

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	かすみがうら市商工会（法人番号 2050005003421） かすみがうら市（地方公共団体コード 082309）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	① 小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続を実現する ② かすみがうら市の産業等を活かした展示商談会による需要開拓支援及び、地域のにぎわいづくりを推進する 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 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
事業内容	1. 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 ・地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用） ・独自の地域経済動向調査の実施 4. 需要動向調査に関すること ・一般消費者向け試食・試飲、アンケート調査の実施 ・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 5. 経営状況の分析に関すること ・経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催） 6. 事業計画策定支援に関すること ・DX推進セミナーの開催・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・「創業セミナー」の開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・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 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・物産展・イベント等出展支援・展示・商談会出展支援 ・SNSを活用した情報発信・ECサイト利用（BtoC） ・自社HPによるネットショップ開設（BtoC）
連絡先	① かすみがうら市商工会 〒315-0057 茨城県かすみがうら市上土田 433 番地 2 TEL：0299-59-3755 / FAX：0299-59-5580 E-mail：daihyo@kasumi-shoko.or.jp ② かすみがうら市産業経済部地域未来投資推進課 〒300-0192 茨城県かすみがうら市大和田 562 番地 かすみがうら市産業経済部地域未来投資推進課 TEL：029-897-1111 / FAX：029-897-1478 E-mail：syoukou@city.kasumigaura.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

【立地及び交通網】

本市は、我が国第2位の面積を誇る湖「霞ヶ浦」と筑波山系南麓にはさまれ、首都東京へ約70 Km、県都 水戸市へ約30 Km、つくば市へ約10 Kmの距離に位置しています。

幹線交通網として、JR常磐線（最寄り駅：神立駅）、千代田石岡ICが置かれている常磐自動車道、国道6号、国道354号を有するなど、立地条件に恵まれた田園都市です。本市の総面積は、156.60平方Km（うち霞ヶ浦水面の面積は37.87平方Km）で、南北に約16 Km、東西に約19.5 Kmとなっており、中央部がくびれた形状をしています。その大部分は、標高25 m前後の新治台地で西端の標高約380 mの山々から霞ヶ浦湖岸の低地へと続くなだらかな地形を有しています。北部には恋瀬川と天の川が流れ、南部には菱木川と一の瀬川が流れており、南東部で霞ヶ浦に接しています。そして、台地部には畑や平地林が、霞ヶ浦沿岸の低地部一帯には水稲やレンコンなどの水田が広がっています。

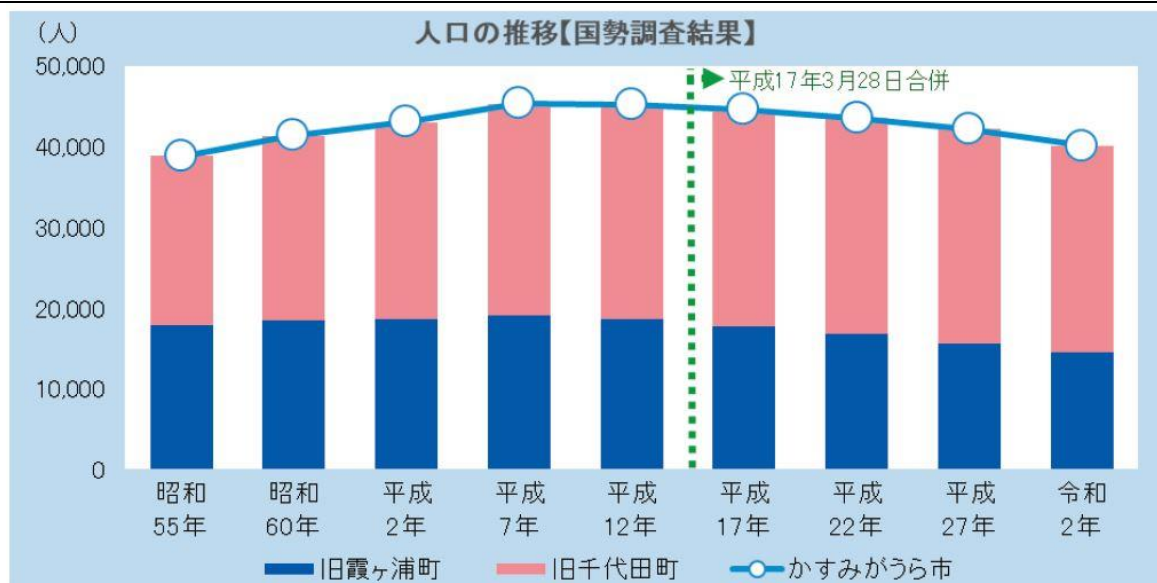


【人口と世帯】

国勢調査の結果では、本市の人口は平成17年3月28日の合併以降徐々に減少してきており、令和2年国勢調査では40,087人となっています。千代田地区に比べ、霞ヶ浦地区の人口減少が顕著です。(令和5年9月1日現在人口：39,192人、世帯数：16,044世帯)

	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年
0～14歳	6,198	5,889	5,172	4,379
(構成比)	13.9%	13.6%	12.3%	10.9%
15～64歳	29,445	27,543	25,216	22,924
(構成比)	66.0%	63.4%	59.9%	57.2%
65歳以上	8,750	10,023	11,693	12,784
(構成比)	19.6%	23.1%	27.8%	31.9%
総数	44,603	43,553	42,147	40,087

(国勢調査結果)



【産業別の現状】

・農水産業

農業は、レンコン栽培が盛んであり、実家のレンコン農家を継ぐ後継者も多く需要と供給があります。果樹（梨・栗・柿）も豊富であり、さつまいも栽培も遊休農地の活用などで、新規就農者や農業後継者が育つ環境が整っています。また、水産業は近年水質汚染や外来種増加による水産資源の減少が懸念されていますが、従来からワカサギ漁やシラウオ漁が行われており地域資源として活用されています。

・商業

商業は、従来から地域需要に対応してきた小売業・サービス業が大部分を占める一方で、近年では観光客の土産需要等を対象とした小売業などもみられるなど多様化しておりますが、全体としては消費者ニーズの多様化、大型商業施設の進出により小売店の商業活動が影響を受けていることに加えて、経営者の高齢化と後継者不足で廃業が増加しています。

・工業

市内6箇所の工業団地などに生産性の高い企業が立地していますが、これまで順調な伸びを示していた製造品出荷額は景気の低迷の影響を受け、平成21年度以降減少に転じてこれに比例し従業員数も減少傾向です。また、霞ヶ浦沿岸部には地域で水揚げされたワカサギやシラウオを加工する水産食品加工業者が多く立地しており、地域の特徴となっています。

【工業の推移】

年次	事業所数 (所)	従業者計 (人)	製造品出荷額等 (千万円)	1事業所当たり (千万円)
平成28年	93	3,894	16,413	176
平成29年	77	4,791	21,049	273
平成30年	77	5,009	24,033	312
令和元年	73	4,807	25,934	355
令和2年	68	4,817	22,511	331

資料：茨城の工業（各年6月1日現在）

【管内の主たる業種別の商工業者数および小規模事業者数】

調査時期	平成31年	令和5年	増減
商工業者数	1,139	1,166	27
うち小規模事業者数	1,075	1,075	0

[出典：経済センサス]

【管内の主たる業種別の商工業者数の推移】

産業分類	平成26年	平成28年	増減
	事業所数	事業所数	
建設業	193	175	-18
製造業	121	112	-9
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0
情報通信業	2	3	1
運輸業・郵便業	12	15	3
卸売業・小売業	210	198	-12
金融業・保険業	5	5	0
不動産業・物品賃貸業	121	111	-10
学術研究・専門・技術サービス業	19	24	5
宿泊業・飲食サービス業	74	69	-5
生活関連サービス業・娯楽業	114	111	-3
教育・学習支援業	17	18	1
医療・福祉	38	28	-10
複合サービス業	9	11	2
サービス業（他に分類されないもの）	81	89	8
合 計	1,016	969	-47

[出典：経済センサス]

※各業種と軒並み減少傾向であり、特に建設業の減少が顕著である。

【かすみがうら市商工会員の業種別事業所数の推移（出典：商工会実態調査）】

年度		合計	業種別内訳						
			建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・ 宿泊業	サービス業	その他
令和 5年度	事業者数	719	223	85	18	117	37	164	75
	構成比率	100	31%	12%	3%	16%	5%	23%	10%
平成 31年度	事業者数	730	214	98	20	126	34	157	81
	構成比率	100	30%	13%	3%	17%	5%	22%	10%
増減数		11	9	-13	-2	-9	3	7	-6

【かすみがうら市における産業の課題】

地域の人口減少、高齢化が進展するなかで、今後も当該地域が持続的な発展を図っていくためには、商業者の経営改善や新陳代謝を進めることで地域の生活基盤を確保するとともに、地域の観光資源や魅力ある農水産物を活用した地域外需要の獲得を図っていくことが不可欠であり、農水産業者と商工業者の連携による加工・販売を見据えたマッチング支援や商品開発支援を行い、農水産物・果樹のブランド化の推進、加えて観光客等の地域外への販路開拓支援を行うことが課題です。

【かすみがうら市の施策方針】

～ 産業の振興で活力あふれるまちづくり ～

(1) 農林水産業の振興

経営改善に取り組む意欲のある担い手の営農活動を支援し、経営の拡大や法人化を推進します。また、新規就農者や農業後継者が育つ環境を整備し、将来の担い手の確保に努めながら、生産性向上と景観や自然環境保全とのバランスに配慮しながら、農地の利用集積や森林機能の維持確保、湖面の活用などを推進します。消費者の求める安全で付加価値の高い農林水産物の生産に取り組みブランド化を促進します。

(2) 商工業の振興

新鮮な産物を販売する直売所の活用や地産地消の推進と販路拡大を進めるとともに、農林水産業や観光と連携し地域の特性を生かした商品づくりを奨励します。中小企業の事業活動を支援し、地域経済の健全な発展に努めながら、市民が安心して消費生活を営むための情報提供や、消費者に対する意識啓発と相談体制の充実を図ります。

(3) 観光の振興農林水産業をはじめ様々な産業との連携のもと、本市の特色を生かしながら新たな地域資源にも着目し魅力ある観光交流のまちづくりを進めます。筑波山や霞ヶ浦などの主要な観光地のネットワーク化を推進し、恵まれた交通基盤や立地条件を生かし、活気に満ちたまちを創出します。

[基本目標 2：産業の振興で活力あふれるまちづくり 《産業》]

基本施策	施 策	取 り 組 み
1 農林水産業の振興	1 農林水産業	①農業経営基盤の強化
		②優良農地の確保と利用集積の推進
		③担い手の育成と後継者の確保
		④畜産業振興
		⑤林業振興
		⑥水産業振興
2 商工業の振興	1 商工業	①商工業の活性化
		②新しい働き方の推進
		③商工業の経営支援
		④事業継続力の強化
	2 消費生活	①相談体制の充実
		②消費者被害防止対策の推進
3 観光の振興	1 観 光	①観光の推進体制とPRの充実
		②観光サイクルサービスの推進
		③自然資源を生かした果樹観光
		④観光資源の活用
		⑤ 観光拠点の整備

～ 戦略プロジェクトの概要 ～

霞ヶ浦や新治台地、地域の文化などは本市の宝であり、永続的に保全し次世代に継承するとともに、豊かな自然を産業や観光の振興に活用し、市全体における滞在時間の増加や市内消費の拡大を目指します。また、地域経済の循環を促進するため、地域産業の連携を強化するとともに、新たな働き方として、ワーケーションやテレワークなど働きやすい環境づくりに取り組みます。

(成果目標)

短期	・関係人口の増加 ・滞在時間の増加 ・市内消費の拡大
中長期	・新たな定住者の増加 ・第1次産業活性化 ・6次産業化による雇用の拡大

(プロジェクトイメージ)



(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、地域経済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ます。

本市には、地場産品である豊富な農水産資源（ワカサギ・シラウオ・川エビ）、果樹（梨・栗・柿）やレンコン・サツマイモなど、全国的にも付加価値の高い優れた特産品が多く存在しますが、市内事業者の多くが小規模事業者であり、人材、資金、技術力など経営資源の確保に関して大きな課題を抱えているため、人材育成や生産性の向上に向けた経営への支援が必要となっています。

また、農商工連携の更なる強化など、国内外を問わず、販路拡大を強力に推し進め同業他社との差別化を図る商品やサービスの提供と、高い付加価値を付けた魅力的な地域特産品の開発や小規模事業者固有の特徴や強みを伸ばす伴走型支援を実行します。

さらには、商工業の持続的な発展を図るため、ゼロカーボンシティの推進やSDGsに向けた取り組みや、新しい働き方の推進として、「かすみがうら版ワーケーションプラン」による、テレワークなど場所にとらわれない柔軟な働き方改革、またワーク・ライフ・バランスの実現に向けた職場環境づくり等、当商工会と本市が連携して旗振り役となり推進していきます。

■ 将来都市構造図



② かすみがうら市総合計画との連動性・整合性

かすみがうら市では、総合計画の方向性と具体的な施策を定めた「第2次 かすみがうら市総合計画～後期基本計画～」において、茨城百景の「歩崎」

の歩崎公園内にある、かすみがうら市交流センター（畔の駅 コハン）を拠点に、自然・産業・文化等の魅力を伝え、自然資源を生かした体験型イベントや観光サイクルサービスの推進をしているとされている。

具体的な施策は、北西部と南東部に水郷筑波国定公園があり、山と湖の対照的な景色や多くの歴史的遺産、地域ブランド「湖山の宝」の活用、果物狩りや帆引き船操業、サイクル事業等の本市特有の観光資源を活用しつつ、各種イベント開催により地域の活性化を図るとしている。

さらには、筑波山地域ジオパーク協議会にも加わり、「筑波山地域ジオパーク事業」を活用することで、広域な地域産業の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。

また、商工業の振興及び企業・創業支援体制の強化を掲げ、経営革新セミナーの開催など、創業・第二創業・新事業及び新分野進出支援・創業等に係る制度活用支援として当商工会や金融機関等との連携事業を実施し、地域の活性化を図ることを目標としている。

このような方針を踏まえ、当商工会では、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の開催や、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。

当商工会は霞ヶ浦が近くにあるため、水産加工業（佃煮等製造業）が多く、水産加工業振興に関しては、霞ヶ浦漁業協同組合と霞ヶ浦北浦水産加工業協同組合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、かすみがうら市の施策に沿った支援を実行する。

創業支援に関しては、かすみがうら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または新事業及び新分野進出企業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

当商工会は、かすみがうら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・壮青年部の育成、業種別部会（商業・工業・建設業・サービス業）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ます。

コロナ禍にあつては、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、かすみがうら市と連携した各種支援策への取組みや、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DX・IT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、かすみがうら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のプロセスを経て課題設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の潜在力を引き出し、地域全体の底上げと持続的発展の取組みへ繋げる。
- ※上記目標は、中小機構発行の経営力再構築伴走支援ガイドラインに則り、経営者等との「対話と傾聴」を通じて、事業者の「本質的課題」に対する経営者の「気づき・腹落ち」を促すことにより「内発的動機づけ」を行い、事業者の「能動的行動・潜在力」を引き出し、事業者の「自己変革・自走化」を可能とすることで実現を目指す。

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6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の自律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かすみがうら市の産業等を活かした展示商談会による需要開拓支援及び、地域のにぎわいづくりを推進

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かすみがうら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、かすみがうら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、経営に活用するには至っていない。当商工会としても、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

	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
① 地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	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	—	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社（製造業、建設業、卸小売業、サービス業から10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】経営指導員等が回収したデータを整理し、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	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
① 一般消費者対象 実施事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
② バイヤー等対象 実施事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

①一般消費者向け試食・試飲、アンケート調査の実施

当商工会の経営状況の分析及び事業計画策定支援を受ける希望がある小規模事業者等が開発した新商品の需要動向を調査するため、かすみがうら市内で開催するイベント等（11月中旬：ニッポン全国物産展、11月3日：かすみがうら祭）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 20 件（1 事業所 1 商品あたり）
支援対象	・地域資源活用事業者等の新商品・新サービスに取り組む事業者 ・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	<情報収集> 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。 <情報分析> 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 ・品質・味・量 ・商品やパッケージのデザイン ・購買意欲 ・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
① 11月3日 (毎年)	かすみがうら祭	かすみがうら市 第一常陸野公園	市民、 県内外 観光客	1日開催イベント、 市内業者出店100者 来場者約3万人
② 11月中旬	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

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・試飲のアンケート調査を実施する。

サンプル数	1商品あたり20件（1事業所1商品あたり）
支援対象	・地域資源活用事業者等の新商品・新サービスに取り組む事業者 ・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	<情報収集> 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。 <情報分析> 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 ・品質 ・量 ・味 ・サービスの価格 ・製品 ・取引ロット数 ・納期、納入方法

	・商品やパッケージのデザイン ・商品への関心度、新規性、需要見込み ・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） ・業界内トレンド（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	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
① 経営分析セミナーの開催件数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
② 経営分析事業者数	—	60者	60者	60者	60者	60者

※（法定経営指導員2名、経営指導員1名体制を想定）

（３）事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（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とともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【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

募集方法	個別案内、HP等で周知
講師	中小企業診断士等

回数	集団セミナー２回、個別相談・専門家派遣５回程度
支援対象	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、継続的な支援の必要性が高い６０社を選定
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経営分析に関する意識の向上や基礎知識を深め、確実に事業計画の策定につなげていく。
カリキュラム	≪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 SWOT 分析を行い、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。
参加者数	１回あたり３０名程度

③ 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、巡回及び窓口相談の中から、掘り起こしによって気づきを得た小規模事業者で、意欲的で販路拡大の可能性の高い６０者を選定。

【分析項目】定量分析の「財務分析」と、定性分析の「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 SWOT 分析を行い、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 ・仕入先、取引先 ・人材、組織 ・運用状況	・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 ・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みに留まっていた。

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て、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。

当商工会とかすみがうら市の共催で、創業セミナーを開催し創業・第二創業・新事業及び新分野進出支援など、創業等に係る制度活用支援をするとともに、金融機関等との連携を図り事業計画策定に取り組む。

以上を行うことで、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、内発的動機づけ（当事者意識を持ち自らが課題に取り組む）の促進を目指す。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
① DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
・事業計画策定事業者数	10者	30者	30者	30者	30者	30者
③ 創業セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
・創業事業計画策定事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の向上や基礎知識を習得するために、DXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取り組みを推進していくための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IT専門家派遣を実施する。

募集方法	個別案内、HP等で周知
講師	ITに精通した専門家
回数	集団セミナー1回、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DXに関する意識の向上や基礎知識を深め、確実に事業計画の策定につなげていく。
カリキュラム	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、ECサイトの利用方法等
参加者数	15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・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確実に事業計画の策定につなげていく。
カリキュラム	・自社の経営内容の振り返り ・経営分析結果からみる自社の経営課題の抽出 ・需要動向調査 ・顧客ニーズの把握手法 ・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 ・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 ・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）
参加者数	15名程度

③「創業セミナー」の開催

創業セミナー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5回程度 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	・創業に向けての基礎知識 ・ビジネスプランの重要性 ・マーケティング戦略、税務、人材育成、資金調達方法等 ・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
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り組むことなど、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	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 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	20 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者
・頻度（延べ回数）	—	45 回	45 回	45 回	45 回	45 回
・売上増加事業者数	—	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
② 創業計画策定事業者						
・フォローアップ対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
・頻度（延べ回数）	—	20 回	20 回	20 回	20 回	20 回
・売上増加事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 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30者のうち、15者は6カ月に1回(年2回)、残り15者は1年に1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面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に向けた取り組みが進んでおらず、商圈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・認識してもらう取り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に向けた取り組みとして、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、理解度を高めたうえで、設備の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	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
① 物産展・イベント出展事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
・売上額／者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
② 展示・商談会出展事業者数	—	2者	2者	2者	3者	3者
・成約数／者	—	1者	1者	1者	2者	2者
③ SNS活用事業者	—	5者	5者	5者	5者	5者
・売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ EC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	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ ネットショップの開設事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
・売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(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（BtoC）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（食料品・飲料品・アルコール）・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） ・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103,840人、出展者数328事業者（令和元年度参考）。 ② 地域で開催されるイベント（かすみがうら祭等）
支援手法	・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。 ・効果的な商品開発や販路開拓を実現する支援を実施。 ・会場での商品の魅せ方についてもチラシ・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PR・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	①地元金融機関が実施するビジネスマッチング ＜想定する出展支援展示商談会等＞ ・しんきんビジネスフェア（11月開催・県内信用金庫主催） 来場者数約2,000人、出展者数181事業者（令和元年度参考） ・食の商談会（1月開催・めぶきFG主催）

	商談参加事業者数：250社 対象：飲食向け ・ものづくり企業フォーラム（2月開催・めぶきFG主催） 商談参加事業者数：300社 対象：工業向け ②首都圏で開催される展示・商談会 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 ④商談支援サイト「ザ・ビジネスモール」の活用
支援手法	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。 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等
訴求対象者	地域内外の消費者
支援手法	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等
訴求対象者	地域内外の消費者
支援手法	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自社HPによるネットショップ開設（BtoC）

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等
訴求対象者	地域内外の消費者

支援手法

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

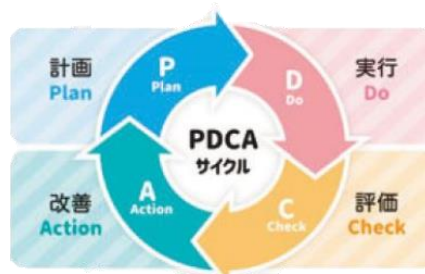
従来より、当商工会正副会長及び市担当課長、中小企業診断士、法定経営指導員等をメンバーとする「経営発達支援事業評価検討委員会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の検証を行っている。

また、年度最初の当商工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 当商工会の正副会長及び市担当課長、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、見直しの結果は、当商工会理事会へ報告し、承認を受ける。
- ③ 事業の成果、評価、見直しの結果については、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。(https://kasumi-shoko.or.jp/)

P（計画）	当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）	当商工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）	に戻り、継続的に事業を遂行する。

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全職員の資質の向上、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の向上を図る。

(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】

当商工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。

【D X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D X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I T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D X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。

<D Xに向けたI T・デジタル化の取り組み>

ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取り組み

R P A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I Tツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、ペーパーレスによる業務デジタル化、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)の取り組み

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

ウ) その他取り組み

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有等

【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、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

②O J T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O J T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(I T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(毎月1日と15日の2回、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。

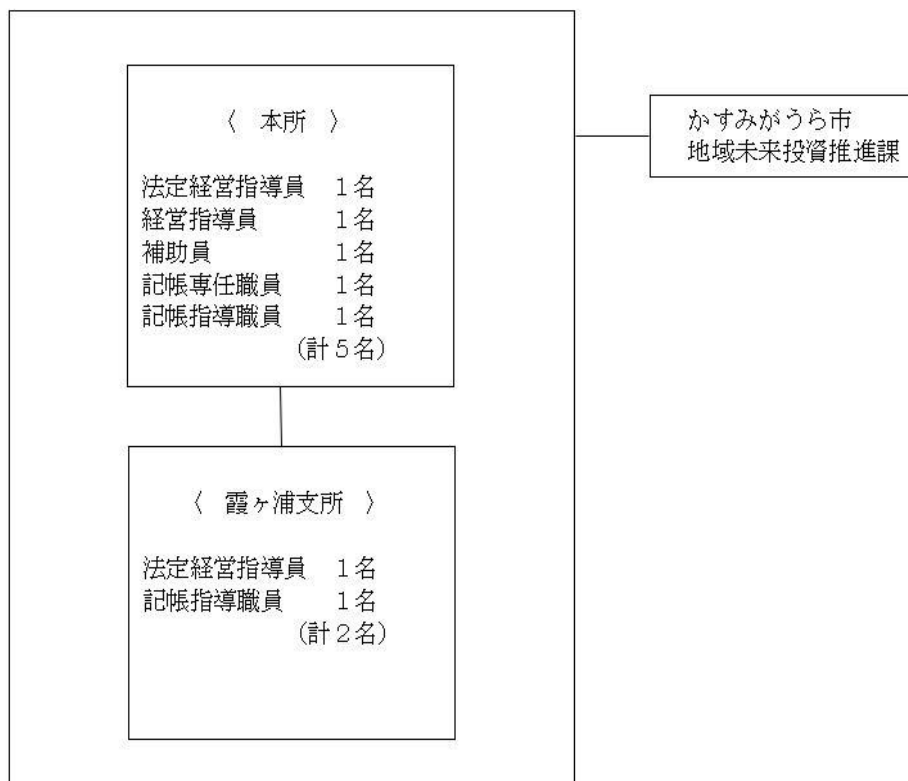
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和5年11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)



(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：下山田 稔

■連絡先：茨城県かすみがうら市上土田433-2 TEL.0299-59-3755

■氏名：松澤 由幸

■連絡先：茨城県かすみがうら市深谷2964-7 TEL.029-897-0055

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・見直しをする際の必要な情報の提供を行う。

かすみがうら市商工会本所から車で20分の距離に霞ヶ浦支所を設置している。両方の事務所に法定経営指導員を常時配置することで効率的な支援が実施可能になる。

(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

〒315-0057 茨城県かすみがうら市上土田 433 番地 2

かすみがうら市商工会 経営支援課

TEL : 0299-59-3755 / FAX : 0299-59-5580

E-mail : daihyo@kasumi-shoko.or.jp / <https://kasumi-shoko.or.jp/>

②関係市町村

〒300-0192 茨城県かすみがうら市大和田 562 番地

かすみがうら市産業経済部地域未来投資推進課

TEL : 029-897-1111 / FAX : 029-897-1478

E-mail : syoukou@city.kasumigaura.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)

	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	1 0 年度
必要な資金の額	3, 500	3, 500	3, 500	3, 500	3, 500
1. セミナー 開催費	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000
2. 専門家派遣費	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500
3. 需要動向調査	500	500	500	500	500
4. 需要開拓 支援費	500	500	500	500	500

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入・手数料収入・国補助金・県補助金・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 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	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	