

経営発達支援計画の概要

実施者名	甲府商工会議所（法人番号 7090005000344） 甲府市（地方公共団体コード 192015）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	（1）経営者のリテラシー向上に資する支援 （2）新規開業支援による小規模事業者数の減少抑制 （3）地場産業の振興
事業内容	3. 地域の経済動向調査に関すること 景気動向、経営に係る事柄の経営者の考え方などに関する調査の実施と公表。 4. 需要動向調査に関すること 土産品の需要動向調査の実施とフィードバック。 5. 経営状況の分析に関すること 相談対応等を通じて分析を行い、事業計画策定に活用。 6. 事業計画策定に関すること 新たな取り組みなどに活かすべく計画を策定。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 計画遂行のため伴走支援の実施。 8. 新たな需要開拓に関すること 国内外の展示会出展や海外プロモーションの実施。
連絡先	甲府商工会議所 中小企業相談所 〒400-8512 山梨県甲府市相生二丁目2番17号 TEL：055-233-2241 FAX：055-233-2131 E-mail：kcci@kofucci.or.jp 甲府市 甲府市産業部商工観光室商工課 〒400-8585 山梨県甲府市丸の内一丁目18番1号 TEL：055-237-5695 FAX：055-227-8065 E-mail：syoukous@city.kofu.lg.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

【立地】

甲府市は山梨県の県庁所在地で、東京駅から甲府駅までは約130km、JR中央線で2時間程、新宿からは1時間30分余りの距離に位置している。南北に細長く、東西15.3km、南北41.5km、市の北端は山岳地帯で長野県との県境に接している。市街地は甲府盆地の中心に位置し、概ね平坦だが、北に高く南に低く傾斜している。



【人口】

甲府市の人口は183,032人（住民基本台帳人口、令和7年8月1日現在）で、5年前の令和2年8月の187,296人と比較して、4,264人（△2.28%）減少した。令和7年4月に改訂された第二期甲府市総合戦略によると、人口減少の要因として、若者の転出超過が顕著であることが挙げられ、その転出の主な理由は「就職」であるとともに首都圏からの転入の動きが弱いとの分析がされている。

甲府市の人口 (単位:人、%)

令和2年8月	令和7年8月	減少数 (率)
187,296	183,032	4,264 (△2.28)

また、令和7年1月1日現在の65歳以上の高齢者割合は、前年より0.1%増の29.9%となり、高齢化の流れは変わらないと考えている。

甲府市の年齢階層別人口 (単位:人、%)

年齢/区分	令和6年		令和7年	
	人口	比率	人口	比率
0～14歳	20,351	11.0	19,787	10.8
15～64歳	109,344	59.2	109,151	59.4

65歳以上	55,132	29.8	54,912	29.9
合計	184,827	100.0	183,850	100.0

※各年1月1日現在住民基本台帳登録人口

### 【事業所数】

「令和3経済センサス-活動調査」によると、甲府市の民営事業所数は10,613件と平成28年の11,031件から418件、率にして3.8%減少しており、平成26年と平成28年とを比較した減少率5.6%に対して低減した。

従業者20人以下の事業所数について見ると、令和3年は9,437件と平成28年の10,045件から608件減少(△6.1%)、5人以下では令和3年が6,282件で平成28年の7,334件から1,052件減少(△14.3%)している。

比較対象の2年間に減少した総事業者数は低減したが、特に従業者が5人以下の事業所の減少数が多く、小規模事業者にとって事業を継続することの厳しさがうかがえる。

#### 甲府市の事業所数

(単位：件、%)

	令和3年	平成28年	減少数(率)	全減少数に占める割合
全事業所数	10,613	11,031	418(△3.8)	—
従業者20人以下	9,437	10,045	608(△6.1)	145.4%
従業者5人以下	6,282	7,334	1,052(△14.3)	251.6%

また、事業所数を業種別の比率で見ると、卸売業・小売業24.6%、宿泊業・飲食業12.9%、医療・福祉8.8%、生活関連サービス業・娯楽業8.7%、サービス業(他に分類されないもの)8.4%などとなっている。

業種別比率を全国と比べると、建設業7.0%(全国比△2.4%)、製造業6.5%(全国比△1.5%)、宿泊業・サービス業12.9%(全国比+1.3%)、教育・学習支援業4.4%(全国比+1.2%)などが特徴である。

#### 甲府市の産業大分類別事業所数

(単位：件)

	甲府市		全 国	
	事業所数	構成比(%)	事業所数	構成比(%)
A～B 農林漁業	26	0.2	42,458	0.8
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	1	0.0	1,865	0.0
D 建設業	738	7.0	485,135	9.4
E 製造業	688	6.5	412,617	8.0
F 電気・ガス・熱供給・水道業	22	0.2	9,139	0.2
G 情報通信業	155	1.5	76,559	1.5
H 運輸業, 郵便業	128	1.2	128,224	2.5
I 卸売業, 小売業	2,609	24.6	1,228,920	23.8
J 金融業, 保険業	266	2.5	83,852	1.6
K 不動産業, 物品賃貸業	760	7.2	374,456	7.3
L 学術研究, 専門・技術サービス業	589	5.5	252,340	4.9

M 宿泊業，飲食サービス業	1,364	12.9	599,058	11.6
N 生活関連サービス業，娯楽業	928	8.7	434,209	8.4
O 教育，学習支援業	464	4.4	163,357	3.2
P 医療，福祉	935	8.8	462,531	9.0
Q 複合サービス事業	52	0.5	32,131	0.6
R サービス業（他に分類されないもの）	888	8.4	369,212	7.2
A～R 全産業（S公務を除く）合計	10,613	100.0	5,156,063	100.0

※令和3年経済センサス活動調査

### 【産業】

本市は、県庁所在地という事もあり、金融、教育、商業、各種サービス業など都市型の産業が集積している。

製造業では、長引く資材の高騰や人材不足などにより、中小企業（とりわけ小規模事業者）は、利益の確保が困難な状況となっている。

商業の面でも同様で、仕入れコストや人件費の高騰は経営を圧迫する要因となっており、卸売や小売店等の地元の事業者は、いずれも非常に厳しい状況に陥っている。特に、中心市街地においては、甲府駅前の百貨店が令和元年9月に閉店し、中心商店街の空洞化が大きな問題となっている。

一方で令和6年度「中心市街地空き店舗調査結果」によると、全店舗数に対する空き店舗率が、現行の調査方法となった平成21年度以降初めて1割を切った。百貨店跡地の再開発や甲府城公園南側の飲食物販施設のオープンなど中心市街地における回遊性・利便性の向上による期待が高まっている。

甲府市を中心とした地域においては、山梨県の代表的な地場産業である宝飾産業が盛んで、製造品出荷額で国内の2割を超えるシェアを有している。山梨県の宝飾品製造事業者数は国内最多の約29%を占め、そのうち9割以上が甲府市に所在しているといわれ、研磨・製造・卸・小売までのサプライチェーンにおける全工程が集積するその他の地域では見られない特徴がある。宝飾品付加価値額においても国内最多の25%を占め、甲府市を代表する地場産業となっている。

一方で、宝飾品の商品販売額は減少傾向にあり、人口減や婚姻件数減に伴うブライダル製品需要の減少が、国内需要にマイナスに作用することを考慮すると、今後の国内市場の急激な拡大は困難な状況である。

令和6年の山梨県の観光入込客数は3,158万人と10年前の平成27年から0.4%増加している。甲府市内の観光地では、昇仙峡・湯村温泉周辺が59.3万人（対平成27年比4.2%増）、芸術の森・武田神社周辺は268万人（対平成27年比10.5%増）となっている。

※昇仙峡は、昭和25年（1950年）に毎日新聞社が行った「新日本観光地百選」のハガキ投票で溪谷部門1位に選出され、平成21年（2009年）に読売新聞社が行った「平成百景」でも富士山に次ぐ第2位の得票数を獲得している。令和元年（2019年）には、甲武信ユネスコエコパークに登録、令和2年（2020年）に日本遺産に認定された。

※芸術の森には、山梨県立美術館と文学館などがある。

山梨県内の観光入込客数 (単位：人、( )内は%)

	令和6年	令和5年	令和4年	平成27年
昇仙峡・湯村温泉周辺 (対H27年比)	593,006 (104.2)	513,215 (90.2)	662,582 (116.4)	568,880
芸術の森・武田神社周辺 (対H27年比)	2,680,027 (110.5)	2,504,269 (103.2)	2,997,231 (123.6)	2,424,568
山梨県全体	31,587,960	25,753,522	27,384,171	31,461,975

(対H27年比)	(100.4)	(81.8)	(87.0)
----------	---------	--------	--------

※山梨県観光入込客統計調査

甲府市では平成31年3月に当所も委員として参画し、『甲府市産業ビジョン—魅力があふれ人が集う活力あるまちの実現に向けて—』を策定、産業全体の基本目標は稼ぐ力の向上を掲げ、人口が減少し地域の市場が縮小する中で地域経済を維持発展させるためには、国内外に市場を広げ、地域外から稼ぎ地域内で循環させることが必要だとし、宝飾産業等の地場産業の基盤強化と市場拡大、観光等による交流人口の増加、リニア中央新幹線開業を見据え拠点を活かした産業振興など、10年先を見据えた産業全体の基本方針等を示している。

### 【課題】

甲府市は、社会減・自然減が続き、人口減少に歯止めがかからない状況であり、高齢化への傾向が著しい。これに比例するかのよう、事業所数も減少し、働く場が減ることによる人口の社会減と悪循環に陥っている。

また、帝国データバンクの調査によると、山梨県の社長の平均年齢は61.5歳と全国平均60.7歳を0.8歳上回っている。この経営者の平均年齢61.5歳は全国で8番目に高い年齢で、早期の事業承継への取り組みが必要となっている。

甲府市は県庁所在地であるため都市型の産業が集積し、製造業の割合が小さい。また、日本全国若しくは世界から集客できる観光資源が乏しいこともあり、市外から稼ぐ力が弱い。

卸売業・小売業や飲食店は、小規模事業者がその多くを占めている。消費者ニーズや購買行動が変化し、郊外の大規模店やインターネット上の通販サイト、大規模資本の飲食店などに消費活動がシフトしており、地元小売店や卸売店、飲食店の多くは売り上げが低迷している。

### (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

#### ①：経営者のリテラシー向上に資する支援

10年後における地域のあるべき姿：小規模事業者が減少傾向にある中、甲府地域の小規模事業者が自らの経営状況や戦略等を認識しながら、新規顧客獲得等による売上拡大、生産性向上による利益増加などの実現を図る。

理由：高齢化や後継者不足による廃業の増加、人手不足、地域経済の縮小などの要因により、小規模事業者数は年々減少傾向にある。小規模事業者の多くは、経営状況の把握、将来ビジョン策定などの経営者リテラシー向上が重要である。

#### ②：新規開業支援による小規模事業者数の減少抑制

10年後における地域のあるべき姿：小規模事業者数は年々減少傾向にある中、新たな事業所が生まれることは地域経済の活性化にも通じ、地域に大きく貢献することが期待できる。

理由：経営者の高齢化や後継者不足による廃業の増加、人手不足、地域経済の縮小などの要因により、小規模事業者数は年々減少傾向にある。創業を目指す方を対象としてセミナーや、指導員や専門家による相談を通じて創業支援を行うことが重要である。

#### ③：事業承継支援による小規模事業者数の減少抑制

10年後における地域のあるべき姿：廃業を防ぎ技術や雇用などの経営資源を次世代へ引き継ぎ、地域経済の活性化に貢献し親族内承継や第三者承継等の形で事業の存続と生産性向上を目指す事業の継続と成長を目指すと共に、地方経済を支え、エッセンシャル・サービスの提供にも通じ、地域に大きく貢献することが期待できる。

理由：経営者の高齢化や後継者不足による廃業の増加、人手不足、地域経済の縮小などの要因により、小規模事業者数は年々減少傾向にある。事業承継を促すセミナーや、指導員や専門家等による相談を通じて承継を推進することが重要である。

#### ④：地場産業の振興

10年後における地域のあるべき姿：甲府市がジュエリー産業の一大集積地であると認識されると共に、香港に代わる海外マーケット市場が安定する。

甲州種を中心とした山梨ワインの品質が向上により国際的なコンクールで高く評価され、世界的に広がる日本食文化もあり、山梨ワインの輸出が軌道に乗る。  
理由：国内は人口減少もあり、ジュエリー、ワインのマーケット規模は縮小傾向となっている。新たな販路として海外展開を図り、持続的な事業経営につなげるため。

(3) 経営発達支援事業の目標

①：経営者のリテラシー向上に資する支援

支援計画の期間（5年間）目標：

KGI：5年後の経営計画策定小規模事業者の売上が3%増。

KPI：1年間の経営計画策定に向け経営分析を行う小規模事業者数70社。

選定した理由：

経営者のリテラシー向上は、小規模事業者自身が経営状況を把握し、事業展開を図るうえで重要と考えられ、持続的な事業経営につなげるため。

②：新規開業支援による小規模事業者数の減少抑制

支援計画の期間（5年間）目標：

KGI：年間新規創業20事業所、5年後の生存率40%。

KPI：年間の創業セミナー受講者数40者。融資も含めた創業相談20者。

選定した理由：

小規模事業所数は年々減少傾向にある中、新たな事業所が生まれることは活性化に通じ地域経済に大きく貢献しエッセンシャル・サービスの提供にも期待できる。

③：地場産業の振興

支援計画の期間（5年間）目標：

KGI：5年後のジュエリー海外展示会成約額5億円。

5年後の山梨ワイン海外輸出額1250万円。

KPI：1年間のジュエリー海外展示会出展者10事業所を支援する。

1年間の山梨ワイン海外プロモーション10事業所を支援する。

選定した理由：

国内は人口減少もあり、ジュエリー、ワインのマーケット規模は縮小傾向となっている。新たな販路として海外展開を図り、持続的な事業経営につなげるため。

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、目標の達成方針

(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：経営者のリテラシー向上に資する支援

達成方針1：事業計画策定支援

選定した理由：

小規模事業所数は年々減少傾向にある中、小規模事業者自身が経営状況の把握、リスク管理、将来ビジョンを見据えるなど事業計画策定は重要であり経営者リテラシー向上につながる。小規模事業者の持続的な事業経営は、地方経済を支えエッセンシャル・サービスの提供にも通じ、地域に大きく貢献することが期待できる。

②：新規開業支援による小規模事業者数の減少抑制

達成方針1：創業セミナーの開催

選定した理由：

小規模事業所数は年々減少傾向にある中、新たな事業所が生まれることは活性化に通じ地域経

済に大きく貢献しエッセンシャル・サービスの提供にも期待できることから、中小企業診断士を講師に招き、創業者の心構えや財務計画などを研修する。

達成方針 2：創業融資相談

選定した理由：創業者の多くは資金的に厳しい方が多く、創業融資を利用するケースがほとんどなので、申込みに必要な事業計画などについて、伴走支援する。

③：地場産業の振興

ア．達成方針 1：ジュエリー業界プロモーション事業

選定した理由：

ジュエリー産業は甲府市の主要な地場産業であり、その取扱量は国内トップシェアとなっているものの、消費者にはその認知度は高くない。ジュエリーは比較的高額な商品であるため社会的に信用性が高い商工会議所が推進役となり、一般消費者の認知度を向上のための諸事業を実施する。

イ．達成方針 2：ジュエリーの海外販路開拓

選定した理由：

甲府のジュエリー業界の海外展開は、香港の展示会を介して流通させるケースが多いが、香港の政情不安などから香港展示会の先行きが不透明となっていることから、香港に代わる新たな海外展示会等への出展が必要。

ウ．達成方針 1：山梨ワイン海外輸出プロジェクト（KOJ）

選定した理由：世界のワインの情報発信基地であるロンドンで甲州種を中心とした山梨ワインのプロモーションを行い、品質の良さをアピールするとともに知名度向上を図る。英国市場に世界中のワインが集まることから、ロンドンでプロモーションすることは、「世界に向けてプロモーションすること」を意味し、最も費用対効果が良く、そのトレンドはアジア、北米にも波及することになる。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：

地域経済動向調査（業況、売上高、採算、仕入単価、従業員等のD Iを調査）、F a x 調査（人手不足、米国関税、景気見通しなどについて経営者の考えをタイムリーに調査）を実施・分析し、調査結果を甲府商工会議所の会報やホームページ、新聞紙上で公表し小規模事業者の経営方針等の参考となるよう努めている。

課題：

R E S A S等を活用した専門的な分析が不足気味で、伴走支援、販路開拓への接続に活かされていない。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①地域経済動向調査	HP・会報掲載	6回	6回	6回	6回	6回	6回
②F a x 調査	HP・会報掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域経済動向調査（隔月）

調査対象：地域の商工業者130件。卸売、小売、製造、建設、サービスで概ねバランスの取れた業種構成とする。

調査項目：業況、売上高、採算、仕入単価、従業員、金融機関の貸出し状況等。

手法：依頼済みの調査対象企業にファクシミリで調査票を送付しファクシミリで回収、指導員が

分析する。

目的：地域の景況感を把握し公表する。

②Fax調査（年間4回）

調査対象：地域の商工業者300件。卸売、小売、製造、建設、サービスで概ねバランスの取れた業種構成とする。

調査項目：経営に大きな影響があると考えられる人手不足、米国関税など適宜設定する。

手法：依頼済みの調査対象企業にファクシミリで調査票を送付しファクシミリで回収、指導員が分析し会報やホームページ、新聞紙上で公表する。

(4) 調査結果の活用

- ・地域経済動向調査などの結果を基に、地域の経済活動状況や変化や見通しなどを把握し、企業経営上の指標とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：

山梨の土産品に対する需要動向調査は、デザイン、価格等（食品は試食）の消費者アンケート形式。ジュエリーは、デザインワークショップによる売れ筋デザイン等を活用した需要動向調査等を実施し、提供する商品の需要を的確に捉えることができるようになってきた。

課題：

土産品の需要動向調査は、対象事業者からの「商品開発に役立つ」と評判が良いが、ジュエリーデザインの売れ筋情報等の提供はワークショップ参加事業者以外への提供が不足し、事業者独自の売れ筋情報等をメインに商品開発を行っている。

(2) 目標

	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①土産品の需要動向調査	15者	15社	15社	15社	15社	15社

(3) 事業内容

①土産品の需要動向調査

【調査手法】

観光客等が集まる駅のコンコースなどにて毎年開催する山梨の土産ナンバー1を決める山梨ギフトコンテストにおいて、出品業者が個々のブースを設け試食も含め観光客等へ商品をアピールし、投票と共にアンケート調査を実施する。

【サンプル数】

300人。

【調査項目】

選定する基準。地域らしさ、価格帯、購入目的、味、賞味期限、パッケージデザイン、配りやすさなど。

【調査結果の活用】

回答者の性別・年代も含め職員が集計・分析し、購入予定金額等の共通する項目は必要とする事業者の他、結果を会報等へ掲載するなど参加事業者以外にも情報提供を行う。個々の商品等に関するものは各々の事業者にフィードバックし、商品開発や接客時の改良・改善等を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状：

巡回や窓口相談、専門家による個別経営相談会（月2回）、小規模事業者経営改善貸付等金融相談、セミナーを通じて、経営課題を抱えている小規模事業者をピックアップし、財務分析（安全

性・収益性など)を行っている。また、事業者の強みや弱みを把握するためのSWOT分析や顧客管理などに活用するABC分析を行っている。

課題：

分析した結果を事業計画に反映させ、計画に沿った事業展開を支援するといったあるべき支援の形となっていないケースもある。経営リテラシー向上のためには分析は重要であるので、小規模事業者はその必要性についての理解を得られるよう、改善が必要と考えている。

(2) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①経営分析セミナー	1回 25社	1回 30社	1回 30社	1回 30社	1回 30社	1回 30社
②個別経営分析	20社	40社	40社	50社者	50社	50社

(3) 事業内容

①経営分析セミナー

目的：自社の経営状況を把握しやすくするために可視化し、分析の意義と具体的活用法を研修し、個別支援につなげる入口づくりを行う。

募集方法：チラシ、ホームページ、メール、巡回・窓口相談時の個別案内。

開催回数：1回。30社。

内容：講師派遣業者を通じて講師を招き、経営分析の必要性や生成AIの活用方法、簡易SWOT分析などを行う。

②個別経営分析

目的：経営状況を可視化し分析の意義と具体的活用法等を研修し、事業展開に活かす。

対象者：セミナー受講者5社、補助金・経営相談25社、金融相談10社。

分析項目：収益性、生産性、安全性、成長性等。

分析手法：主にローカルベンチマークを活用。

成果物：分析レポート等。

(4) 分析結果の活用

①小規模事業者への活用

小規模事業者へ分析結果をフィードバックし、伴走しながら事業計画策定につなげる。

②内部での活用

Bizミルへ分析結果を保存し指導員間で共有、支援力向上に活かす。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状：

巡回や窓口相談、専門家による個別経営相談会（月2回）、小規模事業者経営改善貸付等金融相談、セミナーを通じて、計画策定支援案件を発掘している。対象事業所の中には経営状況の分析は行うものの、計画策定に至らないケースもある。

課題：

現状を打破するため新たな取り組みに積極的な事業者が見られるものの、経営状況の分析は行うが計画策定に至らないケースもある。事業計画策定の意義や重要性を説明し、小規模事業者自らが主体的に取り組む環境づくりが求められる。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定の意義や重要性を小規模事業者に説明しても意識変化や行動を起こさないケースもあるので、セミナーのカリキュラムを工夫し、経営相談、創業相談等の個別相談の際、さらに重要性を説明していく。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①事業計画策定セミナー	1回 20社	1回 30社	1回 30社	1回 30社	1回 30社	1回 30社
②創業セミナー	1回 40名	1回 40名	1回 40名	1回 40名	1回 40名	1回 40名
③事業計画策定事業者	30者	30者	30者	30者	30者	30者

#### (4) 事業内容

##### ①事業計画策定セミナーの開催

###### 目的

事業計画策定の重要性を理解し、新たな事業展開に向けた持続的な経営改善を図る。

###### 具体的手法

対象：小規模事業者。

募集方法：チラシ、ホームページ、メール、巡回・窓口相談時の個別案内。

開催回数：1回。30社。

内容：講師派遣業者を通じて講師を招き、DX、ITを推進する観点からも生成AIを活用した事業計画策定する。

##### ②創業セミナーの開催

###### 目的

創業する事業の構想を具体化・可視化するため事業計画策定を支援し、持続的な事業経営を図る。5年後の生存率は40%を目指す。

###### 具体的手法

対象：創業予定者40名。

募集方法：チラシ、ホームページ、メール等。

開催回数：1回（4日間程度）。

内容：地元の中小企業診断士を講師に招き、創業マインド、構想の整理、資金計画、経営戦略等を研修し、最終日には地元金融機関を招き金融相談を行う。

##### ③個別相談での事業計画策定支援

###### 目的

事業計画策定の重要性を理解し、創業や新たな事業展開に向けた持続的な経営改善を図る。

###### 具体的手法

対象：月に2回開催する中小企業診断士による経営相談会参加者や相談に来所する小規模事業者。

募集方法：チラシ、ホームページ、セミナー・巡回・窓口相談時の個別案内。

開催回数：随時。

内容：中小企業診断士による経営相談会や相談のため来所する小規模事業者の経営状況等をヒアリング・分析し、伴走しながら計画づくりを行い、融資や補助金申請にも利用する。

#### 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：

事業計画策定後、経過が順調な事業者がいる一方で、進捗が思わしくない事業者も一定数存在する。また、計画と大きなずれが生じている事業者の支援については、フォローが十分とは言えない状況。

###### 課題：

特に、進捗が思わしくない事業者や計画とずれが生じている事業者へ、フォローのため伴走型の支援をすすめることが必要。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、フォローの回数を増やすなどして支援し、経営リテラシー向上をさせ自走化を目指す。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ対象事業者数	20者	30者	30者	30者	30者	30者
頻度(延回数)	60回	70回	70回	70回	70回	70回
売上増加事業者数	3者	7者	7者	7者	7者	7者
営業利益3%以上増加の事業者数	3者	7者	7者	7者	7者	7者

(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、巡回訪問等を通じて経営指導員や専門家により、進捗状況の確認などフォローアップを推進する。

計画策定30者のうち、10者は四半期に1回程度、10者は半年に1回程度とし、10者は年に1回程度とし、進捗が思わしくない事業者や計画とずれが生じている事業者へは、対応策を検討し場合によっては専門家を交えて支援にあたる。

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：

スーパーマーケット・トレードショー等食品関係の展示会への出展、山梨ワイン海外輸出プロジェクト(KOJ)、ジュエリー業界プロモーション事業、ジュエリーの海外販路開拓支援事業など、主にBtoBの販路拡大に努めている。

課題：

・食品類の展示会

F C Pシートの作成やバイヤーへの説明方法等事前の支援は行ってきた。また、展示会終了後も出展成果の聞き取り等を行ってきたが、展示会後の商談のフォローは手薄であった。この点を改善し、より多くの事業者に展示会出展の成果が得られるよう改善した上で実施する。これまで出店していたスーパーマーケット・トレードショーは経費等の都合により、次年度以降出店が難しく、利用可能な補助金や新たな効果ある展示会出展の開拓が必要。

・山梨ワイン海外輸出プロジェクト(KOJ:K o s h u o f J a p a n)

例年プロモーション事業は県の補助金を利用して実施しているが、県の補助金を利用できるのか不透明となっている。

・ジュエリー業界プロモーション事業

ジュエリー産業は甲府市の主要な地場産業であり、その取扱量は国内トップシェアとなっているものの、消費者にはその認知度は高くなくため、認知度向上の事業を実施する。

・ジュエリーの海外販路開拓支援事業

甲府のジュエリー業界の海外展開は、香港の展示会を介して流通させるケースが多いが、香港の政情不安などから香港展示会の先行きが不透明となっていることから、香港に代わる新たな海外展示会等への出展が必要。

(2) 支援に対する方針

・食品類の展示会

商工会議所が独自に展示会等を開催することは困難なため、地域資源を活用した首都圏で開催される既存の展示会、全国うまいもんマルシェ等への出展を検討する。また、山梨県産のワイン、日本酒を都内大手企業の社員等へPRする。

- ・山梨ワイン海外輸出プロジェクト（K O J）  
世界のワインの情報発信基地であるロンドンで甲州種を中心とした山梨ワインが認知されることが重要であり、ロンドンでのプロモーション事業を展開する。県の補助金の対象事業内容と業界が望む事業内容の協議を重ねていく。
- ・ジュエリー業界プロモーション事業  
ジュエリー産業は甲府市の主要な地場産業であり、その取扱量は国内トップシェアとなっているものの、消費者にはその認知度は高くない。ジュエリーは比較的高額な商品であるため社会的に信用性が高い商工会議所が推進役となり、一般消費者の認知度向上のための諸事業を実施する。
- ・ジュエリーの海外販路開拓支援事業  
甲府のジュエリー業界の海外展開は、香港の展示会を介して流通させるケースが多いが、香港の政情不安などから香港展示会の先行きが不透明となっているため、香港に代わる新たな海外での展示会への支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①食品関連展示会						
出展事業者数	10	10社	10社	10社	10社	10社
成約額/社	40万円	50万円	50万円	50万円	50万円	50万円
②山梨ワイン海外輸出プロジェクト						
参加事業所数	9社	10社	10社	10社	10社	10社
成約額/社	260万円	250万円	250万円	250万円	250万円	250万円
③ジュエリーの海外販路開拓支援事						
出展事業者数	12	10社	10社	10社	10社	10社
成約額/社	7300万円	1億円	1億円	1億円	1億円	1億円

※食品関連展示会は、都内大手企業における数値。

(4) 事業内容

目的：

地域資源を活用した商品の認知度向上と販路拡大を支援し、持続的な需要創出を図る。

①食品関連展示会出展支援

課題：地域資源を活用した首都圏で開催される展示会の出店事業者の固定化、出展費用、都内大手企業の理解・協力体制の構築。

手法：

- ・事前準備：出店希望業者選定、ターゲット市場分析、価格戦略、販促資料作成等
- ・出展中：陳列・接客・商談サポート等
- ・事後フォロー：商談記録管理、次回に向けた戦略の検討等

②山梨ワイン海外輸出プロジェクト（K O J）

課題：例年プロモーション事業は県の補助金を利用して実施しているが、事業内容の都合で県の補助金を利用できるのか不透明となっている。

手法：

- ・事前：輸出手続き、現地バイヤーや著名ジャーナリスト、ソムリエの招聘等
- ・出展中：陳列・接客・商談サポート等
- ・事後フォロー：商談記録管理、次回に向けた戦略の検討等

③ジュエリーの海外販路開拓支援事

課題：香港の展示会を介して流通させるケースが多いが、香港の政情不安などから香港展示会の先行きが不透明となっているため、香港に代わる新たな海外展開先の開拓。

手法：

- ・事前；輸出手続き、現地展示会主催者との調整、出展ブースの配置等
- ・出展中；陳列・接客・商談サポート等
- ・事後フォロー；商談記録管理、次回に向けた戦略の検討等

## 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：

- ・3月開催の常議員会において、事業報告を行っている。
- ・外部有識者や山梨県を交えた経営発達支援事業協議会を夏と冬の年2回開催し、進捗状況の確認、事業の報告を行い、結果をホームページへ掲載している。

課題：

- ・経営発達支援事業協議会には、外部より中小企業診断士、学識経験者、山梨県と共同制作者の甲府市、法定経営指導員、経営指導員にて開催しているが、外部メンバーの交代を検討。

### (2) 事業内容

#### 1. 定量的把握

- ・K P I 設定：事業計画策定件数、セミナー参加者数、販路開拓支援件数など。
- ・データ収集：フォローアップシート、実績報告などの可視化。

#### 2. 評価手法

- ・甲府市や中小企業診断士等を交えた経営発達支援事業協議会を年間2回開催し、進捗状況の確認、事業の報告を行い、忌憚のない意見を求め次年度事業の参考とする。

#### 3. 評価・見直しの頻度

- ・必要に応じて臨時協議会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重点課題を議論。

#### 4. 結果の公表方法

- ・甲府市や中小企業診断士等を交えた経営発達支援事業協議会を年間2回開催し、進捗状況の確認、事業の報告を行い、結果をホームページへ掲載する。

## 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：国の中小企業施策や知的財産を活用した経営など、経営指導員に必要な知識の習得に努めているが、業務を担当する指導員に依存していることから支援対応にばらつきがある。

課題：経営指導員と一般職員の支援能力を向上させ、D X 対応など新たな支援領域への知識習得が求められる。

### (2) 事業内容

目的：経営リテラシー向上に寄与するため、経営指導員と一般職員の支援能力を体系的に向上させ支援力を強化する。

#### ①外部研修・セミナー等の活用

職員全員が「経営指導員等W E B 研修」を受講する。直接個社支援を担当する中小企業相談所の指導員を中心に「日本商工会議所が主催する研修」、「中小企業大学校の主催する研修」等を利用し、税務、財務、マーケティング、ビジネスプラン等の領域を中心に受講、受講内容を中小企業相談所のミーティングを通じて共有し支援に必要な知識を修得する。I T やD X 相談などへ対応するため、I T 戦略ナビw i t h、I T 経営サポートセンターなども活用し、支援力向上を図る。

#### ②専門家からの支援ノウハウの吸収

時節にあったテーマの研修会を年4回程度の開催や専門的な相談に対応するため専門家(中小企業診断士、弁護士、弁理士、税理士等)から助言を受けるなど、専門的知識を蓄積する。

### ③○JTによる支援能力の向上

窓口や巡回で小規模事業者の相談対応や支援をする際には、支援経験豊富な経営指導員と若手職員等支援経験が浅い者がペアとなったの対応や専門家が支援する場に同席するなど、吸収した支援ノウハウの共有・向上を図る。

## 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：県内の支援機関等が一堂に会する中小企業サポート連携拠点会議等へ出席し、従来から他の支援機関と情報交換や支援の方法等の共有を図り、支援力向上につなげている。

課題：多様化・専門化する小規模事業者の経営支援には、他機関の有する支援ノウハウを吸収することが不可欠であるが、吸収したノウハウの共有などは十分とは言えず、支援内容が属人的になりがちである。また、事業者の販路開拓などの取り組みでは他の商工会議所、商工会等との連携について再検討が必要などところが見られる。

### (2) 事業内容

目的：多様化・専門化する小規模事業者の経営支援を強化し経営リテラシー向上に寄与するため、関係機関との連携を強化する。

#### ・中小企業サポート連携拠点会議への出席（年6回）

各支援機関が抱える相談案件の内、複数の支援機関が連携し対応することでより支援効果が期待できる案件について、支援方法の検討・実施・効果の確認を行うもので、直接かかわらない案件についても、支援ノウハウの共有化が図られる。

また、本会議では支援機関からの情報提供として、各々が実施する展示会等小規模事業者を対象とした施策情報の提供も行われる。

構成機関は、甲府商工会議所、富士吉田商工会議所、やまなし産業支援機構、山梨県商工会連合会、山梨県中小企業団体中央会、山梨県信用保証協会、日本政策金融公庫、商工組合中央金庫、山梨中央銀行、甲府信用金庫、山梨信用金庫、山梨県民信用組合、都留信用組合、山梨県よろず支援拠点、INPIT 山梨県知財総合支援窓口、山梨大学、山梨県（産業技術センターなど）、となっている。

#### ・一般社団法人中小企業診断士協会が実施する研修会・意見交換会への出席（年2回）

年に数回開催される研修会では、中小企業診断士が関わった企業の支援事例紹介の他、最新の支援施策情報も提供される。また、説明後には意見交換会も行われることから、これに参加することで支援ノウハウを吸収し、多様化・専門化する企業ニーズに適切に対応していく。

#### ・山梨県事業承継ネットワーク会議への出席（年2回）

山梨県が中心となって運営する会議で、県内の支援機関や金融機関等が一堂に会し、事業承継に関する情報共有、事業承継診断の促進、各種広報活動を行うもの。

甲府商工会議所、富士吉田商工会議所、やまなし産業支援機構、山梨県商工会連合会、山梨県中小企業団体中央会、山梨中央銀行、甲府信用金庫、山梨信用金庫、山梨県民信用組合、都留信用組合、などで構成される。

#### ・創業支援ネットワーク会議への出席（年2回）

甲府市が中心となって運営する会議で、当所の他、やまなし産業支援機構、山梨県信用保証協会、山梨中央銀行、甲府信用金庫、山梨信用金庫、山梨県民信用組合などで構成され、各機関の創業支援の状況等の意見交換が行われる。

## 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：リニア中央新幹線及び中部横断自動車道の早期開業の要望、広域観光振興、中心商店街イベント等の実施を通して地域経済発展に寄与している。

課題：地域経済活性化のためのイベントなどは、主催者が単独で実施することが多く事業間の連携が図られていないケースがある。より効果を上げるため、さらに関係機関との連携を深め地

域経済活性化の方向性を共有・事業を展開する。また、従来の活性化事業は例年同様に形骸化しているものもあるので、新たな視点で事業を実施することにより、新鮮味を打ち出し地域経済の活性化につなげる。

(2) 事業内容

① インフラ整備に関わること

- ・リニア中央新幹線早期開業に向けた建設促進大会等への積極的な参加・要望活動。
- ・リニア中央新幹線建設における県内への経済効果を呼び込むための要望。
- ・中部横断自動車道早期開業に向けた建設促進大会等への積極的な参加・要望。
- ・中央自動車道渋滞対策促進大会等への積極的な参加・要望。

② 中心商店街イベント等

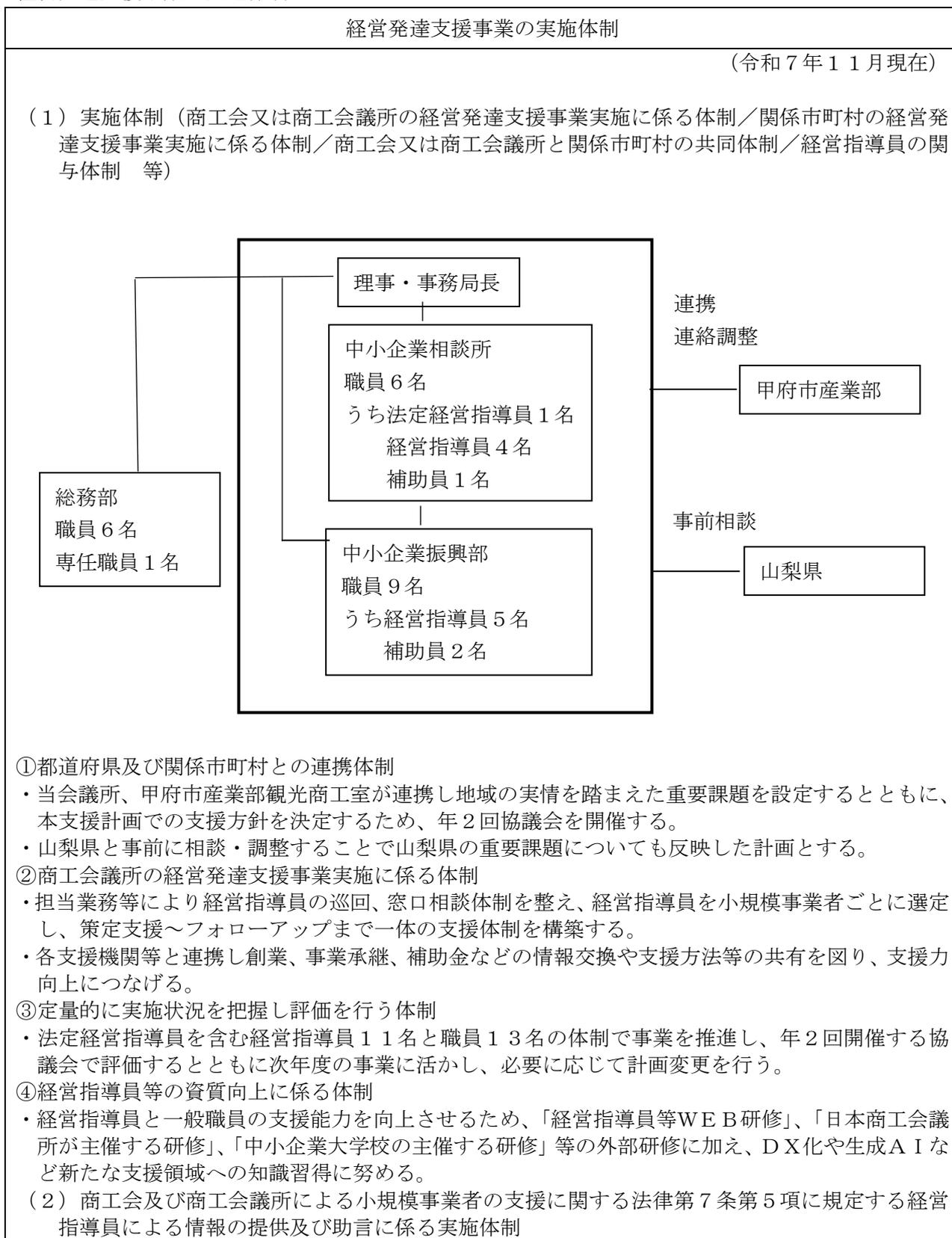
- ・まちゼミ事業、まち歩きガイドマップ作成などの事業等の多くは、LLCまちづくり甲府（事務局：甲府商工会議所内）等と連携し、事業企画や周知、参加者の募集等を行う。

③ 広域観光連携による観光客の誘客事業

- ・平成29年10月に、甲府商工会議所と上田商工会議所（長野県）、上越商工会議所（新潟県）とで、広域観光連携事業「必勝祈願の旅」三国同盟を締結し、3商工会議所が連携した観光プロモーションを行っているが、今後の方向性等について検討する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



①法定経営指導員又は広域経営指導員の氏名、連絡先

氏名：飯島 司

連絡先：甲府商工会議所 TEL：055-233-2241

②法定経営指導員又は広域経営指導員の助言

経営発達支援事業の実施・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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員飯島司は、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甲府商工会議所

〒400-8512 山梨県甲府市相生二丁目2番17号

甲府商工会議所 中小企業相談所

TEL：055-233-2241／FAX：055-233-2131

E-mail：kccci@kofuccci.or.jp

①甲府市

〒400-8585 山梨県甲府市丸の内一丁目18番1号

甲府市 産業部観光商工室商工課

TEL：055-237-5695／FAX：055-227-8065

E-mail：syoukous@city.kofu.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	32,700	32,700	32,700	32,700	32,700
【内訳】					
1. 地域の経済動調査事業	200	200	200	200	200
2. 需要動向調査事業	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
3. 経営状況の分析事業	500	500	500	500	500
4. 事業計画策定支援事業	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
5. 事業計画策定後の実施支援事業	300	300	300	300	300
6. 新たな需要開拓事業	28,400	28,400)	28,400	28,400	28,400
7. 事業の評価見直しの取組	100	100	100	100	100
8. 経営指導員等の資質向上の取組	300	300	300	300	300
9. 地域経済の活性化に資する事業	300	300	300	300	300

(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
<ul style="list-style-type: none"><li>・会費収入</li><li>・国補助金</li><li>・県補助金</li><li>・市補助金</li><li>・日本商工会議所</li><li>・その他</li></ul>

(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。

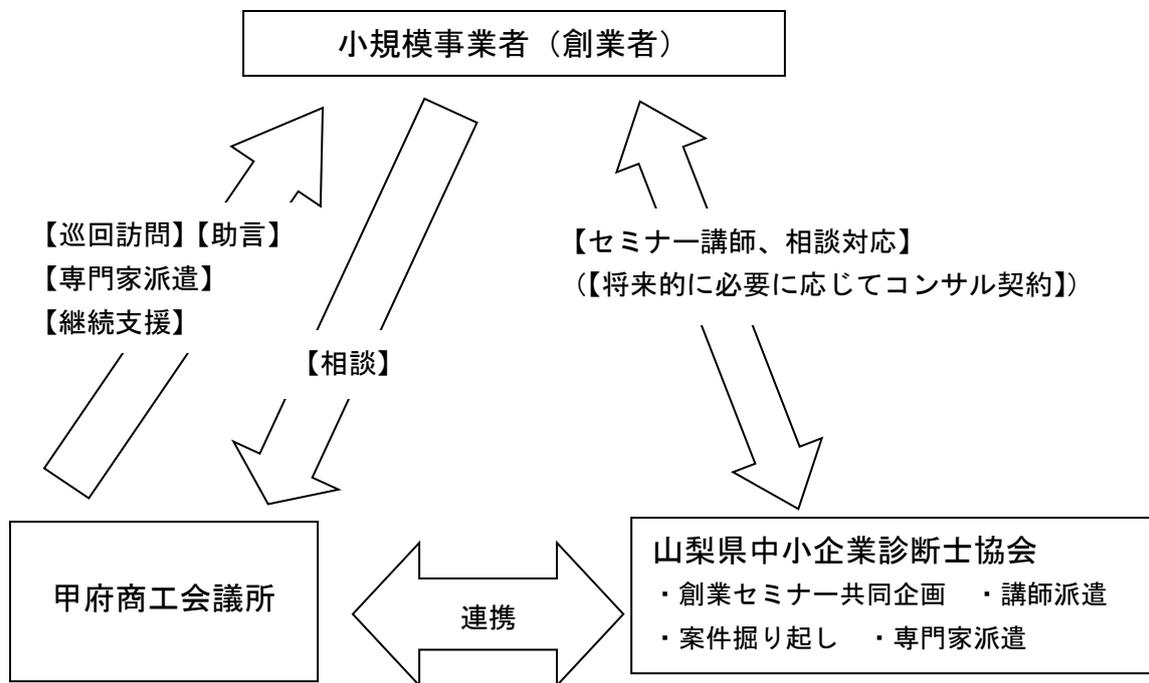
(別表4)

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

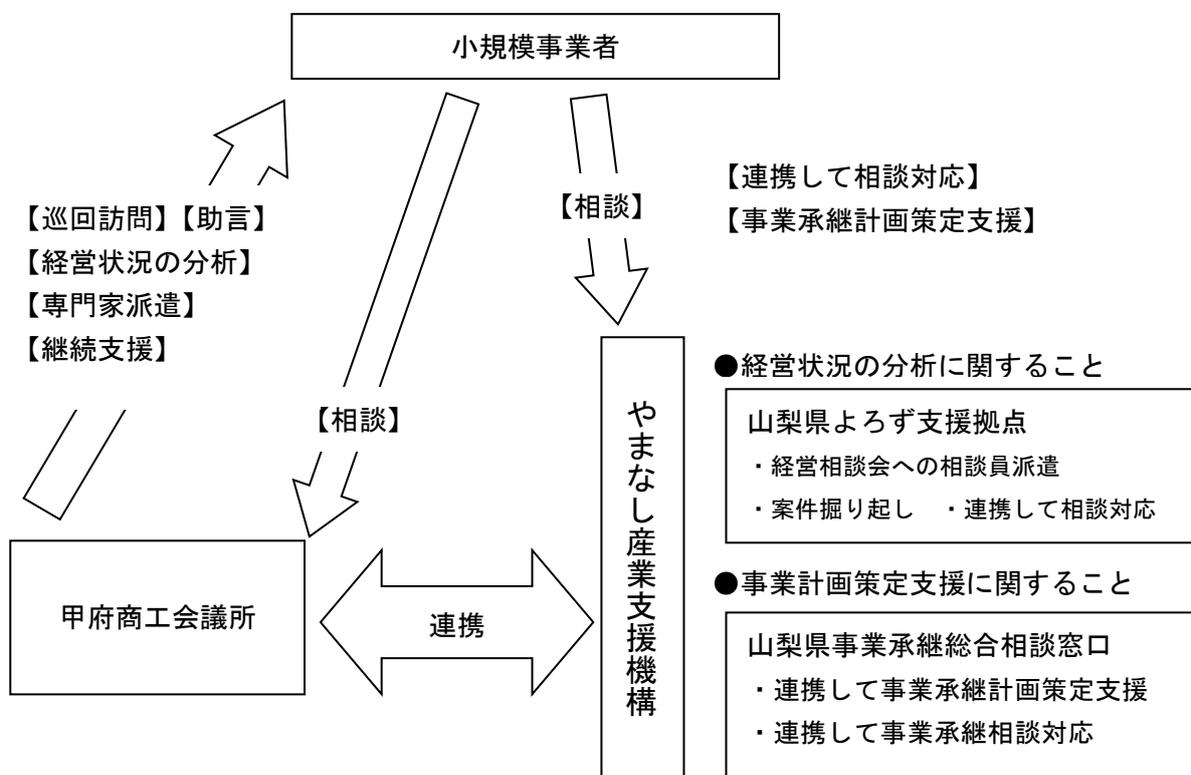
連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
(1) 公益財団法人やまなし産業支援機構 理事長 山本盛次 〒400-0055 山梨県甲府市大津町2 1 9 2 番地8号アイメッセ山梨4階 電話 055-243-1888 (2) 一般社団法人山梨県中小企業診断士協会 会長 市川勝茂 〒400-0042 山梨県甲府市高畑二丁目2番15号 電話 055-207-9224 (3) 協同組合山梨県ジュエリー協会 理事長 柳本 力 〒400-0866 山梨県甲府市若松町4番5号 電話 055-232-7571 (4) 山梨県ワイン酒造協同組合 理事長 三澤茂計 〒400-0807 山梨県甲府市東光寺三丁目1 3 番2 5 号地場産業センター2階 電話 055-233-7306
連携して実施する事業の内容
①経営状況の分析に関すること 経営分析を行う事業者発掘のため、毎月2回開催している中小企業診断士による相談会を分析案件の発掘に活用する。 ②支援機関と情報交換や支援方法等 公益財団法人やまなし産業支援機構が事務局を担当している中小企業サポート連携拠点会議を通じて、情報交換や支援方法等の共有を図り、支援力向上につなげる。 ③新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・ジュエリー業界プロモーション事業では、甲府市の主要な地場産業であるジュエリー産業は、取扱量は国内トップシェアとなっているものの、消費者にはその認知度は高くないことから、認知度アップの事業を行う。 ・香港の政情不安などから香港に代わる新たな海外展開先を開拓する。 ・世界のワインの情報発信基地であるロンドンにて、甲州種を中心とした山梨ワインのプロモーション事業を展開する。
連携して事業を実施する者の役割
①経営状況の分析に関すること 毎月2回開催している経営相談会は、中小企業診断士の協力を得て実施する。 ②支援機関と情報交換や支援方法等 公益財団法人やまなし産業支援機構が事務局を担当している中小企業サポート連携拠点会議や、山梨県よろず支援拠点、山梨県事業承継・引継ぎ支援センター、INPIT 山梨県知財総合支援窓口、創業支援ネットワーク会議等において、情報交換や支援方法等の共有。 ③新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・ジュエリー業界プロモーション事業、海外販路開拓事業では、業界への各種事業の周知・募集など。 ・世界のワインの情報発信基地であるロンドンでのプロモーションする山梨ワイン海外輸出プロジェクト(KOJ)の周知・募集等と、県の補助事業内容の協議。

連携体制図等

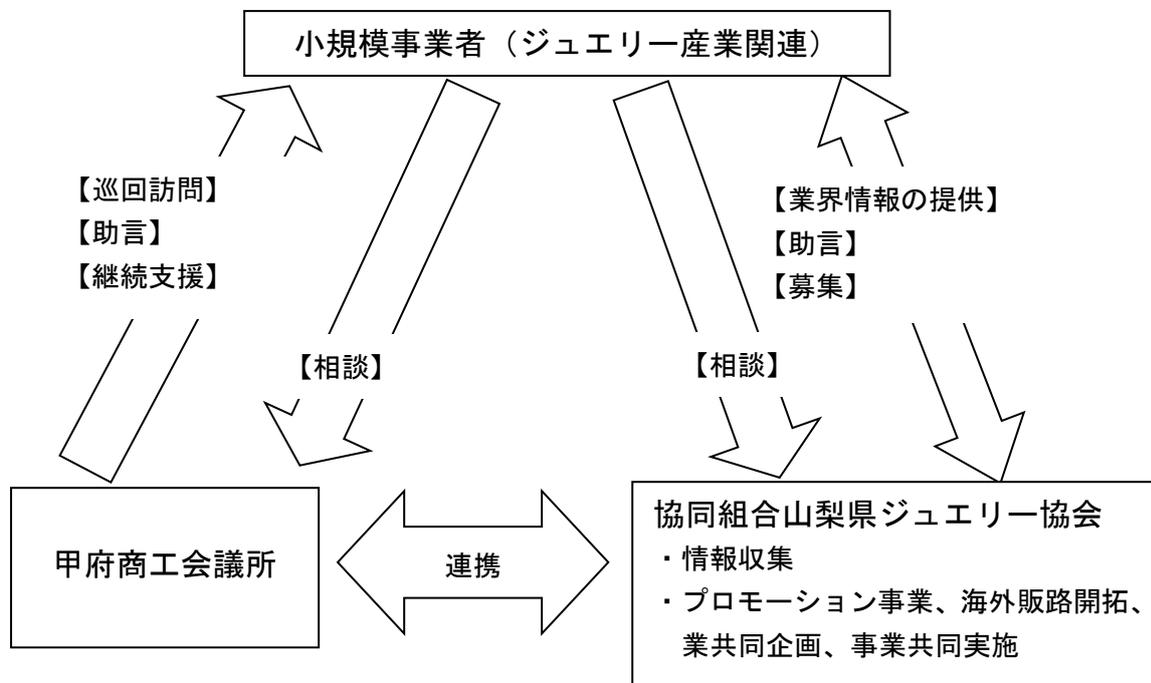
①一般社団法人山梨県中小企業診断士協会



②公益財団法人やまなし産業支援機構 (山梨県よろず支援拠点、山梨県事業承継総合相談窓口)



③協同組合山梨県ジュエリー協会



④山梨県ワイン酒造協同組合

