

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|---|
| 実施者名 (法人番号) | 古河商工会議所（法人番号 1050005005609） |
| 実施期間 | 平成31年4月1日～平成36年3月31日 |
| 目標 | <p>(1) 地域の小規模事業者の経営基盤の見直しと、創業・事業承継の支援 (2) 新たな需要開拓による経営力・競争力向上支援 (3) 交流人口の増加と中心市街地の活性化、及び空き店舗活用の推進</p> <p>以上の事業を行うため、経営指導員をはじめ職員全体の資質向上を図り、当所自らの組織力向上とノウハウの蓄積を行っていくとともに、県、市と協力体制を取り、各支援機関と連携しながら、小規模事業者への伴走型支援、及び経営計画策定による経営力向上、販売促進等に向けた支援を継続的に実施する。</p> |
| 事業内容 | <p><u>I. 経営発達支援事業の内容</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 中小企業景況調査（日商） (2) 地域経済指標の活用 2. 経営状況の分析に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 経営分析を行う事業者の掘り起し (2) 財務諸表を活用した分析とSWOT分析 3. 事業計画策定支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 事業計画策定支援及び計画策定支援セミナーの開催 (2) 事業計画の変更・経営革新事業者への計画策定支援及び計画策定支援セミナーの開催 (3) 創業計画策定支援及び計画策定支援セミナーの開催 (4) 事業承継計画策定支援及び計画策定支援セミナーの開催 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 事業計画策定後のフォローアップ (2) 事業計画の変更・経営革新事業者への計画策定後のフォローアップ (3) 創業計画策定後のフォローアップ (4) 事業承継計画策定後のフォローアップ 5. 需要動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 新メニュー開発の為の動向調査及び分析 (2) 地域資源を活用した商品開発の為の動向調査及び分析 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 商談会・展示会への参加支援 (2) 即売会展展に向けての販促セミナーの開催 (3) 新商品・サービス等の販路開拓支援 (4) IT活用による販路開拓支援 (5) IT活用を促すセミナーの開催 <p><u>II. 地域経済の活性化に資する取組</u></p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 古河市・観光協会との連携による「食」を通じたまちづくり支援 (2) 古河市・JA・観光協会との連携による「地域産業」の活性化支援 (3) 古河市との連携による「にぎわい」の創造と創出の支援 (4) 古河ブランド推進事業 (5) 人材確保及び雇用促進事業 |
| 連絡先 | <p>古河商工会議所 中小企業相談所 経営支援課 〒306-0041 茨城県古河市鴻巣1189-4 TEL：0280-48-6000 FAX：0280-48-6006 E-mail：info@kogacci.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. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①古河市の概要

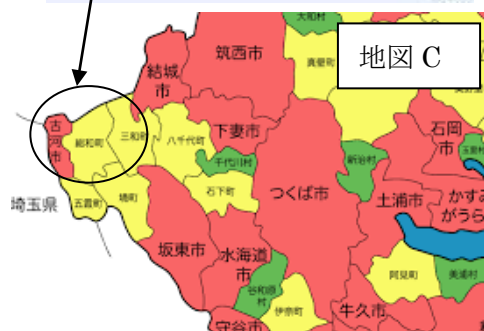
古河市は、関東平野のほぼ中央の茨城県最西端に位置し、利根川と日本最大の面積を誇る「渡良瀬遊水地」があり、ほぼ全域にわたり平坦な地形で、気候も温暖な生活・生産の場として自然条件に恵まれている。古くは万葉集に「許我」、吾妻鏡には「古我」という地名で文献に現れ始めるなど、城下町、そして水運を利用した商都としてにぎわい、室町時代から江戸時代においては関東の政治・文化の中心のひとつとして栄え、明治以降は製糸業が産業の支えとなり、歴史や文化を物語る建物や遺構が数多く残っている。

交通面では、市内にはJR宇都宮線古河駅があり、東京都心までの距離が50～60km（首都60km圏）という地理的条件に加え、4号・新4号国道や国道125号、354号などの広域的道路が東西南北に走り、生活や生産、流通の場として恵まれた立地条件にあり、茨城県西地域の中心的な都市を担っている。

平成17年には、旧古河市・旧総和町・旧三和町の1市2町が合併をし、現在の古河市として人口15万人都市、面積123.6km²（うち旧古河地区の人口は約5.7万人、面積21km²）となったが、旧総和地区・旧三和地区は古河市商工会の管轄地域となっている。

《産業の振興》

古河市は鎌倉時代から120余年にわたる古河公方時代を経て、江戸時代には徳川譜代大名の城下町として栄えた。国の登録有形文化財に指定されている蔵（旧古河城の文庫蔵や乾蔵など）、貴重な江戸時代の建物を移築して作られた施設などの地域資源、周辺の道路、観光客を誘導する観光サインが整備され、歴史ある街並みの回遊性・景観が向上し、観光客の誘致による商業・サービス業の振興が図られている。



地図Cは古河市合併前の地図であるが、古河、総和、三和の各地区の位置を明確に表すため使用。

工業関係においては、平成24年に新たに移転してきた日野自動車(株)古河工場の本格稼働や圏央道（境・古河 I C）の開通により、工業団地への自動車産業の進出等を追い風に、産業振興・雇用機会の創出が期待されている。

また、ものづくり支援として古河地区工業連絡会 注①等を通し、茨城県、県産業技術イノベーションセンターや筑波大学などと連携をしながら、新分野進出、新技術開発、試験業務にかかる支援、品質技術を維持、継承するための研修等、独創性・競争力のある「ものづくり企業」の育成のための支援を推進している。

注①) 各地域の小規模事業者の現況、経営課題、支援状況、支援課題等の情報を共有し、連携して小規模事業者の経営発達に資する支援を推進。茨城県県西地区2市2町の10団体（古河商工会議所、古河市商工会、境町商工会、五霞町商工会、坂東市商工会、古河市工業会、茨城県経営者協会古河・坂東地区支部、常陽銀行、関東信越税理士会古河支部）で構成。また、茨城県、各市町、大学等の関係者の方々にアドバイザーを委嘱し、必要な助言や支援を受けている。

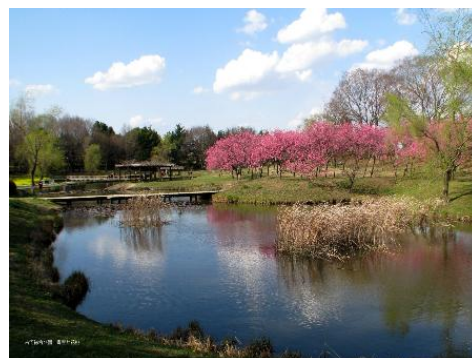
《物産品等の振興》

当市の産品の中で特に優れたものを「古河ブランド」として古河市が認証し、全国的にPRすることで、知名度を高め消費拡大を図っている。また、名産品（県銘柄産地）として、みやこかぼちゃ、にがうり、白菜、お茶、地酒等が指定されており、農産品を使った加工食品の開発に取り組んでいる。

また、当所では「食」をテーマとした新たな街おこしとして、市内の香辛料メーカーと市内の飲食店との連携により各店舗の創意工夫に任せ、スパイスの効いたメニューを提供するなど、『古河の七福カレーめん』事業に着手し、ご当地グルメとしての認知を高められるように努めている。

《観光》

日本で初の受賞となる「ユネスコ・メリナ・メルクーリ国際賞 注②」を受賞した公園（古河公方公園）。25ヘクタールに及ぶ広大な自然の中に、四季折々に咲く美しい花々が、訪れる人を和ませる。春には矢口、源平、菊桃など5品種の花桃（約1,500本）が咲き誇り、鑑賞するまつりとして「古河桃まつり」が開催され、訪れる人々を楽しませている。



注②) この賞は、ユネスコとギリシャ政府共催の世界の主要な文化景観の保護と管理を目的とした顕著な活動に対して功績をたたえることを目的とし、1992年に設けられた。他に、イランのメイマンドの穴居群（世界遺産）やキューバのビニャーレス溪谷などが受賞されている。

②人口の動態

旧古河地区の人口は、古河市の住民基本台帳（図1）によると、平成17年9月の合併以降においても、平成17年には58,971人であったものが、平成29年には57,401人となり、現在においても減少傾向にある。平成24年に日野自動車古河工場のノックダウン工場が稼働し、平成29年には本格稼働されるなどで、市内雇用の拡大を図るとともに、従業員を中心に定住を促進しているが、若年者の首都圏への進学や就職による転出と自然減により、減少する人数が増加した人数を越えており、今後も急激な増加を見込むことはできない。そのため、商圈の縮小が課題となり、経営基盤の整備と交流人口の拡大に向けた対策が必要である。

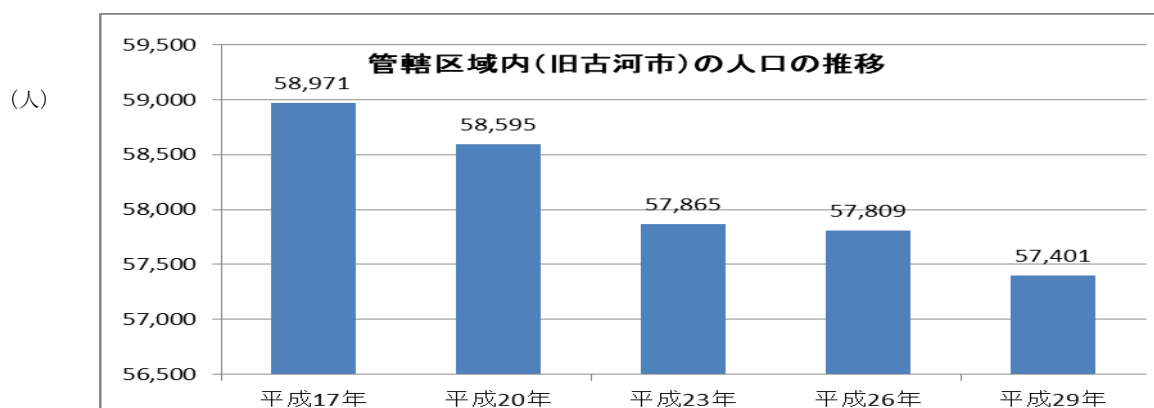


図1 ※出典：市の基本台帳
平成30年8/31現在（人口57,032人、世帯数25,338）

③商工業者の現状と課題

《商業（小売・卸業）の現状》

当地区内や郊外へ出店する大規模商業施設や、ナショナルチェーン及び大手資本系列の小売・飲食店が数多く出店し、大規模小売店でのまとめ買いやコンビニエンスストアなどによる身の回り品の調達などの消費行動の変化、大規模ディスカウント専門店による低価格競争などにより、大多数を占める既存の小規模な小売・飲食店の売上が急速に低下するなど、経営環境の落ち込みは厳しい状況となっている。また、古河駅西口前をはじめとする中心市街地も、今まで長い期間にわたって地域の文化、伝統を育み「まちの顔」としての役割を担ってきたが、近年、中心部における居住人口の減少、消費者ニーズの多様化、商店経営者の高齢化と後継者不足、東京都や埼玉県などへの買い物客の流出が相まって空店舗や非店舗が多くなり、中心商業地としての賑わいが薄れてきている。

《工業（製造業）の現状》

当市の全製造業事業所数の大半が下請け小規模事業者のため、景気の影響を直接受けやすいことは否めないが、これまでの古河市による企業誘致の成果によって、市内の大規模自動車部品製造業や旧総和地区の大規模工業団地が形成され、経済産業省「工業統計調査」等（図4）によると、平成24年の製造品出荷額等では583,242.3百万円、平成26年の製造品出荷額等では、712,981.5百万円と、全国的に見ても高い水準となつてはいる。しかし、当所管轄区域内の製造業を見ると、従業員数は増加しているものの、事業所数においては若干ではあるが減少しており、リーマンショック後の回復ペースの鈍さが伺える。

《事業者数の推移》

管内の事業者数及び小規模事業者数は、経済センサス（図2）によると、平成13年では3,033件（うち小規模事業者数2,273件）であったものが、平成26年では2,521件（うち小規模事業者数1,788件）と事業者数、小規模事業者数ともに減少しており、最近の当所会員事業所退会理由（平成24年度～平成30年8月）は、廃業223件、休業33件、高齢化21件という状況となっている。

また、産業分類別事業所数（表1）による平成24年と平成26年を比較すると、建設業者の減少が目立つ。代表者や従業員の高齢化による熟練労働者の引退や若者が入職を避ける傾向があり、人手不足・労働力不足が要因の一つである。また、医療・福祉分野の事業者・雇用者の増加は高齢化による医療や介護サービスの増加によるものと思われる。

そして、古河市全体（旧古河市、旧総和町、旧三和町）の大規模小売店やコンビニエンスストアを含む小売・卸売業年間商品販売額（図3）では平成24年は199,835百万円であったものが、平成26年では210,669百万円（約5.4%）と増加しているものの、（表1）の産業分類別事業所の数字でもわかるように、当所管轄内（旧古河市）の小売・卸売業事業者数は若干ではあるが減少しており、当所が実施している景況調査によると、人件費や光熱費等の経費の上昇により採算がとれていないとの回答をいただいている。

《課題》

こうした先行き不透明な状況の中、商業では、消費者の購買動向の変化を捉え、購買ニーズに応じた品揃えや地元特産品を使用した新商品の開発、接客サービス向上等により売上確保が求められている。工業では、環境の変化に対応するため、ものづくり人材の育成、新技術・製品開発により、経営革新や経営基盤の強化を図ることが課題である。

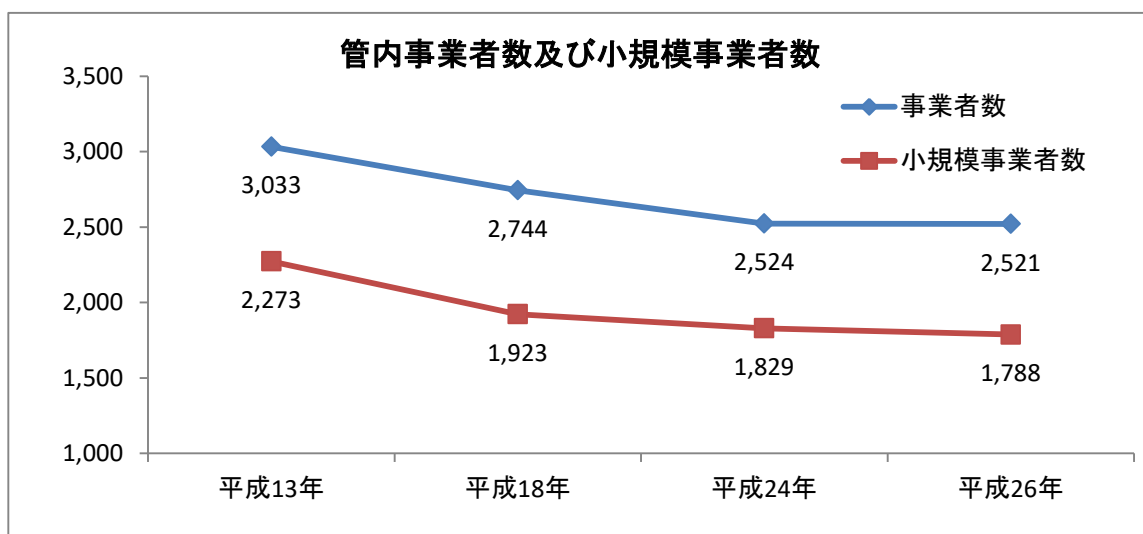
(参考資料) 当所管轄区域内 (旧古河市) の事業所数

・産業分類別：事業所数 (件) ・従業員数 (人)

| 産業分類/件・人 | H26年 | | H24年 | | H21年 | |
|-------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | 事業所数 | 従業員数 | 事業所数 | 従業員数 | 事業所数 | 従業員数 |
| 農林漁業 | 2 | 11 | 2 | 11 | 1 | 4 |
| 鉱業, 採石業, 砂利採取業 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 建設業 | 224 | 1,078 | 240 | 1,211 | 261 | 1,319 |
| 製造業 | 182 | 3,163 | 186 | 3,075 | 211 | 3,299 |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 2 | 77 | 2 | 63 | 2 | 63 |
| 情報通信業 | 16 | 67 | 15 | 81 | 19 | 104 |
| 運輸業, 郵便業 | 50 | 712 | 48 | 812 | 48 | 884 |
| 卸売業, 小売業 | 732 | 4,940 | 734 | 4,938 | 840 | 5,502 |
| 金融業, 保険業 | 52 | 632 | 51 | 700 | 55 | 1,160 |
| 不動産業, 物品賃貸業 | 154 | 519 | 157 | 443 | 159 | 480 |
| 学術研究, 専門・技術サービス業 | 81 | 337 | 80 | 354 | 82 | 403 |
| 宿泊業, 飲食サービス業 | 347 | 2,371 | 348 | 2,212 | 372 | 2,264 |
| 生活関連サービス業, 娯楽業 | 294 | 1,215 | 290 | 1,332 | 309 | 1,345 |
| 教育, 学習支援業 | 107 | 686 | 106 | 736 | 107 | 678 |
| 医療, 福祉 | 155 | 2,564 | 142 | 2,095 | 152 | 1,794 |
| 複合サービス事業 | 11 | 169 | 12 | 78 | 12 | 78 |
| サービス業(他に分類されないもの) | 112 | 912 | 111 | 920 | 117 | 915 |
| 合計 | 2,521 | 19,543 | 2,524 | 19,061 | 2,747 | 20,292 |

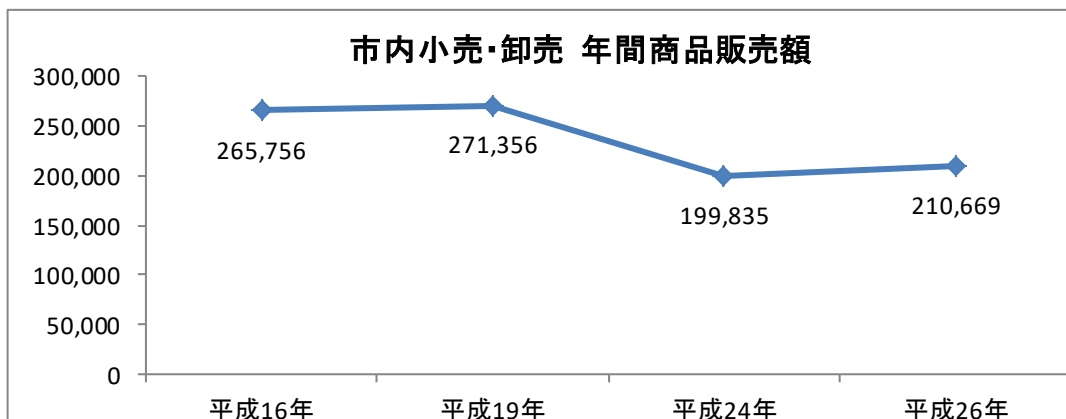
(表1) ※出典：経済センサス

・当所管轄区域内の事業者数及び小規模事業者数の推移



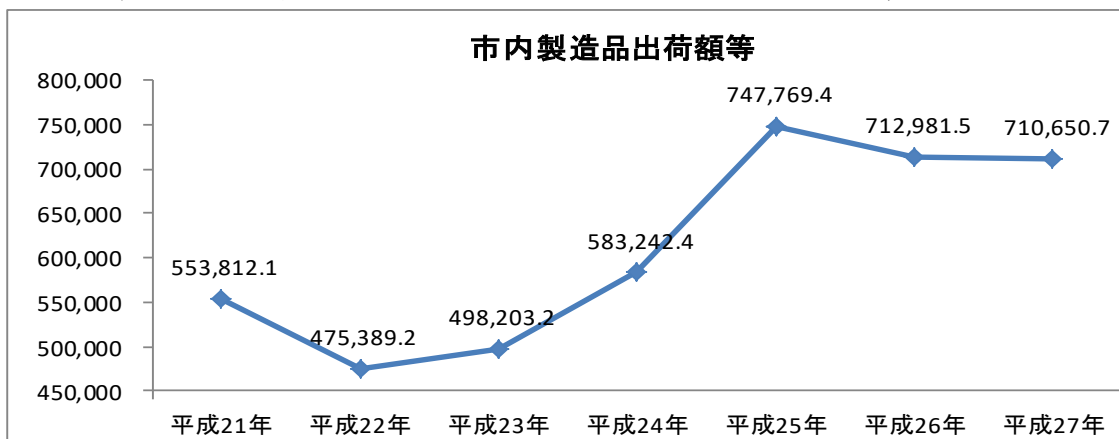
(図2) 出典：経済産業省「経済センサス」

・小売・卸売年間商品販売額の推移 (単位：百万円)



(図3) 出典：経済産業省「商業統計調査」

・製造品出荷額等の推移 (単位：百万円)



(図4) ※出典：経済産業省「工業統計調査」
総務省・経済産業省「経済センサスー活動調査」

(2) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

①古河商工会議所の役割

当所は、地域産業の発展を目指し、産業振興に取り組んできた。地域を育み企業を伸ばすベストパートナーとして、商工業者に役立ち、必要とされる会議所を目指し、地域基盤と公共性を持つ組織を活かし、地区内における商工業者を総合的にサポートしてきた。

最近では、市街地活性化推進事業として、古河の見どころ、味どころ、楽しみどころを案内し、まちなか交流人口を増やすことを目的として、「街の見どころ案内所」事業を開始するなど、おもてなしの心を持って、接客に努めていただいております。毎年開催する研修会や講習会等を通じて資質の向上に努めている。

また、地域資源の活用や育成事業として、「食」をテーマとした新たな街おこし、『古河の七福カレーめん』事業に着手し、市内の香辛料メーカーと市内の飲食店との連携により各店舗の創意工夫に任せ、スパイスの効いたおいしいメニューを提供するなど、ご当地グルメとしての認知を高められるように努めている。また、料理店、甘露煮店の若手メンバーにより「古河市川魚料理を広める会」を立ち上げ、川魚料理を古河の新伝統料理と位置づけ、まちづくりの一環として地域の活性化に繋げていくことを目的とした活動等を推進している。

その他、事業者への各種情報提供、記帳指導、金融（資金調達）指導のほか、経営全般への指導を行うとともに、各種共済制度を取り揃え、地域の小規模事業支援機関としての役割も果たしてきた。しかしながら、前述の「（１）地域の現状と課題」で示したとおり、将来的な人口の減少、および全業種において現状と見通しが厳しいという企業の認識を踏まえると、当所が行ってきた経営支援を従前よりももっと多くの事業者に展開し、また、古河市をはじめ各関係機関や専門家との連携を強化し、商工業者により良いサポートを実施する地域経済活性化の要としての役割を担う。

②古河市総合計画との連動性・整合性

古河市は合併して平成27年で10年が経過し、生まれた子供が成人する20年間を基本構想の計画期間（平成28年～47年度）とすることで、より次世代を意識したまちづくりの指針としている基本構想・基本計画・実施計画の三層により構成した「第2次古河市総合計画」を定め、基本構想に掲げた未来の“めざすまち”を実現するための手段として、分野ごとに、中期的な施策の方向性を定めている。第1期基本計画 注③）（平成28年～平成31年）において、商業については、「消費者ニーズに対応した商業の振興と市街地の整備」、工業については、「地域の特性を活かした工業の振興と企業誘致」、観光について、「地域ブランドの創造による観光の振興」など、活力と賑わいのある古河をつくるための政策が掲げられている。

注③）基本計画は、基本構想の計画期間（20年間）に4年ずつ5期にわたって策定するものとし、4年間の市の基本的な方向性として、第1期基本計画(平成28年～平成31年)を策定している。

③地域における小規模事業者の中長期的な振興のあり方

古河市が策定した「第2次総合計画」第1期基本計画や第2期以降に策定される基本計画のなかでも重要度の高い施策・事業について連携し、当所の役割を踏まえ、地域の経済基盤を確立していくために、以下のとおり「地域における小規模事業者の中長期的な振興のあり方」を策定する。

○地域の小規模事業者の継続的発展を支援

- ・既存の小規模事業者が経営基盤の見直しを図り、持続的発展をする。

- ・事業承継を円滑に進め、後継者不足による廃業を最小限にする。
- ・地域内での創業が増え、長期的に経営ができる。

○新たな需要開拓による経営力・競争力向上支援

- ・自社を分析し、時代の変化に対応した商品・サービス等の提供
- ・技術承継やものづくり人材育成による経営の高水準化
- ・経営革新によるさらなる自社分析と高付加価値化

○地域資源の活用による活性化支援

- ・古河市等の他機関連携をし、歴史や文化の地域資源の活用による交流人口の増加
- ・空き店舗の活用

(3) 当所における経営発達支援事業の目標と方針

「地域における小規模事業者の中長期的な振興のあり方」を受けて、当所では平成31年度～35年度までの目標を制定し、後述の経営発達支援事業を通じて実現していく。

① 地域企業の減少に歯止めをかけるために

「地域の小規模事業者の経営基盤の見直しと、創業・事業承継の支援」

- 既存事業者の経営状況を詳細に把握し、事業計画の策定・実施支援などを支援しながら、経営者としての資質を高め、経営基盤の見直しを図り、持続的発展をする企業を数多く育てる。
- 当所が行う個別相談会「経営なんでも相談会」において、資金調達や経営問題の解決等、多種・多様な相談に対応できるよう、専門家派遣による支援体制を充実させ、既存事業者の実態やニーズにあった支援を行う。
- 創業者や事業承継で悩んでいる事業者についてサポートをする、古河市をはじめとする中小企業支援に取り組む11機関が連携して支援をする「古河創業支援ネットワーク」により、創業者への支援と高齢化が進んでいる経営者に対する事業承継を円滑に進めるため、相談を通して具体的な支援策を提示し、後継者育成の支援を行う。

① 経営の抜本的な見直しを支援するために

「新たな需要開拓による経営力・競争力向上支援」

- 自社の分析をさらに進め、自社の特徴を活かし、時代に対応した商品・サービス等による、需要動向の調査、販路開拓支援を行う。製造業においては、産学官と連携を図り、技術承継やものづくり人材を育成することにより、新技術・商品開発の支援を行う。
- 経営革新支援を強化し、新商品等の開発や新規分野への参入等につながる支援を行う。

② 地域資源の活用による地域活性化のために

「交流人口の増加と中心市街地の活性化、及び空き店舗活用の推進」

- 古河市等の他機関と連携し、歴史や文化の地域資源の活用により、観光客数等の交流人口の増加と、中心市街地の活性化を支援する。
- 古河市と連携し、空き店舗活用の推進を支援する。

以上の事業を行うため、経営指導員をはじめ職員全体の資質向上を図り、古河商工会議所自らの組織力向上とノウハウの蓄積を行っていくとともに、茨城県、古河市と協力体制を取り、茨城県よろず支援拠点、茨城県事業引継センター、日本政策金融公庫、茨城県信用保証協会、地元金融機関、税理士会、行政書士会、社会保険労務士会などの各支援機関と連携しながら、小規模事業者への伴走型支援、及び事業計画策定による経営力向上、販売促進等に向けた支援を継続的に実施する。

(手段) 実施方法として次のステップにより、経営発達支援事業を行う。
(ステップⅠ)

地域の経済動向調査、需要動向調査

商品又は役務の需要動向、地域経済の動向調査、交通量、近隣住民等情報収集。事業所の経営状況分析。

(ステップⅡ)

支援にあたってのヒアリング、事業計画書の作成

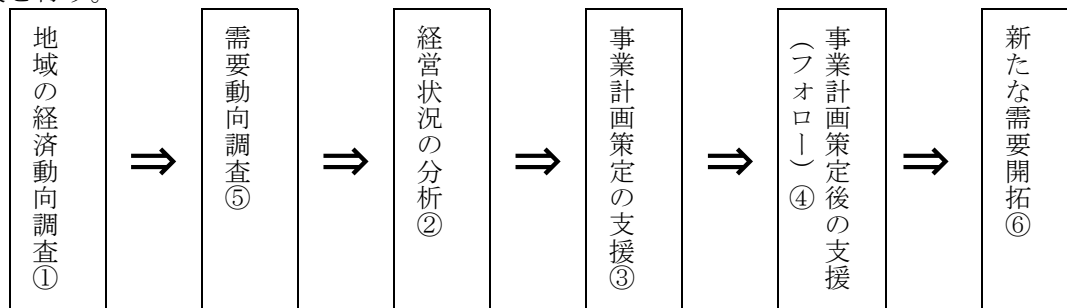
商工会議所、支援機関、専門家等と連携し、情報交換と支援体制の整備。事業計画書策定支援。

(ステップⅢ)

事業計画書に基づく実施支援、販路開拓支援

伴走型による進捗状況の確認と課題解決支援(専門家派遣含む)
異業種交流会、商談会、会報、HP発信、ネット販売支援等による需要開拓。

今後の経営発達支援計画の実施については、改正小規模事業者支援法に基づき、次のフローにより支援を行う。



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

2. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

《現状と課題》

小規模事業者は、人口減少や生活様式の変化などの我が国経済社会の構造変化による需要の減少に直面しており、古河市も例外ではない。このように経済変化の影響を特に受けやすい小規模事業者に対し、事業計画策定や創業を検討している方の事業計画作成の検討材料としていただくことを目的に、地域内小規模事業者の実態・動向・ニーズ・課題等の経済動向を収集・整理を行う。

現在、ホームページ、所報、各種会議等にて情報提供はしているものの、地域内小規模事業者に理解されておらず、販売戦略等に有効活用されていない。

《改善方法》

得た情報を活用しやすいよう、レポートにまとめ、古河商工会議所のホームページにて掲載することにより、小規模事業者が、地区内の経済動向の把握と経営上の課題を把握し、その解決のため経営指針・販売戦略・販路開拓・商品開発等の参考するために活用する。

また、地区内の経済動向と経営上の課題を把握し、小規模事業者からの経営分析等の相談事業において、その解決に役立つ事業に取り組むために活用をする。

《事業内容》

(1) 中小企業景況調査（日商）

(目的)

地域商工業者の景況並びに経済動向等に関する情報の収集および分析を行い、国・県等の施策並びに中小企業関係機関の相談の参考にするとともに、経営に必要な環境情報を提供することを目的に実施する。

(調査対象) 管内小規模事業者40社（建設業6社、製造業7社、卸売業8社、小売業7社、サービス業12社）

(調査方法) 職員が訪問面接し、聞き取りによって行う。

(調査期間) 年に4回、3か月毎。

(分析方法) 経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う。

(調査項目)

①今期の業況（前年同期比、前期比（直近3か月））

【建設業】

完成工事額、資金繰り、受注額、材料仕入単価、採算、従業員、外部人材
引合い、契約残、業況、受取手形期間、長期資金借入難度、
短期資金借入難度、借入金利

【製造業】

売上、売上単価、売上数量、資金繰り、輸出額、原材料仕入単価
原材料在庫数量、製品在庫数量、採算、従業員、外部人材、設備操業率
引合い、受注残、業況、受取手形期間、長期資金借入難度
短期資金借入難度、借入金利

【卸売業】

売上額、売上単価、資金繰り、商品仕入単価、商品仕入数量
商品在庫数量、採算、従業員、外部人材、引合い、業況、受取手形期間
長期資金借入難度、短期資金借入難度、借入金利

【小売業】

売上額、客単価、客数、資金繰り、商品仕入単価、商品仕入額
商品在庫数量、採算、従業員、外部人材、業況、長期資金借入難度
短期資金借入難度、借入金利

【サービス業】

売上額、客単価、利用客数、資金繰り、仕入単価、採算、従業員
外部人材、業況、長期資金借入難度、短期資金借入難度、借入金利

②来期の見通し（前年同期比、今期比） ※聞き取り内容は、①と同じ。

③今期設備投資をしたか？来期設備投資を計画しているか？

また、その投資内容について

④期直面している経営上の問題点

(2) 地域経済指標の活用

(目的)

地域経済分析システム（RESAS：リーサス）と茨城県、古河市、シンク
タンク等が発行している各種レポート（景気ウォッチャー調査、古河市の統計
データ、茨城県の経営動向調査、）を活用し、管内におけるそれぞれの産業に
おける強み、現状課題等（地域の経済循環、観光、人口、消費、自治体比較等）

を把握し、また、複数の地域を比較することができるため、特定の地域における問題点や特色を知るための手掛かりにもなり、これらのデータや情報をもとに経営指導員により地域の経済動向分析を行い、年1回、当所会報誌等を通じて情報提供する。

(調査項目)

人口動態、産業の強み、観光、消費動向、設備投資、資金繰り

(調査内容)

人口推計・推移、人口ピラミッド、転入転出、産業の構成、雇用・売上、卸・小売の状況、設備投資の実績・計画、資金繰り状況
人の流れや、インバウンド観光の動向

(分析手法)

RESAS（リーサス）を始め、茨城県、古河市、シンクタンク等が発行している各種レポートを活用し、地域の経済動向分析を行うが、当市には商工会が管轄するエリアも含まれているため、当所が管轄するエリアの動向についてリサーチする。

- ・人口マップ：年齢別の人口構成と推移、人口の自然増減、社会増減、将来人口推計等を分析
- ・地域経済循環マップ、生産分析：産業別の移輸出入の収支状況。ある産業の経済動向が、他産業の経済動向に及ぼす「影響度」や、地域全体の経済動向から受ける「感応度」など、何で稼いでいるかを分析
- ・まちづくりマップ、From- to分析（滞在人口）：どの地域から来る人が多く滞在しているかを平日・休日別、男女別、年代別など、人の動き等を分析
- ・産業構造マップ：産業の現状等を分析
- ・経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う
⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

《活用方法》

地区内の経済動向の把握と経営上の課題を把握し、その解決に役立つ事業に取り組むために調査し、収集した情報に関しては、データ化し、小規模事業者に対して最新の情報を迅速に提供できるようデータベースに整理し、分析した結果は、当所ホームページや会報等を活用し小規模事業者へ提供する。また、経営指導員が巡回指導を行う際の参考資料とする。

《目標》

| 調査内容 公表回数 | 現状 | H31年度 | H32年度 | H33年度 | H34年度 | H35年度 |
|-----------------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| (1)中小企業景況調査 (公表回数) | — | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| (2)地域経済指標 (公表回数) | — | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |

※(1)の調査については既に行っているが、分析は行っていない。

3. 経営状況の分析に関すること【指針①】

《現状と課題》

当所では市内の小規模事業者を対象に、経営上の問題点等について調査し業種別に集計をしている。しかし、単なるデータとして残すだけで、整理・分析がされておらず有効な情報として活用されていないことが課題である。

《改善方法》

小規模事業者に対する巡回・窓口相談等により「企業の概要」「顧客ニーズ」「業界動向」などについて調査して収集した情報や小規模事業者の財務状況や強み、弱み等の現状を基礎資料として整理・分析し、経営の方向性や新商品・新サービスの検討など、事業計画策定時の基礎的数値として活用し、経営課題解決への支援をすることで、小規模事業者の経営の持続的な成長と発展に繋げる。

《事業内容》

(目的)

小規模事業者が抱える経営課題を解決するため経営分析をし、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業の経営力の強化、持続的発展を図る。

(1) 経営分析を行う事業者の掘り起し

小規模事業者に経営分析の重要性を理解してもらうために、正確かつわかりやすい啓蒙用のチラシを作成し、広報誌の折込み、ホームページへの掲載、または、青色申告者を対象とする参加者15名程度の確定申告説明会において配布するほか、金融・税務相談・各種補助金の申請時に「経営状況の分析」を行うことにより、財務状況の問題点が把握できた事例や事業の方向性が明確になった事例などを具体的に提示し、その有用性を説明するなど、経営分析を行う小規模事業者を掘り起こす。

(2) 財務諸表を活用した分析とSWOT分析

自社の財務状況や問題点・弱点・改善点などの経営状態を、財務諸表（損益計算書・貸借対照表など）を基に分析し、把握することにより、事業の方向性を明確にする。

また、財務状況の分析を行った事業者に対し、財務数値の裏付けにもなるSWOT分析を行い、自社の強みや弱み等を把握し、事業計画の策定に結び付ける。

※上記の分析を行う際、多様化・複雑化している経営課題等の専門性の高い分野においては、専門的知識を有する中小企業診断士や各専門家と連携し、事業者が保有する技術やノウハウ、財務の内容等のさらに詳しい分析を行う。

(分析を行う項目)

□財務諸表を活用した経営分析

財務データ等により売上高利益率、損益分岐点、粗利益率、営業利益率（収益性）・労働生産性（生産性）・EBITDA有利子負債倍率（効率性）・営業運

転資本回転期間（健全性）・自己資本比率（安全性）等を読み解き、財務指標の推移の確認や業界平均値との比較等、基本的な診断を行う。

□SWOT分析

小規模事業者の持つ人材、設備、資金、技術、情報、拠点などの内部要因、また、小規模事業者を取り巻く経済状況、技術革新、規制、顧客や競合他社との関係などの外部環境に分類し、「強み」「弱み」「脅威」「機会」それぞれの要素を抽出し、経営上の課題にむけて経営指導を行う。

分析ツールとして、※1「経営自己診断システム」や※2「ローカルベンチマーク」、※3「財務診断サービス」、などを活用する。

※1「経営自己診断システム」（中小企業基盤整備機構のJ-Net21）

・財務データから収益性、効率性、生産性、安全性、成長性の項目を診断。

※2 ローカルベンチマーク

・経済産業省が策定した、企業の「健康診断」を行うツール、同業他社との比較によるスコアリングを行うことができる。

※3 日本政策金融公庫の「財務診断サービス」

・財務データにより、財務指標の推移の確認や、業界平均値との比較ができる。

《活用方法》

販路開拓、新商品・サービスの問題、財務や金融関係の課題など、巡回訪問や窓口相談等により収集した情報を個社ごとにカルテ化し、データベース化することにより所内で共有し、経営判断、課題克服など、今後の事業計画策定の基礎資料となるよう、伴走型支援に活用する。

《効果》

巡回等ヒアリングにより小規模事業者等の抱える経営課題等を把握し、各種調査・分析により、現状や問題点を認識することで新たな事業領域の絞り込みや経営の方向性が明確にできると共に伴走型支援による小規模事業者等とのコミュニケーションを通じて、事業計画策定等がスムーズな作成が可能となる。

《目標》

小規模事業者の経営状況の把握と現状分析を行うため、下記の数値を達成する。

| | 現状 | H31年度 | H32年度 | H33年度 | H34年度 | H35年度 |
|------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| (1) 経営分析件数 | 0件 | 30件 | 40件 | 40件 | 50件 | 50件 |

4. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

《現状と課題》

当所では小規模事業者持続化補助金の申請支援等における事業計画の策定支援が主であり、比較的長期な将来における自社のあるべき姿、目指すべき方向性を見据えた事業計画の策定支援は行っていない。

事業を成功へ導くためには、顧客が求めるニーズを見定めた需要動向を踏まえた事業計画を策定し、経営を実行させていくことが事業の持続的発展のために重要である。また、小規模事業者の大半は事業計画策定の必要性や重要性の認識が不足しているのが現状である。今後は小規模事業者に広く啓蒙し、理解してもらい、売上の拡大、販路開拓を目指した事業計画策定の支援を行うことが課題となっている。

《改善方法》

巡回・窓口相談時、広報紙やホームページ等による周知、セミナー等を通じて、事業計画策定の重要性を啓発し、事業計画策定を希望する小規模事業者の掘り起こしを行う。また、事業者の現状を正確に把握し、実現可能な事業計画づくりのサポートが出来るよう、当所経営指導員や専門相談員と連携した最善の支援策にて、小規模事業者の経営課題解決に向け伴走型の支援を行なう事で事業者の持続的な成長と発展を図る。

《事業内容》

(1) 事業計画策定支援

事業計画策定時には、地域の経済動向調査、経営状況の分析の結果、需要動向調査の成果で得た事業者に関する各種情報を踏まえ、事業者の経営状況に対応した事業計画を策定する。具体的には、経営分析を行った事業者のうち自ら事業計画書の策定を希望する意欲的な事業者、事業計画書について興味のある事業者等を対象に事業計画セミナーを開催し、事業計画の必要性と重要性、作成の手順や考え方などをテーマとし、計画をつくる上で重要な「目標やビジョン」を考えるための動機付けとなるようなセミナーを開催する。セミナー開催の周知は、巡回・窓口相談時、広報紙やホームページ等で行う。セミナー受講後には、経営指導員が巡回等により事業計画策定の進捗を確認すると共に、指導・助言を行い、実現可能な事業計画の策定支援を行う。

◎セミナー開催数：年1回

◎セミナー参加者数：20名程度

◎セミナー内容：「事業計画の必要性」「経営理念の確認」「将来ビジョン」
「現状分析」「事業計画の作成手順・考え方」

(2) 事業の革新・変更により計画策定が必要な事業者に対する支援

事業環境の変化などによって、事業計画の変更や革新が必要となった小規模事業者に対しては、環境変化の中に新しい事業機会を見つけたり、技術力や組織を革新したりすることによって今までにない新しい価値を提供することが必要であるため、計画策定のポイントなどをテーマとしたセミナーを開催する。セミナー開催の周知は巡回・窓口相談時、広報紙やホームページ等で行う。セミナー受講後は、計画策定が困難な事業者への指導・助言、必要があれば、専門家の派遣を依頼するなど総合的な支援を行い、事業者に寄り添って支援して行く。

◎セミナー開催数：年1回

◎セミナー参加者数：20名程度

◎セミナー内容：「経営計画の必要性と計画策定のポイント」

「新たなビジネスモデルの探し方」「資金計画の作成」

(3) 創業者に対する事業計画策定支援

創業者は日々難題に直面し、行動しながらも悩んでおり、広範囲な経営機能に対して支援が求められるため、対応にあたる経営指導員等は常に経営者の目線と課題をとらえ、電話相談、窓口相談の利用を促し、分かりやすく丁寧なアドバイスをする。

また、古河市を含む「古河創業支援ネットワーク」注①の支援機関との連携により、創業支援セミナーを開催し、創業希望者や創業間もない事業者へ経営ノウハウの習得を図り、創業計画の立て方や、創業支援の各種施策紹介を行うとともに、各々のニーズやステージに応じたサポートをワンストップで行い、円滑な創業を支援する。セミナー開催の周知は巡回・窓口相談時、広報紙やホームページ等で行う。

◎セミナー開催数：年1回

◎セミナー参加者数：15名程度

◎セミナー内容：「創業の心構え」「創業に必要なマーケティング戦略」

「資金繰りと収支計画」「人材育成について」

注①) 古河創業支援ネットワーク：古河市内で創業に挑戦する方や創業間もない企業や事業承継について課題を抱える企業を強力的にサポートするため、中小企業支援に取り組む11機関（日本政策金融公庫土浦支店、古河市、古河商工会議所、古河市商工会、関東信越税理士会古河支部、茨城県社会保険労務士会、茨城県行政書士会、茨城県中小企業家同友会、茨城県生活衛生営業指導センター、茨城県信用保証協会土浦支店、市内各金融機関）が連携して支援するネットワーク。

(4) 事業承継計画策定支援

事業承継では、巡回・窓口相談にて事業承継について検討している事業者の掘り起しを行い、事業承継のタイミングを迎えようとしている事業者に対し、早目の準備、計画的な取組みが必要であること理解してもらい、円滑な事業承継に向けた課題の整理、解決への対応、将来を見据えた事業承継計画策定を支援する。具体的には事業承継計画を作成する流れや作成時のポイントなど、事業承継を成功させるためのセミナーや個別相談会を開催し、経営者及び後継者等に参加を促す。セミナー開催の周知は巡回・窓口相談時、広報紙やホームページ等で行う。

また、セミナーや個別相談会の参加後は経営指導員等が経営者及び後継者等を交えた中で、指導・助言を行う。必要に応じて専門的な課題については、国の支援機関である、茨城県よろず支援拠点のコーディネーター等により指導・助言を依頼し、支援する。

◎セミナー開催数：年1回

◎セミナー参加者数：15名程度

◎セミナー内容：「事業承継計画策定のポイント」「経営環境分析」
「事業承継を成功させるアクションプラン」

※個別相談会に関してはセミナー終了後に開催する。

《目標》

| 支援内容 | 現状 | H31年度 | H32年度 | H33年度 | H34年度 | H35年度 |
|-----------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 事業計画策定数 | 0件 | 10件 | 15件 | 20件 | 20件 | 20件 |
| 経営革新計画作成数 | 3件 | 3件 | 4件 | 4件 | 5件 | 5件 |
| 創業計画策定数 | 0件 | 1件 | 1件 | 2件 | 3件 | 5件 |
| 事業承継計画策定数 | 0件 | 1件 | 2件 | 2件 | 4件 | 5件 |

5. 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》

小規模事業者への事業計画の策定後の支援としては、持続化補助金等の申請において策定した計画の見直しや進捗状況の確認等にとどまっているのが現状である。今後は、補助金等の申請にかかわらず策定した計画について、事業が進捗しているか等、きめ細かくフォローアップをしていく必要がある。

《改善方法》

経営指導員等の巡回訪問により進捗状況の確認と指導・助言を行なう。また国、県、市が行う支援策等の広報・案内により周知を図りフォローアップを実施する。茨城県よろず支援拠点のコーディネーター等とも連携し、事業計画を実行するための伴走型の指導・助言を行い、経営の発達支援により小規模事業者の売上・利益を確保し、事業の持続的発展を図る。また、小規模事業者の自助努力だけでは克服し得ないような問題に対しては、支援機関・行政機関などの関係者が地域ぐるみで総力を挙げて支援する。

《事業内容》

- (1) 事業計画策定後のフォローアップとして、経営指導員等が概ね四半期に一度の頻度で継続的、定期的に巡回訪問し、進捗状況の確認を行う。但し、事業計画の進捗状況等により、集中的に支援すべき事業者に対しては訪問回数の頻度を増やす。なお、訪問の際、国、県、市の行う支援施策の周知や必要に応じて活用を促し、計画実行に適切な指導・助言を行う。

また、高度・専門的な指導・助言が必要な場合には、茨城県よろず支援拠点のコーディネーター等とも連携し、事業計画を実行するための指導・助言を行う。

また、事業計画を実行するための金融支援として、新設された「小規模事業者経営発達支援融資制度」を積極的に活用するとともに融資要件となる計画実行に適切な指導・助言を行う。

- (2) 事業計画の変更や経営革新による計画策定後、事業を行う中で、様々な経営課題に直面することが予想される。そのため、経営指導員等が最初の1～2年間は毎月1回のフォロー及び電話やメールにより進捗状況等の確認を行って行く。尚、3年目以降は状況に応じて、電話及びメールでの確認は続けていくものの、巡回等によるフォローは、四半期ごとに実施する。ただし、事業者からの申出等により、適宜対応するものとする。その際、適切な指導・助言を行い、高度・専門的な課題がある場合には専門家の派遣により、事業計画の見直し、体質改善を行い、さらなる成長・発展を目指し計画を立てた企業への支援を行う。

- (3) 創業支援では創業後間もない時期において様々な課題(資金・人材・販売など)に直面することが予想される。同業者の状況、顧客の利用頻度など時間経過と共に変化し、時には経営不振に陥ったりすることもある。早期にその原因を見極め、「事業計画」の見直しなどの軌道修正を行い、事業が安定するまで手厚い支援が必要であることから、最初の1～2年間は毎月1回のフォロー及び電話やメールにより進捗状況等の確認を行って行く。尚、3年目以降は状況に応じて、電話及びメールでの確認は続けていくものの、巡回等によるフォローは、四半期ごと

に実施する。また、事業者からの申出等により、適宜対応するものとし、事業の進捗を注意深く見守り計画の実効性を高めて行く。また、必要に応じて専門家派遣事業の活用や茨城県事業引継ぎ支援センターと連携し、計画実行のための支援をする。

- (4) 事業承継においては、計画通り進まない場合が多く、創業者と同様に最初の1～2年間は毎月1回のフォロー及び電話やメールにより進捗状況等の確認を行って行く。そして、3年目以降は状況に応じて、電話及びメールでの確認は続けていくものの、巡回等によるフォローは、四半期ごとに実施する。また、事業者からの申出等により、適宜対応するものとし、承継計画の進捗を把握しながら、スムーズな承継が実施できるよう支援する。その際は、後継者が次期後継者として必要な実務能力、心構え等の習得に意欲的に取り組むよう促すと共に、指導・助言を行いサポートする。また、茨城県事業引継ぎ支援センターと連携し後継者のサポートや予期せぬ問題の発生等へも円滑に対処できる体制を構築し、承継計画の実行を支援する。

《目標》フォローアップ回数（延べ数）

| 支援内容 | 現状 | H31年度 | H32年度 | H33年度 | H34年度 | H35年度 |
|--|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 事業計画策定フォローアップ 対象事業者数 | — | 10社 | 15社 | 20社 | 20社 | 20社 |
| 事業計画策定フォローアップ 延数 | — | 40回 | 60回 | 80回 | 80回 | 80回 |
| 経営革新計画策定フォローアップ 対事業者 | — | 3件 | 4件 | 4件 | 5件 | 5件 |
| 経営革新計画策定フォローアップ 延数 | 3回 | 12回 | 16回 | 16回 | 20回 | 20回 |
| 経営革新計画策定フォローアップ 延数 (電話及びメールによる状況確認) | 3回 | 36回 | 48回 | 48回 | 60回 | 60回 |
| 創業計画策定フォローアップ 対象事業者 | — | 1件 | 1件 | 2件 | 3件 | 5件 |
| 創業計画策定フォローアップ 延数 | — | 12回 | 12回 | 24回 | 36回 | 60回 |
| 創業計画策定フォローアップ 延数 (電話及びメールによる状況確認) | — | 12回 | 12回 | 24回 | 36回 | 60回 |
| 事業承継計画策定フォローアップ 対象事業者 | — | 1件 | 2件 | 2件 | 4件 | 5件 |
| 事業承継計画策定フォローアップ 延数 | — | 12回 | 24回 | 24回 | 48回 | 60回 |
| 事業承継計画策定フォローアップ 延数 (電話及びメールによる状況確認) | — | 12回 | 24回 | 24回 | 48回 | 60回 |

※この表では、最初の1年間のフォローアップ頻度について記載する。

6. 需要動向調査に関すること【指針③】

《現状と課題》

これまで当商工会議所では、市場調査等の特別な情報収集や消費者ニーズなどの需要動向に関する調査を行っていなかったため、それらを踏まえた支援が十分に出来ていなかった。

経営者自身も、勘と経験による事業運営や日常の生産・販売活動等に追われており、情報収集活動にまで手を伸ばせていないように思われる。

消費動向が多様化しつつある今日において、今後、事業者においては需要動向調査の必要性を認識すると共に、その手法を理解・実施することが課題となる。

《改善方法》

多様化する需要に対応し、地域内イベントにて需要動向調査を行い、「新商品開発」「販路開拓」を目指す事業者を活用していく。

《事業内容》

- (1) ご当地グルメ「古河の七福カレーめん」について需要動向調査を実施し、新メニュー開発に活用する。

《目的》

当所が実施している「古河の七福カレーめん 注①」事業は、発足から10年が経過し、新鮮味や話題性が薄れてきている。そこで、事業加盟店において新たなカレーめんの開発を検討している事業所の中から4店を選び、当所を含む4団体共催の「古河よかんべまつり 注②」において来場者に対して試食及びアンケート調査を実施し、調査結果をフィードバックすることで新商品開発に資する。

注①) 食でのおもてなしをテーマとして始めた、味と香りの町おこし事業。管内飲食店20店が加盟している。地元で調合されたカレースライスと、7種類の具材を使用することを条件として、うどん、そばを始め、スパゲッティやラザニア等を使用した、各店オリジナルのカレーめんを提供している。

注②) 古河市・商工会議所・JA・観光協会の4団体が共催で開催する商工祭。11月上旬に2日間にわたり開催。来場者約8万人。出店者数約90件。

【サンプル数】

来場者100人

【調査手段・手法】

古河よかんべまつりの来場者に対し、開発中のカレーめんを試食後、経営指導員と出店者により、アンケート票へ記入してもらう。

【分析手段・手法】

調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員が分析を行う。

【調査項目】

性別・年代・居住地などの基本状況の他、①味 ②価格 ③ボリューム ④見た目 ⑤改善点等。調査項目の味や価格等に関しては、5段階評価（満足～不満足）を用いて行う。

※ボリューム・価格に関しては、実際に提供する商品のサンプルを試食とは別に用意して、それを参照してもらう。

【分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員が該当飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

- (2) 地域の農産物である「ほろにがうり」の加工品について需要動向調査を実施し、地域資源を活かした商品としての事業展開の検討に活用する。

《目的》

地域の特産品であるにがうりは古河市及び近隣地域では有名な農産物であるが、近年、苦味を抑えた爽やかな味が特徴の「ほろにがうり」という品種が新たに開発された。

そこで、お土産品や贈答品として販路拡大に繋げるために、管内加工菓子店3店において、ほろにがうりを使用した新たな加工菓子を開発し、まくらがマーケット古河出店者会 注③が主催する「古河の朝市」 注④において試食およびアンケート調査を実施する。

注③) 古河の名産品や新鮮な農産物を市内外の人々に広く PR するとともに、中心市街地の活性化を図ることを目的に地元企業の有志が創設。

注④) 午前7時から11時に開催され、鮮魚や青果の他、地元事業所も出店。年2回開催。来場者数約500人。出店者数 約15件。

【サンプル数】

来場者30人

【調査手段・手法】

朝市の来場者に対して、ほろにがうりを使用した加工菓子を試食後、アンケート票へ記入してもらう。

【分析手段・手法】

調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員が分析を行う。

【調査項目】

性別・年代・居住地などの基本状況の他、① 大きさや形状、味、色味 ② 購入したい価格（自家消費、贈答品）③利用したい販売チャンネル 等

【分析結果の活用】

古河市の特産品として、今後の販売拡大の見込と商品開発のポイントが明確となり、新商品開発や新たな販売チャンネル等の検討が図れる。この結果を活かし、該当加工菓子店に経営指導員が直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。創業者に対しても情報提供を行い、創業計画の指導に役立てる。

《目標》

| | 現状 | H31年度 | H32年度 | H33年度 | H34年度 | H35年度 |
|-------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| (1)調査対象事業者数 | — | 4社 | 4社 | 4社 | 4社 | 4社 |
| (2)調査対象事業者数 | — | 3社 | 3社 | 3社 | 3社 | 3社 |

7. 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》**

小規模事業者は新しい取り組みを提案することに慣れておらず、経験の無い小規模事業者にとっては未知の取組みである。販路を開拓する場合、相対者に自分の考えなど、提案事項をまとめ、伝えなければならない、スキルが求められている。また、何処を対象にアプローチするか、その対象にどう接触し、どう商談を進めるかなど、商談に臨むまでの準備は多い。

現在の販路開拓については、当所会館内及び当市庁舎内の専用ブースを利用し商品・製品の展示、又、既存のイベントやHP等通じ、新規客の増加、既存顧客の来店頻度の増加、製造業等については取引先や受注額の向上を目指し、支援を行っているのが現状である。

販路開拓は、経営を行う上で最も重要でかつ難しく、小規模事業者はその規模や人的資源の関係等により独自の販路開拓事業を行うことは困難である。

効果的な企業PRを行うには自社の特徴を掴み、より磨き上げることが必要・不可欠であり、顧客から選ばれる企業として個店レベルアップを図ることが課題となっている。

《改善方法》

販路開拓を実現するため、効率的、効果的な販路開拓支援に必要なノウハウ、ツール、情報の整備等についてアドバイスが必要である。

経営指導員や専門家が適切なアドバイスをし、様々な経営支援策により個店のレベルアップを図り、他地域で開催される展示会、商談会等、地域金融機関や行政・支援機関との緊密な連携により、地域における小規模事業者の保有する生産品・販売品・特産品・技術の販路開拓の機会拡大を促す。また、古河市と連携して、地域ブランド事業の推進とブランド商品の認知度の向上を図る。

《事業内容》

(目的)

地域の小規模事業者が、展示会や即売会等の機会を利用して特産品等の販路開拓や取引先の増加、商品の認知度を向上させるための出展を支援し、さらに関係機関の広報誌、マスコミやITを利用することにより全国的な販路開拓に繋がっていくことを目的とする。

(支援対象)

販路開拓は、経営を行う上で最も重要でかつ難しく、小規模事業者はその規模や人的資源の関係等により独自の販路開拓事業を行うことは困難であるが、持続的発展を目指し、販路開拓に取り組む事業者を対象とする。

(1) 商談会・展示会への参加支援

需要動向調査を実施した小規模事業者や新たな販路開拓・拡大を希望する事業者、また、当所の事業計画策定支援後に実施フォローを行う小売業やサービス業・製造業の事業者等を対象に、新たな取引先等の開拓として、行政や公的支援機関、金融機関等が主催する展示会・商談会の実施に関する情報提供を行い、出展を希望する小規模事業者への出展計画の立案、申請手続き等をサポートする。

「モノづくり企業」（製品・技術）などの事業者には、研究開発から事業化までの様々なステージで活用できる支援制度の紹介や大企業や中堅企業への販路開拓に関するマッチング支援、地域外へ向けた新技術や開発製品等のビジネスフェア出展への支援、また、出展に際して必要となる「技術提案書」の作成支援や展示ブースのレイアウト（見せ方）など、販路開拓のために出展を希望する企業の支援に努める。

出展後には、PDCA サイクルを活用した検証を行い、専門的な課題がある事業者には、専門家を派遣して課題解決に向けた支援を行う。また、バイヤーからの消費者の需要情報や、物産展来場の消費者からの意見を収集し、ターゲット市場を明確にする。

出展可能な展示会・商談会は下記の通りである。

【出展可能な商談会・展示会】

《めぶき「ものづくり企業フォーラム」技術商談会》

北関東最大規模のものづくり商談会。

大企業との事前予約制の技術商談会やパネル展示商談会を通して、販路開拓等につながる商談の機会をご提供するものです。

○出展者数（314社）

○入場者数（850社 2,000人）

《筑波銀行ビジネス交流商談会》

「食」「ものづくり」「海外」「観光・サービス」に関わる企業が多数参加し、バイヤーや商社、大手メーカー、旅行会社やホテル、旅館も参加。

○出展者数（230社）

○入場者数（2,600人）

《関東5県ビジネスマッチング商談会》

関東5県（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県）の支援機関によるものづくり広域商談会。製造業者のビジネスチャンスを創出。

○参加者数（800名）うち受注企業300名、受注企業500名

○発注企業数（128社）

○受注企業数（234社）

《機械要素技術展(M-Tech)》

機械要素（ねじ、ばね等）や、金属、樹脂に関する加工技術を一堂に集めた専門技術展。設計・開発、製造・生産技術部門を中心とした製造業ユーザーが多数来場し、出展企業と商談を行う。

○出展者数（2,318社）

○入場者数（87,285人）

（2）即売会出展に向けての販促セミナーの開催

「食品小売業」（商品・サービス）などの事業者には、駅周辺を会場に開催している、あきんど縁市、朝市（まくらがマーケット古河朝市）、また、公園内を会場に開催している古河よかんべまつり等の即売会への参加を促し、各事業所の知名度の向上や販路拡大を図られるよう、事前に出展に際しての心得・接客の仕方等について習得してもらうための出店集客・接客セミナーを開催する。また、出展期間中においても、陳列、接客などきめ細かな伴奏支援を行う。

【出展可能な即売会】

《あきんど縁市》

当所商業部会事業である「古河あきんどの会」が主管するまつり。

○年2回開催

○来場者数（約500人）

○出店者数（約15件）

《まくらがマーケット古河朝市》

まくらがマーケット古河出者会が主催するイベント。7時から11時に開催する。鮮魚や青果販売の他、地元事業所も出店。

○年2回開催。

○来場者数（約500人）

○出店者数（約14件）

《古河よかんべまつり》

11月上旬に2日間にわたり、古河市・商工会議所・JA・観光協会の4団体が共催し開催する商工祭。

○来場者（約8万人）

○出店者数（約90件）

(3) 新商品・サービス等の販路開拓支援

地域資源（農産物、歴史、文化等）を活用した、地域プライベートブランド商品の開発、地域内企業等と連携した販売ネットワークの構築を図る。

「商業・サービス業」においては、商品コンセプトの明確化や、より消費者を引き付ける商品や心に届く・響く商品、訴求力を高められるよう支援し、販路の拡大に向けて最も適合する販売チャネルの検討やアプローチ方法などをアドバイスし、産地ならではの付加価値の高いものを積極的に支援する。

「製造業」においては、企画立案、製品化に関する技術支援等に関しては、専門家の助言等を得られるよう設定する。商品開発・生産する上での技術上の課題の克服や、生産の委託先を発掘するなど、ものづくりをする上で必要な支援を行う他、ネーミング、パッケージなど製品化及び商標登録などについてアドバイスをする。

上記の支援やアドバイスにより完成に近づきつつある商品・製品やサービス等について、テストマーケティング等の手法を使い、実際に販売や展開を始める前に、限られた地域（上記(2)記載した、縁市や朝市、古河よかんべまつり等の即売会）において試験的に販売し、課題を洗い出してから本格販売を行うことを促し、ユーザーの求める商品やニーズ、方向性、自社の商品・製品等が売れるターゲット層をテストによって確認してもらおう。その結果、商品・製品の改良等が必要となれば、専門家に指導・助言をしてもらいブラッシュアップを図る。

また、古河市は独創性・安心・安全・高品質・継続的に販売できる商品を「古河ブランド」として認証しているため、認定基準を満たした新商品や製品を認定品として推奨する。尚、ブランド認定品として認定されれば、商品カタログを作成して市内外に配布するほか、当所ホームページ、所報で紹介し、古河ブランド認証製品の知名度アップを図る。

(4) IT活用による販路開拓支援

全国の商工会議所・商工会が運営するビジネス情報サイトである「ザ・ビジネスモール」を活用した、ビジネスマッチング、販路拡大、取引拡大、商談機会を支援し、全国への販路拡大の一助としてもらうため、経営分析支援で明確にした独自の強みを精査し登録支援を行い、企業の情報発信や企業間取引の拡大を図る。また、登録済の事業所には既に対応しているが、当所ホームページにバナーを貼り付け、事業者が簡単に検索・閲覧等ができ、マッチングの機会創出が図れるよう利便性を図るとともにIT操作を苦手とする小規模事業者に対しては、経営指導員等が情報登録や検索などの操作を説明し、成約につながるよう個別に支援を行う。

(5) IT活用を促すセミナーの開催

優れた商品や製品を持ち、インターネットを通じて販路を拡大したいと考えながらも、ITスキルや人材の不足などから新たな販路開拓に取り組めない事業者に対して、巡回や窓口相談時、広報紙やホームページ等による周知により、ホームページ上での商品・サービスのPR手法やインターネットを介した流通・決済の手法について、また、FacebookやLine、twitterをはじめとしたSNSの活用による集客・販売・開拓など、ITを活用した販路開拓セミナーを開催する。IT導入後は、取組み状況を確認把握し、IT導入後から半年間（月1～2回）は巡回や電話・電子メール等にて、個別の課題、より有効に活用できることはないのか等、常に状況を把握し、適切な助言を発信し続け、半年後以降も四半期に1回は巡回や電話・電子メール等による状況確認し、必要があれば、専門家等の活用により、成約につながるよう個別に支援を行う。

《効果》

展示会や関係機関の広報誌、IT等、あらゆる機会を利用し、自社の商品・製品をPRすることにより、販路開拓や取引先の増加、商品の認知度を向上させ、さらに全国的な販路開拓に繋がっていくことが期待できる。

尚、出展者に対して、成果の確認をするとともに、今後のマーケティング、効果的なフォローアップのためにアンケートを実施する。

(目標数値)

| 支援内容 | 現状 | H31年度 | H32年度 | H33年度 | H34年度 | H35年度 |
|--|----------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| (1)商談会・展示会出展数 | — | 5件 | 7件 | 10件 | 10件 | 10件 |
| 商談会・展示会商談成立件数 | — | 3件 | 4件 | 5件 | 6件 | 7件 |
| (2)即売会出展者数 (売上増加合%／社) | 50社 — | 70社 10% | 80社 10% | 80社 10% | 90社 10% | 90社 10% |
| 販促セミナー開催回数 | — | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 販促セミナー参加者数 | — | 20名 | 30名 | 35名 | 35名 | 40名 |
| (3)新商品等販路開拓支援企業数 (売上増加割合%／社) | — — | 3件 8% | 5件 8% | 7件 8% | 9件 8% | 10件 8% |
| テストマーケティング活用件数 | — | 3件 | 5件 | 7件 | 9件 | 10件 |
| 古河ブランド認証製の紹介 | 5件 | 6件 | 7件 | 8件 | 9件 | 10件 |
| (4) I T活用による販路開拓支援 ザ・ビジネスモール登録 数 | 4件 | 10件 | 10件 | 10件 | 10件 | 10件 |
| ザ・ビジネスモール受注件数 | — | 2件 | 3件 | 4件 | 4件 | 4件 |
| (5)ITを活用した販路開拓セミナー | — | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 販路開拓セミナー参加者数 | — | 15名 | 15名 | 20名 | 20名 | 20名 |
| IT活用取組み事業者数 (成約件数／社) | | 8社 (1件) | 8社 (1件) | 10社 (2件) | 10社 (2件) | 10社 (2件) |

II. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

《現状と課題》

古河市は、少子高齢化の影響による人口減少が進んでおり、特に小規模事業者の売上低下や後継者不足（商店街においても後継ぎ問題が生じている）といった課題により経済活動への影響が懸念されている。そういった中、古河市の特徴を活かし、市街地の魅力向上やまちなかの賑わいづくりに取組みが必要である。

地域経済の活性化に資する事業を推進するため、古河市は「古河市まち・ひと・しごと創生本部」を設置し、地方創生を実現するため、古河市における人口の現状

を分析し、将来展望を示す「人口ビジョン」と、それを基に、今後5カ年の目標や施策の基本的方向性を示す「古河市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。それらの基本方針を基に、個性と魅力あふれる地域づくりを推進する。更に、地域資源や経営資源を活用し、新たな地域ブランドの創出や販売支援、観光振興、地域イメージアップなどを図る。

また、日野自動車古河工場の進出により、関連企業進出、従業員移住、新規雇用創出などが見込まれるので、古河市や地元事業所などと連携して全面的に協力していく。ものづくり製造業の支援としては、古河地区工業連絡会等と連携し、「連携・協創・挑戦」を活動のキーワードに、地域・組織の垣根を越えて企業の「ものづくりや経営基盤強化」事業を支援し経済活性化を図る。

《改善方法》

古河市を中心とする関係機関との連携による活性化事業を取組む上で、それぞれの課題等について共有化が図られるよう、各支援機関との「連絡会議」等を開催し情報交換を行う。

《事業内容》

(1) 古河市・観光協会等との連携による「食」を通じたまちづくり事業

古河市観光協会が主催し、古河市を始め、古河市観光ボランティアガイド協会や古河市出店協会が事業を円滑に進める役割を担い、地域活性化事業である「古河七福神めぐり」（七福神をまつる神社・お寺等をめぐるイベント）を開催。古河市民の愛着の付帯と向上、交流人口の増加を目的として年に1回（1月）実施している。会議所が推進する『味と香りの街おこし事業、古河の七福カレーめん』で参加者をもてなしている。

(2) 古河市・JA茨城むつみ・観光協会との連携による「地域産業」の活性化事業

市内の公園内を利用し、古河市で生産された農産物、商工業者による商品の展示・即売により事業者・生産者が主体的に自らの産業の魅力を伝えることにより、知名度の向上や販路拡大、事業連携・交流などの創造を図ることで、事業活動の活性化及びイノベーションを促進し、地域産業の活性化を図るため、産業祭「古河よかんべまつり」を年1回（11月）実施している。古河市、JA茨城むつみ、観光協会等の関係者が参画する実行委員会を年6回開催し、商工会議所は、実行委員会の事務局、また、地場産業の活性化に向けて中心的な役割を担っている。

(3) 古河市と民間まちづくり会社との連携による「にぎわい」の創造と創出事業

来街者の回遊軸の拠点施設として江戸時代から古河城下で営んでいた商家の建造物（旧古河城の文庫蔵や乾蔵などの国の登録有形文化財に指定されている蔵）を、伝統的技法を用いて修復した市所有の店蔵「お休み処坂長」や公共建築物（旧炭問屋の見世蔵「富岡蔵」、大谷石の蔵「酒井蔵」）、民間まちづくり会社が管理運営する旧塩問屋「みらい蔵」（地産地食による食のコミュニティ施設）など、まちなかの「にぎわい」創出、市民の憩いの場として、蔵を活かしたまちづくりが進められており、本地区の有力な地域資源である蔵の徹底活用を促進して中心市街地活性化や観光振興を推進している。

(4) 古河ブランド推進事業（古河市ブランド推進戦略会議）

古河市が主体となり、商工、観光、農業関係者等の中から委嘱された団体の代表者が構成員となっている。

古河市の産品の中で特に優れたものを「古河ブランド」として認証し、全国に向けてPRすることで、知名度をより高めその消費拡大を図るとともに、古河市のイメージを向上させ、古河市への誘客の促進と地域経済の活性化を図る。

(5) 人材確保及び雇用促進事業（古河市合同企業説明会）

古河市の地域産業の担い手である地元企業に対する人材を確保への支援に加え、若年層の市外流出防止及びから雇用促進を図るため、企業説明会を年1回（4月）開催している。古河市、ハローワーク古河、古河青年会議所、古河市工業会、古河商工会議所、古河市商工会などの関係者が参画する実行委員会を年5回開催する。

《効果》

各種イベントなど実施により、賑わいの創出や、観光客の来街促進が図られる。また、魅力のある店舗や商品づくりが図られ、イメージアップにも繋がり、地域商店街の活性化が可能となってくる。

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支援等の情報交換に関すること

《現状と課題》

他の支援機関との連携事業においては、年に2回程の打合せ会議を開催している。会議では、古河市内及び近隣地域の現状、小規模事業者が抱えている諸問題について情報交換を行い情報の共有化を図り、経営支援を行っているが、内外の事業環

境の変化により高度化、複雑化しているため十分な対応ができない場合がある。今後は的確なアドバイス、きめ細やかな対応等が行えるよう、支援体制の整備を図ることが必要である。

《改善方法》

小規模事業者が抱える売上・販路拡大等の様々な経営課題に対して総合的・先進的なアドバイス、きめ細やかな対応を行うため、地域の支援機関等と緊密に連携すると共に、新たな支援機関の見地から助言をいただく。

《事業内容》

(1) 「古河地区工業連絡会」への参加

茨城県県西地区2市2町の10団体（古河市工業会、茨城県経営者協会古河・坂東地区支部、常陽銀行、関東信越税理士会古河支部、古河商工会議所、古河市商工会、境町商工会、五霞町商工会、坂東市商工会）で構成する古河地区工業連絡会において、独創性、競争力のある「ものづくり企業」の育成のため、各地域の小規模事業者の現況、経営課題、支援状況、支援課題等の情報を共有し、連携して小規模事業者の経営発達に資する支援を推進する。

【主な会議・事業】

- ものづくり・経営基盤強化ワーキンググループ委員会（各年2回）
- 連絡会議（年2回）
- 販路開拓セミナー（年2回）
- 企業に従事する社員向け訓練講座、研修会（年2回）

(2) 「古河創業支援ネットワーク」委員会への参加

古河市内で創業に挑戦する方や創業間もない企業、また事業承継で悩んでいる事業者についても強力にサポートするため、支援機関11団体（日本政策金融公庫土浦支店、古河市、古河商工会議所、古河市商工会、関東信越税理士会古河支部、茨城県社会保険労務士会、茨城県行政書士会、茨城県中小企業家同友会、茨城県生活衛生営業指導センター、茨城県信用保証協会土浦支店、市内各金融機関）で構成する古河創業支援ネットワークにおいて、各機関が持つ情報、ノウハウを共有し、連携して支援する。

【主な会議・事業】

- 委員会（年1回）
- 創業セミナー（年2回）

(3) 事業承継支援ネットワーク連絡会への出席

茨城県、金融機関、士業団体、商工会議所等の支援機関が連携し「茨城県事業承継支援ネットワーク連絡会」に出席し、事業承継に関する情報交換、課題共有や研修会等を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

当会では、経営発達支援事業を通じて、高齢化等が進んでいる経営者に対する事業承継を円滑に進めるための、事業計画策定支援ノウハウの向上のため連絡会へ出席する。

【主な会議・事業】

- 連絡会議（年4回）
- 支援者向け研修会（年2回）

(4) 「古河市経営革新計画承認企業連絡会」異業種連携による新事業チャレンジ事業者に対する支援への取組み

古河市近隣3商工団体（古河商工会議所、古河市商工会、五霞町商工会）、税理士との連携により、経営革新計画承認企業を対象とし、新事業にチャレンジする事業者への支援、また、経営革新計画作成後の課題解決を目的とした古河市経営革新計画承認企業連絡会において、支援ノウハウや現状、課題解決のためのフォローアップ事業等について情報交換を行い、連携して支援する。

【主な会議・事業】

- 勉強会、事例発表会（年2回）

《効果》

各支援機関との連携により、様々な経営課題に対して最適な手法で支援が出来るようになり、小規模事業者等に提供する支援内容をより高めることが可能となる。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

《現状と課題》

従来の経営指導に必要な税務指導等の研修や、指導員や担当職員は各研修会等には参加しているが、この経営発達支援計画で成果を上げるためには、担当者以外の職員にも支援能力の向上を図る機会が必要である。

また、研修会等へ参加した職員が報告する機会はあるものの、限られた時間内であるため、担当者以外への支援ノウハウの共有と支援能力の向上を図るためには、不十分である。

《改善方法》

指導員や各担当者は各研修会へ積極的に参加し、支援能力の向上を図るとともに、指導員や各担当以外との支援能力の向上と支援ノウハウを共有するため各研修会へ参加した職員による報告会を開催する。また、専門家による職員の支援能力の向上のための研修会を開催する。

《事業内容》

(1) 外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業大学校の研修、茨城県商工会議所連合会の主催する研修や日本商工会議所・茨城県等が主催する各種研修会への参加と当所で主催する中小企業・小規模事業者向けのセミナーへ積極的に参加する。

当会では、これまで円滑な事業承継に向けての取り組みを行っておらず、それらに関するノウハウが経営指導員等には不足しているため、補うために「事業承継セミナー」への参加、及び、一般職員においては、経営支援の基礎となるセミナーへの参加を優先的に実施する。

(2) 職員間の定期報告会と研修会の開催

経営支援実績（融資・経営相談の事例）でのノウハウや受講した研修で得た情報について、定期的な報告会（月に2回、年24回）を実施し、職員の支援能力の向上を図る。また、当地域の現状を把握している専門家等による、全職員向けの研修会を開催し、担当以外の職員も参加することで、職員全体の経営支援能力の向上を図る。

(3) データベース化

全職員での支援ノウハウの共有化を図るため、経営支援についてはTOAS（商工会議所トータルOAシステム）を使って指導カルテを作成することで、全職員が閲覧できる環境を整え、今後の経営支援に活用する。また、研修を受講した資料をその都度回覧し、その後も全職員が常時閲覧できるようファイリング管理する。

《目標》

経営発達支援計画の実効を上げるために「経営革新事業」や「補助金申請事業」、「経営発達支援事業」等で専門家派遣の際には、経営指導員等が必ず同席をし、専門家の指導内容について専門家からフィードバックを受ける。最終的には1人で「経営革新計画」や「補助金申請事業」の説明から計画作成、申請の支援までできるようにする。

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

《現状と課題》

個別の事業の実施状況については、その都度、正副会頭会議や常議員会、当所の広報誌（所報アクティヴ）等にて行っているが、成果についての評価・検証は、事業の一部が監査会で行われているのみである。

《改善方法》

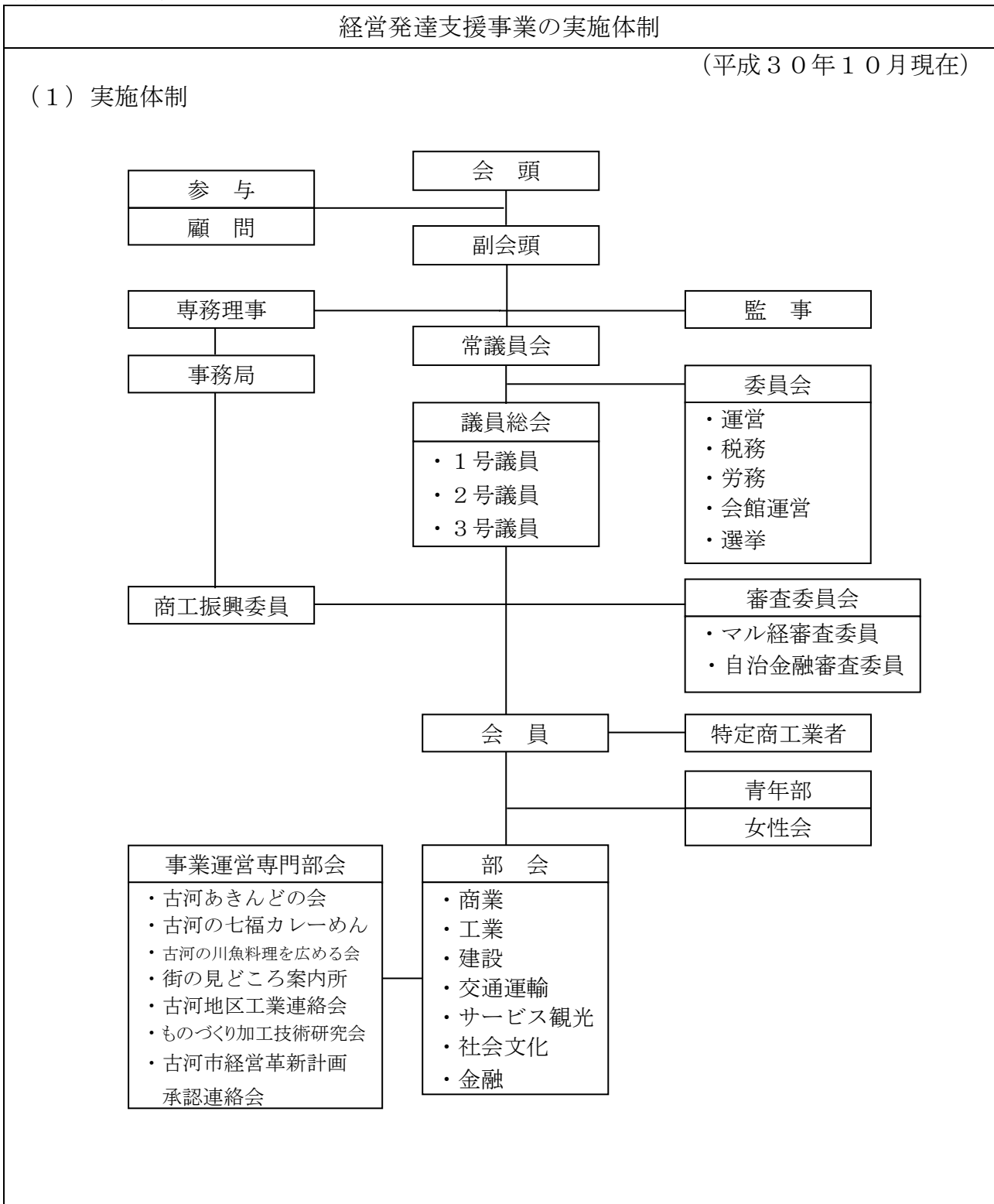
外部有識者による、事業を検証する体制を組織し、毎年度に事業の実施状況成果の評価・見直し案の提示等の検証を行い、事業の成果・評価・見直しの結果について公表する。

《事業内容》

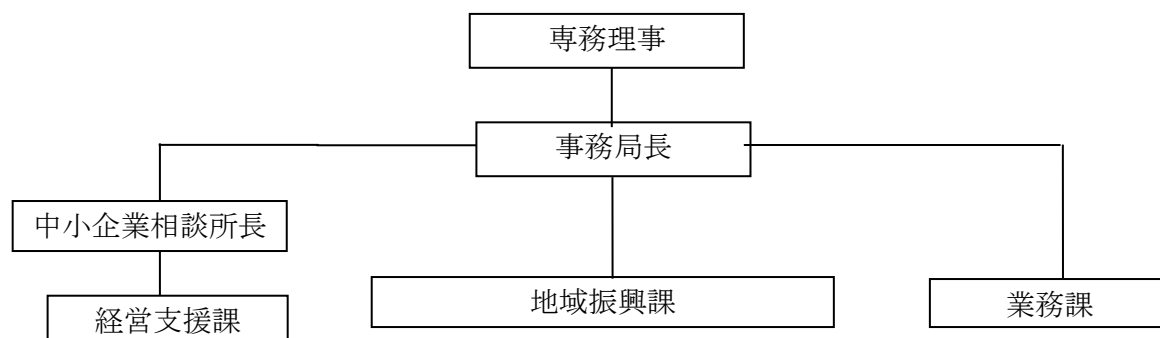
- (1) 古河市商工政策課、中小企業診断士、学識経験者の外部有識者により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示等の検証を行う。
- (2) 正副会頭会議において、評価・見直しの方針を決定する。
- (3) 事業の成果・評価・見直しの結果については、正副会頭会議へ報告し、承認を受ける。その結果を受け、当所事業の見直しは、所内ミーティングにより具体的な対応を取り、PDCAサイクルを回すことで、より一層の実効性向上を図る。
- (4) 事業の成果・評価・見直しの結果を当所のホームページ (<http://www.kogacci.or.jp>) で計画期間中公表し、地域の小規模事業者が常に関連可能な状態にする。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



※経営発達支援事業を実施するための事務局体制としては、中小企業相談所（経営支援課）の職員（7名）が中心となり実施する。なお、各事業の必要に応じて全職員で対応する。



- ・ 事務局長 1名
- ・ 業務課 4名（うち兼務2名）
- ・ 地域振興課 5名（うち兼務5名）
- ・ 経営支援課（中小企業相談所） 7名（うち兼務5名） 実数11名

| 区分 | 専任職員 | 経営指導員 | 補助員 | 記帳専任職員 | 記帳指導職員 | 合計 |
|----|------|-------|-----|--------|--------|-----|
| 男 | 2名 | 3名 | 1名 | 0名 | 0名 | 6名 |
| 女 | 2名 | 0名 | 1名 | 1名 | 1名 | 5名 |
| 合計 | 4名 | 3名 | 2名 | 1名 | 1名 | 11名 |

(2) 連絡先

〒306-0041 茨城県古河市鴻巣1189-4

電話：0280-48-6000

FAX：0280-48-6006

H P：http://www.kogacci.or.jp/

e-mail：info@kogacci.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)

| | 平成31年度 (H31年4月以降) | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 | 平成35年度 |
|---------|----------------------|--------|--------|--------|--------|
| 必要な資金の額 | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 |
| 中小企業相談所 | 50,000 | 50,000 | 50,000 | 50,000 | 50,000 |
| 商工振興費 | 10,000 | 10,000 | 10,000 | 10,000 | 10,000 |

(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、国補助金、県補助金、市補助金、委託費 |

(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 | |
|---|--|
| 連携する事業：創業支援・事業承継事業 古河市内で創業に挑戦する方や創業間もない企業、また事業承継で悩んでいる事業者についても強力にサポートするため、中小企業支援に取り組む11機関（日本政策金融公庫土浦支店、古河市、古河市商工会、関東信越税理士会古河支部、茨城県社会保険労務士会、茨城県行政書士会、茨城県中小企業家同友会、茨城県生活衛生営業指導センター、茨城県信用保証協会、市内各金融機関、古河商工会議所）が連携して支援する。 | |
| 連携者及びその役割 | |
| 機関名・代表者名・所在地・連絡先 | 連携事項 |
| ①日本政策金融公庫土浦支店 国民生活事業 支店長 兵藤 匡俊 土浦市中央 1-1-26 日本生命土浦ビル 電話：029-822-4141 | 小企業金融を担う政府金融機関です。創業者の方の資金調達をお手伝いします。 |
| ②古河市 産業部 商工政策課 市長 針谷 力 古河市長谷町38番18号 電話：0280-22-5111 | 中小企業金融や中心市街地の活性化などに関する施策を通じ、商工業の振興を図ります。 |
| ③古河市商工会 会長 石川 康夫 古河市下大野2209-9 電話：0280-92-4500 | 創業前の準備から創業後のフォローまで経営者を幅広くサポートします。 「いばらきエキスパートバンク」などを活用し、経営課題に関するご相談にお応えします。 |

| 機関名・代表者名・所在地・連絡先 | 連携事項 |
|--|--|
| ④関東信越税理士会 古河支部 支部長 熊木 利彰 古河市大手町12-30 電話：0280-22-4862 | 税金・申告・財務等に関するご相談にお応えします。 |
| ⑤茨城県社会保険労務士会 会長 磯 充 水戸市河和田1丁目2470-2 電話：029-350-4864 | 人事・労務管理の専門家として労働・社会保険に関する諸問題について適切に対応します。 |
| ⑥茨城県行政書士会 会長 國井 豊 水戸市笠原町978-25 開発公社ビル5F 電話：029-305-3731 | 許認可の取得や会社設立等に関するご相談にお応えします。 |
| ⑦茨城県中小企業家同友会 代表理事 高谷 豊 代表理事 斉藤 哲生 代表理事 増山 英和 水戸市千波町1918 茨城県総合福祉会館3F 電話：029-243-8230 | 全国で約4万名からなる中小企業経営者の団体です。中小企業経営者が自主的に参加・運営する学びの場・成長の場です。 |
| ⑧茨城県生活衛生営業指導センター 理事長 二川 哲男 水戸市三の丸1-5-38 県三の丸庁舎3F 電話：029-225-6603 | 生活衛生関係営業者の方に対して、経営に関するご相談にお応えします。 |
| ⑨茨城県信用保証協会 会長 横山 仁一 水戸市桜川二丁目2番35号 電話：029-826-7811 | 公的な保証人として、中小企業のみなさまの成長と発展を応援します |
| ⑩古河市内金融機関（古河市内各店8行） 古河市金融団幹事行 茨城県信用組合古河支店 支店長 小坏宏一 古河市東4-19-36 電話：0280-32-7411 | 事業資金の調達について、ご相談にお応えします。 |
| ⑪古河商工会議所 会頭 蓮見 公男 古河市鴻巣1189-4 電話：0280-48-6000 | 創業前の準備から創業後のフォローまで経営者を幅広くサポートします。 「いばらきエキスパートバンク」などを活用し、経営課題に関するご相談にお応えします。 |

連携体制図等

【創業支援・事業承継事業】

古河創業支援ネットワーク

