

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	ときがわ町商工会（法人番号）7030005011875 ときがわ町（地方公共団体コード）113492
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1)経営革新と事業承継を軸とした事業の持続的発展の支援</p> <p>(2)ときがわ町や近隣市町との連携による創業の促進</p> <p>(3)地域資源の活用推進・特産品等の開発支援</p> <p>(4)地域における多様な暮らしを支える飲食店、生活サービス、商業を中心とする地元密着型の事業支援の実施</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 地域内の経済動向を3ヶ月ごとに調査・分析することにより、経営環境の動向を迅速に把握し、小規模事業者の今後の見通しや対応策検討に用いる。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 数多くの事業者に対して情報提供、掘り起こしを行い、経営分析に繋げることを目指す。財務分析で関係を構築した事業者に対しては、次の段階として経営分析(財務分析および非財務分析)に繋げ、課題の明確化に繋げていく。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 近隣の商工会とも協力し計画策定手法を学ぶセミナーを開催する。さらに県連合会等の専門家派遣制度による指導も活用し、実現可能な計画作成に繋げていく。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した全事業者に対して、必要に応じて3ヶ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うが、経営革新は半年に1度、創業は開業後3ヶ月に1度と決算時に、事業承継は3ヶ月に1度実施する。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 地域資源を活用した食品製造業または飲食店・和菓子店に対し、ときがわ町の土産品や町外への持参品（新商品開発）、町外から来訪客に対する食事メニューの開発を目指す。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会や商談会への出展支援、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）支援などを実施する。</p>
連絡先	<p>ときがわ町商工会 〒355-0342 埼玉県比企郡ときがわ町玉川 2475-5 TEL:0493-65-0170 FAX:0493-65-5170 E-mail: tokigawa@syokoukai.jp</p> <p>ときがわ町 産業観光課 〒355-0361 埼玉県比企郡ときがわ町桃木 32 TEL:0493-65-1532 FAX:0493-65-3629 E-mail: sankan@town.tokigawa.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

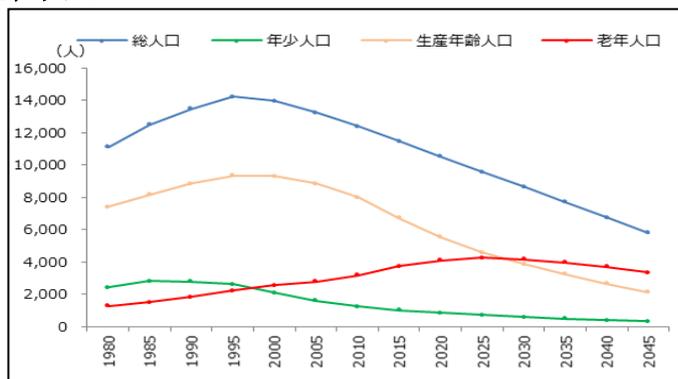
埼玉県の中央に位置するときがわ町は、面積 55 k m²の内、山林が7割をしめているいわゆる中山間地域であり、交通手段としては、八高線明覚駅を利用。高速道路は、関越自動車道嵐山小川インターから約 5Kmにある。旧都幾川村は古来建具産業が盛んであったため、現在も「木のまち・建具の里」と呼ばれている。管内商工業者数(平成 28 年度経済センサスによる) 496 事業所、人口は約 12,000 人で減少傾向であり、地場産業である建具産業も住宅様式の変化や後継者不足に伴い、人口同様に事業所数の減少が見受けられる。



工業は、玉川工業団地を有しており、自動車関連部品の製造や金属加工、プラスチック加工などの製造業があり、その下請け企業も多くある。

観光資源は、建具会館をはじめとした 10カ所の町有施設があり、1,300年の歴史を有する慈光寺周辺の歴史公苑や歴史ある神社仏閣も多くある。また、雀川砂防ダム公園や花菖蒲園、トレッキングコース、温泉施設や特産品などが多数あり、入込み観光客も年々増加しているのが強みであるが、その活用が効果的でない課題も同時にある。それには新たな特産品を開発することが必要である。

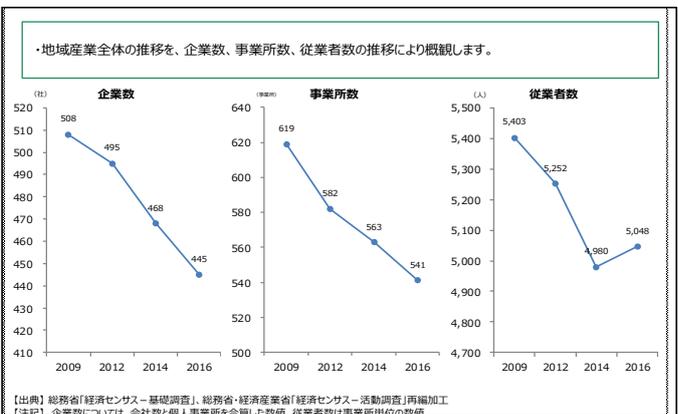
1) 人口



ときがわ町の総人口は 1995 年 (14,000 人) をピークに年々減少傾向にあり、2020 年には 12,000 人と 15 年間で 15%減少していることが分かる。

内訳をみると、年少人口・生産年齢人口が減少している一方で老年人口は増加しており、町全体として高齢化が進んでいるのが分かる。

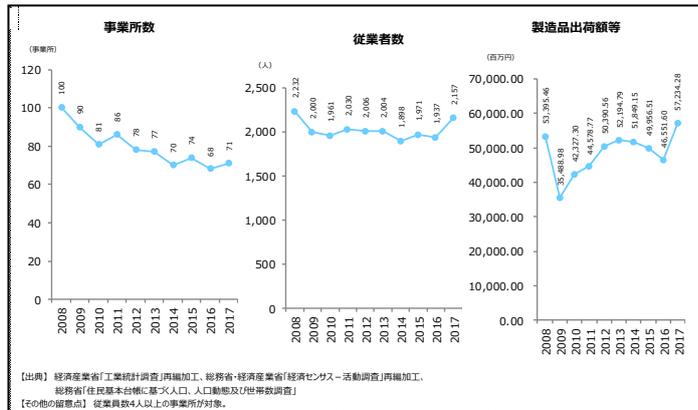
2) 企業数・事業所数・従業者数



企業数は、2009 年 508 企業、2016 年には 445 企業と 7 年間で 63 企業減少している。個人事業を含む事業所数は、2009 年 619 事業所、2016 年には 541 事業所 7 年間で 78 企業減少している。

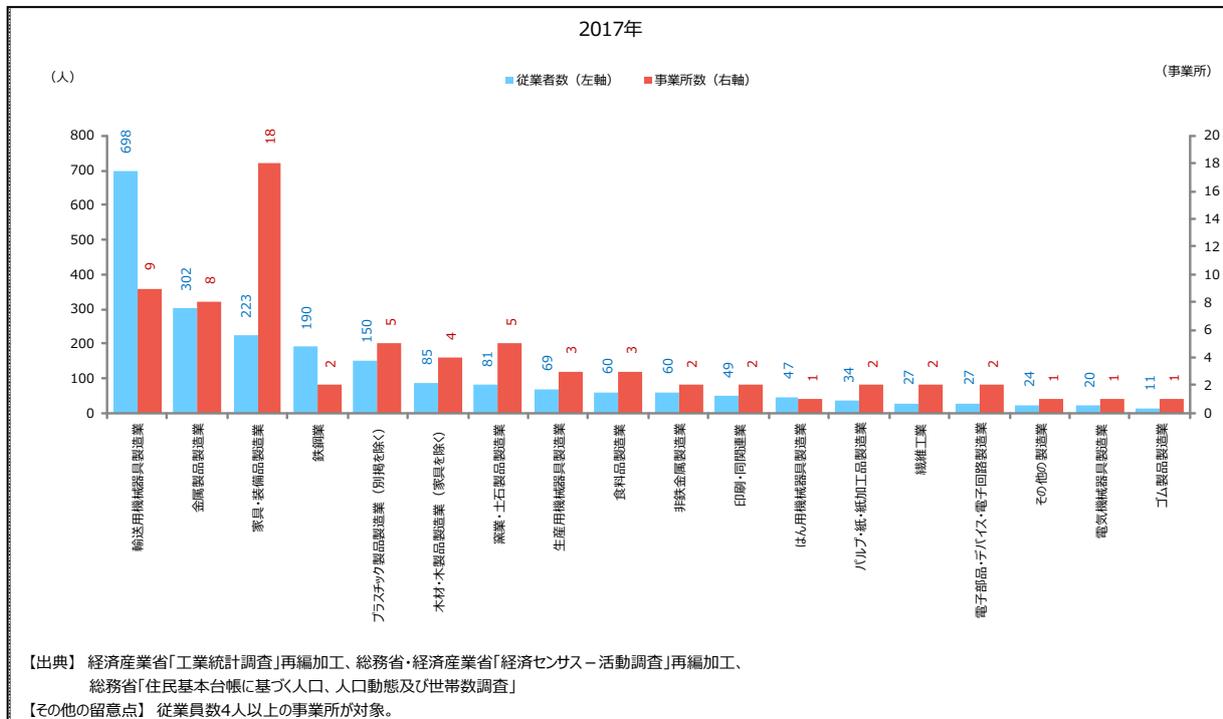
従業者数は、2009 年 5,403 人、2016 年には 5,048 人と 7 年間に 355 人 6.6%減している。(2014 年には 4,980 人に一旦落ち込むもその後、5,048 人まで増加している。)

ア. 製造業



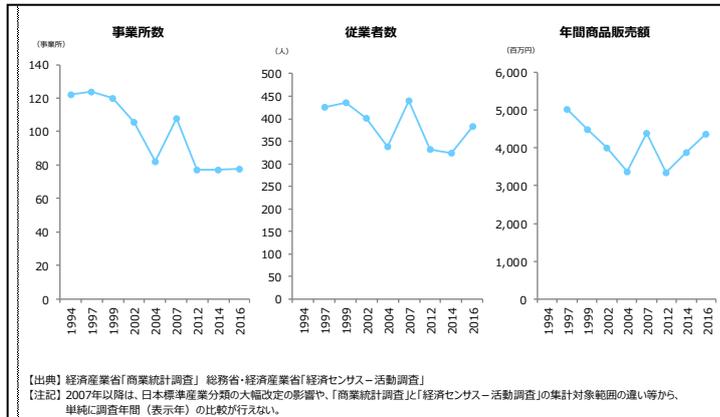
製造業においては、事業所数の減少は見られるが、従業者数については毎年の増減はあるも概ね維持していることが分かる。

出荷額については、2009年リーマンショックの影響により大幅に落ち込むもその後回復基調になり、2017年にはリーマンショック以前の水準まで回復していることが分かる。



製造業者の業界別特徴として、輸送用機械器具製造業（自動車部品製造業）は、事業所数は9企業と少ないものの、従業者数は698人と多く、一方、家具・装備品製造業（木工業）は、事業所数は18企業と多い反面、従業者数は223人に止まっている。家具・装備品製造業（木工業）は規模の小さい事業者が多いことが分かる。ときがわ町の特徴として、町内に玉川工業団地があることから比較的規模の大きい自動車部品製造業、金属製品製造業と規模の小さな木工業で構成されていることが分かる。その他の業界では総じて規模が小さい事業所があることが分かる。

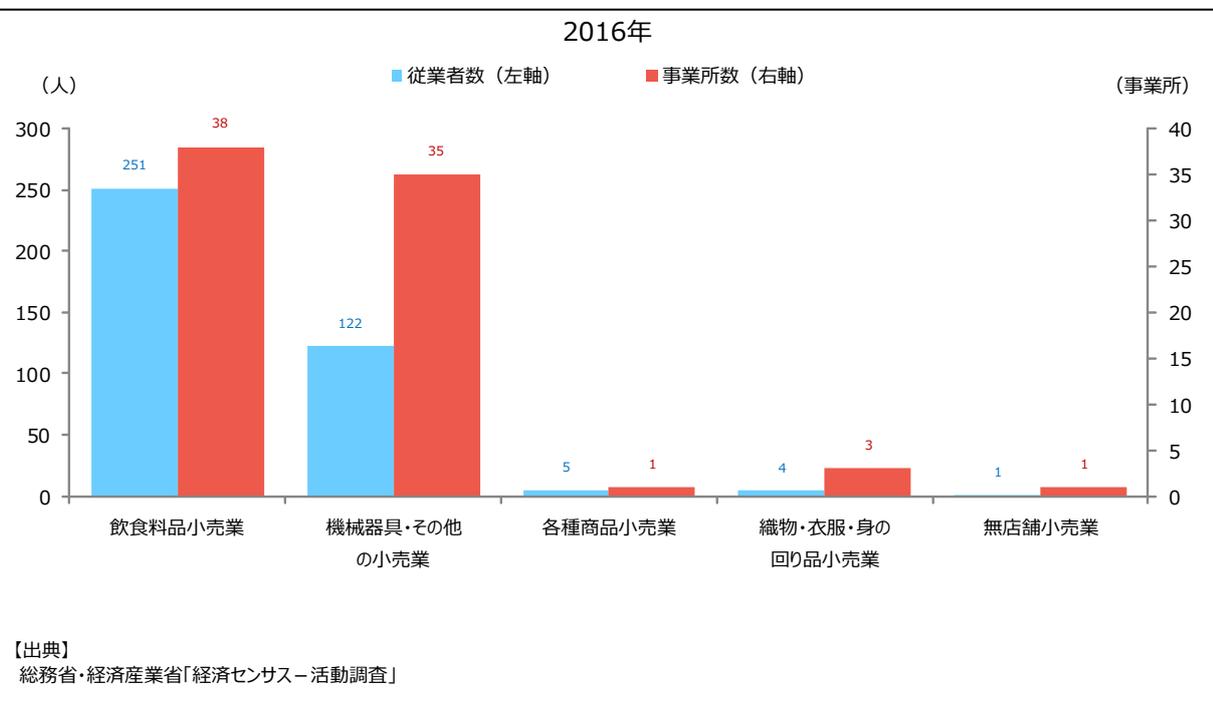
イ. 小売業



小売業においては、事業所数は 1994 年 120 事業所から減少傾向にあり 2016 年には 80 事業所と 40 事業所、約 33% 減少している。

一方従業者数は、1994 年 420 人から 2016 年までの間増減はあるも概ね維持されていることが分かる。

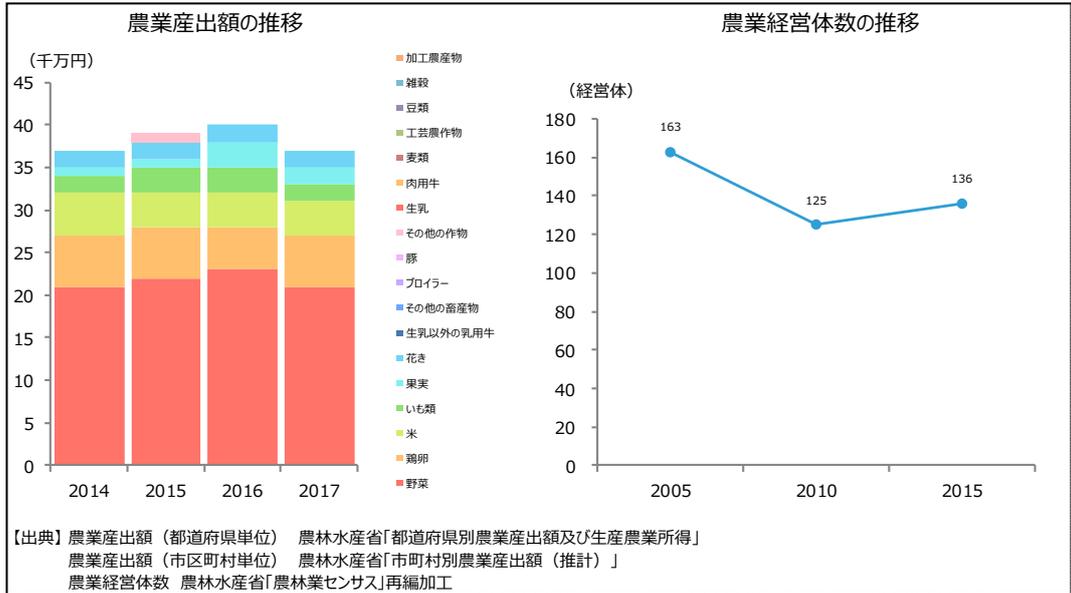
販売額についても、増減はあるも 1994 年の水準からは微減となっている。



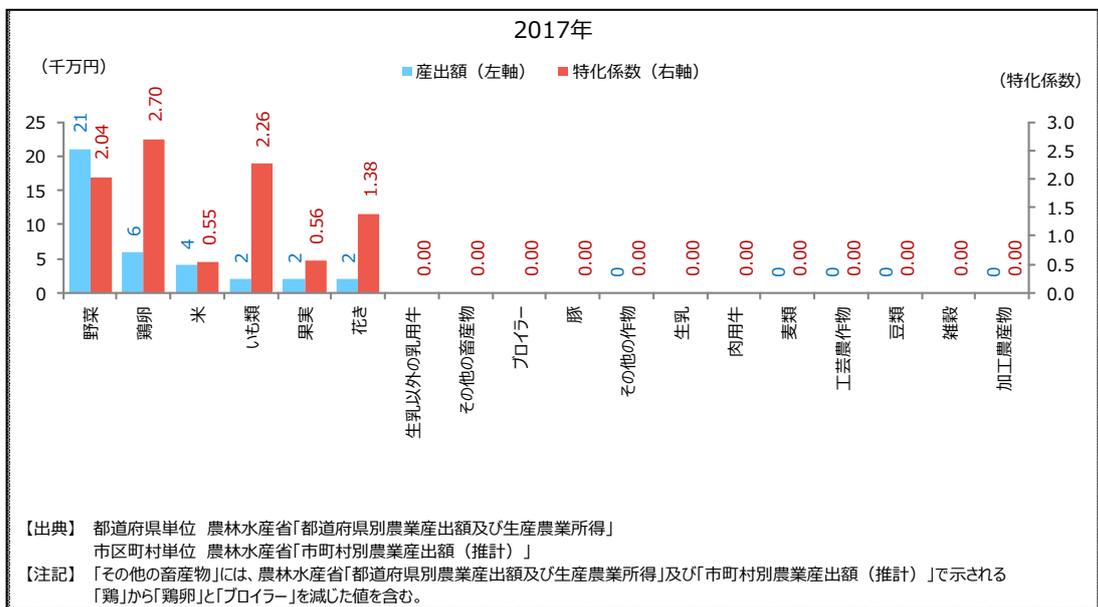
ときがわ町の特徴として、食料品小売業と機械器具・その他の小売業に、従業者・事業所が集中していることが分かる。食料品小売業の内訳は、コンビニエンスストア、和菓子販売、豆腐等大豆製品販売、野菜等直売所他があり、日用品を中心とした小売りと観光土産、贈答品等を扱う店舗が多いことが特徴となっている。

機械器具その他の小売業の内訳は、自動車・自転車・バイク販売、その他生活者の需要を受けた店舗が多くなっている。

ウ. 農業

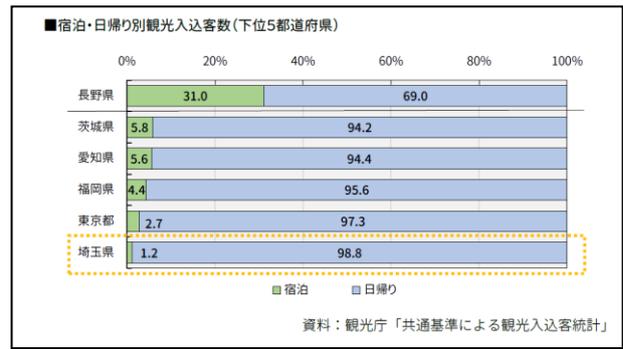


農業においては、経営体数は2005年163経営体、2010年には125経営体と25%減少したが、2015年には136経営体と増加に転じている。増加要因は、有機農法や、特殊な野菜栽培に取り組む経営体が増加していることが特徴である。農産物出荷額は、2014年から2017年まで大きな変動はない。

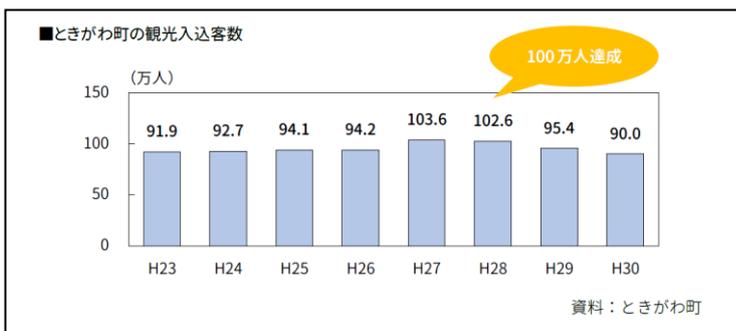


農産物別には、野菜・鶏卵・米・いも類・果実・花きに集約されそれ以外はほとんどないことが特徴である。

エ. 観光



観光においては、都道府県別の観光入込客数を見ると、埼玉県は全国で4番目の観光入込客数の多さとなっているが、一方、宿泊・日帰り別観光入込客数を見ると、都道府県を訪れる観光客の宿泊と日帰りの割合で埼玉県は宿泊が1.2%で最下位となっており、圧倒的に日帰り客が多いことが分かる。



ときがわ町の観光入込客数は平成23年以降平成27年、28年まで緩やかな増加がみられ100万人を達成したが、平成29年以降は減少に転じている。

ときがわ町の観光施設 (町有10施設)

- ①建具会館
- ②都幾川四季彩館
- ③いこいの里大附 (そば道場)
- ④くぬぎむら体験交流館
- ⑤ふれあい里たまがわ
- ⑥やすらぎの家
- ⑦堂平天文台「星と緑の創造センター」
- ⑧木のむら物産館
- ⑨木のむらキャンプ場
- ⑩大野特産物販売所

次ページに写真

ときがわ町 町有10施設

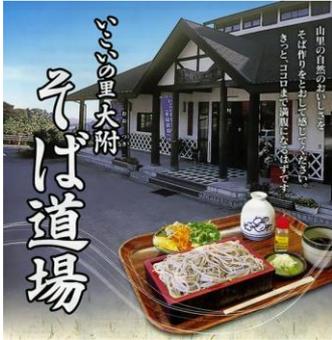
①



②



③



④



⑤



⑥



⑧



⑨



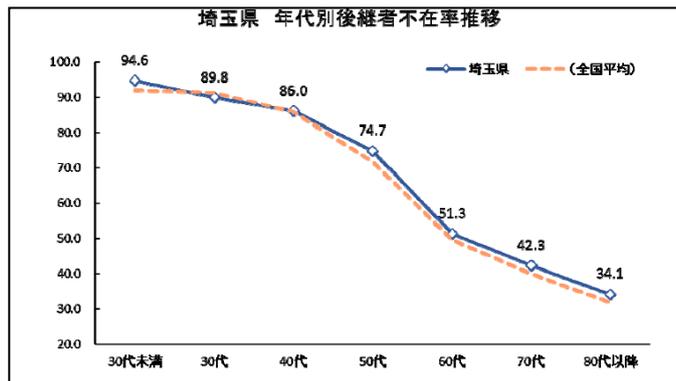
⑩



②課題

製造業においては、玉川工業団地があることから一定規模の事業所（自動車関連部品製造・金属加工業・プラスチック加工業）はあるものの、全体としては小規模事業者が多くなっている。業種内訳としては、食料品製造業・非鉄金属製造業・印刷業・パルプ、紙加工業・繊維工業・電子部品・ゴム製品製造業等があり幅広く分布しているが、ときがわ町の特徴として、家具・装備品製造業（いわゆる木工業）が多くなっている。家具・装備品製造業（いわゆる木工業）の平均従業員数は約12人となっているが、これは大手企業が一社あるためであり、実態としては、1～3名程度の小規模事業者が多いものと思われる。家具・装備品製造業（いわゆる木工業）は他の製造業に比べ18事業所と多くなっていることから分かる。製造業全体としての事業所数は減少傾向になっているため、今後、小規模事業者の持続化を図るため「売上の向上」「利益の確保」が必要であり、そのためには事業者ごとの営業力の強化、人材の確保が課題である。また、高齢化、後継者不足による廃業も懸念されるため事業承継支援も課題である。

小売業においては、地域住民向けの日用品・生活関連品を扱う事業所にとっては町の総人口減少傾向に歯止めが利かない状況であり引き続き厳しい状況は続く。一方、今後ときがわ町としては観光業に力を入れていく計画であり、町有10施設（P8,9）の有効的な活用、平成30年に地域産業資源に指定された、「ゆず」「ときがわのうどん」「ときがわの温泉郷」「サイクルロード」を活用し、各店で魅力ある独自の取組みを行い「売上の向上」「利益の確保」を図っていくことが必要である。また、観光に力を入れているときがわ町としては、新たに町外よりの創業推進にも力を入れていく必要がある。



また、ときがわ町では人口の減少の一方で老年人口は増加しており、当然に経営者の高齢化は進んでいる。小規模事業者では経営者の高齢化は顕著となっており円滑な事業承継は全産業を通じ大きな課題である。

※埼玉県における後継者不在率は全国平均より上回る

【帝国データバンク 2019年12月10日 埼玉県後継者不在データ】

(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

今後このままでは、ときがわ町は人口減少、少子高齢化の進展による生産年齢人口の減少により、町内の需要は減少傾向となることが予想される。これに対応するためには、商圈を町内だけに設定するのではなく、商圈自体の考え方を拡大し町外からの需要獲得に取り組む必要がある。そのためには魅力ある街づくり、新たな需要の開拓が必要となる。自然豊かで風光明媚なときがわ町としてはこの強みを活かした観光業の強化、遠方からでも訪れる魅力のある特産品、魅力ある個店作りが必要と考える。

当会はこうした町内の現状と課題を踏まえ小規模事業者に対する長期的な振興のあり方について以下のように考える。

ア.町外の需要獲得のために

町外からでも訪れる魅力のある店作り、商品作り、特産品作りを行うために商品力、サービス力、技術力

を高め販売力の高い小規模事業者を育てる。

イ.計画経営への転換により経営基盤を強化する

小規模事業者は外部環境の変化に対応していくために、既存の経営の考え方に固執するのではなく新しいビジネスモデル、考え方、情報発信の方法に柔軟に対応していく必要がある。そのためには、客観的な情報分析に基づき自社の強み、弱み分析を行い戦略、戦術をとっていく事が必要となる。そのためには、経営革新計画策定に取り組む積極的、計画的な経営に取り組む小規模事業者を増やしていく必要がある。

②ときがわ町総合振興計画との連動性・整合性

ときがわ町では、平成19年3月に「第一次ときがわ町総合振興計画」を策定。「人と自然の優しさにふれるまち ときがわく木の温もりと川のせせらぎを礎とした文化の創造」をテーマに取り組みときがわの文化を創造するまちづくりに取り組み、学校教育施設等の耐震化、公共基盤の整備を行い、交流人口が大幅に増加し、観光産業が定着した他、独自の子育て支援により社会福祉と教育文化の充実を達成した。

しかし、近年の社会情勢(少子・高齢化の進展・地球規模の環境問題・国際化及び情報化の進行・生活意識、価値観の多様化)の変化に対応するため平成28年3月に、人口減少に歯止めをかけるべく、「まち・ひと・しごと創生法」に基づく、「ときがわ町人口ビジョン」および「ときがわ町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、人口の将来展望とときがわ町の実情に応じた目標や政策の基本的方向、具体的な施策を定めた。この計画は、観光資源、人材資源といった地域資源に磨きをかけ、特色ある製品の創出、まちの魅力発言「ときがわブランド」の充実等、ソフト面の施策に比重をおいた計画となっている。

総合振興計画の構成と期間

◎基本構想

<位置づけ>

○総合的で計画的な町政運営のための、町の最上位にある指針です。

<計画期間>

○平成29年度～平成38年度(10年間) (令和8年度)

<構成>

■将来像

■基本政策と基本施策(施策の大綱)

■重点プロジェクト

■将来人口

■土地利用構想

また、平成31年3月には、「第二次ときがわ町観光振興計画」が策定され町の観光資源にさらなるみがきをかけるとともに、行政、町民、関連団体などがより一体となって取り組む体制づくりを目的としている。当会も構成機関の一員として、行政の方針に合わせ、地域内の小規模事業者の経営力強化のために個々の事業者に対しソフト面での支援として、各種セミナーの実施、経営改善にとどまらず経営革新計画策定の推進等を通して、経営発達に資する支援を行っていく事をビジョンとしている。

③ときがわ町商工会としての役割

ときがわ町商工会は、平成18年2月に都幾川村・玉川村が合併し、ときがわ町が誕生した事を受け、平成19年4月、埼玉県内で初となる合併、都幾川村商工会・玉川村商工会が一つとなり、「ときがわ町商工

会」となった。

地域の商工業者数537人、会員数442人(組織率82%)で、商業部会・工業部会・建設部会・木工部会の4部会で構成されている。中心市街地が無く、商店街形成もされていない現状ではあるが、かつては建具産業が繁栄しており、180社余りの木工関連事業者がいた。

商工会の役員は会長を含め26人、職員は6人で運営する。平成30年度に策定された、第二次ときがわ町観光振興計画の目標である観光入込客数130万人を達成するため、商工会として様々なイベントや提案を具申してきた。地域の特産品も存在するが、野菜等に関しては収穫時期が限定されるため、加工品や地場産材である木工製品での対応が急務である。衰退した木工業に対しては、匠よりの技術指導・継承を行い復活・繁栄させたい。

ときがわ町観光振興計画においても、ときがわ町の豊富な観光資源や施設、人材が連携することにより、横のつながりをもって事業を推進する団体の設置や、町の自然や歴史、文化などの「ときがわ町らしさ」を活かした体験型観光メニューのさらなる充実と提供を計画しており、それらとも連携し推進する。

上述のような地域の特性、課題をふまえ、一つの柱としては当地域のキャッチフレーズである「木のまち・建具の里」を更に進め、観光関連業(飲食業・宿泊業・生産者等を含む)の事業所数、従事者数の増加を図る目標を設定し取り組む。

(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、町内唯一の総合的経済団体および小規模事業者支援機関として、行政と密接な関係を持ちながら国、県の小規模事業者施策をフルに活用し様々な経営課題を抱える経営者の身近な支援機関としての役割に応え、中長期ビジョンを持った事業者の増加を重点方針に役職員が一丸となって以下の経営発達支援計画を推進する。

①小規模事業者の計画経営への転換支援

一般的に多くの小規模事業者が抱える問題として、経営姿勢の硬直化、環境変化へ対応力が弱いことが言われる。さらに、その原因は、自社を取り巻く状況の客観的な分析・自社の強み・弱み分析ができていないことと整理できる。解決策としてはSWOT分析を取り入れた計画経営への転換が必要であると考え。当会としては会員に限らず(オープンセミナー実施等)地域内全ての小規模事業者に向け、計画経営への転換支援を行っていく。

②企業(創業・事業承継先含む)への経営・技術支援の強化

ときがわ町の自然環境に魅力を感じ町内で創業を考える事業者も徐々にではあるが増加している。創業者にとって企業経営は未知の取組みであり伴走的支援が必要である。当会としては経営に関する様々な支援策(記帳等経営相談、支援・補助金等各種施策の利用)を用意していく。また、事業承継時期を迎えた企業に対しては、廃業することなく事業継続をするための様々な支援策があることの情報提供を行い企業に寄り添った伴走型支援を行っていく。

③地域資源の活用

ときがわ町の豊富な地域資源、観光資源を活用して新商品・新サービス開発を支援していく。地域資源の活用は、新たな需要の創出につながり、交流人口・観光客の増加、さらには地域の雇用の創出につながるものと期待し実施していく。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施機関、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

目標①小規模事業者の計画経営への転換支援

【達成のための方針】

計画経営への転換のために、経営革新計画策定、補助金申請の推進を行う。これらへの取組みにより自社の現状分析（SWOT分析）、課題発掘・テーマ設定、具体的な解決策の策定を行うことになる。この取り組みの普及については窓口相談、巡回指導、セミナーの実施等の機会を作りなるべく多くの事業者に取り組むことを推進していく。計画策定にあたっては経営指導員だけでなく外部専門家と連携して行う。経営革新計画の目標は5年で50件。

目標②企業への経営・技術支援の強化

【達成のための方針】

金融機関と連携した各種制度融資（マル経融資制度・県制度融資）の斡旋による資金繰り支援を行う。融資だけでなく持続化補助金、事業承継補助金等の補助金の活用を推進していく。また、計画経営への転換による経営力の向上を図るとともに、中小企業基盤整備機構の各種施策、経営情報の紹介を通じてIT化、効率化の推進を図り経営力の向上を図る。

目標③地域資源の活用

【達成のための方針】

新商品、特産品を開発する事業者に対しては、ときがわ町の地域資源（ゆず・うどん）の情報を広く提供することで独自の魅力ある商品開発支援を行う。また、新商品開発、販路拡大に至る計画作りには経営革新計画、補助金申請を合わせて行うことでより具体的で実現性の高いものとなる。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

計画経営への転換支援においても地域の経済動向調査、把握は重要であることは認識していたが、現状では4半期毎に全国商工会連合会が実施する「中小企業景況調査」だけであったがこの調査では全国を対象にしたものであり地域内の小規模事業者の業況判断は難しく、現状では地域内の小規模事業者の経営に活かす形での経済動向調査は実施してこなかった。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①地域の経済動向分析の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	—	3回	3回	3回	3回	3回

(3) 事業内容

①『地域の経済動向分析の公表』については、ビックデータである「RESAS」（地域経済分析サービス）を基に当会経営指導員等が分析を行い年1回公表する。

【情報収集・整理・分析を行う項目】

「地域経済循環マップ・生産分析」・・・地域内が何によって稼いでいるかを分析

「企業活動マップ」・・・企業活動の現状分析

「産業構造マップ」・・・産業の現状分析

「まちづくりマップ・From-to分析」・・・人の動き分析

「観光マップ」・・・観光産業の現状分析

【手段・手法及び成果活用方法】

「RESAS」データを経営指導員が情報分析し、特に地域内の事業者役に立つデータを抽出しコメントをつけ公表する。管内の事業者は自社の業況分析と合わせ、外部環境の変化、動向を読み、自社の今後の事業計画策定・戦略策定に活かす。

②『景気動向分析』については、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向調査等について、年3回実施する。管内の事業者の個別の動向を把握する機会であり、課題、問題点があった場合タイムリーな対応、支援が可能にすることを目的として実施する。

【調査対象】管内小規模事業者100社（総管内商工業者数496社）

【目 標】30社回収

【調査項目】売上額・仕入価格・経常利益・資金繰り・雇用・設備投資等

経営課題：売上不振・業務効率化・事業承継

【調査手法】調査票を郵送し返信封筒で回収する

一部は指導員が巡回指導の際に聞き取り実施する

実施時期：6月・10月・2月

【分析手法】経営指導員が外部専門家と連携して分析を行う

(4) 成果の活用

ホームページ等で年3回公表し、会員のみでなく管内小規模事業者等に広く周知する。調査集計結果についての概要は、商工会会報等により全会員へ周知する。

また、これらの経済動向調査の分析結果をもって巡回指導時に持参し、経営分析および経営計画策定のための資料とする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

管内においてこれまでは実施してこなかった。
ときがわ町としては地域資源を活用した観光へ注力する目標が決まっており、今後は顧客目線での需要動向調査は重要であると考えている。

(2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①新商品開発の対象事業者数	—	5社	5社	5社	5社	5社
②試食、アンケート調査対象事業者数	—	5社	5社	5社	5社	5社

(3) 事業内容

平成 30 年に地域産業資源に認定された「ゆず」「ときがわのうどん」「ときがわの温泉郷」「サイクルロード」等を活用した新商品開発の支援、また、町外からの需要開拓のため、管内飲食店、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現時点で想定する先として、

自家製豆腐製造販売業・・・常に新商品開発に取り組む
和菓子店（2店）・・・季節ごとに新商品を発売
飲食店（約 20 店 古民家を活用した飲食店も最近数店舗創業）・・・差別化に積極的なので選定して実施する。（2店）

【サンプル数】 各店 50 人

【調査手段・手法】 各店にアンケート用紙を設置し記入してもらう

【分析手段・手法】 経営指導員他、外部専門家の意見を聞きながら分析する

【調査項目】 商品ごとに設定 味・価格・新規性・見た目等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は経営指導員等が当該店舗に直接説明する形でフィードバックし更なる改良に活用していく
また、必要に応じ経営革新計画を策定、販売戦略、数値計画の策定まで支援していく

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

これまでの分析は、経営革新計画や補助金申請書の策定時や個別の要望があった時に留まっており、その事業者数も限られていた。また内容も、一部の計画作成時を除き決算書の分析にとどまっており、分析結果を経営に活かす指導が十分になされているとは言い難いものであった。

今後は、高度・専門的な知識が不足しているため、外部専門家等と連携するなど、改善した上で実施する。

(2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①セミナー開催件数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
②分析件数	—	10件	10件	10件	10件	10件

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘のため、「経営計画セミナーの開催」や「巡回・窓口相談を介した掘り起こし」などを行う。セミナー開催については、会員に限らず管内の小規模事業者に向け通知し参加者を募る。年2回開催する。参加者は10名を予定。

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い10社を選定

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う
(財務分析) 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率
(SWOT分析) 強み、弱み、脅威、機会

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」や各種経営分析ソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。

分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画書の策定支援に関しては、創業、補助金申請、経営革新計画の策定は積極的に行っている。ただし、起業・創業者の掘り起こしは十分ではなく、件数も十分に確保できていない。また、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、中長期計画の策定が必ずしもできていない。

(2) 支援に対する考え方

事業者が経営課題を解決し経営目標を達成するため、前述の「地域の経済動向調査」及び「経営状況の分析」の結果を踏まえ、事業計画策定支援を実施する。一般的な事業計画策定をベースとするとともに、「経営革新と事業承継を軸とした事業の持続的発展の支援」、「ときがわ町や近隣市町との連携による創業の促進」、に該当する各事業計画（経営革新計画、事業承継計画、創業計画）の策定支援を重点的に実施する。

まずは巡回訪問や窓口相談を通じて、経営者自身の事業構想の整理や、金融機関等への説明材料、従業員への動機付けなどの目的や効果、事業計画策定の必要性を経営指導員が事業者へ説明する。そのうえで、近隣の商工会とも協力し計画策定手法を学ぶセミナーを開催する。さらに県連合会、埼玉県よろず支援拠点、国・県・中小企業支援団体等や当会独自の専門家派遣制度による指導も活用しつつ、実現可能な計画作成につなげていく。

(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
事業計画策定件数	10件	10件	10件	10件	10件	10件

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

(掘り起こし)

経営分析を実施した小規模事業者を対象に、事業計画策定に関するセミナー、個別相談会の開催

により、計画策定につなげていく。

窓口相談・巡回訪問時に、小規模事業者からの相談等を受けるとともに、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。

持続化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、事業計画策定につなげていく。

※事業計画策定に関するセミナーは、経営分析実施者に対して、巡回訪問し、募集を行う。1回2時間×2回を1年間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に関することや経営状況の分析に関することより得た情報(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、金融支援策定、売上減少による支援策定、事業承継支援策定、人材不足支援策定、取引先支援策定、商品販路支援策定等個々の課題の抽出、各種分析結果や、経営指導員の判断、小規模事業者の要望に応じて、専門家の意見を取り入れ、事業計画策定支援を行う。

②経営革新計画策定支援

(掘り起こし)

近隣商工会と連携し 経営革新塾(全4回程度を開講 ※)を開催し、アイデアの実現や課題の発掘、知識向上を図り、事業計画の策定支援を行うことにより、経営革新承認件数(事業所)を伸ばしていく。

※経営革新塾とは、

東松山市、嵐山町、鳩山町、滑川町などの近隣商工会と連携により開催。1回2時間×4回を1年間で1回開催し、新規事業に取り組む必要性やマーケティング・ITを活用した集客方法等をカリキュラムとして、約5名を目標に募集する。

承認取得事業者にも、経営指導員、中小企業診断士による個別フォローアップ、情報交流を行い、支援を行う。

経営革新に関する個別訪問を実施し、経営革新計画の策定、支援先を発掘する。

(計画策定支援)

「地域の経済動向調査に関すること」や「経営状況の分析に関すること」により得た情報(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。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

これまで、持続化補助金等の申請の際には、実施報告等の際に計画の進捗を確認するか、個別相談等の場があった際に進捗等の相談に対応するのみでフォローアップは実施していない。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、4. で経営分析を行った事業者の3割程度/年の事業計画策定を目指す。

併せて、持続化補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

(3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ対象事業者数	—	4	4	4	4	4
頻度（延回数）	—	16	16	16	16	16
売上増加事業者数	—	2	2	2	2	2
利益率3%以上増加の事業者数	—	2	2	2	2	2

(4) 事業内容

件数は4件 頻度は16回 売上増加先2件 利益率3%

- ① 事業計画策定支援を行ったすべての事業者に対して定期的にフォローアップを行い、事業の進捗状況をヒアリングするとともに、売上増加率、利益増加率の確認を行う。また、その時点での計画との差異や新たに発生した課題等について把握を行い、必要な指導・助言を行う。
- ② 事業計画を策定した全事業者に対して、必要に応じて3カ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うが、経営革新は半年に1度、創業は開業後3カ月に1度と決算時に、事業承継は3カ月に1度実施する。
- ③ 事業計画実行の過程で、進捗状況と事業計画との間にズレが生じている場合には、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討するにあたり、必要に応じ専門家を活用しフォローアップを行う。

7. 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

これまで、経営革新・持続化補助金等の支援を通じた販路開拓支援は、一部事業者に対して実施するほか、展示会や商談会等の支援等は実施してこなかった。今後は、対象者を絞り近隣商工会の協力や専門家等の支援を受けながら、事業者への支援と所内での支援ノウハウの収集と蓄積を図る。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会への出展を

目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

商工会HP及びSNSでのPR

現在の商工会ホームページの充実を行い、スマホでも情報を得られるようにすることで、利便性を図りたい。

(3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①・・・展示会出展事業者数	—	2社	2社	2社	2社	2社
売上額/社	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②・・・商談会参加事業者数	—	4社	4社	4社	4社	4社
成約件数/社	—	1件	1件	2件	2件	2件

(4) 事業内容

①・②ともに彩の国ビジネスアリーナへの出展を想定（独自の開催の予定はない）

地域の小規模事業者を広くPRするため、展示会や商談会への出展支援、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）支援などについて、専門家等の力を借りながら多面的な支援を実施する。これにより、これまで実施してこなかった小規模事業者の販路開拓支援を実施して成果につなげるとともに、販路開拓支援のノウハウを習得する。

8. 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

当事業は初めての取り組みであり、現状では事業の評価は実施していない。

(2) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う（年に1回）。

当会の理事会と併設して、ときがわ町産業観光課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等により、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。

評価については、別表2の体制において、評価・見直しの方針を決定する。

事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。

事業の成果・評価・見直しの結果をホームページ (<http://www.syoukou-tokigawa.jp/>) で計画期間中公表する。

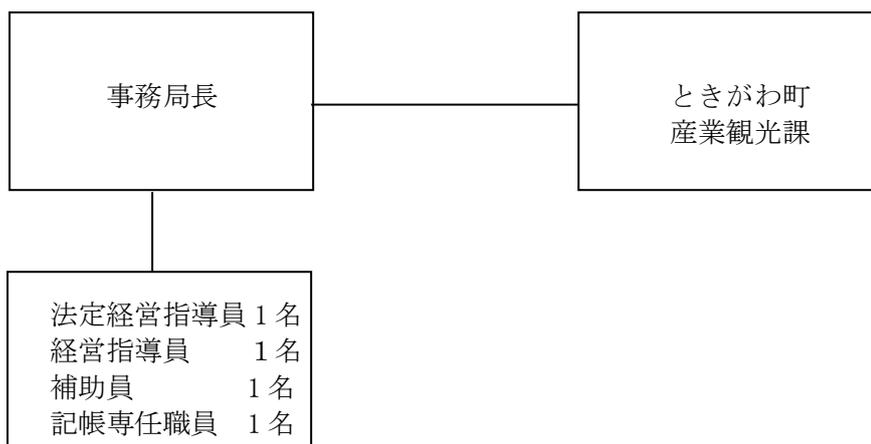
(別表2)

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2年10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当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名 柴崎 盛彦
連絡先 ときがわ町商工会 TEL0493-65-0170

②当該経営指導員による情報の提供及び助言

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。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒355-0342 埼玉県比企郡ときがわ町玉川 2475-5
ときがわ町商工会
TEL: 0493-65-0170 FAX: 0493-65-5170
E-mail: tokigawa@syokokukai.jp

②関係市町村

〒355-0361 埼玉県比企郡ときがわ町桃木 32
ときがわ町役場第二庁舎 産業観光課
TEL: 0493-65-1532 FAX: 0493-65-3629
E-mail: sankan@town.tokigawa.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)

	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
必要な資金の額	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
○専門家派遣費	300	300	300	300	300
○協議会運営費	100	100	100	100	100
○セミナー開催費	200	200	200	200	200
○ホームページ運営	200	200	200	200	200
○アンケート調査費	150	150	150	150	150
○展示会出展費	300	300	300	300	300
○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、ときがわ町補助金、各種手数料等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

