

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	美浦村商工会 (法人番号) 7050005003037
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日
目 標	<p>目標1. 伴走型支援による経営計画策定支援</p> <p>目標2. 商工会を中核とした連携支援体制の構築</p> <p>目標3. 商工会の創業(第二創業を含む)支援力の強化を図る</p> <p>目標4. 地域の魅力や特性を踏まえた地域特産品の開発及び賑わいの創出</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. 地域の経済動向調査 ① 独自地域経済動向調査の実施 査に関する事 【指針③】</p> <hr/> <p>2. 経営状況の分析に ① 経営診断シートを活用して経営課題を把握する 関すること 【指針①】</p> <hr/> <p>3. 事業計画策定支援 ① 巡回・窓口相談時の事業計画策定支援 関すること ② 定期的な相談会開催等による事業計画策定支援 【指針②】 ③ 創業希望者等に対する事業計画策定支援 ④ 個店の魅力度向上のための事業計画策定支援 ⑤ 専門家派遣制度の活用</p> <hr/> <p>4. 事業計画策定後の ① フォローアップ強化による実施支援 実施支援に關 ② 創業後の巡回・窓口指導による個別フォローアップ こと 【指針②】</p> <hr/> <p>5. 需要動向調査に關 ① 巡回・窓口相談開催時における支援先の掘り起こし すること ② 消費者需要動向調査・情報収集・分析支援 【指針③】 ③ 取引先・バイヤー等需要動向調査 ④ 各種統計調査等を活用した業界等需要動向調査・情 報提供</p> <hr/> <p>6. 新たな需要の開拓 ① 消費者(BtoC)の需要開拓支援 に寄与する事業に ② 商社・卸・小売等(BtoB)の需要開拓支援 関すること ③ 参加企業に対するフォローアップ 【指針④】</p> <hr/> <p>II. 地域経済の活性化 に資する取組 ① 地域経済の活性化のための場づくり ② 地域イベントによる地域経済の活性化 ③ 将来の創業者創生に向けての若年層への啓発支援</p>
連絡先	<p>美浦村商工会 郵便番号 300-0424 住 所 茨城県稲敷郡美浦村受領 1264 番地 2 電話番号 029-885-2250 F A X 番号 029-885-4628 メールアドレス mihosci@mihosci.com</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 美浦村の地域現状

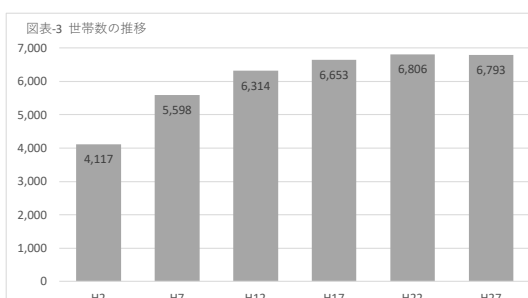
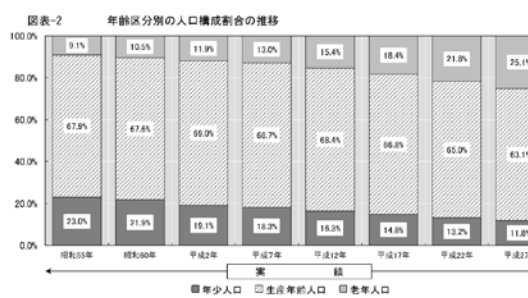
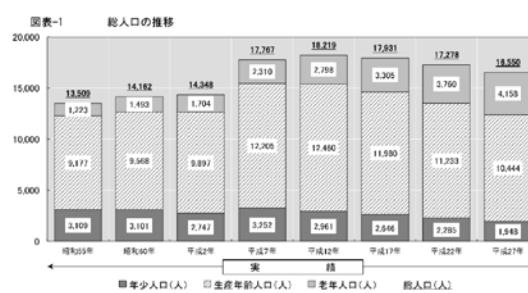
【立地】

- (1) 本村は、関東平野の北東部、茨城県南部に位置し、東京まで約 60km、県都水戸まで約 40km、業務核都市の土浦・つくば・牛久には約 20km の距離にある。
- (2) 村の北部や東部は日本第二の面積を有する湖沼である霞ヶ浦に面し、北西は筑波山を望むことができる。
- (3) 隣接都市としては、西部に阿見町、南部に稲敷市と隣接している。



【人口と世帯の動態】

- (1) 国勢調査及び住民基本台帳によると、美浦村の人口は平成 12 年の 18,219 人をピークに減少に転じ、平成 27 年には 16,550 人と、この 15 年間で 1,669 人減少している。
年齢区別の人口構成割合の推移をみると、15 歳未満の年少人口が平成 2 年の 19.1%から 11.8%へと大幅に減少する一方で、65 歳以上の老年人口は平成 2 年の 11.9%から平成 27 年には 25.1%と大幅に増加している。
この間 15 歳から 65 歳未満の生産年齢人口は 69.0%から 63.1%へと減少している。
- (2) 同データから美浦村の世帯数をみると、平成 2 年の 4,117 世帯から増加を続け、平成 22 年には 6,806 世帯まで達したが、平成 27 年には 6,793 世帯と減少に転じている。
1 世帯あたりの人数は、平成 2 年の 3.48 人から平成 27 年には 2.44 人とこの 25 年間で 1.04 人減少している。
- (3) なお、平成 29 年 9 月 1 日現在、人口 15,781 人、世帯数 6,689 世帯となっており、今後も人口・世帯数ともに減少していくことが予想される。



【交通状況】

(1) 本村の広域幹線道路は、村を東西に横断する国道 125 号があり、バイパス整備が進められている。また、村の南部には首都圏中央連絡自動車道があり、つくば市や首都圏への接続が容易に行える環境となっている。成田国際空港のある成田市を結ぶ区間の建設も進められ、東関東自動車道と接続したことにより、首都圏へのアクセスが良好な地域である。

(2) 公共交通等の機能

本村の公共交通機関は、路線バスとデマンド乗合タクシー（通称：やまゆりタクシー）がある。路線バスは、(株) JR バス関東により運営され、霞ヶ浦線と君島線の 2 路線である。デマンド乗合タクシーは、登録制で平日に営業されており、村内全域と阿見町の東京医科大茨城医療センターを営業区域としている。

【産業動態及び課題】

平成 26 年経済センサス基礎調査によると、当村の全産業は 675 事業所あり商工業者は 555 事業所である。商工業者の内訳は卸小売業 107、宿泊・飲食サービス業 62、建設業 83、製造業 53、運輸業 19、サービス業 291 の割合でその内小規模事業者は 413 となっている。

○商業の現状

- (1) 本村の商業は、昭和 57 年に従業者数 772 人、商店数 263 店をピークに、年々減少傾向にある。年間販売額は、平成 9 年をピークに減少傾向であったが、平成 11 年から増加傾向に転じている。これはヨークベニマル美浦店の出店によるものである。売り場面積の大部分は、大規模小売店の JRA 美浦トレーニングセンター内の店舗とヨークベニマル美浦店の 2 店舗によって占められている。
- (2) 近隣都市の阿見町・稲敷市で牛久市・つくば市・土浦市などの都市圏が西側にあり大規模商業店舗が立地する。
- (3) 村民の日常的な買い物の場については、商業店舗が少ないことから、村外に依存せざるを得ないなど不便な面もあり、村内に新たな商業地を確保することが望まれている。
- (4) 本村の商業地は、既存市街地の木原市街地や美駒市街地であるが、現在は住宅地の中に小規模事業者が点在している状況である。商業地としてまとまった面積の確保が困難であり、商業施設が立地しにくい課題がある。

○商業の課題

当村の小規模小売店は、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。

○農業の現状

近年、消費者の農産物に対する安全・安心嗜好の高まりや生産者の販売多様化の取り組みが進んでいる。

本村では、主要な農産物である米や、新鮮な季節の野菜などが豊富に生産されており、学校給食の食材としての利用や JA 直売所での販売等を行ってきた。

○農業の課題

当村は、農業振興地域であり、米、パプリカ、マッシュルームなど、豊富な活用可能な地域の農業資源が存在するにもかかわらず、付加価値を高めて販売することができていない。

このため、村内の事業者が保有する技術を活用した商品開発を支援することにより、付加価値を高めて販売していく必要がある。

○工業の現状

当村は農業振興地域のため、工場団地等の任意組織が無い。村内各所に小規模企業が散在している状況である。事業所・従業員共に減少傾向にあり雇用環境等も厳しい状況である。

2. 美浦村の産業振興に関する具体的方針

美浦村第6次総合計画（平成26年度～平成35年度）は、「美浦村にある健康的な暮らしを大切にする」、「美浦村にない便利な暮らしを取り込む」、「無理なく的を絞ったまちづくりをおこなう」を基本理念とし、「元気で活力ある地域産業の形成」を6つの施策の柱の一つとして、以下のような目標を掲げている。

1. 地元の消費者から支えられる産業の展開

○消費者の声を取り入れる産業振興の仕組み・体制の確立を図ります。

○農業や地場産物に対する消費者の理解普及を図ります。

○地産地消に関して農業者、商業者、農業協同組合、漁業協同組合、商工会、観光協会等との連携、推進体制の確立を図ります。

○農産物直売所を中心に、村内の物産紹介・販売や消費者活動、広域誘客の拠点となる物産館の設立・整備を進めます。

○農産物直売組織を育成・支援し、生産体制、販売体制の確立を図ります。

2. 事業活動の支援

○商工会等との連携により、地域のビジネスチャンスの発掘、人材育成、中小事業者の技術力向上に向けて、地域事業者の交流促進を図ります。

○商工会等との連携により、工場・事業所等の経営改善指導、新規事業開拓の制度的な支援を図ります。

○労働環境、雇用条件の改善に向けて、広域的に連携しながら、中小企業の充実を図ります。

○商業地の環境整備を支援します。

○村民の居住環境の充実及び村内施工業者の振興を図るため、村内の施工業者により住宅リフォーム工事を行うものに、その経費の一部を負担します。

3. 美浦村商工会の役割

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・労働事務・記帳指導等「基礎的支援業務」を中心に巡回指導、窓口相談、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・サービス業部会事業の推進、また地域振興事業として各種団体との連携によるイベントの開催などを実施しています。

今後は、美浦村の現状と課題を鑑み、地域唯一の経済団体（商工会）として地域経済を活性化する為、商工会は行政と連携し、魅力ある地域づくりの実現に向けて事業推進する。また、茨城県・美浦村・金融機関・日本政策金融公庫・中小企業基盤整備

機構・ミラサポ・中小企業診断士等と連携して、小規模事業者等の持続的発展（地域経済活性化）を目標にした伴走型の支援を行う。

4. 当地域内の小規模事業者の中長期的な振興のあり方

美浦村は、第6次総合計画（平成26年度～平成35年度）の中で、将来の目指すビジョンとして『人と自然が輝くまちMIHO』を基本構想と掲げ各種施策を展開している。

その中で、商工業の振興施策として、「地元の消費者から支えられる産業の展開」、「事業活動の支援」による、産業の活性化を掲げております。

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美浦村の地域構想と連携した「地域のブランド化・賑わいの創出」による地域活性化や小規模事業者が持つ自己の強みを活かした経営の持続化・発達によるまちの発展を振興のあり方として目標に掲げ、下記の2項目を10年後のビジョンとして捉え、行政や関係団体と連携して経営発達支援事業を推進します。

【小規模事業者の10年後のビジョン】

- (1) 小規模事業者の特性を活かし、地域に必要不可欠な存在として経営を持続的に発展させるなど経営基盤の強化。
- (2) 創業、第2創業による新たな事業展開により、売上や利益の確保が図られ、地域雇用の維持拡大。

5. 小規模事業者振興の目標

上記の中長期的な振興のあり方を踏まえ、本計画において次の目標を掲げ、小規模事業者の10年後の目指す姿の実現を目指す。

- (1) 伴走型支援による経営計画策定支援の実施
- (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（第二創業を含む）支援力の強化を図る
- (4) 地域の魅力や特性を踏まえた地域特産品の開発及び賑わい創出

＜美浦村の産業振興の方向性と当商工会の振興目標との対応＞

美浦村の産業振興の方向性	当商工会の振興目標
1. 地元消費者から支えられる産業の展開	(4) 地域の魅力や特性を踏まえた地域特産品の開発及び賑わい創出
2. 事業活動の支援	(1) 伴走型支援による経営計画策定支援の実施 (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（第二創業を含む）支援力の強化を図る

6. 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を把握し、真の問題点を認識し、顕在化した課題を解決するために、実行可能性の高い生きたビジネスプラン策定をする。また、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、行政および地域金融機関等の支援機関が顔の見える連携を構築し、それぞれの役割を明確にすることで地域最強の支援体制を整備する。

(3) 商工会の創業（第二創業も含む）支援力の強化を図るための方針

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。

(4) 地域の魅力や特性を踏まえた地域特産品の開発及び販わい創出のための方針

地域特性、地域資源を活かした新商品の開発やECサイト・メディア等の活用等による販路開拓事業を実施し、農産加工品を中心とした商品力の向上による農産加工業者等の育成、発展を図る。

また、地域振興として、産業祭を含む地域イベントへの参加協力等を通して地域の活性化を図っていく。

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31年4月1日～平成36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】

これまで当商工会では、特別な目的をもって地域の経済動向調査・分析を行ってこなかった。そのため収集すべき必要な情報は整理されておらず、小規模事業者等への情報提供についても、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。

今後は、専門家と連携し、経済動向の調査分析体制を強化するほか、情報提供体制を整えることで、小規模事業者等における経営課題の抽出や、小規模事業者等が自社の経営力強化に向けた「事業計画」を策定するための基礎資料として活用を図る。

【事業内容】

(1) 独自地域経済動向調査の実施【新規】

村内の小規模事業者の実態・動向・課題等を把握し、その時々において必要な小規模事業者支援策を提供できるようにすることを目的として、村内事業者を対象とした景況調査を年2回実施する。

具体的には、地域内の主要業種である卸・小売業、製造業、建設業、サービス業の4業種から各5社ずつ合計20社を抽出し、(a)売上 (b)資金繰り (c)採算（利益）(d)従業員の過不足 (e)設備投資等について、(1)現在の景況感、(2)3か月後の見通しについてアンケート形式でDI調査を行う。

<経済動向調査項目>

① 調査対象	卸・小売業、製造業、建設業、サービス業の4業種から各5者ずつ合計20社を抽出。
②DI 値の調査内容及び項目	<調査内容> (1)現在の景況感：良い、普通、悪い

	(2)3 ヶ月後の見通し：良くなる、変わらない、悪くなる <調査項目> (a)売上 (b)資金繰り (c)採算(利益) (d)従業員の過不足 (e)設備投資 ※上記に加えて、直面している経営上の課題や業界の状況等についても、自由記載で情報を収集する。
③DI 値の分析方法	(1)現在の景況感、(2)3 ヶ月後の見通しについて、それぞれ回答数の構成比を求めた上で「良い(良くなる)」の構成比から「悪い(悪くなる)」の構成比を引いて「現況DI」、「見通しDI」として指標化。
④実施回数及び時期	年2回(6月、12月)実施
⑤調査方法	調査項目(②)についてアンケート用紙を作成し、抽出した各業種対象事業者に対し、郵送及びヒアリングにより調査を実施する。

【活用方法】

- ①調査結果は、地域における業種別経済動向として、専門家と連携を図りながら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)に加工するとともに、エクセル・PDFデータにより商工会全職員間で情報を共有し、必要な時にいつでも利用可能な状態で管理する。
- ②加工したデータは、商工会ホームページにより地域の小規模事業者に提供する。また、セミナー開催時や窓口・巡回の経営相談時には、タブレットにより個々の相談事業者のニーズに応じた情報提供を行う。
- ③会員事業所については、毎月行っている定期情報提供の際に、レポートを同封して情報提供を行う。
- ④当商工会が実施する経営発達支援事業(経営分析・事業計画策定支援、経営支援セミナーの企画・開催等)の実行における基礎データとして活用していく。

【目標】

全ての経営指導員が国・県等の施策情報や地域の経済動向について自ら調査、分析し、データとして情報整理したものをそれぞれの小規模事業者のニーズに合わせて適宜情報提供できるようにする。

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
独自地域経済動向調査・分析回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
調査対象事業者数	未実施	20 事業者 (4業種合計)	20 事業者 (4業種合計)	20 事業者 (4業種合計)	20 事業者 (4業種合計)	20 事業者 (4業種合計)
HPでの公表回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2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ほか、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、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。

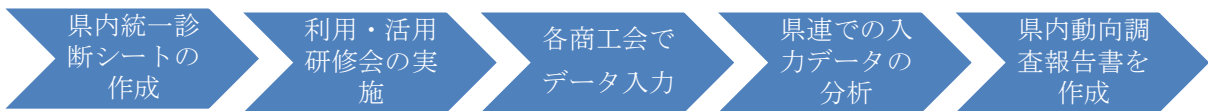
【事業内容】

(1) 経営診断シートを活用して経営課題を把握【指針①】

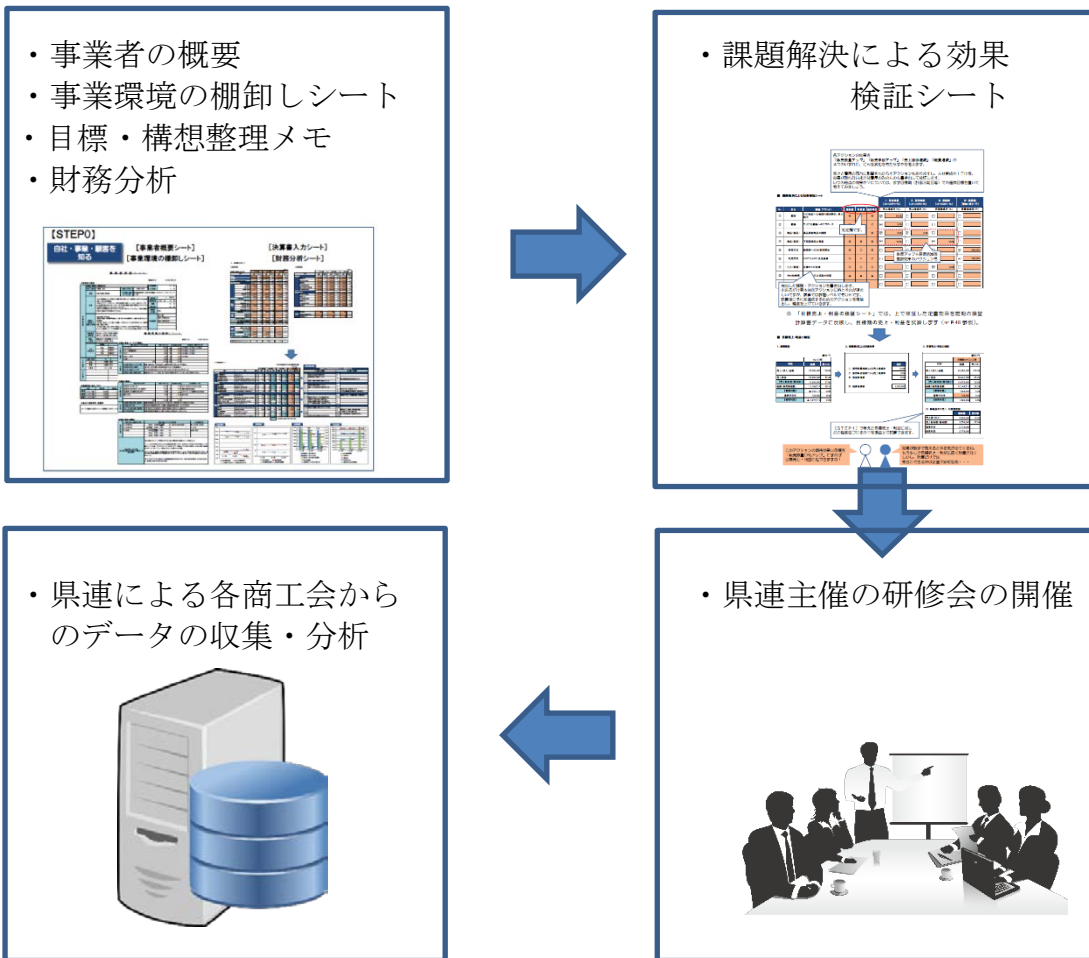
経営問診票は、調査項目として、経営理念、経営目標、財務分析等を盛り込んだ内容となっており、経営指導員が小規模事業者から直接ヒアリングした情報をもとに作成するものである。経営指導員が小規模事業者に対して、上記の経営診断シートを作成することで、小規模事業者の実態を把握し、経営状況の分析と経営課題を把握・整理し、今後の経営に対する気づきを与え、その後のフォローアップにより事業計画策定支援に繋げる。作成した経営診断シートは、データとして蓄積・管理し、地域、業種、規模別等によりデータベース化した後、経営指導員が閲覧できるようにする。

■ 具体的診断シートの内容・活用方法

①活用フロー



②各種項目の特徴



■分析項目

事業者概要、SWOT分析、事業環境の棚卸、目標と構想整理、財務分析（収益性、効率性、生産性、安全性）、課題解決による効果検証、目標売上・利益の検証等

【目標】

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経営分析対象者掘り起しに係る巡回訪問延べ回数	165回	180回	180回	180回	200回	200回
経営分析数	0	10件	10件	10件	15件	15件

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経営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、計画的に、事業者が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。

【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）

これまで、深く事業計画の策定まで踏み込むことができず、浅く短時間の相談にとどまっていた。今後は、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、積極的な提案を行っていく。これ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を行う。

(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)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、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ほか、創業計画書の作成支援を通して、創業者の夢の実現を支援する。

また、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。

(4) 個店の魅力度向上のための事業計画策定支援（新規）

これまでは、個店の魅力度向上に関する支援は、事案が生じた際の実施に留まっていた。今後は個店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。

(5) 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積極的に活用し、小規模事業者の経営課題の解決を図る。

【目 標】

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35 年度
事業計画策定事業者数	4事業者	8事業者	8事業者	8事業者	10事業者	10事業者
定期的相談会開催回数	1回	12回	12回	12回	15回	15回
創業計画策定数	0件	1件	1件	1件	2件	2件

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、小規模事業者からの相談に対応する形での受動的な助言・指導にとどまっていた。そのため、計画を遂行する過程で生じた資金調達や販路開拓、新規事業に取り組む時間の捻出といった問題に対し、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、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。

【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）

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、事業計画の策定を支援した企業すべてに対して、計画策定後1年間、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、2ヶ月に1回程度、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、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。

【目標】

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フォローアップ事業者数	4事業者	8事業者	8事業者	8事業者	10事業者	10事業者
フォローアップ延べ回数	8回 (4事業者 ×年2回)	32回 (4事業者 ×年4回)	32回 (4事業者 ×年4回)	32回 (4事業者 ×年4回)	40回 (4事業者 ×年4回)	40回 (4事業者 ×年4回)
創業者フォローアップ事業者数	0事業者	1事業者	1事業者	1事業者	2事業者	2事業者
創業者フォローアップ延べ回数	0回	6回 (1事業者 ×年6回)	6回 (1事業者 ×年6回)	6回 (1事業者 ×年6回)	12回 (2事業者 ×年6回)	12回 (2事業者 ×年6回)

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

【事業内容】

(1)巡回・窓口相談開催時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)	<p><一般消費者への需要動向調査></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を活用した新商品・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	<ul style="list-style-type: none"> ・支援対象事業者の既存顧客 ・「商工出店会（今年度から新たに実施する地域交流館みほふれ愛プラザで催す地域事業所の販売会：隔月開催予定）」に来場する地域内外の消費者等
④調査方法	<ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービスの提供店舗における店頭アンケート及び聞き取り調査、 ・商工出店会開催時のアンケート調査
⑤調査項目	<p>【新商品・サービスに対する調査項目】</p> <ul style="list-style-type: none"> (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 (e) 関心度 (d) 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） (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>【既存商品・サービスに対する調査項目】</p> <ul style="list-style-type: none"> (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) 店舗や商品・サービスの知名度 (e) 店舗や商品・サービスを購入・利用経験 (f) 関心度 (g) 購入や利用のしやすさ (h) 商品・サービスに対するイメージ (i) 用途・目的（家庭用、贈答用等） (j) 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）
⑥標本数・頻度	<p>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、アンケート及び聞き取り調査を併せて標本数20件を目途に需要情報を収集する。</p> <p>イベント時調査については、試作品開発後に開催される商工出店会（年6回開催予定）において、1商品あたりアンケート及び聞き取り調査を併せて20件を目途に需要情報を収集する。</p>
⑦支援内容	<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 ④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</p>

	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・専門化等の支援を実施する。
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

(3) 取引先・バイヤー等需要動向調査（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、業界の実態・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> ・地域資源を活用した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	展示会出展時及び取引打合わせ、納品等取引先との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	1 商品あたりの標本数 10 件目途に調査を実施する。
⑦支援内容	<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。</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 ④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・専門化等の支援を実施する。</p>

(4) 各種統計調査等を活用した業界等需要動向調査・情報提供（新規）

各業界のトレンド等を把握・情報提供する。国や民間の各種分析データを収集・分析し、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。

<統計調査活用 需要動向調査の対象・項目・目的>

調査対象統計資料	調査項目	調査の目的
「工業統計調査」 (経済産業省)	業種別の製造品出荷額	製造業における取引先の需要動向の把握
「商業統計調査」 (経済産業省)	業種別の商店数・商品年間販売数	商圏の変化 消費者の嗜好変化
日経 MJ 等の商業誌	各業界トレンド情報	消費者の嗜好変化 新商品・サービスの開発
美浦村 統計調査資料	「人口及び世帯数」、「年齢別人口」	ターゲットエリアの選定 ターゲット顧客の選定

<統計調査活用 需要動向調査の対象者、分析・活用方法>

○主要対象者
<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画を策定した小規模事業者 ・地域特産品を活用して商品の試作・開発・販路開拓に取り組む小規模事業者 ・創業予定者
○調査・分析方法
<ul style="list-style-type: none"> ・上記で整理したデータから事業所に関連した情報を抽出するとともに、(2)(3)の情報収集で得られた情報を加えて、需要開拓の成否に影響を与える可能性のある項目について分析を行う。 ・分析した情報を「2. 経営状況の分析に関すること」における SWOT 分析の外部環境分析の資料としても活用する。
○成果の活用
<ul style="list-style-type: none"> ・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、小規模事業者の需要開拓支援時の資料として活用する。

【目標】

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
(1) 調査支援事業者の掘り起し実施回数	未実施	4回	4回	4回	4回	4回
(2), (3) 需要動向調査支援対象事業者数	未実施	10事業所	10事業所	15事業所	15事業所	15事業所
(2), (3) 需要動向調査回数 (1事業者1商品あたり)	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
(4) 統計調査を活用した需要動向調査回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
(4) 統計調査を活用した需要動向調査結果提供事業者数	未実施	10事業所	10事業所	15事業所	15事業所	15事業所

※需要動向調査回数については、支援事業者の取引形態に応じて消費者対象、取引先・バイヤー対象に適宜実施する。

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、各種展示会・商談会への参加勧誘等にとどまっており、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。

【事業内容】

(1) 消費者 (BtoC) の需要開拓支援 (新規)

①支援目的	地域内外の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、地域内の需要開拓を支援する。
②支援対象者	地域内外の消費者に向けて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	(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発信強化に向けた支援を中小企業診断士等の専門家との連携により実施する。
	(b) ECサイトへの出品・出店支援 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。
	(c) イベント出展支援 効果的な販路開拓を実現するため、開発商品やその特性に合致したイベント（商工出店会（来場者数1,000人）、商工祭（同3,000人）等の地域イベント）情報の提供や、出店イベントで活用するPR資料（チラシ・カタログ製作・商品PR動画）の作成支援、会場での商品の魅せ方（パッケージデザイン・商品画像・サイト内視覚効果演出等）支援等、効果的な販促支援を実施する。

【目 標】

支援内容	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
消費者の需要開拓に向けた情報提供事業者数	10事業所	10事業所	15事業所	15事業所	15事業所
(a) 情報発信支援					
支援事業者数	5事業者	5事業者	7事業者	7事業者	7事業者
売上5%増加事業者数	2事業者	2事業者	3事業者	3事業者	3事業者
(b) ECサイトへの出品・出店支援					
支援事業者数	2事業者	2事業者	3事業者	3事業者	3事業者
売上5%増加事業者数	1事業者	1事業者	2事業者	2事業者	2事業者
(c) イベント出展支援					
支援事業者数	3事業所	3事業所	5事業所	5事業所	5事業所
売上5%増加事業者数	2事業者	2事業者	3事業者	3事業者	3事業者

(2) 商社・卸・小売等 (BtoB) 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	地域外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等
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、茨城県産業大県創造基金等の展示会への出展支援 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。 ＜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 例：常陽銀行主催「食の商談会」 ※出展社数 250 社 県内信用金庫（水戸、結城）共済による「しんきんビジネスフェア」 ※出展社数 180 社 (イ) 首都圏で開催される各種国際見本市等の個別商談会 例：フードセーフティジャパン（食の製造加工機械に関する総合見本市） ※（一財）食品産業センター主催、出店数 300 社</p>

【目 標】

支援内容	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
展示会情報提 供事業者数	10事業所	10事業所	15事業所	15事業所	15事業所
情報発信支援 事業者数	5事業者	5事業者	7事業者	7事業者	7事業者
展示会出展支 援事業者数	2事業者	2事業者	3事業者	3事業者	3事業者
成約件数	2件	2件	3件	3件	3件
売上増加事業 者数	3事業者	3事業者	4事業者	4事業者	4事業者
売上増加事業 者における売 上増加率	5%	5%	5%	5%	5%

(3) 参加企業に対するフォローアップ (新規)

イベントや展示会・商談会への出展時における相手先から感想や意見・要望に対応してい
くことは、商品改善やマーケットインの発想による“売れる商品づくり”に繋がることか
ら、今後の取引拡大・成約率向上には欠かせないことと言える。

そこで、上記(1),(2)により、消費者や取引先・バイヤーの需要開拓に取り組んだ小規模
事業者に対しては、フォローアップとして、専門家と連携し、出店結果を総括する機会を設
けるなど販路開拓の継続的な支援を実施する。需要開拓のサイクルに「振り返り」の機会を
加え、今後の商品改善等に繋げていくことで新たな需要の開拓を支援していく。

II. 地域経済の活性化に資する取組

【現状と課題】

現状は、様々なイベント等の開催を通じて地域経済の活性化を試みているが、どのイベントにおいても、そのイベント当日の一過性の効果を得るに留まっており、イベント終了後においても継続的なにぎわい創出につながるような仕組み作りを検討・実行していくことが課題となっている。今後は、「美浦村商業振興対策協議会」、「美浦村観光協会」において、地域経済の活性化の方針を検討し、決定した方針に基づき継続的な地域のにぎわいを創出する。

【事業内容】

(1) 地域経済の活性化のための場づくり（新規）

美浦村、商工会、美浦トレーニングセンター商業協同組合等で構成する「美浦村商業振興対策協議会」や、上記に加えてJA茨城かすみ、JA稲敷、JRA美浦トレーニングセンター、霞ヶ浦漁業組合美浦支部、美浦村水産加工組合、村内ゴルフ場などから構成する「美浦村観光協会」など、地域団体との連携促進を図る会議を計2回行い、地域の活性化の方向性について検討する。

(2) 地域イベントによる地域経済の活性化（継続拡充）

特産品のPR、消費拡大を目的としたイベント（美浦産業文化フェスティバル）を拡充開催し、参加者増を図る。また、地域の特徴ある商店や商品のPRを行う「商工出店会」を、地域の情報発信や世代交流が図れるイベントとして年6回、定期開催する。今後は、村や教育委員会、農協等と構成する「美浦産業文化フェスティバル実行委員会」において、地域を担う若者や女性が参加しやすい継続発展性のあるイベントを開催することにより、地域のにぎわいを創出し、地域経済の活性化を図る。

<美浦産業文化フェスティバル>

村内の直売所や食品製造事業者、農業者など約20事業者が集まって行う特産品PR事業。毎年11月3日に開催し、農産物・加工食品等を販売している。美浦村が主催し、中央公民館において、主に美浦村及び商工会、JAが連携して実施している。

(3) 将来の創業者創生に向けての若年層への啓発支援（継続拡充）

地域のにぎわいを創出し、地域経済の活性化を図るため、将来の創業者創生に向けて若年層への啓発支援を行っている。具体的には、美浦村教育委員会と連携し、村内の小学校6年生を対象に、社会勉強として、会社立ち上げから、材料仕入、商品製造、販売、納税までの事業の一貫した流れを実際に体験学習する「キッズカンパニー」を年8回シリーズで開催している。今後は、ワークショップの開催等の内容の拡充を図るとともに、体験可能な業種・事業所等の種類を増やし、年12回シリーズで開催し、若年層の創業者創生に向けて啓発する。

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】

現状においては、他の支援機関との情報交換は、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を中心に都度実施しているものの、より具体的な情報・ノウハウ等の情報交換は行われていない。そのため、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。

今後は、次により、経営発達支援事業の円滑な実施に向けた、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）

3か月に1度行われる商工会連合会および茨城県内6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、成功事例や失敗事例等についてより具体的な情報交換を行うことにより、支援ノウハウの蓄積を図る。

(2) 地域ブランド創出のための情報交換の場の構築（拡充実施）

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、地元行政、JAや食品専門家、サービス会や食品衛生協会などとの地域資源活用から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年2回創出する。

(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、販路開拓に要するノウハウや販路開拓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、美浦村、商工会、美浦トレーニングセンター商業協同組合等で構成する「美浦村商業振興対策協議会」や、上記に加えてJA茨城かすみ、JA稲敷、JRA美浦トレーニングセンター、霞ヶ浦漁業組合美浦支部、美浦村水産加工組合、村内ゴルフ場などから構成する「美浦村観光協会」など町内団体との情報交換を、それぞれ年1回行う。

(4) 金融機関との情報交換（拡充実施）

日本政策金融公庫・常陽銀行・筑波銀行・水戸信用金庫・茨城県信用組合等の地域の金融機関と毎月定例的に実施している情報交換会（年12回）に加えて、重点課題について協議する意見交換会を四半期に一度拡充実施（合計年16回）して、支援ノウハウの蓄積を強化する。

(5) 各士業との情報交換（拡充実施）

現在必要に応じて都度おこなっている中小企業診断士、税理士、社会保険労務士、行政書士等の各分野における専門家との意見交換について、年6回定例的に開催し、専門的な支援ノウハウの蓄積を図っていく。

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南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) 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。

(2) 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。

(3) 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。

(4) 職員間の支援ノウハウの共有化による資質の向上

商工会内の全職員で、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。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。

また、成功事例やその支援手法等をデータで記録し、商工会内部のネットワーク上に保存し、各職員が閲覧可能な体制を整備するとともに、職員の異動等によりノウハウが失われることがないように商工会組織の財産として引き継ぎを図っていく。

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

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。

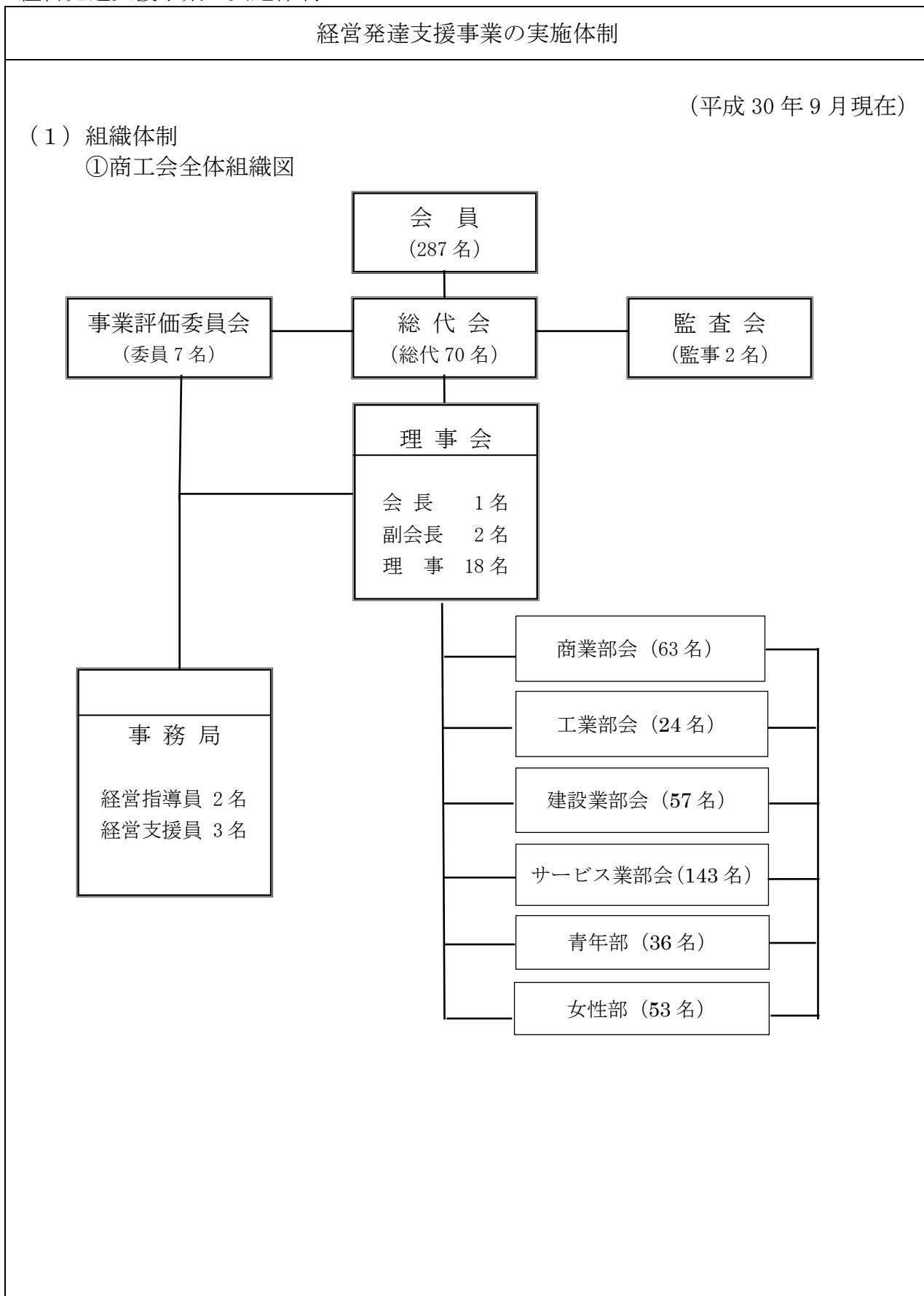
【事業内容】

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（行政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。
- (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://www.mihosci.com/>）、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。

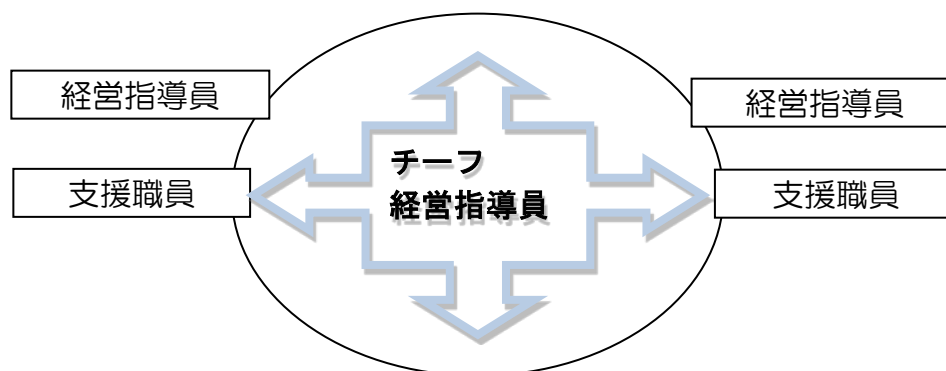
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②事業実施体制

事業全体：経営指導員 2 名・支援職員（補助員名 1 名・記帳専任職員 1 名・記帳指導員 1 名）で
事業計画、進捗状況、事業結果を共有・検証し、P D C A サイクル
を実行する。



個別実施体制

項目	内容	担当者
全体計画の策定	商工会としての方向性検討	チーフ経営指導員
支援計画の策定	事業者ごとに策定	各経営指導員
支援計画の検討・共有	全体会議で共有	全職員
事業計画策定、実行	作成セミナー含む	各事業者
伴走型支援の開始	巡回指導による支援 専門家派遣	各経営指導員・支援職員
進捗状況の確認・共有	定例会議（隔月）	全職員
支援結果の検証・共有	全体会議	全職員
支援計画の見直し	P D C A	各経営指導員・支援員

(2) 連絡先

住所：茨城県稲敷郡美浦村受領 1264-2
 名称：美浦村商工会
 TEL：029-885-2250 FAX 029-885-4628
 Mail：mihosci@mihosci.com

(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)

	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	2,100	2,100	2,100	2,100	2,100
I. 経営発達支援事業					
① 地域経済動向調査 (委託)	500	500	500	500	500
② 経営分析 (講師謝金)	200	200	200	200	200
③ 事業策定セミナー (講師謝金)	400	400	400	400	400
④ 需要動向調査 (講師謝金)	100	100	100	100	100
⑤ 需要開拓支援 (講師謝金)	100	100	100	100	100
II. 地域総合振興事業費					
① まちづくりゼミ	300	300	300	300	300
III. 職員資質向上事業					
① 職員資質向上対策費	100	100	100	100	100
IV. 事業計画評価検証事業					
① 事業計画評価委員会開催費	100	100	100	100	100

(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。

調達方法
国補助金 県補助金 市補助金 商工会負担金にて事業をおこなう。 商工会負担金は会費収入、賦課金収入、手数料等収入、業務受託料収入等で捻出する。

(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. 地域経済動向調査 2. 経営状況の分析 3. 事業計画策定支援 4. 事業計画策定後の実施支援 5. 需要動向調査 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 7. 地域経済活性化事業	
連携者及びその役割	
○茨城県 知事 大井川 和彦 茨城県水戸市笠原町 978-6 TEL 029-301-1111	小規模事業者への施策支援 商工会指導・助言 補助事業全般
○美浦村 村長 中島 栄 茨城県稲敷郡美浦村受領 1515 TEL 029-885-0340	小規模事業者への施策支援 市町村金融制度、地域活性化事業 創業支援
○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	指導助言・専門家派遣・情報提供・連絡調整
○ミラサポ 中小企業庁 長官 安藤久佳 東京都千代田区霞ヶ関 1丁目3番1号 TEL 0570-57-22 https://www.mirasapo.jp	施策情報提供、専門家派遣 コミュニティの提供
○茨城県中小企業振興公社 理事長 宇野 善昌 茨城県水戸市桜川 2-2-35 TEL 029-224-5317	茨城県よろず支援拠点 専門家派遣
○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	経営技術相談、販路拡大 各種マッチング展示会
○日本政策金融公庫土浦支店 支店長 兵藤 匡俊 茨城県土浦市中央 1-1-26 TEL 029-822-4141	金融支援、創業支援融資、マル経融資 情報の提供（企業経営動向調査）
○茨城県信用保証協会 会長 角田 芳夫 茨城県水戸市桜川 2-2-35 TEL 029-224-7818	金融支援（県制度資金、市町村金融） 創業支援
地区内金融機関 ○常陽銀行美浦支店 支店長 戸井田 均 茨城県稲敷郡美浦村信太 2626-1 TEL 029-885-2911 ○筑波銀行美浦支店 支店長 木所 憲一 茨城県稲敷郡美浦村大谷 416-2 TEL 029-885-1616	金融支援（県制度融資、市町村金融制度融資） 経営支援、情報提供（企業経営動向） 上記の他、販路拡大のためのマッチング・ 商談会
地区内 J A ○ J A 茨城かすみ 組合長 糸賀 一夫 茨城県稲敷郡美浦村郷中 2661-3 TEL 029-885-0125 ○ J A 稲敷 組合長 田丸 治 茨城県稲敷市江戸崎甲 3016-3 TEL 029-892-6645	6次産業支援・物産展 農産品ブランド化（銘柄産地） 情報提供（地域経済動向）
中小企業診断士 遠藤 陽介 茨城県坂東市逆井 2698 TEL 090-7948-3014	経営計画作成支援、同実行支援 経営革新申請支援、補助金申請支援 経営相談

連携体制図等

