

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大月市商工会（法人番号 4090005003201） 大月市（地方公共団体コード 192066）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	①小規模事業者の目線に立った事業計画策定と実行支援による経営力向上支援 ②小規模事業者の新商品開発と販路開拓支援 ③事業承継支援の推進による事業継続者の増加 ④創業支援の強化による新規創業者の輩出 以上の目標を掲げ、小規模事業者の支援に取り組むことで、小規模事業者の経営基盤が安定し、事業を継続する事業所が増えることにより、地域の雇用が維持され、地域で暮らす人々が安心して生活できる環境の創出に繋げる。
事業内容	<u>3－1. 地域の経済動向調査に関すること</u> 国が提供するビッグデータの活用や当会独自の景況調査、小規模事業者の決算データ分析を通して地域経済の動向を的確に把握し、情報の提供と事業者の計画策定に活用する。 <u>3－2. 需要の動向調査に関すること</u> 観光客の需要調査、新商品・新サービスに対する消費者ニーズ調査、各種統計調査からの需要動向の分析を行い商品開発や販路開拓支援につなげていく。 <u>4. 経営状況の分析に関すること</u> 分析対象者をセミナーや金融支援等を通じて開拓する。ローカルベンチマークを活用して定性、定量分析を行い事業計画策定につなげていく。 <u>5. 事業計画策定支援に関すること</u> セミナー参加者や経営分析実施者などから対象者を掘起し、販路開拓や事業承継、創業計画など目的に合わせた実現性の高い事業計画策定支援を実施する。 <u>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画策定後の2年間、進捗状況を定期的に確認しフォローアップを行う。進捗状況が思わしくない場合は、専門家の視点を投入し対応策の検討とフォローアップ頻度の変更を行う。 <u>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> goope システムの活用による情報発信や全国商工会連合会が運営するニッポンセレクトの活用、展示会・商談会への出展支援を通じて販路開拓支援を実施する。
連絡先	大月市商工会 経営支援課 〒401-0012 山梨県大月市御太刀 1-14-24 TEL0554-22-1648 / FAX0554-22-1628 mail: t-omata@shokokai-yamanashi.or.jp 大月市 産業観光課 〒401-0015 山梨県大月市大月町花咲 1608-19 花咲庁舎 2 階 TEL0554-20-1857（直通） / FAX0554-20-1533 mail: sangyou-19206@city.otsuki.lg.jp

(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

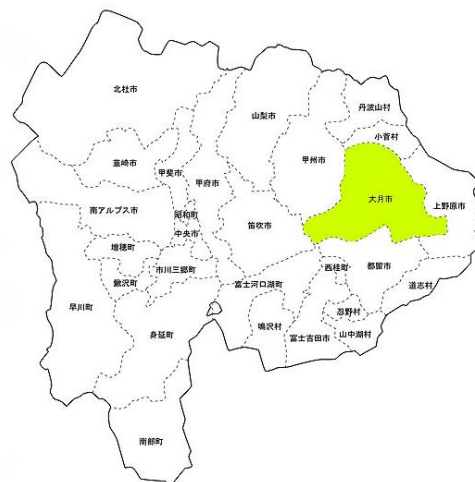
(1) 地域の現状及び課題

①地域の現状

《立地と交通》

大月市は、山梨県の東部に位置し、古くは甲州街道の宿場町として、また養蚕・絹織物の特産地として発展してきた。面積は 280.25 km² で 87.6% を山林が占めている。

東京都心まで約 75km、県都甲府市まで約 35km の距離にあり、いずれも J R 中央本線や中央自動車道、国道 20 号線などの幹線交通網でつながっている。これらの交通網と交差する国道 139 号線や富士五湖方面へ向かう富士急行線などの分岐点となっており、交通の要衝となっている。昭和 61 年には中央本線快速電車が 大月駅へ乗り入れ、都心への通勤・通学圏内となっている。



《人口》

昭和 30 年の 41,412 人をピークに昭和 50 年には 36,766 人、平成 20 年には 29,765 人と 3 万人を割り、令和 2 年 8 月 1 日現在 23,397 人となっている。令和元年の人口減少率は県内で 4 番目に高く、人口減少に歯止めがかからない状況である。

【人口と世帯数の推移（出典：大月市HP；各年 10 月 1 日）】

	H12 年	H17 年	H22 年	H27 年	R 元年
人 口	33,124	30,879	28,120	25,419	23,836
世帯数	10,927	10,524	10,151	9,804	10,374

《産業の概要》

当市では、2020 年 4 月 1 日現在、商工業者数 1,260 名（小規模事業者数 1,194 名）で、40 年以上減少傾向で推移している。

【事業所数、従業者数の推移（出典：RESAS、昭和 50 年は山梨県統計データバンク）】

	S50 年	H21 年	H24 年	H26 年	H28 年
事業所数	2,530	1,474	1,365	1,332	1,285
従業者数	11,705	9,115	8,481	8,353	8,074

産業大分類別内訳では卸小売業が 20.2% と最も多く、次いで製造業 16.8%、生活関連サービス業 12.6% となっている。山梨県平均では卸小売業 23.8%、製造業 10.8% となっており、

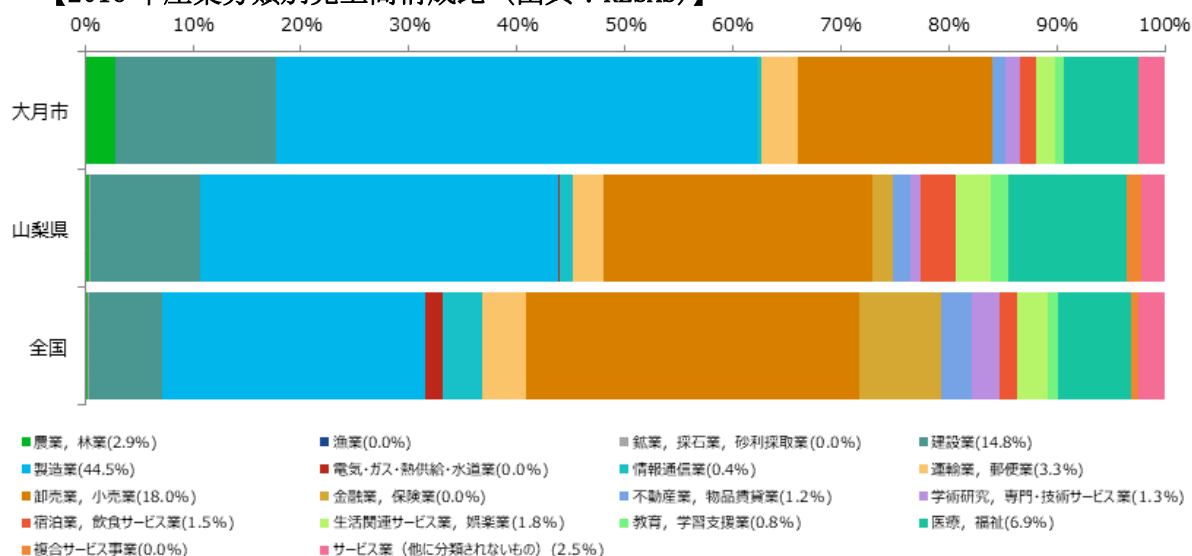
県平均と比べ製造業、建設業の割合が多く、卸小売業、飲食宿泊業の割合が少ない。

【産業大分類別の商工業者等数・平成 28 年 4 月 1 日（出典：山梨県統計データバンク）】

業種大分類	商工業者数	構成比 (%) 大月市	構成比 (%) 山梨県
建設業	160	12.5%	10.5%
製造業	214	16.8%	10.8%
卸売業，小売業	258	20.2%	23.8%
宿泊業，飲食業	121	9.5%	14.7%
生活関連サービス業	161	12.6%	13.0%
その他	363	28.4%	27.2%
合計	1,277	100.0%	100.0%

次に、産業大分類別に売上高の構成比を見ると、製造業が 44.5%と最も高く、次いで卸小売業の 18.0%、建設業の 14.8%と続いている、主要産業は製造業と言える。

【2016 年産業分類別売上高構成比（出典：RESAS）】



《工業の概要》

製造業は、地場産業である織物業を中心に昭和 40 年代後半まで活況であったが、オイルショック以降、織物業は衰退の一途をたどっている。多くの織物業者は、鉄工業やプラスチック加工業等へ業種転換し当市経済をけん引してきたが、生産拠点の海外移転等のグローバル化やバブル崩壊、リーマンショック等の経済危機により廃業した事業者が多い。現在営業を続けている事業者も後継者不在の事業所が多い。

一方で、技術革新の継続や下請けからの脱却を目指し自社製品の開発を行うなど、業績を伸ばしている企業もあり、地域のけん引役としての役割が期待される。

従業員 4 人以上の事業所を見ると、事業所数は平成 20 年には 120 社であるのに対し、平成 28 年には 79 社となり約 34.0%減少している。なお平成 20 年～21 年の間はリーマンショックの影響もあり、120 社から 99 社へと一気に減少している。

製品出荷額を見ると、平成 20 年は 50,829 百万円であるのに対し、平成 29 年は 39,075 百万円となり約 21.0%減少している。事業所数と同様、平成 20 年～21 年の間に 50,829 百万円から 35,448 百万円に大きく減少した。平成 21 年以降は緩やかに回復傾向にあり、一社当たりの出荷額は増加傾向にある。

【事業所数、製品出荷額の推移】（出典：RESAS）

	H20 年	H21 年	H24 年	H26 年	H29 年
事業所数	120	99	96	94	79
製品出荷額 (単位：百万円)	50,829	35,448	43,540	41,808	39,075

建設業は、この数年は災害復旧工事が発生しており一定の受注があった。しかし、地方自治体の財政状況の厳しさから公共工事は減少しており、今後も期待できる状況にはない。

また、民間工事については、建築物着工件数はこの 10 年では平成 23 年の 93 軒をピークに平成 30 年には 41 軒と著しく減少している。住宅では大手ハウスメーカーの進出が進んでおり、地域内の建築業者はリフォーム事業などに注力し、経営を続けている。

【建築物着工数の推移】（出典：山梨県統計データバンク）

	H22 年	H23 年	H24 年	H25 年	H26 年	H27 年	H28 年	H29 年	H30 年
建築数	76 件	93 件	89 件	92 件	79 件	76 件	69 件	72 件	41 件

《商業の概要》

商業は人口減少の影響を受けて経営が厳しい状況にあり、大型店 2 店舗（食品スーパー）が市内の商業を牽引している。一般小売店については、3 地域に商業振興会が組織され賑わいの創出や地域貢献を目的にイベント事業を行っているが、直接的には、各商店の利益に結びついていない。また、8 割以上の小売店には後継者がなく、これらの顧客の多くも 50 歳台以上がほとんどであることから、若年層の取り込みを図ることが必要になっている。

これに加え、当市の深刻な問題として、地元購買率の低下が年々進んでいることがあげられる。山梨県商工会連合会「お買い物動向調査」によると、当市の地元購買率は、平成元年時点で 69.3%だったものが、平成 28 年度では 18.9%にまで落ち込んでおり、この低い地元購買率は、山梨県内の市部の中で最下位である。最寄品は隣市の大型店へ、買回品は隣市や都内への流出が顕著となっている。この状況も一因となり、商店の減少数は著しく、昭和 61 年の 557 店舗から平成 28 年には 221 店舗と約 60%減少している。

【小売店舗数と地元購買率推移表】（出典：H28 山梨県商圈実態調査）

	S61	H 元	H4	H7	H10	H13	H16	H19	H22	H25	H28
小売店舗数	557	550	525	433	406	382	370	323	289	245	221
地元購買率	71.9	69.3	58.1	43.8	39.7	35.4	33.0	26.9	24.3	20.8	18.9

《観光業の概要》

首都圏に近く、市内の山々から富士山が眺望できることから、休日には多くの登山客が訪れるほか、観光資源としては日本三奇橋の一つである「名勝猿橋」がある。しかし、他にはこれといった名所もなく、また、宿泊施設が10軒、キャンプ場1軒、溪流釣り場が2軒と、受け皿も少なく観光事業は発展していない。

しかし、平成29年実施のJR東日本、富士急行の合同調査によると大月駅の利用者は年間約380万人にのぼり、この中には外国人観光客も16万人含まれていた。そのほとんどが当市を通過しているだけなので、これらの取り込みも検討すべき課題となっている。

平成29年には、大月市観光協会、大月市が中心となり大月DMO推進協議会が発足され、観光による地域づくりへの取り組みを開始した。

また、令和3年2月には、大月駅北口に客室数500室の大型宿泊施設の開業が予定されており、飲食業を中心とした需要増が期待されている。

【市内主要観光スポットへの入込状況の推移】（出典：大月市統計書）

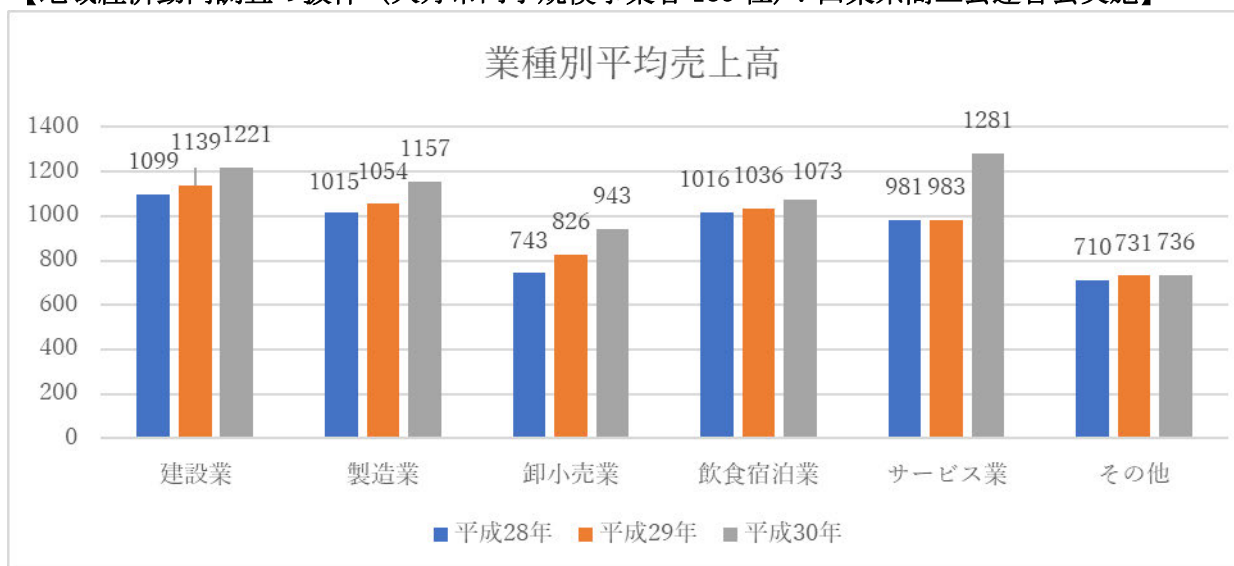
	平成27年度	平成28年度	平成29年度
猿橋	72,500人	69,500人	57,400人
岩殿山	41,291人	44,998人	36,945人
扇山	9,670人	9,833人	9,688人
岩殿山ふれあいの館	4,708人	4,740人	2,636人

《産業大分類別の売上、所得の状況》

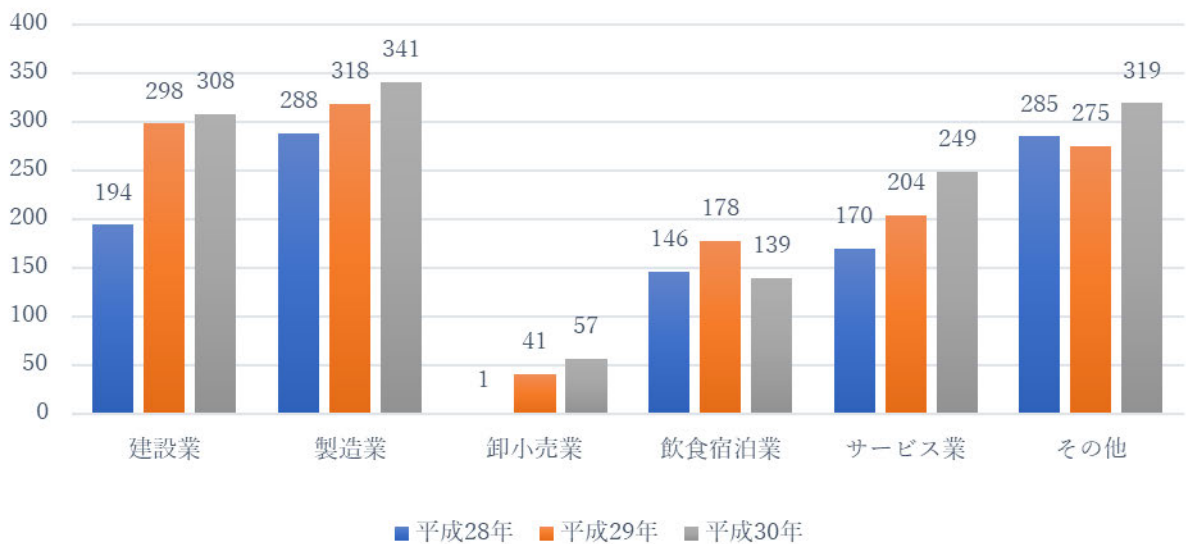
山梨県商工会連合会が実施する地域経済動向調査の結果を見ると、平成28年から平成30年の間の売上高は全業種、所得は飲食宿泊業を除く全業種が増加している。短期的にはこの数年は売上、所得共に増加傾向にある。

また、全国商工会連合会が実施する中小企業景況調査の結果を見ると、山梨県の業況判断D Iは平成28年7月期が▲29.7%、平成29年7月期が▲17.5%、平成30年7月期が▲26.7%と一時好転後悪化するという経過をたどっている。

【地域経済動向調査の抜粋（大月市内小規模事業者185社）：山梨県商工会連合会実施】



業種別平均所得



《大月市第7次総合計画の引用（商工業の振興部分）》

大月市は第7次総合計画（2018年度から2027年度）において、基本目標を「商工業振興への支援と社会環境や時代ニーズに合った企業の誘致に取り組み、活力ある産業のまちをつくります」としている。

商工業の施策項目では①事業活動への支援 ②企業誘致の推進 ③商業の振興を掲げており、事業活動への支援として、商工会、金融機関、関係団体と連携した起業家への支援、新製品等の開発支援、新製品の生産販売体制の確立や販路拡大のための支援をあげている。

企業誘致の推進については、企業立地が可能な不動産の情報収集と提供を主な内容としている。

商業の振興については、空き店舗への出店支援、買い物弱者対策、地場製品のPR、商工会等支援団体の活動強化、産学官の連携をあげている。

観光の振興では、①観光資源や環境の整備 ②観光の推進体制づくり ③情報提供と人材育成を掲げており、登山道や標識、駐車場やトイレの整備、土産品の開発、DMOの設立、観光ガイド等の人材育成をあげている。

②地域の課題

当市の商工業者数は、令和2年4月1日現在で、商業者606名、工業者654名の合計1,260名になっている。その内、小規模事業者が1,194名94.8%と高い比率となっている。

小規模事業者は経営基盤が脆弱で、ヒト・モノ・カネといった経営資源にも限りがあることから経営改善や経営革新などに消極的なところがあり、地域経済停滞の一因となっている。

《工業》

親会社の生産拠点の海外移転などにより、多くの事業所において売上が減少してきたが、平成28年から平成30年にかけては微増傾向にある。全体的に高い技術や得意分野を持っており、

安定した受注を確保している。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。親族内承継だけでなく、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。

《商業》

核となる大型店が市内に2店しかなく、近隣地域への購買力の流出が続いている。大月市中心部の商店街組合の加盟店は昭和50年の135店から平成10年94店、平成30年60店と減少が続いていて、店主の高齢化と共に店舗のマネリ化が顕著で客離れが進んでいる。

売上、所得の面では、平成30年平均売上943万円、平均所得57万円と低い水準となっており、いかに売上、利益を伸ばしていくかが課題となっている。

後継者未定の事業所がほとんどで、廃業者の増加が懸念されている。

《観光業》

観光地ではないため、観光客の受け入れ体制は整っておらず、富士山方面への通過点の要素が強い。しかし、一部の事業者では体験型観光を取り入れたり、SNSでの情報発信に取り組んだりするなど積極的な姿勢を見せており、こうした事業者の支援と成功モデルの構築が必要である。

また、開業予定の大型宿泊施設の利用客に、飲食店など市内の施設の利用を促す取り組みも必要である。

《事業承継》

全業種を通じて後継者不足が課題となっている。後継者がいない、または未定の事業者が多く、このままではその多くが廃業してしまう可能性が高い。日常の巡回訪問の結果、後継者がいない理由は、現事業の将来性を危惧していること、子供に継ぐ意思がないことなどが大きな原因であり、自分限りで廃業しようと考えているからである。

大月市を取り巻く経済環境は厳しくなる一方で、この先の人口減少等を考慮すると現在の事業を承継する（させる）ことに躊躇するのは理解できる。しかしながら、好業績の事業者も存在しており、今後も時代に適応したビジネスモデルへの転換を模索することにより、地域を支える事業者の持続的発展は可能であると考えられる。

《創業》

創業者数は少なく、ここ数年は年間5件に満たない。当会の創業支援件数も毎年3件以下に留まっている。しかし、前述の大型宿泊施設の開業や都心部からの移住の増加傾向は創業を生み出す機会である。これらの機会を活かせる様に支援体制を充実させる必要がある。

（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

当市の状況を踏まえると、このままでは10年後には相当数の廃業者が出てくると予測される。地域の生活を支える小規模事業者が持続的に発展していくことが地域振興において重要であり、小規模事業者の発展と雇用の創出は商工会の使命である。小規模事業者の減少を可能な限りくい止めていくことが求められている。

そのためには、自社の「強み」に気付き、「強み」を活かした高付加価値経営を実現し、事業継続への思いを持ってもらうことが必要である。方法として、事業者のレベルや実情

に合わせた経営分析を行い、事業計画の策定を行い、策定から実行支援へとつなげていく過程で事業者のやる気を引き出し、自発的な経営改善へと導いていく。

これを実現するには、支援体制の更なる充実と質の向上が必要である。職員のスキルアップによる支援力の向上、他の支援機関、専門家との連携を強化するなどして相談、支援体制の整備を進めていく。

また、令和元年は IT 系小規模事業者の移住が 2 件あった。この動きは今後加速すると予測しており、都心部から移住してきた IT 事業者と地元小規模事業者を有機的に連携させることで SNS を活用した販促や新商品、サービスの開発などにつなげていきながら、新しいビジネスモデルを立ち上げていく。

②大月市第 7 次総合計画との連動制・整合性

総合計画では基本目標を「商工業振興への支援と社会環境や時代ニーズに合った企業の誘致に取り組み、活力ある産業のまちをつくります」としている。

商工業の施策項目では①事業活動への支援 ②企業誘致の推進 ③商業の振興を掲げている。事業活動への支援として、商工会、金融機関、関係団体と連携した起業者への支援、新製品等の開発支援、新製品の生産販売体制の確立や販路拡大のための支援をあげている。

商業の振興については、空き店舗への出店支援、買い物弱者対策、地場製品の PR、商工会等支援団体の活動強化、産学官の連携をあげている。

これらの目標に対し、本会の「強み」を活かした事業計画の策定と実行支援、他の支援機関と連携した質の高い支援を実施していくことは、市総合計画の実現に向けた方向性と合致している。

観光の振興では、計画施策で、登山道や標識、駐車場やトイレの整備、土産品の開発、DMO の設立、観光ガイド等の人材育成をあげており、土産品の開発、販売の分野において、本会の掲げる事業計画策定支援、販路開拓支援は市総合計画の実現に向けた方向性と合致している。

③商工会としての役割

当会は会員事業所との巡回接触率が 99%であり、事業者との接触を大切に活動してきた。これからもこの姿勢を変えずに、地域支援機関の中核として、小規模事業者にも最も身近な支援機関として、非会員事業所にも気軽に相談に来てもらえるような体制を整えていく。

また、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金などの小規模事業者施策の普及を図り、事業計画の策定と併せて活用することでより効果的に経営改善を進めていく。

小規模事業者を取り巻く環境は厳しい状況にあるが、長年地域で培ってきた信頼関係を存分に活かして、様々な支援団体や事業者を有機的に結合させることで、地域の中核的支援団体としての役割を果たしていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の目線に立った事業計画策定と実行支援による経営力向上支援

小規模事業者が自社の経営状況を数値で分析し、経営資源と併せて把握した上で、事業計画を策定し、売上、利益の向上を目指す。事業計画の策定にあたり、分かりやすい用語による説明を心掛ける他、具体的な取組内容や数値目標などを示し、小さな成果を重ねることで事業者のやる気を引き出していくような計画の作成支援をする。また、その計画は商工会としても管理し、進捗状況の確認を行っていくほか、国・県の施策などを有効に活用し企業が掲げる目標を達成できるように支援する。初年度年間 22 件の支援を目標とし、5 年間で 136

件の計画策定、実行支援を目標とする。

②小規模事業者の商品開発と販路開拓支援

経営計画を策定した事業者が実施する新商品開発や、開発した商品、既存商品の質の向上や差別化に取り組みながら販路開拓支援を実施する。市場調査や展示会等への出店、SNSでの情報発信、チラシ、ダイレクトメールなど様々な手段を検討し、BtoBやBtoCなど、目的やターゲット層に合わせた手法を採用する。商品開発・販路開拓支援を初年度は10件を目標に実施し、5年間で62件の支援を目標とすると共に、売上、利益の向上も図る。

③事業承継の推進

小規模事業者の事業承継は喫緊の課題である。前述してきたように、後継者がいない、未定の事業者が多く、このままではその多くが廃業してしまう可能性が高い。特に商業者に後継者不在の事業者が目立つ。地元商業者は地域のニーズに合った品揃え、独自の技術・ノウハウを持つ事業者が多く、これを失うことは地域の損失ともいえる。

事業承継への取り組みは先延ばしになりがちであり、早目の対策により承継をスムーズに行い廃業を防ぐことができる。当会による事業承継相談窓口の周知を図りながら山梨県事業承継総合相談窓口なども活用する。親族に限らない、第三者承継やM&A等の事業承継方法について検討し事業承継計画の策定につなげていく。初年度4件を目標に実施し、5年間で23件の支援を目標とする。

④創業支援

当市の創業者数は年間5件未満と少ない状況が続いている。起業者への支援や空き店舗への出店支援は市総合計画でも示されており重要な課題である。

駅前の大型宿泊施設の開業や移住者増加、女性のスモールビジネス開業などの新しい流れを取り入れる意識を持ちながら、これまでどおりの特定創業支援事業による創業希望者への支援や市独自制度の「空き家店舗活用事業補助金」を活用して創業支援を実施する。初年度3件を目標に実施し、5年間で18件の支援を目標とする。

以上の目標を掲げ、小規模事業者の支援に取り組むことで、小規模事業者の経営基盤が安定し、事業を継続する事業所が増えることにより、地域の雇用が維持され、地域で暮らす人々が安心して生活できる環境の創出に繋がることを地域への裨益目標とする。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方法

(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) 目標達成に向けた方針

①小規模事業者のレベルに応じた事業計画策定と実行支援による経営力向上支援

小規模事業者自らが事業計画策定に取り組むには動機づけが必要である。そのために、セミナーの開催や経営指導員等の巡回・窓口相談において啓蒙し、事業計画策定の必要性について理解してもらう。事業計画策定時には、経営力向上計画の認定や持続化補助金の活用なども併せて行い、様々な施策を活用し、小さな成果を重ねることで事業者のやる気を引き出していく。実施にあたっては専門家や他支援機関と連携し、事業計画の策定支援をする他、伴走型によるフォローアップ支援も行う。

②小規模事業者の商品開発と販路開拓支援

経営指導員等の巡回・窓口相談やセミナーの開催、ホームページ等で周知、啓蒙し、支援先事業者を開拓する。

新商品開発にあたっては、自社の強みの洗い出し、強みを活かす商品群の選定、ターゲットの設定、販売戦略の策定等の支援を行い、商品開発が目的ではなく、売れる商品を開発する支援を行う。

開発した商品、既存商品の販路開拓については、商品内容やパッケージデザインのブラッシュアップ等、質の向上や差別化に取り組みながら市場調査や展示会等への出店、SNSや動画での情報発信、チラシ、ダイレクトメール、プレスリリースなど様々な手段を検討しながら、目的やターゲット層に合わせた販売促進手法を採用する。いずれも、事業計画策定が前提の支援となる。

③事業承継の推進

事業承継の意思や後継者の有無などについて、会員事業所については日頃の接触からほぼ把握しているが、非会員事業所については状況が分からないことが多い。当会の事業承継相談窓口や山梨県事業承継総合相談窓口の支援活動を経営指導員等による巡回・窓口相談やセミナーの開催、ホームページ、市広報等で周知、啓蒙し支援先事業者を開拓する。

事業承継への取り組みは後回しになりがちであり、早期に取り組むことで様々な対応が可能となる。黒字事業者については、自社の価値の棚卸を行い見える化を行うことで同業者へのM&Aの可能性もある。現在の経営状況が悪い事業者でも、事業計画を策定、実行することで経営状況が上向いてくれば廃業せず第三者承継等の方策も見えてくる可能性がある。これまでの親族内承継にとらわれない方法を周知していく。

④創業支援

創業希望者に大月市の経済状況やビジネスチャンス情報、市の「空き家店舗活用事業補助金」等の支援施策、特定創業支援事業などについてホームページやSNS、市広報等で周知し創業者への手厚い支援をアピールする。また、金融機関が主催する創業スクールの紹介など他支援機関との連携も深めていく。

また、移住者の創業についても、市の移住相談窓口と連携して支援を行う。

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

地域経済動向・景気動向に関しては、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、当会単独の情報収集であり、かつ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の活用や独自のアンケート調査を実施するなど、地域経済動向を的確に情報収集し比較分析を行い、小規模事業者の経営分析や事業計画の作成、実行に向けて有効な情報として提供することが課題である。

(2) 目標

項 目	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①公表回数	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②公表回数	-	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
③公表回数	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用（新規）

当地域経済の全体像、各産業の現状を把握するため、国の提供する「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し地域の経済動向分析を行い、当会ホームページ上で報告する。

【手法分析】

- ・「地域経済循環マップ・生産性分析」→何で稼いでいるかの把握・分析
 - ・「産業構造マップ」→市内の産業の現状を把握・分析
 - ・「まちづくりマップ・From-to 分析」→市内の人の動きを把握分析
- ⇒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させる。

②中小企業景況調査（新規）

全国連が山梨県商工会連合会を通じて実施している「中小企業景況調査」は、現在県内の商工会から4業種（製造業、建設業、小売業、サービス業）165社の企業情報を集め分析し、公表している。この中で当会管内の事業所は8社であるが、市内の精度を上げた調査にするため、さらに市内の小規模企業を加え同様の調査を実施する。

【調査対象】製造業5社、建設業3社、小売業7社、サービス業7社の22社を追加し、合計30社（全て小規模事業者）を調査対象とする。

【調査項目】売上額、客単価、資金繰り、商品仕入れ単価、従業員、採算等の18項目を増加、不変、減少などの3段階で調査する。

【調査頻度】6月、9月、12月、3月の年4回

【調査手法】経営指導員が巡回等で面接、聞き取りを行う。

【分析手法】集計結果の分析はDI値で行う。全国、山梨県のDI値と大月市のDI値を比較し、当地区の動向を分析する。

③大月市内経済動向調査（新規）

山梨県商工会連合会が実施している「地域経済動向調査」において管内小規模事業者の景気動向等について調査分析を行う。②中小企業景況調査では「資金繰り」「業況」「在庫の規模」など感覚的な調査項目もあるが、本調査では決算データを基にした数値での調査分析を行う。

【調査対象】製造業、建設業、小売業、飲食業、サービス業（200 社）

【調査項目】当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を業種ごとの売上額、営業利益率、所得額の項目で集約する。

【調査頻度】確定申告時の年 1 回

【調査手法】申告終了後、確定申告のデータを利用し集計、分析を行う

【分析手法】対象業種ごとに集計を行い、昨年データとの比較により分析を行う。

（４）成果の活用

情報収集し調査・分析した結果を当会ホームページに掲載し、管内事業者に周知するとともに各事業所の事業計画策定に活用していただく。また、当会としても情報共有を行い、事業所の事業計画策定や経営改善計画策定に活用して行く。

3－2. 需要の動向調査に関すること

（１）現状と課題

事業者が自らの新商品・新役務を販売する際には、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。また、当会としても調査の支援を実施していない状況であった。

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行う際には当会でも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。

（２）目標

項 目	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①対象事業者数	0 社	5 社	5 社	7 社	7 社	7 社
②対象事業者数	－	1 社	2 社	2 社	3 社	3 社
③対象事業者数	－	1 社	2 社	2 社	3 社	3 社

（３）事業内容

①観光客への需要調査（継続）

【サンプル数】

- ・大月駅を利用している観光客 200 人
- ・八王子駅利用者 200 人

【調査手段・手法】

観光、飲食、小売業者と商工会でアンケート内容を作成、店頭において事業者が来場者に対しアンケートの協力を依頼する。アンケートは設置した回収箱に投函していただく。

大月駅は大月市観光協会の案内所、八王子駅は山梨・多摩地区のアンテナショップ「やまたまや」にてアンケートを実施する。

【分析手段・手法】

回収したアンケートを指導員が集計・整理を行い、専門家の意見を聞きながら分析を行う。

【調査項目】

◇共通項目 属性（性別、年齢、居住地）滞在日数、訪問先

◇観光 山梨では（に来たら）どんな宿に泊まりたい

山梨では（に来たら）どんな体験（果樹狩り、農業体験、遊園地、川遊び、釣り、温泉等）がしたい

◇飲食 山梨では（に来たら）何が食べたい

山梨では（に来たら）どんな店に立ち寄りたい

◇小売 山梨では（に来たら）どんなお土産を買う

お土産の購入金額

【調査・分析結果の活用】

情報収集し調査・分析した結果を職員間で共有し各事業所の事業計画策定に活用する。これにより、観光については観光資源の開発や土産品の開発、宿泊施設の雰囲気づくり、飲食については、観光客や大型宿泊施設の開業に備えた新たなメニュー検討、小売業では取扱い商品の再考に活用できる。

②新商品・新サービスに対する消費者ニーズ調査（継続）

【サンプル数】

・来店者 50 人

【調査手段・手法】

事業所の店頭にて試食やサービスの提供についてアンケートに記載いただく。

【分析手段・手法】

調査結果を指導員が集計・整理を行い、専門家の意見を聞きながら分析を行う。

【調査項目】

商品・サービスの満足度、価格、味・雰囲気、従来品等との比較

【調査・分析結果の活用】

職員が情報を共有するとともに事業者に対し調査結果の説明を行い新商品・新サービスの開発に活用する。

③業種別・品目別の需要調査（継続）

【調査手段・手法】

総務省、経済産業省のホームページ、金融機関や業界団体・経済紙のポート、日経テレコン等から業種別・品目別需要動向の情報を収集する。

【分析手段・手法】

調査結果を指導員が集計・整理を行い、専門家の意見を聞きながら分析を行う。

【調査項目】

業種別・品目別の市場動向

【調査・分析結果の活用】

職員が情報を共有し事業所の個別支援に活用するとともに事業者に情報提供を行い経営改善等に活かす。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

定性分析は、新規開業や経営革新計画を志す事業所に SWOT 分析、3C 分析等を明示し、経営方針策定の支援をすることはあったが、一般的な事業所に関しては、特段こちらから提案することはなかった。

次に、定量分析に関しては、経営数値分析は、金融支援を行う際に、各経営指導員が「安全性分析」「収益性分析」を行う程度であり、記帳代行者に対しては「ネット de 記帳」等の経営分析システムは有しているが、上手く活用できていなかったため、事業所は客観的な自社の経営状況を把握できなかった。

今後、小規模事業者の支援を行う上で、小規模事業者を取り巻く外部環境や地域の経済動向について把握し、経営分析や事業計画策定、実行に向けて有効な情報として提供することが課題である。

(2) 目標

		現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
経営分析セミナー開催		1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
経営分析件数		37 件	37 件	39 件	51 件	53 件	53 件
内訳	販路開拓	10 件	10 件	12 件	12 件	14 件	14 件
	事業承継	4 件	4 件	4 件	5 件	5 件	5 件
	創業計画	3 件	3 件	3 件	4 件	4 件	4 件
	金融相談	20 件	20 件	20 件	30 件	30 件	30 件

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催（新規）

小規模事業者の多くが、自社の経営状況の分析を行ったことが無く、経営内容を把握出来ていない状況にある。

【開催回数】年 2 回

【参加者数】各 10 人程度

【募集方法】会員に対し、開催案内を送付するとともに、当会ホームページ及び当会広報に掲載し周知する。

②個別事業者に対する経営分析支援（継続）

【対象者】セミナー参加者の中から意欲的な参加者、販路開拓を目的とした補助金の導入を積極的に考えている事業者、後継者や後継者候補による事業承継を考えている事業者を対象とする。その他、現在実施している創業予定者を対象に行っている「特定創業支援事業」の参加者、融資相談者を対象とする。また、所得税決算相談時にそれぞれの決算状況を見ながら掘り起しを図る。

【分析項目】

< 定性分析 >

SWOT 分析により強み、弱み、脅威、機会等の分析

< 定量分析 >

・売上分析（顧客別、商品別、工事別、地域別等）

・コスト分析（売上原価、販売費・一般管理費等）

- ・損益分岐点分析（変動費、固定費、限界利益）
- ・設備投資分析（費用対効果や投資回収期間）
- ・収益性・安全性・生産性・成長性等に係る分析

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、基盤整備機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、統一した分析を行うものとする。

（４）分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にフィードバックして今後の経営計画の策定に活用していただく。また、商工会は、BIZ ミル内に保管し内部で情報共有を行い、各事業者の経営判断のデータとするとともに同業種の判断データの一つとして活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

現状の事業計画策定支援は、小規模事業者経営改善貸付等の金融審査斡旋の推薦書作成や、小規模事業者持続化補助金等の申請書作成に伴う事業計画の策定支援が主である。内容としても補助金獲得等目的達成の対応が多く、小規模事業者ごとの規模や経営状況分析、地域経済動向等を加味した事業計画の策定が出来ていない状況である。これは、本来持つ事業計画策定の意義や重要性が理解されていない事が理由としてあげられる。このため、小規模事業者にとって事業計画策定の意義や重要性を理解、認識してもらうことが課題である。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者が経営課題を解決するためには、経営環境の理解とそれに伴う事業計画が必要であるが、市内の事業所でこのような計画書を持っているところは少ない。また、事業計画の意義や必要性の説明を行っても事業者自身が直接実務に係っており時間が取れない状況にある。「経営分析セミナー」参加者、小規模事業者持続化補助金申請者、事業承継予定者、創業予定者、金融相談者の中から前向きで意欲の高い事業者の掘起しを図り、実現可能性の高い事業計画の策定につなげて行く。

（３）目標

		現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定セミナー開催		2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
事業計画策定件数		37 件	22 件	23 件	29 件	31 件	31 件
内訳	販路開拓	10 件	8 件	9 件	9 件	11 件	11 件
	事業承継	4 件	3 件	3 件	4 件	4 件	4 件
	創業計画	3 件	3 件	3 件	4 件	4 件	4 件
	金融相談	20 件	8 件	8 件	12 件	12 件	12 件

※販路開拓、事業承継、経営革新 8 割、創業計画 10 割、金融相談 4 割 対 4. 経営分析件数

(4) 事業内容

①既存事業者向け「事業計画策定セミナー」の開催

「経営分析セミナー」参加者、小規模事業者持続化補助金申請者、金融相談者を対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。

【開催回数】年2回

【対象者】「経営分析セミナー」受講者、小規模事業者持続化補助金申請者、金融審査相談者

【参加者数】各回15名程度

【募集方法】開催チラシの送付、当会ホームページへの掲載

②経営指導員の掘り起しによる事業計画策定支援

経営改善普及事業や所得税決算相談時に意識の高い事業者を掘起し、経営指導員が個別に担当、必要に応じ専門家を交えながら事業計画策定支援を行う。

③創業者向け事業計画策定支援

現在実施している創業予定者を対象に行っている「特定創業支援事業」の「経営」「財務」「人材育成」「販路開拓」の4分野支援の中で創業計画策定支援を実施する。対象者の募集については、市広報、当会ホームページに掲載し、対象者ごと随時開催を行う。

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

現状は、各種補助金申請や金融相談に伴う事業計画策定が中心となっており、その後の進捗状況の把握やフォローアップは事業者からの相談や担当した職員の個々の対応に委ねられ、支援内容、支援頻度などについてルールが明確化されていなかった。また、職員ごと個別に活動しているため、お互いの進捗状況、支援技術などを共有する機会もなかった。組織的、計画的な支援対応が必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後については、その後の進捗状況が重要となる。事業計画策定した事業者に対して支援内容に応じて定期的に巡回、窓口相談によりフォローアップを実施する。また、各事業者の進捗状況によりフォローアップ回数の増減や計画変更支援を行う。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ事業所合計	37	59	45	52	60	62
販路開拓	10	18	17	18	20	22
1 年目事業所数	10	8	9	9	11	11
2 年目事業所数	0	10	8	9	9	11
事業承継計画	4	7	6	7	8	8
1 年目事業所数	4	3	3	4	4	4
2 年目事業所数	0	4	3	3	4	4
創業計画	3	6	6	7	8	8
1 年目事業所数	3	3	3	4	4	4
2 年目事業所数	0	3	3	3	4	4
金融計画	20	28	16	20	24	24
1 年目事業所数	20	8	8	12	12	12
2 年目事業所数	0	20	8	8	12	12
フォローアップ件数合計	84	107	91	108	120	124
販路開拓	20	36	34	36	40	44
1 年目件数	20	16	18	18	22	22
2 年目件数	0	20	16	18	18	22
事業承継計画	12	17	15	18	20	20
1 年目件数	12	9	9	12	12	12
2 年目件数	0	8	6	6	8	8
創業計画	12	18	18	22	24	24
1 年目件数	12	12	12	16	16	16
2 年目件数	0	6	6	6	8	8
金融計画	40	36	24	32	36	36
1 年目件数	40	16	16	24	24	24
2 年目件数	0	20	8	8	12	12
売上増加事業者数	-	13	14	20	25	25
達成率 (%)	-	60	60	70	80	80

※達成率 (%) は売上増加事業者数／各項目の 1 年目事業所数の合計

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象としてフォローアップを行う。支援内容に応じてフォローアップ回数を決め 1 事業所 2 年間の進捗状況を把握する。また、必要に応じてフォローアップ回数の増減や計画変更を行うものとする。各事業者に自主的、主体的に事業計画の推進をしてもらうために、2 年目のフォローアップ回数を少なく設定する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にずれが生じていると判断する場合には、他の経営指導員や専門家等の第三者の視点を必ず投入し、当該ずれの発生要因および今後の対応方針を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

	フォローアップ回数	
	初年度	2 年目
販路開拓	2	2
事業承継	3	2
創業計画	4	2
金融相談	2	1

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

当市には、市特産物であるウコンや伝統的な織物製品、工芸品、日本酒など、全国的にもニーズがあると思われる地場産品が存在する。それらの製品は、人口減少による需要の減退等の要因により、市外への販売が不可欠になってきているが、そのほとんどは市内での販売だけに留まっているのが実状である。

また、当市内の小規模事業者の 8 割近くがホームページを持っておらず、自社製品等の宣伝や販売を WEB 上で行っていない状況にある。

このため、当会として、市内の事業所に対し、対外的な展示会、販売会、商談会への出展支援を行ってきたが、事業所の出展の捉え方は、対事業者向け（以下「BtoB」）、対消費者向け（以下「BtoC」）を問わず、売るための「手段」であるにもかかわらず、出展自体が「目的」になっており、その後の継続的な取引までに至っていなかった。これらの原因として、出展に目標がなく、販売技法等も検討していなかったためと考えられる。

(2) 支援に対する考え方

いつでもどこでもインターネットを閲覧できる環境が整っている現在、ホームページを活用した情報発信や販売が重要となっている。全国商工会連合会の推進する goope システムを活用しホームページの作成の推進を図る。

また、全国商工会連合会の運営するニッポンセレクトを事業所の中でも、とりわけ、保存が利く自社製造商品（特産品等）を販売している事業所の登録を促し、全国の消費者に販売する機会を提供する。

さらには、当会が独自で展示会等を開催するのは困難なため、山梨県商工会連合会、やまなし産業支援機構等が実施する展示会、販売会、商談会などを積極的に活用するよう、事業所への周知徹底を図っていく。この目的達成のため、専門家を派遣し、ブース等のディスプレイ支援、営業話法の支援、アンケート調査票の作成等を支援する。加えて、この支援が一過性にならないよう、商工会として、事前に会社や製品情報などを収集し、会社案内・リーフレット等の作成支援も併せて行っていくことで、取引の新規成約等が図れるように努めて行く。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
goope 新規登録者数	29	5	5	10	10	10
goope 作成集団講習会開催回数	1	3	3	3	3	3
goope 作成集団講習会参加者数	7	21	21	21	21	21
goope による成約件数	0	20	20	25	25	25
ニッポンセレクト新規登録者数	1	1	1	1	1	1
ニッポンセレクト成約件数	10	12	12	15	15	15
展示会出展事業者数	3	3	3	4	4	4
商談会参加事業者数	1	1	2	2	2	2
商談会成約件数/社	-	1	1	1	1	1

展示会、商談会：農商工連携マッチングフェア

(4) 事業内容

①goope システム（ホームページ）作成講習会の開催

ホームページを活用した情報発信や販売が重要となっていることを踏まえ、全国商工会連合会の推進する goope システムを活用しホームページの作成の推進を図る。

goope は GMO ペパボ社が運営するホームページ製作サービスで、商工会員は無料で利用できる。操作も簡単でホームページを初めて作る事業者にも敷居が低く、EC に取り組む第一歩に適している。

【開催回数】年 3 回

【対象者】作成希望者

【参加者数】各 7 名程度

【募集方法】チラシの配布、当会ホームページへの掲載

②ニッポンセレクトの活用

全国商工会連合会が運営する地域産品等を紹介・販売するサイト、「ニッポンセレクト」への登録を推進し、新商品の販路開拓を図る。サイトの特性上、地域性、独自性のある商品を開発した場合には積極的に活用する。

③「展示会」「商談会」への出展支援

小規模事業者持続化補助金申請者、新商品・新サービス開発事業者や goope システムを活用しホームページを作成した販路拡大に積極的に取り組む事業者を山梨県商工会連合会が主催する「農商工連携マッチングフェア」出展支援を行う。「農商工連携マッチングフェア」は毎年 1 月に開催しており、約 70 社の出展と 500 名の来場者（バイヤー等）が訪れ、昨年度は 35% の事業者が成約したとのデータがある展示商談会である。

出展支援の内容として専門家を派遣し、ブース等のディスプレイ支援、営業話法の支援、アンケート調査票の作成等を支援する。併せて大月市が販路拡大を目的に行っている「大月市販路拡大支援事業補助金」申請支援を行い出展の推進を図る。

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

(1) 現状と課題

当会では、経営発達支援計画について毎年「経営発達支援計画事業評価会議」を実施し、評価結果を通常総代会において報告を行うと同時に市担当課にも報告を行って来た。また、これに基づいた見直し方針の策定については当商工会が主体となり策定しており、市との連携が十分取れていない状況にあり地域経済活性化の方向性が十分共有出来ていない状況にあった。

今後は、市職員を加えた委員会を設置し経営発達支援事業を実効ある事業として実施して行く。

(2) 事業内容

毎年度、本事業に記載の事業の実施状況及び成果については、以下の方法により評価・検証を行う。

①本計画書の内容について、商工会の理事会、総代会において説明を行い、計画に基づく取組みを行う。

②年度末に事務局長及び経営指導員3名により、事業の実施状況、成果の評価、改善点について定性・定量面での自己評価を行う。

③当会の理事会と併設して、大月市産業観光課課長、中小企業診断士等による外部有識者、法定経営指導員を組織メンバーとする「経営発達支援委員会」を設置し、半期ごとに進捗状況等について評価を行う。

④「経営発達支援委員会」での結果をフィードバックし、理事会において、評価・見直し方針を決定し、課題や問題点を踏まえた次年度計画を策定する。

⑤商工会総代会資料に、年度計画書の実績を掲載し、総代会の席上にて説明し、会員等への周知を図るとともに、結果を商工会ホームページに公表し、地域事業所が閲覧できるような環境づくりに取り組む。

9. 経営指導員等の資質の向上に関すること

(1) 現状と課題

現状、当会では、経営指導員等職員の資質向上については、山梨県商工会連合会、郡内商工連絡協議会が実施する研修会に加え、中小企業大学校に1名から2名経営指導員の派遣を行っている。

しかし、経営指導員をはじめとする職員の資質については、職務経験・知識により、バラつきがあるほか、職務の多くが担当割であるため、それぞれの分野においてエキスパートである反面、担当以外の職務については精通していない状況にある。各自が得たノウハウを共有することが必要である。

(2) 事業内容

積極的に研修に参加するとともに、研修で得たノウハウを他職員に伝える場所づくりを行い組織全体の支援力の向上、平準化を図る。

①外部講習会等の積極的活用（継続）

経営指導員及び職員の支援能力の向上のため、以下に記載する研修会に参加させる。

- ・経営指導員の中小企業支援者研修会（毎年1名派遣）
- ・山梨県商工会連合会が行う各職種（事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員）研修会への参加

- ・全国商工会連合会の実施する WEB 研修の積極受講
- ・郡内商工連絡協議会、女子委員会の主催する研修会への積極参加
- ・資格試験等受験の奨励

②OJT 制度の導入

若手経営指導員や職員が支援をする際、支援経験の豊富な経営指導員が帯同し、巡回指導や窓口相談の機会を活用した OJT を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

また、専門家派遣制度時には担当指導員が同行し、専門家の指導方法や技術を身につける。

③職員間ミーティングの開催（継続）

- ・職場内研修会の実施

税務、労働保険、社会保険、共済制度など年々制度変更等が行われている。変更内容把握のため説明会には当事者が参加していることから全職員が把握できるよう職員間ミーティングを開催し、情報の共有及び知識の向上に繋げる。

- ・経営指導員会議の実施（継続）

経営指導員会議を月に 1 度行い、現在行っている小規模事業者ごとの支援内容や課題等解決の対応策の確認並びに共有を図るとともに能力の向上に繋げる。

- ・朝会

毎朝、全職員の予定と最新の施策や支援制度等の情報交換を行う。

④基幹システムへの入力と情報共有化（継続）

個社の支援内容を詳細に把握するために、地域商工業者の基本情報が登録されている基幹システムの特記事項欄までの入力を行い、情報の蓄積を推進して行く。これにより、事業所ごとの支援状況並びに支援ノウハウ等情報の共有化が図れる。また、年 1 回（9 月）各事業所の指導実績を打ち出し、全員に回覧し、確認を含めさらなる情報の共有を図る。

⑤経営支援基幹システム（BIZ ミル）への入力と情報共有

経営指導員 1 名あたり 20 件程度の支援数を組織として定め、経営支援基幹システム（BIZ ミル）で支援回数や支援内容の管理、財務分析を行い、常に進捗状況を共有しながら伴走型支援を実施する。

10. 他の支援機関との連携を通じたノウハウ等の情報交換に関すること

（1）現状と課題

当会では、情報交換の場として他の支援機関等と設置された協議会等に参加しているものの、地域動向、施策情報、金融情勢等の情報交換が中心で、支援ノウハウを意識した情報交換には至っていない。

今後は、各支援機関や金融機関との連携を強化することで支援ノウハウを共有し経営指導員等の資質向上並びに小規模事業者支援に活用する。

（2）事業内容

①金融機関連絡協議会の開催（年 2 回）

当商工会管内の小規模事業者と取引のある山梨中央銀行、山梨信用金庫、都留信用組合、山梨県民信用組合により協議会を開催し、市内の経済動向を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、小規模事業者の金融支援に活用する。

②郡内商工連絡協議会職員部会への出席（年 6 回）

郡内商工連絡協議会は、山梨県の富士・東部地域の 1 商工会議所、9 商工会により構成されており、山梨県東部地域の経済動向や事業者への効果的な支援事例等、生の情報共有が出来、小規模事業者支援向上に繋がる。

③日本政策公庫金融公庫甲府支店との連絡会議等の開催、出席（年 2 回）

金融斡旋状況、地域経済動向（全国、県内）情報を把握することができ、金融斡旋に伴う計画支援に活用する。

④創業支援機関連絡会への出席（年 1 回）

創業計画策定支援に関する支援ノウハウや支援事例等情報交換を行い創業計画策定支援に活用する。

(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	
(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) 事 務 局 長 法定経営指導員 1 名 経営指導員 2 名 補助員 1 名 記帳選任職員 2 名 大月市 産業建設部 産業観光課 (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 : 小俣 輝義 □ 連絡先 : 大月市商工会 TEL:0554-22-1648 ② 法定経営指導員による情報の提供及び助言 (手段、頻度 等) 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) 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 〒401-0012 山梨県大月市御太刀一丁目 14 番 24 号 大月市商工会 経営支援課 TEL:0554-22-1648 / FAX:0554-22-1628 ② 関係市町村 〒401-0015 山梨県大月市大月町花咲 1608 番地 19 号 大月市 産業建設部産業観光課 TEL:0554-20-1857 / FAX:0554-20-1533	

(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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	2,550	2,600	2,800	2,900	2,900
1. 地域経済動向調査	100	100	100	100	100
2. 需要動向調査	50	50	50	50	50
3. 経営状況分析	200	250	250	250	250
4. 事業計画策定支援	1000	1000	1100	1200	1200
5. 事業計画フォローアップ	300	300	300	300	300
6. 新たな需要開拓	500	500	600	600	600
7. 事業評価と見直し	50	50	50	50	50
8. 経営指導員の資質向上	300	300	300	300	300
9. 他の支援機関との連携	50	50	50	50	50

(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 (伴走型小規模事業者支援事業) ☐ 山梨県補助金 ☐ 大月市補助金 ☐ 会費収入 ☐ 手数料・特別賦課金 (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			
	氏名又は名称	住所	代表者氏名
①	(公財) やまなし産業支援機構	甲府市大津 2192-8	理事長 手塚 伸
②	(株)山梨中央銀行 (株)山梨中央銀行 大月支店)	甲府市丸の内 1-20-8 (大月市大月 1-6-8)	頭 取 関 光良 (支店長 三富 聖久)
③	山梨信用金庫 (山梨信用金庫 大月支店)	甲府市中央 1-112-36 (大月市大月 1-10-1)	理事長 五味 節夫 (支店長 宮下 孝志)
④	都留信用組合 (都留信用組合 大月支店)	(大月市御太刀 1-7-3)	理事長 渡邊 和彦 (支店長 井手 幸喜)
⑤	山梨県民信用組合 (山梨県民信用組合 下谷支店)	(都留市四日市場 34-8)	理事長 南 邦男 (支店長 小宮 昌巳)
連携して実施する事業の内容			
1. 経営状況分析 【内 容】経営分析実施に係る専門家派遣 【連携者】上記① 2. 事業計画策定支援 【内 容】事業計画策定に係る専門家派遣 【連携者】上記① 3. 事業計画実施支援 【内 容】事業計画の実施支援に係る専門家派遣、金融支援 【連携者】上記①、②、③、④、⑤ 4. 新たな需要開拓 【内 容】展示会の紹介、出展に係る専門家派遣 【連携者】上記①			
連携して事業を実施する者の役割			
1. 経営状況分析 【役 割】業種や事業特性に合った専門家の紹介、派遣 【効 果】上記により、効果的に分析ができる 【連携者】上記① 2. 事業計画策定支援 【役 割】業種や経営課題に合った専門家の紹介、派遣 【効 果】上記により、より実現性のある事業計画が策定できる 【連携者】上記①			

3. 事業計画実施支援

【役 割】必要に応じて専門家派遣や金融支援を行う

【効 果】事業計画のフォローや見直し、実施に向けた資金調達ができる

【連携者】上記①、②、③、④、⑤

4. 新たな需要開拓

【役 割】商品・サービスに適した展示会の紹介、出展支援の専門家紹介

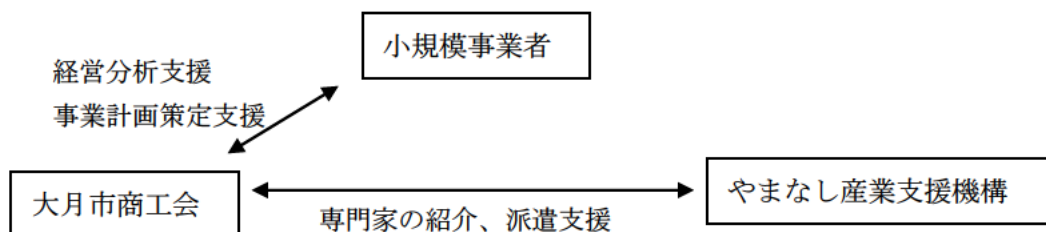
【効 果】適した展示会への出店と魅力的なブースの作成により販路拡大につながる

【連携者】上記①

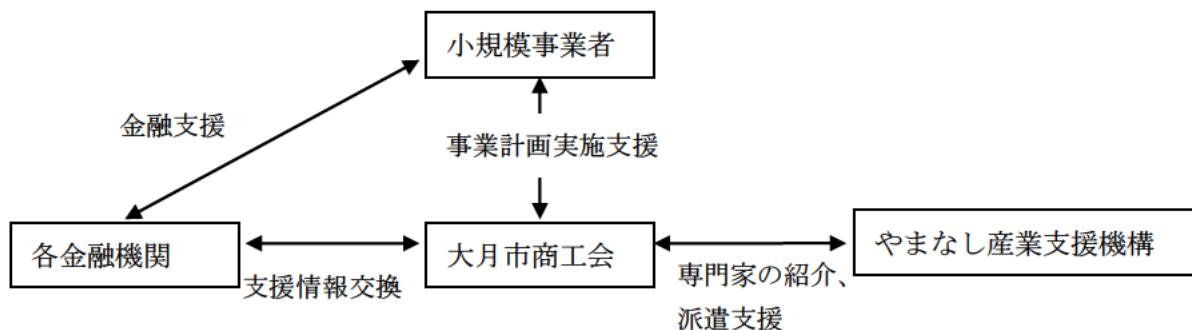
連携体制図等

1. 経営状況分析

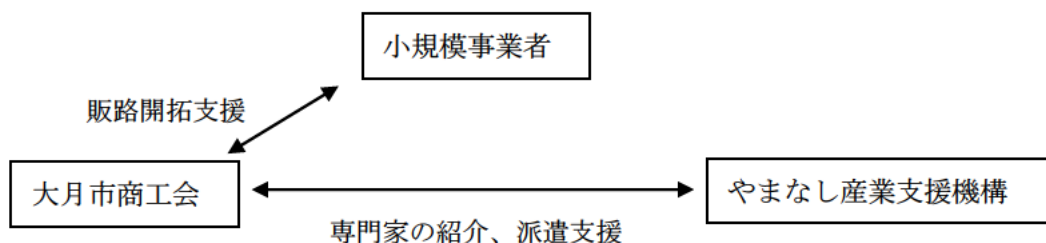
2. 事業計画策定支援



3. 事業計画実施支援



4. 新たな需要開拓



5. 他の支援機関との連携

