

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	市川三郷町商工会（法人番号 9090005005936） 市川三郷町（地方公共団体コード 193461）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	①経営分析と需要を見据えた事業計画策定に基づく伴走型支援 ②創業・事業承継支援による管内事業者数の維持 ③地域資源・地場産業に関連する新商品・サービスの開発と販路開拓支援 ④IT活用による販路開拓等支援
事業内容	<p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b></p> <p>①RESAS（地域経済分析システム）を活用した経済動向分析の実施 ②経営支援基幹システム BIZ ミル経営状況調査の実施</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b></p> <p>①のっぴい特産品試食アンケートによる需要動向調査の実施 ②ジビエ食品・料理の飲食店に対する需要動向調査の実施</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b></p> <p>①対象事業者の掘り起こし ②BIZ ミル等による経営分析 ③分析結果の活用</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b></p> <p>①個別相談会開催による事業計画策定の支援 ②個別相談会開催による創業計画策定の支援 ③個別相談会開催による事業承継計画策定の支援 ④DX推進のためのセミナーの開催</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b></p> <p>①四半期に一度以上の伴走型によるフォローアップの実施</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b></p> <p>①展示会出展助成金制度の創設による掘り起こしと出展支援 ②ITを活用した販路開拓の支援</p> <p><b>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</b></p> <p>①事業評価協議会の設置による半期ごとの評価・見直しの実施</p> <p><b>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること</b></p> <p>①外部講習会の積極的活用 ②定期的な職員会議開催とOJT制度の導入 ③BIZ ミルを活用したデータベース化と情報共有</p>
連絡先	<p>市川三郷町商工会 〒409-3601 山梨県西八代郡市川三郷町市川大門 173 TEL055-272-4711 FAX055-272-4712 E-mail ichi-sato@shokokai-yamanashi.or.jp</p> <p>市川三郷町産業振興課 〒409-3612 山梨県西八代郡市川三郷町上野 2714-2 TEL055-2402157 FAX055-240-4154 E-mail syoko@town.ichikawamisato.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) 市川三郷町の現状と課題

【立地】市川三郷町は、甲府盆地の南西に位置し、御坂山系（標高 1,280m）の山々を後背に、南アルプスを源流とする富士川（釜無川）と秩父山系を源流とする笛吹川が流れる左岸にある。

町の面積は 75.18 km<sup>2</sup>（県土の 1.7%、可住地面積割合 37.8%、1k m<sup>2</sup>あたり人口密度 227.9 人は県内 27 市町村中の 10 位）

【交通】町から東京都心へは車で約 120km（約 2 時間）、県庁所在地である甲府市へは約 15km（約 30 分）の距離にあり、東部は甲府市、北部は中央市と南アルプス市、西部は富士川町、南部は身延町にそれぞれ接している。交通面では町内に 7 駅ある JR 身延線が町を南北に縦断しており、ほぼ並行して主要地方道甲府市川三郷線、町道市川大門黒沢線・黒沢バイパスが走っている。2021（令和 3）年 8 月には中部横断自動車道の静岡ルートが全線開通し、六郷インターチェンジは静岡方面から本町への玄関口となった。2027（令和 9）年には、甲府―品川間を約 25 分、甲府―名古屋間を約 40 分で運行するリニア中央新幹線が開業を予定している。



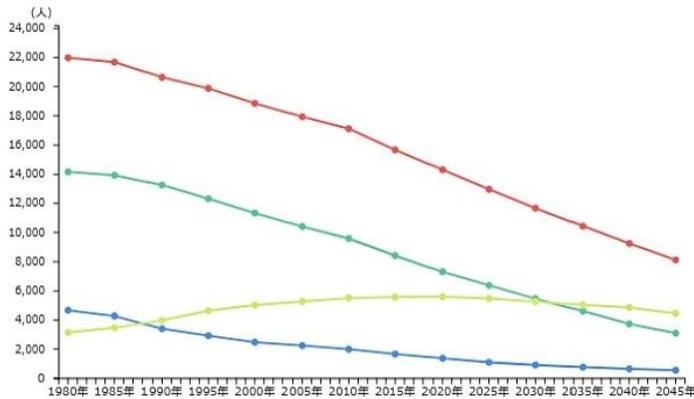
【町誕生の経緯】平成 17 年に三珠町、市川大門町、六郷町の 3 町が合併し「市川三郷町」が誕生した。商工会も翌年の平成 18 年に三珠上九一色、市川、六郷町の 3 商工会が合併し、「市川三郷町商工会」となった。町の全域が当会の管内地域となっている。

【人口推移】現在の人口は 15,500 人（令和 3 年 1 月付）、合併前から減少傾向が続いている。少子化、独居高齢世帯の増加、核家族化は町の重要な課題となっている。

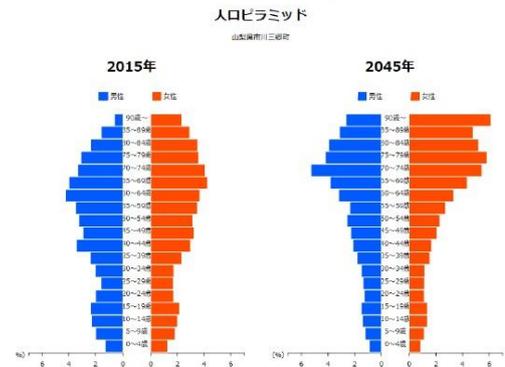
人口及び世帯数

	平成 29 年 1 月	平成 30 年 1 月	平成 31 年 1 月	令和 2 年 1 月	令和 3 年 1 月
人口	16,365	16,103	15,947	15,695	15,500
世帯数	6,695	6,679	6,695	6,666	6,685

■ 総人口 ■ 年少人口 ■ 生産年齢人口 ■ 老年人口



図表1-3人口ピラミッドと年齢3区分別人口(市川三郷町全体)



1980 (昭和 55) 年の約 22,000 人から、2020 (令和 2 年) 年には約 16,000 人と、6 千人以上減少している。現状のままで推移した場合、2045 (令和 27) 年の総人口は約 8,121 人に減少すると推計されており、2020 (令和 2) 年と比較して約 5 割減少が予想されている。

人口ピラミッドでは 2045 (令和 27) 年の人口ボリュームで一番多い層は、90 歳以上の女性となっており、高齢化が進むことがわかる。(資料 市川三郷町人口ビジョン (RESAS))

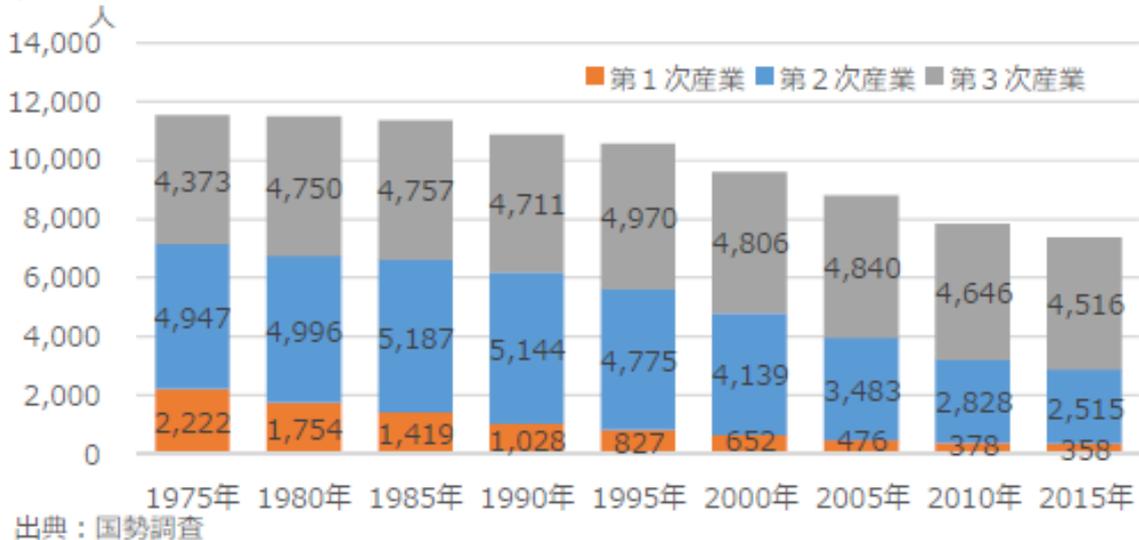
【産業】

産業別就業人口は第 1 次産業 358 人 (4.8%)、第 2 次産業 2,515 人 (34.0%) 第 3 次産業 4,516 人 (61.2%) である。(平成 27 年国勢調査)

本町の就業人口は、総人口の減少と同じく減少傾向にある。特に第 1 次産業の就業人口は大幅に減少し、2010 (平成 22) 年には 400 人を下回った。同様に第 2 次産業の就業人口は 1985 (昭和 60) 年をピークに減少を続け、1995 (平成 7) 年以降、第 3 次産業の就業人口が第 2 次産業の就業人口を上回り、その差は開いている。しかし、県全体との比較でみると、第 2 次産業の就業者割合は、県平均の 27.2% よりも高く、第 2 次産業の割合の高さが本町の特徴であることが分かる。

事業所総数は、就業者人口と同様に減少傾向となっている。

■ 産業別就業者人口



	就業者数（人）			就業者割合（％）		
	第1次産業	第2次産業	第3次産業	第1次産業	第2次産業	第3次産業
市川三郷町	358	2,515	4,516	4.8%	34.0%	61.2%
山梨県	29,367	113,674	257,263	7.3%	28.4%	64.3%

出典：国勢調査 2015（平成 27）年

農産物販売金額は大きく減少しており、経営環境は厳しい状況にある。農業経営者の年齢構成では、34歳までの農業経営者 0.0%であるのに対し、65歳以上は全体の 69.5%を占めており、高齢化が進んでいる。この高齢化、後継者不足等により農業就業人口は減少し、1980（昭和 55）年と比較し耕作放棄面積は増加傾向となっている。このような状況下、耕作放棄地率は 2010（平成 22）年で 43.2%となっており、耕作地の半分近くが耕作放棄地となっている。

出典：「RESAS」地域経済分析システム

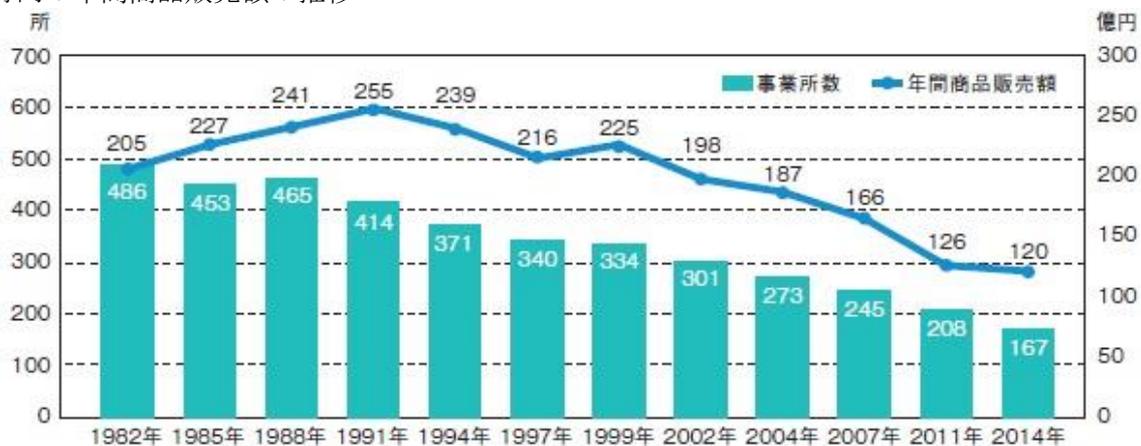
### ■ 町内の製造品出荷額等の推移



製造業分野では、事業所数は減少傾向にあるが、製造品出荷額等は 2010（平成 22）年に増加に転じている。

一方、商業分野では事業所数、年間商品販売額ともに減少している。

### ■ 町内の年間商品販売額の推移



地域の伝統産業「手漉き和紙」



「手彫り印章」



「打ち上げ花火」



### 業種別の現状と課題

#### 【製造業の現状と課題】

地場産業として、旧市川大門地域には伝統文化の「和紙」、武田信玄の烽火に始まるといわれ江戸時代には常陸の水戸・三河の吉田とともに日本三大花火に数えられた「打ち上げ花火」がある。また旧六郷地域には、明治初期甲府の水晶業の発展に伴い、水晶印の行商から始まり、印章彫刻へと進んだ「手彫りの印章（ハンコ）」がある。

なかでも「和紙」は、手漉き製法による家内工業から製紙産業となり、昭和30年代には機械漉きが導入され、書道用紙や賞状等が生産され、障子紙では全国一の生産量を誇る。また、印章の生産量も全国一であり、全国生産量の50%を占めている。

#### 【課題】

日本人のライフスタイルの変化などにより和紙の需要は激減、とくに「手漉き和紙」の需要はなくなり、昭和の最盛期には町内に200以上の手漉き和紙の工房があったが現在は1社のみ。現在、手漉き和紙職人は1名（70代）で後継者はいない。

和室のない住宅が増加したことで障子紙の需要は減少し、機械漉き和紙「障子紙」の生産量も右肩下がり続いている。

印章にしてもデジタル化やテレワークの推進にコロナウイルスの影響も重なり「ペーパーレス」「脱ハンコ」の流れが加速しており、当町の地場産業は大変厳しい状況が続いている。

「打ち上げ花火」の業界も、コロナウイルス感染拡大防止のためここ2年程花火大会等のイベントの中止が相次ぎ売り上げはゼロに等しい状況となっている。

#### 【農業（特産野菜）の現状と課題】

「大塚にんじん」



「甘々娘トウモロコシ」



### 【のっぴい野菜「大塚にんじん」「甘々娘トウモロコシ」と「ジビエ肉」】

旧三珠町地域は米・養蚕などを主体に発展してきたが、八ヶ岳の火山灰が堆積してできたきめ細かく栄養分や水分を豊富に含んだ肥沃な土壌（地元では「のっぴい」と呼ばれている）で栽培される「大塚にんじん（全長1 m以上）・甘々娘トウモロコシ（糖度15%以上、生でも食べられる）」などの特徴のある野菜の栽培が盛んである。山間部では鳥獣被害対策として捕獲された「シカやイノシシのジビエ肉」の活用も始まった。シカ肉のウインナーやイノシシのハムなどの加工販売を行う事業者も3年前に創業しており、今後の特産品として期待ができる。

#### 【課題】

大塚にんじんと甘々娘トウモロコシ等の特産野菜の大部分は農協を通して出荷されており価格は一般的なニンジンやトウモロコシとそれほど変わらない。しかし大塚にんじんも甘々娘トウモロコシも栽培が難しく収穫作業は高齢化した農家には体力的にきつい。シカなどの野生鳥獣の食害にあい収穫できないこともあることから休耕畑や放棄された畑が増加し、年々収穫量も減少している。どちらも市場に出回る期間は収穫時期の1カ月程のため観光客がいつ来ても購入できるものではない。全国的に出荷できるほど生産量もないため知名度も低い。特産野菜を加工した土産物もまだない。

シカやイノシシのジビエ肉はまだ始まったばかり。一般的にジビエ肉は硬く、臭みがあるというイメージもあることから、地元の飲食店でも扱っている店はまだ少ない。

#### 【小売業の現状と課題】

本町のメインの商店街「中央通り」は昭和の時代は一方通行の商店街として栄えていたがモータリゼーションの発達や近隣地域への大型店の出店とともに衰退し、事業主の高齢化と後継者難も重なり廃業が増え、今ではシャッターが降りている店が半数を超えている。また町内には食料品店が全くない地域もあり車を持たない高齢者の買物弱者の増加は当町の政策課題になっている。商店の減少は商店街を中心にしたスタンプ店会「市川サービス店会」の加盟店が平成18年の設立当初の30店から現在は21店に減少していることからもうかがえる。

#### 【サービス業・飲食業の現状と課題】

飲食業については5年で5店が廃業している。経営状況は厳しくコロナ禍の昨年は団体客を受け入れていた比較的大きな店から廃業も視野に入れた相談もあった。ただし、そのような状況の中、新たな事業展開として特産野菜「大塚にんじん」「甘々娘トウモロコシ」等を加工した商品（調味料、レトルト品、菓子等）やジビエ肉メニューの開発を検討している飲食業者が増えている。店内で提供している自慢のオリジナルメニューを冷凍真空パックしてネットで販売したい等ITを活用した販路開拓に関する相談も増えている。今年度インスタグラム活用セミナーを開催したところ参加者18人中、15名が飲食・宿泊業等のサービス業の小規模事業者だった。

またサービス業は当地域で唯一創業の相談が多い業種であり、今年度も既に5人の創業相談があった。（学習塾2人、音楽教室1人、プログラミング教室1人、メンタルヘルスコンサル業1人）11月に開催する創業塾の受講を勧め、創業計画書作成を支援する予定。開業には町のチャレンジショップ事業を活用し、商店街の空き店舗対策にもつなげたい。

#### 【建設業の現状と課題】

建設業の事業者数はほぼ横ばいで推移している。当会員の建設業者数をみても平成27年が142社、令和3年度は140社と5年前と比べて変化がない。しかし大手ハウスメーカーへの新築・リフォーム需要の流出や事業主・職人の高齢化など課題は多い。いわゆる一人親方的な小規模な事業主が多いのが当町の特徴だが、とくに小規模事業者は高齢化に加え後継者のいない場合が多い。若手労働者の確保や後継者の育成、円滑な事業承継が今後の課題となっている。

<商工会員数>

令和3年9月30日現在

業種	建設	製造	卸売・小売	飲食	宿泊	サービス	その他	合計
会員数	140	99	149	51	5	113	3	560

<商工業者数・小規模事業者数の推移>

	平成30年	令和1年	令和2年
商工業者数	1,049	1,069	1,035
小規模事業者数	1,003	1,024	993

<市川三郷町中小企業及び小規模企業振興条例の制定について>

市川三郷町では、中小企業及び小規模企業振興条例を平成28年4月1日に施行した。この条例は、本町の中小企業等の振興について、基本理念を定めるとともに、町の責務、中小企業等の努力、地域商工会、大企業、金融機関の役割を明らかにすることにより、中小企業等に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、本町の経済の持続的な発展及び町民生活の向上に寄与することを目的としている。条例の基本理念には「地域の経済や雇用を支える担い手として重要な役割を果たしている認識の下、町や商工会、金融機関及び町民が連携して推進する」を掲げ、このうち町では、施策の総合的な策定・実施の他、中小企業及び小規模企業が豊かな地域社会に貢献していることを町民に理解してもらうよう努めることとしている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年先を見据えた小規模事業者に対する振興のあり方

少子高齢化の進展による生産年齢人口の減少により、町内の需要は減少傾向となることが予想される。既に商店街の衰退は始まっており、後継者もなく廃業後シャッターが降りている店が目立っている。車を運転しない高齢者等の買い物弱者が増加して生活も成り立たない状況に歯止めをかけなければならぬ。

当商工会では小規模事業者が継続的に発展するための振興のあり方として町及び他の関係機関や専門家等と連携を通じて支援体制を構築する。経営環境が変化しても事業が継続できる経営基盤をつくる具体的な支援を実施することができる。既存の事業者への支援と共に新たな起業を促進する創業支援及び事業承継の推進により事業者数を維持し、地域全体で経済の活性化を目指す。

町が掲げる重点施策「空き店舗対策」や「買い物弱者支援」について、小規模事業者や起業家が活用できる国の補助金等の情報を発信するとともに創業から販路開拓までを商工会が支援することにより、空き店舗への出店や買い物弱者向けサービスに考慮した「活力あふれるまちづくり」を推進する。またこのままでは地域資源である特産野菜や地場の伝統産業も途絶えてしまう。今後は商圈を町外に拡大した需要獲得に取り組む必要がある。

そのためには特産野菜や伝統産業等の豊富な地域資源を活用した「独自性」の高い商品やサービスの開発と販路開拓が必要とされる。またITツールやデジタル技術を活用した販路開拓も積極的に取り入れていかなければならない。

②市川三郷町総合計画との連動性・整合性

市川三郷町第2次総合計画「総論」では主な地域課題として「地域経済の活性化」を挙げている。「和紙・花火・印章など全国に誇れる伝統技術を活かした地域産業があるが需要減少、経営者の高齢化や後継者不足など、経営環境は厳しい。地域伝統産業の確かな継承に向けて、これら伝統産業のブランド化や観光資源化への取り組み、若者などによる起業への支援などが必要。商店街の活性化については、後継者支援策や空き店舗の活用方策も含めた検討が重要と謳っている。また「基本計画」の重点プロジェクト「(1) 商工業の振興」の項目では「和紙、花火、印章等地場産業の振興と伝統的技術の継承に努めるとともに、国内外に向けたPR活動を進める。また、起業や中小企業の経営改善を支援する。商店街の活性化については、空き店舗活用や商店街活性化イベントの開催など、商店

や**商工会**と連携した取り組みを進める。」と明記している。主な事業としては◆**地場産業の活性化** ◆**商店街の活性化** ◆**買い物弱者の支援** を挙げている。

重点プロジェクト「(3) 地域資源のブランド化」の項目では「地域資源の掘り起こしを図るとともに、町の特産品を使用した新商品の開発や広報、販売活動を支援し、「のっぷい」ブランドの強化を図るとし、主な事業として◆**商品開発、広報・販売活動への支援** ◆**「のっぷい」ブランドの推進** ◆**特産品拡大に向けた支援** ◆**農業の六次産業化の推進** を挙げている。

また「第2次総合計画」をもとに具体的な戦略について立案された「第2次 総合戦略 R2～R8」では重要な地域資源として農産物に加え山間部に生息するシカとイノシシの「**ジビエ肉**」活用が追加された。

商工業振興の主な事業としては以下の3事業を挙げている。

- ・**空き店舗を活用したチャレンジショップ事業**
- ・**特産品事業拡大及び雇用促進事業**
- ・**手漉き和紙継承者育成事業**

上記、町の総合計画を踏まえ、市川三郷町商工会では経営発達支援計画の中でもっとも重要な伴走型経営支援の対象者に「特産品（大塚にんじん、ジビエ等）」と「地場産業（和紙、印章等）」に携わる小規模事業者を選定し、事業計画を策定した上で商品開発や販路開拓を支援することとしている。商店街の活性化を図るための空き店舗対策には、創業と事業承継支援に注力することで対応する。昨年度は当会の創業セミナー受講者1名が町のチャレンジショップ事業を利用して空き店舗に入居しており、今回の経営発達支援計画でも創業のための個別相談会を開催する等、町と連携した起業者増加計画となっている、また町の地場産業の活性化を目的とした和紙の伝統的技術の承継やPR、後継者育成に協力するため、和紙関連事業者を対象に需要動向調査・事業計画策定・販路開拓のためのB to B展示会、B to C即売会への出展等を支援することを経営支援計画に盛り込んでいる。

※以下市川三郷第2次総合計画（基本計画）より商工振興に関する部分を抜粋  
計画期間は2017（平成29）年4月～2027（令和9）年3月の10年間

基本計画 「賑わうまち」

2 活力あふれるまちづくり

(1) 商工業の振興

**施策の方向**

商工業の振興

和紙、花火、印章等地場産業の振興と伝統的技術の継承に努めるとともに、国内外に向けたPR活動を進めます。また、起業や中小企業の経営改善を支援するとともに、こうした企業の雇用労働対策の充実を図ります。

商店街の活性化については、空き店舗活用や商店街活性化イベントの開催など、商店や商工会と連携した取り組みを進めます。また、観光イベントや農林業と連携した商業振興についても、地場産業と特産品、地元野菜などと組み合わせた収穫体験ツアーを行います。

**【主な事業】**

◆**地場産業の活性化** ◆**商店街の活性化** ◆**買い物弱者の支援**

**達成目標**

- ・新規開業店舗 2016年3件から2026年には10店を目標とする。
- ・新規創業者 2016年1人から2026年には5人を目標とする。

### (3) 地域資源のブランド化

#### 施策の方向

地域資源の掘り起こしを図るとともに、町の特産品を使用した新商品の開発や広報、販売活動を支援します。さらに新たな商品開発と戦略的な広報・販売活動等により「のっぷい」ブランドの強化を図ります。

#### 【主な事業】

- ◆商品開発、広報・販売活動への支援
- ◆「のっぷい」ブランドの推進
- ◆特産品拡大に向けた支援
- ◆農業の六次産業化の推進

**達成目標** 特産品の新規開発補助金件数 2016年5件から2026年10件を目標とする。

### ③市川三郷町商工会としての役割

商工会の役割は条例の中では「中小企業等の経営の向上及び改善に資する積極的な支援に努め、中小企業等の相互連携の促進に努めるもの」「町が実施する中小企業等の振興施策に協力するとともに、振興事業を積極的に推進するものとする」と定義されている。

当商工会では市川三郷町の問題点と課題を鑑み、地域唯一の経済団体として地域経済を活性化するため、行政と連携し、町総合計画の実現に向けて事業を推進する。

また、県・町・金融機関・中小企業基盤整備機構・ミラサポ・中小企業診断士等と連携して、小規模事業者等の持続的発展を目標にした伴走型支援を行う。

### (3) 経営発達支援計画の目標

「地域の現状と課題」及び「小規模事業者の長期的な振興のあり方」を踏まえ、本商工会の今後5年間で実現を目指す目標を以下の4つとする。

- ①経営分析と需要を見据えた事業計画策定に基づく伴走型支援
- ②創業・事業承継支援による管内事業者数の維持
- ③地域資源・地場産業に関連する新商品・サービスの開発と販路開拓支援
- ④IT活用による販路開拓等支援

今後5年間の目標として新商品開発や販路開拓等に少しでも意欲的な小規模事業者を対象に経営分析と需要を見据えた実現性の高い事業計画の策定及び実行また販路開拓を継続的に支援していく。

市場状況の厳しい地場産業（和紙・印章等）と今後発展が期待される特産野菜などに関連する小規模事業者は最優先に注力する。また、起業者の掘り起こしと円滑な事業承継を推進するため、創業・事業承継個別相談会を活発に開催していく。それにより商工業者の減少を食い止め、地域の活力低下を防ぐ。そのためには商圈を人口の少ない町内から拡大するためのIT活用を支援する。

#### 【数値目標】

支援内容	R4～R8年度 (5年間の合計)	詳細等
事業計画策定件数	60者	管内小規模事業者に対する割合 6.0%
創業支援者数	30者	—
事業承継支援者数	15者	—
BtoB展示会出展者数	15者	主に特産品、地場産業関連
BtoC展示即売会出店者数	10者	〃
ITに関する支援者数 (HP作成、SNS・ECサイト 利用、ネットショップ開設等)	80者	管内小規模事業者に対する割合 8.0%

## 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4年4月1日～令和9年3月31日）

#### (2) 目標達成に向けた方針

前記の各目標項目の実施方針について、以下のとおり定める。

##### ①経営分析と需要を見据えた事業計画策定に基づく伴走型支援

管内地域の小規模事業者を対象に個別経営相談会や巡回、広報活動等を通じて事業計画に基づく経営の重要性について広く浸透させる。また、事業計画策定・実施が効果的に実施されるよう関係機関等との連携や施策を有効に活用しながら経営分析と需要を見据えた、実現性の高い事業計画の策定を支援する。計画策定後は伴走型の継続的なフォローアップを続け、小規模事業者の持続的な発展に繋げる。

##### ②創業・事業承継支援による管内事業者数の維持

管内地域の事業者の減少に歯止めをかけ、まちの活力低下を防ぐために事業者の創出及び円滑な事業承継を推進する。

既存事業の起業家セミナーと新規の個別経営相談会の開催、町広報誌、HPによる発信等による創業予定者の掘り起こしから、創業計画の策定・実行支援につなげ、創業者数の増加につなげる。

また、事業承継については、個別相談会の開催の他、BIZミル経営状況調査や60歳以上の事業主を対象にした診断アンケートを実施し、ニーズの把握と事業承継に向けた早期対応に取り組む。山梨県事業引継ぎ支援センター等の町内外の関係団体と連携し、専門家派遣等による事業承継基礎知識習得と事業承継計画策定支援を通じて、廃業数の減少につなげる。

##### ③地域資源・地場産業に関連する新商品・サービスの開発と販路開拓支援

町、農協等の関連団体と外部専門家と連携し、地域の特産品（大塚にんじん、甘々娘トウモロコシ、ジビエ等）また伝統産業（和紙、印章、花火）に関する商品やサービスの開発に取り組む小規模事業者を対象に「需要動向調査・経営分析・事業計画策定、開発、販路開拓」まで伴走型による支援を行う。他地域に名はない付加価値の高い商品やサービスを取り扱うことで小規模事業者の売り上げの増進と販路拡大を目指す。BtoB展示会・BtoC展示即売会への出展を積極的に推し進めるため「特産品の加工品と伝統産業関連の製品であること、また事業計画策定」を条件とした展示会出展料金等を補助する小規模事業者を対象とした助成金制度を新規事業として創設し、積極的な出展を促す。

##### ④IT活用による販路開拓等支援

自社ホームページのない小規模事業者には商工会が提携する無料簡易ホームページ作成サイト「グーペ」の利用を推進する。その後、より高度なIT活用「SNS、ECサイト、自社ネットショップ」による販路開拓へとステップアップできるよう専門家と連携して支援を行っていく。

#### (3) 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]

①各経営指導員の巡回訪問・窓口相談のヒアリングによる情報収集

②全国商工会連合会からの委託事業である小規模企業景気動向調査（年4回）

地域の経済動向の調査として以上の事業を実施してきたが、会員事業所の個別要請等に応じて情報提供や分析結果の提供を行うにとどまっていた。

### 〔課題〕

これまで実施してきた調査に関する情報の分析や提供は各経営指導員の活用に留まり、情報の共有や積極的な公表は行われてこなかった。小規模事業者が商品開発や事業計画策定を行う際に必要とする地域経済情報も積極的に提供できていなかった。

またビックデータを活用したことはなかったため詳細な分析ができていなかった。これからは「RESAS」（地域経済分析システム）等を活用し、小規模事業者の持続的発展に活用できる情報をホームページ等で積極的に発信する必要がある。

## (2) 目標

ホームページに掲載し、定期的に情報発信する

	公表方法	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
地域経済分析システム RESAS 公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
小規模企業景況調査 公表回数	HP 掲載	1 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
BIZ ミル経営状況調査 公表回数	HP 掲載	—	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

国提供ビッグデータ「RESAS」等を活用した地域経済動向等の分析を行い、年1回ホームページ上に公表する。

### 【分析手法】

- ・「人口マップ」→人口動態の分析
- ・「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
- ・「産業構造マップ」→ 産業の現状等を分析
- ・「企業活動マップ」→ 企業活動の現状を分析
- ・「観光マップ」→ 観光産業の動向を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to 分析」→ 人の動き等を分析

上記の項目を総合的に分析し、小規模事業者の事業計画策定支援等に反映する。

### ②小規模企業景況調査

地域内の小規模事業者の景気動向や実態や課題等を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」、のデータを参考に、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

【調査対象】 県内小規模事業者165社（当町6社）

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

【調査手法】 巡回時に調査票を手渡しし、後日 FAX にて回収する

【分析手法】 経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

### ③新規：BIZ ミル経営状況調査の実施（年1回）

上記②の小規模企業景況調査では当町の企業は6社のみの調査となっている。県下の状況を把握するにはよいが、管内地域の動向を把握するには対象となる企業が少ない。新規事業として当会独自に幅広い業種を対象に令和2年に導入した(株)エイチ・エーエルが提供する経営支援基幹システム「BIZ ミル」の「経営状況調査」機能を活用し、50社を目標に調査を実施する。全職員が入力したデータが、システムの中で自動集計され、全職員がいつでも閲覧できるため情報の共有が容易になり、小規模事業者の支援に効率的に情報を活用することができる。

【調査時期】 毎年1回、決算確定申告時期（2～3月頃）

【調査対象】 町内50社（小売業、飲食業、サービス業、建設業、製造業の各10社）

【調査項目】 売上高、販売数量、販売単価、仕入単価、経常利益、資金繰り、市場環境、将来性、経営課題、販促方法、事業計画書、事業承継 等

【調査手法】 決算確定申告相談時に対面でBIZ ミルから出力したアンケート調査票の記入をお願いし、その場で回収する

【分析手法】 経営指導員等が行う。個社支援時には外部専門家と連携し分析を行う

### （4）成果の活用

情報収集や調査・分析した内容は、ホームページに掲載し、広く管内の小規模事業者等に周知を図ると同時に、市川三郷町商工観光課及び金融機関等とも情報を共有する。

また経営指導員等が巡回指導や窓口相談を行う際の参考資料とするほか、小規模事業者の事業計画策定支援時に活用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### （1）現状と課題

#### 【現状】

ネットに掲載されている各種統計資料を活用するか経営指導員等が経営支援などに際し、事業者から売れ筋商品などをヒアリングする程度で、商工会として組織的・継続的な需要動向調査の取組みは行ってこなかった。

#### 【課題】

ネットに掲載されている各種統計資料は全国的な動向で、管内地域の需要とは必ずしも一致しない。また小規模事業者の多くは、消費者が何を望んでいるか、消費者の嗜好がどう変化しているかを意識することが少ない。町と商工会が中心となり特産の「のっぴい野菜」、伝統産業である「和紙・印象」、山間部の「ジビエ肉」を使った商品開発を推進しているが、そのための需要動向調査はまだ行われていない。

### （2）目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①のっぴい野菜商品試食アンケート調査対象事業者	—	3者	3者	3者	3者	3者
②ジビエメニュー調査対象事業所数	—	4者	4者	5者	5者	8者
③和紙製品イベント調査対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

### (3) 事業内容

#### ①のっぴい野菜商品の試食アンケート調査実施

「のっぴい」と呼ばれる肥沃な土壌で栽培される特産野菜を使った新商品の需要動向調査のため町主催「大塚にんじん収穫祭」、農協主催「甘々娘トウモロコシ収穫祭」等のイベント会場で消費者を対象に試食会を開催する。(両イベントとも即売会目当てに毎年来場者は3,000名を超える)

【調査時期】 毎年2回(甘々娘収穫祭6月上旬、大塚にんじん収穫祭12月上旬)

【対象】 特産野菜を使用した新商品の開発に取り組む小規模事業者

【調査対象】 イベント来場者(一般消費者)

【調査項目】 味、外観(パッケージ含む)、ネーミング、量、価格、改善点、購入率、自由意見、回答者属性等

【調査手法】 収穫祭の会場に試食コーナーを設置する。各商品を展示し、開発事業者と商工会職員で小分けした試食品を50人分用意し、抽選番号付きのアンケート調査票とともに配布する。試食後にアンケート用紙に記入していただき、回収箱に入れてもらう。回収率を上げるため当日の内に抽選をおこない、当選者には無料でその商品を進呈する。

【分析方法】 経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う。

#### 【成果の活用】

調査結果を収集・分析し、当該事業者にフィードバックすることで、自社では気づかなかった消費者目線によるニーズを把握し、商品開発と改善に活かすことができる。また、経営指導員は本調査に積極的に協力することで事業者からの信頼を得ることができ、その後伴走型の支援につなげることができる。

#### ②ジビエメニュー飲食店対象のアンケート調査実施

ジビエメニューを当町の新たな特産品として普及させるには、観光客などがいつ来町しても食べることができるように町内の飲食店が通常メニューとして取り扱うことが条件となる。また消費者から評価を得ることでジビエメニューを取り扱う飲食業者が徐々に増加することを目指す。そのための需要動向知るためにジビエ肉メニューを提供している飲食業者を対象にした調査を実施する。

【調査時期】 年間1回

【調査対象】 ジビエメニューを提供する町内飲食業者3店、加工販売業者1店

【調査項目】 顧客の反応(客層、イメージ、味、外観、品揃え、注文理由、注文状況、価格)、調理方法、仕入れ先、仕入れ価格、商工会への要望等

【調査手法】 アンケート調査票をもとにした経営指導員によるヒアリング調査の実施

【分析方法】 経営指導員が料理研究家等の外部専門家と連携し分析を行う。

#### 【成果の活用】

集計・分析した結果は料理の質の向上、開発のヒントとして役立てられるように報告書にまとめ当該事業者にフィードバックする。当商工会でも今後の販路開拓支援のもととなるデータとして役立てる。

#### ③和紙製品出展会場のバイヤー、一般消費者ヒアリング調査実施

当商工会では平成28年度から伝統産業「手漉き和紙」と「手彫り印章」の技術承継を目的とした伝統産業支援事業を平成30年度から実施している。これまで「体験教室」と「後継者育成(職人)講習会」を開催し、令和3年度は職人を目指す2名が町内唯一の手漉き和紙職人の豊川氏から技術研修を受けている。この活動が町に認められ、昨年は「手漉き和紙製機材一式が設備された「工房」を作っていただくことができた。

その工房を活用し、豊川氏や後継者2名が開発した和紙製品の試作品を山梨県商工会連合会が主催

する「BtoB 農商工マッチングフェア（1月）」や「首都圏で開催される工芸品展示即売イベント（年1回）」に出展し、バイヤーや一般消費者を対象にヒアリングによる調査を行う。

【調査時期】 毎年2回（農商工マッチングフェア1月中旬、ハンドメイドマルシェ6月頃）

【調査対象】 和紙製造業（手漉き1社・機械式7社）、手漉き和紙後継者（創業予定者）2名

【調査項目】 取引条件、価格設定、外観（パッケージ含む）、ネーミング、大きさ、改善点等

【調査手法】 展示会等の来場者（一般消費者20人程度）やバイヤー（5人程度）に対して、新商品の開発等に取り組む小規模事業者が、試作販売やアンケート及びヒアリングによる調査を実施する。アンケート内容に関しては事前に経営指導員が作成を支援する。

【分析方法】 経営指導員が分析を行う。

### 【成果の活用】

調査結果を収集・分析し、和紙職人豊川氏と後継者にフィードバックすることで、自分達では気づかなかったバイヤーや消費者目線によるニーズを把握し、商品開発と改善に活かすことができる。経営指導員は本調査に積極的に協力することで事業者からの信頼を得ることができ、その後の事業計画策定や販路開拓のための補助金申請等の支援につながる。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### （1）現状と課題

#### 【現状】

これまでは、小規模事業者のマル経融資、小規模事業者持続化補助金等の申請や経営革新計画承認申請時や決算相談時に、その小規模事業者を対象に経営指導員が経営分析を実施してきた。経営分析の対象事業所は限定的。分析方法はヒアリングと決算データをもとに行っている。

#### 【課題】

小規模事業者の多くは、自社の経営状況、分析を具体的に実施した経験がなく、そのメリットについても理解していない。経営指導員を中心にそのメリットについて丁寧に啓蒙していくことが求められる。また分析方法が経営指導員それぞれのヒアリングのため統一のデータがない。

### （2）目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①個別経営相談開催件数	2回	5回	5回	5回	5回	5回
②経営分析事業者数	15者	21者	21者	21者	21者	21者

### （3）事業内容

「個別経営相談会開催による掘り起し」経営分析の重要性について説明し、経営分析の促進を図っていく。

多くの小規模事業者に経営分析の経営分析を受けるきっかけとしてこれまでの資金繰りや決算相談時の相談の他に、個別の経営相談会を活用する。相談内容の対象は中小企業診断士による補助金申請相談、社会保険労務士による働き方改革対応相談等と幅広くし、相談を受けた小規模事業者の中から商品開発や販路開拓、生産性向上等に取り組む意欲のある事業者を対象に最初に着手しなければならないこととして経営分析の必要性を説いていく。

経営指導員全員で「経営ヒアリングシート」の作成に取り組む。巡回や窓口相談時に、小規模事業者から経営状況について積極的に聞き取り、現状把握するとともに、経営分析に主体的に取り組む事業者の掘り起こしを推進していく。また、決算時においても、経営分析の重要性について説明し、促進を図っていく。ヒアリング内容や分析結果は経営支援機関システム「BIZミル」に蓄積し、全職員

で情報共有する。

【対象者】 個別経営相談を受けた小規模事業者の中で、経営に意欲的で商品開発や販路開拓に取り組む事業者

個別相談会は2カ月に1度、年間5回開催する。(2,3月の決算指導時期を除く)

【周知方法】 ①個別経営相談会開催チラシを作成し、町内全域に新聞折り込みする。(年2回)

②全日程を掲載した記事を町の広報誌に掲載する(年1回)

③毎月の開催情報を掲載したチラシを作成し、全会員に通知する。(年5回)

④商工会HPによる発信。

【分析項目】 定量分析：財務分析(売上高、粗利益率、営業利益、経常利益、損益分岐点等)

定性分析：SWOT分析(強み、弱み、機会、脅威等)

【分析手法】 BIZミル、ローカルベンチマークを活用して、収益性、安全性、成長性、効率性等を経営指導員が分析する。

### 【成果の活用】

取りまとめた分析結果を小規模事業者に直接フィードバックし、自社の経営課題について気付きを与えるとともに課題解決のための事業計画策定に活用する。分析データはBIZミルに入力し、職員間で共有することで人事異動があった場合でも引継ぎがスムーズに行える体制を整える。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

販路開拓に伴う補助金や経営革新申請の相談時に事業計画策定の重要性を説明し、理解を示した小規模事業者を対象に策定の支援を行ってきた。また事業計画策定セミナー(2時間)と創業セミナー(4日間)を年1回開催し、参加者を対象に策定支援を行っている。

#### 【課題】

事業計画書の内容を「補助金の採択や経営革新計画の承認」に合わせてしまう傾向があり、その後の売上高などが目標値に達していない事業所も多い。

経営状況の分析の課題と同様に小規模事業者に対して、事業計画策定の重要性をいかに認識してもらえるかが今後の課題となっている。

事業計画策定セミナーと創業セミナーの参加者は毎年平均5名程度少なく事業の見直しが必要とおもわれる。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、巡回や窓口相談時に事業計画策定の意義や重要性を説明するだけでは、支援の増加にはつながらない。また既存事業の「事業計画策定セミナー」と「創業セミナー」のような集団セミナーの開催回数を増やしてしまうと対象となる事業者数や人口が少ない当町では参加者が2人、3人のような状況になってしまい効率的ではない。事業計画策定のための個別相談会を開催し、経営課題のある小規模事業者を対象に事業計画策定重要性を説明していく。「事業計画策定のための個別相談会」「創業計画策定のための個別相談会」「事業承継ための事業計画策定」を複数回開催する。経営分析を行った小規模事業者や特産品や地場産業に関連する小規模事業者は優先して参加を勧める。また、過去3年以内に持続化補助金申請(50件)や経営革新承認(6件)を目的に策定した事業所には進捗状況を確認し、計画通りに進んでいない場合は事業計画の見直しや修正、再策定を促す。

事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを開催し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

### (3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①事業計画策定個別相談回数	1 回	5 回	5 回	5 回	5 回	5 回
⑤事業計画策定事業者数	9 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
②創業個別相談回数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
創業計画策定支援者数	5 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
③事業承継個別相談数	—	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回
事業承継計画策定支援者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
④DX 推進セミナー回数	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

### (4) 事業内容

#### ①事業計画策定のための個別相談会開催

【支援対象】 経営分析を行った事業者

とくに特産品の開発・販路開拓に取り組む事業者は重要な対象者とする。

【周知方法】 「5. 経営状況の分析に関すること」の周知方法と同じ

【開催方法】 2カ月に1回、午前または午後の半日を使い3枠1時間半で開催する。

【支援手法】 1者に対し、講師の中小企業診断士と経営指導員が同席して相談を受ける。事業計画策定の重要性を理解し、策定に意欲的な場合は後日専門家派遣相談に切り替え策定までを伴走型で支援する。

#### ②創業計画策定のための個別相談会開催

【支援対象】 地域内の創業予定者（手渡し和紙後継者を含む）

【周知方法】 「5. 経営状況の分析に関すること」の周知方法と同じ

【開催方法】 2カ月に1回、午前または午後の半日を使い3枠1時間半で開催する。

【支援手法】 相談者1者に対し、講師の中小企業診断士と経営指導員が同席して相談を受ける。創業計画策定の重要性を理解し、策定に意欲的な場合は後日専門家派遣相談に切り替え策定までを伴走型で支援する。

#### ③事業承継ための事業計画策定支援

【支援対象】 地域内の事業承継予定者

【周知方法】 ②創業個別相談と同じ。他に「3. 地域の経済動向調査に関すること」の中で記載した年1回実施する「BIZミル経営状況調査」のアンケート項目の事業承継に関する質問に「近いうちに事業承継する予定」と回答した事業者を巡回訪問して策定を促す。

また、60歳以上の事業主を対象に、事業承継引継ぎセンターが作成した「事業承継診断アンケート」を送付し、事業承継ニーズを把握するとともに、事業承継に向けた早期対応につなげる。

【支援手法】 事業承継に関する課題がある場合は山梨県事業引継ぎ支援センターと連携し、税理士や中小企業診断士を交えて課題解決を支援する。その後、事業承継時の事業計画策定の重要性を説明し、策定に意欲的な場合は中小企業診断士による専門家派遣として策定までを伴走型で支援する。

#### ④DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、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、セミナーを開催する。

【支援対象】 地域内の小規模事業者

【募集方法】 管内地域全世帯へのチラシ新聞折り込み（約5250世帯）と商工会HPで開催を告知する。

【開催方法】IT 専門家を講師に年間 2 回開催する（オンライン開催含む）

【開催内容】①インスタグラム等の SNS を活用した情報発信方法

②EC サイトの利用方法

③小規模事業者でも取り組みやすいクラウド型顧客管理ツールの紹介 等

セミナーを受講した事業者の中から取り組み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の他、必要に応じて IT 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

これまで小規模事業者持続化補助金採択事業や経営革新計画承認事業に取り組む小規模事業者から課題が発生したことにより相談があった場合にのみ、課題解決の支援を行っているのが現状であり、計画的なフォローアップは実施できていない。

### （2）支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者を対象とする。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。高度な課題フォローアップが必要な場合は専門家派遣を行う。また計画の後期には、次期の事業計画策定に向けた働きかけを行う。

### （3）目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ対象事業者数 （創業計画・事業承継計画含む）	16 者	21 者	21 者	21 者	21 者	21 者
頻度（延べ回数）	27 回	126 回				
売り上げ増加事業者数	—	7 者	7 者	10 者	10 者	12 者
利益率 2% 以上増加の事業者数	—	7 者	7 者	10 者	10 者	12 者
専門家派遣 事業者数	4 者	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者

### （4）事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員がフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。その頻度については、事業計画策定 21 者（創業、事業承継含む）のうち、7 者は毎月 1 回、7 者は四半期に一度、他の 7 者については年 2 回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

課題解決に専門的な知識や技術が必要な時には専門家派遣を実施して対応する。

#### 【情報共有の仕組みづくり】

担当職員が留守中の場合や、人事異動により担当職員が変わった場合でも効率よく継続して対応できるように実施したすべてのフォローアップの内容は常に BIZ ミルに入力し、蓄積させる。

## 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

小規模事業者は情報発信力の弱さと販路開拓に関するノウハウやチャネル等の不足が挙げられる。展示会出展に関しては、これまでは事業者に対して各種展示会、商談会を個別に案内するに留まっていた。ただし、展示会等への出展を勧めても、小規模事業者には出展料の経済的負担が大きいため、

積極的に出展を検討する事業者は少なかった。一方で、展示会へ出展した事業者の多くは、実際に商談や成約に至ることなく単に出展しただけで終わっていることが多かった。適切な効果測定もできていない。

情報発信に関しては 地域内の小規模事業者の多くは新商品や新サービスを開発したとしても、それを宣伝するためのメディアの活用は苦手としており、これまで実施した事業所は少ない。

またオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITの活用は進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。より高度なDXに向けた取り組みについても興味はあるが取り組み始めている小規模事業者は少ない。

## (2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、県内外で開催される既存の展示会への出展を支援する。主な対象としては地域の特産品や伝統産業に関する販路開拓に取り組む小規模事業者とする。出展を増やす工夫として助成金制度を新たに創設する。

出展にあたっては、経営指導員等が事前支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、出展後は商談・成約等に向けたフォローアップと効果測定を行う。

DXに向けた取組として、無料で開設できる商工会HP作成サイトの登録、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用、ネットショップ開設等を支援する。またIT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催する。(事業策定支援の項目に記載)。理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

## (3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①展示会主出展助成金制度活用事業所数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上額/者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
②農商工連携マッチングフェア出店事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
③よこはまハンドメイドマルシェ等出店事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
④プレスリリース等PR支援事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
売り上げ増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤グーペ登録者事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者
売り上げ増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑥SNS活用事業者	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑦ECサイト利用事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑧ネットショップ開設者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

## (4) 事業内容

### ①展示会出展助成金制度の創設

出展事業所の掘り起こし、とくに地域の特産品また伝統産業(和紙、印章等)に関する小規模事

業者の需要の開拓を積極的に推し進めるため特産品と伝統産業関連の製品であることと事業計画策定を条件とした展示会出展料金を補助する助成金制度を新規事業として創設する。

## ②BtoB展示会出展の支援

「農商工連携マッチングフェア」（山梨県下の商工会が毎年共同開催）県内の中小企業者や農林漁業者等が開発した商品等を一堂に展示・紹介し、商談等に結びつけるためのBtoB展示会。会場内に県内外のバイヤーによる「個別商談会」コーナーを設置され、自社商品を直接バイヤーに売り込む事ができる。

【実施時期】1月20日 【会場】アピオ甲府昭和 【出展者数】75社 【出店料】5,000円  
地域の特産品である「手漉き和紙」「大塚にんじん」「甘々娘トウモロコシ」「ジビエ肉」等の加工品を取り扱う小規模事業者3社を優先的に選定し、出展を促す。商談会のプレゼンテーションが効果的に行われるように事前指導、事後の名刺交換した商談相手へのアプローチなど商談に向けた実効性のある支援を行う。

## ③BtoC展示即売会出店の支援

「よこはまハンドメイドマルシェ」全国のクリエイター・アーティストや飲食店によるオリジナル作品・手作りフードがそれぞれの出店ブースで自由に展示・販売される日本最大級のハンドメイドイベント。

【実施時期】6月 【会場】パシフィコ横浜 【出展者数】1,500社 【来場者数】10,000人  
【出店料】19,800円～32,800円

手漉き和紙製造業者、手漉き和紙後継者（創業予定者）、手彫り印章製造業者の3者を優先的に選定し、出店を促す。事前に陳列方法や接客などの指導を行う。会場ではバイヤーや一般消費者からヒアリング調査を行い、その分析結果をもとに商品の改善と開発に向けたフォローアップ支援を行う。

## ④プレスリリース等PR支援

山梨県商工会連合会が実施するプレスリリース事業は内容を記載した申込書を提出すれば記者クラブにリリースされ効率的に県内の全新聞社に発信される仕組みとなっている。とくに特産品や伝統産業に関する内容は記事として掲載されやすく取材を受ける可能性が高いことから積極的に活用していく。事業計画書の中に新商品開発の取組がある小規模事業者には必ずプレスリリースを行うよう徹底する。申請シートの記入方法についても支援していく。

## ⑤ホームページ作成サイト「グーペ」活用の支援

DXに向けた取り組みとして、まずは自社ホームページを開設することが必要最低限と考える。

全国連提供の「グーペ」は、SNS連携やショッピングカート機能等を兼も備えており、販路開拓支援とIT活用支援を同時に行うことができる。IT初心者でも操作しやすく、基本機能は無料で使用できるため自社ホームページを持たない小規模事業者を中心に積極的に登録を推進する。

## ⑥SNS活用の支援

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

インスタグラム活用等のSNSを販路開拓に活用することをテーマにしたセミナーを年1回以上開催し、啓蒙していく。

## ⑦ECサイト利用（BtoC）

地域の特産品や伝統産業に関連する商品は全国のスーパーマーケットなどでは購入できないためネット販売に適している。地域の小規模事業者も理解しており、興味はあるが人材不足や知識が乏しく利用している事業者は少ない。大手の「Yahoo、楽天、アマゾン」、ハンドメイド品を扱う「Creema」等が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード

文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。専門的な知識が必要な場合はITの専門家を交え支援する。

#### ⑧ネットショップ開設の支援

前述の⑦同様に地域の小規模事業者には敷居が高く、自社でネットショップを運営している事業は少ない。初心者向けには「グーペ」で作成したHPにショッピングカート機能を追加することから始め、経験と知識レベルに応じて「カラーミーショップ」「BASE」「おちゃのこネット」等のネットショップ専用サイトの活用について支援する。支援方法としては立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会社やITの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う

### 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]

事業の成果や効果等を検証するために、商工会内部の監査会で監事によって事業の評価・見直しが行われており、それらの結果を理事会や総代会等で報告している。

##### [課題]

商工会の内部による事業の評価・見直しのため、評価内容等が十分ではなく、また結果の公表も商工会の内部関係者に限られている。外部の有識者等を加えての事業の評価・見直しや効果的に公表を行うための仕組みを構築することが課題となっている。

#### (2) 事業内容

##### ①職員会議の開催

毎月第1月曜日に当会全職員による会議を開催し、職員間で進捗状況の報告・確認を行う。事業を進めるうえで課題があれば、全員で検討し、修正案や解決策を探る。事業計画に遅れが出て月1回の頻度で修正することが可能となる。

##### ②評価委員会の開催

当会の理事会と併設して、町商工観光課職員、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「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。また町の総合計画・総合戦略との整合性のチェックや計画の修正を詳細に検討し、今後の方針を決める。

当該評価結果は役員会と職員会議にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HPに(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。

### 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]

経営指導員は山梨県商工会連合会が開催する経験年数別の経営指導員研修会への参加とWEBによる※経営支援能力向上研修を受講し、小規模事業者の経営支援能力の向上を図ってきた。

また専門家派遣を実施する際には必ず同行し、専門家の指導・助言内容、情報収集方法を学んでいる。

##### [課題]

現状の研修受講と専門家派遣への帯同は支援力向上を図るには効果があることから今後も継続して行っていく。しかし、職員間には個別支援におけるノウハウに格差がある、とくにITスキルには大きな差があり個人の能力に依存した状況となっている。OJT教育などにより、能力の向上を図る必

要がある。そのため、経営指導員等の個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組みを構築する必要がある。昨年度からBIZミルを導入しているが、経営指導員以外の職員は操作方法の知識も浅いことからデータ入力もできず、活用できていない。

## (2) 事業内容

### ①外部講習会の積極的な活用

#### ・経営支援能力向上セミナー

経営指導員及び経営支援員の支援能力の向上のため山梨県商工会連合会が主催する研修会に計画的に経営指導員等を派遣する。また中小企業大学校が実施する経営支援能力向上のための研修に年に1人以上の職員を派遣する。

#### ・経営指導員WEB研修

経営指導員等が、全国商工会連合会が実施しているWEB研修を積極的に受講することで、専門的な知識やノウハウを習得し、経営支援能力の向上を図る。

(WEB研修の科目：中小企業経営・中小企業政策、経済学・経済政策、財務・会計、企業経営理論、運営管理、経営法務、経営情報システム 合計96時間)

#### ・DX推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員等のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取組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

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

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

### ②OJT 制度の導入

支援経験が豊富なベテラン経営指導員と若手職員がチームとなって、巡回指導や窓口相談に対応する仕組みにより、組織全体の支援能力の向上を図る。

### ③職員会議の開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、決算相談時期を除く毎月1回(年間10回)第1月曜日午後5時半からの定期的なミーティングを開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

### ④BIZミル活用によるデータベース化

全職員が担当した支援案件について経営支援システム「BIZミル」上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、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。

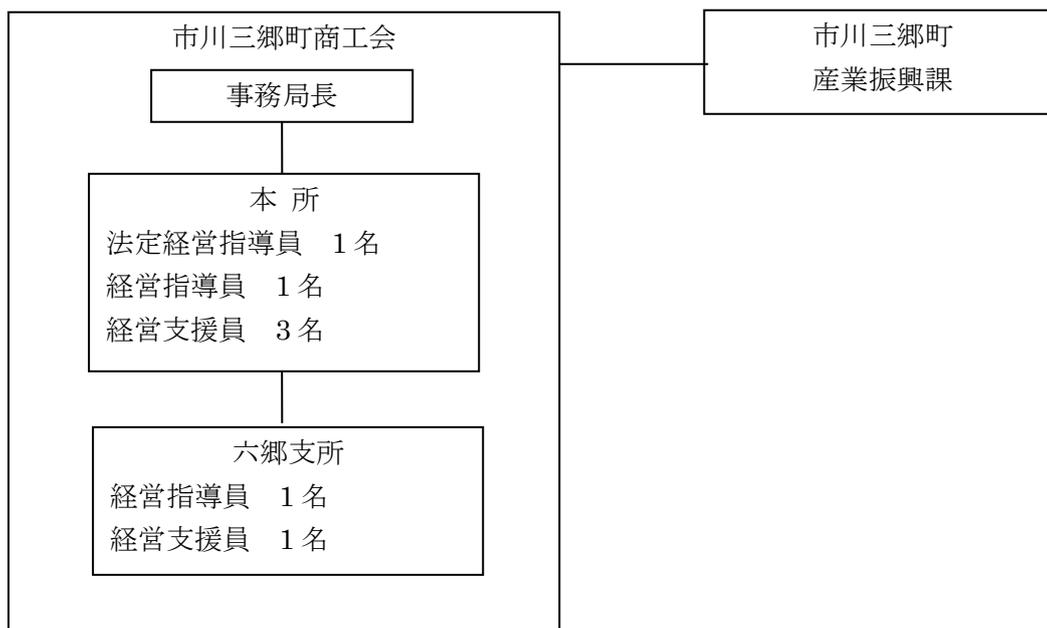
(別表2)

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6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：桂原 珠美

■連絡先：市川三郷町商工会 TEL. 055-272-4711

②当該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) 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

〒409-3601 山梨県西八代郡市川三郷町市川大門 173

市川三郷町商工会 総務課

TEL:055-272-4711/FAX:055-272-4712 E-mail:ichi-sato@shokokai-yamanashi.or.jp

②関係市町村

〒409-3612 山梨県西八代郡市川三郷町上野 2714-2

市川三郷町 産業振興課

TEL:055-240-4157/FAX:055-240-4154 E-mail:k-naito@town.ichikawamisato.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	2,150	2,350	2,500	2,700	3,000
3 地域経済動向調査	100	100	100	100	100
4 需要動向調査	200	250	250	250	250
5 経営状況分析	200	250	250	300	300
6 事業計画策定支援	500	550	600	600	700
7 事業計画策定後支援	300	350	400	450	500
8 新たな需要開拓	500	500	550	600	600
9 事業評価と見直し	150	150	150	150	300
10 指導員の資質向上	200	200	200	250	250

(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
伴走型小規模事業者支援推進事業補助金、県補助金、町補助金

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等