

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	早川町商工会（法人番号6090005005658） 早川町（地方公共団体コード193640）
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	①小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続を実現 ②観光資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進 ③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定したうえで、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる 以上の目標を掲げ、小規模事業者の経営発達並びに地域産業発展に資する取り組みをととして地域内雇用の確保、ひいては人口減少の緩和に貢献していく。
事業内容	3. 地域の経済動向調査に関すること ①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用） ②県域の景気動向分析 4. 需要動向調査に関すること ①体験メニュー開発の調査 ②店頭アンケート調査 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の掘り起こし ②BIZミル等の活用による経営分析 ③分析結果の活用 6. 事業計画策定支援に関すること ①個別相談会開催による事業計画策定の支援 ②DX啓蒙WEBセミナーの視聴 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①策定後2年間伴走型によるフォローアップの実施 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①観光プロモーションへの参加支援 ②ホームページ作成サイト「グーペ」活用の支援 ③SNS活用の支援 ④プレスリリース等PR支援
連絡先	早川町商工会 〒409-2713 山梨県南巨摩郡早川町保509番地 TEL：0556-45-2302 FAX：0556-45-2306 E-mail：hayakawa@shokokai-yamanashi.or.jp 早川町役場 振興課 〒409-2732 山梨県南巨摩郡早川町高住758番地 TEL：0556-45-2516 FAX：0556-45-2523 E-mail：shinkou@town.hayakawa.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

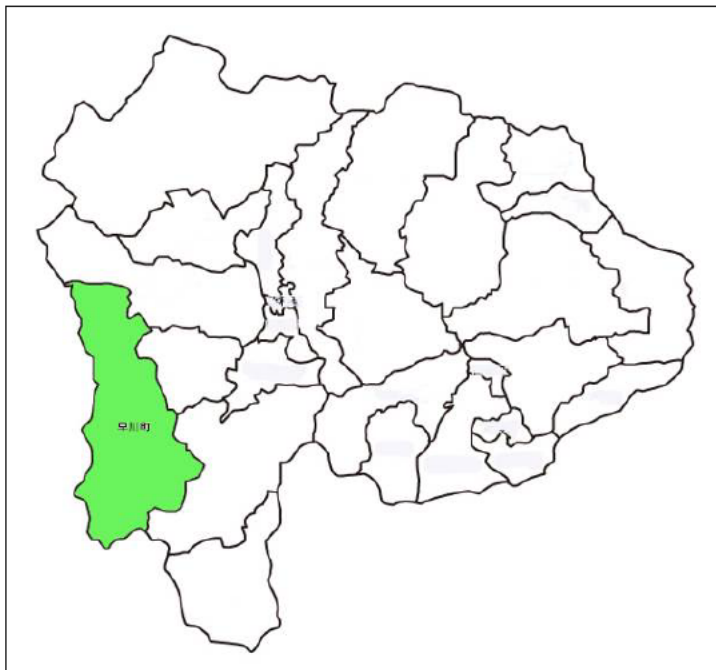
(1) 地域の現状及び課題

①現状

・立地

山梨県の南西部に位置し、主峰北岳から伸びる南アルプス連峰と広大な櫛形山系の2つの山間に、町のほぼ中央を町名の由来にもなっている富士川の支流である早川が貫流している。また早川沿いの県道南アルプス公園線が町外へ通ずる唯一の道となっている。

町の面積は、369.96㎡で、山梨県全体の8.2%を占めている。面積の約96%は山林となっており急峻な地形に39の集落が点在している。



・人口

町の過疎化による人口減少は高度経済成長期以降の社会構造や産業構造の変化による労働者や若者人口の流出という形態であった。町の人口は昭和35(1960)年の10,679人をピークに令和4(2022)年には930人まで激減している全国で一番人口の少ない町である。

【図表1：早川町の人口の推移（4月1日現在）】

	人 口			世帯数	1世帯当たりの平均人口
	総数	男	女		
平成28年度	1,115人	538人	577人	628世帯	1.78人
平成29年度	1,103人	537人	566人	629世帯	1.75人
平成30年度	1,076人	529人	547人	619世帯	1.74人
令和元年度	1,043人	519人	524人	604世帯	1.73人
令和2年度	1,018人	505人	513人	599世帯	1.70人
令和3年度	979人	486人	493人	574世帯	1.71人
令和4年度	930人	465人	465人	547世帯	1.70人

・交通

公共交通機関は町営バスのみで、JR身延線の身延駅又は下部温泉駅が最寄り駅となっている。バスの運行本数が少ないため、マイカーが主な交通手段となっている。

令和3年8月に中部横断自動車道が静岡方面に向けて全線開通したことにより、中央自動車道と新東名高速道路がつながり静岡県側からのアクセスが大幅に改善し、首都圏及び中京圏からのアクセスもしやすくなった。

・主な地域資源

主な特産品

山葡萄		山葡萄とカベルネ・ソーヴィニオンを交配させて開発した「ヤマ・ソーヴィニオン」。町内で栽培されたこの葡萄を原料に醸造した山葡萄ワイン「恋紫」は、早川町の特産品として販売されている。
ジビエ食材		町内で捕獲した鹿を、専用施設で2時間以内に処理、真空パック後、マイナス 40℃で急速冷凍、早川ジビエとして提供している。農林水産省の「国産ジビエ認証」、山梨県の「やまなしジビエ認証」を受けている。
メイプルシロップ		厳冬に採取したイタヤカエデの樹液 2ℓ 以上をじっくりと煮詰めてこの1瓶に凝縮したもの。サラサラして上品な甘みが魅力。カナダ産と比べカルシウムが多く含まれ、風味豊かな純国産（早川町産）のメイプルシロップ。
雨畑硯		雨畑川の溪谷で採取される雨畑真石（雨畑石）の原石は、程よい黒の輝きを放つ自然が造形した逸品。雨畑硯は職人の確かな技で彫り継がれている。原石は遠赤外線を高レベルで大量に発生・放出する優れた特性を持つ。

主な観光資源

奈良田温泉		源泉 100%かけ流しの温泉が魅力な奈良田温泉は、トロっとした触感と体を包み込む気泡が特色の温泉で、美肌の湯。多くのリピーターに支持されている。
西山温泉		千三百年の歴史を現代に伝える温泉旅館や、源泉かけ流しの露天風呂施設もあり、観光や登山で早川町を訪れた方に人気で早川の溪谷美や四季を楽しむことができる。
赤沢宿		早川町赤沢は聖地身延山と霊場七面山を結ぶ参道の講中宿・旅籠として知られる。平成5年に国選定重要伝統的建造物群保存地区に選定された。町並や参道、敷地の形態、石畳、古道、石段など周囲の山々と調和し、歴史的自然的景観を残している。

歴史民俗
資料館



西山地区では先史時代から昭和30年頃まで、森林を伐採し焼いた灰を肥料とする焼畑農耕が行われていた。資料館に展示されている農耕用具698点は、平成元年に「甲州西山の焼畑農耕用具」として国の重要有形民俗文化財に指定された。

・産業

かつての地域の産業は第1次産業の農林業が中心であった。しかしながら、農業については本町の大部分が急峻な山岳地であることから農家一戸あたりの耕地面積は非常に小規模であり、それで生計を立てることは難しい状況にある。また、林業についても国内林業の需要低迷による林業経営の悪化や後継者不足、就職者の高齢化等大変厳しい問題を抱えているが、豊富な森林資源を背景として林業に活路を見出す施策を講じている。

第2次産業の製造業については、本町の地理的制約から企業を誘致することは難しい状況にあるが、近隣町の中核工業団地に企業の誘致が進められてきたため、そこに就労する人口は増加しつつあった。しかし、近年では長引く景気の低迷を背景にその就業人口は減少と増加を繰り返す傾向にある。建築業も町の基幹産業の1つであるものの、従業者の高齢化等で地元企業は零細化・廃業を余儀なくされている。他の地域と比較して本町の基盤整備はまだまだ遅れているので、地元建設業の期待は町の活性化において大変重要である。

第3次産業については、南アルプスの雄大な自然、西山温泉をはじめとする豊富な温泉資源さらには伝統工芸など多彩な地域資源を基礎として観光面に比重をおいての施策を展開してきた結果、観光産業に従事する人口の割合が増加している。

中部横断自動車道の全面開通に伴い、新たな交流人口の増加が見込まれることから、地域の産業構造はより顕著にその動向が表れるものと考えられる。町ではこの地域経済に及ぼす影響を好機としてとらえ、豊かな自然環境や農林業資源を有効に活用しつつ、観光と地域間交流及び産業間交流を効果的に組み合わせた地域の持続的発展への取り組みを推進するとしている。

【図表2：商工会管内の業種別商工業者数（小規模事業者数）の推移（4月1日現在）】

業 種	平成 19 年	平成 24 年	平成 29 年	令和 4 年
建設業	17 (16)	15 (14)	15 (14)	14 (13)
製造業	6 (6)	7 (7)	9 (9)	9 (9)
小売業	26 (25)	20 (19)	12 (11)	11 (10)
宿泊・飲食業	30 (26)	28 (24)	26 (25)	28 (27)
サービス業	5 (5)	7 (7)	8 (8)	10 (10)
その他	17 (14)	13 (10)	10 (7)	10 (5)
計	101 (92)	90 (81)	80 (74)	82 (74)

業種別の事業者数は上記のとおり、平成29年度まで急激に減少したが、この5年間は小規模事業者数が維持されている。建設・小売業等の減少を飲食・宿泊、サービス業等の観光関連業種で補っている状況。今後の見込みとしては、商業に関しては、食料品等小売、生活関連サービス等地域内消費者に向けた事業は、人口減少と消費の町外流出により現状でも商売として成り立っておらず、近い将来には高齢者等福祉の一環として町が出資する一般財団法人や指定管理事業者が担うことになるとと思われる。工業に関しては、建設業、砂利採取業は町の基幹産業として相当程度の住民の雇用を担っているものの、現状に新規参入の余地はなく、今後の雇用増は見込まれ

ない。製造業については、前出の一般財団法人が農畜産物の加工製造を行っている外は雇用を生み出す規模の事業所は皆無となっている。ジビエ食材、メイプルシロップなど、地域資源を活用した商品を製造する事業者があるものの、コスト面から生産拡大は困難。また、消費税免税事業者である零細の製造業、建築業者はインボイス制度への対応としてBtoB取引において厳しい価格交渉に晒される危険性がある。観光業に関しては、町が観光立町を志向しており、観光入込数の増に向けて観光施設の運営、自然や、温泉、文化財など観光資源の情報発信を積極的に展開している。飲食・宿泊業等観光関連事業者については、他の業種と同様に後継者不在による廃業があるものの、早川ならではの食材や田舎暮らし体験などをうりにした個性的な事業者の新規参入がみられる。個々の事業者が個性を磨いて集客を行うのと並行して、他の事業者、観光資源との連携による地域全体の魅力向上に努めることが求められる。

・早川町過疎地域持続的発展計画（令和3年9月）より＜抜粋＞

2 産業の振興

（1）現況と問題点

商業については、消費者人口の減少や道路網の発達により、都市近郊の大型店等に流れる傾向にあり、地元の商店は厳しい状況にある。今後は、地域需要に適応した商品の選定や地域住民に密着したサービスの向上に努めていく必要がある。

工業については、地理的条件から中核的な企業の誘致は困難な状況にある。また、本町の伝統工芸である雨畑硯の製造者は、わずかとなり存続が危惧されている。

観光については、平成26(2014)年に認定された南アルプスユネスコエコパーク地域の雄大な自然資源、西山温泉をはじめとする豊富な温泉資源、雨畑硯等の伝統工芸、重要伝統的建造物群保存地区である赤沢宿など多彩な観光資源を基礎に振興策を講じてきた。特に温泉資源は、早川町が誇るべき重要な資源で、町北部の西山、奈良田温泉を中心に自然景観と一体となった温泉地のイメージアップを図るとともに、観光ビジョンの策定による官民一体となった観光戦略の立案と実行により、観光入込客の増加を図っていく必要がある。

②課題

早川町は人口減少対策に各種施策を講じているが、その成果は減少スピードの緩和という形で現れはするものの、将来的に人口が増加に転じるというは見込まれない。

町では豊かな自然、山岳信仰、温泉の他、山間地ならではの食文化、風習などを観光資源として有機的に組み合わせ、早川の観光ブランドを醸成するとともに広く情報発信することで観光入込客を増加させることにより観光関連事業者の活性化を図り、また、地域資源である農林畜産物を活用した特産品の開発支援と町内製造者の育成を行うことにより、町内雇用の創出、ひいては人口減少の緩和を目指すとしている。しかしながら、行政のこうした取り組みは地域住民、地域内事業者及び関係団体の理解と協力がなければ、成果は見込まれない。

（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

人口減少の緩和に向け、雇用の受入れ等地域経済を支える活力の源泉である小規模事業者の振興は重要である。小規模事業者数についても、人口と同様に増加が見込まれる状況ではないが、小規模事業者の起業・創業の支援、円滑な事業承継支援を行うことにより減少数の軽減を図る。また、災害に備えるための事業継続力強化計画の策定支援、DX対応のためのIT活用支援をととして小規模事業者の経営の持続化を図る。

業種別には、地域内消費者を対象とする小売、生活関連サービス業者については、消費者の利便性について行政に配慮を求めつつソフトランディングを進める。建築・製造業者については、後継者育成、事業継続支援により雇用の維持を図る。観光業者については、地域活性化に向けた重点支援対象と位置づけ、アフターコロナ、ウィズコロナに向け経営環境見直しや顧客ターゲットの再設定、商品サービスの磨き上げなど経営の持続的発展を支援するとともに、地域内の様々な観光資源や事業者同士の連携による早川の観光ブランド醸成を推進することで地域全体の魅力向上を図るものとする。

②早川町総合計画との連動制・整合性

前項の各取り組みは、第7次早川町長期総合計画（令和3年度～令和12年度）の基本方針「にぎわいをとりもどすまち」における施策「1. 若者が希望を持てる産業を育てるまちづくり（地域資源を活かした雇用の創出）」、「2. 地域資源を活かし、観光を活性化するまちづくり（地域の資源を活用し、関係者が連携して取り組む観光の推進）」に資するものであるため、それぞれ連動性・整合性があると言える。

③商工会としての役割

第7次早川町長期総合計画における産業振興に係わる施策に連動し、本会では経営発達支援事業として実施する小規模事業者の経営発達並びに地域産業発展に資する取り組みをとおして地域内雇用の確保、ひいては人口減少の緩和に貢献していく。

（3）経営発達支援事業の目標

「地域の現状及び課題」、「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、本商工会は観光関連小規模事業者を重点支援対象として、以下の目標を掲げ経営発達支援事業を実施する。

①小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続を実現

②観光資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進

③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定したうえで、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる

以上の目標を掲げ、小規模事業者の経営発達並びに地域産業発展に資する取り組みをとおして地域内雇用の確保、ひいては人口減少の緩和に貢献していく。

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続を実現

観光関連小規模事業者を重点対象として、激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

また、将来的な自走化を目指し、業務の効率化に向けたITツールの活用等、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②観光資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進

早川ならではの食材、食文化を活用した飲食メニューの開発、自然や温泉、山間地での農業、溪流釣り、狩猟等の体験メニューの開発等、小規模事業者が町外からの観光客向けに行う取り組みに対し、需要動向調査、経営分析、事業計画策定、開発から販路開拓まで伴走型の支援を行う。商品、メニューの開発については、事業者同士の連携を促すことで商品価値の向上を図る。販路開拓については関係機関の観光プロモーションの情報提供と参加支援のほか、IT技術を利用したプロモーションの推進をとおりて観光客を呼び込める魅力ある地域づくりに貢献する。

③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定したうえで、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個者にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

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

当商工会における地域経済動向調査に関しては、山梨県商工会連合会が四半期に一度実施している中小企業景況調査の結果情報を基に地域経済動向を大枠で把握したものを本会ホームページに年4回掲示するとともに、巡回訪問、融資・決算等の経営相談時に経営指導員等が小規模事業者から直接ヒアリングして把握した管内経済動向を、個別の相談対応時に随時提供している。しかし、これまではビッグデータを活用した専門的な分析ができていなかったため、改善した上で実施する。

(2) 目標

	公表 方法	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①地域の経済動向 分析の公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の 公表回数	HP 掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（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、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「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う

【調査項目】・「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」→人の動き等を分析

・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

・「観光マップ」→観光産業の動向を分析

⇒上記の項目を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②県域の景気動向分析

商工会連合会が作成している中小企業景況調査報告書（四半期毎に県内165事業所を対象に業況や経営課題等を商工会の経営指導員が聞き取り調査）や日本政策金融公庫が毎月発行する調査月報の統計資料を活用し、経営指導員等が地域経済の基盤を担う小規模事業者の経営支援を行うのに必要な業種別の地域経済動向情報の編集、分析を行う。

【調査手法】中小企業景況調査報告書・日本政策公庫の調査月報の統計資料を、経営指導員が地域内小規模事業者向けに見やすく、わかりやすいように業種別・規模別・課題別等の視点で整理、分析を行う。

【調査項目】景況概観、売上高、採算、設備投資、経営上の問題点等

(4) 調査結果の活用

○調査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。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

これまでは事業計画策定支援などに際し、行政機関や業界団体等が提供している調査結果を収集して提供するにとどまっている。早川ならではの食材、食文化を活用した飲食メニューの開発、自然や温泉、山間地での農業、溪流釣り、狩猟等の体験メニューの開発、それらの連携による早川観光ブランドの醸成を促すうえで、消費者ニーズを的確に把握し、開発する商品・サービスへ反映することが求められる。

(2) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①メニュー開発の 調査対象事業者数	－	1者	1者	1者	1者	1者
②店頭アンケート 調査対象事業者数	－	1者	1者	1者	1者	1者

(3) 事業内容

①体験メニュー開発の調査

豊かな自然、山岳信仰、温泉の他、山間地ならではの食文化、風習などを観光資源として捉え、宿泊業者等がこれらを利用者向けの体験メニューとして開発する。具体的には「早川観光案内所」において、体験メニュー案の説明及び訪問者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で、当該事業者へフィードバックすることで、体験メニュー開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

(情報収集)「早川観光案内所」の訪問客に対して7月と10月(計2回)に、開発中の体験メニュー案の説明を聞いてもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

(情報分析) 調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】訪問者50人

【調査項目】メニュー案への興味、価格、利用にあたっての不安、利用可能性の他、観光目的、訪問手段、家族構成、宿泊に求めるもの等

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該事業者へ直接説明する形でフィードバックし、改良等の参考とする。

②店頭アンケート調査

早川ならではの食材、食文化を活用したメニューを提供する飲食店、自然や温泉、山間地での農業、溪流釣り、狩猟等の体験メニューを提供する宿泊業者等の利用者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で、当該事業者へフィードバックすることで、メニュー改善に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

(情報収集) 対象事業者が利用客に依頼してアンケート票に記入してもらい、商工会で回収する。

(情報分析) 調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】利用者50人(調査期間1ヶ月)

【調査項目】メニューの選択理由、価格、感想、改善点、再利用可能性の他、観光目的、訪問手段、家族構成、観光に求めるもの等

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該事業者へ直接説明する形でフィードバックし、改良等の参考とする。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の経営状況の分析に関しては、「マル経などの金融支援」、「各種補助金の申請書作成時」、「伴走型支援事業における事業計画作成時」において実施してきており、一定の実績を上げている。一方で、多くの小規模事業者は自社の経営状況の把握・分析を具体的に実施した経験がなく、その必要性についても理解していない。

小規模事業者の経営の持続化を図るには、商工会による財務データの表面的、一方的な分析にとどめず、事業者との対話と傾聴をととして事業者が主体的に経営の本質的課題を把握することにつながる分析案件をより多く確保する必要がある。

(2) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
経営分析件数	12者	12者	12者	12者	12者	12者

(3) 事業内容

観光関連事業者を重点対象に定量面・定性面の両側面から経営分析を実施する。その後、分析結果をもとに事業者と問題抽出・問題共有を行う時間を充実させることで、事業再構築、経営力向上に向けた意欲を高め、事業計画策定へとステップをすすめることを目的とする。そのためには分析作業は必要最小限・効率的に実施し、事業者へのフィードバックに重点を置くこと、また分析結果の提供先を増やすことよりも、意識が変わる事業者を一人でも増やすことに注力し事業を実施する。

①経営分析を行う事業者の掘り起こし

事業者への巡回訪問時や窓口相談時に興味を示した事業者、また決算確定申告、融資申込、補助金申請支援などのタイミングで経営分析の必要性を説明し、関心と意欲を高めることで支援対象者の掘り起こしを行う。

②経営分析の内容

【対象者】掘り起こしを行った支援先事業者12者に対して経営分析を実施する。

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

＜財務分析＞直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

＜非財務分析＞下記項目について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する

内部環境		外部環境
・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定、運用状況	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】経営支援基幹システム「BIZ ミル」、ローカルベンチマークを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析は、SWOT分析等、対話と傾聴を通じて事業者の状況に合わせたツールを選択し、分析を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果をその手法とともに直接フィードバックし、事業者との対話と傾聴をとおして経営の本質的課題の把握を行い、課題解決のための事業計画策定につなげる。また、分析データはBIZミルに入力して職員間で共有できるようにすることで、人事異動があった場合でもスムーズに引継ぎが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

現状の事業計画策定支援については、融資や補助金活用を目的とした事業計画策定がほとんどであり、本来の目的である自社の将来を見据えたうえでの事業計画策定が十分に実施できていない。また新たに計画策定に取り組む事業者が増加しない状況にある。経営分析を行った事業者について、結果を踏まえて将来に向けた事業の見直しが必要な場合には事業計画策定への意識付けを図ることが課題である。また、ITツールやデジタル技術の活用は、事業者の競争力の維持・強化には欠かせないものとなっており、DXへの対応を盛り込んだ計画の策定が求められる。

(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ため、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の重要性を説明していく。特に、地域の経済動向調査・需要動向調査の結果提供、経営状況の分析を行った観光関連事業者を重点対象として、プッシュ型で参加を勧める。

個別相談会においては、まず、山梨DX推進支援コミュニティが提供するWEBセミナーを視聴し、事業計画の策定前段階においてDXに関する意識の醸成、基礎知識習得を促し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
個別相談会回数	—	5回	5回	5回	5回	5回
事業計画策定事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

【支援対象】

地域経済動向調査・需要動向調査の結果提供、経営状況の分析を行った小規模事業者を対象とする。調査・分析結果のフィードバックの際に事業計画策定の重要性を説明し、特に商品・サービスの高付加価値化、早川観光のブランド醸成に意欲を示す事業者にプッシュ型で策定を促す。

【支援手法】

事業計画策定のための個別相談会を開催する。相談会は隔月で5回開催し、中小企業診断士と経営指導員により、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画に能動的に取り組むよう、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。1者に対して3回から5回の相談対応を行い、1回目の相談時にDX啓蒙WEBセミナーを視聴する。策定に意欲的な事業者には、専門家派遣として中小企業診断士、必要に応じてIT専門家を派遣し、策定完了まで伴走型で支援を行う。

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

事業計画策定を支援した事業者に対するその後のフォローアップに関しては、事業者からの相談があった場合に対応するとともに計画策定後2年間、伴走型支援事業において定期的な訪問を実施しているが、事業計画通りに進まない事業者に対するきめ細やかなフォローが行き届かない状況がある。事業計画通りに事業が進んでいる事業者へのフォローを継続しつつ、計画の進捗状況が思わしくない事業者に対しては原因の把握や対応方策についてフォローを実施することが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで、現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、策定後2年間フォローアップを行う。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が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。高度な課題についてフォローアップが必要な場合は専門家派遣を行う。

(3) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
フォローアップ対象 事業者数（2年間）	4者	5者	6者	6者	6者	6者
頻度（延回数）	16回	22回	24回	24回	24回	24回
売上増加事業者数	—	2者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式の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、対象事業者のうち2者は隔月1回（年6回）、2者は四半期に1回（年4回）、他の者については年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、当該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。

また、人事異動により経営指導員が代わった場合でも効率よく継続的に支援対応ができるよう、フォローアップの内容は経営支援基幹システム BIZ ミルに入力し蓄積する。

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

新たな需要の開拓に寄与する事業については、小規模事業者持続化補助金の申請に関する相談に対応する程度で、展示会出展等の積極的な支援はできていない。

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、「高齢化」、「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、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

観光資源の魅力を活かした地域のにぎわいづくりを推進するうえで、小規模事業者が町外からの観光誘客を目的に開発する飲食・体験メニューをより多くの消費者に届けるには、ITツールを活用した情報発信と併せて、旅行会社等への観光プロモーションも必要となる。

(2) 支援に対する考え方

商工会在自前で観光プロモーションを企画・実施するのは困難なため、行政、関係機関が実施する観光プロモーションへの参加を目指す。参加にあたっては、経営指導員等が事前・事後の参加支援を行うとともに、プロモーションにおける効果的なメニューの説明、PR方法など、きめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、ホームページからの情報発信と予約受付、SNS情報発信等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、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	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①観光プロモーション 参加事業者数	—	1者	1者	2者	2者	2者
成約件数／者	—	1件	1件	2件	2件	2件
②グーペ登録事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
③SNS活用事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
④プレスリリース等 PR支援事業者数	—	2者	2者	3者	3者	2者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①観光プロモーションへの参加支援（B to B）

小規模事業者が町外からの観光誘客を目的に開発する飲食・体験メニューをより多くの消費者に届けるため、首都圏・中京圏・関西圏の旅行会社に向けて行われる県内事業者のオンライン説

明会・商談会への参加支援を行う。参加事業者には商談会でのプレゼンテーションが効果的に行われるよう事前指導を行うとともに、商談相手への事後のアプローチなど商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

【参加を想定しているプロモーション】

- ・主 催 公益財団法人やまなし観光推進機構
- ・時 期 通年で年間4回程度
- ・参加者 各回 旅行会社等30～50社 県内事業者30～50者

②ホームページ作成サイト「グーペ」活用の支援（B t o C）

全国商工会連合会が商工会員に提供しているホームページ作成システム「g o o p e」は、SNS連携や利用予約受付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。

③SNS活用の支援（B t o C）

現状では地域資源を活用した飲食・体験メニューを開発しても、その魅力を十分に消費者へ伝えられていないことから、広域かつ消費者への訴求力が高い情報発信手段であるSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

インスタグラムやツイッターなどの開設からフォロワー数を増加させるための具体的な手法について、専門家等を活用しながら支援を行う。

④プレスリリース等PR支援（B t o C）

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（申請シート）を提出すれば記者クラブにリリースされ、県内の全新聞社に発信される仕組みとなっているため、積極的に活用するよう支援を行う。申請シートの作成にあたってはPR効果を高められるよう支援を行う。

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

経営発達支援事業の取り組みについて、年度終了後に商工会運営管理委員会において実績の確認・評価を行い、見直しについての意見を報告書にまとめて理事会で承認を受け、次年度の事業計画に反映するとともにホームページで報告書を公表している。今後もPDCAサイクルを適切に回す仕組みを維持する。

（2）事業内容

○事業年度終了後、法定経営指導員が直ちに各事業項目に設定された数値目標について実績数値をまとめ、商工会正副会長、監事、早川町振興課長、中小企業診断士で構成される商工会運営委員会を年1回開催する。委員会において各事業項目の実績を確認した上でABC評価を行い、必要に応じて見直しについての意見と合わせて報告書にまとめる。

○委員会がまとめた報告書は理事会にフィードバックした上で次年度事業計画に反映させるとともに、商工会ホームページへ掲載することで、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

経営指導員等の資質向上は山梨県商工会連合会が実施している研修会への参加や、在籍歴に応じた中小企業大学校の経営指導員向け研修の受講で行っている。また、事業所への専門家派遣の際には同行して事業所支援に関するノウハウの習得に努めている。これにより知識レベルでの見識は深まるが、現場での応用が課題となっている。加えてD Xに関しては支援を行うには知識が不足しており、今後、支援メニューとして柱となるD Xに関する研修が必要である。

(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

本商工会の職員は経営指導員1名、経営支援員1名の2名のみであるため、この2名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職員を派遣する。派遣にあたっては、職種ごとの義務研修とは別に、D Xに関する支援に必要な知識を習得するなど、職員に不足する能力を補うための任意研修への派遣も計画的に行う。

・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)

・D X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D X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D X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。

<D X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

R P A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

②職員勉強会の開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が講師を務め、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)勉強会を開催し、意見交換等を行うことで職員の支援能力の向上を図る。

③B I Zミル活用によるデータベース化

各職員が担当した支援案件について経営支援システム「B I Z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)	
早川町商工会 法定経営指導員 1名 経営支援員 1名 早川町 振興課	
(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：円城寺 正経 ■連絡先：早川町商工会 TEL：0556-45-2302	
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) 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 〒409-2713 山梨県南巨摩郡早川町保 509 番地 早川町商工会 TEL：0556-45-2302 FAX：0556-45-2306 E-mail：hayakawa@shokokai-yamanashi.or.jp	
②関係市町村 〒409-2732 山梨県南巨摩郡早川町高住 758 番地 早川町 振興課 TEL：0556-45-2516 FAX：0556-45-2523 E-mail：shinkou@town.hayakawa.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 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
必要な資金の額	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・地域の経済動向調査に関すること	50	50	50	50	50
・需要動向調査に関すること	50	50	50	50	50
・経営状況の分析に関すること	50	50	50	50	50
・事業計画策定支援に関すること	400	400	400	400	400
・事業計画の実施支援に関すること	100	100	100	100	100
・新たな需要の開拓に寄与する事業	100	100	100	100	100
・事業の評価見直しに関すること	200	200	200	200	200
・職員等の資質向上に関すること	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)
○県補助金
○町補助金
○自主財源 (会費収入 手数料・特別部課金 (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

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

業を実施する者とする場合の連携に関する事項