

経営発達支援計画の概要

実施者名	笠間市商工会（法人番号3050005002521） 笠間市（地方公共団体コード 082163）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目 標	経営発達支援事業の目標 ①観光と連携した産業振興 ②創業・事業承継支援 ③最低賃金引き上げや物価高への対応力強化
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) ・独自の地域経済動向調査の実施 4. 需要動向調査に関すること ・一般消費者対象の試食・試飲、アンケート調査の実施 ・展示商談会等を活用したバイヤー向けの試食、アンケートの実施 5. 経営状況の分析に関すること ・経営分析を行う事業者の掘り起こし（経営分析セミナーの開催） 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 ・事業計画策定個別相談会の開催 ・創業者・事業承継セミナーの開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・事業計画策定事業者の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 ・物産展・イベント等出展支援（BtoC） ・展示・商談会出展支援（BtoB） ・知的財産の保護・活用
連絡先	笠間市商工会（本所） 〒309-1611 茨城県笠間市笠間 1464-3 TEL. 0296-72-0844 FAX. 0296-72-5495 E-mail:kasama-s@isis.ocn.ne.jp 笠間市商工会(友部事務所) 〒309-1705 茨城県笠間市東平 2-3-3 TEL. 0296-77-0532 FAX. 0296-77-0621 E-mail:tomobe-s@minos.ocn.ne.jp 笠間市商工会(岩間事務所) 〒319-0294 茨城県笠間市下郷 5140(市民センターいわま内) TEL. 0299-45-5711 FAX. 0299-45-2986 E-mail:iwamas@triton.ocn.ne.jp 笠間市商工課 〒309-1792 茨城県笠間市中央 3-2-1 TEL. 0296-77-1101 FAX:0296-77-1146 E-mail: shoko@city.kasama.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 笠間市の現状

【位置・地勢】

笠間市は、都心まで約 100 km、茨城県のほぼ中央に位置し、東西約 19 km、南北約 20 km、総面積 240.40 km²の面積を有しており、北部は城里町、栃木県茂木町、西部は桜川市、東部は水戸市、茨城町、南部は石岡市、小美玉市に隣接している。

地勢は、市の北西部は八溝山系から連なる山々、南西部は愛宕山を中心とする丘陵地帯など緑豊かな自然環境を有しており、南東部にかけて広がる、概ね平坦な台地に市街地や農業地域が形成されている。

また、本地域の中央を涸沼川が北西部から東部にかけて貫流し、肥沃な田畑が形成されている。気候は、夏は気温も湿度も高く、冬は乾燥した晴天の日が多い、太平洋型の気候となっている。



【道路・交通】

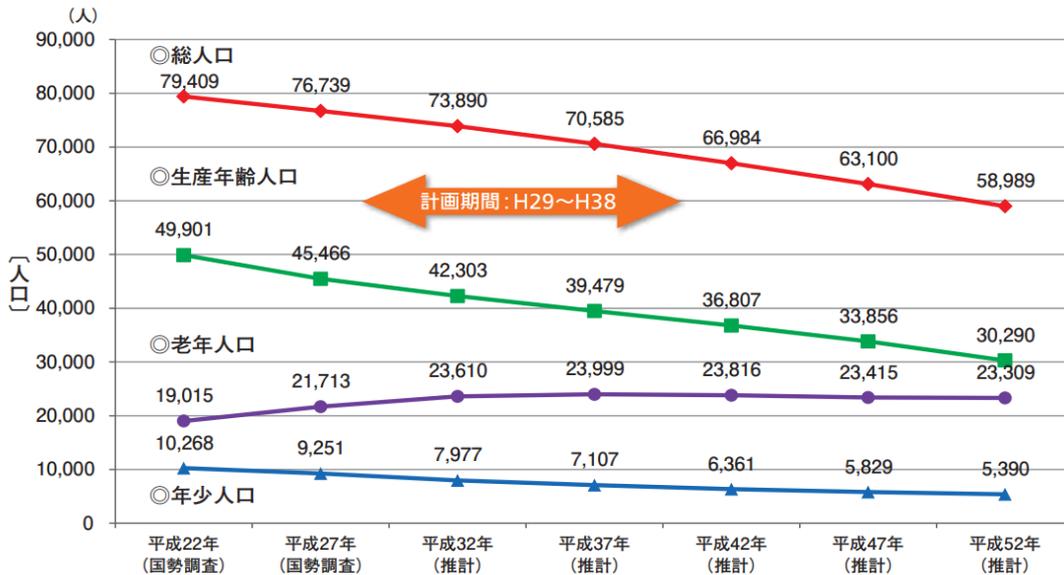
東西方向に北関東自動車道、南北方向に常磐自動車道が通り、市内には、スマートインターチェンジを含めて、4つのインターチェンジが存在している。また、東京圏と本市を結ぶ JR 常磐線と、栃木方面を結ぶ JR 水戸線が走っており、市内に6つの駅を有するなど、広域的な交流、連携が可能となる広域交通ネットワークが形成されている。



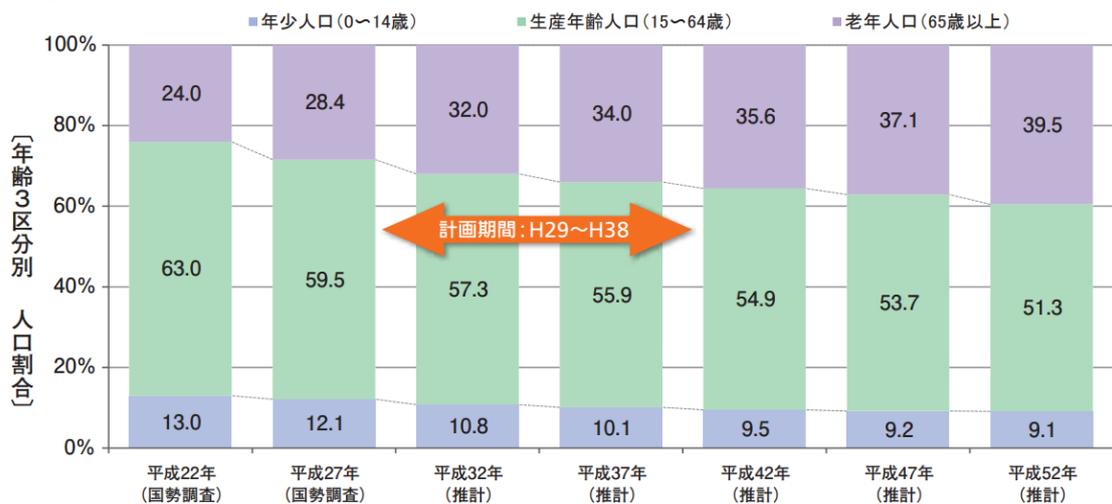
【人口の推移】

国立社会保障・人口問題研究所の推計結果によると、笠間市の人口は、一貫して減少することが予測されており、令和12年には、66,984人になると予測されている（令和7年1月1日現在では70,682人）。また、年齢3層区分別で見ると、年少人口は減少傾向となっており、令和12年には6,361人、総人口に占める割合は9.5%となっている。また、生産年齢人口も同様に減少傾向となっており、令和12年には、36,807人、総人口に占める割合は54.9%となっている。さらに、老年人口については、増加傾向となっており、令和12年には23,816人、総人口に占める割合は35.6%と予想されている。人口減少、少子高齢化、人口構造の変化は、様々な分野において影響を及ぼすと考えられる。

○人口推移と将来予測（人口総数及び年齢3区分別人口数）



○人口推移と将来予測（年齢3区分別人口割合）

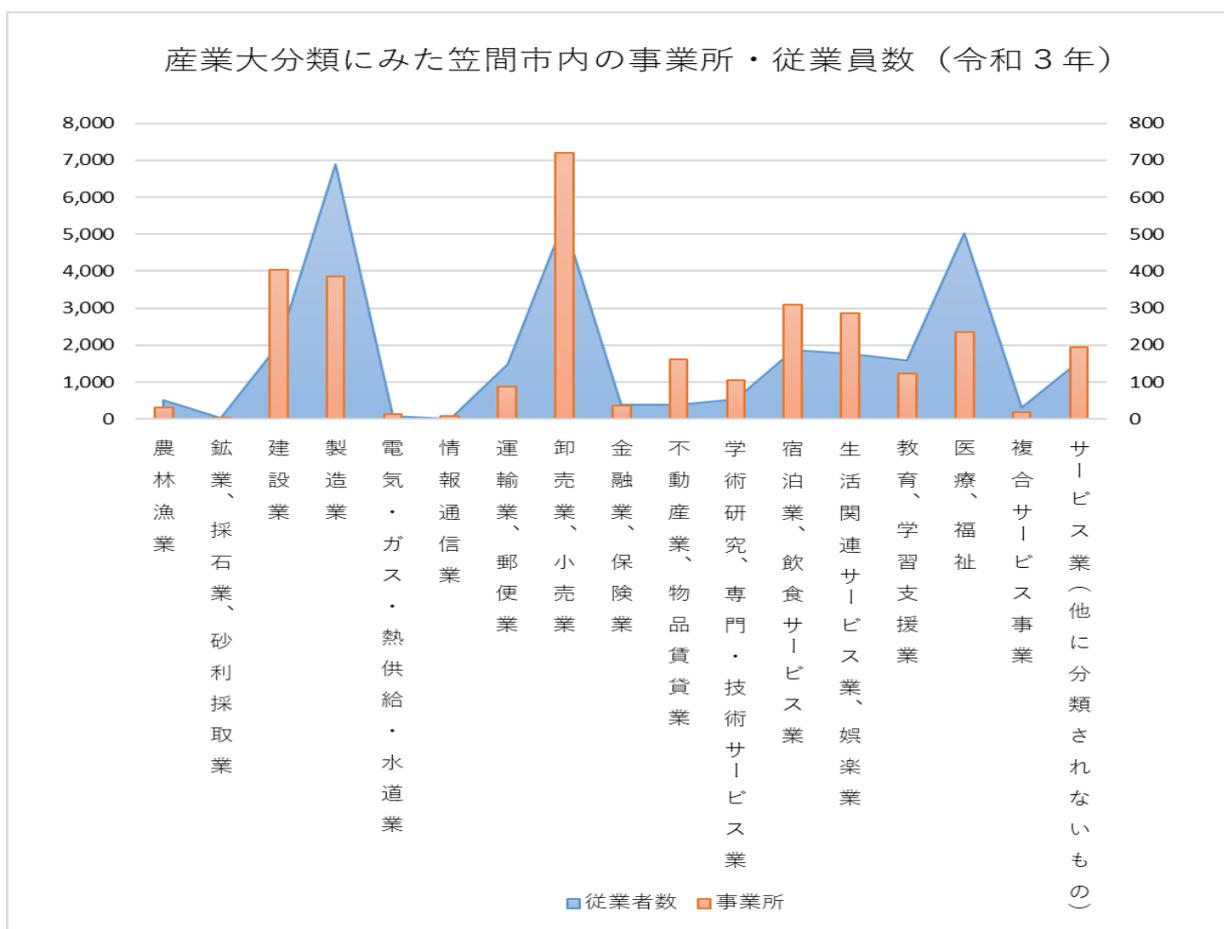


(国立人口・社会問題研究所 平成25年3月推計)

【市内事業所の構成比】

経済センサスの産業大分類別事業所構成比によると、令和3年における市内の事業所は 3,132 所（内商工業者数 2,772 所）あり、業種構成では卸売業、小売業が 23.0%ともっとも多く、次いで建設業 13.0%、製造業 12.4%の順に多い。これは、笠間稲荷門前通り商店街やギャラリーロードなど、笠間稲荷神社を始めとする観光資源に恵まれており、お土産屋を代表する観光関連業者が多いことに起因する。

従業員数は製造業で最も多く、これは工業団地において比較的大規模な製造業者が存在することに起因すると考えられる。



笠間市の小規模事業者数は、商工業者全体の81%を占めており、経済センサスの統計調査を比較すると平成28年から令和3年にかけて1割近く減少している。人口減少や少子高齢化問題、後継者不足による廃業など市場規模は減少傾向にある。

<小規模事業者数の推移 経済センサスより>

	平成28年	令和3年
管内商工業者数	3,030	2,772
管内小規模事業者数	2,485	2,248

【観光資源】※笠間市観光に関するガイドブック等から引用

<笠間稲荷神社>

京都の伏見稲荷、愛知の豊川稲荷と並んで日本三大稲荷の一つに数えられる神社。その歴史は古く、創建は651年。毎年全国から多くの参拝客が訪れ、初詣も茨城県随一の人出となる。

ご祭神は宇迦之御魂神で、五穀豊穰、商売繁盛、金運にご利益があるとされている。



<道の駅かさま>

観光客をお出迎えし、市内のさまざまな場所やもの・コトへつながっていく笠間の入り口、“ゲートウェイ”となる道の駅かさま。笠間の栗専門のCafe&Shopや、新鮮な農作物やお土産品が揃う直売所、地元食材を使用したお料理が楽しめるフードコートなど充実している。



<笠間焼>

関東で最も歴史の古い焼き物の産地、笠間。代表的な形やデザインはなく、伝統にとらわれず、自由な作風や多様性が尊重されることから、その自由さを求めて陶芸家が集まり、現在では約300名の作家が市内で活動している。



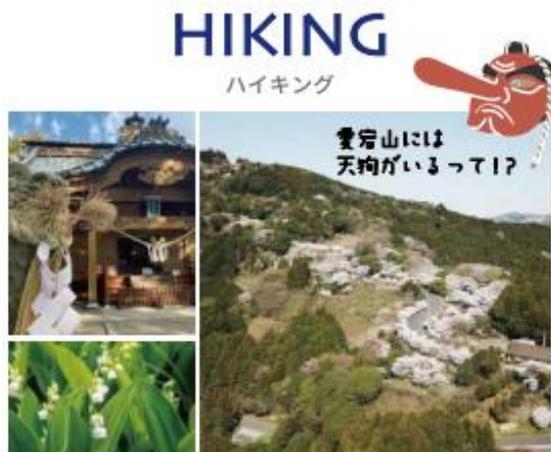
<笠間の栗>

栗の栽培面積・栽培経営体数が全国1位の笠間市。気候と土壌の条件が揃っている笠間の栗は、甘みがあって薫りも高いため、全国の名菓子店でも多く使用されている。また栽培品種も十数種類と多く、品種によって甘みや色が違うのが特徴。



<ハイキング>

市内岩間地区には愛宕山から難台山までのハイキングコースがあり、奇岩怪石やスズランの群生地がある。また春には、中腹から山頂にかけて見事な桜が咲き誇る。愛宕山には昔、天狗が住んでいたという伝説があり山頂には愛宕神社や十三天狗の祠がある。ロングコースは片道約7時間かかるが、途中で降りることも可能。自分に合ったコースで個性のある山々を楽しめる。



②笠間市の課題

○観光と地域経済の連動

管内地域では、観光客数は回復傾向にあるものの、日帰り利用が中心で滞在時間が短く、宿泊や体験型消費に結びつかないため、観光消費単価が低迷している。また、観光需要は特定の季節やイベントに偏在し、閑散期には集客が困難で、事業者の収益が不安定となっている。

○創業を通じた事業の新たな担い手の確保

管内地域では、人口減少と高齢化により事業の担い手不足が深刻化している。既存事業の廃業が増加する中、新規創業者の確保が地域経済維持の鍵となっている。

○経営者の高齢化による事業承継ニーズの増加

管内事業所の小規模事業者は経営者の高齢化が進み、後継者不在による廃業リスクが高まっている。事業承継支援の需要は年々増加しており、後継者となる人材の確保が必要である。

○最低賃金の引上げや物価高への対応力強化

最低賃金の引上げや原材料費の高騰により、管内事業所の事業者は収益圧迫に直面している。価格転嫁や生産性向上の取り組みが急務である。

○市場環境の変化（SNSでの広報、キャッシュレス決済、AI技術の普及等）

市場環境は急速に変化しており、SNSを活用した情報発信やキャッシュレス決済、AI技術の普及が進んでいる。しかし、管内事業所の小規模事業者は対応が遅れており、デジタル活用力の強化が喫緊の課題である。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①観光と連携した産業振興

<10年後における地域のあるべき姿>

観光における市のゲートウェイである道の駅かさまや笠間芸術の森公園内に新たに整備されたムラサキパークかさま（笠間芸術の森公園スケートパーク）、公民連携により生まれ変わった新たな観光拠点が確立し、宿泊・飲食・体験・物販が回遊導線で結ばれ、観光消費単価が向上する姿である。平日・閑散期にも地元の資源を生かした着地型ツアーと需要の高い時期は最適な価格設定にすることで需給最適化を図る。

<理 由>

笠間市への来訪者数はコロナ前の水準まで回復しているが、「滞在型消費（宿泊×飲食×体験）」に結びつきにくく、「観光消費」が伸び悩んでおり、短時間滞在と季節偏在を是正することが必須である。地場産業と関連する各種商品・サービスの提案により粗利を高め、観光の裾野を地域小規模事業者にも広く波及させるためである。

②創業・事業承継支援

<10年後における地域のあるべき姿>

後継者候補育成と第三者承継の円滑な承継支援の実施体制が整備され、支援事業者20件の事業承継計画策定を完了する姿である。また、創業予定者には伴走支援を創業時から行い、創業計画策定を40件実現する姿である。笠間市でも小規模事業者を取り巻く環境は代表者の高齢化や後継者不足が進み厳しいものになることが予想される。小規模事業者が維持、発展していくには事業環境変化への対応、デジタル化の推進、創業を含む円滑な事業承継を図り、次世代へ引き継いでいく必要がある。

当商工会も、小規模事業者の持続的発展を支援する機関として、これら地域の課題解決に対応していく。

<理 由>

廃業抑制は地域供給網と雇用の防波堤である。早期の事業承継計画や専門機関との連携が不可欠であり、承継後の経営改善まで切れ目なく支援する必要がある。また、地域産業の若手・新規参入が少なく創業希望者や若年層の地域定着を促すための受け皿が必要である。

③最低賃金引き上げや物価高への対応力強化

<10年後における地域のあるべき姿>

持続可能な地域経済の構築に向け、企業の成長、賃上げ、消費拡大という好循環を生み出す主役として貢献している姿である。原材料価格等の高騰などが事業活動に大きな影響を及ぼすなか、企業が賃上げを持続的に行うことができるよう、当商工会は、人件費を含む適切な価格転嫁を進める取り組みとともに、生産性向上に向けた取り組みを支援する。

<理 由>

今後、持続的に最低賃金の引上げや原材料費の高騰が進行していくなかで、企業が採算性を維持していくためには、単なるコスト削減ではなく、賃金等のコストの上昇とあわせた適切な価格転嫁や、賃金増加の原資となる付加価値を持続的に増加させ、生産性を向上させることが重要と

なる。また、賃金水準の向上は従業員の仕事への意欲向上や優秀な人材を確保しやすくなるといった効果もある。

(3) 経営発達支援事業の目標

①観光と連携した産業振興

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：観光入込客数 10%増（年間2%増）

R8 目標 4,000,000 人/年（笠間市第二次総合計画）

地場産品イベントの来場者数 63,500 人（年間 12,700 人増）

R8 目標 1,680,000 人/年（笠間市第二次総合計画）

KPI：観光関連商品及びサービス造成数 15 件（年間 3 件）

設定した理由：観光客数は地域経済の直接的な指標である。サービスの高付加価値化造成数（多言語・決済・流通）を定量化し、ボトルネックの特定と迅速な改善 PDCA を可能にするためである。

②創業・事業承継支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

<創業>

KGI：創業計画策定数 20 件、開業後 2 年で売上 20%増

KPI：創業計画策定数 20 社、トライアル出店 10 件、創業融資 10 件、EC サイト整備 5 件

設定した理由：策定件数と事後業績は実効性の最終指標である。相談→事業計画策定→金融同意→育成の KPI は創業プロセスのプロジェクト行程を可視化し、停滞段階の特定と資源集中を可能にするためである。

<事業承継>

KGI：承継完了 11 件、承継後 2 年で売上 20%増

KPI：承継診断実施 11 社、事業承継計画策定 11 社、マッチング成立 2 件、金融同意取得 2 件

設定した理由：完了件数と事後業績は実効性の最終指標である。診断→事業計画策定→マッチング→金融同意は承継プロセスのプロジェクト行程を可視化し、停滞段階の特定と資源集中を可能にするためである。

③最低賃金引き上げや物価高への対応力強化

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：労働生産性 10 ポイント向上、賃上げ率 7.5%

市内総生産 20%増加 R3 2,633 億円 R4 2,739 億円（茨城県 HP 市長村別総生産）

KPI：経営リテラシー習得セミナー 10 回、事業計画策定件数 150 件、総売上高に占める新市場売上高 10%

製造品出荷額 12.5%増加 R2 1,715 億 R8 1,978 億（笠間市総合計画）

設定した理由：生産性・離職は、賃上げ等の対応力向上を評価するうえで最も重要なポイントとなる。生産性を向上させるためには、デジタル活用力の強化など経営リテラシー向上・生産性を向上させるための企業の取り組みを認定および承認する制度・新市場売上（新チャンネル・新製品・新地域）増加の取り組みが、KGI に紐づく指標として効果的である。

※労働生産性 10 ポイント設定根拠（経営革新計画指標より）

※賃上げ率 7.5%設定根拠（経営革新計画指標より）

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8年4月1日 ~ 令和13年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

①観光と連携した産業振興

達成方針1：回遊導線の設計

笠間市商工課と連携し、駅・宿・体験・飲食・物販などエリアに応じた拠点・店舗を結ぶ回遊マップを整備し移動を促す。また、宿泊客や体験コンテンツ利用客へ飲食・物販店で利用可能なクーポン券を発行し、飲食店利用・物販購入へ誘導する。

設定した理由：点在資源を線で結ぶことで滞在時間と支出を拡大できるためである。導線設計は機会損失を減らし複数拠点の売上に波及する。低コストで実装でき、データが次の改善につながるため投資対効果が高い。

達成方針2：通年型体験コンテンツの造成

体験コンテンツ（ロクロ体験、和菓子・洋菓子店での栗のお菓子作り体験、ハイキング等）3本造成する。価格帯を階層化し、予約枠と人員を平準化する。体験コンテンツ利用客限定のサービス（限定商品、写真投稿特典等）を設けて、高付加価値化を図る。

設定した理由：季節偏重は稼働の波と収益の不安定を生むためである。通年商品により人員と設備の稼働を均し、単価と回遊を同時に高められる。体験は物販連動の起点となり、地域全体の収益最大化に寄与する。

達成方針3：受入環境のDX（多言語・予約・決済）

多言語WEBを整備し、キャッシュレス対応事業者を30%へ引き上げ、即時予約・在庫連携のAPIを構築する。レビュー返信と顧客情報の管理を週次で運用する。

設定した理由：言語・予約・決済の摩擦は来訪と購入の阻害要因であるためである。検索～予約～支払いの直線化でCVRと消費単価が上がる。データ連携により運営負荷が下がり、品質均一化と再訪促進が実現する。

②創業・事業承継支援

達成方針1：相談と創業計画策定

創業予定者の事業者に対し経営に必要な知識等を提供する伴走支援を行い、関係者・金融機関の合意形成する場を設定する。課題別に経営・税務等の専門家派遣の支援も行う。

設定した理由：地域産業の若手・新規参入が少なく創業希望者や若年層の地域定着を促すための受け皿が必要であり、創業計画策定により金融支援も得やすくなる。

達成方針2：早期診断と事業承継計画策定

60歳以上の経営者に承継診断を実施し、資産・知財・人材の棚卸しを行う。5年計画テンプレートを提供し、関係者・金融機関の合意形成する場を設定する。課題別に税務・法務の専門家の相談窓口を設置する。

設定した理由：可視化がなければ承継は停滞するためである。事業承継計画策定により関係者の期待が整合し、金融支援も得やすくなる。早期着手は選択肢を広げ、税務リスク低減や価値向上につながるため効果が高い。

達成方針 3：創業・承継後 2 年間の伴走支援

創業及び承継後 24 か月の売上・粗利を月次モニタリングし、商品改良と販路開拓を伴走する。事業計画策定支援を行い、管理会計の導入を提案する。

設定した理由：創業及び承継はゴールでなくスタートである。初期の試行錯誤期に伴走することで赤字転落や離脱を防げる。数値管理により早期の軌道修正が可能になり、売上成長へ接続し地域雇用維持にも貢献する。

③最低賃金引き上げや物価高への対応力強化

達成方針 1：経営リテラシー習得セミナーの実施

経営分析・経営戦略・会計・知的財産・DX等の知識や能力を習得する機会を提供する。あわせて、異業種・広域ネットワークで他の経営者と交流する場とし、経営者の成長意欲の向上を支援する。

設定した理由：過去の延長で日々の経営を続けていく従来型のビジネスモデルでは立ち行かなくなる可能性が高い。小規模事業者の成長・発展と課題解決両方の実現のため、その前提となるのが経営者の「経営力」の向上である。

達成方針 2：事業計画の作成等を通じた新市場開拓など新たな取り組みの支援

新市場開拓、新製品・新サービス開発など新たな収益源獲得を重視した事業計画作成を支援する。事業計画は、小規模事業者が他社にも一般的でない新事業活動に取り組み、経営の相当程度の向上を図ることを目的に策定する中期的な事業計画書であり、この作成を視野に入れた計画作成支援にあたる。また実行段階では各種展示会・商談会の出展支援やインターネットを活用した販路開拓支援などを行っていく。

設定した理由：生産性向上に向けた企業の取組内容としては、「営業力・販売力の強化」「商品・サービスの高付加価値化」などの業績を直接的に伸ばす取り組みが多く企業で行われている。こうした取り組みの経営計画策定・実行、差別化や市場環境を意識した適切な価格設定を行う戦略的経営を考え、促すために適切である。

達成方針 3：効率化への取り組み支援

窓口相談や金融支援を通して、IT化・設備投資による業務効率化の取り組みを促す。業務プロセスの見直し等が効果的と考えられる場合は専門家派遣を活用する。

設定した理由：生産性向上に向けた企業の取り組みには、上記の業績を直接的に伸ばす取り組みのほかに、効率化への取り組みが有効である。これには、「設備投資の増強」「デジタル技術の導入」といった将来に向けた投資に加え、「業務プロセスの見直しによる効率化」や「働き方改革による労働時間短縮」といった効率化への取り組みが有効である。

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]

- ・経済動向の体系的な調査は断続的・限定的で、RESAS等のデータ連携や適切な状況把握の仕組みは未整備。
- ・景況感や需要動向は個別相談等で把握しているが、業種横断で比較可能な指標（DI、価格転嫁状況、在庫、水準感）は十分に整備されていない。
- ・消費・観光・人流等の需要側データは点在し、企業の新規事業・販促・創業・承継支援に直結する形での可視化・共有が不足。

[課題]

- ・目的別（新規事業開発／販促戦略／起業・創業支援／事業承継支援）に必要なデータ定義が曖昧で、収集・分析が分散。
- ・RESASや統計、独自調査の統合分析と定期公表（四半期・年次）が未実施で、事業者・関係機関への還元が限定的。
- ・調査→活用（個社伴走・補助金活用・販路開拓）への接続プロセスが不足し、政策資源の重点配分に反映されにくい。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①景況感調査 (年1回アンケート)	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②産業構造分析 (RESAS活用)	HP 掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③消費動向調査 (イベント・商談会)	HP 掲載	—	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①景況感調査（年1回アンケート）

調査対象：製造業、建設業、卸小売業、宿泊・飲食業、サービス業（各業種10～20社）

調査項目：業況、売上、客数、販売先数、資金繰り、採算、従業員数

手 法：オンラインフォーム（Google Forms等）＋郵送アンケートを併用

回収率向上のため、電話フォローと商工会窓口での回収を実施

データ集計はExcelで算出

目 的：短期的な業況変化を把握し、資金繰り・価格転嫁・人材確保など支援策を迅速に設計する。

②産業構造分析（RESAS活用）

調査対象：地域全体の産業別構成、企業間取引、付加価値額

手 法：RESASの「産業構造」「地域経済循環」「企業間取引」機能を活用

特化係数・付加価値額・取引流入額を抽出し、業種別特徴を報告、近隣市町とのベンチマーク比較を実施

※特化係数：地域の産業が全国と比較してどれだけ特化しているかを示す指標

目 的：地域の稼ぐ力を可視化し、重点産業を特定。補助金・販路開拓・人材育成を集中投下する。

③消費動向調査（イベント・商談会）

調査対象：イベント来場者、商談会バイヤー、地域消費者

手法：イベント会場でQRコードアンケート（スマホ回答）＋紙アンケート

購入品目・価格評価・満足度・情報入手経路を質問

商談会ではバイヤーにヒアリングし、商品改良提案を記録

目的：顧客ニーズを反映した商品改良と販路戦略を策定し、売上増加と顧客満足度向上を図る。

（４）調査結果の活用

①支援テーマの優先順位付け

景況調査結果を基に、価格転嫁・資金繰り・人材確保の重点支援を決定し、専門家派遣や補助金申請支援に反映。

手法：

- ・景況感調査のDIを業種別に集計し、悪化項目（採算・資金繰り・人手不足）を抽出
- ・専門家派遣・補助金申請支援の対象企業を選定

②重点産業への集中伴走

RESAS分析で抽出した産業に対し、販路開拓・DX・人材育成を一体で支援。企業間ネットワークを活用し広域連携を促進。

手法：

- ・RESAS分析で付加価値額・取引流入額の高い業種を抽出
- ・該当業種の企業リストを作成し、販路開拓・DX・人材育成の支援計画を策定
- ・商談会・逆見本市を企画し、企業間ネットワークを活用

③販路開拓・商品改良の実証

消費動向調査結果を基に、イベント・商談会で商品改良を検証。売上・客数・粗利の変化を定量評価し、次年度支援計画に反映。

手法：

- ・消費動向調査結果を基に、商品改良案を提示
- ・イベント・アンテナショップで試験販売を実施
- ・売上・客数・粗利を比較し、効果測定を見える化する
- ・成果を次年度支援計画に反映

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

- ・地域の経済動向調査は、これまで国提供のビッグデータを活用した分析に限定され、小規模事業者の商品・サービスに対する市場ニーズや消費動向の把握は十分でなかった。
- ・観光や地域ブランドに関する認知度・購買行動の定量データが不足し、マーケットイン型の商品開発や販路戦略に活かせていない。

〔課題〕

- ・ビッグデータ分析のみでは、顧客の意見や市場環境を反映した具体的な需要動向を把握できない。
- ・地域ブランド形成や観光地の知名度向上に資する調査が未実施であり、小規模事業者の商品・サービス開発に活用できる情報が不足している。
- ・ヒアリングやアンケートを含む市場調査を組み合わせ、事業計画策定に直結する分析が必要。

(2) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①新商品開発の調査 対象事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
②試食、アンケート 調査対象事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①新商品開発の調査

地元特産品を活用した新商品を開発するため、管内和・洋菓子店5店において、特産品の「栗」を活用した新たなスイーツを開発する。具体的には、「道の駅かさま」などにおいて、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該5店にフィードバックすることで新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

〈情報収集〉10月～11月に開催される「産業祭」において、来場客に開発中のスイーツを店頭で試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

〈情報分析〉調査結果は、中小企業診断士などの専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】来場者50人

【調査項目】①味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ等

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該飲食店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。

②試食、アンケート調査

地元信用金庫が開催する「ビジネス商談会」や、ジェトロ茨城主催、茨城県商工会連合会が共催する食品バイヤー招へい商談会において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査等を実施する。

【調査手法】【サンプル数】【調査結果の活用】上記①参照

【調査項目】上記①に加え、取引条件等

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで経営革新計画策定時や各種補助金相談支援、金融支援などの機会を利用し、経営分析を実施してきた結果、分析実施件数の増加が認められるほか、小規模事業者からは「自社の特徴や課題が整理できた」などの声が聞かれ、一定の成果は得られている。しかしながら、小規模事業者の多くは自社の業務改善や事業課題、ビジネスモデルの再構築などに十分活用できない他、その対象範囲は極めて限定的となっている。

【課題】

経営分析の件数は伸びているものの形式的な実施にとどまるものも多く、データや情報から価値のある意味を見いだすまでの詳細な分析を実施している割合は少ない。小規模事業者のビジネスモデルの再構築や改善策の立案に活かすためにも、今後は、財務分析に加え、事業機会や脅威、戦略的不確実性のほか、戦略的強み・弱みといった非財務分析を丁寧に行い、高度かつ専門的な知識を有する外部専門家等と連携し、実現可能性・実効性の高い事業計画策定に繋げより一層踏み込んだ質の高い分析を行っていくことが課題である。

(2) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①経営分析セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
②分析件数	25件	60件	60件	60件	60件	60件

※分析件数は、指導員4名×15件として目標を設定している。

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の掘り起こし（経営分析セミナーの開催）

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・弱みなどの課題を把握し気づきを発見することで分析の意義と具体的活用法を体験し、事業計画策定等への活用について理解を深め対象事業者を掘り起こしていく。

【開催回数】

集団セミナー1回

【募集方法】

チラシを作成し会員事業所へ案内、HP等で広く周知する。また、巡回・窓口相談時にも案内する。

②経営分析の内容

経営分析を実施することで、「自社の機会や脅威」「戦略的な強み・弱み」「不確実性」が明確になる点や、「真に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し、これまで以上に質の高い経営分析を行っていくため、組織的な経営分析体制を整備する。

支援対象者	セミナー受講者や巡回・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なかから、毎年意欲的で販路拡大の可能性の高い事業所60社を選定。	
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」を行う。 ≪ 財務分析 ≫ 目的：資金繰りの健全性、収益性、成長性を把握し、改善策を立案 ・売上高・利益率・キャッシュフロー ・自己資本比率・負債比率 ・損益分岐点分 ≪ 非財務分析 ≫ 目的：経営戦略や事業計画策定の基盤	
	(内部環境)	(外部環境)
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「経営計画つくるん」等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。また、高度な知見を必要とする場合には中小企業診断士等の外部専門家と連携し分析を行う。	

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果は、当該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。
- ・分析結果は、商工会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。

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・弱み等の経営状況や自社の課題について十分に把握されておらず、その課題解決に向けた事業計画策定の必要性についての認識も低いのが現状である。当会でも事業計画策定セミナーの開催、受講生等を対象とした個別相談会を開催し、事業計画策定支援を行ってきた。その結果、事業計画を策定する小規模事業者は増加傾向にある。なかには、継続的に事業計画策定に取り組む事業者も現れてきた。

[課題]

これまで当会での事業計画策定支援は、経営革新計画の承認や各種補助金の採択を目的とした事業計画を策定する小規模事業者が多く、自社の課題解決や持続的発展のために、これを役立てようとする小規模事業者は少なく受動的な取組みに留まっていた。

また、創業予定者や創業後まもない事業者、後継候補者のいる事業者などに対しても事業計画が未熟なため、資金繰りの悪化等による事業の縮小や廃業のケースもみられることから、創業予定者や創業後まもない事業者、後継者候補のいる事業者に対して寄り添った支援を行えるかが課題となっている。

今後は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、事業計画策定の重要性の意義が浸透していなかった開催方法を見直し小規模事業者の事業の持続的発展のためにも、実現性の高い効果的な事業計画策定を重視した支援体制の整備を実施する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が事業計画策定に対する本来の意義を正確に認識し、事業計画策定は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必要がある。そのため、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するほか、計画策定の際に「地域の経済動向調査」や「需要動向調査」を踏まえた経営分析支援を通じ経営分析から事業計画策定までを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。

また、創業予定者や創業後まもない事業者、後継者候補などがいる事業者の個別支援の際には、創業者・事業承継セミナーを通じて、創業・事業承継に必要な基礎知識の習得や経営手法を取入れた事業計画策定を支援し、同時に中小企業診断士や税理士などの外部専門家や金融機関との連携を図りながら支援に取り組むことで、スムーズな創業・事業承継へと繋げていく。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①DX推進セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定個別 相談会	30回	40回	40回	40回	40回	40回
③創業塾・事業承継 セミナー	5回	7回	7回	7回	7回	7回
事業計画策定事業者数 (内創業計画)	25者 (-)	30者 (4)	30者 (4)	30者 (4)	30者 (4)	30者 (4)

(内事業承継計画)	(-)	(1)	(1)	(2)	(3)	(4)
-----------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

※経営分析件数の50%を目標とする。

(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組み意識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、個別相談（随時）
支援対象	経営分析を行った事業者
支援手法	セミナー受講者に対し、経営指導員等が担当割で張り付き、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	1. DX の基礎知識や活用事例 2. IT ツールの紹介 3. SNS の活用方法 4. DX 化による業務効率化 5. EC サイトの構築

②事業計画策定個別相談会の開催

経営分析を行い自社の経営状況を把握している小規模事業者を対象とし、その分析で明らかとなった課題に対して個別相談会を実施する。事業計画策定個別相談会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、参加者自らが個別相談会を通じて「計画書づくり」を実践できる内容とする。

募集方法	個別案内、HP・会報等で周知。また、経営指導員が専門的支援を要すると判断した事業者を個別に選定。
講師	中小企業診断士等
回数	個別相談として 40 回
支援対象	経営分析を行った小規模事業者の中から、実現可能性や実効性が高く、特に専門的支援が必要であると経営指導員が判断する 30 名を選定する。
支援手法	個別相談会受講者に対し、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	1. 事業計画の重要性、基本的な策定方法 2. 自社分析の方法分析ワーク 3. 新事業に向けたアイデア整理 4. 事業計画策定後の活かし方、見直しの重要性と時期 5. 補助金等公的支援策の効果的活用方法

③創業塾・事業承継セミナーの開催

創業者・事業承継セミナーの内容は以下のとおりとする。創業予定者、創業間もない事業者及び事業承継を予定している後継者に対して、「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的成長を促す。

募集方法	個別案内、HP・商工会、笠間市の会報等で周知
講師	税理士、中小企業診断士、社会保険労務士等事業計画策定に関する専門家
回数	集団セミナー7回（創業塾5回・事業承継セミナー2回）
支援対象	創業希望者、創業後まもない小規模事業者、事業承継を予定している後継者
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書の策定と創業につなげていく。
カリキュラム	1. 創業、事業承継に向けての基礎知識 2. ビジネスプランの重要性 3. マーケティング戦略、税務、人材育成、資金調達方法等 4. 支援策の見つけ方 5. 第三者承継について

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については、事業計画を策定した事業者すべてに毎年4回以上のフォローアップを行うことが定着してきたものの、その内容は、決められた調査時期に合わせて、進捗状況の確認と簡単な助言をすることが中心となっており、計画実行の進捗やその後の売上等の推移等の踏み込んだ把握や助言まではできていないのが実情である。

[課題]

今後は、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、売上等の状況・計画の進捗に応じた、事業内容の検証・計画の見直し等を含めたフォローアップ実施体制を構築し伴走支援を行っていく。

(2) 支援に対する考え方

経営者自身が課題に向き合い計画を着実に推進できるよう、計画的なフォローアップ体制によるヒアリングを実施し、早い段階で問題点の洗い出しとその解決に向けて迅速な支援を実施する。また、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たうえで、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。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ 対象事業者数	25者	30者	30者	30者	30者	30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	-	15者	15者	15者	15者	15者
利益率1%以上の増加事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者

※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。

(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及び創業予定者を対象とする。
頻度と内容	経営指導員等が3ヵ月に1度、訪問し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。
確認項目	計画のスムーズな実行とチェック、現状の把握、事業の進捗状況、事業推進上の課題、今後の展開方法等。
計画と進捗状況がズレている場合の対処方法	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うえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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]

これまでの取組としては、事業計画を策定した事業者や、地域の優れた商品・サービスを有する小規模事業者の販路拡大と経営力向上を支援するため、地元小規模事業者に、新たな需要の開拓に関する展示会への出展機会を提供している。また、建設業者等に対しては平成29年より「住宅・店舗リフォーム促進補助事業」を令和7年まで継続的に実施しており一定の成果を得ている。

[課題]

各種展示会・商談会等に関してはこれまで参加勧誘等にとどまっており、参加企業が限定的である。また、商標・意匠の未登録、ブランド戦略の弱さやDX推進が進んでいない現状があり今後の販路開拓に伴い支援をしていく必要がある。

(2) 支援に対する方針

商工会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、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。また、出展に伴い必要な知識でもあるDXや知財を学んでもらう効果的な対策を整える。

具体的には、

- ・販路開拓支援：地域内外の展示会に出展（BtoB、BtoC）事前準備（商品選定・価格戦略・販促資料）→出展中（陳列・接客）→事後（商談フォロー・受注管理）まで伴走。
- ・DX推進：SNSの活用方法、DX化による業務効率化、ECサイト構築を普及。
- ・知財活用：セミナー・相談対応で、商標・意匠・著作権の保護とブランド戦略を普及。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①物産展・イベント等出展支援出展事業者数	10者	15者	15者	15者	15者	15者
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②商談会・展示会等出展支援出展事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者
正規取引先/者	—	2者	2者	2者	2者	2者
③知的財産の保護・活用	—	15者	15者	15者	15者	15者
商標・意匠の登録/者	—	8者	8者	8者	8者	8者

(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（B to C）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 茨城センス（県アンテナショップ） ・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。来店客数は約62万人（2024年度実績）。 ②いばらきグルメ物産展 ・商工会・商工会議所の小規模事業者による物産展（合同開催）
支援内容	・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的な支援も展開する。 ・効果的な商品開発や販路開拓を実現する支援を実施 ・会場での商品アピールについてもチラシやカタログの制作、商品PR動画などの活用等販促支援も同時に行う。 ・各SNSの特徴、登録方法の支援、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、記載内容の支援を行う。 ・専門家と連携しサイトの利用開始からフォローにいたるまで継続的な支援を行う。

②商談会・展示会等出展支援

商社・バイヤー等の需要開拓を図るため、展示会・商談会への出展を目指す小規模事業者に対し、展示会・商談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	一般消費者を含め、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	大手スーパーのバイヤー等

<p>想定する展示会等</p>	<p>①しんきんビジネスフェア ・来場者規模 2,000 人、出展者数 156 事業者（2025 年参考） ・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、茨城県信用保証協会、水戸信用金庫、結城信用金庫主催により、茨城県内企業約 200 社を集めて開催される。</p> <p>②食品バイヤー招へい商談会 ・ジェトロ茨城主催。茨城県商工会連合会共催。海外バイヤーに試食・試飲やパッケージ等の確認を実施しバイヤーと個別商談会。</p>
<p>支援内容</p>	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・各 SNS の特徴、登録方法の支援、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、記載内容の支援を行う。</p> <p>・専門家と連携しサイトの利用開始からフォローにいたるまで継続的な支援を行う。</p>

③知的財産の保護・活用

課題：商標・意匠の未登録、ブランド戦略の弱さ

支援対象者：経営状況の分析、事業計画策定を行ったブランド力を高めたい意欲のある小規模事業者。

手法：

I N P I T 茨城県知財総合支援窓口と連携し、以下の取組を行う。

- ・知財セミナー開催（商標・意匠・著作権の基礎、ブランド構築法）
- ・個別相談対応（出願手続、費用試算、専門家紹介）
- ・ブランド戦略策定支援（ネーミング、ロゴ、パッケージ）
- ・知財活用事例共有（成功事例の紹介）

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市担当課長、中小企業診断士、法定経営指導員等をメンバーとする「笠間市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、見直し案の検証を行っているが、評価指標が定量化されていない。
- ・評価結果の公表は限定的で、地域事業者が常時閲覧できる仕組みが不十分。

[課題]

- ・KPI、成果指標を用いた定量的評価の仕組みを構築する必要。
- ・毎年度 1 回以上の見直しの定期化と、結果を HP、会報で公開する体制の確立。

(2) 事業内容

1. 定量的把握

- ・ KPI 設定：事業計画策定件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数、EC 導入件数、知財相談件数、売上増加者の確認など。
- ・ データ収集：フォローアップシート・会員アンケート・実績報告を統合し、ダッシュボードで可視化。

2. 評価手法

- ・ 「笠間市経営発達支援計画事業評価委員会」にて毎年度 1 回以上の総合評価を実施。
- ・ 評価は 5 段階評価＋改善提案方式で、次年度支援計画に反映。

3. 評価・見直しの頻度

- ・ 年 1 回以上の総合評価及び半期レビュー
- ・ 必要に応じて臨時協議会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重点課題（DX 推進、販路開拓）を議論。

4. 結果の公表方法

- ・ 評価結果はHP・会報に掲載し、地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保。

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、小規模事業者の持続的成長に向けて効果的な支援を進めていくためには、経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上や実践的ノウハウの共有が必要であり、各職員の資質向上を目指した支援体制を整え、商工会全体の底上げを図ることが不可欠である。その中でも事業の引継ぎや 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組みが体系的・計画的に実施されているとはいえ、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、事業の引継ぎや DX スキルに関して情報化の推進が進む中で知識や支援スキル不足であるとともに、事業者の課題を的確に把握するための対話と傾聴力を向上させる必要がある。それらの知識やスキルを習得し、事業者の自走化支援に対応するため、体系的な取組みを実施しながら更なる資質の向上を図る必要がある。

(2) 事業内容

目的

経営指導員と一般職員の支援能力を体系的に高め、ノウハウ共有と OJT を通じて組織力を強化する。さらに、小規模事業者が成功体験を積み、自ら考えるプロセスを支援することで経営リテラシー向上に寄与する。

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び茨城県商工会連合会主催のテーマ別「職員研修会」に対し、計画的に経営指導員や一般職員を派遣し、多様化する小規模事業者等の経営課題解決に向けた知識やスキルの習得を目標とする。

【事業計画策定セミナー】

当該商工会では、補助金活用や創業・後継者相談の際の事業計画策定支援が年々増加傾向となることから、一般職員も含めた効果的、スムーズな対応が実施できるよう中小企業大学校や茨城県商工会連合会が主催する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施することが適切である。

【DX 推進に向けたセミナー】

DX 推進に関する対応について、多様化する事業者のニーズに合わせた相談や指導を可能にするため経営指導員や一般職員等の IT スキルを向上させるため、中小企業大学校や茨城県商工会連合会の主催するセミナーについて積極的に参加することが必要である。

【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話能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、事業者の自走化につなげるために必要な基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的な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能力向上研修】

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

支援経験豊富な経営指導員と若手職員がチームを組み、巡回指導や窓口相談の機会を活用した実践型 OJT を積極的に実施し組織全体としての支援能力向上を図る。

③ノウハウ共有の仕組み

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）やノウハウ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を開催し意見交換等を行うことで、職員間のノウハウの共有を図る。

④経営リテラシー向上への寄与

こうした経営指導員や一般職員の研修やノウハウの共有により小規模事業者の経営の自走化に必要な知識やスキルの習得について、財務・人材・知財・デジタル等の活用に向けたプロセスを段階的に支援し実践を重ねることで経営リテラシーの向上へ寄与する。

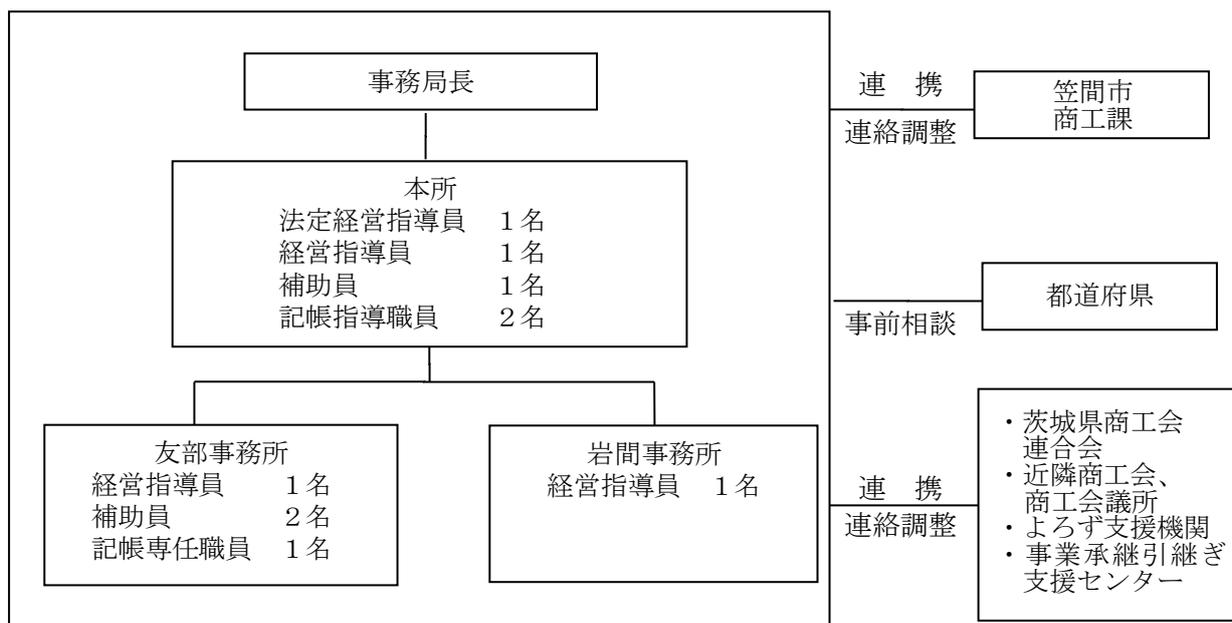
(別表2)

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7年12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)



①都道府県及び関係市町村との連携体制

- ・当会と笠間市商工課、外部専門家が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年1回、笠間市経営発達支援事業評価委員会を開催する。
- ・また茨城県と事前に相談・調整を行うことで、都道府県の重要課題についても反映した支援計画とする。

②商工会の経営発達支援事業実施に係る体制

- ・市内を3地区に分け、法定経営指導員1名と経営指導員3名の体制で巡回指導を行う。経営指導員を小規模事業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。
- ・また、茨城県よろず支援拠点と連携し、専門家を含めた伴走支援やセミナー個別相談の体制とする。

③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制

- ・法定経営指導員1名、経営指導員3名、事務員6名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。
- ・上記で把握・検証した実施状況を当会と笠間市の笠間市経営発達支援事業評価委員会(年1回開催予定)で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。

④経営指導員等の資質向上に係る体制

- ・ 当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX化や生成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。

(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 大槻 幸夫
連絡先 笠間市商工会
住所：茨城県笠間市笠間 1464-3
TEL. 0296-72-0844 FAX. 0296-72-5495
e-mail:kasama-s@isis.ocn.ne.jp

②法定経営指導員又は広域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・見直しを行う際の必要な情報の提供を行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・大槻 幸夫は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員には該当しない。

(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

笠間市商工会
〒309-1611 茨城県笠間市笠間 1464-3
TEL. 0296-72-0844 FAX. 0296-72-5495
e-mail:kasama-s@isis.ocn.ne.jp

笠間市商工会(友部事務所)
〒309-1705 茨城県笠間市東平 2-3-3
TEL. 0296-77-0532 FAX. 0296-77-0621
e-mail:tomobe-s@minos.ocn.ne.jp

笠間市商工会(岩間事務所)
〒319-0294 茨城県笠間市下郷 5140(市民センターいわま内)
TEL. 0299-45-5711 FAX. 0299-45-2986
e-mail:iwamas@triton.ocn.ne.jp

②関係市町村

笠間市商工課
〒309-1792 茨城県笠間市中央 3-2-1
TEL. 0296-77-1101
e-mail:shoko@city.kasama.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)

	R 8 年度	R 9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
必要な資金の額	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500
○経営動向調査事業費	500	500	500	500	500
○需要動向調査事業費	500	500	500	500	500
○経営状況分析事業費	500	500	500	500	500
○事業計画策定支援事業費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○海外・国内向け販路開拓支援	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

(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、手数料収入、国補助金、県補助金、市補助金

(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