

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	下妻市商工会（法人番号 7050005004349） 下妻市（地方公共団体コード 082104）
実施期間	令和３年４月１日～令和８年３月３１日
目標	経営発達支援事業の目標 （１）小規模事業者の事業継続を目的とした経営力強化と持続的発展 （２）創業・事業承継支援による創業者創出及び地域小規模事業者廃業率の低下 （３）多角的なアプローチによる国内外での販路の拡大と創出 （４）賑わいのある地域づくりによる産業観光の推進と交流人口の増加
事業内容	経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること 「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向を分析。小規模事業者に対して的確な支援を行うため、専門的な分析、地域の経済・消費動向等の情報収集・分析、成果の提供を行う。 3-2. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が提供する商品・サービスの需要動向を「商品開発や改良」、「新たな販路開拓」等に活かせるよう情報収集・分析し、調査結果の提供を行う。 4. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者が個々に抱える経営課題をSWOT分析や財務分析などにより自社の強みを把握・整理するための経営分析支援を行う。 5. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業者や経営力の向上を図りたい事業者等が様々な課題に対し、主体的・計画的に取り組めるように、事業計画策定支援を実施する。 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 策定した事業計画の進捗状況に応じ、今後の対応方策を検討のうえ、計画的なフォローアップを実施し、計画の実現性を高めるための伴走型支援を行う。 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、地域内外で開催する展示会等出展に関する事前支援・事後フォローを通して、効果的な需要開拓支援を行う。
連絡先	下妻市商工会 経営支援課 〒304-0056 茨城県下妻市長塚 74-1 TEL：0296-43-3412 FAX：0296-43-3168 e-mail：info@shimotsuma.or.jp 下妻市経済部商工観光課 〒304-8501 茨城県下妻市本城町 2-22 TEL：0296-43-2111 FAX：0296-44-6004 e-mail：syouko@city.shimotsuma.lg.jp

(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現状

【立地】

下妻市は、茨城県南西部、東京から約60km圏に位置し、北は筑西市、南は常総市、東はつくば市、西は結城郡八千代町にそれぞれ接しており、緑と水に恵まれた田園都市である。総面積は80.88平方キロメートルで、正方形に近い矩形をしている。その大半は、比較的肥沃な土地で形成され、中央に砂沼、東に小貝川、西に鬼怒川と水資源も豊かである。

夏の平均気温は24℃、冬の平均気温は4℃で、降水量は夏平均175mm内外、冬平均40mm内外となっており、海から50km以上離れているため、やや内陸型の性格の強い温暖な気候である。

本市は、昭和29(1954)年、旧下妻町・大宝村・騰波ノ江村が下妻町となり、直後に上妻村・総上村・豊加美村・高道祖村の3郡広域合併が続き、6月1日に下妻市として市制施行した。その後、平成18(2006)年1月1日に千代川村と合併し、旧下妻市を母体とする約4万6千人の人口を有するまちとして、現在の「下妻市」が誕生した。



【交通】

下妻市を取り巻く交通状況は、筑西市（下館駅）から取手市（取手駅）までを結ぶ関東鉄道常総線が市内を南北に縦断し、接続する JR 水戸線・JR 常磐線・つくばエクスプレス (TX) で、それぞれ都市部へとつながっている。特に、平成17(2005)年のつくばエクスプレス開業に合わせて常総線で快速列車の運行が開始され、都内への通勤・通学も可能となった。

高速道路網としては、常磐自動車道や北関東自動車道のほか、平成29(2017)年に茨城県内で全面開通した首都圏中央連絡自動車道（以下、「圏央道」）が近接しており、国道294号の4車線化も相まって、関東圏へのアクセス性が向上している。また、近年は、県西地域の鉄道と道路の広域交通ネットワークが充実してきており、将来的な地下鉄8号線構想など、首都圏の一翼を担う地域として期待されている。

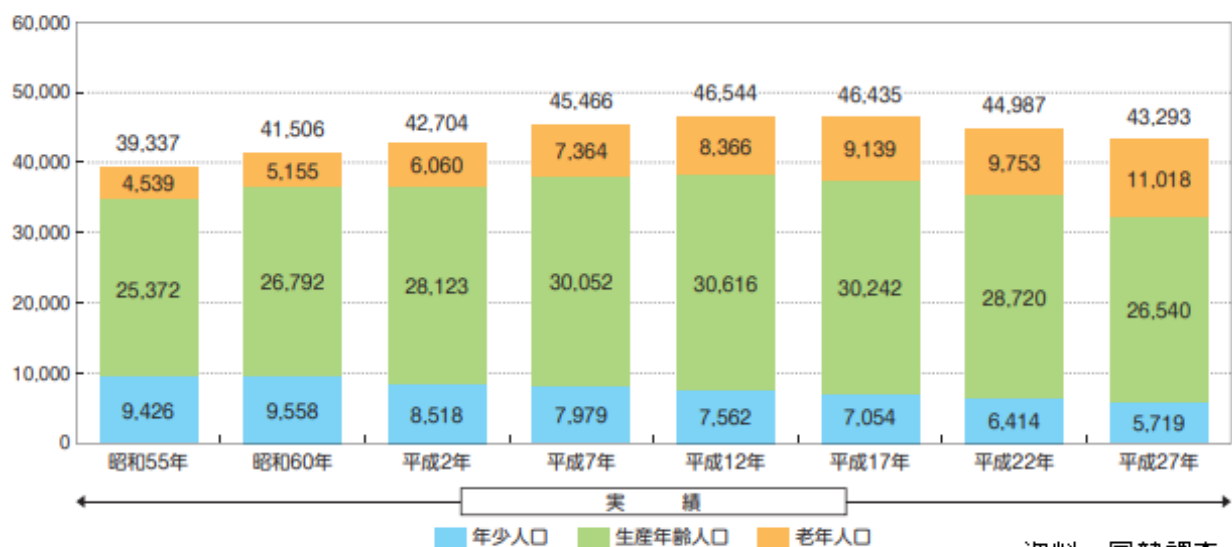


【人口動態】

下妻市の総人口は、合併直前の平成 17（2005）年には 46,435 人（旧下妻市 36,895 人、旧千代川村 9,540 人）となっており、「下妻市」としては同年から減少傾向にある。併せて少子高齢化が進んでおり、年齢における区分別人口の割合は、昭和 55（1980）年の年少人口（15 歳未満）24.0%に対し、平成 27（2015）年には 13.2%に減少、生産年齢人口（15～64 歳）も 64.5%から 61.3%へと減少する一方で、老年人口（65 歳以上）は 11.5%から 25.4%へと増加している。

平成 28 年度以降についても、同様に年少人口と生産年齢人口が減少し、老年人口が増加しており、今後も少子高齢化が進み、総人口の減少が懸念される。

総人口と区分別人口の推移（人）



（単位：人）

年	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年	令和元年	令和 2 年
年少人口 (15 歳未満人口)	5,561	5,467	5,289	5,134	4,998
生産年齢人口 (15～64 歳人口)	26,106	25,688	25,261	24,892	24,578
老年人口 (65 歳以上人口)	11,313	11,534	11,743	11,922	12,057
計	42,996	42,705	42,309	41,964	41,649

資料：茨城県の年齢別人口（茨城県常住人口調査結果）10 月 1 日現在

※総人口には年齢不詳を含む。

※令和 2 年については、7 月 1 日現在

【業種別商工業者数及び小規模事業者数の推移】

下妻市の業種別商工業者の推移をみると、教育関連のニーズや高齢者に対する介護需要の増加に伴い、学習塾や介護関連の事業者など一部の業種は増加している。

しかし、市内全体で、創業する事業者はあるものの廃業する事業者が多く、ほとんどの業種において商工業者数は減少している。特に、減少数は、「卸売、小売業」が 29 者と最も多く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」が 16 者となっている。

小規模事業者数は、平成 28 年では商工業者全体で 77.9%を占めている。平成 26 年と平成 28 年を比較すると 81 者（▲5%）の減少であり、「卸売、小売業」については、23 者（▲6.2%）の減少、「宿泊業、飲食サービス業」が 13 者（▲6.4%）の減少となっている。背景には、事業者の高齢化や後継者不足による廃業等が見られ、今後もこの傾向は人口減少に伴い更に拡大していくと思われる。

＜下妻市の業種別商工業者数及び小規模事業者数の推移＞

業種区分	商工業者数			小規模事業者数		
	平成 26 年	平成 28 年	増減数	平成 26 年	平成 28 年	増減数
建設業	330	317	▲13	323	310	▲13
製造業	291	283	▲8	234	225	▲9
情報通信業	4	4	—	4	3	▲1
運輸業・郵便業	83	84	1	29	26	▲3
卸売、小売業	572	543	▲29	371	348	▲23
金融、保険業	12	12	—	9	10	1
不動産業、物品賃貸業	128	118	▲10	115	105	▲10
学術研究、専門・技術サービス業	22	22	—	17	18	1
宿泊業、飲食サービス業	218	202	▲16	204	191	▲13
生活関連サービス業、娯楽業	196	188	▲8	177	164	▲13
教育、学習支援業	44	46	2	35	31	▲4
医療、福祉	56	59	3	29	34	5
サービス業（他に分類されないもの）	116	111	▲5	83	84	1
合 計	2,072	1,989	▲83	1,630	1,549	▲81

資料：平成 26 年－経済センサス基礎調査
平成 28 年－経済センサス活動調査

＜下妻市の小規模事業者数＞

調査時期	平成 26 年	平成 28 年	増減数
商工業者数	2,072	1,989	▲83
小規模事業者数	1,630	1,549	▲81
小規模事業者の割合	78.7%	77.9%	▲0.8%

資料：平成 26 年－経済センサス基礎調査
平成 28 年－経済センサス活動調査

【下妻市の産業振興の方針】

下妻市では、平成 30 年度から 10 年間を計画期間とする「第 6 次下妻市総合計画」を策定し、長期的な展望に基づくまちづくりの基本理念及び将来の目指すべき都市像を達成するための基本方針や施策を示している。

【商業振興】

買い物弱者である高齢者などに配慮した商店街づくりや、創業希望者が空き店舗などを活用し起業できるよう努めるとともに、大型店と商店街が共存できるような施策を展開し、商業の活性化を目指す。

【工業振興】

A I（人工知能）や最新設備機器などの導入、経営力向上に資する革新的サービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善を支援し、企業の定着に努め、また新分野を開拓する企業の誘致を図る。

【観光振興】

周辺地域や遠方の人々が興味を持って訪れる、「下妻らしさがあふれ、地域の産業振興につながる観光」を目指した施策を推進する。また、交流人口の増加と地域活性化に向け、多様化・高度化する観光・レクリエーションニーズに即した取り組みを図り、交流人口の拡大に努める。

【農業振興】

経営基盤の強化と経営革新や経営安定のための各種支援策に取り組み、農業事業者の経営支援を図る。

【地域資源活用、産業創造】

地域交流拠点施設を活用し、特産品の販売拡大を図る。また、都市部の住民を対象に農業体験を中心とした企画を実施し交流を図る。さらに、農業の 6 次産業化に取り組む生産者を支援する。

②課題

【商業の現状と課題】

下妻市の個人消費動向は堅調に推移している一方、大型商業施設やインターネットによる販売に押され、商店数については減少傾向である。郊外型大型商業施設やロードサイド型店舗、コンビニエンスストアなどに買い物客が流出しており、経営近代化、合理化の遅れ、後継者問題など、経営環境に対応できなくなり廃業に至るケースが多く、商店街の活力は年々低下している。しかし、買い物弱者である高齢者に配慮し、まちなかに移動できる支援を構築しながら、商店街と高齢者の交流を図り発展を目指している。また、地域資源や地域ポイント制度の活用などについて、関係団体と連携を図り、商店街で密着したサービスの提供が受けられるよう支援していく必要がある。

＜事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移＞

区 分	H 1 6 年	H 1 9 年	H 2 4 年	H 2 6 年	H 2 8 年
事業所数（ヵ所）	6 9 4	6 0 0	5 1 1	5 7 2	5 4 3
従業員数（人）	4, 0 5 3	3, 7 1 7	3, 1 0 5	3, 2 3 1	3, 4 9 2
年間商品販売額（億円）	8 8 9	9 3 6	8 3 5	1, 0 4 2	1, 1 5 1

出典：茨城の商業（H16 年～H24 年）

資料：平成 26 年－経済センサス基礎調査

平成 28 年－経済センサス活動調査

【工業の現状と課題】

下妻市には9つの工業団地があり、そのうち8つの工業団地では全ての区画に企業が進出している。また、平成29年に造成工事が完了した「しもつま鯨工業団地」においても、全8区画のうち全区画が分譲済みである。

小規模製造業者においては、事業者の減少が見られ、限定的な取引先、後継者不足等により廃業となるケースが多く、今後は下妻市への進出企業とのマッチング等による、新たな需要開拓をいかに行っていくかが課題となる。

＜工業の推移＞

区分 \ 年		H 2 6 年	H 2 8 年
事業所数	従業員数（1～4人）	1 2 4	1 3 5
	従業員数（5～9人）	6 4	4 8
	従業員数（10～19人）	4 2	4 1
	従業員数（20～29人）	1 8	1 9
	従業員数（30人以上）	4 3	4 0
	合計	2 9 1	2 8 3
従業員数（人）		5, 6 0 1	5, 6 2 0
製造品出荷額（万円）		1 7, 2 7 6, 6 8 5	1 9, 2 3 8, 3 9 5

資料：平成26年－経済センサス基礎調査
平成28年－経済センサス活動調査

＜下妻市工業団地概要＞

工業団地名	住所	企業数
つくば下妻工業団地	下妻市大木	4
つくば下妻第二工業団地	下妻市半谷	4
ニューつくば下妻工業団地	下妻市大木	5
藤花工業団地	下妻市下妻	2
大木工業団地	下妻市大木	1
五箇工業団地	下妻市五箇	3
しもつま桜塚工業団地	下妻市高道祖	2
はかり工業団地	下妻市高道祖	7
しもつま鯨工業団地	下妻市鯨	3

※しもつま鯨工業団地は、企業進出予定数。

【農業の現状と課題】

本市は肥沃な耕地と温暖な気候に恵まれ、水稻を主体として、果樹・野菜・畜産を組み合わせた複合型農業経営として発展してきた。

市内北部地域は、茨城県青果物銘柄産地指定を受けた「梨」を主に、南西部はスイカ・メロン・白菜・キュウリなど、南東部はカントリーエレベーターを核とした水稻・麦・大豆などの作付けが行われ、さらに養豚・肉用牛・養鶏などの畜産経営により首都圏への食糧供給基地となっている。

近年、貿易自由化の動きが進展し、産地間競争の激化などが見込まれる中、農業従事者の高齢化や後継者不足により耕作放棄地の拡大が懸念されるとともに、農業経営者は減少傾向にある。このような状況の中、本市の基幹産業である農業を振興するため、農産物のブランド化や品質向上を図り、農産物の輸出推進や担い手への農地集積を推進し、農家の収益性を高め、後継者が育つ環境づくりを進める。

米政策については、平成 30 年度から行政主導型の生産調整が廃止され、生産者が需要を勘案しながら、過剰供給とならないように生産量を判断する。そのため、生産者が自主的に生産を行う必要があり、国の助成制度を活用しながら、経営安定を図ることが必要となる。

【観光資源の現状と課題】

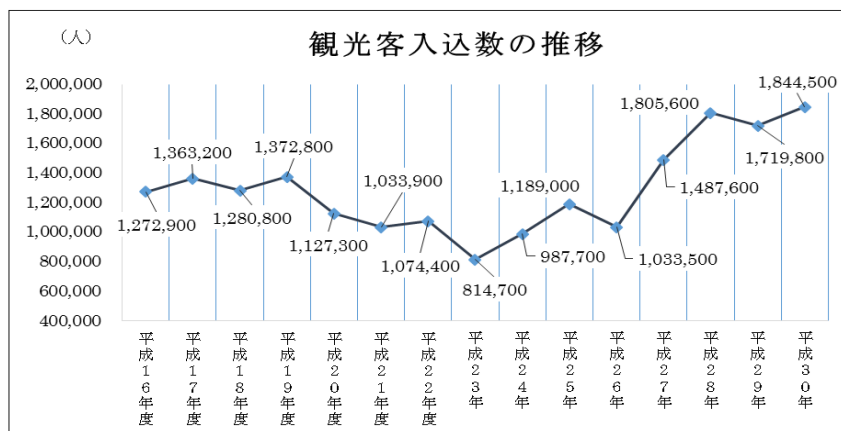
下妻市に所在する観光資源を市内外に P R することは大変重要で、市内の観光振興につなげるために、今ある観光資源を再発掘・再認識し、さまざまなライフステージに対応した観光施策に取り組むことが必要となる。

余暇の過ごし方の変化に伴い、観光客のニーズが多様化する中、いわゆる安近短の小旅行や日帰りで自然、文化を体験する体験型観光が人気となっている。

下妻市においても点在する既存の観光資源を有機的に結ぶ取り組みにより、滞在型の観光につなげていくことが重要であり、併せて、観光客を迎える側としての市民意識改革にも取り組んでいく必要がある。

また、ソーシャル・ネットワークキング・サービス（SNS）などを有効活用し、即時性、双方向性を伴った戦略的な観光情報の発信が求められている。

「大宝八幡宮」などの歴史的観光資源や「砂沼」などの自然的観光資源と「さん歩の駅・サン SUN さぬま」、「Waiwai ドームしもつま」など、新たな交流の拠点を含めながら、歴史と自然、農産物の豊かなこの地域へ何度も観光客に足を運んでいただけるよう、新たな魅力を創出する必要がある。また、交流人口拡大のために不可欠なイベント事業も継続しながら、年間を通した観光客誘致策を推進することが求められる。



図：下妻市 観光入込客数の推移[資料：茨城の観光レクリエーション現況]

※平成 26 年までは、観光客入込数に「道の駅しもつま」は未計上

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間の小規模事業者に対する振興のあり方

下妻市の地域経済を支えている小規模事業者が、持続的に発展していくことが地域振興において大変重要であるため、様々な業種の魅力ある事業所が自社の‘強み‘を十分に活かし、高い付加価値を生み出せる事業者を増加させる必要がある。そのためには事業者の減少に歯止めをかけるとともに、各関係機関等と協力して、質の高い創業支援や事業承継支援に積極的に取り組む。また、企業誘致を推進し、進出企業と連携させて、地域全体で小規模事業者が活気を持続けられるような効果を発揮させていく。

さらに、様々な観光資源や地域資源を活用した「地域の創意工夫を活かしたまちづくり」（第13回まち交大賞国土交通大臣賞表彰）を促進し、下妻市が持つ魅力を域外に発信することで、交流人口を増やして域内の消費力を向上させる。

下妻市商工会としては、新規創業者への支援の充実と廃業者減少率に歯止めをかけるため「観光資源や地域資源等を活用した、消費流出の抑制・消費流入促進を図れる事業者の育成・強化」を長期的な小規模事業者振興のあり方とする。

②第6次下妻市総合計画との連動性・整合性

下妻市は、2018年から10年間を計画期間とする『第6次下妻市総合計画』では、「地域経済の活性化と観光の振興」について定めており、その中で商工業の活性化や歴史的・自然的観光資源やイベントを通じた観光客誘致策等を掲げている。

下妻市商工会としても、下妻市総合計画に沿いながら、下妻市との関係を密にした地域の小規模事業者の持続的発展や交流人口の拡大による産業振興に繋がる小規模事業者支援を行っていく。

③下妻市商工会の役割

当商工会としては、経営改善普及事業を核としながら下妻市と連携し、経営発達支援事業を進めるとともに、商工会員だけでなく一般事業者や地域社会全体の活性化に資することを当会の位置付けとして進めてきた。

地域の課題である新たな創業者の創出・事業承継・小規模事業者の減少に対して、今後も下妻市との連携を密にし、小規模事業者に対し多角的（事業継続性・販売力強化・創業促進・事業承継）な支援を行い、地域課題の解消に寄与する。

地域小規模事業者の経営課題の抽出から、課題解決を図る計画的な事業経営を推進し、販路拡大から売上の獲得に至るまでを伴走型で支援。小規模事業者の育成から地域経済活性化に寄与する事業者の創出を図り、実施することが下妻市商工会の役割と考える。

（３）経営発達支援事業の目標

以下の目標を掲げ、地域の小規模事業者に対し伴走型支援に取り組むことで、小規模事業者の減少に歯止めをかけるとともに、地域の担い手である小規模事業者が持続的に発展していくことにより、地域経済の活性化に貢献できるようにする。

<目標1> 小規模事業者の自立的かつ持続的な事業継続を目的とした伴走型支援による経営力強化と持続的発展

〔目標数値〕 商工会の支援のもと、事業計画の策定、実施をすることで、経営発達支援事業の実施から5年の間で、市内の小規模事業者の10%程度が自社の経営の現状を分析し、経営力を強化できるようにする。

<目標 2> 創業支援・事業承継支援による創業者創出と地域小規模事業者廃業率の低下

〔目標数値〕 事業期間中に、創業者 30 者を目指し、事業承継を含めて廃業率を 5%以内に抑制する。

<目標 3> 多角的なアプローチによる国内外での販路開拓支援による販路の拡大と創出

〔目標数値〕 事業期間中に、国内外の展示会・物産展等への出展事業者、メディア活用による新たな販路開拓事業者を 40 者創出する。

<目標 4> 賑わいのある地域づくりによる下妻市の産業観光の推進と交流人口の増加

〔目標数値〕 事業期間中に、「地域の創意工夫を活かしたまちづくり」の取り組みを推進するため、下妻市と地域経済振興連絡会(仮)を開催し、新たな観光ブランドイメージを強化することで、平成 30 年の観光入込客数をベースに事業期間終了時には観光客入込客数を 5%増加させる。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日 ～ 令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

以下の目標方針により、地域の小規模事業者に対し伴走型支援に取り組むことで、小規模事業者の減少に歯止めをかけるとともに、地域の担い手である小規模事業者が持続的に発展していくことにより、地域経済の活性化に貢献できるようにする。

<目標1方針> 小規模事業者の自立的かつ持続的な事業継続を目的とした、伴走型支援による経営力強化と持続的発展

小規模事業者の現状を出来るだけ正確に把握し、経営分析を通して経営課題を解決するために地域経済景気動向調査や需要動向調査などを踏まえた事業計画策定支援に取り組む。

また、策定後のモニタリングとフォローアップを実施して目標達成まで支援するなどの取り組みを通して小規模事業者の経営基盤の改善と強化を図る。また、経営環境の変化に合わせた事業計画等の変更等のフォローアップまで一貫した支援を行う。

<目標2方針> 創業支援・事業承継支援による創業者創出と地域小規模事業者廃業率の低下

地域小規模事業者の減少対策として、下妻市と連携した創業者支援体制を強化する。創業に向けた効果的な創業計画策定支援を実施し、新たな業態の事業者創出による地域内事業者の減少に歯止めをかける。

また、後継者問題等による廃業対策として、事業承継ネットワークや茨城県事業引継ぎ支援センターと協力して、承継診断から具体的な計画策定支援・フォローアップに至る支援体制を構築し、円滑な事業承継推進と魅力ある事業の持続的発展を支援する。

<目標3方針> 多角的なアプローチによる国内外での販路開拓支援による販路の拡大と創出

ネット販売等の新たな販売体制構築や国内外の商談・展示会、物産展等において成果を上げるために、事業計画実行支援から新規売上獲得に至る需要開拓まで実効的な伴走支援を実施する。出展にあたっては、専門家派遣事業なども活用した接客や販売方法等の専門支援やプレスリリース作成支援等を通じた情報発信支援を行い、新たな需要開拓や販路の拡大を目指す。

<目標4方針> 賑わいのある地域づくりによる下妻市の産業観光の推進と交流人口の増加

下妻市の新たな交流拠点施設を中心に、市内に点在する「大宝八幡宮」などの歴史的観光資源や「砂沼」などの自然的観光資源を活用した「地域の創意工夫を活かしたまちづくり」をベースに、下妻市との地域経済振興連絡会(仮)を開催し、地域経済活性化と交流人口の増加策を検討する。

また、技術やアイデアを持っている商工業者や既存商品の改良に取り組む事業者と連携し、梨やローズポーク等の特産品を使用したお土産品やメニューの開発を支援し、年間を通じた賑わいのある地域づくりと地域の魅力度の向上を目指す。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 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は至っていない。商工会としても、市内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、小規模事業者に対して的確な支援を行うため、ビッグデータ等を活用した専門的な分析、地域の経済・消費動向等の情報収集・分析、成果の提供を行う。

(2) 目標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①地域の経済動向分析の公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析の公表回数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用（経済動向）

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、経営指導員により「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、公表する。

- 【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
⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②下妻市商工会独自の地域景気動向調査の実施

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年2回調査・分析を行う。

- 【調査対象】管内小規模事業者 30 社（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業）
【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等
【調査手法】巡回・窓口にて、抽出した対象企業に対し、調査票による年2回の定期アンケート調査を実施
【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

(4) 成果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

従来、小規模事業者は商品・サービスの提供にあたって、自社の「売りたい」「作りたい」という意識が先行した「商品・サービス開発」をしており、「顧客ニーズに基づく商品・サービスの開発」という視点に欠けている。

当商工会としても、需要動向調査に関する知識・認識が乏しく、情報収集等のノウハウ不足により、個々の小規模事業者に対し消費者ニーズ等の需要動向を的確に把握できるような支援はできていなかった。

地域小規模事業者に対し、プロダクトアウトからマーケットインへの意識改革を図るために需要動向調査の必要性の認識を促し、「商品開発や改良」、「新たな販路開拓」等が、顧客ニーズを満たし販売・売上に繋がる成果を上げられるよう、当商工会が需要動向の情報収集・分析・活用に関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、的確な情報を迅速に把握し、成果につながる需要動向の情報収集・分析・活用して調査結果をフィードバックしていく。

(2) 目標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①〈一般消費者対象〉 需要動向調査 実施事業者数	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
②〈取引先・バイヤー対象〉 需要動向調査 実施事業者数	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社

(3) 事業内容

①イベント等を活用した一般消費者向けアンケート調査の実施

豊富な農産物を活用した新商品を開発するため、管内飲食店において、「梨」や「ローズポーク」を活用した新商品や新メニューを開発する。下妻市内で開催するイベント（しもつま砂沼フェスティバルやしもつま生鮮軽トラ市）において、来場者向け試食、アンケート調査を実施する。調査結果を分析した上で当該店にフィードバックすることで、新商品・新サービス開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

サンプル数	1 商品あたり 50 件
支援対象	・地域資源を活用した新商品開発・新サービス開発等に取り組む事業者（当地域の「梨、豚肉等」の豊富な農産物を活用する事業者） ・既存商品・サービスの改良に取り組む事業者等
調査手段 ・手法	イベントに来場する地域内外の消費者等に対し、経営指導員等が聞き取りを行いアンケート票へ記入する。
分析手段 ・手法	調査結果は、よろず支援拠点のコーディネーターに意見を聞き、経営指導員等が分析を行う。

調査項目	(a) 商品・製品の価格 (b) 品質・味・量 (c) 商品やパッケージのデザイン (d) 関心度・商品の新鮮感 (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（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）
商工会の 支援内容	・ 需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 ・ 実施スケジュールの作成 ・ 調査項目の選定 ・ アンケートシートの作成提供 ・ 回収した調査票の分析、加工及び提供 ・ 調査結果を活用した商品の開発、改良等のアドバイス
分析結果 の活用	分析結果は、経営指導員等が当該事業者に対して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。

※調査対象イベントについて

時期	名称	場所	来場者	内容
10 月	しもつま砂沼 フェスティバル	砂沼広域公園	市民、 県内外	地域活性化イベント。市内事業者 出店多数。来場者数 2 万人程度。
年 4 回	しもつま生鮮 軽トラ市 (6、7、9、11 月)	Waiwai ドーム しもつま	市民、 近隣市町	地域活性化イベント。市内事業者 18 店舗程度出店。来場者数延べ 3,000 人程度。

②ビジネス商談会等を活用したバイヤー向け試食、アンケート調査の実施

地元金融機関が開催する「ビジネス商談会」や、中小企業基盤整備機構が主催する「中小企業総合展」等から毎年 1 か所を選別し出展。来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

サンプル数	バイヤー等（サンプル数：1 社 20 件）
支援対象	・ 地域資源を活用した新商品開発・新サービス開発等に取り組む事業者（当地域の「梨、豚肉等」の豊富な農産物を活用する事業者） ・ 既存商品・サービスの改良に取り組む事業者等
調査手段・手法	経営指導員等が、聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。
分析手段・手法	調査結果は、よろず支援拠点のコーディネーターに意見を聞き、経営指導員等が分析を行う。

調査項目	(a) 商品・製品・サービスの価格 (b) 品質・味・量 (c) 商品への関心度・新規性・需要見込 (d) 商品やパッケージのデザイン (e) 取引ロット数 (f) 納期 (g) 納品方法 (h) 改善点（自由記載：品質，価格，その他改善を要する点） (i) 業界内のトレンド（何が流行しているか）
商工会の支援内容	・ 需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 ・ 実施スケジュールの作成 ・ 調査項目の選定 ・ アンケートシートの作成提供 ・ 回収した調査票の分析，加工及び提供 ・ 調査結果を活用した商品の開発，改良等のアドバイス
分析結果の活用	分析結果は、経営指導員等が当該事業者に対して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。

4. 経営状況の分析に関すること

（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十分に活用できておらず、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、需要を見据えた事業計画策定の前段階の支援ステップとして、財務分析・非財務分析を行う。

また、支援にあたっては、専門家等とも連携し、より実現可能性・実効性の高い事業計画策定支援につなげていく。

（２）目標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①セミナー開催回数	なし	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②分析件数	4 5 件	6 0 件	6 0 件	6 0 件	6 0 件	6 0 件

※法定経営指導員 1 人、経営指導員 2 人、計 3 人を想定

（３）事業内容

①経営分析支援事業者の掘り起こし／経営分析セミナーの開催

地域小規模事業者に対し、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付くこと、事業者自身の経営分析力の向上を促すため、巡回・窓口相談時（金融・税務相談時等）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。

あわせて、経営分析セミナーを開催し、自社の経営状況の振り返り・分析を行っていくことで、的確な経営課題の抽出から経営改善につながる計画策定につなげていく。

【募集方法】 通知・HP での周知、巡回・窓口指導時（金融・税務指導等）による周知

【開催回数】 2 回（集団セミナー・個別相談）

【参加者数】 2 0 名程度

②経営分析の内容

【対 象 者】巡回・窓口相談時の掘り起こしやセミナー参加者、事業承継相談者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い60社を選定

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。
《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率
《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「事業計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。

（４）分析結果の活用

○分析結果は、当該支援事業者の事業計画の策定支援にフィードバック・活用する。

○分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等の情報収集・スキルアップ等に活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

多くの小規模事業者は、需要動向の変化に大きく影響を受けている一方で、顧客ニーズや自社の強み・弱み等の自社の経営状況を十分に把握できていない。そのため自社の課題解決のために事業計画策定の必要性についての認識が低い現状である。また創業者においては事業計画が未熟なため、創業間もなく資金繰りの悪化等により事業縮小または廃業に至る事例もある。

これまで商工会での事業計画の策定支援は、小規模事業者持続化補助金、創業セミナー、各種補助金活用・金融支援等の機会を通じて実施するなど受動的な取組に留まっている。

今後は、経営課題を解決するため、地域の経済動向調査、需要動向調査及び経営状況の分析を踏まえ、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。

（２）支援に対する考え方

①小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、4. で経営分析を行った事業者の8割程度／年の事業計画策定を目指す。併せて、持続化補助金の申請を契機として事業計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

②創業間もない事業者や創業予定者に対し、地域におけるポジショニングと取り巻く環境や競合、顧客などの分析を参考に継続可能性の高い事業計画となるよう支援していく。

（３）目標

支援内容	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①事業計画策定件数	30件	45件	45件	45件	45件	45件
②創業支援件数	3件	6件	6件	6件	6件	6件

(4) 事業内容

①経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催

募集方法	個別案内、HP で周知
回数	集団セミナー1回＋個別指導相談会 10 回
カリキュラム	1. 計画経営の重要性、基本的な策定方法 2. 自社分析の方法と分析ワーク 3. 戦略代替案の列举と優先順位の設定 4. 計画策定後の活かし方、見直しの重要性とタイミング 5. 個別相談会（経営指導員に専門家を加え伴走するフォローアップ支援）
個別相談会の内容	・ 集団セミナー参加者が引き続き参加する。また、セミナー参加者以外も事業計画策定を目指す事業者の参加も促す。セミナー講師と経営指導員が伴走して事業計画を作成していく。 ・ 計画の細部については、事業者が自社に持ち帰って練ることを基本とする。 ・ 事業承継計画策定希望者については、個別相談を基本とし、経営指導員等が担当制で対応して、外部専門家等も交えて確実に事業計画を策定する。
目標参加者数	20 名

◎事業計画の策定

【支援対象】経営分析を行った事業者や経営力の向上や底上げを図りたい事業者及び事業承継を検討している事業者を対象とする。

【手段・手法】経営指導員が担当制で張り付き、外部専門家等も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

②「創業塾（創業計画策定セミナー）」の開催

募集方法	市お知らせ版等による募集案内、HP で周知
回数	集団セミナー8回（開催期間は2ヵ月間程度）
カリキュラム	1. 創業に向けての基礎知識 2. ビジネスプランの重要性 3. マーケティング戦略、税務、人材育成、資金調達方法など 4. 商工会指導員が伴走型で支援する創業事業計画作成ワーク
目標参加者数	20 名

◎創業計画の策定

【支援対象】創業予定者や創業間もない事業者を対象とする。

【手段・手法】経営指導員が担当制で張り付き、外部専門家等も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

これまで、小規模事業者や創業間もない事業者への事業計画策定後の支援は、個々のニーズに合わせたフォローアップをしてきたので支援内容にムラがあった。それぞれの状況を丁寧に把握できずに支援が途切れてしまうことが多く、策定された計画内容は小規模事業者の現状等との整合性等は、実際に妥当であったか等を十分に確認検証できていない。

今後は、実現性のある訪問計画を立て、進捗状況に応じ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。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、事業計画の進捗状況や事業規模等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、外部専門家と相談しながらフォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

①事業計画策定支援事業者フォローアップ

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ 対象事業者数	3 0 社	4 5 社	4 5 社	4 5 社	4 5 社	4 5 社
頻度（延回数）	8 0 回	1 8 0 回	1 8 0 回	1 8 0 回	1 8 0 回	1 8 0 回
売上増加 事業者数	—	1 2 社	1 2 社	1 2 社	1 2 社	1 2 社
経常利益率 1%以上 増加の事業者数	—	6 社	6 社	6 社	6 社	6 社

※頻度：1 社／年 4 回程度

売上増加事業者数：25%程度

経常利益率 1%以上の増加事業者数：売上増加事業者の内 50%程度

②創業計画策定支援事業者フォローアップ

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ 対象事業者数	3 社	6 社	6 社	6 社	6 社	6 社
頻度（延回数）	6 回	2 4 回	2 4 回	2 4 回	2 4 回	2 4 回
売上増加 事業者数	—	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社
経常利益率 1%以上 増加の事業者数	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社

※頻度：1 社／年 4 回程度

売上増加事業者数：70%程度

経常利益率 1%以上の増加事業者数：売上増加事業者の内 50%程度

(4) 事業内容

①事業計画策定支援事業者フォローアップ

【対 象 者】事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。

【頻 度】支援を担当した経営指導員等が四半期に 1 回以上、コンタクト（巡回訪問、窓口相談、メール等）をとり、事業の進捗状況と計画を実行していく上で必要となる支援はないかを確認し、状況に合わせて適宜支援をする。

なお、事業計画と進捗状況とがズレが生じている場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。

【確認項目】現状認識、事業計画の進捗状況、事業推進の課題、今後の展開等

②創業計画策定支援事業者フォローアップ

【対 象 者】創業計画を策定したすべての事業者を対象とする。

【頻 度】支援を担当した経営指導員等が四半期に1回以上、コンタクト（巡回訪問、窓口相談、メール等）をとり、事業の進捗状況と計画を実行していく上で必要となる支援はないかを確認し、状況に合わせて適宜支援をする。

なお、事業計画と進捗状況とがズレが生じている場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。

【確認項目】現状認識、創業計画における進捗状況、今後の課題、展開等

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

（1）現状と課題

従来、小規模事業者に対する需要開拓支援は、各種展示会・商談会への出展を紹介し、周知する程度であった。そのため、需要開拓支援に関する支援効果の測定効果も行っていない。

地域の小規模事業者が製造および販売する商品・サービス・技術等を、新たな消費者や販路開拓したい取引先企業等にアピールし、売上・収益の増加につなげることが最も重要な支援と位置付ける。そのうえで、販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、地域内外で開催する展示会、商談会、即売会等への出展に関する事前支援・事後フォローを通して、販売促進、販路開拓につなげて効果的な需要開拓支援を行う。

（2）支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏や地域金融機関等で開催される既存の展示会への出展（オンライン含む）を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が専門家派遣事業なども活用して商品のブラッシュアップや魅力的な陳列や接客、販売方法等専門支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走型支援を行う。

（3）目標

		現行	R 3年 度	R 4年 度	R 5年 度	R 6年 度	R 7年 度
①	消費者向け 展示会出展事業者数	3 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
	売上額／社	—	1 0 万円	1 0 万円	1 0 万円	1 0 万円	1 0 万円
②	商社・バイヤー等向け 展示商談会参加事業者数	2 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
	成約件数／社	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

（4）事業内容

①消費者向け展示会出展等事業（B to C）

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。

支援対象	・一般消費者の需要開拓を目指し、新たな商品（主に食料品）・サービスなどの認知度・販促を高めたい小規模事業者 ・需要開拓の意欲はあるが、人手不足等により物産展等に出店できない売上増加を目指したい小規模事業者 ・認知度の少ない地元人気商品等を全国に向けて販売展開したい小規模事業者
支援手段・方法	①マスコミ等へのプレスリリース作成支援等を通じた情報発信支援 ②ECサイトへの出品・出店・ネット販売等新たな販売体制構築支援 ③物産展・イベント出展による販路開拓支援 ※下記の想定する物産展等への出展等に際し、会場での商品の「魅せ方」についても、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出展の事前・事後の販促支援や出展期間中においても陳列などきめ細やかな伴走型支援も同時に行う。 ※上記支援を支援事業者の商品・サービスの内容等に応じ、より実施効果が高い需要開拓につながる出口支援を実施する。
想定する物産展等	①「しもつま砂沼フェスティバル」 毎年10月に2日間にわたり開催する産業・地域振興イベント 来場者約20,000人、会場出展者50社（R1年参考） ②「地域商店連携フェア（しもつま物産展 in イオンモール下妻）」 年1回、2日間にわたり、近隣の商工会が合同で開催する新たな販路開拓の具体的な取り組みを図るための物産展 来場者3,000人、出展者12社（R1年参考） ③「ニッポン全国物産展」 年1回、2日間にわたり、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 来場者約100,000人、会場出展者180社、オンライン出品数180商品（R2年予定）

②商社・バイヤー等向け展示商談会参加事業（B to B）

商社・バイヤー等の需要開拓を図るため、展示商談会への出展を目指す小規模事業者対し、展示会開催情報の提供や、出展の事前・事後支援（出展・商談ノウハウ習得）を合わせて行うことで商談・成約につなげる。

支援対象	・バイヤー等の新たな需要開拓を目指し、新商品（主に自社製品）・新サービスなどのPR・受注拡大に繋げたい小規模事業者 ・経営基盤が脆弱で資金力が劣るため、地域内外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等に、単独では積極的かつ効果的な販路開拓策をとることが難しい小規模事業者
支援手段・方法	会報やホームページにて地域の小規模事業者に向けて情報提供し、経営指導員等が、県内金融機関等が主催する展示会やマッチング商談会への参加を促す。展示商談会等への出展支援や商品PR資料の作成のほか、バイヤー等へのアピールの仕方や商談の進め方などバイヤーとマッチングするための具体的な事前支援を実施する。また、単独でブース出展が困難な小規模事業者には、商工会や他事業者と連携して共同出展を行う。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。

想定する展示商談会等	①「海外ホテル業及び商社向け国内外展示会」 例年 9 月に 1 日間、茨城県商工会連合会が実施する海外型小規模事業者向けの販路開拓事業で参画する県内商工会が連携する展示商談会。海外バイヤー12 か国 17 社、会場出展者 71 社。(R1 年参考) ※R2 年度の展示商談会はオンラインで実施予定。 ②「筑波銀行ビジネス交流商談会」 例年 10 月に 1 日間、筑波銀行が地域資源と地域の魅力を発掘し発信するとともに、地域間の連携と交流の促進を図ることを目的として実施する交流商談会。 来場者約 2,000 名、出展者 230 社 (R1 年参考) ③「しんきんビジネスフェア」 例年 11 月に 1 日間、茨城県信用金庫協会、水戸信用金庫、結城信用金庫主催により、地域の事業者の事業支援の一環として、ビジネスマッチングの機会創出のための場を提供し、販路拡大や業務提携をサポートすることを目的として開催するビジネスフェア。 来場者約 2,000 人、近隣出展者茨城県内企業 181 社
-------------------	---

8. 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

(1) 現状と課題

現状では、行政や中小企業診断士、担当金融機関などにより、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行っている。今後も、経営発達支援事業の進捗状況等を確認・評価し、その後の事業実施方針等に反映させるためにも、毎年度事業実施状況についての検証・見直しを行う。

(2) 事業内容

- ①商工会正副会長及び監事、事務局長、市担当課長及び係長、中小企業診断士、担当金融機関、法定経営指導員等をメンバーとする「経営発達支援事業検討委員会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を年 1 回行う。
- ②商工会理事会において評価・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、商工会理事会へ報告し、承認を受ける。
- ④事業の成果、評価、見直しの結果は、事業実施方針等に反映させるとともに、下妻市商工会 HP にて公表する。(http://www.shimotsuma.or.jp/)

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

これまで当商工会では、職員の資質向上等については、茨城県商工会連合会が開催する職員研修や県西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、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、戦略上の意思決定に関与可能な高度な支援能力、実践的なノウハウなど習熟能力、職員間の知識共有が不可欠といえる。

現状、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ず、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。事業者の課題を的確に把握し、対応するためにもさらなる資質向上を図る。

(2) 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を一層向上させるため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び茨城県商工会連合会主催のテーマ別「職員研修会」に計画的に派遣する。

また、中小企業大学校東京校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチーム（同席支援）を組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

また、専門家による個別指導などを交えて、個々の能力に合わせた支援能力向上のカリキュラムで組織全体の底上げを図る仕組みを構築する。

③職員間の定期ミーティングの開催

上記外部講習会等への参加後に、参加した経営指導員等が講師を務め、研修資料に基づき説明し、研修内容の理解度を深め、情報共有を図る。また、定期的なミーティング（月1回、年間12回以上）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上及び修正・改善を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。

10. 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

(1) 現状と課題

現状、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や、市内金融機関、日本政策金融公庫との情報交換を中心に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、経営発達支援事業の円滑な実施に向けた、他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換を図っていく。

(2) 事業内容

①茨城県商工会連合会が開催する県西地域（下妻市・五霞町・境町・坂東市・常総市・古河市・八千代町・筑西市・桜川市商工会）9単会が参加する連絡会議への出席（年4回）

県内、県西地域の最新の経済動向、施策を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

②日本政策金融公庫マル経協議会への出席（年1回）

公庫土浦支店、管轄地域内の商工団体（下妻市・五霞町・境町・坂東市・常総市・古河市・八千代町商工会・古河商工会議所）が参加する「マル経協議会」会議へ出席。

地域の経済動向、事業者の現状、需要動向を把握するとともに、金融分野をはじめとした参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。特に、公庫との情報交換に主眼を置き、融資姿勢の確認、創業、再生等支援ノウハウを交換する。

③茨城県創業支援ネットワーク会議への出席（年２回）

茨城県主催、同会議に出席することにより、創業をはじめとした様々な支援実績や成功した手法を取得する。

④茨城県事業承継支援ネットワーク会議への出席（年１回）

茨城県、中小企業基盤整備機構、中小企業診断士、税理士等専門家との情報交換、ノウハウ交換を行い事業承継の事例、案件の把握をし、マッチング力及び支援ノウハウの一層の取得に努める。

⑤地域金融機関との研修会（年１回）

下妻市、市内金融機関（常陽銀行、筑波銀行、茨城県信用組合、結城信用金庫）との支援ノウハウを含めた情報交換を行い、地域の経済状況実情把握と地域に密着した支援力向上を図る。

⑥茨城県保証協会連絡会議（年１回）

保証協会主催同会議に出席し、県内の資金需要、景気の状態、金融支援の情報交換と支援ノウハウ獲得を図る。

1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

（１）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一過性の効果を得るに留まっているため、継続的に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、下妻市との「地域経済振興連絡会（仮）」を年２回開催するなど、今後の地域経済活性化の方向性を共有できる体制を構築する。

（２）事業内容

①下妻市地域経済振興連絡会（仮）の創設

下妻市、商工会、商工会青年部・女性部、地域金融機関で構成する「下妻市地域経済振興連絡会（仮）」を組織し、年２回会議を開催して地域経済の活性化の方向性について検討する。

②地域イベントによる地域経済の活性化事業

地域活性化策として、下妻市の地域イベント「しもつま砂沼フェスティバル」や「しもつま生鮮軽トラ市」、下妻市観光協会との共催による「下妻まつり（千人おどり・しもつま砂沼の花火大会）」等を下妻市と連携して継続実施し、地域特産品のPR、消費拡大を図るとともに、地域の賑わいの創出から地域の活性化を図る。

③魅力ある下妻市の「地域の創意工夫を活かしたまちづくり」賑わい創出事業

下妻市の新たな交流拠点施設の「Waiwai ドームしもつま（にぎわい広場）」や「さん歩の駅サン・SUN さぬま（観光交流センター）」を中心に、市内に点在する「大宝八幡宮」などの歴史的観光資源や「砂沼」などの自然的観光資源を活用した取り組みを継続実施し、年間を通した観光客誘致策により地域の賑わいづくりを進め、新たな観光ブランドイメージを強化する。

(別表2)

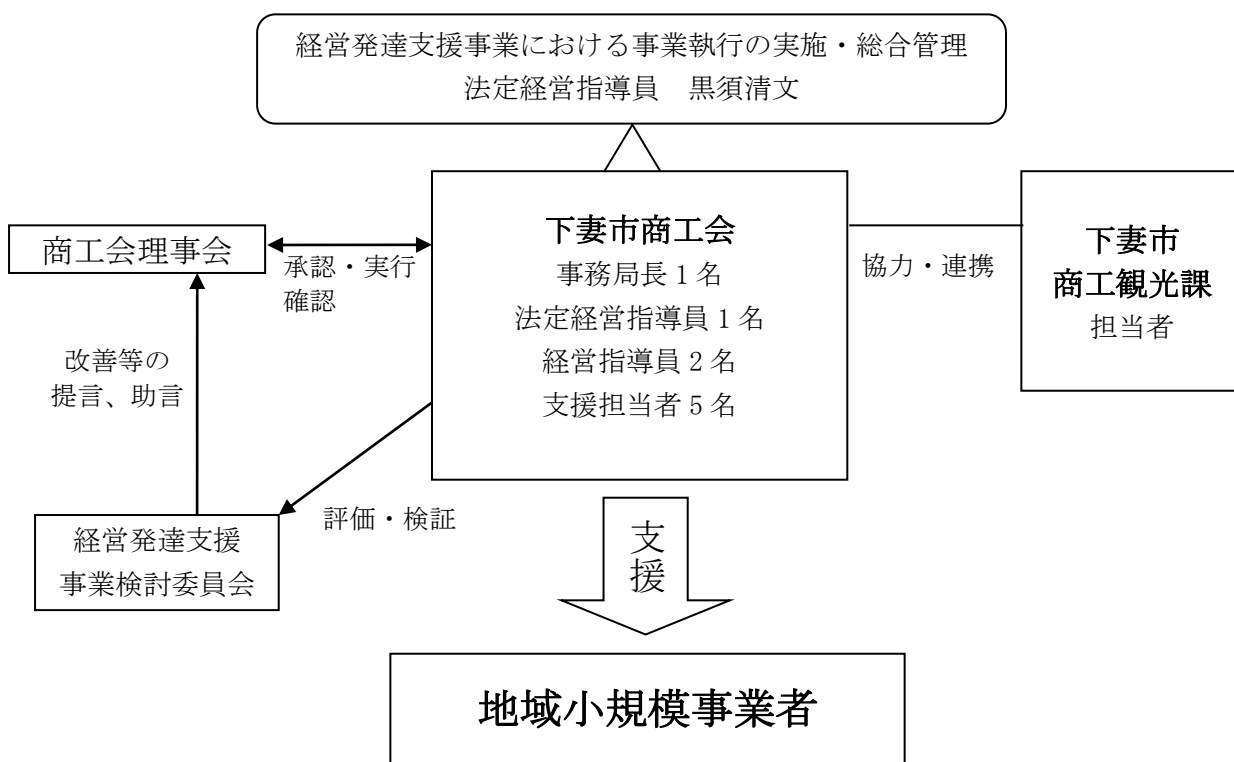
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和2年10月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)

<実施体制図>



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏 名：黒須清文

■連絡先：下妻市商工会 TEL. 0296-43-3412

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しを行う際の必要な情報の提供を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒304-0056

茨城県下妻市長塚 74-1

下妻市商工会 経営支援課

TEL : 0296-43-3412 / FAX : 0296-43-3168

E-mail : info@shimotsuma.or.jp

②関係市町村

〒304-8501

茨城県下妻市本城町二丁目 22 番地

下妻市 経済部 商工観光課

TEL : 0296-43-2111 / FAX 0296-44-6004

E-mail : syouko@city.shimotsuma.lg.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)

	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
必要な資金の額	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800
○経営分析セミナー 開催費	300	300	300	300	300
○事業計画策定セミナー 開催費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
○創業セミナー開催費	500	500	500	500	500
○専門家派遣費	500	500	500	500	500
○需要開拓支援事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○会議運営費	200	200	200	200	200
○中小企業大学校研修費	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
上記支援事業費の調達については、伴走型支援事業補助金・茨城県地域経済活性化事業補助金・自己資金（会費・手数料収入等）をもって充てる。

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等