

経営発達支援計画の概要

実施者名	中泊町商工会（法人番号 1420005003806） 中泊町（地方公共団体コード 023876）
実施期間	令和2年4月1日～令和7年3月31日
目標	経営者の高齢化・高齢人口率の上昇・人口減少など当地域の年々悪化する経営環境の中、小規模事業者の経営上の課題や悩みを収集し、各種支援機関と連携して経営内容の改善を支援。後継者が確保できる企業体質を作り小規模事業者の減少を抑える事を目標とします。
事業内容	<p><b><u>I. 経営発達支援事業の内容</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. 地域の経済動向調査に関すること</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域内の小規模事業者の景気動向調査を行い情報提供し、小規模事業者の経営支援や事業計画策定に活用する。</li> </ul> </li> <li><b>2. 経営状況の分析に関すること</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・経営分析セミナーを開催し、経営状況を把握して経営課題を明らかにし対策を講じる。</li> <li>・巡回、窓口相談によりフォローアップを行う。</li> </ul> </li> <li><b>3. 事業計画策定支援に関すること</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業計画策定セミナーを開催し意欲ある小規模事業者の発掘を行う。</li> <li>・事業計画作成アプリ等を活用して策定支援。</li> </ul> </li> <li><b>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・策定された事業計画に対し確実に推進できるように支援体制を用意しフォローアップを行う。</li> </ul> </li> <li><b>5. 需要動向に関すること</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個社が扱う商品・サービスに対する需要動向調査を行い情報提供し、今後の販売促進活動に繋がるよう伴走型の支援に活用する。</li> <li>・展示会、商談会におけるバイヤー等のニーズ調査を行い情報提供し、今後の経営判断や新たなビジネスプランの構築に活用する。</li> </ul> </li> <li><b>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・共同チラシを活用した地域内消費向け需要開拓支援。</li> <li>・プレミアム商品券を活用した地域内消費向け需要開拓支援。</li> </ul> </li> </ol> <p><b><u>II. 地域経済の活性化に資する取組</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小規模事業者等支援検討委員会を設置し地域経済活性化に繋がる協議をする。</li> </ul>
連絡先	<p>中泊町商工会 〒037-0305 青森県北津軽郡中泊町大字中里字亀山 443 TEL：0173-57-2733 FAX：0173-57-2803 E-Mail：tugaruns@rose.ocn.ne.jp</p> <p>中泊町 水産商工観光課 〒037-0305 青森県北津軽郡中泊町大字中里字紅葉坂 209 TEL：0173-57-2111 FAX：0173-57-3849</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) 中泊町の現状及び課題

中泊町は青森県北西部の津軽半島に位置し、北西はつがる市と日本海、南は五所川原市、東は外ヶ浜町と接し、平成17年3月に北津軽郡内の中里町と小泊村が五所川原市(市浦地区)を挟む形で飛び地合併して誕生した面積216.3km<sup>2</sup>の町である。農業を基幹産業としている中里地域、漁業と観光が中心の小泊地域と違った特性の地域により、ひとつの町を形成している。

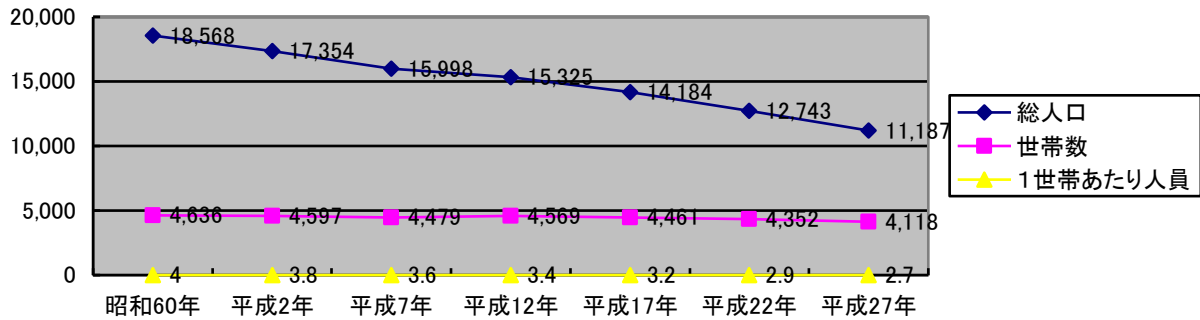
【中里地域】は、世界遺産「白神山地」を源流とする岩木川が土砂を運んで形成されているため、農業に適した肥沃な大地となっている。このような土地柄から、農業が基幹産業となっており、地域を縦貫する農道・通称「こめ米ロード」からの景色は圧巻で、特に津軽平野や十三湖から望む岩木山の姿は、そのなだらかな姿から「津軽富士」と呼ばれ、地域の人々から愛されている。冬は、一面銀世界となったその平野を、日本最北の民鉄「津軽鉄道」のストーブ列車が運行され、津軽中里駅はその終着駅であり、全国的にも有名な同列車には各地から多くの観光客が訪れている。

【小泊地域】は、日本海沿岸に位置し急傾斜の山々が多く、断崖と海が織りなす景色は壮観で特に権現崎(小泊岬)や国道339号・通称「竜泊ライン」などの素晴らしい景観は、津軽国定公園に指定されている。漁業と観光が主産業であり、漁業はイカ・メバル・マグロが主に水揚げされ、特に小泊のウスメバルは深海約150mで獲っているため体色は赤橙色をしており高級魚「津軽海峡メバル」と呼ばれ取引されている。平成27年には、新・OMOTENASHI ご当地グルメとして、水揚げ青森県ナンバーワンのウスメバルと、中里の米「つがるロマン」を使用し『中泊メバルの刺身と煮付け膳』が誕生し町内5店舗で提供している。



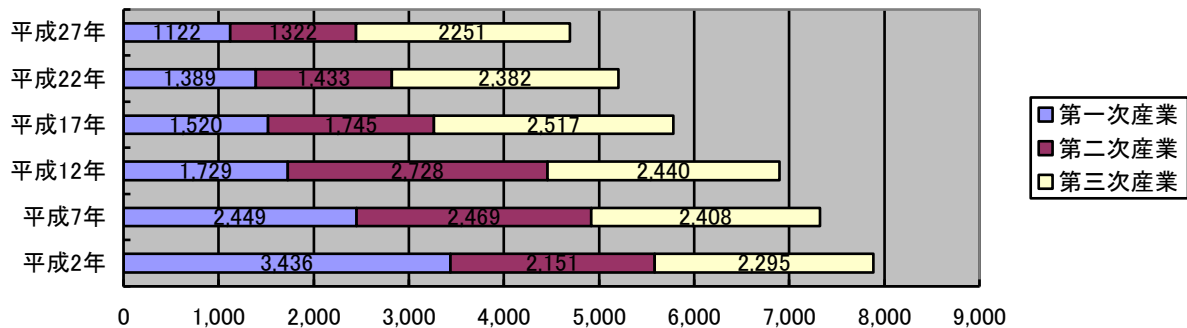
中泊町の人口は、合併当初の平成17年には14,184人。その後、自然増減（出生数－死亡数）と社会増減（転入数－転出数）共にマイナスとなっており、平成27年の国勢調査では11,187人となっている。

【中泊町人口・世帯の推移】



平成28年3月中泊町人口ビジョンより

中泊町の産業別就業者数は、昭和60年以降、第一次産業に従事する就業者数が大幅に減少する一方で、第二次・第三次産業の就業者数は増加していたが、平成22年（2010年）以降は、いずれの分野でも就業者数が減少し、平成27年には4,695人となっている。



平成28年3月中泊町人口ビジョン、平成27年国税調査結果より

【産業別の状況】

農業については、稲作を中心とする農業を基幹産業の一つとして振興してきたが、食生活の多様化、国内産地の競争激化、高齢化により農業就業人口は年々減少傾向にある。こうした農業の立て直しを図るため、農業基盤整備事業の推進、有機栽培や農薬を低減した栽培によるオリジナルブランド米の生産、野菜・花きの導入やブルーベリー・ハトムギなどの特産作物の普及等の対策が進められている。

漁業については、燃油の高騰や魚価の低迷等による所得の減少を大きな要因として、担い手が減少傾向にあり将来の人材育成・確保が求められる。津軽海峡を漁場として最も漁獲量が多いのはイカで、近年は当町のご当地グルメ『中泊メバルの刺身と煮付け膳』の材料であるウスメバルは町外・県外でも人気が高い。

商工業については、隣接する五所川原市などに消費者が流出し、町内では日用品、雑貨、食料品を中心とする事業所が主で、就業人口の構成比が高まっている第三次産業についてもほとんどが小規模事業者から構成されている。また、中泊町には組織としての商店街が存在せず、小規模事業者が町内に分散している状況にある。

このような状況を踏まえ、町では平成 28 年度に第二次中泊町長期総合計画を策定し 1 次産業を基幹とした町内産業の振興を図るとともに、6 次産業の振興や観光・交流事業を通じた産業間の連携等により、新たな産業や雇用を生み出していくことを課題としており、地域唯一の経済団体である商工会に対してもその役割が求められている。

## (2) 小規模事業者の現状と課題

中泊町商工業者数推移 (数値はいずれも 3 月末日)

※商工会調査数

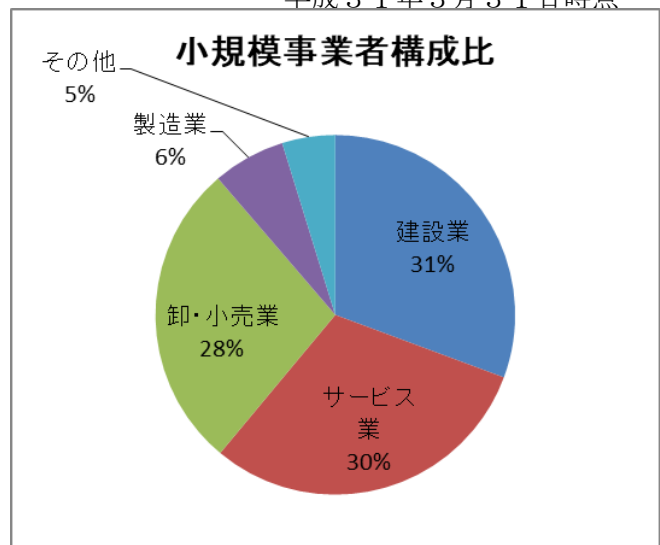
	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
商工業者数 (うち会員数)	423 (268)	420 (267)	413 (260)	412 (256)	413 (261)
小規模事業者数	417	408	405	395	398

小規模事業者数は平成 31 年 3 月末現在で商工業者数 413 事業所、そのうち小規模事業者数が 398 事業所、会員数が 261 事業所で商工会組織率は 61.2%となっている。

### 【小規模事業者の業種別構成】

建設業	31% (122 事業所)
サービス業	30% (121 〃 )
卸・小売業	28% (110 〃 )
製造業	6% ( 26 〃 )
その他	5% ( 19 〃 )

平成 31 年 3 月 31 日時点



### 【商業】

現在の車社会においては、近隣市町の大型店への消費購買力流出、消費者ニーズの多様化、インターネットの普及に伴うネット通販やカタログ通販等の増加により購買力の町外流出が著しく、経営者の高齢化や後継者不足もあり、商業者を取り巻く環境は一層厳しさを増している。

小規模事業者においては、経営内容の悪化や経営者の高齢化と後継者不足により廃業が相次ぎ、商工業者数は減少傾向である。また、住民の高齢化、人口減少、消費購買力の町外流出、少子化などにより売上も年々減少している。

さらに、近年には町外資本のスーパーストアやドラッグストアが出店しており小規模小売店の経営悪化が課題となっている。

### 【建設業等工業】

一部の事業所を除き、ほとんどの事業所が零細規模の事業所であり、経営者の高齢化、後継者の減少は進行している状況である。冬期間には雪の影響もあり事業を縮小しなければならない事業所も多く、公共事業（除雪も含む）に頼らざるを得ない状況であり、技術職が多い業界において熟練従業員の定年や高齢化により技術の承継も大きな課題となっている。

- ・ 当地域の小規模事業者は、人口減少や量販店の出店により売上の低下に苦しみ利益を確保することができず、年々活力が失われている。
- ・ 経営者の高齢化、後継者不足が進み小規模事業者はさらに減少していくと予想される。
- ・ 小売業・飲食業を営む小規模事業者の経営環境は、人口減少や高齢化により地域の購買力が減少していることに加え、近隣自治体への量販店の進出により消費購買力が流出していることで悪化している。

### （3）商工会の現状と課題

これまで、経営支援は「金融」「税務」「労務」などの経営課題の解決を図るものが主で、経営計画やマーケティング戦略など経営の本質に迫る経営支援は行っておらず、創業支援についても同様に創業のための資金調達や記帳支援のみにとどまることが多かった。また、小規模事業者等の経営支援を進めていくうえで必要な経営に係るセミナーの開催や、青森県連合会等が開催するセミナーへの案内も全体に行き渡っていたとは言えず、小規模事業者への情報提供不足であった。

限られた人員での支援には職員の経営支援能力の向上と事業の選択等を行っていくことが必要となる。今後は補助金や融資を目的とした事業計画策定支援にとどまらず、小規模事業者の持続的発展のための計画策定を目的として伴走型支援を進めていく必要がある。

#### (4) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

##### ①. 町の総合計画

産業振興は、地域での暮らし、生業の基盤となるものであり、地域の活性化に不可欠なものであるが、近年は人口減少等により、賑わいや地域経済の低下が懸念されている。

このような中で、産業振興や新たな雇用機会の拡大を図る取り組みは、地域の活力や賑わいを創出するうえで、引き続き重要となる。

第1次産業を基幹産業として発展してきた地域であるが、近年の国内外の経済情勢は不安定な状況が続き、町内の産業振興、地域経済にも大きな影響があらわれている。

今後の発展及び人口定住の促進に結びつく地域経済活動の実現に向けて、基幹産業である第一次産業の振興を図るとともに、6次産業化の推進、観光・交流事業を通じた産業間の連携など、新たな産業や雇用を生み出す施策を展開し、人や町の活力・賑わい創出、若年層の人口流出を抑制、労働人口定着を図り、産業振興に向けて、総合的に取り組むこととしている。

##### 【商工業に対する主要施策】

1. 地域に即した商業の振興
2. 過疎地域における買い物等支援サービスの検討
3. 工業の振興

※第二次中泊町長期総合計画より（平成28年～平成37年）抜粋

##### ②. 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

町の施策と地域の課題を踏まえ、年々経営環境の厳しさを増す小規模事業者に対し、経営内容の維持発展と小規模事業者の減少抑制に向けて、6次産業化の推進と産業間連携、雇用の創出に取り組むことで、個社の経営安定と所得向上に繋げ、中泊町の労働人口の定着、産業振興を図る。

そして、後継者の事業承継環境を確保することで廃業防止を図り、創業者の掘り起こしと支援により小規模事業者の減少を抑制させ若年層の人口流出抑制に繋げることが、中泊町の目指す「活力・賑わいを創出するまちづくり」へも繋がることを長期的な振興のあり方と捉え、(公財)21あおもり産業総合センター等と連携し小規模事業者の持続的発展と安定経営に向けた支援をする。

#### (5) 経営発達支援事業の目標と方針

小規模事業者の課題や長期的な振興のあり方を踏まえ、今後5年間の経営発達支援事業として、以下を目標と方針に定め事業を実施する。

##### 目標① 小規模事業者の経営力向上支援

(方針) 小規模事業者に対する巡回訪問の強化を行い、課題に応じた提案型の積極的な支援を実施することにより、新たな事業への取り組みを推進し、所得の向上を図っていく。

目標② 創業者支援等による地域経済の活性化  
(方針) 新規創業や6次産業化、業態転換・新事業・新分野に進出する第二創業を積極的に支援し、小規模事業者の活力回復・向上に向け地域経済の活性化を図る。

目標③ 事業承継の推進支援による地域活力の維持  
(方針) 巡回訪問等により、事業承継者や潜在的対象者の掘り起こしを行い、経営ノウハウの習得、新たな事業展開に向けた事業計画策定支援を実施するとともに、後継者のいない事業者には、行政・青森県事業引継ぎ支援センターと情報を共有し、創業希望者とマッチングする仕組みを構築し円滑な事業承継を支援する。

## 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

#### 2. 地域の経済動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

地域の経済動向については全国商工会連合会の「小規模企業景気動向調査」で選定した企業の調査に協力する程度で、独自で地域の経済動向などについて調査したことがなかった。経営指導員等が巡回・窓口相談業務を行った際の対応しかできておらず相談者に求められれば経済動向に関する情報を提供している状況で限定的なものであった。

今後は、小規模事業者にとって有益な情報を収集・分析し、提供できる体制を整備することが必要である。

##### (改善方法)

今後、小規模事業者に対する確かな指導を行うためには、支援を行う個社の状況及び地域の状況をしっかりと把握することが重要であるため、本会が独自に地域の経済動向に関する調査を行い分析し、地域の小規模事業者を取り巻く経営環境を迅速に把握し提供する。調査結果は経営指導員等が巡回・窓口相談業務の際に提供するとともに小規模事業者の経営支援や事業計画策定に活用する。なお、調査結果は商工会ホームページに掲載し小規模事業者が閲覧できるようにする。

##### (2) 事業内容

###### ①小規模企業景気動向調査

項目	内容
目的	全国商工会連合会による「小規模企業景気動向調査」を参照に調査項目を設定し地区内小規模企業の景気動向についての情報を収集する。 また、金融機関・その他の関係機関等で行っている景況調査などの情報を収集、整理し、全国商工会連合会との景気動向と地域内、金融機関の景況感にどのような差があるのか、結果を取りまとめて周知するとともに、本会においての基礎資料として活用する。
対象者	・地域内小規模事業者45社 (サービス業・建設業・卸小売業等各15社)
調査方法	・調査票に基づく聴き取り調査



頻 度	・ 四半期ごと
調 査 項 目	・ 「売上額」「仕入単価」「採算」「資金繰り」「業況」について前年同期と比べてどうなっているか5段階からの採択方式とする。
分 析 方 法	・ 各調査項目について、増加（好転）企業割合から減少（悪化）企業割合を差し引いた（D. I.）による

### （3）成果の活用

- 分析結果を巡回訪問・個別相談などの機会に小規模事業者へ情報提供を図り経営分析支援や事業計画策定支援の基礎資料として活用する。
- 小規模事業者の業界動向を把握することで、今後の事業計画等を策定する際の基礎資料とする。
- 本会が運営するホームページや小規模事業者への通知等にて広く管内事業者に周知する。

### （4）目標

実施内容	現状	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
調 査 回 数	未実施	4回	4回	4回	4回	4回
調査事業所数	未実施	45社	45社	45社	45社	45社
情 報 発 信 (四半期毎) HP公表回数	未実施	4回	4回	4回	4回	4回

## 3. 経営状況の分析に関すること

### （1）現状と課題

これまで、経営状況の分析は小規模事業持続化補助金に関する経営計画書作成の際や小規模事業者経営改善貸付（マル経融資）の申請時等において形式要件を満たす程度の経営状況の分析にとどまっていた。

今後は、経営状況の分析が必要と考えられる小規模事業者をリストアップし、経営指導員が中心となって、小規模事業者に対して経営状況の分析の必要性及び重要性を認識してもらうよう説明指導を行う。

経営状況の分析を行うにあたり、必要と思われる小規模事業者の抽出と分析項目の設定が課題となる。

#### （改善方法）

小規模事業者が持続的発展を遂げていくためには、自社の財務状況や強み、弱みなどの現状を認識する必要があるため、巡回指導及び窓口相談業務等における経営上の課題などの聞き取り調査をする際に、経営状況の分析の必要性及び重要性について説明指導し対象事業所の掘り起こしを行い、経営状況分析セミナーへの参加を促す。

経営状況の分析が必要と考えられる小規模事業者とは、若手の経営者や事業を始めてから年数の浅い小規模事業者、経営意欲は高いが利益に伸び悩む小規模事業者、事業承継を考えている小規模事業者である。

経営状況の分析項目の設定については、財務分析に関するだけでなく、業種や業態による特徴的な項目も加味した内容を設定する。

## (2) 事業内容

### ①経営状況分析セミナーの開催

項目	内容
目的	・経営状況分析の必要性及び重要性を深く認識してもらい、自社の経営状況を把握してもらい経営状況分析に繋げる。
対象者	・巡回及び窓口相談業務において必要と判断できるような意欲ある小規模事業者 ・若手の経営者及び事業を始めてから年数の浅い小規模事業者 ・経営意欲は高いが思うように売上や利益に伸び悩んでいると判断できる小規模事業者 ・事業承継を考えている小規模事業者 ※対象事業所 20 社
頻度	・年に 1 回

### ②経営状況分析の実施

項目	内容
目的	・経営状況の分析を行うことにより、小規模事業者の財務状況・強み弱みの状況を把握し利益確保に向けた改善策及び対応策を検討するための支援を行う。
対象者	・経営状況分析セミナー参加者 ・巡回及び窓口相談業務において必要と判断できるような意欲ある小規模事業者 ・若手の経営者及び事業を始めてから年数の浅い小規模事業者 ・事業承継を考えている小規模事業者 ※対象事業所 10～13 社
調査方法	・決算書等の利用及びツールを活用した聞き取り調査
調査項目	・財務分析 「収益性」「効率性」「生産性」「安全性」「成長性」等 ・非財務分析 SWOT分析による「強み」「弱み」 ABC分析による「売上高の分析」
分析手法	・経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」及び中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」を活用する。

小規模事業者に対する効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営状況の確認ができることにより経営課題が明らかとなり、顕在化した経営課題に対して対策を講じることにより売上や利益の増加に結び付けることが見込める。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営指導員が小規模事業者に寄り添い伴走型の支援を行い、緊急の対応が必要な場合等、専門家からの相談・助言を受け改善策の提案、支援を行う。</li> <li>・専門家の選定についてはエキスパートバンク制度、青森県よろず支援拠点、ミラサポなどを活用する。</li> </ul>

※エキスパートバンク事業：青森県商工会連合会で実施する専門家派遣事業

### (3) 成果の活用

分析結果は、当該事業者にフィードバックし、対象の小規模事業者の決算書データ等から現在の経営状況を把握し、強み、弱み、経営課題の抽出、整理を図り、課題解決、将来予測、事業計画策定に繋げる。

### (4) 目標

実施内容	現状	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
経営状況分析セミナー	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
参加予定事業所数	未実施	20社	20社	20社	20社	20社
経営状況分析件数	未実施	10社	12社	12社	13社	13社

## 4. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

小規模事業者が小規模事業者持続化補助金等の申請時及び金融相談の際に必要なに応じて策定支援を行っているのが現状であり、それ以外は事業計画の策定は行われていなかったため、具体的に策定しなければならない理由等を理解頂き策定に繋げることが課題である。

### (2) 支援に対する考え方

経営分析を行った事業者、巡回及び窓口相談業務において意欲のある小規模事業者や若手経営者及び事業を始めて年数が浅い事業者等に、事業を持続的発展に繋げるためには計画を策定して経営に取り組んでいくことの必要性と重要性を説明し、計画策定に向けた支援を行う。

### (3) 事業内容

#### ①事業計画策定セミナーの開催

項目	内容
目的	・事業計画策定の必要性及び重要性を認識してもらうことと、事業計画策定を目指す意欲ある小規模事業者の掘り起こしを行う。
対象者	・経営状況の分析を行った事業者 ・若手の経営者及び事業を始めてから年数の浅い小規模事業者 ・巡回及び窓口相談業務において希望する小規模事業者 ・新規創業予定者（必要性と重要性の認識の為） ・事業承継を考えている小規模事業者 ※対象事業所 15 社
頻度	・年に 1 回
小規模事業者に対する効果	・事業計画策定事業者の掘り起こしを行い、必要性及び重要性を認識していただき、計画策定及び実行することで自社の発展に結びつける。
その他	・必要に応じてエキスパートバンク制度、青森県よろず支援拠点、ミラサポ等を活用する。

#### ②事業計画策定支援

項目	内容
目的	・意欲ある小規模事業者の売上向上及び利益確保、円滑な事業承継と創業実現に繋がるよう事業者に寄り添って事業計画策定の支援を行う。
対象者	・経営状況の分析を行った事業者 ・新規創業予定者
支援内容	・事業計画の策定支援

手段・手法	・巡回及び窓口相談業務において、中小企業基盤整備機構が提供する「経営計画作成アプリ 経営計画つくるくん」を利用し、事業計画策定支援を行う。
小規模事業者に対する効果	・事業計画を策定することにより、将来の自社のあるべき姿や今後、実現可能な進むべき方向、そのためにすべきことを明確にすることができる。
その他	・対象者へは巡回及び窓口相談の際に周知する。 ・必要に応じてエキスパートバンク制度、青森県よろず支援拠点、ミラサゴ等を活用する。

#### (4) 目標

実施内容	現状	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
事業計画策定セミナー	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定件数	随時	3件	5件	5件	7件	7件

### 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

#### (1) 現状と課題

これまで事業者が経営課題を解決するため各種支援を行っていたが、散発的な経営相談や専門家派遣であり、必ずしも計画的な支援とは言えないものであった。事業計画に沿った伴走型の指導・助言が確実にできるよう継続的な支援体制の構築が必要である。

#### (2) 支援に対する考え方

策定した事業計画が実質的な行動や意識変化を自動的に促すという事ではないため、まずは計画の実行を促し、実行後は進捗状況や経営状況の分析を行うために定期的な巡回支援を行い、事業計画の目標である経営の安定や事業承継等に繋げていく。

#### (3) 支援内容

事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、経営指導員が四半期に一度訪問し、計画の進捗状況や経営状況の分析を行い、課題を抽出する。抽出された課題については青森県商工会連合会等の支援制度を活用しながら解決に取り組むことを継続し、計画と進捗状況のズレの確認をし、ズレや遅れが生じている事業所については巡回頻度を変更するなどして対応する。

#### (4) 目標

実施内容	現状	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
フォローアップ件数	未実施	3社	5社	5社	7社	7社
頻度（延回数）	未実施	12回	20回	20回	28回	28回
売上増加事業者数	未実施	2社	2社	3社	3社	4社
利益率3%以上増加の事業所数	未実施	1社	1社	1社	2社	3社

### 6. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

これまでは経営指導員等の経験によるアドバイスが中心であり、適切な消費者ニーズを小規模事業者に提供できておらず、消費者が「何を（商品・サービス）」「どのように（販売・提供）」求めているのか把握することができていない。

#### (2) 事業内容

①個者が取扱う商品・サービスに対し事業所店頭でのアンケート調査を実施し、小規模事業者が気づかなかつた商品・サービスに対しての新たな気づきを明確にし、消費者志向をとらえ、商品やサービスのブラッシュアップを行う。

(サンプル数) 各店50

(調査手段・手法) 各店舗でのヒアリングによるアンケート調査

(分析手段・手法) 調査結果は、青森県商工会連合会専門家派遣制度を活用し、専門家の意見を聞きながら、経営指導員が分析を行う。

(調査項目) ①消費者属性情報（年齢・性別・来店方法・来店目的）

②商品（サービス）の購入（利用）目的

③商品（サービス）の不満、要望（価格・量・パッケージ・サービス）

④店舗に対する不満、要望（品揃え・陳列・営業日・営業時間等）

⑤自由回答

⑥その他 事業者と協議し調査項目を追加・削除・訂正する

(分析結果の活用) 各店のターゲット層の設定・見直しの提案や消費者ニーズと品揃えとのギャップを検証し、アンケートの集計・分析結果をレポートして事業者へ提供する。レポートは消費者ニーズにマッチした商品・サービスへの改良や今後の販売促進に繋がるよう伴走型支援に活用する。

②バイヤー目線での調査を展示会・商談会において実施し、収集したデータの分析を行

うことで、小規模事業者が気づかなかった商品・サービスに対しての新たな気づきを明確にし、消費者志向をとらえ、商品やサービスのブラッシュアップを行う。

(サンプル数) 20

(調査手段・手法) 展示会、商談会への出店事業者に商工会職員が随行し、アンケート調査をバイヤー等に直接実施する。

(分析手段・手法) 調査結果は、青森県商工会連合会専門家派遣制度を活用し、専門家の意見を聞きながら、経営指導員が分析を行う。

(調査項目) ①商品の評価 (味・パッケージデザイン・量・商品の業界動向・消費者ニーズ・商品の改良点)  
②取引条件 (商品納入条件＝納入価格・ロット数・発注の納期・支払条件等)

(分析結果の活用) 結果については、対象事業者にフィードバックし、消費者に支持される商品づくりに繋げる。

### (3) 目標

実施内容	現状	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
①個社の商品・サービスのアンケート調査 (調査対象事業者数)	未実施	5社	5社	5社	5社	5社
②商談会における需要動向調査 (調査対象事業者数)	未実施	1社	1社	1社	1社	1社

## 7. 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

当地区は既に車社会の進展や消費者ニーズの多様化、購入方法の多様化、大型店への購買力の流出等により、地域を取り巻く経済環境がますます厳しさを増している。毎年、小売店等を中心にプレミアム商品券を発行し他の地区への消費流出を防いでいるが、限られた効果であり恒久的な改善までに至っていない。この環境を打開するためにも地域住民に支持される個店、個社となり持続的発展に繋げていく必要があるものの、その支援体制が構築できていない。

### (2) 支援に対する考え方

需要開拓について、費用面を含めた実施方法を模索している小規模事業者に対し、個店の商品やサービスについて共同で周知を行う「共同チラシ事業」を実施することにより費用面での負担減と町内での認知度向上を図る。また、町内でのみ利用できるプレミアム商品券事業の実施により消費の町外流出防止の一助とする。

### (3) 事業内容

#### ①共同チラシを活用した地域内消費向けの需要開拓支援（BtoC）

項目	内容
目的	・町内消費拡大を狙った個店の販売力強化
支援対象者	・チラシを用いた販売促進を検討しているが、費用負担面でチラシ作成並び新聞折込が困難な問題を抱える小規模事業者で主に飲食店、小売店、日用雑貨店等を対象とする。
支援方法	・独自では費用面でチラシ作成は困難であるため、下に記載の目標のとおり募集し、共同チラシを作成し町内へ新聞折込する。 ・実施回数は年1回 ・チラシはカラー刷りで片面B4の見開き4ページを基本とするが、掲載者数によってサイズ、ページ数を調整する。
支援内容	・チラシ掲載商品、サービスについては「経営状況の分析」や「需要動向調査」の分析や結果をふまえた指導・助言を行う。 掲載面の指導、助言を行い、デザインや商品撮影等についての専門的な相談は前記のエキスパートバンク事業を活用する。
活用方法	・配布後、効果の有無を確認するための仕組みを個店毎に施す。（例：チラシを見た方は粗品進呈）また、簡易アンケートをチラシに組み込みチラシの関心事項等を掲載者へフィードバックする。
効果	・町内全域へチラシを折込するため、自社の商品・サービス等の認知度向上によって、問い合わせ件数や来店客数の増加が期待できる。 ・限られたチラシでの効果的な広告宣伝方法が学習でき、今後のチラシを用いた販促スキルの向上が期待できる。



②プレミアム商品券を活用した地域内消費向け需要開拓支援（BtoC）

項目	内容
目的	・消費の町外流出防止を狙った個店の販売力強化
支援対象者	・プレミアム商品券取扱事業者である小規模事業者
支援方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中泊町プレミアム商品券と個店独自のサービス（各店年1回）を付加することで顧客満足度を高め、既存客の他地域の消費流出を防ぐような仕組みを本会で構築する。</li> <li>・プレミアム商品券事業の実施通知の他に、店頭にて個店独自のサービスを提供することをプレミアム商品券取扱事業者へ告知。個店は顧客が来店動機となるサービスを先の需要動向調査を基に経営指導員と共に考える。</li> <li>・個店独自のサービスを網羅した周知チラシを作成し新聞折込する。</li> </ul>
支援内容	・個店独自のサービスについては、実施前と後で「経営状況の分析」や「需要動向調査」の分析や結果をふまえた指導・助言を10回程度行い、専門的な相談（個店独自のサービス等の企画考案）は前記のエキスパートバンク事業を活用する。
活用方法	・配布後、効果の有無を確認するための仕組みを個店毎に施す。（例：チラシを見た方は粗品進呈）また、簡易アンケートをチラシに組み込み、チラシの関心事項等を掲載者へフィードバックする。
効果	・今まで、個別に行ってきた販売促進活動をプレミアム商品券事業実施の際、併せて実施することで相乗効果を図り小規模事業者の来店客数増加及び客単価の増加を図っていく。

(3) 目標

実施内容	現状	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
①共同チラシによる売上増加率（参加店の平均値）	未実施	3%	4%	4%	5%	5%
参加事業所数	0社	10社	13社	15社	18社	20社
②個店チラシによる売上増加率（参加店の平均値）	未実施	3%	4%	4%	5%	5%
参加事業所数	0社	5社	7社	10社	13社	15社

## Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

### 8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

#### (1) 現状と課題

中泊町内の小規模事業者、中泊町役場、各種団体等と連携して地域経済の活性化に資する各種の事業に取り組んでいるが、地域経済活性化という同様の目的を持ちながらも、事業実施に関わる協議ばかりで定期的な各団体との地域経済活性化についての協議会等はしていなかった。今後はこれまで以上に連絡を密にし、地域経済の活性化を図るために協議をしていく必要がある。

#### (2) 事業内容

##### ①小規模事業者等支援検討委員会の設置及び開催（年2回）

小規模事業者等への積極的な支援及び地域経済の活性化を目的とした検討委員会を設置し経営発達支援事業の実施状況や目標達成に向けた進捗状況の確認、事業効果の検証や事業の見直し等について検討する場として新たに創設する。

##### ②検討委員会の組織体制

本委員会は、青森県、青森県商工会連合会、地区内事業者等との関係性を基に組織を構成する。

##### ③設置の効果

小規模事業者等支援検討委員会を設置することにより、情報の共有が図られ、これまで以上に連絡が密になることで、事業の実効性が高められ、小規模事業者等の持続的発展、地域経済の活性化に繋がることを期待できる。

### 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

#### 9. 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

##### (1) 現状と課題

これまでは、北五地域ブロックの協議会、日本政策金融公庫が開催するマル経協議会、税務署管内の記帳指導協議会など支援機関との情報交換は行われていたが、金融や税務の情報交換が中心であり支援ノウハウに関する情報交換については限定的であった。今後は他支援機関で行っている支援ノウハウを入手し、その情報を商工会全体として共有することで支援機関としての支援力向上を図る。

##### (2) 事業内容

###### ①北五地域商工会ブロック協議会

参加団体等	青森県商工会連合会、板柳町・鶴田町・金木・市浦・中泊町商工会
回数	年2回
内容・方法	各商工会の取組状況、経営支援事業説明会
効果	経営支援ノウハウの情報共有

###### ②小規模事業者経営改善資金貸付制度連絡協議会

参加団体等	日本政策金融公庫弘前支店、青森県商工会連合会、各商工会
回数	年2回
内容・方法	マル経の貸付状況、各商工会地区の景況について情報交換
効果	管内地域金融動向や経済情勢の情報共有

###### ③一日公庫での情報交換会

参加団体等	日本政策金融公庫弘前支店
回数	年1回
内容・方法	マル経及びその他の貸付制度について情報交換
効果	効果的な金融斡旋についてのノウハウ習得

###### ④専門家との情報交換会

参加団体等	21 あおもり産業総合支援センター、ミラサポ他
回数	随時
内容・方法	経済情報、経営に関する支援ノウハウについて情報交換
効果	職員のスキル向上

## 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

これまでの経営指導員等の資質向上対策は、青森県商工会連合会が実施する職階別研修会が主であり、個々のスキルアップに止まり組織の支援力向上には繋がっていなかった。

これからは、経営指導員を中心に関係機関で開催される各種制度説明会や研修会を積極的に受講しスキルアップを図り、個々の能力を向上させ、それを共有することで商工会組織の支援力向上を目指す。

### (2) 事業内容

#### ①外部講習会等の積極的活用

これまでの県商工会連合会が実施する研修に加え、中小企業大学校、21あおもり産業総合支援センター等が開催する研修を受講することで、経営状況の分析や事業計画を策定するスキルが不十分であった職員が経営に関する支援ノウハウを習得し小規模事業者への支援能力向上に繋げる。

#### ②職員支援能力の向上

巡回・窓口支援の際に経営指導員以外の職員が経営指導員と帯同しOJTを実施することで、経営指導員以外の職員にも基本的な経営支援業務を習得することができ、組織全体での支援能力の向上を図る。

#### ③職員間の情報共有化

職員間で情報共有を行うために職員会議を月1回定期的に開催し、各自のこれまでの経験で得た支援ノウハウを組織内で共有し、各事業におけるPDCAについて協議することで職員の支援能力と事業効果の向上を図る。

#### ④データベース化

担当経営指導員等が商工会基幹システムへ事業者データ入力を適時・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。

## 1 1. 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

これまでは、理事会及び総代会において経営改善普及事業、地域総合振興事業に関して計画・報告は行ってきたが事業実施後の評価及び検証は行われていなかった。

そのため、見直しも担当職員によるもので確実な改善が図られておらず、評価・改善を行う仕組み構築することが課題である。

### (2) 事業内容

毎年度1回、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ①正副会長、事務局長、中泊町水産商工観光課長、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）により、「経営発達支援計画協議会」を組織し、年1回事業の計画と実績の定量的数値状況や現場の声などに基づき、成果の評価・見直し案を提示する。
- ②事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会・総代会へ報告し、承認を受ける。
- ③理事会での事業成果・評価・見直し方針の決定を受け、事務局内でも計画内容・目標に対する見直し・修正を実施し、小規模事業者に対し、有効な方法を検討する。
- ④事業の成果・評価・見直しの結果を通常総代会において報告し、中泊町商工会のホームページ等で公表し、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。わかりやすく情報を公開できるよう、ホームページへの掲載方法及び分析結果の掲示方法に関わる専門家と協議し公開する。

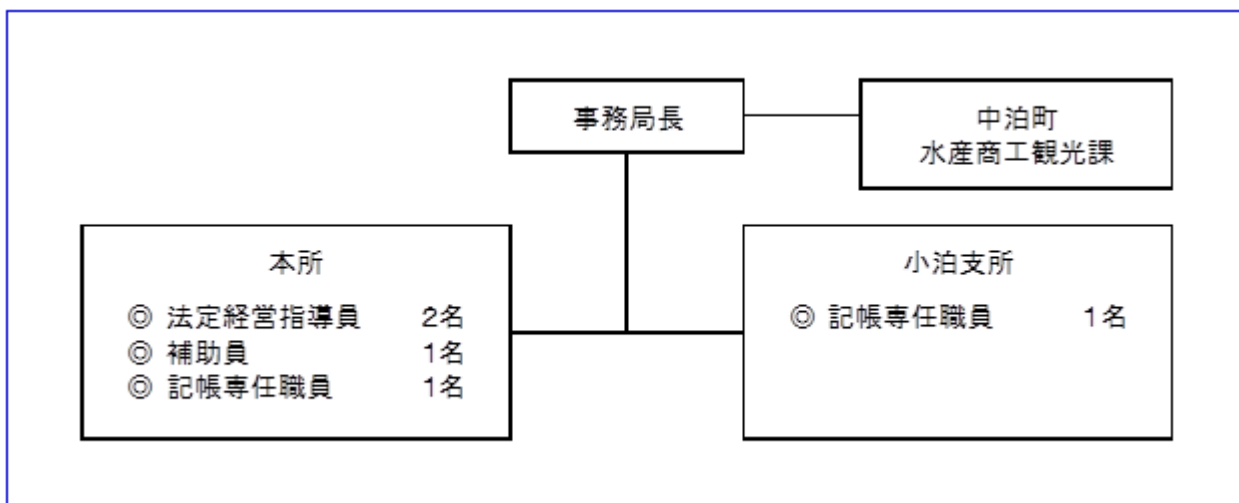
(別表 2)

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 6 年 4 月現在)

(1) 実施体制



(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：伊藤由希子 ・ 後藤健一
- 連絡先：0173-57-2733

② 当該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。なお事業を円滑に行うため、複数名を登録する。

(3) 商工会、関係町連絡先

中泊町商工会 (本所)

- 所在地 : 〒037-0305 青森県北津軽郡中泊町大字中里字亀山 443
- TEL : 0173-57-2733
- FAX : 0173-57-2803
- MAIL : tugaruns@rose.ocn.ne.jp

中泊町商工会（支所）

所在地 : 〒037-0522 青森県北津軽郡中泊町大字小泊字小泊 488

TEL : 0173-64-2707

FAX : 0173-64-2707

中泊町 水産商工観光課

所在地 : 〒037-0392 青森県北津軽郡中泊町大字中里字紅葉坂 209

TEL : 0173-57-2111

FAX : 0173-57-3849

(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)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
景気動向調査	100	100	100	100	100
経営状況分析 セミナー	300	300	300	300	300
事業計画策定 セミナー	300	300	300	300	300
商談会支援	200	200	200	200	200
共同チラシ	300	300	300	300	300

(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
- ・ 町補助金
- ・ 会費、手数料等収入（自己財源）

(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