

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	長瀨町商工会 (法人番号 8030005015198) 長瀨町 (地方公共団体コード 113638)
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】小規模事業者の経営強化のための事業計画策定を支援することにより、産業の活性化や雇用の場の確保を行う</p> <p>【目標②】小規模事業者に対して長瀨ならではの食・特産品・体験サービス等の開発・販売を支援することにより、地域の魅力を活かした観光地づくりを行う</p> <p>【目標③】小規模事業者のDXやデジタル活用による生産性向上や販路開拓（商圏の拡大等）を支援することにより、地域に新たな活力をもたらす</p> <p>【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展に向けた取組を図る。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること ①地域の経済動向分析 ②観光入込客統計調査の活用</p> <p>4. 需要動向調査に関すること ①地域におけるマーケット調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること ①小規模事業者の経営分析</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること ①事業計画策定支援の実施 ②DXセミナーの実施</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①フォローアップの実施</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会・商談会へ出展支援の実施 ②ITツール紹介セミナー後の実行支援の実施</p>
連絡先	<p>長瀨町商工会 〒369-1304 埼玉県秩父郡長瀨町大字本野上 189-6 TEL: 0494-66-0268 FAX: 0494-69-1030 E-mail: nagatoro@syokoukai.jp</p> <p>長瀨町 産業観光課 〒369-1392 埼玉県秩父郡長瀨町大字本野上 1035-1 TEL: 0494-66-3111 FAX: 0494-66-0894 E-mail: sangyo@town.nagatoro.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 長瀨町の概況

長瀨町（以下、当町）は、埼玉県の北西部、秩父山系の関門に位置し、町の中央を縦貫して流れる荒川の両岸に細長く開けた町である。当町の総面積は30.43㎢で、そのうち約60%が山林で占められている。また、四方を宝登山、不動山、陣見山、釜伏山といった山々に囲まれ、これらの山を源とする沢は、それぞれ荒川に流入している。当町は町の全域が、県立長瀨玉淀自然公園区域に指定されている。



交通は、都心から関越自動車道を使用すると約1時間30分、国道17号、国道140号を利用すると約2時間15分の距離にある。鉄道は池袋からJRや東武東上線、西武秩父駅から秩父鉄道が乗り入れている。長瀨町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

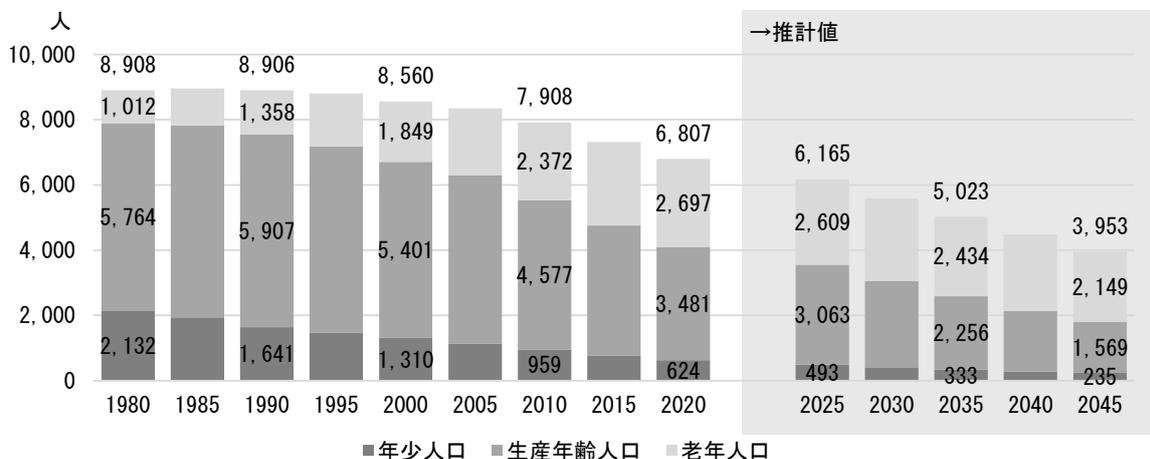
イ 人口

令和4年8月1日時点の人口は6,701人である（住民基本台帳）。

国勢調査の結果を基に人口推移をみると、人口は減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。年齢別人口について将来の推移をみると、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39.6%から令和27（2045）年には54.4%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和2（2020）年の51.1%から令和27（2045）年には39.7%に低下する見込みである。

長瀨町の人口推移表



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、総面積の約60%を山林が占めており、農作物の栽培が盛んとはいええない地域である。そのなかで、主な特産品は下表のとおりである。

### ■主な特産品

特産品名	概要
そば	四方を山々に囲まれ、寒暖の差が激しい秩父地方はそば栽培に適した場所である。昔はどこの家庭でもそば打ちが行われていた影響で、現在も多くのそば処があり、コシが強く、風味豊かな秩父そばを味わえる。
ブルーベリー	県内では美里町が全国有数の栽培面積を誇っており、多くの観光農園や直売所を中心に販売されているが、10年ほど前から長瀨の特産品とすべく栽培を始めている。現在、2店舗が栽培を行っており摘み取りやお土産としてだけでなく、町内の複数の飲食店でかき氷やデザートに使用されている。
天然氷	長瀨の天然氷は、沢の水を引き込み、自然の寒さで凍らせ氷を作っている。毎年、夏になると天然氷のかき氷が人気を集めている。
ぶどう・しいたけ	当町が立地する秩父地域は、ぶどうやしいたけの栽培が盛んな地域である。ぶどうは、巨峰、デラウェア、ロザリオ、マスカットと、様々な品種を栽培している。特に、ちちぶ山ルビーは人気の品種である。また、観光農園が点在しており、さまざまな品種のもぎとりが楽しめる。しいたけは、秩父地域では、原材料のコナラを秩父やその周辺の山林から伐り出していて、原木の産地にまでこだわっている。食味や香りが良く、形のそろった高品質の原木しいたけにこだわり、農薬等を一切使用しない、安全・安心なしいたけを生産している。

## エ 観光資源

### (a) 観光資源

当町は、全域が県立長瀨玉淀自然公園区域で、特に上長瀨から高砂橋に至る荒川の両岸は、名勝及び天然記念物保存区域として指定されている。また、桜やあじさいなど春から初夏にかけて花めぐりが楽しめる。ミシュラン・グリーンガイド・ジャポニーつ星を受けた神社をはじめ文化財が点在する。

主な観光資源は下表のとおりである。

### ■主な観光資源

観光資源名	概要
ジオスポット	荒川両岸に見ることができる。岩畳は長瀨の中心地で、隆起した結晶片岩が文字どおり岩畳となって広がる。また、菊水模様を浮き彫りにした菊水岩や、虎岩といわれるその名の通り虎の肌を思わせるような縞模様の岩が楽しめる。
寶登山神社	ミシュラン・グリーンガイド・ジャポニーつ星を受けた神社。元旦は「宝の山に登る」という名称にちなむ縁起のよさから、毎年多くの初詣客が訪れる。
花	長瀨の桜は「日本さくら名所百選」に選ばれた桜の名所。長瀨周辺で約三千本余が植えられ、3月下旬から4月下旬まで様々な種類の桜が楽しめる。また、初夏はハナビシソウやアナベルが見ごろとなる。



出典：長瀨町「観光振興計画」（写真左：川下り、写真右：寶登山神社）

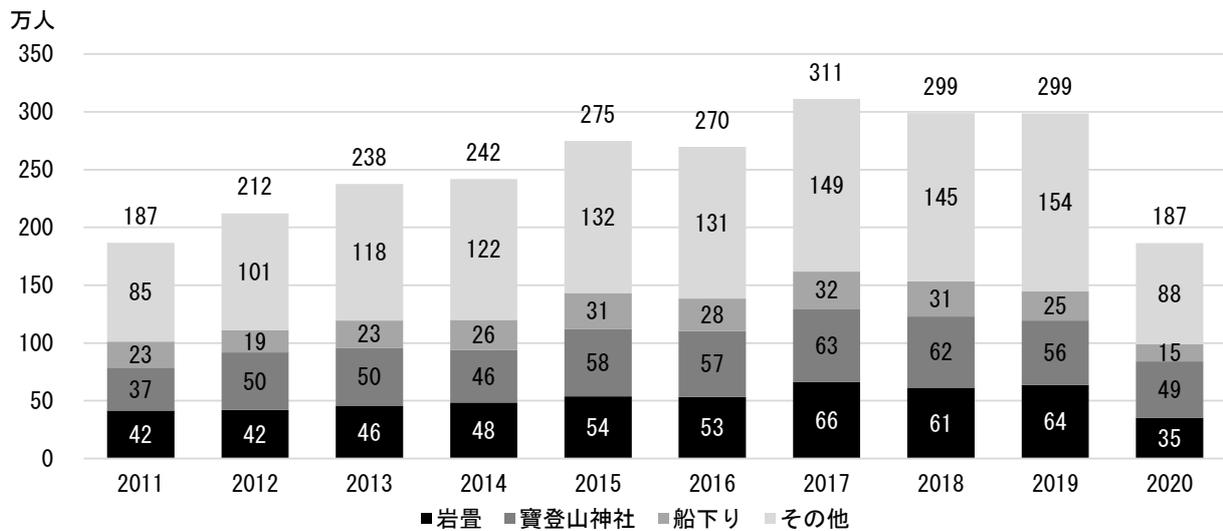
**(b) 長瀬観光 100 周年記念事業(仮称)**

令和 6 (2024) 年 12 月 9 日に「長瀬」が名勝・天然記念物に指定後 100 周年を迎えるにあたり実施する事業である。現在、事業内容を検討している段階であり、「長瀬観光 100 周年記念実行委員会(仮称)」を立ち上げるための準備を行っている。

**オ 観光入込客数の推移**

令和 2 (2020) 年の観光入込客数は 187 万人である。推移をみると、近年は 300 万人前後で推移していたものの、令和 2 (2020) 年には新型コロナウイルス感染症の影響で急減していることが読み取れる。

当町の基幹産業は、観光業と製造業であるが、コロナ禍の影響で大きく影響をうけたことは言うまでもない。

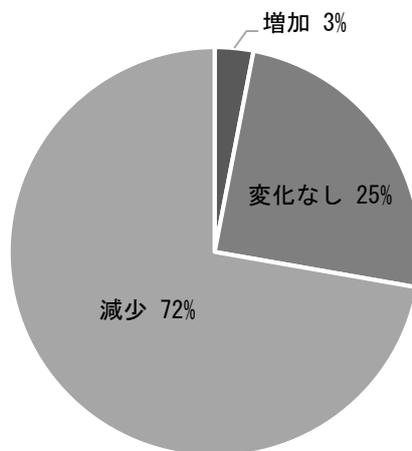


出典：長瀬町提供資料

**カ 産業**

**(a) 景況感 (売上高)**

当会が令和 2 (2020) 年に実施したアンケート調査によると、コロナ禍前と比較した現状の売上高では、「売上増加」は 3%に留まっており、72%が「売上減少」と回答している。



出典：長瀬町商工会「コロナ禍下に於ける長瀬町内事業者の経済現況調査」

(b) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

当町の平成24年の事業者数は432社、平成28年の事業者数は406社である。

小規模事業者数は平成24年が349者、平成28年が328者であり、4年間で6.0%減少している。産業別にみると、建設業（△29.4%）や製造業（△21.5%）において小規模事業者数が減少している。一方、医療、福祉では増加がみられる。

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成24年									
事業所数	51	74	1	76	85	22	100	23	432
小規模事業所数	51	65	1	58	62	9	81	22	349
平成28年									
事業所数	36	62	1	79	81	25	99	23	406
小規模事業所数	36	51	1	58	67	12	81	22	328
増減(H28年-H24年)									
事業所数	△15	△12	0	3	△4	3	△1	0	△26
増減割合	△29.4%	△16.2%	0.0%	3.9%	△4.7%	13.6%	△1.0%	0.0%	△6.0%
小規模事業所数	△15	△14	0	0	5	3	0	0	△21
増減割合	△29.4%	△21.5%	0.0%	0.0%	8.1%	33.3%	0.0%	0.0%	△6.0%

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) 業種別の課題（経営課題）

当町の主要業種における経営課題は下表のとおりである。

下表をまとめると、全業種を通じて、①経営基盤の強化、②新商品・サービスの開発による高付加価値化や差別化、③デジタル活用による生産性の向上や販路開拓（商圏の拡大等）、④新たな販路の開拓、⑤事業承継が課題となっている。

観光業の経営課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光（町）全体の満足度向上によるリピーター需要の喚起</li> <li>・特産品の開発による地域ブランド化</li> <li>・事業者の高齢化による後継者の育成</li> <li>・デジタル活用による営業強化</li> <li>・通年で楽しめる新しい観光サービスの開発</li> </ul>
商業（観光業以外）の経営課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・有事（コロナ感染症）や社会情勢による制限時に影響を受けにくい事業の展開</li> <li>・デジタル活用による業務効率化</li> <li>・秩父地域の人口減による商圏の拡大</li> <li>・大型店（チェーン店）とは異なる地元ならではのサービスの開発</li> <li>・事業再構築及び経営革新計画による経営基盤強化</li> <li>・事業者の高齢化による後継者の育成</li> <li>・労働人口減による人材確保</li> </ul>
工業の経営課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・労働人口減による人材確保</li> <li>・下請け依存体制からの脱却</li> <li>・小規模事業者の営業体制の強化</li> <li>・事業者の高齢化による後継者の育成</li> <li>・デジタル技術を活用した生産性向上</li> <li>・建設業に従事する若手従業員の確保</li> </ul>

## キ その他のトピック

### (a) ふかや花園プレミアム・アウトレットの開業

令和4年10月、近隣の深谷市に「ふかや花園プレミアム・アウトレット」が開業した。当施設はプレミアム・アウトレットの魅力である“ワクワクに満ちた、買い物が思い出になるショッピング体験”はもちろん、自然豊かな深谷市および埼玉県北西部の魅力を活かした「地域との共生」と、様々なニーズを持つお客様が「思い思いの過ごし方を楽しめる場所」をテーマとしたアウトレットモールとなる（三菱地所・サイモン株式会社 プレスリリースより引用）。

深谷市・埼玉県北西部の新たな観光拠点となることが期待されており、当町としてもアウトレットの買い物客が当町に流入することを期待している。

### (b) 「#長瀬エール飯」プロジェクト

新型コロナウイルス感染症の感染拡大対策により、特に売上に大きな影響を受けた飲食店を応援するために始動したプロジェクトである。感染予防対策を実施している町内の飲食店を利用し、料理の写真や感想をSNSに「#長瀬エール飯」をつけて投稿するよう呼びかけることで、飲食店を応援しつつ、店舗や地域のPRを行う。



## ク 第5次長瀬町総合振興計画

「はつらつ長瀬プラン 第5次長瀬町総合振興計画後期基本計画（令和4年度～令和8年度）」の商工・観光に該当する箇所は下表のとおりである。

観光面では、アウトドアによるまちづくりや通年で楽しめるプログラムづくり、担い手の育成、インバウンドへの対応、長瀬町ならではの食・特産品づくり、独自のプロモーション、観光事業への支援、広域的な観光連携の強化といった、観光産業を中心とした産業の活性化。商工業面では、商工業事業者の経営の改善を促進するとともに、雇用機会の拡大を図るため起業・創業支援などによる地域の活力向上が掲げられている。

### ■基本構想（平成29年度～令和8年度）：具体的なまちの姿（長瀬町の将来像）

#### ◆いつまでも活力のあるまち

長瀬町は、豊かな自然環境、名勝及び天然記念物「長瀬」の岩畳、桜や文化財など、古くから根付く地域資源をもとに、観光をはじめとした産業を中心に発展を遂げてきました。

しかし、現在では長引く景気の低迷や人口減少に伴う産業人口の減少などにより産業の衰退が深刻化しています。

そのため、地域の活力を維持・活性化し、地域経済を支える産業の振興や地域特性を活かした新しい産業の育成に取り組み、多様な雇用を生み出すとともに、働きやすい環境を整備することにより、地域特性を活かし「いつまでも活力のあるまち」を目指します。

### ■基本構想（平成29年度～令和8年度）：施策の大綱

#### 2 活力を生み出すまち

長瀬町固有の地域特性を活かした観光業や商業・サービス業の推進を図るとともに、農業については、経営の安定性、生産性の向上に努めるほか、農商工連携や地産地消の拡大による振興を図ります。

また、全ての産業を活性化し、雇用の場を確保するとともに、6次産業等の地域資源を活かした長瀬ブランドを確立し、活力のあるまちづくりに努めます。

### ■後期基本計画（令和4年度～令和8年度）

#### 2-1 地域の魅力を活かした観光地づくり

##### 2-1-1 観光業の振興

- ①季節や自然、歴史・文化を感じる滞在交流型ツーリズムの創出／②情報発信やインバウンド観光を見据えた担い手の発掘・育成／③長瀬ならではの食・特産品の開発／④国内外に向けたプロモーション／⑤観光基盤の整備

## 2-3 地域に活力をもたらす商工業の推進

### 2-3-1 商工業の振興

①商工業環境の整備促進／②経営の安定化の促進

### 2-3-2 創業支援・雇用創出の充実

①企業の誘致活動の推進／②雇用機会の確保と雇用の促進

## ケ 長瀬町観光振興計画

「長瀬町観光振興計画（令和2年度～令和11年度）」の要旨は下表のとおりである。

これまで観光のキラーコンテンツとなってきた寶登山神社や、川下り、天然氷のかき氷などに加え、今後は地域の人と関わることができる交流拠点、長瀬らしいグルメ開発、町域全体での体験コンテンツづくり、インバウンドの推進などにより、観光客誘致や町内周遊、リピートを促すとともに、新しい宿泊施設や由緒ある宿泊施設などへの宿泊を促すことにより、長期滞在や通年観光の観光客増加を目指す。

目標達成に向けて、小規模事業者においても、体験型観光コンテンツの開発、特産品・土産品の開発、インバウンド集客などが必要であることが読み取れる。

### ■長瀬町観光振興計画（令和2年度～令和11年度）

コンセプト	
長瀬ステイ なが～く、ゆったり、ながとろ	
重点施策	アクションプラン
(1) 季節や自然、歴史・文化を感じる滞在交流型観光ツーリズムの創出	①体験型観光コンテンツの開発 ②インバウンド向けコンテンツづくり ③関係人口づくり
(2) 情報発信やインバウンド観光を見据えた担い手の発掘・育成	①観光ガイドの研修
(3) 長瀬ならではの食・特産品の開発	①長瀬ダイニング ②長瀬グルメフェア ③特産品・土産品の開発
(4) 国内外に向けたプロモーション	①インバウンド・プロモーション ②長瀬といえばコレというプロモーション ③四季のプロモーション ④最新技術を活用したプロモーション ⑤国内のターゲットを招くモニターツアー
(5) 観光基盤の整備	①安全で快適な観光地づくり ②観光資源のブラッシュアップと活用 ③インバウンド受け入れ環境の整備

## ②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず、人口をみると、当町の人口は減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。また、人口減少率が大きいと、埼玉県に過疎地域として指定されている。商業事業者にとっては、ターゲットの見直しなどによる、町内人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。

さらに、年齢3区分別人口をみると、高齢化率が上がり、消費構造が変化していくことから、この変化への対応が課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、産業人口が不足することが予測されることから、デジタル活用による生産性の向上等への取組が必要となる。

特産品では、総面積の約60%を山林が占めており、農作物の栽培が盛んとはいえない地域である。そのため、長瀬ならではの農産物を使用した加工品は少ない。一方、後述するとおり、観光客が多く来町しており特産品の需要は高いと、ギャップがみられる。そこで、小規模事業者においても、長瀬ならではの食・特産品・土産品等の開発が期待されている。

観光面では、当町は全域が県立長瀬玉淀自然公園区域で、「長瀬」は名勝・天然記念物に指定されている。岩畳の観光だけでなく、川下りやカヌー、ラフティングなどのアクティビティを楽しむ観光客も多い。

また、ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン一つ星を受けた寶登山神社や、桜のあじさいといった花など、見所が満載であり、多くの観光客を惹きつけている。観光業が当町の基幹産業となっていることから、宿泊業や飲食業、農林水産業、各種関連サービス業などが外貨を獲得することで地域経済への幅広い波及効果に繋がることが当町にとって重要な位置づけであり、これを維持・拡大することが課題といえる。

景況感をみると、新型コロナウイルス感染症の影響で72%の事業者の売上高が減少している。特に、前述のとおり、当町は観光業が基幹産業であるため、影響が大きかった。今後を見据えると、有事（コロナ禍）や社会情勢による制限時に影響を受けにくい事業の展開が必要であると感じている。社会情勢による影響を受けにくい事業のためには、顧客の分散等が有効であるため、これを実現するための取組が課題となっている。

業種別の事業所数の推移をみると、小規模事業者数は平成24年が349者、平成28年が328者であり、4年間で6.0%減少している。産業別にみると、建設業や製造業での減少率が高い。とりわけ製造業は当町の基幹産業のひとつであるため、製造業の事業者数減少は、当町自体の活力減衰を招いてしまう。そのため、特に製造業を中心とした経営基盤の強化が課題となっている。

業種別の課題をみると、全産業を通じて、①経営基盤の強化、②新商品・サービスの開発による高付加価値化や差別化、③デジタル活用による生産性の向上や販路開拓（商圏の拡大等）、④新たな販路の開拓、⑤事業承継が課題となっている。

また、その他の出来事をみると、令和4（2022）年10月に、近隣の深谷市に「ふかや花園プレミアム・アウトレット」が開業した。深谷市・埼玉県北西部の新たな観光拠点となることが期待されており、当町としてもアウトレットの買い物客が当町に流入することを期待している。小規模事業者においても、このビジネスチャンスの獲得はひとつの大きな課題となっている。

## (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

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

ア 小規模事業者の半数以上が事業計画策定を行い、経営を強化していること

町内の小規模事業者が持続的経営を行うために、事業者の半数以上が、経営分析・外部環境の整理・事業計画の策定・事業計画の実行を通じて、経営を強化している姿を目指す。

イ 小規模事業者が長瀨ならではの食・特産品・体験サービス等の開発・販売を行っていること

「長瀨」を今以上に魅力的な観光地にするために、小規模事業者が長瀨ならではの食・特産品・体験サービス等の開発・販売を行っている姿を目指す。また、小規模事業者がこれらの商品を町外にも販売することで収益を拡大させている姿を目指す。

ウ 小規模事業者が一社依存を脱却し、積極的に新規顧客開拓を行っていること

工業事業者が、下請け依存体制から脱却し、新たな取引先を開拓している姿を目指す。また、観光客をターゲットにしていた商業事業者が地元住民や町外消費者をターゲットに加える、地元住民をターゲットにしていた商業事業者が観光客をターゲットに加えるなど、積極的に新規顧客開拓を行っている姿を目指す。

エ 小規模事業者がDXやデジタル活用で生産性向上や販路開拓（商圏の拡大等）を実現していること

小規模事業者の多くが、デジタル化対応が十分でないため、デジタル化対応を行って、生産性向上や販路開拓（商圏の拡大等）を実現している姿を目指す。

オ 新規創業や事業承継が活発に行われていること

当町の事業所数が減少しているなかで、町の活力維持のためには事業所の維持が欠かせない。そこで、新規創業や事業承継が活発に行われている姿を目指す。

## ②第5次長瀬町総合振興計画との連動性・整合性

第5次長瀬町総合振興計画では「いつまでも活力のあるまち」を目指し、①観光面では、担い手の育成、長瀬町ならではの食・特産品づくりなどによる観光産業を中心とした産業の活性化、②商工業面では、商工業事業者の経営の改善を促進するとともに、雇用機会の拡大を図るため起業・創業支援などによる地域の活力向上に取り組んでいる。

前項の「ア」「ウ」「エ」は「商工業事業者の経営の改善促進」、「イ」は「長瀬町ならではの食・特産品づくり」、「オ」は「観光面の担い手の育成」や「商工業面の「雇用機会の拡大を図るため起業・創業支援」に寄与する目標であり、それぞれ連動性・整合性がある。

## ③商工会としての役割

当町の沿革をみると、昭和15年に町制が敷かれ、野上町が誕生。昭和18年には村部が合併し現地域の町となったが、昭和47年11月1日名称を長瀬町と変更し現在に至っている。

そのようななかで、当会は、昭和25年には任意商工会が結成され地域経済団体として発足した。昭和35年には法制化されたことにより、昭和37年2月法人としての結成大会を開催し承認、同年4月16日登記完了、野上町商工会が誕生した。

幾多の困難な時代もあったが、その都度役職員一丸となって乗り切ってきた。昭和57年10月に現在地に移転し地域経済の活性化を主眼に、経営改善事業、総合振興事業を推進している。

今後は、経営発達支援事業について、全職員一丸となり取り組み、地域小規模事業者の経営力向上に寄与する。

## (3)経営発達支援事業の目標

### 【目標①】

小規模事業者の経営強化のための事業計画策定を支援することにより、産業の活性化や雇用の場の確保を行う

### 【目標②】

小規模事業者の長瀬ならではの食・特産品・体験サービス等の開発・販売を支援することにより、地域の魅力を活かした観光地づくりを行う

### 【目標③】

小規模事業者のDXやデジタル活用による生産性向上や販路開拓（商圏の拡大等）を支援することにより、地域に新たな活力をもたらす

### 【目標④】

上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る。

## 2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

### 【目標①達成のための方針】

小規模事業者の経営強化のために、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。経営分析では、財務データ等からみえる表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。同時に、RESAS や観光入込客統計調査による地域データの分析を通じて外部環境を整理する。これらの分析結果を活用しながら、経営環境の変化に応じた経営の方向性を定め、結果を事業計画にまとめる。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。

### 【目標②達成のための方針】

特産品や地域資源を活かした長瀬ならではの食・特産品・体験サービス等の開発を支援するために、商品調査（需要動向調査）を実施し、商品のブラッシュアップに繋げる。また、ニッポン全国物産展への出展支援を行うなど、販売促進までをワンストップで支援する。

### 【目標③達成のための方針】

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくことを目的にITツール等の紹介セミナーを開催する。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、経営指導員による支援やIT専門家派遣を実施する。さらに、ITを活用した販路拡大を志向する事業者に対しては、「ITを活用した販路開拓の個社支援」により売上拡大が実現するまで伴走型で支援を実施する。これらの支援を実現するため、経営指導員がDXやIT利活用に関する資質向上を行い、実行力を向上させる。

### 【目標④達成のための方針】

経営分析、事業計画の策定、策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。また、これを実現するために、経営指導員等の資質向上を実施する。

## I. 経営発達支援事業の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

#### 【現状】

小規模事業者の事業計画策定においては、まずは外部環境の変化を捉える必要がある。当会ではこれまでも、町内の経済動向に関する各種データを収集してきたが、分析・公表が十分でなく、小規模事業者はそのデータが届いていないという現状がある。

#### 【課題】

収集したデータの分析・公表が十分でなかったため、今後はRESASを活用した地域の経済動向分析を通じて外部環境を整理し、広く小規模事業者に提供する必要がある。また、観光客をターゲットにした小規模事業者の取組を促進させるため、観光データを提供する必要がある。

## (2) 目標

項目	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①地域の経済動向分析 公表回数	HP 掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
②観光入込客統計調査の活用 公表回数	HP 掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回

### ①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

事業名	地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）
目的	地域の小規模事業者にと町内の状況（経営環境の変化等）を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とする。
調査の内容	地域経済分析システム（RESAS）の内容のなかで、地域の小規模事業者にも活用してもらいたい項目を分析し、レポートにまとめたうえで公表する。
調査を行う項目	観光マップ →観光客の流れ等を分析 地域経済循環マップ・生産分析 →何で稼いでいるか等を分析 まちづくりマップ・From-to分析 →人の動き等を分析 産業構造マップ →産業の現状等を分析 等
調査の手段・手法	経営指導員が外部専門家と連携し、RESASの情報を網羅的にみて、事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者が見やすいレポートにまとめる。
調査結果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表し、広く管内事業者にも周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

### ②観光入込客統計調査の活用

事業名	観光入込客統計調査の活用
目的	当町には観光客が多く、小規模事業者にとってもビジネスチャンスとなっている。そこで、地域の小規模事業者にも観光客数を周知することで、主に観光業や小売業が経営判断や事業計画を策定する際の基礎資料とする。
調査の内容/調査の手段・手法	町が調査を行っている観光地点別入込客数調査の結果を活用する。年1回、観光地点ごとの観光客数について分析したうえでデータを公表する。
調査項目	以下の地点の観光客数を調査する 1. 岩畳商店街、2. 寶登山神社、3. 長瀨花（桜、花の里ハナビソウ園）、4. 長瀨紅葉、5. 県立自然の博物館
分析の手段・手法	経営指導員等が主要地点における観光客数の推移をグラフにする。これにより、観光客数の増減や季節変動を分析する。
調査結果の活用方法	分析結果は当会ホームページで公表し、広く管内事業者にも周知する。また、観光客をターゲットとした事業計画の策定の際の基礎資料として活用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

小規模事業者が長瀨ならではの食・特産品・体験サービス等を開発するには、プロダクトアウトの視点だけでなく、マーケットインの視点も重要である。当会ではこれまで、マーケット調査の必要性を感じていたが、これまで実施できていなかった。

**【課題】**

これまで実施できていなかったため、新たにマーケット調査を支援する必要がある。

**(2) 目標**

項目	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
商品調査 調査対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

**(3) 事業内容**

事業名	商品調査
目的	小規模事業者のなかには、新商品・新サービスの開発に取り組む事業者もいる。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、マーケット調査などが不十分であることが多い。そこで、当会にて需要動向調査を支援することで、顧客の声を取り入れた商品ブラッシュアップを行い、“売れる商品”づくりに繋げる。
対象	小規模事業者の商品（お菓子、お土産、スイーツ、飲食店のメニュー、サービス等）や、地域観光 Lab. <sup>*</sup> や地域おこし協力隊が開発する商品、3商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。
調査の手段・手法	商品ごとに調査テーマを定め、①地元客向けに販売を強化したい商品の調査は各店の店頭、②観光客向けに販売を強化したい商品の調査は長瀬駅前等の観光客が集まる場でアンケート調査を実施する。アンケート調査は、①の場合は事業者が主体、②の場合は事業者と当会職員が協力して行う。調査結果に有意性を持たせるため、1商品あたり30名以上からアンケート票を回収する。
調査を行う項目	≪食品の場合≫ <input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（長瀬らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等 ≪サービスの場合≫ <input type="checkbox"/> サービスの総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> サービスの内容 <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 今後もサービスを受けたいか <input type="checkbox"/> その他改善点 等
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が専門家と連携しながら分析を行う。分析では、各項目について男女別、年齢別、居住地別（地元客 or 観光客）にクロス集計を実施。結果から商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

※地域観光 Lab.

2021年4月に発足されたグループである。『思いをカタチに』をテーマに、地域観光の未来を考え、集い、実現することを目的としている。具体的には、参加者（企業等）の思いやアイデアの実現に向けてサポートしており、この第1弾として、長瀬ポテトチップスやクラフトビール（NAGATORO ALE）の開発を行った。

**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、10年後のあるべき姿として、「小規模事業者の半数以上が事業計画策定を行い、経営を強化していること」を掲げており、これを実現するためには、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする必要がある。一方、当会ではこれまで、事業計画策定や融資支援の際に経営分析を提供するに留まっており、広く提供できていなかった。また、表面的な分析に留まっていることも多く、必ずしも事業者の本質的な課題までは抽出できていなかった。

**【課題】**

これまで広く提供できていなかったため、今後は、これまでの経営分析に加え、経営分析サービスを広く周知し、分析件数を増加させる。また、これまで表面的な分析もみられたことから、今後は事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置いた経営分析を実施することが課題である。

**(2) 目標**

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
経営分析事業者数	-	30者	30者	30者	30者	30者

**(3) 事業内容**

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	<p>経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおりである。定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を実施する。分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、クラウド型支援サービス（BIZミル等）、経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。</p> <p>■経営分析を実施する項目            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：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、競合、業界動向 など）            その他（デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など）            ※非財務分析は事業者との対話を通じて実施する</p>
分析結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。</li> <li>当町では、現在・今後の取組として『長瀬観光100周年記念事業(仮称) (P3参照)』や『「#長瀬エール飯」プロジェクト (P5参照)』などに関連した事業者支援を行う予定である。これらの取組においては、小規模事業者（個社）の販路開拓のための事業者紹介用の冊子制作、WEBページ制作、動画制作や、PR販売会なども検討している。いずれの媒体においても事業者の「商品・製品・サービス」やその「特徴」を掲載することが重要であるため、経営分析において分析された各事業者の特徴（強み）を活用する。</li> <li>分析結果は、クラウド型支援ツール（BIZミル等）上に分析結果を集約し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。</li> </ul>

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

小規模事業者の経営を強化させるためには事業計画の策定が有効である。当会では、これまでも経営革新計画や補助金のための事業計画に関し、支援を実施してきた。

#### 【課題】

これまでの経営革新計画や補助金のための事業計画の策定支援を継続しつつ、新たに、経営分析で顕在化した課題を解決するための事業計画、経営環境の変化に対応するための事業計画、長瀬ならではの食・特産品・体験サービス等の開発・販売を行うための事業計画、DXやデジタル活用による生産性向上や販路開拓（商圏の拡大等）を行うための事業計画等についても支援を行う必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

事業計画の策定支援では、経営分析件数の約5割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、DXに向けたセミナーやIT専門家派遣を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

### (3) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
事業計画策定事業者数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
事業計画でのITツールの活用を促進するためのITツール等の紹介セミナーの開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回

### (4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援
目的	「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。なお、事業計画策定事業者に対して、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、ITツール等の紹介セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。
支援対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者</li> <li>金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者</li> <li>経営環境の変化に向けて新たな取組を実施するために事業計画を策定する事業者</li> <li>長瀬ならではの食・特産品・体験サービス等の開発・販売するために事業計画を策定する事業者</li> <li>DXやデジタル活用による生産性向上や販路開拓（商圏の拡大等）に向けて事業計画を策定する事業者等</li> </ul>
対象事業者の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する。</li> <li>巡回訪問・窓口相談、金融相談、各種セミナー開催時に事業計画策定を提案する。</li> <li>補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。</li> </ul>
支援の手段・手法	事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の2つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。なお、事業計画において、DXやITツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象にITツール等の紹介セミナーやIT専門家派遣を実施する。

■ IT ツール等の紹介セミナー

対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行う。
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知
回数	年1回
講師	埼玉県商工会連合会のDX推進員や地元IT事業者等を想定
カリキュラム	年度ごとにテーマを決めITツール等を紹介する。また、カリキュラムのなかで、DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例といった総論的な内容も取り上げる
想定参加者数	15人/回

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

現状、事業計画策定後の実施支援が不十分であり、事業計画が形骸化することもあった。また、売上増加や利益増加といったアウトカムにまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

#### 【課題】

事業計画の徹底したフォローアップを行うことで、計画実行上、顕在化した課題に対し事業者と一緒に解決する必要がある。また、フォローアップ支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

### (2) 支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合が25%※、経常利益増加割合が15%※（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目標とする。

フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

※当会が実施したアンケート調査（P3参照）では、前年比で売上高が増加している事業者の割合は3%であった。本調査は、コロナ禍という特殊な環境において実施された結果ではあるが、平時においても売上が増加している事業者の割合は10%に満たないと感じる。そこで、本計画においては、事業計画策定～フォローアップという伴走型支援を実施した事業者において、売上増加割合が25%、経常利益増加事業者割合が15%となることを目指す。

### (3) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	-	15者	15者	15者	15者	15者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)	四半期毎 (60回)
売上増加事業者数	-	4者	4者	4者	4者	4者
経常利益増加事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

#### (4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・ 手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やししながら軌道に乗せるための支援を実施する。

### 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。当会では、これまでも事業者の販路開拓を支援してきたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていなかった。また、ITを活用した販路開拓等の支援ができていなかった。

##### 【課題】

各事業の成果が明確でなかったことから、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。また、これまでDXに関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

#### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くはITを使った販路開拓等が遅れていることから、ITを活用した販路開拓として、「ITを活用した販路開拓の個社支援」を実施する。

また、当町では現在、『長瀬観光100周年記念事業（仮称）（P3参照）』という町ぐるみのプロジェクトや『「#長瀬エール飯」プロジェクト（P5参照）』という長瀬町が実施するプロジェクトが進行している。現時点で各プロジェクトの具体的な事業内容は決まっていないが、これらのプロジェクトに合わせた個社支援（事業者紹介用の冊子制作、WEBページ制作、動画制作や、PR販売会など）も考えられるため、具体化すればこれらの町事業に合わせた個社支援も実施する予定である。

#### (3) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
②ITを活用した販路開拓の個社支援事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
（BtoBの場合）成約件数/者	-	1者	1者	1者	1者	1者
（BtoCの場合）売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

#### (4) 事業内容

##### ①展示会・商談会の出展支援（BtoB）

事業名	展示会・商談会の出展支援
目的	特に、対企業（BtoB）取引の事業者にとって、展示会や商談会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に展示会・商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に展示会・商談会の参加支援を実施する。

<p>展示会等の概要/ 支援対象</p>	<p>年度によって、支援テーマを定め、以下のいずれかの展示会・商談会の出展支援を行う。</p> <p>ア ニッポン全国物産展 支援対象：主に特産品を活用した商品を販売する事業者 訴求相手：首都圏の消費者、全国のバイヤー</p> <p>池袋サンシャインシティを会場に全国商工会連合会が主催する即売会である。首都圏において大規模な展示販売会を開催し、地域経済を支える中小・小規模事業者等がテスト販売、新規顧客獲得等を通じて売上増加、販売力向上を図ることを目的とする。また、バイヤーも来場するため、バイヤーとのビジネスマッチングの場にもなっている。令和3年11月の開催では、全国各地から178店舗が出展し、44,190人の来場者がみられた。</p> <p>イ 彩の国ビジネスアリーナ（例年1月開催） 支援対象：主に製造業 訴求相手：埼玉県全域の事業者</p> <p>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。中小企業の受注確保・販路開拓、技術力向上等を目的とし、広域的な企業間ネットワーク形成による新たなビジネスチャンス創出の場を提供する。令和4年1～2月はオンライン開催され、302企業・団体が出展、来場者数16,819名を数えた。</p>
<p>支援の手段・手法</p>	<p>本支援は、自社独自に展示会・商談会に出店が難しい小規模事業者を支援する目的で実施する。そのため、これまで展示会・商談会への出展経験がない（少ない）事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、展示会等に出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行う。具体的には、出展者の募集だけでなく、出店前に効果的な展示方法、短時間での商品等アピール方法、商談シート（FCPシート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等、出展後の商談相手に対するフォロー方法等をワンストップで指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。</p>
<p>期待効果</p>	<p>新たな取引先の獲得を狙う。</p>

## ②ITを活用した販路開拓の個社支援（BtoB, BtoC）

<p>事業名</p>	<p>ITを活用した販路開拓の個社支援</p>
<p>目的</p>	<p>現代において、ITを使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取組が遅れている。そこで、自社独自ではITの利活用が難しい事業者に対しオーダーメイド型の支援を実施し、新規取引先の獲得を目指す。</p>
<p>支援対象</p>	<p>小規模事業者（業種等問わず） ※事業計画を策定した事業者を重点的に支援</p>
<p>訴求相手</p>	<p>各事業者の訴求相手</p>
<p>支援内容</p>	<p>ITを活用した販路開拓といっても、実施したい内容は各事業者で異なる。そこで、各事業者の実施したい内容を基にオーダーメイド型の支援を実施する。具体的には、ITを活用した販路開拓手法（Goopie等によるホームページ制作、ECサイト利用、SNSの活用等）から事業者が選択した内容について、経営指導員やIT専門家によるハンズオン支援を実施する。</p>
<p>支援の手段・手法</p>	<p>巡回訪問・窓口相談、経営分析支援や事業計画策定支援の際に加え、『6.事業計画策定支援に関すること』で実施する「ITツール等の紹介セミナー」において、ITを活用した販路開拓を行いたい事業者を掘り起こす。その後、経営指導員やIT専門家による支援を実施する。支援にあたっては、ITを活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿ったIT導入～運用支援を行う。これらの支援により新規顧客の獲得を目指す。</p>
<p>期待効果</p>	<p>BtoBの場合：新たな取引先の獲得を狙う、BtoCの場合：売上拡大を狙う。</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、経営改善普及事業における事業者の支援状況は、会内で評価するに留まっており、第三者の視点を入れた評価・事業の見直しなどはなされていなかった。

##### 【課題】

今後は、当会や長瀬町、長瀬町観光協会だけでなく、第三者として外部有識者を入れた「経営発達支援事業評価委員会」により本事業の成果を確認し、PDCAを回しながら事業を推進する必要がある。

#### (2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCAを回す仕組みを構築する。
事業評価の手段・手法	<p>以下の取組により、経営発達支援事業のPDCAを回す。</p> <p><b>【PLAN】（事業の計画・見直し）</b></p> <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、実施した内容をクラウド型支援ツール（BIZミル等）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、クラウド型支援ツール（BIZミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。</li><li>(f) 定期ミーティング（朝礼）において、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「経営発達支援事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。</li></ul> <p>※「経営発達支援事業評価委員会」の実施の流れ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>i 長瀬町産業観光課長、長瀬町観光協会事務局長、法定経営指導員、外部有識者（税理士等）をメンバーとする「経営発達支援事業評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）にて定量的に評価を行う。</li><li>ii 当該「経営発達支援事業評価委員会」の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当会ホームページ（<a href="https://www.nagatoro.or.jp/">https://www.nagatoro.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) 「経営発達支援事業評価委員会」の評価を受け、年1回、次年度の事業の見直しを行い<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】

現状、経営改善普及事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となり実行している。

#### 【課題】

本計画の成果をあげるためには、経営支援員（補助員や記帳専任職員）も含めた組織全体の支援力向上が必要である。このために、経営支援員も含めた資質向上、OJT 等を実施することが課題である。

### (2) 事業内容

#### ① 経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	経営指導員、補助員、記帳専任職員
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
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"> <li>・ 経営分析、事業計画策定、フォローアップにより、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力</li> <li>・ 展示会等や IT を活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力</li> <li>・ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力</li> <li>・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上</li> </ul>
内容	<p>経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・手法により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、補助員や記帳専任職員も含めて積極的に参加する。</p> <p>ア 小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて 埼玉県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体等が主催する研修に参加する他、近隣の商工会と共同で講師を招聘して実施する研修会、会内に独自に外部講師を招聘する会内研修会等を開催する。</p> <p>イ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX 関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。</p> <p>&lt;DX に向けた IT・デジタル化の取組&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組 RPA システム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策 等</li> <li>ii) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組 ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用、オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム 等</li> <li>iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法 等</li> </ul> <p>ウ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて 近隣の商工会と共同で講師を招聘して実施する研修会、会内に独自に外部講師を招聘する会内研修会において、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマで研修会を開催する。</p>

## ②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	<p>ア OJT 制度</p> <p>支援経験の豊富な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 定期ミーティング</p> <p>定期ミーティング（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具体的な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</p> <p>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>

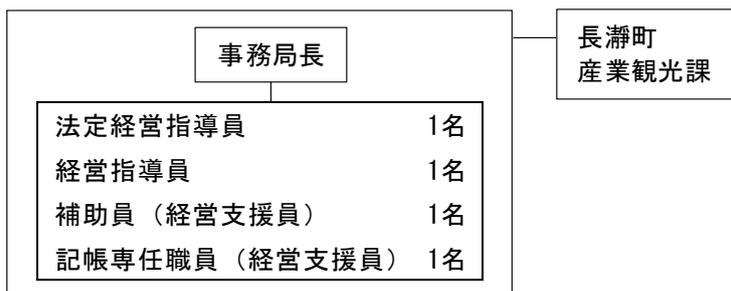
(別表2)

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4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：茂木 純一

連絡先：長瀬町商工会 TEL. 0494-66-0268

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

〒369-1304

埼玉県秩父郡長瀬町大字本野上 189-6

長瀬町商工会

TEL：0494-66-0268 / FAX：0494-69-1030

E-mail：nagatoro@syokoukai.jp

②関係市町村

〒369-1392

埼玉県秩父郡長瀬町大字本野上 1035-1

長瀬町 産業観光課

TEL：0494-66-3111 / FAX：0494-66-0894

E-mail：sangyo@town.nagatoro.saitama.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
必要な資金の額	1,100	1,100	1,250	1,250	1,250
専門家派遣費用	600	600	650	650	650
セミナー開催費用	100	100	100	100	100
展示会出展料	200	200	300	300	300
チラシ作成費用	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、手数料収入、長瀬町補助金、埼玉県補助金、国補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等