

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	境 町 商 工 会 (法人番号：8050005004562)
実施期間	平成 31 年 4 月 1 日～平成 36 年 3 月 31 日
目標	<p>① <u>小規模事業者の経営改善の支援にむけた伴走型支援体制・連携支援体制の構築による支援力強化</u></p> <p>② <u>創業から事業承継まで各段階に応じた支援の強化</u></p> <p>③ <u>個店の魅力度向上による小売・サービス・建設業の競争力強化と賑わいの創出</u></p> <p>④ <u>関係機関と連携した既存工業の受注拡大による経営力強化と雇用の確保</u></p> <p>⑤ <u>地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立と地場産業の育成</u></p>
事業内容	<p>< I. 経営発達支援事業の内容 ></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域経済動向調査に関すること【指針③】 独自の地域経済動向調査及び国が提供するビッグデータを活用した地域経済動向調査を実施。 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 分析結果を活かせる体制の構築、小規模事業者の経営分析、重点産業の経営分析を実施。経営発達支援の基礎資料として活用。 3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】 伴走型支援に向けた内部支援体制の構築と、セミナー開催による事業計画策定意識の向上から、伴走型による実効性の高い事業計画の策定支援・計画の見直しも含めた高度な課題解決のための支援体制構築。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 事業計画実施に係るフォローアップ体制の構築と事業計画策定者、創業者、事業承継計画策定事業者へのフォローアップ強化による事業実施支援。 5. 需要動向調査に関すること【指針③】 消費者及び取引先・バイヤー等を対象とした需要動向調査の実施、分析支援、情報提供。 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】 イベント・展示会・ECサイト・メディアの有効活用による消費者、商社・バイヤー等への需要開拓支援を伴走型により実施。 <p>< II. 地域経済の活性化に資する取り組み ></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. にぎわいの創出、地域ブランド化推進事業 地域経済活性化のための場づくり、イベントの拡充・新規イベント開催、地域ブランド化推進による地域の活性化。
連絡先	<p>境町商工会 〒306-0433 茨城県猿島郡境町 965-29 TEL：0280-87-0380 / FAX：0280-87-4247 E-mail:infosakai@sakaishoko.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. 【境町の現状】

①地域を取巻く環境

境町は茨城県南西部、関東平野のほぼ中央で首都圏 50km 内に位置する人口 2.4 万人、面積 46.59 km²の町である。歴史的には、利根川と江戸川の分岐点に位置し、かつては江戸と奥州を結ぶ「利根川随一の河岸のまち」として、水上交通の拠点・日光東街道の宿場町という 2 つの性格を持ち栄えた地域である。

現在は、国道 354 号線が南北に、国道 4 号が東西に貫通しているなど、交通の要所となっており、大型店・チェーン店の進出も多い。

郊外には、染谷・猿山・下小橋工業団地等の工業集積地区もあり、商工業のバランスのとれた地域でもある。

平成 27 年 3 月には圏央道の古河・境 IC が完成し、東京方面への交通の利便性が向上しており、羽田空港や八王子まで約 1 時間で行く事が可能となった。

また平成 29 年 2 月につくば方面が開通し、圏央道全線開通となり、つくば・千葉方面への交通利便性が更に向上し、成田空港も 1 時間圏内となった。インター付近の企業誘致等推進しており、区画整理等が進んでいる。

近隣を見ると、隣接の古河市に日野自動車の本社工場が進出し、平成 29 年 1 月に全面稼働となり、従業員の移住なども進んでいる。当町にも日野自動車の独身寮が建設され、人口流入も見られている。



②地域の特徴

当地域は、さし茶・トマト・レタスなどの茨城県が地域資源に指定している農産物生産が盛んな地域でもあり、日本で唯一飼育している「梅山豚 (めいしゃんとん)」等の畜産農家などもある。特に県内でも銘柄指定されている「さし茶」は、全国的に販売されているお茶であり、関連新商品等の開発等も近年盛んに行われている。

観光事業面では近年、かつての「河岸のまち」をイメージし、利根川の高瀬舟観光船を利用した「境リバークルーズ」、河川敷を活用した「セグウェイオフロードツアー」、手軽にバーベキューができるエリア等が設置され、「境リバーサイドパーク」とし地域外からの顧客の誘致に注力している。また、河川敷のサイクリングロードを活用した「サイクリングによるまちおこし」も行われており「道の駅さかい」にサイクリングカフェも設置され、施設内も大幅リニューアルされ、特産品や農産物の販売や境町の PR 拡大により、境町の魅力の発信強化が図られている。

また、境町では平成 26 年度より「ふるさと納税」によるシティーセールス強化により、平成 25 年度 6.5 千円であったふるさと納税額が平成 27 年度は 859,730 千円、平成 29 年度は 2,162,470 千円と大幅な税収増につながっており、子育てや移住・定住促進事業等にも活用されている。

③人口動態

昭和 40 年代に 21,000 人であったが、それ以降は徐々に増加し、平成 2 年度以降は約 27,000 人まで増加したが、平成 28 年度には 24,326 人となった。しかし、平成 29 年度は子育て支援への取り組みなどが功を奏し、14 年ぶりに人口が 13 名増加し、24,339 人となった。

逆に世帯数は、平成 12 年度の 7,498 世帯から平成 29 年度 8,511 世帯と増加しており、他の地域同様に核家族化がみられ、高齢者世帯が増加している。

65 歳以上人口割合は、昭和 60 年が 10.5%から平成 12 年が 17.5%、平成 22 年は 22.8%、平成 34 年には 28.8%に達する予測となっている。



④境町の商工業者動態

境町の商工業者の業種動態は、古くから水運等の拠点として栄えた河岸・宿場町の名残により商店街が形成され、商業(卸・小売)が中心であり、現在、商業が 26.0%を占めているが、2012 年以降は大型商業施設の進出や後継者不足等により事業所数が減少しており、減少幅も特に大きい。他の業種についても宿泊・飲食サービス業を除いては、減少となっている。

また、管内の小規模事業者数は事業者全体の約 77%を占めており、古くから商店街地区を中心として地域経済・雇用を支えてきたが、景気低迷・人口の減少・消費需要の低下・後継者不在による廃業の増加が減少率からも顕著に表れており、今後についても更に傾向は続くと思われる。

＜平成 24 年、平成 26 年商工業者数比較表＞

業種分類	H24 年	構成比	H26 年	構成比	増減
建設業	218	15.7%	216	15.8%	△2
製造業	227	16.4%	222	16.2%	△5
卸売・小売業	367	26.5%	356	26.0%	△11
宿泊・飲食サービス業	129	9.3%	137	10.0%	8
その他のサービス業	444	32.1%	439	32.0%	△5
合計	1,385	100%	1,370	100%	△15
管内小規模事業者数			1,052		

※平成 24 年・平成 26 年経済センサス活動調査資料(境町提供)より

⑤商圏内消費動向

境町の商圏における業態別の消費行動については、大型店舗の出店やコンビニエンスストアの増加、スマートフォンの普及拡大による消費行動の変化が見られ一部増加は見られるものの、一般商店・専門店はほとんどの項目において2012年対比でマイナス傾向となっている。

また、境町の2016年の商圏人口吸収・流出率については、全体の吸収率は152%。前回調査の2012年比較で21%上昇しており、大きな変動としては大型スーパーの出店による食料品・日用品が55ポイントの上昇。他の項目も大手チェーン店の進出から上昇している傾向にある。

逆に流出率については、近隣の古河市・埼玉県への流出が40%を超えており、つくば市・坂東市・栃木県への流出も10%を超えている。特に埼玉県への流出が多く、圏央道の開通の影響が出ていると考えられる。

余暇圏についても同様、埼玉県への流出が多く、今後も圏央道の平成29年2月のつくば方面開通に伴い、つくば市方面への流出も更に増えていくことが予想される。

<境町の業態別買い物行動>

	一般商店 専門店		スーパー		百貨店 大型店		専門量販店		コンビニ		農産物 直売所		カタログテレビショ ッピング		インターネットショッピング				生協・個別 宅配	
	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比	12年比
食料品 日用品	28.3	-1.5	77.5	-6.2	52.2	4.7	34.1	-4.2	39.9	4.4	12.3	-5.4	2.9	-7.0	5.8	-9.1	6.5	2.2	19.6	-11.6
衣料品	18.6	-1.6	7.8	-2.7	73.6	-4.6	48.1	-1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	6.2	-9.1	15.5	-3.0	15.5	5.8	5.6	-1.7
身の回り品	20.8	-2.9	4.2	-3.4	68.3	-2.9	33.3	1.1	1.7	1.7	0.0	0.0	2.5	-4.3	13.3	-0.3	16.7	8.2	0.8	-2.6
リビング用品	9.3	4.8	0.9	0.0	27.8	-10.6	72.2	-0.1	0.9	0.9	0.0	0.0	4.6	-1.7	14.8	5.9	12.0	8.4	0.9	-0.9
余暇・趣味関 連商品	28.1	-2.3	5.3	-5.1	38.6	-8.6	52.6	-9.0	7.9	1.5	0.0	0.0	0.9	0.1	22.8	5.2	14.9	10.9	2.6	-0.6

※（一財）常陽地域研究センター 2016年茨城県生活行動圏調査報告書より

<境町の消費人口吸収・流出の状況>

		商 圏	食 料 品 日 用 品	衣 料 品	身の回り品	リビング用品	余 暇 趣 味 関 連	余 暇 圏	芸術文化活動	娯楽活動	7070707	スポーツ	家族連れ外食	
吸収人口計 (人)	吸収人口計	37,374	74,355	23,324	18,646	35,295	35,247	31,439	23,475	14,829	20,748	37,091	61,052	
	うち境町から	14,451	23,362	8,404	10,691	14,635	15,163	11,248	13,430	6,622	8,838	8,376	18,975	
	他市町村から	1	古河市 11,021	古河市 25,908	古河市 7,305	坂東市 3,530	坂東市 9,408	古河市 9,833	古河市 8,439	古河市 5,134	坂東市 3,830	古河市 6,368	古河市 8,349	古河市 19,742
		2	坂東市 8,391	坂東市 16,003	坂東市 6,070	古河市 3,512	古河市 8,549	坂東市 6,945	坂東市 5,327	坂東市 2,927	古河市 2,605	坂東市 3,227	筑西市 4,794	坂東市 13,693
		3	五霞町 1,443	五霞町 3,751	五霞町 958	五霞町 615	八千代町 1,095	五霞町 1,230	筑西市 1,118	五霞町 569	常総市 506	八千代町 496	坂東市 2,957	八千代町 2,206
		4	八千代町 845	八千代町 1,796	守谷市 304	守谷市 156	五霞町 661	八千代町 1,057	八千代町 1,105	八千代町 460	八千代町 466	下妻市 475	常総市 2,661	五霞町 1,725
		5	常総市 361	常総市 1,514	常総市 146	八千代町 142	取手市 411	稲敷市 207	常総市 771	取手市 294	守谷市 326	守谷市 464	八千代町 1898	筑西市 795
	吸収人口計 /行政人口	151.8%	302.0%	94.7%	75.7%	143.4%	143.2%	127.7%	95.3%	60.2%	84.3%	150.6%	248.0%	
	12年比	21.0	55.0	13.2	19.8	6.0	10.9	18.5	9.8	20.2	16.4	-12.0	58.1	
	うち境町から	58.7%	94.9%	34.1%	43.4%	59.4%	61.6%	45.7%	54.5%	26.9%	35.9%	34.0%	77.1%	
12年比	1.2	2.7	4.5	10.5	-7.0	-4.9	1.0	-7.3	4.8	5.1	0.3	1.9		
吸収率	他市町村から	1	五霞町 16.4%	五霞町 42.6%	坂東市 11.2%	五霞町 7.0%	坂東市 17.3%	五霞町 14.0%	坂東市 9.8%	五霞町 6.5%	坂東市 7.0%	坂東市 5.9%	五霞町 10.7%	坂東市 25.2%
		2	坂東市 15.4%	坂東市 29.4%	五霞町 10.9%	坂東市 6.5%	五霞町 7.5%	坂東市 12.8%	五霞町 7.3%	坂東市 5.4%	八千代町 2.1%	古河市 4.5%	八千代町 8.6%	五霞町 19.6%
		3	古河市 7.8%	古河市 18.4%	古河市 5.2%	古河市 2.5%	古河市 6.1%	古河市 7.0%	古河市 6.0%	古河市 3.6%	古河市 1.9%	八千代町 2.2%	古河市 5.9%	古河市 14.0
		4	八千代町 3.8%	八千代町 8.1%	八千代町 0.5%	八千代町 0.6%	八千代町 5.0%	八千代町 4.8%	八千代町 5.0%	八千代町 2.1%	常総市 0.8%	下妻市 1.1%	坂東市 5.4%	八千代町 10.0%
		5	常総市 0.9%	常総市 4.1%	常総市 0.6%	八千代町 0.8%	取手市 1.2%	稲敷市 0.6%	常総市 2.3%	取手市 0.9%	守谷市 1.3%	守谷市 1.1%	八千代町 5.0%	筑西市 1.3%

流出率	他 市 町 村 へ	1	古河市 10,742 43.6%	古河市 14,129 57.4%	埼玉県 14,891 60.5%	埼玉県 12,149 49.3%	古河市 7,748 31.5%	古河市 12,160 49.4%	埼玉県 9,886 40.2%	古河市 6,155 25.0%	埼玉県 15,961 64.8%	古河市 7,260 29.5%	埼玉県 9,138 37.1%	古河市 14,271 58.0%	
		2	埼玉県 10,644 43.2%	埼玉県 9,233 37.5%	古河市 12,384 50.3%	古河市 7,289 29.6%	埼玉県 6,887 28.0%	埼玉県 10,059 40.9%	古河市 8,095 32.9%	埼玉県 5,316 21.6%	千葉県 4,754 21.6%	埼玉県 5,997 24.4%	古河市 8,376 34.0%	埼玉県 13,016 52.9%	
		3	つくば市 6,098 24.8%	坂東市 7,554 30.7%	つくば市 8,698 35.3%	つくば市 5,831 23.7%	つくば市 4,132 16.8%	つくば市 5,254 21.3%	坂東市 3,738 15.2%	坂東市 3,738 15.2%	東京都 4,477 18.2%	古河市 4,415 17.9%	栃木県 5,050 20.5%	坂東市 5,584 22.7%	坂東市 5,802 23.6%
		4	坂東市 4,029 16.4%	つくば市 6,575 26.7%	坂東市 4,718 19.2%	坂東市 2,916 11.8%	栃木県 1,550 6.3%	坂東市 3,753 15.2%	栃木県 3,726 15.1%	坂東市 3,637 14.8%	坂東市 3,905 15.9%	栃木県 4,735 19.2%	千葉県 4,061 16.5%	栃木県 4,061 16.5%	つくば市 5,646 22.9%
		5	栃木県 2,905 11.8%	千葉県 3,497 14.2%	栃木県 4,276 17.4%	栃木県 2,430 9.9%	千葉県 1,377 5.6%	栃木県 3,753 15.2%	千葉県 3,261 13.2%	つくば市 1,679 6.8%	つくば市 3,736 15.2%	つくば市 2,841 11.5%	五霞町 2,538 10.3%	栃木県 5,332 21.7%	
		6	千葉県 2,429 9.9%	下妻市 2,798 11.4%	東京都 3,833 15.6%	下妻市 2,268 9.2%	坂東市 1,205 4.9%	千葉県 3,603 14.6%	つくば市 3,186 12.9%	千葉県 1,119 4.5%	東京都 3,056 12.4%	大洗町 2,210 9.0%	下妻市 2,284 9.3%	東京都 3,921 15.9%	
		7	下妻市 1,976 8.0%	栃木県 2,518 10.2%	下妻市 2,949 12.0%	東京都 2,106 8.6%	結城市 1,033 4.2%	東京都 1,501 6.1%	東京都 2,809 11.4%	下妻市 839 3.4%	坂東市 2,717 11.0%	群馬県 1,894 7.7%	筑西市 2,284 9.3%	千葉県 3,921 15.9%	

※（一財）常陽地域研究センター 2016年茨城県生活行動圏調査報告書より

⑥境町の強み

境町は利根川随一の河岸の町として栄え、水運の拠点、日光東街道の宿場町という二つの性格をもって交通の要衝として栄えた事に加え、現在は「国道354号線」「国道4号バイパス」「圏央道境・古河IC」が整備され、隣接した古河市の日野自動車の進出等により、今後、物流の拠点になりえる。

また、大手飲食店の出店状況から推測をすると、境町の特に若者の転出人口は低いとみられる。実際に若い世代が町のイベント開催にあたり、実行委員として中心的な役割を担っており、地域活性化に対しての意識が高い。

さらに、境町の行政改善プログラムによる観光事業強化により「道の駅さかい」のリニューアル他、観光資源の強化を行い、平成27年7月現在で前年比125%の地域外からの交流人口の増加に繋がっており、今後さらに地域のブランド力を強化し境町の魅力をPRすることにより地域経済の活性化が期待できる。

2. 【地域小規模事業者の現状と課題】

（1）地域商工業者の現状

①商業については、長引く景気低迷や人口の減少、大型商業施設の進出やコンビニエンスストアの増加により、売上・利益が低迷している状況である。加えて中心商店街の高齢化・後継者不足による廃業等で年々減少をしており地域経済の空洞化が進んでいる。新たな事業創業についても、計画不足による創業間もない廃業に陥るケースがみられる。

②製造業については、大多数が工業団地等企業の下請け事業者であり、原材料価格等の高騰・元請企業の外注費削減による、売上高・利益率の減少、商業と同様、後継者不足による廃業の増加など依然として厳しい経営環境にある。

また、特定の取引先からの受注依存度が高い事業者が多く、元請企業の倒産等などの影響を受けやすい状況にあり、加工技術の向上や技術開発等に取り組む事業者は少ない。近隣の古河市に日野自動車の進出もあり、今後下請け受注の拡大に期待したいが、進出直後の具体的な受注拡大はまだ見込まれていない。

③建設業については、東京都内の現場下請などの受注がある業者についてはオリンピック景気の影響で短期的な受注高確保している業者はあるものの、地元現場中心の業者は、入札等の価格競争もあり、十分な利益は確保できておらず、一般住宅建築もハウスメーカー等との競合により、利益の確保が難しい状況である業者が多い。

④サービス業については、宿泊業では圏央道工事の業者利用が一時あったが、現在は工事完了により、宿泊者は減少している状況である。飲食店については、町内に大手飲食チェーンが多数進出しており、中心市街地の飲食店街では廃業が増加しており、飲食店街の人通りも極端に減少している状況である。生活関連のサービス業も大手チェーンに押されており業況が下降傾向にある業者が多く、後継者不足に拍車をかけている状況がみられる。

(2) 地域商工業者の課題

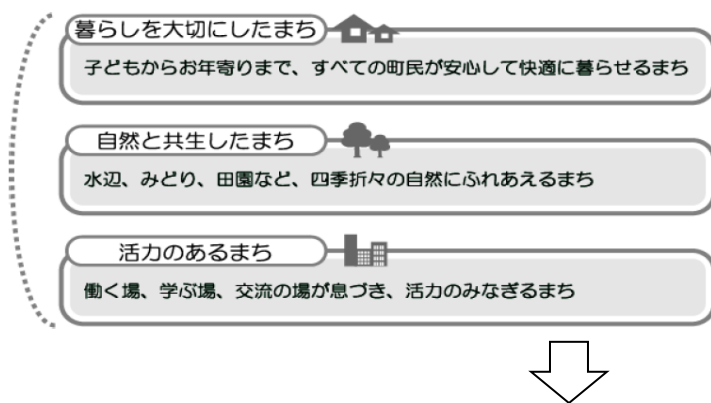
①商業・サービス・建設業については、圏央道の開通や日野自動車独身寮の建設による人口流入、境町の新たな魅力度向上事業（河川敷を活用した観光事業・ふるさと納税）等、地域経済活性化が期待される取り組みが推進されているが、この新たな機会を捉えた計画的な事業経営がなされていない。旧態依然の経営体質から脱却できず、日々多様化する消費者ニーズに応えることができていない状況がうかがえる。これに加え、地域商工業者の高齢化及び後継者不足による小売業者の廃業及び中心市街地の空洞化が今後の深刻な懸念となっており、承継できる事業形態の確立・事業内容の差別化が喫緊の課題と言える。人口流入による若い世代の移住等の明るい材料、圏央道開通も脅威でなくチャンスととらえ、顧客ニーズを的確に捉えた事業経営を行うことにより、消費の流出と地域経済の衰退に歯止めをかける必要がある。

②製造業においては、従来の特定の取引先からの受注依存度が高くなっている事業者が多く、日野自動車の進出や圏央道インターチェンジ付近の大規模区画整理による企業誘致をチャンスととらえ、交通網の発達等により進出する新たな企業の技術ニーズにマッチする加工技術力の向上や新たな技術開発など、あらゆる受注対応力の強化・新たな受注獲得への意欲向上が課題と言える。

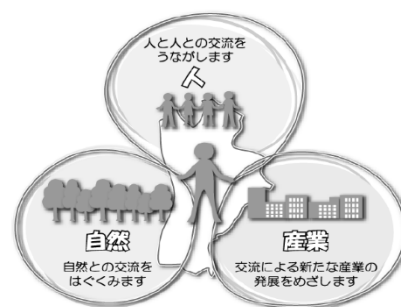
3. 【境町の産業振興に関する施策】 [第5次境町総合計画（平成25年～平成34年）]
 境町では、上記のような課題に対応する為、下記まちづくりの基本理念のもとに商業・工業・観光の3本柱での活性化策が検討・推進されている。

境町まちづくりの基本理念

境町がこれまで培ってきた自然や歴史的な条件、広域的な条件などを踏まえ、概ね20年後の将来に向けた本町のまちづくりの理念を次のように考えます。



交流拠点都市 - さかい



① 商業の振興

【具体的施策の体系】

施策名	施策の方針	主な取り組み
1. 中心市街地活性化の推進	<ul style="list-style-type: none"> 空き店舗やギャラリーなどの活用、及び新たに商業を営むことにチャレンジする企業者を支援し、集客性の向上に努める 既存商店街の再生に向けた取り組みを進める 	<ul style="list-style-type: none"> 空き店舗や空き地の活用促進 大学等の連携事業の実施
2. 経営体質の強化	<ul style="list-style-type: none"> 商工会を通じて、事業者の経営指導體制や経営実態の見直し・経営の近代化を図る 	<ul style="list-style-type: none"> 経営相談指導の実施 各種融資制度の利用促進
3. 事業者の組織化・連携体制の強化及び育成	<ul style="list-style-type: none"> 境町商工会で取り組む各種事業に対し町が支援を行うことにより、低迷する消費需要の喚起、個人消費の拡大、消費者流出防止による町内商業活性化と振興を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> 商工会クーポン券事業への助成 農商工連携の推進
4. 融資制度の充実	<ul style="list-style-type: none"> 中小企業の経営基盤の安定化や経営活動の支援を図るため融資の斡旋や信用保証料の補助を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> 自治振興金融保証料の補助 融資制度のPR

② 工業の振興

【具体的な施策体系】

施策名	施策の方針	主な取り組み
1. 新たな産業拠点の整備	・圏央道 IC 周辺地域における産業機能の充実に努める。	・生産・流通機能の導入 ・IC 周辺の基盤整備による企業誘致
2. 経営基盤の強化	・安定した経営を促すため事業資金や経営改善資金など補助制度や融資制度の周知及び円滑な活用を推進し、中小企業への支援を行う	・市町村金融に係る保証料の補助 ・融資制度 PR ・中小企業への情報提供
3. 設備の近代化	・技術革新や情報化に対応した設備の近代化を促進する	・設備整備などへの支援

③ 観光の振興

【具体的な施策体系】

施策名	施策の方針	主な取り組み
1. 観光レクリエーション施設の整備充実	・既存の観光資源を有効に活用し整備充実に努めるとともに、新たな地域資源の発掘・整備を推進する ・道の駅の利用拡大と合わせて活性化を図る。 ・市域資源を活かし地域の魅力を高める	・観光資源の発掘 ・市民農園の拡充 ・道の駅の利用促進 ・観光・レジャー機能の充実
2. 様々なPR活動の推進	・観光マップやパンフレットの作成・インターネットでの情報発信も積極的に推進する。 ・「川のまちネットワーク」を通じた各種情報の発信を進める ・農商工が連携し様々な情報発信等を推進する	・観光マップ・パンフレットの作成配布 ・インターネットでの情報発信 ・広域情報の発信
3. 地域特産品のPR	・道の駅の境町物産館を利用した地域特産品のPRをするとともに販路拡大を図る ・地場産品を活用した地域ブランド作りを進める ・優良な農作物を活かした特産品開発を進める	・新茶祭り・そば祭り等の実施 ・特産品開発の推進
4. 新たなまちおこしの検討	・空き店舗やギャラリーなどを活用し、集客性の向上に努める ・既存のイベントなどを活かしながら当町らしいイベントの開催の検討を進める ・自転車の駅の設置の検討を進める ・交流人口改善プランによる観光事業の強化	・各種イベントの開催、活性化 ・自転車の駅の検討 ・道の駅のリニューアル ・河川敷を利用した観光拠点の整備

4. 当地域内の小規模事業者の中長期的な振興のあり方

境町は、第5次境町総合計画の中で、将来の目指す方向性・ビジョンとして概ね20年後の将来に向けて、「暮らしを大切にしたまち」、「自然と共生したまち」、「活力のあるまち」といったまちづくりを掲げ、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、「商店街活性化対策」、「新たな産業拠点の整備」、「地

域特産品・地場産品を活用した地域ブランドづくり」による商工業、観光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、境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、支援体制を構築・強化し、小規模事業者の持続的発達によるまちの発展を中長期的な振興のあり方として、行政や関係団体と連携して実行していく。

5. 境町商工会の役割

境町商工会では、これまで金融・税務・労務といったスポット的な支援が中心となっており、事後の的確なフォローアップや、経営計画策定後の実施支援まではできておらず、専門家・関係機関との連携も薄く小規模事業者個々の経営課題の根本解決を行うまでの相談・支援体制の構築ができていない。境町の小規模事業者支援機関として、職員のスキルアップや専門家・関係機関との連携強化による支援力の強化に努め、地域小規模事業者に対し、支援に必要となる調査・事業計画の策定・販路開拓支援・フォローアップ支援まで行える支援体制の構築を行うことが課題といえる。

今後は、境町の現状と課題を鑑み、地域唯一の経済団体として地域経済を活性化する為、商工会は行政と連携し、境町総合計画の実現に向けて事業推進する。また、茨城県・境町・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、小規模事業者等の持続的発達（地域経済活性化）を目標とした伴走型改革支援を行う。

6. 経営発達支援事業の目標及び方針

境町商工会は、支援体制再構築という課題解決を行うとともに、中長期的な小規模企業振興のあり方を踏まえ、経営発達支援計画の5か年計画の中で、小規模事業者に寄り添いながら、下記の目標・方針のもとに本事業を推進する。

<経営発達支援事業の目標>

- ①小規模事業者の経営改善の支援にむけた伴走型支援体制・連携支援体制の構築による支援力強化
- ②創業から事業承継まで各段階に応じた支援の強化
- ③個店の魅力度向上による小売・サービス・建設業の競争力強化と賑わいの創出
- ④関係機関と連携した既存工業の受注拡大による経営力強化と雇用の確保
- ⑤地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立と地場産業の育成

<目標達成に向けた方針>

①小規模事業者の経営改善の支援にむけた伴走型支援体制・連携支援体制の構築による支援力強化

当商工会の課題を踏まえ、地域小規模事業者の持続的成長・経営力強化を図るための支援体制の構築・強化を図る。

具体的内容としては地域経済の動向調査・経営分析・事業計画策定支援・事業計画策定後の実施支援・需要動向調査・新たな需要の開拓に寄与する事業を実施し、支援職員のスキルアップを実施。あわせて外部専門家・関係機関との連携を図り伴走型の支援体制構築を図る。

②創業から事業承継まで各段階に応じた支援の強化

今までの支援方法は、単発的で一過性な支援が多く継続的伴走型支援には至っていなかった。今後は、創業、経営支援、経営改善、事業承継等、小規模事業者に対する個別指導を専門家等と連携し、段階やニーズに合った継続的伴走型支援をしていく。

具体的な方法として、事業計画策定セミナー等開催や個別相談会の実施、専門家等と連携した段階に応じた個別支援を図る。

③個店の魅力度向上による小売・サービス・建設業の競争力強化と賑わいの創出

境町の商業・観光事業振興策、国・県・町の支援施策等も有効活用し、伴走型支援から各個店の独自性を向上させ商工会の継続独自事業である「一店逸品事業」なども拡充させることで、小売・サービス業者の競争力強化を図る。

販促・商品サービスのPRイベント等へ出店を促し、テストマーケティング・需要動向調査等も合わせて行うことで、絶えず顧客ニーズに沿った効果的な商品・サービス提供を実現させ商品魅力度の向上と競争力強化を図る。イベント開催による町のにぎわいの創出との相乗効果を図り、商業・サービス・建設業の振興と持続的な経営発達を伴走型にて支援する。

④関係機関との連携した既存工業の受注拡大による経営力強化と雇用の確保

関係機関等との連携強化・情報の収集・提供・マッチング支援等を行うことで支援体制を強化し、技術面及び情報提供面の支援を行うことで健全な企業経営を促進し、地域の活力を支える雇用の場としての工業の活性化を図る。

⑤地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立と地場産業の育成

境町では特産品の「さしま茶」や農産物（トマト、レタス、生姜）、日本で唯一飼育している「梅山豚（めいしゃんとん）」等、これらを活用した新商品や新メニューの開発を、国・県・町の支援施策を活用しながら伴走型支援を行う。

これとあわせ、生産者と地域事業者の事業マッチングを行い、新商品の開発・地域ブランドの確立と地場産業の育成を図る。

また、町が力を入れている河川敷等の観光資源強化を主軸に、新たな事業の創出、新商品開発を促す取り組みを実施し、「ミラサポ」等での専門家派遣や「SHIFT」・「ニッポンセレクトコム」等の有効活用、境町ふるさと納税や「道の駅さかい」を活用した情報発信の支援も行い販路拡大支援、地域外からの需要掘り起しを支援しながら小規模事業者振興を図る。

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 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具体的な内容

1. 地域の経済の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情報を整理し、十分活用するに至っていない。当商工会としても、地域の中小企業景気動向調査について地域としての分析や定期的な情報発信を行うに至っていない。

今後は、独自地域経済動向調査・各種統計資料を活用した地域経済動向調査を実施し、巡回指導、窓口相談時に管内小規模事業者への調査結果の提供、また、商工会ホームページへの掲載による調査結果の提供等を行いながら、経営状況の分析及び事業計画策定の参考資料として活用する。

【事業内容】

(1) 独自の地域経済動向調査の実施 (新規)

地域内小規模事業者の実態・動向・ニーズ・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、5年間固定で町内同一事業者にアンケート方式で業種別(卸・小売業、製造業、建設業、サービス業)に景況調査(DI調査)を年2回実施する。

< 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20社を抽出。
②調査項目	(a) 売上 (b) 仕入 (c) 資金繰り (d) 製品・商品在庫 (e) 採算(利益) (f) 従業員 (g) 生産設備 (h) 引合い (i) 業況 (j) 経営上の問題点等
③調査頻度	年2回実施。
④調査方法	当商工会独自のアンケート方式で抽出した各業種対象事業者(5年間同一事業者)に対し調査を実施する。
⑤分析方法	分析については経営指導員等が主体となっており、特殊案件においては専門家と連携を図り、業種別地域景況感等をグラフ等により図式化する。地域の景況感の把握から支援指標として活用する。
⑥調査結果の提出方法	分析した調査結果は、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) 国が提供するビッグデータを活用した地域経済動向調査 (新規)

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、小規模事業者等の意思決定の

参考資料として商工会のホームページ等により情報提供していく。巡回窓口相談時の資料としても活用。

<分析手法>

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」…何で稼いでいるか等を分析。
 - ・「まちづくりマップ・From-to 分析」…人の動き等を分析
 - ・「産業構造マップ」…産業の現状等を分析
- ⇒上記の各種分析結果をもとに総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映させる。

【活用方法】

上記(1)(2)各調査により収集した調査データを分析し、前期・当期・来期の見通しなども比較分析し、各業種の小規模事業者が活用しやすい情報（視覚的に内容をすぐ理解できるもの）に加工した定期的な「地域経済動向レポート」として提供。経営分析指標・事業計画策定支援指標として活用する。また、分析結果はデータベース化し、支援職員間で情報を共有し、各種支援に活用する。

【目標】

	現 行	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
(1) 独自の地域経済動向調査・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	-	80 社 <small>(4 業種×20 社)</small>	80 社 <small>(4 業種×20 社)</small>	80 社 <small>(4 業種×20 社)</small>	80 社 <small>(4 業種×20 社)</small>	80 社 <small>(4 業種×20 社)</small>
(2) 国が提供するビッグデータを活用した地域経済動向調査・分析回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
調査内容公表回数	-	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】

境町商工会では、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各種補助金申請書作成時に形式的に実施することとなり、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経営分析が活かせる体制の整備・啓蒙活動（既存・拡充）

これからは、管内小規模事業者の経営計画作成の基礎となるデータと分析が必要になる。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→経営計画策定支援→計

画実行→結果報告→事業改善提案（P D C A）を実行する体制を整備。

小規模事業者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、経営指導員を中心とし、巡回・窓口相談時及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していく。

②経営診断シート活用による経営分析の実施【指針①】（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。

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）については、成長中の企業をピックアップし、上記と同様の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 ◎支援方針の検討・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、ポジショニング分析等からの経営診断シート	
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)		
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)		➡
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】

- ・ 中小企業診断士等の専門家と連携し分析をもとに、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。
- ・ 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」を与えることを重視するほか、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、経営指導員が閲覧できるようにする。

【目 標】

支援内容	現 行	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
経営分析対象者掘り起しに係る巡回訪問延回数	300 回	330 回	360 回	390 回	420 回	450 回
経営分析対象者掘り起しに係る窓口指導延回数	750 回	770 回	790 回	800 回	800 回	800 回
経営分析事業者数	未実施	30 社	32 社	35 社	35 社	35 社

3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

現在、全国商工会連合会の経営計画作成支援事業の採択を受けた「経営計画作成講座」を開催し、小規模事業者持続化補助金の申請のための経営計画策定支援（持続化補助金申請 30 件）を行ってきたが、講座受講者の事業計画策定にとどまっており、通年対応できる事業の実施支援や経営計画の見直し等も含めた伴走型の支援体制の構築が必要である。さらに経営指導員の支援のみでなく、よろず支援拠点事業、ミラサポ等の外部専門家の支援も活用した高度な経営課題の解消対策にも対処できる体制も整える。

【事業内容】

①伴走型支援に向けての内部支援体制の構築（新規事業）

＜計画実施支援の内部体制＞

	項目	現状	新規
①	重点支援企業の抽出	経営革新等補助金申請時のみ実施	地域の経済動向調査・経営分析から重点支援企業を抽出。経営革新・補助金の申請時に抽出
②	個別支援計画の検討・策定	未実施	局長・指導員が中心となった定期的な支援計画ミーティングを実施（2か月に1回程度）
③	個別支援実施・経営計画の策定	経営革新等補助金申請時のみ実施	各担当職員による巡回を中心にした伴走型による個別支援の実施
④	情報の共有	事務局長と指導員間でのみ実施	毎朝行っているミーティングを兼ね全職員による情報の共有に30分程度割り当てる。
⑤	経営計画の実施支援進捗、実施結果の検証	未実施	月1回担当職員による経営計画の進捗確認と課題の再抽出を検討
⑥	経営計画の見直し	未実施	事業所と担当職員による計画実施状況の検証と見直し

以降は項目②～⑥についてPDCAサイクルを活用し実施効果を高める。また、第2マル経が必要と判断した場合は日本政策金融公庫と連携し金融支援を行う。

②セミナー等開催による事業計画策定の意識向上（既存・拡充）

当地域の課題となっている小規模事業者の減少対策として、事業の持続的発展と地域経済の活性化を促すため、経営計画の重要性、革新の必要性、新規事業者の掘り起し、事業の円滑な承継を推進するため、「経営計画作成支援セミナー（既存）」「経営革新計画作成講座（既存）」「創業塾（既存）」「商工会塾～事業承継セミナー～（既存）」「販路開拓セミナー（既存）」「会計啓発普及セミナー（新規）」等を開催する。巡回等によりニーズをヒアリングし、ニーズに沿った講習会の受講を促すことで受講者の掘り起しを行う。特に事業の継承者である青年部員等への呼びかけを行い、若い世代の経営意欲の高揚を狙い、計画的な事業経営についての意識を高める。（既存拡充）

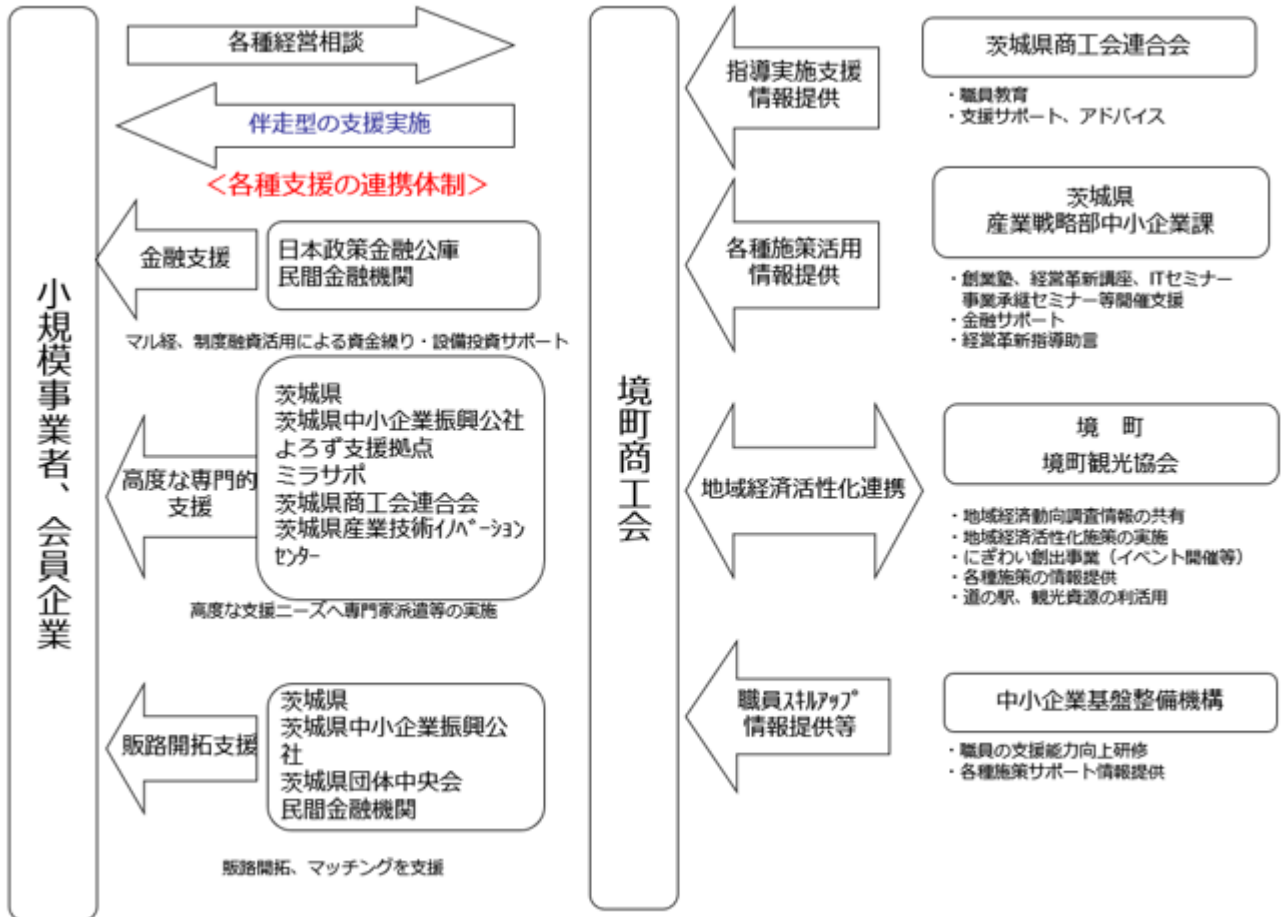
③事業計画策定支援に係る外部連携体制の構築（既存・拡充）

下記の図による支援体制を構築することにより、すべての小規模事業者の多様化するニーズへの対応と、高度な専門的支援に対応できる体制が整い、実効性の高い事業計画の策定支援を図る。

また、事業計画の見直しに対する相談体制も同時に整えることができる為、巡回訪問により、経営革新計画や経営計画策定事業所に対し進捗状況や実施課題等をヒアリングし、指導員では解決できない課題や大幅な見直しが必要と感じた事業所についてはミラサポや

よろず支援事業を活用し専門家の派遣を行い専門家、経営指導員、事業所の3者により支援計画の再検討をする。

＜外部連携事業計画策定支援体制図＞



【目 標】

支援内容	現 行	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
経営計画策定セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
経営力向上セミナー	0 回	1 回	0 回	1 回	0 回	1 回
経営革新の開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業承継セミナー	0 回	1 回	0 回	1 回	0 回	1 回
創業セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
I T 活用販促セミナー	1 回	0 回	1 回	0 回	1 回	0 回
会計啓発普及セミナー	0 回	1 回	1 回	0 回	0 回	1 回
事業計画策定事業者数	25 社	30 社	32 社	35 社	35 社	35 社

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】

従来、補助金申請や、経営革新承認申請等での経営計画策定支援は行ってきたが、計画の実施支援についてはフォローアップ体制が不十分であり、経営革新計画については計画事業が未実施の事業所もあるのが現状であり、事業計画策定後の実施支援までを確実にできる伴走型支援体制づくりが課題となっている。

そのため、事業計画策定・創業計画策定事業所の定期的な巡回と実施までの支援強化を図る。

【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（新規・拡充）

持続化補助金や、経営革新の申請時の経営計画策定支援は行ってきたが、実施後のフォローアップについては不十分であり、計画の進捗状況や見直し等はおざなりになっていた。

今後は、計画策定した事業者に対し、下記「支援進捗管理シート」を活用し、四半期に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・助言を行い、その支援履歴をデータで共有・管理することで組織的な支援管理を行う。また、状況に応じた専門家派遣指導なども活用しながら、効果的な事業の実施まで伴走型支援を行う。

② 創業者への個別フォローアップの実施（新規）

創業者に対し、四半期に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、イベント出展に関するきめ細かなノウハウ提供を行う。また、上記(1)同様、「支援進捗管理シート」の活用により支援進捗等の管理を行い、組織内の支援情報の共有化を図る。

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 事業承継計画実施フォローアップによる円滑な事業承継の推進（新規）

事業承継計画策定事業者に対し、巡回等により計画・手続き等の進捗確認（四半期に1回）や、税務・法務関連分野に関しては専門家との連携により、随時課題の解消についての支援を継続実施する。また、業況等の推移なども随時把握しながら円滑な事業承継を推進する。

※「支援進捗管理シート」 <新規>

経営発達支援を伴走型支援で計画的に行うため、支援事業者別に支援内容の履歴を記載する独自の支援進捗管理シートを作成する。

支援進捗管理シートには、1. 企業概要 2. 財務状況 3. 支援計画 4. 外部支援機関の活用 5. 支援の成果等を記載し、企業概要・分析内容・支援履歴等をデータ化。経営分析で活用した分析ツールと合わせて本シートをデータとして蓄積し、組織内職員で共有することで、継続支援に活用し、担当職員の異動等にも対応できる体制構築も図ることができる。

支援進捗管理シート

I. 企業概要

事業者名			
住所			
代表者名		担当者名	
電話		ファクス	
携帯		Email	
業種		資本金	
創業年月			
従業員数		後継者	(有・無)
事業内容			
取扱商品 サービス	<主力商品・サービス>		
主な顧客			

II. 現状分析

現状分析		経営課題
強み		
市場動向		
競合		

II. 財務状況

年度	年 月 期	年 月 期	年 月 期	財務上の課題
売上高				
粗利益				
営業利益				
経常利益				

III. 支援計画

達成目標	主な支援内容		評価項目	頻度
年度				
初年度 (年 月 ~ 年 月)				
2年度 (年 月 ~ 年 月)				
3年度 (年 月 ~ 年 月)				
4年度 (年 月 ~ 年 月)				
5年度 (年 月 ~ 年 月)				

IV. 外部支援機関の活用

支援期間	専門家名	資格等	支援内容
年 月 日 ~ 年 月 日			
年 月 日 ~ 年 月 日			
年 月 日 ~ 年 月 日			
年 月 日 ~ 年 月 日			
年 月 日 ~ 年 月 日			

V. 支援の成果

年度	売上高	営業利益	改善点・課題等
初年度 (年 月 ~ 年 月)			
2年度 (年 月 ~ 年 月)			
3年度 (年 月 ~ 年 月)			
4年度 (年 月 ~ 年 月)			
5年度 (年 月 ~ 年 月)			

【目 標】

支 援 内 容	現 行	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
フォローアップ 対象事業者数	—	30 社	32 社	35 社	35 社	35 社
頻度 (延数)	—	120 回	128 回	140 回	140 回	140 回

5. 需要動向調査に関すること【指針③】**【現状と課題】**

小規模事業者の持続的発展の為には、小規模事業者自身が提供する商品・サービスについて、その顧客である消費者や取引先の需要動向を調査・分析し、将来予測を立てた上で事業計画を策定する必要がある。

しかしながら、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。

また、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・窓口相談時等における支援先の掘り起こし (拡充)**

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、経営指導員が中心となり巡回・窓口相談時及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 消費者需要動向調査・情報収集・分析支援 (新規)**【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。

【支援対象（個社）】

＜一般消費者への需要動向調査＞

- ・地域資源（さし茶等）活用事業者等の新商品、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。

【調査対象】

支援対象事業者の既存顧客「菜の花フェスティバル」、「町民祭（商工業のひろば）」、「復興市」等のイベントに来場する地域内外の消費者等。

【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調査
- ・イベント開催時のアンケート調査（試食や試飲コーナーにアンケートブースを設置する）

【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
- (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。

＜既存商品・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) 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。

【標本数・頻度】

- ・店頭調査については、一商品当たり標本数 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、「菜の花フェスティバル」開催時（年 1 回開催）や復興市開催時（年 1 回開催）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。調査頻度は年 2 回実施する。

【支援内容】

事業計画策定事業者の内、特にさし茶等の地域資源を活用し、新商品・新サービスの開発をする事業者や既存商品・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。

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。

そして上記の調査項目から対象事業者に適した調査項目を選定し、活用可能なアンケートシートを作成し、提供する。

また、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。さらに、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・情報収集・分析支援（新規）

【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。

【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

【調査対象】

支援対象事業者の既存取引先・バイヤー等

【調査方法】

事業者が取引先にアンケート（事業者と商工会で検討したもの）をとる。また、展示会・商談会（ニッポン全国物産展、グルメ&ダイニングスタイルショー、地元金融機関主催ビジネスフェア等）に出展し、ヒアリング調査を実施。

【調査項目】

- 商品・製品・サービスの価格 ※価格対品質等
- 品質・味・量
- 商品やパッケージのデザイン
- 取引ロット数
- 納期
- 納品方法
- 改善点（自由記載：品質、価格、その他改善を要する点）
- 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。（ヒアリングの場合も同項目）

【標本数・頻度】

標本数は、取引先数及び展示会等の規模にもよるが、一事業者当たり 10 から 20 を目標とする。調査頻度は年 2 回実施する。

【支援内容】

事業計画策定事業者の内、特にさしま茶等の地域資源を活用し、新商品・新サービスの開発をする事業者や既存商品・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。

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。

そして上記の調査項目から対象事業者に適した調査項目を選定し、活用可能なアンケートシートを作成し、提供する。

また、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。さらに、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

【目 標】

支援内容	現 行	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	35 年度
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
需要動向調査 支援対象事業者数 (B to C)	未実施	10社	10社	12社	13社	15社
需要動向調査 支援対象事業者数 (B to B)	未実施	10社	10社	12社	13社	15社

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については、「町民祭（商工業のひろば）」等のイベントへの参加や、当会の事業所紹介サイトである「さかいWEBタウン」での情報発信、茨城県中小企業振興公社や全国商工会連合会・茨城県商工会連合会等主催の商談会・展示会への参加勧誘にとどまり、実際の出展前後のフォローはできておらず、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い状況である。

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、また実際の出展に際しての事前・事後フォローを効果的に実施することで、小規模事業者の売上増加や新規顧客獲得に向けた効果的な需要開拓支援を行う。

【事業内容】

(1) 消費者 (BtoC) への需要の開拓支援 (新規)

①支援目的	一般消費者の需要開拓強化を目指す小規模事業者に対し、効果的な販売促進活動を支援することにより、一般消費者の需要開拓を支援する。
②支援対象者	一般消費者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（特にさしま茶等の特産品を活用して事業計画を策定した小規模事業者）
③訴求対象	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</p> <p>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」認証取得により商品価値を高め、支援職員・連携する専門家等によるプレスリリースのノウハウ提供・具体的プレスリリースシートの作成支援により、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実施する。</p>
	<p>(b) ECサイトへの出品・出店、ネット販売体制構築支援</p> <p>全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」の活用から楽天・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段階的に行うと同時に、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、全国連のSHIF T等を活用した新たな販路開拓を行う支援を実施。</p>
	<p>(c) イベント出展支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域で開催されるイベント[菜の花フェスティバル、復興市、町民祭（商工業のひろば）]の会場にて、効果的な商品開発や販路開拓を実現する伴走支援を実施。 <ul style="list-style-type: none"> ➢菜の花フェスティバル：境町の市街地が利根川に隣接していることから、観光開発や町活性化を目的に、河川敷を利用したまちづくりの一環として計画されたイベント。例年4月に開催され、出店者数は例年40数店舗が出展し、来場者数は県内外から約2万人を誇る（H29参考）。 ➢復興市：平成27年9月の関東・東北豪雨で被災した境町の商工業者が取り扱う商品・サービス、境町の魅力あるお店をPRすることで、豪雨災害後落ち込んでいる地域経済の復興・活性化、町内消費の向上を目的として開催されるイベント。例年秋ごろ開催され、出店者数は、約30店舗で、来場者数は県内外から約2000名である（H29参考）。 ➢町民祭（商工業のひろば）：毎年11月、町民体育館において、地場産品の即売や自社・自社製品のPR等を行う。来場者数は約1000名あり、約20事業所が参加（H29参考）。 ・全国商工会連合会・茨城県商工会連合会との連携により、全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」への出展支援等を実施。他の支援機関との連携強化も図る。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ニッポン全国物産展：全国からの特産品等が集まり、小規模事業者等の商品展開力・販売力向上を図る全国連主催の物産展。毎年11月開催。来場者数は約16万人、出店者数は約360社（H29参考） <p>※上記イベント・物産展等への出展等の際し、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・商品PR動画活用等、出展者・出展商品等に応じた販促支援も同時に行う。</p>

【目 標】

支援内容	現 行	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
(a) 情報発信事業者数 (プレスリリース等)	—	4社	4社	4社	4社	4社
(b) ECサイト出品・出展、ネット販売体制構築 事業者数	—	2社	2社	3社	4社	5社
(c) イベント開催回数・出展事業者数	—	3回 4社	3回 4社	3回 5社	3回 5社	3回 6社
年間売上平均増加率 (前年比)	—	1%	2%	2%	3%	3%
売上増加率目標達成事業者数	—	6社	6社	7社	7社	9社

(a) (b) (c) の複合的な支援を行い、上記目標達成を図る。

(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	商社・バイヤー等の需要開拓を図るため、展示会への出展を目指す小規模事業者に対し、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、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	商社・バイヤー等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	地域内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><展示会等出展支援></p> <p>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、地域の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 資料の作成他、具体的な出店に際しての事前支援を実施し、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。出展後においても名刺交換した商談相手へのアプローチ支援等、商談成立に向けた実効性のある伴走支援を行う。</p> <p>(出展支援する主な展示会等)</p> <p>(ア) 「しんきんビジネスフェア」 (例年 10 月開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・茨城県信用金庫協会・水戸信用金庫・結城信用金庫主催のビジネスマッチング商談会。 ・商談会参加事業者数 197 社、来場者数 3,000 人 (H29 参考) <p>(イ) 「FOODEX」 (例年 3 月に 4 日間開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都内で例年開催される商談を目的とした食品・飲料のバイヤー向けのビジネストレードショー ・商談会参加事業者数 3,500 社、来場者数 75,000 人 (H29 参考) <p>(ウ) 「ニッポン全国物産展 Pro」 (例年 11 月に 3 日間開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・例年都内で開催される全国連主催の商談会。首都圏を中心と

した流通業バイヤーをはじめ、総菜メーカー・給食企業や空港
 などのお土産屋やバイヤーを招聘。
 ・出展事業者数 50 社、招聘バイヤー15 社 (H29 参考)

【目 標】

支援内容	現 行	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
(ア) しんきんビジ ネスフェア 出展事業者数	—	2社	2社	3社	3社	3社
商談件数	—	5件	5件	8件	8件	8件
成約件数	—	1件	1件	2件	2件	2件
(イ) FOOD EX 出展事業者数	—	1社	1社	2社	2社	2社
商談件数	—	3件	3件	6件	6件	6件
成約件数	—	1件	1件	2件	2件	2件
(ウ) ニッポン全国 物産展 P r o 出展事業者数	—	1社	1社	2社	2社	2社
商談件数	—	3件	3件	6件	6件	6件
成約件数	—	1件	1件	2件	2件	2件

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取り組み

【現状と課題】

従来、当商工会における地域経済活性化事業は、地域おこし・商店街活性化事業として「一店逸品事業」を行っているが、商工会の単独事業となっており行政との連携は薄く、地域内での浸透度も低い。地域イベント等についても町主導のイベント・行事への参加にとどまっており、季節的な一過性の取り組みとなっている、地域ブランド化事業についても、町・委員会・観光協会・商工会との連携はなされていないのが現状であり、地域商工業者の持続的な活性化にはつながっていないことが大きな課題である。

今後については、境町・観光協会・商工会等が連携した「境町地域経済活性化会議（年4回）」を開催し、情報交換により地域経済の活性化の方向性を検証。行政・地域経済団体・生産者が一体となって、地域の特性・強みを発揮した地域イベント、町の顔となる道の駅等を活用した地域商工農業者の育成や支援・まちのにぎわいの創出に資する新たな事業を展開し、幅広い産業のPRを行い地域の経済活性化を図る。

【事業内容】

① 「境町地域経済活性化会議」の開催（新規）

境町、観光協会、商工会（青年部女性部含む）、4Hクラブ（農業青年クラブ）で構成する「境町地域経済活性化会議」を計4回行い、会議において、商工業者と生産者の連携による6次産業化支援も視野に入れた地域経済活性化の方向性について検討する。

② 菜の花フェスティバル・境町民祭事業（継続・拡充）

境町主催で、集客性の高い「菜の花フェスティバル」「境町民祭」を有効活用し、「境町地域経済活性化会議」において検討された新たな連携を活かしたイベントを盛り込み、特産品PRを含め幅広い産業PR等を行い、継続発展性の高いイベントを実施する。

③ 地域おこしイベント事業（新規）

「道の駅さかい」と連携し、町の顔、町の玄関口となる「道の駅さかい」において、6次産業化支援において開発された商品のPR、一店逸品事業との連携による地域おこしイベントを実施。消費拡大につながるイベント開催により、地域のにぎわいの創出・活性化を図る。

④ 地域ブランド化推進事業（新規）

境町・観光協会との連携を活かし、生産者と地域事業者との事業マッチングによる特産品開発、6次産業化支援による新たな特産品づくり・地域ブランドの創出を図る。
境町との連携により「地域ブランド制度」の確立等により、イベントでのブランド商品PR、ふるさと納税返礼商品としての活用、道の駅を最初の出口戦略としたブランド商品販売体制を構築し、開発から出口戦略を備えた事業を展開する。併せて新聞等のマスメディアを利用し地域ブランド商品をPRすることで地域力の強化と交流人口のさらなる増加に直接寄与していく。

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り組み

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】

従来、他の支援機関との連携・ノウハウ等の情報交換については、専門家等との独自の連携等がない。茨城県商工会連合会をハブ機関とした専門家派遣、その際の情報交換等にとどまっておき、地域小規模事業者の多様化する課題・ニーズに対応するには幅の狭い限定的な対応になっているのが現状である。

多様化する地域小規模事業者のニーズへの対応、経営課題の解決・販路拡大の支援を行うにあたり、他の支援機関、専門家、行政機関等との連携が不可欠であり、有益な連携体制の構築が喫緊の課題であり、今後、次の取り組みにより連携体制の強化、支援力の向上を図っていく。

【事業内容】

① 地域金融機関融資担当者間の情報交換会の実施（新規）

常陽銀行境支店、筑波銀行境支店、結城信用金庫境支店、茨城県信用組合境支店と毎月1回開催される金融審査会時に、地域の経済動向、事業者ニーズ・資金需要等に関する情報を共有する事で金融支援・創業支援体制の強化を図る（年12回）。

② 中小企業診断士等専門家派遣体制の構築（拡充）

中小企業診断士等との事業計画策定・経営革新計画策定等を通じた支援ノウハウの共有から支援力強化につなげる。

③ 茨城県・茨城県商工会連合会・茨城県中小企業振興公社との連携体制の構築（拡充）

経営発達支援事業の実施支援、研修会受講による支援能力の向上を図るほか、販路開拓に関する情報（全国連・県連・近隣商工会実施の商談会・展示会等）について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等の支援ノウハウ等の情報交換を図る（年4回）。

④ 町・観光協会との地域事業者支援協議の実施（新規）

行政と地域の経済動向調査等の情報、マスタープランに沿った地域小規模事業者支援の方向性を共有することで効率的な地域経済活性化を図る。

⑤ 支援ノウハウ等の情報交換の場づくり（新規）

県西地域内の商工会指導員、商工会議所指導員が出席する「マル経協議会」を有効活用し、金融支援関連情報の交換の他に、新たな支援連携を含め各種情報交換する時間（場）を新設し、他地域の支援情報等も取り入れながら支援力強化につなげる。

2. 経営指導員等の資質向上に関すること

【現状と課題】

現状、経営指導員の資質向上については中小企業基盤整備機構の実施する専門研修や茨城県商工会連合会の指導員対象研修会に参加し、支援力の向上を図っているが、指導員同士の支援ノウハウの共有は明確な体系としては実施していない。

また、指導員以外の職員は研修をする機会が少なく、指導員が身につけた他の職種職員へのスキルの継承・指導員が持つ支援ノウハウ等の専門知識の共有は図られていない状況である。指導員の巡回時など相談に来る地域小規模事業者の対応ができず、的確な相談内容の把握ができない状況もあり、経営指導員同士、他の職種職員間の支援ノウハウ、コミュニケーションスキル、専門知識の共有・強化を図ることが課題となっている。

そのため、小規模事業者の経営発達に寄与する一連の支援能力について体系的・計画的に行うことで資質の向上を図る。

【事業内容】

① 研修会への積極参加による資質の向上（拡充）

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、当商工会職員の弱みである経営分析、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 専門家・他の支援機関との連携による支援業務による資質向上（拡充）

専門家・外部支援機関との連携支援体制の中から、よろず支援拠点等活用による支援実施の際には、必ず職員が同伴し支援ノウハウのOJT、支援能力の向上を図る。

③ 若手指導員、指導員以外の職員の資質向上（新規）

若手経営指導員、指導員以外の職員もベテラン経営指導員の小規模事業者支援に際し、必ず他の職員を随時同行させ、常に支援現場でのコミュニケーション能力の向上、支援ノウハウのOJTを行うことにより商工会組織全体の支援スキルの向上を図る。

④ 支援ノウハウ共有体制の構築（新規）

従来、支援した内容等については、各事業所の経営カルテへの入力のみで、指導員同士、他職員への支援内容の情報共有は行っていなかった。今後については、各支援業務のノウハウについての「支援ノウハウデータベース」を作成し、各種相談事例の活用資料、具体的支援内容を集積し、すべての職員が支援ノウハウを共有でき、マニュアル化できるものは支援内容ごとの「支援マニュアル」を作成し、人事異動等があっても支援内容の継承ができる体制を構築する。

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

【現状と課題】

現在、商工会の事業に関する評価・検証については商工会理事会でしか実施されておらず、外部からの評価を受ける術が無い状況である。

本計画を有効に実施するためには、第3者を含めた委員会の設置が必要不可欠であり課題となっている。

【事業内容】

① 境町商工会発達支援事業運営委員会（仮称）設置（新規）

行政職員・専門家等を含めた境町商工会発達支援事業運営委員会（仮称）を設置し、本計画に記載の事業実施状況および成果について、以下の方法により評価・検証を行う。（年2回新規）

構成は、商工会正副会長・事務局長・経営指導員3名・町商工担当職員・経営診断士1名、茨城県商工会連合会ブロックマネージャー、税理士 合計11名での構成とする。

② 理事会への事業評価報告（拡充）

事業の成果・評価・見直しの結果については、随時理事会へ報告し承認を得る。

③ 外部への公表

事業の成果・評価・見直しの結果を、商工会報、ホームページ（新規）（<http://www.sakaishoko.or.jp>）で計画期間中公表する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
	(H30年11月現在)
(1) 実施体制	事務局長
<p style="text-align: center;"><総務企画課> 事務局長1名、補助員2名 (計3名)</p> <ul style="list-style-type: none">◎経理◎女性部◎青色申告会◎青色女性部◎スタンプ会◎会報発行◎共済事務	<p style="text-align: center;"><経営支援課> 指導員3名、記帳専任1名、記帳指導1名 (計5名)</p> <p><経営改善普及事業></p> <ul style="list-style-type: none">◎経営革新◎経営相談◎融資相談◎補助金申請◎労働保険 <p><地域経済活性化事業></p> <ul style="list-style-type: none">◎商工会塾、経営革新講座、インターネット講座 <p><地域総合振興事業></p> <ul style="list-style-type: none">◎商業部会◎サービス業部会◎工業部会◎建設業部会◎共済事務◎団体共済(アクサ)◎検定業務◎青年部◎青色申告会青年部◎法人会経理◎法人会事業◎法人会青年部会◎法人会女性部会◎間税会◎食品衛生協会◎まちかど.net◎一店逸品事業
<役員構成>	
会長1名、副会長2名、理事27名	
監事2名、顧問1名	
<事務局体制>	
事務局長 1名	
事務局次長 1名	
経営指導員 3名	
補助員 2名	
記帳専任職員 1名	
記帳指導職員 1名 職員計9名	
※上記事務局体制にて経営発達支援事業を実施する	
<全体> ◎商品券事業 ◎経営発達支援事業	
(2) 連絡先	
境町商工会	
住所：茨城県猿島郡境町 965-29	
電話番号：0280-87-0380	
ファクス：0280-87-4247	
メールアドレス：infosakai@sakaishoko.or.jp	
URL： http://www.sakaishoko.or.jp	

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位：千円)

	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	6,000	7,000	6,000	7,000	6,000
・セミナー開催費	2,300	3,300	2,300	3,300	2,300
・支援能力向上事業費	200	200	200	200	200
・イベント開催費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
・調査、研究費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・販路開拓支援事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・消耗品、旅費	300	300	300	300	300

(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

経営発達事業補助金、県補助金（茨城県商工会等リーディング事業補助金）、中小企業基盤整備機構補助金等の活用により資金を調達する。その他については会費・手数料収入等自己財源より支出する。

(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
地域の経済動向調査事業 境町まちづくり推進課と連携し、地域小規模事業者の経済動向調査・ニーズ調査を実施する。
経営分析事業 茨城県・茨城県商工会連合会・地域金融機関・中小企業診断士等との連携により専門的な課題抽出を含め実施する。
経営計画の策定・実施支援事業 茨城県・茨城県商工会連合会・茨城県中小企業振興公社・よろず支援拠点・ミラサゴ等専門家派遣等の活用・金融機関との連携により、実効性の高い経営計画の策定から実施支援を伴走型支援体制により実施する。
需要動向調査 専門家・境町・境町観光協会との連携も含め、幅広い対象からの調査を実施する。 展示会その他での調査については金融機関等との連携により調査実施する。
需要の開拓に関する事業 境町・観光協会・金融機関・茨城県商工会連合会・全国商工会連合会・中小企業診断士等の専門家との連携により需要開拓についての事業を実施する。
地域ブランド化推進事業 境町・観光協会・境町農商工連携委員会・各専門家との連携を主に地域ブランド商品の開発推進を実施する。
にぎわい創出事業 境町・観光協会との連携により地域のにぎわいの創出事業を実施する。
支援力向上事業 茨城県商工会連合会・茨城県中小企業振興公社・中小企業基盤整備機構・専門家との連携により、OJTを含めた支援能力の向上についての事業を実施する。 事業の評価検証については、境町・茨城県商工会連合会・専門家（中小企業診断士・税理士）との連携による検証体制を整備する。

連携者及びその役割

①境町 町長 橋本 正裕

茨城県猿島郡境町 3 9 1-1 TEL0280-81-1325

境町マスタープラン（基本構想）によるまちづくりを、商工会の発達支援事業と連携協力により実施。地域経済動向調査、その他統計情報等の提供。町主催のイベントでの連携協力。

②境町観光協会 会長 野口 富太郎

茨城県猿島郡境町 3 9 1-1（境町役場まちづくり推進課内）TEL0280-81-1319

境町マスタープラン（基本構想）による観光強化の取組を商工会の発達支援事業と連携実施。道の駅さかい・河川敷を活用した観光強化事業についてイベント共催。また、地域経済活性化の取り組みにおいても連携。道の駅等を有効に活用した地域ブランド商品開発・販売において協力実施。一般消費者に対する需要動向調査等への実施協力。

③茨城県産業戦略部中小企業課 課長 滝 睦美

茨城県水戸市笠原 9 7 8-6 TEL 029-301-3544

境町商工会が開催する地域経済活性化事業（創業・経営革新・商工会塾・事業承継セミナー等）を開催支援。高度な専門的支援。販路開拓・マッチング支援。

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 TEL 029-224-2635

境町商工会職員のスキルアップを図るための研修、各種事業所支援ツールの活用。事業者個別相談への専門家派遣。高度な専門的支援。事業者支援情報の提供。

⑤茨城県中小企業振興公社 理事長 小野寺 俊

茨城県水戸市 2-2-35 TEL 029-224-5317

事業所個別相談への専門家派遣。よろず支援拠点事業での事業者支援。その他、事業者支援施策の実施。高度な専門的支援。販路開拓・マッチング支援。

⑥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

各種マッチング展示会等を開催。企業の販路開拓・マッチング支援。

⑦茨城県産業技術イノベーションセンター センター長 大力 賢次

茨城県東茨城郡茨城町長岡 3 7 8 1-1 TEL 02-293-7212

支援事業所の新商品・製品の各種実験・検証、調査により新商品開発を支援。高度な専門的技術支援。

⑧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

専門講師派遣及び中小企業大学の研修における商工会職員のスキルアップ支援。

⑨ミラサポ 中小企業庁長官 安藤久佳

東京都千代田区霞が関一丁目 3 番 1 号 TEL03-3501-1511

事業者の個別相談での専門家派遣支援、支援同行によるOJTでの商工会職員のスキルアップを支援。事業者支援情報の提供。高度な専門的支援。

各種セミナーの開催（中小企業診断士）

⑩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

創業・経営安定・事業拡大等に係る資金調達に関する個別相談（年2回）を行い、随時、資金融資を支援。

①境町内金融機関（常陽銀行、筑波銀行、結城信用金庫、茨城県信用組合）

創業・経営安定・事業拡大等の事業計画の策定・実施の支援、個別相談を行い連携支援。マッチング展示会・商談会等を通じて、小規模事業者のPR・販路開拓を支援。

- ・常陽銀行境支店 支店長 竹下 博実
茨城県猿島郡境町1546-1 TEL0280-87-1211
- ・筑波銀行境支店 支店長 野澤 浩之
茨城県猿島郡境町429-3 TEL0280-87-1345
- ・結城信用金庫境支店 支店長 坂入 久雄
茨城県猿島郡境町1900 TEL0280-87-0235
- ・茨城県信用組合境支店 支店長 渡辺 豊一
茨城県猿島郡境町805-9 TEL0280-86-7755

連携体制図等

