

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	佐井村商工会 (法人番号 1420005006288)
実施期間	平成 31 年 4 月 1 日～平成 36 年 3 月 31 日
目標	<p>1) 事業承継～商工業者アンケートを行い事業承継のための支援を強化</p> <p>2) 経営分析から今後の経営方針について見直し等を行い個店力を強化</p> <p>3) 地域資源、観光資源の有効的な活用の構築へ取り組み</p>
事業内容	<p>1. 経営発達支援事業の内容</p> <p>①地域の経済動向調査等に関すること～商工業者の景気動向調査と観光産業に関する消費動向調査と実態把握</p> <p>②経営状況の分析に関すること～独自のヒアリングシートを使い全事業所を対象として巡回訪問して経営課題、事業承継等の掘起</p> <p>③事業計画策定支援に関すること～事業計画策定の意思ある事業所への支援・事業承継に向けた事業計画策定支援・創業予定者への支援</p> <p>④事業計画策定後の実施支援に関すること～売上向上、利益確保を図るため、事業計画策定を行ったすべての小規模事業者に対し PDCA サイクルで実行管理を行う。</p> <p>⑤需要動向調査に関すること～商工業者の売上・利益の目標を達成し、企業の持続的発展を促進するため事前の需要動向調査は不可欠なため、消費者ニーズに関する情報収集を強化し、経営分析・事業計画策定時において提供できる体制をつくる。</p> <p>⑥新たな需要開拓に寄与する事業に関すること～地域資源活用による新商品・新サービス開発に係る支援・IT等の活用による販路拡大支援</p> <p>2. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <p>(1) 地域資源を活用した新商品・メニュー・新サービスの開発に関する取り組み</p> <p>(2) 地域資源を活かした観光プログラムの構築に関する取り組み</p> <p>(3) アルサス周辺賑わいづくりに関する取り組み</p>
連絡先	<p>佐井村商工会</p> <p>住 所 039-4711 青森県下北郡佐井村大字佐井字大佐井 114 番地 1</p> <p>電話番号 0 1 7 5 - 3 8 - 2 2 7 0</p> <p>E-mail sai.sk@sweet.ocn.ne.jp</p> <p>ホームページ http://www.aomorishokoren.or.jp/shokokai/sai/</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 現状及び課題

(1) 佐井村の現状

佐井村は、青森県下北半島の西岸に位置し南北に細長い地形で、東西 14Km、南北 28Km におよび、北部に大間町、東部・南部はむつ市にそれぞれ境を接しており津軽海峡を隔て北海道渡島と対峙している。集落は海岸線に沿って 8 集落と、山間部に 1 集落が点在する。

総面積は 135.04 km² で 9 割近くが山林である。

主な幹線道路は、北と南を結ぶ国道 (338 号線)

1 路線で、東側のむつ市を結ぶ県道 2 路線が整備されているが、冬季間は通行止めとなる。

人口 (H30.3.31 現在) は 2,066 人、958 世帯。

10 年前と比較し 2 割超の減少、世帯数についても 1 割近い減少で平成 27 年度に 1,000 世帯を切っている。高齢者の独り暮らし世帯も多く、空き家の問題が今後ますます課題となりそうである。

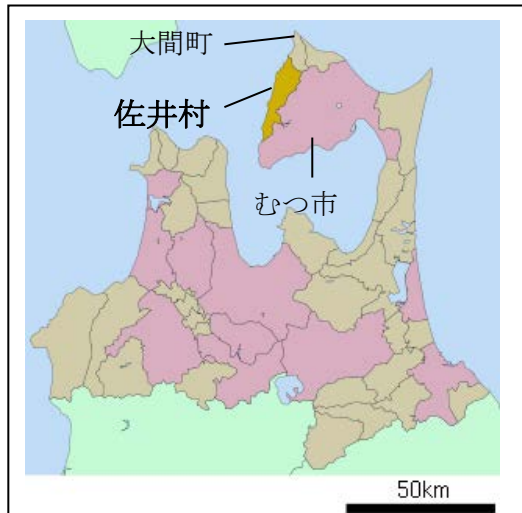
村役場のある本村から最も遠い地区へ行くためには車で約 1 時間ほどかかる。また、青森県で県庁所在地から最も遠い場所にある。また、平成 22 年 11 月信用金庫の支店が撤退したことで、金融機関はマリンバンクと郵便局のみとなっている。

産業の特徴としては、漁業は主要な産業の一つであり漁業者は正組合員・准組合員合わせて 200 件ほどである。春から夏にかけてウニ漁が盛んである。近年、わかめ・アワビ・ヒラメなどの育てる漁業にも取り組んでいる。また、漁師縁組事業で、県外からの移住者の受け入れを行っている。

一方農業は、自家消費を主とする零細な農家が多く、米や牛肉がわずかに出荷されている程度である。農地利用は、牧草地が半分以上を占め、次いで畑地・田地が続いて占めている。平成 25 年頃からは休耕地を利用し「アピオス」栽培が行われている。(注：アピオスは、北アメリカ原産の「アメリカホドイモ」というマメ科の植物です。下北の夏季冷涼な気候風土に合い、鳥獣による食被害もない。サルの食害に悩む農家にとっては扱いやすい作物である。) 茹でるだけでそのまま食べられ、栄養価が高く、注目されている作物で、作付面積も年々拡大されている。

(2) 商工業者の現状

平成 28 年の経済センサスの結果から、商工業者は 110 件、商工会員 (H30.3.31) は 76 名である。佐井村の小規模事業者は 100 件、8 割が個人経営で、会員の四分の一は高齢者 (65 歳以上) である。5 年前と比較すると宿泊・飲食業、卸・小売業、建設業の順で減少しているのが分かる。



業種別商工会員数の現状

業 種	商工会員数（商工業者数）		増減
	24. 3. 31	30. 3. 31	
建設業	23 (028)	17 (023)	-06 (-05)
製造業	04 (006)	03 (005)	-01 (-01)
卸売業・小売業	32 (040)	26 (037)	-06 (-03)
宿泊業・飲食業	17 (025)	10 (017)	-07 (-08)
サービス業	12 (020)	16 (016)	+04 (-04)
その他	05 (015)	04 (012)	-01 (-03)
合 計	93 (134)	76 (110)	-17 (-24)

観光産業では、国定公園・県天然記念物に指定されている名勝地「仏ヶ浦」、四季のうつろいが満喫できる「願掛公園」や「縫道石山」、青森ひばの積出のため北前船が寄港し発展したこともあり、村の祭りは320年以上の歴史がある。二つの地区では漁村歌舞伎が伝承されている。風土や歴史を伝える「海峡ミュージアム」「三上剛太郎生家」（日露戦争で軍医として渡った三上剛太郎の、敵味方問わず多くの兵士を救った功績をたたえ、生家を保存し展示館として無料開放している。）など観光資源は多くある。平成28年9月には下北広域になるが、日本ジオパーク認定で「下北ジオパーク」に認定された。更に、同年10月には、「日本で最も美しい村連合」に加盟となった。

年間約13,000人超の観光客の大半（7割弱）は「仏ヶ浦」の観光であり、観光船が、初夏から秋（5月～10月）までの観光シーズンに運行し、大型バスで来る団体客の利用が主である。また、豊かな自然資源と漁村景観背景とした観光拠点【津軽海峡文化館「アルサス」】は、観光客のみならず村民も利用する交流の場となっており、施設周辺の商工事業者（小売・飲食・サービス業）と団体（商工会・観光協会・郵便局等）で構成する「アルサス活性化協議会」及び「観光協会」では、各種イベントを開催し交流人口の拡大に向け取り組んでいる。

オフシーズン（11月～4月中旬）は、観光船運航も休業、伴って施設内にある土産小売店は冬季間閉店となる。



津軽海峡文化館「アルサス」



「仏ヶ浦」

飲食業はアルサスの施設内に3店舗、周辺に3店舗あり通年営業している。オフシーズンの売上は夏季売上の3～4割の減少となっている。

小売業は、車で15分の隣町の大型スーパー、ドラッグストアで食料品日用品が購入されていて、更に、地域の高齢化により買い物弱者は、外販（コープ・移動販売車）を利用することで地元商店での購買力は低下し、売上の減少傾向が続いている。「商工会スタンプ事業」や「プレミアム商品券発行事業」などを行い、村外への購買流出を止めようとしているが防ぎようのない現状が続いている。

建設業にあつては、公共の建設工事は学校等公共施設の改修工事などで、道路工事は減少してる。建築業は大手ハウス会社が一般住宅建築に入ってきているため、零細事業者は増改築やリフォーム工事の受注が中心となっている状況である。

(3) 地域・商工業者の課題

①村内の商工業者の7割以上が個人経営者であり、人口減少・高齢化等によって村内の消費が減少し、後継者のいない事業主は売上不振により事業を廃止するという選択をしている。65才以上の事業主が会員企業でみると四分の一に達している。事業主が元気なうちに後継者への事業継承は大きな課題である。

②モータリゼーション化によって村内住民の消費は、近隣的大型スーパー・ドラッグストアへ流出している。特に食料品小売店は、差別化が難しく価格競争の影響を受け経営に苦慮している。

③観光船利用の団体客やイベントに観光客訪れるが、滞在時間が短く名勝地を巡ってトイレ休憩というスタイルが観光コースの大半を占め交流人口増加に十分な活用ができていない。村内に滞在する時間を長くできるような仕組みの構築が必要となっている。

④佐井村には、「仏ヶ浦」「縫道石山」「願掛公園」「うに」「ひらめ」「なまこ」「アピオス」などの地域資源や観光資源を有するが、それが活かされた商品がほとんど出回っていない。地域資源を利用した、付加価値の高いメニューや商品の開発は飲食業・製造業者にとっての課題となる。

2. 商工会のこれまでの取組み

商工会ではこれまで、資金繰り等の金融相談や記帳・申告等の税務・労務支援、開廃業の手続きや、通常発生する課題解決など主に商工業者の単発的な問題解決のために、巡回・窓口指導で対応してきた。

建設建築業者は各種届出や税務等の支援が多く、技術・許可等が関係するため事業継承については踏み切れない事業者が多い。観光関連サービス業については、シーズンオフ中に講習会で集団支援を行うことで、接客マナー等の資質向上を図ってきた。製造・小売業者に対しては、パッケージのリニューアル・ロゴの作成支援・店舗及び商品レイアウト等について、専門家派遣事業の活用による支援を行ってきた。

また、消費の喚起のために「商工会スタンプ事業」や「プレミアム商品券発行事業」を行い、商工業者が消費者向けに同じサービスで売上向上のためのアピールをし、交流人口の拡大のため、村外への情報発信を行い、佐井村・アルサス活性化協議会や観光協会が開催するイベント等について連携を行ってきたところである。

3. 佐井村地域における商工業者支援の中長期的な振興のあり方

消費者ニーズの変化への対応や需要の低迷など、事業者の厳しい状況は続いている。このような状況の中で中長期的な振興・発展のために、商工業者の持続的な発展に向け、特に後継者のいる事業所は、経営状況の把握と分析支援を行いスムーズな事業承継のために支援を強化する。

観光に関連する小売業・宿泊業・飲食業の商工業者の減少が目立っており、商工会の

脱会理由は廃業がほとんどである。観光資源があり、拠点となる場所もあるため、新たに起業する人や村外からの事業者も村内で仕事をしたいと思えるように、まず、現在の商工業者の経営分析から今後の経営方針について見直し等を行い個店力の強化を図り、10年後にも魅力ある商店が存続し、商工業者数の減少に歯止めがかけられる支援をする。

地域資源を活用した付加価値の高いメニューや商品の開発支援により地域ブランドの創生と拡充を図る。また、少しでも村内での滞在時間を延ばすために地域・観光資源を活用し、まち歩きコースのブラッシュアップ・登山や釣りなどの体験型の観光メニューを増やすことで、交流人口の増加を図れる仕組みを構築する。

4. 経営発達支援計画の目標と方針

目標 1) 事業承継～商工業者アンケートを行い事業承継のための支援を強化。

方針 商工業者向けに事業承継アンケートを行い、5年～10年後を想定して事業の引継ぎについて考えている事業者を中心に事業承継計画支援を行う。

- ・具体的な課題がある場合は、商工会連合会、中小企業庁ミラサポの専門家派遣事業や、よろず支援拠点、国民政策金融公庫等と連携するなどし、持続的発展のために伴走型支援を実施する。

◎この取り組みを通じて、事業承継のための支援強化を図っていく。

目標 2) 経営分析から今後の経営方針について見直し等を行い個店力を強化。

方針 3～5年売上減少が続いている商工業者について、現状は顧客の減少だけなのか、今までの経営方針で良いのか見直すきっかけとして経営分析を行い、今後の経営方針を立て直して個店力をアップさせ売上向上につなげる。

- ・個店で解決できない課題が抽出された場合は、セミナーや講習会などの集団支援も行う。個店のブラッシュアップには、商工会連合会、中小企業庁ミラサポの専門家派遣事業や、よろず支援拠点専門家と連携し支援致します。

◎この取り組みを通じて、個店力の強化を図っていく。

目標 3) 地域資源、観光資源の有効的な活用の構築へ取り組み。

方針 佐井村も含まれた広域の地域が、日本ジオパーク認定で「下北ジオパーク」に認定され、更に、佐井村は「日本で最も美しい村連合」に加盟となっていることから、この機会を商工業者の事業としてどう組み入れ、交流人口の増加を図っていく仕組みに繋がられるのかを検討する。

地域資源を活用したブランドの創出や拡充を図っていくために、顧客ニーズの把握をした上で、商品・メニュー開発を支援する。

これまでの観光資源に加え、「日本で最も美しい村づくり」により見直されている資源の活用をした観光メニューのプログラム作り等を行うことで、観光客の入れ込み数増加を図るための支援をする。

◎この取り組みを通じて、地域・観光資源の有効な活用強化を図っていく。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

【1】経営発達支援事業の実施期間（平成31年4月～平成36年3月）

【2】経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査等に関すること【指針3】

(1) 目的

地域の経済動向について定期的に調査・整理を行い、景気の動向と業種ごとの経営状況を把握する。その調査結果は職員間で共有し、商工業者が必要とする支援策や経営に必要な情報の提供を行うとともに、関係機関に対し地域経済状況の周知を図る。

(2) 現状と今後の取組み

現在、当商工会では全国商工会連合会で行う小規模企業景気動向調査を月1回実施しているものの経常的なもので、事業者への情報提供や活用が十分でない。地域で事業を行う商工業者にとって、地域経済動向について把握することは、計画的な経営をしていく上で大変重要であることから、今後は商工業者支援のための情報を収集・蓄積していくとともに、公開・提供を新たに行う。

(3) 事業の内容

次のとおり、①商工業者の景気動向調査と②観光に関する消費動向調査と実態の把握のためアンケート調査を行う。地域の経済動向に関する情報を収集・整理し情報開示及び提供を行い商工業者が適宜にその情報を活用できるようにする。

①商工業者の景気動向調査

◎事業内容

村内の商工業者への巡回により地域内20企業を対象に年4回アンケート調査を行い、景気動向を調査するとともに状況の把握をする。

◎調査項目

前年同期及び前期と比較した事業所の事業状況、売上、経費、資金繰り、設備投資への計画、経営上の問題点・業界内の情報について調査する。

◎調査方法

業種別にバランスをとって調査対象企業を選定し3ヶ月毎に調査を実施
職員の巡回によるヒアリング形式で行う。

◎対象事業者

製造業2社、建設業4社、卸・小売業6社、宿泊・飲食業3社、サービス業5社

◎活用方法

調査の結果を業種や調査項目別に整理・分析し、全国連で行っている景気動向調査との比較をしながら、商工業者への情報提供をHP及び対象事業者へ個別提供を

年 4 回行い、今後の動向の仮説を立てるなどして事業計画策定支援に役立てる。

◎目標

	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
事業者アンケート (景気動向調査)	8 事業所	20 事業所	20 事業所	20 事業所	20 事業所	20 事業所
景気動向調査回数	1 2 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
調査結果公表 (提 供) 回数	2 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

②観光産業に関する消費動向調査と実態把握

◎事業内容

村外からの観光客については、NPO 法人佐井村観光協会と連携し、観光及び交流の拠点となっている文化館（「アルサス」）において、観光協会窓口・観光船への乗船待ち・休憩スペースにおいて自由回答と、職員による聞き取りでアンケート調査を常時行う。

◎調査項目

旅行者の属性（性別・年代・居住地、団体 or 個人(何人)）、交通手段、旅行の目的、消費額（主な消費目的）、旅行で不足(不満)だったこと、旅の感想等について

◎調査対象

村を訪れる観光客 観光シーズン（5～10 月）＝回収目標 300 枚、オフシーズン（11～4 月）＝回収目標 100 枚として、シーズン別に分けて調査する。

◎活用方法

調査の結果を業種や調査項目ごとに整理・分析し整理し、シーズン別に、年 1～2 回商工会 HP や広報で情報発信する。2 年目以降は前年対比も合わせて提供する。外部環境の傾向を商工業者に周知するとともに、観光のターゲットを明確化することで、マーケティング支援や観光メニュー等サービスのブラッシュアップに役立て、質の高い観光企画・提供と、観光産業の事業計画策定支援に活用し、観光客数の増加に繋げる。

◎目標

	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
観光客アンケート の整理・分析回数	0 回	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回
観光客アンケート 結果の情報発信	0 回	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回

2. 経営状況の分析に関すること【指針（1）】

（1）目 的

事業計画の策定支援と策定後の支援にあたっては個店の現状を正しく認識する必

要がある。そのためには、財務状況や強み・弱みなど経営状況の分析を行い、それらを反映させた実行可能な事業計画の策定とこれに基づく経営によって、商工業者の持続的発展の実現を目的とする。

(2) 現状と今後の取組み

これまで、小規模事業者持続化補助金等の各種補助金の申請や経営改善・創業支援の際は経営分析や将来像の計画などは行ってきたが、記帳指導・税務指導等では、前期との売上や利益の比較を口頭で事業者に報告するぐらいで、変動の原因や具体的な分析や相談を行っていなかったため、より詳細な改善提案をおこなうことが必要である。また、管内の商工業者の多くは、自分の経験を頼りにしており、分析や目標設定などから計画を立てるという認識が不足している現状。経営の持続的発展を目指すには限られた経営資源や強みを正しく認識し、計画を策定することの意義を認識してもらうことも必要である。

(3) 事業の内容

経営分析の実施にあたっては、独自のヒアリングシートを使い全事業所を対象として巡回訪問して経営課題、問題、事業承継等の掘起しを行っていく。

商工会「ネット de 記帳システム※1」導入事業所については同ソフトの経営状況分析を活用し分析や経営指標等を把握する。このソフトを利用していない事業所については、基本となる SWOT 分析・経営資源の棚卸を「ローカルベンチマーク※2」を利用し行い事業者の強みや特徴を明確にすることで各種の経営課題の見える化を図り、財務分析は安全性、収益性、効率性に視点を置き分析を行う。

分析結果については事業者と情報共有し、事業計画策定などに活用するほか、専門的な課題については、税理士やよろず支援拠点等の専門家と連携し、商工業者の各種経営課題を解決に導く支援をしていく。

特に近年売上の著しい減少がみられる観光産業関連事業所に対しては、各分析・経営資源の棚卸を行い事業者の強みや特徴を明確にし、事業計画策定支援を実施することで各種経営課題を解決に導く。

◎分析の方法

・独自の経営状況ヒアリングシートを使い、基本的な経営状況把握や経営課題の抽出を行う。調査により特に支援要望がある場合や事業計画策定の意思ある事業所から、高度・専門的、緊急性の高い課題の事業所に対し専門家による詳細な経営分析・課題を明確にし、その結果を踏まえた課題解決や事業計画の策定へつなげる。

・ネット de 記帳及びローカルベンチマークのツールを活用し経営分析を行い、事業者の数値を把握、業界標準数値等と比較し分析を行った事業所の財務上の問題点を把握する。

◎分析内容

財務分析～安全性分析（支払能力や財務の健全性＝流動比率・固定比率など）

収益性分析（効率よく利益を稼いでいるか＝売上高費用率など）

成長性分析（将来の成長の可能性＝売上と利益の伸び率）

生産性分析（経営資源が有効活用されているか＝労働分配率など）

SWOT 分析～経営資源、独自性、競争優位、知的財産、市場評価、ブランド、競合

経済状況等、自社を取り巻く内外部環境及び影響・自店の現状を分析
後継者の有無

◎目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
巡回訪問 (ヒアリング)	70事業所	110事業所	110事業所	110事業所	110事業所	110事業所
経営分析件数	3事業所	5事業所	5事業所	7事業所	7事業所	10事業所

◎分析結果の活用

分析結果については、当該事業者にはフィードバックし経営実態の理解、自店の状況や経営課題の明確化、経営の持続的発展への目標設定、事業計画策定へのステップアップに向けての基礎資料として活用する。

また、事業所ごとにカルテを作成し、職員がいつでも閲覧することが可能な状態にファイルし、経営指導に携わる全職員が情報を共有し、それぞれの企業に対し有効な支援ができる状態にする。

経営状況ヒアリングシート

事業所	ヒアリングの日
対応者	担当金額担当者
従業員数	正社員 人 他 人 後継者の有無 有() 無()

ヒアリング項目

ヒアリング項目	備考欄(メモ)
1 事業者の特徴的な強み・弱み (1) 主力商品やサービス・技術なげですか (2) 強み	独自のヒアリングシート
2 財務 (1) 企業状況について 前年度と比較してどうですか (各自ごとに 増 減 減)	売上 売上 売上 仕入 仕入 仕入 利益
(2) 資金繰り状況について 昨年と比較してどうですか	好転 平変 悪化
3 市場・業種について (1) 主な販売先 仕入先はどこですか (2) 販売先・仕入先の新たな開拓はしていますか	
4 組織 (1) 経営の組織体制について (2) 経営上のコミュニケーションはどのように取っていますか	
5 抱えている問題点は何ですか 現在取り組んでいる経営上の問題点はありますか - 経営課題の明確化 販売条件の悪化 人材不足の増加 設備の老朽化など	
6 抱えている経営の方向性 経営課題 経営革新 など	
7 将来 10年先の事業イメージについて	成長志向【 】 持続志向【 】 廃業志向【 】

メモ欄

企業の健康診断ツール
ローカルベンチマーク

財務分析診断結果

■ 財務指標

指標	自己比率	業社点	業種平均点	業種平均点
売上増減率	1.2%	2	3.7%	3
営業利益率	1.5%	3	1.3%	3
営業収益性	446(千円)	2	252(千円)	3
EBITDA(経料子負債償還)	2.1(倍)	5	6.4(倍)	3
営業運転率(主計別)	1.3(倍)	3	1.2(倍)	3
返済自己比率	25.4%	4	26.3%	3

総合評価点 **19** B

■ 基本情報

業種	株式会社〇〇	売上高	4,950,128(千円)
所在地	東京都〇〇	営業利益	75,819(千円)
従業員数	〇〇人	従業員数	170(人)
業種(業種別)	〇〇業		

■ 経営課題、サービス提供に関する重要ポイント(業種別ポイント)

プロ① プロ② プロ③ プロ④ プロ⑤ 顧客提供課題

■ 経営指標

仕入先 → 会社 → 得意先 → エンドユーザー

協力先

- ※1 ネット de 記帳システム 青森県商工会連合会の運営する会計ソフト
- ※2 ローカルベンチマーク 経済産業省と金融庁が推奨する企業の経営状態の把握や健康診断を行うツールとして、財務分析診断結果の提供も可能。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針（2）】

（1）目 的

商工業者の経営課題を解決するため、地域の経済動向調査と経営状況分析、需要動向調査の結果を踏まえ、自店とその提供する商品・サービス等の強みを活かした実効性の高い事業計画を策定することで、商工業者の「ビジネスプランに基づく経営」を推進する。

また、専門家や他の支援機関との連携を図りながら、事業計画策定支援・助言を行うことで商工業者の持続的経営の発展を図る。

（2）現状と今後の取組み

現状は金融相談、小規模事業所持続化補助金等の申請時に事業計画策定支援で事業計画の策定支援を行うことが中心で、主体性が弱く実行性も低かった。また、事業計画の策定・実施にあたっては、持続的なフォローは努めていたが、定期的なフォローができていなかった。また、商工業者も経営のスタイルとして、自分の経験やカンに頼った経営スタイルから脱却する必要がある。

今後は各事業所が経営課題を解決・持続的経営の発展を図るために、「地域の経済動向調査【指針（3）】」及び「経営状況の分析【指針（1）】」や「需要動向【指針（3）】」を反映させた事業計画を策定する必要がある。

（3）事業の内容

経営分析に基づき、特に支援要望がある場合や事業計画策定の意思ある事業所、重点支援事業者（売上の著しい減少がみられる観光産業関連事業所）、事業承継先を対象に、地域経済動向や各々の課題、経営分析等の結果を反映させた実行可能な事業計画の策定とこれに対応する経営支援によって商工業者の持続的経営の発展につなげる。

①支援要望がある場合や事業計画策定の意思ある事業所への支援

経営状況分析に関することにより経営分析を行い積極的にビジネスモデルの再構築に取り組もうとする事業者、売上の著しい落ち込みが見られる事業者に対し、需要動向調査や経営分析の結果に商工業者の考える経営方針や理念を加味しながら経営指導員が伴走型で実効性の高い事業計画策定支援を行う。事業計画作成ツールとして経営計画作成アプリ「経営計画つくるくん」（中小機構）を有効活用する。（支援用タブレットにインストールし、巡回・窓口指導等で個別ヒアリングを行い事業計画書の作成支援を実施する。

伴走型支援をする中で、必要に応じて専門家派遣制度（青森県商工会連合会・青森県よろず支援拠点・21あおもり・ミラサポ等）を活用し事業計画の策定支援を行う。



入力画面イメージ

経営計画書（完成）イメージ

②事業承継に向けた事業計画策定支援

経営課題等で事業承継の必要性を感じながら、具体的な行動をしていない事業者に対し事業承継計画の策定支援を行う。経営状況の分析などにより事業承継に課題があると回答した事業者について、経営指導員が中小企業庁「事業承継ガイドライン」の事業承継診断票に基づきヒアリングを通じた一次診断を行うなど事業承継対策で検討すべきチェックを行う。事業承継にあたっては、後継者の有無や経営権の確保、個々の事業用資産の承継や贈与など複雑な問題があることから、一次診断後は、青森県事業引継支援センターや弁護士や税理士の専門家などを連携し、個別相談会方式で事業承継計画策定支援を行う。

③創業予定者への支援

創業を希望する方に対し、商工会窓口及びHP等で支援の受け入れを紹介するとともに、行政と創業希望者等の情報を共有し積極的に支援する。中小企業庁の「夢を実現する創業（冊子）」を利用し、ヒアリングを行い、開業までのスケジュールを立てていくなど、個別に創業計画の策定を支援する。なお、資金計画については、金融機関、日本政策金融公庫と連携した個別相談なども行いながら、実効性の高い計画の策定を支援する。

※各支援に対し、希望者が複数名あった場合は集団指導として「事業計画（創業含む）」「事業承継計画」「資金計画」等の経営セミナーを開催する。希望者が1名の場合は個別指導として専門家の派遣を重視する。

（目標）

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定事業所件数 (事業承継・創業を含む)	1件	5件	5件	7件	7件	7件
専門家派遣事業利用回数	3件	4件	5件	5件	5件	5件
経営セミナー	0回	1回	1回	1回	1回	1回

4. 事業計画策定後の支援に関すること

（現状・課題）

事業計画策定支援と同様、これまでは持続化補助金等の各種補助金に係る経営計画の実行支援といった補助金の実績報告で売上を前年度と比較する程度の状況であった。今

後は、各種補助金の活用は事業計画において一種の経営手段と捉え、売上の向上や利益の確保といった経営改善に至るまでの伴走型支援を行い、目的達成を図る。

(目的)

事業計画を策定した小規模事業者が計画を実行に移し、「売上の向上」や「利益の確保」を図るには、支援者は事業計画における進捗状況の確認と併せ、場合により事業者の事業推進の場面で発生する新たな課題に対応し、その解決を支援する必要がある。ここでは、事業計画策定後の伴走型支援に必要な体制や仕組みを定めることを目的とする。

(事業内容)

商工会が行う事業計画策定後の実施支援の対象や支援の頻度、並びに指導内容は次のとおりとし、併せ本事業が期待する小規模事業者に対する効果を示す。

- (1) 事業計画策定後の実施支援は、事業計画策定支援をおこなった全ての事業者を対象とし、年間4回以上のフォローアップを当該事業計画期間中は必ずおこなうものとする。
- (2) 事業計画の実行スケジュールに基づき、個々の事業者の支援必要量を見極めて支援を行うことと、巡回訪問時の定期的な状況把握とアドバイス支援を基本的スタンスとして行う。
- (3) 事業を進めるに当たり、思うような成果が出ない場合や事業推進を妨げる当の場面が発生した場合は、その新たな課題を抽出しその解決を支援する。その解決方法が専門的かつ高度な指導・助言を必要とする場合には、中小企業診断士等の専門家（青森県商工連合会のエキスパートバンク事業、21 あおもり産業支援センターのよろず支援拠点、ミラサポの活用）の派遣を利用し、資金等の諸問題である場合には、(株)日本政策金融公庫など関係機関と連携し解決にあたる。但し、事業者が自律し順調に推移している場合や突発的な事象により当該年度の事業の事業推進が困難になった場合においては支援頻度が下がることが想定されるが、その場合でも四半期毎に職員が巡回訪問し、計画の進捗状況や現状を確認するものとする。
- (4) 小規模事業者が事業計画をスムーズに事業進行をできるよう、事業承継支援及び創業支援に関しては四半期に1度の巡回による支援をすることとし、遂行上の場面で発生する課題に対し県連エキスパートバンクやミラサポなどの専門家派遣や、事業承継引継ぎセンターやよろず支援拠点など専門家の活用などを職員の知見や判断により使い分け、事業者の目標とする結果まで総合的な支援を行う。
- (5) 策定した計画が実現できるように、PDCA サイクルを回して実行管理を可能にする。
 - ① PLAN 事業計画策定・修正～策定支援
 - ② DO 事業計画を実行～企業内で共有実行されているか
 - ③ CHECK 計画の進捗状況を確認～計画と実績の違いを把握
 - ④ ACTION 計画と実績にかけ離れがないかを分析～解決手段検討

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画事後支援事業所件数 (事業承継・創業を含む)	1件	5件	5件	7件	7件	7件
支援事業所のフォロー回数	1回	4回	4回	4回	4回	4回
フォロー総数	10回	20回	20回	28回	28回	28回
専門家派遣事業利用回数	3件	5件	5件	5件	5件	5件

5. 需要動向調査に関すること【指針（3）】

（1）目的

商工業者にあつては、市場のニーズ調査が不十分で、顧客が本当に求めているものを提供できていない場合がある。そこで顧客が何を必要としているか、市場のニーズがどのようなものであるのかを知るために需要動向調査を行い、商工業者の持続的発展を目指し売上や利益の向上を図るための基礎資料とする。

（2）現状と課題

商工業者の中には商品構成や商品需要の情報源をほとんど持っておらず、需要や市場動向を見直すことなく、同じ品揃えのまま現状に至っているようである。商工会も需要動向に関する情報の必要性の理解が低く、情報収集や分析を実施しておらず、公表されている各機関の情報についても効果的に活用できていなかった。

地域内の消費動向等の情報について上記に掲げる目的をもって収集し、分析結果については、販売する商品・サービスの新たな販路開拓や新商品の開発に活かせる内容として情報を提供していくことが課題となる。

（3）事業内容

地域商工業者の持続的発展を促進するために、売上・利益の向上を達成していくために需要動向調査は必要不可欠である。業界動向や消費者ニーズに関する情報収集を強化し、事業計画策定【指針（2）】に於いて提供できる体制を整える。

合わせて、専門家の有する需要動向に係る情報を収集し、地域資源を活用した新商品・サービスの提供のための基礎資料とする。

①地域内消費者ニーズ調査

個店の商品の魅力を向上させ地域内需要の確保に繋げるため、食品等製造業、卸小売業、飲食業においては、毎年10月開催の「おさかな祭り（消費者の多くが村内及び隣町村から1日1,000人の来場）」来場者を対象に対し、試食を兼ねたコーナーを設置し商工会職員がヒアリングで消費者のニーズ調査を行う。地域資源を活用した商品・メニューの販路拡大や商品開発による売り上げ増加を目指す事業所を対象とする。

【調査項目】

顧客の属性＝年齢・性別・居住地・世帯人数

商品について＝味・容量・見た目（容器・パッケージ等）・価格・改良点など

【調査方法】

- ・イベント会場に於いて、新商品の展示・試食を開催し上記の項目について、5段階評価方式等によりヒアリングでアンケート用紙に記入。
- ・調査用紙は、1アイテム最低50枚の収集を行う。
- ・その他アンケートの実施・項目等の設定は、調査希望事業者と相談して実施する。

【整理分析】

- ・アンケートはイベント終了後に商品ごとにまとめ、商工会が回収し項目ごとに整理分析する。
- ・結果は事業者に戻し、消費者目線で開発中の商品・メニューのブラッシュアップや新商品を通じた販路開拓等に繋げていく。

②専門家の活用

県外など新たな市場で販路開拓を模索する商工業者がある場合には、専門家の有する業界市場動向（業種別・商品別の需要動向）や買い手（消費者・バイヤー・旅行代理店等）のニーズ、業界の方向性などの新しい情報を提供すべく機会（セミナー・個別指導）を設け、地域資源を活用した商品・サービスの開発や提供につなげる。

(4) 成果の活用

収集した需要動向に関する情報は、組織内にて整理・共有・蓄積することにより、商工会職員が巡回訪問や窓口指導を通じ直接アドバイスし、商品のブラッシュアップや商工業者の必要とする市場ニーズなどの情報提供をすることで、需要開拓による経営の持続的発展に係る事業計画策定のための基礎資料として活用をする。

(5) 目 標

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
アンケート調査 実施事業者数	0件	3社	3社	5社	5社	5社
専門家の活用	0回	2回	2回	2回	2回	2回

6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること【指針（4）】

(1) 目 的

地域経済動向調査や需要動向調査の結果を踏まえて、新たな需要を見据えた事業計画の策定等、伴走型支援を実施している個店へ販路開拓支援を行うことで、新規顧客獲得や売上の増加を図り、商工業者の持続的発展につなげる。また、地域資源活用による新商品・新サービスの開発・提供により、地域ブランドとして確立して

いくことで、地域内外の認知度を図ることで地域全体の活性化につなげる。

(2) 現状と今後の取組み

これまで販路拡大を目指す小規模事業者に対しては、情報提供を行うとともに個別支援で専門家派遣によるパッケージの改善や IT 活用支援等をおこなってきたが、需要開拓の効果に繋がる販路開拓支援まで至っていない。

地域の商工業者は、多様化する消費者ニーズに合った商品・サービスを開発・発信することが大きな課題となっている。そこで、効率的に需要開拓を進める為には、インターネットの活用や広報など様々な手法で需要開拓の機会を増やし販路開拓の支援をしていく必要がある。

(3) 支援の対象

- ①佐井村の地域資源活用により、新商品、新サービスの開発・提供など、新たな事業を検討し事業計画策定済みの商工業者
- ②観光事業（飲食・宿泊・お土産販売等の小売・サービス業）に関わり、新商品・新サービスの開発・提供など、新たな事業を検討し事業計画策定済みの商工業者

(4) 事業内容

①ブランド力向上による販路開拓支援

新たな需要開拓による新規顧客の獲得や売上の増加を果たすため、需要動向調査で収集した情報を踏まえ、事業計画の策定支援を行い、新たな需要を見据えた販路開拓を志向する意欲のある支援対象とする商工業者に対し、顧客ニーズに合った地域資源活用による新商品・新サービスの開発を行う。また、その商品は、県内外で開催される商談会や物産展等へ参加できる商品にすることで、佐井村ブランド確立を図っていく。

【具体的支援】

・商談会（青森の正直・沖縄大交易会等）、物産展（大津軽海峡交流圏農林水産祭・全国物産展等）開催に係る情報提供及び書類作成等の支援のほか、事前支援として効果的な展示方法、プレゼン能力向上などについて専門家等と連携し行い商談成約・売上の向上を図る。また、出展後はアンケートや聴き取りで得た反省点・課題を整理し商品のブラッシュアップができるよう P D C A サイクルの構築を図る。

対象	商談会名	内 容
B to B	青森の正直 ※バイヤー数約 300 社 出展企業約 100 社 成約率 40%強	青森県産をはじめ、青函エリアの農林水産物及び加工品の販路拡大を図るため、圏域内の生産者、製造業者が、全国の小売業者・卸売業・外食産業のバイヤー等に対して商談する。
	沖縄大交易会 ※バイヤー数・出展企業を各 250 社に限定 成約率約 30%	日本全国の特産品を新鮮な状態で海外へ輸送することができる沖縄国際物流ハブを活用した海外への販路拡大を目的とする国際的商談会である。

B to C	大津軽海峡交流圏農 林水産祭 ※来場者約 4 万人 出展約 100 社	本県の豊かな農林水産物や加工品、ご当地グル メといった「青森の食の魅力」を県内外に発信す るとともに、北海道道南地域の特産品を紹介・販 売する
	ニッポン全国物産展 ※来場者約 15 万人 出展約 350 社	地域資源や伝統技術を活かした新しい商品づ くりなど 地域の特色を生かした産品を集め、流 通業者や消費者 等に紹介することにより、新た な出会いや市場開拓等 を支援する。

②IT 等の活用による販路拡大支援

新たな商品・メニューをより多くの人に知ってもらい買ってもらうため、商工会でも SNS の立上をしながら、現在ある HP や HP をもたない商工業者については、簡易 HP の作成支援（作成ツール「SHIFT」の活用）や、Facebook 等の SNS の利用を日常的な広告で利用し、1 週間に 1 回以上の更新をすることでより多くの人に興味を持ってもらい「佐井村のファン」を創り販路を広げる。また、HP は見てもらうことが必要なため、SEO 対策の支援としてその理解と閲覧件数を増加させることで売上の向上が図られるよう、青森県連のエキスパートバンク事業、青森よろず支援拠点等の情報に関する専門家派遣の活用と共に販路支援を行う。

(5) 目 標

項目	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
商談会参加企業数	—	3 事業所	3 事業所	3 事業所	3 事業所	3 事業所
商談成約目標	—	1 事業所	1 事業所	1 事業所	1 事業所	1 事業所
物産展等への参加企業数	—	2 事業所	2 事業所	2 事業所	2 事業所	2 事業所
物産展等参加による売上増加率		5%	5%	5%	5%	5%
IT 支援による売上向上の事業者数	—	3 事業者	3 事業者	3 事業者	4 事業者	4 事業者

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組み

地域経済活性化事業について

(1) 現状と課題

少子高齢化の状況が今後も続くと予想されるため、地元住民の消費の増加は考えにくい。下北地域の「下北ジオパーク認定」と佐井村の「日本で最も美しい村加盟」また、観光及び交流の拠点となっている文化館「アルサス」周辺の賑わい創出事業で、施設のリニューアルと周辺の整備が行われていることは、観光客の増加となりうる環境の変化となっている。

これまで当会では、青森県商工会連合会のスタンプ事業を推進し、会員の20%が加入し主に小売業者が多く加盟して、2倍セールや抽選会、温泉やお楽しみ会などへの優待などのイベントを行うことで、地元での買い物を促している。また、プレミアム付き商品券発行事業についても、行政の補助のもと継続的（5年）に行っていることで、村外への購買流出を止める努力をしている。また、「佐井村夏まつり」の開催は事業形態を変えながらも、25年以上継続し花火大会は村の一大イベントとなっている。

これらの事業が地域経済や交流人口の増加に成果を果たしていることは紛れない事実として自負しているところであるが、地域振興と発展に大きく寄与しているとは残念ながら言い難いところである。

（2）目 的

行政や各種団体等と連携し、「仏ヶ浦」「願掛岩」「縫道石山」等の、日本ジオパークに認定された「下北ジオパーク」のジオサイトと、「うに」「わかめ」「なまこ」「アピオス」などの地域資源を活用して、新たな商品・サービス等を行い観光振興を含んだ地域のブランド化や、観光拠点の「アルサス」を活かした、にぎわい創出と地域コミュニティを支えるため、村内への誘客を図り交流人口を増加させる事業の実施をすることで、地域経済の活性化に資する事業展開を図ることを目的とする。

（3）事業内容

観光及び交流の拠点となっている津軽海峡文化館「アルサス」内に、地域の活性化を図るためや村のPR活動などを行うために「アルサス活性化協議会」が組織されている。主要団体（商工会・観光協会・漁協等）が加入する会員のほか行政の担当課も出席する会議は3ヶ月に1度開催され事業推進のための会議がされている。

この協議会において、地域資源を活用した新商品サービスの開発や観光プログラムなど今後の当地域での活性化の地域情報・今後の方向性について検討・共有する場とともに、次の取組みを実施・検証しつつ活性化に取り組んでいく。

①地域資源を活用した新商品・メニュー・新サービスの開発に関する取組み

観光資源・地域資源を活用した商品・メニュー開発や観光サービス等の地域活性化に向け、行政及びアルサス活性化協議会を活用し検討会を年4回程度開催する。商工会で行うアンケート調査を基に、消費者ニーズに対応した商品・メニュー・サービス等の検討や交流・情報交換をしながら、新たな「ブランド」づくりを中心とした地域・観光振興の活性化具体策についての検討を行うことで観光産業の売上向上を図る。必要に応じ専門家の派遣制度を活用して専門家の指導を受けながら、将来的にブランド商品として新たな需要創出・販路開拓につなげる。

②地域資源を活かした観光プログラムの構築に関する取組み

「アルサス」は観光案内、村の文化や歴史、観光船の発着手続、飲食店やお土産店のある観光に関する情報発信等の役目を果たしている。また、村民にとっても、イベント等の開催はここで行われていることから、コミュニティの場として利用されている。

ここに立ち寄った観光客（団体）が、滞在する時間はせいぜい15分程度というのがほとんどである。アルサスの周辺にも商店があり、少し歩けば神社や資料館などにも行くことができる。また、「日本で最も美しい村連合」に加盟したことで、美しい村づくりのビジョンやアクションプラン策定に、商工会としても策定委員会に参画している。このような好条件を活かし、今行っている「まち歩き」に加え漁業のプチ体験・釣り・農業体験・登山体験などの体験型プログラムや民泊などを構築し事業の実施をすることで交流人口の増加を図る。

③アルサス周辺賑わいづくりに関する取組み

商工会ではこれまでも観光協会、アルサス活性化協議会や潮風協同組合（アルサス周辺の店舗5名で組織）と連携しながら、地域の賑わいづくりに向けて「ある市」（野菜や苗ものとイベント弁当販売）、「うに祭り」（1日限定1,000食のうに丼と特産品販売）、「おさかな祭り」（鮮魚や海産物の加工品のほか、冬野菜・弁当販売等と抽選会）などの事業に取り組んでいる。今後も参加店舗の増加を図りながらこの事業を継続して実施するとともに、内容の見直しを行いさらなるアルサス周辺の賑わいづくりを行う。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み

1. 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

他の支援機関、関係機関各担当者が参加する会議、研修会、委員会等に於いて、金融、税務、労務、後継者指導等のテーマごとに、支援の現状、支援のノウハウについて情報交換を行う。法律改正、新制度、新規イベント、活動情報等が得られ、事業者にとって必要である場合には、文章等の発送で積極的に年間4回以上の情報発信する。

- ①青森県商工会連合会等や中小機構が主催する小規模事業者等の研修会や会議に各職員年に3回以上参加し、知識の習得やスキルアップを図るとともに情報交換による情報の共有や情報蓄積を行う。
- ②日本政策金融公庫青森支店の開催する「経営改善貸付事務連絡会議」へ参加し、金融斡旋の支援状況等把握するとともに融資先事業者へ金融公庫との帯同巡回や個別相談会を年2回以上行い、余裕を持った資金繰り体制・経営資質の向上が図られるように伴走型支援を実施していく。
- ③東北経済産業局の開催する認定支援機関向け研修会（青森市年1回開催）へ積極的に参加し、金融機関、士業、商工団体、その他の支援機関の様々な立場の支援現状や意見・支援方法などを参考とし小規模事業者の伴走型支援に役立てる。

2. 指導員等の資質向上等に関すること

当商工会は、経営指導員1名・補助員（主事）1名・記帳指導員（パート）1名体制であり、小規模事業者への支援スキルが一定でない。職員みんなが同じスキルまで向上するのは困難な状況であるが、職員の職歴やスキルに合わせた研修の機会に資質の向上を

図ることで支援に必要なスキル習得をする。

①経営指導員研修会等の活用

具体的な支援に必要な事業者からのヒアリング、分析すること、支援の方向付け等から書面にまとめるなどのスキルを習得するため、職員がそれぞれの研修を受講するほか、経営指導員向けのWEB研修の計画的受講や日常業務を通じてのOJTにより職員全体のスキルアップを図る。

②研修会、専門家相談、交流会の活用

研修などでスキルを向上させていても、体験（実践）しないことには技量は身につけにくいことから、専門家の相談や交流会に同席することで自分なりに考える機会を持ち、支援の方法や支援者とともに考えるという経験を積むことで、支援の感覚を身に付けスキルアップに繋げる。

③組織内の情報共有

これまでは、経営相談等の情報は経営指導カルテへの記録で、必要に応じ口頭での情報共有を行ってきた。今後は、支援のノウハウの蓄積を図る上でも月に1度の支援会議として、経営状況の分析や事業計画策定の支援希望・支援した内容などについて情報共有する機会を作るとともに、指導カルテ（基幹システム）をにもこれらの支援ノウハウのほか経営分析の結果や事業計画の進捗状況など個社の支援履歴記録を入力し組織内の支援体制の強化と支援能力の向上を図り小規模事業者へ迅速に対応できる環境にする。

3. 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

毎年度、本計画に記載する事業の実施状況及び成果について、次のとおり評価・検証を行う。

①年に1回評価委員会を開催し、事業の進捗や目標達成状況の評価、目標未達成の場合は問題点の提示や改善案について審議を行う。行政担当課、連合会担当課を含めた検討委員会を設け、事業実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。

委員会メンバー 商工会長

商工会副会長

商工会役員（8名）

佐井村役場総合戦略課課長（外部有識者）

青森県商工会連合会広域支援課 地域支援係

②商工会の理事会において、評価見直しの方針を決定する。

③事業の成果・評価・見直しの結果については、総会へ報告し、承認を受ける。

④事業の成果・評価・見直しの結果を佐井村商工会ホームページに期間中公表する。

(<http://www.aomorishokoren.or.jp/shokokai/sai/>)

(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	
(平成30年7月現在)	
(1) 組織体制	
・役員数	10名
会長	1名
副会長	1名
理事	6名 (内2名青年部長・女性部長)
監事	2名
本事業の実施体制	
・職員数	3名
経営指導員	1名
補助員	1名
記帳指導員	1名 (パート)
(2) 連絡先	
佐井村商工会	住所 039-4711
	青森県下北郡佐井村大字佐井字大佐井 114 番地 1
	電話番号 0175-38-2270
	E-mail sai.sk@sweet.ocn.ne.jp
	ホームページ http://www.aomorishokoren.or.jp/shokokai/sai/

(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)

	31年度 (31年4月 以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	200	320	340	340	350
I 経営発達支援事業の内容	【160】	【280】	【280】	【280】	【280】
1. 地域の経済動向調査事業費	0	0	0	0	0
2. 経営状況分析事業	(80)	(80)	(80)	(80)	(80)
・講習会の開催等 1回/年	80	80	80	80	80
3. 事業計画策定支援事業	0	0	0	0	0
4. 事業計画策定後の支援事業	(0)	(20)	(20)	(20)	(20)
5. 需要動向調査事業	(50)	(50)	(50)	(50)	(50)
6. 新たな需要開拓関連事業	(30)	(130)	(130)	(130)	(130)
・セミナーの開催 1回/年	0	80	80	80	80
・試食会等参加 1～2回/年	30	50	50	50	50
II 地域経済の活性化に資する取組み	【20】	【20】	【40】	【40】	【50】
・検討会議	20	20	10	10	20
・交流人口増加のための事業	0	0	30	30	30
III 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援向上のための取組み	【20】	【20】	【20】	【20】	【20】
・事業の評価及び見直しをするための の仕組みに関すること	20	20	20	20	20

(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
県補助金・村補助金・会費・手数料等

(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。

(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
<p>経営発達支援事業の内容について</p> <p>地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">・ 村のビジョンと照らし合わせ、整合性を持たせるために村の担当課と連携したうえで分析を行う。観光協会との連携で観光客向けアンケートについて情報の提供や調査について協力をいただく。 <p>経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">・ 青森県商工会連合会と連携し経営状況の分析等について行う。 <p>事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">・ 青森県商工会連合会及び各専門家派遣機関と連携し経営状況分析を行う。・ 各種融資を活す場合の事業計画作成支援については、日本政策金融公庫及び各金融機関と連携し事業計画策定支援を行う。 <p>事業計画策定後の支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">・ 青森県商工会連合会及び青森県よろず支援拠点・ミラサポ等の専門家派遣機関と連携し事業計画策定後の実施支援を行う。・ 各種融資を活用した場合の事業計画実施支援については、日本政策金融公庫及び各金融機関と連携し支援を行う。 <p>需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">・ 消費者ニーズ調査について、イベントを企画運営するアルサス活性化協議会と連携して行う。 <p>地域の活性化に資する取り組み</p> <p>地域経済活性化事業</p> <ul style="list-style-type: none">・ 佐井村役場及びアルサス活性化協議会・佐井村観光協会等と連携を行い地域活性化に取り組む。

連携者及びその役割

佐井村（村長：樋口秀視、担当課：総合戦略課）

住所：青森県下北郡佐井村大字佐井字糠森 20 電話：0175-38-2111

役割等：情報提供・地域経済活性化事業の共催

青森県商工会連合会（会長：米内山正義）

住所：青森市新町 2-8-26 電話：017-734-3394

役割等：経営状況の分析、事業計画策定支援、事業実施支援に係る専門家の派遣及び情報提供

青森県（知事：三村申吾、担当課：商工政策課 ほか）

住所：青森市長島 1-1-1

役割等：情報提供

日本政策金融公庫青森支店（国民生活事業 事業統括 小松祐一）

住所：青森市長島 1-5-1 電話：017-723-2331

役割等：融資に必要な計画書についての情報提供や金融支援

青森県よろず支援拠点（（公財）21 あおもり産業総合支援センター 理事長 今喜典）

住所：青森市新町 2-4-1 県共同ビル 7F

電話：017-721-3787

役割等：専門家の情報提供や派遣

青森県事業引継支援センター（（公財）21 あおもり産業総合支援センター 理事長 今喜典）

住所：青森市新町 2-4-1 県共同ビル 7F

電話：017-777-4066

役割等：専門家の情報提供や相談

ミラサポ（中小企業庁）

住所：東京都千代田区霞が関 1-3-1

役割等：専門家の情報提供や派遣

佐井村観光協会（理事長 北野友宣）

住所：青森県下北郡佐井村大字佐井字大佐井 112 電話：0175-38-4515

役割等：情報提供及び地域経済活性化事業の連携

佐井村アルサス活性化協議会（担当：島野慶司）

住所：青森県下北郡佐井村大字佐井字大佐井 112 電話：0175-38-4513

役割等：情報提供及び調査事業の連携

連携体制図等

