

経営発達支援計画の概要

実施者名	西川町商工会（法人番号 9390005007729） 西川町（地方公共団体コード 06322）
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日～令和 12 年 3 月 31 日
目標	経営発達支援事業の目標 1. 観光客を取り込むための DX 推進 2. 新規創業を見据えた未来の担い手の育成
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること ①独自アンケートによる現状調査 4. 需要動向調査に関すること ①地域資源に関する調査 ②D X 推進に関する調査 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析する事業者の掘り起こし ②経営分析個別相談会 6. 事業計画策定支援に関すること ①D X 推進セミナーの開催 ②事業計画策定個別相談会の開催 ③創業・第 2 創業セミナーの開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①年 12 回の巡回によるフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①S N S ・ E C サイト活用セミナーの開催
連絡先	西川町商工会 〒990-0702 山形県西村山郡大字海味 475-8 TEL：0237-74-3135 FAX：0237-74-3110 E-mail：nishikawa@shokokai-yamagata.or.jp 西川町かせぐ課商工係 〒990-0792 山形県西村山郡大字海味 510 TEL：0237-84-0566 FAX：0237-74-2601 E-mail：shoko@town.nishikawa.yamagata.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

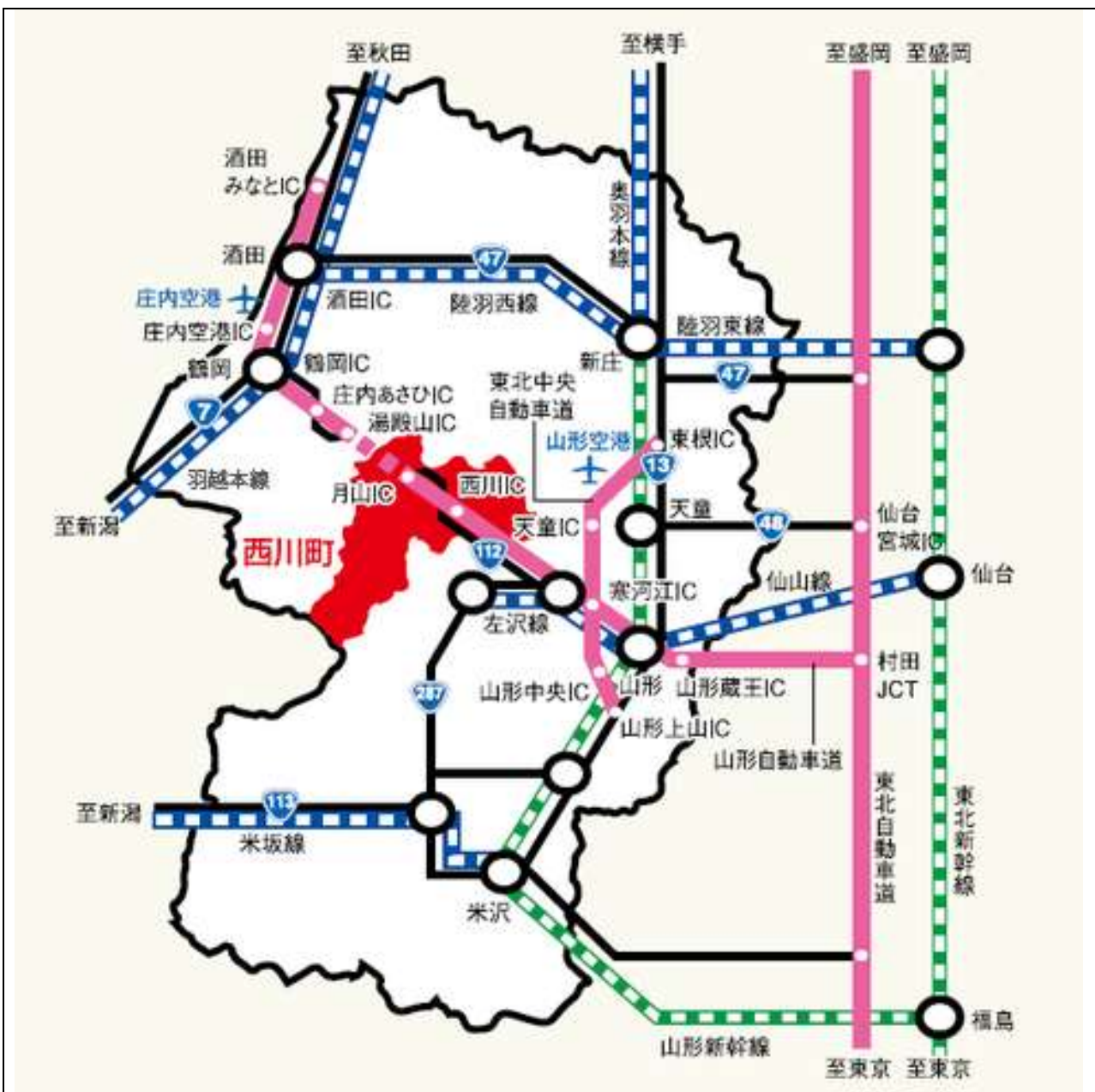
① 現状

【地形や気候】

西川町は山形県のほぼ中央に位置。名峰月山の恵みを受けた自然に囲まれた地域。総面積の95%は産地が占めており、平地は町の中央を流れる寒河江川とその支流沿いにわずかに広がっている。可住地面積は12.65km²（総面積の3.2%）と川沿いに集中している。

冬期間は中心部で1.5m前後、山間部では最大6mに達する豪雪地帯。月山の雪は夏まで溶けにくいいため日本で一番遅くまで滑走できるスキー場として、4月～7月は「月山夏スキー」と大々的に県外・海外へPRして誘客を図っている。





【人口の推移】

昭和 45 年に 10,740 人だった人口は、平成 22 年に 6,395 人、令和 6 年 4 月には 4,623 人まで減少。高齢化率 46.5%と山形県で最も高い地域になっており、町内には小学校と中学校が各 1 校ずつ（各学年 1 クラス）のみとなっている。

西川町の人口・世帯数の推移 （山形県HP「人口と世帯数データ」より）

年次	人口（人）	世帯数（世帯）
平成22年	6,395	1,910
平成26年	5,762	1,851
平成30年	5,181	1,730
令和6年	4,446	1,644

【豊富な地域資源】

自然に恵まれた地域ならではの資源が多く、町民にとって当たり前のように価値を求めている観光客が多い。

●水

万年雪に覆われている月山の雪融け水が時間をかけて山麓に湧き出ており名水百選に選定されている。

「月山自然水」として販売しており観光客からも人気。



●温泉

月山の麓の志津温泉街では、月山の雪が天然温泉として湧いている。県外からの観光客だけでなく東南アジアなどインバウンド客も非常に多い。

●山菜

四季折々の山の恵みが豊富に採れる。月山筍・わらび・なめこ等種類も多く、飲食店や旅館による季節に合わせた料理提供は観光客へのおもてなしとして大変喜ばれ、リピートにつながっている。山菜の時期は道の駅が県外客であふれ、県外物販でも山菜は真っ先に完売している。

●雪

豪雪地帯という特徴を活かし「月山夏スキー（4月～7月営業）」「月山スノーランド」「雪旅籠の灯り」など観光客をターゲットにしたイベントも多く開催している。



(志津地区の積雪量)



(月山スノーランド)



(雪旅籠の灯り)

【西川町の新たな取り組み】

令和4年に新たな町政となり、関係人口・交流人口増加を目的とした革新的な取り組みに力を入れている。外貨獲得と人口増加を目標としており少しずつ成果が出始めている。

●全国規模のイベント「sea to summit (モンベル主催)」 「ONSENガストロノミー」の開催

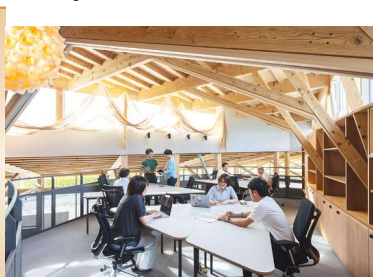
各イベントには全国から300人ほどの参加者が集まり、月山や月山湖にてトレッキングやカヌーの満喫、地域の観光スポットの食べ歩き巡りを実施している。知名度アップだけでなく町内事業者の売上増加にもおおいに寄与している。

●サウナ、複合施設等の新設

国の交付金などを活用して、令和5年に道の駅に本格サウナを設置。令和6年6月にはコワーキングスペース・シェアオフィス・シェアキッチンなどビジネスにも交流にも機能性の高い複合施設「トラス」を新設した。



(新設したサウナ)



(複合施設トラス「ミーティングスペース」と「外観」)



【DXへの取り組みの現状】

《町としての取組》

令和5年に策定した第7次西川町総合計画の基本計画では、地域資源とデジタルを融合させた稼ぐ町づくりを目指すとして明記しており、町内の小規模事業者を巻き込んだ新しい取り組みを実施している。

●キャッシュレス30%還元キャンペーン

令和6年1月1日から1月31日の1か月間、初のキャッシュレス30%還元キャンペーンを実施。それまで町内のキャッシュレス導入は約40社に留まっていたが、商工会が新規登録を強く推進し、キャンペーン開始時には70社を超える参加となった。年配の家族経営が多い西川町にとって、デジタル化に向けた大きな第一歩となった。

●タブレット端末「つながるくん」の全戸配布

令和6年1月より町の町内全戸へタブレット端末を配布した。防災無線や行政情報、災害時の安否確認などリアルタイムで情報発信が可能になった。消費者ニーズ調査や町の事業に関するアンケート、後述するクーポン券事業など西川町全体のデジタル化に向けて活用している。

●つながるクーポン事業

令和6年9月2日～9月30日の1か月間、「つながるくん」を活用したクーポン券発行事業を実施した。各世帯5,000円分のデジタル商品券を対象店舗48社にて使用できる内容で、デジタル化の浸透と経済効果に大きく寄与した。



(キャッシュレス還元キャンペーン)



(つながるくんトップページ)



(つながるクーポン画面)

《商工会としての取組》

町による事業実施に伴い、町内の小規模事業者のデジタル化へのサポートを商工会の主な役割としている。町と事業者にはデジタル化への考えに未だ温度差があるが、商工会が緩衝材となることで新しい取り組みの受け入れやキャッシュレス等への新規登録がスムーズに進められているのが現状。デジタル化に関する内容を説明会で即理解できる事業者はほぼおらず、その後の商工会の巡回訪問で個別具体的にサポートして初めて納得するケースが多い。

《小規模事業者としての取組》

町政がデジタル化に向けてスピード感のある取り組みを進めている一方で、小規模事業者の理解と環境整備が追い付いていない現状にある。家族経営が大半の西川町の事業者は通常の経営で手一杯な状況であり、インボイス制度や電子帳簿保存法など覚えるべき内容が多い中、デジタル化への対応は心理的に相当負担になっており後回しになりがち。それだけに商工会の伴走支援はデジタル化に向けて欠かせない存在となっている。

【業種別の商工業者数の推移】

(単位：件)

	平成20年度	平成25年度	平成30年度	令和6年度
○地区内商工業者数	337	316	264	251
○小規模事業者数	300	274	232	215
うち 小売・卸売業	75	72	62	46
宿泊・飲食業	61	51	44	44
サービス業	50	48	41	36
製造業	41	35	28	27
建設業・林業	50	47	39	26
その他	23	21	18	15
○商工会員数	260	237	196	194

(令和3年経済センサスより)

【業種別の景況感】

・飲食業…交通量が多い国道112号線沿いに多く点在しているため昼間の利用が多い。そのため西川町の特産品やイベント等をPRするための発信源として大きく貢献。

一方で後継者不在の高齢夫婦で経営する事業者がほとんどであるため、廃業か第3者承継を選択する時期にきている。高齢なだけにDXへの意欲は低く、商工会の支援で最低限のキャッシュレス決済を導入する程度にとどまっている。

・小売業…生活雑貨を扱う店舗を中心に売上は年々減少傾向。大型店の地方進出やネット販売の拡大などで、消費者の町内購買力の低下が進んでおり廃業率が最も高い。(上表より)

観光客が見込める菓子類・酒類等の店は商品の付加価値を上げるなど自助努力で売上を維持しているが、家族経営で宣伝に力を割けず誘客が思うようにできていない事業者が多い。

・宿泊業…山間部の志津地区に温泉街があり県外・海外からの利用客が多い。西川町は夏スキーや雪旅籠など雪を特徴とした観光イベントが豊富なため団体客や連泊客も多く、町内の小売店や飲食店への波及効果も大きい。

一方で、50年以上続く旅館がほとんどであるため設備の老朽化が目立つ。設備更新を含め資金繰りに悩む事業者が多い。サービスの複雑化でマンパワー不足に悩む事業者も多いが、コスト削減のため繁忙期以外は家族経営で対応している。

・製造業…製麺・酒造・缶詰工場等の食品製造業を中心に安定した売上を維持している。一方で縫製や自動車部品等は元請の影響を受けて売上が不安定。家族以外の従業員を雇用しているのはほぼこの業種のみ。

・建設業…従業員を抱える建設会社のほか、下請中心の一人親方が多い。30代～80代まで幅広く職人がおり、冬期間は除雪の請負などで売上を確保している。

【県外からの移住・創業】

町の様々な取り組みの成果により県外からの移住者が少しずつ増えている。令和5年には移住者を含む創業相談が10件あり、令和6年9月時点で6件(うち5件は40代以下)は商工会の支援を受け創業に至った。長年地元民向けに商売を続けてきた事業者が多い西川町にとって、商売の在り方に変化が起き始めている。

② 課題

【DX推進の課題】

町と商工会が継続してデジタル化の事業に取り組んでいることで、小規模事業者のDXへの考え方に変化が出始めており、キャッシュレス対応など基盤は少しずつ整いつつある。特に商工会の伴走支援は事業者の心理的負担の緩和に繋がっていると実感している。

一方で当町の豊富な資源を求める観光客が多いという現状に対し、デジタルを使ったPRが少ないためスマホ中心の現代の観光客を効果的に取り込めていない。今後更なる外貨獲得を目指すには、事業者へDXを推進しSNS等を活用した効果的な宣伝に取り組むことが課題である。

【未来の担い手づくりの課題】

高齢化の進む当町においては、事業承継や創業を進めなければ経済が縮小するのみ。しかしこれまでの承継支援の手ごたえとしては、後継者探しや第3者承継の可能性があるのはごくわずかでほとんどは廃業がやむを得ない状況にある。

一方で前述したとおり町では定住人口増加に向けて力を入れており、当会にも移住者からの創業相談件数が増えている。これらの移住者の定着化を促進して創業・承継につなげることが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

【商工会の長期ビジョン（10年程度）】

前述した課題を踏まえて観光客との関わりが多い飲食業・宿泊業・小売業をメインターゲットにSNS等の活用支援を重点的に実施する。西川町は水・山菜・雪など地域資源が豊富なので、SNS等による宣伝が浸透することで県外からの観光客増加による売上増加が期待できる。

一方で、関係人口・交流人口増加に向けた様々な事業やイベント実施により移住者が増加しているという特徴を踏まえ、移住者と町内事業者とのつながり強化に向けて、移住者と既存事業者の交流する場を設ける機会を増やしていく。

【西川町第7次総合計画との連動性・整合性】

令和5年に策定した第7次西川町総合計画では以下の5つの基本目標を掲げている。また連動する施策の一部を抜粋する。

- ① 稼ぐ！地域の資源とデジタルを融合させた魅力ある産業、仕事がある西川町をつくる
 - ・ 地域資源を活用し、地域課題解決に向けて取り組みを積み重ねることで活性化を図る
 - ・ 地方経済を支える企業は、デジタルを活用して生産性を向上させることが重要
 - ・ 地域の中小企業等がデジタルを活用し、地方の社会課題解決と収益性の両立を目指す
- ② つながる！外に開かれ、みんなをつないでパートナーシップを大事にする西川町をつくる
 - ・ 観光は関係人口の裾野拡大のための入口である観光客（交流人口）を取り込む重要な産業
 - ・ ターゲットを明確化して消費を拡大する持続可能な取り組みを展開
- ③ 育む！子育ての希望をかなえ、この地域ならではの学びを保障する西川町をつくる
- ④ 支えあう！町民誰もが安心して豊かな心で生活できる魅力的な西川町をつくる
- ⑤ 持続する！デジタル田園都市の実現に向けて全力を尽くす

前述した現状と課題を解決するために、商工会の長期ビジョンにおいて観光に関わる飲食業・宿泊業・小売業をメインターゲットとしており、当会のDX支援は①②の施策と一致する。

【西川町商工会の役割】

●事業者が経営とDXのつながりの重要性に気づくきっかけを与える役割

西川町の事業者の多くは高齢者が多い地元住民をターゲットにしているため、地域資源こそ認識しているもののDXは不要と考えている。商工会では事業者に対してDXの必要性を根気よく啓蒙しつつ、対話と傾聴を通して事業者と伴走し意識改革を目指す。

●未来の創業者を増やすため既存事業者と関係人口のつなぎ役

高齢化と人口減少が止められない中、新たな創業予定者の掘り起こしが役割。現状を踏まえると、その中には県外からの人材も多く見込まれることから、創業予定者と既存の町内事業者の関係性をつなぐことも重要となる。互いの考えを対話・傾聴により引き出し、納得した上で創業することで、10年後の西川町の小規模事業者の持続的発展につながる。

(3)経営発達支援事業の目標

●目標1. 観光客を取り込むためのDX推進

→観光に関わる飲食業・宿泊業・小売業をターゲットとして、県外の観光客を効率よく取り込み売上増加を目指す。特に商品・サービスPRのDX化に向けたセミナーや相談会等の事業を重点的に実施して潜在的な観光ニーズを取り込み、誘客促進を図る。業種によってPRすべき特徴が異なるため、専門家と連携しつつ事業所ごとの強み等を事前に分析して事業者自身がDX化の重要性に気づき納得した上で取り組めるよう伴走支援する。

●目標2. 新規創業を見据えた未来の担い手の育成

→事業者の高齢化という課題を抱える一方で移住者が増えているという強みもある。移住者の多くは西川町の地域資源への関心や創業に対する意識が高いため、商工会が移住者と地域の事業者のつなぎ役となり創業や事業承継につながるよう伴走支援に取り組む。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針（商工会のアクションプラン）

【目標1. 観光客を取り込むためのDX推進】

① 対話と傾聴によるDXの重要性の啓蒙

小規模事業者へDXの必要性を理解させることが最も重要。各事業者の経営課題の本質を突き詰めるとおのずとデジタル化が必要になる。対話と傾聴により自社の根本を見つめなおし、気づき、自ら行動にするに至るまで伴走支援する。

② 観光ニーズに沿った地域資源の活用方法を推進

当町の現状として豊富な地域資源に価値を見出し求めてくる観光客のニーズが多いため、地域資源を商品や販売促進など経営に活用することは重要。当町が第1次商圈として掲げている仙台や東京の観光ニーズを事業者と情報共有しつつ、特に飲食業・宿泊業・小売業の事業者の売上増加につながる取り組みを重点的に支援する。

【目標2. 新規創業を見据えた未来の担い手の育成】

① 後継者・移住者の創業育成

関係人口・交流人口が増加傾向という強みを活かし、当町の地域資源の魅力に関心の高い創業者候補や後継者候補の掘り起こしを強化する。そのために町と連携を図り、候補者と町内事業者との引き合いがうまく成立するように商工会が間に入ることで未来の担い手育成に貢献する。

② 10年後を見据えた新しい地域の在り方の模索

現状を踏まえると、今後商売が成り立つ業種は製造業・建設業などBtoBメインか、外貨獲得が見込める飲食業・宿泊業などに絞られることが予想される。既存事業者に対して今後はどう在りたいのかを対話と傾聴を通してよく聞き出し方向性を定めることが重要になる。後継者の有無・販路開拓・廃業支援など、自らが置かれている現状と立ち位置をよく認識させ、生き残り戦略・事業所同士の連携など具体的にどういう未来に進むか事業者自身が納得できるよう貢献する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

西川町商工会では、四半期毎に山形県商工会連合会主導の県内統一景況調査を実施しているほか、独自項目を加えたアンケート調査を年1回4月に実施している。この調査時に事業者の悩みや求めるニーズを書き出してもらい、当年度の事業に反映させている。

【課題】

全業種対象に調査しているため業種ごとの現状やニーズを把握できる一方で、回答率が約3割程度であるため精度に欠けている。回答率を高めて精度を高めることが課題。また、本発達支援計画の目標とするDX推進の導入後の調査は行っていないため、実効性が確認できていない。

(2) 目標

内容	公表方法	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① 独自アンケートの公表回数	窓口設置 HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① 独自アンケートによる現状調査

既に年1回取り組んでいる商工会員向けのアンケート調査に新たな項目を加えて実施する。また、調査の精度を上げるため、巡回・窓口等で経営指導員等が直接ヒアリングを行う。

特に飲食業・宿泊業・小売業など観光客を顧客とする事業者20社をピックアップし定点比較を実施。調査結果はグラフにして見える化し、理事会で公表するほか、HPや窓口設置にて事業者公表する。

【調査対象】 西川町商工会員194社

【調査項目】 売上・利益、悩み・課題、やりたい事、資金繰り、雇用・賃金、設備投資、DX導入状況、前年度実施した事業の内容と実効性

【調査手法】 調査票を郵送。回収はFAX・電話・巡回・窓口 ※二重線は新たに実施

【調査時期】 4月（公表6月）

【分析手法】 経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

(4) 調査結果の活用

これまで自社や同業者の景況しか知りえなかった事業者が異業種の景況や情報を共有することで、自社の経営改善はもちろん新たな視点による事業計画への落とし込みを行い市場開拓のきっかけに活用する。分析した成果は商工会員へフィードバックするほか該当年度の商工会の事業に反映させることで、より事業者の実態に沿った伴走支援を実施する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

全業種に広く浅い項目の需要調査はこれまで年1回実施していたが、観光に直接関わる業種（飲食業・宿泊業・小売業）に絞った需要調査は行っていない。また、その事業所が提供する商品・サービスと消費者ニーズが合致しているのかも把握できていない。なお、前述した商工業者数の推移に記載したとおり飲食業・宿泊業・小売業で約90事業所存在する。

【課題】

潜在的な観光ニーズ取り込みに向けてマーケットインの考えを事業者に浸透させることが課題。また、ECサイトやSNSによる情報発信は消費者の目に止まりやすい重要なツールだが、当町の事業者においては一定の水準に至っていない事業所も多く存在する。ECサイトやSNSなどのメリットを感じてもらい、D X推進につなげることが課題。

(2) 目標

内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① 地域資源に関する調査 対象事業者数	—	9者	9者	9者	9者	9者
② 観光とDXの重要性調査 対象事業者数	—	9者	9者	9者	9者	9者

(3) 事業内容

① 地域資源に関する調査

目標1「観光客を取り込むためのDX推進」に向けて、事業者マーケットインの考え方を浸透させるための調査を実施する。

【調査対象】 飲食業・宿泊業・小売業から各3者の計9者（対象業種90社の1割を調査対象）

【調査手法】 マル付け方式による顧客へのアンケート調査

【調査項目】 ・観光客から見た西川町の気になる地域資源・特産品とは
・地域資源を活用した既存商品・サービスに対する感想（店ごとの商品）
・観光客が求めている地域資源を活用した商品・サービスとは

【調査結果の活用方法】 同業種の事業者へフィードバックし誘客促進に活用する

② D X推進に関する調査

目標1「観光客を取り込むためのDX推進」に向けて、経営のDX化によるメリットと重要性を事業者実感してもらうための調査を実施する。

【調査対象】 飲食業・宿泊業・小売業から各3者の計9者

【調査手法】 マル付け方式による顧客へのアンケート調査

【調査項目】 ・観光先候補を探す際のツール（雑誌・HP・SNS等）
・宿泊、食事、土産を決める際に重要なもの（金額・地域らしさ・見栄え等）
・観光先に求める決済方法

【調査結果の活用方法】 同業種の事業者へフィードバックしD X推進に活用する

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業者自身の多くは弱みや脅威にばかり注目してしまい強みや機会に気づいていない。これまでは個別の相談を受けた際個別に経営分析を実施していたため小規模事業者へ経営分析の重要性を広く啓蒙することが出来ていない。また、分析内容は定性的な内容が多く、決算書等を用いた財務分析が的確に実施できていない。なお当会は経営指導員1名なため経営指導業務のほか総務や経理にも携わっているのが現状。

【課題】

これまでは対話と傾聴を重視した定性分析が主だったため、決算書等を用いた財務分析の件数を増やし、事業者の数値的な強みや弱みを気づかせることが課題。また、今後必須となるDXの導入状況なども併せて把握することでDX推進に向けた課題も抽出する。

(2) 目標

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① 個別相談件数	7回	7回	7回	7回	7回	7回
② 経営分析事業者数	11者	15者	15者	15者	15者	15者

※目標数値は現状の実績に基づきしっかり伴走支援可能な範囲で設定

(3) 事業内容

① 経営分析する事業者の掘り起こし（巡回による対話と傾聴）

日々の巡回訪問時に現状分析に関する対話の頻度を増やす。事業所先でしっかりと対話・傾聴することで少しずつ本音や課題等を引き出す。ヒアリング結果は経営指導員等がSWOT分析に落とし込み、個別相談会に活用する。

② 経営分析個別相談会

【対象者】 上記掘り起こしの結果、経営分析の重要性を認識した事業所及び経営指導員等が特に経営分析の必要があると判断した事業所15者を選定

【実施手法】 募集方法…巡回時に個別案内するほか、全会員向けにチラシを配布する
実施回数…7月～1月の毎月1回（計7回）1事業所あたり1時間を想定
実施場所…事業所訪問が基本（商品・環境・雰囲気等を把握できるため）
講師…西川町の事業所の実情を把握している中小企業診断士を想定

【分析項目】 財務分析[定量]…直近2期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析
非財務分析[定性]…下記項目について、対話を通じて事業者の内部環境、事業者を取り巻く外部環境を整理する

(内部環境)	(外部環境)
・商品、製品、サービス ・ <u>地域資源・DXの活用状況</u> ・技術やノウハウ等の知的資産 ・後継者を含む人材状況	・商圏内の人口 ・競合 ・業界動向 ※二重線は新たに追加した項目

【分析結果の活用方法】 分析結果は事業者フィードバックし事業計画策定等に活用する

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで事業計画策定セミナーは企画しても参加者が集まらず毎回参加者は一桁。事業計画の必要性を感じていない事業者が多い。セミナーに参加してもその場限りで終わってしまい事業者自ら計画策定へ向かう事業所は少なく、事業計画の重要性への意識の低さが目立つ。

また、創業に意欲的な人が町内で学べる場がないため、潜在ニーズをつかめていない現状。

【課題】

未来を見据えた経営にDXを含めた事業計画は必須だが、まずは事業者自らがDXの重要性を理解し腹落ちさせることが必要。その上で前向きな事業計画策定に意識改革させることが課題。

町内での創業にかかる潜在ニーズをつかみ、創業予定者の掘り起こしを図ることが課題。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対して事業計画策定の意義や重要性を一方的に伝えても、事業者自身の意識が変わることは難しい。できるだけ事業者がイメージしやすいような具体例をカリキュラムに盛り込み、経営指導員等も事業者側の立場になり一緒になって納得するよう努めることが重要。相談会だけでなく、休憩時間やその後の巡回などでも横並びで対話と傾聴を継続することで事業者自身の事業計画策定につなげる。

創業においては、まずは関心のある人と商工会がつながり、1～2年程度の時間をかけてしっかりと知識習得や町内事業者とのネットワーク構築などを支援する。

(3) 目標

内 容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
② 事業計画策定個別相談会	7回	7回	7回	7回	7回	7回
③ 創業・第2創業セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者

※目標数値は現状の実績に基づきしっかり伴走支援可能な範囲で設定

(4) 事業内容

① DX推進セミナーの開催

経営分析を行い、解決すべき課題、向かうべき方向性を明確化した事業者に対して、どのようにして今後課題を解決していくかの一つの手段としてITツールやデジタル技術等が今後必須と考える。事業計画策定の前段階で、事業者に対して現在こういったDXがあるのか情報提供するとともに、それも踏まえて新たな事業計画策定を行うため下記セミナーを行う。

【支援対象】 経営分析を実施した小規模事業者

【参加者数】 15者（経営分析件数と同数）

- 【募集方法】経営分析の際の口頭案内、HP・公式LINE及びチラシによる周知
- 【回数】1回（1回2時間）
- 【講師】DX知識が豊富で、小規模事業者へのDX導入事例が豊富な専門家
- 【カリキュラム】DX総論、最新のDX動向（生成AI, チャットGPT等）、DX導入事例等

② 事業計画策定個別相談会の開催

上記セミナーの参加者のほか事業計画策定に意欲のある事業者を対象とした事業計画策定個別相談会を開催する。個別相談形式にすることで他には言えない話や課題などを傾聴でき、事業者自らが当事者意識をもって計画策定に取り組むよう促すことができる。目標に沿った具体的な提案を行い、実現性の高い事業計画策定に向けた伴走型支援を行う。

- 【支援対象】経営分析を実施した小規模事業者
- 【参加者数】15者（経営分析件数と同数）
- 【募集方法】経営分析の際の口頭案内、HP・公式LINE及びチラシによる周知
- 【実施場所】事業所訪問が基本（商品・環境・雰囲気等を把握できるため）
- 【回数】7月～1月の毎月1回（計7回）1事業所あたり1時間を想定
- 【講師】管内の小規模事業者の支援実績のある中小企業診断士
- 【支援手法】受講者の取り組む意欲や課題に対する納得度などを経営指導員等が認識し、必要に応じて対話と傾聴を繰り返すことで、自主的な計画策定へつなげる。

③ 創業・第2創業セミナー

関係人口・交流人口増加により町内で創業したいという潜在ニーズは増えていると思われる。本セミナーを通して創業見込みのある人を掘り起こし、将来的な創業に向けて知識を習得させる。創業内容によっては既存事業者からの承継なども視野に入れ、町内事業者との交流も行う。

- 【支援対象】創業や第2創業に関心の高い人、創業して3年以内の事業者
- 【参加者数】5者
- 【募集方法】西川町報へ掲載、HP・公式LINEによる周知
- 【回数】1回（1回2時間）
- 【講師】創業支援の実績がある専門家
- 【カリキュラム】創業・第2創業に関する基礎知識、西川町の創業事例、町内事業者紹介等

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】

これまでも継続したフォローアップは実施してきたものの、日々の経営に追われている事業者自身の意識が薄れやすく停滞しやすい傾向にある。また、実施した事業のその後の数値成果を把握していないため、効果を検証できていない。

【課題】

対話と傾聴の機会を増やし、これまで2か月に1回程度の訪問頻度を毎月1回に増やす。事業者自身の意識が途切れないようにフォローアップすることで自走化を促すことが課題。

(2) 支援に対する考え方

事業者自身の自走化を意識し、今後に向けた取組や考えを事業者自身が提案できるように支援する。そのために定期的な対話と傾聴を欠かさず、事業者の頭にある考えを言語化させ、経営指導員等と共有することが重要。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、進捗状況や事業の見直しなど個別の状況を見極めてフォローアップを行う。

(3) 目標

内 容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	－	120回	120回	120回	120回	120回
売上・利益増加事業者数	－	3者	3者	5者	5者	5者

※事業計画策定予定者の半数は年度末に完成見込みであるため当年度のフォローアップ事業者には含まれておらず翌年度の事業者数に含めている。

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての小規模事業者に対し、経営指導員等が計画の進捗状況の確認や見直しのために巡回訪問してフォローアップする。計画と進捗状況にズレが生じている場合、広域経営指導員や外部専門家など第三者を交えて原因を洗い出し、目標を上方もしくは下方修正して実現性の高い計画に見直す。

併せてフォローアップの度に売上や利益等の2か月先の数値目標を定めて、事業者の自走化に向けて支援する。巡回は事業者の意識を切らさない頻度として毎月1回（年12回）に設定するが、よりフォローアップが必要な事業者については巡回数を増やすなど個別の状況に応じて支援する。

なお、事業所ごとに事業計画実施の開始時期は異なるが、売上や利益等の目標設定時期は事業者ごとの決算期に合わせる。

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】

西川町第7次総合計画では主に観光からの外貨獲得を重視している。しかし購入手法が来店か電話・FAXによる発送しかない事業者が多くリピート購入につながっておらず、積極的なPRも行っていないため町外・県外に対して地域資源を活かした商品・サービスの認知度が低い。

【課題】

事業者へのDX推進が浸透しておらず、対外的なSNS広報やECサイト運用まで至っていないのが対外的なPRの要因。効果的に観光客を取り込めておらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっているため、新たな販路開拓に向けて事業者のDX化が課題。

(2) 支援に対する考え方

DX推進によって事業者の商品・サービスが町外・県外へ広く発信され認知度がアップするため、特に地域資源に価値を見出す観光ニーズは高いため新たな誘客促進につながる。SNSやECサイトによる購入も可能になることで売上増加がおおいに期待できる。

支援においては、当町が観光からの外貨獲得を重視していることや、地域資源が豊富なことから酒・菓子・工芸品などを扱う小売業、特にこれまでSNSを全く活用していない事業者を重点的に支援することで新規顧客獲得が見込め売上の伸び幅が期待できる。

(3) 目標

内 容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① SNS・ECサイト活用セミナー	4回	4回	4回	4回	4回	4回
SNS支援事業者数（参加者数）	4者	6者	6者	6者	6者	6者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

① SNS・ECサイト活用セミナー

新たな販路開拓に向けたSNS・ECサイト活用セミナーを複数回開催し、参加事業者ごとにSNSページ等を開設する。ただし、日々の仕事に追われている小規模事業にとって、今まで力を入れていないSNS等に自助努力で取り組むことは難しく、継続的な外部専門家の指導や商工会の伴走支援が不可欠であるため、経営指導員等や専門家による継続した伴走支援で目標達成に貢献する。また、単発のセミナーでは事業者の自発的な取り組みまでつなげることが難しいことがこれまでの支援実績で感じられることから、複数開催することで意識づけにつなげる。

【支援対象】 土産品を取り扱う小売業

【参加者数】 6者

【募集方法】 巡回による個別案内、HP・公式LINEによる周知

【回数】 4回（1回3時間×4回）

【講師】 最新のSNS・ECサイトの動向に詳しい専門家

【カリキュラム】

現状の商圈が近隣に限られていることから、より遠方からの観光客を取り込むためにInstagramやLINE公式アカウントなどのSNS・ECサイトを作成する。作成後はデータに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの運用等、セミナー期間中に習得・実践して事業者へ意識づけさせる。

Ⅱ．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

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】

商工会内部では、毎月1回第1週目に職員4名と商工会長1名、商工会副会長2名、筆頭理事1名の計8名による三役会を開催している。また商工会の理事会を年4回程度開催しており、それまでの事業報告や事業計画等を検討している。

また、西川町かせぐ課の課長、係長、主事計3名と当職員4名の計7名による打合せ会を月初めに開催している。商工会、西川町の今後の事業について情報を共有しているため、迅速な連携で事業実施に取り組むことができている。

【課題】

商工会と行政の情報共有体制は出来ているものの、中小企業診断士等の外部有識者と意見交換する機会が少ないため、より効果的な事業評価を検討できる場を設ける必要がある。

(2) 事業内容

○外部有識者（中小企業診断士、税理士等）、法定経営指導員、西川町かせぐ課長、西川町商工会三役による「協議会」を年1回開催し、事業の評価と見直しを行う。

○当協議会の評価結果については、理事会にてフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに事務所への常時備え付け、小規模事業者等が常に閲覧可能な状態にする。

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】

各支援機関や商工会等が開催する研修会に参加して個々の職員が支援能力の向上を図ってきた。しかしながら、国のDX化推進や様々な制度改正など事業を取り巻く環境の著しい変化により職員の知識やノウハウも追いついていない現状にある。

【課題】

今後の持続的経営に必須となるDXの知識等の習得が課題となる。基礎的な知識のほか、全国でのDX導入事例などを定期的に受講する必要がある。

(2) 事業内容

① O J T制度の導入

巡回指導や窓口指導の際、支援する内容の知識・ノウハウの豊富な職員と経験の浅い職員でチームを組みO J Tを積極的に実施することで組織全体の支援能力向上とノウハウの共有化を図る。

② コミュニケーション能力向上セミナー

小規模事業者の支援では対話と傾聴が特に重要となるため、コミュニケーションを高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢の向上を図り、事業者との信頼関係構築や本質的な課題の掘り下げの実践につなげる。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
(令和6年11月現在)	
(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等)	
事務局長 西川町かせぐ課 経営指導員 1 名 (兼法定経営指導員) 経営支援員 2 名	
(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制	
①当該経営指導員の氏名、連絡先	
■氏 名：千田 隆行 ■連絡先：西川町商工会 TEL：0237-74-3135	
②当該経営指導員による情報の提供及び助言 (手段、頻度 等)	
経営発達事業の実施や実施に関わる指導及び助言、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提供等を行う。巡回訪問や電話のほかLINE や SNS 等のツールも活用し、個社に対し3 か月に1 回以上の頻度で行う。	
(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	
〒990-0702 山形県西村山郡西川町大字海味475-8 西川町商工会 商工振興課 TEL：0237(74)3135 FAX：0237(74)3110 E-mail：nishi@shokokai-yamagata.or.jp	
②関係市町村	
山形県西村山郡西川町大字海味510 西川町 かせぐ課 商工係 TEL：0237(84)0566 FAX：0237(74)2601 E-mail：shoko@town.nishikawa.yamagata.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7 年度	令和8 年度	令和9 年度	令和10 年度	令和11 年度
必要な資金の額	130 万円	130 万円	130 万円	130 万円	130 万円
○セミナー開催費	130 万円	130 万円	130 万円	130 万円	130 万円

(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
会費収入、手数料収入

(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	
連携して実施する事業の内容	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	