

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大洗町商工会（法人番号5050005002404） 大洗町（地方公共団体コード083097）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	目標① 伴走型支援による地域事業所の経営力強化 目標② 創業支援による地域小規模事業者数の維持拡大 目標③ 魅力ある商店街・商店づくりの支援 目標④ 地域産業資源を活用した地域ブランドの構築
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること 「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析。小規模事業者に対してアンケート調査を実施し、地区内の経済動向の実態を把握することにより、経営分析及び事業計画策定などに活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が開発した新商品のアンケート調査を実施し、専門家の知見を加えた上で分析し、より効果的かつ効率的にブラッシュアップが図れるよう対象事業者にフィードバックする。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営分析を定量的かつ定性的に行うことで、経営課題を明確にし、事業計画策定のきっかけとなるように活用する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者の課題解決のために、事業計画策定セミナーやDX推進セミナー、創業支援セミナー等を開催し、実現可能性の高いビジネスプランの策定を支援する。</p> <p>7. 事業策定後の支援に関すること 策定した事業計画の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るための伴走型支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要の開設に寄与する事業に関すること 首都圏等で開催される既存の展示会への出展を目指し、きめ細やかな伴走支援を行うとともに、DXに向けた取組としてIT活用による営業・販路開拓に関する相談対応を行い、事業者の段階に合った支援を行う。</p>
連絡先	大洗町商工会 〒311-1301 茨城県東茨城郡大洗町磯浜町 6881-275 029-266-1711 oraisho@maple.ocn.ne.jp 大洗町商工観光課 〒311-1301 茨城県東茨城郡大洗町磯浜町 6881-275 029-267-5111 kankou@town.oarai.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

【概況】

茨城県の海岸線のほぼ中央に位置する港町で、東は太平洋に面し、北は那珂川を境にひたちなか市と、北西は涸沼川を境に水戸市と、南西は涸沼をはさみ茨城町と、南は鉾田市とそれぞれ接している。美しい海岸線はおおらかな湾形をなし、市街地は概ねこれに沿う低地部に形成され、後方に標高 25m から 35m の丘陵を背負っている。気候は海洋性の太平洋側気候であり、四季を通して過ごしやすい気候となっている。

東西 2.5km 南北 9.0km で細長い形をしており、面積は 23.89 km² で、東京からは約 100km に位置している。

大洗町へのアクセスに関しては、鉄道は水戸市と鹿嶋市を結ぶ鹿島臨海鉄道大洗鹿島線の大洗駅が有る。道路は、北関東自動車道・東水戸道路の大洗水戸 IC から国道 51 号経由で中心地を結ぶほか、隣接するひたちなか市、水戸市を結ぶ県道がはしっている。

また、最重要湾茨城港大洗港区(旧・大洗港)を有し、苫小牧港との間に定期フェリーが就航しており、首都圏と北海道を結ぶ海上交通の結節点である。

年間約 440 万人が訪れる茨城県有数の観光地でもあり、「アクアワールド大洗(旧・大洗水族館)」や「大洗磯前神社」、「大洗シーサイドステーション」などの観光・商業施設や、北関東最大の「大洗サンビーチ海水浴場」等で知られている。

「大洗」という記述は平安時代の文献にもみられるほど歴史は古く、大洗磯前神社や願入寺など歴史ある寺社仏閣や東北地方と江戸を結ぶ水運の中継地として街も栄えてきた。日本三大民謡の一つである「磯節」の発祥の地でもある。近年では 2012 年に放送されたアニメ『ガールズ&パンツァー』の舞台になっており、聖地巡礼スポットとしても多くのアニメファンが訪れている。

農業や沿岸漁業も盛んで、アンコウ・シラス・ハマグリ・紅はるか等の農水産物や、その加工品が特産物である。また、東海村と並んで多くの原子力関連施設が立地する。



【人口の推移】

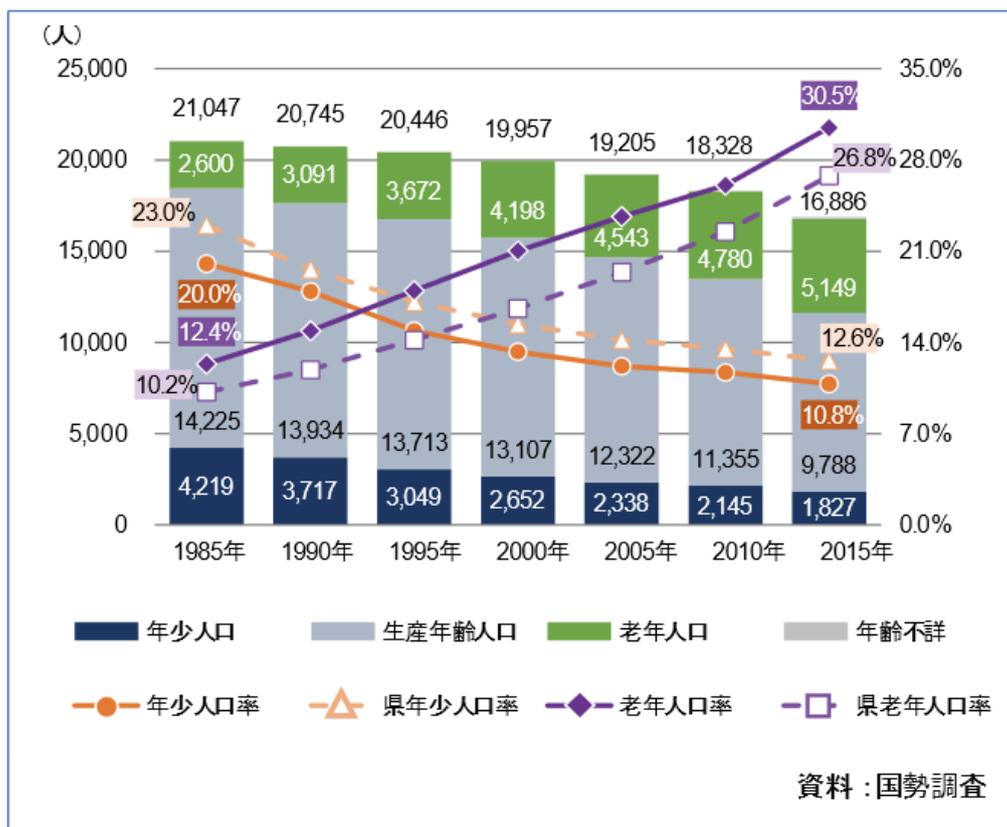
国勢調査による人口の推移をみると、1947年（昭和22年）に24,785人まで増加したが、その後は一貫して減少傾向を示し、1970年（昭和45年）から1975年（昭和50年）までは一時的に維持しつつも、1980年（昭和55年）調査からは再び減少傾向に入り現在に至る。

また、直近の2015年（平成27年）時点と、1985年（昭和60年）とを比較すると、4,161人もの減少となり、30年間で約2割の減となっている。

内訳をみると、年少人口（0～14歳）については、30年で約6割の減となっている一方、老年人口（65歳以上）は2倍近くに増加している。

また、茨城県と比較した場合、直近の2015年（平成27年）時点で、年少人口率は1.8ポイント低く老年人口率は3.7ポイント高い状態にあることから、県平均と比べても少子高齢化が進展している状況である。

過去30年における国勢調査人口の推移



【観光の動向】

大洗町は、東日本大震災の影響により一時的に観光入込客数は減少したものの、現在は回復傾向にあり、年間441万人（2019年観光客動態調査報告：茨城県営業戦略部観光物産課）が訪れている。本調査によれば、大洗町は、夏期（6～8月）が最も多く、1年の観光入込客数の約3割を占めている。一方、月別にみると、1月が最も多く60万9千人（14.4%）となっている。これは、神磯鳥居から昇る日の出や、冬の味覚である「あんこう鍋」など、ストーリーやテーマを持って訪れる層が増えているためと考える。

なお、2019年度（令和元年度）からひたちなか大洗リゾート構想が始まり、ひたちなか市を含めた、観光の更なる振興が期待されている。



神磯の鳥居



あんこう鍋

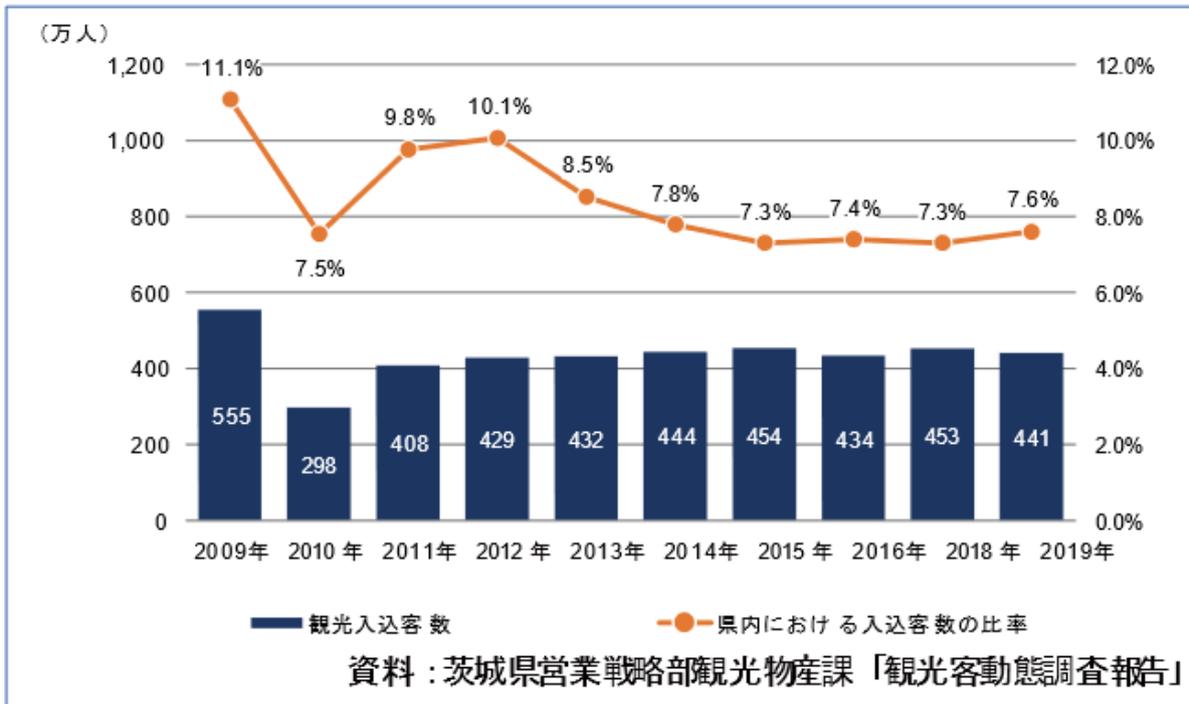
※ひたちなか大洗リゾート構想：

この構想は、「景観を変え、よりおしゃれで洗練されたリゾート」をコンセプトに、県内有数の観光客と観光資源を誇る大洗町とひたちなか市、それに各商工会や観光協会などが、茨城県と連携しながら、新たなイメージのリゾート構想を目指し取り組んでいる。

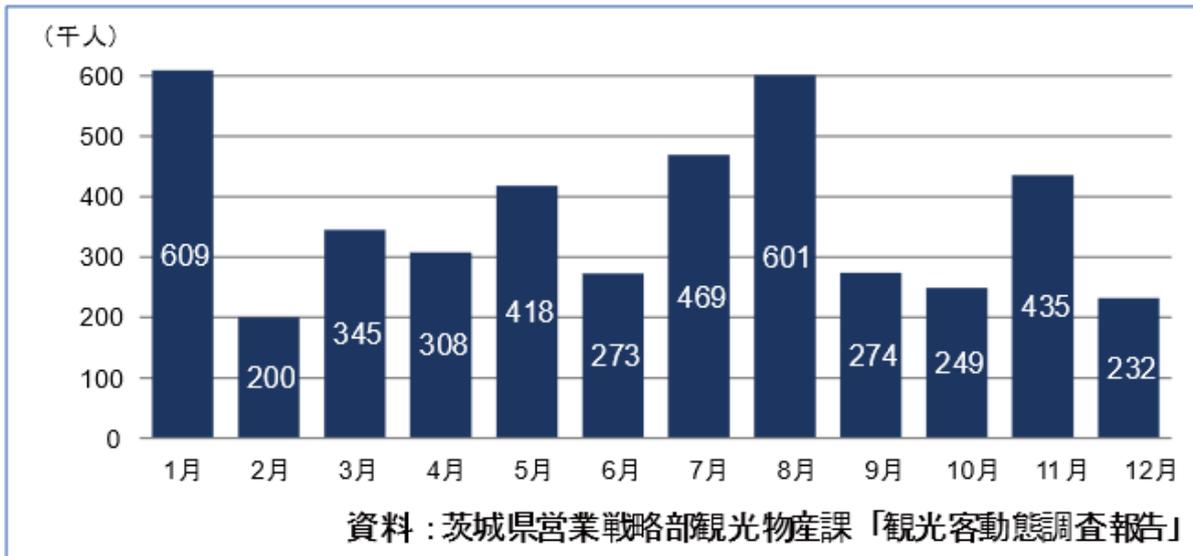


大洗サンビーチの将来イメージ

年間入込客数の推移



月別入込客数 2019 年（令和元年）



【産業の現状】

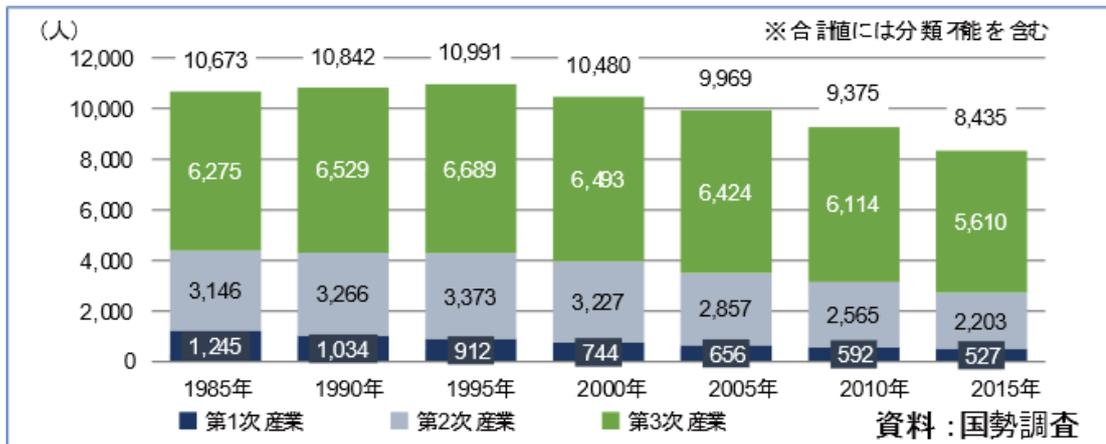
常住地による15歳以上の産業別人口の推移をみると、本町の就業者数は1995年（平成7年）以降減少が続き、2015年（平成27年）には、8,435人と30年間で2,238人の減となっている。

また産業別にみると、直近の2015年（平成27年）と1985年（昭和60年）を比較すると第1次産業の就業者数が半数以下にまで減少している。

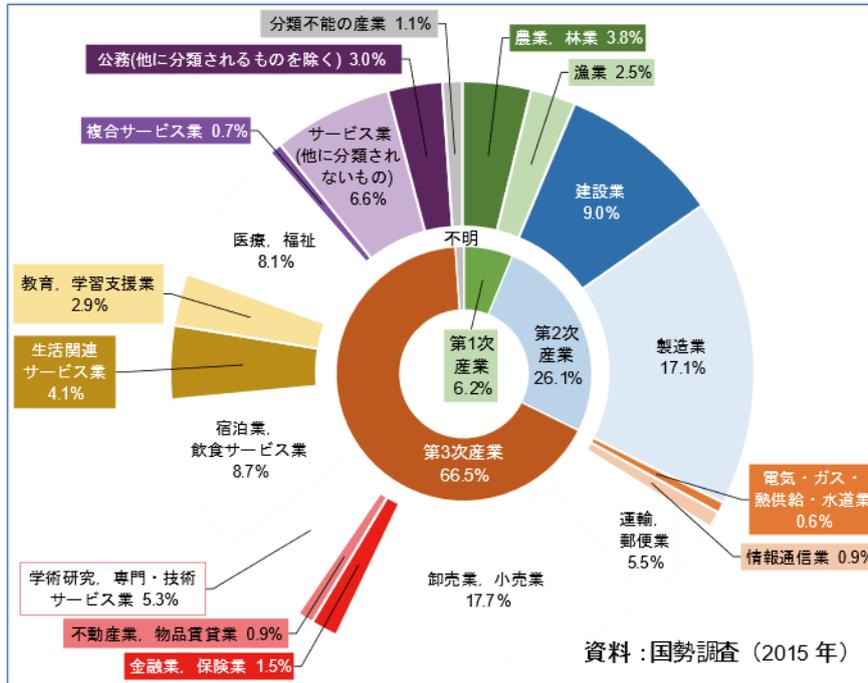
就業人口により産業構造をみると、平成27年（国勢調査）時点では、第1次産業（農業・漁業）6.2%、第2次産業（工業・建設業）26.1%、第3次産業66.5%（商業・サービス業等）となっており、中でも第3次産業の宿泊業・飲食サービス業など観光関連業種への従事者が多いことが特徴といえる。また、干物やカニの冷凍加工品などを製造する水産加工業者が多く、製造業のうち8割が食料品製造業であり、従業員も多く雇用している。

ただし各産業ともに、総じて業績不振や事業主の高齢化に伴う廃業は多く、創業する事業所も少ないために事業所数は減少傾向を辿っている。

大洗町の産業別就業人口（15歳以上）



大洗町の産業構成



大洗町の小規模事業者数は、商工業全体の 84%を占めており、経済センサスの統計調査を比較すると平成 24 年から平成 28 年にかけて 2 割近く減少している。人口減少や少子高齢化問題、後継者不足による廃業など市場規模は減少傾向にある。

小規模事業者数の推移 経済センサスより

	平成 24 年	平成 28 年
管内商工業者数	959	840
管内小規模事業者数	804	683

②大洗町の課題

商 業	<ul style="list-style-type: none"> ・地域需要の担い手及び地域コミュニティの拠点として、商店街が地域生活を支えているが、郊外型大店舗や周辺都市への町外消費流失等が問題となっている。 ・夏期を中心に多くの観光客が訪れているが、商店街への回遊は少なく、観光と事業者の連携が課題となっている。具体的には、個店の魅力度向上、地場産業・特産品の開発、販路の拡大等による事業者の企業力向上が不可欠である。 ・空き店舗の増加が商店街の連続性を断ち、魅力や価値観を低下させていることから、事業後継者や創業者の支援、空き店舗の有効活用が必要となっている。
工 業	<ul style="list-style-type: none"> ・世界的に水産物の資源量が減少していることや為替の変動により原料価格が不安定な状況にある。 ・生産地間の競争が厳しさも増しており、競争社会で勝ち抜くための取り組みが不可欠となっている。 ・近年では、消費者の食の簡便化・外部化志向の高まりにより、水産物消費における加工の重要性は更に高まっている。そのため多様化する消費者ニーズを捉えた商品開発が求められている。

観光業	<ul style="list-style-type: none"> レジャーの多様化や少子高齢化により、海水浴利用者は低調に推移しており、通年で新たな海辺の賑わいなど多様な利活用が必要となっている。 あんこう鍋に代表される地域グルメはあるものの、通年型観光に結びつける「食」を開発する必要がある。 高速道路などの交通機関の利便性が高くなったことにより、日帰りでの観光が多くなったことで、宿泊者数が減少している。そのため、宿泊者を増やすための取り組みを行う必要がある。
-----	---

(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、継続的な町内の人口減少が想定され、既存商圏内の購買力低下は避けられないことから、小規模事業者が事業を継続していくためには、新たな市場や顧客の開拓が必要であり、ICTを活用した人材育成や円滑な事業継続のため、社会変化に対応可能な事業の発展・育成を図っていくことが必要である。

また、大洗町が持つ食や観光など豊富な資源を活用し、地域全体としてのブランド力を向上させ、小規模事業者が町内だけではなく町外、県外へと販路を拡大できるよう振興を図る。

当会では、経済のみならずコミュニティをも下支えしている小規模事業者の重要性は、長期的視点に立っても何ら変わることがないと認識しており、地域に根差した総合経済団体として、小規模事業者の振興に総力を挙げて行っていく方針である。

② 大洗町総合計画との連動性・整合性

大洗町では、住民の思いや痛みなどに寄り添い、「不幸」を無くすことによって、大洗町に生まれ、育ち、学び、働き、そして住んで、心から良かったと思える暮らし満足度No.1の町を目指し、第6次大洗町総合計画のなかで、大洗町の目指す将来都市像を「幸せ無限大・不幸ゼロのまち大洗」として掲げ、下記の各種施策を展開している。

項目	目指す姿	取り組みと方向性
観光の振興	地域資源を最大限に生かした接続可能な共創による観光地づくり	<ul style="list-style-type: none"> 海の多様な利活用の推進 産学官連携による共創の観光地づくりの推進 地域資源を活かした「食」開発の推進 SNSの特性を活かした情報発信
水産業の振興	魅力ある水産資源を活用した儲かる水産業の実現	<ul style="list-style-type: none"> 資源管理型漁業および栽培漁業の促進 水産物の販売促進・販路拡大 経営基盤の強化及び団体の育成
商工業の振興	持続的な賑わいづくりに向けた循環型活性化サイクルの構築	<ul style="list-style-type: none"> 商店街の特性を活かした賑わい整備 創業支援と人材育成の推進
<p>商工業活性化に向けたサイクル</p> <pre> graph TD A(環境整備) --> B(育成支援) B --> C(仕掛け) C --> D(情報発信) D --> A </pre> <p>環境整備: 空き店舗活用の促進や商店街空間の整備等を通して、地域振興の基盤整備を図ります。</p> <p>育成支援: 創業に関するイベントや、活性化に向けた会議の開催等を通して、担い手と業界を育成します。</p> <p>仕掛け: 町内の多様な主体が連携することで、ブランド化を推進し、仕掛けづくりを図ります。</p> <p>情報発信: 観光施策との連携や企業へのアプローチ等、プロモーションの取り組みを推進します。</p>		

③商工会としての役割

茨城県や大洗町、各種支援機関との連携をさらに強化し、支援制度等を有効に活用しながら、最も身近な支援機関として、小規模事業者の経営課題の解決や経営ビジョンの設計等に、伴走型支援により共に取り組み、下記項目の実現を目指していく。

- ・ I C Tの活用による業務効率化や顧客満足度の向上
- ・ 地元産業における「独創性・多様性」を活かした製品開発及びブランド化
- ・ 新商品、新サービスの開発支援による個店の競争力強化
- ・ 販路開拓につながる商談会等の出展促進やP R活動の強化
- ・ 個店の魅力向上による商店街の活性化
- ・ 地域資源を活用した特産品のブランド化と集客力の強化
- ・ 地区内観光資源の知名度アップによる誘客推進

(3) 経営発達支援事業の目標

上記の「小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方」を踏まえ、本計画における目標を以下の通り設定する。

- 目標① 伴走型支援による小規模事業者の経営力強化
- 目標② 創業支援による地域小規模事業者数の維持拡大
- 目標③ 魅力ある商店街・商店づくりの支援
- 目標④ 地域産業資源を活用した地域ブランドの構築

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

前項で設定した「経営発達支援事業の目標」の達成に向け、以下の方針で事業を推進する。

①伴走型支援による小規模事業者の経営力強化

経営指導員が伴走型支援をすることで小規模事業者が現状と真の問題点を認識し、顕在化した課題を解決するために、課題解決のために実現可能性の高いビジネスプランの策定を行う。また、目標達成に向けた販路開拓をはじめとする実行支援、環境変化に合わせたビジネスプランの変更等のフォローアップ支援を実行する。

特に、観光関連事業（飲食・宿泊・小売）と水産加工業に注力し、支援を行う。

②創業支援による地域小規模事業者数の維持拡大

行政・金融機関・外部専門家と連携しながらセミナーなどを通じて創業希望者の支援を実行する。具体的には、創業セミナー、起業相談、インキュベーション融資、助成、販路開拓まで、創業者の事業段階に応じた多様な支援策を実施することにより、創業を促進する。

③魅力ある商店街・商店づくりの支援

商工会では、これまで、町の中心市街地にある6つの商店街（東町商店街、曲り松商店街、永町商店街、髭釜商店街、大貫商店街、新道商店街）の活性化を図るため、消費者とのふれあいイベント事業を実施し、これらを通して地域の活性化を図っている。今後は、従来の商店街ごとの取り組みから、6つの商店街の一体的な取り組みによる面展開の実現、各個店の魅力ある商店づくりの支援によって、商店街および個店の魅力度向上を図る。

④地域産業資源を活用した地域ブランドの構築

大洗町の観光と漁業資源のマッチングによる「大洗ブランド・地域資源」を確立する。行政との連携を図り、大洗町6次産業化を目指す事業団体（漁業・農業・水産加工・商店街・宿泊施設・土産品）の小規模事業者等に働きかけ、商品パッケージやキャッチフレーズなど商品力強化に取り組み、地域特産品としてブランド化を支援する。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

地域経済動向調査は、当会として管内の経済動向を把握するため、定期的の実施しているが、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、取りまとめする情報源が複数あることから、内容や実施・公表の時期についても統一性が欠いている。

地域経済動向調査において把握した当地域の情報について、その後の経営発達支援事業の根幹である事業計画策定に結びついていない状況にあった。今後は地域経済動向調査自体が、計画策定に結びつくための仕組み作りを行っていくことが課題である。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①地域経済動向調査	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

②景気動向分析調査	HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
-----------	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータ活用【継続】

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、効率的な経済活動を目指すため、経営指導員が「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、公表する。

- ・分析手法「地域経済循環マップ・生産分析」 ⇒ 何で稼いでいるか等を分析
- 「まちづくりマップ・From-to 分析」 ⇒ 人の動き等を分析
- 「産業構造マップ」 ⇒ 産業の現状等を分析

※上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

- ・実施回数 年 1 回実施

②業種別経済動向調査、分析【新規】

当商工会管内の各業種から抽出した小規模事業者を対象に、アンケート調査を実施し、地区内の経済動向の実態を把握することにより、経営分析及び事業計画策定などに活用する。

- ・調査項目 売上高、仕入れ価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備設備等
- ・対象事業者 管内小規模事業者 40 社 (飲食業、宿泊業、小売業、水産加工業から 10 社ずつ)
- ・調査方法等 郵送により記入後返送
- ・分析手法 経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う。
- ・実施回数 年 1 回実施

(4) 成果の活用

- ・調査、分析結果は当会ホームページに掲載し、広く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に活用する。
- ・経営指導員が巡回、窓口相談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

本会が目標の一つとして「地域産業資源を活用した地域ブランドの構築」掲げているが、小規模事業者は商品・サービスの提供にあたって、自社の「売りたい」「作りたい」という意識が先行した「商品・サービス開発」をしており、「顧客ニーズに基づく商品・サービスの開発」という視点に欠けている。

当商工会としても、事業者に買い手の視点を醸成するための取り組みが不十分であるという反省がある。

今後の課題は、小規模事業者が顧客のニーズや要望等、買い手の視点を把握し、事業者の仮説とすり合わせることで、顧客に受け入れられる商品・サービスづくりができるようにしていくことである。

(2) 目標

項目	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
調査対象事業者数	2 社	3 社	3 社	4 社	4 社	5 社

(3) 事業内容

地域資源を活用した商品の開発を目指している事業者(個人)を対象とし、当該商品が消費者に受け入れられるコンセプトの商品になっているか、またどこを改良すべきかなどを把握する目的

で、試食及び来場者アンケートを実施する。

調査結果は、専門家の知見を加えた上で分析し、対象事業者にフィードバックすることで、より効果的かつ効率的にブラッシュアップを図ることが実現可能となる。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社あたり50件
調査手段・手法	イベントに来場する地域内外の消費者等に対し、経営指導員等が、聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。
調査項目	(a)商品・製品の価格の評価 (b)品質・味・量の評価 (c)商品やパッケージのデザインの評価 (d)購買意欲などの評価 (e)改善点（自由記載：品質、価格、その他において改善を要する点）
商工会の支援内容	・需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 ・実施スケジュールの作成 ・調査項目の選定 ・アンケートシートの作成提供 ・回収した調査票の分析、加工及び提供 ・調査結果を活用した商品の開発、改良等のアドバイス
分析結果の活用	分析結果は、経営指導員等が当該事業所に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

※調査対象イベント

時期	名称	場所	開催期間	来場者	主催者
8月	八朔祭	商店街	2日	50,000人 町民、県内外観光客	大洗磯前神社 大洗町商工会
11月	商工感謝祭	大洗マリントワー 前芝生広場	1日	30,000人 町民、県内外観光客	大洗町商工会
3月	海楽フェスタ	大洗マリントワー 前芝生広場	1日	50,000人 町民、県内外観光客	大洗町商工会

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

これまで当会としては、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た。

結果として有効な経営課題抽出に繋がっておらず、売上・利益向上の必要性を見いだせていない事業者が多いと考えられる。

このような現状から、経営状況の分析が事業経営にとって必要であることを認識してもらうために、積極的な経営分析実施機会の創出を行い、分析対象事業者の掘り起こしを行う。

また、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く。

(2) 目標

項目	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	20社	25社	25社	25社	25社	25社

(3) 事業内容

経営指導員を中心に、巡回・窓口での様々な経営相談の機会を活かし、小規模事業者へ経営分析の必要性・有効性を説き、分析ツールを活用した定量評価を行うほか、事業主へのヒアリングシートを活用し、定性的な分析を行い、経営課題を見出す。

- ・対象者 巡回、窓口相談等を通じて経営分析の必要性や重要性を説明し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25社を選定する。
- ・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う。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果は、事業者にフィードバックし、事業計画策定のきっかけとなるように活用する、
- ・分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等の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

これまで商工会での事業策定支援は事業者の求めに応じ、個別対応によって支援をしてきたが、その目的が融資あるいは補助金の申請等、限定的なものであったために、支援対象も少なく、また事業計画策定の必要性や意義について十分な意識付けに至らなかった。

今後は、旧来のビジネスモデルでは対応が難しくなり、その再構築を求められる実情を踏まえ、効果的な事業計画策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

(2) 支援に対する考え方

①事業計画策定支援

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、当会独自に「事業計画策定セミナー」を企画開催し、そのカリキュラムを工夫するなどによって、5.で経営分析を行った事業者の中から8割程度/年の事業計画策定支援を目指す。また、小規模事業者持続化補助金をはじめとする各種施策の活用方法等の周知を図り、その中からも実現の可能性が高い事業者を選定し、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は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。

②創業計画策定支援

創業者については、大洗町・専門家との連携により、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う。

(3) 目標

項目	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①DX推進セミナー	—	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③創業支援セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
④事業計画策定事業者数	15社	20社	20社	20社	20社	20社

(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ヵ月間程度）
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 ・事例を踏まえたDX実現手段の検討 ・DXの計画化 ・SNSを活用した情報発信方法 ・ECサイトの利用方法等
目標参加者数	20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	・集団セミナー1回+個別指導相談会3回（開催期間は2ヵ月間程度）
カリキュラム	・事業計画の必要性 ・事業計画書作成のポイント ・自社の分析による現状把握と新たな取り組みを考える ・地域小規模事業者が作成した身近な事業計画の紹介 ・商工会指導員が伴走型で支援する経営分析&事業計画作成ワーク ・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）
目標参加者数	20名程度

③創業予定者及び創業間もない事業者を対象とした「創業支援セミナー」の開催

募集方法	・新聞広告、HPで周知
回数	・集団セミナー2回+個別指導相談会2回（開催期間は2ヵ月間程度）
カリキュラム	・商圏消費動向調査、市場動向（競合） ・ターゲットの購買行動・ニーズの把握 ・顧客ニーズと商品・サービスとのマッチング、商品ブランド化 ・実践型マーケティング、プロモーション活動 ・収益性シミュレーション ・設備投資・資金調達手法 ・個別相談会（経営指導員に専門家による個別計画策定支援）
目標参加者数	10名程度

④事業計画の策定

- ・支援対象者：小規模事業者（経営分析を行った事業者、経営力の強化、向上を希望する事業者など）・創業予定者
- ・手段及び方法：経営指導員が担当制で張り付き、外部専門家等も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

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

これまでは、小規模事業者への事業計画策定後の支援は、窓口相談や巡回訪問の機会に助言、指導をするのにとどまっていた。

また、実施状況に対するフォローアップのタイミングも不定期であったり、訪問回数が少ないこ

ともあり、事業計画の進捗状況については、十分に把握していなかった。

今後は、定期的に行う巡回指導計画を立てて、小規模事業者の疑問や課題に対応し解決を図るとともに、事業計画の修正や見直しが必要な場合、専門家による指導を行う。

また、適宜に伴走型フォローアップを実施し、計画の実現性を高めていく。

(2) 支援に関する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。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

(3) 目標

項目	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
フォローアップ対象事業者数	10社	20社	30社	30社	30社	30社
頻度(延回数)	40回	60回	90回	90回	90回	90回
売上増加事業者数	—	8社	12社	14社	16社	18社

※各年度のフォローアップ回数の内訳

R4年度：R3度策定10社×4回+R2度策定10社×2回=計60回(20社)

R5年度：R4度策定15社×4回+R3度策定10社×2回+R2度策定5社×2回=計90回(30社)

R6年度：R5度策定15社×4回+R4度策定10社×2回+R3度策定5社×2回=計90回(30社)

R7年度：R6度策定15社×4回+R5度策定10社×2回+R4度策定5社×2回=計90回(30社)

R8年度：R7度策定15社×4回+R6度策定10社×2回+R5度策定5社×2回=計90回(30社)

(4) 事業内容

- ・対象者 事業計画を策定した全ての事業者
- ・頻度 経営指導員が計画策定後1年間は四半期毎、以後の2年間は原則半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、計画策定後1年目は全事業者を対象とするが、2年目は概ね7割、3年目は概ね3割の事業者を対象とする。計画2年目以降に、対象事業者と頻度を落とす理由としては、フォローを重ねるうちに事業者の自主性と自走力を醸成し、独り立ち可能と判断できる事業者を見出していくためである。
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、当会経営指導員による協議や他地域の経営指導員からの情報収集を行うこととし、ズレの程度に応じて必要となれば専門家派遣制度等を活用することで、速やかに問題の解消に当たるなどし、フォローアップ頻度の変更等を行う。
- ・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

当会では、ブランド力向上に資する「商品力」や「店舗力」の向上支援を行い、地域における商工業者の維持発展を図るため、大洗町の地域資源である『観光・漁業・農産物』を活用した特産品開発・水産加工品の販路拡大等事業を推進してきた。

しかし、プロモーション活動について不得手としているところが多く、新商品や新サービスを開発しても、その後のPR不足や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、需要開拓支援に関する支援効果の測定効果も行ってない。

今後、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および販売する商品・サービス・技術等を、新たな消費者や販路開拓したい取引先企業等にアピールし、売上・収益の増加につなげることが最も重要な支援と位置付ける。そのうえで、販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、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、販路開拓につなげて効果的な需要開拓支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

商工会が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、理解度を高めた上で、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

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①展示会 出展事業者数	2社	2社	3社	3社	4社	4社
売上額/社	-	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②商談会 参加事業者数	-	2社	2社	3社	3社	3社
成約件数/社	-	1件	1件	2件	2件	3件
③サイト登録事業者数	-	2社	2社	2社	3社	3社
成約件数/社	-	1件	1件	1件	2件	2件
④SNS活用事業者	-	2社	2社	3社	3社	4社
売上増加率/社	-	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ネットショップの 開設者数	-	2社	2社	3社	3社	4社
売上増加率/社	-	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①消費者（BtoC）への需要の開拓支援（拡充実施）

一般消費者の需要開拓強化を目指す小規模事業者に対し、効果的な販売促進活動を支援することにより、一般消費者の需要開拓を支援する。

支援対象者	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ニッポン全国物産展（11月）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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（R元年度参考）。 <p>②IBARAKI sense（茨城県アンテナショップ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京都有楽町にある茨城県のアンテナショップ。目利きのセンスによって厳選された、茨城のセンスある逸品が並ぶ。来場者数は年間 15 万人。

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や魅力的な陳列や接客、販売方法等専門支援も展開する。
------	---

②バイヤー等（BtoB）への需要開拓支援（拡充実施）

海外展開を含めた商社・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。

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
想定する展示会等	①海外型小規模事業者向け販路開拓支援事業 ・茨城県商工会連合会主催による、海外向け販路開拓支援事業。海外ホテル関係のバイヤーに対する商談会や、ベトナム等でのテストマーケティングを行っている。令和元年度は2日間に個別商談会又は展示会が開催され、茨城県内から出展54社。来場者数対象国各300人程度。 ②めぶき食の商談会 ・食関連事業者の販路拡大および食材調達支援、参加者間の相互交流などを目的として、常陽銀行と足利銀行が主催する商談会
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。

③BtoB向けECマッチングサイトへの提案・登録支援（新規）

優れた技術・製品・サービスの提供または下請（主に製造業関係）を有する小規模事業者を対象に、ネットを通じて全国の企業と新たな取引拡大を図るため、茨城県中小企業振興公社が運営するビジネスマッチングサイト「茨城県企業データベース」への登録を促す。

支援対象者	BtoBを対象とした販路拡大を狙う小規模事業者（主に製造業関係）
訴求対象	業種、地域、得意区分、材質区分などから、取引先やビジネスパートナーを探している事業者
支援内容	商工会としては、登録の際の入力方法支援や、入力項目における自社の得意とする製品や技術・サービス等のアピール方法や、記載内容等を支援する。

④SNSを活用した情報発信（新規）

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、記載内容等を支援する。

⑤ネットショップ開設（新規）

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、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。

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

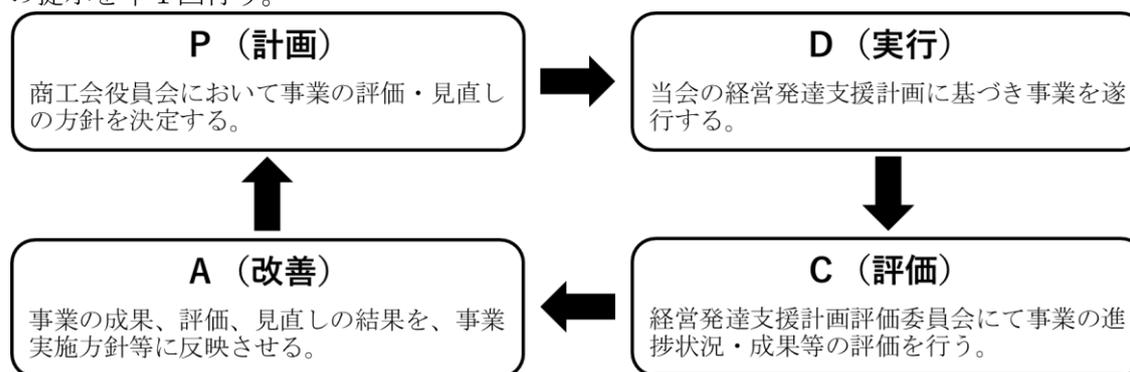
(1) 現状と課題

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る。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ある。

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も、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ある。

(2) 事業内容

- ①商工会長、事務局長、町担当課長、観光協会長、中小企業診断士、法定経営指導員等をメンバーとする「経営発達支援計画評価委員会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を年1回行う。



PDCAサイクルを適切に回す。

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、大洗町商工会HP及び会報に公表し地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

大洗町商工会HP：<http://oarai-shokokai.com>

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】

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する。

【事業計画策定セミナー】

当会の協議会において、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、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茨城県、茨城県商工会連合会主催のセミナーについても積極的に参加する。

<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

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る。

④データベース化

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

(別表2)

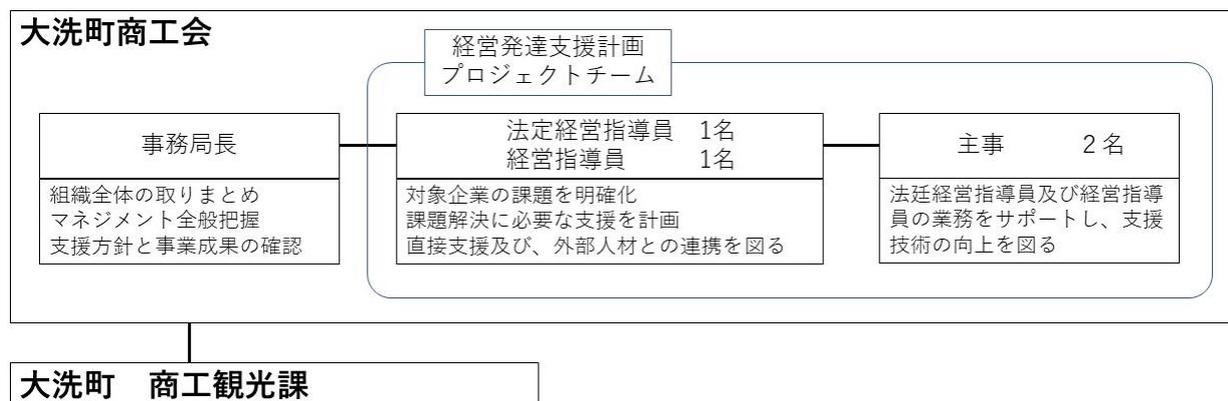
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3年9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)

【事務局体制図】



(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 菅井 和実

連絡先 大洗町商工会

茨城県東茨城郡大洗町磯浜町 6881-275

TEL. 029-266-1711 FAX. 029-267-3039 e-mail : oaraisho@maple.ocn.ne.jp

②法定経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

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

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

大洗町商工会

〒311-1301 茨城県東茨城郡大洗町磯浜町 6881-275

TEL. 029-266-1711 FAX. 029-267-3039

e-mail : oaraisho@maple.ocn.ne.jp

②関係市町村

大洗町商工観光課

〒311-1301 茨城県東茨城郡大洗町磯浜町 6881-275

TEL. 029-267-5175 FAX. 029-266-2412

e-mail : kankou@town.oarai.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	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
経営分析・需要 動向調査事業 費	700	700	700	700	700
創業支援事業 費	50	50	50	50	50
講習会開催費	500	500	500	500	500
販路開拓支援 事業費	150	150	150	150	150
地域活性化事 業費	50	50	50	50	50
経営指導員脂 質向上対策費	50	50	50	50	50

(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	
国・県	補助金 1,000 千円
自己負担金	500 千円 (会費、手数料収入)

(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