

経営発達支援計画の概要

| | |
|------------------------|--|
| 実施者名 (法人番号) | 山辺町商工会（法人番号 7390005000999） |
| 実施期間 | 平成 29 年 4 月 1 日 ~ 平成 34 年 3 月 31 日 |
| 目 標 | 地域小規模事業者の事業の持続的発展を最大の目的として、山辺町をはじめとする関係支援機関と連携し、小規模事業者の経営力向上、販路開拓等の支援に積極的且つ継続的に取り組むと共に、地域の基幹産業であるニット産業の活性化及び手織り緞通、山辺町ブランド豚「舞米豚」等、山辺町特産品の販路開拓支援事業の強化を図り、「豊かで活力ある産業のまちづくり」と、地域経済活性化の推進を図ることを目標とする。 |
| 事業内容 | <p>・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【指針】 地域小規模事業者を対象とした景況調査等の実施により、地域の経済動向を把握し、迅速且つ定期的に情報提供していくことで、小規模事業者の課題解決、事業計画策定等の支援に積極的活用を図る。</p> <p>2.経営状況の分析に関すること【指針】 小規模事業者が自身の経営実態を的確に捉え、個社の事業計画策定等の基礎的資料として、十分な活用が図られるべく経営状況の分析を行い、情報提供していくことで、経営課題解決に向けた支援に有効活用ができる。</p> <p>3.事業計画策定支援に関すること【指針】 小規模事業者が経営課題の解決に向けて、事業計画の策定ができるように、商工会職員の支援体制を強化し、経営課題解決及び事業計画策定まで、伴走してきめ細かなサポートを行い、提案型の支援を積極的に推進していく。</p> <p>4.事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】 事業計画策定後も継続して支援をしていくため、連携支援機関との支援体制の構築を図り、小規模事業者へのフォローアップ支援体制の強化に努める。併せて、経営指導員を中心としたチーム制による巡回指導の強化に努め、より効果的な伴走型支援を実行していく。</p> <p>5.需要動向調査に関すること【指針】 小規模事業者の販売する商品、提供する役務の需要動向について、毎年定期的に情報収集を行い、整理、分析することで、個々の企業に適した情報を提供することができ、新たな需要開拓等に繋げることができる。</p> <p>6.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】 基幹産業であるニット、手織り緞通及び山辺特産「舞米豚」等を、展示会等への出展を積極的に支援し、新たな需要の開拓に繋げていく。</p> <p>・地域経済の活性化に資する取組み 基幹産業であるニットや手織り緞通、山辺特産「舞米豚」など、山辺町特産品のブランド化の定着と販路拡大に向けて、積極的に情報発信を行い、地域経済の活性化に向けた事業の推進を図る。</p> |
| 連絡先 | 山辺町商工会 住 所： 山形県東村山郡山辺町大字山辺 50 番地 T E L： 023 - 664 - 5939 F A X： 023 - 664 - 5634 http://www.shokokai-yamagata.or.jp/yamanobe/ |

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

I 山辺町の現状と課題

【 山辺町の概要 】

山辺町は、山形県のほぼ中央にあたる山形盆地の南西部に位置し、県都山形市の北西に隣接しており、地形は、南西に出羽丘陵の白鷹山、西黒森山、東黒森山、鳥海山を擁し、これらの山々から流れる須川に向かって傾斜している。

須川左岸に広がるなだらかな東斜面に市街地が形成され、河川沿いには田園地帯が開けている。また、町の西部の中山間地域は、大小の湖沼が点在し、緑豊かな森林や湧水とともに美しい自然景観を作り出している。



人口は約 1 万 5 千人で、第二次大戦直後の 1947 年が約 1 万 7 千 5 百人と最も多く、以降高度成長期にかけて減少が続いてきたが、2000 年をピークに再び人口が増加、現在はそのピークを過ぎ減少に転じてきている。

町の総面積は 61.36 km²で、東西、南北とも 11.85 km、周囲は 50 kmとなっている。

山形中央 IC より 5 分、山形駅から 15 分という好アクセスで、アクセス面における利便性の高さも、山辺町は大変恵まれた環境にある。

【 山辺町産業の特色 】

山辺町は、農業・工業・商業の各分野にわたり地域産業が蓄積されており、特に町の基幹産業であるニットは、県内でも特に集積度が高く、大阪や新潟と並び山形ニットの産地形成に中心的な役割を担っている。

特に、山辺ニットは、「サマーセーターの発祥の地」として知られており、メーカー独自ブランドへの取組みなども進められている。

山辺町は、ファッションニットの他、繊維産業が盛んな町でもあり、一貫した品質管理のもと生産されている、手織り絹通は高品質で有名で、手織り「山形絹通」は、県内はもとより国内外にも誇れるブランド力を有しているのが特徴である。

さらに、機械金属工業は、一貫した生産システムにより、高品質・高性能の精密機械製品を、多岐にわたって生産しており、その品質は高い評価を得ている。

又、安全で高品質の豚肉、山辺町のブランド豚、「舞米豚」は、山辺町で作られた飼料米を食べて育った豚で、肥料は田んぼで活用される循環型農業の産物である。



ファッションニット



手織り緞通



セキュレットシュレッダ

【 山辺町商工業の現状と課題 】

山辺町は、繊維産業が盛んで、繊維の町として発展してきた。ファッションニットや手織り緞通の生産が有名で、特にニットは、山形県内でも集積度が高く、全国にも誇れる山形ニット産地の形成がなされてきた。

しかし、近年は海外製品との価格競争など、繊維産業を取り巻く厳しい環境から繊維産業事業所数、従業者数、製造出荷額等の減少傾向が続いている。

工業統計調査によると、繊維産業製造品出荷額は、昭和 60 年の 172 億円に比して、平成 24 年は 18 億で 1/10 までに減少している。

山辺町の工業従業者数・製造品出荷額

| | 工業従業者数 (人) | うち繊維産業 従業者数 (人) | 工業製造品出荷 額 (万円) | うち繊維産業製 造品出荷額 (万 円) |
|---------|---------------|--------------------|-------------------|---------------------------|
| 昭和 60 年 | 2,417 | 1,826 | 2,213,951 | 1,725,250 |
| 平成 24 年 | 608 | 324 | 442,296 | 182,672 |

(資料：工業統計調査)

一方、商業・サービス業面においても厳しい環境が継続しており、大型店やコンビニなどの出店などにより、既存の小規模小売店は、厳しい経営を余儀なくされている状況にある。今後、小規模小売・サービス業が生き残るためには、大型店には真似のできない「強み」を持ち、地域の消費者から支持される店づくりが必要不可欠である。

山辺町の商店数・従業員数・販売額の推移

| | 商店数 (店) | 従業員数 (人) | 販売額 (万円) |
|---------|---------|----------|-----------|
| 昭和 41 年 | 244 | 570 | 203,992 |
| 昭和 57 年 | 259 | 752 | 1,544,778 |
| 平成 3 年 | 234 | 736 | 1,562,994 |
| 平成 24 年 | 130 | 551 | 747,580 |

(資料：商業統計調査)

こうしたことから、工業関係においては、経済環境の変化等外的変動要因に対応できる企業の経営力の向上、技術力の強化が求められており、商業関係においても消費者から支持される店づくりと販売力の強化等が求められている。

■業種別小規模事業者数及び従業者数の推移（事業所統計調査、経済センサスより）

| 業種別 内 訳 | 小規模事業者数 | | | 従業者数 | | |
|------------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | H3 年 | H21 年 | H24 年 | H3 年 | H21 年 | H24 年 |
| 建設業 | 80 | 80 | 74 | 364 | 384 | 326 |
| 製造業 | 183 | 87 | 72 | 2,318 | 781 | 749 |
| 卸・小売業 | 260 | 171 | 122 | 838 | 835 | 676 |
| サービス業 | 142 | 155 | 138 | 493 | 1,377 | 1,289 |

山辺町の業種別小規模事業者数と従業者数の推移を見ると、事業者数・従業者数ともに、平成3年をピークとすると、建設業においては、事業者数・従業者数ともほぼ横這いで、サービス業については、事業者数・従業者数ともに増加している。

一方、製造業と卸・小売業では、事業者数・従業者数ともに大きく減少している。

特に減少幅が大きいのは製造業で、事業者数・従業者数ともに減少が著しく、事業者数では平成3年と比べて、平成24年では39.3%、従業者数では、32.3%までに著しく減少している。

卸・小売業では、事業者数は平成3年と比べて、平成24年では46.9%まで減少しているが、従業者数では、81%となっており、製造業に比べると減少幅はそれほど大きいとは云えない状況である。

特に減少幅の大きい製造業の中でも、町の基幹産業として位置づけられてきたニット製造業の事業者数の減少がほぼ9割近くを占めており、前述した繊維産業製造品出荷額の減少と合わせて、従業者数の大幅減少は、地域経済衰退の大きな要因となってきた。

こうした現状と課題を踏まえ、町が基幹産業として位置づけている、繊維産業、ニット産業の活性化による、地域産業の魅力特性を踏まえた地域経済の活性化に向けた取組みが必要且つ最大の課題である。

II 山辺町商工会の役割

これまで商工会は、商工業の課題解決に向けて、「産業振興は、町行政と商工会が一体となって進めるべきである」という視点に立ち、町行政との「商工業振興連絡会議」を毎月1回開催し、商工会から行政への提案活動により、町単独の融資制度及び利子補給制度の創設等、地域小規模事業者に対する有利な施策の実現を図るなど、地域経済発展のため関係機関と連携し、経営改善普及事業を推進してきた。

併せて商工会独自の支援として、金融、労働、税務、記帳指導や会員からの依頼に基づく専門家派遣事業等の支援を実施してきたが、偏った支援になりがちで、その解決に向けた総合的かつ持続的な取組みが十分とはいえなかった。

その結果、集積した経営改善に関する情報の整理、共有化がされていないことや、事業承継や経営革新に関する支援が十分ではなかったことから、今後は、小規模事業者の経営課題の解決まで、丁寧にサポートしていくことが必須の使命であり、最大の役割であるとする。

今後、商工会の役割として最も強く求められるものは、これまで巡回指導により実施してきた「商工会は、行きます 聞きます 提案します」の中でも、支援が行き届かず不足していた「提案型」指導に重点をおいた支援が必要不可欠であるといえる。

Ⅲ 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

山辺町商工会は地域産業の現状と課題を踏まえ、且つ商工会の役割を踏まえて、小規模事業者の支援機関として、商工会が掲げる「商工会は、行きます 聞きます 提案します」のスローガンに基づき、地域小規模事業者の事業の持続的な成長発展を図りつつ、地域商工業の振興発展に向けて、積極的に取り組んでいく必要がある。

そのために、山辺町が掲げる第4次山辺町総合計画の「豊かで活力ある産業のまちづくり」の施策重点項目にある、町の基幹産業であるニット産業再生による活性化支援をはじめ、商業振興によるまちの賑わいづくりや雇用の創出に向けた創業支援などの事業推進を図っていく。

具体的には以下の2点について取り組んでいく。

《中長期的な振興の視点》

小規模事業者に対する経営力向上・経営体質強化に向けた支援の強化に努め、小規模事業者の事業の持続的な成長発展を図ることで、小規模事業者の減少に歯止めをかけ、地域商工業の振興発展に繋げる。

小規模事業者への新たな販路開拓に向けた支援の強化を図ることにより、小規模事業者が販路拡大等により成長発展していくことで、地域経済の活性化に繋げる。

Ⅳ 経営発達支援事業の目標

《小規模事業者の支援目標と方針》

地域商工業と小規模事業者を取り巻く現状と課題及び、前述した商工会の小規模事業者支援機関としての役割を踏まえ、且つ、中長期的な振興のあり方踏まえて、「地域小規模事業者の持続的な成長発展と販路の拡大を図り、地域商工業の振興と地域経済の活性化に繋げる」という視点に立っての経営発達支援事業の目標及び方針は、以下のとおりとする。

【 目 標 】

①小規模事業者の持続的発展により、地域商工業の振興発展に繋げる

1. 工業振興による活力づくり

山辺町の基幹産業であるニット産業や国内外にも誇れる手織り「山形緞通」等の、地場産業である伝統繊維産業の再生・発展に向けた取組への支援。

2. 商業振興によるまちの賑わいづくり

活力ある地域商業の振興を図るため、町外への消費流出を抑制し、町内商店への購買意欲を高めるための魅力ある店づくりを支援し、地域商業の活性化と賑わいのあるまちづくりの推進。

3. 雇用の創出に向けた創業及び経営改善に取り組む事業者への支援
意欲ある起業家や経営改善に取り組む事業者を積極的に支援し、小規模事業者の減少に歯止めをかけ、雇用の創出と地域商工業の振興発展を図る。

②小規模事業者の新たな販路開拓により、地域経済の活性化に繋げる

1. 山辺町特産品のブランド力向上と定着に向けた販路開拓等の支援
山辺町が誇るニット製品・手織り絹通をはじめ、山辺特産「舞米豚」など、山辺特産品のブランド力を高めていくために、ブランド力向上と定着に向けて、その魅力を広く内外に積極的にPR情報発信していくことで、小規模事業者の新たな販路開拓等により地域経済の活性化に繋げる。

【方針】

※地域商工業の振興による活力あるまちづくり及び雇用の創出と、新たな販路開拓により、地域経済活性化に向けた地域小規模事業者に対する支援

①小規模事業者の持続的発展により、地域商工業の振興発展に繋げるための小規模事業者に対する支援の方針

(小規模事業者に対する経営力向上支援、伴走型且つ提案型支援の強化)

小規模事業者の円滑な事業実施に向け、定期的な巡回指導及び各種セミナー等の開催により、小規模事業者の経営に対する意向等の実態把握を行い、高度且つ専門的課題等については、連携支援機関の専門家に依頼し、適切な助言・アドバイスを行うなど、小規模事業者支援に対するサポート体制の強化に努める。

また、経営改善に取り組む等、事業者の事業計画策定に向けた支援については、伴走型且つ提案型によるきめの細かい指導・助言等により、事業者が順調且つ的確に計画づくりが進むようPDCAサイクルの構築された経営を目指し、小規模事業者の経営力の向上に向けた支援の強化に努める。

更に、意欲ある起業家や事業承継等を考える事業者に対しては、専門家によるアドバイス等により、創業計画・事業承継計画の策定支援をしていくことで、雇用の創出と小規模事業者の減少に歯止めをかけ、地域商工業の振興発展に繋げていく。

以上のように、小規模事業者の事業が持続的に発展をしていくことにより、「豊かで活力ある地域性を活かした産業のまちづくり」の実現を図る。

②小規模事業者の新たな販路開拓により、地域経済の活性化に資する方針

(地域経済の活性化に向けた販路開拓支援事業の強化)

小規模事業者の販路開拓に向けた、展示会、商談会、物産展等への出展を積極的に支援し、新たな需要の開拓、販路開拓等への取組みを支援していく。

そして、現在の山辺町基幹産業であるニット製品・手織り絹通をはじめ、山辺特産「舞米豚」のブランド力の向上と定着に向けて、販路開拓支援事業の強化を図り、ニット製品・手織り絹通及び山辺「舞米豚」など、町の特産品の魅力を内外に積極的に情報発信していく。

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 29 年 4 月 1 日 ～ 平成 34 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

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

《現状課題及び取組内容》

〔現状と課題〕

これまでは、小規模事業者に対し「景況調査」や金融機関による「経済動向調査」などの情報提供に留まっていたのが現状である。

今後は、これらの情報を組織的に共有し、小規模事業者に対して、どのように有効活用を図り支援していくかが課題である。

〔今後の取組みと目標〕

小規模事業者の経営力の向上を目指し、事業の持続的発展を図っていく必要性から、商工会が収集した情報は巡回指導等により、迅速且つ定期的に提供していくと共に、小規模事業者の課題解決及び、新たな需要開拓等に資するため、事業計画策定支援等に積極的な活用を図っていく。

【事業内容】

景況調査の実施による地域経済動向に関する情報の収集、整理、分析及び提供
全国商工会連合会及び山形県商工会連合会からの委託により、山辺町商工会が実施主体となり、小規模事業者への調査を実施する。当商工会が調査した内容については、全国連が集計した調査報告書の効果的活用を図る。景況調査により収集した情報は、地域経済動向としてまとめ、調査対象や内容等により整理、分析し、小規模事業者の巡回指導時に提供すると共に会報・ホームページにより広く周知していく。

【景況調査】

実施機関：全国商工会連合会・山形県商工会連合会

調査主体：山辺町商工会

調査目的：地域産業の状況や経済動向等について一定時期ごとに変化の実態等の諸情報を迅速・的確に収集し、提供することで、小規模事業者の経営改善に資する。

調査時期：毎年 6 月、9 月、11 月、3 月（年 4 回）

調査対象：製造業 3 件、建設業 3 件、小売業 4 件、サービス業 5 件

調査項目：売上高、資金繰り、在庫、採算、従業員数、外部人材、設備投資、企

業の業況、長期・短期資金借入難度、借入金利、経営上の問題点等
 調査方法：経営指導員の巡回による面接、聞き取り調査
 整理分析：全国連からの報告書による全国ベースの集計、分析結果及び県連における県ベースの集計、分析結果による景況情報に基づいて、商工会は、地域の景気動向についても独自に整理、分析し、地域の経済動向としてまとめる。
 提供方法：経営指導員が小規模事業者への巡回指導により、毎年4回調査分析した情報について、調査結果報告書としてタイムリーに情報提供し、会報HP等に掲載し広く周知していく。

②経済動向情報連絡会議及び経済消費動向調査報告書（金融機関が実施）の活用による情報提供

年2回実施する経済動向情報連絡会議（構成団体：山辺町産業課、山形銀行、きらやか銀行、山辺町商工会）において、金融機関が実施した経済消費動向調査報告書に基づき、商工会が地域企業の状況を整理、分析した情報を、経営指導員が巡回により、小規模事業者に対し情報提供していくと共に、会報やホームページにより広く周知していく。

【数値目標】

| 内 容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|--------------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 景況調査（企業数） | 15社 | 15社 | 15社 | 30社 | 30社 | 30社 |
| 調査集計分析（回数） | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| 経済動向情報連絡会議 調査情報交換（回数） | 1回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |
| 会報・ホームページによる 情報提供（回数） | 1回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

《現状課題及び取組内容》

本来、経営分析については、事業者自身が行うことが基本となるが、小規模事業者においては経営資源等に限界があるため、小規模事業者の自助努力だけでは克服できない状況にある。そのため、小規模事業者の事業計画策定や、各種補助金等の施策活用に至るまでの経営分析データ等の活用までは、十分になされていなかった点があげられる。

そのため、小規模事業者が経営分析データ等を有効活用できるよう、商工会がこれまで推進してきた日頃の巡回窓口相談指導による、きめ細かな伴走型支援により、小規模事業者に情報提供を行い、経営分析データ等を有効活用していくことが重要となる。

《今後の取組みと目標及び活用方法》

今後は、商工会の強みであるきめ細かな巡回指導（四半期毎・年4回）を活かし、小規模事業者の事業の持続的発展に向けた取組みとして、SWOT分析やネットde記帳等による経営状況分析データの活用を図り、自社の強み、弱み及び経営資源の把握を行うことで、小規模事業者が経営実態を的確に捉えることが可能となる。更に、小規模事業者の経営計画・事業計画を策定するための基礎的資料として、経営状況分析データを情報提供し、効果的な活用が図られるよう取り組んでいく。

また、小規模事業者が抱えるより専門的な課題については、商工会が連携支援機関に専門家を依頼し、専門家から指導・助言を受ける際にも、経営状況分析データが有効活用できるように取り組んでいく。

（具体的な事業内容）

①会計データ等を基にした「経営状況分析データ」活用による簡易経営診断の実施 （商工会経理ソフトや事業者独自の会計ソフトを活用した経営状況分析の推進《新規》）

【内 容】事業者の決算書等財務諸表から得られる基礎的分析データの活用。

会計データを基にした経営状況分析データ、経営指標分析データを経営指導員が巡回指導をする際の支援ツールとして、小規模事業者の課題解決に向けた支援への有効活用を図る。

経営状況分析データ、経営指標等による基礎的分析データを活用し、経営状況の把握と事業計画策定支援に積極的な活用を図っていく。

尚、商工会経理ソフトの活用については会員事業者向けの支援とし、非会員の対応については、青色申告会のブルーリターンや事業者が独自に使用している会計ソフト等を活用する。

| 内 容 | 分 析 項 目 |
|----------------------|---|
| 財 務 分 析 (収益性・安全性) | 月別売上実績、損益分岐点、売上高対営業利益率、総資本対自己資本比率、経営分析レーダーチャート等 |

定性分析

経営指導員の巡回により、企業の実態状況把握と経営課題等のヒアリング。経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報、技術等）

【効果】小規模事業者の経営上の課題、問題点、改善すべき点などが確認でき、今後の事業計画策定など課題解決に向けての小規模事業者支援に活用できる。

②支援機関の専門家との連携による経営分析の活用及び推進

（県連のエキスパートバンク等専門家派遣事業での経営分析データの有効活用）

【現状】小規模事業者が自社のスイーツの新商品の開発や、新規の飲食店出店に係るノウハウ等、専門家派遣事業に対するニーズはあると思われるが、現状は、経営指導員が巡回する際にパンフレットの持参や、会報やセミナーの案内時に同封しているが、説明等周知不足の為、未だ商工会の専門家派遣事業の制度を認知していない小規模事業者が多く、活用実績は少ない状況にある。

【今後】今後は、国のよろず支援事業や、山形県商工会連合会のエキスパートバンク等専門家派遣事業について、小規模事業者が分かりやすい専門チラシを作成することで個別のDM送付、HP掲載、経営指導員の巡回時に必携し、専門家派遣事業の内容について周知徹底を図る。

その後、経営指導員による巡回相談で、小規模事業者の現状と経営課題等のヒアリングにより、商品開発や販路開拓などの支援ニーズを的確に把握し、小規模事業者からの依頼を受け、専門知識を有する税理士、中小企業診断士等の専門家による指導の際に、経営状況分析データの有効活用を図ると共に、専門家の立場で、より詳細に財務分析及び定性分析のデータを小規模事業者に即した内容に整理、分析してもらい、より効果的な活用を図っていく。

【効果】専門家の指導・助言などから、経営上の問題点、改善すべき点を明確にすることができ、今後の小規模事業者への事業計画策定支援や策定後の取り組みでも大きな効果が期待できる。

【数値目標】

| 内 容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 経営分析事業者数 | 10社 | 10社 | 15社 | 15社 | 20社 | 20社 |
| 経営分析事業者巡回(延回数) | ×4回 | ×4回 | ×4回 | ×4回 | ×4回 | ×4回 |
| (巡回数・4半期毎に年4回) | (40回) | (40回) | (60回) | (60回) | (80回) | (80回) |

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

《現状課題及び取組内容》

従前では、小規模事業者自らがビジネスモデルの再構築に向けて、新たな事業の取組

みなどが容易にできるように、伴走型の支援として、持続化補助金における事業計画、金融指導における改善計画を行ってきたが、全会員の10%未満と少数事業者に限定され、小規模事業者の主体的かつ継続的な取り組みには繋がらなかった。

《今後の取組み及び目標》

前述の経営状況の分析結果及び経済動向等を踏まえ、小規模事業者が自らのビジネスモデルを再構築するため、顧客ニーズや自らの強み、弱みを踏まえた事業計画策定に基づく経営を推進することが非常に重要となってきた。

そこで、事業計画策定が容易にできるように、商工会職員の支援体制を強化していく。そして、小規模事業者の経営力向上が図られるべく、事業計画策定に積極的に取り組もうとする小規模事業者に対して、商工会が事業者に寄り添って伴走型且つ提案型の支援を積極的に推進していく。

このことで、小規模事業者が事業計画を策定し実行していくPDCAサイクルを回す経営を認識そして実行していくことを最大の目標とする。

(具体的な事業内容)

①事業計画策定支援

経営指導員の四半期毎の巡回指導により、経営力の向上や経営改善に積極的に取り組もうとする小規模事業者に対して、事業計画策定に向けて、計画の整合性や儲ける仕組みの創意工夫など、小規模事業者への的確な情報提供と、継続したアドバイス等により、経営課題解決と事業計画策定まで、経営指導員と広域経営指導員とが協力し、事業計画策定まで、小規模事業者に寄り添って、伴走型且つ提案型の支援を積極的に行い、きめ細かにサポートをしていく。

又、企業のものづくり補助金や持続化補助金等の公募があった際には、申請事業者に対して、商工会が窓口となり、県連の専門家派遣事業や県企業振興公社の企業支援アドバイザーなどを積極的に活用し、より効果的な事業計画策定支援に努める。

これらの事業者に対しては、補助金等の有用な施策情報も併せて提供していく。

②創業支援

従前は、窓口に来所される創業希望者等に対して、県連主催の「創業塾」や「創業セミナー」への参加勧奨と、創業関連融資のための計画作成支援等が主であった。

今後は、山辺町における創業希望者の把握に向けて、町行政及び地域金融機関との情報交換連絡会議により、創業希望者の掘り起しに努めていく。又、やまがたチャレンジ創業応援事業・創業支援ネットワーク会議の創業支援機関との連携により、創業を志す方が円滑な事業の立上げができるように、窓口相談、創業塾、創業セミナーへの受講勧奨、創業助成金などの支援メニューの活用等、創業計画策定に向けてサポートしていく。

③事業承継支援

経営指導員の巡回指導により、後継者不足などで、事業の存続に悩みを抱え、支援を必要とする事業者の把握に努め、支援候補者、支援対象者等の掘り起しを行う。具体的な相談内容に発展したときは、県事業引継支援センターの専門相談員により、指導助言を受ける。さらに、課題解決に向けた支援対応については、専門家派遣事業等により、事業承継

計画策定に向けて継続した支援対応をしていく。

又、若手後継者等に対しては、商工会青年部員層を中心に、毎年1回事業承継セミナー及び個別相談会を開催し、将来必ず訪れる事業承継について、早い段階から時間をかけて計画的に事業承継が図れるよう継続的に支援をしていく。

④小規模事業者経営発達支援融資制度の有効活用《新規》

日本政策金融公庫の本制度を活用することで、商工会が推薦しているマル経資金融資制度とあわせて、事業小持続的発展に取り組もうとする、小規模事業者の事業計画策定と、新事業実施段階での資金調達が可能となり、小規模事業者の経営の安定化、経営力向上、経営基盤の強化に結びついていく。

【数値目標】（事業計画策定支援事業）

| 内 容 | 現状 | 29 年度 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 |
|--------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①事業計画策定数 | 10 社 | 10 社 | 15 社 | 15 社 | 20 社 | 20 社 |
| ②創業計画策定数 | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 2 社 | 2 社 | 2 社 |
| ③事業承継計画策定数 | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 2 社 | 2 社 | 2 社 |
| ④小規模事業者経営発達支援融資制度の活用(新規) | 0 | 1 社 | 2 社 | 2 社 | 3 社 | 3 社 |

※①事業計画策定数は、前述の経営状況分析の経営分析事業者数と一致。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

《現状課題及び取組内容》

小規模事業者自らが常に問題意識を持ち、事業の持続的発展のために自助努力により取り組むことが基本となるが、これまでは、巡回及び個別相談会等を通じて、小規模事業者の課題を掘り起しながら、その都度、事業計画策定支援に取り組んできた。

しかし、せっかく立てた事業計画が途中で断念するなど、事業の進捗状況の確認や計画策定後のフォローアップ支援体制が十分とは言えなかった。

小規模事業者が事業計画に沿って、順調に事業の遂行が図られるよう、事業計画策定後の進捗状況の確認やフィードバックなど、継続したフォローアップ支援が必要となる。

《今後の取組み及び目標》

前述の事業計画策定支援により、小規模事業者が策定した事業計画に沿って、円滑かつ効果的に事業の遂行ができるように、事業計画策定後も継続して支援していくため、町行政及び地域金融機関等、連携支援機関との支援体制の構築を図り、フォローアップ支援連絡会議を開催し、フォローアップ支援体制の強化に努め、継続して事業計画策定後の実施支援を行って行く。併せて、経営指導員を中心としたチーム制導入による効果的な支援を実施していくため、広域経営指導員とのチーム制による巡回指導の強化に努める。又、全職員体制による支援強化に向けて、経営支援員とのチーム制による支援も実施し、小規模事業者に対する、より効果的な継続した伴走型支援を実行していく。

(具体的な指導内容)

①巡回等によるフォローアップ支援

小規模事業者が立案した事業計画に沿って事業が遂行できるよう、巡回等により定期的（四半期に1回）に策定した事業計画の進捗状況の確認を行うと共に、小規模事業者の状況に応じた必要な指導・助言を行うことが必要であることから、事業計画通りに進んでいない事業者については、巡回によるフォローの頻度を上げ（四半期に2～3回）、事業計画通りに事業の実施ができるように、担当する職員が伴走するが、例えば事業承継に係る相続税や贈与税、特許等に係る知財の申請に関する等、より専門的な課題に対しては国のよろず支援拠点事業、山形県商工会連合会が実施しているエキスパートバンクを活用しながら、専門家と担当職員が伴走型で事業者の立場に立った丁寧な支援をしていくことで課題を明確に解決していく。

②フォローアップ支援連絡会議の開催

小規模事業者が事業計画に沿って、順調に事業の遂行が図られるよう、事業計画策定後の進捗状況の確認やフィードバックなど、事業計画策定後も継続して支援していくため、町行政及び地域金融機関との支援体制の構築を図り、フォローアップ支援連絡会議（年2回）を開催し、フォローアップ支援体制の強化及び伴走型支援を実行していく。

【数値目標】（事業計画策定後の実施支援）

（※件数は、前述の事業計画策定支援の①事業計画②創業計画③事業承継計画策定支援の合計）

| 内 容 | 現状 | 29 年度 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 |
|--------------------------------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ①巡回フォローアップ支援件数 （巡回による支援回数・四半期に1回） | 12 社 (48) | 12 社 (48 回) | 17 社 (68 回) | 19 社 (76 回) | 24 社 (96 回) | 24 社 (96 回) |
| ②フォローアップ支援会議（回数） | 0 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 |

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

《現状課題及び取組内容》

現状では、地域小規模事業者の多くは、自社の販売する商品、サービス等需要動向については調査をしておらず、個々の事業者が販売している商品、提供しているサービス等が、地域の消費者のニーズに合致しているものかどうか把握されていない状況にある。

商工会においてもこれまでは、県連及び全国連が実施する物産展や商談会、首都圏百貨店等の催事への参加を通して、小規模事業者が販売する商品・サービス等の需要動向の情報収集に留まっていた。

また、当町基幹産業である繊維産業、ニット企業に対しても、首都圏における需要動向情報収集及び、町内の観光案内所に常設のニット即売所等から得られた地域内での需要動向の情報収集に留まっていた。

更に、山辺特産「舞米豚」については、山辺の米で育った山辺の豚として、地域では山辺町ブランド豚「舞米豚」として、定着してきているが、首都圏等における認知度は

未だ高まっていない状況にある。

これらの首都圏及び地域内の需要動向の調査を実施し、その調査結果を随時情報提供していくことで、新たな需要の開拓等に結びついていくものとする。

《今後の取組み》

①ニット製品

前述の当町の基幹産業である繊維産業、特にニット製造業のニット製品について、首都圏及び地域内での需要動向を調査することで、消費者ニーズや市場動向を把握でき、得られた情報を定期的に（首都圏3回、地域内2回）、巡回により提供していくことで、新たな販路開拓・新商品開発に活かすことができ、更には新たな需要の開拓に繋げていくことが可能となる。

今後は、小規模事業者の販売する商品、提供する役務の需要動向について、毎年定期的に情報収集を行い、得られた情報を整理、分析することで、個々の企業に適した情報を継続して提供をしていく。

今後実施していく首都圏及び地域内需要動向調査から得られた結果について、小規模事業者へ継続して情報提供することにより、ニット製造業業者には、最新トレンド情報の把握が可能となり、また、繊維・衣料品等小売業者についても、流行商品、売れ筋商品等の情報が得られることで、販売促進に結びつけることが可能となる。

②山辺特産「舞米豚」

山辺特産「舞米豚」については、山辺の米で育った山辺の豚として、地域では、産業まつり、舞米豚活用アイデア料理フェスタなどのイベント事業を実施するなど山辺町ブランド豚「舞米豚」として、定着してきているが、首都圏等における認知度は未だ高まっていない状況にあるため、今後は、首都圏における消費者ニーズ、市場動向等を把握し、提供していくことで新たな販路の開拓や新商品の開発に活かしていく。

これらの需要動向情報を経営指導員が巡回指導により、積極的に情報提供し指導・助言のツールとして活用することで、小規模事業者が抱える課題が解決でき、新たな需要の開拓に結びついていくものとする。

〔 目 標 〕

小規模事業者の販売する商品、提供する役務が地域の消費者のニーズに合致し、市場に受け入れられているのか、特にニット製品については、地域消費者のニーズと首都圏の市場動向とでは違いが見受けられるため、地域内と首都圏の二箇所が必要動向を調査し、その実態を把握すると共に、調査結果を基に、消費者ニーズに合った商品・サービスの提供をしていくことにより、小規模事業者の意識の高揚が図られ、新商品の開発や販路開拓を積極的に展開していくことで、小規模事業者の持続的発展と新たな需要の開拓に繋げていく。

(具体的な事業内容)

①ニット製品

地域消費者のニーズと首都圏の市場動向とでは、地域内では低価格志向の傾向があり、首都圏では高級品志向が見受けられる。そうした地域と首都圏の消費者の趣向の相違の

実態を的確に把握する必要があるため、地域内消費者ニーズと首都圏の市場動向の双方(1)、(2)で需要動向を調査する。

(1) ニット製品の地域内需要動向調査による情報収集、提供と活用

◎地域内における消費者ニーズの調査

当町の基幹産業であるニット製品について、町内の観光案内所に常設されている、ニット即売所の消費者を対象に、商工会職員がアンケート方式により、消費者に直接聞き取り調査し、そこから得られた情報を整理、分析することで、地域消費者ニーズを把握することができ、調査結果を小規模事業者に提供することにより、今後の新たな需要開拓、販路開拓等に繋げていくことが可能となる。

(調査目的) 地域消費者ニーズの把握

(調査項目) 客層・性別・年齢・価格・素材・デザイン・品質など

(調査方法) 町内のニット即売所での地域の消費者を対象とした需要動向の調査
年間2回(春夏物・秋冬物)(消費者約600名対象・300名×2回)

(分析方法) 地域内消費動向・売れ筋商品等をシーズン毎に調査整理、分析する

(活用方法) 年間2回の調査結果を巡回により情報提供することで、地域における流行品・売れ筋商品を把握するとともに、市場動向との違いを明確にすることで、今後の商品開発や販売促進等へ繋げていくことが可能となる。

(2) ニット製品の首都圏における需要動向調査による情報収集、提供と活用

◎首都圏内におけるバイヤー対象の市場動向調査

毎年首都圏で開催される展示会・商談会への出展を通して、バイヤーとの直接面談により、首都圏における市場動向について、直接聞き取ることができるため、極めて有効であることから実施する。又、そこで得られた情報から、現在のトレンドの傾向や来期のトレンドの予測をすることができ、調査結果を基に、新たな需要の開拓等に繋げることが可能となる。

(調査目的) 市場動向の把握・最新トレンド等を把握し商品化に繋げる

(調査項目) ニット製品(セーター、帽子、マフラー、パンツ、手袋 etc)
現在のトレンド傾向及び来期のトレンドの予測

(1) 色彩 (2) 素材 (3) デザイン (4) 価格 etc

(調査方法) 首都圏での展示会・商談会への出展によるバイヤー等への調査
年3回の展示会・商談会 (対象: バイヤー取引先商社約15社)

(分析方法) 首都圏での市場動向の整理、現在及び来期のトレンド傾向を分析整理

(活用方法) 年3回の調査結果を、巡回による情報提供により、来期のトレンドが予測可能となり、新たな需要の開拓等に繋げることができる。

※上記の(1)地域内需要動向と(2)首都圏需要動向を同時に把握することにより、新商品の開発や販路開拓等の新たな需要の開拓等に結びつけていくことが可能となる。

【数値目標】（ニット製品需要動向調査）

| 内 容 | 現状 | 29 年度 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 |
|-------------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| (1) 地域内需要動向調査（回数） | 0 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 |
| 消費者ニーズ調査件数 | 0 | 600 件 | 600 件 | 600 件 | 600 件 | 600 件 |
| 情報提供件数（ニット関連） | 0 | 40 件 | 40 件 | 40 件 | 40 件 | 40 件 |
| (2) 首都圏需要動向調査（回数） | 0 | 3 回 | 3 回 | 3 回 | 3 回 | 3 回 |
| バイヤー対象の調査件数 | 0 | 15 件 | 15 件 | 15 件 | 15 件 | 15 件 |
| 情報提供件数（ニット関連） | 0 | 40 件 | 40 件 | 40 件 | 40 件 | 40 件 |

②山辺特産「舞米豚」

認知度が高まっていない首都圏での消費者及びバイヤーのニーズ、市場動向等を把握し、提供していくことにより、新たな需要の開拓及び販路拡大結びつける目的で、一般消費者及びバイヤーを対象に需要動向を調査する。

(1) 首都圏内における消費者を対象としたニーズ調査

毎年首都圏で開催される県連合会主催の「いいもの発見やまがた物産展」等の即売会を通して、首都圏における消費者のニーズを把握するため、事業者と商工会職員がアンケート方式により、消費者に直接聞き取り調査し、そこから得られた情報を商工会が整理・分析することで、首都圏の消費者ニーズを把握することができ、調査結果を提供することにより、新たな需要の開拓や販路拡大に結びつけることが可能となる。

（調査目的）首都圏における消費者ニーズ及び市場動向等の把握

（調査項目）世帯属性、性別、年齢、価格、味、品質、健康志向、料理方法 etc)

（調査方法）首都圏での物産展への出展による消費者を対象としたアンケート調査
年間 1 回（7 日間）（消費者約 350 名対象）

（分析方法）首都圏における消費者のニーズを商工会が整理、分析し市場動向等を把握する。

（活用方法）調査結果を巡回等により情報提供することにより、首都圏の消費者ニーズ及び市場動向が把握でき、新たな販路開拓や新商品開発に活かしていくことができる。

(2) 首都圏内におけるバイヤー対象の需要動向調査

毎年首都圏で開催される県が主催する商談会等を通して、バイヤーとの直接面談により、首都圏におけるバイヤーのニーズ、市場動向等を直接聞き取ることができ、極めて有効であることから実施する。又、そこで得られた情報から、新たな販路の開拓や新商品の開発に活かしていくことが可能となる。

（調査目的）首都圏におけるバイヤーのニーズ及び市場動向等の把握

（調査項目）顧客の趣向、価格、味付け、デザイン、値入、量目、ロット etc)

（調査方法）首都圏での商談会への参加によるバイヤーとの面談調査
年間 1 回（1 日間）（バイヤー5 社）

（分析方法）首都圏におけるバイヤーのニーズを商工会が整理、分析し市場動向等を把握する。

(活用方法) 調査結果を巡回等により情報提供することにより、首都圏の市場動向を把握することができ、新たな販路開拓や新商品開発に活かしていくことができる。

【数値目標】山辺特産「舞米豚」

| 内 容 | 現状 | 29 年度 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 |
|-----------------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| (1) 首都圏消費者ニーズ調査 (回数) | 0 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |
| 消費者ニーズ調査件数 | 0 | 350 件 | 350 件 | 350 件 | 350 件 | 350 件 |
| 情報提供件数 (舞米豚関連) | 0 | 10 件 | 10 件 | 12 件 | 12 件 | 15 件 |
| (2) 首都圏バイヤーニーズ調査 (回数) | 0 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |
| バイヤーニーズ調査件数 | 0 | 5 件 | 5 件 | 5 件 | 5 件 | 5 件 |
| 情報提供件数 (舞米豚関連) | 0 | 10 件 | 10 件 | 12 件 | 12 件 | 12 件 |

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

《現状と課題》

前述した地域商工業の現状と課題のとおり、特に減少幅の大きい業種が製造業であり、中でも町の基幹産業としての位置づけにある、ニット製造業の事業者数と従業者数及び製造品出荷額の減少が著しい状況である。このことが地域経済衰退の大きな要因となってきたことから、当町の繊維・ニット産業の活性化による、地域産業の魅力特性を踏まえた地域経済の活性化に向けて、積極的に取り組んでいくことが必要かつ大きな課題となっている。

又、山辺特産「舞米豚」については、地域では山辺町ブランド豚「舞米豚」として、定着してきているが、首都圏等では未だ認知度が低い状況にあるため、首都圏等における消費者ニーズと市場動向等を把握し、新たな需要の開拓、販路拡大に結びつけていくことが必要且つ課題である。

《今後の取組み及び目標》

今後は、前述の需要動向調査により、支援対象として当町の基幹産業である繊維産業ニット製品について、首都圏及び地域内消費動向の得られた結果を、地域小規模事業者へ定期的に（首都圏3回、地域内2回）、巡回により情報提供すると共に、広くマスメディアへのPRによる広報活動の強化と、ホームページ等の活用による広域的な周知活動に努めていく。又、山辺町及び山形県ニット工業組合との連携により、毎年首都圏で開催されるニット展示会・商談会への積極的な出展を通して、首都圏における市場動向及び最新トレンドを的確に把握をすることで、新たな需要の開拓、販路拡大等に繋げていく。

又、山辺特産「舞米豚」についても、毎年首都圏で開催される物産展・商談会への積極的な出展を通して、首都圏における消費者ニーズと市場動向を把握し、提供すると共に、広くマスメディアへのPRによる広報活動の強化と、ホームページ等の活用により広域的に周知をしていく。

(具体的な支援及び事業内容)

当町の基幹産業である繊維産業ニット製品について、毎年首都圏で開催されるニット展示会（ジャパン・ベストニット・セレクション及びジャパン・イン・イーストニット）への出展に対して、積極的な支援をしていくことで、首都圏における需要動向及び最新トレンドを的確に把握をすることが可能となる。又、手織り緞通については、「ニッポンのじ

ゆうたん展」として、広く周知 PR していくことにより、「山形緞通」を広く知っていただくことに繋がり、新たな需要の開拓に寄与できるものとする。

又、山辺特産「舞米豚」については、毎年首都圏で開催される県連合会主催の「いいもの発見やまがた物産展」の即売会・商談会等への出展に対して支援していくことで、首都圏における消費者・バイヤーのニーズを把握し、提供していくことにより新たな需要の開拓に繋げることが可能となる。

以上の新たな需要開拓への事業については、山形新聞社他各報道機関等マスメディア、各種広報誌、商工会及び山辺町のホームページ等の活用により、商工会が中心となり、広く町内外へ積極的に広報 PR 活動を実施支援していく。

【数値目標】（新たな需要の開拓に寄与する展示会・商談会等への出展支援）

| 内 容 | 現状 | 29 年度 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|
| ①ニット製品・山形緞通 展示会等出展支援回数 (出展事業者数) (成約件数) | 3 回 (6 社) (6 件) | 3 回 (6 社) (6 件) | 3 回 (6 社) (6 件) | 3 回 (6 社) (8 件) | 3 回 (6 社) (10 件) | 3 回 (6 社) (12 件) |
| ②「舞米豚」商談会支援回数 (参加事業者数) (成約件数) | 0 0 0 | 1 回 (1 社) (1 件) | 1 回 (1 社) (1 件) | 1 回 (2 社) (2 件) | 1 回 (2 社) (2 件) | 1 回 (3 社) (3 件) |



ニット展示会



緞通展示会

II. 地域経済の活性化に資する取組み

《現状課題及び取組内容》

これまでは、地域の魅力特性を踏まえた地域経済の活性化を目指し、産業まつり等を開催し、地域商工農業の販売促進による、地域経済活性化に努めてきた。又同時に、地域の産業まつり、舞米豚活用アイディア料理フェスタといった各種イベント事業を同時開催することで、当町の魅力を町内外に発信するべく事業展開を図ってきたが、必ずしも地域が目指す方向性を、関係者間で共有できたものとは言えなかった感がある。

今後は、地域の方向性を山辺町、山辺町商工会、JAやまがた山辺支店を中心とした関係者による実行委員会を、年間5回開催し、山辺町の地域魅力ともいえるニット製品、手織り緞通及び山辺特産「舞米豚」等、山辺特産品のブランド力を高めていくという共通目

的意識の共有に努めていく。そして、町内のニット製品及び手織り緞通をはじめ、山辺町のブランド豚「舞米豚」等の業界団体関係者を実行委員会組織の構成員として、関係者が共通した認識の下で、実行委員会組織の連携を一層強化していくことにより、町行政、商工会、JAが実施主体となり、山辺特産品の魅力を町内外に広く発信し、地域経済の活性化に向けて取り組んでいくことが重要である。

その取組みが効率的に実施されるべく、地域の魅力をまるごと取り入れた形での、地域経済活性化に向けた販路開拓支援事業の強化に努め、ファッションニットと手織り緞通及び山辺特産「舞米豚」等、山辺町の特産品のブランド化定着に向けて取り組んでいくことにより、山辺町が町内外に誇れる魅力ある地域づくり、地域経済の活性化に向けた事業展開を、これまで以上に積極的に取り組んでいく必要がある。

(具体的な取組み)

①山辺特産品のブランド化定着に向けての BtoB や BtoC の取組み

山辺町は、「サマーセーター」発祥の地として、ニット産業界に大きな革命をもたらし、ニット業界における不動の地位を築いてきた。しかし近年は、変革の激しいファッション業界で、海外製品などの大きな影響により、厳しい状況が続いている。

そうした状況のなかで、山辺ニットと手織り緞通は、高いファッションブランド力を持った企業があり、ブランド化の定着と販路拡大等が期待されている。町行政、商工会、ニット業界等の関係機関が連携協力し、意識の共有を図り、地域ブランドの魅力を広くマスメディアへのPRによる広報活動の強化と、ホームページ等の活用による広域的な周知活動に努め積極的に情報発信をしていく。

また、山辺町のブランド豚〔舞米豚〕は、地元山辺町で作られた飼料米を食べて育った豚で、その肥料は、田んぼで活用される循環型農業の産物である。食べると舞い上がるほどおいしい豚だから「舞米豚」。そのおいしい食べ方を開発し、消費者に広めようと始めたのがアイデア料理フェスタで、山辺特産ブランドの魅力を広くマスメディアへPR展開中であり、継続強化して取り組んでいく。



山辺ニット



手織り緞通



山辺特産「舞米豚」

②地域経済活性化に資する産業振興イベント及び展示即売会等の開催

これまで町内で開催されてきた、「産業まつり」と「舞米豚等を使用したアイデア料理フェスタ」を同時開催することで、山辺産ニット製品、絨毯、農産物等の山辺町の特産品を展示即売することによる産業振興及び地域経済活性化の取組みとして、「やまのべ・まるごと・フェスティバル」を開催している。

本事業は、山辺町を町内外に向けて、まるごと情報発信する目的で開催しており、山辺町最大の産業振興事業として、今後も継続して実施していく方針である。



「やまのべ・まるごと・フェスティバル」

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み

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

地域の小規模事業者への支援情報や地域経済動向及び支援ノウハウ等に関して、関係支援機関との情報交換や情報の共有化をすることにより、小規模事業者への事業計画策定支援、新たな需要の開拓に寄与する事業等の支援力の向上を図るために行う。

① 東南村山商工会広域連携協議会経営指導推進会議

上山市、中山町、山辺町商工会の1市2町で広域連携体制を構築している「東南村山商工会広域連携協議会」において、広域指導員を中心とした月1回の情報交換会を実施し、小規模事業者の現状、地区内の経済動向、経営革新、金融支援、創業等の支援方法の共有化について協議し、緊密な連携支援体制を構築する目的で行う。

《出席構成支援機関》

上山市商工会、中山町商工会、山辺町商工会（各商工会の経営指導員）

《開催時期》 毎月1回開催

② やまがたチャレンジ創業応援事業・創業支援ネットワーク会議

商工関係支援機関の連携による、創業支援に関する情報交換及び創業支援ネットワークの構築を図る目的で行う。

《出席構成支援機関》

山形県商工労働観光部中小企業振興課、山形商工会議所、天童商工会議所、上山市商工会、山辺町商工会、中山町商工会、寒河江市商工会、河北町商工会、西川町商工会、大江町商工会、朝日町商工会、山形県商工会連合会、山形県企業振興公社、山形県信用保証協会、日本政策金融公庫山形支店、（各支援機関の担当職員、経営指導員等）

《開催時期》 毎年5月（年1回開催）

③ 日本政策金融公庫主催・小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会

日本政策金融公庫が実施している地域活性化への取組み、管内金融動向、管内各地域の経済動向等の情報を共有する目的で行う。

《出席構成支援機関》

日本政策金融公庫山形支店、山形県商工会連合会、山形商工会議所、天童商工会議所、新庄商工会議所、上山市商工会、寒河江市商工会、村山市商工会、東根市商工会、尾花沢市商工会、山辺町商工会、中山町商工会、河北町商工会、西川町商工会、朝日町商工会、大江町商工会、大石田町商工会、もがみ南部商工会、もがみ北部商工会、
(日本政策金融公庫融資担当職員、商工会・商工会議所の経営指導員等)

《開催時期》 毎年6月・10月(年2回開催)

④(公財)山形県企業振興公社主催・村山地域プラットフォームやまがた連絡協議会事業引継支援事業の施策、事業承継実態、山形県よろず支援拠点、山形県事業引継支援センター事業等の支援情報を得る目的で行う。

《出席構成支援機関》

山形県、山形県商工会連合会、山形県中小企業団体中央会、山形県信用保証協会、山形商工会議所、天童商工会議所、上山市商工会、寒河江市商工会、村山市商工会、東根市商工会、尾花沢市商工会、山辺町商工会、中山町商工会、河北町商工会、西川町商工会、朝日町商工会、大江町商工会、大石田町商工会、管内市町村商工担当課、管内各金融機関、山形県企業振興公社等(各支援機関の支援担当職員、行政商工担当者、経営指導員等)

《開催時期》 毎年6月・2月頃(年2回開催)

⑤山形県信用保証協会主催・金融懇談会

金融保証動向、管内経済動向等について情報交換等により、金融支援情報を得る目的で行う。

《出席構成支援機関》

山形県商工労働観光部金融担当課、管内市町村商工担当課、山形県信用保証協会、管内各金融機関、山形商工会議所、天童商工会議所、上山市商工会、寒河江市商工会、村山市商工会、東根市商工会、尾花沢市商工会、山辺町商工会、中山町商工会、河北町商工会、西川町商工会、朝日町商工会、大江町商工会、大石田町商工会
(行政金融担当者、管内各金融機関融資担当者、経営指導員等)

《開催時期》 毎年4月・10月(年2回開催)

⑥山辺町商工会主催・町行政との商工業振興連絡会議

小規模事業者支援施策に関する行政への提案及び情報交換を行い種施策・事業に反映する目的で行う。

《出席構成支援機関》

山辺町産業課、山辺町商工会(町産業課長・町商工担当主幹、商工会正副会長・専務理事・担当理事・事務局長・経営指導員)

《開催時期》 毎月1回(年12回開催)

⑦経済動向情報連絡会議

金融機関が実施した地域経済消費動向を基に、商工会が地域企業の状況を整理、分析し、小規模事業者へ情報提供する目的で行う。

《出席構成支援機関》

山辺町産業課、山形銀行、きらやか銀行、山辺町商工会（町産業課長・町商工担当主幹、各金融機関支店長、商工会事務局長・経営指導員）

《開催時期》 毎年10月・3月頃（年2回開催）

⑧フォローアップ支援連絡会議

小規模事業者が事業計画に沿って、順調に事業の遂行が図られるよう、事業計画策定後の進捗状況の確認やフィードバックなど、事業計画策定後の継続支援を目的に行う。

《出席構成支援機関》

山辺町産業課、山形銀行、きらやか銀行、山辺町商工会（町産業課長・町商工担当主幹、各金融機関支店長、商工会事務局長・経営指導員）

《開催時期》 毎年10月・3月頃（年2回開催）

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

従来の金融、税務、経営、労務、記帳指導等に関する指導能力の向上に加えて、小規模事業者の経営力向上、経営体質強化等を図っていくためには、経営指導員だけではなく、全職員が小規模事業者に対する経営計画策定支援等の指導ノウハウを習得することが不可欠である。

そのためには、経営指導員のみならず、職員全員が自己研鑽等により、自ら支援能力の向上に努めると共に、経営指導員等職員に不足している提案型支援能力等については、県連等が主催する職員研修会への参加により、小規模事業者への提案型支援能力向上に努める。更に、全職員が組織的に支援ノウハウ等の情報共有が図られるよう、毎月1回職員定例会議を開催し、個々の職員が保有する情報や支援ノウハウ及び、小規模事業者が抱えている経営課題や経営状況等を情報交換することで、組織内で情報の共有化を図り、組織全体としてデータベース化に取り組んでいく必要がある。そうした取組みを毎月継続して実施していくことにより、全職員が小規模事業者を支援をする際、組織内で共有した支援ノウハウを、効果的に活用できる支援体制の構築を図る。

【経営指導員の役割】 事業計画策定支援、提案型支援、経営革新計画支援、事業承継支援、創業支援等

【経営支援員の役割】 経営改善普及事業による経営情報の収集及び提供等支援

①経営指導員は県連主催の経営指導員研修会等に、年1回以上義務参加をすることにより、小規模事業者支援に必要な支援能力の向上に努めるとともに、組織内で情報の共有化を図り、担当職員が不在時においても、支援可能な組織体制の構築に努める。

②全職員が、県連主催及び地区職員協議会主催の研修会に年1回以上参加し、職制毎のテーマ別研修により支援ノウハウを学ぶことで、指導能力向上に努める他、組織内で情報の共有化を図ることにより、担当職員が不在の場合でも組織的対応が可能な支援体制の構築を図る。

③組織内で小規模事業者支援の成功事例や指導ノウハウの共有化を図る。共有した支援ノウハウ情報や経営分析結果等を、全国連の基幹システムにデータを保存すること

により、職員が人事異動等で交替した場合でも、組織の共有財産として活用できる体制を構築する。

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

毎年事業終了後4月に、山辺町商工会活性化推進委員会において、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・検証を行うと共に①～⑥のとおりPDCAサイクルを構築し毎年度実施する。

①町行政担当課長、地域金融機関の支店長、商工会員以外の税理士等の外部有識者等で構成するメンバーにより、前年度の事業実施状況、成果の評価・見直し案等の提示を行う。

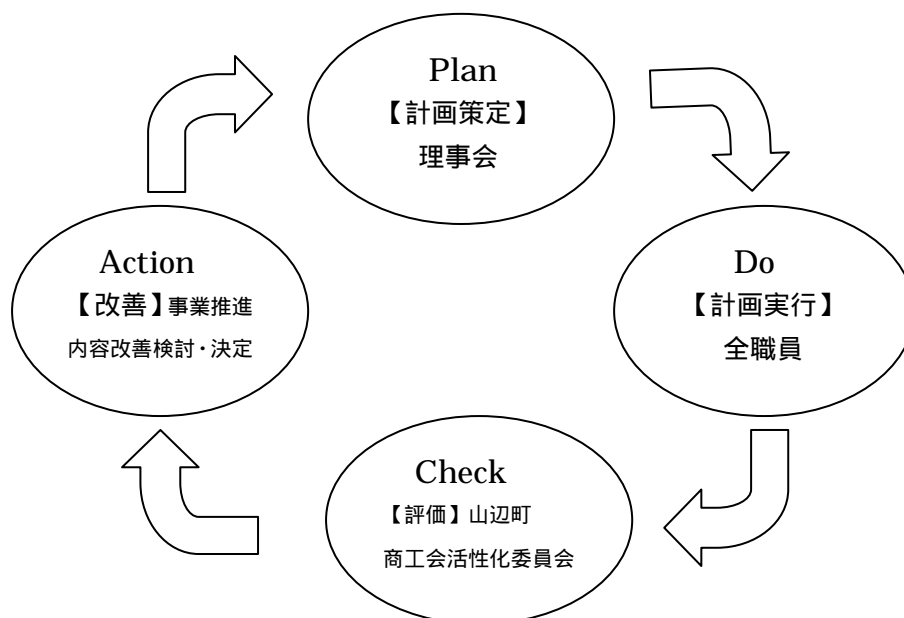
②山辺町商工会活性化推進委員会において、評価・見直しの方針を決定する。

③成果の評価・見直しの結果については、理事会へ報告し承認を受ける。

④事業の成果・評価・見直しの結果については、山辺町商工会のホームページで、計画期間中公表する。又、本会通常総代会資料（5月）及び商工会報にて随時、進捗状況、結果を掲載する。

⑤事業の成果・評価・見直しの結果については、山形県商工会連合会、山辺町へ報告する。

事業の見直し等の結果を受けて、新たな活動方針に基づき事業を実施していく。



(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28年4月現在)

(1) 組織体制

山辺町商工会は、経営指導員が1名体制であるため、事業の実施にあたっては、事務局局長以下、全職員体制で取り組むことが不可欠である。

又、山形県商工会連合会をはじめとする、商工関係支援機関との連携を密にし、支援協力体制を強化するとともに、地域行政、関係機関、団体等との連携体制の構築を図り、事業の推進を図っていく。

さらに、事務局内での支援内容の共有化を図るため、毎月1回事務局支援連絡会議を開催し、支援事業の推進状況を把握しながら、効果的な事業の推進を図る。

【商工会組織】

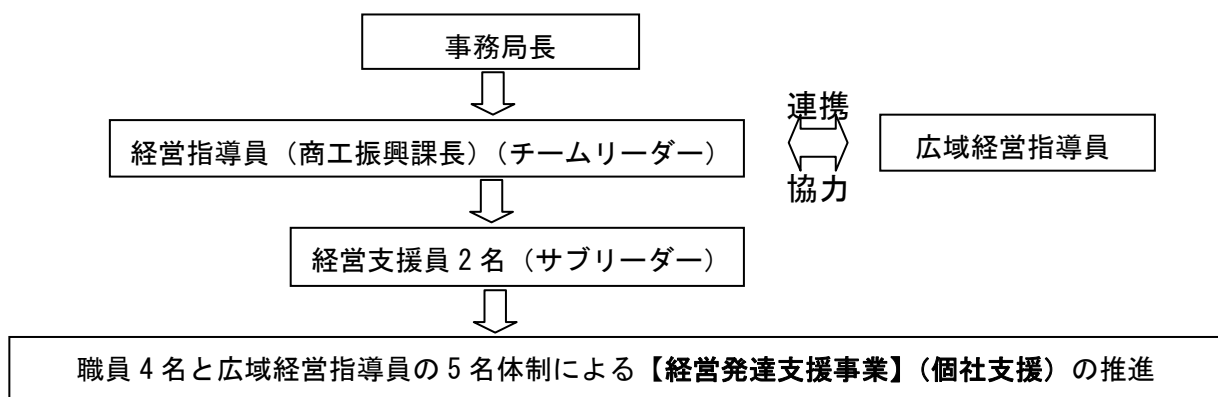
(役員) 会長1名 副会長2名 理事20名(内専務理事1名) 監事2名。

(職員) 事務局局長1名 経営指導員1名 経営支援員2名 (計4名)
広域経営指導員1名(東南村山商工会広域連携協議会より派遣)

《事務局実施体制図》

経営指導員を中心としたチーム制導入による支援体制

【事業計画策定支援・事業計画策定後の実施支援等】



(2) 連絡先

支援機関 山辺町商工会 部署名: 商工振興課
住所 〒990-0301 山形県東村山郡山辺町大字山辺50番地
電話番号 023-664-5939 FAX番号 023-664-5634
HP <http://www.shokokai-yamagata.or.jp/yamanobe/>
メール yamanobe@shokokai-yamagata.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 29 年度 | 平成 30 年度 | 平成 31 年度 | 平成 32 年度 | 平成 33 年度 |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 必要な資金の額 | 24,570 | 24,670 | 24,770 | 24,870 | 24,970 |
| 指導職員設置費 | 17,600 | 17,700 | 17,800 | 17,900 | 18,000 |
| 指導事業費 | 5,300 | 5,300 | 5,300 | 5,300 | 5,300 |
| 1. 地域経済動向調査 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 2. 経営状況分析 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 3. 事業計画策定支援 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| 4. 事業計画策定後の実施支援 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 5. 需要動向調査 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 1,100 |

(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 |
|----------------------------------|
| 県補助金・町補助金・会費、手数料等収入・事業受託料・受益者負担金 |

(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>国の小規模事業者に対する諸施策に関する支援を有効活用するため、行政、山形県商工会連合会、金融機関、その他の商工関係支援機関と連携を図り、小規模事業者に寄り沿った伴走型で、スムーズ且つ、きめ細やかな支援を実施していく。</p> | |
| <ol style="list-style-type: none">1. 地域経済動向の把握及び調査分析2. 各種需要動向調査等に関する支援3. 事業計画策定に係る業種別、専門別支援4. 事業計画策定後の資金調達等フォローアップ支援5. 新たな需要の開拓に寄与する展示会・商談会等出展支援 | |
| 連携者及びその役割 | |
| ◎名称 | 経済産業省 東北経済産業局 仙台合同庁舎5階 |
| 住所 | 〒980-8403 宮城県仙台市青葉区本町3丁目3番1号 |
| 電話 | 022-263-1111 (代表) |
| 役割 | <u>(経済産業省及び東北経済産業局(中小企業課)の施策情報を提供していただき関連性のあるものについてサポートいただく)</u> |
| ◎名称 | 山形県商工労働観光部 中小企業振興課 課長 渡辺将和 |
| 住所 | 〒990-8570 山形県山形市松波二丁目8番1号 |
| 電話 | 023-630-2290 |
| 役割 | <u>(山形県の施策情報を提供していただき関連性のあるものについてサポートいただく)</u> |
| ◎名称 | 山辺町産業課 課長 渡辺浩樹 主幹 佐藤義朗 |
| 住所 | 〒990-0392 山形県東村山郡山辺町緑ヶ丘5 |
| 電話 | 023-667-1106 |
| 役割 | <u>(山辺町の施策情報を提供していただき、本計画と連動しながら進めて行くにあたり指導助言をいただく)</u> |
| ◎名称 | 山形県商工会連合会 企業支援課 課長補佐 工藤誠治 |
| 住所 | 〒990-8580 山形県山形市城南町1-1-1 (霞城セントラル14階) |
| 電話 | 023-646-7211 |
| 役割 | <u>(県連の専門家派遣事業等によるサポート。また、小規模事業者に関連する国の補助金制度等について、全国連からの情報を提供していただく)</u> |

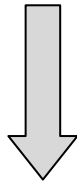
- ◎名称 **山形県よろず支援拠点（県企業振興公社内）** コーディネーター **成澤郁夫**
住所 〒990-8580 山形県山形市城南町 1-1-1（霞城セントラル 13階）
電話 山形窓口 023-647-0708 米沢窓口 0238-40-0764
役割 （高度、専門的な相談案件について、指導助言及び専門家派遣のサポートをいただく）
- ◎名称 **山形県信用保証協会 本店営業部** 営業部長 **青木和夫**
住所 〒990-8580 山形県山形市城南町 1-1-1（霞城セントラル 11階）
電話 023-647-2240
役割 （県、町の政策的な融資保証制度について、小規模事業者が有効活用できるような情報の共有化を図る）
- ◎名称 **山形銀行 山辺支店** 支店長 **村上敏昭**
住所 〒990-0301 山形県東村山郡山辺町大字山辺 260番地
電話 023-664-5311
役割 （県内及び町内の経済動向について情報の提供をいただく。また、県の制度融資及び町振興資金融資等についてサポートいただく）
- ◎名称 **きらやか銀行 山辺支店** 支店長 **梅津淳**
住所 〒990-0301 山形県東村山郡山辺町大字山辺 1235-5
電話 023-664-5411
役割 （県内及び町内の経済動向について情報の提供をいただく。また、県の制度融資及び町振興資金融資等についてサポートいただく）
- ◎名称 **日本政策金融公庫 山形支店** 国民生活事業統轄 **美馬裕幸**
住所 〒990-0042 山形県山形市七日町 3-1-9 山形商工会議所会館 4F
電話 023-642-1331
役割 （国の政策的な融資について、小規模事業者のために有効活用いただけるような情報の共有化を図る）
- ◎名称 **公益財団法人 山形県企業振興公社** 理事長 **森谷裕一**
住所 〒990-8580 山形県山形市城南町 1-1-1（霞城セントラル 13階）
電話 023-647-0664
役割 （経営革新案件等について、指導助言及び専門家派遣のサポートをいただく）
- ◎名称 **山形県ニット工業組合** 理事長 **佐藤正樹**
住所 〒990-0061 山形県山形市五十鈴 1-3-27
電話 023-615-4116
役割 （ファッションニット業界情報提供及びニット展示会出展等に関する支援）

◎名称 JAやまがた山辺支店 支店長 推名 寛
住所 〒990-0301 山形県東村山郡山辺町大字山辺 345
電話 023-664-5003
役割 （地域経済の活性化に資する産業振興、イベント事業等に関する連携）

連携体制図等

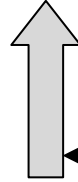
地域小規模事業者

相談



伴走型支援

(現状分析、計画策定、
需要開拓、情報提供等)



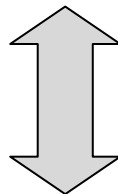
山辺町商工会

小規模事業者の売上向上、経営力強化
等、持続的発展に向けての伴走型支援

- 経営革新支援 (経営計画策定支援)
- 持続化補助金申請支援 (事業計画策定支援)
- 新たな需要開拓、販路開拓等支援

専門家派遣

連携



【行政機関】

国 (東北経済産業局)・山形県 (商工労働観光部中小企業振興課)
山辺町 (産業課商工観光係)

【関係支援機関】

山形県商工会連合会 (企業支援課)・山形県よろず支援拠点・山形県信用保証協会・地域金融機関 (2行)・日本政策金融公庫山形支店・(公財)山形県企業振興公社・山形県ニット工業組合・JAやまがた山辺支店

【外部専門家等】

税理士・中小企業診断士・社会保険労務士等 (県連エキスパートバンク)

