

経営発達支援計画の概要

実施者名	桜川市商工会（法人番号 2050005010087）
実施期間	平成30年4月1日～平成35年3月31日
目標	<p>当商工会では、5年間における本事業内容において小規模事業者に寄り添いながら経営発達支援事業の効率的な実施を図り、小規模事業者の持続的発展を目指す。</p> <p>(1)伴走型支援による経営計画策定支援 (2)商工会を中核とした行政・他機関と連携支援体制の構築 (3)賑わいのある商店街・地域づくりの支援 (4)地域資源の魅力と特性を踏まえた地域ブランドの構築 (5)商工会の創業（第二創業を含む）支援力の強化</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の具体的な内容</p> <p>1. 地域経済の動向調査【指針③】</p> <p>(1)決算確定申告等のデータ活用による地域経済動向調査（新規） (2)各種統計資料の収集による経済動向調査及び情報の提供（新規）</p> <p>2. 経営状況の分析【指針①】</p> <p>(1)経営分析の必要性や重要性の周知・啓蒙活動（新規） (2)経営診断シート活用による経営課題を把握（新規） (3)重点産業に対する経営分析（新規）</p> <p>3. 事業計画の策定・実施支援【指針②】</p> <p>(1)経営課題解決を図る事業計画策定支援（拡充実施） (2)商店街及び個店魅力度向上、地域資源活用事業計画策定支援（新規） (3)創業希望者に対する事業計画策定支援（新規） (4)事業計画策定事業者による成功事例発表会の開催（新規）</p> <p>4. 事業計画の策定後の実施支援【指針②】</p> <p>(1)フォローアップ強化による事業計画実施支援（拡充実施） (2)創業後の巡回・窓口指導による個別フォローアップ（新規）</p> <p>5. 需要動向調査【指針③】</p> <p>(1)巡回・窓口相談等における支援先のほりおこし（拡充実施） (2)消費者需要動向調査・情報収集・分析支援（新規） (3)取引先・バイヤー等・需要動向調査・情報収集・分析支援（新規）</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業【指針④】</p> <p>(1)消費者（B to C）への需要の開拓支援（新規） (2)商社・バイヤー等（B to B）への需要開拓支援（新規・拡充実施）</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <p>(1)地域資源を活用した地域経済活性化のための検討（拡充実施） (2)「桜川ブランド」の構築による地域経済活性化（新規） (3)「桜川ブランド」商品開発・販路開拓（新規） (4)市・市観光協会と連携（イベント）による地域経済活性化（拡充実施）</p> <p>III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力の向上のための取り組み</p> <p>(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 (2)経営指導員等の資質向上に関すること (3)事業の評価及び見直しをする為の仕組みに関すること</p>
連絡先	<p>桜川市商工会 担当者 杉・渡辺・萩原 住所 〒309-1214 茨城県桜川市東桜川1-21-1 TEL 0296-76-1800 FAX 0296-75-0498 URL (http://sakuragawa.or.jp/) e-mail info@sakuragawa.or.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. 地域の概要

【地域を取巻く環境】

桜川市は、西茨城郡岩瀬町・真壁郡真壁町・真壁郡大和村の3町村が平成17年に合併し、昨年で合併13年目を迎えた。茨城県の中西部に位置し、総面積は179.78 km²である。北・東・南側の三方を阿武隈山系の山並みに囲まれ、南側に筑波山がそびえ、市の中央部を南北に、市名の由来にもなった桜川が流れるなど、緑豊かな自然環境に恵まれている。

古くは城下町として栄えてきたが、明治時代に入り、製糸業を中心とし工業が発達し、それに伴い商業、商店街も発展してきた。昭和に入り、製糸業は衰えてきたが、桜川市で採れる小目石・みかげ石・青糠目石などを活用した石材加工業が発達し、日本三大石材産地と称されるまでになった。

平成の時代になり、中国の加工技術の進歩や、商社の中国への事業展開により、安い製品が輸入され、地場産業としての石材加工業は衰退してきた。

現在では、墓石を中心とした石材製品の卸販売や建築資材としての石材ニーズに対応して産業を以前の半分程度になりながらも維持している。また、平野部の肥沃な土地を利用した農業は依然と変わらない状況であるが、都市部への人口流出により、後継者不足に悩まされている。

日本の高度成長期に岩瀬駅前の商店街、真壁町内の商店街、大和地区の雨引観音周辺の商店群は、時代の変化とともに衰退してきた。大型スーパー・ホームセンターの進出による影響も商店街の衰退を加速させた。

【地域の特徴】

当市は、豊かな歴史に彩られたまちとしても知られ、茨城県初となる国の重要伝統的建造物群保存地区の「真壁の町並み」をはじめ、安産子育ての霊場として広く知られる「雨引山 楽法寺」など、数々の歴史的遺産や名所旧跡が現存している。

国指定文化財・天然記念物「桜川のサクラ」、雨引山周辺の「3千本の桜」、つくし湖の水面に映る「桜並木」をはじめ、市内の山々に多数自生している山桜は「桜川のサクラ」と万葉の時代から知られている。

平成29年に15回目を迎えた「真壁のひなまつり」は、2月4日～3月3日の会期中に10万余人のお客様が訪れ、茨城県の早春を代表するイベントとして賑いを見せている。特に、北関東高速道路が平成20年4月に桜川筑西インターとして開通してからは、首都圏からも近い位置にあることから観光客が増加傾向であるため、小規模事業者は、オリジナリティの高い商品販売や観光客を相手とした特産品の開発などに力を入れている。

【人口動態】

次に、桜川市の人口動態を示す。(表1) 総人口は、年々減少傾向にある。特に64歳以下の人口減少が著しい。そのような中でも65歳以上の人口は増加しており、典型的な少子高齢化が進んでいる。また、人口減少の要因は、20代30代の若年層の転出超過による社会減、出生数の減少による自然減双方にある。



表1 桜川市人口動態 各年10月1日現在

年 度	14歳以下	15歳～64歳以下	65歳以上	年齢不詳	総人口
平成17年	6,788	30,082	11,527	3	48,400
平成26年	5,133	25,615	12,429	13	43,190
平成27年	4,892	25,106	12,592	42	42,632

【商工業者動態】

桜川市の商工業者動態を産業別事業所数（表2）、事業所数（表3）、業種別小規模事業者数の推移（表4）に示す。

表2 桜川市の産業別事業所数 桜川市統計 平成26年度調べによる

業種	商業	工業	建設業	サービス業	その他	合計
件数	718	517	301	594	22	2,152

表3 桜川市の事業所数 資料経済センサス

年/区分	事業所数	従業員数
平成24年	2,159件	14,995人
平成26年	2,152件	16,041人

表4 桜川市の業種別小規模事業者数の推移※出典（「平成24年・26年経済センサス」）

産業分類		平成24年	平成26年	増減
D	建設業	328	301	-27
E	製造業	551	517	-34
G	情報通信業	4	2	-2
I	卸・小売業	560	562	+2
K	不動産業・物品賃貸業	42	43	+1
L	学術研究・専門・技術サービス業	31	39	+8
M	飲食サービス業	131	145	+14
	宿泊業	13	11	-2
N	生活関連サービス業、娯楽業	181	179	-2
O	教育、学習支援業	22	48	+26
P	医療、福祉	84	105	+21
Q	複合サービス事業	11	12	+1
R	サービス業（他に分類不可なもの）	185	166	-19

【市内小規模事業者の現状と課題】

2頁の（表4）では、桜川市の業種別小規模事業者数の推移の産業分類平成24年と26年の比較でも、D建設業27件減・E製造業34件減と、石材関係の製造・石工事業関連が減少した。一方飲食・サービス業は、製造・建設業からの業種転換や買物弱者向けの宅配サービス等関連企業の増加等により14件増加、医療福祉関連業種も既存企業の経営多角化等による新規参入や、創業等により21件増となっており、全体的に業種構造が1次産業から第3次産業へシフトしている傾向がみられる。

【現状】

(1) 建設業

建設業は、大手住宅メーカー等の進出により競合も多く価格競争により採算も悪化し、消費者から選ばれるには、高い技術やサービスが求められ、さらなる原価の高騰を招いている。

(2) 製造業・石材業

製造業は、工業団地を中心とした企業の下請け事業者が多く、継続的に受注を確保するためには、常に高い技術を求められている。また、近隣大手企業の雇用水準が高く、小規模事業者は有能な人材確保が難しく、一部撤退する企業もある。

1970年代に隆盛を極めた地場産業である石材業は、安価な中国製品の台頭により、石材関係の事業所数は平成17年より現在まで100件近くが廃業している。また、後継者不足も深刻化しており、毎年減少傾向にある。石材業衰退による石材業に従事する従業員数の雇用減少も問題である。

(3) 商業・サービス業

市内の商業・サービス業などの産業も、地場産業である石材業の衰退により、連鎖的に「モノが売れない」「人が来ない」という状況が続いている。また、食品スーパー・ホームセンターや大手家電量販店の進出もあり、消費者の購買行動が大きく変化した。このような状況から、事業者は先行きの不安や事業者の高齢化・後継者不足により、今後大幅な廃業者数の増加が予想される。

【課題】

(1) 建設業

既存の事業者に対しては経営の革新が必要である。また、経営環境の変化をビジネスチャンスと捉え、新分野への事業推進計画。

(2) 製造業・石材業

桜川市内の工業団地等へ新たに進出する企業の誘致や、地元企業の高い技術のPRと更なる技術向上を推進するとともに、厚生労働省等の雇用関係助成金制度等を活用した優秀な人材の確保。

安価な中国製品に対し、地場産採掘石活用の石材製品作成とPR伝統工芸品でもある真壁石灯籠の後継者の育成・優秀な人材確保。

(3) 商業・サービス業

小売店は、商品やサービスを提供する機能だけでなく、市民の情報の交流地として、また、地域文化を発信する拠点としての機能を有しているため、経営診断や経営指導等の育成支援策を講じる必要がある。桜川市では、桜川筑西IC付近のさくらがわ地域医療センターの整備等「新市建設計画」を最大限活用した立地を促進し、新たな商業・サービス業拠点の形成。

【市としての方向性】

桜川市は平成29年3月に策定された平成29年度～平成38年度までの第2次総合計画（一部抜粋）に掲げる桜川市の将来像「ヤマザクラと市民の幸せが咲くまち 桜川」と掲げ、地域資源の「ヤマザクラ」をいかして新たな活力と幸せを感じ「住みたい」と思えるまちづくりを目指している、また、「まちの活力を高める為、元気なまちづくりとして、産業の振興により地域経済の活性化と雇用の創出を図り、「共生」「学び」「安心」「活力」「快適」「自治」の6つの基本理念を実現するため、桜川市の地域特性を踏まえ、①農林業の振興②商工業の振興③観光の振興として、地域資源を活かした活力ある産業のまちづくりを掲げ各種施策を推進している。

●工業の振興

- ・展示会などを通じた石材製品のPR支援
- ・いばらき伝統的工芸品産業イノベーション事業（産地組合と茨城県・桜川市・笠間市・結城市が連携して、伝統工芸品である真壁石灯籠・笠間焼・結城紬の戦略的な市場開拓や新商品開発等を展開する）の推進
- ・県立真壁高等学校と連携した後継者の育成
- ・公共事業への地場産石材の活用
- ・高速道路周辺の周辺道路、給排水施設などのインフラ整備により桜川市立病院の整備
- ・大規模な商業施設・住宅地造成の推進及び優良企業誘致推進

●商業の振興

- ・持続可能な商工業の振興に伴いビジネスマッチングなどによる販路拡大の支援
- ・地域資源を活かした商品開発の推進
- ・商店街における市内消費促進のための仕組みづくりの検討
- ・市内商工業者へ経営基盤強化に伴う各種金融支援の充実
- ・市内商工業者へ経営基盤強化に伴う商工会との連携による経営指導

●サービス業の振興

- ・観光資源の再発見とPR強化に伴い隠れた観光資源の発見と活用
- ・SNS・パンフレット・マスメディアによる情報発信
- ・観光資源の充実と商品開発
- ・観光資源を生かした体験ツアーやお土産品の開発支援
- ・近隣自治体と連携した観光客の誘致
- ・ヤマザクラを活かした観光の推進

2. 桜川市商工会の現状と課題

桜川市商工会では、小規模事業者の経営改善普及事業として、税務指導・金融相談・労働保険関係・記帳指導「基礎的支援業務」を中心に巡回指導、窓口指導、各種研修会を実施し、商工会青年部・女性部の育成・商業・工業・サービス業・建設業・石材業部会事業の推進、また地域振興事業として各種イベントの開催などを実施している。

今後は、桜川市の現状と課題を鑑み、地域の強み・課題・街づくりの方向性を踏まえ、地域唯一の経済団体(商工会)として地域経済を活性化・小規模事業者等の持続的発展(地域経済活性化)の実現に向けて「小規模事業者等の計画に基づく経営」を目標にした戦略思考型伴走型改革支援体制を整備する事が課題である。

3. 桜川市商工会の中長期的な小規模事業者振興のあり方

桜川市は平成29年3月に策定された第2次総合計画（平成29年から平成38年）に掲げる桜川市の将来像「ヤマザクラと市民の幸せが咲くまち 桜川」を実現するため、桜川市の地域特性を踏まえ、①農林業の振興②商工業の振興③観光の振興として地域資源を活かした活力ある産業のまちづくりを掲げ各種施策を推進している。

当桜川市商工会は、小規模事業者に対して、商工業の振興施策として「商店街活性化対策」・「異業種連携による農業の6次産業化」・「地域資源の開発」による商工業・サービス業の活性化を掲げている。

地域唯一の経済団体であり小規模事業者の支援機関として、地域の課題解決に向け桜川市の基本構想と連携した「賑わいの創出・地域のブランド構築」による地域活性化、また小規模事業者の経営の持続化・発達によるまちの発展を中長期的な振興の在り方として、行政や関係団体と連携して実行していく。

4. 小規模事業者振興の支援目標と目標達成のための具体的方針

商工会の目的は、行政・関係機関と連携・協力しながら、桜川市商工会の「小規模事業者の小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方」を踏まえ、当地域の小規模事業者に共通する課題「売上の向上」「利益の確保」に対して、事業計画の策定や実施に寄り添った支援を行い、経営品質や利益を向上させる事で「多くの小規模事業者等の経営の持続的発展」を目指す。上記の基本方針を、小規模事業者の支援目標に設定し、事業者のニーズを把握しながら経営指導員等に周知した上で、本事業期間内（5年間）において次の具体的な支援を行う。

（1）伴走型支援による事業計画策定支援の実施

事業計画に必要な市場調査・計画策定の伴走型支援体制を整備を図るため小規模事業者が現状を把握し、真の問題点を認識して顕在化した課題を解決する。

また、課題に対し、事業計画策定や本質的な企業力の向上を促すための小規模事業者のビジネスモデルの再構築に関し、「市場調査分析から構想・計画の立案から計画遂行・販路開拓」等の目標の実現という一連のプロセスを指導・助言ができる伴走型支援体制を構築する。さらには、環境変化に合わせたビジネスプランの随時変更等のフォローアップまで一環した支援を実行する。

（2）商工会を中核とした連携支援体制の構築

地域の小規模事業者に対して商工会が中核となり、桜川市の総合計画等に並行し、行政および専門機関・地域金融機関等の支援機関が連携を構築する。それぞれの専門分野で役割を明確にすることで地域最強の支援体制を構築する。

（3）賑わいのある商店街・地域づくりの支援

市の中心市街地にある商店街（真壁・岩瀬地区商店街）の活性化を図るため、商店街が行うイベント事業に協力支援し、単発的なイベントではなく定例化したイベントとして定着させ賑わいのある商店街になるよう市と連携を図りながら協力支援を行っていく。また、地域振興イベントとして、例年4月に行われている市主催の「Sakura フェスティバル」への商工業者の出店について協力支援を行い、商工会青年部・女性部もイベント事業に参加協力し地域の活性化を図る。また、山桜グループ桜川による「観光拠点でのおもてなし」等へも協力支援し地域の活性化や地域づくりの支援を図る。

（4）地域資源の魅力と特性を踏まえた地域ブランドの構築

新設された桜川市の総合戦略部「ヤマザクラ課」と桜川市名物づくり委員会が連携し、観光資源を活かした「隠れた観光資源の発見」や特産品の掘り起こしを行い、地域資源の魅力と特性を踏まえ新商品や特産品の開発とECサイト・メディア等の活用等による販路・開拓事業を継続実施し、農産加工品を中心とした地域資源（桜川市産小麦粉ユメシホウ）（酒寄のみかん）（福来みかん）（ゆず）（常陸秋そば）（石）や観光資源「ヤマザクラ・桜川のサクラ」を活用したオリジナル商品を開発する小規模事業者を積極的に支援し特産品のブランド化を模索し地域ブランドの確立と商品力向上を目指す農産品加工小規模事業者等の育成、発展を図る。また、農産物生産者・加工業者・販売者間のビジネスマッチング等を推進し、桜川市名物づくり委員会の特産品開発を支援しながら、山桜や伝統建造物の町並み等の観光資源を生かし販路拡大を図る。

（5）商工会の創業（第二創業を含む）支援力の強化

地元金融機関・日本政策金融公庫・茨城県信用保証協会や地域の関係各団体と専門機関等と連携し、創業支援や事業承継支援のPRを図り、活力ある地域づくりに貢献する。

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30年4月1日～平成35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】

【現状と課題】

現在、小規模事業者は、地域の経済動向について新聞やインターネット等での情報は収集しているが、各種の調査・統計データ等による地域経済動向調査情報を整理し十分活用するには至っていない。商工会としても巡回指導等やアンケート収集等によって収集した多様な情報を、相談に対応する形で、断片的に提供するにとどまっており、地域の中小企業景気動向調査について地域としてのデータが整理・分析されていないこと、有効な情報として定期的に情報発信されていないことが課題となっている。

【活用方法】

今後は、商工会で、独自に桜川市地域内の経済動向調査を実施し、商工業種別(商業・サービス・製造・建設・その他)の実態調査を行い、茨城県、国が提供している統計資料等を調査・分析し、巡回指導、窓口相談時に作成された結果を管内の小規模事業者に調査提供しながら経営状況の分析及び事業計画の策定の参考資料として活用する。

【具体的な事業内容】

(1) 決算確定申告等のデータ活用による地域経済動向調査(新規)

これまでは、決算申告を450件行なってきた。しかし、そのデータを分析利用して、各事業所の経営分析指導まで至ってなかった。

今後は、商工会が保有・収集した個人事業主の経営データ等を、卸小売業、製造業、建設業、サービス業別に整理・分析。企業規模などにも留意しながら、毎年各40社を抽出、管内小規模事業者の決算確定申告等のデータ分析を行い、売上・利益といった業績推移や経況を把握する。これにより業種ごとの経済動向情報として整理し、事業計画策定支援等に活用していく。

<具体的調査事業内容>

①調査対象	卸・小売業、製造業、建設業、サービス業の4業種 各10社を抽出
②調査項目	(a)売上 (b)資金繰り (c)仕入 (d)製品・商品在庫 (e)採算(利益) (f)従業員 (g)設備投資状況 など
③調査頻度	年1回実施
④調査方法	保有する決算申告データを活用し、抽出した各業種対象事業者に対し調査を実施する。
⑤分析方法	調査及びヒアリングしたデータを経営指導員等が中心となって組織する分析検討会を開いて検討する。分析に当たっては専門家等の意見も参考にし、分析検討する。
⑥調査結果の提供方法	分析した調査結果については、商工会報・ホームページでの公表、巡回窓口支援時に参考資料として活用・情報提供を行う。

(2) 各種統計資料の収集による経済動向調査及び情報の提供 (新規)

行政機関 (中小企業庁) (茨城県) (桜川市) の経済センサスや各調査資料により調査項目を決定し、金融機関の各種統計資料 (県内地域経済動向 (常陽ARC))・中小企業景況調査報告書 (全国連)・等各種レポートから企業・創業・事業承継・地域別景況・県内地域経済動向・桜川市業種別景気動向の状況について定期的に分析し、各事業・業界の動向を体系的に把握。小規模事業者等の意思決定の参考資料として商工会の広報誌「商工さくらがわ」やホームページ等により情報提供をしていく。巡回窓口相談時の資料としても活用する。

情報入手先	調査資料	調査項目
中小企業庁	中小規模企業白書 (年1回) 中小企業庁編集	小規模企業の業況、創業、 事業承継、
全国商工会連合会	小規模企業景気動向調査 (年4回) (全国の経営指導員が調査)	業種別の売上、採算、 資金繰り動向 DI値
常陽ARC	県内地域の経済動向調査報告書 (年4回)	茨城県内地域経済動向 売上、仕入、在庫、経常利益 等の動向 (DI)
茨城県統計課	茨城県景気ウォッチャー調査 県内の各地域 (県南、県西、県北、中央、他)	茨城県各地域別景気動向 企業・家計・雇用動向DI
桜川市	桜川市の統計 (年1回) (桜川市が国の経済センサスより抜粋)	桜川市の経済動向 人口、産業別事業所数 ・従業員数給与額・売上額

【活用方法】

各調査により収集した調査データを分析し、小規模事業者が利用しやすい情報 (視覚的に内容をすぐ理解できるもの) に加工し、レポートとしてまとめる。

分析結果をタブレットにデータで取り込み、経営指導員間で情報を共有し、経営分析指標・事業計画策定支援指標として活用する。

【目標】

支援内容	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
決算データ活用による 地域経済動向調査・分析回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
調査対象事業者数	未実施	40社 (各業種10社)	40社 (各業種10社)	40社 (各業種10社)	40社 (各業種10社)	40社 (各業種10社)
統計資料活用地域経済 動向調査・分析延べ回数	未実施	4回	4回	4回	4回	4回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

【現状と課題】

小規模事業者に対する経営分析の支援は、これまで、経営革新計画策定時や補助金申請書作成時に形式的に実施することとどまり、小規模事業者の多くは、自社の業務改善やビジネスモデルの再構築に十分活用できていない他、その対象範囲は極めて限定的となっていた。今後は、定期的・体系的に行う市場調査や経営分析結果を踏まえ、専門家と連携し、巡回指導を中心とした積極的な提案による伴走型の指導・助言を行い、実現可能性・実効性の高い事業計画策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

【事業内容】

(1) 経営分析の必要性や重要性の周知・啓蒙活動（新規）

これからは、小規模事業者の事業計画作成の基礎となるデータ分析が必要になる。そのために、具体的な支援が出来るような体制づくりを行い、経営分析→事業計画策定支援→計画実行→結果報告→事業改善提案（PDCA）を実行する体制を整備。

小規模事業者が自ら経営分析の必要性・重要性を理解し、自社の「強み」「弱み」や真の経営課題に気づくこと、事業者自身の経営分析力の向上を促すため、経営指導員が巡回・窓口相談時およびセミナー等の機会を活用し、随時、経営分析の必要性を小規模事業者に広く啓蒙する。

(2) 経営診断シート活用による経営課題を把握（新規）

記帳機械化・金融指導等から収集した独自データや、小規模事業者から直接ヒアリングした経営理念、ビジネスモデル、経営資源、提供する商品・役務の内容、財務分析等を盛り込んだ経営診断シートを作成。小規模事業者に対して、経営診断シートを活用することで定性的・定量的な経営状況の分析と経営課題の抽出・把握・整理を行う。分析結果から、経営課題の解決と事業の方向性を検討・決定し、その後の事業計画策定支援に繋げる。また、作成した経営診断シートは、データとして蓄積・管理し、地域、業種、規模別等によりデータベース化した後、全職員が閲覧できるよう体制整備する。

<財務分析結果様式（抜粋）>

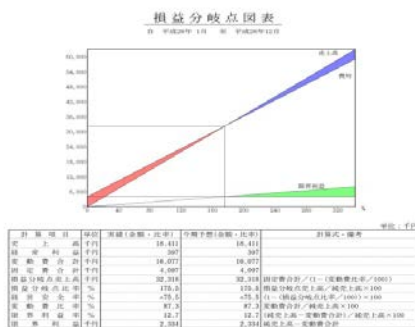
①経営分析表

経営計数分析表									
法人番号		主たる事業		前年度(前)		当年度(当)		増減	
区分	項目	単位	前年度	当年度	増減	増減率	計	算	式
1	経営資本対当利益率	%	31.4	31.39	4.7	○	増利益/経営資本×100		
2	経営資本対当利益	円	4,431	7,021	2,590	○	増利益/経営資本		
3	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	2.7	○	増利益/売上高×100		
4	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
5	自己資本対当利益率	%	42.2	43.1	14.7	○	増利益/自己資本×100		
6	自己資本対当利益	円	4,431	13,5	18.7	○	増利益/自己資本		
7	流動比率	%	108.2	108.2	0	○	流動負債/流動資産×100		
8	固定比率	%	91.8	91.8	0	○	固定負債/固定資産×100		
9	資本比率	%	48.5	48.5	7.5	○	自己資本/総資産×100		
10	経営資本対当利益率	%	29.4	48.5	48.2	○	増利益/経営資本×100		
11	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
12	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
13	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
14	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
15	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
16	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
17	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
18	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
19	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
20	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
21	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
22	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
23	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
24	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
25	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
26	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
27	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
28	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		
29	売上高対当利益率	%	4.4	7.4	6.8	○	増利益/売上高×100		
30	売上高対当利益	円	4,431	6,886	2,455	○	増利益/売上高		

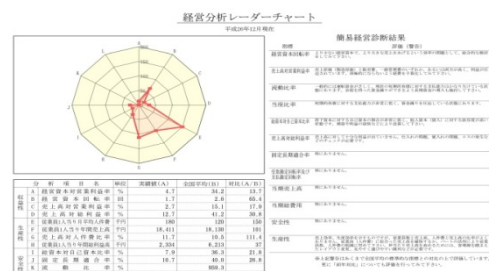
②比較貸借対照表



③損益分岐点分析表



④経営分析レーダーチャート



(3) 重点産業に対する経営分析（新規）

重点産業である地域資源活用企業（食品製造業、小売業、サービス業）例えば桜川市特産小麦コメシホウを使用した商品や桜川市産福来みかん等を使用した商品開発開発等を手掛ける成長中の企業をピックアップし、経営分析を提案し更なる成長を働きかける。

■経営分析の具体的内容【対象者の掘り起こし】

経営指導員の巡回・窓口相談や個別相談会、各種セミナー等を通じた対象者の掘り起こしを行う

【事業計画策定に求められる自社の経営状況分析からの情報・分析項目・収集方法】

情報・分析領域	収集情報・分析項目	収集方法	活用
①組織基本情報	1. 組織概要 2. ビジネスモデル 3. 顧客獲得方法 4. 近年の状況	会社案内 ホームページ 財務資料等	◎経営支援 課題の抽出 ◎支援方針 検討・決定
②販売する商品 又は提供する 役務の内容	1. 商品・サービスの特徴 (売上構成比、売上貢献度比率等) 2. 競争優位性 (商品価値等) 3. 顧客の特徴、変化 4. 競合他社の特徴、変化	SWOT分析、ポジ	
③保有する技術 又はノウハウ	1. 顧客価値 2. 競争優位性 (技術・ノウハウ等知的資産内容)	ショニング分析 等からの経営診	
④経営資源	1. 顧客価値 2. 競争優位性 (主要な装置・設備・施設の内容、 社員の保有スキル、ビジネスパー トナーとその提供価値等の内容)	断シート	
⑤財務の内容 その他の経営 状況の分析	1. 成長性、収益性、安全性、資金 繰り等の定量分析	決算書・財務資料	

※情報収集にあたっては、経営カルテにおける質問項目に沿って経営指導員がヒアリングを行うことを基本とし、それぞれの「情報収集・分析領域」について、上記「収集方法」により情報を補完する。

【分析方法】

経営指導員によるヒアリング内容・分析シートをもとに、専門家等との連携により経営指導員全員で構成する経営分析検討会にて、分析内容のブラッシュアップを行い経営診断シートを完成させる。

【小規模事業者に対する情報提供・経営課題の抽出・支援方針検討決定】

経営診断シート内容について、事業者・商工会職員・専門家等により経営課題の抽出から課題解決に向けた支援の方向性を検討決定する。

【活用方法】

・小規模事業者の経営課題を見出すほか、今後の経営に対する気づきを与え、その後中小企業診断士等の専門家と連携し分析をもとに、フォローアップにより事業計画策定支援に繋げていく。

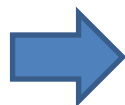
・特に若手経営者（後継者含む）には、経営分析の重要性に関する「気づき」を与える事を重視するほか、経営者自身の経営分析力の向上セミナーなども活用し支援する。後継者のいない経営者には、経営の持続に焦点をあてながら支援を実施していく。

・作成した経営診断シートは、データとして蓄積・管理し、業種、規模別等によりデータベース化した後、経営指導員を中心に全職員が閲覧できるようにする。

■ 具体的診断シートの内容・活用方法

① 活用フロー <イメージ>

- ・ 事業環境の棚卸し
- ・ 経営資源



- ・ 経営診断シートの作成
- ・ 専門家等との連携分析

- ・ 提供する商品・役務

- ・ 顧客

- ・ 財務分析



- ・ 分析内容のブラッシュアップ
- ・ 小規模事業者の経営課題抽出
- ・ 支援の方向性の検討・決定



※事業者・商工会職員・専門家連携による検討・方針決定

【目標】目標数は管内小規模事業者数・指導員数等の規模により設定

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
経営分析対象者掘り起しに係る巡回訪問延回数	280	300	300	300	300	300
経営分析事業者数	30事業者	40事業者	40事業者	40事業者	50事業者	50事業者

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

多くの小規模事業者は、需要動向の変化に大きく影響を受けている一方で、顧客ニーズや自社の強み・弱み等の自社の経営状況を十分に把握できていない。そのため自社の課題解決のために事業計画策定の必要性についての認識が低い現状である。またこれまでの商工会での事業計画の策定支援は、経営革新計画の策定支援を中心に、各種補助金活用・金融支援等の機会を通じて実施するなど受動的な取組に留まっていた。

今後は、経営診断シートから抽出した分析結果をもとに、経営課題を解決するため、上記1の地域の経済動向調査、上記2の経営分析等の結果を踏まえ、専門家と連携し、商工会からの巡回指導を中心とした、積極的な提案による、需要を見据えた伴走型の指導・助言を行い、効果的な「事業計画」策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

(1) 経営課題解決を図る事業計画策定支援（拡充実施）

事業計画策定支援については、これまで金融相談・持続化補助金・ものづくり補助金等の申請時等、事案が生じた際の実施に留まっており、支援の対象範囲は極めて限定的であった。今後は、地域の経済動向調査結果や経営分析から抽出した経営課題の解決・経営の方向性をもとに具体的な事業計画策定を実施していく。

計画策定にあたっては、経営診断シートから抽出した分析結果をもとに、経営課題を解決するため、上記1（6頁）の地域の経済動向調査、上記2（7頁）の経営分析等の結果を踏まえ、専門知識を必要とする場合は、中小企業庁の「ミラサポ」茨城県商工会連合会「エキスパートバンク」茨城県中小企業振興公社の「よろず支援」等の活用と、金融機関・専門家等と連携を図ることにより、実現可能性・実効性の高い計画策定を伴走型で支援する。

具体的には、事業計画策定セミナー・個別相談会等を、年間を通して定期的を開催し、地域の小規模事業者に対し事業計画策定の重要性を認識・浸透を図るとともに、経営状況の分析とそれに基づいた持続的発展に寄与する事業計画策定を伴走型で支援する。

(2) 商店街及び個店の魅力度向上、地域資源活用事業計画策定支援（新規）

また、商店街および個店の魅力度向上に関する支援は、これまでの相談事案が生じた際の受動的な取組みに留まることなく、継続的な賑わい創出に繋がる新たな活性化に向けて、個店の魅力度向上を図るために必要な事業計画策定を主体的に支援していく。さらに、当商工会の重点産業である地域資源を活用した新商品開発を目指す地域の小規模事業者に対しては、収集した需要動向分析結果等もふまえ、積極的な提案を行い、競争力と実現可能性の高い事業者に向けた事業計画策定支援セミナーを行う。

(3) 創業希望者等に対する事業計画策定支援（新規）

地域における商工業を活性化するため、地域ブロック内商工会・市町村との連携を図り、創業塾を開催し継続的な事業実現のための創業計画書作成支援を伴走型で実施する。地域資源を活用し創業しようとする創業希望者に対しては、収集した需要動向分析結果等もふまえ、積極的な提案を行い、競争力と実現可能性の高い創業計画書の作成を支援する。また、茨城県信用保証協会の創業支援等も活用する。

(4) 事業計画策定事業者による成功事例発表会の開催（新規）

事業計画を策定・遂行し、持続的成長を遂げた小規模事業者が成功体験を発表する（開催頻度はブロック全体と各商工会で年1回ずつとする）、結果として、参加した小規模事業者に事業計画策定の重要性と気づきを与え、事業計画の策定を行うきっかけとする。また、事業計画遂行に際し、有益な施策に関する情報提供も行う。

【目 標】 設定した項目ごとに策定支援事業者を目標値とする

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
(1) 事業計画策定 セミナー開催回数	1回	3回	3回	3回	3回	3回
事業計画策定事業者数	11事業者	12事業者	15事業者	15事業者	15事業者	15事業者
(2) 地域資源活用事業 計画策定セミナー開催回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	未実施	5事業者	5事業者	10事業者	10事業者	10事業者
(3) 創業塾の開催回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定事業者数	未実施	5事業者	5事業者	10事業者	10事業者	10事業者
(4) 成功事例発表会 開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

これまでの小規模事業者への事業計画策定後の支援は、窓口や巡回相談の機会を活用し、事案が発生する都度の助言・指導をするにとどまっていた。そのため、資金調達面や販路開拓の部分で計画が予定どおりに進まないことを後から知ることも多く、タイムリーなアドバイスが行えないことが課題であった。今後は、経営指導員等が計画の進捗状況に応じて計画的なフォローアップを実施し、計画の実現性を高めていく。

【改善方法】

今後は、支援計画書を作成して経営指導員を中心に担当者を決めて計画的に訪問し、進捗状況を把握する。計画の実行に向けて伴走型の支援を行う。また、外部の専門家を有効活用した強化型の支援を行う。

【事業内容】

(1) フォローアップ強化による事業計画実施支援（拡充実施）

事業計画の実行に関しては基本的に事業者サイドに委ねており、これまで商工会としては実行計画には積極的に関わってこなかった。

今後は、商工会としても当初の実行計画を管理し、計画の進捗状況に応じた計画的なフォローアップを実施する。具体的には、事業計画を策定した企業すべてに対して、3ヶ月に1回巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、必要な指導・助言を行う。

また、気軽に相談しやすい環境づくり・時間的なロスを解消するために新たにメール等による相談指導を開始する。高度な課題に対しては専門家派遣を実施し、小規模事業者の確実な目標達成をサポートする。

確認項目としては、実行計画の進捗状況、売上、利益、計画遂行上の課題、施策の活用状況、見直しの必要性等とする。

(2)創業後の巡回・窓口指導による個別フォローアップ（新規）

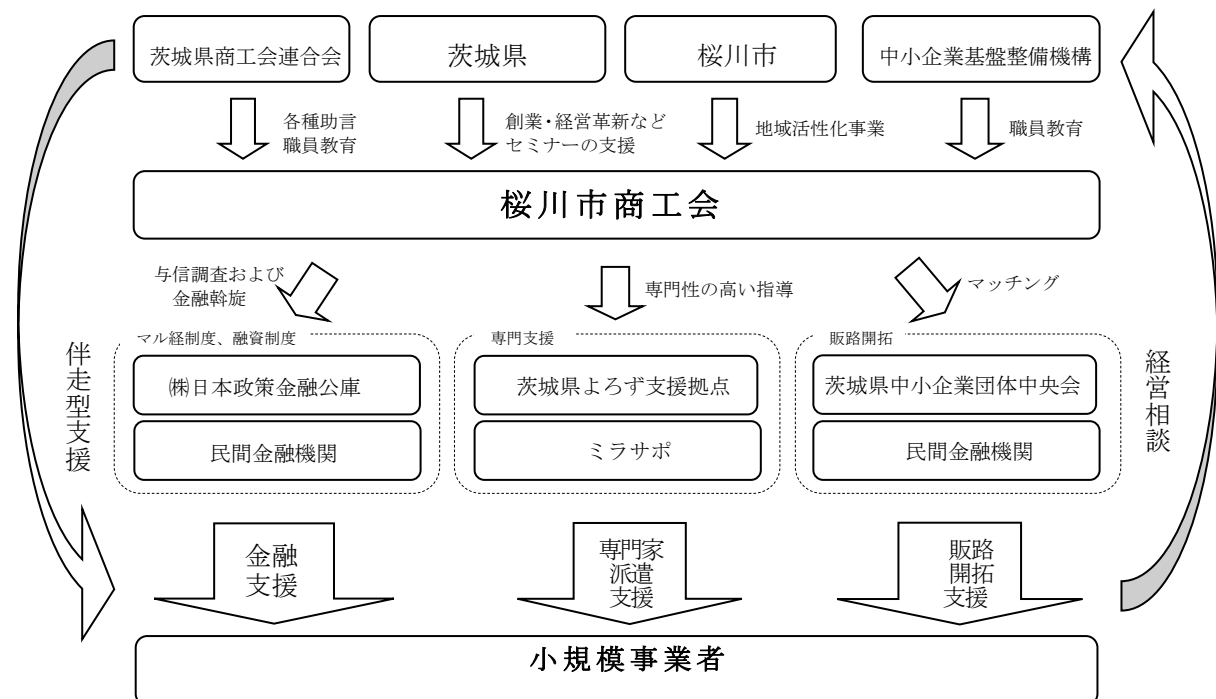
創業者に対し、3ヶ月に1回、巡回・窓口指導による個別指導、フォローアップを継続し茨城県・茨城県商工会連合会等とも連携して、伴走型の支援を行う。特に、地域資源を活用した創業に対しては、商工会が関与するイベントへの優先参加と、イベント出店に関するきめ細かなノウハウ提供を行う。

フォローアップの方法としては、創業者の成熟度に応じて、記帳指導、労務指導、経営指導からビジネスマッチングに繋がる支援を行う。

【目 標】

支援内容	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
フォローアップ事業者数	未実施	12事業者	15事業者	15事業者	15事業者	15事業者
フォローアップ回数	未実施	48回	60回	60回	60回	60回
地域資源活用実施 フォローアップ事業者数	未実施	5事業者	5事業者	10事業者	10事業者	10事業者
地域資源活用実施 フォローアップ回数	未実施	20回	20回	40回	40回	40回
創業計画実施フォロー アップ事業者数	未実施	5事業者	5事業者	10事業者	10事業者	10事業者
創業計画実施フォロー アップ回数	未実施	20回	20回	40回	40回	40回

事業策定支援体制



5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状と課題】

従来、小規模事業者は商品・サービスの提供にあたって、自社の「売りたい」「作りたい」という意識が先行した「商品・サービス開発」をしており、「顧客ニーズに基づく商品・サービスの開発」という視点に欠けている。

当商工会としても、需要動向調査に関する知識・認識が乏しく、情報収集等のノウハウ不足により、個々の小規模事業者に対し消費者ニーズ等の需要動向を的確に把握できるような支援はできていなかった。

地域小規模事業者に対し、プロダクトアウトからマーケットインへの意識改革を図るために需要動向調査の必要性の認識を促し、調査結果を商品・サービス開発へフィードバックする支援体制を構築していくことが課題である。

今後、当商工会は、個々の小規模事業者が提供する商品・サービスの販売を促進するため、小規模事業者が商品・サービス開発・改良を行うための的確な情報を迅速に把握でき「商品開発や改良」、「新たな販路開拓」等成果につながる需要動向の情報収集・分析・活用について伴走型で支援を行っていく。又、商工会の経営指導員も需要動向調査の調査手法等の知識や手法の習得に取り組む。

【事業内容】

(1) 巡回・窓口相談等における支援先の掘り起こし（拡充実施）

小規模事業者が、自社の経験や思い込みによる商品開発やサービスの提供等が引き起こす顧客ニーズとのミスマッチを防止し、プロダクトアウトからマーケットインへ意識改革を図るため、経営指導員が巡回・窓口での事業計画実施支援において、需要動向調査の必要性を小規模事業者に広く啓蒙する。

(2) 消費者需要動向調査・情報収集・分析支援（新規）

①目的	主に一般消費者等への需要開拓に向けて、商品・サービスの開発・改良に取り組む小規模事業者が、消費者の実態・動向・ニーズ等を適切に把握するため、有効な情報の収集及びその活用支援する。
②支援対象（個社）	地域資源活用事業者等（桜川市特産小麦ユメシホウを使用した商品や桜川市産福来みかんを使用した商品開発等をてがける企業等）の新商品・新サービス開発に取り組む事業者・既存商品・サービスの改良に取り組む事業者等
③調査対象	支援対象事業者の既存顧客「桜川のサクラ」「観光拠点でのおもてなし」「真壁ひなまつり会場内チャレンジショップ」に会場内外の消費者等
④調査方法	商品・サービスの提供店舗における店頭アンケート・聞き取り調査、イベントやチャレンジショップ開催時の試食アンケート調査
⑤調査項目	【新商品・サービスに対する調査項目】 (a) 商品・製品・サービスの価格 ※価格対品質等 (b) 品質・味・量 (c) 商品やパッケージのデザイン (d) 関心度 (e) 購入や利用のしやすさ (f) 商品・サービスに対するイメージ (g) 用途・目的（家庭用、贈答用等）

	<p>(h)改善点（自由記載：品質、価格、その他において改善を要する点）をアンケート項目として実施。（聞き取りの場合も同項目）</p> <p>【既存商品・サービスに対する調査項目】</p> <p>(a)商品・製品・サービスの価格 ※価格対品質等</p> <p>(b)品質・味・量</p> <p>(c)商品やパッケージのデザイン</p> <p>(d)店舗や商品・サービスの知名度</p> <p>(e)店舗や商品・サービスを購入・利用経験</p> <p>(f)関心度</p> <p>(g)購入や利用のしやすさ</p> <p>(h)商品・サービスに対するイメージ</p> <p>(i)用途・目的（家庭用、贈答用等）</p> <p>(j)改善点（自由記載：品質、価格、その他改善を要する点）をアンケート項目として実施。（聞き取りの場合も同項目）</p>
<p>⑥標本数・頻度</p>	<p>標本数は、店頭調査については、試作品開発から1か月の期間を定め、標本数30件を目途に需要情報を収集する。イベント時調査については、「Sakuraフェスティバル」（市民祭）「観光拠点でのおもてなし」「真壁のひなまつり」チャレンジショップ開催時において、1商品あたり30件を目途に需要情報を収集する。調査支援事業者の掘り起こしの頻度は年2回実施する。※イベント時調査、店頭調査において聞き取り調査も平行して実施する。</p>
<p>⑦支援内容</p>	<p>(a) 需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 事業計画策定事業者の内、新商品・新サービスの開発や既存商品・サービスの改良に取り組む事業者を需要動向調査の対象事業者に選定する。</p> <p>(b) 需要動向調査の実施スケジュールの作成 選定した対象事業者における商品・サービスの開発・改良に有効な情報を提供するため、事業者の商品開発・改良計画とマッチングさせた需要動向調査の実施スケジュールを作成する。</p> <p>(c) 需要動向調査に必要な調査項目の選定 ⑤の調査項目から対象事業者が開発・改良に取り組む商品・サービスに適した調査項目を選定する。</p> <p>(d) 調査票(アンケートシート)の作成・提供 選定した調査項目を活用して、商品・サービスの開発・改良に取り組む事業者が活用可能なアンケートシートを作成し、提供する。</p> <p>(e) 回収した調査票の分析・加工及びその提供 収集した需要動向調査の結果について、専門家と連携を図りながら、必要な改善点を分析し、事業者の商品・サービスの改良に活用可能な情報に加工、提供する。具体的には、支援事業者ごとに調査結果を取りまとめたレポートを作成し、商品開発・改良へのフィードバックを図る。</p> <p>(f) 需要動向調査結果を活用した商品の開発・改良等の支援 収集・加工した需要動向調査の情報を活用して、商品の開発・改良に取り組む事業者に対し、必要に応じて専門家派遣等を活用した商品・サービスのブラッシュアップや茨城県工業技術センターや茨城県デザインセンター等の専門機関との連携による商品・サービスの高度化・専門家等の支援を実施する。</p>

(3)取引先・バイヤー等需要動向調査・情報収集・分析支援（新規）

①目的	主に取引業者（商社・バイヤー等）への需要開拓に向けて、商品の開発・改良に取り組む小規模事業者が、消費者の実態・動向・ニーズ等を適切に把握するため、有効な情報の収集及びその活用支援する。
②支援対象	<商社、卸・小売業者等への需要動向調査> ・地域資源活用事業者等の新商品開発に取り組む事業者 ・既存商品の改良に取り組む事業者 等
③調査対象	支援対象事業者の既存取引先・バイヤー等
④調査方法	アグリフードE X P O等に来場したバイヤーに対し、接触の際のアンケート調査・聞き取り調査
⑤調査項目	(a)商品・製品・サービスの価格 ※価格対品質等 (b)品質・味・量 (c)商品やパッケージのデザイン (d)取引ロット数 (e)納期 (f)納品方法 (g)改善点（自由記載：品質、価格、その他改善を要する点） (h)業界内のトレンド（何が流行しているか）をアンケート項目として実施。（聞き取りの場合も同項目）
⑥標本数・頻度	標本数は、既存取引先数等に応じて調査を実施する。 調査頻度は年2回実施する
⑦支援内容	(a)需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 事業計画策定事業者のうち、新商品の開発や既存商品の改良に取り組む事業者を需要動向調査の対象事業者に選定する。 (b)需要動向調査の実施スケジュールの作成 選定した対象事業者における商品・サービスの開発・改良に有効な情報を提供するため、事業者の商品開発・改良計画とマッチングさせた需要動向調査の実施スケジュールを作成する。 (c)需要動向調査に必要な調査項目の選定 ⑤の調査項目から対象事業者が開発・改良に取り組む商品・サービスに適した調査項目を選定する。 (d)調査票(アンケートシート)の作成・提供 選定した調査項目を活用して、商品・サービスの開発・改良に取り組む事業者が活用可能なアンケートシートを作成し、提供する。 (e)回収した調査票の分析・加工及びその提供 収集した需要動向調査の結果について、専門家と連携を図りながら、必要な改善点を分析し、事業者の商品・サービスの改良に活用可能な情報に加工、提供する。具体的には、支援事業者ごとに調査結果を取りまとめたレポートを作成し、商品開発・改良へのフィードバックを図る。 (f)需要動向調査結果を活用した商品の開発・改良等の支援 収集・加工した需要動向調査の情報を活用して、商品の開発・改良に取り組む事業者に対し、必要に応じて専門家派遣等を活用した商品・サービスのブラッシュアップや茨城県工業技術センターや茨城県デザインセンター等の専門機関との連携による商品・サービスの高度化・専門家等の支援を実施する。

【目 標】

支援内容	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
調査支援事業者の掘り起し実施回数	2回	2回	2回	2回	2回
消費者への需要動向調査 支援対象事業者数	12事業者	15事業者	15事業者	15事業者	15事業者
消費者への需要動向調査 標本数(1事業者1商品当たり)	30	30	30	30	30
バイヤーへの需要動向調査 支援対象事業者数	3事業者	3事業者	3事業者	3事業者	3事業者
バイヤーへの需要動向調査 標本数(1事業者×10)	30	30	30	30	30

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】

【現状と課題】

小規模事業者に対する需要開拓支援は、これまで、各種イベント・展示会・商談会への参加勧誘の参加や「桜川市大和の石まつり」などの展示会の奨励にとどまり、参加効果や掲載効果が限定的な状況となっており、小規模事業者の売上増加に対する効果は十分とはいえなかった。地域の小規模事業者も展示会等への出展やマスコミへのプレスリリース等についてはノウハウや経営資源の不足等もありハードルが高いという意識から、積極的な活用には至っていない状況であり、特に支援を要する分野である。

今後は、前述した需要動向調査により調査・分析した内容を活用し、小規模事業者の売上の増加や新規顧客の獲得に向けたより効果的な需要開拓支援を行う。

【改善方法】

今後は、従来の一過性事業ではなく「継続的な活性化」につながる事業へのシフトを図ると共に「地域資源である地場産農産物を活かした6次産業化の推進・農商工連携を踏まえ加工特産品の桜川ブランドの構築」を行う。外部機関・専門家と連携を図り、消費者の需要動向や市場環境による、当地域における新商品（特産品等）や新サービスの販路開拓をするため、展示会、商談会等への出店参加支援を行う。

また、消費者ニーズや地域内外の市場動向に基づき商品・製品力や店舗力の向上を支援していくほか、新たに、異業種交流会の確立・強化を図るとともに、地域における様々な関係機関と連携し、個々の事業者の優れた商品やサービスをアピールするための展示会・商談会等への出展支援により、地域の小規模事業者の新商品開発や新たな販路を開拓するためのビジネスチャンスを創出し、小規模事業者の、販路拡大と認知度の向上を図る。特に、小規模事業者の優れたビジネスモデルの構築を促すための「創業」「経営革新」、そのための「6次産業化」「農商工連携」を推進していくために、需要開拓に寄与する複合的な支援を実施していく。また、地域金融機関や行政機関・支援機関との積極的な連携により規模の拡大を図り、小規模事業者の「新規顧客へのアプローチ」の質・量の拡大を図り実効性を高めていく。同時に、マスメディア（茨城新聞、ミニコミ誌）等を使って小規模事業者の販路拡大と認知度の向上を図る。

【事業内容】 需要開拓に寄与する複合的な支援内容

- (1) 市の広報誌や商工会HP、SNS等による情報発信
- ① 創業者向け研修会の開催情報を発信（桜川市地域雇用創造協議会と連携）
 - ② 経営革新塾の開催
 - ③ 県内外で開催される展示会開催情報等を、地域内の商品開発を行っている小規模事業者に対し、情報提供することにより需要開拓の為のツールとして、展示会出店を提案する。
- (2) 農商工連携、6次産業化等で商品開発を行った事業所への支援内容
- ① 需要開拓のツールとして、展示会・見本市等の開催情報等を地域内の商品開発を行う小規模事業者に対し、情報提供することにより需要開拓の為のツールとして、展示会出店を提案し、出店に関わる総合的な支援（補助金の紹介、出店ブースのレイアウト、商品説明用パンフレット作成等）を行う。
展示会・見本市の例：アグリフードEXPO、フードアクションニッポン等
 - ② 地域内での需要開拓の支援策
 - ・真壁のひなまつり（2/4～3/3の間1ヶ月間開催）会場内に、チャレンジショップへの出店支援により地域内外の消費者に対する認知度向上を図る
 - ・Sakura フェスティバル、桜川市大和の石まつり、やっぺえまつり、真壁商店会連合会の秋祭り等のイベント等への出店支援、桜川のサクラ、真壁のひなまつりでの商品PR

（1）消費者（BtoC）への需要の開拓支援（新規）

①支援目的	地域内外一般消費者への需要開拓強化を目指す小規模事業者対し、効果的な販売促進活動を支援することにより、地域内外の需要開拓を支援する。
②支援対象者	地域内外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
③訴求対象	地域内外の一般消費者等
④支援内容	<p>(a) 商品・サービスに係る情報発信支援</p> <p>新たに開発した新商品・新サービスについて、桜川市名物づくり委員会が発行する「桜川市の逸品」リーフレットへの掲載や商工会HP掲載、桜川市ふるさと納税推奨品出品等への情報発信支援や桜川百貨（桜川市が推奨する認証ブランド）認証取得支援により商品価値を高める</p>
	<p>(b) ECサイトへの出品・出店支援</p> <p>全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」や楽天・Yahoo・Amazon等の他社通販サイト等への登録支援、自社ホームページを活用したネット通販事業のサイト構築支援を行うと同時に、商品の「魅せ方（パッケージデザイン・商品画像・サイト内視覚効果演出等）」について専門家等との連携による支援強化を図り、インターネットを活用した新たな販路開拓を行う支援を実施。</p>
	<p>(c) イベント出店支援</p> <p>地域で開催されるイベント（「Sakura フェスティバル」・桜川のサクラ・「観光拠点でのおもてなし」桜川市大和の石まつり・真壁商店連合会の秋祭り・真壁のひなまつり・地域の金融機関との連携等による）の会場にて、効果的な商品開発や販路開拓を実現する支援を実施。 会場での商品の魅せ方についても、上記(b)同様他チラシ・カタログ製作等販促支援も同時に行う。</p>
⑤フォローアップ	専門家等とも連携し、上記支援内容の(a)(b)(c)実施結果の総括を行い、販路開拓の継続的支援を伴走型でフォローアップする。

【目 標】

支援内容	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度
地域内需要の開拓に向けた情報提供事業者数	35	35	38	38	38
内売上増加事業所数	15	15	18	18	20
情報発信支援事業者数	23	23	24	24	24
内売上増加事業所数	13	13	14	14	16
EC サイトへの出展支援事業者数	7	7	8	8	8
内売上増加事業所数	2	3	4	4	4
イベント出展支援事業者数	5	5	6	6	6
内売上増加事業所数	2	3	4	4	4

(2) 商社・バイヤー等 (BtoB) への需要開拓支援 (新規・拡充)

①支援目的	地域外需要の獲得を図るため、域外での展示会への出展を目指す小規模事業者対し、展示会開催情報の提供と国・県等の支援施策を活用することにより、地域外への展示会出展の促進とそれによる販路開拓を支援する。
②支援対象者	地域外の新たな需要開拓を目指す事業計画を策定する小規模事業者等
③訴求対象	<ul style="list-style-type: none"> ・地域外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等 ・地域外の一般消費者
④支援内容	<p>(a) 商品・サービスに係る情報発信支援 新たに開発した新商品や新サービスについて、茨城県商工会連合会の「いばらきブランド」認証取得による商品の高付加価値化や、プレスリリース作成支援による地元新聞（茨城新聞）やミニコミ誌、インターネットテレビ（いばキラTV）などマスコミへの情報提供による知名度向上、自社ホームページにおける開発商品・サービスの情報発信強化を、中小企業診断士等の専門家との連携により支援する。</p> <p>(b) 展示会等出展支援 全国の展示会等情報を収集し、会報やウェブサイトにより市内小規模事業者に向けた情報提供を行い、展示会・見本市等への出展支援施策の活用、商品 PR 資料の作成等の出展の実行支援を実施し、提供する商品や希望する販路等に応じたバイヤー・商社等が集まる下記展示会等への出展を支援する。</p> <p><出展支援する主な展示会等> (ア) 地元金融機関が実施するビジネスマッチング (イ) 全国商工会連合会が主催するニッポン全国物産展（商談会） (ウ) 首都圏で開催される「フードアクションニッポン」やアグリフード EXPO</p>
⑤フォローアップ	専門家等とも連携し、上記支援内容の(a)(b)の実施結果の総括を行い、販路開拓の継続的支援を伴走型でフォローアップする。

【目 標】 販路開拓の複合的な支援内容

支援内容	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度
展示会情報提供事業者数	10事業者	10事業者	12事業者	12事業者	12事業者
展示会出展支援事業者数	5事業所	5事業所	6事業所	6事業所	6事業所
商談件数	15件	15件	20件	20件	20件
成約件数	3件	3件	4件	4件	4件
ネット販売体制構築支援事業者数	5事業者	5事業者	6事業者	6事業者	6事業者
売上増加事業者数	8事業者	8事業者	10事業者	10事業者	10事業者

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

【現状と課題】

小規模事業者への地域経済の活性化に資する取組は、各種イベント等の開催をはじめとする一過性の事業が中心であり継続的な活性化が図れていない。また、桜川市には、農産品を中心とした地域資源（桜川市産小麦粉ユメシホウ）（酒寄のみかん）（福来みかん）（ゆず）（常陸秋そば）（石）や観光資源「ヤマザクラ・桜川のサクラ」といった桜川市特有の商材がありながら、これを活かして、小規模事業者が商品・特産品開発に反映できていないことが大きな課題となっている。

今後は、従来方の一過性事業から「継続的な活性化」につながる事業へのシフトを図るとともに「地域農産物」を活かし「農商工連携」「6次産業化」の推進と小規模事業者同士のマッチングによる「桜川ブランドの構築」によって地域経済活性化を継続的に図り、地域内事業者の商品・サービスや観光資源を積極的にPRし、地域のブランド化および継続的な地域のにぎわいを創出する。

【事業内容】

（1）地域資源を活用した地域経済活性化のための検討（拡充実施）

桜川市には、他の地域にはない長い歴史によって築かれた桜川独自の文化、伝統がある。その伝統、文化を改めて掘り起こし、地域本来の「地域ブランド」を活用した新商品、地域特産品を開発する機関として平成26年より、小規模事業者・桜川市役所総合戦略部・商工観光課・JA北つくば岩瀬・真壁・大和支店長・そば生産者・ユメシホウ生産者・加工業者・販売業者と連携し、上記構成員による「名物づくり委員会」が発足し、桜川市の地域資源を生かした特産品の掘り起こし・特産品を開発を「桜川ブランド」として地域内外の認知度向上のための販売促進策を、委員会のメンバーが互いの得意分野を活かして、会議を重ね、地域経済活性化の為の方向性について検討する。

（2）「桜川市ブランド」の構築による地域経済活性化（新規）

桜川市の地域資源「桜川市産ユメシホウ（強力小麦）」「ゆず」「酒寄のみかん」「山桜」「福来みかん」「常陸秋そば」を活用した、「桜川ブランド」の商品開発をする事業者を支援し、試作品から生産・加工・パッケージに至るまでを、「名物づくり委員会」に専門家を加え共に伴走型支援を行う。

(3) 「桜川ブランド」商品開発・販路開拓（新規）

「上記（2）で開発されたこれら特産品等の販路開拓として、展示会、各種イベント、県アンテナショップ等への出店・出品等にも協力支援していく。また、桜川市でも桜川市産の特産品のブランド化を推進しており、「桜川ブランド」のロゴマークを「名物づくり委員会」に専門家を加え製作し、市内小規模事業者のバックアップする体制を確立する。

(4) 桜川市・桜川市観光協会と連携（イベント）による地域経済の活性化（拡充実施）

桜川市の平成29年3月に策定された第2次総合計画（一部抜粋）では、桜川市の将来像「ヤマザクラと市民の幸せが咲くまち 桜川」と掲げ、地域資源の「ヤマザクラ」をいかして新たな活力と幸せを感じ「住みたい」と思えるまちづくりを目指している。地域経済に波及効果のある事業の推進として「桜川のサクラ」「伝統的な真壁の町並みを利用した真壁のひなまつり」等の地域観光資源をテーマにした商品作りを目指している、小規模事業者への協力支援を行い「桜川ブランド」商品確立させ、広く内外にアピールしていくため、情報発信や商品紹介に結びつけるイベントや展示会への出店等のPRに積極的に協力支援を行っていく。その一つとして「名物づくり委員会」によるチャレンジショップの出店及びその参加者（地域資源を利用した商品開発者）への協力支援を行う。また桜川市主催の「Sakura フェスティバル」や他各種団体主催のイベント等や「山桜グループ桜川」が行う「観光拠点でのおもてなし」等にも、積極的に協力して行く。

名物づくり委員会構成員名簿

委員氏名	備考（役職）
石川 恵一	(有)一真堂 代表取締役
高松 久	蕎麦処たかまつ 代表
菱沼 良之	岩瀬蕎麦の会役員／(有)イワセアグリセンター
鈴木 真美子	新規作物研究会／ユメシホウの会事務局
渡辺 雄司	カラサキプロジェクト代表／名物づくり委員会委員長
磯部 亮	日本花の会桜川支部長／磯部稲村神社宮司
仁平 千鶴子	山桜グループ桜川代表
鈴木 正徳	(株)鈴木醸造 代表取締役
飯島 正美	真壁授産学園 マカパン店長
鈴木 茂	(有)藤永製菓 代表取締役
小貫 恵美子	橋本旅館／橋本珈琲 代表
斉藤 悦夫	(有)ハッカサイトリ 代表取締役
高橋 良之	高橋一雄商店 後継者
藤平 祐次	(株)ふじ屋 代表取締役
今井 敦子	(有)今井商店
深谷 加津子	深谷ナーセリー／ユメシホウ生産者／ユメシホウの会会長
山下 宗一	真壁さわやか直売所
木村 幹雄	J A北つくば大和支店長
谷貝 栄	J A北つくば真壁支店長
稲葉 英樹	J A北つくば岩瀬支店長
鈴木 謙一	桜川市役所商工観光課
佐藤 勤	桜川市役所総合戦略部
田口 瑞男	桜川市役所農林課
杉 清志	事務局長
事務局	渡辺 徳子・萩原 道彦・風見 信行

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

【現状と課題】

支援機関との支援ノウハウ等の情報交換は、これまで、茨城県商工会連合会を中心とした商工会同士の交流や職員の人脈による専門家との情報交換が中心であり、小規模事業者の複雑・多様化する課題解決や、新たな販路開拓を支援するためには、解決策やノウハウ等の情報交換に広がり少ない状況となっている。

【改善方法】

小規模事業者の業績向上に直結する課題解決や販路開拓、これによる新しいビジネスモデルの構築の支援には、他の支援機関との情報交換が不可欠であり、今後は、次の取り組みにより、支援力の向上を図っていく。

【事業内容】

(1) 多様な支援機関との情報交換（拡充実施）

茨城県商工会連合会では、茨城県内6地区に分け県西地区の商工会の代表者（職員）をプロジェクトマネージャー（以下PM）と位置づけ会議の場を活用し、支援の現状等について情報交換を年6回開催すると共に、支援のノウハウ、支援の現状、今後の課題、成功事例・失敗事例等についてより具体的な情報交換を行う。また、茨城県中小企業振興公社、茨城県中小企業団体中央会、地元金融機関、士業団体とも同様の情報交換を行う。また、当市は合併により他地区との合併になっており現在も中央地区の笠間市商工会共催で行っている理容技術講習会・自動車整備業者講習会などがある。

県西地区PM会議は、当市商工会指導員が隣接商工会に出向き情報交換を行う事でより支援技術や関連企業情報など詳細な情報収集をする。（具体的には、筑西市・下妻市・常総市・坂東市・八千代町・五霞町・古河市・境町商工会以上県西地区商工会）

(2) 地域ブランド創出のための名物づくり委員会の推進（拡充実施）

地域資源を活かした、新たな商品開発を進め、地域ブランドの創出に関わる情報交換・企画立案を行うための地域活性化の方向性について検討する小規模事業者・桜川市役所総合戦略部・商工観光課・JA北つくば岩瀬・真壁・大和支店長・そば生産者・ユメシホウ生産者・加工業者・販売業者がメンバーとなっている「名物づくり委員会」の会議を年4回開催し、地域ブランド創出・新商品の開発を推進する。

(3) 支援ノウハウ等の情報交換の場の構築（新規）

県西地区内の商工会指導員、下館商工会議所指導員が集まる国民政策金融公庫主催の「マル経協議会議」において、情報交換の時間を新設する。これにより、支援ノウハウ、支援の現状、地域情報について情報交換をする。

(4) 販路開拓に寄与する基盤としての情報交換（新規）

販路開拓に関しては、全国連・県連・近隣商工会等が開催する「産業祭」「商談会」「展示会」などの情報交換と、出店時の販売ノウハウ、実施後のフォローアップに関する支援ノウハウ等について、小規模事業者・桜川市役所総合戦略部・商工観光課・JA北つくば各地区支店長・そば生産者・ユメシホウ生産者・加工業者・販売業者がメンバーとなっている名物づくり委員会（年4回開催）の中で、実際に国内・外販路開拓事業を行っている方と、情報を交換することにより、今後の販路開拓計画の参考とする。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【現状と課題】

職員の資質向上等については、これまで、県連の行う職員研修や県西ブロック職員協議会が行う研修会等への参加を中心に対応を図ってきた。しかし、今後、小規模事業者の持続的成長に向けた経営力強化を支援していくためには、当会職員において、次の支援能力が求められる。

- ①戦略上の意思決定に関与可能な高度な支援能力、
- ②実践的なノウハウなど習熟能力、
- ③職員間の知の共有が不可欠といえる。

現在は、こうした能力向上のための取り組みが体系的・計画的に行われているとはいえ、また、ノウハウ等の共有化についても部分的なものにとどまっている。そこで、以下の方法により、経営指導員等の資質向上を図っていく。

【事業内容】

事例発表等による支援能力の向上

ブロック単位での会合の場で、経営指導員相互の知見を共有し、経営指導員個人の暗黙知的なノウハウではなく、商工会組織全体の形式知として昇華させる。

また、ブロック内の先輩経営指導員による国の法認定及び連携を伴う高度な支援案件等に対して、ブロック内の他商工会の若手経営指導員が同行することにより、支援ノウハウの習得と資質向上を図る。

(1) 研修参加による能力向上

全国商工会連合会・茨城県商工会連合会が主催する研修の参加に加え、中小企業基盤整備機構の主催する研修に経営指導員及び補助員が年間1回以上参加することで、経営分析、経営革新、販路開拓、事業再生といった、小規模事業者が行う戦略上の意思決定に関与可能な高度な支援能力の獲得・向上を図る。

(2) 外部機関・専門家と連携した支援業務による資質向上

経営指導員及び支援能力を有する職員は、外部機関・専門家と連携したチームで小規模事業者を支援すること等を通じて、指導・助言内容、情報収集方法を習得し、職場内OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。

(3) 職員間の支援ノウハウの共有化による資質の向上

商工会内で、経営指導員等が研修及び情報収集で得た支援ノウハウの共有化を図るため、定期的（月1回）に報告会を開催する。また、その際、参加者各自がテーマを持ち寄り勉強会を行うことで各自の支援能力のブラッシュアップ及び専門的な知識向上を目指す。なお、持ち寄った支援ノウハウ等をデータ化し、商工会の情報共有システムネットワークハードディスクNAS「桜川ワークスタッフテラステーション」で一括管理し、職員の異動があっても組織のデータとして必要に応じて即座に引き出せるようにする。

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
茨城県連等への研修会参加	4	3	3	4	4	4
行政主催の研修会参加	2	2	2	2	2	2
中小企業大学校研修会参加	2	3	3	4	4	5

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。

【事業内容】

- (1) 外部有識者（行政1名、学識経験者1名、中小企業診断士1名など）で構成する「事業評価委員会」を、年1回以上開催する。
- (2) 本委員会は、事業の実施状況、成果について、外部の視点も含めた検証を、年度途中および年度終了後に行い、その評価・見直し案を取りまとめ、正副会長会議へ報告・提示（伴走型支援の強化、地域活性化に関する取り組み強化、経営指導員の資質向上等）する。
- (3) 正副会長会議において、事業内容ごとに評価・見直しの方針を決定する。
- (4) 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。その結果を受け、当所指導員が中心となり所内ミーティングを行い、具体的な対応を取り、PDCAサイクルを回すことで、より一層の実効性向上を図る。
- (5) 事業の成果・評価・見直しの結果については、当所ホームページで計画期間中公表し（<http://sakuragawa.or.jp/>）、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態にする。ホームページには、現在の会員向けの情報のほか、本事業における成功事例・活用事例などの情報を充実させることで、アクセスアップを図る。

(別表 2)

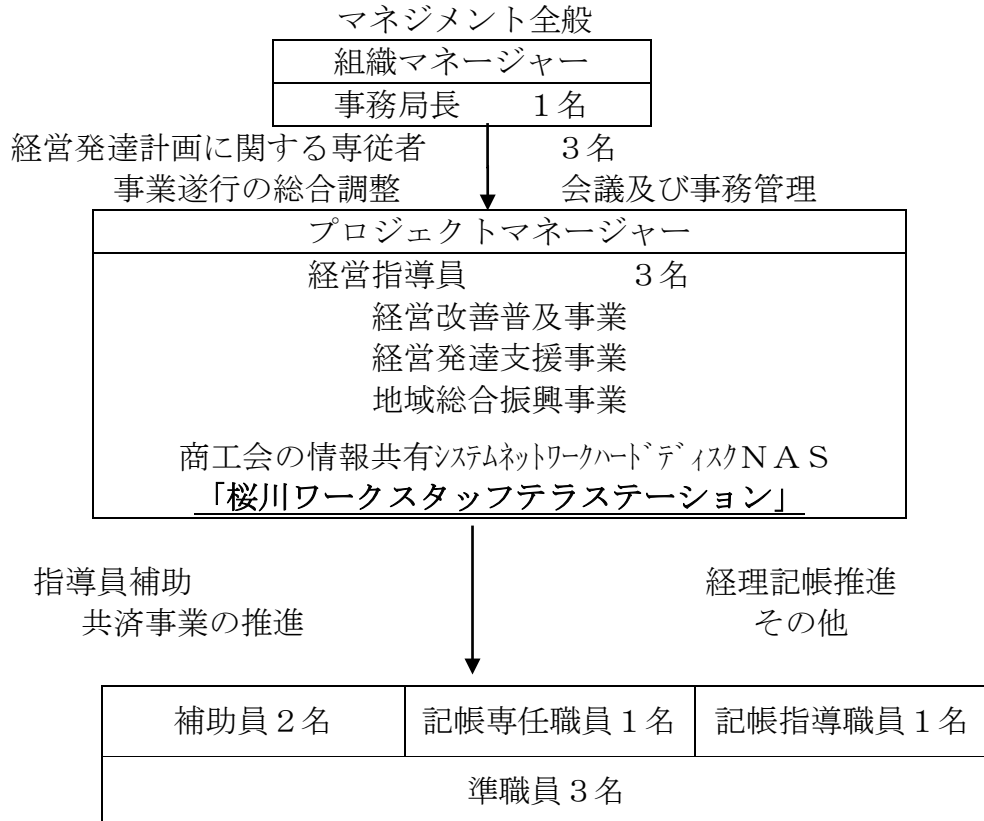
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成 29 年 10 月現在)

(1) 組織体制

事務局体制図



(2) 連絡先

桜川市商工会 茨城県桜川市東桜川 1-21-1
HP <http://sakuragawa.or.jp/>
e-mail info@sakuragawa.or.jp
TEL 0296-76-1800
Fax 0296-75-0498
杉・渡辺・萩原
【真壁事務所】茨城県桜川市真壁町真壁 198-58
TEL 0296-55-4111 Fax 0296-54-0642

(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)

	30年度 (30年4月 以降)	31年度	32年度	33年度	34年度
必要な資金の額	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
経営基盤強化	1,500	1,200	1,200	1,200	1,200
事業計画策定	1,600	1,300	1,300	1,300	1,300
地域資源開発	300	300	300	300	300
企業者セミナー	300	300	300	300	300
販路開拓支援	1,100	1,700	1,700	1,700	1,700
合 計	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800

(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 4,000千円 自己財源 800千円 会費収入・各種事業収入・補助金収入・協賛金収入など

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 5. 需要動向調査に関すること【指針③】 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】
連携者及びその役割
○. 地域の経済動向調査・需要動向調査に関すること【指針③】 ①日本政策金融公庫水戸支店 事業統括 梅沢光一 茨城県水戸市南町3-3-55 TEL0296-221-7137 (創業・経営革新・経営安定・事業再生・経済・需要動向調査等支援) ②茨城県商工労働部中小企業課 茨城県知事 大井川和彦 茨城県水戸市笠原978-6 TEL 029-301-3544 (創業・経営革新・職員スキルアップ・経営分析・経済・需要動向調査支援) ③全国商工会連合会 会長 石澤義文 東京都千代田区有楽町1-7-1 TEL03-6268-0088 (職員スキルアップ・経営分析・経済・需要動向調査支援・販路開拓支援) ④茨城県商工会連合会 会長 外山崇行 茨城県水戸市桜川2-2-35 TEL029-224-2635 (職員スキルアップ・経営分析・経済・需要動向調査支援・販路開拓支援) ⑤茨城県信用保証協会 会長 川俣勝慶 茨城県土浦市中央2-2-28 TEL 029-826-7811 (創業・経営安定・事業再生・需要動向調査等支援) ⑥桜川市役所(総合戦略部・商工観光課・農林課) 桜川市長 大塚秀喜 桜川市羽田1023 TEL0296-58-5111 (経済・需要動向調査・創業・地域活性化・地域資源活用・販路開拓支援) ⑦桜川市金融団5行(代表 国府田宏) 幹事銀行 筑波銀行岩瀬支店 桜川市西桜川1-25 TEL0296-75-3137 (創業・経営安定・経済・需要動向調査等支援) ⑧新規作物研究会 会長 深谷加津子 ユメシホウの会 会長 生産者 桜川市堤上407 TEL0296-75-5950 (需要動向調査・地域資源活用・販路開拓支援)

○. 経営状況の分析に関すること【指針①】

①中小企業庁ミラサポ

東京都千代田区霞が関1丁目3-1 Tel 03-3501-1511
(経営分析・ミラサポによる専門家派遣・職員スキルアップ)

②全国商工会連合会 会長 石澤義文

東京都千代田区有楽町1-7-1 Tel 03-6268-0088
(職員スキルアップ・経営分析・経済・需要動向調査支援・販路開拓支援)

③茨城県商工労働部中小企業課 茨城県知事 大井川和彦

茨城県水戸市笠原978-6 Tel 029-301-3544
(創業・経営革新・職員スキルアップ・経営分析・経済・需要動向調査支援)

④茨城県中小企業振興公社 理事長 小野寺俊

茨城県水戸市桜川2-2-35 Tel 029-224-8030
(特許・専門家相談・経営分析・事業計画策定・実施支援)

⑤茨城県信用保証協会 会長 川俣勝慶

茨城県水戸市桜川2-2-35 Tel 029-224-7811
(創業・経営安定・事業再生支援)

⑥茨城県商工会連合会 会長 外山崇行

茨城県水戸市桜川2-2-35 Tel 029-224-2635
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査支援・販路開拓支援)

⑦㈱アルモファクトリー 代表 阿内利之 中小事業診断士

水戸市千波町369-8本郷ビル2階Tel029-212-7308
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査等支援)

⑧㈱経営科学研究所 所長 初鹿野浩明 中小事業診断士

水戸市城南3-16-16 アシスト城南ビル4階Tel029-231-0660
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査等支援)

○. 事業計画策定支援・策定後の実施支援に関すること【指針②】

①全国商工会連合会 会長 石澤義文

東京都千代田区有楽町1-7-1 Tel 03-6268-0088
(職員スキルアップ・経営分析・経済・需要動向調査支援・販路開拓支援)

②茨城県商工労働部中小企業課 茨城県知事 大井川和彦

茨城県水戸市笠原978-6 Tel 029-301-3544
(創業・経営革新・職員スキルアップ・経営分析・経済・需要動向調査支援)

③茨城県中小企業振興公社 理事長 小野寺俊

茨城県水戸市桜川2-2-35 Tel 029-224-8030
(特許・専門家相談・事業計画策定・実施支援)

- ④茨城県信用保証協会 会長 川俣勝慶
茨城県水戸市桜川 2-2-35 TEL 029-224-7811
(創業・経営安定・事業再生支援)
- ⑤茨城県商工会連合会 会長 外山崇行
茨城県水戸市桜川 2-2-35 TEL 029-224-2635
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査支援・販路開拓支援)
- ⑥桜川市役所(総合戦略部・商工観光課・農林課) 桜川市長 大塚秀喜
桜川市羽田 1023 TEL 0296-58-5111
(地域経済・需要動向調査・創業・地域活性化・地域資源活用・販路開拓支援)
- ⑦㈱アルモファクトリー 代表 阿内利之 中小事業診断士
水戸市千波町 369-8 本郷ビル 2階 TEL 029-212-7308
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査等支援)
- ⑧㈱経営科学研究所 所長 初鹿野浩明 中小事業診断士
水戸市城南 3-16-16 アシスト城南ビル 4階 TEL 029-231-0660
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査等支援)
- . 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】
- ①中小企業庁ミラサポ
東京都千代田区霞が関 1丁目 3-1 TEL 03-3501-1511
(経営分析・ミラサポによる専門家派遣・職員スキルアップ)
- ②全国商工会連合会 会長 石澤義文
東京都千代田区有楽町 1-7-1 TEL 03-6268-0088
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査支援・販路開拓支援)
- ③茨城県商工労働部中小企業課 茨城県知事 大井川和彦
茨城県水戸市笠原 978-6 TEL 029-301-3544
(創業・経営革新・職員スキルアップ・経営分析・経済・需要動向調査支援)
- ④茨城県中小企業振興公社 理事長 小野寺俊
茨城県水戸市桜川 2-2-35 TEL 029-224-8030
(特許・専門家相談・事業計画策定・実施支援)
- ⑤茨城県商工会連合会 会長 外山崇行
茨城県水戸市桜川 2-2-35 TEL 029-224-2635
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査支援・販路開拓支援)
- ⑥桜川市役所(総合戦略部・商工観光課・農林課) 桜川市長 大塚秀喜
桜川市羽田 1023 TEL 0296-58-5111
(地域経済・需要動向調査・創業・地域活性化・地域資源活用・販路開拓支援)

- ⑦(株)アルモファクトリー 代表 阿内利之 中小事業診断士
水戸市千波町369-8本郷ビル2階 TEL029-212-7308
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査等支援)
- ⑧(株)経営科学研究所 所長 初鹿野浩明 中小事業診断士
水戸市城南3-16-16 アシスト城南ビル4階TEL029-231-0660
(職員スキルアップ・経営分析・需要動向調査等支援)
- ⑨石川雅之法律事務所 弁護士 石川雅之
栃木県宇都宮市大通り2-4-7宇都宮マネジメントビル4階
TEL028-601-7731 (職員スキルアップ・専門家相談)
- ⑩JA北つくば 代表理事組合長 吉川君男
筑西市岡芹2222 TEL0296-25-6733
(需要動向調査・地域資源活用・販路開拓支援)
- ⑪新規作物研究会 会長 深谷加津子 ユメシホウの会 会長 生産者
桜川市堤上407 TEL0296-75-5950
(需要動向調査・地域資源活用・販路開拓支援)
- ⑫茨城県立真壁高校 学校長 佐藤さゆり
桜川市真壁町飯塚210 TEL0296-76-0132
(地域資源活用・販路開拓支援)
- ⑬カラサキプロジェクト代表・名物づくり委員会委員長 渡辺雄司
桜川市岩瀬136 TEL0296-75-2618
(地域資源活用・販路開拓支援)
- ⑭山桜グループ桜川 代表 仁平千鶴子
桜川市友部1024 TEL0296-76-2227
(地域資源活用・販路開拓支援)

連携事業	連携の内容
桜まつり事業	桜川市観光協会が主催する桜まつり
ひなまつり事業	ひなまつり実行委員会が主催するひなまつり
観光振興事業	桜川市商工観光課・カラサキプロジェクト・山桜グループ 桜川
石まつり事業	桜川市商工観光課
地域特産品開発事業	新規作物研究会(地場産小麦粉ユメシホウ) 材料の供給
名物づくり事業	桜川市名物づくり委員会 JA北つくば 真壁高校

連携体制図等

(平成30年4月)

