

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	南部町商工会（法人番号 1090005005927） 南部町（地方公共団体コード 193666）
実施期間	令和 6 年 4 月 1 日～令和 11 年 3 月 31 日
目 標	経営発達支援事業の目標 （１）小規模事業者の事業計画の策定およびフォローアップを行い、小規模事業者の持続的な発展を図る。 （２）小規模事業者の地域資源を活用した取り組みを支援することで、地域の新たな魅力・価値を創出する。 （３）小規模事業者の IT 利活用による販路開拓、業務効率化を支援することで、地域に新たな活力を創出する。 （４）上記を実現するために、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上で、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組を図る。
事業内容	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 地域の経済動向を調査整理し、組織内情報共有を図り、小規模事業者の経営分析や事業計画の作成、計画の実行に向け、使いやすい情報にして提供する。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が自らの新商品・新役務の開発、販路開拓を行う際には、顧客である消費者や取引先等の買い手ニーズを把握するための需要動向調査の実施を支援する。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営分析を行い、専門的な課題や業種に特化した課題については、専門家等と協力して詳細な経営分析を実施、小規模事業者ごとの規模や経営体力、地域の経済動向等に留意した経営分析を行う。 6. 事業計画策定支援に関すること 調査や分析を活用し、小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じ、販路の拡大、需要の停滞、顧客ニーズの変化に対応する事業計画策定を支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画の実行による需要の開拓と販路開拓等を図り、事業計画実施後には検証を行い、事業計画の見直しが必要な場合には小規模事業者ごとの規模や経営体力に応じて小規模事業者に寄り添って事業計画策定支援を実施する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 需要動向調査や経営分析を活かした事業計画実現のため広報、展示会等出展、IT活用等の実施支援を行うことで、効果的な新商品・新役務の開発支援等、小規模事業者の販路開拓を支援する。
連絡先	南部町商工会 総務振興課 〒409-2212 山梨県南巨摩郡南部町南部 8427 番地 3 電話：0556-64-2357 FAX：0556-64-3779 e-mail：nanbu@shokokai-yamanashi.or.jp 南部町 産業振興課 〒409-2192 山梨県南巨摩郡南部町富士 28505 番地 2 TEL:0556-64-8075 FAX:0556-64-8074 e-mail：syoukan@town.nanbu.yamanashi.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

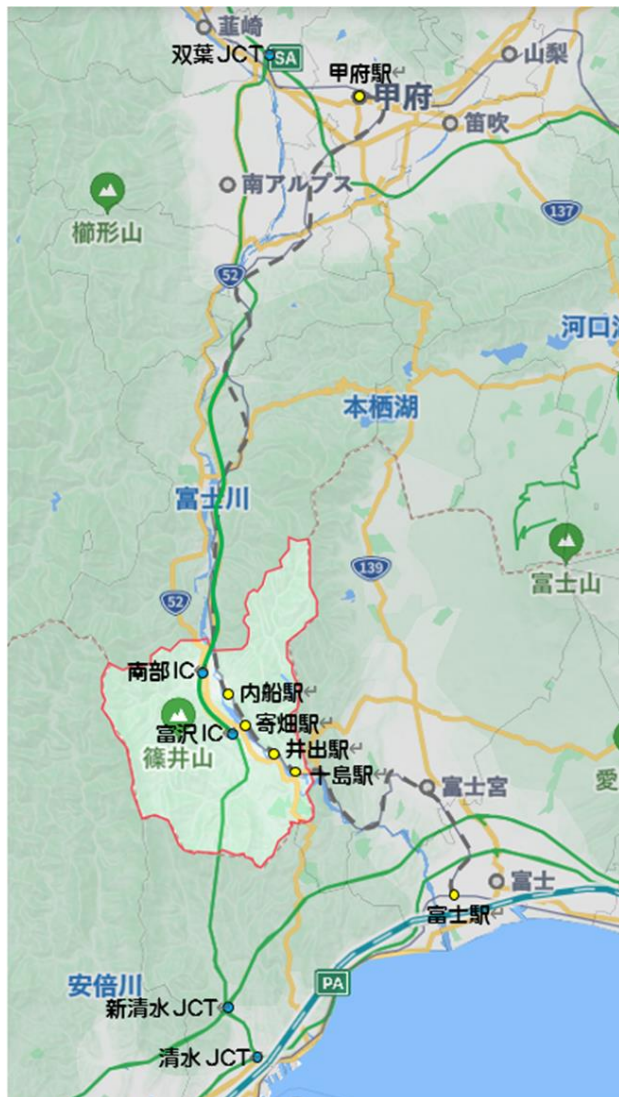
ア. 立地

南部町は山梨県の最南端で、静岡県静岡市及び富士宮市と隣接し、国道52号線、国道469号線、JR身延線、令和3年8月には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が全線開通し、山梨県の南の玄関口となっている。

町の面積は、200.87 km²で山梨県の面積の4.5%を占めている。土地利用では森林の割合が約93.6%と高く、農用地が2.7%、宅地が1.2%で緑豊かな環境にある。南部町商工会（以下、当会という。）は、当町唯一の商工団体である。

本町の歴史は古く、全国的に著名な天神堂遺跡に代表されるように、町内には旧石器時代からいくつかの集落が形成されていたことがわかる。鎌倉期には、源頼朝に仕えて戦功のあった南部三郎光行がこの地を与えられて領していたが、その後奥州に移り南部藩を築いており、このことから本町が南部氏発祥の地であるとされている。江戸時代に入ると、甲州鰍沢と駿河岩淵とを行き来する富士川舟運や、隣町の日蓮宗総本山身延山久遠寺への参詣路として「みのぶみち」とも呼ばれた河内路など、交通の要衝の町として繁栄した。近世、河内領と呼ばれる地域にあった本町は、明治4年、近藤喜則により私塾「蒙軒学舎」が創設され多くの人材を輩出した。その後「明治の大合併」、「昭和の大合併」を経て平成15年3月1日に旧南部町と旧富沢町が合併し、現在の南部町の体制に至っている。

気象状況は、山梨県内の大部分が内陸性気候であるなか、本町は海に近く、あいだに障害となるような高山もないため、太平洋の海洋性沿岸気候に属しており、年平均気温は約15℃と比較的温暖で、年間降水量は2,500 mm前後と山梨県内では最多雨地帯であり、降雪は極めて少なく、四季を通じて過ごしやすい地域である。



イ. 人口

令和 5 年 8 月 1 日時点の人口は 7,006 人である（住民基本台帳）。国勢調査の結果を基に人口推移をみると、人口は減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。年齢別人口について将来の推移をみると、年少人口、生産年齢人口、老年人口のすべてが減少傾向となることが予測されている。高齢化率は、令和 2 年の 44.0%から令和 22 年には 59.4%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2 年の 48.0%から令和 22 年には 35.3%に低下する見込みである。

南部町の年少人口・生産年齢人口・高齢人口の推計値

	年少人口	生産年齢人口	高齢人口
平成 27 年	743	4,230	3,094
令和 2 年	575	3,426	3,145
令和 7 年	441	2,753	3,075
令和 12 年	345	2,240	2,892
令和 17 年	267	1,796	2,667
令和 22 年	209	1,421	2,389

出典 国立社会保障・人口問題研究所 日本の地域別将来推計人口

ウ. 産業

本町は農業や林業を基幹産業として発展し、昭和 40 年代前半までの産業構造は、第 1 次産業の就業人口比率が約 45%を占めていた。しかし、その後の高度経済成長期の所得倍増政策や生活利便性を求めた近郊都市への就労など様々な要因により、製造業やサービス業などの第 2 次、第 3 次産業を中心とした産業構造へ変化し、令和 2 年の国勢調査における本町の第 1 次産業の就業人口比率は約 3.0%となっている。

【農業】

中山間地域で地形的条件に恵まれておらず経営は小規模が多く、他産業との所得格差の拡大から後継者不足が深刻化している。農業従事者は、企業退職者等の高齢者がほとんどであり、サルやイノシシ等の野生鳥獣により農作物の被害も多いため耕作放棄地が増加している。今後、効率的な農業生産に向けた基盤を整備するとともに、JA や NPO 等と連携しながら、新たな農業経営への転換と耕作放棄地解消を図る必要がある。

【林業】

戦前から盛んで、峡南地域では人工林率も 74%と最も高く、森林組合も充実した施設を有し、枝打ち作業や間伐などにより林業経営者も最多であるが、割安な外材や、林業技術者の高齢化、後継者不足など林業を取り巻く環境は厳しくなっている。このような状況から、本来森林が有する水源涵養機能や生物多様性保全機能等の公益的機能を維持増進させ、林業を魅力のある産業として育成するため、林業経営基盤の安定強化を図り、森林組合や NPO 等と連携し、長期的な視点から林業の振興を図る必要がある。

【商業】

個人経営商店等が減少傾向にあり、その商店も旧町単位の中心地に集中し、ほとんどが小規模小売店である。近年は、自動車での移動を中心とした生活圏域の広域化や中型店の町内への進出などにより、地元購買率は低水準で推移している。こうした状況下で、消費者や経営者のニーズを把握し、当会等との連携のもと商業の活性化を図る必要がある。

【工業】

近年の日本経済の低迷が本町の工業にも影響を及ぼし、自動車関連の部品製造が中心である本町の中小企業の状況は厳しいものとなっている。本町は、既存企業の経営基盤の強化を図るとともに、企業誘致活動を積極的に展開し、情報通信産業などの新たな地域産業の展開を図っていく必要がある。しかし、平坦な土地が少なく、新規の工業用地確保は難しい状況にあるため、空き家・空き地を有効に活用できるような環境を整備していく必要がある。

【観光】

なんぶの湯・奥山温泉・道の駅とみざわ・道の駅なんぶ・山水徳間の里などの施設を観光の拠点とし、豊富な森林・水資源を利用した釣り、トレッキング、たけのこ狩り、キャンプ、体験工房、また、南部の火祭り等のイベントにより観光の振興を図っている。しかし、町内の宿泊施設も高齢化のため徐々に減少する中で観光客数も低迷しているため、山梨県の南の玄関口として、インフォメーション機能を持つ2つの「道の駅」を観光情報の受発信拠点施設として機能させるため、地場製品の販売や集客イベントの開催などを積極的に行って多くの利用者呼び込んでいく必要がある。

Ⅱ. 地域資源

【特産品】

南部町の特産品であるお茶は、温暖な気候と雨や霧が多く、栽培に適した地域といわれている。このような気候条件の中で丁寧に育てられた「甲斐のみどり南部茶」は、柔らかい舌触りと甘く香り高い風味が特徴で、県内では有数の産地となっている。道の駅なんぶでは、この南部町特産のお茶を使ったオリジナル商品として、「南部茶ぷりん」、「南部茶小まんじゅう」、「南部茶ソフト」を販売している。また、お食事処での「南部茶そば」「南部たけのこ味噌もつ煮定食」も人気を博している。

2019年に行われた成分分析では、一般的な緑茶と比較して約2倍の「ビタミンC」が含まれていることが分かった。その他、抗酸化力を持ち生活習慣病予防にも効果を発揮する

「タンニン」は約1.3倍、血液や細胞の分裂など発育に重要な「葉酸」も約1.1倍という分析結果となった。南部茶を毎食後飲み続けていることが町民の健康の秘訣なのかもしれない。

そのほか、たけのこや生姜も町の特産品として有名である。たけのこも年間降雨量が多く、



温暖な気候条件に加えて「赤土」と呼ばれる土質であり、アクの少ない良質なたけのこが栽培され、たけのこの旬を迎える4月中旬には「たけのこ祭り」が開催され、多くの人が生たけのこをはじめ、たけのこの瓶詰や真空パックを求めて南部町を訪れている。生姜も古くから産地として有名で、今では当会女性部が生姜ジャムやシロップの製造販売を行っている。

【祭り】

南部の火祭り

江戸時代から伝えられてきた山梨県南部町の「南部の火祭り」。大松明や投松明など火が主役の祭りで、クライマックスでは、富士川の兩岸約2kmに並ぶ108個の百八たいが、夜の闇を赤く染める。そこに花火が打ち上げられ、神秘的な光景を作り出す。



たけのこ祭り

名産のたけのこが旬を迎える4月中旬に「たけのこ祭り」が開かれる。たけのこご飯や採れたてのたけのこの直売、各種模擬店が立ち並び、毎年さまざまなショーや郷土芸能が催される。

南部あじさい祭り

平成16年1月5日「町の花」にあじさいが制定、ボランティアの方々が手入れ、施肥、草刈等を行い育ててきた90種約3万株のアジサイが咲き誇る「うつぶな公園」では毎年6月に恒例の『南部あじさい祭り』が開催される。



【施設】

「道の駅とみざわ」

採りたて野菜やみそ、漬物、そのた加工品、お菓子、お茶などの特産品を販売していて、地域の企業や農林漁業者にとって新商品を販売する等、アンテナショップ的役割を果たしている。



「道の駅なんぶ」

平成30年7月21日オープンし、各種農産物のほか、茶そばなど南部茶をテーマにした商品も販売し多くの来場者で賑わっている。また、施設内には、南部三郎光行公の騎馬像や南部氏展示室も併設している。



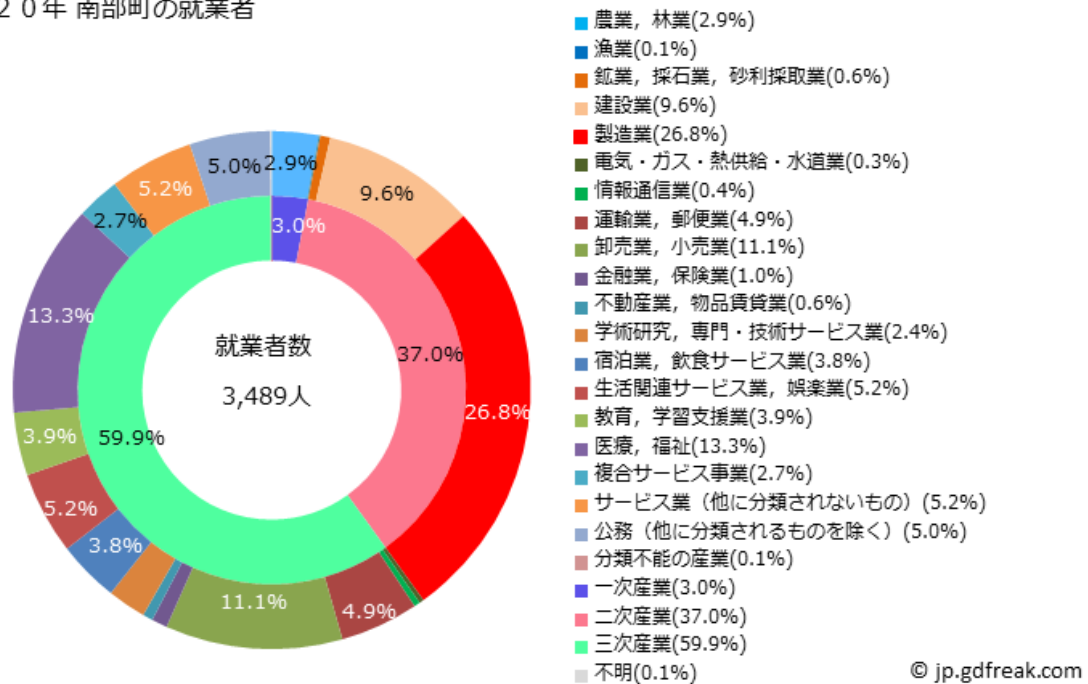
その他の施設

なんぶの湯、奥山温泉、山水徳間の里・青少年旅行村(キャンプ場)・奥山グリーンロッジ、佐野清涼荘(宿泊施設)、アルカディア南部総合公園(プール・野球場・運動場・体育館・美術館・図書館・多目的広場)、富沢野球場、うつぶな公園(あじさい祭り、マレットゴルフ場)、白鳥山森林公園(恋人の聖地)、六地藏公園、西行公園

オ. 就業者数と産業構成

平成 27 年の調査では第一次産業の割合が 3.6%、第二次産業の割合が 38.8%、第三次産業の割合が 57.6%であった。今回の調査でも第一次が 3%、第二次が 37.0%、第三次が 59.9%であり依然第一次産業に従事する人の割合は極めて少ない状況である。また県南端であり、周囲を山に囲まれた山間地が多く、地域的にも雨量が非常に多く国道、県道、町道の土砂崩れ等の災害が発生することから土木建築業者の割合はが多く、全国の産業構成と比べても第二次産業の割合が高い。

2020年 南部町の就業者



※内側グラフ…就業者数／外側グラフ…産業構成

出典 GD Freak! 2023

カ. 業種別商工業者数の推移

当町の平成 30 年の事業者数は 465 社、令和 4 年の事業者数は 449 社である。小規模事業者数は平成 30 年が 455 者、令和 4 年が 439 者であり、4 年間で 3.6%減少している。産業別に減少率をみると、宿泊・飲食が△16.9%、建設業が△12.9%と減少率が高くなっている。一方、情報 通信業や医療、福祉で増加がみられる。

業種別商工業者数の推移

	建設業	製造業	卸小売業	飲食 宿泊業	サービス業	その他	合計	小規模 事業者 数
平成 30 年 4 月	114	50	112	48	78	63	465	455
令和 4 年 4 月	110	46	105	49	77	62	449	439

出典 南部町商工会基幹システム

キ. 第二次南部町総合計画

第二次南部町総合計画（平成 27 年度～令和 6 年度）の商工・観光に該当する箇所は以下のとおりである。小規模事業者支援の視点からみると①商店街の活性化では消費者ニーズに沿った商店経営に向けて個々の商店の創意工夫を支え、経営基盤強化を促していくため商工会と連携し経営相談・指導などを充実。また魅力に富み利用しやすい商店街として消費者にアピールしていくため、共同イベントの開催、IT の活用、町内共通商品券の利用拡大。②観光の振興では、豊かな自然資源や歴史資源、山梨の玄関口としての地理的特性を生かしながら観光資源の整備を進め、自然とのふれあいを求める都市住民との交流を進めるとともに、町内に埋もれた自然資源や文化財的資源を掘り起こし、観光資源としての活用を図る。さらに、農林水産業との連携を促進し町全体として、より付加価値の高い観光サービスの提供を行うことなどが掲げられている。

■基本構想（平成 27 年度～令和 6 年度）

将来像・・・水と緑が溢れるふれあい豊かな町づくり

基本目標・・・資源活用と交流による魅力づくり

豊かな自然環境や歴史、文化を活用した観光・レクリエーションの活性化を進め、交流を促進します。また、農林水産業との連携により高付加価値のサービスを提供し、自然環境の保全と観光の両立を目指します。農業は、農地中間管理機構や受委託制度を活用した農地有効利用、新たな特産品の開発などによる活性化を推進します。林業は、森林の公益機能維持と資源活用に重点を置くとともに、魅力ある産業としての振興策に取り組みます。中部横断自動車道の整備により他地域とのアクセスが向上することから、新規企業誘致を推し進めます。また、新エネルギーの導入や IT を活用した商業の活性化策にも取り組みます。これら各産業分野の連携と活性化策を通して「資源活用と交流による魅力づくり」を目指します。

■基本計画（平成 27 年度～令和 6 年度）

商店の活性化

○効果的な商業支援策に取り組み／○消費者ニーズへの対応／○新たな商業展開、IT の活用／○後継者の育成／○商工会と連携した経営相談・診断・指導

産業の振興

○新たな就労の場の確保と定住促進を目指す／○交通網整備を視野に入れた企業誘致

○光ファイバ網の活用による町内企業の活性化／○IT を活用した SOHO（スモールオフィス・ホームオフィス：小規模事務所や在宅勤務者の自宅事務所）などの起業／○サテライトオフィス誘致／○商工会等と連携して経営強化のための経営相談・診断・指導の充実

○企業支援制度の利用／新エネルギーの導入への取り組み／○持続可能な社会構築を推進

②課題

ア. 就業先と通学地

南部町においては雇用の場として、JR や道路を利用して一時間圏内の富士市・富士宮市へ働きに行く人が以前から多く、富士宮、富士市へ就職する人もいて、こうした人の多くは、結婚を機会にそのまま南部町を離れ、富士市、富士宮市、静岡市など静岡県に移り住む傾向

にあり、世帯数の減少と人口減少につながっている。もともと産業が少ない町であり、森林の町として栄えてきた町において林業従事者が少なくなり、農業、林業といった一次産業が衰退し、少子高齢化による商店の廃業も加わり、誘致企業も少ないことから、県外へ就職する傾向となっている。

また、富士市、富士宮市は、大手製造業や大型 SC 等が集中し、給与の面でも待遇が異なるため、南部町への U ターンや J ターンなどの雇用を増やすためには、魅力ある産業の創出と企業の創業等を進めていく必要がある。

山梨県と静岡県との境に位置する町ならではの状況として、15 歳以上の通学者で他町村の学校へ通学している子供達の約半数は静岡県であり、15 歳以上の就業者で他町村へ就業している人の半数以上が静岡県に通っている。学生のころから違和感なく静岡の経済や環境になじんでいることから、南部町内に住み、学生から社会人になる時に就職場所として県外を選択する傾向は、町内の産業に魅力あるものがでなければ、今後も継続すると考えられる。

イ. 小規模事業者

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。まず人口をみると、当町はこれまでも分譲地の整備を進めるなど若者の定住化促進と人口流出防止対策を進めてきたが、歯止めがかからないのが現状である。この人口減の主な要因は出生率の低下と若者の町外への流出等であり早急な対応が課題となっている。また、生産年齢人口は低く、老年人口が高く、少子化・高齢化の進行が全国平均をかなり上回っており、人口減少を抑制し、コミュニティ機能を維持していくためには、若者の定住化対策や少子化対策が喫緊の課題となっている。

当町の特産品は、立地条件の良さからお茶やたけのこの栽培が盛んである。小規模事業者においてもこれらの特産品を活用した加工品の開発・販売が期待されている。

小規模事業者数は平成 30 年が 455 者、令和 4 年が 439 者と 4 年間で 3.6%減少している。また、産業別の減少率をみると、卸小売業が△7%、建設業及び製造業がそれぞれ△8%と減少しており、今後も減少傾向が続くことが予想される。地域の活力維持のためには創業者を増やすだけでなく、事業承継の支援を強化し、事業所数の減少を緩やかにする必要があると言える。

今後は地元商店街の魅力づくりに取り組んでいくことが課題になる。そのためには助成支援や、多様化する消費者ニーズを的確にとらえた商品展開やサービス提供を支援していくとともに、商店街買物客の利便性向上に資する駐車場の整備が必要になってくる。また、高齢者世帯など買い物のための移動手段が限られた人の需要に応える取り組みも課題となってくる。

(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

商店の活性化では「商店の賑わいは、町の活性化に大きな役割を果たすことから、効果的な商業支援策に取り組みます。消費者ニーズへの対応、新たな商業展開、DX（デジタルトランスフォーメーション）、IT の活用、後継者の育成などといった課題に対し、当会と連携した経営相談・診断・指導に努めます」として、当会と連携した取り組みを求めている。

②南部町第二次総合計画との連動性・整合性

南部町では「第2次南部町総合計画」における基本構想の中で町づくりの基本理念は①自然を生かす町②暮らしやすい町③郷土愛を育む町とし、この理念を受けて町の将来像、町のキャッチフレーズは「水と緑が溢れるふれあい豊かな町づくり」としている。

この指針に基づき、産業面では各産業分野の連携と活性化策を通して「資源活用と交流による魅力づくり」を目指し、①自然と歴史資源を生かした観光振興、②魅力ある農業の推進、③豊かな森林資源の活用、④広域道路網の整備による産業振興、⑤商店の活性化、を図るとしている。

この総合計画を基に、当会では令和5年3月に会員のニーズに沿った第2期中期計画を策定し、金融指導や税務指導を中心としたこれまでの経営改善普及事業の取り組みに加え、事業計画策定等による経営課題の把握と具体的な経営戦略に基づく経営の推進、新たな需要開拓に向けた取り組み支援、小規模事業者の売上げや利益を確保するための支援、地域経済の活性化に資する事業活動の推進に重点を置いた支援により、小規模事業者に寄り添った支援（伴走型支援）の実現を目指し、町の産業振興ビジョンに沿う形で地域産業の発展を目指す。

以上、地域の現状と課題、町の第2次総合計画と当会の役割を踏まえ、10年後以降も地域の経済基盤を確立していくために、地域において小規模事業者の中長期的な振興を図っていくことは、この基本理念と軌を一にするものであり、連動性・整合性がある。

③当会としての役割

今までの当会は、経営改善普及事業であり、経営の基盤である記帳指導、税務指導及び労働保険の申告、金融の相談等が主な支援内容であり、基本的な経営支援として重要な役割を担ってきた。

しかし、経営課題が多様化している企業にとって、経営支援機関である当会に求める支援内容は、既存の支援に加え経営課題の把握と課題解決へ向けた具体的な支援を求めている。町内において97%を占める小規模企業の売上・利益の向上、販路拡大のため経営戦略に踏み込んだ支援と、企業が持続していくための経営課題の把握と課題解決へ向けた具体的な提案が求められているので、山梨県商工会連合会ははじめ関係機関と連携して、国・県等の様々な小規模企業支援施策を活用し、経営が持続的発展できるような伴走型の支援機能が求められている。

目標（第1期経営発達支援計画）

経営の基盤である記帳指導、税務指導及び労働保険の申告、金融の相談等に加え、事業計画策定等による経営課題の把握と課題解決へ向けた具体的な取り組み支援、新たな需要開拓に向けた取り組み支援、小規模事業者の売上げや利益を確保するための支援、地域経済の活性化に資する事業活動の推進、国・県等の様々な小規模企業支援施策の活用による売上・利益の向上、販路の拡大等を図っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

【目標①】

小規模事業者の事業計画の策定およびフォローアップを行い、小規模事業者の持続的な発展を図る。

【目標②】

小規模事業者の地域資源を活用した取り組みを支援することで、地域の新たな魅力・価値を創出する。

【目標③】

小規模事業者の IT 利活用による販路開拓、業務効率化を支援することで、地域に新たな活力を創出する。

【目標④】

上記を実現するために、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上で、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組を図る。

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

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和 6 年 4 月 1 日～令和 11 年 3 月 31 日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の事業計画の策定およびフォローアップを行い、小規模事業者の持続的な発展を図る。

【方針】

税務相談、労働保険事務委託、金融斡旋を中心とする経営改善普及事業をベースとして、小規模事業者の支援ニーズの掘り起こしを行い、財務諸表から見る定量的な経営課題や、事業者との対話と傾聴を通じた定性的な経営課題の整理を行い、事業計画の策定を支援する。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、小規模事業者の持続的な発展を支援する。また支援ニーズに応じて専門家や他支援機関と連携することで面的な支援を実行する。

②小規模事業者の地域資源を活用した取り組みを支援することで、地域の新たな魅力・価値を創出する。

【方針】

南部茶、たけのこ、生姜を代表とする地域特産品や、清流や森林など自然資源を含めた地域資源を活用した高付加価値の商品・サービスの開発や、新たな販路開拓の取り組みを支援する。令和 3 年 8 月に開通した中部横断自動車道により交通アクセスが向上した首都圏や東海地域を中心に販路開拓を図っていく。

特産品を活用した商品開発については需要動向調査を実施し、商品のブラッシュアップに繋げる。農商工連携マッチングフェアへの出店支援を行うなど、販売促進までをワンストップに支援する。

これまで当会として取り組んでこなかった森林資源の活用については、初期段階として町内林業事業者および建設事業者に対して、巡回による聞き取りやアンケート調査などを通して支援ニーズの把握に努めたい。将来的には、中部横断自動車道南部 IC の立地を活かした関東東海地域への展開や、清水港に近い立地を活かした海外展開などの取り組みを南部町や南部町森林組合と連携して模索していきたい。

③小規模事業者の IT 利活用による販路開拓、業務効率化を支援することで、地域に新たな活力を創出する。

【方針】

DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、実際に DX に向けた IT ツールの導入や Web サイト構築等の取組を推進していくことを目的に IT 関連セミナーを開催する。また、セミナーを受講した事業者のなかで、取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による支援や IT 専門家派遣を実施する。さらに、IT を活用した販路拡大を志向する事業者に対しては、売上拡大が実現するまで伴走型で支援を実施する。これらの支援を実現するため、経営指導員

が DX や IT 利活用に関する資質向上を行い、実行力を向上させる。

④上記を実現するために、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上で、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組を図る。

【方針】

経営分析、事業計画の策定、策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。また、これを実現するために、経営指導員等の資質向上を図る。

I.経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者のターゲット顧客を見直し（観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えることを含む）を促進するためには、現状の市場が衰退していることや、見直し先の市場が魅力的であることを事業者自身に認知させる必要がある。このためのひとつの方法として客観的な市場データの提示があるが、現状、地域のデータの周知が十分でなかった。

【課題】

地域のデータの周知が十分でなかったため、今後は RESAS 等を用いて、地域の経済動向分析を行い、事業者に周知する必要がある。

(2) 目標

公表回数	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向調査	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
②山梨県商工会連合会と共同で実施する経済動向調査	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

事業名	地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）
目的	地域の小規模事業者にも町内の状況（経営環境の変化等）を周知することで、小規模事業者が今後の経営方針を検討や事業計画を策定する際の基礎資料とする。
調査の内容	地域経済分析システム（RESAS）の内容のなかで、地域の小規模事業者にも活用してもらいたい項目を分析し、レポートにまとめたうえで公表する。
調査を行う項目	地域経済循環マップ・生産分析 →何で稼いでいるか等を分析 まちづくりマップ・From-to 分析 →人の動き等を分析 産業構造マップ →産業の現状等を分析 等 調査の手段・手法

調査の手段・手法	経営指導員が外部専門家と連携し、RESAS の情報を網羅的にみて、事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者が見やすいレポートにまとめる。
調査結果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表し、広く管内事業者に周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

②商工会が行う地域の経済動向分析

事業名	山梨県商工会連合会と共同で実施する経済動向調査
目的	当町の事業者の財務状況を山梨県平均や近隣市町村平均と比較することで、当会の支援方針を決める際の基礎資料とする。また、事業者の事業計画（数値計画）策定の際に参考資料として活用する。
調査の内容	山梨県内の商工会で決算指導を行っている先の財務情報を山梨県商工会連合会に提供し、地域ごとの事業者の財務状況を分析する。
調査を行う項目	■山梨県商工会連合会に提供する項目（インプット） 業種 / 売上（収入）金額 / 売上原価 / 減価償却費 / 経費 / 所得金額（専従者給与控除前） / 専従者給与 / 従業員数（専従者含む、パート除く） ■分析する項目（アウトプット） 以下の項目について、業種別に山梨県平均や市町村のデータが得られる。 付加価値額 / 付加価値生産性（事業主含む） / 従業員 1 人当たり年間売上高（事業主含む） / 従業員 1 人当たりの年間総利益高（事業主含む） / 売上高総利益率 / 営業利益率 / 付加価値率
調査の手段・手法	■調査対象 当会含め県内商工会で決算指導を受けている方 ■調査方法 当会含め県内商工会は、決算指導終了後に調査対象の財務情報（上記〔調査を行う項目〕のインプット情報）を山梨県商工会連合会へ提供する。県内商工会が提供した財務情報を山梨県商工会連合会が集計し、県内商工会へフィードバックする。 ■分析方法（当会） 経営指導員が上記〔調査を行う項目〕のアウトプット情報について、山梨県平均や近隣市町村平均と比較を行う。比較結果は、事業者提供用資料として簡易な報告書にまとめる。
調査結果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表し、広く町内事業者に周知する。また、①当会内で、支援方針を決める際の基礎資料、②事業者の事業計画作成時の基礎資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えるためのひとつの方法として、魅力的な商品づくりが欠かせない。一方、当会ではこれまで、魅力的な商品づくりに資する事業者の商品調査等について、支援を実施できていなかった。



【課題】

魅力的な商品づくりのための支援のひとつとして、小規模事業者の実施する特産品を活用した商品（主に食品）等の商品調査を支援する必要がある。買い手のニーズにマッチする商品開発を支援するために、物産展・出展時にバイヤーへの調査を実施する。

(2) 目標

対象事業者数	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
特産品を活用した商品の商品調査	-	2社	2社	2社	2社	2社

(3) 事業内容

事業名	特産品を活用した商品の商品調査（バイヤー・消費者への調査）
目的	当町には「南部茶」をはじめとした特産品があり、小規模事業者のなかには、特産品を活用した商品の販売にチャレンジする事業者もいる。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、市場調査などが不十分であることが多い。そこで、「農商工連携マッチングフェア」などの商談会・出展時に、バイヤーや消費者への調査を実施することで、商品ブラッシュアップを行い、“売れる商品”づくりに繋げる。
対象商品	特産品を活用した商品（主に食品）
調査の手段・手法	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、バイヤーや消費者に対してアンケート調査を実施する。
調査を行う項目	☐ 商品の見た目の良さ ☐ 商品1個あたりの大きさ ☐ 商品/パッケージの形・デザイン ☐ 商品の味 ☐ 商品の新しさ・斬新さ ☐ 商品の価格 ☐ 商品の取扱意向 ☐ 取引条件 ☐ その他改善点 等
調査結果の活用方法	調査結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品等のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、支援ニーズに応じて経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化による競争力強化・持続的経営を実現するためには、事業者自身が自社の「現状」を把握する必要がある。当会では、現状把握に資する取組として、小規模事業者の経営分析を実施してきたが、町内の事業者に広く提供するには至っていなかった。また、表面的な分析に留まっていることも多く、必ずしも事業者の本質的な課題までは抽出できていなかった。

【課題】

経営分析を広く提供することが課題である。そのため、5ヵ年計画において、町内小規模事業者（約300者）の6分の1にあたる50者の経営分析を目指す。なお、当会では今後の支援においてIT利活用を促進していくため、IT活用の状況についても分析する必要がある。

また、これまで表面的な分析もみられたことから、今後は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いた経営分析の実施が課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
経営分析事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者

※ 経営指導員2名体制のため、経営指導員1名当たりの実施事業者数は5者／年となる

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	広報誌の配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、決算・記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。

(4) 分析結果の活用

分析結果の活用方法	・経営分析結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、クラウド型支援ツール（BIZミル等）上に分析結果を集約し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。
分析の手段・手法・項目	経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおりである。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実施する。分析にあたっては、事

	業者の状況や局面に合わせて、クラウド型支援サービス（BIZ ミル等）、経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。 ■経営分析を実施する項目 財務分析：直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析 非財務分析：強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産 など） 機会・脅威（商圏内の人口、競合、業界動向 など） その他（現状のターゲット顧客、デジタル化・IT 活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など） * 非財務分析は対話を通じて整理する。
--	--

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化による競争力強化・持続的経営のためには、「地域の経済動向調査」「需要動向調査」「経営状況の分析」を踏まえて、新たな経営の方向性（ターゲット顧客やポジショニング）を定め、結果を事業計画にまとめることが有効である。当会ではこれまでも事業計画策定支援を行ってきたが、補助金活用のための事業計画など、事業者からの支援要請に基づいて実施することが多かったという現状がある。

【課題】

経営分析を通じて、小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化等の必要性を感じた事業者に対し、事業計画の策定を提案する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。特に、事業計画の策定前には経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

また、DXに関する意識醸成や基礎知識の習得を促すため DX セミナーを実施し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①事業計画策定事業者数	5 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
②DX 推進セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

※経営指導員 2 名体制のため計画策定は経営指導員 1 名当たりの実施事業者数は 4 者／年となる

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援
目的	「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。
支援対象	・経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者 ・金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者 ・補助金や DX 支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者 等
対象事業者の掘り起こし	・経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する。 ・補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 ・事業計画策定に資する個別相談会を開催する。
支援の手段・手法・項目	事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の2つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。

②DX 推進セミナー

事業名	DX 推進セミナー
目的	DX に関する意識醸成や基礎知識の習得を促すため DX セミナーを実施し、小規模事業者の競争力の維持・強化を支援する。特に意欲的な事業者で個別支援の必要性がある場合は、IT 専門家派遣を実施し、DX 推進に繋げる。
支援対象	すべての事業者を対象とするが、DX 診断結果や経営改善普及事業の中で特に支援が必要となる事業者には積極的な周知を実施する。
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知
回数	年 1 回
カリキュラム	ホームページ作成、SNS の活用（新規顧客用・既存顧客用）、EC サイト活用、DX 活用事例、業務効率化、顧客管理等のテーマから年度により選定する。
参加者数	10 名／回

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、事業計画策定後のフォローアップについて、売上・利益の増加といった成果にまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

【課題】

今後は、事業計画を策定したすべての事業者を対象に、原則半期ごとにフォローアップを実施する。そのなかで、事業計画を実施する上で発生した経営課題等に対し、事業者と一緒に解決を図る。これらの支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の事業計画策定前に対し、売上増加事業者割合が40%、経常利益増加割合が30%（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目標とする。フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ対象事業者数	5者	8者	8者	8者	8者	8者
頻 度 (延回数)	年毎 5回	半期毎 16回	半期毎 16回	半期毎 16回	半期毎 16回	半期毎 16回
売上増加事業所数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
経常利益増加事業所数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容／ 支援の手段・ 手法	半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やしながら軌道に乗せるための支援を実施する。

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

【現状】

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

【課題】

各事業の成果が明確でなかったことから、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。また、これまで IT に関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くは IT を使った販路開拓等が遅れていることから、IT を活用した販路開拓として、「IT 関連セミナー」後の実行支援を実施する。なお本事業は、事業者が新たな需要を獲得するきっかけづくりを提供するという考え方で実施する。そのため、各事業の効果として、実際に効果が上がることを示しながら、将来的には事業者が自主的に取り組めるよう道筋を作る。

(3) 目標

項目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
商談会 出展事業者数（累計）	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数／者	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
IT 活用セミナー 参加事業者数	—	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
（BtoB の場合）成約件数／者	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
（BtoC の場合）売上増加率／者	—	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %

(4) 事業内容

①- 1 商談会の出展支援

事業名	B to B を中心とする商談会の出展支援
目的	特に、対企業取引の事業者にとって、商談会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に商談会の参加支援を実施する。

支援対象	小規模事業者
支援の手段・手法	出展者の募集だけでなく、事前準備としてパンフレット等の整備、短時間での商品等アピール方法、商談相手の事前アポイント等。また、出展後は、商談会で名刺交換をした相手に対する、フォローをワンストップで支援する。これにより成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

①-2 対象展示会・商談会

	名 称	対象業種	開催場所	概 要
1	ニッポン全国物産展	食品製造等	東京	全国連が主催する大規模物産展。地域の特色を活かした産品を自社で製造・開発、または販売している中小・小規模事業者が出展。出展企業数 約 180 社
2	農商工連携マッチングフェア	食品製造等	山梨	商工会連合会が主催。食のバイヤーと直接商談ができる。出展企業数 約 100 社
3	ハンドメイドマルシェ	各種製造等	神奈川等	全国のクリエイター・アーティストによる様々なオリジナル作品・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。出展企業数 約 2,000 社

②IT 活用セミナー

事業名	IT 活用セミナー
目的	IT を使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取組が遅れている。そこで、自社独自では IT の利活用が難しい事業者に対しオーダーメイド型の支援を実施し、新規取引先の獲得を目指す。
支援対象	小規模事業者
支援内容	ホームページ制作、EC サイト利用、SNS の活用等、IT を活用した販路開拓の取り組みについてテーマごとにセミナーを年 1 回開催する。
支援の手段・手法	セミナー開催により IT を活用した販路開拓を行いたい事業所を掘り起こす。セミナー参加者のフォローアップ支援が必要な場合は、経営指導員や IT 専門家によるフォローアップ支援を実施する。
期待効果	小規模事業者の IT リテラシーを高めるとともに新たな取引先の獲得を狙う。

Ⅱ．経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9．事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営発達支援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。

【課題】

「商工会マネジメント委員会」を半期毎に開催し、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) 事業内容

事業名	事業の評価および見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCA を回す仕組みを構築する。
事業評価の 手段・手法	①PDCA サイクル 当商工会の役職員で構成した「商工会マネジメント委員会」を半期毎(年度 2 回以上/4 月、10 月(中間報告に対する評価検証))に開催し、進捗状況について「A」～「E」の評価を付ける方法(A:達成、B:概ね達成、C:半分程度達成、D:未達成、E:未実施)にて定量的に評価を行い、各項目のコメント欄にて定性的な評価を行う。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。 ②商工会組織の機関決定 「商工会マネジメント委員会」が作成した評価・見直し結果については、南部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、当会ホームページ(https://r.goope.jp/nanbu-shokokai-y/)において年 1 回公表する。 ③外部識者による評価 法定経営指導員その他、南部町担当課長、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の第三者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必要に応じて都度依頼する。

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】

現状、経営指導員を中心に経営発達支援計画の実行に必要な資質向上に取り組んでいる。

【課題】

本計画の実行のために、新たに「事業者の売上や利益を向上させること」「効果の高い販売促進を実施すること」「DXに向けた相談・指導能力を習得すること」「経営力再構築伴走支援を円滑に行うこと」などの不足能力があるため、資質向上を図る必要がある。また、経営指導員のみならず経営支援員・相談員（共に経営指導員を補佐する人材）も含めた資質向上を実現し、より効果の高いレベルの支援を行える体制をつくることが課題である。

(2) 事業内容

①経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組み

参加者	経営指導員、経営支援員、相談員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得する
不足能力の特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 〔小規模支援法改正により新たに求められる能力〕 ・伴走型支援により、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力 ・展示会等や IT を活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力 〔近年の支援環境の変化に対して求められる能力〕 ・DXに向けた IT・デジタル化の支援を行う能力 ・経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上
内容	経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・手法により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、経営支援員等も含めて積極的に参加する。 ア 小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて各種団体等が主催する研修に参加する他、中小企業大学校の専門研修への参加や、独自に外部講師を招聘した会内研修を開催する。 イ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX 関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。 <DX に向けた IT・デジタル化の取組> i) 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 ii) 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 iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法等 ウ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて独自に外部講師を招聘し、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマで会内勉強会を開催する。
--	--

②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

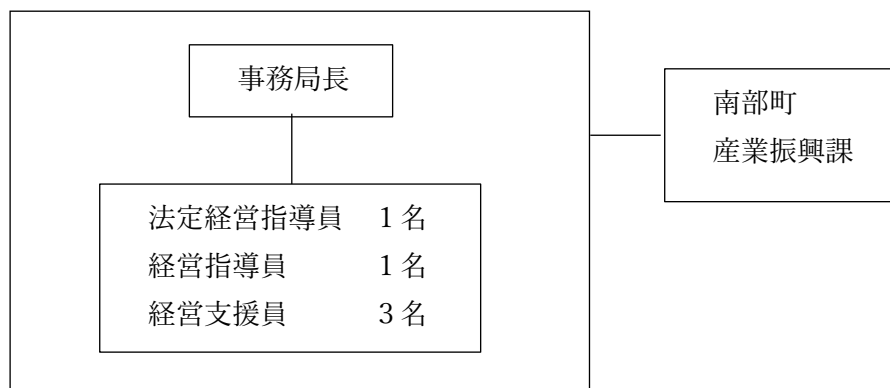
目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	ア OJT 制度 経営指導員と経営支援員等がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。 イ 定期ミーティング 月 1 回の定期ミーティングのなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②具体的な支援のなかで発見した経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。 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

経営発達支援事業の実施体制

(令和5年11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：市川 高人

連絡先：南部町商工会 TEL：0556-64-2357

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

〒409-2212 山梨県南巨摩郡南部町南部 8427-3

南部町商工会 総務振興課

TEL：0556-64-2357 / FAX：0556-64-3779

E-mail：nanbu@shokokai-yamanashi.or.jp

②関係市町村

〒409-2192 山梨県南巨摩郡南部町富士 28505-2

南部町役場 産業振興課

TEL：0556-64-8075 / FAX：0556-64-8074

E-mail：syoukan@town.nanbu.yamanashi.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	1,280	1,280	1,280	1,280	1,280
経済動向調査事業費	240	240	240	240	240
需要動向調査事業費	120	120	120	120	120
経営状況分析事業費	120	120	120	120	120
事業計画策定支援事業費	400	400	400	400	400
事業計画策定後の支援事業費	200	200	200	200	200
新たな需要の開拓に寄与する支援事業費	100	100	100	100	100
事業の評価及び見直しをする支援事業費	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
国県補助金、(伴走型小規模事業者支援事業) 町補助金、会費、手数料等

(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