

経営発達支援計画の概要

実施者名	深谷商工会議所 (法人番号 9030005014109) 深谷市 (地方公共団体コード 112186)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>深谷商工会議所では、深谷市の総合計画と、深谷商工会議所のビジョンを踏まえ、以下の経営発達支援計画での目標を定めた。</p> <p>①事業計画策定支援の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の経営課題解決支援と事業計画策定サポート ・年間40件の事業計画策定を目標 ・後継者対策や事業定着率向上への寄与 ・DX推進等新たな経営課題への対応支援 <p>②事業者間のネットワーク強化とマッチング支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業祭や商談イベントを活用した事業者間マッチング支援 ・年間5件のマッチング成立を目標 ・地域資源を活用した事業者連携の促進 <p>③地域経済の活性化推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・渋沢栄一関連観光資源とアウトレットモールを活用した経済効果の創出 ・深谷ねぎなど地域資源を活用した商品開発支援 ・中心市街地の活性化と回遊性の向上
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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営指導員による景況感調査 ・ビッグデータを活用した地域経済分析 ・公的機関調査結果の活用 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発の調査 ・既存商品の調査 ・産業祭でのアンケート調査実施 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年間60件の経営分析実施 ・財務分析とSWOT分析の実施 ・AIツールを活用した分析の質的向上 <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年2回のセミナー開催 ・年間40件の事業計画策定支援 ・DX推進計画策定支援(年5-10件) <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・計画策定事業者へのフォローアップ支援 ・進捗状況に応じた集中支援の実施 ・売上・利益率の定期的な確認 <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・webメディア等活用した販路開拓支援(15者) ・事業者間マッチング支援(5者) ・産業祭等イベントの活用
連絡先	<p>深谷商工会議所 経営支援課 〒366-0823 埼玉県深谷市本住町17番3号 Tel 048-571-2145 / Fax 048-571-8222 E-mail kaieishien@fukaya-cci.or.jp</p> <p>深谷市 商工振興課 〒366-8501 埼玉県深谷市仲町11番1号 Tel 048-577-3409 / Fax 048-578-7614 E-mail shoukou@city.fukaya.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 深谷市の現状

深谷商工会議所の活動範囲である旧深谷市は昭和30年1月1日、深谷町、明戸村、幡羅村、大寄村、藤沢村の合併により誕生した。

その後、昭和48年4月1日に豊里村と、平成18年1月1日に岡部町、川本町、花園町と合併し、現在の深谷市が誕生した。(なお、豊里村、岡部町、川本町、花園町は、ふかや市商工会の活動範囲である。)



立地

埼玉県北西部に位置し、東京都心から70キロメートル圏内にあり、東は熊谷市に、南は嵐山町、寄居町に、西は美里町、本庄市に、北は群馬県の伊勢崎市、太田市に接している。また、北部は利根川水系の低地で、南部は秩父山地から流れ出た荒川が扇状台地を形成する平坦な地形となっている。

深谷市の面積は、138.37平方キロメートルであり、そのうち田畑が46.77パーセントと地域の約半分を占めている。



地目別面積 (令和5年度現在、単位: ha)

	総面積	田	畑	宅地	沼地	山林	牧場/原野	雑種地	その他
面積	13,837.0	1,723.1	4,749.2	3,346.1	3.6	356.3	38.0	723.9	2,898.8
構成比	100.00%	12.45%	34.32%	24.18%	0.03%	2.57%	0.27%	5.23%	20.95%

資料:資産税課 概要調書 (令和5年度)

人口:

令和2年の国勢調査によると、深谷市の人口は141,268人であり、平成27年に比べて2,543人、割合にして1.8%の減少となっている。また、年齢別人口では、平成27年から令和2年までに、年少人口割合は12.9%から11.9%に減少し、老年人口割合は26.0%から28.9%に増加しており、少子高齢化が進んでいる。

世帯数は55,854世帯で、平成27年に比べて、2,470世帯、割合にして4.6%の増加となっている。



出展：国勢調査 引用元：第2次深谷市総合計画

交通

交通の面では、関越自動車道、国道17号・同深谷バイパス・上武国道、国道140号・同バイパス、国道254号などがあり、広域間の基幹的役割を果たす道路として機能している。また、地域の玄関口として関越自動車道花園インターチェンジが設置されているほか、嵐山小川、本庄児玉のインターチェンジに近接している。

鉄道はJR高崎線、秩父鉄道の2路線において駅を有するとともに、上越新幹線およびJR八高線が通過し、上越新幹線本庄早稲田駅にも近接していることから、東京都心方面、上信越方面、秩父方面への交通の要衝となっている。

工業

工業の概況と主要産業

深谷市の工業は、市の経済を支える重要な産業の一つである。令和元年の工業統計調査によると、市内の製造業事業所数は258か所、従業者数は13,284人、製造品出荷額等は4,750億円となっている。主要な産業分野としては、食料品製造業、金属製品製造業、生産用機械器具製造業などが挙げられる。特に、深谷市は古くから瓦やレンガ製造の地として知られており、現在でも建設資材関連の製造業が盛んである。また、市内には深谷工業団地や川本春日丘工業団地、熊谷工業団地などの工業地帯が形成されており、多様な製造業企業が集積している。

工業の推移と特徴

深谷市の工業は、近年変化を遂げている。事業所数は緩やかな減少傾向にあるものの、製造品出荷額等は増加傾向にある。これは、個々の事業所の生産性が向上していることを示している。年間製造品出荷額の推移をみると、平成27(2015)年以降増加傾向がみられ、令和元(2019)年は微減しているものの、依然として高い水準を保っている。この成長は、市内企業の技術革新や設備投資の成果であると考えられる。また、深谷市は埼玉県内の市町村の中でも製造品出荷額等が平均より高い水準で推移しており、県北地域の工業の中心地としての役割を果たしている。

工業振興策と今後の展望

深谷市は、工業の更なる発展を目指し、さまざまな振興策を実施している。具体的には、企業誘致の推進、既存企業の事業拡大支援、産学官連携の促進などが挙げられる。特に、市は「深谷市産業振

興計画」を策定し、地域の特性を生かした産業振興を図っている。また、渋沢栄一を継ぎ、イノベーションの創出や新産業の育成にも力を入れている。今後は、デジタル化やグリーン化といった世界的な潮流に対応しつつ、地域の強みを生かした産業構造の高度化が課題となる。深谷市の工業は、これらの取り組みを通じて、持続可能な成長と地域経済の活性化に貢献することが期待されている。

商業

商業の概況と推移

深谷市の商業は、古くは中山道の宿場町として栄え、現在も深谷駅周辺に個人経営の商店が集まっている。また、昭和47年に着工した上柴土地区画整理事業により、上柴地区の開発が進み、市街地が形成されるとともに多くの商業施設が集積している。市全体の年間商品販売額の推移をみると、平成19（2007）年をピークに一時減少したものの、その後増加し、平成28（2016）年は2,823億円となっている。内訳としては、小売業が5～6割程度を占め、卸売業より多い傾向がある。事業所数及び従業者数の推移をみると、卸売業・小売業ともに減少傾向だが、卸売業は平成28（2016）年、小売業は平成26（2014）年からやや増加している。

商業の特徴と課題

深谷市の商業の特徴として、中心市街地と郊外型大型店舗の二極化が挙げられる。中心市街地では、個人商店を中心とした昔ながらの商店街が形成されているが、郊外型大型店舗の進出や消費者ニーズの変化により、空き店舗の増加や商店街の衰退が課題となっている。一方、上柴地区を中心とした郊外では、大型商業施設が立地し、周辺地域からの集客も見られる。しかし、これらの大型店舗の進出により、地域の小規模小売店との競争が激化している。また、インターネット販売の普及により、実店舗での販売が減少傾向にあることも課題である。これらの状況を踏まえ、中心市街地の活性化や地域に根ざした商店の魅力向上、オンラインとオフラインを融合させた新たな商業モデルの構築が求められている。

商業振興への取り組み

深谷市では、商業の振興を図るためにさまざまな取り組みを行っている。中心市街地活性化基本計画に基づき、空き店舗対策や商店街のイベント支援など、にぎわい創出のための施策を実施している。また、地域資源を活用した商品開発や観光との連携による集客力向上にも力を入れている。特に、深谷市出身の実業家である渋沢栄一の知名度向上を契機とした観光商業の推進や、花園インターチェンジ周辺に開業したアウトレットモールとの連携による経済効果の波及に期待が寄せられている。さらに、デジタル化への対応として、商店のECサイト構築支援やキャッシュレス決済の導入促進なども行っている。これらの取り組みを通じて、地域の特性を生かした持続可能な商業の発展を目指している。

観光業

主要な観光資源

深谷市の観光資源は、日本の近代化に大きく貢献した実業家・渋沢栄一に関連する施設などがあり、渋沢栄一の生家「中の家」や、渋沢栄一記念館などは主要な観光スポットとなっている。また、国の重要文化財に指定されているホフマン輪窯は、明治時代の煉瓦製造技術を今に伝える貴重な産業遺産である。自然資源としては、利根川や荒川といった大河川、鐘撞堂山などの緑豊かな環境が挙げられる。さらに、深谷市は「深谷ねぎ」をはじめとする農産物の生産地としても知られており、これらを活用した農業観光も注目されている。

観光客数の推移と特徴

深谷市の観光入込客数は、平成28年以降増加傾向にあった。しかし、令和2年は新型コロナウイ

ルス感染症拡大の影響により、約 295 万人にとどまった。観光客の特徴としては、渋沢栄一関連の施設を訪れる歴史・文化に関心の高い層と、農業体験や地元の特産品を求める食・農業観光の層が主となっている。また、令和 3 年の大河ドラマ「青天を衝け」の放映や、令和 6 年からの新一万円札の肖像採用により、渋沢栄一への注目が高まり、関連施設への来訪者増加が期待されている。

観光振興の取り組みと課題

深谷市は、観光振興策として「ベジタブルテーマパークフカヤ」の取り組みを推進している。これは、深谷市特有の農業の魅力を発信し、市内に人を呼び込み、観光回遊を実現するための施策である。また、花園インターチェンジ周辺に「深谷テラスパーク」「深谷テラス ヤサイな仲間たちファーム」「ふかや花園プレミアム・アウトレット」が開業し、農業と観光の振興に寄与する取り組みが行われている。課題としては、これらの新たな観光資源と既存の観光スポットを効果的に結びつけ、市内での滞在時間を延ばし、経済効果を高めることが挙げられる。また、近隣自治体や広域観光圏との連携強化、インバウンド観光の促進、観光客の受け入れ体制の整備なども今後の重要な課題となっている。

特産品（地域資源）

農産物

深谷市は農業が盛んな地域であり、多様な農産物が特産品として知られている。最も有名なのは「深谷ねぎ」である。深谷ねぎは柔らかく甘みがあり、鍋料理や焼きねぎなど様々な料理に用いられる。また、「深谷ブロッコリー」としてブランド化されたブロッコリーも特産品の一つである。その他にも、きゅうり、スイートコーン、トマト、にんじん、ほうれんそう、やまといもなどの野菜類が特産品として挙げられる。花き類では、ゆりやチューリップの生産が盛んである。さらに、江戸時代より徳川将軍家への献上品として名を馳せた「新戒ごぼう」の復活にも取り組んでおり、伝統と革新を併せ持つ農業地域として発展を続けている。これらの農産物は、深谷市の重要な地域資源となっている。

加工食品・郷土料理

深谷市の農産物を活用した加工食品や郷土料理も地域資源として重要である。「深谷ねぎ」を使用した商品開発が盛んで、ねぎ味噌やねぎドレッシングなどの調味料、ねぎせんべいなどの菓子類が開発されている。また、郷土料理としては「煮ぼうとう」が有名である。煮ぼうとうは、幅広の麺と野菜を煮込んでしょうゆで味を付けた郷土料理で、渋沢栄一も好んで食したとされている。近年では、「深谷ねぎカレーやきそば」が新たな地域資源として認定されており、B 級グルメとしても注目を集めている。

歴史的・文化的資源

深谷市は日本の近代化に大きく貢献した実業家・渋沢栄一の出身地として知られている。渋沢栄一に関連する史跡や施設が多く存在し、重要な地域資源となっている。特に、国の重要文化財に指定されている「ホフマン輪窯」は、深谷市の産業遺産として貴重な存在である。この輪窯で生産された「深谷の煉瓦」は、東京駅をはじめとする明治から大正にかけての近代建築に多く使用された。また、渋沢栄一の生家や、渋沢栄一記念館なども重要な観光資源となっている。これらの歴史的・文化的資源は、深谷市の観光や地域ブランディングにおいて重要な役割を果たしている。

深谷市総合計画について

深谷市の総合計画は、2018 年から 2027 年までの 10 年間を計画期間としている。この計画では、「元気と笑顔の生産地 ふかや」という将来都市像を掲げ、その実現に向けて 3 つの基本姿勢を定めている。それらは「多様性を尊重する」「魅力を生み出し、伝える」「未来への責任を持つ」である。さらに、計画では 6 つの基本目標を「まちのイメージ」として設定している。具体的には、「健康でいきいきと暮らせるまち（子育て・保健・福祉）」、「次代を担う人と文化を育むまち（教育・文化）」

「活力とにぎわいにあふれるまち（産業振興）」
 「安心とやすらぎを感じられるまち（暮らし・環境）」
 「快適で利便性の高いまち（都市・生活基盤）」
 「みんなで創る協働のまち（協働・行政経営）」である。これらの目標を通じて、深谷市は総合的かつ計画的なまちづくりを推進しようとしている。

深谷市総合計画における産業振興部門の方針と取り組みは以下のようにまとめられる。

深谷市の産業振興については、「活力とにぎわいにあふれるまち」を目指し、農業、商業、工業の育成・振興を通じて、まちのにぎわい創出と雇用促進を図ることを基本方針としている。

農業分野では、農業経営の安定化と農産物のPR推進、ブランド化による付加価値向上を目指している。また、農業生産基盤の充実、担い手の確保・育成、他産業との連携支援にも取り組んでいる。

商工業分野では、中小企業経営の安定化と成長支援、商店街のにぎわいづくり、商工業の活性化支援に注力している。さらに、企業誘致・留置の取り組みや、起業しやすい環境づくりも推進している。

観光振興においては、地域資源の観光資源化と、地域間・産業間で連携した観光振興支援を行っている。特に、渋沢栄一関連の観光資源活用に力を入れている。

労働環境の整備面では、就業支援や勤労者福祉の充実を図っている。

特徴的な取り組みとして、渋沢栄一の「論語と算盤」の考え方の普及・啓発、花園インターチェンジ周辺開発（アウトレットモール等）の活用、地域資源（深谷ねぎ等）を活用した商品開発支援などが挙げられる。

深谷市総合計画では、土地利用の方向性を6つのゾーンに分類している。市町村合併の結果、深谷商工会議所地区とふかや市商工会地区に分かれているが、ここでは深谷商工会議所の管轄地域に該当する北部ゾーンと中央ゾーンⅠに焦点を当てる。

北部ゾーンは「豊穡な土地が広がり歴史が息づく田園地域」と位置づけられている。この地域は深谷ねぎを中心とした農業が盛んであり、同時に渋沢栄一ゆかりの歴史的・文化的資源が豊富に残されている。総合計画では、これらの貴重な資源の環境維持、保存、そして積極的な活用を推進することが示されている。

中央ゾーンⅠは「活気とにぎわいにあふれる中核地域」として定義されている。この地域は、中山道沿道や深谷駅周辺の歴史ある市街地、上柴地区や東方地区などの計画的に整備された新市街地、さらには深谷工業団地や熊谷工業団地といった産業集積地で構成されている。加えて、深谷赤十字病院や東都大学など、重要な医療・教育施設も立地している。

総合計画では、この中央ゾーンⅠに対して、さらなる活性化策を推進し、まちなかの活気とにぎわいを増進させることを目指している。特筆すべきは、新たに建設された市役所新庁舎である。この新庁舎は防災中核拠点としての機能を担うだけでなく、市民の交流を促進するイベントの場としても活用されている。これにより、行政機能の強化と地域コミュニティの活性化が同時に図られている。



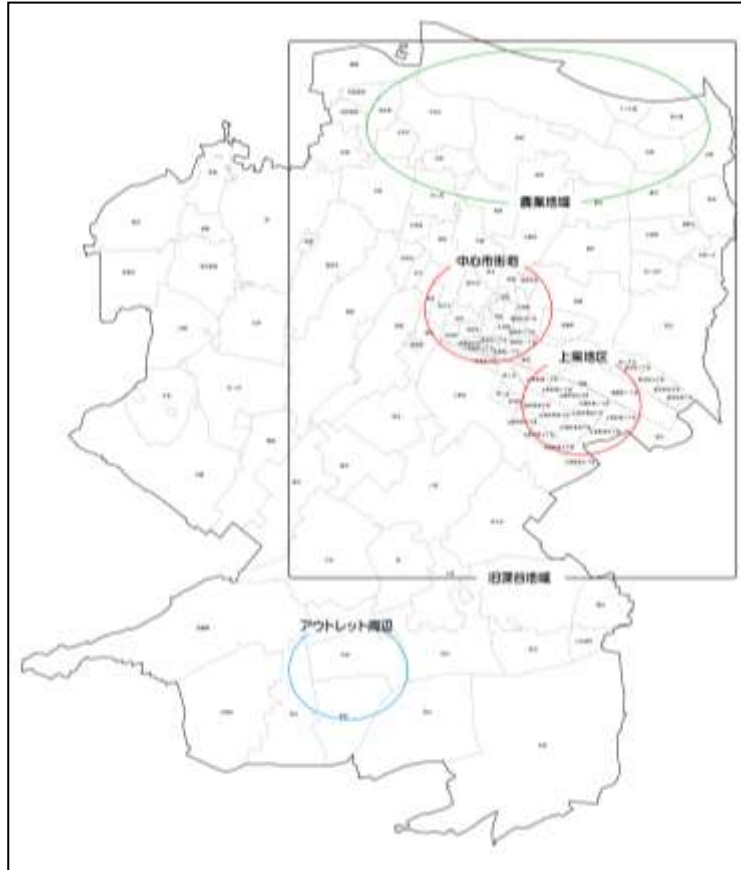
また、上柴地区については、商業施設の集積と地域医療施設の存在から、重要な生活サービス拠点として位置づけられている。そのため、周辺地域とのアクセス向上を図り、より多くの市民が利用しやすい環境整備を進めている。

②深谷市（特に深谷商工会議所管内）の課題

深谷商工会議所の管轄エリアは、歴史ある中山道の深谷宿を中心とした複数の商店街が存在する中心市街地と、大型商業施設を核に宅地開発が進んだ上柴地区を含む商工業が発展した地域（中央ゾーンⅠ）、そして利根川流域を中心に農業が盛んな地域（北部ゾーン）から構成されている。この地域特性を反映し、農産物の加工や食品製造など農業関連産業も多く立地している。

全国的には景気回復の兆しが見られ、堅実な業績を示す中小企業も存在する一方で、小規模な商店や工場では依然として売上高の伸び悩み、人手不足、事業主の高齢化といった課題が顕在化している。

近年、深谷市は大きな転換期を迎えている。2022年に開業した「ふかや花園プレミアム・アウトレット」は、広域からの集客が期待される新たな商業拠点となっている。また、2020年にオープンした新市庁舎では、市民の交流を促進するイベントの場としても活用され、地域の新たな交流拠点としての役割を果たしつつある。



さらに、深谷市出身の実業家・渋沢栄一の新紙幣肖像画採用や大河ドラマ化により、深谷市は全国的な注目を集めている。これらの新しい資源や機会を、いかに持続的な観光振興や地域経済の活性化につなげていくかが重要な課題となっている。

特に、アウトレットモールに訪れる広域からの来訪者を、どのように中心市街地や深谷商工会議所管内の他のエリアへと回遊させ、地域全体の経済効果を最大化するかが喫緊の課題である。新旧の地域資源を効果的に結びつけ、深谷市全体の魅力を高める取り組みが求められている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年の計画を見据えて

深谷市は、2018年から2027年までの10年間の方向性を示す「第2次深谷市総合計画」において、将来都市像を「元気と笑顔の生産地 ふかや」と定めている。この計画を推進する上での基本姿勢として、「多様性を尊重する」「魅力を生み出し、伝える」「未来への責任を持つ」の3つを掲げ、将来都市像の実現を目指している。

計画期間の前半5年間では、渋沢栄一の新紙幣の肖像画採用や深谷市へのアウトレットモール誘致

など、地域外からの注目を集める重要なイベントが既に実現している。後半の5年間(2023年～2027年)では、これらのチャンスを活かし、深谷市の商工業をより強固なものとし、持続的な発展を実現することが求められる。

②深谷市総合計画との連動性・整合性

深谷市総合計画の基本構想のうち、特に「3. 活力とにぎわいにあふれるまち(産業振興)」と本経営発達支援計画は密接に関連している。深谷市総合計画の後期基本計画(2023年～2027年)では、前期の成果を踏まえつつ、新たな課題に対応するための具体的な取り組みが設定されている。

この計画では、引き続き3-2-1「商工業の振興」が本経営発達支援計画と直接的に関連しており、以下の4つの取組方針が示されている：

1. 中小企業経営の安定化と成長支援
2. 商工業の活性化や商店街のにぎわいづくり支援
3. 企業誘致・留置への取り組み
4. 起業しやすい環境づくり

これらの方針に沿って、深谷商工会議所の具体的な役割と取り組みを検討し、実施していくことが重要である。特に、アウトレットモールとの連携など、新たな地域活性化の取り組みを積極的に活用しながら、総合的な産業振興を推進していく必要がある。

この後半5年間で、前半で整備された基盤を最大限に活用し、深谷市の商工業の持続的な発展と地域経済の活性化を実現することが、本経営発達支援計画の重要な目標となる。

③深谷商工会議所の役割

取組方針「3-2-1-1 中小企業経営の安定化と成長を支援します」では、

市内の中小企業が安定した経営基盤を備え、事業を継続し、成長していけるよう、事業者が経営について相談できる体制の整備や、環境変化に対応できるよう支援を行います。また、必要な運営資金を確保できるよう制度を運営します。

と書かれている。

深谷商工会議所では、この部分については、相談事業の強化、特に需要動向などは直接ヒアリングすることで事業者の困りごとを迅速に拾い上げたり、小規模事業者が苦手とされるDXへの対応に力を入れたいと考えている。

取組方針「3-2-1-2 商工業の活性化や商店街のにぎわいづくりを支援します」では、

市内の事業者をはじめ、経済関係団体などと協力しながら、深谷市の商工業の活性化を図るため、市内産業の製品やサービスの高付加価値化を支援するとともに、イベントの開催などを通じて市内事業所や産業を市内外にアピールします。

意欲的な小売店舗や商店街とともに、中心市街地に位置する商店街の活動が活発化するよう支援します。また、にぎわいをつくり出すため、中心市街地の空き店舗対策を推進します。

と書かれている。

深谷商工会議所でも、渋沢栄一を中心に地域資源を活かした商品づくりという点で、需要動向調査から事業計画販売促進までを一元化できる支援が必要であると考えている。あわせて産業祭について、事業所が出展して盛り上がるだけでなく、産業祭という機会をマッチングやアンケートなどに活用していく施策を取り入れたいと考えている。

取組方針「3-2-1-3 企業誘致・留置に取り組みます」では、

一定条件の工場などの新設、増設を支援し、市内への企業の誘致、市内で活動する企業の留置を図ります。

また、市内事業所が活動しやすくするため、市への要望などをしやすいよう、緊密な関係を築きます。また、市内事業所間の連携強化を図るため、事業所同士の交流を促進するなど、市内全体で盛り上げるよう活動します。

と書かれている。

深谷商工会議所では主に市内事業者が深谷市で事業をするメリットについて調査を行ったり、事業者のニーズを拾うための調査を強化するという点での支援が必要であると考えている。

取組方針「3-2-1-4 起業しやすい環境づくりに取り組みます」では、

経済関係団体などと連携しながら、起業を希望する方に必要な情報やノウハウなどを提供し、事業開始時の負担を軽減するとともに、起業後の事業定着に向けた取組を支援します。

と書かれている。

深谷商工会議所では、起業前の相談に乗ることはもちろん、起業後は小規模事業者であることから、事業を定着し大きく育てていただくという点での支援が必要であると考えている。

また、深谷商工会議所では、昨年、以下のビジョンを策定し、企業の支援に取り組むことを決めた。

①社会性（総論）

我々深谷商工会議所は渋沢栄一翁のイズムを継承し、地域企業が持続発展していくことを応援していきます。また、私たち自身もその活動を通じて常に成長していき、地域に密着した、お客様に頼られる存在であり続けます。

②収益・広報

会員企業はもちろんの事、地域内外に積極的な有効情報の発信を通じて会員拡大に努めます。また、地域振興啓蒙の情報発信者であり続けます。

③効率向上・コスト

常に業務を見直し、創意工夫をしながら、 unnecessary コストを削減します。

④人づくり

商工会議所職員として自覚し、意欲的な自己完結型でありつつも、組織力を発揮できる人材になります。

⑤組織運営・マネジメント・環境づくり

コミュニケーションを大切にし、積極的に他団体との連携を図り、結果の残せる組織となります。

⑥お客様との関係

常に、お客様の信頼と満足度向上のために努力し、WinWinの関係を築きます。

そこで、深谷市の総合計画から求められている深谷商工会議所の役割と、これら深谷商工会議所のビジョンを踏まえて、経営発達支援計画における経営発達支援事業の目標を定めていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

本経営発達支援事業（小規模事業者に対する支援）の目標を以下のとおりとする。

①事業計画策定支援の強化

小規模事業者が抱える経営課題の解決を支援するため、対話と傾聴を通じて事業者自身が潜在的な課題に「気づき」、自ら行動を起こすきっかけとなる支援を行う。その上で、事業者の状況や受容性に応じて「やれることからやる」姿勢で段階的な支援を進め、事業計画策定のサポートを通じて経営の安定化と成長を促進する。年間 40 件の事業計画策定支援を目標とし、地域のニーズに応じた個別支援を行う。

事業計画支援を通じて、事業者の経営基盤を強化し、後継者対策や事業の定着率向上に寄与することを目指す。また、必要に応じて DX 推進等の新たな経営課題への対応も支援する。

②事業者間のネットワーク強化とマッチング支援

産業祭や商談イベントを活用し、事業者間のマッチングを支援する。地域内外の事業者が交流し、新たなビジネスチャンスを創出できる場を提供し、年間5件のマッチング成立を目指す。また、深谷市内の企業と地域資源を活用したプロジェクトを進め、地域経済の活性化を図る。

③地域経済の活性化推進

渋沢栄一関連の観光資源とアウトレットモールを効果的に活用し、地域への経済効果創出を図る。また深谷ねぎなど特色ある地域資源を活用した商品開発を支援し、地域ブランド力の向上を目指す。さらに、中心市街地の活性化と回遊性の向上に取り組み、にぎわいの創出と地域経済の持続的な発展を図る。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①事業計画策定支援の強化に向けた方針

事業者との対話と傾聴を重視し、一回あたりの支援時間を十分に確保することで、表面的な課題だけでなく潜在的な経営課題の発掘に努める。特に、事業者自身が課題に気づき、自発的な行動を起こせるよう、丁寧なコミュニケーションを心がける。また、事業者の状況や受容性に応じて段階的な支援を行い、押し付けにならない伴走支援を実施する。

支援手法については、従来の対面での支援に加え、メール、電話、オンラインミーティング等を柔軟に活用することで、事業者が相談しやすい環境を整備する。これにより、事業者との接点を確保しつつ、緊急性の高い相談にも迅速に対応できる体制を構築する。また、デジタルツールを活用して支援記録の共有と分析を行い、組織的な支援ノウハウの蓄積を進めていく。

②事業者間のネットワーク強化とマッチング支援に向けた方針

産業祭等の既存イベントを効果的に活用し、事業者間の交流機会を創出する。その際、単なる交流に留まらず、具体的なビジネスマッチングにつながるよう、事業者の業態や規模、ニーズを事前に把握し、効果的なマッチングを実現する。特に、地域内事業者の強みや特徴を整理し、補完関係にある事業者同士の連携を重点的に支援する。

また、地域資源を活用した新商品開発や販路開拓において、事業者間の協力体制構築を支援する。その過程では、各事業者の課題やニーズを丁寧に把握し、Win-Winの関係構築を目指す。

③地域経済の活性化推進に向けた方針

渋沢栄一の新一万円札採用を地域活性化の重要な機会と捉え、関連施設やイベントを活用した観光振興を推進する。地域事業者による関連商品・サービスの開発を支援し、観光客の増加を地域経済の活性化につなげる。

深谷ねぎをはじめとする地域資源については、ふるさと納税との連携や、アウトレットモールの集客力を活用した販路開拓を進める。特に、アウトレットモールを訪れる観光客を地域商店街へ誘導する仕組みづくりに注力し、地域全体への経済波及効果の創出を目指す。これらの取り組みを通じて、地域の魅力向上と経済活性化の好循環を生み出していく。

このように、各方針を段階的かつ体系的に実行することで、事業者の持続的な成長と地域経済の活性化を実現する。なお、これらの方針は、事業者や地域の状況変化に応じて柔軟に見直しを行い、より効果的な支援の実現を目指す。

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]

これまで、地域の経済動向調査については、小規模事業者の求めに応じて、人口統計や世帯数調査、

市町村や金融機関の地域経済動向データ、独自の交通量調査などを活用し、情報提供を行ってきた。また、会員企業に対してはがきによるアンケート調査を実施し、地域事業主の景況感をまとめたデータを提供してきた。これらの取り組みにより、データを集め、それらをまとめるというノウハウは一定程度蓄積されてきた。

〔課題〕

一方で、データを集めるノウハウは身についたものの、それらのデータを活用し、事業所の経営や事業に役立つ形で提供できたかという点では課題が残る。具体的には、以下の点が挙げられる。

- ・データをまとめることが目的となってしまう、分析まで意識が回らなかった。
- ・データの収集やデータをまとめること自体に時間がかかってしまった。
- ・データを分析するスキルに自信がなく、どのようにまとめていいかわからなかった。
- ・深谷市全体のレポートだと、毎年代わり映えがないように感じてしまっていた。
- ・上記レポートだと活用してもらおうお客様のイメージがつかみづらく、まとめ方に苦慮した。

これらの課題を踏まえ、より効果的かつ事業者にとって有用な経済動向調査の実施が求められている。

(2) 目標

内容	公表方法	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①地域経済動向調査 公表回数	HP	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②ビッグデータレポート 公表回数	HP	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③公的機関調査結果 公表回数	HP	12回	12回	12回	12回	12回	12回

※①は経営指導員による景況感調査、②は RESAS 活用による分析結果の公表回数
これらの調査より実態に即した地域経済の動向を把握し、効果的な支援策の立案や事業者への情報提供が可能となる。また、デジタルツールの活用により、調査・分析の効率化を図り、タイムリーな情報提供を実現する。③はこれまで同様調査結果を掲載するが、それとは別に地域での活用法などについてまとめたレポートを所内で作成・共有する。

(3) 事業内容

① 地域経済動向調査（相談事業者の声を活かした実態把握）

【目標】

これまで管内の景気動向について「景気動向調査」に独自の調査項目を加えたものを年2～4回実施してきた。今後は、経営指導員が日々の相談業務で得られる事業者の生の声を体系的に整理・分析し、実態に即した地域経済動向を把握する。年4回（5月、7月、10月、3月）の総会で報告し、その内容をホームページで公表する。

【調査手法】

- ・経営指導員が通常の相談業務や巡回時に得られる情報を、統一したフォーマットで記録
- ・3ヶ月ごとに各経営指導員の情報を集約し、業種別・課題別に整理
- ・指導員会議で内容を精査し、傾向分析を実施

【調査項目】

定量的項目

- ・業況（売上・利益の推移）
- ・資金繰りの状況
- ・雇用の状況
- ・設備投資の意向

定性的項目

- ・経営課題・悩み ・業界動向に関する認識 ・将来展望、経営方針 ・支援ニーズ

【分析手法】

- ・業種別の課題・ニーズの分析 ・規模別の傾向分析 ・経営課題の類型化
- ・支援ニーズの整理・分類

【活用方法】

- ・総会での報告を通じた情報共有と意見交換
- ・分析結果のホームページでの公表（四半期ごと）
- ・経営指導員間での支援ノウハウの共有
- ・事業計画策定支援における外部環境分析資料としての活用
- ・深谷市への情報提供による施策立案への活用

この方法により、アンケート等では把握しづらい事業者の本音や実態を効率的に収集・分析することが可能となり、より実効性の高い支援につながることを期待できる。また、経営指導員の日常業務の中で実施できるため、継続的な実施が可能である。

② ビッグデータの活用

①の巡回調査を補完するため、国が提供するビッグデータを活用し、対他地域との違いが分かるような地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

具体的には、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）や、深谷商工会議所で導入した市場情報評価ナビ（MieNa）といった分析ツールを活用する。また、日本政策金融公庫の景況に関する調査結果や中小機構の中小企業景況調査（関東ブロック）といった公開されている情報もまとめてレポートに反映する。

【分析手法】

RESAS：「地域経済循環マップ・生産分析」「まちづくりマップ・From-to分析」「産業構造マップ」等を活用し、地域の経済動向を分析する。

MieNa：「市区町村一覧レポート」「市区町村明細レポート」「商圈レポート」等を活用これらの分析を総合的に行い、事業計画策定支援等に反映する。

③ 公的機関による調査結果の活用

【調査対象・調査手法】

- ・LOBO調査（日本商工会議所）
- ・埼玉県が公表する経済動向調査（埼玉県経済動向調査、彩の国経済の動き等）
- ・その他、関連する公的機関の調査結果

【分析手法】

各調査の結果を時系列で整理し、トレンドを分析。当地域の状況と全国・県の状況を比較し、地域特有の課題や傾向を抽出する。また、業種別の動向も分析し、業種ごとの特徴や課題を明確化する。

これらの分析結果は、①の地域経済動向調査の結果と合わせて総合的に分析し、より実態に即した地域経済の動向把握に努める。特に、深谷商工会議所としては、毎月出されるデータにはどんな意味があり、小規模事業所はこのデータをどのように活用すればいいのかといった部分を重点的に考え伝えていく。

(4) 調査結果の活用

情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知。経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。特に、事業計画書作成支援時には、外部環境の分析資料として使えるよう、作成した結果をカスタマイズし該当する事業所へ提供する。さらに、深谷市と共有し、創業や企業誘致につなげる資料として利用してもらう。

これらの取り組みにより、より実態に即した経済動向調査を実施し、小規模事業者の経営支援に活用することが可能となる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで深谷商工会議所では、商圈分析ツールを使用したレポート作成や、インターネットの検索ワード数を活用した一覧レポートを、事業所の商品やサービスに合わせて作成してきた。また、調査機関を利用して買い物客へのアンケートを行い、お客様が求める商品・サービスのヒントとなるようなデータ・レポートの作成を行ってきた。

[課題]

これまで実施してきた調査は、大きな市場でのデータが中心であったため、個別の企業で活用しづらい面があった。小規模事業者にとって、より具体的で実用的な需要動向調査が必要である。また、地域資源を活用した商品開発を促進するためにも、それに特化した需要動向調査が求められている。

(2) 目標

内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
新商品開発の調査対象事業者数	15 アイテム	5者	5者	5者	5者	5者
新商品開発の調査件数 (ヒアリング人数)	50人	50人	50人	50人	50人	50人
既存商品の調査対象事業者数	--	5者	5者	5者	5者	5者
既存商品の調査件数 (ヒアリング人数)	--	50人	50人	50人	50人	50人

※産業祭アンケート調査は、出展者の中から対象を選定して実施する。

(3) 事業内容

【調査対象となる事業者の選定】

需要動向調査を行う事業者は、以下の条件に該当する意欲的な事業者を中心に選定する。

新商品開発の調査対象（5者）

- ・経営革新計画の承認を受けた、または申請を検討している事業者
- ・地域資源（深谷ねぎ、渋沢栄一関連等）を活用した新商品開発に取り組む事業者
- ・設備投資を実施または検討し、新たな製造ライン確立を目指す事業者
- ・当所が実施する創業塾等の支援プログラムを受講し、新商品開発に意欲的な事業者 など

既存商品の調査対象（5者）

- ・当商工会議所の展示会・商談会等の事業に積極的に参加し、販路開拓に意欲的な事業者
- ・新規雇用を行い、生産体制の強化を図る事業者
- ・自社商品のブランド力向上に取り組む事業者
- ・インターネット販売等の新たな販売チャネル開拓に取り組む事業者 など

これらの事業者は、「5.経営状況の分析を行う事業者」および「6.事業計画の策定を行う事業者」と連動させ、需要動向調査の結果を事業計画の策定・実行に確実に結びつける。また、調査対象事業者の選定にあたっては、過去の支援実績や経営指導員による巡回・窓口相談の中から、特に意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を選定する。

①産業祭での新商品に関するアンケート調査 (BtoC)

【サンプル数】 来場者 50 人

【調査手段・手法】 産業祭（毎年 11 月開催、来場者数約 3 万人）において、来場者にアンケート調査を実施する。

【調査実施場所】

産業祭会場内に専用ブースを設置し、試食・商品説明等と合わせてアンケート調査を実施する。必要に応じて職員やボランティアスタッフを配置し、来場者の意見を丁寧に聴取する。

【分析手段・手法】 調査結果は専門家と連携し分析を行う。

【調査項目】

- ・商品の味、見た目、価格、パッケージ等
- ・改善点、購入意欲 等

【分析結果の活用】

分析結果は当該事業者へフィードバックし、更なる改良等に資する。また、当該事業者の事業戦略の策定、新商品開発時のマーケティング資料として活用する。

②既存商品に関するアンケート調査 (BtoC)

【サンプル数】 来場者 50 人

【調査手段・手法】 産業祭において、来場者にアンケート調査を実施する。

【調査実施場所】

産業祭会場内に専用ブースを設置し、試食・商品説明等と合わせてアンケート調査を実施する。必要に応じて職員やボランティアスタッフを配置し、来場者の意見を丁寧に聴取する。

【分析手段・手法】 調査結果は専門家と連携し分析を行う。

【調査項目】

- ・商品の認知度、購入経験
- ・価格、品質、デザイン等の評価
- ・競合商品との比較 等

【分析結果の活用】

分析結果は当該事業者へフィードバックし、商品改良や販売戦略の見直し等に活用する。

(4) 調査結果の活用

各調査の分析結果は、個別に当該事業者へフィードバックし、新商品開発や既存商品の改良等に活用する。また、相談業務や事業計画作成支援などの際に活用し、実効性の高い支援につなげる。さらに、必要に応じて専門家派遣を実施し、調査結果を踏まえた商品開発、販路開拓等の支援を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

深谷商工会議所では、移動先でもスマートフォンから記入できる簡易的なシステムを独自で作り、深谷商工会議所で定めた項目に従い分析チェックシートの作成を行ってきた。この取り組みにより、基本的な経営状況の把握は可能となっている。売上高や経費についての具体的な数値を入れる体制も整ってきており状況分析のデータ収集力を高めることができた。

[課題]

収集したデータを活用した深い分析や、経営者が気づいていない潜在的な課題の抽出が不十分な状況にある。経営指導員と事業者との間で、対話と傾聴を通じた本質的な課題の掘り下げはまだまだ不

十分であり、収集したデータや分析結果を事業計画策定や実効性の高い支援につなげるプロセスの確立が重要である。

また、多様な支援ツールの中から個々の事業者に適したものを選択して活用する体制や分析結果を組織内で共有し、経営指導員等のスキルアップや支援の質の向上に活用する仕組みも必要だと感じている。これらの課題に対応し、既に構築されているデータ収集システムを基盤としつつ、より深い経営分析と効果的な支援につなげていくことが必要である。

(2) 目標

内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
分析件数	60者	60者	60者	60者	60者	60者

経営分析件数については、年間分析件数 60 者を維持し、AI ツールの活用により分析の質的向上を図る。

(3) 事業内容

① 経営分析を行う事業者の発掘

巡回・窓口相談、セミナーなどを通じて、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者の中から、経営分析を行う事業者を選定する。

② 経営分析の内容

【対象者】

選定した 60 者

【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 等

《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」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のツールも活用しながら、経営指導員等が分析を行う。

③ 経営課題の抽出プロセス

単なる財務分析や SWOT 分析にとどまらず、経営指導員が事業者との対話と傾聴を重視し、経営者自身が気づいていない潜在的な経営課題を引き出すよう努める。必要に応じて、本音の引き出しに長けた中小企業診断士等の専門家と連携し、より深い分析を行う。

(4) 分析結果の活用

経営状況の分析結果は、まず当該事業者にフィードバックし、事業者自身が自社の現状と課題を客観的に理解できるようにする。その上で、事業計画策定の基礎資料として活用し、実現可能性の高い計画づくりにつなげる。

また、分析結果は当商工会議所内で共有し、組織全体の支援能力向上に役立てる。具体的には、内部共有ツールを活用して分析結果や支援プロセスを共有し、経営指導員等のスキルアップを図る。さらに、分析結果をデータベース化することで、職員間の連携強化や人事異動時の円滑な引継ぎに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業計画の策定については、深谷商工会議所では積極的に実施してきており、事業計画書作成のためのセミナー開催（新規事業計画・創業計画）、小規模事業者持続化補助金、融資計画、創業計画などの計画書作成および申請支援、経営革新計画の承認支援などを行ってきた。特に、事業計画策定セミナーでは参加者に担当職員を割り当て、セミナーだけで終わらない支援体制を作ってきた。

[課題]

一方、小規模事業者の多くが目の前の課題解決に追われている状況で、中長期的な視点に立った事業計画の策定が不十分である。また、事業者自身が本質的な経営課題を認識していないケースも多く見られる。事業者の潜在的な力を引き出し、自己変革力を高める支援が必要となっている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画書を作ることは、経営をうまく進めるための一つの手段であるが、小規模事業者の場合、目先の課題に気を取られるケースが多く、「事業計画作成」だけをテーマにしても反応が良くないことがわかった。そこで、毎年度のテーマに事業で特に課題となるテーマ（例：販売促進・人材採用）を中心に掲げ、その課題を解決する内容を提示する。その中に事業計画策定の項目を加えセミナーのゴールとなるよう設計を行う。

なお、セミナーの中では、経営課題の解決手段の一つとして IT 活用やデジタル化の事例も必要に応じて紹介する。ただし、デジタル化自体を目的とするのではなく、経営課題の解決に有効なツールとして位置づけ、事業者が取り組みやすい形で情報提供を行う。

(3) 目標

内容	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
セミナー開催件数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
事業計画策定事業者数	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
経営革新計画におけるデジタル化支援件数※	—	5 件	5 件	10 件	10 件	10 件

※経営革新計画において「デジタル化を含む経営革新」に該当する案件数

(4) 事業内容

① セミナーの開催

年 2 回、具体的な経営課題をテーマとしたセミナーを開催する。各回のテーマは、地域の小規模事業者のニーズを踏まえて設定する。

【想定されるテーマ例】

- 効果的な販売促進戦略の構築（SNS の活用事例を含む）
- 生産性向上のための業務改善（基本的な IT ツールの活用例を含む）
- 資金繰り改善と収益性向上（クラウド会計等の活用例を含む）
- 人材採用・育成の方法
- 事業承継の進め方

【セミナーの構成】

- 経営課題に関する具体的な解決策の提示
- 課題解決に役立つ DX ツールの紹介と活用方法（必要に応じて）
- 事業計画策定の重要性と基本的な作成方法
- ワークショップ形式での事業計画策定演習

② 事業計画策定支援

セミナー参加者を中心に、事業計画策定を希望する事業者に対して、経営指導員等が担当制で張り付き、伴走型の支援を実施する。経営力再構築伴走支援モデルに基づき、対話と傾聴を重視しながら、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげる。

【支援対象】

- ・セミナー参加者
- ・経営分析を行った事業者
- ・各種補助金の申請を考えている事業者
- ・融資を検討している事業者
- ・事業承継を控えている事業者 など

【支援内容】

- ・SWOT分析等を用いた経営課題の明確化
- ・経営理念や経営ビジョンの再確認
- ・具体的な行動計画の策定
- ・数値計画の作成支援 など

【手法】

- ・経営指導員による個別相談会の開催（月2回）
- ・外部専門家（中小企業診断士等）による専門的な指導・助言（事業者の課題に応じ月1～2回程度）
- ・経営指導員と外部専門家の連携による計画策定支援
- ・必要に応じて、複数の専門家（税理士、社会保険労務士等）を交えた検討会の実施 など

【外部専門家の活用方法】

- ・当所で委嘱する専門家による指導
- ・よろず支援拠点のコーディネーターとの連携
- ・ミラサポ plus 等の専門家派遣制度を活用
- ・地域金融機関の専門家との連携 など

③ DX 策定支援

セミナーを通じて DX に関心を持った事業者に対し、個別の DX 推進計画策定を支援する。事業者の経営課題と DX を関連付け、実効性の高い計画策定を目指す。

【支援内容】

- ・現状の業務プロセスの分析
- ・導入可能な DX ツールの選定
- ・DX 推進による効果予測
- ・段階的な導入計画の策定

【手法】

- ・DX ツールの導入支援や操作指導

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]

事業計画策定後のフォローアップとして、これまでは計画策定事業者に対して販売促進やブランディングに関するセミナーを開催してきた。また、計画作成事業者に対する巡回訪問および連携機関・外部専門家の同行支援を行ってきた。しかしながら、フォローアップの頻度や内容にばらつきがあり、効果的な支援に至っていない場合もあった。

[課題]

フォローアップの優先順位が十分に確立されておらず、計画的な支援が実施できていない。また、

事業計画を策定した事業所への訪問が、別の用件で異なる担当者が行うことがあり、フォローアップの機会を逃すケースが見られた。さらに、小規模事業者の売上や利益など、定量的な推移の把握が不十分であった。

(2) 支援に対する考え方

一部フォローアップできなかつた事業者があつた現状を踏まえ、今後は事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、事業者の進捗状況に応じて支援頻度を調整する。単なる計画の進捗確認にとどまらず、事業者の内発的動機づけを促し、自走化に向けた潜在力を引き出す支援を行う。経営力再構築伴走支援モデルの要素を取り入れ、事業者が本質的課題を認識し、自ら行動を起こすよう促す。

(3) 目標

内容	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ対象事業者数	35 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
頻度 (延回数)	70 回	80 回	80 回	80 回	80 回	80 回
売上増加事業者数	13 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
利益率 2%以上増加の事業者数	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

(4) 事業内容

①フォローアップの実施

事業計画策定 40 者すべてを対象とし、対象事業者の課題を踏まえ設定した伴走頻度 (4 半期ごとに 1 回～年に 1 回) で計画の進捗状況を確認する。ただし、事業者からの申し出等により、臨機応変に対応する。

②進捗状況に応じた対応

進捗状況が思わしくない事業者については、原因を掘り下げて分析し、他の支援機関や専門家と連携して集中的に支援する。

③経営力再構築伴走支援の実践

フォローアップの際は、対話と傾聴を重視し、事業者自身が課題を認識し、解決に向けて主体的に行動するよう促す。必要に応じて、事業計画の修正や新たな支援策の提案を行う。

④成果の測定

年度ごとに売上高、利益率等の数値を確認し、計画策定時の目標と比較する。目標と大きく乖離している場合は、原因を分析し、改善策を検討する。

⑤支援ノウハウの蓄積と共有

フォローアップの経過や成果を経営カルテに詳細に記録し、組織内で共有する。特に成功事例や難易度の高い支援事例については、内部研修等で共有し、支援能力の向上につなげる。

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]

これまでは、複数の web メディア（暮らしサポート web、ふかまる Ippin、FUKAYABRAND、フカワザ、FUKASTA）の制作・運用やカタログ型広報誌の全戸配布によるリアルメディアでの情報発信を通じて、小規模事業者の情報掲載・情報発信の支援を行ってきた。また、当商工会議所にて YouTube チャンネルを開設し、事業者向けの動画制作支援として、セミナーの開催や小冊子の提供などを実施してきた。これらの取り組みにより、地域内外への情報発信力が向上し、掲載事業者の認知度アップや新規顧客獲得に一定の成果を上げてきた。

[課題]

一方で、web メディアやリアルメディアへの掲載後のフォローアップが不十分で、具体的な売上増加につながっているか把握できていない点や、各メディアの特性を活かした効果的な活用方法が事業者には十分浸透していないことが課題として挙げられる。

また、DX 推進の観点から、事業者自身の IT 活用能力向上が必要だが、十分な支援ができておらずせっかくの web サイトが活用しきれていない。

あわせて、産業祭などのイベントを活用した事業者間のマッチング機会が不足しており、YEG モールやビジネスモールなど、全国規模のプラットフォームの活用が不十分であるなど、既存の支援ツールの活用も必要であると考えている。

(2) 支援に対する考え方

当商工会議所が構築してきた web メディアとリアルメディアを活用し、小規模事業者の新たな需要開拓を効果的に支援する。メディア掲載後のフォローアップを強化し、具体的な売上増加につなげる。同時に、事業者の DX 推進支援や YEG モール等の全国的プラットフォーム活用を促進し、販路拡大の可能性を広げる。また、産業祭や独自イベントを活用した事業者間マッチングにより、地域内の新たな取引機会を創出する。これらの多角的アプローチにより、小規模事業者の持続的な経営発展を支援する。

(3) 目標

内容	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
web メディア等掲載事業者数	—	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
マッチング事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(4) 事業内容

① web メディア・リアルメディアを活用した販路開拓支援 (BtoC)

既存の 5 つの web メディア（暮らしサポート web、ふかまる Ippin、FUKAYABRAND、フカワザ、FUKASTA）及びリアルメディア（カタログ型広報誌）への掲載を通じて、小規模事業者の販路開拓を支援する。

【支援内容】

- 各メディアへの効果的な情報掲載支援
- 掲載後の売上アップに関するヒアリング調査の実施
- 調査結果を基にしたフォローアップ支援
- PR 施策の実施（セミナー等でのサイト紹介、活用事例の共有）

② 産業祭や独自イベントを活用したマッチング支援 (BtoB)

産業祭出展者のリストを活用したり、取引先開拓イベントを開催することで、事業者間のマッチングを支援する。

【支援内容】

- 産業祭出展者のリストを活用し、事業者間のマッチングを支援
- 取引先開拓イベントの開催
- 事前のニーズ調査とマッチング候補の選定
- 事後フォローアップの実施

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〕

事業の評価および見直しに関しては、これまで年度ごとに経営指導員や市町村担当者を中心に事業の進捗状況を確認し、必要な改善を行ってきた。また、外部有識者（例：中小企業診断士）との見直しを行うことで、気づかない点の指摘をいただけるなど、他地域や診断士協会の情報網から得られる情報を教えていただける点が大きな成果となっている。これにより、事業者からのフィードバックを受けて次年度の計画に反映することで、支援の質を高めてきた。

〔課題〕

現状の評価体制では外部有識者の関与を行っているが、さらに効果的な活用と継続的な見直しが必要である。また、評価結果の地域への周知が十分でなく、事業者に対する改善点のフィードバックが遅れることがある。

(2) 事業内容

上記の現状と課題を踏まえ、以下の取組を実施する。

① 事業の実施状況を定量的に把握する仕組み

事業の進捗を客観的かつ定量的に把握するため、以下の方法を用いる。

- 各事業について、進捗率を数値化し、進捗状況を5段階評価（例：未着手、準備中、進行中、ほぼ完了、完了）で評価する。
- 成果指標（KPI）として、支援件数、成果指標（売上増加率、利益率向上、事業者満足度）を用いる。
- 進捗データや評価結果を記録するため、専用のフォーマットを作成し、進捗管理会議で共有する。

② 進捗管理と定期評価の実施

毎月の進捗管理

法定経営指導員および外部専門家（経営コンサルタント）を中心に進捗管理会議を毎月開催する。この会議では、進捗率や課題を確認し、必要に応じてPDCAサイクルの各段階（計画の見直し、実施内容の調整、次回評価に向けた改善策）を適用する。

半年に1回の中間評価

中間評価では、市の担当者を招き、進捗状況を共有するとともに、中間段階での課題や方向性の再確認を行う。この場での提案や指摘を基に改善案を策定し、次の期間に反映させる。

年度末の総合評価

年度末には、外部有識者（例：中小企業診断士）、深谷市担当者、法定経営指導員による外部評価委員会を3回の評価プロセスで実施する。

一次評価では、事業の進捗率や成果指標を基に定量的評価を行い、改善点を洗い出す。

二次評価では、具体的な改善提案を議論する。

最終評価では、外部有識者が事業全体を俯瞰的に評価し、次年度計画に反映すべき重要事項を提言する。

③評価結果の反映と公表

評価結果の反映

評価結果に基づき、年度末の改善案を策定し、次年度の計画に反映する。このプロセスにより、計画（P）に戻り、新たなPDCAサイクルを開始する。

公表方法

評価結果の概要は深谷商工会議所のホームページに掲載するほか、詳細な評価内容や改善計画については、深谷商工会議所内で閲覧可能な状態とする。事業者が閲覧時に評価内容について説明を受けられる仕組みを整えることで、透明性と双方向の情報共有を確保する。

この仕組みにより、事業の進捗と成果を継続的に把握・改善し、地域の小規模事業者に対する支援の質と実効性を向上させる。

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]

経営指導員及び一般職員の支援能力向上のため、これまで中小企業庁や埼玉県商工会議所連合会が主催する各種研修会への参加を促進してきた。また、所内では「深谷商工会議所イノベーション会議」を定期的に関催し、経営支援の専門家を交えた意見交換や職員同士の情報共有を行ってきた。さらに、事業承継に関する勉強会に外部専門家を招いて実施するなど、時宜に応じたテーマでの知識向上にも努めてきた。

[課題]

イノベーション会議については、これまでは外部の専門家に頼って実施していたが、今後は内部で進める方式に変更し、必要に応じて専門家の知見を学ぶ機会を設けながら、職員内でのコミュニケーションやスキル・情報の共有をより意識した取り組みが求められている。これらの取り組みにより、経営支援や情報共有の重要性に対する認識は深まったものの、実際の業務における具体的な支援スキルの向上や、得られた知識の実践への応用には課題が残されている。特に、急速に進展するデジタル化への対応や、地域特有の課題に対する支援能力の向上が求められている。また、職員間での知識やスキルの差異を縮小し、組織全体としての支援能力を底上げする必要性が認識されている。

(2) 事業内容

①支援能力向上について

ア. 新たな指導ノウハウの獲得・構築

経営指導員及び一般職員の支援能力のさらなる向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」や、埼玉県商工会議所連合会主催のセミナーや講習会へ、計画的に経営指導員等を派遣する。特に、デジタル化支援やコーチング手法など、現代の経営環境に即したテーマの研修への参加を重視す

る。

また、事業承継支援のノウハウ蓄積のため、外部専門家を招いての定期的な勉強会を継続して実施する。これにより、地域の事業者が直面する事業承継の課題に対して、より実践的な支援が可能となることを目指す。

さらに、職員間での知識共有を促進するため、研修参加者による報告会や、得意分野を持つ職員による内部勉強会を定期的に行う。これにより、個々の職員が得た知識やスキルを組織全体で共有し、支援能力の底上げを図る。

②情報共有の強化

ア. 各種会議の開催

組織内での情報共有と課題解決力の向上を図るため、以下の会議を定期的に行う。

職員会議（月 1 回）

総務課会議（月 1 回）

経営指導員会議（月 2 回）

イノベーション会議（月 1 回）

これらの会議では、支援事例の共有、課題の洗い出しと解決策の検討、新たな施策の提案などを行い、組織全体の支援能力向上を図る。

イ. 日報データベースの活用

日々の経営支援活動の内容を「日報データベース」に記録し、組織内で共有する。このデータベースを活用することで、支援の継続性を確保するとともに、他の職員の支援事例から学ぶ機会を創出する。

データベースの内容は定期的に分析し、支援傾向や効果的な手法の抽出を行う。これにより、組織としての支援ノウハウの蓄積と、それに基づく支援品質の向上を図る。

以上の取り組みを通じて、経営指導員等の資質向上を図り、小規模事業者に対するより効果的な支援の実現を目指す。

1 1. 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]

深谷商工会議所では、これまで「ビジネスパワーアッププロジェクト（BPP）」や「地域プラットフォーム」を通じて、周辺地域の支援機関との連携を図ってきた。また、以前は「地域支援機関会議」を開催し、深谷市の各種支援機関との情報交換や意見交換を行っていた。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、地域支援機関会議は一時中断を余儀なくされている。

[課題]

コロナ禍により対面での会議や情報交換の機会が減少し、支援機関同士の連携が希薄化している。特に金融機関との連携については、定期的な情報交換の機会が限られており、小規模事業者支援に関する最新の情報や支援策の共有が十分でない状況にある。また、支援機関同士の連携が形式的なものにとどまり、具体的な支援ノウハウの交換や共同での支援事例の創出には至っていない。

(2) 事業内容

上記の現状と課題を踏まえ、以下の事業を実施する。

①ビジネスパワーアッププロジェクト（BPP）の継続実施

相手先：県北地域の商工会議所・商工会

頻度：月1回

方法：深谷商工会議所を中心に地域の商工会議所の会議室にて、経営指導員が集まり、各支援機関で行っている支援事業についての進捗状況の共有と、各支援機関の課題解決に向けたミーティングを行う。ここでは、経営革新をはじめとした事業計画書策定の促進、県北地域を対象にした求職サイトの運営などを行う。

②地域プラットフォームの活用

相手先：県北地域の商工会議所・商工会

頻度：年2回以上

方法：各支援機関で役に立ったノウハウや事例を共有したり、研修会を開催したりすることで、支援ノウハウの獲得と経験の共有を行う。特に、商工会議所・商工会だけでなく、保証協会や中小企業庁の担当者など講師を招き、他地域の情報なども積極的に共有する。

③金融機関との定期的な情報交換

頻度：年1回

方法：深谷市内の金融機関の担当者と深谷商工会議所の職員による情報交換会を開催する。金融機関ごとの重点支援策や、経営革新計画、各種補助金に関する情報を共有し、小規模事業者への効果的な支援につなげる。また、この機会を通じて、金融機関と商工会議所の相互理解を深め、日常的な連携強化につなげる。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 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

[現状]

深谷市の地域経済活性化に向けて、これまで産業祭（年間来場者数約7万人）の開催、深谷宿屋台村ふっかちゃん横丁（9店舗の屋台と直売所）の運営など、様々な事業を展開してきた。また、深谷ねぎカレーやきそば（取扱店23店舗）の普及や深谷ねぎ等の農産物を活用した商品開発、渋沢栄一翁関連の観光資源活用にも注力してきた。

地域の回遊促進においては、レンタサイクル事業「フカペダル」の運営や中心市街地活性化の取り組み、深谷テラスなど新規施設との連携を進めており、地域全体の活性化を目指した施策を実施している。

[課題]

これらの取り組みは一定の成果を上げているものの、地域経済の持続的な活性化につなげるためには、さらなる改善が必要である。特に、花園インターチェンジ周辺に開設されたアウトレットモールからの誘客や、新市庁舎を活用した交流人口の増加、深谷テラスパークなど新施設との効果的な連携が求められている。

また、渋沢栄一翁の新紙幣の肖像画採用という好機を最大限に活かし、関連施設の活用促進や関連商品開発を通じて、地域全体の経済効果につなげることが重要な課題となっている。さらに、来訪者

の市内回遊性向上や既存商店街の活性化、イベント効果の地域経済への波及など、地域全体への経済効果の最大化も課題である。

(2) 事業内容

①地域資源を活用した新商品開発と観光振興

渋沢栄一翁関連商品開発支援（年間 5 件目標）を中心に、深谷ねぎ等を活用した商品開発支援、観光資源を活用した周遊促進事業を実施する。地域資源を活かした商品開発を通じて、地域のブランド力向上と経済活性化を図る。

②アウトレットモールとの連携による地域経済活性化

アウトレットモール隣接のテラスパークに深谷市の特産品や地域事業者の商品を紹介するアンテナショップへの出店機会を作るなど、観光ルート開発や情報発信、レンタサイクル等を活用した回遊促進を図る。テラスパークはアウトレットモールに隣接する好立地を活かし、アウトレットモールの来場者を地域内へと誘導することで、その集客効果を地域全体に波及させる。

③産業祭の刷新と事業者間マッチング強化

従来の産業祭を刷新し、BtoB マッチング事業や新商品・新サービス発表会の開催、出展者向け事前セミナーを実施する。これにより、産業祭を単なるイベントから、実質的な商談の場へと転換し、地域事業者の販路開拓と事業拡大を支援する。

これらの事業を通じて、深谷市の地域経済の持続的な活性化を図る。各事業の効果は、参加事業者数、商談成立件数、観光客数、売上増加額などの指標を用いて定量的に測定し、PDCA サイクルに基づいた継続的な改善を行う。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

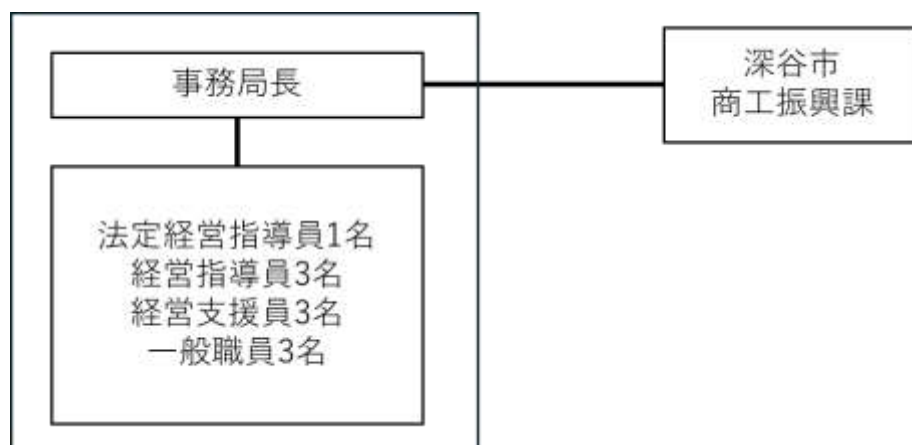
経営発達支援事業の実施体制

(令和 6 年 1 2 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)

経営発達支援事業においては、深谷商工会議所の事務局長の管理の下、法定指導員と深谷市の商工振興課が実施に向けて協議を行う。協議において決定したことについては、法定指導員・経営指導員および経営支援員・一般職員により担当を決め、役割に基づき支援を行う。



(2) 法定経営指導員の関わり

①当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：倉上 元徳

■連絡先：深谷商工会議所 TEL 048-571-2145

②法定経営指導員の関わり

経営発達支援事業の実施・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) 連絡先

①商工会／商工会議所

深谷商工会議所 経営支援課

〒366-0823

埼玉県深谷市本住町 17 番 3 号

Tel 048-571-2145 / Fax 048-571-8222

E-mail kaieishien@fukaya-cci.or.jp

②関係市町村

深谷市 産業振興部 商工振興課

〒366-8501

埼玉県深谷市仲町 11 番 1 号
Tel 048-577-3409 / Fax 048-578-7614
E-mail shoukou@city.fukaya.saitama.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	31,700	31,700	31,700	31,700	31,700
[中小企業相談 所会計]	12,350	12,350	12,350	12,350	12,350
指導事業費	5,450	5,450	5,450	5,450	5,450
創業支援等事業 費	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
小規模事業者支 援事業費	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
[一般会計]	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350
産業振興対策費	5,500	5,500	5,500	5,500	5,500
後継者・人材育 成支援事業費	850	850	850	850	850
地域振興事業費	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000

(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、国補助金、県補助金、市補助金、事業収入等

(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
一般社団法人 埼玉県中小企業診断士協会 埼玉県さいたま市浦和区高砂 4-3-21 三協ビル 5F 会長 高澤 彰 ステップアップマネジメント 埼玉県さいたま市浦和区東高砂町 30-9-501 代表 高島一則
連携して実施する事業の内容
①「6. 事業計画策定支援に関する事」において、経営指導員の知見を活かしたセミナーの開催と指導員による事業計画書作成のサポートを実施。 ②「7. 事業計画策定後の実施支援に関する事」において、コーチング理論を応用した事業所への声掛けの仕方や、その後のフォローアップの心構えについて同行しながらヒアリングを行う。 ③「9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事」において、専門家として、事業の実施状況、成果の評価・見直しについての指導を受ける。 また、経営発達促進会議と題し、月1回以上開催し、経営発達支援事業計画の進捗状況を専門家とともに確認。目標管理を行い、大きくずれる際の方向転換などを行っている。
連携して事業を実施する者の役割
①ステップアップマネジメントが同行・事業計画策定のフォローを行う。 ②ステップアップマネジメントが同行・事業計画策定のフォローを行う。 ③一般社団法人 埼玉県中小企業診断士協会が事業全体の事業の実施状況、成果の評価・見直しについての指導を行う。また、ステップアップマネジメントが、経営発達促進会議にオブザーバーとして参加。進捗状況を踏まえ目標管理を行う。
連携体制図等
<pre> graph TD A[埼玉県 中小企業診断士協会] -- 指導・助言 --> B[発達支援事業] C[深谷商工会議所] --- B D[深谷市] --- B E[ステップアップ マネジメント] -- 事業実施のサポート --> B </pre>