

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	丹波山村商工会（法人番号：3090005003202） 丹波山村（地方公共団体コード：194433）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現 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経営課題を抽出、事業者と共有した上で、将来的に自走できるよう多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業計画を策定し、計画遂行を伴走型で支援する。 ② 自然環境などの地域資源を活かし、地域の賑わいづくりを推進 自然体験型の滞在型観光メニューの開発、地域資源を活かした商品開発・改良と販路開拓を支援し、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。 ③ 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。
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などを行う。 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と観光体験メニュー開発のため、需要動向調査を実施する。 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 策定した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	○丹波山村商工会 鈴木 浩史 〒409-0300 山梨県北都留郡丹波山村 2849 番地 TEL：0428-88-04444 Mail：h-suzuki@shokokai-yamanashi.or.jp ○丹波山村役場 温泉観光課 木下真一 〒409-0300 山梨県北都留郡丹波山村 2450 番地 TEL：0428-88-0211 Mail：m-kinoshita@vill.tabayama.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) 地域の現状および課題

①現状

概況

・地域の風土(位置、気候、地理的な特徴)

山梨県の北東部県境、北都留郡の北西端に位置し、関東山地の南東部にあたる。村域の大半が山林地帯で、秩父多摩甲斐国立公園に属する。多摩川上流支流で奥多摩湖へ東流する丹波川(たばがわ)が渓谷をつくる。国道 411 号(青梅街道)が平行し、流域沿いの河岸段丘上や傾斜地に集落が点在。丹波山地区には公共施設があり村の中心となっている。荒川水系と多摩川水系の分水嶺である標高 2000m 級の秩父山地を境に埼玉県や東京都と接し、南は標高 1000m 級の大菩薩山系の支脈妙見鹿倉尾根を境に小菅村と接し、西は大菩薩嶺を境に甲州市に接する。

村域にある秩父山地の山では飛竜山(大洞山)の 2077m、大菩薩連嶺の山では大菩薩嶺の 2057m が最高地点で、最低地点は東端の鴨沢地区で 535m。

山：雲取山、飛龍山、前飛龍、丹波天平ほか

河川：丹波川(たばがわ)、貝沢川、小室川ほか

湖沼：奥多摩湖(小河内貯水池)

温泉：三条の湯、村営「のめこい湯」

・歴史的な背景

甲斐国志によれば、室町時代にはすでに集落が形成され、戦国の武将、武田氏の全盛期には、黒川金山の採掘のため金山奉行が置かれ、黒川千軒、丹波千軒と呼ばれるほどの賑わいがあったと伝えられている。江戸時代には大菩薩峠越えの山道は甲州裏街道とも呼ばれる青梅と甲州を結ぶ要路で、丹波は宿場町として重要な位置を占めた。

明治初年には柳沢峠越えの新しいルートが開かれ青梅街道と改称、今では国道として整備されている。昭和三十二年に小河内ダム(奥多摩湖)が完成してからは、東京方面への交通の便も大幅に改善され、経済、文化とも東京都への依存を強めている。

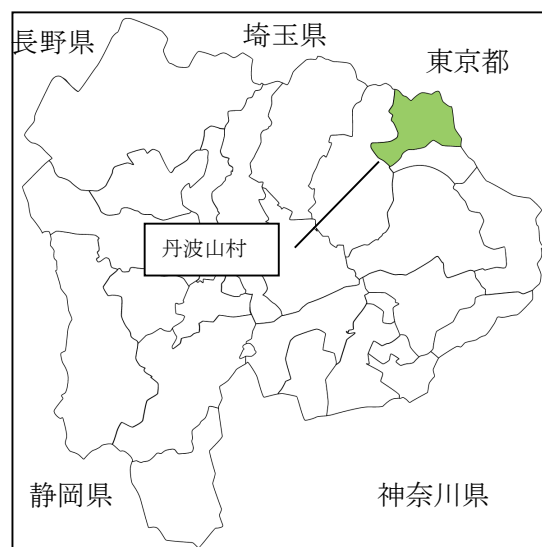
・交通網(道路、バス等)

○道路

国道 411 号(青梅街道)

都県境より、青梅街道は大菩薩ラインとの愛称がつくようになる。カーブとトンネルが続き、柳沢峠を経て、甲州市に続いている。なお、当村と甲州市間の山間部は、冬季には積雪および凍結路となるため、冬用タイヤ装着が必要となる。

山梨県道 18 号上野原丹波山線



山梨県道 18 号上野原丹波山線

南接の小菅村を經由して、上野原市に通じている。当村と小菅村の間にある今川峠は急勾配・急カーブが連続する。小菅村より国道 139 号に入り、大月市に抜ける松姫バイパスが開通した事により県内の鉄道駅へのアクセスが比較的容易になった。

○路線バス

西東京バスが村唯一の公共交通機関として補助金を受けながら運行している。東京都方面への交通は確保されているが、隣の甲州市や県都である甲府市へは自動車等を所有していない場合は、当村より西への公共交通機関がないため遠回りの長時間移動を強いられる。

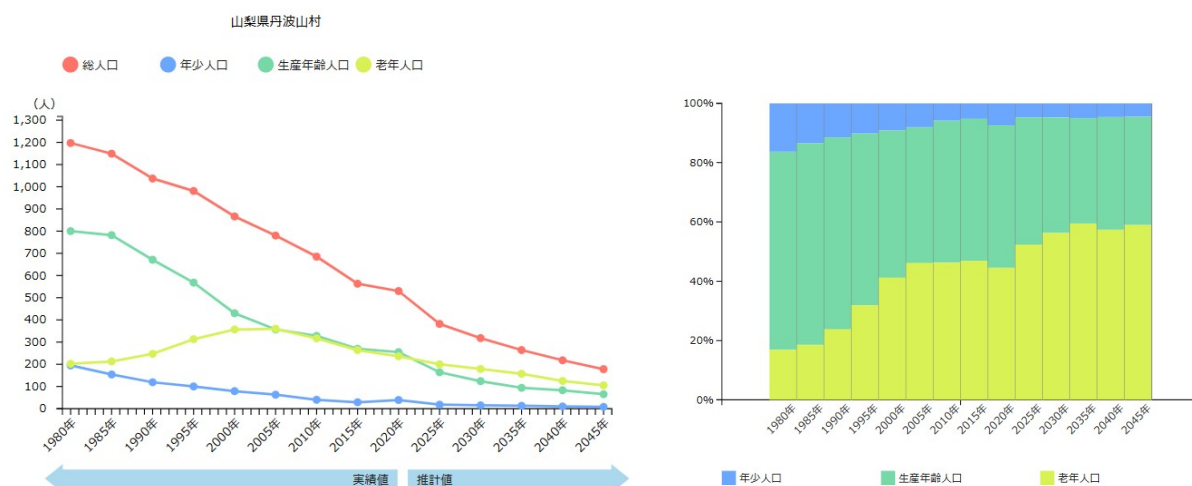
なお、南接の小菅村を直接結ぶバスも存在しないため、公共交通機関では東京都奥多摩町を經由しないと他の県内の自治体に行くことができない。

・人口の推移

令和 2 年の国勢調査における本村の人口は、530 人、世帯数は 283 世帯であり、平成 27 年と比較して人口は△33 人（△5.9%）、世帯数は△11 世帯（△3.7%）の減少となっている。65 歳以上の人口は、236 人であり、高齢化率（65 歳以上の全人口に占める率）は、44.5%となっている。

令和 5 年度山梨県高齢者基礎調査における本村の高齢化率は、43.4%であり、平成 28 年と比較して 3.7%減少しているものの、県平均 31.3%を大きく上回り県内 5 位の高齢化率である。丹波山村において人口減少と少子高齢化が最大の課題であり、地域経済の脅威となっている。

≪人口・高齢化の推移（出展：RESAS）≫



・産業構造の推移（業種構成、業種別の事業者数の推移等）

本村の主要産業は、宿泊業を中心とした観光業である。平成 29 年と令和 4 年で比較すると、総事業者数は増加している。これは、地域おこし協力隊員等が卒業後当村で起業していることが大きい。業種別に見ると製造業・サービス業が増加している。

業種別売上を RESAS で見ると、卸・小売業が 217 百万円（63.3%）で 1 位であるが、約 5 割が道の駅の売上である。続いて、宿泊・飲食サービス業が 83 百万円（24.2%）となっている。

観光業は、山梨県観光客入込客統計調査によると、平成 27 年までは 20 万人前後で推移した後、コロナ禍により平成 30 年から令和 2 年まで減少が続き、令和 2 年には 106 千人と最小になったが、令和 3 年には増加に転じている。

商工業者数

年月日	丹波山村	建設業	製造業	卸売業 小売業	飲食業 宿泊業	サービス業	その他	合計
H29. 4. 1	事業所数	3	3	13	21	5	5	50
	構成比	6. 0%	6. 0%	26. 0%	42. 0%	10. 0%	10. 0%	100%
R4. 4. 1	事業所数	4	7	12	22	8	3	56
	構成比	7. 1%	12. 5%	21. 4%	39. 3%	14. 3%	5. 3%	100%

小規模事業者数

年月日	丹波山村	建設業	製造業	卸売業 小売業	飲食業 宿泊業	サービス業	その他	合計
H29. 4. 1	事業所数	3	3	13	21	5	4	49
	構成比	6. 1%	6. 1%	26. 5%	42. 9%	10. 2%	8. 1%	100%
R4. 4. 1	事業所数	4	7	12	22	8	2	55
	構成比	7. 3%	12. 7%	21. 8%	40. 0%	14. 5%	3. 6%	100%

・地域の名産品、地域資源 等

秩父多摩甲斐国立公園、大菩薩山麓、多摩川源流

郷土民俗資料館

村営温泉「のめこい湯」（単純硫黄泉の日帰り温泉）

道の駅たばやま

村営つり場

村営そば店「やまびこ庵」

村営ローラーすべり台

丹波山祇園祭（7月中旬）

ささら獅子舞奉納（角兵衛流の伝統的な三匹獅子舞で、7月中旬に行われる。1979年3月31日には由来書とともに県無形民俗文化財に指定。）

お松引き（1月7日）

夏祭り丹波（毎年7月最終日曜日）

盆踊り花火大会（8月15日）

尾崎行雄水源踏査記念碑（青梅街道沿い）

雲取山の青岩鍾乳洞（県指定天然記念物）

②地域の課題（強みと弱み）

・地域の風土、地理的な強み（弱み）

○強み

秩父多摩甲斐国立公園に属し、恵まれた自然環境がある。

夏が冷涼である。

日本最大の消費地である東京都に隣接し、多摩川の源流域は東京の水源地であり、首都圏の自然郷として交流がある。

○弱み

首都圏からの公共交通機関が、バスだけで不便である。

地域資源が隣村の小菅村と競合する。

・歴史的な背景による強み（弱み）

○強み

丹波山は、江戸時代より青梅と甲州を結ぶ要路にあり、現代でも青梅街道として整備され

経済、文化とも東京都と関係が深い。

ささら獅子舞（県無形民俗文化財）、お松引きなど、歴史のある民俗文化が残っている。

○弱み

歴史的財産が観光資源として整備仕切れていない。

少子高齢化により民俗文化の後継者が不足している。

・交通網に関する強み(弱み)

○強み

小菅村から、大月市に抜ける松姫バイパスが開通した事により県内の鉄道駅へのアクセスが比較的容易になった。

○弱み

公共交通機関が奥多摩駅からのバスしかなく、冬季には路面が凍結するなど交通インフラが脆弱である。

・人口に関する強み(弱み)

○強み

人口が少ない故に行政との距離が近く、郷土愛が強く村民同士が家族的関係にある。
地域おこし協力隊員が丹波山村に定住することで、人口減少を防いでいる。

○弱み

高齢化率が高く、少子高齢化が進み人口が減少している。

・産業に関する強み(弱み)

○強み

村おこし協力隊員の卒業後の起業などにより、事業者数が増加している。
商工会が行政や住民を巻き込んで、地域資源を活用した観光振興に取り組んでいる。
商業については移動販売車が2社あり、買い物弱者に対応している。

○弱み

事業者の高齢化と後継者難により、事業者数の減少が懸念されている。
全産業について人口減少と高齢化により、消費行動と労働力の不足が生じている。

・地域の名産品、地域資源に関する強み(弱み) 等

○強み

森林、河川、湖、温泉など観光資源が豊富である。平成11年に開設された日帰り入浴施設の「のめこい湯」はその泉質もよく多くの観光客に利用されている。

舞茸、じゃがいも、そば等など農産物の種類が豊富で品質も良い。平成21年に開設された道の駅「たばやま」は、観光案内や特産物の販売拠点となっている。

○弱み

特産品、観光サービスが競合する他地域との差別化が図れていない。
農産物に関しては種類は多いが、生産量が少なく、季節変動等取扱量が限定的である。

【丹波山村第5次総合計画】

「丹波山村第5次総合計画」（令和2年度から令和11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1章 活力とにぎわいのある村づくり（産業振興））

第1節 農林業の振興

基本方針 農林業基盤の整備や生産体制の強化を図るとともに、担い手の育成や経営の安定に向けた支援をおこないます。また、観光事業との連携を強化し、農林業の活性化を目指します。

村の資産である豊かな自然環境を適切に保全するとともに、地域の活力源として有効活

用し、次世代へと継承していきます。そのため、舞茸、キノコの安定供給や、村の看板商品としての育成強化、加工、販売、飲食メニュー化等、6次産業化を推進するとともに、木材の活用など、豊かな森林資源の地産地消・特産化に向けた取組みを進めていきます。

主要施策と内容

施策名	主な取組み・目標
(1) 農林業生産基盤の整備	略
(2) 農林業経営や生産体制の強化	略
(3) 森林施業の強化	略
(4) 観光事業との連携強化	○6次産業化の視点も踏まえつつ、農作物加工施設および直売所の計画的な整備・改修を進めるとともに、観光と連携した農林業の活性化に努めます。 ○森林活用型観光やレクリエーションゾーンの整備を検討し、体験農園施設（クラインガルテン）を中心にしたグリーンツーリズム事業を推進する等、都市との交流を活発化し、交流人口の増加を図ります。 ○道の駅等での直販やふるさと納税の返礼品などによる農産物の販路拡大を目指します。 ○村の特産品及び農林産物などの販路拡大のためネット販売システムを検討し、導入を目指します。 ○村営つり場を核に丹波川漁業協同組合と連携して、鮎のブランド化を進めるなど、新たな加工品を開発していきます。

第2節 商工業の振興

基本方針 商工会等と連携して、各種補助制度の利用促進や研修会の充実など、経営基盤の強化を支援し、商工業の活性化を図ります。また、増え続ける空き家を利用した新しい商業施設の整備や、本村ならではのモノづくりを推進するとともに、サテライトオフィスなどを活用した新たな企業の誘致に努めます。

主要施策と内容

施策名	主な取組み・目標
(1) 地域商業の振興	○商工会の活動を積極的に支援し、経営基盤の強化、地域商業の活性化を図ります。 ○空き家を利用した商業施設等の整備を進めていきます。 ○IT機器の活用や情報化時代に対応した合理化と効率化の推進を支援します。 ○高齢者や買い物に出かけることが困難な方を支援するための取組みを検討します。 ○道の駅直売所や温泉施設内の売店の充実により、農産物や加工品の販路の形成・拡大を目指します。 ○商工会等と連携して、後継者の育成および確保に努めます。 ○空き家などを利用したサテライトオフィスの誘致を目指します。
(2) 地域工業の振興	○各種補助制度、貸付資金等の情報提供を行い、利用促進による経営改善の強化、地域工業の振興を図ります。 ○森林資源等を活用した新たなモノづくりに取組む起業家の育成や企業との交流機会の創出のための取組を支援します。

	○地域間での交流活動や異業種交流等を通じて情報収集に努め、新たな優良企業の誘致に向けた取組みを検討します
(3) 丹波山のモノづくりの推進	○農産物加工グループの特産品開発や商品化に向けた活動等に情報提供を図りながら販路の拡大を支援します。 ○タバジビエブランドの浸透を目指します。 ○木工品の生産、加工、販売に至る一貫した事業組織体の設立を支援します。

第3節 観光の振興

基本方針 観光基盤の整備および各種施設の充実を図るとともに、受け入れ体制の整備や交流企画の充実に努めます。そして、魅力ある観光地として情報発信機能を強化し、交流人口の拡大を目指します。

主要施策と内容

施策名	主な取組み・目標
(1) 観光基盤の整備	○全村水源公園構想を推進するとともに、街並み景観や観光案内板の整備を進めます。 ○街並み景観に配慮した新庁舎建設事業を進め、併せて丹波宿再生事業を推進します。 ○観光交通路線網および遊歩道等の整備を進め、観光客の利便性向上に努めます。また、広範な路線・ルートを計画的に整備できるよう、全村的な振興方針と連携した取組みに努めます。 ○自然に配慮しながら観光資源として活用出来るよう、東京都水道局と連携して、山間道の整備および登山コースや山小屋、山岳トイレ等の環境整備を図ります。 ○老朽化したセツ石小屋および雲取山周辺の環境整備を併せて検討します。 ○大多摩観光連盟と連携して、観光資源および観光拠点を結ぶ観光マップやモデルコースの設定に取り組めます。 ○村のホームページを活用し、より魅力ある情報発信を進め、そのための情報収集・連携や人材確保に努めます。 ○丹波川漁業協同組合の活動を支援し、鮎ブランドの周知・浸透など、釣漁業の振興に努めます。 ○第二源泉を活用したにぎわい拠点の形成を推進します。雲取山への山岳レジャー需要の取り込みや、第一・第二の湯めぐり散歩といった、滞在・周遊等の広がりある多様な来村需要を喚起していきます。
(2) 観光拠点の整備	○観光振興に向けた機動的な取組みをおこなう法人設立等を通じ、観光協会と連携して、道の駅観光案内所における案内やPR活動の強化を図ります。 ○民営化（指定管理）された「道の駅」、「のめこい湯」について、引き続き村の重要な観光資源として、サービス充実を促進するとともに、団体ツアーの集客に向けた広報活動の展開を進めます。 ○「川の駅」ゾーニングプロジェクトを通じた、村営釣り場周辺施設の改修を実施するなど、周辺環境の拠点性充実を図ります。 ○飲食施設（そば処）の見直しをおこなうとともに、小峰山周辺についてもすべり台、樹木等の景観等の観点から望ましい姿についての検討を進めます。また、第二源泉の有効活用による村の活性化を図ります。
(3) 交流企画の充実	○地域の伝統行事の継承と観光化を進め、広く地域文化にふれる機会

	を創出するとともに、鮎まつりなど観光型イベントの拡充を図り、通年型の観光交流地域への転換を目指します。 ○企業の森での交流企画やエコツアーなど、森づくりと観光を組み合わせた自然体験型交流イベントの実施やインストラクターの育成を図り、受け入れ体制の整備を進めます。 ○村職員等の接客研修や先進地視察の実施により、接客サービスの向上を図ります。 ○村民が地域に誇りを持ち、地域全体で観光客をおもてなしする心の醸成に努めます。
(4) 新たな観光産業の創出	○商工会や観光協会と連携して、地域食材を活用した丹波山の味づくりを推進するとともに、県内外のイベントへの出展など、PR活動の強化を図ります。 ○丹波山村キャラクター「タバスキー」グッズや狼グッズなど継続した開発・販売を進めます。 ○狼伝承、将門伝説など新しい観光資源を開発します。 ○解散した在来種保存会の活動等も踏まえ、在来種農産物（じゃがいもやきゅうり等）のブランド化に努めるとともに、新たな丹波山ブランドの開発に取組みます。 ○ふるさと納税等も含め、IT活用などによる通信販売の推進に向けて、ネットショップへの出店等の導入を目指します。

③課題

これまでの現状分析から、今後の課題をまとめる。

人口減少と少子高齢化は今後も進むことが想定されている。人口減少は消費額の減少を意味しており、今後は販売地域の拡大や観光振興により交流人口の拡大が必要となっている。また、労働人口の減少による働き手不足が産業振興の課題となるため、村内の働き場の確保、デジタル化等による生産性向上への取組みが必要である。

特産品は、道の駅に村内で生産された特産品も販売されているが、生産規模が小さく、お土産品の範囲であり、全国での販売を意識している生産者は少ない。地域外での販売を目指した特産品開発を進めていく必要がある。

観光業関連では、コロナ禍による観光客数の減少が増加に転じることが予想されているが、より、丹波山村の魅力をPRしてゆかなくてはならない。

(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

今後進む少子高齢化など経営環境の変化に対応するためには、個々の小規模事業者の経営力強化が最大の目標となる。その中でも、今後の進展が期待できる観光業や特産品の地域外販売、起業の推進と新事業の創出を目指し、次を実施する。

ア 小規模事業者が自社の経営分析や課題解決を自ら行えるよう支援、経営力の強化を図る。

イ 本村の自然を満喫できる体験メニューを開発するとともに、本村の魅力を強く発信する。

ウ 特産品開発と販路拡大による売上増加を目指す。

エ ITの利活用を進めるとともに、DXの取組みを支援する。

オ Iターン・Uターンによる創業を支援する。

②丹波山村第5次総合計画との整合性

総合計画では、森林活用型観光、商工会と連携した事業者の経営基盤の強化・後継者の育成確保、特産品化開発や商品化、IT活用による合理化・効率化・通信販売、地域行事の継承と観光化などが

掲げられており、前項の「10 年程度の期間を見据えて」で記述している内容と、この総合計画と整合性がある。

③丹波山村商工会の役割

当会は、S55 年 1 月の創立以来、現在に至るまで、一貫して経営改善普及事業に基づく、経営、税務、金融、労務等の個別指導を通じて地域商工業者のよき相談相手として、地域の小規模事業支援機関としての役割を果たしてきた。

また、地域基盤と公共性を持つ組織を活かし、地区内における商工業者を総合的にサポートしてきた。会員の意見を集約し、行政等関係機関等へ陳情・要望し、地域振興の発展に努めるという、地域の総合経済団体としての役割を担ってきた。特に、観光振興については、村行政と連携して、地域資源の発掘や観光客誘致に結びつけるイベントを行い総合経済団体としての役割を担ってきた。

さらに、経営発達支援計画の認定により、経営計画策定・販路対拓支援など小規模事業者への伴走型の支援を実施している。今後は、第 2 次経営発達支援計画を定め地域小規模事業者の経営力向上に取り組む。

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既存事業者の経営状況を詳細に把握し、実態やニーズにあった支援を行う。持続可能性がある場合、需要動向の調査、事業計画の策定・実施、販路開拓などを支援しながら「経営を計画的に行う事業者」を育て、村民のなりわいを確保する。
- ②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・マッチングの支援を行う。
- ③創業後も安定した経営が継続できるよう支援する。

（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経営革新を進め、新商品等の開発や新規分野への参入等につながる支援を行う。
- ②売上の増加を図るため、取扱商品の差別化と集中化を進め、物産展等により販路開拓に取り組み、販路拡大に繋げる。

（3）観光振興および地域活性化のために

行政及び関係機関と連携しながら、恵まれた自然環境や貴重な伝統的文化と東京都との歴史的関係を活かし、日帰り温泉施設や道の駅などにより観光客が近年増加している流れを加速する地域のイベント等を行い、交流人口の増加による波及効果で、宿泊客数や特産品の売上の増加につなげる。

○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とともに、各種支援団体等と連携しながら、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方針で進めていく。

自ら経営改善に取り組む意欲がある小規模事業者や創業を目指す方の創業・事業承継・経営革新などの支援を図り、地域の存立基盤の維持に向けて取り組んでいく。

（3）経営発達支援事業の目標

- ①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現
- ②自然環境などの地域資源を活かし、地域の賑わいづくりを推進
- ③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。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(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小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

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く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、計画遂行を伴走型で支援する。

また、将来的に小規模事業者の自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、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行う。

②自然環境などの地域資源を活かし、地域の賑わいづくりを推進

自然体験型の滞在型観光メニューの開発、特産品や地域資源を活かした商品開発・改善を支援し、道の駅での販売、ITを活用した販路開拓・PR、展示会出展を支援することで、交流人口を増加させ、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

③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

上記の目標を達成するために、村や各種支援団体と連携し、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。

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提供するに留まっていた。

【課題】

村内事業者の調査では、事業者数が少ないため個社が特定できること、事業者数が少ないため信頼できる数字とならないことから、信頼できるRESASや山梨県観光客入込調査等を用いて、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、ホームページのみの公表では閲覧しない事業者も多いことから、商工会報等の紙媒体での情報提供が必要である。

(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 商工会報	0	1	1	1	1	1
(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 商工会報	0	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国や県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（国や県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）や山梨県観光客入込調査の内容のなかで、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 産業構造マップ →産業の現状等を分析 県内と村内の観光客入込数の分析 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およ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および会報で公表し、広く村内事業者へ周知する。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】

展示会等に出展により実施していたが、十分な分析ができていないため、商品のブラッシュアップに活かされているとは言えない。

【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に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
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	特産品を活用した商品の販売を行っている事業者もいるが、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	体験型観光メニュー、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。
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「道の駅たばやま」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（丹波山村らしさ） ☐ 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】

巡回訪問、確定申告指導、金融指導、補助金申請を通じて事業所の経営課題等を把握しているが、指導目的の達成のため表面的な分析が主であり、本質的な経営課題の把握まではできていなかった。

【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。

(2) 目標

(単位：事業所)

支 援 内 容	直近 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
経営分析者事業者数	6 者	11 者	11 者	11 者	11 者	11 者

※経営分析件数は管内小規模事業者数 55 者の約 20%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周知する。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】

小規模事業者の持続的発展において、事業者自身が事業計画を策定し、PDCAサイクルを回しながら経営を行うことは、非常に重要なことである。

しかしながら、小規模事業者においては経営者自らが事業計画を作成する時間を持てなかったり、事業計画作成のスキルを有していなかったりする企業が少なくない。

当会では補助金活用のための事業計画策定なども当面の目標達成のための計画に留まってしまっているのが現状である。

【課題】

持続的な発展につながる経営計画策定が必要であり、補助金活用の事業計画策定を入り口として、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てる事業者に対し、事業計画の策定を提案する必要がある。

また、事業継続力強化や事業承継などの事業計画策定なども積極的に提案しなければならない。

(2) 支援に対する考え方

「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、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
事業計画支援事業者数	2 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
IT・DX 推進のための専門家派遣	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援、IT・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。 また、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、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。
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、口頭での状況確認は行ってきたが、財務資料の提供による分析等は実施していなかった。

【課題】

今後は、事業計画を策定した事業者を対象に、原則四半期ごとにフォローアップを実施し、計画の実施状況を確認するとともに、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事業者を対象に、原則として四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、対象事業者の売上増加割合が40%、経常利益増加割合が30%になることを目標とする。

フォローアップ支援にあたっては、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、商工会との対話を通じてよく考え、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う。

(3) 目標

(前年度を含む)

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（前年度分）	2 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
事業計画策定済み事業者への フォロー（訪問数）年 4 回	3 回	16 回	16 回	16 回	16 回	16 回
売上増加事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
経常利益増加事業者数	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	伴走型支援することで、計画の実施上の課題を解決し、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	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

段・手法	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ITを活用した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。

【課題】

高齢化と後継者不足、ITスキルの不足などから、販路開拓やIT活用に積極的に取り組む事業者が少ないのが現状であり、当会の支援も消極的であった。今後は、相談受付時に販路開拓やIT活用への取組みの必要性を認識してもらい、取組みを行おうとする事業者を増やすことが必要である。

(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）が高いと思われる取組みを支援する。地域外への販路拡大のための展示会等の出展やITを活用した販路開拓に注力する。

事業者が新たな需要を獲得するきっかけを提供するという考え方であり、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支援していく。

(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展示会等への出店事業者数	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数	0 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
②IT 個別相談実施後の支援事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
(BtoB の場合 成約者数)	0 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
(BtoC の場合 売上増加者数)	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(4) 事業内容

①展示会（BtoB）

事業名	展示会出展支援（グルメ&ダイニングショー想定）
目 的	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。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、丹波山村商工会として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とする。
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に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・	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

手法	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

②IT 個別相談後の実行支援（BtoB、BtoC）

事業名	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その事業者にあった個別支援を実施し、販売促進・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 専門家による支援を実施する。
支援の手段・手法	「事業計画策定」や事業者との話し合いにおいて、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】

P D C A 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）により指導状況を確認する。

	(f) 月 1 回の定期ミーティングにて、職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 丹波山村温泉観光課長、丹波山村商工会職員（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（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

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積極的に行う。

・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

スキル不足が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、各種団体が開催するWebセミナーに積極的に参加する。

<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、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

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

②職員勉強会の開催

各種セミナーに参加した職員がその内容を説明し、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 6 年 4 月 1 日現在)	
((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)	
丹波山村商工会 法定経営指導員 1 名 経営支援員 1 名	丹波山村役場 温泉観光課
(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：丹波山村商工会 TEL：0428-88-0444	
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 〒409-0300 山梨県北都留郡丹波山村2849 丹波山村商工会 TEL：0428-88-0444 ／ FAX：0428-88-0905 E-mail：tabayama@shokokai-yamanashi.or.jp	
② 関係市町村 〒409-0300 山梨県北都留郡丹波山村2450 丹波山村 温泉観光課 TEL：0428-88-0211	

(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	2,030	2,030	2,030	2,030	2,030
1. 経済動向調査事業費	30	30	30	30	30
2. 需要動向調査事業費	150	150	150	150	150
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	300	300	300	300	300
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	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
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	0	0	0	0	0

(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） 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