

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>嵐山町商工会（法人番号 5030005011605） 嵐山町（地方公共団体コード 113425）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日から令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>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、以下の取組みを進めていく。 【目標1】小規模事業者の計画経営への転換支援をする 【目標2】小規模事業者への経営・技術支援の強化を通じて、嵐山町の活性化へ裨益する</p>
<p>事業内容</p>	<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に関すること 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（調査）</li> <li>2. 需要動向調査に関すること 地域資源活用に係る調査、消費者動向調査</li> <li>3. 経営状況の分析に関すること 掘り起こし、定量分析、定性分析、課題に応じた専門家の活用による分析</li> <li>4. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定支援、起業・創業、第二創業事業計画策定支援 DX 推進セミナー・IT 専門家派遣</li> <li>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 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>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会出展支援事業（オンライン開催含）、IT ツール活用支援事業、ネットショップ（EC サイト）の開設、ホームページの開設</li> </ol>
<p>連絡先</p>	<p>○嵐山町商工会 〒355-0221 埼玉県比企郡嵐山町大字菅谷 445 番地 1 電話番号 0493-62-2895 FAX 番号 0493-62-2879 メールアドレス ranzan@syokokouai.jp ○嵐山町 企業支援課 商工・観光担当 〒355-0211 埼玉県比企郡嵐山町大字杉山 1030 番地 1 電話番号 0493-62-0720 FAX 番号 0493-62-0713 メールアドレス r-kigyoushou@town.ranzan.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

【嵐山町の現状】

① 嵐山町の立地

当商工会のある嵐山町は、東京より60km圏内埼玉県の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、近年では、都幾川堤の桜並木などの認知度が高まっており町の魅力となっている。

また、ラベンダー園開園により、県内外からの観光客が増加することが期待されている。



② 嵐山町の人口（推移）

嵐山町の人口は増加傾向で推移してきたが、平成12年をピークにゆるやかに人口減少が進んでいる。世帯数の増加が続く一方で、世帯人員は減少が続いている。年齢3区分別人口・割合で見ると、年少人口・生産年齢人口の割合が減少し、老年人口の増加が顕著となっており、高齢化が進んでいる。



自然増減については継続的にマイナスが続いている一方、社会増減については平成25年以降プラスが多くなっており、平成27と30年では人口が増加に転じている。平成26年に「嵐山町企業誘致条例」を制定し、新たな企業の誘致や既存企業の拡張等による外国籍の方を含む雇用の確保、平沢土地区画整理事業による良好な住宅地整備が進んだことなどが要因と考えられる。



最新の統計調査によると、令和3年10月1日時点で、人口は17,693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。

平成2年以降上昇が続いていた昼夜間人口比率は、平成17年以降は100%を越えている。平成27年にはやや減少しているものの102%となっており、工場立地などを背景に昼間人口が伸びている。隣接している市町村（東松山市・滑川町・熊谷市・深谷市・寄居町・小川町・ときがわ町・鳩山町）と比較すると、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（102）と東松山市（100.3）の2市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。



## 令和 12 年目標人口 16,340 人

参考：社人研推計人口(平成 30 年推計) 15,658 人

区 分	平成 27 年 (2015)	令和 2 年 (2020)	令和 12 年 (2030)	令和 42 年 (2060) (参考値)
人口	18,341 人	17,890 人	16,340 人	12,260 人
年少人口 (14 歳以下)	1,894 人 (10.3%)	1,711 人 (9.6%)	1,410 人 (8.6%)	1,230 人 (10.0%)
生産年齢人口 (15～64 歳)	10,921 人 (59.5%)	10,300 人 (57.6%)	9,220 人 (56.4%)	5,940 人 (48.5%)
老年人口 (65 歳以上)	5,405 人 (29.5%)	5,879 人 (32.9%)	5,710 人 (35.0%)	5,090 人 (41.5%)

※平成 27 年は総務省「国勢調査」、令和 2 年は埼玉県統計課「埼玉県町(丁)字別人口調査結果報告」

※令和 12 年・42 年の数値は、「嵐山町人口ビジョン」の推計

※平成 27 年の総人口は年齢不詳(121 人)を含んでいるため、年齢 3 区分の合計は総人口と一致しません。

### ③嵐山町の産業

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空店舗が増加している。原因として、高齢化や後継者不足による意識低下や新型コロナウイルスによる影響が挙げられる。

町では、事業者の経営改善を支援し地域商業の振興を実施し、武蔵嵐山駅周辺地区において関係機関の連携のもと活性化を図っている。

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

平成 26 年	卸売業	16	255,500
	小売業	106	1,600,500
	計	122	1,856,000
平成 28 年	卸売業	13	241,400
	小売業	114	1,740,500
	計	127	1,981,900

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

資料:平成26年商業統計調査結果報告 平成26年7月1日現在

資料:平成28年経済センサス活動調査結果報告 平成28年6月1日現在

工業は、新たな産業用地の確保など企業誘致の推進、地元企業や創業者への支援に努め、地域経済の活性化を図る。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。今後10年で、企業の求める立地要因や条件を捉え、新たな産業用地の確保が見込まれている。具体的には、花見台工業団地拡張地があげられる。町民の新たな雇用の創出と企業の人材確保を図るために、就職説明会などの取組を支援し、企業と町民のマッチングを推進すること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
平成28年	50	11,465,929
平成29年	58	13,892,126
平成30年	55	12,375,376
令和元年	52	14,908,217

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、民間・公共工事ともに受注件数が減少しており、今後も厳しい状況である。また、職人の高齢化や後継者不足による人手不足が深刻な課題となっている。

(商工業者数内訳)

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	427	83	104	18	632

小規模事業者数は489事業者(商工業者数は632事業者)で、「商業」が多い。

資料：平成28年経済センサス活動調査結果報告 平成28年6月1日現在

資料：令和2年度商工会実態調査 令和2年4月1日現在

**【事業所数の推移】**

嵐山町の事業所数は平成28年で705件となり、平成21年を100とした場合84.6となり、事業者数は減少している。(事業所数の推移)

	平成21年	平成24年	平成28年
嵐山町	833	792	705
平成21年を100とした場合	100.0	95.0	84.6

資料：平成28年経済センサス-活動調査

**【就業者数の推移】**

嵐山町の就業者数は平成27年で8,860人となっている。平成12年を100とした場合88.0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85.4、女性91.8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代と50代では減少傾向にある。また男女とも40代と60代の就業者数は増加傾向にある。

	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年
嵐山町 男性	6,010	5,782	5,425	5,132
平成12年を100とした場合	100.0	96.2	90.3	85.4
嵐山町 女性	4,062	4,009	3,924	3,728
平成12年を100とした場合	100.0	98.7	96.6	91.8
嵐山町 総合	10,072	9,791	9,349	8,860
平成12年を100とした場合	100.0	97.2	92.8	88.0

資料：平成27年国勢調査

嵐山町に居住する就業者8,860人のうち、町内で従業(自宅従業を含む)している人は3,219人(約36.3%)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。男性では50代前半で20.3%と最も低くなっており、女性では30代後半から男性よりも町内従業の割合が高く、20代前半が20.9%と最も低くなっている。



年齢階級別町内従業者数の状況（嵐山町）



資料：平成27年国勢調査

### 【産業別就業者の推移】

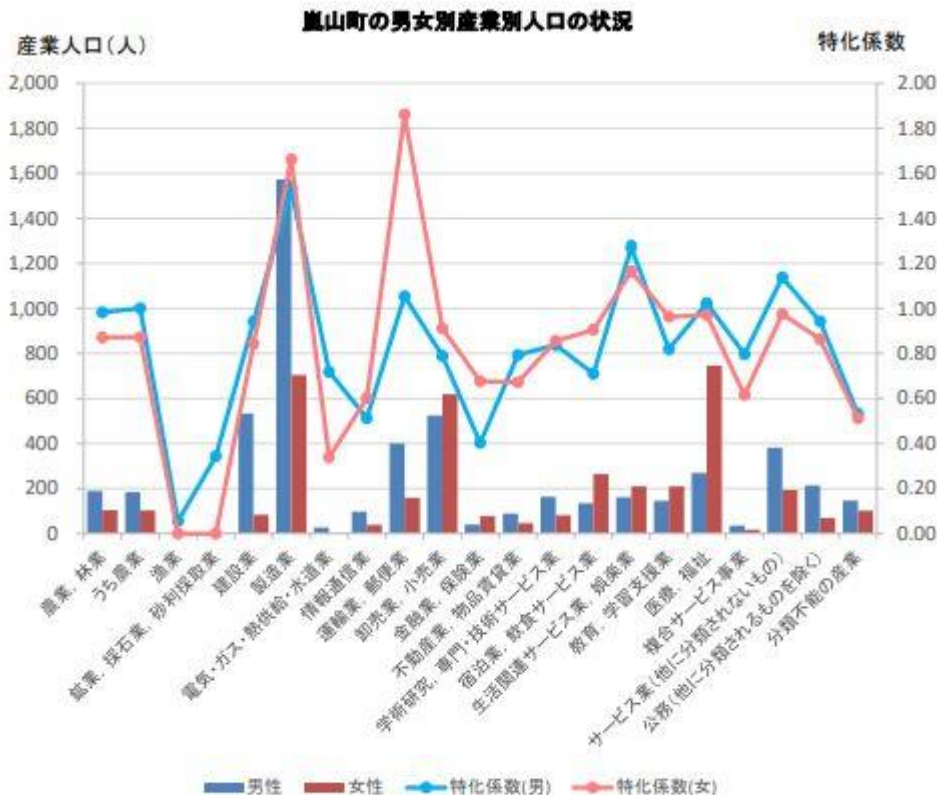
嵐山町の産業別就業者数の推移をみると全産業で就業者数は減少傾向である。平成27(2015)年では第1次産業294人、第2次産業2,895人となっている。第3次産業は平成17(2005)年までは増加を維持していたが、平成27(2015)年は減少に転じて5,422人となっている。産業別就業者構成比を埼玉県及び全国と比較すると、嵐山町では第2次産業就業者の割合(33.6%)が埼玉県(24.9%)や全国(25.0%)よりも高くなっている。



資料:平成27年国勢調査

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。





※平成 27 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

#### ④第 6 次嵐山町総合振興計画の引用（商工・観光部分）

##### 【商業の基本方針】

- 住民ニーズの変化や多様性に対応できるよう経営改善を支援し、地域商業の振興を図る。
- 武蔵嵐山駅周辺地区の商業については、商工会、DMO登録を目指す観光協会等、関係機関との連携により、多様なソフト事業を展開していくことで活性化を図る。

##### ～現況と課題～

- 時代の移り変わりとともに、商業機能の集積は最寄りの鉄道駅や身近な地域の商店街などから、ロードサイド店舗に移行してきた。国道 254 号沿道は、食料品、飲食店、日用雑貨、電器店等の大型小売店が数多く進出しており、賑わいのある町の商業拠点となっている。
- 武蔵嵐山駅西側の小売店や飲食店の商業力は相対的に低下しており、町内事業者の経営改善を支援し、地域商業の振興を図っていく必要がある。
- 交通結節点であり拠点性の高い駅周辺の活性化を図っていく必要があるが、商業を営む方の高齢化等が進んでいることや、国道 254 号沿道に商業地が集積していることから、駅周辺において空き家、空き店舗が増えている。

## 【工業の基本方針】

- 良好な交通アクセスや強固な地盤など町ならではの強みを活かし、周辺の田園環境と調和した新たな産業用地を確保するなど、更なる企業誘致に積極的に取り組み、地域経済活性化を一層推進する。
- 雇用の場の確保や魅力ある就業機会を創出するため、積極的に地元企業への支援、創業者への支援に努めることにより地域活性化を図る。

## ～現況と課題～

- 町には関越自動車道「嵐山小川インターチェンジ」があるほか、国道254号が通過していることから交通利便性が高く、また丘陵地帯であるため強固な地盤が特徴となっている。
- 法人町民税の調定額のうち花見台工業団地による額が概ね3割となっており、花見台工業団地が町の経済の大きな牽引力となっている。
- 過去10年間の工業統計調査によると事業所数はほぼ変わっておらず、従業者数、製造品出荷額等は増加している。また、業種別製造品出荷額をみると「食料品製造業」「輸送用機器製造業」が上位を占めている。
- 人口減少問題への対応や財政基盤の強化を図るため、より一層の産業振興が求められている。
- 雇用の場の確保や魅力ある就業機会の創出、地域経済活性化のための積極的な地元企業への支援、花見台工業団地や越畑地区等において産業用地の整備を行うなど企業誘致を推進してきたが、これまでの取組みを踏まえ、企業のニーズにあった産業用地の確保など、更なる取組が求められている

## 【嵐山町の課題】

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29年10～12月期）特別調査事項より」

経営者（代表者）の年齢は、「60歳代」（31.0%）が最も多く、次いで「70歳以上」（26.4%）、「50歳代」（23.7%）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27年度第4四半期調査）では70歳以上の割合が23.7%であったが、今回約3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。



## （2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### 【嵐山町の10年程度の期間を見据えた計画について】

第6次嵐山町総合振興計画（令和3年度を初年度とした令和12年度までの10年計画）の将来像は「未来へつなぐ ひと しぜん 暮らし とともに学び育むまち 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、令和3年には、「嵐山町人口ビジョン及び第2期嵐山町総合戦略」が策定された。

第2期嵐山町まち・ひと・しごと創生総合戦略（令和3年度を初年度とした令和7年度までの5年間）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、町の資源（観光・文化・人材）を有効に活用した「嵐山町らしい」取り組みを行うことが必要だと考えられている。

活力ある嵐山町をつくり続けるため、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。

### 【総合戦略3つの基本方針】

#### ◇活力と生きがいを創出する

嵐山町のみならず比企地域の多くは就職や結婚、出産などのライフステージの変化を機に若者が町外に転出してしまうケースがあるため、安定的な就業先の確保が課題となっている。工業団地等の整備による企業誘致、既存企業や創業者への支援、町の特色を生かした農業を中心とした産業の活性化などにより雇用を確保する。また、点在する観光資源の連携や効果的な情報発信により、観光客や関係人口を増やし、地域の活性化や新たなビジネスチャンスの創出を図る。

#### ◇子ども達の未来を創出する

子育て世代の転出を防止し、転入を促進するためには、結婚・出産・子育てに希望が持てる環境が求められる。誰もが安心して子どもを産み育てられる環境を整備するため、子育て世代の総合窓口である子育て世代包括支援センターにおいて妊娠・出産から育児までのワンストップの支援を行うとともに相談体制の充実を図る。また、教育・保育の確保や質の向上、地域ぐるみの子育て支援や子どもの遊び場の充実を推進することで、子育ての場として選ばれる町となることを目指す。

#### ◇住みよい豊かな環境を創出する

町に住む人が「住んで良かった、これからも住み続けたい」と感じられるまちづくりを推進することにより定住人口の維持・増加を図る。人が集い、魅力的な暮らしを提供するため、武蔵嵐山駅周辺の整備や活用、美化清掃活動への支援などを行う。

また、地域の自主組織や消防団への支援や公共施設等の統廃合を含めた維持管理により、防犯、防災に強く持続可能で質の高いまちづくりを推進する。

総合戦略においては、国及び県の総合戦略を踏まえ、国が示す政策分野に対応して設定した下図のとおり、4つの基本目標を柱とし、嵐山町の今後10年程度の目標を実現するための基本的方向を示すとともに、具体的な施策を位置づける。

【4つの基本目標】

■施策の体系

基本目標	主な施策	具体的施策の内容
雇用をつくる	農業を中心とした産業の推進	農業を中心とした産業の新たな展開
	新たな企業誘致と町内企業への支援による雇用の場の確保	新たな企業誘致による産業活性化 町内企業や創業者への支援
	潜在的な働き手の確保	女性・高齢者への就業支援
人の流れをつくる	積極的な情報発信による知名度の向上	SNSやマスメディアの積極的な活用
	駅前を拠点とした新たな賑わいの創出	武蔵嵐山駅周辺の活性化
	観光×農業による地域資源の魅力創出	観光地等におけるインターネット環境の整備 嵐山深谷パーベキュー場・学校橋河原周辺の活用 地域資源の活用 武蔵嵐山の再生
安心して結婚・出産・子育て ができる社会をつくる	結婚・妊娠・出産への総合的な支援	結婚する機会の拡充 妊娠・出産に伴う総合的な支援
	子育て支援の充実	適切な子育て支援情報の提供
		子ども・子育て支援の充実
子育て世帯への経済的支援の充実 相談体制の充実 子どもの遊び場の充実		
住みよい環境をつくる	武蔵嵐山駅周辺エリアの充実	武蔵嵐山駅前施設の整備ときれいな駅の維持管理 駅周辺の活性化
	安全・安心な地域づくりへの取組	防火・防災対策への取組 防犯対策への取組
	持続可能なまちの機能の充実	きれいな生活環境の維持管理 公共施設の維持管理と利活用

①10年程度の期間を見据えて（商工会のビジョン）

今後、10年程度の期間を見据えて当商工会が取り組むべきことは、小規模事業者の経営基盤を強化していくことである。小規模事業者は、経営基盤が弱く、また、それを認識していない事業所が多い。当商工会は、地域の経済動向や需要動向を定期的に把握すると共に、その調査結果を情報発信し、多くの小規模事業者がその情報を事業計画策定に役立て、自社の現状を把握し、強みを生かした持続的経営を行うための支援を行う必要がある。そのためには、当商工会は、嵐山町と連携して経営発達支援計画を推進し、「地域経済を支えている小規模事業者の事業継続支援の強化」と「創業者支援と創業後フォローアップの強化」を軸に、嵐山町の創業支援補助制度の活用、創業者の育成、支援強化による地域経済の再生と活性化を図る。

## ②第6次嵐山町総合振興計画及び第2期嵐山町まち・ひと・しごと創生総合戦略との連動性・整合性

第6次嵐山町総合振興計画において、基本方針「①活力と生きがいを創出する」と「③住みよい豊かな環境を創出する」及び第2期嵐山町まち・ひと・しごと創生総合戦略において、基本目標の「雇用をつくる」と「人の流れをつくる」、「住みよい環境をつくる」の項目を、本会が中心となり、施策を推進していくことが町より求められている。

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、町の資源（観光・文化・人材）を有効に活用した「嵐山町らしい」取り組みを行うことが必要である。

嵐山町商工会では、新たな雇用を創出する「合同企業説明会」や町の賑わいを創出する「嵐山まちゼミ」の開催、地域観光資源を活用した「さくらまつり」の開催など、すでに嵐山町の発展に寄与しているが、今後は新たなビジネスチャンスを創出するために、嵐山町の資源を活用し、特産品の開発や新たな時代のニーズに対応したまちづくりを実施する。以上のことから、今後の嵐山町商工会の目指す方向性や活動方針が第6次嵐山町総合振興計画及び第2期嵐山町まち・ひと・しごと創生総合戦略と一致していると考ええる。

## ③嵐山町商工会としての役割

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、商圏で商売ができなくなれば、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に直結する。

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える。

本会が小規模事業者の発達を推進するために、次の目標を定める。



### **(3) 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、以下の取組みを進めていく。

#### **【目標1】小規模事業者の計画経営への転換支援をする。**

小規模事業者は、外部環境に影響を受けやすく、経営基盤が弱いため、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。経営計画の策定支援からフォローアップのPDCAサイクルの定着を支援することで、厳しい環境でも生き残ることができる計画経営への転換支援をする。

#### **【目標2】小規模事業者への経営・技術支援の強化を通じて、嵐山町の活性化へ裨益する。**

嵐山町では、高齢化や後継者不足により、廃業となる店舗が増加し、中心市街地の魅力が低下している。創業者のスキルアップ支援、経営力向上支援を通じて、マッチング機会を高め、創業の実現を図る。創業者の支援を強化することで、空き店舗への出店や中心市街地の活性化が期待できる。創業によって雇用が生まれ、人が集まることで地域経済の好循環が生まれる。

## 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4年4月1日～令和9年3月31日の5年間を実施期間と定める。

### (2) 目標の達成に向けた方針

#### 【目標1】小規模事業者の計画経営への転換支援をする

##### 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、必要に応じ専門家等と連携して、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 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。

#### 【目標2】小規模事業者への経営・技術支援の強化を通じて、嵐山町の活性化へ裨益する

##### ① 創業・第二創業支援による地域経済の活性化

小規模事業者は後継者不足及び、高齢化による空き店舗の問題がある。行政や事業承継機関等と連携し、既存事業者及び創業者の地盤を活用した支援を実施する。

特に、武蔵嵐山駅周辺の空き店舗対策として、創業者のスキルアップ支援、経営力向上支援を通じて、マッチング機会を高め、創業の実現を図ることで、昭和50年代から平成初期に商業の中心地として栄えていた頃の地域の賑わいを取り戻すことを目標とし、地域活性化への裨益となる。

##### ② イベントや個店でのアンケート等の意見集約・分析

販路開拓支援のため、需要・消費動向調査を実施。今後の展開に活かしてもらうべく、分析結果について情報提供をおこなう。

##### ③ DX 推進支援

嵐山町の小規模事業者は、DXの二極化が進んでいる。特に関連性がある部分では、確定申告の電子申告、補助金の電子申請が近年、導入推進されている。今後もIT化が加速していくなかで、事業者にとってDXは必要であると認識させる支援を実施する。

##### ④ 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。

## 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]

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。

##### [課題]

- ・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。
- ・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。）
- ・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。）

#### (2) 目標

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。

##### (目標)

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
(1)小規模事業者調査件数	15件	30件	30件	30件	30件	30件
報告書作成回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
(2)埼玉県内経済動向情報収集回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
報告書作成回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
情報発信（ホームページ掲載）回数 (1) + (2) の合計	0回	1回	1回	1回	1回	1回

#### (3) 事業内容

##### ①小規模事業者調査

全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」調査票を参考に独自の項目を追加し、雛形・様式の統一を図った上で、年1回（毎年11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の県内の経済動向と比較できる体制を整備する。

- ◇調査方法 調査票を郵送し返信用封筒で回収する。
- ◇調査対象 製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から6社ずつ計30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）

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1回（11月頃を予定）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の地域内の経済動向と比較できる体制を整備する。

- ◇調査方法 RESAS（地域経済分析システム）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）
- ◇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

#### （4）調査結果の活用（情報発信）

前述（3）①②の調査結果は、主に㈱H.A.Lが提供する「BIZミル」を用いて、表やグラフ等を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、商圈の設定、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。

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

###### [現状]

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。

###### [課題]

- ・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。
- ・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。
- ・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。

嵐山町では、新たな観光資源のラベンダー園、小麦農林61号など競争力のある原材料を使用し、商業者が加工し付加価値をつけるタイアップ型の6次産業化を推進している。今後は、顧客目線で需要動向調査に取り組むことが重要であると考えている。

##### (2) 目標

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
新商品開発の対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
アンケート調査対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

##### (3) 事業内容

新たな地域資源として注目されている「千年の苑」ラベンダー園と幻の小麦「農林61号」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。また、町内外の消費者の需要開拓のため、町内飲食店、食品販売店において来店者アンケートを実施する。

新商品開発の対象事業者として想定する先として、

###### 【ラベンダー】

雑貨店（2店）⇒雑貨店は常に流行を追いかけており、新商品に対して前向きである。

###### 【農林61号】

パン製造・小売業（1店）⇒新商品開発に前向きである。

洋菓子店（1店）⇒季節ごとの新商品販売を実施。

飲食店（1店）⇒積極的にメニュー開発を実施する店舗を選定。

※「千年の苑」ラベンダー園とは、約4ヘクタール・約15,000本を植え付け、令和元年のオープン時では、約8万人の観光客が来場した。

※幻の小麦「農林61号」とは、小麦の品種のひとつでうどんや饅頭に適しているが、埼玉県の奨励品種から外れたため、嵐山町でめんこ61プロジェクトを立ち上げて復刻推進している。

### 【ラベンダーに関すること】

- ◇調査手法 ラベンダーまつりやまちゼミなどのイベントの際にアンケート用紙を記入してもらい、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 各店30人（ラベンダーまつりの観光客など）
- ◇調査項目 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）でアンケート実施。

### 【農林61号に関すること】

- ◇調査手法 各店にアンケート用紙を設置し記入してもらう
- ◇支援対象者 農林61号を使用して特産品開発を実施する小規模事業者
- ◇調査対象者 各店30人
- ◇調査項目 各基礎項目の予定  
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）

### （4）成果の活用

分析結果は、経営指導員等が想定事業者の地域特産品開発に活用できるように、調査結果を報告書としてまとめて、フィードバックする。特産品を開発する事業者に対して、随時情報提供を行っていくとともに、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。事業計画策定支援の基礎データとして活用し、経営計画や補助金計画の策定まで支援する。



## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

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多く、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くことが考えられる。

#### [課題]

多くの小規模事業者には、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ため、持続的経営を実施していくために自社分析の重要性を理解してもらうために必要に応じて、外部専門家等と連携することが必要である。

### (2) 目標

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
経営分析に伴う巡回件数	30件	80件	80件	80件	80件	80件
経営分析事業者数	15件	40件	40件	40件	40件	40件

※経営分析事業者数の根拠は、基本指針より、経営指導員1人当たりで継続的に指導及び助言を実施することができる小規模事業者は20社程度を目安としている。

### (3) 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・以前行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。

### (4) 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。

◇手法 事業者とのヒアリングを通じて、現状分析を行い、課題を抽出する。  
(株)H.A.L が提供する「BIZ ミル」や「ローカルベンチマーク」、中小機

構の「経営計画つくるくん」などを活用し、事業者に経営状態を把握してもらおう。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2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。

### （5）分析結果の活用

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。また、掘り起こした小規模事業者に対し、(株)H.A.L が提供する「BIZ ミル」を活用して詳細な経営分析を行う。分析したデータは、小規模事業者にフィードバックして事業計画の策定に活かす。また、分析結果を単会全体で共有し、スキルアップに活用する。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

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。

近年は、らんざん創業塾を開催し、受講者は10～20名と多く、創業の心構えや知識向上に役立っているが、実際の創業者は2割程度である。

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。なお、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。

#### [課題]

補助金経由で事業計画に取り組む事業者が増えているが、その大半が事業計画策定の重要性を理解していないケースが多いため、計画経営の重要性の理解を浸透させる必要がある。

また、既存事業者や創業者が持続的経営を実施していくためには、実現性の高い計画書を策定することが必須である。事業者の方針や課題を明確にするためには、ヒアリング力と提案力が職員必須スキルである。

### (2) 目標

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
事業計画策定セミナー	—	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	10件	20件	20件	20件	20件	20件
起業・創業、第二創業事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
起業・創業、第二創業事業計画策定事業者数	3件	3件	3件	4件	4件	5件
DX推進セミナー	—	1回	2回	2回	2回	2回

### (3) 支援に対する考え方

事業者が経営課題を解決するため、「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」、「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画（改善案含む）策定支援とDXに向けた支援を実施する。

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。

#### (4) 事業内容

##### ①事業計画策定支援

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。また、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。

※事業計画策定セミナーは、主に経営分析実施者に対して募集を行う。原則1回2時間×2回を1年間で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

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」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、事業者からの確か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。

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、アドバイスを頂き、一緒に解決方法を見出す。

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

「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。

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2回）による情報発信を行い、認識・理解度を高めてもらう。

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×4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10名を目標に募集する。

また、嵐山町の小規模事業者は後継者不足及び空き店舗の問題があるため、行政や事業承継機関等と連携し、事業者の地盤を活用した支援を実施する。

※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

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」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。

「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。

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。

### ③DX 推進セミナー・IT 専門家派遣

DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得するためセミナーを開催する。小規模事業者にとってはハードルが高い IT ツールや WEB サイト導入など、セミナーを通して推進する。

すでに導入している事業者は、その後の展開など新しい課題が生じているため、「地域の経済動向調査」を参考に、意欲の高い事業者に対しては IT 専門家派遣を実施する。  
※DX 推進セミナーは、主にセミナー参加者及び「地域の経済動向調査」での調査結果を元に募集を行う。原則 1 回 2 時間× 1 回を 1 年間で 1 回開催し、DX 関連の活用例、クラウドサービス概要、SNS や EC サイトなどをカリキュラムとして、各 10 名を募集する。

## 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]

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。

#### [課題]

事業計画策定後の支援を定期的指導にすることを習慣づけ、計画の遂行状況や問題点を確認する。

### (2) 目標

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
事業計画策定後フォローアップ対象事業者数	10者	20者	20者	20者	20者	20者
事業計画策定後フォローアップ回数	30回	60回	60回	60回	60回	60回
売上50%以上増加事業者数	—	10者	10者	12者	12者	15者
利益率3%以上増加の事業者数	—	10者	10者	12者	12者	15者
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	3者	3者	3者	4者	4者	5者
起業・創業、第二創業事業計画策定後フォローアップ回数	18回	18回	18回	24回	24回	30回

※事業計画策定後フォローアップ対象事業者数は、6. 事業計画策定支援に関すること  
の目標値を元に、1指導員あたり10事業者で設定。

※事業計画策定後フォローアップ回数は、1指導員あたり10事業者×年間3回を基準  
として設定する。事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗  
状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判  
断し、訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を  
設定する。

※利益率は、経常利益とする。

※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。

### (3) 支援に対する考え方

「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、P D  
C A（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。

#### (4) 事業内容

##### ①事業計画策定後支援

- ・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。)
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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

- ・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。)
- ・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。
- ・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。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、商工会連合会の広域指導員、他地区の経営指導員や外部専門家など第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応対策を検討の上、フォローアップ頻度の変更を行う。

## 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]

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。

#### [課題]

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。

近年、オンライン展示会や商談会が開催されており、小規模事業者にとって参加することへのハードルが下がっている。そこで、商品やサービス、技術はあるがITが苦手な事業者には、DX推進セミナーに参加してもらい、受講者を中心に募集し、出展を目指す。

### (2) 目標

項目	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①展示商談会 出展支援者数(オンライン開催含)	0者	2者	4者	6者	8者	10者
商談成立数	0件	1件	2件	2件	4件	5件
②SNS・ECサイト セミナー	0回	1回	1回	1回	1回	1回
登録支援者数	0者	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/ 1者	0%	10%	10%	10%	10%	10%
③ネットショップ (ECサイト) の開設事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/ 1者	0%	10%	10%	10%	10%	10%
④ホームページ の開設者数	0者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/ 1者	0%	10%	10%	10%	10%	10%

### (3) 支援に対する考え方

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。商工会独自で展示会開催は困難なため、既存の展示会へ出展を目指す。通常の展示会では、陳列、接客などきめ細かな伴走支援を行う。また、オンライン開催時では訴求

したい内容が伝わるよう支援する。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイトの利用等、IT 活用による利業。販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じて IT 専門家派遣を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

#### (4) 事業内容

##### ①展示会出展支援事業（オンライン開催含）

当会では、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。まずは、埼玉県のさい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」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）オンライン開催の場合の注意点などについてアドバイスをを行い、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。

※「彩の国ビジネスアリーナ」とは、埼玉県内を中心とした中小企業の受注拡大・販路開拓を目的とした、国内最大級のビジネスマッチングイベントである。埼玉県、埼玉県産業振興公社や県内金融機関で構成された実行委員会が主催し、さいたまスーパーアリーナで毎年開催されており、600企業以上の参加、来場者数は17,000人以上。ただし、2021年開催は、新型コロナウイルスの影響でオンラインにて開催されたが、400企業以上の参加、来場者数は28,000人以上が参加した。

## 【特に DX に向けた取り組み】

### ②IT ツール活用支援事業

現在、SNS（LINE 公式アカウント、Facebook など）の利用者数は増加しており、EC サイト（BASE 株式会社の運営する BASE など）や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・EC サイトのセミナーを開催し、登録方法や活用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。また、近年では、電子マネー等の導入も加速しているため、キャッシュレス決済に対応できるように支援する。

※SNS・EC サイト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、10 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ネットショップ（EC サイト）の開設

これまでは、小規模事業者は店舗で販売するスタイルが主流であったが、最近はネットショッピングの利用が増加している。

ネットショップを導入するにあたり、楽天市場や Yahoo ショッピングのようなモール型 EC サイトへの登録方法、カラーミーショップ（GMO ペポパ株式会社が運営）や BASE（BASE 株式会社が運営）のようなショッピングカート ASP の登録方法について、SNS・EC サイトに関するセミナーにて、意欲が高くネット販売に力を入れる事業者を募集し、立ち上げから、商品構成、ページ構成など支援する。また、必要に応じて、専門家派遣を実施し事業者の課題を解決していく。

### ④ホームページの開設

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「グーペ」を活用し、情報発信を支援してきた。しかし、「グーペ」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、「グーペ」登録に併せて、個社のホームページ新規作成を支援する。具体的には、「グーペ」は基本無料であるため、SEO 対策など十分にできない問題がある。そこで、持続化補助金などを活用し、ホームページの作成と商品の宣伝、SEO 対策などを織り交ぜた事業計画を立てる支援をする。継続した広報活動やネットショップ販売等の事業展開など、小規模事業者の販路開拓を図る。

## 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]

町内事業者に対する、経営発達支援事業の評価結果の周知がまだまだ不十分である。

##### [課題]

事業の評価及び見直しについては、開催時期などが定まっておらず、事業所の発展に向けた改善につながる仕組みづくりが構築できていない。事業の評価及び見直しを適正に実施するためには、経営発達支援計画の重要性を広く理解してもらう必要がある。

#### (2) 事業内容

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、「経営発達支援計画評価検証会議」を行い、事業の成果をあげるべく、PDCA サイクルをまわす。

- ①当会の会長及び副会長、嵐山町企業支援課長、法定経営指導員、中小企業診断士等の外部有識者へ事業報告を行い、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**別表2**の体制において、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。なお、次年度の方針は、経営分析や経営支援に精通する専門家等の支援を仰ぎ、実現性の高い効果的な方針となるようにする。
- ③事業の成果・評価・見直しの結果は、嵐山町商工会のホームページ (<http://www.syokokai.or.jp/syokokai/ranzan/>) へ掲載(年1回)することで、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。また、概要を抜粋したチラシ等を作成して、町内の小規模事業者に対して配布し内容を周知する。

## 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]

職員の資質向上について、経営指導員WEB研修、埼玉県商工会連合会主催の研修、中小企業大学校の基礎研修等を受講しているが、昨今の小規模事業者の相談に対応するレベルが伴っていなかった。

#### [課題]

小規模事業者に対する指導内容は経営指導員含む職員によって、支援レベルに差があった。また、経営指導員と商工会内部での「個別事業者への指導方針・指導内容」が共有されていなかった。

### (2) 事業内容

#### ①外部講習会等の積極的な活用

##### 【経営支援能力向上セミナー】

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、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。また、埼玉県商工会連合会が主催する各種研修会に対し、計画的に経営指導員等を年3回以上参加する。

##### 【DX推進に向けたセミナー】

特に、本会職員のDX推進のスキルが弱いと考えられるため、全ての職員がDX推進に対応できるようにする。まずは、基礎知識を得ることを目標とし、計画期間中に地域の事業者のDX推進への対応を促進させる。

DXに向けたIT・デジタル化の具体的な取り組みとして、

#### ア) 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、補助金の電子申請、テレワークの導入、情報セキュリティ対策等

#### イ) 事業者にとって外向け(需要開拓等)の取組

HP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

#### ウ) その他取組

Zoomなどを活用したオンライン経営指導・商談会の方法等

#### ②OJT制度の導入

商工会連合会に所属する経験豊富な広域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、組織全体としての伴走型の支援能力の更なる向上を図る。

#### ③職員間の定期ミーティングの開催

当会では、毎朝9時から職員全体(記帳指導員含む)で朝礼を実施しているが、情報共有だけで、具体的な支援のノウハウの共有や報告に対する意見交換等は実施していない。

従来朝礼とは別に、経営発達事業の進捗状況を共有する会議を実施する。

具体的には、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、外部講習会等で受講



した研修内容、個別事業者支援の状況や支援ノウハウ等について、経営指導員を中心に報告者となり職員間で共有する。定期的な会議（毎月1日に1回、年間で12回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

#### ④データベース化

会議内容や指導内容については、経営カルテ（商工会連合会システム）に従来通り入力する。また、㈱H.A.Lが提供する「BIZ ミル」へ事業者支援情報を入力しデータベース化することで、職員全員が情報を共有できるようにする。担当外の職員や新しい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

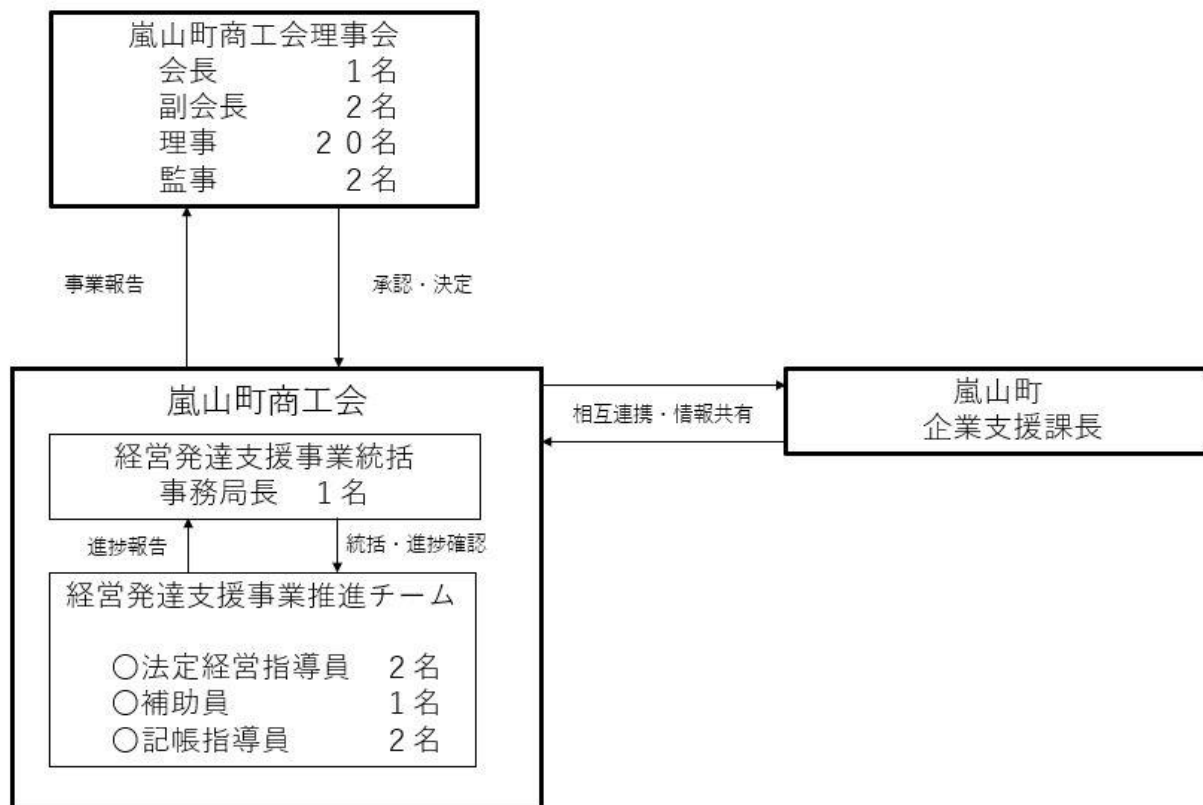
(令和3年11月現在)

(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)

【経営発達支援事業を実施する人員】

- 事務局長1名：嵐山町との調整、事業統括、進捗状況を適宜確認する。
- 法定経営指導員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：法定経営指導員を補佐し小規模事業者支援にあたる。
- 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及び法定経営指導員の補助にあたる。

法定経営指導員の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。



(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 伊得 憲明 (法定経営指導員)

吉野 孝規 (法定経営指導員)

連絡先 嵐山町商工会 TEL: 0493-62-2895

②当該経営指導員による情報の提供及び助言 (手法、頻度 等)

経営発達支援事業の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。

当計画の法定経営指導員については、2名の配置を行うこととする。理由は、事業経営を取り巻く環境が日々変化し、地域の商工業者から求められる経営課題の難易度が高くなっている。事業者の要望に応え、解決するためには、上級資格である「法定経営指導員」がふさわしいため、2名配置する。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒355-0221 埼玉県比企郡嵐山町菅谷445-1

嵐山町商工会

TEL: 0493-62-2895

FAX: 0493-62-2879

Mail: ranzan@syokokukai.jp

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

②関係市町村

〒355-0211 埼玉県比企郡嵐山町杉山1030-1

嵐山町役場 企業支援課 商工・観光担当

TEL: 0493-62-0720

FAX: 0493-62-0713

HP: <http://www.town.ranzan.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
専門家派遣費	400	400	400	400	400
セミナー開催費	300	300	300	300	300
アンケート調査費	100	100	100	100	100
展示会出展費	300	300	300	300	300
DX推進費	200	200	200	200	200
チラシ等作成費	150	150	150	150	150
会議運営費他	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
会費収入、埼玉県補助金、嵐山町補助金、事業受託、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	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
① ② ③	