

経営発達支援計画の概要

| | |
|------------------------|---|
| <p>実施者名 (法人番号)</p> | <p>大洗町商工会 (法人番号 5050005002404)</p> |
| <p>実施期間</p> | <p>平成29年4月1日～平成34年3月31日</p> |
| <p>目標</p> | <p>大洗町では、「3.11 東日本大震災」からの復旧復興および自立した『観光立町』の街づくりに向け、第5次大洗町総合計画・後期基本計画のなかで、「人が輝き 海が育む ふれあいのまち大洗」を目指し、各種施策を展開している。</p> <p>大洗町商工会は、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、次の ～ の取組により、「地域のブランド化・賑わいの創出による地域活性化」、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ありかたとして、行政や関係団体と連携して経営発達支援事業を推進する。</p> |
| <p>事業内容</p> | <p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 地域の経済動向を調査することにより、小規模事業者が自社のビジネスモデルの再構築への活用を促すとともに、支援活動の際に、小規模事業者の経営課題を明確化し、ビジネスモデルの強化に向けた「事業計画」を策定するための基礎的数値として活用を図る。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催等を通じて、小規模事業者の経営分析を行うとともに、分析結果の説明までを仕組化することで、小規模事業者のビジネスモデルの再構築、そのための事業計画策定のための基礎資料としての活用を図る。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 経済動向調査や経営分析結果の提供を踏まえ、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伴走型の指導・助言を行い、ビジネスモデルの再構築、そのための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。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 これまでの取り組みの強化を図るとともに、事業計画の見直しや金融機関や専門家などとの連携を強化し、計画の実現性を高めていく。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】 専門家等と連携し、小規模事業者の販売する商品やサービスに対する需要動向調査を計画的・体系的に実施し、販路開拓を見据えた基礎的資料としての活用を図る。</p> <p>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】 消費者ニーズや地域内外の市場動向に基づき、ブランド力向上に資する「商品力」や「店舗力」の向上を支援していくほか、地域における商工業者の維持発展を図るため、大洗町の地域資源である『観光・漁業・農産物』を活用した特産品開発・水産加工品の販路拡大等事業を推進する。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 継続的な地域のにぎわいを創出するため、商店街に対する「面的・継続的な活性化」を促す施策を講じていくとともに、「大洗町特産品の構築」によって、地域経済活性化を継続的に図っていく。</p> <p>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</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</p> <p>2. 経営指導員等の資質向上等に関すること</p> <p>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</p> |
| <p>連絡先</p> | <p>大洗町商工会 〒311-1301 茨城県東茨城郡大洗町磯浜町 6881-275 TEL. 029-266-1711 FAX. 029-267-3039 http://oarai-shokokai.com</p> |

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

I 大洗町の現状

1. 大洗町の現状

磯節発祥の地である大洗町は、古くは江戸時代より観光客を対象とした商いが始まり、明治・大正時代には鉄道やバスの開通により海水浴客が激増し、大洗海岸沿いの旅館を中心に飛躍的な発展を遂げてきた。その後も昭和27年に初代の「大洗水族館」を機に「大洗ゴルフ場」が建設され、昭和の後期からは、「北海道フェリー」・「大洗鹿島線」の開通・「大洗マリンタワー」、平成になって「大洗リゾートアウトレット」・「めんたい・パーク」・「わくわく科学館」・「母ちゃんの店」など次々に観光施設が誕生したほか、観光客の受け皿となるホテル・旅館・宿泊施設等も整備されてきた。道路のアクセスも栃木県・埼玉県・群馬県を結ぶ北関東自動車道が全面開通し、震災前は次の表のとおり、年間560万人の観光客が訪れ、その内120万人の観光客が宿泊する茨城県随一の観光地として、他町村と合併しなくても自立出来る『観光立町』の街づくりを目指している。

<大洗町観光客入込客数 (大洗町商工観光課資料)>

①(東日本大震災前年度) (人)

| 年 度 | 観光客数 | 海水浴客数 | (内)大洗海水浴場 | (内)サンビーチ海水浴場 |
|--------|-----------|---------|-----------|--------------|
| 平成22年度 | 5,544,800 | 653,360 | 85,960 | 567,400 |

②(東日本大震災23年度) (人)

| 年 度 | 観光客数 | 震災比 | 海水浴客数 | 震災比 | 大洗海水浴場 | 震災比 | サンビーチ | 震災比 |
|------|-----------|-------|---------|-------|--------|-------|---------|-------|
| 23年度 | 2,975,900 | 53.7% | 145,630 | 22.3% | 11,230 | 13.1% | 134,400 | 23.7% |

③(平成26年度) (人)

| 年 度 | 観光客数 | 震災比 | 海水浴客数 | 震災比 | 大洗海水浴場 | 震災比 | サンビーチ | 震災比 |
|------|-----------|-----|---------|-----|--------|-----|---------|-------|
| 26年度 | 4,323,900 | 78% | 393,870 | 60% | 37,920 | 44% | 355,950 | 62.7% |

<大洗町のイベント入込客数 (平成26年度)> (人)

| 6月 | 7月 | 8月 | 8月 | 10月 | 11月 | 11月 | 3月 |
|--------|--------|-------|--------------------|--------|--------------------|---------------------|--------------------|
| ホッキ祭 | 花火大会 | 盆踊の夕べ | 八朔祭 | しらす祭 | 商工感謝祭 | あんこう祭 | 海楽フェスタ |
| 10,000 | 85,000 | 台風・中止 | 60,000 (30,000) | 10,000 | 60,000 (30,000) | 100,000 (30,000) | 80,000 (30,000) |

※下段の()はガールズ&パンツァー効果を見込まない場合の予想客数

※ガールズ&パンツァー（通称ガルパン）とは、大洗町を舞台とした女子学園アニメ（茶道・華道と並ぶ大和撫子のたしなみとして、戦車同士の模擬戦で雌雄を決する武道「戦車道」全国大会制覇を目指す女子高校生たちの物語）

一方、下表に見られるように、県内の多くの市町村と同様、少子高齢化に伴う人口減少等が進行し、今後様々な分野の問題が懸念されており、本町の特性を活かした魅力的なまちづくりが課題となっている。

＜大洗町の現状＞

| | |
|-------------|---|
| ①人口推移 | 大洗町の人口の推移は、10年前の平成17年末（19,175人）から減少傾向が続き、平成27年末（17,552人）となっている。 |
| ②世代別人口の推移 | 生産年齢人口（15～64歳）と年少人口（0～14歳）も減少傾向にあり、平成7年の国勢調査では年少人口を老年人口（65歳以上）が上回っている。少子高齢化社会の進展が今後の町政の展開に影響を及ぼすことが懸念されている。 |
| ③世帯数と世帯人数 | 世帯数は平成22年をピークに減少傾向にあり、世帯当たりの人数を見ても大きく減少しており、核家族化が顕著になっている。 |
| ④産業別就業者数の推移 | 就業者の全体数が平成7年以降減少傾向にあり、特に農業や漁業の第1次産業は後継者不足により就業者数の減少が続いている。 |

2. 地域産業の現状と課題

(1) 地域産業の現状

就業人口により産業構造をみると、平成22年（国勢調査）時点では、第1次産業6.3%、第2次産業27.4%、第3次産業65.2%と、宿泊業・飲食サービス業など観光関連業種への従事者が多いことが特徴といえる。

現在の事業別商工業者数1,029事業所（総務省平成26年経済センサス）で、建設業102事業所、製造業98事業所、卸売業・小売業312事業所、宿泊業・飲食サービス業201事業所、その他316事業所となっており、平成21年経済センサスと比較すると、約1割の事業所が減少している。今後、安定した雇用を創出するために、町の基幹産業である水産加工業等の競争力強化に加え、町内の就業人口の確保や既存企業に対する経営革新や人材確保、情報発信等支援の強化を進め正規雇用機会の増加を目指す事が課題である。

＜事業別商工業者数（経済センサス）の推移＞

| | 事業別 商工業者数 | 建設業 | 製造業 | 卸売・ 小売業 | 宿泊業・飲食 サービス業 | その他 |
|--------|--------------|------|------|------------|-----------------|------|
| 平成21年度 | 1,145社 | 113社 | 101社 | 384社 | 217社 | 330社 |
| 平成24年度 | 1,034社 | 103社 | 98社 | 317社 | 197社 | 319社 |
| 平成26年度 | 1,029社 | 102社 | 98社 | 312社 | 201社 | 316社 |

平成 21 年度と平成 26 年度の商工業者数を比較すると、△10.1%で大きく減少している。特に卸売・小売業では、△18.8%で特に顕著である。震災後は、観光客が減少し大洗町の基幹産業（ホテル・旅館・民宿等のサービス業・水産加工業等）である観光事業を直撃し廃業に追い込まれた事業所も多い。

特に、平成 23 年の「3.11 東日本大震災」は、町の 1 割の面積が津波の災害にあい、町の基幹産業が壊滅的なダメージ（約 60 億円）を受け、更に追い打ちをかけるように福島原発事故による風評被害によって観光客の予約キャンセルが相次ぎ、現在まで事業者数及び就業者の総数は減少傾向にある。また、経営面では資金繰りが依然として厳しい状況にあるほか、次のような課題が生じている。

水産加工業

- ・世界的に水産物の資源量が減少していることや為替の変動により原料価格が不安定な状況にある。
- ・生産地間の競争が厳しさも増しており、競争社会で勝ち抜くための取り組みが不可欠となっている。

商工業

- ・地域需要の担い手及び地域コミュニティの拠点として、商店街が地域生活を支えているが、郊外型大店舗や周辺都市への町外消費流失等が問題となっている。
- ・夏期を中心に多くの来訪者が訪れているが、町内商店街への回遊は少なく、観光と商工業の連携が課題となっている。具体的には、個店の魅力度向上、地場産業・特産品の開発、販路の拡大やこれによる商工業者の企業力向上が不可欠である。
- ・商工業者が活力ある展開を継続するための後継者の育成が課題となっている。

II 大洗町の地域産業振興における方向性

上記の課題を解決するため、大洗町では、第 5 次大洗町総合計画（平成 22 年～平成 31 年）では、「人が輝き 海が育む ふれあいのまち大洗」を目指し次のような目標を掲げている。

水産加工業

- ①水産物の販売促進・販路拡大
- ②産学官連携と研修会による振興発展
- ③経営基盤の確立と団体の育成

商工業

- ①商店街環境の整備
- ②地盤産業・特産品の開発・販路拡大の促進
- ③商店街活性化事業の支援

Ⅲ 大洗町商工会のこれまでの取り組みと課題

大洗町商工会の現況は次の表の通りであり、商工会では、商工業者の総合的な改善発達のほか、東日本大震災からの復興や、町の賑わいづくりに主体的に取り組み、次のような成果をあげている。

- ①東日本大震災からの復興に向けた取り組み…中小企業等グループ施設等災害復旧補助金や風評被害に対する営業補償等に関する支援によって、基幹産業の立て直しを主導している。また、当所支援によるガルパン効果（BSアニメ ガールズ&パンツァーによる町おこし施策やイベント）、100円商店街、朝市・夜市といった積極的な事業展開の結果、震災前の年間560万人から震災後は半数程度まで減少した観光入込客数は、未だ70%の水準にとどまるものの今年のGWにやっと震災前の賑やかさが見えてきた。
- ②町の賑わいづくり…金融・経理・税務・労働保険・部会活動など経営支援を支える周辺業務はもちろん、町の総合計画と歩調を合わせ、盆踊り、八朔祭り、商工感謝祭、あんこう祭り、海楽フェスタといった大洗町の大きなイベントの企画運営のほか、若者によるBSアニメ ガールズ&パンツァーによる町おこし施策やイベントの推進にも積極的にに関わり、町の賑わいづくりに主体的に取り組み成果をあげている。
- ③商店街活動…ポイントカード会、敬老商品券の取り扱い、歳末売り出しのほか、茨城県が主催する『商店街活性化コンペ』への積極的な参加を呼びかけ、今迄に当地区商店街が複数回、最優秀プランをはじめとする受賞に繋げるなど、商店街の活性化に寄与している。

<大洗町商工会（平成28年度総会資料より）の現況>

| 人口 | 世帯数 | 商工業者数 | 小規模事業者数 | 商工会会員数 | 商工会巡回指導 | 商工会窓口指導 | 商工会金融斡旋 |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|---------|---------|
| 17,070人 | 7,385世帯 | 1,086社 | 868社 | 631人 | 364件 | 321件 | 80件 |

| 講習会(集団) | 講習会(個別) | 経営革新 | 決算指導 | 確定申告 | 消費税 | 源泉(7月) | 所得(1月) |
|---------|---------|------|------|------|-----|--------|--------|
| 6回/267人 | 8回/216人 | 2件 | 115件 | 105件 | 33件 | 87件 | 89件 |

しかし、今後、大洗町のさらなる賑わいづくり、確かな大洗町ブランドの形成を促すためには、地域の強みである観光資源（大洗海岸・マリンタワー・水族館）や水産資源（しらす・蛤・ホッキ貝）を有効に活用し、小規模事業者の事業の持続的発展、そのための個別企業の経営力アップが不可欠といえる。そのため、専門家との連携強化および職員の資質向上により支援体制を整え、質の高い調査分析事業とこれを活用した質の高い事業計画作成・実施支援事業による「小規模事業者のビジネスモデルの革新」、個の経営力アップを起点にした小規模事業者の賑わいづくりを支援していくことが不可欠である。

IV 当地域内の小規模事業者の中長期的な振興のあり方

大洗町では、「3.11 東日本大震災」からの復旧復興および自立した『観光立町』の街づくりに向け、第5次大洗町総合計画・後期基本計画のなかで、「人が輝き 海が育む ふれあいのまち大洗」を目指し、各種施策を展開している。

その中で、水産加工業および商工業の振興施策として、「水産物の販売促進・販路拡大」・「商店街環境の整備」・「地場産業・特産品の開発・販路拡大の促進」・「商店街活性化事業の支援」等による、商工業の活性化を掲げている。

大洗町商工会は、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、大洗町の基本構想と連携した「地域のブランド化・賑わいの創出による地域活性化」、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ありかたとして、行政や関係団体と連携して経営発達支援事業を推進する。

V. 小規模事業者振興の目標

上記の「小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方」をふまえ、商工会としては、5年間における本事業期間内において次の具体的目標を掲げ、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。

- (1) 伴走型支援（小規模事業者とともに経営の問題解決）による経営計画策定と支援
- (2) 商工会を中核とした連携支援体制の構築
- (3) 商工会の創業支援力の強化
- (4) 魅力ある商店街・商店づくりの支援
- (5) 地域産業資源を活用した地域ブランドの構築

VI. 小規模事業者振興の目標達成のための方針

(1) 伴走型支援による経営計画策定支援の実施の方針

経営指導員が伴走型支援をすることで小規模事業者が現状と真の問題点を認識し、顕在化した課題を解決するために、課題解決のために実現可能性の高いビジネスプランの策定を行う。また、目標達成に向けた販路開拓をはじめとする実行支援、環境変化に合わせたビジネスプランの変更等のフォローアップ支援を実行する。

(2) 商工会を中核とした連携支援体制の構築の方針

地域の小規模事業者に対して、商工会が中核となり、大洗町および地元金融機関を中心に支援機関と顔の見える連携を構築し、それぞれの役割の明確化と強化を図ることで、地域の小規模事業者の期待や要求に対応可能な支援体制を整備する。

(3) 商工会の創業支援力の強化

地元金融機関や地域の関係各団体と連携し、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。具体的には、創業塾、企業相談、インキュベーション融資、助成、販路開拓まで、創業者の事業段階に応じた、多様な支援策を実施することにより、創業を促進する。

(4) 魅力ある商店街・商店づくりの支援

商工会では、これまで、町の中心市街地にある6つの商店街（東町商店街、曲り松商店街、永町商店街、髭釜商店街、大貫商店街、新道商店街）の活性化を図るため、消費者とのふれあいイベント事業を実施し、これらを通して地域の活性化を図っている。今後は、従来の商店街ごとの取り組みから、6つの商店街の一体的な取り組みよる面展開の実現、各個店の魅力ある商店づくりの支援によって、商店街および個店の魅力度向上を図る。

(5) 地域産業資源を活用した地域ブランドの構築

大洗町の観光と漁業資源のマッチングによる「大洗ブランド・地域資源」の確立を図る。大洗町6次産業化を目指す事業団体（漁業・農業・水産加工・商店街・宿泊施設・土産品）の事業者等に働きかけ、商工会が中心となり連携強化・販促支援等・地域特産品の販路拡大を図る。

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29年4月1日～平成34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】

小規模事業者等への経済動向の提供は、口頭による情報のやりとりや、商工会に集まる多様なデータを相談に対応する形で断片的に提供するにとどまり、データが整理・分析されていないこと、有効な情報として活用されていないことが課題となっていた。今後は、地域の経済動向を調査することにより、小規模事業者が自社のビジネスモデルの再構築への活用を促すとともに、支援活動の際に、小規模事業者の経営課題を明確化し、ビジネスモデルの強化に向けた「事業計画」を策定するための基礎的数値として活用を図る。

【事業内容】

(1) 各種統計資料による体系的な情報の収集、整理（新規）

収集すべき情報を体系的に整理した後、インターネットや書籍および各種調査・媒体から情報を収集・整理する。効率的な情報の入手方法や分析手法については、茨城県商工会連合会及び専門家と連携し仕組みを構築。その際、OJTとしてノウハウの供与を受けることで、小規模事業者にとって常に適切な情報提供が行える体制を構築する。なお、調査項目は下表の通りであり、次の(2)(3)とあわせて分析を図る。

| 情報入手先 | | 調査項目 | 時期・頻度 |
|--------------------------------|-------------------------|---------------------------|-------|
| 茨城県 | 産業別景況調査 | 売上額推移、採算状況など | 毎年4回 |
| 大洗町商工観光課 | 観光データ 役場月報 | イベント入込客数、観光客入込客数など | 随時 |
| 大洗町商店街 | 各種報告書 | 空き店舗数、商店数、人口・世帯数等、商工会員数など | 毎年1回 |
| 総務省統計局HP | 経済センサス | 産業別の事業所数、従業者数など | 随時 |
| | 家計調査、家計消費状況調査 | 消費動向、市場規模など | |
| | 商業統計調査 | 業種別事業所数、年間商品販売額など | |
| 中小・小規模企業白書 | | 地域経済・社会構造の変化、国の施策動向など | 毎年1回 |
| 行政・金融機関 | 景気動向調査、各種レポート | 金融経済概況、鉱工業生産指数、消費者物価指数など | 随時 |
| ミラサポ、中小企業施策利用ガイドブック、J-Net21 など | 施策マップ、地域経済分析システム（RESAS） | 各種施策情報等 | 随時 |

(2) 業種別経済動向調査・分析（新規）

重点産業を小売業、民宿旅館および水産資源を活用する飲食加工業と定義し、企業規模などにも留意しながら、毎年一定数の事業者を抽出し、経営指導員等による聞き取り調査を実施する。あわせて、各商店街との連携により、把握し、商店街の状況等を把握し、商店街の活性化のための基礎資料とする。

○調査対象業種

・小売業、民宿旅館、水産資源を活用する飲食加工業

○調査項目

・業況判断として、今期の水準（業況、在庫状況、採算（経常利益）、引合い、従業員）、今期および来期の設備投資の状況（土地、建物、生産設備、その他）、経営上の問題点など

○手段・手法

①調査時期…調査周期（毎年1回実施）、調査時点（毎年4月1日現在で調査を実施）

②調査の方法…商工会の職員が調査対象企業を訪問面接し、調査票に基づき聞き取りによって調査を行う。

○成果の活用

・分析にあたっては専門家の助言を受け、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）に加工する。また、当地区全戸配布の当所商工会報等により、小規模事業者に対し提供する。

・加工した情報は当会データベースに蓄積、タブレット型端末などによりいつでも引き出せ視覚的に説明できるようにし、相談時等に提供する。

・調査・分析結果から、経営上の課題を先取りし、経営支援セミナーの企画・開催に役立てる。また、商工会等で開催する各種セミナー開催時には、整理・分析したデータ等を参加者に説明・配布を行う。

(3) タブレット・パソコンを活用した情報提供分析結果の活用（新規）

収集した調査データ等を地域性、顧客別、商品別等により分析し、結果を各経営指導員が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する。（タブレットは平成27年2月全経営指導員に配布済み）

また、ニーズにあった情報を提供できるよう、県連主催で実施する日経テレコム・業種別審査辞典・独自景況調査レポート研修会をとおして各種の編集方法を身に着けスピーディーな情報提供を実施する。

(4) 巡回・窓口相談や各種セミナー等での情報提供（新規）

商工会等で開催する各種セミナー開催時のほか、創業や販路開拓、事業計画作成といった経営相談の際に、整理・分析したデータ等を参加者・相談者に説明・配布を行う。

【目 標】

| 調査目標 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|--------------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 業種別経済動向 調査回数 | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 業種別経済動向 調査分析事業所 | 未実施 | 15事業所 | 15事業所 | 20事業所 | 20事業所 | 25事業所 |
| 情報提供事業所数 | — | 15事業所 | 15事業所 | 20事業所 | 20事業所 | 25事業所 |

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の現状把握や、金融支援の一環として実施するにとどまり、受動的かつ対象範囲が極めて限定的なほか、分析結果の説明は担当者任せとなっており小規模事業者にその結果の意味を十分に説明できていないため、小規模事業者が自社のビジネスモデルの再構築や意思決定に十分活用できていないことが大きな課題となっている。

今後は、小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催等を通じて、小規模事業者の経営分析を行うとともに、分析結果の説明までを仕組化することで、小規模事業者のビジネスモデルの再構築、そのための事業計画策定のための基礎資料としての活用を図る。

【事業内容】

(1) 経営分析の必要性や重要性の周知活動（新規）

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。

また、商工会としては、(2)の経営カルテを基軸に、経営分析の受診→評価および解説→経営力向上に向けた提案という、分析と活用を図る。

(2) 経営カルテを活用した真の経営課題の抽出（拡充実施）

経営カルテを利用した経営指導員による経営分析を実施する。これまでの経営カルテは、経営指導員が小規模事業者から直接ヒアリングした情報をもとに作成しているが、効果的とはいえなかった。

今後はヒアリング後の分析面を強化し、適宜、専門家の助言を受けながら、小規模事業者の真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、その後のフォローアップにより事業計画策定支援に繋げていく。

○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、各種セミナーを通じた対象者の掘り起こし

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・特に成長が鈍化している企業や小売業、民宿旅館および水産資源を活用する飲食加工業に対しては積極的に経営分析の受診を勧める |
| ○調査分析項目 |
| <ul style="list-style-type: none"> ①ビジネスモデル（経営方針、ビジネスモデル、取扱商品や顧客の特徴など） ②経営環境（外部環境、内部環境） ③財務（成長性、収益性、安全性、資金繰りなど） ④経営課題・経営方針 |
| ○手段・手法 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・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。その後、担当経営指導員による分析内容をもとに、経営指導員全員で分析内容のブラッシュアップを行い、経営カルテ（分析シート）を完成させる。 |
| ○成果の活用 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業診断士等の専門家と連携し分析を行う。これにより、小規模事業者の真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、その後のフォローアップにより事業計画策定支援に繋げていく。 ・成長過程にある「観光関連業種」については、周辺業種との連携や新事業開発、ブランド化に向けた構想の検討・実現に役立てる。 ・特に若手経営者（後継者含む）には、経営分析の必要性に関する気づきを与えることを重視するほか、経営者自身の経営分析力の向上をセミナーなども活用し支援する。 ・作成した経営カルテは、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、経営指導員が閲覧できるようにする。 |

(3) 所内および他機関との連携による課題解決（拡充実施）

分析の過程で、早急に専門性の高い課題解決の必要性が生じた場合には、茨城県・茨城県商工会連合会・地域金融機関・独立行政法人中小企業基盤整備機構のコーディネーター・中小企業診断士・税理士等と連携し、課題解決にあたる。

【目標】

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|---------------------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 経営分析対象者掘り起しに係る巡回訪問・窓口相談回数 | — | 160件 | 160件 | 200件 | 200件 | 200件 |
| 経営分析数 | — | 10事業所 | 10事業所 | 15事業所 | 15事業所 | 20事業所 |

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

小規模事業者に対する事業計画の策定支援については、これまで経営革新や創業支援のほか、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る。

今後は、経済動向調査や経営分析結果の提供を踏まえ、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伴走型の指導・助言を行い、ビジネスモデルの再構築、そのための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。

【事業内容】

(1) 巡回・窓口指導時の事業計画策定支援（拡充実施）

巡回・窓口指導時に、地域の経済動向調査結果や経営分析の内容をタブレット端末などにより巡回先等でも情報を引き出せる環境を整備し、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こし、および事業計画策定支援を行う。また、事業計画の重要性と気づきを与え、事業計画策定へとステップアップを図るためのセミナーを開催する。こうした取り組みにより事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしに役立てる。

(2) 定期的相談会開催等による事業計画策定支援（拡充実施）

金融相談・持続化補助金・ものづくり補助金等の申請時における事業計画策定支援は、これまで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、事業計画策定相談日を年間スケジュールに組み込み、定期的に支援機会を設けるほか、積極的な広報を行う。また、小規模事業者経営発達支援融資制度についても同様に、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしと事業計画策定支援を行う。

(3) 専門家派遣制度の活用（既存事業）

茨城県の補助事業であるエキスパートバンク（経営・技術強化支援事業）制度をはじめ、ミラサポ等、国の専門家派遣制度を活用し、実行性の高い事業計画が策定できるよう支援する。また総合的・先進的なアドバイスを必要とし、高度専門的な案件については、茨城県よろず支援拠点を積極的に活用し、小規模事業者の経営課題の解決を図る。

(4) 創業希望者に対する事業計画策定支援（新規）

地域における創業者を増加させるため、新たに商工会報による広報活動により、希望者の掘り起こしを行う。また、創業支援のセミナー（日本政策公庫・県）の活用、事業計画の策定等創業支援を継続して行う。具体的には、創業支援のセミナー（日本政策公庫・県）への橋渡しを行うほか、商工会が蓄積した情報やノウハウを駆使し創業計画策定支援にあたる。

(5) マッチング提案によるビジネスモデル革新、そのための事業計画策定支援（新規）

新たなビジネスモデルを構築するには、広域な情報収集や的確な専門家のアドバイス等が不可欠である。特に、「観光関連業種」に対しては、経営力向上にむけて、収集・分析した消費者ニーズ（需要動向調査）をもとに、商工会が積極的な

マッチング提案を行う。これにより、一事業者では困難な付加価値の高い新商品開発に結びつけ、これをベースに、ビジネスモデルの革新を視野に入れた事業計画策定支援を行う。

- (6) 商店街を形成する個店の魅力度向上・再発見のための事業計画策定支援（新規）
 地域需要の担い手及び地域コミュニティの拠点としての6つの商店街を形成する構成店舗の魅力度向上を図るために必要な事業計画の策定を支援する。これにより、安心・安全な買い物ができるまちづくり、そして中心となる若手リーダー・後継者の育成等、長期的な地域の事業づくりの推進を図る。

【目 標】

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①事業計画策定セミナーの開催回数 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ②事業計画策定相談会相談事業所数 | 10事業所 | 12事業所 | 13事業所 | 14事業所 | 15事業所 | 16事業所 |
| ③事業計画策定事業者数 | 10事業所 | 11事業所 | 12事業所 | 13事業所 | 14事業所 | 15事業所 |
| ④創業計画書策定支援者数 | - | 2件 | 2件 | 2件 | 3件 | 3件 |
| ⑤マッチング提案件数 | 未実施 | 2件 | 2件 | 2件 | 2件 | 2件 |
| 内計画策定事業者数 | - | 1事業所 | 1事業所 | 1事業所 | 1事業所 | 1事業所 |
| ⑥商店向け事業計画策定事業者数 | - | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 |

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、計画の進捗状況に応じた助言・指導を行ってきた。そのため、対応は受動的であり、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ケースも多いといえる。今後は、これまでの取り組みの強化を図るとともに、事業計画の見直しや金融機関や専門家などとの連携を強化し、計画の実現性を高めていく。

【事業内容】

(1) フォローアップ強化による実施支援（拡充実施）

これまでの小規模事業者への事業計画実施後の支援は、事案が生じた際の実施に留まっていたが、今後は、国・県・大洗町・茨城県商工会連合会の行う支援策

等を周知し、計画的にフォローアップを実施する。具体的には、事業計画策定後に、事業計画策定事業者全てに対して、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、だれもが気軽に相談しやすい環境での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、1年目は2ヶ月・2年目は3ヶ月・3年目は4ヶ月に1回、巡回・窓口指導による個別指導等、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、観光・水産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、イベント出展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。

(3) 計画遂行や見直しに有効な情報の迅速かつタイムリーな提供（拡充実施）

事業計画を策定した事業者に対し、最新の需要動向や販路開拓に関する情報、支援施策に関する情報等を提供する。郵送や手配り、FAX送信により、見逃されがちな情報をタイムリーかつ効果的に発信することで事業者への広報効果を高める。

【目標】

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|----------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①フォローアップ事業所 | — | 14事業所 | 15事業所 | 16事業所 | 18事業所 | 19事業所 |
| ②創業者フォローアップ事業所 | — | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 3事業所 | 3事業所 |

※フォローアップ事業所には、マッチング提案をきっかけにした事業計画策定事業者および商店向け事業計画策定事業者に対するフォローアップを含む。

①フォローアップ事業所数は、P12 (②+④)

②創業者フォローアップ事業所数は、P12 (④)

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状と課題】

小規模事業者の販売する商品や製品、提供する役務の提供の需要動向調査については、これまで、商工会が巡回指導等によって収集した市場のニーズ変化や一般的な市場動向に関する情報を、相談に対応する形で、断片的に提供するにとどまっていた。そのため、小規模事業者が商品・サービス開発に反映できておらず、また、

ビジネスモデルの再構築にも活かされていないことが大きな課題であった。今後は、専門家等と連携し、小規模事業者の販売する商品やサービスに対する需要動向調査を計画的・体系的に実施し、販路開拓を見据えた基礎的資料としての活用を図る。

【事業内容】

(1) 巡回・窓口相談時等における支援先の掘り起こし（拡充実施）

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するため、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、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) 地域イベントや展示会等を活用したテストマーケティング支援の実施（新規）

主に地域資源を活用する小規模事業者に有効な需要動向調査として、『各商店街活性化事業』等に付随して、小規模事業者が行うテストマーケティングを支援し、小規模事業者の効果的な商品開発や販路開拓の実現に結びつける。

たとえば、安価で取扱い安い、しらうお・ホッキ貝・蜆など小規模事業者への需要動向調査を実施する。

その他、ガールズ&パンツァーの新商品（オリジナル商品・缶バッジ等）の商店街に及ぼす影響について具体的な調査を実施する。

また、新商品のコンセプトテストの段階では、必要に応じてネットリサーチ（調査会社にメールで調査を依頼し Web サイトで回答を得るもの）に関する利用アドバイスも行う。

○主要対象者

- ・商品の試作・開発に取り組む小規模事業者
- ・販路開拓に取り組む小規模事業者

○テストマーケティングおよび支援の方法

- ・新商品や新役務の開発等に取り組む小規模事業者が、試作販売や展示等を通して、イベント来場者や展示会来場者（消費者）、バイヤーに対して、アンケートおよびヒアリングによる調査を行う。
- ・商工会は、「展示会情報の提供→試作品小ロット製造の相談→調査方式・調査項目の決定→調査表作成→調査実施→フィードバック→再構築」というテストマーケティングの一連のプロセスを支援する。特に調査表設計・作成にあたっては共同して行う。
- ・ネットリサーチに関しては、主なネットリサーチ会社とその特徴（モニター数や得意分野）の紹介のほか、仮説設定や質問項目（需要の有無や傾向、適正価格、客層など）の決定に関するアドバイスを行う。

○基本となる計測項目

- ・回答者属性
- ・商品やサービスの内容に対する評価（気に入った点、気に入らなかった点）、外観（デザイン、パッケージ）・ネーミング・量・価格等に対する評価、競合他社の商品と比べた時

| |
|---|
| に良いと思う点、他の人にすすめたいと思うかどうか など |
| ・今後、地域お土産品として期待する商品やサービス など |
| ○成果の活用 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業診断士等の専門家と連携し、調査結果を収集・分析する。これを提供することにより、ターゲットやコンセプトの明確化など、より顧客ニーズを踏まえた商品の開発やサービスの改善に活かす。 ・「今後、地域お土産品として期待する商品やサービス」など業種別・品目別の情報に関しては、関係分野の事業者へ情報提供を行い、商品の改善や活発な新商品開発に役立てる。また、観光・水産資源を活用する創業希望者に対しては、この情報を分析し商品開発のアドバイスに役立てる。さらに、明らかになった消費者ニーズをもとにマッチング提案を行い、一事業者では困難な付加価値の高い新商品開発に結びつけるほか、大洗町ブランド推進協議会と連携し、観光・水産関連事業に関して活発な新商品開発活動を促す。 ・経営指導員は本調査・分析に積極的に関与することで需要動向に関する知識や手法を習得する。 |

(3) 日経テレコンを活用したマーケット情報の取得（新規）

日経テレコンによるPOS情報を活用し、市場・新商品情報、伸びる市場・縮む市場等を調査、収集する。さらに、小規模事業者（小売業、サービス業）の事業計画策定や新商品開発、売場改善、販路開拓支援を行うため地域比較や時系列推移、ABCランキング等についてデータを分析・加工し、巡回・窓口指導時に随時情報を提供する。

| |
|--|
| ○主要対象者 |
| ・商品開発や販路開拓に取り組む小規模事業者 |
| ○調査項目及び手段・手法 |
| ・加工食品と家庭用品の地域別、時系列、性別や年代別等の売れ筋商品 |
| ○手段・手法 |
| ・日経テレコンのPOSデータ分析、新聞、ニュース記事検索 |
| ○成果の活用 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が取り組む新商品開発や新たな販路開拓等に向け、対象となる商品に関する市場や顧客の動向・傾向に関する情報提供を行う。 ・新聞、ニュース記事検索と併用することで売れ筋商品の背景や要因に分析に役立てる。 ・整理・分析した情報は、経営指導員が資料としてまとめ、ブロック内で情報共有し、小規模事業者の支援時の資料として活用する。 |

(4) 各種統計調査等を活用した需要動向調査（新規）

国や民間の各種分析データを収集・整理し、小規模事業者が開発・販売する予定の商品・サービス（技術）に関する需要動向に関する分析結果を提供することで、小規模事業者の需要開拓を支援する。

| |
|--------|
| ○主要対象者 |
|--------|

- ・経営革新等新たな事業展開を考えている小規模事業者
- ・事業計画を策定した小規模事業者
- ・商品の試作・開発に取り組む小規模事業者
- ・販路開拓に取り組む小規模事業者
- ・創業予定者

○調査項目及び手段・手法

- ・総務省統計局「家計消費状況調査」「家計調査」・・・消費動向、市場規模
- ・日本フードサービス協会「データから見る外食産業」・・・市場動向、市場規模
- ・人口動態・推計人口・・・商圈、地域内人口等
- ・業種別審査事典・・・需要動向 など
- ・新聞、インターネット等・・・市場動向 など

○成果の活用

- ・調査結果については中小企業診断士等の専門家と連携し、消費者の意識や今後の需要動向の推定などについての分析を行った後、経営指導員が資料としてまとめ、商工会内で情報共有し、小規模事業者の支援時の資料として活用する。

(5) 県内統一研修会による知識・手法の習得（新規）

経営指導員が適切な情報を提供できるよう、県連主催で実施する日経テレコン・業種別審査辞典・独自景況調査レポート研修会をとおして、仮説の作成・検証の方法のほか各種の編集方法を身につけスピーディーな情報提供を実施する。

【目 標】

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|----------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 日経テレコン 分析情報提供数 | 未実施 | 4事業所 | 4事業所 | 5事業所 | 5事業所 | 5事業所 |
| 統計調査等による 調査支援事業者数 | 未実施 | 4事業所 | 4事業所 | 5事業所 | 5事業所 | 5事業所 |
| テストマーケティング 支援事業者数 | 未実施 | 2事業所 | 2事業所 | 3事業所 | 3事業所 | 3事業所 |
| 研修受講回数 | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |

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、イベント参加に対する情報提供と成果に関する情報発信にとどまっており、小規模事業者の売上増加に対する効果は限定的な状況となっていた。今後は、消費者ニーズや地域内外の市場動向に基づき、ブランド力向上に資する「商品力」や「店舗力」の向上を支援していくほか、

地域における商工業者の維持発展を図るため、大洗町の地域資源である『観光・漁業・農産物』を活用した特産品開発・水産加工品の販路拡大等事業を推進する。

また、地場産品(ハマグリ・しらうお・ホッキ貝・シジミ・蛸・あんこう)等地域の素材と特色を最大に活用し、大洗の特産品としての差別化を図り、『観光の町大洗』の土産品としての目玉商品となるような、大洗町が推奨する『大洗ブランド』作りに向け支援を行い、お食事・宿泊客・地域イベント等において販路拡大を図っていく。

【事業内容】

(1) 地域資源の活用推進（新規）

大洗町の地域資源である『観光・漁業・農産物』に関する知識習得に資する取組（個別相談）を実施し、商品開発を支援する。併せて商品・サービスの定着のため継続的に販売状況を注視し、状況に応じて改良支援に対応する。

○主要対象者

- ・小売業、民宿旅館および水産資源を活用する飲食加工業の小規模事業者
- ・小売業、民宿旅館および水産資源を活用する飲食加工業の創業予定者

○支援内容

- ・地場産品(ハマグリ・しらうお・ホッキ貝・シジミ・蛸・あんこう)を活かした新商品開発等に関する専門家個別相談会の実施
- ・上記地域資源等に関する情報提供（ホームページによる最新情報の提供、パンフレットによるお薦め）

(2) イベントや展示会等と連携した販路開拓支援（新規・拡充実施）

大洗町（大洗町観光課・まちづくり推進課）等と連携し、『観光の町大洗・魅力彩発見』として地域イベント(ホッキ祭、八朔祭、しらす祭、商工感謝祭、あんこう祭・海楽フェスタ)への出展支援を行う。従来は、情報提供にとどまっていたが、今後は、活動を強化し、漁協・水産加工組合に協力を要請し、地場産品の素材や特色を生かした、自慢の大洗特産品の需要の掘り起こしやPRを行う。これにより、まずは地元から観光客等・町内外に広く販路拡大を図っていく。具体的には、こうしたイベントに設けている商工会の出店ブースに新規開発品の特設PRコーナーを設け商品PRを行う場づくりを行い販路開拓と大洗町特産品の認知度向上を図る。こうした機会を活用し、消費者やバイヤーとの新たな繋がり形成・強化を支援する。

今後も、観光協会・支援機関と連携し、より魅力的に『観光の町大洗』をPRし、県外観光客の誘致活動として支援強化を図る。

ホッキ祭：春の大洗町地場産品祭、大洗町の特産品であるホッキ貝をPRするお祭り

八朔祭：大洗神社伝統神事、曲松商店街～大貫町商店街が歩行者天国

(磯節踊り・神輿・山車伝統行事継承)

しらす祭：秋の大洗町地場産品祭, 大洗町の特産品であるしらすをPRするお祭り
 商工感謝祭：大洗町商店街から町民の皆様への感謝イベント
 あんこう祭：昔からの大洗町、冬の特産品あんこうをPRする祭
 海楽フェスタ：東日本大震災から減少した。観光客向けの復興イベント

＜イベント開催時期＞ ○開催月

| | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|--------|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| ホッキ祭 | | | ○ | | | | | | | | | |
| 八朔祭 | | | | | ○ | | | | | | | |
| しらす祭 | | | | | | | ○ | | | | | |
| 商工感謝祭 | | | | | | | | ○ | | | | |
| あんこう祭 | | | | | | | | ○ | | | | |
| 海楽フェスタ | | | | | | | | | | | | ○ |

○主要対象者

- ・新商品や新サービスの開発に取り組む小規模事業者
- ・商品やサービスの改良に取り組む小規模事業者等
- ・販路開拓に取り組む小規模事業

○支援内容

- ・地域で実施されるイベントや展示会に関する情報発信。
- ・イベントに設けている商工会の出店ブースに新規開発品の特設PRコーナーを設け商品PRを行う場づくりを行うほか、出店者に対し販促技術の指導も行う。出店企業に対しては、フォローアップとして、専門家と連携し、今後の商品開発等を見越したフィードバックを行うことで、販路開拓の継続的な支援を実施する。バイヤーに対しては茨城県商工会連合系と連携し百貨店等への情報発信を行う。
- ・イベントや展示会等の開催情報については、パンフレット等を活用し来場者に働きかける。

○期待効果

- ・消費者やバイヤーとの新たな繋がり形成・強化
- ・小規模事業者の販売促進に関する意識や技術の向上

(3) ITを活用した販路開拓支援（新規）

全国商工会連合会が運営する事業者支援システム「SHIFT」によるホームページの開設と販売システムの構築の支援や、茨城県商工会連合会が運営するPRサイト「いばらきブランド」や全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」等への設置を通して、地域内小規模事業者の出品や出店支援を行う。

○主要対象者

- ・新商品や新サービスの開発に取り組む小規模事業者
- ・商品やサービスの改良に取り組む小規模事業者等

| |
|---|
| ・販路開拓に取り組む小規模事業者 |
| ○支援内容 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・全国商工会連合会が運営する事業者支援システム「SHIFT」、茨城県商工会連合会が運営するPRサイト「いばらきブランド」、全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」等に関する情報提供を行う。 ・上記システムの利用を希望する小規模事業者に対し、経営指導員が専門家の助言を受け、実際のホームページの開設や販売システム構築、出品や出店の実現等支援を行う。 |
| ○期待効果 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・クリック&モルタルによる、地域に埋もれている逸品の新たな販路開拓 ・小規模事業者および取扱商品及びサービスの認知度向上 ・新規顧客の獲得および既存顧客の購買頻度の向上 |

(4) メディア等の活用によるプロモーションの支援（新規）

小規模事業者の多くが課題として掲げている情報発信力に関し、講習会の開催やメディアの活用などを通して、情報発信力の強化を支援する。

| |
|---|
| ○主要対象者 |
| ・商工業者 |
| ○支援内容 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の情報発信力の強化に関する講習会や相談会を定期的に開催する。 ・新たに開発した新商品や新サービス等を新聞社や茨城県庁広報広聴課に対し、プレスリリース配信を行い、地元新聞（茨城新聞）や茨城県が運営するインターネットテレビ（いばキラTV）などマスコミに情報提供する。 ・商工会が支援した取り組み内容について茨城県商工会連合会の広報誌（商工だより・年間6回）で紹介する。 |
| ○期待効果 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・町内外の新規顧客の獲得 ・小規模事業者及び商品の知名度並びに認知度向上 |

(5) 商業者に対する支援（新規）

地域の事業者が自ら、消費者のニーズを把握し、顧客に選ばれる個店作りを行うことができるように必要な支援を行うほか、商店街活動の活性化を支援することで、商店街および個店の魅力度向上・再発見、これによる商業者の新規顧客の獲得、商店街の賑わいづくりを図る。

| |
|---|
| ○主要対象者 |
| ・卸売業・小売業・サービス業 |
| ○支援内容 |
| ・魅力的な店舗づくり…店の顧客誘引力を高める機能（店に興味をもたせる機能、店に入ってみようという気持ちにさせる機能、商品に興味をもたせる機能、商品を買ってみた |

いという気持ちにさせる機能)の向上に関する講習会や個別相談会を実施する。具体的には、大洗町の「観光立町」確立に向け「おもてなし」をテーマにした、観光業・サービス業・飲食業者などの従業員に向けた「接客サービス」の講習会等を予定している。商工会は講習後も専門家派遣等を通じて店頭実践を支援するほか、商店街における成功体験やノウハウの共有化・情報発信を主導する。

- ・店主パネル設置事業の周知強化…現在行っている「店主パネル設置事業」の周知を強化し、構成店舗全体の店頭訴求力向上を支援する。メッセージボードの作成にあたっては講習会の実施やメッセージの作成を支援する。
- ・商店街活動の面展開の支援…地形的に離れており一体感を生み出しにくい商店街の一体的な取り組みを支援する。現在は3商店街で100円商店街事業を合同で実施しているが、これを他の商店街にも呼びかけ面展開実現を支援する。

○期待効果

- ・店舗魅力度の向上
- ・町内外の新規顧客の獲得、商店街の賑わいづくり

※店主パネル設置事業：町内の小売業・サービス業者の店頭に、等身大の店主パネルを置き、店舗PRやお客様の来店動機に繋げようとする事業。メッセージボードにはその店の旬の売りなどを記載する。ガルパン事業のキャラクター設置(約100体)に引き続き、長期にわたって店頭訴求力向上を促すことが目的。

(6)工業系展示会・商談会への参加支援(新規)

地域の物流構造が変化される中、新たな需要の開拓や新しい販路開拓を行うための講習会を、各種研究機関や企業支援機関と連携し開催することで、必要な支援を行う。

○主要対象者

- ・製造業等

○支援内容

- ・経営革新等による新たな需要の開拓や新しい販路開拓を行うため、各種研究機関や(株)ひたちなかテクノセンターなどの企業支援機関と連携し開催、支援するほか、成功体験やノウハウの共有化・情報発信を主導する。

○期待効果

- ・地元小規模事業者および製品の販路拡大が期待できる。知名度アップ。また、各種伴走型支援をミックスすることで販路拡大効果により持続的発展が可能となる。

【目標】

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-----------------|-----|------|------|------|------|------|
| 地域資源相談会開催回数 | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| イベント・展示会等支援事業者数 | 未実施 | 2事業所 | 2事業所 | 3事業所 | 3事業所 | 4事業所 |

| | | | | | | |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 内引き合い数 | — | 1事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 |
| I T 支援事業者数 | 未実施 | 2事業所 | 2事業所 | 3事業所 | 3事業所 | 4事業所 |
| 内引き合い数 | — | 1事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 |
| P R 紹介事業所数 | 未実施 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 |
| 内引き合い数 | — | 1事業所 | 1事業所 | 1事業所 | 1事業所 | 1事業所 |
| 店舗魅力度 向上講習会開催 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 参加者の内 売上増企業数 | — | 1事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 |
| 店主パネル設置事 業者数 | 106事業所 | 106事業所 | 106事業所 | 110事業所 | 110事業所 | 115事業所 |
| 100円商店街参加 事業者数 | 67事業所 | 67事業所 | 67事業所 | 70事業所 | 70事業所 | 75事業所 |
| 需要・販路開拓 講習会開催 | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 参加者の内 売上増企業数 | — | 1事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 | 2事業所 |

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

【地域振興事業の考え方】

地区内商工業の全般的な振興育成、社会一般の福祉増進を目的に実施するものであり、商工会の地域イベント振興(上記・標記)なしに商工業の発展はありえない。参加店を増やし地域の事業を営む小規模事業者の経営を向上させるためにも、若手リーダー・後継者の育成支援が地域商工業の振興発達の原動力には欠かせない。

○経営改善普及事業＝個々の事業に対する経営支援(金融・税務・記帳・創業・経営革新)

○地域総合振興事業＝複数の事業者が主役となり、行政・支援機関との連携を図る事業

地域総合振興事業は、会員事業者・若手後継者が参画し実施する事業であり、商工会・経営指導員等は、ビジネスの指導・発想の転換・専門家のアドバイスを取り入れて、商工会・若手リーダー・商店街代表・行政を中心とした、「地域商工業推進協議会」を設立する。これを小規模事業者とともに考え支援の継続を図って行く。

【現状と課題】

地域経済の活性化に関しては、現在、大洗町・大洗町商工会・観光協会・漁業協同組合・水産加工組合・農業協同組合・飲食店組合・旅館民宿組合等町全体で推進

しており、東日本大震災後の商店街の活性化等に貢献している。

しかし、商店街に対する活性化策の効果は、すべての商店には及ばず未だ限定的といえ、今後一層の面展開が必要である。また、特に、海産物資源では日本有数の知名度がありながら、これまで「大洗ブランド」が明確に形成されているとは言い難い現状にある。今後は、継続的な地域のにぎわいを創出するため、商店街に対する「面的・継続的な活性化」を促す施策を講じていくとともに、「大洗町特産品の構築」によって、地域経済活性化を継続的に図っていく。

【事業内容】

(1) 地域経済の活性化のための地域資源の活用（新規）

地元の利用可能な地域資源を活用し、新たな商品開発に関する知識習得に資する取組(個別相談)を実施し、商品開発を支援する。併せて商品・サービスの定着のため継続的に販売状況を注視し、状況に応じた支援活動に対応する。

(2) 地域イベントによる地域経済活性化（拡充実施）

地域特産品のPR、消費拡大を目的とした商工感謝祭・あんこう祭等において、地域と連携を図り販路拡大を図って行く。従来は、運営の支援であったが、新たに、地域特産品により創出された新商品・サービスのPR等販売促進支援を図り、需要の掘り起こしと販路開拓に繋げていく。

(3) 商店街活性化策の面展開による地域経済活性化（拡充実施）

これまでにも、市内商店街に対し、茨城県が主催する『商店街活性化コンペ』への積極的な参加を呼びかけており、今迄に当地区商店街が複数回、最優秀プランをはじめとする受賞に繋げるなど、東日本大震災後の商店街の活性化の原動力になっており、今年も『大洗町商工会』が優秀プランを受賞している。今後は、他の商店街にも積極的な参加を呼びかけるほか、活性化のためのアイデア提案、イベントノウハウの提供、市内商店街の一体的な事業実施に関する助言・指導を行う。

(4) 若手リーダーの発掘と支援・後継者の育成（拡充実施）

『ガールズ&パンツァー』による町おこしが、商工会青年部が中心となり大洗町の地域活性化の原動力となった。更に昨年度の劇場公開により、今年度も更なる経済効果が拡大された。こうした取り組みの面展開には、商工会による若手リーダーの発掘と支援・後継者の育成が不可欠であり、『若者が活躍できる場づくり』を行政とタイアップし支援していく。

また、若手リーダー・後継者の育成として、若者が動きやすいように行政等の対応などをバックアップするほか、商工会連合会などが行う若手リーダー向けのセミナーへの参加を促す。

【目 標】

| 項 目 | 現 状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|
| 地域経済の活性化のための地域資源の活用 | | | | | | |
| 個別指導件数 | 未実施 | 4 件 | 4 件 | 4 件 | 4件 | 4 件 |
| 地域イベントによる地域経済の活性化 | | | | | | |
| イベント開催回数 | 8回 | 8回 | 8回 | 8回 | 8回 | 8回 |
| 参加事業者数 | 3事業所 | 3事業所 | 4事業所 | 4事業所 | 5事業所 | 5事業所 |
| 合計来場者数 | 40万 | 40万 | 40万 | 40万 | 40万 | 40万 |
| 若手リーダーの発掘と支援 | | | | | | |
| セミナー参加者数 | 0 | 5人 | 5人 | 5人 | 5人 | 5人 |

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】

他の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が中心であり、小規模事業者の業績向上に直結する、ビジネスモデルの策定から販路開拓などに至る事業推進の支援のための情報交換は十分に行われていない。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）

商工会連合会および茨城県中央ブロックの商工会の代表者（職員）会議の場を活用し、支援の現状等について情報交換をするとともに、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、金融機関、士業団体とも同様の情報交換を行う。

(2) 地域ブランド創出のための情報交換の場の構築（新規）

地域資源を活かした、新たな商品開発を進めるための基盤づくりとして、大洗町・大洗町商工会が中心となり、観光協会、漁業協同組合・水産加工組合・農業協同組合・飲食店組合・旅館民宿組合などとの、地域ブランドの創出に関わる情報交換・企画立案を行う場を創出する。

(3) 販路開拓に寄与する基盤としての情報交換（拡充実施）

販路開拓に関しては、全国連・県連といった連携支援機関などと、「商工感謝祭」「商談会」「展示会」等における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の情報交換を行う。またイベント開催関係機関（大洗町・

大洗町商工会・商工会青年部・観光協会・漁業協同組合・水産加工組合・農業協同組合・飲食店組合・旅館民宿組合) など町内団体との情報交換を行う

【目 標】

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|------------|-----|------|------|------|------|------|
| 支援等情報交換 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| 地域ブランド情報交換 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| 販路開拓情報交換 | 未実施 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |

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中央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、当所職員において、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】

(1) 研修参加による能力向上（拡充実施）

全国商工会連合会・茨城県商工会連合会および中小企業大学校等が主催する研修に参加し、実践に向けた経営支援の資質の向上を図っていく。具体的には、施策、経営分析、経営革新、販路開拓、農商工連携、6次産業化、情報化、金融、税務、補助金、製品開発等のスキル向上を図ることで、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（拡充実施）

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) 事例発表等による支援能力の向上（新規）

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。

(4) 職員間の支援ノウハウの共有化による資質の向上（新規）

商工会内で、経営指導員等が研修及び地域の情報収集等で得た支援ノウハウの共有化を図り、組織能力の向上を促すため、定期的（月2回）に、報告・連絡会議を開催する。また、小規模事業者の支援に有効と判断された指導手順や手法、研修内容については、文書化・マニュアル化を進め、これまで個人に帰属していたノウハウを商工会全体として活用可能にする。

さらに、報告・連絡会議では、こうした研修結果や経営革新・持続化補助金・記帳機械化等のデータを活用して発進する。

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- (1) 外部有識者（中小企業診断士や大洗町商工観光課職員など）で構成する「事業評価委員会」を、年度終了後に開催する。
- (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。
〔P(Plan)・D(Do)・C(Check)・A(Action)事業活動の「計画」「実施」「監視」「改善」サイクルにより事業成果の評価・見直し案の提示を図る。〕
- (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（<http://oarai-shokokai.com>）で計画期間中公表し、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

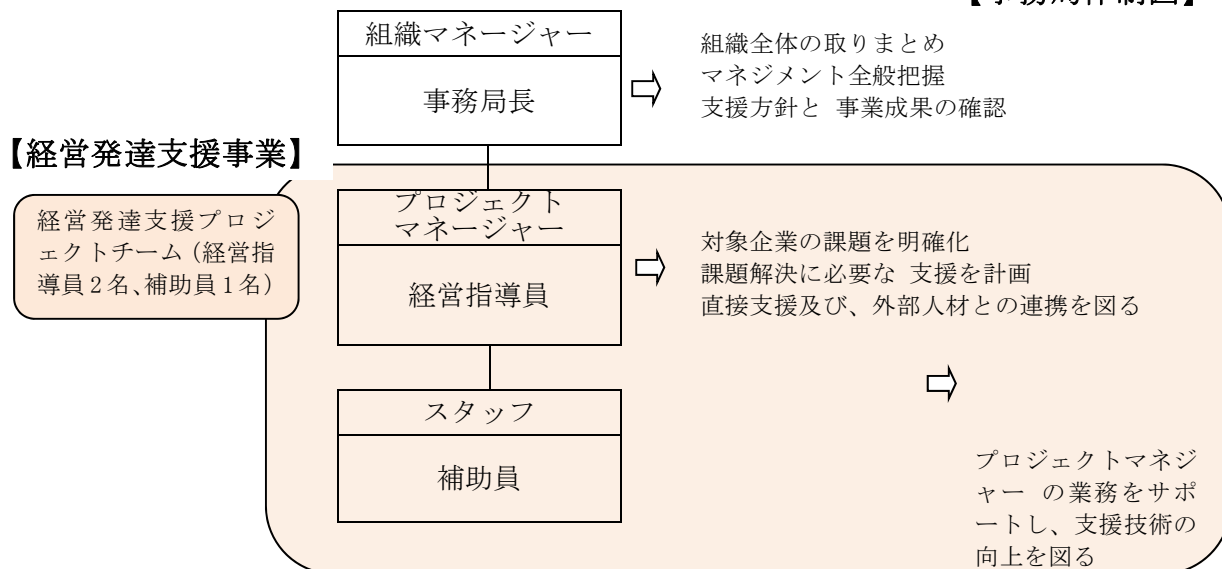
(平成28年9月現在)

(1) 組織体制

大洗町商工会では、これまで、多くの事業実績を有し、税理士・経営コンサルタント等の専門家との連携が図られ、アドバイス体制も構築されていることから、専門的な課題にも対応できることが大きな強みとなっている。

また、経営発達支援事業は、事務局長が総括責任者となり、実務の担当者は経営指導員とし、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員が補佐する体制としている。

【事務局体制図】



【事務局員数】

| 事務局長 | 経営指導員 | 補助員 |
|------|-------|-----|
| 1 | 2 | 1 |

(2) 連絡先

大洗町商工会

- ・住所 〒311-1301 茨城県東茨城郡大洗町磯浜町6881-275
- ・電話 029-266-1711
- ・FAX 029-267-3039
- ・e-mail oaraisho@maple.ocn.ne.jp
- ・ホームページアドレス <http://oarai-shokokai.com>

(別表3) 大洗町商工会

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)

| | 平成 29 年度 (29 年 4 月以 降) | 平成 30 年度 | 平成 31 年度 | 平成 31 年度 | 平成 33 年度 |
|-------------------------|------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| 必要な資金の額 | 1,500 | 1,500 | 1,500 | 1,500 | 1,500 |
| 経営分析・需要 動向調査事業 費 | 700 | 700 | 700 | 700 | 700 |
| 創業・第二創業 支援事業費 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| 講習会開催費 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 |
| 小規模事業者 販路開拓支援 事業費 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 地域活性化事 業費 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 経営指導員資 質向上対策費 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| イベント事業 費(自己負担 金) | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 若手後継者育 成事業 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |

(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・県 補助金 | 1,000千円 |
| 自己負担金 | 500千円(商工会費収入、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)

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 |
|--|
| <p><地域経済動向調査事業> 大洗町商工観光課、大洗観光協会、政府機関等と連携して小規模事業者の経済動向等を調査する。</p> <p><経営分析・需要動向調査事業> 茨城県、茨城県商工会連合会、地域金融機関、独立行政法人中小企業基盤整備機構のコーディネーター、中小企業診断士、税理士等と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対してより丁寧にサポートする。</p> <p><事業計画の策定・実施支援事業> 国、茨城県、大洗町、茨城県商工会連合会等とも連携し、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。</p> <p><創業・第二創業（経営革新）支援> 茨城県・茨城県商工会連合会、茨城大学等と連携して、伴走型の支援を実施行う。</p> <p><小規模事業者販路開拓支援> 大洗町、大洗町漁業協同組合、大洗水産加工業協同組合、JA水戸、大洗観光協会等と連携して販路開拓と認知度の向上を図る。</p> <p><地域活性化事業> 大洗町、大洗町漁業協同組合、大洗観光協会、JA水戸と連携して地域活性化を目的としたイベントを開催する。</p> |
| 連携者及びその役割 |
| <p>① 中小企業基盤整備機構 理事長 高田坦史 東京都港区虎ノ門 3-5-1 TEL 03-3433-8811 ※中小企業大学校の研修、講師派遣より職員のスキルアップ</p> <p>② ミラサポ TEL 048-783-2891 ※企業の個別相談に対し講師を派遣し専門的支援</p> <p>③ 茨城県商工労働観光部中小企業課 課長 箕輪浩徳 茨城県水戸市笠原 978-6 TEL 029-301-3554 ※創業、経営革新、事業再生、販路等の支援</p> <p>④ 大洗町 町長 小谷隆亮 茨城県東茨城郡大洗町磯浜町 6881-275 TEL 029-267-5111</p> |

※主として商工観光課よりイベント、展示会、地域活性化事業支援

- 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

※職員スキルアップ研修、ツール活用等による広域的な支援

- ⑥ 大洗町内金融機関（常陽銀行支店長 澁谷吉秋、筑波銀行支店長 酒井一嘉、水戸信用金庫支店長 西野俊明、茨城県信用組合支店長 石崎英樹）

※創業、経営安定、事業拡大等の事業計画書策定、事業再生、融資相談等

- ⑦ 日本政策金融公庫 水戸支店 事業統括 斉藤千尋

茨城県水戸市南町 3-3-55

TEL 029-221-7137

※創業、経営安定、事業拡大等の個別相談、融資支援等

- ⑧ 茨城県信用保証協会 会長 川俣勝廣

茨城県水戸市桜川 2-2-35

TEL 029-224-7811

※創業、経営安定のための融資保証、事業再生等管理部門の支援等

- ⑨ 茨城県中小企業団体中央会 会長 渡邊 武

茨城県水戸市桜川 2-2-35

TEL 029-224-8030

※ものづくり補助金、各種マッチング展示会、販路拡大支援

- ⑩ 茨城県中小企業振興公社 理事長 楠田幹人

茨城県水戸市桜川 2-2-35

TEL 029-224-5317

※創業補助金、特許、国際化等専門相談支援

- ⑪ 一般社団法人中小企業診断士協会 会長 川又昭宏

茨城県石岡市国府 1-2-5

TEL 0299-56-4301

※各種セミナー開催、スキルアップ研修、企業の個別相談支援

- ⑫ 茨城県工業技術センター センター長 武者也寸志

茨城県東茨城郡茨城町長岡 3781-1

TEL 029-293-7212

※各種検査、製造業支援

- ⑬ 大洗観光協会 会長 石井藤一郎

茨城県東茨城郡大洗町磯浜 6881

TEL 029-267-2111

※各種イベント、展示会、観光PR、地域活性化事業支援

- ⑭ 大洗町漁業協同組合 理事長 飛田正美

茨城県東茨城郡大洗町磯浜字東 8253-10

TEL 029-266-2165

※各種イベント、展示会、販路拡大、地域活性化事業支援

- ⑮ 大洗水産加工業協同組合 理事長 鈴木保男

茨城県東茨城郡大洗町磯浜字東 8253-24

TEL 029-267-5231

※各種イベント、展示会、販路拡大、地域活性化事業支援

連携体制図等

