

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	昭和町商工会 (法人番号 4-0900-0500-1205) 昭和町 (地方公共団体コード 193844)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>目標① 小規模事業者の中長期視点による経営意識醸成と実効性ある事業計画策定支援・フォローアップで経営力向上を図る。</p> <p>目標② 「対話と傾聴」「大学連携による支援」「デジタル技術活用」により、小規模事業者の強みを活かした販路拡大を図る。</p> <p>目標③ 不安定な創業者および事業承継者に対する支援強化で、事業の安定と定着化を図る。</p> <p>目標④ 大型店等に負けない小規模事業者の価値創出と存在アピールで事業領域確保を図る。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 国のビッグデータだけでなく、地域性を踏まえた独自調査データ（昭和町小規模事業景況調査/AI・デジタル化・IT活用調査）等を活用し、地域経済の動向を掴む中で、小規模事業者に対する的確な支援に繋げる。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 予測（勘や経験値）による経営から脱却させ、ターゲットを設定した調査実施と、分析支援を通して、小規模事業者の効果的な事業計画策定や販路開拓支援に繋げる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 各種調査データ及び新システム「商工会プラス」による分析結果を活用し、「対話」と「傾聴」の中で、実効性ある事業計画の策定支援に繋げる。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 対話と傾聴で、「中長期視点による経営」と「ITの有用性」を推進する中で、実効性ある事業計画策定を支援し、小規模事業者の経営安定と強化を図る。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画と進捗状況の差異・抱える課題を確認し、状況（重要度・緊急度）に応じたフォローアップ支援（再プランニング等）を事業者ステージに応じ実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 従来支援に新たな支援「商品開発とIT活用に対する専門家派遣と大学連携」をプラスし、商圏拡大による需要開拓を図る。</p>
連絡先	<p>昭和町商工会 振興課 〒409-3866 山梨県中巨摩郡昭和町西条 902-1 TEL:055-275-3344 FAX:055-275-3346 E-mail:info@showaf.com</p> <p>昭和町 環境経済課 〒409-3880 山梨県中巨摩郡昭和町押越 542-2 TEL:055-275-8355 FAX:055-275-5250 E-mail:kankyo@town.yamanashi-showa.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

ア 昭和町の現況

山梨県の中西部に位置する昭和町(以下、本町)は、1942年7月に昭和村として発足した後、1971年4月の町制施行を経て現在に至るが、俗に云う平成の大合併では、多くの市町村が合併を選択する中で、行政サービス維持を目的に単独の道を選んだ県内では数少ない地域である。また山梨県内では唯一の平地(山間部を有しない)エリアであり、また交通アクセスの良さから、2つの工業団地(①町東部に位置し、山梨県テクノポリス計画の基幹工業団地である国母工業団地 97ha ②町西北部に位置する釜無工業団地 66ha)を有し、この存在が雇用と財政の面から行政を支えている。そして本町を語る上で欠かすことのできない項目に、大規模土地区画整理事業が有り、2000年2月のイトーヨーカドー甲府昭和店出店、さらに2011年3月によるイオンモール甲府昭和の出店が、本町の商業集積化と宅地化を爆発的に加速化させる要因となっている。町面積約9k㎡・人口2万人・高い人口密度でコンパクトである本町は、住民および商工業者にとって魅力と可能性が秘められており、県内唯一の人口増加エリアである事実が、それを証明していると思われる。

なお、昭和町商工会(以下:本会)の管轄区域と、本町の行政区域は同じであり、本計画で使用する昭和町データについても管轄区域は全て一致している。



<交通面>

山梨県の玄関口である中央自動車道甲府昭和IC、国道20号線、山梨新環状道路など主要幹線道路が交差し、さらにJR身延線は南北を縦断し、当町には2駅(国母駅・常永駅)が存在する。



釜無工業団地(写真左)
(撮影場所:イオン屋上より)



イオンモール甲府昭和
(撮影日時:土曜日 am11:00)

イ【人口】

(a) 昭和町の人口・世帯数の推移

	2018年 (H30)	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)
総人口(人)	20,066	20,277	20,452	20,661	20,822	21,090	21,216
男性(人)	10,052	10,191	10,278	10,372	10,453	10,552	10,642
女性(人)	10,014	10,086	10,174	10,289	10,369	10,538	10,574
世帯数(戸)	8,639	8,716	8,885	9,085	9,246	9,455	9,606

*昭和町_行政区別_人口世帯数統計表より作成

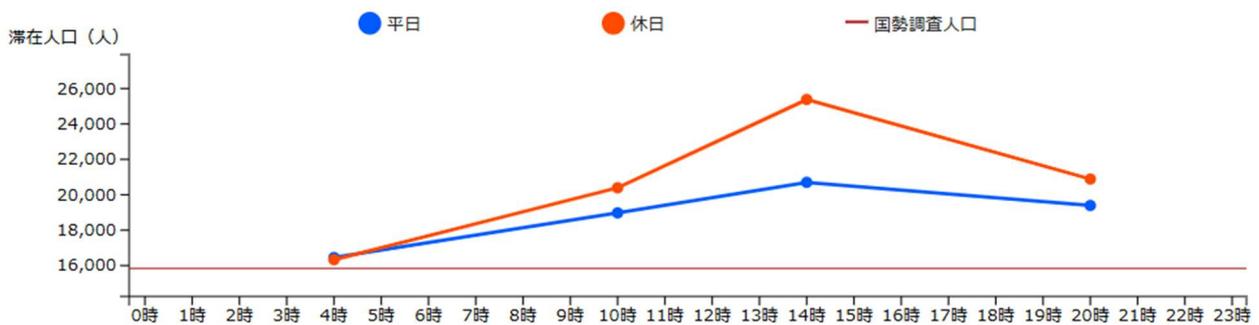
本町の人口は、平成30年3月の段階で20,066人であったが、令和6年3月現在では21,216人と5.7%増加し、そして世帯数についても8,639世帯(平成30年)から9,606世帯(令和6年3月)と11.1%増加している。これは町内宅地開発による近隣市町からの移住者の増加もあるが、親から独立し、結婚した子供世帯による増加も含まれ、居住エリアとしての人気の高さが推測できる。

(b) 昭和町の滞在人口/15歳以上80歳未満/2023年6月

	A: 国勢調査人口	B: 滞在人口(人)	C: 割合(B/A)
平日	15,840人	20,701人	1.3倍
休日		25,381人	1.6倍

*資料 RESAS より

(c) 昭和町の滞在人口/15歳以上80歳未満 2023年6月における時間別推移



*資料 RESAS より

上記数値およびグラフ (b) (c) は、2023年6月における本町滞在人口(15歳以上80歳未満)を示した数値であり、国勢調査人口に対して平日1.3倍、休日1.6倍の推移が確認でき、また時間別推移では、平日および休日ともに午前10時から上昇し、午後2時をピークに下降している。この背景には、本町ランドマークであるイオンモール甲府昭和店への桁外れの集客力があると推測できる。

ウ 商工業者・小規模事業者

(a) 昭和町の商工業者・小規模事業者数の推移

	2011年 (H23)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)
商工業者数	1,146	1,511	1,571	1,618	1,661	1,689
小規模事業者数	910	1,055	1,109	1,151	1,167	1,203
小規模事業者の割合	79.4%	69.8%	70.6%	71.1%	70.3%	71.2%
(建設業)	128	181	183	182	188	195
(製造業)	101	72	74	79	78	77
(卸・小売業)	266	206	219	221	225	226
(飲食業)	192	223	237	249	242	250
(生活関連サービス等)	223	373	396	420	434	455
廃業件数	---	28	16	15	33	---

*商工会事業所管理システムより作成

上表は、本町の商工業者と小規模事業者数の推移を示したものである。注目すべきは2011年データ（イオンモール甲府昭和店オープン年）からの推移であり、商工業者は2024年比では147%・小規模事業者に関しては132%の大幅増となっている。これはイオン集客力の影響が及ぶ周辺エリアへの飲食業・生活関連サービス業者の起業増加があると推測でき、また反面でイオン影響による卸小売業の減少が推測される。

(b) 昭和町の小規模事業者の現況

	全業種	飲食業	建設業	製造業	小売業	サービス業
今期業況	-22.0%	-20.0%	0.0%	-30.0%	-40.0%	-20.0%
※前回今期業況	-8.0%	10.0%	-10.0%	-20.0%	-20.0%	0.0%
前年同期比	0.0%	10.0%	0.0%	-30.0%	-20.0%	40.0%
※前回前年同期比	14.0%	80.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-10.0%
前期比	-2.0%	40.0%	-10.0%	-10.0%	0.0%	-30.0%
※前回前期比	-2.0%	40.0%	-10.0%	-10.0%	0.0%	-30.0%
前期比来期見込	6.0%	20.0%	-20.0%	10.0%	-10.0%	30.0%
※前回前期比来期見込	18.0%	50.0%	0.0%	10.0%	-10.0%	40.0%
今期比来期見込	12.0%	10.0%	30.0%	0.0%	-10.0%	30.0%
※前回今期比来期見込	14.0%	40.0%	0.0%	10.0%	-20.0%	40.0%

*資料：昭和町商工会 会員景況調査より

今期 = 令和5（2023年）7～12月
 前期 = 令和5（2023年）1～6月
 来期 = 令和6（2024年）1～6月
 前年同期比 = 令和4（2022年）7～12月

本会では、管内の小規模事業者を対象に「昭和町小規模事業者経営実態調査」を行っているが、回収率の伸び悩みを受け、さらなる独自調査「昭和町商工会 会員景況調査」を年2回実施している。サンプルとなる企業数は決して多くはないが、経営指導員が直接訪問し、調査票を100%回収する調査分析である。

【今期業況】

5業種全体の業況判断DI▲22.0%で、前回調査(▲8%)より数値を大きく落としている。建設業以外の業種はマイナス域であり、前回調査で回復基調が見られた飲食業も数値は悪化し、さらに小売業に関しては▲40.0%と最も不景気であることが分かる。

【前年同期比】

業種別ではサービス業が40.0%の成長で好調を見せたが、製造業および小売業によるマイナスと飲食業の数値悪化を受け、業種全体では前回+14.0%から0.0%と数値が落ちている。

【前期比】

全数値に変化は無し

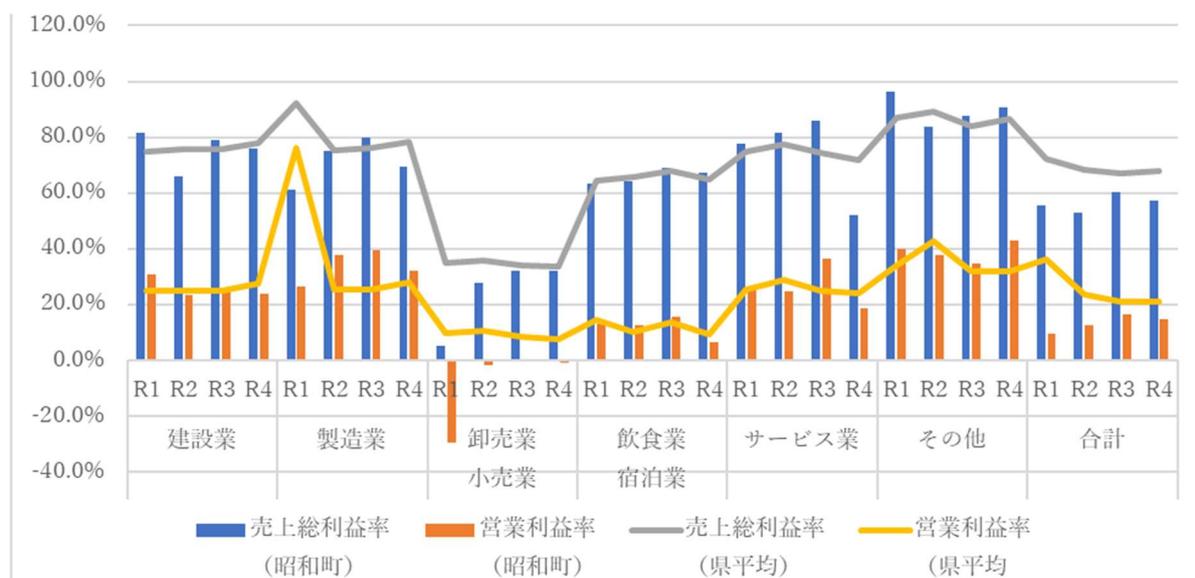
【前期比来期見込】

前回調査18.0%に対し、今回ポイント6.0%と数値を落とし、特に建設業はマイナス域に転じ、飲食業はプラス域にあるものの大幅に数値を落としている。

【今期比来期見込】

全業種12.0%で、前回調査から比べると数値の変動は小さいが、建設業(プラス域増)と飲食業(プラス域減)では、数値が大きく動いている。

総合的には全体的に業況は厳しいと判断でき、多くの課題に直面する小規模事業者に対し、各業種・事業者のステージに応じた支援を展開する必要がある。



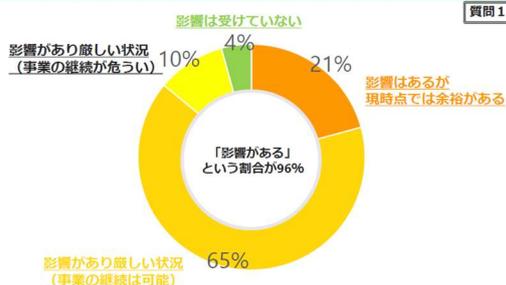
*資料：昭和町_業種別経営状況分析表より

②課題

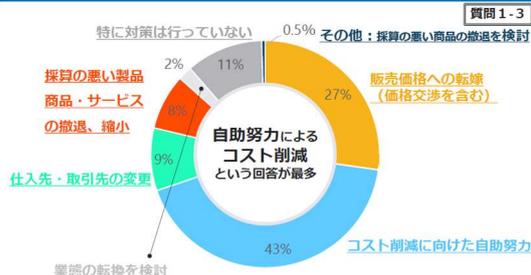
ア 昭和町の小規模事業者が抱える経営課題

上の分析グラフは、県下23商工会で行っている小規模事業者に対する決算指導データを入力し、さらに昭和町を抽出・分析したものである。指導対象者(県内約5,300件と昭和町約200件)の過去4年間の抽出では、売上・売上原価・販管費を基に算出した「売上総利益率」と「営業利益率」の推移をまとめているが、一見、全業種において安定した経営状況の雰囲気があるが、卸売業・小売業は営業利益が出せず厳しい経営が続いており、さらにサービス業R4に関しては、前年比で売上総利益率と営業利益率の下落幅が大きく、原材料価格や人件費高騰の影響を受けていると推測する。

物価・コスト高騰による経営への影響について



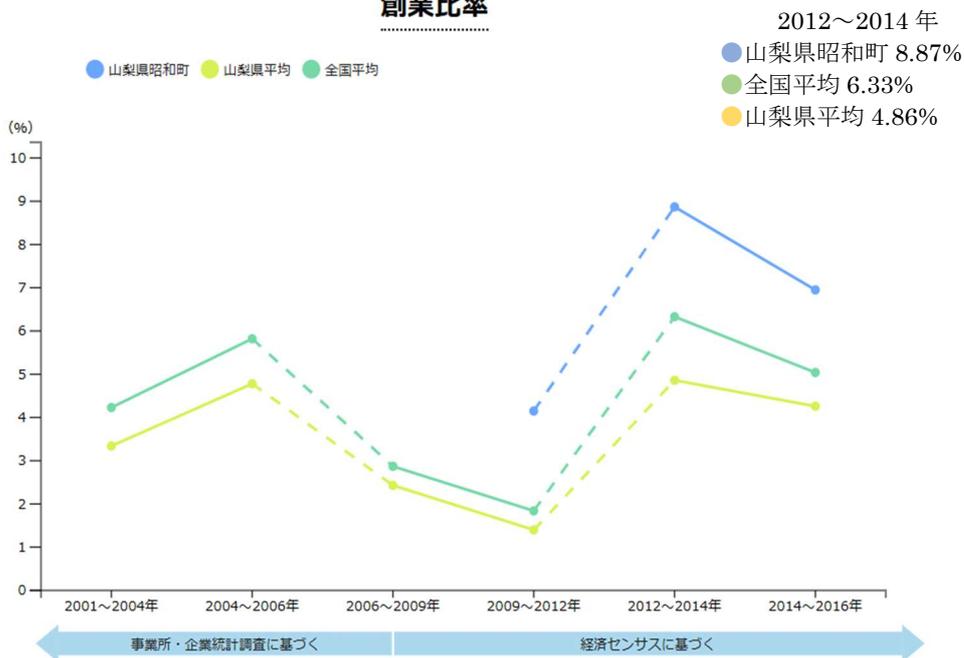
物価・コスト高騰への対策として行っていること



令和5年度 中小企業景気動向調査 付加調査

また上の円グラフ（四半期ごとに行う景況調査）は、令和5年度に165社（製造業37社・建設業25社・小売業50社・サービス業53社）に対し、付加調査（テーマ：物価高騰・コスト高騰・価格転嫁）を実施した結果であり、左円グラフでは事業者の96%が影響を受け、内10%の事業者が事業継続は危うい状況にある。また右円グラフでは43%の事業者がコスト削減し、他にも事業者は仕入先や取引先の変更・商品サービスの見直し・業態転換の検討など、外部環境の変化に対する自発的な経営努力を行っていることから、本会支援による各種分析・事業計画策定・策定後フォローアップ・販路拡大などが重要であると捉えている。

創業比率



*資料 RESAS より

イ 昭和町の地域課題

約9k㎡の面積内に人口21,216人が居住する本町は、人口密度が高いため事業者にとっては魅力あるエリアである反面、複数の大型小売店の存在があるため、商業関係の事業者は影響を受け易く、経営意欲を失う小規模事業者も少なくない。上表グラフは、全国・山梨県・本町における創業推移を示したもののだが、2012年～2014年をピークに本町の変動が特に際立っていることがわかる。この背景には、商業環境に大きな影響を与えたイオンモール甲府昭和（2011年3月オープン）の

存在があり、集客力ある大型店周辺への創業者増加と、後に厳しい現実（競争と高い地価・家賃）を知ることによる撤退事業者があると捉えている。山梨県内で最も都会的で、人口が増加し続ける町であるが故に、従来の地域特性・地域愛が失われつつあり、さらに住民関係も希薄化（自治会への未加入世帯の増加など）していることから、住民融和と地域愛の醸成が課題となっている。

ウ 昭和町第7次総合計画における課題

「昭和町第7次総合計画（令和6年度～令和13年度）」の商工業部分について抜粋

■基本理念：「にぎわいと活力のある町を目指す」

■テーマ① 活力ある商工業の振興

魅力的な賑わいの場（商業・サービス地区）の形成として、大型小売店と中小事業者が共に活躍できるバランス化（地元商工業者の事業領域確保）を図り、強みを活用した付加価値向上・新製品・新技術開発等の自助努力支援を商工会連携で行う。

■テーマ② 雇用維持・創出に繋げる起業と事業承継支援

起業および事業承継に対する支援により、起業後および承継後の事業安定化と雇用創出に繋げると共に、地域ニーズに応えるコミュニティ・ビジネスを促進する。

【昭和町の課題】	【昭和町の施策】
<p>① 事業者の事業領域確保 魅力的な賑わいの場として商業・サービス街区の形成を図りながら、地元事業者の事業領域を確保することなどが求められる。</p>	<p>① 魅力ある個店づくりに向け、商工会連携により経営力向上支援を展開する。</p>
<p>② 商工業者の経営の安定化 融資制度等の周知・活用を促し、経営の安定化を図る必要がある。</p>	<p>② 商工会連携による経営支援や講習会等により、事業者の経営改善・経営革新・商業人材の育成を行う。</p>
<p>③ 商工業者の販路拡大 付加価値創造・販路拡大支援が求められる。</p>	<p>③ 商工会連携により、事業者の強み活用による新しい付加価値創造と販路開拓を支援する。</p>
<p>④ 中小企業の育成と受注確保 強み活用と企業間連携等により付加価値向上を図り、時代に即した新製品や新技術の開発等が求められている。</p>	<p>④ 商工会連携による施策検討と支援を実施し、国県等の資金制度・補助金等も有効活用を促進する中で、経営改善および技術力の向上を図る。</p>
<p>⑤ 起業および事業承継の支援強化 関係機関との連携を図り、相談・指導や研修機会の提供が求められている。</p>	<p>⑤ 商工会と関係機関による相談窓口・連携支援により、起業と事業承継の実現と定着化を図る</p>

*昭和町第7次総合計画に基づく商工業政策より作成

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

これまでの現状と課題、そして本町の第7次総合計画を踏まえ、地域経済を支えている小規模事業者の長期的な振興のあり方を以下のとおり定め、これを実現すべく本会は支援を実行する。

■小規模事業者の長期的な振興のあり方

10年後の小規模事業者が（以下、各ア・イ・ウ・エと続く）

- ア 利益確保と中長期的視点による経営実現で、顧客と取引先から信頼を得ていること
管内の小規模事業者の多くに、売上に対する意識は高いが、利益確保と資金繰りに対する意識が低く、一過性で経営を行う事業者がある。これに対し本会は、流行に敏感であっても、中長期的視点に基づき舵取りができる小規模事業者の育成等により経営力向上を図る。
- イ 常に経営環境の変化を察知し、計画的に対応策を実行していること
原材料や人件費高騰だけでなく、本会の管内小規模事業者に関しては、競合店の出現（頻繁にある個人創業／大型店／県外資本店など）も脅威となる。これに対し本会は、小規模事業者が苦手とする経営分析・計画策定、そして策定後のフォローアップ等を伴走支援し、経営安定と強化を図る。
- ウ 強みを生み出し、強みを活用した販路拡大ができてきていること
小規模事業者が持続的な経営を行うためには、魅力・強みを活かした経営が必要となる。しかし管内小規模事業者には、自身の強みを理解せず経営する者もあることから、当会は傾聴と対話の中で強みを発掘し、また強みを活かした経営、そしてデジタル技術も活用する中で販路拡大支援を展開する。
- エ 創業後および事業承継後の事業が定着していること
管内における小規模事業者数は、前年比 103%（本計画 3 頁記載）ではあるが、隠れた存在に、早期に撤退する創業者がいる。また事業承継に関しては、R1 昭和町商工業者経営実態調査の設問では、廃業予定者 15%・後継者未定 23%であることから、本会は創業と事業承継に対する支援の重要性を再認識し、実効性と事業定着化に繋がる支援を強化する。

②昭和町第7次総合計画との連動性・整合性

前項「①10年程度の期間を見据えて」で示した10年後の小規模事業者のあるべき姿と「昭和町第7次総合計画」の関係は下表のとおりであり、連動性と整合性がある。

課題と施策	※6 頁に詳細記載あり	上項①10年後の小規模事業者のあるべき姿
①事業者の事業領域確保 魅力ある個店づくりに向け、商工会連携により経営力向上支援を展開する		ア・イ・ウ
②商工業者の経営の安定化 商工会連携による経営支援や講習会等により、事業者の経営改善・経営革新・商業人材の育成を行う。		ア・イ
③商工業者の販路拡大 商工会連携により、事業者の強み活用による新しい付加価値創造と販路開拓を支援する。		ウ
④中小企業の育成と受注確保 商工会連携による施策検討と支援を実施し、国県等の資金制度・補助金等も有効活用を促進する中で、経営改善および技術力の向上を図る		ア・イ・ウ
⑤起業および事業承継の支援強化 商工会と関係機関による相談窓口・連携支援により、起業と事業承継の実現と定着化を図る		エ

③商工会としての役割

本町の総合計画期間が10年から8年に変更され、令和6年度から新たにスタートした第7次総合計画においても、基本目標は「未来への魅力あふれる昭和町 ― 暮らしやすさ一番を目指して」、そ

して商工業振興に関しても「にぎわいと活力のある町を目指す」が継続目標と設定されている。

管内唯一の総合経済団体として本会は、地域経済を支えている小規模事業者の持続的発展・活躍こそが、当町8年後の目標達成に繋がると捉え、前述（6頁）記載の本町総合計画の課題解決に向け、行政と連携する中で「10年後の小規模事業者のあるべき姿」を目標に行動する。そして対話と傾聴の中から小規模事業者の強みを発掘し、さらに強みを活かした企業価値創出と小規模事業者のステージに応じた支援（経営分析・事業計画策定・計画策定後フォロー・需要開拓）で、経営力の底上げを図っていくことが本会の役割であると捉えている。

（3）経営発達支援事業の目標

（1）地域の現状及び課題、（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえた上で、今後5年間の事業実施期間で取組む目標を下記4つと設定する。

目標① 小規模事業者の中長期視点による経営意識醸成と実効性ある事業計画策定支援・フォローアップで経営力向上を図る。

目標② 「対話と傾聴」「大学連携による支援」「デジタル技術活用」により、小規模事業者の強みを活かした販路拡大を図る。

目標③ 不安定な創業者および事業承継者に対する支援強化で、事業の安定と定着化を図る。

目標④ 大型店等に負けない小規模事業者の価値創出と存在アピールで事業領域確保を図る。

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①～目標④】により、小規模事業者が経営力を養い、中長期的な視点で経営することで安定経営に繋がり、地域の活力創出となることから、本町の基本理念「にぎわいと活力のある町を目指す」の到達で裨益へと繋がる。

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7年4月1日～令和12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】

「小規模事業者の中長期視点による経営意識醸成と実効性ある事業計画策定支援・フォローアップで経営力向上を図る」ため、まずは地域の経済動向調査（本会独自調査および国が提供するビッグデータ）を活用し、外部環境を整理する。次に経営分析（財務分析および非財務分析SWOT等）により経営状況を明らかにした上で、対話と傾聴の中から全ての経営課題を整理し、小規模事業者に気付きと自発的意欲を目覚めさせる。経営指導員は小規模事業者を4段階のステージに区分する中で前述の分析結果を活用し、中長期視点で実効性ある事業計画策定と事業計画策定後のフォローアップを行う。

【目標②達成のための方針】

「対話と傾聴・大学連携による支援・デジタル技術活用により、小規模事業者の強みを活かした販路拡大を図る」のために、まずは、小規模事業者自身による「強み」と第三者視点による「強み」の発掘と差異を検証する。そして両者強みの価値を理解できる本来のターゲットを設定した上で、上項目①にある支援（外部環境整理・経営分析・事業計画策定）を行い、販路拡大支援へと繋げる。具体的販路開拓支援としては、従来支援「一店逸品事業（くらしの便利帳の紙媒体とデジタル版製作と逸品フェア開催）、そして快適住居スマイル工房事業（チラシ紙媒体とデジタル版製作・展示会）」に加え、新たに第三者（専門家および大学）と需要動向調査結果を交えた「強み」のブラッシュアップと創出及びデジタル技術を活用した販促支援も行い、売上利益の向上を図る。

【目標③達成のための方針】

「不安定な創業者および事業承継者に対する支援強化で、事業の安定と定着化を図る」ために、これまでの支援内容を改善する。創業支援に関しては、これまでが創業塾（集団支援）によるものであったことから、自身の事業イメージ確立に届いていなかった。これを受け経営指導員と専門家による個別支援を充実させ、外部環境整理・経営分析（財務分析および非財務分析SWOT等）を踏まえた実効性ある創業計画策定支援と計画策定後の支援を行う。また事業承継支援に関しては、「事業承継診断シート」を活用した状況確認を実施し、要支援者に対する早期接触とヒアリングを経営指導員が行い、金融機関や専門家（事業承継引継ぎセンター等）と連携する中で、外部環境整理・経営分析（財務分析および非財務分析SWOT等）を踏まえ、実効性ある事業承継計画策定と策定後の支援を行う。

【目標④達成のための方針】

「大型店等に負けない小規模事業者の価値創出と存在アピールで事業領域確保を図る」ために、まずは小規模事業者が個々の力を備える必要があり、そのために上述（目標①②③）がある。

そして総合計画にある「活力ある商工業の振興」と「地元商工業者の事業領域確保」に繋げるため、さらに地域住民に管内小規模事業者の存在と価値を発信すべく、行政連携により「ふるさとふれあい祭り」「お仕事探索わくわくウォーク」「くらしの便利帳」「快適住居スマイル工房」を実施する。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が実効性ある事業計画を策定し、経営改善等に繋げるためには、業界や地域の経済動向を正しく捉える必要がある。しかしながら本会が行ってきた調査は、比較的広域（全国や県内）な内容が主であったことから、管内小規模事業者が求める内容との差異があった。今後は、地域性を踏まえた調査内容も加え、さらに迅速な調査実施と情報提供（会員だけでなく、管内全事業者に対し）、そして経営指導員は調査結果を踏まえ支援を行うことが重要である

(2) 目標

調査名／公表回数	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①中小企業景況調査	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
②昭和町小規模事業景況調査	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
③ビッグデータの活用	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
④AI・デジタル化・IT活用調査 (新規)	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①中小企業景況調査	
目的	町内事業者の状況を県平均や近隣市町と比較することで、本会の支援方針を決める際の基礎資料として、また小規模事業者支援（分析や事業計画策定など）の際に参考とするため実施。
手法	経営指導員が巡回にて調査表を用いたヒアリング方式で行い、事業者の経営に役立てるため、調査結果は本会ホームページでの公表だけでなく、簡易印刷し事業者支援の基礎資料として適宜使用する。
項目	・売上（出荷）高の変動状況 / ・売上単価、在庫量、取引先の変動状況 ・採算状況 / ・資金繰り状況 / ・経営上の問題点
公表方法 活用方法	①分析結果は本会ホームページ公表で、管内事業者へ周知する。 ②本会支援方針を協議する際の基礎資料として活用する。 ③小規模事業者の事業計画策定支援に対する基礎資料として活用する。
調査対象	・小規模事業者4つの産業（製造業・建設業・小売業・サービス業）全国8,000件／山梨県165件／昭和町8件の財務状況を分析する
分析	全国商工会連合会
時期	四半期ごと（6月、9月、12月、3月）

②昭和町小規模事業景況調査	
目的	上項目①中小企業景況調査に、対象企業と調査項目を追加することで、町内企業の実態に合わせた調査とするために実施
手法	上項目①中小企業景況調査と同様
項目	上項目①の中小企業景況調査に、業況・売上（客数・客単価）・採算・資金繰り・借入難易度・設備投資・経営上の問題点などを追加
公表方法 活用方法	上項目①中小企業景況調査と同様
調査対象	上項目①調査に、町内小規模事業者42件（製造業3件、建設業8件、小売業13件、サービス業18件）を追加し、計50件による財務分析を行う
分析	本会の経営指導員と専門家連携による分析
時期	年2回（6月、12月）

③ビッグデータの活用	
目的	本地域の経済状況や各産業の現状を事業者提供し、また事業計画策定支援等に活用するため、RESAS（地域経済分析システム）を活用した経済動向分析を行う
手法	経営指導員が状況に応じ、RESASを使用し必要な項目を分析する。分析結果については、事業者の経営に役立てるため、本会ホームページでの公表だけでなく、簡易印刷し事業者支援の基礎資料として適宜使用する。
公表方法 活用方法	上項目①②と同様
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域経済循環マップ <ul style="list-style-type: none"> ・ 生産分析 _ 産業別経済動向／他産業に及ぼす影響度の把握と分析 ・ 支出分析 _ 「総支出」「民間消費」「民間投資」などの流出入状況の把握と分析 ■ 産業構造マップ <ul style="list-style-type: none"> ・ 各業種の構造・比較・年間商品販売額 _ 産業別の年間商品販売額・増減・推移の把握と分析 ■ 経営環境分析シート <ul style="list-style-type: none"> ・ 業界動向（規模、増減）に関する統計データの把握と分析 ■ まちづくりマップ <ul style="list-style-type: none"> ・ From-to 分析（滞在人口）どの地域から来町分析（平日・休日、男女、年代） ・ 滞在人口率（自治体人口に対する滞在人口_月刊平均比較を把握・分析 ・ 事業所立地動向 電話帳登録指定エリア内の産業別割合や事業所・店舗数推移の把握・分析
分析	本会の経営指導員
時期	年2回（6月、12月） ※上項目②昭和町小規模事業景況調査に合わせる
④A I・デジタル化・IT活用調査（新規）	
目的	本会が各事業者のステージを確認するだけでなく、小規模事業者に同業種のデジタル活用状況を把握させ、生産性や競争力向上への意欲を創出させるために実施する。
手法	経営指導員が巡回・窓口・各種セミナー開催時に調査表（調査7項目）を配布し、その場または後日に回収する。回答方法は①用紙へ直接記入 または②用紙QRコードからのデジタル回答のどちらか
項目	Q1. 経営上の課題解決のために、デジタル化やIT活用を考えているか？ Q2. 経営上の課題は何ですか？ Q3. 売上利益拡大のため、デジタル活用で具体的な考え、取組みたいことは？ Q4. 生産性品質向上のため、デジタル活用で具体的な考え、取組みたいことは？ Q5. 組織管理体制強化のためデジタル活用で具体的な考え、取組みたいことは？ Q6. その他の課題解決のためデジタル活用で具体的な考え、取組みたいことは？ Q7. 商工会によるデジタル活用に関する相談窓口を希望されますか？
公表方法 活用方法	①分析結果は状況に応じ、本会ホームページによる公表で管内事業者へ周知する。 ②本会支援方針を協議する際の基礎資料として活用する。 ③収集データは通年管理（スプレッドシートにて）し、小規模事業者のステージを経営指導員が共有する。
調査対象	管内小規模事業者
分析	本会の経営指導員
時期	随時（巡回窓口およびセミナー開催時）

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

管内の小規模事業者は、自身の商品開発・販売に関して、顧客や取引先のニーズ把握の重要性を感じつつも、経営資源の不足などを理由に需要動向調査を行えず、予測（勘や経験値）で経営する者が多く、販路開拓等に苦戦する状況が見受けられる。事業者の販路開拓を効果的に進めるためには、ターゲットに対するニーズ調査とプロモーション連動が重要であることから、販路開拓支援の中に「需要動向調査」を組み込んだ支援策の構築と専門家意見等を取入れる必要がある。

(2) 目標

実施調査名	年度	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①一店逸品事業 ア_くらしの便利帳ニーズ調査対象事業者 イ_逸品フェアニーズ調査対象事業者		192 者	200 者	200 者	200 者	200 者	200 者
		未	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②快適住居（スマイル）工房事業による 消費者の満足度調査対象事業者		36 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
③農商工マッチングフェア・トレジャーマーケット・物産展・ 工業展等におけるニーズ調査対象事業者		8 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

※現状は令和5年度における実績数値

(3) 事業内容

①「一店逸品事業」におけるニーズ調査

本会では平成19年より、小規模事業者の魅力ある技術・商品・サービスを「逸品」と称し、消費者に選ばれる店作りと地域商工業の活性化に繋げるため、地域住民にPRする「一店逸品事業」を展開している。PRツールはカタログ（くらしの便利帳）の発刊とデジタル版発信、そして展示会（逸品フェア）の開催であるが、顧客ニーズの収集機会として位置づけ、需要動向調査を実施する。

ア_くらしの便利帳：ニーズ調査

目的	勘や経験値でなく、顧客ニーズとプロモーションを連動させるため
対象	事業者：くらしの便利帳に掲載した全事業所 顧客：ポスティング22,000世帯（当町6,300世帯+隣接市町15,700世帯） 公共施設設置1,000部（医療機関・商業施設・コンビニ・ビジネスホテル）
調査の 手段手法	当町および近隣市町の住民に対し、管内小規模事業者の逸品情報をポスティング等で届け、本カタログ記載QRコードを介するニーズ調査
調査項目	①居住エリア ②性別 ③年齢 ④家族構成 ⑤掲載情報（店舗・逸品）に対する意見 ⑥あなたが逸品と感じる未掲載情報 ⑦本カタログに対する意見
分析の 手段方法	本会の経営指導員と事業者、必要に応じ専門家連携による分析 ※一店逸品事業委員会に全事業所の分析結果を報告する
活用	次年度6月末までに収集データの分析を終わらせ、分析結果を踏まえた逸品のブラッシュアップおよび事業計画策定に繋げる。（必要に応じ専門家派遣を活用）
時期	年1回：4か月間（12月～3月）

イ_逸品フェア：ニーズ調査

目的	勘や経験値でなく、顧客ニーズとプロモーションを連動させるため
対象	事業者：全出展事業者 顧客：来場の消費者およびバイヤー
調査の 手段手法	町内大型店を会場に、事業計画策定後の小規模事業者約5店が参加するフェアであり、事業者と経営指導員で事前作成した調査表を用い、約2万人の一般来場者とバイヤーを対象とした調査で生の声を収集する。
調査項目	○消費者向け ・基本情報（年代・性別・居住エリア） ・選定ポイント（価格感・味・雰囲気・パッケージデザインなど） ・他（商品要望・購買頻度、商品・役務の満足度など） ○バイヤー向け ・選定ポイント（商品ニーズ、価格感・商品要望など） ・満足度の評価は5段階（満足・やや満足・普通・やや不満・不満）とする。
分析の 手段方法	本会の経営指導員と事業者、必要に応じ専門家連携による分析 ※一店逸品事業委員会に全事業所の分析結果を報告する
活用	収集データの分析後、分析結果を踏まえた逸品のブラッシュアップおよび事業計画策定を行い、販売戦略と商品開発の見直しを図る。（必要に応じ専門家派遣を活用）
時期	11月～12月

②「快適住居（スマイル）工房」事業による消費者の満足度調査

本町には建設業者36社で組織する「快適住居（スマイル）工房」が存在し、その組織運営を本会が引き受けている。本会の役割は住民が抱える住宅トラブルに対する建設業者の斡旋であるが、毎年50件以上の問合せと受注実績がある。（令和5年度：問合せ60件・受注35件）

本事業フローは、斡旋前のヒアリング・現地調査・見積・施工、そして調査（工事完了の施主への満足度／受注に至らなかった方への理由）を必ず実施し、小規模事業者へのフィードバックで業務サービス改善と成約率向上に繋げている。

【スマイル工房満足度調査】

目的	地域住民との繋がり創出と職人のサービス改善による成約率向上のため
対象	工事完了の施主／受注に至らなかった依頼主（その理由把握のため）
調査の 手段手法	施主等に対して調査票と返信用封筒を郵送する。回答率を高めるため、クオカードなどの謝礼等を行う。
調査項目	<input type="checkbox"/> 担当者の応対 <input type="checkbox"/> 提案プラン <input type="checkbox"/> 工程および工期 <input type="checkbox"/> 職人のマナー・応対 <input type="checkbox"/> 作業終了後の清掃 <input type="checkbox"/> ご近所への配慮 <input type="checkbox"/> 工事の仕上がり <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> アフターサービス <input type="checkbox"/> 今後取入れてほしいサービス <input type="checkbox"/> 総合評価 等
分析の 手段方法	本会の経営指導員と事業者、必要に応じ専門家連携による分析
活用	調査で得た評価を外部専門家等の意見を交え相対的に分析する。分析結果は事業者へフィードバックし、サービス改善と事業計画策定等に活かす。
時期	施工後 ※受注に至らない場合は、その理由を調査し事業者へフィードバックする

③農商工マッチングフェア・トレジャーマーケット・物産展・工業展等におけるニーズ調査

目的	勘や経験値でなく、顧客ニーズとプロモーションを連動させるため
対象	事業者：全出展者 顧客：来場者の消費者およびバイヤー
調査の 手段手法	経営指導員は出展する小規模事業者に対し、①ニーズ調査の必要性を説明し、②アンケート調査表を共同作成した後、③データ整理分析 ④ブラッシュアップ支援（必要に応じ専門家派遣を活用）を行う。
調査項目	商品等の試食やデモ操作説明を行いながら、独自調査表を用い生の声を収集する ○消費者 ・価格・味・趣向・パッケージ・商品選定ポイント・要望・購買頻度・満足度等 ○バイヤー・メーカー ・商品選定ポイント・商品ニーズ・価格・要望・満足度・選定ポイント等
分析の 手段方法	本会の経営指導員と事業者、必要に応じ専門家連携による分析
活用	事業者への調査結果のフィードバックだけで終わらず、販売戦略改善・新商品開発・事業計画策定等の支援に繋げる。（必要に応じ専門家派遣等を活用）
時期	11月

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

これまでの経営状況の分析は、金融・決算・補助金申請を伴う内容が多く、令和2年度以降は、㈱エイチ・エーエルの「BIZミル（経営支援基幹システム）」を使用し、**事業者ステージ（A：基礎的支援 B持続・維持支援 C成長・発展支援）**に合わせ支援を行ってきた。直近（令和5年度）に関しては、計54者（ステージA24者 B21者 C9者）の分析であったが、残念ながら事業計画策定に至っていない事業者もあり、また一元管理の環境でありながら、その後の支援に活かされていないケースもあった。まずは経営状況の分析を必要とする小規模事業者をピックアップすると共に、対話と傾聴を強化する中で、次の支援ステップである事業計画策定と策定後支援に繋げる必要がある。

(2) 目標

5年間の計画期間中に、約200者【本町の小規模事業者（約1,203事業者）の約15%以上】の経営分析を行うことを目標とする。

		現状 (R5年度)	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
セミナー開催数		1回	2回	2回	2回	2回	2回
分析 件数	A：基礎的支援	24者	15者	15者	15者	15者	15者
	B：持続・維持 支援	21者	21者	21者	21者	21者	21者
	C：成長・発展 支援	9者	6者	6者	6者	6者	6者
	合計	54者	42者	42者	42者	42者	42者
	指導員 1名あたり	18者	14者	14者	14者	14者	14者

*上表における目標値は、現状を下回る数値であるが、これは次表に示すとおり、コロナ禍を理由とする金融相談・補助金申請を伴う分析者数が、前回設定の当初目標を大幅に上回ったことが理由にある。今後5年間の目標値に関しては、前回の経営発達支援計画に定めた目標を上回り、さらに本会の現状であるマンパワーを考慮する中で、そして今まで以上に精度を上げた分析者数として設定した。なお経営状況分析セミナーの開催に関する募集は、当会ホームページにて行う。

支援項目	区分	目標値	実績			
			R2	R3	R4	R5
経営状況の分析	A	8～10	49	33	26	24
	B	10～15	27	23	20	21
	C	4～5	5	8	9	9

※網掛箇所＝コロナ禍により、金融・補助金申請を伴う分析件数が当初目標を大幅に上回った

(3) 事業内容

①分析事業者の発掘

多くの管内小規模事業者が、経営状況の分析を行った経験がなく、分析することのメリットを理解していないため、経営指導員等が小規模事業者との接触場面にて、訴求用チラシ（裏面に経営相談意向調査票を印刷）を用い説明し、分析事業者を増やす。

【小規模事業者との接触場面】

- 巡回や窓口で接触の際に説明する
- 定例相談会（年間 20 回／1 日あたり 4 事業者）
中小企業診断士を招聘し、事業者の経営課題の相談に応じる際に説明する。
- 各セミナー開催（年間約 20 本を開催）で、参加する事業者に対し説明する。

②分析事業者を発掘するための調査

【第 1 段階：経営相談意向調査】 ※訴求用チラシ裏面に印刷

項目	内容
基礎データ	事業所名・住所・連絡先・代表者名・業種・企業形態
【問 1】	今、抱えている経営課題を教えてください。
【問 2】	課題解決に向け、経営分析を行ったことはありますか？
【問 3】	課題解決やチャレンジしたいことに対し、計画書を作成した経験はありますか？
【問 4】	商工会支援および無料専門家派遣を希望しますか？ ご希望の曜日 ⇒ () / ご希望の時間帯 ⇒ ()



③経営分析に必要な情報を確認

【第 2 段階：経営状況調査】 ※事業者との対話と傾聴の中で実施

項目	内容
基礎データ	事業所名・住所・連絡先・代表者名・生年月日・業種・取扱品目・企業形態・従業員数・創業年月・営業年数・決算月・HP等
経営状況	決算内容の確認（直近 2 期分コピーを提出）
取扱い品	商品サービス／調達・生産・原価
外部環境	ライバル／パートナー／お客様
販売	ターゲット・販売窓口・販売ルート／販売促進・営業活動
実施体制	有形資産／ヒト（経営者・従業員・管理）／無形資産
課題	分析結果から優先度が高いものを課題として設定
今後の目標	何を？ いつまでに？ どのように？
事業承継	後継者の有無／事業譲渡・廃業・考えていない
防災・減災	想定される自然災害・ハザードマップ・保険・BCP策定

④事業者ステージ分類

本会が行う経営相談意向調査・経営状況調査・ヒアリング、そして決算数値データを、新基幹システム「㈱ワークビジョンの商工会プラス」に入力し、事業者ステージを判断・分類する。

ステージ（属性）	対象者
A：基礎的支援	事業の方向性が定まっておらず、基礎的支援が必要な事業者
B：持続・維持支援	事業の継続・改善意欲があり、また事業再生や事業承継を図る事業者（持続化補助金等の申請に取り組む事業者を含む）
C：成長・発展支援	経営力向上を希望し、経営革新、新たな販路開拓に取り組む事業者

⑤事業計画策定の意欲醸成

新基幹システム「㈱ワークビジョンの商工会プラス」による分析結果のフィードバックとセミナー開催、そして経営指導員による対話と傾聴により、事業者の自発的意欲を目覚めさせ、事業計画策定支援に繋げる。（専門性が高い案件は、専門家派遣を活用）

具体的な分析内容は下表のとおりである。

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 （総合分析／損益分岐点分析／キャッシュフローなど）
非財務分析 （SWOT分析等）	〈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・人流・競合・業界動向など 〈その他〉 デジタル化・IT活用の状況、事業計画策定・運用状況など

（4）分析結果の活用

経営分析の結果は、経営指導員等を通じて小規模事業者にフィードバックすると共に、事業計画策定支援での基礎資料として活用する。分析から見出された課題等に関しては、経営指導員等がアドバイスを行っていくが、高度で専門性が求められる場合は、専門家派遣を活用し解決を図る。

また分析結果は、新基幹システム「㈱ワークビジョンの商工会プラス」に蓄積させていくが、データ入力の際には、全職員（現在勤務する職員だけでなく、人事異動により今後勤務する職員も含む）が情報共有し、活用できるよう努める。以上これらの取組みにより、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

外部環境（社会情勢・消費者ニーズの多様化など）の変化が早まる中において、小規模事業者は地域の経済動向調査・経営状況の分析および需要動向を踏まえた事業計画の策定が必要となる。これまで本会においては、年平均74.5件（直近R5年度は64件）の事業計画策定支援（創業計画を含む）に取り組んできたが、残念ながら補助金や資金を目的とするものが多く、さらに地域経済動向や需要動向を踏まえたものは少ないといえる。さらに管内小規模事業者の特徴として、中長期的な経営意識の欠如が見受けられ、事業計画書の必要性すら軽視する者も存在する。今後は小規模事業者の経営課題を解決するため、「地域の経済動向調査」「経営状況の分析」「需要動向調査」を踏まえ、実効性ある事業計画の策定支援を行い、小規模事業者の経営安定と強化を図る必要がある。さらに管内の小規模事業者の多くは、ITデジタル活用によるDX化に着手していないことから、本会はセミナー開催や個別支援による専門家派遣等も活用する中で、IT利活用の有用性を推進することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

対話と傾聴の中で、小規模事業者の内発的動機づけを促すと共に、「地域の経済動向調査」「経営状況の分析」「需要動向調査」と小規模事業者のステージ（前16頁参照および創業者をDと設定）を踏まえ、実効性ある事業計画策定支援を行う。事業計画の策定支援では、経営分析40者の約70%である30者と、創業計画の策定支援10者を加えた40者に対する伴走支援を目標とする。また小規模事業者の競争力強化等に繋げるべく、事業計画策定支援ではセミナー（従来型の事業計画策定にITデジタルを活用したDX化などを加え）開催や、専門家（IT専門家を含む）派遣を行い、事業計画書へのIT利活用の視点を織り込むことを目指す。

(3) 目標

項目	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
セミナー等開催回数	5回	5回	5回	5回	5回	5回
定例相談会	20回	12回	12回	12回	12回	12回
事業計画策定	A：基礎的	21者	12者	12者	12者	12者
	B：持続維持 事業承継	17者	15者	15者	15者	15者
	C：成長発展	9者	3者	3者	3者	3者
事業計画策定数_合計	47者	30者	30者	30者	30者	30者
経営指導員1名あたり	16者	10者	10者	10者	10者	10者

D：創業計画策定数	17者	10者	10者	10者	10者	10者
経営指導員1名あたり	6者	3者	3者	3者	3者	3者

※本会の経営指導員1名あたりの事業計画策定数は13者

既存事業者（ステージA・B・C）＋創業者（ステージD）により

他：BCP策定件数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
-----------	----	----	----	----	----	----

*上表における目標値は、現状との間に差異がある。これは次表に示すとおり、これまでがコロナ禍を理由とする補助金申請等を伴う支援数が多く含まれたことが理由にある。上表での新たな目標設定で意識したことは、「地域の経済動向調査」「経営状況の分析」「需要動向調査」の結果を踏まえた本来あるべき姿の事業計画策定支援であり、本会職員のマンパワーで実施する伴走型支援数である。

支援項目	区分	目標値	実績			
			R2	R3	R4	R5
事業計画の策定	A	5～6	49	33	26	21
	B	7～10	27	23	20	17
	C	3～4	5	8	9	9
	D	5	7	5	22	17

※網掛箇所＝コロナ禍により、金融・補助金申請を伴う支援件数が当初目標を大幅に上回った

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援																														
目的	小規模事業者の経営課題を解決するため、「地域の経済動向調査」「経営状況の分析」「需要動向調査」の結果を踏まえ、経営の安定強化に繋がる事業計画を策定すべく支援を行う。さらに小規模事業者の多くが、ITデジタル未活用・DX化に未着手のため、セミナーやIT専門家派遣で、新たな視点により策定する事業計画の可能性（競争力強化・業務効率化・生産性向上など）に気付きを与える。																														
支援対象	経営分析を実施した小規模事業者／創業および事業承継を課題とする者																														
対象事業者発掘方法	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析フィードバックに事業計画策定を提案する。 ・通常業務で訪れる事業者の相談内容が、課題抽出・分析・計画策定が有効である際は、その必要性を強く説明し、事業計画策定支援に繋げる。 																														
支援の手段手法	<p>下表（個社支援とセミナー）により事業者の内発的動機づけを図り、事業者が策定した事業計画のブラッシュアップを経営指導員と専門家が関与し、またデジタル技術導入・DX化も考慮することで、実効性ある事業計画を策定する。</p> <p>■個社支援</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を実施した事業者 ・創業および事業承継を課題とする者 </td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・通常窓口における周知 ・当会ホームページ／インスタグラム／旧フェイスブック 商工会広報誌 </td> </tr> <tr> <td>支援場面</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・定例相談会（年12回_専門家招聘） ・専門家派遣（高度な内容・専門性が求められる場合） ・巡回窓口（経営指導員） </td> </tr> <tr> <td>支援内容</td> <td>事業計画（創業計画および事業承継計画を含む）の策定支援</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>既存事業者30者／創業者10者</td> </tr> </table> <p>■事業計画策定セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を実施した事業者 ・創業および事業承継を課題とする者 </td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・通常窓口における周知 ・当会ホームページ／インスタグラム／旧フェイスブック 商工会広報誌 </td> </tr> <tr> <td>実施回数</td> <td>2回／年度内</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>中小企業診断士</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の経済動向調査・経済状況分析・需要動向調査を踏まえた課題整理と解決方法 ・実効性ある事業計画策定と進捗状況管理・中長期視点 ・創業者に対しては、4つのテーマ（経営・販路開拓・人材育成・財務）を基に、創業計画書策定の支援を行う。 </td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>各15名程度</td> </tr> </table> <p>■デジタルマーケティング塾（新規）</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を実施した事業者 ・創業および事業承継を課題とする者 </td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・通常窓口における周知 ・当会ホームページ／インスタグラム／旧フェイスブック 商工会広報誌 </td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>3回／年度内</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>IT専門家</td> </tr> </table>	対象事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を実施した事業者 ・創業および事業承継を課題とする者 	募集方法	<ul style="list-style-type: none"> ・通常窓口における周知 ・当会ホームページ／インスタグラム／旧フェイスブック 商工会広報誌 	支援場面	<ul style="list-style-type: none"> ・定例相談会（年12回_専門家招聘） ・専門家派遣（高度な内容・専門性が求められる場合） ・巡回窓口（経営指導員） 	支援内容	事業計画（創業計画および事業承継計画を含む）の策定支援	想定参加者数	既存事業者30者／創業者10者	対象事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を実施した事業者 ・創業および事業承継を課題とする者 	募集方法	<ul style="list-style-type: none"> ・通常窓口における周知 ・当会ホームページ／インスタグラム／旧フェイスブック 商工会広報誌 	実施回数	2回／年度内	講師	中小企業診断士	カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の経済動向調査・経済状況分析・需要動向調査を踏まえた課題整理と解決方法 ・実効性ある事業計画策定と進捗状況管理・中長期視点 ・創業者に対しては、4つのテーマ（経営・販路開拓・人材育成・財務）を基に、創業計画書策定の支援を行う。 	想定参加者数	各15名程度	対象事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を実施した事業者 ・創業および事業承継を課題とする者 	募集方法	<ul style="list-style-type: none"> ・通常窓口における周知 ・当会ホームページ／インスタグラム／旧フェイスブック 商工会広報誌 	回数	3回／年度内	講師	IT専門家
	対象事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を実施した事業者 ・創業および事業承継を課題とする者 																													
	募集方法	<ul style="list-style-type: none"> ・通常窓口における周知 ・当会ホームページ／インスタグラム／旧フェイスブック 商工会広報誌 																													
	支援場面	<ul style="list-style-type: none"> ・定例相談会（年12回_専門家招聘） ・専門家派遣（高度な内容・専門性が求められる場合） ・巡回窓口（経営指導員） 																													
	支援内容	事業計画（創業計画および事業承継計画を含む）の策定支援																													
	想定参加者数	既存事業者30者／創業者10者																													
	対象事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を実施した事業者 ・創業および事業承継を課題とする者 																													
	募集方法	<ul style="list-style-type: none"> ・通常窓口における周知 ・当会ホームページ／インスタグラム／旧フェイスブック 商工会広報誌 																													
	実施回数	2回／年度内																													
	講師	中小企業診断士																													
	カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の経済動向調査・経済状況分析・需要動向調査を踏まえた課題整理と解決方法 ・実効性ある事業計画策定と進捗状況管理・中長期視点 ・創業者に対しては、4つのテーマ（経営・販路開拓・人材育成・財務）を基に、創業計画書策定の支援を行う。 																													
	想定参加者数	各15名程度																													
	対象事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を実施した事業者 ・創業および事業承継を課題とする者 																													
	募集方法	<ul style="list-style-type: none"> ・通常窓口における周知 ・当会ホームページ／インスタグラム／旧フェイスブック 商工会広報誌 																													
	回数	3回／年度内																													
	講師	IT専門家																													

	カリキュラム	I T デジタル・D X 関連ツールの紹介および活用による競争力強化（業務効率化・生産性向上・商圏拡大）と事業計画策定
	想定参加者数	各 15 名程度

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

これまでの事業計画書策定後の実施支援は、限定的な事業計画（補助金や金融）や、各事業者の状況やニーズに応じたフォローアップが主になっていた。策定した事業計画の進捗状況（売上・利益・販路開拓）は把握しても、広義な経営支援を目的とした検証や事業計画の見直しまでは不十分であったと思える。今後は進捗状況や経営指標（売上・利益等）の推移を把握する中で、課題検証と事業計画の見直し、そして小規模事業者の意欲向上を意識した支援を行っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、事業計画を策定した全事業者を対象にフォローアップを行う。策定した事業計画と進捗状況の差異、そして成果（売上・利益など）を確認し、さらに抱える課題解決に向けたプラン策定等を対話と傾聴の中で、事業者の内発的動機づけと共に行う。その際のフォローアップ頻度に関しては、**小規模事業者の状況（ステージ・進捗状況等）や課題の重要度・緊急度など考慮**すると共に、必要に応じ派遣する専門家との連携を図りながら実施する。

(3) 目標

		現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ 対象者数	A：基礎的	30 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
	B：持続維持 （事業承継）	32 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
	C：成長発展	22 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
	合計	84 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者
フォローアップ 頻度（延べ回数）	A：基礎的 （2回/年）	133 回	24 回	24 回	24 回	24 回	24 回
	B：持続維持 （事業承継） （2回/年）	146 回	30 回	30 回	30 回	30 回	30 回
	C：成長発展 （4回/年）	154 回	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回
	合計	433 回	66 回	66 回	66 回	66 回	66 回
売上増加事業所数		27 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
経常利益増加事業者数		4 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

フォローアップ対象者数	D 創業	22 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
フォローアップ頻度 _延べ回数		103 回	30 回				

【フォローアップ対象者数と頻度積算について】

上表における目標値は、現状との間に差異がある。これは次頁表に示すとおり、これまでがコロナ禍を理由とする補助金申請等を伴う支援が多く含まれたことが理由にある。上表での新たな目標設定で意識したことは、**事業者ステージと遂行状況である**。事業遂行が順調であると判断できる事業者に関しては頻度を減らし、策定した事業計画との差異がある事業者に対しては頻度を上げる。また創業者Dに関しては、2年間（1年目2回/2年目1回）の継続支援を実施する。

支援項目	区分	目標値	実績			
			R2	R3	R4	R5
策定後のフォロー (件数)	A	5~6	51	53	40	30
	B	5~10	41	42	45	32
	C	3~4	6	9	13	22
	D	5	7	7	9	22
策定後のフォロー (回数)	A	20~24	179	142	127	133
	B	30~60	161	158	198	146
	C	6~8	26	44	72	154
	D	20~30	31	45	42	103
売上増加事業者数		7~10	7	19	18	27
利益率5%増加事業所数		7~10	6	8	8	4

※網掛箇所=コロナ禍により、金融・補助金申請を伴う支援件数が当初目標を大幅に上回った

(4) 事業内容

本会では、各支援場面（経営状況の分析／事業計画策定）にて、対象事業者をステージA B C Dに区分し支援を実施している。この事業計画策定後の支援場面では、支援内容・手法・頻度を下表のとおり定め、支援（相談内容が高度な場合は、専門家派遣を活用）を実施すると共に、支援状況を組織全体で把握すべく、新経営支援システムへのデータ入力と経営指導員会議（月2回）を徹底開催し、策定した事業計画を軌道に乗せる支援を実施する。

ステージ（属性）	フォローアップ支援の内容・手法・頻度
A：基礎的支援	事業計画のポイントが判断できるように、巡回窓口を通して年2回程度のフォローアップを図り、次ステージ「B：持続・維持支援」へ導く。また計画通りに進んでいない事業者についてはフォローアップ頻度を上げ、対話と傾聴の中で意欲維持を図る。
B：持続・維持支援	事業計画の進捗状況・検証・必要に応じた見直しを、年2回程度の巡回窓口を通して行う。併せて計画実行に必要な情報提供（各種補助金・助成金など）を行い、次ステージ「C：成長・発展支援」に導く。
C：成長・発展支援	高度な課題に対する取組支援と施策提供を年4回程度の巡回窓口を通して実施する
D：創業支援	創業後のフォローアップ期間を2年間と定め、創業後1年間は2回、そして創業2年目は年1回程度の定期的な巡回相談を行い、創業計画の進捗状況の確認、さらに状況に応じた見直し・助言・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

小規模事業者の売上・利益をアップさせるためには、提供する商品・サービスの品質向上だけでなく、認知度向上に向けたプロモーションによる販路開拓が重要となる。しかしながら多くの小規模事業者は経営資源の弱さから、販路開拓に向けた取組みが後手に回り、不十分な状況にある。また小規模事業者は、ITを活用した販路開拓に関して、苦手意識や時間不足を理由に未着手であることから、商圈を狭めている。よって本会は、これまでの支援だけでなく、IT活用による経営力向上支援を強化することが求められている。

(2) 支援に対する考え方

本会は経営状況の分析・事業計画策定などを支援した小規模事業者に対し、新たな需要開拓・売上利益の向上に繋がる取組を支援する。従来の「快適スマイル工房事業」「くらしの便利帳事業」「しょうわ逸品フェア」「展示会・商談会」を通じた支援だけでなく、新たに商品開発やIT活用による商圏拡大等に繋がる支援を、専門家派遣や山梨県・大学との連携で実施する。

(3) 目標

	現 状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①快適スマイル工房 参加事業者数 (WEB 版含む)	36 者	35 者	35 者	35 者	35 者	35 者
目標：受注件数	32 件	35 件	35 件	35 件	35 件	35 件
②くらしの便利帳 参加事業者数 (WEB 版含む)	132 者	100 者	100 者	100 者	100 者	100 者
目標：顧客アンケート回収	200 件	200 件				
③しょうわ逸品フェア 参加事業者数	0 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
目標：売上高/1 者につき	0 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
④IT デジタル活用_販路開拓 参加事業者数 (新規)	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
BtoB 目標：成約件数/1 者	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
BtoC 目標：売上増加率/1 社	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑤展示会・商談会 参加事業者数 (累計)	8 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
目標：成約件数 (累計)	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件

※目標設定について

上表①参加事業者数＝ほぼ現状維持/目標＝参加 1 事業者につき 1 件以上の受注

②参加事業者数＝R6 年 (現在取組中) 数値 / 目標＝参加 1 事業者につき 2 件以上の回収

③参加事業者数＝②参加事業者の 5%/ 目標＝過去実績より

④参加事業者数＝指導員 1 名につき 1 件/ 目標＝実現性を考慮

⑤参加事業者数＝9 つの展示会を候補とし 5 者以上/ 目標＝各者最低 1 件の成約

(4) 事業内容

①【快適住居 (スマイル) 工房事業】 (BtoC)

目 的 実施理由	<ul style="list-style-type: none"> 建設関連の小規模事業が持つ強みを創出し、また職人が苦手とする情報発信 (存在・商品・サービス・技術力など) の支援を行い、BtoC 取引拡大に繋げる。 住居課題 (大小問わず) に対し、小規模事業者の特徴 (身近・迅速・小回り) を活かし、大手に無いサービス提供で、地域融和の創出と事業領域を確保する。
支援対象	事業計画を策定し、売上・販路拡大を目指す建設関連の小規模事業者
訴求対象	本町及び近隣市町の住民
内 容 手 法	①セミナーおよび専門家派遣と大学連携による支援 <ul style="list-style-type: none"> 新たな商品・サービス創出および技術力向上に向けた支援 IT ツール活用による商圏拡大・経営力向上を支援 ②販促支援 <ul style="list-style-type: none"> 共同チラシ作成とポスティング くらしの便利帳 (紙媒体と WEB 版) への掲載とポスティング

②【一店逸品事業：くらしの便利帳】(BtoC)	
目的 実施理由	小規模事業者の魅力ある商品・技術・サービスを「逸品」と位置づけ、消費者に選ばれる店作りにより、BtoCの取引拡大と地域商工業の活性化に繋げるため
支援対象	事業計画を策定した小規模事業者
訴求対象	本町及び近隣市町の住民
内容 手法	<p>①セミナーおよび専門家派遣と大学連携による支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな商品・サービス創出および技術力向上に向けた支援 ・ITツール活用による商圏拡大・経営力向上を支援 <p>②販促支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・紙媒体（くらしの便利帳への掲載とポスティング） ・WEB版（商店街のない当町に、オンライン上ショッピングモールを立上げ、お客様に対するバーチャルツアーと実店舗への訴求効果を図る）
③展示会「しょうわ逸品フェア」出展事業(BtoC)	
目的 実施理由	町の第7次総合計画（大型小売店と中小事業者が共に活躍できるバランス化／地元商工業者の事業領域確保）に基づき、町内立地の大型店内を会場に実施する。 集客力ある大型店を会場にすることにより、多くの消費者から「生の声」を聴取でき、また需要動向調査の実施と、分析結果を踏まえた商品や販売方法のブラッシュアップ、さらに事業計画の見直しを行うことで、経営力向上に繋げる。
支援対象	上項目②一店逸品事業くらしの便利帳の参加事業者から選出
訴求対象	イオンモール甲府昭和またはイトーヨーカドー甲府昭和店に訪れる来場者（1日あたり約2万人）
内容 手法	<p>①フェア出展</p> <p>開催時期：11月下旬～12月初旬の金・土・日曜日の3日間</p> <p>②セミナーおよび専門家派遣と大学連携による支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前支援（商品開発・ブラッシュアップ・販促物・店舗づくり・商品演出等） ・事後支援（需要動向調査の分析・事業計画の見直し等）
④ITデジタルを活用した販路開拓事業(新規)	
目的 実施理由	管内小規模事業者の多くは、競合他社が経営にITデジタル技術を活用していることを把握しているが、自身経営への導入に関しては、経営資源や時間、そして自身の苦手意識から尻込みしている。外部環境の変化（物価や賃金高騰・人手不足など）から経営を守り、戦える環境づくり（業務効率化・生産性向上・販路開拓など）を図り、売上利益の向上に繋げるため本支援を実施する。
支援対象	事業計画を策定した小規模事業者
訴求対象	本町及び近隣市町の住民
内容 手法	<p>①セミナー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種ITツール紹介およびIT活用による経営力向上 <p>②専門家派遣と大学連携による支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営課題の抽出 ・課題解決と理想像に繋げるアプリケーション創出
⑤展示会・商談会等の出展サポート(BtoB)	
<p>小規模事業者（事業計画を策定し、策定後支援および新たな販路開拓を希望する者）を対象に、各種団体が主催する展示会等のブースを本会が借上げる中で出店支援を行う。展示会等の選定に関しては、これまでの出展支援実績や、山梨県商工会連合会・関係団体から情報を得る中で、効果が得られると判断したものとす。また出展等支援に関して重視すべき本会役割は、事前支援（販促チラシ作成・装飾方法・アンケート調査表作成など）だけでなく、経営指導員等（必要に専門家派遣を活用）による出展後の需要動向調査による課題抽出と分析、そして商品サービス等のブラッシュアップであり、さらに成約成立で売上利益に繋げることである。（対象とする展示会は以下のとおり）</p>	

【継続：これまでの出展実績から想定する展示会・商談会】

	展示会名	対象業種	場所	概要
1	アグリフードEXPO 主催；日本政策金融公庫	小売業、 食品製造業	東京都 大阪府	地元産品・国産ブランドを担い、拘りをもって魅力ある食品を製造する食品メーカー等が出店。 出展企業数：約 500 社 来場者数：約 10,000 人
2	やまなし食のマッチング フェア 主催；山梨中央銀行	小売業、 食品製造業	東京都	経営資源や地域資源を活用して開発した商品等の展示・紹介と個別商談 出展企業数：約 100 社 来場者数：約 600 人
3	農商工連携マッチング フェア 主催；山梨県商工会連合会	小売業、 飲食業、 食品製造業	山梨県	首都圏を中心とした食のバイヤーに対する商談会 出展企業数：80 社 来場者数：約 200 人
4	山梨テクノ ICT メッセ 主催；やまなし産業支援機構他	製造業	山梨県	機械電子、ICT 関連で山梨県最大級の展示会。 出展企業数：約 150 社 来場者数：約 10,000 人

【新規：新たに追加する展示会・商談会】

	展示会名	対象業種	場所	概要
1	テクニカルショウヨコハマ	製造業	神奈川	加工技術、機器・装置、IoT、ロボット 出展企業数：約 800 社 来場者数：約 30,000 人
2	やまなし トレジャーマーケット	山梨県内 食品加工 メーカー	山梨県	バイヤー企業との商談機会 ・バイヤー17社 ・個別相談会（5 商談保証） 商談会前のオンライン個別指導 @1.5 時間×1 回 @1.0 時間×2 回 事後アンケート （満足度・課題解決率調査）
3	東京インターナショナル ギフト・ショー	ギフト関連業	東京都	日本最大パーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市 出展企業数：国内外約 3,000 社（国内外） 来場者数：約 20 万人
4	グルメショー	飲食関連業	東京都	「食」に関わるビジネスを集約し、新しいマーケットを開拓する見本市 出展企業数：約 330 社 来場者数：約 3.1 万人
5	地方銀行 フードセレクション	飲食関連業	東京都	「地域食品」だけをテーマとする商談会 出展企業数：約 900 社 来場者数：約 7,000 人

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】

経営発達支援計画に基づいた小規模事業者に対する支援のPDCAを図るため、外部有識者を交えた「マネジメント委員会」を設置し、事業評価を2回（中間／最終）行っている。その際の資料は、

全目標に対する進捗状況を数値化し、委員からは問題点指摘や事業見直しに対する提言をいただいている。またマネジメント委員会以外にも、行政との間に「経営発達支援会議」を設けることで、行政視点による気づき・評価・提言を把握している。本会の理事会では、両会議（マネジメント委員会／経営発達支援会議）の報告書も添え説明しており、また当会ホームページでの公表も行っている。

【課題】

経営発達支援計画に基づく事業を確実に実行するためには、多様化する小規模事業者が抱える経営課題に対し、課題解決に繋がる知識と手法を経営指導員等が習得している必要がある。

本会では、クラウド型支援ツールを用いた情報共有や内部研修にて指導レベルの向上・平準化を図っているが、マンパワーに限りがあるため、本会組織の事業遂行方法の見直しだけでなく、小規模事業者の自発性を目覚めさせる取組も課題と捉えている。

(2) 事業内容

事業名	マネジメント委員会
目的	経営発達支援事業改善のためのPDC Aサイクル構築
	以下の取組により、経営発達支援事業のPDC Aを行う。
	<p>【PLAN】（事業の計画・見直し）</p> <p>①前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</p> <p>②上記の組織目標を個人（経営指導員等）目標に連動設定する</p> <p>【DO】（事業の実行）</p> <p>③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。</p> <p>④経営指導員等は、実施内容を新基幹システム「商工会プラス」に適時入力する。</p> <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>⑤日々の業務の中で、法定経営指導員は、新基幹システム「商工会プラス」により各経営指導員等の指導状況を確認する。</p> <p>⑥月2回の「経営指導員会議」および「職員会議」にて、法定経営指導員や経営指導員等が相互に進捗状況の確認・評価を行い、また指導手法を学ぶ。</p> <p>⑦年2回の「マネジメント委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。</p> <p>※「マネジメント委員会」の実施の流れ</p> <p>(ア) 昭和町環境経済課長、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「マネジメント委員会」を年2回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等についての評価（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成・未実施）を定量的に行う。</p> <p>(イ) 当該「マネジメント委員会」の評価結果は、理事会へのフィードバック及び事業実施方針に反映させるとともに、本会ホームページへ掲載（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。</p> <p>【ACTION】（事業の見直し）</p> <p>⑧マネジメント委員会での評価と理事会意見、さらに経営発達支援会議での意見等を参考に、年1回、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。</p>
手段	
手法	

1.0. 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】

本会では、経営指導員等が経営発達支援事業を遂行するために、必要となる資質向上に向けた取組を行っている。ただ単に上部団体が主催する研修に参加するだけでなく、本会独自で内部研修を毎月

1回実施している。研修テーマは、「小規模事業者の経営課題解決に向け、全職員が習得すべき知識」であり、職員が講師を務めることで、欠如している知識習得だけでなく、小規模事業者に対するコーチング能力（対話と傾聴）と、資料作成のスキル向上も図っている。

【課題】

小規模事業者に対する支援を強化していくためには、従来の経営発達支援計画に基づく支援（情報収集・分析・事業計画策定・策定後支援・販路開拓など）能力に加え、ITデジタル・DXについてのスキル習得も必要不可欠と捉えている。本会では小規模事業者に提供しているセミナー（経営セミナー及びデジタルマーケティング塾など）への職員参加を促しているが、他業務遂行により徹底できていない状況もあり、また受講しても得た知識が一過性となり、本物の知識に至っていないことが多々ある。当然のことながら人間には差異があるが、小規模事業者に対する支援ノウハウの差異を抑え、多様化する経営課題の解決に繋げるべく、経営指導員だけでなく全職員の資質向上を実現する必要がある。

(2) 事業内容

事業名	支援能力・資質向上に向けた取組
参加者	全職員（法定経営指導員・経営指導員・経営支援員）
目的	①経営発達支援事業の実行に必要な知識・ノウハウを習得する 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
不足能力の特定	小規模事業者に対する伴走支援により、(以下、各ア・イ・ウと続く) ア 売上利益向上等の成果を実現する能力 イ 販路開拓（展示会やIT活用等）により、需要開拓を実現する能力 ウ IT デジタル導入やDX化により経営力強化に繋げる能力 支援環境の変化に対する(以下、各ア・イと続く) ア 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の能力 イ 経済動向調査（RESAS等）活用の能力
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、職員に対し、以下の手段・手法により資質向上を図る。 ①職員内部研修（対象：全職員） 月1回、支援状況（実績・課題・成功事例・失敗事例）の情報共有・論議と併せ、職員講師により内部研修を実施する。大きなテーマは「小規模事業者の経営課題解決に向け、全職員が習得すべき知識」であり、情報共有だけでなく、小規模事業者支援をイメージした「資料づくりへの工夫」「伝え方」も訓練する。 ②経営指導員会議（対象：法定経営指導員および経営指導員） 月2回（第1、第3月曜日）、経営指導員（法定経営指導員と事務局長を含む）によるミーティングを開催し、個別事業者の支援状況・課題を共有し、効果的な支援方法について協議を行う。 ③支援内容・支援ノウハウのデータベース化・活用 全職員による支援状況の共有と継続支援に活用すべく、共通クラウドシステム（商工会プラス）を使用する。これにより同じ課題を抱える小規模事業者へ活用でき、組織全体のスキル向上と効率化を実現する。 ④専門家派遣等への同行 小規模事業者が抱える高度な課題に対する専門家派遣の際は、担当する経営指導員の同行を義務付けさせ、専門家スキル（指導方法・技術など）を学ばせる。また若手経営指導員や経営支援員による小規模事業者への支援場面では、必要に応じて法定経営指導員および上席職員が同行することで、個人育成と組織全体の支援能力を向上させる。

⑤外部研修の積極的参加

全職員の支援能力の向上のため、山梨県商工会連合会による「階層別研修・支援能力向上研修」だけでなく、DXに関する研修にも積極的に参加させる。また全国商工会連合会運営のWEB研修の受講に加え、中小企業大学校等の研修にも輪番で参加させ、最新ノウハウ取得だけでなく、全国支援者との新たな人脈・ネットワークを構築させ支援能力を向上する。

⑥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

本会が小規模事業者に対し行うセミナー「接遇講座や社員養成」講師に、「対話と傾聴」をテーマとした本会の全職員向けの研修を依頼し開催する。

⑦DXに向けたIT・デジタル化の取組

日々進化するIT関連に対し、本会が小規模事業者に提供するセミナー（デジタルマーケティング塾）へ職員の積極的な参加を行う。

セミナーのテーマ（例）

経営発達支援事業（経済動向調査・需要動向調査・経営分析・事業計画策定・策定後の支援・新たな需要開拓など）に有効と思われる各種ITデジタル技術

⑧組織内のDX化（簡易的）

本会職員による小規模事業者に対する「支援時間」と「支援の質」を維持する為、本会の内部書類の一部をワード書式からエクセル書式（関数入り）に移行する。これにより書類作成に要した時間（約1時間）が約15分になり、併せて各支援業務に管理表を設けることで、支援目標に対する進捗状況の可視化と支援環境の改善化を図る。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること（任意）

(1) 現状と課題

小規模事業者の経営環境の変化がスピードを増す中で、本会に寄せられる事業者からの相談内容も高度化・多様化し、課題解決にもスピードが求められるため、支援組織間の連携強化が必要である。

(2) 事業内容

会議名	対象	協議内容
①昭和町金融機関連絡協議会	町内全ての金融機関	地域経済の動向について
②金融連絡会議	日本政策金融公庫	効果的な金融支援について
③小規模企業振興会議 地域部会	県・町・金融機関	小規模事業者の経営課題について
④組織会議（県連・ブロック）	県内商工会	先進支援事例について
⑤税務対策協議会	税務署・税理士会	有益情報・改正の確認について

1.2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること（任意）

(1) 現状と課題（重複記載：5頁-6頁）

本町は大型店の出店影響により、商業集積化と宅地化に拍車が掛かり、人口密度と交流人口が増加しているが、その反面で地域特性や地域住民の関係性に希薄化が進んでいる。これを受け本町の第7次総合計画における基本理念「にぎわいと活力のある町を目指す」がある。さらにテーマには「大型小売店と中小商業者が共に活躍／地元商工業者の事業領域確保／強み活用など」があることから、本会は以下による事業を実施し、小規模事業者と地域住民、そして大型店との連携を強化する。

(2) 事業内容

①「お仕事探検わくわくウォーキング」事業

目的	町行政・小規模事業者、そして大型店（イオンモール等）が連携し、町内小学生を対象にした「仕事見学と体験」であり、地域住民を巻き込む本事業により、小規模事業所等の認知度向上とファンづくりを図る。
事業実施体制	主催：昭和町商工会 協力：管内小規模事業者／イオンモール甲府昭和 イオンモール甲府昭和専門店 後援：昭和町教育委員会
実施内容	イベント企画立案、PR 当日運営（小学生引率、オリエンテーション、仕事体験）、検証（調査分析）
実施頻度	年2回（8月・11月）



開会式：イオンにて



外国人経営のカレー店にて



金融機関にて

②「昭和町ふるさとふれあい祭り」事業

目的	本町最大イベントであり、新旧住民の融和を図っている。本会では、「くらしの便利帳」掲載の小規模事業者（飲食・小売店・サービス業者・建築業者など）に出展を勧め、自店商品・技術・サービスを来場者にPRし、ファンづくりと、地域のにぎわいの創出と地域の活性化を図っている。
事業実施体制	主催：昭和町ふるさとづくり実行委員会 町、商工会、小規模事業者、大型店 JA、社会福祉協議会、区長会、地域小中学校、警察署、消防署など
実施内容	イベント企画立案、PR、当日運営、検証
実施頻度	年1回（10月）

③「しょうわくらしの便利帳」事業

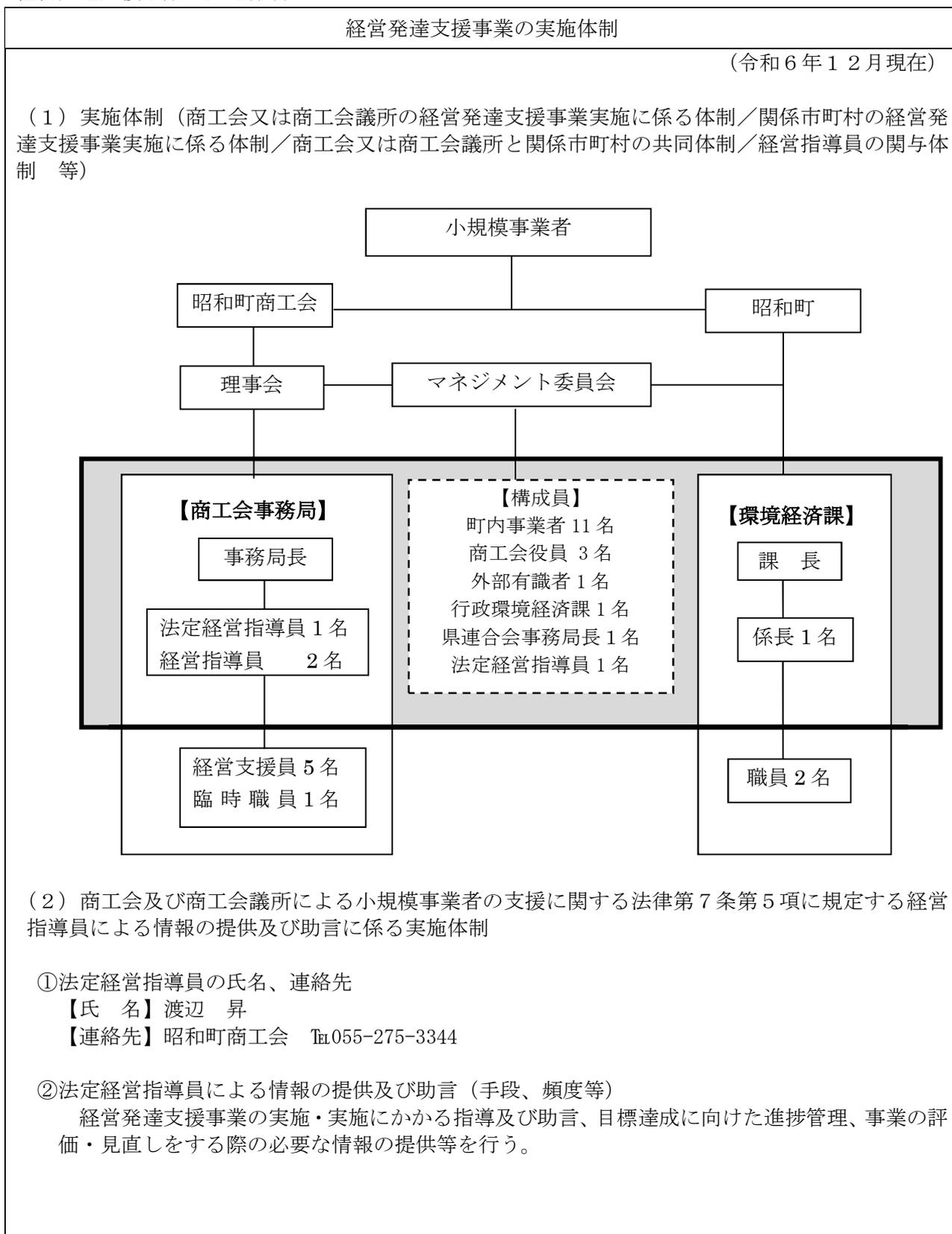
目的	本会18年の歴史ある事業であり、小規模事業者の魅力ある商品・技術・サービスを「逸品」と位置づけ、消費者に選ばれる店作りと、BtoC取引拡大、地域商工業の活性化を目的としている。近年では紙媒体カタログに加え、ITデジタル活用によるWEB版を併用し、住民期待の事業になっている。
事業実施体制	一店逸品推進委員会 17名（町内小規模事業者、町職員、外部有識者、当商工会職員）
実施内容	企画・立案・発行等
実施頻度	年1回

④「しょうわ逸品フェア」事業

目的	当町の最大の特性（県下最大の集客力ある大型ショッピングモールを有する）を会場として活かすことで、地域住民だけでなく多くの近隣市町民を取込み、商圈拡大と当町PR・地域活性化を創出する。
事業実施体制	逸品フェア連絡会議 大型店担当者、町職員、当職員 外部有識者（非会員イベントコーディネーター、中小企業診断士）
実施内容	事業の企画立案、実施、検証を
実施頻度	年1回（12月）

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①昭和町商工会 振興課

〒409-3866 山梨県中巨摩郡昭和町西条 902-1

TEL : 055-275-3344 / FAX : 055-275-3346

E-mail: info@showaf.com

②昭和町 環境経済課

〒409-3880 山梨県中巨摩郡昭和町押越 5 4 2 - 2

TEL : 055-275-8355 / FAX : 055-275-5250

E-mail: kankyo@town.yamanashi-showa.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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	7,550	7,550	7,550	7,550	7,550
3. 地域経済動向調査	150	150	150	150	150
4. 需要動向調査	200	200	200	200	200
5. 経営状況分析	300	300	300	300	300
6. 事業計画策定支援	660	660	660	660	660
7. 事業計画策定後支援	990	990	990	990	990
8. 新たな需要の開拓	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
9. 事業評価等の仕組み	50	50	50	50	50
10. 経営指導員の資質向上	150	150	150	150	150
11. 他の支援機関との情報交換	50	50	50	50	50
12. 地域経済の活性化	500	500	500	500	500

(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
- ・会費・手数料・特別賦課金 (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
「連携者なし」
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
(Blank area for partnership system diagram, etc.)