

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|--|
| 実施者名 (法人番号) | 庄内町商工会（法人番号：7390005003028） 庄内町（地方公共団体コード：064289） |
| 実施期間 | 令和8年4月1日から令和13年3月31日 |
| 目標 | 経営発達支援事業の目標 (1) 商工業の振興による地域経済活性化と創業・経営革新の促進 ・商業（飲食・サービス業）の振興による活力づくり、工業の振興による活力づくり (2) 特産品開発、新産業創出等の促進 ・特産品（新商品）開発、新産業創出（創業・起業） (3) 小規模事業者の経営体質強化の促進 |
| 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 ・RESAS や生成 AI システムの活用、庄内町管内小規模事業者の実態調査、庄内町企業景気・雇用動向に関する調査報告の収集、活用 4. 需要動向調査に関すること ・バイヤー招聘による新商品に対する評価事業、ふるさと納税寄付者に対する Web アンケート調査 5. 経営状況の分析に関すること ・経営分析する事業者の掘り起こし及び経営分析・目的別分析・経営分析での生成 AI システムの活用 6. 事業計画策定支援に関すること ・既存事業者の事業計画策定支援、創業希望者の事業計画策定支援、経営計画作成での AI システム活用 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・支援進捗度に応じた巡回頻度の設定、統一様式「伴走支援カルテ」による予実管理の徹底、経営支援システムを活用したリアルタイム共有 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・ザ・ビジネスモール活用、しょうない秋まつり、首都圏商談会等出展、付加価値の高い新商品開発事業、商店街賑わい創出 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 ・事業評価検討委員会の開催、事業評価検討委員会の評価結果の公表 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること |
| 連絡先 | 庄内町商工会 〒999-7781 山形県東田川郡庄内町余目字三人谷地 13 番地の 1 TEL：0234-42-2556 FAX：0234-42-2559 E-mail：shonai@shokokai-yamagata.or.jp 庄内町商工観光課 〒999-7781 山形県東田川郡庄内町余目字三人谷地 13 番地の 1 TEL：0234-42-0138 FAX：0234-42-2559 E-mail：shokorodo@town.shonai.lg.jp |

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援計画の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

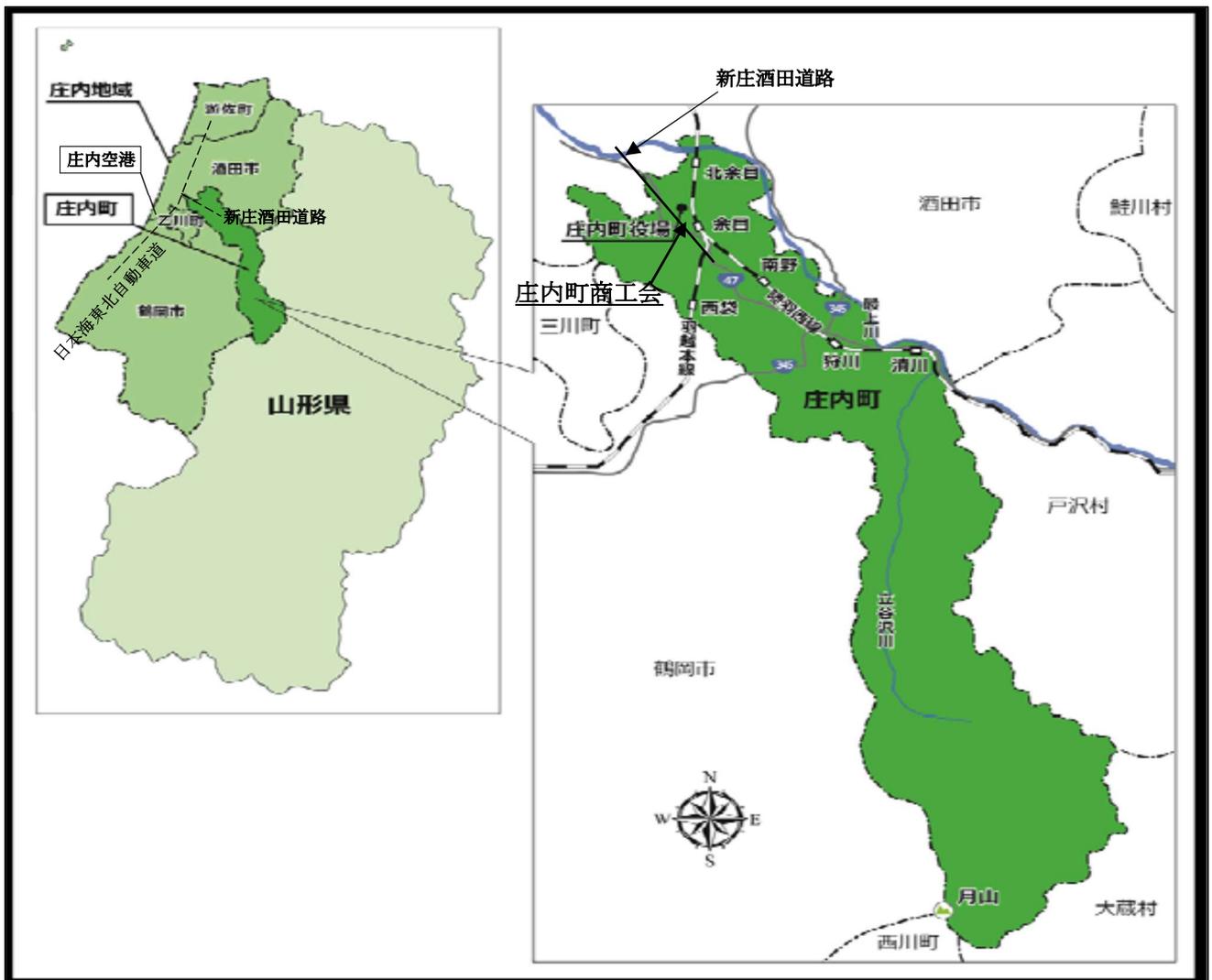
【立地】

庄内町は、平成 17 年 7 月に余目町と立川町が合併し、平成以後山形県内初の合併自治体として「庄内町」が誕生した。人口 19,006 人（令和 7 年 3 月 31 日現在）、県内町村部では第 2 位の人口規模である。農業を基幹産業とし、地域資源を活かした地場産業の振興や商業振興などを積極的に進めてきた。

山形県の北西部、庄内地域のほぼ中央に位置し、北は酒田市、東は戸沢村、東南は大蔵村、南は西川町、西は鶴岡市、北西は三川町に接している。

町のほぼ南端に霊峰月山の頂を有し、月山に源を発する清流立谷沢川と、日本三大急流の一つである最上川が流れ、北西部には米どころ庄内平野を形成する豊かな田園が広がっている。

南北に細長い形をしており、東西 22.2km、南北 38.9km、総面積は 249.17 km²。



本町はこれまで、平成 17 年の合併に伴い策定した庄内町総合計画（平成 18 年度～平成 27 年度）に基づき、「日本一住みやすく、住み続けたい町」の実現に向け、様々な取り組みを推進してきた。その後、

平成 27 年に第 2 次庄内町総合計画（平成 28 年度～令和 7 年度。副題「庄内町みんなの未来計画」）を作成。令和 8 年度より第 3 次庄内町総合計画がスタートする。

【人口・構造の推移】

平成 27 年の本町の総人口は 21,666 人で、平成 22 年の 23,158 人から 1,492 人減少、減少率は、6.4% となっている。令和 2 年の総人口は 20,151 人で、平成 27 年の総人口から 1,515 人減少、減少率は 6.9% となっている。山形県の 35 自治体のうち、33 自治体が人口減少しており、本町は減少率が高い方から 23 番目となっている。また、本町がある庄内地域（2 市 3 町）で見ると、本町は減少率が高い方から 2 番目となっている。

表 1-①：庄内町の人口・世帯数の推移

| 年次 | 人口 | 世帯数 | 5 年ごとの増減数 |
|---------|----------|----------|-----------|
| 平成 22 年 | 23,158 人 | 6,648 世帯 | △1,519 人 |
| 平成 27 年 | 21,666 人 | 6,637 世帯 | △1,492 人 |
| 令和 2 年 | 20,151 人 | 6,650 世帯 | △1,515 人 |

資料：国勢調査

年齢 3 区分別にみると、年少人口比率（10.7%）は、全国平均（11.9%）及び山形県平均（11.3%）を下回っている。また、高齢者人口比率（37.8%）は、全国平均（28.6%）及び山形県平均（33.8%）を上回り、少子高齢化が進んでいること、特に超高齢化社会が到来していることがわかる。

表 1-②：年齢 3 区分別人口・年齢 3 区分別人口比率/国・県との比較（令和 2 年）

| 項目 \ 区分 | 全国 | 山形県 | 庄内町 |
|---------|-------|-------|-------|
| 年少人口 | 11.9% | 11.3% | 10.7% |
| 生産年齢人口 | 59.5% | 54.9% | 51.4% |
| 高齢者人口 | 28.6% | 33.8% | 37.8% |

資料：国勢調査

令和 2 年の本町の総世帯数は 6,650 世帯で、平成 17 年をピークに減少している。1 世帯当たり人員は、3.03 人で、減少傾向で推移しており、核家族化や世帯の多様化が進んでいることを示している。

表 1-③：年齢 3 区分別人口・総世帯数・1 世帯当たり人員

| 項目 \ 年 | 平成 22 年 | 平成 27 年 | 令和 2 年 |
|---------------------|----------------|----------------|----------------|
| 総人口 人 (%) | 23,158 (100.0) | 21,666 (100.0) | 20,151 (100.0) |
| 年少人口（15 歳未満）数と割合 | 2,968 (12.8) | 2,234 (11.8) | 2,161 (10.7) |
| 生産年齢人口（15～64 歳）数と割合 | 13,111 (56.6) | 10,360 (54.6) | 10,362 (51.4) |
| 高齢者人口（65 歳以上）数と割合 | 7,079 (30.6) | 6,359 (33.6) | 7,628 (37.8) |
| 総世帯数 | 6,648 世帯 | 6,637 世帯 | 6,650 世帯 |
| 1 世帯当たり人員 | 3.48 人 | 3.26 人 | 3.03 人 |

資料：国勢調査

【特産品】

米、花卉、庄内豚、庄内柿、庄内金魚、農産加工品（餅、漬物、笹巻）、和がらし、ラズベリー、ハーブ、麦茶、枝豆、青きなこ、味噌・醤油（町内に醸造業あり）、地酒（2蔵元あり）、麴、和帯などがある。

【交通】

庄内町は、庄内地域のほぼ中央に位置し、JR羽越本線と陸羽西線、国道47号線と345号線が交わる重要な位置にあり、庄内地域と内陸地域を結ぶ交通の要衝、庄内地域の玄関口となっている。また、庄内地域の空の玄関口である庄内空港や日本海沿岸東北道の酒田インターチェンジ、庄内空港インターチェンジまで車で15分～20分の距離にあり、高速交通網へのアクセスも至便である。更に、現在整備中の地域高規格道路「新庄酒田道路」のうち、余目酒田間は平成30年3月18日に開通しており、地域間交流の促進、交流人口の増加による事業機会の拡大が期待される。一方で、市街地を迂回させる道路のため、当町が単なる通過点になりうるという脅威がある。

表2-①：庄内町の業種別商工業者数及び小規模事業者数の推移（単位：件）

| 業種 | 平成26年 | | | 平成28年 | | | 令和3年 | | |
|-------------|-------|---------|----------|-------|---------|----------|-------|---------|----------|
| | 商工業者数 | 小規模事業者数 | 商工業者の構成比 | 商工業者数 | 小規模事業者数 | 商工業者の構成比 | 商工業者数 | 小規模事業者数 | 商工業者の構成比 |
| 建設業 | 144人 | 138人 | 17.2% | 136人 | 131人 | 17.0% | 120人 | 116人 | 16.5% |
| 製造業 | 123人 | 106人 | 14.7% | 112人 | 93人 | 14.0% | 100人 | 82人 | 13.8% |
| 卸・小売業 | 219人 | 172人 | 26.1% | 208人 | 157人 | 26.0% | 183人 | 138人 | 25.3% |
| 宿泊業、飲食サービス業 | 86人 | 70人 | 10.3% | 85人 | 70人 | 10.6% | 73人 | 62人 | 10.0% |
| 生活関連サービス業 | 123人 | 119人 | 14.7% | 121人 | 117人 | 15.1% | 109人 | 103人 | 15.0% |
| その他 | 144人 | 118人 | 17.2% | 138人 | 110人 | 17.3% | 138人 | 112人 | 19.0% |
| 合計 | 839人 | 723人 | 100.0% | 800人 | 678人 | 100.0% | 723人 | 613人 | 100.0% |

資料：経済センサス

表2-②：庄内町の従業者数の推移

| 業種 | 平成26年 | | 平成28年 | | 令和3年 | |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 従業者数 | 構成比 | 従業者数 | 構成比 | 従業者数 | 構成比 |
| 建設業 | 845人 | 11.9% | 750人 | 12.0% | 620人 | 8.8% |
| 製造業 | 1,412人 | 20.0% | 1,526人 | 24.4% | 1,467人 | 20.9% |
| 卸・小売業 | 1,076人 | 15.2% | 1,004人 | 16.1% | 955人 | 13.6% |
| 宿泊業、飲食サービス業 | 332人 | 4.7% | 295人 | 4.7% | 252人 | 3.6% |
| 生活関連サービス業 | 283人 | 4.0% | 276人 | 4.4% | 261人 | 3.7% |
| 医療・福祉 | 1,195人 | 16.9% | 1,028人 | 16.5% | 1,619人 | 23.0% |
| その他 | 1,925人 | 27.2% | 1,364人 | 21.8% | 1,856人 | 26.4% |
| 合計 | 7,068人 | 100.0% | 6,243人 | 100.0% | 7,030人 | 100.0% |

資料：令和6年度版庄内町の統計

当町の総生産額は（令和2年度）は、50,986百万円。このうち第3次産業が35,228百万円と69.1%を占めている。

表3：庄内町産業別総生産額（単位：百万円）

| 年度 分類 | 平成30年度 | 構成比 | 令和元年度 | 構成比 | 令和2年度 | 構成比 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 第1次産業 | 4,118 | 7.6% | 4,472 | 8.4% | 4,214 | 8.3% |
| 第2次産業 | 14,508 | 26.8% | 13,477 | 25.3% | 11,424 | 22.4% |
| 第3次産業 | 35,478 | 65.6% | 35,396 | 66.3% | 35,228 | 69.3% |
| 町内総生産額 | 54,104 | 100.0% | 53,345 | 100.0% | 50,866 | 100.0% |

資料：令和6年度版庄内町の統計

②業種別の現状と課題

【卸・小売業】

下表4の年間商業販売額を比較すると4年間で0.6%減少している。商店数も3.9%減少している状況である。年間販売額については、卸売業者は1.8%増加、小売業は2.6%減少している。商店数については、卸売業者25.0%増加、小売業7.6%減少している。小売業の、販売額が減少した要因は、新型コロナウイルスや物価高騰の影響・商店数の減少によるものと推測している。事業所数が減少した要因は新型コロナウイルスや高齢化等により小規模事業者の廃業が増加したものと推測している。

下表5によれば、庄内町在住者による庄内町の店舗からの購買依存率は、商品総合で53.2%～57.9%で推移している。また、平成30年度山形県買物動向調査によると、インターネットからの購買額が買回り品を中心に増加している傾向がみられる。

課題は、小規模の小売業者をいかに維持させられるかである。各個店の独自取扱い商品が打ち出せないことや、また、打ち出したとしてもどのようにしてPRしていくかが課題である。

表4：庄内町の年間商業販売額（単位：万円）

| | 平成28年 | 商店数 | 令和3年 | 商店数 | 販売額増減 | 商店数増減 |
|-----------|-----------|------|-----------|------|-------|-------|
| 庄内町の商業販売額 | 2,312,336 | 178件 | 2,298,124 | 171件 | △0.6% | △3.9% |
| うち卸売業 | 1,050,905 | 20件 | 1,070,117 | 25件 | 1.8% | 25.0% |
| うち小売業 | 1,261,431 | 158件 | 1,228,007 | 146件 | △2.6% | △7.6% |

資料：経済センサス

表5：庄内町在住者購買依存率

| 年度 品目 | 商品総合 | 最寄り品 | 買回り品 | | 外食 | レジャー ・ 娯楽 |
|----------|-------|-------|-------|---------|-------|--------------|
| | | | 実店舗 | インターネット | | |
| 平成30年度 | 57.2% | 66.5% | 34.9% | 8.0% | 27.8% | 7.1% |

資料：山形県の買物動向

【製造業】

かつては縫製業、電子部品製造業が中心となり、多くの雇用を生んできた。現在は、誘致または地元で発展してきた電気機械金属加工業や、関東方面に販路を拡大している食品製造業、東北・関東エリアを中心に工場を持つコンクリート製品メーカーなどの企業が存在する。その他の事業所の多くは

下請け受注であり、小ロット・短納期・特急品対応と生産計画が立てづらく、先行きの受注も不透明で、依然として厳しい経営環境にある。特に、小規模事業者にとっては発注先企業の動向により経営が左右される局面が多く、常に経営の脆弱さがうかがえる。

なお、製造業者100事業所のうち、従業員4人以下の零細事業所が59事業所であり、全体の59%を占めている。

課題は、電気機械金属製造業者について小規模事業者が多く、発注事業所の発注量に大きく左右される。また、食料品製造業については、顧客のニーズを把握出来ずプロダクトアウトの事業所が多い。

表6：製造業の事業所数（従業員4人以上）と出荷等の推移（単位：万円）

| 年度 出荷額 | 平成28年 | | 令和3年 | | 出荷額 増減 | 事業所数 増減 |
|------------|-------|-----------|------|-----------|-----------|------------|
| | 事業所数 | 金額 | 事業所数 | 金額 | | |
| 庄内町の出荷額等の額 | 47件 | 1,638,026 | 41件 | 1,837,024 | 12.1% | △12.7% |

資料：工業統計調査、経済センサス

【建設業】

建設関連業は、総合工事業の中で一般土木建築工事業を中心とした事業所については、公共工事が堅調に推移しているものの人手不足の状況にある。町内120事業所のうち116事業所が従業員20人以下の小規模事業者である。庄内町には持家住宅祝金やリフォーム祝金支援制度があり対象になる。この制度は、持家住宅の新築や増築等だけでなく、車庫や倉庫などの新築物件も含まれる。祝金を利用するためには町内の商工会会員への発注が必要となっており、町内一般住宅建設の受注増加につながっている。祝金の効果（表8）もあり町内の住宅着工件数は堅調であるが、ハウスメーカーの販売攻勢により地元工務店が苦戦している。また、脆弱な経営基盤により、受注が確保出来た反面、資金繰りに不安を抱える。

課題は、新築住宅物件の多くは大手ハウスメーカーが受注しており、小規模事業者は下請協力会社として仕事を受注しているため、自社の収益が大きく左右される状況にある。庄内町には施主が地元工務店に発注すると建築祝金を受給できる制度があるが、制度を自社の販路開拓に活かしてない現状である。更に、町の木造建築工事業者や職別工事業者向けに後継者向け人材育成補助金があり、木造建築業や職別工事業者の事業承継を支援している（表9）が、事業者の中には、受注減少により後継者をそのまま同じ職業につかせていいものか悩んでいる事業者も見受けられ、受注拡大や経営改善による事業承継に向けた環境整備が大きな課題である。

表7：庄内町の住宅着工件数

| 年度 | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 年度別着工数 | 52 | 69 | 45 | 58 | 67 |

資料：山形県新設住宅着工統計

表8：庄内町の持家住宅祝金（住宅取得支援事業）及びリフォーム祝金（住宅リフォーム支援事業）
（単位：件・千円）

| 年度別件数及び 交付額 事業名 | 令和2年度 | | 令和3年度 | | 令和4年度 | | 令和5年度 | | 令和6年度 | |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 件数 | 交付実績額 |
| | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|
| 持家住宅祝金 | 125 | 19,075 | 58 | 6,764 | 34 | 18,139 | 19 | 10,310 | 20 | 11,678 |
| リフォーム祝金 | 109 | 12,909 | 131 | 17,527 | 152 | 33,840 | 114 | 23,823 | 122 | 21,798 |

資料：庄内町一般会計各特別会計決算報告書

表9：庄内町の人材育成補助金（建築事業者向け）の申請件数及び補助金額の推移（単位：件・千円）

| 事業名 | 令和2年度 | | 令和3年度 | | 令和4年度 | | 令和5年度 | | 令和6年度 | |
|--------------|-------|-------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | 件数 | 実績額 | 件数 | 実績額 | 件数 | 実績額 | 件数 | 実績額 | 件数 | 実績額 |
| 中小企業等人材育成事業 | 1 | 39 | 1 | 100 | 6 | 345 | 4 | 251 | 2 | 114 |
| 匠工後継者等支援研修事業 | 5 | 1,180 | 1 | 154 | 2 | 308 | 2 | 308 | 3 | 462 |

資料：庄内町一般会計各特別会計決算報告書

【飲食・宿泊・生活関連サービス業】

庄内町中心部に約70店舗の飲食店が存在しており、飲食店の新規創業も多い。飲食店の集積は庄内町の特徴（強み）であると言える。しっかりと顧客をつかんでいる個店もあり、町民や近隣の市町からの来店者が多く繁盛店も多い。そこで、商工会では、当町の強みを生ずために全飲食店を対象に、集客増加のためのイベント「たべぶら事業」や「庄内マルシェ事業」を実施し面的な支援をしている。

洗濯・理容・美容業等の生活関連サービス業は106事業所で全商工業者数の11.8%を占めている。

宿泊業は、山間部の北月山荘と町内中心部に5ヶ所の宿泊施設が立地する。町内の宿泊者の多くは、長期型工事関係者、スポーツ合宿及び冠婚葬祭に出席の家族などである。観光客は、近隣の市のホテルへの宿泊者が多い。

また、葬儀場が町中心部に4事業所あり、人口の割合には多い状況である(表10)。このことは、庄内町の高齢化の進行を表している。従来、寺や自宅で行っていた葬儀を葬儀場の進出により業者に任せるスタイルが浸透していることを示している。

課題は、飲食店では、繁盛店がある一方で、原価管理を出来ずにいる事業者や自店の特徴を情報発信できず思うように利益が出ていない飲食店もある。

生活関連サービス業では、人口減少、少子高齢化により、収益が減少している事業者が多いことである。

宿泊業では、観光地が少ないために、年間を通して稼働率の差が大きい。自社のサービス内容、位置情報及び料金表など宿泊者が知りたい情報の発信が不足している。

表10：近隣市町村別葬儀業者及び人口

| 市町村名 | 葬儀業者数 | 人口 | 人口割 |
|------|-------|----------|---------|
| 鶴岡市 | 20社 | 117,821人 | 5,891/社 |
| 酒田市 | 13社 | 94,659人 | 7,281/社 |
| 三川町 | 0社 | 7,041人 | 0/社 |
| 遊佐町 | 3社 | 12,370人 | 4,123/社 |
| 庄内町 | 4社 | 19,166人 | 4,791/社 |

資料：経済センサス、葬儀事業者は自主調査、人口は、各市町の令和6年3月31日現在住民基本台帳

【業種共通の課題】

令和7年8月に地区内事業所549件を対象に経営についてアンケートを取ったところ（回答事業者数

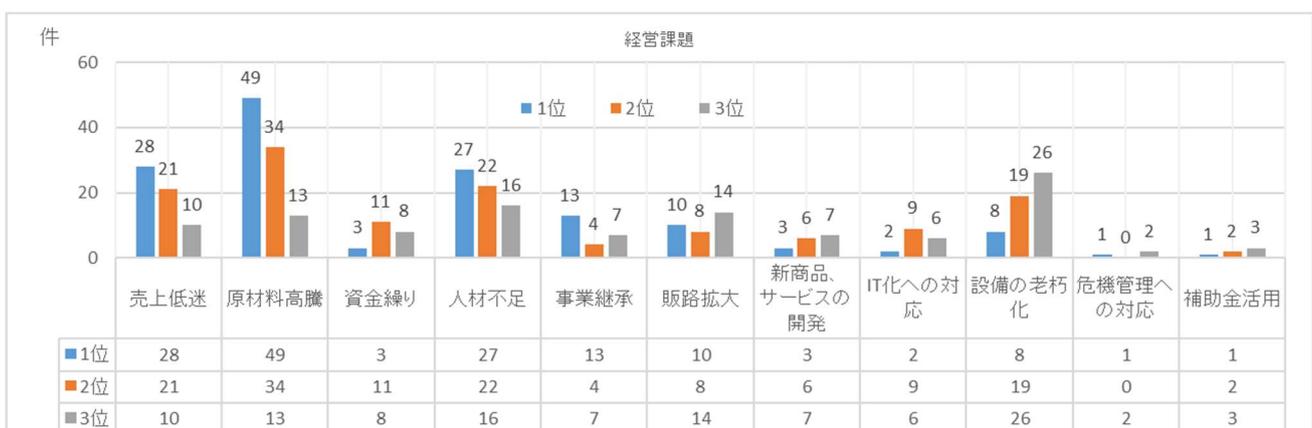
161、回収率29.3%)、自社が抱える経営課題で第1位に上げられたのは「原材料高騰」の49件、次いで「売上低迷」の28件に「人材不足」の27件であった。原材料高騰については、世界情勢が影響し先行き不透明である。人材不足は今後もあらゆる業種において経営課題の上位にくるものと思われる。この「原材料高騰」「人手不足」「売上低迷」は、過去3年間の調査結果でも経営課題の上位に入っており、経営課題の解決に向けた各事業所の取り組み・経営計画の策定が重要となってくる。

また、経営課題を相対的にみると、「原材料高騰」の96件が最も多く、物価高騰による価格転嫁が難しく利益を圧迫している状況が推察され、今後「資金繰り」にも大きく影響を及ぼすことが懸念される。

設備の老朽化を課題として回答されたのは53件で、日本政策金融公庫の経営改善貸付（マル経融資）の活用、生産性向上やITによる経営改善やDXによる経営のしくみ・改善に対応する早急な検討が必要と思われる。業種別でみると、「原材料高騰」を課題とするのは卸・小売り14件、建設業13件、製造業9件、宿泊業・飲食サービス業6件であった。「人材不足」では、建設10件、運輸・郵便4件、製造・他に分類できないその他のサービス業3件であった。「売上低迷」では建設業10件、卸・小売り8件、製造業6件であった。

これらの事業所を維持させるためには、経営者の意欲向上や後継者育成、各種施策の普及などの取り組みが必要となる。

表 1 1：調査回答企業が抱える経営課題



資料：庄内町商工会町内企業調査

【地域の課題】

人口減少や町外への消費流出が進む中で、町民の町内買物購買促進と域外からのお客様獲得が長期的な課題となる。第2次庄内町総合計画の中でも「基幹産業である農業の振興と地域6次産業化をはじめとする、新たな時代の活力ある産業の育成」を推進している。特色ある農業の町として特性等生かし、農業の振興と6次産業化を重点的に進めていき、商工業の活性化、多彩な地域資源を生かした観光・交流の促進を図り、新たな時代の活力ある産業の育成を推進し、町内産物の町内消費や、域外への拡大できる流通体制づくりを目指し、6次産業化を軸とした総合産業化を図ることで経済効果を高めたい。

【創業支援の取り組み】

商工業者数が減少する中で、本商工会では創業希望者の掘り起こし、創業相談を積極的・継続的にを行い、相談者・創業者数の増加に取り組み、令和6年度は創業が大きく増加した。(表 1 2)

表12：庄内町商工会創業支援開業件数

| 年度別 | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 5年平均 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 創業件数 | 6件 | 4件 | 3件 | 1件 | 10件 | 4.8件 |

資料：庄内町商工会

【庄内町第3次総合計画の引用（商工・観光部分）】

令和8年度からの庄内町第3次総合計画の取組方針では、おいしい日本の米の源流である本町の米づくりを核とした持続可能な農業の更なる振興を図るとともに、農林業や商工業、観光との連携による、魅力ある食のまちづくりを推進します。

本町で働く環境の拡充につながる企業の誘致を展開するとともに、起業を後押しし、本町での経済循環の活性化を推進します。

本町の豊かな観光資源をさらに磨き上げ、より多く、より広い観光・交流の町となることを目指し、地域の活力を生むまちづくりを推進します。

「商工業」

基本方針：地域活性化の源である商工業者の振興を進め、町内経済の発展を目指します。また、企業誘致活動を展開するとともに、起業家を後押しする環境づくりを進め、新たな活力の創出を目指します。地元農産物を活用した商品開発、販路拡大を支援し、事業者の育成や相互の連携体制の強化を図り、6次産業化の推進と庄内町ブランドを確立し、「稼ぐ力」の創出を図ります。

取組の展開：

施策1 商工業の振興による活気あるまちづくり

- ①消費拡大に取り組み事業者や、中心市街地ににぎわいをもたらす団体を支援するとともに、消費喚起や販売促進につながる取組を展開し、地域経済の活性化を図ります。
- ②先端設備等の導入を促進し、生産性や技術力の向上を進め、事業経営を支援します。
- ③DX化を進め、地域内で循環可能な消費拡大につながる施策を推進します。
- ④ふるさと納税と連動し、町内事業者の魅力ある商品の販路拡大につなげます。

施策2 小規模事業者の支援拡充と経営体質の強化促進

- ①小規模事業者の地域における役割と事業活動から生み出される付加価値の重要性を町民と共有するとともに、安定的な事業継続に係る取組を支援します。
- ②経営体質・基盤の強化のため、関係機関との連携のもと、人材育成や事業承継などの支援体制の強化を図るとともに、各種金融制度の周知と活用を促進します。
- ③新製品の販売促進や新たな販路拡大を目的として、工業展や商談会等に参加する事業者を支援します。

施策3 企業の立地促進と創業・経営革新の促進

- ①企業立地を促進するため、関係機関と連携した誘致活動を展開します。また、新たに進出もしくは拡充を行う事業者には、土地及び工場等の取得や雇用の拡大に対する支援を行うとともに、事業者にとってより魅力のある支援施策の検討を進めます。
- ②創業や経営革新、異業種間連携による新事業への挑戦など、意欲ある起業家や経営革新に取り組む事業者を支援します。

施策4 特産品開発、新産業創出等の支援

- ①農商工観連携を含めた地域全体でのネットワークの構築を展開し、新産業創造協議会の仲介や

マッチング機能の強化を図り、6次産業化の推進と庄内町ブランドの確立を目指します。

- ②地域経済の活性化と収益向上を目指し、事業者、商工会等との官民連携体制を進め、持続的な収益性の追求を図ります。

「観光」

基本方針：月山山頂や立谷沢川流域の自然景観、歴史スポットの清川関所、家族で楽しめる風車村、カートソレイユ最上川などの観光資源を活かし、レジャー、食の交流、体験・滞在交流型の観光の充実と観光交流人口の拡大を目指します。

取組の展開：

施策1 観光資源の活用

- ①月の沢温泉北月山荘を拠点とした体験型誘客プログラムの質を高め、月山山頂や立谷沢川流域の多彩な自然景観、文化、食を活かしたアクティビティから、集まる、楽しめる、魅力ある観光資源施設の充実と体験・滞在交流型観光を推進します。
- ②歴史、文化、史跡を再確認し、清川歴史公園を中心とした体験と学びの観光プログラムを推進するほか、桜の名所・楯山公園の眺望と狩川城址に着眼したコンテンツを設定し、北楯大学利長公と北館大堰を学べる交流型観光を推進します。
- ③風車村を拠点とした特色あるアクティビティを活かし、自然体験や遊びの場を提供し、家族・親子をターゲットにした観光交流人口の拡大と体験・滞在・交流型観光を推進します。

施策2 観光資源の磨き上げ

- ①「しょうない氣龍祭」をはじめ、龍を活用した関連事業の磨き上げを行い、本町観光振興の起爆剤として賑わい創出や観光消費の拡大を推進します。
- ②既存の観光資源を磨き上げながら、「庄内町ならではの」地域資源である歴史、文化、食、産業等を活用し、体験プログラム「庄内町の小さな旅」のブランド化を推進します。

施策3 情報発信力の強化

- ①SNSを効果的に活用し、ターゲットに合わせた情報発信と効果的なプロモーション展開を行い、観光コンテンツとして幅広い世代からの認知度向上に努め、誘客を促進します。
- ②庄内観光コンベンション協会や日本海羽越広域観光推進協議会など、広域観光団体との連携による情報発信を強化するとともに、広域観光周遊ルートの企画・開発につなげます。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方（10年程度の期間を見据えて）

本町の小規模事業者は全業種において減少傾向にあり、その経営状況も売上不振をはじめ原材料高騰・人材不足・設備の老朽化・販路拡大・事業継承など経営課題を多く抱え、人口減少や少子高齢化の進展などの環境変化もあり、ますます厳しい状況になると思われる。

そのため本商工会では、前述した庄内町第3次総合計画の主要施策である「商工業の振興による活気あるまちづくり」「小規模事業者の支援拡充と経営体質の強化促進」「企業の立地促進と創業・経営革新の促進」「特産品開発、新産業創出等の支援」の方向性は一致しており、関係機関と連携しながら、小規模事業者の持続的発展に資する伴走型支援体制を整備し、事業計画策定や新たな需要開拓等に向けた支援を展開する。

①庄内町総合計画との連動制・整合性

上記に記載の主要施策と当商工会の方向性は一致しており、今後も、町と商工会が一体となっ

て、課題解決に向けて小規模事業者の支援を行っていく。

②庄内町商工会としての役割

本商工会の役割は、第1期・第2期経営発達支援計画の取組を踏まえ、小規模事業者支援機関として、国・県・町等の行政と小規模事業者を結ぶパイプ役を担いながら、第2期に引き続き、小規模事業者の業種、業態、環境の変化に応じて売上増、新規顧客獲得、商品開発、販路開拓等のための事業計画の策定・実行・フォローアップなど持続的な経営発展・経営の自走化のため伴走型支援に取り組んでいく。

(3)経営発達支援事業の目標

地域の現状及び課題、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ小規模事業者の経営実態に応じた支援を行うため、以下の目標と方針を掲げて地域全体の活性化を目指す。

●目標1. 商工業の振興による地域経済活性化と創業・経営革新の促進

①商業（飲食・サービス業）の振興による活力づくり

支援計画の認定期間（5年間）目標

KGI：売上15%増（現状年率△0.5%減を、支援により年率+3.0%増に転換。5年累計で約15%増を目指す。）、消費単価500円増（人口減少による客数減を補うため、単価向上が不可欠）。

KPI：町の観光交流人口拡大への取組や飲食店新規顧客獲得事業による新規顧客獲得数年10件/社（波及効果の核心指標）、Googleビジネスプロフィール登録数5社（Web検索での視認性向上により域外需要を取り込む。）。

設定した理由：KGIは波及効果と外需獲得を測る指標とした。KPIは進捗状況を可視化することで成果を段階的に測定するためである。

②工業の振興による活力づくり

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：売上10%増（表6より事業所数は減少しているものの製造業出荷額は増加していることから既存事業者の生産性向上と販路拡大により、年率2%の売上増（5年で10%増）を目指す。）、新規採用率5%（組織の代謝と成長意欲を示し、地域の活力そのものを表す指標）。

KPI：商談会出展3件、ザ・ビジネスモール登録数1件/年、マッチング数3件/年、新規受注数1件/年

設定した理由：KGIは事業実行性の成果指標である。KPIは直接的な波及指標として状況を可視化することで成果を段階的に測定するためである。

●目標2. 特産品開発、新産業創出等の促進

①特産品（新商品）開発

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：特産品（新商品）売上20%増（既存商品の成熟化（△1.0%/年）をブランド価値向上（+2.5%/年）と支援効果（+2.5%/年）で補い年率+4.0×5年≒20%増）、消費単価500円増（付加価値商品への転換（P23）により、20%～50%の引き上げを目指し仮定：1,000円→1,500円（+50%）、1,500円→2,000円（+33%）、2,000円→2,500円（+20%）の平均）、新商品開発件数5件（P23実績を維持し、バイヤー評価事業（5社/

年)により20%が商品のブラッシュアップを想定)

K P I : 新規顧客獲得数年15件/社、新規受注数年5件/社

設定した理由: K G I は波及効果と事業実行性の成果指標である。K P I は状況を可視化することで成果を段階的に測定するためである。

②新産業創出 (創業・起業)

支援計画の認定期間 (5年間) 目標:

K G I : 新規創業件数10件、5年生存率80% (令和2年度から令和6年度まで5年間の創業数は24件 (4.8件/年) の創業実績があるが、持続可能な支援体制を構築するため質の高い創業支援に注力し達成を目指す。)

K P I : 事業計画策定数2件/年、庄内町起業家応援補助金申請数2件/年

設定した理由: K G I は創業の実行性 (継続) を示す成果指標である。K P I は状況を可視化することで成果を段階的に測定するためである。

●目標3. 小規模事業者の経営体質強化の促進

支援計画の認定期間 (5年間) 目標:

K G I : 支援実施事業者の売上維持率: 50%以上 (経営分析・事業計画策定・計画策定後フォローアップ・新たな需要開拓)、事業承継実施件数5件 (表9「匠工後継者等支援研修事業」の令和2年度から令和6年度まで5年間の利用実績が13件 (2.6件/年) から設定)、小規模事業者経営改善貸付 (マル経融資) 利用件数90件 (令和7年度より経営指導員1人6件の利用者獲得が全国で必達目標とされ当会経営指導員3名×6件×5年から設定)

K P I : 経営分析実施件数30件/年、事業計画策定件数25件/年、フォローアップ実施率100%

K G I は事業実効性の最終指標である。K P I は状況を可視化することで成果を段階的に測定するためである。

経営発達支援計画事業の内容及び事業実施期間

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8年4月1日~令和13年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

1. 達成方針の全体コンセプト (基本方針)

本計画期間においては、従来の「課題解決型支援」から、対話を通じて経営者自身が本質的な課題に気づき、主体的に行動することを促す「課題設定型支援」へと支援方法を転換する。

具体的には、「対話と傾聴」「スモールステップ」「PDCAによる自走化」の3点を全事業の共通指針とし、以下の通り実践する。

2. 分野別実践方針 (3つの目標への適用)

①攻めの経営支援 (商工業振興・特産品開発・新産業創出)

【対応目標: 目標1 (商業・工業)、目標2 (特産品・創業)】

・仮説検証型アプローチの徹底

売上拡大や単価向上 (商業・特産品+500円) および新商品開発 (5件) の目標達成に向けては、「バイヤーによる評価事業」と「顧客の声の収集」を支援プロセスに組み込む。経営者が市場の反応を直接確認し、軌道修正を行うプロセスに伴走することで、高付加価値化と外需獲得の実効

性を高める。

- ・デジタル活用による視認性向上と生産性向上

Google ビジネスプロフィール登録や IT 個社支援では、ツール導入が目的ではなく、「新規顧客獲得」や「業務効率化」の効果を経営者自身が実感できるまでフォローアップする。

- ・創業後の定着支援（生存率向上）

創業支援（5年生存率80%）では、開業前の計画策定だけでなく、開業後の初期段階での「小さな成功体験」の創出を重視。定期的な面談により予実管理を徹底し、早期での経営安定化につなげていく。

②守りと継承の経営支援（小規模事業者の体質強化）

【対応目標：目標3（経営体質強化、事業承継）、目標1（工業・雇用）】

- ・財務データを起点とした対話

経営分析（年30件）やマル経融資（90件）の推進にあたっては、資金調達そのものを目的とせず、財務データに基づく対話を通じて「売上低迷や収益悪化の真因」を経営者と共に考える。これにより、一過性の延命ではなく、抜本的な経営体質強化（売上維持率50%）を目指す。

- ・「対話」による円滑な事業承継

事業承継支援（5件）においては、税務・法務の手続き支援に加え、現経営者と後継者の「想いの共有」を重視した対話の場を設定します。双方の納得感を醸成することで、組織の求心力を維持したまま次世代へのバトンタッチにつなげる。

- ・人材確保と定着の好循環づくり

雇用維持と新規採用の促進に向けては、労働環境の整備だけでなく、経営ビジョンの言語化を支援し、「求職者に選ばれる企業づくり」に伴走する。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで庄内町商工会では、以下の地域の経済動向を把握するための事業を実施してきたが、商工会として管内小規模事業者の現状把握にとどまっている。また、調査結果の公開においては目標未達成となっている調査もあり、データを活用する仕組み・共有化が十分に整備されていない。

①巡回や窓口相談を通じた事業所からの聞き取りによる情報収集

②4半期毎に実施されている全国商工会連合会からの委託事業である小規模企業景気動向調査実施

③山形県商工会連合会の県内統一景況調査実施（令和2年度より）

④庄内町が年一回発行している「庄内町の統計」の情報収集

[課題]

事業計画策定において個社の内部環境分析だけでは不十分であり、商圈・競合・市場規模などといった外部環境を的確に分析して事業計画に反映させる必要がある。町内・県内の業種ごとの景況や数値の把握はしているが、これまで活用できていなかったRESAS（地域経済分析システム：内閣府・経産省提供のビッグデータ分析ツール）、生成AI（令和7年7月より山形県商工会連合会提供のクラウド型経営支援ツール「生成AIシステムAI助 for プランナビ」）を活用した専門的な分析結果も踏まえながら、事業計画の適切な方向性を示すための資料として活用できるように整備していかなければならない。

(2) 目標

| | 公表方法 | R6実績 | R8年度 | R9年度 | R10年度 | R11年度 | R12年度 |
|----------------------------------|------|------|------|------|-------|-------|-------|
| ①RESASや生成AIシステムを活用した地域経済動向分析公表回数 | HP掲載 | — | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |
| ②管内小規模事業者実態調査公表回数 | HP掲載 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ③庄内町企業景気・雇用動向に関する調査公表回数 | HP掲載 | — | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |

(3) 事業内容

①RESASや生成AIシステムを活用

地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」や「生成AIシステムAI助 for プランナビ」を活用し、外部環境変化への迅速対応として地域の経済動向分析を行い上期・下期の年2回公表する。

【RESAS・AI助】の分析項目

| 分析項目 | | 分析内容 |
|------|-------------|-----------------------------|
| 1 | 人口マップ | 人口構成、人口増減、将来人口推計、From-to等 |
| 2 | 地域経済循環マップ | 生産分析、分配分析、労働生産性等の動向分析等 |
| 3 | 産業構造マップ | 全産業の構造、稼ぐ力分析、産業別の現状等 |
| 4 | 企業活動マップ | 企業情報、海外取引、研究開発 |
| 5 | 観光マップ | 国内（From-to等）、外国人（訪問・滞在・消費等） |
| 6 | まちづくりマップ | From-to分析（滞在人口）、流動人口等 |
| 7 | 雇用／医療・福祉マップ | 一人当たり賃金、求人・求職者、医療需給等 |
| 8 | 地方財政マップ | 自治体財政状況の比較等 |

※上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②管内小規模事業者の実態調査

管内小規模事業者の実態把握を目的に年1回実施する。

【調査対象】管内小規模事業者（100社）

【調査項目】客単価、客数、利益率、資金繰り、従業員、設備投資、買い物弱者対策、後継者の有無、今後の経営の方向性等

【調査手法】調査票を事業所へ配付し、後日経営指導員等が回収する。回収率目標40%以上。

【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

※上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

③庄内町企業景気・雇用動向に関する調査報告の収集、活用

庄内町商工観光課が実施している庄内町企業景気・雇用動向に関する調査報告書を活用し、庄内町の景気・雇用等について情報収集し、その結果を半期ごとに公表する。

【分析項目】庄内町の景況、生産活動、雇用情勢、設備投資、企業収益

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析する

※上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

(4)成果の活用

- ・経営指導員等が経営改善並びに経営発達に向けた具体的な事業計画作りなどの個社支援をする際に活用する。
- ・調査結果を基に、重点支援策や重点業種の決定、また必要としている支援を確定し専門家派遣や補助金申請・資金繰りなど支援に反映する。
- ・情報収集・調査、分析した結果は商工会ホームページに掲載し広く地域内事業者等に周知する。

4. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

[現状]

小規模事業者の多くは、自身が提供している商品（製品）・サービス・技術が、地域消費者のニーズに合致したのかどうかの把握をできていない。また、地域間格差による消費トレンドなどの情報の遅れや認識不足、新しい製品を導入しても情報発信力や商品知識が乏しい現状にある。

商工会においても、外部機関が公表する需要調査結果などたくさんの情報が収集されているが、活用はその一部に過ぎず、小規模事業者への積極的な情報提供には至っていないのが現状である。

[課題]

- ・マーケットインの考え方を浸透させるため、事業者の販売する商品又は提供する役務の需要動向を把握し、事業計画を作成することが必要である。
- ・地域ブランド形成や知名度向上に資する調査が未実施であり、小規模事業者の商品やサービス開発に活用できる情報が不足している。

(2)目標

| | R6 実績 | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|-----------------------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| ①バイヤー招聘による商品評価事業支援対象事業者 | 6社 | 5社 | 5社 | 5社 | 5社 | 5社 |
| ②ふるさと納税寄付者に対するWebアンケート調査回答数 | — | 50件 | 50件 | 50件 | 50件 | 50件 |

(3)事業内容

①バイヤー招聘による新商品に対する評価事業

新商品を開発した事業所または既存商品の改善・改良を希望する事業所5社程度に対して、バイヤーを招聘し、商品評価を実施する。評価結果を分析した上で当該事業所にフィードバックし、商品

のブラッシュアップにつなげる。また、当該評価の分析結果を事業計画に反映する。

【サンプル数】 25件（5品目×バイヤー5名）

【調査手法】 バイヤー5名（県内・関東・関西圏等）を招聘し評価表を記入していただく。調査結果は経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 ①特徴 ②味 ③価格 ④ストーリー性 ⑤量目 ⑥パッケージ

【調査結果の活用】 調査結果は経営指導員等が当該事業所にフィードバックし商品のブラッシュアップに活用する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

②ふるさと納税寄付者に対するWebアンケート調査

支援事業所の商品を返礼品として選定した寄付者を対象に、選定理由や、商品満足度、リピート意向等を調査し、商品力・発信力の向上につなげる。

【サンプル数】 年間20件程度の回答確保を目指す（対象：4事業者×5件）。

【調査手法】 返礼品発送時に、アンケート回答用二次元コード（QRコード）を同封する。スマートフォンから手軽に回答できる仕組みとし、目標回答率10%（送付200件に対し回答20件）を目指す。

調査結果はよろず支援拠点等の専門家に意見を聞くとともに、事業者に分かりやすいよう見える化し、経営指導員等と事業者が総合的に分析を行う。

【調査項目】

- ・属性：性別、年齢、居住地、家族構成
- ・商品評価：味、ボリューム、パッケージデザイン、価格の妥当性（5段階評価）
- ・購買行動：選定の決め手（写真、説明文、口コミ等）、リピート意向

【調査結果の活用】 回答データはクラウド上で自動集計し、グラフ化されたレポートを事業者にフィードバックする。「写真と実物のギャップ」や「パッケージの改善点」など、消費者の生の声を商品ブラッシュアップに即座に反映させる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状・課題

[現状]

経営発達支援計画に基づき日々の巡回・窓口相談やセミナー開催・専門家派遣時などを通じて経営分析の重要性や必要性を啓発しながら、経営分析を行う事業者の掘り起こしを行い取り組んできた。補助金申請希望の事業者であれば「定量」「定性」分析し事業計画作成までの伴走型の支援はできている一方で、家族経営が大半を占める小規模事業者の多くは日々の経営に追われ、経営分析の必要性を感じながらも、時間が取れないことを理由に税務・金融・労務など短期的な課題解決のための部分的な分析にとどまっており、「定性」面（強み・弱み、外部機会・脅威など）の体系的整理が不足している。また、ローカルベンチマーク、経営デザインシート、経営計画ツール等の活用は一部にとどまっている。

[課題]

経営者自身が経営分析を通じて自社の強み・弱みを理解することが重要である。前述の時間的制約に加え、経営分析ツール（ローカルベンチマーク等）の操作方法が分からないという声も多い。

当商工会では短期的な課題解決のための部分的な分析にとどまり、「定性」面（強み・弱み、外部機会・脅威など）の体系的整理が不足し、また、ローカルベンチマーク、経営デザインシート、経営

計画ツール等の活用は一部にとどまっている現状を踏まえ、本計画では外部専門家と連携しながら継続的に指導及び助言を実施していく。また、ヒアリングの際、質問事項のマニュアルを設けて経営分析の平準化を図ることが課題である。一定の基準を基に分析を行うことで分析結果を同業他社と比較できるなど、より精度の高い事業計画の策定に向けて活用することができる。

(2) 目標

| | R6 実績 | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|-------------------------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| ①経営分析の掘り起こしを目的とした巡回・窓口支援の延べ回数 | 341回 | 90回 | 90回 | 90回 | 90回 | 90回 |
| ②経営分析事業者数 | 58件 | 30件 | 30件 | 30件 | 30件 | 30件 |
| ③目的別分析 | — | 7件 | 7件 | 7件 | 7件 | 7件 |
| ④経営分析での生成AIシステムの活用 | — | 10件 | 10件 | 10件 | 10件 | 10件 |

※直近（R6）実績と令和8年度以降の目標値を比較すると、一部の指標で目標値が現行実績を下回る設定となっている。これは小規模事業者の経営改善には継続的な伴走型支援が不可欠であり、令和8年度以降は「量から質」へ転換し1社あたりの支援時間を1.5倍～2倍増を想定して設定したものである。

(3) 事業内容

①経営分析する事業者の掘り起こし

日々の巡回・窓口相談の際やセミナー開催・専門家派遣時などとおして、経営分析の重要性を啓発し、経営分析を行う事業者を発掘する。口頭による説明のほか、経営分析の重要性を記載したチラシを作成し、分析の重要性と必要性への理解を求める。

②経営分析の内容

【対象者】上記の掘り起こしの結果、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30社を選定

【分析項目】《財務分析》[定量]…売上高、経常利益、粗利益率、損益分岐点 収益性、安全性等
《SWOT分析》[定性]…強み、弱み、機会、脅威 等

【分析手法】クラウド型経営支援ツール「生成AIシステムAI助 for プランナビ」中小機構の「経営自己診断システム」「経営計画つくるくん」や経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し経営指導員等が分析を行う。また、SWOT分析シートを作成し、分析した内容を見える化する。より専門的な知識が必要な場合、山形県商工会連合会、山形県よろず支援拠点、山形県信用保証協会等の専門家派遣制度を活用する。

③目的別分析（目的別に必要データを収集）

【対象者】上記の掘り起こしの結果、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目的に応じた経営分析の必要があると判断した事業所30社から7社を選定

【分析項目】目的（新規事業展開、新商品開発、販売促進・市場開拓、創業支援、事業承継等）に応じた分析項目を設定する。

【分析手法】地域経済分析システム「RESAS」、クラウド型経営支援ツール「生成AIシステムAI助

for プランナビ」、中小機構の「経営自己診断システム」「経営計画つくるくん」や経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し経営指導員等が分析を行う。また専門的な知識も必要となってくるため、山形県商工会連合会、山形県よろず支援拠点、山形県信用保証協会等の専門家派遣制度を活用する。

④経営分析での生成AIシステムの活用（先進性）

入力した財務などの自社データとAIによる自動生成で同業他社との比較分析やSWOT分析の「機会」をRESASデータから提案できるなど、経営指導員の分析作業の効率化が図られる（分析時間を50%削減（目標））。

活用するクラウド型経営支援ツール「生成AIシステムAI助 for プランナビ」は、AI技術を活用した高度な経営分析と診断機能を持ち、地域特性や小規模事業者に特化した出力精度も高く地域の中小企業を長年にわたり指導してきたコンサルティングノウハウがRAGとして組み込まれている。経営状況の可視化機能（サマリーシート生成）や地域や業種規模に最適な事業計画策定支援機能、リモートでの支援活動にも対応可能な先進性あるシステムである。

(4) 成果の活用

分析結果は事業者にフィードバックし、事業計画策定等に活用する。また、商工会の経営支援システムに入力しデータベース化することで職員同士の情報共有化を図り、支援の効率化と職員のスキルアップにもつなげる。また、近隣商工会の経営指導員との情報共有化も図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

長期的に持続可能な経営を続けるためには、的確な経営分析に基づく事業計画の策定による将来のビジョンの見える化が必要になる。これまで、当商工会ではSNSツール等IT活用力が販売戦略において重要となってきたことを踏まえ、「IT個社支援」として専門家と職員と一緒に巡回し、個別の経営分析、ITスキル向上と課題解決を行うとともに、伴走型の指導・助言による事業計画の策定を支援し売上増加などの成果もあるが、短期的な事業計画であることが多く、補助金申請などを除いては中・長期的な経営を見据えた事業計画策定支援には至っていない。

[課題]

短期的な事業計画策定の支援になっている現状を踏まえ、支援方法の見直しが必要である。事業計画策定支援を体系化し、事業計画策定による成功事例の広報・周知することで小規模事業者の動機付けを行い、5年後10年後の経営の持続的発展に向けて意欲を持って前向きに取り組める環境づくりが求められる。また、支援体制において、体系的に取り組む仕組みづくりが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定の重要性・必要性を事業者自身が理解しない限り、その場限りの計画書となってしまう計画の実施と目標達成には結びつかない。計画の重要性を啓発することはもちろん、計画策定の際に事業者の心情や将来への想いをくみ取り計画に反映させることが商工会の支援ポイントといえる。そして、経営分析や需要動向、地域経済動向等を踏まえたうえで方向性を整理し、事業計画を短期・

中長期・創業の3種類に分類させることで、より事業者の意向に沿った実現可能性が高い事業計画となるよう支援する。

(3) 目標

| 内容 | R6 実績 | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|----------------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| ①事業計画策定件数 | 54件 | 25件 | 25件 | 25件 | 25件 | 25件 |
| (内短期計画：IT個社支援対象者) | 51件 | 13件 | 13件 | 13件 | 13件 | 13件 |
| (内中長期計画) | | 10件 | 10件 | 10件 | 10件 | 10件 |
| (内創業計画) | 3件 | 2件 | 2件 | 2件 | 2件 | 2件 |
| ②経営計画作成での生成AIシステムの活用 | — | 25件 | 25件 | 25件 | 25件 | 25件 |

※直近（R6）実績と令和8年度以降の目標値を比較すると、一部の指標で目標値が現行実績を下回る設定となっている。これは小規模事業者の経営改善には継続的な伴走型支援が不可欠であり、令和8年度以降は「量から質」へ転換し1社あたりの支援時間を1.5倍～2倍増を想定して設定したものである。

(4) 事業内容

経営分析を行った事業者を対象に、経営指導員等が巡回訪問や個別相談により計画書策定への支援を行うことで確実に事業計画策定につなげていく。また、小規模事業者においてIT活用は欠かせない経営課題であり、短期的な事業計画とは言え、経営分析を行い事業計画を策定したことで売上増加につながったなどの実績がある「IT個社支援」は継続して実施する。またあらたに「経営力再構築伴走支援モデル」を実践し、支援の成果をホームページで広報・周知し、経営分析・事業計画の重要性を意識づけ、未着手小規模事業者への浸透を図っていく。成果を実感している小規模事業者に対しては中長期計画の策定に向けフォローアップする。より高い目標をもつ事業所や、新商品や新サービスの開発など具体的な売上拡大の取り組みを検討している事業者については、経営革新計画認定や展示会・商談会への参加など、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。

①分類1…短期事業計画策定支援

小規模事業者においてIT活用は欠かせない経営課題であり、経営分析を行い事業計画を策定したことで売上増加につながったなどの実績がある「IT個社支援」活用を推進し事業計画策定へのステップとして実施する。

【支援対象】 「IT個社支援」を希望し経営分析を実施した小規模事業者

【手段・手法】 経営分析を実施した小規模事業者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

①分類2…中長期事業計画策定支援

中長期目標を見据えた事業計画の策定を経営指導員等が個社支援で実施する。必要に応じて専門家派遣制度も活用する。小規模事業者を取り巻く経営環境が激変している現状と地域経済動向調査や経営分析結果、需要動向調査等の成果を踏まえた事業計画策定を目指す。

【支援対象】 経営分析を実施した小規模事業者

【手段・手法】 これまで「IT個社支援」を通じて成果を実感している。また、経営の変革を希望する小規模事業者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に中長期的な事業計画の策定につなげていく。

①分類3…創業希望者の事業計画策定支援

外部環境が変化する中で、創業希望者の相談も多い。動機を聞けば思いが先行してプランが整理されていない、「何から始めればいいのか分からない」などといった創業希望者は少なくない。商工会としては、創業希望者に対して、事業プランを聞き取り整理していき、創業塾開催情報や町・県・国の創業に関する補助金、金融制度などの支援策等を紹介し新規創業につながる伴走型支援を実施する。

【支援対象】 創業希望者

【手段・手法】 創業希望者に対し、経営指導員等と庄内町（担当者）と一緒に動機・現状・今後の進め方等についてヒアリングを行い創業に向けた補助金等各種支援策の活用を提案する。また、必要に応じて外部専門家や関係機関と連携し事業計画の策定を支援しに確実な創業と自走化へとつなげていく。

②経営計画作成での生成AIシステムの活用（先進性）

過去の成功事例を類似パターンとして提示したり、売上予測のシミュレーションを複数パターン自動作成するなど、様々な支援機能を活用することで作成作業の効率化が図れることにより実現・実効性の高い事業計画の策定が見込める。

【支援対象】 新規事業展開・創業希望者

【手段・手法】 新規事業・創業希望者に対し、AIを活用しながら提案し、対話を通じて小規模事業者・創業希望者が本質的課題を認識、納得したうえで自らの行動へつながる事業計画の策定を支援し、確実な新規事業展開または創業へつなげていく。

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]

事業計画策定後の検証については、定期的な巡回訪問を行い目標と結果との相違について事業者それぞれの課題解決に向けて取り組んだ。当初の事業計画通り事業が進んでいる事業者もあれば、外部環境の大きな変化があり出来ていない事業者もあった。課題について、あらゆる支援策の情報を提供し活用に向け支援してきたものの、検証については実施頻度・方法、担当者や時期により訪問/面談回数・記録様式・評価などについて統一されていない。

[課題]

策定した事業計画策定後の検証するための過程（巡回時期・頻度等）や書式の統一化を図り、目標1-①で設定したKGI/KPIを確実にモニタリングする体制を整えることが課題である。

(2)支援に対する考え方

現状の「頻度・方法・様式の不統一」を解消し、課題である目標1-①で設定したKGI/KPIを確

実にモニタリングする体制を構築する。

- ・支援進捗度分類の導入 : 全員一律ではなく、進捗状況に応じた頻度設定。
- ・「伴走支援カルテ」の統一: 属人化を防ぎ、目標 1-①の指標 (単価、IT 活用等) を全指導員が確認。
- ・デジタル共有の徹底 : 巡回記録のリアルタイム化

(3) 目標

| 内容 | R6実績 | R8年度 | R9年度 | R10年度 | R11年度 | R12年度 |
|-----------------|------|------|------|-------|-------|-------|
| フォローアップ対象事業者数 | 59社 | 30社 | 30社 | 30社 | 30社 | 30社 |
| フォローアップ頻度(延べ回数) | 214回 | 72回 | 72回 | 72回 | 72回 | 72回 |
| 売上増加事業者数 | 21社 | 10社 | 10社 | 10社 | 10社 | 10社 |

※直近 (R6) 実績と令和8年度以降の目標値を比較すると、一部の指標で目標値が現行実績を下回る設定となっている。これは小規模事業者の経営改善には継続的な伴走型支援が不可欠であり、令和8年度以降は「量から質」へ転換し1社あたりの支援時間を1.5倍～2倍増を想定して設定したものである。

(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を確認し、着実な実行を支援するため、以下の体系的なフォローアップを実施する。

①支援進捗度に応じた巡回頻度の設定

限られた人員で支援効果を最大化するため、事業者の進捗状況に応じて以下の3区分で支援頻度を設定し、メリハリのある支援を行う。

- ・集中支援 (年3回程度) : 計画達成率が80%未満の事業者や創業間もない事業者、または、事業計画と進捗状況にズレが発生している事業者を対象に、4ヶ月に1度を目安に面談を実施し、早期の課題発見と軌道修正を図る。
※フォローアップ頻度: 対象事業者30社×50%×年3回を想定
- ・標準支援 (年2回) : 概ね計画通りに推移している事業者を対象に、上期・下期の節目で予実確認を行う。
※フォローアップ頻度: 対象事業者30社×40%×年2回を想定
- ・モニタリング (年1回) : 計画を上回る成果を上げている自走可能な事業者を対象に、決算期に合わせて状況を確認し、さらなる成長 (経営革新計画等) へ誘導する。
※フォローアップ頻度: 対象事業者30社×10%×年1回を想定

②統一様式「伴走支援カルテ」による予実管理の徹底

全経営指導員が統一の「伴走支援カルテ」を使用し、支援のバラつきを解消する。カルテには、売上・利益に加え、本計画の重要指標である「客単価」「Google ビジネスプロフィール活用状況」を必須確認項目として設け、目標達成に向けた PDCA を確実に回す。

③経営支援システムを活用したリアルタイム共有

巡回記録は商工会が常時使用している経営支援システムに即時入力する。これにより、組織全体

で事業者の課題をリアルタイムに共有し、必要に応じて外部専門家を迅速に派遣できる体制を整える。

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]

商工会ではこれまで、全国的な物産展や商談会への出展を促し、積極的に参加を希望する小規模事業者を支援してきたことにより、販路開拓へのノウハウが向上し、成果や可能性を実感できるようになった。これにより首都圏に向け販路開拓へ取り組む事業者もでてきてはいるが、小規模事業者の多くは、家族経営が多くマンパワー不足や生産力不足、事業主の高齢化などが要因となって、販路拡大・新規取引先の獲得が必要であることは十分理解していながらもその取り組みに対して消極的な事業者は多い。

[課題]

人口減少という現状を踏まえると、現時点の商圈では持続的経営も限界があり、商圈を広げたビジネス展開を行う必要がある。地域6次産業化を軸にした総合産業化並びに電気機械製造業者が新たな販路開拓・需要開拓に寄与する事業を計画していかなければならない。

商工会としては、今後販路開拓に意欲的な小規模事業者を継続的に支援するとともに、小規模事業者の経営体力や提供する商品・サービスの内容を勘案した上で、需要開拓を支援する。また、イベントやIT活用等の手法を活用しながら、大阪商工会議所が運営事務局とするザ・ビジネスモールへの登録や関東圏の商談会への出展等の機会を提供して、その後の売上増加に繋がるよう需要開拓を支援していく。

(2) 支援に対する考え方

「商工業の活力は街の元気」であり、その活力の源泉となるのは、売上収入・利益の確保であり、本経営発達支援事業を確実に遂行するための最重要要因と考えている。そのためにも、小規模事業者が最も苦手とする自社・商品（製品）・技術等のPRを促進し、販路開拓につながる支援は重要であると考え、以下の取り組みを推進していく。

- ①商工会が独自で展示会等を開催するのは困難なため、ザ・ビジネスモールへの登録。首都圏・関西圏等や近県（東北六県・新潟県）で開催される既存の展示会への出展を促す。また、地域イベントへの出展やふるさと納税返礼品への参加を支援する。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。
- ②ホームページの開設を促進・支援し、ブログやソーシャルメディアなどのICTを活用した積極的な情報発信と、マスメディア、各種広報誌等を活用した広報活動で、新たな需要の創出や掘り起こしを支援し、事業の継続と持続的な発展を図る。
- ③新商品等が出来た小売店等の情報発信を行い交流人口増加の事業を実施していく。

④庄内町第3次総合計画の「観光」では、町内の観光資源を活かし体験・滞在・交流型観光を推進し、観光交流人口・観光消費の拡大を目指すとしており、この機会を小規模事業者が着実に新規顧客を獲得できるよう支援していく。

(3) 目標

| | R6 実績 | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|-------------------------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| ①ザ・ビジネスモール登録件数 | — | 1社 | 1社 | 1社 | 1社 | 1社 |
| 成約件数/社 | — | 1社 | 1社 | 1社 | 1社 | 1社 |
| ②しょうない秋まつり出展数 | 14社 | 15社 | 15社 | 15社 | 15社 | 15社 |
| 販売額/社 | 108千円 | 100千円 | 100千円 | 100千円 | 100千円 | 100千円 |
| ③首都圏商談会等出展数（直近実績は地銀フードセレクション） | 6社 | 3社 | 3社 | 3社 | 3社 | 3社 |
| 成約件数/社 | 0.5件 | 1社 | 1社 | 1社 | 1社 | 1社 |
| ④付加価値の高い新商品開発事業 | 2件 | 2社 | 2社 | 2社 | 2社 | 2社 |
| 販売額/社 | 672千円 | 100千円 | 100千円 | 100千円 | 100千円 | 100千円 |
| ⑤商店街賑わい創出（BtoC） | | | | | | |
| ⑦Googleビジネスプロフィール登録件数 | — | 5社 | 5社 | 5社 | 5社 | 5社 |
| ①飲食店新規客獲得事業 | — | 18社 | 18社 | 18社 | 18社 | 18社 |
| 新規来店客数/社 | — | 10人 | 10人 | 10人 | 10人 | 10人 |

(4) 事業内容

小規模事業者が最も苦手とする自社・商品（製品）・技術等のPRを促進し、販路開拓・需要開拓による売上増加につながるよう支援を実施する。

①ザ・ビジネスモール活用（主にBtoB）

【支援対象】 製造業者

【支援の手段・手法】 主に電気機械製造業等の支援策として、ザ・ビジネスモール（運営事務局：大阪商工会議所）への登録を促進し受注機会の拡大を図る。事前に、自社の機械設備、生産体制等整理させ、また登録事業所を調査し、何を求めているのかを整理し、登録してもらう。事後は、モール内で利用できる企業取引検索・企業間商談支援サービスなどの活用について伴走支援をおこなう。

※ザ・ビジネスモールは、日本全国の企業を応援する商取引支援サイトで、日本全国の約580団体以上の商工会議所・商工会（登録団体）が会員事業所の経営支援を目的に共同で運営し、商工会議所・商工会の会員企業同士のビジネスマッチングを促進している。登録は無料で全国約30万件の事業者（製造から卸・小売り、サービスまでの各業種）が登録している。

2000年1月から、商談提案数86,246件・商談数43,983件・成立報告数3,907件の実績がある。

②しょうない秋まつり（主にBtoC）

【支援対象】 参加を希望する商業者及び飲食業者

【支援の手段・手法】 当町において毎年開催される秋まつりと同時開催する「商工まつり」への参加・出展を推進し、商業者・飲食業者・建設業者等の地元での知名度・認知度向上を図る。

【参 考】 出展社数 14社（令和7年度実績）、来場者数 15,000人（令和7年度実績）

③首都圏商談会等出展（直近実績は地銀フードセレクション）（主にBtoB）

【支援対象】 食品製造業者、小売・サービス業者

【支援の手段・手法】 県内のみならず関東圏等に販路拡大を希望している食品製造業者や小売・サービス業者の出展を支援する。需要動向調査の新商品評価紹介表をもとに、商工会が商談シートを整理して事業者へ提供しながら参加を促すことで意欲を向上させる。自社の事業規模や生産性などBtoBとして相手企業がその後の取引の検討材料になるような情報をパンフレットにまとめ、いつでも提供できるように事前に行うことで成約率を高める。また、当日は経営指導員等が同行し商談をサポートし、終了後は名刺交換等の事後フォローを行い商談成立に向けての実効性のある支援を行う。

※地銀フードセレクションは、地方の優れた食材や加工品を全国に発信する展示商談会で、全国の地方銀行が連携し、地域の食品生産者や加工業者と大手食品バイヤーをつなぐ場を提供している。地域の特産品や伝統的な食材、革新的な加工食品などが一堂に会し、地域の食文化振興と地方創生に貢献する重要な食のイベントとして注目されている。

2024年実績 主催銀行52行、出展者数1,029社（新規出展416社）、当日成約した商談件数631件、継続商談件数8,758件と公表されている。

④付加価値の高い新商品開発事業（主にBtoB）

【支援対象】 食品製造業者、工芸品製造業者等

【支援の手段・手法】 当町のふるさと納税の返礼品の中心商品は米であり、付加価値の高い加工食品の対象商品について庄内町から相談を受けている。その中で、経営発達支援事業で実施するバイヤーによる新商品評価事業等を通して商品のブラッシュアップを図り新商品情報提供し、需要開拓につなげる。

⑤商店街賑わい創出（主にBtoC）

㊦Googleビジネスプロフィール登録

【支援対象】 希望する商業者（小売り・飲食・理美容・他サービス等）

【支援の手段・手法】 IT個社支援やセミナー開催、専門家派遣制度を活用し、希望する小規模事業者の自走化へ向け伴走支援する。

㊧飲食店新規客獲得事業

【支援対象】 参加を希望する飲食業、サービス業者等

【支援の手段・手法】 町内には多種多様で人気のある飲食店が集積しており、庄内町の特徴的産業の一つとなっている。これを生かして、街中の賑わいを創出するため、庄内

町・庄内町商工会が連携して実施している事業として、飲食店のスタンプラリーなどを実施し、交流人口の増加を図っていく。

【参 考】(令和7年度実績) 参加店舗数16店舗、スタンプラリー参加者数1,220人(延)

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]

① 内部検証

- ・事業の評価及び見直しのための会議を毎月1回職員8名で開催している。
- ・商工会の理事会を年5回程度開催しており事業計画の説明や事業報告を行っている。

② 外部検証

- ・庄内町商工観光課との打合せの際に随時、計画の進捗状況を説明している。
- ・外部有識者(中小企業診断士等)、法定経営指導員、庄内町商工観光課長、庄内町商工会正副会長・事務局長をメンバーとする「事業評価検討委員会」を毎年度1回開催している。

③①内部検証、②外部検証により効果的な事業評価及び見直しを行う体制は構築できている。また、評価結果は商工会HPで公開している。

[課題]

より効果的な事業評価及び見直しを行う体制は構築できているが、評価結果を商工会HPで公表しているが地域事業者が常時閲覧可能な状態になっていない。

(2) 事業内容

①毎年度、事業評価検討委員会を開催し、事業実施等について評価・検討しPDCAを適切に回していく。評価委員は、外部有識者(中小企業診断士等)、法定経営指導員、庄内町商工観光課長、庄内町商工会正副会長・事務局長をメンバーとする「事業評価検討委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。

法定経営指導員は、職員とのヒアリングにより経営発達支援事業に関する定性的及び定量的な成果を取りまとめ「事業評価検討委員会」に報告する。

②「事業評価委員会」の評価結果は、商工会理事会にフィードバックしたうえで、事業実施方針等に反映させるとともに、庄内町商工会のホームページへ年1回公表し、小規模事業者が常に閲覧可能な状態にする。(http://www.shokokai-yamagata.or.jp/shonai/)

③公表した内容に対する小規模事業者の評価・意見等については、次年度の事業実施方針等に反映させる。

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]

外部から専門家を招聘し、経営指導員等を対象とした資質向上事業を年4回実施している。また、経営指導員やベテラン支援員が指導者となり、若手支援員等を対象としたOJT制度を実施している。

[課題]

経営指導員等の個々の支援能力は向上しているが、支援ノウハウを共有し活用する仕組みづくりが今後の課題である。

(2) 事業内容

①支援実施体制の強化

・伴走支援スキルの標準化

経営指導員等は、全国商工会連合会・日本商工会議所が主催する研修の参加に加え、山形県商工会連合会が主催する「経営指導員研修会」や「経営支援員研修会」、「専門スタッフ研修会」、中小企業大学の主催する研修を積極的に受講し、「傾聴力」「質問力」「対話力」の向上に努める。また、支援事例（成功・失敗）を組織内で共有・検討するケーススタディを定期的（月1回等）に実施し、属人化を防ぎつつ支援の質の均質化を図る。

・外部専門家との有機的連携

高度・専門的な課題に対しては、よろず支援拠点や専門家派遣制度を活用しますが、専門家に「丸投げ」するのではなく、経営指導員が「翻訳者」として間に入り、専門家の助言が経営者の腹落ちにつながるよう調整役を果たす。

②OJT制度の実施

ベテランと若手職員（二人一組）がチームで小規模事業者を支援することを通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTの実践による伴走型の支援能力の向上を図る。

③リバースメンタリングの実施

OJTに加え、若手職員からベテランが学ぶリバースメンタリングに取り組むことにより、コミュニケーションを活性化させ、お互いが学びを得られる状態を構築する。

④データベース化

経営分析・支援状況や支援事例（経営カルテ）・財務状況等を共有する手段として、常時使用している商工会経営支援システム、記帳システム（MA1）、クラウド型経営支援ツール（生成AIシステムAI助）を活用する。

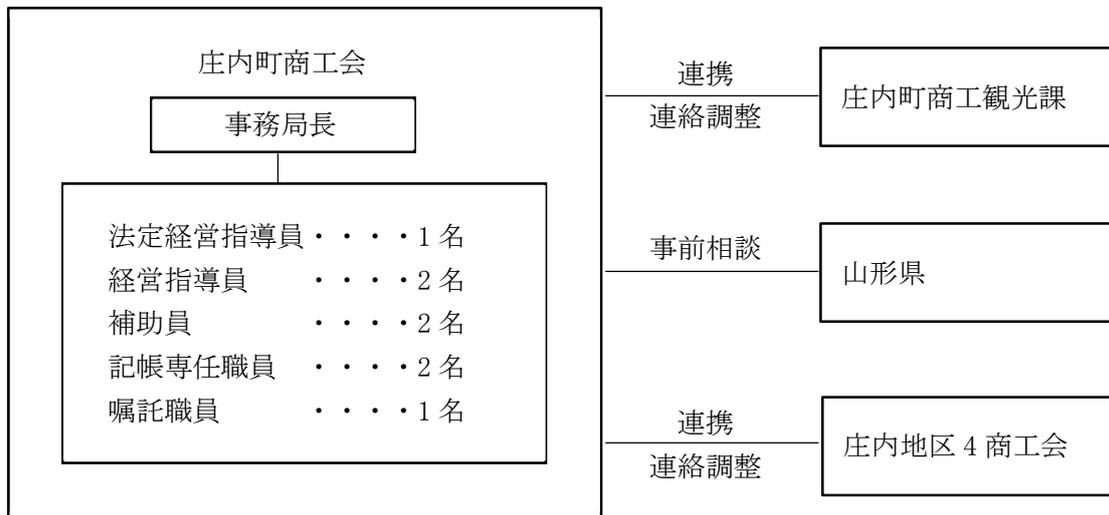
(別表2)

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7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)



①都道府県及び関係市町村との連携体制

- ・ 当会、本町商工観光課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年4回、連絡協議会を開催する。
- ・ また山形県と事前に相談・調整を行うことで、都道府県の重要課題についても反映した支援計画とする。

②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

- ・ 町内を4地区に分け、法定経営指導員1名と経営指導員2名の体制で巡回指導を行う。経営指導員を小規模事業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。

③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制

- ・ 法定経営指導員1名、経営指導員2名、事務員5名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。
- ・ 上記で把握・検証した実施状況を当会と本町の連絡協議会(年4回開催予定)で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。

④経営指導員等の資質向上に係る体制

- ・ 当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX化や生成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。

(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法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名： 齋藤 義徳 ■連絡先： 庄内町商工会 (TEL：0234-42-2556)

※法定経営指導員又は広域経営指導員は、原則1名とする。複数名記載する場合は、下記②に理由を記載すること。

②法定経営指導員又は広域経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、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の提供等を行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当する又は該当しない。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会 〒999-7781 山形県東田川郡庄内町余目字三人谷地13番地の1
庄内町商工会 電話 0234-42-2556 FAX 0234-42-2559
E-mail shonai@shokokai-yamagata.or.jp

②関係市町村 〒999-7781 山形県東田川郡庄内町余目字三人谷地13番地の1
庄内町商工観光課 電話 0234-42-0138 FAX 0234-42-2559
E-mail shokorodo@town.shonai.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8年度 | 令和9年度 | 令和10年度 | 令和11年度 | 令和12年度 |
|-----------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 必要な資金の額 | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 2,000 |
| I. 経営発達支援事業 | | | | | |
| 3. 地域の経済動向調査に関すること | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| 4. 需要動向調査に関すること | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| 5. 経営状況の分析に関すること | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| 6. 事業計画策定支援に関すること | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 |
| 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 |
| 8. 新たな需要開拓に関すること | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 |

(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 |
| 国補助金、県補助金、町補助金、自己資金（会費、各種手数料収入） |

(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名 |
| 特になし |
| 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 |