

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	利根町商工会 (法人番号7050005007707)
実施期間	平成30年4月1日から平成35年3月31日
目標	<p>利根町及び当商工会の課題解決に向け、小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方を踏まえ、行政や関係機関・専門家等と連携して 以下の目標を立て小規模事業者への経営支援を実施する。</p> <p>(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) 賑わいのある商店・地域づくりの支援 (4) 地域産業資源(観光資源)を活用した地域ブランドの構築 (5) 商工会の創業(第二創業も含む)支援力の強化</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p><u>1. 地域の経済動向調査に関すること</u> 決算確定申告時のデータ分析や、公的機関等が実施する小企業動向により体系的に情報を収集・整理し、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。</p> <p><u>2. 経営状況の分析に関すること</u> 経営分析の必要性や重要性を周知・啓蒙するとともに、経営診断シートを活用し個々の経営状況及び課題を把握・整理して、経営支援に役立てる。</p> <p><u>3. 事業計画策定支援に関すること</u> 巡回・窓口指導を中心に、定期的相談会の開催、専門家派遣制度の活用等により効果的な事業計画策定を実現し、創業者を含む小規模事業者の事業の持続的発展を図る。</p> <p><u>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画を策定した小規模事業者に対し、進捗状況に応じて計画的なフォローアップを実施することで、計画の実現性を高める。</p> <p><u>5. 需要動向調査に関すること</u> 小規模事業者が販売する商品やサービスに関して、一般消費者及び取引業者に対する需要動向調査を実施し、効果的な商品開発・改良を実現する。</p> <p><u>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> 小規模事業者に対しメディア等の活用による情報発信、ECサイトへの出品・出店、地域イベントや展示会への出展等を支援し、効果的な販路開拓を推進する。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 イベントPR、地域商品券発行、空き店舗活用等を通じて、地域のブランド化及び継続的な地域の賑わいを創出する。</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 専門家や他支援機関との連携、職員の資質向上及び支援ノウハウの共有化、事業の評価・見直しのシステム構築等を通じて、本事業を円滑に実施する。</p>
連絡先	〒300-1622 茨城県北相馬郡利根町布川 2947 利根町商工会 TEL：0297-68-7417 FAX：0297-68-3177 E-mail：tones@apricot.ocn.ne.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 利根町の概要

【町を取り巻く環境】

利根町は、東京から約 40 km 圏内、県最南部に位置する水と緑にあふれる田園都市であり、昭和 30 年に布川町・文村・文間村・東文間村の 1 町 3 村が合併して誕生した。

総面積は約 25 ㎢で、町内を南北に縦断する主要地方道千葉一竜ヶ崎線と、東西に横断する主要地方道取手―東線、県道立崎―羽根野線を骨格として構成されており、西部を取手市・北部を龍ヶ崎市・東部を河内町に接し、また利根川を挟んで南部を千葉県に接している。

首都圏近郊という地理的要件に加え平坦な地形と豊かな自然に囲まれており、農業が地域の基幹産業と位置付けられている。



図表 1 利根町地勢図

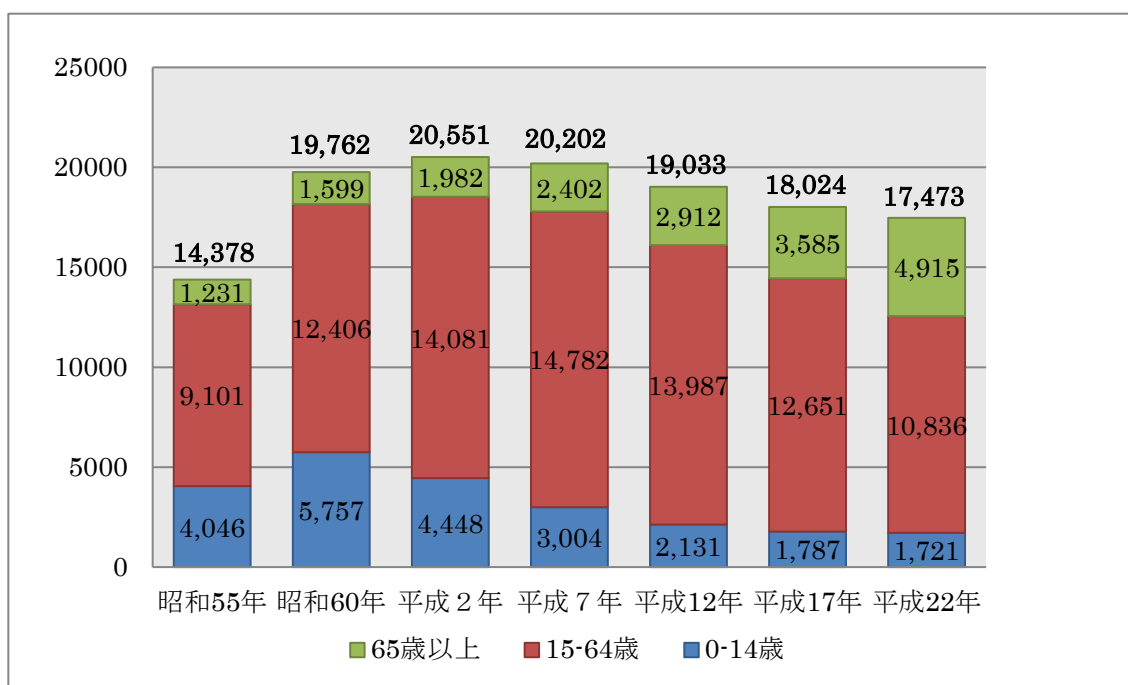


【人口動態】

昭和 46 年に千葉県と茨城県を結ぶ新栄橋が完成、首都圏通勤者のベッドタウン化され、町内 4 つの住宅団地（羽根野・早尾台、白鷺の街、利根フレッシュタウン、利根ニュータウン）の開発を推進、純農村から大都市近郊都市へと変貌した。

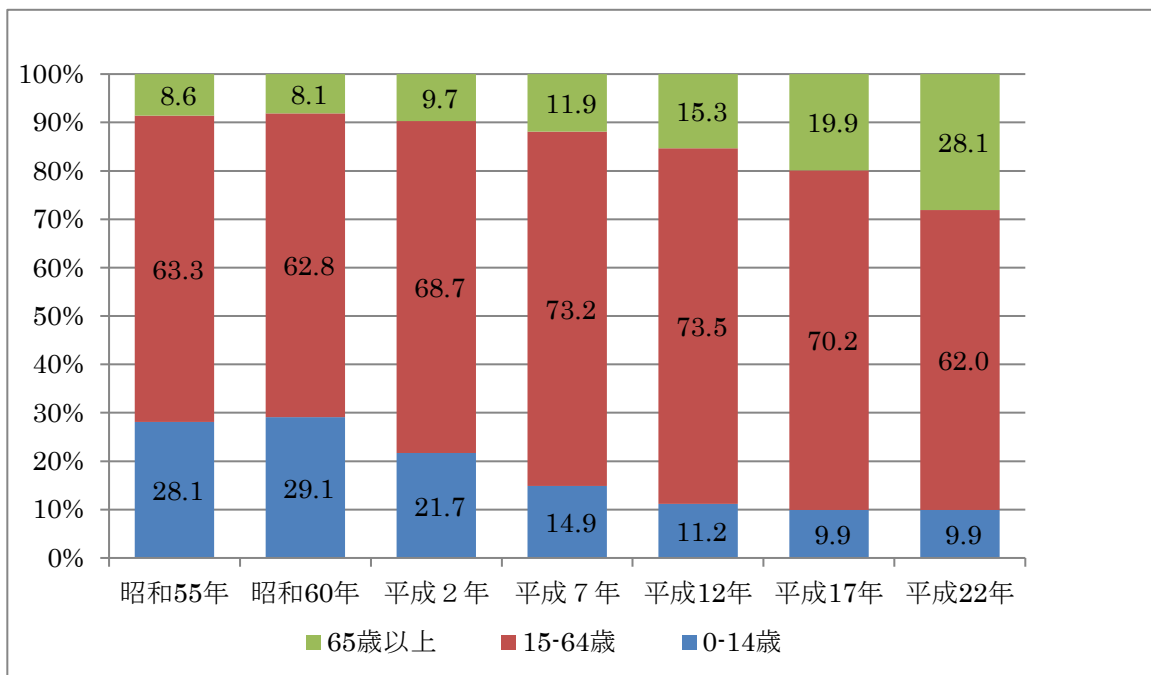
昭和 61 年には 2 万人を超えるまでに増加するが、平成 2 年をピークに減少に転じ、平成 29 年 10 月時点で 16,537 人となっている。

上記住宅団地は 40 年以上経過しており、町内全体でも住民の高齢化が進んでいる。年齢 3 区分別でみると、15-64 歳の生産年齢人口は平成 7 年をピークに減少に転じ、また 0-14 歳の年少人口は昭和 60 年から緩やかに減少しているのに対して、65 歳以上の高齢者人口は昭和 55 年以降増加し続けており、今後も少子高齢化の進行が予想される。



図表 2 利根町の総人口・年齢 3 区分別人口の推移

(出展：利根町『利根町まち・ひと・しごと創生総合戦略』より)



図表3 利根町の年齢3区分比率の推移

(出展：利根町『利根町まち・ひと・しごと創生総合戦略』より)

2. 町内産業の現状と課題

【商工業動態】

<利根町の事業別商工業者数（『経済センサス』より）> ※（ ）は小規模事業者数

	商工業者数	建設業	製造業	卸売・小売業	飲食業・宿泊サービス業	その他
平成21年度	508 (422)	95 (94)	31 (22)	137 (115)	36 (32)	209 (159)
平成26年度	423 (345)	67 (67)	31 (21)	114 (97)	24 (19)	187 (141)

(1) 商業

経営者の高齢化や後継者の不足などにより、平成6年に151店あった商店が、平成26年には114店と約25%強減少している。

商店街の形成はなく、小規模で経営基盤の脆弱な店舗が点在し、近隣市町村の大型ショッピングセンターの出店、消費者の買い物動向の広域化と流動化等により全体として流出型になっていたが、平成12年～14年にかけての町内へのスーパー出店により、日販品を中心にある程度地元購買吸収率が増加傾向にある。

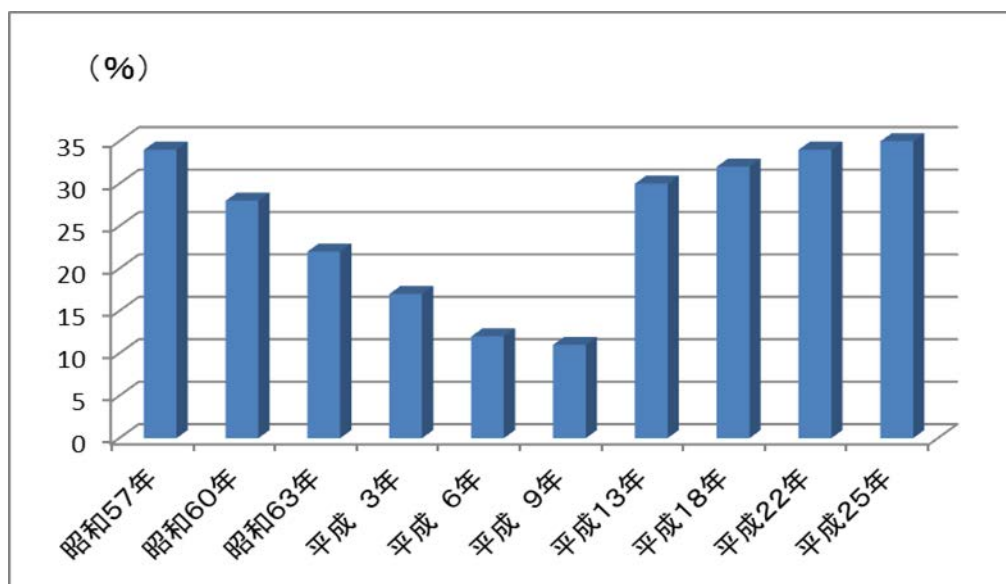
但し地元小規模小売店は、売上が長期減少傾向で推移し厳しい経営状況下にある。

(2) 工業

各事業所による経営の健全化の進展等により一定の回復傾向は見られるものの、事業所数は少なく、従業者数と併せてそれぞれ横這い状態が続いている。

(3) 建設業

小規模な事業者が多く、大手ハウスメーカー進出による受注の減少等厳しい経営環境が続いている。



図表4 地元購買吸収率の推移

出展：(一財)常陽地域研究センター資料より

【地域の特性】

(1) 地域資源としては、農産物が生産加工されており、特に利根川沿いの砂地の土壌で作付されているコシヒカリはブランド化（『とねの舞』）され、米粉の加工も行っている。但し、有効な商品展開を図れていないのが現状である。

(2) 当町は東京から40 km圏内に位置し都心への通勤圏内であり、商業・工業製品の流通においては利便性を有している。

(3) 柳田國男記念公苑

日本民俗学の父と言われ「遠野物語」などで著名な柳田國男は、多感な少年期を利根町布川で過ごし、この時の体験が後に民俗学を学ぶきっかけとなる。

(柳田國男記念公苑年間利用者数/2,911名 内見学者1,166名 ※平成28年度)

3. 行政の方針と対応

(1) 「誰もが安心して豊かに生活できる元気なまちづくり」を目的としたまちづくりの目標として、第4次利根町総合振興計画（第4期基本計画）を推進。

<基本方針>

①安全で快適な住みよいまちづくり

町有地の有効利用、公共交通体系の整備充実、景観形成の推進、防災体制の充実、防犯の充実。

②安心して暮らせる人にやさしいまちづくり

子育て環境の充実、高齢者を支える体制の充実、医療福祉費支給制度（マル福）の適正な運営。

③豊かなところと創造性あふれるまちづくり

男女共同参画社会の推進、義務教育環境の整備、生涯学習活動の推進。

④活力に満ちた人のふれあうまちづくり

農業生産基盤の整備充実、商業の活性化支援、活性化イベントの充実。

⑤町民によるあかるいまちづくり

日本ウェルネススポーツ大学と連携したまちづくり、広報体制の充実、行政改革の推進。

(2) 人口減少克服と地方創生を目的とした「利根町まち・ひと・しごと創生総合戦略」による“TONE”プロジェクトの実行（平成27年度～平成31年度）。

<基本目標>

①「とことん子育て応援」

保育サービスと子育て相談体制の充実や子育てに要する経済的支援を行うとともに、地域ぐるみでの子育て支援体制を構築する。

②「学力と心を育む」

町の特性を活かした教育プログラムを提供するとともに、学力向上と豊かな心を育む教育環境や、子供や保護者に対する教育相談体制を構築する。

③「健康・福祉で安心」

高齢者健康づくりのほか、在宅介護や在宅医療の提供体制、広域連携による医療体制を構築する。

④「住むなら利根」

移住・定住などU I Jターンをシティプロモーションにより促進するとともに、結婚支援のための「出会いの機会」を創出する。

⑤「働くを応援する」

農地の基盤整備を進め、農業経営者の負担軽減を図るとともに、農業の6次産業化や高付加価値米生産支援を図るほか、中小企業の活性化や雇用に関する情報提供体制を構築する。

⑥「地域で生活を守る」

日常生活の移動手段としての既存公共交通事業の充実を図るほか、地域コミュニティと地域防災体制の確立を支援する。

(3) その他の施策

①町内工業については、町の安定した経済基盤と雇用機会の確保に向け、優良企業の誘致等更なる取り組みを検討している。

②商業面では、利根町商工会と連携して、町内での購買意欲の向上と商業の活性化を図るため、後記する「利根町プレミアム商品券」の販売促進を支援している。

4. 利根町商工会の取組と役割

【本商工会のこれまでの取組】

(1) 経営改善普及事業

経営全般についての相談指導、各種金融制度の斡旋指導、労働保険の推進及び事務代行、記帳指導と青色申告の推進。

(2) 小規模事業者への経営セミナー、講習会、個別指導の開催、経営革新認定・持続化補助金・ものづくり補助金等の施策PRと計画策定支援。

(3) 町内共通商品券の発行

購買力の流出対策と地元小売店活性化に向け、平成15年度より「町内共通商品券」の発行、さらに平成22年度からは町の助成を受けプレミアム付き商品券の発行を行っている。

(4) 地域振興事業

利根町・利根町観光協会と連携し下表に示す取り組みを実施している。

(BとFは独自事業、その他は連携事業)

	実施月	事業名	事業の概要
A	4	とねさくら祭り	模擬店出店・出張販売等
B	5	グリーンカーテン設置事業	町内各小学校へのグリーンカーテン設置による省エネルギー化
C	8	利根町納涼大会	花火寄付・模擬店出店・他
D	11	利根町地場産業フェスティバル参加	模擬店出店・出張販売等
E	11	徳満寺地蔵まつり	青年部による模擬店出店
F	2～3	利根町「ひな飾り」	女性部による「つるし雛」等の展示

【課題】

(1) 商工会会員に限らず地域の小規模事業者に対して、事業に有益な施策情報や地域の経済情報、セミナー等の情報をタイムリーに発信することが必要である。

(2)小規模事業者の商品・サービスのPRや販促支援が必要である。

(3)地域資源探索と地域ブランド力向上による地域経済活性化を推進する必要がある。

【本商工会の今後の役割】

今後は、利根町の現状を鑑み、地域唯一の経済団体として地域経済を活性化するため、行政と連携し利根町総合振興計画及び利根町まち・ひと・しごと創生総合戦略の実現に向けて事業を推進してゆく。

また、茨城県、利根町、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展（地域経済活性化）を目標として、個社に対しそれぞれの経営計画に基づくPDCAを繰り返しながら支援してゆく、戦略思考型伴走型改革支援を行う。

5. 利根町の小規模事業者の中長期的な振興のあり方

行政は、第4次利根町総合振興計画・第4期基本計画（平成25～29年度）及び利根町まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成27～31年度）の中で、町の方向性・将来像としてそれぞれ「誰もが安心して豊かに生活できる元気なまち」「利根町に住み続けたい』と思えるまちづくり」を基本構想として各種施策を展開している（平成30年度以降の振興計画については現在策定作業中）。

そのうち商工業の振興施策として、「経営力向上の支援」・「商業の担い手の育成・支援」・「買い物環境の整備」による商工業の活性化を掲げ、安定的に経営する中小企業の増加に向けた支援とともに、経営の循環・消費の拡大を図るため町内商店の利用促進に取り組んでおり、さらに農作物の付加価値を高めるため、町で生産する米や野菜等の6次産業化の取り組みも進めている。

本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利根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・発達による町の発展を中長期的な振興のあり方として、行政や関係機関、専門家等と連携して事業を推進する。

6. 小規模事業者振興の目標及び目標達成のための方針

本会は、前項の小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方を踏まえ、以下の目標を立て具体的な事業を推進する。

(1)伴走型支援による経営計画策定支援の実施

経営指導員が小規模事業者に寄り添いながら、小規模事業者の現状を把握し、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まで一貫した支援を行う。

(2) 商工会を中核とした連携支援体制の構築

地域の小規模事業者に対して、商工会が中核となり、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) 賑わいのある商店・地域づくりの支援

商工会では、地元商店の活性化を図るため、町関係団体主催によるイベント事業に協力し、町と共に活性化事業を行っている。地域振興イベントとして、「とねさくら祭り」・「利根町民納涼花火大会」・「利根町地場産業フェスティバル」等のイベントへの参加協力を通して地域の活性化を図っていく。

(4) 地域産業資源（観光資源）を活用した地域ブランドの構築

地域特性、柳田國男記念公苑等の地域資源を活かしたECサイト・メディア等の活用等による観光客増加事業を継続実施し、当町産コシヒカリやその米粉を利用した食品類を中心とした地域ブランドの確立を目指し、商品力の向上による農産加工業者等の育成、発展を図る。

(5) 商工会の創業（第二創業も含む）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を支援する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 【経営発達支援事業の実施期間】(平成30年4月1日～平成35年3月31日)

(2) 【経営発達支援事業の内容】

利根町商工会による経営発達支援事業の定義

■小規模事業者に対する支援方法

問題の認識が無く、旧体質による経営から脱却していない小規模事業者に対して、経営指導員が伴走型の支援で寄り添い、自社の現状を把握し、顕在化した課題を整理し、将来に向けた気づきを与え、その小規模事業者を取り巻く顧客や取引先、地域金融機関等を巻き込んだ真の地域密着型事業計画を策定支援する。

■小規模事業者自身の変革

さらにその計画を、日々変化する経営環境にも柔軟に対応して随時変更し、小規模事業者自身がPDCAを繰り返しながら経営の持続的発展を促進する。

■支援機関としての役割

そのためには、経営指導員が中心に情熱と粘り強さを持って小規模事業者を継続して支援しなければならない。(伴走型支援)

また、組織として会長を中心に目標の進捗管理、目標達成に向けたPDCAを定期的実施し公開する必要がある。

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】

経営指導員は、地域の経済動向について新聞やインターネット等により情報を収集しているが、各種の調査・統計データ等による情報を、小規模事業者の必要に応じて収集・整理し充分活用するには至っていない。

今後は、巡回指導の頻度を増やして景気動向について広く調査し、業種別の景況感、動向や見通しを把握分析、また小規模事業者の経営課題の抽出とその情報を分析し、窓口・巡回指導を通して経営計画の作成を支援する。

【事業内容】

(1) 決算確定申告等のデータ分析による情報提供(新規事業)

これまでは、決算申告を行っても、そのデータを分析利用した各事業所の経営分析指導にまでは至っていなかった。

今後は、重点産業を地域資源活用企業（食品製造業、小売業、飲食業）と定義し、企業規模などにも留意しながら事業者を抽出、商工会事業所の決算確定申告等のデータ分析を行い、売上や利益といった業績推移や業況を把握する。これにより、業種ごとの経済動向情報として整理し、創業や経営革新、新規事業展開などに関する相談等に活用していく。

< 具体的調査事業内容 >

①調査対象	食品製造業、小売業、飲食業の3業種 各5社を抽出
②調査項目	a)売上 b)資金繰り c)仕入 d)製品・商品在庫 e)採算(利益) f)従業員 g)設備投資状況 等
③調査頻度	年1回実施
④調査方法	保有する決算データを活用し、抽出した各業種対象事業に対し調査を実施する
⑤分析方法	業種別地域景況感・課題等の把握から事業者支援の方向性を決定し、場合によっては専門家等にも図りながら具体的支援指標とする
⑥調査結果の提供方法	分析後の調査結果は、広報とね・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) 体系的な情報の収集、整理（新規事業）

公的機関や地元金融機関等が実施・発表している小企業動向と、当地域で実施する動向調査と比較して特性などを分析する。

< 具体的調査手段・項目 >

情報入手先	調査内容	調査項目
①中小企業庁	業種別景気判断動向指数(年4回)	業況判断、売上額、採算、資金繰り、借入難易度、地域別業況判断 等
②常陽アーク	県内地域経済動向(年4回)	売上・出荷動向、生産高・受注高、在庫水準、仕入・販売価格、経常利益、雇用、資金繰り 等
③利根町の統計概要	利根町内地域経済動向(年1回)	人口、産業・財政動向

【活用方法】

(1) タブレット・パソコンを活用した情報提供（新規事業）

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、小規模事業者が利用しやすい情報（視覚的に内容をすぐ理解できるもの）に加工し、レポートとしてまとめる。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。

(2) ホームページを活用した情報提供（新規事業）

(1)で分析した結果を商工会のホームページに掲載し、地域内の小規模事業者が自由に閲覧・活用できるようにする。

【目標】

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。

調査項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
決算データ活用による地域経済動向調査・分析回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
調査対象事業者数	未実施	15事業者 (各業種5社)	15事業者 (各業種5社)	15事業者 (各業種5社)	15事業者 (各業種5社)	15事業者 (各業種5社)
統計資料活用地域経済動向調査・分析のHP掲載回数	未実施	4回	4回	4回	4回	4回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

【現状と課題】

小規模事業者に対する経営分析の支援は、これまで、経営革新計画策定時や補助金申請書作成時に形式的に実施するにとどまり、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充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) 経営分析の必要性や重要性の周知活動（新規事業）

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)の経営診断シートを基軸に、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、分析と活用のサイクルを仕組み化する。

(2) 経営診断シートを活用して経営課題を把握【指針①】

経営分析の手法として、独自の経営診断シートのフォーマットを作成し活用する。

経営診断シートは、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し、経営指導員及び他職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。

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、全職員が閲覧できるようにする。

【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。

＜経営状況分析からの情報・分析項目＞

情報・分析領域	収集情報・分析項目
①事業者概要	1. 業歴・沿革 2. 経営者の略歴・技能 3. 経営理念 4. 資産
②商品・製品・サービス	1. 売上構成 2. 特徴 a. 品目・品質・ラインナップ b. 価格帯、値ごろ感 c. リッチ・流通チャンネル d. 販促、接客方法、営業手法
③顧客	1. 顧客構成 2. 特徴 a. 属性(年齢・性別、嗜好等) b. 地域・エリア c. ニーズ(品質・価格・手軽さ等) d. その他の共通項
④競合・業界	1. 競合先 2. 業界全般・トピック等
⑤財務内容	1. 成長性、収益性、安全性、資金繰り等の定量分析

＜分析方法＞

経営指導員によるヒアリング内容・分析シートを基に、専門家等と連携しながら経営指導員2名により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の連携による分析を基に、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ゆく。
- ・ 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

重視する他、経営者自身の経営分析力向上セミナー等も活用し支援する。
 後継者のいない経営者には、経営の持続に焦点を当てながら支援を実施してゆく。
 ・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	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
経営分析対象者掘り起こしに係る巡回訪問延回数	300回	300回	300回	300回	300回	300回
経営分析事業者数	0	10事業者	20事業者	20事業者	30事業者	30事業者

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

多くの小規模事業者は、需要動向の変化に大きく影響を受けている一方で、顧客ニーズや自社の強み・弱み等の自社の経営状況を十分に把握できていない。そのため自社の課題解決に向けた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（既存事業改善）

これまでは、深く事業計画の策定に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ゆく。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（既存事業改善）

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（新規事業）

地域における商工業を活性化するため、新たに商工会だより（町の広報紙に掲載）による広報活動により希望者の掘り起こしを行うほか、地域ブロック内商工会と連携して創業セミナーを開催し、創業計画書の作成支援を通じ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踏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) 商店の魅力向上のための事業計画策定支援（新規事業）

これまでは、商店の魅力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、地域の継続的な賑わい創出に繋がる新たな活性化に向けた取り組みや、個店の魅力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	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定事業者数	0	6 事業者	8 事業者	8 事業者	10 事業者	10 事業者
定期的相談会実施回数	0	2回	2回	2回	2回	2回
創業セミナーの開催回数	0	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定事業者数	0	1事業者	2事業者	2事業者	3事業者	3事業者

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（既存事業改善）

事業計画の実行に関しては基本的に事業者サイドに委ねており、これまで商工会としては実行計画には積極的に関わってこなかった。今後は、商工会としても当初の実行計画を管理し、計画の進捗状況に応じた計画的なフォローアップを実施する。

具体的には、事業計画を策定した企業すべてに対して、3ヶ月に1回巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、必要な指導・助言を行う。

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

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

(2) 創業後の巡回・窓口指導による個別フォローアップ（新規事業）

創業者に対し、2ヶ月に1回、巡回・窓口指導による個別指導、フォローアップを継続し茨城県・茨城県商工会連合会等とも連携して、伴走型の支援を行う。

特に、地域資源を活用した創業に対しては、商工会が関与するイベントへの優先参加と、イベント出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	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
フォローアップ 事業者数	0	7事業者	10事業者	10事業者	13事業者	13事業者

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状と課題】

多くの小規模事業者は、需要動向調査の必要性や調査手法等について理解していないと思われる。

原因として、商工会が巡回指導やアンケート収集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、これまでは相談に対応する形で断片的に提供するとどまっていた状況がある。

そのため、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を行った結果、顧客のニーズとはマッチせずに事業の成果が上がらないケースが多く見受けられる。

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ノウハウが不足しているため効果的な支援ができていない。

【改善方法】

今後は、経営指導員が日々の巡回・窓口相談時に需要動向調査の必要性を広く啓蒙し、また需要動向調査を積極的に実施することで需要動向に関する知識や手法を習得した上で、事業計画策定支援等において随時、情報提供していく必要がある。

また、小規模事業者は、商工会から提供される需要動向に関する基礎資料を的確に把握し、「商品開発・改良」・「販路開拓」等に取り組み事業成果の向上へ積極的に取り組む。

【事業内容】

(1)巡回・窓口相談等における支援先の掘り起こし（既存事業拡充）

小規模事業者が、自社の経験や思い込みによる商品開発・サービス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、小規模事業者に需要動向調査の必要性を広く啓蒙する。

その中から支援対象となる事業者を掘り起こし、経営指導員による選定作業を年に2回実施する。

(2)消費者需要動向調査・情報分析・分析支援（新規事業）

①目的	・主に一般消費者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を支援する。
②支援対象 (個社)	<一般消費者への需要動向調査> ・利根町の米・米粉、柳田國男記念公苑等の地域資源を活用して、新商品・新サービス開発、あるいは既存商品・サービスの改良に取り組む、主に飲食業及び食品小売業
③調査対象	・支援対象事業者の既存顧客 ・地場産業フェスティバル等のイベントに来場する地域内外の消費者 等
④調査方法	・商品・サービスの提供店舗における店頭アンケート・聞き取り調査 ・イベント開催時のアンケート調査
⑤調査項目	<新商品・サービスに対する調査項目> (a) 商品・製品・サービスの価格 ※価格対品質等 (b) 品質・味・量 (c) 商品やパッケージのデザイン (d) 関心度 (e) 購入や利用のしやすさ (f) 商品・サービスに対するイメージ (g) 用途・目的 (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> <p>(a) 商品・製品・サービスの価格 ※価格対品質等</p> <p>(b) 品質・味・量</p> <p>(c) 商品やパッケージのデザイン</p> <p>(d) 店舗や商品・サービスの知名度</p> <p>(e) 店舗や商品・サービスの利用経験</p> <p>(f) 関心度</p> <p>(g) 購入や利用のしやすさ</p> <p>(h) 商品・サービスに対するイメージ</p> <p>(i) 用途・目的</p> <p>(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。(聴き取りの場合も同項目)</p>
⑥標本数・頻度	<p>標本数は、店頭調査については試作品開発から1カ月の期間を定め、標本数30件を目途に需要情報を収集する。イベント調査においては、地場産業フェスティバルの開催時において、1商品あたり30件を目途に需要情報を収集する。調査頻度は年1回実施する。</p> <p>※店頭調査、イベント時調査において聞き取り調査も実施する。</p>
⑦支援内容	<p><u>(a) 需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定</u></p> <p>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><u>(b) 需要動向調査の実施スケジュールの作成</u></p> <p>選定した対象事業における、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><u>(c) 需要動向調査に必要な調査項目の選定</u></p> <p>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><u>(d) 調査票(アンケートシート)の作成・提供</u></p> <p>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><u>(e) 回収した調査票の分析・加工及び提供</u></p> <p>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・サービスの開発・改良へのフィードバックを図る。</p> <p><u>(f) 需要動向調査結果を活用した商品・サービスの開発・改良等の支援</u></p> <p>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、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>

(3) 取引先・バイヤー等需要動向調査（新規事業）

①目的	主に取引業者(商社・バイヤー等)への需要開拓に向けて、商品の開発・改良に取り組む小規模事業者が、消費者の実態・動向・ニーズ等を適切に把握するため、有効な情報の収集及びその活用を支援する。
②支援対象	<p><商社、卸・小売業者への需要動向調査></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源活用事業者等の新商品開発に取り組む事業者 ・既存商品の改良に取り組む事業者 等
③調査対象	支援対象事業者の既存取引先・バイヤー等
④調査方法	地元金融機関等によるビジネスマッチングイベントにおける、アンケート調査・聞き取り調査
⑤調査項目	<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) 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	<p>標本数は、既存取引数等に応じて調査を実施する。</p> <p>調査頻度は年2回実施する。</p>
⑦支援内容	<ul style="list-style-type: none"> (a) <u>需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定</u> 事業計画策定事業者の内、新商品の開発や既存商品の改良に取り組む事業者を、需要動向調査の対象事業者に選定する。 (b) <u>需要動向調査の実施スケジュールの作成</u> 選定した対象事業における、商品の開発・改良に有効な情報を提供するため、事業者の商品開発・改良計画とマッチングさせた需要動向調査の実施スケジュールを作成する。 (c) <u>需要動向調査に必要な調査項目の選定</u> 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に適した調査項目を選定する。 (d) <u>調査票(アンケートシート)の作成・提供</u> 選定した調査項目を活用して、商品の開発・改良に取り組む事業者が活用可能なアンケートシートを作成し提供する。 (e) <u>回収した調査票の分析・加工及び提供</u> 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、事業者の商品の改良に活用可能な情報に加工、提供する。具体的には、支援事業者ごとに調査結果を取りまとめたレポートを作成し、商品開発・改良へのフィードバックを図る。 (f) <u>需要動向調査結果を活用した商品の開発・改良等の支援</u> 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のブラッシュアップや、専門機関との連携による商品の高度化・専門化等の支援を実施する。

【目標】

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
調査支援事業者の掘り起こし実施回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
消費者需要動向調査支援対象事業者数	未実施	5事業者	5事業者	7事業者	7事業者	10事業者
需要動向調査回数(1事業者1商品当り)	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
バイヤー等需要動向調査支援対象事業者数	未実施	5事業者	5事業者	7事業者	7事業者	10事業者
バイヤー等需要動向調査実施回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
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

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、これまではセミナーへの参加や茨城県商工会連合会や近隣商工会等への依頼にとどまっており、小規模事業者の売上増加に対する効果は充分とはいえなかった。

地域の小規模事業者も、展示会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)への需要の開拓支援(新規事業)

①支援目的	地域外一般消費者へ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、地域外の需要開拓を支援する。
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した小規模事業者
③訴求対象	地域外の一般消費者等
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」認証取得により商品価値を高め、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実施する。
	(b) ECサイトへの出品・出店支援 茨城県商工会連合会が運営する「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」、あるいは楽天・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) イベント出店支援

地域で開催されるイベント(i)や町外で開催される展示会(ii)の会場にて、効果的な商品開発や販路開拓を実現する支援を実施。会場での商品の魅せ方についても、上記(b)同様チラシ・カタログ製作・商品PR動画活用等販促支援も同時に行う。

<出店支援する主なイベント・展示会> ※実績は平成28年度

i「地場産業フェスティバル」(主催：利根町地場産業推進協議会)

- ・開催趣旨：利根町産の特産品、その他を町内外に広くPRする
- ・出店30店、来場者約2,500人

ii「しんきんビジネスフェア」(主催：水戸信用金庫 他)

- ・開催趣旨：地域企業の新たな販路を開拓するビジネスマッチング
- ・出展企業187社、来場者約1,100人、商談成立57件

<目標>

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
地域内需要の開拓に向けた情報提供事業者数	未実施	10事業者	10事業者	14事業者	14事業者	16事業者
情報発信支援事業者数(プレスリリース等)	未実施	6事業者	6事業者	8事業者	8事業者	10事業者
ECサイトへの出品・出店事業者数	未実施	2事業者	4事業者	6事業者	8事業者	10事業者
イベント出店支援事業者数	未実施	2事業者	4事業者	6事業者	8事業者	10事業者
支援対象事業者の売上増加率(1事業者当り)	未実施	10%	10%	10%	10%	10%

(2) 商社・バイヤー等(BtoB)への需要開拓支援(新規事業)

①支援目的	町内及び近隣以外での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、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
③訴求対象	<ul style="list-style-type: none"> ・地域外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等 ・地域外の一般消費者
④支援内容	<p><u>(a) 商品・サービスに係る情報発信支援</u></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」認証取得による商品の高付加価値化や、プレスリリース作成支援による地元新聞(茨城新聞)やミニコミ誌、インターネットテレビ(いばキラTV)などマスコミへの情報提供による知名度向上、自社ホームページにおける開発商品・サービスの情報発信強化を、中小企業診断士等の専門家との連携により支援する。</p>
	<p><u>(b) 展示会等出展支援</u></p> <p>全国の展示会等情報を収集し、広報とね・商工会ホームページにより町内小</p>

規模事業者に向けた情報提供を行って、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。

<出店支援する主な展示会等> ※実績は平成28年度

(ア)「しんきんビジネスフェア」(主催：水戸信用金庫 他)

- ・開催趣旨：地域企業の新たな販路を開拓するビジネスマッチング
- ・出展企業187社、来場者約1,100人、商談成立57件

(イ)「ニッポン全国物産展(商談会)」(主催：全国商工会連合会)

- ・開催趣旨：中小・小規模事業者の国内の販路開拓支援
- ・出展企業361社、来場者約15万人

<目標>

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
地域外需要の開拓に向けた情報提供事業者数	未実施	5事業者	5事業者	7事業者	7事業者	8事業者
情報発信支援事業者数(プレスリリース等)	未実施	3事業者	3事業者	4事業者	4事業者	5事業者
情報発信による新規取引先開拓件数	未実施	3件	3件	5件	5件	5件
展示会情報提供事業者数	未実施	4事業者	4事業者	6事業者	6事業者	6事業者
展示会出展事業者数	未実施	2事業者	2事業者	3事業者	3事業者	3事業者
展示会出展による新規取引先開拓件数	未実施	3件	3件	5件	5件	5件

II. 地域経済の活性化に資する取組

【現状と課題】

現状においては、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、地域内事業者の商品・サービスや観光資源を積極的にPRし、地域のブランド化及び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(既存事業改善)

利根町、観光協会、商工会、商工会青年部・女性部、JA竜ヶ崎等で構成する地場産業協議会(既設)の会議において、新たな需要の開拓に繋がる地域資源の探索による、歴史、文化、商品、サービス等の地域ブランドの開発等、地域の活性化の方向性について検討する。

(2) イベントPR活動（新規事業）

「地場産業フェスティバル」等の地域のイベントに対する地域内外からの参加者及び来場者の増加を図るために、商工会だより（町の広報紙に掲載）、及びインターネットでのPRを行い、参加者・来場者増により地域住民に対しては地域コミュニティの向上を、地域外に対しては利根町の観光スポットとしての魅力度アップを図る。

(3) 地域商品券発行事業（既存事業改善）

利根町との連携により、「利根町プレミアム商品券」発行事業を、取扱事業所数を拡大しながら実施し、地域小規模事業者の売上げ向上に繋げる。

(4) 創業者への開業支援の際に空き店舗を積極的に活用することで町の活性化を図る。
（新規事業）

(5) 利根町の高齢者等の細やかなニーズ（配食、家事代行、空き家メンテナンス等の地域の問題解決）への対応支援によって、地域の各業種を繋げる役割を担っていく。
（新規事業）

【目標】

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
商工会各部会役員との連絡会回数/年	3回	4回	4回	4回	4回	4回
イベントPR活動回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
プレミアム商品券取扱事業所数	60事業者	65事業者	70事業者	75事業者	80事業者	85事業者

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等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】（既存事業改善）

(1) 商工会で実施する経営コンサルタントなどの専門家による指導事業（経営革新セミ

ナーや経営計画作成セミナー、創業セミナー等)の開催時に、商工会職員が同席して事業推進の手順や方法を研修し、小規模事業者への支援力向上を図る。

また、事業計画の遂行にあたっての問題点の抽出や解決法について、OJTによりノウハウの取得を支援する。

(2) 中小企業診断士、税理士、社会保険労務士等士業、金融機関との連携を通し、小規模事業者の事業計画の実行支援のノウハウを共有する。

(3) 茨城県内商工会を6ブロックに分けて組織をしているBM・PM会議、「県南ブロック会議(年6回開催)」において、県連並びに所属9商工会の各地域の経済状況等の情報交換や支援方法での意見交換、他ブロックの優れた支援状況についての検討を実施する。

BM・PM会議

茨城県商工会連合会及び各商工会が、小規模事業者を支援するため構築された支援体制で、県内を6ブロックに分け各商工会にPM(プロジェクトマネージャー)を置く。又、それぞれのブロック内の商工会を総括し、課題解決のためのマネジメントを行うBM(ブロックマネージャー)を県連に配置する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【現状と課題】

職員の資質向上等については、これまで、県連の行う職員研修や県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、当会職員において、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】(既存事業改善)

(1) 研修参加による能力向上

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

(2) 外部機関・専門家と連携した支援業務による資質向上

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

(3)職員間の支援ノウハウの共有化による資質の向上

商工会内で、経営指導員等が研修及び情報収集で得た支援ノウハウの共有化を図るため、定期的に報告会を開催する。また、その際参加者各自がテーマを持ち寄り勉強会を行うことで、各自の支援能力のブラッシュアップ及び専門的な知識向上を目指す。なお、持ち寄った支援ノウハウ等をデータ化し、商工会の情報共有システムで一括管理し必要に応じて即座に引き出せるようにする。

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・検証を実施する。

【事業内容】

(1)当会役員（会長、副会長等）、行政、外部専門家で構成する「事業評価委員会」を、年1回以上開催する。

(2)本委員会は、事業の実施状況・成果について、外部の視点も含めた検証を年度途中および年度終了後に行い、その評価・見直し案（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）を取りまとめる。

(3)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、経営指導員が中心となり事務局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。

(4)事業の成果・評価・見直しの結果については、本商工会ホームページで計画期間中公表し（<http://www.tones.sakura.ne.jp/>）、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態にする。

ホームページには、現在の会員向けの情報のほか、本事業における成功事例・活用事例などの情報を充実させることで、アクセスアップを図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
	(平成29年10月現在)
(1)組織体制	
《実施体制》	
経営指導員2名、補助員1名を経営発達支援スタッフとする「経営発達支援会議」を組織し、4半期ごとに事業計画の進捗状況の確認と問題点の洗い出しの会議を開催し、その結果を商工会長に報告する。	
《経営支援スタッフ》	
経営指導員 2名	補助員 1名
	合計 3名
《商工会の組織体制》	
役員	会長 1名
	副会長 2名
	理事 20名
	監事 2名
	合計 25名
事務局	経営指導員 2名
	補助員 1名
	記帳指導員 1名
	合計 4名
(2)連絡先	
住所	茨城県北相馬郡利根町布川2947番地
TEL	0297-68-7417
FAX	0297-68-3177
E-Mail	tones@apricot.ocn.ne.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)

	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
必要な資金の額	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750
1. 経営発達支援事業					
(1) 地域経済動向調査 (専門家派遣)	100	100	100	100	100
(2) 経営分析 (専門家派遣)	200	200	200	200	200
(3) 事業計画策定相談会 (講師謝金)	300	300	300	300	300
(4) 創業セミナー (講師謝金)	150	150	150	150	150
(5) 事業計画実施支援 (専門家派遣)	100	100	100	100	100
(6) 需要動向調査 (専門家派遣)	250	250	250	250	250
(7) 需要開拓支援 (専門家派遣)	100	100	100	100	100
2. 地域経済活性化事業					
(1) 商品券発行	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
(2) 地場産業協議会開催費	100	100	100	100	100
3. 支援力向上事業					
(1) 職員資質向上対策費	350	350	350	350	350
(2) 事業評価委員会開催費	100	100	100	100	100

(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
会費収入、手数料収入、国補助金、県補助金、町補助金

(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		
<ul style="list-style-type: none"> ・地域の経済動向調査事業 利根町経済課と連携して小規模事業者の経済動向や支援ニーズ等を調査する。 ・経営分析・需要動向調査事業 ・事業計画の策定・実施支援事業 ・創業・第二創業（経営革新）支援 ・小規模事業者販路開拓支援 		
連携者及びその役割		
連携機関名	住 所	役 割
茨城県商工労働観光部 中小企業課 課長 滝 睦美	水戸市笠原 978-6	県制度融資支援・経営革新支援・各種情報提供 事業計画・評価委員会他
利根町 町長 佐々木 喜章	利根町布川 841-1	地域の経済動向調査・経営発達支援事業等の広報・支援ノウハウの情報交換 他
利根町観光協会 会長 佐々木 喜章	利根町布川 841-1	地域経済の活性化に資する取組に関する事
全国商工会連合会 会長 石澤 義文	東京都千代田区有楽町 1-7-1	特産品掘り起し・中小企業向け施策助成制度 他
茨城県商工会連合会 会長 外山 崇行	水戸市桜川 2-2-35	各種補助金支援・経営革新支援・専門化派遣・経営安定特別相談事業・小規模事業者向け各種共済制度 他
茨城県中小企業振興公社 理事長 山口 やちゑ	水戸市桜川 2-2-35	販路拡大・経営技術相談・知的財産
茨城県中小企業団体中央会 会長 渡邊 武	水戸市桜川 2-2-35	販路拡大・経営技術相談・各種マッチング展示会
㈱常陽銀行利根支店 支店長 佐竹 昭宙	利根町布川 3331	地域の経済動向調査・事業計画策定支援・支援ノウハウの情報交換等
水戸信用金庫布佐支店 支店長 小沼 忠	我孫子市布佐 2787-5	地域の経済動向調査・事業計画策定支援・支援ノウハウの情報交換等

外部連携体制構成概要

