい事業者。

【分析項目】 下記の①から④の定量分析及び定性分析を両方実施する。

①環境分析

→市場分析・戦略課題の抽出を行う

②SWOT分析

→自社の「強み」・「弱み」と外部環境における「機会」・「脅威」の4つの要因をクロス分析することによって、自社の戦略を創出する

③3C分析

→「市場・顧客」「競合」「自社」を分析するとことによって、自社事業を成功させるための必要条件（Key Success Factors）を発見し、自社の戦略に活用する等

④財務分析

→安全性、収益性、生産性、成長性を分析し、現状の定量的な状況を的確に把握する。

【成果の活用】 該当事業所の経営課題を明確にし、今後の方向性を決めていく基礎資料とする。

事業計画の策定に向けた支援に活用する。また、資金調達の必要性等について明らかにするとともに、今後の方向性・目標値を決めていく基礎資料とする。

事業計画の策定に向けた支援に活用する。

分析結果を経営指導員2名で共有し、スキルアップに活用する。

(目標)

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経営分析に伴う巡回件数	40	60	60	80	80	80
経営分析件数	17	20	20	20	24	24



### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

#### (現状と課題)

事業計画の策定支援に関しては、決算指導、補助金申請、金融相談等の際に必要な応じた経営分析を行い、事業計画の策定を行う程度に留まっているのが現状である。(起業・創業者も年間ほとんどいなく、計画の策定に至っていない。)

また、経営指導員等の能力が活かされている場面が少なく、事業者の主観に基づいた計画になっているケースが多い。

尚、事業計画の作成支援から、経営革新計画の作成に至るケースもあるが、経済動向や経営分析が落とし込めていないケースもあり、長期的に見据えた計画を必ずしも策定できていない。

#### (方針)

事業者が経営課題を解決するため、上記1の「地域の経済動向調査に関すること」、上記2の「経営状況の分析に関すること」の結果を踏まえ、事業計画(改善案含む)策定支援を実施する。

計画を作成することで「いつ」「誰が」「何を」すべきかを明確にし、小規模事業者の戦略的な事業展開・事業の持続的発展を支援する。

尚、必要に応じて、行政、関係機関、各種専門家等と連携し、経営課題の早期発見・早期解決ができる体制を整備する。

また、起業・創業、第二創業に対する事業計画策定の支援も実施する。

#### (事業内容)

##### (1) 事業計画策定支援 ※経営分析実施事業者～計画策定支援【拡充】

(分析内容のブラッシュアップ)

- ① 経営分析を実施した小規模事業者を対象に、事業計画策定に関するセミナー、個別相談会の開催により、計画策定につなげていく。
- ② 持続化補助金の申請で経営分析を実施した小規模事業者を対象に、窓口相談・巡回訪問の際に、分析内容をブラッシュアップし、計画策定につなげていく。

※事業計画策定に関するセミナーは、経営分析実施者に対して、巡回訪問し、募集を行う。1回2時間×2回を1年間2回開催し、ターゲットの絞り方・売れる商品サービスの作り方・数値計画等をカリキュラムとして、各5名を募集する。

(計画策定支援)

- ① 「地域の経済動向調査に関すること」や「経営状況の分析に関すること」より得た情報(全体の基礎データ及び、各小規模事業者の分析データ)を基に、事業者からの確なヒアリングを行いながら、経営指導員主導で計画策定を行う。
- ② 専門的分野及び、経営指導員の対応が難しい課題については、専門家を派遣し、アドバイスを頂く、一緒に解決方法を見出す。
- ③ 計画策定にあたっては、経営指導員の判断、小規模事業者の要望に応じて、事業承継も絡めた計画策定を支援する。

(2) 起業・創業、第二創業事業計画策定支援 ※掘り起こし～計画策定支援

【新規～拡充】

(掘り起こし)

- ①「創業支援等事業計画」を基に、起業・創業セミナー、個別相談会の開催により、普及啓発を行い、計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。
- ②地域、地域外問わず、嵐山町での起業・創業希望者を掘り起こすため、本会ホームページ（随時更新）・チラシ（年4回）による情報発信を行い、認識・理解度を高めよう。
- ③町及び町内金融機関と連携し、情報交換を行うことで、起業・創業者を掘り起こす。  
 ※起業・創業セミナーは、嵐山町で起業・創業を目指す方を対象に、町広報紙や商工会ホームページ等で募集を行う。1回2時間×1回を1年間で1回開催し、経営に必要な基礎知識・マーケティング・ITを活用した集客方法等をカリキュラムとして、約5名を目標に募集する。  
 ※起業・創業、第二創業事業計画策定支援については、経営分析を経ないで策定する計画である。

(計画策定支援)

- ①「地域の経済動向調査に関すること」や「経営状況の分析に関すること」より得た情報（全体の基礎データ及び、各小規模事業者の分析データ）を基に、起業・創業に対する地域の特徴等を事業計画に取り込み策定を行う。
- ②「創業支援等事業計画」を基に、起業・創業セミナー、個別相談会を受けた事業者を対象に、認定される「特定創業等事業者」を増やし、経営・財務・人材育成・販路開拓を習得させた上で計画策定を行う。
- ③ 必要に応じて、専門家を派遣し、アドバイスを頂くことで、起業・創業に対する不安を取り除き、計画の確実性を高める。

(目標)

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定セミナー・個別相談会件数	0	2	2	2	4	4
事業計画策定支援件数	17	20	20	20	24	24
起業・創業、第二創業事業計画策定セミナー・個別相談会件数	0	1	1	1	1	1
起業・創業、第二創業事業計画策定支援件数	1	3	3	3	3	3

※起業・創業、第二創業事業計画策定支援のセミナー・個別相談会件数については、町と策定を行った「創業支援等事業計画」に記載している件数を参考にする。

## 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

### (現状と課題)

事業計画策定後は、金融支援や補助金申請時の申請書や報告書作成支援をする程度に留まっており、定期的なフォローアップに至っていないのが現状である。

また、専門家、町内金融機関等と連携を強化する必要があり、フォローアップに関して、経営指導員のノウハウ不足を補う、スキルアップ図れる体制作りが不可欠である。

### (取組内容)

上記3の事業内容に沿って、「事業計画策定支援」、「起業・創業、第二創業事業計画策定支援」に関する策定後のフォローアップ支援を強化する。

特に、巡回訪問等の回数を増やすことで、事業者の進捗状況の把握を徹底させ、PDCA（計画→実行→評価→改善）サイクルの促進を促す。

適宜、現状に沿った計画の見直しが図れるよう、小規模事業者の戦略的な事業展開・事業の持続的発展が目指せる伴走型支援を実行する。

尚、必要に応じて、専門家、町内金融機関等のノウハウを活用できるよう、連携を強化する。

### (事業内容)

#### (1) 事業計画策定後支援【拡充】

- ① 四半期ごとに計画策定事業者への巡回訪問を行い、計画が確実に実施されるよう、進捗状況の確認と課題解決・目標達成に向けた支援を行う。(計画の見直しが必要であれば、提案を行う。)
- ② 国、県、市区町村、商工会連合会の行う支援策等を広報、ホームページ等で周知(回数を限定せず、適宜行う)し、活用できる支援策について情報提供を行う。
- ③ 資金繰り面については、日本政策金融公庫によるマル経融資制度や小規模事業者経営発達支援融資制度等を活用し、金融面からも小規模事業者の持続的発展のための取り組みに対して支援を行う。
- ④ 必要に応じて、専門家を派遣し、アドバイスを頂くことで、計画の実行性を高める。
- ⑤ 伴走型支援の一環として、経営革新計画の作成にチャレンジさせることで、必ず計画を見直す時期をつくる。

#### (2) 起業・創業、第二創業事業計画策定後支援【新規～拡充】

- ① 2ヶ月に1回(重点的に)、計画策定事業者への巡回訪問を行い、計画が確実に実施されるよう、進捗状況の確認と課題解決・目標達成に向けた支援を行う。(起業・創業初年度は回数を限定せず、繰り返し巡回訪問を行い、進捗状況を確認する。)
- ② 資金繰りや確定申告相談といった項目を中心に、伴走型の支援を行う。
- ③ 必要に応じて、専門家を派遣し、起業・創業に際して、事業者が学んだことの確認、アドバイスを頂くことで、計画の実行性を高める。

(目標)						
支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定後フォローアップ対象事業者数	17	20	20	20	24	24
事業計画策定後フォローアップ回数	68	80	80	80	96	96
起業・創業、第二創業事業計画策定後フォローアップ対象事業者数	1	3	3	3	3	3
起業・創業、第二創業事業計画策定後フォローアップ回数	2	18	18	18	18	18

※事業計画策定事業者数×年間4回で設定。

※前年度以前に作成した事業者や、四半期ごとのフォローアップでは不足と感じた事業者については通常の巡回の中で追加のフォローアップを行っていく。

※起業・創業、第二創業事業計画策定事業者数×年間6回で設定。

## 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

### (現状の課題)

経営指導員が巡回指導・窓口指導を行うことにより、地域の小規模事業者に対して、商業・工業・建設等の業界の需要動向（傾向）についてヒアリングを行うことはできているが、現状では以下のような課題がある。

- ①ヒアリング内容が偏っており（収集項目や雛形・様式等がなく）、一貫した方法で調査を実施できていない。
- ②消費者ニーズの把握や消費行動の分析を行える基礎数値を持っていない。  
そのため、需要予測、マーケティング戦略が立てられない。
- ③新たな地域資源としてラベンダーについて活用を考えている事業者が複数いるが需要調査について統一的に実施できていない。

### (取組内容)

消費者からのアンケート調査（地元イベント開催時、展示会等出店時）を行い消費者ニーズ、消費動向、地域内の需要動向、観光ニーズを把握することで、小規模事業者の持続的な発展のために活用する。

収集した情報を分析し、事業者の相談内容に応じて、提供できる体制を整備する。

### (事業内容)

#### (1) 地域資源活用に係る調査【新規】

新たな地域資源として注目されている日本最大級の「千年の苑」ラベンダー園を活用し、新商品・新サービスの開発について、ニーズを把握し、支援を行う。

※「千年の苑」ラベンダー園とは、約8ヘクタール・約50,000本を植え付け、日本最大級となる。平成30年のプレオープンでは、77,000人の観光客が来場した。正式オープンは、平成31年6月を予定している。

【手 段】 商工会で出店者を公募し、出店事業者と協議し、当該製品やサービス等のニーズを把握するためのアンケート票またはヒアリングシートを作成する。

消費者に対しては、ラベンダーまつり（平成31年より毎年6月実施予定）の際にアンケートボックス等を設置する等して、新規やリピーターに対して調査を行う。

【支援対象者】 ラベンダーを活用し販路拡大を目指す小規模事業者

【調査対象者】 観光客（ラベンダー園の来場者） 100人

【収集項目】 嵐山町の地域資源商品として適正価格か否か、製品の品質（商品の味やパッケージの是非、類似商品との比較、同カテゴリ商品で購入時（仕入れ時）に重視する点、要望などを4段階（満足～不満）のアンケートを実施する。

【成果の活用】 地域特産品開発に活用できるよう、調査結果を報告書としてまとめ、特産品を開発する事業者等に、随時情報提供を行っていく。  
また、特産品開発の成功事例を商工会で蓄積し、情報共有を図る。

## （2）消費者動向調査【新規】

支援事業者の販売商品や提供している役務の需要について調査し、どのような商品、役務が必要とされているかを洗い出す。

また、嵐山町産の小麦（農林61号）を使用した特産品を開発する。現在、嵐丸焼きという人形焼きを和菓子店で開発したが、1店舗のみである。地域内及び地域周辺の土産品及び飲食物についてのニーズを調査し、今後の新商品開発に活用する。

【手 段】 毎月1回開催中の「らんざん駅前朝市」で年4回、毎年11月開催の「嵐山まつり」において、買い物客、イベント来場者へのアンケートを実施して、地域内及び地域周辺の消費者が求めている土産品及び飲食物の需要、買い物傾向を探る。

【支援対象者】 特産品開発を実施する小規模事業者

【調査対象者】 ①らんざん駅前朝市 20人  
②嵐山まつり 100人

【収集項目】 各基礎項目

居住地、年齢、性別、交通手段、ライフスタイル、既婚未婚

①商品の需要

(適正価格か否か、商品の味やパッケージの是非、従来商品や類似商品との比較、商品に対する信頼性、同カテゴリ商品で購入時に重視する点、要望などを4段階(満足～不満)でアンケート実施)

②買い物傾向

(最寄品の購入場所、よく利用する商店・飲食店、町内事業者を利用した購入頻度、必要な商品・サービス、地域に不足していると感じる商品・サービスなどを4段階(満足～不満)でアンケート実施)

【成果の活用】分析結果は事業者にフィードバックし、土産品及び飲食物の需要を把握に生かせるよう助言、支援する。  
事業計画策定支援の基礎データとして、活用する。

(目標)

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
地域資源活用に係る調査結果情報提供件数	0	1	1	2	2	3
特産品開発に係る調査対象事業者数	1	2	2	3	3	4

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(現状と課題)

現状の販路開拓支援としては、町内の各種イベントへの出店支援を実施しているが、商圈の拡大には至っていない。

小規模事業者は、人口減少に伴い、商圈を拡大することが求められているが、イベント出店では限界があり、ITを活用した販路開拓支援が不可欠である。

(取組内容)

地域の小規模事業者を広くPRするため、ホームページやSNS等を活用したプロモーション活動(情報発信)を支援することにより、小規模事業者の販路開拓支援を実施する。

(事業内容)

(1) 展示会出展支援事業【新規】

商工会では、事業者に対して販路開拓を視野に入れた展示会出展を支援していない。今後は、展示会出展事業者の販路開拓を支援する。埼玉県のみたまスーパーアリーナにおいて開催される、国内最大級の展示商談会「彩の国ビジネスアリーナ」(平成29年度開催実績:出展小間数819小間・来場者数17,

156人)に向けて、小規模事業者に対して出展支援を行う。展示会への効果的な出展方法(展示方法や来場者へのアプローチ方法など)についてアドバイスを行い、小規模事業者の広域的な販路開拓と認知度の向上を図る。

(2) IT ツール活用支援事業【新規】

現在、SNSの利用者数は増加しており、ホームページに集客するツールとしても主流となっている(※次頁代表的SNSの利用率の推移参照)。SNSを活用し、販売促進に有効利用するために、インターネットに詳しい外部講師を招き、SNSのセミナーを開催し、登録方法や写真撮影のコツなどを説明する。セミナー後は、小規模事業者の情報発信が新規顧客獲得につながるように、販売促進活動を支援する。

※SNSに関するセミナーは、販売促進を積極的に実施する小規模事業者を対象に、商工会ホームページ及びチラシで、募集を行う。1回2時間×1回を1年間1回開催し、5名程度を募集する。

代表的SNSの利用率の推移(全体)

	2012 全体 (N=1500)	2013 全体 (N=1500)	2014 全体 (N=1500)	2015 全体 (N=1500)	2016 全体 (N=1500)
6つのいずれか利用	41.4%	53.0%	62.3%	66.5%	71.2%
LINE	20.3%	44.0%	55.1%	60.6%	67.0%
Facebook	16.6%	26.1%	28.1%	32.5%	32.3%
Twitter	15.7%	17.5%	21.9%	26.5%	27.5%
mixi	16.8%	12.3%	8.1%	6.9%	6.8%
Mobage	12.9%	11.4%	8.6%	6.9%	5.6%
GREE	11.8%	10.0%	6.9%	4.9%	3.5%

(出典)総務省情報通信政策研究所「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

(3) SHIFT 活用支援事業【拡充】

これまでは、ホームページを作成していない小規模事業者を対象に全国商工会連合会が運営するホームページ作成支援ソフト「SHIFT」を活用し、情報発信を支援してきた。しかし、「SHIFT」に掲載することが目的となっており、定期的な更新や個社のホームページ所有へのステップアップを支援してこなかった。今後は、「SHIFT」登録に併せて個社のホームページ新規作成を支援し、情報発信の強化やインターネット販売等の事業展開など、小規模事業者の販路開拓を図る。

(4) メディア活用支援事業【新規】

祭りなどイベントでは、メディアを活用し集客を実施しているが、小規模事業者の個社支援では、プレスリリースを取り入れていない。今後は、事業者が行う新たな取り組み(新商品・新サービスなど)について、プレスリリースの作成支援を行い、マスコミ(地元の市町域の新聞・テレビ埼玉・全国紙等)へ

の情報発信の強化を図る。取り上げてもらうため、プレスリリースのフォーマットを作成し、効率的で効果的な広報活動を支援する。

**(目標)**

項目	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
(1) 展示商談会 出展支援者数	0	2	3	3	3	3
商談成立数	0	1	1	1	2	2
(2) SNS セミナー 件数	0	1	1	1	1	1
登録支援数	0	3	3	3	3	3
売上額 (円)	0	50,000	100,000	150,000	200,000	250,000
(3) SHIFT 登録件 数	44	44	46	48	50	52
商談成立数	0	1	1	2	2	3
(4) プレスリリー ス作成支援	0	5	5	7	7	10
商談成立数	0	1	1	2	2	3

## Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

当地域のブランド化やにぎわいの創出といった地域に密着して事業を行う小規模事業者の振興に直結するものであるため、「面的支援」として関係団体と連携して取り組んでいく。

### (1) 元気回復会議の開催

嵐山町の地域経済の活性化に資する取り組みの方向性を確認する場として、元気回復会議を開催する。

**(事業内容)**

現在、連絡会議は開催しておらず、適宜情報共有を行ってきた。今後はより一層連携するため、嵐山町役場、嵐山町観光協会を構成団体とした連絡会議を開催し、多角的な経営支援のための情報共有を行っていく。必要に応じてその時々、他団体も会議に招聘する。

**(目標)**

項目	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
会議開催回数	2	2	2	2	3	3

### (2) 観光資源の活性化

嵐山溪谷は、観光雑誌の人気バーベキュー場として第1位を獲得した事がある人気ス



ポットである。この知名度を活かした更なる集客の取り組みを支援する。

また、新たな観光資源として期待される『「千年の苑」ラベンダー園』の開園にあたり集客支援を図る。

#### (事業内容)

既に知名度のある「嵐山溪谷」については、観光シーズンに合わせた来場者アンケートを実施するなどして、随時ニーズを適切に把握し、利用客の増加を狙う。また、嵐山こども祭りといった地域イベントとのコラボレーション（会場として使用）や、その周知（広報紙や本会ホームページの活用等）をより積極的に行っていく。

（アンケート内容）どこから来たか、来場手段、目的、嵐山溪谷を選んだ理由、町内を回遊する予定 など

ラベンダー園の開園にあたっては、観光客誘致に成功している北海道富良野町や群馬県沼田市の事例を参考にするとともに、日本各所のラベンダー畑を視察し、密接に指導を仰ぎながら、集客のための取り組みを実践し、『「千年の苑」ラベンダー園』の観光地化を目指す。

#### (目標)

項目	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
嵐山町観光客 来場者数	120,000	120,100	120,200	120,300	122,400	125,500

#### (3) 地域資源を活用した特産品の開発

新たな地域資源として期待される「ラベンダー」を活用した特産品開発を支援していく。また、現在開発中の「ブルーベリーワイン」の販路開拓を支援する。

#### (事業内容)

- ・特産品開発を手掛けてもらえる町内事業者（製造業者・小売業者）を掘り起こし、ラベンダー関連グッズ（ラベンダーの香りがする商品、入浴剤など）の特産品開発を行う。商工会では、特産品の開発支援（I. 5. (3)をはじめとした支援）、また、出来上がった特産品の販路開拓を強力的にバックアップしていくこととし、町内外で行われるイベント等へ事業者と連携して参加するなど、販売機会（紹介機会）の提供を行う。
- ・商工会が関わって開発した「ブルーベリーワイン」の試飲会を開催する等のプロモーション活動（情報発信）を行い、「ブルーベリーワイン」の販路開拓を強力的にバックアップしていく。また、町内外で行われるイベント等へ事業者と連携して参加するなど、販売機会（紹介機会）の提供を行う。

(目標)

項目	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
ラベンダー 特産品開発数	0	1	1	1	2	2
ブルーベリー ワイン売上高(円)	0	100,000	100,000	150,000	150,000	200,000
取扱い店舗	0	1	1	2	2	2

(4) らんざん駅前朝市

集客力の増加と、駅前中心部の地域コミュニティの活性化を図る。

(事業内容)

らんざん駅前朝市は、毎週第3日曜(朝9時から)に嵐山コミュニティーセンター前で実施している。農産物の直売と合わせて、町内の商店も出店し商品販売を行っている。

朝早くにも関わらず、会場は、通常よりお得な商品を求める多くの来場者で賑わう。

今後も継続して事業を実施していく中で、より多くの出店者を募り、商業の活性化や出店者の認知度向上、出店者同士の相互交流を図っていく。



(目標)

項目	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
来場者数	200	220	220	220	240	240
出展者数	10	11	11	11	12	12

※来場者数および出展社数は開催1回あたりのものとする。

### Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

#### 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

県、近隣商工団体、支援機関等と連携し、各地域の小規模事業者の需要動向、支援策や支援ノウハウ等に関する情報交換を行い、支援体制の基盤構築に努める。

- (1) 地域連携会議を埼玉県比企地域の8商工会（東松山市、小川町、滑川町、ときがわ町、川島町、吉見町、鳩山町、東秩父村）でおこない、支援ノウハウ、支援の現状、商業・工業・建設などの業界の動向等について月1回、情報を共有する。
- (2) マル経協議会を日本政策金融公庫川越支店および管内の東松山市・小川町・滑川町・ときがわ町・吉見町・鳩山町・東秩父村・川島町の各商工会でおこない、融資の現状や、商業・工業・建設などの業界の動向等について年2回、情報を共有する。
- (3) 地域内金融機関（埼玉縣信用金庫嵐山支店）との連絡会を年1回おこない、小規模事業者の資金繰りの現状や課題、それに対応するための支援ノウハウ等を共有する。
- (4) 埼玉県商工会連合会との情報交換を随時おこない、施策情報を共有する。また、必要に応じて、よろず支援拠点や中小機構といった支援機関より情報の提供を受けるなどの連携をおこなう。

#### 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

- (1) 小規模事業者の高度化や多様化するニーズに対応するため、埼玉県商工会連合会が主催する各種研修会へ各職員が年3回以上参加する。  
特に現状では、本会職員の開業、経営革新、および情報処理技術のスキルが弱いと考えられるため、全ての職員が開業、経営革新、および情報処理技術に対応できるように、共通に備えておくべき知識として、開業、経営革新、およびITに関する基礎知識を得ることを目標とする。
- (2) 中小企業大学校の主催する研修に、経営指導員が年間1名以上参加することで資質の向上を図る。受講した研修内容については、職員間で支援ノウハウとして共有する。特に、経験の浅い経営指導員は、中小企業大学校において基礎知識を学ぶとともに、経験豊かな経営指導員の協力のもと、OJTで小規模事業者を支援することにより、指導・助言内容や情報の収集方法を学び、伴走型の支援能力の更なる向上を図る。
- (3) 指導内容については、データベース化することで、経営指導員の支援ノウハウを共有し、蓄積する。具体的には、指導対応の都度、カルテを作成するとともに、月に1回、指導員間の情報交換の場を設けることで、支援ノウハウを共有化する。
- (4) 本事業等で支援した小規模事業者の企業概要や支援内容、また前述(3)の情報交換の場で上がった内容について、全ての職員で共有するべく、3か月に1度、職員連絡会議を行う。

### 3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、年1回、以下の方法により、評価検証を行う。

- (1) 中小企業診断士等の外部有識者や嵐山町企業支援課に、本会より事業報告を行い、事業の実施状況・成果の評価、見直しについて提示を受ける。
- (2) 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告するとともに、次年度の方針について承認を受け、決定する。
- (3) 事業の成果・評価・見直しの結果を嵐山町商工会のホームページ ([http://www. syokokai. or. jp/syokokai/ranzan/](http://www.syokokai.or.jp/syokokai/ranzan/)) で計画期間中、公表する。

(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

(平成30年11月現在)

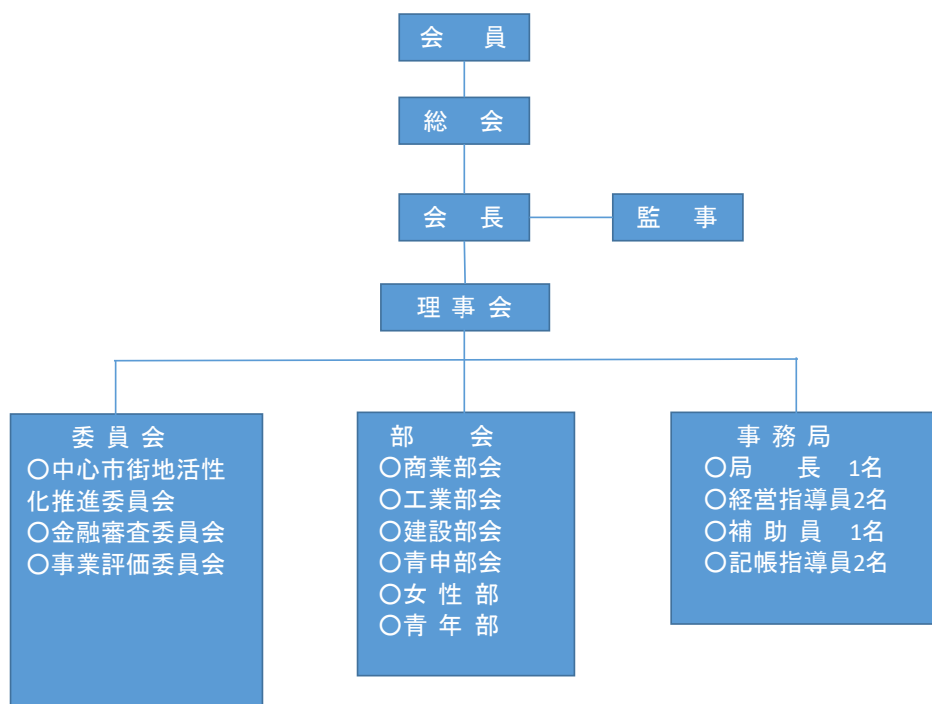
(1) 組織体制

I. 経営発達支援事業を実施する人員

- ・ 事務局長 1 名：事業統括
- ・ 経営指導員 2 名：事業の中核を担い小規模事業者支援にあたる。
- ・ 補助員 1 名、記帳指導員 2 名：記帳等の担当業務から得られる情報をもとにした分析等の支援、および経営指導員の補助にあたる。

経営指導員 2 名を中心に、組織をあげて事業実施にあたる。限られた職員で円滑に事業を進めるべく、既存事業の見直しも併せて行っていく。

II. 嵐山町商工会の組織体制



(2) 連絡先

嵐山町商工会

住所 〒355-0221 埼玉県比企郡嵐山町菅谷 4 4 5 - 1

TEL 0493-62-2895

FAX 0493-62-2879

メール ranzan@syokoukai.jp

HP <http://www.syokoukai.or.jp/syokokai/ranzan/>

(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)

	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	28,530	28,530	28,530	28,530	28,530
経営改善普及事業 (指定事業)					
職員設置費	22,850	22,850	22,850	22,850	22,850
経営支援事業費	4,180	4,180	4,180	4,180	4,180
広域支援事業費	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
総務費	400	400	400	400	400

(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、市町村補助金、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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】</p> <p>各種支援機関と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対してより支援します。</p>
連携者及びその役割
<p>埼玉県商工会連合会 会長：三村喜宏 埼玉県さいたま市大宮区桜木町1-7-5 ソニックシティ7階 役割：専門家派遣</p> <p>埼玉縣信用金庫嵐山支店 支店長：松村克彦 埼玉県比企郡嵐山町大字菅谷427 役割：県制度融資</p> <p>独立行政法人中小企業基盤整備機構 理事長：高田坦史 東京都港区虎ノ門3-5-1 虎ノ門37森ビル 役割：小規模企業共済・経営セーフティ共済</p> <p>埼玉県よろず支援拠点（埼玉県産業振興公社） チーフコーディネーター：越智隆史 埼玉県さいたま市大宮区桜木町1-7-5 ソニックシティ10階 役割：専門家派遣</p>
連携体制図等
<pre> graph TD     A[小規模事業者] &lt;--&gt; 相談・支援  B[支援機関 ○埼玉県商工会連合会 ○よろず支援拠点 ○中小企業基盤整備機構]     C[嵐山町商工会] &lt;--&gt; 連携・支援  B     C &lt;--&gt; 連携  D[埼玉縣信用金庫 嵐山支店]     D &lt;--&gt; 連携  B     A &lt;--&gt; 支援 相談  C     </pre>

(別表 4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>当地域のブランド化やにぎわいの創出といった地域に密着した事業を行う小規模事業者の振興への「面的支援」として関係団体と連携して取り組んでいきます。</p>
連携者及びその役割
<p>嵐山町役場 町長：岩澤 勝                      埼玉県比企郡嵐山町大字杉山1030番地1                      役割：支援情報の共有および連携、観光・特産品開発、商工会支援</p> <p>一般社団法人 嵐山町観光協会 会長：吉場 道雄                      埼玉県嵐山町菅谷100-4 ステーションプラザ 嵐なび                      役割：観光・特産品開発</p> <p>埼玉縣信用金庫嵐山支店 支店長：松村 克彦                      埼玉県比企郡嵐山町大字菅谷427                      役割：支援情報の共有および連携</p>
連携体制図等