

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>ひたちなか商工会議所(法人番号9050005002251) ひたちなか市(地方公共団体コード 082210)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目 標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 【地域への裨益に関する目標】 本計画の取り組みにより、小規模事業者が魅力ある事業者に成長し、地域経済の重要な担い手として、地域とともに持続的に成長・発展し、地域経済の活性化に貢献していくことを地域への裨益目標とする。 【支援を実施すべき小規模事業者に関する目標】 ①効率がよく、質の高い事業運営を実現し、自立・自走できる小規模事業者を育成する。 ②「ひたちなか」の地域資源を経営の武器として活用し、新たな事業活動に取り組む意欲ある小規模事業者の成長を支援する。 ③小規模事業者の経営のIT化を促進・定着させ、事業の効率化と付加価値向上を図る。</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3-1. 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 ～「RESAS」地域経済分析システムの統計調査活用 ②管内小規模事業者を対象とした経営状況調査の実施・分析</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること ①個店の特性に即した需要動向調査 ②観光業界のwith コロナに対応した再生のためのアンケート調査</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること ①「経営分析」の必要性、重要性を周知のための啓発活動ツールの作成 ②小規模事業者発展のための第1歩「経営分析」の実施支援</p> <p>5. 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 ～事業計画策定企業の掘り起こし ②事業計画の策定支援</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定後のフォローアップ ②事業計画作成後の具体的施策利用のフォローアップ</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①各商談会等への出展(出店)支援(BtoB・BtoC) ②IT活用による販路開拓支援「ザ・ビジネスモール」出店支援(BtoB) ③マスメディアを使ったプレスリリース支援(BtoB・BtoC)</p>
<p>連絡先</p>	<p>○ひたちなか商工会議所 企業支援部 企業支援課 〒312-8716 茨城県ひたちなか市勝田中央14番8号 TEL: 029-273-1371 FAX: 029-275-2666 e-mail: info@hcci.jp</p> <p>○ひたちなか市 経済環境部 商工振興課 〒312-8501 茨城県ひたちなか市東石川2丁目10番1号 TEL: 029-273-0111 FAX: 029-276-3072 e-mail: shokou@city.hitachinaka.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

ひたちなか市の立地

ひたちなか市は、東京から約 110km の距離にあり、茨城県の中央部からやや北東に位置し、東西約 13km、南北約 11km で 99,96km² の面積を有している。

西は常磐自動車道の通る那珂市に、北は東海村に、南は那須岳を源流とする那珂川を挟んで県都水戸市と大洗町に接し、東は美しい碧の海の広がる太平洋に面して約 13km の海岸線が続いている。

市域は、太平洋と那珂川下流域に位置する海拔 7m 前後の低地地区と、阿武隈山系から南東に緩やかに傾斜している那珂台地と呼ばれる海拔約 30m 前後の平坦な台地地区とに分けられる。低地地区は、漁港を中心に市街地が形成され、那珂川流域は水田地帯となっている。

一方、台地地区は、勝田駅を中心に市街地が形成され都市化が進行しているが、周辺は畑地も多く、また、中小河川が市街地にくさび状に入り込み、台地縁辺部は豊かな緑が带状に連なっている。

令和 2 年 10 月の人口は 154,631 人で、水戸市、つくば市、日立市に次ぐ茨城県下 4 番目の規模の都市である。

図表 1 ひたちなか市の位置



交通は、本市から群馬県高崎市までの 150km をつなぐ、北関東自動車道が平成 23 年 3 月 19 日に全線開通したほか、都市間を結ぶ主要幹線道路としては、国道 6 号、国道 245 号がある。鉄道は、JR 常磐線を主軸に、水戸線、水郡線が接続しており、勝田駅など 4 つの駅がある。常磐線の上野ー勝田駅間の所要時間は、特急で約 70 分である。平成 20 年 4 月に第三セクターとして開業した「ひたちなか海浜鉄道湊線」が勝田駅と那珂湊駅、阿字ヶ浦駅を結び、国営ひたち海浜公園までの延伸も計画されている。

1,182ha に及ぶひたちなか地区開発の中核施設として建設中である重要港湾「茨城港常陸那珂港区」では、完成した北埠頭に続いて中央埠頭の埋立てが進んでおり、平成 28 年 5 月に水深 2m 耐震強化岸壁が併用されたのに続き、新たな岸壁の準備が進められている。

ひたちなか市の人口

当市は平成 6 年に旧勝田市と旧那珂湊市が合併して誕生したが、合併時 146,988 人であった人口は、平成 24 年の 157,153 人をピークに減少に転じ、令和 1 年 10 月 1 日時点では 155,080 人となっている。旧勝田市域においては現在も増加が続いているが、旧那珂湊市域における減少が進んでいることが原因となっている。(各年 10 月 1 日現在)

世帯数で見ると合併時 48,761 であった世帯数は令和 1 年 64,245 と世帯分離が進んでいる。また年齢区分別人口割合は令和 1 年 10 月 1 日現在、年少人口 13.4%・生産年齢人口 6

1. 1%・高齢人口25.5%の構成であり、高齢人口の割合は増加し続けている。

区 分 年	世帯数	人 口			1世帯当り の人口
		総 数	男	女	
1 6	56,148	153,250	77,149	76,101	2.7
○1 7	56,319	153,639	77,331	76,308	2.7
○2 2	60,268	157,060	79,046	78,014	2.6
★2 4 (ピーク時)	61,580	157,153	79,163	77,990	2.6
○2 7	61,196	155,680	78,286	77,394	2.5
2 8	62,025	155,884	78,514	77,370	2.5
2 9	62,846	155,970	78,701	77,269	2.5
3 0	63,584	155,681	78,636	77,045	2.4
0 1	64,245	155,080	78,404	76,676	2.4

資料：国勢調査、常住人口(注) ○は、国勢調査数値

ひたちなか市の産業

ひたちなか市の事業者数

経済センサスの調査によると、ひたちなか市の事業者数は全業種とも東日本大震災(平成23年)の影響により大きな落ち込みを見せた。その後、事業者数は微増したが、震災前の水準には回復していない。

産 業 別	事業者数							
	平成21年		平成24年		平成26年		平成28年	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
総 数	6,034	100.0	5,415	100.0	5,675	100.0	5,383	100.0
農林漁業	9	0.1	9	0.2	9	0.2	9	0.2
鉱業	-	-	-	-	1	0.0	-	-
建設業	629	10.4	566	10.5	571	10.1	538	10.0
製造業	436	7.2	403	7.4	414	7.3	389	7.2
電気・ガス・熱供給 水道業	10	0.2	2	0.0	10	0.2	6	0.1
情報通信業	87	1.4	77	1.4	69	1.2	67	1.2
運輸業、郵便業	137	2.3	137	2.5	141	2.5	144	2.7
卸売業、小売業	1,662	27.5	1,490	27.5	1,494	26.3	1,451	27.0
金融業、保険業	73	1.2	65	1.2	63	1.1	67	1.2
不動産業、物品賃貸業	260	4.3	274	5.1	261	4.6	253	4.7
学術研究、専門・ 技術サービス業	209	3.5	176	3.3	192	3.4	186	3.5
宿泊業、 飲食サービス業	905	15.0	820	15.1	845	14.9	805	14.9
生活関連サービス業、娯楽 業	670	11.1	592	10.9	621	10.9	595	11.0
教育、学習支援業	278	4.6	187	3.5	251	4.4	192	3.6
医療、福祉	327	5.4	323	6.0	383	6.8	386	7.2
複合サービス事業	29	0.5	22	0.4	27	0.5	26	0.5
サービス業(他に分類され ないもの)公務	284	4.7	272	5.0	292	5.1	269	5.0
(他に分類されないもの)	29	0.6	-	-	31	0.5	-	-

ひたちなか市の従業者数

従業者数の動向は事業者数と同様に、東日本大震災の影響で一時落ち込みを見せたが、その後多少持ち直したものの、長期的に見れば減少傾向であるといえる。その中で建設・製造業の従業者数の減少が顕著である。小売業において店舗数は減少しているものの大型店出店により逆に微増している。

産 業 別	従業者数							
	平成21年		平成24年		平成26年		平成28年	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
総 数	74,662	100.0	64,749	100.0	72,873	100.0	67,361	100.0
農林漁業	80	0.1	61	0.1	78	0.1	147	0.2
鉱業	-	-	-	-	3	0.0	-	-
建設業	4,147	5.6	3,790	5.8	3,741	5.1	3,563	5.3
製造業	23,573	31.6	20,514	31.7	21,955	30.1	19,350	28.7
電気・ガス・熱供給 水道業	133	0.2	14	0.0	193	0.3	76	0.1
情報通信業	2,065	2.8	1,910	2.9	1,573	2.2	1,712	2.5
運輸業、郵便業	3,350	4.5	3,306	5.1	3,233	4.4	3,286	4.9
卸売業、小売業	13,437	18.0	12,392	19.1	12,754	17.6	13,315	19.8
金融業、保険業	985	1.3	953	1.5	902	1.2	905	1.3
不動産業、物品賃貸業	909	1.2	817	1.3	909	1.2	918	1.4
学術研究、専門・ 技術サービス業	1,733	2.3	1,161	1.8	2,494	3.4	3,022	4.5
宿泊業、 飲食サービス業	6,651	8.9	6,391	9.9	6,391	8.8	6,093	9.1
生活関連サービス業、娯楽 業	3,461	4.6	3,068	4.7	3,435	4.7	3,103	4.6
教育、学習支援業	3,677	4.9	1,079	1.7	3,423	4.7	1,069	1.6
医療、福祉	5,084	6.8	5,093	7.9	6,206	8.6	6,328	9.4
複合サービス事業	333	0.5	245	0.4	605	0.8	549	0.8
サービス業(他に分類され ないもの)公務	3,842	5.1	3,955	6.1	3,672	5.0	3,925	5.8
(他に分類されないもの)	1,202	1.6	-	-	1,306	1.8	-	-

資料：平成21年経済センサス-基礎調査 7月1日現在
 平成24年経済センサス-活動調査 2月1日現在 (注)公務を除く
 平成26年経済センサス-基礎調査 7月1日現在
 平成28年経済センサス-活動調査 6月1日現在 (注)公務を除く

市内企業における景況感

当所調査による市内中小企業景況調査の結果、令和元年におけるひたちなか市内の景況感は以下の通りである。建設業においては雇用の確保、製造業は資金繰り、小売業において利益率低迷の問題など、構造的な問題点がありその要因に伴う景況感であったが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、その景況感は一転している。悲観的な見方も根強く、全業種において手探りの状態となっている。

I 売上

	平成30年度			令和元年度			
	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3
建設業	-18.2	-12.5	-25.0	11.1	-7.1	25.0	14.3
製造業	-9.1	30.0	-33.3	-57.1	-50.0	-54.5	-70.0
小売業	-20.0	33.3	-50.0	-50.0	0.0	-55.6	-57.1
サービス	-11.1	-9.1	-50.0	-11.1	9.1	18.2	11.1
卸売業	0.0	50.0	0.0	33.3	33.3	-33.3	66.7
全業種	-13.9	8.6	-37.0	-28.9	-13.6	-14.0	-27.3

II 採算

	平成30年度			令和元年度			
	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3
建設業	-54.5	-25.0	-25.0	0.0	0.0	0.0	14.3
製造業	-9.1	10.0	-33.3	-35.7	-33.3	-36.4	-60.0
小売業	-40.0	-16.7	-33.3	-33.3	28.6	-11.1	0.0
サービス	-22.2	-18.2	-50.0	-11.1	-9.1	-9.1	-11.1
卸売業	50.0	50.0	0.0	33.3	0.0	-33.3	33.3
全業種	-30.6	-11.4	-33.3	-21.1	-6.8	-14.0	-18.2

III 資金繰り

	平成30年度			令和元年度			
	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3
建設業	-18.2	-12.5	-25.0	-22.2	-28.6	16.7	0.0
製造業	9.1	20.0	-11.1	-28.6	-25.0	-9.1	-20.0
小売業	0.0	16.7	-50.0	-16.7	14.3	-11.1	-14.3
サービス	-22.2	-18.2	-50.0	-22.2	-36.4	0.0	-11.1
卸売業	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	-50.0	0.0
全業種	-8.3	0.0	-29.6	-23.7	-22.7	0.0	-12.1

IV業 況

	平成 30 年度			令和元年度			
	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3
建設業	-27.3	-25.0	12.5	0.0	-14.3	16.7	14.3
製造業	-9.1	20.0	-33.3	-42.9	-41.7	-36.4	-50.0
小売業	-40.0	16.7	-33.3	-33.3	14.3	-11.1	-28.6
サービス	-33.3	-9.1	-50.0	0.0	-18.2	-27.3	-44.4
卸売業	50.0	50.0	0.0	33.3	0.0	0.0	-33.3
全業種	-25.0	0.0	-22.2	-21.1	-18.2	-14.0	-30.3

資料：令和元年度ひたちなか商工会議所景況調査

産業別の現状

商 業

勝田駅前を中心とする表町商店街、旧那珂湊市地区における那珂湊本町通り商店街が中心であったが、近年大手チェーン店の出店やひたちなか地区（旧米軍射撃場跡地）への大型商業施設の出店が相次ぎ、事業者数は長期的には減少傾向ながらも近年微増がみられている。大型店の比率は3.50%であり、本県全体から見てもその大型店舗の出店数は4位と高くなっている。

ひたちなか市事業者数、売場面積、従業員数の推移

区 分	商店(事業所)数	売場面積 (㎡)	従業者数 (人)	年間販売額 (百万円)
昭和 5 1 年	2, 116	78, 372	7, 509	85, 351
5 4	2, 267	89, 318	8, 366	138, 639
5 7	2, 428	106, 603	9, 534	195, 551
6 0	1, 874	126, 616	9, 868	227, 820
6 3	1, 847	125, 211	9, 581	244, 472
平成 3 年	1, 959	143, 957	10, 157	312, 609
6	1, 868	152, 015	11, 059	342, 005
9	1, 824	166, 398	11, 816	356, 046
1 1	1, 912	211, 065	13, 596	444, 110
1 4	1, 730	213, 167	12, 488	361, 945
1 6	1, 674	224, 080	12, 653	352, 671
1 9	1, 534	230, 697	11, 614	358, 909
2 4	1, 120	206, 967	8, 609	273, 573
2 6	1, 154	237, 473	9, 348	296, 205
2 8	1, 247	230, 417	11, 311	355, 600

平成 28 年度の内訳		商店 (事業所)数	売場面積 (㎡)	従業者数 (人)	年間販売額(百万円)
卸 売 業		256	-	2,004	177,840
内 訳	各種商品	1	-	13	×
	繊維・衣服等	4	-	29	674
	飲食料品	53	-	481	21,667
	建築材料・鉱物・金属材料 等	66	-	467	30,046
	機械器具	89	-	659	100,330
	その他	43	-	355	×
小 売 業		991	230,417	9,307	177,760
内 訳	各種商品	1	-	2	×
	織物・衣服・身のまわり品	137	43,483	1,213	19,680
	飲食料品	316	52,795	3,725	53,615
	機械器具	161	20,558	1,088	36,985
	その他	376	113,581	3,279	67,480

資料：平成 19 年まで「茨城の商業」 平成 24、28 年 「経済センサス-活動調査」
平成 26 年 「経済センサス-基礎調査 茨城県結果」
(注) 平成 6、11、26 年調査は 7 月 1 日現在、平成 24 年は 2 月 1 日現在 平成 28 年は 6 月 1 日現在
※平成 24、26、28 年の調査は、日本標準産業分類の第 1 2 回改定及び調査設計の大幅変更を行ったことに
伴い、19 年調査とは接続しない。

茨城県内大規模小売店舗市町村別比率

市町村名	小売業計			大規模小売店舗			
	事業 所数	年間販売額 (万円)	売場面積 (㎡)	大規模 小売 店舗数	大規模小売店舗内の小売事業所		
					事業所数	年間販売額 (万円)	売場面積 (㎡)
県計	18,522	278,630,217	3,780,749	595	2,341	101,647,335	2,167,612
水戸市	1,856	36,732,375	442,588	59	363	15,811,758	275,356
つくば市	1,244	24,440,759	320,116	42	318	10,386,255	195,358
日立市	1,061	14,790,999	195,515	33	82	4,839,188	107,494
ひたちなか市	914	15,602,832	237,473	32	133	6,736,525	154,153
土浦市	989	17,248,795	213,419	30	187	6,350,098	130,537
古河市	947	12,539,379	187,914	29	100	4,818,021	109,623
神栖市	537	10,348,033	118,523	24	39	2,918,251	62,137
笠間市	603	5,983,217	113,627	23	74	2,297,638	71,957
筑西市	746	8,662,050	125,033	22	32	2,462,774	51,555
牛久市	367	8,239,451	100,549	20	44	2,982,013	64,501

注1 この統計表は、平成 26 年 7 月 1 日現在で経済産業省が実施した『商業統計調査』の結果のうち、茨城県内の大規模店舗
立地法に基づく大規模小売店舗内の小売事業所について、茨城県が独自に集計したものである。

工 業

旧勝田市地域では、電機機械、精密機器、紙製品、旧那珂湊市地域は水産加工業を主体とした食品製造関係水産業を基幹として発達し、特にタコの加工高では全国1位となっている。これら既存の産業に加え、輸出用の建機の生産など、今後も県内有数の工業都市として躍進していくことが期待されている。

区 分	事業所数	従業者数	原材料使用額等 (万円)	製造品出荷額等 (万円)
平成22年	238	20,928	58,228,374	92,514,386
平成23年	210	19,616	55,822,358	94,963,505
平成24年	224	20,628	67,661,147	95,780,252
平成25年	215	19,979	63,104,111	82,635,326
平成26年	213	19,255	57,269,934	88,012,713
平成27年	223	20,265	55,521,948	87,346,290
平成28年	210	20,878	50,766,304	86,409,266
平成30年	205	22,611	59,708,616	100,199,855

※平成30年度における製造品目別内訳

区 分	事業所数	従業者数	原材料使用額等 (万円)	製造品出荷額等 (万円)
食料品	48	1,781	3,510,053	4,942,770
飲料・たばこ・飼料	-	-	-	-
繊維	-	-	-	-
木材・木製品	5	160	324,909	458,936
家具・装備品	4	29	16,136	39,980
パルプ・紙・紙加工品	8	710	2,605,471	3,358,315
印刷・同関連業	5	61	22,679	50,483
化学	4	110	224,982	485,594
石油・石炭製品	-	-	-	-
プラスチック製品	10	343	381,299	826,055
ゴム製品	1	25	×	×
なめし革・同製品・毛皮	-	-	-	-
窯業・土石製品	9	424	376,267	633,819
鉄鋼	4	81	164,514	316,949
非鉄金属	1	7	×	×
金属製品	20	734	598,193	1,562,210
はん用機械	8	832	2,420,584	3,469,839

生産用機械	19	1,981	16,011,088	26,359,875
業務用機械	6	971	235,232	627,648
電子部品・デバイス	8	2,219	3,001,925	9,498,699
電気機械	20	5,484	14,670,469	26,435,496
情報通信機械	1	833	×	×
輸送用機械	11	5,685	13,741,089	18,597,212
その他の製造業	13	141	1,403,726	2,535,976

統計ひたちなか令和元年度版

観 光

現在注目を浴びている「国営ひたち海浜公園」は初夏の時季の「ネモフィラ」秋の時季の「コキア」の壮大な景観が一面に広がるエリアがあり、多くの観光客が訪れている。首都圏、近県のみならず茨城空港を利用した海外からの来客も増加しており、インバウンドの推進に大きく寄与する観光資源となっている。また同公園で毎年夏に開催される「ROCK IN JAPAN FESTIVAL」は若者を中心に当市の人気のイベントとして定着した。20周年を迎えた令和元年においては8月の5日間の開催で過去最高の合計337,421人の来場があった。

この他、那珂湊港の鮮魚量販店エリアについては上記国営ひたち海浜公園と隣接する大洗町の「茨城県大洗水族館」との回遊コース上にあり、安定した集客数を誇っている。



初夏のネモフィラ



秋のコキア

国営ひたち海浜公園入園者状況

区 分	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	平成31年 令和元年
1月	35,497	43,952	41,426	39,845	43,357
2	22,453	28,183	29,551	29,935	26,268
3	93,776	97,375	106,397	102,346	94,831
4	269,035	411,142	443,697	635,588	542,236
5	579,150	396,679	640,087	280,657	538,285
6	59,282	59,169	63,626	53,079	47,082
7	52,573	67,749	64,789	51,392	43,221
8	357,814	368,586	404,982	431,537	458,981
9	138,017	67,252	94,741	93,718	95,162
10	387,608	403,546	267,169	447,611	268,135
11	89,375	87,577	89,060	101,008	100,190
12	34,304	39,458	37,784	36,315	31,393
合 計	2,118,884	2,070,668	2,283,309	2,303,031	2,289,141

資料：ひたちなか市企画調整課

②課題

I 市内における事業者数の減少への対応

事業所数5,383件、従業者数67,361人（平成28年,農林漁業・公務を除く）と平成21年より事業所数で△651件、従業者数で△7,301人となっており、全体的な減少傾向の中、特に小規模事業者は大型店との競争激化、高齢化、後継者問題による事業継続意欲の縮小により廃業をする者が多くなっている。

このような状況の中、地域経済基盤の維持・強化のためにも事業者数減少に歯止めをかけるべく、新たな事業展開による事業の継続や事業承継、新規創業者の増加を推進していくことが急務となっている。

II 商業における課題

商業の分野では既存商店においては、競合大型店やECに対抗するために、経営改善を行い、生き残りをかけた新たな仕掛けが必要である。時代に即した購買ニーズをいち早くキャッチし、新たな販路開拓を企画立案することを苦手とする小規模商業事業者が多く、販路開拓や高付加価値商品の開発、大型店にない市場での存在価値の創造が緊急の課題となっている。またIT化の進展によりキャッシュレスの普及など商業においてもIT化の導入活用は避けて通れない課題であり、円滑で有効な活用が求められている。

Ⅲ 工業における課題

工業の分野では市内の中小企業の経営基盤の強化を支援するため、融資・相談支援機能等の充実が求められている。また、当地は日立製作所の企業城下町であるが故に、下請け要素が強く高度な技術を有しながらも部品加工業が多く、完成品（商品）を有する企業が少ない。中小企業競争力維持のための先端技術への対応や人材の確保・育成も課題であり、教育研究機関が持つ知的資源が、地域企業の新技術、新製品開発に活用されることが期待され、生産技術等の革新及び設計・開発力の強化、IOTやAIなどを活用した生産性の向上を図るとともに、品質向上と、他社との差別化により、既存の枠にとらわれない国内外も含めた販路開拓が必要となっている。

Ⅳ 観光業における課題

当市にある「国営ひたち海浜公園」は広域から多くの人を訪れる観光地としての地位を築きつつあるが、アクセス面での利便性の高さから日帰りやピンポイントでの利用など様々な方面、立場の来訪者のニーズへの対応が不十分であり、その対応が求められている。具体的には様々な価格帯の宿泊施設や地場産品を一括で購入出来る土産物屋などへの対応の遅れから好機を逃している事例が見受けられる。また、目的の施設のみで各拠点間の連携が悪く、連携することにより潜在能力を発揮できる地域でもある。観光の分野においては特に地区外への発信が主体であるため、ITの導入・活用はもはや必須の取り組むべき課題であり有効活用が求められている。また新型コロナウイルス感染症拡大の影響による観光客の減少を回復させることとともにWithコロナ期における取組対応を図ることが、緊急の課題である。

Ⅴ 小規模事業者の現状と課題

大手企業の構造改革推進や大型小売店舗との競合激化等から、小規模事業者を取り巻く経営環境はより厳しさを増している。また、経営者の高齢化や後継者難から経営の継続が困難となり廃業等を検討する事業者も多く存在するなど、市内の小規模事業者の減少に歯止めがかからない状況である。加えて、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から、小規模事業者の事業環境は激変し、事業活動そのものに変革を余儀なくされる場合も少なくない。

こうした中、徹底した伴走支援により小規模事業者の経営改善を進め、大型小売店舗等との差別化を図ることで、小規模事業者の経営基盤の強化を支援していくとともに、新技術・新商品の開発、販路開拓により取引先を増やし、経営基盤の安定化を図ることが急務である。また、小規模事業者の経営力を高めるため、ITを活用した生産性を向上させる取り組みを支援する必要がある。さらに、新規創業者や若手後継者の育成を支援するなど、地域経済の新たな担い手の育成強化を促進していくことも喫緊の課題である。地域経済基盤の維持・強化のためにも小規模事業者の自立的な成長発展を促進し、事業者数減少に歯止めをかける必要がある。

(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

にぎわいのある産業の発展と共に、当市が産業と生活の調和の取れた都市を目指していく中で、当市の産業の根幹である小規模事業者が、自らの意思でその経営理念に基づき、地域や市場の中で自身の役割を理解し、顧客のニーズを確実に捉えた、戦略的視点をもって、その目的達成のために計画を立案実行することのできる魅力ある事業者に成長していくことを目指す。

また当地区においても風水害などの自然災害、新型コロナウイルス感染症拡大により、観光業を中心に大きな打撃を受けており、被害を受けながらも前向きに取り組む小規模事業者が、これからの10年の間に新しい生活様式を取り入れた事業展開を図り、BCP（事業継続計画）策定をはじめとした支援を行いながらアクシデントにも強い地域経済の担い手として、将来に

亘って持続的に成長・発展を遂げる必要がある。

②ひたちなか市の総合計画との連動性・整合性

ひたちなか市では第3次総合計画において当市の将来都市像として「世界とふれあう 自立協働都市 ～豊かな産業と いきいきとした暮らしが広がる元気あふれるまち～」と掲げ、当市の産業に関して以下の通りのビジョンを示している。

「本市の恵まれた地理的優位性を最大限に活かし、企業誘致に取り組み、新たな雇用を創出するとともに、本市の多様な産業が持続的に発展するよう、産業基盤の強化や、産業を支える人材、新たな担い手の育成に努めるほか、職住近接のまちづくりに取り組む必要がある。また、本市の豊かな観光資源を最大限に活かし、公共交通体系の整備などと合わせて、交流をさらに推進し、にぎわいの創出に取り組む必要がある。」本計画では小規模事業者の経営基盤の強化を図ったうえで、当市固有の様々な魅力や地域経済を有効活用した新しい事業を創出し、小規模事業者が持続的に成長・発展していくことを目標としているため、市の総合計画との連動性、整合性はとれている。

③ひたちなか商工会議所としての役割

当所は、地域唯一の総合経済団体として、市内中小企業・小規模事業者の発展と地域の活性化のために、強力なリーダーシップを発揮し、小規模事業者が抱える多種多様な経営課題について、その問題の解決に向け、意欲的に事業に取り組み、自律的に突き進む小規模事業者のそばに寄り添ってその支援を継続的に行い、事業計画の策定・実施・フォローアップ等の支援を定期的実施していく。また、社会・経済情勢の変化に伴い、小規模事業者が直面する高度な課題についても決してあきらめず、様々な支援機関と連携ネットワークを最大限に利用し、その解決策や打開策を導き出す努力を怠らない“小規模事業者の最後のよりどころ”となることが当所の役割である。

(3) 経営発達支援事業の目標

地域の現状及び課題、小規模事業者の長期的な振興の在り方を受けて、令和3年度から7年度までにおいて以下の目標を設定し、後述の経営発達支援事業を通じて実現してゆく。

【地域への裨益に関する目標】

本計画の取り組みにより、小規模事業者が魅力ある事業者に成長し、地域経済の重要な担い手として、地域とともに持続的に成長・発展し、地域経済の活性化に貢献していくことを地域への裨益目標とする。

【支援を実施すべき小規模事業者に関する目標】

①効率がよく、質の高い事業運営を実現し、自立・自走できる小規模事業者を育成する

経営分析から事業計画の策定・実施、販路開拓まで伴走型支援を徹底して行うことを通して、経営計画に基づく小規模事業者の効率がよく質の高い経営を実現し、その結果として、小規模事業者の売上・利益の増加を目指す。

②「ひたちなか」の地域資源を経営の武器として活用し、新たな事業活動に取り組む意欲ある小規模事業者の成長を支援する

当地区にある地域資源をブラッシュアップして、「ひたちなか」ブランド力の強化・向上を図ることで、自社の経営の武器として「ひたちなか」の地域資源を生かした新たな事業活動に取り組む意欲に溢れた小規模事業者の成長を支援し、地域経済全体の底上げを実現していく。

③小規模事業者の経営のIT化を促進・定着させ、事業の効率化と付加価値向上を図る

小規模事業者に対し、ITの導入と活用を進め、経営のIT化を促進・定着させることで、事業の効率化と付加価値向上を図る。

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

【地域への裨益に関する目標】

本計画の取り組みにより、小規模事業者が魅力ある事業者に成長し、地域経済の重要な担い手として、地域とともに持続的に成長・発展し、地域経済の活性化に貢献していくことを地域への裨益目標とするため、経営指導員は計画等に取り組む小規模事業者と、ひたちなか市とが相互補完を図りながら成長していくことを念頭に、これらの計画等の伴走支援に取り組む。

【支援を実施すべき小規模事業者に関する目標】

①効率がよく、質の高い事業運営を実現し、自立・自走できる小規模事業者を育成する

強固な事業継続・発展の意思を持っているが、経営理念や経営戦略等が未整理のため効率の上がない小規模事業者に対し、経営指導員等が経営分析、事業計画の策定等を通じて、小規模事業者の問題点を整理し、その道筋を示しながら各種事業の取り組みに寄り添う。自ら掲げた目標達成のため、効率よく事業に取り組み、具体的数値の結果を出すことを常に意識して取り組み、その目的から逸脱することがないように、各種支援を行っていく。今回の実施期間において当所は経営発達支援計画の初回であり、5年という実施期間を通じて今後も継続的で有益な支援ができるよう、計画の定着を意識して実施していく。小規模事業者には自らのペースで事業等の遂行においては効率性の向上を常に念頭に置き、最終的には各種事業が円滑に遂行できるように自ら考え、行動する自立・自走できる小規模事業者の育成を目指す。これらの事業に伴走する経営指導員等は組織一丸となって新しいアイデアや情報収集、自己研鑽に努め、内容の難解な取り組みに関しては専門家と連携し、助言等を得ながらその目的達成に努める。

②「ひたちなか」の地域資源を経営の武器として活用し、新たな事業活動に取り組む意欲ある小規模事業者の成長を支援する

当地区にある全国でも有名な農産物「ほしいも」や太平洋に面していることによる豊かな水産資源やいまや国際的な関心の高い「国営ひたちなか海浜公園」の壮大な景観など、当地区には様々な地域資源がある。このような「ひたちなか」の地域資源を経営の武器として活用し、新たな事業活動に取り組む意欲ある小規模事業者の事業計画を積極的に支援することで、域内外の需要獲得を図る。また、当所ではこれらの地域資源の対外へのPRやそれを生かした取り組みに注力しているところであるが、当所が中心となって魅力ある当市の地域資源ごとに結成されている各種委員会とも連携しながら、今後の新たな事業や新商品開発などの提案等を積極的に行い、「ひたちなか」ブランド力の強化・向上を通じて、地域経済全体の底上げを図る。

③小規模事業者の経営のIT化を促進・定着させ、事業の効率化と付加価値向上を図る

小規模事業者にとって、社内の業務効率化を図る上でITを活用した経営手法の導入は大変有益であると同時に、顧客や得意先等外部との関わりにおいても、ITの活用は経営上不可欠なツールである。特に、新型コロナウイルス感染症拡大などの影響により、従来の事業活動に変革を余儀なくされる中、その必要性は日増しに高まりを見せている。このようなITを活用した経営への取り組みに意欲的であるが、ITを不得手としている、又はその導入に対して二の足を踏んでいる小規模事業者に対し、経営指導員が伴走して、ITの具体的な活用が有効なシーンにおいて積極的活用を促し、その定着化を図ることで、小規模事業者の事業の効率化と付加価値経営の実現を支援する。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

地域内の中小企業景気動向について、日本商工会議所LOBO（早期景気観測）調査等については会議所会報を通じて会員事業所にのみ情報発信をしている。またビッグデータ等については各機関から提供はされているものの、特に当地区における情報の集約や内容の精査がされていなかった。このため従来行っている調査について、その内容を充実させ、ビッグデータの内容も含んだ調査を実施する必要がある。

(2) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
「RESAS」の統計調査分析※	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
地域独自の景気動向調査分析発表 (サンプル企業数)	年4回 (15)	年4回 (30)	年4回 (30)	年4回 (30)	年4回 (30)	年4回 (30)

※データ更新のタイミングで行う。

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用 ～「RESAS」地域経済分析システムの統計調査活用

当地域で事業を展開する小規模事業者の発展のため、経営指導員等により、「RESAS」地域経済分析システムを使って国によって発表されているデータから当地域の産業構造、人口動態等を分析し、そのデータをまとめ、年1回公表する。

【目的】

小規模事業者に全国的なデータの中から地域経済に関係する情報を提供する。また市をはじめとする当地域の関係者に対し、共通の課題認識の醸成を行い、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。

【活用システム】

「RESAS」地域経済分析システム

【調査内容】

「人口マップ」「まちづくりマップ」……人口の動きを分析
「地域経済循環マップ」……生産分析
「産業構造マップ」……地域における基幹産業の分析
「観光マップ」……目的地や宿泊等による分析

【分析手法】

経営指導員等による調査チームにより協議をしながら、調査レポートを作成する。

【アウトプット】

業種ごとの特徴（強み・弱み）が、表やグラフによって容易に理解できる。
フォーマットを工夫し、分析結果をレポートとして提供する。

【調査頻度】

当システムの当該データが発表されるタイミングで収集を行い、データを取りまとめ、分析を行って原則年1回公表する。

②管内小規模事業者を対象とした経営状況調査の実施・分析

現在実施している日本商工会議所L O B O (早期景気観測) 調査の調査票に独自項目を追加し、調査対象事業者の業種バランスを工夫しながら事業者数を増やし、管内の小規模事業者の景気動向の従来の調査を行いながら、独自の見解を加えた分析を行う。

【目的】

小規模事業者に対し地域経済の生の声を提供する。また、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】

従来の対象事業より業種ごとのバランスを取り、現在の調査対象を拡大し、全30事業者を抽出し、調査を依頼する。

【調査項目】

(a)売上 (b)採算(利益) (c)資金繰り (d)景況感 (e)従業員数の変化 (f)設備投資の有無
(g)経営上の問題点など

【調査頻度】

年4回実施

【調査方法】

経営指導員等が、バランスを考慮して選定した事業者に対し FAX等にて調査票を配布し回収する。

【分析手法】

上述した調査チームが外部専門家と連携しながら分析する。収集したデータを、小規模事業者にとって役に立つ情報として活用可能なものとする。

【アウトプット】

業種ごとの特徴(強み・弱み)が、表やグラフによって容易に理解できるようフォーマットを改善し、分析結果をレポートとして提供する。

(4) 成果の活用

I 情報収集・調査・分析した結果を当所ホームページに掲載し、管内事業者の事業運営の基礎資料として広く活用出来るようにする。

II 経営指導員による企業面談時の際の課題の掘り起こしや事業計画など各種計画策定時の基礎資料として有効活用を図る。

III 当所内で情報の共有が図れるよう電子データ化を行い、幅広い用途での2次利用を積極的に推進する。(現状認識の同一化)

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が自らの新商品・新役務を開発する場合、需要の動向を把握することは必須の事項であるにもかかわらず、その重要性を認識していない場合や漠然とした理解はあるが、具体的実行にあたって、調査の手法がわからず、具体的な調査に着手できていない場合が多いというのが現状である。また、その個社にとって必要なデータは様々なものがあり、一般的な調査結果では、その企業にマッチした情報を得難いという場合も少なくない。そのため、当事業では事業者の需要動向調査の重要性の理解を深めるとともに、その具体的実施に当たり、情報収集からその活用に向けて経営指導員が一貫して寄り添い、支援を実施していく

(2) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①調査対象事業者数	未実施	5社	5社	5社	5社	5社
②調査対象事業者数	未実施	5社	5社	5社	5社	5社

※事業計画策定支援している事業者のうち、調査が有効であると思われるもの。

(3) 事業内容

①個店の特性に即した需要動向調査

【目的】

経営分析、事業計画策定などの支援を行う中で、きっかけとなる個店独自の問題点やニーズを的確に把握するため、その個店に最適な内容の調査を行い、事業活動の源泉となるデータを収集・分析し、新商品、新役務の開発や事業計画策定等に有効に活用することを目的とする。

【サンプル数】

当該個店等の顧客、利用者（特に常連客）から1社あたり30人程度

【調査手段・手法】

経営指導員と小規模事業者が共同で作成したアンケート票を店舗等に設置し、来店時などに顧客に回答を依頼する。対象となる事業者の業態・特性を考慮し、有効な回答が得られるよう工夫を行う。紙媒体、電子媒体等の選択は事業者の負担の少ない方法を選択する。

例：飲食業等の場合

- ①顧客属性 ②来店理由 ③来店頻度 ④提供メニューの満足度
- ⑤希望・要望 ⑥自由意見 その内容は協議の上決定

【調査項目】

調査項目については個店等の特性を最大限に考慮し、意向を加味した上で、また顧客の回答が負担とならないよう8項目を上限に実施する。

【調査・分析結果の活用】

調査結果は、新商品・新役務の提供や事業計画測定等に具体的に生かせるよう経営指導員

が整理して事業者に、情報提供を行うとともに、また関連業種等に関して役に立てると経営指導員が判断したものについては名称等を伏せた上で当情報の利用も検討する。

②観光業界の with コロナに対応した再生のためのアンケート調査

【目的】

新たな観光名所として「国営ひたち海浜公園」を中心に注目をされつつある当地域であるが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響は世界的にその状況一変させた。特に被害の大きい観光業界においては感染症拡大防止を図りながらの新たな事業展開は必須である。当調査により新たな事業活動、提供メニュー構築のため、アンケート調査を行う。

【サンプル数】

宿泊関係事業所の顧客、利用者（特に常連客）から1社あたり30人程度

【調査手段・手法】

経営指導員が作成したアンケート票を市内宿泊施設に設置し利用者に対し施設利用時や来館時などに回答を依頼する。有効な回答が得られるよう、紙媒体、電子媒体等の選択は回答者の回答が負担の少ない方法を検討する。

【調査項目】

調査項目については、①顧客属性②宿泊目的（食、施設、団体、食事、宴会、ビジネス等）③コロナ禍であっても当地区で行ってみたいアクティビティ④土産物に関すること

【調査結果の活用】

調査結果は、新たな事業活動や提供メニューの構築等に活用できるよう経営指導員が小規模事業者に対し、整理して情報提供を行うとともに、調査で確認された問題点や課題等については、必要に応じて専門家を活用しながら解決まで徹底した支援を行う。また当地域の有益な情報として経営指導員が判断したものについては名称等を伏せたうえで関係団体にも情報提供を行うなど横展開での活用も検討する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

当所では、これまで経営に関する情報提供や簡単な企業業況に関するヒアリングを行うため、定期的な巡回訪問の実施と記帳指導や自計化の推進支援、資金調達に係る相談等を通して小規模事業者の財務内容をはじめ、経営課題等の把握に努めてきた。しかしながら、現状の定期巡回では、小規模事業者が自社の課題に関して明確な認識を持っている場合が少ない上、情報提供と簡易な業況の聞き取りのため、具体的な経営課題の抽出に至る件数は少ないのが現状であった。一方、資金調達相談や税務相談等による会計的な相談時において、問題の発覚した企業の業況及び財務内容について経営指導員による経営指導や、中小企業診断士、税理士等の専門家派遣事業も活用して、課題解決に努めているが、既に発生している問題そのものへの対処のため、明確な経営状況の分析なきまま課題解決を進めざるを得ないことも多い。

(2) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
分析件数	未実施	50件	75件	75件	100件	100件

※分析の件数は経営指導員あたり5名×20件 を目標とする。(令和6年度目標達成を目指し、段階的に実施する)

(3) 事業内容

本事業では、現在実施している定期的巡回時において、売上・仕入・在庫・採算・従業員・事業承継者・受注(引合)・業況・資金調達・経営上の課題等、ヒアリング項目のメニュー化を図り、個別の経営状況や経営課題の把握を行うとともに、経営体質の強化を目的とした経営分析を積極的に展開する。また、資金調達を必要としている事業者については、財務分析の徹底を図るほか、具体的な課題については、課題解決を図るべく経営指導員が四半期に1回、継続的に訪問しアドバイスするとともに、専門家の継続的派遣を実施し、効率的・効果的な支援を行う。なお、経営分析の結果は個別の事業計画策定などに活用する。

①「経営分析」の必要性・重要性を周知のための啓発活動ツールの作成

小規模事業者が自ら経営分析の必要性・重要性を理解し、自社の「強み」「弱み」や真の経営課題に気づくこと、更に自らの意思で自身の経営分析力の向上を促すため、経営指導員が巡回・窓口相談時及びセミナー等の機会など小規模事業者との接触のタイミングで「経営分析」の必要性を小規模事業者に広く啓発する必要がある。その際、有効なツールとして下記のようなチラシを用意する。

【配付対象者】

管内の全ての小規模事業者。事業計画の策定に取り組む意思を持つ事業者を発掘する。

【チラシの内容】

経営分析の目的、取り組むことによるメリット、分析報告書の例と活用方法

【特徴】

内容が一目で分かるように、イラストやグラフや写真を多用する。配布時に興味を抱いていただけるよう「自分でできる経営分析の気づき チェックリスト」を掲載。

②小規模事業者発展のための第1歩「経営分析」の実施支援

上述の①で経営分析による重要性、メリットなど内容を理解した小規模事業者に対し、巡回訪問や講習会開催時、通常相談業務、特に数値的な内容を含む税務、金融、労務相談時の管内小規模事業者との接触の機会を利用し、ヒアリングを通じて、経営指導員が個別に担当し、管内の個別の小規模事業者の現況を把握し、経営計画の策定、課題解決につながる「経営分析」を行う。

【対象者】

経営指導員が接触した小規模事業者のうち、自社の分析に積極的に取り組もうとする意思のあるもの。経営指導員が分析の必要性があると認められるもの。

【分析項目】

企業の基礎的な財務分析、経営方針の基礎資料となる以下項目について分析を行う。

<定量的分析>

[財務分析]売上高・経常利益・損益分岐点・粗利益率
(収益性、成長性、生産性、効率性、安全性)

<定性的分析>

[非財務分析] SWOT分析・・・強み・弱み・脅威・機会

【分析手法】

経営支援基盤システム「BIZミル」を使用し、担当となった経営指導員が当システムの分析機能を活用しながら、聞き取りを行い、実施する。また簡易な分析については中小機構の「経営計画つくるくん」や「ローカルベンチマークツール」の活用なども利用も併せて行う。

(4) 成果の活用

成果は当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定に活用する。業績が厳しい小規模事業者には困窮要因（弱みの真因）を、成長志向の高い小規模事業者には成長要因（強みの源泉）を明確にすることで、今後の経営の方向性を指標として活用する。また高度かつ専門的な分析が必要な場合は、専門家も活用しながら、事業計画策定を支援し経営者の打つべき戦略の成功度合いを高めていく。また分析結果を当所内のBIZのシステムに入力し、情報の共有を図り、経営指導員等のスキルアップを図り、今後の支援の基礎データとしても活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

当所における小規模事業者支援は、対症療法に偏ることが多くなっている。具体的には、直面する課題に対応するためのみの支援を行っている傾向にあり、小規模事業者のより経営に踏み込んだ、長期的な事業計画を基にしたの支援に繋がっていなかった。また、小規模事業者が事業計画を策定するのは、創業・経営革新・小規模事業者持続化等の補助金申請に伴う場合が大半であった。

(2) 支援に対する考え方

事業者にとっても、現状を把握した上で事業計画に基づいたPDCAのサイクルを回すことが非常に重要であるという認識のもと、一過性の支援に終始することなく、その事業者に寄り添った形で継続した支援を実施していく必要がある。

小規模事業者の自立・自走による事業計画策定を行うことが、事業の持続的発展に有効かつ重要であることの啓発を行い、自社の保有する知的資産（強み）の認識、地域経済動向調査や前項にて行った経営状況の分析、需要動向調査等の結果を踏まえた事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こし、事業計画策定支援として以下の事業を行う。

また、小規模事業者にとって、ITの利活用が経営上不可欠なツールとなっていることから、事業計画策定にあたっては、ITの促進と定着による事業効率化の視点を踏まえるものとする。

(3) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
事業計画策定セミナーの開催回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
参加人数	未実施	20社	20社	20社	20社	20社
上記セミナー個別相談参加者(3回/社)	未実施	5社 (15回)	5社 (15回)	10社 (30回)	10社 (30回)	10社 (30回)
事業計画策定件数※	未実施	25件	40件	40件	50件	50件
創業計画策定件数	5件	5件	5件	5件	5件	5件

※計画策定の件数は経営分析件数の50%を目標とする。(令和5年度目標達成を目指し、段階的に実施する。)

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催 ～事業計画策定企業の掘り起こし

事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを図るため、また経営分析を行った小規模事業者の次なるステップとして具体的な事業計画策定の入口として、事業計画のノウハウ・策定に関するセミナーと専門家を交えた個別相談会を年1回開催する。

具体的な事業計画策定を希望した事業者や前述の経営状況分析の結果、業績悪化や業績向上の可能性があるなど、事業計画の策定が必要と判断した事業者には、当所から事業計画の策定を提案し、計画策定に繋げる。

【参加対象者】

事業計画策定を目指す小規模事業者で、上記4の経営分析を行った小規模事業者の次なるステップとして具体的な事業計画策定予定者。個別相談会はセミナー参加が必要。

【募集方法】

市と連携し市報への掲載、当所会報やホームページを利用して行う。

【回数】

集団セミナー1回、個別相談会は1事業所ごと3回程度(各事業所が3回程度参加)

【主なカリキュラム】

1. 計画経営の重要性、基本的な策定方法
2. 自社分析の方法と分析ワーク
3. 戦略代替案の列挙と優先順位の設定
4. 計画策定後の活用、進捗管理と計画変更に関すること
5. 個別相談会(経営指導員に専門家を加え策定する事業計画の入口支援)

【個別相談】

セミナー受講者の継続参加が原則。また、担当経営指導員と専門家(セミナー講師)とが二人三脚で、下記②事業計画の策定支援につなげる。

【他計画との連続性】

当事業に参加した小規模事業者は3回を超える内容など下記の②の事業計画の策定支援やフォローアップにシームレスにつながるように計画の実施、進捗管理、再計画などフォローに繋げていく

②事業計画の策定支援

前項の経営の分析を行った小規模事業者に対して、次なるステップに繋げるための事業計画の具体的な策定支援を行う。

【支援対象】

経営状況の分析を行った小規模事業者の中から、その分析に基づいた次なる行動として事業計画策定の必要性を理解し、前向きな事業遂行の意思を有している者。また分析の結果から今後の事業活動において事業計画の策定の効果が期待できる小規模事業者。計画の具体的な着手に不安のある場合は①セミナー参加、個別相談を経由させ事業計画の完成を目指す。

【手段・手法】

地域経済動向調査、需要状況調査や経営状況分析の結果を踏まえつつ、「BIZミル」のフォーマットを活用し、経営指導員が内容の整理、助言等を行いながら、実現性の高い事業計画の策定を支援する。また、事業計画策定支援と合わせて、希望者等を対象に下記の目的に応じた事業計画の策定支援も行う。

○創業希望者向けの事業計画策定支援

当所では、近隣市町村と連携し創業セミナー（1回3時間30分）、創業スクール（9日間延べ48時間）を年1回開催し、毎回15名から20名の方が受講している。創業計画書を経営指導員及び中小企業診断士の指導のもと策定し、受講者のうち3～4割程度の方が創業へと至っている。今後も同事業を継続して開催して行くとともに、年間を通じて創業を希望する方へ、創業時における総合的なアドバイスを実施し、経営指導員及び中小企業診断士の指導のもと、創業計画書の策定を支援する。

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

当所における各種事業計画策定に関する支援事業において策定後の計画実行について事業者任せであるケースが多かった。その後のフォローにおいても、不定期での接触の機会に確認する程度のもので多く、事業計画の遂行確認には至っていなかった。

この事業では経営の分析から始まった小規模事業者の事業計画の実行確認、検証等を定期的に行い、その目標の達成に近づけていけるか確認することが課題である。

(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が対象であるが、個々の事業計画の内容、その進捗状況により集中的に行うものと、ある程度経過が順調で自律を促す観点から、頻度を減らし、項目を絞ったフォローをすべきグループとに分けたフォローアップを実施する。また計画当初と状況が大きく変わり、企業環境、商圈などの影響により進捗に大きな隔たりが生じている場合には、担当経営指導員との協議のうえで、また必要に応じて専門家の意見も聞きながら計画の見直しを行うことも視野に入れて対応していく。

(3) 目標

支援内容	現状	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
フォローアップ 対象事業者数	未実施	25件	40件	40件	50件	50件
頻度(延べ回数)	—	144件	220件	220件	280件	280件
売上増加事業者数	—	5社	8社	8社	10社	10社
利益率5%以上増加 事業者		5社	8社	8社	10社	10社

※売上増加・経常利益率5%以上増加事業者数はフォローアップ対象事業者数の約20%を目標とする。

創業者のフォローアップ						
支援内容	現状	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
フォローアップ 対象事業者数	—	5件	5件	5件	5件	5件
頻度(延べ回数)	—	60件	80件	90件	90件	90件
売上増加事業者数	—	3社	3社	3社	3社	3社
利益率5%以上増加 事業者	—	3社	3社	3社	3社	3社

※売上増加・経常利益率5%以上増加事業者数はフォローアップ対象事業者数の約60%増加を目標とする。

(4) 事業内容

原則として「5. 事業計画策定支援」において事業計画を策定したすべての事業者を対象に、担当経営指導員が面談を行うが、着手の内容に基づいて全体をおおむね同数で3つのグループに分け、A-毎月フォローすべき事業所(約25%) B-3か月ごとにフォローすべき事業所(約50%) C-年2回ごとにフォローすべき事業所(約25%)として実施する。

創業者については、上記内容とは別に実施し、開業後事業が軌道に乗るまでの間、資金面や販路開拓等での不安もあることから創業後1年は毎月1回程度訪問し手厚くサポートする。次年度では3か月に1回以上、3年目で半年に1回面談を目安とし、経営指導員による指導を継続する。

①事業計画策定後のフォローアップ

事業計画策定後、担当経営指導員が上記グループごとの区分で面談し、進捗状況の確認をするとともに、必要な助言・指導を行う。特に売上、利益の数値的な把握は必ず行う。また計画遂行にあたり、ずれが発生した場合、担当経営指導員がその内容を精査し、登録専門家の招聘を行い、課題解決に向けその対応を支援する。

②事業計画策定後の具体的施策利用のフォローアップ

事業計画策定後に、国、県、市、支援機関等が行う支援策等の利用を希望する事業者に対しては、それら掲載したパンフレットを案内し、支援等の内容が理解できるよう周知徹底するとともに、具体的な活用を支援する。また 専門家の派遣を行い課題解決に向けて支援する。

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

小規模事業者が新たに販路開拓を行う際に、広報戦略を策定してそれに基づいて行動し、今までとは違う新たな顧客の獲得に努める必要がある。しかし、事業者単独ではその重要性について認識が少なく、またその意思があってもその有効な進め方がわからないなど、事業計画を策定しても実現に至らない場合が多い。このため販路開拓の重要性について事業者の理解を深めるとともに、実現性の高い手法で、その方向性を示しつつ一貫した支援を行っていくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

新商品や新サービスを開発する際小規模事業者は経営理念の延長や事業者の意欲で取り組むことが多いが、効果的なPRを行い、新たな顧客獲得につなげていく場合の技術的な手法を持ち合わせていない場合が多い。そこで経営指導員が販路開拓の方向性を示しながら、以下の事業内容等によって販路拡大を支援し、顧客の拡大を図るものとする。

(3) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①商談会・出展等支援 対象事業者数	未実施	3社	3社	4社	4社	4社
※1各商談会 成約件数/社	-	1社	1社	2社	2社	2社
※2売上額/社		10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②ザ・ビジネスモール 出展支援対象事業者数	未実施	10社	10社	10社	10社	10社
※ザ・ビジネスモール 成約数	未実施	3社	3社	3社	3社	3社
③マスメディア プレスリリース支援 対象事業者数	未実施	5社	5社	5社	5社	5社
マスメディア プレスリリース 採択目標/社	未実施	3件	3件	3件	3件	3件

※1 商談型の出店の場合 ※2 販売型の出店の場合

(4) 事業内容

①各商談会等への出展（出店）支援（BtoB・BtoC）

事業計画策定を支援した小規模事業者の中でその計画目的達成の一助となる商談会（以下の商談会等を想定）を経営指導員が選定、参加を促し、出展（出店）の支援を行い、売上拡大、販路拡大（成約件数の増加）の達成を図る。

■想定される出店先・商談会等

I 茨城センス（県アンテナショップ）出店支援（BtoC）

厳選された茨城のいいもの、センスある名品が並ぶ有楽町にあるセレクトショップ。
来場者数は 15 万人（1 年間）。

【Ⅰの支援対象者】

経営分析を行い、事業計画を策定した小規模事業者で当計画遂行にあたって特に「ひたちなか」の地域資源を有効活用し、広域、特に都市部での販路での展開が有効と思われる小規模事業者。

Ⅱ 関東 5 県ビジネスマッチング商談会（B to B）

茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉県の間東 5 県が連携して開く東日本最大級の広域商談会
・平成 31 年度開催実績……会場：東京ビッグサイト
発注 143 社 受注 225 社（主催 5 県開発公社）

Ⅲ 日本政策金融公庫主催 「全国ビジネス商談会」（B to B）

・平成 31 年度開催実績……会場：パシフィコ横浜
961 社 大手企業 31 社出展

Ⅳ めぶき F G 主催 「ものづくり企業フォーラム 技術相談会」（製造業対象）（B to B）

・平成 31 年度開催実績……会場：つくば国際会議場（当県含め 300 社以上出展）

【Ⅱ～Ⅳの支援対象者】

経営分析を行い、事業計画を策定した小規模事業者で当計画遂行にあたって広域な商談が有効と思われる小規模事業者。

【支援の手段・手法】

出展(出店)に至る過程において事前の出店までの事務手続きなど細かな項目を含めて支援を行うとともに事後についても関係が持った企業や顧客等との継続的な繋がりを確実なものにし、商談成立や売上増等の目標を達成できるよう支援する。

【当事業における効果】

事業計画の遂行にあたって必要とされる販路開拓を伴走してきめ細やかな支援を行うことによって、商談の成立にからの受注増による売上、利益の増加を図る。

② I T 活用による販路開拓支援 「ザ・ビジネスモール」 出展支援（B to B）

全国の商工会議所・商工会が運営する商取引総合サイト「ザ・ビジネスモール」を利用した I T による販路開拓を支援する。ネット上に拠点を構築することで小規模事業者の情報発信力強化と付加価値を高め、B to B の販路拡大、商機拡大を支援し、当地区に限らない広範囲な販路拡大のきっかけとする。I T 関係の操作を苦手とする小規模事業者を経営指導員が初期登録から一連の作業を丁寧にサポートする。

【支援対象者】

経営分析を行い、経営計画を策定した小規模事業者で当計画遂行にあたってネット上での展開が有益と思われる小規模事業者。販売品目の性質上、ネット上での展開が必要と判断される I T を苦手とする小規模事業者。

【支援の手段・手法】

インターネットへ掲載内容の精査、具体的データ作成支援、アップロード、その後のサイト運営や継続に関する伴走的な支援をおこなう。

【事業の効果】

インターネット上に拠点を確保することによる、情報発信力強化と今までにない販路の拡大が期待できる。

③マスメディアを使ったプレスリリース支援（BtoB・BtoC）

小規模事業者は、新商品・新サービスを開発しても、その周知方法に関して、認識不足や効果的なチャンネルが少ないことから十分な周知活動を行うことができない場合が多い。そこで事業計画等の策定等で具体的な新商品や新サービスを開発した小規模事業者の計画遂行の完成度を高めるための手段として、茨城県の記者クラブなどのマスコミへ情報提供を行い、“街の話題”として広く周知させる。経営指導員が、新商品・新サービスの内容等を整理し、波及効果の高い広報素材を共同で作ることで効果的な広報を行い、小規模事業者の販路拡大に資するものとする。

【支援対象者】

経営分析を行い、経営計画を策定した小規模事業者で当計画遂行にあたって地方マスメディアを使っての展開が有効と思われる小規模事業者。

【支援の手段・手法】

公表データの作成支援（情報の精査等）、進め方に関し、継続的に支援をする。また、広報実施後の効果測定も併せて行い（掲載記事数、消費者からの反応等）、事業者にフィードバックするとともに今後の事業展開に活用する。

【事業の効果】

計画された事業が、“街の話題”として扱われることにより、その対象顧客へのPRだけでなく、他の事業者や、異業種など新たなコラボレーションを生む可能性が期待できる。

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

従来の各事業においては、「ひたちなか市産業活性化戦略会議」の中で実施における問題点と次年度以降の課題等の列挙を行い、評価及び検証を行っているが、小規模事業者の支援に関する内容においては詳細な評価を行ってこなかった。小規模事業者の発展のため、その評価を行い、今後につながる仕組みを構築する必要がある。

(2) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

○4半期に1回「中小企業相談所連絡会議」において事業の進捗状況について確認する。

○ひたちなか市経済環境部や法定経営指導員、外部有識者の市内金融機関等によるひたちなか市産業活性化戦力会議の中に経営発達支援計画の評価を含めて年1回開催し、事業の実施状況及び成果について報告し、評価を受け、上述の中小企業相談所連絡会議においての評価結果に基づく見直し案を策定する。その後当所正副会頭会議において、事業の成果及び評価を委員会の結果として報告し、見直し案について説明を行い、承認を受ける。

○事業の成果、評価、見直しの結果は当所ホームページにおいて公表し地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態にする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

職員の資質向上については、毎年実施される、茨城県内経営指導員等研修会をはじめとする各研修や各業務上の上位団体等が主催する、定期的かつ、新規の改正項目がある場合のスポット研修会に各業務担当が参加し、知識の習得と資質の向上を図ってきた。また実践的な経営指導を実施するに当たり、相談事業者から受けた課題解決のため、各支援機関からの助言提案等に付随して知識習得と資質向上を図ってきた。しかし、これらの方法では、職員間での共有化の具体的な仕組みが無かったため、知識が担当職員にしか蓄積されず、また、実践的な部分での知識習得では問題点の多い課題に偏った知識となり、全体的な視点に欠ける場合が多かった。

そこで、企業支援に携わる職員に限らず、全職員が広い範囲で知識の習得、資質の向上を図るため、以下の事業を実施し、その共有を図る必要がある。

(2) 事業内容

①関係支援機関等の開催する研修会への参加と支援ノウハウ等の共有化

毎年実施される、茨城県商工会議所連合会主催「経営指導員等研修会」や中小企業庁主催「小規模事業者支援人材育成支援事業個社支援型研修」等に対し企業支援の資質向上のため、経営支援にかかわる職員を積極的に参加させるとともに、参加した職員が講師となって所内で勉強会を開催することで、受講内容や研修の成果を、企業支援に係わる全職員に対し情報提供及び共有する。また日本政策金融公庫、茨城県信用保証協会、太田税務署などが開催する研修会に担当職員が参加し、当該業務の知識の習得を図るとともに法改正や新制度の情報など研修において習得した内容等について、受講内容を情報ごとにファイリングすることによって容易に必要な情報を取り出せるよう、全職員に対し共有を図る。さらに、当所が主催する中小企業、小規模事業者向けセミナーに対しても企業支援にかかわる職員に限定せず、全職員を対象として積極的な参加を促し、職員の企業支援の資質向上を図る。

②OJTや専門家随行による実践型スキルアップ

経験年数の浅い経営指導員等経営支援担当職員に関しては、経営指導を行う際にベテラン経営指導員等に同行または意見交換を行いながら、専門知識の習得と経営支援能力の向上を図る。経営分析や事業計画の策定等で、小規模事業者支援に当たりその専門家に依頼する場合、派遣する専門家による支援実施時に経営支援担当職員が同行し、実践を通して専門知識の習得と経営支援能力の向上を図る。

③WEBを使った研修の活用

現在「ひたちなか商工会議所WEBセミナー」を通して様々なジャンルのセミナーを配信している。本セミナーは、事業者の基礎知識の習得が主な目的であるが、小規模事業者の支援にあたる職員にとっても大いに役立つものであるため、職員が知識の習得に合わせ計画的に受講する。また日本商工会議所のオンラインで研修のできる「経営指導員等WEB研修」を全職員で受講し、基礎知識の底上げを図る。

④データの電子化による情報共有

本事業計画に従い支援を行った内容について、当所において日常の各種経営支援実施後に入力

している事業所管理システムや、「BIZミル」などで策定した事業計画などにおいて、データベース化することにより、その情報を他の経営指導員が確認できるようにし、その共有化を行い、小規模事業者の継続的、段階的支援に活用する。また、特に高度または特徴的な支援事例については電子ファイルにより、経営指導員間で共有し経営指導員全体のスキルアップを図るとともに、今後の支援方針を検討する材料とする。

10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

これまでの他支援機関との連携については、主に経営指導員が相談案件に応じて随時支援を求める形でノウハウ等の情報交換が行われていたが、定期的な情報交換などは他支援機関主催の会議等に関係担当者が出席するのみで十分な連携、情報交換ができない状態であった。

(2) 事業内容

下記会議の出席を通じてノウハウ等の情報交換習得の機会とする。また出席者を担当者に固定することなく、支援担当者が交代で出席し、広くノウハウ習得のチャンス拡大を図る。

①ひたちなか市連絡調整会議(年12回)

ひたちなか市との定期的な連絡調整会議であり、会議所と市との情報交換の基礎となっていることから、今後も定期的を開催し、小規模事業者支援の方向性を共有し、また課題解決策の検討等を行う

②日本政策金融公庫「マルケイ連絡協議会」(年1回)

日本政策金融公庫水戸支店管轄の「マルケイ」を中心とした関係商工団体の会議であり、他団体の支援状況や抱える課題・問題点など当所にとっても役立つ情報も多いことから、今後も定期的に参加し、担当職員の金融支援等のノウハウ向上を図る。

③茨城県信用保証協会「商工団体保証業務連絡会議」(年1回)

当県の信用保証協会と県内商工団体との連絡会議であり、直近の県内の金融情勢や他団体における支援状況など参考になる意見も多いことから、今後も定期的に参加し、担当職員の金融支援等のノウハウ向上を図る。

④茨城県よろず支援拠点「茨城県連携パートナー研修会」(年1回)

茨城県よろず支援拠点の連携パートナー研修会であり、様々な支援機関が集まっていることから支援機関同士の人脈形成が期待できる。また、「このような時どこに相談するのか?」という支援業務や・連携を行う上で最も重要知識・ノウハウを習得できる場であることから、今後も定期的に参加し、経営支援のノウハウ向上を図る。

上記諸会議の出席により各機関が把握している地域経済動向や業種ごとの需要動向などの情報交換を行い、小規模事業者の支援に活用してゆく。

11. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

①中心市街地の低迷

中心市街地の低迷は当地区においても例外でなく、その活性化が必要である。少子高齢化による廃業や大型店進出による商圈の移動など様々な複合的な要因がある

②地域特産品を生かした活性化

当市には肥沃な大地からとれるさつまいもを使用した「ほしいも」や、太平洋岸に面した地形を生かし発展した水産加工品の蒸しダコなど、地域資源の豊かな地域でもある。それらを最大限活用すべく、それらを生かした活性化策が求められている

③国際観光都市への対応

当市には現在、国際的にも注目を浴びている「国営ひたち海浜公園」により、そのインバウンド(訪日外国人)が増加傾向にある。この大きなビジネスチャンスを当市の経済活性化につなげることは当地区の小規模事業者にとって大きな課題であったが、新型コロナウイルス感染症拡大により新たな生活様式に基づく事業の企画立案が重要である。

このような地域の課題に対し、ひたちなか市や関係諸団体と連携を図りながら以下の事業を実施している。

(2) 事業内容

①中心商店街活性化に関する取り組み

当所が中心となり、以下の取り組みを定期的実施することにより、地域の関係者間で、今後の中心市街地活性化や地域のにぎわい創出のための具体的な方策等について協議を重ねていく。

○勝田TAMARIBA横丁

当所が中心となって地域活性化のために平成27年4月に設立したひたちなかまちづくり(株)が商店街活性化イベント「勝田TAMARIBA横丁」を開催。当市の勝田駅前商店街のにぎわいの創出を図り、この他商店街イベント事業として「おもてまち七夕まつり」「ひたちなかドリンクラリー」など市・諸団体と連携して開催されている。

○那珂湊地区 ドーナイト・マーケット

当所内部団体ひたちなか小売商業経営研究会の有志が実行委員会を立ち上げ、毎月実行委員会開催している。旧那珂湊地区地域活性化のため毎月第3土曜日に実施されるイベント。

○駅前イルミネーション事業

当所が中心となって各駅近隣の商店街、事業者等にて構成される組織により企画・運営され、開催に関し、2回ほど実行委員会開催されている。年末から年始にかけて事業者市内にあるすべての駅(JR勝田駅・佐和駅、ひたちなか海浜鉄道湊線那珂湊駅)において実施される駅前のイルミネーション事業。冬のまちなぎわいの創出に寄与している。

○中心商店街の空き店舗対策及び創業支援 チャレンジショップ事業

当所、商店街、市、専門家等によって構成されるチャレンジショップ委員会により実施され中心商店街の空き店舗対策及び創業支援として、「チャレンジショップ事業」を実施。商店街における空き店舗の斡旋及び専門家による2月に1回の定期的な経営指導を実施している。

○コミュニティ交流サロン事業

当所、商店街、市、専門家によって構成される委員会によってコミュニティ交流サロン「まちかど交流館ふらっと」「まちの駅チーム3710屋(みなとや)」の運営を行い、毎月1回の実行委員会を開催している。中心商店街のにぎわいづくりとコミュニティ創出を図っている。

②特産品の活用による活性化

当所が中心となり、以下の取り組みを定期的実施することにより、地域の関係者間で、今

後の地域の特産品を活用した地域おこし、まちおこしに向けた具体的な取り組み等について協議を重ねていく。

○「ほしいも魅力発信プロジェクト」

～地場産品「ほしいも」を利用したまちおこし。
当地での地場産品「ほしいも」をモチーフにした事業。当所や地域の生産者、学識経験者によって設立された「ほしいも学校」の活動や関連スイーツの開発、ほしいも神社の建立の他、インバウンド客への対応などを行い、「ほしいも」を当地域の資源としてブランド化し、集客の拡大と観光消費に貢献している。令和2年2月13日に「ほしいも魅力発信プロジェクト」による独創的な地域活性化に取り組んだ功績「全国商工会議所きらり輝き観光振興大賞」を受賞している。



黄金の鳥居のほしいも神社

○地域おこし事業(名産品発掘事業)

豊富でおいしい地域の食材を使用した新たな名産品を地元事業者と連携し企画開発するとともに販路開拓に向け積極的な宣伝活動等を行う。

※開発商品の例 「勝っ！サンド」(カツ)「みなとのたこめし」(タコ)「ほっし〜も」(ほしいも)「イチゴダッペ」(地元産いちご)「ちちんぷりんぷりん」(地元産の養鶏卵)「幸福の黄色いスタミナ」(地元食材使用)

○魚食普及事業 加工高日本一のタコ等、水産加工品の活用

当所の要望活動により平成28年3月に魚食普及推進条例が制定された。それらの普及促進のため、当地域の水産加工業者、飲食店、宿泊業者が中心となって組織された「タコ日本一 魚の美味しいまちひたちなか推進協議会」が年4回ほど会議を行い、水産物の消費拡大を通じた、観光推進や地域活性化を図っている。特に当市はタコ加工品の生産が日本一であることから、そのPRとして、市主催の魚食普及のセミナーや、魚食推進のための講演会及び「タコ焼きフェス」を開催している。秋の祭り「みなと産業祭」においては「世界タコ焼きグランプリ」(世界各国の創作タコ焼きで競い合う)を開催するなど、積極的な事業を推進している。

③インバウンドに向けた取り組み

当市においては増加するインバウンドへの対応が急務であり、平成30年12月当所の観光関係部会の主導により地域観光関連事業者、交通関係事業者(鉄道、港湾関連企業)ひたちなか市等26名で構成される「ひたちなか市インバウンド推進協議会」を立ち上げ、その対応に当たっている。

主な事業としてインターンシップ交流の推進・クルーズ船の常陸那珂港寄港への対応・インバウンド受け入れ環境の整備などがある。

④海外展開企業の支援

当所の取り組みとして、北米販路開拓に向け米国ロサンゼルス、現地コンサルタントを通じながら販路開拓支援や展示会・商談会の周知、出展への支援を行っている。また、ASEAN等への進出の足掛かりとして、平成30年8月に経済成長が著しいフィリピンのダバオ市にあるミンダナオ日本人商工会議所と令和元年11月にはダバオ市商工会議所と友好協定を締結し海外展開を目指す企業に対し支援を行っている。

(別表2)

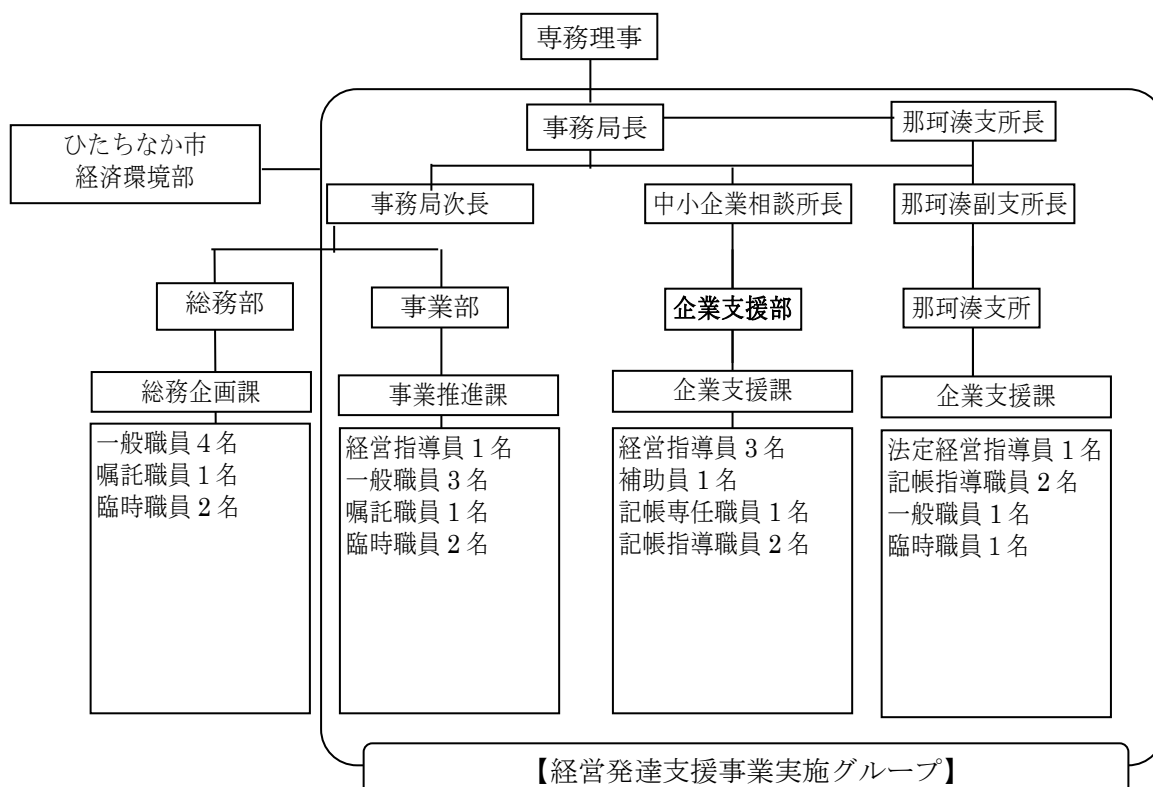
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和4年4月現在)

(1) 実施体制

経営発達支援計画の事業を遂行するため、ひたちなか市経済環境部と連携を図りながら経営指導員を中心に補助員、記帳専任職員、記帳指導職員、一般職員等が連携し小規模事業者の支援を実施する。



法定経営指導員1名を含む5名の経営指導員を中心に、ひたちなか商工会議所「経営発達支援事業実施グループ」において経営発達支援事業の実施にあたっては、企業支援部を主体とした実施体制をとり、そのうち法定経営指導員を含む経営指導員5名を事業遂行の中心的な位置づけとし、ひたちなか市経済環境部と共同体制をとり取り組んでいく。経営指導員以外の補助員等においても、当該事業の実施体制の一員であることを常に意識して事業の推進に努める。また、地域経済の活性化に資する取組など、経営発達支援計画における経営発達支援事業以外の事業については、総務部も含めた全職員により取り組んでいく

(2) 法定経営指導員の関わり

① 法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：大槻 智 那珂湊支所企業支援課

■連絡先：ひたちなか商工会議所那珂湊支所 TEL：029-263-7811

② 経営発達支援事業の実施、実施に係る助言、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等を行う。

(3) 連絡先

○ひたちなか商工会議所 企業支援部 企業支援課

〒312-8716 茨城県ひたちなか市勝田中央14番8号

TEL：029-273-1371 FAX：029-275-2666

e-mail：info@hcci.jp

○ひたちなか商工会議所 那珂湊支所 企業支援課

〒311-1244 茨城県ひたちなか市南神敷台17-6

TEL：029-263-7811 FAX：029-263-6859

e-mail：minato@hcci.jp

○ひたちなか市 経済環境部 商工振興課

〒312-8501 茨城県ひたちなか市東石川2丁目10番1号

TEL：029-273-0111 FAX：029-276-3072

e-mail：shokou@city.hitachinaka.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)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	31,270	31,270	31,270	31,270	31,270
講習会開催費	620	620	620	620	620
金融相談費	1,620	1,620	1,620	1,620	1,620
経営革新事業費	550	550	550	550	550
経営安定特別相談事業費	440	440	440	440	440
経営力アップ事業費	4,550	4,550	4,550	4,550	4,550
専門家派遣事業費	2,890	2,890	2,890	2,890	2,890
調査研究事業費	40	40	40	40	40
(地域経済活性化関する部分)	2,440	2,440	2,440	2,440	2,440
まちづくり事業費	1,920	1,920	1,920	1,920	1,920
モノづくり事業費	3,910	3,910	3,910	3,910	3,910
地域おこし事業	5,420	5,420	5,420	5,420	5,420
駅前イルミネーション事業費	1,270	1,270	1,270	1,270	1,270
チャレンジショップ事業費	4,750	4,750	4,750	4,750	4,750
コミュニティ交流サロン事業費	850	850	850	850	850
魚食普及事業費					

(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、市からの補助金・委託費及び商工会議所会費収入、事業参加費をもって。必要な資金に充てる。

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
連携者及びその役割
連携体制図等