

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>甲府商工会議所（法人番号 7090005000344） 甲府市（地方公共団体コード 19201）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日 ～ 令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>当地域の小規模事業者は、消費者ニーズとのミスマッチ等もあり、事業継続が困難となっているものもある。今後、地域社会の需要を満たし、必要不可欠な存在として再び輝きを取り戻せるよう、次の目標を掲げ、小規模事業者の支援に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○小規模事業者の事業計画に基づく経営推進と経営力強化 ○経営者の若返り促進と新規開業支援による小規模事業者数の減少抑制 ○地域の産業・観光資源を活かした「交流・賑わい創出」による販路拡大機会の創出
<p>事業内容</p>	<p>3-1. 地域の経済動向調査に関すること 地域の景気動向、経営に影響があると思われる事柄への経営者の考え方、初任給の調査に加え、RESAS（地域経済分析システム）を活用し地域経済動向を分析し公表する。</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること 観光消費を取り込むため土産品需要動向調査を行う。また、代表的な地場産業であるジュエリー産業のトレンド情報を収集提供する。その他、インターネット上のデータベースを活用し個々の商品の売れ筋情報等を調査する。</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること 経営指導員等の窓口相談や巡回訪問、専門家による経営相談の他、セミナーの開催等により分析対象者を発掘し分析を行い、結果を活用した事業計画策定を促す。</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること 経営状況分析から策定につなげる案件、補助金策定を契機とする者、事業承継や創業を契機とする者を対象に事業計画策定を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定したすべての事業者に対し、経営指導員等が計画の進捗について状況を確認し、各々の状況に応じたフォローアップを実施する。</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域資源を活用した商品等はスーパーマーケット・トレードショー等大規模食品展示会への出展、ワインは山梨ワイン海外輸出プロジェクト（K O J）、代表的な地場産業である宝飾品は中国でのライブコマース販売事業やS I M P R I C HブランドのW e bサイトでの販売を通じて、販路開拓を支援する。</p>
<p>連絡先</p>	<p>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@kofu.or.jp</p> <p>甲府市 産業部観光商工室商工課 〒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</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

甲府市は山梨県の県庁所在地で、東京駅から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187,296人(住民基本台帳人口、令和2年8月1日現在)で、5年前の平成27年8月の192,593人と比較して、5,297人(△2.75%)減少した。令和2年3月に改訂された甲府市人口ビジョンによると、人口減少の要因としては、転出が転入を上回る社会減よりも、死亡数が出征数を上回る自然減の影響が多いとされている。

甲府市の人口 (単位:人、%)

平成27年8月	令和2年8月	減少数(率)
192,593	187,296	5,297(△2.7)

また、令和2年1月1日現在の65歳以上の高齢者割合は、前年より0.3%増の29.4%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	令和元年		令和2年	
	人口	比率	人口	比率
0~14歳	22,678	12.0	22,207	11.8
15~64歳	111,211	58.9	110,525	58.8
65歳以上	54,888	29.1	55,149	29.4
合計	188,777	100.0	187,881	100.0

※各年1月1日現在住民基本台帳登録人口

◆事業所数

「平成28年経済センサス-活動調査」によると、甲府市の民営事業所数は11,031件と平成26年の11,690件から659件、率にして5.6%減少しており、平成24年と26年とを比較した減少率2.2%を大幅に上回っている。

従業者20人以下の事業所数について見ると、平成28年は10,045件と26年の10,661件から616件減少(△5.7%)、5人以下では28年が7,334件で26年の7,943件から609件減少(△7.6%)している。

比較対象の2年間に減少した事業者数659件の内、従業者が5人以下の事業所が609件と9割以上を占め、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、%)

	平成28年	平成26年	減少数 (率)	全減少数に占める割合
全事業所数	11,031	11,690	659 (△5.6)	—
従業員20人以下	10,045	10,661	616 (△5.7)	93.4%
従業員5人以下	7,334	7,943	609 (△7.6)	92.4%

また、事業所数を業種別の比率で見ると、卸売業・小売業26.5%、宿泊業・飲食業13.8%、生活関連サービス業・娯楽業9.1%、医療・福祉7.8%、製造業7.3%などとなっている。

業種別比率を全国と比べると、大分類では建設業6.9% (全国比△2.6%)、製造業7.3% (全国比△1.5%)、中分類では飲食店、持ち帰り・宅配飲食サービス業13.8% (全国比+1.7%)などが目に付く。

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	13	0.1	30,458	0.6
C 鉱業，採石業，砂利採取業	1	0.0	1,700	0.0
D 建設業	763	6.9	463,519	9.5
E 製造業	802	7.3	425,935	8.8
F 電気・ガス・熱供給・水道業	7	0.1	4,334	0.1
G 情報通信業	132	1.2	55,422	1.1
H 運輸業，郵便業	131	1.2	120,451	2.5
I 卸売業，小売業	2,920	26.5	1,254,630	25.8
J 金融業，保険業	274	2.5	79,708	1.6
K 不動産業，物品賃貸業	767	7.0	317,423	6.5
L 学術研究，専門・技術サービス業	570	5.2	203,263	4.2
M 宿泊業，飲食サービス業	1,527	13.8	601,019	12.3
M1 宿泊業	(76)	(0.6)	(43,771)	(0.9)
M2 飲食店，持ち帰り・配達飲食サービス業	(1,451)	(13.1)	(557,248)	(11.4)
N 生活関連サービス業，娯楽業	1,000	9.1	428,376	8.8
O 教育，学習支援業	400	3.6	151,065	3.1
P 医療，福祉	865	7.8	394,152	8.1
Q 複合サービス事業	57	0.5	33,407	0.7
R サービス業 (他に分類されないもの)	802	7.3	302,082	6.2
A～R 全産業 (S公務を除く) 合計	11,031	100.0	4,866,944	100.0

※平成28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、工場の撤退や大手企業からの受注の減少、資材の高騰、納期の短縮要請などにより、中小企業（とりわけ小規模事業者）は、売上げの減少と共に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、20年来続いている低価格志向や消費者ニーズの多様化等に対応できない卸売や小売店等いわゆる地元の事業者は、いずれも非常に厳しい状況に陥っている。特に、中心市街地の物販店ではこの傾向が顕著に表れており、中心商店街の空洞化が大きな問題となっている。

空洞化を象徴する出来事として、甲府駅前65年間営業を続けてきた地元資本の百貨店が、隣接する市外へ出店した大型商業施設やネット販売などと競合した結果、令和元年9月に閉店したことが挙げられる。

甲府市を中心とした地域は、山梨県の代表的な地場産業である宝飾産業が盛んで、製造出荷額で国内の2割を超えるシェアを有している。ジュエリーの製造事業所数は268件（平成28年経済センサス活動調査）で、これに卸売業者などを加えると、1,000件を超える事業者がこの業界で経済活動を行っており、甲府市を代表する地場産業である。

宝飾品は全国的な需要の低迷もあり、売上げは平成3年をピークに減少し、業界全体では最盛期の3割程度まで落ち込んでいる。

令和元年の山梨県の観光入込客数は3,464万人と10年前の平成22年から34.8%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58.3万人（対平成22年比17.6%増）、芸術の森・武田神社周辺は281.9万人（対平成22年比39.5%増）となっている。しかしながら、前年の平成30年と比較するといずれの地域も、観光入込客は減少している。

※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」のハガキ投票で渓谷部門1位に選出され、平成21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。

※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%)

	令和元年	平成30年	平成27年	平成22年
昇仙峡・湯村温泉周辺 (対H22年比)	538,530 (117.6)	568,750 (124.2)	568,880 (124.2)	457,776
芸術の森・武田神社周辺 (対H22年比)	2,819,436 (139.5)	3,246,429 (160.6)	2,424,568 (119.9)	2,020,828
山梨県全体 (対H22年比)	34,645,512 (134.8)	37,687,727 (146.6)	31,461,975 (122.4)	25,692,000

※山梨県観光入込客統計調査

甲府盆地の気候は、日照時間の長さや昼夜の気温差が特徴で、このため本県は葡萄や桃などの果樹栽培が盛んに行われている。市内の事業者においてもこれらを活用した食品の加工も多く行われ、加工したものを特産品として販売する他、カフェでのメニュー化など、付加価値を高めた商品提供も行われ始めている。

②課題

甲府市は、社会減を超える自然減により、人口減少に歯止めがかからない状況が続いており、高齢化の進展も著しい。これに比例するかのようにより、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60.7歳と全国平均59.9歳を1歳程上回っている。この経営者の平均年齢60.7歳は全国で10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、郊外の大型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在り方

① 10年程度の期間を見据えて

小規模事業者は、地域の高齢者や女性などの雇用の受け皿であると同時に、地域内で生活する住民の消費やサービスの需要を満たす重要な存在である。

甲府市の65歳以上の人口比率(高齢化率)は、令和2年4月時点で29.4%となっており、今後も高齢化の進展は続くと考えられる。一般に高齢になるとともに行動範囲が狭くなると言われるが、将来的に住民が暮らす地域に買い物をする店がない、食事をする場所がない、生活に関連したサービスの提供を受ける施設がない、といった状況が危惧される。

地域に一定数の事業者を維持していくためには、経営者の高齢化に伴う廃業はやむを得ないとしても、創業支援によりこれに代わる事業者の創出はしていかなければならない。何よりも、現在、事業を継続している事業者が各々抱える経営課題を解決し、持続的な発展を遂げられるよう、強力に支援していくことが必要である。

そのためには、職員の支援能力向上を図った上で、地域支援機関や専門家等と連携し、地域一体となった支援の取り組みが不可欠である。当所はその中心的役割を果たしていく所存である。

さらに、行政や地域の金融機関、多くの事業者と連携し、地域の魅力を発信していくとともに、イベントの実施などを通じて、交流人口の増加を図っていく。これにより、地域内の小規模事業者に経済効果が波及することを目指していく。

② 甲府市産業ビジョンとの整合性

甲府市では平成31年3月に『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—』を策定し、10年先の未来を見据えた産業全体の基本木方や基本方針等を示している。ビジョン策定にあたっては、甲府商工会議所も委員として参画している。

また、個別の事業でも委員としての参画、事業者の支援策としての補助事業活用、連携しての事業実施など、産業振興の方向性を共有し、小規模事業者等の支援事業に取り組んでいる。

<以下は、甲府市産業ビジョンから抜粋>

◆ 産業全体の基本目標 ⇒ 稼ぐ力の向上

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、全国や海外に市場を広げ、地域外から稼ぎ地域内で循環させることが必要としている。

◆ 基本方針 (⇒甲府商工会議所が関わっている事業等)

A 特色ある地域産業の強化とブランディング

○ サービス産業の高度化 (ICT化等による生産性向上と高付加価値化など)

⇒ キャッシュレス化の推進、IT補助金活用などのICT化推進の支援など

○ 甲府ブランド・地域資源の創出と発信による観光の強化

⇒ 甲府ブランド認定審査委員、支援先の商品を推薦、認定商品を展示会に出展など

○ 地場産業の基盤強化と市場拡大 (宝飾産業等の高付加価値化による市場拡大など)

⇒ 宝飾業界やJETROと連携し海外展示会出展、JETROと連携し貿易関連セミナー実施、など

○広域連携による移輸出拡大と地域内循環の向上
⇒静岡市・甲府市連携交流会議に参画し観光等による交流人口増加に取り組み、物産展に出展、など

B 拠点機能を活かした産業振興

- 立地優位性の活用（未来産業を見据えた企業誘致の強化など）
- 産業拠点機能の強化（（仮称）リニア山梨県駅周辺の産業支援機能の充実）
⇒リニア活用基本構想委員など
- 都市交流人口の獲得（ビジネスイベントなどの誘致の強化など）

C 人的・知的資本の育成と活用

- 新産業の創出（インキュベーションやオープンイノベーションの取組強化など）
- 産業人材の創出（実効性の高い長期型キャリア教育や起業家教育を通じた産業人材の育成・確保など）
⇒甲府市創業支援計画内でワンストップ相談窓口など

③商工会議所としての役割

甲府商工会議所は、明治12年の山梨商法会議所の設立をルーツとし、昭和35年に商工会の組織等に関する法律の施行に伴い、現在の甲府商工会議所の名称となった。法律の施行直前は山梨県商工会議所と称し、概ね山梨県全域を対象に活動を行ってきた。

このような経過から、甲府地域はもとより、山梨県内の経済団体の中核的役割を担っており、地域の支援機関や金融機関等にも強固なネットワークを有している。

このネットワークを活用し、当所では経営支援事業はもとより、地域経済の活性化に資する事業を実施するとともに、事業者の抱える課題などを取りまとめ、行政への要望を行うなど、地域総合経済団体としての様々な活動を行ってきている。

【甲府商工会議所の事業への取組みと課題】

甲府商工会議所では、地域や業界全体が良くなれば個々の事業者にもその波及効果が及ぶとの考え方のもと、地域全体や業界団体を通しての事業者支援に注力してきた。例えば、リニア中央新幹線建設促進や中部横断自動車道の建設促進活動、中心市街地活性化事業、ジュエリーの地域ブランド振興事業、甲州ワイン世界輸出プロジェクト事業などである。

平成28年4月に経営発達支援計画の認定を受け、小規模事業者の支援事業に取り組んできたところであるが、支援事業の当初の目標が巡回回数やセミナーの開催回数などとなっており、これらの事業が真に小規模事業者の発展に資する効果があったのか、日々自身に問い直しながら支援を行っているところである。

小規模事業者の経営は、今後ますます厳しくなることが想定される。また、経営を取り巻く環境は目まぐるしく変化し、これへの確に対応できない場合、事業の存続をも左右することが予想される。

地域の小規模事業者の実情を鑑みると、支援に際しては、個々の経営状況を分析した上で、各々が抱える課題を解決するための事業計画に基づいた事業の推進や、需要動向調査に基づく販路開拓の取り組みを強力にバックアップしていかなければならない。また、商工会議所自身も経営発達支援計画に基づいた小規模事業者支援に取り組み、支援先事業者の売上や利益の拡大という成果を上げていくことが必要である。

これが、地域経済全体の活性化につながると考えている。

(3) 経営発達支援事業の目標

①目標

(1) 小規模事業者の事業計画に基づく経営推進と経営力強化

小規模事業者が自らの経営状況を認識しながら、「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」が図れるよう、計画策定を支援する。

- ・計画策定の前提となる経営状況の分析は、年間200件を行う。
- ・経営状況分析後の経営計画策定支援は、年間75件行う。
- ・策定した経営計画の実行にあたっては、各々の事業者の対し巡回訪問や電話・メールなどで3か月に1回程度はコンタクトし、進捗状況を確認するとともに、計画実行の支援を行う。
- ・新たな需要を取り込むため、需要動向等の情報を分かりやすく提供するとともに、展示会出展支援など新規顧客を開拓し、取引拡大を目指す事業を実施する。
- ・新事業展開や新商品開発・新たなサービス展開の支援を行う。

(2) 経営者の若返り促進と新規開業支援による小規模事業者数の減少抑制

- ・事業承継推進による経営者の若返りを図る。
- ・創業支援を重点的に行い開業率の向上を図る。その際、中心商店街における廃業等に伴う空き店舗の解消を図るためマッチングを積極的に行う。

(3) 地域の産業・観光資源を活かした「交流・賑わい創出」による販路拡大機会の創出

- ・代表的な地場産業であるジュエリー産業のブランド化の取組販路開拓支援
- ・甲府市のブランド「甲府之証」商品周知と販路拡大支援
- ・来街者の滞在時間増加を図ることによる街中の賑わい演出

②目標達成に向けた方針

(1) 小規模事業者の事業計画に基づく経営推進と経営力強化

- ・経営計画作成支援セミナーの開催。
- ・月3回開催している中小企業診断士による窓口相談会の活用。
- ・小規模事業者経営改善資金等制度融資活用事業者へのアプローチ。

(2) 経営者の若返り促進と新規開業支援による小規模事業者数の減少抑制

- ・事業承継診断を積極的に行い、事業承継の必要性について気づきを促す。
- ・甲府市創業支援計画に位置付けられているワンストップ創業支援窓口として、創業を総合的に支援する。
- ・創業セミナーを開催し、創業に必要な知識修得を支援する。
- ・甲府市中心市街地活性化を目的とする合同会社まちづくり甲府と連携し、空き店舗見学会などを実施。

(3) 地域の産業・観光資源を活かした「交流・賑わい創出」による販路拡大機会の創出

- ・ジュエリーの地域ブランド“K o o - f u”コレクション等によるイメージ戦略の展開
- ・ネット販売サイトを活用した販路開拓支援
- ・甲府市の甲府ブランド認定制度“甲府之証”の周知と認定申請の推進
- ・新たな観光資源の発掘と従来の観光資源を活かした中心市街地活性化事業の展開

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3年4月1日 ～ 令和8年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①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）を隔月で年間6回、F a x 調査（人手不足、新型肺炎の影響、消費増税の影響などについて経営者の考えをタイムリーに把握）を年間4回、初任給調査を年間1回行い、調査結果を甲府商工会議所ホームページや新聞紙上で公表し、小規模事業者の経営方針等の参考となるよう努めてきた。

※D I：ディフュージョン・インデックス。前年同期比または前期比で、「好転」と回答した企業比率から「悪化」と回答した企業比率を引いた数値。

②課題

一方、ビッグデータ等を活用した専門的な分析ができていなかったことから、これを活用し地域の経済動向の分析・公表も行う。

(2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①地域経済動向調査結果公表回数	6回	6回	6回	6回	6回	6回
②F a x 調査結果公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
③初任給調査結果公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④地域の経済動向分析公表回数（RESAS活用）	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域経済動向調査の実施、分析結果の公表

地域の商工業者の景気動向等について、年6回調査・分析する。

【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

【調査方法】予め登録してある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する

【分析手法】経営指導員等が分析を行う

②F a x 調査の実施、分析結果の公表

企業経営を行う上で大きな影響があると考えられる事柄（人手不足、新型肺炎、消費増税など）について、年4回、地域の経営者の考え方（影響等）をタイムリーに把握し、これを分析する。

【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】大きな影響があると考えられる事柄が自社に及ぼす影響等

【調査方法】予め登録してある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する

【分析手法】経営指導員等が分析を行う

③初任給調査の実施、分析結果の公表

県内企業の初任給を調査し、学歴別初任給を把握し、伸び率等を分析する。

【調査対象】山梨県内の企業1,000件

【調査項目】学歴別初任給額等

【調査方法】毎年ハローワークに新卒求人を出している県内企業1,000件に対し調査票を郵送し、返信用封筒またはファクシミリで回収する

【分析手法】経営指導員等が分析を行う

④地域の経済動向の分析、公表

甲府市産業ビジョン(平成31年3月策定)では、産業全体の基本目標として“稼ぐ力の向上”が掲げられているが、当地域における真に稼げる産業を把握し、ここに限られたマンパワーや政策資源を集中投下することで、効率的な地域活性化を目指す。このため、経営指導員等が国の提供するビッグデータ“RESAS”(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【分析手法】・「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」⇒ 人の動きを分析

・「産業構造マップ」⇒ 産業の現状等を分析

⇒上記を総合的に分析し、これを事業計画策定支援等に反映させる。

(4) 成果の活用

①情報収集・調査、分析した結果は、甲府商工会議所ホームページで公表する他、報道機関にも情報提供し新聞紙面等で公表することにより、広く管内事業者に周知する。

②経営指導員等が巡回指導や窓口相談を行う際の参考資料とする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

山梨の土産品に対する需要動向調査(味、価格、パッケージ等)、宝飾デザインワークショップによる売れ筋等デザイン情報の提供、インターネット上のデータベース等を活用した需要動向調査(日経POSで取り扱う加工食品や家庭用品等の商品分類ごとの売れ行き、販売ランキングなど)等を実施し、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情報提供を行ってきた。

②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、スペース等の問題もあり、多くの事業者の商品を対象とすることができない。また、宝飾デザインの売れ筋情報等の提供もワークショップ参加事業者以外への提供がなされていなかった。これらから、より多くの事業者が必要動向の情報を提供することが課題と考えている。

(2) 目標

調査内容	現行	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年
①土産品需要動向調査 対象事業者数	15社	15社	15社	15社	15社	15社
②ジュエリー産業トレンド情報 提供事業者数	16社	20社	20社	20社	20社	20社
③インターネット上のデータベ ース等を活用した需要動向調 査対象事業者数	—	10社	10社	10社	10社	10社

(3) 事業内容

①土産品の需要動向調査

令和元年山梨県観光入込客統計調査によると、山梨県には年間3,400万人を超える観光客が訪れ、観光消費額は4,300百億円（一人当たり約12,500円）とされている。この需要を小規模事業者が取り込むことで持続的な発展につながると考えている。

一方、みやげ品を扱う小規模な事業者にとって、商品（菓子、加工食品、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、販売した結果でしか知るべきがない。売り上げを拡大するためには、消費者の嗜好を事前に把握した商品づくりに加え、販売時の接客も重要である。

そこで、国内外の観光客も比較的集まる所で、消費者を対象にアンケート調査を実施し、生の声を分析する。

【サンプル数】来場者約500人

【調査場所】JR甲府駅コンコース

【調査方法】試食・試飲ブースを設け、参加事業者が個々商品の試食500食分以上を持ち寄る。通行人がそこへ入場する際にアンケート用紙への記入を依頼し、ブース退出時に回収する。

【調査項目】購入する価格帯、購入目的、選ぶ基準（商品の味・価格・賞味期限・パッケージデザイン・地域らしさ・配りやすさ）

【調査・分析結果の活用】得られた結果は、回答者の属性（性別・年代）も含め、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、業界の会合等で結果を報告するなど、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へ、電子メール等でフィードバックし、商品開発や接客時の改良・改善等を行う。

②ジュエリー産業のマーケティング及びデザインのトレンド情報の収集・提供

主要地場産業であるジュエリー業では、商品のマーケティング及びデザイン力が売上に直結することから、各分野の専門家と連携し、マーケティングの手法、デザイン力の強化を目的とするワークショップを開催し最新情報を収集・提供する。ワークショップにはジュエリーメーカーの経営者やデザイナーなどテーマに沿ったメンバーが参加し、各社の売れる商品の開発に活かしていく。

本事業は、山梨県水晶宝飾協同組合と連携して実施する。

【参加事業者数】20社（ワークショップ参加事業者数）

【収集・提供する内容】プラチナ等地金の動向、ブライダル市場の動向、流行のデザイン等

【開催頻度】年間6回

【情報収集元（講師）】大手ブライダル雑誌編集者、地金の大手PR会社担当者、大手ジュエリーブランド関係者、等

【収集した情報の活用】ワークショップで得られた情報は、参加事業者が各々の商品づくり活か

す他、経営指導員等が窓口・巡回等を通して、事業者へ広く提供する。

③インターネット上のデータベース等を活用した需要動向調査

日経テレコンのメニューの一つである「POSEYES」では、日経POSで取り扱う加工食品や家庭用品等の商品分類ごとの売れ筋情報、購買動向等が把握できる。このデータと小規模事業者の営業形態や取り扱う商品とを照合することで、新商品の開発や顧客ニーズを探る際に活用する。

また、中小企業基盤整備機構等が提供する J-NET21 等の業界情報も活用し収集した需要動向等も事業計画策定支援等に反映する。

【対象事業者数】 10社

【調査する内容】加工食品や家庭用品等の商品分類ごとの売れ行き、販売ランキング、対前年比売り上げ増加率、商品ごとの購買動向（男女別・年齢層別・曜日別・時間帯別購入度合等）等

【調査方法】支援先小規模事業者の取扱商品等毎にデータベースを検索し関連項目の情報を収集する。

【利用するデータベース】日経テレコンの「POSEYES」、中小企業基盤整備機構の「J-Net21」、経営ソフトリサーチの「経営情報サービスJRS」等

【調査した情報の活用】小規模事業者が新商品の開発や顧客ニーズを探る際に活用できるよう、電子メールや窓口及び巡回訪問等を通じて分かりやすく説明し、事業計画策定支援等に反映する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

巡回訪問や窓口相談、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をピックアップし、財務分析（安全性・収益性など）を行ってきた。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。

②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言ったあるべき支援の形となっていないケースも多い。経営指導員等が、計画策定の前段階としての経営状況分析の重要性を十分に理解していないこともあり、小規模事業者からその必要性についての理解を得られていないことも要因と考えられる。

今回の計画で取り組むにあたっては、この点の改善が必要と考えている。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①セミナー開催回数	0回	2回	2回	2回	2回	2回
②分析件数	95件	200件	200件	200件	200件	200件

※経営指導員11名で概ね現行件数の2倍を目標とする。

(3) 事業内容

①分析対象者の掘り起し

経営分析を行う事業者発掘のため、経営分析セミナーの開催や巡回・窓口相談を介した掘り起しを行う。その際、経営者の年齢が60歳以上の事業者については、事業承継診断を実施する。これに加え、月に3回開催している中小企業診断士による相談会も分析案件の発掘に活用する。月3回の中小企業診断士による経営相談会の内、1回は公益財団法人やまなし産業支援機構の

協力を得て、よろず支援拠点の出張相談会をあてる。

セミナーは、定員30名で年間2回を開催目標とし、周知は甲府商工会議所ホームページへの掲載の他、窓口・巡回時のチラシ配布・勧誘、地方紙への記事掲載などにより参加者募集を行う。

②経営分析の内容

(1) 分析項目

財務分析（定量分析：売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等）とSWOT分析（定性分析：強み、弱み、脅威、機会等）の双方を行う。

(2) 分析手法

経済産業省の「企業の健康診断ツール ローカルベンチマーク」、中小企業基盤整備機構の「経営計画 つくるくん」等のソフトウェアを活用し、経営指導員等が分析を行う。

また、必要に応じ中小企業診断士等の専門家も活用する。

(4) 分析結果の活用

①個別の分析結果は、電子メール、窓口及び巡回訪問等を通じて当該事業者に分かりやすく説明し、事業計画策定等に活用する。

②蓄積した分析結果を内部で共有することで、経営指導員等の支援能力向上に活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

巡回訪問や窓口相談の他、セミナーを開催して計画策定支援案件を発掘してきた。小規模事業者は、経営状況が厳しい者が多いことから、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多く見られる。このような事業者を対象に計画策定を支援した結果、商工会議所としての目標件数は概ね達成してきたが、多くの事業者が計画どおり販路開拓等が実現し、結果的に売上や利益の拡大につながったかと言えば、必ずしもそうではなかった。

この結果を踏まえて、今後は、意欲があり実現の可能性が高いものを見極め、事業計画策定を行っていく。

(2) 支援に関する考え方

事業計画に基づく新たな販路開拓の取り組みとは言え、その計画の実現性が高いことと、何よりそれを成し遂げるといふ事業者の強い意志が無ければ、計画の達成は難しい。そこで、経営分析を行った案件（200件）の中から2割程度（40件）に加えて、補助金活用を契機とする者（10件）、事業承継案件（3件）、創業案件（12件）に対して、事業計画を策定する。

併せて、小規模事業者持続化補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選び、事業計画策定につなげていく。

(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
事業計画策定件数	70件	75件	75件	75件	75件	75件

(4) 事業内容

①事業計画策定先の選定

事業計画策定セミナー及び創業セミナーの開催、巡回・窓口相談、事業承継診断等を通して経営分析を行った事業者を対象とする。

策定セミナーは、定員20名程度、創業セミナーは定員30名程度とし、参加者の募集は甲府商工会議所ホームページでの周知の他、窓口・巡回時のチラシ配布・勧誘、地方紙への記事掲載などにより行う。

セミナーの内容は、経営状況の分析はもとより、地域経済動向調査や需要動向調査などの重要性についても触れ、策定する計画がより実現性の高いものとなるよう心掛ける。

上記セミナーとは別に、新たに創業を志す者を対象に創業セミナーを開催し、事業計画策定案件の発掘を行う。創業セミナーは、一般社団法人山梨県中小企業診断士協会の協力を得て実施する。

②策定手段

事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員等の担当を決め、各々が主体的に計画策定に携わるような体制を構築し、これに当たる。また、必要に応じ中小企業診断士等の専門家も活用する。

事業承継診断を経て、計画を策定する事業者に対しては、公益財団法人やまなし産業支援機構に設置されている山梨県事業承継総合相談窓口とも連携し支援する。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画実施の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。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、支援の頻度を高め、手厚いフォローをするなどの対応が不十分であった。また、計画と進捗状況とにズレが生じた場合、計画自体を中止することは多くあったが、計画を見直し新たな方向での取り組みを支援することなどはほとんどなかった。

(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、訪問回数を増やして集中的に支援する事業者と、ある程度順調に進捗していると判断し訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極め、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ対象事業者数	54 社	80 件	60 件	80 件	80 件	80 件
頻度 (延回数)	—	480 回	480 回	480 回	480 回	480 回
売上増加事業者数	—	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社
利益率 3%以上増加の事業者数	—	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社

(4) 事業内容

経営指導員等による担当制とし巡回訪問や電話などにより、事業計画の進捗状況の確認と計画実行に向けた助言を行う。

フォローアップ対象者には、事業が思うように進捗できない事業者も一定程度存在することが想定される。そこで、状況に応じて事業者へのフォローアップ頻度に濃淡をつけ、フォローアップ先の多くが、計画が実現できるよう支援する。

フォローアップ頻度は、進捗が順調な事業者は半年に一度の年 2 回、概ね計画を進める能力があると判断した事業者には四半期毎で年 4 回、計画実行が滞りがちな事業者は月 1 回で年間 1 2 回などとする。これら 3 パターンの事業者が 3 分の 1 ずつあると仮定し、延回数は 4 8 0 回を想定している。

なお、担当する経営指導員等が、事業の進捗が思わしくなく、計画との間に大きなずれが生じていると判断した場合、他の経営指導員を交えてフォローアップの方法を検討し対応する。これによっても、ズレの修正が困難な場合は、中小企業診断士など外部の専門家の視点も取り入

れ、ズレの発生要因や今後の対応策を検討し、フォローアップの回数を増やすなど計画実現のための支援を行う。

7. 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

①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（K O J）など、主にBtoBの販路拡大に努めてきた。

②課題

これまでも食品の展示会へ出展しており、FCP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は行ってきたが、展示会後の商談のフォローは手薄に立っていた。この点を改善し、より多くの事業者に出展成果が得られるよう改善した上で実施する。

加えて、ジュエリー製品を消費者に直接販売する事業も実施する。ジュエリーは比較的高額な商品であるため、消費者が安心して購入できるためには、販売者自身に一定の信用が求められる。この点に対応するため、甲府商工会議所がWebサイトを立ち上げ販売業者となって、小規模事業者の販路拡大を支援する。

※FCPシート：フード・コミュニケーション・プロジェクトシート。食品に関して出展者の「伝えたい情報」とバイヤーの「知りたい情報」を1枚にまとめることで効率的に商談を進めることが可能になるシート。（農林水産省HPより）

(2) 支援に対する考え方

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食品等は首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。

この他、甲府の代表的な地場産業であるジュエリーは、国内向けには商工会議所が主体となって構築するインターネット上の販売サイトで、海外に向けては中国の一般消費者に対してSNS等を活用して、小規模事業者の商品を直接販売し、新たな需要開拓を支援する。これらの運営には、事業者の参加も得て、将来的には独自に対応できるよう販売ノウハウの蓄積を促す。

なお、展示会への出展及び販促イベントを開催するにあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展等の支援を行うとともに、出展等期間中は、陳列、接客などについて、きめ細かなアドバイスをを行う。

(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①スーパーマーケット・トレードショー等食品関連展示会						
出展事業者数	－	10社	10社	10社	10社	10社
成約額/社	－	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
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	－	50万円	50万円	50万円	50万円	50万円
※令和元年の1事業所当たりEU向け出荷額の約10%分を新規成約額と見込む。						
③ジュエリーの中国でのライブコマース販売事業						
参加事業者数	－	5社	5社	5社	5社	5社
販売額/社	－	100万円	100万円	100万円	100万円	100万円
※本事業では、参加見込事業者の平均年間売上額の0.5%の売上を見込む。						
④SIMPRICHブランドのWebサイトでの販売						

参加事業所数	—	16社	16社	16社	16社	16社
販売額/社	—	40万円	40万円	40万円	40万円	40万円
※各社平均単価 20,000 円の商品を年間 10 型開発予定であり、年間通し各社 20 個の販売を見込む。						

(4) 事業内容

①スーパーマーケット・トレードショー等食品関連展示会出展事業 (BtoB)

地域資源を活用した加工食品や飲料等の商品の販路拡大を図るため、大規模な食品関連展示会に地域事業者を取りまとめた「やまなしブース」を出展する。個々の小規模事業者では出展できない大規模な展示会であっても、商工会議所が取りまとめることにより大きな塊としてPRでき費用対効果もよい。

10ブース(1ブース=3m×3m)程度を確保し、事業計画を策定してそれに基づいて販路拡大をする事業者が優先的に出展できるようにし、新たな販路開拓を支援する。

【参考】令和2年のスーパーマーケット・トレードショーは、2月の3日間、千葉県のみつばメッセで開催され、全国から2,326社(3,577ブース)が出展し、8万人を超えるバイヤー等が来場した。

②山梨ワイン海外輸出プロジェクト(KOJ:Koshu of Japan)(BtoB)

甲府商工会議所、山梨県ワイン酒造協同組合、甲州市商工会と共同で取り組む事業。世界のワインの情報発信基地である英国ロンドンにて、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。

【内容】(1)ワインジャーナリスト、輸入業者、バイヤー、ソムリエ等を対象とした試飲イベントの開催

(2)情報発信力が非常に強いワインジャーナリストを対象としたワインの試飲評価会の開催

(3)SNS等で情報発信力があるワイン愛好家向け事業者(ワイン生産者)によるテイスティング(試飲)セミナーの開催

【会場】ロンドン市内の高級ワインクラブ等を借り切って実施

【実施期間】2月に2日間程度の日程で実施

【参加事業所数】10社程度

③ジュエリーの中国でのライブコマース販売事業(BtoC)

中国のライブ(動画)配信事業者と提携し、SNSを活用して中国国内の一般消費者にジュエリーを販売する事業。小規模事業者単独では、海外の消費者に直接販売することは困難が伴うが、甲府商工会議所が小規模事業者の参加を募りこれを行うことにより、新たな販路開拓を目指す。

本事業は、山梨県水晶宝飾協同組合と連携して行う。

【参加事業者】5社程度

④SIMPRICHブランドのWebサイトでの販売(BtoC)

当地の宝飾品製造業者の製品は、一般に出荷価格の3倍程度で消費者に販売されている。これを直接小売することができれば、利益率の向上が図られることになる。しかし、ジュエリーは比較的高額な商品であるため、消費者に安心して購入してもらうためには、販売者自身に一定の信用が求められる。この点に対応するため、甲府商工会議所がWebサイトを立ち上げ販

売業者となって、小規模事業者の販路拡大を支援する。

本事業は、山梨県水晶宝飾協同組合と連携して行う。

【参加事業者数】16社

※SIMPRI CH: simple (簡単な)とenrich (豊にする)を合わせた造語で、甲府商工会議所が商標登録済み。働く女性のためのライフスタイルジュエリーとして忙しすぎる日常や心をいやすジュエリーをコンセプトとしたブランド。

8. 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

事業年度終了ごとに、山梨県産業政策課担当者、中小企業診断士、有識者(大学教授)の3名で構成する事業評価委員会を開催している。委員会では、事業実施状況を報告し、それに対する意見等を踏まえ、次年度以降実施する事業に反映させている。

また、評価委員会の結果は、当所ホームページにおいて公開し、地域の小規模事業者が閲覧可能な状態となっている。

課題として、評価委員会の開催が事業年度終了後の1回であるため、年度途中での進捗状況等に対する意見が得られないことが挙げられる。

(2) 事業内容

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甲府市産業部観光商工室商工課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、大学教授、山梨県産業政策課担当者をメンバーとする「協議会」を年2回半期ごとに開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

②当該協議会の評価結果は常議員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、協議会開催の都度、甲府商工会議所ホームページ(<https://www.kofucci.or.jp>)へ掲載し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

9. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

「経営指導員等WEB研修」「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」等を受講し、経営支援に必要な知識の修得に努めている。これに加え、専門的な相談に対応するために、専門家(弁護士、弁理士、税理士、中小企業診断士等)から経営指導員が随時相談内容に応じたアドバイスを受けるなど、専門知識の修得にも努めている。若手職員には、業界大手企業を積極的に訪問させ業界動向を把握させている。

また、上記の方法により修得した知識・ノウハウを経営指導員等職員同士の勉強会で報告し共有を図っている。

一方、専門家の支援事例に学ぶことも資質向上を図るためには効果が高いが、同席する回数が少なかったことが課題として挙げられる。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

「経営指導員等WEB研修」「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」等を受講し、経営支援に必要な知識の修得に努めている。受講にあたっては、小規模事業者の技術向上や新たな事業分野の開拓に役立つ新たな技術情報の分野、販路開拓に必要なマーケティング手法等に重点を置き、知識の修得に努める。

②専門家からの支援ノウハウの吸収

事業者からの個別専門的な相談に対応するため、専門家（弁護士、弁理士、税理士、中小企業診断士等）から助言を受けることにより、専門的知識の蓄積を図る。

③OJT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り対応することで、支援ノウハウの共有・向上を図る。

④職員同士の勉強会による情報共有

個々の経営指導員等が、上記(1)～(3)により修得したノウハウ・知識の共有を図るため、職員同士の勉強会を隔月で開催する。その際は、講師は職員が務め、各々が抱えている支援案件の支援方法・状況などの他、国や県等の支援策などについても研修し、情報の共有を図る。

10. 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

(1) 現状と課題

①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、従来から他の支援機関と情報交換は行ってきたところであるが、支援ノウハウを吸収するとの意識は希薄であった。

②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との認識に立ち、次の事業に参画する。当所のない情報・支援ノウハウを吸収し、新たな情報を得られるよう人的ネットワークを構築することで、小規模事業者支援に活用する。今後は、如何に上記視点に立った情報交換を行い、支援ノウハウを吸収できるかが課題と考えている。

(2) 事業内容

次の会議に出席し、他の支援機関と支援ノウハウ等についての情報交換を行う。

①中小企業サポート連携拠点会議への出席（年6回）

隔月で開催される全体会議では、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、直接かわか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、山梨大学、山梨県（産業技術センターなど）、山梨県よろず支援拠点となっている。

②一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の紹介の他、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。

③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。

④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 1. 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

①現状

まちゼミ事業、まち歩きフットパス事業、マンガ・アニメプロジェクト事業等の多くは、甲府商工会議所が主催者となり、事業の周知から参画者や参加者参加者の募集等まで行ってきた。

②課題

これまでの地域経済活性化のための事業は、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かった。そこで、より効果を上げるため、関係機関と少なくとも年1回以上の会議を開催し、地域経済活性化の方向性を共有するため実施する。また、従来の活性化事業は例年同様で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、新鮮味を打ち出し甲府中心市街地への集客を図り、地域経済の活性化に繋げる。

(2) 事業内容

①リニア中央新幹線建設促進山梨県経済団体協議会の運営

甲府商工会議所が事務局を担い、富士吉田商工会議所、山梨県商工会連合会、山梨県中小企業団体中央会等の経済団体の他、県内主要企業で構成する協議会で、2027年に開通が予定されているリニア中央新幹線の建設促進運動を行っている。また、本協議会では山梨県等からリニア山梨県駅（仮称）の周辺の開発についての意見を求められ、地域経済活性化の観点から意見表明を行ってきた。今後も本活動を継続して行う。

②リニア中央新幹線経済効果推進協議会の運営

2027年の開業が予定されているリニア中央新幹線は、山梨県内でも工事が行われている。工事に伴う発注額も相当程度あり、仮に間接的であってもこれを県内企業が受注することは、地域経済の活性化に資すると考えている。本協議会は甲府商工会議所が事務局を担当し、富士吉田商工会議所、山梨県商工会議所連合会、山梨県中小企業団体中央会等の経済団体、県内大手企業等で構成しているが、一丸となって建設主体であるJR東海等に積極的な要望活動を行ってきており、今後もこれを継続して実施する。

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」三国同盟を締結した。これにより3商工会議所が連携した観光プロモーションを行うとともに、相互に観光客を送り込むツアーを造成し、市内への観光客の誘客につなげる活動を行っていく。

④産地ブランド“k o o - f u”ブランドの確立のための商品開発

甲府市を中心とした山梨県は、宝飾品の製造品出荷額が全国シェアの2割を超えているが、全国的な知名度は必ずしも高くない。そこで、ジュエリーの街を発信するため、甲府商工会議所と山梨県水晶宝飾協同組合が共同で、地域ブランド確立のための様々な取り組みを行っている。

各社のデザイナーが共同で、年ごとのテーマに沿った商品を開発していく。このため、商品開発と今後のブランド確立の方向性共有のため、隔月で年間6回山梨県水晶宝飾協同組合関係者

と意見交換を行う。

※K o o - f u : ジュエリーの街「山梨」から発信する産地ブランドで、産地の特性を生かした、質の高い素材技術、デザインで製品づくりを行い、ものづくりの姿勢や意識全体を価値として提供するジュエリー生産地のブランド。世界のジュエリーの販売協殿である香港で“甲府”の発音がクーファーと聞こえることもあり、K o o - f u とした。山梨県水晶宝飾協同組合が商標権取得済み。

⑤甲府市中心市街地活性化協議会

甲府市は、平成26年10月に内閣総理大臣から中心市街地活性化基本計画の認定を受け、同年11月から始まり、令和2年3月までの5年5カ月間の計画期間が終了した。この間、法定組織である甲府市中心市街地活性化協議会は、計画に対しての意見を述べるとともに、新たな活性化策の提案などを行ってきた。

甲府商工会議所は、歴代副会頭がこの協議会の会長を務めるなど、中心的役割を担ってきた。

令和2年3月の基本計画期間の終了に伴い、協議会の法的位置づけはなくなったが、甲府市、甲府商店街連盟、地域の自治会など中心市街地に係わる組織の代表で構成されていることから、今後もこれを存続させ、甲府市中心市街地の活性化を図るため定期的な意見交換を行うこととなった。

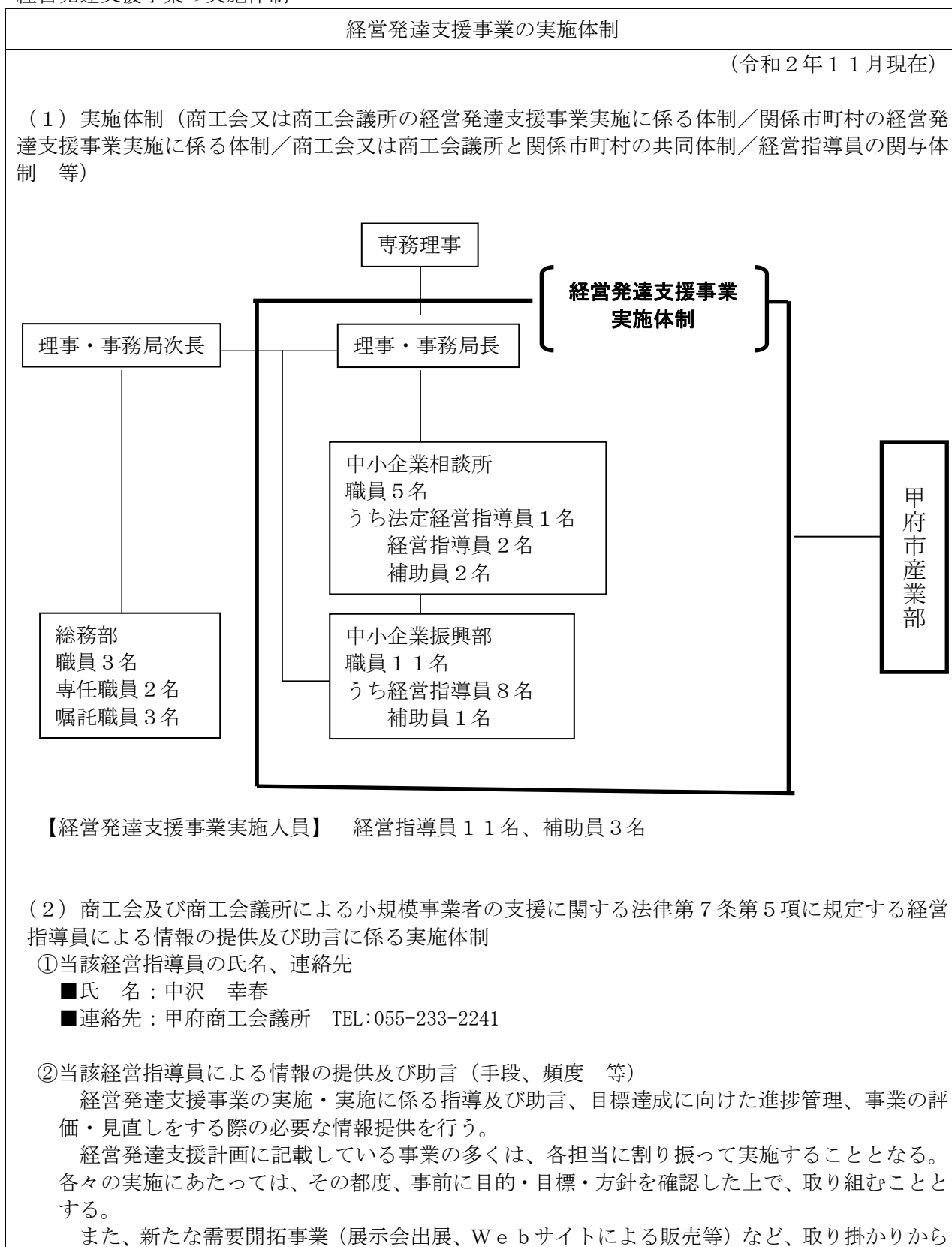
年1～2回程の機会となるが、当協議会で中心市街地活性化の方向性を共有していく。

⑥まちゼミを通じた新たなまちの魅力開発と賑わい創出事業

甲府商工会議所では、甲府市中心市街地で商いを営む商店主等で構成する“甲府まちゼミの会”とともに、自店の魅力を売りにした消費者向けイベント“まちゼミ”を実施する。これにより、中心市街地の魅力の開発とそれを発信することで賑わいを創出する。年間延べ参加者数の目標は200名とする。本事業を実施するにあたっては、地域の当事者である“甲府まちゼミの会”と年2回以上協議し、活性化についての方向性を確認する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



終了まで一定の期間を要するものについては、2週間に1回程度進捗状況を確認し、遅れが生じている場合は、それを取り戻せるよう助言する。

個々の小規模事業者の支援については、経営指導員等毎に支援先を複数抱えることになる。部署ごとに1ヶ月に一度の打合せの機会を設け、その際に支援状況を確認し、他の経営指導員等も含めて、効果的な方法についての意見交換を行う。

(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

〒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：kcci@kofucci.or.jp

②関係市町村

〒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：syokous@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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7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
会費、国補助金、県補助金、市補助金、事業受託費

(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
(1) 山梨県水晶宝飾協同組合 理事長 松本一雄 〒400-0866 山梨県甲府市若松町4番5号 電話055-232-7571
(2) 公益財団法人やまなし産業支援機構 理事長 手塚 伸 〒400-0055 山梨県甲府市大津町2192番地8号アイメッセ山梨4階 電話055-243-1888
(3) 一般社団法人山梨県中小企業診断士協会 会長 藤田泰一 〒400-0858 山梨県甲府市相生一丁目7番3号 電話055-220-1351
(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13番25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) 需要動向調査に関すること

① ジュエリー産業のマーケティング及びデザインのトレンド情報の収集・提供

主要地場産業であるジュエリー業では、商品のマーケティング及びデザイン力が売上に直結することから、各分野の専門家と連携し、マーケティングの手法、デザイン力の強化を目的とするワークショップを開催し最新情報を収集・提供する。ワークショップにはジュエリーメーカーの経営者やデザイナーなどテーマに沿ったメンバーが参加し、各社の売れる商品の開発に活かしていく。

本事業は、山梨県水晶宝飾協同組合と連携して実施する。

(2) 経営状況の分析に関すること

① 分析対象者の掘り起し（中小企業診断士による経営相談会）

経営分析を行う事業者発掘のため、月に3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。月3回の中小企業診断士による経営相談会の内、1回は公益財団法人やまなし産業支援機構の協力を得て、よろず支援拠点の出張相談会をあてる。

(3) 事業計画策定支援に関すること

① 事業計画策定先の選定（創業セミナー）

新たに創業を志す者を対象に創業セミナーを開催し、事業計画策定案件の発掘を行う。創業セミナーは、一般社団法人山梨県中小企業診断士協会の協力を得て実施する。

② 事業計画策定先の選定（事業承継計画）

事業承継診断をした結果、事業承継計画の策定が必要な事業者については、公益財団法人やまなし産業支援機構に設置されている山梨県事業承継総合相談窓口と連携し支援する。

(4) 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

① 山梨ワイン海外輸出プロジェクト（K O J : K o s h u o f J a p a n）

世界のワインの情報発信基地である英国ロンドンにて、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。

本事業には、山梨県ワイン酒造協同組合、甲州市商工会と共同で取り組む。

② ジュエリーの中国でのライブコマース販売事業

中国のライブ（動画）配信事業者と提携し、SNSを活用して中国国内の一般消費者にジュエリーを販売する事業。小規模事業者単独では、海外の消費者に直接販売することは困難が伴うが、甲府商工会議所が小規模事業者の参加を募りこれを行うことにより、新たな販路開拓を目指す。

本事業は、山梨県水晶宝飾協同組合と連携して行う。

③ S I M P R I C HブランドのWebサイトでの販売

当地の宝飾品製造業者の製品は、一般に出荷価格の3倍程度で消費者に販売されている。これを直接小売することができれば、利益率の向上が図られることになる。しかし、ジュエリーは比較的高額な商品であるため、消費者に安心して購入してもらうためには、販売者自身に一定の信用が求められる。この点に対応するため、甲府商工会議所がWebサイトを立ち上げ販売業者となって、小規模事業者の販路拡大を支援する。

本事業は、山梨県水晶宝飾協同組合と連携して行う。

連携して事業を実施する者の役割

(1) 山梨県水晶宝飾協同組合

- ①『需要動向調査に関すること』のうち、「ジュエリー産業のマーケティング及びトレンド情報収集・提供」事業について、(1)事業の共同企画、(2)組合を通じて業界内への事業の周知、(3)参加者募集、(4)事業の共同実施等を行う。
- ②『新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』のうち、「ジュエリーの中国でのライブコマース販売事業」について、(1)事業の共同企画、(2)組合を通じて業界内への事業の周知、(3)参加者募集、(4)事業の共同実施等を行う。
- ③『新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』のうち、「SIMPRICHブランドのWebサイトでの販売」事業について、(1)事業の共同企画、(2)組合を通じて業界内への事業の周知、(3)参加者募集、(4)事業の共同実施等を行う。
- ④『地域経済の活性化に資する取組に関すること』のうち、「産地ブランド”kooofu”ブランド確立のための商品開発」について、(1)事業の共同企画、(2)組合を通じて業界内への事業の周知、(3)参加者募集、(4)事業の共同実施等を行う。

(2) 公益財団法人やまなし産業支援機構

- ①『経営状況の分析に関すること』のうち、「分析対象者の掘り起こし」を月3回開催する中小企業診断士の経営相談会などを通じて行うこととなっているが、この内1回を産業支援機構が国から受託している”山梨県よろず支援拠点”の出張相談会として実施する。
- ②『事業計画策定支援に関すること』のうち、「事業承継診断を経た事業者」に対して、山梨県事業承継総合相談窓口と連携し計画策定を支援する。

(3) 一般社団法人山梨県中小企業診断士協会

- ①『事業計画策定支援に関すること』のうち、「事業計画策定先の選定」は創業セミナー等を通じて行うこととなっているが、このセミナーの企画への参画と講師派遣を行う。

(4) 山梨県ワイン酒造協同組合

- ①『新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』のうち、「山梨ワイン海外輸出プロジェクト(KOJ)」について、(1)事業の共同企画、(2)組合を通じて業界内への事業の周知、(3)参加者募集、(4)事業の共同実施等を行う。

連携体制図等

(1) 山梨県水晶宝飾協同組合

小規模事業者（ジュエリー産業関連）

【巡回訪問】
【助言】
【継続支援】

【助言】
【業界情報提供】

●需要動向調査に関すること
「ジュエリー産業のマーケティング及びトレンド情報収集・提供」
・事業共同企画 ・事業周知 ・参加者募集 ・事業共同実施等

●新たな需要の開拓に関すること
「ジュエリーの中国でのライブコマース販売事業」
・事業共同企画 ・事業周知 ・参加者募集 ・事業共同実施等

●新たな需要の開拓に関すること
「SIMPRICHブランドのWebサイトでの販売」
・事業共同企画 ・事業周知 ・参加者募集 ・事業共同実施等

●地域経済の活性化に資する取組に関すること
「産地ブランド”koo-offu”ブランド確立のための所品開発」
・事業企画 ・講師派遣 ・事業周知 ・参加者募集 ・事業共同実施

【相談】

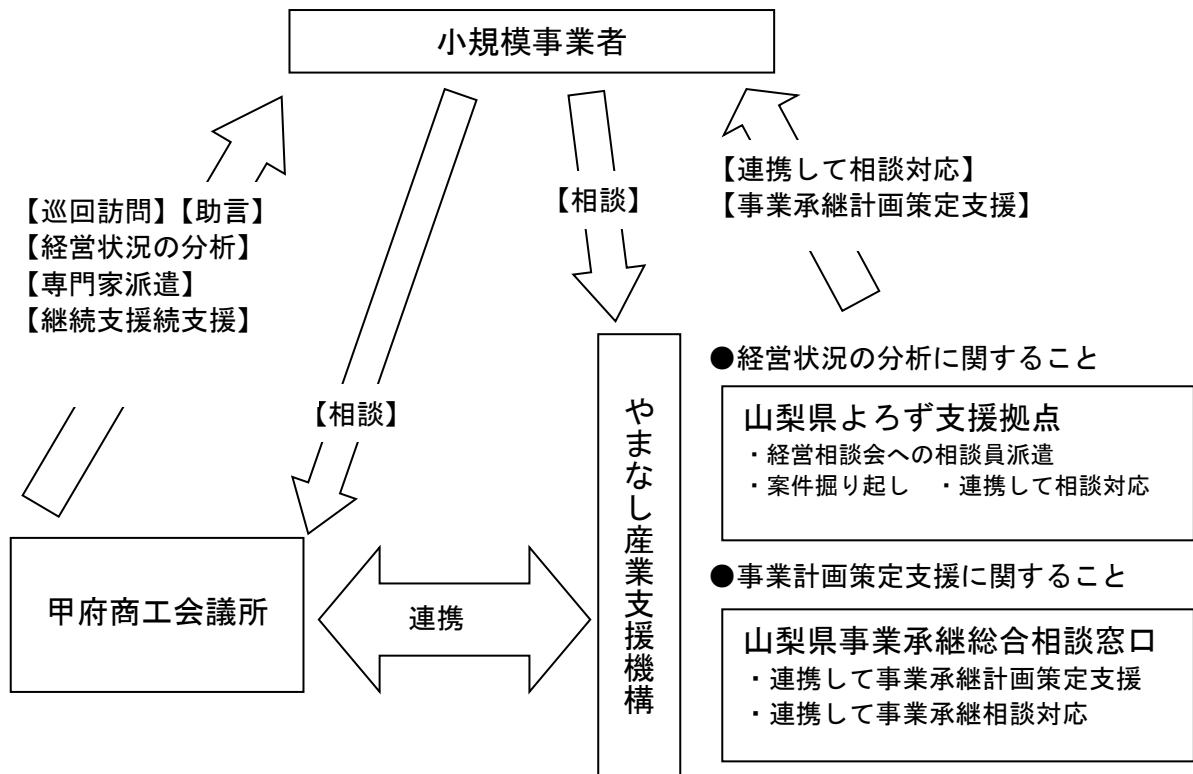
【相談】

甲府商工会議所

連携

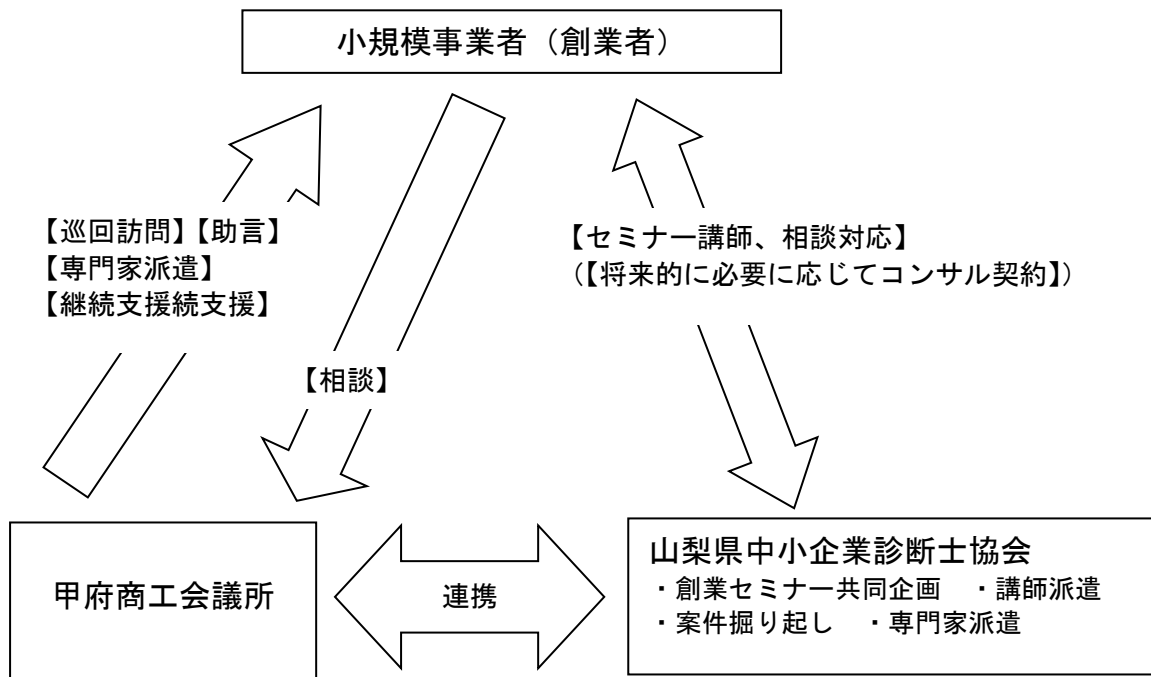
山梨県水晶宝飾協同組合

(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) 一般社団法人山梨県中小企業診断士協会

●事業計画策定支援に関すること



(4) 山梨県ワイン酒造協同組合

●新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること（山梨ワイン海外輸出プロジェクト（KOJ））

