

常総市商工会経営発達支援計画

事業評価書

令和5年3月

評価にあたって

当商工会では、地域の小規模事業者の持続的発展に資する伴走型支援を実施するため、経営計画策定支援や新たな需要開拓支援等の地域の小規模事業者支援の具体的方向性や茨城県、常総市、茨城県商工会連合会、地域金融機関その他支援機関との連携のあり方等を定めた経営発達支援計画を策定し、平成30年3月に認定を受けた。

本評価書では、経営発達支援計画の5年目である令和4年度事業で実施した各事業内容及び実績について評価をおこなう。

<1> 評価の目的

経営発達支援計画に基づき実施した事業の客観的評価をおこない、次年度以降の各事業の見直しに活用する。

<2> 評価の手法

各実施項目における実績に基づき定量的、定性的に評価する。

<3> 評価の反映

評価委員会における評価、見直しに関する提言を検討し、次年度の事業計画に反映する。

<4> 評価の体制

No.	役職	氏名
1	商工会長	青木 清人
2	商工会副会長	中山 忠男
3	〃	古矢 満
4	常総市産業振興部長	小島 裕治
5	常総市商工観光課長	岡野 富士男
6	外部有識者（中小企業診断士）	遠藤 陽介

<5> 事業評価の位置付け

経営発達支援計画【Plan】



事業実施【Do】



事業評価【Check】



次年度事業への反映・実施【Action】

＜1＞地域の経済動向調査に関すること

地区内の経済動向、企業が持つ経営課題などを調査・分析することにより、経営発達に必要な支援策を検討するとともに、小規模事業者に必要な情報を提供する。

【現状と課題】

これまで当商工会では、経営指導員が各々窓口・巡回指導を行ってきたが、地域の経済動向を定期的に調査、分析、提供するまでには至っていない。また、当地域は関東・東北豪雨災害による激甚災害の指定地区でもあり、事業継続が困難となり、廃業に至る事業者も多いことから、地域経済動向情報を整理し活用していく必要性が高い。

今後は、地域の小規模事業者の決算申告データを活用した独自地域経済動向調査や各種統計資料を活用した地域経済動向調査を実施し、巡回指導、窓口相談時に管内小規模事業者へ調査結果の提供、また、商工会ホームページへの掲載による調査結果の提供等行いながら経営状況の分析及び事業計画を策定の参考資料として活用する。

【事業内容】

(1)決算確定申告等のデータ分析による情報提供（新規）

これまでは、決算申告を 500 件行ってきた。しかしそのデータを分析利用して、各事業所の経営分析指導まで至ってなかった。

今後は、6 業種（建設・製造・小売・飲食・不動産・サービス業）に分類し 10 項目（業況・売上・仕入価格・販売価格・収益・在庫・受注残高・資金繰り・人手・設備状況）について調査・分析を行ない、売上や利益といった業績推移や業況を把握する。被災した事業者の状況も含めて、業種ごとの経済動向情報として整理し、創業や経営革新、新規事業展開などに関する相談等に活用していく。

(2)各種統計資料による経済動向の情報収集と分析提供（拡充実施）

各種統計資料の調査・分析については、政府系統計調査・白書等を参考に経済動向などを個人的な思慮で相談支援をしているという状況であり、経営支援につながっておらず、経営支援体制の構築が課題となっている。

今後は、行政・金融機関の各種統計資料（中小企業景況調査報告書（全国連、中小機構）、県内地域の経済動向調査報告書（常陽 ARC））から売上、採算、資金繰り、雇用などの状況について定期的に分析し、各業種・業界の動向を体系的に把握し、小規模事業者等の意思決定の参考資料としてホームページ等により年 4 回情報提供をしていく。

(3)活用しやすい形への情報の加工・提供（新規）

調査結果は、エクセル・PDF データにより利用できるものとし、窓口・巡回の経営相談時等に提供を行っていく。また、調査内容によっては、専門家を利用し地区内の経済動向を調査・分析する事を行う。また、調査・分析結果から、経営上の課題を先取りし、経営支援セミナーの企画・開催に役立てる。

【目標と実績】

調査項目	30年度 実績	1年度 実績	2年度 実績	3年度 実績	4年度 目標	4年度 実績
確定申告データ分析件数	0件	25件	25件	25件	30件	25件
統計調査分析	0回	1回	1回	1回	4回	1回
分析結果のHP等による公開回数	0回	1回	1回	1回	4回	1回

【評価及び改善点】

- ・地域経済動向分析では、これまでと同様に主要5業種（製造業、建設業、飲食業、小売業、サービス業）における確定申告データの分析をおこなった。新型コロナウイルス感染拡大や原油価格・物価高騰の影響が懸念されるなかで、業種毎の動向が把握できる資料として評価できるものである。
- ・一方で、確定申告データは各事業者の業績の推移から経済動向を把握するものであるが、近年の新型コロナウイルスや原油価格・物価高騰の影響を把握するためには決算書からは見えにくい資金繰りや雇用、設備投資等の動向についても把握することが必要と考えられる。管内小規模事業者へのアンケート調査の実施など調査方法の見直しも含めて、より有効性の高い調査・分析に向けて検討してもらいたい。
- ・また、地域経済動向を把握する上では、ミクロの視点（個々の事業者における調査・分析）のみならず、マクロの視点（統計情報等の活用）が不可欠と考える。国が提供する地域経済分析システム（REASAS）の活用を念頭に、ミクロ・マクロの両面から地域経済動向の把握に努めてもらいたい。

〈2〉経営状況の分析に関すること

小規模事業者の経営実態を的確に把握し、経営分析を行った上で、小規模事業者の利益の確保に資する新たな事業活動の取組みに結び付ける。

【現状と課題】

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。

今後は、経営分析を行う支援体制を整備し、定期的・体系的に行う市場調査や経営分析結果を踏まえ、専門家と連携し、巡回指導を中心とした積極的な提案による伴走型の指導・助言を行い、実現可能性・実効性の高い事業計画策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

【事業内容】

(1)経営分析から課題解決までの経営支援体制の整備（拡充実施）

経営分析から課題解決までの一連の支援内容の質の向上・維持を図るため、経営支援体制における指揮命令系統及び役割の明確化を図る。具体的には、事務局長を総括責任者とし、経営指導員 4 名が経営支援の中核となって全員体制にて、巡回・窓口相談時の税務・金融相談や各種共済推進等を通して、地域の小規模事業所の経営計画作成の基礎となる経営分析を実施する。

分析の過程でより専門的な課題への対応が必要になった場合には、茨城県、商工会連合会、地域金融機関、よろず支援拠点、中小機構等のコーディネーター、中小企業診断士等と連携し、小規模事業者が抱える経営上の悩みに対してより丁寧にサポートしていく。また、工業分野の案件については、関係機関（茨城県工業技術センター、中小企業振興公社、茨城大学等）との連携を強化し、課題解決にあたる。

(2)経営診断シートを活用した経営分析（新規）

巡回訪問、第二創業・創業、経営革新に特化したセミナーの開催時、窓口相談における金融相談・税務相談・労務相談・補助金相談・経営計画相談・記帳指導などにおいて経営分析を行う。

対象は、地域の小規模事業者とし、特に、今回の水害により事業が停滞している事業所や重点産業である地域資源活用企業（食品製造業、小売業、サービス業）を重点的に実施する。

専門知識を有する診断士等と連携することでSWOT分析やポジショニング分析や、ヒアリングの状況に応じて経営診断シートを活用して経営分析を行う。

【目標と実績】

支援内容	30年度実績	1年度実績	2年度実績	3年度実績	4年度目標	4年度実績
経営分析対象者掘り起しに係る巡回訪問延べ回数	557回	300回	218回	292回	400回	287回
経営分析件数	20件	20件	20件	20件	40件	42件

【評価及び改善点】

- ・経営分析については、新型コロナウイルス感染拡大の影響が継続するなかで対象者の掘り起こしに向けた巡回訪問回数は目標件数の7割程度の実績にとどまったものの、分析件数は目標を上回る実績となっており、評価できるものとする。
- ・一方、新型コロナウイルス感染拡大や原油価格・物価高騰の影響により、従来の事業戦略について見直しを必要とする事業者も多く存在していることが想定され、経営状況を定性的・定量的に分析することが一層重要になっているものとする。分析対象者の掘り起こし方法等に工夫をおこないながら継続して実施してもらいたい。

＜3＞事業計画策定支援に関すること

市場調査や経営分析結果の提供を踏まえ、専門家と連携し、商工会からの巡回指導を中心とした積極的な提案による伴走型の指導・助言を行い、効果的な事業計画策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

【現状と課題】

現在は、事業者からの求めに応じて銀行へ提出する事業計画（リスクスケジュール等を伴う経営改善計画を除く）や補助金申請のベースとなる事業計画の策定に関するアドバイスや支援を経営指導員が行っているが、計画作成に際しては、地域の経済情報、企業の経営分析情報、需要動向情報等の情報を活用することはしていない。

今後は、地域の経済動向調査や経営分析結果、需要動向調査等の情報を踏まえて、商工会からの巡回指導を中心とした伴走型の指導・助言を行い、積極的な計画作成の提案により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

【事業内容】

(1) 経営課題解決を図る事業計画策定支援（拡充実施）

地域の経済動向調査結果や経営分析から抽出した経営課題の解決・経営の方向性や需要動向調査から得られた需要情報をもとに具体的な事業計画の策定を実施し、計画作成にあたっては、専門家・金融機関等との連携により実現可能性・実効性の高い計画策定を伴走型で支援する。

具体的には、事業計画策定セミナー・個別相談会等を、年間を通して定期的に開催し、事業計画策定の重要性を認識・浸透させ、経営状況の分析と併せて、持続的発展に寄与する事業計画策定を伴走型で支援する。

(2) 創業希望者等に対する事業計画策定支援（新規）

地域における商工業を活性化するため、新たに商工会報による広報活動により希望者の掘り起こしを行うほか、創業塾を開催し、創業計画書の作成支援を通して、創業者の夢の実現を支援する。また、地域資源を活用し創業しようとする創業希望者に対しては、収集した需要動向分析結果等もふまえ、積極的な提案を行い、競争力と実現可能性の高い創業計画書の作成を支援する。

【目標と実績】

支援内容	30年度 実績	1年度 実績	2年度 実績	3年度 実績	4年度 目標	4年度 実績
(1) 事業計画策定セミナー 開催回数	2回	2回	0回	3回	3回	40回
(1) 事業計画策定セミナー 参加者数	34 事業者	30 事業者	0 事業者	9 事業者	50 事業者	42 事業者
(1) 事業計画策定事業者数	25 事業者	35 事業者	55 事業者	30 事業者	40 事業者	33 事業者
(2) 創業塾の開催回数	1回	1回	0回	1回	1回	1回

(2)創業塾参加者数	6 事業者	1 事業者	0 事業者	15 事業者	10 事業者	20 事業者
(2)創業計画策定事業者数	6 事業者	3 事業者	4 事業者	15 事業者	10 事業者	13 事業者

【評価及び改善点】

- ・経営課題の解決に向けた事業計画策定支援では、セミナー参加者数及び事業計画策定事業者数で目標の8割程度の実績となった。コロナ禍でセミナーの参加者数を制限せざるを得なかったこと等に鑑みると、概ね評価できるものとする。
- ・創業者に対する支援では、創業塾参加者数・創業計画策定事業者数ともに目標を超える実績となり、評価できる内容である。特に、創業計画策定支援では個々の事業者の時間的制約や課題に対応可能な個別相談を新たに提供するなど柔軟な支援体制を提供しており、創業者へのバックアップ体制として評価できる取り組みとする。
- ・また、新型コロナウイルス感染拡大以降の事業環境を踏まえると、地域の小規模事業者においてDXに向けた意識の醸成やデジタル技術やITツールの活用に対する支援ニーズが高まっているものと考えられる。セミナー（集団講習）や事業計画策定支援（個別支援）を通じて、これらのニーズにも対応できるよう支援内容にも工夫をおこなってほしい。

＜4＞事業計画策定後の実施支援に関すること

専門家等と連携し、計画の進捗状況に応じて計画的なフォローアップを実施し、計画の実現性を高めていく。

【現状と課題】

これまでの小規模事業者への事業計画策定後の支援は、窓口や巡回相談の機会を活用し、事案が発生する都度の助言・指導をするにとどまっていた。そのため、資金調達面や販路開拓の部分で計画が予定どおりに進まないことを後から知ることが多く、タイムリーなアドバイスが行えないことが課題であった。

今後は、計画の進捗状況に応じて計画的なフォローアップを実施し、計画の実現性を高めていく。

【事業内容】

(1) フォローアップ強化による実施支援（拡充実施）

これまでの小規模事業者への事業計画実施後の支援は、受動的な対応に留まっていたが、今後は、計画の進捗状況に応じて計画的なフォローアップを実施する。具体的には、2～3カ月に1度巡回窓口等を実施し、進捗状況の確認を行うとともに、必要な指導・助言を行う。また、国、県、市区町村、よろず支援拠点等の行う支援策等の広報、案内を周知するとともに、高度な課題に対しては専門家派遣を実施することによ

り、小規模事業者の確実な目標達成を支援する。確認項目としては、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、見直しの必要性等とする。

(2) 創業後の巡回・窓口指導による個別フォローアップ（新規）

創業者に対し、創業支援後1年間については2ヶ月に1回、巡回・窓口指導等による個別指導、フォローアップを継続するほか、先輩経営者との意見交換会、指導員等による個別フォローアップ、具体的には、商工会が関与するイベントへの優先参加と、イベント出展に関するきめ細かなノウハウ提供等、伴走型の支援を行う。

さらに、創業者の成熟度に応じて、記帳指導、労務指導、経営指導からビジネスマッチングに繋がる支援を行う。

【目標と実績】

支援内容	30年度 実績	1年度 実績	2年度 実績	3年度 実績	4年度 目標	4年度 実績
フォローアップ 事業者数	33 事業者	45 事業者	69 事業者	31 事業者	40 事業者	14 事業者
創業者フォロー アップ事業者数	3 事業者	5 事業者	5 事業者	4 事業者	10 事業者	7 事業者

【評価及び改善点】

- ・事業計画策定後の実施支援では、フォローアップ事業者数及び創業者フォローアップ事業者数ともに、目標値を下回る実績となった。なかでも事業計画策定後のフォローアップ支援では目標値や過年度の実績を踏まえると十分な実績とは言えず、改善が必要なものとする。売上計画が未達の事業者等を重点的にフォローアップするなど、個々の事業者が直面する課題に応じて柔軟に対応していくことも必要とする。
- ・一方、創業者フォローアップ事業者数については、目標値を下回ったものの、その件数は年々増加しており、概ね評価できる内容である。今後も創業塾受講者や創業計画策定事業者は増加していくことが想定されることから、創業者の円滑な事業展開に向けて継続して取り組んでもらいたい。

<5>需要動向調査に関すること

小規模事業者の販売する商品やサービスに対する需要動向調査を計画的・体系的に実施し、販路開拓を見据えた基礎的資料としての活用を図る。

【現状と課題】

これまで、当商工会では需要動向調査に関する知識・認識が乏しく、情報収集等のノウハウ不足により、個々の小規模事業者に対し消費者ニーズ等の需要動向を的確に把握できるような支援はできていなかった。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」等が成果を上げられるよう、次の方針に基づき需要動向の調査・分析およ

び提供を行っていく。また、商工会の経営指導員も需要動向調査の調査手法等のノウハウが不足していることからこれに関する知識や手法の習得に取り組む。

【事業内容】

(1) 巡回・窓口相談開催時等における支援先の掘り起こし（拡充実施）

小規模事業者が、自社の経験や思い込みによる商品開発やサービスの提供等が引き起こす顧客ニーズとのミスマッチを防止し、プロダクトアウトからマーケットインへ意識改革を図るため、経営指導員が巡回・窓口相談時およびセミナー等の機会を活用し、随時、需要動向調査の必要性を小規模事業者に広く啓蒙する。

(2) 消費者需要動向調査（新規）

地域資源活用事業者等の新商品・新サービス開発に取り組む事業者や既存商品・サービスの改良に取り組む事業者の一般消費者（BtoC）への需要開拓を支援するため、毎年11月に開催する「常総ふるさとまつり（平均来場者数1万人）」に来場する地域内外の消費者を対象に、当該事業者が提供する商品・サービスにかかるアンケート調査を実施して、需要動向を把握する。

(3) 取引先・バイヤー等需要動向調査（新規）

地域資源活用事業者等の新商品開発に取り組む事業者や既存商品の改良に取り組む事業者の事業者間（BtoB）の需要開拓を支援するため、地元金融機関が実施するビジネスマッチングに来場する商社・バイヤー等を対象に、当該事業者が提供する商品・サービスにかかるアンケート調査を実施して、需要動向を把握する。

(4) 各種統計調査等を活用した需要動向調査（新規）

商工会の重点支援産業の需要動向や各業界のトレンド等を把握・情報提供する。国や民間の各種分析データを収集・分析し、小規模事業者が開発・販売する予定の商品・サービス（技術）に関する需要動向に関する分析結果を提供することで、小規模事業者の需要開拓を支援する。

(5) 県内統一研修会による知識・手法の習得（新規）

経営指導員が適切な情報を提供できるよう、県連主催で実施する日経テレコン・業種別審査辞典・独自景況調査レポート研修会をとおして、仮説の作成・検証の方法のほか各種の編集方法を身に着けスピーディーな情報提供を実施する。

【目標と実績】

支援内容	30年度 実績	1年度 実績	2年度 実績	3年度 実績	4年度 目標	4年度 実績
需要動向調査支援対象 事業者数 (2)+(3)	0 事業者	5 事業者	2 事業者	1 事業者	20 事業者	0 事業者
統計調査情報を活用し た需要動向調査回数(4)	0回	1回	1回	1回	1回	0回
統計調査情報を活用し た需要動向調査支援対 象事業者数(4)	25 事業者	35 事業者	55 事業者	30 事業者	40 事業者	0 事業者
研修受講回数(5)	0回	0回	0回	0回	1回	0回

【評価及び改善点】

- ・需要動向調査については、コロナ禍で地域イベントや展示会等の開催中止や実施方法に制約が生じる一方で、出展を見送る小規模事業者も見られるなど、本年度は実績なしとなった。感染状況に伴う不確実性や対人接触機会の低減が求められるなかで、対面によるアンケート調査が困難であったことはやむを得ない面もあるものの、新型コロナウイルス感染拡大から間もなく3年が経過することから、感染症等が拡大するなかでも実施可能な調査方法等を検討しておくことも重要と考える。
- ・次年度以降は、ウィズコロナに向けて地域イベントや展示会等も従来通りの実施が可能となっていくものと考えられる。テストマーケティングを実施できる機会が限られている地域の小規模事業者において貴重な機会と考えられることからより多くの事業者が活用できるよう取り組んでもらいたい。

＜6＞新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

外部機関・専門家と連携を図り、消費者の需要動向や市場環境をふまえ、当地域における新商品（特産品等）や新サービスの販路開拓をするため、展示会、商談会等の出店参加支援等を行う。

【現状と課題】

小規模事業者に対する需要開拓支援は、これまで、各種展示会・商談会への参加勧誘等にとどまっており、小規模事業者の売上増加に対する効果は十分とはいえなかった。

地域の小規模事業者も展示会等への出展やマスコミへのプレスリリース等についてはノウハウや経営資源の不足等もありハードルが高いという意識から、積極的な活用には至っていない状況であり、特に支援を要する分野である。

今後は、前述した需要動向調査により調査・分析した内容を活用し、小規模事業者の売上の増加や新規顧客の獲得に向けたより効果的な需要開拓支援を行う。

【事業内容】

(1) 消費者（BtoC）への需要の開拓支援（新規）

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ため、以下の支援を実施する。

支援内容	(a) 商品・サービスに係る情報発信支援 新たに開発した新商品や新サービスについて、茨城県商工会連合会の「いばらきブランド」認証取得により商品価値を高め、プレスリリース作成支援による地元新聞（茨城新聞）やミニコミ誌、インターネットテレビ（いばキラTV）などマスコミへの情報発信強化に向けた支援を実施する。
	(b) ECサイトへの出品・出店、ネット販売体制構築支援 全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」や楽天・Yahoo・Amazon等の他社通販サイト等への登録支援、自社ホームページを活用したネット通販事業のサイト構築支援を行うと同時

	に、商品の「魅せ方（パッケージデザイン・商品画像・サイト内視覚効果演出等）」について専門家等との連携による支援強化を図り、インターネットを活用した新たな販路開拓を行う支援を実施。
	(c) イベント出展支援 地域で開催されるイベント（常総ふるさとまつり等）の会場にて、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、上記(b)同様他チラシ・カタログ製作・商品 PR 動画活用等販促支援も同時に行う。
フォローアップ	専門家等とも連携し、上記支援の実施結果の総括を行い、需要開拓の取り組みもPDCAサイクルにより、次回の取り組みに対する成果の向上・新販路開拓につながる方策の検討・実施等について継続的支援を伴走型でフォローアップする。

(2) 商社・バイヤー等（BtoB）への需要開拓支援（新規・拡充）

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、効果的な販売促進活動を支援するため、以下の支援を実施する。

支援内容	<展示会等出展支援> 全国の展示会等情報を収集し、会報やウェブサイトにより、地域の小規模事業者に向けた情報提供を行い、茨城県産業大県創造基金等の展示会への出展支援施策の活用、商品 PR 資料の作成等の出展への実行支援を実施し、提供する商品や希望する販路等に合ったバイヤー・商社等が集まる下記展示会等への出展を支援する。
フォローアップ	専門家等とも連携し、上記支援の実施結果の総括を行い、販路開拓の継続的支援を伴走型でフォローアップする。需要開拓の取り組みに対してもPDCAサイクルにより、次回以降の情報発信・展示会出展等の成果向上・商談成約率の向上・新販路獲得につながる方策の検討・実施等について継続的支援を伴走型でフォローアップする。

【目標と実績】

(1) 消費者（BtoC）への需要の開拓支援

支援内容	30年度実績	1年度実績	2年度実績	3年度実績	4年度目標	4年度実績
(a) 情報発信事業者数 (プレスリリース等)	0 事業者	0 事業者	0 事業者	0 事業者	8 事業者	3 事業者
(b) ECサイト出品・ 出展、ネット販売体制 構築 事業者数	3 事業者	7 事業者	4 事業者	7 事業者	7 事業者	6 事業者
(c) イベント出展 事業者数	4 事業所	4 事業者	2 事業所	3 事業所	5 事業所	39 事業者
(d) 売上増加事業者 (d)の年間売上平均 増加率(前年比)	37.5%	15.1%	4.6%	0%	2%	6.5%
(e) フォローアップ事 業者数 ※(a)+(b)+(c)	7 事業者	11 事業者	2 事業者	3 事業者	20 事業者	7 事業者

(2) 商社・バイヤー等 (BtoB) への需要開拓支援

支援内容	30年度実績	1年度実績	2年度実績	3年度実績	4年度目標	4年度実績
(a) 展示会出展事業者数	6 事業所	8 事業者	2 事業所	0 事業所	5 事業所	3 事業所
(b) 成約件数 ※(a)×1社	0件	0件	0件	0件	5件	0件
(c) フォローアップ事業者数(=a)	6 事業所	8 事業者	2 事業所	0 事業所	5 事業所	3 事業所

【評価及び改善点】

- ・BtoC 向けの需要開拓支援については、商工会広報誌を活用した情報発信支援、ビジネスモールへの出店支援、近隣商工会との連携による販路開拓セミナーの開催及び地域のショッピングセンター（下妻イオン）における物産展を開催した。物産展においては当地域からは3事業者が出展し、出展事業者における年間平均売上高は目標値を上回る6.5%となったことから評価できる取り組みと考える。
- ・また、BtoC 向けの需要開拓支援では、本年4月に道の駅（道の駅常総）が新たに開業する予定であり、これまで市内にはなかった県内外からの高い集客力を持つ施設となることが期待できることから、市と連携を図りながら当該施設を活用した需要開拓支援についても是非検討してもらいたい。
- ・一方、BtoB 向けの需要開拓支援については、茨城県商工会連合会が実施する「海外型小規模事業者向け販路開拓支援事業」を活用して、台湾でおこなわれた展示会への出展支援、ベトナム・シンガポールへの商品サンプルの提供支援をおこなった。いずれも成約には至っていないものの継続して問い合わせをいただいている状況であり、中長期的な視点から引き続き支援を提供していくことが重要と考える。

<7>地域経済活性化に資する取組

常総市、経済団体、観光協会、JA等の地域の関係機関との連携を密にとりながら、市内産業のPRを図り、地域活性化を図る。

【現状と課題】

従来の地域経済の活性化策は、行政主導型の事業開催・地域ごとに行っている祭事への参加や、各種イベント等の開催をはじめとする一過性の事業が中心であり継続的な活性化が図れていないことが大きな課題としてあげられる。

今後は、地域活性化の方向性を見極めるために、市、観光協会、農協等と連携し情報交換を行ない、賑わいの創出や地域ブランド化し活性化を図る必要があったが、9月に発生した関東・東北豪雨災害が発生したことにより想定外の問題・課題等がある。地域の再建と産業の再生と地域外の流出を食い止めるため、行政、商工会、各関係機関団体と連携

し、実効性のある対策の整備と、経済活性化に向けた取組みの実勢が喫緊の課題となっている。

【事業内容】

(1) 地域経済の活性化に向けた体制づくり（新規）

常総市、観光協会、商工会、商工会青年部・女性部、農協で構成する「常総市 活性化会議」を年間計4回行い、地域経済の活性化並びに地場産品を使った特産品の開発、また、疲弊した商店街復興復旧を行う地域活力の創出を検討する。

(2) 地域イベントによる地域経済の活性化（新規）

毎年11月に開催される「常総ふるさとまつり（場所：常総市石下庁舎）」には積極的に協力している。常総ふるさとまつりでは、地域の文化、産業資源の再認識を図り、事業所PRを図るために、かかしコンテスト、商工業者の出店、農家の軽トラ市、ステージイベント（歌、物まね等）、抽選会などが催されるが一過性のものとなっている。地域を担う若者や女性の意見を採り入れた委員会を設置し発展性のあるイベントを開催する事により、地域のにぎわいを創出し、地域経済の活性化を図る。

(3) 風評被害を受けている地域産品のPR支援（新規）

豪雨災害により被害を受けた農産物（米等）を市と連携してPRしていく。新たに開発した地域ブランドや新サービスを茨城県庁広報広聴課にプレスリリース、また、地元新聞（茨城新聞）や茨城県が運営するインターネットテレビ（いばキラTV）などマスコミに情報提供することを目標とする。

(4) 被災地復興に向けたコミュニティの再生（新規）

当市における被災した事業者は1,000件以上あり、現在では約9割がなんらかの形で事業を再開しているが、完全復旧までには至っておらず、被害が多かった石下地区の商店街は本来の商店街としての機能を果たしていない状況である。県及び市と連携して、常総市復興整備計画に基づき、茨城県被災中小企業事業継続支援補助金等を活用し、施設・設備の早期復旧への支援を実施する。また、商店会等の関係団体と連携して、現在機能不全に陥っている商工業集積の再建支援をするとともに、地域ニーズに対応する販売戦略を踏まえた個店の事業計画策定を支援し、コミュニティの再生等魅力ある商店街の再建を図る。復旧の状況に応じて、常総市が進めている「都市ゾーン計画」と連携しながら、水海道商店街、石下商店街が主催するイベントを継続的に実施し、商店街を中心とした賑いの創出に貢献していく。

【目標と実績】

項目	30年度 実績	1年度 実績	2年度 実績	3年度 実績	4年度 目標	4年度 実績
地域経済の活性化に向けた体制づくり						
会議開催数	1回	3回	0回	4回	6回	4回
地域イベントによる地域経済の活性化						
イベント開催回数	1回	1回	0回	0回	1回	1回

出店者数	2 事業所	4 事業所	0 事業所	0 事業所	12 事業所	35 事業所
来場者数	4,000人	4,000人	0人	0人	6,000人	20,000

【評価及び改善点】

- ・地域活性化に資する取り組みでは、地域イベントによる地域活性化に向けて、市や経済団体との協議を4回実施した。コロナ禍での開催方式やコロナ後を見据えたイベントのあり方等について検討する機会として意義のあったものと考えられる。
- ・直近では、ウィズコロナに向けてイベントへの人出も回復している様子が見受けられる。次年度（令和5年度）以降も関係機関との連携を図りながら、地域経済の活性化に向けた取り組みを進めてもらいたい。