

経営発達支援計画の概要

課長補佐実施者名	市川三郷町商工会(法人番号 9090005005936)
実施期間	平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日
目 標	<p>支援方針</p> <p>①「攻める支援」へと支援姿勢の転換 ②一律的な支援から事業者のニーズ・経営姿勢に合わせた支援 ③伝統を守ると同時に創業や経営革新等新たな力を生み出す支援</p> <p>小規模事業者振興の目標</p> <p>(1)企業のニーズに合わせた支援の実施 (2)事業計画の策定と実施支援 (3)創業及び事業承継の促進 (4)地域資源を発掘・整理し市川三郷町のブランド化を進める</p> <p>目標の達成に向けて</p> <p>関係機関と密接な情報交換を行い、強固な支援体制を築き、計画の達成に取り組むと同時に、職員のスキルアップを図る。</p>
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【指針】</p> <p>関係機関と連携を図り、情報交換を通じて地域の経済動向を調査・分析する他、経営指導員等職員が定期的に行う巡回、窓口相談時に経営環境を把握し、結果を職員間で共有する。地域経済の動向は、分かり易く資料にしてホームページ上で公開すると共に小規模事業者からの相談事業に対応する。</p> <p>2.経営状況の分析に関すること【指針】</p> <p>小規模事業者を対象に、財務分析を始めとしてSWOT分析を実施し、地区内金融機関や専門家等との連携による経営分析を実施する。分析結果は小規模事業者にフィードバックして経営改善のアドバイスを行う。</p> <p>3.事業計画策定支援に関すること【指針】</p> <p>事業計画策定等に関するセミナーや個別相談会の開催を通じて、個別の事業計画策定を支援する。巡回訪問を強化し、重点的な指導助言を実施するなど、事業計画策定を積極的に促す他、新規創業・事業承継を促進するためのセミナーや個別相談会を実施する。</p> <p>4.事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】</p> <p>事業計画の進捗管理とフォローアップを行う。関係機関と連携し、金融支援及び創業支援、事業承継支援を行う。</p> <p>5.需要動向調査に関すること【指針】</p> <p>対象業種により、店頭におけるニーズ調査や商圏調査、物産展・工業展等におけるニーズ調査を行う。また、統計資料や文献等による業種別・品目別の市場の調査を行い、需要の把握を図る。</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】</p> <p>小規模事業者に販路開拓の機会や販促のノウハウ、施策情報などを提供して展示会や催事への参加を促す。出展効果を高めるために事前事後のフォローアップを行う。</p> <p>地域経済の活性化に資する取組み</p> <p>伝統産業や地域特産物を活用した観光誘客事業や後継者育成事業を実施し、地域ブランド化を図る。</p>
連絡先	<p>■名 称 市川三郷町商工会</p> <p>■担 当 課長補佐 笹本貴正</p> <p>■住 所 山梨県西八代郡市川三郷町市川大門 173</p> <p>■電 話 055-272-4711</p> <p>■FAX 055-272-4712</p> <p>■URL http://www.shokokai-yamanashi.or.jp/~ichi_sato/</p>

経営発達支援事業の目標

< 市川三郷町の現状と課題 >

1. 地域の概要

・市川三郷町は、甲府盆地の南西に位置し、標高 1,280m の御坂山系の山々を後背として南東側が高く、町の北西境を流れる笛吹川、富士川に向けて下る北西傾斜の地勢。

■市川三郷町の位置



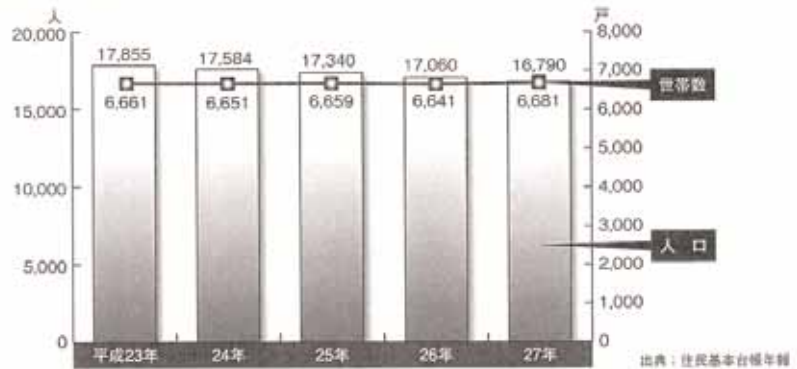
■市川三郷町役場の位置

北緯：35度33分54秒
東経：138度30分08秒
標高：250.85メートル



・平成 17 年 10 月 1 日に、三珠町、市川大門町、六郷町の 3 町が合併し「市川三郷町」が誕生した。商工会も平成 18 年 4 月 1 日に三珠上九一色、市川、並びに六郷町の 3 商工会が合併し、「市川三郷町商工会」となった。町内にはJR身延線の駅を 7 か所有する。
町の面積は 75.18 km²

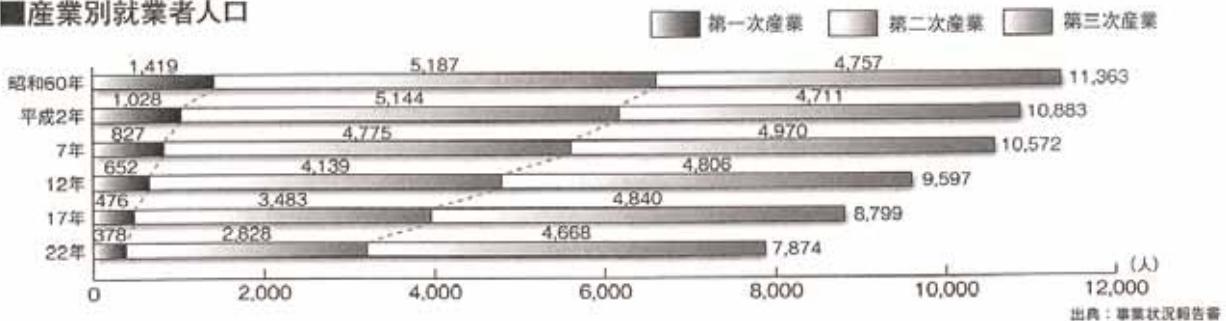
■市川三郷町の人口と世帯数 (3月31日現在)



・現在の人口は 16,790 人(平成 27 年 3 月)となっており、合併時の 17,939 人をピークに減少傾向となっている。

・産業別就業人口は第 1 次産業 378 人(4.8%)、第 2 次産業 2,828 人(35.9%)第 3 次産業 4,668 人(59.3%)である。(平成 26 年町事業状況報告書)

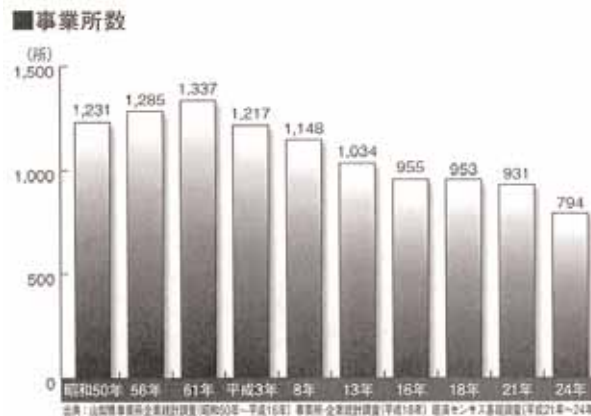
■産業別就業者人口



・産業として、市川地区には伝統文化の「和紙」、武田信玄の烽火に始まるといわれ、江戸時代には常陸の水戸・三河の吉田とともに日本三大花火に数えられた「花火」がある。六郷地区には、明治初期甲府の水晶業の発展に伴い、水晶印の外交(行商)から始まり、印章彫刻へと進んだ印章業がある。三珠地区は米・養蚕などを主体に発展してきたが、近年は大塚にんじん・甘々娘(トウモロコシ)・野沢

業へと転換されている。また、工業団地を整備し、企業誘致も進められている。

- ・上記のなかでも市川和紙は、家内工業から製紙産業となり、昭和30年代には機械漉きも導入され、障子紙では全国一の生産量を誇る。また、印章業の生産量は全国の50%を占め、こちらも全国一を誇る。



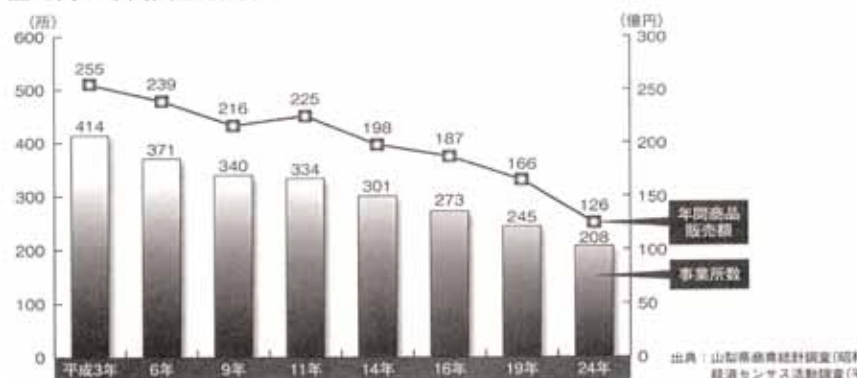
手漉き和紙

- ・事業所数は平成18年には953事業所であったが、平成24年には794事業所に減少している。(経済センサス基礎調査)
- ・年間商品販売額は126億円(平成24年値)と前回はより15%減少しており、隣町への大型店の進出により、消費購買力の町外流出が加速している。



手彫り印章

■町内の年間商品販売額



花火

- ・当町には町外から集客できる施設は、日帰り温泉2か所しかなく、交流人口増へのハード面では遅れがある。

商工会の会員数等

< 会員数 >

H27. 9. 1 現在

業種	建設	製造	卸売	小売	飲食	宿泊	サービス	その他	合計
会員数	142	123	30	116	42	4	91	11	559

< 商工業者数・小規模事業者数の推移 >

	H19	H22	H27
商工業者数	1,093	1,085	1,055
小規模事業者数	1,009	1,012	1,009

2. 地域の課題

市川三郷町は伝統産業を中心に栄えてきた町だったが、生活習慣の変化等により需要が減退し、主力であった伝統産業は年々、事業所数が減少し、売上高も落込んでいる。伝統産業が地域経済を牽引してきた「強み」が産業構造の「弱み」となってしまった。

しかし、町内に7か所の駅がある「JR身延線」、平成29年度の中部横断自動車道の全線開通と「六郷IC」の設置、さらには平成39年に開通予定のリニア中央新幹線の「リニア甲府駅」に近接している立地は交通面の強みでもある。

これらから、①平成32年開催の東京オリンピックを控え、伝統的な技術に裏打ちされた「和紙」「印章」「花火」という世界に通ずる和文化を復興すること、②肥沃な「のっぷい」土壌で作られるブランド力のある大塚にんじんや甘々娘(トウモロコシ)を活用した、特色ある農産物のブランディング、③良質な泉質と見晴らしが評価の高い温泉施設や神秘的なパワースポット「四尾連湖」を活かした観光資源の有効活用等による地域経済の活性化を図ることが課題である。

< 計画策定の前提として >

経営発達支援計画を策定するにあたり、小規模事業者の実態や商工会へのニーズ等を把握するために、商工会員に対する緊急アンケートを平成27年8月に実施した。

アンケートは、「事業方針」「後継者」といったテーマと、商工会事業の利用状況、今後の商工会支援への期待(支援方法、支援内容)を質問する内容とした。

集計と分析を行ったところ下記の傾向が見られた。

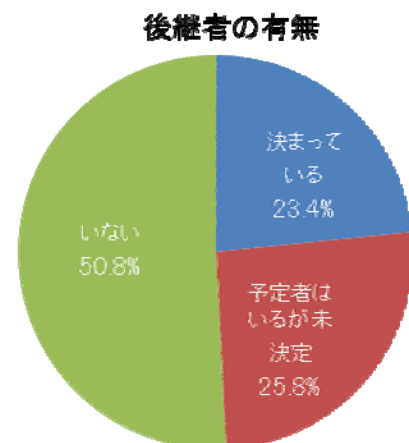
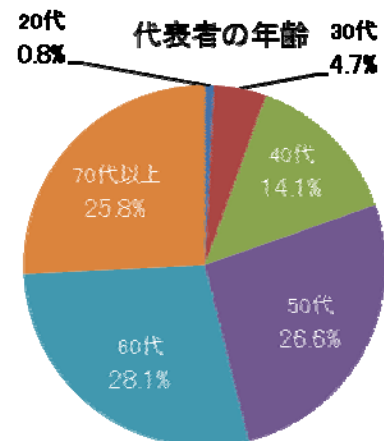
- ・回答企業の業歴は、創業50年を超える企業が27.3%と多く、長い業歴を有する企業の割合が高い。
- ・経営者の年代別では、60歳以上が53.9%と半分以上を占め、高齢化が進んでいる。
一方、60歳以上の経営者で「後継者がいない」との回答が47.8%と高く、後継者難が深刻な課題である。
- ・事業運営方針は、「現状維持」が58.6%を占めているが、「拡大」も23.4%と1/4近くある。
一方「廃業方針」は11.7%に上り、この対策も重要な課題となっている。



大塚にんじん



大塚にんじん活用メニュー



・「力を入れて欲しい支援方法」としては、「セミナー・講習会」が 26.6%とトップだが、次いで「職員・専門家による継続支援」が 20.3%となっている。この支援は、特に拡大を目指す企業からの要望が多かった。

・「力を入れて欲しい支援テーマ」では、従来からの「融資相談」や「税務・法律」は、比較的下位に留まり、上位3テーマは、高い順に「補助金・助成金相談」「経営改善・経営革新支援」「商業・まちづくり支援」であり、他のテーマを大きく引き離している。「補助金・助成金相談」は拡大方針の企業に多く、「経営改善・経営革新」は、事業縮小方針の企業と拡大方針企業の双方からのニーズが高いが、縮小方針の企業は「改善支援」を、拡大方針の企業は「経営革新支援」を求めているものと考えられる。「商業・まちづくり支援」は、関連の深い、卸・小売及び飲食店からのニーズが高い。

・「産業の活性化のための課題」を自由意見として記入してもらったが、毎年観覧者が増えている「神明の花火大会」などの集客イベントや、集客力の高い「みたまの湯」を町の活性化に結びつける努力をして欲しいという意見が多く見られた。

また、歴史ある市川三郷町の魅力を再発掘するとともに、町外・県外の人から見た市川三郷町の姿を知りたいという意見もあった。支援の実施については、規模の大小を問わず、地域企業全体の意見を集約すること、商工会会員の若手の意見を収集すること、さらに行政や関連機関と一体となって新たなスタートを切って欲しいとの要望が複数出された。

3. 市川三郷町商工会の役割と中長期的な支援方針

【当会の役割と使命】

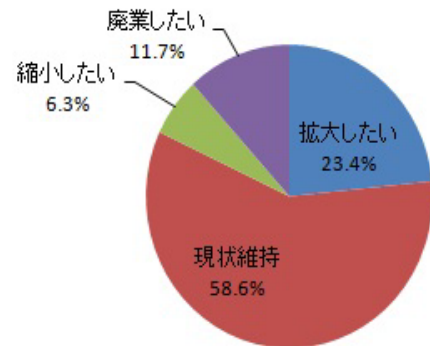
平成18年4月に3商工会の合併により創設された当会は、地域の総合経済団体として、常に地域経済の発展・振興のために尽力してきた。

しかし、平成26年経済センサス基礎調査(速報)によると、当会管内事業者数は741件と前回調査(H24)と比較して53事業所(▲6.7%)減少している。

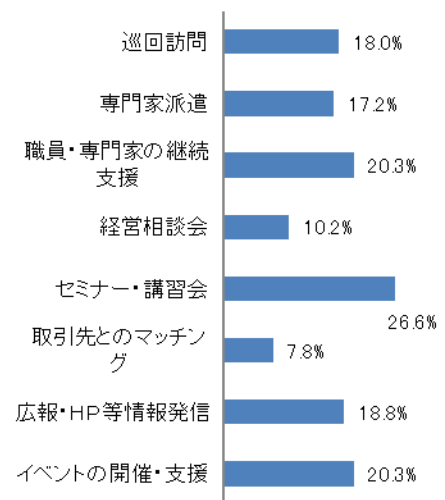
また、新設事業所は23件と県内でも開業率は低位である。

このような環境下、現在、町の伝統工芸「和紙」「印章」「花火」といった町の伝統産業を活かした企業振興に加え、地域特産農産物「大塚にんじん」「甘々娘(トウモロコシ)」を素材にした、特産品開発プロジェクトを全国展開事業を活用しながら取り組んでいる。

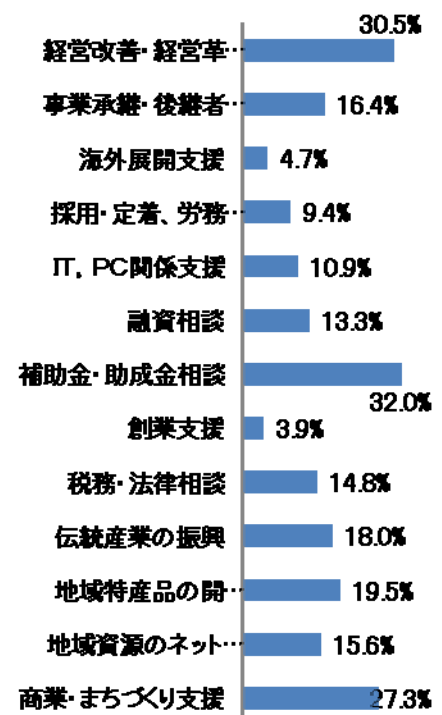
事業運営方針



力を入れて欲しい支援方法



力を入れて欲しい支援テーマ



当会の使命は、地域唯一の総合経済団体として、地域経済を支える商工業者、中でも小規模事業者に寄り添った経営支援を行うことで地域経済を活性化させ、地方創生の一翼を担うと考えている。

【小規模事業者支援の現状と中長期的な支援方針】

前述の会員アンケートや商工会が認識している地域経済状況は次のとおりです。

< 現 状 >

- ・伝統産業の支援施策を続けてきているが、衰退傾向が止まらない。
- ・小規模事業者に対し、幅広く様々な支援メニューを提供してきたが、取り組み姿勢に大きな差があり全体としての成果は不十分。
- ・特産品開発にも努めてきたが、創業等の新たな力が思うように育っていない。

上記のような地域の現状、当会の役割を踏まえ、10年後の経済基盤を確立していくために、下記の中長期的な振興のあり方・基本方針を基に支援する。

< 中長期的な振興のあり方 >

- ・伝統産業の技術伝承を円滑に進め、後継者不足による廃業が最小限である。
- ・既存の小規模事業者が持続的発展を遂げる。
- ・創業者が増加し長期にわたって継続している。
- ・観光振興に力を注ぎ、小規模事業者への波及効果をもたらす。

< 中長期的な支援の基本方針 >

- ・案件待ちの姿勢から積極的に事業者へアプローチする「攻める支援」へと支援姿勢を転換。
- ・一律的な支援から事業者のニーズ・経営姿勢に合わせた伴走型支援。
- ・伝統産業を守ると同時に、創業や経営革新等の新たな力を生み出す支援。

4. 小規模事業者振興の目標

上記の支援方針に基づき、今後5年間で実現を目指す小規模事業者振興の目標を次のとおり設定する。

【小規模事業者振興の目標】

(1) 企業のニーズに合わせた支援の実施

業種、事業規模、経営方針等により支援ニーズは様々である。巡回訪問やセミナー参加者に対するフォロー訪問等により、企業の支援ニーズを的確に把握し、各企業に合せた支援を展開する。

巡回指導や専門家派遣後のフォローアップを強化し、継続支援を行うことで成果向上を目指す。

(2) 事業計画の策定と実施支援

巡回訪問や窓口相談、セミナーや個別相談会を通じて事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行い、事業者の実態に合わせた計画策定支援を行う。また、計画策定後は定期的に巡回訪問を実施し、計画の進捗状況を確認の上、専門家派遣等の活用も含め、計画の実施を支援す

る。同時に、「小規模事業者持続化補助金」を始めとする各種支援策や「小規模事業者経営発達支援融資制度」等の活用を提案する。

(3) 創業及び事業承継の促進

山梨県内で下位に位置する「創業」を促進するために、市川三郷町の資源や魅力を総合し、市川三郷町にふさわしい創業のあり方を検討していく。その上で、創業のための新たな魅力作りや促進策の検討を行う。同時に、創業支援計画の策定を進める。

また、近隣地域と連携した創業塾を開催し、創業の促進を図る。

深刻な後継者問題を解決するため、また市川三郷町に多い長寿企業の存続のためにも、巡回訪問・セミナー等でテーマに取り上げるとともに、アンケートを実施するなど、従来より一歩踏み込んだ事業承継支援を実施する。

新規創業者と後継者を探している企業との連携を進める。

(4) 地域資源を発掘・整理し市川三郷町のブランド化を進める

市川三郷町の特徴である歴史や文化、和紙や印章などの伝統産業を守り、存続発展させるための支援策を検討・実施する。

そのためにも伝統行事等の再発掘をまず行う。これらに、「神明の花火大会」や「みたまの湯」といった集客施設等の近年の資源、またブランド化の進んでいる大塚にんじん等の農産物も加えて、町としての魅力を整理し、町外に向けての情報発信を強化する。

特産品については、特産品開発グループによる経営者会議を開催し、販売促進についての検討を行うとともに、商工会・商工会員、町、関係機関が一体となって市川三郷町のブランド化を推進する。

【目標の達成に向けて】

経済動向の調査、経営分析、経営革新、創業・事業承継、ブランド化の全てにおいて外部関係機関との連携が不可欠である。商工会連合会や地域金融機関、山梨県よろず支援機関等と密接な情報交換を行い、強固な支援体制を築き、計画の達成に取り組んで行く。

同時に、職員のスキルアップを図るため、商工会連合会主催の各種セミナー等への参加の拡充とともに、税務・労務・経営等の専門的な能力向上のため、各機関との連携を強化する。

さらに、経営指導員と記帳専任職員とが一体となったスキルアップの仕組みを構築させる。

これらの成果向上を図るため、職員ごとのスキルアップ目標を定め、実行状況をフォローしていくことで、市川三郷町の産業の再構築と発展に貢献する。

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

・ 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】

(現状と課題)

これまで地域内の中小企業景況動向については、全国連が四半期ごとに年4回実施する中小企業景況調査と、同じく全国連が毎月実施する小規模企業景況調査、県連が3年に一度、県下全域を対象として、品目毎に買い物場所や利用店舗などを調査する商圈実態調査結果について、調査結果を確認するのみで、定期的な情報発信や、個々の小規模事業者へのデータ提供も積極的に行ってこなかった。

今後は、これらの公開されているデータを小規模事業者の発展に活かしていく。

(改善方法)

当会経営指導員が、中小企業景況調査を四半期ごとに業種ごとに整理・分析を行い、分析結果を都度当会ホームページに掲載する。また、各業種のレポートを既存事業者や起業予定者、新規出店者等に対して、巡回や窓口相談の折に情報提供する。当会においては小規模事業者への助言に活かすとともに、小規模事業者においては、経営分析及び事業計画策定の参考資料として活用できるようにする。

これにより、既存事業者及び起業予定者が、市場環境の把握と実現可能性の高い経営計画を策定することの一助とし、持続的発展に寄与するものとする。

(事業内容)

(1) 中小企業景況調査(四半期ごと)

- ・調査項目: 本県における5業種全体の業況判断DI、5業種ごとのDI(売上高、採算、仕入、資金繰り)、業種ごとの設備投資、業種ごとの経営課題について調査を行う。
- ・調査・分析方法: 経営指導員が調査結果を業種ごとに整理・分析し、小規模事業者が見やすいようにレポートを作成し、個々の小規模事業者の経営状況と比較できるようにする。
- ・活用方法: 当会ホームページ及び広報誌に掲載し、定期的に情報提供を行う。
調査結果は当会職員で共有し、地域小規模事業者に対して、巡回や窓口相談の時に直接レポートの配布を行い、調査結果や活用方法について助言を行う。当会においては小規模事業者の現状把握に、小規模事業者においては経営計画策定時に参考とできるようにする。

(2) 地域経済動向調査(県連で年1回実施)

- ・調査項目: 当会で決算指導を行った小規模事業者の決算データを県連に提供し、集約したデータを経営指導員が業種ごとの売上高、採算、仕入れ、資金繰り等について調査を行う。
- ・調査・分析方法: 経営指導員が調査結果を業種ごとに整理・分析し、県全体と小規模事業者の現状について比較分析する。
- ・活用方法: 当会ホームページ及び広報誌に掲載し、定期的に情報提供を行う。
調査結果は当会職員で共有し、小規模事業者に対し、巡回や窓口相談の時に直接配布を行い、調査結果や活用方法について助言を行う。当会においては小規模事業者の現状把握に、小規模事業者においては経営計画策定時に参考とできるようにする。

(目標)						
支援内容	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
中小企業景況調査の分析回数	0回	4回	4回	4回	4回	4回
中小企業景況調査情報掲載回数	0回	4回	4回	4回	4回	4回
地域経済動向調査の分析回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
地域経済動向調査情報掲載回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回

2. 経営状況の分析に関すること【指針】

(現状と課題)

当会では、これまで会報や施策普及パンフレット等の情報提供による定期的な巡回訪問等及び会計ソフトによる記帳指導代行や自計化の推進支援、資金調達に係る相談対応を中心に小規模事業者の経営課題等財務内容の把握に努めてきた。

しかし、現状の計画に基づいた定期巡回のみでは一方的な情報提供にとどまり、相談に発展して初めて個別のヒアリングを行うこととなるほか、従来の定期巡回では事業内容や経営資源、個別課題(地域課題等)の詳細把握と蓄積が難しく、また、税務申告のみを目的とした記帳指導では小規模事業者が管理会計を実施できるまでに至らず、自発的な経営計画の策定には至らない等、問題点がある。

(改善方法)

本事業では、現在実施している定期的な巡回を「情報提供型」から「経営管理体制型」へと転換を図り、地域の小規模事業者を広く対象とした経営状況や経営課題の把握を行うとともに、経営体質の強化を目的とした経営分析を積極的に展開する。

また、資金調達を必要としている事業者については、財務分析の徹底を図るほか、個別に具体的な課題についても、税理士等の専門家の協力やミラサポの専門家派遣を活用するなど効果的・効率的に支援を行う。なお、経営分析の結果は個別の事業計画策定などでも活用していく。

(事業内容)

(1)巡回訪問等による状況把握と掘り起こし

巡回訪問や窓口相談によるヒアリング調査、各種セミナー等の開催を通じて、経営指導員ができるだけ多くの企業の現状を把握し、今後の対策に反映する。

- ・調査項目:売上・粗利の増減、経営者の現状認識等、資金調達の要望等、短時間のヒアリングで把握できる内容を調査する。
- ・調査・分析方法:巡回訪問や窓口対応時に、当会職員が経営者へヒアリングを行う。ヒアリング結果は、シートにまとめ、当会職員が任意に閲覧できるよう、ファイリングして共有化する。
- ・活用方法:今後、巡回・窓口相談時の経営状況の詳細分析や事業計画策定を行う必要があるかどうかの判断材料とする。

(2)経営指導員による経営状況の分析

上記(1)の結果、自ら詳細分析を希望する小規模事業者、若しくは業績が悪化傾向で2期連続赤字か、主要顧客からの取引停止等にあり、当会が経営分析を行うことで業績向上の可能性があると判断した小規模事業者については、経営指導員が複数年度の決算書を分析したり、経営者と時間を設けてヒ

アリングしたりすることで、企業の現状をより詳細に把握し、窮境要因や成長要因の分析を行う。

- ・**調査項目**：複数年度の決算書に基づく財務分析（収益性、安全性、生産性、成長性）、借入状況の推移、SWOT分析
- ・**調査・分析方法**：小規模事業者ごとに担当経営指導員を決め、税務申告書（控）や借入明細書を入手し、またヒアリングを通じて、現状分析を行う。分析結果については、シートにまとめ、当会職員が任意に閲覧できるよう、ファイリングして共有化する。
- ・**活用方法**：業績が厳しい企業には窮境要因（弱みの真因）を、成長志向の強い企業には成長要因（強みの源泉）を明確にすることで、それぞれの今後の方向性を決めていく基礎資料とするとともに、事業計画の策定を促す。

(3)外部専門家等による専門的な分析

経営、税務、金融、労務、取引等の専門的な課題や業種に特化した課題については、専門知識を有する税理士、中小企業診断士、ミラサポの専門家等と協力して財務、決算等の項目を基に経営分析を行う。また、山梨県、地域金融機関、よろず支援拠点のコーディネーター等とも、企業の状況を相談しながら経営分析を行う。

- ・**調査項目**：例えば、労務であれば、労務コンプライアンス、就業規則等、従業員のモラルなどを分析する。このように相談内容により分析項目は変える。
- ・**調査・分析方法**：小規模事業者ごとに担当経営指導員を決め、担当経営指導員が専門的な分析が必要と判断した場合、各種専門家の派遣を行う。専門家と企業のマッチングの際には、担当経営指導員も同席し、分析内容を把握する。
- ・**活用方法**：高度または専門的な内容を分析することで、経営者の打つべき戦略の成功度合を高めていく。また、経営指導員等のスキル向上にも寄与する。

(4)融資のための経営分析

巡回訪問時に資金調達の要望を把握し、融資担当者が金融機関からの資金調達が必要と判断した場合は、マル経資金等を斡旋するために、経営分析を行う。

- ・**調査項目**：財務（安全性、収益性、生産性、成長性）、および現状の定性的な状況とする。
- ・**調査・分析方法**：融資担当者が、融資書類を作成する段階で過去2期分（2年分）の財務諸表を分析するとともに、経営者からヒアリングを行う。分析が難しい場合は、ミラサポ等の専門家に支援を依頼する。
- ・**活用方法**：経営状況の分析結果は事業計画策定に向けた支援に活用する。

(目標)

支援内容	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
状況把握	2社	20社	25社	30社	35社	40社
経営状況の分析	17社	25社	30社	35社	40社	45社
専門家による分析	1社	2社	3社	4社	5社	6社
融資のための分析	3社	10社	12社	15社	18社	20社

3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

(現状と課題)

本支援内容については、上記2.経営状況の分析に関することに記載したとおり、小規模事業者からの金融斡旋や補助金等の申請時に、これらの申込みに必要とされる事業計画の策定を実施していたのが現状である。

また、現状での創業支援は、新規開業者の金融斡旋を中心とした指導及び、税務・経理指導並びに労働保険事務手続き等の経営改善普及事業の範囲での支援であり、創業塾等のセミナーは小規模商工会を理由に単独開催の実績は無い。経営革新の認定支援においては、会員数が少ない中、特産品開発や伝統産業を中心に小規模事業者からの相談に対応していた。

(改善方法)

今後は、小規模事業者の経営課題を解決するため、上記1.地域経済動向調査と2.経営分析の結果を踏まえ、事業計画策定及び事業の実施支援を地区内金融機関と密接に連携し、経営革新を目指す小規模事業者の掘り起しを図り、山梨県下商工会の目標値(経営指導員1人1年1件承認)を達成できるよう承認事業者の増加を目指す。

また、創業塾の開催にあたっては、地区内人口や商工業者が少なく、その対象者が余り望めない状況にあるため、山梨県商工会連合会の指導を得ながら、隣接の中央市商工会や富士川町商工会等の他団体との共同開催とする。

(事業内容)

【既存事業改善】

- (1) 事業計画策定等に関するセミナーや個別相談会の開催を通じて、事業計画策定の必要性とその効果を伝え、個別の事業計画策定支援を実施する。
- (2) 巡回窓口相談、記帳指導や業種別会議等において、小規模事業者からの相談等を受けるとともに、事業計画の有用性や成果を上げた事例等を説明し、計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行う。特に、特産品開発やIT活用を検討する商業者に対しては、経営指導員3名による巡回訪問を強化し、重点的な指導助言を実施するなど、事業計画策定を積極的に促す。
- (3) 金融斡旋や労働保険等の相談指導及び持続化補助金の申請時に事業計画の策定支援を行う。事業計画の策定が条件となる日本政策金融公庫の低利融資「小規模事業者経営発達支援融資制度」を広くPRすることにより、事業計画策定の重要性和優位性を周知する。
また、融資希望者に対しては、制度活用にあたっての事業計画策定支援を行う。

【新規事業】

- (4) 創業計画・第二創業(経営革新)策定支援を行うため、創業塾を山梨県商工会連合会や隣接商工会との共催にて開催し、創業希望者の経営に関する知識向上を図り、創業計画の策定支援を行うことにより創業者を生み出す。
- (5) 創業塾参加者に対して、山梨県事業引継ぎ支援センターの支援情報を提供し、地区内における新規創業・事業承継を促進し、地区内小規模事業者の減少を食い止める。
- (6) 事業承継の実態を把握するためにアンケートを実施し、実態に合わせた(後継者不在、承継準備の遅れ、経営改善等)支援を専門家と連携し推進する。
また、事業承継促進のためのセミナーや個別相談会を実施する。

(目標)

現状での経営の近代化や専門的な経営課題の解決支援には、専門家派遣を大いに活用して小規模

事業者からは大変好評を得ている。

このことから、事業計画策定・実施支援についても、山梨県商工会联合会や地区内金融機関及び山梨県よろず支援拠点等との連携を図り、専門家派遣の活用を積極的に推進する。

支援内容	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
事業計画策定セミナー ・個別相談会開催回数 (受講者数)	2回 (17人)	2回 (20人)	3回 (30人)	3回 (30人)	4回 (40人)	4回 (40人)
事業計画策定事業 件数	8件	20件	25件	30件	35件	40件
創業塾開催件数(共催)	未実施	1回(1回)	1回(1回)	1回(1回)	1回(1回)	1回(1回)
創業・第二創業支援 件数	未実施	2件	3件	4件	5件	5件
事業承継セミナー ・個別相談回数 (受講者数)	未実施	2回 (20人)	3回 (30人)	4回 (30人)	5回 (40人)	5回 (40人)

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

(現状と課題)

現状では、小規模事業者の事業計画作成は、多くの場合、小規模事業者持続化補助金の補助金申請を目的にしているため、計画作成の指導をして終了しており、目標を達成するまでのフォローをしていなかった。

(改善方法)

定期的に事業所を巡回し、事業進捗状況を把握することに努め、必要な指導、支援策、助言等のフォローアップを行う。

(事業内容)

【新規事業】

- (1) 事業計画策定後は、3ヵ月に1回以上の巡回訪問を実施して、計画の進捗状況を確認し出てきた課題に対しては、国・県・町、その他支援機関が行う支援策等を紹介して活用を促す等のフォローアップを行う。また、小規模事業者が事業を持続的に発展するための取り組みに必要な資金需要については、日本政策金融公庫と連携して「小規模事業者経営発達支援融資制度」の活用を推進していく。
- (2) 計画実行の結果を検証し、改善策を事業者と共に検証する。それらを踏まえ、新たな事業計画策定支援を行う。
- (3) 創業後は、経営指導員によるフォローアップや地域の金融機関・税理士・労働保険事務組合等との連携を図り、伴走型の支援を実施するとともに、会員成りに努めて組織強化を図る。
- (4) 事業承継支援先については、巡回訪問を実施し、問題点解決のため、関係支援機関と連携し、継続支援を行う。

(目標)

支援内容	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
フォローアップ件数	未実施	20件	45件	55件	65件	75件

※フォローアップは2年間継続して行うこととし、事業所数は事業計画策定件数の当年度と前年度の合計数とした。

5. 需要動向調査に関すること【指針】

(現状と課題)

事業者が自らの新商品・役務を販売する際には、顧客である消費者や取引先等の買い手ニーズを把握するための需要動向調査を実施することが必要であるが、多くの小規模事業者はその必要性を認識しておらず、プロダクトアウトの思考から抜けだせていないため、調査を実施していないのが現状である。

(改善方法)

今後は、巡回や窓口相談等を通じて需要動向調査の必要性を事業者の説明する。事業者が需要動向調査により新商品・新役務の買い手のニーズ・市場ニーズの把握を行う際には、ニーズ調査等を通じて当会で積極的に支援する。また、ターゲットとする市場の消費者動向等を把握するため、経営指導員が統計資料や文献等から定期的に情報を収集し、整理・分析する。需要動向の調査結果は、職員が情報を共有し、巡回や窓口相談等を通じて事業者へフィードバックを行い、今後の販売戦略の見直し、新商品開発、事業計画策定等に繋げる。

(事業内容)

(1)調査対象業種・企業の絞り込み

当町における主要産業である下記業種を調査対象として実施する。

印章業

(絞り込み理由 町内業者の9.5%を占め、甲州手彫り印章は昭和40年代全国一のシェアを持ち現在でも全国展開している業種の為)

紙業

(絞り込み理由 町内業者の2.9%を占め、国内障子紙全国一のシェアを持ち、全国展開している業種の為)

小売業

(絞り込み理由 町内業者の23.3%を占め、需要動向が敏感に反応する業種の為)

飲食業

(絞り込み理由 町内業者の6.8%を占め、中部横断道六郷ICが平成28年度末に完成予定で、顧客ターゲットが広がった業種の為)

製造業

(絞り込み理由 町内業者の19.8%を占め、中部横断道六郷ICが平成28年度末に完成予定で、輸送時間・コストが軽減され顧客ターゲットが広がった業種の為)

上記業種については、経営指導員が新事業検討有無をヒアリングし対象企業を絞り込む。ピックアップした事業所については以下の支援を行う。

(2)個社支援を行う小規模事業者の販売する商品又は役務を調査対象として実施するもの

①店頭等におけるニーズ調査(新規事業)

5. 需要動向調査に関すること【指針③】(1)③、④の業種を対象とする。

これら業種は、商圏が現在、地域内にあることから、店頭での来場者に対して、取扱商品・サービスに関する調査を行う。

具体的には、巡回や窓口相談等を通じて需要動向調査の必要性を事業者の説明し、事業者が提供している商品・サービスに関して及び顧客が望む商品・サービスに関するモニタリング調査を行う。事業者がこれら調査を実施する際に、当会において下記の支援を行う。

- ・**調査方法**: 事業者と経営指導員でターゲット顧客を想定し、アンケート又はヒアリングシートを作成する。作成したアンケート等を、事業者は店頭又は顧客情報から抽出した対象者に対して郵送、メール等によってニーズ調査を実施する。経営指導員は、事業者が実施した調査結果について集計・分析を行い簡潔なレポートにまとめ、事業者へフィードバックする。その結果を基に必要に応じて専門家派遣等を活用し、販売戦略の見直し、新商品開発、事業計画策定等に繋げる。

- ・**調査項目**:顧客の生の声(価格感、味・雰囲気などの好み、パッケージデザイン、他社商品・サービスとの比較、商品・サービスの満足度・改善要望等)
- ・**提供方法**:職員が情報を共有し、対象者への巡回や窓口相談の時に調査結果のレポートを直接配布して、調査結果をフィードバックする。
また、同様の商品・サービスを取り扱っている事業者に対しても調査結果を提供することで、需要調査を実施していない事業者においても販売戦略の見直し、新商品開発、事業計画策定等の際の基礎資料とする。

②商圏実態調査(既存事業改善)

5. 需要動向調査に関すること【指針③】(1)③、④の業種を対象とする。

事業者が新商品・役務の販路開拓を行うためには、ターゲットとする商圏の状況を把握する必要がある。商圏の実態について調査を行う場合に、当会において次の支援を行う。

- ・**調査方法**:事業者と経営指導員でターゲットとなる商圏を想定し、山梨県商工会連合会が3年ごとに実施している商圏実態調査の商圏内人口、地域購買力等についての統計結果や、競合店情報等を収集し、商圏の地図を作成するなど、起業者の出店計画や既存事業者の経営改善計画策定等に活用する。
- ・**調査項目**:地域商圏内人口、通行量、競合店等
- ・**提供方法**:職員が情報を共有し、対象者への巡回や窓口相談の時に調査結果のレポートを直接配布して、調査結果をフィードバックする。

③物産展・工業展等におけるニーズ調査(新規事業)

5. 需要動向調査に関すること【指針③】(1)①、②、⑤の業種を対象とする。

物産展や工業展等に出展する事業者に対し需要動向調査の必要性を説明し、事業者が提供している製品・商品に関して及び顧客が望む製品・商品に関するモニタリング調査を行う。事業者がこれら調査を実施する際に、当会において下記の支援を行う。

- ・**調査方法**:事業者と経営指導員でアンケート又はヒアリングシートを作成する。作成したアンケート等により事業者は物産展・工業展等において商品購入者や来場者(消費者、バイヤー、メーカー等)に聞き取り調査を行う。経営指導員は、事業者が実施した調査結果について集計・分析を行い簡潔なレポートにまとめ、事業者へフィードバックする。その結果を基に必要に応じて専門家派遣等を活用し、販売戦略の見直し、新商品開発、事業計画策定等に繋げる。
- ・**調査項目**:○来場者(消費者)の生の声(本イベントを知ったきっかけ、来場理由、製品・商品の選定ポイント、製品・商品の使用用途、製品・商品への要望、製品・商品の満足度等)
○バイヤー・メーカー等の生の声(本イベントを知ったきっかけ、回答者の企業情報、来場理由、製品・商品の選定ポイント、製品・商品ニーズ、価格感、求める技術レベル、製品・商品への要望、製品・商品の満足度、製造業者の選定ポイント等)
- ・**提供方法**:職員が情報を共有し、対象者への巡回や窓口相談の時に調査結果のレポートを直接配布して、調査結果をフィードバックする。
また、同様の製品・商品を取り扱っている事業者に対しても調査結果を提供することで、需要調査を実施していない事業者においても販売戦略の見直し、新製品・商品開発、事業計画策定等の際の基礎資料とする。

(3)特定個社の商品や役務は対象とせず、業種別・品目別といった少し大きな単位で調査を実施するもの

統計資料や文献等による業種別・品目別の市場の把握(既存事業改善)を行う。

事業者がターゲットとする市場の消費者動向や規模を把握するために、総務省・経済産業省のホームページ、金融機関や業界団体・経済誌のレポート、日経テレコン等から経営指導員が定期的に情報を収集し、整理・分析する。整理・分析した情報は簡潔なレポートにまとめ、小規模事業者の需要動向調査や

事業計画策定等に活用する。

・**調査方法**: 経営指導員が需要動向に関する情報を定期的に業種や品目別に収集して整理・分析する。整理・分析した情報は、新商品のアイデアや今後の事業戦略を検討する資料として活用する。

・**調査項目**:

資料	収集項目
関連省庁のホームページ・レポート 総務省統計局「家計消費状況調査」 「家計調査」 経済産業省「中小企業白書」「小規模企業白書」等	家計消費動向 業績の優良な小規模事業者の特徴 需要を見据えた経営の事例等
各種書籍、業界団体・シンクタンク・金融機関等のレポート等	業界動向 業況や主要企業の紹介・分析 業界の課題と展望等
日経新聞、日経テレコン、日経MJ、日経トレンディ、週刊ダイヤモンド等業界情報コンテンツ	最新トレンド 販売動向・売れ筋商品POS情報 繁盛店の状況 顧客ニーズ・消費者の動向
月刊 現代印章、日刊 紙業通信	業界動向 新商品・売れ筋商品 業界の課題と展望等

・**提供方法**: 職員が情報を共有し、対象者への巡回や窓口相談の時に調査結果のレポートを直接配布して、調査結果をフィードバックする。

※(2)①～③及び(3)について、需要動向調査の実施を支援するだけでなく、需要動向調査の手法を事業者提供し、次回から事業者が自分で需要動向調査を行えるように支援する。

(目標)

支援内容	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
店頭等におけるニーズ調査 支援事業者数 (調査結果提供事業者数)	0 (0)	3 (9)	3 (9)	4 (12)	5 (15)	5 (15)
商圈実態調査支援事業者数	0	2	2	2	3	3
物産展・工業展等における ニーズ調査支援事業者数 (調査結果提供事業者数)	0 (0)	2 (6)	2 (6)	2 (6)	2 (6)	2 (6)
業種別・品目別市場の把握 調査情報提供事業者数	0	20	20	25	30	30

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

地域経済の環境変化の中、意欲ある小規模事業者がこれまで蓄積してきた強みと、地域に存在するチャンスを活かし、事業計画に基づく経営推進と、自ら取組む新たな販路拡大により売上や利益を確保し自立した持続的経営の実現を支援する。

販路開拓の手法として、各種メディアを通じたPRやITを活用した情報発信が有効である。

(現状と課題)

小規模事業者は、大企業と比較して、自社の商品・サービスのPRを有効に実施できず、売上に結び付けられない。課題としては、PR方法がわからない、十分な宣伝費がない等が挙げられる。

(改善方法)

新たな販路先の発掘のために有効な広報の利用を提案する。

手法として、広報、展示会等出展、アンテナショップ出店、IT活用の4つの支援を中心に行うことで小規模事業者の販路開拓を支援する。

専門的な課題等については、県、地域金融機関、専門家等と連携し行う。

(事業内容)

①マスメディア等の広報支援

新商品・役務を開発した商品や、小規模事業者の新しい取組み等についてピックアップし、山梨日日新聞、FM富士、YBSテレビ、UTY等のマスコミに対して、国・県事業認定(例:地域資源活用事業認定式等)、新商品販売等の情報をマスコミに流し、プレスリリースや番組として取り上げてもらう。

②展示会・商談会出展支援

商工会連合会が主催する農商工連携マッチングフェアや展示会等情報提供事業(メール等により展示会等開催情報の提供)への参加、各種団体が開催する展示会等の開催情報について、ホームページ、メーリングリスト、広報誌等で情報提供を行い、出展を呼びかける。

参加する事業者に対して、出展前及び出展中にレイアウト、陳列、プレゼン、接客などについて指導を行い、商談・成約を高めるための支援を行う。出展後はPDCAサイクルを活用した検証を行い、専門的な課題がある事業所に対しては、専門家を派遣して課題の解決に向けた支援を行うなど、売上増加に向けた継続的な支援を行う。

③道の駅等のアンテナショップへの出店による販路開拓及びブランド力向上支援

特産品等を活用した新商品等の販路開拓を支援するため、商工会連合会が県内4か所(道の駅とよみ、道の駅にらさき、ほったらかし温泉、道の駅こすげ)に設置する「いっぴんやまなしコーナー」への商品の取り扱いを促し、多くの観光客等が商品を目にする機会を提供すると共に、商品のブランド力向上を図るため、展示商品のパッケージデザインや展示方法等の向上を図る経営指導員や専門家による相談指導支援を行う。

④ITを活用した販路開拓支援

全国連が提供しているホームページ作成支援ツール「SHIFT」を活用して情報発信を効果的に行えるように、IT活用セミナーを開催し、IT利活用による効果や操作方法等について研修を行う。SHIFTの新規登録事業者を増加させるとともに、定期的な更新作業についても職員が継続して支援を行い、最新の情報を発信できる体制づくりをサポートすると共に、SNSを活用した集客やPR等についての講習会を開催し、専門的な課題がある事業者に対してはITに精通した専門家を派遣して問題解決に取り組む。

また、全国商工会連合会の主催する通販サイト「ニッポンセレクト」への登録も促進し、幅広い顧客への訴求力向上を図る。

⑤その他の取組み

毎年開催している販路開拓関連の講習会(POP、見える化、レイアウト等VMD支援)を今後も継続して実施する。また、講習会受講者で継続して支援を希望する事業者に対しては、該当分野の専門家を派遣して問題解決に向けた支援を行う。

(目標)

項目	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
マスメディア等への掲載件数	0	1	1	1	2	2
展示会・商談会出展者数(商談数)	1 (5)	1 (5)	2 (10)	2 (10)	3 (15)	3 (15)
展示会・商談会出展者のうち成約・受注数	1	1	2	2	3	3
道の駅等への取扱商品数	0	1	1	1	2	2
展示会等情報提供事業	0	1	2	2	3	3
ニッポンセレクトへの登録数	0	1	2	2	3	3
ITに関する支援件数	5	5	7	7	8	8
講習会開催数(IT・販路開拓)	1	2	3	3	3	3

・地域経済の活性化に資する取り組み

地域活性化事業

(現状と課題)

当地区においても少子高齢化、人口減少による経済の地盤沈下は大きい。当地区内のJA西八代や町産業振興課などと連絡会議を設けて、年3回情報交換を行っているが、異なった産業の情報収集の場としては有意義であるものの形式的な面もあり、継続的な産業振興に繋がっていない。

(改善方法)

地域産物を利用した新商品開発や地域内消費の増加対策事業を行い、商工会が特産品の大塚にんじんを素材に開発した「のっぴいメニュー」の周知を図ると共に、開発商品のブラッシュアップに取り組む他、地域伝統産業(手彫り印章・手漉き和紙)を活かした観光誘客事業も併せて実施し、地域の賑わい創出と小規模事業者の販路拡大の相乗効果を図る。

また、「神明の花火大会」を開催することで、賑わいの創出と地域のブランド化を推進する。

(1)のっぴいプロジェクト事業実施

当町大塚地区は八ヶ岳火山灰が堆積した肥沃の土地「のっぴい」に、多くの農作物が生産されている。特に1m近く成長する「大塚にんじん」は栄養素も豊富で、外観から他のにんじんと差別化され人気が高い。

しかし「大塚にんじん」の出荷時期は12月～2月までの3ヶ月間しかなく、通年で「大塚にんじん」を食べることができない。

ご当地野菜「大塚にんじん」を活用して、地元業者が製造・販売することを、基本コンセプトに「大塚にんじンドリンク」「大塚にんじんジャム」「大塚にんじん羊羹」「大塚にんじんサンド」「大塚にんじんおすいぼん」「大塚にんじんゼリー」「市川三郷らーめん」の「大塚にんじんうま～い丼」8品を開発し通年販売することで、地域経済の更なる活性化と発展に繋げている。

①組織編成

「のっぴいプロジェクト実行委員会」は小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業で旗揚げし、委員会メンバーは当会正副会長・支部長・青年部長・女性部長、市川三郷町、JA西八代、市川三珠飲食店組合等の代表から構成されている。

年に4、5回委員会を開催し、意識共有しながら進めている。

②地域ブランドや賑わい創出効果

「大塚にんじん」出荷時期の12月初旬に「大塚にんじん収穫祭」が開催され、町内外から観光客1万人が訪れ、賑わいを創出している。

このイベント開催時には、開発商品、販売店をフリーペーパーに掲載及びチラシ配布して知名度向上を図っている。

③地域経済の活性化

のっぴいプロジェクト開発商品は、当会会員が販売しているため、地元経済を潤している。

また、「大塚にんじん」は山梨県や隣県はもちろんのこと、全国の健康志向の年輩者に愛され、売上は年々増加している。

(2)観光プロジェクト事業実施

当町には、国伝統工芸品「甲州手彫り印章」、県伝統工芸品「市川手漉き和紙」の伝統産業がある。

当会では、平成26年度より、小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業で観光プロジェクト実行委員会を立ち上げ、この二大伝統産業の製作体験が観光資源となりうるか調査してきた。

昨年度は、インバウンドを対象として実施したモニターツアーアンケートでは、「印鑑製作体験」がハンコ文化のないインバウンド客にはとても好評であった。

今年度は、この製作体験ツアーのPRと後継者育成講習会を実施している。

①組織編成

「観光プロジェクト実行委員会」の専門家には、高千穂大学教授、T&Lトラベル営業部長、サンニチ印刷コンサルティング室長3名を招き、伝統産業製作体験ツアープログラム開発と、ツアー受入れ組織の構築を図っている。

実行委員メンバーには当会正副会長・支部長、市川三郷町、JA西八代、市川和紙工業協同組合、六郷印章業連合組合等の代表から構成されている。

年に4、5回委員会を開催し、意識共有しながら進めている。

②地域ブランドや賑わい創出効果

中部横断道六郷ICが平成28年度に完成する。伝統産業製作体験ツアープログラムを構築し、六郷ICより多くの観光客に来町してもらい、当町の賑わいを創出する。

③地域経済の活性化

現在、多くのインバウンド客が訪れる富士山周辺から、中部横断道を利用した当町までの交通ルートを紹介し誘導する。

東京オリンピックが開催される平成32年までには、外国語表記掲示物・パンフレットを増やし、インバウンド客の増加に努め、経済効果を最大限に引き出す。

全国展開事業を利用して、伝統産業を活かした観光振興策の模索と後継者育成事業を実施する。

支援内容	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
特産品経営者会議	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
体験ツアー・後継者育成教室	10回	10回	10回	10回	10回	10回

(3)「神明の花火大会」の開催

市川の花火は、武田信玄の軍事用の狼煙(のろし)打ち上げから、始まったと言われている。江戸時代になると観賞用の花火が盛んになり、市川の花火は常陸の水戸、三河の吉田(豊橋市)とともに、日本三大花火に数えられ、全国各地の花火大会で市川の花火が夜空を彩っている。

市川の和紙の興隆に貢献した紙工「甚左衛門」の命日7月20日を、紙の神をまつる「神明社」の祭礼日として盛大に花火を打ち上げたことから、「神明の花火」と呼ばれている。

この「神明の花火」は花火の町、市川三郷町にふさわしいビッグイベントとして平成元年、山梨県下一の規模の「神明の花火大会」として鮮やかによみがえった。毎年、この花火大会は8月7日(花火の日)に開催されている。

当日の花火の打ち上げは2万発。県下最大級の二尺玉のほか、さまざまな形、色合いの花火が夜空を焦がした。

①組織編成

「神明の花火大会実行委員会」は当会会長が実行委員長となり、鰺沢警察署、峡南消防署、JA西八代、市川中学校、JR東海等の代表から構成されている。

委員会は、年に4、5回開催している。

②地域ブランドや賑わい創出効果

打ち上げが2万発で、県下最大の花火大会として、花火愛好家に広く知られており、今年(平成28年)は23万人の観光客が訪れた。

花火の有料観覧席は当会・会員とテレビ山梨で販売している。

山梨県や隣県はもちろんのこと全国の花火愛好家に親しまれている。結果として、市川三郷町への来訪者増に貢献している。

③地域経済の活性化

平成28年度神明の花火大会露店は、当会が隣町の富士川町商工会会員12店、南アルプス市商工会会員16店、当会会員37店の合計65店を取りまとめた。結果として、地域内商業者の売上増に貢献した。

・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 (現状と課題)

当会に關係する支援機関との情報交換会は、日本政策金融公庫と年1回開催する程度で積極的に行っていないかった。

また、行政とは事業運営時に必要になった時に、その都度、担当者間で話し合う程度であった。

(改善方法)

今後は、関係支援機関と意思疎通を図りながら、経営発達支援事業の効果的な推進を図るための支援ノウハウ等の習得を念頭においた情報交換会を開催する。

【既存事業改善】

(1)日本政策金融公庫甲府支店との連絡会議に出席し、地区内の金融斡旋状況を中心に小規模事業

者の支援実績や成功事例等についての情報交換を行い、効果的な金融支援を行う。

(2) 地区内金融機関との連携支援会議を年2回程度開催し、小規模事業者の事業の持続的発展について情報交換を実施する。

(3) 市川三郷町の総合計画との整合性を図るため、市川三郷町の担当部署との意見交換会を年3回開催する。

(4) JA西八代と地域特産のニンジンとモロコシを活用した6次産業化事業「のっぴいプロジェクト」で開発した商品のブラッシュアップや販路開拓についての企画・情報交換を行う。

(目標)

支援内容	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
金融機関連絡会議	1回	2回	2回	2回	2回	2回
行政との連絡会議	未実施	3回	3回	3回	3回	3回
JAとの連絡会議	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

県や県商工会連合会等の研修会には積極的に参加していたが、あくまでも既存の経営改善普及事業の推進を図るための内容で、小規模事業者への経営支援は、経営指導員の個々の能力に依存しており、現場の指導においては経営指導員の支援能力にバラツキがある。

(改善方法)

経営発達支援においては、従来の経営指導に加え、経営・需要分析、販路開拓といった専門的な知識の習得が求められる。そのため専門家指導を通じた現場でのOJT教育や各種研修を受講してスキル向上を目指すOFF-JTの組み合わせにより、個々のスキルアップを図り、経営指導員等のスキルのバラつきを極力解消し、対応の差が生じないようにする。併せて、初対面でも小規模事業者とのコミュニケーションが図れるよう、ヒアリング能力を身につける必要もある。

また、組織内において経営指導員等間で支援ノウハウや成功事例を共有できる仕組みを構築するとともに、施策情報、個々の事業者に対する支援状況も共有し、経営指導員等個人が有するノウハウや情報を組織データとして保有していく。

(事業内容)

【既存事業改善】

(1) 中小企業診断士等が講師を務める山梨県や山梨県商工会連合会が主催する販路開拓支援等に関する経営指導員等研修会に参加し、職員としての資質の向上と、商業者の売上や利益率向上のための支援ノウハウの向上を図る。

(2) 税務署、労働保険事務組合、社会保険協会等が主催する研修会への積極的な参加や、地区内金融機関や中小企業診断士協会との連携を図り、創業、事業承継及び廃業等に係る支援能力の向上を図る。

(3) 全国連が実施するWeb研修(eラーニング)を積極的に受講し、経営支援全般に係る支援能力を身

につける。

【新規事業】

(4) 朝礼時に、経営指導員からの支援計画の進捗状況の伝達を実施するとともに、必要に応じて毎月1回開催の経営発達支援スタッフ会議において組織内での支援ノウハウの共有を図る。また、経営発達支援事業における会員等への指導・助言及び講習会等の開催は、経営指導員と補助員・記帳専任職員とがチームになって実施することにより、指導員以外の職員の支援ノウハウの習得と指導能力の向上を図る。

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

(現状と課題)

今までは、理事会で事業の報告を行い、理事から意見を求める程度であり、事業の評価や見直しについては実施していなかった。

(改善方法)

PDCAサイクルを導入した評価システムを根付かせる。

(事業内容)

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は、以下の方法により評価・検証を行う。

【新規事業】

(1) 本計画に対する実施報告書を事務局長が中心に作成する。

(2) 上記(1)の提示を受け、外部有識者(町職員、中小企業診断士等)を交えた、商工会経営発達支援会議(町、外部専門家、理事等10名で構成)を開催し、成果の評価、見直しの方針を決定する。

(3) 商工会経営発達支援会議が作成した評価・見直しの結果については、市川三郷町商工会理事会へ報告し、承認を受ける。

(4) 事業の実施状況、上記の成果の評価や見直し案を商工会正副会長会議に報告し、承認を受ける。

(5) 事業の成果、評価、見直しの結果については、地域の小規模事業者が常に閲覧できるように市川三郷町商工会ホームページ(http://www.shokokai-yamanashi.or.jp/~ichi_sato/)で公表する。

(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 28 年 10 月現在)

(1)組織体制

<実施体制>

経営発達支援計画の事業を確実に遂行するために、事務局長をはじめ経営指導員、補助員、記帳専任職員等の全職員が経営発達支援スタッフとなり、推進していく。

「経営発達支援スタッフ会議」を組織し、毎月1回事業計画の進捗状況の確認と問題点の洗い出しを議題とする会議を開催し、その結果を商工会長に報告する。

<経営発達支援スタッフ>

事務局長	1名	経営指導員	3名	
補助員	1名	記帳専任職員	3名	<u>合計 8名</u>

<商工会の組織体制>

(役員)	会長	1名	副会長	2名	
	理事	30名	監事	2名	<u>合計35名</u>

(事務局)	事務局長	1名	経営指導員	3名	
	補助員	1名	記帳専任職員	3名	<u>合計 8名</u>

(2)連絡先

市川三郷町商工会

担 当：課長補佐 笹本貴正

住 所：〒409-3601 山梨県西八代郡市川三郷町市川大門 173

T E L: 055-272-4711

F A X: 055-272-4712

E-Mail: ichi-sato@shokokai-yamanashi.or.jp

U R L: http://www.shokokai-yamanashi.or.jp/~ichi_sato/

(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)

	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度
必要な資金の額	3,350	3,350	4,050	4,200	4,200
経営発達支援事業					
1.景気動向等調査事業費	200	200	200	200	200
2.セミナー等開催費 (経営革新・創業含む)	600	600	700	700	700
3.経営分析事業費	100	100	100	100	100
4.特産品開発会議費	100	100	100	150	150
5.事業計画策定事業費	300	300	300	400	400
6.創業・事業承継支援事業費	150	150	150	150	150
7.販路開拓支援事業費	200	200	300	300	300
8.地域活性化事業費	1,500	1,500	2,000	2,000	2,000
9.情報交換会等会議費	100	100	100	100	100
10.職員資質向上対策費	100	100	100	100	100

(備考)必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法

- ・補助金(国、県、町)
- ・受益者負担金
- ・商工会自主財源(会費、手数料等)

(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)

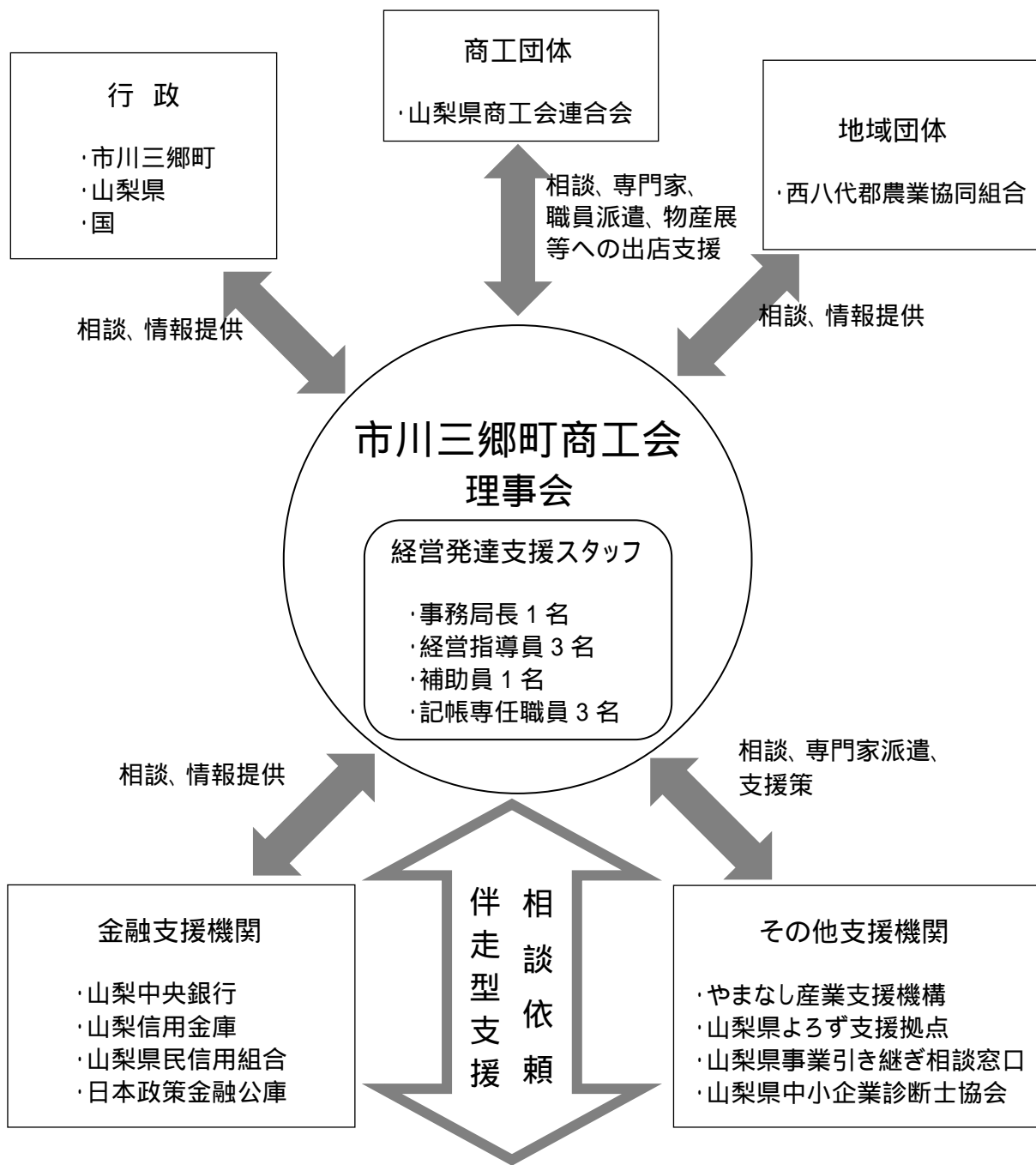
商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
小規模事業者の自主的な経営改善・経営発達計画等の実施を支援するため、関係機関と連携して伴走型支援体制を整備する。
①地域の経済動向調査に関すること
②経営状況の分析に関すること
③事業計画策定支援に関すること
④事業計画策定後の実施支援に関すること
⑤需要動向調査に関すること
⑥新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること
⑦地域経済の活性化に資する取り組み
⑧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
※次頁の一覧表に番号表記

連携者及びその役割

支 援 機 関 名	山梨県商工会連合会 ①②③④⑤⑥⑦⑧ 代表者:会長 小林 寛樹	役割	事業全般における情報提供や主催事業への参画、事業進捗への指導
		住所	山梨県甲府市飯田2-2-1
		電話	055-235-2115
	山梨中央銀行市川支店 ①②③⑧ 代表者:支店長 町田 修一	役割	市川三郷町内の小規模事業者への金融支援
		住所	山梨県西八代郡市川三郷町市川大門1289-5
		電話	055-272-1121
	山梨信用金庫市川支店 ①②③⑧ 代表者:支店長 前橋登喜夫	役割	市川三郷町内の小規模事業者への金融支援
		住所	山梨県西八代郡市川三郷町市川大門173-4
		電話	055-272-2121
	山梨県民信用組合市川支店 ①②③⑧ 代表者:支店長 井上 欣也	役割	市川三郷町内の小規模事業者への金融支援
		住所	山梨県西八代郡市川三郷町市川大門1324-1
		電話	055-272-5028
	日本政策金融公庫甲府支店 ①②③⑧ 代表者:支店長 河原 清	役割	市川三郷町内の小規模事業者への金融支援
		住所	山梨県甲府市丸の内2-26-2
		電話	055-224-5361
	やまなし産業支援機構 ①②③④⑤⑥⑧ 代表者:理事長 安藤 輝雄	役割	経営革新支援及び専門家派遣及び経営分析
住所		山梨県甲府市大津町2192-8	
電話		055-243-1888	
山梨県よろず支援拠点 ①②③④⑤ 代表者:理事長 安藤 輝雄	役割	経営革新支援及び創業支援に関する専門家派遣及び経営分析	
	住所	山梨県甲府市大津町2192-8	
	電話	055-243-0650	
山梨県事業引き継ぎ相談窓口 ③④ 代表者:理事長 安藤 輝雄	役割	後継者対策や事業承継等における情報提供や相談への同席	
	住所	山梨県甲府市大津町2192-8	
	電話	055-243-1888	
山梨県中小企業診断士協会 ①②③④⑤⑧ 代表者:会長 小口 一策	役割	経営革新支援及び創業支援に関する専門家派遣及び経営分析	
	住所	山梨県甲府市高畑1-13-28	
	電話	055-224-3225	
西八代郡農業協同組合(JA西八代) ⑥⑦⑧ 代表者:組合長 渡邊 敏文	役割	特産品開発等における農商工連携や地域経済活性化への支援	
	住所	山梨県西八代郡市川三郷町市川大門1801	
	電話	055-230-3050	
山梨県 ⑥⑦ 代表者:知事 後藤 斎	役割	山梨県内の小規模事業者への施策支援	
	住所	山梨県甲府市丸の内1-6-1	
	電話	055-223-1532	
市川三郷町 ③④⑥⑦⑧ 代表者:町長 久保 眞一	役割	市川三郷町内の小規模事業者への施策支援	
	住所	山梨県西八代郡市川三郷町市川大門1790-3	
	電話	055-272-1101	

連携体制図等



市川三郷町 小規模事業者