

経営発達支援計画の概要

実施者名	寒河江市商工会（法人番号 2390005007727） 寒河江市（地方公共団体コード 062065）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	<p>【経営発達支援事業の目標】</p> <p>本市の現況（人口の減少、事業所数の減少・後継者不足・高齢化等）を考慮し、寒河江市商工会としては以下の4点を重点的に支援する。</p> <p>①伴走型支援による事業計画策定支援の実施 ②地域小規模事業者への情報提供と事業継続、販路開拓支援の実施 ③創業、事業承継に関する支援の実施 ④地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立と地場産業の育成支援の実施</p>
事業内容	<p>3-1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>(1) 独自の地域経済動向調査・景況調査の実施 (2) 国が提供するビッグデータの活用</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること</p> <p>(1) 地域資源等を活用した新商品や新サービス開発のための試食、アンケートの実施 (2) ビジネス商談会等を活用したバイヤー向け試食、アンケート調査の実施</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること</p> <p>(1) 経営状況の分析</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>(1) 経営課題解決を図る事業計画策定支援</p> <p>①経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催 ②経営分析を行った事業者を対象とした事業計画の策定</p> <p>(2) 創業希望者・事業承継予定者に対する事業計画策定支援</p> <p>①創業希望者・事業承継予定者を対象とした「創業者・後継者育成塾」の開催 ②創業希望者・事業承継予定者を対象とした事業計画書策定支援</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>(1) 事業計画策定をした小規模事業者のフォローアップ (2) 創業計画・事業承継計画策定者を対象としたフォローアップ</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>(1) 消費者（B to C）への需要の開拓支援 (2) バイヤー等（B to B）への需要開拓支援 (3) B to B向けECマッチングサイトへの提案・登録支援</p>
連絡先	<p>寒河江市商工会 総務課 〒991-8555 山形県寒河江市中央1-8-38 TEL:0237-86-1211 FAX:0237-86-7526 E-mail:sagae@shokokai-yamagata.or.jp</p> <p>寒河江市 商工推進課 〒991-8601 山形県寒河江市中央1-9-45 TEL:0237-86-2111 FAX:0237-86-7220 E-mail:scis@city.sagae.yamagata.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

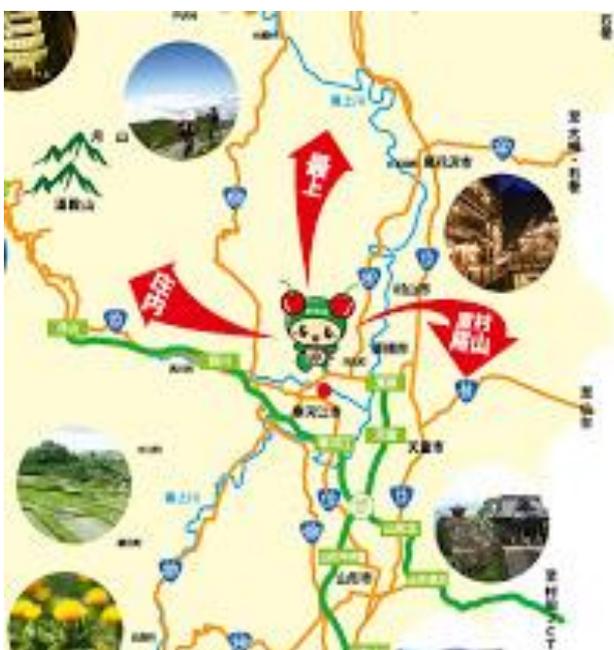
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

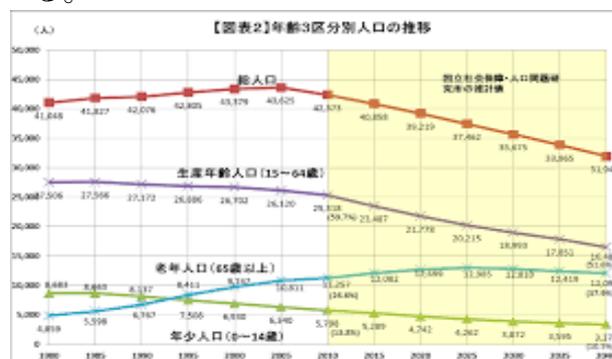
【立地】

寒河江市は山形県のほぼ中央、山形盆地の西側に位置し、東北横断自動車道酒田線をはじめ、村山地域と庄内地域を結ぶ国道112号、村山地域と置賜地域を結ぶ国道287号、村山地域と最上地域を結ぶ国道458号を有し、また、近隣都市と連結する主要地方道が中心市街地から放射状に伸びるなど、道路交通の要衝であり交通利便性が高い。



一方、最上川、寒河江川や葉山、月山、朝日連峰などの山河に囲まれているとともに、本市は、平安時代に摂関家藤原氏の荘園「寒河江荘」として歴史に登場し、鎌倉・室町時代には名門大江氏が領主となり、江戸時代には幕府の直轄領となる等、歴史的に東北地方の重要な地域とされてきた。平成26年には、慈恩寺旧境内が国史跡指定を受け、更に本市の歴史的価値が増してきている。

近隣都市との関係では、山形市に通勤・通学する割合が高い一方で、県立高校2校、県の総合出先機関、県内で最大級の集積規模を有する寒河江中央工業団地などがあり市外から本市に通勤・通学する者も多く、西村山地域の中心の役割を担っている。



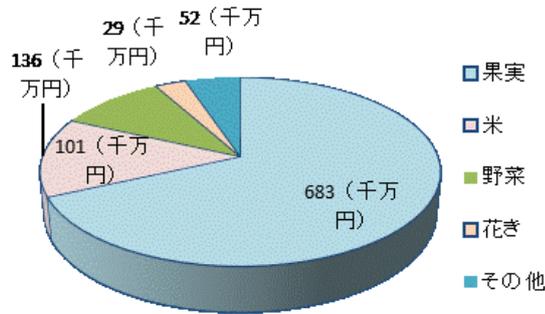
昭和29年、2町5村が合併し本市が誕生、人口は緩やかな増加傾向を示していたが、近年は人口減少（平成17年：43,625人→令和元年：40,185人）、高齢化（平成17年：24.8%→令和元年：31.8%）が進んでおり、今後、本市の人口は令和元年の40,185人から令和22年の34,317人と今後10年間で15%減少すると推計（国立社会保障人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」）されて

いる。

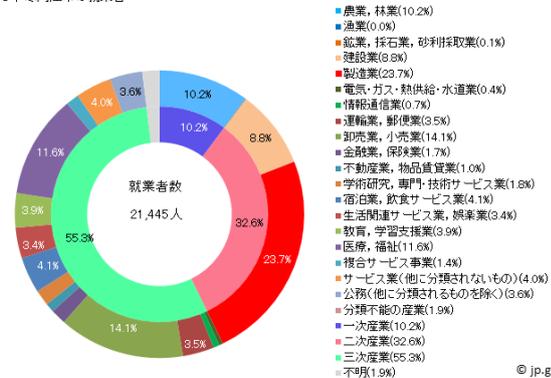
【産業の特徴】

主要産業は、市内総生産の約30%を占める製造業であるが、本市の「さくらんぼ」は栽培面積、収穫量、農業産出額とも全国トップクラスにあることから、食品・飲料等製造業が製造品出荷額の約30%を占めているのが特徴である。

農業産出額の内訳



2015年寒河江市の就業者



© jp.gdfreak.com

第一次産業が10.4%(全国:4%)、建設業と鉱工業からなる第二次産業が33.2%(全国:25%)、残り56.4%(全国:71%)が第三次産業となっている。全国の産業構成と比べると、第二次産業の割合が高いことが特徴である。

農村部は果樹栽培が盛んで、さくらんぼは県内第三位の生産を誇る。夏バラ(切り花)の生産量は全国でも有数で食用菊「もってのほか」の生産も盛んである。ほかに地場産業として、フルーツやコンビーフの缶詰加工業、ニット工業、草履の生産などがある。また、中央工業団地・ニューチェリーハイテクランドには、数多くの先端企業が進出し、1992年には技術交流プラザが完成、産学官一体となった開発、交流を行っている。

②地域経済の課題

平成に入り高速道路の開通、近隣都市の郊外型大型商業施設の進出により消費の域外流出が加速し、平成28年経済センサス活動調査によると、平成9年に713事業所、年間商品販売額828億円あった卸小売業は、平成28年では454事業所、年間商品販売額755億円となり、20年間で事業所数36%減少、年間商品販売額9%減少している。

中心市街地の各商店街については、経営者の高齢化や後継者不足、新規創業者の伸び悩み等により空き店舗が目立ち、まちの活力の低下や商店街の衰退が危惧されている。快適な市民生活には商店街を存続していくことが不可欠であり、郊外型大型商業施設と共存していくためには、それぞれの店の魅力ある個性が求められている。

近年では企業経営のグローバル化が進み、工場の新地立地の際には国内から海外に立地先を求める企業も少なくない。工業技術の進歩により製造ラインや工場全体のコンパクト化が進んだことで広い分譲用地を必要としない傾向にあり、少人数で稼働する製造機械の登場は雇用減少の一因となっている。また、長引く景気低迷のなか発生した工場の空き物件や賃貸物件は、工場立地を目論む企業にとって工業団地の分譲用地に比べ、初期投資が抑えられ、早期の操業開始が見込めることから、より魅力的になっている。こうした状況のなかで、本市の立地環境や特性を踏まえた独自の施策で他との差別化を図り、本市にとって優良な企業を誘致するとともに、企業間や産業間等の連携による魅力ある新たな産業づくりを進めていくことが必要である。

【地域小規模事業者の現状と課題】

■業種別小規模事業者数(経済センサスより)

	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
平成 24 年	218	186	317	176	320	191	1,408
平成 28 年	210	168	301	176	312	155	1,322
増減数	▲ 8	▲ 18	▲ 16	0	▲ 8	▲ 36	▲ 86

■業種別小規模事業者数の割合(経済センサスより)

	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
平成 24 年	15.5%	13.2%	22.5%	12.5%	22.7%	13.6%	100%
平成 28 年	15.9%	12.7%	22.8%	13.3%	23.6%	11.7%	100%
増減比	0.4%	▲0.5%	0.3%	0.8%	0.9%	▲1.8%	0%

本会管内小規模事業者の現状について、平成24年と平成28年の経済センサスによる小規模事業者数の比較によると、86名減少（平成24年：1,408名→平成28年：1,322名）している。飲食宿泊業は横ばいである反面、その他の業種は全て減少した。

また、業種別小規模事業者数の割合の比較では、経営者の高齢化や後継者不足等による廃業で、かつて最も多かった卸小売業（22.8%）がサービス業（23.6%）に逆転されており、地元商業（卸小売業）の衰退苦境が如実に示された。

地元商業にとって、人口減少は、顧客の減少に直結し、ひいては、地域経済の衰退を招くことから、域外流出した消費を取り戻す地元消費促進策や新たな需要の創出が課題である。一方、人口減少に伴う消費の減退など構造的な変化は不可避であり、中長期的には需要の変化に対応した経営の転換が必要となる。

製造業については、本市は工業団地を有し、大手企業や中堅企業もあるものの、多数は小規模事業者であり、経営環境の変化に対応するための経営改善や革新の取り組みが迫られている。しかしながら、経営課題を克服するための経営計画の策定や国等の施策を活用出来ているとは言い難い状況であり、経営革新や生産性向上の取り組み等への対応が鈍い。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

寒河江市の地域経済を支えている小規模事業者が、継続的に発展していくことが、地域振興において大変重要である。このため、本会では小規模事業者が継続的に発展するための小規模事業者の長期的な振興のあり方（今後10年間のその目指すべき姿）について、以下のとおり定める。

- I. 自社の「強み」に気づき、その「強み」を活かし、高い付加価値を生み出せる事業者を増やす。
- II. 事業者の減少に歯止めをかけ、地域経済の活性化を図る。
- III. 地域資源である「さくらんぼ（農産物）」「食品製造」「ニット」「慈恩寺」など当該地域が持つ魅力を域外に発信させ、交流人口を増加させ域内における消費力を向上させる。

これらにより、地域資源の活用に積極的な事業者と、新しく創業をする事業者と、また、市が積極的に取り組んでいる企業誘致による誘致企業とをうまく連携させて、個々の支援だけでなく地域全体で小規模事業者が活気を持ち続けられるような効果を発揮させていく。

②第6次寒河江市振興計画との連動性・整合性

本市は、『第6次寒河江市振興計画』の中で、将来の目指す方向性・ビジョンとして概ね10年後の将来に向けて、「さくらんぼと歴史が育むスマイルシティ寒河江」を目指すべき将来都市像に掲げており、これまで先人が築き上げてきた寒河江市の誇りを受

け継ぎ、さらに磨き上げ、市民誰もが笑顔で幸せに暮らせるまちを目指すものである。そのなかで、振興施策として、「魅力ある農業振興」、「地域資源を活かした観光振興」、「賑わいを生む商工業振興」による農業、観光業、商工業の活性化を掲げている。

本会は、寒河江市唯一の総合経済団体であり、小規模事業者の支援機関として、地域の課題解決に向け、寒河江市の基本構想と連携した「魅力ある農業振興」、「地域資源を活かした観光振興」、「賑わいを生む商工業振興」による地域活性化、また、支援体制を構築・強化し、小規模事業者の持続的発達によるまちの発展を長期的な振興のあり方として、行政や関係団体と連携して実行していく。

※10年程度の期間の小規模事業者に対する振興のあり方との対応表

10年程度の期間の小規模事業者に対する振興のあり方	第6次寒河江市振興計画との連動性・整合性
I. 自社の「強み」に気づき、その「強み」を活かし、高い付加価値を生み出せる事業者を増やす。	「賑わいを生む商工業振興」 「雇用の安定と就業環境の充実」
II. 事業者の減少に歯止めをかけ、地域経済の活性化を図る。	「賑わいを生む商工業振興」 「雇用の安定と就業環境の充実」
III. 地域資源である「さくらんぼ（農産物）」「食品製造」「ニット」「慈恩寺」など当該地域が持つ魅力を域外に発信させ、交流人口を増加させ域内における消費力を向上させる。	「魅力ある農業振興」 「地域資源を活かした観光振興」 「賑わいを生む商工業振興」 「雇用の安定と就業環境の充実」

③寒河江市商工会としての役割

本会は、上記の「①10年程度の期間を見据えて」を実現するために寒河江市唯一の小規模事業者支援機関として、職員のスキルアップや専門家・関係機関との連携強化による支援力の強化に努め、地域小規模事業者に対し、支援に必要となる調査・経営状況の分析・事業計画の策定・需要動向調査・販路開拓支援・フォローアップ支援までを一貫して行っていく。

また、本市の現状と課題を鑑み、地域唯一の経済団体として地域経済を活性化する為、商工会は行政と連携し、『第6次寒河江市振興計画』の実現に向けて事業を推進する。

本計画の実現のために、山形県・地元金融機関・日本政策金融公庫・中小企業基盤整備機構・山形県企業振興公社（よろず支援拠点）・中小企業診断士等と連携し、小規模事業者等の持続的発達（地域経済活性化）を目標とした伴走型改革支援を行う。

（3）経営発達支援事業の目標

上記の（2）「小規模事業者の長期的な振興のあり方」をふまえ、当会としては小規模事業者振興の目標として以下の項目を掲げ、5年間における本事業期間内において、小規模事業者に寄り添いながら伴走型の経営発達支援事業の効率的な実施を図り、小規模事業者の持続的発達を目指す。

①事業計画策定支援を行い、市内小規模事業者の経営基盤の強化を図る。

※目標数値：計画期間中の事業計画策定件数100社

②国内外での需要動向調査・販路開拓支援を行い、市内小規模事業者の新たな需要を開拓する。

※目標数値：計画期間中の販路開拓事業者数80社

③創業、事業承継に関する支援を行い、市内小規模事業者数の維持拡大を図る。

※目標数値：計画期間中の創業・事業承継者数25社

④市内小規模事業者に対する地域資源活用支援を行い、地域ブランドの確立を図る。

※目標数値：計画期間中の地域資源活用事業者数40社

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

- ①事業計画策定支援を行い、市内小規模事業者の経営基盤の強化を図る
経営指導員等が小規模事業者に寄り添いながら経営状況を分析し、真の問題を認識し、顕在化した課題を解決するために、実現可能性の高い活きた事業計画策定を行う。また、環境の変化に合わせた事業計画の随時変更等のフォローアップまで一貫した支援を行う。
- ②国内外での需要動向調査・販路開拓支援を行い、市内小規模事業者の新たな需要を開拓する
販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、消費者の需要動向の調査・分析結果の情報提供や、地域内外で開催する展示会、商談会、即売会等への出展に関する事前支援・事後フォローを通して、販売促進、販路開拓につなげて効果的な需要開拓支援を行う。
- ③創業、事業承継に関する支援を行い、市内小規模事業者数の維持拡大を図る
セミナーや専門家との個別相談等を通じて創業希望者や小規模事業者の事業承継支援を実施する。具体的には、多様化した消費者ニーズに対応した経営状況の分析、事業計画策定支援等によって地域小規模事業者の経営力向上に寄与する。
- ④市内小規模事業者に対する地域資源活用支援を行い、地域ブランドの確立を図る
本市の地域資源である「さくらんぼ（農産物）」「食品製造」「ニット」「慈恩寺」などを活用した新商品や新メニューの開発を、商品開発から需要動向調査・販路開拓まで一貫して支援を行い、地域ブランドの確立を図る。

I. 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現在、小規模事業者は、地域の経済動向について新聞やインターネット等での情報は収集しているが、各種の調査・統計データ等による地域経済動向情報を整理し十分活用するには至っていない。本会としても、地域の中小企業景気動向調査について地域としての分析や、定期的な情報発信を行うに至っていない。

今後は、小規模事業者に対して的確な支援を行うため、ビッグデータ等を活用した専門的な分析、地域の経済・消費動向等の情報収集・分析、成果の提供を行う。

(2) 目標

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①景気動向分析の公表回数	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
②地域の経済動向分析の公表回数	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回

(3) 事業内容

①経営指導員による巡回指導時にタブレット端末を利用して、山形県商工会連合会が実施している「県内統一景況調査」を準用し、地域の経済動向を調査分析する。調査結果は、会報、本会ホームページで公開（D. I 値※として数値として示すとともに、「景況天気図」※として分かり易く公開）するとともに、経営指導員により課題抽出し、相談や提案等に活用する。

(ア) 調査業種：製造業、建設業、卸小売業、サービス業から30社

(イ) 調査頻度：年4回

(ウ) 調査項目：売上額、客単価、客数、資金繰、仕入単価、仕入額、在庫数、採算、従業員数、外部人材数（請負・派遣）、業況、長期資金・短期資金借入難度、借入金利、経営上の問題点

(エ) 調査方法：巡回によるヒアリング調査

(オ) 分析方法：D. I 値（景気動向指数）を算出して推移を分析する。

※D. I 値：【各項目の増加（上昇・好転）企業割合（%）】－【各項目の減少（低下・悪化）企業割合（%）】

※景況天気図：D. I 値により、「快晴・晴れ・曇り・雨・雪」に区分する。

②国が提供するビッグデータの活用

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、調査結果は、会報、本会ホームページでするとともに、経営指導員により課題抽出し、相談や提案等に活用する。

(ア) 分析方法

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to 分析」→人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

(4) 成果の活用

情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

また、情報収集・調査、分析した結果は、今後の本会の支援方針や体制、経営発達のための事業企画（研修会のテーマ設定等）、具体的な支援内容を検討するための基礎資料として活用する。

これにより、小規模事業者は、経済動向を把握することで目指すべき経営発達の方向性の明確化や経営戦略の構築が可能となる。本会は、その実現に向けて具体的な指導や各種施策活用の提案、新規創業小規模事業者向けには支援ツールの開発等、小規模事業者に適した支援情報の提供を行う体制を構築する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

従来、小規模事業者は商品・サービスの提供にあたって、自社の「売りたい」「作りたい」という意識が先行した「商品・サービス開発」をしており、「顧客ニーズに基づく商品・サービスの開発」という視点に欠けていた。

本会としても、需要動向調査に関する知識・認識が乏しく、情報収集等のノウハウ不

足により、個々の小規模事業者に対し消費者ニーズ等の需要動向を的確に把握できるような支援はできていなかった。

地域小規模事業者に対し、プロダクトアウトからマーケットインへの意識改革を図るために需要動向調査の必要性の認識を促し、「商品開発や改良」、「新たな販路開拓」等が、顧客ニーズを満たし販売・売上につながる成果を上げられるよう、当商工会が需要動向の情報収集・分析・活用に関する支援体制を構築していくことが課題である。今後、当商工会は、個々の小規模事業者が提供する商品・サービスの販売を促進するため、的確な情報を迅速に把握し、成果につながる需要動向の情報収集・分析・活用して調査結果をフィードバックしていく。

(2) 目標

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①新商品開発の調査対象事業者数	未実施	3社	3社	3社	3社	3社
②試食、アンケート調査対象事業者数	未実施	3社	3社	3社	3社	3社

(3) 事業内容

①地域資源等を活用した新商品や新サービス開発のための試食、アンケートの実施

地域資源等を活用した新商品や新サービスを開発するため、管内事業者において、地域資源である「さくらんぼ（農産物）」「食品製造」「ニット」「慈恩寺」等を活用した新商品や新サービスを開発する。「一店逸品」「まちゼミ」事業において、消費者への試食、アンケート調査を実施する。調査結果を分析した上で当該事業者にフィードバックすることで、新商品や新サービスの開発に寄与する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

サンプル数	1商品あたり50件
支援対象	<ul style="list-style-type: none"> ・地域資源活用事業者等の新商品・新サービス開発に取り組む事業者（当地域の地域資源である「さくらんぼ（農産物）」「食品製造」「ニット」「慈恩寺」等を活用する事業者） ・既存商品・サービスの改良に取り組む事業者等
調査手段・手法	地域内外の消費者に対し、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。
調査項目	(a)商品・サービスの価格、(b)品質・味・量、(c)商品やパッケージのデザイン、(d)関心度・商品の新鮮感、(e)購入や利用のしやすさ、(f)商品・サービスに対するイメージ、(g)用途・目的、(h)改善点（自由記載：品質、価格、その他において改善を要する点）
本会の支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 ・実施スケジュールの作成 ・調査項目の選定 ・アンケートシートの作成提供 ・回収した調査票の分析、加工及び提供 ・調査結果を活用した商品の開発、改良等のアドバイス
分析結果の活用	事業者が行ったアンケートを経営指導員等が集計・分析し、レポートにまとめ、事業者に提供する。

※調査対象イベントについて

「一店逸品」：単に仕入・販売だけでなく、各店舗が専門店として魅力ある商品を発掘・開発し、消費者に発信することを目的として実施。個店の売上アップだけではなく、商店街の活性化や個店同士のコミュニケーションが高まる効果も狙う。

「まちゼミ」：専門店ならではの専門知識や情報、コツを無料で教える少人数のゼミナール。個店の売上アップだけではなく、商店街の活性化や個店同士のコミュニケーションが高まる効果も狙う。

②ビジネス商談会等を活用したバイヤー向け試食、アンケート調査の実施

山形県商工会連合会が実施する「山形県産食品等販路開拓支援事業」、全国の地方銀行で組織される地方銀行フードセレクション実行委員会が主催する「地方銀行フードセレクション」において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

サンプル数	バイヤー等（サンプル数：30件）
支援対象	地域資源等を活用した新商品開発・新サービス開発等に取り組む事業者 既存商品・新商品・サービス等の改良に 取り組む事業者等
調査手段・手法	経営指導員等が、聞き取りのうえ、アンケート 票へ記入する。
調査項目	(a)商品・製品・サービスの価格、(b)品質・味・量、(c)商品への関心度・新規性・需要見込、(d)商品やパッケージのデザイン、(e)取引ロット数、(f)納期、(g)納品方法、(h)改善点（自由記載：品質、価格、その他改善を要する点）、(i)業界内のトレンド（何が流行しているか）
本会の支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 ・実施スケジュールの作成 ・調査項目の選定 ・アンケートシートの作成提供 ・回収した調査票の分析、加工及び提供 ・調査結果を活用した商品の開発、改良等のアドバイス
分析結果の活用	事業者が行ったアンケートを経営指導員等が集計・分析し、レポートにまとめ、事業者に提供する。

※調査対象商談会等について

時期	名称	場所	来場者	内容
7月	山形県産食品等販路開拓支援事業	首都圏	バイヤー、関係機関	優れた地域資源活用商品について、営業力を強化促進し、取引成立までの一連の販路開拓を支援する（セールスステップ事業や首都圏でのテストマーケティング事業を展開、消費者との交流会等でコミュニケーションを図り、販路拡大を目指す。
11月	地方銀行フードセレクション	東京ビッグサイト	バイヤー、関係機関	地方創生型商談会として、主催する地方銀行の取引先で全国に向けた販路の拡大を希望する「食」関連の企業および団体と、地域色が豊かな安全で美味しい食材を求める百貨店、食品スーパーなど仕入企業の食品担当バイヤーとの商談の場を提供することを目的に毎年開催されている。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現在、小規模事業者に対する経営分析の支援は、これまで、経営革新計画策定時や補助金申請書作成時に形式的に実施することとどまり、小規模事業者の多くは、自社の業務改善やビジネスモデルの再構築に十分活用できていない他、その対象範囲は極めて限定的となっていた。

今後は、需要を見据えた事業計画を策定するための第一ステップとして、財務分析のみならず、非財務分析についても行う。高度かつ専門的な知識を有する外部専門家等と連携し、実現可能性・実効性の高い事業計画策定に繋げていく。

(2) 目標

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①経営状況の分析 件数	50件	50件	50件	50件	50件	50件

(3) 事業内容

①経営状況の分析

経営指導員を中心に、巡回・窓口相談の機会を活かし、対象事業者を掘り起こしていく。多くの小規模事業者は自社の経営分析をしたことがないため、経営分析の効果である「自社の機会や脅威」「戦略的強み・弱み」「不確実性」が明確になる点や、「真の経営課題を顕在化させることができる」といったメリットを訴求する。

【対象者】巡回・窓口相談を介した、掘り起こしによって気づきを得た小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い50社を選定

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う

「財務分析」売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

「SWOT分析」強み、弱み、脅威、機会等

【分析手法】中小機構の「経営計画つくるくん」、経営基幹システムBIZミル等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

【経営基幹システム BIZミル】とは

経営状況分析機能で作成したデータ（現状把握）を引継ぎ、事業者から事業計画策定に必要なヒアリングをすることにより、事業計画書として提供することができます。事業計画書は、ビジョンから事業実施までを1枚のシートで分かり易く表現されているため、事業者が事業計画の策定を契機に、新たな需要の開拓に向けた自身の夢や思いを形にするとともに、事業者のビジョン達成に向けて経営支援機関が支援し易い仕様となっています。

(主な機能) ●経営状況の分析 ●経済動向調査・需要動向調査内容の個社へ反映

●事業計画策定 ●経営指導員のノウハウ指導記録の共有（クラウド管理）

(特徴) ●年度ごとに事業者の支援進捗状況やフォローアップ結果の見える化が可能

●事業所とのヒアリングデータを履歴として蓄積し支援活動内容の共有が図れる

●中小企業庁「ローカルベンチマーク」とも連動したシステム

(4) 分析結果の活用

①分析結果を小規模事業者にフィードバックすると共に、事業計画策定セミナーや個別相談、また経営上専門的な課題が浮き彫りとなった場合は専門家派遣に誘導し、引続き伴走支援を行う。

②分析結果は、BIZミルの機能を活用しデータベース化し内部共有する。複数年度に亘る伴走型支援のデータとして活用すると同時に、ナレッジマネジメントによる経営指導員等のスキルアップに活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

多くの小規模事業者は、需要動向の変化に大きく影響を受けている一方で、顧客ニーズや自社の強み・弱み等の自社の経営状況を十分に把握できていない。そのため自社の課題解決のために事業計画策定の必要性についての認識が低い現状である。またこれまでの商工会での事業計画の策定支援は、小規模事業者持続化補助金、各種補助金活用・金融支援等の機会を通じて実施するなど受動的な取組に留まっていた。今後は、経営課題を解決するため、地域の経済動向調査、経営状況の分析及び需要動向調査を踏まえ、効果的な事業計画策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、4. で経営状況の分析を行った事業者の事業計画策定を目指す。併せて、持続化補助金等の申請や事業計画策定に資するセミナー開催を契機として事業計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

また、新規創業者や事業承継者については、創業・承継後間もなく取引関係の維持・構築や資金繰りに課題を抱え、事業縮小または廃業に至る事例が散見されることから、「創業者・後継者育成塾」を開催し、「経営戦略」・「販路開拓」・「財務戦略」・「人材育成」の4つの視点を踏まえたカリキュラムの提供により円滑な創業・事業承継に必要な知識の習得を支援するとともに、実現性の高い創業・事業承継計画の策定につなげていく。

(3) 目標

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①事業計画策定件数	50件	50件	50件	50件	50件	50件
②創業計画策定件数	10件	15件	15件	15件	15件	15件
③事業承継計画策定件数	3件	5件	5件	5件	5件	5件

(4) 事業内容

①経営課題解決を図る事業計画策定支援

(i)経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催

経営分析を実施した小規模事業者を対象に、事業の持続的発展と地域経済の活性化を促し、事業計画の重要性、革新の必要性、事業の円滑な承継を推進するため、事業計画策定に必要な知識を習得するセミナーを開催する。

事業計画策定に必要な知識を習得するセミナーは巡回等によるニーズ調査や小規模企業振興基本計画等の国の方針をもとに内容を決定し、ニーズや時代に即したセミナーを実施することで受講者の掘り起しを行う。

募集方法	<ul style="list-style-type: none"> 周知文書の作成配布・HPでの周知 事業計画策定が必要な国等の施策を周知するパンフレットの作成
回数	・集団セミナー各1回～5回程度＋個別指導相談会3回程度
カリキュラム	・経営分析により把握した自社の問題点の確認

	<ul style="list-style-type: none"> ・「地域の経済動向調査」「需要動向調査」の結果の活用による自社のあるべき姿の明確化 ・現状とあるべき姿のギャップの明確化 ・ギャップを解消する方法（経営課題）の明確化 ・経営課題解決策の立案 ・課題解決策の進捗を把握する指標の選定 ・PDCAサイクルのスケジュールおよび頻度の決定 ・創業時、事業承継時における重要ポイント ・商工会指導員が伴走型で支援する経営分析&事業計画作成ワーク ・個別相談会（経営指導員に専門家を加え伴走するフォローアップ支援）
目標参加者数	各回20名程度

(ii) 経営分析を行った事業者を対象とした事業計画の策定

地域の経済動向調査結果や経営分析から抽出した経営課題の解決・経営の方向性をもとに具体的な事業計画策定を実施していく。

【支援対象】 経営分析を行った事業者

【手段・手法】 事業計画策定セミナーの受講者を対象にした個別相談会を年15回程度開催する。策定にあたっては、支援対象事業者に経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

②創業希望者・事業承継予定者に対する事業計画策定支援

(i) 創業希望者・事業承継予定者を対象とした「創業者・後継者育成塾」の開催

募集方法	・周知文書の作成配布・HPでの周知
回数	<ul style="list-style-type: none"> ・集団セミナー5回程度＋個別指導相談会3回程度 ・開催期間は2ヵ月間程度
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・創業・事業承継の心構え ・ビジネスプラン作成のポイント ・開業時・事業承継時に必要な届出について ・決算書、確定申告書の作成について ・市場分析と販路開拓のポイント ・社会保険、労働保険の基礎知識 ・必要資金の算定と収支計画 ・人材の視点から経営を学ぶ ・ビジネスプラン作成 ・ビジネスプラン発表&伝え方 ・個別相談会（経営指導員に専門家を加え伴走するフォローアップ支援）
目標参加者数	20名程度

(ii) 創業希望者・事業承継予定者を対象とした事業計画書策定支援

地域での創業を希望する方や経営分析をおこなった事業者のうち事業承継を予定している事業者を対象に、実現性の高い創業計画書（事業承継計画書）作成支援を伴走型で実施する。

【支援対象】地域での創業を希望する方経営分析対象事業者のなかで事業承継を予定している事業者（後継者）

【手段・手法】「創業者・後継者育成塾」の受講者を対象にした個別相談会を年5回程度開催する。策定にあたっては、支援対象事業者に経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

これまでの小規模事業者への事業計画策定後の支援や創業希望者への創業計画策定後の支援は、窓口や巡回相談の機会を活用し、事案が発生する都度の助言・指導をするにとどまっていた。また、フォローのタイミングが不定期であったり、訪問回数が少なかった。今後は、実現性のある訪問計画を立てて、進捗状況に応じ計画的なフォローアップを実施し、計画の実現性を高めていく。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①事業計画策定をした小規模事業者						
フォローアップ対象事業者数	50社	60社	60社	60社	60社	60社
頻度（延べ回数）	200回	240回	240回	240回	240回	240回
売上増加事業者数	-	12社	12社	12	12	12
②創業計画策定をした創業希望者数						
フォローアップ対象事業者数	10社	15社	15社	15社	15社	15社
頻度（延べ回数）	40回	60回	60回	60回	60回	60回
売上達成事業者数	-	6社	6社	6社	6社	6社
③事業承継計画策定をした事業承継予定者						
フォローアップ対象事業者数	3社	5社	5社	5社	5社	5社
頻度（延べ回数）	12回	20回	20回	20回	20回	20回
売上増加事業者数	-	2社	2社	2社	2社	2社

※事業計画策定事業者・事業承継計画策定事業者は、計画策定当初売上と計画年度の売上の比較を行うため売上増加事業者の数を目標とする。

※創業計画策定事業者は、創業計画策定当初は創業希望者であり比較する売り上げを持たないため、創業計画に記入した売上を達成できているかを確認する。

(4) 事業内容

①事業計画策定をした小規模事業者のフォローアップ

【対象者】事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。

【頻度】経営指導員等が四半期に一度、事業所を訪問し事業主と面談しヒアリングを行う。ただし、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。また、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、事業計画と進捗状況に相違がある場合は、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。

【確認項目】現状認識、事業計画における進捗状況、事業推進の課題、今後の展開等

②創業計画・事業承継計画策定者を対象としたフォローアップ

【対象者】創業計画・事業承継計画を策定した全ての創業希望者・事業承継予定者を対象とする。

【頻度】経営指導員等が四半期に一度、事業所を訪問し創業希望者・事業承継予定者と面談しヒアリングを行う。ただし、創業計画・事業承継計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき創業希望者・事業承継予定者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない創業希望者・事業承継予定者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。また、創業希望者・事業承継予定者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、創業計画・事業承継計画と進捗状況に相違がある場合は、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。

【確認項目】現状認識、創業計画・事業承継計画における進捗状況、創業後・事業承継後の課題、今後の展開等

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

従来、小規模事業者に対する需要開拓支援は、各種展示会・商談会への出展を紹介し、周知する程度であった。そのため、需要開拓支援に関する支援効果の測定効果も行っていない。

地域の小規模事業者が製造および販売する商品・サービス・技術等を、新たな消費者や販路開拓したい取引先企業等にアピールし、売上・収益の増加につなげることが最も重要な支援と位置付ける。そのうえで、販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、地域内外で開催する展示会、商談会、即売会等への出展に関する事前支援・事後フォローを通して、販売促進、販路開拓につなげて効果的な需要開拓支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

本会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏等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、経営指導員等が事前・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。

(3) 目標

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
------	----	-----	-----	-----	-----	-----

①展示会出展事業者数	3社	5社	5社	5社	5社	5社
売上額/社	80万円	100万円	100万円	100万円	100万円	100万円
②商談会参加事業者数	4社	5社	5社	5社	5社	5社
成約件数/社	1社	2社	2社	3社	3社	4社
③サイト登録事業者数	未実施	3社	3社	4社	4社	5社
成約件数/社	未実施	1社	1社	1社	2社	2社

(4) 事業内容

①消費者（B to C）への需要の開拓支援

一般消費者の需要開拓強化を目指す小規模事業者（事業計画を策定した事業者を優先）に対し、効果的な販売促進活動を支援することにより、一般消費者の需要開拓を支援する。

支援対象者	一般消費者の需要開拓を目指し、地域資源等を活用した新たな商品（主に食料品）・サービスなどの認知度・販促を高めたい小規模事業者
訴求対象者	一般消費者
想定する物産展等	①ニッポン全国物産展（11月） ②いいもの発見！やまがた物産展（11月）
支援内容	本会としては、参加する小規模事業者に対し、専門家派遣事業なども活用して商品のブラッシュアップや魅力的な陳列や接客、販売方法等専門支援も展開する。 事後には、住所等顧客業法を提供されたお客様へのお礼状送付等、顧客へのアプローチ支援など、長期的な関係強化に向けた実効性ある支援を行う。

時期	名称	場所	来場者	内容
11月	ニッポン全国物産展	池袋サンシャインシティ	一般消費者	全国からの特産品等が集まり、小規模事業者等の商品展開力・販売力向上を図る全国商工会連合会主催の物産展である。
11月	いいもの発見！やまがた物産展	東武百貨店池袋店	一般消費者	山形県特産品の販売力向上を図る山形県商工会連合会主催の物産展である。

②バイヤー等（B to B）への需要開拓支援

商社・バイヤー等の需要開拓を図るため、展示会への出展を目指す小規模事業者（事業計画を策定した事業者を優先）に対し、展示会開催情報の提供と国・県等の支援施策を活用することにより、展示会出展の促進とそれによる販路開拓を支援する。

支援対象者	バイヤー等の新たな需要開拓を目指し、新商品（主に自社製品）・新サービスなどのPR・受注拡大に繋げたい小規模事業者
訴求対象者	地域内外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等
展示会等	①全国ビジネス商談会（2月） ②地方銀行フードセレクション（11月）
支援内容	本会としては、出展する小規模事業者に対し、専門家派遣事業

	<p>なども活用して、必要な営業用ツール（企業概要書、商談シート、名刺等）の作成、アピールの仕方、バイヤーとの商談の進め方、魅力的な展示ブースの作り方等を支援する。</p> <p>事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。</p>
--	---

時期	名称	場所	来場者	内容
2月	全国ビジネス商談会	パシフィコ横浜	バイヤー、関係機関	中小企業向けに日本政策金融公庫が単独で主催する全国規模の商談会としては国内最大規模となるビジネス商談会である。
11月	地方銀行フードセレクション	東京ビッグサイト	バイヤー、関係機関	地方創生型商談会として、主催する地方銀行の取引先で全国に向けた販路の拡大を希望する「食」関連の企業および団体と、地域色が豊かな安全で美味しい食材を求める百貨店、食品スーパーなど仕入企業の食品担当バイヤーとの商談の場を提供することを目的に毎年開催されている。

③B to B向けECマッチングサイトへの提案・登録支援

優れた技術・製品・サービスの提供または下請（主に製造業関係）を有する小規模事業者（事業計画を策定した事業者を優先）を対象に、ネットを通じて全国の企業と新たな取引拡大を図るため、中小機構が運営する「ジェグテック（登録者数約15,500社）」及び山形県企業振興公社が運営するビジネスマッチングサイト「やまがた企業情報等データベース（登録者数約1,300社）」への登録を促す。

支援対象者	B to Bを対象とした販路拡大を狙う小規模事業者（主に製造業関係）
訴求対象者	業種、地域、得意区分、材質区分などから、取引先やビジネスパートナーを探している事業者
支援内容	商工会としては、登録の際の入力方法支援や、入力項目における自社の得意とする製品や技術・サービス等のアピール方法や、記載内容等を支援する。

サイト名	運営	内容
ジェグテック	中小機構	日本のものづくり中小企業と国内大手企業・海外企業をつなぐビジネスマッチングサイト（登録企業数約15,500社）
やまがた企業情報等データベース	山形県企業振興公社	山形県内の中小企業間（B to B）をつなぐビジネスマッチングサイト（登録企業数約1,300社）

II. 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

8. 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・検証を行う。

(1) 事業内容

- ① 本会三役会（月1回開催）（会長、副会長）により、事業の進捗状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。
- ② 理事会（年4回程度開催）において、評価・見直しの方針を決定する。
- ③ 本会の理事会に併設して、寒河江市商工推進課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「協議会」を半期ごとに開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果については、役員会にフィードバックしてうえで、事業実施方針等に反映させるとともに、本会ホームページ及び会報へ掲載（年2回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

経営発達支援事業の目標達成に向け、「3-1. 地域の経済動向調査に関すること」から「7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」が、効果的かつ円滑に実施されることを目的に取り組む。

経営発達支援事業を推進する全職員の研修への派遣、OJT、専門知識習得を目指した資格取得等により全職員の資質向上を図るのみならず、これまでの属人的（特定業務は特定の職員しかわからない）な組織体制から、支援ノウハウの共有及び蓄積を図り、全職員がチームとして事業展開できる組織体制への転換を図る。

また、経営発達支援事業の実施による経営指導員への負担増加が懸念されることから、経営支援員の経営改善普及事業に関する支援能力向上を図り、組織全体の支援能力向上を図っていく。

(2) 事業内容

- ① 人事評価制度の運用を通じ、職員一人ひとりの能力や業務成果を適切に評価するとともに、フィードバック及び目標設定のための評価者・管理者との面接等により、職員の指導及び育成を図る【経営指導員他全職員対象】。
- ② 山形県商工会連合会が主催する研修の参加に加え、他の支援機関が主催する研修や中小企業大学校の主催する研修に経営指導員が年間1回以上参加することで、売上や利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る【経営指導員対象】。
なお、経営支援員等については、山形県商工会連合会が主催する研修の参加に加え、他の支援機関が主催する研修や中小企業大学校の主催する研修の参加を積極的に推奨する【経営支援員等対象】。
- ③ 新任経営指導員については、巡回・窓口指導及び専門家派遣指導において、中堅経営指導員によるOJT教育により、情報収集能力・事業計画策定能力・助言能力等の能力向上を図る【経営指導員対象】。
新任経営支援員等については、巡回・窓口指導において、経営指導員及び中堅経営支援員によるOJT教育により、税務・金融・労務等経営改善普及事業に関する支援能力向上を図る【経営支援員等対象】。
- ④ 山形県商工会連合会、寒河江市等の方針に対する対応協議、経営指導実施状況、部会活動状況の課題と対応の協議等を通じ、職員の意欲喚起と問題意識共有、資質向上を図ることを目的に、会長、副会長、事務局長、広域経営指導員、経営指導員の参加のもと、勉強会を月1回以上定例的に開催する【経営指導員対象】。
- ⑤ web研修を通じ、小規模事業者の高度化・多様化するニーズに対応し、創業・経営革新に繋がる提案型かつ伴走型支援ができるよう、経営指導員等の専門化や資質

向上に必要な知識を習得させる【経営指導員は義務、経営支援員等は受講推奨】。

- ⑥小規模事業者への伴走型支援に必要となる専門知識の取得を積極的に推奨し、中小企業診断士、社会保険労務士、税理士、販売士、ファイナンシャルプランナー等の資格取得に必要な費用の一部負担する制度等について検討を進めていく【経営指導員他全職員対象】。

(3) 組織内で共有する取組内容

上記「3-1. 地域の経済動向調査に関すること」から「7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」まで支援した小規模事業者の支援内容と財務内容等のデータは、全国商工会連合会で運用している「経営支援システム」の経営カルテに指導支援の都度、記録して、経営指導員及び経営支援員等全職員が各小規模事業者の支援状況や課題等について情報共有する。

また、経営発達支援事業の指導対象となる企業については、「経営基幹システムBIZミル」を活用し、経営指導員が経営指導後のデータ入力を適時に行うことでデータベース化し、支援状況等を職員全員が内部共有できるようにする。該当する小規模事業者への職員による対応水準を均一化されることに加え、指導内容をナレッジマネジメントの素材として経営指導員等のスキルアップに繋がる。

- ①職員間での情報共有を図る取り組みとして、経営指導員会議を隔日実施して、週1日は経営支援員他全職員を交えて情報共有の場を設定する。
- ②事務局長が週に1度、次週の経営発達支援計画に係る実施状況について下記の確認を行う。
 - (ア) 事業の進捗状況の確認と事業遂行上の課題共有
 - (イ) 事業スケジュールの見直し次週の行動計画の策定
 - (ウ) 重点目標（重点的に情報収集すべき項目等）の確認と設定
- ③日々の業務及び指導報告は、業務日誌（経営支援システム「経営カルテ」・経営発達支援事業の指導対象となる企業は、「経営基幹システムBIZミル」）に記録して事務局長が確認して行う。また、収集した情報や業務のなかで小規模事業者への支援上特に留意すべき事項についても業務日誌（経営支援システム「経営カルテ」）に記録するとともに、事務局長が経営指導員へ指示を行う。

10. 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

(1) 現状と課題

他の商工会や各支援機関及び外部専門家との積極的な連携によって、需要の動向や、国・県・市の施策の概要や運用に関する情報交換を行うとともに、地域小規模事業者の経営課題及び支援に関するノウハウの共有化を図る。

また、各団体間の連携を深め理解を深めることで、小規模事業者の支援ニーズの掘り起こしを行い、新たな需要の開拓を深耕する基盤を構築する。

(2) 事業内容

- ①地域金融機関（管内金融機関支店長等）との「情報交換会」を実施する。
 - ・頻度：年1回以上
 - ・目的：地域の景況需要動向、金融支援の状況、経営改善・販路開拓・創業経営革新支援に関する支援ノウハウ等に関する情報交換及びその共通認識化を図る。
- ②山形県内の商工団体、行政機関、金融機関、大学・研究機関で組織する「プラットフォームやまがた」へ参画する。
 - ・頻度：年4回以上
 - ・目的：行政機関による施策の概要、金融支援の状況、経営改善・販路開拓・

創業経営革新支援に関する支援ノウハウ、先端技術の動向等に関する情報交換及びその共通認識化を図る。

- ③西村山商工会広域連携協議会における幹事会・経営指導推進会議（寒河江西村山地域の5商工会の事務局長及び広域経営指導員、経営指導員が参集する）に参加する。
- ・頻度：月1回以上
 - ・目的：地域経済動向、各市町の施策概要や運用、経営支援ノウハウ（具体的指導手法、支援体制強化手法等）、地域間における小規模事業者のマッチング等に関する情報交換及びその共通認識化を図る。
- ④外部専門家（税理士会、中小企業診断士協会等）主催の各種研修会、懇談会へ積極的に参加する。
- ・頻度：随時
 - ・目的：専門的な支援ノウハウに関する情報収集、情報交換及びその共通認識化を図る。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

本市の第6次寒河江市振興計画にも掲げられている、長期的な振興のあり方（「魅力ある農業振興」、「地域資源を活かした観光振興」、「賑わいを生む商工業振興」）を踏まえ、寒河江市、さがえ西村山農業協同組合、寒河江市技術振興協会、寒河江中央工業団地振興協会、寒河江市中心商店街連合会等関係団体と連携して、今後の地域産業活性化の方向性を検討するための取組（シンポジウム、懇談会等）を継続的に行うことで関係者間の意識の共有を図る。

併せて、関係団体が連携して実施する事業及び各団体が独自で実施する事業について共通認識に立って事業展開を行うことで異業種交流による新たなビジネスチャンスの創造やにぎわいの創出を促進する。

このことにより地域産業を活性化させ、小規模事業者の持続的発展が可能となる良好な環境を整備していく。

(2) 事業内容

- ①寒河江市、さがえ西村山農業協同組合、寒河江市技術振興協会、寒河江中央工業団地振興協会、寒河江市中心商店街連合会等関係団体と連携して、「地域産業懇談会」を開催する（年1回）。

農業や観光業を含め、幅広く地域産業の現状や今後の動向、新たな事業展開等について意見交換を通じ、地域資源の発掘やブランド化等を促進することで、主に商業・サービス業振興（にぎわい創出）による地域産業活性化を図る。

- ②寒河江市、寒河江市技術振興協会、寒河江中央工業団地振興協会等関係団体と連携し、「寒河江市産業振興シンポジウム」を開催する（年1回）。

先端技術の動向や新製品開発事例発表等の意見交換を通じ、企業間連携等による新たなビジネスチャンスの創造を図ることで、主に製造業振興による地域産業活性化を図る。

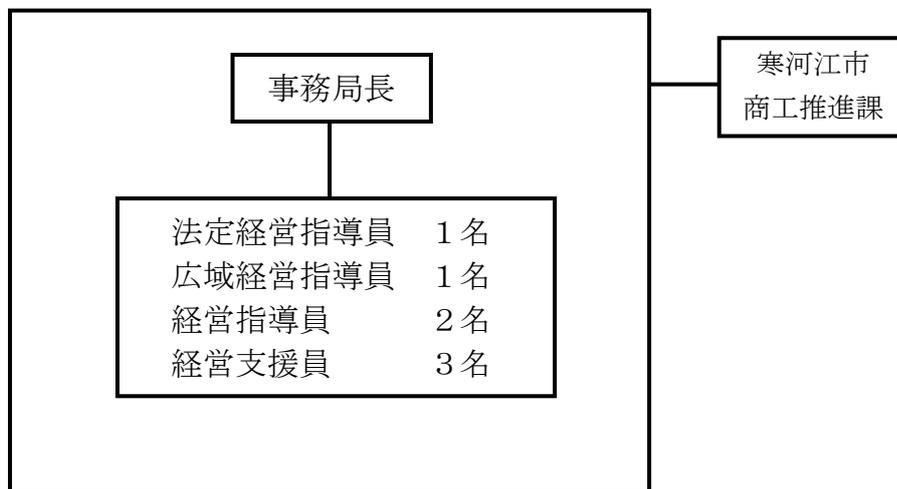
(別表 2)

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

(令和 6 年 7 月現在)

(1) 組織体制



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第 7 条第 5 項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

① 法定経営指導員の氏名、連絡先

■ 氏 名：福田 康臣

■ 連絡先：寒河江市商工会 TEL:0237-86-1211

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 連絡先

① 寒河江市商工会

〒991-8555

山形県寒河江市中央 1 - 8 - 3 8

TEL:0237-86-1211 FAX:0237-86-7526

E-mail:sagae@shokokai-yamagata.or.jp

② 寒河江市商工推進課

〒991-8601

山形県寒河江市中央 1 - 9 - 4 5

TEL:0237-86-2111 FAX:0237-86-7220

E-mail: scis@city.sagae.yamagata.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)

	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
必要な資金の額	5,250	5,250	5,250	5,250	5,250
1. 地域の経済 動向調査	600	600	600	600	600
2. 需要動向調 査	400	400	400	400	400
3. 経営状況の 分析	500	500	500	500	500
3. 事業計画策 定支援	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600
4. 事業計画策 定後の実施 支援	500	500	500	500	500
6. 新たな需要 の開拓に寄 与する事業	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650

(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
会費、国補助金、県補助金、市補助金、事業受託費、受益者負担金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	