

経営発達支援計画の概要

実施者名	五霞町商工会（法人番号 4050005005812） 五霞町（地方公共団体コード 085421）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援の目標</p> <p>①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続支援 小規模事業者の自立的な経営力の強化により事業継続の実現を図る。</p> <p>②創業支援による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 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。</p> <p>③地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立 地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立と地場産業の育成、並びに、個店の魅力度向上による競争力強化に対する支援を通じて、地域の賑わいの創出を実現。これらにより、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。</p> <p>④事業者の自走化支援 小規模事業者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、事業者の潜在力を引き出し、事業者の「自己変革・自走化」を目指すことにより、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用） ・独自の景気動向調査・分析 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・バイヤー等に対する需要動向調査の実施 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析セミナーの開催 ・分析ツールの活用による経営分析 <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DX推進セミナーの開催 ・事業計画策定セミナーの開催 ・創業塾の開催 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定後の定期的継続的なフォローアップ <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般消費者（BtoC）への需要開拓支援 ・バイヤー等（BtoB）への需要開拓支援
連絡先	<p>五霞町商工会 〒306-0312 茨城県猿島郡五霞町大字新幸谷 463 番地 TEL：0280-84-0777 FAX：0280-84-0877 E-mail：info@gokashoko.or.jp</p> <p>五霞町 産業課 〒306-0392 茨城県猿島郡五霞町大字小福田 1162 番地 1 TEL：0280-84-2582 FAX：0280-33-3414 E-mail：sangyou@town.goka.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

①現状

【立地】

当商工会の管轄地域である本町（五霞町 ごかまち）は、関東平野のほぼ中央、都心から約 50 km、県都水戸市から 70 km の圏域にあり、茨城県の西南端に位置し、北東部を流れる利根川を隔てて古河市、境町に接するほか、東部は江戸川を隔てて千葉県野田市に、南西部は権現堂調整池及び中川を隔てて埼玉県久喜市（旧：栗橋町）や幸手市に接しており、3 つの県境に位置する。隣接している自治体は、茨城県古河市・境町、埼玉県久喜市・幸手市、千葉県野田市の 5 市町である。

茨城県内の自治体では唯一、町内全域が利根川の右岸（南側）にあり、江戸川の起点としても知られている。明治 22 年（1889 年）町村制の施行により 11 村が合併し、平成 8 年（1996 年）町制が施行された。基幹産業は「農業」であり四方を河川に囲まれた肥沃な土地を利用した米・野菜づくりは、地域経済振興に大きな役割を果たしてきた。他方、工業団地の整備に伴い町内には、5 地区において工業団地が整備され、数多くの事業所が操業している。



【特産品】

当町は前述の通り農業が盛んであり、米を中心に野菜等が挙げられる。また根菜である「八つ頭」の産地としても知られ、「五霞いも」として商標登録を取っている。この「五霞いも」を活用した新たな加工品開発も進めておりふるさと納税返礼品開発として道の駅内のごかみらい Lab と連携を行い、地域食材を活用した新たな特産品の開発も進めている。

【交通網の概要】

幹線道路として、国道 4 号が横断し、国道 354 号が北側にある。平成 27 年 3 月に、圏央道五霞インターチェンジが開通し、インターチェンジ周辺地区については、計画的な市街化を進めながら、土地区画整理事業として工業・物流・倉庫などの企業誘致も進められ、新たな複合型土地利用が検討されている。



五霞 IC 周辺

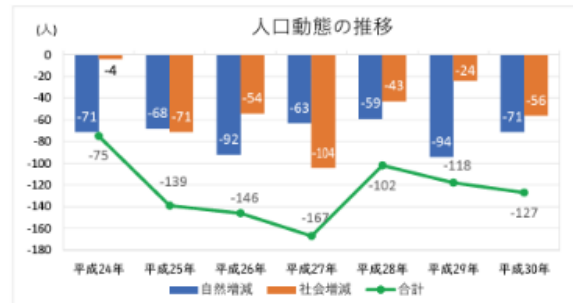
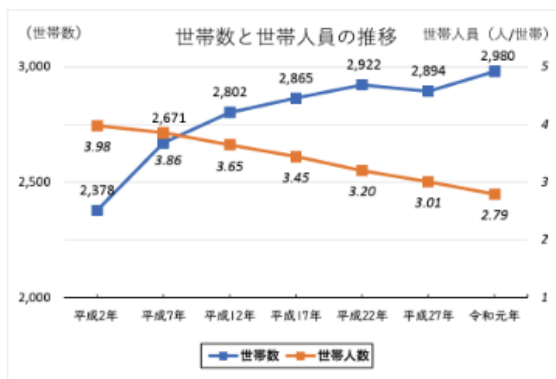
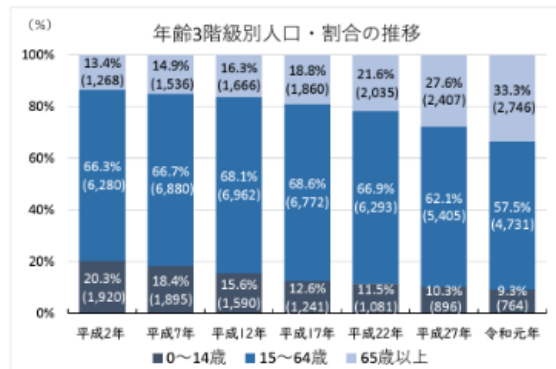
【人口と世帯】

本町の人口は、冬木特定土地地区画整理事業（現：原宿台地区）に伴う住宅開発などを背景として、増加傾向を示していたが、平成7年の10,312人をピークに減少に転じ、平成27年の国勢調査では8,786人、令和元年の茨城県常住人口調査（四半期報）では8,319人となっている。

世帯数は平成27年に減少したが、令和元年には2,980世帯と再び増加に転じている。一世帯あたりの人員は減少が続き、平成2年には3.98人/世帯であったものが、令和元年では2.79人/世帯となっている。核家族や高齢者夫婦のみの世帯、高齢者のひとり暮らし世帯の増加などにより世帯家族規模の縮小化が進んでいる傾向がみられる

本町の年齢3階級別人口・割合の推移をみると、0～14歳の年少人口は平成2年と比較すると、令和元年では半分以下に減少し10%を切っている一方で、65歳以上の老年人口は平成2年と比較すると、令和元年は約2.5倍となっている。15～64歳までの生産年齢人口は、平成17年までは増加を示していたが、年少人口の減少や団塊の世代の高齢化を背景に、平成22年以降は減少へと転じている。

本町の人口動態の推移をみると、平成24年以降、自然増減、社会増減ともにマイナスで推移している。自然増減、社会増減の合計でみると、平成25年から平成27年は毎年150人近くの人口が減少している。平成28年からは社会増減による減少がやや持ち直し、110人前後の減少で推移していたが、平成30年に再び減少数が多くなり、人口動態は減少が続いている状態である。



※ 「総人口の推移」、「年齢3階級別人口・割合の推移」、「世帯数と世帯人員の推移」

出典：国勢調査・茨城県常住人口調査

※ 「人口動態の推移」 出典：茨城県常住人口調査（各年）

【管内の主たる業種別の商工業者数の推移】

五霞町の人口減少を背景に、平成26年と平成3年を比較した場合の地域内小規模事業者数の推移は、「建設業」では21.9%の減少、「卸・小売業」では15.3%の減少、「宿泊業・飲食サービス業」では15%の減少となっており、これは後継者不足等による事業廃業等が主な理由となっている。他方、「運輸業、郵便業」においては、47.3%の増加となっており、圏央道五霞ICと国道4号バイパスの交通経路網の整備が図られたことで、貨物輸送業や倉庫業の進出が増えたことが要因である。また、小規模事業者総数の平成26年対比を全業種でみた場合、全体合計で7%の減少傾向となっている。

産業分類	〈事業者数〉		〈小規模事業者数〉	
	平成26年	令和3年	平成26年	令和3年
D 建設業	126	100	123	96
E 製造業	84	81	38	38
F 電気・ガス・熱供給・水道業	1	1	1	1
G 情報通信業	0	0	0	0
H 運輸業、郵便業	39	46	23	34
I 卸・小売業	67	62	39	33
J 金融業・保険業	1	2	0	1
K 不動産業・物品賃貸業	12	10	9	9
L 学術研究、専門・技術サービス業	10	11	9	11
M 宿泊業・飲食サービス業	24	23	20	17
N 生活関連サービス業、娯楽業	18	17	18	17
O 教育、学習支援業	5	9	5	6
P 医療、福祉	7	8	3	2
Q 複合サービス事業	3	3	1	1
R サービス業（他に分類されないもの）	14	20	11	13
合計	411	393	300	279

※ 出典（「平成26年・令和3年経済センサス」（総務省統計局））

【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】

	平成26年	令和3年	増減
商工業者数	411	386	▲25
うち小規模事業者数	300	279	▲21

【第6次五霞町総合計画 基本構想（2020～2039）】

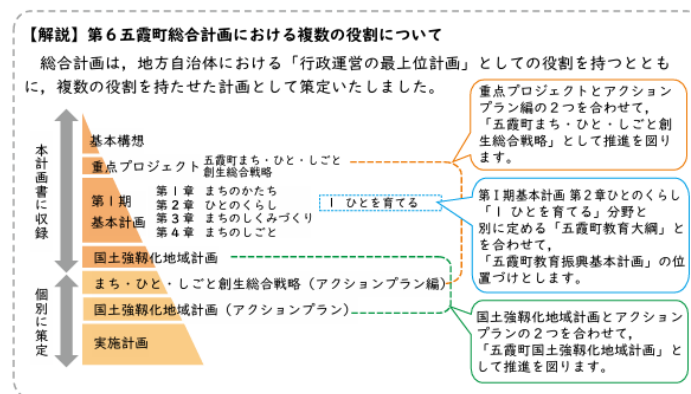
第6次五霞町総合計画は第5次五霞町総合計画、「人がきらめき だれもが安心・安全に暮らせるまち 五霞」の取組状況を踏まえ、今後20年間のまちの指針を定めた第6次五霞町総合計画を策定した。本計画では、「キラリ☆五霞町～快適で居心地のよいまち～」を将来像とし、基本構想に基づく基本計画、実施計画の下、第4期（5年ごと）に分けている。

また、地方創生の具体的な施策をまとめた地方版総合戦略としての意味を持つ重点プロジェクトや、国土強靱化基本法に基づく五霞町国土強靱化地域計画も本計画内に盛り込んでいる。

「まちづくりの基本理念」

- 1 誰もが幸せを実感できる暮らし豊かなまちづくり
- 2 みんなで進める協創のまちづくり
- 3 未来に向かって夢ふくらむまちづくり

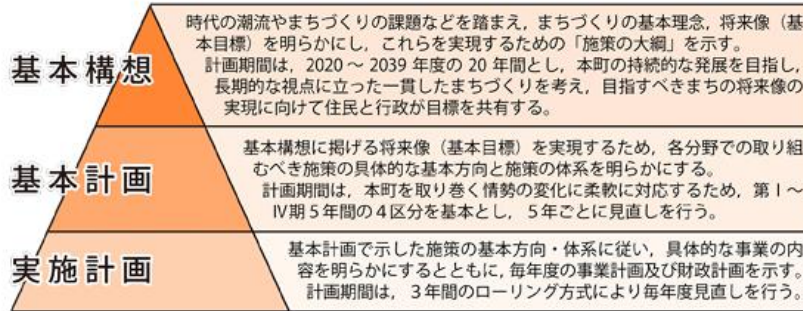
計画の構成



【総合計画の構成・計画期間】

長期的な視点でみるまちづくりの方針については、時間軸を長く持たせた計画とし、達成すべき目標とその実現のための道筋を明らかにした具体的な方針については、中期間で見直しを図っていけるような計画としていく必要があることから、計画の構成としては、これまでのように「基本構想」「基本計画」「実施計画」の3層構造については踏襲しつつ、計画期間を「基本構想」は20年、「基本計画」は5年ごとに4期に分けて見直しを図り、「実施計画」は計画期間を3年とし、毎年度見直しをするローリング方式により適宜対応が図れる仕組みとする。

■計画の体系図



■計画の期間

年度	2020	2021	2022	2023	2024	2025～2029	2030～2034	2035～2039	
基本構想	→								
基本計画	→ 第Ⅰ期					→ 第Ⅱ期		→ 第Ⅲ期	→ 第Ⅳ期
実施計画	→			→		→		→	

第6次の計画では、これまでの6つの分野の基本目標で施策を整理していたものを、分野の枠にとらわれることなく、各課が連携してまちの課題に取り組むために、大きく3つのデザインで施策を構成する。

【3つデザイン基本目標】

- 「1. まちのかたち－グラウンドデザイナー－」
- 「2. ひとのくらし－ライフデザイナー－」
- 「3. まちのしくみづくり－ソーシャルデザイナー－」



1. まちのかたち — グラウンドデザイナー

グラウンドデザインは、まちに関わる人々の活動や生活を支える基盤の整備を目指し施策は、土地利用や施設の維持管理といった都市基盤・生活基盤の視点で整理する。

1 まちの土台をつくる
(1) 都市と自然が調和した土地利用の推進
(2) 町内外との交流を促進する交通体系づくり
2 まちの機能を高める
(1) 環境に配慮したまちづくりの推進
(2) 上下水道の適正な維持・管理
(3) 安心して暮らせる基盤の充実
3 まちの環境を良くする
(1) 安心して暮らせる体制の強化
(2) 住みよい住環境づくり

2. ひとのくらしーライフデザイナー

ライフデザインは、住民一人一人が豊かに暮らしていくまちを目指し施策は、ライフステージごとの住民個人の生活への支援や各種行政サービスの視点で整理する。

1 ひとを育てる（五霞町教育振興基本計画）
(1) 時代に対応した学校教育の推進
(2) 学校教育推進のための基盤づくり
(3) 生涯学習の充実と豊かな歴史文化の継承
2 ひとを支え見守る
(1) 子育て世代のくらしの充実
(2) 高齢者のくらしの充実
(3) 障害者の豊かなくらしの支援
(4) 住民の健康なくらし

3. まちのしくみづくりーソーシャルデザイナー

ソーシャルデザインは、行政・事業者・住民が協働したまちづくりを目指し施策は、産業振興、地域コミュニティ、各種団体活動の支援の視点で整理する。

1 まちのわ（輪・和）
(1) 誰もが暮らしやすいまちづくりの推進
(2) 住民同士・行政と住民との協力関係の充実
2 まちの活力
(1) 地域の内外で連携するまちづくり
(2) まちの農商工活性化

このうち、「3.まちのしくみづくり—ソーシャルデザイナー—」では商工業に触れられており、以下の施策を商工会との連携により展開すると定められている。

「②まちの商工業の活性化」

〈地域のにぎわい創出〉

- ・行政との顔の見える連携体制を構築し、伴走型での支援を行いながら、地域のにぎわい創出を支援する。

〈地域雇用の拡大〉

- ・中小規模事業者の現状を把握し、事業者自らが経営手法を改善できるように「気づき」を促しながら地域ブランドの構築、地域雇用の拡大を図る。

〈魅力度の高い地場産品確立〉

- ・地域資源を活用した新商品開発や需要開拓支援を行い、魅力度の高い地場産品確立を目指す。

〈事業継承支援の推進〉

- ・事業継承支援の推進により、地域の小規模事業者の持続的発展を支援する。

〈事業者創出支援〉

- ・首都圏中央連絡自動車道によるインフラの強みを生かし、新業態の事業者創出支援を展開する。また、起業・創業や新分野への進出を促進するため、創業支援ネットワークを構築し、創業希望者のニーズや各ステージに応じた支援を行う。

②課題

【農業】

○現況

四方を河川に囲まれた肥沃な土地条件を有していることから、昔から“米づくり”や“野菜づくり”が主な基幹産業として重要な役割を果たしている。

認定農業者の約60%が65歳以上、耕作面積は637,035平方メートルとなっているが現在の中心経営体である認定農業者等の約50%が近い将来、担い手となる後継者がいない状態となっている。他方、民間事業者による農業事業への参入も始まってきている。

○課題

- ・農業従事者数の減少に対して、担い手の確保を継続的に行う必要がある。
- ・担い手は個人経営が多く、後継者がいない、育たないなど将来的に問題がある。
- ・「農業者の高齢化、担い手不足、耕作放棄地の増加」などの不安定要素の増加
- ・意欲ある農業者への農地集積・集約化を進めていく必要がある
- ・新しい農業への展開、収益性の高い農業の推進に取り組みが必要である。
- ・単に農産物を作るだけでなく、付加価値の高い商品に加工するなど6次化に向けた取り組みが必要である。や

【工業】

○現況

権現堂川及び中川沿いの川妻地区や大崎地区を始め、元栗橋押出地区、土与部地区、江川地区などを中心に工業団地の造成を行い、積極的に工場誘致を行った結果、ほぼ立地が完了し、ヤクルト本社工場やキューピー五霞工場等、多くの優良企業が操業している。しかし、圏央道五霞ICの開通により、利便性が活用できる周辺に企業の進出意欲が高まっているが農地との関係で未利用がないことが現状である。

○課題

- ・既存工業団地内に立地する企業の安定した経営を継続させる必要がある。
- ・本町へ進出を希望する企業の需要に応えるためには、新たな産業用地が必要。
- ・圏央道の開通によるその抜群なアクセスや立地環境を活かし、五霞IC周辺開発を進めていく必要がある。
- ・既存企業に対するニーズに応じた優遇措置、資金調達の円滑化などを図っていく必要がある。

【商業】

○現状

一部市街地内や幹線道路の沿線に複数の中小商店が見られるものの、消費者ニーズに対応した商店街の形成には至っていない。スーパーマーケットも町内には店舗がなく消費者は町外へ流出している状況であり、活性化のための有効な対応策が求められている。今後、圏央道五霞 IC 周辺地域の開発に伴い商業、工業、流通など様々な企業の誘致を推進するとともに、新たな商業振興のあり方等について検討を進めていく必要がある。

○課題

- ・小売りやサービス業を行う上での既存の空店舗やテナントが少なく、新たな売り場を確保する必要がある。
- ・創業を通じあらたな商業の活性化を講じる必要がある。

【観光】

○現況

権現堂調節池等の水辺空間や童夢公園周辺の公園など水と緑にあふれた豊かな自然環境や東昌寺や穴薬師古墳など歴史を感じる文化財など、魅力ある地域資源を数多く有している。また、県境には広域的なサイクリングロードも整備され、新たな地域資源としての活用が期待できる。まちの観光入込客数は増加傾向にあるが、五霞 IC による広域的な交通利便性を生かし、さらに多くの人々が訪れるまちを目指していくことが大切である。

○課題

- ・魅力ある観光資源が乏しいことや町として観光に注力してこなかった背景があり、観光事業に対するノウハウや人員が不足している
- ・町内に点在する地域資源をバランスよく活用しながら、自らのまちの価値や魅力を正しく認識し、より一層の魅力向上に努めるとともに、幅広い地域との交流の促進につなげ、効果的な観光情報の発信に努めていく必要がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

地域の小規模事業者は、地域の雇用・生活基盤を支える重要な役割を担っている。しかしながら、五霞町の地域課題である人口減少・少子高齢化の深刻化、若者の転出、町外への通勤者の増加、商業の低迷等が顕在化していくことから、町内小規模事業者を取り巻く環境は厳しい状況になると予想される。

地域経済を支えている小規模事業者を持続的に発展するためには、自社の強みや特長を正しく理解し、高い付加価値を生み出せる事業者を増やすことが重要である。そのため当商工会としては、“対話と傾聴による信頼関係の構築”、“気づきを促す課題設定型コンサルティング”と“経営者の「自走化」のための「内発的動機づけ」と「潜在力」の引き出し”の経営力再構築伴走支援の3つ要素に重点置き、小規模事業者の意識醸成を図りながら経営力強化に向けた支援を長期的に実施していく。

五霞町では、圏央道整備による経済の波及効果やふるさと納税制度等を活用した財源の確保を踏まえ、五霞町独自の歴史・文化や地域資源を最大限に生かす観光、産業、農業等の地域振興施策等を展開することで、本町における財政健全化を促進させるとともに、交流人口の拡大や地域内での雇用創出及び地域経済の活性化により「キラリ☆五霞町～快適で居心地のよいまち～」の実現を目指す。このような町の動きにあわせ、地域に根差した地域経済団体として、小規模事業者の持続的発展に取り組んでいく。

②五霞町総合計画との連動性・整合性

五霞町は、第6次総合計画の中で、本町の将来像「キラリ☆五霞町～快適で居心地のよいまち～」を実現するため、3つデザイン基本目標を掲げている。

その中で、地域のにぎわい創出、地域雇用の拡大、魅力度の高い地場産品確立、事業継承支援の推進、事業者創出支援等を商工会と連携した推進を図るとしている。

また、6次産業化の推進支援や観光との連携に関する支援、事業所における新事業や新分野の

展開支援、新たな起業・創業支援、地域産業活性化に貢献する事業者の誘致活動等、町内の様々な人的・物的な財産を付加価値として生かし、外貨を獲得する力（域外からのより多くの資金を獲得する力）を高める産業基盤を構築していくことも、当商工会との整合性が高いと考える。

当会としても五霞町との連携を図り、経営発達支援計画に基づく個社支援をはじめ、商工業の振興に取り組んでおり、五霞町と五霞町商工会が目指す方向性が合致している。今後も、当会は、小規模事業者の支援機関として、地域の課題解決に向け、五霞町の基本構想と連携した伴走型支援による地域活性化、または、支援体制を構築・強化し、行政や関係団体と連携して支援を実行していく。

③商工会としての役割

当会は、茨城県、各種支援機関と連携し地域の経済団体として、小規模事業者の経営改善普及事業（巡回・窓口における相談・指導の充実・強化、税務支援、金融支援、労働関係事務、経営分析支援、事業計画作成支援、開拓支援等）及び各種イベントへの協力を実施し、地域の活性化、産業振興の役割を担ってきた。

前述したように、小規模事業者の現状と課題を踏まえた場合、当会としては、これまで以上に事業者に寄り添った伴走型支援を徹底し、小規模企業の経営の発達に直結する支援体制を整備することが不可欠である。そのため、今後は、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、五霞町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、更なる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

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続支援

小規模事業者の自律的な経営力の強化により事業継続の実現を図る。

②創業支援による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

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。

③地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立

地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立と地場産業の育成、並びに、個店の魅力向上による競争力強化に対する支援を通じて、地域の賑わいの創出を実現。これらにより、活力と賑わいのある地域の発展に貢献していくこと目指す。

④事業者の自走化支援

小規模事業者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、事業者の潜在力を引き出し、事業者の「自己変革・自走化」を目指すことにより、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる。

〈地域への裨益目標〉

上記、①～④にある4つの目標に向け支援を進めることで、小規模事業者が競争力を持ち、地域とともに成長し、賑わいのある地域の発展に貢献していくことを地域への裨益目標として目指す。

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7年4月1日～令和12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支援

激変する環境変化に対応し、業務改善を図っていく上で、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。

②創業支援による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

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、五霞町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。

③地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立

地域資源・観光資源を活かした企業振興、地域ブランドの確立と地場産業の育成、並びに、個店の魅力度向上による競争力強化に対する支援を通じて、地域の賑わいの創出を実現。これらにより、活力と賑わいのある地域の発展に貢献していくことを地域への裨益目標として目指す。地域資源の魅力を活かし、地域の賑わいづくりを推進、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境町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。

④事業者の自走化支援

小規模事業者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、事業者の潜在力を引き出し、事業者の「自己変革・自走化」を目指すことにより、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、個社にととまらず、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

【現状】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。

【課題】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ことである。

(2) 目標

支援内容	公表方法	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11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
②景気動向分析公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1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独自の景気動向調査の実施

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、当会独自の「小規模企業景気動向調査」にて、管内小規模事業者の景気動向等について、年1回調査・分析・公表を行う。

【調査対象】管内小規模事業者 20 件（製造業、建設業、卸小売業、サービス業から5 件ずつ）

【調査項目】売上額、仕入、資金繰り、製品・商品在庫、採算(利益)、従業員、生産設備、引合い、業況、経営上の問題点 等

【調査手法】調査票を FAX 送付や巡回にて配付し、FAX 返送や巡回により回収する。

【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

【現状】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。

【課題】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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①一般消費者対象実施事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2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	2者

(3) 事業内容

①地域イベントや展示販売会を活用した一般消費者向け試食販売、アンケート調査の実施

当商工会の事業計画策定支援や経営状況の分析を受ける希望がある小規模事業者等で、主に茨城県産品を活用した飲食料品製造業や小売業を中心に、五霞町の新たな土産品開発をする、または既存商品・サービスの改良に取り組む事業者2者を選定する。

一般消費者対象に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、町内で開催するイベント等及び猿島地区4商工会における共同展示販売会において、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)
支援対象者	・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> 「販売展示会」や地域のイベント等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	<ul style="list-style-type: none"> ・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
調査結果の活用	アンケートを経営指導員等が集計・分析した調査結果は、レポートにまとめ、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	<p>5月 いばらき玄関まつり（五霞町） 1日開催イベント、町内業者出店30者、来場者数約1.5万人程度</p> <p>11月 五霞ふれあい祭り（五霞町） 1日開催イベント、町内業者出店40者、来場者数約1万人程度</p> <p>11月 展示販売会（東京都内または首都圏内） 2日間イベント、8者、来場者1万人程度</p>
<p>②展示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</p> <p>当商工会の事業計画策定支援や経営状況の分析を受ける小規模事業者等で、主に茨城県産品を活用した飲食料品製造業や小売業を中心に、五霞町の新たな土産品開発をする事業者2者を選定する。</p> <p>近隣の猿島地区4商工会で連携して出展する展示商談会や、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。</p>	
サンプル数	1商品あたり30件（1事業所1商品あたり）
支援対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・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
調査手法・手段	<p><情報収集></p> <p>近隣の猿島地区4商工会で連携して出展する展示商談会や、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、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><情報分析></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"> ・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 ・商品への関心度、新規性、需要見込み ・取引ロット数 ・納期、納入方法 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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
調査結果の活用	アンケートを経営指導員等が集計・分析した調査結果は、レポートにまと

	め、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	9月 FOODSTYLE JAPAN 東京ビッグサイト 2日間 バイヤー等来場者約2万人程度 11月 HCJ 国際ホテル・レストラン・ショー 東京ビッグサイト 4日間 バイヤー等来場者約5万人程度

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】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。

【課題】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ことである。

(2) 目標

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①経営分析セミナーの開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②経営分析事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者

※ 法定経営指導員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。

【開催回数】

集団セミナー2回。

【募集方法】

チラシを作成し個別案内、HP等で広く周知するまた、巡回・窓口相談時に案内する。

【参加者数】

集団セミナー1回あたり8名程度。

②経営分析の実施支援

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ていく。

そして、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。

【支援対象者】

セミナーを受講し、経営分析を希望する小規模事業者で意欲的かつ販路拡大の可能性が高い10者を選定する。

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「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。その際に、活用する支援ツールとしては、主にSWOT分析で整理する。

(内部環境)		(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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、「Shoko BIZ」支援システムや経済産業省の「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

【現状】 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。

【課題】 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。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、事業計画策定の意義や重要性の意義が浸透していなかったため開催方法等を見直し、小規模事業者の事業の持続的発展を図ることを目的に事業計画策定支援を実施する。

(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」は開催にあたっては、当商工会は小規模なため境町商工会と共催で行い、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8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境町商工会と共催で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。

境町商工会の共催で、創業塾を開催し創業・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 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①DX推進セミナー	なし	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定相談会	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③創業塾	4回	4回	4回	4回	4回	4回
・事業計画策定事業者数	8者	8者	8者	8者	8者	8者

(4) 事業内容**①DX推進セミナーの開催**

DX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DXに向けたITツールの導入やWeb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IT専門家派遣を実施する。

募集方法	個別案内、HP・会報等で周知
講師	ITに精通した専門家
回数	集団セミナー1回（境町商工会と共催）、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	セミナーを受講した事業者に対して、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	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	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2回（境町商工会と共催）、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	セミナーを受講した事業者に対して、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"> ・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

	<ul style="list-style-type: none"> ・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	5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・会報及び新聞折込み等で周知
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4回＋個別相談1回（境町商工会と共催） 開催期間は1か月程度
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"> ・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	5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

【現状】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。

【課題】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っていく。また、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っていく。

(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、経営者と従業員と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。

以上を行い、事業計画策定後のフォローアップにおいても、事業者の内発的動機づけ（当事者意識を持ち自ら課題に取り組む）を行い、自走化に向けて潜在力発揮を促す。

(3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
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	40回
売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

【支援対象】

事業計画を策定した全ての事業者及び創業支援者を対象とする。

【支援手法】

経営指導員等が四半期に一度、事業所を巡回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。

【頻度】

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員等が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

事業計画策定10者は3カ月に1回(年4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、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機会が多々あることが予想される。そのため、経営指導員等により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。

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

【現状】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事が現状である。また、小規模事業者に対する需要開拓支援として、各種展示会・商談会等を紹介し、事業計画を策定した事業者に対しては展示会等の出展支援を実施してきたが、展示会出展後のフォローアップが不十分であった。

【課題】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。

併せて、主な商圏が域内の事業者や、展示会等に出展支援を行ってきた小規模事業者で、

域内で継続的な取引に結び付いている事業者や商談の成約がとれている事業者に対しては、新たな取引先獲得に向けて、域外の展示会等も紹介、出展支援を実施し、需要開拓支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

【重点支援対象者】

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある飲食料品製造小売業及び工業製品製造業を重点的に支援する。

【支援内容】

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、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、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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①物産展・イベント等出展事業者数	2者	6者	6者	6者	6者	6者
売上額／者	10万円	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	4者	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数／者	2者	2者	2者	2者	2者	2者
④SNS活用事業者	—	4者	4者	4者	4者	4者
売上増加率／者	—	3%	3%	3%	3%	3%
⑤ECサイト利用事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(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	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で、一般消費者の需要開拓を目指し、新たな商品（主に飲食料品）・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猿島地区共同展示会（9月～11月） 先進的な販路開拓事業を展開する民間事業者とタイアップし国内主要都市を中心に猿島地区4商工会で共同出展する。来場者数は約1,000人～5,000

	人を想定、出展事業者は猿島地区全体で8事業者。 ②地域で開催されるイベント（いばらき玄関まつり等）
支援手法	<ul style="list-style-type: none"> ・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	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で、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	<p>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＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>②首都圏や国内大都市圏で開催される展示・商談会 既存取引が域内のみの事業者や、過去に展示会出展支援を行った事業所で、商談成約や継続的に取引できている事業所については、新たな販路開拓先として、東京以外（札幌、仙台、新潟、名古屋、大阪、福岡等）の主要都市での展示会の紹介、出展支援も行う ＜想定する出展支援展示商談会等＞</p> <p>◆ホテル・レストランショー&FOODEX JAPAN in 関西 （一般社団法人日本能率協会主催） 来場者数約10,770人、393社（令和6年9月実績） 関西地域では官民をあげて観光産業に力を入れており、関西地域での外食・宿泊・サービス・食の新たな出会いの場を創出する展示会であり、主に飲食料品製造小売業の出展支援を実施する</p> <p>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</p> <p>④商談支援サイト「ザ・ビジネスモール」の活用</p>
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。

④SNS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、X（旧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。

⑤EC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

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

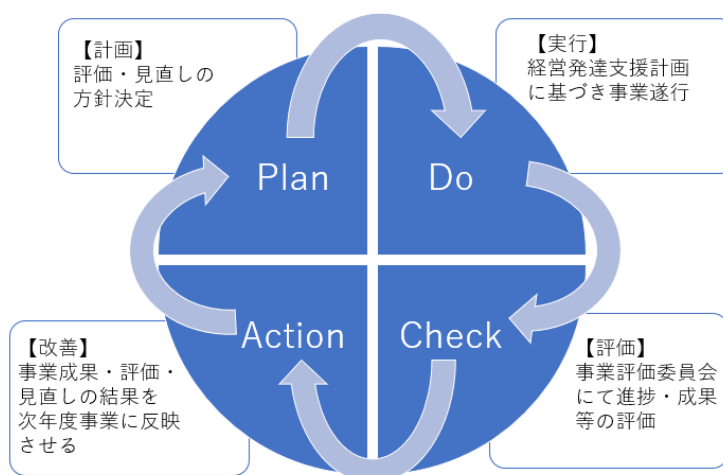
【現状】 当商工会正副会長及び町担当課長、中小企業診断士、法定経営指導員等をメンバーとする「五霞町商工会経営発達支援事業評価委員会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の検証を年に1回行っている。また、年度最初の当会理事会において事業報告を行っている。

【課題】 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・見直しを行うことである。

(2) 事業内容

- ①当商工会の正副会長及び境町担当課長、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「五霞町商工会経営発達支援事業評価委員会」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1回3月に行う。なお、事業の実施状況を定量的に把握する仕組として、計画値と実績値をもとに評価基準を設定する。評価基準については、「A：計画通り実施できた（達成度合80～100%）」「B：概ね実施できた達成度合50～79%）」「C：計画通り実施できなかった（達成度合20～49%）」「D：全く実施できなかった（達成度合0～19%）」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、当会ホームページに公表する。（<https://gokashoko.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）	事業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。
→A（改善）	事業の成果、評価、見直しの結果を、事業実施方針に反映させるとともに、次年度の事業実施に反映させていく。



10. 経営指導員の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 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。その中でも特に、事業者のDX推進についての相談・指導体制が構築できていないことが現状である。

【課題】 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、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。特に、職員（経営指導員や一般職員等）は、DX情報スキルに関して情報化の推進が加速していく中での知識及び支援スキル不足であるとともに、事業者の自走化を引き出すための対話と傾聴力をさらに向上させる必要がある。それらの知識やスキルを習得するとともに、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】

複雑多様化する小規模事業者等の経営課題解決に関する知識やスキルの習得を目標に、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）を派遣することが適切である。

【事業計画策定セミナー】

当会の地域経済活性化事業運営委員会において、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ことが適切である。

【DX推進に向けたセミナー】

職員（経営指導員や一般職員等）は、DX情報スキルに関して情報化の推進が加速していく中での知識及び支援スキルが不足している。そのような状況の中で、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ことが適切である。

<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、電子決済システム等のITツール、オンライン会議対応、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、オンライン展示会出展、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステムの導入等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の取組、事例のオンライン共有、チャットツール導入等

【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、事業者の自走化を引き出すために必要な支援の基本姿勢（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】

それら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、その後が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

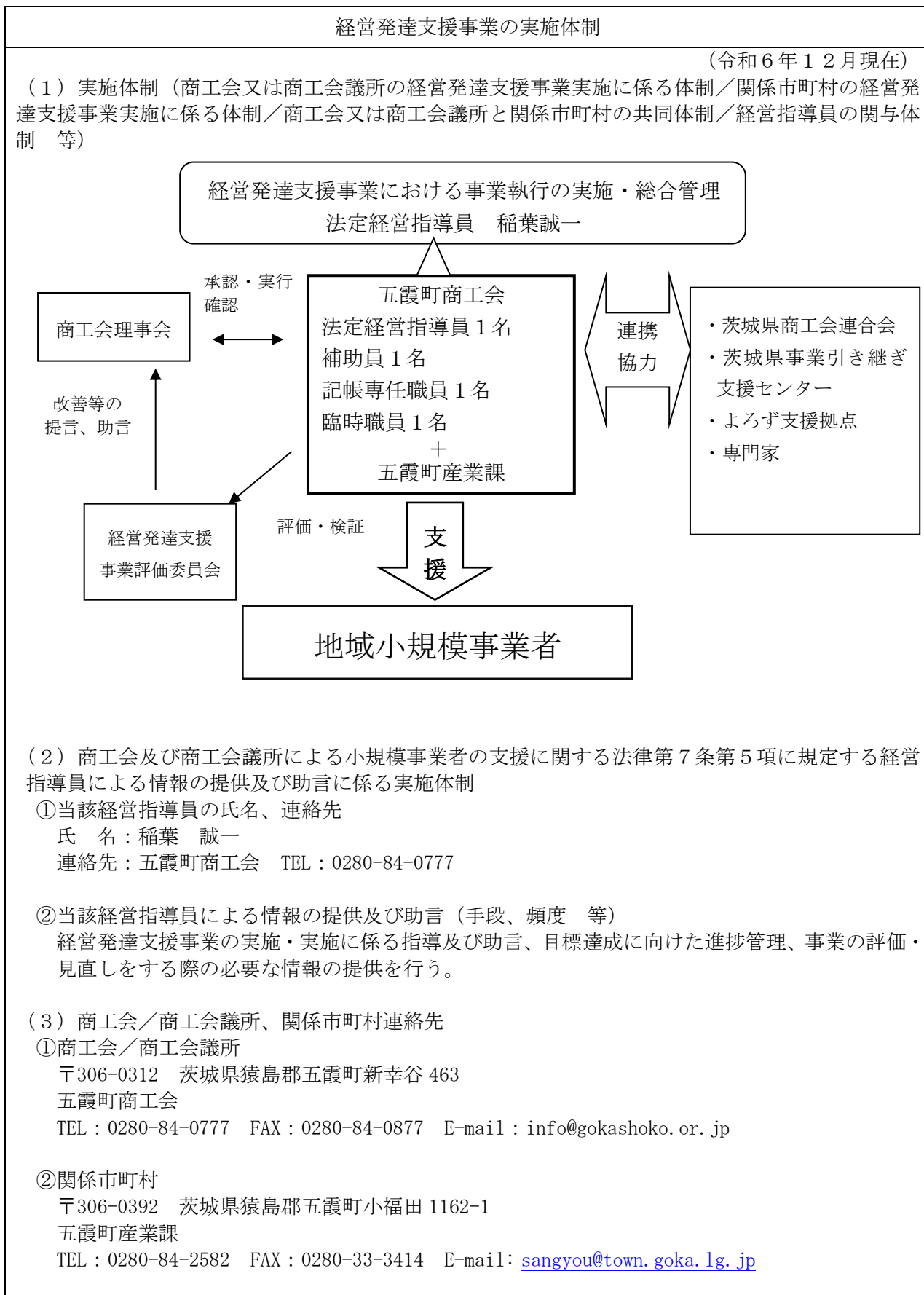
経営指導員研修会等へ出席した経営指導員等が、研修で得た情報（IT等の活用方法や具体的なツール等）についての提供する機会も設けるため、定期的なミーティング（毎朝の朝礼）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや「Shoko BIZ」等の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とともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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)

	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
必要な資金の額	4,805	4,805	4,805	4,805	4,805
○セミナー開催費	300	300	300	300	300
○チラシ作成、配布費	170	170	170	170	170
○専門家派遣費	165	165	165	165	165
○地域経済・景気動向調査費	400	400	400	400	400
○展示会出展費	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
○ソフトウェアサービス費	270	270	270	270	270

(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、町補助金等

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等