

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	中央市商工会（法人番号 6090005001203） 中央市（地方公共団体コード 192147）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化による競争力強化・持続的経営を支援することにより、力強い事業者を創出する。</p> <p>【目標②】小規模事業者にとってビジネスチャンスとなる、リニア中央新幹線開業に向けた取組みや「コストコ南アルプス倉庫店」の開店により増加する観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えた商売を支援することで、魅力にあふれたまちづくりを実現する。</p> <p>【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。</p> <p>【目標④】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域経済動向調査に関すること 小規模事業者の経営判断に資する客観的な市場データの提供として、RESASを活用した地域の経済動向分析や山梨県商工会連合会と共同で実施する経済動向調査を行う。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 新たなターゲットの分析に際し、マーケットインの視点を与えられるよう、需要動向の調査を実施し、魅力的な商品づくりへの支援を実施する。</p> <p>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。なお、分析結果は小規模事業者にフィードバックし、当会内でも情報共有して分析結果の活用を図る。</p> <p>6. 事業計画の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。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 前項で策定した事業計画を2年間伴走型支援によって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。</p> <p>8. 新たな需要の開拓支援 小規模事業者の新たな需要開拓を目的として、農商工マッチングフェアの出展支援や「ITセミナー」後の実行支援を実施する。</p>
連絡先	<p>中央市商工会 指導課 〒409-3841 山梨県中央市布施 1555-1 TEL:055-273-4141 FAX:055-273-4742 E-mail:chuo@shokokai-yamanashi.or.jp</p> <p>中央市 産業課 〒409-3892 山梨県中央市臼井阿原 301-1 TEL:055-274-8561 FAX:055-274-1130 E-mail:sangyo@city.chuo.yamanashi.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. 中央市の概況

中央市（以下、当市）は、日本の真ん中、山梨県の中央南部に位置する。東は鎌田川を挟んで甲府市に、北はJR身延線、昭和バイパスを境に昭和町に、西は釜無川を挟んで南アルプス市に、南は市川三郷町に接している。釜無川により形成された沖積平野の地域と御坂山系からなる地域との二つの地理的特性を持っており、両地域は笛吹川によって隔てられている。



交通面ではJR身延線が玉穂・田富地区の中間を南北に走っており、それに並行して主要地方道甲府市川三郷線が通っている。また、玉穂地区から豊富地区にかけて甲府中央右左口線が通っており、笛吹川に沿って走る国道140号と交差している。

また、玉穂地区には山梨大学医学部附属病院があり、周辺には病院職員や来院者および医学部学生をターゲットとした飲食店等の商業集積がされている。

中央市商工会（以下、当会）は、当市唯一の商工団体である。

イ. 人口

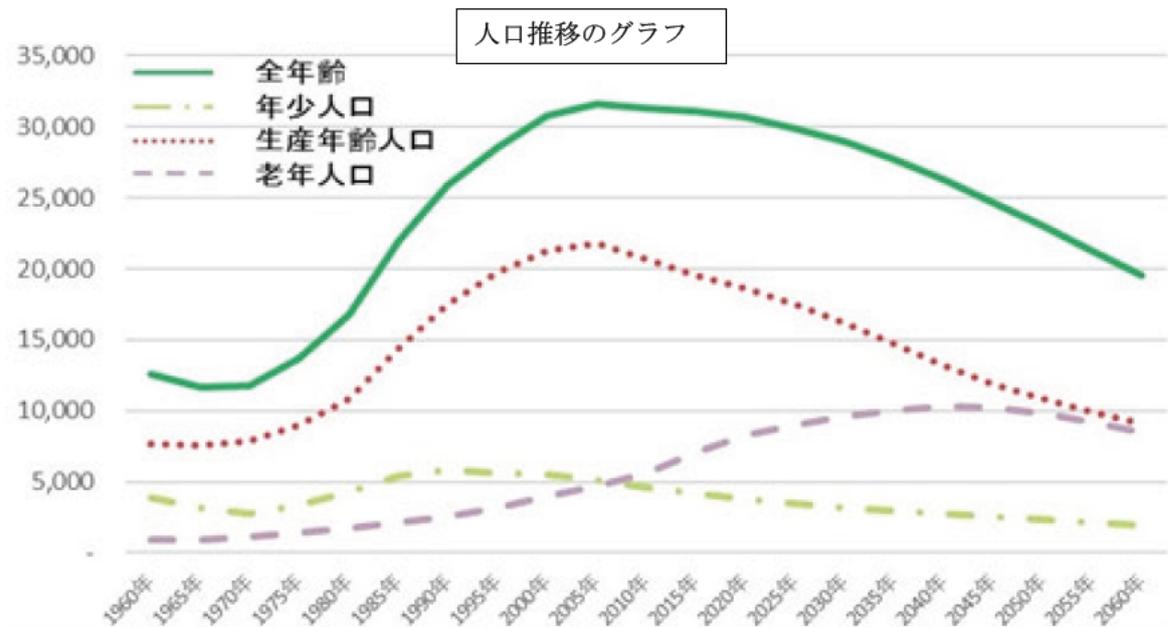
当市の2023年9月1日時点の人口は30,645人（中央市HP、令和5年9月1日現在）である。

人口推移のグラフを見ると、2005年より減少傾向に転じている。高齢者率が増加傾向、年少人口比率が低下傾向にあり、少子高齢化が進んでいる。

しかし、65歳以上の高齢者率は26.5%で、県平均の31.3%に比べて低く、県内では若い世代が多い市となっている。

また、県内には27市町村が存在するが、この1年間で人口が増えたのは7市町村だけであり、中央市は60人で4番目に人口が増加した市町村となっている。

今後、リニア新駅の設定に向け、新たな居住者が発生することから、新たな人口形態となることが予測できる。



出典：国勢調査（2020年以降は中央市にて推計）

ウ. 交通

電車(JR東海身延線)や高速道路(中央自動車道)、新山梨環状道路といった交通網も発達している。公的統計をもとに「安心度」「利便度」「快適度」「裕福度」など4つの観点から全国792都市の都市力を評価する「住みよさランキング」(東洋経済社)で、当市は2023年では120位(前年度88位)と若干順位を落としたものの、常に上位をキープしており、特に「利便度」では高い評価を得ている。

2027年に開通予定のリニア中央新幹線の新駅が隣市である甲府市に設置されることになっており、今後も利便性が高まっていくことが予想される。

エ. 特産品

当市では立地条件の良さから、トマトが多く生産されており、山梨県1の出荷量を誇る。また、スイートコーン、なすや芋類の生産も盛んである。

■主な特産品

特産品	概要
トマト	豊かな自然に恵まれた地域であり、昼夜の寒暖差が大きい為、トマトの甘みと酸味のバランスがよく、ジューシーな味わいが特徴である。また、トマトの栽培に適した水と土壌が整っており、皮が薄く、果肉が柔らかい、食べやすいフルーツトマトが栽培されている。
スイートコーン	中央市のスイートコーンは「ゴールドラッシュ」という品種が有名であり、栽培に適した土壌、技術とノウハウが蓄積されていることから、糖度が高く、甘みと旨味が強く、ジューシーな味わいが特徴となっている。市でもスイートコーンマラソンや、道の駅で執り行われるスイートコーンフェア等のイベントを実施している。



▲トマト



▲ゴールドラッシュ

オ. 観光資源

当市では「たいら山」の絶景ポイントや、遊歩道のトレッキングコース、桜の名所でもある「山の神千本桜」、自然豊かな土地から収穫される新鮮な農産品を購入できる「道の駅とよとみ」や、農産物直売所の「四季新鮮収穫広場た・から」が賑わっており、特にトマトが多く生産されており、山梨県1の出荷量を誇る。また、スイートコーン、なすや芋類の生産も盛んである。

■主な観光資源

観光資源名	概要
道の駅とよとみ	全国直売所甲子園 初代チャンピオンに輝いた「道の駅とよとみ」では、フルーツトマトやスイートコーン、地元の豚肉「甲州富士桜ポーク」などの新鮮な農産物が豊富に揃っている。また、定期的なイベントの開催等多くの人で賑わっている。
四季新鮮収穫広場た・から	地元民に愛される農作物の直売所「四季新鮮収穫広場た・から」では、朝どれの新鮮な地元農作物がリーズナブルに直接購入できる。
シルクふれんどりい	「シルクふれんどりい」では、温泉入浴・宿泊・研修ができるほか、繭工房・紬工房・陶芸工房の郷土工芸体験ができ、子供が遊べるシルクの里公園も隣接するほか、農業法人が運営する農家レストランも併設し、地産地消の料理は好評である。
たいら山の遊歩道コース	中央市の「たいら山」にある遊歩道コースで、標高355メートルの山頂まで、約1時間30分で登ることができ、トレッキングコースとして人気がある。山頂からは、富士山と甲府盆地を同時に一望できる数少ない眺望スポットである。
山の神千本桜	中央市にある桜の名所で、約1,000本の桜が植えられており、毎年4月には、桜まつりが開催され、多くの人で賑わっている。

青春のトマト焼そば 中央市産の完熟トマトと中央市産の甲州富士桜ポークを使用した「青春のトマト焼そば」は「中央市まちづくりトマト計画」を遂行している中央市商工会青年部が開発。認定提供店で提供されており、地元のB級グルメとして注目を集めている。



▲道の駅とよとみ



▲四季新鮮収穫広場た・から



▲青春のトマト焼そば

カ. 産業

(a) 業種別の商工業者数（小規模事業者）の推移

当市の平成28年の事業数は1,393社、令和3年は1,327社である。
 小規模事業者は平成28年が1,044者、令和3年は946者であり、5年間で9.4%減少している。
 産業別に減少率をみると、卸・小売が△14.9%、情報通信と宿泊・飲食が△14.3%、と減少率が高くなっている。
 一方で医療・福祉では増加がみられる。

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療・福祉	他サービス	計
平成28年								
事業所数	139	113	9	374	134	79	545	1,393
小規模事業者数	138	86	7	215	91	43	464	1,044
令和3年								
事業所数	122	107	8	327	113	96	554	1,327
小規模事業者数	121	75	6	183	78	44	439	946
増減(R3年-H28年)								
事業所数	△17	△6	△1	△47	△21	17	9	△66
増減割合	△12.2%	△5.3%	△11.1%	△12.6%	△15.7%	21.5%	1.7%	△4.7%
小規模事業者数	△17	△11	△1	△32	△13	1	△25	△98
増減割合	△12.3%	△12.8%	△14.3%	△14.9%	△14.3%	2.3%	△5.4%	△9.4%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査 より一部加工

(b) 業種別の現状

i_商業

前項「(a)業種別の商工業者数（小規模事業者）の推移」のとおり卸・小売・宿泊・飲食・他サービスの小規模事業者数は減少傾向にあるが、大型複合商業施設の進出により、当市の年間商品販売額は、平成24年の1,430億円から平成28年の1,522億円と増加しており、令和3年に関しても商品販売額は1,537億円と増加傾向となっているが、小規模小売店では、売上げは減少傾向となっている。

(単位:億円)	H24	H28	R3
年間商品販売額	1,430	1,522	1,537

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査 より

当市では、市内や隣接する昭和町に大型複合商業施設があり、生鮮食料品や生活雑貨等の最寄品の買い物は大型店やコンビニエンスストアでの購買が多くなっている。また、当市には、商店街がなく、小売店は個店の集客力のみを頼って集客をしなければならぬという現状がある。そのため、今や路面店での商売は成り立たず、影響を受けた地域の小規模小売店は廃業が相次いでいる。

小売店以外の業種においても昔から事業を継続している事業者が多く、時代の流れに沿った広告宣伝や商品開発ができていない結果、売上が減少している事業者が多い。

このなかで、飲食業や理美容業等のサービス業は、比較的経営者の年齢も若く、個店の強みを発揮した独自の商品やサービスを消費者に提供しており、経営は比較的安定している。

ii_工業

建設業においては、市の公共工事や新築住宅を元請けする中規模業者もあるが、大部分が下請けを中心とした一人親方である。事業者の主な課題は、人材不足と販売促進となっている。販売促進面では、下請けを中心とした事業者は、営業力が弱く、自社で受注を獲得する体制が取れている事業者が少ないといえる。また、他業種と同様、高齢化した事業者に後継者がおらず、事業承継も課題のひとつといえる。

製造業では、中央自動車道のインターチェンジが近いことから大手電子機器、機械部品、食品メーカー等が進出している。製造品出荷額等は令和3年に1,134億円となっている。平成25年以降の推移をみると、大手電子機器、機械部品、食品メーカー等の進出の影響で増加傾向にあり、比較的安定した推移となっているが、小規模事業者は横這いか、減少傾向にある。

(単位:億円)	H25	H26	H29	H30	R1	R2
製造品出荷額等	795	894	866	980	1,083	1,134

出典：経済産業省「工業統計調査」より

小規模事業者の大半は二次・三次下請工場が占めており、親企業の発注量に経営が左右される経営状況となっている。一方、製造業のなかには、意欲のある若手小規模事業者がおり、新たな取引先の開拓や新技術の開発を行っている。これらの取組みをどのように全事業者に展開しているかが課題である。

iii_観光業

当市の市外から集客が図れる施設は、「四季新鮮収穫広場た・から」「道の駅とよみ」「シルクふれんどりい」「シルクの里公園」などがあげられるが、農畜産物を買求める消費者が中心で、日帰りコミュニケーション型のリピーターが中心となっており、周辺への波及効果は少ない。

当会においても特産品であるトマトを活用して、B級グルメ「青春のトマト焼そば」やマスコットキャラクター「とまチュウ」等を生み出し、観光に役買おうと取り組んでいるが、農業者をはじめとする関係事業者間の連携が取れていないため、地域の一体感がなく、いかにして地域活性化を図っていくかが課題となっている。

キ. 第2次中央市長期総合計画（令和5年度～令和9年度）

中央市の「第2次中央市長期総合計画」の後期基本計画では、商工業振興において以下のように定めている（商工業振興に関する箇所を抜粋）。『連携』『販路拡大』『事業基盤の整備』を中心に商工業振興を実施する姿が読み取れる。

基本政策1 賑わいと交流の生まれるまちづくり

基本施策1 地域経済の充実と発展

1-1 力強い工業の振興

1-1-1 市内中小製造業の企業力の強化

- ・商工会や大学と協力し、中小企業の生産技術向上や販路拡大、補助金の活用による効率的な支援を継続して行っていきます。

1-1-2 人材の確保と育成の推進

- ・ハローワーク等の関係機関と就職ガイダンスを共同開催し、市内企業の希望人材と、就職希望者のマッチングを行います。また、今後、他の自治体と連携したガイダンスを企業や大学側と検討していきます。

1-2 多様な商業・サービス業の振興

1-2-1 地域商店の活性化

- ・商工会と協力して集客策や地域商店での消費を促す施策を検討し、地域商店の活性化に取り組みます。

1-2-2 大型店と小売店の連携による賑わい創出

- ・賑わい創出のため、大型店と小売店との情報交換の場の提供を行うとともに、大型店と小売店が連携したイベントを創出するなど、地域経済の活性化に取り組みます。

1-2-3 情報発信の強化

- ・大型店の空きスペースを市の情報発信拠点として活用し、観光PRや市の認知度向上に努めます。

1-2-4 起業の支援

- ・金融機関や商工会と連携して、空き店舗の活用や創業塾などを開催し、起業希望者を支援していきます。

1-3 企業誘致・立地の推進

<p>1-3-1 中央市の特性を活かした企業誘致の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業立地に関する助成や課税免除といった様々な支援制度の拡充のほか、県内外に対して本市の強みである交通アクセスの良さという地理的優位性を広くPRし、企業誘致を推進します <p>1-3-2 企業進出時の選択肢拡大の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工業団地、流通センターなどの団体と情報共有を図り、空き施設や企業用地の情報収集を積極的に行い、進出企業の選択肢の拡大に努めます。 <p>1-4 雇用環境の充実</p> <p>1-4-1 雇用環境の確保と雇用の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハローワーク等の関係機関との協力体制づくりや地域の事業所への啓発により地元就労の促進とともに高齢者や女性等の雇用促進にも努めます。
<p>基本施策2 強みを活かした農林業の推進</p> <p>2-1 地域の特性を活かした農業の振興</p> <p>2-1-1 本市の特産品のPRと販売強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市の特産品である農産物の生産を奨励するとともに、販売強化とPRに取り組みます。 <p>2-1-2 6次産業化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅とよとみの農畜産物加工処理施設の活用や、6次産業化を検討します。
<p>基本施策3 魅力ある地域観光資源の活用</p> <p>3-1 魅力ある観光拠点の整備</p> <p>3-1-1 道の駅を活用した観光ルートの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅とよとみを核とした既存の観光施設や文化財などを活用した観光ルートの開発を継続して進めます。 <p>3-1-2 新しい地域観光資源の発掘</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特産品であるトマトやスイートコーンなどを利用した加工品を開発するなど、新しい地域観光資源の発掘を推進します <p>3-1-3 地域の伝統の維持・継続</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域に根ざした祭りやイベントを支援し、地域の伝統の維持・継続に努めていきます。 <p>3-1-4 中央市ふるさとまつりの定着化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市を象徴する祭りとして「中央市ふるさとまつり」の定着を図り、内容についても、より市民のニーズに応えられるよう継続して検討していきます。 <p>3-1-5 まちの魅力発信の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他自治体にはない中央市独自の魅力を掘り起こし、伝えたい相手の特性（年齢、性別等）を考慮しつつ、紙媒体、SNS、WEB広告等、効果的な方法を用いて戦略的にPRを行います。 <p>3-1-6 旅行会社と連携した知名度向上の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社等と観光商談を進め、バスツアーのルートに組み入れてもらうなど、本市のPRに努めます。 <p>3-1-7 外部団体と連携した観光PRの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外部団体との協力のもと、首都圏の集客効果の高い場所で観光キャンペーンを行います。 <p>3-1-8 インバウンド受け入れ体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内外の多様な主体と連携し、インバウンド観光に対応した受け入れ体制や観光メニューの開発及び積極的な誘客活動を行います。
<p>基本施策4 リニア中央新幹線開業に向けて</p> <p>4-1 リニア中央新幹線を活かしたまちづくり</p> <p>4-1-1 リニア中央新幹線を活かしたまちづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リニア中央新幹線を活かして市全体を活性化させる方策について、各部門相互の調整および効率的な意見調整を行います。また、中央市リニア活用基本構想および山梨県が策定したリニアやまなしビジョンなどを踏まえ、本市におけるリニアを活用したまちづくりを検討します。

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

【人口】

まず、人口をみると、当市の人口は減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。商業事業者にとっては、顧客ターゲットの見直しや、積極的な販路開拓などによる、市内人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。

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

【特産品】

特産品では、当市では、立地条件の良さから、トマトやスイートコーンの生産が盛んである。また近年は、特産品であるトマトを活用して、B級グルメ「青春のトマト焼そば」やマスコミキャラクター「とまチュウ」等を活用した地域の活性化が期待されている。

【観光面】

観光面では、「四季新鮮収穫広場た・から」「道の駅とよとみ」等の農畜産物の直売施設は観光客や地元客で賑わっているが、当市内への滞在時間が短く波及効果が少ないという課題がある。最近では、トッキングスポットの「たいら山の遊歩道コース」や、「シルクふれんどりい」「シルクの里公園」の近隣で、市民によるイベントやマルシェが開催されるようになり、新たな賑わいを創出するスポットとして、注目を浴びており、これら施設を活用し、地域への波及効果を高めることも課題となる。

【業種別】

業種別の課題をみると、

- ①商業では、大型店や量販専門店、インターネット販売や通信販売との差別化、顧客ニーズの把握・対応、買い物難民になりつつある高齢者への対応
- ②工業では、事業承継（親族承継だけではなく、従業員への承継やM&Aなどの手法の検討）
- ③観光業では、新たな特産品開発や顧客獲得のためのSNS等のデジタル技術を積極的に活用した情報発信等が課題となる。

また、令和6(2024)年を目途に当市の西側に隣接する南アルプス市に12ヘクタールの敷地を有する「コストコ南アルプス倉庫店」が開業する。南アルプスICを降りてすぐの好立地であり、良質で格安のガソリンスタンドも併設され、850台の駐車場、農産物直売所、BBQ施設、マウンテンバイクコースなど観光施設としての機能も有する施設が誕生する。

さらに令和9(2027)年にはリニア中央新幹線の開通予定により、当市の東側に隣接する甲府市に新駅が設置され、新たなまちづくりによる観光客の増加等が考えられる。

多くの県内外の集客を見込めるため、これをビジネスチャンスと捉え、隣接する本市への集客に繋げる仕組みづくりが必要であると感じている。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

これまで記述してきたとおり、当市の小規模事業者は、直近10年において、人口の減少、少子高齢化、大型店の進出、事業者の高齢化など経営環境の悪化にさらされてきた。一方、今後10年を考えると、近隣地域の開発により、周辺地域の人口増加、利便性が高まることによる観光客の増加等が考えられる。

小規模事業者は、このような経営環境の変化のなかで持続的な発展を図っていかねばならない。そこで、当会では、2次中央市長期総合計画の後期基本計画を踏まえ、小規模事業者の中長期的な振興のあり方を、(a)変わりゆく経営環境に適応したビジネスモデルへの転換、(b)新たな販路拡大、(c)他者との連携、(d)自立経営と定める。

小規模事業者は、今後、リニア中央新幹線の開通等に向け激変するであろう経営環境に対応したビジネスモデルへと転換し、そのなかで新たなターゲット層に向けて販路開拓を実施していくことが必要である。ビジネスモデルの転換においては、自社の強みを活かしつつ、経営資源が不足する部分を他社との連携により補っていく。中長期的には、小規模事業者がこれらの環境適応を自立的に実施できることを目指す。

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

②第2次中央市長期総合計画（後期基本計画）との連動性・整合性

中央市の「第2次中央市長期総合計画」（後期基本計画）の商工・観光部分では、「基本施策1 地域経済の充実と発展」、「基本施策2 強みを活かした農林業の推進」、「基本施策3 魅力ある地域観光資源の活用」（基本計画より一部抜粋）を掲げている。

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

③商工会としての役割

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

このなかで当会は、事務局長1名、経営指導員2名、経営支援員3名、の事務局6名体制で地域内小規模事業者の支援を行っている。

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

第1期経営発達支援計画では、経営計画の策定や企業力向上に関するセミナーの開催や小規模企業総合経営支援事業を実施し、経営課題の解決や新たな事業の取り組みを支援するため定例の経営相談会や継続的な専門家派遣等に取り組むとともに、当会が市の連携創業支援事業者となり、創業塾を開催し多数の創業者を輩出している。今後も中長期目標である「経営計画づくりと実行を通じた時代環境変化に順応できる事業者の創出強化」を推し進め、「経営改善・改革に向けた伴走型支援を強化し企業力向上につなげる」ことを基本方針として邁進していく。

(3)経営発達支援事業の目標

【目標①】

小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化による競争力強化・持続的経営を支援することにより、力強い事業者を創出する。

【目標②】

小規模事業者にとってビジネスチャンスとなる、リニア中央新幹線開業に向けた取組みや「コストコ南アルプス倉庫店」の開店により増加する観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えた商売を支援することで、魅力にあふれたまちづくりを実現する。

【目標③】

小規模事業者のIT利活用による販路開拓、売上増加を支援することで、地域に新たな活力を創出する。

【目標④】

上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和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

【目標①】 小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化による競争力強化・持続的経営を支援することにより、力強い事業者を創出する。

小規模事業者のターゲット顧客の見直しや他社との差別化支援のために、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。経営分析では、財務データ等からみえる表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。同時に、RESASによる地域データの分析を通じて外部環境を整理する。これらの分析結果を活用しながら、新たな経営の方向性（ターゲット顧客やポジショニング）を定め、結果を事業計画にまとめる。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。

【目標②】 小規模事業者にとってビジネスチャンスとなる、リニア中央新幹線開業に向けた取組みや「コストコ南アルプス倉庫店」の開店により増加する観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えた商売を支援することで、魅力にあふれたまちづくりを実現する。

観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えるためには、魅力的な店舗・魅力的な商品づくりが欠かせない。そこで、前項「目標①」の支援に加え、魅力的な商品づくりを支援する。具体的には、特産品等を活用した事業者の商品等について、需要動向調査を実施し、商品のブラッシュアップに繋げる。また、農商工連携マッチングフェアへの出展支援を行うなど、販売促進までをワンストップで支援する。

【目標③】 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。

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくことを目的にIT関連セミナーを開催する。また、セミナーを受講した事業者のなかで、取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による支援やIT専門家派遣を実施する。さらに、ITを活用した販路拡大を志向する事業者に対しては、売上拡大が実現するまで伴走型で支援を実施する。これらの支援を実現するため、経営指導員がDXやIT利活用に関する資質向上を行い、実行力を向上させる。

【目標④】 上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る。

経営分析、事業計画の策定、策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。また、これを実現するために、経営指導員等の資質向上を図る。

I. 経営発達支援計画の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者のターゲット顧客を見直し（観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えることを含む）を促進するためには、現状の市場が衰退していることや、見直し先の市場が魅力的であることを事業者自身に認知させる必要がある。このためのひとつの方法として客観的な市場データの提示があるが、現状、地域のデータの周知が十分でなかった。

【課題】

地域のデータの周知が十分でなかったため、今後はRESAS等を用いて、地域の経済動向分析を行い、事業者に周知する必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析 公表回数	HP 掲載	--	1回	1回	1回	1回	1回
②山梨県商工会連合会と共同で実施する経済動向調査 公表回数	HP 掲載	--	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

事業名	地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）
目的	地域の小規模事業者により市内の状況（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により活用してもらいたい項目を分析し、ポータルサイトにまとめようとして公表する。
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
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タルサイトにまとめる。
調査結果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表し、広く管内事業者により周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

②山梨県商工会連合会と共同で実施する経済動向調査

事業名	山梨県商工会連合会と共同で実施する経済動向調査
目的	当市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人あたり年間売上高（事業主含む） / 従業員1人あたりの年間総利益高（事業主含む） / 売上高総利益率 / 営業利益率 / 付加価値率
調査の手段・手法	■調査対象 当会含め県内商工会で決算指導を受けている方 ■調査方法 当会含め県内商工会は、決算指導終了後に調査対象の財務情報（上記〔調査を行う項目〕のインプット情報）を山梨県商工会連合会へ提供する。県内商工会が提供した財務情報を山梨県商工会連合会が集計し、県内商工会へフィードバックする。 ■分析方法（当会） 経営指導員が上記〔調査を行う項目〕のアウトプット情報について、山梨県平均や近隣市町村平均と比較を行う。比較結果は、事業者提供用資料として簡易な報告書にまとめる。
調査結果の活用方法	調査報告は当会ホームページで公表し、広く市内事業者により周知する。また、①当会内で、支援方針を決める際の基礎資料、②事業者の事業計画作成時の基礎資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

観光客や県内外の新規顧客を新たなターゲットに加えるためのひとつの方法として、魅力的な商品づくりが欠かせない。一方、当会ではこれまで、魅力的な商品づくりに資する事業者の商品調査等について、支援を実施できていなかった。

【課題】

魅力的な商品づくりのための支援のひとつとして、小規模事業者の実施する特産品を活用した商品（主に食品）等の商品調査を支援する必要がある。なお、商品調査とはいっても、ターゲットとする顧客ごとにその内容は異なる。そこで、年度ごとに調査テーマを決め、観光客向け、大都市圏等での販売向け、大型店のバイヤー向け、地元客向けの4種の商品調査を実施する。

(2) 目標

項目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
特産品を活用した商品の商品調査 調査対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

事業名	特産品を活用した商品の商品調査
目的	当市には「トマト」や「スイートコーン」をはじめとした特産品があり、小規模事業者のなかには、特産品を活用した商品の販売にチャレンジする事業者もいる。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、市場調査などが不十分であることが多い。そこで、当会にて需要動向調査を支援することで、顧客の声を取り入れた商品ブラッシュアップを行い、“売れる商品”づくりに繋げる。
対象	特産品を活用した商品（主に食品）、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 ※特産品を活用していない商品も調査対象とするが、特産品を活用した商品を優先的に調査する。
調査の手段・手法	年度ごとに調査テーマを定め、①観光客向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は「道の駅とよとみ」などの観光客が集まる場、②大都市圏等向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は東京のイベントスペースなど、③大型店等のバイヤー向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は「農商工連携マッチングフェア」等の商談会、④地元客向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は当会女性部などの地元消費者が集まる場で調査を実施する。実施にあたっては、事前準備として、経営指導員が調査票の設計を支援する。アンケート調査は紙アンケートもしくはWEBアンケートにより実施し、経営指導員と事業者が協力して実施する。消費者向けのアンケートでは1商品あたり30名以上、バイヤー向けのアンケートでは1商品あたり2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≫ <input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（中央市らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等 ≪バイヤー向け調査の場合≫ <input type="checkbox"/> 商品の見た目の良さ <input type="checkbox"/> 商品1個あたりの大きさ <input type="checkbox"/> 商品/パッケージの形・デザイン <input type="checkbox"/> 商品の味 <input type="checkbox"/> 商品の新しさ・斬新さ <input type="checkbox"/> 商品の価格 <input type="checkbox"/> 商品の取扱意向 <input type="checkbox"/> 取引条件 <input type="checkbox"/> その他改善点 等
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が専門家と連携して分析を行う。分析では、消費者向け調査の場合は各項目について男女別、年齢別にクロス集計を実施し、結果から商品等のターゲット顧客や改良点などを抽出する。また、バイヤー向け調査の場合は、2名以上のバイヤーの評価のなかで、共通して評価が低かった項目や共通して指摘された改善項目などをまとめる。これにより改善の優先順位付けを行う。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品等のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化による競争力強化・持続的経営を実現するためには、事業者自身が自社の「現状」を把握する必要がある。当会では、現状把握に資する取組として、小規模事業者の経営分析を実施してきたが、市内の事業者に広く提供するには至っていなかった。また、表面的な分析に留まっていることも多く、必ずしも事業者の本質的な課題までは抽出できていなかった。

【課題】

経営分析を広く提供することが課題である。そのため、5ヵ年計画において、市内小規模事業者（約1,000者）の10%にあたる100者の経営分析を目指す。なお、当会では今後の支援においてIT利活用を促進させるための取組を実施するため、IT活用の状況についても分析する必要がある。

また、これまで表面的な分析もみられたことから、今後は事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置いた経営分析を実施することが課題である。

(2) 目標

経営分析支援を市内の小規模事業者に広く提供することを目標とし、5ヵ年計画において、市内小規模事業者（約1,000者）の10%にあたる100者の経営分析を目指す。これを実現するため、重複（1度経営分析を実施した後、数年後に改善されたかを確認するためにもう1度経営分析を実施等）を考慮し、5ヵ年で120者の経営分析を目標値と設定する。なお、当会には経営指導員が2名いるため、経営指導員1名あたりの実施件数は12者/年となる。

項目	現状	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
経営状況の分析件数	20者	24者	24者	24者	24者	24者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、決算・記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおりである。定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を実施する。分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、クラウド型支援サービス（BIZミル等）、経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。 ■経営分析を実施する項目 財務分析：直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析 非財務分析：強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産など） 機会・脅威（商圏内の人口、競合、業界動向など） その他（現状のターゲット顧客、デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況など） *非財務分析は対話を通じて整理する。
分析結果の活用方法	・経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、クラウド型支援ツール（BIZミル等）上に分析結果を集約し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化による競争力強化・持続的経営のためには、「地域の経済動向調査」「需要動向調査」「経営状況の分析」を踏まえて、新たな経営の方向性（ターゲット顧客やポジショニング）を定め、結果を事業計画にまとめることが有効である。当会ではこれまでも事業計画策定支援を行ってきたが、補助金活用のための事業計画など、事業者からの支援要請に基づいて実施することが多かったという現状がある。

【課題】

経営分析を通じて、小規模事業者のターゲットの見直しや他社との差別化等の必要性を感じた事業者に対し、事業計画の策定を提案する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

事業計画の策定支援では、経営分析件数の約4割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、DXに向けたIT関連セミナーを開催し、ITの活用を促すことで小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

経営状況の分析を行った事業所のうち、約30%の事業所に対し、事業計画策定による伴走型支援を実施することを目標とする。

■既存事業者向け支援

項目	現状	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
IT関連セミナーの開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	8者	10者	10者	10者	10者	10者

■創業者向け支援

項目	現状	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
創業塾	1回	1回	1回	1回	1回	1回
参加者数	4者	6者	6者	6者	6者	6者
創業計画策定事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援
目的	「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。なお、事業計画策定事業者に対して、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、DX推進セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。
支援対象	・経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者 ・金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者 ・補助金やDX支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者等
対象事業者の掘り起こし	・経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する。 ・補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 ・事業計画策定に資する個別相談会を開催する。

分析の手段・手法	事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の2つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。 なお、事業計画において、DX や IT ツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に DX 推進セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。	
	■ IT 関連セミナー	
	対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に参加を促す
	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知
	回数	年1回
	講師	県内 IT 事業者等を想定
	カリキュラム	年度によりテーマを決める（令和4年度はDX活用について個別相談会を実施）。なお、セミナーの一部で共通テーマとして「DX総論」や「各種ITツール紹介」などの紹介の時間を設ける。
想定参加者数	10者/回	

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状、事業計画策定後のフォローアップについて、売上・利益の増加といったアウトカムにまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

【課題】

今後は、事業計画を策定したすべての事業者を対象に、原則四半期ごとにフォローアップを実施する。そのなかで、事業計画を実施する上で発生した経営課題等に対し、事業者と一緒に解決を図る。これらの支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合が40%、経常利益増加割合が30%（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目標とする。

フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

項目	現状	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
フォローアップ対象事業者数	7者	10者	10者	10者	10者	10者
支援頻度 (延べ回数)	四半期毎 (28回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)
売上増加事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
経常利益増加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容/支援の手段・手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては相談回数を減らす。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、相談回数を増やししながら軌道に乗せるための支援を実施する

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。当会では、これまでも事業者の販路開拓を支援してきたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていなかった。また、ITを活用した販路開拓等の支援ができていなかった。

【課題】

各事業の成果が明確でなかった為、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。また、これまでITに関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くはITを使った販路開拓等が遅れていることから、ITを活用した販路開拓として、「IT関連セミナー」後の実行支援を実施する。なお本事業は、事業者が新たな需要を獲得するきっかけづくりを提供するという考え方で実施する。そのため、各事業の効果として、実際に効果が上がることを示しながら、将来的には事業者が自主的に取り組めるよう道筋を作る。

(3) 目標

項目	現状	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
①農商工連携マッチングフェア 出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
②「IT関連セミナー」後の実行支援事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
(BtoBの場合)成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
(BtoCの場合)売上増加率/者		3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①農商工連携マッチングフェア (BtoB) の出展支援

事業名	農商工連携マッチングフェア (BtoB) の出展支援
目的	特に、対企業取引の事業者にとって、商談会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に商談会の参加支援を実施する。
支援対象	(主に特産品を活用した食品を販売している) 食料品製造業
訴求相手	県内のバイヤー
展示会等の概要	山梨県商工会連合会及び県下23商工会が、山梨県及び県内の中小企業支援機関、金融機関、JA等と連携して開催する展示・商談会である。出展者は、互いの経営資源や地域資源を活用して開発した商品等の商談や販路開拓を実施できる。令和4年1月はコロナ禍によりオンライン商談会となり、出展者数28社、バイヤー数12名となった。なお、令和3年1月の開催は、出展者数71社、来場者数175名であった。
分析の手段・手法	出展者の募集だけでなく、事前準備としてパンフレット等の整備、短時間での商品等アピール方法、商談相手の事前アポイント等。また、出展後は、商談会で名刺交換をした相手に対する、フォローをワンストップで支援する。これにより成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

②「IT関連セミナー」後の実行支援 (BtoB, BtoC)

事業名	「IT関連セミナー」後の実行支援
目的	現代において、ITを使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取組が遅れている。そこで、自社独自ではITの利活用が難しい事業者に対しオーダーメイド型の支援を実施し、新規取引先の獲得を目指す。
支援対象	小規模事業者(業種等問わず) ※事業計画を策定した事業者を重点的に支援
訴求相手	各事業者の訴求相手

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

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

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

【課題】

これまでの取組に特段の課題はないため、今後も継続して事業を実施する。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCAを回す仕組みを構築する。
事業評価の手段・手法	<p>以下の取組により、経営発達支援事業のPDCAを回す。</p> <p>【PLAN】（事業の計画・見直し）</p> <p>(a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</p> <p>(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。</p> <p>【DO】（事業の実行）</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>(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。</p> <p>(f) 月1回の定期ミーティングにて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。</p> <p>(g) 年1回の「経営発達支援計画評価会議」にて、外部有識者等からの評価を受ける。</p> <p>※「経営発達支援計画評価会議」の実施の流れ</p> <p>i 中央市産業課、中央市商工会職員（事務局長、法定経営指導員等）、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援計画評価会議」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。</p> <p>ii 当該「経営発達支援計画評価会議」の評価結果は、当会理事会にフィードバックした上で、当会ホームページ（http://www.chuo-city-shokoukai.com）へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。</p> <p>【ACTION】（事業の見直し）</p> <p>(h) 「経営発達支援計画評価会議」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。</p>

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

① 経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	経営指導員、経営支援員
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	<p>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。</p> <p>〔小規模支援法改正により新たに求められる能力〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>〔近年の支援環境の変化に対して求められる能力〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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	<p>経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・手法により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、経営支援員等も含めて積極的に参加する。</p> <p>ア 小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて 山梨県商工会連合会の経営指導員研修等の上部団体等が主催する研修に参加する他、中小企業大学の専門研修への参加や、独自に外部講師を招聘した会内研修を開催する。</p> <p>イ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX 関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。</p> <p><DX に向けた IT・デジタル化の取組></p> <ul style="list-style-type: none"> i) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組 RPA システム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策 等 ii) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組 ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用、オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム 等 iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法 等 <p>ウ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて 独自に外部講師を招聘、「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。</p>

② 個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	<p>ア OJT 制度 経営指導員と経営支援員等がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。</p> <p>イ 定期ミーティング 月 1 回の定期ミーティングのなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②具体的な支援のなかで発見した経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。</p>

ウ データベース化

担当経営指導員等がクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和5年11月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)



(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: 天野 慎二

連絡先: 中央市商工会 TEL 055-273-4141

②法定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

〒409-3841

山梨県中央市布施 1555-1

中央市商工会 指導課

TEL: 055-273-4141 FAX: 055-273-4742

E-Mail: chuo@shokokai-yamanashi.or.jp

②関係市町村

〒409-3892

山梨県中央市臼井阿原 301-1

中央市 産業課

TEL: 055-274-8561 / FAX: 055-274-1130

E-Mail: sangyo@city.chuo.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	1,150	1,150	1,150	1,150	1,150
1. 経済動向調査事業費	50	50	50	50	50
2. 商品ニーズ調査事業費	200	200	200	200	200
3. 経営分析事業費	200	200	200	200	200
4. 事業計画策定支援事業費	300	300	300	300	300
5. 講習会開催事業費	200	200	200	200	200
6. 本計画評価・見直し事業費	100	100	100	100	100
7. 資質向上研修事業費	100	100	100	100	100

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
各種補助金(国、県、市、公的団体等) 会費、手数料収入等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等