

**平成30年度  
富士吉田商工会議所  
経営発達支援計画**

**事業評価及び見直し  
結果報告書**



# 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

## <実施内容と課題>

業種別景況FAXリアルタイム調査を四半期ごとに実施し、半年に1回定期的に「設備投資動向」、「賃金動向」、「消費動向」等について実施した。

また、潜在的な地域経済動向については、半年に1度「設備投資動向」、「賃金動向」、「消費動向」等について実施。いずれも実施した内容をホームページ上で公開した。

前年からの課題であった送付数に対する回答率向上のため、今年度はWEB回答を試み、さらに無回答者に個別にアプローチすることにより、回答数を徐々にではあるが改善できている。今年度2・3回目の調査においては、目標である50%以上をクリアできた。引き続き50%の回答率を維持していくため、今後についても部会定例会等を通じ情報提供を行うとともに、回答についても頂けるよう依頼していく。

経営指導員会議については、4月より経営指導員情報共有ミーティングと並行して毎月25日を基準とし、定期的に定例で実施できた。

## <評価・意見>

すべての調査内容で計画している取り組みが確実に実施され目標が達成されている。昨年課題となっていたアンケート調査の回収率も30%台から50%以上に改善され、より実態が把握されるようになった。今後も引き続き地域の経済動向の有効な情報収集と情報発信の取り組みを継続して頂きたい。(外部評価委員会)

30年度評価	A	継続・見直し	継続実施
リアルタイム調査については、指導員情報共有ミーティングにて回答率の向上について検討を行い、昨年から実施している回答率50%以上を目標に取り組んで行く。			

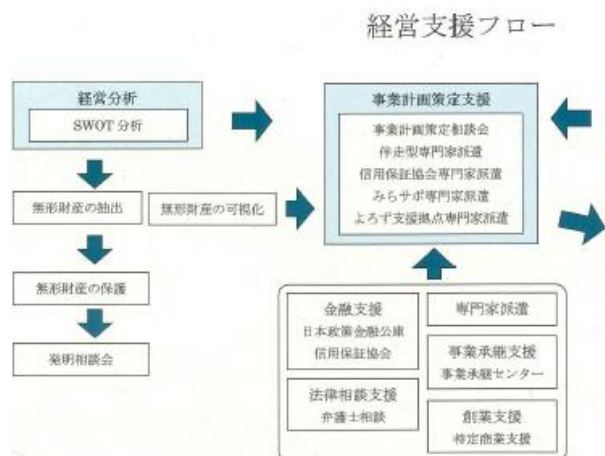
# 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

## <実施内容と課題>

経営相談の中で、経営分析を実施。マル経資金融資調査64件、持続化補助金における経営分析件数25件と年間を通じ計画以上の分析ができた。

無形財産の評価については、持続化補助金をきっかけとした経営計画策定における強みの抽出において、当該事業者特有のノウハウ等の抽出に貢献(25件)。また、商標等の取得支援として12件の知的財産の権利化を支援。

従前からの、課題であった無形財産抽出のための標準化については、経営分析と合わせてフォーマット化が図られている。



## <評価・意見>

経営分析については、販路開拓を目的とした持続化補助金の計画件数が昨年度の17件から25件に増加しより積極的な取り組みが行われ、経営分析の目標数も大幅に達成されている。

無形財産の評価については、毎月弁理士による相談会も開催され、ブランド化を目指した商標の権利化に結びついている。(外部評価委員会)

30年度評価	A	継続・見直し	継続実施
日頃の金融や税務その他指導の中で、事業所が抱えている問題点を中心に、事業計画の必要性を気づかせ、事業計画に基づいた事業展開についての指導を心がけていく。			

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

#### <実施内容と課題>

経営計画の重要性周知については、平成30年4月～平成30年2月の間で9回当所会報の折込みチラシにて経営計画策定支援相談会の周知と同時に実施した。また個別の指導の際、計画の重要性について説明し周知を図った。会員以外への周知策としてはホームページ上で周知を図った。

また経営計画作成セミナーは平成30年4月16日及び平成30年11月26日に開催し、経営計画の意義からSWOT分析を活用した経営環境の再確認、販路開拓策としての持続化補助金活用など具体的な内容のセミナーを行い、2日間で計23名の参加があった。

事業計画策定支援相談会についても4月・5月に4回、伴走型補助金により7月から毎月定期的を実施し計14回行った。事業計画作成支援を中心に事業承継や経営多角化計画、法人化計画等について、年間を通じ40件の相談があり、地域小規模事業者へのサポートを行うことができた。

専門家派遣については13件の事業所に対し、計画策定支援を行った。

今年度は相談会での相談から専門家の派遣まで至らないケースが多く、経営指導員情報共有ミーティング内でもPDCAを実施しながら計画的に実施を試みたが、事業者の都合もあり専門家の派遣件数は13件と目標件数を大きく下回った。

相談会及び指導員によるフォローアップ支援により計画が策定できた案件が30件、計画検討中が6件、相談後まだ日が経っておらず計画策定中が14件、相談の結果計画を延期したケースが3件となっている。

この他、ブランド申請により簡易であるが計画策定者が13件、融資関係での計画策定者が7件、経営力向上計画策定者が1件となっている。

売上の向上が見られた事業者は15件、利益の向上が見られた事業所は8件。補助金の不採択等により計画を遂行しなかった事業所は16件。計画後間もないためまだ成果が出ていない事業者は14件となっている。

次年度においては、計画的な巡回指導を取り入れながら案件の開拓を推進し、専門家の派遣を行っていきたい。

#### <評価・意見>

経営計画策定の重要性の啓蒙と合わせて、具体的な計画支援セミナー開催の周知活動が計画的に行われている。持続化補助金の申請時期に合わせたタイムリーなセミナー開催や、毎月の相談会などが確実に実施され、策定事業者も昨年に比べて増加しており、経営計画の重要性も広く認識されてきている。

しかし、専門家派遣の事業所数は目標に達していない。直接的な原因は事業者からの派遣要請が少ないことであるが、事業者が抱える潜在的な課題は多く存在すると思われるため、掘り起こしの取り組みが必要と思われる。(外部評価委員会)

30年度評価	B	継続・見直し	継続実施
<p>昨年度の事業計画策定事業者の目標は大幅にクリアできた。しかし専門家の派遣については、相談会での相談から派遣まで至らないケースが多く、経営指導員情報共有ミーティング内でもPDCAを実施しながら計画的に実施を試みたが、事業者の都合もあり専門家の派遣数は目標を下回った。</p> <p>そのため次年度においては、計画的な巡回指導を取り入れながら案件の開拓を推進し、専門家の派遣を行っていききたい。</p>			

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

##### <実施内容と課題>

昨年の反省を踏まえ、今年度については平成28年以降、計画を策定した事業所への計画実行の確認、必要に応じたフォローアップ、売上と利益の把握に努め、継続的な支援体制を整えた。まず、指導カルテを作成し、1年以上経過している事業所については年間売上の把握、営業利益の把握を行った。また今年度持続化補助金等の目的により計画を策定した事業所については、進捗状況の確認と実績報告におけるフォローアップを行った。

計画策定後、補助金の不採択等により計画遂行を残念した事業所が39件あった。

フォローアップ支援事業所件数73件、指導回数は336回、平均フォローアップ回数は4.6回と目標をクリアできた。

全体的なフォローアップの中で指導員が伴走しフォローアップを行った結果、新たな課題による専門家の派遣については11件と目標は達成できた。

フォローアップ件数73件の内、計画推進により売上が増加した事業所は35件、利益が上がった事業所は27件、計画策定から日が経っていないため成果がまだ出ていない事業所が19件となっている。今後も継続して支援していく。

The image shows two sample forms used for business support tracking. The left form, titled '事業所カルテ' (Business Card), includes fields for business name, address, and contact info, followed by sections for '経営計画策定後の進捗' (Progress after business plan formulation) and '売上・利益の把握' (Sales and profit tracking) with tables for '事業計画策定後' (After business plan formulation) and '計画策定前' (Before plan formulation). The right form, titled '指導員の記録' (Instructor Record), includes fields for business name and instructor name, followed by sections for '指導内容' (Guidance content) and '指導回数' (Number of guidance sessions) with tables for '事業計画策定後' and '計画策定前'.

作成した経営カルテ

##### <評価・意見>

昨年のフォローアップの取り組みを見直し、指導カルテを作成して継続的な支援体制が整備された。その結果、フォローアップ支援事業者件数と平均フォローアップ回数が大幅に増加している。今年度から実施した取り組みにより、計画を推進した事業者の年間売上や営業利益の把握が可能となり、計画策定の実施による結果も定量的に把握できるようになった。今後とも継続的な取り組みを期待します。(外部評価委員会)

30年度評価	A	継続・見直し	継続実施
<p>事業計画の策定事業者については、昨年の反省を踏まえ、平成28年以降、計画を策定した事業所への計画実行の確認、必要に応じたフォローアップ、売上と利益の把握に努め、継続的な支援体制を整えた。次年度以降についても引き続き、継続実施していく。</p>			

#### 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

##### <実施内容と課題>

- 1) 繊維産業のトレンド情報の提供企業件数

繊維部会 5月20社、6月15社、7月17社、9月21社、10月16社、11月14社。以降見込み1月、2月、3月各15社。各回において産地の機会情報の提供を行った。

現在、繊維部会では、繊維産地の新たな需要の掘り起こしとこれに対応した販売に向けた取り組みに関するプロジェクトを実施しており、プロジェクトを先導する総合ディレクターを据え、同ディレクターが行うプロモーション活動により新たな需要に関する情報を提供している。

## 2) 理容・美容の需要動向の情報提供企業件数

理容・美容業向けに技術向上セミナーを各1回開催した。(理容テーマ「マイルドシェービング」、美容テーマ「トキメキ成人式ヘア&メイク」)各同業組合を通じ、事業者のニーズや世間のトレンドを取り入れたテーマで開催することができた。今後は同業組合に非加入の事業者への周知を検討し、ニーズ・トレンドを踏まえながら事業者の技術向上を支援する。

## 3) 観光客の需要動向の情報提供企業件数

当所観光サービス部会視察研修会と定例会を7回実施。国内や当所管内の外国人を含む観光客の動向等について提供し、延べ参加企業数が221件であった。

## <評価・意見>

昨年に引き続き、今年度も各専門部会を中心に活発な活動が行われており、事業者の関心の高いテーマに取り組みされている。今後もタイムリーな「業種別のトレンド情報」の提供を期待します。(外部評価委員会)

30年度評価	B	継続・見直し	継続実施
需要動向調査については、引き続き継続実施し、情報の提供を行っていく。また理容・美容については組合を通じた幅広い周知を行い、幅広く支援を促していく。			

## 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】

### <実施内容と課題>

#### ①「ギフトショー」出展支援件数

「ギフトショー」出展支援件数

今回ギフトショーへ出展した小規模事業者5件へ個社支援を実施し、商談件数については調査日時点の集計で59件あり、うち7件が成約につながった。

また、ギフトショー以外の展示会への出展支援も1件行っており、ホームページ作成支援等と合わせ新たな需要の開拓に向けた支援を行ってきた。

富士吉田ブランド展示会支援件数

富士吉田ブランド認定事業者への支援として東京都㈱リアルジャパンプロジェクト展示ルームにて展示会を開催した。今回の展示会については12事業者(16商品)に対して平成31年2月19日～22日の4日間実施し、販路開拓支援を行った。

㈱リアルジャパンプロジェクトを通じ約2300名へ案内メールを配信。またフェイスブックでのPRによりフォロワー33,000人に周知。会議所ホームページでの周知や商工会議所役員議員、振興委員、青年部、女性会等180件に周知。来場者数は76件。バイヤーや商社、メーカーの方々等が来所され、それ

それぞれの立場でどの時期にイベント時の活用や催事の際の取り扱いについて検討いただき、促決断までには至らないが、今後の取り扱いの選択肢として資料を持ち帰る傾向にあった。また期間中一般の方も来所され、3商品について直接その場でご購入いただき、商品のPRを行うことが出来た。

## ②会報チラシ折込み件数

会報折込みサービスについては、徐々に周知も広がり、また経営指導の際の販路拡大策としてB to B取引に有効であるため有効活用を促したりしており、今年度利用率も計画を上回った。チラシ作成支援については持続化補助金等を通じた作成支援を行った。

今後も販路拡大策の1ツールとして積極的な活用の促しと作成支援を行っていく。

## ③ホームページ作成支援件数

ホームページ作成支援についてはホームページを持っていない事業所を中心にホームページの重要性についてのアドバイスから作成方法や管理方法についての支援を行った。

またホームページの作成に活用できる持続化補助金やIT補助金等の制度内容説明から申請支援を行った。

ECサイト作成については各社の状況を踏まえたサイト作成や既存のサイトへの参加出店等を含めたアドバイスを行った。

また、SNSの活用についてもSNSの種類、利用年代の分布などの情報提供を行う中で登録方法や活用方法についてのアドバイスを行った。

## ④富士山モール掲載支援件数

平成25年5月開設ということもあり開始から約6年経過していることから、地域事業者の登録は飽和している。今後も引き続き支援を行うが富士山モール新規掲載先の獲得には新たなPR方法の検討が再度必要となってくる。今後も新規ホームページ作成支援者を対象に支援を行っていく。

## ⑤外国語標記メニュー支援件数

相談は9件あり商圏内人口減少等の危機感から増加したが、外国人の来店はまだ僅かで人材不足等による多忙からインバウンド対応には手が回らず、外国語標記メニュー作成はカレー専門店の1件であった。

次年度も相談件数の増加が予想されるため、引き続き支援していく。

## ⑥観光土産品等のテスト販売

出品事業者は引き続き昨年と変わらない。現状の売り場としての集客が決して多いとは言えないため単なる売り場確保ではなく、商品のセレクトはしっかり行われており、ブランド認定商品等を通じ支援を行った商品等のテスト販売としての活用が有効と思われる。

## ⑦製造業者の小売直販「売り場づくり」支援

直販支援として、生地販売サイトへの掲載支援を行っている。本年度、当商工会議所繊維産地活性化プロジェクトにおいて、テキスタイルの受注サイトを立ち上げ、17社に対し、サイトでの販売を支援した。

## <評価・意見>

### ①ギフトショー出展者支援

個別企業に対する出展支援が実施され、多くの商談成立に結びついている。計画の事業内容は「ギフトショー」の出展支援であるが、今年度は「富士吉田ブランド展示会支援」も行われ、個社支援と同時に地域ブラ

ンドの認知度向上として地域創生の一助になっている。

②会報折り込みチラシ

地域密着型の「地域内への販路開拓」に対しては有効な方法である。持続化補助金の活用などを引き続き働きかけてください。

③HP作成支援

IT技術の発達や消費者志向で情報伝達の方法などの変化があるため、今年度実施したSNSの活用は今後とも継続してください。

⑤外国語表記メニュー

インバウンド観光客の増加によるニーズは高いと思われるので引き続き取り組んでください。

⑥観光土産品等のテスト販売

富士山ミュージアムにおける販売数が年々減少してきており、商品の入替を含め再検討が必要な時期に来ていると思われます。

⑦製造業者の小売直販「売り場づくり」支援

製造業者が小売直販に取り組むことで、市場動向やニーズを把握する良い機会になると思われます。

30年度評価	A	継続・見直し	継続実施
①ギフトショーについては引き続き支援を行っていく。 また、富士吉田ブランド展示会についても次年度以降把握していく。			
②チラシ作成については、個別指導を行っていく中で、経営計画策定後の販路開拓指導等において専門家をもとに指導していく。			
③ホームページ作成支援については、まだホームページを持っていない事業者を中心に作成支援を行っていく。			
⑤外国語表記メニューについては、引き続き外国人観光客が増加していることから、新規店舗を中心として周知を図っていく。			
⑥観光土産品のテスト販売については、会報やホームページに掲載し、周知を図っていき、新規の事業者の発掘に努める。			
⑦直販支援として引き続きサイトでの販売を支援していく。			

## II 地域経済の活性化に資する取組み

### (1) 門前町プロジェクト【(別紙4) ③参照】

#### <実施内容と課題>

官民連携して、ハード事業に、国・県・市と商工会議所等で構成する「国道138号拡幅に伴う周辺地域まちづくり検討委員会」に参画、ソフト事業として県世界遺産富士山課が事務局の「富士山世界文化遺産保存活用推進協議会「リバーズ！富士講プロジェクト」」に 富士吉田商工会議所として参加し、門前町のまちづくり計画をハード、ソフト両面から推進した。

#### ①ハード事業

##### 国道138号拡幅に伴う周辺地域まちづくり検討委員会

富士山世界遺産に伴い構成資産である、北口本宮富士浅間神社前の道路整備計画の実施 に伴い国、県、



市、商工会議所、地域自治会、学識経験者で構成する「国道138号拡幅に伴う周辺地域まちづくり検討委員会」を開催し、官民一体となって、「門前町づくり」に向けて協議した。

富士吉田市は、平成28年3月策定した「富士吉田景観計画」に伴い景観形成重点地区として、御師の街並み沿道ゾーンの整備を検討。30年度は、富士見公園前から旧地場産センター前付近の道路計画、舗装の高質化など、今後、国道138号整備のタイミングに合わせ計画的に景観づくりに努める計画・作業を実施。

山梨県は、世界遺産の視点から御師住宅や北口本宮富士浅間神社等の顕著な普遍的価値を損なわないための留意点と対応方針（案）を記載した「保全状況報告書」をユネスコに提出し、世界遺産保持に対する活動を行った。

国としては、平成30年度国道138号（新屋根）に向けて用地調査を行い、用地買収の目途がつき次第、工事着手を予定している。

富士吉田商工会議所として、「門前町実現に向け」国道138号拡幅に伴う周辺地域まちづくり検討委員会を通じて早期着工の働きかけを行った。

## ②ソフト事業

### リバーズ！富士講プロジェクト事業

山梨県県民生活部世界遺産富士山課が事務局を務める「富士山世界文化遺産保存活用推進協議会「リバーズ！富士講プロジェクト」」に富士吉田商工会議所として参加。

①PRツールとして、①巡礼路マップ「富士参詣の道を往く」32,000部作成、富士五湖周辺の市町村、観光施設等に配布。ルート、各施設を掲載。英語版を作成、配布。

②行衣・金剛杖

御師の宿「筒屋」に江戸時代から伝わる版木で行衣100着作成。金剛杖（50本購入）。富士山世界遺産センターに保管し貸出。富士講追体験ツアーで着用。

③REBIRTH！富士講プロジェクトマスコットキャラクターを作成し活用方法を以上の取組みを連携して支援した。

## (2) 企業活動推進プロジェクト【(別紙4) ④参照】

### ① 富士山ブランド認証事業

#### <実施内容と課題>

今年度は7月に商工会議所会報やホームページによる公募を行い、応募件数14件、一次審査・二次審査を経て8商品が認定出来た。昨年8商品と合わせて16商品に対し富士吉田ブランドホームページ及びパンフレットを作成し商品のPRに努めた。

また販売支援として認定事業者の勉強会を3回開催、販売ノウハウの習得支援を行った他富士吉田市におけるふるさと納税のサイトに富士吉田ブランドの特集ページを掲載していただき、さらに商品紹介欄には富士吉田ブランド認定商品とわかるマークの付与をしていただいた。2月には東京都内において展示会を開催し、バイヤーや消費者への商品紹介と商談の機会を創出する等、販路開拓支援に取り組んだ。

次年度は認定商品の販売支援として地元販売拠点の整備と展示会の開催、さらなるPRに努め、売上向上策の一助としていく。

## ② 富士北麓繊維産業海外展開プロジェクト

### ＜実施内容と課題＞

平成28年度まで、JAPANブランド支援事業を活用し、繊維事業者6社の参画により、北欧デザインを活用した海外展開事業に取り組んでいた。昨年度からは、事業戦略を再検討するなか、スウェーデンデザイン協会より、事業のマッチングとなる複数の提案を受け事業展開を検討していたが、同協会の体制変更（多団体との合併）により方針が変わりこちらの望むプロジェクトの進行が困難になってしまった。また、プロジェクト開始当初から参画事業者の経営戦略にも変化があり、これまでのような画一的な取組みでは、各社のメリットを最大化することが出来なくなっている状況にあるため、活動の方向を転換。プロジェクトを通じ出会ったスウェーデンとの窓口を通じ情報を収集し個別に機会を捉えていく活動を行った。

## ③ ダウンタウン・プロジェクト【(別紙4) ⑤参照】

### 1) 空き店舗対策事業の推進

#### ＜実施内容と課題＞

富士吉田市の空き店舗対策補助事業を活用したのはネイルサロン1件、ゲストハウス1件の計2件。平成28年度から平成30年度までの3年間の累計は8件。飲食・宿泊等サービス業の相談が複数あったが希望物件が見つからず現時点で出店には至らなかった。

次年度も市役所、不動産会社等と連携し、課題となっているミスマッチングの解消を図るなど空き店舗対策を推進していく。

### 2) インバウンド観光受け入れ環境整備

#### ＜実施内容と課題＞

外国語のメニュー表記の支援により外国人受け入れ可能な飲食店を増やした。また飲食店の店名を英語併記した飲食店のガイドマップについて、今年度は協議の結果富士五湖観光連盟と河口湖商工会さらには南都留中部商工会を巻き込んで、富士五湖地域として共同で作成検討し年度をまたいで31年度当初に作成配布することとなった。

訪日外国人旅行者の傾向やおもてなし方、その対策に適した接客英語にフォーカスした英会話教室を開催し、飲食店等を対象に観光人材の育成やおもてなしの推進を図った。

次年度も継続して訪日外国人の利便性を図ると同時に地域内飲食店等を支援していく。

## ④ ホームタウン・プロジェクト【(別紙4) ⑥参照】

### ＜実施内容と課題＞

今年度も昨年度に引き続き、富士吉田市地域総合戦略における基本目標の「人を呼び込み・人に選ばれる魅力ある地域づくりの推進」事業へ積極的に取り組み、富士吉田の「地域らしさ」のPRに支援した。この情報を「SNS」等を活用し、有効的に情報発信することにより「定住したくなる」等の魅力ある街づくり事業に繋げ、人口減少の抑制に取り組むものである。

今年度、第3回目となる「ハタオリマチフェスティバル（地場産業の繊維事業を主とした祭り）」を、富士吉田市・西桂町・本商工会議所・民間企業が一体となり、当市中心市街地である「下吉田地域」を起点に「まちなかの賑わい創出事業」として取り組み、空き家・空き店舗等のバンク登録された「店舗」を活用するなか、2日間に亘るイベントにおいて、ふじよしだ定住促進センターと連携し、『移住・定住』等のPRを県内外より約10,000人超の来街者数に対し、チラシ等を配布すると共に、ハタオリマチインターン

プロジェクト「ハタオリマチルーキーズ」として、織物に興味のある方や学生等を対象とした職場体験募集について、出張相談窓口に対応した。

次年度も、地場産業の振興と観光資源の融合により、新たな人口減少対策等魅力ある街づくり事業に繋がられるよう、取り組むものとする。

#### ⑤ Greater 富士山/Greater 富士吉田発信プロジェクト【(別紙4) ⑦参照】

##### <実施内容と課題>

国内外から「富士山」についての認知度は非常に高いものがあるものの、その麓に位置する当富士吉田市についての認知度並びに、知名度は極端に低く「ランドマーク」となるものが数少ない状況にあった。近年、「外国人ツアー客」には人気のある「新倉山浅間公園」からの「富士山眺望」や、本町通り商店街から見える「街並みと富士山」等、一躍観光スポットとして情報が拡散されてはいるが、当富士吉田市内の産業については、国内外への情報発信は、まだまだ認知度不足感が見受けられる。

この様な中、SNS等の活用により「ハタオリマチフェスティバル」においては、県内外より約10,000人超と、予想を上回る来街者数がある等、改めてSNS等の情報発信力の脅威を感じるものとなった。

尚、昨年度本市の産業を重点に作成した、プロモーションビデオ「ネクタイ編・うどん編・ミネラルウォーター編」についても、「SNS」等の活用にて、5月より情報発信したところ国内のメディア関係者からの問い合わせが多数ある等、当富士吉田市の魅力や、産業情報等を発信することにより、認知度向上に努めることができたものと思慮される。

##### <評価・意見>

個社支援と共に地域経済の活性化への取り組みも重要で、富士吉田ブランド認定事業者も16事業者となり、地域創生の役割も果たしています。地域経済の活性化に取り組む富士吉田市や各種プロジェクト等との連携した活動を通じて小規模事業者の「経営力向上」が図られるかが重要であるため、この視点での支援が今後とも必要と思われまます。(外部評価委員会)

30年度評価	A	継続・見直し	継続実施
各事業の実施において、地域活性化に寄与すると共に個々の事業所の経営力向上が図れるよう配慮していく。			

### 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

##### <実施内容と課題>

ハンズオンチームの活用については、経営指導員会議の中で、計画策定相談案件におけるその先の販路開拓支援の1ツールとしてフローチャートにより指導の流れを共有し、具体的な販路支援の必要な案件について各指導員が活用できるよう仕組みを整えた。また創業支援についても流れを作成し、共有化を図った。

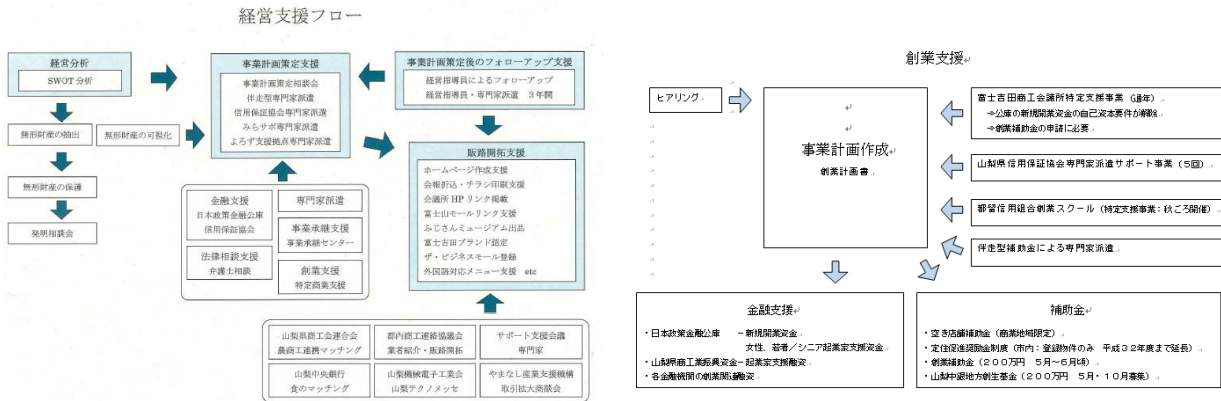
しかしハンズオンチームへの紹介まで至った案件は1件にとどまった。具体的にはインターネットを活用したインバウンド向けサービス案件として県の経営革新サポート事業を活用した。

郡内商工連絡協議会における共同研修会は税務研修会等3回実施した。個社の事例の紹介については経営発達支援計画を実施していない支援機関もあり、まだまだ仕組みとして他の支援機関との個社支援における連携については課題があるため、1件のみとなった。

創業セミナーについては都留信用組合との連携により、本所をはじめ協議会所属商工会とも連携を図り、相談者支援のため推進できた。

また事業承継セミナーについても協議会の後援により、西桂町商工会より担当者1名、南都留中部商工会より事業者2名担当者1名、都留市商工会より事業者2名参加いただき、連携開催ができた。

次年度においても引き続き働きかけを行っていきたい。



## <評価・意見>

ハンズオンチーム自体の支援企業数も減少傾向ですが、各機関との情報交換を密にして連携を図る取り組みを期待します。(外部評価委員会)

30年度評価	D	継続・見直し	継続実施
郡内商工連絡協議会については共同セミナーの開催等についてはクリアしたが、経営発達支援計画を実施していないところもあるため、次年度以降も支援ノウハウ等の情報交換を積極的に行っていく。			

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### <実施内容と課題>

#### ① キャリア別経営指導員研修会

日本政策金融公庫甲府支店を招き、初級者への研修としてマル経資金に関する基礎講座を実施、また中級以上者への研修として融資における決算書の見極めポイントについて研修した。

#### ② 外部機関活用経営指導員研修会

経営計画策定セミナーを2回、事業承継勉強会を1回、軽減税率制度説明会を1回開催。

今後も、指導員の資質向上に向け受講する。

#### ③ 経営指導員情報共有ミーティング開催回数

経営指導員情報共有ミーティングについては、4月より毎月5日を基準とし、定期的に定例で実施できた。

特に経営指導員については、入れ替わりなどにより経験の浅い指導員が半数を占めるため、指導における指導フローや創業相談などにおける流れで指導方法を共有化した。また持続化補助金勉強会、各指導員が参加した研修会における重要事項の情報共有や補助金制度の情報共有等、指導員のレベルの均等化、知識の均等化を含め実施した。

次年度においても引き続き情報共有を目的に実施していく。

#### ④ 経営支援ノウハウ共有化研修（全職員研修会）

全職員を対象に、年3回程度の研修会を実施。経営改善普及事業や、経営発達化計画等の研修会並びに、事業承継に係る各種制度について実施。

今後は、経営指導員不在時に補助員も含め、小規模事業者に対応できる体制を整えて行きたい。現在、相談対応時に活用する会員カルテの整備により、相談内容等については共有化が図られている。

#### ⑤ 国家資格取得者報奨金制度

##### 検定試験取得教材購入補助制度

今年度は、税理士、中小企業診断士、社会保険労務士等国家資格取得者の該当者は無かったが、現在1名がITパスポート国家資格取得に向けて挑戦中となっている。

次年度以降、経営指導員をキャリア別に分け、資質向上のため資格取得における奨励制度の策定に努めたい。

尚、日本商工会議所簿記、ビジネス実務法務、PC、販売士検定の各2級以上の取得希望者はあったが、資格取得迄には至らなかった。

次年度は、上述同様に経営指導員の資質向上を目的とし、日本商工会議所の各種検定2級以上の取得に向け、教材購入補助制度の策定に努め奨励支援する。

#### <評価・意見>

経営指導員経験が2年以下の指導員が7名中3名を占めており、知識と経験の底上げが必要と思われます。ベテラン経営指導員との同行やチーム体制によるOJTの教育体制など検討してください。(外部評価委員会)

30年度評価	A	継続・見直し	継続実施
経営指導員等の支援能力の向上については、引き続き外部機関の活用やOJT、OFF-JTを通じ、外部を活用した勉強会や定期的に開催する指導員情報共有ミーティングにおいてスキルアップを図るなど計画的に進めていく。			

### 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

#### <実施内容と課題>

所内に中小企業診断士を委嘱、経営指導員と「事業評価検討会」を開催した。

評価報告書を基に、外部3名の「第三者委員会」を開催し事業評価を行った。

今年度についても、評価を次年度に反映するため3月に開催し指摘項目の改善に努めた。

これらの結果を正副会頭会議に報告し、PDCAサイクルにつなげる。

今年度は、H29年度の反省を踏まえ、毎月経営指導員の情報共有ミーティングにて「PDCA」を活用した事業の進捗状況・方向性の確認等の各種情報の共有化に努めた。

次年度は、今年同様「情報共有ミーティング」等において「PDCA」の活用により、さらなる各職員のスキルを高め、会員より信頼される商工会議所職員として会員事業所へ貢献を目指したい。

#### <評価・意見>

昨年度の評価会議での意見が反映され、見直しに繋がっています。(外部評価委員会)

## 全体的な総括

### (1) 総合評価

計画3年目までの成果として、以下のような取り組みの仕組み作りによりほとんどの目標が達成されています。

- ・地域の業種別景況FAXリアルタイム調査による実態把握と情報提供
- ・経営計画のチラシ配布やHPによる重要性の周知
- ・事業計画策定支援相談会の年間を通じた計画的な開催
- ・計画策定後のフォローアップ支援体制
- ・指導カルテによる個社の売上・利益の定量的把握
- ・富士吉田ブランド認証事業と展示会への販路開拓支援

### (2) 来年度に向けた課題

今後の課題としては、

- (1) チャレンジする事業者の更なる掘り起こし
- (2) 目標が未達であった専門家の活用
- (3) 若手経営指導員のスキルアップ

特に(3)については、

経験の浅い指導員が多い中、中堅以上の指導員のフォローにより、支障なく計画の遂行が出来ていますが、更なる知識と経験の底上げが必要と思われます。

#### <参考> 経営発達支援事業における基本方針の6 STEP

STEP① 自社の「経営状況の分析」を支援し

STEP② 小規模事業者の提供する商品・サービスの「需要動向に関する情報」を収集・提供し

STEP③ 「地域経済動向に関する情報」の収集・整理・分析データを提供し

STEP④ 自社の経営状況と需要動向を見据えた「事業計画の策定」を支援し

STEP⑤ 「事業計画策定後の実施支援」に関し、伴走型での指導・助言を行い

STEP⑥ 「需要の開拓に寄与する」ために、広報、展示・商談会、ITの活用等の支援を行う

新年度における計画については、今回の外部評価委員会の結果と課題を踏まえ、毎月1回経営指導員情報共有ミーティングを開催し、この指導員会議を中心として年度当初から計画的に推進し、巡回指導や窓口相談時に使える周知チラシを作成し、また専門家の派遣についても、積極的な活用を心がけ、ニーズの掘り起こしを行っていく。

若手経営指導員のスキルアップについては、経営指導員情報共有ミーティングを通じ、情報の共有を図る他、OJTを通じたスキルアップ、知識と経験の向上を図っていく。

