

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	山梨市商工会 (法人番号 3090005004027) 山梨市 (地方公共団体コード 192058)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>【目標①】小規模事業者の生産性の向上や競争力の強化支援による経営の安定と持続的発展および魅力ある商工業のまちづくり</p> <p>【目標②】小規模事業者の経営革新、新たなビジネスモデルの創出、地域資源を活用した新商品・サービスの開発等の支援による、事業者の事業規模拡大および将来的な雇用の受け皿創出</p> <p>【目標③】小規模事業者のDXに向けた取組を支援することによる地域の新たな活力創出</p>
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>①地域の経済動向分析</p> <p>②市内事業者（個人事業主）の財務情報分析</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①「山梨フェア」での商品調査</p> <p>②「テクニカルショウヨコハマ」での製品調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①小規模事業者の経営分析</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①DX推進セミナーの開催・IT専門家派遣の実施</p> <p>②事業計画策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①事業計画のフォローアップ（計画を策定した全事業者を対象）</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①展示会・商談会の出展支援</p> <p>ア) 農商工連携マッチングフェア（BtoB）</p> <p>イ) 工業技術見本市テクニカルショウヨコハマ（BtoB）</p> <p>②ホームページの作成支援（BtoB, BtoC）</p> <p>③ネットショップの構築支援（BtoB, BtoC）</p> <p>④マスメディアの活用による販路開拓（BtoC）</p>
連絡先	<p>山梨市商工会 経営支援課 〒405-0018 山梨県山梨市上神内川 1348 番地 TEL: 0553-22-0806 FAX: 0553-23-1529 E-mail: y-city1202@yamanashi.or.jp</p> <p>山梨市 商工労政課 商工労政担当 〒405-8501 山梨県山梨市小原西 843 番地 TEL: 0553-22-1111 FAX: 0553-23-2800 E-mail: shokorosei@city.yamanashi.lg.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

ア 山梨市の概況

山梨市（以下、当市）は、甲府盆地の東部に位置し、面積は289.80平方kmで県内第4位の広さを有している。西部から南部にかけては甲府市及び笛吹市、東部は甲州市、北部は埼玉県秩父市及び長野県川上村にそれぞれ接している。

また、都心から約100km圏、JR中央線、中央自動車道で90分という交通の利便性に恵まれている。

地形的には、笛吹川沿い南北につながり、北部は山岳・丘陵地帯、南部は笛吹川左岸に平坦地、右岸は平坦地から丘陵地帯が広がっている。

面積の8割を森林が占め、笛吹川とその支流の琴川、鼓川、日川、重川などがもたらす肥沃な土地の恩恵を受け、なだらかな斜面や平坦地に広がる桃・ぶどうの果樹園は、美しい景観をおりなすとともに、県内有数の生産量を誇っている。

平成17年3月22日に山梨市、牧丘町、三富村が合併し、新「山梨市」が誕生した。

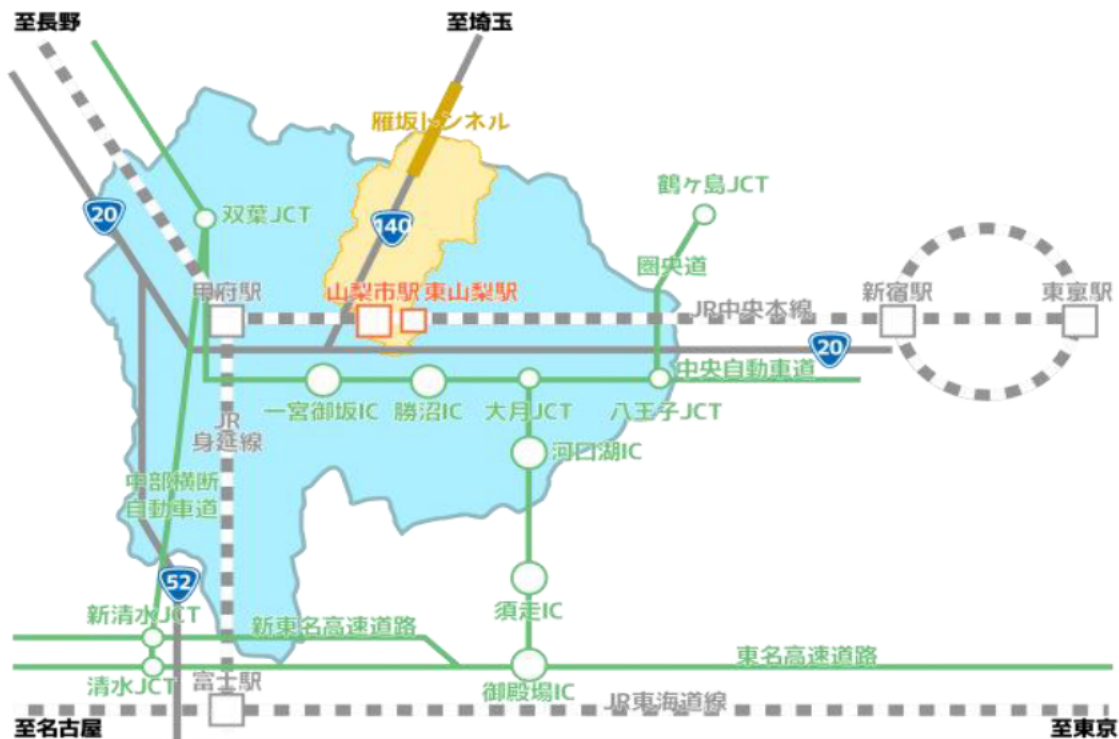
山梨市商工会（以下、当会）は、当市唯一の商工団体である。

■総面積：289.80平方km（東西19.9km、南北27.7km）

■経緯度：北緯 35度 39分 38秒～35度 54分 36秒 東経 138度 35分 36秒～138度 48分 49秒

■標高：最高 2,601m（北奥千丈岳）

■山梨市の位置図・交通

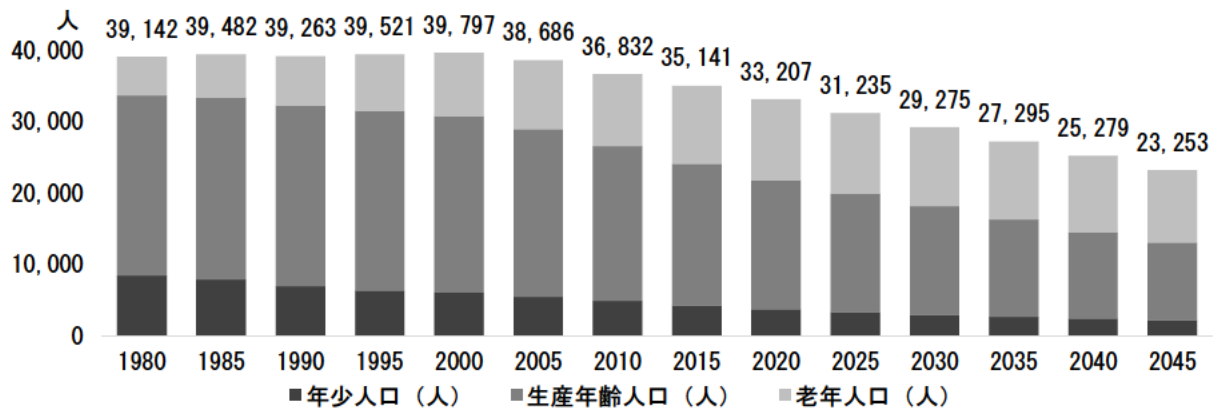


出典：山梨市観光協会 HP

イ 人口

令和3年9月1日時点の人口は33,935人（住民基本台帳）。

人口推移をみると、人口は平成12（2000）年の39,797人をピークに減少傾向に転じ、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。将来の年齢別人口をみると、年少人口、生産年齢人口、老年人口のすべてが減少傾向で推移することが予測されている。高齢化率は、平成27（2015）年の31.2%から令和27（2045）年には43.8%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、平成27（2015）年の56.5%から令和27（2045）年には46.8%に低下する見込みである。



出典：RESAS

ウ 特産品

当市の特産品をみると、農林水産省の果樹生産出荷統計で桃・ぶどうの栽培面積・収穫量・出荷量いずれもが全国の市町村の中で第三位となっている。特に肥沃な土地を生かした高品質な農作物を生産しておりぶどうや桃、さくらんぼといったフルーツ狩りを開催している果樹園も多く、観光客を楽しませている。

エ 観光資源

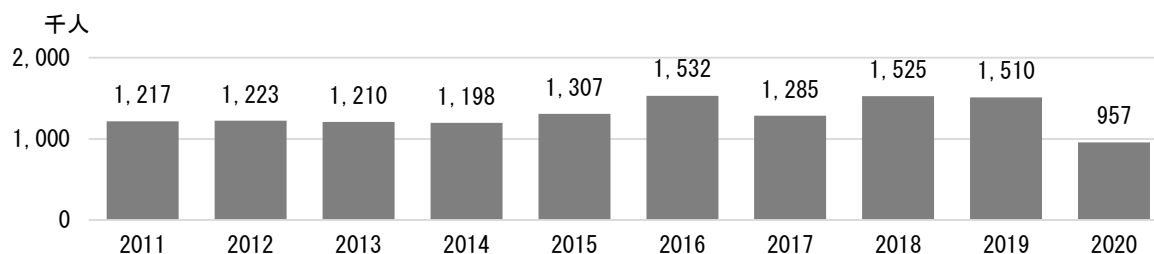
当市の主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

西沢溪谷	秩父多摩甲斐国立公園内に位置する、国内屈指の溪谷美を誇る景勝地である。巨大な花崗岩を清流が浸食してできた溪谷は、天然の芸術のごとく、原生林を流れる溪流がいくつもの滝を作り、神秘的な魅力に満ちあふれている。「日本の滝百選」にも選ばれた名瀑・七ツ釜五段の滝を筆頭に、三重の滝、竜神の滝、恋糸の滝、貞泉の滝などさまざまな滝が織りなす溪谷美は、まさに圧巻である。溪谷内は遊歩道が設けられ、溪谷ならではの四季の変化が楽しめる。特に5月のシャクナゲや秋の紅葉の時期には、多くの観光客が訪れる。また、西沢溪谷は森林浴のリラックス効果を実証され、森林セラピー基地に認定されているほか、「平成の名水百選」「森林浴の森100選」「水源の森百選」などにも選定されている。
ほったらかし温泉	温泉に入りながら富士山や甲府盆地といった絶景を見渡せる人気の日帰り温泉である。温泉を楽しむため最低限の設備のみのシンプルな「ほったらかし仕様」で、より自然との一体感を感じることができる。

オ 観光交流客数の推移

令和2(2020)年の観光入込客数は96万人である。推移をみると、新型コロナウイルス感染症による影響で減少したものの、近年は150万人前後で推移していることが読み取れる。



出典：山梨県観光文化部観光文化政策課「山梨県観光入込客統計調査」

カ 産業

(a) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

令和3(2021)年4月の商工業者数は1,328社であり、うち1,212社(91.4%)が小規模事業者である。産業別の商工業者の割合をみると、卸売・小売業が333社(25.1%)で最も多く、建設業が295社(22.2%)、飲食・サービス業が149社(11.2%)、製造業が143社(10.8%)と続く。

推移をみると、製造業や卸・小売業において、商工業者数の減少傾向がみられる。

	2017年4月 (H29)	2018年4月 (H30)	2019年4月 (H31・R1)	2020年4月 (R2)	2021年4月 (R3)
商工業者数	1,330	1,359	1,351	1,322	1,328
小規模事業者数	1,206	1,234	1,225	1,205	1,214
小規模事業者の割合	90.7%	90.8%	90.7%	91.1%	91.4%
(建設業)	273	290	298	296	295
(製造業)	163	150	145	143	143
(卸売・小売業)	355	360	355	338	333
(飲食サービス業)	156	160	155	150	149
(その他)	383	399	398	395	408

出典：商工会事業所管理システムから作成

(b) 業種別の課題（経営課題）

i_商業

核となる大型店が市内には乏しく、近隣地域への購買力の流出が続いている。また、山梨市の周辺部商店街として位置づけられる山梨地区、日下部地区、八幡地区、牧丘地区でも店主の高齢化とともにマンネリ化が顕著で、客離れが進んでいる。加えて、市民の高齢化の進展や一人暮らし世帯の増加に伴い、日用品の買い物に不便を感じている買い物弱者が増加傾向にあるため、今後はその需要に対応するための取組も必要になってくる。

ii_工業

中小企業では独自製品の開発に取り組むなど積極的な経営姿勢の企業もあるが、小規模事業者では、経営者の高齢化が進んでおり、事業承継への対応が課題となっている。今後は親族承継だけでなく、従業員への承継やM&Aなどの手法も検討していく必要がある。

iii_観光業

当市には、西沢渓谷やほったらかし温泉をはじめとした、四季折々の美しい自然を満喫できる施設や、豊富な果物等、観光資源が数多くある。しかし、令和2（2020）年からの新型コロナウイルス感染拡大の影響により、観光客自体が激減している。今後を見据え、安定的な来訪客確保の為に、安心安全を掲げた観光PRとともに、SNS等のデジタル技術を積極的に活用した情報発信にも注力し、地域に応じた個別或いは集団での経営支援を行う必要がある。

キ 第2次山梨市まちづくり総合計画

第2次山梨市まちづくり総合計画の商工・観光に該当する箇所は下表のとおりである。

商工業では、「事業者数の増加」「事業者の規模拡大」「商店街のにぎわい創出」「買い物弱者の減少」「地域資源の活用」、観光では、「滞在型観光の増加」「インバウンド対応」などが掲げられている。

■長期ビジョン

将来像	誇れる日本を、ここ山梨市から。
ビジョン	Vision1 四季折々の色あいを大切に、にぎわいのある山梨市 1 稼ぐ農業へ挑戦するまち 2 魅力ある商工業のまち 3 都市と自然の交流のまち 4 地域資源を活かした産業の創出に挑戦するまち

■中期計画（平成29年度～令和4年度）

(2)魅力ある商工業のまち

- ・市内商工業事業者の数を増やすとともに、事業者の規模を拡大させることで、雇用を確保すること
- ・商店街のにぎわいを創出し、山梨市内での消費を増やすこと
- ・買い物弱者を減少させること

(3)都市と自然の交流のまち

- ・市内観光入込客数を増やすこと
- ・外国人観光客も含め、滞在型観光客を増やすこと
- ・まちをガイドできる市民（「まちのソムリエ」）を増やすこと
- ・観光時の事故を減らすこと

(4)地域資源を活かした産業の創出に挑戦するまち

- ・森林セラピー体験者を増やすこと
- ・医療・福祉・介護関連のしごとを増やすこと
- ・農福連携事業者を増やし、障がい者等の雇用を増やす
- ・森林施業者を確保し、森林の適切な維持管理を行うこと

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず、人口をみると、当市の人口は平成12（2000）年の39,797人をピークに減少傾向に転じ、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。商業事業者にとっては、市外への販売強化、観光客向けの販売強化など、人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。また、市内消費者をターゲットにした店舗等においても、現状、店主の高齢化とともに、マンネリ化が顕著となっていることから、それぞれの店舗が独自の魅力を持つような、店づくり等が課題といえる。

さらに、年齢3区分別人口をみると、高齢化率が上がることが予測される。消費構造が変化していくことから、この変化への対応が課題となる。特に、市民の高齢化の進展や一人暮らし世帯の増加に伴い、日用品の買い物に不便を感じている買い物弱者が増加傾向にあるため、今後はこれら買い物弱者に対する取組も必要になってくる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、生産性向上等への取組が必要となる。

観光面では、当市には、西沢渓谷やほったらかし温泉をはじめとした、四季折々の美しい自然を満喫で

きる施設や、豊富な果物等、観光資源が数多くある。現在、新型コロナウイルス感染症の影響で観光客が減少しているが、今後を見据えると、アフターコロナ・ウィズコロナ時代に適合した観光施策が必要である。具体的には、山梨市や当会が安心安全を掲げた観光PRを行うとともに、小規模事業者においてもSNS等のデジタル技術を積極的に活用した情報発信（集客）等が求められる。

併せて、当市は農林水産省の果樹生産出荷統計で桃・ぶどうの栽培面積・収穫量・出荷量いずれもが全国の市町村の中で第三位となっている。特に肥沃な土地を生かした高品質な農作物を生産しておりぶどうや桃、さくらんぼといったフルーツ狩りを開催している果樹園も多く、観光客を楽しませている。

小規模事業者も、これら特産品を活用した高付加価値商品の開発等への取組が課題といえる。

事業所数の推移をみると、平成29（2017）年4月時点では商工業者数が1,330社（うち小規模事業者数が1,206社）、令和3（2021）年4月時点では商工業者数が1,328社（うち小規模事業者数が1,214社）と、4年間で大きな変動がみられない。一方、業種別にみると、製造業や卸・小売業において、事業者数の減少がみられる。地域の活力維持のためには、特にこれらの業種において事業承継等を促進させることが課題であるといえる。

(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

当市の少子高齢化における人口減少が進むことにより、小規模事業者にとって益々厳しい経営環境になることが予想される。そこで、今後の社会や経済情勢の変化に対応すべく、地域の現状と課題、及び当会に期待する施策、役割を踏まえた中で、消費者動向などの社会的なニーズを的確に把握して小規模事業者の長期的な振興のありかたとして、以下を定め、地域活性化及び事業の持続的発展を目指す。

(1) 地域企業の減少に歯止めをかける

- ①小規模事業者が経営の安定と持続的発展を遂げている
- ②事業承継を円滑に進め、後継者不足による廃業が最小限である
- ③地域内での創業・第二創業が堅調に増え、長きにわたって継続している

(2) 経営の抜本的な見直しを行う

- ①新事業活動など経営革新を行う小規模事業者が増えている
- ②地域資源活用、農商工連携、6次産業化による新商品、新サービスを提供する企業が増えている

(3) 観光振興における地域内の活性化

- ①地域の観光資源と併せて、果樹関連の観光振興による交流人口の増加に伴い、地域小規模事業者への波及効果をもたらしている
- ②商談会等におけるマッチング、売れる商品への改良及び新商品のブラッシュアップを通じた新たな販路開拓が実現できている

また、上記の長期的な振興のありかたを実現するため、当会では以下の支援を実施する。

〈 地域経済牽引事業の促進及び中小企業の生産性向上と収益力強化 〉

本地域の強みを活かし稼ぐ力を高めるため、地域において中核的な役割を果たす企業を中心に、その生産性の向上を図るなど競争力の強化を後押しする。また、本市経済を支える中小企業において、先端設備などを導入することにより、新たなビジネスモデルの創出、新商品・サービスの開発、業務プロセスの改善等を図り、労働生産性の向上を実現する。併せて、新たな製品・サービス開発のための設備投資の支援、税負担軽減、IT導入支援など中小企業の実現する施策に取り組む。

②第2次山梨市まちづくり総合計画との連動性・整合性

第2次山梨市まちづくり総合計画の商工・観光をみると、商工業では、「事業者数の増加」「事業者の規模拡大」「商店街のにぎわい創出」「買い物弱者の減少」「地域資源の活用」、観光では、「滞在型観光の増加」「インバウンド対応」などが掲げられている。

前項の(1)は、総合計画の「事業者数の増加」、前項の(2)は、総合計画の「事業者の規模拡大」「商店街

のにぎわい創出」「買い物弱者の減少」「地域資源の活用」、前項の(3)は総合計画の「地域資源の活用」「滞在型観光の増加」「インバウンド対応」にそれぞれ資する目標であり、連動性・整合性があるといえる。

③商工会としての役割

ア 当会の役割

当会は、平成18年4月に市町村の合併を受け、2つの商工会が合併し発足。山梨地区に本所、牧丘三富地区に支所を設置し、1,328の商工業者（内小規模事業者数1,214）を対象に経営に関する相談を中心に業務を実施している。

「地域密着、身近にあつて頼りになる商工会」を基本目標に、市行政はじめ、国・県指導のもと山梨県商工会連合会、金融機関、関係機関等（山梨県信用保証協会、やまなし産業支援機構等）と連携を図る中で事業の展開を行っている。

第1期経営発達支援計画では、以下の目標を掲げ、小規模事業者支援を実施してきた。今後は第2期経営発達支援計画を定め、小規模事業者の活性化に向けて全職員一丸となり取り組む。

目標（第1期経営発達支援計画）

(1) 地域事業者の減少に歯止めをかけるために

- ① 既存事業者の経営状況を詳細に把握し、需要動向の調査、事業計画の策定・実施支援、販路開拓などを支援しながら「経営をしっかりと行う持続的企業」を数多く育てる。
- ② 高齢化が進んでいる経営者に対する事業承継、後継者の育成支援を行う。
- ③ 資金調達、事業承継、経営改善などを既存事業者の実態やニーズにあつた支援を行う。
- ④ 創業時における支援と創業後のニーズに合った支援を継続的に行うとともに、起業・創業支援により雇用の増進を図る。

(2) 経営の抜本的な見直しを行う

- ① 商品、製品、サービス等の高付加価値による経営革新への理解と経営革新に取り組む為の支援を行う。
- ② 地域資源を活用した新商品、新サービス等の開発支援や、物産展等での販路開拓支援を行う。

(3) 観光振興における地域内の活性化

- ① 観光資源等に訪れる観光客に対し、地域内の飲食店、小売業者等への波及効果をもたらす為、商品や店舗等の情報発信を行い地域内での消費喚起に繋がる支援を行う。

以上の目標がより効果的に実施できるよう、支援力の向上に向けて、山梨県商工会連合会をはじめ関係各機関と連携し支援ノウハウ等の情報交換を行うとともに、職員の支援ノウハウや資質の向上に取り組む。

(3) 経営発達支援事業の目標

【目標①】

小規模事業者の生産性の向上や競争力の強化支援による経営の安定と持続的発展および魅力ある商工業のまちづくり

【目標②】

小規模事業者の経営革新、新たなビジネスモデルの創出、地域資源を活用した新商品・サービスの開発等の支援による、事業者の事業規模拡大および将来的な雇用の受け皿創出

【目標③】

小規模事業者のDXに向けた取組を支援することによる地域の新たな活力創出

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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

小規模事業者の生産性の向上や競争力の強化支援のために、まず経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。また、生産性向上のためには、IT等の活用も有効であることから、経営分析において、事業者のITの利活用状況を調査する。同時に、地域経済動向調査により市内の外部環境を整理する。これらの分析結果を活用しながら、新たな経営の方向性を定め、結果を事業計画にまとめる。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現・達成させる。

【目標②達成のための方針】

小規模事業者の経営革新、新たなビジネスモデルの創出、地域資源を活用した新商品・サービスの開発等の新たな取組にはリスクが伴う。そこで実施前に前項の手順で事業計画の策定を支援する。さらに、山梨フェアやテクニカルショウヨコハマなどのバイヤー・購買担当者との接点において需要動向調査を実施し、事業の成功確率を上げる。また、新たな需要の開拓のための展示会・商談会出展支援やIT活用支援、経営課題解決のための各種専門家派遣などのメニューにより、新事業のリスクを可能な限りヘッジする。

【目標③達成のための方針】

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくことを目的にセミナーを開催する。セミナーを受講した事業者のなかから、取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行うなかで、必要に応じてIT専門家派遣を行う。さらに、DXを活用した販路拡大を志向する事業者に対しては、売上拡大が実現するまで伴走型で支援を実施する。これらの支援を実現するため、経営指導員がDXに関する資質向上を行い、より実効性の高い支援を可能にする。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状、地域の経済動向調査に関しては、当会が単独で会員等を巡回し、知り得た情報を職場内のみで共有していたに過ぎず、単独での情報収集であり、情報公開していなかった。

今後は、国が提供するビッグデータを活用。収集した情報の整理を行うなかで地域経済動向を的確に把握し、これらの情報を広く公表するだけでなく、事業計画の作成に活用する。また、山梨県商工会連合会と連携し、市内事業者の財務状況を分析することで、当会の支援方針策定の基礎資料とする。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
地域の経済動向分析 レポート公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
市内事業者（個人事業主）の財務情報 分析報告書の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

事業名	地域の経済動向分析
目的	地域の小規模事業者に当市の経営環境を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とする。また、個社の事業計画策定時において、外部環境分析で活用する。
調査の内容	地域経済分析システム（RESAS）の内容のなかで、地域の小規模事業者に活用してもらいたい項目を分析し、ポートにまとめたうえで公表する。
調査を行う項目	・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 分析及び滞在人口率 →人の動き等を分析 ・産業構造マップ →産業の現状等を分析 等
調査の手段・手法	経営指導員が外部専門家と連携し、RESAS の情報を網羅的にみて、特に事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者がみやすい ポートにまとめる。
調査結果・成果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表、広く市内事業者に周知。分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

②市内事業者（個人事業主）の財務情報分析

事業名	市内事業者（個人事業主）の財務情報分析
目的	当地域の事業者の財務状況を山梨県平均や近隣市町村平均と比較することで、当会の支援方針を決める際の基礎資料とする。また、事業者の事業計画（数値計画）策定の際に参考資料として活用する。
調査の内容	山梨県内の商工会で記帳代行を行っている先の財務情報を山梨県商工会議所連合会に提供し、地域ごとの事業者の財務状況を分析する。
調査を行う項目	■山梨県商工会連合会に提供する項目（インプット） 業種 / 売上（収入）金額 / 売上原価 / 減価償却費 / 経費 / 所得金額（専従者給与控除前） / 専従者給与 / 従業員数（専従者含む、パート除く） ■分析する項目（アウトプット） 以下の項目について、業種別に山梨県平均や市町村のデータが得られる。 付加価値額 / 付加価値生産性（事業主含む） / 従業員 1 人当たり年間売上高（事業主含む） / 従業員 1 人当たりの年間総利益高（事業主含む） / 売上高総利益率 / 経常利益率 / 付加価値率
調査の手段・手法	経営指導員が上記〔分析する項目〕について、山梨県平均や近隣市町村平均と比較を行う。比較結果は、事業者提供用資料として簡易な報告書にまとめる。
調査結果・成果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表し、広く市内事業者に周知する。また、①当会内で、支援方針を決める際の基礎資料、②事業者の事業計画作成時の基礎資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

事業者が新商品・新サービスを開発・提供する際には、消費者ニーズや市場動向等、需要動向を把握することが重要であるが、多くの小規模事業者は必要性を認識しておらず、調査を実施していない現状がある。また、当会としてもこのようなサービスを提供できていなかった。

今後は、需要動向調査の必要性を説明するとともに、事業者が需要動向調査を効果的に行える機会を提供することで市場ニーズの把握を支援する。また、本結果で得られたデータは事業計画策定に活用する。

(2) 目標

項目	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
「山梨フェア」での商品調査 調査対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
「テクニカルショウヨコハマ」での製品調査 調査対象事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

① 「山梨フェア」での商品調査

事業名	「山梨フェア」での商品調査
目的	当市の人口が減少し、消費が縮小しているなかで、域外（首都圏等）にも売れる商品の開発が期待される。そこで、当会が主催する「山梨フェア※」を活用し、首都圏での商品調査を実施。首都圏居住者の意見を収集し、商品のブラッシュアップを行う。
対象	主に特産品を活用した食品について、年間3商品（1者あたり1商品）を対象とする。
調査の手段・手法	「山梨フェア」にて年1回アンケート調査を実施する。実施にあたっては、事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。また、調査は当会の職員が担当する。アンケート調査では、1商品あたり30名以上の来場者等からアンケート票を回収する。
調査を行う項目	<input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 山梨市らしさ <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が分析を行う。分析では、各項目について男女別、年齢別にクロス集計を実施。結果から商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、事業計画を策定し、経営指導員が伴走型で支援する。

※「山梨フェア」とは、当会とジェイアール東日本商業開発株式会社が主催する産地直送商品の販売会である。東京都にある立川駅の商業施設「グランデュオ立川」のイベントスペースにおいて、1週間程度、当市の特産品等を産地直送でお届け（販売）する。

② 「テクニカルショウヨコハマ」での製品調査

事業名	「テクニカルショウヨコハマ」での製品調査
目的	小規模製造業の課題のひとつに新技術や新製品の開発、新たな取引先の獲得などがある。そこで、「テクニカルショウヨコハマ」を活用して、個社の技術・製品に対し、大手・中堅企業の購買担当にどのようなニーズがあるのかを調査する。
対象	製造業の製品について、年間2製品（1者あたり1製品）を対象とする。
調査の手段・手法	「テクニカルショウヨコハマ」にてヒアリング調査を実施。実施にあたっては、事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。調査は、出展者（製品の製造者）が主体となり、経営指導員が協力。来場した購買担当者10名からヒアリングを行う。
調査を行う項目	<input type="checkbox"/> 興味を持った技術・製品 <input type="checkbox"/> 製品に興味を持った理由 <input type="checkbox"/> 御社で抱えている課題 <input type="checkbox"/> 課題解決のための当社技術・製品へのご要望等
分析の手段・手法	分析は調査結果から共通項を見つける手法で実施。分析は経営指導員が実施するが、必要に応じて中小企業診断士等の専門家の意見を聞く。
調査・分析結果の活用	分析結果は、事業者にフィードバックするとともに、新技術や新製品の開発の方向性を検討する。開発にあたっては中長期的な取組みが必要となるため、開発に先立ち事業計画を作成。事業計画に沿って伴走型で支援を実施する。

※「テクニカルショウヨコハマ」の詳細は、『8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』参照

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が生産性の向上や競争力の強化を実現するため、または、小規模事業者が経営革新、新た

なビジネスモデルの創出、地域資源を活用した新商品・サービスの開発等の新たな取組にチャレンジするためには、自社の経営状況を把握する必要がある。当会ではこれまでも小規模事業者の経営分析を実施してきたが、事業計画策定支援や金融支援の際に実施するに留まっており、財務分析のみ、非財務分析のみといった部分的な経営分析もみられた。

今後は、財務分析および非財務分析の多面的な経営分析を実施するだけでなく、DXに関する分析を追加で実施するなど、分析の幅を拡大させる。また、本結果で得られた分析結果は事業計画策定に活用する。

(2) 目標

現状の経営分析事業者数は30者/年であるが、この分析の内容をみると、財務分析のみ、非財務分析のみといった分析もみられた。今後は、財務分析および非財務分析の多面的な経営分析を実施。また、分析者数も45者/年まで増加させる。なお、45件/年の内訳は、経営指導員3名×15者/年=45者/年である。現在の経営指導員3名の業務量をみると、純粹に経営指導を実施できる時間は全体の業務量の4分の3程度であるため、20者/人（経営指導員等一人当たりで継続的に指導及び助言を行うことができると想定される業務量）×3/4=15件/人と算出している。将来的には、経営指導員が経営指導に専念できる組織体制を整備する。

項目	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
経営分析事業者数	30者	45者	45者	45者	45者	45者

(3) 事業内容

① 小規模事業者の経営分析

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者の財務状況や強み・弱みなどの経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	巡回訪問・窓口相談、セミナー開催時などに訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法	経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。具体的な分析内容は以下のとおりである。高度かつ専門的な知識が必要となった場合は、山梨県商工会連合会の商工会版中小企業ネットワーク事業、山梨県よろず支援拠点の専門家派遣を活用する。 財務分析：直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析 非財務分析：強み・弱み(商品・製品・サービス、仕入先・取引先、技術・ノウハウ等) 機会・脅威(競合、業界動向等) デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況等
分析結果の活用方法	・経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は、専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、当会内の会議で共有する。また、クラウド型支援ツール（BIZミル等）に分析結果を集約し、他の経営指導員・経営支援員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が新たな取組を実施するためには、事前に事業計画を策定することが重要である。一方、当会では、事業計画の策定支援は実施しているものの、支援の内容をみると、補助金申請のための計画策定支援が大半であり、事業者からの要請に基づいて支援することが多かった。

今後は経営分析の支援対象者に対し事業計画の必要性を周知し、事業計画の策定を推進する。なお、事業計画の策定においては、地域の経済動向調査、需要動向調査、経営分析の結果を活用する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が生産性の向上や競争力の強化を実現するため、または、小規模事業者が経営革新、新たなビジネスモデルの創出、地域資源を活用した新商品・サービスの開発等を成功させるために、経営分析から一歩踏み出した支援として、事業計画の策定支援を実施する。事業計画の策定支援では、経営分析件数の約7割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定前段階において、DXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の推進・維持を目指す。

(3) 目標

項目	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
DX 推進セミナーの開催回数	-	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定セミナーの開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回

項目	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
事業計画策定事業者数	30者	30者	30者	30者	30者	30者

(4) 事業内容

①DX 推進セミナーの開催・IT 専門家派遣の実施

事業名	DX 推進セミナーの開催・IT 専門家派遣の実施											
目的	DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、また実際に DX に向けた IT ツールの導入や Web サイト構築等の取組を推進していくために、セミナーの開催や IT 専門家派遣を行う。											
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）											
支援内容	<p>DX 推進セミナーを開催する。また、セミナーを受講した事業者のなかから、取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行うなかで、必要に応じて地元 IT 事業者等の IT 専門家派遣を行う。</p> <p>■DX 推進セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>募集方法</td> <td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年2回</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>山梨県商工会連合会の登録講師、地元 IT 事業者等を想定</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>DX 総論、DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）や具体的な活用事例 / クラウド型顧客管理ツールの紹介 / SNS を活用した情報発信方法 / EC サイトの利用方法 等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>15 人/回</td> </tr> </table>		募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知	回数	年2回	講師	山梨県商工会連合会の登録講師、地元 IT 事業者等を想定	カリキュラム	DX 総論、DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）や具体的な活用事例 / クラウド型顧客管理ツールの紹介 / SNS を活用した情報発信方法 / EC サイトの利用方法 等	想定参加者数	15 人/回
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知											
回数	年2回											
講師	山梨県商工会連合会の登録講師、地元 IT 事業者等を想定											
カリキュラム	DX 総論、DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）や具体的な活用事例 / クラウド型顧客管理ツールの紹介 / SNS を活用した情報発信方法 / EC サイトの利用方法 等											
想定参加者数	15 人/回											
支援の手段・手法	IT の利活用を行う事業者に対しては、導入前に事業計画の策定を行い、経営指導員が伴走型で支援する。											

②事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援
目的	「地域の経済動向調査」「需要動向調査」「経営状況の分析」を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展に資する事業計画の策定を支援する。
支援対象	<ul style="list-style-type: none"> 経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者 金融相談において事業計画の必要性が顕在化した事業者 生産性の向上や競争力の強化により持続的経営を目指す事業者 経営革新、新たなビジネスモデルの創出、地域資源を活用した新商品・サービスの開発等に取り組む事業者

	・補助金やDX支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者等										
対象事業者の掘り起こし	1. 経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する。 2. 補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 3. 事業計画策定セミナーを開催する。 ■事業計画策定セミナー										
	<table border="1"> <tr> <td>募集方法</td> <td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年2回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>1. 事業計画とは、2. SWOT分析の方法、3. 経営方針、4. 経営課題ごとの取組、5. アクションプラン、6. 数値目標、7. 補助金の活用等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>15人/回</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>セミナー参加者のなかで事業計画策定に意欲的な事業者のために個別相談会を実施する。</td> </tr> </table>	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知	回数	年2回	カリキュラム	1. 事業計画とは、2. SWOT分析の方法、3. 経営方針、4. 経営課題ごとの取組、5. アクションプラン、6. 数値目標、7. 補助金の活用等	想定参加者数	15人/回	その他	セミナー参加者のなかで事業計画策定に意欲的な事業者のために個別相談会を実施する。
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知										
回数	年2回										
カリキュラム	1. 事業計画とは、2. SWOT分析の方法、3. 経営方針、4. 経営課題ごとの取組、5. アクションプラン、6. 数値目標、7. 補助金の活用等										
想定参加者数	15人/回										
その他	セミナー参加者のなかで事業計画策定に意欲的な事業者のために個別相談会を実施する。										
支援の手段・手法	①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者からのヒアリングをもとに経営指導員が作成する方法の2つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて、山梨県商工会連合会の商工会版中小企業ネットワーク事業、山梨県よろず支援拠点の専門家派遣を実施する。										

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

現状、事業計画策定後の支援について明確なルールがなく、担当者任せとなっていた。そのため、十分なフォローアップができていないことがあった。また、「売上が増加したか」や「利益が増加したか」といった結果にまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

今後は、原則として四半期ごとにフォローアップを実施。すべての事業計画に対し、伴走型で支援することで、計画の成果をあげることを目指す。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合・経常利益増加割合が20%*（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目標とする。

*これまでの当会の支援のなかで、肌感ではあるが、前年同期比で売上高や経常利益が増加している小規模事業者の割合は1割程度であると感じている。そこで、本事業においては、伴走型のフォローアップを実施することで、事業計画策定およびフォローアップを実施した対象事業者について、売上増加事業者割合・経常利益増加事業者割合が20%（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）となることを目指す。

(3) 目標

項目	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
フォローアップ対象事業者数	30者	30者	30者	30者	30者	30者
頻度（延回数）	120回	120回	120回	120回	120回	120回
売上増加事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者
経常利益増加事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者

(4) 事業内容

①事業計画のフォローアップ（計画を策定した全事業者を対象）

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
-----	----------------------------

目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・ 手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やすだけでなく、専門家派遣などを活用しながら軌道に乗せるための支援を実施する。 また、事業計画を実行するなかで専門的課題がでた場合は、山梨県商工会連合会の商工会版中小企業ネットワーク事業、山梨県よろず支援拠点の専門家派遣を活用する。

8. 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

多くの小規模事業者の売上高が年々減少しているなかで、持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、自社独自での取組には限界がある。また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっているという課題もある。当会では、これまでも事業者の販路開拓を支援してきたが、これらの支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていないという課題もみられた。

今後は、商談会やITによる販路拡大支援など、事業者単独では実現が難しい販路拡大手段でかつ効果が高いサービスを提供する。また、その成果を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する。また、これまで実施できていなかったDXに関する支援を強化する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い展示会・商談会への出展支援やマスメディアの活用支援をする。また、DXに向けた取組として、ホームページやネットショップの構築支援を実施する。なお本事業は、事業者が新たな需要を獲得するきっかけづくりを提供するという考え方で実施。実際に効果が上がることを示しながら、将来的には事業者が自主的に取り組めるよう道筋を作る。

(3) 目標

項目	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
「農商工連携マッチングフェア」出展事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
「テクニカルショウヨコハマ」出展事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
ホームページの作成支援事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
(BtoBの場合)成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
(BtoCの場合)売上額/者	—	10万	10万	10万	10万	10万
ネットショップの構築支援事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
マスメディアの活用による販路開拓事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/者	—	10万	10万	10万	10万	10万

(4) 事業内容

① 展示会・商談会の出展支援

ア) 農商工連携マッチングフェア (BtoB)

事業名	「農商工連携マッチングフェア」の出展支援
目的	自社独自で展示会・商談会に出展することが難しい食料品製造業事業者に展示会・商談会出展の機会を提供。新規取引先の獲得、商談先の開拓を狙う。
支援対象	(主に特産品を活用した食品を販売している) 食料品製造業
訴求相手	県内のバイヤー
展示会等の概要	山梨県商工会連合会及び県下 23 商工会が、山梨県及び県内の中小企業支援機関、金融機関、JA 等と連携して開催する展示・商談会である。出展者は、互いの経営資源や地域資源を活用して開発した商品等の商談や販路開拓を実施できる。令和 3 年 1 月の開催では、出展者数 71 社、来場者数 175 名であった。
支援の手段・手法	出展者の募集だけでなく、事前準備としてブースの準備方法、パンフット等の整備、短時間での商品等アピール方法、商談相手の事前アポイント等をワンストップで支援する。また、出展後は、展示会で名刺交換をした相手に対する、フォロー方法を指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

イ) 工業技術見本市テクニカルショウヨコハマ (BtoB)

事業名	「工業技術見本市テクニカルショウヨコハマ」の出展支援
目的	自社独自に展示会・商談会に出展することが難しい製造業事業者に展示会・商談会出展の機会を提供。新規取引先の獲得、商談先の開拓を狙う。
支援対象	製造業
訴求相手	首都圏の製造業 ※オンライン開催の場合は全国の製造業
展示会等の概要	首都圏最大級の工業技術・製品に関する総合見本市である。毎年 2 月に開催されている。「ロボットゾーン」「AI・IoT ゾーン」「機器・装置・製品ゾーン」「研究開発ゾーン」「ニューWorking・Life スタイルゾーン」など関連する技術・製品ごとに商品が展示される。令和 3 (2021) 年 2 月は新型コロナウイルス感染症の影響でオンライン開催となり、出展者数 592 社、来場者数(アクセス件数)55,662 であった。
支援の手段・手法	出展者の募集だけでなく、事前準備としてブースの準備方法、パンフット等の整備、短時間での商品等アピール方法、商談相手の事前アポイント等をワンストップで支援する。また、オンライン開催の場合は、来場者が興味を引くような訴求ポイントを押さえた展示ページ作成を支援する。展示会出展後は、展示会で名刺交換をした相手に対する、フォロー方法を指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

②ホームページの作成支援 (BtoB, BtoC)

事業名	ホームページの作成支援
目的	新規客の獲得においてホームページは有効な手段である。一方、小規模事業者のなかにはホームページを有していない事業者も多い。そこで、ホームページの作成を支援し、新規客の獲得を目指す。
支援対象	ホームページの開設による販路の拡大を志向する事業者 ※事業計画の策定支援を実施した事業者を優先的に支援する
訴求相手	BtoB の場合：全国の取引先 BtoC の場合：全国の消費者
支援内容	ホームページの作成支援を実施する。ホームページ制作にあたっては、「Goopie (商工会会員向け無料ホームページシステム)」を活用する。
支援の手段・手法	経営分析により、事業者が持つ独自の技術や特徴等の「強み」を整理する。整理した「強み」は事業者と共有、ホームページへの掲載事項を決定する。ホームページの制作においては、必要に応じて、地元 IT 事業者の紹介等を実施する。作成後は、アクセス数や問い合わせ数を定期的にフォローし、PDCA サイクルを回す。
期待効果	BtoB の場合：新たな取引先の獲得を狙う。BtoC の場合：売上拡大効果を狙う。

③ネットショップの構築支援 (BtoB, BtoC)	
事業名	ネットショップの構築支援
目的	近年、ネットショップの構築による販路拡大を目指す小規模事業者が増加している。そこで、ネットショップの構築を支援し、さらに徹底的にフォローアップを行うことで売上拡大を目指す。
支援対象	ネットショップの構築による販路の拡大を志向する事業者 ※事業計画の策定支援を実施した事業者を優先的に支援する
訴求相手	全国の消費者
支援内容	ネットショップの構築支援を実施する。
支援の手段・手法	ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR 方法等を支援する。また、構築にあたっては、必要に応じて、地元 IT 事業者の紹介等を実施する。構築後は、アクセス数や購入数を定期的にフォローし、PDCA サイクルを回す。
期待効果	売上拡大効果を狙う。

④マスメディアの活用による販路開拓 (BtoC)

事業名	マスメディアの活用による販路開拓
目的	当会が持つメディアとのネットワークを活用し、小規模事業者の商品の販路開拓を行う。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず） ※事業計画の策定支援を実施した事業者を優先的に支援する
訴求相手	市内の消費者
支援内容	小規模事業者が開発した新商品・新サービスや、小規模事業者の新たな取組について、当会と繋がり強い「山梨日日新聞」「FM 富士」「YBS テレビ」「UTY」等のメディアに対しプレスリリースを送付する。
支援の手段・手法	経営分析において非財務分析を実施するなかで、独自性の強い商品等に関しては、メディアを使った販路開拓を提案する。その後、プレスリリースの作成を行い、メディア送付する。メディアで取り上げられた直後は大きな売上が期待できるが、持続させることは難しい。そこで、リピート購入を促す支援も併せて実施する。
期待効果	売上拡大効果を狙う。

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

9. 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

(1) 現状と課題

現状、経営発達支援計画の評価を「経営発達支援計画事業評価委員会」により実施。事業の評価に加え、より成果を出すための助言を受け、事業の見直しを進めてきた。

これまでのところ特段の課題はないため、今後も継続して事業を実施する。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCA を回す仕組みを構築する。
事業評価の手段・手法	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】 (a) 経営発達支援計画の事業内容や目標を設定する。 (b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。 【DO】 (c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。

(d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に適時入力する。

【CHECK】

- (e) 法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）により各経営指導員等の指導状況を日々確認する。
- (f) 月 1 回の定期ミーティングにて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。
- (g) 年 1 回の「経営発達支援計画事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。

※「経営発達支援計画事業評価委員会」の実施の流れ

- i 山梨市商工労政課長、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援計画事業評価委員会」を年 1 回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。
- ii 当該「経営発達支援計画事業評価委員会」の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当会ホームページ（<http://shokokai.yamanashishi.jp/>）へ掲載（年 1 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。

【ACTION】

- (h) 「経営発達支援計画事業評価委員会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

現状、経営指導員を中心に経営発達支援計画の実行に必要な資質向上に取り組んでいる。そのため、経営分析や事業計画策定などの一定のスキルはある。

今後は、「事業者の売上や利益を向上させること」「効果の高い販売促進を実施すること」「DX に向けた相談・指導能力を習得すること」などの本経営発達支援計画で求められ、かつ当会職員に不足している知識・ノウハウを中心に資質の向上を図る。また、経営指導員のみならず経営支援員も含めた組織全体の資質向上を実現し、より効果の高いレベルの支援を組織全体として行える体制をつくる。

(2) 事業内容

① 経営発達支援計画の実行に向けた資質向上

参加者	経営指導員、経営支援員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得する
内容	<p>経営発達支援計画の実行に必要な「事業者の売上や利益を向上させること」「効果の高い販売促進を実施すること」「DX に向けた相談・指導能力を習得すること」等の知識・ノウハウを習得する。具体的には、山梨県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体等が主催する研修の他、中小企業大学校の実施する研修への参加や外部講師を招聘した会内研修の開催などを行う。</p> <p>また、DX 関連の動向は日々進化していることから、以下の＜DX に向けた IT・デジタル化の取組＞のような、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。</p> <p>＜DX に向けた取組＞ ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組</p>

	<p>RPA システム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策 等</p> <p>イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組 ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用、オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム 等</p> <p>ウ) その他の取組 オンライン経営指導の方法 等</p> <p>これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、経営支援員等も含めて積極的に参加する。</p>
--	---

②OJT 制度

目的	経営指導員や経営支援員の支援能力向上を図る
内容	経験年数の浅い経営指導員や経営支援員と、ベテラン経営指導員等がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、中小企業診断士等の専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、専門家のノウハウを習得する。

③職員間の定期ミーティング

参加者	経営指導員、経営支援員
目的	組織内で研修内容を共有する。また、経営発達支援計画の進捗管理を行う
内容	月 1 回の定期ミーティングにおいて、研修等へ参加した経営指導員等が順番で講師を務め、経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等について紹介し、ミーティング内で意見交換を行う。また、同ミーティング内で、各人の支援状況等を共有し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。

④データベース化

目的	担当外の経営指導員等でも一定レベル以上の対応ができるようにする
内容	担当経営指導員等がクラウド型支援ツール (BIZ ミル等) に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

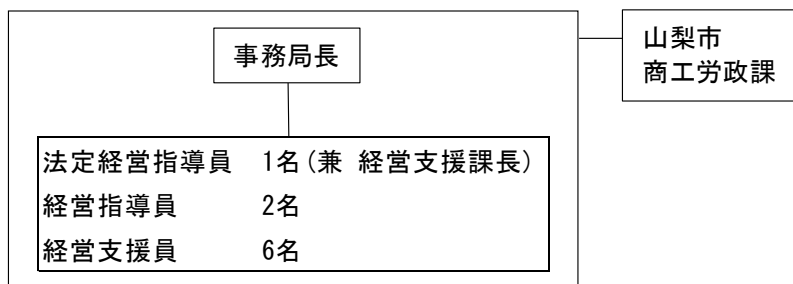
(別表2)

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5年4月現在】

(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等)



(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：依田 弘治

連絡先：山梨市商工会 TEL. 0553-22-0806

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・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) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒405-0018

山梨県山梨市上神内川 1348

山梨市商工会

TEL： 0553-22-0806 / FAX： 0553-23-1529

E-mail： y-city1202@shokokai-yamanashi.or.jp

②関係市町村

〒405-8501

山梨県山梨市小原西 843

山梨市役所 商工労政課 商工労政担当

TEL： 0553-22-1111 (内線 2362) / FAX： 0553-23-2800

E-mail： shokorosei@city.yamanashi.lg.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)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900
地域の経済動向調査に関する こと	150	150	150	150	150
需要動向の調査に関する こと	100	100	100	100	100
経営状況の分析に関する こと	100	100	100	100	100
事業計画策定支援に関する こと	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業計画策定後の実施支援に 関すること	300	300	300	300	300
新たな需要の開拓に寄与する 事業に関する こと	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
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	50	50	50	50	50
経営指導員等の資質向上等に 関すること	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
国補助金、県補助金、山梨市補助金、自主財源

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等