

経営発達支援計画の概要

実施者名	坂東市商工会（法人番号 3050005004724） 坂東市（地方公共団体コード 082287）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現</p> <p>(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</p> <p>(3) 小規模事業者のデジタル化利活用による売上向上・業務効率化の実現</p> <p>(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</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用） ・独自の地域経済に関するアンケートに係る分析の実施 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般消費者対象試食、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試食、アンケート調査の実施 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営状況の分析 <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DX推進セミナーの開催 ・事業計画策定セミナーの開催 ・創業セミナーの開催 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定後の定期的かつ継続的なフォローアップ <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・共同展示会、イベント等出展支援 ・展示、商談会出展支援 ・SNSを活用した情報発信
連絡先	<p>坂東市商工会 〒306-0631 茨城県坂東市岩井 3230 番地 1 TEL：0297-35-3317 FAX：0297-35-3321 E-mail：info@bando.or.jp</p> <p>坂東市産業経済部商工観光課 〒306-0692 茨城県坂東市岩井 4365 番地 TEL：0297-20-8666 FAX：0297-20-8025 E-mail：syouko@city.bando.ibaraki.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

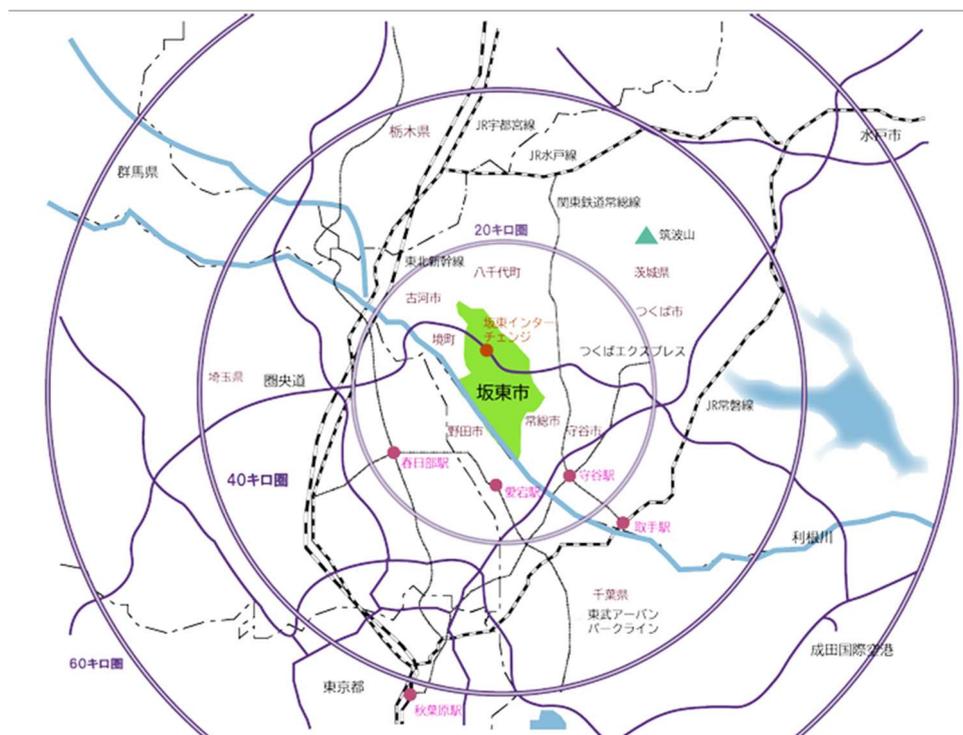
経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

【立地】

本市は、茨城県の南西部、都心から 50km 圏に位置し、東は常総市、北に古河市と八千代町、西に境町、南に利根川を隔てて千葉県野田市に接しています。市域はおおむね平坦な地形で標高 20m 前後の猿島台地に立地しており、利根川とその支流沿いの低地部は水田に、山林を除いた台地部は宅地や畑として利用されています。市の区域としては東西約 12km、南北約 20km、総面積は 123.03 km² となっており、そのうち約半分を農地が占めています。利根川に架かる芽吹大橋、下総利根大橋により、千葉県・埼玉県方面からの茨城県の玄関口に位置しています。市域すべてが首都圏近郊整備地帯に指定され、科学技術の先端が集積する筑波研究学園都市にも近接するなど、地理的な優位性を有しています。2017（平成 29）年 2 月には、市内に首都圏中央連絡自動車道（圏央道）の坂東インターチェンジが開通したことで、工業団地への立地も進んでおり、今後は更なる企業立地や交流人口の拡大が期待されています。



【人口と世帯】

①人口及び世帯数の推移

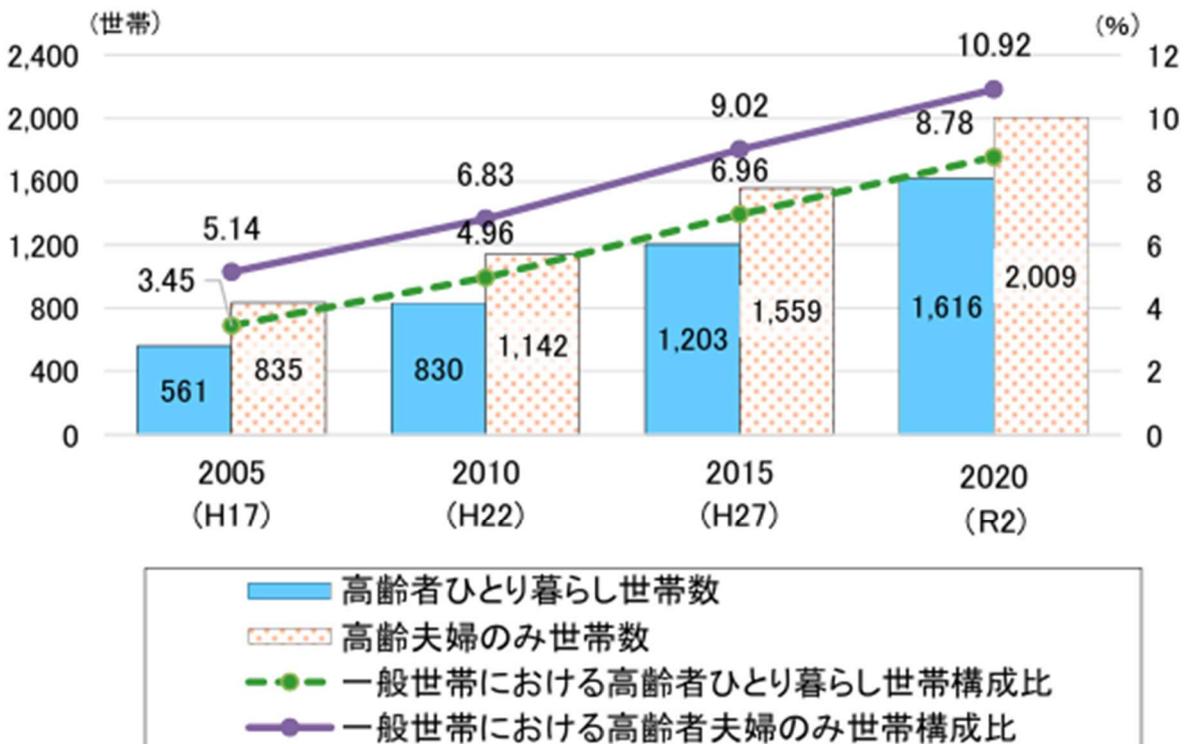
本市の総人口（2005（平成 17）年以前は旧岩井市と旧猿島町の合算）は、1995（平成 7）年をピークに減少傾向となっている反面、世帯数はやや増加傾向です。世帯人員は、1世帯当たり人員の減少がみられますが、本市の特徴として1世帯当たり人員が 2020（令和 2）年で 2.8 人と多く、県内でも 5 番目の高水準です。高齢者ひとり暮らしの世帯、高齢夫婦のみの世帯は増加しており、2020（令和 2）年では、高齢者ひとり暮らし世帯と高齢夫婦のみの世帯で、全世帯の約 2 割となっています。

人口・世帯数の推移(坂東市)



資料：総務省「国勢調査」より作成 各年10月1日現在

高齢者(ひとり暮らし・夫婦のみ)世帯数の推移(坂東市)



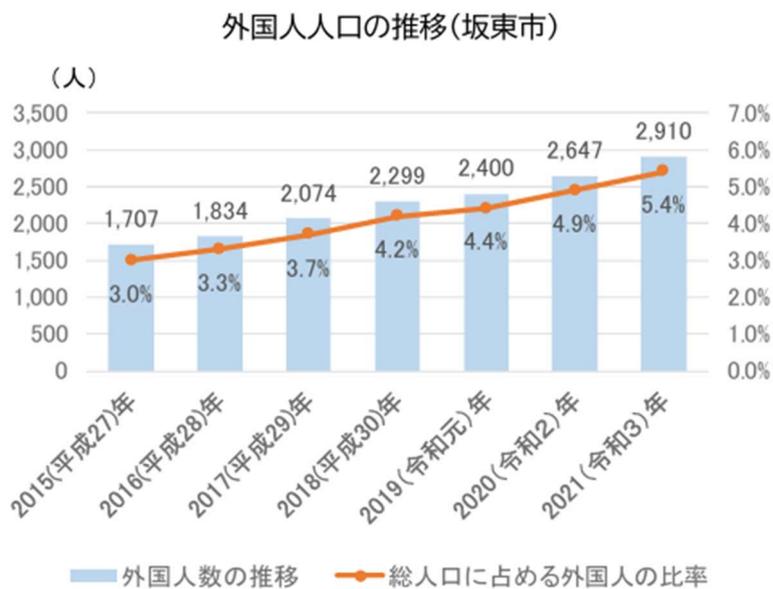
資料：総務省「国勢調査」より作成 各年10月1日現在

②年齢3区分別人口と外国人人口の推移

本市の年齢3区分別人口の推移をみると、年少人口（0～14歳）及び生産年齢人口（15～64歳）は減少傾向です。一方、老年人口（65歳以上）は増加傾向にあり、高齢化率は2021（令和3）年には31.0%となっています。また、外国人人口は年々増加し、2015（平成27）年と比較すると、2021（令和3）年は千人以上増加しています。



資料：茨城県「茨城県常住人口調査」より作成 各年10月1日



資料：「住民基本台帳」より作成 各年1月1日現在

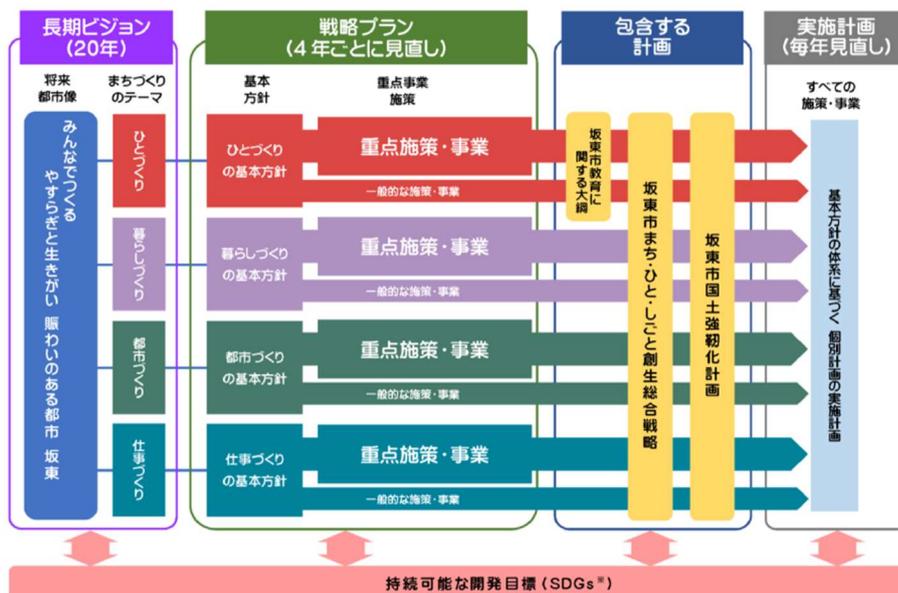
【管内の主たる業種別の事業所数及び従業員数の推移】

産業分類	平成28年	令和3年	増減	平成28年	令和3年	増減
	(2016年)	(2021年)		(2016年)	(2021年)	
農業、林業	33	38	5	334	488	154
漁業	-	-	-	-	-	-
鉱業、採石業、砂利採取業	-	-	-	-	-	-
建設業	487	451	-36	2,034	1,840	-194
製造業	435	410	-25	8,555	8,612	57
電気・ガス・熱供給・水道業	2	2	0	10	4	-6
情報通信業	2	3	1	8	13	5
運輸業、郵便業	112	115	3	1,976	2,006	30
卸売業、小売業	564	525	-39	3,445	3,566	121
金融業、保険業	19	20	1	222	223	1
不動産業、物品賃貸業	75	89	14	164	279	115
学術研究、専門・技術サービス業	62	58	-4	170	168	-2
宿泊業、飲食サービス業	214	186	-28	1,174	1,142	-32
生活関連サービス業、娯楽業	215	204	-11	953	937	-16
教育、学習支援業	45	34	-11	225	230	5
医療、福祉	117	119	2	1,948	2,212	264
複合サービス事業	19	16	-3	275	249	-26
サービス業（他に分類されないもの）	159	168	9	939	2,425	1,486
合計	2,560	2,438	-122	22,432	24,394	1,962

【出典：経済センサス】

【坂東市総合計画（ばんどう未来ビジョン・第2期戦略プラン2022-2025）】

近年の人口減少や少子高齢化は本市の深刻な問題であり、2017年に策定した「ばんどう未来ビジョン」では、20年間の方向性と4年間の施策を示した「第1期戦略プラン」が設けられました。しかし、新型コロナウイルス感染症による社会構造の変化やさらなる少子高齢化が新たな課題として浮上しています。これに対応するため、長期ビジョンの修正と第2期戦略プランの策定が行われ、持続可能なまちづくりを推進することを目指しています。



戦略プランでは、将来の都市像実現に向けて長期ビジョンで掲げた4つのまちづくりのテーマ「ひとづくり」「暮らしづくり」「都市づくり」「仕事づくり」に基づいた基本方針を定め、市長の政策や市民意識調査を踏まえた重点施策・事業を設定します。これらには優先的に予算が配分され、積極的に推進されます。また、重点施策以外の事業も都市像実現のために進められます。このうち、「仕事づくり」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等と連携により展開すると定められています。

☆「仕事づくり」戦略プラン

～「仕事づくり」の基本方針～

- 方針1 坂東ブランドとしての農業の振興と担い手育成
- 方針2 圏央道の交通利便性をいかした産業活性化
- 方針3 様々なニーズに対応した雇用の場の創出
- 方針4 新たなひとの流れをつくる観光と交流

「方針1 坂東ブランドとしての農業の振興と担い手育成」

（農業の振興、農業基盤整備）

農業を今後も本市の基幹産業としていかしていくため、懸念される後継者不足に対する施策に取り組み、育成支援を推進するとともに、生産基盤の強化による生産性の向上を図ります。また、商業、工業、サービス業など産業分野全般と連携した6次産業化に取り組み、新商品の開発等により農業の高付加価値化を進めるとともに、地元野菜のPR強化や、本市から世界へ発信された歴史を持つさしま茶など、農業全般の活性化を図ります。

現況

- 本市は首都圏向けの野菜生産地で、特に夏ネギと春レタスの収穫量は日本一。
- 農家数は2000年の4,209戸から2020年には2,326戸に減少している。
- 認定農業者数も年々減少傾向にある。
- 市内小学生を対象に「さしま茶ふれあい学習」を毎年開催し、特産品の普及に努めている。
- 「全国ねぎサミット」や東京での「野菜即売会」などを通じて地元生鮮野菜のPRを行っている。
- 茨城県の銘柄産地として夏ネギや春レタス、さしま茶の生産が行われている。

課題

- 高齢化による農業従事者の減少が進行中で、農業担い手の育成・確保が急務。
- 農業経営の効率化を図るため、ロボットやICTの活用が必要。
- 6次産業化を進めるための取り組みが求められている。
- 坂東ブランドの知名度向上に向けた戦略的なPR活動が必要。
- 特産物を活用した新たな商品開発や新分野への展開が求められる。

<重点施策の展開方向>

4-1-1 農業の担い手の確保・営農支援の充実	重点事業
<p>■ 農業の担い手の確保</p> <p>次代を担う農業者を志す就農希望者や新規就農者に対し支援を行い、基幹産業の維持や拡大を行います。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○農業人材力強化総合支援事業 ○農業後継者育成奨学金事業 ○強い農業・担い手づくり総合支援事業
<p>■ 営農支援の充実</p> <p>農業協同組合や農業改良普及センターなどの関係機関と連携した農業者支援を行うとともに、農業者団体等の地域農業の発展や育成に対する取組の充実を図ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○農業経営基盤強化資金利子助成事業 ○農業団体育成事業
4-1-2 未来へつなぐ農業基盤の構築	重点事業
<p>■ 農地の集積推進</p> <p>農地の集積を円滑に進め、意欲的な農業者へ農地の有効利用や農業経営の効率化を図ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○農地中間管理機構集積事業
4-1-3 地元農産物の PR 強化	重点事業
<p>■ 魅力ある坂東ブランドづくりと PR 強化</p> <p>銘柄産地の指定によるブランド力の向上を図るとともに、販路の拡大や消費者への有効なPRを行い、生鮮野菜やさしま茶などの坂東ブランドの定着を図ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○全国ねぎサミットへの参画 ○野菜即売会への参画 ○ICTを活用したブランド力の向上に関する検討
<p>■ 次世代の農業経営についての方策</p> <p>農業の将来を力強く担い、発展させるために、農商工連携による新たな加工品や新商品の開発など6次産業化による「儲かる農業」への取組を検討し、新たな可能性を探ります。また、地球温暖化等の影響を考慮した環境面に配慮した農業の推進を図ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○6次産業化の推進に関する取組の検討 ○環境保全型農業の推進
<p>■ 農業の魅力を子どもたちへ継承</p> <p>特産物の持つ魅力や歴史的背景などについて、茶摘み体験を始めとする学びの機会を通して、次世代を担う子どもたちへ継承します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○さしま茶ふれあい学習の実施

「方針2 圏央道の交通利便性をいかした産業活性化」

(工業、商業・サービス業、消費者の保護・育成)

首都圏中央連絡自動車道(圏央道)は2024(令和6)年に4車線化が計画され、利便性の向上が見込まれることから、圏央道利用による都心へのアクセス性をいかした工業団地等への企業誘致や地域の整備、社会問題化する空き家の有効活用などにより、本市の商工業の活性化に取り組みます。また、市内での新規創業者への支援や地域連携による新たな商品の開発、新産業を創出する取組を支援します。更に消費者保護の観点から、犯罪行為等による消費者被害や消費生活全般に対し、適切な情報提供に努めます。

現況

- 既存の2か所の工業団地に加え、坂東インター工業団地への企業立地が進んでいる。
- 2021年末時点で、沓掛工業団地に5社、つくばハイテクパークいわいに16社、坂東インター工業団地に12社が立地または立地決定している。
- 雇用機会の拡大と財政基盤の強化に効果を上げている。
- 圏央道の4車線化が2024年までに計画されており、本市へのアクセス向上が見込まれている。
- 坂東IC周辺でパーキングエリアと地域利便施設の整備が進行中。
- 空き家の有効活用が社会問題化しており、それに対する対策が求められている。

課題

- 圏央道の利便性を活かし、企業誘致をさらに促進し、地域の商工業活性化を図る必要がある。
- さらなる企業立地の需要に対応し、雇用機会の拡大と財政基盤の強化を図る必要がある。
- 本市へのアクセス向上を活かし、戦略的なプロモーションやPR活動を強化する必要がある。
- パーキングエリアの誘致と地域施設の整備を通じて、利用者確保と地域情報発信を積極的に行う必要がある。
- 地域の特性を生かし、周辺産業との連携強化や新たな地域産業の創出に向けた支援体制の整備が求められる。
- 商工会やハローワークとの連携により、安定した地域雇用の創出が課題となっている。
- 新規創業者への支援や、地域連携による新商品・新産業の創出を促進する取り組みが必要。
- 消費者保護の強化に向け、犯罪行為による被害防止や適切な消費生活情報の提供が求められる。

<重点施策の展開方向>

4-2-1 工業団地への早期の企業誘致	重点事業
■ 工業団地の整備促進 首都圏に近い立地条件や圏央道の4車線化等による利便性を有効に活用し、坂東IC周辺の産業集積を積極的に推進、開発します。	○工業団地の整備 ○坂東IC周辺の整備促進
■ 企業誘致の促進 本市の立地や魅力を多くの企業に対しPRし、積極的な企業誘致を展開することで、市内雇用の拡大を図ります。	○企業立地推進事業 ○工場誘致奨励金事業
4-2-2 企業の活性化の推進	重点事業
■ 新規起業への支援 新たな起業を支援し、地域の活性化を推進するとともに、商店街等の空き店舗等の有益な利活用について検討を進めます。	○創業支援事業 ○空き店舗等の利活用の検討
4-2-3 安心できる消費者情報の確保	重点事業
■ 消費生活の安心の確保 市民の消費生活全般の相談を受け付け、詐欺等による犯罪行為への啓発や注意喚起を促すことで、生活に係る安心を確保します。	○消費生活センター事業

「方針3 様々なニーズに対応した雇用の場の創出」(雇用・労働)

若者の地元定住や都心の定年退職者の移住を促進するため、在宅勤務支援の取組や、企業のサテライトオフィスの誘致等により、多様な働き方を支援します。また、市内へのU・Iターンを促進するため、企業と連携して地元雇用の支援を行うとともに、新たな働き口を確保するための企業誘致や起業・創業支援に取り組みます。

現況

- 少子高齢社会の進展や社会環境の変化により、雇用形態や雇用環境が大きく変化。
- 派遣労働者や非正規労働者、共働き世帯、高齢者の就労者が増加。
- 常総地域の有効求人倍率は2021年3月で1.35倍と、県内13か所の公共職業安定所の中で4番目に高い。
- 国平均の1.10、県平均の1.32に対してやや高いが、隣接する土浦地域の2.08には及ばない。
- 新型コロナウイルス感染症の影響でテレワークが進展し、在宅勤務の増加が郊外への人口流出を助長。
- サテライトオフィスの需要が高まることが予測されている。

課題

- 移住・定住の雇用ニーズに対応するため、新たな就労形態への対応が求められている。
- 雇用環境の変化に対応した施策や支援の強化が必要。

<重点施策の展開方向>

4-3-1 柔軟な働き方がしやすい環境整備	重点事業
■ 多様な働き方への支援 多様な働き方が可能となる社会の実現に向け、国や企業の動向を踏まえるとともに、社会の要請や働く人たちのニーズに即した、働きやすい環境整備の推進を図る。	○サテライトオフィスへの支援 ○公共施設へのWi-Fi環境の整備

「方針4 新たな人の流れをつくる観光と交流」(観光、交流)

菅生沼などの豊かな自然や平将門公の関連史跡のほか、「秀緑」等の観光交流施設やミュージアムパーク茨城県自然博物館などの博物館施設、本市の基幹産業である農業や特産品であるさし茶など、地域資源を効果的・積極的に活用した「坂東ブランド」のPR強化に取り組み、観光集客の拡大を目指します。また、様々な地域や団体等と連携、協力し、平将門公等の地域の歴史・文化などの地域資源を活用したイベント等を開催し、交流人口の拡大や地域経済の活性化を図ります。

現況

- 市内には、平将門公ゆかりの史跡や逆井城跡公園、コハクチョウが飛来する菅生沼など豊かな自然資源がある。
- ミュージアムパーク茨城県自然博物館は市内外から観光客が訪れる主要な観光スポット。
- 観光客数は年間70万人前後で推移していたが、新型コロナウイルスの影響で2020年には大きく減少した。
- 市内では「坂東市将門まつり」や「坂東市逆井城まつり」などのイベントが行われていたが、近年はコロナ禍で多くが中止となった。
- 中心市街地では商店街のイベントや朝市などが開催され、観光交流センター「秀緑」では陶芸や木工体験が行われている。

課題

- 市固有の歴史的・自然的資源を保護しつつ、活用を促進する必要がある。
- 新たな観光資源の発見と魅力発信を通じて交流人口を増やし、市の賑わいを創出する取り組みが求められている。
- 中心市街地や商店街の活性化策を継続・強化し、集客力をさらに高める取り組みが必要。
- コロナ禍で中止されたイベントの再開や、新たな市民協働型イベントの促進が必要。
- 財政予測や人口減少を見据え、既存の文化施設や資源のより効率的な利活用・運営が求められる。

＜重点施策の展開方向＞

4-4-1 圏央道坂東 IC の開通効果をいかした事業の推進	重点事業
<p>■ 観光誘客の推進と受け入れ態勢の充実 平将門公関連史跡、逆井城跡公園等の観光資源や、菅生沼を始めとする豊かな緑や水辺に恵まれた本市の自然環境をいかすとともに、市民との協働により観光誘客の推進に取り組みます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○坂東市観光 PR 事業 ○観光客受入環境の整備 ○坂東市観光ボランティアふるさとガイドの会の育成・支援 ○体験型ふるさと応援への取組
4-4-2 地域資源等をいかしたまちづくりの推進	重点事業
<p>■ 既存資源の利活用推進 近隣市町との連携により、交流人口の増加を目指すとともに、本市の魅力ある既存資源を活用した観光モデルの開発を進めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○地域資源を活用した広域連携事業の検討 ○観光モデルコースの開発 ○観光交流施設の利活用についての検討
<p>■ 中心市街地の活性化 各種イベント等の実施による中心市街地のにぎわいの創出を目指すとともに、市民との協働により魅力ある中心市街地を維持します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○商店街活性化支援事業 ○集客イベント事業
<p>■ 計画的な観光まちづくりの推進 圏央道坂東ICの周辺開発に伴う地域利便施設の設置を十分にいかし、知名度の向上や関係人口※の増加を図るとともに、再訪したくなるような魅力あるまちづくりを進めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○地域利便施設の設置

(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、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、坂東市の地域課題である人口減少・少子高齢化の深刻化、管内事業所数等の減少、更には資源・エネルギー高などの影響による原価高騰及び深刻な人手不足により、商業の低迷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ーション”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。

坂東市の地域経済を支えている小規模事業者が自社の強みを発見し、それを活かして高い付加価値を生み出すことが重要とされていることから商品やサービスの差別化が進み、事業者間の競争力が強化されることを目指す。次に、事業者の減少に歯止めをかけ、地域経済を活性化させるために、事業承継の支援や新規創業支援を強化する。最後に、地域資源を有効活用して域外に向けて積極的に情報を発信し、シティプロモーション等を展開することで交流人口の増加を図る。これにより、地域外からの消費力を向上させることが目指され、地域全体で小規模事業者を支え、持続的な地域経済の発展を実現していきたい。

②坂東市総合計画との連動性・整合性

本市は、『ばんどう未来ビジョン』の中で、将来の目指す方向性・ビジョンとして概ね20年後の将来に向けて、「みんなでつくる やすらぎと生きがい 賑いのある都市(まち) 坂東」を目指すべき将来都市像に掲げており、市民、団体、事業者、行政など、すべての人が力を合わせて、地域の課題を解決し、魅力あるまちづくりに取り組んでいくこととしている。その中で、「仕事づくり」戦略プランにおいて商工業の振興施策として「6次産業化の推進」、「創業支援事業」、「商店街活性化事業」、「地域資源を活用した広域連携」等による商工業、観光業の活性化を掲げている。

当会としても坂東市との連携を図り、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、坂東市と当会が目指す方向性は合致している。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、坂東市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、坂東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、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小規模事業者のデジタル化利活用による売上向上・業務効率化の実現。
- 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。

以上の目標を掲げ、小規模事業者の支援に取り組むことで、小規模事業者の経営基盤が安定し事業を継続する事業者が増えることにより、地域の雇用が維持され、地域で暮らす人々が安心して生活できる環境の創出に繋げることを地域への裨益目標とする。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現。

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、坂東市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小規模事業者のデジタル化利活用による売上向上・業務効率化の実現

小規模事業者のデジタル化利活用を推進するために、事業計画策定に意欲的な事業者に経営指導員等が支援を行うだけでなく、デジタル化（DX）をテーマとしたセミナーやIT専門家派遣を実施する。また、ITを活用した情報発信による販売促進を志向する事業者に対しては、経営指導員やIT専門家により売上拡大が実現するまで伴走型で支援を実施する。これらの支援を実現するため、経営指導員がDXやIT利活用に関する資質向上を行い、実行力を向上させる。

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、個社にとどまらず、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、国が提供するビッグデータ及び独自の地域経済に関する調査等を活用した地域経済動向調査を実施する。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行いながら経営状況の分析及び事業計画策定の参考資料として活用することである。

(2) 目標

支援内容	公表方法	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②独自の地域経済に関するアンケートに係る分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】

経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②独自の地域経済に関するアンケートに係る分析の実施

管内の経済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「地域経済に関するアンケート」にて、管内小規模事業者の経済動向等について、年1回調査・分析を行う。

【調査対象】

管内小規模事業者40件（製造業、建設業、卸小売業、サービス業から10件ずつ）

【調査項目】

業種、事業形態（法人・個人）、従業員数、売上高、販売（受注）単価、販売（受注）数量、仕入・経費単価、採算（経常利益）、資金繰り、設備投資、事業計画の有無、販売促進、経営上の問題点 賃上げ等

【調査手法】

Googleフォームを活用したアンケート方式で対応する。また、Googleフォームに対応できない事業者においては書面において対応する。

【分析手法】

Googleフォームのアンケート集計結果について、経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う。

(4) 調査結果の活用

情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知するとともに、経営分析及び事業計画策定支援にも活用する。また、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者は商品・サービスの提供にあたって、自社の「売りたい」「作りたい」という意識が先行した「商品・サービス開発」をしており、「顧客ニーズに基づく商品・サービス開発」という視点に欠けている。

当会としても、組織的・継続的な需要動向調査の取組みは実施したものの、分析内容が不十分であったために事業計画への反映までには至らなかった。また、地域小規模事業者はプロダクトアウトの意識が強く、需要動向を踏まえた「商品開発や改良」、「新たな販路開拓」には繋がらなかった。

【課題】

マーケットインへの意識改革を図るために更なる需要動向調査の必要性の認識を促し、「商品開発や改良」、「新たな販路開拓」等が、顧客ニーズを満たし販売・売上に繋がる成果を上げられるよう、当会が需要動向の情報収集・分析・活用に関する支援体制を構築していくことが課題である。

(2) 目標

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①一般消費者対象実施事業者数	なし	6者	6者	6者	6者	6者
②バイヤー等対象実施事業者数	2者	4者	4者	4者	4者	4者

(3) 事業内容

①一般消費者対象試食、アンケート調査の実施

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、坂東市内で開催するイベント等（10月商工まつり）及び近隣の商工会で連携して出展する一般消費者向け展示会において、来場者向け試食、アンケート調査を実施する。調査結果を分析したうえで当該事業者にフィードバックすることで、新商品開発や販路拡大に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

サンプル数	1商品あたり30件（1事業所1商品あたり）
支援対象者	・新商品・新サービス開発に取組む小規模事業者 ・既存商品・サービスの改良に取組む小規模事業者等
調査手段・手法	<情報収集> 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	・商品の印象 ・味、価格 ・その他（購入方法、客からのアドバイス等） ・年齢、性別
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

	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケートシートの作成提供 ・回収した調査票の分析、加工及び提供 ・調査結果を活用した商品の開発、改良のアドバイス
調査結果の活用	アンケートを経営指導員等が集計・分析した調査結果は、レポートにまとめ、当該事業所に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

※調査対象イベントについて

時期	名称	場所	来場者	内容
10月	商工まつり	坂東市岩井中心商店街	市民・県内外観光客	1日開催イベント、市内事業者出店22者、来場者数3,000人程度
11月	一般消費者向け展示会	東京都内	都内在住・在勤者等	5日開催イベント、出展者数8社、来場者数1,200名程度

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、新たな新商品開発・新サービス開発をする、または既存製品・サービス等の改良に取り組む事業者4者を選定する。

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」、近隣の商工会で連携して出展する展示商談会に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	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品・新サービス開発に取り組む小規模事業者 ・既存商品・サービスの改良に取り組む小規模事業者等
調査手法・手段	<p><情報収集> 近隣商工会で連携して出展する展示商談会や、茨城県商工会連合会が支援する「小規模事業者向け販路開拓事業」において、商談会に来場するバイヤー等に対し、経営指導員等が作成支援したアンケート票を活用し需要動向調査を行う。</p> <p><情報分析> 調査結果は、よろず支援拠点等の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。</p>
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・素材 ・賞味期限、安全性 ・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）
商工会の支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定 ・実施スケジュールの作成 ・調査項目の選定

	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケートシートの作成提供 ・回収した調査票の分析、加工及び提供 ・調査結果を活用した商品の開発、改良のアドバイス
調査結果の活用	アンケートを経営指導員等が集計・分析した調査結果は、レポートにまとめ、当該事業所に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

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

支援内容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
経営状況の分析者数	80者	80者	80者	80者	80者	80者

※法定経営指導員1名、経営指導員3名体制で試算。

(3) 事業内容

経営分析の内容

経営指導員を中心に、巡回・窓口相談の機会を活かし、対象事業者を掘り起こしていく。多くの小規模事業者は自社の経営分析をしたことがないため、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】

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80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。

(内部環境)		(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定・運用状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】

事業者の状況や局面に合わせて、「Shoko BIZ」支援システムや経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

- ①当該支援事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- ②データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

多くの小規模事業者は、需要動向の変化に大きく影響を受けている一方で、顧客ニーズや自社の強み・弱み等の自社の経営状況を十分に把握できていない。そのため、自社の課題解決のために事業計画策定の必要性についての認識が低い現状である。

【課題】

これまでの当会での事業計画策定支援は、各種補助金活用・金融支援等の機会を通じて実施するなど受動的な取組に留まっていた。経営課題を解決するため、地域の経済動向調査、経営状況の分析及び需要動向調査を踏まえ、事業計画策定の意義や重要性の意義が浸透していなかったためセミナー等の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、経営分析を行った事業者の25%/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、事業計画の策定に繋げていく。

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。さらに、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。

創業セミナーにおいては、創業・第二創業・新事業及び新分野進出支援など、創業等に係る制度活用支援をするとともに、金融機関等との連携を図り事業計画策定に取り組む。以上を行うことで、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、内発的動機づけ（当事者意識を持ち自らが課題に取り組む）の促進を目指す。

(3) 目標

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①DX推進セミナー	なし	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回

・事業計画策定事業者数	11者	20者	20者	20者	20者	20者
-------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

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

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

募集方法	個別案内、HP・会報等で周知
講師	ITに精通した専門家
回数	集団セミナー1回、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DXに関する意識の醸成や基礎知識を深め、確実に事業計画の策定につなげていく。
カリキュラム	DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例、SNS情報発信等
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、HP・会報等で周知
講師	中小企業診断士等事業計画策定に関する専門家
回数	集団セミナー1回及び個別相談10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確実に事業計画の策定につなげていく。
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・自社の経営内容の振り返り ・経営分析結果からみる自社の経営課題の抽出 ・需要動向調査、顧客ニーズの把握手法 ・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 ・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「創業セミナー」の開催

創業セミナー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、社会保険労務士等の専門家及び日本政策金融公庫、事業承継・引継ぎ支援センター等の関係機関
回数	集団セミナー6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	<ul style="list-style-type: none"> ・創業に向けての基礎知識 ・ビジネスプランの重要性 ・マーケティング戦略、税務、人材育成、資金調達方法等
参加者数	15名程度

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでの小規模事業者への事業計画策定後の支援は、計画策定までの支援でとどまっていたため、計画実行の進捗やその後の売上等の推移等の把握には至っておらず、支援成果や小規模事業者の経営状況の確認ができていなかった。

【課題】

計画の進捗状況の確認や計画実行による売上・利益率の状況等把握まで、計画的な実行支援・フォローアップを行っていく。また、売上等の状況・計画の進捗に応じた、事業内容の検証・計画見直し等を含めたフォローアップ実施体制を構築し、定期的な支援に加え、随時、地域小規模事業者の売上増加につながる支援を行っていく。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことにより、現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

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

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

(3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
フォローアップ対象事業者数	33者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度（延回数）	100回	110回	110回	110回	110回	110回
売上増加事業者数	9者	9者	9者	11者	13者	13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20者のうち、12者は2カ月に1回(年6回程度)、6者は3カ月に1回(年5回程度)、他の2者については3カ月に1回(年4回程度)とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

また、創業希望者及び創業間もない事業者に対しては、資金面や販路開拓など課題に直面する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DX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。同時に地域の小規模事業者が製造及び販売する商品・サービス・技術等を、新たな消費者や販路開拓したい取引先企業等にアピールし、売上・収益の増加に繋げることが最も重要な支援と位置付ける。そのうえで、販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、地域内外向けに開催する展示会、商談会、販売会等への出展に関する事前支援・事後フォローを通して、販売促進、販路開拓に繋げて効果的な需要開拓支援を行う。

(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製造小売・サービス業等を重点的に支援する。

【支援内容】

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏等で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前、事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、装飾、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めたとうえで、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 共同展示会・イベント等 出展支援事業者数	2者	6者	6者	6者	6者	6者
売上額／者	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
② 展示・商談会 出展支援事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数／者	1者	2者	2者	2者	2者	2者
③ SNS活用支援事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率／者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①共同展示会・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・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 地域で開催されるイベント「商工まつり」(10月) ② 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。
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(B to B)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PR・受注拡大に繋げたい小規模事業者
訴求対象者	国内外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等
展示会等	① 首都圏や域外大都市圏で開催される展示・商談会等 <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 (一般社団法人日本能率協会主催) 想定来場者数約50,131人、826社(令和6年2月実績) 東京ビッグサイトで開催されるホテル・レストランショーは、関東地域での外食・宿泊・サービス・食の新たな出会いの場を創出する日本最大級の展示会であり、主に製造小売・サービス業等の出店支援を実施する。
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。

③SNS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、(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。

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】

当商工会役員及び市担当部課長、中小企業診断士、茨城県商工会連合会事務局長、坂東市岩井モール商店街連合会長、法定経営指導員等をメンバーとする「坂東市商工会経営発達支援計画評価検討委員会（以下、評価検討委員会）」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】

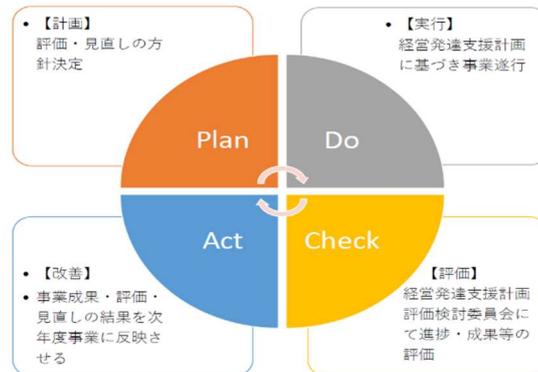
経営発達支援事業の進捗状況等を確認・評価し、その後の事業実施方針等に反映させるためにも、毎年度事業実施状況についての検証・見直しを行うことが必要である。

(2) 事業内容

- ①当商工会の役員及び坂東市担当部課長、茨城県商工会連合会事務局長、坂東市岩井モール商店街連合会長、法定経営指導員等、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「評価検討委員会」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2回7月と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://www.bando.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）	計画に戻り、継続的に事業を遂行する。

PDCAサイクル



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、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」、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」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。

【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) 事業者にとって内部向け（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) 事業者にとって外部向け（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、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員等がチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

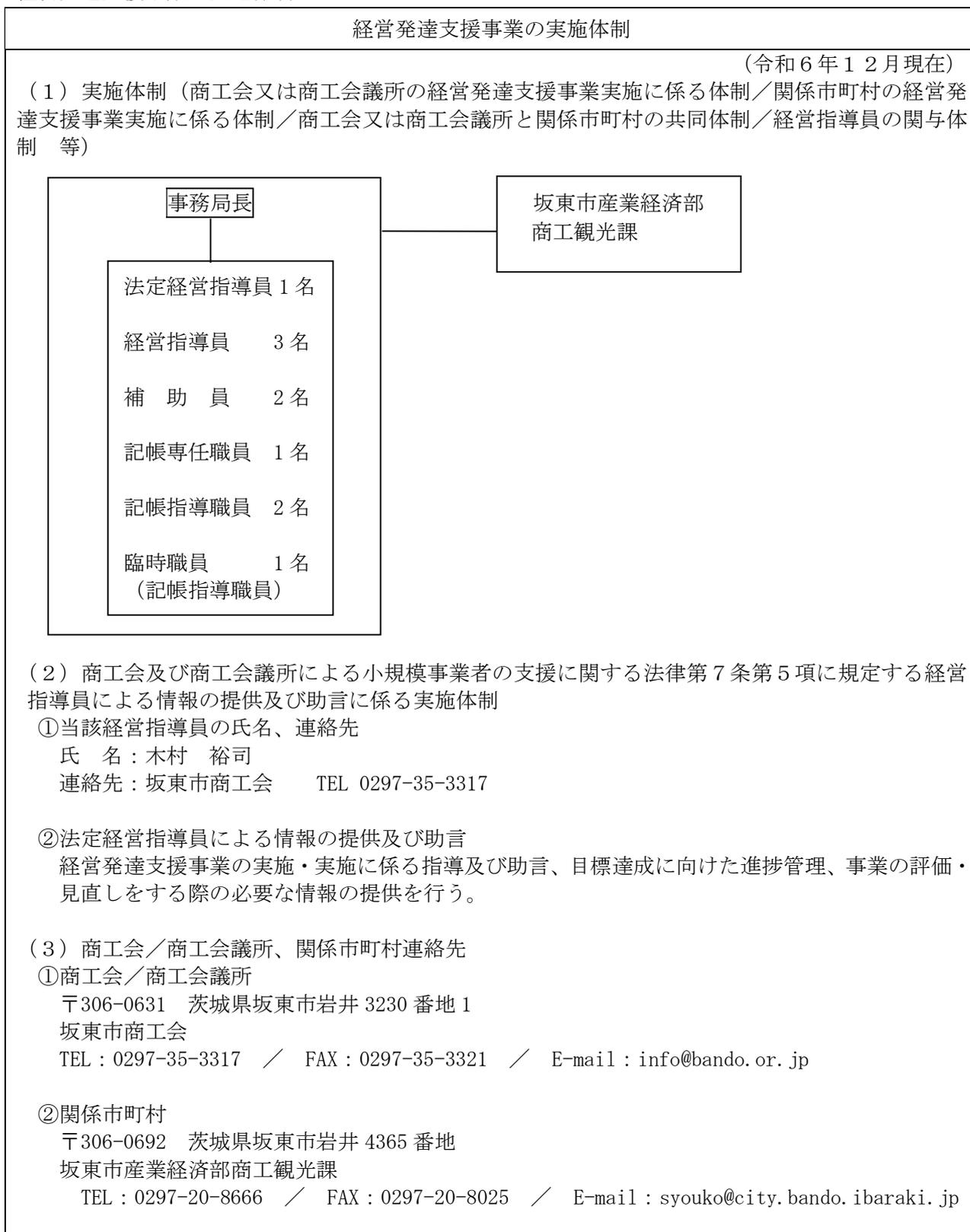
経営指導員研修会等へ出席した経営指導員等が、研修で得た情報（IT等の活用方法や具体的なツール等）についての提供する機会も設けるため、定期的なミーティング（毎朝の朝礼）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや「Shoko BIZ」等の経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
必要な資金の額	4,680	4,680	4,680	4,680	4,680
○セミナー開催費	800	800	800	800	800
○チラシ作成、配布費	550	550	550	550	550
○専門家派遣費	330	330	330	330	330
○地域経済・景気動向調査費	100	100	100	100	100
○展示会出展費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
○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、市補助金等

(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。

