

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	河口湖商工会(法人番号6090005004123)																																																																																																		
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日																																																																																																		
目標	<p>富士河口湖町と鳴沢村のそれぞれ中長期的な振興計画に基づき、以下の支援を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様化する企業環境に対応できる経営課題解決のための支援 ・富士山を中心とした地域特性を活かした地域活性化 																																																																																																		
事業内容	<p>・多様化する企業環境に対応できる経営課題解決のための支援 基本的な指針を含めながら、「VMD」、「おもてなし」など地域的な特色を持った内容で、小規模事業者の経営力向上を支援する。</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針】</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;"></th> <th style="width: 10%;">現状</th> <th style="width: 10%;">29年度</th> <th style="width: 10%;">30年度</th> <th style="width: 10%;">31年度</th> <th style="width: 10%;">32年度</th> <th style="width: 10%;">33年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>景況調査分析(回数)</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td>経済動向調査(事業者数)</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">15</td> <td style="text-align: center;">15</td> <td style="text-align: center;">15</td> <td style="text-align: center;">15</td> <td style="text-align: center;">15</td> </tr> </tbody> </table> <p>2. 経営状況分析【指針】</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 30%;">経営分析件数</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">-</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">36</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">44</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">52</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">60</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">68</td> </tr> </tbody> </table> <p>3. 事業計画策定【指針】</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 30%;">個別相談(件数)</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">-</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">20</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">20</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">20</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">20</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">20</td> </tr> <tr> <td>事業計画策定(件数)</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">24</td> <td style="text-align: center;">30</td> <td style="text-align: center;">36</td> <td style="text-align: center;">42</td> <td style="text-align: center;">48</td> </tr> <tr> <td>創業計画策定(件数)</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">12</td> <td style="text-align: center;">14</td> <td style="text-align: center;">16</td> <td style="text-align: center;">18</td> <td style="text-align: center;">20</td> </tr> </tbody> </table> <p>4. 事業計画策定後実施支援【指針】</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 30%;">事業計画策定後のフォローアップ(回数)</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">-</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">96</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">120</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">144</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">168</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">192</td> </tr> <tr> <td>創業計画策定後のフォローアップ(回数)</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">48</td> <td style="text-align: center;">56</td> <td style="text-align: center;">64</td> <td style="text-align: center;">72</td> <td style="text-align: center;">80</td> </tr> </tbody> </table> <p>5. 需要動向調査【指針】</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 30%;">ターゲット顧客ニーズ調査(企業数)</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">-</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">9</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">9</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">9</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">12</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">12</td> </tr> <tr> <td>業種別・品目別需要動向調査(企業数)</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">9</td> <td style="text-align: center;">9</td> <td style="text-align: center;">9</td> <td style="text-align: center;">12</td> <td style="text-align: center;">12</td> </tr> </tbody> </table> <p>6. 新たな需要の開拓に関する取組【指針】</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 30%;">VMD実施後の売上増加目標(年間)(千円)</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">-</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">300</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">600</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">900</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1,200</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1,500</td> </tr> <tr> <td>経営革新計画承認後の売上増加目標額(年間)(千円)</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">1,500</td> <td style="text-align: center;">1,500</td> <td style="text-align: center;">3,000</td> <td style="text-align: center;">3,000</td> <td style="text-align: center;">4,500</td> </tr> <tr> <td>ホームページ作成後の増加売上目標額(年間)(千円)</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">6,000</td> <td style="text-align: center;">6,000</td> <td style="text-align: center;">7,500</td> <td style="text-align: center;">7,500</td> <td style="text-align: center;">9,000</td> </tr> </tbody> </table> <p>・富士山を中心とした地域特性を活かした地域活性化 増え続けているインバウンド観光客に対して「おもてなし」を充実させ、観光客の満足度を上げ、地域活性化を図る。内容は(1)接客技術の向上、(2)サインや案内等のレベルの向上、(3)購買意欲喚起対策(電子決済の導入)である。</p>		現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	景況調査分析(回数)	-	4	4	4	4	4	経済動向調査(事業者数)	-	15	15	15	15	15	経営分析件数	-	36	44	52	60	68	個別相談(件数)	-	20	20	20	20	20	事業計画策定(件数)	-	24	30	36	42	48	創業計画策定(件数)	-	12	14	16	18	20	事業計画策定後のフォローアップ(回数)	-	96	120	144	168	192	創業計画策定後のフォローアップ(回数)	-	48	56	64	72	80	ターゲット顧客ニーズ調査(企業数)	-	9	9	9	12	12	業種別・品目別需要動向調査(企業数)	-	9	9	9	12	12	VMD実施後の売上増加目標(年間)(千円)	-	300	600	900	1,200	1,500	経営革新計画承認後の売上増加目標額(年間)(千円)	-	1,500	1,500	3,000	3,000	4,500	ホームページ作成後の増加売上目標額(年間)(千円)	-	6,000	6,000	7,500	7,500	9,000
	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度																																																																																													
景況調査分析(回数)	-	4	4	4	4	4																																																																																													
経済動向調査(事業者数)	-	15	15	15	15	15																																																																																													
経営分析件数	-	36	44	52	60	68																																																																																													
個別相談(件数)	-	20	20	20	20	20																																																																																													
事業計画策定(件数)	-	24	30	36	42	48																																																																																													
創業計画策定(件数)	-	12	14	16	18	20																																																																																													
事業計画策定後のフォローアップ(回数)	-	96	120	144	168	192																																																																																													
創業計画策定後のフォローアップ(回数)	-	48	56	64	72	80																																																																																													
ターゲット顧客ニーズ調査(企業数)	-	9	9	9	12	12																																																																																													
業種別・品目別需要動向調査(企業数)	-	9	9	9	12	12																																																																																													
VMD実施後の売上増加目標(年間)(千円)	-	300	600	900	1,200	1,500																																																																																													
経営革新計画承認後の売上増加目標額(年間)(千円)	-	1,500	1,500	3,000	3,000	4,500																																																																																													
ホームページ作成後の増加売上目標額(年間)(千円)	-	6,000	6,000	7,500	7,500	9,000																																																																																													
連絡先	郵便番号：401-0301 住所：山梨県南都留郡富士河口湖町船津2088-2 連絡先：河口湖商工会 指導課 赤池貞人 電話番号：0555-73-1122 ファクシ番号：0555-73-1123 メールアドレス：info@kawaguchiko.or.jp																																																																																																		

(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) 富士河口湖町と鳴沢村の現状

富士河口湖町は、平成15年11月15日に旧河口湖町、旧勝山村、旧足和田村の3町村が合併して誕生し、さらに、平成18年3月1日に旧上九一色村の南部区域が合併した町である。

日本のシンボルであり、世界文化遺産となった霊峰富士山の北麓に位置し、首都圏から100km圏内で、中央高速道富士吉田線の河口湖ICがある。

また、東名高速道路御殿場ICとは、東富士五湖道路を経由して利用ができる。さらに、JR中央線の大月駅から富士急行線が通っており、終点の河口湖駅がある。



緑豊かな自然と、山々に囲まれた青木ヶ原樹海に代表される森林と原野で覆われ、その間に火山噴出物で堰き止められた4つの湖、河口湖、西湖、精進湖、本栖湖があり、富士山の裾野には、青木ヶ原・富士ヶ嶺高原など、広漠とした日本屈指の景勝地を形成している。

富士箱根伊豆国立公園の地域にあり、原生林や草地からなる放牧場、高原野菜用畑地となっており、四季折々の美しい豊かな自然を求めて国内外から多くの人々が訪れる国際観光地である。多くの観光資源を有し、自然環境が豊かであり、定住希望者も多数いることから人口も遡増している。しかし、地域経済分析システムRESASの「人口マップ」をみると、2015年の25,662人をピークに、以降は減少に転ずる予測であり、今後は人口増加対策も必要である。

富士河口湖町の人口予想	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年
	25,662人	25,474人	25,120人	24,663人	24,084人

平成26年の経済センサス基礎調査によると、富士河口湖町の企業数は1,693であり、業種別の割合としては、観光関連業種（宿泊業、飲食業等）も多いが、町が誘致した企業もあるため、建設業や製造業も比較的多い。

小規模事業者については、製造業は、大手製造業者の取引先業者をはじめ金属電子部品加工組立・食品・石材・建具木工・畳・土産品・撚糸加工・プラスチック加工と幅広い。建設業は、公共事業に依存する割合が大きい。民間工事受注も増加傾向にある。宿泊・飲食業は、主にインバウンドの好影響を受けている。また、これらの業者と取引のある業者への波及効果も見られるが、大型ホテルの進出が相次いでおり、既存業者の対応が課題となっている。その他、商業は、経営者の高齢化・後継者不足・大型店出店等の影響で、既存商店の活力が低下している。

富士河口湖町の企業数 (下段：うち小規模事業者数)	全体	製造業	建設業	宿泊・飲食業	その他
	1,693	126	151	515	901
	1,239	105	144	405	585

(平成26年経済センサス基礎調査 参考表1)

町が平成25年に策定した、第1次富士河口湖町総合計画後期基本計画では、目標を「**商工・観光の振興した町**」とし、個性的で魅力的な商業空間づくりを目指している。

富士東部地区への観光客数	23年度	24年度	25年度	26年度
人数(千人)	9,830	11,737	13,325	13,869
増加率(%) (前年対比)	データなし	119.4	113.5	104.1

(「山梨県観光入込客統計調査結果」：山梨県観光部)

鳴沢村は富士河口湖町と同様に、全域が富士箱根伊豆国立公園内に位置し、大自然豊かな動植物の宝庫となっている。国の天然記念物に指定されている溶岩樹型や氷穴等、貴重な自然景勝地が村内には多く点在している。

これら豊かな自然を愛でるために、多くの観光客が来訪し、別荘地に移住してくる方々も増加傾向にある。

また、冬期には富士山麓に位置する人口スキー場を活用した誘客施策を図っている。

隣接する富士河口湖町から車で約10分であり、富士河口湖町と同様に首都圏への交通アクセスは良い。

平成26年の経済センサス基礎調査によると、山梨県の人口は5年連続で0.7%程度減少しているが、鳴沢村は観光地、別荘地として根強い人気があることもあり、概ね人口を維持している。

しかし、地域経済分析システムRESASの「人口マップ」をみると、富士河口湖町と同様に2015年の2,953人をピークに、以降は減少に転ずる予測であり、今後は人口増加対策がやはり必要である。



鳴沢村の人口予想	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年
	2,953人	2,900人	2,830人	2,740人	2,653人

平成26年の経済センサス基礎調査によると、鳴沢村の企業数は179であり、宿泊業、飲食業、製造業、建設業等も比較的多い。

小規模事業者については、製造業は、石材加工業者が多い。建設業は、大工が主であり、そのうち一人親方が多くを占めている。宿泊・飲食業は、学生等のスポーツ合宿、音楽合宿が主である。一般の観光客を対象とした飲食店等の観光関連業者は比較的堅調である。

また、農業も行われているが、農家数は後継者不足や農業従事者の高齢化などにより著しく減少している。地域の現状を見ると業として成立しない自家消費者も相当数いるものと推測できる。

鳴沢村の企業数 (下段：うち小規模事業者数)	全体	製造業	建設業	宿泊・飲食業	その他
	179	23	29	26	101
	125	16	29	19	61

(平成26年経済センサス基礎調査 参考表1)

村内にはもともと専業農家が多かったが、高度経済成長期を経て、高齢化も進んでおり、対策が必要である。村が平成24年に策定した鳴沢村第4次長期総合計画後期基本計画では、商業・工業及び農業振興に関しては、施策の内容が「**「河口湖商工会と連携して」**推進する」となっており、村と商工会が連携して小規模事業者の支援を実施する体制となっている。

鳴沢村の専業農家数の推移	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年
	198戸	174戸	128戸	97戸	89戸

(平成22年農林業センサス)

(2) 富士河口湖町と鳴沢村の産業別の現状と課題

①商業

富士河口湖町の既存の商店街は、店主の高齢化や後継者不足、駐車スペースの不足、大型店や富士吉田市などへの購買力の流出、コンビニエンスストアの多数進出などにより衰退し、商店数は減少傾向にある。商業環境の向上と回遊性を高めるための活性化について取り組んできたが、今後も商店街と連携を図り、活力に満ちた魅力ある商店街の形成や消費者との交流促進と、地域の特性を活かした商業の振興を図る必要性がある。

鳴沢村は、集客規模が小さいことや隣接する市・町に商業集積があることから、商業拠点は形成されていないため、国道沿いと集落内の小売店が商業を担っている。購買力の村外への流出が著しいため、住民の利便性を考える上でも商業の振興は重要な課題である。

②観光

富士河口湖町は、富士山登山の拠点として長い歴史を持ち、首都圏に一番近い美しい湖を擁する自然環境を活かした観光保養地として発展してきた。

近年、インバウンドが増加する中で、行政、事業者、地域住民が歩調を合わせて一体的に対応し、魅力ある観光施策を推進することにより、一層の観光交流人口の増加を図る必要がある。

鳴沢村には、「なるさわクリエーションパーク」を拠点に、ゴルフ場、スキー場、ハイキングコースや温泉施設などがあり、多くの観光客が訪れている。

富士五湖地域全体での観光が求められているのが現状であり、「何回も訪れたい観光地」を目指し、富士北麓地域のモデルコースの活用等、周辺観光施設と連携し、地域特性を活かした施策を展開する必要がある。

富士河口湖町・鳴沢村ともに、観光地・別荘地としての歴史は長く、「何もしなくても客が来る」という安易な考えの事業主も多い。富士山の世界文化遺産登録以降、「おもてなし」の重要性が認識されている中で、事業主の高齢化が進み、多くの事業所で後継者が不足しているため、今後は、事業の円滑な承継のための後継者の確保や、時代に合った施設の改修、接客対応の向上等、総合的な経営改善が大きな課題である。

③工業

富士河口湖町の工業は、電子・精密機械と食品加工が中心で、伝統的な地場産業としては、「大石紬」や「勝山スズ竹細工」が残されているが、事業所数はやや減少傾向にある。今後は、首都圏へのアクセスの良さや、自然環境を活かした企業の誘致活動を図る必要がある。また、立地特性の強みを活かした特徴ある産業振興施策が求められている。

鳴沢村の工業は、製造業事業所が19事業所あるが、出荷額は減少傾向にあり、地場産業の伸び悩みが課題となっている。今後は、一層の経営改善を推進するとともに、合わせて企業誘致を進め、産業振興施策に取り組んでいくことが求められている。

また、両町村の中小企業全般でみると、「ひと」、「もの」、「かね」、「情報」という経営資源が不足している。

2. 富士河口湖町と鳴沢村の産業振興に関する指針

(1) 富士河口湖町の産業振興に関する指針

富士河口湖町では、地域産業の状況に対応していくため、富士河口湖町第1次富士河口湖町総合計画後期計画（平成25年度～平成29年度）において、「明日へのびゆく産業を目指すまち」の実現を目指し、次の目標を掲げている。

1. 産業基盤が充実したまち（基本施策）労働対策の促進

(施策の内容)

(1) 企業誘致の推進

- ①当地区に進出する企業・事業所に対して支援する。
- ②企業・事業者へ町内居住者の雇用を要請する。
- ③立地可能性のある地域について、地元と協議しながら、企業誘致を進める。

(2) 魅力ある就労の場の確保

- ①若年層への就業の充実、雇用の促進を図る。
- ②パートタイマー労働者の安定労働条件の改善に向け、職業安定所や企業と連携し職業紹介体制や相談業務の充実を推進する。

2. 商工・観光の振興したまち（基本施策）商業の振興

(施策の内容)

(1) 魅力ある商店街の形成

- ①魅力的な商店街を形成するため、関連団体や関連機関などと連携し、活力づくりの検討、整備に努める。
- ②商工会との連携による既存商店会の振興を図る。
- ③商店街の相互協力体制の構築を図る。
- ④商業空間形成を推進するとともに、地域景観の調和や既存商業施設との共存を図りながら新規商業施設の誘致に努める。
- ⑤大型ショッピングセンターと既存商店の棲み分けを検討する。

3. 商工・観光の振興したまち（基本施策）観光の施策

(施策の内容)

(1) 観光拠点・施設整備の促進

- ①社会動向を踏まえ、地域・風土を活かした新しい観光資源の創出及び新しい観光拠点・施設の整備を行う。

(2) 観光イベントの推進

- ①イベントの連携共有化、既存イベントの内容充実、地域資源を活かした新イベントの企画を進める。

(3) 観光誘客宣伝の推進

- ①誘客促進のため、官・民一体となった観光誘客宣伝活動を推進する。

(4) 観光振興団体・人材育成の推進

- ①観光連盟・協会・組合の指導助言、観光サポーターの支援、育成を図る。

(5) ホスピタリティ（もてなし）の醸成

- ①来訪者に気持ちよく過ごしてもらうため、住民、観光事業者のホスピタリティ（もてなし）の醸成を図る。

(6) 観光情報提供の促進

- ①観光情報提供構想の推進、観光案内所の整備、電子情報システムの促進を図る。

4. 商工・観光の振興したまち（基本施策）工業の施策

（施策の内容）

（1）企業誘致の推進

①本地域に進出する企業・事務所に対して支援する。

（2）既存工業活性化の促進

①県、商工会などの関係機関・町内企業や事業所との連携により、既存工業の振興に努める。

（2）鳴沢村の産業振興に関する指針

鳴沢村では、鳴沢村らしさが光る賑わいのある村づくりに向けて、「鳴沢村まち・ひと・しごと創生総合戦略」（平成28年度～平成32年度）において、「鳴沢村の産業を育成し、雇用を創生する」ことを目指し、次の目標を掲げている。

（鳴沢村の第4次長期総合計画は、平成28年度が最終年度となっており、現在策定中であるため、本計画については、上記総合戦略に基づいたものとする。）

1.（基本施策）産業を育成し、雇用を創出する

（施策の内容）

（1）企業誘致等による雇用の創出

①企業誘致を実現するための調査研究を行う。

②県の支援を活用した企業誘致活動を実施する。

（2）村内産業の育成

①創業・企業の支援を図る。

②中小企業振興資金等利子補給。

③村内企業のマッチング及びコラボレーション商品の開発。

④農業者への各種補助及び助成の継続。

⑤農地の保全と活用。

⑥農産物加工の推進。

⑦有害鳥獣防除対策の推進。

⑧地熱エネルギー等の調査・研究。

3. 河口湖商工会の課題と中長期的な振興の取り組み

河口湖商工会は、上記計画に基づいた経営指導のほか、金融・経理・税務・労働などの経営改善普及事業を中心に行ってきた。しかしながら、小規模事業者の課題は多様化し、経営課題の根本的な解決や、経営の発達に直結する経営支援に至らないケースも多くなる傾向にある。そのため、当会として、富士河口湖町、鳴沢村の現状と課題を踏まえ、企業の経営発達に向けた支援体制を整備することが課題となっている。

そこで当会では、地域の強み・課題・まちづくりの方向性を踏まえ、山梨県、富士河口湖町、鳴沢村、地域金融機関、関係支援機関と連携し、小規模事業者の持続的発展に資する伴走型の支援体制を整備するとともに、個々の企業に合わせた事業計画策定や地域特性を活かした産業の活性化に向けた支援策の充実を図るものとする。

また、河口湖商工会は、地域総合経済団体として、「地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、合わせて社会一般の福祉の増進に資し、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。」と定款に定めている。

小規模事業者に対する中長期的な振興の大きな柱となるのは、小規模事業者の「経営力向上のための個別支援」と、地域の行政・支援機関と連携した「地域振興」であり、次のような中長期的振興に向けた取り組みを基本とする。

【中長期的な振興の取り組み】

(1) 小規模事業者に対する事業計画策定、需要開拓、経営継承等の経営力向上のための「きめ細やかな支援」の取り組み

- ①事業計画策定による経営者の意識改革と計画的な取り組みへの支援
- ②観光振興による経済波及効果としての販路開拓への支援
- ③個社の内部経営体質の強化のための経営資源を活用した効率的経営支援

(2) 河口湖商工会の支援体制の強化

- ①経営指導員をはじめ補助員、記帳専任職員の資質向上のための計画的な教育体制の整備と実践
- ②国、県、町村、地域金融機関と連携した、小規模事業者の持続的発展に資する伴走型支援体制の整備と経営計画策定や新たな需要開拓等に向けた支援の展開
- ③各種データを活用した経営支援マニュアルの構築とその活用

4. 経営発達支援事業の目標

上記の振興のあり方を踏まえ、河口湖商工会として5年間の事業期間を設けて、小規模事業者に伴走し、経営発達支援事業の効果的、効率的な実施を図る。

【具体的な目標】

- (1) 多様化する企業環境に対応できる経営課題解決のための支援
- (2) 富士山を中心とした地域特性を活かした地域活性化

【目標達成に向けた方針】

- (1) 多様化する企業環境に対応できる経営課題解決のための支援

- ①VMD推進による付加価値アップ。
 - ・視覚で訴える商品戦略（ヴィジュアル・マーチャンダイジング＝VMD）を積極的に推進し、付加価値を上げる。
- ②新製品開発・新役務の提供による付加価値アップ。
 - ・新製品開発や新役務の提供、また地域資源活用など経営革新計画承認なども含め、企業にとって新しい取り組みを行うことにより、企業力向上を図る。
- ③関係支援機関との連携及び異業種交流による製品・サービスの付加価値アップ。
 - ・建設業で遊休設備を使った農業進出などの例も散見されるため、関係機関と連携し、こうした異業種への進出を推進することで、企業の経営力向上を支援する。

- (2) 富士山を中心とした地域特性を活かした観光産業への支援の充実

- ①接客技術の向上
 - ・広域集団講習会等により接客・外国語会話も含めた接客技術の向上を図り、地域活性化を支援する。
- ②サインや案内等のレベルの向上
 - ・道路の看板なども近年は、「shiyakusho」という表記から、「city office」のように、外国人に通用する表記に変更している地域もある。河口湖商工会でも、小規模事業者の経営力向上のために、巡回支援、窓口支援や専門家派遣などを活用した広域的な対策を伴走型支援で行う。
- ③購買意欲喚起対策（電子決済等の導入）
 - ・近隣でも消費税免税販売制度を導入している大企業の売上は伸びている。インバウンド観光客からの要望が多い電子決済についても、小規模事業者は経営資源不足から導入している企業は皆無である。こうした要望に対して、広域での集団講習会の開催などにより地域活性化を支援する。

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

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》

これまで地域内の中小企業景気動向については、全国商工会連合会（以下「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、山梨県商工会連合会（以下「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について、調査結果を確認するのみで、定期的な情報提供は行わず、個々の事業者へのデータ提供も積極的に行ってこなかった。

《事業内容》

(1) 中小企業景況調査（四半期ごと）

今後は、中小企業景況調査については、調査結果を四半期ごとに業種ごとに整理・分析し、都度ホームページに掲載するとともに、各業種のレポートを既存事業者や起業家、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。また、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。

- ・調査対象：製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業
- ・調査項目：業況判断D I、売上高D I、採算（経常利益）D I、資金繰りD I、借入難易度D I、生産設備過不足D I、トピックス
- ・活用方法：地域内の調査結果を業種ごとに整理し、全国・県の調査結果と比較・分析する。分析結果は、地域の小規模事業者が見やすいようにレポートとしてまとめる。個々の事業者の経営状況と比較した現状把握や事業計画等に反映できる体制を構築する。
- ・提供方法：当会ホームページ及び広報誌に定期的に掲載し、情報提供を行う。また、職員が情報共有し、巡回や窓口相談の時に事業者へ直接配布を行う。

(2) 地域経済動向調査（県連と共同で年1回実施）

県連が新規で実施する地域経済動向調査に参画し、決算指導を行った事業所の決算データを収集・分析し、地域内事業者の売上額、営業利益率、所得額等の情報を巡回や窓口相談の折に情報提供し、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。

- ・調査対象：当会で決算指導を行った地域事業者
- ・調査項目：当会で決算指導を行った地域事業者の決算データを基に、集約したデータを業種ごとの売上額、営業利益率、所得額等の項目に分類・分析する。
- ・活用方法：調査結果を業種ごとに整理・分析し、地域小規模事業者の実態を把握し、地域事情に応じた経営計画の策定等に活用する。
- ・提供方法：当会ホームページ及び広報誌に定期的に掲載し、情報提供を行う。また、職員が情報共有し、巡回や窓口相談の時に事業者へ直接配布を行う。

(3) 山梨県観光入込客統計調査（山梨県産業労働部・観光部が年1回実施）

県が毎年実施する山梨県観光入込客統計調査のデータの提供を受け、富士・東部地域のデータを整理・分析し、ホームページに掲載するとともに、レポートを事業

者や企業者に対して、巡回や窓口相談の際に情報提供する。また、経営分析及び事業計画の策定等の参考資料として活用する。

- ・調査対象：県が毎年実施する山梨県観光入込客統計調査（県内で年間入込客数が1万人以上又は特定月で5千人以上の観光地点）
- ・調査項目：観光客実人数、延べ人数（月別、圏域別、市町村別、外国人）、観光消費額（県内総消費額、1人あたり消費額、消費額内訳等）、観光動態（居住地、性別、年齢、日帰り・宿泊の別、旅行目的、満足度等）
- ・活用方法：地域の小規模事業者が見やすいようにレポートを作成し、個々の事業者の経営状況と比較した現状把握や事業計画等に反映できる活用方法を構築する。
- ・提供方法：当会ホームページ及び広報誌に定期的に掲載し、情報提供を行う。また、職員が情報共有し、巡回や窓口相談の時に事業者に直接配布を行う。

※習得可能な実態把握手法は、事業者に提供し、新たな事業戦略策定等が出来る企業人材育成にも繋げる。

《目標》

（単位：項目毎に記載）

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
中小企業景況調査の分析回数	—	4	4	4	4	4
中小企業景況調査実施事業者数	13	13	13	13	13	13
地域経済動向調査の分析回数	—	1	1	1	1	1
地域経済動向調査実施事業者数	—	15	15	15	15	15
観光入込客統計調査の分析回数	—	1	1	1	1	1
観光入込客統計調査結果の公表先（企業数）	—	1,364	1,400	1,450	1,500	1,550

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

《現状》

これまで当商工会では、小規模事業者の経営状況等の実態について、巡回訪問活動や窓口支援時の際に随時、情報収集をしてきた。また、税務申告時に要請があった場合や、金融の相談がある場合、金融債務の返済条件変更の際などにのみ、決算書や申告書、また、簡単な計算から得られる分析手法によって、経営分析を行っていた。しかし、小規模事業者の個々の課題抽出や、適切な支援施策の紹介、課題解決のための支援までは繋がっていなかった。

《事業内容》

これからは、「商圈の狭い小規模事業者が商圈を拡大するにはどうすればよいのか。」「顧客の新たなニーズを掘り起こすには何が必要か。」「地域の変化や動向をどのように掴めばよいのか。」など、一步踏み込んだ経営状況の分析から事業計画策定支援までを一連して行うこととし、「受動型から提案型」へ転換した、きめ細かい伴走型支援体制を構築する。

また、

- (1) 財務系経営分析として、税務相談や金融相談以外でも窓口・巡回支援の際に、独立行政法人中小企業基盤整備機構がインターネット上に無料で公開している①

「経営自己診断システム」や②河口湖商工会がパソコンの表計算ソフトを使って独自に作成したプログラム、記帳・税務指導を行っている小規模事業者が利用している③「ネット de 記帳」の経営分析機能を利用して「財務系経営分析」を実施する。

(2) 非財務系経営分析として会社の経営理念や、事業主の事業に対する思い、会社の社会的責任のあり方、提供する製品やサービスのコンセプトなど、数値では表すことのできない部分をSWOT分析などの経営分析手法を活用して「非財務系経営分析」を実施する。

(1) 財務系経営分析

財務系分析として、財務の全般について分析し、事業計画策定の資料とする。

- ・分析項目：売上総純利益率、営業利益率、経常利益率、損益分岐点売上高、安全余裕率、限界利益率、固定比率、流動比率、固定長期適合率等
- ・活用方法：数年間の比較をすることで、小規模事業者の経営実態を把握するとともに、財務改善を支援し、健全経営や経営改善を推進する。
- ・提供方法：数値データ、グラフ等でわかりやすい情報にして、職員で情報共有し、窓口相談や巡回相談のときに直接提供する。

(2) 非財務系経営分析

非財務系経営分析として、財務資料以外の数値化できない部分を経営者に対するヒアリング等を通じて取りまとめて分析し、事業計画策定の資料とする。

- ・分析項目：SWOT分析、製品市場マトリックス、マーケティングの4P、ポジショニングマップ等
- ・活用方法：分析結果を見極めたうえで、理解度を深めて経営改善を推進する。
- ・提供方法：分析内容を項目ごとに整理して、職員で情報共有し、窓口相談や巡回相談のときに直接提供する。

《目標》

(単位：件)

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経営分析件数	—	36	44	52	60	68

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

《現状》

経営課題を解決し、持続的発展を図るためには、地域の経済動向や需要動向を見据え、経営分析結果を踏まえた事業計画を策定する必要があるが、そのような事業計画を策定している小規模事業者は少ないのが現状である。小規模事業者は日常の経営に追われ、事業計画を立てる余裕もないことが多いことから、計画的に事業推進が出来ていない。

当商工会では、金融機関で要請があった時や、金融債務の返済条件変更などの時のみ、事業計画の策定支援をしていた。いわば後ろ向きの支援であった。また、事業計画策定のスキルも低く、自信がない＝消極的のような傾向も見られた。今後は、経営指導員等のスキルアップ（後述）も図りながら、小規模事業者の事業計画策定を積極的に支援していく。

《事業内容》

(1) 既存事業者向け事業計画策定支援

小規模事業者に事業計画策定の必要性を認識していただくために、「事業計画策定セミナー」、「個別相談会」を開催する。セミナー等では前項「1. 地域の経済動向調

査」、「2. 経営状況の分析」や、後述「5. 需要動向調査」の結果をもとに、経済情勢や経営環境が変化する中で、計画的に事業展開しなければ安定した経営の持続は難しいことを意識してもらい、事業計画の策定に繋げる。

巡回相談や窓口相談、また、融資、税務支援・経理支援、経営革新支援等において、事業計画に基づく経営の重要性を啓蒙することにより、事業計画の策定に繋げる。

事業計画の策定支援にあたっては、経済産業省のミラサポ、山梨県商工会連合会の専門家派遣制度、公益財団法人やまなし産業支援機構のよろず支援拠点制度などを利用して、「税務」、「労務」、「特許」等の専門性を求められる案件にも対応する。

事業計画の実施にあたり融資を必要とする場合には、(株)日本政策金融公庫が実施する「小規模事業者経営発達支援資金」を活用する。

(2) 創業者（第2創業を含む）向け事業計画策定支援

山梨県内では、ほとんどの地域で人口減少が進み、事業主の高齢化も著しい。しかし、河口湖商工会地域はもともと観光地でもあり、来訪者ととも創業希望者も多いが、事業計画の曖昧さ等から、開業率は低迷している。そのため、本経営発達支援計画に基づく着実な支援を実施して、創業者に寄り添った伴走型支援を徹底し、創業計画の策定を支援する。

また、特定創業支援事業（富士河口湖町・鳴沢村主催＝産業競争力強化法に基づく認定特定創業支援事業）による「創業セミナー」や、認定支援機関等のシンクタンク等を活用しながら創業計画の策定を支援する。

《目標》

(単位：項目毎に記載)

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定セミナー開催回数	—	1	1	1	1	1
事業計画策定セミナー受講者数	—	20	20	20	20	20
個別相談会開催回数	—	1	1	1	1	1
個別相談会相談者数	—	20	20	20	20	20
事業計画策定件数	—	24	30	36	42	48
創業セミナー開催回数	—	1	1	1	1	1
創業セミナー受講者数	—	20	20	20	20	20
創業計画策定件数	—	12	14	16	18	20

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

《現状》

事業計画策定以前の段階で、事業計画策定支援まで進まないケースが多いのが現状である。また、事業計画を策定した事業者の計画の進捗状況の確認、フォローが十分に出来ていなかった。支援する側の経営指導員等のスキルの向上も課題である。

《事業内容》

(1) 既存事業者向け事業計画策定後の実施支援

事業計画策定後は、3ヶ月に1回、巡回・窓口相談等によるフォローアップを実施する。また事業計画の進捗状況を確認し、小規模事業者の持続的発展に必要な支援を実施する。

小規模事業者は経営資源が少ないため、計画の進捗状況を確認することによって注力すべき施策を明らかにし、少ない経営資源を有効に活用していくよう支援する。

事業計画の進捗状況を確認した結果、課題が生じていた場合は、課題の解決策、解決策の根拠、元々の計画に無理がなかったか、診断項目が適正か、改善計画の骨子・中期収支計画・中期財務計画・キャッシュフロー計画などとの整合性などを検証する。

検証の結果、事業計画の修正（課題解決）に専門性が求められる場合は、経済産業省のミラサポ、山梨県商工会連合会や、公益財団法人やまなし産業支援機構の専門家派遣制度を活用する。

事業計画の実施にあたり融資を必要とする場合には、(株)日本政策金融公庫が実施する「小規模事業者経営発達支援資金」を活用する。

これら一連の支援により、事業者自身が事業計画を管理し、会社をマネジメントする力、また、補助金・助成金を獲得する力をつけ、強い小規模事業者を輩出する。

(2) 創業（第2創業を含む）計画策定後の実施支援

創業計画策定後は、3ヶ月に1回、巡回・窓口相談等によるフォローアップを実施する。創業計画の進捗状況を確認し、創業者の持続的発展に必要な支援を実施する。

創業者は経営資源が少ないため、計画の進捗状況を確認することによって注力すべき施策を明らかにし、少ない経営資源を有効に活用していくよう支援する。

河口湖商工会地域は元々観光地でもあり、創業希望者も多いが、計画の曖昧さや、冬期に客足が減少するという実情を考慮しない計画が多く、これが事業継続の低迷を招いている一つの要因でもある。

創業者や第2創業者のフォローアップを着実にを行い、創業者等の「右腕」となり、計画の見直し、再設定を伴走型支援により着実に実行し、創業計画を軌道に乗せ、経営力向上を図る。

創業計画の進捗状況を確認した結果、課題が生じていた場合は、課題の解決策、解決策の根拠、元々の計画に無理がなかったか、診断項目が適正か、改善計画の骨子・中期収支計画・中期財務計画・キャッシュフロー計画などとの整合性などを検証する。

検証の結果、創業計画の修正（課題解決）に専門性が求められる場合は、経済産業省のミラサポ、山梨県商工会連合会や、公益財団法人やまなし産業支援機構の専門家派遣制度を活用する。

また、創業計画策定企業が、計画の実施にあたり融資を必要とする場合には、(株)日本政策金融公庫が実施する低利融資「小規模事業者経営発達支援資金」を活用する。

この地域に合った内容でフォローアップ支援をすることで、創業者の開業後の資金的、精神的な不安を取り除き、安定した経営に繋げる。

《目標》

(単位：項目毎に記載)

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定後のフォローアップ対象件数	—	24	30	36	42	48
事業計画フォローアップ支援(回数)	—	96	120	144	168	192
創業計画策定後のフォローアップ対象	—	12	14	16	18	20

象件数						
創業計画フォローアップ 支援（回数）	—	48	56	64	72	80

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

《現状》

事業者が自らの新商品・役務を販売する際には、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、調査を実施していないのが現状である。

今後は、需要動向調査の必要性を説明し、事業者が需要動向調査を行う際には当会で積極的にサポートを行い、新商品・新役務の市場ニーズの把握を行う。

《事業内容》

- (1) 特定個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
(ターゲット顧客のニーズ調査)

事業者が販売する商品（製品）又は役務の提供（新商品（新製品）又は新役務の提供を含む）について、既存顧客もしくは新規顧客がどう感じるか、モニタリング調査等をする際に、当会において下記の支援を行う。

- ・調査項目：ターゲットとなる顧客の生の声（商品・役務の満足度、価格感、味・雰囲気などの好み、従来商品・他者商品との比較等）
- ・調査方法：アンケート又はヒアリングシートの内容に沿って、3業種（商業・観光・工業）で3社を対象に調査する。

○店頭調査（事業所内での調査）

上記の調査項目を元に当会が作成したシートで、事業者が普段の経営の中から顧客に対して店頭（事業所内）でモニタリングし、1商品に対し10件を目標にその場で、味や雰囲気、好みなどをヒアリングして調査する。

○展示会・物産展等での調査

商品（役務の提供）購入者に対してアンケートやヒアリング調査を行う場合は、商品（役務の提供）の選定ポイント、改善項目について1商品に対し10件を目標に調査を行う。

- ・活用方法：調査結果を商工会でとりまとめて分析し、事業者へフィードバックを行う。また必要があれば専門家派遣、経営指導員による販売戦略見直し、商品開発、事業計画策定に活用する。
- ・提供方法：分析内容を項目ごとに整理して職員で情報共有し、窓口相談や巡回相談のときに直接事業者へ提供する。

- (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

新商品開発や事業戦略策定を目指している事業者が定期的に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、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・分析した情報は年1回程度簡潔なレポートにまとめ、巡回時に対象とする事業者へ提供し、今後の新商品開発や事業戦略策定等の資料に活用する。

- ・調査項目：下図のとおり

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、日経テレコム、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

- ・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、3業種（商業・観光・工業）ごとに上記項目について整理・分析を行い、年1回程度簡潔なレポートにまとめ事業者へフィードバックする。
- ・活用方法：経営指導員が業種ごとに情報を集約したものを対象とする事業者に、フィードバックし、新商品開発のアイデアや今後の事業戦略策定等を検討する資料として活用する。
- ・提供方法：職員が分析結果の情報を共有し、対象者への巡回や窓口相談の時に調査結果レポートを直接配布するなどして提供する。

※習得可能な実態把握手法は、事業者に提供し、新たな事業戦略策定等が出来る企業人材育成にも繋げる。

《目標》

(単位：項目毎に記載)

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
ターゲット顧客のニーズ調査（個社支援数）	—	9	9	9	12	12
業種別・品目別需要動向調査（個社支援数）	—	9	9	9	12	12

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》

これまでも、小規模事業者の販路拡大や売上向上のための情報提供、セミナー開催や専門家派遣による支援を行ってきたが、顧客数及び売上額の増加等の需要開拓には至らなかった。

《事業内容》

今後は、専門家等と連携し、事業計画の策定を支援するとともに、需要開拓に対する効果を上げるため、展示会への出店支援やPR機会の提供による販路開拓支援、また、インターネットの活用やインバウンドの受入体制の支援を行う。また、観光客に向けた新たな特産品、オリジナル商品の開発や販売による新たな需要開拓等の支援を行う。

さらに、今までの取り組みに加え、経営資源の乏しい小規模事業者の伴走型支援として、需要動向や経済動向を把握し、分析し、河口湖商工会地域の現状に合わせた需要開拓、事業計画等の策定を行い、得られた情報やデータを活用する（小規模事業者の持続的発展に役立つように利活用する）。

【目標達成に向けた内容】

(1) 多様化する企業環境に対応できる経営課題解決のための支援

①VMD推進による付加価値アップ。

VMDとはヴィジュアル・マーチャンダイジング=Visual Marchan-Dising=視覚で訴える商品戦略=であり、これにより購買意欲をかき立て、購買行動に結びつけ、売上増加、利益増加から小規模事業者の経営力向上を図る。

レストランのメニュー表の中で写真が一番大きく、しかも美味しそうに写っているもの（「シズル感=食欲や購買意欲を刺激するような臨場感」のある写真など）をよく見かけるが、このように大きく目を引く製品（商品・サービス）が一番良く売れているということが多いが、小規模事業者は、経営資源や経営情報の乏しさなどの理由から、こうしたことが実現できていないところが多い。

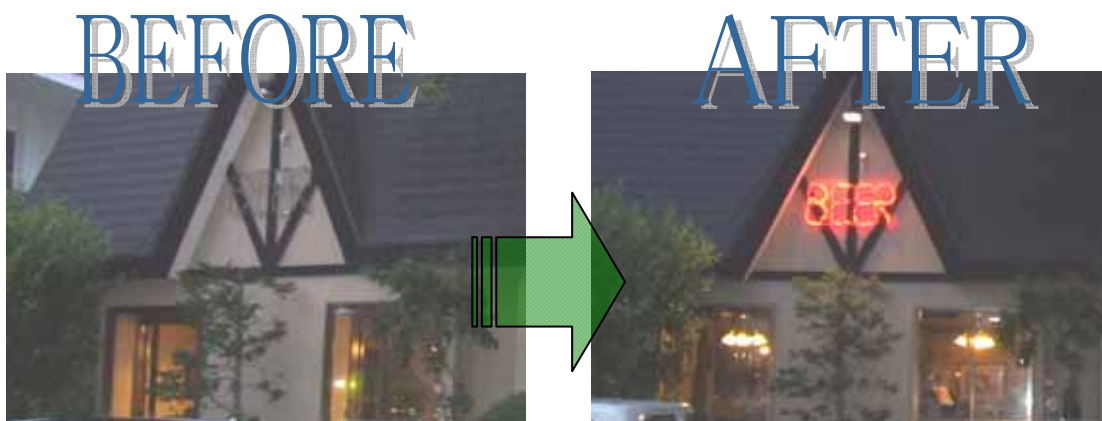
そのため、窓口相談や巡回支援の際に事業主にヒアリングを行い、専門家を派遣するなどしてVMDを実施し、企業力向上を図る。

具体的には、窓口支援・巡回支援によるヒアリング等、通常の企業支援の中から当初は1年間で3件程度のVMD実施事業者輩出を目標とする。

シズル感のある写真の例



(飲食店【居酒屋】のヴィジュアル・マーチャンダイジングの実例)



②新製品開発・新役務の提供による付加価値アップ。

「良い製品を作っているのに、経営資源の乏しさ故に売上が伸びていない」というような小規模事業者には「経営革新計画承認」支援を行い、対銀行・対他企業等第三者の評価を上げることにより信用力向上に繋げ、企業力向上を図る。また認定に伴う地域資源活用も推進し、企業力向上を図る。

具体的には、窓口支援・巡回支援によるヒアリング等、通常の企業支援の中から、当初は1年間で5件程度の「経営革新計画承認」事業者輩出を目標とする。

③関係支援機関との連携及び異業種交流による製品・サービスの付加価値アップ。

2020年の東京オリンピックを控え、一部業者の中には、多忙なところもあるようだが、当地域の小規模事業者の多くは、それほど売上も上がらず、遊

休設備を使って農業への進出を試みている事業所も散見される。

こうした「新分野進出」などに興味をもつ企業も多いが、農業と商工業では監督官庁が違うために、窓口や支援メニューも違うなど、異業種交流にはある程度の「障害」がある場合もある。

そこで、関係支援機関との連携を深め、異業種交流の際にも「ワンストップ化」を計り、地域の小規模事業者が異業種に参入する際の障壁をできるだけ低くして、異業種交流による製品（サービス）の開発・付加価値化を促進し、企業の経営力向上を支援する。

具体的には、窓口支援・巡回支援によるヒアリング等、通常の企業支援の中から、当初は1年間で3件程度の異業種交流実施事業者排出を目標とする。

(2) その他の支援対策

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り組み等についてピックアップし、山梨日日新聞、YBSテレビ、UTY等のマスコミに対して、初年度は1年間に2件を目標に記事として取り上げてもらうように情報提供を行う。

② 展示会・商談会出店支援

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、広報紙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、プレゼン方法、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、売り上げ増加に向けた継続的な支援を行う。

初年度は1年間に3件を目標に各種展示会への出店を支援する。

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、当地域にある「道の駅かつやま」、「道の駅なるさわ」に特産品コーナーを設置し、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ともに、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。

初年度は1年間に10品目を目標にアンテナショップへの出店を支援する。

④ ITを活用した販路開拓支援

全国商工会連合会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も職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み、初年度は1年間に12企業を目標に「SHIFT」によるホームページを作成し、経営力向上を支援する。

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ことで、経営力向上を支援する。

初年度は1年間に2企業を目標にアンテナショップへの出店を支援する。

⑤その他の取り組み

販路開拓関連の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。初年度は1年間に16企業を目標に専門家派遣を通じた、小規模事業者の経営力向上を支援する。

《目標》

(単位：項目毎に記載)

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
VMD実施事業者数	2	3	6	9	12	15
VMD実施後の売上増加目標 (年間) (千円)	調査なし	300	600	900	1,200	1,500
経営革新計画承認事業者数	2	3	3	6	6	9
経営革新計画承認後の売上増加 目標 (年間) (千円)	調査なし	1,500	1,500	3,000	3,000	4,500
異業種交流実施事業者数	-	3	3	4	4	5
異業種交流実施による 成約企業数	-	6	6	8	8	10
異業種交流実施による売上増加 目標 (年間) (千円)	-	1,800	1,800	2,400	2,400	3,000
マスメディア等への掲載件数	-	2	2	3	3	4
マスメディア等への掲載による 売上増加目標 (年間) (千円)	-	1,000	1,000	1,500	1,500	2,000
展示会・商談会出展者数	-	3	3	4	4	5
展示会・商談会出展による 成約目標 (企業数)	-	6	6	8	8	10
展示会・商談会出展による 増加売上目標額 (年間) (千円)	-	6,000	6,000	8,000	8,000	10,000
道の駅等への取扱商品数	-	10	10	15	15	20
道の駅等への出店による増加売 上目標額 (年間) (千円)	-	1,000	1,000	1,500	1,500	2,000
I T活用販路開拓支援による ホームページ作成企業数 (件数)	6	12	12	15	15	18
ホームページ作成後の増加売上目標 額 (年間) (千円)	-	6,000	6,000	7,500	7,500	9,000
ニッポンセレクトの登録事業者数	-	2	2	3	3	4
ニッポンセレクトの登録後の増 加売上目標額 (年間) (千円)	-	2,000	2,000	3,000	3,000	4,000
専門家派遣件数	16	20	24	28	32	36

II. 地域経済の活性化に資する取組

《現状》

当該地域では、「世界文化遺産富士山を有する町村」として、地域内の各種機関や団体が様々な活性化策を展開してきたが、近年は交通状況や消費の多様化などにより、成果に繋がっていない様子が伺える。

《事業内容》

地域の関係者が方向性を共有し、増加が顕著であるインバウンドへの「おもてなし」を充実させ、地域活性化を推進する。

河口湖商工会としては、今まで個々に行ってきた外国人対応も活かしながら、今後益々増えてくると見込まれるインバウンドに対して、統一した「おもてなし」で対応

することで、訪日の満足度を上げ、リピーターを増やすなどして、地域活性化を推進する。

具体的には、(1) 接客技術の向上、(2) サインや案内等のレベルの向上、(3) 購買意欲喚起対策（電子決済等の導入）を重点的に実施する。

また、2020年の東京オリンピック時には、訪日外国人が4,000万人を越えると見込まれており、しばらくは増加の傾向が続くと予想されるため、観光客に対する「おもてなし」が大切なポイントとなっている。こうした商機を的確に捉え、小規模事業者を支援する。

(1) 接客技術の向上

接客技術の向上には、小規模事業者を横断的に網羅する（適切な講師による）集団講習会などが考えられる。河口湖商工会では、こうした講習会を年に1回以上定期的に行い、接遇・外国語会話も含めた接客技術の向上を図るとともに、地域活性化をバックアップする。

具体的には、富士吉田商工会議所・西桂町商工会・南都留中部商工会で広域事業として年一回開催している理容講習会に、接客技術の内容を追加する、また河口湖商工会が旅館業を対象に年一回程度開催している接客技術向上講習会の対象者を拡大して、地域小規模事業者の接客技術の向上を図る。

(2) サインや案内等のレベルの向上

道路の看板なども、近年は「shiyakusho」という単なるローマ字表記から、「city office」のように、外国人が理解できる表記に変更している地域もある。国際観光地として通用するインフラ整備をすることで、観光地としてのレベルが向上し、観光事業者の国際化に対する意識も高まることにより、インバウンドの受け入れ体制の強化に繋がる。このため、事業者の意見を集約して、設置者である、国土交通省、山梨県、富士河口湖町、鳴沢村に段階的に提案を行う。また、事業者が設置している看板の質の向上を図るための支援を行う。

具体的には、事業者に対し「世界遺産の地域に相応しいサイン」についての研修会を専門家派遣事業の活用により、年1回程度開催して、サインに対する意識の向上と意見の集約を行う。これらを基に行政側に提示していくとともに、事業者の看板の質の向上を図っていく。

(3) 購買意欲喚起対策（電子決済等の導入）

インバウンド観光客が目立って増えてきたことで、河口湖商工会では、平成26年8月、「消費税免税販売制度」について、集団で講習会を実施したが、小規模事業者には、やはり経営資源が不足しており、その後、導入したのは東証一部上場企業など、大企業のみであったため、今後は小規模事業者が取り組める内容で支援する。

具体的には、宿泊・飲食業やその他（小売業）者（合計1070社）に対して、年一回程度、地方銀行（山梨中央銀行）や民間企業の決済システムを活用した電子決済導入による販売額増大対策を案内し、経営力向上を支援する。

いずれの場合も、将来的にスマホのアプリやFacebook、LINE、などのSNS（ソーシャル・ネットワークキング・サービス）等で、「外国人対応」について便利な機能が増えてきた場合は、適宜活用していく。

また、これらの有機的な連携を図ることで、地域経済の活性化を推進する。

《目標》

(単位：項目毎に記載)

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
接客技術の向上 (講習会開催回数)	2	4	4	6	6	8
接客技術の向上 (講習会受講者数)	30	40	50	50	60	60
サインや案内等のレベル の向上(支援者数)	-	40	60	80	100	120
購買意欲喚起対策(電子決済等の導入)(支援者数)	-	1,070	1,080	1,090	1,100	1,110

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》

山梨県では、中小企業の経営革新を支援するため、商工団体や金融機関など、関係機関（やまなし産業支援機構、山梨県中小企業団体中央会、甲府商工会議所、富士吉田商工会議所、山梨中央銀行、山梨信用金庫、都留信用組合、山梨県民信用組合、山梨県産業支援課、及び山梨県商工会連合会）が協同・連携する「中小企業サポート連携拠点」を設置している。

「中小企業サポート連携拠点」は、それぞれの機関が有する支援ノウハウや、国の支援制度等の効果的な活用、専門家チームの派遣等を通じて、新商品開発、販路開拓、経営革新等の諸課題を解決するための、きめ細やかな支援を行っている。

具体的には、

- ・新しい商品や新たな技術の開発へのチャレンジ
- ・新事業への参入や創業
- ・地域の特産品を活用した取り組み
- ・新事業のための連携事業
- ・販路の拡大
- ・事業の承継

など経営者が抱える課題に対し、連携協働して中小企業を支援している。

郡内商工連絡協議会（郡内地域の商工会と商工会議所で組織する任意団体）では、所属する商工会の経営指導員と（株）日本政策金融公庫職員による「マル経協議会」を年一回程度開催し、金融の情報交換と地域経済の情報交換を行う。

また、東京地方税理士会大月支部とも、連携を強化し、税制改正や税務対策等について年に一回程度情報交換を行う。

《事業内容》

(1) 中小企業サポート連携拠点の有効活用

地域の実情を把握するため、中小企業サポート連携拠点との関係を強化し、できるだけ正確な情報を把握して小規模事業者の経営支援を行うことで、経営力向上につなげる。

具体的には、中小企業サポート連携拠点構成メンバーが年1回程度、一堂に会し、情報交換することで、地域の現状を把握し、またお互いの支援ノウハウを共有することで、小規模事業者の経営力向上につなげる。

(2) 「郡内商工連絡協議会」との連携

地域の実情を把握するため、山梨県郡内地方の商工会・商工会議所で構成している「郡内商工連絡協議会」の会議を年4回程度開催し、経営指導員を中心にした情報交換・意見交換を行う。

(3) (株) 日本政策金融公庫との連携

地域の実情を把握するため、(株) 日本政策金融公庫甲府支店との連携を強化し、公庫甲府支店職員との「マル経協議会」を年1回程度開催し、金融及び地域経済などの情報交換を行い、小規模事業者の支援や経営力向上につなげる。

(4) 東京地方税理士会大月支部との連携

地域の実情を把握するため、東京地方税理士会大月支部との連携を強化し、税制改正や全国の小規模事業者の動向把握、また税務対策についての会議を年1回程度開催して情報交換を行い、小規模事業者の支援や経営力向上につなげる。

《目標》

(単位：回数)

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
中小企業サポート連携拠点との情報交換・意見交換 (開催回数)	—	1	1	1	1	1
郡内商工連絡協議会での 情報交換・意見交換(開催 回数)	4	4	4	4	4	4
マル経協議会での情報交 換・意見交換(開催回数)	1	1	1	1	1	1
東京地方税理士会大月支 部との意見交換・情報交換 (開催回数)	—	1	1	1	1	1

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

《現状》

経営指導員研修は、全国商工会連合会、山梨県商工会連合会や、独立行政法人中小企業基盤機構において各種研修等が実施され、参加はしているが、職員間の情報共有がなされていない。

《事業内容》

今後は、こうした研修に参加するだけでなく、職員間で情報の共有化を図り、小規模事業者の支援体制、教育体制を構築する。

また、WEB研修も組み合わせ、多様化する要望に対応出来る体制をつくる。

加えて、職場内でもOJTやOFF-JTを活用して、多様化する小規模事業者の要望に対応出来るスキルを学ぶ。

また、学んだことを定期的な打ち合わせ(理事会等を含む)などを利用して役職員で情報共有し、小規模事業者の支援に役立てる。

なお、人事交流による資質バランスの崩壊を防ぐため、共有された情報は、職員全員が閲覧出来る環境(パソコンのデータ、紙媒体等)をつくり、保存する。

- (1) 経営の多様化に伴い、小規模事業者が経営指導員に対して求める内容も多様化しており、経営支援をする上で経営指導員が求められるスキルを効果的に習得することが重要な時代になってきている。
そこで、経営指導員は、山梨県商工会連合会や全国商工会連合会が開催する経営指導員研修会（職種別研修・業種別研修・経営革新研修・総合研修）や、中小企業基盤整備機構（主に中小企業大学校で実施）が実施する各種研修会に参加し、小規模事業者の経営改善・経営革新計画策定支援能力の向上を図る。
- (2) 補助員、記帳専任職員においても、山梨県商工会連合会が開催する職制別研修会（職種別研修・業種別研修）に参加し、小規模事業者の売上や利益の確保を重視した支援能力の向上を図る。
- (3) 経営指導員等WEB研修（<http://www.skillupseminar.com/>）や中小企業基盤整備機構の「ちょこっとゼミナール」（<http://chokozemi.smrj.go.jp/>）などのWEB研修も組み合わせ、多様化する要望に対応出来る体制をつくる。
- (4) 専門家を小規模事業者に派遣する際、経営指導員を中心とする該当職員は必ず同行し、専門家の指導・助言内容、情報収集方法をOJTで学び支援能力の向上を図る。
- (5) 窓口相談や巡回支援等の活動の際にも、経営指導員を中心とする該当職員で小規模事業者を支援することにより、お互いの指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなどOJTによる伴走型の支援能力の向上を図る。
- (6) 商工会の理事会開催時などに開催される社外研修や、前述の中小企業基盤整備機構の「ちょこっとゼミナール」などのWEB研修を職場以外で受講することによるOFF-JT等を活用する。
- (7) 研修の成果は、朝礼（毎週月曜日の業務開始前に職員全員で実施）や理事会（年5回開催）の場を活用して役職員で情報共有し、小規模事業者の支援に役立てる。
- (8) 人事交流等で職員の異動があった場合にも、組織としての資質が維持出来るようにするため、全員が情報共有された資料等を閲覧出来る環境（パソコンデータ・紙媒体など）を整え、知識の均衡を保つようにする。

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

事業年度ごとに、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、修正や改善を要する点があれば修正し、次年度の計画に反映させ、計画の品質向上を図る（Plan→Do→Check→Action→Plan）。

なお、計画の評価・検証にあたっては、外部有識者（山梨県商工会連合会登録専門家＝中小企業診断士等）による「見直し委員会（仮称）」を組織し、この「見直し委員会（仮称）」によって計画の品質向上を図り（Plan→Do→Check→Action→Plan）、常に時代や環境に合ったものか評価・検証し、結果を河口湖商工会あて提示する。

事業年度ごとに行う作業は、下記のとおり。

- (1) 本計画に対する実施報告書を、事務局長が中心となり作成する。
- (2) 作成された実施報告書について、事務局長以下の職員で検証する。

- (3) 検証した実施報告書を「見直し委員会（仮称）」において再検証し、再評価、修正等必要な対策をとる。
- (4) 再検証された実施報告書をもとに事務局長を中心に評価、見直しの方針を決定する。
- (5) 事業の成果・評価・見直しの方針を、河口湖商工会長へ報告し、承認を受ける。
- (6) 承認を受けた事業の成果・評価・見直しの結果については、当会ホームページ (<http://www.kawaguchiko.or.jp>) において計画期間中公表する。

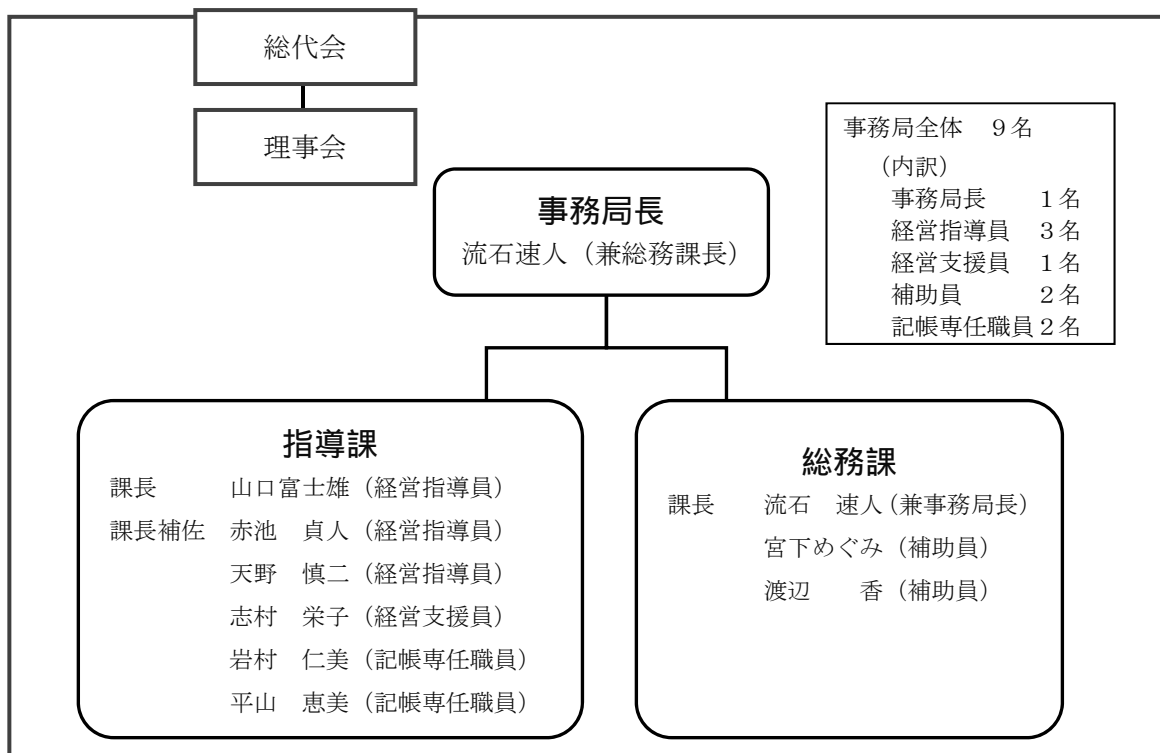
(別表 2)

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 1 1 月現在)

(1) 組織体制



本経営発達支援計画は、指導課の経営指導員・経営支援員 4 名を中心に実施する。

(2) 連絡先

〒401-0301
山梨県南都留郡富士河口湖町船津2088-2
河口湖商工会 指導課
TEL 0555-73-1122
FAX 0555-73-1123
URL <http://www.kawaguchiko.or.jp>
E-Mail info@kawaguchiko.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	2,200	2,400	2,600	2,800	3,000
専門家謝金	1,000	1,100	1,200	1,300	1,400
総合振興費	1,000	1,100	1,200	1,300	1,400
雑費	200	200	200	200	200

(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
1. 補助金 (国・県・町村)
2. 自己資金

(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>商工会法等が成立してから半世紀が過ぎ、その間、経済成長やインフラ整備等、中小企業を取り巻く環境は大きく変化し、小規模事業者が抱える問題や悩みを解決するには、商工会が単独ではなく、政府、民間企業、シンクタンク、金融機関などの関連企業等と連携を図ることが肝要である。</p> <p>そこで、小規模事業者の悩み解決のため、以下の機関等と連携を図ることとする。</p>	
連携者及びその役割	
<p>本会がとりまとめ役となり、国、県、金融機関、専門家グループ等と連携を図り、小規模事業者の経営力向上に取り組む支援機関・連携内容は以下のとおりである。</p>	
連携者	連携内容
関東経済産業局 局長 藤井 敏彦 〒330-9715 埼玉県さいたま市中央区新都心1-1	補助金・助成金、 各種政策等の情報提供
山梨県 知事 後藤 斎 〒400-8501 山梨県甲府市丸の内1-6-1	補助金・助成金、 各種政策等の情報提供、 経営指導員研修
(公財)やまなし産業支援機構 理事長 安藤 輝雄 〒400-0055 山梨県甲府市大津町2192-8	よろず支援拠点、 各種助成金、補助金、展示会、研修会
山梨県商工会連合会 会長 小林 寛樹 〒400-0035 山梨県甲府市飯田2-2-1	専門家派遣、各種補助金、助成金、 経営指導員研修
甲府商工会議所 会頭 金丸 康信 〒400-8512 山梨県甲府市相生2-2-17	地域情報交換、 経済動向の状況(情報交換)
富士吉田商工会議所 会頭 堀内 光一郎 〒403-0004 山梨県富士吉田市下吉田7-27-29	地域情報交換、 経済動向の状況(情報交換)
山梨県中小企業団体中央会 会長 松葉 惇 〒400-0035 山梨県甲府市飯田2-2-1	地域情報交換、 経済動向の状況(情報交換)
山梨県信用保証協会 会長 平出 亘 〒400-0035 山梨県甲府市飯田2-2-1	金融情報交換、 経済動向の状況(情報交換)
(株)日本政策金融公庫 甲府支店 支店長 河原 清 〒400-0031 山梨県甲府市丸の内2-26-2	政策情報収集提供、近隣金融情報交換、 経営発達支援計画融資制度
(株)山梨中央銀行 河口湖支店 支店長 平井 正人 〒401-0301 山梨県南都留郡富士河口湖町船津3639-5	金融情報交換、地域情報提供
山梨信用金庫 河口湖支店 支店長 小佐野 富幸 〒401-0301 山梨県南都留郡富士河口湖町船津3639-25	金融情報交換、地域情報提供
都留信用組合 河口湖支店 支店長 渡辺 金男 〒401-0301 山梨県南都留郡富士河口湖町船津1376-1	金融情報交換、地域情報提供
都留信用組合 小立支店	金融情報交換、地域情報提供

支店長 高山 英之 〒401-0302 山梨県南都留郡富士河口湖町小立 1935-1	
山梨県民信用組合 富士吉田支店 支店長 雨宮 政仁 〒403-0004 山梨県富士吉田市下吉田 4-5-19	金融情報交換、地域情報提供
東京地方税理士会 大月支部 支部長 桑原 敦 〒403-0004 山梨県富士吉田市下吉田 5-15-36	税務支援等の情報交換、 税理士派遣依頼、 各種財務計画策定支援
山梨県中小企業診断士協会 会長 小口 一策 〒400-0042 山梨県甲府市高畑 1-13-28	事業計画策定支援、 各種財務計画策定支援
富士河口湖町 観光課 課長 古屋 広明 〒401-0392 山梨県南都留郡富士河口湖町船津 1700	補助金・助成金、 各種政策等の情報提供
鳴沢村 企画課 課長 渡辺 一博 〒401-0398 山梨県南都留郡鳴沢村 1575	補助金・助成金、 各種政策等の情報提供
山梨大学 産学官連携・研究推進機構 地域連携室 室長 環田 隆 〒400-8510 山梨県甲府市武田 4-4-37	学術的な連携（客員社会連携コーディネータ）、農商工連携相談
（公財）山梨総合研究所 理事長 渡辺 利夫 〒400-0031 山梨県甲府市丸の内 1-8-11 竹原ビル	各種調査研究・6次産業化支援
郡内商工連絡協議会 会長 田中一利 〒402-0053 山梨県都留市上谷 3-6-38（都留市商工会内）	地域情報交換 支援機構内の意見交換 地域具体的活性化対策協議

上記の連携者と有機的に協力しながら、小規模事業者の課題を「ワンストップ」で解決を図る。

連携体制図等

