

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	筑西市商工会（法人番号 1050005010138） 筑西市（地方公共団体コード 082279）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>(1) <u>事業計画策定支援を行い、小規模事業者の経営力向上を図る</u></p> <p>(2) <u>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</u></p> <p>(3) <u>創業支援による、地域小規模事業者の維持拡大と地域経済の活性化</u></p>
事業内容	<p><b><u>3. 地域の経済動向調査に関すること</u></b></p> <p>国が提供するビッグデータの活用や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、小規模企業景気動向調査に独自の調査項目を追加し、年2回調査・分析を行い、事業計画策定に支援に活用します。</p> <p><b><u>4. 需要動向調査に関すること</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般消費者向け需要動向調査の実施（BtoC）</li> <li>・展示商談会等を活用したバイヤー向け需要動向調査の実施（BtoB）</li> </ul> <p>実施した結果を既存・新商品に落とし込んでいきます。</p> <p><b><u>5. 経営状況の分析に関すること</u></b></p> <p>経営指導員を中心に、巡回・窓口相談の機会を活かし、対象事業者を掘り起こしていきます。多くの小規模事業者は自社の経営分析をしたことがないため、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します。</p> <p><b><u>6. 事業計画策定支援に関すること</u></b></p> <p>経営分析を行った事業者を対象に事業計画の策定前段階に「DX推進セミナー」の開催、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、創業セミナーの開催。</p> <p><b><u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u></b></p> <p>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います。また、事業者からの申出等により、臨機応変に対応しフォローアップを行っていきます。</p> <p><b><u>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u></b></p> <p>一般消費者、業者の需要開拓強化を目指す小規模事業者に対し SNS や EC サイトなどの活用を中心に支援を行います。</p>
連絡先	<p>筑西市商工会 〒300-4517 茨城県筑西市海老ヶ島 1292 番地 1 TEL0296-52-2511 <a href="mailto:imfo@chukusei.org">imfo@chukusei.org</a></p> <p>筑西市経済部商工振興課 〒308-8616 茨城県筑西市丙 360 番地 TEL0296-54-7011 <a href="mailto:shokou@city.chikusei.lg.jp">shokou@city.chikusei.lg.jp</a></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】

筑西市は東京から北へ70km、茨城県の西部に位置する東西約15km、南北約20km、面積205.3km<sup>2</sup>の広がりを持つ都市です。地形は平坦で、可住地面積が195.59km<sup>2</sup>と県内第2位となっており、また、鬼怒川・小貝川などが南北に貫流し、肥沃な田園地帯を形成しています。南は下妻市・つくば市、東は桜川市、西は結城市・八千代町、栃木県小山市、北は栃木県真岡市に接しています。

【交通網】

道路体系は、市のほぼ中心を東西方向に国道50号、南北方向に国道294号が整備され、この2路線が交差した部分が市の中心部になり、さらにここから、石岡市・つくば市・古河市方面に放射状に県道が整備されています。また、国道50号下館バイパスや筑西幹線道路は一部開通、国道294号は4車線化されています。鉄道は、東西にJR水戸線が走り、下館駅を起点として、南は取手まで関東鉄道常総線、北は茂木まで真岡鐵道真岡線が運行されています。この3本の軌道上に9つの鉄道駅を有するほか、国道及びその他の主要な広域交通を担う道路が交差する交通の要衝であり、多くの行政機関が立地しています。このほか、下館駅を中心とする商業集積や交通環境をいかした工業団地の整備などにより人口や産業が集積し、茨城県西地域の中心となる都市圏を形成しています。



【位置と地勢】



【人口と世帯】

筑西市の総人口は、県内第8位(令和2年10月1日時点、常住人口)の人口規模となっています。人口の推移を見ると、平成7年を境に減少に転じて以降、減少傾向にあり、令和2年10月1日時点では99,989人となっています。世帯数は合併前から緩やかな増加傾向にある一方で、1世帯当たりの人員は平成2年の3.75人から令和2年には2.66人まで減少し、核家族化が進行しています。

※令和3年10月1日現在の常住人口は99,079人。世帯数は38,064世帯となっています。

### 【人口・世帯数の推移】



※ 平成2年～平成27年 国勢調査

※ 平成2年、平成7年、平成12年は、合併前の1市3町の人口及び世帯数の合計値及び世帯構成人員の平均値

また、3階層別年齢人口比の0～14歳の割合は平成2年の19.8%から平成27年では12.2%と7.6ポイントの減少、65歳以上の割合は平成2年の13.0%から平成27年では28.0%と15.0ポイントの増加と、少子高齢化が進行しています。

### 【3階層別人口比の推移】

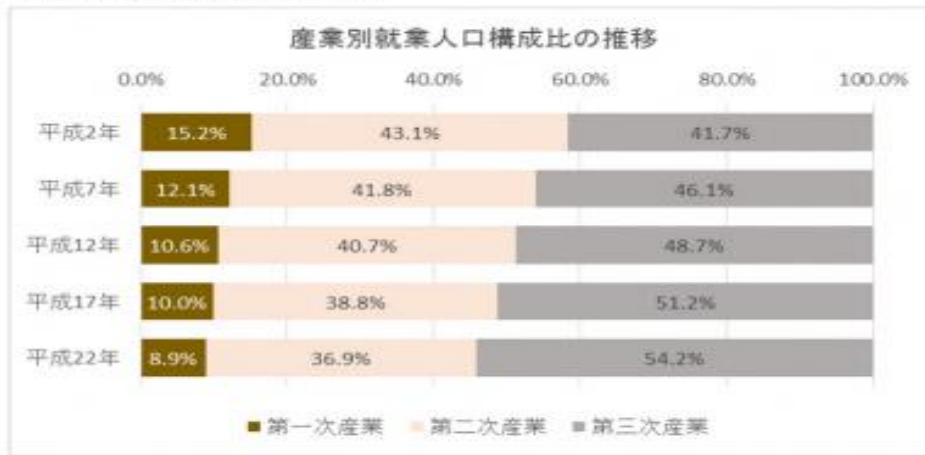
	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年
0～14歳	23,301	20,017	17,769	15,908	14,320	12,759
(構成比)	19.8%	17.0%	15.3%	14.1%	13.2%	12.2%
15～64歳	79,040	79,541	77,186	73,146	68,435	62,316
(構成比)	67.2%	67.4%	66.5%	65.0%	63.2%	59.8%
65歳以上	15,358	18,520	21,102	23,521	25,502	29,178
(構成比)	13.0%	15.7%	18.2%	20.9%	23.6%	28.0%
総数	117,699	118,078	116,057	112,575	108,257	104,253
(構成比)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

※ 平成2年～平成27年 国勢調査（年齢不詳除く）

### 【産業構造の特徴】

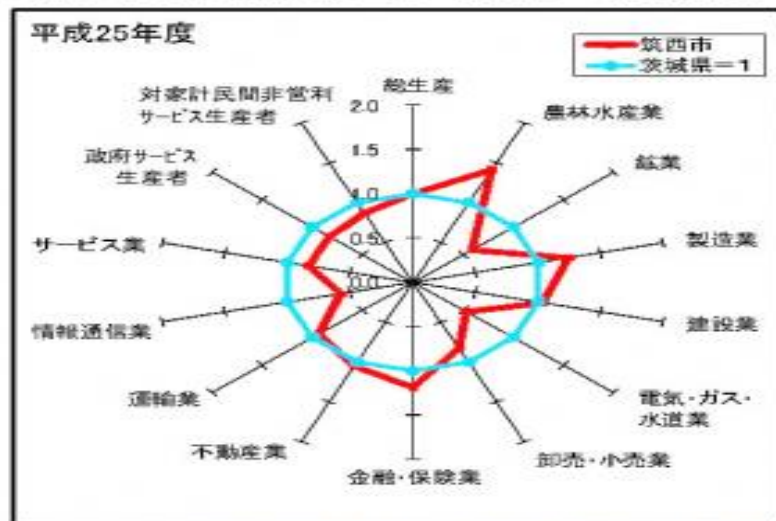
農業・商業・工業の均衡が取れた産業構造のもと発展を続けていますが、県全体と比較した産業分類ごとの経済活動の大きさは、特に「製造業」、「農林水産業」が秀でています。平成28年経済センサスを見ると、日本全体から見た本市の経済活動の大きさを最も強いのは、雇用力及び稼ぐ力がともに最も高い「プラスチック製品製造業」となっており、雇用力については、次いで「社会保険・社会福祉・介護事業」、「飲食料品小売業」が強く、地域外から稼ぐ力は「窯業・土石製品製造業」、「情報通信機械器具製造業」が強くなっています。製造業を中心に求人が増加傾向ですが、充足率が低くなっています。

【産業別就業者数の推移】



資料 国勢調査

【産業構造の特徴（経済活動別総生産（名目）の特化係数※グラフ）】



出典：平成25年度茨城県市町村民経済計算

※特化係数：市の経済活動ごとの構成比を県と比較し、県から見た相対的な経済活動構成比の大きさを表す指標。（特化係数＝市の経済活動構成比÷県の経済活動構成比）

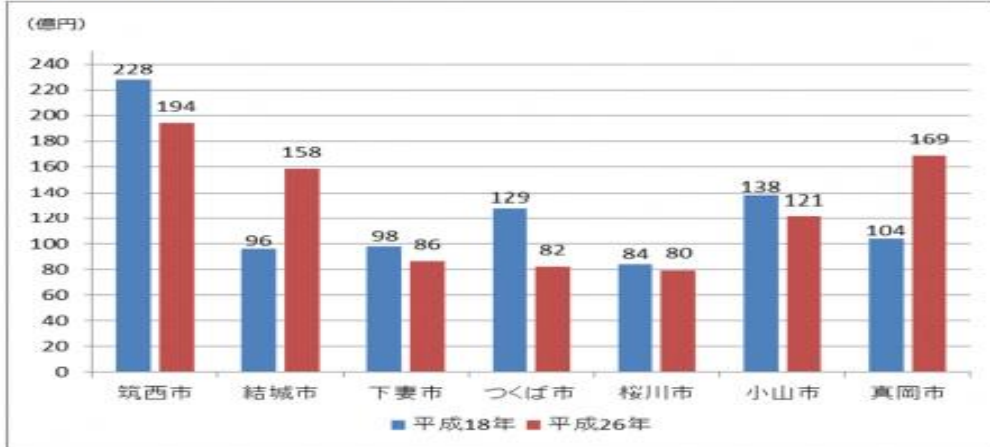
【産業別の特徴】

1. 農業

農業においては、茨城県内第7位の農業産出額で関東の市町村別農業産出額でも第16位となっています。特に全国第1位の赤こだますいか、県内産出量第2位の米や特産の梨、茨城県銘柄指定になっている、冬春きゅうり、県銘柄推進産地指定のいちご、夏秋トマト、ニラなどの施設園芸が盛んであり、全国の消費者から高い評価を受けています。



【農業産出額 近隣市比較】



※平成18年の数値：市町村別農業産出額 出典：農林水産省 生産農業所得統計  
 ※平成26年の数値：市町村別農業産出額（推計） 出典：農林水産省 市町村別農業産出額（推計）

## 2. 商業

商業においては、地域需要を充たす持続維持型が多くみられるものの、中には第二創業に取り組み成長発展型を目指す企業もみられます。

筑西市の新たな商業施設としては令和元年7月にオープンした、「道の駅グランテラス筑西」があり、北関東最大級の規模を誇る、複合型道の駅です。

複合型の由来は、「農産物直売所」「レストラン」等の従来型の道の駅の設備に加え、手ぶらで楽しめる「BBQ場」「野外ステージ」「キッズスペース(室内・外)」「リラクゼーションルーム」「スラックライン場」、24時間利用可能な「コインシャワー」や「コインランドリー」など、多様な世代をターゲットとした様々な施設があるところから来ています。



＜道の駅グランテラス筑西＞

また、道の駅では日本で初めて「Starbucks Coffee」も併設しています。この道の駅が出来た事により、新たな販路拡大や振興事業の機会が大幅に増えています。

従来、下館駅周辺市街地を中心に、周辺地域を商圈とする商業の集積により発展してきましたが、近年は商店街において空き店舗が増加するなど、市全体の商店数、従業者数、年間商品販売額は、いずれも減少を続けています。

【卸小売業年間販売額 近隣市比較】



資料：商業統計調査

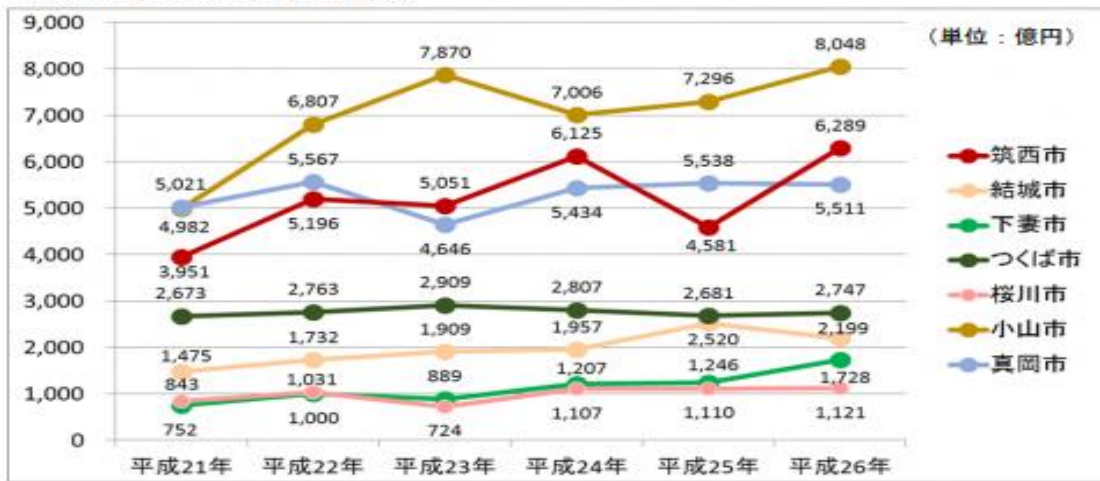
卸小売業の年間販売額を近隣市と比較すると、つくば市、小山市は突出して多くなっていますが、その他の市と比べると約2倍から4倍と多くなっています。

### 3. 工業

工業においては、事業所数において、県内3番目に多く、下請けや特注品など様々な製品を製造しており、会員数に占める下請等製造業者数の割合は16.2%となっております。

工業は、事業所数・従業者数ともに減少傾向にありますが、製造品出荷額は、平成20年9月のリーマン・ショックの影響を受けて落ち込んだ平成21年以降、増加傾向にあり、平成26年の製造品出荷額は、6,289億円となっております。製造品出荷額を近隣市と比較すると、平成26年時点で、小山市よりは低いものの、県内近隣市の中では1番高くなっています。

【製造品出荷額 近隣市比較】



資料：工業統計調査

※数値は従業員4人以上の事務所のもの

#### 【産業の直近出荷額等】

工業製品出荷額 5,186億円 卸小売業販売額 2,142億円 農業出荷額 198億円

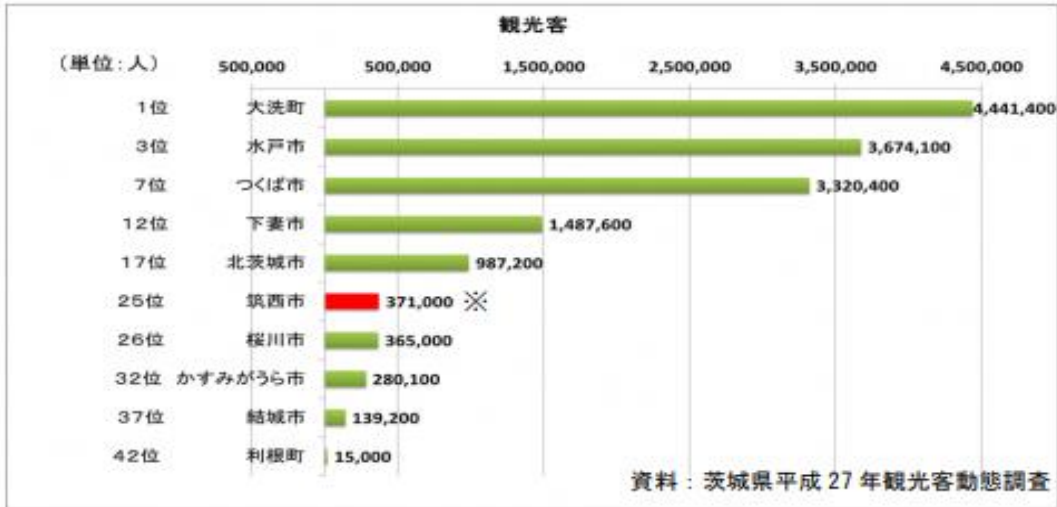
※R1年工業統計調査 H30年農林水産省市町村別産出額 H28年経済センサスより

### 4. 観光

筑西市は、下館祇園まつり、どすこいペア、あけのひまわりフェスティバル、小栗判官まつりといった4大イベントをはじめ、史跡・文化財などの観光資源を有しています。年間入込客数は、平成27年時点で371,000人と平成26年時点より微増となっており、県内第25位となっております。

具体的には、多くの歴史的資源や街並み、脈々と継承される祭りや伝統文化、豊かな農産物・伝統に根ざした特色ある産業など生活文化の礎を築いてきた大切な資源があります。これまで「下館祇園まつり」や「どすこいペア」、「あけのひまわりフェスティバル」、「小栗判官まつり」などのイベントの開催支援とともに、筑西市の魅力を県内外に広くPRするため、観光ガイドマップやノベルティ、ホームページ、メディアなどを活用した情報発信の他、茨城県が中心となって実施する観光キャンペーンの参加やJR東日本と連携した「駅からハイキング」などにより、新たな魅力の開拓と観光PRにつとめてきました。

【観光入込客数の県内順位】



※ 「下館祇園まつり」「どすこいペア」「あけのひまわりフェスティバル」「小栗判官まつり」の入込客数と「美術館」「板谷波山記念館」の入館者数



下館祇園まつり（7月下旬）



どすこいペア（8月下旬または9月上旬）



あけのひまわりフェスティバル（8月下旬～9月上旬）



小栗判官まつり（12月上旬）

【業種別事業所事業所数】

筑西市は平成17年に下館市、関城町・明野町・協和町での市町村合併があり、会議所区域（下館市）と商工会区域（関城・明野・協和の旧3町）とがあります。下記の表は会議所区域も含む筑西市全体の事業所数です。平成26年と28年の経済センサスを比べたものですが、全体を見ても徐々に減少傾向にあります。運輸業など微増の業種もありますが、ほとんどの業種で減少傾向であり、人口減少と並行して事業所も減ってきていると言えます。

会員支援の現場では事業所の廃業や、これからを見越しつつくば市などに移転する事業所の動きも見られています。



筑西市事業所数

	平成26年	平成28年	増減	割合（平成28年）%
全産業	4,936	4,640	-296	
農林漁業	51	52	1	1.12
鉱業 採石業 砂利採取業	1	2	1	0.04
建設業	681	632	-49	13.62
製造業	669	643	-26	13.86
電気・ガス・熱供給・水道業	6	4	-2	0.08
情報通信業	17	16	-1	0.34
運輸業・郵便業	144	150	6	3.23
卸売業・小売業	1,213	1,176	-37	25.34
金融業・保険業	81	83	2	1.79
不動産業・物品賃貸業	193	176	-17	3.79
学術研究・専門・技術サービス業	137	136	-1	2.94
宿泊業・飲食サービス業	455	433	-22	9.34
生活関連サービス業・娯楽業	478	455	-23	9.81
教育・学習支援業	114	114	0	2.46
医療・福祉	287	287	0	6.19
複合サービス事業	27	27	0	0.58
サービス業（他に分類されないもの）	254	254	0	5.47

平成26年経済センサス・平成28年経済センサス より

【商工会区域での商工業者・小規模事業者・会員事業所数（業種別）】

商工会区域での商工業者・小規模事業者・会員数は、平成26年から見て減少しており、会員数は毎年20件近く減少しています。令和2年度に関しては新型コロナウイルス感染症の不安から、各コロナ対策の施策を利用するために加入数が増えたこともあり、微増という結果になっています。

筑西市商工会管内商工業者数・小規模事業者数・会員事業所数推移

	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
商工業者数	1,951	1,951	1,951	1,951	1,951	1,680	1,680
小規模事業者数	1,548	1,548	1,548	1,548	1,548	1,407	1,407
商工会員数（3/31時点）	1,125	1,107	1,093	1,077	1,057	1,051	1,054

商工会資料平成26年度～令和2年度

筑西市商工会会員業種別事業所数

	平成28年	令和2年	増減	割合（令和2年）%
全会員	1,093	1,054	-39	
鉱業 採石業 砂利採取業	0	0	0	0
建設業	325	310	-15	29.41
製造業	190	167	-23	15.84
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0	0
情報通信業	0	0	0	0
運輸業・郵便業	47	50	3	4.74
卸売業・小売業	225	219	-6	20.77
金融業・保険業	15	13	-2	1.23
不動産業・物品賃貸業	10	8	-2	0.75
学術研究・専門・技術サービス業	13	12	-1	1.13
宿泊業・飲食サービス業	73	68	-5	6.45
生活関連サービス業・娯楽業	4	3	-1	0.28
教育・学習支援業	5	8	3	0.8
医療・福祉	16	18	2	1.7
複合サービス事業	0	0	0	0
サービス業（他に分類されないもの）	170	178	8	16.9

筑西市商工会資料

【筑西市における産業の課題】

筑西市はこれまで、県西の中心的なまちとして発展してきましたが、平成7年をピークに人口減少時代に突入し、労働力人口の減少や担い手不足が顕著となり、いかに地域産業の存続・継承を図るかが課題となっています。

また、グローバル化が進み、地域間競争が激化する状況においては、いかに地域の独自性・自立性を高めていくかが、地域を存続させる意味からも問われています。筑西市には、誇れる資源があり



ます。人口減少や地域間競争に打ち勝ち、次なるまちづくりを成功させるためには、「誇れる資源」を最大限にいかして、雇用の場となる産業の活性化を図るとともに、人が集まり、交流や賑わいが生まれる都市を実現していくことが必要です。

#### 《誇れる資源》

- ・筑波山を望む美しい景観や豊かな自然
- ・市の中心を東西・南北の十字に鉄道・道路が走る交通の要衝
- ・県内上位の耕地面積を有する米処であり、品質も高い梨やこだますいかななどの産地
- ・出荷額が県内近隣市と比べて多い製造業の集積
- ・先人たちが残してきた歴史文化遺産

さらに、消費行動も消費者ニーズの多様化や購買行動の変化などにより、郊外型大型店やネット通販に消費活動がシフトしてしまい、地元小売業や卸売業の売上低迷が続いていることから、当地域の事業者の「消費行動の変化」に対する対応の遅れも課題になっています。

商工会区域で見れば、創業や賑わいがあまり見られず、中心部の下館地区での出店や顧客の購入先も、下館地区に流れている傾向が見られ、商工会区域での積極的な消費活動が低迷しており、下館地区への一極集中の流れが見られます。

また、地域内の経済活性化のためには、交流人口の増加策も重要となりますが、夏祭りなどの観光資源が通年の観光誘客に必ずしも結びついているとは言えず、今後は、経済波及効果を促すための新たな仕組みを構築していくことが課題となっています。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ①10 年程度の期間を見据えて

10 年先を考えた場合、地域経済の支えになっている小規模事業者が、継続的に発展していくことが筑西市の振興の課題になっています。

また、当地域では、人口減少、特に生産年齢人口の減少が課題であり、その対策として、大型店との競合に負けない競争力のある企業の育成を図りながら、創業支援による事業者の創出を推し進めていく必要があります。その中で当会地区での創業や販路開拓に関しても、意識していかなければなりません。

新型コロナウイルス感染症の影響で、営業方法、購入方法などの手法が電子化され、非対面型ビジネスとしての手段が増えたこともあり、コロナ後の時代にもこれらの DX に対し事業所が対応しなければならぬ必要性が出てきています。

当会の長期的な振興のあり方として、課題解決のため、小規模事業者が継続的に発展し続けるために克服すべき様々な経営課題に対し、職員のスキルアップによる支援力強化や他の支援機関・専門家等との連携を構築するなど相談体制を整備し、継続的な経営分析や不断の事業計画作成・需要開拓など事業者に寄り添った経営支援も実施していかなければなりません。

さらに、地域の事業者や行政と連携し、地域資源を活かした新商品開発・ブランド化や地域の魅力を積極的に域外に情宣する取り組みを行い、地域経済への波及効果を促すため、交流人口増加のための仕組みづくりにも取り組んでいかなければなりません。

そして、コロナ後に関しても、事業の電子化・非対面型ビジネス手法に関しても進めていかなければなりません。

### ②筑西市総合振興計画との連動性・整合性

筑西市が平成 29 年 3 月に策定した「第 2 次筑西市総合計画（平成 29 年度～令和 8 年度）」では、商工・観光部門について以下の通り記載しています。

※筑西市では、平成 29 年度から令和 3 年度を前期計画としており、令和 4 年度から令和 8 年度の後期計画においても、前期計画の内容を踏襲した方向性で施策が現在検討されている状況になります。

**基本理念 「誰もが誇れる元気未来都市づくり」**

- 政 策 「1. 若者が希望を持てる産業の育成」  
 「2. 交流・賑わいが生まれる観光まちづくり」

また、上記の「第 2 次筑西市総合振興計画」の施策体系では、それぞれの振興計画の課題について 下表の通り述べています。

【商業の現状と課題】	
現状	近隣のつくば市、宇都宮市等の郊外型大型商業施設への消費者の流出、地元大型店舗との競合、少子超高齢社会の進展・事業者の高齢化そしてそれに伴う後継者難等多くの課題があり事業者を取り巻く環境は依然厳しい状況が続いている。
既存の取組み	各種イベント等の開催や、消費の内需拡大を図るためにプレミアム商品券の発行等により商業の活性化に取り組んできたが、継続的な活性化が図れていない。
課題	商店の活力低下はいなめない状況であり、地域を超えた商業の活性化が課題である。今後も、商業振興に向けて販路拡大や創業支援、空き店舗の利活用、商店街の活性化などに引き続き取り組んでいく必要がある。
【工業の現状と課題】	
現状	近年は景気低迷の影響を受け、事業所数、従業者数、製造品出荷額等はいずれも漸減の傾向にあり、活力の維持が懸念されている。
既存の取組み	筑西市商工会・下館商工会議所などと連携を図り、国・県の各種制度の情報提供や経営安定化のため、自治金融のあっせん、相談窓口の運営など行っている。
課題	工業分野の中小企業者を取り巻く環境は、非常に厳しく不安定な状況であり、経営の安定が一番の課題である。今後とも、地域の活力を支える魅力ある雇用の場として、優良企業の誘致や既存企業への支援体制の充実を図るとともに、市街地における住工混在の解消や豊かな自然・田園環境との調和を図る。また、地域と融和した持続的な工業振興を図っていく必要と、今後関係機関と連携しながら企業の育成・支援・成長を図るとともに雇用の創出に引き続き努める事が必要である。
【創業の現状と課題】	
現状	廃業する事業者が創業する事業者を上回っている。
既存の取組み	商工団体を含む創業支援機関と連携しながら、創業に関するワンストップ相談窓口の設置・運営や、「創業セミナー」の開催など様々な支援策を実施している。
課題	今後も創業者への支援体制の強化とともに、各支援策の充実を図っていく。

**【筑西市の地域産業振興における方向性】**

上記の課題を踏まえ、筑西市では、第 2 次筑西市総合計画（前期計画 平成 29 年～令和 3 年）において、当地区に関連し次のような目標を掲げています。

【商業の振興】
① 駅前の賑わいづくり ② 商店街の活性化 ③ 事業者の育成・支援 ④ 大型商業施設の立地推進
【工業の振興】
① 企業の育成・支援 ② 就労支援

## 【創業の振興】

- ①創業者支援
- ②チャレンジショップの運営

### 【筑西市商工会の課題】

筑西市商工会では、これまで策定した経営発達支援計画にもとづき、経済動向調査、経営状況分析、事業計画策定支援、計画策定後のフォローアップ、需要動向調査、新たな需要開拓に寄与する事業に関する事などを行ってきました。

上記の事業は伴走型支援機関として大いに企業の助けになっているが、まだまだ施策・制度への理解や経営課題の根本的な解決の点に関しては不足している状況と言えます。

また、筑西市の現状と課題を踏まえた場合、振興の活性化や企業の基盤強化・育成・支援、創業支援などまだまだ不十分であり、商工会としては小規模企業が経営の発達をするためのプロセスを理解・問題解決できるような支援が求められると考えます。

### 【筑西市商工会の役割】

小規模事業者を取り巻く環境は依然厳しい状況が続いており、今後、小規模事業者が経営を持続的に行うために大切なことは、厳しい経営環境の中で大型商業施設に埋もれることのない魅力ある店舗づくり、活力あふれる優れた特徴を有する企業づくり、一過性でない継続的な活性化・賑わいの創出といえます。

そこで、当会では、筑西市が策定した第2次筑西市総合計画（前期計画：平成29年～令和3年度、後期計画：令和4年度～令和8年度）に基づき、支援機関として、茨城県、茨城県商工会連合会、地域金融機関その他支援機関と連携し、小規模事業者の持続的発展と理解に資する伴走型支援を行い、経営計画策定や新たな需要開拓等に向けた取組を展開していきます。

経営指導員等による地域密着の「顔の見える伴走型支援」を通じて、経営課題を抽出し、課題解決と理解を図り計画的に事業進めていく流れの中で、販路開拓に至るまでを伴走型で支援することを事業のDX化も含め目指していき、筑西市の小規模事業者の振興及び地域産業振興の中核的機能を担っていきます。その中で、筑西市の基本理念「誰もが元氣な未来都市づくり」の実現に寄与していきます。

### (3) 経営発達支援事業の目標

上記の方針を踏まえ、当会としては、5年間（令和4年度から令和8年度）における本事業期間内において小規模事業者に寄り添いながら経営発達支援事業の効率的な実施を図り、小規模事業者の持続的発展を目指します。

<具体的な目標>

- ①事業計画策定支援を行い、小規模事業者の経営力向上を図る  
実施5年間の計画期間中の事業計画策定件目標件数を200件とします。
- 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  
実施5年間の計画期間中の売上増加事業者の目標件数を83件とします
- ③創業支援による、地域小規模事業者の維持拡大と地域経済の活性化  
実施5年間の計画期間中の創業計画策定目標件数を20件とします



## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

### 2. 経営発達支援計画の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

#### (2) 目標の達成に向けた方針

（目標達成に向けた方針）

##### ①事業計画策定支援を行い、小規模事業者の経営力向上を図る

小規模事業者の経営状況の分析を行い、顕在化した経営課題を解決するために計画的な事業経営の推進とともに実現可能性の高い事業計画策定支援を実施します。さらに、事業計画策定後のフォローアップまで一貫した伴走型支援を行うことで、計画性のある事業経営推進とともに地域小規模事業者の経営基盤強化を図ります。

##### 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

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、国内外で開催されるB to B、B to Cの展示会や商談会等への出展を通じて、売上向上・販路拡大に繋げて効果的な需要開拓支援を行います。

##### ③創業支援による、地域小規模事業者の維持拡大と地域経済の活性化

筑西市の第2次総合振興計画において支援体制の強化が記載されている通り、当市の喫緊の課題であることから、創業希望者への創業計画策定支援や各種施策による支援を行っていきます。

## 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の情報は収集していますが、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ません。また、商工会としても、地域の中小企業景気動向調査について地域としての分析や、定期的な情報発信を行っていますが、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ません。

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、小規模事業者への周知方法やデータの加工方法を改善したうえで、地域の経済・消費動向等の情報収集・分析、成果の提供を行います。

#### (2) 目標

支援内容	公表方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	なし	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	なし	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

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、公表します。

##### 【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します。

②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・分析を行います。

【調査対象】管内小規模事業者 60社（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業から15社ずつ）

【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います。

### (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します。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とします。

○RESASを活用した地域経済動向分析、小規模企業景気動向調査の内容を事業計画策定支援に活用していきます。

## 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・サービスの開発」という視点に欠けています。

当商工会としても、組織的・継続的な需要動向調査の取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りませんでした。

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」には繋がっていませんでした。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・売上向上につな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す。

BtoC の販路拡大を目指す事業者をメインに支援を行う・・・既存商品など

BtoB での業者間取引での販路拡大を目指す事業者支援を行う・・・新商品など

### (2) 目標

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①調査対象 事業者数 BtoC	なし	8社	10社	10社	10社	10社
②調査対象 事業者数 BtoB	2社	4社	5社	5社	5社	5社

### (3) 事業内容

#### ①一般消費者向け需要動向調査の実施 (BtoC)

既存商品の改良・新商品を開発するため、自店での調査の他、各筑西市内で開催するイベント（8月どすこいペア、10月イオン物産展、11・12月商工まつり等）において、来場者向け試食、アンケート調査を実施する。調査結果の分析内容を、商品開発にフィードバックし、事業計画に反映します。

サンプル数	1事業所1商品あたり30件
支援対象	・既存商品・サービスの改良に取り組む事業者 ・新商品・サービス開発に取り組む事業者
調査手段・手法	自店に訪れる顧客やイベントに来場する地域内外の消費者等に対し、聞き取りのうえ、アンケートを実施する。 調査票に関しては事業所の状況に合わせたアンケート用紙を経営指導員等が作成支援を行う。
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	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、事業者を提供します。

#### ※調査対象イベントについて

時期	名称	場所	来場者	内容
8月	どすこいペア	関城ペアーノ	市民	力士招聘イベント、1日間8月開催、市内業者出展50社。来場者数70,000人程度。
10月	イオン物産展	イオン下妻	市民	地域特産品販売イベント、2日間10月開催、市内業者出展3社。来場者数5,000人程度。
11・12月	商工まつり	関城ペアーノ 新治小学校	市民	商工会主催、2日間、市内の業者出展計60社。来場者数計40,000人程度。

#### ②展示商談会等を活用したバイヤー向け需要動向調査の実施 (BtoB)

首都圏で開催される展示商談会において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施します。

サンプル数	バイヤー等（1事業所1商品あたり30件）
支援対象	・既存商品・サービスの改良に取り組む事業者 ・新商品・サービス開発に取り組む事業者
調査手段・手法	自店に訪れる顧客やイベントに来場するバイヤーに対し、聞き取りのうえ、アンケートを実施します。



	調査票に関しては事業所の状況に合わせたアンケート用紙を経営指導員等が作成支援を行う。
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	<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、改良等のアドバイス</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、事業者に提供します。

※調査対象商談会等について

時期	名称	場所	来場者	内容
10月	筑波銀行ビジネスマッチング商談会	つくば国際会議場	バイヤー、関係機関	つくば銀行主催、1日間、県内業者出展230社。来場者2,000人程度。
10月	全国食の逸品EXPO	東京ビッグサイト	全国のバイヤー	2日間展示、全国から出展350社。来場者数50,000人程度。

## 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こととどまり、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ました。

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います。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に繋げていきます。

### (2) 目標

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
経営分析事業者数	60件	60件	60件	60件	60件	60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

経営分析の内容

経営指導員を中心に、巡回・窓口相談の機会を活かし、対象事業者を掘り起こしていきます。多くの小規模事業者は自社の経営分析をしたことがないため、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します。

【対象者】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60社/年度を選定

【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、粗利益率等

「SWOT分析」強み、弱み、脅威、機会 等  
 【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「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います。

#### (4) 分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用します。
- 分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用します。

### 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ません。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す。またこれまでの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、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ました。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ります。

#### (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などにより、5. で経営分析を行った事業者の約6割程度/年の事業計画策定を目指します。併せて、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、事業計画の策定に繋げていきます。

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・強化を目指します。

また、創業者については、筑西市との連携により、事業性の高い計画策定を支援するため、一般的な創業セミナーではなく、事業シミュレーション等も取り入れ、事業開始時から売上効果が見込め、事業継続性の高い計画策定支援を行います。

#### (3) 目標

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①DX推進セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定個別相談会	25回(日)	25回(日)	25回(日)	25回(日)	25回(日)	25回(日)
③事業計画策定事業者数	59件	40件	40件	40件	40件	40件
④創業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
⑤創業計画策定事業者数	3件	4件	4件	4件	4件	4件

※(法定経営指導員1名、経営指導員2名計3名を想定)

#### (4) 事業内容

①経営分析を行った事業者を対象に事業計画の策定前段階に「DX推進セミナー」の開催

募集方法	・個別案内、HPで周知
回数	・集団セミナー2回 ・開催期間は2日程度
カリキュラム	・DX総論、DX関連技術(クラウドサービス、AI等)や具体的な活用事例

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クラウド型顧客管理ツールの紹介</li> <li>・SNSを活用した情報発信方法</li> <li>・ECサイトの利用方法等</li> </ul>
目標参加者数	15名程度

②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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個別指導相談会 25回 月2回程度</li> <li>・開催期間は12ヵ月間程度</li> <li>・1回3～4事業者</li> </ul>
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域小規模事業者が作成した身近な事業計画の紹介</li> <li>・「私にもできた」計画策定を経営に積極的にとりいれている地域小規模事業者に対するヒアリングやディスカッションなど</li> <li>・商工会指導員が伴走型で支援する経営分析&amp;事業計画作成ワーク</li> <li>・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）</li> </ul>
目標参加者数	延べ100名程度

③創業セミナー

募集方法	・チラシ折込 HPで周知
回数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・集団セミナー 全4日間開催</li> <li>・開催期間は2ヵ月間程度</li> </ul>
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、資金調達方法など</li> <li>・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</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>
目標参加者数	10名程度

④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を対象とします。  
【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繋がっていきます。

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、窓口や巡回相談の機会を活用し、事案が発生する都度の助言・指導をするにとどまっていました。また、フォローのタイミングが不定期であったり、訪問回数が少ない状況です。今後は、実現性のある訪問計画を立てて、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きます。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者の全てを支援対象とします。事業計画の進捗及び業況等により、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うえで、フォローアップ頻度を設定します。



### (3) 目標

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8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社	40社	40社	40社	40社	40社
頻度（延回数）	120回	160回	160回	160回	160回	160回
売上増加事業者数	5社	10社	10社	15社	15社	15社
②創業計画策定事業者 フォローアップ対象事 業者数	3社	4社	4社	4社	4社	4社
頻度（延回数）	12回	16回	16回	16回	16回	16回
売上増加事業者数	1社	2社	2社	2社	2社	2社

### (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します。

【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います。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うえで、フォローアップ頻度を設定します。また、事業者からの申出等により、臨機応変に対応します。なお、事業計画と進捗状況とがズレている場合には、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います。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 경우가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。

【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化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ます。

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、周知する程度でありました。

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ません。今後、新たな販路の開拓にはDX化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ります。同時に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・収益の増加に繋げることが最も重要な支援と位置付けます。

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（国内及び海外向けに）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、販路開拓に繋げて効果的な需要開拓支援を行います。

## (2) 支援に対する考え方

商工会が独自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します。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います。

D X化に向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、E Cサイトの利用等、I T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、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じて I T 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います。

## (3) 目標

支援内容	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①物産販売会 (BtoC) 出展事業者数	2 社	6 社	6 社	6 社	6 社	6 社
売上額/社	4 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
②展示商談会 (BtoB) 出展事業者数	4 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
成約件数/社	3 件	4 件	4 件	4 件	4 件	4 件
③E Cサイト作成事業者数	2 社	3 社	3 社	4 社	4 社	5 社
売上増加事業者数/社	1 社	1 件	1 件	2 件	2 件	3 件
④SNS 活用事業者	-	3 社	3 社	4 社	4 社	5 社
売上増加率/社	-	2%	2%	2%	2%	3%

## (4) 事業内容

### ①消費者 (B toC) への需要の開拓支援

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します。

各筑西市内で開催するイベント

(8 月どすこいペア、10 月イオン物産展、11・12 月商工まつり等)

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	<p>①どすこいペア (8 月) 「どすこいペア」は筑西市の特産品である「梨」の収穫を祝って行われていた「梨相撲」にちなんだイベント。有名力士と触れ合える「力士に挑戦」というイベントやちびっこ相撲大会や腕相撲大会なども開かれ、会場では青空市や物産展が開催され、市内 50 社ほどの出展、来場者は 70,000 人程度になります。(1 日間)</p> <p>②イオン物産展 (10 月) 近隣商工会 (下妻市・常総市・八千代町) と連携し、特産品・名産品をイオン下妻店の広場で販売。来場者 5,000 人 市内事業者 2 社出展</p> <p>③筑西市商工祭り (11 月・12 月) 地区内産業発展のための技術的・経済的資質の向上を図るとともに、地域住民と商工まつりを通じて交流と親睦を深め、商工業の総合的発展を目的とする。年 2 回・関城・協和で 1 回ずつ開催。来場者計 40,000 人 出展事業者 60 社</p>

支援内容	商工会としては、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・魅力的な陳列や接客、販売方法等専門支援も展開します。
------	--

<想定物産展等詳細>

時 期	名 称	場 所	来場者	内 容
8月	どすこいペア	関城ペアーノ	市民	力士招聘イベント、1日間8月開催、市内業者出展50社。来場者数70,000人程度。
10月	イオン物産展	イオン下妻	市民	地域特産品販売イベント、2日間10月開催、市内業者出展3社。来場者数5000人程度。
11・12月	商工まつり	関城ペアーノ 新治小学校	市民	商工会主催、2日間、市内業者出展計60社。来場者数計40,000人程度。

②バイヤー等（B to B）への需要開拓支援

商社・バイヤー等の需要開拓を図るため、展示会への出展を目指す小規模事業者に対し、展示会開催情報の提供と国・県等の支援施策を活用し、展示会出展の促進とそれによる販路開拓を支援します。

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PR・受注拡大に繋げたい小規模事業者
訴求対象者	地域内外及び海外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等
展示会等	①筑波銀行ビジネス交流商談会 筑波銀行主催、1日間、県内業者出展230社、来場者2,000人程度 ②全国食の逸品 EXPO 東京ビッグサイトで開催される大型展示商談会 出展社350社、来場バイヤー数例年50,000人程度 ③小規模事業者向け販路開拓支援事業（海外展開） ECサイト出展・外国のモールへ出展
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します。

<想定する展示商談会等詳細>

時 期	名 称	場 所	来場者	内 容
10月	筑波銀行ビジネス交流商談会	つくば国際会議場	バイヤー、関係機関	つくば銀行主催、1日間、県内業者出展230社。来場者2,000人程度。
10月	全国食の逸品 EXPO	東京ビッグサイト	全国のバイヤー	2日間展示、全国から出展350社。来場者数50,000人程度。
10・11月	海外展開	外国のモール	ECサイト利用者 外国のモー	ECサイトは茨城県商工会連合会主導による稼働54社、外国のモールへ出展茨城県で50社出展

③ BtoC向けECサイトの作成支援

優れた技術・製品・サービスの提供またはBtoC向け小規模事業者を、ネットを通じて販売する体制構築を支援します。コロナ終息後の消費者の購買行動に対応するための支援を行います。

支援対象者	経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある小規模事業者 BtoCを対象とした販路拡大を狙う小規模事業者
訴求対象	業種・地域を問わずネット購買を利用する消費者。
支援内容	商工会としては、ECサイトの仕組み・作成方法・利用方法の周知・立ち上げからフォローに至るまで継続的な支援をします。

④ SNS活用による情報発信強化

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客取込のため、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います。

支援対象者	経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある小規模事業者
訴求対象	地域内外の消費者
支援内容	商工会としては、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、記載内容等を支援します。

## 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

### 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

従来は、理事会を経て年1回総代会時に会員に対して事業報告をしています。しかし、詳細な各事業の内容についての評価及び検証までされていないのが実態です。

今後は、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、毎年度事業実施状況についての検証・見直しを行う仕組みが不可欠です。

#### (2) 事業内容

①商工会正副会長、事務局長、市担当課長、茨城県、中小企業診断士、法定経営指導員等をメンバーとする「事業評価委員会」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2回行います。

- |  |
|--|
| <p>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。<br/>→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。<br/>→C（評価）評価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<br/>→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> |
|--|

②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、筑西市商工会HP及び会報に公表します。（<http://www.chikusei.org/>）



## 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、県連の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ました。しかし、今後、小規模事業者の持続的成長に向けた経営力強化を支援していくためには、当会職員において、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、職員間の知の共有が不可欠といえます。

現在は、こうした能力向上のための取組が体系的・計画的に行われているとはいえ、また、ノウハウ等の共有化についても部分的なものにとどまっているので、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ります。

### (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】

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、計画的に経営指導員等を派遣します。

##### 【事業計画策定セミナー】

当会の評価委員会において、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」への参加を優先的に実施します。

##### 【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、経営指導員及び一般職員の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セミナーについても茨城県などが行っているセミナーへ積極的に参加し、支援能力の向上を図ります。

##### <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

ホームページ等を活用した自社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方法等

**日時** 2021年7月26日月  
15:30～17:00

**方式** ZOOMによる  
オンライン

**受講料** 無料

**申し込み方法**

以下の内容で  
[[iot-sbs@itic.pref.ibaraki.jp](mailto:iot-sbs@itic.pref.ibaraki.jp)] →  
あてにメールを送って下さい。

**タイトル**: DX推進セミナー申し込み  
**本文内**: 会社名または団体名  
参加者の氏名、役職、電話番号、メールアドレス  
(複数名で参加ご希望の場合は全員の情報をお願いします)

※お申込みの際に取得する個人情報、主催者においてセミナー開催及び事業実施のために使用します。

**プログラム**

- 1 DXの進め方と  
茨城県DX推進事業の紹介  
株式会社 アイ・コネクト 大久保 賢 二
- 2 DX先進事例にみる  
DX推進の勘どころ  
独立行政法人 情報処理推進機構 さい 真 良 啓  
社会福祉センター DX推進部 部長
- 3 茨城県次世代技術活用ビジネス  
イノベーション創出事業の紹介  
茨城県産業戦略部 技術振興局 技術革新課

茨城県 DX 推進セミナー 🖱

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ります。

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が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月2回、年間24回）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ります。

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し、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します。

(別表2)

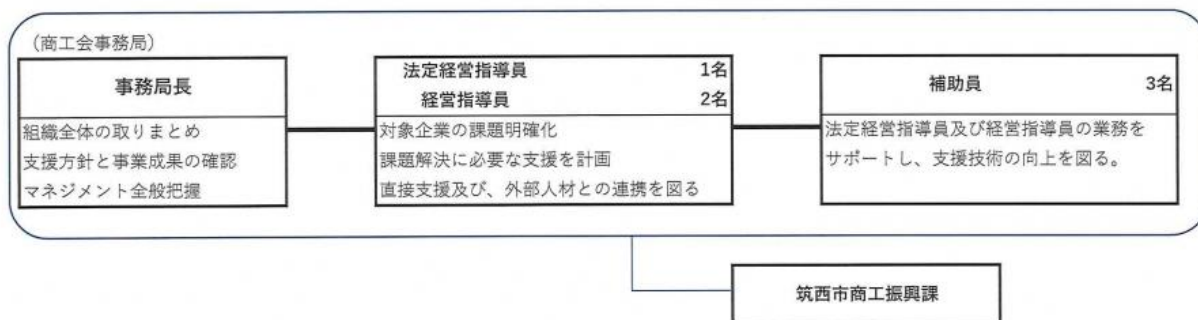
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3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)

【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 松尾 賢太郎  
連絡先 筑西市商工会  
住所 茨城県筑西市海老ヶ島 1292 番地 1  
TEL 0296-52-2511  
FAX 0296-52-5397  
e-mail [imfo@chukusei.org](mailto:imfo@chukusei.org)

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います。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

① 商工会

筑西市商工会  
〒300-4517 茨城県筑西市海老ヶ島 1292 番地 1  
TEL0296-52-2511 FAX0296-52-5397  
e-mail [imfo@chukusei.org](mailto:imfo@chukusei.org)

② 関係市町村

筑西市 経済部 商工振興課  
〒308-8616 茨城県筑西市丙 360 番地  
TEL0296-54-7011 FAX0296-20-1186  
e-mail [shokou@city.chikusei.lg.jp](mailto:shokou@city.chikusei.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)

	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
必要な資金の額	3,913	3,913	3,913	3,913	3,913
① D X 推進セミナー 毎年2回	謝金 300 通信 176 @84×1054 通×2 回	謝金 300 通信 176 @84×1054 通×2 回	謝金 300 通信 176 @84×1054 通×2 回	謝金 300 通信 176 @84×1054 通×2 回	謝金 300 通信 176 @84×1054 通×2 回
② 事業計画策 定セミナー 経営指導員等	費用 50	費用 50	費用 50	費用 50	費用 50
③ 事業計画策 定個別相談会 毎年25回	謝金 825 通信 176 @84×1054 通×2 回	謝金 825 通信 176 @84×1054 通×2 回	謝金 825 通信 176 @84×1054 通×2 回	謝金 825 通信 176 @84×1054 通×2 回	謝金 825 通信 176 @84×1054 通×2 回
④ 創業セミナー	会議所分担金 50	会議所分担金 50	会議所分担金 50	会議所分担金 50	会議所分担金 50
⑤ 物産展 出展 事業	費用 200	費用 200	費用 200	費用 200	費用 200
⑥ 展示商談会 出展事業	費用 1,000	費用 1,000	費用 1,000	費用 1,000	費用 1,000
⑦ 海外展開支 援事業	費用 660	費用 660	費用 660	費用 660	費用 660
⑧ E C 活用セ ミナー 毎年1回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回
⑨ S N S 活用 セミナー 毎年1回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回	謝金 150 通信 88 @84×1054 通×1 回

(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

①国：伴走型小規模事業者支援推進事業補助金

②県：地域経済活性化事業補助金

③当商工会自己資金

主に上記①②の補助金等を活用し事業資金の調達を行います。

(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