

深谷商工会議所経営発達支援計画 事業評価報告書

令和3年2月25日

(有)タカザワ企画代表取締役

中小企業診断士 高澤 彰

当該事業経営発達支援計画に対する1期目（初年度）の評価は、深谷商工会議所が作成した経営発達支援計画に基づいて、事業の実施状況を、報告書、書類確認に加え、担当職員などへの聞き取りと併せて実施。

以下においては、実施項目、評価、課題の視点で説明していく。

評価実施にあたって、令和3年2月4日担当職員と以下を確認。

- 1, 今回事業を開始はしたが、コロナ禍の影響は大きく事業の実施に出ている。商工会議所として、事務所は十分な三密対策は取っており、在宅ワークも取り入れて業務を推進していることもあり、絶対的な業務推進量は制限されている。事業者への訪問は原則控えていることもあり、いくつかの事業は実施できていない状況にある。
- 2, 経営発達支援計画の事業内容のポイント（11項目）を再確認。前回の経営発達支援計画の場合、項目の量的把握が膨大となり、結果、数を追うことに意識がいつてしまいがちであった。今回については、数は意識しながらも、ポイントを絞り、質の充実に重点を置いて進めることとしている。
- 3, 当該地域の状況を鑑みて、地域的に深谷赤十字病院、東都大学、埼玉工業大学との掘り下げた連携を示唆した。

経営発達支援事業の目標
<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・巡回訪問と事業計画策定支援を中心にした個別支援 (方針) 巡回訪問の強化、事業計画策定 ・市内外への商工業者の魅力発信 (方針) 地域資源を活用した商品開発 ・データ収集・分析・報告力の強化 (方針) 外部の情報収集とレポート作成
経営発達支援事業の内容及び実施期間
<p>(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和2年4月1日～令和7年3月31日）</p> <p>◇実施項目 令和2年4月1日から、一部未実施のものもあるが、コロナ禍の制約の中、事業を始めている。</p> <p>★評価 前経営発達支援計画から引き続き、通常業務の一環として定着しているという点においては評価できる。この方向をなお一層充実させていただきたい。</p> <p>◎課題 初年度であり、相当の制約の中でのスタートということもあり、内容において多くの課題が推察されるが、それに流されず、確実に事業をおさえていく体制を改めて認識しておくことが必要。</p>

(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

◇実施項目

内容	現 行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
① 目標公表回数(業種別景気動向)	3	2	3	3	3	3
実績(1月/末)	-	0				
実績(3月/末)	-					
② 目標公表回数(国提供データ活用)	-	1	1	1	1	1
実績(1月/末)	-	0				
実績(3月/末)	-					

① 業種別景気動向

当初の表記は、「事業別の景気動向を巡回訪問により調査」となっているが、「業種別景気動向調査」である。関連業種をピックアップし(産業分類の中分類を想定)、初年度は年2回(2業種)実施となっていたが、コロナ禍の対応のため、商工会議所として、事業者への訪問は原則控えていることもあり、事業は実施できていない状況にある。

また、【調査対象】の中に、「最終年度は年4回(4業種)調査・分析を行い」とあるが、「次年度以降は、年3回(3業種)調査・分析を行い」に訂正。

今年度の未実施分は、繰り越さずに、次年度以降、計画回数で実施するが、内容は、以下で進める予定。

【調査項目】

財務分析：売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

非財務分析：経営に対する所感、愚痴や不安、事業のアイデア 等

定性部分については、業種で共通した結果を中心に公表する。分析する際には、個別の事業所が分からないよう、意味合いが変わらない程度の文章調整を行う。また、事業アイデアなどのうち個別事業者の競争力に直結するものは公表しない(各事業所から公表の可否については確認を取る)

【調査手法】巡回リストを作成し個別訪問を実施。

30事業者 経営指導員4名×5 + 他職員6名×2の構成で、4か月に1回の調査3回(3業種)とする。

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う。

② 国が提供するビッグデータの活用

①業種別景気動向に連動させることにより、①同様の理由で事業は実施できていない状況にある。

今年度の未実施分は、繰り越さずに、次年度以降、計画回数で実施するが、【分析手法】は、「RESAS」、「MieNa」を活用して進める予定。

③ 成果の活用

以下で考えている。

情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

- 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。
- 事業計画書作成時の分析資料として使えるよう作成した結果をカスタマイズし各事業所へ提供する。
- 深谷市と共有し創業や企業誘致につなげる資料として利用してもらう。

★評価

今回は未実施なので評価不可。

◎課題

コロナ禍の状況にはあるが、そのまま流されることを避けるため、4月を目途に、実施の予定を再設定すること。

3. 経営状況の分析に関すること

◇実施項目

内容	現 行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
目標分析件数	30	40	50	60	70	80
目標分析件数（変更）	-	-	40	50	60	70
実績（1月/末）	-	0				
実績（3月/末）	-					

① 経営状況分析

「経営分析として、分析件数を定めてレポートを作成し、地域の経済動向調査と合わせてレポートを渡せるようにする。また、青色申告の支援や、計画書作成など、通常業務で集めたデータを事業所の了承を基にデータベース化し、分析に充てる」となっており、初年度は40件となっていたが、コロナ禍の対応のため、商工会議所として、事業者への訪問は原則控えていることもあり、事業は実施できていない状況にある。

今年度の未実施分は、次年度以降に開始する形の計画回数で実施するが、内容は、以下で進める予定。

【対象者】

- ・年度ごとに設定した事業に関わる事業者を中心に、巡回や定常的なセミナー参加者の中から、意欲的で自社・他社の分析を希望している事業所
- ・事業計画や販売促進計画策定に取り組む意欲のある事業所。

【分析項目】

- ・財務分析：「売上高・粗利率・人件費・広告宣伝費・減価償却・その他数値の大きい項目」であったが、「TOAS」システム導入により、そのシステム項目（損益計算書、貸借対照表の勘定科目）に即しての分析として実行（R2年度は40件実施済み）。
- ・非財務分析：「現状・目標（ビジョン）・悩み・商品の内容 ターゲット」が未実施であるため、当該アンケート用紙を早急に作成する。

【分析手段・手法】

- ・財務分析は、「TOAS」システムにデータを入力。
- ・非財務分析は、深谷商工会議所がコンサルティング会社と共同で作成した分析シートや、MieNa、作成予定のアンケート用紙を中心に、ローカルベンチマーク・経営計画つく

るくんなどを活用し、経営指導員が行う。

② 成果の活用

分析結果は、当該事業者の要請に応じてフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。

分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

巡回調査で実施した際にうまくいった点・いかなかった点や項目を独自にまとめ、小規模事業者が自分で分析する際のコツやツールを提供する。

★評価

今回は未実施なので評価不可。その中でも、一部、財務分析を進めている点は評価できる。

◎課題

コロナ禍の状況にはあるが、そのまま流されることを避けるため、4月を目途に、実施の予定を再設定すること。

4. 事業計画策定支援に関すること

◇実施項目

内容	現 行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
① セミナー実施	1～ 2	1～ 2	1～ 2	1～ 2	1～ 2	1～ 2
実績（1月/末）	-	2				
実績（3月/末）	-					
② 目標事業計画策定件数	80	20	25	30	35	40
実績（1月/末）	-	35				
実績（3月/末）	-					

「事業計画作成」だけをテーマにしても反応が良くないため、毎年度のテーマに事業で特に課題となるテーマを中心に掲げ、その課題を解決する内容に、事業計画策定の項目を加えセミナーのゴールとなるよう設計を行う。

これまで同様、持続化補助金やマル経融資の獲得を目指す事業者を対象に加える。また、深谷商工会議所の強みでもある創業については、創業支援もあわせて行いたい。

① セミナー

【実施日・テーマ・参加者数】

○7月22日 オンラインセミナー『コロナ後の経営を考える』 13社

内容：今後のビジネスモデルを変えるためには、何をどのように考えれば良いのか
具体的手法

○1月22日 オンラインセミナー「アフターコロナを生き抜くための経営法」 12社

内容：コロナ時代を乗り越える新たなビジネスモデル構築の必要性

今回、オンラインセミナーについては、初めての取り組みで、通常出てこられない方の参加があった点は評価できる。また、運営のノウハウも構築できた。

② 事業計画の策定

内容は、以下で進めた。

【支援対象】

新たな取り組みを計画する管内事業者

【手段・手法】

セミナーや巡回・窓口などで接点のある事業者に、事業計画書の必要性を訴求し、事業計画策定の掘り起こしを行い、希望する企業者に対し、外部専門家と会議所職員が連携し、4回程度のヒアリングを実施しながら、経営革新計画を策定する。

件数内訳は、20件（経営指導員4名×5件）、40件（経営指導員4名×9件+補助員2名×2件）想定で展開。

結果、策定件数35件（内訳：経営指導員4名=27件 + 補助員等5名=8件）

※1月末日現在 経営革新計画承認14件、申請中12件、支援中9件、承認見込み 35件

セミナー、巡回等により各担当者が支援先を掘り起こすが、普段からの関係性もあり支援先が見つからないとの課題はほとんどない。コロナの影響もあり、支援開始時期が遅れたため、年度末での申請に偏ってしまった。

★評価

事業計画作成セミナー目標1~2回に対し、実績は2回（2回）と達成。また、オンラインの手法を使って、ノウハウの蓄積、予想外の参加者をとらえることにつながった点は評価できる。

事業計画策定は、目標20件に対して35件と大幅に超えている。このペースで進め、内容を充実していきたい。

◎課題

セミナー件数自体も計画通りで順調に数位している。今後、引き続き、実施し商工会議所のファンづくりにつなげていただきたい。

計画策定件数も、計画を大きく越しているため、この進め方で内容を充実して欲しい。

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

◇実施項目

内容	現 行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
① フォローアップセミナー						
実績（1月/末）	-	0				
実績（3月/末）	-					
② フォローアップ対象事業者数	15	20	25	30	35	40
実績（1月/末）	-	29				
実績（3月/末）	-					
③ 頻度（延べ回数）	-	40	50	60	70	80
実績	-	73				

1回		9				
2回		8				
4回		12				
④ 売上増加事業者数	-	6	8	10	13	16
実績 (1月/末)	-	3				
実績 (3月/末)	-					
⑤ 利益率増加事業者数	-	4	6	8	10	13
実績 (1月/末)	-	0				
実績 (3月/末)	-					

① フォローアップセミナー

【実施日・テーマ・参加者数】

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。最低でも年に1回はフォローアップを行うこととしたが、コロナの影響により、フォローアップセミナーの実施なし。

② フォローアップ対象事業者数

29社（前年度に経営革新計画の承認を得た事業所を選定）

③ 頻度（延べ回数）

全体の事業所数のうち、半分は年に1回、四分の1は年に2回、残りの四分の1は3か月に1回の訪問を行う。結果、73回。

1回：The Kawata Method、ふかや音楽バレエ教室、ミナミハラ、Verite' Beaute、ROSE LABO、ゼクスデザイン、小檜山工業、マルカクのタネ、森合成

2回：ミュージゼ、埼北地所、中里商店、マツカン、ファッション女衣、山田タイヤ、深谷電気、菊寿堂、

4回：j e e n、山一造園、CHIHARU DOG TRAINING、ライブネット、深谷観光バス、ルトラルトラ、ねぎ餃子、東洋印刷、花見、田島塗装、大慶堂、澤田園

事業計画のフォローアップを目的とした接触や、他の会議所の施策の活用支援のため、連絡を取り合う頻度は一定数実行できている。

④ 売上増加事業者数

口頭で確認した結果、3社：ネギ餃子、田島塗装、菊寿堂

⑤ 経常利益率2%以上増加（or付加価値額増加）事業者数

口頭で確認した結果、0社

コロナの感染拡大防止のため、事業所への訪問を控えざるを得ない状況となった。電話やメール等でのフォローアップを行ってはいるものの、直接事業者と顔と顔を合わせてアプローチすることと比較すると、真意が読み取りづらいことと、長時間の話し合いができない等の課題があり、効果的とは言えない。

コロナの影響がある企業がほとんどであり、事業計画書通りに進捗している企業は極めて少なかった。事業計画の進捗よりも、現在の経済状況にいかに対応するかを模索している企業に対して、補助金活用や需要拡大施策支援がほとんどである。

★評価

フォローアップセミナーの実施はなかったため、評価できず。

フォローアップ対象事業者数は、目標 20 社に対し、29 社（前年度に経営革新計画の承認を得た事業所を選定）と大きく達成。

頻度（延べ回数）は、目標 40 回に対して、73 回と大きく上回った。

売上増加事業者数は、口頭で確認した結果、目標 6 社に対して、3 社、経常利益率 2% 以上増加（or 付加価値額増加）事業者数は、目標 4 社に対して、0 社であった。

まだ十分な成果とはいいがたいので、より一層の取り組みが望まれる。

◎課題

コロナの影響による立ち上げの遅れ、事業初年度であることのことを踏まえ、ある程度の数字の過不足は理解できるが、次年度は早めに取り組むことを期待する。

6. 需要動向調査に関すること

◇実施項目

内容	現 行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
① 新商品開発セミナー	-					
実績（1月/末）		1				
実績（3月/末）	-					
② 新商品開発についての調査	10	10	15	15	20	20
新商品開発についての調査（変更）	-	-	10	15	15	20
実績（1月/末）	-	0				
実績（3月/末）	-					

① 新商品開発セミナー

地域資源活用を中心とした新商品開発に関わる事業所に対して、新商品開発のセミナーを開催し、実際にプロトタイプを開発の予定で取り組んだ。

セミナー：渋沢栄一翁の教えを活かした商品づくりの具体的手法セミナー 9月9日 23名

※個別相談を2日間開催

- ・新商品として渋沢栄一カレンダーの作成・販売まで進んだ事業所が1件
- ・商工会議所オリジナル渋沢栄一ロゴマークを作成し、事業者に自由に活用してもらい。商品パッケージや販促物等に活用してもらい、新商品開発・売上拡大を支援。

② 新商品開発についての調査

その後、その事業所や開発した商品に合わせ、人が集まるところに（商品とともに）職員が出向き、ヒアリングによるアンケート調査を実施する。また、年間で2～3か所以上回ることで、サンプル数の確保と、収集場所による違いなども調べる。

収集場所の候補としては、渋沢栄一記念館、道の駅、市内商業施設、各種市内産業系イベント、病院売店や駅売店など公共性が高く、人が集まる商店などを想定している。ただし、コロナの影響により、人が集まるところに（商品とともに）職員が出向き、ヒアリングによるアンケート調査を実施するとの内容については、各種イベントがことごとく中止となっており、新商品開発についての調査は、未実施。

今年度の未実施分は、次年度以降に開始する形の計画回数で実施するが、内容は、以下で進める予定。なお、新商品開発についての調査は、R3年度10アイテムを目標と

する。

【サンプル数】

来場者50人。

【調査手段・手法】

新商品開発セミナーを実施。参加者特典のついた新商品PRイベントを開催し、来場者に試してもらおう。店員や職員が調査内容を個別で聞き取り、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】

調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】

①面白さ（興味を引いたか・買ってみたいと思ったか）②実用性（使ってみたいと思ったか・ほかの人に紹介したいと思ったか）③見た目（写真映えしそうか・コンセプトに沿ったイメージを受け取ったか）④価格（この価格を出して買いたいと思ったか）等。

【分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が当該店舗に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

【調査場所】

渋沢栄一記念館、道の駅、市内商業施設、各種市内産業系イベント、病院売店、駅売店

★評価

新商品開発セミナーを無事開催し、その後のフォローも一定の成果につながっている。ただ、調査については、今回は未実施なので評価不可。

◎課題

コロナ禍の状況にはあるが、そのまま流されることを避けるため、4月を目途に、実施の予定を再設定すること。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

◇実施項目

内容	現 行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
① 展示会・商談会出席者数	5	5	5	5	5	5
実績（1月/末）	-	0				
実績（3月/末）	-					
② 成約件数	-	1	1	1	1	1
実績（1月/末）	-					
実績（3月/末）	-	0				
③ 販売先開拓数	-	5	5	5	5	5
実績（1月/末）	-	7				
実績（3月/末）	-					
④ 継続的に販売先開拓事業者数	-	1	1	1	2	2
実績（1月/末）	-	0				
実績（3月/末）	-					

① 展示会・商談会出席者数（彩の国ビジネスアリーナ）

展示会・商談会出展サポート（BtoB）として、埼玉県産業振興公社などが主催する、彩の国ビジネスアリーナへの出展ブースを5つ借り上げ、事業計画を策定し新たな需要獲得が期待できる事業所を優先的に出展させ、新たな需要開拓を支援する。その際、ただブースを割り当てるのではなく、指導員が参加し、事業所の動きをサポートやPRの手伝いをする。また、彩の国ビジネスアリーナ以外にも、展示会情報は常に収集。規模的にサポートが可能で効果あると見込まれる展示会があれば積極的に参加する予定であったが、コロナの影響により彩の国ビジネスアリーナの開催が予測しづらかったため、参加を行わなかった。

② 成約件数

彩の国ビジネスアリーナの参加を見送ったので、0件

③ 販売先開拓数

販売先開拓サポート（BtoC）として、商工会議所が間に入ることで、小規模事業者が商品やサービスを販売できるチャンスを獲得するため、以下のものへ展開。

- ・以前開催した弁当市のような商工会議所が主催するイベント。
 - ・ネットショップの斡旋。（横須賀商工会議所が運営するECサイト「おもてなしギフト」の紹介・斡旋）
 - ・病院、駅コンビニ、市内の販売店で委託販売ができないか仲介、斡旋。（商工会議所枠で抑えることも検討）
 - ・深谷商工会議所運営の飲食店PRサイトの活用。
 - ・多くの従業員を抱える会員企業の従業員に向け、商品・サービスの紹介をいただく。
- 結果、以下の7つを進めることができた。

- 埼玉県お持ち帰りグルメ応援サイト 26社掲載
- テイクアウト・デリバリーサイト がんばろう！深谷 176社掲載
- 深谷くらしサポートWEBサイト 52社掲載
- 深谷の逸品紹介サイト「ふかマルIppin」 256社掲載
- 地域資源活用サイト FUKAYA-BRAND 50社掲載
- ものづくり企業紹介サイト「匠の底力」 62社掲載
- 深谷の食ポータルサイト「うまいものマルシェ」 137社掲載

④ 継続的に販売先を開拓できた事業者数

前述の販売先開拓数をうけて、継続的に販売につながったところについては、フォローが不十分であったため、実績把握ができなかった。

★評価

展示会・商談会出席者数、成約件数については、実施はなかったため、評価できず。販売先開拓数は、目標5つに対し、7つと大きく達成したが、継続的に販売先を開拓できた事業者数については、目標1に対して、実績につながらなかった。まだ十分な成果とはいえないので、より一層の取り組みが望まれる。

◎課題

コロナの影響による立ち上げの遅れ、イベントの中止、事業初年度であることのことを踏まえ、ある程度の数字の過不足は理解できるが、次年度は早めに取り組むことを期待する。

II. 地域経済活性化に資する取組

8. 地域経済活性化に資する取組に関すること

◇実施項目

① 地域資源を活用した商品開発

ねぎ・渋沢栄一を使った商品開発から始め、徐々に市内の他の地域資源活用に取り組む。地域資源活用については、深谷商工会議所・ふかや市商工会・深谷市・埼玉県で施策を協議し、話し合いを行っていく。

また、渋沢栄一を使った商品開発については、渋沢栄一にまつわる関連団体による会議を実施。顕彰事業の協定や、ロゴマークの認証事業を行う。

※関連団体とは、深谷市・商工会議所・商工会・東京商工会議所・北区・渋沢栄一記念財団

○渋沢栄一翁の教えを活かした商品づくりの具体的手法セミナー 9月9日 23名

※個別相談を2つ日間開催

新商品として渋沢栄一カレンダーの作成・販売まで進んだ事業所が1件

※現在も試作開発を行っている企業2社。

○商工会議所オリジナル渋沢栄一ロゴマークを作成

事業者は商品パッケージや販促物等に自由に活用し、新商品開発・売上拡大を図る

② 産業祭

産業祭出店者に対して、単に場所や機会を提供するだけでなく、産業祭を一つのきっかけに市内の消費者を顧客にして、イベント単発ではなく、恒常的な売上増加を目指すことを目的として進める予定だったが、コロナの影響により産業祭は、中止となった。

③ 中心市街地活性化推進協議会

主に新たに飲食店を始めたい事業者のために、屋台村として貸店舗の提供と、旧七ツ梅酒造跡地を利用した観光客誘致、フィルムコミッション、にぎわい市の開催を行う。

・屋台村

現在、9事業者が参加（出展枠満杯）。月1回主に販売促進についての話し合いや企画会議を行っている。

・観光客誘致

旧七ツ梅酒造跡地を利用した観光客誘致策として、ミニシアターや深谷宿本舗（深谷市が委託販売やギャラリー開催の場を提供）に関与。また別地域で、渋沢栄一翁ふるさと会館にも関与。

・フィルムコミッション

撮影場所の提供のため、メディアと地主、オーナーとの間に立ち調整。

・にぎわい市

6, 9月に「手づくり市」を予定していたが、コロナ対応のため、故今年度は未実施。

★評価

地域資源を活用した商品開発については、一定レベルの成果につながっている。産業祭とにぎわい市については、実施はなかったため、評価できず。中心市街地活性化推進協議会の「屋台村」「観光客誘致」「フィルムコミッション」も一定レベルの成果につながっている。

◎課題

総花的に対応できているが、マンネリ化に陥ることなく事業を推進していただきたい。

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

9. 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

◇実施項目

① ビジネスパワーアッププロジェクト（BPP）の実施（月1回）

相手先：県北地域の商工会議所・商工会

頻度：月1回

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

ビジネスパワーアッププロジェクトはコロナの影響により、数回中止となったものの、夏場からは毎月実施している。当初、8月にリアルな合同企業説明会を実施予定であったが、協議の結果、埼玉就職応援サイトと連携した形で3月にオンラインの合同企業説明会を開催することとなり、順調に進行している。また、経営革新の支援についても、各商工団体との連携・意見交換を積極的に行い、目標数値に近い支援を行えている。

今年度は、6/26, 7/17, 8/26, 9/18, 10/28, 11/25, 12/23, 1/25, 2/25 (15:30～17:00) 実施。

8/26は事業承継、11/25はBCPの勉強会も実施。

② 地域プラットフォーム（BPPと同時開催）の実施（年2回以上）

相手先：県北地域の商工会議所・商工会

頻度：年2回以上

方法：各支援機関で役に立ったノウハウや事例を共有したり、研修会を開催したりすることで、支援ノウハウの獲得と経験の共有を行う。

特に、商工会議所・商工会だけでなく、保証協会や中小企業庁の担当者など講師に招き、他地域の情報なども積極的に共有する。

9/18: 渋沢栄一記念館のスタッフによる勉強会、12/23: ミラサポの使い方の勉強会を実施。

【地域連携支援機関会議の実施（3か月に1回）】

深谷市の各種支援機関（金融機関、市役所、税理士、社労士）を集め、地域支援機関で連携し、事業所の支援と計画の成果報告を行う。また、各支援機関からの視点で意見を集め、計画へのフィードバックを行うとしたが、金融機関へ開催についての打診を定期的に行ったものの、コロナ感染拡大防止のため、実施を見送ってほしいとの要望が続

き、本年度の開催はできていない。

③ 金融機関との連携会議の実施（年1回）

深谷市内の金融機関の担当者と深谷商工会議所の職員による情報交換会議。まずは金融機関との関係性を高め、相互の情報交換を円滑にすることを目的とする。また、金融機関ごとに力を入れている支援策は異なるため、それらの情報を知ること、より効果的な関係が図れるようにするとしたが、上記同様、金融機関へ開催についての打診を定期的に行ったものの、コロナ感染拡大防止のため、実施を見送ってほしいとの要望が続き、本年度の開催はできていない。

★評価

金融機関を交えての会議以外は、ほぼ実施できている。情報の共有化という点ではよい体制が構築されている。

◎課題

良い取組なので、次年度こそ、金融機関を巻き込んで、より充実した展開を期待する。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

◇実施項目

① 支援能力向上について

★新たな指導ノウハウの獲得・構築

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」や、埼玉県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

特に経営指導員についてはコーチングやカウンセリングの手法を取り入れた聴く力を向上させる実践的な研修への参加を行っていく。また、事業承継勉強会を引き続き実施する。

職員内でお互いの得意分野を教え合う研修会も開催する。

【研修・勉強会】

中小企業大学校に経営指導員2名参加。

- ・10/20, 23 販路開拓・展示会商談会支援 金井
- ・12/10～12 相談の効果をためる傾聴と質問 倉上

県主催の指導員研修に指導員2名、補助員2名、記帳選任職員1名が参加。

- ・8/21, 25 経営革新計画作成支援（基礎） 長谷川
- ・9/2 オンライン 中小企業の海外展開の進め方等 八ツ田
- ・10/8 オンライン 中小企業へのIT支援 八ツ田・町田
- ・10/14 オンライン 中小企業のコンプライアンスと契約書の読み方
・書き方 町田
- ・11/12 補助金申請 加納
- ・11/13 オンライン ITツールの選び方と集客力アップについて 八ツ田
- ・2/15 オンライン IT活用：集客と販売促進 小暮
- ・2/22 オンライン IT活用：非対面型ビジネスモデル概論 小暮

事業承継勉強会 7/7, 9/8, 11/10 実施

★ツールの開発

・ことだまシート

複写式のメモ用紙。基本的にはセミナー参加者などに配布し、セミナーで得られた気づきや今後の課題をメモしてもらい、1枚は参加者に、もう1枚は商工会議所で持ち帰る。こうすることで、聞いている際の反応だけでは見えなかった参加者の率直な意見や、悩みが見えてくるため、今後の指導のきっかけや、事業所に声掛けする際の事前準備に活用できる。

シートはすでに作成済みで実際にセミナーでも利用しており、参加者・職員共に好評である。今後は改良と新たな場面での活用を検討していく。

・事業計画書作成ヒヤリングシート

新たな事業計画を立てる際に必要な要素を漏れなく聞き出し、情報を整理する際に用いる。事業計画作成の前さばきとしてイノベーションマトリクスシートを活用。

・事業承継の診断カルテの作成

事業承継勉強会で得られた知見や考え方をシート化し、事業承継が必要な事業所のヒアリングや計画策定時に用いる。各職員が毎月1~2件の診断カルテを取得。

・会議・議事録テンプレート

各会議ごとに作成した、テンプレートを運用し、会議の効率化を図っている。

★評価

中小企業大学校の研修や、県の研修事業に支援課全職員が参加しスキルアップを図った。経営指導員については「相談の効果を高める傾聴と質問」等の、実践で活用できる内容を選定・受講し、支援先での導入を速やかに行っている。

事業承継支援については、中小機構の事業承継コーディネーターの富永治氏、県事業承継ネットワーク埼玉県の事業承継コーディネーター富澤紳氏に定期的依頼し、勉強会を実施している。勉強会においては、各職員が事前に決めた目標事業者数の診断シートを提出し、コーディネーターよりアドバイスをもらっている。事業所への軽度な課題の聞き取りはスムーズに行えるようになってきた。また本年度は、富永コーディネーターと共に職員が、事業者支援を行い事ができ、少しずつ知識・ノウハウ・手法を得られるようになった。

ことだまシートについては、全てのセミナーにおいて開催。内部会議等でも活用している。研修等においては、参加者の課題や悩み等が把握でき、その後のアプローチに役立っている。

◎課題

コロナの影響により、中止となった研修内容もあり、当所求めていた内容が学べなかったコースもある。また、「販路開拓・商談会展示会の進め方」等の研修を受けたものの、コロナの関係で本年度は有効に活用できないものもあった。基本的に良い取り組みなので、継続掘り下げて進めていただきたい。

② 情報共有の強化

★各種会議の開催

巡回を強化し、それぞれの職員が事業所との関係を強化するだけでなく、個々の情報を商工会議所全体で共有することで、組織として事業所を支援することに繋げることができる。また、お互いが頼るところは頼りながら業務や担当を分担することで、効率的な支援も可能となる。

そのために、深谷商工会議所では定期的に情報共有する機会を多く持ち議論を交わすことで、全体的なレベルアップを図っていく。

・深谷商工会議所イノベーション会議（月1回）

職員同士の情報交換を行いつつ、未来の深谷商工会議所をどうするか、という視点から、深谷商工会議所をどのように良くしていくかを職員全員で考える会議。外部から専門家を招きファシリテートしてもらうことで、客観的な視点を取り入れながら進めていく ※月1回

コロナの感染拡大防止のため3回中止としたが、基本的には毎月実施した。実施日は、6/26, 7/27, 8/24, 9/28, 10/15, 11/24, 12/25, 2/26。

・各種会議

深谷商工会議所の職員同士で、直近の課題や業務について、困っていることや進捗が遅れているところを報告し合い、解決策を出し合う。

職員会議（月1回）

4/1, 5/1, 6/1, 7/1, 8/4, 9/1, 10, 1, 11/2, 12/1, 1/5, 2/2 実施。

各課での会議（月1回）

総務課

4/2, 4/30, 6/1, 7/1, 7/29, 8/26, 9/29, 10/27, 11/24, 12/21, 1, 25, 2/26 実施。

支援課

4/3, 5/7, 5/25, 6/23, 7/29, 8/26, 9/28, 10/27, 11/24, 12/21, 1/25, 2/26 実施。

指導員会議（月2回）

原則第2, 4火曜日に実施。

朝礼（毎日）

各種会議は、ほぼ予定通り実施。

★日報データベースの活用（月1回）

日報は各職員が毎日記入しているが（訪問、指導内容のデータベース化）、日報データの分析・活用には至っていない。

★評価

イノベーション会議、職員会議、支援課会議、総務課会議、指導員会議を毎月開始し、情報共有に努めてきた。本年度は、コロナ関連の施策や補助金、助成金等が多々あり、情報を得た職員が各種会議において、協議・報告・対応を行うことで、事業者に有効な支援をスムーズに行えてきている。

◎課題

緊急事態宣言の為、在宅ワークを取り入れたが、会議対象者が揃う日を調整することに苦慮。コロナの影響により、予定していない支援が急増。

日報データベースの活用が不十分なので、各指導員がチェックをし、月2回の指導員会議の際、共有化、活用の検討をしていく。

11. 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

◇実施項目

① 事業実施状況、成果の評価、見直し（年1回）

毎年度末（2～3回）、一般社団法人埼玉県中小企業診断協会（会長 高澤彰氏）より専門家を招き、深谷商工会議所担当者（法定経営指導員）、深谷市担当者の同席の元、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。

今年度は、2/4, 18, 24 実施。

② 経営発達促進会議（月1回）

毎月1回、専門家（経営コンサルタント）を交え、深谷商工会議所担当者（法定経営指導員）とともに進捗状況の確認と、進捗が悪い場合の対策を話し合う場を設ける。さらに年度の間での進捗共有の際は、深谷市担当者との共有も行う。毎月開催し、コロナの状況に合わせたと陸に内容を協議・模索した。

実施日は、5/8, 5/25, 6/11, 7/14, 8/11, 9/8, 10/12, 11/11, 12/15, 1/18, 2/9。

③ 正副会頭・代表常議員会議

実施状況や評価については、正副会頭・代表常議員会議（役員会）において、評価・見直しの方針を決定する。事業の成果・評価・見直しの結果については、正副会頭・代表常議員会議（役員会）へ報告し、承認を受ける。毎月開催し、各種事業の報告・相談を行っている。

実施日は、4/13, 5/12, 5/25, 6/15, 7/20, 8/3, 9/7, 10/5, 11/10, 12/7, 1/13, 2/1。

④ 掲載・掲示

各協議会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、深谷商工会議所のHP及び会報・深谷商工会議所閲覧コーナーへ掲載・提示することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

★評価

経営コンサルをまねき毎月の進捗状況等を話し合う会議を実施している。本年は、当所考えていた事業内容がコロナの影響により難しくなったが、状況に合わせた取り組み内容を協議・模索しながら進めることができた。

◎課題

コロナの影響の中、ほぼ予定通り、実施できている。基本的に良い取り組みなので、継続掘り下げて進めていただきたい。

★総合評価

コロナの影響があった中において、総じて立案をした計画に対してはほぼ確実に実行しており、高く評価できる。

◎課題

第2期目の初年度、コロナ禍のスタートであったが、事業実施の状況は非常に高いレベルで達成しており、職員のマインドも良い。指摘事項として、未実施の事業も見受けられるので、4月頃を目安に実施の確認を再度行い、進めていく必要がある。

また、学校、病院との連携、DXへの取り組み、渋谷栄一氏の関連イベントとの関係により一層大きな飛躍のきっかけとして、地域の活性化に貢献していただきたい。

令和3年2月25日
(有)タカザワ企画代表取締役
中小企業診断士 高澤 彰