

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 経営発達支援事業の目標

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、3つの目標を設定し事業を実施した。

(参考) 第1期経営発達支援事業の目標

- ①創業と事業承継支援の強化により小規模事業者数の減少に歯止めをかける
- ②計画経営への取り組みを推進し小規模事業者の基礎体力の向上につなげる
- ③地域資源の活用など付加価値の高い事業への転換を推進する

①の創業者数については、平成28年度10名、平成29年度15名で当初設定した目標をクリアすることができた。一方で、事業承継支援については、対象者の掘り起こしが難しかったこと、また支援者の支援スキルにバラツキがあり高度な相談に対応できなかったことから、直近年度の支援実績は5件にとどまっている。これを踏まえ、職員の支援スキルのさらなる向上や専門機関とのネットワークを強化し、事業承継実績の増加につなげていく。

②の経営革新等事業計画書の策定では、平成28年度31社、平成29年度36社の支援を行った。これは埼玉県内でも有数の実績であり、埼玉県や秩父市等の関係諸機関からも高く評価されている。秩父商工会議所では平成28年度、経済産業省の依頼により、ローカルベンチマークの活用モデルの構築を行った。事業性評価の入り口として期待されるこのツールは、小規模事業者でも取り組みやすく、第2期では、ローカルベンチマーク等の支援ツールを活用した方法を積極的に導入し、計画経営に取り組む企業の増加につなげていく方針である。

③について、第1期では飲食店からドッグカフェへの事業転換をはじめ、①銘木卸業者が藍染めを取り入れた木工製品製造販売事業、②精肉業者が飲食店事業、③内装工事業から古材を活かしたセルフ・リサイクルショップ事業など付加価値の高い新事業に取り組む支援を行ってきた。また、クラフトビール工場やナチュラルチーズ工房の創業支援を成功させた。クラフトビール工場の開設により秩父市はすべての地酒(日本酒・焼酎・ウイスキー・ワイン・ビール)の蔵元が揃う日本唯一の地域となった。第2期では、これらの地域資源を単なる商品販売にとどまらず、飲食や宿泊までつなげた面的活性化につなげ、地域経済循環の創造を図っていく。

〈今回の申請における取組〉

(1) 地域の現状及び課題

①現状

〈立地〉

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

秩父商工会議所は、秩父市と横瀬町の1市1町が管内である。秩父市については旧秩父市と旧大滝村が管轄区域となっている。秩父市は埼玉県の北西部(図1-1)に位置し、面積は577.83km²(管内は旧吉田町66.10km²、旧荒川村49.97km²を除く)の市である。横瀬町は秩父地域の東部に位置し、都心からは70km圏内にある面積49.49km²の町であ

図1-1 秩父市及び横瀬町の位置図



る。わが国最古の流通貨幣といわれる「和同開珎」ゆかりの地として知られるなど、古い歴史を持っている。早くから養蚕、絹織物など多彩な生産が行われ、物資の集散地として発展し独自の習慣や風俗も形成された。江戸時代には秩父札所巡礼が盛んになり、信仰と観光を兼ねて訪れる白装束の人々でにぎわうようになった。札所めぐりなど寺社や文化財の見学に訪れる人は、今日では年間約200万人とも言われている。明治以降、交通網の整備に伴い地域内外との交流も活発になり、セメント産業をはじめ、繊維産業、林業などが盛んであった。

近年は産業構造の変化に伴い電子部品や精密機械器具製造などのものづくり産業が中心となっている。昭和50年代以降人口減少が続いており、老年人口比率が県内で最も高い地域となっている。また、少子化が深刻化していく中で、就学・就労期の若年人口の流出が見受けられる。

<交通網>

・鉄道交通網

秩父市に西武鉄道と秩父鉄道の駅が、横瀬町には西武鉄道の駅が存在する。西武鉄道については、横瀬町に2駅、秩父市に1駅で、秩父市にある西武秩父駅が終点となっている。西武秩父駅～池袋駅まで特急（レッドアロー号）を利用することより約80分で行き来することができる。

秩父鉄道については、秩父市に10駅ある。埼玉県羽生市の羽生駅と同県秩父市の三峰口駅とを結ぶ鉄道路線である。

・道路交通網

道路は、中央部を南北方向に一般国道140号皆野寄居バイパス、一般国道140号が連絡するとともに、東西方向に一般国道299号が連絡し、重要な広域幹線道路となっている。また、中央部を南北方向に一般国道299号と接続する一般国道140号皆野秩父バイパスの整備が進められている。

<産業構造の推移>

・事業所数

事業者数については、10年間で約600事業所が減少した。

平成13年度事業所統計 3,706事業所（うち小規模事業者数 3,050事業所）

平成18年度事業所統計 3,502事業所（うち小規模事業者数 2,878事業所）

平成24年度事業所統計 3,100事業所（うち小規模事業者数 2,546事業所）

平成28年経済センサス活動調査では、秩父市の事業所数は、3,362社、横瀬町の事業所数は329社である。引き続き、事業者数は減少傾向しており、さらなる創業および事業承継支援の強化が必要である。

(参考) 経済センサス 基礎調査、経済センサス 活動調査より

年次		事業所数		従業者数	
		事業者数	前回対比	従業者数	前回対比
平成26年	秩父市	3,535	—	25,579	—
28年		3,362	95.1%	25,766	100.7%
平成26年	横瀬町	349	—	2,790	—
28年		329	94.3%	2,629	94.2%

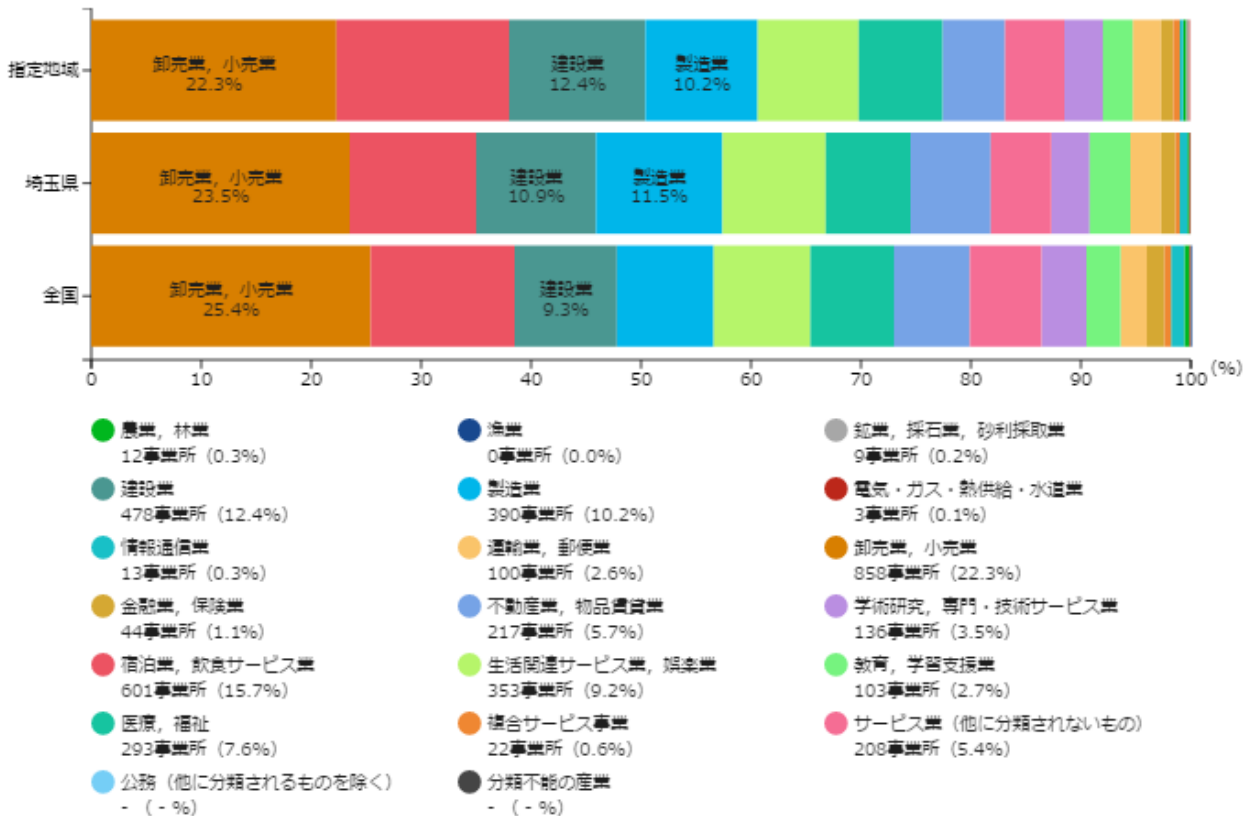
※秩父商工会議所管内は旧秩父市、旧大滝村と横瀬町である。管内データとしては、平成24年度の事業所統計による事業所数が公表されている。上記表は参考資料として、平成26年と平成28年の経済センサス調査結果から抜粋し、作成した。

・業種別の構成

図 1-3 秩父市及び横瀬町・業種別事業数

事業所数(事業所単位) 2014年

指定地域：埼玉県秩父市、埼玉県横瀬町



「RESAS」地域経済分析システムより

図 1-3 は秩父市と横瀬町の業種別事業所数、構成比を示している。産業構造をみると、「宿泊業、飲食サービス業」が 601 事業所 (15.7%) となっており、全国平均 (13.1%)、埼玉県平均 (11.5%) に比べ、割合が高い。「建設業」(12.4%) も同様に全国平均 (9.3%)、埼玉県平均 (10.9%) を上回る。「製造業」(10.2%) は全国平均 (8.8%) よりも高い。

<第2期目標設定の前提となる第1期実施の「企業の経営実態および支援政策活用に関する研究」の調査について> (明治大学政治経済学部森下研究室 平成28年度実施)

- ・過去3年間で従業員が減少した割合 19.1%、売上が減少した企業の割合 36.6%、粗利益が減少した企業の割合 36.6%。アベノミクスの景気浮揚策の中においても厳しい状況である。
- ・今後の成長目標として、規模縮小と答えた企業は 13.2%、規模維持が 42.8%で維持又は縮小をあわせると 56.0%にのぼる。一方、適度な成長 39.9%、大いに成長 4.1%と成長志向型企業は 44%にとどまっていることがわかった。
- ・後継者が決まっている、または候補者がいると答えた企業は 51.2%、一方 40.0%が後継者無しと答えており、事業承継対策は大きな課題である。
- ・経営課題として、①人材面では「若年人材の採用と育成」(48.6%)、「従業員の高齢化」(45.3%)、「専門・熟練人材の採用と育成の困難」(40.6%)、②物的資源面では「設備更新の遅れ」(29.9%)、「新製品・サービスの開発の遅れ」(22.5%)、③資金面では「自己資金不足」(32.3%)、④情報面では「販

路開拓機会の不足」(27.9%)、「産学・企業間連携の情報の場の不足」(23.0%)、「中小企業支援策の情報不足」(22.2%)、があがっている。

(参考) 図 1-4

経営課題

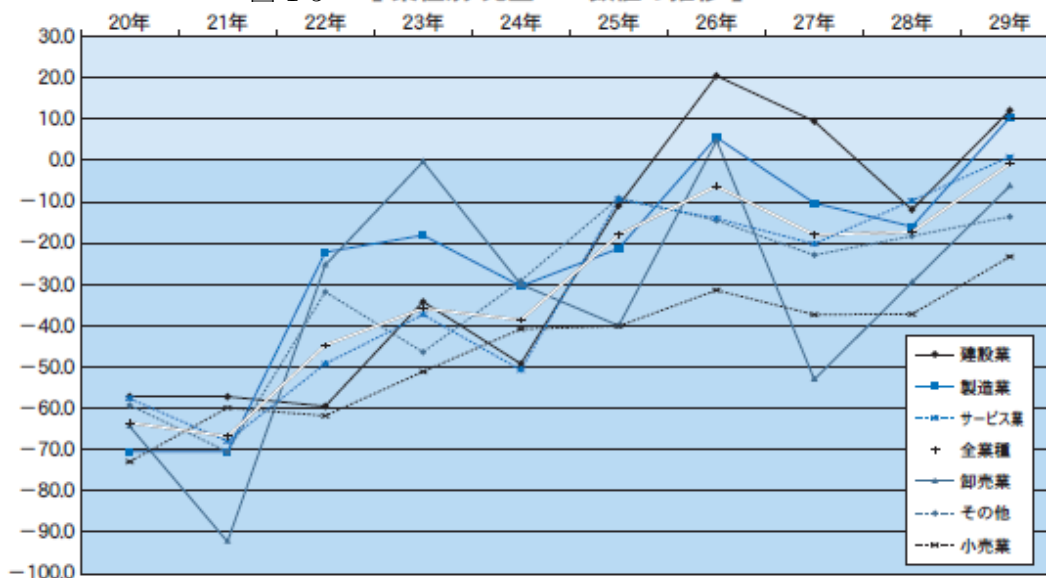
資源	項目	いいえ(1)	どちらとも言えない	はい(2)	(2)-(1)
人	若年人材の採用と育成の困難(N=286)	17.5	33.9	48.6	31.1
	従業員の高齢化(N=298)	23.5	31.2	45.3	21.8
	専門・熟練人材の採用と育成の困難(N=288)	16.3	43.1	40.6	24.3
	経営者の高齢化と後継者不足(N=302)	31.8	34.4	33.8	2.0
モノ	機械・設備・店舗等の更新の遅れ(N=281)	21.4	48.8	29.9	8.5
	新製品・商品・サービスの開発・導入の遅れ(N=280)	18.6	58.9	22.5	3.9
	新技術・ノウハウの開発・導入の遅れ(N=285)	18.2	62.1	19.6	1.4
	燃料・材料・部品等の価格高騰への対応遅れ(N=282)	19.5	61.7	18.8	-0.7
金	自己資金の不足(N=291)	28.5	39.2	32.3	3.8
	運転資金の調達難(N=285)	35.1	45.3	19.6	-15.4
	設備投資資金の調達難(N=285)	33.3	47.4	19.3	-14.0
	信用保証能力の不足(N=286)	35.7	50.7	13.6	-22.0
情報	販路開拓機会の不足(N=287)	16.0	56.1	27.9	11.8
	産学・企業間連携の情報・場の不足(N=282)	15.6	61.3	23.0	7.4
	中小企業支援策の情報不足(N=288)	17.4	60.4	22.2	4.9
	最新技術や製品トレンド情報の不足(N=287)	18.8	61.0	20.2	1.4

平成 28 年度実施「企業の経営実態および支援政策活用に関する研究」の調査より

<第 2 期目標設定の前提となる平成 29 年景気動向調査について>

・売上高 D I 数値が全業種平均で-0.7 (図 1-5) となり、前年の-17.3 から大幅に回復した。業種的には建設業と製造業が好調、小売業が苦戦という結果となった。規模的には小規模事業者の苦戦が見受けられる。サービス業については西武鉄道の積極的な誘客やテレビへの露出度が高まったことが要因としてあげられるが、食料品等の値上げにより採算の悪化を訴える声が多い。建設業は、建設資材の上昇や人材不足という問題を抱える企業が多い。

図 1-5 【業種別売上DI数値の推移】



＜秩父市及び横瀬町の人口推計について＞

図 1-6 秩父市人口推計（秩父市 HP より）

(i) 秩父市の人口推計

秩父市人口推計は図 1-6 のとおりである。平成 30 年 4 月 1 日現在の人口は 63,365 人であるが、平成 40 年には 54,549 人となり、10 年 8,816 人 (-13.9%) 減少すると予想されている。生産年齢人口（15 歳以上 65 歳未満）は現在 35,798 人であるが、10 年後には 29,106 人、-18.7% と大幅に減少する。

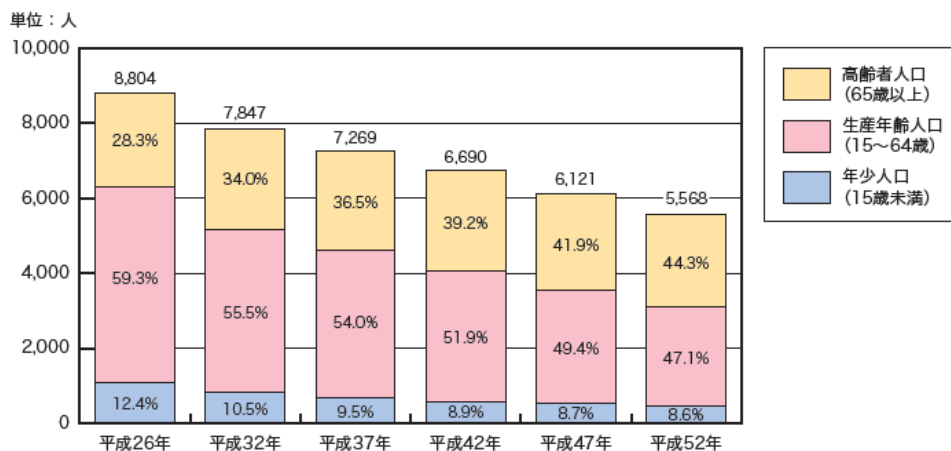
平成30年4月1日のデータをもとにした秩父市の人口推計
(年：平成、単位：人)

		30年 実績	31年	32年	33年	34年	35年	36年	37年	38年	39年	40年
就学前 0-5歳		2,581	2,496	2,418	2,329	2,261	2,208	2,155	2,081	2,029	1,969	1,911
義務教育 高校 大学等	6-22歳	9,465	9,239	8,986	8,794	8,580	8,354	8,134	7,937	7,728	7,520	7,319
	うち小学生人口	3,018	2,938	2,877	2,816	2,738	2,664	2,593	2,509	2,430	2,342	2,272
	うち中学生人口	1,701	1,670	1,625	1,590	1,540	1,494	1,436	1,406	1,391	1,387	1,338
	うち高校生人口	1,798	1,769	1,739	1,696	1,665	1,620	1,585	1,535	1,489	1,431	1,402
	うち大学生人口	2,938	2,862	2,746	2,692	2,637	2,576	2,520	2,487	2,418	2,360	2,307
実質生産 年齢人口	23-64歳	31,062	30,391	29,837	29,222	28,665	28,099	27,524	26,935	26,467	25,913	25,397
	うち23-59歳	26,418	25,883	25,376	24,923	24,410	23,930	23,382	22,859	22,360	21,930	21,359
	うち60-64歳	4,644	4,508	4,461	4,299	4,255	4,169	4,142	4,076	4,097	3,983	4,038
前期高齢者 65-74歳		9,507	9,549	9,638	9,913	9,836	9,512	9,250	8,948	8,659	8,427	8,250
後期高齢者 75歳以上		10,760	10,864	10,826	10,596	10,644	10,931	11,151	11,400	11,526	11,650	11,672
合計		63,365	62,539	61,705	60,854	59,986	59,104	58,214	57,311	56,399	55,479	54,549

(ii) 横瀬町の人口推計

横瀬町の人口推計は図 1-7 のとおりである。平成 30 年 9 月 1 日現在（横瀬町 HP より）の人口は 8,370 人であるが、平成 42 年には 6,690 人と予想されており、12 年間で 1,680 人 (-20.1%) 減少する。図 1-3 から、生産年齢人口（15 歳以上 65 歳未満）も大幅に減少する。

図 1-7 横瀬町の人口推計（第 5 次横瀬町総合振興計画後期基本計画より）



注：平成 26 年は 10 月 1 日現在の人口、その他の年は推計値。
資料：国立社会保障・人口問題研究所の推計値

(2) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

人口は、10年後、秩父市が約54,500人(約8,800人減少)、横瀬町が約7,000人(約1,400人減少)まで減少する見通しである。減少の大半は生産年齢人口であり、労働力不足に拍車がかかる。また、この10年で事業所数は約600件減少している。前述の明治大学政治経済学部森下研究室調査によれば、「後継者無し」と答えている企業が40%いることから、その傾向は今後も続くと考えられる。対策として、引き続き事業承継支援、創業の促進に力を入れていくことが必要と考える。

②秩父市総合計画及び第5次横瀬町総合振興計画との連動・整合性

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

- ・就労対策の推進 (1)労働環境の充実 (2)雇用の促進 (3)起業の支援
 - ・商工業の振興 (1)企業立地の推進 (2)商工業事業者の支援 (3)中心市街地の活性化
 - ・観光産業の振興 (1)観光誘客の推進 (2)観光産業の育成
 - ・農林水産業の振興 (1)農業水産業の育成支援 (2)森林・林業・木材産業の育成と森林保全
- 横瀬町では、平成27年から平成31年度までの第5次横瀬町総合振興計画の後期基本計画を策定し、産業・経済の分野において以下の施策が示されている。
- ・農業の振興 (1)農業従事者の養成・確保 (2)生産基盤の整備 (3)農業経営の確立
 - ・商工業の振興 (1)商工業基盤の整備・充実 (2)商工業の活性化
 - ・観光の振興 (1)観光資源の整備・充実 (2)受入体制の整備・充実 (3)観光情報の発信・提供 (4)観光の連携・広域化

秩父商工会議所では、①行政と一体となった創業支援、②小規模事業者の計画経営の推進、③地域資源による観光誘客の推進などにより、秩父市および横瀬町の施策に沿った支援を実行する。

③秩父商工会議所としての役割

秩父商工会議所は、地域総合経済団体として小規模事業者の経営課題を見つけて原因の追及、分析及び解決方法について事業者とともに取り組むことが重要な役割と考える。また、課題解決に大きく寄与する行政及び金融機関等の支援機関と連携を深め、きめ細やかな伴走型支援により、地域経済の活性化及び持続的発展を推進する。

「小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方」

小規模事業者の基礎体力向上を図るため、事業計画策定支援では、経営革新計画のフレームを使いつつ、「ローカルベンチマーク」等の支援ツールを併用し、計画経営の推進を強化していく。このローカルベンチマークについては、経営者と支援機関のみならず、金融機関や行政も含めた産官金連携の中で実施していく。また、人材の採用・育成、設備更新、販路開拓においてより高度な経営課題解決を求められる案件については、外部専門家等の支援を活用し実施する。

前述の明治大学政治経済学部森下研究室調査によれば、粗利益が減少した企業の割合が36.6%を占め、高付加価値化への取り組みは急務ということが判明した。秩父地域には農産物(いちご、葡萄、ブルーベリー、シイタケ類、カエデ糖など)、鉱工業品(秩父銘仙、秩父ちぢみなど)、観光資源(秩父夜祭、秩父芝桜など)など豊富な地域資源があり、また新たに「地酒の町」としての活性化も期待される。秩父地域を訪れる観光客は平成27

図1-7 秩父の入込観光客数(秩父市統計)

年	入込観光客数(人)
H23	3,544,200
H24	3,956,600
H25	4,107,400
H26	4,690,600
H27	5,076,600

資料:観光課

年には500万人を突破し、現在も増加の一途を辿っている。商圈規模の縮小、高齢化の進展といった要因により、特に景況感の厳しい小売業については、観光客をターゲットとした業態転換を推進し、付加価値の向上につなげていく。

また、研究調査の結果から「後継者無し」と答えている企業が40%いることや、事業者数減少は大きな問題である。引き続き、事業承継支援、創業の促進は最重要テーマとして取り組んでいく。

(3) 経営発達支援事業の目標

①創業と事業承継支援の強化により小規模事業者数の減少に歯止めをかける（改善・継続）

事業期間内に75社（者）の創業を目指す。また5年間で50社（者）の事業承継支援を行う。

②ローカルベンチマーク活用により事業計画書策定支援の裾野を広げ、小規模事業者の基礎体力の向上につなげる（改善・継続）

金融機関・行政と連携を図りながら、事業期間内に事業計画策定企業200社を目指す。

③地域資源の活用など付加価値の高い事業への転換を推進する（改善・継続）

事業期間内において、既存事業からの業態転換に取り組む企業5社の支援を目指す。また地酒を活用した様々なプロジェクトを展開し、飲食店や宿泊施設の活性化につなげる。

(4) 目標の達成に向けた方針

①産業競争力強化法における創業事業計画に基づく創業支援を中心に、引き続き創業希望者の掘り起こしを行い、創業を促進する。また、最重要課題の事業承継については、専門機関である事業承継引継ぎセンター、よろず支援拠点埼玉、埼玉県商工会議所連合会（事業承継相談員）等と連携し、専門性の高い支援を展開する。職員の支援スキルの向上については、秩父地域内の商工会と連携し、外部講師を招聘した上で事業承継支援勉強会を実施する。さらに会報やHPを活用し、支援施策の案内や啓蒙活動を積極的に展開し、後継者難による廃業に歯止めをかける。

②商工会議所・金融機関・行政（秩父市・横瀬町）が産官金連携を構築し、ローカルベンチマークツール等を活用した事業計画策定支援を強化する。支援については、連携機関で同行訪問するなどこれまでより踏み込んだ支援とする。計画策定後の伴走型支援を強化するが、日本政策金融公庫と民間金融機関による協調融資、クラウドファンディングの活用など、多様な資金調達方法についても積極的に推奨していく。

③既存の地域資源（農産物、秩父銘仙、秩父ちぢみ、秩父夜祭、秩父芝桜など）にとどまらず、新たな地域資源である「地酒」などを組み合わせた新規事業を展開し、付加価値向上につなげていく。例えば、すべての地酒が味わえる飲食店や宿泊施設の紹介、地酒イベントの実施（仮称「アルコール共和国」の設立）など、地域経済全体に資金が環流する仕組みを創造する。プロジェクトは、埼玉県、秩父市、おもてなし観光公社などの諸機関と連携して実施する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成31年4月1日～平成36年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間では、以下の4つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は、下記のとおりである。地域経済動向調査については、事業者のマーケティング戦略立案や我々の支援計画の策定必要なことから継続もしくは改善で実施する。

1) 景気動向調査

年1回、景気動向調査を実施しており、回答件数の目標が440件（平成29年度）となっていたが、税務申告時期と重なり、巡回によるヒアリングが進まず、目標の8割程度にとどまった。本調査は、小規模事業者の業種ごとの経営課題の把握や秩父商工会議所における支援計画の立案などに活用していることから、経営指導員等による電話呼びかけや窓口相談を活用し、効率よく、回収率を上げていく。さらに調査項目に「商品開発」等をマーケティング支援の参考になるより具体的な項目を追記することにより、伴走型支援の強化につなげていきたい。

2) 各種調査の活用・実施

日商のLOBO（早期景気観測）調査の実施および経営指導員による巡回訪問時のヒアリング、埼玉県経済動向調査など様々な情報を収集し、秩父商工会議所会報誌およびホームページへの掲載のほか、小規模事業者の事業計画書策定において活用した。事業計画策定では、売上高の向上に結びつくなど、一定の成果を得ている。地域経済動向を把握する手段として「RESAS」（地域経済分析システム）は、手軽にデータの入手が可能であり、有効である。今後は活用ノウハウの共有を進めるとともに、「RESAS」による地域経済動向分析を積極的に活用する。

3) まちなか通行量調査の実施

秩父市内商店街を中心に定点観測による調査を毎年1回実施してきた。本調査は、主に店舗出店において活用している。また、商店（小規模事業者）が属する商店街において、店舗の利用状況と推移、歩行者等通行量を把握することで、商業振興、商店街活性化の基礎資料としても活用してきた。今後も継続実施するが、予算を考慮し、第2期では3年に1回の実施とする。

4) 小規模事業者の需要動向・経営改善・革新効果に関する調査事業

平成28年度に秩父商工会議所管内の小規模事業者より無作為抽出し、アンケート調査を実施した。平成29年度は実施していない。本調査では、経営の状況、事業承継への対応、経営課題、支援施策の活用状況、要望の多い支援策などを把握した。これをもとに行政への施策要望や重点的に取り組むべき支援事業の設定などに活用してきた。今後もより効果の高い支援を展開するため、継続実施するが、予算を考慮し、第2期では3年に1回の実施とする。

《第1期における目標と実績》

内容	28年度		29年度		30年度
	目標	実績	目標	実績	目標
1) 景気動向調査回答件数	435件	364件	440件	361件	445件
2) L O B O 調査	12回	12回	12回	12回	12回
3) まちなか通行量調査	1回	1回	1回	1回	1回
4) 経営改善・革新効果に関する調査	1回	1回	1回	0回	1回

※上記、調査の他、平成30年度については事業承継の状況把握のための調査を実施。

〈今回の申請における取組〉

(1) 現状と課題

以上の通り、各種調査を小規模事業者の支援につなげており、成果をあげている。今後も地域経済動向の把握および小規模事業者にとって必要な情報収集に努め、小規模事業者のマーケティング戦略立案や秩父商工会議所の支援計画策定に活用する。

(2) 事業内容

①景気動向調査（改善・継続）

小規模事業者の現況を把握する景気動向調査を実施する。現状の業種や従業員数、売上高・経常利益・所得の動向、売上高の増加（減少）の理由、経営の見通しなどを把握する。小規模事業者の現況を業種別に把握することにより、業種ごとの経営課題の把握や秩父商工会議所における支援計画の立案などに活用する。調査結果はHPや会報誌に掲載する。

商品開発に関する情報が不足していたため、新たな項目として「商品・サービスの開発強化」「事業者間連携」という選択項目を追加し、実施する。

【調査対象】管内小規模事業者 1,800社

【調査項目】業種、従業員数、売上高、経常利益、従業員、売上の増加・減少要因、経営の見通し、経営課題、定休日、休日日数など

【調査手法】調査票を郵送し、返信用はがきにて回収する。

新たに未回収については経営指導員等が電話や窓口相談の際にフォローすることで回収率を上げる。

【分析手法】経営指導員が分析を行う。

②各種調査の活用・実施（改善・継続）

日商L O B O（早期景気観測）調査の実施および経営指導員等による巡回訪問時によるヒアリングのほか、埼玉県経済動向調査や「RESAS」（地域経済分析システム）などの情報収集し、地域の経済動向を把握する。特に容易にデータが入手できる「RESAS」（地域経済分析システム）を積極的に活用する。産業構造マップ「全産業の構造」、観光マップ「目的地分析」などを活用し、地域の強みや課題を分析する。これらの情報は所内で共有化し、事業計画策定支援等に反映するとともに、小規模事業者にとって有益と思われる情報については会報誌・ホームページへの掲載等により周知する。

（日商L O B O 調査）

【調査項目】売上、採算、資金繰り、仕入単価、従業員の状況など

【調査手法】調査票をF A Xにて送信し、回答はF A Xにて回収する。

③まちなか通行量調査の実施（継続）

秩父市内商店街を中心に定点観測ポイントを12カ所設置し、調査を継続実施する。この通行量

調査の結果をもとに創業希望者への店舗出店場所選定の際の情報提供、助言などを行う。顧客属性に応じたマーケティング支援などに活用する。調査結果はホームページや会報誌に掲載し、小規模事業者が閲覧できるようにする。

【調査地点】 秩父市内商店街を中心に 12 カ所

【調査方法】 5 月の日曜日と月曜日の 2 日間を調査する。調査は歩行者及び二輪車（性別・年代別などの属性）、自動車の 2 種を対象に実施する。

【調査頻度】 3 年に 1 回実施

④小規模事業者の需要動向・経営改善・革新効果に関する調査事業（継続）

前述した景気動向調査と比較し、個々の事業所に踏み込んで小規模事業者の需要動向や本支援事業が事業者の経営改善や革新効果にどうつながったのか等の調査を行う。調査については明治大学政治経済学部森下研究室に委託する。調査対象事業者は秩父商工会議所管内の小規模事業者（約 2,500 事業所）より無作為抽出し、アンケート調査を実施する。小規模事業者の経営課題（経営理念の有無、事業計画策定状況、販路開拓、資金繰りなど）、経営支援ニーズを把握することにより、より効果の高い支援を展開する。

【調査項目】 I. 調査対象の属性（社歴、業種、経営者、従業員数、資本金、売上規模、利益、経営理念の有無など）

II. 現在の悩み・経営課題

III. 事業承継（方針、後継者の有無、第三者承継の可能性など）

IV. 商工会議所の活用状況（経営支援、金融支援、福利厚生・保険、人材育成、各種助成金支援など）

V. 商工会議所の事業満足度（経営支援、金融支援、福利厚生・保険、人材育成、各種助成金支援など）

VI. 公的施策の浸透・活用状況について

【調査頻度】 3 年に 1 回実施

（3）成果の活用

○情報収集・調査、分析した結果は小規模事業者にフィードバックするとともにHPや会報誌に掲載し、管内事業者に周知する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

（4）目標

内容	現行	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
①公表回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③公表回数	1 回			1 回		
④公表回数	—		1 回			1 回

3. 経営状況の分析に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、2つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりである。

①財務診断の実施

財務診断、SWOT分析等は下表のとおり目標件数をクリアできた。小規模事業者からも「自社の経営課題が明確になった」などの声が聞かれ、一定の成果は得られている。今後は、「ローカルベンチマーク」等の支援ツールを活用し、より一層、小規模事業者の事業性の理解に努めていく。なお財務診断は定性的分析とセットで実施していることから、②の「SWOT分析の実施」と統合して、項目の名称を「経営分析の実施」に変更する。

②SWOT分析の実施

上述のとおり、SWOT分析は、小規模事業者の経営資源の定性的な分析手法として成果を上げている。

《第1期における目標と実績》

内容	28年度		29年度		30年度
	目標	実績	目標	実績	目標
①財務診断件数	30件	61件	40件	53件	40件
②SWOT分析	30件	61件	40件	53件	40件

〈今回の申請における取組〉

(1) 現状と課題

計画経営に取り組む事業者をさらに増加させること、より一層踏み込んだ事業性の理解に努めることの2点が課題として抽出できる。

当所には、経済産業省のローカルベンチマーク活用戦略会議において、実務支援モデルをつくった経営指導員（中小企業相談所長 黒澤元国）が在籍している。このノウハウを活かすべく「ローカルベンチマーク」等の支援ツールの活用した支援を全所一丸となって実施する。

(2) 事業内容

①経営分析の実施（改善・継続）

秩父商工会議所が中心となり、地域金融機関や行政（秩父市・横瀬町）と連携し、「ローカルベンチマーク」等のツールを活用した経営分析を実施する。実施対象企業については、管内小規模事業者を対象に、会報での募集や経営指導員による巡回訪問にて行う。支援担当職員の研修方法については後述する。

○経営分析の内容

【対象者】会報での募集や経営指導員による巡回訪問にて発掘

【分析項目】以下のいずれかで実施する。

- ①定量分析である「財務分析」と、定性分析である「SWOT分析」を行う。

《財務分析》売上高、営業利益、経常利益、売上高対売上原価率など

《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会

- ②ローカルベンチマークツールを活用する

《財務分析》売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性

《非財務分析》経営者、事業、企業を取り巻く環境、内部管理体制

(3) 成果の活用

- 分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- 分析結果については、職員内で回覧し、情報を共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

(4) 目標

内容	現行	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
①分析件数	35件	45件	48件	48件	48件	48件

※事業計画策定における目標件数から創業による事業計画策定件数を除いた件数を設定した。

4. 事業計画策定支援に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、6つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりである。

1) 創業・第二創業支援

①創業支援事業計画に基づく創業支援の実施

創業支援事業計画に基づく創業支援により、年間目標創業者数を大きく上回る実績をあげた。さらに創業フォローアップセミナー、創業塾、創業補助金などの公的施策の活用等、を併用することで事業者の円滑な創業につなげている。これについては行政（秩父市・横瀬町）と一体となった広報活動やフォローアップ（特定創業支援事業計画を受けたことによる証明書の発行）などによるところが大きい。引き続き、創業支援に注力していくが、今後はさらに地域金融機関との関係性を強化し、創業資金の円滑な借入等に努め、手厚い支援を展開する。第2期は、「創業支援」に変更し実施する。

②創業補助金など公的施策を活用したスタートアップ期の支援強化

創業補助金や特定創業支援事業など公的施策の活用のほか、創業フォローアップセミナーを実施するなど、スタートアップ期の支援強化を努めてきた。今後もスタートアップ期の支援には力を入れていくが、第2期は「創業支援」に統合する。

③第二創業支援

第二創業支援では、事業承継セミナーの開催や、事業承継税制に関する広報活動などを行ってきた。一方で、高度化する相談への対応力向上は課題である。専門機関との連携強化や職員のスキルアップ向上等改善した上で継続実施する。

2) 経営革新計画策定支援

①経営革新計画策定支援（事業計画の策定支援）

経営革新計画の策定支援では、数値目標を大きく上回る実績をあげることができた。ものづくり補助金・小規模事業者持続化補助金など、各種補助金申請支援に積極的に取り組んでいる事業所を中心に、経営革新計画の策定につなげたことが要因としてあげられる。この経営革新計画承認事業者に対して進捗状況調査を行っているが、約5割の事業者が売上増加につながるなど、成果を上げている。また、平成28年度に経営革新承認事業者に対する勉強会・交流会では、販路開拓に関するセミナーと交流会を実施した。しかしながら、対象事業者が80事業者と少なく、集客が難しいこと、参加者がさまざまな業種業態であり、販路開拓を効果的に伝えることが困難であった。これ

を受け、平成 29 年度からは経営革新承認事業者を対象に、後述する異業種交流会への参加を促し、経営力の向上につなげてきた。第 2 期は、「4. 事業計画策定後の実施支援」において異業種交流会への参加の促進および巡回訪問などにより付加価値向上をサポートするとともに、「ローカルベンチマーク」等の支援ツールの活用や、よろず支援拠点等の専門家の活用など改善した上で、「事業計画策定支援」に変更し、実施する。

3) ものづくり補助金・小規模事業者持続化補助金等支援

第 1 期では、ものづくり補助金の申請件数 51 件、小規模事業者持続化補助金の申請件数 108 件の支援を行ってきた。特に、ものづくり補助金においては採択率は 90%を超えるなど、大きな成果をあげている。しかしながら、補助事業は年度により募集内容の変更や実施の有無など不確定要素が高いことから、第 2 期では本計画外の事業として実施する。

4) 経営改善計画の策定支援

金融機関に対し借入金の条件変更など行う小規模事業者からの相談や、金融機関から紹介により、経営改善計画の策定支援を行ってきた。その中には、地域経済活性化支援機構の特定支援業務を活用し、経営者の転廃業支援につなげた事例も存在する。金融機関と積極的なコミュニケーションにより、実現可能性の高い抜本的な事業計画の作成支援を行っていることが、成果を生み出した要因である。第 2 期では、「事業計画策定支援」に統合して実施する。

《第 1 期における目標と実績》

内容	28 年度		29 年度		30 年度
	目標	実績	目標	実績	目標
1) ①ちちぶ創業塾の開催	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
1) ①創業者数	10 名	10 名	12 名	15 名	12 名
1) ②創業者に対する勉強会	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
1) ③第二創業セミナー	1 回	1 回	1 回	0 回	1 回
1) ③第二創業支援件数	3 件	5 件	3 件	5 件	3 件
2) ①経営革新計画策定支援	15 件	31 件	16 件	36 件	17 件
2) ①経営革新計画承認事業所に対する勉強会や交流会の実施	2 回	1 回	2 回	0 回	2 回
4) 経営改善計画の策定支援	5 件	5 件	7 件	5 件	7 件

〈今回の申請における取組〉

(1) 現状と課題

以上の通り、創業計画や経営革新計画、経営改善計画の作成者数は年々増加傾向にあり、計画作成後の成果も良好である。これについては継続的発展につなげていく。一方、事業承継支援については質的に充実したものとは言えず、さらなる強化が必要である。

(2) 支援に対する考え方

量的支援の改善策として、基礎自治体との連携は定着しているので、ここに地域金融機関を含めた産官金連携で支援を拡充していく。質的支援の改善策として、よろず支援拠点や、事業引継ぎ支援センター等の関係諸機関との連携強化や、職員のスキルアップの取り組みにより実施する。

(3) 事業内容

①創業支援（改善・継続）

これまでのように秩父市・横瀬町・皆野町・小鹿野町・長瀬町の1市4町の基礎自治体とともに、秩父商工会議所と秩父地域内の商工会（荒川商工会、西秩父商工会、皆野町商工会、長瀬町商工会）が連携し、秩父商工会議所内にちちぶ地域創業サポートコア窓口を設置し、支援を実施する。毎期40人以上の申込があるちちぶ創業塾は継続開催とする。また創業計画作成を地域金融機関とともに実施し、創業資金の円滑な借入等に努め、手厚い支援を展開する。

②第二創業支援（改善・継続）

事業承継セミナーや、事業承継税制に関する広報活動などについては、引き続き強化していく。高度化する相談に対しては、専門機関である事業承継引継ぎセンター、よろず支援拠点埼玉、埼玉県商工会議所連合会（事業承継相談員）等と連携し、専門性の高い支援を展開していく。あわせて職員の支援スキルの向上を図る。秩父地域内の商工会と連携し、外部講師を招聘した上で事業承継支援勉強会を実施する。さらに会報を活用し、支援施策の案内や啓蒙活動を積極的に展開し、後継者難による廃業に歯止めをかける。

③事業計画策定支援（改善・継続）

前述した「ローカルベンチマーク」等の支援ツールを活用し、経営者と金融機関・支援機関が連携して支援に取り組む。経営者自身が経営の改善、生産性の向上に取り組むきっかけをつくり計画経営に取り組む企業を増やす。また、よろず支援拠点等の専門家を活用し、精度の高い事業計画策定支援を展開する。

【支援対象】 経営分析を行った事業者、国庫補助金の申請支援した事業者、マルケイ等融資先事業者、計画経営に積極的な事業者、金融機関からの紹介事業者など

【手段・手法】 ローカルベンチマーク等のツール利用者を事業計画作成に誘導する。

経営指導員の窓口相談・巡回により事業者を発掘する。

基礎自治体・金融機関と連携して事業者を発掘する。

経営指導員が事業者と一緒に事業計画を策定する。

（4）目標

内容	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
①事業計画策定件数（創業）	15件	15件	15件	15件	15件
②事業計画策定件数（第二創業）	5件	8件	8件	8件	8件
③事業計画策定件数 （経営革新計画策定を含む）	40件	40件	40件	40件	40件

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、4つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりである。

1) 創業者に対する支援

創業者に対しては、巡回訪問、勉強会（交流会）、個別相談会を実施し、経営に関する悩み、課題などの解決を図るなどフォローアップに力を入れてきた。創業後3年以内に廃業する事業者はきわめて少なく、大きな成果につながっている。今後も巡回訪問、個別相談会を強化した上で、継続実施する。

2) 第二創業に対する支援

第二創業（事業承継）を兼ねた事業計画策定支援件数は、目標を通りの成果を上げた。一方、明治大学の研究調査の結果から「後継者無し」と答えている企業が40%いることから、事業承継の支援は最重要課題である。今後は支援体制の強化を図った上で、継続実施する。

3) 経営革新計画策定後の支援

これまで、経営革新計画の進捗状況の確認、把握を行いつつ、フォローアップ支援を実施してきた。目標は設定していないものの、平成28年度87回、29年度109回（延べ数）のフォローアップ支援を行ってきた。今後も経営革新計画策定事業者の付加価値向上に向けてフォローアップ支援を継続実施する。勉強会・交流会の実施については、後述する異業種交流会の参加を促し、経営力の向上につなげていく。

4) 各種補助金等申請企業に対する支援

ものづくり補助金、小規模事業者持続化補助金等の申請・採択企業に対し、経営革新計画の策定につなげ、きめ細かいフォローアップ支援を実施してきた。今後も継続的に実施していくが、年度により補助事業の募集内容や実施の有無など不確定要素が高いため、第2期では本計画外の事業として実施する。

なお、上記①～③の実施項目について、それぞれの明確な区分が難しいため、第2期は「事業計画策定事業者」として評価項目を統合する。

《第1期における目標と実績》

内容	28年度		29年度		30年度
	目標	実績	目標	実績	目標
1) 創業者に対する勉強会の実施	1回	1回	1回	1回	1回
2) 第二創業セミナー	1回	1回	1回	0回	1回
2) 第二創業支援件数	3件	5件	3件	3件	3件
3) 経営革新承認事業所に対する勉強会や交流会の実施	2回	1回	2回	0回	2回
4) 事業計画策定支援件数 (経営革新計画策定支援を含む)	15件	35件	16件	35件	17件

〈今回の申請における取組〉

(1) 現状と課題

創業、第二創業、経営革新計画策定など事業計画策定事業者に対するフォローアップ支援については、大きな成果をあげている。今後もフォローアップ支援の取り組みは拡充していく。具体的には次にあげる方法で取り組んでいく。

(2) 事業内容

事業計画を策定したすべての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らして支障ない事業者とを見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

具体的には、事業計画策定60～63社に一度は巡回訪問し、進捗状況等を確認する。その後、必要に応じて1回～2回の巡回訪問を実施する。事業者からの申し出等により、適宜対応する。

【フォローアップ支援対象者の呼びかけ方法】

- ・経営革新計画の事業計画策定事業者に対しては、埼玉県で行っている進捗状況調査を活用
- ・創業者（第二創業）に対しては個別相談の案内を送付
- ・事業計画を策定した事業者については、担当経営指導員が直接案内
- ・地域クラウド交流会（後述）など SNS を活用した呼びかけ

（3）目標

内容	現行	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フォローアップ対象事業者数	47社	60社	63社	63社	63社	63社
頻度（延数）	109回	150回	150回	150回	150回	150回

6. 需要動向調査に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、4つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりである。

1) 小規模事業者の事業計画策定や販売促進施策立案に必要な情報の収集・整理・分析

巡回・窓口相談時に小規模事業者の売れ筋商品などの需要動向についてヒアリングを実施し、情報収集を行った。これらを事業計画策定支援や販路開拓に活用し、事業計画策定事業者の約5割が売上増加に結びつくなど、一定の成果を上げている。一方、需要の見込める観光面におけるマーケット調査が不足していた。これらを踏まえ、第2期では、新たに秩父の観光調査を追加し、需要動向調査を実施する。

2) 顧客のニーズ・課題に対応した需要動向に関するデータや情報の提供

小規模事業者の事業内容に合わせて、マーケティング戦略に有益なデータや情報を提供した。総務省の「RESAS」（地域経済分析システム）、商圈大勝、(株)や、きんざいの第12次業種別審査辞典を活用した。これらを事業計画策定支援や販路開拓に活用した結果、事業計画策定事業者の約5割が売上増加に結びつくなど、一定の成果に結びついている。

なお、本項目のうち「RESAS」（地域経済分析システム）は、第2期において、「2. 地域の経済動向調査」の項目に変更する。

3) 小規模事業者の売れる商品づくりに向けた伴走型支援の実施

①消費者ニーズに精通した専門家によるセミナーの開催

最新の需要動向・トレンド、需要動向の調査方法、活用方法などを学ぶセミナーを実施した。参加者からは「大変参考になった」という意見が多く、需要動向に関する情報の必要性について意識を高める機会につながった。

②売れる商品づくりに向けた情報の提供および販売計画策定支援の実施

feelNIPPON（ギフトショー）に「秩父銘仙」を中心とした商品と「小昼飯」の資料等を展示し、バイヤーと意見交換および交渉を行った。商談や商品の販売方法の見直しなどにつながった。また売れる商品づくりに向けた販売計画の策定およびフォローアップ支援も行ってきた。今後もギフトショーへの出展等バイヤーと意見交換できる場を設定し、バイヤーから情報収集できる機会を小規模事業者に提供する。

上記、3) ①②の取り組みは、需要動向の調査事業にあたらなため、「7. 新たな需要の開拓に寄与する事業」にて、継続実施する。

《第1期における目標と実績》

内容	28年度		29年度		30年度
	目標	実績	目標	実績	目標
1) 調査件数	30件	32件	40件	31件	40件
1) 巡回件数	500件	1,156件	500件	1,268回	500件
2) 情報提供件数	30件	61件	40件	32件	40件
3) ①セミナー開催数	1回	1回	1回	0回	1回
3) ②情報提供件数	5件	7件	5件	6件	5件
3) ②事業計画策定支援件数	5件	7件	5件	6件	5件

〈今回の申請における取組〉

(1) 現状と課題

需要動向の調査方法や活用方法を学ぶセミナーの実施および展示会での販路開拓は、参加事業者の売上拡大に結びついている。しかしながら、商品開発におけるアフターフォローの支援については一定の成果を挙げたものの、需要の見込める観光面におけるマーケット調査が不足していた。これらを踏まえ、第2期は、新たに秩父の観光調査を追加し、需要動向調査を実施する。

(2) 事業内容

①秩父観光キャンペーンによる調査事業（新規）

東京池袋にて秩父観光キャンペーンを実施し、秩父の観光における知名度向上のための調査を行う。秩父の地域ブランドである「地酒」の試飲や「カエデ糖を使ったお菓子の試食」および来場者アンケートを実施する。このキャンペーンを通して小規模事業者の販売拡大や宿泊者数の向上につなげる。

【サンプル数】来場者 300 人

【調査手段・手法】秩父観光キャンペーンの会場にて、来場者を対象に商品の試飲、試食を行う。その後、アンケートへの記入をお願いする。

【分析手段】経営指導員が分析を行う。

【調査項目】(一般客) 観光目的、きっかけ、観光情報収集媒体、旅行の予算
(リピーター) 秩父で印象に残ったもの

【分析結果の活用】分析結果は、行政や観光事業者にフィードバックする。これにより、さらなる観光客の誘客を促進させるとともに、お土産品の売上や宿泊者数の向上につなげる。

【実施者】秩父商工会議所青年部および経営指導員等

②小規模事業者の商品開発支援の実施（新規）

毎年10月の第3土曜日・日曜日に実施される秩父はんじょう博（「7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事」で後述）にて、小規模事業者の商品の試食および来場者アンケートを実施する。調査結果を分析した上で事業者にフィードバックし、商品開発等をサポートする。

【サンプル数】来場者 30 人×商品数（2 社）

【調査手段・手法】10月に商品の試飲、試食後、アンケートへの記入をお願いする。

【分析手段】経営指導員が分析を行う。

【調査項目】味、甘さ、硬さ、色、大きさ、価格、見た目、パッケージ等

【分析結果の活用】分析結果は、経営指導員が事業者にフィードバックし、さらなる商品の改良

等に反映する。

【実施者】経営指導員等

(3) 目標

内容	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
①セミナー受講者数	10名	10名	10名	10名	10名
①アンケート調査対象者数	300名	300名	300名	300名	300名
②調査対象事業者数	2社	2社	2社	2社	2社

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、7つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりである。

1) 秩父地域内における販路開拓支援の実施

①秩父はんじょう博の開催

秩父はんじょう博では、80社を超える事業者が出展（商品PRのみの会社を含む）し、開催2日間で総額1,000万円～2,000万円の売上を創出するなど、一定の成果をあげている。本イベントは野外イベントであることから、雨等の影響により、平成29年度は大幅に来場者が少なかった。

飲食・小売事業者等にとっては新たな販売機会の創出であり、製造業・建設業等の事業者にとっては新たな商品やサービスのPRにつながる。小規模事業者が自社の製品、商品をPRできる場であり、新たな需要開拓につながることから、今後も継続実施する。

②秩父商工会議所会報を使った需要開拓支援

秩父商工会議所会報を使った需要開拓支援として、小規模事業者が無料でPRできるコーナーを設け、その取り組みを紹介した。掲載した飲食店については過去最高の売上を記録するなど大きな成果を上げている。このサービスは会員限定のものであり、第2期では本計画外の事業として実施する。

③異業種交流会開催による受発注機会の創出

年間3回異業種交流会を実施し、異業種間の情報交流、人脈づくりなど受発注機会を提供してきた。平成28年度は「中小企業施策の活用」というテーマで実施し、120名の参加者を集めた。「経営戦略」「販路開拓」「人材教育」などニーズの高いテーマを選定しているが、テーマおよび講師により集客にバラツキが発生する。交流会は、事業者、商品等のPRにつながるとともに、参加者の人的・情報交流を促進するなど、一定の成果をあげている。一方で、異業種交流会は情報交流や人脈づくりの側面が強いため、どのくらい受発注につながったのか、把握が困難であった。よって第2期では本計画外の事業として実施する。

2) 秩父地域外における販路開拓支援の実施

①埼玉県北部地域ビジネス交流会への出展促進

埼玉県北部地域ビジネス交流会は平成28年度、29年度に開催した。参画した事業者は、商品のPR、人脈づくりにつながるなど、大きな成果をあげた。一方、予算の関係上、今後の開催見通しが不透明な状況であり、第2期は計画に盛り込まない。

②織物産業に関する販路開拓支援

毎年2月に、東京ビックサイトにおいて開催される「Feel NIPPON」への出展を支援した。織物関連の小規模事業者に、展示会への積極的な参加を促し、小規模事業者の顧客開拓につなげるなど一定の成果を上げた。一方で、事業者の高齢化により、秩父銘仙工房見学ツアーについては実施することができなかった。これを踏まえ、第2期は実施しない。

③金融機関との連携による販路開拓支援の実施

a. 金融機関主催の共同展示会を活用した販路開拓

埼玉縣信用金庫のさいしんビジネスフェア、東和銀行新生会のビジネス交流会、埼玉りそな銀行農と食の展示・商談会など金融機関が主催する共同展示会等への積極的な参加を促し、小規模事業者の顧客開拓につながった。有益な事業であり、今後も継続実施する。

b. 日本政策金融公庫のビジネスマッチングシステムを活用した販路開拓

「売りたい」、「買いたい」などのニーズに対して、日本政策金融公庫のビジネスマッチングシステムへの会員登録を勧めたが、会員登録が煩雑であり、小規模事業者にとってハードルが高く、登録に至らなかった。また、会員登録事業者間の取引であるため、商談の成否は確認するが困難であった。これを踏まえ、第2期は実施しない。

④中小企業庁「ここから調達サイト」による受注機会の創出

会報等を通じてサイトの紹介等行ってきた。しかしながら、小規模事業者登録制度や物品等入札参加登録など秩父市でも同様のサービスを行っていることから、思うように登録が進まない状況である。受注機会の創出としては有益であることから登録を推進していくが、第2期では本計画外の事業とする。

《第1期における目標と実績》

	28年度		29年度		30年度
	目標	実績	目標	実績	目標
1) ①参加企業数	100社	103社	100社	99社	100社
1) ①来場者数	85,000人	86,000人	85,000人	28,000人	85,000人
1) ②会報の掲載事業所数	2社	7社	4社	7社	6社
1) ③異業種交流会参加者数	270名	270名	275名	177名	280名
2) ①参加企業数	5件	2件	5件	2件	5件
2) ①うち商談成立企業数	5件	0件	5件	0件	5件
2) ②feel NIPPONへの参加企業数	5社	6社	5社	6社	5社
2) ②うち商談成立企業数	2社	3社	2社	2社	2社
2) ②秩父銘仙工房見学ツアーの実施回数	1回	0回	1回	0回	1回
2) ②うち商談成立企業数	1社	0社	1社	0社	1社
2) ③b商談成立企業数	5社	0社	5社	0社	5社
2) ④登録件数	3社	0社	3社	0社	3社

〈今回の申請における取組〉

(1) 現状と課題

一般市民、事業者、バイヤー向けなど様々な需要開拓につながる事業を展開してきた。しかしながら、織物業界に代表されるように、展示会等への出展者数が減少した事業もあり、費用対効果を勘案しながら、事業のスクラップアンドビルドを実施する。

(2) 事業内容

① 秩父はんじょう博の開催 (B to C) (改善・継続)

秩父商工会議所では秩父地域内の商工団体と連携し、毎年10月の第3土曜日・日曜日に秩父はんじょう博というイベントを実施している。80～100社が出展し、2日間で約50,000～60,000人が訪れる名物事業である。商業サービス業等の事業者にとっては新たな販売機会の創出、製造業・建設業等の事業者にとっては新たな商品サービスのPRに一役買っている。織物関連については、少数事業者数でも参加可能な本事業を活用し、特設コーナー(ブース)を設け、新たな需要機会につなげる。

② 金融機関との連携による販路開拓支援の実施 (B to B) (改善・継続)

金融機関の有する豊富なネットワークを活用し、小規模事業者のビジネスマッチングにつなげる。埼玉りそな銀行農と食の展示・商談会(※)等への積極的な参加を促し、顧客開拓につなげていく。

また、金融機関と行政、商工団体等の支援機関による情報交換会を開催する。金融機関の情報ネットワークを活用し、効率的にビジネスマッチングができるような仕組みをつくる。

※「埼玉りそな銀行農と食の展示・商談会」とは、全国有数の食料品製造品出荷額を誇る埼玉県の食材を、スーパー、食品商社、外食・中食産業などのバイヤーに見て、触れて、味わっていただきながら商談する機会を提供する展示商談会である。(2017年)来場者数 4,003名(バイヤー等)、出展者数 119

③ プレスリリース等による需要開拓 (B to B・C) (新規)

地域資源を活用した商品は多く存在しているが、SNS等の活用も含め、情報発信に課題を持つ事業者は多い。こうした事業者を中心にSNS等の活用方法や、お金をかけずに宣伝できるプレスリリースのセミナーを実施する。個別相談による支援を併せて実施し、新たな需要を掘り起こす。

④ IT活用支援 (B to C) (新規)

秩父地域の特産品を販売している事業者等を対象にホームページやネットショップの集客などインターネット販売促進手法を学べるセミナーを開催する。また、大阪商工会議所が運営するITを活用した「ザ・ビジネスモール」への登録を促進する。小規模事業者の商談機会を増やすことで、販路開拓・拡大につなげる。

⑤ 小規模事業者の売れる商品づくりに向けた支援の実施 (B to B・C) (改善・継続)

消費者ニーズに精通した専門家によるセミナーを開催し、売れる商品づくりに積極的に取り組む小規模事業者を発掘する。その上でバイヤーとの情報交換の場や、経営指導員等が取得したトレンド情報などを提供し、小規模事業者の売れる商品づくりをサポートする。具体的には、消費者ニーズに精通した百貨店等のバイヤー(バイヤー経験のある)などの専門家を招聘したセミナーを開催し、最新のトレンド情報や調査方法、活用方法を小規模事業者に提供することで需要動向に関する情報の必要性について意識を高める機会をつくる。金融機関主催の展示会等への出展を支援し、バイヤー等との情報交換できる場を提供するとともに、販売計画策定支援を併せて行う。

(3) 目標

内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
①はんじょう博出展事業者 支援事業者:織維関連事業者	5社	5社	5社	5社	5社	5社
売上額/社	13万円	15万円	15万円	15万円	15万円	15万円
②展示会出展事業者数	—	2社	2社	2社	2社	2社
成約件数/社	—	1社	1社	1社	1社	1社
③支援対象事業者数 (プレスリリース実施事業者)	—	3社	3社	3社	3社	3社
④IT活用セミナー参加事業者数	—	10社	10社	10社	10社	10社
ザ・ビジネスモールへの登録事業者数	—	1社	1社	1社	1社	1社
⑤セミナー受講者数	—	10名	10名	10名	10名	10名

II. 地域の活性化に資する取り組み

8. 地域経済の活性化に資する取り組みに間すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、8つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりである。

1. 地域行政との懇談会の実施

秩父商工会議所では、秩父市、横瀬町の産業担当部局との定期懇談会を開催している。これは、基礎自治体を実施する産業施策について、企業側のニーズと費用対効果の観点から検討する意見交換会である。これにより、平成28年度から「中小企業応援プロジェクト（中小企業診断士が月12日常駐し、各種支援を実施する）」が実現、商工会議所との連携を密にし、大きな成果を挙げている。事業者の課題解決につながる施策の立案につながることから、今後も継続実施する。

2. 地域資源を活用した活性化への取り組み支援

1) 秩父の織物を活用した地域活性化事業

2) 秩父の農産物等を活用した地域活性化事業

① 秩父カエデ糖を活かした商品開発等の支援

② 秩父産葡萄を活用したワインの製造販売と農家レストランの展開による地域需要創造型事業

上記事業については、地域ブランドを広くPRするとともに販路開拓（拡大）支援を下記のとおり実施した。

平成29年11月、浅草まるごとにつぼんにて秩父地域でとれるカエデ糖（メープルシロップ）を使ったお菓子、工業製品（秩父銘仙を使用したオリジナル商品、秩父ちぢみ、藍染め製品など）、わらじカツ井、秩父産のお茶など秩父の特産品を紹介（チラシや試食・試飲）するとともに、販売を行った。販売額は目標に届かなかったが、秩父の地域ブランドを多くの方に伝えることができた。また、観光客をはじめ、地域外への販路拡大を図ることを目的に、「モノ・マガジン」10月2日号地方創生ブランドシリーズへの掲載を実施した。また各種メディア（配信数160社、掲載数67社）に対し、ニュースリリース配信するなど、秩父の地域ブランドを日本中に発信した。掲載後、対象事業者に、多くの消費者（読者）からの問い合わせがあった。地域外への販路拡大につながる有効な手段ということが認識できた。一方で、地域資源活用事業については認定数を目標に掲げたが、新たに地域資源活用事業に取り組む事業者を輩出できなかった。第2期は、すべての地酒（日本酒・焼酎・ウイスキー・ワイン・ビール）の蔵元が揃う、新たな地域資源を集中的に支援し、秩父地域の経済活性化を図る。

3) アニメやパワースポットなど時流に即した地域活性化事業

① アニメを活用した活性化事業

秩父アニメツーリズム実行委員会と共同したイベント開催やグッズ開発を行い、地域振興につなげた。現在も聖地巡礼として多くの若者が秩父に訪れており、大きな成果を上げた。しかしながら、現在はアニメのブームが去り、次のアニメの製作に入っているものの、完成に時間を要するため、第2期は実施を見送る。

② パワースポットを活用した地域活性化事業

パワースポットを活用した事業として、「秩父願い石巡礼」という取組を行った。秩父郡市内の11か所の神社仏閣とパワースポットをそれぞれの御利益にちなんだ「願い石（パワーストーン）」

を集めながら巡礼する。願い石を秩父の観光資源として、PRを行ってきた。願い石については、平成28年度5,280個、平成29年度6,280個の納品数となった。パワースポットのブームは少しずつ、陰りを見せていることを踏まえ、第2期は実施を見送る。

③地域活性化事業の情報発信の強化

上記①②に関連するイベントや商品などを秩父商工会議所のHPで紹介した。地域活性化につながる事業については今後も積極的に情報を発信する。

4) 秩父の「食」を活用した地域活性化事業

商店街の新たなご当地グルメ「ちちぶころころ」を開発したが、地域内に普及、浸透せず、計画通りに進まなかった。このため、第2期は取りやめる。

《第1期における目標と実績》

内容	28年度		29年度		30年度
	目標	実績	目標	実績	目標
1. 定期懇談会の開催回数	3回	1回	3回	3回	3回
2. 1) feel NIPPON への参加企業数(再掲)	5社	6社	5社	6社	5社
2. 1) うち商談成立企業数(再掲)	2社	3社	2社	2社	2社
2. 1) 秩父銘仙工房見学ツアーの実施回数(再掲)	1回	0回	1回	0回	1回
2. 1) うち商談成立企業数(再掲)	1社	0社	1社	0社	1社
2. 2) ①②地域資源活用事業認定数	0件	0件	1件	0件	1件
2. 3) ①新作グッズ販売額	10,000,000円	19,522,978円	30,000,000円	12,111,934円	10,000,000円
2. 3) ②願い石納品数	7,000	5,280	7,200	6,280	7,400
2. 4) 取扱店の増加	25店舗	10店舗	30店舗	1店舗	35店舗
2. 4) 1店舗あたり年間売上高	1,000,000円	300,000	1,200,000円	30,000円	1,400,000円

〈今回の申請における取組〉

(1) 現状と課題

行政との定期懇談会は効果的な産業施策の立案につながり、今後も継続実施する。また、秩父の経済活性化に寄与していたアニメブームも落ち着いてきた。一方、地域活性化策の中では成果に結びついたものとそうでないものが明確に分かれたため、計画の見直しを実施する必要がある。そこで新たな地域資源を取り入れた活性化策を展開する。また小売業者が苦戦する中、商店街の活性化に向けた取り組みも実施する。

(2) 事業内容

①地域行政との懇談会の実施(継続)

本事業については、秩父市、横瀬町の産業担当部局との懇談会を年3回継続開催する。産業支援がより一層効果的なものとなるよう、引き続き、企業が抱える問題点や課題を共有し、課題解決策としての産業支援策をともに考えていく。

②新たな地域資源を活用した活性化への取り組み支援(新規)

秩父商工会議所の支援により、平成27年4月にワイナリー、平成28年11月にビールの製造業

者が開業した。これで日本酒、焼酎、ウィスキー、ワイン、ビール等、すべての地酒の蔵元が揃う日本唯一の地域となった。これを新たな地域資源と捉え、「仮称 アルコール共和国」を実施する。「仮称 アルコール共和国」では、①新製品開発による販売拡大、②人材の育成（ソムリエの育成、お酒の講習会の実施）、③ 試飲会・展示会でのPRによる販路拡大、④お酒と料理とのペアリングの提案やSAITECでの品質評価による高品質化、⑤観光ツアーによるインバウンド消費の取り込み、⑥酒蔵見学・酒造体験、⑦宿泊施設と連携した酒蔵見学送迎サービスなどを行う。今後、埼玉県、秩父市等の行政、関係各機関と協力して実施する。

※SAITECとは、埼玉県産業技術総合センターのこと。様々な技術支援を行う公設試験研究機関である。

③お店塾の実施（新規）

市内商店街の店主や従業員を講師に、各店の持つ専門性や特徴を活かした少人数のゼミナールを開催する。お店の存在や特徴、こだわり、店主（従業員）を知っていただくとともに、お店とお客様との交流を通じ、お店のファンづくりにつなげてきた。今後、秩父市商店連盟連合会と協力し、秩父市、横瀬町等管内の小規模事業者等に広く、募集実施する。

※秩父市商店連盟連合会とは、秩父市内中央6商店街と近隣にある3商店街により組織されている。

Ⅲ. 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

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

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、4つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりである。

1) ビジネス・パワーアップ・プロジェクトの開催

毎月1回、連携機関会議を開き、広域連携支援のあり方の協議、商工会等における支援事例等の共有を図り、経営指導員のスキルアップを図ってきた。また、秩父地域の商工団体でも連携機関会議を毎月1回開催している。経営革新計画の事例発表など経営指導員等のスキルの向上および支援ノウハウを共有し、一定の成果を上げている。今後も支援機関と連携し、支援ノウハウ等の情報交換、スキルアップの向上を目的に、継続実施する。

※ビジネス・パワーアップ・プロジェクトとは、商工会又は商工会議所(以下「商工会等」という。)が連携して、高度・専門化してきた小規模事業者等の経営課題に対し、経営指導員等が高度な専門知識を有した専門家や金融機関等との連携強化を図りながら、小規模事業者等に専門性・満足度の高い(成果の上がる)支援を行うとともに商工会等の広域連携の推進、経営指導員の専門性の向上を通じた商工会等の機能強化を目的とした取り組みである。

2) 経営発達支援計画連携機関会議の開催

秩父商工会議所、秩父市、横瀬町、連携金融機関、明治大学で構成される連携機関会議を年に1回、開催した。経営発達支援計画の進捗状況や意見交換などを行ってきた。一方で、行政、金融機関、支援機関によるビジネスマッチングの活性化や情報交換を行うことを前提とした連携機関会議の開催を予定している。このため、第2期では「地域金融機関との事業連携」に統合し、実施する。

3) 産学官連携コーディネート会議への参加

ちちぶ定住自立圏共生ビジョンに基づく産学官連携コーディネート事業のコーディネーター報告会に経営指導員が出席した。支援事例の報告等により、経営指導員の支援知識の向上につながるなど、成果を上げている。また、小規模事業者持続化補助金や経営革新計画に取り組む企業の発掘にもつながっている。支援事例を学ぶ機会や、事業計画策定に取り組む事業者の発掘、経営指導員の支援知識の向上につながっており、有益であることから、今後も継続実施する。

4) 地域金融機関との事業連携

①金融機関主催の勉強会や共同展示会への参加

地域金融機関の事業者向け勉強会に積極的に参加した。事業者との交流や支援スキル向上を図っており、一定の成果を上げている。経営指導員等のスキルアップおよび金融機関との連携強化につなげるため、今後も継続実施する。

②支援先に対する金融機関担当者との同行訪問

経営革新計画、経営改善計画、創業、事業承継、各種補助事業計画の申請など、金融機関担当者とは同行訪問し、支援を行ってきた。相互の支援スキル向上につながっており、一定の成果を上げている。さらなる支援スキルの向上と支援の深化を図るため、今後も継続支援する。

《第1期における目標と実績》

内容	28年度		29年度		30年度
	目標	実績	目標	実績	目標
1)連携機関会議への参加	12回	24回	12回	24回	12回
2)連絡機関会議の開催	2回	1回	2回	1回	2回
3)コーディネート会議への参加	6回	6回	6回	6回	6回
4)①勉強会への参加	3回	2回	3回	2回	3回
4)①共同展示会への参加企業数	5社	8社	5社	6社	5社
4)②同行訪問する企業数	20社	25社	20社	22社	20社

〈今回の申請における取組〉

(1) 現状と課題

行政、金融機関や、秩父地域、埼玉県北部の商工団体と連携し、支援ノウハウの情報交換等により、支援スキルの向上を図っている。一方で、より高度な専門知識および支援ノウハウが求められている。各関係機関との連携強化により、さらなる支援スキルの向上を図っていく。

(2) 事業内容

①ビジネス・パワーアップ・プロジェクトの開催（継続）

ビジネス・パワーアップ・プロジェクトは、商工会又は商工会議所が連携して、高度・専門化してきた小規模事業者等の経営課題に対し、経営指導員等が高度な専門知識を有した専門家や金融機関等との連携強化を図りながら、小規模事業者等に専門性・満足度の高い（成果の上がる）支援を行うとともに商工会等の広域連携の推進、経営指導員の専門性の向上を通じた商工会等の機能強化を目的とした取り組みである。現在、埼玉県北部地域として深谷商工会議所が幹事会として、5つの商工会議所と7つの商工会が所属している。毎月1回、連携機関会議を開き、広域連携支援のあり方の協議、商工会等における支援事例等の共有を図り、経営指導員のスキルアップにつなげている。

また、秩父地域でも同様に、秩父商工会議所と4商工会（荒川商工会、皆野町商工会、長瀬町商工会、西秩父商工会）が組織した会議を毎月1回開催している。同会議に於いて経営革新計画の策定支援事例などを発表する機会を設け、経営指導員のスキルアップにつなげている。また、支援者向けの事業承継セミナーの開催など、支援スキルの向上を図る。

②産学官連携コーディネート会議への参加（継続）

ちちぶ定住自立圏共生ビジョンに基づく産学官連携コーディネート事業のコーディネーター報告会（年6回開催）に秩父商工会議所からも経営指導員が出席する。同報告会では専門家（中小企業診断士）から支援事例の報告等が行われ、経営指導員の支援知識の向上および小規模事業者持続化補助金や経営革新等事業計画に取り組む企業の発掘にもつながる。

③地域金融機関との事業連携（新規・改善・継続）

(i) 金融機関主催の勉強会や共同展示会への参加

埼玉信用組合では、企業家向けの勉強会を年2回から3回、開催している。支援スキル向上につなげるため、経営指導員等が積極的に参加する。また同金融機関では、創業5年未満の事業者をクラウドシステムを使い応援する地域クラウド交流会を実施している。この事業に積極的に参加協力し、創業間もない事業者への支援強化も図っていく。

(ii) 支援先に対する金融機関担当者との同行訪問

金融機関担当者と同行した上で、経営革新計画、経営改善計画、創業、事業承継、各種補助事業計画の申請、「ローカルベンチマーク」を活用した経営分析、事業計画策定などの支援を行う。

支援の入口から情報共有を強化することで支援の深化を図る。

(iii) 金融機関・行政・支援機関による連携機関会議の開催

行政、金融機関、支援機関によるビジネスマッチングの活性化や情報交換を行う連携機関会議を開催する。これにより、事業計画策定に取り組む事業者の掘り起こしや、施策等の情報を共有し、金融機関との連携を深める。

④専門家との情報交換（新規）

ミラサポやよろず支援拠点の専門家と同行して支援することにより、支援に必要な専門知識および支援ノウハウを取得する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、9つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりである。

1) OJTによる資質向上

①経営革新計画策定支援

中堅経営指導員（中小企業診断士の有資格者等）が若手経営指導員を帯同させることにより事業計画策定支援ノウハウを実践的に学び、事業計画策定等支援ができるまでに成長してきた。また、経営指導員が企業に訪問する際、記帳専任職員、補助員等を帯同し、実践的に支援方法（ヒアリング、助言）を学んできた。今後は、「ローカルベンチマーク」を活用した精度の高い事業計画策定を帯同支援に実施するなど一部改善した上で、継続実施する。

②重点支援策の設定

経営指導員ごとに重点支援する企業を選定し、重点支援を行うとともに、年度末に成果を報告した。支援先の売上高、利益の向上に結びつくなど一定の成果を上げている。各経営指導員が意識を持って重点企業先の支援にあたったが、支援先に集中してしまう傾向が見受けられたことから、第2期は実施を見送る。

③記帳専任職員、補助員に対するOJT

経営指導員が企業に訪問する際に記帳専任職員や補助員を帯同させ、支援方法を学ぶ機会を設けた。ヒアリング、助言など現場で実践的に学ぶことから記帳専任職員や補助員の資質向上につながっていることから、今後も継続実施する。

2) OFF-JTによる資質向上

①中小企業大学校が主催する研修への参加

中小企業大学校の主催する研修、埼玉県で行っている職員研修会やに参加し、金融機関主催の勉強会にも積極的に参加し、支援能力の向上に努めてきた。また、月に1回開催される中小企業支援課会議の場において、職員間等で情報を共有してきた。一方で、職員ごとに支援内容や能力に偏りが見られる。今後は各職員の能力に応じた研修会への参加など改善した上で、継続実施する。

②地域金融機関が主催する研修への参加

「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」の4) ①で前述したように地域金融機関の事業者向け勉強会に積極的に参加した。事業者との交流や支援スキル向上を図ってお

り、一定の成果を上げている。経営指導員等のスキルアップおよび金融機関との連携強化につなげるため、今後も継続実施する。

3) 自己啓発による資質向上

①半期ごとの取り組み目標を設定

秩父商工会議所では、半期に一度、自己評価シートを活用し、自己啓発計画の策定と実践、振り返りを行い、個々のスキルアップにつなげてきた。新たな資格取得などにもつながっており、一定の成果を上げている。個々の職員資質向上につなげるべく、今後も継続実施する。

②資格奨励制度の活用

秩父商工会議所では資格取得奨励制度があり、長期的な自己啓発として、経営指導員個人がFPの資格を取得するなど成果を上げている。さらなる資質向上に取り組むべく、継続実施する。

4) 情報共有の体制づくり

①中小企業支援課会議の実施

中小企業支援課会議を行い、事業者・研修会の内容など情報および支援ノウハウを共有してきた。また、各種事業計画書や補助金申請書などを所内回覧により、情報を共有してきた。所内回覧の見直しなど一部改善した上で、継続実施する。

②所内回覧の活用

補助金の申請書類や経営革新計画など事業計画を所内で回覧し、情報の共有を図った。各経営指導員が取り組む事例を勉強する機会にも繋がっていることから、継続実施する。

《第1期における目標と実績》

内容	28年度		29年度		30年度
	目標	実績	目標	実績	目標
1)①経営革新承認件数	15件	31件	16件	36件	17件
1)①うち帯同企業数	2件	2件	2件	2件	2件
1)②重点支援先企業数	4社	4社	4社	4社	4社
1)②成果報告回の開催	1回	1回	1回	1回	1回
1)③帯同企業数	2件	2件	2件	2件	2件
2)②勉強会への参加	3回	2回	3回	2回	3回
4)①中小企業支援課会議の実施	12回	12回	12回	12回	12回

〈今回の申請における取組〉

(1) 現状と課題

秩父商工会議所では、各研修会への参加や、ベテラン経営指導員によるOJTなどにより、経営指導員等の資質向上に努めてきた。また、経営指導員が企業に訪問する際、記帳専任職員、補助員等を帯同し、実践的に支援方法（ヒアリング、助言）を学んできた。一方で、職員ごとに支援内容や能力に偏りが見られる。「ローカルベンチマーク」等の支援ツールを活用し、対話を重視した支援スキルの向上を図る。また、支援ノウハウや事例を共有化することにより、さらなる支援能力の向上を図る。さらに、金融機関が主催する研修会に積極的に参加し、経営指導員等のスキルアップを図るとともに、金融機関との連携強化につなげていく。

(2) 事業内容

①OJTによる資質向上（改善・継続）

(i) 経営革新計画策定支援

対象者：経営指導員・補助員

経営指導員は、年度当初に経営革新計画策定する事業者数など目標を設定する。また、ベテラン経営指導員（中小企業診断士の有資格者等）が若手経営指導員を帯同し、経営革新等事業計画策定支援を行っていく。また「ローカルベンチマーク」を活用し、経営者と支援機関が同じ目線で対話を深めるきっかけをつくるとともに、経営者自身が経営改善、生産性の向上に取り組むことで実現性の高い事業計画策定に支援につなげる。

(ii) 記帳専任職員、補助員に対するOJT

対象者：補助員・記帳専任職員

経営指導員が企業に訪問する際、記帳専任職員、補助員等を帯同させる。これにより、実践的に支援方法（ヒアリング、助言）を学ぶ機会を設ける。

②OFF-JTによる資質向上（新規・改善・継続）

(i) 埼玉県や中小企業大学校等が主催する研修への参加

対象者：経営指導員・記帳専任職員

経営指導員は中小企業大学校の主催する研修に年間1回以上参加する。各経営指導員等が不足している能力を特定した上で、それを補うための研修会に参加する。

月に1回開催される中小企業支援課会議の場において、外部研修の研修内容を報告する場を設け、職員間で情報を共有する。

(ii) 地域金融機関等が主催する研修への参加

対象者：経営指導員・補助員・記帳専任職員

地域金融機関の中には企業家向け勉強会を開催しているところも多く、支援スキル向上のため経営指導員が積極的に参加する。

(iii) その他、研修への参加

対象者：経営指導員・補助員・記帳専任職員

RESASの操作方法から分析手法（方法）を学ぶため、地域経済分析システム（RESAS）研修会への参加および利活用事例集等を活用する。

③自己啓発による資質向上（継続）

(i) 半期ごとに取り組み目標を設定

対象者：経営指導員・補助員・記帳専任職員

秩父商工会議所では半期に一度、経営指導員と所属長の個人面談の機会を設けている。その際、自己評価シートを活用し、自己啓発計画の策定と実践、振り返りを行い、個々のスキルアップにつなげる。

(ii) 資格取得奨励制度の活用

対象者：経営指導員・補助員・記帳専任職員

長期的な自己啓発として、経営指導員個人が公的資格取得に取り組む。上述の個人面談時に長期的目標を設定する。秩父商工会議所では資格取得奨励制度があり報奨として活用するとともに、評価に反映させる。

④情報共有の体制づくり（改善・継続）

(i) 中小企業支援課会議の実施（月1回開催）

対象者：経営指導員・補助員・記帳専任職員

中小企業支援課会議にて企業・研修会の内容などの情報および支援ノウハウを共有する。

(ii) 所内回覧の活用

対象者：経営指導員・補助員・記帳専任職員

補助金の申請、経営革新計画のほか、支援に必要な情報も取り入れ、所内回覧を活用して情報を共有する。

(iii) 支援ノウハウの共有化

対象者：経営指導員・補助員・記帳専任職員

秩父商工会議所のネットワーク上においた専用ホルダーに支援事例を保存、閲覧できる仕組みを構築する。

3. 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

〈第1期における取組と評価等〉

第1期目の認定においては、毎年度、本計画に記載の事業の実施状況および成果について、以下の方法により評価・検証を行った。

明治大学政治経済学部の評価・提言を受けた上で、秩父商工会議所中小企業相談所内の課長補佐以上の役職員が事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行った。秩父商工会議所の正副会頭会議において評価・見直しの方針を決定した。事業の成果・評価・見直しの結果を秩父商工会議所ホームページに掲載し、自由に閲覧できるように計画期間中は公表した。

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

前述の評価・検証を行い、3年間の経営発達支援計画を遂行しながら、小規模事業者に対し一定の貢献ができた。また、前年度の事業評価・検証を予定通り適切に実施することで、次年度の経営発達支援計画の改善にもつなげることができた。

〈今回の申請における取り組みの方向性〉

厳しい状況にある小規模事業者の経営課題に対応するには、経営発達支援計画を確実に実行する。経営発達支援計画の実施状況および成果について、事業評価や検証を行い、PDCAサイクルを確実に回しながら改善を行う。

(1) 事業内容（継続）

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

①事業の実施状況の報告について

月に1度開催される正副会頭会議にて事業の実施状況を報告する。

②成果の評価・見直しの方向性の検討

外部機関として明治大学政治経済学部の評価を受け、年1回、見直しの方向性を検討する。

③見直し案の立案と決定・承認

外部機関の提言を受け、中小企業相談所において見直し案を立案する。見直し案については秩父商工会議所正副会頭会議において決定・承認される。

④見直し案の報告

事業の成果・評価と見直し案については、秩父商工会議所常議員会に報告する。

⑤事業の成果・評価・見直しの結果の公表

事業の成果・評価・見直しの結果を秩父商工会議所のホームページで計画期間中公表する。

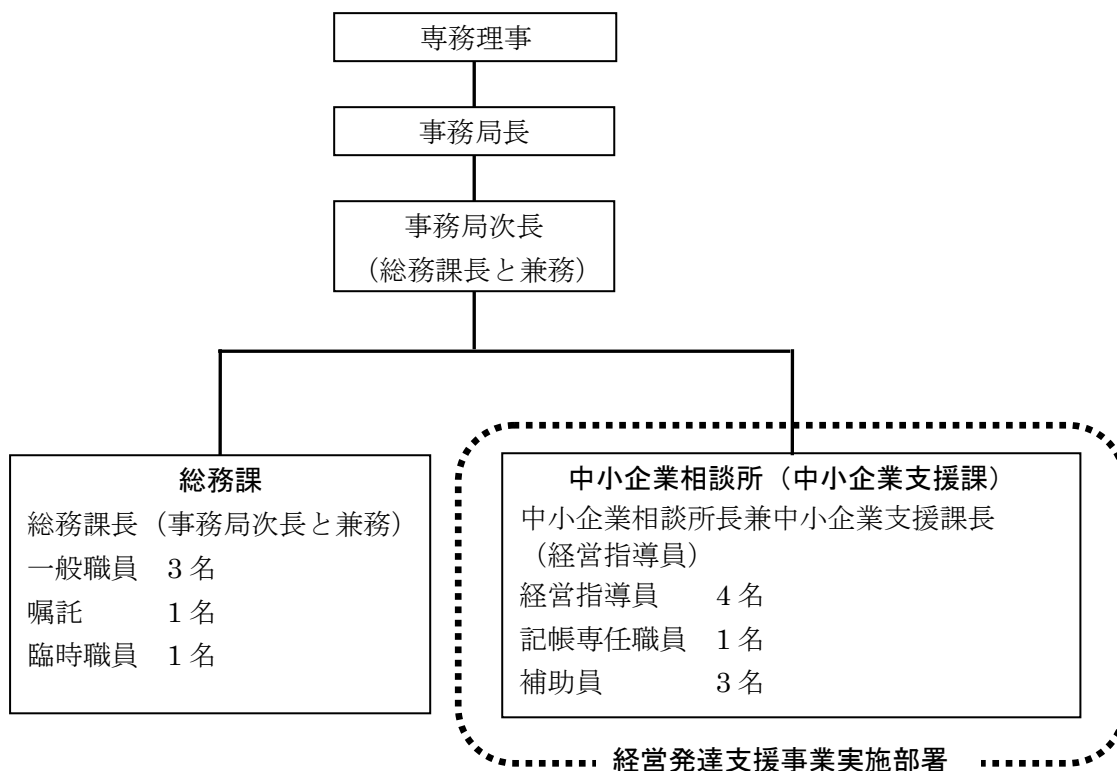
(別表 2)

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

(平成 30 年 10 月末現在)

(1) 実施体制



(2) 連絡先

〒368-0046 埼玉県秩父市宮側町 1-7
秩父商工会議所
電話：0494-22-4411 / F A X：0494-24-8956
URL：<http://www.chichibu-cci.or.jp/>
E-mail：info@chichibu-cci.or.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)

	平成 31 年度 (平成 31 年 4 月以降)	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
必要な資金の額	6,200	6,700	7,200	6,200	6,700
○調査費	1,500	2,000	2,500	1,500	2,000
○旅費	200	200	200	200	200
○セミナー開 催費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
○印刷費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
○広告宣伝費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○講師謝金	500	500	500	500	500

(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
県補助金、市補助金、各種事業収入など

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>(1) 小規模事業者の需要動向・経営改善・革新効果に関する調査事業</p> <p>各種調査分析事業のうち、「小規模事業者の需要動向・経営改善・革新効果」に関する調査事業については明治大学政治経済学部（森下研究室）と連携して行う。経営発達支援計画で行う「小規模事業者の需要動向や本支援事業」では、対象を小規模事業者に絞り込み、秩父商工会議所管内における小規模事業者の実態と、本計画が経営改善や革新効果にどうつながったのか等の調査を3年に1回行うものである。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること</p> <p>(1) 経営分析の実施</p> <p>地域金融機関と連携し、融資利用先などを対象に、「ローカルベンチマーク」を普及促進を図る。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>(1) 創業・第二創業支援</p> <p>創業支援の実施については秩父市・横瀬町、地域金融機関と連携する。秩父地域1市4町（秩父市・横瀬町・皆野町・長瀬町・小鹿野町）は、平成26年3月20日付けで国の「創業支援事業計画」の認定を受け、すでに秩父商工会議所と秩父地域内の商工会（荒川商工会、西秩父商工会、皆野町商工会、長瀬町商工会）と連携した支援を展開している。</p> <p>(2) 経営革新・各種補助事業・経営改善計画策定支援</p> <p>秩父市と横瀬町では経営革新計画承認事業所に一律5万円支給する制度を創設したので、経営革新取り組みのきっかけづくりに活用する。また地域金融機関と連携し、既往貸出先に対する計画経営の啓蒙を行い、経営革新に取り組む企業を増やしていく。さらにちちぶ定住自立圏共生ビジョンに基づく産学官連携コーディネーター事業の専門家（中小企業診断士が週2日、交替で事業所のサポートを行う）と連携し、経営革新承認支援を拡充していく。</p> <p>またものづくり補助金、小規模事業者持続化補助金など、各種補助金申請支援においては、秩父市企業センターメール等を活用し、積極的な情報発信を行うとともに、金融機関等と連携し補助金計画策定支援やつなぎ資金の円滑化に努めていく。</p> <p>金融機関に対し借入金の条件変更を行うなど経営不振に陥っている事業所に対しては金融機関や各種専門家と積極的なコミュニケーションを図りながら、実現性の高い抜本的な事業計画の作成支援を強化していく。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>埼玉県では経営革新計画承認企業を対象に進捗状況調査を行っている。この進捗状況調査において商工団体への情報提供同意者している調査表を活用し、フォローアップ支援を展開する。</p> <p>5. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>地域金融機関の有する豊富なネットワークを活用し、小規模事業者のビジネスマッチングにつなげる。また金融機関が主催する共同展示会等への積極的な参加を促し、顧客開拓につなげていく。</p>

6. 地域の活性化に資する取り組み

(1) 地域行政との懇談会の実施

秩父市、横瀬町の産業担当部局との定期懇談会（概ね年間3回程度）を開催する。産業支援がより一層効果的なものとなるよう、企業が抱える問題点や課題を共有し、課題解決策としての産業支援策をとともに考えていく。

(2) お店塾の実施

開催している店主や従業員を講師に、各店の持つ専門性や特徴を活かした少人数のゼミナールを秩父市商店連盟連合会と協力し、実施する。秩父市、横瀬町等管内の小規模事業者等に広く、募集する。

7. 支援力向上のための取り組み

(1) 地域金融機関との事業連携

地域金融機関の中には企業家向け勉強会を開催しているところも多く、支援スキル向上のため経営指導員が積極的に参加する。また地域金融機関の主催する共同展示会にも参加し、連携して伴走型支援に取り組んでいく。また、埼玉信用組合では、創業5年未満の事業者をクラウドシステムを使い応援する地域クラウド交流会を実施している。この事業に積極的に参加協力し、創業間もない事業者への支援強化を図るとともに、事業者、金融機関との情報交換を活性化させる。

連携者及びその役割

1. 明治大学政治経済学部（森下研究室）

①役割

- ・経営発達支援計画に関する助言・指導
- ・小規模事業者の需要動向・経営改善・革新効果に関する調査
- ・地域資源を活用した活性化への取り組み支援
- ・経営発達支援計画連携機関会議への参加

②連絡先

- a. 住所 〒101-8301 東京都千代田区神田駿河台 1-1 明治大学駿河台校舎研究棟 719 号室
- b. 電話番号 03-3296-2105
- c. 代表者 明治大学政治経済学部 教授 森下正

2. 秩父市

①役割

- ・創業・第二創業支援の実施
- ・経営革新・各種補助事業・経営改善計画策定支援
- ・定期懇談会の実施と小規模事業者にとって有益な産業支援策の立案
- ・地域資源を活用した活性化への取り組み支援

②連絡先

- a. 住所 〒368-8686 埼玉県秩父市熊木町 8 番 15 号
- b. 電話番号 0494-22-2211
- c. 代表者 市長 久喜邦康

3. 横瀬町

①役割

- ・創業・第二創業支援の実施
- ・経営革新・各種補助事業・経営改善計画策定支援
- ・定期懇談会の実施と小規模事業者にとって有益な産業支援策の立案
- ・地域資源を活用した活性化への取り組み支援

②連絡先

- 住所 〒368-0072 埼玉県秩父郡横瀬町大字横瀬 4545 番地
- 電話番号 0494-25-0111
- 代表者 町長 富田能成

4. 埼玉県秩父地域振興センター

①役割

- ・経営革新等進捗状況報告書の情報提供

②連絡先

- 住所 〒368-0042 埼玉県秩父市東町 29 番 20 号 埼玉県秩父地方庁舎 1 階
- 電話番号 0494-24-1110
- 代表者 所長 坂本泰孝

5. 金融機関

①役割

- ・小規模事業者に対する経営分析の実施
- ・創業・第二創業支援の実施
- ・経営革新・各種補助事業・経営改善計画策定支援
- ・新たな需要の開拓に寄与する事業における販路開拓の支援
- ・地域資源を活用した活性化への取り組み支援
- ・経営発達支援計画連携機関会議への参加
- ・支援先に対する金融機関との同行訪問、円滑な資金供給など

②連絡先

(金融機関名) 日本政策金融公庫熊谷支店

- 住所 〒360-0041 埼玉県熊谷市宮町 2 番 45 号
- 電話番号 0494-521-2731
- 代表者 支店長 成塚健治

(金融機関名) 埼玉信用組合秩父支店

- 住所 〒368-0043 埼玉県秩父市中町 6 番 2 号
- 電話番号 0494-22-2400
- 代表者 支店長 宮地寿一

(金融機関名) 埼玉縣信用金庫秩父支店

- 住所 〒368-0044 埼玉県秩父市本町 3 番 4 号
- 電話番号 0494-22-2550
- 代表者 支店長 内藤隆

(金融機関名) 株式会社東和銀行秩父支店

- 住所 〒368-0043 埼玉県秩父市中町 7 番 1 号
- 電話番号 0494-22-4353
- 代表者 支店長 吉野貴志

(金融機関名) 株式会社埼玉りそな銀行秩父支店

a. 住所 〒368-0044 埼玉県秩父市本町4番6号

b. 電話番号 0494-22-3850

c. 代表者 支店長 三島吉晴

(金融機関名) 株式会社武蔵野銀行秩父支店

a. 住所 〒368-0046 埼玉県秩父市宮側町14番12号

b. 電話番号 0494-22-0940

c. 代表者 支店長 武島健

(金融機関名) 株式会社武蔵野銀行横瀬支店

a. 住所 〒368-0072 埼玉県秩父郡横瀬町大字横瀬4348番地1

b. 電話番号 0494-24-6711

c. 代表者 支店長 小林篤央

(金融機関名) 株式会社足利銀行秩父支店

a. 住所 〒368-0043 埼玉県秩父市中町5番2号

b. 電話番号 0494-22-1700

c. 代表者 支店長 田中俊之

連携体制図等

秩父商工会議所

- I. 地域の経済動向調査に関する事業
- II. 経営状況分析に関する事業
- III. 事業計画策定・実施支援
- IV. 需要動向調査に関する事業
- V. 新たな需要の開拓に寄与する事業
- VI. 地域の活性化に資する取り組み
- VII. 他の支援機関との連携

明治大学政治経済学部

- ・ 経営発達支援計画に関する助言・指導
- ・ 小規模事業者の需要動向・経営改善・革新効果に関する調査

秩父市・横瀬町

- ・ 定期懇談会の開催と産業支援策の立案
- ・ 創業支援事業計画の推進
- ・ 経営革新承認企業に対するインセンティブの付与
- ・ 産学官連携コーディネート事業による経営発達支援計画の側面支援
- ・ 地域資源を活用した活性化等の共同支援

金融機関

- ・ 秩父商工会議所とタイアップした小規模事業者に対する経営支援の実施（創業・経営革新に取り組む事業者の掘り起こし、経営指導員との同行訪問、販路開拓支援への協力、金融機関の主催するセミナーへの受け入れなど）
- ・ 小規模事業者に対する円滑な資金供給

埼玉県秩父地域振興センター

- ・ 経営革新計画承認企業の進捗状況報告書等の情報提供