

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	南部町商工会（法人番号 1090005005927）
実施期間	平成 31 年 4 月 1 日 ～ 平成 36 年 3 月 31 日
目 標	経営の基盤である記帳指導、税務指導及び労働保険の申告、金融の相談等に加え、事業計画策定等による経営課題の把握と課題解決へ向けた具体的な取り組み支援、新たな需要開拓に向けた取り組み支援、小規模事業者の売上げや利益を確保するための支援、地域経済の活性化に資する事業活動の推進、国・県等の様々な小規模企業支援施策の活用による売上・利益の向上、販路の拡大等を図っていく。
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 地域の経済動向を調査整理し、組織内情報共有を図り、小規模事業者の経営分析や事業計画の作成、計画の実行に向け、使いやすい情報にして提供する。 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 小規模事業者の経営分析を行い、専門的な課題や業種に特化した課題については、専門家等と協力して詳細な経営分析を実施、小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等に留意した経営分析を行う。 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 調査や分析を活用し、小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じ、販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画策定を支援する。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 事業計画の実行による需要の開拓と販路開拓等を図り、事業計画実施後には検証を行い、事業計画の見直しが必要な場合には小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じて小規模事業者に寄り添って事業計画策定支援を実施する。 5. 需要動向調査に関すること【指針③】 小規模事業者が自らの新商品・新役務の開発、販路開拓を行う際には、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の実施を支援する。 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】 需要動向調査や経営分析を活かした事業計画実現のため広報、展示会等出展、IT活用等の実施支援を行うことで、効果的な新商品・新役務の開発支援等、小規模事業者の販路開拓を支援する。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域活性化事業 町から指定管理により委託を受けている「道の駅とみざわ」において小規模事業者の販売品目等の増加と販売力の強化と、地域住民が気軽に立ち寄れる地域コミュニティの創出、町の巡回バス等の活用による買い物弱者対策を住民と行政、商工会、JA、小規模事業者で連携して計画を策定し、計画実現による地域経済の活性化を図っていく。 以上、これらの事業内容を確実に遂行していくため、小規模事業者に対し伴走型支援を積極的に行い、経営の安定化・経営基盤の強化と持続化を図る。
連絡先	〒409-2212 山梨県南巨摩郡南部町南部 8427-3 番地 南部町商工会 電話：0556-64-2357 メールアドレス nanbu@shokokai-yamanashi.or.jp ホームページ http://www.shokokai-yamanashi.or.jp/~nanbu/

(別表 1) 経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 地域の概要

(1) 地域の現状

南部町は山梨県の最南端に位置し、面積は 200.63 k m²、静岡県静岡市及び富士宮市と隣接し、国道 52 号線、国道 469 号線、JR 身延線など山梨県と静岡県を結ぶ主要幹線が当町を貫き、長野県や新潟県方面にアクセスする際の玄関口となっている。

昭和 30 年に南部町と富沢町が誕生、全国的に地方分権政策が進められており、行政サービス推進における市町村の役割が増大し、行財政基盤を強化することが必要とされる中、両町は早くから合併の必要性を認識し、平成 15 年 3 月 1 日に新「南部町」が発足した。

日本三大急流の一つであった富士川が、国道 52 号線に沿って山梨県から静岡県富士市を経て駿河湾に流れ込み、南部町は富士川舟運の要所として静岡と山梨の物流の拠点でもあった。



(中部横断自動車道の開通)

平成 32 年度の完成を目指して中部横断自動車道の整備が進められ、新東名の新清水 I C～富沢 I C (南部町) 間は 21 km、中央自動車道双葉 J C～富沢 I C は 54 km でつながり、開通後は山梨県と静岡県が高速道路ネットワークにより結ばれる。この開通により産業や流通など大きな変革の時を迎える。森林が町の 87% を占める

小さな町としては、この機会をチャンスと捉えて、企業力の向上と地域活性化に向けた準備と取り組みが必要である。

(土地の利用状況)

土地の利用状況は、宅地が 2.12 km² でわずかに 1.1%、農用地 4.99 km² (2.5%)、森林 176.18 km² (87.8%)、その他 17.34 km² (8.6%) で、森林の割合が高くなっており、豊かな自然が保全されている一方で、宅地が少なく国道が 150 ミリの降雨で遮断されるなど流通に課題があり、企業立地も思うように進んでいないのが現状である。



(峡南地域と南部町)

山梨県の「峡南地域」とは、南方に位置する市川三郷町・富士川町・早川町・身延町・南部町の 5 町による地域であり、笛吹川と釜無川が合流し、富士川となった流域および早川などその流域にあたる地域で、文化の違いから「河内地方」として「国中地方」から分けることがある。

富士川を中心に東側に天子山地、西側に赤石山脈と身延山地が連なっていて、太平洋に近いことから多雨であるほか、標高が低く比較的温暖であるため県内各地が雪に見舞われてもこの地域だけ雨の場合が多い。但し赤石山脈に面している早川町は例外で、標高が高いことが影響して降雪が多いことから豪雪地域に指定され、4 年前の大雪では集落のいくつかが孤立したことで全国的にも有名になった町である。

峡南地域は南部氏発祥の地や日蓮上人によって身延山が開かれるなど歴史は古く、身延線が開通するまでは、富士川舟運によって甲府盆地と海を結ぶ重要な交通路でもあった。

また、南部茶や富士川町のユズの栽培をはじめ、西嶋和紙や雨畑硯、六郷地区の印章、身延のゆばなど地場産業が活発な地域でもある。

その中でも富士川舟運の要地として発展してきた南部町は、本町を切り拓いた南部氏・穴山氏の旧跡・文化財などが多く残され、明治期には幾多の優秀な人材を輩出した蒙軒学舎のゆかりの地としても有名であり、青森県南東部、岩手県北・中部地域を中心とした東北に存在する奥州南部氏ゆかりの地として、学校同士や行政など現在も交流がある。

（峡南地域と南部町の観光）

南部町における観光については、平成 29 年度山梨県全体の観光入込数 48,140 千人、うち峡南地域観光入込数は 2,218 千人で県全体の約 6.9%であるが、その多くが身延山や下部温泉、早川町等への観光客であり、当町への観光入込数はわずか 249 千人程度と山梨県全体の 0.8%余りであり、南部町へ観光で訪れる人の割合が少ないことがわかる。

峡南圏域では、対前年比98.4%と平成28年に比べ減少した（表1）。小圏域別に見ると、「身延山・下部温泉周辺」では、主力の歴史・文化施設の来客数が増えたことにより増加となった。

「早川周辺」は、積雪が少なかったこととメディア露出が増えたため温泉の来客数が増えたことにより、38.0%の大幅な増加となった。「峡南北部」では、花火大会の台風による順延及び開催当日の雨により、5.6%の減少となった。

「峡南南部」では、イベントが大雨の影響により、また道の駅が天候不良による農作物不作（タケノコ等）により来客数が減り減少となった。

南部町では、野球場が2面あることから地元の民宿や旅館等を利用した野球やソフトボールなどの合宿があり、スポーツ・レクリエーション施設が客数を伸ばしていたものの、温泉・健康施設などがやや低調であったため、全体として減少した。

平成 29 年度 観光入込客数 372,897 人 山梨県全体からの構成比 0.8%、対前年比 95.7%

平成 28 年度 観光入込客数 389,526 人 構成比 0.8%であった。

（表1） 峡南圏域の観光客入込状況（前年比較）（単位：人、%）

小圏域名	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年	対前年比
身延山・下部温泉周辺	1,085,511	1,065,464	1,085,680	101.9%
早川周辺	18,760	19,582	27,031	138.0%
峡南北部	864,393	906,690	856,342	94.4%
峡南南部	270,423	264,014	249,633	94.6%
小 計	2,239,088	2,255,750	2,218,685	98.4%
市町村別（延べ人数）	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年	対前年比
南部町	399,366	389,526	372,597	95.7%
山梨県	46,828,598	47,646,767	48,140,975	101.0%

出典：平成 29 年山梨県観光入込客統計調査

(2) 人口の推移

(山梨県と南部町の現状)

山梨県の人口は、1999年の89万人をピークに、以後減少が続いており、2016年には32年振りに83万人を下回った。日本全体の動きと比べると、人口のピークが10年ほど早く到来したうえ、減少テンポも速い。その要因は自然減（出生数<死亡数の差）と社会減（県外から県内への転入者<県内から県外への転出者の差）の両方が進行し、特に少子高齢化を映じて、死亡数が増える一方で出生数が減っている結果、自然減の状態となっている。本町においても減少傾向で推移しており、平成22年にはついに1万人を割り込み、平成27年は8,071人となり、その要因として婚姻・出産の適齢期の若者を失っていることが自然減の加速を招いているともいえる。

また、町外から町内の転入者と町内から町外への転出者の差から発生する社会減を減らす必要があるが、町内に産業等が少なく、学校を卒業後、町外への「就職」という理由からそのまま就職先への転出につながる人が多いのが現状である。

(表1) 南部町の総人口・総世帯数の推移

	総人口 (人)	総世帯数	1世帯当たり人員
昭和60年	11,959	3,164	3.78
平成7年	11,437	3,271	3.50
平成12年	10,863	3,252	3.34
平成17年	10,254	3,201	3.20
平成22年	9,011	3,088	2.92
平成27年	8,067	3,006	2.68

出典 総務省統計局国勢調査

(今後の予想)

「2040年までに896の自治体が消滅する」と予測した日本創生会議の発表からすると、南部町は平成52年に約4,100人弱まで落ち込むと推測され、人口減少により「今の単位の地方自治体が、今のまま経営していたら潰れる」とした自治体に含まれている。つまり行政や民間、各種団体等が力を合わせていかなければ成り立たなくなると予想している。

南部町においては小さくても、また財政力がなくても、地域のコミュニティを活かす取り組みや、地域の資源を活用する等、新たな方法で地域を魅力的にし、産業を興し、若者が戻るような、新たな仕事づくりを地方で行うことが求められている。

(3) 産業構造

(農林業の現状)

南部町の産業は戦前から林業が盛んであり、峡南地域では人工林率も74%と最も高く、森林組合も充実した施設を有し、枝打ち作業や間伐などにより林業経営者も139と最多であるが、割安な外材や、林業技術者の高齢化、後継者不足など林業を取り巻く環境は厳しくなっている。

南部町が人口減少を止めるためには、他と比べて、労働者にとって魅力が高い分野をさらに伸ばし、逆に魅力に劣る分野を振興することが必要であり、山梨中央銀行が行ったアンケート調査では、山梨県に転入後の職業の第1位は「農業・林業」となっており、確かに町外の若い人達が林業に携わり、県外からの移住が増える中で期待される分野と言えるが、林業の雇用吸収力も大きくないのも現状である。

(地域資源の現状)

南部町の特産品であるタケノコは、年間降雨量が多く、温暖な気候が生育に適している事から、主要産地である富河・万沢地区は、上記の気候条件に加えて「赤土」と呼ばれる土質であり、アクが少なく良質なタケノコが栽培され、タケノコが旬を迎える4月下旬に「たけのこ祭り」を開催、多くの人々がタケノコを求めて南部町を訪れる。

しかしながら、近年ではタケノコの生産者並びに出荷量も減少し、タケノコを掘らない山が増えたことから竹が伸び放題になり、古くなり倒れた竹が重なり合うことで、人が入れなくなり、手が付けられない状態の竹林が増えてきている。

このことを危惧した「NPO里山研究会」のグループが近年になり、竹林の整備や筍の瓶詰や真空パック詰め等の加工品を生産販売し始めている。

またこの地域は昔から生姜の産地として知られており、旧富沢町では「富沢小唄」の一節にも「生姜めめた」と謡われ、生姜の産地として県内でも有名であったが、近年では生産者が減り、出荷量も減少している。「NPO里山研究会」では耕作放棄地になった生姜畑の復活などに取り組み始め、商工会女性部でも生姜ジャムの製造販売を行うなど、一部ではあるが地域資源を活用した特産品開発等の取組みも始まっている。

農業においては、温暖な気候に恵まれ、雨や霧の多い南部町は、お茶の栽培に適した地で、丁寧に栽培されている「南部茶」は、柔らかい舌触りと甘く香り高い風味が特徴で、県内では有数の産地である。また、従来の煎茶に加え、ゆず茶、和紅茶など新商品開発に取り組む企業も出てきた。

(産業別就業者の変化)

平成27年の産業別就業者では第1次産業の割合が3.6%、第2次産業が38.8%、第3次産業が57.6%となっていて、山梨県全体に比べると第1次産業に従事する人の割合は極めて少なく、農林業に携わる人の割合は平成7年の629人から71人と急激に減っており、耕作放棄地や枝打ちがされない放置された森林や竹林が数多くみられるようになってきた。

また、県南端であり周りを山に囲まれた山間地が多く、国道、県道、町道とも多雨の地域であることから土砂崩れ等の災害が多く発生することから土木建設業者の割合も多い。

(表2) 産業別就業数の推移

	総数	第1次産業	第2次産業	第3次産業
平成7年	5,642人	629人 (11.1%)	2,390人 (42.4%)	2,623人 (46.5%)
平成12年	5,020人	229人	2,197人	2,594人
平成17年	4,623人	127人	2,025人	2,326人
平成22年	3,967人	71人	1,570人	2,326人
平成27年	3,790人	137人 (3.6%)	1,468人 (38.8%)	2,181人 (57.6%)
山梨県全体 平成27年	410,600人	29,400人 (7%)	114,400人 (27.9%)	262,100人 (63.8%)

出典 総務省統計局国勢調査

(業種別商工業者数の推移)

当会地域内における過去10年の業種別商工業者数の推移を見ると、創業する企業の開業件数は毎年3件以下で推移してきたが、いずれの業種とも廃業する企業が多く、平成15年には171企業あった卸小売業では、少子高齢化と大型店の出店等の影響により、平成29年4月には120企業と急激に減少した。

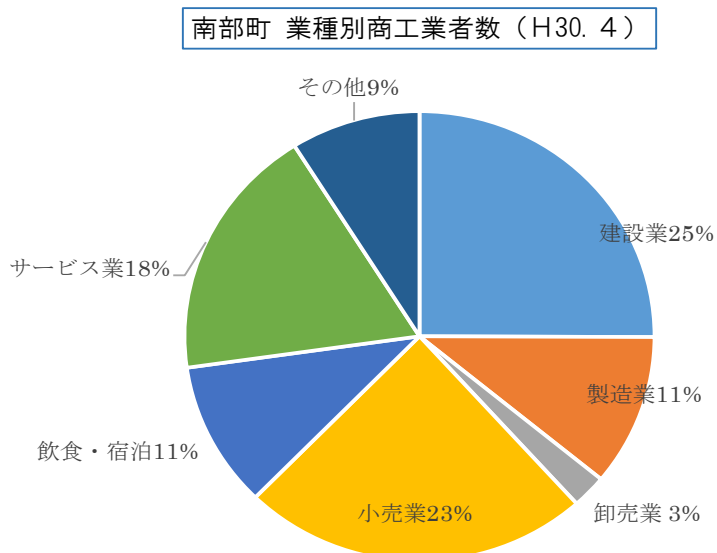
南部町の主要商店街であったところも、今後も後継者がいないことで事業承継が進まない店舗が商店街を構成していることから、何もしなければこの推移は変わらず、町内の小売業者は減少を続けることは明白である。

(表3) 業種別商工業者数の推移

	建設業	製造業	卸小売業	飲食 宿泊業	サービス業	その他	合計	小規模事業者数
平成15年 4月	162	70	173	62	88	78	633	613
平成20年 4月	135	54	141	53	76	65	524	518
平成25年 4月	117	51	121	46	85	42	462	455
平成28年 4月	115	50	122	48	84	41	460	448
平成29年 4月	113	50	120	48	87	40	458	446
平成30年 4月	112	48	115	48	86	43	452	443

出典 南部町商工会基幹システム

平成 15 年に商工業者数 633 件（小規模事業者 613 件）あったが、平成 30 年は商工業者数 458 件（小規模事業者 445 件）と減少している。平成 30 年商工業者における小規模事業者の割合は 97.2% と圧倒的に多く、小規模事業者以外は 13 社である。



（地域の名産品、地域資源）

【農林水産物】

たけのこ・・・南部町は温暖な気候と降水量が多く赤土で、たけのこの生育に適していることから県内有数の産地である。

南部茶(日本茶)・南アルプスの麓で育った南部茶は、カテキンの含有量が豊富で、味と香りに優れ、甘く柔らかな舌触りといつまでも残るさわやかさが特徴である。南部茶は戦国期に河内領主穴山氏の文書に贈答用として用いられていたことが記されており、少なくとも室町時代には既に茶の栽培が行なわれていたことが伺える。昭和 34 年に農林水産省の茶業試験場長を招き入れて調査の結果、茶栽培に適していたことから農協や行政が支援を開始、苗木の斡旋などを行ない事業の拡大を行なった。昭和 39 年には南部町茶業組合が結成され、桑畑や水田から茶園への転換や製茶工場、試験場の建設など町を挙げての茶業拡大が行なわれている。南部茶の出荷量は約 270 トン（2011 年現在）であり、山梨県最大規模となった。道の駅とみざわでは茶葉を使用したラスクや羊羹等が販売されているほか、町内のケーキ販売店では抹茶のロールケーキを製造し販売を行なっている。

生姜・・・南部町は県内でも有数の生姜の産地だったが、連作ができないことや農家の高齢化などで徐々に生産量が減少。JAふじかわの「生姜生産部会」によると、出荷量は 1990 年代後半に約 50 トンあったが、2016 年は約 2 トン、近年町内の NPO が生姜の生産地を復活させようと栽培を始めた。

【南部町の主なお祭り】



南部の火祭り

江戸時代から伝えられてきた山梨県南巨摩郡南部町の「南部の火祭り」。大松明や投松明など火が主役の祭りで、クライマックスでは、富士川の両岸約2kmに並ぶ108個のかがり火(百八たい)が、夜の闇を赤く染める。そこに2尺玉を含む花火が打ち上げられ、神秘的な光景を作り出す。



たけのこ祭り

名産のタケノコが旬を迎える4月下旬に「たけのこまつり」が開かれる。たけのこご飯や採れたてのタケノコの直売、各種模擬店が立ち並び、毎年さまざまなショーや郷土芸能が催される



あじさい祭り

平成16年1月5日「町の花」にあじさいが制定、ボランティアの方々が手入れ、施肥、草刈等を行い育ててきた90種約3万株のアジサイが咲き誇る「うつぶな公園」では毎年6月に恒例の『南部あじさいまつり』が開催

【その他施設及び地域資源】

道の駅

「道の駅とみざわ」(現在南部町商工会が町より指定管理を受け経営している)
採りたて野菜やみそ、漬物、そのた加工品、お菓子、お茶などの特産品を販売していて、地域の企業や農林漁業者にとって新商品を販売する等、アンテナショップ的役割を果たしている。



「道の駅なんぶ」が平成30年7月21日オープンし、多くの来場者で賑わっている。南部の火祭りが開催された8月15日には1500人の来場者(レジ通過)があった。南部氏展示室も併設。



茶そばなど南部茶をテーマにした商品が数多く揃う

温泉施設

なんぶの湯・奥山温泉
富沢野球場、アルカディア南部総合公園(プール、野球場、運動場、体育館、美術館、図書館)
西行公園・白鳥山森林公園(恋人の聖地)・六地藏公園
うつぶな公園(あじさい祭り、マレットゴルフ場)
山水徳間の里・青少年旅行村(キャンプ場)
奥山グリーンロッジ・佐野清涼荘(宿泊施設)

【県指定の天然記念物】本郷の千年桜・原間のイトザクラ・金山神社のイチョウ

2. 地域の課題

(1) 少子高齢化による人口の減少と後継者不足

(就業先と通学地)

南部町においては雇用の場として、JRや道路を利用して一時間圏内の富士市・富士宮市へ働きに行く人が以前から多く、富士宮、富士市役所へ就職する人もいて、こうした人の多くは、結婚を機会にそのまま南部町を離れ、富士宮市、富士市、静岡市など静岡県に移り住む傾向にあり、世帯数の減少と人口減少につながっている。もともと産業が少ない町であり、森林の町として栄えてきた町において林業従事者が少なくなり、農業、林業といった一次産業が衰退し、少子高齢化による商店の廃業も加わり、誘致企業も少ないことから、県外へ就職する傾向は中部横断自動車道の開通により、なお一層拍車がかかるのではないかとと思われる。

また、富士市、富士宮市は、大手製造業や大型SC等が集中し、給与の面でも待遇が異なるため、南部町へのUターンやJターンなどの雇を増やすためには、魅力ある産業の創出と企業の創業等を進めていく必要がある。

山梨県と静岡県の境に位置する町ならではの状況として、15歳以上の通学者で他町村の学校へ通学している子供達の45%（115人）は静岡県であり、15歳以上の就業者で他町村へ就業している人の61%（910人）が静岡県に通っている。学生のころから違和感なく静岡の経済や環境になじんでいることから、南部町内に住み、学生から社会人になる時に就職場所として県外を選択する傾向は、町内の産業に魅力あるものがでなければ、今後も進むと思われる。

(表5) 南部町常住者(15歳以上)の従業・通学地

	総数	15歳以上の 就業者	15歳以上の 通学者
南部町に常在する就業者・通学者	4,088	3,790	298
南部町に従業・通学	2,336	2,296	40
他市町に従事・通学	1,745	1,487	258
山梨県内	679	557	122
静岡県	1,025	910	115
その他	41	20	21

出典 H27 総務省統計局国勢調査

(2) 南部町の小規模事業者の課題

中期計画策定のために実施した商工会の会員企業を中心とする小規模事業者に実施したアンケートによると、経営上の課題で最も多かったのは「需要の低迷」、次いで「顧客ニーズの変化」「設備・店舗の老朽化」「販路拡大・取引先拡大」と続いており、事業所の持つ経営課題は其々の企業ごとに違っており、多種多様の経営課題解決への取組みは事業所に合ったアプローチで進めていく必要がある。

(表6) 貴事業所の経営で特に課題となっていること

需要の低迷	22.30%
顧客ニーズの変化	12.60%
設備・店舗の老朽化	9.30%
販路開拓・取引先拡大	8.40%
資金繰り・調達	7.00%
人材確保	6.50%
仕入れ価格高騰	6.00%
取引条件の悪化	5.60%
競合の激化	5.10%
人材の育成	4.20%
後継者確保	3.70%
その他	3.30%
人件費	1.40%
為替変動	0.00%

① 小売・飲食店の課題

地域内の小売・飲食店は家族で経営するなど零細な形態であり、後継者不足により数年後には廃業を考えている企業も多く、商店を取り巻く環境は非常に厳しい、特に小売業関連では高齢化による廃業が顕著であり、今後世代交代が進まない店が多く、平成15年には62企業の飲食宿泊業が存在していたが、平成29年には48企業になっている。

事業承継はどの業種も事業を継続していく上では重要な要素であるが、特に小売・飲食店といった地域のコミュニティを支えてきた企業の事業承継が進まなかったのは、少子高齢化が急激に進み、事業承継計画づくり等の取り組みを行ってこなかったことが原因である。

山梨県商工会連合会が3年に一度、実施する商圈実態調査によると、富士宮市、富士市、静岡市等、静岡県側の大型商業施設の充実と富士市・富士宮市へJRや車による移動が約40分弱であり、衣料品、寝具、文化品、身の回り品の流失率はいずれも70%を超え、さらに平成29年6月にドラッグストア「ウエルシア」が新店舗で役場本庁舎横にオープンしたことにより薬局、酒屋、雑貨店など競合する小売り店舗にとっては脅威になっている。

その一方で、食料品では南部町の利用が52%と高い、原因としてはスーパーオギノとA COOP後を受け継いだ町内の食品スーパーがチラシを毎週入れるなど努力し、地元の精肉店や魚屋(5店)においては「まぐろ」「魚の煮付」「まかないカレー」など特徴を打ち出し、消費者のニーズに合った商品の提供により、顧客の確保に繋がっている。

静岡県への流出率(%)

衣料品	79.0	寝具	78.8	食料品	43.5	文化品	84.5	身の回り品	84.5
-----	------	----	------	-----	------	-----	------	-------	------

H25 山梨県商圈実態調査

衣料品	71.2	寝具	73.1	食料品	34.2	文化品	76.4	身の回り品	76.9
-----	------	----	------	-----	------	-----	------	-------	------

H28 山梨県商圈実態調査

② 商店街の課題

平成15年には171企業の卸小売業が存在していたが、平成29年には120企業になってい

る。商店街（小売業・飲食業）の経営環境は人口減少や高齢化の進行、周辺地域への大型量販店の進出や買い物のレジャー化、ネット通販などにより消費購買力の町外流出が進み、商店の後継者不足により商店街には廃業した店舗が目立つようになり、子供たちの通学路の途中に位置し、安心安全のまちづくりの役割を担ってきた商店街の衰退は、地域活性化に大きな打撃となっている。

南部町を代表する南部商店街を形成する25店舗において、事業承継者が決まってい、事業を営んでいる店舗は少ないのが現状であり、このまま対策を取らないでいくと事業承継が進まないことから、企業が持続していくことは難しく、後継者難と高齢化により10年後には商店街の多くの店が事業を廃業することになる。

③ 建設業の課題

地域内における建設業の現状は平成15年には150企業の建設建築関連事業者が存在していたが、平成29年には113企業になっている。近年のハウスメーカーの進出や大手建設業者が地方にも進出し公共事業の大幅な削減の影響もあり、厳しい業界となっている。受注量についても企業力等によって受注量に差が出ており、今後この傾向は続くと思われる。

商業関係に比べると持続していくために必要な事業承継が進んでいる企業もあり、高い技術力と特徴を持っている企業は、静岡県や首都圏の企業からの受注に繋がっており、今後も企業力の向上がより求められる。

④ 製造業の課題

大型企業の撤退による受注減やデフレ等の影響を受け、ここ数年来は年1.5件のペースで倒産、廃業を余儀なくされ、平成15年には64企業の製造業が存在していたが、平成29年には50企業になっている。

しかしながら、静岡県に近いという立地を活かし、自動車関連企業からの発注も安定しており、下請け工場としての役割を果たし、地元雇用に繋がっている。

町としても企業誘致に力を入れており、中部横断自動車道のIC付近への企業誘致などが決まっており、中部横断自動車道が開通することにより地元企業への発注や流通に期待が持てる。

3. 南部町商工会の役割

（これまでの取り組み）

当会は、平成15年4月に南部町商工会と富沢町商工会が合併し、新「南部町商工会」として発足以来、現在に至るまで、地域の小規模事業支援機関として経営改善普及事業に基づく、経営、税務、金融、労務等の個別指導を実践、特に、巡回、窓口相談により企業の持つ経営の悩みや経営課題の発掘と解決へ向け、専門家等を活用しながら経営支援と情報提供を行ってきた。

地域の総合経済団体として、地域基盤と公共性を持つ組織を活かし、地区内における商工業者を総合的にサポートしながら、地域商工業者の意見を集約、行政等関係機関等へ陳情・要望し、地域振興の発展に努めるという役割を担ってきた。

観光振興については、町行政と連携して、「たけのこまつり」「南部の火祭り」を実施し町のPRと交流人口の増加に努めてきた。「道の駅とみざわ」の指定管理を行うことで、地元企業の販路開拓支援や地域資源を活用した新商品開発の支援、耕作放棄地を有効利用した農作物の販路開拓支援などを行ってきた。平成28年度には3回のイベントを実施し、誘客と地元製品の情報発信を行った。

平成28年度には町が創業支援計画認定を受けて、連携する機関として「ワンストップ窓口」を

設置、特定創業支援事業として創業セミナーを開催し、4名が参加した。
平成29年度も同様に年間5回のセミナーを6名が参加して実施した。

(平成29年度の主な活動実績)

- ・経営相談件数 2,253件
- ・記帳機械化受託件数 42件
- ・講習会開催数
 - 集団講習会 創業セミナー 5回
 - 個別講習会 決算指導など 4回

- ・会員への情報提供と意見収集

商工会広報 年1回発行

商工会やまなし 年6回発行(山梨県商工会連合会作成)

通常総代会終了後、全会員に総代会資料を職員が手渡して配付、意見収集

- ・ホームページ 更新なし

(課題)

これまでの個別企業の経営支援においては、経営の基盤である記帳指導、税務指導及び労働保険の申告、金融の相談等が主な支援内容となっており、商工会の限られた予算と人により、経営課題が多様化している企業の課題把握と課題解決へ向けた支援ができてなかった。具体的に売上・利益の向上、販路の拡大等の経営改善に資する経営支援が不足していた。特に資金面からも情報提供する手段が少なく、国・県等の様々な小規模企業支援施策を十分に地域内の企業が活用してきたとはいえない状況であった。

地域振興においても、地域住民が楽しむような町主催の祭りを連携して実施してきてはいるが、その日限りの単発のイベントであり、地域の産業振興や活性化に繋がるような、地域資源を活用した取り組みや農商工連携、六次産業化といった、地域経済全体の活性化に繋げる産業の創出等が不足していたことである。

平成29年10月に実施した会員アンケートにおいて「事業主引退後の事業運営方針(事業承継)は次のうちどれですか。」の問いに対し37.4%が廃業の予定であると答えている。一方で38.4%の企業が「後継者がいる」、「後継者候補がいる」と回答しており、「決まっていないが事業承継したい」を含めると実に52.5%が円滑な事業承継を望んでいる企業の実態がある。

(表7) 事業主引退後の事業運営方針(事業承継)は次のうちどれですか。

後継者が決まっている	23.2%
後継者候補がいる	15.2%
決まっていないが事業承継したい	14.1%
事業売却を考えている	1%
廃業の予定	37.4%
その他	9.1%

事業承継への取り組みはこの地域にとって最大の課題であり、商工会合併前には、商店街も活発であり空き店舗対策事業などの商店街活性化事業に積極的に取り組んできたが、現在の商店街の商

店においては後継者が決まっていなくてほとんどであり、事業を持続させていくことが難しくなっている。少子高齢化が進む町において後継者不足は最大の悩みであり、このまま何もしなければ、後継者難によって廃業せざるを得ない状況に追い込まれる企業は増えていくと思われる。

（今後、商工会に求められている役割（機能）等）

今までの商工会は、経営改善普及事業であり、経営の基盤である記帳指導、税務指導及び労働保険の申告、金融の相談等が主な支援内容であり、基本的な経営支援として重要な役割を担ってきた、しかしながら、「貴事業者が今後商工会に期待する事業は何ですか」という会員アンケートの回答では、税務・記帳代行が15.9%、金融が15.4%と上位であったが、支援施策の情報提供が12.1%、専門的な経営相談が11.0%、補助金・助成金の活用支援9.9%、販路・取引拡大支援9.3%と続いており、経営課題が多様化している企業にとって、経営支援機関である商工会に求める支援内容は、既存の支援に加え、経営課題の把握と課題解決へ向けた具体的な支援を求めている。

町内において97%を占める小規模企業の売上・利益の向上、販路拡大のため経営戦略に踏み込んだ支援と、企業が持続していくための経営課題の把握と課題解決へ向けた具体的な提案が求められ、国・県等の様々な小規模企業支援施策を地域内の小規模事業者へ情報提供し、企業が活用していくようにサポートしていくことが大事である。

第2次南部町総合計画（平成27年度～平成36年度）の中でも農業、林業、商工業等の各産業分野の連携と活性化策によって「資源活用と交流による魅力づくり」を図るとしており、小規模事業者や農林漁業者が、町の資源である山、清流などを活かした観光開発や茶、生姜、筍などを活用した特産品開発など地域経済の活性化に資する事業に取り組むことに対して、小規模事業者の経営資源になるよう、施策の活用等の情報提供や、申請支援、事業計画の策定、事業実施後のフォローアップ支援など、経営支援機関として商工会の役割は重要である。

また、中部横断自動車道が全面開通することにより、他地域とのアクセスが向上し、産業の活性化を図っていくとしていることから、町と連携した取り組みが必要であり、地域コミュニティ維持のイベントの他、地域経済の活性化に資する事業が求められ、小規模事業者の支援機関として、従来の経営改善普及事業に基づく個別指導はもとより、山梨県商工会連合会はじめ関係機関と連携して、国・県等の様々な小規模企業支援施策を活用し、事業者自らが需要にあった新たな特産品やサービスを開発して売上増加に繋げ、経営が持続的発展できるような伴走型の支援機能が求められている。

（表8） 貴事業者が今後商工会に期待する事業は何ですか。

税務・記帳代行	15.90%
金融（融資・信用保証）	15.40%
支援施策等の情報提供	12.10%
専門的な経営相談（経営計画・経営革新・情報化・新商品開発など）	11.00%
補助金・助成金の活用支援	9.90%
販路・取引拡大支援（SHIFT・一店逸品・住まいるお助け隊展示会商談会等イベント参加など）	9.30%
労働保険	8.80%
期待していない	6.60%
各種セミナー（webセミナー）	4.40%
資格取得助成金制度	3.80%
専門家派遣	1.10%
利子補給制度	0.50%
会員交流事業	0.50%
その他	0.50%
優良従業員表彰	0.00%

4. 小規模事業者振興の目標

(1) 中長期的な小規模事業者振興の在り方

南部町では「第2次南部町総合計画」における基本構想の中で町づくりの基本理念は①自然を生かす町②暮らしやすい町③郷土愛を育む町とし、将来像は「水と緑が溢れるふれあい豊かな町づくり」とし、産業では各産業分野の連携と活性化策を通して「資源活用と交流による魅力づくり」を目指し ①自然と歴史資源を生かした観光振興 ②魅力ある農業の推進 ③豊かな森林資源の活用 ④広域道路網の整備による産業振興 ⑤商店の活性化 を図るとしている。

特に、商店の活性化では「商店の賑わいは、町の活性化に大きな役割を果たすことから、効果的な商業支援策に取り組みます。消費者ニーズへの対応、新たな商業展開、ITの活用、後継者の育成などといった課題に対し、商工会と連携した経営相談・診断・指導に努めます」として、商工会と連携した取り組みを求めている。

本会においては平成29年10月に会員アンケートを実施したところ、経営上の課題としては「需要の低迷」、「顧客ニーズの変化」、「設備・店舗の老朽化」、「販路拡大・取引先拡大」、が上位を占めており、会員が商工会に求める支援として税務・記帳代行、金融といった従来の支援に加え、支援施策の情報提供、専門的な経営相談、補助金・助成金の活用支援、販路・取引拡大支援等、経営課題が多様化している企業にとって、経営支援機関である商工会に求める支援内容は、経営課題の把握と課題解決へ向けた具体的な支援を求めている。

この調査結果を基に、商工会では平成30年3月に会員のニーズに沿った中期計画を策定し、金融指導や税務指導を中心としたこれまでの経営改善普及事業の取り組みに加え、事業計画策定等による経営課題の把握と具体的な経営戦略に基づく経営の推進、新たな需要開拓に向けた取り組み支援、小規模事業者の売上げや利益を確保するための支援、地域経済の活性化に資する事業活動の推進に重点を置いた支援により、小規模事業者に寄り添った支援（伴走型支援）の実現を目指し、町の産業振興ビジョンに沿う形で地域産業の発展を目指す。

また、今後も行政と商工会は連携した企業支援を進めていくことが地域の経済活性化にとって必要であり、企業にとっては少子高齢化と人口減少、SC進出、後継者不足等様々な経営課題があるが、静岡県と山梨県を繋ぐ中部横断自動車道の開通を2年後に控え、南部町に存在する地域資源を活かした新商品開発、新サービスの提供などの取り組みにより新たな需要の開拓が望める。

以上、地域の現状と課題、町の第2次総合計画と当会の役割を踏まえ、10年後以降も地域の経済基盤を確立していくために、地域において小規模事業者の中長期的な振興を図っていく。

(2) 小規模事業者振興の目標

「地域における小規模事業者の中長期的な振興のあり方」を受けて、当会では平成31年度から平成35年度までの目標を制定し、次の経営発達支援事業を通じて実現していく。

南部町の総合経済団体として、身近な経済・経営情報発信基地を目指し、小規模事業者の拠り所となり、国や県の小規模事業者 施策の最前線窓口として機能できるような組織・体制づくりを行い、経営の基盤である記帳指導、税務指導及び労働保険の申告、金融の相談等に加え、事業計画策定等による経営課題の把握と課題解決へ向けた具体的な取り組み支援、新たな需要開拓に向けた取り組み支援、小規模事業者の売上げや利益を確保するための支援、地域経済の活性化に資する事業活動の推進、国・県等の様々な小規模企業支援施策の活用による売上・利益の向上、販路の拡大等を図っていく。

地域資源を活用した取り組みや農商工連携、六次産業化の推進を支援し、地域資源を活用した農林漁業者の創業支援や企業等の新商品開発等による経営資源の拡充と販路開拓支援、地域の自然や資源を活用した観光への取り組み等、地域経済全体の活性化に繋げていく。

少子高齢化が進む町において後継者不足は最大の悩みであるが、商店の賑わいは、町の活性化に大きな役割を果たすことから、消費者ニーズの把握や、新たな商業展開、ITの積極的な取り組みを支援し、後継者の育成、創業を目指す人材の掘り起こしと支援といった課題に対し行政や関係機関と連携し解決を図っていく。

指定管理を受託している「道の駅とみざわ」における小規模事業者の販路開拓支援のあり方と地域コミュニティの場としての役割、買い物弱者対策として地域事業者が連携して共同事業を行う仕組みについて調査研究を行い、小規模事業者の販路開拓の場として活用できる計画づくりを行う。

(3) 目標達成の為の方針(方向性)及び経営発達支援事業の概要 等

目標を達成するために、自らの組織力向上とノウハウの蓄積を行っていくとともに、山梨県、南部町との協力体制、やまなし産業支援機構（山梨県事業引継ぎセンター、山梨県よろず支援拠点、山梨県中小企業再生支援協議会）、日本政策金融公庫甲府支店、地元金融機関などの各支援機関と連携しながら具体的支援を行っていく。

①小規模事業者の個別支援の強化と新たな取り組み支援

小規模事業者の経営基盤を強化するため既存の経営改善普及事業における記帳指導、税務指導及び労働保険の申告、金融の相談等による経営の基礎的支援の継続と、企業力の向上と持続化を図るため、企業の持つ経営課題の把握とその解決へ向け、地域経済動向の把握、経営分析（現状分析）、小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じた販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画策定を行い、事業計画の実現のために実行支援を実施、事業遂行後には小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じて、事業計画の見直しが必要な場合も、小規模事業者に寄り添った支援を実施し新たな需要の開拓を図っていく。

②地域資源を活用した取り組み支援

タケノコや生姜、川魚など地域資源を活用した取り組みや農商工連携、六次産業化の推進を支援する。具体的には地域資源を活用した特産品づくりなど、農林漁業者の創業支援や企業等の新商品・新サービス開発と販路拡大を支援し、地域の自然や資源を活用した観光への取り組み等、地域経済全体の活性化に繋げ、交流人口の増加による波及効果等で、宿泊客数や特産品の売上の増加につなげる。また、組織内での情報共有と関係機関と連携して取り組み、国・県等の様々な小規模企業支援施策の活用による売上・利益の向上、販路の拡大等を図っていく

③創業を目指す方の創業支援と小規模事業者の事業承継を支援

少子高齢化が進む南部町において後継者不足は最大の悩みである、産業の活性化は町の活性化に大きな役割を果たすことから、消費者ニーズの把握や、新たな展開、ITの積極的な取り組み等を支援し、後継者の育成などといった課題に対し行政や関係機関と連携し、事業承継の計画づくり等を進め解決を図っていく。しかしながら、どうしても後継者の目処が立たない企業に対しても後継者の育成・マッチングの支援を行うとともに、円滑な廃業ができるよう相談に応じていく。

また、行政と連携した特定支援事業の創業セミナーの実施により、創業予定者の掘り起こしと

創業支援を行い、創業後も安定した経営が継続できるよう支援する。

④ 地域コミュニティ創出による地域活性化

現在指定管理を受け運営している「道の駅とみざわ」においては地区内企業の新商品等の販路開拓の場として、農林漁業者の直売所として活用しているが、平成30年度小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業（調査研究事業）のコミュニティー創出事業に取り組んでいる。

小規模事業者の販路開拓支援のあり方と地域コミュニティの場としての役割等の調査研究を行い、小売店や旅館やキャンプ場、民宿等観光関連業者等の地域事業者が連携を強化し共同事業により、販路開拓に繋げ、地域の拠り所となる計画づくりを行い、地域資源を活用した新たな取り組みにより、集客を図り、小規模事業者の持続的発展に結び付く事業を支援する。

指定管理施設 「道の駅とみざわ」



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（5年間）

(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】

(分析における考え方)

小規模事業者が環境の変化に対応し、経営を持続する上で、地域の経済動向を把握することは重要であるが人的資源が不足している小規模事業者が自ら調査を行うことや自分にあつた調査結果を探すことは難しい。

また、支援する商工会としても、小規模事業者の個別支援を行う上で小規模事業者を取り巻く外部環境を把握しておくことは大事なことであり、地域の経済動向について小規模事業者が必要とする情報として整理し、商工会内で情報共有を図り、小規模事業者の経営分析や事業計画の作成、計画の実行に向け、使いやすい情報にして提供することが望まれる。

そのため、これから強化を図る個別支援と新たな取り組み支援のため、地区内の小規模事業者を取り巻く外部環境と、地域の経済動向について把握し、活用することができるよう準備が必要である。

(現状と課題)

これまで地域経済動向についての調査は、全国連が各商工会を通じて四半期ごとに年4回実施する中小企業景況調査の結果や日銀の「経済・物価情勢の展望」(展望レポート)を確認するのみで、調査結果は職員間による情報蓄積に留まっており、小規模事業者に対して定期的な情報提供と、個別データ提供も積極的に行ってこなかった。

(改善方法)

地域経済動向調査の活用方法を含む調査・分析項目を整理し、その内容について商工会内で共有した上で、地区内の小規模事業者を取り巻く外部環境と、地域の経済動向について把握、小規模事業者の個別支援における事業計画の策定や実施支援等に活用することができるよう準備をしておくよう見直す。

県連が新規で実施する地域経済動向調査に参加し、決算指導を行った事業所の決算データを収集・分析し、峡南地域や県内の地域内事業者の売上額、営業利益率、所得額等の情報を把握し、経営分析及び事業計画策定等の参考資料として活用する。

リーサスによって町の産業や観光の基本的な情報を確認し、観光マップによって都道府県別の延べ宿泊者数の構成割合や南部町を訪れる観光客の出発地一覧等、観光客の行動を見える化することで、今後の事業計画に活かす。

(事業内容)

改善した上記の調査内容についてはいずれも商工会組織内で情報共有を図り、商工会のホームページによる情報発信と小規模事業者の個別支援における事業計画の策定や実施支援等に活用する。また、中小企業景況調査内容については、組織内で4半期ごとに情報共有を図る機会を用意するとともに、局長と経営指導員が行う月2回の定例会において、新しい調査結果等が出てきた

ときは報告と情報共有を図り、毎週実施している朝会の中で全職員に情報提供を行う。

既存事業の改善として以下の内容で取り組む

① 中小企業景況調査の分析

○調査対象：南部町は製造業、小売業、サービス業(理容)の3社の調査。

○調査項目：県下の経営指導員が地区内の企業に調査を実施する山梨県全域の業種別（製造業、建設業、小売業、サービス業）の業況判断 DI（売上額、採算、仕入、資金繰り）、業種別の設備投資、業種別の経営課題。

○頻 度：年4回

○分析と活用：山梨県商工会連合会による集計、HPで公開、公表結果を整理・分析し、前期と比べてどうだったのかなど職員間で情報を共有し、定期的に情報提供を行い、現状把握や事業計画等に反映するなど小規模事業者の支援に活かす。

② 山梨県商圈実態調査の分析

○調査対象：山梨県全域（会議所地域も含む）中学校一年生の家庭を対象に実施

○調査項目：調査項目は① 調査対象世帯の属性（職業・年齢）② 地元の商店・商店街やまちづくりに関する要望 ③ 品目別（19品目）と飲食・外食の利用店舗、買い物場所、利用店舗の状況

○頻 度：3年に一度

○分析と活用：山梨県商工会連合会による集計、公表結果を整理し、南部町の商圈と購買率等について分析する。南部町の中学校一年生の家庭の地元購買率や利用する店舗、地域等、小売店舗の利用状況の変化や買い物場所の変化等を分析し、消費者ニーズの変化等を把握、サービスシール店会、商業協同組合などの定例会などで分析した情報を提供し、小規模事業者の販売戦略に活かす。こうした情報はHP上でも公開する。

新規事業として以下の内容で取り組む

③ 地域経済動向調査

○調査対象：建築業、卸・小売業、サービス業

○調査項目：本会で所得税確定申告指導を行った地域事業者の確定申告決算データ（90社）を業種ごとの売上額、営業利益率、所得額等の項目を集約する。

○頻 度：確定申告終了後整理集計を行い、年度初め4月に県連へ提出、県連にて集計、分析

○分析と活用：山梨県商工会連合会が集計・分析したものを10月ごろ商工会にフィードバックされるので県内企業の動向として情報提供できるよう、職員間でまず共有し、巡回や窓口相談の時に該当する業種に情報として提供しながら、事業計画の策定支援等に活用する。また、町単位での「流動人口」「消費の傾向」等の調査についてはRESAS（地域経済分析システム）で把握、地域事情に応じた事業計画の策定支援等に活用し、HP等で公表する。

④ 山梨県観光入込客統計調査の分析

○調査対象：山梨県、峡南地域、南部町における観光客

○調査項目：観光入込数、宿泊客数、の観光消費額（県内総消費額、1人あたり消費額（実人数ベース）、県外・県内宿泊客消費額、県外・県内日帰り客消費額、消費額内訳）観光動態（居住地、性別、年齢、日帰り・宿泊の別、平均訪問観光地点数（県外・県内）、平均宿泊数（県外・県内）、旅行目的同行者数、グループ形態、利用交通手段、観光情報入手手段、観光消費の実態、観光地の満足度）

○頻 度：年に一度県の調査結果を整理・分析する

○分析と活用：山梨県が実施する「観光入込客統計調査」で明らかになった調査項目について分析を行い、山梨県における観光客の消費額観光客の動向について県内の状況と南部町を比較し、整理したものを民宿、キャンプ場、観光関連業者へ情報提供を行い、新たな事業計画策定と経営改善に活用し、HP等で公表する。

（目標）

公表回数	直近年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
①中小企業景況調査の分析・情報発信	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②山梨県商圈実態調査の分析・情報発信	0回	1回	0回	0回	1回	0回
③地域経済動向調査の分析・情報発信	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④観光客数の動向の分析・情報発信	1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①】

（分析における考え方）

小規模事業者の個別支援の強化と新たな取り組み支援を進めていくため、小規模事業者の経営分析（内部環境の分析）を活用することが大事であり、小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等を生かし、経営体質の強化を目的とした経営分析を実施する。その分析結果をもとに、小規模事業者ごとの課題を事業者とともに明確にして、課題解決へ向けての基礎資料として生かす。また、商工会の組織内で解決ができない案件については山梨県商工会連合会の専門家派遣制度やミラサポを活用して小規模事業者にとって効果的な支援につなげていく。

（現状と課題）

現在のところ、金融斡旋（小規模事業者経営改善貸付など）の推薦書作成時や小規模事業者持続化補助金等の申請書作成時、経営革新計画策定支援の際に、簡単な経営分析を行うのみであり、小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等を生かした現状分析を体系的に支援することができていない。

（改善方法）

巡回訪問や窓口相談、講習会への参加者、融資の相談等、幅広い業務の中で経営状況や経営課

題の把握を行う大切さを説明し、小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等を生かした経営体制の強化を目的とした経営分析を支援する。

また、資金調達を必要としている事業者について、現在は単独の融資案件としての財務分析にとどまっているが、投資効果の分析と共に他の負債を含めた事業所全体の財務状況について分析し、販路の拡大、需要の拡大、顧客ニーズの変化に対応する取り組みになるよう支援を行う。

(事業内容)

(1) 各種経営分析(新規事業)

経営指導員が管内企業の個別現状を把握するために、巡回訪問や窓口相談、行政と連携して町内から広く募集する創業セミナー(年5回開催、参加者予定数5名)、個々に案内する年末調整指導(104名参加)、所得税決算指導(155名参加)への参加者、融資の相談等の際に経営状況を確認し、経営分析の必要性を説明、小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等に留意した経営分析を行う。

- 分析項目：定量分析：
 - ・売上分析(顧客別、商品別、工事別、地域別など)
 - ・コスト分析(売上原価÷変動費)、販売費、一般管理費(÷固定費)
 - ・損益分岐点分析 ・設備投資分析(費用対効果や投資回収期間)定性分析：
 - ・企業の持つ強み、弱み(SWOT分析)

○対象、手段、手法：巡回訪問や窓口相談、講習会への参加者、融資の相談、年末調整指導、決算指導等の小規模事業者と接する際に、職員(経営指導員、補助員、記帳専任職員)が個別企業の現状を把握し、各種経営分析を必要とする小規模事業者の掘り起こしを行い、経営指導員が中心になり分析を行う。必要に応じて中小企業診断士等の専門家を活用し、小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等に留意した経営分析を行う。

○活用方法：個別の小規模事業者の定量的な現状分析とSWOT分析などの定性分析と合わせて小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等に留意した経営分析も加え、効果的な事業計画策定と実行支援に生かす。

経営指導員による経営分析 ⇒ 外部専門家等による専門的な分析

基本的には、経営指導員による経営分析を行い、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、県商工会連合会及びミラサポの専門家等と協力して詳細な経営分析を実施支援し、小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等に留意した経営分析を行う。

(目標)

経営分析 事業者数

(単位：事業所)

直近年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
0	6	6	7	7	8

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(支援に関する考え方)

小規模事業者の企業力の強化を図る個別支援と新たな取り組み支援のため、地区内の小規模事業者を取り巻く外部環境と、地域の経済動向について把握し、小規模事業者の財務分析活用と小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じた販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画策定支援を行い、小規模事業者の抱える個々の経営課題解決に向けた支援をする。

(現状と課題)

小規模事業者の持続的発展において、事業者自身が事業計画を策定し、P D C Aサイクルを回しながら経営を行うことは、非常に重要なことである。

しかしながら、小規模事業者においては経営者自らが営業や販売、製造等に携わっていて事業計画を作成する時間を持ってない、事業計画作成のスキルを有していない等の企業がほとんどである。

商工会における支援も、金融斡旋（小規模事業者経営改善貸付など）の推薦書作成や小規模事業者持続化補助金等の申請書作成、経営革新計画策定支援の際に、簡単な事業計画の策定支援を行うのみであり、小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等を生かした事業計画策定ができていないことから、個々の小規模事業者が抱える課題の解決ができていない。

(改善方法)

小規模事業者の事業の持続的発展を図るため、「地域の経済動向の調査」、「経営分析」、「需要動向調査」等の結果を踏まえ、高度専門的な支援が必要な場合は山梨県商工会連合会の専門家派遣制度、やまなし産業支援機構（よろず支援拠点）の専門家等、山梨県中小企業サポート事業等を活用し、販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する取り組みに向け、小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じた事業計画策定を支援する

(事業内容)

各種事業計画策定（既存事業の改善）

○目的、支援内容：小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等を生かし、財務分析と合わせて総合的で効果的な事業計画策定を支援

○対象：経営分析を実施した小規模事業者

○手段、手法：巡回訪問や窓口相談、商工会が主催し、年5回開催する創業セミナー（参加者予定数5名）、年末調整指導（104名参加）、所得税決算指導（155名参加）のへの参加者、融資の相談（20名）等の小規模事業者と接する際に経営分析を必要とする企業の掘起しを行い、経営分析を実施。

実施した経営分析結果や地域経済動向調査、需要動向調査を生かし、小規模事業者の規模や経営体力に応じて、販路開拓支援と合わせ効果的な事業計画策定と実行支援を行う。一般的には経営指導員による計画策定支援を基本としながらも、高度専門的な課題があるときには専門分野の専門家（各種専門家派遣制度を活用）による支援を行う。

○活用方法：小規模事業者の企業力の強化を図る個別支援の強化と新たな取り組み支援のため、小規模事業者の財務分析活用により経営改善を図るとともに、小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じ、販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画策定を行い小規模事業者と商工会の支援で策定した事業計

画を小規模事業者自身が内容を理解し、経営の財務上の改善を図るとともに、事業計画の実行による需要の開拓と販路開拓等が図れるよう、商工会だけではなく他の支援機関と連携して支援する。

(目標)

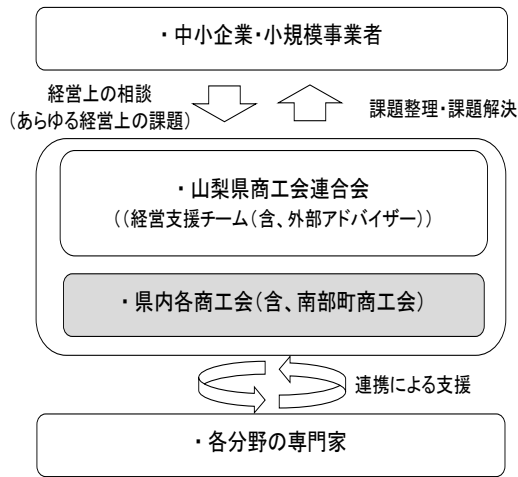
事業計画策定 小規模事業者数

(単位：事業所)

直近年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
0	6	6	7	7	8

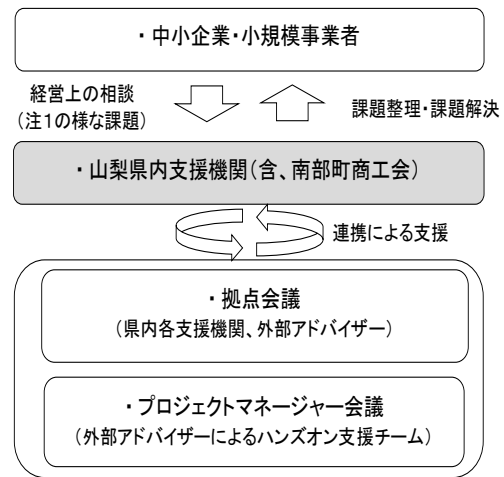
【商工会版中小企業ネットワーク支援事業の概要】

事業主体：山梨県商工会連合会



【山梨県経営革新サポート事業の概要】

事業主体：山梨県



注1)・成長が期待される産業領域への進出や創業 ・新しい商品や新たな技術の開発へのチャレンジ
 ・地域の特産品を活用した取り組み ・新事業のための連携 ・販路拡大 ・その他の経営革新の諸課題

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(支援に対する考え方)

経営分析結果や地域経済動向調査、需要動向調査を生かし、販路開拓支援等と合わせ総合的で効果的な事業計画策定と小規模事業者の抱える個々の経営課題解決に向けた支援をする。

小規模事業者の個別支援の強化と新たな取組み支援のために、収益性・安全性・流動性・成長性・生産性などについて財務諸表等を活用して分析し、企業経営の問題点を明確にすることで小規模事業者の経営改善を図るとともに、経営ビジョンや研究開発、人材育成、ガバナンス体制など、将来のキャッシュフローにつながるような知的資産経営情報も評価し、小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じた販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画策定を行う。

事業計画の実現のために実行支援を実施し、事業遂行後には小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じて、事業計画の見直しが必要な場合も、小規模事業者に寄り添った支援を実施する。

(現状と課題)

現状は経営革新計画や各種補助金の活用、金融相談等の際に、当該事業計画の実施を支援するに留まっており、小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じて、経営分析を活かし総合的に事業計画を策定することや、その事業計画実現のために実行支援を行い、事業実施後の検証と事業計画の見直しをすることはなかった。

(改善方法)

経営分析結果や経営ビジョン、地域経済動向調査、需要動向調査を生かし、販路開拓支援等と合わせ総合的で効果的な事業計画策定と小規模事業者の抱える個々の経営課題解決に向けた支援をするために、小規模事業者の個別支援の強化と商工会の取組み支援を図る。

具体的には小規模事業者の財務分析活用と小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じた販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画策定と、事業計画の実行による需要の開拓と販路開拓等を図り、事業計画実施後には検証を行い、事業計画の見直しが必要な場合には小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じて小規模事業者に寄り添って事業計画策定支援を実施する。

(事業内容)

各種事業計画策定後の実施支援（新規事業）

- 目的、支援内容：小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じた販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画策定と、事業計画実施後には検証を行い、事業計画見直し支援を実施する。
- 対象：規模や経営体力に応じて販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画を策定した小規模事業者
- 手段、手法：小規模事業者の財務分析活用と小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じた販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画策定を実施し、事業計画の実行により需要の開拓と販路開拓等を図るために各支援機関と連携して支援を行う。
 - ①事業計画実施後には検証を行い、事業計画の見直しが必要な場合には小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じて小規模事業者に寄り添って事業計画策定支援を実施する。
 - ②策定済の事業計画や販路開拓計画に沿った進捗管理や需要開拓に関わる調査結果を踏まえたマーケティング支援
 - ③地域資源を活用した新商品開発や需要開拓、地域外への販路開拓、新たなサービス等についての支援
 - ④高度専門的な課題等については専門分野の専門家（専門家派遣を活用）による支援を行う。また、必要であれば、販路開拓や新製品開発に必要な小規模事業者持続化補助金、ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金等の導入について支援する。特に、小規模事業者が不得意とする計画の進捗状況のモニタリングについては、巡回や窓口相談において、定期的に行う。
- 頻度：四半期に1回以上

(目標)

事業計画策定後の支援 事業者数

(単位：事業所)

支援内容	直近年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
事業計画策定後の支援事業者数	0	6	6	7	7	8
事業計画策定済み事業者へのフォローアップ支援回数	0	24	24	28	28	32

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(調査に対する考え方)

小規模事業者が自らの新商品・新役務の開発、販路開拓を行う際には、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が必要であることから、小規模事業者の実施す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の実施や調査分析を支援することで、効果的な新商品・新役務、新たな販路開拓援に寄与できる。

(現状と課題)

多くの小規模事業者が新商品や・新役務を開発するときには、消費者ニーズやバイヤーなどの買い手側に「買っていただく商品を作る」というより、作り手の思いで開発する場合が見受けられる。

多くの小規模事業者は需要動向調査の必要性を認識しておらず、認識していたとしても小規模事業者には時間や人に限りがあり調査方法等のスキルもないため、調査を実施していないのが現状である。当商工会としても、マーケットインの考え方や調査の必要性の説明、実施支援などに積極的に取り組んでこなかった。

(改善方法)

今後は、地域資源を活用した新商品開発や新役務の開発、販路開拓を行う小規模事業者や、既存の商品等の改善により新たな販路を検討している小規模事業者を中心に、巡回や窓口相談等を通じて需要動向調査の必要性を小規模事業者に説明し、小規模事業者が需要動向調査により新商品・新役務の消費者ニーズ・市場ニーズの把握を行う際には、商工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、関係機関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、職員間でも情報を共有し、巡回や窓口相談等を通じて小規模事業者へフィードバックを行い、需要動向調査の必要性を理解し取り組んでみたい小規模事業者を増やし、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) 個社支援を行う小規模事業者の販売する新商品又は新役務を調査対象として実施

① マッチングフェアやマルシェ等におけるニーズ調査 (新規事業)

○【B t o B】

山梨県の中小企業者や農林漁業者等が開発した商品等を展示・紹介し、商談等に結びつけ、さらにビジネスパートナーとのマッチングを行い、新たな商品の開発や取り組みを促進する県内開催の「農商工連携マッチングフェア」、山梨中央銀行が主催する東京での「食のマッチングフェア」(山女魚を活用したやまパン、山女魚のコンフィー、和紅茶、ゆず茶等)

○【B t o C】

道の駅とみざわでの「なんぶマルシェ」、甲府市内での「ふるさと特産品フェア」等に出展する小規模事業者に対し需要動向調査の必要性を説明し、小規模事業者が出品した商品・製品に対して来場する一般消費者や関係者(バイヤーなど)がどう感じるかについてアンケート調査等をする際に、当会において下記の支援を行う。

○調査方法：小規模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はマッチングフェアやマルシェ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)に出展者が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。

その結果を基に小規模事業者と現状の課題を把握し、必要に応じて山梨県や山梨県商工会連合会、ミラサボ等の専門家派遣等を活用し、販売戦略の見直しを行い、「売れる商品」になるよう、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(価格感、味・雰囲気などの好み、パッケージデザイン、商品の選定ポイント、商品への要望、商品の購買頻度、商品・役務の満足度等)
消費者アンケート 30人

バイヤー・メーカー等の生の声(商品の選定ポイント、商品ニーズ、価格感、商品への要望、商品の満足度、取引条件、製造業者の選定ポイント等) バイヤー10人

○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。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、事業計画策定等に活用する。

(目 標)

(単位：事業所)

支援内容	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
物産展等におけるニーズ調査支援事業者数	2	2	3	3	3

② 店頭等におけるニーズ調査 (新規事業)

巡回や窓口相談等を通じて需要動向調査の必要性を小規模事業者の説明し、小規模事業者が開

発した新商品・新役務を顧客がどう感じるかについて店頭等でモニタリング調査等をする際に、当商工会において下記の支援を行う。

○調査方法：地域資源を活用した新商品開発や新役務の開発、販路開拓を行う小規模事業者や、既存の商品等の改善により新たな販路を検討している小規模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利用し、小規模事業者や従業員により、店頭又は顧客情報から抽出した対象者を確認し、想定したアンケート回答者にもれがないようニーズ調査を実施する。(サンプル30人を想定)

経営指導員は、小規模事業者が実施した調査結果について集計・分析を行い(単純・クロス集計など)小規模事業者にとってわかりやすいように、グラフや図表を使った簡潔なレポートにまとめ、小規模事業者へフィードバックする。その結果を基に小規模事業者と現状の課題を把握し、必要に応じて山梨県や山梨県商工会連合会、ミラサポ等の専門家派遣等を活用し、販売戦略の見直しを行い、「売れる商品」になるよう、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、従来商品・他者商品との比較、商品・役務の満足度等、フリーアンサー)

調査項目については、小規模事業者の業種、規模、対象となる新商品・新役務で大きく異なるため、上記に係わらず小規模事業者と相談しながら必要とする最適な調査項目、調査方法を設定する

- ・調査対象：地域資源である甲州牛のこま切れ肉等を活用し、甲州牛レトルトカレー開発、南部茶を活用したフューバティ等の新商品開発、山女魚を活用した新商品開発、生姜を活用した新商品開発等、町内外へ販路を求める企業
- ・調査の方法：商工会が指定管理をしている「道の駅とみざわ」の、イベントテントを活用し、来場する人に試食販売会(テストマーケティング)を実施。
- ・調査項目：見た目、味、価格、パッケージデザイン、ブランド肉について、商品選定ポイント、商品への要望、他者商品との比較、商品の満足度等、に加え、町外へも販路を求めることからお住まい、年齢、性別など、フリーアンサー

地域内の顧客に対しての調査項目にプラスして調査を実施する

○提供方法：職員間で調査内容について情報を共有し、担当者が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小規模事業者に直接説明しながら手渡し、調査内容をフィードバックする。

(目標)

(単位：事業所)

支援内容	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
店頭等におけるニーズ調査支援事業者数	1	1	2	2	2

(2) 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

①統計資料や文献等による業種別・品目別の市場の把握（新規事業）

小規模事業者がターゲットとする市場の消費者動向や規模等を把握するために、経営指導員が総務省・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、小規模事業者の個社支援の際に必要なデータになるよう整理・分析する。

整理・分析した情報は個社支援の際に必要な簡潔なレポートに年1回まとめ、巡回時等に小規模事業者へ提供し、新商品開発や今後の事業戦略策定等に活用する。

○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収集し、5業種ごとに下記の収集項目について整理・分析を行い、地域の経済動向等を考慮し、小規模事業者ごとの規模や経営体力に添って、年1回簡潔なレポートにまとめ小規模事業者へフィードバックする。

○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、日経トレンドィ、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

○提供方法：職員が分析結果の情報を組織内で共有し、小規模事業者の対象者への巡回や窓口相談の時に調査結果レポートを直接配布するなどして説明、提供し、新商品開発のアイデアや今後の事業戦略策定等を一緒に検討する資料として活用する。

※(1)～(2)の調査について、需要動向調査の実施を支援するだけでなく、上記の調査項目について需要動向調査の手法を事業者へ提供し、次回から小規模事業者や家族、従業員が自ら需要動向調査を行えるように支援する。

(目 標)

(単位：事業所)

支援内容	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
業種別・品目別市場の把握 調査情報提供事業者数	4	6	6	8	8

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】

(支援に対する考え方)

展示会等を自前で開催するのは困難なため、各地で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客などきめ細かな伴走支援を行う。小規模事業者の新たな需要開拓に寄与するべく、B to B、B to C、山梨県内外、国内外を問わず、各種の需要開拓機会を掘り起こすとともに、それぞれの商談会、物産展、アンテナショップ等の販路開拓の情報を該当すると思われる小規模事業者へできるだけ早く提供し、当該機会への効果的な参画ができるよう準備する。また、参画後には消費者ニーズや需要動向など知り得た情報を活かし新たな需要の開拓につながるようフォローアップ支援する。

(現状と課題)

小規模事業者が販路開拓を行う際には、B to B、B to C、山梨県内外、国内外への数多くの販路開拓の機会が用意されているが、人材不足や資金不足、ITに関する知識が乏しい等の理由により小規模事業者が単独で広報戦力を取りづらく、思うような効果が得られていない。

当商工会では、「各種物産展」や「マッチングフェア」などの出展に際し、その募集や出展手続に係る申請書作成等にも苦慮していることから、出店に係る手続きや出展の際のFCPシートの作成支援や会場レイアウト等、小規模事業者にとって苦手な部分の支援をしてきた。

また、需要開拓手法の支援として、全国商工会連合会のSHIFTを推進しており日々の旬な情報発信や製品及びサービスの情報発信について支援している。

(改善方法)

山梨県商工会連合会やまなし観光推進機構等が実施している販路開拓事業等への参加企業の掘り起こしや、各種の需要開拓機会の創出に取り組むとともに、「やる気のある小規模事業者、取り組みの必要のある小規模事業者」の更なる掘り起こしを図るとともに、需要動向調査の実施や調査分析を活かした広報、展示会等出展、IT活用の3つの支援を中心に行うことで、効果的な新商品・新役務の開発支援等、小規模事業者の販路開拓を支援する。

(事業内容)

(1) 展示会・商談会出展支援 (既存事業改善)

【 B t o B 】

山梨県商工会連合会が主催し、山梨県、県内のすべての支援機関、金融機関が共催する「農商工連携マッチングフェア」等の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を行う事業) への参加、各種団体等が開催する展示会等の開催情報について、巡回、各種会議、ホームページ、メール、広報誌等で情報提供を行うことで町外での販路開拓を希望する事業者に

出展を呼びかける。

町外での出展を希望する小規模事業者に対して、申請支援及び出展前にレイアウト、商品構成、陳列、プレゼン、接客、アンケート、提供の仕方等について指導を行い、必要であれば専門家を派遣して支援を行う。事業主本人しかいないことで出展できないでいる小規模事業に対しても出展に前向きになるよう会場内での支援を行う。出店後は、出展したことで成果に繋がるよう、名刺交換、交換後の取り組み支援等を行う。

また、出展後はP D C Aサイクルを活用し、来場した消費者やバイヤーなどの意見について検証を行い、商品のブラッシュアップなど専門的な課題がある小規模事業所に対しては、専門家を派遣して課題の解決に向けた支援を行うなど、「売れる商品づくり」を行い、売上増加に向けた継続的な支援を行う。

①「農商工連携マッチングフェア」

山梨県の小規模事業者や農林漁業者等が開発した商品等を一堂に会し、県内外のバイヤー等を招待して開催するもので、小規模事業者自らが展示・試食等によって商品を紹介し、商談等に結びつけ、さらにビジネスパートナーとのマッチングを行い、新たな商品の開発や取り組みを促進する。

H30.1.月 来場者 569名 出展社 97社

町内出展事業者目標 1社 目標商談数：8社 目標商談成約数 1社

②「食のマッチングフェア」

県内の優れた農畜産物・食材、特徴的で魅力のある食品・特産品を扱う事業者が東京新宿の「京王プラザホテル」の会場において展示・試食等によって商品を紹介するもので、食品関係のバイヤーを招待し、商談と情報交換に繋げる

H30.7.20 来場者 1,100名 出展社 70社

町内出展事業者目標 1社 目標商談数：8社 目標商談成約数 1社

(目標)

(単位：事業所)

項目	直近年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
出展事業者数	1	2	2	2	3	3
商談成約数(商談数)	1 (10)	2 (16)	2 (16)	4 (20)	6 (30)	6 (30)

(2) ITを活用した販路開拓支援(既存事業改善)

【B to C】

全国商工会連合会が提供している、無料で手軽に作成することのでき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。(商工会の職員にも作成支援が可能。)

SHIFTの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経営指導員が継続して支援を行い、最新の情報発信できる体制づくりをサポートするとともに、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、SHIFTの活用による売上増加率2%アップを目指す。

(目標)

(単位：事業所)

項目	直近年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
講習会開催数 (SHFT)	2	2	2	2	2	2
SHFT 活用 HP 策定企業数	2	2	3	3	4	4
SHIFT の活用による売上増加率	0 %	2 %	2 %	3 %	3 %	3 %

(3) アンテナショップ等への出店による販路開拓及びブランド力向上支援 (既存事業改善)

【 B t o C 】

地域資源等を活用した特産品や新商品等の販路開拓を支援するため、山梨県商工会連合会が設置する、道の駅とよとみ、山梨市のほったらかし温泉内「いっぴんやまなしコーナー」、全国商工会連合会の「むらからまちから館」及び山梨県のアンテナショップ、日本橋にある「富士の国やまなし館」への出品を促し、多くの観光客・消費者等が商品を目にする機会を支援。

また、南部町総合計画において「資源活用と交流による魅力づくり」を目指し、基幹観光受発信施設の拠点として「地域特産品販売と都市住民との交流」を目的として商工会が指定管理を受けている「道の駅とみざわ」において、地域内の小規模事業者が地域資源を活用した特産品等や新商品等の販路開拓を支援するため「道の駅とみざわ」に「逸品南部コーナー」を設置し、多くの消費者（地元の消費者、観光客等）に商品を販売する機会とマーケティングリサーチする機会を提供、情報を集計・分析し、地域資源を活用した商品としてのブランド力を高めるため、小規模事業者に調査結果を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、新商品ブラッシュアップ等の支援を行う。

- ・道の駅「いっぴんやまなしコーナー」への出品 中央市
- ・道の駅とみざわ 南部町
- ・道の駅なんぶ 南部町 (H30.7.21 オープン)

(目標)

項目	直近年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
アンテナショップ等への参加企業数 (道の駅とみざわ・道の駅なんぶ含む)	6	7	7	8	8	9
いっぴんやまなし 目標売上高 (月：万円)	2	3	3	3.5	3.5	4
道の駅とみざわ目標売上額 (月：万円)	70	75	75	80	80	85
道の駅なんぶ目標売上額 (月：万円)	0	30	30	35	35	40

(4) マスメディア等の広報支援（既存事業改善）

【 B t o C 】

新商品・新役務を開発した商品や、地域内において創業した小規模事業者の新しい取り組み等について、山梨日日新聞、FM富士、YBSテレビ、テレビ山梨等のマスコミ及び地域コミュニティ誌に対して、記事として取り上げてもらうように、新商品・新役務を開発した商品や、地域内において創業した小規模事業者の新しい取り組み等をわかりやすく、画像等も入れながらプレスリリース等を作成し、情報提供と同時に取材の依頼を行う。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。

(目標)

(単位：事業所)

項目	直近年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
マスメディア等掲載事業者数	1	1	1	2	2	2
売上増加率	0%	2%	2%	3%	3%	3%

II. 地域経済の活性化に資する取組

(取組みに対する考え方)

本町においては、町の人口が平成30年4月には7,865人となった。このままでは南部町は平成52年に約4,100人弱まで落ち込むと推測され、「今の単位の地方自治体が、今のまま経営していたら潰れる」とした自治体に含まれていて、地域資源を活用した取り組みや農商工連携、六次産業化といった、自然も含め地域の資源を活用して企業の経営資源にするなど、農林漁業者の創業支援や企業等の新商品開発等による販路拡大や地域の自然や資源を活用した観光事業等、地域経済全体の活性化に繋げる取組みを行政や民間、各種団体等が力を合わせていく必要がある。

小さくても、また財政力がなくても、地域のコミュニティを活かす取り組みや、南部町に存在する自然、農林業などの地域の資源を活用して、新たな方法で地域を魅力的にし、産業を興し、若者が戻るような、新たな働く場所づくりへの取り組みが求められている。

「地域産業の振興と住民福祉の向上」を目的に設置された「道の駅とみざわ」における小規模事業者の販売品目等の増加と販売力の強化により、地域住民が気軽に立ち寄れる地域コミュニティの創出と町の巡回バス等と連携した買い物弱者対策を地域住民と行政、商工会、JA、小規模事業者で連携し、地域経済の活性化を図っていく。

今から2年後に開通予定の中部横断自動車道の開通を控え、商工会が指定管理を受け経営に携わっている「道の駅とみざわ」であるが、2年後の開通により車の流れは大きく変わり、利用客は激減することが考えられるが、小規模事業者や地域の農家の皆さんが販売できる場であり、どのようにすれば地域活性化の核として、役割を果たしていくことができるのか検討する時期になっている。

自然や地域の資源を活用して地域の魅力を高め、小規模事業者が経営資源とし、地域の中で活躍できるように支援していかなければならない。

(現状と課題)

平成24年に開通した新東名高速道路によって、静岡県新清水ICまで車で15分、さらに現在建設中の中部横断自動車道は2年後には全線が開通する見込みである。この開通により隣接する静岡市の中心部まで車で約30分、県都甲府市へも約50分となり、交通の利便性ははるかに高まる。

商工会では「道の駅とみざわ」の指定管理者として2期目である平成26年4月～平成31年3月まで町より委託され、地域の小規模事業者や農林漁業者の販路開拓の場所として年間1億5千万円ほどの売上があり、安定した販売場所となっている。

また、地域資源を活用して開発した山女魚の唐揚げを米粉のパンで包んだ「やまパン」や新茶の時期には南部茶の試飲会を実施、生姜の時期には生姜ジャムの試食販売会を実施するなど等、小規模事業者にとって身近で交通費がかからなく、多くの人が多方面から集まるテストマーケティングの場所として活用してきた。

しかしながら、中部横断自動車の開通によって「道の駅とみざわ」に隣接する国道52号線の利用客が減少することは予想でき、いままで通りの「食事の提供」「特産品の販売」といった施設の運営方法では、売上の維持は難しく、現状の従業員の雇用の確保ができなくなることが予想され、事業内容の改革を含めた事業計画づくりを行う必要がある。

一方、地域の商店や商店街は、地域住民の生活の場であるとともに、情報発信、憩いの場であったが、店主の高齢化等による撤退等、活力が低下し、地域での役割が果たせない状況であり、商店街の商店においては後継者が決まっていないところがほとんどで、事業を持続させていくことが難しく、近隣に食品や生活必需品を扱う店舗が減少し、日常の買い物に不便を感じている高齢者（買い物弱者）が増加している。

また、地域資源の活用、農商工連携、六次産業化等、自然も含め地域の資源を活用して企業の経営資源にしていく取り組みや、農林漁業者の創業支援等、行政と商工会、他の支援機関が連携して支援し、地域経済全体の活性化に繋げることができていなかった。

（改善方法）

地域振興事業においては、単発のイベントだけではなく地域資源を活用した、農林漁業者や企業の取り組み等、小規模事業者の地域経済の活性化に資する事業が求められている。

町の総合計画の中でも農業、林業、商工業等の各産業分野の連携と活性化策によって「資源活用と交流による魅力づくり」を図るとしており、中部横断自動車道が全面開通することで、他地域とのアクセスが向上し、産業の活性化を図るチャンスであることから、地域資源の活用、農商工連携、六次産業化等、自然も含め地域の資源を活用して企業の経営資源にしていく取り組みや、農林漁業者の創業支援等、行政と商工会、他の支援機関が連携して支援し、地域経済全体の活性化に繋げることが必要である。

商店街が抱える後継者不足による廃業への危機と身近な商店がなくなることで日常の生活に不便を感じている高齢者、中部横断自動車道の開通で利用客の減少が予想される道の駅とみざわの新たな取り組みが必要である。

道の駅とみざわの今の機能を活かしながら、地域住民が気軽に立ち寄れるような地域コミュニティの場所として活用することができるか、巡回バス等と連携した買い物弱者対策等を検討する。

（事業内容）

前述したように本町においては、町の人口が平成30年4月には7,865人となった。町内に産業等が少なく、南部町は平成52年に約4,100人弱まで落ち込むと推測されている。この通りにならないためにも、道の駅の果たす役割は大きく、雇用の確保、農作物等の販売、小規模事業者の販路開拓支援のためにも、生産物や土産品の販売だけではなく、内容も検討する必要がある。

「第2次南部町総合計画」における基本構想の中で町づくりの基本理念は①自然を生かす町②暮らしやすい町③郷土愛を育む町とし、将来像は「水と緑が溢れるふれあい豊かな町づくり」とし、産業では各産業分野の連携と活性化策を通して「資源活用と交流による魅力づくり」を目指している。道の駅がその役割を果たすことができるよう計画策定が必要である。

地域資源の活用、農商工連携、六次産業化等、自然も含め地域の資源を活用して企業の経営資源にしていく取り組みや、農林漁業者の創業支援等、行政と商工会、他の支援機関が連携して支援し、地域経済全体の活性化に繋げることができるよう支援を実施していく。

従来の内容に加え、商店街が抱える後継者不足による廃業への危機と身近な商店がなくなることで日常の生活に不便を感じている高齢者、中部横断自動車道の開通で利用客の減少が予想され

る道の駅とみざわの新たな取り組みが必要であり、需要調査等を行い、しっかりとした事業計画を立てる必要がある。

そのため全国商工会連合会の「小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業」のコミュニティビジネスの調査研究事業を申請し採択された。新たな「道の駅とみざわ」の役割について調査研究を行い、「道の駅とみざわ」地域活性化に向けて今後の役割について事業計画を立案する。

全国展開支援事業におけるコミュニティビジネス創出事業とは地域の課題（少子高齢化、人口の都市部偏在、過疎等により生じている諸問題）の解決に資する事業の計画立案に係る調査研究が対象である。

具体的には地域住民の利便性向上及び地域商店の販路拡大に繋げるため「道の駅とみざわ」内に、食品や生活必需品を販売するスペースを設け、地域住民の生活に必要な商品をワンストップで提供し、地域住民及び国道52号線利用者が活用する施設とする等、少子高齢化が進む中、「道の駅とみざわ」を「小さな生活の拠点」とし、宅配サービス、送迎サービス、買い物代行、買い物ツアー等の買い物弱者対策事業の一環として実施することが可能か調査研究を行う。

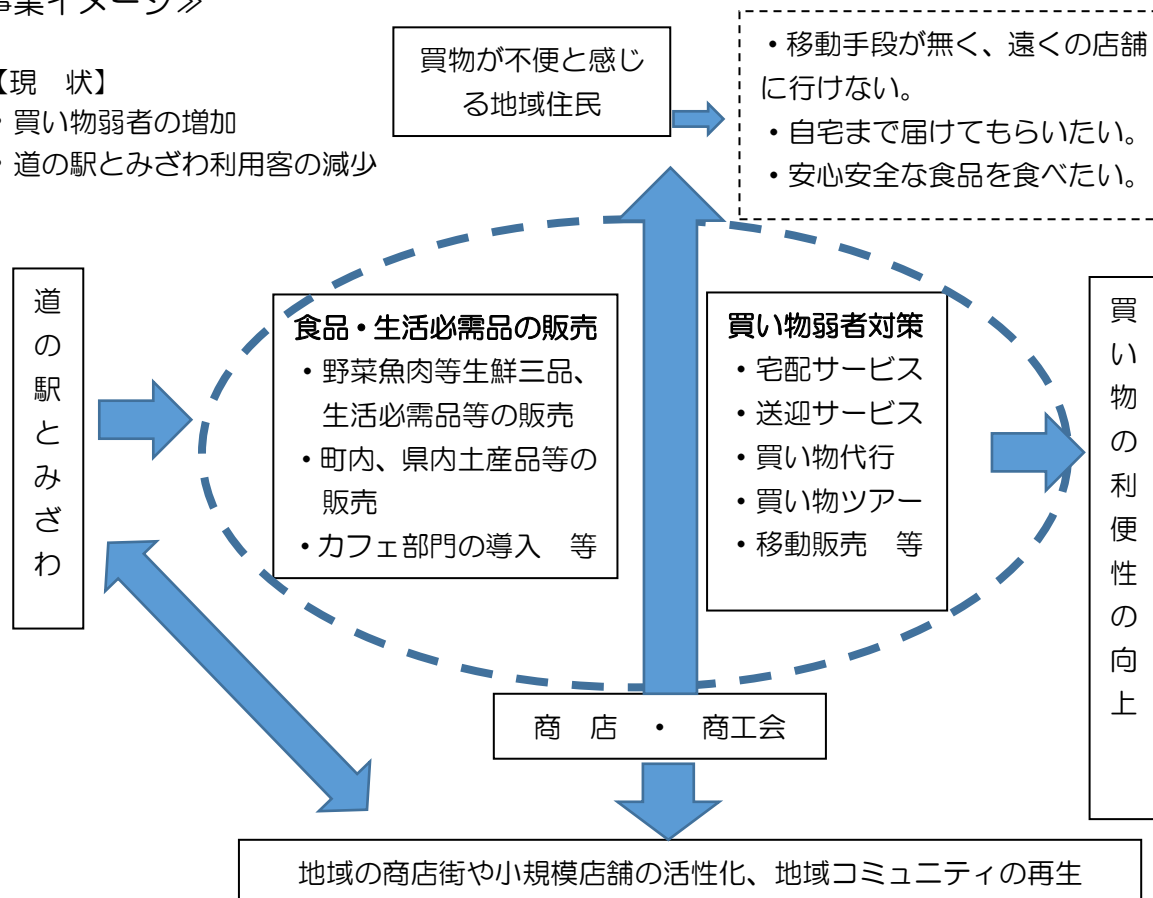
（事業経過）

平成29年11月に全国展開支援事業準備委員会を立ち上げ、平成30年度の全国展開支援事業の申請へ向け研究を進め、事業計画書の策定を行い、平成30年3月の申請を提出し、平成30年度採択された。平成30年6月より事業を開始し、調査研究を進めていて、平成31年2月事業を完了する。

《事業イメージ》

【現状】

- ・買い物弱者の増加
- ・道の駅とみざわ利用客の減少



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

(現状と課題)

現状、定期的な情報交換、支援ノウハウを研修する場として

- ①山梨県商工会連合会が主催する研修会や中小企業大学校への研修、他の機関が主催する各種セミナーへの参加であり、支援ノウハウの交換の場は年1回の「支援事例発表会」のみである。
- ②「峡南ブロック商工会連絡協議会」（峡南ブロック5商工会）は年1回であり、各種事業や補助金等に係る連絡会議となっていて支援ノウハウの情報交換はしていない。
- ③山梨県産業支援センター及びやまなし産業支援機構の担当職員との情報交換は随時必要な時に行われてきた。税理士等を含めた他の支援機関との情報交換の場として、小規模事業者に対する税務支援の内容を検討する「税務援助対策会議」（年1回）で会議のみであり、支援ノウハウの情報交換はしていない。
- ④日本政策金融公庫との「小規模事業者経営改善資金（マル経）協議会」（年1回）があるものの、地域動向や金融情勢、補助金等の情報交換が中心で、支援ノウハウ等の情報交換は行われていない。

(改善方法)

山梨県商工会連合会等が主催する各種セミナーへの参加や小規模事業者の支援事例を参考にするなど他の支援機関との情報交換を深め、各支援機関との会議や研修会等においては、支援力向上を意識した情報交換に心がけ、参加者が知り得た支援ノウハウ等は復命書添付の様式にて報告を行い職場内の情報の共有を図る。峡南ブロック連絡協議会を2回開催し、連絡協議ばかりではなく、小規模事業者の支援ノウハウの情報交換を行う。

また、管内の金融機関との「金融懇談会」を新たに設け、小規模事業者支援に関するノウハウ（含、金融支援）の情報交換を行うことにより、南部町内の支援機関が連携して支援能力の向上を図る。

(事業内容)

（既存事業改善）として、

- ①山梨県商工会連合会が主催する「経営指導員セミナー」、「技術向上セミナー」、「先進事例発表会」等で支援ノウハウについての情報交換を行い、他の商工会や支援機関による事例を含めた支援ノウハウの蓄積を進め、様々なパターンの支援ノウハウを習得する。
また、今年度から山梨県商工会連合会が作成する経営指導員による小規模事業者の支援事例集も参考にし、小規模事業者ごとの課題にあった課題解決へ向けた支援があれば担当指導員からさらに詳しい情報を得る。
- ②「峡南ブロック商工会連絡協議会」にて、小規模事業者の支援に関する情報交換を年2回実施し、小規模事業者の支援ノウハウの共有と習得を図る。
- ③山梨県産業支援センター、やまなし産業支援機構の担当職員と小規模事業者の個別案件の課題解決に向けた情報交換を実施し、支援策のノウハウを習得する。
町産業振興課の職員と小規模事業者向けの支援補助金や内容について情報交換を行う
- ④日本政策金融公庫との「マル経協議会」や管内の金融機関との「金融懇談会」、山梨県信用保証協会との「金融支援に関する情報交換」を開催し、小規模事業者の金融支援に関する支援ノウハウの向上を図っていく。

(目標)

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開催回数

年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
セミナー等参加	5 回	5 回	5 回	5 回	5 回
ブロック連絡協議会	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
県・他の支援機関等との情報交換	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
金融機関等との情報交換	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)

経営指導員等の資質向上については、主に山梨県商工会連合会の策定した「人材育成体系に基づく研修」や、中小企業大学校への経営指導員向け研修や及び中小企業基盤整備機構の「セミナー」への派遣、全国商工県商工会連合会の運営する「web 研修」の受講、外部の機関が開催するセミナー等への参加により、小規模事業者への支援ノウハウを蓄積してきた。

経営指導員等の資質向上は山梨県商工会連合会主導のもと実施している研修会への参加や、在籍歴に応じた中小企業大学校の研修の受講で行っており、知識レベルでの見識は深まるが、職員間における知識の共有や現場での応用には至っていない。

(今後の資質向上の方向性)

- ①経済動向や需要動向などの調査・分析能力
- ②小規模事業者の経営分析と調査した内容を基に小規模事業者の規模や経営体力に応じた事業計画の策定能力
- ③事業計画を実現するために必要な高度専門的な支援ノウハウなど小規模事業者を支援するための能力

(改善方法)

小規模事業者の支援方法については、まず職員間で検討し、高度専門的な助言が必要な時には専門家による支援を行い、OJT による資質の向上を図る。その支援ノウハウについてはデータベース化し職員全体で組織としての共有ができるようにする。

(事業内容)

(既存事業改善)

小規模事業者の現場における支援方法や内容を職員間にて、その都度検討し、専門家（中小企業診断士、税理士、社会保険労務士、弁理士など）から助言を得るなど、不足している支援ノウハウの向上や情報の共有化を図る（OJT を積極的に行っていく）。

これからの商工会職員として次の支援ノウハウも身に着け、企業支援と地域活性化に生かす。

- ・地域資源を活用した新商品開発と販路開拓の手法
- ・既存商品のブラッシュアップと販路開拓の手法

- ・就業規則や労働契約、働き方改革に対応する取り組み
- ・国、県の施策等の活用による企業支援や地域活性化の手法

また、山梨県商工会連合会やミラサポなどの専門家派遣事業による支援ノウハウについて、商工会組織として共有し、組織としての支援能力の向上を図る。中小企業大学校等の外部で開催される研修の受講も積極的に参加し、研修内容について共有を図っていく。

○小規模事業者に対する支援に際し、①経済・需要動向の調査と分析、②小規模事業者の経営分析（実態把握）、③それらの事業計画への反映、④専門家活用の有無を含めた支援方法など経営指導員同士で検討し、支援能力の向上を図る。

○山梨県商工会連合会やミラサポの専門家派遣事業の際、職員が同行して専門家の支援方法やノウハウを習得し、現在開催している2週間に一度の局長、指導員の定期ミーティング時に報告、意見交換を行うなど、組織的な支援体制を構築する。なお、一般論に留まらず、個々のケースに合わせた各論についての知識・経験を幅広く職員間にて次のように共有する。

- ・日々の企業支援の中で、職員に共有すべき支援内容がある場合は、その内容をレポートし、職員全体で回覧後、データベース化する。
- ・企業の支援を行った時には、支援書類等をスキャニングし本所サーバ内に「企業支援フォルダー」を作成し、保存をすることで、いつでも閲覧を可能にしておく。
- ・毎週月曜朝のミーティングで支援内容等について報告し、全職員間で共有を図っていく。

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・検証を行い、PDCAサイクルにより見直しを行うと共に、結果についてはホームページに公表し、地域の小規模事業者が常に関覧出来るよう評価書類を事務所に備え付け、その旨を当会総会資料に記載し周知する。

(1) セミナー・商談会・展示会等参加者への独自アンケートの実施

参加者への満足度アンケートを行い、事業評価の資料とし、事業の改善・見直しを行う。

(2) 外部有識者による評価及び見直し

外部有識者として南部町、中小企業診断士等の外部有識者による評価組織を新規に立ち上げ、毎年度、事業の実施状況・成果の評価について検証を行う。また、必要に応じて見直し案の提示を行う。

(3) 県の指導監査による評価・見直し

山梨県の指導監査により指導を受けた事項については、早急な改善や見直しを行う。

(4) 正副会長による評価・見直し

事業の実施状況、上記の成果の評価や見直し案の提示について、当会の正副会長に報告し承認を受ける。

(5) 事業の成果、評価及び見直し結果の公表

地域の小規模事業者が常に関覧出来るよう、事業の成果・評価・見直しの結果を当会事務所に備え付け、その旨を当会総代会資料及びホームページにて周知する。

(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

(30年11月現在)

(1) 組織体制

(実施体制)

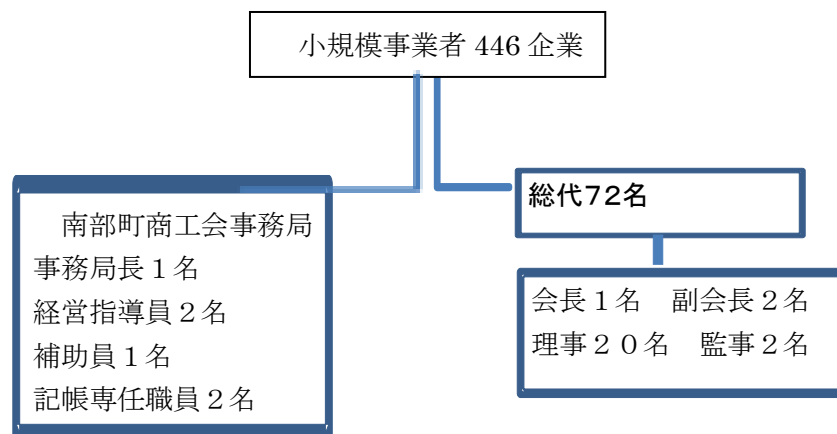
経営発達支援計画の事業を確実に遂行するために、事務局長をはじめ経営指導員、補助員、記帳専任職員等の全職員が経営発達支援スタッフとなり、推進していく。

2週間に1回の局長・経営指導員会議において事業計画の進捗状況の確認と問題点の洗い出しを行い、その結果を全職員で共有する。

商工会の組織体制

(役員) 会長 1名 副会長 2名 理事 20名 監事 2名 合計 25名

(事務局) 事務局長 1名 経営指導員 2名 補助員 1名 記帳専任職員 2名 合計 6名



(2) 連絡先

名 称	南部町商工会
住 所	〒409-2212 山梨県南巨摩郡南部町南部 8427-3
電 話 番 号	0556-64-2357
F A X 番 号	0556-64-3779
E - M A I L	nanbu@shokokai-yamanashi.or.jp
ホームページ	http://www.shokokai-yamanashi.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)

	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
必要な資金の額	2,000	2,100	2,200	2,300	2,400
経営動向調査 (専門家による分析)	240	240	240	240	240
経営状況分析 (専門家派遣)	120	120	120	120	120
事業計画策定支援 (創業塾を含む)	400	400	400	400	400
計画策定後の支援 (専門家派遣)	120	220	320	420	520
需要動向調査 (調査分析、資料購入)	120	120	120	120	120
需要開拓に寄与する事業 (展示会・物産展ほか)	100	100	100	100	100
地域経済活性化事業 (イベント開催)	900	900	900	900	900

(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

国県補助金、(伴走型小規模事業者支援事業)

町補助金、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
(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組み

連携者及びその役割

分類	機関名・代表者名・所在地・連絡先	連携事項・役割
行政	① 山梨県 知事 後藤 斎 山梨県甲府市丸の内 1-6-1 電話:055-223-1533	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供
	② 南部町 町長 佐野和広 山梨県南巨摩郡南部町福士 28505-2 電話：0556-66-2111	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供
上部団体	③ 山梨県商工会連合会 会長 中村 己喜雄 山梨県甲府市飯田 2-2-1 電話：055-235-2115	小規模事業者への各種施策支援及び情報提供で連携
公的支援機関	④ (公財) やまなし産業支援機構 理事長 一瀬 文昭 山梨県甲府市大津町 2192-8 電話：055-243-1888	小規模事業者への各種施策支援と情報提供
	⑤ 山梨県よろず支援拠点 (やまなし産業支援機構内) 電話:055-243-0650	小規模事業者の売上拡大など経営改善支援で連携
	⑥ 山梨県事業引継ぎセンター (やまなし産業支援機構内) 電話:055-243-1888	小規模事業者の事業承継支援で連携
	⑦ 山梨県中小企業再生支援協議会 (やまなし産業支援機構内) 電話:055-220-2977	事業再生支援で連携
金融機関等支援機関	⑧ 山梨県信用保証協会 会長 山下 誠 山梨県甲府市飯田 2-2-1 電話：055-235-9700	小規模事業者への金融支援及び情報提供
	⑨ 日本政策金融公庫 甲府支店長 江口朋之 山梨県甲府市丸の内 2-26-2 電話：055-224-5361	小規模事業者への金融支援及び情報提供
	⑩ 山梨中央銀行 南部支店長 丸山 修 山梨県南巨摩郡南部町南部 8322 電話：0556-64-3141	小規模事業者への金融支援及び情報提供
	⑪ 山梨県民信用組合 身延支店長 望月 郷 山梨県南巨摩郡身延町角打 3065 電話：0556-62-1125	小規模事業者への金融支援及び情報提供

連携体制図等

