

経営発達支援計画の概要

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施者名<br>(法人番号) | 常総市商工会（法人番号 5050005009556）<br>常総市（地方公共団体コード 082112）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 実施期間           | 2023/04/01 ～ 2028/03/31                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 目標             | <p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>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ため、以下の目標を掲げて伴走型支援に取り組み、活力と賑わいのある地域の発展に貢献していくことを目指す。目標に近づけることにより、産業の活性化を実現し、さらには雇用の確保に繋げ人口減少の克服に貢献する。</p> <p>①小規模事業者との対話と傾聴を通じた事業計画策定支援を行い、自律的な経営力向上を図ることにより事業継続を実現する。</p> <p>②国内外での需要動向調査・販路開拓支援を行い、小規模事業者の新たな需要を開拓するとともに地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。会報やウェブサイト、巡回により、地域の小規模事業者に向けた情報提供を行い、展示会等への出展支援施策の活用、商品PR 資料の作成等の出展への実行支援を行うことにより商圏の拡大を推進する。</p> <p>③創業支援を行い、地域小規模事業者数の維持拡大を図る。創業希望者がどのようなノウハウが不足しているかを把握し、創業実現までハンズオンで最適な支援を行う。</p> <p>④小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体の底上げと持続的発展の取組みへ繋げる。</p> |
| 事業内容           | <p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>①国が提供するビッグデータの活用（R E S A S）</p> <p>②独自の地域経済動向調査の実施</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>①一般消費者を対象とした新商品等に対する需要動向調査の実施</p> <p>②取引先・バイヤー等に対する需要動向調査の実施</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | <p>①経営状況の分析</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>①「D X 推進セミナー」の開催</p> <p>②「事業計画策定セミナー」の開催</p> <p>③「創業塾」の開催</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>①事業計画策定事業者フォローアップ</p> <p>②創業計画策定事業者フォローアップ</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>①一般消費者（B to C）への需要開拓支援</p> <p>②バイヤー等（B to B）への需要開拓支援</p>                |
| 連絡先 | <p>常総市商工会</p> <p>〒303-0003 茨城県 常総市 水海道橋本町 3552 番地 1</p> <p>TEL:0297-22-2121 FAX:0297-22-2124</p> <p>e-mail:info@joso.or.jp</p> <p>常総市 産業振興部 商工観光課</p> <p>〒303-8501 茨城県 常総市 水海道諏訪町 3222 番地 3</p> <p>TEL:0297-23-2111 FAX:0297-22-8864</p> <p>e-mail:shokou@city.joso.lg.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

【立地】

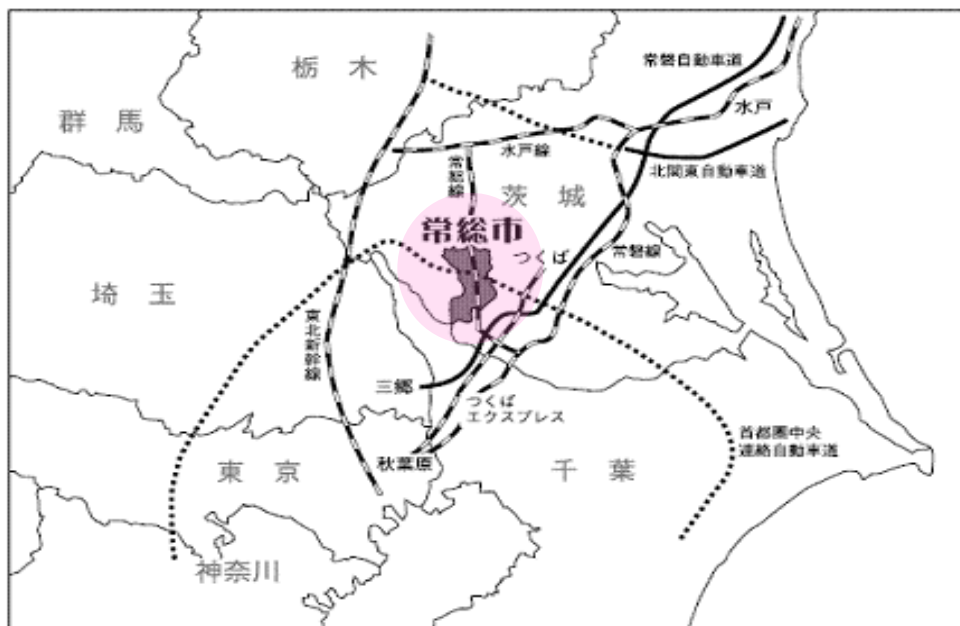
本市は茨城県の南西部、都心から 55 キロメートル圏内に位置しており、東はつくば市・つくばみらい市、西は坂東市、南は守谷市、北は八千代町・下妻市にそれぞれ接している。

南北は約 20 キロメートル、東西は約 10 キロメートルの広がりを持ち、面積は、123.64 平方キロメートルである。標高は約 5～24 メートルで、気候は、太平洋型の気候であり、四季を通じて穏やかである。

本市のほぼ中央には一級河川の鬼怒川が流れており、東部の低地部は広大な水田地帯となっている。西部は丘陵地となっており、集落や畑地、平地林が広がっているが、住宅団地や工業団地、ゴルフ場なども造成され、近郊整備地帯として都市機能の強化も図られている。

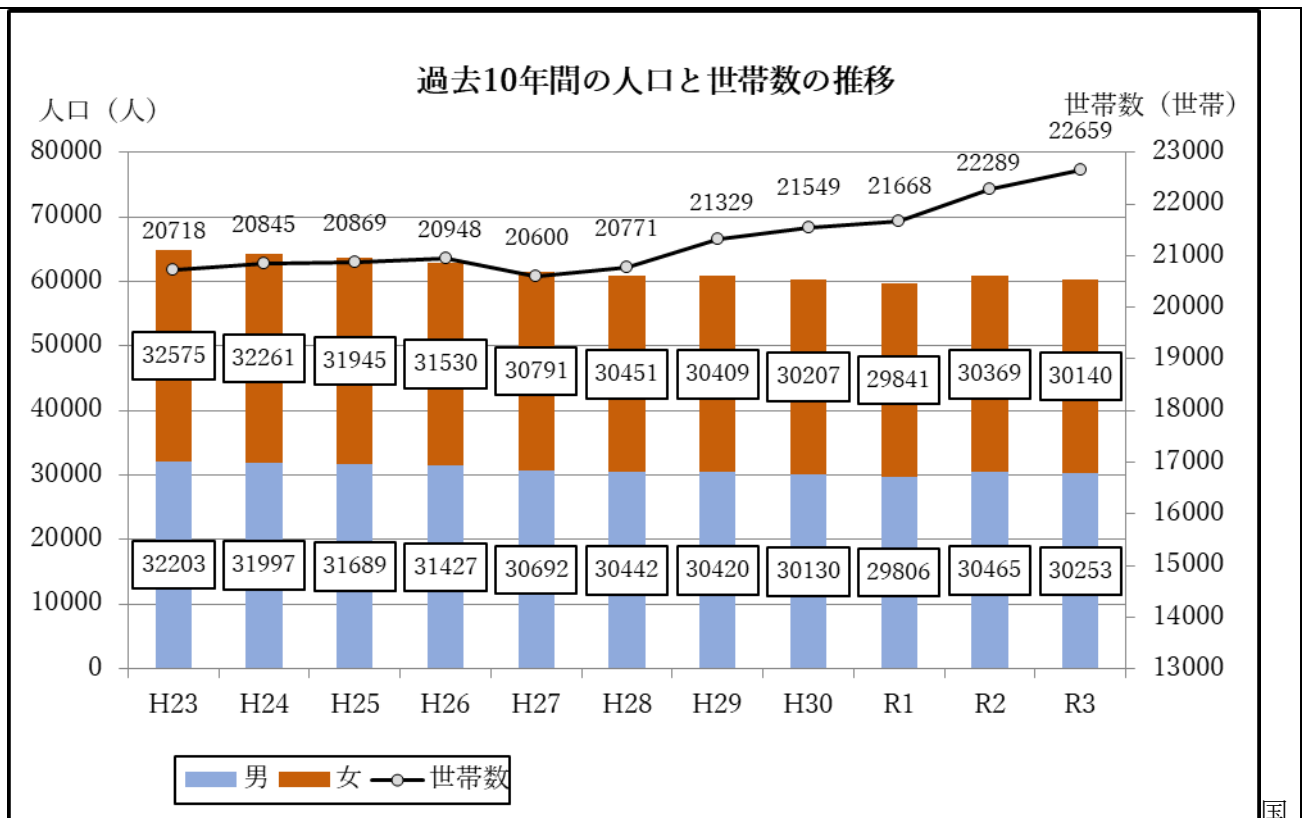
【交通網】

道路体系は、本市を南北に国道 294 号、東西に国道 354 号が整備されている。また、周辺市町村と連絡する主要地方道や一般県道がある。さらに、本市のほぼ中央部には首都圏中央連絡自動車道が開通し、広域道路網の整備が進んでいる。鉄道については、南北に関東鉄道常総線が走り、取手方面と下妻・筑西方面を結び、守谷においてつくばエクスプレスと接続し、東京都心などへの所要時間の短縮により通勤圏の拡大が進んでいる。



【人口と世帯】

常総市においては、2004 年の 67,551 人をピークに人口減少が続いており、このままでは 2060 年の人口は 39,413 人まで減少すると予測されている。こうした状況を鑑み、市では「常総市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略」を策定した。その中で、2020 年国勢調査人口 59,000 人、2060 年国勢調査人口 47,000 人を堅持するという 2 つの人口目標を掲げ、人口減少に歯止めをかけるための様々な取組を実施している。



国

国勢調査結果（総務省）

年齢3区分人口（年少人口・生産年齢人口・老年人口）に着目すると、年少人口（15歳未満）と生産年齢人口（15歳以上65歳未満）が徐々に減少している一方で、老年人口（65歳以上）が増加し続けている。このことから、少子高齢化が着実に進んでいることがわかる。

### 《3階層別人口比の推移》

（単位：人，％）

|         | 平成 23 年 | 平成 25 年 | 平成 27 年 | 平成 29 年 | 令和元年   | 令和 2 年 |
|---------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|
| 0～14 歳  | 8,674   | 8,317   | 7,633   | 7,369   | 7,024  | 6,942  |
| （構成比）   | 13.4％   | 13.1％   | 12.4％   | 12.1％   | 11.8％  | 11.4％  |
| 15～64 歳 | 41,022  | 39,227  | 36,451  | 35,375  | 34,206 | 35,001 |
| （構成比）   | 63.3％   | 61.6％   | 59.3％   | 58.2％   | 57.3％  | 57.5％  |
| 65 歳以上  | 15,081  | 16,089  | 16,860  | 17,547  | 17,879 | 18,316 |
| （構成比）   | 23.3％   | 25.3％   | 27.4％   | 28.8％   | 30.0％  | 30.1％  |
| 総 数     | 64,778  | 63,634  | 61,483  | 60,829  | 59,647 | 60,834 |
| （構成比）   | 100.0％  | 100.0％  | 100.0％  | 100.0％  | 100.0％ | 100.0％ |

国勢調査結果（総務省）

## 【農 業】

### ・現 状

本市は、豊かな水と肥沃な大地に恵まれた環境にあり、稲作や千石きゅうり・ズッキーニなどの野菜の栽培が盛んな地域である。しかし、農業を取り巻く環境の変化とともに、主副業別農家数、経営耕地面積、農産物販売金額規模別経営体数とも減少傾向が続いている。

常総 I C 周辺地域整備事業を核として、生産・加工・流通・販売の強化や、農業を活かした交流を視野に入れながら、農家及び関係機関が連携して、6 次産業化や地域ブランド化の推進に努めている。

### ・課 題

畑地帯総合整備事業などによる生産基盤の整備や農地の集積、施設の維持管理などを進める必要がある。

認定農業者や集落営農組織、新規就農者など担い手の育成と確保を図る。また、常総 I C 周辺地域整備事業を契機として 6 次産業化の促進を図り、新たな担い手の育成と確保が必要である。

常総 I C 周辺地域整備事業を契機として、生産・加工・流通・販売の一貫した体制づくりが必要となる。

### ■主副業別農家数の状況

(単位：戸)

| 年次<br>(平成) | 主業農家 | 65 歳未満の<br>農業専従者<br>がいる | 準主業農家 | 65 歳未満の<br>農業専従者<br>がいる | 副業的農家 | 総農家数  |
|------------|------|-------------------------|-------|-------------------------|-------|-------|
| 12 年       | 462  | 375                     | 810   | 141                     | 2,581 | 3,853 |
| 17 年       | 412  | 342                     | 554   | 108                     | 2,140 | 3,106 |
| 22 年       | 338  | 286                     | 562   | 126                     | 1,644 | 2,544 |
| 27 年       | 258  | 215                     | 291   | 77                      | 1,400 | 1,949 |

### ■経営耕地面積の推移

(単位：戸，a)

| 年次<br>(平成) | 総数    |         | 田     |         | 畑     |         | 樹園地  |       |
|------------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|------|-------|
|            | 経営体数  | 面積      | 経営体数  | 面積      | 経営体数  | 面積      | 経営体数 | 面積    |
| 12 年       | 3,853 | 502,406 | 3,801 | 388,542 | 3,094 | 110,717 | 126  | 3,147 |
| 17 年       | 3,103 | 468,113 | 3,045 | 368,493 | 2,258 | 96,218  | 79   | 3,402 |
| 22 年       | 2,540 | 449,788 | 2,481 | 349,349 | 1,815 | 97,496  | 74   | 2,943 |
| 27 年       | 1,947 | 432,964 | 1,881 | 322,827 | 1,216 | 107,407 | 57   | 2,730 |

### ■農産物販売金額規模別経営体数

(単位：戸)

| 年次<br>(平成) | 総 数   | 販売なし | 100 万円<br>未満 | 100 万円～<br>200 万円 | 200 万円～<br>500 万円 | 500 万円<br>以上 |
|------------|-------|------|--------------|-------------------|-------------------|--------------|
| 12 年       | 3,853 | 170  | 2,171        | 893               | 326               | 293          |
| 17 年       | 3,106 | 198  | 1,834        | 585               | 217               | 272          |
| 22 年       | 2,544 | 131  | 1,446        | 496               | 215               | 256          |
| 27 年       | 1,949 | 87   | 1,214        | 268               | 168               | 212          |

## 【商 業】

### ・「常総市産業ビジョン」と「じょうそう未来創生プラン」における基本方針

利便性の高い商業機能が確保され、新たな視点を取り入れた魅力あふれる商業観光のある地域社会の形成を目指す。また、ハローワーク常総やポリテクセンター茨城などの関係機関と連携し、安全で安定した雇用の場を確保・提供を目指す。

さらに、常総 I C 周辺地域整備事業を推進し、農業と商工業の連携を進め、地域産業全般の底上げを目指す。

### ・現 状

本市における民営事業所数及び従業者数の推移は、年々減少している。産業別事業所数では、「卸売・小売業」が最も多く、次いで、「製造業」、「建設業」がほぼ同数である。従業者数では、製造業が突出して多いことが分かる。これは、4 工業団地及び市内に多数の工場が立地している本市の特徴である。

商店数は、平成 6 年 (1994) と比較して約 47% が減少している。平成 19 年 (2007) と平成 26 年 (2014) を比較すると、店舗数は 872 件から 598 件と 274 件減少しているものの、年間販売額は、529,601 万円の増となっている。

しかし、近年は、大型店舗の出店により廃業による空き店舗が増加し、シャッターが閉まったままの店舗も多くなっている。

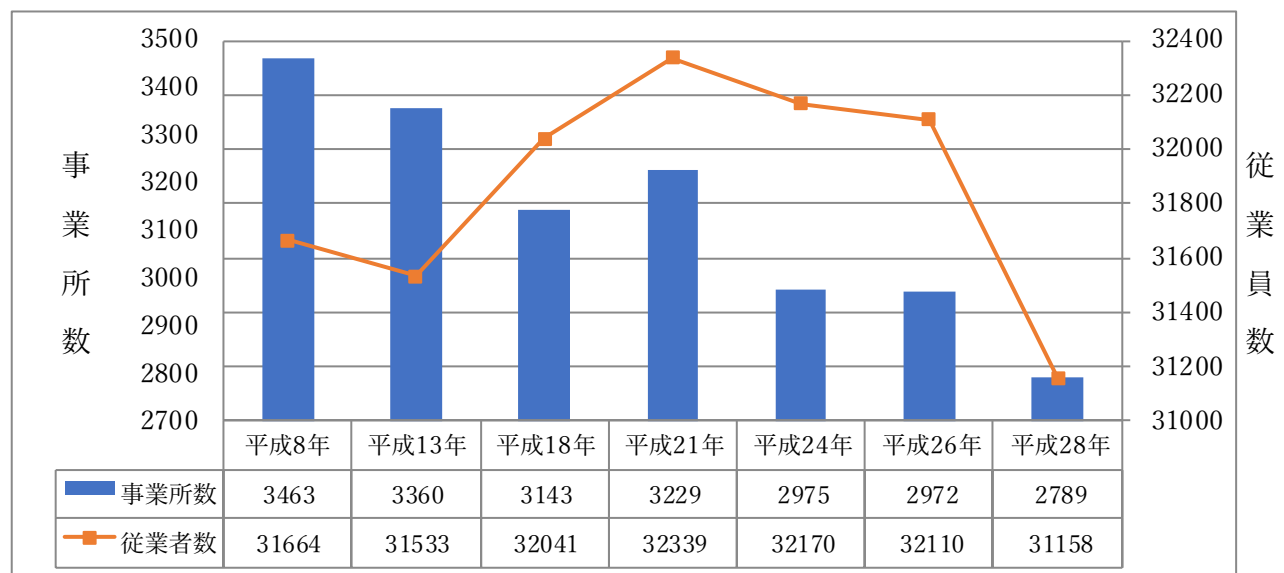
### ・課 題

国・県の各種支援制度の活用などによる事業者の経営基盤強化と経営の安定化を支援し、定住環境に不可欠な商業機能を確保する必要がある。

商工会をはじめとした関係機関と連携しながら、商業振興の強化を図ることが必要である。

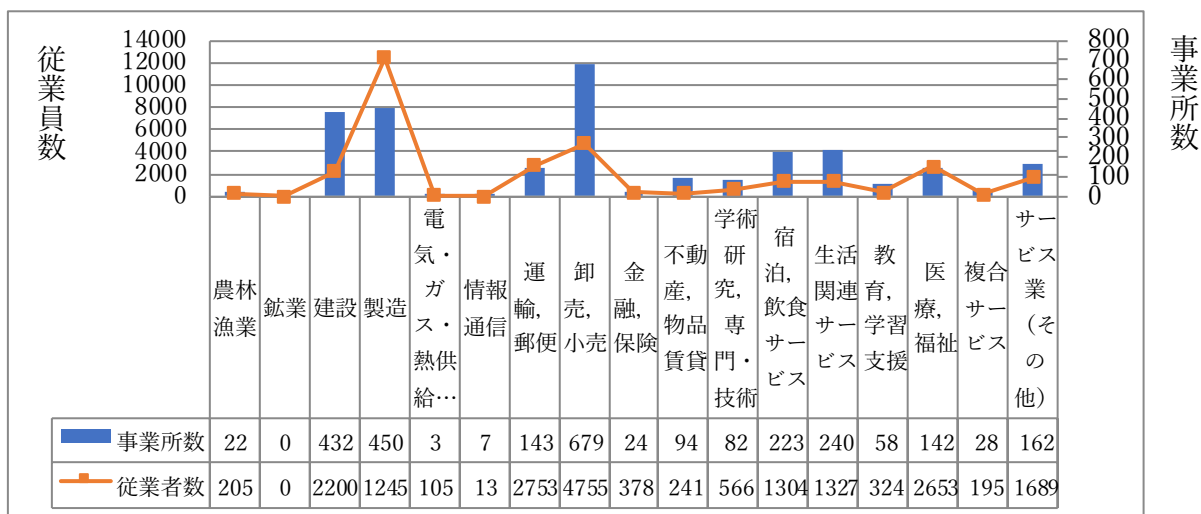
また、常総 I C 周辺地域整備事業における道の駅の整備など、観光事業、交流活動の活発化など、地域振興施策と連携した事業活動を促進する必要がある。

## 《経営組織別事業所数及び従業者数（民営のみ）》



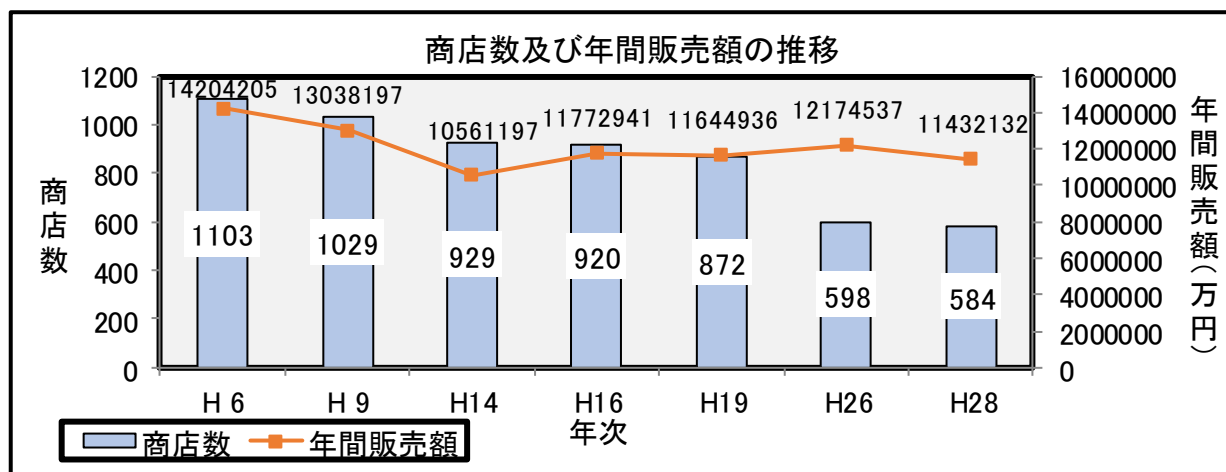
(資料：常総市統計書 平成 29 年度版)

## 《平成 28 年産業別事業者数及び従業者数》



（資料：経済センサス結果 総務省）

## 《商店数及び年間販売額の推移》



※H 6～H 1 6 年の商店数及び年間販売額は旧水海道と旧石下町の合計

（資料：商業統計調査結果 経済産業省）

### 【工 業】

- ・「常総市産業ビジョン」と「じょうそう未来創生プラン」における基本方針

地域の雇用に重要な役割がある企業の経営を支援し、地域で安定的に操業が継続していくことを目指す。

積極的に企業誘致を進め、地域に多くの雇用の場と活力が生まれることを目指す。

- ・現 状

年間製造品出荷額等では、平成 21 年からほぼ横ばいで推移していたが、平成 29 年度は増加している。

産業中分類別では、「はん用機械」が最も多く、次いで「食料品」、「金属製品」となっている。この 3 業種が突出しており、市内に立地している大規模事業者の占める割合が高いことや特定の分野の事業者が集積していることが伺える。

工業の振興のため、企業の経営改善に向けた国・県の各種支援制度や、新たな企業を誘致するための雇用促進奨励金、企業活動推進奨励金などの周知・活用を図っている。また、工業懇話会を通じて、工業団地内など改善が必要なインフラ整備などについて意見交換を行うなど、地域の工業団体と連携した工業振興に取り組んでいる。

人口減少に歯止めをかけるために、企業・事業所などの誘致に向け、税制など優遇措置を設け積極的に取り組んでいる。

#### ・課 題

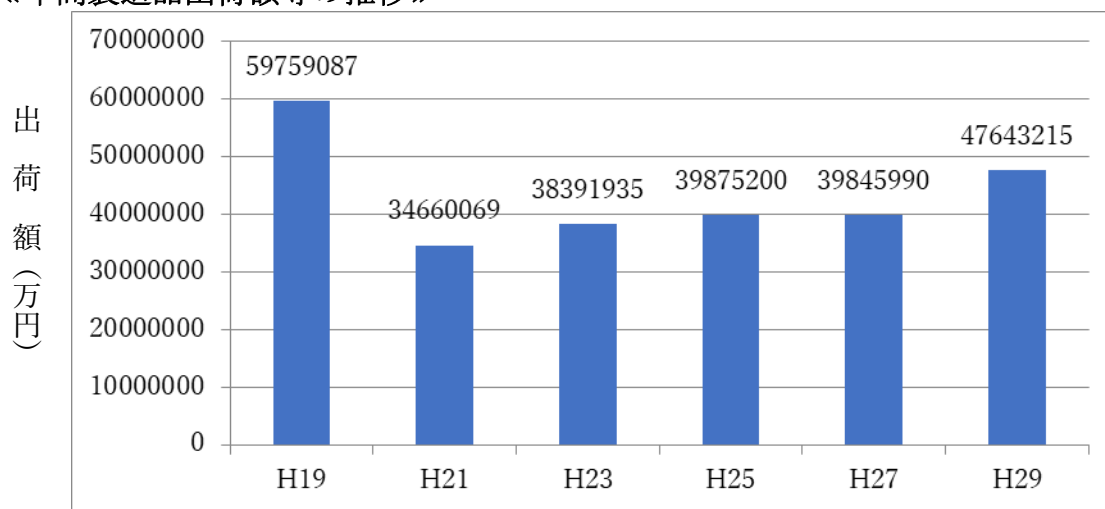
商工会など関係機関との連携による国・県の各種支援制度を活用し、企業の経営改善や設備投資、製品開発や技術開発を支援するとともに、産学官連携や企業間相互の情報交換・共同研究・異業種交流などによる企業の経営基盤強化を図る必要がある。

圏央道常総 I Cの開通による利便性向上など波及効果を視野に入れながら、企業誘致の促進を図ることが必要である。

既存工業団地の拡張など新たな産業用地の創出について、企業に積極的な情報発信を行い、関係機関と連携しながら進めていく必要がある。

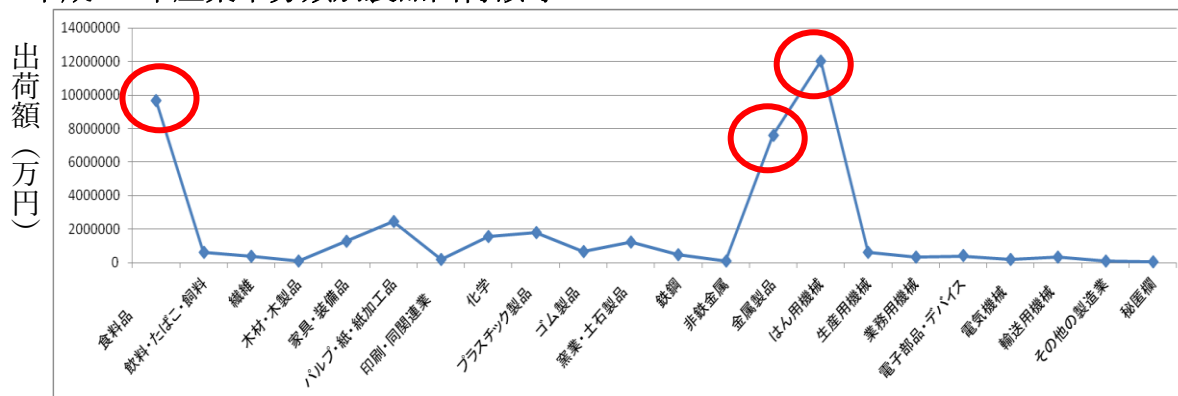
工業懇話会と連携を強化し、工業団地への道路整備など基盤の改善や、勤労者福祉・雇用・職住近接型住宅などの充実に向けた協議が必要である。

#### 《年間製造品出荷額等の推移》



（資料：工業統計調査結果 経済産業省）

#### 《平成 29 年産業中分類別製品出荷額等》



（資料：工業統計調査結果 経済産業省）



## 【観光】

### ・「常総市産業ビジョン」と「じょうそう未来創生プラン」における基本方針

観光は地域活性化への波及効果が期待できることから、本市の特徴を活かした観光・交流活動を推進し、市民と観光客が共生する地域社会の形成を目指す。

### ・現 状

観光の振興に向けて、首都圏近郊の立地条件や、本市が保有する自然・歴史文化・産業などの地域資源を活用した着地型観光の推進に努めている。

あすなろの里や吉野公園、桜の名所といった自然、坂野家住宅など歴史文化を伝承する施設、常総きぬ川花火大会などのイベント、地域のまつりなどを積極的に情報発信している。

本市単独に止まらず、近隣自治体とも連携を強化しながら、各地域が持つ魅力ある観光資源を有効活用した周遊ルートの開発や、企業などとの連携強化にも努めている。

### ・課 題

圏央道の開通を契機として、本市の観光資源のPRなど情報発信力を強化していく必要がある。また、観光と農業などの連携を図り、多様で魅力的な観光事業や観光商品を開発することが重要である。市民や常総市観光物産協会をはじめとして、周辺自治体や観光事業者と連携強化し、本市らしい「着地型観光」の振興を図ることが重要である。

## （２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ① 10年程度の期間を見据えて

今後、小規模事業者を取り巻く経営環境が一段と厳しくなるなかで、商店街の衰退や生活インフラの脆弱化、地場産業の衰退といった地域課題の解決の担い手として、地域住民から期待されているのが小規模事業者である。しかしながら、地域内需要は減少しており、コスト削減を通じた利益の拡大には限界があり、持続的な利益拡大を図るためには、売上高の増加に向けた取組みが不可欠といえる。

現在、常総IC周辺地域整備事業を契機として、生産・加工・流通・販売の一貫した体制づくりが進められており、これらの体制づくりを活かすことにより、域外からの需要をとりこむ方策が求められる。

域外からの需要を獲得する手段としては、地域資源の活用は有効である。圏央道及び国道294号の交点に設置する道の駅は、本市の新たな交流拠点であり、年間数十万人の集客効果が期待されている。道の駅を拠点とした周辺の事業所等との連携や、市域全体への周遊につなげる仕組みの構築により、新たな人の流れを生み出し、交流人口拡大が期待されることから、市内地域資源の磨き上げを行い、伝統産業や魅力的な地域特産物を地域の強みとして活かしながら、小規模事業者固有の特徴や強みを伸ばすことで、高い付加価値を生みだせる事業者を増やしていきたい。

### ②常総市の計画との連動性・整合性

常総市では、総合計画「じょうそう未来創生プラン」及び総合計画の方向性と具体的な施策を定めた「常総市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、道の駅を核とした地域経済の活性化を掲げ、常総IC周辺でのアグリサイエンスバレー構想や、道の駅設置による農業・商業・工業の活性化や観光等の分野への波及効果による地域経済の活性化を図ることを目標としている。

具体的な施策としては、道の駅を軸とした観光と交流の地域づくりを行うことにより、地域ビジネスの育成を図るとされている。

また、商工業の振興及び創業支援体制の強化を掲げ、創業・経営革新塾の開設、商工会や金融機関等との連携事業、空き店舗調査、空き店舗活用補助金、空き店舗等ストックバンクの創設、中心市街地活性化支援事業、中心市街地の拠点づくりの調査・検討を目指すとしている。

さらに、本市独自の地域産業のPR活動や販売促進に努めるとともに、新たな特産品開発などへの支援を行うとしている。

このような方針を踏まえ、当会では、地域の経済動向調査や需要動向調査分析に関する支援、事業

計画策定や販路開拓に向けたセミナー、個別相談会の実施といった個々の事業者支援に加え、専門家と連携した高度な相談対応等によって、小規模事業者の経営基盤の強化を促進する。

工業振興に関しては、常総市工業懇話会や常総市工場協会との連携を強化することにより、地域産業の持続的発展につながる支援策を推進し、ものづくり産業の経営力向上に向けた「財務体質改善や販路開拓に関する支援」、「生産性向上の取組支援」や6次産業化の推進を行うことにより、常総市の施策に沿った支援を実行する。

創業支援に関しては、常総市創業支援ネットワーク会議に参加することにより、情報共有及び連携強化を図るとともに、特定創業支援等事業としての創業者向けセミナーを開催し、創業支援体制の強化を図る。

### ③商工会としての役割

当会は、常総市内全域を管轄地域とし、小規模事業者の経営改善普及事業として、巡回・窓口における相談・指導の充実・強化に努め、税務支援、金融支援、労働事務、販路開拓支援等を行ってきた。さらに、各種セミナーの実施、青年部・女性部の育成、業種別部会事業の推進、各種イベントによる地域振興等を実施している。

コロナ禍にあっては、新型コロナウイルス感染症の影響を受けている事業所への支援を強化するとともに、常総市と連携した各種支援策への取組や、国・県・市の給付金等の周知、相談、申請支援を実施してきた。

また、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金、事業再構築補助金等のコロナに対応した補助金申請に対して、事業計画作成支援を実施している。

今後は、アフターコロナ時代を見据えた経営戦略として、新たな需要の開拓に寄与する事業のD X・I T利活用を推進するとともに、地域の支援機関として中核的な機能・役割を担うべく、常総市の掲げるビジョンと小規模事業者の振興のあり方を一つにし、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を行い、地域経済の活性化に向けた事業を推進する。

### （３）経営発達支援事業の目標

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ため、以下の目標を掲げて伴走型支援に取り組み、活力と賑わいのある地域の発展に貢献していくことを目指す。目標に近づくことにより、産業の活性化を実現し、さらには雇用の確保に繋げ人口減少の克服に貢献する。

- ①小規模事業者との対話と傾聴を通じた事業計画策定支援を行い、自律的な経営力向上を図ることにより事業継続を実現する。
- ②国内外での需要動向調査・販路開拓支援を行い、小規模事業者の新たな需要を開拓するとともに地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。会報やウェブサイト、巡回により、地域の小規模事業者に向けた情報提供を行い、展示会等への出展支援施策の活用、商品 PR 資料の作成等の出展への実行支援を行うことにより商圏の拡大を推進する。
- ③創業支援を行い、地域小規模事業者数の維持拡大を図る。創業希望者がどのようなノウハウが不足しているかを把握し、創業実現までハンズオンで最適な支援を行う。
- ④小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体の底上げと持続的発展の取組みへ繋げる。

## 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5年4月1日～令和10年3月31日）

### (2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②事業計画策定など販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、消費者の需要動向の調査・分析結果の情報提供や、地域内外で開催されるB to B、B to Cの展示会や商談会等への出展を通して、売上向上・販路拡大につなげる効果的な需要開拓支援を行う。

地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進地域特産品・サービスの開発・改善を支援し、IT 技術を利用した提供方法の推進や常総市の施設を活用した販路開拓の支援等を通して、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

③創業支援により、地域雇用の促進及び小規模事業者の維持拡大と地域経済の活性化を図る。

地域に活力を持たせるためにも、常総市の創業支援事業計画に基づき、効果的な創業計画書策定による販売計画・需要開拓支援を実施し、地域内の創業を創出する。

④小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

## I. 経営発達支援事業の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

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。また、当会としても、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っているが、一部の事業者のみの利用にとどまっており、データが十分に整理・分析されておらず有効な情報として活用されていない。

今後は、より多くの小規模事業者に対して的確な支援を行うため、周知方法やデータの活用方法を改善したうえで、地域の小規模事業者の決算申告データを活用した独自地域経済動向調査や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。

#### (2) 目標

| 支援内容           | 公表方法  | 現行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|----------------|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①地域経済動向分析の公表回数 | HP 掲載 | 1 回 | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   |
| ②景気動向分析公表回数    | HP 掲載 | 1 回 | 2 回   | 2 回   | 2 回   | 2 回   | 2 回   |

#### (3) 事業内容

##### ①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

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回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】・「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独自の地域経済動向調査の実施

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 40 件（製造業、建設業、卸小売業、サービス業から 10 件ずつ）

【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】調査票を郵送し返信用封筒で回収する。

【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）調査結果の活用

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とともに、経営分析及び事業計画策定支援にも活用する。  
また、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### （１）現状と課題

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・サービス開発」という視点に欠けている。

当会としても、組織的・継続的な需要動向調査の取り組みは実施したものの、分析内容が不十分であったために事業計画への反映までには至らなかった。また、地域小規模事業者はプロダクトアウトの意識が強く、需要動向を踏まえた「商品開発や改良」、「新たな販路開拓」には繋がらなかった。今後はマーケットインへの意識改革を図るために更なる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。

#### （２）目標

|                    | 現行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|--------------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①一般消費者対象<br>実施事業者数 | なし  | 4 者   | 4 者   | 4 者   | 4 者   | 4 者   |
| ②バイヤー等対象<br>実施事業者数 | 2 者 | 3 者   | 3 者   | 3 者   | 3 者   | 3 者   |

#### （３）事業内容

①一般消費者対象 小規模事業者が開発した新商品の需要動向を調査するため、常総市内で開催するイベント等（5月千姫まつり、11月ニッポン全国物産展、11月ふるさとまつり）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うえで当該事業者にフィードバックすることで、新商品開発や販路拡大に資する。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 30 件（1 事業所 1 商品あたり）                                                                                                   |
| 調査手段・手法 | ＜情報収集＞<br>イベントに来場する地域内外の消費者等に対し、経営指導員等が作成支援したアンケート票を活用し需要動向調査を行う。<br>＜情報分析＞<br>調査結果は、よろず支援拠点等の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。 |
| 調査項目    | ・商品・製品・サービスの価格<br>・品質・味・量<br>・商品やパッケージのデザイン                                                                                   |

|          |                                                                                                                                                                                                        |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・購買意欲</li> <li>・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）</li> </ul>                                                                                                       |
| 商工会の支援内容 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定</li> <li>・実施スケジュールの作成</li> <li>・調査項目の選定</li> <li>・アンケートシートの作成提供</li> <li>・回収した調査票の分析、加工及び提供</li> <li>・調査結果を活用した商品の開発、改良のアドバイス</li> </ul> |
| 分析結果の活用  | 事業者が行ったアンケートを経営指導員等が集計・分析し、レポートにまとめ、事業者に提供する。                                                                                                                                                          |

※調査対象イベントについて

| 時期    | 名称        | 場所        | 来場者        | 内容                                   |
|-------|-----------|-----------|------------|--------------------------------------|
| 5 月   | 千姫まつり     | 市民の広場     | 市民、県内外、観光客 | 1 日開催イベント、市内業者出店 43 者、来場者数約 1.1 万人程度 |
| 1 1 月 | ニッポン全国物産展 | 東京都       | 都民、観光客     | 3 日間開催イベント、出展者数約 320 者、来場者数約 10 万人程度 |
| 1 1 月 | ふるさとまつり   | 常総市役所石下庁舎 | 市民、県内外、観光客 | 1 日開催イベント、市内業者出店 72 者、来場者数約 2.5 万人程度 |

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、茨城県商工会連合会が支援する「小規模事業者向け販路開拓事業」において、来場するバイヤー等に対し、試食・アンケート調査を実施する。

|         |                                                                                                                                                                          |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| サンプル数   | 1 商品あたり 3 0 件（1 事業所 1 商品あたり）                                                                                                                                             |
| 支援対象    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源活用事業者等の新商品・新サービスに取組む事業者</li> <li>・既存商品・サービスの改良に取組む事業者 等</li> </ul>                                                           |
| 調査手法・手段 | <p>&lt;情報収集&gt;</p> <p>商談会に来場するバイヤー等に対し、経営指導員等が作成支援したアンケート票を活用し需要動向調査を行う。</p> <p>&lt;情報分析&gt;</p> <p>調査結果は、よろず支援拠点等の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。</p>                  |
| 調査項目    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品・製品・サービスの価格</li> <li>・品質・味・量</li> <li>・商品やパッケージのデザイン</li> <li>・商品への関心度、新規性、需要見込み</li> <li>・取引ロット数</li> <li>・納期、納入方法</li> </ul> |

|          |                                                                                                                                                                                                        |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・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）</li> <li>・業界内トレンド（何が流行しているか）</li> </ul>                                                                                         |
| 商工会の支援内容 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定</li> <li>・実施スケジュールの作成</li> <li>・調査項目の選定</li> <li>・アンケートシートの作成提供</li> <li>・回収した調査票の分析、加工及び提供</li> <li>・調査結果を活用した商品の開発、改良のアドバイス</li> </ul> |
| 分析結果の活用  | 事業者が行ったアンケートを経営指導員等が集計・分析し、レポートにまとめ、事業者に提供する。                                                                                                                                                          |

## 5. 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、需要を見据えた事業計画を策定するための第一ステップとして、財務分析のみならず、非財務分析についても行う。高度かつ専門的な知識を有する外部専門家等と連携し、実現可能性・実効性の高い事業計画策定支援に繋げていく。さらに、「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げる。

### （２）目標

|                | 現行   | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|----------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①経営分析セミナーの開催件数 | 1    | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     |
| ②経営分析事業者数      | 40 者 | 80 者  | 80 者  | 80 者  | 80 者  | 80 者  |

※（法定経営指導員2名、経営指導員2名体制を想定）

### （３）事業内容

#### ①経営分析セミナーの開催

実際に参加者自らが経営分析を行うワークショップ型のセミナーを通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深める。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

#### ②経営分析の内容

経営分析の効果である「自社の機会や脅威」「戦略的強み・弱み」「不確実性」が明確になる点や、「真の経営課題を顕在化させることができる」といったメリットを訴求する。

#### 【対 象 者】

セミナー参加者、巡回・窓口相談を介した掘り起こしによって気づきを得た小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い80者を選定。

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

《財務分析》直近３期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析。

《非財務分析》下記項目について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

| (内部環境)                                                             | (外部環境)             |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------|
| ・商品、製品、サービス・技術、ノウハウ等の知的財産・デジタル化、ＩＴ活用の状況・事業計画の策定・運用状況・仕入先、取引先・人材、組織 | ・商圏内の人口、人流・競合・業界動向 |

#### 【分析手法】

事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はＳＷＯＴ分析のフレームで整理する。

#### （４）分析結果の活用

①当該支援事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。

②データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

### 6. 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、これまでの当会での事業計画策定支援は、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、経営課題を解決するため、地域の経済動向調査、経営状況の分析及び需要動向調査を踏まえ、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

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とともに、計画策定の際の必須要素である「地域の経済動向調査」、「経営状況の分析」及び「需要動向調査」を踏まえながら支援を行い、５．で経営分析を行った事業者の５割程度／年の事業計画策定を目指す。また、持続化補助金の申請を契機として経営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。

事業計画の策定前段階においてＤＸに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

５．で実施するワークショップ型のセミナーを通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。



**(3) 目標**

|             | 現行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|-------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①D X推進セミナー  | なし  | 1 回   | 1 回   | 2 回   | 2 回   | 2 回   |
| ②事業計画策定セミナー | なし  | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   |
| ・事業計画策定事業者数 | 3 0 | 4 0   | 4 0   | 4 0   | 4 0   | 4 0   |
| ③創業塾        | 1 回 | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   | 1 回   |
| ・創業計画策定事業者数 | 1 0 | 1 0   | 1 0   | 1 0   | 1 0   | 1 0   |

**(4) 事業内容****①D X推進セミナーの開催**

D Xに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にD Xに向けたI Tツールの導入やW e bサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてI T専門家派遣を実施する。

|        |                                                                              |
|--------|------------------------------------------------------------------------------|
| 募集方法   | 個別案内、H P・会報等で周知                                                              |
| 講師     | I Tに精通した専門家                                                                  |
| 回数     | 集団セミナー1、個別相談・専門家派遣5回程度                                                       |
| 支援対象   | 経営分析を行った事業者                                                                  |
| 支援手法   | セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えてD Xに関する意識の醸成や基礎知識を深め、確実に事業計画の策定につなげていく。 |
| カリキュラム | D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I等）や具体的な活用事例、E Cサイトの利用方法等                           |
| 参加者数   | 1 5名程度                                                                       |

**②経営分析を行った事業者等を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催**

事業計画策定セミナーの内容は以下のとおりとする。事業計画策定こそが持続的成長のための経営の基本と捉える気運を高めていく。

|        |                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 募集方法   | 個別案内、HP・会報等で周知                                                                                                                                                                                                                                |
| 講師     | 中小企業診断士等事業計画策定に関する専門家                                                                                                                                                                                                                         |
| 回数     | 集団セミナー1回＋個別相談会30回                                                                                                                                                                                                                             |
| 支援対象   | 経営分析を行った事業者                                                                                                                                                                                                                                   |
| 支援手法   | セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。                                                                                                                                                                                       |
| カリキュラム | <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社の経営内容の振り返り</li> <li>・経営分析結果からみる自社の経営課題の抽出</li> <li>・需要動向調査・顧客ニーズの把握手法</li> <li>・新規売上獲得につながる計画的な販路の拡大・需要開拓手法</li> <li>・経営指導員が伴走型で支援する経営分析と事業計画作成ワーク</li> <li>・個別相談会（経営指導員と専門家による個別計画策定支援）</li> </ul> |
| 参加者数   | 15名程度                                                                                                                                                                                                                                         |

### ③「創業塾」の開催

創業塾の内容は以下のとおりとする。創業希望者及び創業間もない事業者に対して、「経営」・「財務」・「人材育成」・「販路開拓」の習得を目的として実践的、体系的に学ぶことで持続成長を促す。

|        |                                                                                                                                                               |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 募集方法   | 個別案内、HP・会報等で周知                                                                                                                                                |
| 講師     | 税理士、中小企業診断士等創業計画策定に関する専門家                                                                                                                                     |
| 回数     | 集団セミナー1回＋個別相談会5回程度<br>開催期間は1ヶ月程度                                                                                                                              |
| 支援対象   | 創業希望者、創業5年未満の小規模事業者                                                                                                                                           |
| 支援手法   | セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定と創業につなげていく。                                                                                                    |
| カリキュラム | <ul style="list-style-type: none"> <li>・創業に向けての基礎知識</li> <li>・ビジネスプランの重要性</li> <li>・マーケティング戦略、税務、人材育成、資金調達方法等</li> <li>・経営指導員等が伴走型で支援する創業事業計画作成ワーク</li> </ul> |
| 参加者数   | 15名程度                                                                                                                                                         |

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

これまでの小規模事業者への事業計画策定後の支援は、計画策定までの支援でとどまっていたため、計画実行の進捗やその後の売上等の推移等の把握には至っておらず、支援成果や小規模事業者の経営状況の確認ができていなかった。今後は、計画の進捗状況の確認や計画実行による売上・利益率の状況等把握まで、計画的な実行支援・フォローアップを行う。売上等の状況・計画の進捗に応じた、事業内容の検証・計画見直し等を含めたフォローアップ実施体制を構築し、定期的な支援に加え、随時、地域小規模事業者の売上増加につながる支援を行う。

### (2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員が一緒に作業を行うことにより、現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、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、フォローアップ頻度を設定する。社会情勢や経済環境の変化が生じた場合は、計画の見直しを行い、状況に応じた計画の変更を実施する。

### (3) 目標

|               | 現行  | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|---------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①事業計画策定事業者    |     |       |       |       |       |       |
| フォローアップ対象事業者数 | 30者 | 40者   | 40者   | 40者   | 40者   | 40者   |
| 頻度（延回数）       | —   | 130回  | 130回  | 130回  | 130回  | 130回  |
| 売上増加事業者数      | —   | 20者   | 20者   | 20者   | 20者   | 20者   |
| ②創業計画策定事業者    |     |       |       |       |       |       |
| フォローアップ対象事業者数 | 10者 | 10者   | 10者   | 10者   | 10者   | 10者   |
| 頻度（延回数）       | —   | 40回   | 40回   | 40回   | 40回   | 40回   |
| 売上増加事業者数      | —   | 6者    | 6者    | 6者    | 6者    | 6者    |

#### **（４）事業内容**

##### **【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】**

経営指導員等が四半期に一度、事業所を訪問し事業主と面談しヒアリングを行う。ただし、事業計画の進捗状況等により、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、フォローアップ頻度を設定する。また、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。なお、事業計画と進捗状況とがずれている場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、今後の対応策を検討の上、フォローアップ頻度の変更及び支援を行う。

事業計画策定４０者のうち、２０者は３カ月に一度１回（年４回）、１０者は４カ月に一度（年３回）、他の１０者については６カ月に１回（年２回）とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

また、創業希望者及び創業間もない事業者に対しては、資金面や販路開拓など課題に直面する場合が多々あることが予想される。そのため、対象事業者を定期的に訪問し、融資の相談、地域の経済動向調査結果の情報提供及び経営状況の分析、課題に対する事業計画策定支援など伴走型支援を継続していく。さらに専門家によるフォローアップ個別相談会を１５回予定する。

##### **【確認項目】**

現状認識、事業計画における進捗状況、事業推進の課題、今後の展開等

### **８．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**

地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ＩＴを活用した販路開拓等のＤＸに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。また、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、小規模事業者に対する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。

今後は、新たな販路の開拓にはＤＸ推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。同時に地域の小規模事業者が製造及び販売する商品・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・収益の増加に繋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、地域内外向けに開催する展示会、商談会、販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、販路開拓に繋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、首都圏等で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前に準備するＦＣＰシートの作成や、事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、装飾、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

ＤＸに向けた取組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、ＳＮＳ情報発信、ＥＣサイトの利用等、ＩＴ活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めたいうえで、導入にあたっては必要に応じてＩＴ専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

### (3) 目標

|                  | 現行  | R5 年度  | R6 年度  | R7 年度  | R8 年度  | R9 年度  |
|------------------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| ①物産展・イベント等出展事業者数 | —   | 5 者    | 5 者    | 5 者    | 5 者    | 5 者    |
| 売上額／者            | —   | 1 0 万円 | 1 0 万円 | 1 0 万円 | 1 0 万円 | 1 0 万円 |
| ②展示・商談会出展事業者数    | —   | 5 者    | 5 者    | 5 者    | 5 者    | 5 者    |
| 成約件数／者           | —   | 1 者    | 1 者    | 2 者    | 2 者    | 3 者    |
| ③SNS活用事業者        | —   | 1 0 者  | 1 0 者  | 1 0 者  | 1 0 者  | 1 0 者  |
| 売上増加率／者          | —   | 1 0 %  | 1 0 %  | 1 0 %  | 1 0 %  | 1 0 %  |
| ④EC サイト利用事業者数    | —   | 5 者    | 5 者    | 5 者    | 5 者    | 5 者    |
| 売上増加率／者          | —   | 1 0 %  | 1 0 %  | 1 0 %  | 1 0 %  | 1 0 %  |
| ⑤ネットショップの開設事業者数  | 7 者 | 2 者    | 2 者    | 2 者    | 2 者    | 2 者    |
| 売上増加率／者          | 0 % | 1 0 %  | 1 0 %  | 1 0 %  | 1 0 %  | 1 0 %  |

### (4) 事業内容

#### ①物産展・イベント等出展支援

一般消費者の需要開拓強化（B to C）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、需要開拓を支援する。

|          |                                                                                                                                                      |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 支援対象者    | 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                                                                                                 |
| 訴求対象者    | 一般消費者                                                                                                                                                |
| 想定する物産展等 | ①ニッポン全国物産展（11 月）<br>・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。来場者数 103840 人、出展者数 328 事業者（R 元年度参考）。<br>②地域で開催されるイベント（常総ふるさとまつり等）                 |
| 支援内容     | ・参加する小規模事業者に対し、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も展開する。<br>・効果的な商品開発や販路開拓を実現する支援を実施。<br>・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 動画活用等販促支援も同時に行う。 |

## ②展示・商談会出展支援

商社・バイヤー等の需要開拓（BtoB）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。参加させるだけではなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 支援対象者 | 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P R・受注拡大に繋げたい小規模事業者                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 訴求対象者 | 国内外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 展示会等  | <p>①地元金融機関が実施するビジネスマッチング<br/>＜想定する出展支援展示商談会等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・しんきんビジネスフェア（11月開催・県内信用金庫主催）<br/>来場者数約 2000 人、出展者数 181 事業者（R 元年度参考）</li> <li>・食の商談会（1月開催・めぶきF G主催）<br/>商談参加事業者数：250 社 対象：飲食向け</li> <li>・ものづくり企業フォーラム（2月開催・めぶきF G主催）<br/>商談参加事業者数：300 社 対象：工業向け</li> </ul> <p>②首都圏で開催される展示・商談会<br/>③小規模事業者向け販路開拓支援事業（海外展開）<br/>EC サイト出展・外国のモールへ出展<br/>④商談支援サイト「ザ・ビジネスモール」の活用</p> |
| 支援内容  | 単独でブース出展が困難な小規模事業者は、商工会や他事業者と連携して共同出展を行う。商工会としては、出展する小規模事業者に対し、専門家派遣事業なども活用して、必要な営業用ツール（企業概要書、商談シート、名刺等）の作成、アピールの仕方、バイヤーとの商談の進め方、魅力的な展示ブースの作り方等を支援する。<br>ザ・ビジネスモールの周知を行い事業所登録や商談方法の進め方等の支援を行う。                                                                                                                                                                                                           |

## ③SNSを活用した情報発信

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込みのため、Facebook、Twitter、LINE、Instagram 等の取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

|       |                                                             |
|-------|-------------------------------------------------------------|
| 支援対象者 | 経営状況の分析、事業計画策定を行った意欲ある小規模事業者                                |
| 訴求対象者 | 地域内外の消費者                                                    |
| 支援内容  | 各SNSの特徴、登録の際の入力方法支援や、自社の売りたい商品や技術・サービス等のアピール方法や、記載内容等を支援する。 |

## ④ECサイト利用（BtoC）

各社が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

|       |                                     |
|-------|-------------------------------------|
| 支援対象者 | 経営状況の分析、事業計画策定を行った意欲ある小規模事業者        |
| 訴求対象者 | 地域内外の消費者                            |
| 支援内容  | 専門家と連携しサイト利用開始からフォローに至るまで継続的な支援をする。 |

## ⑤ネットショップ開設

ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

|       |                                          |
|-------|------------------------------------------|
| 支援対象者 | 経営状況の分析、事業計画策定を行った意欲ある小規模事業者             |
| 訴求対象者 | 地域内外の消費者                                 |
| 支援内容  | 専門家と連携しネットショップの立ち上げからフォローに至るまで継続的な支援をする。 |

## Ⅱ．経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組

### 9. 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

従来より当会正副会長及び市担当課長、中小企業診断士、法定経営指導員等をメンバーとする「経営発達支援事業評価検討委員会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の検証を行っている。また、年度最初の当会理事会において事業報告を行っている。

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当会の正副会長及び常総市担当課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「経営発達支援事業評価検討委員会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案（PDCA サイクル）の提示を年1回行う。なお、評価基準については、「A：計画通り実施できた」「B：概ね実施できた」「C：計画通り実施できなかった」「D：全く実施できなかった」の4段階評価とし、全項目で評価B以上を目指す。

②事業の成果、評価、見直しの結果については、当会理事会へ報告し、承認を受ける。

③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、当会HPに公表する。  
(<http://joso.or.jp/>)

P（計画）商工会理事会において評価・見直しの方針を決定する。

→D（実行）当会の経営発達支援計画に基づき事業を遂行する。

→C（評価）評価検討委員会にて経営発達支援事業の進捗状況・成果等の評価を行う。

→A（改善）事業の成果、評価、見直しの結果を、事業実施方針等に反映させる。

→P（計画）へ戻る

## 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

職員の資質向上等については、これまで茨城県商工会連合会が行う職員研修や県内の各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、経営指導員のみならず一般職員も含めた職員の戦略上の意思決定に関与可能な支援能力、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

##### 【経営支援能力向上セミナー】

職員(経営指導員や一般職員等)の支援能力の一層の向上のため、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」に対して、計画的に職員(経営指導員や一般職員等)を派遣する。

##### 【事業計画策定セミナー】

当会の評価検討委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、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」への職員(経営指導員や一般職員等)参加を優先的に実施する。

##### 【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、職員(経営指導員や一般職員等)のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のための茨城県商工会連合会や中小企業大学校が主催するセミナーについて積極的に参加する。

##### <DXに向けたIT・デジタル化の取組>

##### ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

##### イ) 事業者にとって外向け(需要開拓等)の取組

ホームページ等の活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

##### ウ) その他取組

オンライン経営指導の取組

##### 【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。



**【小規模事業者課題設定力向上研修】**

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

**②OJT制度の導入**

支援経験の豊富な経営指導員等がチームを組成し、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。

**③職員間の定期ミーティングの開催**

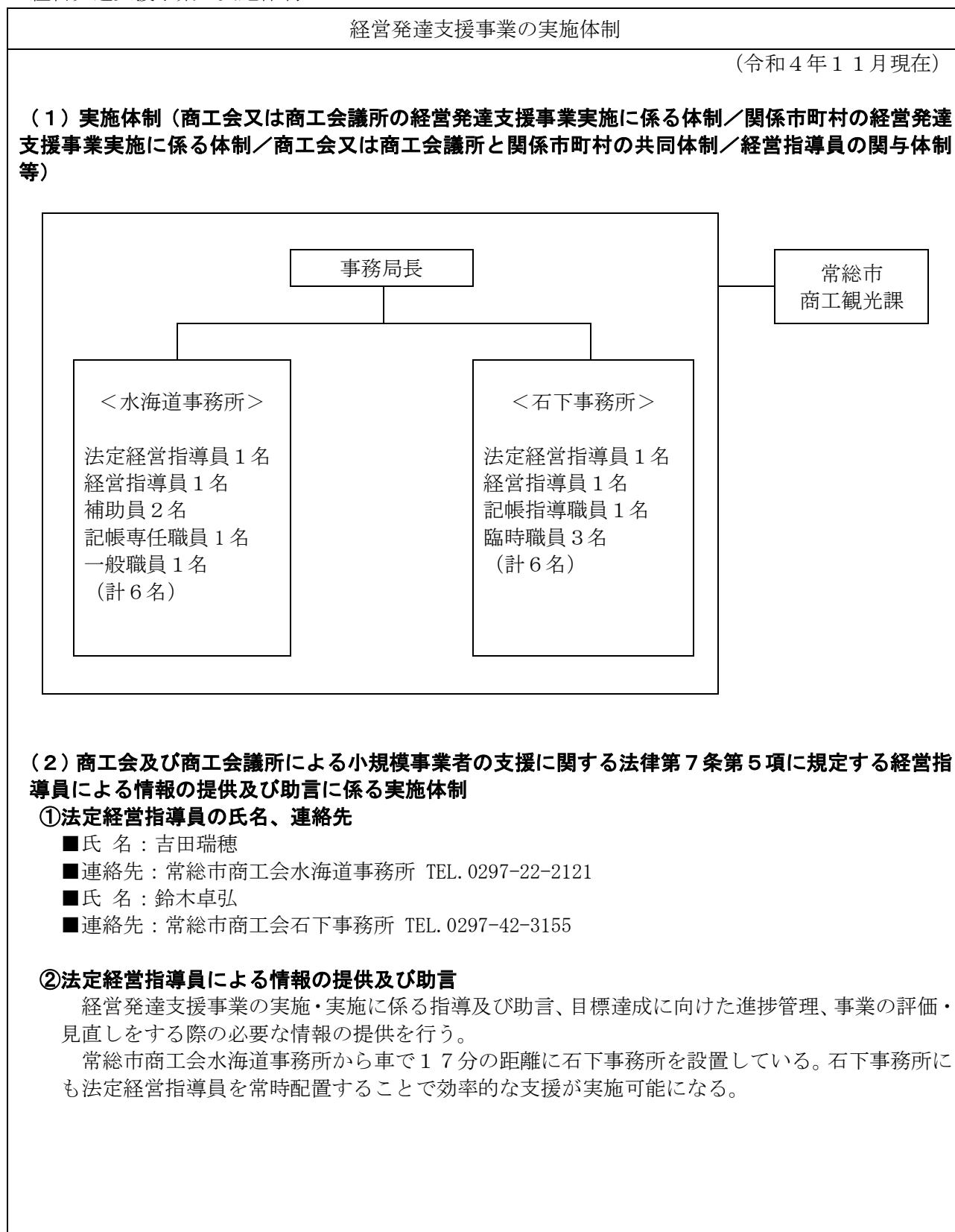
経営指導員研修会等へ出席した経営指導員等が、研修で得た情報（IT等の活用方法や具体的なツール等）についての提供する機会も設けるため、定期的なミーティング（毎朝の朝礼）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

**④データベース化**

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援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。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



**(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**

郵便番号 303-0003

茨城県常総市水海道橋本町 3552-1

常総市商工会

TEL : 0297-22-2121 / FAX : 0297-22-2124 / E-mail : info@joso.or.jp

**②関係市町村**

郵便番号 303-8501

茨城県常総市水海道諏訪町 3222 番地 3

常総市産業振興部商工観光課

TEL : 0297-23-2111 / FAX : 0297-22-8864 / E-mail : shokou@city.joso.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)

|          | 5 年度  | 6 年度  | 7 年度  | 8 年度  | 9 年度  |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 必要な資金の額  | 3,760 | 3,760 | 3,760 | 3,760 | 3,760 |
| ○セミナー開催費 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| ○専門家派遣費  | 1,500 | 1,500 | 1,500 | 1,500 | 1,500 |
| ○需要動向調査費 | 600   | 600   | 600   | 600   | 600   |
| ○需要開拓支援費 | 660   | 660   | 660   | 660   | 660   |

(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、手数料収入、国補助金、県補助金、市補助金等 |

(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<br>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                                         |
|                                                |