

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	西秩父商工会（法人番号 1030005015196） 秩父市（地方公共団体コード 112071） 小鹿野町（地方公共団体コード 113654）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	・経営状況分析から事業計画策定及び販路開拓まで一貫した支援 （目標：5年間で75社の販路開拓） ・創業者が安心して創業できる仕組みの整備 （目標：5年間で20社の創業） ・事業承継がスムーズに行える基盤作りを行う （目標：5年間で10社の事業承継）
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域の経済動向調査に関すること ① 地域経済動向分析 ②管内景気動向分析 2. 需要動向調査に関すること ① 地域特産品を利用した新商品調査 ② 観光地全体の知名度向上に資する調査 3. 経営状況の分析に関すること ① 経営分析対象事業者の掘り起こし ② 経営分析の手法 ③分析結果の活用 4. 事業計画策定支援に関すること ① 事業計画策定セミナーの実施 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること ① 事業計画策定後の年度毎の頻度別支援 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ① ターゲットを明確にした展示会等への出展支援 ② インターネット販売サイト掲載による販路拡大支援 ③ 地域情報誌広告掲載による販路拡大支援 II. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること ① 地域行政との懇談会の実施 ② 地域活性化の取組の実施継続
連絡先	西秩父商工会 〒368-0105 埼玉県秩父郡小鹿野町小鹿野 298 番地 1 T E L : 0494-75-1381 F A X : 0494-75-1382 E-m a i l : kato@nishichichibu.or.jp 秩父市吉田総合支所 地域振興課 〒369-1592 埼玉県秩父市下吉田 6585 番地 2 T E L : 0494-72-6083 F A X : 0494-77-1529 E-m a i l : ys-chiiki @city.chichibu.lg.jp 小鹿野町 産業振興課 〒368-0192 埼玉県秩父郡小鹿野町小鹿野 89 番地 T E L : 0494-75-5061 F A X : 0494-75-2819 E-m a i l : sangyo@town.ogano.lg.jp

(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

地域の現状及び課題

【立地・人口・交通・産業】

＜立地＞

秩父地域は、埼玉県の北西部に位置し、東京、群馬、長野、山梨の 1 都 3 県に接し、高低様々な山岳・丘陵地帯に囲まれ、中央に秩父盆地が位置している。地域の 8 割を森林が占めるなど緑豊かな自然環境を形成し、荒川の水源を要するとともに長瀬に代表される優れた景観にも恵まれている。

西秩父商工会は、秩父市と小鹿野町の 1 市 1 町が管内である。秩父市については旧吉田町が管轄区域となっている。秩父市は、面積は 577.83 km²（管内は旧吉田町 66.10 km²）の市である。

小鹿野町は秩父地域の西部に位置し、都心からは 100km 圏内にあり、面積 171.26 km²の町である。

秩父地域は、わが国最古の流通貨幣といわれる「和同開珎」ゆかりの地として知られるなど、古い歴史を持っており、早くから養蚕、絹織物など多彩な生産が行われ、物資の集散地として発展し独自の習慣や風俗も形成された。江戸時代には秩父札所巡礼が盛んになり、信仰と観光を兼ねて訪れる白装束の人々でにぎわうようになった。札所めぐりなど寺社や文化財の見学に訪れる人は、今日では年間約 200 万人とも言われている。明治以降、交通網の整備に伴い地域内外との交流も活発になり、セメント産業をはじめ、繊維産業、林業などが盛んであった。近年は産業構造の変化に伴い電子部品や精密機械器具製造などのものづくり産業が中心となっている。昭和 50 年代以降人口減少が続いており、老年人口比率が県内で最も高い地域となっている。また、少子化が深刻化していく中で、就学・就労期の若年人口の流出が見受けられる。

＜秩父市・小鹿野町の人口推計について＞

① 秩父市の人口推計

秩父市人口推計は図 1-2 のとおりである。令和 2 年 4 月 1 日現在の人口は 61,667 人であるが、令和 12 年には 52,563 人となり、10 年間で 9,104 人（-14.7%）減少すると予想されている。生産年齢人口（15 歳以上 65 歳未満）は現在 34,276 人であるが、10 年後には 27,646 人、-19.3%と大幅に減少する。



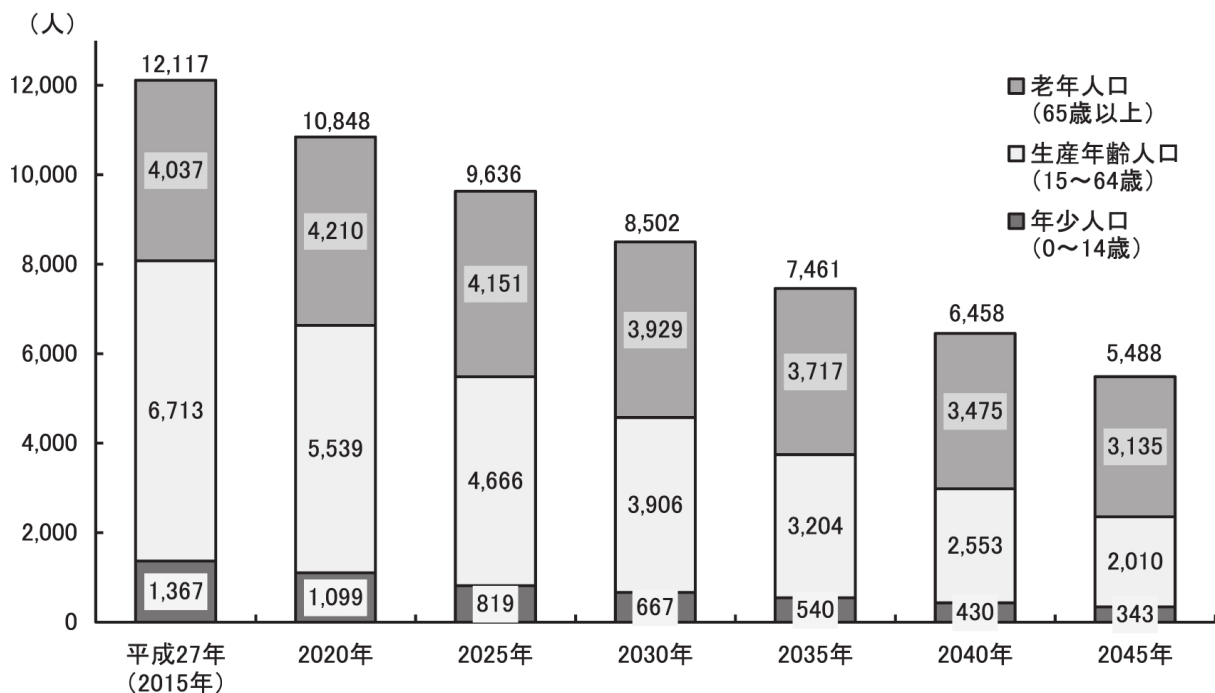
令和2年4月1日（単位：人）												
		実績値		→ 推計値								
		令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年	令和12年
就学前 0～5歳		2,330	2,221	2,141	2,083	2,017	1,965	1,941	1,879	1,822	1,765	1,710
義務教育 高校 大学等	0～22歳	8,979	8,776	8,552	8,308	8,089	7,868	7,610	7,386	7,171	6,957	6,736
	うち小学生人口	2,873	2,814	2,730	2,652	2,583	2,470	2,336	2,227	2,147	2,089	2,023
	うち中学生人口	1,621	1,590	1,541	1,492	1,426	1,397	1,389	1,395	1,340	1,270	1,194
	うち高校生人口	1,730	1,691	1,659	1,613	1,583	1,534	1,485	1,419	1,390	1,382	1,388
	うち大学生人口	2,755	2,681	2,622	2,551	2,497	2,467	2,400	2,345	2,294	2,216	2,131
実質生産 年齢人口	23～64歳	29,791	29,175	28,608	28,043	27,452	26,843	26,339	25,791	25,266	24,679	24,127
	うち23～59歳	25,326	24,868	24,355	23,874	23,315	22,773	22,261	21,818	21,241	20,646	20,079
	うち60～64歳	4,465	4,307	4,253	4,169	4,137	4,070	4,070	3,973	4,025	4,033	4,040
前期高齢者 65～74歳		9,651	9,921	9,841	9,519	9,258	8,960	8,672	8,429	8,243	8,087	7,978
後期高齢者 75歳以上		10,916	10,729	10,811	11,115	11,360	11,629	11,774	11,915	11,956	12,024	12,012
合 計		61,667	60,822	59,953	59,068	58,176	57,265	56,336	55,400	54,458	53,512	52,563

図 1-2 秩父市人口推計（秩父市 HP より）

②小鹿野町の人口推計

小鹿野町の人口推計は図 1-3 のとおりである。平成 27 年 10 月 1 日現在（小鹿野町 HP より）の人口は 12,117 人であるが、令和 12 年には 8,502 人と予想されており、13 年間で 3,615 人（-29.8%）減少する。図 1-3 から、同期間において、生産年齢人口（15 歳以上 65 歳未満）も 6,713 人から 3,906 人（-41.8%）へと大幅に減少することが予想される。

図 1-3 小鹿野町人口推計（小鹿野町 HP より）



※注：平成 27 年は 10 月 1 日現在の人口、その他の年は推計値。

資料：国立社会保障・人口問題研究所の推計値

〈交通網〉

・鉄道交通網

鉄道交通網にあつては、西秩父エリアは整備されていない。

- ・その他の公共交通機関**
 西武観光バス（路線バス）秩父市吉田地区・小鹿野町地区にて運行
 小鹿野町営バス（路線バス）は、（日向大谷・三峰口線/西武秩父駅線/白井差線）にて運行
- ・道路交通網**
 小鹿野町・・・道路は中央部に国道 299 号線が主な生活幹線道路となっている。
 秩父市吉田地区・・・道路は、吉田地区北西から南西にかけて「県道 37 号線・71 号線」が生活幹線道路となっている。

〈産業構造の推移〉

- ・事業所数については、西秩父商工会管内において、10 年間で約 170 事業所が減少している。
 平成 18 年度事業所統計 916 事業所（うち小規模事業者数 808 事業所）
 平成 24 年度事業所統計 835 事業所（うち小規模事業者数 721 事業所）
 平成 28 年度事業所統計 748 事業所（うち小規模事業者数 646 事業所）

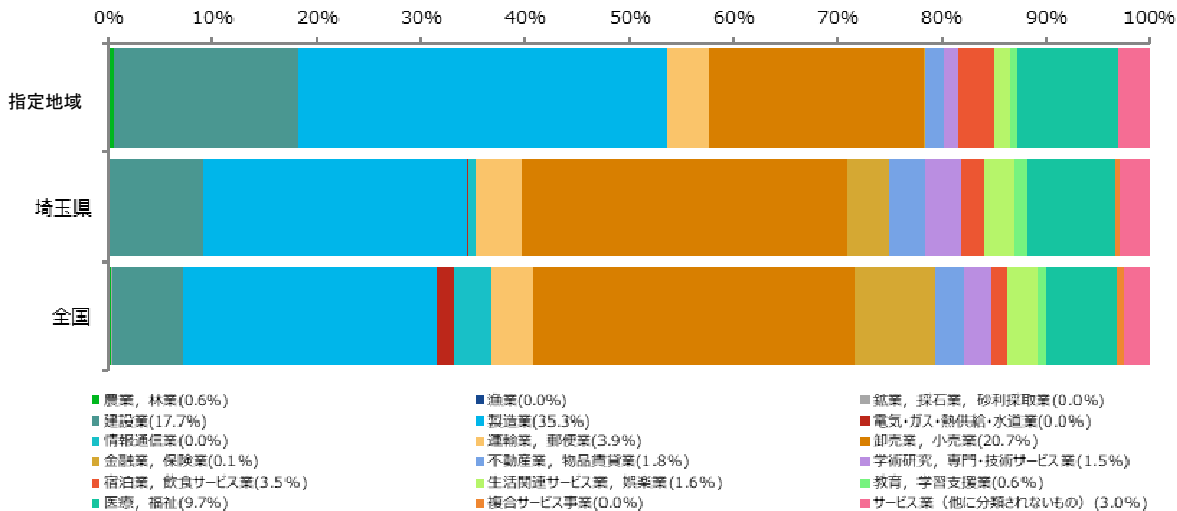
平成 28 年経済センサス活動調査では、秩父市の事業所数は 3,320 社、小鹿野町は 628 社である。引き続き、事業所数が減少しており、更なる創業及び事業承継支援の強化が課題となっている。
 （参考）経済センサス 基礎調査、経済センサス活動調査より

年次		事業所数		従業者数	
		事業所数	前回対比	従業者数	前回対比
平成 26 年	秩父市	3,495	－	25,579	－
平成 28 年		3,320	94.9%	25,766	100.7%
平成 26 年	小鹿野町	655	－	4,818	－
平成 28 年		628	95.8%	4,688	97.3%

※西秩父商工会管内は、旧吉田町と小鹿野町である。管内データとしては、平成 28 年度の事業所統計による事業所数が公表されている。上記表は参考資料として、平成 26 年と平成 28 年の経済センサス調査結果から抜粋し、作成した。

- ・業種別の構成

図 1－4 秩父市及び小鹿野町・業種別構成売上高構成比率（2016 年）



「RESAS」地域経済分析システムより
 図 1－4 は 2016 年の秩父市と小鹿野町の業種別売上高構成比率を示している。産業構造をみると「製造業」が 35.3% となっており、全国平均と埼玉県平均と比較して割合が高い。「建設業」17.7%と

同様に全国平均、埼玉県平均を上回っている。

【管内産業の現況と課題】

① 現 況

秩父市並びに小鹿野町の総合振興計画の産業経済分野の資料によれば、ともに商工業の振興に当たり、企業立地を促す工場用地が不足している。更に、経営者の高齢化や後継者不足により事業所数が減少しており、就労の場の確保のために新たな企業の誘致が強く望まれている。

地域特性を活かした、新たな雇用を生む企業誘致を推進する必要がある。管内の産業は、優れた企業が数多くある反面、経営基盤の脆弱な中小企業も多く存在している。この9割以上を占める中小企業は、管内の雇用の場として重要な役割を果たしている。

これらの企業は受注加工型から提案自立創造型への転換が求められているが、経営資金の不足や人材育成、販路の開拓について課題を有している。また、経営者の高齢化も進んでおり、事業承継の課題も有している。観光誘客の推進では、管内のほとんどは国立公園や自然公園区域に指定されており、風光明媚で豊かな自然環境を有する地域である。札所や祭りなど歴史・文化が感じられ、芝桜を代表とする四季折々の草花、スポーツやアウトドアレジャーなどにより首都圏からの観光地となっている。

現在、西関東連絡道路構想の一部として整備が進められている国道140号皆野寄居バイパスにあつては、2017年3月に皆野秩父バイパスが完成（延伸）し、関越自動車道花園インターからの往來のアクセスは格段に向上した。今後も、秩父小鹿野バイパス～大滝道路から雁坂トンネル有料道路～甲府山梨道路への延伸整備の準備が進められている。

こうした周辺道路の整備などによる観光の往來増加によって、既存の観光資源を組み合わせた観光コースの設定や新たな観光資源の発掘による魅力アップが課題となる。

秩父地域は、秩父札所や秩父各地の祭り、春の芝桜、夏のレジャー観光、秋の紅葉、冬場の観光資源となっている氷柱などで首都圏住民の観光地となっており、既存の観光資源を組み合わせた観光コースの設定と新たな観光資源の開発が必要である。

近年、秩父地域は、観光客は増加傾向にあるため、消費活動を増やし、経済の活性化につなげていくことが課題となっている。また、本地域を訪れる観光客は日帰り観光が多いことが特徴だが、資源を活用した滞在型観光を積極的に推進し、観光産業の振興による経済効果を上げていく必要がある。観光産業の育成に当たっては、観光客の増加により、観光産業の需要は本地域産業の核となることが予想され、観光客に対し満足感・幸福感を与える産業であるとの認識が重要である。

観光産業の振興による経済効果を上げるためにも、観光分野や公共交通機関などの関係者だけの誘客に留まらず「おもてなし観光」の推進に、地域全体で観光客を迎えられるよう啓発活動を進め、地域資源を活かせる新たな観光資源の発掘や秩父ブランドの確立などを秩父地域で連携して推進する必要がある。

② 課 題

商業に関しては、秩父市吉田地区にあつては、商店街は未形成で個店が点在している。小鹿野町にあつては、中心市街地に約50店舗のお店があるほか、商店街外エリアにあつては、管内に点在している。管内の小規模小売店は、近隣郊外的大型店進出等により、売上低下など厳しい経営環境下にある。

また、店主の高齢化・後継者となる若者の流出や長引く景気の低迷に伴う購買力の低下による空き店舗や空き地が目立つようになってきている。年々閉店する店も多く店舗数の減少、空き店舗の増加が進んでいる。地域の小規模小売店は商品やサービスを提供するだけではなく、地域の交流の場としてコミュニティ機能を有している。今後は高齢者の持続的な経営が可能となるよう経営指導等の各種支援策を講じるほか、新商品の開発や新たなサービスの開発で各商店の魅力の向上を図ることが課題である。また、後継者の育成と地域で創業する人材の発掘とその育成に努めていくことも重要となってくると思われる。

製造業については、下請け工場として電子機器・精密機械や金属加工などの事業者が多い。顧客の仕様に合わせた新製品開発に特化した一部企業が成長発展しているものの、工業用地が少ないこと

や関越自動車道花園 I C から約 40 キロ（所要時間 1 時間）とアクセス面でも不利な立地のため、工場等の新設は進まず、事業所数及び従事者数は減少している。また当地域は山林の割合が多いことから、製材業者も点在しているが、小規模事業者が多く、販路拡大に課題を有している。家内工業的な生産体制であるため生産量も上がらず、販路を広げることもできないケースが多い。経営者の高齢化が進んでおり、事業承継の課題や収益の悪化、下請け体制からの脱却が不充分などの課題は多い。今後は市場での優位性を持つ新技術の確立や新製品の開発の推進、情報発信の支援も重要な課題になってくる。

建設業では、道路などの公共工事が減少し同時に公共工事の入札に対して競争の激化により落札価格が低下、これに伴い粗利益率も低下してきている。建築工事についても、地域の少子高齢化に伴う新設住宅着工件数の減少と大手メーカーの進出により、地域工務店の一般注文住宅の受注は減少してきている。建設業に従事する従業員の高齢化、若手従業員の確保数などの課題が山積している。

観光業では、豊かな地域資源に恵まれた当地域では、自然を活かした観光・レジャー施設が整備されてきている。宿泊施設に関しては、収容人数は少ないもののそれぞれが趣のある旅館民宿として点在、営業しており、観光客が 当地を訪れ宿泊している。しかし、当地を訪れる観光客の多くは日帰り客であることから、地域内での経済効果が高まるには至っていない。今後は、滞在期間を長くするため、歴史資源を活かした観光、体験型の観光、都市との交流などによって、経済効果を高めていくことが課題となっている。人手不足が深刻のなか、リピーターの一泊朝食や泊食分離など営業形態の変化への対応も課題となってくる。

飲食業では、地域内住民や日帰り観光客の利用が多く、今後は宿泊施設と飲食店が連携して地域を盛り上げることが必要である。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

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在り方を以下の通り定める。

人口は、10 年後、秩父市が約 52,500 人となり、（約 9,100 人減少）、小鹿野町が約 8,500 人（約 2,300 人減少）まで減少する見通しである。減少の大半は生産年齢人口であり、労働力不足に拍車がかかる。また、この 10 年で事業所数は約 170 件減少している。多くの事業所において企業代表者の高齢化や後継者不足が生じており、その傾向は今後も続くと考えられる。対策として、引き続き事業承継支援、創業の促進に力を入れていくことが必要と考える。

小規模事業者は、人口減少、高齢化、後継者不足や近隣的大型量販店との競争激化といった構造変革などに直面し、売上や利益の減少、経営者の高齢化、後継者問題、雇用の減少などの課題を抱えている。秩父市・小鹿野町では国を上回るペースで人口減少が進んでいる状況に歯止めをかけるべく、子育て支援や教育の充実など子育て世代への支援を行うなど少子化人口減少への対策を図っている。

当会はこの管内の現状と課題および秩父市ならびに小鹿野町の総合振興計画を踏まえ、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方について、以下のとおり考える。

ア．域内の需要を獲得できていること

事業者が、管内の消費者ニーズの変化を捉え、他社との差別化により、域内の需要を的確に捉える小規模事業者を増やす。

イ．域外の需要を獲得できること

域内の需要のみでは販売環境として限界もあるため、商品力やサービス力・技術力を高め、域外への販売力が高い小規模事業者を育成する。

ウ．事業計画策定を行い、経営基盤を強固なものにしていること

小規模事業者を取り巻く経営環境は刻々と変化しており、管内事業者はこうした変化に対応しながら、既存のビジネスモデルに固執せず、新しいビジネスモデルに挑戦する必要性が高まってきている。そこで、経営革新計画の策定により、ビジネスモデルの再構築を行い、経営基盤を更に強化する小規模事業者を増やす。

エ. 創業者が増加していること

当管内では、ここ数年、近隣エリアと比較した場合（秩父商工会議所エリア※市町村合併前の旧秩父市）件数は少ないものの、商業・サービスを中心とした創業者が増加している。既存事業者が廃業などによって減少するなかで、こうした新規創業者による地域内の新陳代謝の活性化は地域にとって重要である。一方で、創業者のなかには、短期で退場する事業者も多いため、創業後の事業基盤を強固に構築するために経営支援を徹底し、創業者が管内で活躍できる環境を構築する。

オ. 事業承継により事業所数の減少に歯止めをかけられること

当管内事業者は、先述したように経営者の高齢化などによる廃業により減少を続けており、新規創業者を支援するほか、事業者の減少傾向を食い止めなければならない。そこで事業承継が可能な事業者に関しては、事業承継支援を積極的に行い事業者数の減少を緩やかにする。

②秩父市総合振興計画及び第2次小鹿野町総合振興計画との連動・整合性

秩父市では、平成28年から平成37年度（令和7年）までの第2次秩父市総合振興計画を策定し、基本方針に基づき産業経済分野として以下の施策が示されている。

- ・就労対策の推進 (1) 労働環境の充実 (2) 雇用の促進 (3) 起業の支援
- ・商工業の振興 (1) 企業立地の推進 (2) 商工業事業者の支援 (3) 中心市街地の活性化
- ・観光産業の振興 (1) 観光誘客の推進 (2) 観光産業の育成
- ・農林水産業の振興 (1) 農業水産業の育成支援 (2) 森林・林業・木材産業の育成と森林保全

小鹿野町では、平成31年（令和元年）から令和10年までの第2次小鹿野町総合振興計画を策定し、基本方針に基づき、産業・経済分野として以下の施策が示されている。

- ・農林業の振興 (1) 農業対策の推進 (2) 林業対策の推進 (3) 担い手の確保
(4) エネルギー地産地消の推進
- ・商工業の振興 (1) 商店街の活性化 (2) 地域商業の活性化 (3) 買い物支援の充実
(4) 鉱工業対策の推進
- ・観光の振興 (1) 観光資源の活用 (2) 観光体制の強化
- ・起業・就労支援 (1) 就労支援の強化 (2) 起業支援の強化

※下線部は、当会と連動する支援事業

西秩父商工会では、①行政と一体となった創業支援、②小規模事業者の経営計画策定の推進、③地域資源による観光誘客の推進などにより、秩父市および小鹿野町の施策に沿った支援を実行する。

秩父市、小鹿野町それぞれの就労対策においては安定した労働力と雇用の確保がうたわれており、当会でも事業所数及び従事者数の減少に歯止めをかけることを目的に事業者支援を行う。

管内企業は、経営基盤の脆弱な中小企業が多く、それら企業が地域の重要な雇用の場となっていることも踏まえ、各種助成金制度などの中小企業支援策の紹介等も含め、計画的な経営ができるよう支援を行う。そのほか、空き店舗、空き工場所有者と新規創業や新たな事業展開を考えている方とのマッチングなどを実施することで地域の雇用の促進や企業立地の推進を図る。

③ 西秩父商工会としての役割

西秩父商工会は、地域総合経済団体として小規模事業者の経営課題を見つけて原因の追及、分析及び解決方法について事業者とともに取り組むことが重要な役割と考える。

これまで当会は地域振興事業および経営改善普及事業を実施してきた。地域振興事業では、商業関係の市街地イベント（おがの七夕フェスティバル）を中心に事業を展開。また、経営改善普及事業では、従来の巡回指導を中心とした経営・金融・税務相談をベースに、創業支援や経営革新計画の策定支援にも積極的に取り組んでいる。特に、近年は経営革新計画の策定支援を強化しており、事業者の事業基盤の再構築に寄与している。

また、今後も、課題解決に大きく寄与する行政及び金融機関等の支援機関と連携を深め、きめ細や

かな伴走型支援により、地域経済の活性化及び持続的発展を推進するなどし、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を実現するために事業者支援を継続して実施する。

（３）経営発達支援事業の目標

地域資源に恵まれた管内の観光産業を協力に後押し、創出・活用・PR・ブランド化・受入体制を行政や関係機関と構築し、持続可能で活力に満ちた賑わいと魅力あるまちを目指す支援を行う。

また、西秩父商工会管内の人口減少や後継者問題による事業所数の減少に歯止めをかけ（目標としては、10年後にも現在の管内小規模事業者数 650 社を維持する）、小規模事業者の持続的発展に寄与し、関係機関との連携を強化することにより、地域の発展に繋げる。以上の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を実現するため、以下の目標および方針を掲げる。

【目標①】経営状況分析から事業計画策定及び販路開拓まで一貫した支援

地区内事業者のほとんどは小規模事業者である。地域経済の極めて重要な担い手である小規模事業者に対して経営分析から事業計画策定を支援し、小規模事業者持続化補助金の活用を含め、販路開拓までの一貫した伴走型の支援により、競争力の強い事業者の育成を行い、5年間で75社の販路開拓支援を目標とする。

【目標②】創業者が安心して創業できる仕組みの整備

管内では新規創業案件が少ないうえ、これらの創業者の多くは事業運営に関する知識が少なく、専門的な知識を有する第三者の支援がなければ事業が失敗する恐れがある。当会ではこれまでも安心して創業ができるよう支援をしてきており、今後も、この支援を継続して、創業者数の増加を図り、創業計画策定支援を5年間で20社、そのうちの約3割が創業1年後に黒字化することを成果目標値として目指す。

【目標③】事業承継がスムーズに行える基盤づくりを行う

管内事業所数は、地域の小規模事業者の経営者の高齢化の進行や後継者不足による廃業により減少傾向にある。今後はこうした事業所の持続的発展に向けた支援や事業者の事業承継を総合的に支援することで、事業所数減少に歯止めをかけるとともに、空き店舗、空き工場になった遊休資産の再利用を促進する取り組みを行うことで、第2創業や新規創業に結びつけ、地域の雇用機会の維持を図り、従業者数の減少に歯止めをかけ、5年間で10社の事業承継支援を目指す。

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

経営発達支援事業の目標と目標の達成に向けた方針

【目標①】

経営状況分析から事業計画策定及び販路開拓まで一貫した支援

地区内事業者のほとんどは小規模事業者である。地域経済の極めて重要な担い手である小規模事業者に対して経営分析から事業計画策定を支援して、小規模事業者持続化補助金の活用を含め、販路開拓までの一貫した伴走型の支援により、競争力の強い事業者の育成を行い、5年間で延べ75社の販路開拓支援を目標とする。

【目標① 達成のための方針】

経営分析ののち、埼玉県及び支援機関（中小企業診断士・各種専門家含む）との連携による既存小規模事業者に対して経営分析・事業計画策定から経営革新計画取得、各種補助金申請策定支援を実施する。また、顧客層に向けた需要調査に基づく販路拡大に至るための一貫した支援やビジネスマッチング等による販路拡大支援を行う。

【目標② 創業者が安心して創業できる仕組みの整備】

管内では新規創業案件が少ないうえ、これらの創業者の多くは事業運営に関する知識が少なく、専門的な知識を有する第三者の支援がなければ事業が失敗する恐れがある。当会ではこれまでも安心して創業ができるよう支援をしてきており、今後も、この支援を継続して、創業者数の増加を図り、創業計画策定支援を5年間で20社、そのうちの約3割が創業1年後に黒字化することを成果目標値として目指す

【目標② 達成のための方針】

平成25年度末に国から認定を受けている秩父地域1市4町の創業支援事業計画に基づき、秩父市・小鹿野町、秩父商工会議所と近隣3商工会（荒川・皆野町・長瀬町）などの支援機関と連携し、「ちちぶ地域創業サポート窓口」の設置・運営のほか、「ちちぶ創業塾」も開催している。創業塾では、創業計画の重要性や創業計画の策定方法の指導を行うほか、管内における創業希望者にあっては、埼玉県起業支援金の制度の利用勧奨と事業計画策定支援も積極的に行っている。これら支援によって、創業者が作成した創業計画について、経営指導員と一緒にブラッシュアップを実施、創業計画の精度を高める。

また、創業後は四半期ごとのフォローアップを基本としつつ、そのほかに定期的（月1回を目途）に電話連絡を取る。ヒアリングなどによって、事業運営に課題が発生していた場合は、巡回相談か窓口相談により具体的な課題を抽出し、課題解決を図る。

【目標③】事業承継がスムーズに行える基盤づくりを行う

管内事業所数は、地域の小規模事業者の経営者の高齢化の進行や後継者不足による廃業により減少傾向にある。今後はこうした事業所の持続的発展に向けた支援や事業者の事業承継を総合的に支援することで、事業所数減少に歯止めをかけるとともに、空き店舗、空き工場になった遊休資産の再利用を促進する取り組みも行うことで、第2創業や新規創業に結びつけ、地域の雇用機会の維持を図り、従業員数の減少に歯止めをかけ、5年間で10社の事業承継支援を目指す。

【目標③ 達成のための方針】

事業承継案件にあっては、事業上の借入金や株式や資産の移転の問題、相続税・贈与税の問題や承継後の取引先との関係維持を含め様々な専門性の高い課題の発生が予測される。これらの課題解決に

あつては、事業承継を円滑に行えるように、埼玉県事業引継ぎ支援センターとの連携や専門家派遣事業を活用し、第三者への事業承継も含めて総合的に支援する。地域の特性上、事業所兼自宅の事業者は親族以外の第三者への承継は難しく、親族内で後継者を選定できるような体制作りも支援する。また、事業承継に伴う第2創業や新規創業に結び付く案件にあつては、事業承継補助金の活用や空き店舗や空き工場のマッチングをインターネットで行う「遊休資産のマッチング事業」（当会・荒川商工会・長瀬町商工会・皆野町商工会の地域連携事業）や秩父地区での創業を支援する「ちちぶ創業塾」（上記4商工会及び秩父商工会議所の地域連携事業）など活用して支援を行う。

経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

当会の今後の小規模事業者支援にあつては、小規模事業者における経営環境の変化を捉えるための地域の経済動向の把握は重要であると考え。しかしながら、現状では、定期的調査として、四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」には協力しているが、この調査では、結果が全国値でしかないため、当管内の小規模事業者の業況判断は困難であり、小規模事業者の経営に活かす形での提供は行っていない。

(課題)

当管内に関連するデータとしては、市町村合併以降の経済産業省並びに埼玉県が発行する調査や「統計ちちぶ」（秩父市発行平成28年版）、「小鹿野町統計情報」（小鹿野町ホームページにて公表）、「RESAS」が公表されているが、管内の分析にあつては、下記の課題が生じている。

- 1) 経済産業省や埼玉県の調査における旧吉田町を含む秩父市のデータにあつては、秩父市全体の数値であり、部分的な地域である旧吉田町の経済動向の把握が困難。
- 2) 管内は秩父市と小鹿野町に跨っており、管内事業者のデータとして複合的な分析を行うことが困難。

以上のような分析上の課題があつたとはいえ、当会では以上のような統計データを管内小規模事業者の支援に対するデータ活用は不十分であつたと言わざるを得ない。

今後は、地域の多角的な分析が可能な「RESAS」のデータを事業者が活用できるように分析・公表するとともに、外部専門家と連携し、小規模事業者向けアンケート調査を実施し、タイムリーな経営状況を分析する。

(2) 目標

項目	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 地域経済動向分析の公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 管内景気動向分析の公表回数	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

① 地域経済動向分析

当国のビックデータを活用する。地域内の経済動向を毎年度、調査・分析することにより、当面の問題点等を迅速に把握し、小規模事業者の今後の見通しや対応策など策定のための基礎資料とする。手法としては、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、公表する。

調査	「RESAS」の活用
目的	当地域の小規模事業者に外部環境に関する情報を提供することで、市場状況の把握、経営判断への活用を促進する。
時期	年に1回（9月）実施

分析 方法	【分析手法】 「地域経済循環マップ・生産分析」→管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」→産業の現状などを分析 「観光マップ」→観光産業の動向を分析 上記の分析を経営指導員がこれら情報を総合的に分析し、特に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伏し、事業者が見やすいフォーマットにまとめる。データの分析にあたっては、中小企業診断士等の専門家の意見を聞く。
----------	--

② 管内景気動向分析の実施

小規模事業者の経営状況や経営課題は時代に合わせて変化している。今後5年間に渡り、管内の小規模事業者の景気動向等についてより詳細な実態把握をするため、全国商工会連合会が実施する「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

調査	管内景気動向調査
目的	事業者の経営状況（現在の経営環境をどのように感じているのか）及び経営課題を抽出する。これにより、効果的な施策の立案（どの業種への支援が必要なのか、どのような経営課題に対する施策が効果的なのかを判断する）に活用する。
時期	1年に4回（5月・8月・11月・2月）実施。
調査 方法	郵送にて実施。調査用紙を小規模事業者100社（管内事業者数を考慮し、製造業30社・建設業20社・卸・小売業20社・サービス業30社）に送付。返信用封筒で回収する。回収率は50%を目指し、達しない場合は、経営指導員等による巡回相談による回収を行う。
調査 内容	経営状況の調査（DI 調査 SA） 1. 景況感 2. 売上高 3. 採算（経常利益） 4. 資金繰り 5. 従業員 6. 設備 経営課題の調査（MA） 1. 売上不振 2. 仕入単価の上昇 3. 人件費の上昇 4. 業務の効率化 5. 従業員の確保難 6. 店舗・設備の老朽化 7. 事業承継 8. その他
分析 方法	調査結果の分析にあたっては、経営指導員が中小企業診断士等の専門家と連携し分析を行う。

(4) 成果の活用

分析結果は、当会ホームページで公表し、広く管内事業者に周知。特に分析結果と関連が深い業種にあつては、巡回相談を通じて直接説明する。また、本調査の結果は、事業者の事業計画作成時の基礎資料としても活用し、小規模事業者の支援施策立案に役立てる

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) (現状と課題)

当会では、小規模事業者が特色ある商品づくりを行うためには、自社の新商品等について、お客様の声を聞いて、商品改良に役立てる必要があるが、小規模事業者には経営資源が少なく、このような取組を実施できていない。また、当会においても、需要動向調査の支援の必要性は感じていたが、現状実施できていなかった。

そこで、小規模事業者の新商品等についての調査を支援する。これにより、売れる商品を多く創出する。

(2) 目標

項目	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 地域特産品を利用した新商品調査における調査対象事業者数	－	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
① 観光地全体の知名度向上に資するアンケート調査対象者数	－	100 名	100 名	100 名	100 名	100 名

(3) 事業内容

① 地域特産品を利用した新商品調査

地域特産品を活用した新商品を開発するため、管内飲食店や食料品製造業の 3 社において特産品を活用した新商品を開発し、観光客や地域住民も来訪する「道の駅 龍勢会館」・「道の駅両神温泉薬師の湯」において、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析したうえで、当該 3 社にフィードバックすることで、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業所の事業計画に反映する。

調査	地域特産品を利用した新商品調査
目的	小規模事業者が開発する新商品等を改良するために「道の駅龍勢会館」・「道の駅両神温泉薬師の湯」において、アンケート調査を実施。消費者の声を新商品のブラッシュアップに繋げる。
対象	主に地域特産品を利用した食品を中心に年間 3 社の商品について調査を実施する。
調査方法	道の駅に来場者が増加する 5 月・11 月年に 2 回実施。当会が「道の駅龍勢会館」・「道の駅両神温泉薬師の湯」に、試食アンケート用のブースを設け、経営指導員等がブース内にて来場者に開発中の試食を依頼し、アンケートの回収を依頼する。サンプル数は来場者 50 人以上を目標にアンケートを集計する。
調査内容	① 味 ②食感 ③見た目 ④オリジナリティ ⑤価格 ⑥大きさ ⑦パッケージ 等
分析方法	調査結果の分析にあたっては、各項目について、男女別、年齢別にクロス集計を実施。分析は、経営指導員が食品アドバイザーや中小企業診断士等の専門家と連携し分析を行う。
活用方法	分析結果は、直接事業者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、商品の改善を実施する。改善及びその後の販売については、事業計画を策定し、計画に沿って支援を継続する。

② 観光地全体の知名度向上に資する調査

本地域の観光資源である「両神山麓花の郷 ダリア園」や「尾ノ内氷柱」に来場する観光客の需要動向調査は、管内事業者の商品開発やサービスを向上させる契機とするため、同会場にて来場者に観光地全体の知名度を向上させるためのアンケートを実施する。調査結果を分析したうえで、当該事業者フィードバックすることで、新商品開発や新サービス開発に資するものとする。また、当該調査の分析結果を事業所の事業計画に反映する。

調査	観光地全体の知名度向上に資する調査
目的	観光地全体の知名度を向上させるため、多くの観光客が来訪する観光地である「両神山麓花の郷 ダリア園」・「尾ノ内氷柱」において、観光アンケート調査を実施。観光客の声を新商品開発や新サービス開発のブラッシュアップに繋げ、個々の事業者の売上向上につなげるものとする。
対象	観光地や土産品に関する調査を実施する。
調査方法	該当する観光地に観光客が集中する時期、9 月（両神ダリア園）、1 月「尾ノ内氷柱」年に 2 回実施。当会が各観光地に、観光アンケート用のブースを設け、経営指導員等がブース内にて来場者にアンケートを依頼し、アンケートの回収を依頼する。サンプル数は

	来場者 100 人を目標にアンケートを集計する。
調査内容	② 観光目的 ②きっかけ ③来場手段 ④家族構成 ⑤宿泊やお土産品に求めるもの ⑥ この地域の飲食店で食べたいもの 等
分析方法	調査結果の分析にあたっては、各項目について、男女別、年齢別にクロス集計を実施。分析は、経営指導員が中小企業診断士等の専門家と連携し分析を行う。
活用方法	分析結果は、直接当該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・サービス改善を実施する。改善及びその後の販売については、事業計画を策定し、計画に沿って支援を継続する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

当会では、小規模事業者の経営分析にあつては、巡回相談、窓口相談などを通じて事業者の経営課題等のヒアリングをしてきた。また、「小規模事業者経営改善資金（マル経資金）」支援の際の財務分析、「経営革新計画」や「小規模事業者持続化補助金」支援の際に SWOT 分析を実施してきた。しかし、組織的・体系的な経営分析とはいえず、個々の職員の裁量によるものが多かった。そのため、組織としての経営分析ノウハウはほとんど蓄積されていなかった。

今後は、経営指導員によって、事業者の分析内容にレベル差が生まれないよう、同様のフォーマットを使用して分析を行うなど、組織としての経営分析を実施する。

また、経営分析の結果、顕在化した経営課題等に対しては、事業計画の策定によって課題解決を図るものとする。

(2) 目標

当会は、これまで「小規模事業者経営改善資金（マル経資金）」支援の際に財務分析、「経営革新計画」や「小規模事業者持続化補助金」支援の際に SWOT 分析を実施。およそ 45 件／年の支援を行ってきた。

今後は、事業内容のとおり、財務分析・非財務分析の両方を実施する。また、分析件数も 50 件／年に拡充させる。内訳は、ベテラン経営指導員 2 名×20 件＝40 件 経験の浅い経営指導員 1 名×10 件である。3 年後には、経験値も上がると考えられることから、令和 5 年度から経営指導員 3 名×20 名＝60 件とする。

項目	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
経営分析件数	45 社	50 社	50 社	60 社	60 社	60 社

(3) 事業内容

① 経営分析対象事業者の掘り起こし

当会ではこれまで職員間で連携を行い、組織的・体系的な経営分析を実施してこなかった。本事業を実施するにあたり、まずは経営分析の対象事業者の掘り起こしが必要となる。

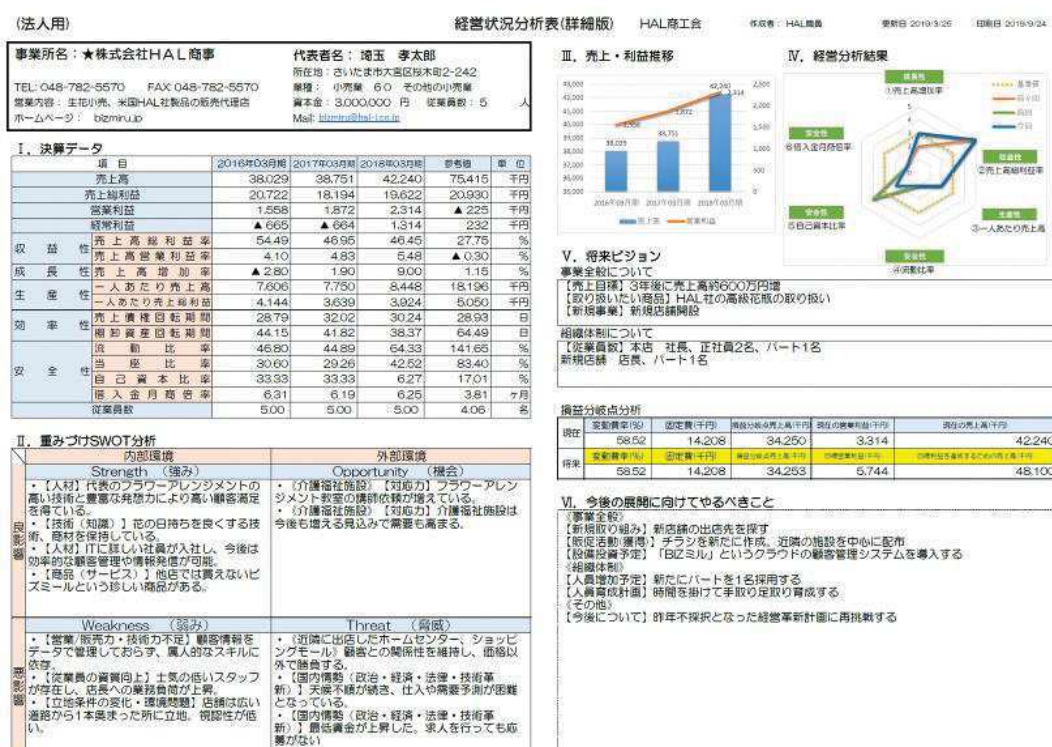
分析対象事業者は、巡回相談や窓口相談などによる掘り起こしを基本とする。小規模事業者の多くは、経営分析の必要性を理解していないため、経営分析の必要性を丁寧に説明し、経営分析に結びつける。

これに加えて「小規模事業者経営改善資金（マル経）」の相談時にも、経営分析の対象者を掘り起こす。融資相談においては、これまで財務分析を実施することは多かった。そこで、今後は、財務分析のみならず、非財務分析も一緒に実施することを事業者に提案する。また、当会と秩父地域の商工団体で連携して「補助金セミナー（小規模事業者持続化補助金活用セミナー等）」を実施しており、セミナー内で簡易な経営分析の手法（SWOT 分析など）を説明していることから、参加者に対し、経営指導員と一緒に、より詳細な分析を行うことを提案する。セミナー参加者を増やし、経営分析の掘り起こしを充実させるため、今後は、当会ホームページ、会報誌、巡回・窓口相談時にセミナー開催の周知を強化する。

② 経営分析の手法

経営分析は、事業者からのヒアリングを基に経営指導員が実施する。

分析は、基幹システム（BIZミル）で提供される経営分析表を使用する。本分析表では、財務分析として、収益性（売上高総利益率、売上高経常利益率）、成長性（売上高増加率）、生産性（一人あたり売上総利益）、効率性（売上債権回転期間、棚卸資産回転期間）、安全性（流動比率、当座比率、自己資本比率、借入金月商倍率）および非財務分析（SWOT分析：強み、弱み、脅威、機会の分析などの定性的な分析）を行うことができる。



また、「BIZミル」上では、経済産業省が評価ツールとして公表している「ローカルベンチマーク（以下、ロカベン）」による分析も可能である。ロカベンでは、財務分析（売上増加率、営業利益率、労働生産性、EBITDA、有利子負債倍率、営業運転資本回転期間、自己資本比率等）及び非財務分析（SWOT分析：強み、弱み、脅威、機会の分析のほか、事業所からのヒアリングを十分に行い、商品、技術力・販売力の強み、市場規模・シェア、顧客リピート率等）を行うことができる。事業者の要望に沿いながら適切な分析方法による分析を提供する。

(4) 分析結果の活用

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も活用する。地域の経済動向調査や需要動向調査にも得られた外部環境調査分析と自社の分析結果を複合的に照らし合わせ、「事業の方向性」を明確にし、事業計画策定への活用も推進する。

経営分析により、経営課題が顕在化された場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な課題解決が顕在化した場合は、(一社)埼玉県中小企業診断協会、埼玉県商工会連合会などの専門家派遣を活用し、中小企業診断士や税理士などの外部専門家と連携し解決を図る。なお、この場合には経営指導員も専門家派遣等には同席し、次回、同様の課題解決が必要な場合に、経営指導員が単独で課題解決を図れるようにノウハウを吸収・蓄積する。分析結果はじゃデータベース化や当会内でのミーティングで共有化を推進する。これにより、経営指導員毎の分析レベル差を解消するとともに支援ノウ

ハウを共有化する。また、「BIZミル」上に分析結果を集約することで、すべての経営指導員が内容を確認できる。これにより、ベテラン経営指導員が経験の浅い経営指導員の分析した結果についてアドバイスをを行うなどの効果も期待できる。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者持続化補助金申請、経営革新計画申請、埼玉県起業支援金申請にあたり、個社への事業計画策定支援を行っている。作成支援件数は年々増加傾向にあり、計画策定後の成果も概ね良好である。

しかしながら、申請支援時に事業計画の必要性・重要性を説明しているものの、申請支援のみにとどまり、事業計画策定の意義・重要性の理解が十二分に浸透していない事業者が多くみられるため、いかに事業者のやる気を啓発するとともに、事業計画を積極的に策定する事業者を積極的に発掘し、具体的な「事業の方向性」に即した事業計画策定支援を行うことが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定する意義や重要性を理解してもらうために、「事業計画策定セミナー」を開催する。「事業の方向性」など実現性が高い事業計画策定のため、埼玉県商工会連合会や（一社）埼玉県中小企業診断協会などの専門家と連携して行う。上記経営分析を行ったすべての事業者の4割程度／年の事業計画策定を目指す。

併せて、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金など事業者に実益ある補助金申請制度から対象となる事業者を掘り起こし、事業計画策定の重要性を説明し、事業計画策定を目指す。

(3) 目標

	現状	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	20 件	20 件	25 件	25 件	25 件

(4) 事業内容

経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。当会の目標である経営状況分析から事業計画策定及び販路開拓支援まで一貫した支援を行い、経営分析実施事業所すべてを対象とする。

名称	事業計画策定セミナー
目的	セミナーに参加する事業者に対し、事業計画の有効性・重要性を伝え、事業計画策定を可能とする手法を学ぶため。
対象	当会で分析を行った事業者
募集方法	経営分析を行った事業者に対し、持続的に事業者のモチベーションを刺激しながら、相談を受ける中から事業計画策定を目指すよう勧奨を経営指導員等が行う。
開催回数	年1回（2回シリーズ）
カリキュラム	第1日目 事業計画作成の概要・ポイント① 事業計画作成のポイントを学び、自社のビジネスモデルについて検討を行う。 第2日目 事業計画作成のポイント② 第1日目の内容を基に、経営課題の明確化、経営戦略の策定、行動スケジュールや数値計画について学ぶ。
参加者数	15名

フォローアップ手法	事業計画策定セミナーの受講を契機として、事業計画策定を目指す事業者に対し、経済動向調査や需要動向調査を踏まえ、経営指導員等が事業計画策定を支援するとともに、中小企業診断士等の外部専門家と連携し、着実な事業計画策定に繋げていく。
-----------	---

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

現状、事業計画の策定後は、事業者から相談があった場合に対応をしている場合が多く、計画的かつ具体的なフォローアップ支援ができていない。事業計画策定後、新たに生じた経営課題に対応できるよう、経営指導員等が定期的に巡回訪問等を行うフォローアップ支援で事業計画の修正等を行う必要性がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、策定した事業計画の進捗状況等を巡回訪問等で確認を行い、進捗状況に応じて、巡回訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、巡回訪問回数がある程度減らし、順調に計画進行を行っている事業者を見極めてフォローアップ頻度を調整・設定する。事業計画と進捗状況にずれが生じている場合には、売上改善、原価低減策の支援を行うとともに、事業計画の大幅な修正が必要な場合は、中小企業診断士等の外部専門家と連携し、計画変更も視野に入れて計画実施支援を行う。

(3) 目標

項目	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数	—	20 社	20 社	25 社	25 社	25 社
頻度（延回数）	—	126 回	126 回	144 回	144 回	144 回
売上増加事業者数	—	5 社	5 社	7 社	7 社	7 社
利益率 1%以上増加の事業所数	—	5 社	5 社	7 社	7 社	7 社

(4) 事業内容

フォローアップ回数は、事業計画策定事業者のうち、進捗状況が不良で特に集中支援が必要な事業者は毎月 1 回、進捗状況が良好な事業者は四半期に 1 度、進捗状況が非常に良好な事業者は年 2 回とする。事業計画の課題や進捗状況により、事業者からの申し出があれば、フォローアップ頻度は調整するものとする。

名称	事業計画策定フォローアップ支援
目的	事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、策定した事業計画の進捗状況等を巡回訪問等で確認を行うため
対象	当会で事業計画策定支援を行った事業者
頻度	事業者へのヒアリングを行い、事業計画の進捗状況・課題に応じて下記回数とする。 年間 12 回（毎月 1 回） ※進捗状況が不良で特に集中支援が必要な事業者 年間 4 回（四半期に 1 回） ※進捗状況が良好な事業者 年間 2 回（半年に 1 回） ※進捗状況が非常に良好な事業者
支援内容	事業計画の売上高、売上総利益率、経常利益、損益分岐点など財務データの推移・計画との差異を分析するフォローアップ支援を行うとともに、事業計画と進捗状況にずれが生じている場合には、売上改善、原価低減策の支援を行うとともに、事業計画の大幅な修正が必要な場合は、中小企業診断士等の外部専門家と連携し、計画変更も視野に入れて計画実施支援を行う。

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

当会では、秩父地区広域で行う「秩父はんじょう博」や既存の「両神ふるさとまつり」において、商業・サービス業を中心に事業者の出展や企業展の展示支援を行ってきた。しかし、出展規模が小規模かつ出展目的や出展内容などが不明確であったため、出展後の効果的な成果を生みだすことができなかった。製造業にあっては、「彩の国ビジネスアリーナ」などの出展支援を行うなど製品情報のPRを行っているが、こちらも自社の技術力のPRが思うような販促活動に結びつく結果にはなっていない。今後は、展示会・商談会への出展支援やITを活用したPR、メディアの活用といった側面的支援を積極的に実施し、販路拡大・取引機会の拡大を支援する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に出展することが困難であるとともに、商工会単体ではこうした自前展示会を開催することは困難なため、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、商工会として出展費用の補助を行い、事業者の負担を軽減するとともに、経営指導員等は事前・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実施する。その他、通販サイトでの販路開拓・地域内発行のメディア（タウン情報誌）などでの商品紹介の支援を行う。

(3) 目標

項目	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①展示会および商談会への出展支援 ア) 彩の国ビジネスアリーナ出展事業者数	2 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
新規顧客との成約件数	0 件	1 件	1 件	1 件	2 件	2 件
①展示会および商談会への出展支援 イ) ニッポン全国物産展出展事業者数	0 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
売上額／出展 1 社あたり	—	6 万円	6 万円	8 万円	8 万円	10 万円
②「ニッポンセレクト」掲載支援事業者数	0 社	1 社	1 社	2 社	2 社	2 社
売上増加事業者数	—	1 社	1 社	2 社	2 社	2 社
③秩父地域タウン情報紙「なびまる」での商品等の紹介実施事業者数	0 社	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社
売上増加事業者数	—	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社

(4) 事業内容

①展示会および商談会への出展支援

ア) 彩の国ビジネスアリーナ (BtoB)

さいたまスーパーアリーナを会場に、埼玉県・(公財) 埼玉県産業振興公社・県内金融機関等が主催する展示商談会。中小企業の受注確保・販路開拓、技術力向上等をも目標とし、県内の取引先と新た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。当会では、2 社の出展を支援している。

【彩の国ビジネスアリーナ】

展示会概要	令和元年度は、出展者数 680 社、来場者 17,603 名となっている。(毎年 1 月末実施)
支援対象	製造業者
訴求相手	埼玉県内・首都圏内の製造業
当会の支援	当会で出展費用の補助を実施し、出展企業の費用軽減を行うとともに、展示会の事

	前準備としてブースの準備方法、パンフレットなどの整備、短時間でのPR方法などの側面支援を実施、新規受注・顧客獲得に寄与する。事後には、名刺交換した商談相手などへのアプローチ支援など商談成立に向けた実効性のある支援を実施する。
支援効果	新規取引先の獲得、商談先の獲得を目指す
イ)「ニッポン全国物産展」(BtoC) 今まで当会としては出展実績がない全国商工会連合会主催の「ニッポン全国物産展」において2ブースを借り上げ、事業計画策定した事業者を中心として出展支援を行い、新たな需要開拓を支援し、ビジネスチャンス創出の場を提供する。	
【ニッポン全国物産展】	
展示会概要	令和2年度は、出展者数350社以上、来場者15万人(見込)となっている。 (11月中旬2日間 実施)
支援対象	事業計画策定事業者を中心とした小売業者
訴求相手	全国の流通業バイヤー・一般消費者
当会の支援	当会で出展費用の補助を実施し、出展企業の費用軽減を行うとともに、展示会の事前準備としてブースの準備方法、パンフレットなどの整備、短時間での商品のPR方法などの側面支援を実施、新規受注・顧客獲得など新たな需要開拓を支援する。
支援効果	新規取引先の獲得、商談先の獲得を目指す
②「ニッポンセレクト」(全国商工会連合会主催の通販サイト)掲載支援 事業者が販路拡大を目指す際にECサイトでの販路拡大は効果的である。そこで、広く全国の名産品を掲載している全国商工会連合会主催の通販サイト「ニッポンセレクト」(BtoC)において、事業計画策定や需要動向調査で商品の調査を行い、新商品を開発した事業者を中心に、出展機会を提供し、当該事業者への販路開拓・売上拡大の支援を行う。	
【「ニッポンセレクト」掲載支援】	
支援対象	・事業計画の策定支援を実施した事業者 ・需要動向調査で新商品の調査を実施した事業者等を中心
訴求相手	全国の一般消費者
実施内容	ニッポンセレクトにおける商品掲載支援を行う。 *ニッポンセレクト・・・株式会社ふるさとサービスが運営する中小企業・小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図ることを目的としたサイト。地域中小企業・小規模事業者等が、農商工連携や地域資源の活用などにより開発した商品等や、魅力ある隠れた地域産品等を、WEBを通じて紹介・普及を行うことにより、地域の優れた産品を紹介・販売することを目的としている。
当会の支援	当会で出展費用の補助を実施し、出展企業の費用軽減を行う。本事業は、ECサイトでの販売を活用する機会を提供し、新規受注・顧客獲得に寄与する。これにより出展効果を測定しつつ、将来の事業者の自主的なECサイトの運用に結びつける。
支援効果	ニッポンセレクトに商品が掲載されることで、全国に商品情報が発信され、多くの消費者からの受注が見込まれる。
③ 秩父地域タウン情報紙「なびまる」での商品等の紹介 (BtoC) 事業者が販路拡大を目指す際、メディアの活用は効果的である。秩父地域で発行されるメディアであるタウン情報「なびまる」で事業者の商品紹介を行う。 ア) タウン情報「なびまる」で事業者の商品紹介	
支援対象	・事業計画の策定支援を実施した事業者 ・需要動向調査で新商品の調査を実施した事業者等を中心とする。
訴求相手	秩父地域の一般消費者

実施内容	タウン情報誌「なびまる」における商品掲載支援を行う。本事業では、この情報誌の広告枠を1枠購入し、事業者の商品情報を掲載する。 *「情報誌：なびまる」・・・2006年9月創刊のタウン情報紙。毎月最終金曜日に秩父郡市内全域（秩父市・横瀬町・皆野町・長瀬町・小鹿野町）に発行（40,000部、年12回）。飲食店やお店、温泉施設、旅館のPRの他、イベント情報や不動産情報、求人情報など幅広い情報が毎回掲載。フルカラーで見やすい紙面構成で今月のクーポン情報やお店や旬の特集などの情報を毎月紹介している。PCサイトやスマホサイトでの掲載も行われている。
	
当会の支援	広告枠を1枠購入し、事業者に提供する。より効果のある広告となるよう魅力的な掲載内容と一緒に考える。本事業はメディアなどの情報ツールを活用するきっかけづくりを提供するものであり、宣伝効果を測定しつつ、将来の事業者の自主的な活用につなげるものとする。
支援効果	情報誌（メディア）に商品が掲載されることで、秩父地域全域に情報が発信される。これにより、多くの消費者からの来店や受注が見込まれる。

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

現状、当会の事業者支援状況は、年度末に当会内で評価するにとどまっており、第三者の視点を入れた評価・事業の見直しなどはされていなかった。

今後は、当会と第三者として中小企業診断士など外部有識者と秩父市吉田総合支所の振興課担当者、小鹿野町産業振興課担当者を入れた「経営発達支援事業評価協議会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直しを行い、PDCAサイクルを回しながら事業を推進する。

（2）事業内容

毎事業年度1回、本計画に記載の事業の実施状況、成果について以下の手法により評価検証を行い、事業の成果をあげるべく、PDCAサイクルを回す。

- ① 当会理事会と併設して、当会正副会長、事務局長、法定経営指導員、秩父市吉田総合支所 振興課担当者、小鹿野町産業振興課担当者、中小企業診断士など外部有識者による「経営発達支援事業評価協議会」を年1回開催し、経営発達支援計画の進捗状況等について評価を行う。
- ② 当該「経営発達支援事業評価協議会」の評価結果は、事業実施方針等に反映させるとともに、当会ホームページ（<https://nishichichibu.or.jp/>）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できるようにする。

9. 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、埼玉県商工会連合会の経営指導員研修等に参加し、資質向上に取り組んでおり、事業計画策定などの一定の支援スキルはある。しかし、本計画を実行するうえでは、こうしたスキルだけでは、不十分である。事業者のランニングメイトとして、伴走型支援を行うためのより高度な「コミュニケーション能力」・「非財務分析を主とした経営分析における分析能力」・「販売促進支援能力」

「IT や事業承継などに関する知識・ノウハウ」などが必要になると想定される。
現状、経営支援は基本的に経営指導員が実施しており、経営指導員のみがこうした支援スキルを有しており、経営指導員以外の経営支援スキルは低く、経営指導員にあっても、能力のバラツキが多い。そこで、今後は、こうした不足するスキルの習得を推進するとともに、経営指導員以外も含め組織的な対応ができるように組織としての支援スキル向上を目指す。

(2) 事業内容

① 埼玉県商工会連合会の研修の活用

小規模事業者の多様化するニーズに対応するため、埼玉県商工会連合会が主催する研修等へ、各経営指導員は、年2回以上参加。本計画に最低限必要な「経営分析」「事業計画・創業計画・事業承継計画」「販売促進」等のコースを受講し、資質向上を図る。また、経営指導員以外であっても同研修の参加を促し、組織全体の支援スキル・資質向上を図る。

② 中小企業大学校の研修の活用

上記①の研修では、知識の習得が不十分となる専門性の高い知識・ノウハウ等の習得にあつては、中小企業大学校の研修を活用する。具体的には、IT を使った中小企業支援手法、創業支援、事業承継支援などの経営支援に必要なカリキュラムが多岐にわたり受講可能である。経営指導員ごとにそれぞれ不足する支援ノウハウや知識を明確にしたうえで、年に1回1名を選抜し、研修を受講させ資質向上を図る。

③ 自己啓発による資質向上

経営指導員等が、小規模事業者支援に資する公的資格の取得に個々で取り組むなどして、職員のスキルアップに繋げる。

④ OJT制度の導入

専門家派遣制度を活用する場合は、担当経営指導員が同行することを必須とする。これにより、専門家の指導手法、支援スキルをOJTによって体得する。

また、若手経営指導員や経営指導員外の職員が支援を実施する際は、必要に応じてベテラン経営指導員（法定経営指導員）が帯同。OJTによるアドバイス等を提供すること若手経営指導員や経営指導員外の職員も支援手法、支援スキルを体得する。これにより組織全体での支援能力を向上させる。

⑤ 職員間の定期ミーティング・所内回覧の実施

毎週1回、月曜日に職員全員が参加する「職員間ミーティング」を実施。個別事業者の支援内容研修等で得た支援に関する知識を組織として共有化する。これにより経営指導員以外を含めた支援力向上を図る。

また、補助金の申請書類や経営革新計画などの事業計画は所内で回覧し情報の共有を図り、各経営指導員が取り組む好事例として学ぶ機会に繋げる。

⑥ 支援内容・支援ノウハウのデータベース化

支援状況は、基幹システム「BIZミル」に整理して保管する。担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・適正に行い、支援中の小規模事業者の状況等を「可視化」することで、支援中の案件について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。これにより、職員全員が支援可能となり、職員個人の支援情報ではなく組織の支援情報として活用することも可能となる。

また、研修等の資料にあっても、支援に有益な資料のデータは当会サーバに保管し、職員が誰でも必要に応じて参照できるようにする。

1 0. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

現状、経営指導員が集まる研修時や金融機関等との会合時に、各経営指導員の支援ノウハウなどの情報交換を実施している。そのほか、地域連携として秩父地域の支援機関の連絡会議を月1回実施している。研修時や会合時の情報交換にあつては、短時間での情報交換となるため、課題のある支援内容の相談などにとどまっており、小規模事業者への支援能力向上に必ずしも結びついているとは言い難い。

そこで、小規模事業者支援に関する支援ノウハウ等の情報交換を組織的に実施する。

(2) 事業内容

①金融懇談会（年1回）

小規模事業者が策定する事業計画のなかには資金調達を要するものが多い。そのため、当会においても金融支援に関する知識は重要である。そこで管内金融機関（埼玉りそな銀行、埼玉信用組合）及び日本政策金融公庫との金融懇談会を年1回実施。地域の経済動向や金融動向、事業計画に必要な資金繰り表作成時のノウハウなどについて情報交換を実施する。また、金融機関にあつては、支援事業者の掘り起こしにおいても協力を仰ぐ。これにより、地域内で面として小規模事業者支援を実施する効果を狙う。

② 秩父地域支援機関連絡会議（年12回）

地域連携として、埼玉県秩父地域振興センターと秩父地域の5つの支援機関（秩父商工会議所、荒川商工会、皆野町商工会、長瀬町商工会及び当会）で連絡会議を年間12回開催している。現在、経営革新計画や補助金の支援事例の事例発表を各商工団体の経営指導員が発表し小規模事業者の支援ノウハウや支援の在り方などについて情報交換を行っている。

当会は今回が第1期の経営発達支援計画となるため、認定後にあつては経営発達支援計画の認定を既に受けている秩父商工会議所、荒川商工会から、認定後の運営方法や具体的な経営発達支援計画での支援内容、成功事例、失敗事例などの情報交換を行う。

他の商工団体での成功事例などについては、積極的に当会でも吸収し取り入れることで、より成果を挙げる効果が期待できる。

③埼玉県商工会第9ブロック連絡協議会（年1回）

近隣商工会である、荒川商工会、長瀬町商工会、皆野町商工会、東秩父村商工会と当会で開催している第9ブロック連絡協議会において年1回の情報交換を実施。会合時、小規模事業者支援に関する情報交換を行う。5つの商工会で荒川商工会以外では、経営発達支援計画は、未認定の状態であるが、当会を含め今後の認定状況に応じて、実務者協議を行い、経営発達支援計画の内容に関する個別・具体的な情報交換を行う。これにより、上記②同様の効果が期待できる。

④埼玉県商工会第3区経営指導員協議会（年3回）

埼玉県北部地区にある12の商工会による研修・情報交換会である。年3回の協議会では、小規模事業者支援に関する研修や他の商工会とのノウハウや情報交換を実施する。

当管内では、製造業が中心であり、これらの支援に関しては一定のノウハウ等が蓄積されているが、それ以外の業種のノウハウの蓄積はまだ不十分である。北部地域には様々な業種があり、当会では蓄積できない支援ノウハウをもつ商工会もあるため、支援事例の情報交換を積極的に行うことで、様々な業種の支援において成果を挙げる基礎とする。

⑤埼玉県商工会連合会主催の「県内商工会経営発達支援計画認定商工会連絡会議」（年2回）

埼玉県商工会連合会主催の「県内商工会経営発達支援計画認定商工会連絡会議」へ参加し、支援ノウハウや支援の現状について幅広く情報交換を行う。上記②と同様の効果が期待できる。

1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

当管内では、西秩父地域の中心市街地である小鹿野町の市街地を利用した「路地スタ」・「おがの七夕フェスティバル」を始めとした各種イベントの実施、地域資源を活用した「毘沙門氷」・「ちちぶのじかプロジェクト」・「尾ノ内百景氷柱」を通じて地域活性化に取り組んでいる。各イベントにあっては、それぞれの実行組織がイベントにて地域を盛り上げようと取り組んでいるが、現状、全イベントを通じた小規模事業者が事業を継続的に発展させる仕掛けが不十分である。

地域資源を活用した取り組みにあっては、「尾ノ内氷柱」など観光面で成果を上げているものもあるが、地域事業者との連携が不十分であり、今後の運営には課題が山積している。

今後は、諸機関と地域経済の活性化にむけた情報交換の頻度を高めて連携を強化するとともに、当会ホームページ等での情報発信を強化し、当地域の独自性・魅力度を向上させる。実現性を高めるため、関係機関と意識を共有し、小規模事業者が事業を継続的に発展させるための良好な環境整備を図り、地域経済の活性化を促進させる。

(2) 事業内容

①地域行政との懇談会の実施（年1回）

小規模事業者の事業基盤強化に資する地域活性化、当管内の活性化等を協議するため、秩父市吉田総合支所、小鹿野町の産業担当部局との懇談会を年1回開催する。意識を共有しながら、地域活性化に取り組む。

②地域活性化の取組

ア) おがの七夕フェスティバル（例年8月第一土曜日開催）

令和元年で16回目を迎えたイベント（令和2年は新型コロナウイルスの影響で中止）で、西秩父地域を代表する夏のお祭りとして、毎年5000人以上の集客を誇る。小鹿野町の中心市街地を中心として、商店会やこども園、保育所、地域企業などのたくさんの団体の趣向を凝らした七夕飾りで市街地が彩られ、地域団体などの露天も出展する。開催期間中は、露天だけでなく市街地の個店や飲食店なども賑わいを見せ、地域内の商工業の売上アップに貢献している。

今後は、おがの七夕フェスティバルの参加者である当会とおがのシルクロード商店会、当会青年部、当会女性部、小鹿野町おもてなし課で年3回会議を実施。開催要綱、イベント当日の調整、各団体などの調整事項の議題と合わせて、イベントを通じた小規模事業者の活性化の意識の共有化を図る。



イ) 毘沙門氷

当会では、平成の名水百選に選定された「毘沙門水」を使用した「毘沙門氷」を活用した地域活性化を平成26年度から開始され現在西秩父の冷っけえ〜スイーツとして地域食のブランド化を目指している。「毘沙門氷」については平成26年度21店舗にて約8千杯、平成27年度は10千杯、平成28年度は5千杯、平成30年度は管内18店舗にて6千杯の売上と多少盛り返しては来ていたが、秩父市にある製氷場であった大島氷店が廃業したことにより、令和2年度小鹿野町の支援をいただき町内に製氷場を新設。今年7月より運用開始し、販売開始後2カ月間6千杯を超える売上が見られるなど西秩父地域のスイーツとして定着しつつある。



ウ) ちちぶのじかプロジェクト

当会のちちぶのじかプロジェクトでは繁殖増加の野生鹿を適正頭数に戻し、害獣駆除化している野生鹿を商用活用（鹿肉や肉の加工食品、鹿皮製品開発販売）する事業を実施している。

ちちぶのじかプロジェクトでは、「鹿の味噌漬け」、「ジャーキー」、「ロースト」に加え、レトルト食品の「鹿肉カレー」、「鹿の背骨カムジャタン」と商品が増えている。皮革製品では「ネームホルダー」、「カバン」に加え「セーム革：眼鏡拭き」等が製品化され販売されている。「天然鹿の味噌漬け丼」は西秩父地域でも15店の取扱店があり飲食店・旅館にて販売している。現在、皮革製品開発に力を入れており、商店街内にあるお店でもその製品作りを手がけるなど本事業も着実に広がっている。同プロジェクト進行にあつては、野生獣の放射能検査と対策を埼玉県環境部、農林部と連携調整を行っている。

※埼玉県秩父地域農林振興センターの放射能検査
検査回数15回 検体数124体（R1年度）



エ) 尾ノ内百景氷柱

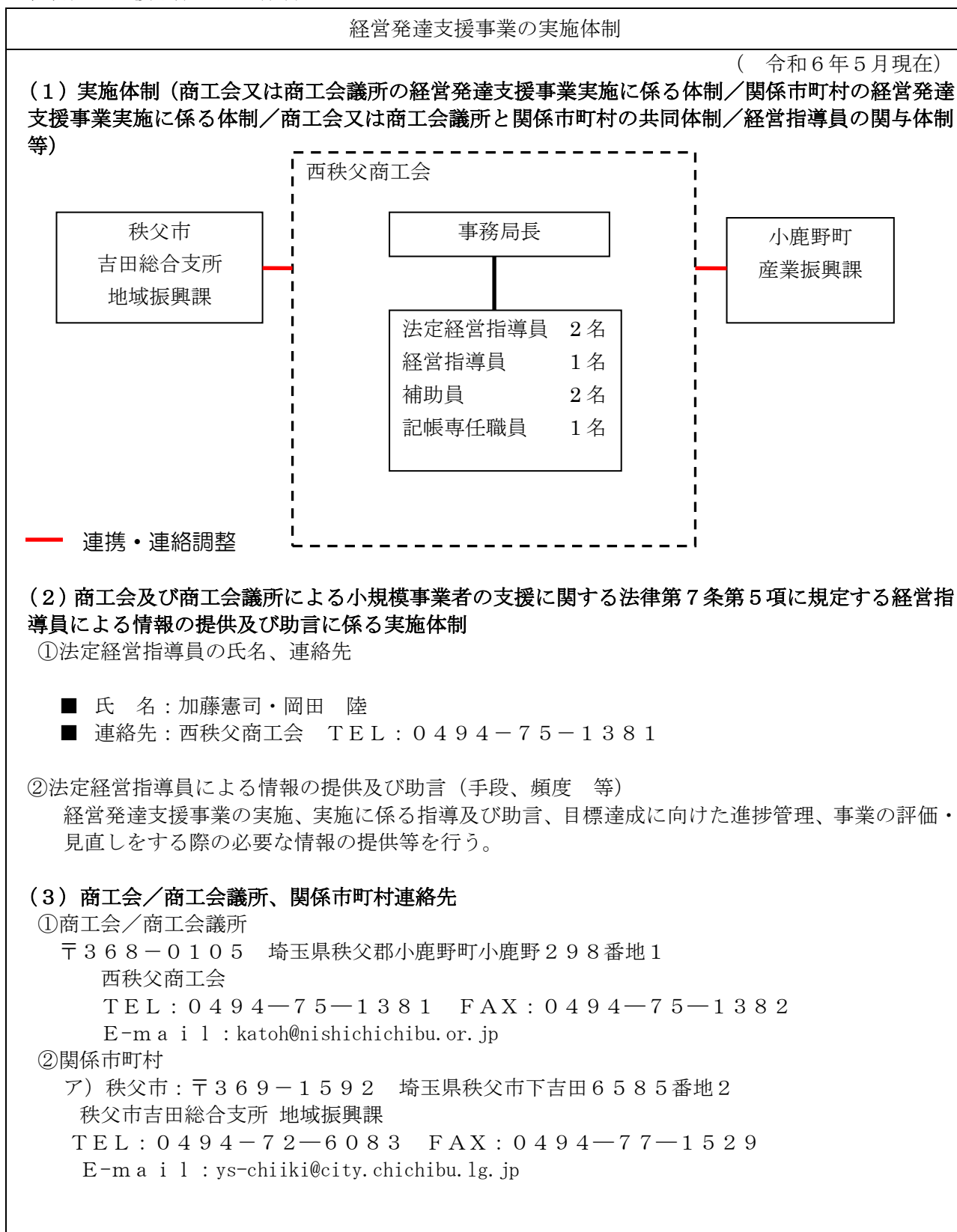
尾ノ内百景（冷っけえ〜）氷柱は、西秩父商工会青年部三田川支部部員の発想から始まり行動を起こした事業で、地域住民と商工会青年部、親会、小鹿野町、小鹿野町観光協会などで組織する実行委員会（商工会事務局）が現在運営し、平成30年度来場者は前年を1万人増の55千人を数え、期間中5回のライトアップ時では西秩父商工会青年部員が主体となりボランティアを含め、県立小鹿野高校の御協力をいただき竹灯りなどで通路を照らすなど創意工夫を凝らし実施。平成30年度は多くのツアー客が来場、期間内大型バス約150台が来場し、テレビや新聞等で広く報道されるなど小鹿野町の冬の一大イベントとしても定着し、秩父地域の横瀬町の「あしがくぼの氷柱」、秩父市大滝の「三十槌の氷柱」と合わせ秩父三大氷柱としても人気がある。

令和元年度はツアーバス300台を超える予約を受け付けていたが、暖冬の影響により氷柱が出来ず開催日も縮小され、地域経済にも大きな影響を与えた。



(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



イ) 小鹿野町 〒368-0192 埼玉県秩父郡小鹿野町小鹿野89
小鹿野町 産業振興課
TEL : 0494-75-5061 FAX : 0494-75-2819
E-mail : sangyo@town.ogano.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	1,350	1,350	1,400	1,550	1,550
・専門家派遣費	600	600	650	700	700
・協議会運営費	50	50	50	50	50
・セミナー開催費	100	100	100	100	100
・展示会出展料	200	200	200	300	300
・広告掲載料	400	400	400	400	400

(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、小鹿野町補助金、埼玉県補助金 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	
・(一社) 埼玉県中小企業診断協会 代 表：会 長 高澤 彰 住 所：埼玉県さいたま市浦和区高砂四丁目 3 番 21 号 三協ビル 5 階	
連携して実施する事業の内容	
① 経営状況の分析に関すること 連携内容：経営状況を分析するための支援 連 携 者：(一社) 埼玉県中小企業診断協会、 ② 事業計画策定支援に関すること 連携内容：事業計画策定支援 連 携 者：(一社) 埼玉県中小企業診断協会 ③ 事業計画策定後の実施支援に関すること 連携内容：事業計画策定後のフォローアップ支援 連 携 者：(一社) 埼玉県中小企業診断協会	
連携して事業を実施する者の役割	
① 連携者：(一社) 埼玉県中小企業診断協会 役 割：経営状況分析支援、事業計画策定支援、事業計画策定後のフォローアップ支援	
連携体制図等	
① 経営状況の分析に関すること 連携内容：経営状況を分析するための支援 西秩父商工会 ↔ (一社) 埼玉県中小企業診断協会	
② 事業計画策定支援に関すること 連携内容：事業計画策定支援 西秩父商工会 ↔ (一社) 埼玉県中小企業診断協会	
③ 事業計画策定後の実施支援に関すること 連携内容：事業計画策定後のフォローアップ支援 西秩父商工会 ↔ (一社) 埼玉県中小企業診断協会	