

経営発達支援計画の概要

実施者名	田子町商工会（法人番号 ４４２００５００３１８３） 田子町（地方公共団体コード ０２４４３１）
実施期間	令和７年４月１日～令和１２年３月３１日
目標	第６次田子町総合振興計画に沿いながら、小規模事業者の持続的発展ならびに技術やノウハウの向上による更なる成長を図ることを目標に、田子町の基本理念である「ひとが輝き まちが輝く 活力と笑顔 あふれるまち」の実現に寄与していく。 ア 自立した経営の実現に向けた小規模事業者の支援強化 イ 事業改革に意欲的な事業者を対象とした専門家の派遣による経営力向上の支援強化 ウ 多様な“連携”と“融合”による地域（観光）資源を活用した交流人口・関係人口増進への協力
事業内容	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 ア 国が提供するビックデータを活用した地域の経済動向分析 イ 商工会員独自調査分析 ４．需要動向調査に関すること ア 自店の利用客に対するお客様アンケート調査 イ 地域資源を活用した加工品需要動向調査 ウ ふるさと納税寄付者に対するマーケティング調査 ５．経営状況の分析に関すること ア 経営状況の分析 イ MA１を活用した財務・経営分析 ６．事業計画策定支援に関すること ア DX推進セミナー開催・IT専門家派遣などの実施 イ 事業計画策定セミナーの開催 ７．事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後のフォローアップの実施 ８．新たな需要開拓に寄与する事業に関すること ア 各種展示会・商談会（オンライン商談会含む）の出展支援 イ ニッポンセレクト出展支援（BtoC） ウ IT活用による販路開拓支援（SNS活用） エ 自社ホームページによるネットショップ開設（D2C）
連絡先	田子町商工会 〒039-0201 青森県三戸郡田子町大字田子字風張 1 3 - 1 TEL:0179-32-2177 fax:0179-32-4295 メール:takko-sho.229@cd.hi-net.ne.jp 田子町 商工振興課 〒039-0292 青森県三戸郡田子町大字田子字天神堂平 8 1 TEL:0179-20-7114 fax:0179-32-4294 メール:takko0402a@town.takko.lg.jp

(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. 現状と課題

(1) 地域の現状と課題

ア 現状

(i) 位置・周囲の環境

田子町は青森県の最南端に位置し、南側は岩手県の二戸市・八幡平市、西側は秋田県の鹿角市に隣接する町である。総面積241km²で、東西に19.6km、南北に17.0kmの広がりを持つ扇形の形状をしている。

主要道路は八戸市と秋田県大館市を結ぶ国道104号線で、町の中央部を流れる熊原川に沿っている。近くの都市部までの距離は、八戸市が40km、十和田市が48km、二戸市が24kmです。東北自動車道のインターチェンジまでは、車で約40分、新幹線の最寄り駅は二戸駅と八戸駅である。

田子町は自然豊かな山間部にあり、高冷地で積雪が多く、寒暖差が大きい気候が特徴です。このため、ニンニクやトマト、枝豆、葉タバコなどの野菜栽培が盛んである。特に、ニンニクは取引単価が高く、生産者の安定収益に寄与している。「たっこにんにく」としてJA八戸を通じて、東京大田市場などに出荷され、引き合いも強い状況です。

このように、田子町は地理的条件と気候を活かした農業が盛んな地域であり、地域の特産品が経済を支えている。



主要農産物作付面積

単位：ha

水稻	葉タバコ	ニンニク	枝豆	トマト
350	155	141	7	7

※ 水稻・ニンニク・枝豆は令和4年田子町調べ、トマト・葉タバコは令和3年農林業センサスより

(ii) 人口・構成・就労・基幹産業

人口は、昭和30年の11,273人をピークに人口減少傾向が続いており、平成27年には5,554人となった。令和2年には4,968人となり、5年間で586人の減少となった。今後の人口は、令和12年には、約1,100人減少して、3,893人となることが予想される。

年齢構成も急速に高齢化が進んでいる。全人口に占める高齢者（65才以上）の比率が年々高まっている一方、出生率の減少により若年層（14才以下）の人口比率は減少している。

● 年齢3階層別構成比率の推移

年齢階層	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年
0～14才	1,069	880	675	535	417
	14.7	12.8	10.9	9.6	8.4
15～64才	4,249	3,757	3,336	2,827	2,368
	58.3	54.6	54.0	50.9	47.7
65才以上	1,970	2,246	2,164	2,192	2,183
	27.0	32.6	35.1	39.5	43.9
合 計	7,288	6,883	6,175	5,554	4,968

● 産業別就業人口

	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年
第1次産業	1,494	1,254	1,098	960
第2次産業	870	711	708	616
第3次産業	1,417	1,299	1,191	1,156
合 計	3,781	3,264	2,997	2,732

● 就業人口と産業構成

特に働き盛りの年齢と言える就業人口は、平成17年に3,781人であったが、令和2年には2,732人と約27.8%減少した。産業別に構成比で見ると、第1次産業が35.8%減、第2次産業が29.2%減、第3次産業が18.5%減と、農林業、製造・建設業から離れる傾向が見られる。

産業別就業人口の推移



(資料: 令和2年国勢調査・国立社会保障人口問題研究所)

【令和2年（2020年）産業大分類別就業人口と従業人口・就業化率】

項 目		就業人口 (人)	従業人口 (人)	就従比率
一次産業	1. 農業	888	891	1.00
	2. 林業	71	60	0.85
	3. 水産業	－	－	－
二次産業	4. 鉱業	3	5	1.67
	5. 製造業	343	394	1.15
	6. 建設業	270	228	0.84
三次産業	7. 卸売・小売業	265	220	0.83
	8. 金融・保険・不動産業	27	19	0.70
	9. 運輸通信業	128	146	1.14
	10. 電気・ガス・水道業	2	2	1.00
	11. サービス業	621	566	0.91
	12. 公務	114	146	1.28
13. 分類不能				
合 計		2,732	2,677	0.98

（令和2年国勢調査）

就業人口：田子町に常住する就業者の総数

従業人口：田子町で従業している人の総数

就従比率：従業人口を就業人口で除した数値

以下の表は、田子町の商工業者数および小規模事業者数の推移を示している。

【田子町商工業者数・小規模事業者数】

（単位：者）

	平成27年	令和2年	令和6年
商工業者数	240	216	205
小規模事業者数	227	203	192

（令和6年9月 商工会データ）

また、業種別の小規模事業者数および構成比の変化は以下の通りである。

【町小規模事業者数の比較】

（単位：者）

業 種	平成27年		令和6年		
	小規模事業者数	構成比	小規模事業者数	構成比	27年との比較
建設業	55	24.2%	48	25.0%	-7
製造業	16	7.0%	14	7.3%	-2
卸売・小売業	61	26.9%	48	25.0%	-13
飲食・宿泊業	16	7.1%	16	8.3%	0
サービス業	52	22.9%	40	20.8%	-12
その他	27	11.9%	26	13.5%	-1

（商工会独自データ）

これらの資料から見てくるのは、令和6年における田子町の商工業者は205件、小規模事業者数は192件であり、小規模事業者が全体に占める割合は約93.7%である。また、小規模事業者が町内経済において大きな割合を占めている一方で、全体の事業者数が減少していること、特に卸売・小売業やサービス業の減少が顕著であり、卸売・小売業は26.0%から25.6%に減少し、13件の減少を示している。同様にサービス業

も大幅に減少を示しており、業種全体で厳しい状況が見受けられる。

大きな要因としては、消費者ニーズの変化が挙げられる。具体的には、オンラインショッピングの普及や大型チェーンストアの影響が強まり、地元の小売業者は競争にさらされて売上が減少している。加えて、少子化と人口減少といった社会的要因も影響を及ぼしている。特に、若年層の消費行動の変化が地域の経済に与える影響は大きい。

また、原材料の高騰や製造原価の高止まりに加え、製品や商品を作るための人材不足も深刻である。さらに、価格転嫁が困難で消費は伸び悩み、ゼロゼロ融資の返済や人件費の増加により、固定費が増大するというまさに重苦に経営は覆われているといっても過言ではない。これらの複合的な要因が、地域経済のさらなる悪化を招いている。

イ 課題

(卸売・小売業・サービス業)

昭和60年12月、河川の大規模改修に伴い、地区内の商業者21件が集団移転し、「サンモールたっこ商店街協同組合」が設立された。このことは、三戸町や岩手県二戸市を商圈に加える大きな一歩であった。しかし、その後の大型スーパーやホームセンターの出店により、商店街は顧客の流出に直面し、非常に厳しい状況に置かれている。さらに、消費者の嗜好の多様化やインターネット販売の普及が影響し、売上の減少と後継者不足による廃業が進行している。これらの課題を克服するためには、時代の流れにあった店舗づくりが求められ、その重要性が一層高まっている。このような流れの中で商工会は各種補助金や施策を提案し、小規模事業者の支援を行う必要がある。事業者は地域の経済動向や需要を把握し、消費者ニーズに応じた取り組みを強力に推進していく必要がある。特に、小規模事業者は国や自治体による制度や補助金の活用について経験が乏しいため、商工会が経営課題に応じた具体的な提案を行うことが重要である。

サービス業は主に理容美容業が中心である。少子高齢化と人口・世帯数の減少により、ここ10年間の開業は1者に留まっている。現在、理美容を営む事業者の多くは、自身の代で廃業を考えている。件数が減り競合店が少ない環境にありながら、今後も淘汰が進む傾向が見受けられる。的確な消費者ニーズを把握し、それぞれの課題やスキルに応じた支援が重要である。

(製造業・建設業)

製造業は主に製材業と食品加工業で構成されており、両業種は現在、さまざまな課題に直面している。具体的には、製材業では従業員の高齢化や雇用の確保が大きな課題であり、さらに原材料コストの見直しや工場稼働率の向上が求められている。一方で、食品加工業ではニンニク加工品の製造販売が注目されており、農業者からの起業や異業種からの転業も進んでいて、この業種は地域の産業として期待されるため、持続的な支援が必要である。

建設業の受注環境は厳しい。確実に収益を上げられる経営体質への改善が課題となる。新築需要は減少し、手間のかかるリノベーションや改修需要の割合が年々増加していることから、建設業における人手不足の状況がさらに深刻化すると考えられる。この業界の最大の問題は、後継者不在を含む深刻な人手不足である。この問題を解消するためには、ICTやIoTを活用した工法を積極的に取り入れる必要がある。特にIoT技術を導入することで現場の負担が軽減される。また、空き家問題は地域社会の重要な課題であるが、建設業者にとっては新たな事業機会を提供する。ICTやIoT技術の活用が不可欠であり、これによって効率的な業務運営と生産性の向上が期待できる。

(農業)

基幹産業の農業（にんにく、葉たばこ、稲作、野菜など）特ににんにくは、生産額が5億9千万円規模に達しており、町の特徴的な生産物として地域団体商標（「たっこにんにく」）に登録され、そのブランド効果もあって全国・首都圏では高値で販売され、引き合いも強く高値安定傾向にある。

農家の中には直接大手百貨店と取引、インターネット通販、産直施設へ出品等、六次産業化の動きが強まっている。こうした農家の起業は地域産業の振興・活性化が期待できるものの、近年は、兼業化の進行、従事者の高齢化、後継者不足等により減退傾向にあることから、今後中核農家の育成、後継者の確保、収益性の高い作物への転換等を図っていく必要がある。



(林業)

当町は、県内でも屈指の森林面積と材積を持つ「森林のまち」である。管内の森林の現状を見ると、近年、針葉樹林の伐採時期が到来しているが、材木価格の低迷により、貴重な財産である木材資源に価値を見出せず、放置された森林が増えている。さらに、国は「エリートツリー」を活用した新しい林業の展開を進めている。このエリートツリー（※）は成長が早く、約30年で伐採可能でCO₂吸収やコスト削減にも寄与するが、森林資源の過剰供給状態になる危険もある。これに対処するためには、今後、地域木材の有効活用に向けた取組みなどが重要と思われる。

※エリートツリーとは 成長の早い個体を選んで交配し、優れた木を育てる「木のエリート」である。標準的な品種と比べて約1.5倍の速さで成長し、約30年で伐採が可能。花粉量が低減し、CO₂吸収力向上、コスト削減といったメリットがある早生樹のこと。

(飲食業・宿泊業)

飲食業は事業所数や就労者数が減少し、事業承継なしに廃業するケースが増加している。その中で、平成28年度から始まったご当地グルメ「田子ガーリックステーキごはん（※）」は観光客を呼び込み、関連店舗は成功を収めたが、事前予約なしで提供できる店舗がないのが課題として挙げられる。また宴会ができる飲食店が廃業する一方で、個人経営の小規模店舗は週数日の不定期営業を行うなど厳しい現状である。また、異業種からの参入や新たな個人経営店舗の創業も見られ、事業者数は減少してはいないが、競争は激化している。

宿泊業は現在、営業しているのが2件のみとなり、利用客の減少によって事業継続が困難な状況である。売上の減少や後継者確保が課題となっている。飲食業と宿泊業の両方ともに、地域の経済や消費者ニーズを把握し、特性に応じた戦略を構築する必要がある。

※「田子ガーリックステーキごはん」：町の特産食材「たっこにんにく、田子牛肉等」を取り入れたニンニク創作料理、町内3店が共同開発した。定価1,800円（税込み価格）

(観光)

観光については、中山間部に位置した魅力的な自然・景観はあるものの交通アクセスが悪く敬遠されがちのため、町は「大黒森つつじまつり（※）」、「にんにくとべごまつり（※）」、「にんにく収穫祭（※）」などにより、県内外からの観光客を誘客してきたところだが、通年の集客力に課題がある。季節に関係なく訪問客を引き込む新たな周遊・滞在観光メニューの充実など、今ある観光資源の磨き上げと商品化の推進が求められている。

（町の特産品を活用した、施設、情報のネットワーク化を推進し、観光資源の魅力向上、多様で変化のあるメニューの提案、広域観光への取り組みも課題である。）

- ※ 「大黒森つつじまつり」：大黒森山の頂上付近に自生する 5 万本のつつじが満開となる 6 月中旬に町観光協会が行うイベント。山一面に咲くつつじを鑑賞するため、町の内外から約 2,000 人が訪れる。開期は 14 日間。
- ※ 「にんにくとべごまつり」：「たっこにんにく」と「田子牛」の振興と P R を兼ねたイベント。例年 1 0 月上旬行われ、県の内外から約 11,200 人が訪れる町最大のイベント。田子町が主催し、開催は 3 9 回を数える。開期は 2 日。
- ※ 「にんにく収穫祭」：「たっこにんにく」の消費拡大とその生産振興を目的とするイベント。例年 6 月下旬に行われ県の内外から約 4,200 人が訪れる。開期は 2 日。

・商工会のこれまでの小規模事業者支援と課題

これまでの商工会による小規模事業者支援は、巡回指導を通じて、事業所の直面する課題に対処してきた。しかし、このアプローチは受動的であり、事業所の自発的な販路開拓や経営力の向上につながる活動を促すには至らなかった。また地域産業振興の取り組みとして、田子町産ニンニクを活用した産業の成長を目指すプロジェクトを展開（全国展開支援事業や首都圏アンテナショップ運営、農商工連携人材育成事業など）し、一定の成果を挙げているが、まだまだ地域産業の潜在能力を引き出す余地があると考えられる。

これらの経験から学ぶべきは、支援の手法を多様化し、事業所が自らの課題を認識し、解決策を見出すための能力を育成することの重要性である。具体的には、デジタルツールの活用による遠隔支援や、経営セミナーの開催、各機関の強みを活かした連携支援など、事業所が主体的に学び、成長できる環境を提供することが必要不可欠である。

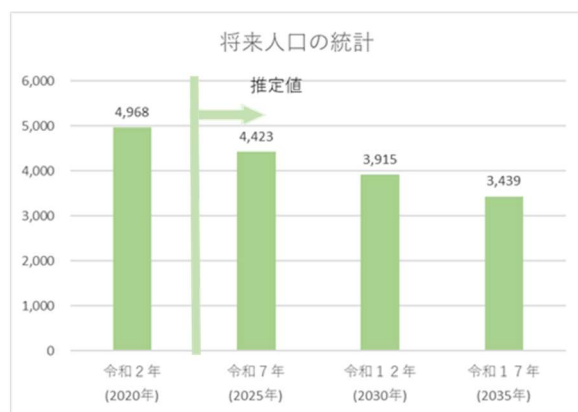
（2）小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

ア 1 0 年程度の期間を見据えて

今後の田子町の人口動態と小規模事業者数シミュレーション

図表 将来推計人口（令和 5 年推計） 出展元：国立社会保障・人口問題研究所

小規模事業者数商工会独自データ



上記の表は将来推計人口や今後の小規模事業者数をみたものである。もっとも新しい「将来推計人口(令和 5 年 4 月公表(2024 年))」によると、令和 2 年から令和 1 7 年までには 30.8% 減少し、約 3, 4 4 0 人となる見込みである。また、小規模事業者数も、令和 6 年 1 9 2 者が令和 1 7 年には 1 6 8 者まで減少すると想定(推計され)される。(2024 年 1 0 月独自データ)

当商工会としては上述した「現状」と「課題」、および「商工会のこれまでの取り組みと課題」を踏まえ、次項の 2 点を長期的な振興のあり方とする。

(i) 小規模事業者の持続的発展

小規模事業者が直面する課題を分析し、売上減少の抑制、利益確保、経営維持を目指すとともに、創業支援や事業承継のサポートを通じて、新たな事業の立ち上げや、円滑な事業引継ぎを促進する。また、個社の経営を向上させるために、販売促進支援やデジタル技術の活用を推進し、経営の効率化と競争力の強化を図る。

(ii) 多様な連携による観光資源活用と地域交流の増大

地域資源を最大限に活用し、商工業の振興を進めるとともに、イベントやニンニク関連商品、地域食材を活用した振興に取り組み、魅力ある「田子育ち」の産業を目指す。さらに、多様な交流を通じて、地域内外からの支援や協力を得ることで、情報交換や共同プロモーションを促進し、地域全体の活力を高めることを目指す。

イ 田子町「第6次田子町総合振興計画」との連動性・整合性

平成28年3月に、田子町は「第6次田子町総合振興計画」を定め、商業の振興については次のように明記されており、小規模事業者支援に対する当商工会の取組内容と方向性が一致する。

それぞれの計画に掲げる目標達成に向け、田子町と当商工会が連携を図り、小規模事業者への支援体制を構築し、地域経済を支える小規模事業者の振興に取り組む。

第6次田子町総合振興計画	
●町の将来像	「ひとが輝き まちが輝く 活力と笑顔 あふれるまち」
基本計画	3 魅力ある「田子育ち」の産業 を目指すまちへ【産業経済】
基本施策	3-4 新たなにぎわいを生み出します
	3-4-1 商工業の振興 施策の方向：いきいきと産業が育つ、賑わいと活力にあふれたまちを目指します 具体的施策の内容 ・地域経済の振興として 地域商工業団体などへの支援や商業環境・機能の整備促進等 ・地域の活力向上として 魅力ある事業主の育成や商工会活動支援の充実等 3-4-2 商工業の担い手・雇用対策 施策の方向：人材育成を推進し、雇用機会の確保・地元就職の促進を図ります 具体的施策の内容 ・担い手の育成・確保として 家族経営にとらわれない後継者確保の調査・研究等 ・雇用の創出として 地元に誇りを持てる産業教育の推進や創業支援の充実等
基本施策	3-5 愛される観光地づくりを目指します
	3-5-1 観光資源を活用した交流人口の増大 3-5-2 観光基盤の整備 〈重点的に推進すべき施策経済・雇用〉 ・ <u>地域資源の活用</u> による地域活性化 ・ <u>多様な連携・交流</u> による地域活性化 ・ <u>基盤整備</u> の充実による地域活性化

(平成28年度4月から令和7年度3月まで)
田子町第6次総合計画(第3部基本計画より抜粋)

ウ 商工会としての役割

当商工会は地域の経済団体として、長期にわたり小規模事業者支援や地域活性化に取り組んできた。今後も経営課題に覆われている現状を憂え、実効ある取り組みにより経営状況分析をはじめ、事業計画策定やフォローアップ、商談会等による販路開拓といった経営力向上のための支援を強化することで「売上減少の抑制」、「利益確保」、「経営維持」、「デジタル技術活用による生産性の向上」などにつなげ、小規模事業者の振興を図る。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記の(1)地域の現状及び課題や(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、小規模事業者の振興・発展を目標として以下の3項目を掲げる。

ア 自立した経営の実現に向けた小規模事業者の支援強化

小規模事業者の経営力を強化するため、外部環境の新たな動向を踏まえ、内部環境も考慮した事業計画の策定や業務プロセスの改善など、実効性・実現性の高い事業計画の策定を支援し、売上増加・利益率の向上を図る。

イ 事業改革に意欲的な事業者を対象とした専門家の派遣による経営力向上の支援強化

事業改革に意欲的な事業者に対して、専門家派遣を強化し、事業計画策定や生産性向上、創業・事業承継支援を行う。専門家、地域の「インキュベーション・マネジャー」と密と連携し、対話と傾聴を重視した支援を推進する。

ウ 多様な“連携”と“融合”による地域（観光）資源を活用した交流人口・関係人口増進への協力

魅力ある「田子育ち」の産業の振興を図るため、経営力向上と販路開拓支援をすすめ、地域内外の連携強化と産業間の融合による持続可能な地域経済の構築を目指す。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

ア 自立した経営の実現に向けた小規模事業者の支援強化

事業者にとって実効性の高い事業計画を策定するための支援を強化する。そのために、根本的な課題を可視化し、変動する経済状況に柔軟に適應できる力の育成に重点を置くことにする。また、段階的な支援の中で課題解決のツールやリソースを提供し、事業者が自らの経営課題を発見し、解決策を見出す能力を高める支援を行う。

イ 事業改革に意欲的な事業者を対象とした専門家の派遣による経営力向上の支援強化

意欲の高い事業者向けに専門家派遣を強化し、事業計画策定や生産性向上、創業および事業承継の支援を行う。一方で、事務局長が不在の小規模な組織においては、外部専門家の助けを得て持続可能な経営基盤を築くことに重点を置くことにする。そのため、限られた職員の中で専門家や町当局、地域密着の「インキュベーション・マネジャー」との連携を強化し、対話と傾聴を重視した支援を推進する。

ウ 多様な“連携”と“融合”による地域（観光）資源を活用した交流人口・関係人口増進への協力

長期的な目標として地域資源を最大限に活用し、商工業の振興を進めるとともに、イベントやニンク関連商品、地域食材を活用した振興に取り組み、魅力ある「田子育ち」の産業を目指す。

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

ア 現状

地域経済動向や景気動向に関して、マル経融資や販売促進、事業者支援はヒアリングや記録に依存しており、情報の偏りがあり分析が不足している。

地域の経済動向調査に関しては、以下のとおり取り組んだ。

令和2年度：小規模事業者への巡回訪問を通じて、景気動向調査を実施。（1回）

令和3年度・令和4年度：コロナ禍の影響により調査は中止。

令和5年度：商工会員向け独自調査を実施。

令和6年度：未実施。

令和5年度の郵送調査では、コロナ禍や物価高騰に関する結果が得られ、「物価高騰対策」「事業承継問題」「人口減少抑制」が最も求められる取組として挙げられた。

イ 課題

県中小企業等燃料高騰対策支援金申請サポートやインボイス制度、電子帳簿保存法改正への対応に多くの業務時間が取られ、消費喚起対策事業（商品券）や人員不足も影響し、ほとんど実施できない状況が続いている。令和5年8月の独自調査で地域の経済状況は把握されたが、結果は一部の小規模事業者が事業計画の策定や補助金申請に活用したものの、全体の事業者には十分に提供されず、活用が不十分であった。

(2) 目標

小規模事業者の持続的発展には、地域の経済動向を把握し、経営状況分析や事業計画策定につなげることが重要であるため、ビッグデータを活用した分析を行い、その結果を地域の商工業者に広く周知する。

項 目	公表方法	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
ア 地域の経済動向分析公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
イ 商工会員向け独自調査公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

ア 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

(i) 調査手法

経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

(ii) 調査項目

- ① 「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析
- ② 「まちづくりマップ・From-to 分析」→人の動き等を分析
- ③ 「産業構造マップ」→産業の現状等を分析
- ④ 地内の事業所数・商圈人口・世代別人口等の分析
⇒上記の分析を総合的にを行い、事業計画策定支援等に反映する。

イ 商工会員独自調査分析

商工会員独自の調査分析を昨年度（2023 年度）から実施しており、物価高騰や事業承継問題などの社会情勢が各事業者の経営に与える影響を把握し、町や当会に求める必要な支援を明らかにするため、商工会会員に郵送でアンケートを実施する。

(i) 調査対象 全商工会員

(ii) 調査手法 郵送によりアンケート配布（前回 回答率 67.5%）

(iii) 調査内容 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、労働環境、事業承継 設備投資、デジタルツールの活用、町や当会に求める必要な施策など想定。

(4) 調査結果の活用

(i) 調査結果はホームページに掲載し、広く周知する。

(ii) 職員が巡回指導を行う際の参考資料とする。

(iii) 得られたデータは町当局と共有し、事業計画策定や施策に活用する。

(iv) 小規模事業者が興味を持てる身近な情報提供を行い、円滑な事業計画策定支援等に繋

げていく。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

ア 現状

第1期では、令和2年度に実施された調査以降、コロナウイルスの影響などが障害となり実施できていない。

イ 課題

管内の小規模事業者にとって、商品やサービスが消費者ニーズや市場動向に適合しているかを把握することが重要であるが、多くの事業者は市場調査を実施しておらず、経営指導員もデータ分析や具体的な支援も十分ではない。さらに、町の観光入込数は令和4年の観光客入込数とイベント入込数は約38千人となっているが、「ブランド認定商品」の周知や活動が不十分である。（資料 出典各年版：県観光入込客統計 対前年比86.6%）

(2) 目標

項 目	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
ア 自店の利用客に対するお客様アンケート調査	—	2者	2者	2者	2者	2者
イ 農産物を活用した製品の調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
ウ 「田子町のふるさと納税寄附者に対するマーケティング調査対象事業者数」	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

顧客が求める店舗作りのために、「自店に対するお客様アンケート」と新たな需要開拓を目指す「ブランド認定事業者」等が取り扱う特産品に関する2種類の需要動向調査を実施する。さらに、本町のふるさと納税制度を活用した調査を通じてデータを収集・分析し、これを基に店舗や特産品の魅力を高めていく。

ア 自店の利用客に対するお客様アンケートを実施

事業者にとって消費者の需要動向を把握するには、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行うことが、最も現状に即した方法となる。

(i) 調査方法

- ① 小規模事業者が自店の商品やメニュー、サービスについての満足度調査を行う。
個店利用時に直接ヒアリングを実施し、項目の設定については事業者の意向を踏まえて決定する。
- ② 利用者や購入者を前提に1店舗／1商品あたり最低30枚の回収を目標とする。
- ③ 調査対象事業者:事業改革に意欲の高い事業者と創業初期の事業者、後継者がいるものの承継が進まない事業者など、巡回指導や動向調査を通じて、上記の事業者から2者を選定する。

(ii) 調査項目

- ① 基本項目：年齢、性別、居住地域、来店頻度など

② 個別項目：今後店の主力としていきたい商品やメニュー、サービスについて事業者を選定し、飲食業（主力メニューの味や量などに対する満足度）・小売店（店の雰囲気、商品や品揃えなどに対する満足度）・サービス業（サービスの内容や料金などに対する満足度）

③ これらの満足度評価は分析しやすいようにチェック項目などにより行う。

(iii) 活用方法

調査結果は分析を行い、経営分析での強み弱み等も加味しつつ個別の事業者に戻元し、新規顧客獲得や新商品開発、既存メニューの改良、品揃えの改善などお客様のニーズ及び要望を捉えた個社の事業計画策定に反映させる。

イ 地域資源であるニンニクを活用した加工品需要動向調査

「田子ブランド認定商品」の既認定事業者や認定を目指す事業者の加工品について、イベント来場者などを対象に需要動向調査を実施し、その分析結果を商品改善と事業計画に活用・反映させる。また、ニンニク加工品は主に県外・町外の方に購入されることが多く、お土産や贈り物としての用途が一般的である。このため、お土産品や贈り物としての需要動向を調査するため、地域内外の方が多く集まる「にんにくとべごまつり」会場にて調査を行う。

※「田子ブランド認定商品」とは、田子町産ニンニクを使用した加工品に対する審査を行い、基準を超えた優れた商品に「認定シール」が付与される制度であり、現在12社30アイテムの商品が登録されている。

- ・ 募集・受付：10月～12月（年1回）
- ・ 審査・認定：12月～2月
- ・ リーフレット作成：3月
- ・ リーフレットによるPR：3月～（随時）



(i) 調査対象事業者及び商品

「田子ブランド認定商品」の既認定済み及び認定を目指している、販路開拓に積極的な事業者から各社1アイテムを選定する。

(ii) 事業内容

- ① イベントへ参加の際に、アンケート調査等を通じて需要動向調査を行う。
- ② 10月、町内で開される「にんにくとべごまつり」出展時に行う。



(iii) 調査項目：ア) 年齢、イ) 居住地、ウ) 性別、エ) 味覚、オ) パッケージ価格、カ) 内容量（重さ）等とする。

(iv) 対象者：3者 サンプル数 各50枚

認定事業者及び認定を目指す事業者により参加者3者を募り、イベント来場者に試食アンケートを実施。新商品開発や販路開拓を行う際に参考となるよう支援を行う。

(v) 調査結果の活用

結果は、販路開拓等の専門家に意見を伺い、職員・経営指導員等が分析を行い、結果を当該事業者へフィードバックする。

ウ 田子町のふるさと納税寄附者に対するマーケティング調査（田子産ニンニク加工品など）

（i）事業内容

田子産ニンニクは看板商品として広く知られているが、他の地域資源は十分に注目されていないのが現状である。そこで「寄附者に対するマーケティング調査を行い、来訪者候補を絞り込み効果的なプロモーションを展開する。

さらに、「ふるさと納税」を通じて交流人口を増やし、関係人口や応援人口を広げることで、地域の魅力を発掘し、商品力や販売力を向上させる。そして、新たな価値を創出し、どの分野を強化したら地域の魅力に繋がるかも長期的に考える。

⇒結果的に、個々の事業者の「増収増益」「足腰強化」が期待できる。

町全体の振興として「創業、起業」「事業承継」「移住・定住」の促進に繋がる。

（ii）調査項目：ア）年齢、イ）居住地、ウ）性別、エ）味覚、オ）パッケージ価格、カ）内容量（重さ）キ）選んだ理由、ク）リピート回数等とする。

（iii）調査方法：二次元バーコードを掲載したアンケート依頼文を同封する。

（iv）対象事業者：「ふるさと納税の返礼品を提供する事業者」など3者

サンプル数 各50枚

（v）調査結果：職員・経営指導員等が当該事業者へ説明する形でフィードバックし、商品の改良、販路開拓等に活かすとともに事業計画作成支援に反映させる。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

ア 現状

これまで、ネットde記帳（MA1）の利用者には税務申告のために決算書や財務諸表、経営分析結果の提供や融資斡旋、各種補助金の申請先等に対する単発的な分析に終わっている。

イ 課題

経営状況の分析は、単なる経験や感覚に基づくものではなく、数値データや調査結果、過去の実績、業界のベンチマークといったエビデンスを駆使して経営課題を的確に特定し、明確な経営目標を可視化することの重要性を説明しながら経営改善に向けた伴走支援が必要である。

（2）目 標

項 目	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
ア 経営状況の分析	4者	5者	5者	5者	5者	5者
イ MA1利用者に対する財務・経営分析	5者	10者	10者	10者	10者	10者

※現状は令和5年度の数値である。

(3) 事業内容

ア 経営状況の分析

多くの事業者は自社の経営分析を行っていないため、経営分析を通じて「自社の強み・弱み」や「機会・脅威」、「不確実性」を明確にし、経営課題を可視化することによって、事業者が自社の現状を正しく理解し、改善に向けた具体的な方向性を見出せるよう支援する。また、将来的な成長を見据え、事業承継に関する課題を早期に抽出し、これを事業計画に反映させることで、持続可能な事業運営をサポートする。

(i) 対象者

日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金（マル経融資）融資先、持続化補助金申請先、事業承継計画作成先などの中から、経営に意欲の高い事業者5者を選定し、経営分析を実施する。

(ii) 分析を行う項目

経営基礎情報

経営情報、経営資源、経営上の課題等

(iii) 財務分析（定量分析）

売上高、営業利益、経常利益、収益性、成長性、生産性、効率性、安全性 等

(iv) SWOT分析（定性分析）

強み、弱み、機会、脅威、経営陣の現状、後継者の有無など等

(v) 分析手法

課題を発見するためのツールである経済産業省のローカルベンチマークや中小機構開発アプリ経営計画作成アプリ経営計画つくるくん等を活用した伴走支援を行う。

イ 会計ソフト「MA1」を活用した財務・経営分析

分析の第一歩として、毎月の業績を翌月早々に把握できるよう、日々の記帳が良好で会計ソフト「MA1」を利用している事業者10者に対し、業績確認を中心とした財務分析を実施する。主に「収益性、安全性、生産性、成長性」などの基本的な指標を確認し、事業者自身が課題を認識できるよう支援する。次の段階として、顧客満足度やブランド価値などの非財務要素を分析し、持続可能な成長を支援する。

クラウド会計ソフト『MA1』は、商工会が事業者を提供する記帳システムであり、売上成長率など、特定の KPI を追跡し、経営の成果を可視化でき、目標達成に向けた進捗を確認できる。

イの対象者に対しても、上記（ii）（iii）（iv）（v）の手法を基に分析を実施し、経営改善に向けた具体的な方向性を見出せるよう支援する。

(4) 分析結果の活用

上記の分析結果を基に、次の事業計画の策定等を促す。事業承継を検討している事業者には優先的に計画策定の支援を行い、創業予定者の経営策定支援も行う。

今後、事業者自らが経営分析を行って（自走化）、経営状態や今後の経営方針を判断・策定するよう指導を行う。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。

担当職員だけでなく、他の職員も類似の経営支援が行えるようにする。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

ア 現状

当会では、主に小規模事業者持続化補助金等の補助金申請時や各種融資時の簡易な経営分析に限られ、事業計画策定に対する意識が低く、十分な支援が提供されていないのが現状である。

イ 課題

小規模事業者の事業計画策定に対する意識の低さである。小規模事業者が事業の持続的成長を目指すうえで経営に変化を取り入れることの重要性を認識させることが課題であることから、専門家を活用した現実味のある事業計画策定セミナーを開催し、経営者の意識改革を図る。

また、セミナーへの参加者が少ない現状を踏まえ、早期の参加者掘り起こしや隣接する商工会との連携も検討しながら実施する。

(2) 支援に対する考え方

(i) 事業計画策定の重要性を理解させるため、セミナーのカリキュラムを工夫し、経営分析を行った事業者の約50%が事業計画を策定できるよう支援する。また、創業や事業承継を検討している事業者には、優先的に策定支援を行う。さらに、価格転嫁が難しく消費が伸び悩む中、ゼロゼロ融資の返済や人件費の増加により固定費が増大し、経営が困難になる事業者が増える可能性もあるため、きめ細かな対応支援を行う。加えて、事業者（建設業・林業等も含む全業種）がもつ地域のネットワークや特産品、地域文化への理解を活かし「地域（観光）に絡めた事業計画を策定」これにより、地域（観光）に付随した形で事業が発展することを目指す。計画書の作成にあたっては、外部の専門家の協力を得て、より具体的かつ実現可能な内容に仕上げる。

(ii) 事業計画策定の前段階としてDX推進に関するハンズオントレーニング形式のセミナーを実施し、デジタル化を促進して、競争力の向上を図る。近年、AI（人工知能）技術の進化により、企業の生産性向上において新たな可能性が広がっている。身近にできるAI技術から始めることで、その活用方法を習得し、今後の経営の効率向上を目指すとともに、事業戦略への取り入れ方を考えるきっかけとする。

※「コロナゼロゼロ融資」中小企業向け資金繰り支援 「実質無利子・無担保融資」

(3) 目標

項 目	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
ア DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
イ 事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	4者	8者	8者	8者	8者	8者

※現状は令和5年度の数値である。

(4) 事業内容

ア 「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」などの開催

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サイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象】管内小規模事業者等

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

【講師】青森県商工会連合会の登録専門家等、IT関連企業を想定

【回数】年1回

【カリキュラム】DXの基本概要、DX関連技術（ICT環境、IoT技術、AI）や具体的な活用事例

- ・クラウド型顧客管理ツール、SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイト・D2Cやオンライン商談の利用方法について

【参加者数】10名

セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対して、職員・経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家等派遣を実施する。

イ 「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】管内小規模事業者等、経営分析を行った事業者を対象とする。

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

【講師】青森県商工会連合会の登録専門家等から選定

【回数】年1回

【カリキュラム】経営計画策定に関する知識の習得

【参加者数】10名

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

ア 現状

第1期計画では、事業計画策定後の実施支援が不十分であり、計画が形式的になってしまったケースがあった。また、「増収増益」といった具体的な成果に焦点を当てたフォローアップが不足していた。

イ 課題

事業計画を策定したすべての事業者に対し、進捗に応じた具体的な支援を行う。特に、事業者が直面する経営課題を共に解決し、フォローアップを通じて「増収増益」を実現することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者に対して支援を実施する。実施にあたって、前年度に計画した事業者も対象とし、各事業者の状況や進捗に応じて、支援の頻度や内容、必要な支

援量を見極め、適切なタイミングで伴走型支援を行うことを基本とする。商工会職員としては、事業者の自走化を意識した支援を行う。

(3) 目標

項 目	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
フォローアップ対象事業者数	5 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
頻度（延べ回数）	2 1 回	4 0 回	4 0 回	4 0 回	4 0 回	4 0 回
売上増加事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
利益率 1 % 以上増加の事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

フォローアップ回数（延べ回数）の算出根拠

実施年度の事業計画策定件数者のうち、集中的に支援が必要な事業者（1 者）と、順調に計画遂行の事業者（7 者）とする。

・ 1 者：（ 毎月 1 回 ）→ 1 者× 1 2 回＝ 1 2 回

・ 7 者：（ 4 半期に一度 ）→ 7 者× 4 回＝ 2 8 回 合計 8 者（合計 4 0 回）

(4) 事業内容

原則、事業計画を策定したすべての事業者を対象とする。

頻度については進捗状況により設定する。そのほか事業所からの申し出があった場合は、臨機応変にフォローアップ頻度を増減させて対応する。

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

ア 現状

平成 2 7 年に特産品やニンニク加工品の需要拡大を目指して、東京都汐留にアンテナショップ「アンテナショップ青森県たっこまち」を開設した。この取り組みによって、一部の事業者において、首都圏市場での新たな需要の開拓や販売ノウハウの習得に寄与できたが、平成 3 0 年度アンテナショップの運営が終了した後、商談会や物産展への出展支援については、情報提供や出展募集にとどまり、売上増や業績改善に直接結びついていない。

イ 課題

小規模事業者にはリソースが少ないため、自社独自で新たな需要（顧客）獲得ができないことも多く、「需要の停滞」や「利用者ニーズの変化」に対応できず、売上が減少している。

当会としても、事業者が新たな顧客を獲得できるよう各種商談会や展示会等出展支援をしてきたが、一部の事業者には効果がみられるものの、効果が見られない事業者も多く存在している。そのため、事業を見直し、事業者の「増収増益」を達成するために、新たなアプローチが求められている。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が単独で実施することが難しく、新たな需要獲得効果が高い取り組みについて、側面支援を行う。この支援は、事業者が新たな需要を獲得するためのきっかけ作りを行うという考え方で実施する。

また、本会は、町の総合計画に掲げる「田子育ち」の産業振興を推進するため、地域資源を活用した魅力的な製品の創造は、地域内の事業者の連携により、製品開発などを行うことが重要であり、これらのマッチングに注力する。さらに、行政や観光協会と連携して、地域資源に付加価値を加えた商品を開発や連携、ECサイトやSNSを活用した販路開拓支援を実施し、観光誘引を通じて集客を促進し、交流人口や関係人口の創出・拡大に向けた取組を推進するとともに、事業者の売上向上を目指す。

また、目まぐるしく変化する外部環境に適応するため、ソーシャルリスニングを取り入れながら、消費者の声を反映したより効果的な戦略を構築する。

(3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
ア 青森県・青森県商工会連合会等主催商談会 出展事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
イ ニッポンセレクト 新規出展事業者数	2 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
成約件数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
ウ SNS活用事業者	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
投稿（発信）件数：1 者 あたり 4 回/月	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
エ ネットショップの開 設数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

上記 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業（2）で記述した本事業で取り組む内容は以下のとおり。

ア 展示会・商談会出展事業（BtoB 及び BtoC）

青森県、青森県商工会連合会、全国商工会連合会など支援機関が販路開拓の目的で開催する展示会、商談会などへの出展支援を行う。個社の経営資源や経営状況の分析結果に基づき、商談会の目的や場所などを勘案した上、最適な情報提供を行う。

これまで出展してきたことのある 11 月中旬開催の「ニッポン全国むらおこし物産展（東京豊島区にて開催）」、1 月開催「FOOD MATCH AOMORI 2025（あおもり食品展）の出展」などの商談会に、毎年、町内の小規模事業者 2 者選定し参加を促す。

また、情報提供と併せて出展方法やプレゼン方法の事前指導や、出展後のアフターフォローとしてバイヤーのリスト作成支援、礼状作成支援を行い小規模事業者の商談成約率向上に向けて支援を行う。

※ 「ニッポン全国むらおこし物産展」(主催:全国商工会連合会)・・・BtoC

(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 200 名、来場者数約 80,000 人の物産展。

※ 「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 社、県内外バイヤー数約 300 名

イ ニッポンセレクト出展支援 (BtoC)

産直お取り寄せECサイト「ニッポンセレクト」(運営:全国商工会連合会)を通じて農商工連携や地域資源の活用などにより開発した商品等や、魅力的な地域商品の販売力向上を支援することを目的に、同サイトへの出展支援を行う。

これまで「田子ブランド認定商品」の既認定事業者に対して情報提供を行ってきたが、第2期では、オンライン販売に挑戦したい事業者、特に魅力的な魅力的な特産品持ち、新たな市場にアプローチしたい町内の小規模事業者を対象に、毎年1者新規の出展者を重点的に支援する。

【支援対象】 新たな市場へのアプローチを希望する町内の小規模事業者。

【支援手法】 経営指導員等が巡回訪問を通じて、事業者の状況を把握し、必要に応じた実行支援を行う。

【支援内容】 関連情報の提供や必要な資料、提案書を直接手渡し、出展に向けたサポートを行う。また、パッケージデザイン、価格提示、内容量、配送費用、商品表示方法に関するアドバイスや満足度の高い包装配送方法についても支援する。併せて、食品表示や広告の適正化について専門家と連携し、法令遵守を徹底しつつ、売上向上を目指す。

※「ニッポンセレクト」(運営:全国商工会連合会)

(参考) 現在約 3,600 社、約 17,000 商品(2024 年 5月末)の掲載実績があり、全国各地から商品を直接お客様にお届けする「産地直送方式」で運営。

ウ IT活用による販路開拓支援

①関係人口の創出・拡大に向けた取組 (SNS活用)

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客を取り組みやすいSNSを活用し、情報発信方法、宣伝効果を向上させるための支援を行う。なおこの取り組みは、地元の人々にとって「あたりまえ」とされている事柄を磨き上げ、それを事業者の「魅力に変換」するといった考えで取り組む。

【支援対象】 広範囲な顧客層へのアプローチを目指す小規模事業者。特にSNSの活用に不安がある、またはこれから始めようとしている事業者。

【支援手法】 IT 専門家や Web デザインの専門家と連携し、各プラットフォームに適したコンテンツの作成方法を実践的に支援する。

【支援内容】 アカウントの開設支援から投稿内容の作成、広告運用、フォロワーの増加、利用者との関係強化まで、SNS活用に関わる一連の支援を行う。さらに、定期的な効果測定を実施し、運用の最適化を図る。

エ 自社ホームページによるネットショップ開設（D2C）

商品構成、ページ構成、SEO対策、デジタルコミュニケーションスキルの向上、PR方法等について支援を行い、立ち上げ方法および運営後のサポートも実施する。

【支援対象】 自社で製造した商品を直接消費者に販売したい事業者。

【支援手法】 IT 専門家や Web デザインの専門家と密接に連携しながら、実践的な支援を実施する。また、「グーペ」（全国商工会連合会提供）簡易ホームページ作成ツールの活用を促進し、積極的なPR活動と個別サポートを通じてオンライン販路の拡大を支援する。

II. 経営発達事業の円滑な実施に向けた支援向上力のための取組み

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

ア 現状

現状、経営発達支援事業における支援状況は、所内で評価するに留まっており、第三者の視点を入れた評価・事業の見直しなどはなされていなかった。

イ 課題

今後は、第三者として外部有識者を入れた「経営発達支援事業評価会議」により本事業の成果を確認し、PDCAサイクルを回しながら事業を推進する必要がある。

（2）事業内容

毎年度、経営発達支援計画の実施状況及び成果については、以下の手順により評価・検証を行う。PDCAサイクルによる事業検証を行い取組内容の質の向上に繋げていく。

ア 事業年度ごとに事業評価委員会を年1回以上開催し、事業評価する。

事業評価委員会の構成メンバーは、

田子町商工振興課長、日本政策金融公庫八戸支店担当者、青森県商工会連合会広域支援課担当者、田子町商工会正副会長、専務理事、法定経営指導員 8名

イ 当該委員会の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業の改善・見直し等を行う。

ウ 毎年度1回 結果を小規模事業者が閲覧可能な状態にするため、商工会のホームページで公表する。

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

ア 現状

青森県商工会連合会主催の研修に積極的に参加し、経営指導員が中心となって経営発達支援事業を実施している。しかし、現状では、経営発達支援事業における事業者支援が主

に経営指導員に依存しており、職員間での情報共有や連携が不足している。

イ 課題

指導員の支援能力向上に重点が置かれており、一般職員を含む組織全体のレベルアップが意識されていない。また、支援内容や課題に応じた研修を受け、支援のノウハウの取得に努めているが、属人的になり、職員全体での情報共有が不足している。

(2) 事業内容

ア 外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員や職員の支援スキル向上のため、青森県商工会連合会が主催する「経営指導員研修」や「経営支援能力向上セミナー」などに職員を派遣する。また、他の支援機関や団体が実施する無料セミナーやオンラインセミナーも活用し、職員の知識やスキルの向上を図る。さらに、外部講師を招いて所内研修を実施し、職員の専門知識習得の機会を増加させ、支援能力向上を図る。

【D X推進に向けたセミナー】

A I 技術の進化に対応するため、D X推進に必要な I T ・デジタル化支援能力を向上させることが急務となっている。最新のD X関連のセミナーや研修会の情報を収集し、職員が実務に役立つ知識を習得できるよう積極的に参加させる。

<D Xに向けた I T ・デジタル化の取組>

(i) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

R P Aシステム（ロボット化）、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の I T ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

(ii) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社 P R ・情報発信方法、E C サイト構築・運用オンライン展示会、S N S を活用した広報、モバイルオーダーシステム等

(iii) その他取組

ネット申込・申請方法（融資申込、電子申告等、）

イ O J T 制度の導入

巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J Tを積極的に実施し、支援能力の向上を図る。また、青森県商工会連合会の嘱託専門経営支援員によるO J Tを実施することで、組織全体としての伴走型の支援能力を高める。

ウ データ共有化

経営指導員等が商工会基幹システムを活用し、支援状況を全職員で常に最新情報を共有。事業計画等の策定内容も全職員が閲覧・入力できるため、特定の職員に依存することなく組織的支援が可能となる。

エ 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

本商工会では、これまでも三八地区管内（青森県田子町、三戸町、南部町、五戸町、八戸市南郷、階上町）の6商工会で、年1回研修会を開催して、小規模事業者支援に関するノウハウ交換を実施し、これに加えて更なるノウハウ習得のため、他支援機関を交えてた情報交換を行う。

(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11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）	
法定経営指導員 1名 田子町産業振興課 補助員 1名、 記帳専任職員 1名	
※事務局長不在	
(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 池田 靖 ■連絡先 田子町商工会 TEL0179-32-2177	
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。	
(3) 商工会、関係市町村連絡先	
① 商工会 〒039-0201 青森県三戸郡田子町大字田子字風張13-1 田子町商工会 TEL 0179-32-2177 Fax 0179-32-4295 E-mail takko-sho.229@cd.hi-net.ne.jp	
② 関係市町村 〒039-0292 青森県三戸郡田子町大字田子字天神堂平81 田子町 商工振興課 TEL0179-20-7114 F a x 0179-32-4294 E-mail takko0402a@town.takko.lg.jp	

(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 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
必要な資金の額	450	450	450	450	450
1. 地域の経済動向調査	50	50	50	50	50
2. 需要動向調査	50	50	50	50	50
3. 経営状況の分析	50	50	50	50	50
4. 事業計画策定支援	70	70	70	70	70
5. 事業計画策定後の実施支援	70	70	70	70	70
6. DX 推進支援	80	80	80	80	80
7. 新たな需要の開拓	50	50	50	50	50
8. 経営指導員等の資質向上	30	30	30	30	30

(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、町補助金、手数料、事業委託料、雑収入

(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	
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	