

経営発達支援計画の概要

実施者名	田舎館村商工会（法人番号 9420005005357） 田舎館村（地方公共団体コード 023671）
実施期間	令和2年4月1日～令和7年3月31日
目標	地域の小規模事業者が、激変する社会環境や経済情勢等に的確に対応し持続的発展を遂げるために、経営状況分析をきっかけとして強み・弱み、機会、脅威を確実に把握し、需要にマッチしたビジネスプラン構築、実施、検証が可能となるよう伴走型支援を実施する。個社の経営力向上に主軸をおいて、効果的な事業実施を遂行するため、関連団体との連携を強化して支援体制を確立し、事業を進める。
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済の動向調査に関すること【指針③】 全国商工会連合会による「中小企業景況調査項目」の調査項目に加え、経営上の悩みや希望する支援ニーズについての「田舎館村商工会管内景況調査を実施するとともに、決算データ分析調査を実施し分析することにより、その結果を支援に活用する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 小規模事業者の経営状況について、財務内容だけにとどまらない経営資源や、経営環境について把握することにより、経営課題を鮮明にし、計画的な経営に転換するための経営状況分析を実施する。</p> <p>3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】 事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行い、経営状況分析を踏まえた目的を明確化した事業計画策定支援を実施する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 事業計画を策定した小規模事業者に対し、定期的なフォローアップを実施することにより、進捗状況を確認し、PDCAサイクルを回しながら事業者が持続的発展に繋がるよう指導・助言を行う。必要に応じて、資金調達支援を実施し、計画の円滑な進行を図る。</p> <p>5. 需要動向に関すること【指針③】 小規模事業者が提供する商品の需要動向について調査、分析し、小規模事業者に提供することにより商品価値を高め、また、消費者の需要にマッチした商品開発が推進できるよう情報提供を行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】 物産展や商談会への参加支援を行うとともに、インターネットを通じた個社商品の情報提供を進めることにより商品の認知度向上、販路開拓を行う。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 関係団体と連携しながら、地域のブランド化推進やイベント実施を行い地域経済活性化に向けて役割を担う。</p>
連絡先	<p>田舎館村商工会 〒038-1121 青森県南津軽郡田舎館村大字畑中字藤本 180 T E L : 0172-58-2417 F A X : 0172-58-2404 Mail: inaka@rnac.ne.jp</p> <p>田舎館村 企画観光課 〒038-1113 青森県南津軽郡田舎館村大字田舎館字中辻 123-1 T E L : 0172-58-2111 F A X : 0172-58-4751 Mail: hiromu_kitajima@vill.inakadate.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

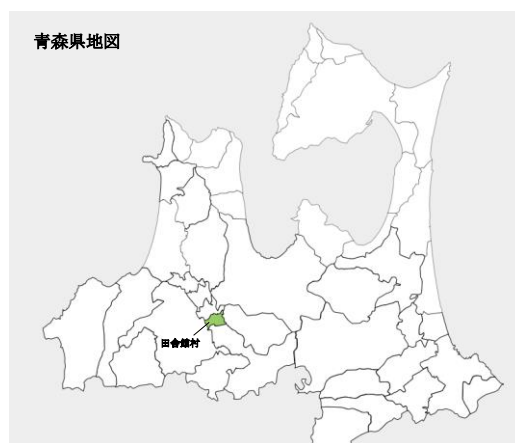
①地域の概要

・地域の風土(位置、歴史、気候、地理的な特徴等)

田舎館村は昭和 30 年に、田舎館村と光田村が合併し誕生した村である。東西 9km、南北 6.5km、面積が 22.35 ㎏と、青森県で面積が一番小さな村で、東に八甲田連峰、西に岩木山を望む、津軽平野南部の風光明媚な田園地域である。近接する弘前市、黒石市、平川市とは、日常生活面で密接に関係している。

浅瀬石川の清流や地味肥沃な土壌は、米、りんご、野菜の作付けに適しており、農業が村の基幹産業となっている。

本村は、弥生時代の遺跡が数多く確認されており、なかでも、昭和 56 年に発見された約 2100 年前の水田跡である史跡垂柳遺跡は、「東北地方北部では弥生時代に稲作は行われていない」という、従来の常識を覆す大発見であった。本村は、この稲作文化の歴史を後世に伝えるべく、「田舎館村埋蔵文化財センター」を設置し、遺跡の保存、展示に努めるとともに、都市農村交流の拠点として、「遊稲の館」を設置し、農業体験・古代米の作付けなど、米と土に親しむ活動を継続している。



・交通網

弘前市と十和田市を結ぶ国道 102 号をはじめ、県道、村道が縦横に走り、鉄道は、JR 川部駅が奥羽本線と五能線の結節点となるほか、弘南鉄道の田舎館駅、田んぼアート駅の 2 駅があり、バスは、弘南バスの弘前～黒石～大川原線など複数の路線を有している。



・人口の推移と年齢構成

人口は、一貫して減少傾向であり、昭和 30 年に 11,370 人であったが、平成 27 年は 7,783 人まで減少している。国立社会保障・人口問題研究所推計によれば、このまま推移すると、平成 52 年には 5,385 人、平成 72 年には 3,733 人と 4,000 人を割り込むと推計されている。年齢 3 区分別にみると、年少人口 (0~14 歳) の割合は、平成 27 年時点で 11.4%、生産年齢人口 (15~64 歳) は 56.4%と低位である一方、65 歳以上の人口割合は 32.0%となり全国平均よりも高齢化が進行している。この傾向は、今後もますます加速することが予想されている。

田舎館村の人口推移

	S30年	…	S40年	…	S50年	…	S60年	H2年	H7年	H12年	H17年	H22年	H27年
人口	11,370		10,608		9,983		9,722	9,370	9,151	8,835	8,541	8,153	7,783
世帯数	1,808		2,066		2,257		2,286	2,287	2,313	2,343	2,402	2,406	2,382

資料: 国勢調査

・自然動態（出生・死亡）

出生数については、近年 60 人前後で推移し、死亡数は 110 人台で推移し、近年は 40～60 人程度の自然減となっている。

合計特殊出生率は、平成 20～24 年の 5 年間のデータによると、1.33 で、県平均値、全国値を下回っている。

・社会動態（転入・転出）

転入と転出の差である社会増減は、転入を転出が上回る「社会減」の年が近年多くなっており、人口減少の大きな要因となっている。

・産業構造と雇用状況

本村内で従業している男女別産業別人口については、男性は、農業、製造業、建設業の順に多く、女性は農業、製造業、医療、福祉の順に多くなっている。一方、産業の強みを表す産業別特化係数についてみると、男性では農業と複合サービス業が相対的に高く、女性では農業、製造業が相対的に高くなっている。

製造業は、村内雇用をけん引しているが、平成 22 年国勢調査によると、村内在住の就業者は 4,140 人で、そのうち村内での就業者が 1,664 人とどまっておき、村外へ通勤しているのは 2,476 人にもなり、村内の雇用力は非常に弱く、弘前市、黒石市、平川市等のベッドタウン化が浮き彫りになっている。

・観光・物産

弥生時代からの稲作文化が根付いた地域特性を生かし、平成 5 年から開始した田んぼをキャンパスに見立てた「田んぼアート」は全国的に有名となり、本村は「田んぼアートの村」として知られている。田んぼアートは、役場庁舎隣接の第 1 田んぼアート、「道の駅いなかだて弥生の里」敷地内の第 2 田んぼアートの 2 つのアートを展開している。田んぼアートは平成 28 年には、展望台入館者数約 35 万人にのぼり、村最大の観光コンテンツとして定着している。

田んぼアートのブランド化推進とともに、村産米「あさゆき」の作付け拡大、温泉熱ハウスでの、いちご栽培にも取り組んでおり、それぞれブランド化を図るべく事業を進めている。



2018 年第 1 田んぼアート

本村の「田んぼアート」は、集客手段としては大いに機能し、村のイメージアップとなっているが、田んぼアートは「通過型」の観光地であり、観光収入につながりにくく課題となっている。

②小規模事業者の現状・課題

・現状・・・小売業を中心に小規模事業者の衰退・経営環境の悪化

田舎館村の商工業者数は、平成25年から平成31年までの6年間で1社の減少ではあるが、業種構成には変動が生じている。

田舎館村の小売業は村内に点在しており、小売業の小規模事業者を取り巻く環境は、近隣の都市部（弘前市、黒石市、平川市）へのアクセス条件に恵まれていることから、本村を取り囲むように食品スーパー、ドラッグストア、ホームセンター、ファストファッション等の商業施設が近隣の街へ出店したことによる村外への消費流出に加え、顧客の高齢化による購買力低下、人口減少による顧客数減少に起因する売上減少で廃業を余儀なくされる事業所が多い。

一方、建設業においては、近隣都市部へのアクセスの良さのメリットを享受し、一人親方で開業するなど小規模・零細の建設業が増加傾向であるが、小規模であるがゆえに雇用力には乏しい。

地区内商工業全般の状況として、顧客の高齢化・人口減少、近隣都市部への消費流出といった外部環境の悪化による収益悪化、後継者不在の状況が鮮明となっている。

地域コミュニティの中核として機能してきた小規模事業者の衰退は、経済面だけでの影響にとどまらず、地域の活力全体に直結する問題であり、小規模事業者の減少に歯止めをかける取り組みが必要となっている。

村内事業所数の状況

	平成25年		平成31年		増減	
	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数
総数	199	188	198	182	△1	△6
卸売業・小売業	55	53	49	46	△6	△7
建設業	42	41	47	46	5	5
製造業	28	23	26	20	△2	△3
飲食業	18	18	16	16	△2	△2
サービス業・その他	56	53	60	54	4	1

資料：商工会商工業者台帳

商工会会員数(平成31年4月1日現在)

	会員数
総数	137
卸売業・小売業	36
建設業	40
製造業	9
飲食業	10
サービス業・その他	33
定款・特別会員	9

組織率 64.6%

・課題

(業種共通)

各業種とも総じて、販路拡大、後継者不在、将来の見通しが立てられないなどの共通的な課題が存在している。個社の経営資源を最大限活用した持続的な取り組みや、従来の商圏にとらわれない積極的な事業活動を推進し発展していくために、経営者が奮起し、小規模事業者の特色である意思決定の速さ、機動性、きめ細かいサービスといった強みに、更なる創意工夫を加える努力が必要となる。

(商業)

卸売、小売、飲食、サービス業を含む商業においては、ほとんどが小規模事業者であり、人口減少が直接顧客減少につながり、売上高減少となっている。商業の衰退は、地域住民の交流の場の消失、防犯力の低下など、地域コミュニティ全体の活力の低下に直結する。

村外へ流出した消費を取り戻すための方策の打ち出し、消費流出防止策への取り組み、新たな需要の掘り起こしが課題となっている。

しかしながら、人口減少、少子高齢といった外部環境変化には従来型の経営では対応することは不可能であり、新たなサービスの提供だけではなく、長期的には経営の転換も必要となる。

また、観光の集客ツールとして定着している「田んぼアート」には、年間約30万人がおとずれるが、それを生かす商品やサービスを提供できておらず、売上増加につなげることができていない。

(工業)

建設、製造業を含む工業においては、一部を除いて大部分が小規模事業者であり、経営環境の変化に対応するための経営改善や経営革新の取り組みが課題としてあげられる。しかし、課題は認識しておりながらも、課題克服のための事業計画の策定に取り組んでいる事業所はほとんどおらず、経営革新や生産性向上には結びついていないという状況である。

③田舎館村商工会の役割

・これまでの商工会の取り組み

田舎館村商工会では、経営改善普及事業の取り組みとして、経営、金融、労働、税務、記帳指導といった、いわゆる従来型の指導を中心に行ってきた。伴走型支援対象先も少なく、売上高向上、販路拡大など一歩踏み込んだ支援は十分ではなかった。集団指導においても専門性が低いものが多く、経営力を高めるようなテーマのセミナーは少なかった。

地域振興事業においては、夏には地域の伝統行事である「ねふたまつり」を開催し、秋の田んぼアート稲刈り体験ツアー時に、共催イベントを開催し販わい創出に貢献してきた。

・課題

毎年同じ事業を行いながら、同質的な指導に終始し、創業支援や小規模事業者が直面している事業承継には十分に取り組んでこなかった。その結果、成長発展を遂げる事業所を生み出すまでには到底至らず、今後は、個社の特性を見出し、それを伸ばすための支援に対する取り組みが必要であり課題となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

① 田舎館村の総合振興計画と総合戦略

平成23年3月に策定された「第5次田舎館村総合振興計画」では、将来像を「稲かおり 笑顔あふれる 安らぎの村」を掲げている。この振興計画の中で、住民アンケートによると、住民の不満足度項目の上位3項目が商工業にかかるものであった。3項目は以下のとおりである。

- ・雇用の確保
- ・商業振興
- ・工業振興（建設業を含む）

平成28年3月策定の「田舎館村まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、産業振興へ向けた個別施策では、下記について重点的に推進するとしている。

【地域産業振興プロジェクト】商工業関連項目抜粋

- ・地域製品の売れる仕組みづくり
- ・既存企業の育成支援
- ・地域資源を活用した新たな事業の創出・育成
- ・新たな企業誘致の推進や創業の支援
- ・6次産業化の推進

【田んぼアート新ステージプロジェクト】商工業関連項目抜粋

- ・集客を高める取り組みの推進
- ・商店等の拡充と企業の促進
- ・体験型観光の促進

② 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

上記、村の戦略と、本会としての、商工業の現状と課題、これまでの支援の取り組み状況と課題を踏まえ、10年先を見据えて地域金融機関等の支援機関と連携し、小規模事業者の持続的発展に向けて、個別事業者の経営力向上、創業、事業承継を支援する。

具体的には次の2項目を重点として取り組むこととする。

I. 既存小規模事業者の育成

事業計画を持たない従来型の経営では、激変する経済動向、需要動向といった外部環境に立ち向かうことができず、また、自社内の課題を意識した経営ができず今後衰退は避けられないことから、小規模事業者自らが計画を策定し、事業を計画的に実践し、事業者自らがPDCAサイクルを活用した自走型の経営を進めることが可能となる状態を目指す。

II. 創業者の創出・事業承継支援による地域活力強化

小規模事業者の存在が地域コミュニティの存続には不可欠であるが、本村においては、今後、小規模事業者が大幅に減少することが見込まれる。地域全体の活力を維持するためにも、創業者を育成し、併せて、廃業とは別の個別企業の経営資源を生かした事業承継支援を押し進めることで、地区内商工業者の新陳代謝を促し、小規模事業者数減少を抑制し活力ある地域づくりを目指す。

上記、I及びIIは、村が策定した「田舎館村まち・ひと・しごと創生総合戦略」における方向性とも合致している。

(3) 経営発達支援事業の目標、目標達成に向けた方針

上記地域の現状と課題や長期的な振興の在り方を踏まえ、以下のとおり、本事業における目標と方針を掲げる。(下記Ⅰ～Ⅳ)

事業の実施にあたっては、小規模事業者の持続的発展、経営力向上を実現するために、地域金融機関等の支援機関と連携しながら、商工会の経営指導員等による巡回及び窓口指導を基本として、きめ細かい伴走型支援を実施する。

計画を立てない従来型の経営を行っている経営者に対しては、必要な情報を提供し、経営課題とともに探り、課題解決策とともに検討し、PDCAサイクルを駆使しながら、本経営発達支援計画を積極的に推進する。

Ⅰ. 小規模事業者の経営力強化のための支援の実践

小規模事業者が抱える経営課題に気づきを与えるための経営状況分析、自社の置かれている経営環境と今後の需要をしっかりと踏まえた事業計画の策定支援、持続的発展に向けた経営に向けて、地域の景気動向調査、需要動向調査の結果を提供し、商品やサービスの質を高めることや、新たな需要開拓に向けた支援を実践する。また、個別企業が掲げた事業計画に基づいた経営が推進できるよう、課題解決に向けた伴走型支援を行う。

計画実施後のフォローアップを定期的に行うことで日常的にPDCAサイクルを回すことの重要性を浸透させる。

Ⅱ. 創業支援・事業承継支援を行い、小規模事業者の新陳代謝を促す

現在、本村の経営者年齢は高齢化しており、今後間もなく小規模事業者の大幅な廃業が予想される。小規模事業者は経済面だけではなく、地域コミュニティの中核としての役割を担っており、小規模事業者の衰退は地域の衰退を招くことから、円滑な事業承継支援を推し進める。併せて、創業希望者に対して支援を行いながら、村内事業所数を維持し、地域の活性化を図る。創業者に対しては、資金計画を踏まえた創業計画書の策定支援、事業承継については、きめ細かい情報を整理した最適な方法での承継を提案するためにヒアリングを重視する。

Ⅲ. 新たな需要開拓、販路拡大支援により収益力の向上を進める

小規模事業者の新たな需要の開拓、販路の開拓に対する支援体制強化を図る。小規模事業者の生産供給体制では、プロダクトアウトは向かず、マーケットインの考え方が必要となる。

マーケットインを実行するために、需要動向の把握を行い、柔軟な発想による商品開発・サービス構築に生かす。また、商談会への参加支援を積極的に行うことにより販路拡大支援し、農業を基盤とした当村の6次産業化を推進する。

Ⅳ. 中小企業施策普及推進・経営支援体制の強化

現在の中小企業施策は拡充されておりさまざまな選択肢を持っている。施策情報を必要としている事業者に対して、迅速かつ的確な情報提供を行い、施策活用の支援体制を強化する。

経営発達支援計画を効果的に推進するために、経営指導員等のスキルアップを目指して積極的な研修受講や各種説明会、セミナーへの参加で情報収集や資質の向上・研鑽を図ると同時に組織内での情報共有を進める。

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 (令和2年4月1日～令和7年3月31日)

(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. 地域経済の動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題、方針)

これまで、経営指導員においては、専ら県商工会連合会における研修時や、日本政策金融公庫の連絡協議会において国や県内の経済動向を把握しているが、村独自の経済動向は把握していなかった。また、商工会においては、これまで地域経済動向や決算データに関して調査したことはない。

小規模事業者においては、地域の経済動向に関する認識が薄く、これまでの経験や直感に頼りながら経営している事業者が多い。

このような状況であることから、巡回指導や窓口相談時において、国や県内の景気動向を提供するも活用されることはほとんどなく、提供先も非常に限定的であった。本会では、小規模事業所の決算申告指導を約50件行っているが、これらのデータを分析して、地域経済データとする業務を行っておらず、地域経済動向を踏まえた的確な経営戦略を提案できる体制は整っていないため、体制整備が課題となっている。

その課題に対し、今後は地区内小規模事業者に対し調査を行い、単なる数字のデータの収集分析にとどまらず、支援のニーズ調査を行い、ホームページでの公表や巡回指導、窓口相談時に提供していくことで、計画策定や経営力向上に役立てる。

(事業内容)

①田舎館村商工会管内景況調査 (新規)

全国連による「中小企業景況調査」を基本に、独自に調査項目を加えて、地区内小規模事業者約45社に対して年2回、経営上の悩みや希望する支援ニーズについて調査を行う。

【調査対象】地区内小規模事業者45社(卸小売業、工業、サービス業各15社)

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資、支援ニーズ等

【調査手法】調査票により、巡回、窓口、郵送

【分析手法】経営指導員の分析

調査結果を分析することで、地域内の経済動向や小規模事業者の支援ニーズの把握が行われ、分析結果は、個別企業の事業計画策定や経営力強化に役立てることができる。

調査結果については、ホームページでの公表や、巡回、窓口指導の際に提供し説明する。

②決算データ分析調査 (新規)

年1回記帳指導時や決算指導時の決算データを活用して、独自に分析を行い「売上」「利益」「業績推移」等の各種情報を業種ごとに整理し、創業や経営革新、事業承継等の相談に活用する。調査結果は、ホームページ上での公表を行う。公表の際は、個別企業が判別されないように注意する。

【調査対象】記帳指導、決算指導対象事業者30社(令和2年度は準備期間として10社)

【調査項目】売上、利益、業績推移

【調査手法】決算書データ

【分析手法】経営指導員の分析

③国が提供するビッグデータの活用（新規）

限られた経営資源を有効活用して地域経済の活性化が図られるよう、国が提供しているRESAS（地域経済分析システム）を活用し、地域経済動向分析を総合的に実施する。

【分析手法】「地域経済循環マップ・生産分析」⇒地域経済の生産力を分析

「まちづくりマップ・From-to分析」⇒人の動きを分析

「産業構造マップ」⇒産業の現状を分析

（目標）

項目	現状	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①公表回数	0回	2回	2回	2回	2回	2回
②公表回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
③公表回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回

（成果）

上記情報収集・調査・分析した結果は商工会ホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。上記調査結果から、商工会においては、地域の現状把握、支援ニーズの把握が図られ、事業者ニーズにマッチングした事業展開を図ることが可能となる。また、査結果について田舎館村に提供することにより、田舎館村に対する小規模事業支援施策の提案材料として活用できる。小規模事業者は、調査結果を自社の事業計画策定に活用して、経営力強化を図ることができる。創業希望者は、調査結果を自社の創業計画書策定に活用可能となる。事業承継においては、事業承継計画策定時に有効活用できる。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

（現状と課題）

現在は、金融指導時や確定申告時相談時に、売上の推移、粗利、利益率、経費の推移、資産状況、借入金等の負債状況について財務面のみ分析をしていた程度である。また、小規模事業者持続化補助金申請の際にも経営状況分析を行っているが、要件を満たすための形式的なものにとどまっている。

分析をする側である経営指導員も経営状況の分析については、不慣れなことから多くの時間を要するという課題がある。事業者は、これまで、経営状況の分析結果には関心がなく、聞く耳をもたない事業者も多かったことも背景にある。

しかしながら、経営環境、経営状況が悪化している事業者が増え続けている状況からも、財務分析にとどまらない経営の本質に踏み込んだ分析が必要となっていることは必然である。

決算、確定申告相談時には商工会記帳システム「ネットde記帳」を活用して事業者に対して適切な分析結果を提供し、経営状況の分析の本質、重要性を認識してもらい、意識改革を図ることが課題である。分析結果も財務分析に偏るのではなく、業種業態ごとにかかにして特徴的な項目を設定していくのかも課題である。

（事業内容）

①経営分析セミナーの開催（新規）

若手経営者を中心に経営状況の分析が必要と考えられる事業者に対し、経営状況の分析に積極的に取り組むようセミナーを開催する。セミナーでは、財務分析（収益性、効率性、成長性等）といった定量的な側面だけではなく、事業者の定性的な側面（商品、技術、サービス、人材、経営ノウハウ等経営資源の強み・弱み、自社のおかれている外部環境）についても分析に取り組み、自社の課題を包括的に認識できるようにする。

セミナーでは、セミナー内で分析ができる事業者は直ちに行い、その後分析を行いたい事業者には

巡回訪問において実施する。

②巡回訪問による経営状況分析（既存拡充）

地域経済の動向調査を踏まえて、巡回指導の際に、事業者の経営状況（商品、技術、サービス、人材、経営ノウハウ等経営資源の強み・弱み、自社のおかれている外部環境）に加えて、「収益性」「効率性」「生産性」「安全性」「成長性」といった財務状況、後継者について回答してもらい基礎的な実態把握を実施する。使用ツールは、経済産業省「ローカルベンチマーク」、中小機構「経営計画つくるくん」を使用する。

経営状況の分析結果から事業計画の策定が必要となる小規模事業者には事業計画策定支援のステップへ進める。

自ら、経営分析に取り組む事業者には、中小企業基盤整備機構が提供している「経営自己診断システム」の活用を提案し、各観点からの課題を浮かび上がらせる。

（目標）

支援内容	現状※	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
セミナー回数 (参加人数)	0 回 (0 人)	1 回 (15 人)	1 回 (15 人)	1 回 (15 人)	1 回 (15 人)	1 回 (15 人)
経営分析件数	※12 件	15 件	15 件	20 件	20 件	20 件
内セミナー	0 件	5 件	5 件	10 件	10 件	10 件
内巡回	12 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件

※現状は財務分析が中心

（成果）

経営状況の分析結果から、今後の指導方針についてグループ分けを行い、それぞれのグループに応じた指導を実施することとする。

階 層	今後の指導方針
A	自らの力で事業計画を策定し実施できる
B	事業計画策定を目指す
C	基礎的支援の継続が必要

本経営発達事業では、上記「B」の事業者への支援を中心に行い、「C」は「B」へ昇格できるよう基礎的支援を継続する。経営状況の分析結果は、事業者へフィードバックして活用する。

3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

（現状と課題）

これまで、小規模事業持続化補助金申請や金融相談等のための事業計画の策定支援は行ってきたが、小規模事業者の多くは事業計画策定機会が少なく、スキルもまた乏しい。とりわけ高齢者経営者は、過去の経験、直感、どんぶり勘定により経営を行っているケースが多く、事業計画策定意識は極めて低調である。

補助金や融資という目的がある場合の事業計画は補助金や融資の手段に過ぎず、目的達成後は効果を検証することも少なかった。

経営指導員においても、事業計画策定の経験は乏しく、多くの時間を要するためこれまで数多くは手掛けてこなかった現状がある。

(支援に対する考え方)

従来の指導方法から脱却し、小規模事業者の経営力向上を目指すためには、計画に則った経営をし、PDCAサイクルを回すことが一番の近道であり、確実な方法であることは明白である。

そこで、「1. 地域経済の動向調査に関すること」「2. 経営状況の分析に関すること」「5. 需要動向調査に関すること」を踏まえた上で、個別の小規模事業者や業種ごとに対応した事業計画策定支援を行う。

また、創業希望者については、対象者の掘り起こしや創業計画策定についてヒアリングをきめ細かく実施ながら策定支援を行う。

(事業内容)

①巡回指導・窓口相談時の事業計画策定支援（新規）

「2. 経営状況の分析に関すること」でリストアップした小規模事業者を対象に、事業計画策定の必要性を理解していただき、「1. 地域経済の動向調査に関すること」「5. 需要動向調査に関すること」で得たデータをタイムリーに提供しながら、事業計画策定に向けて個別相談の体制を整え実施する。商工会で、対応が困難な専門的な課題を有する事業者には、青森県商工会連合会の専門家派遣、よろず支援拠点のコーディネーターなどと連携して、より実現性、効果が高い計画となるよう事業計画の策定を目指す。

②事業計画策定セミナーの実施（既存拡充）

これまでも、事業計画策定の必要性を説くセミナーは開催したことはあるが、概略的なものであり定期的なものではないため効果は限定的であった。

経営状況分析を行った事業者及び事業計画策定に興味を持つ小規模事業者を対象として事業計画策定セミナーを年1回以上開催し、小規模事業者の事業計画策定のノウハウを学ぶための機会とし、質の高い計画策定を推し進める。経営状況分析を経ずに事業計画策定セミナーへ参加した事業者は、巡回して経営状況分析を推し進め、事業計画策定につなげる。

③創業者相談（既存拡充）

商工会に創業相談窓口を設置し商工会ホームページで周知する。創業準備期間から創業後の短期中期目標設定を十分に検討し、行動計画の指針となる創業計画書の策定支援を実施する。

④事業承継相談（既存拡充）

これまでの、事業承継相談の対応では、税制面の手続きのみの相談に終始しており、効果的な指導となっていなかった側面がある。円滑な事業承継とするため、課題抽出を十分に行ったうえで、事業承継計画策定支援を行う。事業承継計画策定支援の段階で、より実効性の高い計画となるよう専門家と連携し支援にあたる。対象者は、商工会で保有している事業者データを活用し、窓口・巡回相談を中心に対象者の掘り起こしを実施する。

(目標)

	現状	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
事業計画策定 セミナー開催回数 (参加者数)	0 回 (0 人)	1 回 (10 人)	1 回 (15 人)	1 回 (15 人)	1 回 (15 人)	1 回 (15 人)
事業計画策定件数	4 件	6 件	8 件	10 件	15 件	15 件
創業相談者件数	1 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
創業計画策定件数	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
事業承継相談者件数	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件
事業承継計画策定件数	1 件	1 件	1 件	1 件	2 件	2 件

(成果)

地区内小規模事業者等が自社の事業計画を策定することで、中長期的な視点を持って、今現在取り組むべきことを明確にすることが可能となり、地区内小規模事業者の持続的発展につなげることが可能となる。創業計画策定支援においては、計画をもって事業を開始することで、早期に軌道に乗せることができ、よって地域内小規模事業者数の維持拡大を図ることができるため、地域経済全体の活性化に効果を発揮する。事業承継計画策定支援においては、廃業ではなく、内部承継、第三者承継の可能性を模索し、実施することにより、地区内事業者数減少による地域活力低下を抑制することが可能となる。

また、策定した事業計画書が持続化補助金申請など補助金申請にも活用が可能となり、より効果的な補助事業実施にもつなげることが可能となる。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

金融支援や持続化補助金等の補助金事業においては、事業に関する進捗管理を踏まえた実施支援を行うが、その内容は融資実行や補助事業完了を目指すためのものであり、効果的なPDCAサイクルを回すことはなく、経営力強化に生かされるケースは少なかった。したがって、現状行っているフォローアップ支援は、補助金、金融支援に係るフォローアップが中心であった。

フォローアップ実施にあたり、商工会内で解決の困難な専門的な課題に対しては、青森県商工会連合会の専門家派遣、よろず支援拠点のコーディネーターなどと連携して、実現可能性の高い計画への修正を進め経営力向上につなげることを目的とする。

(事業内容)

①フォローアップ支援（拡充）

事業計画策定後の実施支援については、小規模事業者がPDCAサイクルを回しながら、計画の継続的な実施、計画見直しの実施ができる経営体制となるように、四半期に1回の巡回によるフォローアップ支援を実施し、小規模事業者の売上向上、利益増加、設備投資計画等の経営課題解決に向けて支援を行う。計画通りに進んでいない事業所には、巡回の頻度を上げて計画通りに進まない原因を追及し、計画の見直しを進める。必要に応じて、専門家と連携を取り精度の高い支援を実施する。

②創業者に対するフォローアップ（拡充）

創業者については、売上が計画通りに進まない場合、直ちに事業撤退の危険性が高いことから、職員が、事業者の状況に応じて基本的には2ヶ月に1回の頻度で巡回訪問体制を整備してフォローアップを行う。

巡回訪問の結果、計画通りに進んでいない場合は、スピード感をもって課題を洗い出し、解決に向けた支援を行う。必要に応じて専門家と連携しながら、効果的な支援を実施する。

③事業承継計画策定者に対するフォローアップ（新規）

事業承継計画策定者に対しては、円滑な承継を達成するために準備に相当な期間を要することから、手順の確認、進捗状況の管理を中心に、基本的には2ヶ月に1回の頻度でフォローアップを行う。

計画通りに進んでいない事業所には、頻度を上げて計画通りに進まない原因追及を行い、計画の見直しを行う。必要に応じて、専門家と連携しながら、効果的かつ円滑な承継を目指す。

④計画遂行に必要な資金調達支援（拡充）

事業計画の策定、実施支援により小規模事業者の持続的発展に向けて、計画取組に必要な設備資金及び運転資金について、資金需要に応じて「小規模事業者経営改善資金」「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用する。

(目標)

	現状	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
①フォローアップ 対象事業者数	4 社	6 社	8 社	10 社	15 社	15 社
頻度 (延数)	4 回	24 回	32 回	40 回	60 回	60 回
利益率 5%以上の 増加事業者数	1 社	3 社	4 社	5 社	7 社	8 社
②創業フォローアップ 対象事業者数	1 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
頻度 (延数)	1 回	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回
利益率 5%以上の 増加事業者数	1 社	1 社	1 社	2 社	2 社	2 社
②事業承継フォロー アップ対象事業者数	1 社	1 社	1 社	1 社	2 社	2 社
頻度 (延数)	1 回	6 回	6 回	6 回	12 回	12 回
利益率 5%以上の 増加事業者数	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社

※フォローアップ回数：事業計画策定事業者数×4 回

※創業フォローアップ回数：創業計画策定事業者数×6 回

※事業承継フォローアップ回数：事業承継計画策定者数×6 回

5. 需要動向に関すること【指針③】

(現状と課題、方針)

需要動向調査については、過去において実施しておらず、日経テレコンPOS情報の活用支援も行っていない。今後、個社支援を推し進めるうえで、重要な情報である需要動向調査を行い支援にどのように生かしていくのかが課題である。

本村は、「田んぼアート」に年間約30万人もの来場者が訪れるが、村内には宿泊施設がなく「通過型」のイベントになっており、お土産品の開発も遅れていることから、田んぼアートの経済効果が乏しいのが課題である。

そこで、観光商業の確立のため、「道の駅いなかだて弥生の里」において、アンケート調査を実施して商品の質を高める支援を行う。

この調査で得た調査結果により、消費者の需要とマッチした経営転換、商品開発について伴走型支援を行う。

(事業内容)

①「田んぼアート」来場者調査(新規)

本村の集客ツールである「田んぼアート」の来場者より、お土産品・特産品が少ないとの声が聞こえており、お土産品の開発が遅れている現状があることから、実際に「田んぼアート」に来場した方に対して、第2田んぼアート会場である「道の駅いなかだて弥生の里」において、年に1回、来場者100人に対して、お土産品・特産品にかかる需要動向調査を行い、需要に合った商品開発につがるよう活用していく。

【サンプル数】100人

【調査手段・手法】<既存商品調査>

「道の駅いなかだて弥生の里」において、第2田んぼアートの来場者が増加する7月に、来場者に対し、村内事業者が製造した既存農産加工品を試食してもらい、経営指導員等が聞き取りを行いアンケート票に記入する。

<ニーズ調査>

同時に、同様の対象者に対して、お土産品へのニーズに対する調査を行う。

【分析手段・手法】調査結果は、よろず支援拠点等の専門家の意見を聞きながら、経営指導員が分析を実施する。

【調査項目】<既存商品調査>①味、②甘さ、③食感、③見た目、④内容量

⑤価格、⑥パッケージング

<ニーズ調査> ①お土産品購入の目的（自分用、家族用、等）

②今回買ったお土産品

③お土産品に求める価値

④お土産品にかける予算

【分析結果の活用】<既存商品調査>

事業者へ直接フィードバックし、巡回指導、窓口相談時に商品のブラッシュアップ支援に活用する。

<ニーズ調査>

既存商品事業者に加え、村内製造業者、小売業者に対し、巡回指導、窓口相談時への提供し、新たな商品開発支援に活用する。

また、村とも情報を共有し、今後の商品開発や課題解決に向けて連携して取り組み、観光商業の振興に向けて活用する。

②日経テレコンPOS情報の活用（新規）

長期的に蓄積されたPOSデータを活用して、市場ニーズや販売動向、競合他社製品との比較ができることから、限られた販売スペースを効果的に活用できるよう、上記①既存商品調査に参加した事業者に加え、村内事業者に対し随時情報提供を実施する。

（目標）

事業計画の策定や新たな販路開拓に寄与する事業を効果的に実施していくために、新たな販路開拓や新商品の開発に活かせる消費者ニーズや市場動向等を把握する。

	現状	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
田んぼアート 来場者調査 (回答対象者数)	0回 (0人)	1回 (100人)	1回 (100人)	1回 (100人)	1回 (100人)	1回 (100人)
(対象事業者数)	(0社)	(2社)	(2社)	(3社)	(3社)	(3社)

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(現状と課題)

これまでは、自社商品・製品を取り扱っている事業者に対して、物産展・商談会への出展情報の提供について行ってきたが、情報提供にとどまってきたのが現状である。物産展・商談会後のヒアリングも実施していない状況である。

また、本村には、特産品製造業者が数少なく、農業が基盤産業でありながら6次産業化の面では後れを取っているという課題がある。

また食品・工芸品製造業者が少ないことから、本村単独での商談会開催は不可能の状況であり、物産展出展をおこないながら、製造業者の育成と商品開発機運の醸成を図る。

(事業内容)

①物産展・商談会への参加勧奨（拡充）

物産展・商談会への参加勧奨を行い、物産展・商談会までに準備することや、単なる販売や商談にとどまらず、次回出展に活きるよう、検証作業を一緒に行い今後の計画策定支援を行う。

想定する物産展・商談会は以下のとおり。

- ・「ニッポン全国むらおこし物産展」（主催：全国商工会連合会）… B to C
(参考) 全国から食品製造業者が中心に集まった物産展
出展者数約 350 名、来場者数約 150,000 人の物産展
- ・「『青森の正直』商談会」（主催：「青森の正直」商談会実行委員会）… B to B
(参考) 青森県内の食品製造業者が出展する商談会
出展者数約 100 名、県内外バイヤー数約 300 名
- ・「FOOD MATCH AOMORI」（主催：青森県商工会連合会、東青ビジネスサポート協議会）… B to B
(参考) 青森県内の食品製造業者が出展する商談会
出展者数約 50 名、県内外バイヤー数約 300 名

出展希望者に対しては、出展申し込みや手続き等の事前支援を行うほか、商品提案書の作成や運営・プレゼン方法、バイヤーとの交渉方法について、専門家と連携し、より効果的な出展となるよう伴走型支援を行う。

同時に、出展後は、原因分析、課題抽出、改善事項についての検証を実施し、今後の更なる需要開拓のための方策を事業者とともに検討する。

また、物産展、商談会への出展支援をきっかけとして、今後の販路開拓に向けて、持続化補助金等の活用を促進し出展を後押しする。

また、観光客向けお土産品については、道の駅内の産直センターでの販売促進が図られるよう支援を実施する。

②SNSを活用した情報発信（新規）

本会の情報発信は、ホームページにとどまっているが、今後はダイレクトに情報発信できるSNS（Facebook ページを想定）を活用して小規模事業者の個社の商品、サービスの情報発信強化を進める。掲載にあたっては、小規模事業者から最新の情報を広く募集し、迅速な情報提供を心掛ける。

SNSでは、関心をもっただければ情報拡散が早くなるのが魅力であり、従来よりも効果が見込める。SNSの運営にあたっては、商工会ホームページよりも閲覧者が多い田舎館村のFacebook ページとも相互リンクにより連携し、ふるさと納税返礼品として利用されている地元製品の紹介も行い、販路拡大に取り組む。

(目標)

	現状	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
BtoC 展示会 参加事業所数	0 社	1 社	2 社	3 社	3 社	3 社
BtoC 売上額/社	0 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
BtoB 商談会 参加事業者数	1 社	1 社	1 社	2 社	2 社	2 社
BtoB 商談会 成約件数/社	0 件	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件
HP・SNS 情報発信企業数 (売上増加企業数)	2 社 (0 社)	10 社 (2 社)	10 社 (3 社)	15 社 (4 社)	15 社 (5 社)	15 社 (6 社)

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組**(現状と課題)**

田舎館村は、「田んぼアートの村」として、全国的に有名となっており、田んぼアートブランド戦略の一環として、温泉熱を利用した「いちご」と村産米「あさゆき」のブランド化に取り組んでいる。

村主管で、「田舎館村むらおこし推進協議会」があり、地域振興全般について関係団体で検討する協議会に商工会も参画している。今後は、更なる積極的な姿勢で参画しながら、村の地域経済活性化に向けて商工会が中核として役割を果たしていく。

また、ブランド化目指す「いちご」の6次産業化を目指して、調査研究を推し進める。

地域伝統行事である「ねぶたまつり」の継続開催、「田んぼアートまつり」の開催の継続開催を実施する。

(事業内容)**① 田舎館村むらおこし推進協議会への積極的な参画（拡充）**

田舎館村、田舎館村議会、田舎館村農業員会、(株)アイナック、田舎館村商工会、津軽みらい農業協同組合、学識経験者で組織されている「田舎館村むらおこし推進協議会」（年3回開催）へ積極的な参画を進め、関係団体と協調し田んぼアートのブランド化を図るために、商工会が中核として活動する。

「いちご」の6次産業化について提言、村産米「あさゆき」ブランド化についても、「需要動向」結果を踏まえて、村、生産者団体とともに今後の方向性について検討し行動を進める

② 「ねぶたまつり」の開催（継続）

田舎館村、田舎館村商工会、田舎館村子ども会育成連絡協議会と年1回共催している。地域伝統行事である「ねぶたまつり」は、少子高齢化の影響により担い手が不足しており、参加団体も今後は徐々に減少が見込まれる。しかしながら、地域伝統の次世代への継承と、青少年健全育成の効果、地域内コミュニケーションの促進といった重要な役割を担っており今後も継続実施することで地域活性化、衰退防止を目指す。

③ 「田んぼアートまつり」の開催（継続）

田舎館村と共催で年1回開催（田んぼアートの稲刈り体験ツアーと同日）する田んぼアートまつりは、稲刈り体験ツアーに賑わいを添えている。賑わいを与えることにより、田んぼアートのブランド化に一役買っている。

まつりには、地元フラワー商店会や商工会青年部や商工会女性部も出店している。抽選会景品には、

田舎館村共通商品券を用意しており、共通商品券利用により村内経済への波及効果もあることから、継続実施することにより村内消費の定着を図る。

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

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 (現状と課題、方針)

これまでの他の支援機関との連携については、日本政策金融公庫の連絡協議会参加時の金融に関するものや、経営改善普及事業実施時の税理士派遣による税務に関するもの等、担当者間の限られたものにとどまり、他の支援機関で行っている支援状況やノウハウは、研修会やセミナーなどにおいて聞く事はあるものの、組織的に入手、交換する仕組みづくりは行っていない。

経営発達支援計画実施には、田舎館村商工会全体の支援能力の底上げが求められており、他の支援機関との情報交換や連携強化が課題となっている。

今後は、小規模事業者の経営力強化に資するため、他の支援機関（地域金融機関、信用保証協会、税理士等の専門家）の支援状況やノウハウの情報交換を進め、田舎館村商工会全体の支援能力向上に努めていく。

(事業内容)

①行政、地域金融機関、日本政策金融公庫との情報交換会の開催（拡充）

本会では、年1回定期的に地域金融動向について、商工会（会員含む）、地域金融機関である東奥信用金庫田舎館支店、日本政策金融公庫弘前支店、田舎館村との金融懇談会を開催し、地域経済状況や金融動向について情報交換を行っている。今後は懇談内容について商工会ホームページ上で公表するなど、小規模事業者に対して幅広く周知するほか、個別相談時には、業種別に情報を整理したうえで個社支援に活用する。

②地域の支援機関との情報交換の実施（拡充）

日本政策金融公庫弘前支店主催の「小規模事業者経営改善資金推薦団体連絡協議会」が年2回されており、金融公庫弘前支店管内の商工会の経営指導員が一同に会し各地域の資金需要の状況等の情報交換を行っている。

今後は、金融事情だけではなく、金融公庫や他の商工会の支援状況、支援ノウハウについても、年2回情報共有を行い支援体制強化に努める。

③ブロック内商工会との支援ノウハウの共有（拡充）

「中南地区商工会経営指導員研究会（構成管内7商工会：青森市浪岡商工会、岩木山商工会、西目屋村商工会、平川市商工会、藤崎町商工会、大鰐町商工会、田舎館村商工会）」の研修会に年1回参加し、各商工会の地域経済動向、地域の課題、支援状況、支援ノウハウについて幅広く情報交換し、さらには課題解決に向けた経営状況分析手法、事業計画策定手法について深く掘り下げて情報交換を行う。この情報交換で得た情報を整理して、商工会内での情報共有に向けたデータベース化を進め、今後の経営支援に活用し有効活用する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

これまで青森県商工会連合会が実施している「経営指導員等研修会」などの各職階に応じた研修会、経営指導員等「WEB研修」をはじめ、日本政策金融公庫による「小規模事業者経営改善資金推薦団体

連絡協議会」、全国労働保険事務組合連合会による「労働保険事務組合担当者研修」など、経営改善普及事業にかかる研修を受講しているが、習得した情報や知識は出席した担当者にとどまることが多く、職員間での共有ができていないという課題がある。

また、今後の経営指導員等の支援能力向上について、記帳指導や税務指導といった従来の基礎的な支援能力に加え、経営発達支援計画推進にあたり、小規模事業者の利益確保や個別課題解決などが求められ、これまでの同質的な支援ノウハウでは不足する。

毎月1回「経営発達支援事業連絡会議」を全職員参加で開催し、支援事業の進捗具合や、実施事業の検証、今後取り組む事業などの共有を進め、職員の支援能力向上に努めていく。

(事業の内容)

①青森県商工会連合会や中小機構等外部団体主催の研修会への参加及び報告会の開催（拡充）

今後は、小規模事業者に求められる支援ノウハウの習得が重要となるため、青森県商工会連合会の実施する研修だけではなく、中小機構等外部団体主催の中小企業支援担当者研修等に積極的に参加することにより、これまでの当商工会に不足している「経営状況分析スキル」「事業計画書策定支援スキル」「創業・事業承継支援スキル」等の知識習得を計画的に進めていく。研修会参加は、経営指導員以外の職員も積極的に参加し、商工会全体の支援レベルの底上げを目指す。

各種研修会受講後は、全職員が参加して研修報告会を行い支援ノウハウの情報共有、基幹システムを活用したデータベース化を進め、支援能力の底上げを進める。

②職場内人材育成OJTの実施（拡充）

経営指導員の巡回指導に主査、主事が帯同し、経営指導員から指導・助言内容、情報収集方法を学び、伴走型支援の支援能力向上を図る。

③経営発達支援事業連絡会議実施による情報共有（新規）

毎月1回の連絡会議を全職員参加で開催し、支援事業の進捗具合や実施事業の検証、今後取り組む事業の共有を進め、職員一丸で経営発達支援事業を推進する。

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

(現状と課題、方針)

これまで本会が実施してきた事業は、主に職員が計画書を作成し、会長及び副会長に相談、決裁により事業を実施し、報告は決算報告を中心に行われる形であり、効果や課題についての検証が不十分であった。また、事業の成果が目標に達しているか確認する仕組みがないことも課題である。

そこで、事業実施方法を見直し、計画、実施、評価、改善のPDCAサイクルを確立するため、会長をはじめとする役員や外部有識者に協力を得て仕組みづくりを行う。事業が適切に実施されているか進捗状況や成果を評価するための評価シートを作成し定期的なPDCAサイクルを確認し経営発達支援計画の遂行と効果を向上させる。

(事業内容)

①経営発達支援事業評価委員会の設置

商工会役員の内部関係者、法定経営指導員、共同実施者である田舎館村役場企画観光課、上部団体である青森県商工会連合会、東奥信用金庫田舎館支店長などの外部有識者を招聘した経営発達支援事業評価委員会を設置し、毎年度1回、事業の実施状況・成果の評価を行うとともに、見直し案など検討協議の提示を行う。

②理事会において成果の評価・見直しの方針決定

経営発達支援事業評価委員会の実施結果を受け、見直し方針の決定を行う。

③事業の成果・評価・見直しの結果を総会や本会ホームページにて計画期間中の公表

当該評価委員会の評価結果、見直しの方針について、本会ホームページにて年1回公表することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

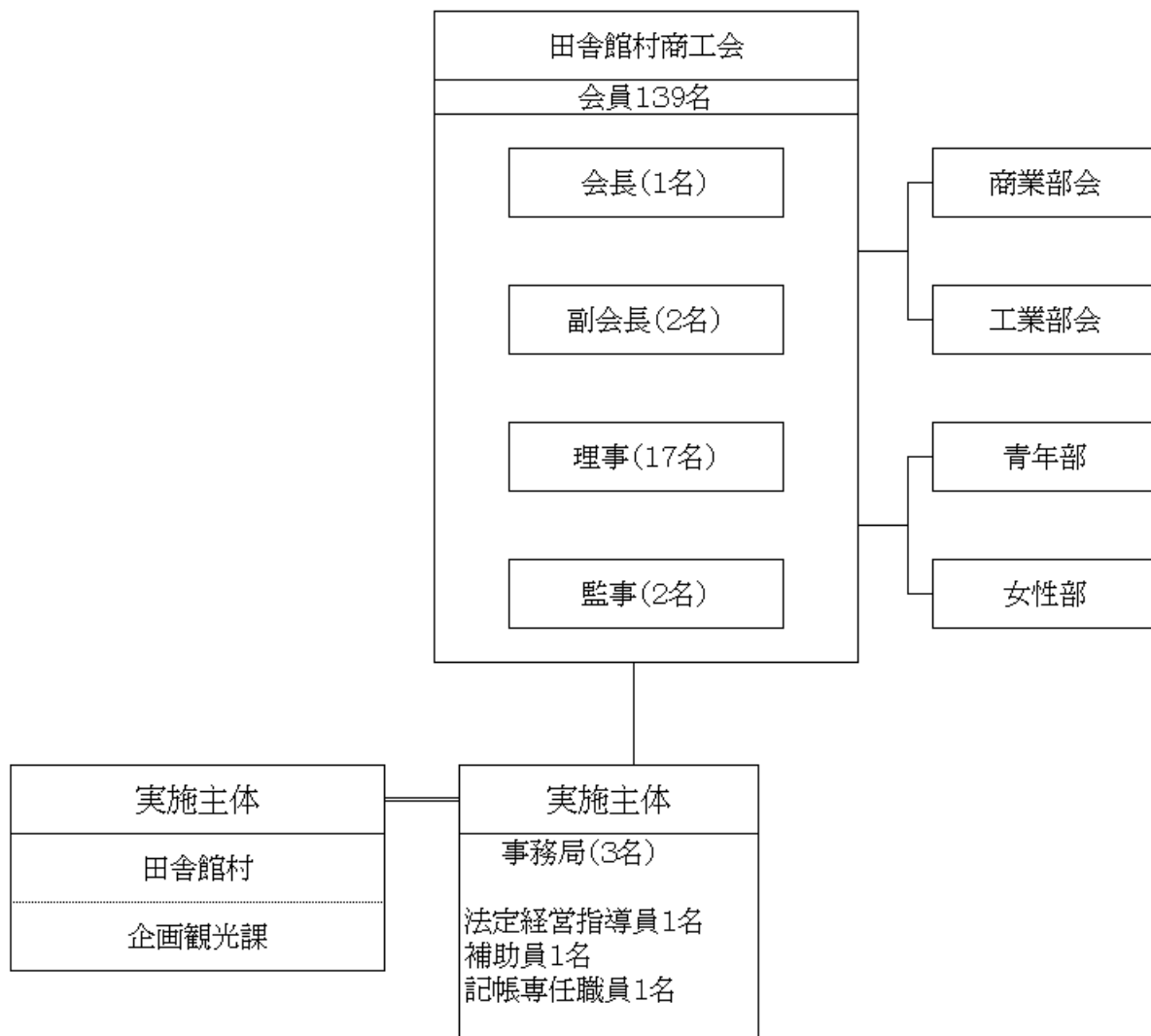
経営発達支援事業の実施体制

(令和 4 年 4 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)

経営発達支援事業計画を効率的かつ効果的に実施するための体制を構築する。

組 織	田舎館村商工会	
役 員	会長 1 名、副会長 2 名、理事 17 名、監事 2 名	合計 22 名
事務局	経営指導員 (法定経営指導員) 1 名	
	主査 2 名 (補助員・記帳専任職員各 1 名)	合計 3 名



(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法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名： 木村 侑
連絡先： 田舎館村商工会 TEL:0172-58-2417

②法定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・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

名 称	田舎館村商工会		
住 所	〒038-1121 青森県南津軽郡田舎館村大字畑中字藤本 180		
電話番号	0172-58-2417	F A X 番号	0172-58-2404

名 称	田舎館村 企画観光課		
住 所	〒038-1113 青森県南津軽郡田舎館村大字田舎館字中辻 123-1		
電話番号	0172-58-2111	F A X 番号	0172-58-4751

(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)

	R2 年度 (R2 年 4 月以降)	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
必要な資金の額	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
地域経済動向調査	100	100	100	100	100
経営状況分析	300	300	300	300	300
事業計画策定支援	500	500	500	500	500
事業計画策定後の実施支援	200	200	200	200	200
需要動向調査	300	300	300	300	300
新たな需要の開拓に寄与する事業	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
国補助金、県補助金、村補助金、商工会（会費収入、各種事業収入）

(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