

経営発達支援計画の概要

実施者名	富士宮商工会議所（法人番号 3080105003656） 富士宮市役所（地方公共団体コード 222071）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>目標1：対話型伴走支援による「経営力の再構築」と「自走化」</p> <p>目標2：地域資源を活用した新たな需要の創出</p> <p>目標3：持続可能な地域経済を支える創業・人材育成・事業環境整備</p>
事業内容	<p>I 経営発達支援事業の目標</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 公共機関が提供するビッグデータ・統計データ等の活用 ・ 地域景況感の調査 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ B to C 商品について、新商品開発の募集、新商品についてアンケート調査 ・ B to B 商品（製品）については、展示会等出展支援 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営分析を行う事業者発掘のためのセミナー・個別相談会の開催 ・ 補助金申請及び各種事業計画作成の支援事業者に対する経営分析 ・ 既存事業における経営分析 <p>6. 事業計画の策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業計画策定を支援するセミナー等の開催 ・ 事業計画策定を個別に伴走支援する相談会の開催 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業計画の策定支援を実施した全ての事業所を対象に、策定後の進捗管理や成果把握を定点観測し、PDCAを見える化することを目的に実施 <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「新商品開発・ブランド化」支援事業の実施 ・ 展示会・商談会を活用したB to B支援事業の実施
連絡先	<ul style="list-style-type: none"> ・ 富士宮商工会議所 経営支援課 ≪住 所≫418-0068 静岡県富士宮市豊町 18-5 ≪電 話≫0544-26-3101 ≪F A X≫0544-26-0303 ≪e-mail≫shien@fujinomiya-cci.or.jp ≪H P≫https://www.fujinomiya-cci.or.jp ・ 富士宮市 産業振興部 商工振興課 ≪住 所≫418-8601 静岡県富士宮市弓沢町 150 ≪電 話≫0544-22-1295 ≪F A X≫0544-22-1385 ≪e-mail≫shoko@city.fujinomiya.lg.jp ≪H P≫https://www.city.fujinomiya.lg.jp/

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

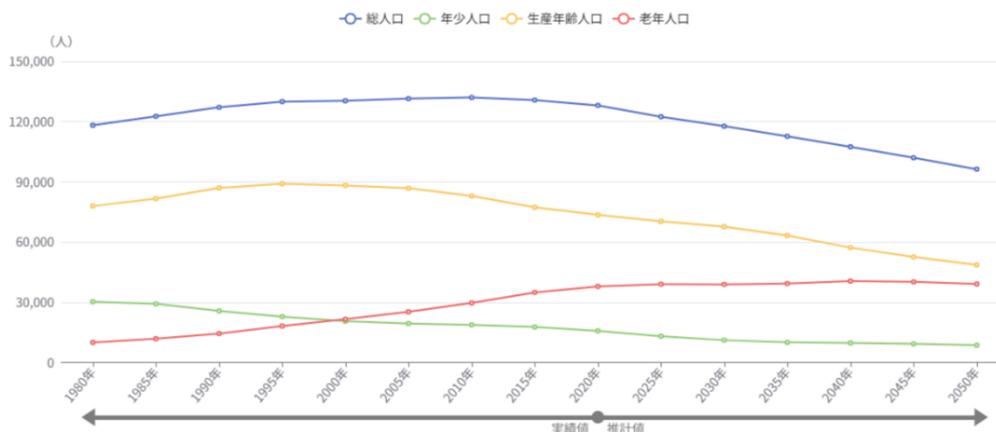
地域の現状及び課題

① 富士宮市の現状

富士宮市は世界遺産「富士山」の恩恵による豊富な湧水と観光資源を有し、食糧品・化学・輸送用機器などの製造業と富士山本宮浅間大社や白糸の滝、朝霧高原などを背景とした観光業が地域を牽引している。第6次富士宮市総合計画（案）（令和8年～令和17年）では、将来都市像を『富士山を心に 人の和と豊かな自然が織りなす 幸せを感じる富士宮』と定め、ウェルビーイング（幸福）の向上を掲げている。しかし、人口減少と少子高齢化の進行による生産年齢人口の減少が人手不足の常態化や原材料・エネルギー価格の高騰により地域経済の持続可能性が脅かされている。特に、地域雇用の約7割を支える小規模事業者の活力維持は急務である。

人口推移グラフ

静岡県富士宮市

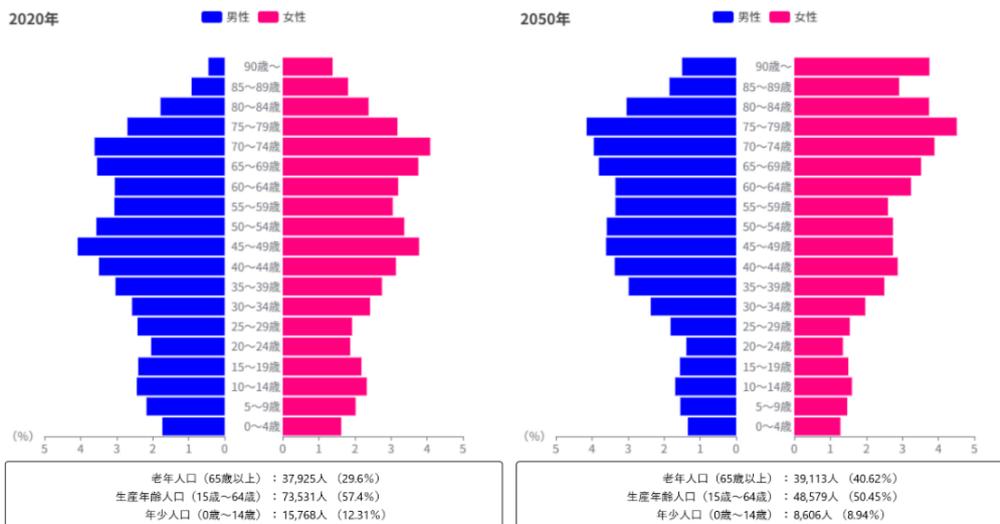


【出典】

総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態調査」、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」

人口ピラミッド

静岡県富士宮市



【出典】

総務省「国勢調査」、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」

② 地域の小規模事業者の課題

・「稼ぐ力」の停滞

原材料・エネルギー価格の高騰や最低賃金の引上げに対して、価格転嫁や高付加価値化による粗利の確保が出来ていないため収益を圧迫している。価格転嫁に加え生産性向上や新たな顧客接点確保のためのデジタル技術の活用が急務である。

・担い手不足と事業承継

富士宮地域の小規模事業者は経営者の高齢化と後継者不足による廃業リスクが高まっている。静岡県事業承継引き継ぎ支援センターと連携し、毎月開催している事業承継何でも個別相談会への申込事業者の増加など、事業承継支援の需要は年々増加傾向にあり、後継者となる人材の確保が必要である。

・人材不足への対応のための人材確保、省力化、生産性向上

富士宮地域では人材不足が常態化しており、特にサービス業や製造業で顕著となっている。当所においても富士宮JOBフェスティバルの開催や求職者と事業者のマッチングサイト「富士宮ジョブマッチング」の運営により域内の雇用確保に努めているが、省力化、デジタル化による生産性向上等への対応も必要となっている。

・地域資源の活用不足と付加価値の低迷

観光客数は多いものの、宿泊や飲食を伴わない「通過型観光」が主体であり、一人当たりの観光消費額は約4,000円と低迷している。観光客の滞在時間を延ばし、消費単価を向上させるための高付加価値な商品・サービスに転換することが必要となっている。

小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 「稼ぐ力」の強化と持続的発展

・10年後における地域のあるべき姿

小規模事業者が自らの強み（技術・商品・サービス）を再認識することにより、DX活用や商品、サービスの高付加価値化を通じて収益性を高め、自走できる経営体質への転換を図る。

② 地域資源を活かしたブランド力の向上

・10年後における地域のあるべき姿

「富士山」「食」「水」などの地域資源を活用した高付加価値な新商品や新サービスの開発（コト消費化）が促進されることにより従来の「通過型観光」から「滞在型観光」への転換を目指すとともに宿泊率の向上に繋げていく。また、域外・海外需要を取り込み観光消費単価が向上し、地域内経済循環の拡大を図る。

③ 事業承継の促進と担い手不足の解消

・10年後における地域のあるべき姿

事業承継の円滑に進み、地域に必要な産業機能が維持され域内の雇用が維持される。また、若者・女性・シニアが活躍出来る多様な働き方が導入と創業支援による新陳代謝が促進される。

経営発達支援事業の目標

目標 1：対話型伴走支援による「経営力の再構築」と「自走化」

理由：「経営力再構築伴走支援モデル」に基づき、経営者との対話を重視した支援により事業者が潜在的な課題に気づき、自ら課題解決に取り組む（自走化）体制を構築する。特に価格転嫁の促進、バックオフィスのDX化、事業承継支援に重点を置き、利益体質の改善と経営者の意識変革（経営リテラシー向上）を実現する。

支援計画の認定機関（5年間）の目標

- ・ K G I：伴走支援した小規模事業者の営業利益額の増加率：15%増
伴走支援した小規模事業者の賃上げした事業者の割合：50%（5年間平均）
- ・ K P I：DXツールを導入・活用した伴走支援事業者の割合：40%（バックオフィスのDX化を測る）
事業承継診断実施後の事業承継計画策定率：25%（診断20社→策定5社）
補助金（小規模事業者持続化補助金、静岡県経営力向上事業費補助金等）採択率：60%

目標 2：地域資源を活用した新たな需要の創出

理由：第6次富士宮市総合計画の重点プロジェクト「地域の魅力を活かしたにぎわいづくり」と連動し、地域資源を活用した高付加価値商品の開発や、観光消費額の向上、EC等を活用した販路開拓を支援することにより、域外・海外需要を取り込み、地域内経済循環の拡大を実現する。

- ・ K G I：旅行客の宿泊割合を現在の41.9%から50%への増加
宿泊以外の一人あたりの平均観光消費額を4,000円から4,500円に増加（コト消費・高付加価値化の成果）
- ・ K P I：高付加価値商品の開発やEC等を活用した域外売上高増加率：10%
合同商談会等を通じて新規取引が開始された件数：年間2件

目標 3：持続可能な地域経済を支える創業・人材育成・事業環境整備

理由：創業希望者への支援強化と若者や女性、高齢者等が活躍できる多様な働き方（ワークライフバランス、働き方改革、健康経営）の導入支援を行い、選ばれる企業づくりを促進する。

- ・ K G I：年間創業件数20者、5年生存率85%
- ・ K P I：創業セミナー参加者からの創業件数の割合：15%（創業セミナー参加人数年間50名）
若者・女性による創業件数の割合：30%（目標の「若者や女性」への支援成果を測る）
働き方改革を導入した伴走支援事業者の割合：10%

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、日業の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (令和8年4月1日～令和13年3月31日)

(2) 目標達成に向けた方針

① 対話型伴走支援による「経営力の再構築」と「自走化」

達成方針1 (R8～R9) : 基盤整備 (価格転嫁・DX基盤の確立)・課題の特定

設定した理由 : 多くの小規模事業者が抱える課題 (価格転嫁、インボイス、電子帳簿保存法対応) への集中支援により、まずは利益圧迫要因を排除し、売上総利益3%増加を達成する。

中間目標1 (R9末) : 伴走支援企業の営業利益額の増加率6%達成。年間事業計画策定件数40件

設定した理由 : 補助金支援は単なる資金調達ではなく、計画策定の訓練と位置づける。採択率60%を維持することで、計画策定の質を担保する。

達成方針2 (R10～R11) : 経営革新とリテラシー向上・承継加速

設定した理由 : 伴走支援の深度を上げ経営分析 (ロカベン、知的財産経営) に基づいた「攻めの経営革新計画」策定を支援。事業承継診断からの計画策定率を向上させる。

中間目標2 (R11末) : 伴走支援企業の営業利益額の増加率12%達成。年間事業承継計画策定5件

設定した理由 : 事業承継完了件数はR10年度に集中すると想定し、R8, R9で集中的に承継診断を実施し、計画策定を先行させる。

最終目標 (R12) : 成果実現・自走可

設定した理由 : 策定済みの計画を実行し、営業利益額の増加率15%を達成。成功事例をモデル化し、地域全体への波及効果を図る。

② 地域資源を活用した新たな需要の創出

達成方針1 (R8, R9) : 回遊性向上と商品開発

設定した理由 : まちなかエリアのテコ入れを図るべく、「富士宮市第4次観光基本計画」の課題である回遊性 (富士山本宮浅間大社⇄商店街) を改善するため、まちなかエリアでの体験型コンテンツ (コト消費) の開発支援を集中実施する。

中間目標1 (R9末) : 平均観光消費額4,200円に増加。宿泊割合45%達成

設定した理由 : 観光客へのアンケートやヒアリングを定期的に行い、観光資源 (食・水) の高付加価値化を促進。ECを活用した土産品の域外販売を強化する。

達成方針2 (R10, R11) : 滞在時間の延長と消費促進 (高付加価値化)

設定した理由 : 宿泊施設と地域飲食店・製造業との連携を深め、地域食材を活用したメニュー開発や宿泊プラン開発を支援し、夜間消費や滞在日数の延長を図る。

中間目標2 (R11末) : 平均観光消費額4,400円に増加。宿泊割合48%達成

設定した理由 : 観光DXを導入 (多言語対応、オンライン予約システム導入等) し、インバウンド需要の獲得を目指す。

最終目標 (R12) : 成果実現・ブランド化・地域内経済循環の拡大

設定した理由 : 宿泊割合50%・消費額4,500円を達成。成功事例を「富士宮ブランド」として国内外に発信する。

③ 持続可能な地域経済を支える創業・人材育成・事業環境整備

達成方針 1 (R8, R9) : 創業マインドの醸成

設定した理由：創業セミナーに加え、若者（学生含む）や女性をターゲットとした個別相談会やメンタリングを強化し、創業意欲の向上を図る。

中間目標 1 (R9 末) : 年間創業件数 15 者。創業 5 年生存率 80 維持

設定した理由：創業融資を計画的に斡旋することで、創業の確実性を高める。

達成方針 2 (R10, R11) : 環境整備と人材定着支援

設定した理由：創業後も半年～1年のフォローアップを徹底し、生存率85%を目指す。また、既存事業者に対し、働き方改革（ワークライフバランス）や健康経営の導入支援を行い、人材の定着率を向上させる。

中間目標 2 (R11 末) : 年間創業件数 20 者を達成。働き方改革導入企業 15 社

設定した理由：若者・女性が活躍できる環境整備は結果的に「選ばれる企業づくり」に繋がり、地域経済の担い手確保に貢献する。

最終目標 (R12) : 仕組み化と共創 (R12)

設定した理由：創業支援・人材育成のスキームを定着させ、目標を維持する。創業者が地域経済の新たな担い手として、既存事業者との共創を促す。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・経済動向の体系的な調査は実施しておらず、RESAS等のデータ連携や四半期速報の仕組みは未整備である。
- ・景況感や需要動向は個別相談等で把握しているが、業種横断で比較可能な指標（DI、価格転嫁状況、在庫、水準感）は十分に整備されていない。
- ・消費・観光・人流等の需要側データは点在し、企業の新規事業・販売促進・創業・承継支援に直結する形での可視化・共有が不足。

【課題】

- ・経営指導員が肌感覚で感じている景況感や流行に関して定量化されていない。
- ・目的別（新規事業開発/販売促進戦略/創業支援/事業承継支援）に必要なデータ定義が曖昧で、収集・分析が分散している。
- ・RESASや統計、独自調査の統合分析と定期公表が未実施で、事業者・関係機関への還元が限定的となっている。
- ・調査→活用（個社伴走・補助金活用・販路開拓）への接続プロセスが不足し、政策資源の重点配分に反映されにくい。

(2) 目標

- ・地域経済の「稼ぐ力」の現状と「構造的な課題」を定量的・定性的に把握し、利益体質改善及び創業・人材育成達成のためのプッシュ型支援のターゲットを特定する。
- ・統計データ（RESAS等）と現場の定性情報（LOBO等）をクロス分析し、「肌感覚」を「数値」で裏付け、支援施策の優先順位決定や市への政策提言に活用する。特に、価格転嫁動向や労働力維持に関する課題を数値化し、喫緊の課題への対策に直結させる。

目標（公表回数）

項目 \ 年度	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
マクロデータ分析 (RESAS、統計等)	1回	2回	2回	2回	2回	2回
独自LOBO調査 (4～9、10～3月)	－	2回	2回	2回	2回	2回
独自LOBO調査事業 所数	－	30社	30社	30社	60社	60社
公表回数	－	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年

※マクロベースとなる国の各種統計調査については、前回並びに最新のもので経過観察を行う予定。ミクロベースの統計データは、その都度最新のものを取得し、四半期・半期・年と言った単位での分析を予定。

※LOBOの調査事業所の業種は、地元金融機関の調査業種と合わせる形とし、製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業・不動産業を主とする予定。

※公表方法については、当所のホームページ上を予定。

(3) 事業内容

①景況感調査（半期アンケート）

・独自のLOBO調査の実施により肌感覚で感じている景況感の定量化と支援の精度の向上を図る。特に価格転嫁状況、人手不足、賃上げ動向といった喫緊の課題を把握し、個別伴走支援や補助金活用（生産性向上、人材確保）に直結させる。

【調査対象】製造業、建設業、卸小売業、宿泊・飲食業、サービス業

【調査項目】売上、採算、資金繰り、仕入・販売単価、設備投資、人手不足、最低賃金額

【手法】オンラインフォーム（google Forms等）及び郵送アンケートを併用

②産業構造分析（RASAS活用）

・RESASの「産業構造」「地域経済循環」等の機能を活用し、地域経済の構造的な特徴、経年変化、地域貢献度の高い産業をマクロの視点で把握し、事業資源の選択と集中（重点支援産業の決定・政策提言）の根拠とする。

【調査対象】地域全体の産業別構成、企業間取引、付加価値額、就業者数（産業別・規模別推移）、労働生産性

【調査項目】労働力の維持実態、産業別の地域貢献度、求人実態の課題

【手法】RESASの「産業構造」「地域経済循環」「企業間取引」機能を活用による統計分析

③消費・人流動向調査

・RESASを活用し需要側（市場）の実態を把握し、小規模事業者の新規事業開発、販売促進戦略（販路開拓）、創業支援における具体的なターゲット設定や事業計画策定の資料とする。

【調査対象】地域内の消費額、観光入込客数、人流データ（訪問時間帯、居住地等）、域外からの受入状況

【調査項目】顧客ターゲット像、需要のトレンド、エリアごとの消費傾向

【手法】RESAS（観光、消費）及び民間データ（人流・購買データ）による分析

(4) 調査結果の活用

①プッシュ型支援の実現

- ・データに基づくターゲット設定と伴走支援への接続強化。価格転嫁が遅れている業種・企業への専門家派遣（収益力強化支援）

- ・人手不足が深刻な業種へのIT導入・業務効率化補助金活用支援
- ・地域貢献度が高いが構造的に課題を抱える産業への重点的な経営改善支援

②施策の優先順位決定

- ・調査結果を基に、商工会議所の支援事業計画（講習会・セミナー等）の優先順位と資源配分を決定し、より効果的な支援を実現する。

③政策提言・関係機関連携

- ・数値に裏付けられた課題を市や関係機関（金融機関・ハローワーク等）と共有し政策提言の根拠とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・地域の経済動向調査は、これまで巡回時や窓口におけるヒアリングや国提供のビッグデータを活用した分析に留まっており、小規模事業者の商品・サービスに対する市場ニーズや消費動向の把握は十分ではない。
- ・観光や地域ブランドに関する認知度や購買行動の定量データが不足していることから、マーケットイン型の商品開発や販路戦略に活かせていない。

【課題】

- ・ビッグデータ分析のみでは、顧客の意見や市場環境を反映した具体的な需要動向を把握できない。
- ・地域ブランド形成や観光地の知名度向上に資する調査が未実施であり、小規模事業者の商品・サービス開発に活用できる情報が不足している。
- ・ヒアリングやアンケートを含む市場調査を組み合わせ、事業計画策定に直結する分析が必要

(2) 目標

- ・小規模事業者が開発する新商品・サービスについて、テストマーケティングやバイヤー調査を通じて「顧客視点（マーケットイン）」の需要動向を収集・分析する。得られたデータを基に、高付加価値化、適正価格の設定、ターゲットの明確化を行う。

項目 \ 年度	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
B to B 製品・商品の対象事業者数	—	1社	2社	2社	2社	3社
B to C 製品・商品の対象事業者数	—	2社	2社	3社	3社	4社

(3) 事業内容

- ① B to C 商品については、地元の富士伊豆農協富士宮地区や富士養鱒漁協（にじます）、銘柄豚等の生産者等との連携を通じて、特産品を活用した新商品開発の募集を行い、開発中の新商品につ

いてアンケート調査を行う。

具体的な場所としては、来場数の多い地元の道の駅や大手ショッピングモールや商工会議所や公共施設の一角を使い、女性のモニター募集等も行いながら、モニタリング会議のような企画も並行して企画・実施を検討する。その他、母数が少ない場合、クラウドサービスを利用して、不特定多数に対するアンケート調査も検討する。

【調査項目】

- 1) 商品力評価（五感評価）：味（濃度、塩味、甘味等）、食感（堅さ）、外観（色、大きさ、盛り付け等）
 - 2) パッケージ・デザイン：見た目の印象、ネーミング、視認性
 - 3) 価格受容性（PSM分析等）：「高いと感じる価格」「安いと感じる価格」「購入したい価格」
 - 4) 使用感・利便性：たべやすさ、調理の手間、使いやすさ
- サンプル数：来場者 100 名を想定
調査結果の活用：当該する小規模事業者にフィードバックする。

②B to B商品（製品）については、地元信用金庫が開催するビジネス商談会へのグループ参加や中小企業基盤整備機構主催の中小企業総合展などを活用し、来場するバイヤーへのアンケート調査を実施する。

【調査項目】

- 1) QCD評価：品質、精度（Quality）、コスト・単価（Cost）、納期・スピード（Delivery）
- 2) 供給体制：ロット数（小ロット対応の可否）、生産能力、安定供給性
- 3) 比較優位性：競合他社と比較した際の技術的強み、弱み
- 4) 取引条件：決済条件、アフターフォロー体制

【サンプル数】 20 社

調査結果の活用：当該する小規模事業者にフィードバックする。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

【現状】

- ・経営分析はマル経融資など限定的で、財務指標（売上、利益率等）の把握に偏っている。
- ・非財務面（強み・弱み等）については小規模事業者持続化補助金の申請支援など際に留まっており、体系的整理が不足している。
- ・講習会・セミナー等の参加機会は散発的で、分析後のアクションプラン・フォローアップが弱い。

【課題】

- ・組織として共通・一定のサービスが確立していないため、既存の枠組み（ローカルベンチマーク、経営計画つくるくん等）を活用して、既存業務と関連付けて実施する必要がある。
- ・体系的な経営分析の必要性・有効性が理解できていないため、TOASの経営カルテ機能の精査を行い、目的意識を持った個社分析の取組を強化する必要がある。
- ・新規事業開発、販促戦略、起業・創業、事業承継など目的別に必要データが異なるため、テーマ別の指標・ヒアリング項目を定義・運用する体制が不足している。

(2) 目標

目標（当所経営指導員数5名、現状分析件数は集計・整理されていないため不明）

年度 項目	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
経営分析を行う事業者 発掘のためのセミナー・個別相談会の開催	—	2回	2回	3回	3回	3回
個別経営分析 (財務+非財務)	33社	40社	45社	50社	55社	60社
補助金申請・他事業計画書の作成時の分析※ 1	25件	30件	30件	33件	33件	35件
既存事業における経営 分析 ※2	8件	10件	10件	12件	12件	15件

※1 初年度の持続化補助金の申請数(年15件)、静岡県経営力向上事業支援補助金申請数(年10件)、その他経営計画(1件)、経営革新計画申請数(年2件)、事業承継計画策定(年2件)をベースとして、その中の小規模事業者に対して実施を想定。

※2 主にマル経融資、公庫普通融資の斡旋件数の他に事業承継個別相談件数をベースとして、財務諸表が完備できない白色申告者の件数を下方修正している。

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者発掘のためのセミナー・個別相談会の開催

・「自社の強み発見」「決算書の見方」等をテーマにしたセミナーを開催し、その場で簡易分析を行う。

【募集方法】商工会議所会報・HP・SNS広告、富士宮市広報・回覧版、地元新聞記事掲載

【開催回数】1～2回

【参加人数】10名/回

②個別分析（補助金・融資申請連動型）

・補助金申請（小規模事業者持続化補助金）やマル経融資、事業承継支援の相談時に、単なる書類作成支援に終わらせず、必ず「経営分析」をセットで実施する。

・事業者の理解度に応じ、簡易診断（初級）から本格分析（上級）へステップアップさせる。

分析項目：財務データだけでなく、必ず非財務情報（SWOT）を組み合わせ、多角的に分析する。

1）財務分析：決算書3期分を用い、業界平均値との比較や経年変化を可視化する。資金繰りの安全性や本業の稼ぐ力を評価する

・収益性（売上総利益率・営業利益率・損益分岐点比率など）、生産性（労働生産性・人件費率など）、安全性（自己資本比率・流動比率など）、資金繰り（キャッシュフロー、借入金月商倍率など）

2）非財務分析：経営者との対話（傾聴）を通じて、数値に現れない資産や課題を抽出する。クロスSWOT分析を行い、具体的な戦略（強み×機会など）を導き出す。

・強み（技術、ノウハウ、立地、顧客基盤）、弱み（人材不足、設備老朽化、認知度）、機会（市場拡大、インバウンド、補助金）、脅威（競合、原材料高騰、人口減少）、その他（商圏分析、従業員定着率、DX推進度）

【募集方法】窓口相談時の提案や巡回指導時のヒアリングによる。

(4) 分析結果の活用

・分析結果は「やりっ放し」にせず、必ずフィードバックを行い、次のアクション（計画策定・実行）へ繋げる。

①事業者へのフィードバック（「見える化」による気づき）

・課題の優先順位を整理し、経営者が自ら課題解決に取り組み意欲を醸成する。

②事業計画策定への接続

・分析で明らかになった「強み」と「市場機会」を掛け合わせ具体的なアクションプラン（新商品開発、販路開発など）の根拠とする。

・財務課題（資金繰りなど）に対しては、金融機関と連携した借入計画やリスクスケジュールなどの対策に活用する。

③支援ノウハウの蓄積・共有

・分析結果や支援経過はT O A Sの経営カルテ機能へ記録し職員間で共有する。

・好事例については所内会議などで事例研究を行い、経営指導員の分析スキル向上を図る。また、事業者の承諾を得て会報などで紹介し、他の事業者への普及啓発を行う。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

・小規模事業者持続化補助金や静岡県経営力向上事業費補助金などの補助金申請をきっかけとした事業計画策定は一定数実施しているが、資金調達そのものが目的化しており、計画に基づいた経営実行や継続的なP D C Aができていない事業者は少ない。

・経営指導員による支援は、個別相談が中心であり、市場調査や経営分析の結果を体系的に組み込んだ、根拠ある計画策定支援への消化が不十分である。

【課題】

・「勘と経験」に頼る経営から脱却するため、客観的な分析データ（S W O T分析、財務分析、市場調査結果）に基づいた、実効性の高い事業計画を策定する必要がある。

・計画策定後の実行段階において、定期的なモニタリング（進捗確認）を行う仕組みが弱く、計画の形骸化を防ぐための継続的な伴走支援（フォローアップ）体制の構築が急務である。

(2) 支援に対する考え方

・需要動向調査および経営分析の結果を踏まえ、小規模事業者が自社の進むべき方向性（ビジョン）と具体的な行動計画（アクションプラン）を明確にした事業計画の策定支援をする。単なる資金調達のためではなく、「売上向上」「生産性向上」「高付加価値化」を実現するための「使える計画書」の策定を目指す。

・事業計画策定の前段階においてD Xに向けたセミナーを開催し、小規模事業者の競争力維持及び強化を目指す。

(3) 目標

	現行	R8	R9	R10	R11	R12
D X 推進セミナー	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
事業計画策定セミナー	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
創業・事業承継支援セミナー	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
事業計画策定事業所数	28 社	40 社	40 社	45 社	45 社	50 社
(内創業企業数)	12 者	12 者	15 者	17 者	20 者	20 者

(4) 事業内容

・事業者の成長ステージや課題に応じ「セミナー形式」と「個別支援形式」を組み合わせ、支援を行う。また、「勘と経験」からの脱却および生産性向上を目指し、事業計画策定のあらゆるプロセスにおいてD X（I T活用）を視点に入れた支援を実施する。

①事業計画策定・D X推進セミナーの開催

計画策定の重要性を啓発し、基礎的なノウハウを提供することを目的開催する。従来の計画策定ノウハウに加え、業務効率化や販路開拓に直結するデジタルツール（クラウド会計、SNS、生成AIなど）の活用事例を紹介し、D Xへのハードルを下げる。集団セミナー形式のみにとらわれず、補助金申請時の説明会や専門家を招いての個別相談形式を実施し、単発開催ではなく継続的に完成するまで支援する形式で開催する。

【募集方法】商工会議所会報・ホームページ・富士宮市広報・地元新聞記事掲載のほか

【対象】：小規模事業者（創業予定者含む）

【開催回数】年4回程度

②個別伴走型による計画策定支援

・経営指導員及び専門家が事業者に伴走し、以下のプロセスで計画策定を支援する。各プロセスにおいてI T専門家派遣を適宜組み合わせ、デジタル技術を用いた精度の高い計画策定を行う。

・分析データの統合

「経済動向」「需要動向（顧客の声）」「自社分析（SWOT・財務）」の結果を整理し、「強み」×「機会」を活かした戦略を導き出す。その際、会計ソフト等のデジタルデータを活用し、客観的数値に基づいた現状分析を行うよう指導する。

【活用ツール】ローカルベンチマーク、クロスSWOT分析、各種データ分析ツール

【募集方法】商工会議所会報・ホームページ・富士宮市広報・地元新聞記事掲載のほか

【対象】：小規模事業者（創業予定者含む）

【開催回数】年2回程度

・数値計画策定

実現可能性のある「売上計画」「利益計画」「資金繰り計画」の策定を支援する。特に価格転嫁や賃上げを見据えた適正利益の確保を重視する。また、インボイス制度対応や業務効率化のためのI T導入を促進し、システム導入によるコスト削減効果や生産性向上を加味したシミュレーションを行う。

【活用ツール】損益計算書、資金繰り表

【募集方法】商工会議所会報・ホームページ・富士宮市広報・地元新聞記事掲載のほか

【対象】：小規模事業者（創業予定者含む）

【開催回数】年2回程度

・行動計画の具体化

数値目標を達成するための具体的なアクション（誰が、いつ、何を、どこで、どのように）を5W1Hで明確化する。アナログな業務フローの見直しを行い、ECサイト構築、予約システム導入、バックオフィスのデジタル化など、具体的なDXアクションプランを策定する。

【活用ツール】アクションプランシート、ガントチャート、IT戦略ナビ With、ここからアプリ等

【募集方法】商工会議所会報・ホームページ・富士宮市広報・地元新聞記事掲載のほか

【対象】：小規模事業者（創業予定者含む）

【開催回数】年2回程度

・各種計画認定への接続

策定した計画を、公的な計画認定（経営革新計画、事業継続力強化計画、経営力向上計画）や補助金申請に接続し、対外的な信用力向上や資金調達を支援する。特に「IT導入補助金」等のDX関連施策への申請支援を強化する。

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】

・策定済みの計画に対するフォローアップは一部で実施されているものの担当者の裁量によって行われており、巡回・面談回数や記録様式・評価指標が不定期となっている。

・フォロー結果やアンケートなどの調査結果が支援内容に十分に反映されていない。

【課題】

・四半期、半期、年1回といった定期的なフォローのルーティンがないため、事業計画の内容や先方の繁忙度に応じて、フォローのルーティンを構築する必要がある。

・フォローアップ時に取得が必要な情報が何かを明確にして、経営指導員である程度均一な情報収集が出来るよう、最低限の内容（決算資料やヒアリング項目等）を統一する必要がある。

・各種情報収集終了後に、再びPDCAサイクルを回す際に有効と支援策（メニュー）を予め想定・準備しておく必要がある。

（2）支援に対する考え方

事業計画は策定することが目的ではなく、実行し成果を挙げることが目的である。そのため、計画策定事業者に対してはPDCAサイクルの定着を主眼に置いた継続的な伴走支援を行う。支援に当たっては、単なる数値の確認に留まらず、小規模事業者の経営リテラシー（財務管理、人材戦略、知的財産、デジタル活用など）の向上を促し、将来的に事業者が自ら課題を発見し解決できる「経営の自走化」を目指す。

(3) 目標

・定期的なモニタリングを通じて、計画と実績の乖離を早期に発見し、対策を講じることで、計画達成率の向上と経営体質の強化を図る。

	現行	R8	R9	R10	R11	R12
フォローアップ 対象事業者数	22社	40社	40社	45社	45社	50社
頻度(延回数)	44回	272回	272回	306回	306回	340回
営業利益額3% 以上増加の 事業者数	—	3社	4社	4社	5社	5社
創業企業の 5年存続率	—	80%	80%	81%	83%	85%

※頻度の内訳

【R8・R9】 16社(月1回・192回)、16社(四半期に1回・64回)、8社(年2回・16回)
合計：40社(272回)

【R10・R11】 18社(月1回・216回)、18社(四半期に1回・72回)、9社(年2回・18回)
合計：45社(306回)

【R12】 20社(月1回・240回)、20社(四半期に1回・80回)、10社(年2回・20回)
合計：50社(340回)

(4) 事業内容

・事業計画を策定した小規模事業者を対象として巡回指導、窓口相談等を活用し、以下の手順で支援を行う。

①KPI・KGIのモニタリングと予実管理

・月次・四半期・半期確認：試算表や売上台帳を基に「計画」と「実績」の差異を確認する。この際、クラウド会計ソフトなどのデジタルツール活用を推進し、計数管理の効率化・自計化を支援する。

②計画と進捗がズレている場合の対処方法

・進捗確認の結果、計画が未達(または停滞)の場合は、以下の視点で原因分析を行い、対策を講じる。

1) 行動不足：なぜ行動できなかったか(時間不足、スキル不足、資金不足)を特定し、業務効率化や専門家派遣、資金調達支援を行うことで、行動を促す。

2) 効果不足：行動自体は正しいがターゲットや手法が誤っている可能性があるため、仮説を修正し、新たな販促手法や商品改良を提案する。

③経営リテラシー向上支援(自走化へのアプローチ)

・フォローアップを通じて、経営者が以下の知識・ノウハウを習得できるように指導する。

1) デジタル活用：POSレジデータ分析、SNS解析、生成AI活用などによる業務効率化とマーケティング強化

2) 知的資産・財産経営：自社の強み(知的資産)の再認識と、商標権。意匠権などの取得によるブランド保護・競争力強化

3) 人材戦略：賃上げ原資確保のための生産性向上策や、従業員の定着・育成に関する助言

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】

- ・小規模事業者持続化補助金に代表される販路開拓型補助金の申請支援に留まっており、直接的な実施経験はない。
- ・域内の小規模事業者はオンライン販路開拓に関心が高いが、高齢化、IT知識や人材不足によりDXの推進が停滞している。EC、SNS、データ活用が未着手である。

【課題】

- ・職員の経験値やマンパワー等を考えると、当所単独での販路開拓事業の開催はスケールメリットも少なく困難と思われるため、他所や他機関が運営するネット系ツールを積極活用していく必要がある。
- ・販路開拓については、その資金集めについても課題である事が多いため、補助金や融資以外の調達手法を模索・提示していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

- ・小規模事業者が開発した新商品やサービスが確実に市場に届くよう、「地域ブランド力の向上 (BtoC)」と「ビジネスマッチングの機会創出 (BtoB)」、そして「デジタル技術を活用した販売力強化 (DX)」の3つの柱で支援を行う。支援にあたっては、市場への投入 (テストマーケティング) の結果、KPI (売上や成約数) が未達の場合は、早期に原因を分析し、ターゲットの変更や商品の改良 (ピボット) を提案するなど、「撤退と再挑戦」の判断を適切に行えるよう伴走する。

(3) 目標

	現行	R8	R9	R10	R11	R12
「新商品開発・ブランド化」対象事業者	—	2社	2社	3社	4社	5社
平均観光消費額	4,000円	4,100円	4,200円	4,300円	4,400円	4,500円
展示会・商談会対象事業者	—	2社	3社	3社	4社	5社
成約件数(延べ)	—	1社	1件	1社	2社	2社
DX支援対象事業所	—	15社	15社	15社	15社	15社
ECサイト構築事業者数	—	5社	5社	5社	5社	5社

(4) 事業内容

① 「新商品開発・ブランド化」支援事業

- ・地域の生産者 (富士伊豆農協富士宮本部、富士養鱒漁協)、富士宮市などと連携し、単なる特産品販売ではなく「売れるブランド商品」への磨き上げを行う。

1) コラボ商品開発：需要動向調査で連携した「富士伊豆農協」や「富士養鱒漁協」等の素材を活用し、菓子製造業や飲食業等の小規模事業者とマッチングを行い、コラボ商品を開発する。

2) パッケージ・知財戦略：弁理士やデザイナー等の専門家を派遣し、手に取られやすいパッケージデザインへの刷新を行うとともに、商標登録等の知的財産保護支援を行い、模倣品対策やブランド価

値の保全を図る。

3) アンテナショップ・ポップアップ出展：開発した商品を、都内のアンテナショップや県内の大型商業施設でのポップアップストア（期間限定店舗）に出品し、消費者のダイレクトな反応を確認する。反応が悪い商品は、価格や味、量目の見直しを行う。

②展示会・商談会を活用した「販路開拓（B to B）」支援事業

・ 個社では出店ハードルが高い大規模展示会や商談会への参加を支援し、新規取引先の獲得を目指す。

1) 合同出展の実施：「東京インターナショナル・ギフト・ショー」や「中小企業総合展」、「機械要素技術展」等に対し、商工会議所としてブースを確保し、小規模事業者のグループ出展（共同出展）を実施する。これにより出展コストを抑えつつ、バイヤーへの露出を高める。

2) 事前・事後フォローの徹底

事前：「バイヤーの目に留まる展示パネル作成」「1分間プレゼン指導」「商談シートの作成」等のセミナーを開催。

事後：名刺交換先への御礼メールや見積書提出のタイミング等を指導し、一過性の名刺交換で終わらせず、成約に繋げるための追客（フォローアップ）を支援する。

③デジタルツールを活用した「集客・販売力強化（DX）」支援事業

・ コストを抑えつつ効果的な集客を行うため、ITリテラシーに応じた段階的な支援を行う。

1) ME0対策とSNS活用（地域集客）：Googleビジネスプロフィールの登録・運用支援（ME0対策）を行い、観光客や地域住民の「検索」を取り込む。また、InstagramやLINE公式アカウントの運用を支援し、写真投稿キャンペーンやクーポン配信によるリピーター育成を図る。

2) 生成AI活用による省力化：「ブログが書けない」「SNSのネタがない」という課題に対し、生成AIを活用したキャッチコピー作成や文章生成の講習を行い、情報発信の頻度と質を向上させる。

3) EC・クラウドファンディング活用：全国向けの商品を持つ事業者に対し、ECサイト構築やクラウドファンディングの活用を支援する。

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】

・ 年に1度、専門家による経営発達支援事業の成果について、監査を受けている。

【課題】

・ 監査結果について、翌年度の事業計画や行動指針に反映されておらず、『伴走型』ではなく『単年度型』の一過性の動きに終始しているため、監査結果を踏まえた計画の修正についても、再評価するような仕組みが必要である。

（2）事業評価・見直しの基本方針

・ 本計画の実効性を高めるため、毎年度PDCAサイクルを確実に回し、成果の検証と事業の見直しを行う。評価にあたっては、内部による自己評価だけでなく、外部有識者などを交えた「経営発達支援事業評価委員会」を組織し、客観的かつ透明性の高い評価を実施する。

（3）事業内容

①『富士宮市経営発達支援計画評価委員会』の開催（年1回実施）

1) 構成メンバー

・「評価委員会」を設置し、構成員に外部有識者（中小企業診断士及び地元金融機関各1名）、法定経営指導員、富士宮市担当者を含める。

2) 開催頻度・時期

・年1回（原則として6～7月頃）

必要に応じて、中間評価や緊急の事業見直しを行うために臨時開催する場合がある。

3) 評価のための情報収集方法

- ・各事業のKPI・KGIの達成状況（定量データ）
- ・巡回訪問・窓口相談時に収集した事業者の声（定性データ）
- ・支援先事業者の財務指標の推移（売上高、利益率など）
- ・アンケート調査結果（満足度、要望の変化）

4) 結果の公表

・評価結果及び事業の見直しの内容については、当所ホームページや会報を通じて、会員及び地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保する。

・評価結果を全職員で共有し、現場の経営指導員が次の支援活動における改善点（アプローチ方法の変更、スキルアップの必要性など）を認識し、支援力の向上に繋げる。

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】

- ・大学校、日商、県連が行う研修の内、県連が行う指導員・補助員に必修となる者以外については、計画的な資質向上対策が行われていない。
- ・支援ノウハウが個人に依存し、組織内で共有する仕組みが未整備である。
- ・DX対応や課題設定力など、新たな支援領域への知識習得が遅れている。

【課題】

- ・各支援業務において、研修の受講に応じて段階的なステップアップや業務範囲の拡大を仕組みとして分かるようにする必要がある。
- ・一般職員も含めた支援能力向上を考えると、基本的な職務のローテーション期間の設定、各支援業務の平準化（一部システム化）して、最低限の水準を保てるようにする必要がある。

（2）事業内容

・小規模事業者の課題が複雑化・高度化する中、個々の職員の能力に依存した支援から脱却し、組織全体で均質な高付加価値支援を提供できる体制を構築する。そのため、「対話と傾聴」に基づく伴走支援の基本姿勢を徹底するとともに、DXや事業承継等の専門知識を習得する。また、個人の経験則（暗黙知）を組織の資産（形式知）へと転換する仕組みを導入し、持続的な支援力の向上を図る。

①外部研修・セミナーの計画的活用

- ・経営力支援能力向上セミナー：中小企業庁や静岡県商工会議所連合会主催研修へ定期的に派遣
- ・事業計画策定セミナー：中小企業大学校などで課題設定・計画策定力を習得
- ・DX推進セミナー：ITツールや生成AI及びSNS活用などの活用支援力を強化
- ・コミュニケーション研修：対話力・傾聴力を高め、事業者からの信頼を醸成し、課題の深堀を実践
- ・課題設定力研修：小規模事業者が自ら考えるプロセスを促す支援手法を学ぶ

②OJTによる実践知の承継

- ・座学で得た知識を定着させるため、経験豊富な経営指導員と若手職員（または一般職員）が「ペア」となり、実際の企業訪問や相談対応を行う。支援現場でのやり取りを直に体験させることで、座学

では学べない「事業者の表情の変化」や「信頼関係構築の機微」を伝承する。

③デジタルツールを活用した「形式知化」

・現在基幹システムとして活用しているTOASの経営カルテ機能を活用し、日々の支援記録をデータベース化する。単なる日報入力に留まらず、詳細な指導内容を入力することにより類似の相談が来た際に過去の事例を即座に検索・参照できる環境を整える。

④支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

・「特定の職員しか対応できない」という状況を解消するため、TOASの経営カルテ機能に詳細な指導内容を記録し、課題設定・解決プロセスを共有する。

さらに、支援事例発表会を開催し、成功事例・失敗事例を職員間で共有・協議することで、課題解決のプロセスを組織全体で共有し、誰が対応しても一定水準の支援が提供できる体制を構築する。

⑤経営リテラシー向上への寄与

- ・研修、OJTを通じ、小規模事業者の経営の自走化に向けたプロセスを支援する。
- ・財務・人材・知財・デジタル活用など、段階別に学習→実践→定着を促す。

1.1. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

・富士宮市・富士宮商工会議所・芝川商工会及び富士宮信用金庫の4者による産業振興に関する連携に基づき「ビジネスコネクトふじのみや」を組織し、毎月1回情報交換を行い、域内の小規模事業者への支援に関する情報交換を行っている。

【課題】

・富士宮市内及び近隣地域の現状や小規模事業者が抱えている様々な問題について情報交換等を行い情報の共有化を図りながら経営支援を行っているが、蓄積されたノウハウや支援内容が俗人的になりがちである。

- ・様々な事業環境の変化により複雑化・高度化しているため十分な対応ができない場合がある。

(2) 事業内容

①国・県・市などの行政等の補助金をはじめとした経営支援策を活用するために、静岡県主催による地域商工行政推進協議会（構成員：静岡県内の市町、商工会・商工会議所、中央会、工業技術支援センター）において、小規模事業者・中小企業支援メニューについての情報交換を行う。併せて、経営革新、販路開拓、ものづくり補助金等の申請書作成方法についての情報収集を行い、支援施策の可視化など情報発信の強化にも努め、小規模事業者に活用できる環境を整える。（年1回開催）

②日本政策金融公庫並びに県信用保証協会、富士宮信用金庫との連携支援会議を開催することで、中小企業支援メニューの他、小規模事業者の持続的発展についての情報交換を行い、金融支援能力の強化に努める。（年1回開催）

③日本商工会議所並びに静岡県商工会議所連合会をはじめとする各種会議に参加し、経営発達支援事業の支援状況等についての情報交換を実施することで、各地の成功した手法及び効果的な支援策やノウハウを学び活かす。（年4回開催）

④市行政及び富士宮信用金庫、商工会と情報交換を図ることで、創業支援、支援の状況や事例について、各支援機関と連携と協調を図ることで、創業から経営に関する伴走型支援事業を積極的に行う。（月1回開催）

⑤静岡県よろず支援拠点をはじめ、静岡県産業振興財団・JETRO・富士宮信用金庫と連携し、各種セミナー並びに説明会に参加することで、支援ノウハウの蓄積に努め、情報収集するとともに、小規模

事業者に広く周知する。

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・当所単独での活性化事業の実施は行っておらず、行政及びその関係機関との連携による事業（商工フェア、5年に1回）展開に留まっている。
- ・若年層の域外流出が続き、U I J ターンやインターンなど就労定着支援はまだ十分ではない。
- ・市行政、地元金融機関、商店街連盟、当所で中心市街地活性化事業として、空き店舗対策事業を役割分担して実施している。
- ・市のイベントである富士山まつりの「宮おどり」を、主管として運営。市行政・観光協会と連携して実施している。

【課題】

- ・どの事業についても、計画者（運営）と実施者（運用）が切り分けられており、共同事業として色彩が薄いため、主体的関与が出来るような組織づくりが必要である。
- ・若年層の就労定着・U I J ターンの支援強化がひつようである。
- ・商店街の疲弊やイベントでの集客など、これ以上の衰退・減退をしないよう、各機関の連携により強化策が必要である。

(2) 事業内容

①中心市街地の賑わい創出

- ・回遊導線の再設計、地域住民を巻き込んだ事業（イベントなど）の促進、後継者の育成
- 解決する課題：来訪頻度を高めるための回遊導線の再設計を行い、商店街の売上機会の創出と新規開業による新陳代謝を図る。

②若者の地元就職・U I J ターン促進

- ・富士宮雇用対策実行委員会による「富士宮 J O B フェスティバル」の開催と求人企業と求職者をマッチングする「富士宮 J O B マッチング」の利用促進
- 解決する課題：若年層の域外流出を抑え、就労定着を促進。人材不足解消と地域の持続性を高める。

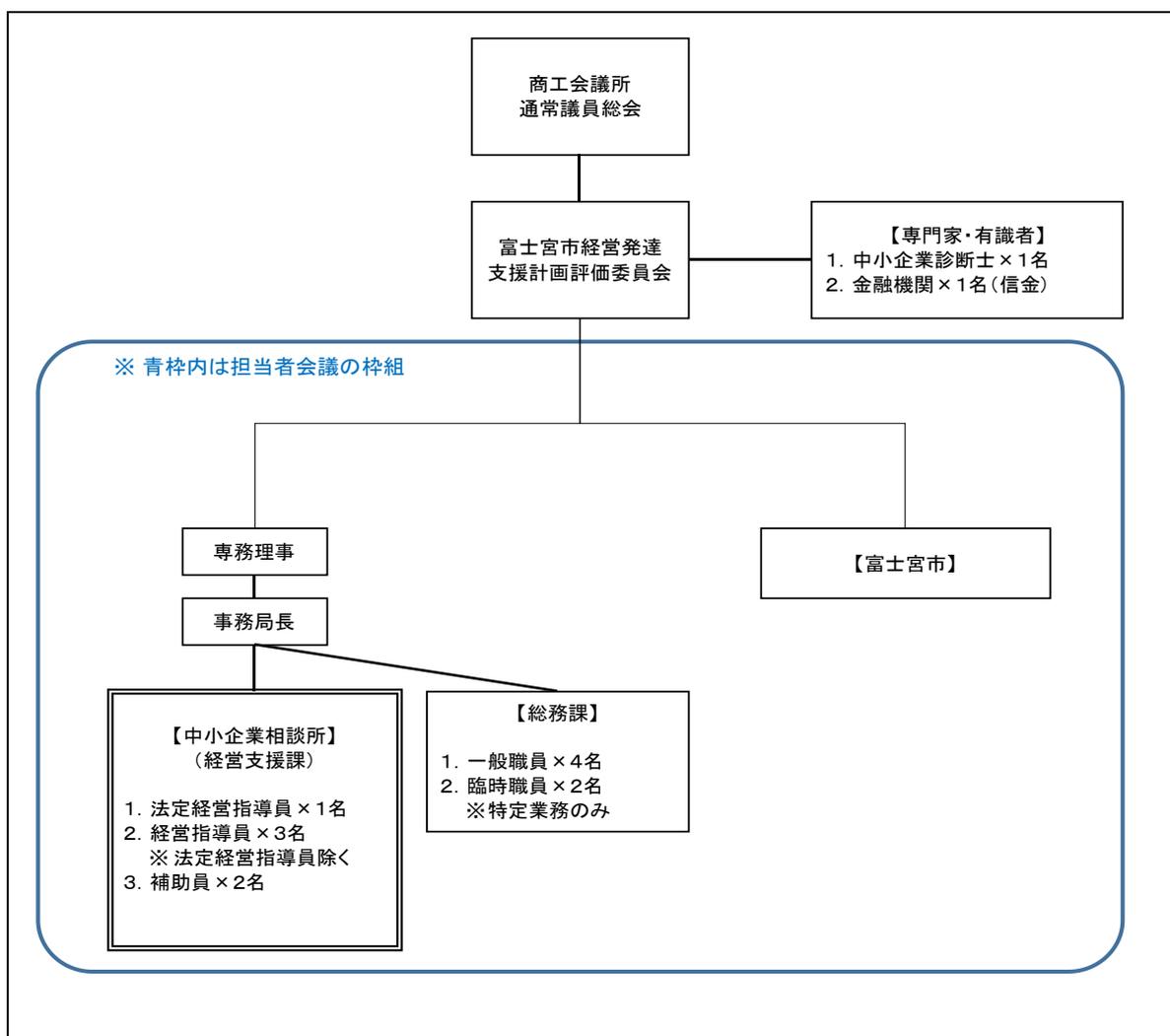
(別表2)

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7年12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)



① 静岡県及び富士宮市との連携体制

- ・当所、富士宮市商工振興課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年1回富士宮市経営発達支援計画評価委員会を開催する。
- ・また、静岡県と事前に相談・調整を行うことで、県の重要課題についても反映した支援計画とする。

② 富士宮商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制

- ・法定経営指導員1名と経営指導員3名の体制で巡回、窓口指導を行う。経営指導員を小規模事

業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまでの一体の支援体制を構築する。

③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制

・法定経営指導員1名、経営指導員3名に加え、事務員4名の横断的体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。

・実施状況を当会と富士宮市の富士宮市経営発達支援計画評価委員（年1回開催予定）で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。

④経営指導員等の資質向上に係る体制

・当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DXや事業承継等の専門知識の習得を図る。また、OJTによる実践知の承継や事例共有を通じ、誰が対応しも一定レベルの支援ができる仕組みを構築する。

(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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：加藤孝明（かとうたかあき）

■連絡先：富士宮商工会議所 TEL. 0544-26-3101 e-mail. shien@fujinomiya-cci.or.jp

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度等）

・経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標に向けた進捗管理、事業評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

③広域経営指導員の当否

・申請書に記載の経営指導員・加藤孝明は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①富士宮商工会議所 経営支援課

《住所》418-0068 静岡県富士宮市豊町18-5

《電話》0544-26-3101 《FAX》0544-26-0303

《e-mail》shien@fujinomiya-cci.or.jp

《HP》<https://www.fujinomiya-cci.or.jp>

②富士宮市 産業振興部 商工振興課

《住所》418-8601 静岡県富士宮市弓沢町150

《電話》0544-22-1295 《FAX》0544-22-1385

《e-mail》shoko@city.fujinomiya.lg.jp

《HP》<https://www.city.fujinomiya.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)

	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
必要な資金の額	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
地域経済動向調査	80	80	80	80	80
経営状況分析	1,450	1,450	1,450	1,450	1,450
事業計画策定支援	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
事業計画実施支援	500	500	500	500	500
需要動向調査	220	220	220	220	220
新たな需要開拓	970	970	970	970	970
地域経済活性化	920	920	920	920	920
他との情報交換	20	20	20	20	20
職員の資質向上	190	190	190	190	190
事業評価・見直し	150	150	150	150	150

(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
会費・国補助金・県補助金・市補助金、事業委託費

(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名			
組織・団体等名	代表者名	所在地	連絡先
富士宮信用金庫	理事長 伊藤壽文	富士宮市元城町 31-15	0544-23-3111
富士伊豆農業協同組合富士宮地区本部	富士宮地区本部長 佐野和希	富士宮市外神東町 117	0544-58-0001
※ 上記組織・団体等の代表者は必ずしも当該事業を共同で実施する担当者と同一ではないものとする。			
連携して実施する事業の内容			
※ 以下実施する事業の内容については『I. 経営発達支援事業の内容』の項目3～8に分類して記述する。			
経営発達支援事業の内容	連携して実施する事業の内容		
3. 地域の経済動向調査に関する事	○地域景況感の調査		
4. 需要動向調査に関する事	○展示会・商談会の情報提供		
5. 経営状況の分析に関する事	○相談会・セミナー参加者の募集		
6. 事業計画策定支援に関する事	○相談会・セミナー参加者の募集		
7. 事業計画策定後の実施支援に関する事	○経営改善による専門家による個別相談		
8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事	○展示会・商談会の情報提供		
連携して事業を実施する者の役割			
1. 富士宮信用金庫 <ul style="list-style-type: none"> ・ 景気動向調査の情報提供を行う。 ・ 信金ネットワークを活かした、各種展示会等の出展の斡旋 ・ 経営改善に伴う事業計画の作成への誘導及び支援 ・ 計画策定及び認定の際には、低金利融資の斡旋について相談及び協力・支援を行う。 2. 富士伊豆農業協同組合富士宮地区 <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業計画策定支援を必要とする農業経営者の情報提供の協力と支援を行う。 ・ 他の事業所のB to C商品に関する市場調査の実施やその後の店舗での取扱などについての協力・支援を行う。 			

管内小規模事業者

伴走型
支援

【事業主体（担当者会議）】
富士宮商工会議所・富士宮市

事業
連携

富士宮信用金庫、富士伊豆農業協同組合富士宮地区本部