経営発達支援計画の概要

実施者名	石岡商工会議所（法人番号　9050005003662 ） 石岡市（地方公共団体コード　082058）
実施期間	令和３年４月１日～令和８年３月３１日
目標	経営発達支援事業の目標 ①伴走型支援による事業計画策定支援により経営力強化と持続的発展を図る。 ②各種イベントや啓発活動等のほか、伝統産業や地域特産物を活かした商品開発や販路拡大の取り組みを支援して、石岡ブランドの確立を図る。 ③経営革新や経営改善の取り組みにより、付加価値の高い事業や商品・サービスづくり及び生産性の向上を実現する。
事業内容	経営発達支援事業の内容 1.地域の経済動向調査に関すること ①国が提供するビッグデータの活用 ②CCI　LOBO 調査（商工会議所早期景気観測調査）を活かした地域経済に関する情報提供の実施 ③市内交通量調査の実施 2. 需要動向調査に関すること ①特産品を活用した新商品開発を支援するための消費者向け試食、アンケート調査の実施 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 3.経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の掘り起こし ②財務分析にとどまらない、質の高い経営分析の実施 4.事業計画策定支援に関すること ①「事業計画策定セミナー」の開催 ②「商工会議所 WEB セミナー」の運営と「おすすめセミナー」の発信 ③専門家等と連携し個別相談会を定期的に開催 5.事業計画策定後の実施支援に関すること 計画の進捗状況に応じた適切なフォローアップの実施 6.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①販路開拓支援セミナーの開催 ②消費者（ＢtoＣ）への需要の開拓支援 ③バイヤー等（ＢtoＢ）への需要開拓支援 ④特産品である地酒の需要開拓支援
連絡先	石岡商工会議所中小企業相談所 〒315-0013　茨城県石岡市府中１丁目５番８号 TEL：0299-22-4181　fax：0299-22-6321　E-mail：kaigi@ishioka.or.jp 石岡市経済部商工課 〒315-8640　茨城県石岡市石岡１丁目１番地１ TEL：0299-23-1111　fax：0299-24-5358 E-mail：shoukou@city.ishioka.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

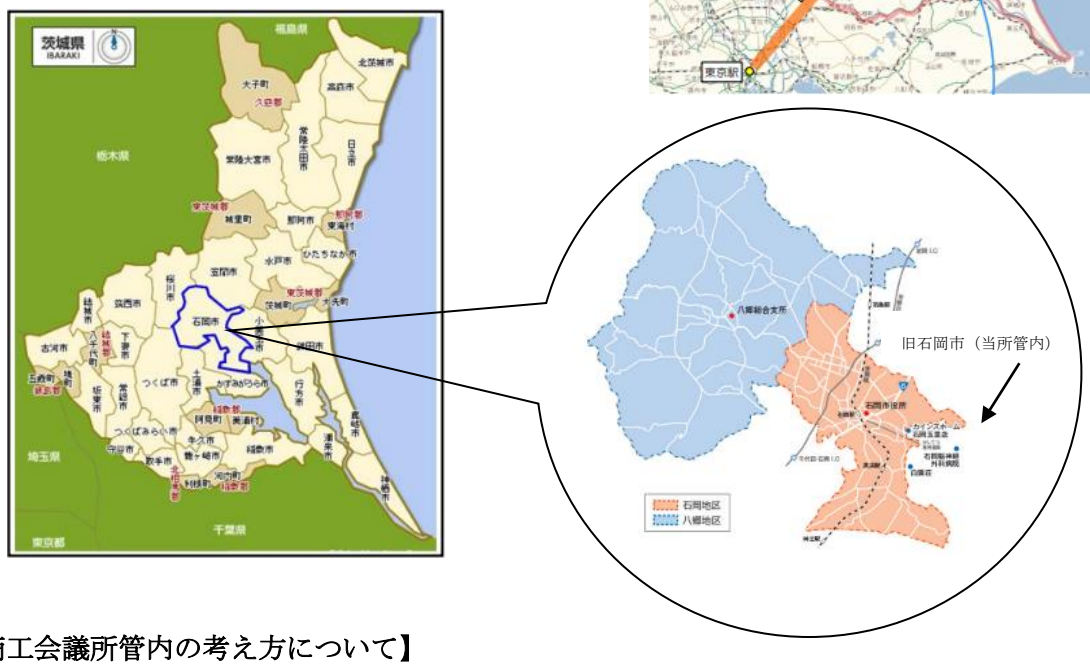
（１）地域の現状及び課題

①現状

【立地】

石岡市は茨城県南部に位置し、東京より約 75ｋｍ、県庁所在地である水戸市から約 25 ㎞、ＪＲ常磐線上野駅より特急で約 50 分の距離に位置している。総面積は 215.53 ㎢。北部は桜川市、笠間市、西部はつくば市、東部は小美玉市、南部は土浦市、かすみがうら市に隣接している。

地勢は、北西部に連なる筑波山系から南部の市街地にかけてなだらかな丘陵地が広がり,市北部から東南端へと流れる恋瀬川は,日本第 2 位の面積を持つ霞ヶ浦にそそいでいる。自然豊かで災害が少なく住みやすい気候となっている。



【石岡商工会議所管内の考え方について】

石岡市においては、合併以前の旧八郷町地区を管轄する石岡市八郷商工会が併存している。当所管内における人口は市全体の 64.4%、事業所数は 77.1%、従業員数では 83.7%を占めている。このことから、支援対象となる管内小規模事業者数は市単位の数値を用いることとする。

	石岡市	当所管内
人口　（2019 年）	74,569 人	47,995 人（64.4%）
面積	215.53 ㎡	61.75 ㎡　（28.7%）
事業所数（2016 年）	3,053 所	2,353 所　（77.1%）
従業員数（2016 年）	27,025 人	22,622 人（83.7%）

【歴史的背景】

石岡市には、原始古代から集落が開かれ、縄文遺跡や古墳が各地に残されている。県内最大の前方後円墳である舟塚山古墳や、奈良期の茨城廃寺跡、常陸国府跡、常陸国分僧寺跡、常陸国分尼寺跡などがあり、古代常陸国の政治・文化の中心地であった。他にも県指定有形文化財の「石岡の陣屋門」、中心市街地には「看板建築店舗」等の登録文化財が現存するなど、数多くの歴史資産を有している。

また、本市は古くから交通の要衝としても栄えてきた。江戸時代には、水戸街道の宿駅である 府中宿のほか、霞ヶ浦や恋瀬川などに舟運が開かれ、高浜港からは、米のほかに酒、醤油、炭、薪、 材木などが積み出されていた。明治時代になると、現在のＪＲ常磐線が開通し、石岡駅、高浜駅が設置され、昭和初期にかけては、鹿島鉄道（現在は廃線）が石岡～鉾田間に開通し、陸上輸送が活発になった。

市町村合併の経過をみると、明治 22 年の市制町村制施行前、本市は 66 町村に分かれていたが、市制町村制の施行に伴い 3 町 9 村となった。さらに、昭和 29 年から 30 年にかけての合併により石岡市と八郷町が成立し、現在の石岡市となる前の 2 市町となった。そして、平成 17 年 10 月、この 2 市町の合併により新しい石岡市が誕生した。

中心市街地にある看板建築

石岡市民会館内に移設された石岡市の陣屋門

【特産品】

石岡市は、古くから交通の要衝として商業の街として栄え、その中でも、元々良質な水と米に恵まれ「関東の灘」と言われるほど酒造業が盛んで、日本有数の日本酒の産地であり地元の特産品となっている。また、広大で肥沃な土地を利用し、水稲のほか、梨、柿、ブドウ、ミカン、イチゴなどの果樹栽培も盛んである。

〈4 つの酒蔵の酒〉

〈献上柿の富有柿〉

【交通網】

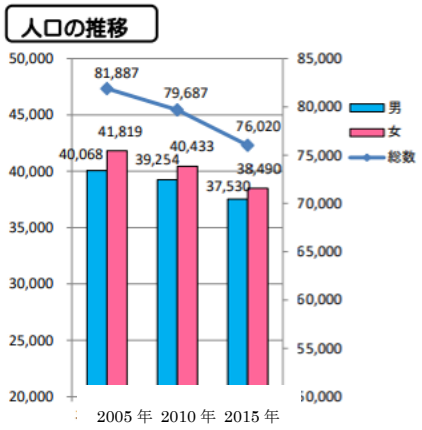
幹線交通網としてＪＲ常磐線、常磐自動車道千代田石岡インターチェンジや石岡小美玉スマートインターチェンジ、国道 6 号、国道 355 号を有するなど、立地条件に恵まれている。さらに、平成 22 年には市から約 10 ㎞の小美玉市内に茨城空港（百里飛行場）が開港し、令和 2 年現在、国内 4 都市（札幌、神戸、福岡、那覇）・海外 3 都市（上海、西安、台北※現在運休中）へ定期便が就航している。また、平成 29 年 2 月には圏央道（首都圏中央連絡自動車道）の県内区間全線が開通し、成田国際空港から茨城県南地域を経由して首都圏・北関東各県を結ぶ高速道路ネットワークが形成されるなど, 本区域と国内各地・海外との交通利便性を向上させるインフラ整備も進展している。

この交通条件の良さが、市民生活はもちろんのこと企業誘致や農作物の出荷などにおいて有利に働いている。

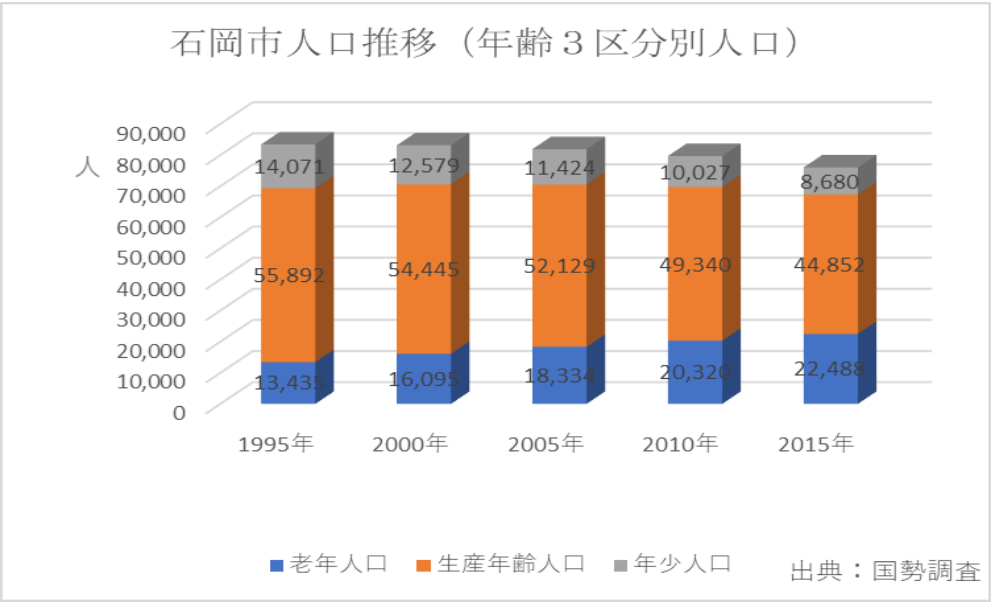
【人口推移】

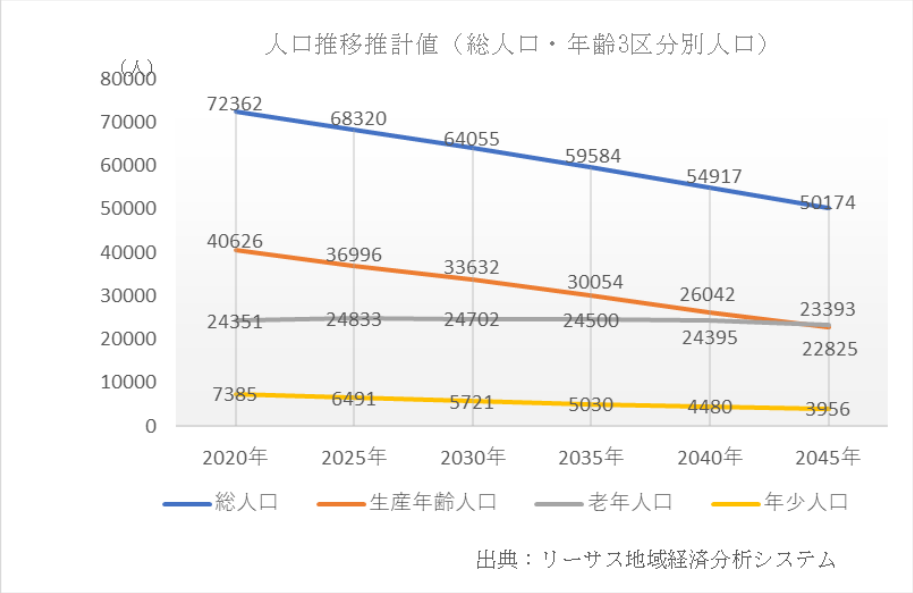
石岡市の人口は減少傾向にあり、2010 年から 2015 年の 5 年間で、3,667 人（4.60%）減少している。過去 10 年間では、人口 5,867 人（7.16%）も減少している。年齢３区分割合を比較すると、2005 年から 2015 年の 10 年間で老年人口が 7.2 ポイント増加し、年少人口は 2.6 ポイント、生産年齢人口は 4.7 ポイントの減少となっている。

また、リーサス地域経済分析システムの人口推計では、石岡市の人口は一貫して減少が続き、2045 年には 2015 年と比較して 33.9%減少し、50,174 人になると予測されている。生産年齢人口も減少傾向となっており、2045 年には老年人口を 568 人下回ると予測されている。



人口減少、少子高齢化の進展とともに、生産年齢人口の減少が急激に進んでいくことが見込まれ、こうした人口構成の変化は、地域に大きな影響を及ぼすものと考えられる。



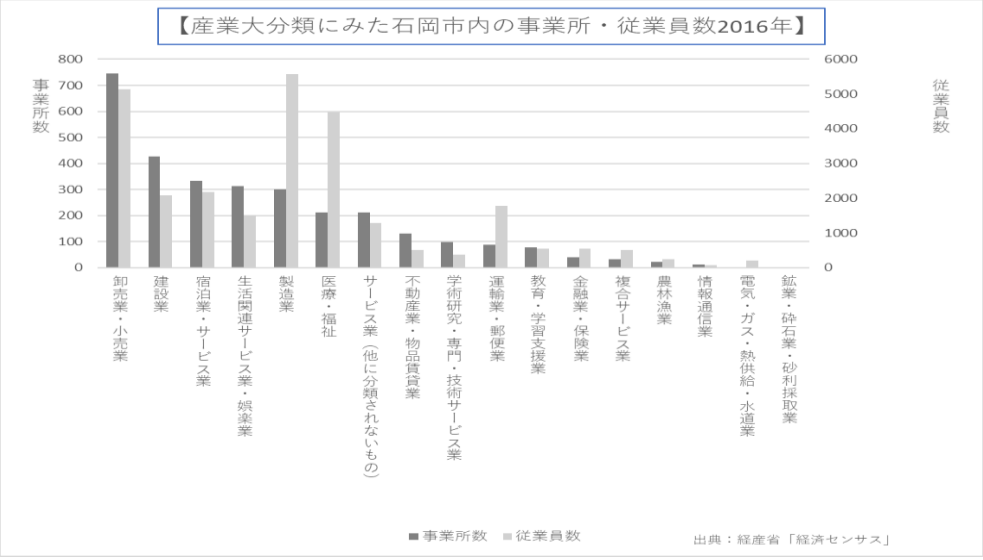


【産業】

経済センサスによると、2016 年における石岡市内の事業所数は 3,053 所（内小規模事業者数 2,258 所）あり、2014 年と比較して 116 所減少（内小規模事業者 107 所減少）している。業種別では、卸売業・小売業が 24.4%と最も多く、次いで建設業 14.0%、宿泊業・飲食サービス業 10.9%、製造業 9.9%となっている。これは交通の要衝として栄えてきた歴史的、地理的要因による影響と考えられる。

従業員数では製造業が 20.6%と最も多く、これは市内にある柏原工業団地内の製造業者において、比較的雇用規模が大きい事業所が存在していることに起因するものと考えられる。また事業所数と比較し医療・福祉の従業員数が 16.6%と多く、これは主に福祉関係の施設において多くの雇用が確保されていることが要因と考えられる。

景況感としては、小売業に関しては一部生活関連小売業で好調の傾向もみられるが、概ね業況横ばいの状況。建設業では工事延期やコスト増もみられるが業況は横ばい。運送業では業況が悪化、製造業では扱い製品により好不況の差がある状況。また医療・福祉業以外の業種では、事業所数は減少もしくは横ばいの状況であり、特に製造業や建設業での減少率が大きく、中小事業者の経済環境は依然厳しい状況にある。



石岡市の事業所数及び小規模事業所数の推移

業種分類		2014 年	内小規模事業者	2016 年	内小規模事業者
農業・林業		25	23	23	21
鉱業・砕石業・砂利採取業		0	0	1	1
建設業		459	450	428	421
製造業		326	268	301	248
電気・ガス・熱供給・水道業		2	0	2	0
情報通信業		15	9	11	8
運輸業・郵便業		91	60	89	59
卸売業・小売業		775	516	746	493
金融業・保険業		39	32	41	33
不動産業・物品賃貸業		136	115	131	110
学術研究・専門・技術サービス業		96	80	99	82
宿泊業・サービス業	宿泊業	15	12	13	11
	飲食・サービス業	332	228	321	218
生活関連サービス業・娯楽業	旅行業・娯楽業	33	24	29	20
	その他	294	264	284	256
教育・学習支援業		86	54	78	48
医療・福祉		207	84	213	85
複合サービス業		31	18	32	16
サービス業（他に分類されないもの）		207	161	211	158
合　　計		3,169	2,398	3,053	2,288

出典：経産省　経済センサス

【石岡市の産業振興に関する具体的方向性】

石岡市では、「人が輝く」、「安全・安心」、「共生・協働」を基本理念とした、総合計画「石岡かがやきビジョン」(2012 年～2021 年) と、それに基づくアクションプラン「石岡みらい創造プラン」(2018 年～2021 年) では次の通り方針を示している。

①商業

【基本施策】
商業の振興・中心市街地の活性化

【基本方針】
商業については、人口減少、高齢社会の到来に対応した都市機能が集積し、かつ効果的に配置されたコンパクトで暮らしやすいまちを目指します。さらに、商店街が子育て世代や高齢者にとって、コミュニティの場所となり、日々の生活において、身近で必要不可欠な存在になることを目指すとともに、中心市街地の活性化に向けた取り組みを進めていきます。

【施策の将来像】
・人口減少・高齢社会の到来に対応し、都市機能が効果的に集積・配置されたコンパクトで暮らしやすい魅力的なまちを目指します。 ・商店街が、子育て世代や高齢者にとって、コミュニティの場所となり、日々の生活において身近で必要不可欠な存在になることを目指します。 ・清酒等の伝統産業や地域特産物を活かした、石岡オリジナルブランドの確立を図り、販路開拓を目指します。

【主要施策】
・中心市街地の活性化に向けた取り組みを促進 ・中心市街地に継続性のある新規出店者の誘致 ・商業の魅力アップによる地域の賑わいを創出

②工業

【基本施策】
企業誘致の推進・工業の振興

【基本方針】
工業は、地域の重要な雇用の場となっている柏原工業団地など首都圏への交通アクセスの良さを活かし、工業団地の充実や新たな企業の誘導により、若者にも魅力ある就業の場が確保されたまちを目指します。

【施策の将来像】
・中小企業への支援・育成と受け皿となる工業基盤の整備により地域経済の活性化を目指します。 ・柏原工業団地内に新たな企業を受け入れる土地も十分でないことから、市街地の居住環境の維持・向上や自然環境との調和を図りながら周辺未利用地の活用を検討し、工業団地等を活かした産業のまちづくりを目指します。 ・長期的な工業振興の視点から、子どもたちへ本市産業への興味喚起を行う等、関係機関等との連携により次代を担う人材育成を目指します。

【主要施策】
・市内未利用地への企業誘致活動 ・市内企業の雇用機会の創出

※石岡かがやきビジョンと石岡みらい創造プランの関係性

石岡かがやきビジョンは、石岡市の 10 年間の総合計画として 2012 年に策定された。石岡市みらい創造プランは、石岡かがやきビジョンの実現のための施策の展開方法や成果目標、主な活動を分野別に示した、4 年間の実行性の高い行動計画。

②課題

【商業の現状と課題】

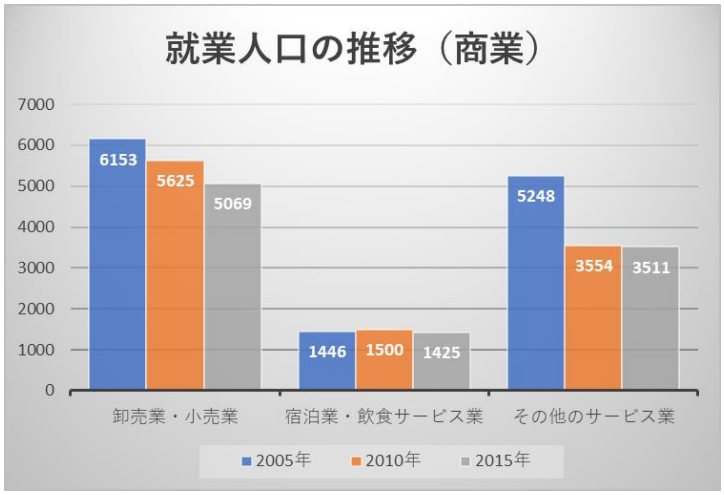
（現状）

石岡駅周辺を中心に商業核が形成されてきたが、1988 年に石岡駅前の西友が撤退し、2002 年の地元ショッピングセンター「コーキ」の破綻等により急速に石岡駅周辺の集客力が低下。加えて車社会の進展や人口減少、高齢化などの要因による中心市街地内の商業店舗の休止や閉鎖等が進み、空き店舗も増加してきている。郊外を見ると 2019 年にイオンの閉店があったものの、2008 年に商業施設ピアシティ石岡、2014 年には東大橋地区にショッピングモールウエルサイト石岡の完成、2018 年には商業施設フォレストモール石岡の開業もあり、第 3 次産業の総生産高の推移は緩やかに増加している。中心市街地の魅力が低下する中、2016 年には石岡駅舎橋上化・東西自由通路整備が実現化され，駅の利便性が高まり人の往来のがし易い環境となってきており、また石岡ステーションパークのリニューアル、飲食店舗の開設等により、駅周辺の賑わいの創出に取組んでいる。

（課題）

商業の就業人口の推移は減少傾向にあり、卸売業・小売業の小規模事業所数も、2014 年から 2016 年の 2 年間で約５％減少している。車社会の定着や、郊外への大型店出店の影響で、特に若い世代の商店街の利用者数は年々減少傾向にあり、個店の廃業が進んでいる。また、商業者の高齢化に伴い、商店街の活動力が低下しており、新しい取り組みへの意欲等が弱くなっている。今後は農商工連携による地域特産物を利用した商品化や、市内での販売から市外消費地への流通への拡大も求められている。

さらに、中心市街地においては、歩行者通行量と居住人口の減少が続く中、中心市街地が果たす役割もまた変化しているが、引続き限られた資源をいかに活用するかという「選択と集中」のまちづくりを図るとともに、観光振興や地域交流の観点からの広域連携・官民連携によるまちづくりが求められている。



出典：国勢調査

【工業の現状と課題】

（現状）

石岡市内には、柏原工業団地を有し現在 45 事業所が進出している。製造業の事業所数は全産業の 9.9%と全産業中 5 番目であるが、従業員数では 20.6%を占め全産業中 1 番目となっており、当市の雇用関係に大きな影響を与えている。第 2 次産業の就業人口は減少傾向にあり、中小企業において人材の確保が難しい状況となっており、石岡市では雇用確保につながる就職説明会を実施している。

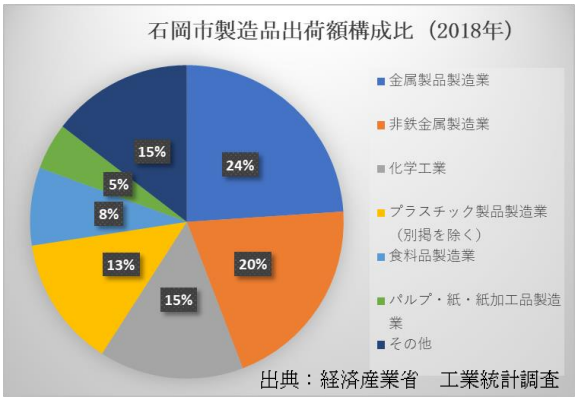
また、製造品出荷額は、2015 年以降緩やかに回復基調にあり、2018 年の出荷額では金属製品製造が一番多く、次いで非鉄金属製造、化学製品となっており、上位 3 分野で全体の 7 割弱の出荷額を占めている。全体としては緩やかな回復基調にあるものの、中小企業事業者は依然として厳しい経済環境の中で経営を維持している状況が続いている。企業誘致は雇用の場や市の財政面の確保の観点から、重要な事業となっているが、現在ある柏原工業団地内には空き区画がない状況である。

（課題）

工業の振興には企業誘致は重要な要素であり、柏原工業団地内に新たな企業を受け入れる土地も十分でないことから、土地利用の検討が求められている。また、雇用関係では、学生の大企業志向が依然あることから、地元企業の魅力発信の場、情報不足解消等が求められている。

小規模事業者においては、全体として環境に影響を受けやすく、また内部留保等の財務基盤も弱いことから厳しい経営状況にある。事業主の高齢化や設備の老朽化も課題となっている。

このことから、財務基盤の充実、多様化する顧客ニーズへの対応、従業員の働きやすい環境整備、後継者の育成等、経営改善指導の一層の拡充などの支援をしていく必要がある。



（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た小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

今後、市内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、商店街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。

当所においても、前述の「地域の現状及び課題」を踏まえ、石岡市のアクションプランである「石岡みらい創造プラン」に示されている方針と、小規模事業者の振興の考え方を一つにして、小規模事業者を長期に支援し、地域経済の活性化を図っていきたい。

地域内需要が減少する中、コスト削減を通じた利益の拡大には限界がある。継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り組みが不可欠といえる。一方で、域外から需要を獲得する手段として地域資源の活用は有効である。

石岡市は、清酒等の伝統産業や魅力的な地域特産物に恵まれた地域であり、この地域の強みを活かすことや、小規模事業者固有の特徴や強みを伸ばすことを通じて、高い付加価値を生み出せる事業者を増やしていきたい。

そのために、当所では、マクロ・ミクロの両面からの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。また、茨城県、石岡市、地域の民間金融機関、日本政策金融公庫、中小企業基盤整備機構、よろず支援拠点、ミラサポ、（社）茨城県中小企業診断士協会、関東信越税理士会土浦支部石岡会等と連携して、小規模事業者等の持続的発展（地域経済活性化）を目標にした伴走型支援を行っていく。

②石岡市の計画との連動制・整合性

石岡市は、石岡みらい創造プラン（施策アクションプラン、2018 年～2021 年）において、商業振興に関しては、基本施策として「商業の振興・中心市街地の活性化」を掲げ、長期将来像として「人口減少・高齢社会の到来に対応し、都市機能が効果的に集積・配置されたコンパクトで暮らしやすい魅力的なまち」「商店街が、コミュニティの場所となり、日々の生活において身近で必要不可欠な存在になること」「清酒等の伝統産業や地域特産物を活かした、石岡オリジナルブランドの確立」を目指すとしている。また工業振興に関しては、基本施策として「企業誘致の推進・工業の振興」を掲げ、長期将来像として「中小企業への支援・育成と受け皿となる工業基盤の整備により地域経済の活性化」「市街地の居住環境の維持・向上や周辺未利用地の活用を検討し、工業団地等を活かした産業のまちづくり」「子どもたちへ本市産業への興味喚起を行う等、関係機関等との連携により次代を担う人材育成」を目指すとしている。

当所では、商業・サービス事業者の魅力づくりに向けた「伝統産業や特産物を活かした商品開発や販路拡大支援」、「商店街の活性化」、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」などにより、石岡市の施策に沿った支援を実行する。

③石岡商工会議所としての役割

当所では、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・女性会の育成、部会事業の推進、各種イベントによる地域振興等を実施している。

また、今回のコロナ禍にあっては、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。石岡市と連携した中小企業緊急支援事業補助金の取り組みやその他市独自の給付金の周知・申請支援、持続化補助金に係る専門家による個別相談会の実施、持続化給付金・家賃給付金等の相談対応等を実施している。さらに「プレミアム付き商品券事業」を実施し、地域内の消費喚起と地域経済の早期回復を図ったところである。

今後は地域の支援機関として中核的な機能・役割を担うべく、石岡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、小規模事業者に対する伴走的な支援と地域経済の活性化に向けた事業推進をする。

（3）経営発達支援事業の目標

【目標１】伴走型支援による事業計画策定支援により小規模事業者の経営力強化と持続的発展を図る。

＜目標数値＞

・商工会議所の支援のもと、経営発達支援事業の実施から５年間で事業計画策定事業者数125 者を創出する。

【目標２】各種イベントや啓発活動等のほか、伝統産業や地域特産物を活かした、小規模事業者の商品開発や販路拡大の取り組みを支援して、石岡ブランドの確立を図る。

＜目標数値＞

・経営発達支援事業の実施から５年の間における展示会等出展事業者数 28 者。

【目標３】経営革新や経営改善の取組により、小規模事業者の付加価値の高い事業や商品・サービスづくり、及び生産性の向上を実現する。

＜目標数値＞

・経営発達支援事業の実施から５年の間における売上増加事業者数 54 者。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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３年　４月　１日～　令和８年　３月３１日）

（２）目標の達成に向けた方針

①伴走型支援による事業計画策定支援により小規模事業者の経営力強化と持続的発展を図る。

財務分析に加え、経営に対する基本的な考え方や経営環境、商品やサービスの特徴、事業の強み・弱みといった非財務分析を丁寧に行うことで、実現可能性・実施効果の高い計画書づくりを支援する。また、事業計画の作成を支援するだけにとどまらず、その実行や進捗状況の管理、是正行動に関する助言などに至る伴走型支援を実施していく。

②各種イベントや啓発活動等のほか、伝統産業や地域特産物を活かした、小規模事業者の商品開発や販路拡大の取組を支援して、石岡ブランドの確立を図る。

伝統産業や地域特産物といった、地域資源を活かした商品開発や販路拡大の取組を支援することで石岡ブランドの確立を促し、地域の小規模事業者の成長発展につなげる。具体的には、2014年3月に制定された「石岡の地酒で乾杯を推進する条例」の周知を図り、地酒のまちをアピールするなどの各種イベントや啓発活動等をはじめ、地域資源を活かした魅力ある商品の開発を推進・支援するほか、当該商品の展示商談会等への出展を支援することにより販路開拓を実現する。

③経営革新や経営改善の取組により、小規模事業者の付加価値の高い事業や商品・サービスづくり、及び生産性の向上を実現する。

セミナーや専門家との個別相談等を通じて、将来を見据えての売上高の増加や利益の拡大に向けた経営基盤強化の取り組みを支援する。支援基盤として、商工会議所が組織的強みを発揮し、石岡市および地元金融機関等などと相互の連携強化を図ることで、小規模事業者の期待や要求に丁寧に対応できる体制を作る。

３－１．地域の経済動向調査に関すること

（１）現状と課題

［現状］これまで、主に①景況、生産、消費、民間設備投資といった茨城県内の経済動向についての調査、②有効求人倍率や失業率の動きといった管内の雇用情勢についての調査、③CCI LOBO 調査（商工会議所早期景気観測調査）、④市内交通量調査を実施してきた。

［課題］上記の調査結果は、巡回指導や窓口相談の際やWEBサイトで小規模事業者に提供するとともに、当所における支援計画の立案などに活かしてきたが、実際に提供した事業者数が少ないこと、収集したデータや情報から地域に即した価値のある意味を見いだすまでに至っていないこと、また、市の中小企業施策にも反映されていないことが問題点と認識している。そのため、小規模事業者のアクセスと活用のしやすさに配慮した情報提供体制を整備すること、市の中小企業施策に反映させる仕組みの整備が課題となっている。

（２）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
①地域の経済動向分析の公表回数	－	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	12回	12回	12回	12回	12回	12回
③市内交通量調査の公表回数	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の活用

地域で強みのある産業や持続的成長を目指す事業者の育成を図るため、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。

目的	中小・小規模事業者に対し地域経済に関する情報を提供する。 市をはじめ関係者が共通の課題認識を持つために、地域における課題と対応策を検討するための土台とする。石岡市には当所管内以外に旧八郷地区が併存するが、人口35%、事業所数22%と規模が小さいため、市単位の数値を管内情報として用いることとする。
活用システム	「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）
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 「観光マップ」→目的地や宿泊者数等を分析 ⇒上記を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②CCI　LOBO調査（商工会議所早期景気観測調査）を活かした地域経済に関する情報提供の実施

LOBO調査の有効活用を図る。経営指導員等がデータから意味を見いだし小規模事業者の判断材料としての価値を高め、最新の情報を盛り込んだ当所月刊紙「商工いしおか」や当所ホームページに掲載し、毎月公表する。

目的	中小・小規模事業者に対し地域経済に関する情報を提供する。 市をはじめ関係者が共通の課題認識を持つために、地域における課題と対応策を検討するための土台とする。
調査対象	商工会議所のネットワークを活用して、各地域の「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで調査するもの。当市においては、10 事業所(建設・設備工事業３、卸小売業４、製造業２、運輸交通業１)。
調査内容	売上高の前年比及び先行き、採算の前年比及び先行き、仕入単価の前年比及び先行き、従業員数の前年比及び先行き、業況の前年比及び先行き、資金繰りの前年比及び先行き、以上の項目についてＤＩ値（業況判断指数）を集計。
分析手法	経営指導員等が、収集したデータから意味を見いだし、次に何をすればいいのかの検討材料とすべく加工する。また、調査結果を市と共有するほか、その活用についても協議する。

③市内交通量調査の実施

消費者の購買行動等を小規模事業者の事業戦略策定等に活かすため、市内を通行する歩行者、自転車、バイク、自動車の数量を調査し、経営指導員等が分析して、年１回公表する。

目的	市民及び来街者が中心市街地を利用する際の交通手段、及び交通量の増減を把握・提供することで小規模事業者の事業戦略の策定や、効果的なＰＲ手法の決定に役立てる。
調査項目	中心市街地を利用する際の交通手段、及び交通量の増減
調査手法	中心市街地の 3 地点おいて、数取り機を使用し、歩行者、自転車、バイク、自動車（普通車・貨物車・大型自動車）の交通量を調査する
分析手法	経営指導員等が分析する

（４）成果の活用

○情報収集・調査、分析した結果は当所ホームページ及び当所月刊紙「商工いしおか」に掲載し、広く管内事業者等に周知する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とするほか、小規模事業者の事業計画策定や経営改善等の指導・支援を行う際の資料として活用する。

３－２．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

[現状]消費者の要求が益々厳しくなっている今、小規模事業者の持続的発展を支援するためには、需要動向を迅速に把握し、その情報を小規模事業者に提供することが極めて重要である。そのため、当所でも、小規模事業者（個社）向けに巡回において消費者の購買動向や地域における新規出店情報の収集や、地域消費者の需要動向調査として石岡市内（当所管内）の小学校において約 400 世帯のサンプリング調査を実施してきた。

[課題]従来の需要動向調査は、面的支援に止まり、個社支援までに活かされていたとは言えず、より小規模事業者にマーケットインの考え方を浸透させるという観点が必要であると判断している。今後は、小規模事業者が行う「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・売上につながる成果を上げられるよう、当所において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	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
①新商品開発の調査対象事業者数	－	５社	５社	５社	５社	５社
②試食、アンケート調査対象事業者数	－	５社	５社	５社	５社	５社

（３）事業内容

①特産品を活用した新商品開発を支援するための消費者向け試食、アンケート調査の実施

特産品等を活用した新商品・新メニューを開発した事業者を対象に、石岡市内で開催するイベント（８月サマーフェスタ、９月石岡のおまつり、11 月商工祭等）に来場する地域内外の一般消費者に対し、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事業者１商品）
支援対象	地域資源活用事業者等の新商品・新メニュー開発に取り組む事業者 （日本酒、歴史資産、郷土工芸品、柿・栗等当地区特産の果物などを活用する事業者） 既存商品・メニューの改良に取り組む飲食店等
分析手段・手法	アンケート方式
調査項目	(a)商品・製品の価格　※価格対品質等、(b)品質・味・量、(c)商品やパッケージのデザイン、(e)関心度・商品の新鮮感、(d)購入や利用のしやすさ、(f)商品・サービスに対するイメージ、(g)用途・目的（家庭用、贈答用等）、(h)改善点（自由記載：品質、価格、その他において改善を要する点）
商工会議所の支援内容	経営指導員等により下記支援を実施する ・需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 ・需要動向調査の実施スケジュールの作成 ・需要動向調査に必要な調査項目の選定 ・調査票(アンケートシート)の作成・提供 ・回収した調査票の分析・加工及びその提供 ・需要動向調査結果を活用した商品の開発・改良等のアドバイス
分析結果の活用	事業者が行ったアンケートを経営指導員が集計・分析し、レポートにまとめ、事業者に提供。更なる改良等につなげる。

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」等において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

サンプル数	バイヤー等（サンプル数：30 件）
支援対象	地域資源を活用した新商品・新サービス開発等に取り組む事業者 （日本酒、歴史資産、郷土工芸品、柿・栗等当地区特産の果物などを活用する事業者） 既存商品・サービス等の改良に取り組む事業者等
調査手段	アンケート方式・対面での聞き取り
調査項目	(a)商品・製品・サービスの価格、(b)品質・味・量、(c)商品への関心度・新規性・需要見込、(d)商品やパッケージのデザイン、(e)取引ロット数、(f)納期、(g)納品方法、(h)改善点（自由記載：品質、価格、その他改善を要する点）、(i)業界内のトレンド（何が流行しているか）
商工会議所の支援内容	経営指導員等が下記支援を実施する ・需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 ・実施スケジュールの作成 ・調査項目の選定 ・アンケートシートの作成提供 ・回収した調査票の分析、加工及び提供 ・調査結果を活用した商品の開発、改良等のアドバイス
分析結果の活用	事業者が行ったアンケートを経営指導員が集計・分析し、レポートにまとめ、事業者に提供する。

４．経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

［現状］一般的に、小規模事業者が自ら経営分析を行うというのは定着していない。そのため、当所ではこれまで経営分析の重要性を説き、実際に金融支援の現場等で小規模事業者に対する経営分析を実施することで、自社の現状に気づきを得ていただいたり、事業再生や事業計画の策定に役立ていただいたりしてきた。その結果、経営分析の実施件数は年々増加するなどの成果が得られた。

［課題］経営分析の件数は伸びているものの、事業再生支援案件を除き、補助金申請を目的としての形式的な実施や、財務分析や現状把握を中心とした簡易な経営分析にとどまっているものも多い。小規模事業者の持続的発展のためには、財務分析を中心とした形式的な分析でなく、経営に対する基本的な考え方や経営環境、商品やサービスの特徴、事業の強み・弱みといった非財務分析を丁寧に行い、その結果を実現可能でより実効性の高い事業計画策定につなげていくことが課題である。

（２）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
分析件数	42 件	40 件	40 件	40 件	45 件	45 件

※分析件数は、現行の財務分析中心の分析からより実効性の高い分析を実施していくため、基本指針を下回る計画となるが、体制を整え段階的に一人当たりの件数を増加させていく。（計画期間内に経営指導員３名×15 件としていく）

（３）事業内容

①巡回・窓口相談等の機会を活用した経営分析を行う事業者の掘り起こし

経営指導員を中心に、巡回・窓口相談等の機会を活かし、対象事業者を掘り起こしていく。具体的には、経営指導員の巡回・窓口相談の機会を活かしての働きかけ、マル経融資（小規模事業者経営改善資金）の利用検討時の働きかけ、当所主催セミナーの参加者に対する働きかけ、持続化補助金等を活用した働きかけを通し、経営分析の効果（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こと等）を訴求する。

②経営分析の内容

財務分析にとどまらず、これまで以上に質の高い経営分析を実施していく。

対象者	巡回・窓口相談等の機会を活用した掘り起こしによって気づきを得た小規模事業者のなかから、毎年、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業所を選定。
分析項目	定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「内外環境分析」を行う。 ≪財務分析≫売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等 ≪内外環境分析≫バリューチェーン、商品サービス・顧客・競争業者の特徴 等、顧客の獲得方法、マクロ環境・ミクロ環境、強み・弱み　等
分析手法	経営指導員のヒアリングにより得られた調査・分析シートをもとに、経営指導員全員で情報と課題の共有を図り、専門家の支援も受けながら分析内容のブラッシュアップを行い、経営分析シートを完成させる。

（４）分析結果の活用

○分析結果は、当該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。

○分析結果は、当所データベースに業種、規模別等により管理し、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。

５．事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

［現状］中小企業診断士等による事業計画策定等に関するセミナーや個別相談会を随時開催し、経営力アップを目指す小規模事業者に対し、事業計画の策定支援にあたっている。また、セミナー参加が困難な小規模事業者に対しては、「商工会議所 WEB セミナー」を実施し、早朝や夜間の受講を可能にしている。その結果、実際に事業計画を策定した小規模事業者は増加している。

［課題］小規模事業者持続化補助金、金融相談など、各種補助金や融資申請時に事業者からの支援依頼にもとづき作成支援を行うケースが多く、それ以外の場面では、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透してないため、積極的な作成には至っていない。補助金申請等のために第三者に提出する目的のものから、真の経営課題に向き合い、課題解決に直結する実効性の高い計画づくりを啓発・支援していくことが課題である。

（２）支援に対する考え方

まずは小規模事業者自らが、計画策定の必要性、有効性等を理解することが重要である。そのため、引き続き事業計画策定の重要性を巡回・窓口相談、セミナー等を通じて啓発するほか、前向きになった小規模事業者に対しては、事業計画策定に意欲的に取り組めるよう「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫し、参加者自らがセミナー内において実践できる内容とする。個別支援の際には、事業者の考えを最重視しつつ、提案やコーチング手法を取り入れた伴走型の支援を行い、真の課題解決に直結した実現性の高い計画書の完成を通して、経営力の向上や底上げを図る。

（３）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
事業計画策定件数	17 件	20 件	20 件	24 件	28 件	33 件

※事業計画策定件数については、地域での事業計画策定の重要性の周知活動と指導体制を整えていく必要があるため、経営分析件数の 50%から段階的増加させ、５年後には 70%を目標とする。

（４）事業内容

①「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次の通りとし、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。また、参加者自らが講習会において「計画書づくり」を実践できる内容とする。

支援対象	・巡回や窓口相談で事業計画策定の重要性を周知する中で、前向きになった小規模事業者及び持続化補助金等の申請を検討している小規模事業者中から選定する
募集方法	・石岡市と連携し市報での周知・当所会報やホームページでの募集・個別案内
回数	・集団セミナー４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	・事業計画作成の重要性と成功のポイント ・経営環境分析 ・自社の強みを活かした新たな取り組みの立案 ・専門家や経営指導員等のアドバイスを受けながらの事業計画作成ワーク ・経営革新計画承認企業等の体験談を基調講演とする情報交換や異業種交流など

個別相談会の内容	・経営指導員等が主体となり専門家も加えて、伴走するフォローアップ支援として個別相談会を実施する。 ・セミナー参加者が引き続き参加する。また、セミナー参加者以外にも事業計画の策定を目指す事業者も参加する。 ・相談会は2週間程度の間隔を開け１社２回程度実施。事業者と経営指導員等との面談やメール相談も加え、納得のいくまで内容の作り込みを行う。
目標参加者数	15 名程度

②「商工会議所 WEB セミナー」の運営と「おすすめセミナー」の発信

商工会議所 WEB セミナーの継続提供を行い、事業計画策定に関する関心を高めるとともに知識の習得を促す。また、質問対応窓口を設け、個社の実態にあわせた「事業計画作成に関するおすすめセミナー」を発信していく体制づくりを進める。

支援対象	昼の時間帯でのセミナー等への参加が難しい小規模事業者
周知方法	より多くのアクセス数を目指すため会報に毎月会報にチラシ折込みを行う
事業内容	当所ホームページ上にインターネットを通じてセミナー視聴を行える視聴画面を設置し、多忙な小規模事業者への有益且つ重要な知識やノウハウの提供を行う。個社の実態にあわせた「おすすめセミナー」を発信していく体制づくりを進める。
目標視聴テーマ数	月 50 テーマ程度

③事業計画の策定

専門家等と連携し個別相談会を年間を通して定期的に開催する。

支援対象	経営分析を行った事業者や、経営力の向上や底上げを図りたい事業者を対象とする。
手段・手法	経営指導員等が担当制で張り付き、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。 初めて事業計画を作成する小規模事業者に対しては、経営指導員が作成そのものをサポートし、まずは実際に計画を作ってみることを重視する。 過去に事業計画策定した事がある小規模事業者に対しては、戦略部分に関わる事項を中心に助言し、事業者の成熟度に応じて支援内容を変え、計画の事業性向上を重視したサポートを行う。

６．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]事業計画策定後のフォローアップに関しては、相応の頻度の支援を実施してきた。しかしながらフォローアップの内容は、進捗状況の確認と計画遂行に係る助言をすることが中心となっており、計画策定の効果や検証等の踏み込んだ助言までには至っていないのが実情である。また、指導員間の情報共有等組織的なフォローアップ体制に関しても整っていない現状である。

[課題]計画の進捗状況に応じて、適切な頻度でフォローアップを実施するほか、支援内容の質的向上を図り、計画の実現性を高めていく必要がある。また、指導員等が情報を共有し、担当する指導員等が不在でも他の指導員等が的確に支援できるよう組織的なフォローアップ体制を構築する。

（2）支援に対する考え方

事業計画を策定したすべ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るとともに、従来より質の高いフォローアップ支援を想定した。

（3）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
フォローアップ対象事業者数	17 件	20 件	20 件	20 件	23 件	23 件
頻度（延回数）	31 回	80 回	80 回	80 回	92 回	92 回
売上増加事業者数	―	10 社	10 社	10 社	12 社	12 社
利益率１％以上の増加事業者数	―	３社	３社	３社	３社	３社

※売上増加事業者数はフォローアップ対象事業者数の 50%を目標とする。また、そのうち約 30%の事業者が経常利益率 1%以上増加を目標とする。
現行の訪問内容とは異なり、目的を明確にした質の高い面談とし、計画的に原則３ヵ月に１回の面談を実施する。

（4）事業内容

当初の実行計画を管理し、計画の進捗状況に応じた量的・質的にも適切なフォローアップを実施する。

対象	事業計画を策定したすべての事業者を対象とする。
フォローアップの頻度と内容	経営指導員等が３ヵ月に１度、訪問を行いフォローアップを行う。ただし、事業計画の進捗状況により、訪問回数を増やして、集中的に支援すべき事業者と、ある程度回数を減らしても支障ない事業者を見極めたうえで、フォローアップ頻度を設定する。計画後期には、次期の事業計画策定に向けた助言と、策定のための機会に関する情報提供を行う。 計画と進捗状況がズレている場合には、外部専門家など、第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。
確認項目	実行計画の進捗状況、売上、利益、計画遂行上の課題、施策の活用状況、見直しの必要性等。

７．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]小規模事業者の売上増加を図るため、無料で利用できる販路開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」への参画や、「石岡産業観光ＮＡＶＩ」ＷＥＢサイトでの小規模事業者の事業紹介、金融機関や中小企業基盤整備機構等が開催する商談会への商談機会の提供といった販路開拓事業を実施している。

[課題]これまではＩＴツールを活用した販路開拓支援を中心に小規模事業者の需要開拓に寄与してきたがその効果測定は行えていない。今後は、適切な効果測定を実施するとともに、小規模事業者がリアルな場で自社の製品やサービスを広くＰＲできる機会、新たなビジネスチャンスが獲得できる機会の周知・提供および出展支援活動を通じて、小規模事業者の売上増加や新規顧客獲得に向けた効果的な需要開拓支援を行っていく。

（2）支援に対する考え方

商工会議所が自前で展示会等を開催するのは困難なため、県内外で開催される既存の展示会への出展を支援する。出展や商談会に関する情報提供のほか、実際の参加にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、陳列、接客など、きめ細かな伴走型支援を行う。また石岡市の「石岡の地酒で乾杯を推進する条例」に基づき、「石岡の地酒で乾杯推進協議会」と連携して、地酒のまちをアピールするとともに、特産品を広く周知して販路拡大を支援する。

（3）目標

	現行	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
①販路開拓支援セミナー・個別相談会参加事業者数	－	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社
②各種展示会等出展事業者数	－	２社	３社	３社	３社	３社
売上額／社	－	8 万円	8 万円	8 万円	8 万円	8 万円
③しんきんビジネスフェア参加事業者数	－	２社	３社	３社	３社	３社
成約件数／社	－	１件	２件	２件	２件	２件
④地酒のまち啓蒙活動実施	８回	８回	８回	８回	８回	８回
活動参加事業者数	４社	５社	５社	５社	５社	５社
活動による年間売上額／社	10 万円	15 万円	15 万円	15 万円	20 万円	20 万円

（4）事業内容

①販路開拓支援セミナーの開催

小規模事業者の販路開拓を支援するため、従来の「知識習得のためのセミナー」という考え方から、今後は「実践する技術習得」という考え方に則り、技術指導やワークショップに重きを置いたカリキュラムに変更し実施する。

募集方法	市と連携し市報での周知、当所会報やホームページでの募集
回数	集団セミナー１回程度、個別相談会１回程度
カリキュラム	１．展示会出展の実践とワークショップ ２．プレスリリースの実践とワークショップ ３．SNS を活用した販路開拓 ４．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）
個別相談会の内容	専門家と連携し、より実践型の個別相談会とする。具体的には、展示会等の参加者に対しては、展示会等における商品の展示の仕方やプレゼン方法、プレスリリースやネット販売を希望する事業者に対しては、取材やショップ運営から効果発現まで、より踏み込んだ指導と改善点の具体的なアドバイスを行う。また、定期的な巡回指導を行い、効果検証と改善策のアドバイスを行う。

②消費者（ＢtoＣ）への需要の開拓支援

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

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	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 千人、出展者数 328 事業者（R 元年参考）。 ２）いしおか商工祭（11 月） ・石岡市内で開催されるイベント。昨年で 35 回目を迎えて地元に定着しているイベント。開催は１日間。来場者数 22 千人、出展者数 40 事業者（R 元年参考)。
支援内容	当所としては、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販売方法等専門支援も展開する。

③バイヤー等（ＢtoＢ）への需要開拓支援

商社・バイヤー等の需要開拓を図るため、展示会への出展を目指す小規模事業者に対し、展示会開催情報の提供と国・県等の支援施策を活用することにより、展示会等への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	地域内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	しんきんビジネスフェア（10 月）来場者数 2,000 人、出展者数 183 事業者（H30 参考） ・ビジネスマッチングの機会創出のための場を提供し、販路拡大や業務提携をサポートすることを目的として、水戸信用金庫、結城信用金庫、茨城県信用保証協会主催により、茨城県内企業約 200 社を集めて開催される。
支援内容	当所としては、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。

④特産品である地酒の需要開拓支援

消費者等の需要開拓を図るため、「石岡の地酒で乾杯推進協議会」と連携して地酒のまちをアピールする取組を実施し、特産品である地酒を広く周知することにより、酒造業者のみならず、関連する小売業者、飲食業者の需要拡大・販路拡大を支援する。

支援対象者	新たな需要開拓を目指し、新商品などのＰＲ・地元での地酒の消費量拡大に繋げたい地元の酒造業者と関連する小売業・飲食業者
訴求対象	一般消費者及び地区内の小売店・飲食業者等
想定する活動等	①　イオンモール土浦での父の日イベント（６月）②地酒まつり（８月）③石岡おまつり（９月）④茨城の地酒で乾杯イベント（10 月）⑤石岡ふれあいまつり（10 月）⑥忘年・新年会に向けて飲食店訪問（11 月）⑦新年賀詞交換会一斉乾杯（１月）⑧節分追儺祭一斉乾杯（２月） 【参考：各活動の令和元年度の状況】①出店者市内酒造会社 4 事業所、来店者 500 人　②出店者 25 事業所、来場者 13 千人　③出店者 240 事業所、来場者 503 千人　④県内酒造会社 24 事業所による周知活動、来場者 300 人　⑤出展者 100 事業所、来場者 21 千人　⑥市内４つの酒蔵による周知活動、地元飲食店 28 事業所を訪問　⑦市内４つの酒蔵による周知活動、来場者 132 人　⑧４つの酒蔵による周知活動、来場者 10 千人

支援内容	当所としては、周知ポスターや配布物制作、マスコミ活用方法、商品アピールの仕方、魅力的な展示ブースの作り方等を支援する。

※「石岡の地酒で乾杯推進協議会」は、平成 26 年 3 月に「石岡の地酒で乾杯を推進する条例」が制定され、これを受け石岡商工会議所、石岡市、石岡清酒協議会、石岡市観光協会、石岡市八郷商工会、新ひたち野農業協同組合、やさと農業協同組合で組織された。条例の周知と地酒で乾杯の習慣を広めていく活動を展開している。

8．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]毎年２月及び 10 月に経営発達支援事業評価委員会を開催し、事業の実施状況及び成果について評価・検証を行っている。

[課題]事業結果の報告及び数値目標の達成度が中心となるため、事業へのフィードバックが十分に行われていなかった。各事業の内容に関する評価・検証を適正に行い、ＰＤＣＡサイクルを確実に回しながら、期中における軌道修正や、タイムリーな事業実施をしていくことが必要である。

（2）事業内容

①石岡市商工課担当者１名、当所法定経営指導員１名、外部有識者として中小企業診断士３名をメンバーとして、事業評価委員会を半期ごとに開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。報告資料は定量的な目標達成度を中心とするものから、その結果に至る経緯や背景等の定性面を加え、今後の事業改善に役立つものとする。

②当該評価委員会の評価結果は、石岡商工会議所正副会頭会議にフィードバックしたうえで、事業の見直し等今後の事業実施方針に反映させる。
また、結果については、当所ホームページ（https://ishioka.or.jp/）に掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧できるようにする。

（別表２）

経営発達支援事業の実施体制

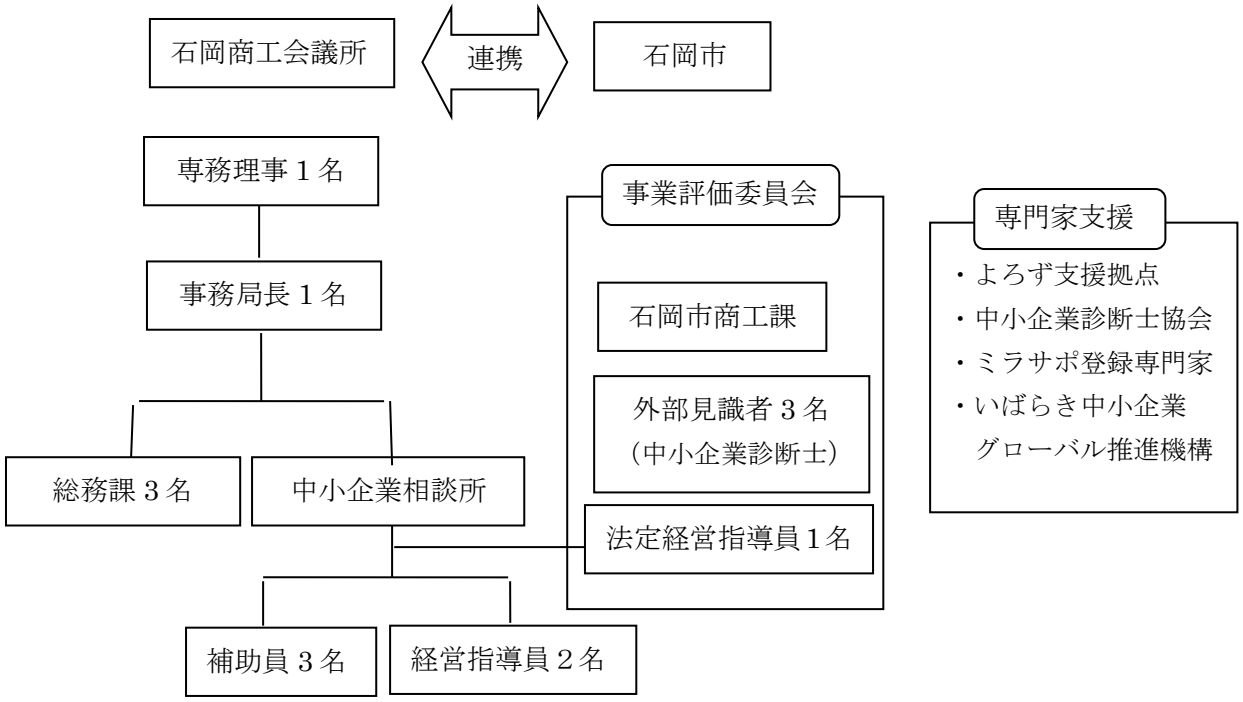
経営発達支援事業の実施体制

（　令和２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１名、中小企業相談所６名、総務課３名】

【組織図】



（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当該経営指導員の氏名、連絡先

○氏　名：久保田将人

○連絡先：石岡商工会議所　中小企業相談所　TEL：0299-22-4181

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度　等）

経営発達支援計画事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業評価・見直しをする際の必要な情報提供を行う。

（３）商工会議所、関係市町村連絡先

①石岡商工会議所

〒315-0013

茨城県石岡市府中１丁目５番８号

石岡商工会議所　中小企業相談所

TEL：0299-22-4181　　fax：0299-22-6321

E-mail：kaigi@ishioka.or.jp

②石岡市

〒315-8640

茨城県石岡市石岡１丁目１番地１

石岡市経済部商工課

TEL：0299-23-1111　　fax：0299-24-5358

E-mail：shoukou@city.ishioka.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）

	３年度	４年度	５年度	６年度	７年度
必要な資金の額	10,300	10,300	10,300	10,300	10,300
・セミナー開催費（個別相談会含む）	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
・金融指導費	500	500	500	500	500
・指導事業費	300	300	300	300	300
・地域振興費	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
・調査広報費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・中心市街地活性化推進費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000

（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、茨城県補助金、石岡市補助金、事業収入、手数料雑収入等から充当する

（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