

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	東秩父村商工会（法人番号 2030005011608） 東秩父村（地方公共団体コード 113697）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>小規模事業者が社会や時代の変化に適応して経営力を強化させ、事業を脈々と継承して行くことを支援することによる、地場産業の活気の維持・継続</p> <p>小規模事業者の観光・食・アクティビティの開発・販売による観光客需要の獲得を支援することによる、にぎわいで溢れる村づくり</p> <p>小規模事業者のDX化やIT化・デジタル化の導入による販路開拓、業務の構造改革や業務プロセスの効率化の推進を支援することや、新たな取組を行う創業者を支援することによる、地域事業の強靱化および地域への新たな活力の創出</p> <p>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</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>小規模事業者自身が地域の経済動向に関するデータを確認し、マクロ的な視点での経営判断を行うことを目的に、「経営状況調査」や「中小企業景況調査の活用」などのアンケート調査で情報を収集・分析後、ホームページで公表する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>小規模事業者の観光・食・アクティビティに関する魅力的な商品づくりを支援するため、「店頭での調査」「観光客向けの調査」によりマーケティング調査を行う。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>小規模事業者が社会や時代の変化に適応して自己変革して行き、その経営力を強靱にしながら事業を成長させるための第一歩として、事業者自身が自社の経営状況を把握するための経営分析（財務分析・非財務分析の双方）を支援する。</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>「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」の結果を踏まえたうえで、小規模事業者が社会や時代の変化に適応して経営力を強化させる</p>

	<p>ための事業計画の策定を支援する。また、創業計画の策定も支援する。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>前項で策定したすべての事業計画・創業計画を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>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の出展」や「ITを活用した販路開拓」「動画作成」といった、販路開拓支援の個社支援を実施する。</p>
<p>連絡先</p>	<p>東秩父村商工会</p> <p>〒355-0375 埼玉県 秩父郡東秩父村 大字御堂 3 6 9</p> <p>TEL:0493-82-1315 FAX:0493-81-1010</p> <p>e-mail:higasititibu@syokokukai.jp</p> <p>東秩父村 産業観光課</p> <p>〒355-0393 埼玉県 秩父郡東秩父村 大字御堂 6 3 4</p> <p>TEL:0493-82-1223 FAX:0493-82-1562</p> <p>e-mail:sinkou@vill.higashichichibu.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 東秩父村の概況

東秩父村（以下、当村）は、埼玉県西部に位置する県内で唯一の村である。秩父盆地から山を隔てた東側にあることからその名がつけられた。総面積は37.06 km²（東西7.7 km、南北10.5 km）で、8割が山林で正三角形の地形をした自然が豊かな場所である。

交通は、首都圏からは関越自動車を利用すると約1時間30分である。電車では、東武東上線の小川駅が最寄り駅である。また、JR八高線寄居駅からイーグルバスを利用し約25分の距離となっている。

東秩父村商工会（以下、当会）は、当村唯一の商工団体であり、当村全域を管轄区域としている。

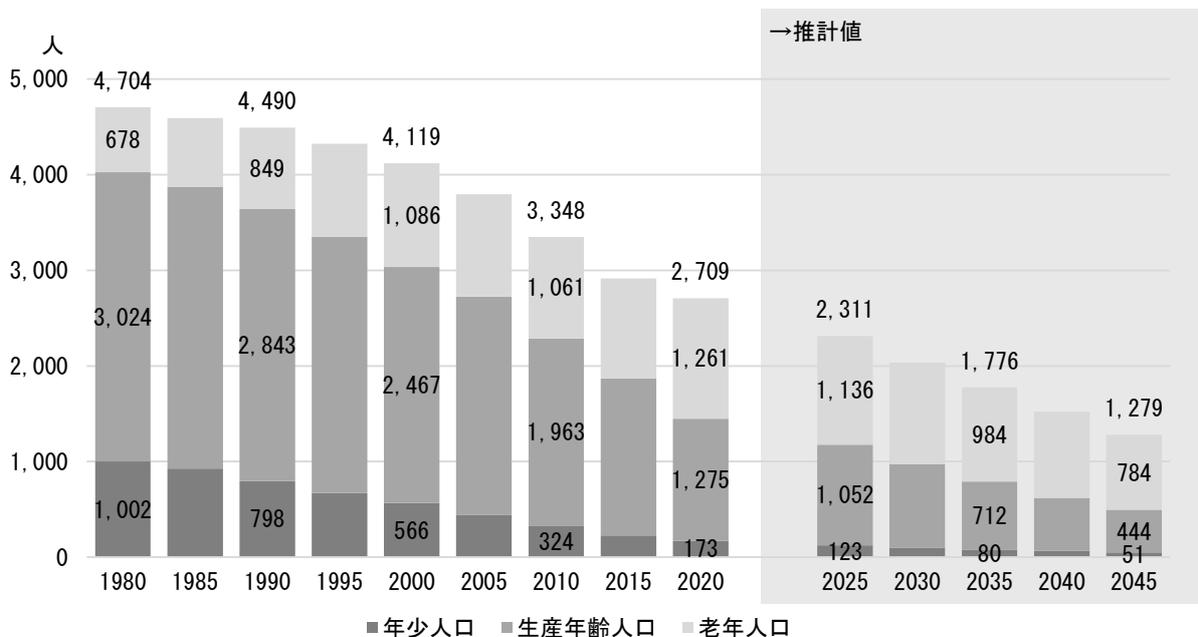


イ 人口

令和4年8月1日時点の人口は2,586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46.6%から令和27（2045）年には61.3%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和2（2020）年の47.1%から令和27（2045）年には34.7%に低下する見込みである。



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

当村は、隣接する比企郡小川町と共に、「和紙の里ひがしちちぶ」として1300年の歴史を持つ手漉き和紙の伝統を守り続けている。また、素材で滋味あふれる食品などが人気である。

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
手漉き和紙	手漉き和紙技術がユネスコ無形文化遺産に登録されている「細川紙」は、国内産楮を使用した流し漉きの未晒紙である。書道用の半紙や版画紙、障子紙や掛軸の裏紙、また和傘、ちょうちん、紙の器など用途は多岐にわたる。
みかん	北限のみかんとして有名で、しっかりと濃い味で甘さと酸味のバランスが絶妙である。
あずきすくい	「あずきすくい」は、郷土料理である「小豆ぼうとう」をルーツとした食べ物である。ぼうとうのような麺を入れるのではなく、小麦粉を小さな「箕」の形にしてあるのが特徴で、食べ易くデザート感覚で楽しめる。小麦と小豆の素材のハーモニーが、なつかしさと新鮮な味わいを醸し出す。
食品	おやき、こんにゃく、みかんジャムなど地元の名人が手作りする製品が人気である。

エ 観光資源

当村は、総面積の約 8 割が山林で占めており、季節ごとにさまざまな花々が咲き誇る自然豊かな花の郷である。ハイキングコースにも恵まれ、1 年を通じて多くの人々が訪れ賑わう。

主な観光資源は次表のとおりである。

■ 主な観光資源

観光資源名	概要
道の駅 和紙の里 ひがしちちぶ	手漉き和紙体験、季節ごとの和紙に関する体験やワークショップが楽しめるほか、四季折々の景色を楽しめる宿泊施設がある。また、江戸時代後期に建てられた紙漉き家屋を移築・復原した建物は県指定の有形民俗文化財として保存されている。
花桃	「桃源郷」と称される東秩父村の春の名所である。花桃を中心に桜やレンギョウなど約 5,000 本の花木が植栽されている。
ハイキングコース	標高 300～800m の大霧山や笠山・堂平山・二本木峠など、さまざまなハイキングコースがある。特に大霧山頂からの眺めがよく秩父地方が一望でき、時には浅間山も望むことができる。

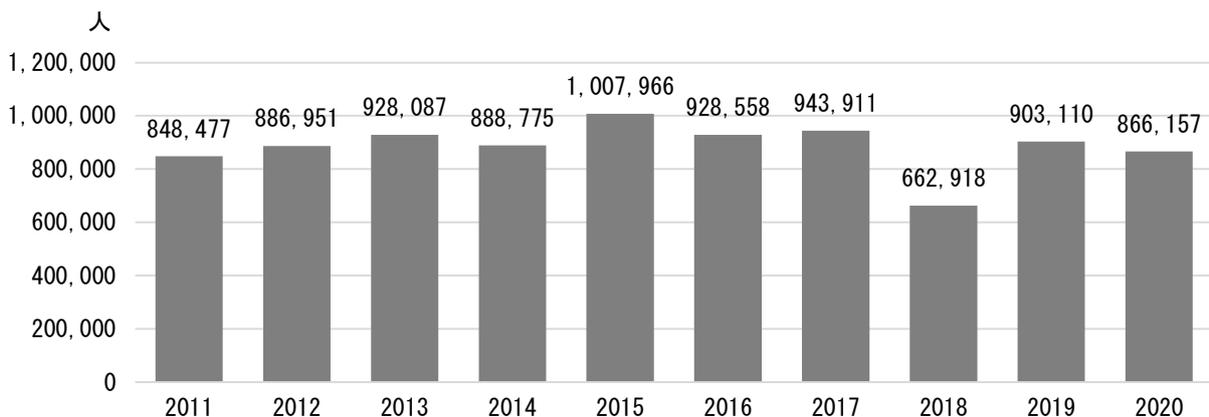
道の駅 和紙の里ひがしちちぶ



出典：東秩父村「東秩父村公式観光サイト」

オ 観光入込客数の推移

令和 2 (2020) 年の観光入込客数は 86.6 万人である。推移をみると、平成 26 (2014) 年に「和紙：日本の手漉和紙技術」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことにより、和紙の里への観光入込客数が平成 27 (2015) 年に大きく伸びている。その後、毎年増減はあるものの年間 90 万人程度で安定推移していることが読み取れる。

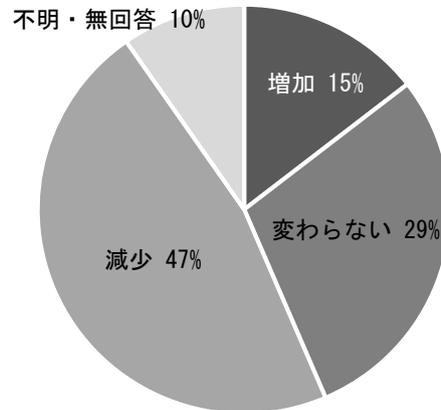


出典：埼玉県「埼玉県観光入込客統計」

カ 産業

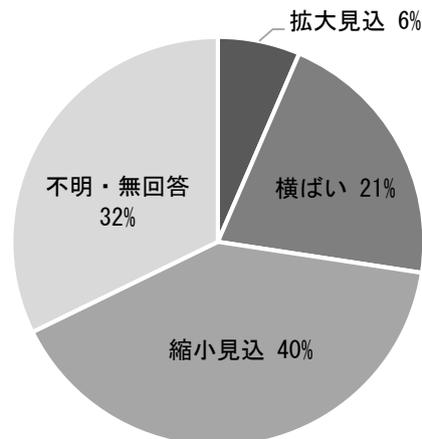
(a) 景況感（売上高比較）

当会が実施したアンケート調査によると、令和2年と比較した令和3年の売上高（期間：1月～12月）では、「売上増加」は15%に留まっており、47%が「売上減少」と回答している。



出典：東秩父村商工会「第3回 コロナ禍に関するアンケート調査」

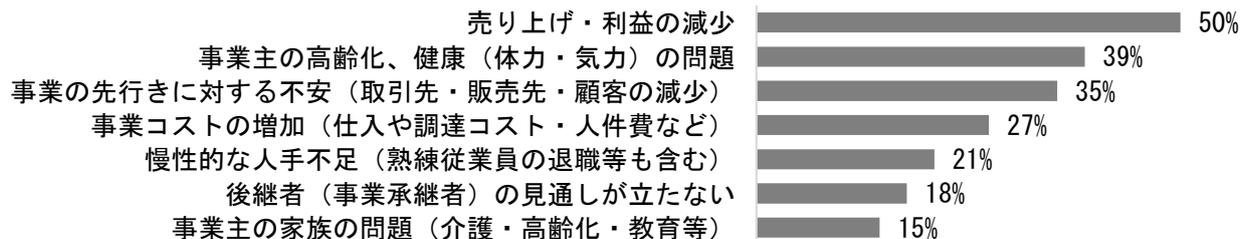
また、今後3～5年先の業界の市場規模の見通しをみると、「拡大見込」は6%に留まっており、40%が「縮小見込」と回答している。多くの事業者が縮小市場で事業を実施していることが読み取れる。



出典：東秩父村商工会「第3回 コロナ禍に関するアンケート調査」

(b) 経営上の問題点

前述のアンケート調査より、現在もっとも困っていることに関する回答をみると、「売り上げ・利益の減少」が50%と最も高い。また、「事業の先行きに対する不安（取引先・販売先・顧客の減少）」も35%と回答割合が高くなっている。



出典：東秩父村商工会「第3回 コロナ禍に関するアンケート調査」

(c) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

当村の平成 24 年の事業者数は 147 社、平成 28 年の事業者数は 132 社である。

小規模事業者数は平成 24 年が 132 者、平成 28 年が 122 者であり、4 年間で 10.2%減少している。産業別にみると、宿泊・飲食は増加しているものの、それ以外の多くの業種では減少がみられる。

	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	31	41	1	25	11	6	26	6	147
小規模事業所数	31	37	1	21	9	5	23	5	132
平成28年									
事業所数	28	37	1	20	11	6	24	5	132
小規模事業所数	28	35	1	17	11	4	22	4	122
増減(H28年-H24年)									
事業所数	△3	△4	0	△5	0	0	△2	△1	△15
増減割合	△9.7%	△9.8%	0.0%	△20.0%	0.0%	0.0%	△7.7%	△16.7%	△10.2%
小規模事業所数	△3	△2	0	△4	2	△1	△1	△1	△10
増減割合	△9.7%	△5.4%	0.0%	△19.0%	22.2%	△20.0%	△4.3%	△20.0%	△7.6%

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

(d) 業種別の現状

i_商業

当村の商業をみると、商店街を形成できず、個店が点在している状況となっている。このなかで、代表者は軒並み高齢化しており、さらに後継者不在のため事業は現状維持・衰退の一途をたどっている。品揃え、価格、サービス面すべてにおいて大型店に劣っているため、集客力が低いのが現状である。

ii_工業

当村の工業をみると、近年、近隣自治体（寄居町）に大手自動車工場が進出したものの、当村には誘致できる条件が整っておらず企業誘致は進まない状況である。そのため、当村において工業における産業集積はない。金属加工業（下請）や自動車整備等の工場があるが、事業所数、従業者数、出荷額ともに減少傾向にある。工業では創業等もほとんどみられないため、既存の事業者の事業継続や、多様化する業種や働き方に対する環境等の整備を支援する必要がある。

iii_観光業

「和紙の里」を拠点とした個性ある観光地づくりを進め、四季折々の花の名所に、多くの観光客が訪れている。当村への観光客入込数は、ユネスコ無形文化遺産登録されたこともあり和紙の里（道の駅）への入込客数と売上は平成 27（2015）年以降大きく伸びている。村のランドマーク・観光拠点として、賑わいを見せているが、その後に続く観光・食・アクティビティなど周辺の観光スポットや飲食店への導線が連携されておらず、事業者はせっかくの商機を逸している状況である。

キ 第 6 次東秩父村総合振興計画

「第 6 次東秩父村総合振興計画（令和 3 年度～令和 10 年度）」の商工・観光に該当する箇所は下表のとおりである。

小規模事業者支援の視点からみると、サテライトオフィスでの地方進出やテレワークなどの勤務形態の拡大などの多様化する事業展開に対応しつつ、新規開業者及び開業希望者に対しての支援の充実を図ることなどが掲げられている。

■基本構想（令和 3 年度～令和 10 年度）

（村のありたい姿）

地域資源を生かした魅力とにぎわいで溢れる村

（産業・交流分野の方向性）

①【産業】にぎわいと自然が調和する村

自然環境などの地域資源と生活環境、就労環境などが調和し、老若男女がいきいきと働き生活することができる、にぎわいと自然が調和した村を目指します。

②【観光・交流】人と「コト」をつむぐ村

本村の地域資源を活用し、体験型観光・交流を推進し、関係人口や交流人口が増加する、人と「コト」をつむぐ村を目指します。

■前期基本計画（令和3年度～令和6年度）

基本施策 2-(1) 商工業の振興

①地場産業が活気ある状態／②魅力ある新規開業ができる状態

基本施策 2-(4) 観光の振興

①道の駅及び観光イベントの入込客数が増加した状態／②効果的な観光施設運営が図られた状態

③東秩父村の知名度がアップした状態

基本施策 2-(5) 和紙の里の振興

①和紙の里入場者数が増加した状態／②和紙の里製品の外部販売が増加した状態

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、当村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、村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。このなかで買い物弱者となる高齢化単身世帯の暮らしを維持するためには、小売・サービス業を維持させることが必要であるため、小売・サービス業の維持が地域としての課題となっている。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、デジタル化等による生産性向上等への取組が必要となる。

特産品では、当村は隣接する比企郡小川町と共に、「和紙の里ひがしちちぶ」として1300年の歴史を持つ手漉き和紙の伝統を守り続けている。また、素朴で滋味あふれる食品などの特産品がある。小規模事業者においても、後述の観光客需要を獲得するために、特産品を活用した高付加価値商品の開発・販売等が期待されている。

観光面では、平成26（2014）年に「和紙：日本の手漉き和紙技術」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことにより観光客が増加している。そのなかで、「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」は、手漉き和紙体験、季節ごとの和紙に関する体験やワークショップが楽しめるほか、四季折々の景色を楽しめる宿泊施設があり、観光客を集客している。小規模事業者においても観光客の増加をビジネスチャンスと捉え、自社の事業に活かすような取組が課題である。

景況感をみると、約半数の事業者が前年比で売上高が減少している。また、今後3～5年先の業界の市場規模の見通しをみると、「拡大見込」は6%に留まっており、40%が「縮小見込」としている。多くの事業者が縮小市場で事業を実施しており、社会や時代の変化に適応したビジネスモデルの転換を実施できている事業者が少ないことが課題といえる。

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132者、平成28年が122者であり、4年間で10.2%減少している。産業別にみると、宿泊・飲食は増加しているものの、それ以外の多くの業種では減少がみられる。地域の活力維持のためには、これらの業種をはじめとした事業者数の維持が課題となっている。

業種別の課題をみると、①商業では、これまでの村民を対象としたビジネスモデルから一歩踏み出した、観光客を含めた新たな顧客を獲得できるような魅力ある店舗・サービスづくり、②工業では、既存事業者の競争力向上、③観光業では、「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」を目的とした来訪者が次に寄りたくなるような観光・食・アクティビティの開発・販売などが課題となっている。

(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

東秩父村は、少ない人口ゆえの限られた域内需要という環境に置かれている。それゆえ、現在の小規模事業者ひとり一人が、「社会や時代の変化に適応して自己変革して行き、その経営力を強靱にしながら事業を成長させて、事業を持続可能に脈々と継承して行くこと」を10年後のあるべき姿と定める。

これを実現するため、小規模事業者の持続可能なビジネスモデルを確立することを目指して、社会や市場やニーズの変化を的確に捉えて自己変革を遂げながら経営資源を充実させて、次の世代へ事業を安定して継承して行くことのできるような経営スタイルの定着が必要である。

また、経営計画や事業計画の策定、PDCAサイクルの実践による事業改善の好循環をもたらす仕組みの定着、DX（デジタルトランスフォーメーション）化やIT化・デジタル化の導入による業務の構造改革や業務プロセスの効率化の推進、BCP策定による事業継続の安全弁の確立、雇用の確保と安定した維持のための労働環境の整備という強い経営力の源泉となる仕組みづくりに取り組む必要がある。

同時に、少ない人口の限られた域内需要に依存するだけではなく、DX化等にもチャレンジしながら域外需要に訴求して行き、販路を拡大して行くことも必要である。

当会としても、1者でも多く事業者を存続させ、小規模事業者と地域経済の発展に寄与するため、①安心安全に事業継続できるようにタイムリーな情報提供と事業者の実態把握、②コロナ禍を乗り越えるために積極的かつ挑戦的に取り組む事業者の発掘ときめ細かな伴走型支援、③創業者の発掘ときめ細かな伴走型支援の3つを活動目標と定め、重点的に支援を行う。

②第6次東秩父村総合振興計画との連動性・整合性

東秩父村の第6次東秩父村総合振興計画では、その基本構想のなかで村のありたい姿として「地域資源を生かした魅力とにぎわいで溢れる村」を掲げており、前期基本計画のなかでは、①地場産業が活気ある状態や、②和紙の里製品の外部販売が増加した状態を目標としている。

本計画では、前述のとおり「社会や時代の変化に適応して自己変革して行き、その経営力を強靱にしながら事業を成長させて、事業を持続可能に脈々と継承して行くこと」を小規模事業者の長期的な振興のあり方として定めている。この社会や時代の変化のなかで、目に見えるビジネスチャンスとして、「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」の集客力がある。また、このビジネスチャンスを活かすひとつの方法として、観光客をターゲットとした観光・食・アクティビティの開発・販売をすることがあげられる。本計画の小規模事業者の振興のあり方を実現することで、東秩父村の第6次東秩父村総合振興計画の掲げる目標の一部を推進することができるため、連動性・整合性があるといえる。

③商工会としての役割

ア 商工会としての役割

当会は、職員3名（経営支援員2名）、組織率88.7%、115の会員事業所により運営されており、県内53商工会の中でも最も小規模な商工会の1つである。そうした中で、商業部会、工業部会、建設部会、青年部、女性部を構成しており、それぞれの活動を支援している。

当村では、経営環境の悪化により廃業する事業所も多く、役職員が連携し小規模事業者への売上支援、経営革新を始め創業支援など行っている。特に、これまで既存事業者の支援として経営革新計画の策定支援を強化しており、平成29年度からの5年間で経営革新事業の承認件数13件の実績を挙げてきた。村内事業所割合では10%を超え、埼玉県全体承認割合を大きく上回っている。経営革新計画策定支援を行う事で事業者の経営分析、販路拡大、経営意識の向上により商工会への信頼度を高めている。

また、近年は創業についての相談が、増加傾向にある。セミナーの実施や補助金支援などを進め、他商工会との連携のもと、益々の創業支援を強化する予定である。

今後も、商工会として、地域の活性化や中小事業者支援のための方針を明確に打ち出し、単独では難しい取組に関しては近隣市町の商工会にも働きかけを行いながら、当地域事業者のための伴走型支援や支援施策の普及を講じる予定である。特に、コロナ禍による地方への興味関心が増えているチャンス、「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」の来場者増加傾向にあるチャンスをもっと面的に活かしていく必要がある。

また、これまでのような個社支援を継続するとともに、特徴ある小売店や飲食店を増加させ、村外への流出を防止し、村内での買い物循環を増加させる必要がある。また、生産から加工、販売までを一体的に行う農業の6次産業化により、農産物の高付加価値化にも取り組む。

イ 経営発達支援計画の実行にあたって

経営発達支援計画の実行にあたっては、経営指導員1名体制の中で、法定経営指導員として経営支援全般及び地域支援のすべてを担わなければならない状況である。そのため、商工会内の生産性の向上を図るとともに、職員一丸となったチーム体制を構築する必要がある。

常態的に人口減少を続けており、過疎化、高齢化の進展により商圏内の需要も減少傾向となると推測されている。高齢化単身世帯の暮らしを維持するためには村内の小売・サービス業を維持することが必要であり、小規模事業者の存在は重要な役割を持つと考えられる。

これまでも当会は支援機関として、経営革新計画の作成や持続化補助金を活用した販路開拓支援、各種制度融資の斡旋による資金繰り支援などに携わり、商工業振興のための一翼を担ってきた。今後も、地域に根付いた小規模事業者の経営力を強化するための支援について、当会が主導的な役割を担い、厳しい状況を打開していく役割が強く求められていくと考えられる。

さらに、「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」をはじめとする地域資源の活用において当会青年部をはじめとする団体の組織化や活動をリードしながら、村内小規模事業者とをつなぐ支援する役割も必要であると考えられる。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)及び(2)を踏まえ、本計画の目標を以下の4項目とする。

【目標①】

小規模事業者が社会や時代の変化に適応して経営力を強化させ、事業を脈々と継承して行くことを支援することによる、地場産業の活気の維持・継続

【目標②】

小規模事業者の観光・食・アクティビティの開発・販売による観光客需要の獲得を支援することによる、にぎわいで溢れる村づくり

【目標③】

小規模事業者のDX化やIT化・デジタル化の導入による販路開拓、業務の構造改革や業務プロセスの効率化の推進を支援することや、新たな取組を行う創業者を支援することによる、地域事業の強靱化および地域への新たな活力の創出

【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】

小規模事業者が社会や時代の変化を周知することを目的に「経営状況調査」や「中小企業景況調査の活用」といった地域の経済動向をホームページで公表する。また、事業者の自己変革を促進するため、経営分析を支援し、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。これらの結果を活用しながら、経営力を強化するための事業計画策定支援を行い、さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行うことでPDCAサイクルを実践し、小規模事業者の経営改善（売上や利益の拡大）を実現する。

【目標②達成のための方針】

観光客需要の獲得のためには、魅力的な店舗・魅力的な商品づくりが欠かせない。そこで、前項「目標①」の支援に加え、魅力的な商品づくりを支援する。具体的には、地域特産品を活用した商品等について、観光客等を対象とした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。

【目標③達成のための方針】

小規模事業者が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活用セミナーを実施する。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、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、成果の向上を目指す。

また、創業希望者に対しては、産業競争力強化法に基づく「創業支援等事業計画」の認定を受けた東秩父村と連携して、創業計画の策定～フォローアップまでを伴走型で支援。すべての創業者の事業が軌道に乗り、事業継続が実現することを目指す。

【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】

小規模事業者が、社会や時代の変化に適応したビジネスモデルの転換を行うためには、転換したいと思っただけの「きっかけ」が必要である。一方、小規模事業者の多くは、自社の経営状況はわかるが、地域の

経済動向に関するデータを確認することができず、マクロ的な視点での経営判断が難しいといえる。また、当会でも、地域の経済動向に関する情報提供は十分に行えていなかった。

【課題】

小規模事業者の経営判断に資するような地域の経済動向に関するデータを公表する必要がある。そのために、経営状況調査や中小企業景況調査の活用などのアンケート調査で情報を収集し、結果を分析後、ホームページで公表する。

(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経営状況調査 分析結果の公表回数	HP 掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
②中小企業景況調査の活用 分析結果の公表回数	HP 掲載	-	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①経営状況調査（アンケート調査）

事業名	経営状況調査（アンケート調査）
目的	村内の中小企業（小規模事業者）の経営課題等を把握することで、効果的な施策の立案に活用する。
調査の内容/ 調査の手段・ 手法	年1回、アンケート調査を実施する（郵送法、WEB アンケートも併用）。アンケート調査は、村内の全事業所（住所が把握できる約110事業所、業種割合はP4「業種別の商工業者数（小規模事業者数）」のとおり）を対象とし、広く村内の事業者の状況を把握する。
調査を行う 項目	経営課題、時事的課題（トピック）、施策の活用状況・活用意向、当会の事業について等
分析の手段・ 手法	当会職員（経営指導員含む）がデータを集計し、専門家と連携して業種別分析や経年分析などを行う。また、分析結果に対し簡単なコメントを付ける。
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、広く管内事業者に周知する。また、当会でも、結果を支援施策の検討に活用する。

②中小企業景況調査の活用（アンケート調査）

事業名	中小企業景況調査の活用（アンケート調査）
目的	村内の中小企業（小規模事業者）の景況感を把握することで、効果的な施策の立案に活用する。
調査の内容/ 調査の手段・ 手法	中小企業景況調査とは、中小機構が実施する景気動向等を把握するためのアンケート調査である。当会では調査協力を行っており、年4回、訪問聞き取り調査を行っている。当村の事業者の約2割に該当する20者より調査票を回収する。
調査を行う 項目	業況、売上、採算、仕入単価、従業員、資金繰り等
分析の手段・ 手法	当会職員（経営指導員含む）がデータを集計し、専門家と連携して経年分析や全国との比較分析などを行う。また、分析結果に対し簡単なコメントを付ける。
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、広く管内事業者に周知する。また、当会でも、結果を支援施策の検討（重点支援先業種の決定など）に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」を目的に来訪する観光客を自社に集客するためのひとつの方法として、観光・食・アクティビティに関する魅力的な商品づくりが必要である。一方、当会ではこれまで、魅力的な商品づくりに資する事業者の商品調査等について、支援を実施できていなかった。

【課題】

魅力的な商品づくりのために、小規模事業者の商品の調査を支援する必要がある。調査では、当該商品のターゲット顧客ごとに、店頭での調査、観光客向け調査の2種を準備する。

(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	-	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

事業名	商品調査
目的	小規模事業者の商品（飲食店のメニュー含む）・サービス等（以下、商品等）について、当該商品等のターゲット客より評価を得ることで、顧客の声を取り入れた商品等のブラッシュアップに繋げる。
対象	小規模事業者が販売する（販売を予定する）商品等、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。
調査の手段・手法	商品特性に応じて、以下のいずれかの方法により調査を実施する。実施にあたっては、事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。アンケート調査は紙アンケートもしくはWEBアンケートにより実施し、1商品あたり20名以上からアンケート票を回収する。 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 5px 0;">1. 店頭での調査</div> 既存顧客をターゲットにした商品の場合は、各店の店舗にて、事業者が主体となりアンケート調査を実施する。 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 5px 0;">2. 観光客向け調査</div> 地域特産品を活用した商品等（手すき和紙を活用した商品、みかんを活用した商品等）の場合は、販売ターゲットが観光客や村外の消費者となるため、観光客が多く集まる東秩父村ふるさと商工祭り*等にて調査を実施する。
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 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等 ≪雑貨（手すき和紙を使った雑貨等）の場合≫ <input type="checkbox"/> 製品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 独自性（東秩父村らしさ） <input type="checkbox"/> 安全性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> どのような用途に使用したいか <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。
------------	---

※東秩父村ふるさと商工祭り

当会が主催するイベント。商工会館脇で開催され、農産物や特産物の直売、ふるさとを訪れる人々や子どもたちが楽しみにしているイベントやアトラクションなどがにぎやかに行われる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が社会や時代の変化に適応して自己変革して行き、その経営力を強靱にしながら事業を成長させるためには、その第一歩として事業者自身が自社の経営状況を把握する必要がある。一方、当会ではこれまで、経営分析サービスという単独のサービスを提供できていなかった。また、融資支援や事業計画策定支援の際などに経営分析を行った際も、表面的な分析に留まっていることが多く、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】

小規模事業者が自社の経営状況を把握できるよう、新たに経営分析サービスを提供する必要がある。1者でも多く事業者を存続させるため、5ヵ年計画において村内小規模事業者の約3割の経営分析を目指す。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

経営分析支援を村内の小規模事業者に広く提供することを目標とし、5ヵ年計画において、村内小規模事業者（約120者）の30%にあたる36者の経営分析を目指す。これを実現するため、重複（1度経営分析を実施した後、数年後に改善されたかを確認するためにもう1度経営分析を実施等）を考慮し、5ヵ年で50者の経営分析を目標値と設定する。

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	-	10者	10者	10者	10者	10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</p> <p>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</p> <p>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、</p>

	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）
分析結果の活用方法	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。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が社会や時代の変化に適応して経営力を強化させるためには、ビジネスモデルの転換（大幅な転換だけでなく、新たなターゲット顧客を増やすといった軽微な転換も含む）が必要である。また、ビジネスモデルの転換を円滑に進めるためには、事前に事業計画を策定することが有効である。当会ではこれまで、経営革新計画の策定支援や補助金の申請支援を通じて、小規模事業者の事業計画策定支援を実施してきたが、特定の事業者の計画策定支援に偏ることがあるなど、広く策定支援を提供するに至っていない。

【課題】

今後は、村内事業者に広く事業計画策定支援を提供する必要がある。そのために、経営分析を実施した事業者等のなかでビジネスモデルの転換が必要である事業者を中心に、事業計画策定を提案する。また、地域の新たな活力創出のために、創業希望者に対し、創業計画の策定支援を実施する必要がある。

(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5割の事業計画の策定を目標とする。また、創業計画についてもこれまで同様、支援を実施する。

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IT活用セミナーや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
①事業計画策定事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
IT活用セミナーの開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
②創業計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

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活用セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。
支援対象	・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 ・新たな取組を実施する事業者

	<ul style="list-style-type: none"> 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 補助金やDX支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者等 												
対象事業者の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> 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。 新たな取組を実施する事業者に対し経営革新計画を提案する。 補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 												
支援の手段・手法	<p>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。</p> <p>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活用セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。</p> <p>■IT活用セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td>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参加を促す</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>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</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>地元IT事業者等を想定</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>年度ごとにテーマを決めIT活用のためのセミナーを開催する。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。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>5人/回</td> </tr> </table>	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参加を促す	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	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活用のためのセミナーを開催する。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	5人/回
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参加を促す												
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	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活用のためのセミナーを開催する。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	5人/回												

②創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援
目的	創業者のビジネスが成功するよう、創業計画の策定を支援する。
支援対象	創業者・創業希望者
対象事業者の掘り起こし	産業競争力強化法に基づく「創業支援等事業計画」の認定を受けた東秩父村と連携して支援を実施する。国や県の補助金、窓口相談を導入部に、支援対象者を掘り起こす。
支援の手段・手法	創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員・専門家が一緒になってブラッシュアップを行う方法で実施する。

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、事業計画策定後の実施支援が不十分であり、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（創業計画を含む）を策定したすべての事業者を対象に、定期的にフォローアップを実施し、事業計画を実施する上で発生した経営課題等に対し、事業者と一緒に解決を図る必要がある。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40%*、経常利益増加割合が20%*（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。

また、創業計画のフォローアップではすべての創業者の事業が軌道に乗り、事業継続が実現するよう、伴走型支援を実施する。

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（P4 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 15%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 20%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、売上増加割合事業者の割合が 40%、経常利益増加事業者の割合が 20%となることを目指す。

(3) 目標

① 事業計画のフォローアップ

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	3 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (20 回)				
売上増加事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
経常利益増加事業者数	-	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者

② 創業計画のフォローアップ

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	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (4 回)				

(4) 事業内容

事業名	事業計画・創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	事業計画及び創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事

(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、商圈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や、ホームページなどで活用できる動画作成支援を実施する。

(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彩の国ビジネスアリーナの出展事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2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	-	3%	3%	3%	3%	3%
③動画作成の支援事業者数	-	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	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①彩の国ビジネスアリーナの出展支援 (BtoB)

事業名	彩の国ビジネスアリーナの出展支援
目的	特に、BtoB 取引の事業者にとって、展示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の参加支援を実施する。
支援対象	製造業
訴求相手	主に埼玉県の事業者
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。中小企業の受注確保・販路開拓、技術力向等を目的とし、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。
支援の手段・手法	出展者の募集だけでなく、事前準備としてパンフレット等の整備、短時間での商品等アピール方法、商談相手の事前アポイント等。また、出展後は、商談会で名刺交換をした相手に対する、フォローをワンストップで支援する。これにより成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

②ITを活用した販路開拓の支援 (BtoB, BtoC)

事業名	ITを活用した販路開拓の支援
目的	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。
支援対象	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
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（ホームページ制作、EC販売、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。
支援の手段・手法	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 活用セミナー」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。
期待効果	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。

③動画作成支援 (BtoB, BtoC)

事業名	動画作成支援
目的	近年、検索エンジンで検索を行うと、結果に検索ワードに関連した動画が上がりやすくなるなど、ホームページに動画を設置する効果が高くなっている。また、動画は情報量が多く、商品紹介等の効果も高い。そこで、新規客の獲得を目的に動画作成支援を実施する。
支援対象	ホームページに動画を設置したいと考える事業者 ※事業計画の策定支援を実施した事業者を優先的に支援する
訴求相手	BtoB の場合：全国の取引先 BtoC の場合：全国の消費者
支援内容	小規模事業者の新商品、新サービスに関して動画の制作を支援する。制作した動画は、YouTube チャンネル等で発信し視聴回数を集める。また、事業者のホームページ、商工会で新たに制作する WEB ページ等にも掲載し発信する。
支援の手段・手法	経営分析により、事業者が持つ独自の技術や特徴等の「強み」を整理する。整理した「強み」は事業者と共有し、動画の作成方針を決定する。作成した動画はホームページ等に掲載し、アクセス数等効果を測定する。
期待効果	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。

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、当会や東秩父村だけでなく、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 サイクル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	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】(事業の計画・見直し) (a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定(修正)する。 (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。 【DO】(事業の実行) (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。

	<p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>(d) 月 1 回の定期ミーティングにて、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。</p> <p>(e) 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。</p> <p>※「経営発達支援事業評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i 東秩父村産業観光課長、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。</p> <p>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（https://www.syokoukai.or.jp/higashichichibu/）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。</p> <p>【ACTION】（事業の見直し）</p> <p>(f) 「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【PLAN】に戻る。</p>
--	---

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）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（補助員）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、経営支援員（補助員） ※当会には一般職員はいない
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"> ・ 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 ・ 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 ・ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力 ・ 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
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、経営支援員（補助員）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、近隣の商工会と連携のうえ、独自に外部講師を招聘した研修を開催する。</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><DXに向けたIT・デジタル化の取組></p> <p>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</p> <p>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</p> <p>iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法等</p> <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 埼玉県商工会連合会の開催する研修に参加する他、近隣の商工会と連携で独自に外部講師を招聘し、「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」のようなテーマの研修を開催する。</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 経営指導員と経営支援員（補助員）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 月1回の定期ミーティングのなかで各人の支援状況等を共有し、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 担当経営指導員等が経営カルテに支援やクラウド型支援ツール（BIZミル等）に支援情報のデータ入力を適時・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4年11月現在】

(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等)



(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：八木 淳

連絡先：東秩父村商工会 TEL. 0493-82-1315

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

〒355-0375

埼玉県秩父郡東秩父村大字御堂 369

東秩父村商工会

TEL：0493-82-1315 / FAX：0493-81-1010

E-mail：higasititibu@syokoukai.jp

②関係市町村

〒355-0393

埼玉県秩父郡東秩父村大字御堂 634

東秩父村 産業観光課

TEL：0493-82-1223 / FAX：0493-82-1562

E-mail：sinkou@vill.higashichichibu.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	850	850	850	850	850
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
チラシ作成費	250	250	250	250	250

(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、各種事業収入、国補助金、県補助金、村補助金等

(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