

経営発達支援計画
平成30年度事業実施状況等について

平成31年3月

甲府商工会議所

平成30年7月4日に開催した「平成29年度経営発達支援事業に係る事業評価委員会」での意見等を踏まえ、平成30年度発達支援事業を実施した。事業評価委員会の意見等は次のとおり。

【委員から出された意見・質問（⇒回答）は次のとおり】

●**地域の経済動向調査に関すること**

・反省点として「一部の職員の対応に留まった」とあるが、調査結果は全職員で共有していないのか。（委員）

⇒内部を回覧するとともに、マスコミ等を通じて広く公表し、また、HPにも掲載しているので、いつでも閲覧できる状態になっている。（事務局）

・調査の回収率はどのくらいか。（委員）

⇒概ね30%程度だが、事業承継調査は8%程度。回収後の支援先発掘も兼ねた調査のため記名式としたことも、回収率が低い原因と考えている。（事務局）

●**経営状況の分析に関すること**

・案件発掘のための巡回訪問とあるが、その際には商工会議所が行っている事業を広く紹介し、多くの事業も周知した方が良い。商工会議所の事業を知ってもらうことが、小規模事業者支援の第一歩になる。（委員）

・事業承継が重要なテーマとなっている。企業からは相談しづらいテーマであることを考えると、こちらから働きかける支援の第一ステップとして、後継者の状況の確認を主目的とする巡回があってもいいのではないか。（委員）

⇒山梨県でも事業承継ネットワークを構築し、支援に取り組むこととなっている。当所でも事業承継診断票などを活用して状況を確認し、必要に応じて具体的な支援をしていきたい。（事務局）

●**需要動向調査に関すること**

・土産品の需要動向調査の結果は活用されているのか。（委員）

⇒調査では、「味」「パッケージ」「価格」「購入目的」などを聞いている。実際の商品を試食した消費者の生の声をまとめているので、活用されている。また、調査と同時に、“やまなしギフトコンテスト”として、消費者による投票で商品に順位をつけ、結果を新聞紙上等で公表し、その後の販売に役立っているため、参加事業者の意欲は高い。（事務局）

●**新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること**

・Koo-fuの状況は。（委員）

⇒当初は日本人に好まれるプラチナ950の地金を作り、それによる商品づくりから始まった。産地ブランドの認知を高めることはできたが、Pt950製品はどうしても高額になり、一般消費者への浸透は思うようにいかなかった。そこで、比較的 low 額商品も開発し、広く産地イメージが広がるような活動にも取り組んでいる。（事務局）

・観光立県フォーラムは今後も継続するのか。（委員）

⇒当該フォーラムは、（一社）日本インバウンド連合会山梨支部設立に合わせて開催した。同様のフォーラムを開催する予定はないが、インバウンド観光の需要を取り組

むためのセミナー等は開催する。(事務局)

●地域経済の活性化に資する取組

・フットパス参加者が目標の200人に対して54人になっている理由は。(委員)

⇒計画策定時は、平成26年度実績の160人を目安に目標を設定した。29年度は、県外にも甲府のまちや料理・酒の魅力を知ってもらうことを目的に、食事付きで1万円を超える参加費で実施した。このため、定員を絞ったことが要因と考えている。(事務局)

・まちゼミは、目標の約8倍の398名が参加している。どのような内容で実施したのか。(委員)

⇒従来商店街での事業は、商工会議所が事業主体で各商店はやらされている感が強かった。これを自らの事業と捉えてもらえるよう、打合せ会議の司会、事業の企画なども参加店が務めるようにしていった。その結果、来店客への声掛けなどし、参加者の大幅な増加となった。(事務局)

・まちゼミは、商店が自主的に取り組むことが効果的なので、今後も同様な方向で支援を継続した方が良い。(委員)

●経営指導員等の資質向上に関すること

・小規模事業者の支援では、職員のレベルをある程度のところで揃える必要がある。そのためには、専門家を交えた支援事例の研究が最も効果的。商工会議所は、どのような考えか。(委員)

⇒全国の商工会議所の中には、全ての経営指導員が中小企業診断士レベルの能力を持つことを目標としているところもあるが、当所はそこまで求めておらず、専門的なことは、専門家を活用するというスタンス。必要な能力としては、①事業者の課題を的確に把握・整理できること、②これをまとめ相談者に理解してもらうこと、③簡易な案件については解決策を提示できること、④必要に応じて最適な専門家を紹介できること、と考えている。(事務局)

・限られた人員で支援を行うには前捌きが大事なので、説明のあった考え方で良いと思う。(委員)

【事業評価委員会の開催状況】

日時 平成30年7月4日(水) 11:00～12:30

場所 甲府商工会議所2階 クラブ室

出席者 評価委員(3名、委員長:小口氏)

山梨県中小企業診断士協会 相談役 小口一策 氏

山梨学院大学現代ビジネス学部学部長 今井 久 氏

山梨県産業労働部産業政策課 副主幹 瀧口 努 氏

事務局(2名)

甲府商工会議所 事務局長 越石 寛

〃 中小企業相談所長 中沢幸春

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 (平成28年4月1日～平成33年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者の多くは日々の業務に追われていることから、自らを取り巻く経済環境を客観的に把握するための十分な時間を確保できないのが現状である。そこで、当所が地域の経済動向を調査・分析し、その結果を分かりやすく示すことにより、小規模事業者の経営方針等の参考となるよう努めた。

(実施した事業内容)

(1) 地域の商工業者(約160件)を対象に「地域経済動向調査」(業況、売上高、採算、仕入単価、従業員、金融機関の貸出しのDIを調査)を6回実施した。

(2) 商工業者150～1,000件を対象に、①事業承継に関する調査、②女性の活躍に向けた取り組み状況に関する調査、③2018年景気見通し調査、④働き方改革に関する調査の4つの「Fax調査」を実施した。

(3) 山梨県内における初任給の実態を明らかにし、その結果を労務関係資料として地域企業等に提供することを目的として、県内事業所1,000社を対象に学歴別「初任給調査」を実施した。

上記調査結果は、当所ホームページへ掲載するとともに、マスコミにも情報提供を行い、新聞、ニュース等により周知した。また、経営・金融相談などの際に、小規模事業者が事業活動の参考にできるように話題として提供した。

この他、各種機関・団体が行った景況調査等についても、小規模事業者を取巻く経済情勢がどのように変わってきているのかなどを経営相談の機会を通じて説明した。

(目標と実績(赤字))

調査内容	26年度 実績	27年度 目標 実績	28年度 目標 実績	29年度 目標 実績	30年度 目標 実績	R1年度	R2年度
地域経済動向調査回数	6	6 6	6 6	6 6	6 6	6	6
Fax調査回数	4	4 11	4 8	4 4	4 4	4	4
初任給調査回数	1	1 1	1 1	1 1	1 1	1	1

【令和元年度以降の取り組みについて】

巡回訪問、窓口相談の際、必要に応じての調査結果説明については、概ね行っている。令和元年度以降も引き続き、これの活用を図る。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・金融等窓口相談、経営分析に関するセミナーの開催等を通じて案件を発掘し、経営指導員が小規模事業者の経営分析を行った。

また、必要に応じ、山梨県中小企業診断士協会に所属する診断士等の専門家を活用し、企業診断を行った。

(実施した事業内容)

- (1) 経営指導員11名・補助員3名に月10件の目標を定め、年間を通して案件発掘のための巡回訪問を行った。この他、窓口相談、専門家による個別経営相談会(月3回)、マル経等金融相談業務を通じて、経営課題を抱えている小規模事業者の財務分析(安全性・収益性など)を行った。また、必要に応じ、中小企業診断士等専門家も活用し、経営状況の分析を行った。
- (2) マル経利用者については、融資後の訪問などを通じて分析結果を説明した。
- (3) 毎月3回(年間36回)実施予定であった専門家による個別相談は、26回の実施に終わった。
- (4) 経営状況の分析を行った事業者に、事業計画を策定し経営課題解決のために活用するよう促したが、多くの事業者の理解を得ることができず、計画策定に至ったのは小規模事業者持続化補助金等の補助金申請者が中心となった。

(目標と実績(赤字))

内 容	26年度 実績	27年度 目標 実績	28年度 目標 実績	29年度 目標 実績	30年度	R1年度	R2年度
経営分析案件発掘のための巡回訪問件数	1,392	1,500 1,206	1,500 1,390	1,500 1,122	1,500 1,036	1,500	1,500
専門家個別相談会実施回数	24	36 30	36 27	36 26	36 26	36	36
個別相談会利用者数	42	55 56	60 56	60 40	60 34	60	60
経営分析件数	60	70 92	80 96	80 86	80 104	80	80

【令和元年度の取り組みについて】

経営分析件数は目標に達したものの、巡回件数や個別相談会利用者数が目標を下回った。中小企業診断士による個別相談会は、経営分析以外にもアドバイスをを行っているので、会報及びHPでのPR、巡回訪問を通じて周知を行い、利用者の増加を図る。

3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

事業者の経営課題の解決、創業者の円滑な事業実施、各種補助金申請書類作成などを支援するため、事業計画の策定支援を行う。支援案件は、経営指導員の巡回、窓口相談、セミナーなどを通じて発掘した。

また、山梨県中小企業診断士協会、よろず支援拠点等とも連携を図り、作成支援を行った。

(実施した事業内容)

- (1) 事業計画策定等に関するセミナー(2回)、個別相談会(定期26回、臨時1回)を開催し、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行った。
- (2) 窓口での相談や巡回訪問時に、小規模事業者からの相談等を受けるとともに、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行った。
- (3) 事業計画策定を目指す小規模事業者の他、金融相談及び持続化補助金等の申請時に事業計画の策定支援を行った。
- (4) 創業セミナー(4日間コース)を開催し、創業計画作成支援を行った。
- (5) 既存事業者が新規分野へ進出する第二創業について、経営状況の分析を踏まえ、事業計画の作成を支援した。
- (6) 甲府創業支援ネットワークに位置付けられているワンストップ相談窓口では、年間を通

じで創業者の計画策定を支援した。

(目標と実績 (赤字))

支援内容	26年度 実績	27年度 目標 実績	28年度 目標 実績	29年度 目標 実績	30年度	R1年度	R2年度
計画作成セミナー等開催回数	1	2 2	2 2	2 1	2 2	2	2
事業計画策定事業者数	56	60 67	65 110	70 59	70 65	70	70
創業セミナー開催回数	1	1 1	1 1	1 1	1 1	1	1
創業セミナー受講者数 (上段： 支援者数、下段：創業者数)	14	30 9	40 22	40 34	40 14	40	40
	4	10 4	12 9	12 13	12 3	12	12
ワンストップ窓口相談	—	通 年 開 催					
		33	50	67	70		
第二創業 (経営革新) 支援者数	47	50 54	50 56	50 69	50 39	50	50

【令和元年度の取り組みについて】

事業計画策定については、補助金申請に係るものと創業支援に伴う案件の他、別途セミナーを実施し策定を支援した。30年度は創業セミナー受講者が目標を大幅に下回る結果となったが、金融機関を始め県内支援機関と連携し積極的な情報提供依頼するとともに、新聞広告中心の周知方法から、WEB広告も活用した周知も行い、より多くの創業希望者への周知を図り、事業計画作成支援数が目標に達するよう努める。

第二創業支援者数も目標を2割余り下回る結果となった。近年、国の中小企業向け補助金では、新たな取組の計画が補助対象となっていることから、補助金の活用などを促しながら、第二創業に取り組む先の発掘に努める。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業者が経営課題を解決するため、また、創業後事業を継続していくために策定した事業計画の実施に当たって、持続的に支援を行った。

(実施した事業内容)

- (1) 巡回訪問等を通じて、経営計画を策定した事業者の事業について進捗状況の確認を行った。また、国、山梨県、甲府市、中小企業基盤整備機構等支援機関の「施策情報を提供」し活用を促すなど支援した。
- (2) 創業者の計画実施支援は、支援機関、地域金融機関等と連携を図り、販路拡大や資金調達等を支援した。また、「創業者クラブ」では「創業者に聞く！創業体験談！！」（1回）、「初めての人でも明日から取組める！紙一枚の事業計画書」、「トレンドの掴み方セミナー」、「税理士が解決！確定申告の疑問！」の勉強会の他、補助金等施策情報の提供も行った。
- (3) (2)の他、ワンストップ窓口相談、個別経営相談会、創業セミナー、中心市街地の空き店舗見学会の実施など、「創業支援」を行った。

(目標と実績 (赤字))

支援内容	26年度 実績	27年度 目標	28年度 目標	29年度 目標	30年度	R1年度	R2年度
------	------------	------------	------------	------------	------	------	------

		実績	実績	実績			
施策情報提供等フォローアップ件数	56	60 48	60 50	60 72	60 67	60	60
創業クラブ回数	—	6 4	6 2	6 5	6 5	6	6
創業クラブ登録者数	—	30 38	40 46	50 47	50 46	50	50
創業支援者数（ワンストップ窓口相談・個別経営相談・創業セミナー・創業クラブの合計。）（上段：支援者数、下段創業者数）	59	90 62	110 97	110 114	110 103	110	110
	14	30 30	35 37	35 50	35 41	35	35

【令和元年度以降の取り組みについて】

概ね目標を達成できた。引き続き目標を上回るよう目標意識をもって事業を実施していく。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者が提供する商品やサービスが当該分野の需要を的確に捉えることができるよう次の調査を行った。事業に参加しない事業者にとっても新たな需要開拓が図られるよう情報を提供した。

（実施した事業内容）

(1) 土産品（菓子、ワイン、日本酒等）が客のニーズに合致しているかどうかは、結果的に売れた・売れなかったでしか知る術がない。一方、売り上げを拡大するためには、商品自体の魅力に加え、接客も重要と言える。

そこで、国内外の観光客も比較的集まるJR甲府駅コンコースで、消費者を対象に「土産品の需要動向調査」を実施し、9社9品目について557名の生の声を味、価格、パッケージ、山梨らしさ、選んだ理由、自由意見等を分析した。得られた結果は、回答者の属性（性別・年代）を含め、購入予定金額等の共通する項目は必要とする全事業者に、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参考とするよう促した。

また、土産品業界の集まりで、当日参加しなかった事業者にも結果を説明した。

(2) 加工食品取扱業者を対象に、展示会に来場するバイヤーの需要を的確にとらえ、出展の成果が上げられるよう「商談を有利に進めるプロモーションの秘訣とは」をテーマに「トレンド情報セミナー」を開催し、バイヤーの求める商品などについての情報提供を行った。

この他、「トレンドの掴み方」セミナーや山梨ジュエリープロジェクトキックセミナーを開催した。

(3) トレンドユニオン日本支社からディレクターを招聘して、「宝飾デザインワークショップ」を18回（内全体ミーティングは2回、専門家が個別に企業を訪問するなどしてのアドバイス16回）開催、世界的なファッション業界のトレンド情報の提供を行った。ワークショップの成果として、参加者4名による「Koo-fuコレクション2019」を発表した。また、30年度はKoo-fuコレクションと比較して低価格帯の「BEAUTY of CRAFT 2019 コレクション」も、ワークショップ参加者の内12名が発表した。

ワークショップで得た情報は、宝飾業界の「小グループの会合で情報提供」をするとともに、作成したコレクションは、大手百貨店、ジュエリー業界展示会などで展示・販売し、業界内にデザイン情報を提供するとともに、本県の業界イメージの向上に寄与した。また、経営相談などで、個者にも情報提供を行った。

(4) 経営を持続させるためには、事業者の強みが需要を的確に捉えていくことが重要であるため、経営計画策定支援の際などに日経テレコンの「POSEYES」、中小機構の「J-N

e t 2 1」などインターネット上のデータベース等を活用して需要動向を調査し、窓口及び巡回訪問を通じて情報提供・説明を行った。

(目標と実績 (赤字))

内 容		26年度 実績	27年度 目標 実績	28年度 目標 実績	29年度 目標 実績	30年度	R1年度	R2年度
土産品需要 動向調査	参加事業 者数	—	13 13	15 11	15 11	15 9	15	15
	調査票回 収数	—	520 522	500 538	500 569	500 557	500	500
トレンド情 報セミナー	開催回数	2	3 2	3 2	3 3	3 3	3	3
	参加者数	55	90 128	100 41	100 120	100 97	100	100
宝飾デザインワ ークショップ	開催回数	6	6 7	6 7	6 7	6 18	6	6
	参加者数	10	15 8	15 8	15 7	15 17	15	15
小グループへのワークシ ョップ情報の提供回数		—	3 3	3 2	3 3	3 3	3	3
ワークショップ情報の個 者への提供件数		—	—	15 15	15 14	20 19	20	20
インターネットを活用し た調査		—	10 10	20 19	30 26	30 20	30	30

【令和元年度以降の取り組みについて】

土産品需要動向調査の参加者数が9社と目標を大きく下回った。小規模事業者にとって、消費者の生の声を効率的に聞ける機会であるため、改めて説明・周知し、参加者の増加を図る。

その他の各項目において概ね目標を達成することができた。今後も引き続き、個々の事業者の販路拡大につながる需要を調査し、情報提供を行っていく。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

多くの小規模事業者は、従来の販売チャネルでは売上や利益の確保が困難となってきたことから、新たな需要の開拓に資するため、次の事業を実施した。

(実施した事業内容)

- (1) 地酒・ワインの販促イベントは、消費者向けは甲府市内で、飲食店向けは東京都内で各々1回実施した。また、発達支援計画にはなかったが、県産酒提供飲食店紹介サイト「nomuca」(平成28年12月～正式運用、掲載添付数73店)による消費者へのPR、県産酒メーカーの醸造責任者等から酒造りに対する思いを聞きながらの食事会3回(ワイン2回、日本酒・ワイン共同1回)を実施した。
- (2) 全国34商工会議所と共同で、製造業を中心に受注機会の拡大を目的としたマッチング事業「ザ・商談! し・ご・と発掘市」を2回実施した。(当所経由の参加7社(2回合計)の商談件数は延べ21件)
- (3) 当所や近隣の商工会、地域金融機関等で運営しているネット上の仮想工業団地「風林火山ビジネスネット」を活用し、マッチング機会を提供した。
- (4) 主要地場産業である宝飾業では、産地ブランド「Koo-fu商品」を中心に、大手百貨店

や全国各地の催事等を活用し販売することで、産地イメージの向上に取り組んだ。

- (5) 熊谷組本社（来場者約300名）、みずほ銀行本社（来場者約280名）で各々の協力を得て、山梨「ワインのPRイベント」（無料試飲会、販売会）を実施した。

この他、東京都内で都内高級レストラン21店舗の関係者を招き、ワイナリー6社・日本酒醸造元3社・クラフトビールブルワリー1社の商品51銘柄の県産酒PR商談会も実施した（再掲）。

- (6) 医療・介護分野への進出を促すことを目的とした「医療関連ものづくり交流会」（会員31社）では、山梨大学附属病院等の現場のニーズ（課題）提供や業界情報の提供を行った。

- (7) 山梨県ワイン酒造協同組合、甲州市商工会と共同で実施している「甲州ワインEU輸出プロジェクト（以下、KOJ）」（H21年度から始めた本事業は、当初EUを対象にしていたが、現在は“山梨ワイン世界輸出プロジェクト”として実施）では、世界のワイントレンドの発信地ロンドンで、山梨ワインのPRプロモーション（卸売業や及び業界誌等の関係者向けの試飲商談会、著名ジャーナリスト及び著名ソムリエを対象とした試飲食事会、ワイン学校（社会人対象）の学生へのテイastingセミナー（2回））を実施し、産地ブランドの形成と販路の拡大を支援した。

- (8) 国内最大規模の食品展示会「スーパーマーケット・トレードショー」に山梨ブースを設けて出展し、地域資源活用商品等の販路拡大を支援した。出展に際しては、地域金融機関等を通じて広く希望者を募り、バイヤー等を講師にセミナー「バイヤーの目を引く展示・商談術、効果的なFCPシートの作り方について」を開催し、説明会参加事業者の中から商談が見込まれる業者を選定した。また、希望により専門家により、商品のブラッシュアップ等を行った。

- (9) 「雑誌を活用した販路拡大」は計画に記載してあるが、H28年度に掲載した事業者から、「一定の効果は見られるが、費用が高く掲載を見送りたい。」との声が多く出され、取り組みの有無を検討した結果、平成29年度から実施を見合わせている。

- (10) 「インバウンド観光の需要を取込む」ため、山梨県と共催で「やまなしインバウンドおもてなし研修会」を実施した。また、県内在住の外国人（7か国11名が参加）を対象に「SNSを活用した外国人向け観光情報発信モニターツアー」（握りずし体験、着物試着体験、お茶会体験）を実施し、SNSで母国語で情報発信することによるPR事業を行った。

- (11) 上記の他、次の事業も実施・協力・事業者への周知を行った。

- ①農商工連携マッチングフェア（山梨県商工会連合会、他主催）

平成31年1月23日（水） 場所：アピオ甲府

- ②やまなし食のマッチングフェア（山梨中央銀行主催）

平成30年7月20日（金） 場所：京王プラザホテル（新宿）

地域PRブースに当所が出展し、支援先事業者の商品を出品した。

- ③やまなしテクノICTメッセ（主催：山梨県機械電子工業会、他）

平成30年11月15日（木）～17日（土） 場所：アイメッセ山梨

「甲府商工会議所ものづくり推進コーナー」ブースを設置し、山梨大学と県内企業が進める産学共同プロジェクト等の紹介および山梨青年工業会の活動紹介・開発商品の展示を実施した。また、山梨青年工業会と共催で、同会場において「親子ものづくり体教室」を実施した。

- ④ジェトロ山梨と海外需要を取り込むためのセミナーや個別相談会を共同で実施

第1回 製造業向け台湾ビジネスセミナー

第2回 貿易実務基礎講座（基礎編）

第3回 事業戦略から考える越境ECセミナー&個別相談会

第4回 英文ビジネスEメール入門講座

第5回 英文契約書講座（基礎編）

- ⑤全国から毎週集まる！！地域うまいもんマルシェ（日本商工会議所主催）

平成31年3月12日（火）～3月25日（月）の14日間 場所：日本百貨店

当所が出展し、事業者7社の14商品を販売した。

⑥山梨の地酒東南アジア輸出プロジェクト

ベトナム（ハノイ市、ホーチミン市、他）でのプロモーション（2回）などの結果、年間9,981本（720ml換算）を輸出した。

（目標と実績（赤字））

支援内容		26年度 実績	27年度 目標 実績	28年度 目標 実績	29年度 目標 実績	30年度	R1年度	R2年度					
地酒（4社）・ワイン（4社） の販売促進イベント回数		一般消費者向け毎年1				飲食店等業者向け毎年1							
		1	1	1	0	2	0	1	0	1	1		
一般参加者数		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
			50	106	45	36							
業者来場社数		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
			0	0	0	21							
ザ・商談しごと発掘市エントリー者数		8	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
			10	13	10	7							
風林火山ビジネスネット参加者数		12	15	15	20	20	20	20	20	20	20	20	20
			11	10	10	10							
Koo-fu商品販売額		1億円	1億円	1億円	1億円	1億円	1億円	1億円	1億円	1億円	1億円	1億円	1億円
			6,416	5,027	4,039	3,470							
			万円	万円	万円	万円							
ワインPRイベント来場者数（合計）		750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750
			900	200	614	580							
医療関連ものづくり交流会参加社数		34	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
			29	29	30	31							
KOJ輸出本数（全世界）		9,300	23,000	31,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000
			43,342	42,240	36,322	29,777							
大 出展による販路拡 食品系展示会への	出展者数	—	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
			5	10	19	22							
	セミナー参加者数	—	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
			41	34	23	15							
専門家による支援者数	—	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
			21	13	3	4							
大 載による販路拡 雑誌への商品掲	掲載者数	—	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
			6	21	0	0							
	セミナー参加者数	—	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
			53	0	0	0							
専門家による支援者数	—	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
			11	6	0	0							
要への対応事業 インバウンド観光需	免税制度活用セミナー回数（H30年度はインバウンドおもてなしセミナー）	—	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
			1	1	2	1							
	セミナー参加者数	—	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
			45	46	191	46							
外国語表記モデルケース事業者数	—	1	5	5	10	10	10	10	10	10	10	10	
			6	3	0	0							

【令和元年度以降の取り組みについて】

風林火山ビジネスネット（事務局：蕪崎市商工会）は、運営会議において登録企業の積極的な拡大は行わず、現状を維持していくことが決定したため、当所でもこれを踏襲することとした。

雑誌を活用した販路拡大事業は、費用対効果が芳しくないため、今後は実施しないこととする（29年度の事業実施状況に記載済み）。また、飲食店メニュー等の外国語表記モデルケース事業は、飲食店を訪れる外国人がそれほど多くなく、需要が少ないため実施を見合わせた。これに代わり、SNSを活用した外国人による母国語での情報発信を促すモニターツアーを実施した。

事業者の意見を参考にしつつ上記（11）の他の事業の取り組みを強化する。

II. 地域経済の活性化に資する取組

甲府市の交流人口の増加を図るため、観光客などを県内各地はもとより、広く県外から呼び込むことを目的に、次の事業を実施した。また、行政や関係団体、地域自治会等が実施する祭りやイベントにも積極的に協力し、地域経済の活性化に取り組んだ。

（実施した事業内容）

- (1) フットパス事業は、「Vシネマのロケ地巡りツアー」（1月、参加者15名）、県内在住外国人を対象とした「SNSを活用した外国人向け観光情報発信モニターツアー」（3月、参加者11名）を実施した。
- (2) 中心商店街としての魅力を向上させ、中心商店街の賑わいの創出を図っていくことを目的に、個店の店主等が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者（お客様）に伝える少人数制の“得する街のゼミナール「甲府まちゼミ」”を実施した。平成30年7月に実施した「夏休み！まちゼミキッズ」は参加26店舗で27講座・参加者507名、平成31年2月は参加29店舗で33講座・参加者375名となった。
これらにより、個店の存在・特徴を知っていただくとともに、店主やスタッフとのコミュニケーションによって信頼関係を築くことで、リピーターとなってもらい、商店街の活性化を図った。
- (3) マンガ・アニメ、特に甲府市に関連する作品等を活用し、地域資源である甲府城を中心とした城下町文化並びに魅力的な地場製品の融合による新たな観光スポット等の創出を図ることを目的に次のマンガ・アニメプロジェクト事業を実施した。
 - ①映画「あいあい傘」先行試写会と甲府市内ロケ地を巡るモニターツアー（10月）
サドヤワイナリー見学&ワインの試飲⇒甲州夢小路レストラン「メリメロ」にて昼食⇒映画「あいあい傘」特別先行上映会⇒ココリ「ロケ地紹介パネル展見学」⇒金櫻神社&昇仙峡見学（参加者数：19日…24名、21日…25名合計…49名）
 - ②山梨県内のTVドラマロケ地とぶどう狩りを楽しむモニターツアー（10月）
山梨県庁別館、山梨近代人物館見学⇒甲州夢小路レストラン「メリメロ」にて昼食⇒山梨市フルーツライン⇒大善寺⇒甲斐いちのみや金桜園⇒八代ふるさと公園（参加者数15名）
 - ③Vシネマ制作ワークショップ&ロケ地巡りツアー
桜座 土持監督による映画制作のポイント解説⇒甲府中心商店街 ロケ地巡り⇒甲府銀座江戸家にて昼食⇒甲府中心商店街 映画制作ワークショップ⇒桜座 土持監督による生編集作業見学・講評（参加者数15名）（再掲）
 - ④モニターツアーに合わせた関連商品の開発とPR（9月～11月）
平成30年10月25日全国ロードショーされた映画「あいあい傘」の舞台となった金櫻神社（昇仙峡エリア）を中心に映画作品と観光情報をまとめたパネル展を実施した。（来場者数9, 165名）
- (4) 山梨県の地場産業である宝飾産業のPRと、信玄公祭りとの相乗効果を図り、山梨県甲府の観光振興を図ることを目的に甲府商工会議所・信玄公祭り実行委員会・輝きの祭典実行委員会の三者共催で、平成30年4月に大宝飾展を実施した。大宝飾展では、17社によ

る展示即売会の他、Koo-fu コレクション2018展示、秘蔵の逸品の展示、豪華ジュエリーが当たる「スタンプラリー抽選会」を実施した。

(5) その他の事業

- ①信玄公祭り（4月）、甲府大好き祭り（10月）の実行委員として、積極的な協力を行った。
- ②甲府商店街連盟主催の第84回甲府えびす講祭りの開催に併せて、甲府中心商店街で同時開催イベント（11月）を実施し、甲府市中心街への誘客を図り、伝統あるえびす講祭りの更なる賑わいを演出した。
- ③江戸時代から続く伝統行事で、甲府に春を告げる祭りとして親しまれている大神宮節分祭（2月）では、模擬店の出店者を取りまとめるなど運営に協力した。
- ④ハロウィンをきっかけに「甲府の街を歩くことの楽しさ」を認識してもらい、街の魅力の再発見と賑わいの創出を図ることを目的にハッピーハロウィンパレード（10月）の実施に協力した。
- ⑤交流人口の増加と物流の効率化を図るための重要インフラである中部横断自動車道の早期実現に向け、要望・請願活動等を実施した。
- ⑥2027年の開通が予定されているリニア中央新幹線の早期建設促進について国交省等に要望を行うとともに、建設工事のメリットを地元企業が享受できるよう県内経済団体・自治体と連携しJR東海等に要望した。
- ⑦慢性的な渋滞が発生している中央自動車道の渋滞対策について、沿線の商工会議所並びに自治体と連携し、国交省へ要望した。

(目標と実績 (赤字))

支援内容	26年度 実績	27年度 目標 実績	28年度 目標 実績	29年度 目標 実績	30年度	R1年度	R2年度
フットパス事業参加者数	160	200 44	200 44	200 54	200 26	200	200
まちゼミ参加者数	—	30 44	40 217	50 398	50 882	50	50
マンガ・アニメプロジェクト事業総参加者数	—	1,000 1,128	— 3,469	— 2,281	— 9,244		
大宝飾展販売額(万円)	1,300	1,500 969	1,500 853	1,500 963	1,500 1,049	1,500	1,500
来場者数		通路のため計測不可	2,045	2,105	1,825		

※マンガ・アニメプロジェクト事業参加者数は、各ツアー参加者・パネル展入場者数の合計。

※大宝飾展は、屋内で実施したため来場者数を把握し記載。

【令和元年度以降の取り組みについて】

フットパス事業は実施回数2回で参加者が26名と目標を大幅に下回ったが、これに代わり同じ地域で実施するまちゼミを充実させ、延べ88.2名の参加を得た。要因として、商店街の個店自ら参加店を募るなどした結果と考えている。引き続き、まちゼミの実施に注力していく。

Ⅲ. 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

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

多様化・専門化する小規模事業者の経営支援には、他機関の支援ノウハウを吸収することが不可欠であることから、次の事業に参加し、支援ノウハウの蓄積に努めた。

(実施した事業内容)

- (1) 中小企業サポート連携拠点事業は、山梨県内の中小企業支援機関が相互に連携した支援組織を活用し、中小企業者等の諸課題解決に向けた支援を行うもので、毎月定例で開催される会議において支援策の検討及び支援方針の策定等を行った。これにより、参加する支援機関からの案件も共有でき、支援ノウハウの修得にもつながっている。
- (2) 山梨大学と包括連携協定を結んでいる自治体や経済団体、金融機関等のネットワークを活用して、大学の研究成果を地域で有効利用するとともに、社会連携活動の推進に携わる人材の育成を図り、さらなる地域の活性化に資することを目的とする山梨大学客員社会連携コーディネートミーティングには、職員3名を登録した。活動事例の発表などが行われた研修を通じて、他機関の支援ノウハウを吸収した。
- (3) 2回開催された山梨県中小企業診断士協会研修会・意見交換会へは経営指導員が参加し、企業の支援事例、支援施策などについての情報交換を行った。
- (4) 上記の他、関係機関の実施する次のセミナー・研修会に参加するなどし支援ノウハウの習得に努めた。
データ分析力向上特別研修会（日本商工会議所主催）、経営指導員向け小規模事業者支援研修（山梨県商工会連合会主催）、経営安定対策事業（事業承継）研修会（日本商工会議所主催）、経営指導員全国研修会（日本商工会議所主催）、知的財産セミナー（弁理士会山梨委員会主催）
- (5) 特に事業承継の分野においては、支援ノウハウの蓄積が少ないため、専門家派遣の際に同行し、支援ノウハウの吸収に努めた。

【令和元年度以降の取り組みについて】

上記の取り組みを継続するとともに、他の機関とも積極的に交流を行い、情報交換に努める。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

小規模事業者の経営支援のために必要な能力向上を図るため、次の取り組みを行った。

(実施した事業内容)

- (1) 経営指導員を含め全職員が、経営指導員等WEB研修を受講し、その効果を測定した。
- (2) 日本商工会議所が主催する研修への参加、中小企業大学の主催する研修へ経営指導員を年間2名以上派遣し資質向上を図った。
- (3) 専門的な経営相談に対応するため、当所専門指導員（弁護士、弁理士、税理士、中小企業診断士等）から経営指導員等が随時相談内容に応じたアドバイスを受けるなど、専門知識の修得に努めた。
- (4) 若手職員については、業界大手企業を積極的に訪問させるなど、自ら業界動向を把握するとともに、その活用については、ベテラン経営指導員とチームで小規模事業者を支援することにより、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図った。
- (3) 指導員等職員同士の勉強会や個別案件の打合せでは、国や県の支援策の情報共有の他、各々が担当する支援案件への対応状況について説明・意見交換を行うなどした。

【令和元年度以降の取り組みについて】

支援ノウハウ向上には専門家の支援事例から学ぶのが最も効果が高いと思われるため、引き続き専門家が支援する際には同席し、支援ノウハウを吸収する。また、それを他の職員に共有できるように2か月に1回程度の職員勉強会を開催する。

3. 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

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- (1) 山梨県産業政策課担当者、山梨県中小企業診断士協会から派遣される中小企業診断士等の

外部有識者により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。

(2) 経営発達支援事業評価委員会（仮称）において、評価・見直しの方針を決定する。

(3) 事業の成果・評価・見直しの結果については、経営発達支援事業評価委員会（仮称）へ報告し、承認を受ける。

(4) 本計画の期間中、甲府商工会議所ホームページ (<http://www.kofucci.or.jp>) で、事業の成果・評価・見直しの結果を公表する。