

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	神川町商工会 (法人番号 5030005009343) 神川町 (地方公共団体コード 113832)
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】 小規模事業者が自社の経営を見直すことで持続的に発展する</p> <p>【目標②】 小規模事業者がデジタル技術を活用した販路開拓・業務効率化に取り組む</p> <p>【目標③】 小規模事業者が地域資源である農産物を活用した商品を開発する</p> <p>【目標④】 創業希望者が円滑な起業・創業を実現する</p> <p>【目標⑤】 経営力再構築伴走支援により小規模事業者の自己変革を促進する</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行うために、「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。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者や創業者の商品・サービスについて消費者ニーズを把握するために、「専門家を活用した商品調査」を実施する。また調査結果を活用して商品・サービスのブラッシュアップにつなげる。</p> <p>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況を客観的に把握するために、「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。</p> <p>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、創業計画の策定も支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 小規模事業者や創業者が、事業計画や創業計画の内容を着実に遂行できるよう、前項で策定したすべての事業計画のフォローアップを実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者が新たな需要を開拓するために、「SNS マーケティング支援」や「展示会・商談会の出展支援」、「神川町商工会ホームページによる情報発信」を実施する。</p>
連絡先	<p>神川町商工会 〒367-0245 埼玉県児玉郡神川町大字植竹 900-4 TEL: 0495-77-3181 FAX: 0495-77-2813 E-mail: kamikawa@syokoukai.jp</p> <p>神川町 経済観光課 商工観光担当 〒367-0292 埼玉県児玉郡神川町大字植竹 909 TEL: 0495-77-0703 FAX: 0495-77-3915 E-mail: kankou@town.kamikawa.saitama.jp</p>

イ 人口推移

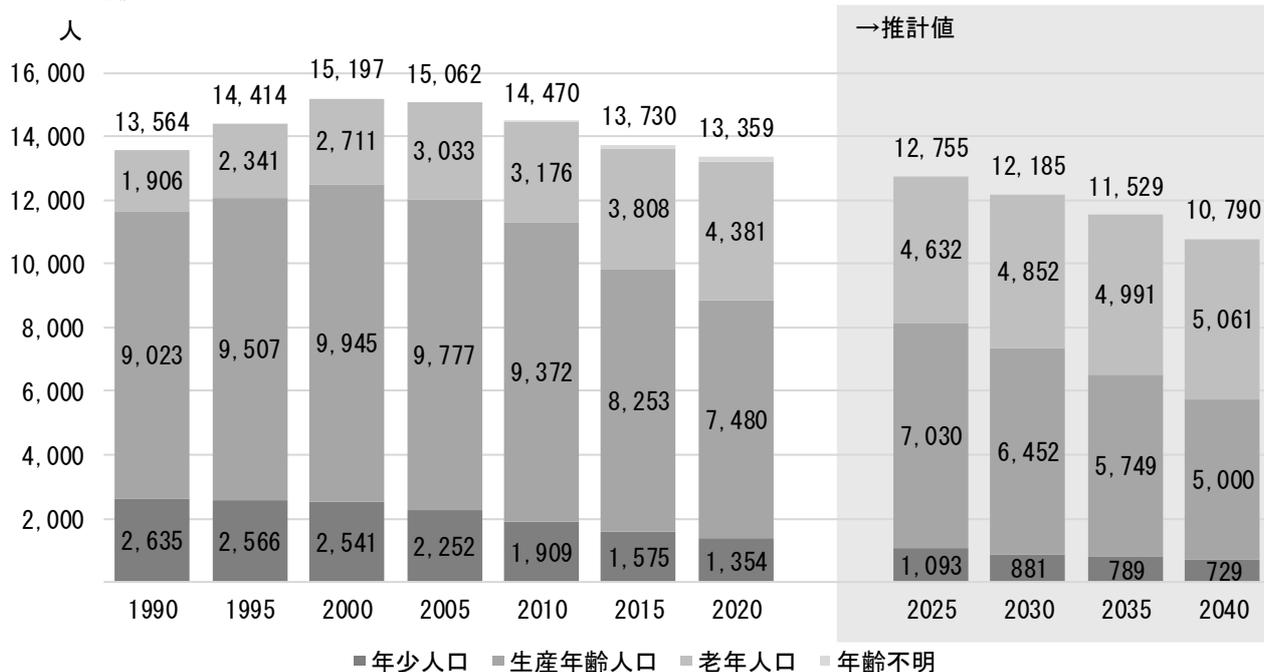
令和 7 (2025) 年 4 月 1 日時点の住民基本台帳に基づく人口は 12,700 人である。

国勢調査及び国立社会保障人口研究所の統計より人口推移をみると、総人口は平成 12 (2000) 年の 15,197 人をピークに減少傾向に転じており、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 (0~14 歳) と生産年齢人口 (15~64 歳) は減少傾向、老年人口 (65 歳以上) は増加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 32.8%から令和 22 (2040) 年に 46.9%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 (2020) 年の 56.0%から令和 22 (2040) 年に 46.3%に低下する見込みである。

■人口推移



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

ウ 特産品

当町は「神の川」という地名が示す通り、清流・神流川の豊富な水に恵まれたこの土地は実りが多く、特に梨の栽培が盛んである。

主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品	概要
梨	素晴らしい水と栽培に適した豊かな土壌に加え、生産農家の高い栽培技術により、梨の栽培が行われてきた。毎年8月上旬から9月下旬までの間、町内の国道や県道沿いにずらりと並ぶ直売所の風景は、神川の季節の風物詩と言える。その歴史は古く、明治時代初期に大字四軒在家で始められた記録が残されている。主な品種としては、「幸水」や「豊水」などがあり、最近では、埼玉県内で限定生産されている「彩玉」という品種も栽培されている。
クジャクソウ	クジャクソウとよばれる宿根アスターは菊科の植物で、結婚披露宴のテーブルに飾る花や花束などにも使われている。昭和 48 (1973) 年頃から新里地区に導入されたが、年々栽培が盛んになり、現在では全国随一の産地として発展している。主な栽培品種はホワイトクィーン、プラスベリー、チェリーピンク等で、栽培されているハウスのなかでは鮮やかな色から清楚な色まで色とりどりの花で埋め尽くされている。栽培への取り組みが評価され、平成 3 (1991) 年には、花産地として朝日農業賞の栄誉に輝いた。

エ 観光資源

当町は、いにしへの時代から語り継がれる古い歴史に満ちた町である。町内には自然、歴史・文化等の地域資源が豊富にあり、金鑽神社や城峯公園、下久保ダムが有名である。

主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

観光資源	概要
金鑽神社	日本武尊が東征の際に創建したと伝えられる金鑽神社は、拝殿の奥にある御室ヶ嶽一帯をご神体として祀っている。したがって拝殿の奥にあつてご神体を置くべき本殿が無く、拝殿のみという構造である。こうした拝殿のみで神体山をまつる、古い祭祀形態をとどめている神社は全国でも珍しく、長野県の諏訪大社と奈良県の大神神社とを合わせて3社だけと言われている。
城峯公園 (冬桜)	神泉地区の観光の中心となる城峯公園は、神山の中腹標高約500mの高台にあり、周辺観光の中心となる公園である。首都圏自然歩道「関東ふれあいの道」のコースにも指定され、北側には眼下に下久保ダム(神流湖)を有し、春から秋にかけてたくさんのお花々が咲き誇り、観光客の目を楽しませる。なかでも公園内に約600本植えられている冬桜は、10月下旬から12月上旬にかけて咲く珍しい桜で、3~5分咲きの花をもち、薄紅色の小さな八重の花を咲かせる。可憐な花びらをつけた冬桜は紅葉と相まって、格別な風情を醸し出す。
下久保ダム	昭和43(1968)年に完成した、利根川支流の神流川に作られたダムである。全国でも珍しいL字型のダムであり、堤頂長の長さは605mとコンクリートダムでは全国一を誇る。また、神流湖は、下久保ダムによってできた湖で、春には、桜、岩つつじが咲き、秋には、紅葉が映し出される美しい湖である。ヘラブナやワカサギ、ブラックバスなど多くの種類の魚がいるため、釣り人に人気スポットになっている。
神川ゆ〜ゆ〜ランド(コスモスマつり・産業祭)	神流川の河川敷に広がる野外スポーツレクリエーション施設であり、野球場とサッカー場が各2面のほかターゲットバードゴルフ場が併設されている。10月頃には約4万株のコスモスが咲き誇り、毎年コスモスマつりと産業祭が同時に開催され、美しいコスモスを楽しみながら、地域の農産物販売、地元企業や団体による出店、模擬店、ステージイベントなどを楽しむことができる。

オ 観光入込客数の推移

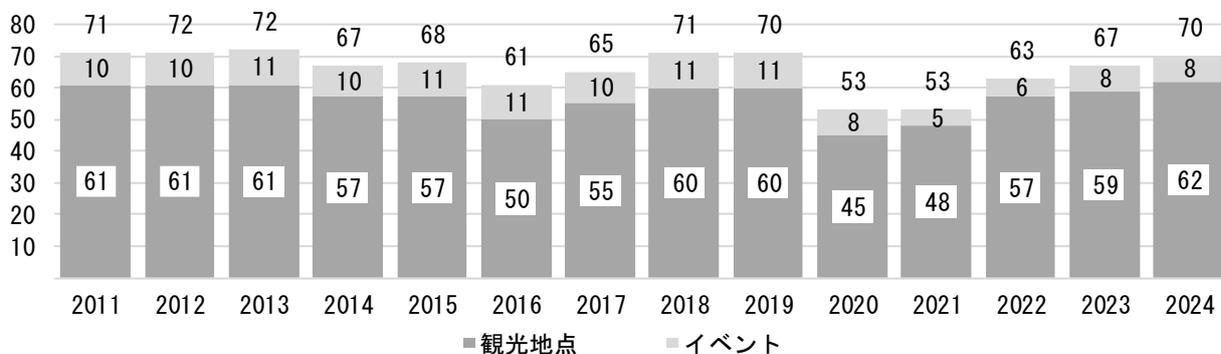
令和6(2024)年の観光入込客数は70万人である。

推移をみると、平成23(2011)年から令和元(2019)年まで、毎年増減はあるものの、70万人前後で推移していたが、令和2(2020)年に新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で急減。その後、回復傾向にある。

また、観光客の属性をみると、イベントが少なく、観光地点が多くを占めている。

■観光入込客数の推移

万人



出典：埼玉県「県内市町村観光入込客数」

カ 産業

(a) 産業の概況

当町では、農林業が主要な産業となっており、特に町の中央部から北部にかけての農業地帯では「梨」の栽培が広く知られている。

一方、工業分野においては、児玉工業団地とうめみの工業団地の二つの団地を中心に、さまざまな企業が立地し、地域産業の一端を担っている。

(b) 業種別の商工業者数（うち、小規模事業者数）の推移

当町の事業所数は、平成 24（2012）年が 464 社、令和 3（2021）年が 459 社である。

上記のうち小規模事業者数は、平成 24（2012）年が 342 者、令和 3（2021）年が 311 者であり、9 年間で 9.1%減少している。

小規模事業者数の増減を産業別にみると、他サービス業（△16 者）、建設業（△10 者）の減少数が大きい。一方、医療、福祉（+1 者）では増加がみられる。

■業種別の事業所数及び小規模事業者数

	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	78	77	0	91	49	30	106	33	464
小規模事業者数	75	46	0	57	37	11	88	28	342
平成28年									
事業所数	71	79	0	91	51	43	100	39	474
小規模事業者数	69	51	0	57	39	13	77	31	337
令和3年									
事業所数	67	67	1	82	39	56	103	44	459
小規模事業者数	65	42	0	51	31	12	72	38	311
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	△11	△10	1	△9	△10	26	△3	11	△5
増減割合	△14.1%	△13.0%	-	△9.9%	△20.4%	86.7%	△2.8%	33.3%	△1.1%
小規模事業者数	△10	△4	0	△6	△6	1	△16	10	△31
増減割合	△13.3%	△8.7%	-	△10.5%	△16.2%	9.1%	△18.2%	35.7%	△9.1%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(c) 小規模事業者の経営課題

小売業では大型商業施設への買い物流出に伴う売上の減少、飲食店・サービスでは人件費・物価高騰と人手不足・デジタル化の遅れ、製造業・建設業では設備の老朽化・人手不足・後継者不足・原材料費高騰に対するの価格転嫁が課題となっている。

また、観光関連業では観光資源が十分に活かしきれていないことや、情報発信力が不足しているといった課題がある。

加えて、小規模事業者全体としてECサイトやAI活用などデジタル化の遅れと後継者不足が大きな課題となっている。

キ 第2次神川町総合計画

「第2次神川町総合計画（平成30年度～令和9年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

■第2次神川町総合計画（平成30年度～令和9年度）

<まちづくりの基本理念>

安心・安全：町民が安全で安心して暮らせるまち

自立・交流：自立と交流によって豊かに暮らせるまち

参画・協働：町民自らが行動し、町民と行政が共に歩むまち

<神川町の将来像>

人を育てて まちが育つ 未来につなぐ 住みよい 神川
～歴史・自然を後世に～

〈基本計画（商工・観光部分を抜粋）〉

基本施策 4 活力に満ち元気に働けるまちづくり

第 2 章 工業

- 1 既存企業の支援と育成
(1) 中小企業の高度化促進
- 2 企業の立地促進
(1) 企業の立地促進

第 3 章 商業・地域産業

- 1 商業機能の活性化
(1) 商業活動の支援
(2) 商業機能の充実・整備
(3) 地場産業の育成
- 2 地域産業の創出
(1) コミュニティビジネスの支援

第 4 章 観光

- 1 集客交流の推進
(1) 地域観光の振興
(2) 体験型観光の振興
- 2 観光情報の発信
(1) 観光情報の提供
(2) おもてなしの向上

②課題

これまでの記述を踏まえ、小規模事業者にとって対策が必要な地域課題を整理する。

当町の人口は、平成 22（2010）年の 14,470 人から令和 2（2020）年には 13,359 人へと、10 年間で 7.7% 減少している。高齢化も進行しており、今後も同様の傾向が続く見込みである。その結果、町内の消費需要は徐々に低下している状況にある。

このようななかで、小規模事業者の多くは需要減少への対応を十分に行っておらず、結果として売上が減少している事業者も少なくない。そのため、小規模事業者においては、まず自社の経営状況を客観的に把握したうえで、ターゲットの見直しや、新たなターゲットに向けた販売促進に取り組むことが課題である。とりわけ町内需要が低下している現状を踏まえると、町外への販売も視野に入れた事業展開を検討する必要がある。

なお、町外を視野に入れた販売促進においては、当町の特産品である「梨」をはじめとした農産物の活用が有効である。そこで、6 次産業化も含め、農産物を活用した高付加価値商品の開発・販売を進めていくことも、今後の重要な課題の一つである。

また、近年は販売促進におけるデジタル活用が一般的になっているものの、町内の小規模事業者はその取組が遅れている傾向がみられる。このため、EC サイトの構築や SNS の活用など、デジタル販促に積極的に取り組むことも重要な課題となっている。

当町の小規模事業所数は、平成 24（2012）年が 342 者、令和 3（2021）年が 311 者であり、9 年間で 9.1% 減少している。加えて、町内の多くの事業者が後継者不足に悩んでおり、今後の廃業を視野に入れている事業者も多い。事業所数の減少は地域の活力低下に直結するおそれが大きいため、若年層や移住希望者、地域外の起業希望者を対象とした創業支援パッケージを構築し、創業の活性化を図るとともに、事業承継支援を強化していくことが地域としての課題である。特に事業承継支援においては、単なる相談対応にとどまらず、後継者の育成や承継後の経営支援まで、長期にわたりワンストップで対応していく体制の整備が求められる。

最後に、当会自身についても、これまでのような個別・スポット的な支援にとどまるのではなく、定期訪問や相談機会の充実を図りつつ、複雑化・多様化する小規模事業者の課題解決に向けた伴走支援の体制を構築・強化していくことが、大きな課題となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①地域における商工会の役割

町内の製造・商業・観光・サービスなどの各業種の小規模事業者と、地域資源の源である農林業の連携体制を構築し、それぞれの強みの認識と活用を図りつつ、地域資源を活用した新商品を毎年数件ずつ開発していく。その後、長期的に当町の特産品として認知・確立していき、継続させていくことにより、町内経済の底上げをしていく。併せて、少子高齢化のなかで人口減少を止め、交流人口を増やすなど、神川町総合計画に沿う形で、行政と歩調を合わせ、地域産業の発展を目指し、小規模事業者の長期的な今後の振興の在り方を示していく。

当会が支援の対象としている小規模事業者の多くは、販路開拓を苦手としており、経営資源が不足しているのが現状である。支援機関としては、事業者の十分な販路開拓をサポートするために、今後の商工会業務をより実効性の高いものにする必要があり、その支援体制づくりが急務となっている。

また、人口減少や後継者不足、消費動向の変化等により、以前のような地域内の賑わいが消えつつあり、個社の経営計画を根本から見直す必要もある。前述の人口推移の通り、人口減少は加速しており、早急に支援機関としても対策を講じなければならない。企業の持続的発展に資するためにも後継者の育成はもちろんのこと、円滑な事業承継支援にも力を入れ、事業者の廃業にも歯止めをかける必要がある。あわせて、新規創業者の支援も重点事業として実施していく必要がある。

観光分野においても、地元の観光資源を十分に活用できていないとは言えない。現存する観光資源の有効活用により、町外からの観光客入込数の増加対策を構築する必要がある。集客力の向上を図るため、関係団体、異業種同士が連携して、観光客がまた来たいと思えるような、自然や地域住民とのふれあいを楽しむ体験型観光の仕組み作りが商工会の役割だと考えている。

当会においては、近年会員組織率が伸び悩んでおり、商工会への満足度を上げていくことも課題となっている。事業所が経営課題解決に取り組もうと思ったときに、最初に「商工会に相談してみよう」と思っただけのような支援体制の構築が必要であると考え。職員数が5名（事務局長1名・経営指導員2名・補助員1名・記帳専任職員1名）の小規模な商工会であるが、役職員一丸となって取り組んでいく。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、小規模事業者の良きパートナーとなれるよう、関係支援機関と連携し、伴走型支援を通じて小規模事業者の持続的発展に寄与していく。

②商工会の長期ビジョン（10年程度）

近年、小規模事業者が抱える課題は多様化しており、当会に求められる支援策も複雑化している。一方で、当会としては限られた経営資源のなかで最適ナリソース配分を行う必要がある。

そこで、今後は以下に重点を置いた支援を実施する。

■神川町商工会の重点支援策

ア 伴走型支援の体制強化

経営指導員などによる定期訪問・相談機会の充実、事業計画策定支援、フォローアップ体制の徹底

イ デジタル化支援

デジタルリテラシー講座、HP や SNS による情報発信支援、EC 構築支援、AI 導入支援など

ウ 販路開拓・マーケティング支援

町内だけでなく町外向けの販路開拓支援、ブランド化支援、プロモーション支援など

エ 創業・起業支援

若年層・移住希望者や地域外の起業希望者を対象とした創業支援パッケージ（資金、ノウハウ、マッチング、空き家活用など）の整備

オ 事業承継支援

事業承継相談、後継者育成支援、承継後の経営支援など

カ 産学官民連携と地域資源活用

農業者、観光、自治体、金融、若者などとの連携による新ビジネス創出、観光コンテンツ整備、6次産業化など

③第2次神川町総合計画との連動性

神川町の「第2次神川町総合計画」では、産業・経済の振興を図るため、「活力に満ち元気に働けるまちづくり」を掲げ、各種施策を実行している。

前項『商工会の長期ビジョン（10年程度）』と「第2次神川町総合計画」の関連は下表のとおりであり連動性がある。

■第2次神川町総合計画と神川町商工会の長期ビジョンとの関係

第2次神川町総合計画	商工会の長期ビジョン（10年程度）
第2章 工業 1 既存企業の支援と育成	ア 伴走型支援の体制強化 イ デジタル化支援 ウ 販路開拓・マーケティング支援 オ 事業承継支援
2 企業の立地促進	-
第3章 商業・地域産業 1 商業機能の活性化	ア 伴走型支援の体制強化 イ デジタル化支援 ウ 販路開拓・マーケティング支援 オ 事業承継支援
2 地域産業の創出	エ 創業・起業支援 カ 産学官民連携と地域資源活用

(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、以下の5つの目標を定める。

<支援対象>

経営の継続・発展に前向きな小規模事業者を重点的に支援する。とりわけ、町内消費が減少するなかで町外への販路開拓に取り組む事業者や、特産品を活用した事業展開を行う事業者について、重点的に支援を行う。

<目標>

【目標①】小規模事業者が自社の経営を見直すことで持続的に発展する

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・事業計画を策定した事業者の売上増加事業者割合3割以上（＝事業計画策定時の売上高に対する認定期間終了時の売上高が増加している割合が3割以上）
KPI	・事業計画策定10者/年
設定した理由	KGI 持続的発展に向けた事業計画を策定することで売上増加を達成する事業者数を目標とする。 KPI 上記を実現するため事業計画の策定を支援する。

【目標②】小規模事業者がデジタル技術を活用した販路開拓・業務効率化に取り組む

支援計画の認定期間（5年間）目標	
KGI	・認定期間終了時の「神川町商工会のホームページによる情報発信」の掲載事業者数26者
KPI	・新規に「神川町商工会のホームページによる情報発信」に登録する事業者数2者/年（令和10年度以降）
設定した理由	KGI デジタル技術を活用した販路開拓のひとつの手段として、当会ホームページによる情報発信数を目標とする。

	KPI	上記を実現するため登録事業者の掘り起こしを実施する。
--	-----	----------------------------

【目標③】 小規模事業者が地域資源である農産物を活用した商品を開発する

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI		・認定期間中に当会が関与して創出した、農産物を活用した新商品 1 商品
KPI		・「専門家を活用した商品調査」の支援数 2 者/年
設定した理由	KGI	小規模事業者のなかから、農産物を活用した地域を代表する商品を創出することを目標とする。
	KPI	上記を実現するため専門家と連携した商品開発を支援する。

【目標④】 創業希望者が円滑な起業・創業を実現する

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI		・認定期間中に当会が関与した創業件数 5 者（開業届）
KPI		・創業計画策定 1 者/年
設定した理由	KGI	創業の完了件数を目標とする。
	KPI	上記を実現するため創業計画の策定を支援する。

【目標⑤】 経営力再構築伴走支援により小規模事業者の自己変革を促進する

支援計画の認定期間（5年間）目標		
KGI		支援先事業者（経営分析）の認定期間終了時の事業継続率 90%
KPI		・経営分析 20 者/年
設定した理由	KGI	小規模事業者が自己変革を行い、事業継続することを目標とする。
	KPI	上記を実現するための導入部として、事業者の自己変革を促進するための経営分析を支援する。

〈地域貢献の目標〉

上記【目標①】～【目標⑤】により小規模事業者の経営力が向上すること、さらに、魅力的な店舗を展開する事業者や、地域資源を活用する事業者が増えることで、活力に満ちたまちづくりの創出に寄与することを目指す。また、小規模事業者が、地域住民が働くための多様な雇用の基盤となることを目指す。

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8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】小規模事業者が自社の経営を見直すことで持続的に発展する

〈達成方針〉

小規模事業者が自社の経営を見直すために、まずは経営分析により事業者自身が自社の経営状況を把握できるようにする（年間20者）。同時に、「地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）」により外部環境を整理する（年1回）。その後、これらの結果を活用し、持続的発展に向けた事業計画の策定を支援する（年間10者）。計画策定後はフォローアップを実施し、売上増加（年間3者）や利益向上（年間3者）を創出することを目指す。

〈設定した理由〉

本計画期間中の小規模事業者の持続的経営発展に向けた支援プロセスを明確化する。このうち、経営分析→地域の経済動向調査→事業計画策定→フォローアップの各段階で定量目標を設定する。

【目標②】小規模事業者がデジタル技術を活用した販路開拓・業務効率化に取り組む

〈達成方針〉

小規模事業者のデジタル活用を促進するため、経営分析の際に「デジタル活用の状況」について分析を行う。

また、年1回「デジタル技術活用セミナー」を開催し、実際にデジタル活用に取り組む事業者については、事業計画の策定支援を通じて最適な活用方法を検討・助言する。

さらに、SNSを活用した販売促進に取り組む事業者に対しては、「SNSマーケティング支援」（年間2者）を実施し、売上拡大の実現に向けて伴走型で支援を行う。加えて、「神川町商工会のホームページ等による情報発信支援」を実施する。

〈設定した理由〉

本計画期間中における小規模事業者のデジタル技術の活用に向けた支援内容を明確化する。

【目標③】小規模事業者が地域資源である農産物を活用した商品を開発する

〈達成方針〉

小規模事業者による農産物等を活用した商品開発に向け、専門家と連携した支援を実施する。

具体的には、小規模事業者が開発した商品を対象に「専門家を活用した商品調査」を実施し、その結果を踏まえて商品のブラッシュアップを支援する。

また、商品の販路開拓に向けて、埼玉県農商工連携フェアなどの「展示会・商談会の出展支援」を行い、新たな取引先の獲得を目指す。

〈設定した理由〉

本計画期間中における小規模事業者の商品開発・改良や販路開拓に向けた支援内容を明確化する。

【目標④】創業希望者が円滑な起業・創業を実現する

〈達成方針〉

円滑な起業・創業の実現に向け、創業計画の策定からフォローアップまでをワンストップで支援する（年間1者）。

また、創業時は販売する商品の商品力が重要である。そこで、創業者の商品について「専門家を活

用した商品調査」を実施し、商品のブラッシュアップにつなげる。

〈設定した理由〉

本計画期間中における創業支援の内容を明確化する。このうち、創業計画策定→フォローアップに定量目標を設定する。

【目標⑤】 経営力再構築伴走支援により小規模事業者の自己変革を促進する

〈達成方針〉

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、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自己変革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等の資質向上を図る。

〈設定した理由〉

本計画期間中における経営力再構築伴走支援の支援内容を明確化する。このうち、支援の導入部である経営分析における経営力再構築伴走支援の実施件数（年間 20 者）を定量目標とする。

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】

小規模事業者は、自らの経験や勘に基づき独自の視点で経営を行う傾向が強く、これが経営環境の変化に十分対応できていない要因の一つとなっている。当会としても、客観的なデータに基づく経営の必要性は認識しているものの、これまで十分な支援を行えていなかった。

【課題】

今後は、小規模事業者が客観的なデータに基づいた経営を実践できるよう支援していくことが課題である。そのために、地域経済分析システム（RESAS）を活用し、事業者を取り巻く経営環境を整理・可視化したうえで、経営判断に生かせる形で提供していくことが必要である。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
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

(3) 事業内容

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、町内の小規模事業者に活用してもらいたい項目を分析。分析結果を公表する。
調査項目	RESAS に掲載されている情報のうち、主に次の項目を調査する。 <マーケティングマップ> <input type="checkbox"/> 生活用品消費分析 <input type="checkbox"/> 生産・消費地分析 <input type="checkbox"/> 滞留人口メッシュ分析 <input type="checkbox"/> 通過人口メッシュ分析 <input type="checkbox"/> 事業所立地分析 <input type="checkbox"/> 将来人口メッシュ分析 <観光マップ> <input type="checkbox"/> 観光地分析 <input type="checkbox"/> 宿泊者分析 <input type="checkbox"/> 国内観光消費分析 <input type="checkbox"/> インバウンド消費分析

	<人口マップ> <input type="checkbox"/> 人口構成分析 <input type="checkbox"/> 人口増減分析 <input type="checkbox"/> 自然増減分析 <input type="checkbox"/> 社会増減分析 <input type="checkbox"/> 新卒者就職・進学分析 <input type="checkbox"/> 通勤通学人口分析 <input type="checkbox"/> 将来人口推計分析 <input type="checkbox"/> 地域人口メッシュ分析 <産業構造マップ> <input type="checkbox"/> 産業構造分析 <input type="checkbox"/> 製造品出荷額分析 <input type="checkbox"/> 経営環境分析
調査・分析の手法	年1回、経営指導員（またはその他の職員）が外部専門家と連携し、RESASの情報を網羅的に確認。町内の小規模事業者にとって有益なデータを分析・抽出したうえで、その活用方法について簡単なコメントを記載する。
調査結果の活用方法	分析結果は当会ホームページで公表し、広く町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、巡回指導を通じて直接説明する。また、事業計画策定時の基礎資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者や創業者が新商品開発を行う際、市場や顧客ニーズを十分に把握しないまま、経営者の想いのみを起点として取り組む傾向がある。このような状況のなか、当会としても市場や顧客ニーズを踏まえた支援の必要性は認識していたものの、十分な支援ができていないのが現状である。

【課題】

小規模事業者や創業者の商品開発に対し、市場や顧客ニーズを的確に把握するための支援を行うことが課題である。そこで本計画期間中は、小規模事業者の商品・サービスを対象として専門家を中心とした商品調査チームを編成し、調査の実施及び結果の活用を支援する。

(2) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
専門家を活用した商品調査 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	専門家を活用した商品調査
目的	小規模事業者や創業者の商品・サービスについて、専門家の評価を得ることで、商品・サービスのブラッシュアップやマーケティング施策に活用することを目指す。
対象	年間2者（1者あたり1商品）の商品・サービスを調査対象とする。 ※梨などの特産品を活用した商品・サービスを優先的に調査する。 ※創業準備中の創業者の商品・サービスを優先的に調査する。
調査の手法	1商品に対し、以下の商品調査チームによる評価を実施する。なお、商品・サービスによって専門家の追加・入れ替えなどを実施する（たとえば土産品の調査の場合、パッケージが重要となるのでデザインの専門家としてデザイナーを加えるなど）。 <商品調査チーム> ・調査統括及びマーケティングの専門家：中小企業診断士 ・食の専門家 ：地域の事業者※ ・一般消費者の目線 ：当会職員（5名） ※地域の事業者 食の専門家として地域内で成果をあげている事業者を招聘する。たとえば、飲食店

	のメニューを調査する場合は、町内の繁盛飲食店の店主に協力を依頼する。これにより地域特性を加味した商品の評価を得ることができる。
調査項目	商品特性に応じて調整するが、一般的には以下の項目を基本的な評価項目とする。 <食品の場合> <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> 見た目 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> その他改善点 等 <サービスの場合> <input type="checkbox"/> サービスの内容 <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> その他改善点 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が中小企業診断士等の専門家と連携し、評価内容を整理したうえで、改善の優先順位を簡易なレポートとしてまとめる。
調査結果の活用方法	前項のレポートを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】

これまで当会では、マル経資金などの融資申込時や小規模事業者持続化補助金の申請時、経営革新計画の策定支援時などに経営分析を行ってきた。一方で、多くの事業者は経営分析を実施しておらず、その必要性についての理解も十分とはいえない状況である。

【課題】

経営分析の必要性について、町内事業者へ広く周知していくことが課題である。また、支援にあたっては、財務分析のみ、あるいは非財務分析のみにとどまる表面的な分析ではなく、事業者自身が本質的な課題を認識できるような深度ある分析を実施することが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
経営分析事業者数	16者	20者	20者	20者	20者	20者

※町内の事業者数減少に伴い、経営指導員数が現行の2名から1名に減少する可能性がある。その場合には、目標値についてもこれに応じて見直し、年間10者と読み替える。

(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	記帳指導を中心に、巡回指導、窓口相談、金融支援等の機会を通じて小規模事業者に訴求し、掘り起こしを行う。
分析の実施手法	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。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」、クラウド会計ソフト「商工会クラウド・MA1 商工会エディション」、クラウド型支援ツール（Biz ミル等）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> 収益性・安全性・生産性・成長性の分析

	<p><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（デジタル活用の状況、事業計画の策定・運用状況など）</p>
分析結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析の結果は事業者には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 ミル等）に集約。経営指導員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、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで当会では、小規模事業者持続化補助金や経営革新計画を契機とした事業計画策定支援を実施してきたほか、創業計画の策定支援も行ってきた。しかし、その多くは補助金申請や経営革新計画の認定取得を目的とした計画策定にとどまっており、事業計画そのものの必要性・重要性が十分に浸透しているとはいえない状況がみられる。

【課題】

事業計画の必要性や重要性が浸透していない場合、事業者による能動的な計画策定にはつながりにくく、その結果として計画の実行がなおざりになる傾向がある。そこで、事業計画策定にあたっては、その必要性・重要性を粘り強く訴求するとともに、事業者の内発的動機付けを促すような支援を行うことが課題である。また、創業希望者に対し創業計画の策定を強化することも必要である。

(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5割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に「デジタル技術活用セミナー」や IT 専門家派遣を行い、小規模事業者のデジタル技術を活用した販路開拓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。

加えて、創業・起業支援を強化するため、創業計画の策定支援も実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①事業計画策定事業者数	8者	10者	10者	10者	10者	10者
②創業計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者

※『5. 経営状況の分析に関すること』の目標設定同様、経営指導員数が減少した場合、「①事業計画策定事業者数」の目標値を年間5者と読み替える。

(4) 事業内容

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。												
支援の手法	<p>①小規模事業者が作成した事業計画に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内容を検討・整理する方法の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。</p> <p><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「デジタル技術活用セミナー」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、経営指導員による個社支援や専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとしてDXやデジタル技術の活用を促進する。</p> <p>■デジタル技術活用セミナー</p> <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、巡回指導、窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>講師派遣会社の登録講師等</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メインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>10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、巡回指導、窓口相談での周知	講師	講師派遣会社の登録講師等	回数	年1回	カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。	想定参加者数	10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、巡回指導、窓口相談での周知												
講師	講師派遣会社の登録講師等												
回数	年1回												
カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。												
想定参加者数	10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	<p>神川町では、地域における創業を促進するため、産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画を策定し、国の認定を受けている。当会は、当該計画に基づいて創業個別相談を行っているため、この相談を接点に支援対象者の掘り起こしを実施する。また、国の補助金、神川町の「神川町起業支援補助金[※]」を契機とした掘り起こしも行う。</p> <p>※神川町起業支援補助金 神川町の補助金である。町の産業振興及び地域経済の活性化を図るため、町内で新たに起業する方または起業1年未満の方に対して、その起業に要する費用の一部を補助する。申請には事業計画書が必要である。</p>
支援の手法	創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員がアドバイスを行う方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。

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】

これまで当会では、事業者からの求めがあった際にフォローアップを実施するにとどまっており、定期的なフォローアップを十分に行えているとはいえない状況にある。

【課題】

今後は、組織としてフォローアップのルールを明確に定め、計画的かつ定期的なフォローアップを実施することが課題である。これにより、事業計画や創業計画の実行上の課題に適切に対応し、事業の遂行を継続的に後押ししていく体制を構築する。

(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、計画策定後3回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3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、自走化に向けた内発的動機付けを行うことで、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、創業計画を策定した事業者には四半期ごとのフォローアップを実施。計画の実行を後押しする。

(3) 目標

①事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
フォローアップ対象事業者数	8者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度 (延回数)	半期毎 (16回)	3回※ (30回)	3回※ (30回)	3回※ (30回)	3回※ (30回)	3回※ (30回)
売上増加事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
経常利益増加事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者

※フォローアップの頻度は、計画策定後3回（3ヵ月後、6ヵ月後、1年後）を基本とする。

②創業計画のフォローアップ

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12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)	四半期毎 (4回)	四半期毎 (4回)	四半期毎 (4回)	四半期毎 (4回)	四半期毎 (4回)
売上増加事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者

(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	経営指導員が、事業計画や創業計画を策定したすべての事業者を対象にフォローアップを実施する。頻度は、事業計画は計画策定後3回、創業計画は四半期毎とする。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、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、各種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】

当町の小規模事業者をみると、新たな販路開拓に向けた意識は総じて高いとはいえない。当会としても、積極的な販路開拓支援に十分取り組めておらず、その結果として支援ノウハウの蓄積も進んでいない状況にある。

【課題】

町内消費が減少していくなかで、今後は県外や都市圏を対象とした販路開拓の重要性が一層高まっている。そのため、これを実現するための具体的な支援を展開していくことが課題である。あわせて、広域指導員や他商工会、専門家等の協力を得ながら事業者支援を進めるとともに、その過程で得られた支援ノウハウを当会内に蓄積していくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者は経営資源が限られているため、自力での販路開拓が難しいことも多い。そこで、事業者のみでは対応が困難な販路開拓施策について、当会が支援を行う。

事業の実施目的及び期待する効果は次のとおりである。

- ・本計画では、小規模事業者がデジタル技術を活用した販路開拓に取り組むことを目指している。しかし、多くの小規模事業者はデジタルに関するノウハウや人材を有しておらず、自力での取組が難しい状況にある。そこで「SNS マーケティング支援」を実施し、SNS を活用した集客力の向上を図る。
- ・町内消費が減少するなかで、町外への販路拡大の重要性が高まっている。町外の取引先獲得に向けては、展示会や商談会の活用が有効な手段である一方、こうした取組を小規模事業者が単独で行うことは容易ではない。そこで「展示会・商談会の出展支援」を実施し、町外の取引先の獲得を目指す。
- ・小規模事業者の中には、情報発信が不十分で新規顧客の獲得に苦慮しているケースが多い。そこで「神川町商工会のホームページ等による情報発信支援」を実施し、新規顧客との接点創出を目指す。

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。

(3) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①SNS マーケティング支援 支援事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%
②展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数 (延べ)	-	1件	1件	1件	1件	1件
③神川町商工会のホームページ等による情報発信支援 支援事業者数	-	-	20者	2者	2者	2者
売上増加率/者	-	-	2%	2%	2%	2%

(4) 事業内容

①SNS マーケティング支援 (BtoC)

事業名	SNS マーケティング支援
目的	集客の強化等を目指す。
支援対象	SNS を活用した情報発信に意欲がある小規模事業者 ※業種等は問わないが、基本的に店舗を想定している。 ※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	地元住民、観光客
支援内容	経営指導員が SNS の開設・運用を支援する。
支援の手法	経営分析や事業計画策定支援等の個別支援を通じて、また『6. 事業計画策定支援に関する』

	ること』で記載した「デジタル技術活用セミナー」を通じて、支援対象となる事業者を掘り起こす。実際に SNS マーケティングに取り組む事業者に対しては、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。支援にあたっては、必要に応じて、IT 専門家派遣を実施する。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。
--	---

②展示会・商談会の出展支援 (BtoB)

事業名	展示会・商談会の出展支援
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
展示会等の概要 / 支援対象	<p>主に以下の展示会・商談会を想定している。なお、これ以外にも有効な展示会・商談会がある場合は、出展支援を実施する。支援にあたっては、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。</p> <p>ア 彩の国ビジネスアリーナ 支援対象：製造業 訴求相手：埼玉県内の製造業</p> <p>さいたまスーパーアリーナを会場に、埼玉県、公益財団法人埼玉県産業振興公社、公益社団法人埼玉県情報サービス産業協会、県内金融機関が主催する、首都圏最大級の産・学・官・金連携による展示商談会である。中小企業の受注拡大・販路開拓のための自社の優れた製品・技術・サービス等を幅広い顧客層に PR するビジネスマッチングイベントとなっている。令和 7 (2025) 年 1 月はリアル展示+オンライン展示のハイブリッド型で開催され、リアル展示では、出展社数が 644 企業・団体、来場者数が 15,423 人であった。</p> <p>イ 埼玉県農商工連携フェア 支援対象：町産農産物を利用する食品事業者 訴求相手：全国の食品関連バイヤー等</p> <p>埼玉県が主催する商談会である。県内の農業者や食品関連事業者と全国の食品関連バイヤー等との商談機会を図るとともに、県産農産物及び県産農産物を利用した食料品等の販路開拓を図ることを目的としている。令和 6 (2024) 年 12 月の開催では、出展者が 44 団体/51 小間、来場者が 4,129 人、名刺交換枚数が平均 36 枚/団体の実績であった。</p> <p>ウ 神川町産業祭 支援対象：産業祭の出展事業者 訴求相手：町内の事業者</p> <p>神川町コスモス祭りと同時に開催されるイベントであり、当会が事務局を担っている。事業者にとっては、企業紹介や製品・商品の宣伝・販売の機会となっている。今後は、当会職員がコーディネーターとなり、事業者間のビジネスマッチングの場としても活用していく。令和 6 (2024) 年 10 月の開催では、来場者数が約 3,000 名であった。</p>
支援内容	①当会が展示会ブースを借り上げ、複数の事業者による共同出展を行う方法、②各事業者が独自に展示会・商談会に出展する際の支援を行う方法の 2 つの支援形態を想定。
支援の手法	<p>展示会・商談会に出展を希望する事業者の掘り起こしを行う。参加希望者に対しては、事業者の要望に応じて経営指導員が以下の支援を実施する。また、必要に応じて専門家派遣を行う。</p> <p><出展前の支援></p> <p><input type="checkbox"/>出展者の募集 <input type="checkbox"/>商談シート (FCP シート) の作成 <input type="checkbox"/>商談相手の事前アポイント</p> <p><input type="checkbox"/>パンフレット等のツール整備を含む効果的な展示方法や、短時間で商品等の魅力を伝えるためのアピール手法についての指導 等</p> <p><出展後の支援></p>

	商談相手に対するフォロー 等
③神川町商工会のホームページ等による情報発信支援（主に BtoC）	
事業名	神川町商工会のホームページ等による情報発信支援
目的	ホームページを持たないなど情報発信が不十分な小規模事業者が、デジタルを活用した情報発信により売上拡大を実現することを目指す。
支援対象	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（主に地元住民、観光客）
支援内容	当会のホームページに事業者の紹介ページを新設し、商品やサービスを PR する。また、本紹介ページの情報を活用し、事業者紹介冊子（飲食店マップ等）を制作することも検討している。
支援の手法	経営分析支援や事業計画策定支援、さらに『6. 事業計画策定支援に関すること』に記載した「デジタル技術活用セミナー」を通じて、支援対象事業者を掘り起こす。その後、当会ホームページに事業者の商品やサービスを掲載する。掲載にあたっては、経営分析等で明らかになった強みを訴求し、その魅力を効果的に発信する。 その他必要に応じて、プロカメラマンによる商品撮影や動画クリエイターによる動画制作を支援するほか、訴求力向上のため当会ホームページの SEO 施策やデザイン改修なども実施する。さらに、本事業で得た事業者情報を活用し、事業者紹介冊子（飲食店マップ等）の制作・配布などアナログ支援も併用することで、事業効果を高める。

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、経営発達支援事業の支援状況は、当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、当会や神川町だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「事業検討委員会」により事業の成果を確認し、PDCA を回しながら経営発達支援事業を推進することで、小規模事業者の売上・利益拡大に寄与することが課題である。

(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) 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。 (d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（Biz ミル等）に適時入力する。 【CHECK】 （事業の評価） (e) 日々の業務のなかで法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（Biz ミル等）によ

	<p>り各経営指導員等の指導状況を確認する。</p> <p>(f) 朝礼にて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認及び評価を行う。</p> <p>(g) 年1回(6月頃)の「事業検討委員会」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。</p> <p>※「事業検討委員会」の実施の流れ</p> <p>i 神川町経済観光課長(または担当者)、法定経営指導員、外部有識者(社会保険労務士等)をメンバーとする「事業検討委員会」を年1回(6月頃)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。</p> <p>ii 当該「事業検討委員会」の評価結果は、理事会に報告する。また、当会ホームページ(https://www.syokokai.or.jp/syokokai/kamikawa/)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>(h)「事業検討委員会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。</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、当会では埼玉県商工会連合会が主催する職員研修や、中小企業大学校が主催する研修に参加し、職員の資質向上を図ってきた。一方で、これらの研修内容が組織内で十分に共有できておらず、組織全体としての支援力向上に必ずしも結び付いていないという課題がみられる。

【課題】

今後は、全職員が小規模事業者の経営発達支援に対する共通認識を持ち、知識の習得及び共有を進めていくことが必要である。そのために、専門家派遣への職員同行や職員向けセミナーの開催等を通じて支援ノウハウを蓄積し、その内容を職員間で定期的に共有する仕組みを構築することが課題である。

(2) 事業内容

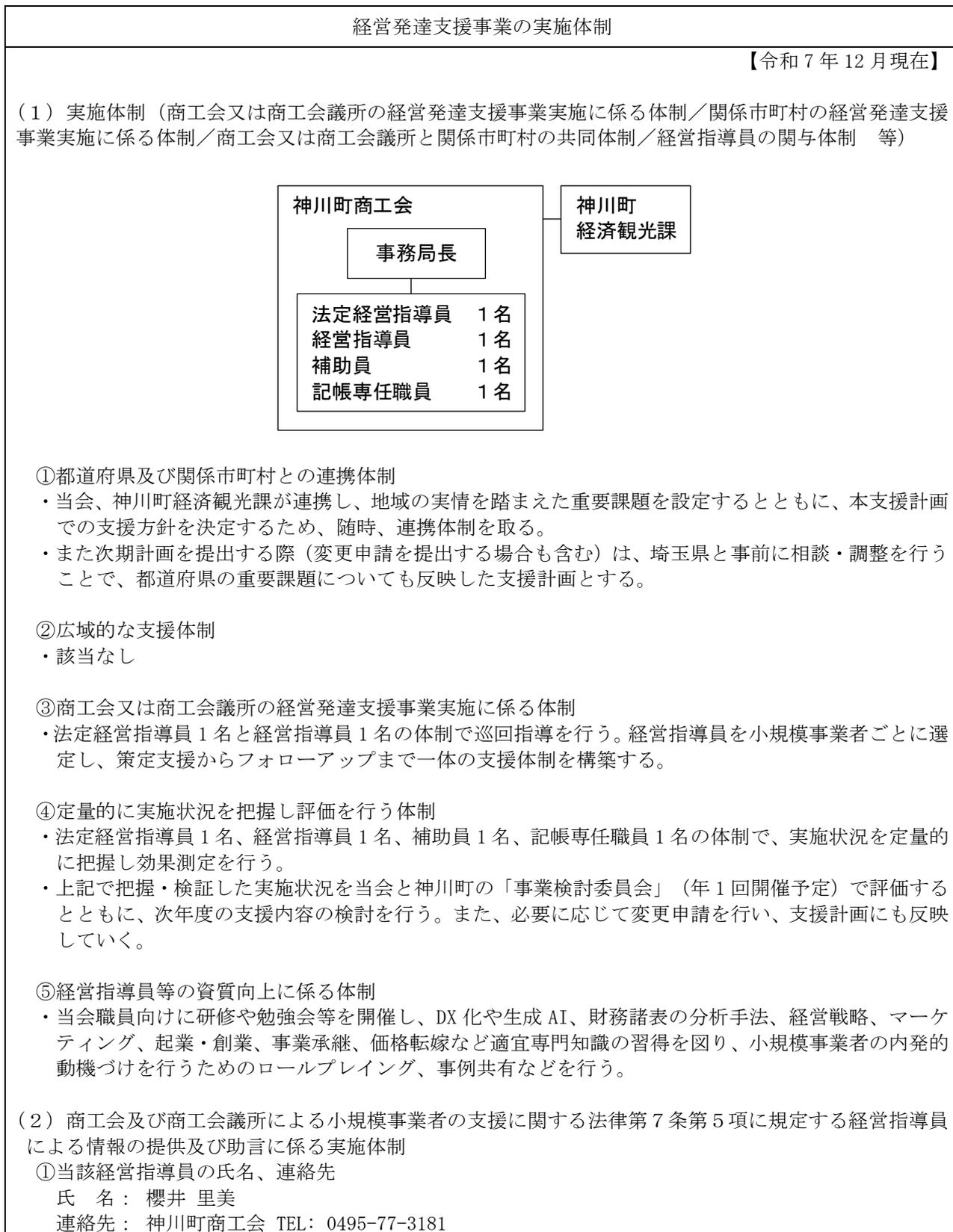
① 経営指導員(法定経営指導員含む)のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

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。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等
内容	<p>経営発達支援事業を適切に遂行し、上記の不足能力を補うために、以下の手段・手法により職員の資質向上を図る。これまでは経営指導員が中心となり資質向上に取り組んできたが、今後はすべての職員が主体的に取り組む体制とする。</p> <p>ア 経営指導員研修や広域指導員による研修 経営分析や事業計画策定といった、本計画実施にあたり最低限必要な資質については、埼玉県商工会連合会の経営指導員研修や、広域指導員による内部研修を通じて習得する。</p> <p>イ 中小企業大学校の専門研修、上級研修 中小企業大学校の専門研修や上級研修では、幅広いテーマが用意されており、当会職員がそれぞれの強みを伸ばす、あるいは弱みを克服するためのテーマを選択することが可能である。また、全職員に共通して不足している「経営力再構築伴走支援」に関する</p>

	<p>るカリキュラムも整備されており、組織全体の支援力向上に資する内容となっている。</p> <p>ウ 独自に講師を招聘して研修会を開催 資質向上の手段として外部研修への参加も考えられるが、当会における不足能力の強化を図るうえでは、独自の研修会を開催することも有効である。そこで、法定経営指導員が全職員の不足能力を網羅的に把握したうえでテーマを設定し、会内研修会を実施する。会内研修とすることで、すべての職員が参加しやすく、組織全体の底上げにつながるという利点がある。</p>
<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</p>	
<p>目的</p>	<p>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。</p>
<p>内容</p>	<p>ア OJT ベテラン職員と経験の浅い職員がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。</p> <p>イ 職員間の定期ミーティング 朝礼のなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法やデジタル活用の方法、具体的なデジタル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、経営発達支援事業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クラウド型支援ツール (Biz ミル等) に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。</p>

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②当該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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員（櫻井 里美）は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①神川町商工会

〒367-0245

埼玉県児玉郡神川町大字植竹 900-4

TEL: 0495-77-3181

FAX: 0495-77-2813

E-mail: kamikawa@syokokai.jp

②神川町 経済観光課 商工観光担当

〒367-0292

埼玉県児玉郡神川町大字植竹 909

TEL: 0495-77-0703

FAX: 0495-77-3915

E-mail: kankou@town.kamikawa.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 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
必要な資金の額	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
・ 専門家派遣費	500	500	500	500	500
・ セミナー開催費	500	500	500	500	500
・ チラシ作成費	100	100	100	100	100
・ 展示会出展料	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、国補助金、埼玉県補助金、神川町補助金、各種手数料

(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 並びに法人にあつては、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