

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>身延町商工会 (法人番号 6090005005930) 身延町 (地方公共団体コード 193658)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>1. 経営の向上を図るためのD X導入支援 ・キャッシュレス決済、ネット販売などI T技術の活用推進などD Xに向けた支援を行う。</p> <p>2. 創業・事業承継の支援強化 ・地域振興にとって大きな役割を担う、創業について引き続き重点支援を行うとともに事業承継を支援し、地域経済の維持と活性化に取り組む。</p> <p>3. 新たな販路開拓を目指した商品開発・新サービス開発の積極的支援 ・身延町内に存在する地域資源(特産品・伝統技術・歴史文化)をベースに、商品開発と新サービス開発について積極的に支援する。</p>
<p>事業内容</p>	<p>1. 地域の経済動向調査に関すること ① 県域の経済動向調査・分析 ② 身延町地域の経済動向調査・分析 ③ 地域の経済活動分析 (REASAS の活用)</p> <p>2. 需要動向調査に関すること ① 販路開拓に向けた消費者ニーズ調査 ② 統計調査や文献等による業種別・品目別の市場の把握</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること ① 経営分析を行う事業所の掘り起こし ② 専門家の活用</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること ① D X推進セミナーの開催 ② 事業計画策定セミナーの開催 ③ 創業支援 ④ 事業承継・事業引継ぎ支援</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること ① 事業計画・創業計画・事業承継計画策定後のフォローアップ</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ① 身延どんぶり街道事業による新たな需要開拓 ② 展示会出展と商品P R ③ 農商工連携事業および地域資源活用の推進 ④ D Xに向けた取り組み支援 ⑤ プレスリリース (マスコミ等との連携)</p>
<p>連絡先</p>	<p>身延町商工会 振興課 〒409-2531 山梨県南巨摩郡身延町梅平 2483-36 TEL : 0556-62-1103 FAX : 0556-62-1183 E-mail : minobu@fujikawa.or.jp</p> <p>身延町 観光課 〒409-2592 山梨県南巨摩郡身延町梅平 2483-36 TEL : 0556-62-1116 FAX : 0556-62-1118</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) 身延町の立地

山梨県南部に位置した山に囲まれた地域

山梨県身延町は、富士山の西側にあり、南アルプス山脈側から見ると山脈の東側に位置している。山梨県から静岡県にかけて流れる富士川が町の中心部を縦断し、地形的には、電車の路線（甲府駅から静岡の富士駅までを結ぶ身延線）や川が流れる中央部は盆地となっているが、それ以外の大半のエリアは山岳地帯で構成されており、町の総面積 301.98k m² (30,198 畝) のうち約 80.6%にあたる 24,342 畝が森林面積である。山梨県最南端の自治体ではないものの、山梨県最南端の南部町に隣接した立地のため、町の南部は静岡県に近い場所にある。



イ) 身延町の人口

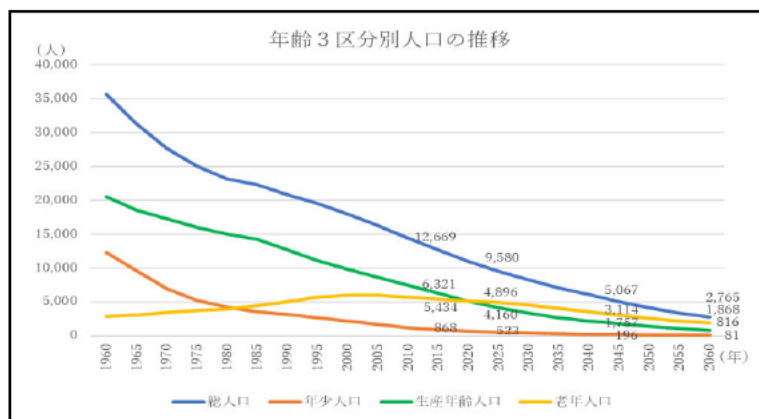
人口減少率が県内で最も高く、少子高齢化が加速

三町が合併した（下部町・中富町・身延町が合併）平成 16 年（2004 年）9 月直後の 10 月におけるに町の人口は 17,340 人であったが、17 年後の令和 3 年（2021 年）10 月時点で 10,805 人と 6,534 人減少（約 37%減少）、令和 2 年国勢調査結果によると減少率 15.9%と山梨県内で最も減少率が高い自治体となった（山梨県全体の減少率 2.9%）。将来推計においても人口減少は歯止めがかからず、その中でも老年人口が占める割合は増加の一途であり、少子高齢化が加速している地域である。

	2015 年		2025 年		2045 年		2060 年	
年少人口	868	7%	523	5%	196	4%	81	3%
生産年齢人口	6,321	50%	4,160	43%	1,757	35%	816	30%
老年人口	5,434	43%	4,896	51%	3,114	61%	1,868	68%
総人口	12,669	100%	9,580	100%	5,067	100%	2,765	100%



身延町の人口推移予想

※令和 2 年 3 月策定「身延町
まち・ひと・しごと創生
人口ビジョン（改訂版）」
より抜粋



ウ) 身延町の主な地域資源

主な特産品

<p>あけぼの大豆</p>		<p>昼夜の寒暖差が大きく、頻繁に霧が発生する身延町の曙地区でのみ採れる特別な大豆として珍重されてきた「あけぼの大豆」。通常の1.5倍の大きさと甘み豊かな味わいが特徴で、皇室への献上品にも選ばれた。</p>
<p>西嶋手漉和紙</p>		<p>400年前から伝わる西嶋手漉和紙。身延町内にはその伝統を受け継ぐ7つの工房が、主に書道用の高級和紙を製造している。近年は、一筆箋やはがき、クラフト製品などアート感覚を取り入れた新商品の開発に取り組んでいる。</p>
<p>手彫り印章</p>		<p>山梨の地場産業である印章業の発祥は、良質で巨大な水晶鉱が発見・発掘されたことに始まる。身延町では、手彫り印章技術で永きにわたり県内印章業を支えてきた。現在も伝統技術のひとつとされている。</p>

主な観光資源

<p>身延山久遠寺</p>		<p>日蓮宗の総本山。鎌倉時代に日蓮聖人が入山し、晩年を過ごされた霊山。以来750年の間、法華経の聖山として人びとの参詣が絶えることはない。桜の名所としても有名で境内のしだれ桜は「日本桜の名所百選」にも選ばれている。</p>
<p>下部温泉郷</p>		<p>およそ1200年前に発見されたという下部温泉は、戦国武将 武田信玄の隠し湯として将兵の傷を癒したと伝えられる。泉質の良さで知られ、ゆっくりと浸かり身体の芯から温まる温泉として湯治客に親しまれている。</p>
<p>本栖湖</p>		<p>富士五湖の中で最も深く透明度が高い。富士山世界文化遺産の構成要素に含まれて、ここから見える「逆さ富士」は千円札のデザインに採用されている。多くの写真愛好家が訪れる他、アウトドアの観光スポットとしても有名で、四季折々に楽しめる。</p>
<p>キャンプ場 (ゆるキャン△)</p>		<p>森と湖を有する身延町にはキャンプファンも多く訪れる。特に現在のキャンプブームの火付け役と言われている人気アニメ「ゆるキャン△」の舞台となったことで一気に注目され、ファン達の聖地となり新たな観光資源となっている。</p> <p>←画像は商工会が作成した「ゆるキャン△MAP」</p>

エ) 身延町の産業

観光関連事業者割合が高く「観光立町」を目指す

身延町は日蓮宗総本山である身延山久遠寺が所在する門前町として有名である。また、戦国武将の武田信玄公の隠し湯と伝えられている“下部温泉郷”など歴史的な地域資源と、富士山の世界文化遺産登録の構成資産の一つ“本栖湖”を有するなど自然環境に恵まれ、この資源を活かした観光業を生業とする事業者が多いのが特徴である。産業分類でみると第3次産業の事業者割合が高く、その中で観光関連事業者は全体の半数を占めている（約400社）。

項目		数	%
第1次産業事業者数	農業、林業、漁業	17	2%
第2次産業事業者数	鉱業、建設業、製造業	182	23%
第3次産業事業者数	卸小売業、宿泊業、飲食サービス業他	587	75%
総事業者数		786	100%

※経済センサス基礎調査、活動調査（2016）を加工

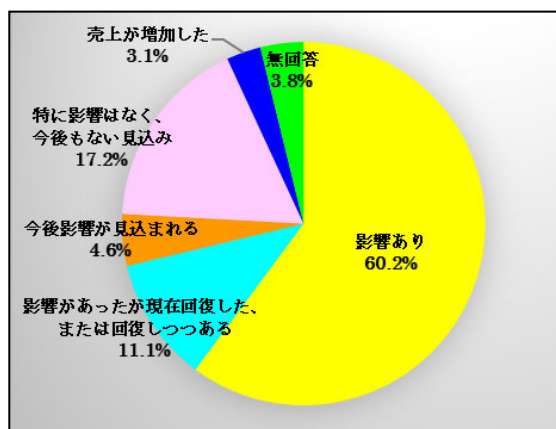
オ) 観光産業への新型コロナウイルス感染症の影響が甚大

観光産業が多い地域柄、新型コロナウイルス感染症の影響は大きく、地域の人口減とコロナ禍の影響による観光入込客数の減少を受け、地域全体の小規模事業者数は1,000事業所を切る事態となった。小規模事業者数の減少は産業面の活力低下ばかりではなく、地域全体の活力の低下という地盤沈下を招く要因となるだけに身延町にとって大きな問題の一つとなっている。

項目	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年
身延町人口	12,618	12,134	11,726	11,306	10,957
商工業者数	1038	1038	1038	1022	974
小規模事業者数	1005	1005	1003	1001	955
商工会・会員数	572	560	551	536	519

本会が令和3年3月に実施した「新型コロナウイルス感染症の影響に関する緊急調査」では、感染拡大に伴う事業所への影響についての設問で、“影響あり”と“影響があったが現在は回復した。または回復しつつある”と回答した事業所は186件、全体の71.3%に上った。業種別にみると、飲食業と宿泊業の回答者の全てが影響ありと回答しており、続いて小売業の約8割、サービス業の約7割が影響ありと回答している。逆に“特に影響はなく、今後もない見込み”の回答数が最も多かったのは建設業で13件、次にサービス業8件となった。

なお具体的な影響の設問では“売上・受注の減少”が最も多く、“顧客数の減少”、“資金繰り難”と続いている。



※令和3年3月実施「新型コロナウイルス感染症の影響に関する緊急調査」より抜粋

カ) 中部横断自動車道への期待

新型コロナウイルス感染症の影響が今後も懸念される中、令和3年8月に中央自動車道と新東名高速道路を結ぶ中部横断自動車道の山梨県と静岡県の間が全線開通した。静岡県へのアクセスが大幅に改善することで、内陸県山梨のハンデ解消につながり、加えて物流面や新規の工場立地、観光などの面で大きな経済波及効果も試算されている。当地身延町において特に期待できるのが観光面である。全面開通によって富士山を囲む広域周遊ルートが完成したことで富士山を高規格道路で周回することができ、首都圏、中京圏からの観光客を呼び寄せることにつながる。

中部横断自動車道沿線にある、身延山久遠寺や下部温泉郷など、本町の観光には今まで以上にスポットが当たっていくことが期待され、新型コロナウイルス感染拡大収束後には、清水港に寄港する大型客船などからの訪日外国人観光客（インバウンド）についても、来訪回復が見込まれている。



キ) 第二次身延町総合計画

発展の活かづくりを産業振興の目標と設定

身延町では平成29年度（2017年）から10年間を期間とし、総合的かつ計画的な行政運営を図るため、「第二次身延町総合計画」を策定した。

この計画における産業振興に関する箇所は下記のとおりである。

第二次身延町総合計画基本構想（2017年～2026年）

基本理念	身延町民であることに誇りと自覚を持ち、力を合わせて安らぎと活力にあふれた、ひらかれたまちづくりを進める
将来像	安らぎと 活力ある ひらかれたまち
基本方針	<p><産業振興></p> <p>豊かな自然環境と共生する農林業、賑わいをつくりだす商工業と地場産業、交流や観光の推進と連携する観光関連業を振興し、若者世代や女性の就業・雇用の充実を進め、地域経済の活性化を図ります。また観光においては国内外観光客の誘致を強化し、交流人口拡大に努めます。</p> <p><起業支援と就労の場の確保></p> <p>地域課題に協働で取り組む新たな付加価値を生み出す事業おこしへの支援を強めます。また地域産業を担う後継者育成と創業支援を図りながら町内の就労の場の確保に努めます。</p>
施策	<p>(1) 農林業振興</p> <p>①生産体制の強化 ②農産物加工・食への展開</p> <p>(2) 商業振興</p> <p>①新規創業支援 ②まちづくり活動と連動する商業展開</p> <p>(3) 工業振興</p> <p>①地域工業の育成と経営基盤の強化</p>

- ②和紙や印章業伝統産業の新商品開発並びに販路拡大
- ③地域資源を活用した特産品づくりの推進
- (4) 観光振興
 - ①観光推進体制の整備と強化
 - ②観光プログラムの開発
 - ③観光関連商品の開発支援
- (5) 新たな産業創造
 - ①産業間連携の促進
 - ②起業支援の強化

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課題をまとめる

ア) ウィズコロナ・アフターコロナを前提とした事業活動への対応

新型コロナウイルス感染症の影響は今後も数年におよぶことが懸念される。

本会が実施したコロナ感染の影響に関するアンケートでは、今後の業績見通しについて「感染拡大の動向次第で左右する」との回答が多数を占めた。当面はウィズコロナでの経営（生産効率の低下・新たなコストの発生）を余儀なくされるが、この厳しい状況をいかに乗り切るかが事業者にとっての最大課題であり、困窮する事業者をどのように支援していくかが、喫緊の最重要課題である。

イ) 商業の沈下 “地域生活基盤の確保危機”

身延町の商業は車社会などの進展に伴う商圈の拡大から、甲府都市圏の郊外型大型商業施設などへの購買力の流出が続いており、事業所数及び販売額は減少傾向にある。商業事業者の高齢化が進み、廃業による空き店舗が増え、商業活性化への課題が深刻化している。日常の消費生活を支える商業は、定住環境の充実において重要であり、地域における商業機能を確保することは、地域社会を支える事に直結しており、商業の沈下は事業者のみならず行政にとっても大きな課題である。身延町には久遠寺の参道に連なる「門内商店街」久遠寺と身延駅との中間に位置する「梅平商店街」、身延駅前通りの「しょうにん通り商店街」があるが、各商店街、立地や顧客層の違いから課題はそれぞれ異なり、各事業者のおかれている状況に対応した対策が必要となる。

ウ) 地場産業 “後継者不足による衰退”

身延町の地場産業である西嶋手漉和紙業界は、後継者問題や従業者の高齢化をはじめ、外国製品に押されるなど、厳しい経営環境にある。地場産業を次代に継承する為にも、技術を伝承する後継者育成、新製品開発や調査研究、販路拡大などブランド化への取り組みが必要となっている。もう一つの地場産業である印章業については、後継者も少なく、需要の低迷が続いており、昨今、国が推し進めている行政手続きにおける「認印全廃」で脱ハンコの流れが加速する中、印章業自体の存続が危ぶまれている。印章業においても後継者の確保とともに、新しい付加価値の創出、特色ある製品づくりや販路の拡大を進める必要がある。

エ) 観光業 “コロナ禍が直撃、存続の岐路に立つ”

身延町の観光は、北には西嶋手漉和紙をテーマとした「西嶋和紙の里」のある「中富エリア」、東には世界文化遺産の構成資産の本栖湖や 1200 年の歴史を誇る下部温泉郷のある「下

部エリア」が、また、南には日蓮宗総本山身延山久遠寺がある「身延エリア」と、三つのエリアに区分できる。どのエリアも新型コロナウイルス感染症の感染拡大予防策による自粛要請に基づく影響を受け、来訪者が激減したため今後をどう乗り切るかが各エリアに属する事業者の課題となっており、今まさに事業存続の岐路に立たされている。

個別事業所それぞれが魅力ある商品やサービスを開発していくことに加え、各エリアの相互連携による観光プログラムの開発など、『オール身延』の考えをもとに観光振興に取り組んでいくことが今後の地域活性化の大きな課題となっている。

オ) 農商工連携 “六次産業化の推進体制強化”

身延町では地元農産特産物である“あけぼの大豆”の生産拡大等を図るため平成 28 年 3 月設立された「あけぼの大豆振興協議会」を中心に、在来種曙大豆保存会、J A 山梨みらい、身延町商工会、身延町が共同し、販路拡大やブランド力強化等に積極的に推進し、あけぼの大豆を材料にした味噌や豆腐、並びに湯葉などの加工品づくりや新商品の開発に取り組んできた。その成果として“あけぼの大豆”は身延ブランドとして一定の知名度を得る事ができたが、住民や観光客等の消費拡大への取り組みとして、更なる特産物の生産と直売、特産物の付加価値化を図る加工品づくり、都市住民との交流を通じた農地や農業体験の場の提供などが求められ、その実施運営主体となる六次産業化の推進体制の強化が課題となっている。

カ) 創業 “地域活性化の起爆剤”

身延町がおかれている状況を端的に記せば「負の連鎖」である。生活の利便性の低さや働く場の少なさが原因で、若者を中心に人口が大都市圏へと流出する。人口が減り、高齢化が進めば、地域内の購買力も労働力も不足する。やがて市場は縮小し、地域は衰退していく。するとますます生活の利便性は低くなり、働く場は減っていく。地域を活性化する上では、こうした負の連鎖をどこかで断ち切る必要がある。

その一つの解答となりうるのが、創業である。誰かの困りごとやニーズは、起業家にとってのビジネスチャンスとなる。身延町が抱える少子高齢化や過疎化などの地域課題も、見方を変えれば事業機会ともなりえる。コロナ禍で大都市圏での働き方が見直される中、当地は 2 つの創業パターン（自然あふれる当地の魅力を感じた人々の移住による創業・インターネットを利用した創業）が期待できる。創業者の発掘や創業者育成である創業支援は地域活性化が望まれる当地において積極的にトライすべき課題と言える。創業はゴールではなくスタートであり、開業後のフォローも創業支援の範疇に入る。

キ) デジタルデバイドの解消 “デジタル技術活用の普及”

デジタルデバイドは情報通信技術を利用して恩恵を受ける者と、利用できずに恩恵を受けられない者との間に生ずる、知識・機会・貧富などの格差をさすが、身延町の小規模事業者間ではその格差が明確に出始めている。事業を運営していくにあたり、情報通信技術を使う機会が増える事が多くなることが予測されている中、対応できる事業者と対応できない（デジタル弱者）事業所では、あらゆる面で格差が発生し、対応できない事業所は市場（マーケット）というステージから退出せざるを得ない状況におかれてしまう事が危惧される。デジタルへの対応を効果的かつ適切にいかに行うかが小規模事業者の課題であり、デジタルデバイドをいかに無くすかが、商工会・町の課題となる。

(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

当地域は県内市町村の中でも急速に経営者の高齢化と人口減少が進展しており、これに伴う事業所の減少、人手不足、市場の衰退への対応が大きな課題である。

また、観光立町を目指す当町にとって、新型コロナウイルス感染症によって影響を受けた観光関連事業所の経営の立て直しは最重要事項と言える。

こうした状況下において、小規模事業者のもっとも身近な相談窓口といえる商工会は、経営指導員等の巡回指導や窓口指導といった、地道な支援を継続し、地域経済の動向を敏感にとらえながら、小規模事業者の事業計画策定と計画実行について支援を実施していく。

ア) ウィズコロナ・アフターコロナの経営環境への対応を支援

新型コロナウイルス感染症については、ワクチン接種の進行などに徐々に人流の回復に伴う経済の活性化が期待されているが、感染拡大の危惧は払拭されておらず今後10年を考えるにあたりウィズコロナの期間はある程度続くものと予測され（最低でも3年）、ウィズコロナにおける支援とアフターコロナに向け、経営環境の見直しや顧客ターゲットの再設定など、経営の持続的発展を支援する。

イ) 魅力ある地域づくりと観光立町に商工業振興を通じ貢献し、外部需要の取り込みを行う

地域資源を活かした新たな商品開発や新サービス開発を支援し、事業所の販路開拓を図る。同時に、人口減少により地域の市場が縮小する中、個々の事業所の商品や新サービスを身延町の魅力として、町内外に対して広く浸透させていくことで、外部からの需要を取り込む。

ウ) 新たな経営スタイルへのチャレンジの支援

小規模事業者を取り巻く環境が多様化する中、個々の企業の経営戦略を自らの強みを把握した上で、新商品開発による需要の創造、SNSなどを活用したPR強化による需要の掘り起こし、人手不足を解消するためのITの活用による生産性向上など、将来を見据えた計画的な経営スタイルへのチャレンジを促進する。

エ) 起業・創業を支援し地域経済の活性化に貢献する

小規模事業者の起業・創業や第二創業を促進する。また、円滑な事業承継支援により、事業の継続を地域にとって有用な経営資源の散逸を防ぎ、地域の経済社会の発展に結びつけていく。

②身延町総合計画との連動性・整合性

第二次総合計画の地域産業振興施策の中で、本会においても町が掲げる産業振興の目標「発展の活力づくり」に貢献すべく、地域小規模事業者に寄り添いながら、小規模事業者の経営発達並びに地域産業発展に資するように町と両輪で着実に取り組んでいく。

前項のア・イ・ウの各項目は、「産業振興」全般の基本方針である、賑わいを作り出す商工業と地場産業の振興、交流や観光の推進と連携する観光関連業の振興、国内外観光客の誘致強化による交流人口拡大に資するものであり、エは「起業支援と就労の場の確保の基本方針」の基本方針に資するものであるため、それぞれ連動性・整合性があるといえる。

③商工会としての役割

先出の新型コロナウイルス感染症の影響に関しての緊急調査では商工会に期待する支援について明確な回答を得ている。その結果を整理すると「各種給付金等・補助金の活用支援」「金融支援」「販路開拓に関する支援」が上位の支援ニーズとなる。

身延町商工会では従来の経営改善普及事業のメイン事業（税務指導・記帳指導）に加え、小規模事業者の個別経営相談や、観光施設と飲食店連携によるオリジナルメニューによる飲食店版一店逸品活動（身延どんぶり街道事業）、地域特産品開発及びブランド化事業等、個別事業所対応と地域振興対応の両面について事業を実施してきたが、コロナ禍にあつて商工会の存在価値と評価が高まり、支援要請項目が増加する中、地域内のそれぞれの事業所の状況に応じた中長期的な将来を見据えた経営基盤づくりに寄与すると共に、地域商工業者の拠り所となることが求められる。

「観光振興」が中心となる本町においては、個別事業所の経営発達の支援により各事業所の魅力づくりを推進するとともに、点と点を結びつけ、各事業所・各エリアの連携の核となり「オール身延」の要となることも商工会の役割として求められている。

このような中、小規模事業者支援にあたっては第一期経営発達支援計画において以下の目標を掲げ、取り組んできた。引き続き第二期経営発達支援計画により小規模事業者への支援に積極的にあたっていく。

第一期経営発達支援計画の目標

・ 施策情報発信力強化

これまでのネットによる情報提供、SNS などの活用策の検討に加え、職員の巡回訪問を強化し紙媒体等の経営情報提供に注力する。

・ 経営支援対応の括り直し

個別経営相談・各種セミナーの開催を、地域性や業種性を加味した経営課題対応に向けた支援へ再構築し、専門家派遣制度を活用し事業計画の策定を支援する。

・ 創業支援の強化

後継者不在により廃業を考えている事業者と創業希望者とのマッチングと創業希望者の創業・事業運営に関する知識習得を中心に創業支援を行っていく。

・ 地域ブランド商品の積極的展開

当会が参画している地域特産品「あけぼの大豆」を活かした農商工連携地域ブランド化プロジェクトに積極的に支援し、知名度向上、定着に向けて活動を行う。

・ スタッフのスキルアップ

小規模事業者支援にあたって、組織全体のレベルアップを図る。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 経営の向上を図るためのDX導入支援

小規模事業者の経営環境に更なる浸透が予想される電子決済システムへの対応や補助金の電子申請などのデジタル化・IT化について、地域の小規模事業者が乗り遅れないようDXに向けた支援を行う。

② 創業・事業承継の支援強化

地域振興にとって大きな役割を担う、創業について引き続き重点支援を行うとともに事業承継を支援し、地域経済の維持と活性化に取り組む。

③ 新たな販路開拓を目指した商品開発・新サービス開発の積極的支援

身延町内に存在する地域資源（特産品・伝統技術・歴史文化）をベースに、商品開発と新サービス開発について積極的に支援する。また地域の観光振興にもつなげていく。

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

経営発達支援事業の目標を達成するため、山梨県商工会連合会を始め、関係機関と連携し、職員の支援ノウハウや資質向上に取り組み、総合的な支援スキルアップを図り、当商工会全体の経営支援力を向上させる。また、経営発達支援計画の着実な実行に向けて、商工会マネジメント委員会において、事業実施状況・成果評価・見直しを行い、PDCAサイクルを繰り返し、経営発達支援計画を着実に実現していく。

【目標①達成のための方針】

本来のDXによる競争優位性の確立に至る小規模事業者は当該地区には極少数であることから、本事業では支援対象者を今までアナログで行っていた作業や業務をデジタル化やITを活用して業務効率化や販路開拓等を目指す事業者に絞り支援を行っていく。

まずDXについて理解いただくセミナーを開催し、その重要性や効果についての認識を深めてもらう、その後、キャッシュレス決済の導入、ECサイトや自社ウェブサイトによる情報発信・販路拡大など具体的な事項をテーマで実践セミナーを開催し、これを繰り返し実施することでDX導入を推進していく。また、効果的なDX普及のため経営指導員等のスキルの習得を推進し、支援力向上を図る。

【目標②達成のための方針】

創業支援については主に以下により支援対象者の掘り起こしを行う。

- ・「創業塾」の受講者（過去の受講者を含む）
- ・商工会の窓口相談者
- ・身延町からの情報提供（町が実施する「創業支援補助金」への相談者等）

具体的支援として、経営指導員が創業計画策定の支援を行う他、必要に応じ専門家派遣により対応する。また、町の「創業支援補助金」の申請支援を行い早期の創業実現の後押しを行う。

当地域の状況を踏まえ、創業支援は①移住による創業（ITを活用したりリモートワークビジネス）②女性の創業 ③シニアの創業など、創業機会を幅広くとらえて支援する。

事業承継支援については、山梨県商工会連合会と連携し60歳以上の小規模事業者に対し「事業承継診断シート」を用いて支援ニーズを把握し、事業承継セミナーの受講を促し、事業承継計画の重用性を認識していただいた上で、具体的計画づくりを経営指導員等が支援する。

【目標③達成のための方針】

身延町内に存在する地域資源（特産品・伝統技術・歴史文化）をベースに、商品開発と新サービス開発について経営指導員が提案型の支援を行う。また、必要な場合は専門家派遣を実施する。支援内容として試作段階の調査研究から始まり、試作・開発、事業計画策定など定着に向けた活動支援を行う。

展示会出展支援、ホームページによるネット販売などの具体的販路開拓支援を行い、特に新たな市場開拓として、令和3年8月に開通した中部横断自動車道によりアクセスが向上した静岡・東海地域への販路拡大を図っていく。

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の実態調査は、①経営指導員等による巡回訪問・業種組合等の会議・融資等の経営相談時に小規模事業者から直接ヒアリングして把握した経営データや、②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結果の情報を基に、地域経済動向を大枠で把握したものを調査結果として、その内容を年4回の広報誌、当会HP、職員の巡回・窓口相談時を通じて随時提供してきた。しかしながら提供した情報は個々の事業所にフォーカスしたのではなく、地域経済の動向をとらえる範疇にとどまり、事業所にとって有意義な情報とは必ずしも言えない。とくに当地は観光色が強く、当該地域の動向と合わせ、広域的な傾向と動向についても把握し、情報提供を行っていく必要がある。情報提供方法も、定期的な提供にとらわれず、最新情報の提供に努める必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現行	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
① 県域の経済動向調査・分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
② 身延地域経済動向調査・分析の公表回数	HP掲載	1回	0回	1回	0回	1回	0回
③ 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

(3) 事業内容

① 県域の経済動向調査・分析（四半期ごと）

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社の内身延町商工会員6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を行い、より小規模事業者に特化した内容で調査する。

【調査の目的】 中小・小規模事業の業種ごとの景況状況を分析、各自の事業展開に活用する。

【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分析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

② 身延町地域の経済動向調査・分析（2年に1回）

身延町商工会が独自で作成する調査票に基づき、町内中小・小規模事業者の経営実態、業況、今後の見通し、今後の方針（拡大・縮小・業種転換・撤退・廃業等）、経営課題、商工会への要望等を調査し、県域の調査では補えない地域性を把握し、事業者に情報提供するとともに、商工会の支援施策に活かしていく。調査にあたっては、経済的なインパクトを与えた事象が発生した時（リーマンショック、コロナ感染等のクラス）はその影響についても調査する。

- 【調査の目的】 身延町内の商工業者の実態を把握し小規模事業者の今後の事業展開に活用
【調査手法】 当商工会作成による調査票を商工会会員事業所に郵送し、返信封筒、FAX、電子メールによって回収、外部専門家と共に集計結果を分析
【調査項目】 景況概観、売上高、採算、設備投資、経営上の問題点、必要な支援策等

③地域の経済活動分析（年1回）

中小企業景況調査では地域が限定された情報しか得られず、インターネットなどの活用の多様化によって商圈情勢が複雑化する現代において、現行の地域情報のみでは小規模事業者にとって完全な情報とは言えない。また、当地の特色である観光業では、旅行需要の動向を見るにあたって、業種に絞った広域的な視点が求められる。そこで経済産業省が開発した RESAS（地域経済分析システム）を活用し、地域経済の分析を行う。

- 【調査の目的】 商圈分析などビッグデータを活用し、事業計画策定などに活用する
【調査手法】 経営指導員等が RESAS を活用し、地域の経済動向分析を行う
【調査の項目】 地域経済マップ・地域経済循環図→地域経済の循環の流れを分析
産業構造マップ・付加価値額→付加価値の高い業種等を分析
産業構造マップ・消費の傾向→消費者の消費傾向分析
産業構造マップ・From-to 分析→消費者の動向を分析
企業活動マップ・中小、小規模企業財務比較→財務状況の地域特性を分析
観光マップ・From-to 分析→旅行者の動向を分析

（4）各調査結果の活用方法

経営指導員が専門家と連携して、地域内中小・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・地域別・課題別等の視点で整理・分析して調査結果をまとめる。調査結果は、商工会の広報紙（町内全世帯へ新聞折込）やホームページを通じ公表し、地域内の行政や小規模事業者等に積極的に情報を提供する。定期的な調査・情報提供に囚われず、必要とされる情報は商工会のホームページで最新の情報として配信する。

また、職員間で情報を共有し、巡回・窓口相談時には紙媒体による情報の提供を行い、情報受信者が経営状況の把握や事業計画の作成を促すように情報提供を行う。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

需要動向を把握することは、商品やサービスの動きを把握する事であり、その情報を基に的確な事業戦略（マーケティング活動）の立案に繋げ、立案した事業を実施する事で成果がもたらされる事が期待できる事から、需要動向調査は事業活動を進めていく上で重要な取り組みである。中小・小規模事業者の中には調査の必要性・重要性を認識している事業者がいるものの、需要動向に関する調査内容、調査手法についてノウハウがなく、調査の実施に至っていないのが現状である。また、事業者単独での実施は調査サンプル数の確保に限界があり、有効な調査結果が得られないことが危惧され、実際の調査実施にあたって障害となっている。

(2) 目標

	現行	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
①新商品開発に向けた消費者ニーズ調査	—	10者	10者	10者	10者	10者
②商談会等での動向調査	1者	3者	3者	3者	3者	3者
③業種別・品目別の市場の把握	3者	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

① 販路開拓に向けた消費者ニーズ調査

観光客等の町外への販売を念頭に入れた新商品開発や既存商品のブラッシュアップに役立てるため、商工会地区管内にある販売拠点において来場者のアンケート調査を行い、調査結果を分析した上で、事業所の商品開発力の底上げを図る。

また展示会・商談会においてバイヤーに対し、取り扱い商材の評価についてアンケート調査を支援し、最新の消費者ニーズ、需要動向等の分析結果を小規模事業者の事業に反映させる。

ア) 拠点施設等における消費者ニーズ調査（消費者への調査）

【調査施設】 「身延竹炭企業組合が運営する物販施設」（身延山インター入口付近）
「企業組合みのぶ ゆばの里とよおか」が運営する物販・体験施設

【調査品目】 管内事業所の取扱商品または開発等に取り組む商品

【調査方法】 経営指導員が調査票作成について指導を実施した後、店頭でのアンケート調査を実施する。

【調査項目】 ①価格 ②品質・量・味 ③パッケージデザイン・見た目 ④イメージ・用途

【サンプル数】 来場者 30名

※同様の消費者調査を8.新たな需要の開拓に寄与する事業に関することに記載する

「どんぶり街道事業」「展示会出展」の参加事業についても行うものとし、目標数に含む。

（事業内容は同項を参照）

イ) 商談会等での動向調査（バイヤーへの調査）

【調査商談会】 農商工連携マッチングフェア（主催：山梨県商工会連合会他）

【調査品目】 BtoBに適した管内事業所の取扱商品または開発等に取り組む商品

【調査方法】 管内事業所が出展する展示会出展時に、経営指導員が調査票作成について指導を実施した後、バイヤーに対してアンケート調査を実施する

【調査項目】 上記アおよび改善点、取引条件等

【調査数】 バイヤー4名／者

② 統計資料や文献等による業種別・品目別の市場の把握（既存事業改善）

事業者がターゲットとする市場の消費者動向や規模等を把握するために、総務省・経済産業省のホームページ、金融機関や業界団体・経済誌のレポート、日経テレコン等から経営指導員が情報を収集し、簡潔なレポートにまとめ事業者へフィードバックする。

【調査方法】 経営指導員が需要動向に関する情報を定期的に収集し、業種ごとに下記の収集項目について整理・分析を行う。

【調査項目】

資料	収集項目
関連省庁のホームページ・レポート 総務省統計局「家計消費状況調査」「家計調査」 経済産業省「中小企業白書」「小規模企業白書」 等	家計消費動向 業績の優良な小規模事業者の特徴 需要を見据えた経営の事例等
各種書籍、業界団体・シンクタンク・金融機関等 のレポート等	業界動向 業況や主要企業の紹介・分析 業界の課題と展望等
日経新聞、日経テレコン、日経MJ、日経トレン ディ、週刊ダイヤモンド等業界情報コンテンツ	最新トレンド 販売動向・売れ筋商品POS情報 繁盛店の状況 顧客ニーズ・消費者の動向

(4) 調査結果の活用方法

整理・分析の上、簡潔なレポートにまとめ、小規模事業者に提供し、新商品開発や今後の事業戦略策定等に活用する。

商品開発や事業戦略策定にあたっては事業計画を策定し、経営指導員が支援を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

これまで中小・小規模事業者に向けての経営分析は、持続化補助金などの補助金申請作成作業の一環や、個別の経営課題対応時の経営計画作成等支援時、小規模事業者のマル経資金や県制度融資など金融斡旋時が主で、小規模事業者等の自発的な経営分析は行われてこなかった。

商工会として経営分析のサンプル数の積み上げはあるものの、経営分析本来の活用用途である事業活動へのフィードバックは十分とは言えない。地域内中小・小規模事業者への経営分析の必要性の周知と、経営分析データの活用を習得する機会の設定が求められる。

(2) 目標

	現行	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
①セミナーの開催	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②経営分析事業者数	10者	15者	18者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業所の掘り起こし（経営分析セミナーの開催）

毎年実施している金融相談会や経営ワンストップ相談会に参加する事業者などを対象に経営問診票や経営問診票活用マニュアル等を活用しながら対象事業所の経営状況の概況を把握するとともに経営分析等を行い適切な経営指導や助言を行う。

また、経営分析に関するセミナーを開催し、開催周知時に、経営分析の重要性（経営計画策定の基礎）を訴え、受講生の参加意識の高揚を図る。

【募集方法】チラシを作成すると共に、ホームページとSNS（Facebook、Twitter）で広く周知する。併せて巡回・窓口相談時に案内を行う。

・経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者・巡回指導の中から、意欲的な15事業者を選定

【分析項目】定性分析と定量分析を行う

《定量分析》財務分析→収益性、安全性、生産性、成長性、CF能力他

《定性分析》経営環境分析→SWOT分析、3C分析の併用

定性分析における抽出事項

強み・弱み SW	スタッフの力量・設備・知的財産・立地・顧客サービス・効率性・競争上の優位・インフラ・品質・材料・経営管理・価格・輸送時間・コスト・容量・主要顧客との関係・市場における知名度・評判・地域言語の知識・ブランド・企業倫理・環境対応他
機会・脅威 OT	ミクロ→顧客・仕入先・競合他社・市場動向・市場トレンド マクロ→政治・経済・人口動態・自然環境・ライフスタイル変化・技術革新

【分析手法】以下のソフトを活用し、経営指導員等が専門家と連携し分析を行う。

- ・記帳機械化事業（ネットde記帳）システムで行える経営分析（数値分析）
- ・経済産業省の「ローカルベンチマーク」
- ・中小機構の「経営計画つくるくん」「経営自己診断システム」
- ・BIZミルシステム

②専門家の活用

経営分析にあたっては、必要に応じ専門家派遣を実施し、専門知識を有する中小企業診断士等と連携を図りながら経営分析を行い経営課題の抽出につなげていく。

（4）分析結果の活用

経営分析の結果は、対象となった事業所に理解できるように加工（図式化・解説の付与等）し、当該事業者にはフィードバックする。分析結果はデータベース化を図ると共に、商工会内の職員間で支援事業所の基本情報として共有することで、今後の支援につなげていく。また、地域の経済動向の基礎資料として活用を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

従来の事業計画の策定支援は、経営状況の分析の項で記したとおり、事業所にとっては主体ではなく受け身的な立場での策定に留まっていた。コロナ禍で経済環境が厳しく、今後の見通しも明確に見えない状況においては、中小・小規模事業者は自ら経済状況に適合して変化していかなければならない。その経営の指針となるのが事業計画であるが、この事業計画に対する認識が浸透しきっていないのが当地域の中小・小規模事業者の現状である。事業計画策定はPDCAサイクルの出発点であるP（plan）で、この先のDCAを回すにあたって、不可欠な要素であることをいかに知らしめるか、また、中小・小規模事業者が自発的に事業計画作り取り組むかが課題となっている。

身延町では住民の高齢化や人口流出に伴う過疎化が県内平均より高い水準で進んでおり、事業主の高齢化や後継者不足による小規模事業者の廃業が深刻な状況となっている。創業にあたっては創業計画策定が必要となり、事業承継にあたっては事業承継計画の策定が重要なポイントとなるが、各計画策定は当事者にとって大きな課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

中小・小規模事業者が受け身的な計画策定から自発的な計画策定を図るように意識を持っていくには、経営計画策定の重要性に対する理解を促すことから始まる。まず、当会より中小・小規模事業者に積極的にアプローチして案件の掘り起こしを行い、確実な事業計画の策定に繋げていく。具体的目標数値は以下のとおりとする。

■事業計画策定支援者数… (A)

= 需要動向調査支援事業所 + 経営分析実施事業所 + 事業計画策定セミナー参加事業所

■事業計画策定事業者数… (B)

= (A) × 50% (事業所の重複を想定し 50%程度を見込む)

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実施して、競争力の維持・強化を図るツールとしての活用策を周知していく。

創業支援にあたっては、地元住民の創業の他、町外・県外からの当地域移住者創業希望者の支援も強化し、空き店舗を利用したチャレンジショップもその想定の中に置く。

事業承継にあたっては円滑な事業承継や第二創業・経営革新・第三者への事業引継ぎをも念頭に対象事業者の掘り起こしから各計画策定、計画に実施について支援を行っていく。

創業、事業承継はセミナー参加者全員の事業計画策定を目指す。

(3) 目標

	現行	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
①DX推進セミナー	—	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
②事業計画策定セミナー	1 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
事業計画策定支援者数	55 者	68 者	71 者	73 者	73 者	73 者
事業計画策定事業者数 (上記支援者の 50%)	28 者	34 者	36 者	37 者	37 者	37 者
③創業セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
創業計画策定事業者数 (=セミナー参加者)	9 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
④事業承継セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業承継計画策定事業者数 (=セミナー参加者)	4 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(4) 事業内容

①DX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 ツールの導入やウェブ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】 デジタル化や IT 導入により業務効率化や販路開拓等を目指す事業者

【募集方法】 募集チラシの新聞折り込み・当会ホームページにて募集を行う

日頃の経営支援で DX に興味がある事業者に対しては面談にて参加を促す。

【講師】 DX に関する知識が豊富で、地元の中小・小規模事業者の状況に精通した専

門家を招聘する。

【回数】年間3回

【カリキュラム案】※専門家との打ち合わせで変更有

- ・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
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法 等

【参加者】10名×3回

②事業計画策定セミナーの開催

事業計画策定に必要な基礎知識を習得するためのセミナーを開催する。事業計画策定等に関するセミナーや個別相談会参加者、巡回・窓口相談利用者、融資斡旋事業所、記帳機械化事業（ネットde記帳）利用者、業種別部会会議等構成員を対象に行う。

【支援対象】・経営分析を行った事業者

・自ら将来到達すべき事業目標を定めた事業計画の策定を目指す事業者

【募集方法】経営分析を行った事業者については面談し参加を促す。

募集チラシの新聞折り込み・当会ホームページにて募集を行う。

【講師】事業計画に精通し、地元の中小・小規模事業者の状況を把握している専門家を招聘する。

【回数】年間3回開催する

【参加者】10名×3回

③創業支援

ア) 創業セミナーの開催

創業希望者を対象とした創業セミナーを開催する。

【支援対象】身延町内で創業を目指す方（移住創業希望、女性の創業、シニア世代）

【募集方法】募集チラシの新聞折り込み・当会ホームページにて募集を行う

日頃の経営支援でDXに興味がある事業者に対しては面談にて参加を促す。

【講師】DXに関する知識が豊富で、地元の中小・小規模事業者の状況に精通した専門家を招聘する。

【回数】4日間1コース

【カリキュラム案】①マーケットの見つけ方、作り方 ②事業アイデアの創出法

③資金繰りと資金調達 ④ビジネスプラン立案の作成演習

【参加者】10名

イ) 創業計画の策定支援

創業塾の参加者・過去の創業塾の参加者・町の創業補助金の申請を予定している者（身延町から情報提供がある）などに対し、専門家による個別支援相談を実施し創業計画書の策定を支援する。また、身延町の実施する「創業支援補助金」の申請に事業計画は必須のため、申請にあたり計画策定支援を行い、創業実現をバックアップする。

④事業承継・事業引継ぎ支援

ア) 事業承継セミナーの開催

山梨県商工会連合会と連携し60歳以上の小規模事業者に対し「事業承継診断シート」を用いて支援ニーズを把握し、事業承継等を必要とする小規模事業者を対象とし事業承継セミナー

を開催し、事業承継計画の必要性を認識していただく。なお、事業引継ぎでの対応が望ましい場合は経営指導員等が継続して指導を行うものとする。

【支援対象】 事業承継を必要とする小規模事業者

【募集方法】 募集チラシの新聞折り込み・当会ホームページにて募集を行う
日頃の経営支援で得られた情報を基に個々の事業所にアプローチする。

【講師】 山梨県事業承継・引継ぎセンターより派遣

【回数】 3日間1コース

【カリキュラム案】 ①事業承継とは？ ②事業承継時期の判断要件
③事業承継に必要な手続きとは ④事業用資産の確実な承継について
⑤事業承継後の経営について

【参加者】 5名

イ) 事業承継計画策定支援

事業承継セミナーを受講した小規模事業者を対象に個別相談形式で事業承継計画の策定支援を行う。策定にあたっては、経営指導員が山梨県事業承継・引継ぎセンターと連携して、事業承継時に発生する諸問題（相続、債権債務処理、実務の引き継ぎ等）と事前の対策をまとめ作成する。

(5) 計画策定支援の手法

事業計画策定支援にあたって、案件毎に経営指導員が単独もしくは複数で担当を決め対応するが、内容によっては専門家の指導を仰ぎながら対応していく。事業計画の策定者はあくまでも事業者自身であることを認識させ、事業者が主体的に取り組めるように支援する。

また、経営計画策定時に抽出された経営課題に対応するため、より高度な専門的課題に対しては山梨県商工会連合会、やまなし産業支援機構等と連携し支援を行い、確実に事業計画の策定につなげていく。

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、事業計画策定支援を行った事業所に関しては、計画策定後のフォローアップについて対応がまちまちであり、特に PDCA サイクルにおける DCA（計画の実行、実行後の計画と実際の差異の検証、検証結果を踏まえた計画の修正）についての支援が徹底されていなかった。商工会では経営指導員等の定期的な異動が通例であり、一つの事業所に対しての継続的な支援が指導員等の入れ替わりに伴い、一時的にスローダウンする事がある。引き継ぎ書によって支援内容は伝達されるものの、人間関係（信頼関係）の構築がまず基本とされる中小・小規模事業者の支援業務において人事異動は支障事象といえる。

また、策定された事業計画は、当然のことながら事業所ごとに内容が異なるため、画一的な支援は困難であり、それぞれの事業所に適した計画策定後のアフターフォローの実施は支援業務において一つの課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

担当者が変更となっても従前どおりの途切れる事のない継続的な支援がまず必要である。現行の個別の事業所の指導記録に基づく支援ツールの高度化（事業主のキャラクターにフォーカスした定性的な記録の充実）を図り、人間関係（信頼関係）構築の支障要因を排除していく。

事業計画策定後のアフターフォローについては、事業所毎に策定した計画の内容、進捗状況

を加味したうえで、PDCA サイクル の支援に重点を置き、各事業所が策定した事業計画のモニタリングを定期的に行い、遂行状況のチェックや計画遂行にあたっての課題を職員が巡回しながら把握し、計画の効果的な実行に向けアドバイスを行っていく。事業計画を策定した事業所について50%/年の売上げ増を目指す。

(3) 目標

①事業計画

	現行	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
フォローアップ対象事業者数	28者	34者	36者	37者	37者	37者
頻度(延べ回数)	56回	136回	144回	148回	148回	148回
売上増加事業者数	—	17者	18者	19者	19者	19者

②創業計画

	現行	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
フォローアップ対象事業者数	9者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度(延べ回数)	18回	40回	40回	40回	40回	40回

③事業承継計画

	現行	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
フォローアップ対象事業者数	4者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度(延べ回数)	8回	20回	20回	20回	20回	20回
売上増加事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①事業計画・創業計画・事業承継計画策定後のフォローアップ

各計画のフォローアップのため経営指導員を中心に巡回訪問し、計画の進捗状況を確認するとともに、計画達成に必要な指導・助言を行い、状況に応じて専門家を投入する。また、国・県・身延町・金融機関等が行う経営支援策の情報や成功事例の資料を提供し、計画実行に向けた側面的支援を行う。

事業計画策定後の支援にあたっては商工会内で支援状況に関する情報を共有し、一人の経営指導員の判断に偏らない第三者の支援の視点を担保する。

指導頻度としては原則として四半期ごと(年4回)のフォローアップを実施する。

【事業計画と進捗状況にズレが生じた場合の対応】

上記①について、事業計画と進捗状況にズレが生じた場合は、訪問回数を増やすとともに、経営指導員が事業者ヒアリングを行い原因の究明を行うとともに、必要に応じ専門家派遣などを通じ進捗のバックアップを図り、場合によっては適切な計画修正を助言するなどの支援を行う。

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

当会ではこれまで小規模事業者販路開拓事業として、観光施設と飲食店との連携を図り、町内で消費拡大や販売促進を図って頂くことを目的に平成23年から展開している「身延どんぶ

り街道：おらが井」(参加飲食店がオリジナルメニューを開発して、観光客、地域消費者に提供)への支援を行うと共に、農商工連携面では、地域資源である「あけぼの大豆」・「南天」を原材料に使用した特産品開発とブランド化事業を展開し、商品4種を開発、地元の商店や道の駅等に卸して、観光客等に地元ならではの土産品としての需要喚起に貢献してきた。

一方、内容的にマンネリ化・陳腐化が懸念されており、市場ニーズにあった手法での展開が求められている。

(2) 支援に対する考え方

来町者向けの身延どんぶり街道は、利用者ニーズに応じた事業の見直しを図る。参加事業所については5者/年が新メニュー開発を支援し、売上増加に繋げることを目指す。

出展型の農商工連携支援、地域資源活用は、まず町内で取り扱っている商材の掘り起こしを行い、消費者の意見や市場の反応を調査した上で、専門家と連携し、各企業の商品のブラッシュアップ・商品開発を支援する。次のステップとし、製造工程、品質管理の支援を実施する。

また、新たな顧客層獲得として令和3年8月に開通した中部横断自動車道を活用した静岡・東海・関西方面への販路拡大を念頭に置く。

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、SNS、ECサイトの利用等、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。

また、導入事業者数の50%/年について売上増加を目指していく。

(3) 目標

①身延どんぶり街道事業による新たな需要開拓

	現行	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
身延どんぶり街道参加事業者	14者	15者	16者	17者	18者	20者
新メニュー開発取組事業者	3者	5者	5者	5者	5者	6者
売上増加事業所	—	5者	5者	5者	5者	6者

②展示会出展と商品PR

	現行	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
展示会出展	1者	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/者	6万円	7万円	7万円	7万円	7万円	7万円

③農商工連携事業および地域資源活用の推進

	現行	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
農商工連携マッチングフェア出展支援	1者	3者	3者	3者	3者	3者
商談成約件数/者	0件	1件	1件	2件	2件	2件

④DXに向けた取り組み支援

	現行	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
HP (goope)活用事業者	3者	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加事業者	—	5者	5者	5者	5者	5者
SNS活用事業者	9者	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加事業所	—	5者	5者	5者	5者	5者

⑤ プレスリリース

	現行	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
プレスリリース	12件	24件	24件	24件	24件	24件

(4) 事業内容

①身延どんぶり街道事業による新たな需要開拓 (BtoC)

観光立町を目指す当地域において、地元飲食店舗の重点支援を行い、各事業所の需要開拓と観光振興による地域活性化を図るため「身延どんぶり街道」事業の強化を図る。参加店の増加と新メニュー・新商品開発を提案支援し新たな需要開拓を行う。

(新メニュー開発は既存店4者+新規加入店を目途とする)

新メニュー開発に取り組む者については、需要動向調査として消費者消費者を対象としたニーズ調査を行い、分析結果を提供する。

なおアンケートはスマートフォンによる消費者からの直接回答方式を採用する。このことで各事業者へのDXの導入の促進に繋げていく。



②展示会出展と商品PR (BtoC)

地元産品の販路開拓にあたっては、静岡・東海方面へのPRを重点的に強化していくため、身延町が参加する名古屋方面での観光物産展に出展支援を行い、県外へ向けての販路開拓支援を行う。展示会では需要動向調査として消費者ニーズの把握やマーケティング調査を支援し、その情報を分析し事業者にフィードバックして商品に更に磨きをかけ魅力的な商品づくりを支援する。

- ・出展を想定している展示会 名称 山梨フェア (やまなし観光推進機構主催)
会場 愛知県名古屋市イオン熱田モール

③農商工連携事業および地域資源活用の推進 (BtoB)

地元原産のあけぼの大豆をキーワードに展開した「あけぼの大豆ブランド推進事業」をモデルケースに、町内で農商工連携および地域資源 (西嶋和紙・印章等の伝統産業技術、身延山久遠寺、本栖湖の文化・自然景観を含む) 等に関する商材をピックアップ、商品開発を支援するとともに、出展を通じて「身延ブランド」の確立と取引拡大の支援を実施する。

具体的支援として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」に出展支援を行い、成約を目指すとともにバイヤーへのアンケートとその分析結果の提供を行い、商品の改善・開発を支援する。

④DXに向けた取り組み支援 (HP作成並びにSNS、ECサイト活用支援)

ECサイトの利用等、SNS等の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により、DXに向けた取り組み支援を行う。

ア) ECサイト利用 (BtoC)

全国商工会連合会が開発したホームページ作成システム「goope」を活用し、中小・小規模事業者が苦手とするインターネット上での商品PRやネット販売の導入などの販路開拓を支援する。

イ) SNS の活用

また広域かつユーザーに近い形の情報発信手段として利用されている SNS (Facebook、Twitter) の取り組み方法と活用を支援し、PR 効果を向上させる。

⑤プレスリリース (マスコミ等との連携)

新たな需要の開拓に向けて、メディアへの広報活動を行い、管内事業所の認知度の向上を図る。特に、山梨県において新聞、ラジオ、テレビ、インターネットを包括的に展開している報道機関との連携を強化する。目標として 2 件/月のプレスリリースを目指す。

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み

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進捗状況や事業の結果については、当商工会内において報告・確認し、評価・見直し案提示を進言する機関として「商工会マネジメント委員会」を設置しているが、委員会の定期的な開催にいたらず PDCA サイクルでいうところの、C (check・点検、評価) と A (action・改善) については組織的な取り組みがほとんどされていない。PDCA サイクルを組織として確実に回す仕組み作りが課題となっている。

(2) 事業の内容

①外部識者による評価

当会の理事会と併設して、地域商工業者の代表者と商工会法定指導員に、身延町担当課長、中小企業診断士、山梨県商工会連合会担当課長など外部有識者をメンバーに含めた組織「商工会マネジメント委員会」を半期ごとに招集し、第三者の視点による事業の実施状況・成果の評価・見直しの案の提示を依頼する。

②PDCA サイクル

上記①の提示を受け、当商工会の役職員で構成した商工会経営発達支援計画策定委員会を開催し、計画実現について、最終的に達成できた項目と達成できなかった項目を明らかにすることで、計画実現に向けた仕組みを構築する。また、達成できなかった指標や目標については、委員会で課題や問題点の抽出を行い、その原因の洗い出し・見直し方針など PDCA サイクルを回し具体的な計画とし、次年度の目標設定に繋げる。

③商工会組織の機関決定

商工会経営発達支援計画策定委員会が作成した評価・見直し結果については、身延町商工会理事会に報告し、承認を受ける。事業の成果・評価・見直し結果については、身延町商工会ホームページにおいて年 1 回公表する。[\(http://minobu-shokokai.jp/\)](http://minobu-shokokai.jp/)

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(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主導のもと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の経営指導員向け研修の受講で行っており、専門家の登用時に同席するなど、事業所支援に関する知識の習得に努めており、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。また、職員間の習得知識のレベルは均一化が図られておらず、中小・小規模事業者に標準化された支援サービスの提供が課題となっている。加えてDXの知識習得はまだまだ拙い部分があり、今後、支援メニューとして柱となるDXに関する研修が必要である。

また、令和3年度より補助員、記帳選任職員が統合され経営支援員制度が導入されたことから、経営支援員が意欲をもって職務にあたるよう指導力の向上を図る。

実際の支援にあたっては、取得した知識・スキルをもとに経営指導員と経営支援員が協力体制を組みチーム制で対応していく指導環境を整える。

(2) 事業内容

①支援能力の向上に向けた取り組み

ア) DXスキルの習得と情報発信力の強化

これから重要支援項目となってくる地域の事業者のDX推進への対応にあたり、経営指導員及び一般職員の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、以下によりスキル獲得に積極的に取り組む。

- ・DX推進に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについて積極的に参加。
- ・当商工会のウェブサイトサイト(HP)、SNS(Facebook、Twitter)を通じた施策情報の発信などを職員が積極的に行う体制を構築し、OJTによるスキルアップを図り、同時に情報発信力の強化を図る。

イ) 各種研修の積極的活用

山梨県商工会連合会が主催する「管理職養成研修」「経営支援能力向上研修」「経営支援員研修」「先進事例発表会」やの参加や、中小企業大学校のセミナーへ計画的に職員を派遣し、経営支援能力の向上と、職員として必要な経営支援ノウハウの向上を図る。特に、経営計画策定に関する研修等には積極的な派遣を行う。

ウ) チーム支援によるOJT

支援経験が浅い若手職員、経営支援員についてはベテラン職員に同行し、中小・小規模事業者に対する実際の支援業務に立ち会うことで指導、助言、情報収集方法等を学び、現場支援スキルを高めるOJTによる伴走型支援の能力向上を図る。

エ) 専門家等の経営支援現場への同行

現在、専門性が高い支援では、山梨県商工会連合会が実施している専門家派遣制度を利用しているが、企業支援で専門家が事業所を訪問する際、職員も同行してその支援ノウハウを学ぶことで更にスキルアップを図る。

オ) 自己学習の推奨

職員は業務執行上必要な知識の積極的な習得はもとより、自らの支援能力の現状を客観的に分析して自己課題を認識し、その課題解決に向け、参考資料の収集、書籍の購入、セミナーの受講などによって自己学習する。

②支援ノウハウを共有する取り組み

ア) 職員間ミーティングによる情報共有

月2回の職員会議のなかでDXスキルや経営支援状況を共有する。具体的には、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、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。

イ) 研修成果の共有

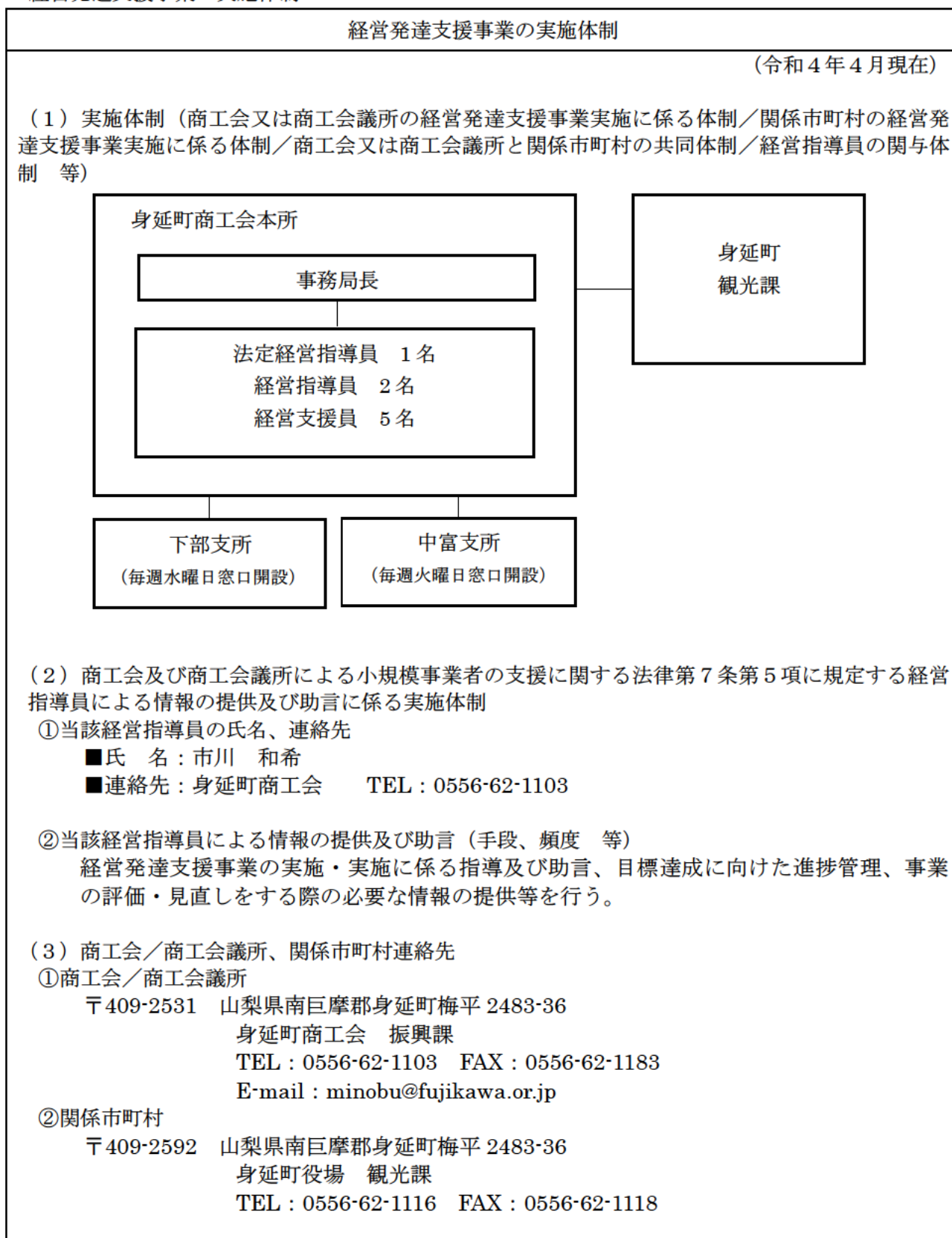
各研修参加者は、復命書に研修資料をつけた資料を作成し、職場内はその資料の回覧を持って情報の共有化を行うが、必要・重要事項については上記職員会議等で発表し、情報の共有内容を密にすると共に、発表職員の資質向上（適切な資料化、プレゼン能力の向上等）に繋げる。

ウ) データベース化

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



(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	2,450	2,650	2,450	2,650	2,450
・地域の経済動向調査に関すること	100	300	100	300	100
・需要動向調査に関すること	100	100	100	100	100
・経営状況の分析に関すること	350	350	350	350	350
・事業計画策定支援に関すること	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
・事業計画の実施支援に関すること	50	50	50	50	50
・新たな需要の開拓に寄与する事業	500	500	500	500	500
・事業の評価見直しに関すること	50	50	50	50	50
・職員等の資質向上に関すること	100	100	100	100	100

(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