

### 経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	川島町商工会 (法人番号 5030005008444) 川島町 (地方公共団体コード 113468)
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、経営の向上（経営力や稼ぐ力の向上）を図ること</p> <p>【目標②】 小規模事業者が、町内だけでなく、町外へも販路を広げ、売上拡大を実現すること</p> <p>【目標③】 小規模事業者が、ITを活用するために一步を踏み出すこと</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、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外部環境を把握するためや、データを活用した経営判断をするために「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 小規模事業者の製品について、バイヤーのニーズを把握するために「展示会等を活用した製品調査」を支援する。また調査結果を基に、製品のブラッシュアップを支援する。</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、経営の向上（経営力や稼ぐ力の向上）に資する事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 小規模事業者が、事業計画に基づき、経営のPDCAサイクルを回すために、前項で策定したすべての事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「ECやホームページによる販路開拓支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>川島町商工会 〒350-0131 埼玉県比企郡川島町大字平沼 1175 TEL: 049-297-6565 FAX: 049-297-6566 E-mail: info@kawajima.or.jp</p> <p>川島町 農政産業課 農政産業グループ 〒350-0192 埼玉県比企郡川島町大字下八ツ林 870-1 TEL: 049-299-1760 FAX: 049-297-8437 E-mail: nousei@town.kawajima.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 川島町の概況

川島町（以下、当町）は、埼玉県ほぼ中央に位置し、北は都幾川・市野川を境として東松山市・吉見町に、東は荒川を境として北本市・桶川市・上尾市に、南は入間川を境として川越市に、西は越辺川を境として坂戸市に接している。まさに“川に囲まれた島”そのものといえる。面積は41.63㎢で、東西間11km、南北間8kmである。

標高は平均14.5mで、高低差はほとんどなく、かつては見渡す限り水田地帯であった。この地域に集落を形成して生活を営むようになったのは奈良時代の少し前ごろからとみられており、町内にはその頃の様子がうかがえる「塚」や「塚の跡」が残っている。

首都圏中央連絡自動車道・川島インターチェンジの開通に伴い、インター周辺開発が進行中である。当町の中心地へは、首都圏中央連絡自動車道（圏央道）川島インターチェンジから7分、関越自動車道東松山インターチェンジから15分である。

川島町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

■ 川島町の立地・交通



## イ 人口推移

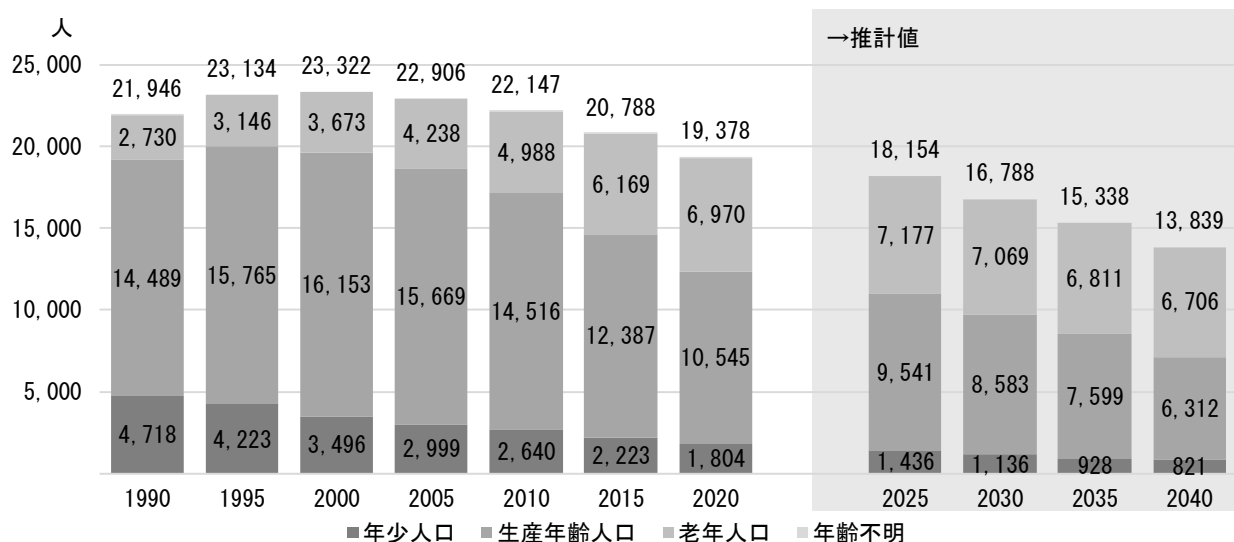
令和 6 年 10 月 1 日の人口は 18,733 人である。(住民基本台帳)

国勢調査及び社人研推計より人口推移をみると、総人口は平成 12 (2000) 年の 23,322 人から減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。

年齢別人口では、今後、年少人口、生産年齢人口、老年人口のすべてが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 36.0%から令和 22 (2040) 年に 48.5%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 54.4%から令和 22 (2040) 年に 45.6%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

### (a) 特産品

当町の主産業は農業である。そのため、特産品といえば、米、麦、イチゴなどの農産物である。近年はイチジク、卵も加わり、当町の特産品となっている。また、付加価値を加えた加工品も生まれてきている。

### ■主な特産品

特産品	概要
イチゴ	県内屈指のいちご産地として知られ、昭和 30 年代に栽培が始まり、品種改良や栽培技術の向上を重ねた結果、初夏の果物の代表であったいちごは、12 月から収穫されることとなる。品種は、「とちおとめ」が中心で、色・形も良く、甘みの中に程良い酸味があり、人気の高い品種である。ビタミン C だけでなく食物繊維も多く含まれている。
川越藩のお蔵米/ 天領米	当町は、東に荒川、西に越辺川、南に入間川、北に市野川と四本の一級河川に囲まれた清水豊かな米どころである。この恵まれた環境のなかで、農家が丹精こめて皆様に愛されようとおいしいコシヒカリや彩のかがやきを生産している。
いちじく	平成 17 年度から、米・いちごに続く第 3 の特産品として、いちじくの苗木の補助を始めた。栽培管理が比較的容易で、転作作物にもなり、初期投資が少ないのが特徴である。いちじくは、昔から健康食品として広く食べられていたもので、鉄・カリウム・カルシウムなどとともに食物繊維も多く含まれている。
すったて	代々川島町の農家に受け継がれてきた料理「すったて」。すり鉢で胡麻と味噌と合わせ、更に採ってきたばかりの大葉、胡瓜、茗荷などの夏野菜を合わせていっしょにする料理である。最後に冷たい井戸水を入れ、良く混ぜて付け汁としてうどんを食べる。

かわじま呉汁	豊富な栄養分を含む国産大豆をすりつぶし、汁仕立てにしたものが「呉汁」。埼玉県川島町が地域活性化と食文化の継承を目的に「かわじま呉汁」として開発した。シャキシャキとした食感が特徴の「いもがら」と数種類の野菜を、大豆をつぶした汁に加えて土鍋や鉄鍋で煮込んだ料理である。
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**(b) KJ ブランド**

「かわじまブランド (=KJ ブランド)」とは、「自然 (見渡す限りの田園風景、白鳥の飛来など)」、「農産物 (いちご、いちじく、川越藩のお蔵米など)」、「食 (すったて、呉汁など)」、「歴史文化財 (遠山記念館、廣徳寺大御堂など)」などに代表される地域資源を町の魅力として地域住民が再認識し、地域の誇りの象徴として、また町外に対する認知度向上、「訪れたい」、「買いたい」、「住みたい」と思えるような町のイメージを図るものである。

このなかで、町の農産物を使ったブランドの開発・推進により、地産地消費・地産外商を拡大し、地域産業の活性化を図ることなどを目的に、農産物や商品を「KJ ブランド認定品」として認定し、販売する取組も行われている。



**エ 観光資源**

当町の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
遠山記念館	初代理事長遠山元一氏（日興証券創業者）が、昭和 11 年に郷里である埼玉県比企郡三保谷村大字白井沼に再興した生家の保存と、長年の蒐集による美術品を公の鑑賞に供するために昭和 45 年 5 月に開館。5 点の国指定重要文化財を含め、国内外の貴重な作品が多数収蔵されている。
平成の森公園	多目的広場を中心とする「運動施設ゾーン」、修景池を中心とする「修景ゾーン」と 2 つのゾーンを囲むように形成される「森林ゾーン」からなる「平成の森公園」。川島町の景観を象徴した町民の憩いの施設として平成 8 年に完成し、多くの人に利用されている。 また公園内には、約 60 品種、474 本のバラによる 340.5m のトンネル「バラの小径」がある。かわじま合併 50 周年事業として平成 18（2006）年 1 月に完成し、同年 7 月には「日本一長いバラのトンネル」として認定された。時期になると、多くの来場者が訪れる。
広徳寺・大御堂	広徳寺の大御堂とは、浄土信仰の盛んな平安末期から鎌倉期にかけての阿弥陀堂のことを意味し、13 世紀の初め尼将軍北条政子が美尾屋十郎広徳の菩提を弔うため、美尾屋氏の館跡に建立したものと伝えられている。本堂は室町時代の初期ないし中期ごろに再興されたものといわれている。国指定重要文化財・建造物に指定されている。
ホンダエアポート	民間企業で夜間照明設備を完備した国内唯一のプライベート空港である。創業以来、プロのパイロットとして就職するために必要な操縦士の訓練や、趣味として楽しみたい方向けの操縦訓練を行っている。また、遊覧飛行も行っており、普段見ることのできない高さからの眺めを楽しむことができる。

**オ 産業**

**(a) 業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）**

**i\_商業**

当町では人口減少、少子高齢化が急激に進んでおり、商業者を取り巻く経営環境は年々厳しくなっている。また、川島 IC 周辺には大規模店舗が集積している。町全体では、日常生活に必要なよろず屋的な小売店が多く、家族労働の「農業との兼業」がほとんどであった。そのため、商店街のような商店の集合地域は無く、町内各地に小売店が点在している状況である。

小規模事業者の経営課題は、駅が無い川島町において、人が集まるところに限られるところから、特産品の開発など「安定的な売上の確保」である。

また、小規模事業者のほとんどはネットを活用した販促を実施していないことから、ホームページ・SNS や EC (E コマース) サイトといった、IT を活用した販促も課題となっている。

### ii\_工業

建設業においては、職別工事業が多く、下請けでの仕事を中心とした事業者が多く、業務の大半を川島町外で行っている。

また、製造業においては、工業用地が元々少ないため、地域を代表する地場産業や、企業城下町といった特徴は見られない。中小企業ながら技術力を持った製造業者も存在しているが、小売業と同様に町内各地に散在している状況である。

小規模事業者の経営課題は、慢性的な人手不足に悩まされていることから「人手不足解消」と原材料価格高騰に対応した「利益の確保」である。

また、小規模事業者の多くはホームページが無く、求職者へ PR することができない状況であることも課題となっている。

### iii\_観光業

観光業においては、町中央の役場に隣接する平成の森公園内にある「バラの小径」が日本一長いバラのトンネルとして有名であり、開花シーズンには町内外から大勢の来園者がある。また、越辺川は白鳥の飛来地として有名であり、更に荒川などの川沿いにサイクリングロードが整備されて、サイクリストにも有名な場所となっている。さらに、近年では、川島町の夜空を彩るランタンを打上げるイベント「かわじまランタン祭」を実施し、町内外より大勢の来場者がある。

小規模事業者の経営課題は、商業同様に駅が無く、人が集まるところに限られる現状から、「来客者の増加」である。

町内に観光協会も無く、また、小規模事業者のほとんどはネットを活用した販促を実施していないことから、ホームページ・SNS や EC サイトといった、IT を活用した販促も課題となっている。

## (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 898 社、令和 3 年が 852 社である。

上記のうち小規模事業所数は、平成 24 年が 712 者、令和 3 年が 609 者であり、9 年間で 14.5%減少している。

小規模事業所数の増減を産業別にみると、建設業（△40 者）、製造業（△33 者）の減少数が大きい。一方、情報通信業や医療、福祉では増加がみられる。

### ■業種別の事業所数及び小規模事業所数

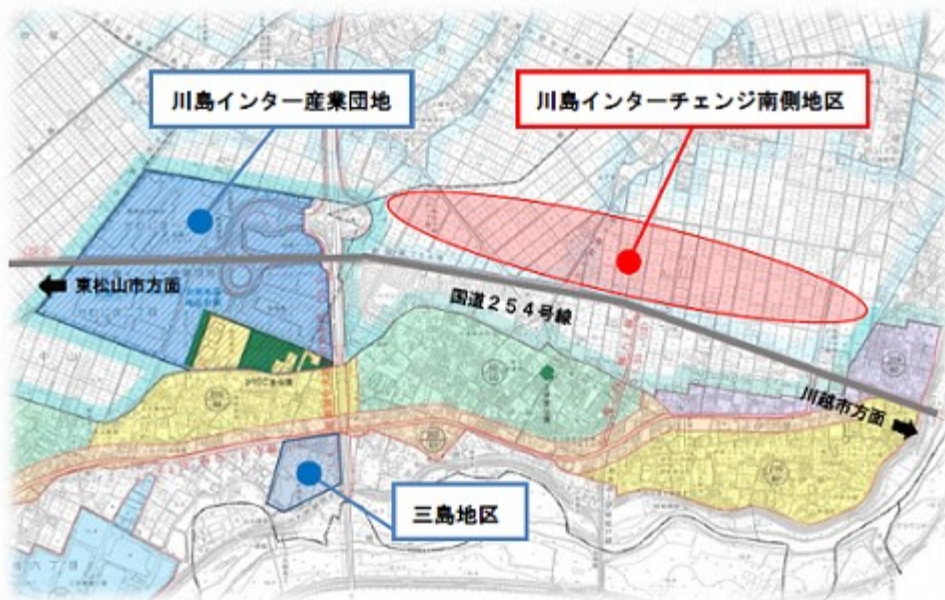
	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成24年									
事業所数	185	201	2	153	89	30	180	58	898
小規模事業所数	180	163	1	107	62	17	136	46	712
平成28年									
事業所数	168	189	5	161	88	35	180	69	895
小規模事業所数	164	150	5	104	59	20	135	42	679
令和3年									
事業所数	143	178	5	149	69	41	191	76	852
小規模事業所数	140	130	3	91	45	18	132	50	609
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△42	△23	3	△4	△20	11	11	18	△46
増減割合	△22.7%	△11.4%	150.0%	△2.6%	△22.5%	36.7%	6.1%	31.0%	△5.1%
小規模事業所数	△40	△33	2	△16	△17	1	△4	4	△103
増減割合	△22.2%	△20.2%	200.0%	△15.0%	△27.4%	5.9%	△2.9%	8.7%	△14.5%

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

**カ (仮称)川島インターチェンジ南側地区土地区画整理事業**

川島町では、川島インターチェンジ南側地区を「インター周辺重点開発地域」と位置づけ、川島インターチェンジ産業団地を開発・拡充することにより、さらなる町の活性化を図ることを目指している。

現在、インターチェンジの北側が「川島インター産業団地」として供用されている状況であるが、今後は南側地区も産業団地として整備される見込みとなっている。



出典：川島町ホームページ

**キ 第6次川島町総合振興計画**

「第6次川島町総合振興計画（令和3年度～令和12年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

小規模事業者支援の視点では、産業基盤の整備や販路開拓などを目標としている。具体的には、地域商社の設立による地域経済の活性化などを目標としている。

**■基本構想（令和3年度～令和12年度）**

〈2030年の街の姿〉 1 安全・安心な暮らしが未来へ続く希望のあるまち 2 人と人との温かいつながりを感じることができるまち 3 元気な産業と働く人の活力に満ちあふれたまち 4 未来へはばたく人財が育つまち 〈基本理念〉 ここが好き、やっぱり好き
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**■前期基本計画（令和3年度～令和7年度）（一部抜粋）**

戦略目標 3 つくる 重要施策 1 川島インターチェンジ周辺整備の推進 重要施策 2 地域資源の総動員による稼ぐ力の向上 主な施策 3 活気ある事業活動の推進 主な施策 4 地域資源を活かした観光振興
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 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。

まず交通をみると、平成20年3月の首都圏中央連絡自動車道・川島インターチェンジの開通に伴い、交通利便性が向上し、小規模事業者にとっても商圏の拡大等が期待されている。

人口をみると、減少傾向が続いており、令和2(2020)年に19,378人であった人口が10年後の令和12(2030)年には16,788人に減少することが見込まれている。そのため、これまで町内で事業展開してきた小規模事業者も、町内だけでなく、町外へも販路を広げることが必要である。また、既存の事業活動では、売上増加や利益確保が難しい先には、経営革新を事業者が新事業を行うことにより、経営の向上を図ることが課題となる。

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、消費者のニーズや新たな需要を分析することを通じて、この変化へ対応することが課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、今まで以上の労働力不足となること予想されることから、DX(デジタルトランスフォーメーション)等による生産性向上等も必要となってくる。

特産品では、米、麦、イチゴなどの農産物が特産品である。近年は、イチジク、卵も加わっている。また、付加価値を加えた加工品も生まれてきている。今後も、小規模事業者には、これら農作物を活用した加工品を開発し、ホームページ・SNSやECサイトといったITを活用して、町外にも販売することが期待されている。

当会が考える業種別の課題では、①商業では、特産品の開発などによる安定的な売上の確保、ホームページ・SNSやECサイトといったITを活用した販促など、②工業では、人手の確保、生産性向上などによる利益の確保など、③観光業では、観光客の集客、付加価値の高い商品・サービスの開発などがあげられる。

小規模事業所数は平成24年が712者、令和3年が609者であり、9年間で14.5%減少している。地域活力維持のためには、町内の事業所数の維持も重要であるため、事業承継を積極的に進め、後継者がいない事業者については、事業承継マッチングを積極的に行うことが課題となる。

今後5年間で起こる町内の小規模事業者の経営環境の変化をみると、現在、「(仮称)川島インターチェンジ南側地区土地区画整理事業」が進んでおり、新たな企業の立地が予想される。当会としても、この誘致企業と地元事業者のビジネスマッチングを課題と考えている。

## (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

当町では人口減少、少子高齢化が進み、これに伴い売上減少に直面している小規模事業者が多い。そこで当会では、独自性のある製品や商品開発を支援し、「町内だけでなく、町外へも販路を広げ、売上拡大を実現していること」をあるべき姿に押し測りたい。

また、経営者の高齢化に伴う廃業も相次いでいることから、事業承継を積極的に進め、後継者がいない事業者については、外部専門家等の協力を得ることにより、事業承継マッチングを積極的に活用していることを目指す。

さらに、ホームページ・SNSやECサイトといった、ITを活用した販促を積極的に実施していることを目指す。

事業者において、既存の事業活動では、売上増加や利益確保が難しい先には、経営革新を事業者が新事業を行うことにより、経営の向上を図ることを求められる。

その為に当会は、経営革新計画策定の支援とフォローアップを図っていく。

### ②第6次川島町総合振興計画との連動性・整合性

第6次川島町総合振興計画では、活気ある事業活動の推進に向けて、「産業基盤の整備」や「販路開拓」などの経営支援を行うことを掲げている。

このなかで、前項「①10年程度の期間を見据えて」では、小規模事業者が「町内だけでなく、町外へも販路を広げ、売上拡大を実現していること」や「既存の事業活動では、売上増加や利益確保が難しい先には、経営革新を事業者が新事業を行うことにより、経営の向上を図ることを」、小規模事業者のあるべき



姿と定めている。

上記のうち、前者は総合振興計画にて目指す「販路開拓」、後者は「産業基盤の整備」に資する取組であるため、連動性・整合性がある。

### ③商工会としての役割

#### ア 商工会の長期ビジョン

当会が位置する川島町に於いても人口減少、少子高齢化が急激に進んでおり、小規模小売店等は後継者問題より廃業が進むものと思われる。

一方で、圏央道川島インターチェンジ南側地区開発 69ha の内 29ha は農林調整を開始しており、今後事業者の増加が見込める。また、町内に宿泊施設や医療機関の誘致が進められている。

このような状況を受け、当会では、町の未来を見据え社会の変化に対応すると共に、事業引継や新規会員事業者の拡充を図り、商工会の意義を遺憾なく発揮していく。

#### イ 商工会としての役割

当会は、昭和 35 年 10 月に設立総会が行われ、同年 11 月に県知事認可を受けた。

現在の会員数は 545 名（製造業 114 名、建設業 134 名、小売業 93 名、卸売業 10 名、サービス業 188 名、その他 6 名）であり、規模としては小規模事業者が圧倒的に多い。総代数は 100 名であり、役員数 25 名、職員数 5 名となっている。

独自の事業として、以下を重点的に支援するなど、地域の小規模事業者にとって最も身近な支援機関として、小規模事業者が抱える経営課題に対し、その解決に向けて寄り添いながら支援していく。

#### ◇町内事業者の持続的な発展の支援

多くの町内事業者が厳しい経営環境におかれているなか、新たなターゲットや販路の確保、新商品の開発、資金繰りの円滑化、事業承継の円滑化など、様々な経営課題に対応していく必要がある。そのため、各事業者の現状把握～課題の解決～フォローアップと、長期的な視点での支援を行うことで、経営の安定化と持続的な発展が可能な体制づくりを支援する。

#### ◇川島らしさを活かした農商工振興

広大な敷地があり圏央道等交通アクセスが良く、都心部からも近いという立地条件に恵まれたこの地域のため「川島らしさを活かした農商工振興」という基本テーマのもと経営発達支援事業に取り組んでいきたい。小規模事業者の活力向上には、個々の事業者の支援だけでは限界があり、地域全体が活性化して行かなければならず、観光振興など全町的な地域振興事業に取り組むことにより、側面からの事業者支援を行う。

#### ◇農業とのマッチング

また本町の資源である農業や農作物（米、イチゴ、イチジク）等を最大限に活かしながら商工業、サービス業の連携による新たな事業の展開を目指していく。人材の確保と育成、にぎわいづくり、田園の風景が広がる自然と農産物といった地域資源と観光の推進により地域経済を活性化させて行く。これらの支援を行うことで地域経済の振興を担う小規模事業者の育成を目指す。

#### ◇観光面での整備と受け皿づくり

特に観光面では隣接する川越市を訪れる観光客数は平成 20 年度に年間 600 万人を超え、新型コロナウイルスの影響により一時減少したが、令和 5 年度には 719 万人を記録した。（資料川越市役所）。一方、川島町では受入体制の未整備や情報発信の少なさ等で、外部環境を十分に生かし切れていないのが実情である。圏央道による立地、アクセスの良さ、観光都市である川越市に隣接するという好条件を活かしながら川島町の魅力を発信し、新たな観光資源の開発と町民のみならず町外市民との交流の場を提供することが必要である。



### **(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4つの目標を定める。

#### **〈支援対象〉**

既存の事業活動の慢性的な継続から脱却し、売上拡大や利益拡大に向けた新たな取組を行う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、経営の向上（経営力や稼ぐ力の向上）を図ること

##### **【目標②】**

小規模事業者が、町内だけでなく、町外へも販路を広げ、売上拡大を実現すること

##### **【目標③】**

小規模事業者が、ITを活用するために一歩を踏み出すこと

##### **【目標④（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、小規模事業者の経営基盤の強化や販路拡大を実現し、地域経済の活性化に寄与することを目指す。また、小規模事業者が稼ぐ力を向上させることや、町外へ販路を拡大することで、町外からの所得流入を得ることを目指す。

## 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、経営の向上（経営力や稼ぐ力の向上）を図ること

〈達成のための方針〉

小規模事業者が経営の向上を図るために、まずは「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）。次に、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（20者/年）。

これらの結果を活用して、将来を見据えた事業計画（経営の革新や新事業に資する計画など）を策定（10者/年）。策定後に伴走型でフォローアップすることで事業計画を実現させる（売上増加5者/年、利益増加5者/年）。

【目標②】小規模事業者が、町内だけでなく、町外へも販路を広げ、売上拡大を実現すること

〈達成のための方針〉

町外へも売れる製品を作るため、展示会等を活用した製品調査を行い、製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（2者/年）。また、彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援を行い、町外の企業への売り込みを支援する（3者/年）。

【目標③】小規模事業者が、ITを活用するために一步を踏み出すこと

〈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専門家派遣を実施する（5回/年）。販路開拓支援の際に、ECやホームページによる販路開拓支援を実施する（2者/年）。

また、効果的な支援に向けて、当会内においてもDXに向けた相談・指導を行う能力の向上を図る。

【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、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】

当町には既存の事業活動で売上増加や利益確保が難しい小規模事業者が多い。この理由として勘と経験による経営を行ってきた事業者が多いことがあげられる。今後、経営の向上を図るために、データを活用した経営も必要となるが、データを活用できている事業者は少ない。

##### 【課題】

小規模事業者がいきなり、自社でデータを活用した経営を始めることは難しい。そこでまずは当会が、国が提供するビッグデータ（RESAS）を活用してデータの情報提供を実施することが必要である。また、これをきっかけに小規模事業者が自社の外部環境を把握し、経営の向上を図ることが課題である。

#### (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
地域の経済動向分析 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	小規模事業者が自社の外部環境を把握し、経営の向上を図ることを目指す。
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	レポート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】

当町には、小規模事業者ながら技術力を持った製造業者も存在している。また、これらの製造業者のなかには、町外へも販路を広げられる可能性のある製品を持つ事業者もいる。一方、現状ではまだ販路拡大が不十分であるという状況もみられる。

###### 【課題】

バイヤーのニーズを把握し、製品をブラッシュアップすることで、製品の魅力を高め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
展示会等を活用した製品調査 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	展示会等を活用した製品調査
目的	小規模事業者の製品の需要動向を把握することや、バイヤーのニーズを把握すること、製品の魅力を高めることを目指す。
対象	小規模事業者の製品、2製品/年（1者あたり1製品）を対象とする。
調査の手法	彩の国ビジネスアリーナ（詳細は『8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』に記載）等の展示会を活用してバイヤーから製品の評価を受ける。多面的な評価を得るため、1つの製品について、5名以上のバイヤーから評価を得る。
調査項目	・製品の見た目の良さ ・製品1個あたりの大きさ ・製品の形やデザイン ・パッケージの形やデザイン ・製品の機能性 ・製品の新しさ／斬新さ ・製品の価格 ・製品の取扱意向 ・取引条件 ・その他改善点 等
分析の手法	収集した評価は経営指導員が分析を行う。具体的には、5名以上のバイヤーの評価のなかで、共通して評価が低かった項目や共通して指摘された改善項目などをまとめる。これにより改善の優先順位付けを行う。
調査結果の活用方法	前項の分析結果を事業者にフィードバックする。また、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、製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。

#### 5. 経営状況の分析に関すること

##### (1) 現状と課題

###### 【現状】

当会ではこれまでも経営分析支援を行ってきたが、小規模事業者自身が、既存の事業活動で売上増加や利益確保が難しい原因について腹落ちするような分析支援ができていなかった。この結果として、小規模事業者がビジネスモデルの転換等にチャレンジすることができていない現状がある。

###### 【課題】

これまでの支援に加え、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、腹落ちすることに重点を置いた経営分析支援を実施する必要がある。

また、町内には、ホームページを保有していないなど、ITの利活用が不十分な事業者が多い。そのため、ITの活用状況やITを活用した場合の有効性もあわせて分析することが課題である。

## (2) 目標

上記【課題】で記述したとおり、今後の経営分析支援では経営力再構築伴走支援を実施する。これを実現するためには、事業者との対話と傾聴を通じた信頼関係の構築などが必要である。当然、1者あたりの支援に要する時間も増加するため、実現可能性を加味し、経営分析事業者数の目標値を現行の10者/年から20者/年（＝経営指導員1人あたり10者/年）に増加させるにとどめる。

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	10者	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	ホームページによる周知を行う。また、巡回訪問・窓口相談・個社支援（記帳代行支援、金融支援、補助金支援、需要動向調査等を含む）や、各種セミナー開催時に訴求する。
分析の実施手法	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。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」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	・経営分析の結果は事業者には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、基幹システム「経営カルテ」に集約し、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】

小規模事業者が経営の向上（経営力や稼ぐ力の向上）を図るためには、経営分析の結果を活用して、将来を見据えた事業計画（経営の革新や新事業に資する計画など）を策定することが重要である。当会ではこれまで、経営革新計画や補助金のための事業計画など、事業計画の策定を支援してきた。

#### 【課題】

これまでの支援では、事業計画に実行性が低い、いわゆる“夢を描いただけの計画”もみられた。そのため、計画が実行されずに、形骸化してしまうこともあった。そのため、これまでの支援に加え、経営力再構築伴走支援により、事業者が当事者意識を持ち、能動的に取り組めるような計画策定を支援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 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。

## (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
事業計画策定事業者数	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
IT 専門家派遣の実施回数	2 回	5 回	5 回	5 回	5 回	5 回

## (4) 事業内容

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、経営革新計画や補助金を契機とした事業計画策定の提案も実施する。
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。  <DX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 専門家派遣（埼玉県商工会連合会の DX 専門家等の派遣）を実施する。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。

## 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、事業計画策定後の支援については、巡回訪問等を実施しているものの、計画の進捗状況を確認する程度で、内容について精査するまでには至っていない。

#### 【課題】

事業計画に沿った経営を実行して行くことが、持続的な発展に繋がるということを小規模事業者に理解してもらうことが必要である。また、PDCA サイクルを如何にして回していくかについて、自走化に向けた内発的動機付けを行いながら支援することが課題である。

### (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5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蓋然性を高める。

### (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
フォローアップ対象事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度 (延回数)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40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	-	5者	5者	5者	5者	5者

### (4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ
目的	事業計画どおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画を策定したすべての事業者
支援の手法	経営指導員が、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。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、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、事業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】

当会では、販路拡大を志向する小規模事業者が、町内だけでなく、町外へも販路を広げ、売上拡大を実現することを目指している。一方、町内の小規模事業者のなかで、新たな販路開拓に取り組んでいる事業者は少ないという現状もみられる。

#### 【課題】

新たな販路開拓について、伴走型で支援を行う必要がある。特に、ITを活用した販路開拓に取り組めていない事業者が多いという現状を受け、まずはECやホームページによる販路開拓支援を行い、成果をあげることで、IT活用のきっかけづくりを行うことが課題である。

### (2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者が町内だけでなく、町外へも販路を広げ、売上拡大を実現することを目指している。そこで、これに寄与する事業を実施する。

製造業事業者が町外へ販路を広げる手段のひとつに、展示会への出展がある。一方、小規模事業者の多くは、独自に展示会に出展する機会が少ない。そこで当会にて「彩の国ビジネスアリーナ等の出展支援」を行い、新たな取引先を獲得することを目指す。

また町外へ販路を広げる手段としてITの活用も有効な手段である。一方、当町の小規模事業者をみると、ITを活用した販路開拓が十分とはいえない。そこで、IT活用のきっかけづくりとして「ECやホームページによる販路開拓支援」を実施。実際に売上拡大効果を実感してもらうことを目指す。

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。

なおこれらの事業にあたっては、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	5者	5者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
②ECやホームページによる販路開拓支援 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	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。  <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  <出展後の支援> 商談相手に対するフォロー 等

**②ECやホームページによる販路開拓支援 (BtoB、BtoC)**

事業名	ECやホームページによる販路開拓支援
目的	小規模事業者が「町内だけでなく、町外へも販路を広げ、売上拡大を実現していること」を実現するためには、ECやホームページ等のITの活用が欠かせない。一方、当町の小規模事業者をみると、ITを活用した販路開拓が十分とはいえない。そこで当会にてECやホームページの導入支援を実施することで、IT活用のきっかけづくりを行うことを目指す。
支援対象	ECやホームページ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) ※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	各事業者の訴求相手
支援内容	ITを活用した販路開拓のきっかけづくりを提供する。具体的には、以下の取組を実施する。  ア ECのきっかけづくり 川島町は、地域商社(一般社団法人さまちか)を設立し、特産品の販売のほか、地域を盛り上げる様々な企画・イベントの運営、事業を町内の事業者と一体となって実施

している。そのなかの取組のひとつとして、ECサイト「かわじま百貨店」がある。当該ECサイトに小規模事業者の商品を紹介し、テスト販売を支援する。



イ ホームページのきっかけづくり

当会では、当会ホームページの内部に、町内の事業者の紹介サイト（事業者のミニホームページ）を設置している。そこで、自社ホームページを保有していない事業者に対し、ミニホームページの掲載支援を実施する。

支援の手法

個社支援（経営分析支援、事業計画策定支援等）の際に、支援対象の掘り起こしを実施する。その後、「かわじま百貨店」や「当会の事業者の紹介サイト」への掲載を支援する。これらの支援にあたっては、『5. 経営状況の分析に関すること』で分析した小規模事業者の「強み」などを活用する。掲載後は、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。また、当会においても成果を拡大させるため、「事業者の紹介サイト」のリニューアルなどを実施する。

なお、本事業は、あくまでも小規模事業者のITを活用した販路開拓のきっかけづくりとして実施する。そのため、成果がでた事業者に対しては、次のステップとして、独自のITを活用した販路開拓を提案する。ITを活用した販路開拓に意欲的となった小規模事業者に対しては、IT専門家派遣を実施。単にIT専門家を派遣するだけでなく、成果があがるまでハンズオンで支援を継続する。

## 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】

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、当会や川島町だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「協議会」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><b>【PLAN】（事業の計画・見直し）</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>(a) 前年度の<b>【ACTION】</b>を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</li><li>(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。</li></ul> <p><b>【DO】（事業の実行）</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>(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。</li><li>(d) 経営指導員等は、実施した内容を基幹システム「経営カルテ」に適時入力する。</li></ul> <p><b>【CHECK】（事業の評価）</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>(e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、基幹システム「経営カルテ」により各経営指導員等の指導状況を確認する。</li><li>(f) 毎朝の朝礼にて、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。</li><li>(g) 年1回の「協議会」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。</li></ul> <p>※「協議会」の実施の流れ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>i 川島町農政産業課長（もしくは担当者）、法定経営指導員、外部有識者（埼玉縣信用金庫川島支店長等）をメンバーとする「協議会」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。</li><li>ii 当該「協議会」の評価結果は、理事会に報告する。また、当会ホームページ（<a href="https://kawajima.or.jp/">https://kawajima.or.jp/</a>）へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。</li></ul> <p><b>【ACTION】（事業の見直し）</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>(h) 「協議会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い<b>【PLAN】</b>に戻る。</li></ul>

## 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】

当会ではこれまでも経営発達支援事業を行っており、経営分析や事業計画策定支援に関する一定の知識・ノウハウはある。一方、「DX 支援」や「経営力再構築伴走支援」に関しては十分な資質がない。

#### 【課題】

上記、「DX 支援」や「経営力再構築伴走支援」等に関して資質向上を図る必要がある。また、支援能力が属人的になる傾向にあることから、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（法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳専任職員、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ことを目指す。
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>・ 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</li> <li>・ 小規模事業者の新たな需要開拓を実現する能力</li> <li>・ DX に向けた相談・指導を行う能力</li> <li>・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等</li> </ul>
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（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の研修、中小企業大学の専門研修、民間の研修などにも積極的に参加する。加えて、適当な研修・セミナーがない場合は、第 5 ブロック商工会連絡会議（埼玉県比企地域 8 商工会）に外部講師を招聘し、研修を開催する。 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、補助員、記帳専任職員、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・利益向上支援、新たな需要開拓支援の資質向上 これまでも、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。 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。 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ィング」、「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」のようなテーマの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。

#### 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	ア 情報共有 毎朝の朝礼（参加者：法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳専任職員、一般職員）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。

イ データベース化

担当経営指導員等が基幹システム「経営カルテ」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（法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳専任職員、一般職員）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。

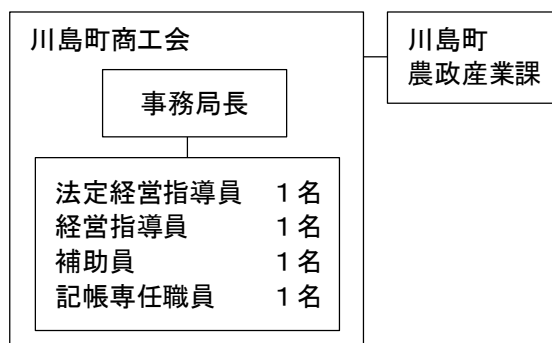
(別表2)

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：加藤 正之

連絡先：川島町商工会 TEL. 049-297-6565

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

〒350-0131

埼玉県比企郡川島町大字平沼 1175

川島町商工会

TEL：049-297-6565 / FAX：049-297-6566

E-mail：info@kawajima.or.jp

②関係市町村

〒350-0192

埼玉県比企郡川島町大字下八ツ林 870-1

川島町 農政産業課 農政産業グループ

TEL：049-299-1760 / FAX：049-297-8437

E-mail：nousei@town.kawajima.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 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	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
セミナー開催費	400	400	400	400	400
展示会出展費	400	400	400	400	400
アンケート調査	150	150	150	150	150
パンフレット作成	300	300	300	300	300
SNS・ホームページ運営	200	200	200	200	200
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、川島町補助金、埼玉県補助金、国補助金等

(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