

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	越生町商工会 (法人番号 3030005011045) 越生町 (地方公共団体コード 113271)
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】経営環境の変化を捉えたビジネスモデルの転換による経営の改善を支援することにより、地域活力の維持を図る</p> <p>【目標②】IT・デジタル化による生産性向上や販売促進・販路開拓を支援することにより、地域の新たな活力の創出を図る</p> <p>【目標③】特産品である梅・ゆずの活用やそれ以外の新商品（越生グルメ）、地元の木材を使った新たな加工品、観光客を対象とした新たなサービスづくりなどの、小規模事業者の新たなチャレンジを支援することにより、町内の活性化を図る</p> <p>【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</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること ①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用） ②観光入込客統計調査の活用</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 観光客向け商品調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営分析</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会・商談会の出展支援（BtoB） ②ITを活用した販路開拓の支援（BtoB, BtoC）</p>
連絡先	<p>越生町商工会 〒350-0416 埼玉県入間郡越生町越生 1126-9 TEL: 049-292-2021 FAX: 049-292-2027 E-mail: ogose@syokoukai.jp</p> <p>越生町 産業観光課 〒350-0494 埼玉県入間郡越生町越生 900-2 TEL: 049-292-3121 FAX: 049-292-3351 E-mail: keizai@town.ogose.saitama.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. 目標

### (1) 地域の現状及び課題

#### ① 現状

##### ア 越生町の概況

越生町（以下、当町）は、埼玉県のほぼ中央に位置し、首都50km圏にある。面積は、40.39㎢で、東は鳩山町、南は毛呂山町、西は飯能市、北はときがわ町に接している。西の外秩父山地と関東平野西北部の接点にあり、町のほぼ中央を越辺川が貫流しているため、地形の変化に富み、面積の約7割を山地が占めている。

鉄道は、東武越生線とJR八高線が乗り入れる越生駅と東武越生線の武州唐沢駅がある。利用者数は減少傾向にあったが、近年は横ばいからやや増加傾向となっている。バスは、川越観光自動車の黒山線、ときがわ町路線バス、鳩山町営路線バスの3路線が運行している。

道路は、主要地方道飯能寄居線、飯能寄居線バイパス、東松山越生線、越生長沢線および一般県道川越越生線があり、そのうち飯能寄居線バイパスは、平成30（2018）年に全線が開通。また、関越自動車道鶴ヶ島ICおよび東松山IC、圏央道（首都圏中央連絡自動車道）圏央鶴ヶ島ICへの車によるアクセス時間は、それぞれ約20分、坂戸西スマートICへは約15分、嵐山・小川ICにも約25分でアクセスが可能となっている。

なお、越生町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体であり、当町全域を管轄としている。

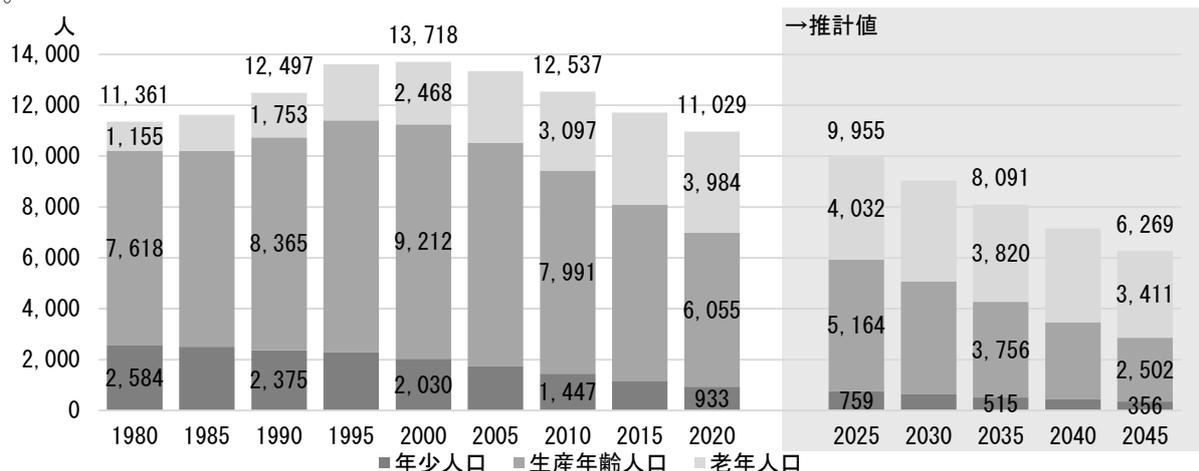


## イ 人口

当町の令和4年9月1日時点の人口は11,094人（住民基本台帳）である。

国勢調査の結果を基に当町の人口推移をみると、平成7年（2000）年の13,718人をピークに減少傾向に転じており、今後も減少傾向で推移することが見込まれている。また、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、老年人口は令和7（2025）年以降、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年（2020）年の36.1%から令和27（2045）年には54.4%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和2年（2020）年の54.9%から令和27（2045）年には39.9%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

### (a) 特産品

当町は、古くから「梅の里」として良質な梅を生産してきた。現在、当町で栽培されている梅は、栽培面積・収穫量ともに、県内随一となっている。

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
梅	越生の梅は各種料理にマッチすると好評。中でも、越生町に受け継がれ栽培されてきた固有の梅「越生べに梅」は香り高く薄皮で果肉が厚いのが特徴。また、梅干し、粕漬け、ジャム、飲料などさまざまな加工品がある。
ゆず	越生のゆずは、香りの高さ、果肉の厚さが特徴で、ワイン、ジャム、ようかんなど、越生のゆずを使った加工品も多数ある。栽培面積25ヘクタール、生産量100トンとなっており、県内だけでなく東京の市場にも出荷されている。
うちわ	越生うちわは、肩骨か横一文字になっているため、丈夫で仰ぐ風が強いのが特徴。越生の名所をテーマにしたものや押し花を張り込んだデザインが楽しめる。

### (b) 越生ブランド

商標登録「越生べに梅」ロゴマークシールが貼られている商品は、一定の基準を満たした越生町産「べに梅」が100%使用されているとされ、ブランド化されている。

「越生べに梅」は越生町の各梅農家、うめその梅の駅、越生町観光案内所、JA越生直売所で購入できる。

#### ※越生べに梅

越生町に受け継がれ栽培されてきた固有の梅で、果実は香り高く、薄皮で果肉が厚い。完熟するとフルーティーな香り、表面に紅色がさすことから「べに梅」と呼ばれる



## エ 観光資源

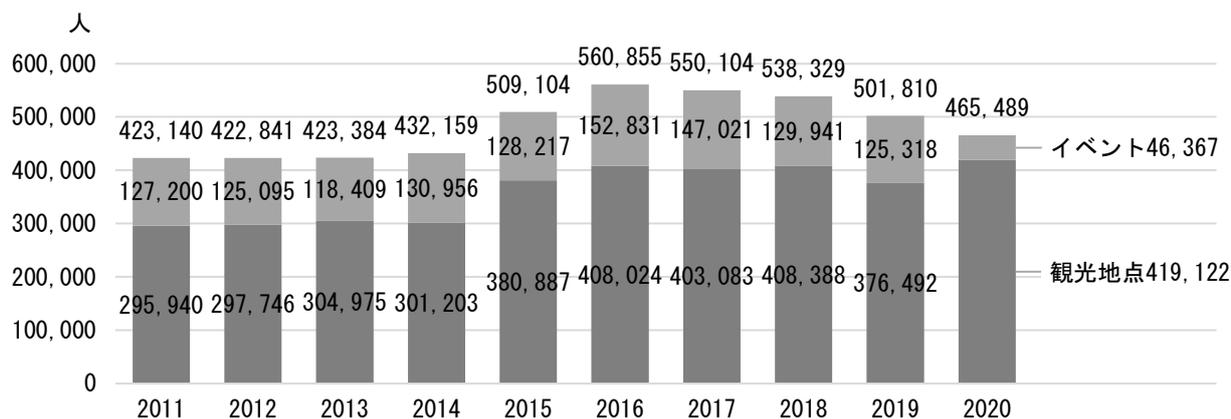
当町は恵まれた自然環境や歴史的文化財、越生梅林や黒山三滝など、観光資源に恵まれている。平成28(2016)年4月に全国で初めて「ハイキングのまち」宣言をし、さまざまなコースを設定している。主な観光資源は次表のとおりである。

### ■主な観光資源

観光資源名	概要
ハイキングコース	1年を通して越生町でのハイキングが楽しめるように、おすすめ観光コース・月ごとのおすすめコースなどを設定している。
越生梅林	関東三大梅林の1つ。広さ約2ヘクタールで樹齢約650年を超える古木「魁雪」をはじめ、白加賀・紅梅・越生野梅など約1,000本が植えられている。
黒山三滝	黒山三滝は、越辺川支流の三滝川に落ちる上下2段の男滝と女滝、天狗滝の3つの滝の総称。黒山三滝を中心とする県立黒山自然公園は、1年を通してさまざまな景色が楽しめ、古き良き日本の山里の風情を感じさせる。

## オ 観光入込客数の推移

当町の令和2(2020)年度の観光入込客数は465,489人である。推移をみると平成28(2016)年以降、減少傾向となっている。



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(2012)年が486者、平成28(2016)年が454者である。

小規模事業者数は平成24(2012)年が404者、平成28年が375者であり4年間で7.2%減少している。産業別に減少率をみると、宿泊・飲食業(△21.4%)の減少率が高い。一方、医療、福祉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	80	97	1	100	51	22	109	26	486
小規模事業所数	80	89	1	80	42	3	86	23	404
平成28年									
事業所数	72	88	0	94	43	27	105	25	454
小規模事業所数	72	80	0	74	33	9	83	24	375
増減(H28年-H24年)									
事業所数	△8	△9	△1	△6	△8	5	△4	△1	△32
増減割合	△10.0%	△9.3%	△100.0%	△6.0%	△15.7%	22.7%	△3.7%	△3.8%	△6.6%
小規模事業所数	△8	△9	△1	△6	△9	6	△3	1	△29
増減割合	△10.0%	△10.1%	△100.0%	△7.5%	△21.4%	200.0%	△3.5%	4.3%	△7.2%

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

### i\_商業・観光業

当町では、主要地方道飯能寄居線の沿道を中心に小規模な商店街が形成されている。近年は近隣市町への消費者の流出が顕著になっており、商店街の顧客数が減少しており、この結果、廃業や空店舗の増加を招いている。地元商店も越生スタンプ会などの組織を活用し、売り出しやPRなどをおこなっているが十分な効果が得られているとは言えない。商店の活性化は地元吸収率を高めるため、高齢者が買い物をしやすい環境を整える工夫など、地域に根ざした取組を行う必要がある。

また、当町の商店は、観光客の獲得があまりできていないという面もある。今後の人口減少を考えると、商店においても新たな顧客の獲得が必要であり、このひとつに観光客の獲得が考えられる。なお、当町の観光をみると、①梅・ゆず以外の越生グルメがない、②越生駅周辺に飲食店が少ない、③半日遊べるコースがない、④町中にカフェが少ない等の課題があるため、地域商店に対してもこれらの課題の解決を図ることによる新たな需要の獲得が期待されている。

### ii\_木工業

当町は、町の7割を山林が占めており、良質なスギ・ヒノキの産地である。また、伝統的な技術を誇る建具生産をはじめとする木工業は、県内でもトップクラスの技術力を有する地場産業として継承されてきている。現在、当町の木工業は、①原材料である木材の仕入値の高騰への対応、②デジタル化を含む十分な設備等が難しい、③人材の高齢化および雇用難による技術の承継ができない、④人手不足による業務多忙といった問題点を抱えている。

当会としても、地場産業の育成・承継は当町にとって重要であるとの位置づけのもと、経営の近代化・安定化、高付加価値化、生産技術の向上、後継者対策等の支援に取り組んでいる。

## キ 第六次越生町長期総合計画

「越生町長期総合計画（令和3年度～令和12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、①観光では、安心して気軽に訪れていただける観光のまちづくり、②工業では、中小企業や地場産業の技術力向上や近代化、③商業では、観光振興と一体となった商業振興を図るとともに町全体で歓迎する体制づくりなどが方針として掲げられている。

### ■基本構想（令和3年度～令和12年度）

#### 基本目標4 魅力ある資源を活かすまち

本町は、県内でも有数の梅・ゆずの生産地であり、特産果樹のブランド化と6次産業化を推進しています。

今後は担い手の確保として、農業後継者を育成し、農地流動化を図ります。また、観光農業などの都市農村交流に向けた施策の展開を進めます。

町の7割を占める山林は良質なスギ・ヒノキの産地であり、地場産木材の西川材として活用されています。森林の持つ癒し効果にも着目し、今後活用していきます。

商工業では、商工会と連携し、おごせブランドを活かした商工業振興策を進めます。

### ■前期基本計画（令和3年度～令和7年度）

#### 魅力ある観光の振興

ア 観光基盤整備の推進／イ 農業・商業との連携強化／ウ 積極的な観光PR

エ 特色を活かした観光の振興

#### 工業の振興

ア 地場産業等のPR活動の推進／イ 経営改善等の促進／ウ 土地利用の推進

#### 商業の振興

ア まち再生事業等による取り組みの支援／イ 商業環境の整備等の促進／ウ 経営改善・起業の促進

## 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年（2000）年の13,718人をピークに減少傾向に転じており、

今後も減少傾向で推移する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。特に、高齢者が気軽に安心して買い物ができる環境づくりなどが小規模事業者にも期待されている。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、IT・デジタル化や設備投資などによる生産性の向上が課題である。

特産品では、当町は、古くから「梅の里」として良質な梅を生産しており、現在、当町で栽培されている梅は、栽培面積・収穫量ともに、県内随一となっている。また、ゆずの栽培も盛んである。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、当町は恵まれた自然環境や歴史的な文化財、越生梅林や黒山三滝など、観光資源に恵まれており、年間50万人程度の観光客が来町している。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404者、平成28年が375者であり4年間で7.2%減少している。そのため、創業や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である。

業種別の課題をみると、①商業・観光業では、大型店との差別化、地元高齢者が買い物をしやすい環境づくり、観光客の獲得など、②木工業では、経営の近代化・安定化、高付加価値化、生産技術の向上、後継者対策等が課題となっている。また、全産業を通じて、IT・デジタル化などによる販路拡大や生産性向上も課題といえる。

## (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

これまでの現状と課題を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興のあり方を以下のとおり定める。また、当会としてもこれを実現すべく支援を実施する。

#### ア 経営環境の変化を捉えたビジネスモデルの転換により経営の改善を行っていること

人口の減少、少子高齢化による消費の減衰があり、地域の商店等は売上高が減少している。そのため、商店等の消費者をターゲットとした事業者が今後も持続的経営を行うために、この経営環境の変化を捉え、環境にあったビジネスモデルに転換している姿を目指す。

#### イ IT・デジタル化を実現していること

現在、木工業等では人手不足が深刻であるが、生産年齢人口の減少により、今後は人手不足がさらに進むことが予測される。そのため、事業者がIT・デジタル化等の設備投資により、業務を効率化し、生産性を向上させている姿を目指す。また、当町の事業者の多くは、IT・デジタル化による販売促進・販路開拓等が十分でないことから、IT・デジタル化による販売促進等が行われている姿を目指す。

#### ウ 地元の木材を使った加工品を販売していること

当町は、良質なスギ・ヒノキ（西川材）の産地であるものの、当町の地場産業である木工業では、市場から仕入れた木材を原材料としている。この理由に、地場の西川材は価格競争力が低いことがあげられる。そのため、地元の木工業や木工業以外の小規模事業者が、地場の西川材を使った高付加価値の加工品を開発・販売している姿を目指す。

#### エ 特産品である梅・ゆず以外の越生グルメを開発販売していること

当町には、観光客が多く来町するものの、特産品である梅やゆず以外の「越生グルメ」というものはみられない。そこで、小規模事業者がそれぞれの創意工夫により、新たな越生グルメ商品を開発・販売することで、町全体で観光客を歓迎している姿を目指す。

#### オ 観光客に向けて、特色ある商店（おしゃれな飲食店やカフェなど）を運営していること

前項に類似して、当町の観光面の課題をみると、①越生駅周辺に飲食店が少ない、②半日遊べるコースがない、③町中にカフェが少ない等があげられる。小規模事業者にとって、観光需要の獲得はひとつの課題であるため、これらの課題を解決し、小規模事業者の経営が安定化している姿を目指す。

## ②第六次越生町長期総合計画との連動性・整合性

越生町の「第六次越生町長期総合計画」を小規模事業者支援の視点からみると、①観光では、安心して気軽に訪れていただける観光のまちづくり、②工業では、中小企業や地場産業の技術力向上や近代化、③商業では、観光振興と一体となった商業振興を図るとともに町全体で歓迎する体制づくりなどが方針として掲げられている。

前項の「エ」「オ」は前述「①」、「ア」「イ」「ウ」は前述「②」、「ア」「イ」「エ」「オ」は前述「③」の実現に寄与する目標であり、それぞれ連動性・整合性がある。

## ③商工会としての役割

当会は、昭和35年10月に設立以来、小規模事業者の指導育成団体、地域経済総合指導団体として地域の活性化、商工業者の健全な発展、商工会活動の基盤強化を目指し、金融・税務・労務等の経営改善普及事業を中心に事業運営を行っている。

商工会員数は、平成11年の516会員がピークで年々減少傾向にあり、令和3年度末現在で378会員となっている。主な減少要因として後継者不足による廃業が第一に挙げられる。当町は、古くから「木工・建具のまち」として優れた技術者たちが地場の良質な木材を加工してきた。しかし事業者の高年齢化に伴い、事業の担い手不在による技術の継承断絶が危惧されている。このような課題に対処すべく当会では、埼玉県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、個者支援を推し進めているところである。また一方で、創業者支援の取組としては、越生町特定創業支援等事業「おごせ創業塾」を毎年開催しており、当セミナーに参加した創業者に対しては持続的にフォローアップを行っている。

そして今回、5か年の経営発達支援事業実施計画の中で、越生ならではの特産品を活用した新商品・サービスを開発し観光客を呼び込む地域活性化策や、昨今のデジタル化に伴う生産性向上や経営環境の変化に対応できる事業計画策定などの各種施策を展開していく。具体的方策は以下のとおりである。

### (3) 経営発達支援事業の目標

これまで記述した(1)及び(2)を踏まえ、本計画の目標を以下の4項目とする。

#### 【目標①】

経営環境の変化を捉えたビジネスモデルの転換による経営の改善を支援することにより、地域活力の維持を図る

#### 【目標②】

IT・デジタル化による生産性向上や販売促進・販路開拓を支援することにより、地域の新たな活力の創出を図る

#### 【目標③】

特産品である梅・ゆずの活用やそれ以外の新商品（越生グルメ）、地元の木材を使った新たな加工品、観光客を対象とした新たなサービスづくりなどの、小規模事業者の新たなチャレンジを支援することにより、町内の活性化を図る

#### 【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】

小規模事業者の経営環境の変化を捉えたビジネスモデルの転換による経営改善のために、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。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。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。これらの分析結果を活用しながら、転換後の経営の方向性を定め、結果を事業計画にまとめる。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。

### 【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IT活用セミナーを開催する。また、ITを活用した販路開拓への取組意欲が高い事業者に対しては、経営指導員やIT専門家による個社支援を実施する。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、実行力を向上させる。

### 【目標③達成のための方針】

特産品である梅・ゆずの活用やそれ以外の新商品（越生グルメ）、地元の木材を使った新たな加工品、観光客を対象とした新たなサービスづくりなどの、小規模事業者の新たなチャレンジを支援のために、観光客向けの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、全国商工会連合会が実施する物産展等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。

## I. 経営発達支援事業の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

#### 【現状】

小規模事業者が経営環境の変化を捉えたビジネスモデルの転換を行うためには、まずは外部環境の変化を捉える必要がある。当会ではこれまでも、町内の経済動向に関する各種データを収集してきたが、分析・公表が十分でなく、小規模事業者はそのデータが届いていないという現状がある。

#### 【課題】

収集したデータの分析・公表が十分でなかったため、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。また、観光客をターゲットにした小規模事業者の取組を促進させるため、観光データを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
①地域の経済動向分析 公表回数	HP 掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
②観光入込客統計調査の活用 公表回数	HP 掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回

## (3) 事業内容

### ①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

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にと町内の状況（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にも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、広く管内事業者にも周知。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。

### ②観光入込客統計調査の活用

事業名	観光入込客統計調査の活用
目的	当町にはハイキング、バーベキューなどのアウトドアアクティビティを目的とした観光客が増えているなど、小規模事業者にとってもビジネスチャンスとなっている。そこで、地域の小規模事業者にも観光客数を周知することで、主に観光業や小売業が経営判断や事業計画を策定する際の基礎資料とする。
調査の内容/調査の手段・手法	越生町が行っている観光地点別入込客数調査（月別観光地点別観光入込客延べ数）の結果を活用する。年1回、観光地点ごとの観光客数について分析したうえでデータを公表する。
調査項目	以下の地点の観光客数を調査する 1. 梅まつりやハイキング大会などのイベント 2. 黒山三滝などの観光名所 3. 町内宿泊施設やゴルフ場など
分析の手段・手法	経営指導員等が主要地点における月ごとの観光客数の推移をグラフにする。これにより、観光客数の増減や季節変動を分析する。
調査結果の活用方法	分析結果は当会ホームページで公表し、広く管内事業者にも周知する。また、観光客をターゲットとした事業計画の策定の際の基礎資料として活用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

特産品である梅・ゆずの活用やそれ以外の新商品（越生グルメ）、地元の木材を使った新たな加工品等のターゲットのひとつは観光客となるが、当会ではこれまで、観光客を対象とした商品調査の支援をしていなかった。

**【課題】**

観光客を対象とした小規模事業者の商品について、需要動向調査を実施する必要がある。また、調査結果を活用して、商品のブラッシュアップを支援することが課題である。

**(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
観光客向け商品調査 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	観光客向け商品調査
目的	特産品である梅・ゆずの活用やそれ以外の新商品（越生グルメ）、地元の木材を使った新たな加工品といった、小規模事業者の商品等について、観光客より評価を得ることで、顧客の声を取り入れた、観光客に売れる商品づくりを行う。
対象	特産品である梅・ゆずの活用やそれ以外の新商品（越生グルメ）、地元の木材を使った新たな加工品、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	観光客が集まる「うめその梅の駅（越生自然休養村センター）」にて、事業者と当会職員が協力しアンケート調査を実施する。実施にあたっては、事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。アンケート調査は紙アンケートもしくはWEBアンケートにより実施し、1商品あたり30名以上の来場者からアンケート票を回収する。
調査を行う項目	≪食品の場合≫ <input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（越生らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等 ≪雑貨（地元の木材を活用した雑貨など）の場合≫ <input type="checkbox"/> 製品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 独自性（越生らしさ） <input type="checkbox"/> 安全性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> どのような用途に使用したいか <input type="checkbox"/> 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、居住地別（観光客 or 地元客）にクロス集計を実施。結果から商品等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、事業者とともに改善点を抽出し、商品等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。

**5. 経営状況の分析に関すること****(1) 現状と課題****【現状】**

小規模事業者が経営環境の変化を捉えたビジネスモデルの転換を実施するためには、客観的な経営分析を通じて、事業者自身が現状を把握する必要がある。当会では現状、事業計画策定支援や金融支援の際に経営分析を行うことはあるが、経営分析のみを目的とした支援は実施できていなかった。

**【課題】**

事業者自身が自社の現状を認識することを目的に、対話と傾聴を通じた経営分析（財務分析と非財務分析の双方）を実施することが課題である。

**(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
経営分析事業者数	-	30者	30者	30者	30者	30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支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	<p>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。定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を実施する。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。</p> <p>■ 経営分析を実施する項目</p> <p>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</p> <p>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）</p> <p>機会・脅威（商圏内の人口、競合、業界動向 など）</p> <p>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）</p> <p>※非財務分析は事業者との対話を通じて実施する</p>
分析結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 当会では事業所の特色あるメニュー・商品・技術力をまとめた『一店逸品カタログ』、住宅関連のリフォーム業者を掲載した『リフォーム業者カタログ』といった冊子を作成しており、今後も新たな企画を検討している。いずれの冊子においても事業者の「商品・製品・サービス」やその「特徴」を掲載することが重要であるため、経営分析において分析された各事業者の特徴（強み）を活用する（経営分析の結果をそのまま掲載するのではなく、副次的に分析結果を活用する）。</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>左：一店逸品カタログ</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>右：リフォーム業者カタログ</p> </div> </div>

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

小規模事業者が経営環境の変化を捉えたビジネスモデルの転換や、IT・デジタル化、特産品である梅・ゆずの活用やそれ以外の新商品（越生グルメ）、地元の木材を使った新たな加工品、観光客を対象とした新たなサービスづくりを実施するためには、実施前の事業計画策定が重要である。そのため、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とが課題である。

### (2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画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、経営分析件数の約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、DXに向けたセミナーや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	15者	20者	20者	20者	20者	20者
IT活用セミナーの開催回数	1回	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活用セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。		
支援対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>特産品である梅・ゆずの活用やそれ以外の新商品（越生グルメ）、地元の木材を使った新たな加工品、観光客を対象とした新たなサービスづくりにチャレンジする事業者</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>		
対象事業者の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。</li> </ul>		
支援の手段・手法	<p>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。</p> <p>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活用セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。</p> <p>■IT活用セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td>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に対しては個別に周知を行う。</td> </tr> </table>	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に対しては個別に周知を行う。
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	埼玉県商工会連合会のDX支援専門員、地元IT事業者、IT専門家等
カリキュラム	毎回、テーマを決めて実施する（令和4年度はLINE@等のSNSの活用がテーマ）。そのなかで、幅広くITツール等を紹介するため、「DX」や「各種ITツール紹介」といった総論を紹介する時間を設ける
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】

事業計画の徹底したフォローアップを行うことで、実行を阻害する課題に対し事業者と一緒に解決する必要がある。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に対する売上増加事業者の割合が30%、経常利益増加事業者の割合が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。

### (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	-	20者	20者	20者	20者	20者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)	四半期毎 (80回)
売上増加事業者数	-	6者	6者	6者	6者	6者
経常利益増加事業者数	-	4者	4者	4者	4者	4者

### (4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
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、訪問回数を増やすだけでなく、埼玉県商工会連合会の広域指導員、埼玉県よろず支援拠点等との連携や、専門家派遣を行うなど、第三者の見解を仰ぎながら計画を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、商圏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、成果がでるまで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に関し個社支援を実施する。

また、本項目で目標に掲げるような毎年実施する事業ではないが、当会ではこれまで小規模事業者の販路開拓支援として、小規模事業者の特色あるメニュー・商品・技術力をまとめた『一店逸品カタログ』、住宅関連のリフォーム業者を掲載した『リフォーム業者カタログ』といった冊子を作成してきたことから、今後も新たな企画を立ち上げ、小規模事業者の販路開拓に寄与する。

### (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
②ITを活用した販路開拓の支援 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にとって有効である。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、支援テーマを定め、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。中小企業の受注拡大・販路開拓のための自社の優れた製品・技術・サービス等を幅広い顧客層にPRするビジネスマッチングイベントとなっている。令和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

	<p>名を数えた。</p> <p>イ 埼玉県西部地域産業ミニ商談会  支援対象：主に製造業  訴求相手：埼玉県西部地域の事業者</p> <p>埼玉県西部地域の商工団体（所沢、川越、飯能、狭山各商工会議所および入間市商工会）が連携し開催する商談会である。地元および埼玉県西部地域という「近場」での受発注件数の拡大を目的としているため、商談会としては比較的小規模で開催されている。令和3（2021）年度は新型コロナウイルス感染症のまん延防止の観点から、例年より規模を縮小して開催され、発注企業14社、受注企業17社が参加し、合計で58商談が行われた。</p> <p>ウ 全国商工会連合会が実施する商談会等  支援対象：特産品を加工した商品を販売する事業者  訴求相手：大都市圏の消費者・バイヤー</p> <p>全国商工会連合会は年に数回、首都圏において商談会・物産展、百貨店催事等を開催している（毎年実施するものもあれば、単年で実施されるものもある）。このひとつが「ニッポン全国物産展」であり、首都圏において大規模な展示販売会を開催することで地域経済を支える中小・小規模事業者等がテスト販売、新規顧客獲得等を通じて売上増加、販売力向上を図ることを目的として開催されている。またバイヤーも来場するため、バイヤーとのビジネスマッチングの場にもなっている。令和3年11月の開催では、全国各地から178店舗が出展し、44,190人の来場者がみられた。</p> <p>エ 越生梅林梅まつり  支援対象：特産品を加工した商品を販売する事業者  訴求相手：観光客・地元客</p> <p>当町の越生梅林（P3参照）で梅の開花時期（2月中旬～3月中旬）に合わせて開催される祭りである。例年、イベント、ミニSL、ライトアップなどの他、越生陶器市の開催、売店・飲食店・土産店の出店などが行われる。また、事業者にとっては観光客・観光団体へ商品の販売・アピールを行うテストマーケティングの場となっている。令和4年2月11日～3月21日の開催では、入園者数が43,000人を数えた。</p>
支援の手段・手法	<p>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。</p>
期待効果	<p>新たな取引先の獲得を狙う。</p>

## ②ITを活用した販路開拓の支援（BtoB, BtoC）

事業名	ITを活用した販路開拓の支援
目的	<p>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。</p>
支援対象	<p>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</p>
訴求相手	<p>各事業者の訴求相手</p>
支援内容	<p>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手法（ホームページ制作、ECサイト利用、SNSの活用等）から事業者が選択した内容について、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。</p>

支援の手段・手法	巡回訪問・窓口相談、経営分析支援や事業計画策定支援の際に加え、『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する「IT 活用セミナー」において、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 専門家による支援を実施する。支援にあたっては、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、当会や越生町だけでなく、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委員会」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	<p>以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。</p> <p><b>【PLAN】（事業の計画・見直し）</b></p> <p>(a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</p> <p>(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。</p> <p><b>【DO】（事業の実行）</b></p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p><b>【CHECK】（事業の評価）</b></p> <p>(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。</p> <p>(f) 月 1 回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。</p> <p>(g) 年 1 回の「経営発達支援事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。</p> <p>※「経営発達支援事業評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i 越生町産業観光課長、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委員会」を年 1 回開催し、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。</p> <p>ii 当該「経営発達支援事業評価委員会」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（<a href="http://www.ogose-syokoukai.com/">http://www.ogose-syokoukai.com/</a>）へ掲載（年 1 回）することで、地域の小規</p>

模事業者等が常に閲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委員会」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
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。 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 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</li><li>・ 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</li><li>・ DX に向けた IT ・デジタル化の支援を行う能力</li><li>・ 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</li></ul>

内容	<p>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、経営支援員も含めて積極的に参加する。</p> <p>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等の上部団体等が主催する研修に参加する他、独自に外部講師を招聘した会内研修を開催する。</p> <p>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。</p> <p>&lt;DXに向けたIT・デジタル化の取組&gt;</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法等</p> <p>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 埼玉県商工会連合会の主催する研修に参加する他、独自に外部講師を招聘し、「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」のようなテーマで会内研修を開催する。</p>
----	---

## 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	<p>ア OJT制度 経営指導員と経営支援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。</p> <p>イ 定期ミーティング 月1回の定期ミーティングのなかで各人の支援状況等を共有し、経営発達支援計画の進捗管理や支援ノウハウの共有（支援先事業者が活用して効果的だったITツールの共有など）を図る。</p> <p>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。</p>

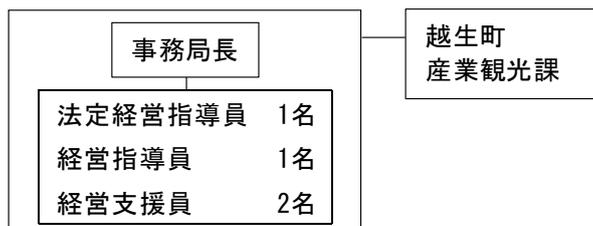
(別表2)

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7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：新井 智博

連絡先：越生町商工会 TEL. 049-292-2021

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

〒350-0416

埼玉県入間郡越生町越生 1126-9

越生町商工会

TEL：049-292-2021 / FAX：049-292-2027

E-mail：ogose@syokoukai.jp

②関係市町村

〒350-0494

埼玉県入間郡越生町越生 900-2

越生町 産業観光課

TEL：049-292-3121 / FAX：049-292-3351

E-mail：keizai@town.ogose.saitama.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 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	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
専門家派遣費	800	800	800	800	800
印刷製本費	200	200	200	200	200
セミナー開催費	500	500	500	500	500
展示会出展費	300	300	300	300	300
広報費	200	200	200	200	200

(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、手数料収入、受託料収入、町補助金、県補助金、国補助金

(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