

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	滑川町商工会 (法人番号 3030005011326) 滑川町 (地方公共団体コード 113417)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】小規模事業者が、ビジネスチャンスを見極め、それぞれの「強み」や地域資源を活かして、売上・利益を拡大させること</p> <p>【目標②】小規模事業者が、事業計画に基づく計画経営を行い、経営力を向上させること</p> <p>【目標③】小規模事業者が、ITを活用した販売促進や業務効率化に取り組み、生産性を向上させること</p> <p>【目標④】創業や事業承継が活発に行われ、町内の事業所数の減少が抑制されること</p> <p>【目標⑤】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、小規模事業者の力を引き出すこと</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 小規模事業者が自社を取り巻く経営環境やビジネスチャンスを把握するために「地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）」を実施する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品について顧客ニーズを把握するために「新規創業者の商品調査」を支援する。また調査結果を基に、商品のブラッシュアップや販売促進を支援する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自身が自社の経営状態や「強み」を客観的に把握するために、「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 「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、事業計画策定を支援する。また、創業者・創業希望者向けに創業計画策定を支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 前項で策定したすべての事業計画・創業計画を四半期毎にフォローアップする。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新たな需要開拓を目的に、「彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援」や「ホームページ・SNSの開設支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>滑川町商工会 〒355-0811 埼玉県比企郡滑川町大字羽尾 4972-11 TEL: 0493-56-3110 FAX: 0493-56-3178 E-mail: namegawa@af.wakwak.com</p> <p>滑川町 産業振興課 農林商工担当 〒355-8585 埼玉県比企郡滑川町大字福田 750-1 TEL: 0493-56-6906 FAX: 0493-56-2448 E-mail: na3411601@town.namegawa.lg.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

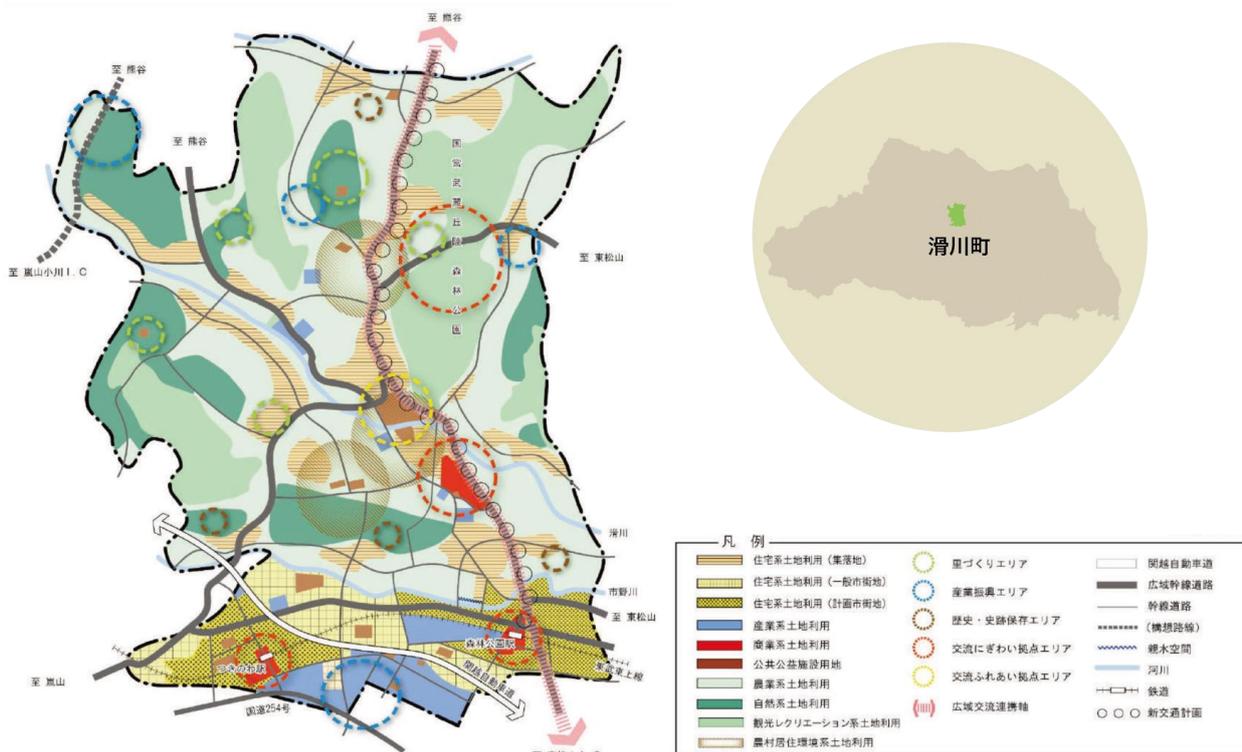
ア 滑川町の概況

滑川町（以下、当町）は、埼玉県のはほぼ中央部、都心から60キロメートル圏に位置する。東西約4.8キロメートル、南北約7.2キロメートル、面積は約29.68平方キロメートルである。全町域の60%がなだらかな丘陵地から成り、北東部には国営武蔵丘陵森林公園が広がっている。町の中央を滑川が、南東部を市野川が流れ、かんがい用水として約200個のため池が点在。滑川を境に、北部は農業地帯、南部は住宅と工業地帯である。

主な交通アクセスは、関越自動車道・東松山インターチェンジから県道深谷・東松山線を北へ約5.0キロメートル、鉄道は東武東上線の森林公園駅、つきのわ駅があり、池袋から約1時間である。

滑川町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

■ 滑川町の立地・交通



出典：滑川町「第5次滑川町総合振興計画（土地利用構想図）」

イ 人口推移

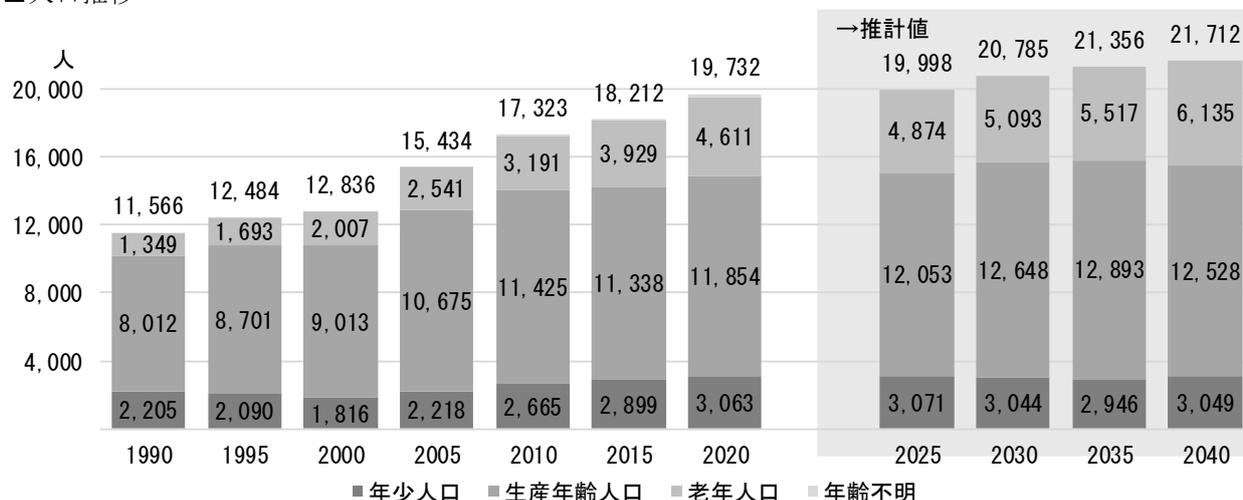
令和 6 年 10 月 1 日時点の人口は 19,733 人である。(住民基本台帳)

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総人口は増加傾向にあり、今後も増加傾向が続くことが見込まれている。この理由として、平成 14 (2002) 年に誕生した東武東上線つきのわ駅周辺の住宅開発の影響がある。また、町で独自に子育て世帯の支援策を強化した点も、人口増加に影響を与えている。具体的には、平成 18 (2006) 年に 12 歳までの医療費を無料化、平成 23 (2011) 年には 18 歳までに拡大した。町内の医療機関は決して多くはないが、近隣の自治体の医療機関を受診した際も窓口での支払いを不要としたことで、移住を検討する親たちに安心感を与えた。令和 4 (2022) 年 10 月からは県内の医療機関に対象を拡大している。さらに、平成 23 (2011) 年には全町民を対象に、保育園・幼稚園、小中学校の給食費の無償化を行っている。

年齢別人口では、今後、年少人口は減少傾向、生産年齢人口と老年人口は増加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 23.4%から令和 22 (2040) 年に 28.3%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 60.1%から令和 22 (2040) 年に 57.7%に低下する見込みである。

■人口推移



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、野菜や果物が豊富に採れる土地柄。春にはたけのこ・じゃがいも掘り、夏にはブルーベリー・ぶどう(シャインマスカット)、秋にはイモ掘り、りんご狩り、冬には谷津の里でいちご狩りが楽しめる。主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品	概要
谷津田米	当町では沼水を使った米づくりが昔から盛んに行われており、里山に包まれた冷たい沼水と、昼夜の寒暖差の大きい谷津で作る米は、滑川町特有の粘土質の土壌と相まって、大変おいしいお米と評判である。 また令和 3 年には、新嘗祭に谷津田米が献穀された。なお、新嘗祭は、毎年 11 月 23 日に執り行われる、宮中祭祀の中で最も重要なもののひとつであり、全国の都道府県の農業代表者から献上された新穀を皇祖と神々に供え、天皇陛下自身も食し、五穀豊穡を神々に感謝する行事である。
ころ柿	大きめの品種の柿を使った餛色(あじろ)の干し柿。水分が 25%から 30%位で甘み成分が結晶化し白い粉が吹いている。名前の由来は、天日で乾燥させるときに、皮をむいた柿の実全体に太陽の日が当たるよう、ころころと位置を変えたことからといわれている。
ぼろたん	栗の新品種である。9 月上～中旬に収穫され、鬼皮に傷を入れて加熱することで渋皮が簡単にむける大粒で甘くおいしい栗となっている。

エ 観光資源

(a) 観光資源

当町には、なだらかな丘と丘の間に、田んぼが広がり、沼が点在するのどかな風景がある。伊古の里や谷津の里、武蔵野の面影を残す森林公園など、四季折々の表情がみられる。

主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

観光資源	概要
国営武蔵丘陵森林公園	明治百年記念事業の一環として作られた日本で初めての国営公園。東京ドーム 65 個分と広大な敷地の中には、運動広場、溪流広場、展望広場、遊具のあるわんぱく広場、花木園、野草園、ハーブガーデン、ディスクゴルフコース、サイクリングコース、ジョギングコースなどがある。梅まつり、桜まつり、自然観察会、山野草展など季節ごとのイベントも催されている。
伊古の里	当町で一番高い二ノ宮山周辺で、農園体験や釣り、果物狩り、散策などを楽しめる体験型の交流施設。山頂の展望塔からは、ため池や谷津田が点在する比企丘陵の眺望はもちろん、遠く秩父連峰や新宿の高層ビル群など関東一円が見晴らせる。地元の食材を楽しめる農家レストランや、ジャム作りなど農産物加工体験も人気である。
谷津の里	里山ののどかな風景の中で、自然とのふれあいや農業を体験できる谷津の里。年間利用料を払えば自由に利用できる「ふれあい農園」や、いちご狩りが人気の「いちご農園」等の果樹農園がある。米作り体験、たけのこ掘り、手打ちうどんづくり、じゃがいもづくり、里山散策ハイキングなどの数々のイベントが年間を通じて行われている。

(b) 日本農業遺産に認定

令和 5 (2023) 年 1 月に、「比企丘陵の天水を利用した谷津沼農業システム」が日本農業遺産として認定された。申請は、比企丘陵農業遺産推進協議会（滑川町、東松山市、熊谷市、嵐山町、小川町、吉見町、寄居町、埼玉中央農業協同組合、くまがや農業協同組合、埼玉県東松山農林振興センター、埼玉県大里農林振興センター）が行ったものである。

■認定を受けた地域の概要

谷津地形（丘陵地で形成された谷状の地形）を活かして多数のため池を築き、谷津田での稲作と谷津斜面での少量多品目の畑作を行っている。ため池と谷津田は河川からの引水等がなく、天水のみを水源とした閉鎖系の水利システムとなっていることから貴重な生態系が維持されている。沼下と呼ばれる伝統的な水利組合組織によりきめ細かな水管理が行われており、地理的な水の得にくさを克服した省エネ水供給システム。

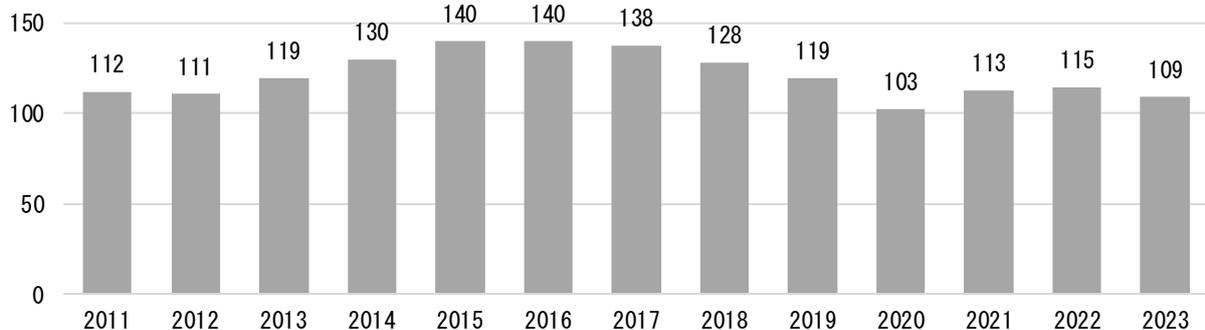
オ 観光入込客数の推移

令和 5 (2023) 年の観光入込客数は 109 万人である。

推移をみると、近年は平成 26 (2016) 年の 140 万人をピークに減少傾向にあった。その後、令和 2 (2020) 年より若干、増加傾向に戻っている。

■観光入込客数の推移

万人



出典：埼玉県「県内市町村観光入込客数」

カ 産業

(a) 景況感

当会が実施した「滑川町地域経済動向調査（令和4年度）」より景況感を確認する。

前年同期比の売上をみると、「増加」が18%、「減少」が46%となっている。調査時期が新型コロナウイルス感染症の影響が弱まっている時期であったにもかかわらず、約半数が「減少」と回答している。

また、前年同期比の仕入（原価）をみると、「増加」が72%、「減少」が5%となっている。新型コロナウイルス感染症や円安、ロシアのウクライナ侵攻による原油高、仕入・原材料費高等の影響が大きい。

以上より、小規模事業者を取り巻く経営環境は厳しいことが読み取れる。

■前年同期比売上・仕入（原価）

	増加	横ばい	減少
昨年（令和3年）と比べた売上	18%	36%	46%
昨年（令和3年）と比べた仕入（原価）	72%	23%	5%

出典：滑川町商工会「滑川町地域経済動向調査報告書」

(b) 業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

当町の事業所数は、平成24年が527社、令和3年が542社である。

上記のうち小規模事業所数は、平成24年が374者、令和3年が359者であり、9年間で4.0%減少している。

小規模事業所数の増減を産業別にみると、製造業（△16者）、建設業（△11者）の減少数が大きい。一方、医療、福祉（+13者）など、増加している業種もみられる。

■業種別の事業所数及び小規模事業所数

	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	84	80	3	88	67	31	122	52	527
小規模事業所数	81	47	2	50	44	15	96	39	374
平成28年									
事業所数	79	71	4	96	65	58	130	47	550
小規模事業所数	76	39	3	56	40	32	99	31	376
令和3年									
事業所数	71	61	4	96	56	64	139	51	542
小規模事業所数	70	31	4	57	35	28	101	33	359
増減（令和3年-平成24年）									
事業所数	△13	△19	1	8	△11	33	17	△1	15
増減割合	△15.5%	△23.8%	33.3%	9.1%	△16.4%	106.5%	13.9%	△1.9%	2.8%
小規模事業所数	△11	△16	2	7	△9	13	5	△6	△15
増減割合	△13.6%	△34.0%	100.0%	14.0%	△20.5%	86.7%	5.2%	△15.4%	△4.0%

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

(c) アンケートからみた小規模事業者の課題

前述の「滑川町地域経済動向調査（令和4年度）」では、商工会に求める支援も聞いている。ここから、小規模事業者の課題がみえてくるため、分析結果を掲載する。

結果をみると、「SNSの活用について」が34%と最も高く、「異業種交流会の実施」と「パソコンの操作説明」がそれぞれ16%と続いている。

SNSを活用した販路開拓に意欲的な事業者が多いこととともに、パソコンを使用する必要性を感じる事業者が多くなっているため、ITの利活用に対する興味が高まっていることが読み取れる。

■商工会に求める支援（上位5位）

1	SNSの活用について	34%
2	異業種交流会の実施	16%
2	パソコンの操作説明会	16%

4	事業承継について	12%
4	業者（会員）の紹介	12%

出典：滑川町商工会「滑川町地域経済動向調査報告書」

(d)業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）

i_商業

当町の商業は、平成14年3月に東武東上線つきのわ駅開業後、ヤオコー、しまむら、ケーヨーが駅前にオープン、熊谷市に抜ける主要道路沿いにベイシアなめがわモールが出店、その後、セキ薬局、ウエルシア薬局などのドラッグストアの出店により町内の商業環境は一変し、利便性が一気に向上、近隣市町村から買い物客が流入するなど大型店・チェーン店の影響力は計り知れない。地域の小売店は、競争を余儀なくされ、加えてネット販売の普及による商業環境の変化もあり、売上・収益が減少しており、非常に厳しい。

商業店舗はコロナ前の状況に戻りつつあるが、飲食店においては、個人顧客の利用は戻っているものの、会社等の団体利用が未だにコロナ前の水準より減少している。高齢化と後継者不足により廃業を選択する事業者が見受けられる。

一方で当地域は人口増が進んできたこともあり、自宅の一部を活用した創業者も多くある。エステサロン、理美容業、ネイルサロンなどのサービス業の増加が見受けられる。

当町には国営武蔵丘陵森林公園をはじめ、エコミュージアムセンターやゴルフ場、約200個のため池がある。また、豊かな自然環境を生かした谷津の里、伊古の里、中尾の里、菅田の里、ぶんやまの里などの里づくりについても取組が充実し、特徴ある地域の資源がある。

今後は、町内の多様な観光資源を効果的に活用し、より一層の魅力向上に努めながら、観光客の増加に向けた効果的な事業として、魅力ある商品やサービスの開発に加え、出店機会等の情報提供ができる環境づくりを進めていく必要がある。

ii_工業

昭和52年3月に造成工事が完了した東松山工業団地を中心に、中規模～大企業が立地し、住民の就労機会の創出や町の地域経済を下支えしている。しかし、この4年間は新型コロナウイルス感染症の影響で、大変厳しい状況が続いてきた。

現在、コロナ前の状況に戻りつつあるものの依然として原材料の不足や高騰、電気料金の値上げ等の影響で厳しい状況が続いている。また、人手不足も深刻化しており、後継者不在により、廃業を検討している事業者、設備の入替が行われておらず事業承継が思うように進められない事業者もいる。

キ 第5次滑川町総合振興計画

「第5次滑川町総合振興計画」の商工・観光部分は下表のとおりである。

後期基本計画を小規模事業者支援の視点でみると、工業・商業・サービス業の振興では、①新規創業や新規事業化、新製品・新技術開発支援、②経営基盤の安定化、「新しい生活様式」に対応した経営支援など。観光の振興では、町の特産品開発などが掲げられている。

■基本構想（平成28年度～令和7年度）

まちづくりの目標

住んでよかった 生まれてよかった まちへ
住まいるタウン滑川

■後期基本計画（令和3年度～令和7年度）

第4章 特性を生かした活力ある産業のまちづくり<産業経済>

4-3 工業・商業・サービス業の振興

4-3-1 企業誘致の推進と新事業の創出支援

4-3-2 町内事業者の事業環境の充実・支援

4-4 観光の振興と地域間交流

4-4-1 観光の振興

4-4-2 地域間交流の推進

4-5 雇用及び労働福祉対策の推進

4-5-1 雇用の場の確保

4-5-2 良好な労働環境の整備

②課題

これまで記述した地域の現状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。

人口をみると、総人口は増加傾向にあり、今後も増加傾向が続くことが見込まれている。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ため、このチャンスを掴むことが課題となる。また、転入者もみられることから、転入者のニーズを把握し、ニーズに沿った商品等を提供することが必要である。

また、年齢別人口をみると、高齢化率がさらに高まるが見込まれている。高齢化世帯を中心とする暮らしの維持に向けて、小規模事業者が高齢者向けのサービスなどを提供することも地域としての課題となっている。

当町は野菜や果物が豊富に取れ、「谷津田米」「ころ柿」「ぼろたん」などが特産品となっている。小規模事業者にもこれら特産品を活用した商品開発が期待されている。特に、後述する100万人の観光客向けの土産品や飲食店メニュー（特産品を活用したメニュー）などで、観光客を惹きつけるものが少ないため、まちの魅力を向上させる上でも、これらの開発が期待されている。

観光資源や観光入込客数では、当町には「伊古の里」や「谷津の里」、武蔵野の面影を残す「森林公園」など、四季折々の表情がみられる豊富な観光資源がある。また、令和5年には日本農業遺産にも認定されている。これらの観光資源により、年間100万人超の観光客が来訪している。一方、小規模事業者をみると、この観光需要の獲得が十分とはいえない。そのため、観光消費を獲得することがひとつの課題といえる。

景況感では、前年同期比の売上では「減少」が多く、前年同期比の仕入（原価）では「増加」が多くなっており、これを言い換えると、売上が減少しているにも関わらず、仕入（原価）が増加している状況が読み取れる。これに対応するためには、原材料やエネルギー価格の高騰分を価格転嫁するなどの取組が必要であるが、それ以外にも、商品の付加価値を高めることも重要である。これを実現するため、小規模事業者においても「強み」を活かした経営を行い、他社と差別化を図ることが課題となる。

小規模事業所数は、平成24年が374者、令和3年が359者であり、9年間で4.0%減少している。他市町村と比較すれば減少率は少ないものの、近年は経営者が高齢化したことによる廃業などもみられる。地域活力を維持させるためには、事業所数の減少に歯止めをかけることも重要である。そのため、創業や事業承継が活発に行われることが、地域としての課題となる。

アンケートからみた小規模事業者の課題では、SNSを活用した販路開拓など、ITの利活用を課題と考える事業者が多いことが読み取れる。

当会が考える業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）では、主なものとして、①商業では、大型店やチェーン店・ネット販売との差別化、事業承継、魅力ある商品やサービスの開発など、②工業では、原材料やエネルギー価格の高騰への対応、人材確保、事業承継などがあげられる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

⑩10年程度の期間を見据えて

これまで記述した『(1)地域の現状及び課題』を踏まえ、当会では10年後の小規模事業者があるべき姿を次のとおり定める。

■10年後の小規模事業者のあるべき姿

- ア 事業計画に基づく計画経営を行っていること
- イ 強みを活かした経営を行っていること
- ウ 特産品を活用した商品開発を行っていること
- エ ITを利活用していること
- オ 町内で創業が活発に行われていること
- カ 町内で事業承継が活発に行われていること

②第5次滑川町総合振興計画との連動性・整合性

前項『①10年程度の期間を見据えて』で示した10年後の小規模事業者のあるべき姿は、下表のとおり第5次滑川町総合振興計画の実現に寄与するものであり、連動性・整合性がある。

■第5次滑川町総合振興計画と前項の比較表

第5次滑川町総合振興計画（産業経済部分）	10年後の小規模事業者のあるべき姿
4-3 工業・商業・サービス業の振興 4-3-1 企業誘致の推進と新事業の創出支援	オ 町内で創業が活発に行われていること
4-3 工業・商業・サービス業の振興 4-3-2 町内事業者の事業環境の充実・支援	ア 事業計画に基づく計画経営を行っていること イ 強みを活かした経営を行っていること エ ITを活用していること カ 町内で事業承継が活発に行われていること
4-4 観光の振興と地域間交流 4-4-1 観光の振興	ウ 特産品を活用した商品開発を行っていること

③商工会としての役割

ア 商工会の長期ビジョン

・ビジネスチャンスを引き寄せるまちづくり

町内への企業誘致を図るとともに、町内企業の継続性を支援し、町全体の経済の活性化を図ります。また、町の中でひと・もの・サービスが循環する地域内経済の実現を目指します。

イ 商工会としての役割

(a) 現状の取組

- ・当町の事業所数は、平成28年550事業所から令和3年542事業所と減少している。
- ・現状は、全職員4名（経営指導員1名）、組織率約72.3%、約340の会員事業所により運営されており、県内53商工会の中でも最も小規模な商工会の1つである。そうしたなかで、商業部会、工業部会、建設部会、青年部、女性部を構成しており、それぞれの活動を支援している。
- ・経営環境の悪化により廃業する事業所も多く、役職員が連携し小規模事業者への売上拡大支援、経営革新を始めとした新規チャレンジ支援を行っている。特に、これまで既存事業者の支援として経営革新計画の策定支援を強化しており、2019年度からの5年間で経営革新事業への取組承認件数29件の実績を挙げてきた。これは、経営指導員1名体制という厳しい状況下にもかかわらず町内事業所割合では12.8%に上っており、埼玉県全体承認割合5.3%を大きく上回り、近隣商工会地域のなかでも大きな成果といえる。経営革新計画策定支援を行う事で事業者の経営分析、販路拡大、経営意識の向上により当会への信頼度を高めている。
- ・商工会及び地域の連携に伴い創業者数も増えており、セミナーの実施や補助金支援などを進めることにより事業者の増加は進んでいる。滑川町では2019年6月に創業支援等事業計画の認定を受けており、当会としても令和3年より創業塾を毎年開催している。益々の創業支援を強化する予定である。
- ・新規転入者による人口増加に伴い、「滑川町グルメ・ショッピングマップ」の作成、「滑川町いざというときの建設業者案内・安心マップ」の作成、「ターナちゃん（ミヤコタナゴをモチーフとしたゆるキャラ）と行く滑川おでかけマップ」の配布の各種PR事業も行ってきた。また、「埼玉県パパママ応援ショップ」の加盟店の登録推進も実施しており、現状での町内加盟店は38店舗となっている。
- ・これまで飲食店の新規若手創業者を中心に、地域資源を使用した特産品の開発の試作・企画を支援してきた。また、生活改善グループや直売所生産者組合加工部など町内の農業関連団体の積極的な活動を促進するとともに、栗（品種名 ぼろたん）、ころ柿などの農産物加工品開発を支援してきた。

(b) 商工会の課題

- ・当会の課題は、地域の活性化や中小事業者支援のための方針を明確に打ち出し、単独では難しい取組は滑川町だけでなく近隣市町村の商工会にも働きかけを行い、当地域事業者のための伴走型支援や支援施策の普及を講じることであると考える。特に、住民が増えているチャンス、国営森林公園の来場者のチャンスをもっと面的に活かしていく必要がある。

- ・また、これまでのような個社支援を継続するとともに、住民増加に合わせて特徴ある小売店や生活サービス業を増加させ、町外への流出を防止し町内での買い物循環を増加させる必要がある。また、生産から加工、販売までを一体的に行う農業の6次産業化により、農産物の高付加価値化にも取り組む。
- ・しかし、経営指導員1名体制の中で、法定指導員として経営支援全般及び地域支援のすべてを担わなければならない、非常に厳しい状況が続いている。また、人口増加に伴い事業所総数が増加しており、必要な組織率を確保することが難しい状況が続いている。そのため、当会内の生産性の向上を図るとともに、経営支援員を含む職員一丸となったチーム体制を構築する必要がある。

(c) 商工会の役割

新興住宅地の建設ラッシュも一段落し、一時期の急激な人口増は落ち着き、ゆるやかに人口増が続いている。しかし、高齢化の進展により商圈内の需要も減少傾向となると推測されている。そのとき、高齢化世帯を中心とする暮らしを維持するためには町内の小売・サービス業を維持することが必要であり、小規模事業者の存在は重要な役割を持つと考えられる。

これまでも当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。今後も、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について、当会が主導的な役割を担い、厳しい状況を打開していく役割が強くと求められていくと考えられる。さらに、国営森林公園をはじめとする地域資源の活用において当会青年部をはじめとする団体の組織化や活動をリードしながら、町内小規模事業者とをつなぐ支援する役割も必要であると考えられる。

(3) 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状及び課題、(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえた上で、以下の5つの目標を定める。

〈支援対象〉

特性を生かした事業展開による事業の維持・拡大に意欲的な小規模事業者を重点的に支援する。

〈目標〉

【目標①】

小規模事業者が、ビジネスチャンスを見極め、それぞれの「強み」や地域資源を活かして、売上・利益を拡大させること

【目標②】

小規模事業者が、事業計画に基づく計画経営を行い、経営力を向上させること

【目標③】

小規模事業者が、ITを活用した販売促進や業務効率化に取り組み、生産性を向上させること

【目標④】

創業や事業承継が活発に行われ、町内の事業所数の減少が抑制されること

【目標⑤（経営力再構築伴走支援に向けた目標）】

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、小規模事業者の力を引き出すこと

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標④】により、特徴ある店舗等を増加させることで、町外への消費流出を防止し、町内での買い物循環を増加させることを目指す。また、町内に魅力的な店舗、魅力的な商品をあふれさせ、まち全体の魅力向上に寄与することを目指す。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】小規模事業者が、ビジネスチャンスを見極め、それぞれの「強み」や地域資源を活かして、売上・利益を拡大させること

〈達成のための方針〉

小規模事業者がビジネスチャンスを見極めるためにはデータの活用も有効である。そこで、「地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）」により外部環境を整理する（年1回）。

また、小規模事業者が「強み」を活かすために、経営分析により各事業者の経営状況や「強み」を明らかにする（15者/年）。経営分析では、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題や本質的「強み」に気づき、腹落ちすることに重点を置く。

【目標②】小規模事業者が、事業計画に基づく計画経営を行い、経営力を向上させること

〈達成のための方針〉

小規模事業者の取組を事業計画にまとめる（8者/年）。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（売上増加3者/年、利益増加3者/年）。これらのPDCAを回しながら計画経営を実現することで、将来的には小規模事業者自身がこの取組を自走して行えるようにし、経営力の向上を図る。

【目標③】小規模事業者が、ITを活用した販売促進や業務効率化に取り組み、生産性を向上させること

〈達成のための方針〉

経営分析支援の際に事業者のIT活用の状況を分析する。事業計画策定支援の際に事業計画策定に意欲的な事業者を対象にITセミナーを実施する。販路開拓支援の際に「ホームページ・SNSの開設支援」を実施する（2者/年）。

また、効果的な支援に向けて、当会においてもIT支援に向けた相談・指導能力の向上を図る。

【目標④】創業や事業承継が活発に行われ、町内の事業所数の減少が抑制されること

〈達成のための方針〉

創業の活性化に向けて、「滑川町創業塾」を開催し、創業者を掘り起こすだけでなく、創業計画の策定に繋げる。また、創業計画のブラッシュアップを支援する。創業後も、フォローアップを行い、円滑な創業ができるようにする（5者/年）。

また、事業承継の活性化においては、小規模事業者が廃業ではなく、事業承継を選択するためには、経営が順調であることが必要であると考え。そこで、【目標①】～【目標③】により、小規模事業者の経営力を向上させる。

【目標⑤】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、小規模事業者の力を引き出すこと

〈達成のための方針〉

経営分析、事業計画の策定、事業計画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、経営力再構築伴走支援に係る経営指導員等の資質向上を図る。

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】

当町の小規模事業者を取り巻く経営環境は大きく変化している。小規模事業者が経営環境（時代や消費者ニーズ）の変化に適応するためには、まずはこの外部環境の変化を捉える必要がある。

当会では これまで1度だけ町内の経済動向に関するデータ収集をし、分析・公表をした。

【課題】

小規模事業者が経営環境の変化を正確に捉えるためには、情報の鮮度も重要である。そこで、毎年1回調査を実施し、結果を公表することが課題となる。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
地域の経済動向調査 公表回数	HP 掲載	1回	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	小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行うことを目指す。
調査内容	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・分析の手法	経営指導員等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、広く町内小規模事業者に周知。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】

消費者ニーズは日々変化しているが、小規模事業者のなかには、この変化を捉えられていない事業者も多い。また、時代の変化により、消費者の新たな需要が生まれている。一方、当会ではこれまで、個社の商品について消費者ニーズを捉えるような支援や、商品のブラッシュアップに資する支援が十分でなかった。

【課題】

小規模事業者が消費者のニーズや新たな需要を分析するための支援を実施する必要がある。また、単に調査に留めず、調査結果を活用して商品のブラッシュアップに繋げることが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
新規創業者の商品調査 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	新規創業者の商品調査
目的	当町は人口が増加しているため、創業者も多い。創業者が事業を開始する際、「商品力」が重要であるが、創業者の多くは第三者の視点で商品の評価を得る機会が少なく、プロダクトアウトの視点での商品開発が行われるケースが散見される。そこで、新規創業者の商品について商品調査を実施する。これにより「商品力」のアップを目指す。
対象	新規創業者の商品※、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。なお、本調査は滑川町創業塾のなかで実施することを想定しているため、食品か雑貨等を対象商品と想定している。 ※新規創業者の商品 創業者のなかには、実際に創業を行う方（すぐに創業を行う方もしくはすでに創業を行っている方）と創業の構想を練っている方（すぐには創業を行わない方）の2種がいる。今回の支援対象は前者の「実際に創業を行う方」を対象とする。経営発達支援計画の定義上も、実際に創業を行う（開業届を提出する）方は支援対象となる。
調査の手法	滑川町創業塾のなかで商品調査を実施する。具体的には、創業塾の参加者に試食・アンケート調査を実施する。調査は、創業塾の講師や経営指導員・その他の職員が主導し、1商品あたり20名以上からアンケート票を回収する。
調査項目	<input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味（食品の場合） <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（滑川らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点等
分析の手法	経営指導員（もしくはその他の職員）がデータを集計・分析（男女別、年齢別のクロス分析）し、商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。
調査結果の活用方法	・分析結果は、経営指導員（もしくはその他の職員）が簡易なレポートにまとめたうえで、対象事業者にフィードバックする。その後、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、商品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて、経営分析や事業計画策定支援もあわせて実施する。 ・本事業を行うために、滑川町創業塾のなかのひとつのカリキュラムで「商品調査」をテーマとする。これによる副次的効果として、創業者にマーケットインの視点の重要性を伝えることができる。

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力を向上させるためには、小規模事業者自身が自社の経営状況や経営課題、「強み」等を客観的に把握することが重要である。当会ではこれまでも経営分析の支援を実施してきたが、事業計画策定支援に付随して実施することが多く、経営分析自体を目的とすることは少なかった。そのため、表面的な分析に留まっており、必ずしも事業者の本質的な課題等までは抽出できていなかった。

【課題】

現状は表面的な分析しか実施できていなかったため、今後は小規模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。

また、小規模事業者の多くは IT の活用が遅れていることから、IT を活用した販路開拓や生産性向上等に向けて、IT 活用の状況も併せて分析することが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
経営分析事業者数	15者	15者	15者	15者	15者	15者

※当会では、経営分析事業者数の目標は抑えて、創業支援に力を入れる方針である。

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、腹落ちすることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	巡回訪問を行った小規模事業者（毎年1月中旬から2月中旬に実施する巡回訪問による聞き取り調査を含む）に経営分析の重要性を訴求する。その他にも、以下の機会に案内を行う。 <ul style="list-style-type: none"> ・補助金、融資、共済加入等の接点のある事業者 ・セミナーへの参加者 ・当会に決算書作成を依頼している個人事業主
分析の実施手法	経営指導員等が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちすることを重視する。 分析は、事業者の状況や局面に合わせて、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「経営計画つくるくん」、クラウド型支援ツール（Bizミル等）などを活用する。
分析項目	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。 <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（SWOT分析等）> 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（商圏内の人口・人流、競合、業界動向など）、その他（IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況など）
分析結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・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、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援する。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）に集約。職員個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、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】

これまで持続化補助金の申請書、経営革新計画の策定支援等を実施しているが、一部の事業者にとどまり、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していない。

【課題】

経営分析を実施した事業者や個別相談実施者に対し、事業計画書策定の意義や重要性の理解を促すとともに、事業者が自ら継続的に事業計画策定に取り組むことが必要である。

また、創業者に対し、創業計画の策定を支援し、創業後の事業を円滑に進められるようにすることも課題となっている。

(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、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の5割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、当事者意識を持ち自らが課題に取り組むこと（内発的動機づけ）を促す。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象にITセミナーやIT専門家派遣を行い、小規模事業者のIT活用（ITを活用した販売促進、ITを活用した業務改善や生産性向上）の促進や、これによる競争力の維持・強化を目指す。

その他、創業者・創業希望者向けの創業計画策定支援も実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①事業計画策定事業者数	6者	8者	8者	8者	8者	8者
ITセミナーの開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナーの開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
②創業計画策定事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
滑川町創業塾の開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援	
目的	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。	
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者	
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。また、事業計画策定セミナーを開催する。	
	■事業計画策定セミナー	
	支援対象	すべての小規模事業者（特に経営分析を行った事業者）
	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知
	講師	中小企業診断士等
	回数	年1回
	カリキュラム	事業計画の意義、事業計画書の策定方法等
	想定参加者数	5人/回
支援の手法	①小規模事業者が作成した事業計画に経営指導員等がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員等が協力して作成する方法の2つの方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。支援では、経営者が取り組むべきことに腹落ちし、当事者意識を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。	

<p><DX（デジタルトランスフォーメーション）に向けた取組> 事業計画策定に意欲的な事業者を対象に IT セミナーを実施する。また、セミナーを受講した事業者のなかで、取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導や IT 専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとして DX や IT 活用を促進する。</p> <p>■IT セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての小規模事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>IT 専門家 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 1 回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める（令和 6 年度は「SNS」をテーマとした）。その他、DX の事例や活用方法、IT を活用した生産性向上、販売促進手法なども紹介する。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>10 人/回</td> </tr> </table>		支援対象	すべての小規模事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知	講師	IT 専門家 等	回数	年 1 回	カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める（令和 6 年度は「SNS」をテーマとした）。その他、DX の事例や活用方法、IT を活用した生産性向上、販売促進手法なども紹介する。	想定参加者数	10 人/回
支援対象	すべての小規模事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）												
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知												
講師	IT 専門家 等												
回数	年 1 回												
カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める（令和 6 年度は「SNS」をテーマとした）。その他、DX の事例や活用方法、IT を活用した生産性向上、販売促進手法なども紹介する。												
想定参加者数	10 人/回												

②創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援														
目的	創業期の事業展開が円滑に進むことを目指す														
支援対象	創業を目指す方、創業 1 年以内の方														
支援対象の掘り起こし	<p>滑川町は、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画の認定を受けており、当該計画に基づき当会と共同で「滑川町創業塾」を開催している。滑川町創業塾を契機に、支援対象者の掘り起こしを行う。</p> <p>■滑川町創業塾</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>創業を目指す方、創業 1 年以内の方</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>中小企業診断士、税理士、社会保険労務士 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年 1 回（全 6 日）</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td> <p><創業セミナー> 事業を立ち上げる方法・魅力</p> <p><創業スクール> 第 1 回：創業のための基礎知識/創業前の準備/創業に必要な手続き 事業計画作成ポイント 等</p> <p>第 2 回：従業員の雇用/社会保険・労働保険の基礎知識 等</p> <p>第 3 回：経理事務の知識/事業に伴う税金の基礎知識 等</p> <p>第 4 回：広告戦略で重要なポイント/SNS による集客 等</p> <p>第 5 回：ホームページ活用/LINE 公式アカウント活用 等</p> <p>※令和 6 年度のカリキュラムより</p> </td> </tr> <tr> <td>その他ポイント</td> <td>今後は、カリキュラムのなかに、「商品調査実習」を入れる。 詳細は『4. 需要動向調査に関すること』参照。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>20 人/回</td> </tr> </table>	支援対象	創業を目指す方、創業 1 年以内の方	募集方法	ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知	講師	中小企業診断士、税理士、社会保険労務士 等	回数	年 1 回（全 6 日）	カリキュラム	<p><創業セミナー> 事業を立ち上げる方法・魅力</p> <p><創業スクール> 第 1 回：創業のための基礎知識/創業前の準備/創業に必要な手続き 事業計画作成ポイント 等</p> <p>第 2 回：従業員の雇用/社会保険・労働保険の基礎知識 等</p> <p>第 3 回：経理事務の知識/事業に伴う税金の基礎知識 等</p> <p>第 4 回：広告戦略で重要なポイント/SNS による集客 等</p> <p>第 5 回：ホームページ活用/LINE 公式アカウント活用 等</p> <p>※令和 6 年度のカリキュラムより</p>	その他ポイント	今後は、カリキュラムのなかに、「商品調査実習」を入れる。 詳細は『4. 需要動向調査に関すること』参照。	想定参加者数	20 人/回
支援対象	創業を目指す方、創業 1 年以内の方														
募集方法	ホームページやチラシでの周知。関係機関による周知														
講師	中小企業診断士、税理士、社会保険労務士 等														
回数	年 1 回（全 6 日）														
カリキュラム	<p><創業セミナー> 事業を立ち上げる方法・魅力</p> <p><創業スクール> 第 1 回：創業のための基礎知識/創業前の準備/創業に必要な手続き 事業計画作成ポイント 等</p> <p>第 2 回：従業員の雇用/社会保険・労働保険の基礎知識 等</p> <p>第 3 回：経理事務の知識/事業に伴う税金の基礎知識 等</p> <p>第 4 回：広告戦略で重要なポイント/SNS による集客 等</p> <p>第 5 回：ホームページ活用/LINE 公式アカウント活用 等</p> <p>※令和 6 年度のカリキュラムより</p>														
その他ポイント	今後は、カリキュラムのなかに、「商品調査実習」を入れる。 詳細は『4. 需要動向調査に関すること』参照。														
想定参加者数	20 人/回														
支援の手法	滑川町創業塾等を通じて創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員等や専門家が一緒になってブラッシュアップする方法にて行う。														

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】

創業計画や経営革新計画、補助金申請のための計画策定支援は実施しているが、計画書の策定にとどまってしまうこともある。また、事業者に対して事業計画の進捗状況や成果の確認までのフォローアップができていない事業者もある。

【課題】

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、定期的にフォローアップを実施することが課題である。また、事業計画を実施する上での課題等に対し、事業者に寄り添い一緒に解決を図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定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、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者や経常利益増加事業者の割合が約3割（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）になることを目指す。

フォローアップでは、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図るための支援を実施する。支援では、事業者への内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力を引き出すことで、支援期間中の事業者の一連の取組を一過性の取組とさせず、事業者が事業環境の変化に合わせて、持続的に発展できる可能性を高める。

また、創業計画の策定をした事業者に対しても、四半期ごとのフォローアップを実施し、計画通りの成果をあげることを目指す。

(3) 目標

① 事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
フォローアップ対象事業者数	6者	8者	8者	8者	8者	8者
頻度 (延回数)	四半期毎 (12回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (32回)
売上増加事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
経常利益増加事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者

② 創業計画のフォローアップ

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
フォローアップ対象事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度 (延回数)	四半期毎 (5回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)

(4) 事業内容

事業名	事業計画・創業計画のフォローアップ
目的	事業計画・創業計画どおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画・創業計画を策定したすべての事業者
支援の手法	経営指導員等が、事業計画・創業計画を策定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。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・創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、専門家派遣を実施するなどにより、軌道に乗せるための支援を実施する。フォローアップでは、事業計画・創業計画の進捗状況の確認、売上・利益等の経営指標の把握を行う。また、計画実行上の課題に対し、課題解決を図る。課題解決にあたって

は、単に「答え」を提供するような支援を行うのではなく、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じて事業者もよく考えること、事業者内のチームと一緒に作業を行うことにより、事業者が事業環境の変化に合わせて自ら変革を続けていける力（自走化する力）を付けられるようにする。

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、小規模事業者の多くは IT を利活用した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という課題がある。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 を利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 IT を利活用した販路開拓等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ことが課題である

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が事業を維持・拡大させるためには、新たな需要の開拓も重要である。

当町には、南部に工業地帯があり、小規模製造業もみられる。これら小規模製造業をみると、販路を拡大できるような高い技術力等を持っているにも関わらず、新たな取引先の獲得に向けた活動ができていないことが多い。そこで、当会にて「彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援」を実施。新たな取引先の獲得を目指す。

また、現代において、新たな需要の開拓をするためには、IT の活用が欠かせない。一方、小規模事業者の多くは IT を活用した販路開拓が十分とはいえない。特に、当町には自社ホームページや自社 SNS を保有していない事業者も多くみられる。そこで、最低限の IT 活用を促進するため、当会にて「ホームページ・SNS の開設支援」を実施。商圏の拡大や集客等の実現を目指す。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4) 事業内容』のとおりである。

なお本事業では、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。

(3) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援 出展事業者数	3者	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ホームページ・SNS の開設支援 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	-	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援 (BtoB)

事業名	彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
支援対象	主に製造業 ※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。

訴求相手	埼玉県全域の事業者
展示会等の概要	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6年1月はリアル展示+オンライン展示のハイブリッド型で開催され、リアル展示では、出展社数602企業・団体、来場者数13,749人であった。
支援の手法	<p>彩の国ビジネスアリーナの出展支援を実施する。なお、必要に応じ、他の展示会・商談会への出展支援を行う場合もある。参加事業者に対しては、経営指導員等が、展示会等で新たな取引先を獲得するまでの支援を伴走型で行う。</p> <p><出展前の支援> 出展者の募集 / 商談シート（FCPシート）の作成 / 商談相手の事前アポイント / 効果的な展示方法（パンフレット等のツールの整備含む）や短時間での商品等アピール方法の指導 等</p> <p><出展後の支援> 商談相手に対するフォロー 等</p>

②ホームページ・SNSの開設支援（BtoB、BtoC）

事業名	ホームページ・SNSの開設支援
目的	ITを活用した商圏拡大、集客等の新たな需要開拓を目指す。
支援対象	<p>自社ホームページや自社SNSを保有しておらず、かつITを活用した販路開拓に意欲がある小規模事業者（業種等問わず）</p> <p>※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。</p>
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	当町には自社ホームページや自社SNSを保有していない小規模事業者も多い。そこで、IT専門家派遣などを行いながら、自社ホームページやSNSの開設を支援する。
支援の手法	<p>経営分析や事業計画策定などの個社支援の際に案内する方法や、『6.事業計画策定支援に関すること』で実施するITセミナーの際に案内する方法にて掘り起こしを実施する。</p> <p>その後、取組に意欲的な事業者に対し、経営指導員等がIT専門家や地元IT事業者と連携して支援を実施する。具体的には、適切なホームページツール（goope、Jimdo、WordPress等）やSNS（Instagram、X、Facebook、LINE、googleビジネスプロフィール等）の選定から導入、運用までをハンズオンで支援する。また、成果を確認するため、売上・利益等の経営指標の把握を行う。</p>

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、経営発達支援事業の支援状況は、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、当会や滑川町だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「評価委員会」により事業の成果を確認し、PDCAを回しながら経営発達支援事業を推進することで、小規模事業者の売上・利益拡大に寄与することが課題である。

(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成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	<p>以下の取組により、経営発達支援事業のPDCAを回す。</p> <p>【PLAN】（事業の計画・見直し）</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・補助員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。</p> <p>【DO】（事業の実行）</p> <p>(c) 経営指導員・補助員等は、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・補助員等は、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>【CHECK】（事業の評価）</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）により補助員等の指導状況を確認する。</p> <p>(f) 年1回の「評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。なお評価は、経営発達支援計画に記載したすべての事業を対象とする。</p> <p>※「評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i 滑川町産業振興課長（もしくは担当者）、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「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）で定量的に評価する。</p> <p>ii 当該「評価委員会」の評価結果は、理事会に報告する。また、当会ホームページ（https://www.syokokai.or.jp/syokokai/namegawa/）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連可能な状態とする。</p> <p>【ACTION】（事業の見直し）</p> <p>(g) 「評価委員会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。</p>

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】

経営発達支援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。また、本計画で目標とする「DXに向けた相談・指導を行う能力」や「経営力再構築伴走支援の基本姿勢」が不足している。

【課題】

本計画の成果をあげるために、補助員等も含めた組織全体の支援力向上を図る必要がある。また、不足能力を特定し、外部・内部研修を通じて資質向上を図ることが課題である。

(2) 事業内容

① 経営指導員（法定経営指導員含む）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	すべての職員
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ことを目指す。
不足能力の特定	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・ 小規模事業者の新たな需要開拓を実現する能力 ・ DXに向けた相談・指導を行う能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等

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（ア～ウ）の研修・セミナーに積極的に参加し、資質向上を図る。具体的には、埼玉県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体が主催する義務研修に参加するだけでなく、中小企業基盤整備機構 中小企業大学の中小企業支援担当者向け研修（web 校含む）の参加や、近隣の商工会と共同で講師を招聘する独自研修会などを行う。</p> <p>これまでこれらの研修・セミナーへは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、すべての職員が積極的に参加する。</p> <p>ア 小規模事業者の売上・利益向上支援、新たな需要開拓支援の資質向上 これまで、経営分析支援、事業計画策定支援、販路開拓支援等の外部講習には参加してきたが、知識の更新のため、これらの研修には引き続き参加する。</p> <p>イ DX に向けた相談・指導能力の習得・向上 DX 関連の動向は日々進化していることから、DX 関連の相談・指導能力向上に資する研修に参加する。</p> <p>ウ 経営力再構築伴走支援の資質向上 「対話と傾聴による信頼関係の構築」、「気づきを促す課題設定型コンサルテーション」、「経営者の自走化のための内発的動機付けと潜在力の引き出し」のような経営力再構築伴走支援の能力向上に資する研修に参加する。</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ことを目指す。
内容	<p>ア OJT ベテラン職員と経験の浅い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。</p> <p>イ 情報共有 毎朝の朝礼のなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。</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>

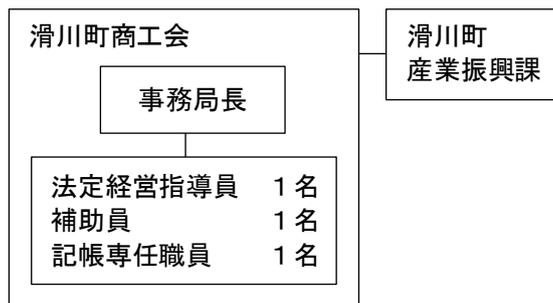
(別表2)

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12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：小久保 一宏

連絡先：滑川町商工会 TEL. 0493-56-3110

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

〒355-0811

埼玉県比企郡滑川町大字羽尾 4972-11

滑川町商工会

TEL：0493-56-3110 / FAX：0493-56-3178

E-mail：namegawa@af.wakwak.com

②関係市町村

〒355-8585

埼玉県比企郡滑川町大字福田 750-1

滑川町 産業振興課 農業商工担当

TEL：0493-56-6906 / FAX：0493-56-2448

E-mail：na3411601@town.namegawa.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 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
必要な資金の額	900	900	900	900	900
専門家派遣費	300	300	300	300	300
セミナー開催費	300	300	300	300	300
フォローアップ事業費	300	300	300	300	300

(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
会費収入、国補助金、埼玉県補助金、滑川町補助金、各種手数料

(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