

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	小菅村商工会（法人番号：7090005003306） 小菅村（地方公共団体コード：194425）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	【目標①】小規模事業者が激変する経営環境に対応し持続的に発展していくために、傾聴と対話を通じて本質的な事業計画を策定、計画遂行を伴走支援で実施し、事業者の持続的発展を実現する。 【目標②】特産品や地域資源を活かした商品の開発や改善を支援し、村の施策と連動しながら交流人口の増加、小菅村のファンづくりを推進し、域外需要を呼び込める魅力ある地域づくりを実現する。 【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に繋げることを裨益目標とする。
事業内容	3. 地域の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。 4. 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。 5. 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。 6. 事業計画策定支援に関すること 「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。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 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。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新たな需要開拓を目的として、展示会への出展支援や「IT個別相談」後の実行支援を実施する。
連絡先	○小菅村商工会 鈴木浩史 〒409-0211 山梨県北都留郡小菅村 4383 番地-1 TEL：0428-87-0404 Mail：h-suzuki@shokokai-yamanashi.or.jp ○小菅村役場 源流振興課 中澤朋花 〒409-0211 山梨県北都留郡小菅村 4698 番地 TEL：0428-87-0111 Mail：shinkouka@vill.kosuge.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

【概況】
小菅村は、山梨県の東北部、大菩薩嶺の山岳地帯に位置し、東京都内を貫流する多摩川の源流部に位置している。中心地域の標高は 660m で、四方を 1,300m～2,000m の高山で囲まれている。総面積は 5,278ha で、総面積の 95% を森林が占めており、その約 3 割が東京都の水源かん養林となっている。

大菩薩嶺に源を発する多摩川水系の小菅川に 7 集落、鶴峠を越えた相模川水系の最上流の鶴川沿いに 1 集落が点在しており、都心から 80km 圏内にありながら、ミズナラやブナなどの原生林、大型哺乳類やさまざまな野鳥、昆虫から可憐な野の花まで、豊かな自然が残っている。寒冷な気候だが、積雪量は少ない。

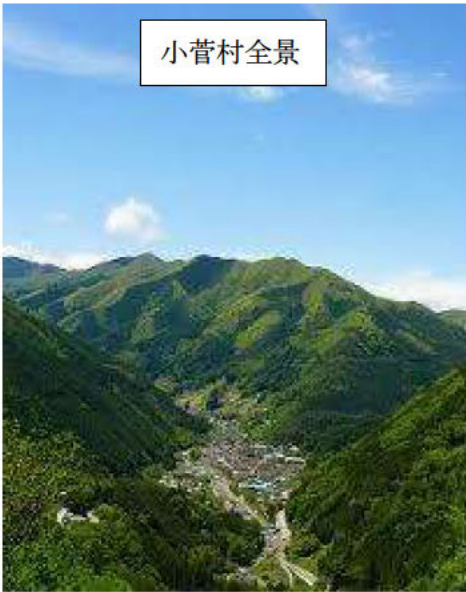
多摩川の源流部にあたることで、「多摩源流」をキーワードに交流人口の増加を目指している。



【人口】
国勢調査によると、人口は 1955 年（昭和 35 年）の 2244 人をピークに 2000 年（平成 12 年）1084 人、2020 年（令和 2 年）には 684 人と 65 年間で約 70% 減少している。

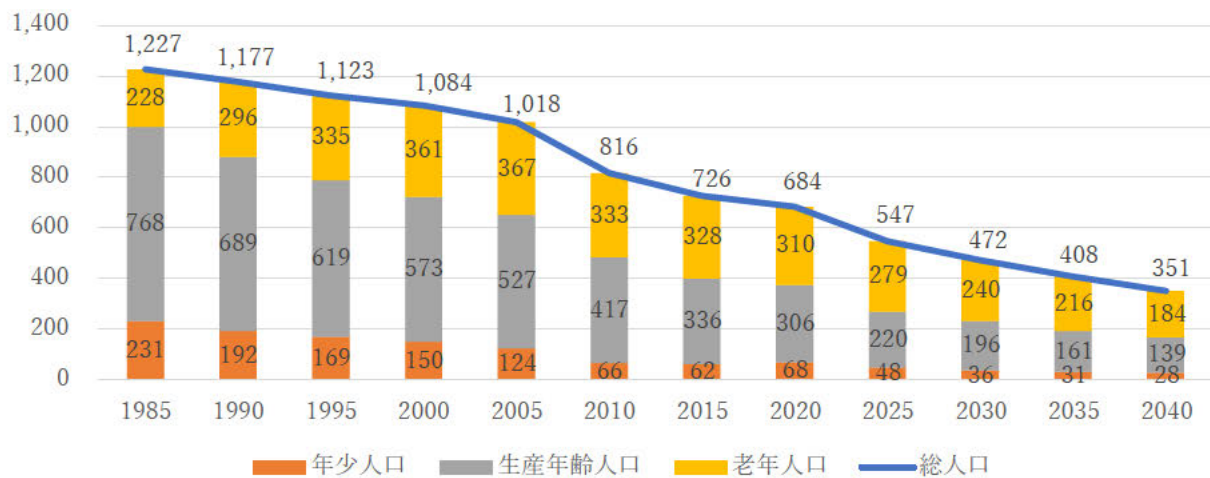
世帯数は 1980 年（昭和 55 年）に 374 世帯、2023 年に 337 世帯と約 9% の減少となっている。1 世帯当たり人口が急速に減少すると共に高齢化率が 2023 年 4 月現在 47.0% で山梨県平均の 31.3% を大きく上回り、少子高齢化、生産年齢人口の減少が最大の課題である。

国立社会保障・人口問題研究所の人口予測では、2030 年（令和 12 年）には 530 人となっているが、村では雇用の創出、定住促進住宅への移住者の増加を推進するほか、地域おこし協力隊を積極的に採用しており、独自目標として 679 人を設定している。



和暦 西暦	昭和 55 年 1980 年	平成 2 年 1990 年	平成 12 年 2000 年	平成 22 年 2010 年	令和 2 年 2020 年	令和 5 年 2023 年
人口(人)	1284	1177	1084	816	684	649
世帯数	374	391	398	347	339	337
高齢化率 (%)	15.7	25.1	33.3	40.8	45.3	47.0

総人口と年齢3区分別人口の推移（出展：RESAS）



【交通網（道路、バス等）】

・道路

ア) 国道 139 号（青梅街道）

都県境より、松姫トンネルを抜けて隣市の大月市に通じている。大月市へは、約 35 分。国道 411 号を経由して隣町の奥多摩町へは約 30 分。

イ) 山梨県道 18 号上野原丹波山線

隣接の丹波山村から、小菅村を経由して上野原市に通じている。隣村の丹波山村には、急勾配・急カーブが連続する今川峠を越えて約 15 分。隣市の上野原市へは急勾配・急カーブが連続する鶴峠を越えて約 45 分。冬季は路面凍結により通行には注意が必要。

・路線バス

公共交通機関は、西東京バスと、富士急山梨バスにより近隣市町へつながっている。奥多摩町と大月市へは、1 日 4 本。また、上野原市へは、春と秋に季節運行バスがある。村内は村営バスが周遊している。大月市、奥多摩町へは約 1 時間で、長時間の乗車になる。

【主な特産品】

特産品名	概要
ヤマメ・イワナ (川魚の養殖)	多摩川源流の清冽な水で育てられたヤマメやイワナは身がしっかりとしており食用はもとより、引きが強いことから釣り用としても人気が高い。日本で初となるヤマメの人工養殖に成功した先進地として卓越した技術を誇っている。
わさび	豊かな自然の中で古くからわさびが自生し、江戸時代中期頃から栽培が始まったと言われる。渓谷から湧き出る清流で自然のままに育ったわさびは、風味豊かでしっかりとした辛味があり、上質であると好評。生産量は県下 1 位。
こんにゃく	4～5 年ほどかけて畑で大きく育ったこんにゃく芋。そんな小菅村のこんにゃくはさしみこんにゃくとして食べるのがおすすめ。

【地域資源】

資源名	概要
道の駅こすげ	平成 27 年 3 月 29 日オープン。小菅村の特産を使った「源流レストラン」、地元の特産品を販売する「物産館」、展示や体験コーナー「ふれあい館」から成っており、小菅村観光の中心的施設。
小菅の湯	水素イオン濃度（ペーハー）が 9.98 という非常に高いアルカリ性を有しており、肌がつつるつつるになることから「美人の湯」として知られている。
フォレストアドベンチャーこすげ	自然の樹木や地形をそのまま生かしたコースを、木へ登り、渡り、滑り降りるというフランス生まれのアスレチック施設。専用ハーネスを使い、自分自身で安全を守りつつ、ここでしかできない体験ができる。
小菅フィッシングビレッジ	一般河川を利用した管理釣場。上流から餌釣りのヤマメ・イワナ区間、ニジマス区間、疑似餌釣り区間の 3 区間に分けられている。放流は全て地元で養殖された魚なので、元気がよく、食味も最高。
トレッキング・登山	95%が森林に囲まれた小菅村はトレッキングコースの宝庫。8つのトレッキングコースを設定しており、初心者から上級者まで楽しめる。

【観光客入込数の推移】

平成 27 年に「道の駅こすげ」が開業して以降、観光客数は大幅に増加し、平成 29 年には 20 万人を突破した。しかし、コロナ禍により令和 2 年はピーク時の半分近くにまで減少している。令和 3 年以降は回復傾向にある。



【産業の概要】

・商工業者数の推移

令和 5 年 4 月 1 日現在、商工業者数 58 名（小規模事業者数 54 名）となっており減少傾向で推移している。

【商工業者数・小規模事業者数の推移】《出展：小菅村商工会商工業者台帳》

	平成 12 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年	令和 5 年
商工業者数	112 者	87 者	70 者	63 者	58 者
小規模事業者数	108 者	82 者	65 者	60 者	54 者

産業大分類別内訳で見ると、飲食・宿泊業が 13 者と最も多くなっており、内訳としては民宿、旅館、キャンプ場などが多数を占めている。次いで、製造業、建設業、卸・小売業となっている。

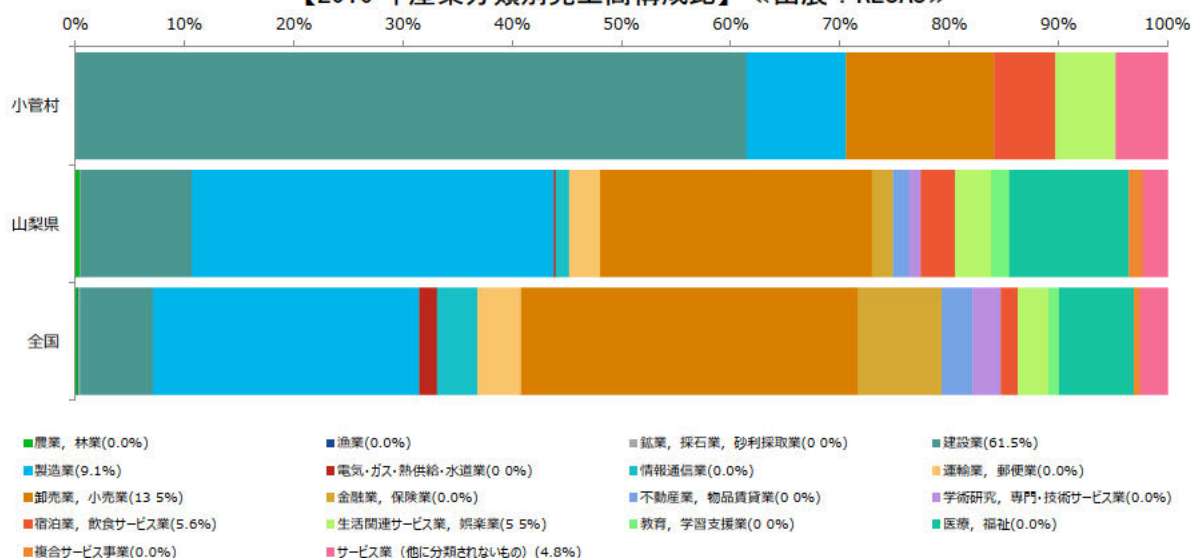
また、小規模事業者の割合が 93.1%と高い。

【産業大分類別商工業者数】《出展：小菅村商工会商工業者台帳（令和5年4月1日現在）》

大分類	商工業者数	小規模事業者数	商工業者構成比
建設業	9 者	8 者	15.5%
製造業	10 者	9 者	17.3%
卸・小売業	9 者	9 者	15.5%
宿泊・飲食業	13 者	13 者	22.4%
生活関連サービス業	5 者	4 者	8.6%
その他	12 者	11 者	20.7%
合 計	58 者	54 者	100.0%

次に、産業大分類別の売上高の構成比を見ると、建設業が61.5%と最も高く、次いで卸・小売業の13.5%、製造業の9.1%、宿泊・飲食業の5.6%となっており、売上高から見ると建設業が主要産業であるが、商工業者数から見ると宿泊・飲食業に小売業、製造業の一部を加えた観光産業が主要産業と言える。

【2016年産業分類別売上高構成比】《出展：RESAS》



・工業の概要

建設業は公共事業の割合が高く、主に山梨県や東京都の工事を受注している。事業者数はここ5年横ばいで推移しており、基幹産業として地域内の雇用に貢献している。

製造業は、金属加工の事業者1社と東京都より移転してきたクラフトビールメーカー1社が主翼を担っている。他、わさび漬やこんにゃく等の観光に係る食品製造業者が多く、観光産業に分類されると思われる。事業者数はこの5年横ばいで推移している。

・商業の概要

卸・小売業は、村内の各集落に身の回り品や食料品の店舗があったが、高齢化と売り上げ減少で廃業が増加しており、この5年間で約40%減少している。コンビニエンスストアやスーパー等の商業施設は無く、日常の買い物についても隣接する大月市などに流出している。

飲食・宿泊業は、事業者数こそ5年前と変わらないものの、経営者の高齢化やコロナ禍の影響で老舗旅館が廃業した一方で、「700人の村がひとつのホテルに」をコンセプトに古民家を活用したホテルが開業するなど新陳代謝が進んだ面もある。

サービス業については廃業が進む一方で、ドローンによる配送事業を業務とするベンチャー企業が進出してくるなど、特色ある企業の開業が話題となっている。

・観光業の概要

観光業は、旅館、キャンプ場、道の駅、特産品製造事業者、溪流釣り場等アウトドア施設が該当する。旅館はスポーツ少年団など団体客の利用が多く、コロナ禍による団体合宿の自粛などにより非常に厳しい経営状況が続いた。一方、キャンプ場や溪流釣り場などは三密を避ける傾向が追い風となり増益となった。しかし、全体としては、村のイベント「多摩源流まつり」や「多摩川源流トレイルラン大会」が3年連続中止になるなど大きくマイナスの影響を受けた。

【小菅村第5次総合計画】

「小菅村第5次総合計画」（令和4年度から令和13年度）の商工・観光に該当する箇所は下表のとおりである。（第3編 基本計画/第2章 分野別施策/1 産業）

◆分野別施策 産業分野

分野目標	村民と小菅村ファンに支えられた 小さくても元気なむら
基本方針	本村は、村民の知恵や経験を活かした農林水産業や商工業、そこから生まれる特産品、豊かな自然を活かした観光など、先祖から受け継がれてきた産業と、“小菅村”という地を気に入り、本村の新たなカタチを創る新しい産業とが、融合しています。 また、新しい産業に携わる方々や若い世代にとっても、村民の知恵や経験は引き継いでいきたいという意見が多くありました。産業では、特に担い手不足が大きな課題となっています。本村の人口規模や高齢化率を考えると、村内だけで解決するのは難しく、本村のよいところなどに共感してくれる方々（小菅村のファン）と一体となって、むらづくりを進めることで、小さくても元気なむらを目指していきます。

◆1-3 観光業・商工業の振興、1-4 雇用環境の整備

1-3-1 観光業の振興

○体験観光の推進 ○ウォーキング、サイクリング観光の推進 ○小菅村観光協会の組織体制の整備支援 ○観光情報提供の強化（WEBサイトの運営強化など） ○観光拠点（施設）の整備

1-3-2 地元企業の活性化

○商工振興事業（企業の人材確保など）に対する補助 ○地域特産品の開発・販売・再生と新産業の創出 ○観光商業の振興 ○商工会による経営指導への協力

1-3-3 新たな地域企業づくり

○多様な企業誘致の推進 ○起業支援 ○働きやすい環境整備の検討 ○販路拡大とあわせた情報発信体制整備の検討

1-4-2 新たな就業の場づくり

○既存店舗の後継者育成支援 ○空き家などを活用した若者や女性などの起業支援 ○農林水産業と観光の複業新規就業者の受入れに向けた支援体制の整備

②課題

これまで記述してき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、人口をみると当村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。前述した村独自の人口目標を達成するには商工業の活性化による就業の場の確保が重要となる。

商工業者は、村が進める観光施策や交流人口増加施策を考慮に入れながら事業の再構築を検討する必要がある。

さらに、年齢3区分別人口を見ると、高齢化率が上がり消費構造が変化していくことや、生産年齢人口の減少による働き手不足が予測され、雇用の確保はもとより、デジタル化等による生産性向上への取り組みが必要となる。

特産品では、当村は多摩川源流という立地から、ヤマメやイワナの養殖、わさび、こんにゃくの栽培が盛んにおこなわれてきた。近年は、「道の駅こすげ」の物産館を中心にこれらの特産品を活用した加工品の開発・販売が行われており更なる販路開拓が期待される場所である。

観光面では、恵まれた資源環境から春から秋にかけて登山やハイキング客が多く、また夏期を中心に「多摩源流」をキーワードに体験ツアーを開催しており人気を博しているが、宿泊や土産品の販売など周辺消費に結びつけていく必要がある。

産業別にみると、工業では、従業員の高齢化と新規従業員の確保難が最大の課題である。DX化推進やICT施工などを積極的に取り入れ生産性向上に取り組む必要がある。

商業は、地域人口の減少に伴う購買力の減少を補うために、行政が推進する体験観光の推進や特産品の開発、再生などによる観光商業の強化を進めていく必要がある。

(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

小菅村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商売のやり方では事業者の持続的な発展は容易ではない。近年は、松姫トンネルの開通など交通事情の改善もあり、東京や神奈川、埼玉といった大都市圏からのアクセスが容易になり観光客が増える要因となっている。東京都奥多摩町よりさらに奥地の秘境的な要素もあり、観光産業を中心として集客することが基本方針となる。

そこで、地域の小規模事業者が持続的な発展を実現する上で、事業者が

- ・小菅村のファンを増やし、一体となって村づくりを進めるような体験観光メニューの開発や付随する商売を展開すること
- ・地域特産品を活かした商品の開発と新事業の創出
- ・日本中に魅力ある情報を発信するためにIT利活用に取り組み販路開拓、売上増加を達成していること、を目指す。また、
- ・高齢化が進んでいる経営者に対する事業承継、後継者の育成・M&Aマッチング支援
- ・IターンやUターンによる創業を支援を実施する。

これを実現するためには、ターゲットの見直しや他社、他地域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提供、IT利活用などによる情報発信、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に支援を強化する。

②小菅村第5次総合計画との整合性

小菅村第5次総合計画では、その基本構想で「村のよいところなどに共感してくれる方々（小菅村のファン）と一体となって、むらづくりを進めること」としており、観光業・商工業の振興では、体験観光の推進、観光情報提供の強化（WEBサイトの運営強化など）、地域特産品の開発、観光商業の振興、多様な企業誘致の推進、起業支援を掲げている。

前項「10 年程度の期間を見据えて」で記述した、観光産業を中心とした商売の展開や IT 利活用による販路開拓・売上増加、創業支援は、この基本構想と軌を一にする目標であり、連動制、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（経営相談・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地域活性化の取り組みなどを実施している。

このなかで当会は、経営指導員 1 名、経営支援員 1 名の事務局 2 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）地域事業者の減少に歯止めをかけるために
 - ①「経営を計画的に行う事業者」を育てる。
 - ②事業承継、後継者の育成・マッチングの支援を行う。
 - ③ I ターンや U ターンによる創業支援を行う。
 - （2）地域の需要に沿った経営の見直しを支援するために
 - ①経営革新の支援を行う。
 - ②取扱商品の差別化・集中化と、販路開拓支援を行う。
 - （3）観光振興及び地域活性化のために
 - 観光客が近年増加している流れを加速する地域イベント等を行い、交流人口の増加を図る。
- 目標達成に向けて
- 商工会自らの組織力向上とノウハウの蓄積を行っていくとともに、各支援機関と連携しながら村との緊密な協力体制により事業を実施していく。

(3). 経営発達支援事業の目標

【目標①】

小規模事業者が激変する経営環境に対応し持続的に発展していくために、傾聴と対話を通じて数値だけではない本質的な経営課題を抽出、事業者と共有した上で事業計画を策定し、計画遂行を伴走支援で実施して事業者の持続的発展を実現する。

【目標②】

特産品や地域資源を活かした商品の開発や改善を支援し、国や県の施策活用はもとより、村の施策と連動しながら交流人口の増加、小菅村のファンづくりを推進し、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりを実現する。

【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に繋げること裨益目標とする。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援計画の実施期間、目標達成方針

(1) 経営発達支援計画の実施期間（令和6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、まずは経営分析により各事業者の現状を明らかにする。経営分析では、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。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（ターゲットやポジショニング）を定め、結果を事業計画にまとめる。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行 ながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を伴走型で行う。

【目標②を達成するための方針】

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、地域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つなげる。また、農商工連携マッチングフェア、グルメ&ダイニングショー等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を達成するため方針】

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サイト構築等の取り組みを推進していくことを目的に、ITの専門家による個別相談を実施する。さらに、ITを活用した販路拡大を希望する事業者には、売り上げが拡大するまで伴走型で支援を実施する。

【目標④を達成するための方針】

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

これを実現するには、支援体制の更なる充実と質の向上が必要である。職員のスキルアップによる支援力の向上、他の支援機関、専門家との連携を強化するなどして相談、支援体制の強化を進めていく。また、地域おこし協力隊出身でITコンサルタントとして独立した事業者もおり、このような動きは今後も続くと予測している。都心部から移住してきたIT事業者と地元小規模事業者を有機的に連携させることで、IT利活用、DX化推進を加速させていく。

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

【現状】

これまで地域内の中小企業の景気動向については、全国商工会連合会が四半期ごとに年4回実施する中小企業景況調査の調査結果をホームページのみで公表してきた。また、県商工会連合会が実施する地域経済動向調査については、事業計画を策定する事業者に情報提供するに留まっていた。

【課題】

村内事業者に向けたアンケート調査では、事業者数が少ないため個社が特定できることを嫌い、回答を拒まれるケースが多く見られた。そこで、調査手法の変更をすることが適当と判断した。具体的には、今後はRESAS等を用いて、マクロ的に地域の経済動向分析を行い事業者に周知する。

また、事業者のIT ベルに差があるので、ホームページのみの公表では内容が伝わらないことが課題となっている。ホームページだけでなく商工会報等の紙媒体での情報提供が必要である。会員のみの周知とならないように、村役場への設置を行う。

(2) 目標

支援内容	公表方法	直近 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
(1) 地域の経済動向分析 公表回数	HP 及び 商工会報	0 回	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 及び 商工会報	0 回	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村内の状況（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を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 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及び商工会報で公表し、広く管内事業者へ周知。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地域経済動向調査	
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	当村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及び商工会報で公表し、広く村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】

事業者が自らの新商品・役務を販売する際には、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を実施することが必要であるが、これまで実施してきた調査は、単なるお客様アンケートになってしまい、商品開発の参考となるようなデータを取るには不十分であった。

【課題】

商品開発や商品改良に資する内容に調査項目を改めると共にWEBを活用したアンケート票を導入し、商品開発に有益なデータの収集と回収数の向上を図る。また、調査結果を分析し事業者へフィードバックする。

(2) 目標

支援内容	直近年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10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	0 者	1 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	当村には「やまめ」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、小規模事業者は顧客目線に立った商品開発、サービスの提供を目的とした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（食品、木工品）、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・方法	調査テーマを以下の 3 点に定める。 ①観光客向けに販売を強化したい商品の調査を行う際は「道の駅こすげ」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際は「グルメ&ダイニングショー」などの大規模展示会 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際は「農商工連携マッチングフェア」等の商談会で調査を実施する。 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（小菅らしさ） ☐ 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・方法	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	経営指導員が簡易な 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、管内小規模事業者数は54者と少数であるので、日常の巡回訪問や確定申告指導、金融指導を通じて、小規模事業者の経営分析を実施してきたが、村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】

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。また、IT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。

(2) 目標

支 援 内 容	直近 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
経営分析事業者数	12 者	14 者	14 者	14 者	14 者	14 者

※経営分析数は管内小規模事業者数 54 者の約 25%を目標とする。

(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	チラシの配布やホームページ、LINE 公式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。
調査結果の活用方法	・経営分析の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。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

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 個別相談を実施し、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

支 援 内 容	直近 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
事業計画策定支援事業者数	2 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
DX 推進のための専門家派遣	1 者	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援・DX 推進のための専門家派遣
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 IT 専門家の派遣を実施する。

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

支 援 内 容	直近 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
事業計画策定済み事業者への フォロー事業者数	2 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
事業計画策定済み事業者への フォロー（訪問数）年 4 回	4 回	24 回	24 回	24 回	24 回	24 回
売上増加事業者数	1 者	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者
経常利益増加事業者数	1 者	1 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ており、成約件数や売上に関しては一定の効果が確認されているが、利益については十分な効果が上がっていない。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、成果が出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個別相談」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	直近 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
①農商工連携マッチングフェア 出展事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数	0 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②大規模展示会への出店事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数	3 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
③IT 個別相談実施後の支援事業者数	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
(BtoB の場合 成約件数)	0 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
(BtoC の場合 売り上げ増加/者)	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(4) 事業内容

①農商工連携マッチングフェア（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商品を製造・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 5

	年1月開催分では、出展者数65社、来場者数200名弱となった。
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、当日のブース設計、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

②大規模展示会（BtoB）

事業名	大規模展示会出展支援（グルメ&ダイニングショー想定）
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。特に、小規模事業者は、費用面や出展ノウハウの不足などがあり単独で大規模展示会に出展することはできないことも多い。そこで、小菅村商工会として大規模展示会に共同出展し、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商品を製造・販売している）食料品製造業
訴求相手	全国のバイヤー
展示会等の概要	全国商工会連合会等の後援のもと、東京ビッグサイトにて開催される地域のプレミアムフードが集まる、品質・ライフスタイル志向の食の見本市。全国各地の出展者が、互いの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5年2月開催分では、出展者数530社、来場者数28,720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、POP等の整備、商品のブラッシュアップ、当日のブース設計、短時間での商品等アピール方法、商談シートの作成等。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

③DXに向けた取り組み（BtoB、BtoC）・IT個別相談後の実行支援

事業名	DXに向けたIT個別相談後の実行支援
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（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「DX推進のための専門家派遣」において作成した事業計画に基づき、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	「事業計画策定」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。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。

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】

現状は、経営発達支援計画の進捗状況の報告を理事会において実施し、理事会の開催内容を村役場担当者に報告するに留まっている。

【課題】

PDCAサイクルを適切に回していくために、「評価会議」を設置し、毎年度、事業の実施状況・成果の評価について検証を行う。また、必要に応じて見直し案の提示を行う。

(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支援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 小菅村源流振興課課長、小菅村商工会職員（法定経営指導員、経営支援員）、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（https://r.goope.jp/kosuge）へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に関連可能な状態とする。 【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（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

参加者	経営指導員、経営支援員
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
内容と支援ノウハウの共有	①外部講習会の積極的な活用 ・ 経営支援能力向上セミナー 本商工会の職員は経営指導員 1 名、経営支援員 1 名の 2 名のみであるため、この 2 名の支援能力の向上のため山梨県商工会連合会が主催する研修会に職員を派遣する。派遣にあたっては、職種ごとの義務研修とは別に、DX に関する支援に必要な知識を習得するなど、職員に不足する能力を補うための任意研修への派遣も計画的に行う。 ・ 経営指導員 WEB 研修 経営指導員等が、全国商工会連合会が実施している WEB 研修を積極的に受講することで、専門的な知識やノウハウを習得し、経営支援能力の向上を図る。（WEB 研修の科目：中小企業経営・中小企業政策、経済学・経済政策、財務・会計、企業経営理論、運営管理、経営法務、経営情報システム 合計 96 時間） ・ DX 推進に向けたセミナー 喫緊の課題である地域の事業者の DX 推進への対応にあたっては、経営指導員等の IT スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のような DX 推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

	<DXに向けたIT・デジタル化の取組> ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組 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、ワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等 イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組 ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等 ウ) オンライン経営指導の方法等 ・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職員勉強会の開催 経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、決算相談時期を除く毎月1回（年間10回）勉強会を開催し、意見交換等を行うことで職員の支援能力の向上を図る。 ③BIZミル活用によるデータベース化 各職員が担当した支援案件について経営支援システム「BIZミル」上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。
--	---

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
(令和 5 年 1 1 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)	
小菅村商工会 法定経営指導員 1 名 経営支援員 1 名	小菅村役場 源流振興課
(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：鈴木 浩史 連絡先：小菅村商工会 TEL：0428-87-0404	
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 〒409-0201 山梨県北都留郡小菅村4383-1 小菅村商工会 TEL：0428-87-0404 ／ FAX：0428-87-0741 E-mail：kosuge@shokokai-yamanashi.or.jp	
②関係市町村 〒400-0592 山梨県北都留郡小菅村4698 小菅村 源流振興課 TEL：0428-87-0111 E-mail：shinkouka@vill.kosuge.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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	2,530	2,530	2,530	2,530	2,530
1. 経済動向調査事業費	50	50	50	50	50
2. 需要動向調査事業費	100	100	100	100	100
3. 経営状況分析事業費	100	100	100	100	100
4. 事業計画策定支援事業費	600	600	600	600	600
5. 事業計画実施支援事業費	100	100	100	100	100
6. 新たな需要開拓に関する事業費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
7. 本計画評価・見直し事業費	50	50	50	50	50
8. 資質向上研修事業費	30	30	30	30	30

(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事業 各種補助金（国、県、村、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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
連携者及びその役割
連携体制図等