

経営発達支援計画の概要

実施者名	六ヶ所村商工会（9420005006124） 六ヶ所村（地方公共団体コード：024112）
実施期間	令和6年4月1日から 令和11年3月31日
目標	①小規模事業者の課題解決と経営力を強化する経営改善支援 ②廃業率の低下に向けた事業承継者及び創業者への支援強化 ③地域資源の活用による地域活性化
事業内容	I 経営発達支援事業の内容 1. 地域の経済動向調査に関すること 地域の経済を取り巻く環境や置かれている現状を客観的に把握・認識することにより、取り組む課題を確認し、地域の経済動向に関する情報を、継続的かつ計画的に提供し事業計画の策定など経営の発達に役立てる。 2. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が取り扱う商品やサービスにかかる需要の動向に関する情報の収集を行い、整理、分析して小規模事業者に提供する体制を確立させ需要開拓につなげる。 3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の持続的発展に向け、巡回訪問・窓口相談や経営計画に関する講習会の開催などを通じて経営実態の把握を通じ、個社の経営分析を行ない個々の経営課題に応じた効果的な支援に繋げていく。 4. 事業計画策定支援に関すること 経営状況の分析結果を踏まえ、経営課題の解決を目的とする事業計画の策定支援の取組、事業計画策定の中で新商品や新サービスの開発など具体的な取組みが検討される事業者についてはその事業に則した支援を行なう。 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者に対し、立案した計画に規定された実施事項が着実に実践されるよう定期的に進捗状況を把握する。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地場産品を活用した新商品の開発又は既存商品のブラッシュアップを行い、販売促進の為、展示会・商談会を斡旋する。 II 地域経済の活性化に資する取り組み 特産品のブランド化や販路開拓に取り組む「六景楽市推進協議会」や六ヶ所村の人材育成と産業振興を図るための事業を推進する「六ヶ所村まちづくり協議会」との連携を強化し、農林漁業の地域資源を活用した商品開発や特産品の販売促進、地場産品の認知度向上を目的としての情報発信をし、地域経済の活性化に資する取り組みを行なう。
連絡先	六ヶ所村商工会 〒039-3212 青森県上北郡六ヶ所村大字尾駸字家 前90-3 TEL 0175-72-2331 FAX 0175-72-2513 E-mail : roku44@coral.ocn.ne.jp 六ヶ所村（024112） 〒039-3212 青森県上北郡六ヶ所村大字尾駸字野附 475 TEL 0175-72-8180 FAX 0175-72-2743 E-mail : rks442@rokkasho.jp

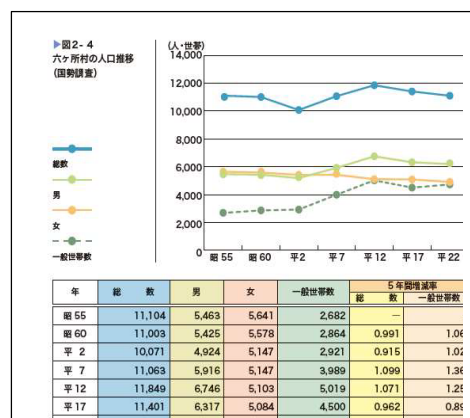
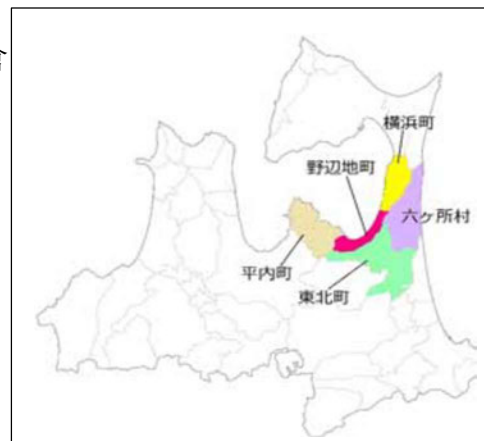
経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 六ヶ所村の現状及び課題

①六ヶ所村の概況と現状

六ヶ所村は、下北半島太平洋岸に位置する村であり、1889 年（明治 22 年）4 月 1 日 町村制の施行により、倉内村、平沼村、鷹架村（たかほこ）、尾駈村（おぶち）、出戸村、泊村の六ヶ所（六集落）が合併して六ヶ所村が発足した。六ヶ所村を始め下北地域には、フロントエンドからバックエンドに至る各種の原子力産業・施設が立地しないしは計画されている。原子力産業・施設が集中的に立地した最大の理由は、当該地域の自然条件、歴史的条件、社会的経済的条件によるものです。すなわち ①寒冷や厳冬など厳しい自然条件下にあること、②近代化の中でも「辺境」として取り残され、産業的社会的インフラの整備が遅れたこと、③そのことが産業経済の発展を阻害し、雇用・就労の場を限定し所得水準が低かったこと、などの理由で、人口の流出、特に若年層の社会的流出が激しく、過疎化・少子高齢化は著しく進行し、当該地域の維持が極めて困難な状態になったためである。勿論、当該地域がこうした状況に陥るまで手をこまねいていたわけではない。「地域振興」策などは、当該地域の困難さをほとんど解決することにはならなかったのである。こうした状況下にある当該地域が、「地域活性化」＝地域の発展と維持の「切り札」として誘致したのが一連の原子力産業・施設です。



（第 4 次六ヶ所村総合振興計画より抜粋）

当村においては平成 7 年度以降 11,000 人台で比較的安定した人口を維持してきたが、最近 10 年間では、毎年平均して 100 人前後の人口減少が続いており、平成 30 年には、11,000 人を割り、村の人口は令和 5 年 8 月 1 日現在 9,815 人 5,047 世帯（村ホームページより）となっています。

現在本村は、原子燃料サイクル施設などの原子力施設のほか、国家石油備蓄基地や、太陽光発電、やませを利用した風力発電基地等、エネルギー関連施設が集中している。エネルギー関連施設の存在によって、2023 年度（令和 5 年度）予算においては年間 151 億円もの村税が納入されるなど税収は豊かである。国、県への依存財源は 30%あまり存在するが地方交付税交付金を受けておらず、村の予算規模は周辺同規模の町村の倍以上となっている。このような財政状況を反映して村内に下水道・浄化槽施設、診療所、健康施設が整備されるなどインフラ整備は一端の区切りが付き、村による住民サービスの充実が図られた。又、六ヶ所村では伝統的な農業、漁業が盛んであり、農業はやませによる冷害がおきやすい地域では有るが冷害に強いナガイモなどの作物が作られている。農業・水産業に加え、数々のエネルギー関連施設を中心としてエネルギー産業の推進を進めており、むつ小川原開発地区には、原子燃料サイクル施設のほか、各種関連企業、核融合エネルギー研究センターを始めとした国内外の研究機関が立地し、近年では風力発電や太陽光発電などの再生

可能エネルギー発電施設の立地も進んでいる。

商工業者の現状

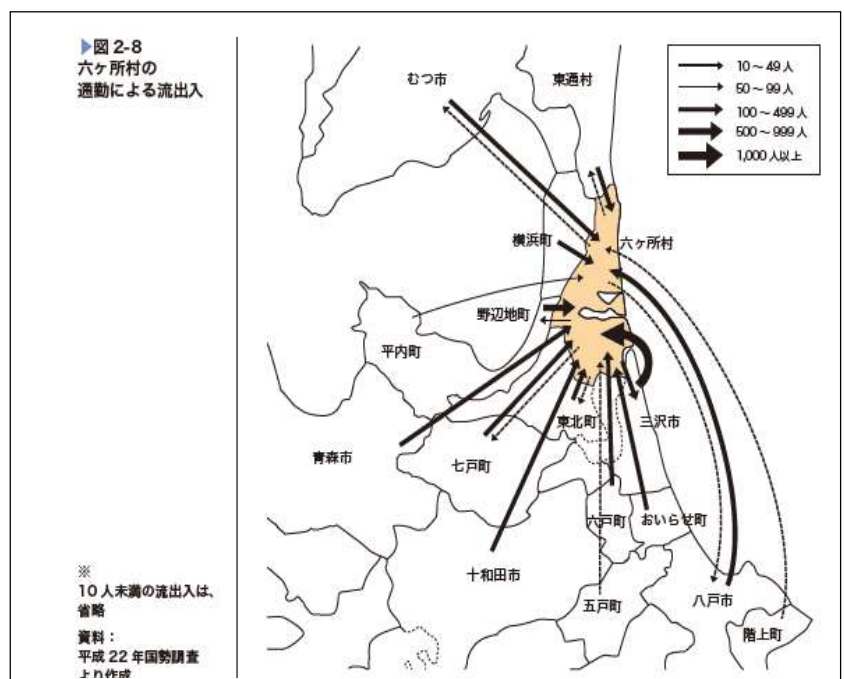
管内商工業者数	小規模事業者数	商工業者会員	商工会組織率
4 7 8 件	2 6 3 件	2 9 3 社	61.3%

商工業は、原子燃料サイクル施設などのエネルギー関連産業の需要に支えられている部分が非常に大きく、反面村内の一般小売店等においては、村北部の泊地区に昔ながらの商店街が存在し、かもめスタンプ会など独自に展開しているが村内小売店においては、事業主の高齢化や、後継者問題又大型店舗の進出等により売上の減少を余儀なくされ、小売店の減少が続いている。

又、六ヶ所村での通勤による流出入（平成 22 年）を見ると、通勤による流出者数 369 人に対し、流入者数 5,265 人と流入者が流出者より 5,000 人近く多く、六ヶ所村が周辺市町村に多くの安定した雇用機会を提供していることがわかります。

市町村別には、三沢市からが 1,564 人と特に多いほか野辺地町 752 人、むつ市 458 人、東北町 412 人、おいらせ町 389 人、八戸市 316 人とかなり広範囲からの通勤による流入が見られます。

現在の六ヶ所村は、恵まれた就業機会により広域的な地域に雇用の場を提供し、貢献している企業城下町的な性格がありますが、今後は、現在の就業基盤の強みを活かしつつも、さらに産業の多様化を図り、若者をはじめ多くの世代に、職業（しごと）の選択肢の多様性の魅力を発信し、外部から人を引き付けるような取り組みが必要となる。しかし、平成 23 年（2011）3 月 11 日に起こった福島第 1 原子力発電所の事故の結果、全国の原子力発電所や原子力



施設は停止や中断を余儀なくされた。六ヶ所村においても、核燃料サイクル施設も工事が中断され、原子力規制委員会による「安全審査」が長期化するなかで、運転再開や本格工事の開始、操業開始を令和 6 年上旬に向けて再開したばかりである。このため、六ヶ所村もまた、経済・産業、社会の発展の方向性を著しく不透明な状況下に置かれ停滞した状況ではあるが、今後地域の経済・産業・社会の発展を考えた時、核燃料サイクル施設の稼働を目前とした今、原子力産業との共生を求めていくことは極めて重要であるが、同時に、地域条件や地域資源を多角的に活用し新たな産業の発展を図ることも求められる。

六ヶ所村の産業別商工業者数推移（小規模事業者数）【青森県商工会連合会基幹システムデータより】

業 種	平成 21 年	平成 24	平成 26 年	平成 30	令和 5 年
農業・林業	4(4)	3(3)	3(3)	3(3)	5(4)
漁業	3(3)	3(3)	3(3)	3(3)	3(3)
鉱業・採石業・砂利採取業	2(2)	2(2)	2(2)	2(2)	3(2)
建設業	125(109)	113(98)	111(94)	109(94)	118(52)
製造業	33(22)	28(20)	28(20)	28(20)	33(14)
電気・ガス・熱供給業・水道	2(2)	4(2)	4(4)	4(4)	4(2)
情報通信業	2(2)	1(1)	1(1)	1(1)	1(0)
運輸・郵便業	18(15)	16(13)	16(13)	16(13)	17(7)
卸売業・小売業	108(103)	103(99)	103(99)	103(98)	101(65)
金融業・保険業	3(0)	3(0)	3(0)	3(0)	3(0)
不動産業・物品賃貸業	23(22)	21(20)	20(19)	20(19)	24(15)
宿泊・飲食サービス業	42(42)	38(33)	38(33)	38(33)	42(31)
サービス業(他に分類され	48(40)	44(37)	44(37)	44(37)	41(7)
その他	85(60)	74(54)	74(54)	74(54)	83(61)
合計	498(426)	453(385)	450(382)	448(381)	478(263)

②商工業者の課題

1 一次産業の農業・漁業

六ヶ所村の基幹産業である一次産業は、当地域の特性であるヤマセ（北東風）の影響を受けるため、ナガイモなど冷害に強い作物の栽培に取り組んでいる。土壌や気候が根菜類に適していることもあり、イモ類の他にごぼうや大根・にんじんなどが生産されている。

畜産業は村の一次産業の一端を担っており、穏やかな気候で育った牛は、良質な栄養価の高いものを生産し貴重な特産品となります。漁業は暖流と寒流が交わる六ヶ所近海は、魚介類の宝庫です。夏から秋にかけてスルメイカが水揚げされ、秋から冬にかけてサケ漁で賑わいます。また、村は沼や川を有するため、サケやマス、ウグイなど、海から川・沼へ回遊する魚もいます。高瀬川ではシジミ漁、市柳沼や田面木沼ではワカサギ漁が今も行われています。村の北に位置する泊地区の磯浜では上質なウニ、アワビが収穫されるほか、昆布やわかめ、ふのりなどの海藻類も豊富です。このように資源豊かな地域であり、今後更なる村外への特産品 PR やブランド化が必要である。

2 卸売・小売業

当村に限った事ではないと思うが、全国的にも卸売・小売業は郊外型の大型ショッピングセンター、コンビニエンスストアや大型・中型のホームセンターなどの過度な出店により、これまでの商いのあり方が大幅に変わり、消費者の意識が変化した事で大苦戦している状況下の中、当村でも事業主の高齢化や、後継者問題等による店舗減少や人口の減少による個人消費の低迷により売上が減少傾向にあり、追い打ちをかけるように、ここ数年は中型店の村内進出・近隣市町村の大型店出店により消費購買力の流出などより一層厳しい状況にあり店舗数の減少に歯止めがかけられない現状にあります。村の特徴は、小売業関係は元来食料品・小間物以外は近隣町村での購入が常態化している中で、近隣市町村の大型・中型店・コンビニエンスストアの進出による消費の流出対策及び売上対策・消費者ニーズの把握に対する支援が急務の課題となっている。

このような中で消費者の高齢化も進み普段の買い物に於いて不便を感じている方も多数存在している為に移動販売車の導入運行し対策を講じている最中である。

3 建設業、製造業

建設業にあっては、一般的に景気の低迷や公共工事の減少等の影響により厳しい状況ではあるが、村内の公共事業は、温水プール建設や産直広場（六旬館）など建設官工事が有り比較的安定している。又、既存工業・地場産業事業所に加え、原子燃料サイクル施設・各種関連企業・国家石油備蓄基地、太陽光発電や風力発電施設・核融合エネルギー研究センターなど大規模なプロジェクト関連の建設発注が有るため比較的安定傾向に有るが、一般建築業を中心に電気・設備工事・板金工事業等に於いては地域需要の伸び悩み、コスト増加及び人手不足が問題となっている。また製造業では円安による仕入単価の上昇、販売価格の上昇難、消費税インボイス制度導入、DX 制度の導入が課題となりこれらに対する支援が必要である。

4 宿泊・飲食サービス業

大企業や中小企業が多く存在し、社用バスを利用した労働者が村外から多く流入する事から、日中の人口が多くなる為、飲食店等は昼食時には比較的盛況な状態である。又、宿泊業に於いては原子燃料サイクル施設・各種関連企業などの大規模プロジェクト関連の建設工事に伴い現場作業員の宿舎としての利用が多く見られ、ほぼ満室状態が続いて安定収益の状態である。今後の課題は、エネルギー政策の状況を見据えながら、増収に向け需要と供給のバランスを把握し支援していくことが課題である。

（２）六ヶ所村における小規模事業者に対する長期的な振興のありかた

① 10 年程度の期間を見据えて

六ヶ所村における人口減少傾向は国勢調査によると、平成 27 年の 10,536 人から令和 2 年には 10,173 人と約 5 年間で 363 人の減少と、今後 10 年を見通しても更なる減少の一端をたどるものと考えられる。2025 年には村の総合振興計画による想定人口は 9,847 人とはなるが、他自治体と違い生産年齢人口か高齢者人口を上回る予測がされ青森県による就業状態等集計結果によると昼夜人口比率が 177.2%と、日本国内に於いてトップの比率と成る、そのような状況に於いて小規模事業経営者の高齢化や後継者の不在が今後顕在化し、経済機能低下が懸念される。この人口比率を機会と捉え個々の事業者の経営改善や経営革新などの持続的発展・成長発展を支援するとともに、事業所存続のための事業承継支援や、地域に新たな事業所を生む創業支援についても重点的に行う必要がある。

この事業者支援について、事業者の抱える課題を抽出し、分析し、事業者とともに課題解決を目指す伴走型支援を行うことで、事業者ごとに異なる個々の経営課題についてきめ細やかに対応することで、個者支援を充実させ地域全体としての発展を目指す。

② 六ヶ所村総合振興計画との連動制・整合性

六ヶ所村では、平成 28 年度～令和 7 年度を計画期間とする「第 4 次六ヶ所村総合振興計画」を公表しています。六ヶ所村総合振興計画は、村の将来を見据えていく上で最も基本となる計画であり『基本構想』（10 年間）、『基本計画』（5 年間）、『実施計画』（3 年間）の 3 部で構成されています。まちづくり施策の大綱は次の 7 つを基本としている。

1. “経 済 の 力” を高める為に個性豊かで多様な産業を育てる。
2. “人 材 の 力” を高める為に未来を支える人と文化を育てる。
3. “安 心 の 力” を高める為にともに健康でいきいきした暮らしを創る。
4. “安 全 の 力” を高める為にあらゆる災害に対応して安全を守る。
5. “自然環境の力” を高める為に大切な自然をまもり・育て・伝える。
6. “生活環境の力” を高める為に便利で快適な暮らしの場を創る。
7. “協 働 の 力” を高める為に官民協働で持続可能な経営を支える。

「強い農業・畜産業や林業の振興」や「特色ある水産業の振興」など村には基礎産業である第1次産業の振興を図ると共に、「地域拠点としての役割を担う商業の活性化」や「地域資源を活かした交流産業の育成や地域発の新たな産業おこし」さらには「次の時代を見据えた先進的な企業・研究機関の立地推進」等、産業政策を総合的に発展していきます。このように六ヶ所村では、基本方針として掲げている。

③商工会としての役割

商工会では、地域における総合経済団体として小規模事業者の現状や課題などを踏まえ、様々な経営課題に対応すべく六ヶ所村の計画内容と足並みをそろえ、向こう10年間の小規模事業者の長期的な振興の柱として「経営力強化の為に伴走型支援の取組」「事業承継・創業支援による小規模事業者の維持向上並びに持続的発展への取組」「地域資源を活用した地域活性化への取組」の大きく三項目掲げ、事業計画策定と計画に基づいた経営の推進、需要動向や新たな需要開拓を見据えた売上増加や販路開拓支援、事業承継・創業支援等を実施し、小規模事業者に寄り添い地域経済の活性化を目指す。

（3）経営発達支援事業の目標

当会としては小規模事業者の振興の目標として以下の項目を掲げ、小規模事業者に寄り添いながら伴走型の支援を行い、小規模事業者の持続的発展を目指す。

- ①小規模事業者の課題解決と経営力を強化する経営改善支援
- ②廃業率の低下に向けた業承継及者及び創業者への支援強化
- ③地域資源の活用による地域活性化

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6年4月1日から 令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の課題解決と経営力を強化する経営改善支援

小規模事業者の経営改善支援を通じ様々な課題を解決し、経営力の強化を図るため、小規模事業者の経営分析並びに需要動向調査を踏まえた、経営戦略や事業計画策定支援及び策定後のフォローアップの実施をする。

②廃業率の低下に向けた事業承継及者及び創業者への支援強化

廃業率の低下に向けた取り組みとして、高齢化が進む事業者に対する事業承継支援並びに創業希望者への伴走型支援を実施する。事業計画策定支援を行い計画に沿ったフォローアップの実施をする。

③地域資源の活用による地域活性化

地域資源を取り込んださまざまな特産品の活用や新たな商品化などに関する場を構築し、地域の活性化と産業の発展に取り組む。

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] 四半期毎に実施している中小企業景況調査を基にしており、調査結果について経済動向の把握や全体で集計された報告書を調査対象企業に対してのみ提供しているに留まり活かしきれていなかった。

[課題] 国、県で示している調査結果（ビックデータ）のみが必ずしも六ヶ所村の景況に合致していないので他所とは違い昼間人口が177%を超える当村における独自調査及び地区別消費動向調査も取り入れ個社支援を意識した情報の収集及び活用が課題である。

(2) 目標

	現状	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度
中小企業景況調査	4	4	4	4	4	4
商工会独自景況調査（ヒアリング）	0	4	4	4	4	4
地区別消費動向調査公表回数	0	1	1	1	1	1
調査結果の提供回数 HP 公表	0	4	4	4	4	4

(3) 事業内容

①中小企業景況調査の整理・分析（ビックデータの活用）

この調査は、全国・県内等の全体的くくりとして業種ごとの経済状態を把握し、比較対象とするもので、「中小企業景況調査」（年4回）の調査結果は、地域専門家等の助言も得ながら、小規模事業者が経営計画策定の際の外部環境分析にも活用しやすいよう取りまとめ商工会ホームページ上に公開して、広く周知するとともに巡回やセミナーを通じて提供し、行政など関係機関との意見交換の際の基礎資料としても活用する。

②中小企業景況調査内容（中小企業庁による調査）

調査項目	・今期・前期・来期の状況内容 （売上・仕入れ・資金繰り・在庫・採算・従業員・借入金） ・設備投資状況 ・経営上に関する問題点
調査対象	村内の建設業・製造業・卸売業サービス業 小売
調査回数	年4回（3ヶ月に1回毎）
調査方法	地域経済に関しては RESAS を活用し地域の経済動向分析を行う
整理分析	中小企業庁による回収分析。
活用方法	調査結果を四半期ごとに業種別、項目別に整理し、年4回商工会のホームページ等を通じて小規模事業者幅広く提供すると共に、小規模事業者や創業予定者の事業計画策定等の相談時に提供し、助言の際の資料として活用。また事業計画策定支援、経営状況の分析に活用。

③村独自の景況調査の実施

巡回訪問により小規模事業の景気動向を把握する為、ヒアリングシートを活用し六ヶ所村商工会管内独自の景況調査を実施する。この調査は（1）の調査と特に経営維持に苦慮している特定業種（小売・卸・飲食・宿泊）に限定し比較する事により、正確な地域景気動向が把握できる調査である。土地の特長により景気動向というものに違いが出るものと考え、（1）との比較を行うために独自調査を行う必要があり、正確な地域経済産業状況の把握をする事で、的確な情報提供を会員に行う事が出来る。特に減少傾向に有る小売業と比較的安定状態である宿泊業・サービス業（ビジネス対象客だけではなく観光地としての成長が著しく、成長産業である為）を中心に年4回程度実施し今後の問題点の把握・分析データを集積し支援内容を検討する基礎データとして活用する。この調査は六ヶ所村唯一とも言える商店街が泊地区に存在しており、同地区内にある「かもめスタンプ協同組合」と共に調査分析を行い、当地区内の景気動向を把握し、個別の事業計画策定や泊地区商店街の事業計画策定支援の取組の際に参考にする。また、行政など関係機関との意見交換の際に基礎資料としても活用する。

六ヶ所村商工会独自調査内容

調査項目	小売業	客単価 経営課題	客 数 仕入単価	顧客管理内容	財務状況
	卸売業	客単価 経営課題	客 数 仕入単価	顧客管理内容	財務状況
	飲食業	客単価 経営課題	客 数 利用者地域（住所等） 利用目的（仕事・観光等（観光客対象メニューか？））	顧客管理内容	財務状況
	宿泊業	客単価 財務状況	客 数 利用者地域（住所等） 利用目的（仕事・観光等（観光客対象メニューか？））	顧客管理内容	経営課題
調査対象	村内の小売・卸売・飲食サービス・宿泊業を中心 15社程度				
調査回数	年2回（半期に1回毎）				
調査方法	経営指導員が郵送及び巡回を実施（ヒアリング調査）				

整理分析	調査毎に、業種別整理し（１）で行った調査と比較分析してした上で、前回、前年度同期とどのような差が生じているのか、深堀を行う。この調査事業所は固定化して調査を行う。
活用方法	商工会HPに調査毎に結果を掲載し（個人情報特定されないように掲載を行う）小規模事業者に広く提供すると共に、小規模事業者や創業予定者の事業計画策定等の相談時に提供し、助言の際の資料として活用。事業計画策定支援、経営状況の分析、村との意見交換などに活用。

④六ヶ所村商工会消費動向調査の実施

本村における業種の中で明らかに一部業種（小売業等）については低迷の一途が見られる。的確な問題把握のために村内の各地区に於ける消費者を対象に「六ヶ所村消費動向調査」を年１回実施し、村内の消費者動向を把握して既存の事業計画策定時や創業支援・事業承継等の指導データとして活用する。

六ヶ所村商工会地区別消費動向調査内容

調査項目	年齢・性別・購買動向（地元・大型店、品目別動向（生活品/食品/家電等）） 地域商店（満足度・求める品、サービス・要望・業種・イメージ）
調査対象	年１回開催の商工会事業のプレミアム付き商品券事業での商品券購入者へ 2,000枚配布及び回収
調査回数	年１回
調査方法	プレミアム商品券販売時にアンケートを実施する。（７月上旬）
整理分析	地区ごとに整理し、項目ごとに細かな把握。
活用方法	商工会HPへの掲載、経営発達支援事業への活用、消費動向の把握による効果的な事業計画策定支援に活用。

４．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

[現状] 小規模事業者が持続的経営を行っていくにあたっては、事業者自らが提供する商品やサービス等に関する需要動向を調査・分析し、将来予測を立てたうえで事業計画を策定する事が重要であるが小規模事業者には営業・マーケティングなどの専任担当者がいないことから、データに基づく需要の動向を踏まえた事業計画や販売戦略策定のための需要情報の提供は、商工会で補助金申請のための事業計画作成支援時に、インターネットを使用し、市場情報などを収集・提供するに止まっていた。

[課題] 現状から特に大型店の影響を受けている「小売業」は、新たな需要の開拓並びにそれぞれのニーズに対して商品やサービスの開発に繋がるような、需要動向に関する情報収集力が弱く、当商工会では官公庁による統計調査等を通じて、販売する商品や提供する役務の需要に関する顧客ニーズや市場の動向を把握し、得られた情報を基に巡回指導及び窓口指導、個別相談、集団指導において情報提供を行ってきた。しかしその情報だけでは情報が乏しい為に、会員事業所へ有効な情報提供が出来ていなかった。今後小規模事業者の新たな需要開拓につながるような情報を提供できる調査が求められる。

（２）目標 （商品開発調査）

	現状	６年度	７年度	８年度	９年度	１０年度
①新商品開発の調査対象事業者数	０	４	４	４	４	４
②試食、アンケート調査対象者数	０	５	５	６	７	８

試食アンケート調査

支援内容	現状	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度
業界紙・情報誌による業界別の需要動向の把握（支援対象事業者数）	0 (0)	2 (2)	4 (4)	4 (4)	4 (4)	4 (4)
特産品に特化したアンケート調査の実施回数（支援対象事業者数）	0 (0)	6 (6)	6 (6)	6 (6)	6 (6)	6 (6)
「六景楽市推進協議会」等からの情報収集回数（支援対象事業者数）	3 (3)	6 (6)	6 (6)	6 (6)	6 (6)	6 (6)
需要動向調査結果のホームページ公表回数 (アクセス目標回数)	0	2 (200)	4 (400)	4 (500)	4 (600)	4 (600)

(3) 事業内容

①新商品開発の調査

地域団体である「六景楽市」では、地域の特産品を使った商品の試食会や新商品ブランド認定委員会等を開催しており、試食会や認定委員会時にアンケート調査を六景楽市加盟事業者の内六ヶ所村の者を対象に行う。

【事業所申請シート内容】

「商品概要・原材料・加工製造方法・価格・独自性・地域性・信頼性・市場性・将来性」

【サンプル数】 認定委員 30人

【審査内容】「味・購買（適正価格）・原材料・特産品としての推奨・自由意見」

【調査の結果】

調査の結果については当該事業者 directly 説明し、更なるブラッシュアップを行う。

②試食、アンケート調査

地域資源を活かした商品（食品・土産品等）の、地域外への販路開拓を目指す小規模事業者を支援する為、下記の個者向け調査を行う

調査項目	年齢・性別・購買動向（地元・大型店、品目別動向） 地域商店向け事項（満足度・求める品、サービス・要望・業種・家族構成・イメージ） ※上記満足度については、詳しく分かるように調査を行う
調査対象	東京在住の青森県人会の方 20名程度 東京都内のアンテナショップ来場者（北彩館・ええもんショップなど） 東京都内イベント（青森人の祭典来場者等） 計約100程度
調査回数	年1回
調査方法	アンケート用紙を作成（味・価格・デザイン・ネーミング・量・自由意見等）
整理分析	年代別 男女別などに整理する。
活用方法	分析結果を事業者との間で共有すると共に、新商品・新メニュー開発及び既存商品・メニューのフィードバックなど個社の事業計画に役立てる。

③最新の消費・トレンド動向等の把握による情報提供

上記①②で行う消費者調査を補完する付帯的な情報として、日経テレコンや日経 MJ 等を活用し①や②の事業者の食品やお土産品の類似品や競合品などの県別売上等の市場動向や最新の消費・トレンド動向を調査し、事業計画の策定支援を実施する事業者に対し、需要動向を踏まえた計画策定が出来るよう支援する。調査は、①②のタイミングに併せて随時実施する事とし①②の結果に併せて個別に事業者提供とする。当商工会以外に「六ヶ所村観光協会」や「六景楽市推進協議会」等の組織と連携し、商品販売動向情報（売れ筋商品情報など）に関する情報等を業者毎、商品毎に年6回収集分析し、取りまとめ、新たな集客や販売促進に取り組む企業の参考情報として活用する。

- ④「特産品販売所 六旬館」を活用し、当会が出展支援を行う村の事業所の特産品（長芋・イカ関連商品）に特化した需要動向について消費者に対してアンケート調査を季節毎に（年4回）実施し、情報の収集を行う。アンケートで得た情報を分析し、課題やニーズを整理し、出店者や食品加工業者に提供することで、商品のブラッシュアップや新たな商品開発における参考情報として活用する。

アンケート内容

味	商品価格	デザイン	商品名	量
良	適正	良	良	良
普	安い	普	解りづらい	多い
悪	高い	悪	合わない	少ない
ご意見ご要望				

◆目標（試食アンケート調査）

支援内容	現状	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度
業界紙・情報誌による業界別の需要動向の把握（支援対象事業者数）	0 (0)	2 (2)	4 (4)	4 (4)	4 (4)	4 (4)
特産品に特化したアンケート調査の実施回数（支援対象事業者数）	0 (0)	6 (6)	6 (6)	6 (6)	6 (6)	6 (6)
「六景楽市推進協議会」等からの情報収集回数（支援対象事業者数）	3 (3)	6 (6)	6 (6)	6 (6)	6 (6)	6 (6)
需要動向調査結果のホームページ公表回数 (アクセス目標回数)	0	2 (200)	4 (400)	4 (500)	4 (600)	4 (600)

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] これまでの指導の中では、金融指導や記帳指導・税務指導、補助金の申請時等の際に、興味のある事業者について、売上高、営業利益、経常利益の基本的な項目について、前期との比較を口頭で事業者に報告するのみであり、これらの変動原因についても具体的な分析や相談対応を行って来なかった。どちらかといえば形式的な数字の現状確認資料としての簡易な経営分析が多く、その数も限定的であった。

[課題] 今後、経営状況の分析は、事業者が前向きな取り組みを進めていく上で、事業計画の策定に必要不可欠な要素として、積極的な支援に取り組む必要があるとの認識を強く持ち、経営課題の明確化に向けた分析をする必要が有る。

(2) 目標 (数値目標)

回 数	現状	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度
セミナー開催件数	0	1 回	2 回	3 回	4 回	4 回
経営分析件数	7 者	15 者	20 者	25 者	30 者	30 者

◆事業

(3) 事業内容

①経営相談や巡回訪問による対象事業所の掘り起こし

巡回訪問や窓口相談等でのアプローチはもとより、小規模事業者の販売する商品やサービス内容、技術やノウハウなど経営資源等のデータ整備を行い経営カルテに詳細データの記載を必須とし、職員間での情報共有を図り掘り起こしの参考データとする。

また、実施方法についても商工会HPや町の広報紙等を通じて積極的な相談を促すほか、経営相談などの窓口相談や記帳指導時に行って来た巡回訪問も活用し、小規模事業者に対する経営分析の機会の増加に努める。これらの取組による個々の分析結果については、決算指導などの機会を通じて個別に事業者との間で共有するとともに事業計画策定支援などに活用するほか、専門的な課題についても、税理士やよろず支援拠点の専門家と連携して詳細な要因分析や解決に努める。

②経営分析セミナーの実施

年2回様々な経営セミナーを開催し参加者の意識改革を促し、新たな経営相談や経営分析を希望する事業者の掘り起こしに取り組む。

③経営分析の手段

巡回訪問・窓口相談・セミナー後の個別相談等これらの機会に、経営指導員がヒアリングを行うと共に財務諸表の提出を求め、財務・非財務の経営分析を行う。財務分析については、ネット de 記帳を活用している事業者についてはこれらの財務データから、記帳非利用者は既存の財務資料を参考にローカルベンチマークを活用し経営分析を行う。財務以外の定性分析については、中小機構の経営自己診断システムを活用し、①安全性②収益性③生産性④成長性、4つの視点より分析を行うとともに、非税務分析については企業の内部環境・外部環境を「強み・弱み・機会・脅威」の4象限で要因分析するSWOT分析や、企業(Company)顧客(Customer)競合(Competitor)販路(Channel)流通(Circulation)といった5Cの分析を行う。ヒアリングにより財務・非財務の双方より経営実態を明らかにする。

また、商工会職員全体で対応した場合でもヒアリングを行いやすいように、統一様式の調査シートを作成し、調査時に活用する。

なお、経営分析の実施にあたり専門的課題が出た場合は、中小企業の専門的経営課題の解決を支援する「よろず支援拠点（実施機関：21 あおもり産業総合支援センター）」や青森県商工会連合会の広域支援グループと連携して課題解決を図る。

④経営分析の活用方法

上記により、財務及び定性的な観点から経営分析を行い、その結果は地域内小規模事業者への巡回指導などを通じてフィードバックする。併せて分析結果を経営指導カルテとして保存（共有データサーバー）共有すると共に支援職員の誰もがいつでも確認できる状態にしておき、個々の小規模事業者の事業内容等に応じた情報提供と、併せて売上・利益の向上に繋がるオーダーメイド型の支援に取り組むなど個別の事業計画策定支援に活用する。

※ 分析を行った結果、専門的な課題等については、商工会連合会、地域金融機関、専門家等と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対して、より丁寧にサポートする。

6. 事業計画の策定支援に関すること

（１）現状と課題

[現状] 現在行っている事業計画の策定支援は、主に各種補助金申請時の資料として必要に迫られ作成しているケースが中心で、件数及び内容も限定的であり、これに沿った事業活動を行うことが事業で持続的発展する重要な取組みである指導が当会では不足していた。

[課題] 今迄の状況を踏まえ事業計画策定が事業の持続的発展になぜ必要なのかを認識いただくため、経営相談時や各種セミナーの機会を捕らえ周知掘り起こしを行い、事業者が経営課題を解決するため、自発的な取組みを後押しする目的で事業計画の策定を支援する。補助金の有無にかかわらず、専門家派遣等を通じて支援職員のスキルアップを図りながら積極的に事業計画策定に関わっていくことが必要である。

又、創業計画策定支援では村との連携が取れていない状況で希望者へ十分な指導が出来ていない。

（２）支援に対する考え方

事業計画策定セミナー参加者及び巡回訪問等で、ヒアリングを行い小規模事業者から経営相談等を受け、課題解決並びに持続的発展を図るため、自発的な計画策定を促しながら、共に考え、表の様な区分に分けて必要に応じた伴走型の助言・指導を行いう。更には前向きな取り組み方針を共に模索しながら、経営計画の策定を提案していく。提案する際には、経済状況調査・需要動向調査で得られた情報や経営分析資料等を最大限に活用していく。

事業計画策定セミナーでは3つのグループ分けをする。各経営者の経営意識には格差があり、経営意識向上には、経営分析の結果から事業者を3つのグループに分け、それぞれに見合った支援が有効であると考え。当商工会では、経営者とのヒアリングの結果（セミナー参加者・巡回訪問等）及びその後の経営分析結果により小規模事業者を以下の3段階に分類し、各階層のランクアップを目指し、それに合わせた支援を行う。B・Cに分類された事業者にはヒアリングに合わせたセミナーに参加して頂き問題解決のきっかけを作る。なお、ヒアリングのみで経営分析まで至らなかった場合はCランクとして対応する。

(3) 目標

支援内容	現状	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度
①DX 推進セミナー	0	1	1	1	1	1
②事業計画策定セミナー	1	1	2	2	2	2
事業計画策定件数	2	4	5	5	7	8
③創業セミナー	0	1	1	2	2	2
④事業承継計画策定数	2	2	2	3	3	3

①DX 推進セミナー開催・IT 開活用セミナー開催

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 サイト構築等の取り組みを推進するためにセミナーを開催する。

- ・クラウドサービスの活用方法
- ・モバイルオーダーシステム・キャッシュレス技術の活用
- ・SNS による情報発信
- ・個別相談指導の実施

②事業計画策定セミナーの実施

3 グループに分けた指導の実施

ランク	経営者意識	支援内容
A グループ	自ら考え行動する。	<u>事業計画策定支援</u> 施策・情報の紹介
↑		
B グループ	課題はあるが解決アクションがない。 危機感はあるが課題が明確でない。	<u>事業計画策定支援</u> セミナーの勧奨
↑		
C グループ	ぼんやりとした危機感 危機感なし・あきらめ	セミナーの勧奨

A グループへの対応

既に経営課題が明確になっている場合が多いことから、全ての事業者に対し経営分析結果や消費動向調査結果を踏まえ、現状の把握、それを踏まえた目標設定、その目標を達成する為の取組に則した事業計画策定支援を行うと共に、それぞれに適した施策・情報の紹介を行う。

B グループ及び C グループへの対応

事業計画策定の重要性を踏まえ、その策定を支援する為、B 及び C グループの事業者を対象に事業計画の必要性の訴求及び計画作成の手法習得に向けた事業計画政策支援セミナーを開催する、セミナー後は、経営指導員が巡回訪問によるヒアリングを行った事業者については、現状の把握、それを踏まえた目標設定、その目標を達成するための取組に則した事業計画策定支援を行う。

(1) 事業計画策定必要性の村内事業者への普及

セミナーや巡回訪問・窓口等の経営相談等を受けた事業所で、課題解決並びに持続的発展を図るため上記 A～C まですみ分けされた事業に対して、グループ別に自社の

経営状況や環境を見据えた持続的な経営を実施するため、3～5年先を見据えた経営計画策定が必須であり、経営分析が必要と思われる事業者に対しては、これら計画の策定の必要性・重要性の説明を効率的に実施する。

(2) 事業計画策定支援

事業計画策定支援は、下記のとおり実施する。

対象者	・上記(1)で相談を受けた事業者を対象に経営分析をした上で実施。 ・セミナー終了後のヒアリングで希望があった事業者(掘り起し)
実施方法	・セミナー後に個別相談や巡回訪問で実施 ・事業計画書は、商工会連合会で運用している経営改善計画策定システムを利用
その他実施上の留意点	・計画書は3～5年程度先を見据えた計画書とする ・計画書の策定に際しては当商工会の支援のもとに県連、よろず支援拠点、ミラサボ等を活用する。効果的な専門家派遣を行う。また、金融面に於いては金融公庫、地元金融機関と連携して実施。

③創業に関する事業計画作成支援

・創業・第二創業に関する支援

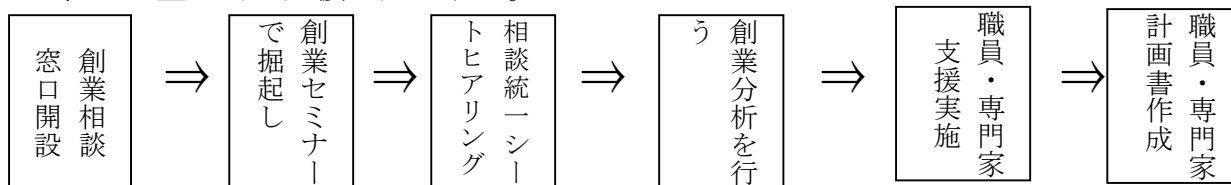
創業に関する相談窓口を開設し、創業希望者の掘り起こしを行う。窓口相談には、経営指導員の他、専門家等にも同席してもらい、創業計画策定に向けた基礎的な支援指導を実施する。村も「創業支援等事業実施計画」を進めており、商工会・金融機関・青森県よろず支援拠点・21あおもり産業総合支援センターと共に情報共有等の連携を図り、創業や第二創業等に対応する。

・創業セミナーの開催

村政策推進課と共に創業セミナーを開催し、創業における基礎知識の習得を図るとともに、セミナー参加者に対しては経営計画の策定を中心に伴走型の支援を実施する。セミナーの対象者としては創業希望者に加え若手後継者の基礎的知識習得の場としても活用することで、後継者の育成にも寄与するものとする。

・創業計画作成支援

巡回指導、窓口相談、経営計画策定に資するセミナー等で創業計画の作成支援を行う事業者の中で、より新たな革新的な取り組みを目指す事業者に対しては、ガイドラインを活用し専門家や金融機関とも連携しながら、経営革新の認定も視野に入れながら、より重点的な支援を実施する。



④事業承継に関する支援

後継者に悩む小規模事業者についても事業承継がスムーズに行われ、後継者不在や業停滞などの問題を解決するように、継続的に若手経営者及び後継者の人事育成に取り組み、「村や県等各関係機関との連携」をしつつガイドラインを活用し、事業承継による小規模事業者に対し巡回訪問や地域経済の経済動向調査や景気動向調査の最新

情報提供を行い、金融動向についても関係機関にヒアリングした上で、事業計画の策定など伴走型支援を実施。

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] これまでの取り組みとしては照会や問い合わせに対する程度で深く関与せず、補助金等が絡んでいる場合は遂行状況の確認や実績報告時に確認を行いながら、必要に応じて支援を行っているが、補助事業終了後はフォローも手薄になるケースが多く事業計画策定後のフォローが不足していた。

[課題] 補助金の有無にかかわらず、定期的に事業計画の実施状況を確認しながら、計画の見直しも含め継続的なフォロー体制の構築が必要である。

又、青森県よろず支援拠点や中小機構の専門家派遣制度なども有効に活用し事業計画の達成を支援しなければならない。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を円滑に実行するため、実行状況の確認や利益を構成する売上高、変動費、固定費ごとに分けた分析や資金繰り等についてフォローアップを行う。支援体制としては経営革新、創業計画及び事業承継計画のフォローアップについては巡回訪問を通じて経営指導員が中心となり全職員で目標達成に向け、自走化を意識し、経営者自身が答えを見出す様に取り組む。また、より複雑化した課題等については専門家と連携し的確な支援を行い、支援内容は経営指導カルテに記録し職員及び事業者間で共有する。何れの場合においても、よろず支援拠点や中小機構の専門家派遣制度なども有効に活用した支援を通じて、定期的なフォローによる事業計画の見直しを行いながら、小規模事業者が持続的に発展していけるよう支援に努める。

(3) 目標

支援内容	現状	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度
フォローアップ事業者	0	5	10	15	20	20
フォローアップ回数	0	45	55	65	75	75
売上増加事業者数		2社	2社	3社	4社	4社
経営発達支援融資窓口相談件数	0	2	2	2	2	2

(4) 事業内容

・事業計画策定事業者・事業承継計画策定事業者への支援

事業計画・事業承継計画策定を行った全事業者に対し、進捗状況の確認や必要な指導・助言などの為、原則3か月に1回の巡回訪問を実施しフォローアップを行う。具体的には、通常の事業計画については新規顧客獲得数・売上・経費削減等の項目を確認、事業承継計画については、スケジュールにおける経営資源等の承継進捗状況について確認をする。同時に、計画を実施していく上で直面する課題については、改善策を一緒に考え、各種施策の活用等、課題に応じた必要な支援を行う。その過程で顕在化した高度な課題に対しては、青森県よろず支援拠点・青森県事業引き継ぎ支援センターをはじめとした各支援機関・金融機関と連携して専門化を招聘し、課題解決に取り組む。

・創業計画策定事業者への支援

頻度	創業予定者、新規創業者とも2ヶ月に1回、個別の状況で増減
実施方法	創業予定者は個別相談、新規創業者は巡回により実施
支援内容	・新規顧客獲得数・売上・経費削減等の項目を確認し達成度の確認。 ・計画変更等あれば、指導・助言等のサポートをする。 ・創業予定者は資金調達計画、創業場所、活用出来る支援制度、社会保険・労務などの経営者としての基礎事項などを勘案しつつ計画の実現を目指す。専門知識の必要があれば、計画と実際との差異や課題抽出を中心に実施する。
連携先	いずれに於いてもよろず支援拠点や中小機構など専門家と連携して行う。

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] これまでは、販路開拓に対する取り組みに関して、「六景楽市推進協議会」と共に、ブランド認定や、「青森人の祭典」（東京都内開催）への出展支援を実施してきたが、思うように新規取引先の開拓に繋がっていないのが実情である。

[課題] 今後においては、再度、商品開発や、商品のブラッシュアップの強化を図るとともに、販路開拓支援手法の一つに DX に向けた取り組み（データを分析した顧客管理・販売促進、SNS や EC サイトを活用した販路開拓）が必要である。

(2) 支援に対する考え方

・商談会の開催と展示販売会の実施支援

地域資源を活かした商品（食品・土産品等）を製造し、地域外への販路開拓を目指す小規模事業者については、新たな需要開拓に向けた機会を提示する為、青森県や六ヶ所村・商工会連合会や関係機関が主催する県外や首都圏等のバイヤー等を主な訴求対象とした商談会・催事等の情報提供を行う。出展時の商品 PR のアドバイスや来場者へのトーク支援、また商談時のリサーチ・情報収集を踏まえた出展後のフォローアップについては、エキスパートバンクや青森県よろず支援拠点等の専門家と連携し、成約率の向上等の課題解決に取り組む。また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すため、事業計画の策定を行い、新たな需要を見据えた販路開拓を目指す小規模事業者の認知度向上支援として、支援先事業所の取組事例や新商品、新技術等について、地元新聞社等へのプレスリリースを行う。併せて記事掲載の協力も依頼する。これにより、自社及び商品の認知度を高め、顧客から引き合いを増やし、新たな需要開拓による売上増加に繋げる。

（予想される商談等）

・FOOD MATCH AOMORI 「あおもり食品展」(B to B)

会場：ホテル青森 参加事業所 52 社

・ニッポン全国物産展 (B to B)

会場：池袋サンシャイン 来場者：15 万人以上 参加事業所 132 社

・伊達な商談会 (B to B) 会場：仙台商工会議所

・「青森の正直」商談会 (B to B) Web 商談会

・あおもり北彩館 (B to C) 会場：飯田橋 青森県会館

・ホームページ作成・分析・活用セミナー（DX 推進セミナー）

優れた商品や製品を持ち、インターネットを通じて販路拡大したいと考えながらも、IT スキルや人材の不足、または初期費用など経費の不安から新たな販路開拓に取り組めない事業者に対して、ホームページを持たない事業者についてはセミナー・個別相談会で IT コーディネーターなどの講師を招いて、個人やバイヤーなどの取引相手に応じた内容の構成や見せ方、更新の頻度やタイミングなどの訴求力の高いホームページや SNS の作成・活用方法についてノウハウを提供する。また、ホームページを持っはいるが活用できていない事業者についても、ホームページ分析や活用方法のセミナー・個別相談会を開催し、今後の販売促進に役立つ支援を行う。

又、必要に応じてキャッシュレス決済の導入相談指導も行う。

・DX に向けた取り組みとして EC サイトの活用

人員に限りがある小規模事業者にとって、IT の活用は、業務の効率化だけではなく販路開拓においても重要な役割を持つ。そこで、当会でこれまでも取り組んできた商工会運営の商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」（約 28 万社登録）への登録を行う。自社を PR したい、自社の技術・強みを知ってもらいたい、ビジネスパートナーを探したい、仕入先を見つけない、複数の企業から見積もりをもらいたい、販路を開拓したい等、同ページを通じて行われるビジネスマッチング等による販路拡大を支援する。IT 操作を苦手とする小規模事業者に対しては、経営指導員等が、情報登録や検索などの操作を説明・支援し、成約に繋がるよう個別に支援を行う。

（３）目標

項目	現状	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度
商談会・展示会等への参加企業数（成約者数）	0	1 (1)	2 (1)	3 (1)	4 (2)	5 (3)
ホームページ関連セミナー・相談会参加事業者数（新たな需要を開拓した企業数）	0	5 (3)	10 (3)	10 (4)	10 (4)	10 (5)
SNS 活用事業者	—	5 者	5 者	10 者	10 者	10 者
「ザ・ビジネスモール」累積登録企業数（新たな需要を開拓した企業数）	0	10 (3)	10 (4)	10 (5)	10 (5)	10 (5)
EC サイトの利用事業者	1 者	3 者	5 者	5 者	5 者	5 者

Ⅱ．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

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] これまで関係機関と実施していた情報交換においては、主に経営環境について単に要望等を述べるだけなど、表面的な情報交換にとどまっていた。

[課題] 今後、小規模事業者の個社支援に繋げていくために必要なノウハウや支援情報の共有に重点を置き、相互の課題を掘り下げながら、より有益な情報の共有に努めることを目的として以下の情報の共有が必要。

(2) 事業内容

①事業の内部評価については、法定経営指導員を中心とした事務局会議を年4回開催し事業評価・見直しを行い、進捗状況の検証など改善を図る。

外部評価については、「六ヶ所村政策推進課」、「六景楽市推進協議会」、「六ヶ所村金融団」などの外部有識者に評価を依頼する。

評価内容は「事業実施過程・進捗状況の評価」「事業の直接的な成果の評価」「事業結果から生じた効果の評価」を行う。事業の評価については、年1回実施する。

評価の結果、内部／外部それぞれにおいて見直す必要があると判断された事業・内容については、次の半期中に見直す。

②事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。

③事業の成果・評価・見直しの結果を六ヶ所村商工会のホームページに公表する。

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] これまでは能力や資質向上に向けた外部研修を受講してきたものの、受講目的や習得スキルの目標を持つことなく受講してきた。したがって経営状況の分析や事業計画を策定するスキルが十分ではなかった。

[課題] 職員の職歴やスキルに合わせた研修機会を設定し、資質向上を図ることで支援に必要なスキルを習得していく。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用 (OFF-JT)

具体的支援スキルとしては、ヒアリングすること、分析すること、方向付けをすること、及び書面にまとめることである。そこでまずこのスキルを習得するため、中小企業大学校各種研修会や経営指導員向け WEB 研修の受講を通じスキルアップを図る。

②e-ラーニング・交流会を活用した職員のスキルアップ

商工会連合会が主催する研修会に加え、全国連が主催する WEB 研修システムを活用して経営指導員以外の職員も積極的に受講することにより、小規模事業者へ経営分析と提案型の指導が出来るように知識の習得を図る。また、年1回開催している三商工会役職員交流会（横浜町・六ヶ所村・東通村）で地域の経済状況や商工会の活動内

容等の情報を共有し併せて、連合会より支給されたタブレットを活用した巡回指導カルテ等も情報共有して、商工会員の巡回指導や窓口指導等の相談業務に活かす。

③組織内情報共有

経営指導員及び職員によるミーティングを月1回開催し、経営環境の動向、支援課題、支援状況、フォローアップの進め方等の情報を人事異動等があってもサポートの低下がないよう情報共有し、意見交換を行い、支援の質を高め経営計画策定等の支援能力を向上させる。

又、情報内容については、経営状況の分析や事業計画策定支援希望や支援内容など詳細について確実に経営指導カルテに記録し、OJTによるノウハウの蓄積を図り、組織としての支援能力の保持と向上を目指す。経営指導員・一般職員がカルテを作成する際には商工会基幹システム（事業者データと連動した共有システム・データベース化によるデータの構築）を利用し、情報の共有に役立てる（巡回時にタブレットによる使用が可能）

ヒアリング用 SWOT 分析シート

		プラス要因	マイナス要因
内部環境	強み (Strength) S	弱み (Weakness) W	
外部環境	機会 (Opportunity) O	脅威 (Threat) T	

財務分析シート

		金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
損益計算書(P/L)	売上高	300	10.7%	310	8.0%	320	5.4%	330	2.7%	340	0.0%	350	0.0%	360	0.0%	370	0.0%
	売上原価	400	35.7%	410	36.6%	420	37.5%	430	38.4%	440	39.3%	450	40.2%	460	41.1%	470	42.0%
	営業利益	300	28.8%	310	27.7%	320	26.6%	330	25.5%	340	24.4%	350	23.3%	360	22.2%	370	21.1%
	経常利益	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	経常損失	1000	88.8%	1030	92.0%	1060	84.4%	1090	87.8%	1120	100.0%	1150	100.0%	1180	100.0%	1210	100.0%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
損益計算書(P/L)	売上高	300	10.7%	310	8.0%	320	5.4%	330	2.7%	340	0.0%	350	0.0%	360	0.0%	370	0.0%
	売上原価	400	35.7%	410	36.6%	420	37.5%	430	38.4%	440	39.3%	450	40.2%	460	41.1%	470	42.0%
	営業利益	300	28.8%	310	27.7%	320	26.6%	330	25.5%	340	24.4%	350	23.3%	360	22.2%	370	21.1%
	経常利益	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	経常損失	1000	88.8%	1030	92.0%	1060	84.4%	1090	87.8%	1120	100.0%	1150	100.0%	1180	100.0%	1210	100.0%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%
	経常利益率	300	33.3%	310	34.5%	320	35.4%	330	36.3%	340	37.2%	350	38.1%	360	39.0%	370	39.9%

【経営支援能力向上セミナー】

昨今、小規模事業者への制度の高い事業計画策定が求められている中で職員の資質の向上が急務と捉え中小企業庁主催の「経営指導員研修」及び青森県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」へ積極的に経営指導員を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

今後あらゆる面で事業計画の策定が求められている事から対応する職員の指導能力の向上が必要とされているために、中小企業大学校などで実施されている「事業計画策定セミナー」への職員の参加を実施する。

【コミュニケーション能力向上セミナー】

地区内ブロック職員協議会主催の各種研修後の交流会に積極的な参加を促し、他の職員とのコミュニケーションを基に実践に繋げる。

(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

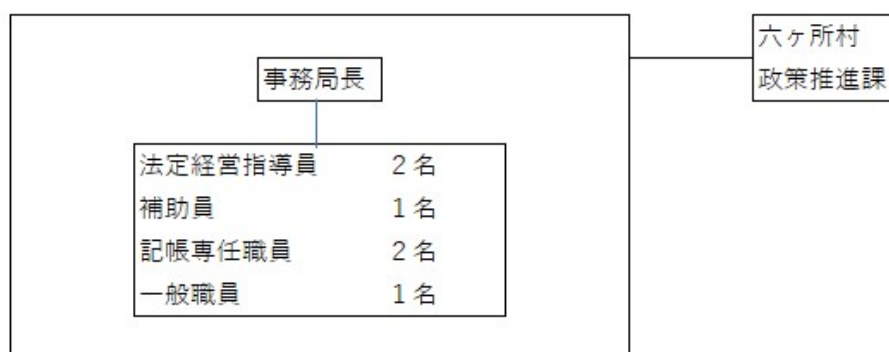
(令和 5 年 7 月現在)

(1) 実施体制

事業実施担当職員 5 名 (経営指導員 2 名、補助員 1 名、記帳専任職員 2 名)

事務局職員 7 名 (事務局長 1 名、法定経営指導員 2 名、補助員 1 名、記帳専任職員 2 名
一般職員 1 名)

外部有識者 「六ヶ所村役場政策推進課」「六景楽市推進協議会」、



(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 7 条 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 法定経営指導員の指名、連絡先

氏 名： 中村 健一

氏 名： 古田 孝之

連絡先： 六ヶ所村商工会 電話 0175-72-2331

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・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。

等計画の法定経営指導員については当該エリアが南北に広い為 2 つに分けて支援にあたる為に 2 名の配置を行うこととする。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

① 商工会

青森県六ヶ所村大字尾駸字家ノ前 90-3

六ヶ所村商工会

電話 0175-72-2331 FAX 0175-72-2513

URL <http://www3.ocn.ne.jp/~roku44/>

② 関係市町村

青森県六ヶ所村大字尾駸字野附 475

六ヶ所村 (024112)

電話 0175-72-8136 FAX 0175-72-2743

(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)

	6 年度 (6 年 4 月以降)	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度
必要な資金の額	2, 150	2, 200	2, 300	2, 300	2, 300
I. 経営発達支援事業の内容	1, 350	1, 400	1, 500	1, 500	1, 500
1 地域の経済動向調査事業費	200	200	200	200	200
2 経営分析事業	200	200	200	200	200
① 経営戦略セミナー 1 回／年	200	200	200	200	200
3 事業計画策定・実施支援事業費	250	300	400	400	400
① 事業計画策定支援セミナー 2回／年	100	150	100	100	100
② 創業支援セミナー 1回／年	50	50	100	100	100
③ 事業承継勉強会 1回／年	50	50	100	100	100
④ DX推進セミナー	50	50	100	100	100
4 事業計画策定後の支援事業	200	200	200	200	200
5 需要動向調査事業	300	300	300	300	300
6 新たな需要開拓に資する事業	200	200	200	200	200
II. 地域経済の活性化に資する 取組み	500	500	500	500	500
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	300	300	300	300	300
1. 事業評価及び見直しするための 仕組みに関すること	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
会費、国補助金、県補助金、村補助金、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)

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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	