

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	境町商工会（法人番号 8050005004562） 境町（地方公共団体コード 085464）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目 標	経営発達支援の目標 （1）小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現。 （2）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。 （4）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。
事業内容	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） ・独自の景気動向調査・分析 4. 需要動向調査に関すること ・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 5. 経営状況の分析に関すること ・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 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 ・事業計画策定セミナーの開催 ・創業塾の開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・事業計画策定後の定期的継続的なフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・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	境町商工会 〒306-0433 茨城県猿島郡境町 965 番地 29 TEL：0280-87-0380 FAX：0280-87-4247 E-mail：infosakai@sakaishoko.or.jp 境町 まちづくり推進課 〒306-0495 茨城県猿島郡境町 391 番地 1 TEL：0280-81-1314 FAX：0280-87-2630 E-mail：syoko@town.ibaraki-sakai.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

【立地】

当商工会の管轄地域である本町は関東平野のほぼ中央、首都 50 km圏内にあり、茨城県の南西部、県庁所在地の水戸市まで約 70 kmに位置している。町の南西部を利根川が流れ、その利根川をはさんで千葉県に面している。また、周囲は古河市、坂東市、五霞町、千葉県野田市に隣接している。

本町は東西に 8 km、南北に 11 kmの長方形に近い地形で、面積は 46.59 ㎢となっている。地勢的には、利根川流域に形成された平坦沖積地帯と古河市、坂東市に接する洪積台地からなり、主に低湿地は水田、台地は畑地を形成している。また、市街地が北西部に形成されており、それらを取り巻くように農地が広がり、台地部を中心に農村集落が点在している。

気候は、太平洋側の温暖な地域で、冬季における降雪は年数回と少ないものの、三国山脈から吹き下ろす乾燥した強い西風が吹く。しかし、全般的には、恵まれた自然条件となっている。



【人口と世帯】

本町の人口は1995年をピークに近年は減少しているが、世帯数は一貫して増加傾向にある。一世帯あたりの人数は1985年の4.15人から2015年には3.04人と、30年間で1人以上減っており、核家族化が年々進行している。

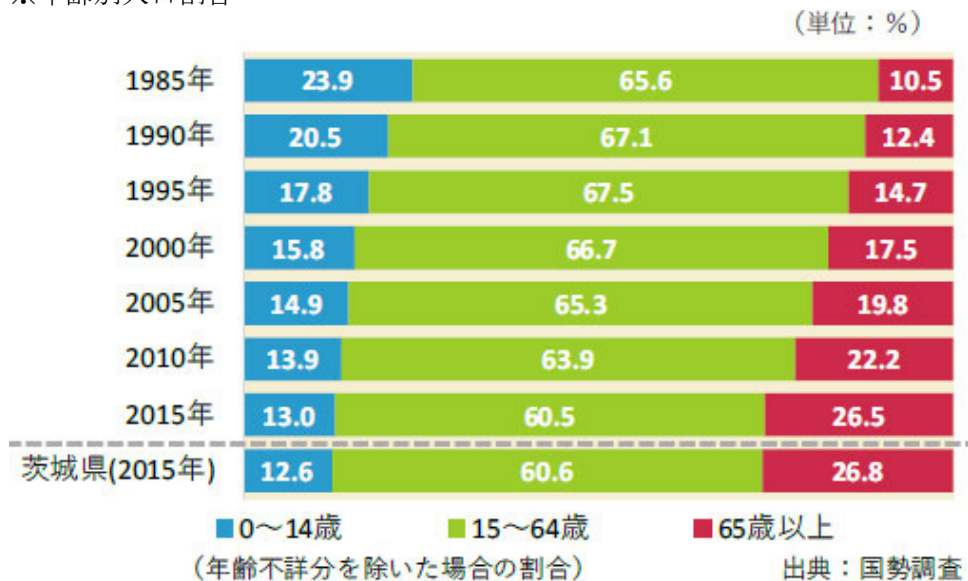
※人口・世帯数の推移



出典：国勢調査

年齢別人口割合をみると、0～14歳が減少し65歳以上が増加する少子高齢化が進行している。近年、少子化はやや鈍化しているものの、団塊の世代（1947年～1949年生まれ）が65歳以上に達しており、4人に1人が高齢者となっている。

※年齢別人口割合



【管内の主たる業種別の商工業者数の推移】

産業分類	2014年	2016年	増減
	事業所数	事業所数	
建設業	216	209	-7
製造業	222	211	-11
電気・ガス・熱供給・水道業	1	1	0
情報通信業	1	2	1
運輸業・郵便業	46	44	-2
卸売業・小売業	356	352	-4
金融業・保険業	11	10	-1
不動産業・物品賃貸業	65	65	0
学術研究・専門・技術サービス業	23	21	-2
宿泊業・飲食サービス業	137	131	-6
生活関連サービス業・娯楽業	124	118	-6
教育・学習支援業	19	23	4
医療・福祉	58	59	1
複合サービス業	9	5	-4
サービス業（他に分類されないもの）	82	60	-22
合 計	1,370	1,311	-59

[出典：経済センサス]

※各業種と軒並み減少傾向であり、特にサービス業の減少が顕著である。

【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	2014年	2016年	増減
商工業者数	1,370	1,311	-59
うち小規模事業者数	1,117	1,025	-92

[出典：経済センサス]

※本会管内における小規模事業者数は、2年間で約8.2%減少している。商工業者数の内、小規模事業者数の占める割合も約3.4%減少している。

【特産品等】

本町の特産品・主な土産品としては、さしま茶、干し芋、お米、野菜、農産物加工品、お酒・地ビール等が挙げられる。さしま茶は日本から初めてアメリカに輸出されたお茶で、利根川流域の肥沃な土壌と冬の寒さによって茶葉に厚みが出るため、製茶すると濃厚な味と香りが立ち昇り、コクのあるのが特徴である。干し芋は、本町において「紅はるか」という品種を使い、2020年から製造が始まり、境町にふるさと納税でも大好評をいただいている。

また、1855年から続く長い歴史を誇る酒蔵と2018年から始まった新進気鋭の地ビール工房が本町にはあり、代表的な土産品となっている。

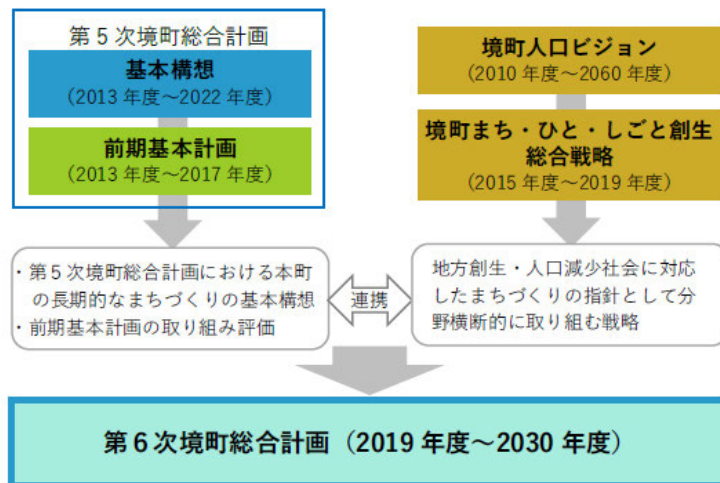
【交通】

本町の骨格的道路網は、南北方向に新4号国道、主要地方道結城野田線、県道尾崎境線、境間々田線、伏木坂東線、中里坂東線、東西方向に国道354号、主要地方道土浦境線、県道若境線など国道2路線、県道5路線から構成されている。また、2017年2月に首都圏中央連絡自動車道（以下、圏央道）の茨城区間が全線開通し、開通後は交通量が増加している。

【第6次境町総合計画（2019～2030年度）】

第6次境町総合計画は、第5次境町総合計画及び「境町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の取り組み状況を踏まえ、本格的な人口減少社会への到来に対応し、本町の目指すべき将来像「河岸の歴史と自然の恵みあふれる、次世代を育む安らぎとイノベーションのまち 境」を実現するための、長期的なまちづくりの基本方向と施策・事業を総合的かつ計画的に示す。

《第6次境町総合計画の位置づけ》



本町では、「安心」・「多様性」・「最先端」という基本理念を踏まえて、2030年における本町の将来像を「河岸の歴史と自然の恵みあふれる、次世代を育む安らぎとイノベーションのまち 境」と定める。その実現の為に、「人づくり（教育文化）」「健康づくり（健康福祉）」「環境づくり（生活環境）」「暮らしづくり（都市基盤）」「仕事づくり（産業）」「支え合いづくり（行財政）」という6つの施策の方向性を柱としている。

このうち、「仕事づくり（産業）」では、商工業について触れられており、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。

◆産業の活力を生み育てるまちの実現

＜基本目標＞既存工業の安定した経営環境や、圏央道境古河 IC 周辺における産業機能を図るなど、工業の振興に努める。

＜施策の方向＞○新たな産業拠点の整備

圏央道境古河 IC 周辺に、産業拠点を創出し、誘致企業の良い操業環境の確保に努める。

※主な取り組み：土地区画整理事業の推進、地区計画の設定。

○経営基盤強化

安定した経営を充実させるため、事業資金や経営改善資金等、補助制度や融資制度の円滑な活用を推進し、中小企業への支援を行う。

※主な取り組み：自治・振興金融保証料の補助、融資制度 PR、中小企業への情報提供。

◆にぎわいと魅力にあふれたまちの実現

＜基本目標＞魅力ある商店街の活性化及び再生を支援することで、商業の振興に努める。

＜施策の方向＞○中心市街地活性化の推進

空き店舗の活用及び新たに商業を営むことにチャレンジする商業者を支援し、集客の向上に努める。既存商店街の再生に向けた取り組みを進める。

※主な取り組み：空き店舗の活用、大学等の連携事業の実施

○経営体質の強化

境町商工会を通して、事業者の経営指導体制や経営実態の見直し、経営の近代化を図る。

※主な取り組み：経営相談指導の実施、融資制度の利用促進。

○商業者の組織化・連携体制の強化及び育成

境町商工会で取り組む各種事業に対し支援を行い、低迷する消費者需要への喚起、個人消費者の拡大、さらに、消費者の流失防止による町内商業活性化と振興を図る。

※主な取り組み：商工会ふるさとクーポン事業への助成、農商工連携の推進。

○融資制度の充実

中小企業の経営基盤の安定化や経営活動の支援を図るため、融資の斡旋や信用保証料の補助を行う。

※主な取り組み：自治・振興金融保証料の補助、融資制度のPR。

◆地域の資源と人材を生かすまちの実現

＜基本目標＞県内だけでなく全国そして海外からも多くの観光客を呼び込める、魅力あるまちを目指して、地域資源の積極的な利活用をはじめ、情報発信や広域連携による取り組みを推進し、観光の振興に努める。

＜施策の方向＞○観光施設の整備・充実

既存の観光資源を有効に活用し、整備・充実に努めると共に、新たな地域資源の発掘・整備を推進する。道の駅さかいの利用拡大と充実による活性化を図る。町内観光施設の回遊ルートを設定し、街なかのにぎわいを創出していく。地域資源を活かし、地域の魅力を広めていく。

※主な取り組み：観光資源の発掘、道の駅さかいの利用促進、観光・レジャー機能の充実

○PR 活動の推進

観光マップやパンフレットの作成配布、インターネットでの情報発信を積極的に推進する。川のまちネットワーク連絡協議会を通じた情報の発信を進める。本町で開催されるイベントのPRを推進する。農商工の連携による様々な情報発信を推進する。

※主な取り組み：観光マップ・パンフレットの作成・配布、インターネットでの情報発信、広域情報の発信。

○地域特産品のPR

道の駅さかいの物産館を利用して地域特産品のPRをすると共に、販路の拡大を図る。地場特産品を活用した地域ブランドづくりを推進する。地場農作物を原材料とした特産品開発を進める。

※主な取り組み：道の駅さかいでの飲食関係イベントの実施、特産品開発の推進。

○新たなまちづくりの検討

空き店舗などを活用し、集客の向上に努める。既存のイベントを活かしながら、より多くのイベントの開催を検討していく。

※主な取り組み：各種イベントの開催。

②課題

【農業】

○現況

- ・ 少子高齢化による農業従事者数の減少と農業労働力の低下が顕在化している。
- ・ 中小規模農家の弱体化などにより、地域内の耕地利用率も減少傾向にあり、耕作放棄地等の発生が危惧されている。
- ・ 国は農地の集約化・大規模化、情報通信技術（ICT）によるコスト削減や六次産業化、地産地消、地域ブランド力の向上と環境負荷低減の取り組みなどを進めており、当町でもこれからの農業に即した担い手の育成や付加価値の高い農産物生産の支援に力を入れている。
- ・ 消費者はもちろん外食産業分野など、「食」へのこだわりが一層増しており、産地として安心・安全で高品質な食糧の安定供給に努めている。
- ・ 多面的機能を有している農地や水路など資源の維持確保に努めている。

○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。
- ・ 耕作放棄地の抑止と解消、生産コスト低減に向け農地中間管理事業の更なる推進を図り、農地の集積・集約化率向上に努める必要がある。
- ・ 地域内農地の利活用・耕作情報を取りまとめ、地域にそった農業のあり方や考え方を吸い上げることで、将来的に実効性のある「人・農地プラン」の作成が急がれる。
- ・ 地域内情報の収集と共有を図り、担い手の掘り起こしにも繋げる必要がある。
- ・ 首都圏 50 km 内の産地条件を生かし、安定的な生鮮食料品の供給地として市場信頼を高める必要がある。
- ・ 高品質で安全・安心な農産物を生産するため、生産者とともに付加価値を高める生産技術の導入や環境負荷低減の取り組みも進める必要がある。
- ・ 異常気象により突発的な水害等にも十分耐えうる水路の確保や基盤整備など検討する必要がある。

【工業】

○現況

- ・ 地場産業は、雇用の場の確保により町民の生活に安定をもたらすとともに、その生産力は地域経済を豊かにし、町を支える基盤として重要な役割を担っている。
- ・ 本町には、整備後 40 年以上が経過した下小橋工業団地、染谷工業団地、猿山工業団地、塚崎工業団地の 4 か所の工業団地があり、製造業を中心とした企業が立地している。
- ・ 既存の工業団地は、いずれも未利用地が無いのが現状。
- ・ 圏央道の開通により、広域交通ネットワークなどの利便性が活用できる境古河 IC 周辺に企業の進出意欲が高まっている。

○課題

- ・ 雇用や消費を通じた地域との関わりを保ちつつ、周辺環境と調和した工業の振興に努めていく必要がある。
- ・ 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、境古河 IC 周辺開発を進めていく必要がある。

【商業】

○現況

- ・商店街は、消費者への商品やサービスの提供はもとより、身近な町民の交流の場として、にぎわいの創出や街並みの形成など、地域住民の暮らしを支える役割を担っている。
- ・近年では、商店の後継者不足や事業主の高齢化、廃業や事業の縮小などが進行している。商店街としての魅力や機能を取り戻す取り組みを進めていく必要がある。

○課題

- ・現在ある本町の商業活力の向上を進めていくために、既存商店街と共存できるような体質づくりに努めていく。
- ・商店街における空き店舗など、未使用の店舗・施設等の有効利用を推進する必要がある。

【観光】

○現況

- ・本町では、利根川に隣接する五霞町と千葉県野田市の一市二町で構成する「川のまちネットワーク連絡協議会」など、利根川を活用した広域的な連携を図っていく。
- ・様々な地域資源を活用した観光コンテンツの充実を図り、PR 等を積極的に展開することで観光の振興につなげていく必要がある。

○課題

- ・(株) さかいまちづくり公社を主体とし、利根川河川敷リバーサイドパークにおいて、高瀬舟の遊覧、バーベキュー広場を開設することで、観光客の受入環境整備に注力していく。
- ・高瀬舟の遊覧と並行して、水量に左右されずに運航でき、災害時の救助艇としても活用できるエアボートの運航に向けて準備を進めていく。
- ・また、道の駅さかいを今以上に魅力ある施設とし、立ち寄る施設から来訪してもらうことを目的に整備を実施していく。

(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、境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・売場効率の低下等が顕在化していくことから、市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。

境町では、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、境町独自の歴史・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、国際交流や友好都市交流施策、シティプロモーション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「行ってみたい」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境町総合計画との連動性・整合性

境町は、第6次総合計画の中で、本町の将来像「河岸の歴史と自然の恵みあふれる、次世代を育む安らぎとイノベーションのまち 境」を実現するため、1. 人づくり（教育文化）、2. 健康づくり（健康福祉）、3. 環境づくり（生活環境）、4. 暮らしづくり（都市基盤）、5. 仕事づくり（産業）、6. 支え合いづくり（行財政）の6つの基本方向を柱として掲げている。

その中の5. 仕事づくり（産業）においては、商工業の振興、経営基盤・経営体質の強化を掲げ、新たな産業拠点の整備、空き店舗の活用、商工会や金融機関との連携、中心市街地活性化の推進を目指すとしている。さらに、本町地域産業の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。

当会としても境町との連携を図り、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、境町と境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、境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、境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を実現。

②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。

④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。

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小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現。

激変する環境変化に対応し、業務改善を図っていく上で、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、境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

(1) 現状と課題

【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 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「RE S A S」（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「RE S A S」（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・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者 80 件（製造業、建設業、卸小売業、サービス業から 20 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 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	2 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
②バイヤー等対象実施 事業者数	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(3) 事業内容

①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規模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、境町の新たな土産品開発をする事業者 10 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、境町内で開催するイベント等（4 月さかい河岸フェスティバル、7 月さかいふるさと祭り、11 月境町民祭）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 30 件（1 事業所 1 商品あたり）
調査手段・手法	＜情報収集＞ 「さかい河岸フェスティバル」や「さかいふるさと祭り」、「境町民祭」等の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
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、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。

※調査対象イベントについて

時期	名称	場所	来場者	内容
4 月	さかい河岸フェスティバル	境町利根川河川敷	町民、県内外、観光客	1 日開催イベント、町内業者出店 50 者、来場者数約 1 万人程度
7 月	さかいふるさと祭り	町内歩行者天国内	町民、県内外、観光客	1 日開催イベント、町内業者出店 50 者、来場者数約 2 万人程度
11 月	境町民祭	文化村公民館	町民、県内外	1 日開催イベント、町内業者出店 40 者、来場者数約 5.5 千人程度

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

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、境町の新たな土産品開発をする事業者 4 者を選定する。

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。

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
調査手法・手段	<情報収集> 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。 <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 ・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	・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、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。

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 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回数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②経営分析事業者数	30 者	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。

※ 経営分析セミナー参加者は 20 者を想定しており、その他巡回や窓口指導により 40 者を想定。合計 60 事業者の経営分析を実施する。

(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
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	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20名程度

②経営分析の内容

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。

【対象者】

セミナー参加者、巡回・窓口相談を介した掘り起こしによって気づきを得た小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い60者を選定。

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

《財務分析》 直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析。

《非財務分析》 下記項目について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。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)
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT活用の状況	・競合
・人材、組織	・事業計画の策定・運用状況	・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当該支援事業者にはフィードバックし、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」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。

当商工会と境町の共催で、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 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①DX推進セミナー	なし	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③創業塾	1回	1回	1回	1回	1回	1回
・事業計画策定事業者数	27	35	35	35	35	35

(4) 事業内容

①D X推進セミナーの開催

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

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

募集方法	個別案内、H P ・会報等で周知
講 師	I T に精通した専門家
回 数	集団セミナー1 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D Xに関する意識の醸成や基礎知識を深め、確実に事業計画の策定につなげていく。
カリキュラム	D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I 等）や具体的な活用事例、E Cサイトの利用方法等
参加者数	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、H P ・会報等で周知
講 師	中小企業診断士等事業計画策定に関する専門家
回 数	集団セミナー 1 回及び個別相談会 12 回
支援対象	経営分析を行った事業者
支援手法	セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。
カリキュラム	・ 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 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	・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	10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、経営者と従業員が一緒に作業を行うことにより、現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。社会情勢や経済環境の変化が生じた場合は、計画の見直しを行い、状況に応じた計画の変更を実施する。

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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
事業計画策定事業者						
フォローアップ対象事業者数	27 者	35 者	35 者	35 者	35 者	35 者
頻度（延回数）	100 回	120 回	120 回	120 回	120 回	120 回
売上増加事業者数	—	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

(4) 事業内容

【支援対象】

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。

【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35者のうち、20者は3カ月に1回(年4回)、10者は4カ月に1回(年3回)、他の5者については6カ月に1回(年2回)とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

また、創業希望者及び創業間もない事業者に対しては、資金面や販路開拓など課題に直面する場合が多々あることが予想される。そのため、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、商圈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D X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。

また、継続支援として、小売・サービス業者の競争力強化を図るため、各事業所の逸品をPRする為の「一店逸品」カタログを作成・配布することにより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。

D X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、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、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・イベント等出展事業者数	2 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 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
③一店逸品カタログ作成・配布	38 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
売上増加率／者	3%	5%	5%	5%	5%	5%
④SNS活用事業者	38 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
売上増加率／者	—	3%	3%	3%	3%	3%

⑤ E C 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（11 月） 出店場所を富裕層が多い、都内港区白金台にある八芳園アーバンスクエアを借用し、当会の立地する猿島地区 4 商工会で共同出展する。来場者数は港区白金台近隣住人等約 1,000 人、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（境ふるさとまつり等）
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	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 P R ・受注拡大に繋げたい小規模事業者
訴求対象者	国内外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等
展示会等	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 F G 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 F G 主催） 商談参加事業者数：300 社 対象：工業向け ②首都圏や域外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、関西圏の展示会の紹介、出展支援も行う <想定する出展支援展示商談会等> ◆ホテル・レストランショー&FOODEX JAPAN in 関西 (9月開催・一般社団法人日本能率協会主催) 来場者数約 6,454 人、156 者 (令和 5 年 7 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店支援を実施する 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。

③一店逸品カタログ作成・配布 (BtoC)

過去 20 年間にわたり作成・配布を行ってきた「一店逸品」カタログは認知度・知名度もあり、継続支援事業とする。紙媒体のカタログ作成配布により、域内の高齢者やインターネット等に疎い層に訴求することができる他、参加事業所の SNS ページを作成し、その二次元コードをチラシに掲載することで、それぞれのページに誘導する。これにより、紙ベース及び SNS の双方により参加事業者の PR をすることができる。

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	地域内外の消費者
支援手法	当会で過去 20 年にわたり実施している「一店逸品」カタログの作成配布事業。 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、カタログ記載内 容等を支援する。配布の手段として、近隣市町の主要施設や道の駅、参加店 舗、役場、金融機関、郵便局等へ配布。また、境町観光協会に配布協力を依 頼し、他都道府県の主要施設等にも配布することで、参加事業者及び境町の PR を狙う。

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

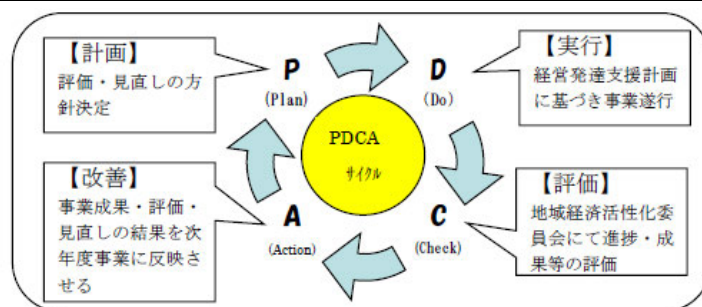
【現状】従来より、当商工会正副会長及び町担当課長、中小企業診断士、税理士、茨城県商工会連合会県西ブロックマネージャー、法定経営指導員等をメンバーとする「境町商工会地域経済活性化事業運営委員会」を設置し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の検証を行っている。また、年度最初の当会理事会において事業報告を行っている。

【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、税理士、県連ブロックマネージャー等をメンバーとする「境町商工会地域経済活性化事業運営委員会」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みとして、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:// sakaishoko. or. jp](https://sakaishoko.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。
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

【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。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み、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、その後に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

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)	
事務局長 法定経営指導員 1 名 経営指導員 2 名 補助員 1 名 記帳専任職員 1 名 境 町 まちづくり推進課	
(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当該経営指導員の氏名、連絡先 氏 名：内海 正晴 連絡先：境町商工会 TEL 0280-87-0380	
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。	
(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 〒306-0433 茨城県猿島郡境町 965 番地 29 境町商工会 TEL：0280-87-0380 ／ FAX：0280-87-4247 ／ E-mail：infosakai@sakaishoko.or.jp	
②関係市町村 〒306-0495 茨城県猿島郡境町 391 番地 1 境町まちづくり推進課 TEL：0280-81-1314 ／ FAX：0280-87-2630 ／ E-mail：syoko@town.ibaraki-sakai.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	10 年度
必要な資金の額	6,450	6,450	6,450	6,450	6,450
○セミナー開催費	600	600	600	600	600
○チラシ作成、配布費	170	170	170	170	170
○専門家派遣費	680	680	680	680	680
○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
○需要開拓用カタログ作成費	700	700	700	700	700
○ソフトウェアサービス費	400	400	400	400	400

(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