

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	荒川商工会 (法人番号 7030005015199) 秩父市 (地方公共団体コード 112071)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】 自社の「強み」を活かすことによる売上拡大 【目標②】 IT 利活用による販路開拓（情報発信）や業務効率化 【目標③】 「そば」などの地域資源の活用による観光消費の獲得 【目標④】 上記の新たな取組の事業計画に沿った実施による効果拡大 【目標⑤】 管内で創業が活発に行われることによる地域の活性化 【目標⑥】 経営力再構築伴走支援による小規模事業者の自己変革力向上
事業内容	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 小規模事業者が自社を取り巻く外部環境を把握するためや、データを活用した経営判断をするために「地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）」を実施する。また、管内の景気動向等を把握し、効果的な施策の立案に活用するために「景気動向調査（アンケート調査）」を実施する。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の「そば」などの特産品を活用した商品（メニュー）について、消費者（観光客等）のニーズを把握するために「来店客・宿泊客向け商品調査」を支援する。また調査結果を基に、商品のブラッシュアップを支援する。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自身が自社の経営状態を客観的に把握するためや、自社の「強み」を認識するために、「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。 6. 事業計画策定支援に関すること 「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策定を支援する。また、創業者・創業希望者向けに、創業計画の策定を支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 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。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新たな需要開拓を目的に、「ちちぶ荒川新そばまつり等でのテストマーケティング支援」や「ホームページやSNSの制作支援」を実施する。
連絡先	荒川商工会 〒369-1802 埼玉県秩父市荒川上田野 1427-1 TEL: 0494-54-1059 FAX: 0494-53-1016 E-mail: info@sobanosato.or.jp 秩父市 荒川総合支所 地域振興課 〒369-1894 埼玉県秩父市荒川上田野 1734-6 TEL: 0494-54-2114 FAX: 0494-54-2976 E-mail: ar-chiiki@city.chichibu.lg.jp

経営発達支援計画

1. 目標

①現状

秩父市（以下、当市）は、埼玉県の北西部にあり、面積は577.83 km²で、埼玉県全体の約15%を占めている。北は群馬県、西は長野県、南は山梨県及び東京都に接し、周囲に山岳丘陵を眺める盆地を形成している。都心まで約60～80km圏、さいたま市までは50～70km圏に位置している。市域の87%は森林で、その面積は埼玉県の森林の約40%を占めており、ほとんどは秩父多摩甲斐国立公園や武甲・西秩父などの県立自然公園の区域に指定されている。また、甲武信ヶ岳を源に発する荒川が市の中央を流れ、秩父湖、秩父さくら湖などのダム湖を形成している。この川によって市の中心部は東西に区分され、東部の平坦部分は市街地を形成し、商店街、住宅地などが集中している。西部丘陵地帯にある平坦地は、水田など農業用地が多くなっている。

平成 17（2005）年 4 月に、当時の秩父市、吉田町、大滝村、荒川村の 1 市 1 町 2 村が合併し、新「秩父市」が誕生した。

A map showing the Maiko Line route (西武秩父線) and surrounding area. The route starts at Maiko Station (秩父駅) and runs through Maiko Line (西武秩父線) to Maiko Station (秩父駅). The route includes stations: 秩父駅, 和銅黒谷, 大野原, 秩父, 御花畑, 影森, 三峰口, 白久, 浦山口, 武州中川, 武州日野. The map also shows the Maiko Line (秩父鉄道) and the Maiko Line (西武秩父線). The map includes a circular inset showing the location of Maiko City (秩父市) within the Maiko Line area.

イ 秩父市（荒川地区）の概況

当市には、秩父商工会議所、荒川商工会（以下、当会）、西秩父商工会の 3 つの商工団体がある。当会の管轄エリアは、図表 2「旧荒川村」の箇所となる。

当会の管内である「旧荒川村」は面積 46.97 ㎢、人口 4,200 人余りの地域である。市内中心からは、約 4～14 km 圏に位置している。合併後、秩父市全域と比べ、急激に人口が減少している。

地域中央部に一級河川の荒川が流れ、国道 140 号が東西に横断している。それに並行するように秩父鉄道が延びており、地域内には浦山口駅、武州中川駅、武州日野駅、白久駅、三峰口駅と、5 つの停車駅がある。

図表 2 荒川商工会の管轄エリア



ウ 人口推移

(a) 当市全体の人口推移

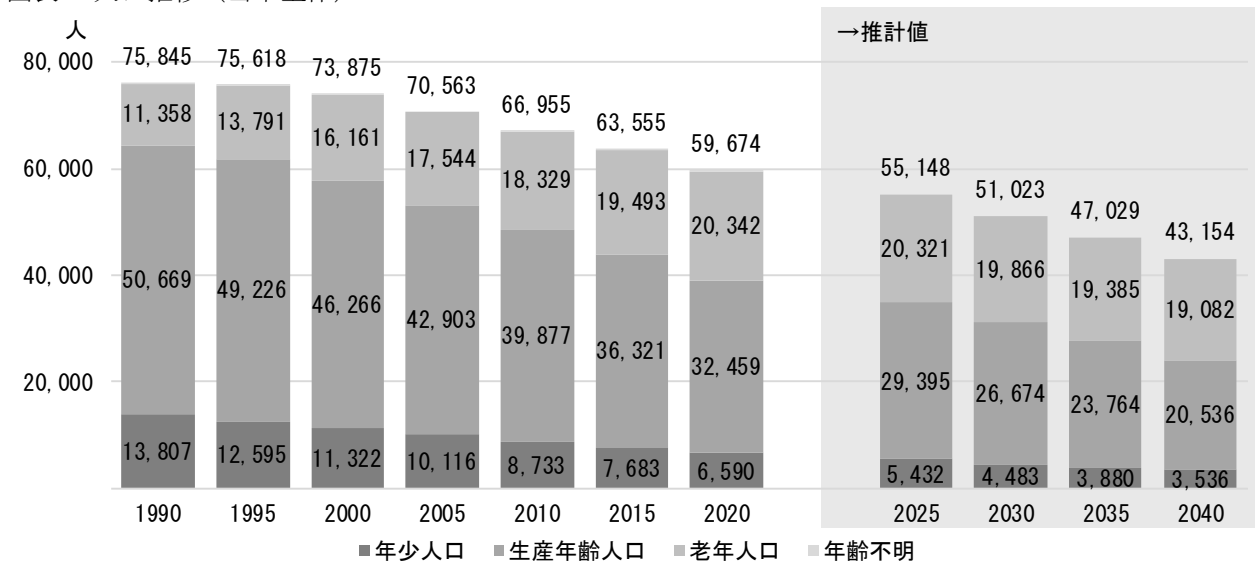
令和 6 年 4 月 1 日時点の人口は 57,806 人である。（住民基本台帳）

国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所の推計より人口推移をみると、総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。

年齢別人口では、今後、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 34.1%から令和 22（2040）年に 44.2%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 54.4%から令和 22（2040）年に 47.6%に低下する見込みである。

図表 3 人口推移（当市全体）

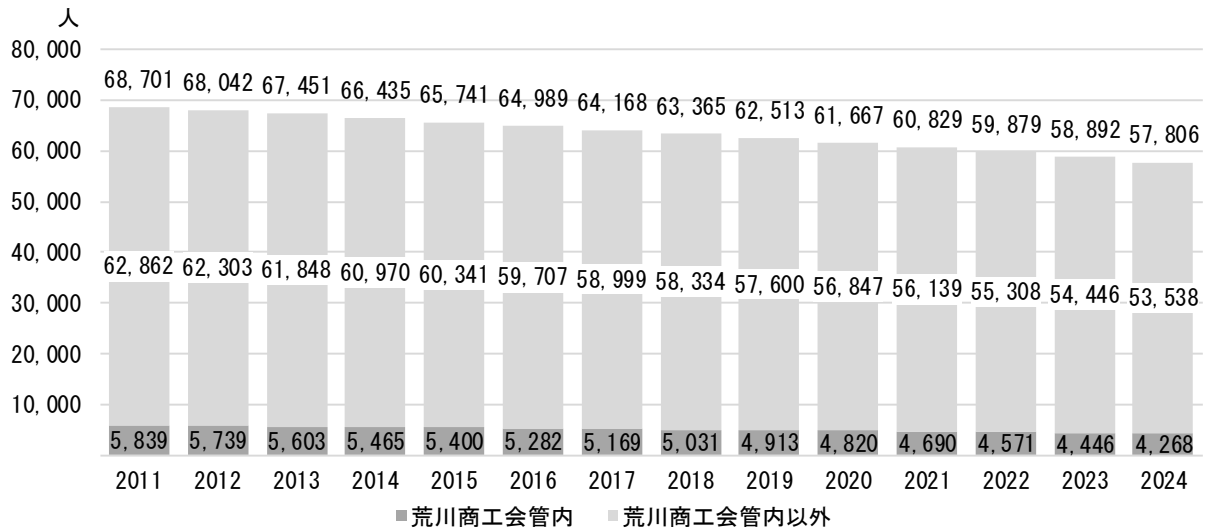


出典：総務省「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

(b) 当会管内の人口推移

令和 6（2024）年 4 月 1 日時点の、当会管内の人口は 4,268 人であり、当市全体の 7.4%となっている。
平成 23（2011）年と比較した人口増減では、当市全体の 15.9%の減少に対し、当会管内は 26.9%減少しており、市内でも人口減少が大きい地区であるといえる。

図表 4 人口推移（当会管内）



出典：秩父市「住民基本台帳」（各年 4 月 1 日時点）

エ 年齢（年代）別の人口

国勢調査（令和 2 年）より年齢別人口をみると、当市全体に比べて当会管内の 0 歳～49 歳の割合は低く、また、60 歳以上の割合は当市全体と比較しても高くなっている、

図表 5 年齢（年代）別の人口（当市全体）

（単位：人）

年齢	0-9	10-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-99	100-	年齢不明	合計
人口	4,039	5,238	4,448	5,549	7,436	8,051	9,060	8,567	5,541	1,425	40	280	59,674
比率	6.8%	8.8%	7.5%	9.3%	12.5%	13.5%	15.2%	14.4%	9.3%	2.4%	0.1%	0.5%	100%

出典：総務省「国勢調査」（令和 2 年）より一部加工

図表 6 年齢（年代）別の人口（当会管内）

（単位：人）

年齢	0-9	10-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-99	100-	年齢不明	合計
人口	197	410	245	296	570	641	777	802	516	165	5	2	4,626
比率	4.3%	8.9%	5.3%	6.4%	12.3%	13.9%	16.8%	17.3%	11.2%	3.6%	0.1%	0.0%	100%

出典：総務省「国勢調査」（令和 2 年）より一部加工

オ 特産品

当会管内には古来養蚕を主体に桑畑が多く存在していたが、時代とともに養蚕業が衰退し遊休農地化されていた。そこで平成 8 年、当会が中心となり「荒川そばの里づくり連絡協議会（生産者組合・手打ちそばの会・そば加工品組合・旅館民宿・旧荒川村（現秩父市）・農協・当会等で組織）」を発足。地域をあげて桑畑及び遊休農地を「そば畑」に転換し、そばの栽培を開始した。また、地元のそば粉を使用した「ちちぶ荒川新そばまつり」「そばの花見まつり（春・秋）」などで秩父荒川産のそばの普及を推進してきた。この結果、現在ではそばが特産品となっている。

また、当地域は山間部のため鹿や猪の害獣被害が大きく、年間を通じてこれらの有害鳥獣駆除を地元猟師が行っている。この捕獲された害獣が近隣の食肉処理業者へ持ち込まれることから、都心に比べて安価で安定して仕入れられる。市場の相場価格よりジビエ料理を提供しやすく、ジビエ料理専門飲食店が 2 店、旅館民宿で 5 店程度が提供している。野生鳥獣肉を食材とするジビエ料理が全国的に定着しつつあり、特

に当地区の鹿肉はわな漁で捕獲した鹿を取扱い、放血から1時間以内に処理施設へ納入し、臭みの元となる部位を取り除くため臭みが肉に残らないといった品質の高さで他地域と差別化できる。

カ 観光資源

当市には、豊かな自然や歴史・文化、またアニメや地酒・グルメなどの食文化、パワースポットなど豊富な観光コンテンツがある。そのなかでも、秩父神社、三峯神社、羊山公園（芝桜）、三十槌の氷柱などが全国的にも有名である。

このなかで東京方面から自動車で、三峯神社や三十槌の氷柱に向かうためには国道140号を利用するルートが一般的であり、その際、当会管内を通過することになる。そのため、当会管内では通過型の観光客が多いという特徴がある。

当会管内における主な観光資源は図表7のとおりである。

図表7 主な観光資源

観光資源	概要
清雲寺のしだれ桜	清雲寺の境内には、天然記念物に指定されている樹齢600年以上のしだれ桜等、大小合わせて約30本の桜があり、境内にある桜はすべてしだれ桜である。これだけのしだれ桜が集中して植えられている場所はとても珍しく、しなやかに垂れ下がるしだれ桜を存分に楽しむことができる桜スポットとなっている。
浦山ダム	重力式コンクリートダムとしては全国で2番目の高低差（156m）を誇る。堤体の上は広い遊歩道が整備され、ダム内にはエレベーターもあり、中にはダムの機能などを展示する堤体内ギャラリーが設けられている。また、ダム外側にある約500段もの階段はスリル満点である。またダム湖である「秩父さくら湖」では、近年、カナディアンカヌーなどの水上アクティビティを楽しむ観光客も多い。
道の駅あらかわ	自然に囲まれ、美味しいそばや四季折々の花が楽しめる道の駅である。ここでしか購入できない行者ニンニクがあり人気となっている。周辺には、カタクリ、フジバカマ、節分草などが咲き、のどかな里山散策を楽しめる。また秋には渡り蝶のアサギマダラが飛来する。

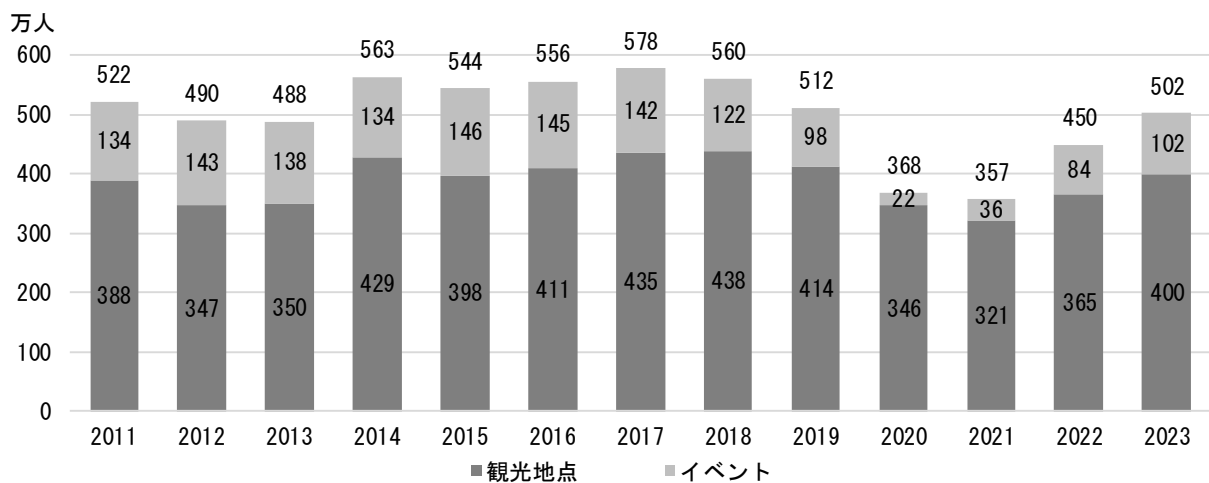
キ 観光入込客数の推移

(a) 当市全体の観光入込客数

令和5（2023）年の当市全体の観光入込客数は502万人である。

推移をみると、平成26（2014）年～令和元（2019）年は500万人超で推移。その後、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で減少したものの、令和5（2023）年には502万人まで回復していることが読み取れる。

図表8 観光入込客数の推移（当市全体）



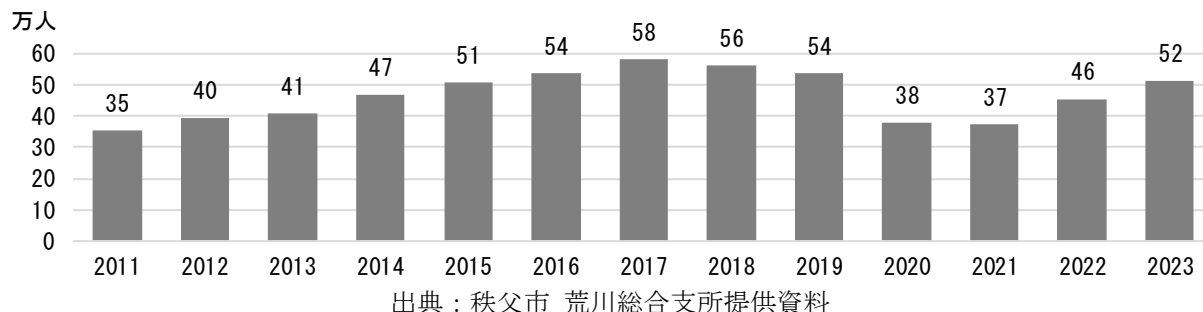
出典：埼玉県「県内市町村観光入込客数」

(b) 当会管内の観光入込客数

令和 5（2023）年の当会管内の観光入込客数は 52 万人である。

推移をみると、平成 23（2011）年以降、平成 29（2017）年まで増加傾向にあることが読み取れる。

図表 9 観光入込客数の推移（当会管内）



ク 産業

(a) 景況感

当会が調査協力を行っている中小企業景況調査の結果を集計することで景況感を確認する。

なお、令和 2（2020）年および令和 3（2021）年は、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響下で実施されているため、ここでは、令和元（2019）年の結果を確認する。

令和元（2019）年 4～6 月期の結果をみると、「好転」が 15.4%、「不変」が 38.5%、「悪化」が 46.1%となっている。「悪化」が約半数を占めていることから、平時であっても業況が悪いと感じる事業者が多いことが読み取れる。

図表 10 業況（自社）

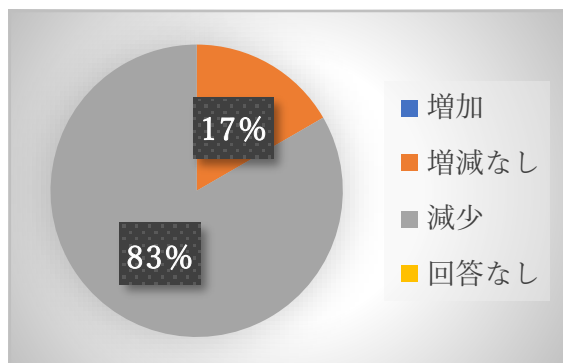
	好転	不変	悪化
2019 年 4～6 月期	15.4%	38.5%	46.1%
2020 年 4～6 月期	0.0%	28.6%	71.4%
2021 年 4～6 月期	20.0%	46.7%	33.3%

出典：荒川商工会「中小企業景況調査（調査協力）」

(b) 売上高比較

当会が実施した「コロナ融資利用状況に係る緊急アンケート調査」（令和 3 年 12 月実施）によると、コロナ前と比較した直近 1 年間（令和 2 年 12 月～令和 3 年 11 月）の売上高は、「売上増加」が 0%、「売上増減なし」が 17%、「売上減少」が 83%となっている。

図表 11 コロナ前と比較した直近 1 年間（令和 2 年 12 月～令和 3 年 11 月）の売上高



出典：荒川商工会「コロナ融資利用状況に係る緊急アンケート調査（令和 3 年 12 月実施）」

(c) 業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

i 当市全体の業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

経済センサスによると、当市全体の事業所数は、平成 24 年が 3,490 者、令和 3 年が 3,172 者である。
上記のうち小規模事業所数は、平成 24 年が 2,769 者、令和 3 年が 2,394 者であり、9 年間で 13.5%減少している。

小規模事業所数の増減を産業別にみると、卸・小売業（△122 者）、建設業（△93 者）、製造業（△70 者）の減少数が大きい。一方、医療、福祉（+24 者）や情報通信業（+11 者）では増加がみられる。

図表 12 業種別の事業所数及び小規模事業所数（当市全体）

	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	440	351	11	805	537	246	793	307	3,490
小規模事業所数	423	287	7	585	422	120	653	272	2,769
平成28年									
事業所数	391	325	10	754	527	273	769	261	3,310
小規模事業所数	374	260	8	550	416	135	626	227	2,596
令和3年									
事業所数	347	286	18	688	461	322	779	271	3,172
小規模事業所数	330	217	18	463	372	144	615	235	2,394
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△93	△65	7	△117	△76	76	△14	△36	△318
増減割合	△21.1%	△18.5%	63.6%	△14.5%	△14.2%	30.9%	△1.8%	△11.7%	△9.1%
小規模事業所数	△93	△70	11	△122	△50	24	△38	△37	△375
増減割合	△22.0%	△24.4%	157.1%	△20.9%	△11.8%	20.0%	△5.8%	△13.6%	△13.5%

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

ii 当会管内の事業所数

秩父市「統計ちちぶ」によると、当会管内の平成 24 年の事業所数は 222 者、平成 28 年の事業所数は 210 者であり、当市全体の事業所数の約 6%となっている。

図表 13 当会管内の事業所数・従事者数

	当市全体		当会管内	
	事業所数（者）	従事者数（人）	事業所数（者）	従事者数（人）
平成 24 年	3,501	26,216	222（6.3%）	1,556（5.9%）
平成 28 年	3,320	25,766	210（6.3%）	1,357（5.3%）
令和 3 年	3,194	25,898	189（5.9%）	1,191（4.6%）

※「農業、林業」の取り扱い方の違いにより、図表 12 の事業所数と図表 13 の事業所数に差異がある。

出典：秩父市「統計ちちぶ」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

(d) 業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）

i 商業

当地域には、商店街が形成されておらず個店が点在している。また、地区内人口の減少、消費者の地区外流出や経営者の高齢化・後継者不足、長引く景気の低迷やコロナ感染症の影響による購買力の低下、近隣郊外の大規模店進出等により空き店舗や空き地が目立つようになっている。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。

ii 工業

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。当地域は工業用地が少ないことや関越自動車道花園 IC から約 40 キロ（所要時間 1 時間 10 分程度）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。また山林の割合が多いことから、製材業・繊維製品製造業者も点在しているが、規模の小さい事業者が多く、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からの脱却が不充分などの課題は多い。

今後は生産性の向上、情報発信の支援も重要な課題になってくる。

iii_建設業

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ある。

iv_観光業

観光業では、新型コロナウイルスの影響を受けて入込観光客数は、大きく減少したものの、少しずつコロナ禍前の水準に戻りつつある。豊かな地域資源に恵まれた当地区では、自然を活かしたバンジージャンプなどの観光・レジャー施設が整備されてきていることにより、若年層の観光客が増えてきている。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営業しており、観光客が当地を訪れている。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や人手不足が深刻ななか、ITの利活用などが課題となっている。飲食店では、日帰り観光客が多く、夜の営業を行っていない。当地区は「そばの里」として、そば関連産業の事業所が多い。各個店がそれぞれ特色のあるそばメニューを開発し、そばの普及拡大を図り地域を盛り上げる必要がある。

ケ 今後5年間における小規模事業者の経営環境が変わる出来事

＜大滝トンネルの整備＞

当市大滝地区の国道140号現道は、急斜面の山裾を切り開いた道路のため、急カーブが連続し、落石や岩盤崩落など多く発生している。国道140号大滝トンネルは、このような危険な現道約7kmの区間を約2kmのトンネルでショートカットする道路である。令和3（2021）年に工事が着手され、令和9（2027）年に開通する予定となっている。

大滝トンネルは、当会管内を通過しないが、整備により交通利便性が向上し、山梨県側からの来訪者の増加が期待される。

図表 14 大滝トンネル



出典：埼玉県ホームページ

コ 第2次秩父市総合振興計画

「第2次秩父市総合振興計画 後期基本計画（令和3年度～令和7年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

後期基本計画を小規模事業者支援の視点でみると、①創業者の掘り起こしや安定的な経営に向けた支援、②市内企業のニーズに即した経営支援メニュー・融資制度メニューの充実や再構築、③織物産業の振興をはじめとした、秩父地域全体の地場産業振興、④空き店舗を活用した出店支援などが掲げられている。

■基本構想（平成28年度～令和7年度）

＜将来都市像＞

豊かなまち、環境文化都市ちちぶ

＜基本方針（産業経済分野）＞

①就労対策の推進 ②商工業の振興 ③観光産業の振興 ④農林水産業の振興

■後期基本計画（令和3年度～令和7年度）

産業経済分野

1 就労対策の推進

(1)労働環境の充実 (2)雇用の促進 (3)創業の支援

2 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

3 観光産業の振興

(1)観光誘客の推進 (2)観光産業の育成

②課題

これまで記述した地域の現状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。

人口をみると、令和6（2024）年4月1日時点の、当会管内の人口は4,268人であり、当市全体の7.4%となっている。平成23（2011）年と比較した人口増減では、当市全体の15.9%の減少に対し、当会管内は26.9%減少しており、市内でも人口減少が大きい地区であるといえる。このような状況のなか、小規模事業者が事業を維持・継続するためには、市外から顧客（観光客等）を呼び込む、市外へ販路を広げるなどの新たな取組が必要となる。これを実現するため、小規模事業者がそれぞれの「強み」を活かした経営を行うことが課題となる。

また、年齢3区分別人口をみると生産年齢人口が減少していくことから、今後は今以上の人手不足となることが見込まれる。現状、当会管内では「観光需要などもあり、売上拡大は難しいが、人手不足で機会ロスが生じている」などの声も聞かれる。これを解消するために小規模事業者も、ITを利活用するなどにより業務改善を行うことが必要である。

さらに、当会管内は、市内でも高齢化率が高い地区である。現状、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ため、今後も事業を継続することで、買い物・コミュニティ基盤を維持することが期待されている。

特産品では、当会管内では「そば」が最大の特産品となっている。また、近年は「ジビエ料理」に取り組む事業者もみられ、新たな特産品となることが期待されている。前述の「市外から顧客（観光客等）を呼び込むこと」や「市外へ販路を広げること」を実現するためには、これら特産品の活用も有効である。そのため、小規模事業者もこれら特産品を活用した商品開発・販売などがひとつの課題となる。

観光資源・観光入込客数では、当市には、豊かな自然や歴史・文化、またアニメや地酒・グルメなどの食文化、パワースポットなど豊富な観光コンテンツがある。そのなかでも、「秩父神社」「三峯神社」「羊山公園（芝桜）」「三十槌の氷柱」などが全国的にも有名である。また、当会管内においても、「清雲寺のしだれ桜」「浦山ダム」「道の駅あらかわ」などの観光資源がある。これらの観光資源を活かし、当市全体では500万人超の観光客が来訪している。当会管内の小規模事業者においても、この観光需要の獲得が今後も課題となってくる。

景況感では、“平時”であっても業況が悪いと感じる事業者が多くなっている。この原因のひとつとして、近年の経営環境の大きな変化に対して十分対応ができていないことがあげられる。そのため、小規模事業者も、ビジネスモデルの再構築など、変化に対応するための新たな取組が課題となる。

当市全体の小規模事業所数は、平成24年が2,769者、令和3年が2,394者であり、9年間で13.5%減

少している。このなかで、当会管内は減少率の高い地区となっている。事業所数の減少は、雇用の場の減少につながる。これにより、働き盛りの労働者の労働移動が生じ、合わせて移住も行われることで人口減少、少子化、生産年齢人口の減少という循環が生まれる。そのため、地域の事業所数の減少率の低下に向けて、創業の活性化などが地域としての課題となる。

当会が考える業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）では、主なものとして、①商業では、新商品の開発や新たなサービスの開発による各商店の魅力向上など、②工業では、生産性の向上や情報発信の強化など、③建設業では、大手メーカーとの差別化や従業員の確保など、④観光業では、各個店がそれぞれ特色のある「そばメニュー」などを開発することや IT を活用することなどがあげられる。

今後 5 年間における小規模事業者の経営環境が変わる出来事では、「大滝トンネルの整備」がある。整備されることで、交通利便性が向上するため、山梨県側からの来訪者の増加が期待される。当会管内の小規模事業者も、この経営環境の変化に対応することが課題となる。

(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 10 年後のあるべき姿を以下のとおり定める。
また、当会もこれを実現すべく支援を実施する。

■小規模事業者の 10 年後のあるべき姿

- ア 自社の「強み」を活かした経営を行ない、売上を拡大させていること
- イ IT の利活用や業務改善により生産性を向上させていること
- ウ 観光需要をしっかりと獲得していること
- エ 管内で創業が活発に行われていること

②第 2 次秩父市総合振興計画との連動性・整合性

秩父市の「第 2 次秩父市総合振興計画」では、就労対策の推進に向けて「創業の支援」、商工業の振興に向けて「商工業事業者の支援」などの施策を実行している。

前項『①10 年程度の期間を見据えて』で示した 10 年後の小規模事業者のあるべき姿と「第 2 次秩父市総合振興計画」の関係は図表 15 のとおりであり、連動性・整合性がある。

図表 15 第 2 次秩父市総合振興計画と前項の比較表

第 2 次秩父市総合振興計画の施策（一部抜粋）	小規模事業者の 10 年後のあるべき姿
就労対策の推進 ・創業の支援	エ 管内で創業が活発に行われていること
商工業の振興 ・商工業事業者の支援	ア 自社の「強み」を活かした経営を行ない、売上を拡大させていること イ IT の利活用や業務改善により生産性を向上させていること ウ 観光需要をしっかりと獲得していること

③商工会としての役割

ア 商工会の長期ビジョン

当会は、第 2 次秩父市総合振興計画を踏まえ、地域経済の活性化と中小企業の持続的成長を支援するため、以下の長期ビジョンを掲げる。

■荒川商工会 長期ビジョン

<ビジョン>

変革の時代を共に歩み、未来を創出する持続可能な地域経済社会の実現

<ビジョンの背景>

当市は、豊かな自然と歴史文化を有する魅力的な地域である一方で、人口減少、少子高齢化、デジタ

ル化への対応など、多くの課題に直面している。小規模事業者もまた、競争激化、人手不足、事業承継といった課題を抱え、変化に対応するための新たな取組が求められている。

〈目指す姿〉

10年後の当地域は、イノベーションを推進し、地域資源を最大限に活用することで、新たな産業を創出し、持続可能な地域経済を実現する。小規模事業者は、デジタル技術を駆使し、地域に根ざした強みを活かして、多様なニーズに応える新たな価値を創造する。

イ 商工会としての役割

当会は、地域の総合経済団体として長年にわたり、小規模事業者の支援や地域活性化に資する事業に取り組んできた。経営改善普及事業では、従来の巡回指導を中心とした金融・税務・労務相談といった側面的支援に加え、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。これからも、創業者の創出や小規模事業者に対し多角的な支援を行っていく。特に、近年は経営環境が大きく変化していく中で、小規模事業者が存続するため業務の効率化を図り、競争力を強化するため、企業のDX（デジタルトランスフォーメーション）化の推進を図る。また、地域の強み、課題を踏まえて、地域の総合的経済団体として、小規模事業者に対し的確な支援実施を行い小規模事業者の持続的発展に寄与する。

今後も、秩父市の総合振興計画に沿う形で地域産業の発展を目指す。

(3) 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状及び課題、(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえた上で、以下の6つの目標を定める。

〈支援対象〉

新たな需要（観光需要等）の獲得に前向きな小規模事業者を重点的に支援する。

〈目標〉

【目標①】

自社の「強み」を活かすことによる売上拡大

【目標②】

IT利活用による販路開拓（情報発信）や業務効率化

【目標③】

「そば」などの地域資源の活用による観光消費の獲得

【目標④】

上記の新たな取組の事業計画に沿った実施による効果拡大

【目標⑤】

管内で創業が活発に行われることによる地域の活性化

【目標⑥】

経営力再構築伴走支援による小規模事業者の自己変革力向上

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標⑥】により、人口減少が顕著な当地域において、にぎわいを維持することを目指す。また、“観光”を軸に外貨を獲得することや雇用を創出することを目指す。

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

【目標①】 自社の「強み」を活かすことによる売上拡大

＜達成のための方針＞

小規模事業者それぞれが持つ「強み」を活かすために、経営分析支援において、経営課題だけでなく「強み」を分析する（15 者/年）。なお経営分析では、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題や本質的「強み」に気づき、腹落ちすることに重点を置く。

また、この「強み」を活かした経営の方向性を事業者と一緒に検討する。

【目標②】 IT 利活用による販路開拓（情報発信）や業務効率化

＜達成のための方針＞

経営分析支援の際に、事業者の IT 活用の状況を分析する。事業計画策定支援の際に、事業計画策定に意欲的な事業者を対象に DX セミナーや IT 専門家派遣を実施する。販路開拓支援の際に、「ホームページや SNS の制作支援」（2 者/年）を実施する。

また、効果的な支援に向けて、当会においても DX に向けた相談・指導を行う能力の向上を図る。

【目標③】 「そば」などの地域資源の活用による観光消費の獲得

＜達成のための方針＞

「そば」などの特産品を活用した商品の魅力を向上させるために、「来店客・宿泊客向け商品調査」を実施し、消費者（観光客等）の需要動向を把握する（2 者/年）。また調査結果を基に、商品のブラッシュアップを支援する。

また、商品の販売促進や認知度向上に向けて、「ちちぶ荒川新そばまつり」等でのテストマーケティング支援を実施する（支援対象 5 者/年、売上額 5 万円/者）。

【目標④】 上記の新たな取組の事業計画に沿った実施による効果拡大

＜達成のための方針＞

小規模事業者が【目標①】～【目標③】に記したような新たな取組を実施する際、取組内容を事業計画にまとめる（10 者/年）。さらに、事業計画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（売上増加 8 者/年、利益増加 8 者/年）。

なお、事業計画策定にあたっては、「地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）」等で分析した外部環境、経営分析支援で分析した内部環境を活用する。

【目標⑤】 管内で創業が活発に行われることによる地域の活性化

＜達成のための方針＞

秩父地域 1 市 4 町（秩父市・横瀬町・皆野町・長瀬町・小鹿野町）で実施する「創業塾」や、当会に開設している創業サポート窓口（ワンストップ相談窓口）にて、創業計画の策定を支援する（2 者/年）。また、創業計画を伴走型でフォローアップすることで、創業後の事業が円滑にいくよう支援を実施する。

【目標⑥】経営力再構築伴走支援による小規模事業者の自己変革力向上

〈達成のための方針〉

経営分析、事業計画の策定、事業計画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、経営力再構築伴走支援に係る経営指導員や経営支援員の資質向上を図る。

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】

小規模事業者は地域の経済動向について新聞やインターネット等での情報は収集できるが、各種調査や統計データによる地域の経済動向情報を活用するには至っていない。また、当会でも独自で管内の小規模事業者の景気動向調査は行っていないかった。

【課題】

今後はより多くの小規模事業者に対して的確な支援を行うため、収集したデータの分析・公表するとともに、小規模事業者向けアンケート調査を実施して管内景気動向を分析・公表する必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	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
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景気動向調査分析 公表回数	HP 掲載	-	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

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	小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行うことを目指す。
調査内容	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を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。
調査項目	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・分析の 手法	経営指導員や経営支援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	レポートは当会ホームページで公表し、広く管内小規模事業者に周知。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景気動向調査（アンケート調査）	
事業名	景気動向調査（アンケート調査）
目的	管内の景気動向等について実態を把握することで、効果的な施策の立案に活用する。
調査内容	年4回、アンケート調査を実施する。アンケート調査は、管内の事業所20者を対象とし、ヒアリングにより実施する（回収率100%想定）。景気動向の推移を確認するため、同じ事業者を対象とし、集計データの連続性を確保。そのうえで、年1回、調査対象事業者の見直し（一部入れ替え）を実施する。
調査項目	売上高、仕入価格、採算（経常利益）、資金繰り、今後の経営見通し、従業員確保の状況、DXの活用状況、今後の経営課題等
調査・分析の手法	経営指導員や経営支援員がデータを集計し、専門家と連携して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、広く管内小規模事業者にも周知する。また、当会でも、結果を支援施策の検討に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が新たな需要を獲得するためには、顧客ニーズにあった商品作りが必要であり、消費者ニーズや需要動向等を把握することが重要である。一方、小規模事業者は「売りたい」「作りたい」という意識が先行した「商品・サービスの開発」を行うことが多い。また、当会としても商品や提供する役務の需要動向について調査・分析の支援ができていない。

【課題】

小規模事業者が事業を継続していくためには、顧客ニーズの情報収集・調査を行うことが重要である。そこで、顧客ニーズを満たし、売上につながる成果をあげることが目的に、需要動向調査の必要性を説明するとともに、需要動向調査を効率的に行える機会を提供することが必要である。

(2) 目標

項目	現行	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
来店客・宿泊客向け商品調査 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	来店客・宿泊客向け商品調査
目的	小規模飲食店や旅館が提供する商品（メニュー等）の需要動向を把握することや、魅力を高めることを目指す。
対象	小規模事業者の商品（メニュー等）、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 ※調査対象商品は、そばやジビエ料理などのメニュー、旅館が提供する食事メニューなどを想定している。
調査の手法	各店の店舗・館内にて、事業者が主体となりアンケート調査を実施する。実施にあたっては、事前準備として、経営指導員や経営支援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30名以上の来店客・宿泊客からアンケート票を回収する。
調査項目	□商品の総合評価（直感的な評価） □味 □独自性（荒川らしさ） □価格 □その他改善点等
分析の手法	経営指導員や経営支援員がデータを集計・分析（男女別、年齢別のクロス分析）し、商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。

調査結果の活用方法	分析結果は、経営指導員や経営支援員が簡易なレポートにまとめたうえで、対象事業者にフィードバックする。その後、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、商品のブラッシュアップやマーケティング施策に活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて、経営分析や事業計画策定支援もあわせて実施する。
-----------	---

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでは、小規模事業者持続化補助金といった補助金申請や経営革新計画承認申請、マル経資金等の金融相談時に経営状況をヒアリングし、経営分析を行っているが、表面的な分析になっていることが多く、事業者の本質的な課題まで掘り起こしができていない。

【課題】

小規模事業者が自社の経営状況を把握できるように新たに経営分析サービスを提供する必要がある。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。

なお、当会管内は地域が狭いため、地域に密着したきめ細かい経営指導を行うような経営分析を心がけ、なるべく事業計画策定支援に結びつける。

(2) 目標

項目	現行	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
経営分析事業者数	7 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的な課題に気づき、腹落ちすることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	チラシによる周知を行う。また、巡回訪問・窓口相談・個社支援（記帳代行支援、金融支援、補助金支援、需要動向調査等を含む）や、各種セミナー開催時に訴求する。
分析の実施手法	経営指導員や経営支援員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的な課題に気づき、腹落ちすることを重視する。 分析は、事業者の状況や局面に合わせて、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「経営計画つくるくん」、クラウド型支援ツール（Biz ミル、Keytas 等）などを活用する。
分析項目	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。 ＜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（SWOT 分析等）＞ 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・人流、競合、業界動向など）、その他（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、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援する。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。 ・分析結果は、クラウド型支援ツール（Biz ミル、Keytas 等）に集約し、経営指導員等

個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、経営支援員も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者持続化補助金等の補助金申請や経営革新計画承認申請を通じて、事業計画策定支援を行ってきたが、補助事業期間までの計画であり、中・長期的な計画になっていないものがほとんどである。また、秩父地域1市4町での創業塾に創業希望者の支援を行っているが、事業計画書の作成の進捗状況は把握できていない。

【課題】

近年、小規模事業者を取り巻く経営環境が激変していることから、補助金申請時だけでなく、経営の持続的発展を図る上で事業者と支援者が一緒に事業計画策定に取り組み、本質的な課題を解決していくことが必要である。

(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、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の約7割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、当事者意識を持ち自らが課題に取り組むこと（内発的動機づけ）を促す。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象にDXセミナーやIT専門家派遣を行い、小規模事業者のITを活用した販路開拓（情報発信）や業務効率化などの促進や、これによる競争力の維持・強化を目指す。その他、創業者・創業希望者向けの創業計画策定支援も実施する。

(3) 目標

項目	現行	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
①事業計画策定事業者数	7者	10者	10者	10者	10者	10者
事業計画策定セミナーの開催回数	2回	1回	1回	1回	1回	1回
DX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	-	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援																																									
目的	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。																																									
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者																																									
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。また、補助金を契機とした事業計画策定の提案も実施する。 その他、事業計画策定セミナーを開催する。 ■事業計画策定セミナー <table> <tr> <td>支援対象</td> <td colspan="5">すべての小規模事業者（特に経営分析を行った事業者）</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td colspan="5">ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td colspan="5">埼玉県中小企業診断協会の派遣講師（中小企業診断士） 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td colspan="5">年1回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td colspan="5">事業計画の意義、事業計画の作成方法 等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td colspan="5">15人/回</td> </tr> </table>						支援対象	すべての小規模事業者（特に経営分析を行った事業者）					募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知					講師	埼玉県中小企業診断協会の派遣講師（中小企業診断士） 等					回数	年1回					カリキュラム	事業計画の意義、事業計画の作成方法 等					想定参加者数	15人/回				
支援対象	すべての小規模事業者（特に経営分析を行った事業者）																																									
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知																																									
講師	埼玉県中小企業診断協会の派遣講師（中小企業診断士） 等																																									
回数	年1回																																									
カリキュラム	事業計画の意義、事業計画の作成方法 等																																									
想定参加者数	15人/回																																									

支援の手法	①小規模事業者が作成した事業計画に経営指導員や経営支援員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員や経営支援員が協力して作成する方法の 2 つの方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。支援では、経営者が取り組むべきことに腹落ちし、当事者意識を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。 ＜DX に向けた取組＞ 事業計画策定に意欲的な事業者を対象に DX 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、経営指導員や経営支援員による相談対応・経営指導や IT 専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとして DX や IT 活用を促進する。 ■DX セミナー <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td><td>すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）</td></tr> <tr> <td>募集方法</td><td>ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知</td></tr> <tr> <td>講師</td><td>埼玉県商工会連合会の DX 専門家 等</td></tr> <tr> <td>回数</td><td>年 1 回</td></tr> <tr> <td>カリキュラム</td><td>毎年時流にあったテーマを定める。その他、DX 概論、DX 事例、IT を活用した販路開拓・生産性向上事例などの紹介は共通項目とする。</td></tr> <tr> <td>想定参加者数</td><td>15 人/回</td></tr> </table>	支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知	講師	埼玉県商工会連合会の DX 専門家 等	回数	年 1 回	カリキュラム	毎年時流にあったテーマを定める。その他、DX 概論、DX 事例、IT を活用した販路開拓・生産性向上事例などの紹介は共通項目とする。	想定参加者数	15 人/回
支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）												
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問、窓口相談での周知												
講師	埼玉県商工会連合会の DX 専門家 等												
回数	年 1 回												
カリキュラム	毎年時流にあったテーマを定める。その他、DX 概論、DX 事例、IT を活用した販路開拓・生産性向上事例などの紹介は共通項目とする。												
想定参加者数	15 人/回												

②創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援
目的	創業期の事業展開が円滑に進むことを目指す。
支援対象	創業者・創業希望者
支援対象の掘り起こし	秩父地域 1 市 4 町（秩父市・横瀬町・皆野町・長瀬町・小鹿野町）では、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、創業支援を実施。このなかで、創業塾を開催している。また、当会においても創業サポート窓口（ワンストップ相談窓口）を開設している。これらの施策を契機に、掘り起こしを行う。
支援の手法	創業塾等を通じて小規模事業者が作成した創業計画を基に、経営指導員や経営支援員がアドバイスする方法にて実施する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。

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】

補助金申請や経営革新計画のための計画策定支援は実施しているが、策定後は事業者から相談があった場合に対応することが多く、計画的なフォローアップ支援ができていない事業者もある。

【課題】

事業計画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、事業者に寄り添い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させることが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定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、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者や経常利益増加事業者の割合が 8 割（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）になることを目指す。

フォローアップでは、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図るための支援を実施する。支援では、事業者への内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力を引き出すことで、支援期間中の事業者の一連

の取組を一過性の取組とさせず、事業者が事業環境の変化に合わせて、持続的に発展できる蓋然性を高める。

また、創業計画の策定をした事業者に対しても、四半期ごとのフォローアップを実施し、計画通りの成果をあげることを目指す。

(3) 目標

①事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
フォローアップ対象事業者数	11 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
頻度 (延回数)	半期毎 (22 回)	四半期毎 (40 回)	四半期毎 (40 回)	四半期毎 (40 回)	四半期毎 (40 回)	四半期毎 (40 回)
売上増加事業者数	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
経常利益増加事業者数	6 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者

※現行のフォローアップ対象事業者数は、前年度と前々年度の事業計画策定事業者が含まれる。

②創業計画のフォローアップ

項目	現行	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
フォローアップ対象事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (8 回)	四半期毎 (8 回)	四半期毎 (8 回)	四半期毎 (8 回)	四半期毎 (8 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
目的	事業計画・創業計画どおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画・創業計画を策定したすべての事業者
支援の手法	経営指導員や経営支援員が、事業計画・創業計画を策定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。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・創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、訪問回数を増やす、専門家派遣を実施するなどにより、軌道に乗せるための支援を実施する。 フォローアップでは、事業計画・創業計画の進捗状況の確認、売上・利益等の経営指標の把握を行う。また、計画実行上の課題に対し、課題解決を図る。課題解決にあたっては、単に「答え」を提供するような支援を行うのではなく、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じて事業者もよく考えること、事業者内のチームと一緒に作業を行うことにより、事業者が事業環境の変化に合わせて自ら変革を続けていける力（自走化する力）を付けられるようにする。

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素晴らしい技術やサービスを持っているものの、販路開拓における独自の取組には限界がある。また、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、知識不足や人材不足などの理由で IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取組が進んでいなかった。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いたかという実績までは確認できていない。また、IT を活用した販路開拓等の支援もあまりできていなかった。

【課題】

自社の強み等の周知により販路拡大に結びつけることが課題となる。新たな販路の開拓には IT 推進が必要であるということを事業者理解・認識していただき、当会として取組を支援していく必要がある。また、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。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者の新たな需要（観光需要等）の獲得を重点的に支援する。そこで、これに寄与する事業を実施する。

新たな需要（観光需要等）の獲得には、消費者ニーズにあった商品の開発などが必要である。一方、小規模事業者が特産品を活用した商品や、個社の「強み」を活かした独自性のある商品を開発したとしても、すぐにテストマーケティングを実施することは難しい。そこで、当会にて「ちちぶ荒川新そばまつり」等でのテストマーケティング支援を実施する。これにより、商品の認知度向上や販路拡大を目指す。

また、当会管内では IT を活用した情報発信により、新たな需要（観光需要等）を開拓できている事業者がおり、IT を活用している事業者としていない事業者で差がでている。そこで最低限、用意したほうがよいホームページや SNS の制作支援を実施し、個店の集客等の新たな需要開拓を目指す。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4) 事業内容』のとおりである。

これらの事業の実施にあたっては、経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。

(3) 目標

項目	現行	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
①「ちちぶ荒川新そばまつり」等でのテストマーケティング支援 支援事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上額/者	-	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
②ホームページや SNS の制作支援 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	-	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①「ちちぶ荒川新そばまつり」等でのテストマーケティング支援（BtoC）

事業名	「ちちぶ荒川新そばまつり」等でのテストマーケティング支援
目的	小規模事業者が特産品を活用した商品や、個社の「強み」を活かした独自性のある商品を開発しても、すぐにテストマーケティングを行うことは難しい。そこで、当会においてテストマーケティングの機会を提供し、商品の販売促進や認知度向上を図ることを目指す。
支援対象	食料品製造業等 ※特産品を活用した商品や、個社の「強み」を活かした独自性のある商品 ※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。
訴求相手	県内外の消費者
支援内容	「ちちぶ荒川新そばまつり」等にて新商品販売ブースを設置し、商品のテスト販売を行う。
支援の手法	特産品を活用した新たな商品等を開発する小規模事業者を掘り起こす。その後、「ちちぶ荒川新そばまつり」等にてテストマーケティングを実施する。実施後は、販売実績やお客様の声などを活用しながら、商品のブラッシュアップや事業者が独自に販路を開拓できるような支援を実施する。支援にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。

②ホームページや SNS の制作支援 (BtoB、BtoC)	
事業名	ホームページや SNS の制作支援
目的	管内には自社ホームページや自社 SNS を保有していない事業者も多い。そこで、ホームページや SNS を活用した商圏拡大、集客等の新たな需要開拓を目指す。
支援対象	自社ホームページもしくは自社 SNS を保有しておらず、かつホームページ・SNS を活用した販路開拓に意欲がある小規模事業者（業種等問わず） ※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	自社ホームページや SNS の開設を支援する。
支援の手法	経営指導員や経営支援員が IT 専門家や地元 IT 事業者と連携して支援を実施する。具体的には、適切なホームページツール（goope、WordPress 等）、SNS の選定（Instagram、X、Facebook、LINE、google ビジネスプロフィール等）から導入、運用までをハンズオンで支援する。また、成果を確認するため、売上・利益等の経営指標の把握を行う。

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、「事業検討委員会」にて事業の検討及び実施報告を経て理事会へ報告承認後、毎年開催する総会には事業の報告を行っている。第三者の視点を入れた評価、事業の見直しはされてこなかった。また、事業を客観的に評価し、見直しするための仕組みができていない。

【課題】

第三者として中小企業診断士など外部有識者を入れた「事業評価委員会」を設置し、毎年度 1 回、本計画に記載の事業の実施状況、成果についての確認をし、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	事業の検討・評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	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) 「事業検討委員会」にて、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・経営支援員）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・経営支援員は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。 (d) 経営指導員・経営支援員は、実施した内容をクラウド型支援ツール（Biz ミル、Keytas 等）に適時入力する。 【CHECK】（事業の評価） (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、Keytas 等）によりすべての職員の指導状況を確認する。 (f) 週 1 回の朝礼にて、法定経営指導員や経営支援員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。

- (g) 四半期毎の「事業検討委員会」にて事業の進捗状況を確認し、必要に応じて事業の修正や目標の再設定を行う。
- (h) 年 1 回の「事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。なお評価は、経営発達支援計画に記載したすべての事業を対象とする。

※「事業評価委員会」の実施の流れ

- i 秩父市 荒川総合支所 地域振興課長（もしくは担当者）、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「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）で定量的に評価する。
- ii 評価結果は、当会ホームページ（<https://www.sobanosato.or.jp/>）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。

【ACTION】（事業の見直し）

- (i) 「事業評価委員会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。

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】

これまで、県連の行う職員研修や中小企業大学校での中小企業支援担当者研修への参加、当会の専門支援員（中小企業診断士）による OJT などにより資質向上に努めている。また、当会職員が中小企業診断士等の外部専門家と支援事業所へ同行し、支援スキルの習得に努めている。

【課題】

過去に経験した業務や支援した内容も異なるため、職員間で得意・不得意があり、個々の支援能力にバラつきがあるため、ノウハウ等の共有化を図る必要がある。また近年、経営上の課題も DX や事業再構築等々複雑化しているため、研修会等により組織全体の支援能力を向上させる必要がある。さらに、小規模事業者との対話と傾聴を通じて信頼関係の構築を図る必要がある。

(2) 事業内容

①経営指導員（法定経営指導員含む）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	すべての職員
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ことを目指す。
不足能力の 特定	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。 ・伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・小規模事業者の新たな需要開拓を実現する能力 ・DX に向けた相談・指導を行う能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等
内容	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（ア～ウ）の研修・セミナーに積極的に参加し、資質向上を図る。具体的には、埼玉県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体が主催する義務研修に参加するだけでなく、当会の専門支援員（中小企業診断士）による会内研修の受講、中小企業大学校の専門研修の受講、近隣の商工会と合同で外部講師を招聘した研修会の開催などを実施する。 また、これまでこれらの研修・セミナーへは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、経営支援員も含めて積極的に参加する。 ア 小規模事業者の売上・利益向上支援、新たな需要開拓支援の資質向上 これまでも、経営分析支援、事業計画策定支援、販路開拓支援等の外部講習には参加してきたが、知識の更新のため、これらの研修には引き続き参加する。

	イ DXに向けた相談・指導能力の習得・向上 DX 関連の動向は日々進化していることから、DX 関連の相談・指導能力向上に資する研修に参加する。 ウ 経営力再構築伴走支援の資質向上 「対話と傾聴による信頼関係の構築」、「気づきを促す課題設定型コンサルティング」、「経営者の自走化のための内発的動機付けと潜在力の引き出し」のような経営力再構築伴走支援の資質向上に資するテーマの研修に参加する。
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ことを目指す。
内容	ア OJT 当会の専門支援員（中小企業診断士）や埼玉県商工会連合会の広域指導員と当会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、経営指導員や経営支援員の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。 イ 情報共有 週 1 回の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・経営支援員による研修内容の共有、②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。 ウ データベース化 担当職員等がクラウド型支援ツール（Biz ミル、Keytas 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。

(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12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）	
荒川商工会 事務局長 法定経営指導員 1名 経営支援員 2名 秩父市 荒川総合支所 地域振興課	
(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： 引間 奈美 連絡先： 荒川商工会 TEL. 0494-54-1059	
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 〒369-1802 埼玉県秩父市荒川上田野 1427-1 荒川商工会 TEL： 0494-54-1059 ／ FAX： 0494-53-1016 E-mail： info@sobanosato.or.jp	
②関係市町村 〒369-1894 埼玉県秩父市荒川上田野 1734-6 秩父市 荒川総合支所 地域振興課 TEL： 0494-54-2114 ／ FAX： 0494-54-2976 E-mail： ar-chiiki@city.chichibu.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 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	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
経済動向調査	100	100	100	100	100
需要動向調査	200	200	200	200	200
経営状況分析	300	300	300	300	300
事業計画策定支援	500	500	500	500	500
事業計画策定後の実施支援	200	200	200	200	200
新たな需要の開拓に寄与する事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業の評価及び見直し	100	100	100	100	100
経営指導員等の資質向上等	100	100	100	100	100

(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、国補助金、埼玉県補助金、秩父市補助金 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