

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	毛呂山町商工会（法人番号 2030005011046） 毛呂山町（地方公共団体コード 113263）
実施期間	令和 5 年 4 月 1 日～令和 10 年 3 月 31 日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】小規模事業者の経営基盤を強化するための計画経営の推進を支援することにより、地域産業の活性化を図る。 【目標②】小規模事業者の生産性向上や技術革新を実現する DX（IT 利活用）を支援することにより、地域全体の競争力を向上させる。 【目標③】小規模事業者が特産品等の地域資源を活用した商品・サービス等の開発・販売を支援することにより、個性あふれるまちづくりを実現する。 【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みを図る。
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること ・地域経済分析システム（RESAS）の分析による地域の経済動向に関する情報の提供。 4. 需要動向調査に関すること ・街づくり会社の㈱もろやま創成舎と連携した消費者アンケート（需要動向）調査によるマーケティング及び消費者ニーズの把握。 5. 経営状況の分析に関すること ・巡回や窓口支援、セミナーを通じ、ヒアリングや提供資料を基に実施する経営課題の抽出と解決に向けた経営分析。 6. 事業計画策定支援に関すること ・経営課題・経営の方向性をもとに、専門家等と連携した事業計画の策定を支援。 ・DX や IT ツールの活用を推進するためのセミナー開催や専門家派遣による支援。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・事業計画の進捗状況の把握と、改善点や支援策等のフォローアップ。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・展示会・商談会への出展支援による新たな取引先の獲得。 ・㈱もろやま創成舎と連携したテストマーケティングによる新たな販路開拓。 ・IT を活用した販路開拓に意欲的な事業所に対しハンズオン支援による新規顧客の獲得。
連絡先	毛呂山町商工会 〒350-0465 埼玉県入間郡毛呂山町岩井西 4-6-16 TEL: 049-294-1545 FAX: 049-294-1557 E-mail: info@moronet.com 毛呂山町 産業振興課 商工観光係 〒350-0493 埼玉県入間郡毛呂山町中央 2-1 TEL: 049-295-2112 FAX: 049-295-0771 E-mail: sangyou@town.moroyama.lg.jp

経営発達支援計画

1. 目標

①現状

毛呂山町（以下、当町）は、埼玉県南西部に位置し、総面積 34.07k m²で東西約 9km、南北約 7.5km に広がる。くびれた鼓状の形状は、山地と平野を有する多様な地形で、穏やかな気候と豊かな自然に恵まれている。



A map of the Maoyamachi area. Maoyamachi is highlighted in pink. Surrounding areas are labeled: 群馬 (Gunma) to the north, 栃木 (Tochigi) to the northeast, 茨城 (Ibaraki) to the east, 千葉 (Chiba) to the southeast, 東京 (Tokyo) to the south, 山梨 (Yamanashi) to the southwest, and 長野 (Nagano) to the west. A compass rose is in the top left, and a scale bar (0-20km) is in the bottom left.

なお、毛呂山町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

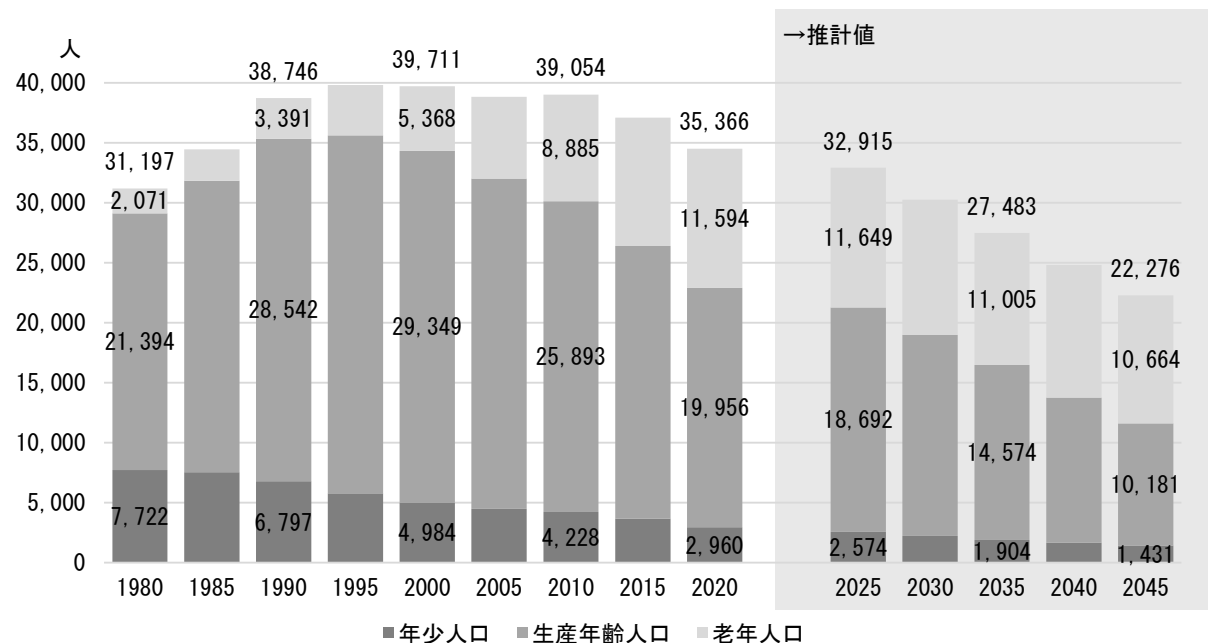
イ 人口

令和 4 年 8 月 1 日時点の人口は 32,740 人である（住民基本台帳）。

国勢調査の結果を基に人口推移をみると、総人口は減少傾向となっている。

年齢別人口について将来の推移をみると、年少人口と生産年齢人口は減少傾向、老年人口は横ばい～減少傾向で推移することが予測されている。

高齢化率は、令和 2（2020）年の 32.8%から令和 27（2045）年には 47.9%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 56.4%から令和 27（2045）年には 45.7%に低下する見込みである。



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

ウ 特産品

当町は日本最古といわれる“ゆず”の産地である。香りが高いのが特徴で、その風味を生かした加工品などが数多く作られている。自然豊かな環境で生産される卵も自慢の一品である。

主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品名	概要
桂木ゆず	生産者が直接販売する直売所は多くの人でにぎわう。ジャム、まんじゅう、うどんなど加工品の数は 30 品目（平成 30 年度）にのぼる。
卵	農林大臣賞を 2 度受賞した毛呂山ブランドの一つ。自然豊かな環境で生産された卵は滋養豊かでミネラルをたっぷり含んでいる。
酒	毛呂山の良質な水ときれいな空気が造る酒。また、厳選されたゆずをたっぷり使用した酒やワインもあり、ゆず本来の酸味と程よい苦みが楽しめる。

エ 観光資源

当町は自然が豊かであり、歴史の古い町である。国の重要文化財にも指定されている出雲伊波比神社では、約 950 年の歴史を誇る流鏝馬が年に 2 回行われ多くの観光客でにぎわう。町内には、鎌倉時代に鎌倉と関東諸国や信濃、越後、陸奥を結ぶ主要道路だった鎌倉街道上道が通るが、県内でも保存状態がとても良く、文化庁の「歴史の道百選」に選ばれ、令和 4 年 6 月には国の史跡に指定するよう文部科学大臣に答申されている。また、四季を通じて豊かな自然が楽しめるハイキングコースやオートキャンプ場、初心者向けのパラグライダーが楽しめる施設があり、都心部からのアクセスも便利のためアウトドアが気軽に楽しめる。主な観光資源は次表のとおりである。

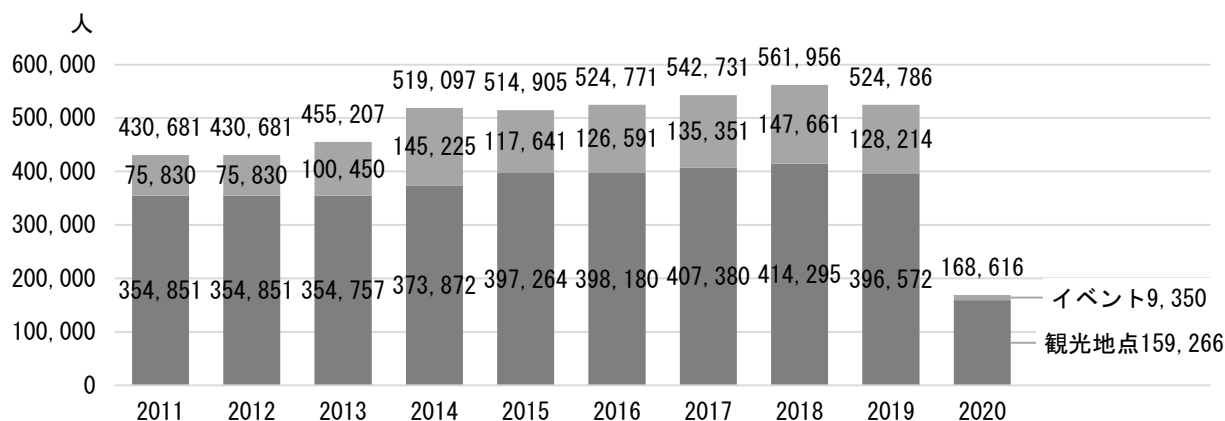
■主な観光資源

観光資源名	概要
流鏑馬	春と秋の2回行われる。県内で毎年行われるのは毛呂山町のみである。秋の流鏑馬は全国でも珍しく、15歳前後の子供が「乗り子」と呼ばれる射手を務める。
鎌倉街道上道	街道筋には当時を思わせる史跡や逸話が数多く残っており、街道跡の保存状態も極めて良好であるため、多くの歴史ファンが訪れる。
鎌北湖	「乙女の湖」とも呼ばれ、桜や紅葉の名所。へらぶな釣りが楽しめる。奥武蔵自然歩道の起点となっているため、ハイキングを楽しむ人が多く訪れる。

オ 観光入込客数の推移

令和2（2020）年度の観光入込客数は168,616人である。

推移をみると、長期的には増加傾向にあった観光客数が、令和2（2020）年の新型コロナウイルス感染症により急減していることが読み取れる。



出典：埼玉県「埼玉県観光入込客統計」

カ 産業

(a) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

当町の商工業者数は、平成24年が1,141社、平成28年が1,113社である。

小規模事業者数は平成24年が864者、平成28年が847者であり、4年間で2.0%減少している。産業別に減少率をみると、情報通信業△50.0%、建設業△13.5%の減少率が高くなっている。一方、医療、福祉（71.4%）、他サービス業（6.1%）、宿泊・飲食業（4.1%）では増加がみられる。

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成24年									
事業所数	136	112	5	269	196	77	254	92	1,141
小規模事業所数	133	93	4	181	145	28	196	84	864
平成28年									
事業所数	116	103	4	245	204	98	265	78	1,113
小規模事業所数	115	88	2	166	151	48	208	69	847
増減(H28年-H24年)									
事業所数	△20	△9	△1	△24	8	21	11	△14	△28
増減割合	△14.7%	△8.0%	△20.0%	△8.9%	4.1%	27.3%	4.3%	△15.2%	△2.5%
小規模事業所数	△18	△5	△2	△15	6	20	12	△15	△17
増減割合	△13.5%	△5.4%	△50.0%	△8.3%	4.1%	71.4%	6.1%	△17.9%	△2.0%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(b) 業種別の現状と課題

i_商業

商業については、90年代後半から大型店（ヤオコー、カインズホーム、ベルク、いなげや、ライフの5店舗）が各駅付近に進出したことにより、町内での最寄品の購買力が回復している。令和4年6月には武州長瀬駅前に売場面積10,000平米を超えるスーパーを核としたイオンタウンがオープンし、その影響もあり、町中心部にあったライフが撤退。跡地には家電やディスカウントショップが出店する予定である。また、令和4年10月には1,000平米を超えるドラッグストアが開店するなど、商業環境が大きく変わるものと予想されている。

一方、7つある商店街は購買力の弱さ、事業主の高齢化、後継者不足等により廃業が多く、商店の減少により、商店会自体も存続できなくなってきており、また新型コロナウイルス感染症の影響もあり、商店会活動を休止している。

また、坂戸市や川越市、さらにその先の池袋など東京都内へのアクセスの向上により買回品の顧客が流出している。今後は、購買力の流出、大型店同士の競争により中心市街地ある大型店の撤退による空洞化等が懸念されている。

飲食店に関しても、事業者の経費削減による宴会の減少、学生のアルコール離れ、外食から内食への意識の変化、新型コロナウイルス感染症の影響による地元医大関係者の外食自粛など、環境の変化により売上が減少している。このような状況のなかで、経営者の高齢化や後継者不在により、廃業をする事業者も多くなっている。

町内の小規模事業者においては、このような商業環境の変化や消費ニーズの変化に対応した経営が課題となっている。また、地域としては、事業承継や創業の推進による地域の活力維持が課題となる。

ii_工業

工業については、昭和55年から比べて事業所が4割減少しており、雇用者数についても当時の半分を割り込んでいる。製造品等出荷額についても減少しているが、平成19年頃からは下げ止まっている。

当町には、建築用金属製品を日本で初めて製造した三和タジマ株式会社があり、建物金具を扱う事業者が多い。また、電機製品の放熱処理板で日本有数のシェアを持つ株式会社丸三電機の生産拠点があるなど、一部ではあるが金属加工の集積がみられる。

毛呂山町としても工業企業の誘致を目指し、毛呂山町企業誘致促進条例で優遇制度を制定し、東部地区及び南部地区に都市計画法により工業・物流の指定を行った。こうした動きによりリネンサプライ企業が進出を決定した。また、川角地区で6.2万平米の物流倉庫の建設も始まっている。さらに南部地区にも物流倉庫を作る計画が動き出している。新型コロナウイルス感染症の影響の出口が見え始め、飯能寄居線バイパスの開通や坂戸西スマートインターの開通により関越自動車道へのアクセスが向上したこともこの一因にある。

町内の小規模事業者においては、①価格競争力が低く利益を出せない、②下請事業者が多いため受注量が取引先に左右される、③設備投資が進まない（特にIT活用が遅れている）、④人手不足により技術の承継が進まないことなどが課題となっている。

iii_建設業

建設業については、小規模な建設業が多く、公共工事の発注額も減少し、廃業する事業者が増加している。

また、人手不足や原材料価格の上昇、原材料の仕入難などといった状況も利益を押し下げる要因となっている。

町内の小規模事業者においては、サービスの高付加価値化などへ向けた新たな取組などを行うことが課題となっている。

キ 第五次毛呂山町総合振興計画

「第五次毛呂山町総合振興計画（平成 27 年度～令和 6 年度）」の商工・観光に該当する箇所は下表のとおりである。

小規模事業者支援の視点からみると、商工業では、町内への企業進出や新たな雇用の創出、町内産業の活性化が方向性として示されている。また、観光では、町内で食事をする人や土産品を購入する人を増やすことによる町の活性化が掲げられている。

■基本構想（平成 27 年度～令和 6 年度）

基本理念	基本理念 1 毛呂山町の個性あふれるまちづくり 基本理念 2 安全で安心に暮らせるまちづくり 基本理念 3 協働によるまちづくり
将来都市像	輝く緑 輝く瞳 輝くまち もろやま

■後期基本計画（令和 2 年度～令和 6 年度）

第 1 編 第 2 章 第 4 節 基本方向 4：活力と夢のある産業のまちを創る 施策 特産品の開発・PR と地場産業の育成支援 商工会などと協力し、特産品の開発・PR に努めます。また、毛呂山町の特産物については、今後も販路拡充、PR 及び生産品質向上に向け、各関係機関と連携を図り事業を実施するとともに、後継者の育成を図ります。
第 2 編 第 4 章：活力と夢のある産業のまちを創る 第 2 節 商工業 企業誘致／商店街の振興／経営体質の強化／コミュニティビジネスの支援／若者の就労促進 第 3 節 観光 観光 PR の充実／観光施設・ルートの整備／特産品の開発・PR と地場産業の育成支援／協働による観光の推進

■第 2 期毛呂山町総合戦略（令和 2 年度～令和 6 年度）

基本目標	施策に関する基本的な方向	具体的施策
産業の活性化と雇用の創出	○企業誘致の推進による地域経済の発展 ○地場産業の振興と人材の育成	①企業誘致の推進や町内産業の活性化 ②農業・産業後継者の支援及び育成
新しい人の流れの創出	○市町村交流の促進 ○新たな交流や観光の推進 ○定住促進のための環境整備 ○シティプロモーションの推進	①市町村交流の促進 ②新しい交流や集客の推進 ③定住を促進する支援制度の充実や住環境の整備 ④毛呂山町の魅力発信

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず、人口をみると、当町の人口は平成 7（1995）年頃より減少傾向に転じており、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。商業事業者にとっては、ターゲットの見直しなどによる、町内人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。

さらに、年齢 3 区分別人口をみると、高齢化率が上がり、消費構造が変化していくことから、この変化への対応が課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、デジタル化等による生産性向上等やその先の技術革新への取組が必要となる。

特産品では、当町は日本最古といわれる“ゆず”の産地であり、加工品などが数多く作られている。また、自然豊かな環境で生産される卵も自慢の一品である。小規模事業者においても、これら特産品を活用した加工品の開発・販売が期待されている。

観光面では、当町は自然が豊かであり、歴史の古い町である。国の重要文化財にも指定されている出雲伊波比神社では、約 950 年の歴史を誇る流鏑馬が年に 2 回行われ、多くの観光客でにぎわう。また、近年はハイキングコースやオートキャンプ場などが観光客を惹きつけている。一方、小規模事業者に目を向けると、多くの事業者はこれら観光客需要の獲得が十分でないと感じる。そのため、観光客需要の獲得がひとつの課題となる。

業種別の事業所数の推移をみると、小規模事業者数は、平成 24 年が 864 者、平成 28 年が 847 者であり、4 年間で 2.0%減少している。そのため、創業と事業承継支援による小規模事業者数・従業者数の維持が課題となる。

業種別の課題をみると、①商業では、令和 4 年 6 月に武州長瀬駅前に売場面積 10,000 平米を超えるスーパーを核としたイオンタウンがオープンし、さらに令和 4 年 10 月には 1,000 平米を超えるドラッグストアが開店するなど、商業環境が大きく変わるものと予想されている。小規模事業者においても、このような商業環境の変化や消費ニーズの変化に対応した経営（大型店との差別化や大型店の集客力を自店の集客に繋げる仕組みづくりなど）が課題、②工業では、価格競争力を高め利益を出せるようにすること、下請けからの脱却による新規取引先の獲得、IT 活用をはじめとする設備投資、技術の承継などが課題、③建設業では、サービスの高付加価値化などへ向けた新たな取組などが課題となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

毛呂山町では、平成 27 年に「輝く緑 輝く瞳 輝くまち もろやま」を将来像とした第五次毛呂山町総合振興計画および総合戦略を策定し、令和 2 年度から始まる第 2 期毛呂山町総合戦略において「産業の活性化と雇用の創出」「新しい人の流れの創出」「若い世代の希望をかなえる」「安心して暮らせる魅力あるまちづくり」の 4 つの基本目標を定めて施策を推進している。

当会による小規模事業者支援という側面で見ると、上記を実現するためには、既存の小規模事業者が経営基盤を強化し持続的経営を行えるようにすることや、創業や事業承継により産業の衰退を食い止めることが最も重要であると考え。また、事業者の経営体質の強化にあたっては、DX（デジタルトランスフォーメーション）の活用、特産品の活用、観光需要の獲得や大型店の集客力の活用なども視野に入れる必要がある。

そこで、当会では以下を「10 年後の小規模事業者のあるべき姿」と定め、これらに取り組む事業者に対しては重点的に支援を実施する。

<10 年後の小規模事業者のあるべき姿>

- ①小規模事業者が計画経営に転換し、経営基盤を強化していること
- ②創業や事業承継が活性化し、町内の小規模事業者数や従業者数が維持できていること
- ③小規模事業者が DX の活用による生産性の向上や、その先の技術革新を実現していること
- ④小規模事業者が特産品等の地域資源を活用した商品・サービス等を開発・販売していること

②第五次毛呂山町総合振興計画との連動性・整合性

前項<10 年後の小規模事業者のあるべき姿>における「①小規模事業者が計画経営に転換し、経営基盤を強化していること」「②創業や事業承継が活性化し、町内の小規模事業者数や従業者数が維持できていること」「③小規模事業者が DX の活用による生産性の向上や、その先の技術革新を実現していること」は、第 2 期毛呂山町総合戦略の基本目標である「産業の活性化と雇用の創出」と連動性・整合性がある。

また「④小規模事業者が特産品等の地域資源を活用した商品・サービス等を開発・販売していること」は、第 2 期毛呂山町総合戦略の基本目標である「新しい人の流れの創出」と連動性・整合性がある。

③商工会としての役割

当会は、昭和 35 年に創立以来、当町全域を管轄とした地域の総合的経済団体、地域の小規模事業者支援機関として経営改善普及事業を中心に、経営革新計画の策定支援、創業支援、小規模事業者持続化補助金による販路開拓支援等に重点を置き支援を行ってきた。しかし、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、大型店の新規出店、新型コロナウイルスの影響等により、経営環境がさらに厳しい状況になることが予想される。そのため、本会が主導的な役割を担い小規模事業者の経営力を強化するために「経営分析」「課題発見」「解決手法の提案」「フォローアップ」といった一連の伴走型支援を行い 1 者でも多くの小規模事業者の持続的な発展を促していくことが当会の役割である。

また、地域の課題やニーズを施策に反映できるよう行政や関係機関との連携を強化し、イベント等による特産品開発、販路開拓など地域経済の振興に寄与する。

(3) 経営発達支援事業の目標

前述の「地域の現状及び課題」、「10 年程度の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」で記載した内容を踏まえ、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以下のとおり 4 項目を目標とする。

【目標①】

小規模事業者の経営基盤を強化するための計画経営の推進を支援することにより、地域産業の活性化を図る。

【目標②】

小規模事業者の生産性向上や技術革新を実現する DX（IT 利活用）を支援することにより、地域全体の競争力を向上させる。

【目標③】

小規模事業者が特産品等の地域資源を活用した商品・サービス等を開発・販売することを支援することにより、個性あふれるまちづくりを実現する。

【目標④】

上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る。

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10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

小規模事業者の計画経営の推進のために、事業計画の策定を支援する。具体的には、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにし、同時に RESAS による地域データの分析を通じて外部環境を整理する。なお、経営分析では、財務データ等からみえる表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。次に、これらの分析結果を活用しながら、事業計画の経営方針や具体的な取組内容を事業計画にまとめる支援を実施する。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。これら PDCA を回しながら、事業者計画経営の必要性を認識させ、将来的には事業者自身が自主的に計画経営を実施できるように導く。

【目標②達成のための方針】

DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、実際に DX に向けた IT ツールの導入や Web サイト構築等の取組を推進していくことを目的に、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては、IT 関連セミナーや IT 専門家派遣を実施する。また、IT を活用した販路拡大を志向する事業者に対しては、経営指導員や IT 専門家によるハンズオン支援を実施し、売上拡大が実現するまで伴走型で支援を実施する。これらの支援を実現するため、経営指導員が DX や IT 利活用に関する資質向上を行い、実効力を向上させる。

【目標③達成のための方針】

特産品等の地域資源を活用した商品・サービス等を開発に向けて、需要動向調査を実施し、商品のブラッシュアップに繋げる。また、さいしんビジネスフェアへの出展支援を行うなど、販売促進までをワンストップで支援する。

【目標④達成のための方針】

経営分析、事業計画の策定、策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。

また、これを実現するために、経営指導員等の資質向上を実施する。

1. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が事業計画を作成するにあたっては、外部環境の変化（地域の経済動向）を整理することが重要である。当会ではこれまで、事業計画策定時などの個社（者）支援時に地域の経済動向を分析してきたが、結果を広く公表はしていなかった。

【課題】

今後は、RESAS を活用した地域の経済動向分析を通じて外部環境を整理し、広く小規模事業者に提供する必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
地域の経済動向分析の公表回数	HP 掲載	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

事業名	地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）
目的	地域の小規模事業者が町内の状況（経営環境の変化等）を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とする。
調査の内容	地域経済分析システム（RESAS）の内容のなかで、地域の小規模事業者が活用してもらいたい項目を分析し、レポートにまとめたうえで公表する。
調査を行う項目	地域経済循環マップ・生産分析 → 何で稼いでいるか等を分析 まちづくりマップ・From-to 分析 → 人の動き等を分析 産業構造マップ → 産業の現状等を分析 等
調査の手段・手法	経営指導員が外部専門家と連携し、RESAS の情報を網羅的にみて、事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者が見やすいレポートにまとめる。
調査結果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表し、広く管内事業者へ周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域資源を活用した商品やサービス等を開発においては、顧客ニーズを捉えた商品等の開発・ブラッシュアップが重要である。一方、小規模事業者の多くには、この顧客ニーズを捉えるための需要動向調査の機会がない。また、当会でも、このような調査支援は実施してこなかった。

【課題】

売れる商品づくりを目的に、顧客ニーズを捉えるためのマーケティング調査を支援する必要がある。

(2) 目標

項目	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
新商品・サービスのマーケティング調査 調査対象事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

事業名	新商品・サービスのマーケティング調査
目的	毛呂山町では、地域資源を活用した新たな商品開発（桂木ゆず※1を活用した食料品等）を推進しており、これにチャレンジする小規模事業者もみられる。また、小規模事業者のなかには、新たな取組を実施するために経営革新計画にチャレンジする事業者もみられる。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、開発した商品やサービス（以下、商品等）のブラッシュアップに資するマーケティング調査が実施できていない。そこで、小規模事業者が開発する商品等について、顧客から評価を得るような支援を実施。顧客の声を取り入れた商品等のブラッシュアップを行うことで売れる商品づくりに繋げる。
対象	小規模事業者が開発した商品やサービス（特に地域資源を活用した新たな商品を重点支援）、2 商品/年（1 者あたり 1 商品）を対象とする。

調査の手段・手法	個社（者）の商品等のアンケート調査を実施する。アンケートは、地域資源を活用した食品等であれば町外の消費者を対象、町内で提供するサービスであれば店頭で行うなど、商品特性や販売ターゲットに合わせた場所を設定して実施する。実施にあたっては、1 商品あたり 30 名以上の消費者からアンケート票を回収する。なお、地域資源を活用した食品等のアンケート実施にあたっては、株式会社もろやま創成舎※ ² と連携して実施することも想定している。
調査を行う項目	≪食品の場合≫ ☐ 商品の総合評価（直感的な評価） ☐ 味 ☐ パッケージ ☐ 独自性（毛呂山らしさ） ☐ 価格 ☐ 購入意向 ☐ その他改善点 等 ≪サービスの場合≫ ☐ サービスの総合評価（直感的な評価） ☐ サービスの内容 ☐ 独自性 ☐ 価格 ☐ 今後もサービスを受けたいか ☐ その他改善点 等
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が専門家と連携しながら分析を行う。分析では、各項目について男女別、年齢別にクロス集計を実施。結果から商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者と共に改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

※1 桂木ゆず

毛呂山町は奈良時代から柚子を栽培していたとされる言い伝えがあり、日本最古の栽培柚子生産地として地域商標制度により「桂木ゆず」を商標登録している。

※2 株式会社もろやま創成舎

地域振興や事業投資に取り組む街づくり会社である。令和 2 年に毛呂山町や金融機関、地元企業の出資で設立された（当会も出資している）。ひとつの事業として「毛呂山町へのふるさと納税を増やす取り組み」があり、これを実現するために魅力的な返礼品の品数を増やすなどを目指している。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

計画経営を推進するためには、事業計画の策定が必要である。事業計画には「現状の姿」と「理想の姿」から、そのギャップを埋めるための取組を記載する。一方、多くの小規模事業者は、この「現状の姿」を把握できていない。「現状の姿」を把握するためには経営分析が有効であるが、当会としても経営分析単独のサービスは提供できていなかった。また、事業計画策定等の際に経営分析を行う際も、表面的な分析に留まっていることも多く、必ずしも事業者の本質的な課題までは抽出できていなかった。

【課題】

小規模事業者が「現状の姿」を把握できるよう、新たに経営分析サービスを広く提供することが課題である。また、これまで表面的な分析もみられたことから、今後は事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置いた経営分析を実施する必要がある。

(2) 目標

経営分析支援を町内の小規模事業者に広く提供することを目標とし、5 ヶ年計画において、町内小規模事業者（約 850 者）の 10%にあたる 85 者の経営分析を目指す。これを実現するため、重複（1 度経営分析を実施した後、数年後に改善されたかを確認するためにもう 1 度経営分析を実施等）を考慮し、5 ヶ年で 100 者の経営分析を目標値と設定する。

項目	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
経営分析事業者数	－	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社（者）支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおりである。分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、クラウド型支援サービス（BIZ ミル等）、経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。 ■経営分析を実施する項目 財務分析：直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析 非財務分析：強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産 など） 機会・脅威（競合、業界動向 など） その他（デジタル化・IT 活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など） ※非財務分析は事業者との対話を通じて実施する
分析結果の活用方法	・経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）上に分析結果を集約し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の多くは勘と経験による経営を行っている。そこで、本計画では、小規模事業者の計画経営への転換を進めることをひとつの目標としている。これを実現するためには、小規模事業者に広く事業計画の必要性を周知する必要があるが、当会ではこのような取組を実施できていなかった。

【課題】

小規模事業者に広く事業計画の必要性を周知する必要がある。そのために、経営分析を実施した事業者に対し、事業計画の策定を提案する。これにより、今後5ヵ年において町内小規模事業者の10%に対し、事業計画策定を提案することができる。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

事業計画の策定支援では、経営分析件数の7割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、IT化を推進するためのIT関連セミナーの開催やIT専門家派遣を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

項目	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
事業計画策定事業者数	13 者	14 者	14 者	14 者	14 者	14 者
IT 関連セミナーの開催回数	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援					
目的	「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。なお、事業計画策定事業者に対して、DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、また実際に DX に向けた IT ツールの導入や Web サイト構築等の取組を推進していくために IT 関連セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。					
支援対象	・経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者 ・金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者 ・経営革新や事業再構築、地域資源を活用した新たな商品・サービス開発を行う事業者 ・補助金や DX 支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者 等					
対象事業者の 掘り起こし	・経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する。 ・補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 ・経営革新や事業再構築、地域資源を活用した新たな商品・サービス開発を行う事業者 に対し事業計画策定を提案する。					
支援の手段・ 手法	事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の 2 つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。 なお、事業計画において、DX や IT ツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に IT 関連セミナーや IT 専門家派遣を実施する。 ■ IT 関連セミナー					
	対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者や経営分析を実施した事業者に対しては個別に周知を行う。				
	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知				
	回数	年 1 回				
	講師	IT 及び事業計画の双方に強い専門家を招聘				
	カリキュラム	カリキュラムのなかに「IT 関連」及び「事業計画」の双方をいれることで、DX に向けた IT ツールの導入等の取組が記載された事業計画の策定を推進する内容とする。 《第 1 部》 テーマ：IT 関連 DX とは何か？／最新 IT ツール紹介／IT 活用事例 《第 2 部》 テーマ：事業計画 経営分析／経営課題ごとに使える IT ツール 事業計画の策定／IT 導入に使える補助金 等				
	想定参加者数	10 人/回				

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、事業計画策定後の実施支援が不十分であり、事業計画が形骸化することもあった。また、売上増加や利益増加といったアウトカムにまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

【課題】

計画経営を推進するために、事業計画の PDCA を回す必要がある。また、フォローアップ支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合が 35%、経常利益増加割合が 20%※（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目標とする。

フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

※当会が経営支援を行っているなかで、売上が増加している小規模事業者の割合は 2 割程度、利益が増加している事業者の割合は 1 割程度と感じている。そこで、本計画では、経営分析～事業計画策定～フォローアップという支援を徹底的に行い、支援対象者のうち売上が増加する事業者の割合が 35%、利益が増加する事業者の割合が 20%となることを目指す。

(3) 目標

項目	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
フォローアップ対象事業者数	-	14 者	14 者	14 者	14 者	14 者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (56 回)	四半期毎 (56 回)	四半期毎 (56 回)	四半期毎 (56 回)	四半期毎 (56 回)
売上増加事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
経常利益増加事業者数	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・ 手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やししながら軌道に乗せるための支援を実施する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」「人材不足」等の理由により、IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。当会では、これまでも事業者の販路開拓を支援してきたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていなかった。また、IT を活用した販路開拓等の支援ができていなかった。

【課題】

各事業の成果が明確でなかったことから、今後はその成果目標を明確にし継続的な支援を実施する必要がある。また、これまで DX に関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くは IT を使った販路開拓等が遅れていることから、IT を活用した販路開拓として、IT 活用の実行支援を実施する。なお本事業は、事業者が新たな需要を獲得するきっかけづくりを提供するという考え方で実施する。そのため、各事業の効果として、実際に効果が上がることを示しながら、将来的には事業者が自主的に取り組めるよう道筋を作る。

(3) 目標

項目	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
①展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②株式会社もろやま創成舎と連携したテストマ ーケティング支援事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上高/者	-	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
③IT 活用の実行支援事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
(BtoB の場合) 成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
(BtoC の場合) 売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①展示会・商談会の出展支援（BtoB）

事業名	展示会・商談会の出展支援
目的	特に、BtoB 取引の事業者にとって、展示会や商談会は新たな取引先の獲得が有効である。一方、小規模事業者は独自に展示会・商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に展示会・商談会の参加支援を実施する。
展示会等 の概要/ 支援対象	年度によって、以下のいずれかの展示会・商談会の出展支援を行う。 ア 彩の国ビジネスアリーナ 支援対象：主に製造業 訴求相手：埼玉県全域の事業者 さいたまスーパーアリーナを会場に、埼玉県、公益財団法人埼玉県産業振興公社、公益社団法人埼玉県情報サービス産業協会、県内金融機関が主催する、首都圏最大級の産・学・官・金連携による展示商談会である。中小企業の受注確保・販路開拓、技術力向等を目的とし、広域的な企業間ネットワーク形成による新たなビジネスチャンス創出の場を提供する。令和 4 年 1～2 月はオンライン開催され、302 企業・団体が出展、来場者数 16,819 名を数えた。 イ さいしんビジネスフェア 支援対象：業種を問わない 訴求相手：埼玉県全域の事業者 埼玉縣信用金庫が主催する展示会である。埼玉県内の中小企業に対するビジネスマッチングによる販路拡大の機会の提供と、埼玉県の食・物産・伝統工芸品を広く一般消費者に紹介することを目的としている。2019 年度（コロナ禍前）は、来場者数 15,098 名、出展者数 265 団体・企業、個別商談会バイヤー企業数 67 企業、商談実施件数約 2,900 件（うち、バイヤーとの商談実施件数 約 300 件）の実績がある。
支援の手 段・手法	本支援は、自社独自に展示会・商談会に出店が難しい小規模事業者を支援する目的で実施する。そのため、これまで展示会・商談会への出展経験がない（少ない）事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、展示会等に出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行う。具体的には、出展者の募集だけでなく、出店前に効果的な展示方法、短時間での商品

	等アピール方法、商談シート（FCPシート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等、出展後の商談相手に対するフォロー方法等をワンストップで指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

②株式会社もろやま創成舎と連携したテストマーケティング（BtoC）

事業名	株式会社もろやま創成舎と連携したテストマーケティング
目的	小規模事業者が地域資源を活用した新たな商品を開発しても、すぐにテストマーケティングを行うことは難しい。そこで、当会においてテストマーケティングの機会を提供し、商品の販売促進や認知度向上を図る。
支援対象	地域資源を活用した新たな商品を開発した事業者
訴求相手	町外の消費者
支援内容	株式会社もろやま創成舎の持つネットワークを活用してテストマーケティングを実施する。
支援の手段・手法	地域資源を活用した新たな商品を開発する事業者を掘り起こす。その後、株式会社もろやま創成舎と連携し、テストマーケティングを実施する。実施後は、株式会社もろやま創成舎に正式な商品として取り扱われる（ふるさと納税の返礼品等）ように支援を行うだけでなく、事業者が独自に販路を開拓できるような支援を実施する。
期待効果	売上拡大を狙う。

③IT活用の実行支援（BtoB、BtoC）

事業名	IT活用の実行支援
目的	現代において、ITを使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取組が遅れている。そこで、自社独自ではITの利活用が難しい事業者に対しオーダーメイド型の支援を実施し、新規取引先の獲得を目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず） ※事業計画を策定した事業者を重点的に支援
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	ITを活用した販路開拓といっても、実施したい内容は各事業者で異なる。そこで、各事業者の実施したい内容を基にオーダーメイド型の支援を実施する。具体的には、ITを活用した販路開拓（ホームページ制作、ECサイト利用、SNSの活用等）に意欲的な事業者に対し、経営指導員やIT専門家によるハンズオン支援を実施する。
支援の手段・手法	経営分析支援や事業計画策定支援の際にITを活用した販路開拓を行いたい事業者を掘り起こす。その後、経営指導員やIT専門家によるハンズオン支援を実施する。具体的には、ITを活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿ったIT導入～運用支援を行う。これらの支援により新規顧客の獲得を目指す。
期待効果	BtoBの場合：新たな取引先の獲得を狙う、BtoCの場合：売上拡大を狙う。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、経営改善普及事業における事業者の支援状況は、会内で評価するに留まっており、第三者の視点を入れた評価・事業の見直しなどはなされていなかった。

【課題】

今後は、当会や毛呂山町だけでなく、第三者として外部有識者を入れた「経営発達支援事業 評価会議」により本事業の成果を確認し、PDCAを回しながら事業を推進する必要がある。

(2) 事業内容	
事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCA を回す仕組みを構築する。
事業評価の手段・手法	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】（事業の計画・見直し） (a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 (b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。 【DO】（事業の実行） (c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。 (d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に適時入力する。 【CHECK】（事業の評価） (e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。 (f) 四半期毎の定期ミーティングにて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。 (g) 年 1 回の「経営発達支援事業 評価会議」にて、外部有識者等からの評価を受ける。 ※「経営発達支援事業 評価会議」の実施の流れ i 毛呂山町産業振興課長、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援事業 評価会議」を年 1 回（2 月）開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）にて定量的に評価を行う。 ii 当該「経営発達支援事業 評価会議」の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当会ホームページ（http://www.moronet.com/）へ掲載（年 1 回）することで、地域の小規模事業者等が常に関覧可能な状態とする。 【ACTION】（事業の見直し） (h) 「経営発達支援事業 評価会議」の評価を受け、年 1 回、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、経営改善普及事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となり実行している。

【課題】

本計画の成果をあげるためには、経営支援員（一般職員）も含めた組織全体の支援力向上が必要である。このために、経営支援員（一般職員）も含めた資質向上、OJT 等を実施することが課題である。

(2) 事業内容

① 経営指導員のみならず経営支援員（一般職員）も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	経営指導員、経営支援員（一般職員）
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得する
不足能力の特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 - 経営分析、事業計画策定、フォローアップにより、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力 - 展示会等や IT を活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力

	・DXに向けたIT・デジタル化の支援を行う能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上
内容	経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・手法により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、経営支援員（一般職員）も含めて積極的に参加する。 ア 小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて 埼玉県商工会連合会の経営指導員研修などの上部団体等が主催する研修に参加する他、独自、もしくは近隣の商工会と共同で外部講師を招聘した研修を開催する。 イ DXに向けたIT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。 ＜DXに向けたIT・デジタル化の取組＞ i) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組 RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等 ii) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組 ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等 iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法等 ウ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて 独自、もしくは近隣の商工会と共同で外部講師を招聘し、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマで研修を開催する。

②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	ア OJT 制度 経営指導員と経営支援員（一般職員）がチームで小規模事業者を支援することを通じてOJTを実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。 イ 定期ミーティング 四半期毎の定期ミーティングのなかで各人の支援状況を共有し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。また、ミーティング内で情報交換を行い、組織としての支援ノウハウ共有を図る。 ウ データベース化 担当経営指導員等がクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

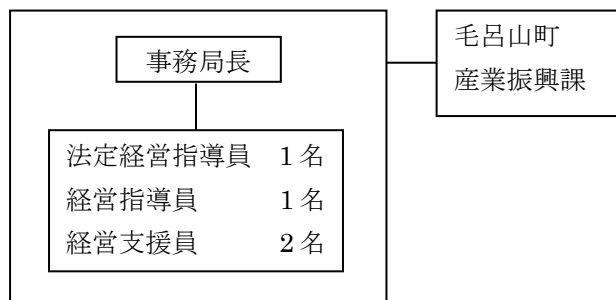
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

【令和6年4月現在】

(1) 実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等）



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏 名： 永嶋康裕

連絡先： 毛呂山町商工会 TEL. 049-294-1545

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

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

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒350-0465

埼玉県入間郡毛呂山町岩井西 4-6-16

毛呂山町商工会

TEL： 049-294-1545 ／ FAX： 049-294-1557

E-mail： info@moronet.com

②関係市町村

〒350-0493

埼玉県入間郡毛呂山町中央 2-1

毛呂山町 産業振興課 商工観光係

TEL： 049-295-2112 ／ FAX： 049-295-0771

E-mail： sangyou@town.moroyama.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
必要な資金の額	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
専門家派遣費	400	400	400	400	400
セミナー等開催費	300	300	300	300	300
アンケート調査費	100	100	100	100	100
DX推進費	100	100	100	100	100
チラシ等作成費	50	50	50	50	50
会議費等	50	50	50	50	50

(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
商工会費、国補助金、埼玉県補助金、毛呂山町補助金、各種手数料等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等