

経営発達支援計画  
令和2年度事業実施状況等について

令和3年3月

甲府商工会議所

令和2年8月7日に開催した「令和元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、令和2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**

・企業は、調査テーマに対して他社がどのように対応しているか（特に成功事例）に、より関心を持っていると思われる。そこで、質問内容に、どのように対応しているかについての項目を増やしたり、対応事例をまとめて公表するなど工夫をして欲しい。

（委員）

⇒企業が記載する自由記入欄へのコメントは、業界の生の声を聞く事ができ非常に参考になる。小規模事業者にとっても同様であると思われるので、調査票のスペース上の制約はあるが、可能な限り関心を持ってもらえるような質問内容とその公表の方法を工夫して調査を実施したい。（事務局）

・地域経済動向調査やF a x調査等の結果はマスコミ等に発表しているとのことだが、どの程度取り上げられているのか。（委員）

⇒新聞ではほぼ全て、テレビでも多く取り上げられている。F a x調査は、コロナ感染症の影響など話題となっている事柄を調査するため、マスコミの関心も高い。また、初任給調査は、マスコミのほか県内企業からの問合せも多く、企業の初任給決定の際の参考としてもらっている。（事務局）

●**経営状況の分析に関すること**

・案件発掘のために月3回（年36回）の中小企業診断士による個別相談会が予定されていたが、実施は26回、利用者は目標の半分となっている。目標を達成するためにどのような対応をするのか。（委員）

⇒小規模事業者の中には、定期的に相談会を利用する者がいる一方で、相談会自体を全く知らない事業者も存在する。窓口や会報などで積極的に広報し、利用者が増加するよう努めていく。（事務局）

●**事業計画の策定支援に関すること**

・創業セミナー参加者は、平成30年度の14名から令和元年度は25名と増加・セミナー受講の創業者も6名と増加しているが、いずれも目標に届いていない。これをどう考えているか。（委員）

⇒創業セミナーの周知方法は、金融機関等を通じてのチラシ配布や新聞広告を中心にやってきた。この内、新聞広告をネット広告に切り替えた結果、受講者増につながった。今後もより効果のある方法を検討していく。なお、セミナーも含め全体では、創業支援者数102者で42名が創業した。（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について詳しく聞きたい。（委員）

⇒本調査は「やまなしギフトコンテスト」を兼ねて実施している。従来、対象は食品だけだったが、令和元年度は非食品部門も実施し、上位に入賞したものは東京にあ

る山梨県のアンテナショップに置けるなどの特典もある。一方、コンテストに入賞するため、組織票の投票があったことが分かり、昨年度は、一般の投票の他、別途審査員票を加えるよう改善した。会場の成約もあるが、より多くの事業者が出品するよう周知に努める。(事務局)

- ・トレンド情報セミナーは、開催回数も目標3回に対し実施2回と少なかったが、受講者50名と目標の半分となっている。目標を達成するようなテーマを選定すべき。(委員)

⇒セミナーは2回実施し、ジュエリー及び食品の動向をテーマにしたが、日頃の相談などから、より小規模事業者の需要があると思われるテーマを検討し実施したい。(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名に対して10名になっている。平成26年度実績は160名となっている。目標の数値を設定した根拠は何か。(委員)

⇒26年当時は、甲府城への天守閣復元運動を実施しており、機運を盛り上げるためこれに関連したフットパスを多く実施した。その時の参加者数を基準に目標を設定した。参加者が昨年と比較しても半分以下になった理由は、フットパス事業委託先の代表者が、体調不良で事業を受託できなくなったことが要因。(事務局)

- ・フットパス事業は定着してきていると思われるので、委託先の状況は理解できるが、例えば公募で企画を募集するとか、まちゼミと組み合わせるとか方法を検討し、継続してもらいたい。(委員)

⇒過去、まちゼミを絡めたフットパスも実施した経験がある。これを含め、学生やまちづくり活動を行っている方にも意見を聞きながら実施したい。(事務局)

- ・まちゼミ参加者が558名と目標の10倍以上になっている。目標を見直す考えはないのか。(委員)

⇒令和2年度が5年の計画の最終年にあたり、来年度以降の計画を策定し認定を目指す予定なので、目標値は据え置きたい。(事務局)

### ●経営指導員等の資質向上に関すること

- ・資質向上には、支援事例の研究が最も効果がある。国の持続化補助金をきっかけに、経営計画策定支援から実行支援のノウハウを共有することが良い。指導員を対象として、定期的な事例発表などを行った方が良い。(委員)

⇒持続化補助金の申請支援件数は、昨年度46件に対し今年度は、現時点でも145件となっている。事業者の取組内容も多岐にわたることから、中小企業相談所では常に情報交換を行い、支援ノウハウの共有を図っており、今後もこれを継続していく。(事務局)

### ●その他

- ・新型コロナウイルス感染症が拡大しているが、感染防止の観点からもできるだけオンラインで相談を行った方が良いと思うが、オンライン相談の導入状況は。(委員)

⇒小規模事業者の多くは、機器の使い方が分からないなど、オンライン相談への対応ができていない。商工会議所の会議やセミナーなど一部では、Zoom等を活用しているが、相談で使った実績はない。今後、取組みを促していきたい(事務局)

### 【事業評価委員会の開催状況】

日 時 令和2年8月7日（金） 14：00～15：30

場 所 甲府商工会議所4階 応接室

出席者 評価委員（3名、委員長：小口氏）

・小口一策中小企業診断士事務所（前山梨県中小企業診断士協会会長）

中小企業診断士 小口一策 氏

・山梨学院大学経営学部 教授 今井 久 氏

・山梨県産業労働部産業政策課 副主幹 折居 誠 氏

事務局（2名）

・甲府商工会議所 理事・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～令和3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210～285件を対象に、①働き方改革に関する調査、②2021年景気見通し調査、③緊急事態宣言発出後の働き方に関する調査、④女性の活躍推進に関する調査の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 目標 実績	R2年度 目標 実績
地域経済動向調査回数	6	6 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	4 4
初任給調査回数	1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1

#### 【令和3年度の取り組みについて】

新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、窓口相談時間の短縮、巡回訪問の自粛等により、個々の事業者への説明機会は、多く確保できなかった。

令和3年度は新たに認定を受けた計画に基づき、上記調査に加え、RESASを活用した地域の経済動向分析を広報することとなっている。調査結果は当所ホームページや報道機関を通じての周知・公表により、広く事業者へ情報提供を行う。また、窓口相談、巡回訪問時に活用する。

##### 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、27 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られず、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であった。

(目標と実績(赤字))

内 容	26年度 実績	27年度	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度
	(上段：目標、下段：実績)						
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	1,500 907	1,500 608
専門家個別相談会実施回数	24	36 30	36 27	36 26	36 26	36 26	36 27
個別相談会利用者数	42	55 56	60 56	60 40	60 34	60 29	60 40
経営分析件数	60	70 92	80 96	80 86	80 104	80 95	80 40

【令和 3 年度の取り組みについて】

経営状況分析案件発掘のための巡回件数が目標を大幅に下回った要因は、感染防止のために接触機会の低減をはかったことと、給付金等に係る問い合わせに対応するために時間を要し、巡回訪問に時間を割けなかったことによるもの。

令和 3 年度は、部巡回訪問、専門家による個別相談会、金融相談などに加え、セミナーを 2 回開催するなどして案件発掘に努め、分析件数 200 件を目標とする。

### 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。

特に、感染症拡大に対する国の支援策として持続化補助金が打ち出されたことから、例年を大幅に上回る持続化補助金の相談があり、申請とともに計画策定を支援した。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。

令和 2 年度は経営力向上計画(2 件)、先端設備導入計画(2 件)の作成も支援した。

(実施した事業内容)

- (1) 事業計画策定等に関するセミナーは新型コロナウイルス感染症拡大を受け開催を見合わせた。個別相談会(定期 27 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）**は新型コロナウイルス感染症拡大を受け、開催を見合わせた。
- (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、年間を通じて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	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度
		(上段：目標、下段：実績)					
計画作成セミナー等開催回数	1	2 2	2 2	2 1	2 2	2 1	2 —
事業計画策定事業者数	56	60 67	65 110	70 59	70 65	70 70	70 263
創業セミナー開催回数	1	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 25	40 —
	4	10 4	12 9	12 13	12 3	12 6	12 —
ワンストップ窓口相談	—	通 年 開 催					
		33	50	67	70	66	66
第二創業（経営革新）支援者数	47	50 54	50 56	50 69	50 39	50 56	50 48

【令和3年度の取り組みについて】

事業計画策定は、補助金申請に係るものが大部分を占めた。

令和3年度は、経営状況分析を行った案件（目標200件）の2割程度の40件に加えて、補助金活用を契機とする案件20件、事業承継案件3件、創業案件12件の合計75件を目標とする。補助金は事業計画策定の動機づけとなるので、今後も積極的な情報を提供し、計画策定を促す。

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) 巡回訪問や電話等により、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「いまテレワークを導入すべき理由」、「～with コロナ時代にも対応～売れる『売り場』づくり」、「ピンチをチャンスに！これからの時代に飲食店が生き残る方法」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、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	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度
		(上段：目標、下段：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 54	60 144
創業クラブ回数	—	6 4	6 2	6 5	6 5	6 4	6 3
創業クラブ登録者数	—	30 38	40 46	50 47	50 46	50 75	50 72
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	110 102	110 92
	14	30 30	35 37	35 50	35 41	35 42	35 50

#### 【令和3度以降の取り組みについて】

創業クラブ登録者数は目標を上回っているものの、参加者が数名と少ないため、メンバーの再構築を行い、事業への参加意欲が高い者を対象とした会の運営を行っていく。フォローアップ件数は大幅に増加しているが、これは補助金に必須の事業計画作成を支援し、それを実行する際にフォローしたもの。実効性の高い計画策定を支援することにより、採択率をあげフォローアップできるよう努める。

#### 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 (実施を見合わせの事業も含む) )

(1) 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、結果を事業者にフィードバックする計画だったが、新型コロナウイルス感染症拡大を防止する観点から、事業の実施を見合わせた。

(2) 宝飾業者を対象に、展示会への出展効果をより高めることを目的に「世界のジュエリーの動向」を、また業種を限定せず「～顧客のニーズを見つけ出す?～インターネット活用講座」、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や顧客ニーズの捉え方などについての情報提供を行った。

(3) プラチナギルドインターナショナルから専門家を招聘するなどし、**宝飾デザインワークショップ**を10回実施し、ブライダル分野の動向について研修を行った。ワークショップの成果として、参加4社がマリッジリングを開発した。

この他、令和元年度より12社で取り組みを始めたライトジュエリー「SIMPRICH」は、16社が参加し、各々開発した商品をオンラインで販売した。

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**した。上記活動を通じて、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ことから、経営計画作成支援の際などに日経テレコンの「POSEYES」、中小機構の「J-Net 21」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	27年度	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度
		実績	(上段：目標、下段：実績)					
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	15 —
	調査票回 収数	—	520 522	500 538	500 569	500 557	500 500	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 2	3 2
	参加者数	55	90 128	100 41	100 120	100 97	100 50	100 127
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 7	6 10
	参加者数	10	15 8	15 8	15 7	15 17	15 12	15 16
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	3 3	3 2
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 18	20 18	20 17
インターネットを活用し た調査	—	10 10	20 19	30 26	30 20	30 19	30 18	

#### 【令和3年度以降の取り組みについて】

令和3年度からは新たに認定を受けた計画に基づき、より商品開発に直結する需要動向の提供に努め、次の事業を実施する。①土産品の需要動向調査、②ジュエリー産業のマーケティング及びデザイン情報の収集・提供、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。これら事業等を通じ、個々の事業者の販路拡大につながる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 (実施見合わせの事業も含む) )

- (1) **地酒・ワインの販促イベント**は、市内での消費者向けイベントと都内で飲食店向けイベントのいずれも、新型コロナウイルス感染症の影響で実施を見合わせた。
- (2) 全国35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**を実施した。(当所経由の参加5社の商談件数は延べ9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**K o o - f u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してきたが、令和2年度はこれらの実施を見合わせた。一方、SIMPLICHをオンラインショップで販売するなどし、産地イメージの向上に取り組んだ。
- (5) 例年、都内に本社を有する証券会社等の協力を得て、社員を対象に実施してきた山梨**ワインのPRイベント**は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から実施を見合わせた。
- (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27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（卸売業や業界誌等の関係者、著名ジャーナリストや著名ソムリエ、ワイン愛好家を対象とした試飲会各1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。  
 ※いずれもワインは事前に送付し、参加者は自宅等から、県内の業者は会社等から参加するオンライン形式で実施した。
- (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。出店希望者の募集は、地域金融機関等を通じて広く行い、また、事前に3回の説明会を開始するなどし、バイヤーや消費者へ有効な情報を提供する意義とその方法について情報提供した。また、展示会終了後には、各社の状況把握と改善点等を共有するための打合せ会を実施した。
- (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」ための研修会等は、新型コロナウイルス感染症の影響で入国が制限される中、当面の需要が見込めないことなどから、実施を見合わせた。
- (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）  
 令和3年1月20日（水） 場所：アピオ甲府
- ②やまなしテクノICTメッセオンライン展示商談会（主催：山梨県機械電子工業会、他）  
 令和2年2月10日（水） 場所：オンライン
- ③ジェトロ山梨と海外需要を取り込むためのセミナーで実施（いずれもオンライン）  
 第1回 中国における越境ECの現状と対応について考える  
 第2回 貿易実務基礎講座（基礎編）  
 第3回 海外展開支援セミナー  
 第4回 英文契約書作成講座（入門編）  
 第5回 英文契約書作成講座（基礎編）
- ④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）  
 令和3年3月9日（火）～3月22日（月）の14日間 場所：日本百貨店  
 当所が出展し、事業者10社の17商品を販売した。
- ⑤グルメ&ダイニングスタイルショー（feel NIPPON 春2021）  
 令和3年2月3日（水）～5日（金）の3日間 場所：東京ビッグサイト  
 当所が出展し、県内日本酒蔵元7社と県内レトルトカレー10社の商品を展示・PRした。
- ⑥山梨の地酒東南アジア輸出プロジェクト  
 ベトナムでは主要都市のロックダウンが行われるなどしたため、例年行ってきたプロモーション事業は実施を見合わせた。しかしながら、現地で販促活動を委託しているコンサルタント等により、新たな飲食店等との取引が開始されるなどしたことから、年間4,932本（720m1換算、前年度の約1/2）を輸出した。

（目標と実績（赤字））

支援内容	26年度 実績		27年度		28年度		29年度		30年度		R1年度		R2年度	
	（上段：目標、下段：実績）													
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	0	1	0	0
一般参加者数	200		200		200		200		200		200		200	
			50		106		45		36		-		-	

業者来場社数	50	50 0	50 0	50 0	50 21	50 28	50 —	
ザ・商談しごと発掘市エンターナー者数	8	10 10	10 13	10 10	10 7	10 5	10 5	
風林火山ビジネスネット参加者数	12	15 11	15 10	20 10	20 10	20 10	20 10	
Koo-fu商品販売額	1億円	1億円 6,416 万円	1億円 5,027 万円	1億円 4,039 万円	1億円 3,470 万円	1億円 2,258 万円	1億円 —	
ワインPRイベント来場者数(合計)	750	750 900	750 200	750 614	750 580	750 700	750 —	
医療関連ものづくり交流会参加社数	34	40 29	40 29	40 30	40 31	40 27	40 27	
KOJ輸出入本数(全世界)	9,300	23,000 43,342	31,000 42,240	33,000 36,322	33,000 29,777	33,000 30,684	33,000 45,970	
大 出展による販路拡 食品系展示会への	出展者数	—	10 5	10 10	10 19	10 22	10 17	10 15
	セミナー参加者数	—	30 41	30 34	30 23	30 15	30 19	30 —
	専門家による支援者数	—	5 21	5 13	5 3	5 4	5 2	5 —
大 載誌による販路拡 雑誌への商品掲	掲載者数	—	10 6	10 21	10 0	10 0	10 0	10 0
	セミナー参加者数	—	30 53	30 0	30 0	30 0	30 0	30 0
	専門家による支援者数	—	5 11	5 6	5 0	5 0	5 0	5 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(R1年度はインバウンドおもてなしセミナー)	—	1 1	1 1	1 2	1 1	1 2	1 —
	セミナー参加者数	—	50 45	50 46	50 191	50 46	50 60	50 —
	外国語表記モデルケース事業者数	—	1 6	5 3	5 0	10 0	10 0	10 —

【令和3年度以降の取り組みについて】

令和3年度からは新たに認定を受けた計画に基づき、次の事業を実施する。①スーパーマーケット・トレードショー等の食品関係の展示会への出展、②山梨ワイン海外輸出プロジェクト、③ジュエリーの中国でのライブコマース販売事業、④SIMPRICHブランドのWebサイトでの販売、を事業ごとに個社の売上等の目標を定め行っていく。

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(実施見合わせの事業も含む))

- (1) フットパス事業は、新型コロナウイルス感染症の影響で実施を見合わせた。
- (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「甲府まちゼミ」を実施した。令和3年2月に実施したまちゼミは、15店舗17講座を実施し受講者は150名となった。なお、講座によってはオンラインで実施したのもあった。
- (3) マンガ・アニメ、実写映画等のロケ地を活用し、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甲斐マンガ塾の開催  
マンガの基礎や楽しさを知ってもらう取組として、小学生から社会人を対象にしたマンガ教室をオンライン併用で実施した（令和2年11月、参加者計53名（小学生コース34名、中学生コース11名、中学生～社会人コース8名））
- ②中心市街地活性化を目的としたまち歩きツアー等は、新型コロナウイルス感染症の影響で実施を見合わせた。
- ③声優のトークショー及びアニソンコンサートなどのイベントは、新型コロナウイルス感染症の影響で実施を見合わせた。
- (4) 例年、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による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実施している「大宝飾展」は、新型コロナウイルス感染症の影響で実施を見合わせた。
- (5) その他の事業
- ①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令和2年10月に国交省等へ要望を行うとともに、令和2年7月には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東海等へ要望した。
- 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、令和2年12月に国交省へ要望した。

（目標と実績（赤字））

支援内容	26年度 実績	27年度	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度
		（上段：目標、下段：実績）					
フットパス事業参加者数	160	200 44	200 44	200 54	200 26	200 10	200 -
まちゼミ参加者数	-	30 44	40 217	50 398	50 882	50 558	50 150
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	- 494	- 53
大宝飾展販売額(万円)	1,300	1,500 969	1,500 853	1,500 963	1,500 1,049	1,500 814	1,500 -
来場者数	通路のため計測不可		2,045	2,105	1,825	1,745	-

※マンガ・アニメプロジェクト事業参加者数は、まんが塾参加者のみの参加人数。

【令和3年度以降の取り組みについて】

令和3年度からは新たに認定を受けた計画に基づき、関係機関と連携を図りつつ次の事業を実施する。①リニア中央新幹線建設促進経済団体協議会の運営、②リニア中央新幹線経済効果推進協議会の運営、③広域観光連携（上田商工会議所、上越商工会議所）による観光客の誘客事業、④産地ブランド”koo-fu”ブランド確立のための商品開発、⑤中心市街地活性化協議会

との連携、⑤まちゼミを通じた新たなまちの魅力開発と創出事業を行っていく。

### 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 (実施見合わせの事業も含む) )

- (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、隔月(偶数月)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ナーディナーミーティングには、職員3名を登録した。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響で研修等は行われなかった。
- (3) オンラインで実施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1名が参加し、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。  
法定経営指導員業務に関する実務講習へ5名(中小企業庁主催)、経営指導員専門研修会へ1名(日本商工会議所主催)

#### 【令和3年度以降の取り組みについて】

令和3年度からは新たに認定を受けた計画に基づき、関係機関と連携を図りつつ次の取り組みを行い、他の機関と支援ノウハウ等の情報交換に努める。①中小企業サポート連携拠点会議への出席(年6回)、②山梨県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)、③山梨県事業承継ネットワーク会議への出席(年2回)、創業支援ネットワーク会議への出席(年2回)

#### 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、中小企業大学校の主催する研修へ経営指導員を年間1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3年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（<https://www.kofucci.or.jp>）で、事業の成果・評価・見直しの結果を公表する。