

令和 3 年度 寄居町商工会
「経営発達支援事業」外部評価報告書（公表用資料）

令和 4 年 7 月

外部評価者

寄居町「稼ぐ力」創出応援事業
(地域連携モデルチーム連携促進会議)

寄居町商工会における経営発達支援計画の概要	
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
計画概要と目標	当会はこれまで、地域振興事業、経営改善事業、経営発達支援計画に基づく伴走型支援事業を実施してきた。地域振興事業では、商業関係のイベント（ふるさとの祭典市、マルシェ事業、街バル事業）を中心に展開。また、ふるさと寄居商店会の事務局として一店逸品事業、まちゼミ、コンシェルジュ事業など個社の魅力向上並びに中心市街地の活性に繋がる事業を展開。 経営改善普及事業については、経営資源の補完支援として経営・金融・税務・労務支援をベースに、積極的な取組みを実施している。伴走型支援事業では第1期経営発達支援計画に基づき、経営革新計画の策定支援や販路開拓支援、創業支援などに取り組んできた。特に、近年は経営革新計画の策定支援を通じた伴走型支援（販路開拓、新商品・新サービス開発支援、補助金申請支援等）を強化しており、事業者の経営力向上に寄与している。尚、経営革新策定支援件数（指導員割）では4年連続県内1位の支援実績である。 今後も、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を実現するために地域振興事業、経営改善事業、伴走型支援事業により事業者支援を積極的に実施するため、本計画では以下の目標掲げる。 【目標①】計画経営の推進による経営力向上及び新たな需要開拓 当会では、これまでも経営革新計画の策定支援を通じて、小規模事業者の経営力向上をサポートしてきた。今後はこれまでの策定支援に加え、計画達成のためのフォローアップも充実させる。 【目標②】“よりいブランド”に資する商品・サービスづくりの支援による地域の活性化 当会ではこれまで一店逸品事業を通じて個社の魅力的な商品づくりを支援してきた。今後は、ここに“よりいブランド”という視点を加え支援を強化する。尚、“よりいブランド”とは、特産品や名所、おもてなしなど、寄居を楽しむ様々な魅力が凝縮されたイメージを総称して表現しており、単なる地域ブランドよりも広義の意味を持っている。“よりいブランド”を確立させることで地域の活性化を図る。 【目標③】創業支援による賑わいの創出 地域の新たな魅力や賑わいの創出のためには創業者による新たなビジネスの展開も重要である。そこで、これまでの創業支援に加え、創業者が事業を継続し、成長できるためのシームレスな支援を実施させる。

令和3年度に寄居町商工会が実施した経営発達支援事業の実施内容及びその実績について、A～Eの5段階で評価した。

- A：目標を達成することができた。（100%以上）
- B：目標を概ね達成することができた。（70%～99%）
- C：目標を半分程度しか達成することができなかった。（30%～69%）
- D：目標をほとんど達成することができなかった。（30%未満）
- E：目標を全く達成できなかった。（0% 未実施）

寄居町商工会では、国から認定された経営発達支援計画の目標を達成するため、令和3年度伴走型小規模事業者支援推進事業を活用して以下の事業へ積極的に取り組みました。

事業名	内容	成果
3. 事業計画策定支援	小規模事業者向けオンデマンドセミナーの開催	・令和3年11月に公開後、徐々に受講数が増え、2月末で累計108名が受講した。これまで、セミナーは受講したいが、忙しくて時間がないという経営者に対し、24時間いつでも、どこでも受講できる機会を提供することができた。
	専門家による事業計画策定支援	・事業計画策定支援を行った事業者のうち、埼玉県による経営革新計画の承認を受けた事業者は29件となった。 ・事業計画策定支援を行った事業者のうち、小規模事業者持続化補助金の申請を行った事業者が26件あった。
4. 事業計画策定後の実施支援	フォローアップ支援事業	・経営指導員が四半期に一度、事業計画の進捗状況を把握し、必要に応じた支援を実施。本年度は比較的計画の進捗が順調である58社に計150回の経営数値等のヒアリングを実施した。(1社平均2.6回)
5. 新たな需要の開拓に寄与する事業	IT活用による事業者情報の発信・需要開拓支援事業	・人気の「ご支援実績」に、6社の実績を掲載した。創業・資金調達の相談から無事に美容室をオープンすることができた事業所に関しては、ページビュー320件となり、現在も新規のお客様が継続的に来店し、売上・利益の増加に繋がっている。
	新製品＆新サービス開発合同記者発表会事業	・合同記者発表会をYouTube生配信したことで、現在もアーカイブ動画が閲覧できる状況となっている。3月末現在で既に560回視聴され、この広報動画を各社で上手くSNSやHPで情報発信することで、メディアに取り上げられやすくなり、売上増加が見込まれる。NHK首都圏ナビ、ぶぎんレポート、月刊商工会、埼玉よみうり等で取りあげられた。
6. 経営発達支援事業の評価・見直しを行う事業	クラウド型経営支援ツール導入および経営発達支援計画策定事業	・109の事業者情報と支援情報を一元管理することができ、データに基づいた事業者支援が可能となった。さらに、職員同士で支援履歴の共有がしやすくなり、効率的かつ適切な支援を行うことができた。
	寄居町「稼ぐ力」創出応援事業（地域連携モデルチーム連携促進会議）	・太田コーディネーターから支援事例の解説、当会の経営発達支援計画と伴走型小規模事業者支援推進事業、令和3年度補正予算案等について説明をいただき、各支援機関による意見交換が好評であった。17支援機関にとって、小規模事業者支援のネットワーク構築を図ることができた。

寄居町商工会 経営発達支援計画 令和3年度における目標と実績について

1-1. 地域の経済動向調査に関すること

項目	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	自己評価
①寄居町の統計情報、RESASの分析結果の公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	C
実績	1回	外部評価	ご意見			
②中心市街地通行量調査データの分析結果の公表回数	1回	C	・②に関しては、やむを得ない。 →R4年度は、寄居町と協議して公開できるよう努力する。			
実績	0回					

※②町役場中心市街地活性化推進室よりデータの公開について取扱注意の要請があったため。

1-2. 需要動向調査に関すること

項目	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	自己評価
①産業文化祭・ふるさとの祭典市（商工祭）における商品・製品の調査 調査対象事業者数	5社	5社	5社	5社	5社	E
実績	中止	外部評価	ご意見			
②まちゼミにおける商品・サービスの調査 調査対象事業者数	3社	C	・コロナ禍の影響でやむを得ない。 →R4年度は、寄居逸品事業において来街者アンケート、生活者との懇談会を通じて需要動向を調査予定。			
実績	中止					

※①②ともに新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため中止

2. 経営状況の分析に関すること

項目	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	自己評価
経営分析件数	40件	40件	40件	40件	40件	A
実績	85件	外部評価	ご意見			
		A	・目標の倍であり高評価する。 →R4年度は、22件（15件+7件）で推移。			

3. 事業計画策定支援に関すること

項目	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	自己評価
事業計画策定件数	20件	20件	20件	20件	20件	A
実績	41件	外部評価	ご意見			
創業計画策定件数	4件	A	・目標の倍であり高評価する。 →R4年度は、事業計画策定15件（8件+7件）、創業計画策定3件（2件+1件）で順調に推移。			
実績	7件					

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

①事業計画

項目	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	自己評価
フォローアップ対象事業者数	20社	20社	20社	20社	20社	A
実績	58社					
頻度（延回数）	80回	80回	80回	80回	80回	外部評価
実績	150回					
売上増加事業者数	7社	7社	7社	7社	7社	

実績	21 社					A
経常利益額増加事業者数	7 社	7 社	7 社	7 社	7 社	
実績	16 社					
ご意見	・ 目標を大きく上回る実績であり高評価する。 →R4 年度のフォローアップ数は、28 社 42 回（23 社 32 回+5 社 10 回）で順調に推移。					

②創業計画

項目	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度	自己評価
フォローアップ対象事業者数	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社	A
実績	14 社					
頻度（延回数）	16 回	16 回	16 回	16 回	16 回	外部評価
実績	42 回					A
黒字化事業者数	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社	
実績	6 社					
ご意見	・ 目標を大きく上回る実績であり高評価する。 →R4 年度のフォローアップ数は、6 社 14 回（4 社 6 回+2 社 8 回）で順調に推移。					

5. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

項目	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度	自己評価
彩の国ビジネスアリーナ出展事業者数	9 社	9 社	9 社	9 社	9 社	C
新規顧客との成約件数/社	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	
実績	不参加					
ニッポン全国物産展出展事業者数	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社	
新規顧客との成約件数/社	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	
実績	4 社、1 件					
アンビエンテ出展事業者数	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社	
新規顧客との成約件数/社	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	
実績	中止					
ホームページ・SNS ページの作成支援 実施事業者数	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社	外部評価
（BtoB の場合）新規顧客との成約件数	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	B
実績	5 社 0 件					
（BtoC の場合）売上額/社	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	
実績	未調査					
一店逸品事業（共同販促チラシ）掲載事業者数	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社	
売上額/社	6 万円	7 万円	8 万円	9 万円	10 万円	
実績	25 社 未調査					

ご意見

- ・コロナ禍の影響でやむを得ず不参加や中止があったものと判断した。
 - ・サポートが手厚く素晴らしい実績ですが、売上実績まで把握すべき。
- R4 年度は、支援による成約件数や売上額など効果を検証する。

外部評価者：(株)日本政策金融公庫熊谷支店、熊谷商工信用組合寄居支店、(株)エイチ・エーエル、
中小企業診断士 田中大介氏、販促コンサルタント 2020HH 本多宏一氏

参考資料

- ・令和3年度 寄居町における RESAS 分析結果の公表 (令和4年2月14日公開)
- 寄居町商工会では、令和3年度より RESAS を活用し、町内事業者には有用な分析結果をまとめてデータ化し、年1回公表する。事業計画作成時の基礎資料として活用いただいた。

RESAS を分析してみよう

埼玉県
寄居町

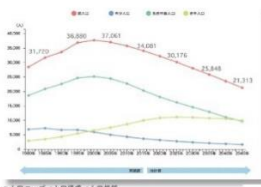
RESAS (地域経済分析システム) は、地域経済に関する様々なデータ (産業の強み、人の流れ、人口動態など) をグラフで分かりやすく「見える化 (可視化)」したシステムです。データに基づいた地域の実情を把握・分析できるため、ぜひ参画してみてください。

<https://resas.go.jp>

RESAS



人口



年齢別人口推移

2015年の人口は34,081人、10年前(2005年)の37,061人と比較して8.0%減少している。若年人口の推移を年齢別に見ると、①年少人口や生産年齢人口は減少傾向、②老年人口は2025年までは増加傾向で推移する見込みである。事業は、少子高齢化の進行に対応したビジネスモデルの再構築が必要といえる。

①年少人口は15歳未満、生産年齢人口は15～64歳、老年人口は65歳以上とする。

人口ピラミッド

現在と将来の年齢別人口構成を示したグラフである。若年人口の割合を見ると、2015年の29.3%から2045年には46.7%まで急上昇。一方、生産年齢人口は2015年の59.7%から2045年には45.5%まで低下する見込みとなっている。消費の縮小や労働力不足が予測される。

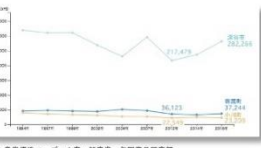
※人口マップ→人口構成→人口ピラミッド

滞在人口

昼間人口と夜間人口を月ごとに比較したグラフである。平日の人口をみると、夜間人口と昼間人口に大きな差がみられることから、他の町村からの通勤・通学通勤 (流入人口) と他の町村からの通勤・通学通勤 (流出人口) との差が大きいことがわかる。

※滞在人口は14時、昼間は20時前後のデータを掲載している。

小売業・卸売業



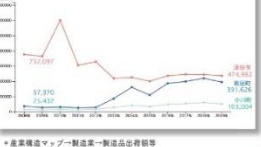
年間商品販売額の推移

小売業・卸売業の年間商品販売額の推移を示したグラフである。寄居町の販売額は372億円、4年前の2012年と比較すると3.1%増である。他地域をみると、深谷市は29.8%増、小川町は2.9%増となっている。

事業所数 (小売業・卸売業) の推移

小売業・卸売業の事業所数の推移を示したグラフである。2016年の事業所数は小売業192事業所、卸売業30事業所、4年前の2012年と比較すると小売業は3.2%増、卸売業は6.3%増となっている。

製造業



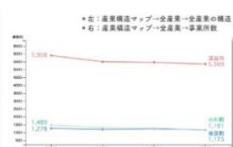
製造品出荷額等の推移

製造業の製造品出荷額等の推移を示したグラフである。寄居町の出荷額は3,916億円、10年前の2009年と比較すると58.2%増である。他地域をみると、深谷市は35.1%増、小川町は312.9%増となっている。

事業所数 (主要製造業) の推移

主要製造業の事業所数の推移を示したグラフである。寄居町は、①輸送用機械器具製造業、②生産用機械器具製造業が多い。10年前の2009年と比べると、輸送用機械器具製造業は増加している。

産業構造



事業所数 (事業所単位) 大分類 (2016年)

業種ごとの事業所数を図の大きさに示したグラフである。もっとも多いのは「卸売業、小売業」の270事業所で、全体の23.0%を占めている。その後、「製造業」の147事業所、「宿泊業、飲食サービス業」の139事業所が続く。

事業所数の推移

事業所数の推移をみる。2016年の事業所数は1,179事業所、7年前の2009年と比較すると8.1%減である。他地域をみると、深谷市は9.1%減、小川町は20.0%減となっている。

従業者数 (2016年)

業種ごとの従業者数を図の大きさに示したグラフである。もっとも多いのは「製造業」の4,534人で、全体の34.0%を占めている。その後、「卸売業、小売業」の2,214人、「宿泊業、飲食サービス業」の1,703人が続く。

従業者数の推移

従業者数の推移をみる。2016年の従業者数は13,323人、7年前の2009年と比較すると2.9%増である。他地域をみると、深谷市は5.7%増、小川町は9.3%増となっている。

地域内産業の構成割合

寄居町の産業の構成割合を全国および埼玉県と比較したグラフである。寄居町は、第2次産業が63.7%と最も高く、第3次産業の34.2%が続いており、全国や埼玉県との傾向と異なる。

地域経済循環

地域経済循環図 (2015年)

地域内企業の経済活動を通じて生じた付加価値は、労働者や企業の所得として分配され、消費や投資として支出されて、再び地域内企業に循環する。この流れを示したものが地域経済循環図である。

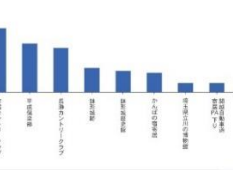
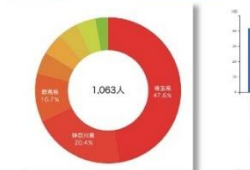


生産分析 (2015年)

左図の「生産 (付加価値額)」の内訳をの大きさに示したグラフである。付加価値額が高いのは輸送用機械「住宅用家具」「保健衛生・社会福祉」である。なお、グラフの色は、地域外から買っている産業 (黄色) と地域外から買っているものを製造している産業 (青色) を表している。



観光



観光マップ→From-to分析 (寄居町) (2020年)

県内観光客の来県回数 (日本人) の構成割合を示したグラフである。埼玉県が47.6%と最も多く、神奈川県が20.4%が続く。

目的地検索ランキング (2021年3月・休日)

カーナビで経路検索された回数が多い場所をランキング形式で示したグラフである。「寄居カントリークラブ」「甲武温泉」「長瀬カントリークラブ」等のゴルフ場の検索回数が多くになっている。

発行：寄居町商工会

〒369-1203 埼玉県大里郡寄居町大字寄居 1267-2
TEL: 048-581-2161 FAX: 048-581-1424
<https://www.gokiso.go.jp/>

