

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	富士川町商工会（法人番号 7090005005954） 富士川町（地方公共団体コード 193682）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 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・持続的経営を支援することにより、力強い事業者を創出する。 小規模事業者にとってビジネスチャンスとなる、アニメ「ゆるキャン△」の聖地巡礼や「コストコ南アルプス倉庫店」の開店により増加する観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えた商売を支援することで、魅力にあふれたまちづくりを実現する。 小規模事業者の IT 利活用による販路開拓、売上増加を支援することで、地域に新たな活力を創出する。 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 1. 地域経済動向調査に関すること 小規模事業者の経営判断に資する客観的な市場データの提供として、RESAS を活用した地域の経済動向分析や山梨県商工会連合会と共同で実施する経済動向調査を行う。 2. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の魅力的な商品づくりへの支援として、特産品を活用した商品の商品調査を実施する。 3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者が自社の「現状」を把握することを目的に、経営分析（財務分析と非財務分析）を実施する。なお、5カ年計画で町内事業者の20%の経営分析を目指す。 4. 事業計画の策定支援 「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。

	5. 事業計画策定後の実施支援 前項で策定したすべての事業計画を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する。 6. 新たな需要の開拓支援 小規模事業者の新たな需要開拓を目的として、農商工マッチングフェアの出展支援や「IT セミナー」後の実行支援を実施する。
連絡先	富士川町商工会 総務振興課 〒400-0501 山梨県 南巨摩郡富士川町 青柳町 319-1 TEL:0556-22-0870 FAX:0556-22-0833 e-mail:fujikawa@shokokai-yamanashi.or.jp 富士川町 産業振興課 〒400-0592 山梨県 南巨摩郡富士川町 天神中條 1134 TEL:0556-22-7202 FAX:0556-22-5516 e-mail:sangyou@town.fujikawa.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

ア 富士川町の概況

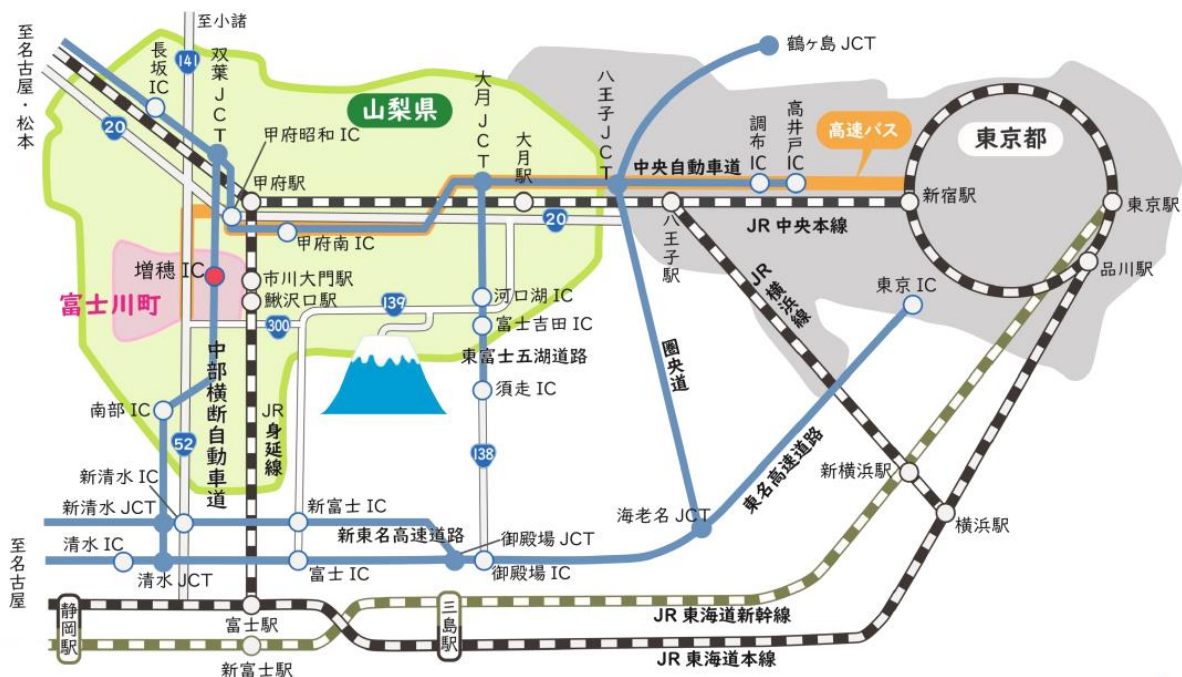
富士川町（以下、当町）は、甲府盆地の南西部に位置し、一級河川富士川に沿って集落が発達してきた町である。西には楯形山や源氏山などの 2,000m 級の山々がそびえている。また、これらを源する戸川や大柳川などが町内を横断しており、人々の生活を潤している。

交通は、中部横断自動車道の建設が進められて、平成 18 年度には中央自動車道双葉ジャンクションから増穂インターチェンジまでの区間が開通し、首都圏からの往来が容易になった。また、中部横断自動車道が、平成 31 年度に新東名高速道路まで延伸された。

面積は、112.00k m² で山梨県の面積の 2.5% を占めている。土地利用では森林の割合が約 81% と高く、農用地が 4%、宅地が 3% で緑豊かな環境にある。

富士川町商工会（以下、当会）は、当町唯一の商工団体である。

■ 富士川町の立地・交通

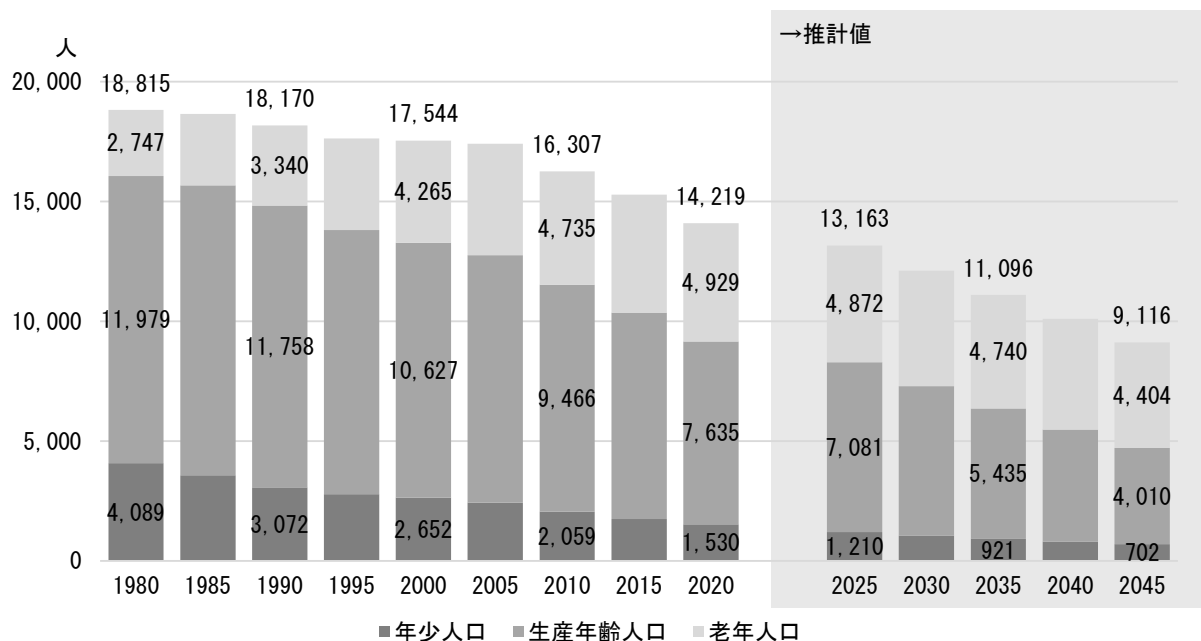


イ 人口

令和 4 年 9 月 1 日時点の人口は 14,361 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（2020）年の 34.7% から令和 27（2045）年には 48.3% に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 53.7% から令和 27（2045）年には 44.0% に低下する見込みである。



出典：総務省「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

ウ 特産品

当町では、立地条件の良さから、古くからゆずが生産されており、さまざまな加工品に展開されている。また近年は、町の新たな特産品を目指し、ラ・フランスをはじめとする西洋なしの栽培が進められている。主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品名	概要
ゆず	町内の小室・高下地区のゆずは品質がよく、京浜地方で最高級品の折り紙がつけられている。富士山を東に、黄金の玉がたわわに実る景色は風情がある。最近では、地元地域づくり団体「日出づる里活性化組合」が主体となり、ゆず狩り体験、ゆずのオーナー制度を行っている。
西洋なし	うっとりする香り、とろける甘味が特徴の西洋なし。風の少ない地域で、土壌・気候に恵まれ、太陽の光を浴びた、甘くみずみずしい果実を収穫している。

エ 観光資源

(a) 観光資源

当町には、ダイヤモンド富士の絶景ポイントや、富士山を望めるトレッキングスポット、日本桜名所 100 選にも選ばれた大法師公園の桜、溪谷や棚田など景観を楽しめる場所が数多くある。また、日帰り・宿泊で楽しめる温泉も充実している。

主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

特産品名	概要
ダイヤモンド富士	高下（たかおり）地区は、ダイヤモンド富士の絶景ポイントである。通称“日出づる里”とも呼ばれるこの地区からの富士の眺望は、関東の富士見百景に認定され、カメラ愛好家やテレビの取材クルーなど、多くの人で賑わう。
トレッキングスポット	楡形山は、甲府盆地の西に位置する、楡を伏せたような形をした標高 2,052 m の山である。登山道がいくつもあり、登山道途中からは富士山や白峰三山などの展望が良い。源氏山は標高 1,827m で、山頂はコメツガの混生した広葉樹の自然林となっている。

温泉	弱アルカリ性で無色透明の温泉は、塩分が感じられるのが特徴である。町中にある「まほらの湯」、山間地にある「かじかの湯」などの日帰り温泉施設も充実している。
道の駅 富士川	平成 26 年に道の駅「富士川」がオープン。県内外からの多くの人々が訪れており、町の観光情報をはじめ、歴史や文化などの情報を発信するとともに、特産品の紹介や販売などを行っている。
大柳川溪谷	富士川町十谷地区にある溪谷である。源氏山を源流とする大柳川沿いに、大小 10 本の吊り橋と 5 つの滝があり、初夏には新緑、秋には紅葉と、四季折々の自然を満喫できる。またトレッキングスポットとしても人気である。

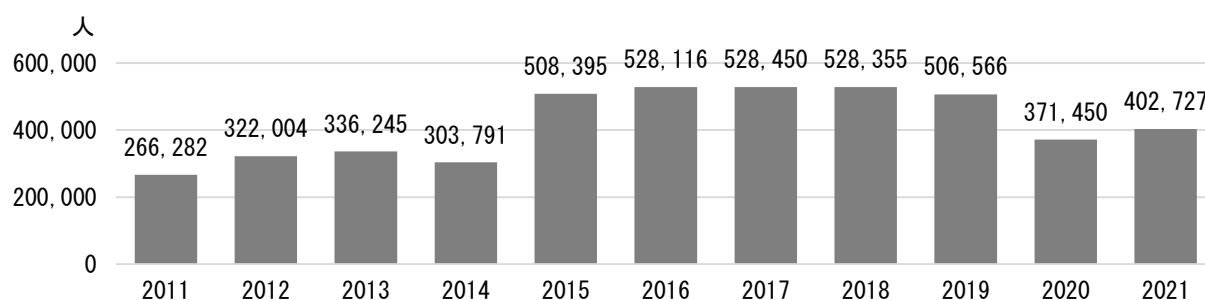
(b) アニメ「ゆるキャン△」の聖地巡礼

アニメ「ゆるキャン△」は、山梨県周辺を舞台として、キャンプなどのアウトドアに対して背伸びせず満喫する女子高生たちのゆるやかな日常を描く作品である。山梨や長野など実際の観光地や宿泊地がモデルになっている場所も多く、様々な媒体でコラボレーションが行われるなど人気となっている。

令和 4（2022）年に公開された劇場版では、当町が舞台となっており、聖地巡礼として観光客が増加している。

オ 観光入込客数の推移

令和 3（2021）年度の観光入込客数は 40 万人である。推移をみると、平成 27（2015）年以降、約 50 万で安定推移していたものの、令和 2（2020）年の新型コロナウイルス感染症拡大の影響で急減していることが読み取れる。



出典：山梨県「山梨県観光入込客統計調査」

カ 産業

(a) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

当町の平成 24 年の事業者数は 716 社、平成 28 年の事業者数は 661 社である。

小規模事業者数は平成 24 年が 588 者、平成 28 年が 525 者であり、4 年間で 10.7%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。

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成24年									
事業所数	86	77	2	172	85	46	202	46	716
小規模事業所数	85	69	1	126	65	17	182	43	588
平成28年									
事業所数	74	73	4	162	74	52	184	38	661
小規模事業所数	74	67	3	114	54	19	159	35	525
増減(H28年-H24年)									
事業所数	△12	△4	2	△10	△11	6	△18	△8	△55
増減割合	△14.0%	△5.2%	100.0%	△5.8%	△12.9%	13.0%	△8.9%	△17.4%	△7.7%
小規模事業所数	△11	△2	2	△12	△11	2	△23	△8	△63
増減割合	△12.9%	△2.9%	200.0%	△9.5%	△16.9%	11.8%	△12.6%	△18.6%	△10.7%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(b) 業種別の景況感（経営課題）

i_商業・観光

前項『(a) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移』のとおり、卸・小売・宿泊・飲食・他サービス業の商工業者数及び小規模事業者数は減少傾向にある。

当町の小規模事業者の多くは、青柳町から鯉沢本町を通る県道 42 号（旧国道 52 号）沿いを中心に店舗を構えている。一方、中部横断自動車道の建設・開通に伴い、国道 52 号も移転し、自動車の流れが変わった。また、平成 26 年には青柳町東部の現国道 52 号（通称：甲西道路）沿いに三つの大型店を核とするモール型複合商業施設が出店したため、既存商店街に立地する個店の売上は減少し、さらにコロナ禍の影響も重なり、厳しい経営環境が続いている。

令和 4 年 7 月 1 日にアニメ「ゆるキャン△」の映画が放映され、当町の観光資源である「ダイヤモンド富士」や高下地区が登場している。また、特産品である「ゆず」も登場している。隣町の身延町はアニメ「ゆるキャン△」の聖地であり、多くの観光客が身延町を訪問している。中部横断自動車道の開通に伴い、身延町と富士川町の行き来が容易になっていることから、身延町商工会と連携し、令和 4 年度、アニメ「ゆるキャン△」を活用した事業を展開、両町計 102 店でアニメ「ゆるキャン△」参加店オリジナルカード配布事業を展開し、商店とアニメファンの交流を促す取組を実施しているところである。

当町の商店の多くは、地元住民をターゲット顧客としており、観光客への対応に経験が少ない。人口減少傾向で且つ高齢化率が高まっているなか、売上を増加させ、企業の持続的発展を目指すには、販路開拓は勿論のこと、「ゆるキャン△」等のビジネスチャンスを活かすための IT 利活用などのスキル向上が必要である。

ii_工業

『(a) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移』のとおり、建設業、製造業の商工業者数及び小規模事業者数は減少傾向にある。

当会では工業部会と建築技能部会を設置しているが、そのなかで業種別課題として上がるのが、「原材料費の高騰」と「人材確保」である。原材料費の高騰については、適切な価格転嫁が必要であるが、ハウスメーカーや同業者などとの価格競争を考えると、容易に価格転嫁ができないとの声が多い。また、建築業などは人材確保が難しく、若者や熟練者の確保が容易でない状況である。

人口減少下で企業の持続的発展を目指すには、自社の強みを上手く活かし、他社との差別化を図ることが大事であり、市場ニーズを的確に把握し、ニーズに対して柔軟に対応できるスキルが必要である。また、人材不足を補うため、同業者同士のネットワークの構築も必要である。

キ 南アルプス市（隣市）に大型商業施設が開設

令和 6（2024）年に隣市である南アルプス市の「南アルプス IC 新産業拠点整備事業」の用地 12 ヘクタールのうち、東側の約 6 ヘクタールのエリアに会員制量販店「コストコ南アルプス倉庫店」が出店する予定である。店舗面積は約 1 万 5000 平方メートルとなる。

事業用地の西側約 4 ヘクタールには、県内企業 10 社が出資予定のヒカレヤマナシ（山梨県昭和町）が農産物直売所やレストラン、アウトドア体験施設などからなる地域交流エリアを整備、運営する。

また、高速バスやシャトルバスなどが集まる交通拠点エリアも用地内に設け、南アルプスエリアの交通ハブの機能を持たせる予定となっている。

ク 第二次富士川町総合計画

「第二次富士川町総合計画（平成 30 年度～令和 7 年度）」の商工・観光に該当する箇所は下表のとおりである。

小規模事業者支援の観点からみると、①商工業振興では、既存の伝統産業や中小企業及び小規模企業への支援体制の充実、②商店街の活性化では、富士川空き店舗等情報登録制度「空き店舗バンク」を活用したサテライトオフィス支援事業やコミュニティビジネスモデル事業起業支援事業による意欲ある新規出店希望者への支援、③観光の振興では、自然環境や伝統・歴史的文化などの地域資源を活かした着地型観光の推進や滞在型、宿泊型観光を目指すとともに、体験型観光施策を推進することなどが掲げられている。

■基本構想（平成 30 年度～令和 7 年度）

将来像	暮らしと自然が輝く 交流のまち ～“生涯”快適に暮らせるまちを目指して～
基本目標	5 力強い産業と魅力にあふれたまちづくり 開通する中部横断自動車道により、静岡県や長野県方面とのアクセスが向上するほか、本町の持つ交通網の良さを生かした産業や、地域資源を活用した新たな産業の誘致、空き店舗や空き家を活用する「サテライトオフィス開設支援補助金」制度の利用促進や PR を行うなど、商店街周辺に人が集まる仕組みづくりを行います。 また、地域資源を活用した就労場所の確保や、地域の経済活力を維持し、安定的な雇用の確保を図るため、企業誘致や既存産業の振興に努め、農林業、地場産業、商工業等の異なる産業間の連携により、新たな産業展開を図ります。 観光については、県内外から多くの観光客を受け入れるため、本町を訪問する観光客が町内に滞在するしつみを構築するとともに、新たな観光資源の発掘と既存資源の魅力の向上、名物の創出、短期滞在型観光拠点の形成など、地域の今ある資源や眠っている資源を活用した新しい観光振興の展開を目指します。

■基本計画（平成 30 年度～令和 7 年度）

5 力強い産業と魅力にあふれたまちづくり	
5-2 商工業の振興	○企業誘致の推進・工業用地の基盤整備の推進／○中小企業及び小規模企業への支援 ○雇用対策の推進／○公共機関等と連携した就職支援／○空き店舗・空き工場の利用促進 ○サテライトオフィスの支援／○伝統工芸品などの販路拡大
5-3 商店街の活性化	○空き店舗の利用促進／○担い手・後継者の育成／○歩道・駐車場などの整備 ○商工会の育成支援／○商店街活性化イベントへの支援／○買い物弱者への対応
5-4 観光の振興	○観光周遊ルートの開発／○観光関連施設の整備／○他産業との連携推進 ○観光客などの受入体制の強化／○観光イベントの充実／○地域資源の掘り起こし ○特産品の開発／○観光物産協会との連携／○峡南各地域と連携した観光開発 等

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地域の課題をまとめる。

まず、人口をみると、当町の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。商業事業者にとっては、ターゲットの見直しなどによる、町内人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。

さらに、年齢 3 区分別人口をみると、高齢化率が上がり、消費構造が変化していくことから、この変化への対応が課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、デジタル化等による生産性向上等への取組が必要となる。

特産品では、当町では、立地条件の良さから、古くからゆずが生産されている。また近年は、町の新たな特産品を目指し、ラ・フランスをはじめとする西洋なしの栽培が進められている。小規模事業者においても、これら特産品を活用した加工品の開発・販売が期待されている。

観光面では、当町には、ダイヤモンド富士の絶景ポイントや、富士山を望めるトレッキングスポット、日本桜名所 100 選にも選ばれた大法師公園の桜などを求め、約 50 万人程度の観光客が来町する。一方、当町の小規模事業者の多くはこの観光客需要に対し積極的でないという現状もある。今後は、アニメ「ゆるキャン△」の聖地巡礼需要などが考えられることから、このビジネスチャンスに対応した需要獲得が課題となる。

業種別の事業所数の推移をみると、小規模事業者数は平成 24 年が 588 者、平成 28 年が 525 者と、4 年間で 10.7%減少している。また、産業別の減少率をみると、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。地域の活力維持のためには、これらの業種をはじめとした事業者数の維持が課題となっている。

業種別の課題をみると、①商業では、「ゆるキャン△」等のビジネスチャンスを活かすための IT 利活用などのスキル向上、②工業では、自社の強みを上手く活かし、他社との差別化を図ることや、市場ニーズを的確に把握しニーズに対して柔軟に対応することが課題であるといえる。

また、隣町の南アルプス市に 12 ヘクタールの敷地を有する「コストコ南アルプス倉庫店」が令和 6(2024)年を目途に誕生する。南アルプス IC を降りてすぐの好立地であり、良質で格安のガソリンスタンドも併設され、850 台の駐車場、農産物直売所、BBQ 施設、マウンテンバイクコースなど観光施設としての機能も有する。多くの県内外の集客を見込めるため、これをビジネスチャンスと捉え、隣町である本町への集客に繋げる仕組みづくりが必要であると感じている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

富士川町は人口減少及び高齢化が進んでおり、地域住民だけを対象とした現状の商売のやり方では事業者の持続的発展の実現は容易ではない。幸い、隣接している身延町及び南アルプス市が観光客や県内外の顧客を集客する施設や観光資源を有しており、本町もアニメ「ゆるキャン△」の映画の舞台となったため、地域以外の方が来町する機会が増えた。今後を見据えると、隣市の「コストコ南アルプス倉庫店」の来店客を自店の集客に繋げられる可能性もある。

そこで、地域の小規模事業者が持続的発展を実現する上で、事業者が、①地域住民だけを対象とした商売手法からの脱却を図り、観光客や県内外の新規顧客をターゲットに加えた商売を展開すること、②日本中に魅力ある情報を発信するために IT 利活用などに取り組み、販路開拓、売上増加などを達成していることを目指す。

これを実現するためには、ターゲットの見直しや他社との明確な差別化の他、地域・観光資源を有効活用した商品・サービスの開発・提供、DX（デジタルトランスフォーメーション）、IT 利活用などによる販売促進などが有効な取組であるため、当会としても重点的な支援を強化する。

②第二次富士川町総合計画との連動性・整合性

富士川町の「第二次富士川町総合計画」では、その基本構想で「①交通網の良さを生かした産業や地域資源を活用した新たな産業の誘致、②県内外から多くの観光客を受け入れるため、本町を訪問する観光客が町内に滞在するしつみを構築するとともに、新たな観光資源の発掘と既存資源の魅力の向上、名物の創出、短期滞在型観光拠点の形成など、地域の今ある資源や眠っている資源を活用した新しい観光振興の展開による力強い産業と魅力にあふれたまちづくり（基本構想より一部抜粋）」を掲げている。

前項「10 年程度の期間を見据えて」で記述した観光客や県内外の新規顧客をターゲットに加えた商売の展開や IT 利活用による販路開拓・売上増加は、この基本構想と軌を一にする目標であり、連動性・整合性がある。

③商工会としての役割

商工会は地域総合経済団体として企業の経営改善、地域における商工業の振興を図るとともに、社会一般の福祉の増進に資することを使命としており、①地域の商工業者の総合的な振興発展や社会一般の福祉の増進、②中小・小規模企業の経営支援（相談・金融・税務・労務等）、③地域の商工業者が活動しやすい事業環境の整備、④セミナー・イベント等の実施、⑤まちづくり等地域活性化の取組みなどを実施している。

このなかで当会は、事務局長 1 名、経営指導員 2 名、経営支援員 2 名、相談員 1 名の事務局 6 名体制で地域内小規模事業者の支援を行っている。

第 1 期経営発達支援計画では、以下の目標を掲げ、小規模事業者支援を実施してきた。今後は第 2 期経営発達支援計画を定め、小規模事業者の活性化に向けて全職員一丸となり取り組む。

目標（第 1 期経営発達支援計画）

(1) 地域企業の減少に歯止めをかけ、経営の見直し支援するために

- ・「経営をしっかり行える持続的な企業」の育成強化
- ・高齢化が進む経営者に対する事業継承、後継者の育成支援
- ・既存事業者の実態やニーズ（資金調達、経営改善等）にあった支援
- ・創業支援・経営革新計画支援（事業者数の減少防止）

(2)企業の売上向上や経営安定を支援するために

- ・経済動向調査を実施分析と、事業者へ情報提供
- ・需要動向調査の実施・分析・情報提供、新商品の開発や新市場の開拓支援
- ・広報支援・出展支援・IT活用・経営力向上支援による販路開拓補助

(3)観光振興及び地域活性化をはかるために

- ・『富士川町のゆず』を全国にPRする販路開拓支援
- ・『落語「鰯沢」の舞台』を中心とした交流人口の拡大に向けた支援

【目標達成に向けて】

自らの組織力向上とノウハウの蓄積を行っていくことと共に、各支援機関と連携しながら、小規模事業者の経営力向上、販売促進等を継続的に支援する。

(3)経営発達支援事業の目標

【目標①】

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・持続的経営を支援することにより、力強い事業者を創出する。

【目標②】

小規模事業者にとってビジネスチャンスとなる、アニメ「ゆるキャン△」の聖地巡礼や「コストコ南アルプス倉庫店」の開店により増加する観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えた商売を支援することで、魅力にあふれたまちづくりを実現する。

【目標③】

小規模事業者のIT利活用による販路開拓、売上増加を支援することで、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。

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

【目標①達成のための方針】

小規模事業者のターゲット顧客の見直しや他社との差別化支援のために、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。経営分析では、財務データ等からみ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く。同時に、RESASによる地域データの分析を通じて外部環境を整理する。これらの分析結果を活用しながら、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。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。

【目標②達成のための方針】

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には、魅力的な店舗・魅力的な商品づくりが欠かせない。そこで、前項「目標①」の支援に加え、魅力的な商品づくりを支援する。具体的には、特産品等を活用した事業者の商品等について、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。また、農商工連携マッチングフェアへの出展支援を行うなど、販売促進までをワンストップで支援する。

【目標③達成のための方針】

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。

【目標④達成のための方針】

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

項目	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 公表回数	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 公表回数	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（国が提供するビッグデータの活用）

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が町内の状況（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する際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が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	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山梨県商工会連合会と共同で実施する経済動向調査

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。なお、商品調査とはいっても、ターゲットとする顧客ごとにその内容は異なる。そこで、年度ごとに調査テーマを決め、観光客向け、大都市圏等での販売向け、大型店のバイヤー向け、地元客向けの4種の商品調査を実施する。

(2) 目標

項目	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
特産品を活用した商品の商品調査 調査対象事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

事業名	特産品を活用した商品の商品調査
目的	当町には「ゆず」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、当会にて需要動向調査を支援することで、顧客の声を取り入れた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	特産品を活用した商品（主に食品）、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 ※特産品を活用していない商品も調査対象とするが、特産品を活用した商品を優先的に調査する。
調査の手段・手法	年度ごとに調査テーマを定め、①観光客向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は「道の駅 富士川」などの観光客が集まる場、②大都市圏等向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は東京のイベントスペースなど、③大型店等のバイヤー向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は「農商工連携マッチングフェア」等の商談会、④地元客向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は当会女性部などの地元消費者が集まる場で調査を実施する。実施にあたっては、事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。アンケート調査は紙アンケートもしくはWEBアンケートにより実施し、経営指導員と事業者が協力して実施する。消費者向けのアンケートでは1商品あたり30名以上、バイヤー向けのアンケートでは1商品あたり3名以上のバイヤーからアンケート票を回収する。
調査を行う項目	《消費者向け調査の場合》 ☐商品の総合評価（直感的な評価） ☐味 ☐パッケージ ☐独自性（富士川らしさ） ☐価格 ☐購入意向 ☐その他改善点 等

	≪バイヤー向け調査の場合≫ ☐ 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
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が専門家と連携して分析を行う。分析では、消費者向け調査の場合は各項目について男女別、年齢別にクロス集計を実施し、結果から商品等のターゲット顧客や改良点などを抽出する。また、バイヤー向け調査の場合は、3 名以上のバイヤーの評価のなかで、共通して評価が低かった項目や共通して指摘された改善項目などをまとめる。これにより改善の優先順位付けを行う。
調査・分析結果の活用	分析結果は、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、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 ヶ年計画において、町内小規模事業者（約 500 者）の 20%にあたる 100 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 利活用を促進させるための取組を実施するため、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を実施することが課題である。

(2) 目標

経営分析支援を町内の小規模事業者に広く提供することを目標とし、5 ヶ年計画において、町内小規模事業者（約 500 者）の 20%にあたる 100 者の経営分析を目指す。これを実現するため、重複（1 度経営分析を実施した後、数年後に改善されたかを確認するためにもう 1 度経営分析を実施等）を考慮し、5 ヶ年で 120 者の経営分析を目標値と設定する。なお、当会には経営指導員が 2 名いるため、経営指導員 1 名あたりの実施件数は 12 件/年となる。

項目	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
経営分析事業者数	20 者	24 者	24 者	24 者	24 者	24 者

(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	チラシ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。
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。
分析結果の活用方法	・経営分析の結果は事業者にはフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。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。

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必ず経営分析を実施し、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。

事業計画の策定支援では、経営分析件数の約4割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、DXに向けたIT関連セミナーを開催し、ITの活用を促すことで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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
事業計画策定事業者数	7 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
IT 関連セミナーの開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(4) 事業内容

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。なお、事業計画策定事業者に対して、DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、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、DX 推進セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。												
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	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。 なお、事業計画において、DX や IT ツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に DX 推進セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。 ■ IT 関連セミナー <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td><td>すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に参加を促す</td></tr> <tr> <td>募集方法</td><td>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</td></tr> <tr> <td>回数</td><td>年 1 回</td></tr> <tr> <td>講師</td><td>県内 IT 事業者等を想定</td></tr> <tr> <td>カリキュラム</td><td>年度によりテーマを決める（令和 4 年度は「Twitter 開設・活用セミナー」を実施）。なお、セミナーの一部で共通テーマとして「DX 総論」や「各種 IT ツール紹介」などの紹介の時間を設ける。</td></tr> <tr> <td>想定参加者数</td><td>10 人/回</td></tr> </table>	対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に参加を促す	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	講師	県内 IT 事業者等を想定	カリキュラム	年度によりテーマを決める（令和 4 年度は「Twitter 開設・活用セミナー」を実施）。なお、セミナーの一部で共通テーマとして「DX 総論」や「各種 IT ツール紹介」などの紹介の時間を設ける。	想定参加者数	10 人/回
対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に参加を促す												
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												
講師	県内 IT 事業者等を想定												
カリキュラム	年度によりテーマを決める（令和 4 年度は「Twitter 開設・活用セミナー」を実施）。なお、セミナーの一部で共通テーマとして「DX 総論」や「各種 IT ツール紹介」などの紹介の時間を設ける。												
想定参加者数	10 人/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アウトカム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、原則四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、四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売上増加割合が 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 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	7 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
頻度 (延回数)	四半期毎 (28 回)	四半期毎 (40 回)	四半期毎 (40 回)	四半期毎 (40 回)	四半期毎 (40 回)	四半期毎 (40 回)
売上増加事業者数	-	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
経常利益増加事業者数	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 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	四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（計画実施が何らかの理由により遅れている、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、商圏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 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
①農商工連携マッチングフェア 出展事業者数	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②「IT 関連セミナー」後の実行支援事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
(BtoB の場合) 成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
(BtoC の場合) 売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①農商工連携マッチングフェアの出展支援（BtoB）

事業名	農商工連携マッチングフェアの出展支援
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	（主に特産品を活用した食品を販売している）食料品製造業
訴求相手	県内のバイヤー
展示会等の概要	山梨県商工会連合会及び県下 23 商工会が、山梨県及び県内の中小企業支援機関、金融機関、JA 等と連携して開催する展示・商談会である。出展者は、互いの経営資源や地域資源を活用して開発した商品等の商談や販路開拓を実施できる。令和 4 年 1 月はコロナ禍によりオンライン商談会となり、出展者数 28 社、バイヤー数 12 名となった。なお、令和 3 年 1 月の開催は、出展者数 71 社、来場者数 175 名であった。
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。

②「IT 関連セミナー」後の実行支援（BtoB, BtoC）

事業名	「IT 関連セミナー」後の実行支援
目的	現代において、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（業種等問わず） ※事業計画を策定した事業者を重点的に支援
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	IT を活用した販路開拓といっても、実施したい内容は各事業者で異なる。そこで、各事業者の実施したい内容を基にオーダーメイド型の支援を実施する。具体的には、『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する「IT 関連セミナー」において紹介した IT による販売促進の方法（ホームページ制作、EC サイト利用、SNS の活用等）から事業者が選択した内容について、経営指導員や IT 専門家によるハンズオン支援を実施する。
支援の手段・手法	「IT 関連セミナー」において、IT を活用した販路開拓を行いたい事業者を掘り起こす。その後、経営指導員や IT 専門家による支援を実施する。支援にあたっては、IT を活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿った IT 導入～運用支援を行う。これらの支援により新規顧客の獲得を目指す。
期待効果	BtoB の場合：新たな取引先の獲得を狙う、BtoC の場合：売上拡大を狙う。

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】

現状、経営発達支援計画の評価を「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」により実施。事業の評価に加えて、より成果を出すための助言を受け、事業の見直しを進めてきた。

【課題】

これまでの取組に特段の課題はないため、今後も継続して事業を実施する。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
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	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】（事業の計画・見直し） (a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 (b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。 【DO】（事業の実行） (c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。 (d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に適時入力する。 【CHECK】（事業の評価） (e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。 (f) 月 1 回の定期ミーティングにて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。 (g) 年 1 回の「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。 ※「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」の実施の流れ i 富士川町産業振興課長、富士川町商工会職員（事務局長、法定経営指導員等）、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」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「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う。 ii 当該「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」の評価結果は、当会理事会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当会ホームページ（http://www.fujikawa-shokokai.com/）へ掲載（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。 【ACTION】（事業の見直し） (h) 「経営発達支援計画評価・見直し作業委員会」の評価を受け、年 1 回、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。

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のが課題である。

(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	
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 山梨県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体等が主催する研修に参加する他、中小企業大学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4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）	
事務局長 法定経営指導員 1名 経営指導員 1名 経営支援員 2名 相談員 1名 富士川町 産業振興課	
(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： 望月 信幸	
連絡先： 富士川町商工会 TEL. 0556-22-0870	
②法定経営指導員による情報の提供及び助言	
経営発達支援計画の実施・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	
〒400-0501	
山梨県南巨摩郡富士川町青柳町 319-1	
富士川町商工会 総務振興課	
TEL： 0556-22-0870 ／ FAX： 0556-22-0833	
E-mail： fujikawa@shokokai-yamanashi.or.jp	
②関係市町村	
〒400-0592	
山梨県南巨摩郡富士川町天神中條 1134	
富士川町 産業振興課	
TEL： 0556-22-7202 ／ FAX： 0556-22-5516	
E-mail： sangyou@town.fujikawa.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	1,150	1,150	1,150	1,150	1,150
1. 経済動向調査事業費	50	50	50	50	50
2. 商品ニーズ調査事業費	200	200	200	200	200
3. 経営分析事業費	200	200	200	200	200
4. 事業計画策定支援事業費	300	300	300	300	300
5. 講習会開催事業費	200	200	200	200	200
6. 本計画評価・見直し事業費	100	100	100	100	100
7. 資質向上研修事業費	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
伴走型小規模事業者支援推進事業補助金、 各種補助金（国、県、町、公的団体等） 会費、手数料収入等

(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