

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	弘前商工会議所（法人番号 8420005004418） 弘前市（地方公共団体コード 022021）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （1）地域内産業の長期的な維持・発展を目指し、事業者の「自己変革力」向上による経営基盤の安定化を図るための伴走支援 （2）創業支援・事業承継支援推進による事業者数の維持・増加 （3）小規模事業者の商品・サービスの販路開拓による事業継続と稼ぐ力の強化 （4）伴走支援体制の確立
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 ①管内の景況動向調査 ②地域経済動向調査（RESASの活用） 4. 需要動向調査に関すること ①店頭での需要動向調査 ②「津軽の食と産業まつり」での消費者ニーズアンケート調査 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の掘り起こし ②経営分析の実施と内容 6. 事業計画策定支援に関すること ①「事業計画策定セミナー」の開催 ②「DX推進セミナー」の開催及びみらデジを活用したデジタル化状況や経営課題の把握 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①定期的なフォローアップと支援機関同士の連携支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①東京ギフトショー出展事業 ②地元コミュニティFMとの繋がりを活かした販路開拓 ③会議所連携を活かした販路開拓 ④DXに取り組む事業者支援
連絡先	【連絡先】 弘前商工会議所 経営二課 〒036-8567 青森県弘前市上鞆師町 18-1 TEL：0172-33-4111 Mail：info@hcci.or.jp 弘前市 商工労政課 商業振興係 〒036-8551 青森県弘前市上白銀町 1-1 TEL：0172-35-1135 Mail：shoukou@city.hirosaki.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) 地域の現状及び課題

①現状

【弘前市の概要】

弘前市は青森県の南西部に位置する。平成 18 年に弘前市、岩木町、相馬村の 3 市町村が合併し、総面積は 524.12 k m² となり、当所は旧・弘前市エリア (273.81 k m²) を所管している。

市の東側に都市部、その外周に広がる水田、りんご園といった広大な農地と、これを維持する農業集落が点在する農村部、さらに北西側から南側にかけての山間部に分けられる。津軽為信公を藩祖とする津軽藩の城下町として栄え、戦災に遭わなかったことから弘前市独自の景観が形成されている。

観光面においては、日本一の桜の名所である弘前公園をはじめ、藩政時代のたたずまいを残す寺院街や明治・大正期の洋風建築等の歴史的文化財を数多く有している。さらには「弘前さくらまつり」、「弘前ねぶたまつり」に代表される津軽の四季を活かした祭りが催され、毎年多くの観光客で賑わっている。

基幹産業である農業は、米はもとより、日本一の生産量を誇る「りんご」や岩木山麓の「嶽さみ(とうもろこし)」等、全国的に有名な作物が多い。また、地域産業として「津軽塗」や「津軽こぎん刺し」等の優れた伝統工芸品も数多く存在し、現在も職人による匠の技が受け継がれている。

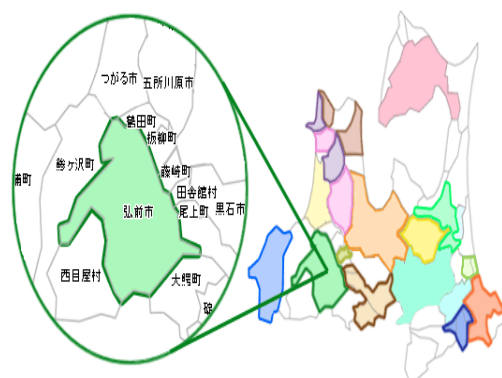
その他、国立大学法人弘前大学をはじめとする高等教育機関が集積しており、「学都弘前」と称される学園都市が形成されていることから、弘前市は津軽地方の産業・経済・教育・文化の中心としての機能を担っている。

【人口の推移】

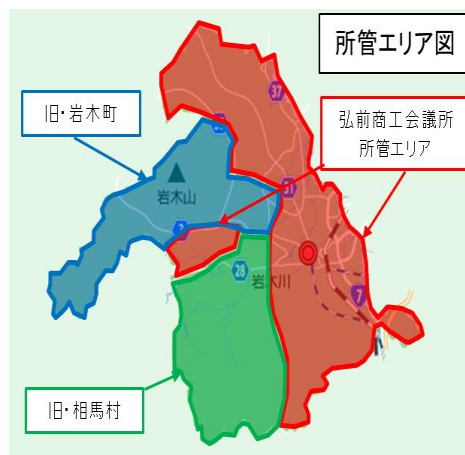
弘前市の人口は、1995 年の 19 万 4 千人をピークに減少に転じ、2022 年 10 月時点で 16 万 4 千人となっている。青森県内では、青森市、八戸市に次ぐ人口規模であるものの、将来人口は 2045 年に 12 万 1 千人まで減少する事が見込まれ、人口減少が年々深刻化していくことが予想される。

年代別でみると、老年人口が 2025 年の 5 万 5 千人をピークに減少に転じる見込みであり、従業員数が多い医療・介護需要が縮小する可能性を示唆している。

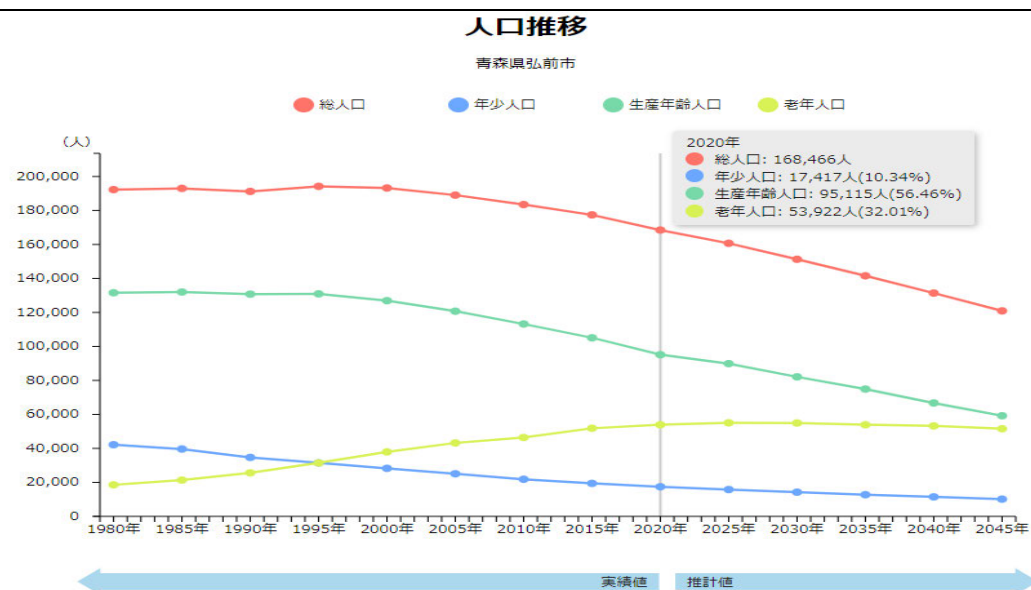
また、生産年齢が 1980 年の 13 万 1 千人から減少し、2020 年には 9 万 5 千人と 27.7% 減少しており、経済成長の低下が予想される。



<図 1>弘前市の位置



<図 2>所管エリア



＜図 3＞弘前市の人口推移

【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【市内の公共交通】

市内には国道 7 号、102 号が通り、高速道路は最寄りに東北自動車道大鰐弘前 IC がある。鉄道は市中心部に JR 奥羽本線弘前駅があり、その他、私鉄の弘南鉄道弘南線及び大鰐線が運行している。一般路線バスは市中心部のバスターミナル、JR 弘前駅を中心として、放射状に路線が整備されており、各都市への高速バスも運行している。

【事業者数の推移】

令和 3 年経済センサス活動調査では、市の事業者数は 7,526 事業者であり、産業別でみると「小売・卸売業」1,939 件、「宿泊・飲食サービス業」1,004 件、「生活関連サービス・娯楽業」864 件、「医療・福祉」860 件、「建設業」568 件、「製造業」334 件、「学術研究・専門技術等のサービス業」262 件、「農業・農業関連」66 件と続き、「他に分類されない業種（情報通信・運輸・金融・保険・不動産業等その他）」は 1,629 件となっている。

年々「小売・卸売業」及び「宿泊・飲食サービス業」が減少傾向となっており、観光関連業種の減少に歯止めが利かなくなっている。

	H24	H28	R3	構成割合
小売・卸売業	2,243	2,088	1,939	25.8%
宿泊・飲食サービス業	1,234	1,120	1,004	13.3%
生活関連サービス・娯楽業	947	848	864	11.5%
医療・福祉	705	728	860	11.4%
建設業	602	530	568	7.5%
製造業	407	366	334	4.4%
学術研究・専門技術等サービス業	254	248	262	3.5%
農業・農業関連	35	39	66	0.9%
他に分類されない業種その他	1,742	1,643	1,629	21.6%
全事業者合計	8,169	7,610	7,526	100.0%
うち小規模事業者数	5,482	5,143	4,711	62.6%

＜図 4＞事業者数の推移

【参考】H24・H28・R3 経済センサス

当市で最も比率の高い「小売・卸売業」について、令和３年と平成２８年で比較すると１４９事業者減少しており産業比率の高い分野の衰退が懸念されている。

また、商業事業者における年間商品販売額は４，６８３億１，３００万円で、卸売業が２，４９７億６００万円、小売業が２，１８６億８００万円となっており、これらの構成比は卸売業５３．３％、小売業４６．７％となっている。

産業分類別に年間商品販売額をみると、卸売業で販売額が最も多いものは「飲食料品」の１，０６９億２，７００万円（構成比２２．８％）、「建築材料、鉱物・金属材料等」が５２０億９，５００万円（構成比１１．１％）、「機械器具」が４３３億２，５００万円（構成比９．３％）と続いている。また、小売業では「その他」の７９４億１，５００万円（構成比１７．０％）、次いで「飲食料品」が５９６億７，３００万円（構成比１２．７％）、「自動車・自転車」が２８４億８，５００万円（構成比６．１％）となっている。いずれも平成２８年と比較すると、卸売業全体では１３６億６００万円の減少（５．２％減）、特に「機械器具」が３７億８，６００万円の減少（８．０％減）となっており、卸売業全体のなかでも最も減少している。

また、小売業で最も減少したのは「飲食料品」で８１億４，２００万円の減少（１２．０％減）となっている。

一方で、「無店舗」での小売業が急激に成長しており、６８億７，３００万円増加（１１５．２％増）していることから今後もますます伸びる業種であるといえる。

区分	平成 28 年		令和 3 年		増減 H28/R3	
	実数 (百万円)	構成比 (%)	実数 (百万円)	構成比 (%)	実数 (百万円)	増減率 (%)
総 数	492,635	100.0	468,313	100.0	△24,320	△4.9
卸 売 業	263,312	53.4	249,706	53.3	△13,606	△5.2
各 種 商 品	2,711	0.6	X	-	-	-
織 維 ・ 衣 類 等	2,443	0.5	X	-	-	-
飲 食 料 品	105,674	21.5	106,927	22.8	1,253	1.2
建 築 材 料 ・ 鉱 物 ・ 金 属 材 料 等	53,412	10.8	52,095	11.1	△1,317	△2.5
機 械 器 具	47,111	9.6	43,325	9.3	△3,786	△8.0
そ の 他	51,961	10.5	X	-	-	-
小 売 業	229,323	46.6	218,608	46.7	△10,718	△4.7
各 種 商 品	21,053	4.3	14,555	3.1	△6,498	△30.9
織 物 ・ 衣 服 ・ 身 の 回 り 品	12,068	2.4	10,035	2.1	△2,033	△16.8
飲 食 料 品	67,815	13.8	59,673	12.7	△8,142	△12.0
自 動 車 ・ 自 転 車	30,763	6.2	28,485	6.1	△2,278	△7.4
家 具 ・ じ ゅ う 器 ・ 機 械 器 具	12,342	2.5	13,609	2.9	1,267	10.3
そ の 他	79,318	16.1	79,415	17.0	97	0.1
無 店 舗	5,964	1.2	12,837	2.7	6,873	115.2

＜図５＞年間商品販売額の推移

【参考】H24・H28・R3 経済センサス

【事業所が求める経営支援について】

当所会員企業からのアンケート結果から事業者が求める経営支援は次のとおりである。

コロナ禍での調査ということもあり、「資金調達支援」が最も多く求められ、資金繰りに苦労していることから、借入金月商倍率も大幅に増加している事業者が多くなってきている。

次に多かった回答は、「人材確保・社員育成支援」との回答で、全国的に課題となっている少子

高齢化による生産年齢人口の減少と老年人口の増加が当地域でも課題となっており、若者の県外流出を防ぐこと、女性や高齢者など多様な働き方ができる環境づくりへの支援が必要である。また、「IT化推進支援」との回答も多いことから、人手不足対応 AI や IoT などの経営革新による生産性の向上による支援が必要である。

「経営分析及び事業計画策定による販路開拓、売上・利益向上支援」、「新商品・新技術開発の支援（助成制度紹介など）」も回答が多く、変化する事業環境、不確実性が高まっている時代に対応できるように、課題設定型の伴走支援に力を入れて中小企業・小規模事業者の経営力を強化することで自走できる事業者を増やす支援が必要である。

会員企業ニーズ調査（令和3年11月実施、調査対象2,734件、回答数231件、回答率8.4%）

当所で取り組んで欲しい経営支援内容について	回答数
資金調達支援（制度融資の斡旋、助成金紹介など）	134
人材確保・社員育成支援（新入社員・中堅社員研修など）	84
経営者・企業幹部向け研修（経営塾・講演会、勉強会など）	59
事業継続力強化支援（BCP策定など）	56
IT化推進支援（パソコン 基礎、ホームページ作成、データ活用など）	53
働き方改革への対応支援	52
経営分析及び事業計画策定による販路開拓、売上・利益向上支援	51
新商品・新技術開発の支援（助成制度紹介など）	47
福利厚生支援（役員・従業員のための各種共済や健康診断、従業員表彰など）	46
事業承継・後継者対策支援（セミナー、専門家による相談など）	44
販売促進支援（ビジネス交流会、新商品・製品PRなど）	42
事業転換・新分野進出支援（セミナー、開業相談など）	38
税務・記帳指導支援	31
健康経営支援	31
リスク対策支援（ビジネス総合保険、関連倒産防止など）	21
海外進出支援（貿易証明など）	8
合計	797

＜図6＞当所に事業所が求める経営支援についてのアンケート調査結果

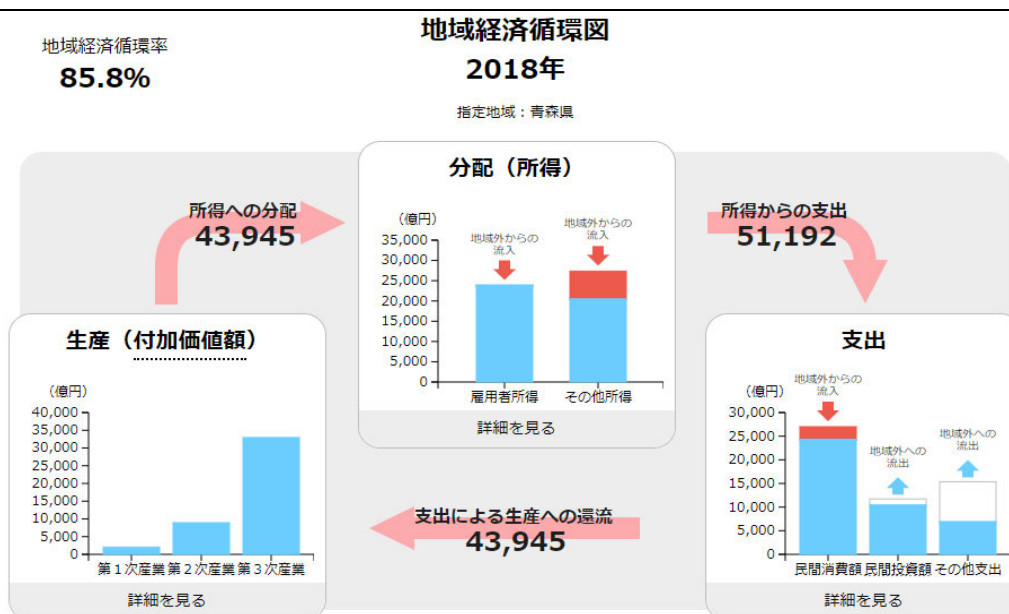
【地域経済循環について】

RESASの地域経済循環から、生産面において第三次産業が最も生産額が多く、特に保健衛生・社会事業、小売業、住宅賃貸業が付加価値額が大きい。その他、付加価値額の修正特価係数で見ると農業分野が最も高く重点的に伸ばしていくべき分野であることが分かる。

また、四季を通じて観光資源が豊富であることから、移輸入入収支額が若干のプラスである観光関連産業を支援することで、更なる生産額・付加価値額の増加の余地がある。

分配面については、周辺市町村からの働き手が多いことから、雇用者所得の域外流出が見られている一方で、財産所得、企業所得、交付税、社会保障給付、補助金等、雇用者所得以外のその他所得は地域外からの流入が多い。

支出面については、観光地であることから民間消費額の域外流入が見られるものの、民間投資額及びその他支出に関して域外流出が多く、地域内産業間における取引を促進し地域内での経済循環を活発にすることが求められる。

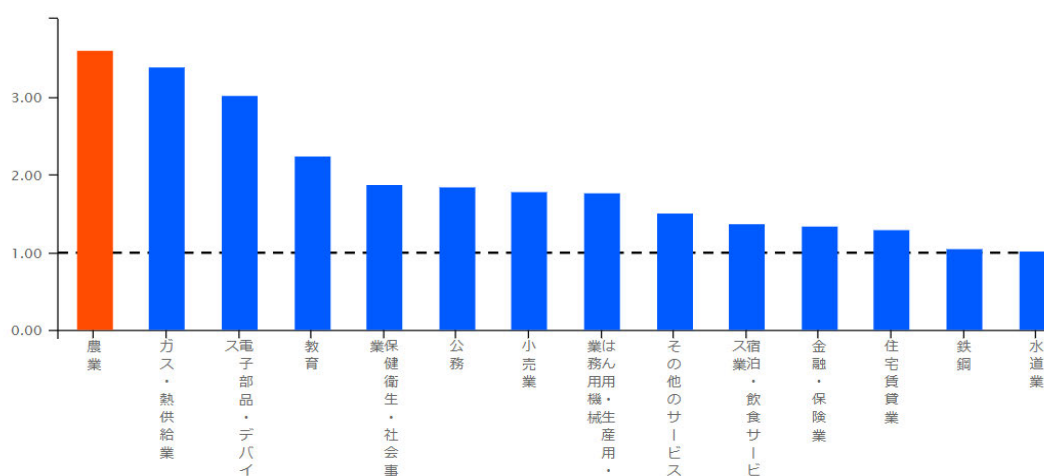


生産額（修正特化係数-産業別）

青森県弘前市

2018年

第1次産業＞農業



<図7> 弘前市の地域経済循環図及び生産額

【出典】環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」
（株式会社価値総合研究所（日本政策投資銀行グループ）受託作成）

【弘前市総合計画の引用】

弘前市総合計画（2019～2026年度）の商工業関連の政策は、中心市街地活性化対策、市内製造業の基盤強化、企業誘致活動、創業・起業支援等により、市内商工業の振興を図ることとしており、具体的な施策と計画事業は次の様に記載されている。

1. 商業活動の活性化と強化	
施策	計画事業
(1) 魅力ある商業地域の形成	①中心市街地活性化推進事業 ②学びを応援！まちなかにぎわい創出実証事業 ③空き店舗対策事業 ④商店街振興対策事業 ⑤商人育成・商店街活性化支援事業 ⑥れんが倉庫美術館等管理運営事業 ⑦健康づくりのまちなか拠点整備事業 ⑧歩きたくなるまちなか形成事業 ⑨健康とまちなかにぎわい創出事業
(2) 地元生産品の販売力強化	①物産の販路拡大・販売促進事業 ②工芸品の販路拡大・販売促進事業 ③弘前マイスター制度 ④地域産業魅力体験事業
2. 地域を牽引する産業の育成と企業誘致	
施策	計画事業
(1) 産業基盤の強化	①食産業育成事業 ②アパレル産業育成事業 ③産学官連携推進事業 ④企業立地推進事業 ⑤製造業 IT 導入支援事業 ⑥健康医療関連産業創出育成事業
(2) 企業誘致の推進	①企業立地推進事業 ②地元就職マッチング支援事業 ③地域産業魅力体験事業 ④製造業 IT 導入支援事業 ⑤健康医療関連産業創出育成事業
3. 経営力の向上	
施策	計画事業
(1) 創業・起業への支援	①創業・起業支援拠点運営事業 ②ひろさきローカルベンチャー育成事業
(2) 経営支援・融資制度	①各種融資制度の実施 ②中小企業経営基盤強化対策事業

4 観光地域づくりの推進

施策	計画事業
(1) 観光資源の魅力の強化	①四大まつり開催事業 ②まち歩き観光パワーアップ事業 ③魅力ある着地型観光促進事業 ④夜を彩るまちあかり事業 ⑤1625岩木の魅力推進事業 ⑥地域資源活用体制構築事業 ⑦温泉地の魅力体感促進事業 ⑧弘前観光プロモーション事業 ⑨おいでよひろさき魅力発信事業 ⑩北海道・東北新幹線活用対策事業 ⑪マスコットキャラクター「たか丸くん」活用事業 ⑫津軽圏域 DMO 推進事業 ⑬歴史的資源を活用した観光まちづくり事業 ⑭ひろさき観光ミライラボ運営事業 ⑮ひろさき型ヘルスツーリズム調査研究事業
(2) 観光客受入環境の整備促進	①ひろさきガイド学校運営事業 ②サイクルネット活用促進事業 ③観光案内所等運営事業 ④星と森のロマントピア整備事業 ⑤岩木山地域観光施設等整備事業 ⑥観光館等整備事業 ⑦津軽圏域 DMO 推進事業

【出典】2023 年策定 弘前市総合計画 後期基本計画より抜粋

②課題

資金繰りの悪化に伴う経営状況の悪化や、深刻な人手不足や最低賃金の引き上げ、原材料・燃料価格の高騰など、様々な内的・外的要因による厳しい状況が続くことによって、事業継続に難を抱える事業者が増え続けている状況である。

資金繰り等に苦しむ事業者の支援を継続しながらも、改善後の販路開拓や顧客獲得に向けた新たな取り組みに対して、積極的な事業者を増やすことが喫緊の課題であることから、経営分析及び事業計画策定、新規販路開拓・新商品開発、IT ツールやデジタル技術の情報提供、円滑な事業承継といった事業者毎に異なる課題に対して伴走支援を実施し、“自己変革”を促すための支援体制の構築が必要であると考えられる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

人口減少は歯止めが効かず、少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少による経営難や、後継者不在による廃業など、市全体として稼ぐ力が低下することにより、事業継続が厳しくなることが予想されるため、経営基盤の強化及び事業継続に向けた支援を実施する。

当市の産業比率で最も多い「小売・卸売業」の平成28年と令和3年を比較すると、人口及び事業所の減少とともに年間商品販売額が約5%減少していることから、地域全体の稼ぐ力が弱くなり、地域全体の衰退が続くものと考えられるため、当市の強みである観光資源を活かしたインバウンド需要の取り込みによる外貨獲得を目指すなどの事業展開を支援していく。

また、当所で取り組んでほしい経営支援内容について、人材不足や IT 化について課題を感じている事業者が多いことから、DX（デジタルトランスフォーメーション）を推進し、日々変化する事業環境に対応可能な事業所を増やしていく支援の強化に取り組む。

②弘前市総合計画との連動性・整合性

上記に記載した「①10 年程度の期間を見据えて」より、経営基盤の強化及び事業継続に向けた支援については弘前市総合計画のうち、3. 経営力の向上－（2）経営支援・融資制度施策の「①各種融資制度の実施、②中小企業経営基盤強化対策事業」等と連動する内容である。

また、観光資源を活かしたインバウンド需要の取り込みによる外貨獲得等の地域全体の稼ぐ力の強化に関しては、4. 観光地域づくりの推進－（1）観光資源の魅力の強化施策の事業全般と 1. 商業活動の活性化と強化－（2）地元生産品の販売力強化施策の「①物産の販路拡大・販売促進事業、②工芸品の販路拡大・販売促進事業」等と連動する内容である。

その他、人材不足や IT 化について課題を抱えている事業者への DX の推進については、2. 地域を牽引する産業の育成と企業誘致－（1）産業基盤の強化の「⑤製造業 I T 導入支援事業」等と連動する内容である。

上記の通り、本計画と弘前市総合計画には連動性・整合性があることから内容を踏まえて具体的な事業内容を設定する。

③商工会議所としての役割

「頼られる商工会議所」を当所の基本方針として掲げ、「御用聞き」を支援の入り口とした対話と傾聴によって、事業者に寄り添いながら「感覚の経営」からの脱却を目指し、経営分析による経営状況を基にした事業計画を策定するなど、事業継続に向けた各種支援を数値や根拠を明確にした「論理的な経営」を促す。また、専門的な分野や他機関との連携支援が必要な場合は、行政、金融機関、経済団体がスクラムを組んで多岐にわたる支援が出来るように弘前商工会議所が旗振り役を担い、新規販路開拓、新規顧客獲得、DX 化によるビジネスモデルの変革に取り組む事業者の「自己変革」による新たなチャレンジについて伴走型支援を実施し、事業者の自走化を目指しながら、個々の事業者だけではなく地域の持続的発展に寄与する。

（3）経営発達支援事業の目標

上記、地域の現状及び課題と小規模事業者に対する長期的な振興のあり方より、当所としての目標を以下のように掲げる。

①地域内産業の長期的な維持・発展を目指し、事業者の「自己変革力」向上による経営基盤の安定化を図るための伴走支援

②創業支援及び事業承継支援の推進による事業者数の維持・増加

③小規模事業者の商品・サービスの販路開拓による事業継続と稼ぐ力の強化

④伴走支援体制の確立

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～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①地域内産業の長期的な維持・発展を目指し、事業者の「自己変革力」向上による経営基盤の安定化を図るための伴走支援

自社の経営状態の把握をすることを第一歩として、経営分析ツール等を活用し潜在的な経営課題や強みを見いだして事業継続及び経営安定化に向けた事業計画を策定する。

事業計画策定後は、様々な経営環境の変化に対応するための経営方針の見直し等を定期的にフォローアップし、他の支援機関と連携・検討していきながら自走化への動機づけを図り、事業者自らが課題を見いだし解決に向けて取り組んでいく「自己変革力」の向上を目指す。

②創業支援及び事業承継支援の推進による事業者数の維持・増加

創業支援に関しては、潜在的な対象者の掘り起こしが必要であることから、創業セミナーなどの開講による掘り起こしと創業までの支援を実施する。

実際の創業期の支援としては、市場動向調査、競合分析、自社分析（強み・弱みなど）、商圈分析等の各種分析を行ったうえで、事業のコンセプト、店舗計画、売上・経費計画、資金繰り計画等を指導員と共に策定し、事業が軌道に乗るまでの支援を実施する。

事業承継支援に関しては、日々の窓口・巡回指導時に「事業承継診断票」を活用し、事業承継に関して自社の準備状況の把握ときっかけづくりを図り、事業承継センター（21 あおもり内）やよろず支援拠点等の支援機関と連携を図りながら対応していく。

③小規模事業者の商品・サービスの販路開拓による事業継続と稼ぐ力の強化

小規模事業者は、人材不足・資金的余裕の無さから販路開拓に苦勞している事が多いことに加えて、自社の強みを把握したうえで活かすことができていない事業者も多く、販路開拓の可能性を狭めているのが現状である。そのため、販路開拓に向けたイベントや商談展示会への出展に向けたきっかけづくりと意識の醸成を図るために経営分析を実施し、強みを活かした事業展開をしていくための事業計画の策定を行う。

また、商談成立に向けたセミナーや専門家派遣制度の活用、イベントや商談展示会出展時には、需要動向調査を実施し調査結果を出展者に還元することで販路開拓に向けた支援をする。

稼ぐ力の強化に関しては、WEBやSNSを活用した情報発信やマーケティング、オンライン展示会やECサイト構築等の新たな販路拡大の手法についてセミナーや個別相談会を実施し、稼ぐ力の強化に繋がるDX化に向けて支援をする。

④伴走支援体制の確立

経営分析、事業計画策定、創業支援、事業承継、DX関連など経営指導員に求められる支援内容は多岐に渡っており、継続的な支援力の向上が必須であることと、マンパワー不足等による支援体制の不安定さを改善するために、支援力向上を目指した積極的な研修及びOJTの実施や、専門的な分野であれば、他の支援機関との連携支援を実施し、支援方法や支援内容が属人化しないように、BizミルやTOAS、もしくは独自の共通フォーマットにて共有を図り、支援力の継続的向上や指導人員削減等の組織体制の変化があった場合でも、事業者支援が滞らない体制づくりを目指す。

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

〔現状〕

現在実施している調査は、青森県で調査をとりまとめている「新型コロナウイルス感染症等に伴う影響状況調査」であり、四半期に一度売上高の増減等を聞き取り調査しているのみである。また、地域経済動向分析については令和元年度以降実施していない。

〔課題〕

管内の景況動向調査は、人的負担により令和元年度から実施していなかったが、今後は、調査体制を整備し、以前までの FAX や聞き取り調査だけではなく、業務負担軽減のため「Google Forms」等を活用する。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
①管内の景況動向 調査公表回数	会報誌 HP 掲載	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
②地域経済動向調査 公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①管内の景況動向調査

管内小規模事業者の景気動向について詳細な情報収集と実態把握を行い、分かりやすい情報提供や事業計画策定に活用する。年 4 回調査・分析を行い、結果は会報及び HP に掲載する。

【調査手法】会報誌への折込、FAX や聞き取り調査のほか、「Google Forms」を活用

【調査対象】管内小規模事業者 300 社 ※会員数 2,905 (R5/3/31 現在) の約 1 割が回収目標

【調査項目】売上、採算、資金繰り、仕入単価、在庫、従業員数、自社の景況、業界の景況、設備投資の有無、後継者の有無、経営上の問題点、その他時流を捉えた付帯調査 等

②地域経済動向調査 (RESAS の活用)

国が提供するビックデータ (RESAS) を活用して地域経済動向の実態を把握し、管内小規模事業者の効果的な経営活動に反映させるため、データに基づいた説得力のある情報提供と事業計画策定時に活用する。結果については、年 1 回 HP 上に公表する。

【調査手法】RESAS 等のビックデータを活用して地域の経済動向調査を実施する

【調査項目】人口、産業、観光、産業構造や人口動態、人の流れ等のビックデータ 等

(4) 調査結果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果は当所 HP や当所会報紙へ掲載し広く管内事業者へ周知する。
- 経営指導員が事業所を訪問する際の参考資料とする。
- 事業計画策定支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

新商品やサービスの販売・提供にあたっては、需要を見据えた事業計画の策定や実効性の高い販路開拓が必要になり、そのために需要動向調査は不可欠であるが、積極的な需要動向調査を行っていないことから、商品やサービスのブラッシュアップには繋がっていない。

[課題]

需要動向調査を実施したいと考える事業者は多く、限られた人員で日々営業をしている事業者にとっては負担であるものの、商品・サービスのニーズの多様化・変化が早いため、まずは、消費者目線を知ることが非常に重要である。

調査の実行から分析まで、経営指導員によるアンケートの設計、分析の支援によって新商品・サービスの開発に活かす。

(2) 目標

	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
①店頭での需要動向 調査対象事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
②「津軽の食と産業 まつり」での消費者 ニーズアンケート 調査対象事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(3) 事業内容

①店頭での需要動向調査

りんごや、ニンニクといった地域資源を活用した商品を開発、ブラッシュアップしたい事業者を対象に、店頭等で実施する需要動向調査の作成支援及び分析を行う。調査結果については、経営指導員が分析し、支援先事業者にフィードバックし、分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】 書面によるアンケートのほか、「Google Forms」を活用

【分析方法】 経営指導員の分析のほかよろず支援拠点や青森県中小企業団体中央会等の協力

【調査項目】 居住地域、性別、年齢、購入・利用商品、購入・利用動機、購入・利用頻度、商品に対する意見 等

【結果の活用】 調査結果を支援先事業者にフィードバックし、商品のブラッシュアップと需要開拓に向けた事業計画策定の基礎資料とし、専門家派遣等の活用を促す。

②「津軽の食と産業まつり」での消費者ニーズアンケート調査

当市において毎年10月に開催される「津軽の食と産業まつり」会場の支援対象事業者ブースにおいて、一般来場者へのヒアリング調査を当所が実施する。1商品について100名にヒアリングを実施する。

※「津軽の食と産業まつり」は地元特産品や地元の食を一堂に紹介しており、新商品やおすすめ商品のPRの場として毎年約100事業所が出展している。

来場者：約5.9万人 出展者：86者（来場者・出展者いずれも令和4年度実績）

【調査手法】書面によるアンケートのほか、「Google Forms」を活用

【分析方法】経営指導員の分析のほか、よろず支援拠点や青森県中小企業団体中央会等の協力

【調査項目】目当ての商品、実際に購入した商品、購入の理由、質や量・価格の満足度、パッケージ、今後求める商品 等

【結果の活用】調査結果を支援先事業者にはフィードバックし、商品のブラッシュアップと需要開拓に向けた事業計画策定の基礎資料とし、専門家派遣等の活用を促す。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕

経営指導員が巡回訪問や窓口相談などで経営状況の把握に努めてきたが、融資や税務、補助金等の支援時にのみ分析しており、継続的には行われていない状況である。

〔課題〕

定期的に自社の経営状況を把握していないことから、事業環境の変化に対応が遅れている事業者の事業継続・経営力向上に向けた経営支援が出来ていないため、経営分析を通じて自社の課題を把握し、課題解決のための支援を実施する。

（2）目標

組織全体では、現状で年間30者の経営分析を実施しているものの、分析の件数が伸び悩んでいる状況である。支援の機会が多いものの経営分析まで至っていないケースが多いことから、OJTを通じて年間の分析数を段階的に増加させていく。目標値としては、当所の経営指導員8名がそれぞれ20者の経営分析を実施することを想定している。

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①セミナー開催件数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
想定参加者数	20者	40者	50者	50者	60者	60者
②経営分析事業者数	30者	60者	90者	120者	140者	160者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の掘り起こし（周知活動とセミナー開催）

事業方針や経営課題等を把握し、事業計画や経営分析の重要性について当所ホームページや会報誌による情報発信と巡回・窓口指導時に周知活動をすることによって広く事業者の掘り起こしを行う。

また、当所で経営分析に関するセミナーを1～2回開催し、自社の課題を抽出するために経営分析が重要であることを理解してもらうほか、当所で開催している経営に関するセミナーの出席者に対して経営分析支援に関して周知を行い、事業計画策定に向けた経営分析の活用方法や、経営分析の必要性や経営方針の明確化について重要性を理解してもらう。

【募集方法】当所 HP 及びチラシを作成しての周知、巡回・窓口相談時に案内

【想定講師】中小企業診断士

②経営分析の実施と内容

巡回・窓口指導やセミナー参加者で希望のあった事業者に対し経営分析を実施する。経済産業省の「ローカルベンチマーク」や「Biz ミル」、「市場情報評価ナビ MieNa（ミーナ）」等を活用し、定量分析として「財務分析」、定性分析として「SWOT 分析」を行うほか、商圈レポートも活用しながら特定地域の特性を提供する。

<分析項目>

財務分析	SWOT 分析
直近 3 期の収益性、安全性、生産性、成長性等 ①売上持続性（売上増加率） ②収益性（営業利益率） ③生産性（労働生産性） ④健全性（EBITDA 有利子負債倍率） ⑤効率性（営業運転資本回転期間） ⑥安全性（自己資本比率）	<内部環境> 商品、製品、サービス、仕入先、取引先、人材、組織、技術、ノウハウ等の知的財産、デジタル化、IT 活用の状況、事業計画の策定、運用状況 <外部環境> 商圈内の人口、人流、競合、業界動向

(4) 分析結果の活用

- 分析結果は事業者へフィードバックし、事業計画策定に活用する。
- 必要に応じて専門家と連携し、より詳細な分析を行う。
- 分析結果を Biz ミル上にデータベース化し情報共有することで、経営指導員のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業計画策定セミナーを開催するほか、各種補助金や創業時を契機として、事業計画書が必須となる案件時に策定支援を行ってきた。

[課題]

事業者にとって、補助金の採択や実際の創業がゴールとなってしまうことや、事業計画策定の重要性について十分な理解が得られていないことから、継続的な事業計画のブラッシュアップや、フォローアップが出来ていない。企業の財務状況等を目安として、フォローアップ頻度を設定し、まずは電話やメール等によるアプローチ、場合によっては巡回でのフォローアップを実施し、属人化を防ぐため経営指導員2人体制で実施する。

また、DXの推進や事業承継関連については経営指導員のスキル不足により、他の機関への橋渡しが主となり、事業者との関係が途絶えてしまうことが問題であることから指導のスキルアップを図っていく。

(2) 支援に対する考え方

事業者に対して事業計画書の策定の必要性を伝えるためには経営分析を実施し、財務状況や自社の強みや弱みを知ってもらい、自社の本質的な課題について把握し、自社の進むべき方向性をイメージするきっかけをつくり、自発的に行動する動機付けが必要である。

創業や事業承継に関しても、創業をすることがゴールとなってしまうことで、無理な売上計画による資金繰りの悪化等により早期廃業するケース、事業承継をすることをゴールとした無理な事業計画による事業承継後の社内の混乱や業績不振による廃業というケースも散見されることから、事業計画の策定支援を実施し長期的な視点を持ちながら持続的な発展ができるように支援する。策定支援のなかで、人員に頼ることができない課題や、効率化が必要な課題については、ITツールやデジタル技術の積極的な活用が必要なため、情報提供やセミナーを開催しながら事業計画策定支援に活かす。

実際の取り組みとして、事業計画策定支援の入口である経営分析の実施機会を増やすため、経営分析セミナーの実施による事業者への働きかけと、補助金活用時や融資相談など事業者側からの相談時に積極的に経営分析を実施する。

分析後は、能動的に事業計画策定に取り組むように指導員の巡回・窓口指導をしながらサポートを行う。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①事業計画策定 セミナー開催件数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
想定参加者数	—	20者	20者	20者	20者	20者
②DX推進セミナー 開催件数	—	1回	1回	1回	1回	1回
想定参加者数	—	20者	20者	20者	20者	20者
③事業計画策定 事業者数 (創業・事業承継計画策定も含む)	10者	15者	15者	15者	15者	15者

(4) 事業内容

①「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】経営分析を行った事業者及び、巡回・窓口指導において希望のあった事業者等

【支援手法】事業計画策定セミナー受講者に対して指導員の巡回・窓口指導及び外部専門家を交えて事業計画の策定に繋げる。

【想定講師】中小企業診断士

②「DX 推進セミナー」の開催及び「みらデジ」を活用したデジタル化状況や経営課題の把握

【支援対象】経営分析を行った事業者及び、巡回・窓口指導において希望のあった事業者等

【支援手法】DX に理解・関心を持ち自分事としてとらえる状況を醸成するために、DX に関する基礎知識を学び、自社の DX 化に向けてのリテラシーを高めていただくため、セミナーを実施するほか、中小企業庁で提供している「みらデジ」を活用して、デジタル化の状況を把握する。

【想定講師】中小企業診断士及び県のデジタルコーディネーター

③創業計画、事業承継計画など様々な事業計画策定支援の実施

【支援対象】上記のセミナーの参加者のほか、巡回・窓口指導において希望のあった事業者に対して支援を実施。

【支援手法】創業計画に関しては、創業に特化した支援を実施しているひろさきビジネス支援センターとの連携により、商圈分析や資金繰り計画等を策定する。

事業承継計画に関しては事業承継センター（21 あおもり内）との連携による事業承継診断結果に基づいた課題やニーズに対しての事業承継計画を策定する。

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]

事業計画を策定した事業者に対しての定期的なフォローアップは実施しておらず、補助金活用時の事業計画や創業計画策定後の状況も、事業者からの申し出があった場合に実施している。

[課題]

定期的なフォローアップ支援体制が不十分かつ属人的になっていることが一番の課題となっている。また、申し出があった場合のフォローアップ時に特に収益面での把握ができていないことも多く効果的なフォローアップに繋がって ない。

(2) 支援に対する考え方

当所のマンパワーも限られて いることから、伴走支援を実施しながら事業者自身が自社の経営課題を見極め、様々な環境変化に柔軟に対応して自社を変革させていく「自己変革力」を高める手助けをし、事業者自らが解決に向かって行動する「自走化」を目指していく。

また、伴走支援に関しては属人化しないよう形式知化し、共有・蓄積をしながら他の支援機関も巻き込んでチームでの支援を実施する。

(3) 目標

	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
フォローアップ 対象事業所数	—	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
フォローアップ頻度 延べ実施回数	—	60 回	60 回	60 回	60 回	60 回
売上増加事業者数	—	3 者	3 者	5 者	5 者	7 者
利益率 3%以上増加の 事業者数	—	3 者	3 者	5 者	5 者	7 者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者に対し、経営指導員が事業者の進捗状況に応じておおむね四半期に一度の頻度で定期的に巡回し、進捗状況を確認して当該事業者の状況に応じた適切なフォローアップを行う。また、事業者の進捗状況等により支援回数を増やすなどの対応をする。

事業計画実行時に経営指導員だけでは専門的であり解決まで非常に困難である場合は、課題解決や計画の修正についてエキスパートバンクによる専門家派遣による支援を行う。また、専門家の意見が必要なデジタル化・DX 化案件や事業承継案件については、公益財団法人 21 あおもり産業総合支援センター、青森県よろず支援拠点、事業承継センター（21 あおもり内）等と連携して支援を行う。

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]

展示会への出展や百貨店への需要開拓に向けた取り組みとして、首都圏でのフェアの開催を実施し、販路開拓に向けた事業を展開してきたものの、リアルでの商談が主であり IT を活用した販路開拓は出来ていない。

[課題]

展示会出展時の商談件数は多いものの、実際の成約に至るケースが少ないことから、商品の見せ方等の工夫を行うなどの商談成立に向けたセミナーを実施しながら 1 件でも多い商談成立を目指す。また、国内外幅広く販路開拓するにあたって DX 推進が必要であることも理解してもらうような取り組みも進める。

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を通じて選定された事業者で、販路開拓意欲が高い小規模事業者を重点的に支援し、首都圏で開催される既存の展示会及び当所が独自に開催する催事やイベントでの出展を目指す。

出展に向けて、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には指導員が帯同して陳列、接客、需要調査など伴走支援を行い、出展後も需要調査結果のフィードバックを通

じて、現状の理解とこれからの計画を立て、自主的に販路開拓に取り組めるよう指導していく。

その他、DXに向けた取り組みとして、ウェブサイトやSNSでの情報発信、ECサイトの新規利用や積極利用等、ITを活用した営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①東京ギフトショー 出展事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数（出展事業者合計）	—	3件	3件	3件	3件	3件
②地元コミュニティFMとの 繋がりを活かした販路開拓	—	2社	2社	2社	2社	2社
売上額（出展事業者合計）	—	30万円	30万円	30万円	30万円	30万円
③会議所連携を活かした 販路開拓	—	5社	5社	5社	5社	5社
売上額（出展事業者合計）	—	50万円	50万円	50万円	50万円	50万円
④DXに取り組む事業者	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①東京ギフトショー出展事業（B to B）

平成18～30年度に地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトに取り組み、新たな需要開拓に寄与する事業として「feel NIPPON」への出展を続けてきたものの、より自社に興味のあるバイヤーとの商談を獲得するために一般ブースへの出展をする。

商談会の 概要	日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市として、国内外の販路開拓を目指す展示会 主催：㈱ビジネスガイド社 場所：東京ビッグサイト 来場者：約22.9万人 出展者：2,774社(者) ※来場者・出展者いずれも第95回ギフトショー実績
支援対象	経営分析及び事業策定支援を通じて選定された以下の事業者 ・工芸品製造事業者（津軽塗・津軽打刃物・津軽こぎん刺し・津軽木工） ・食品加工事業者（りんご・野菜・山菜・桃・ブドウ・ニンニク等）等

	※小規模事業者及び販路開拓意欲の高い事業者を優先
支援内容	販路開拓等の目的を達成できるよう、セミナーの開催や専門家を活用し、以下について出展準備のフォローを実施する。 ・リサーチ&商品企画・コンセプトの構築 ・SNS やウェブサイトでの広報 ・商品・サービスのデザイン ・テスト販売、試作品製作 展示会時は、陳列、接客、需要調査など伴走支援を行う。出展後も需要調査結果のフィードバック等のフォローアップを実施する。 上記方法にて、商談会での成約に繋げていく。

②地元コミュニティ FM との繋がりを活かした販路開拓（B to C）

当所では、首都圏での販路開拓を目的に「DAITADESICA フロム青森」を開催地として津軽地域の食品、物産品等を販売し、県産商品の認知度を高めるとともにテストマーケティングを実施し首都圏への販路開拓が進んでいる一方で、西日本への販路開拓の機会が無いことと、自社だけでの開催が資金的・人員的に難しいことから、当所と関わりの深い地元コミュニティ FM のネットワークを活かして催事やイベントを新規に開催し販路開拓を目指す。

商談会の概要	経営分析及び事業策定支援を通じて販路開拓をしたい事業者を対象に、地元コミュニティ FM のネットワークを活かして、西日本を中心とした催事やイベントに出展することによって新たな販路開拓を図る 想定場所：山口県下関市（当所との連携商工会議）
支援対象	経営分析及び事業策定支援を通じて選定された以下の事業者 ・工芸品製造事業者（津軽塗・津軽打刃物・津軽こぎん刺し・津軽木工） ・食品加工事業者（りんご・野菜・山菜・桃・ブドウ・ニンニク等）等 ※小規模事業者及び販路開拓意欲の高い事業者を優先
支援内容	販路開拓等の目的を達成できるよう、セミナーの開催や専門家を活用し、以下について出展準備のフォローを実施する。 ・リサーチ&商品企画・コンセプトの構築 ・SNS やウェブサイトでの広報 ・商品・サービスのデザイン ・テスト販売、試作品製作 展示会時は、陳列、接客、需要調査など伴走支援を行う。出展後も需要調査結果のフィードバック等のフォローアップを実施する。 上記方法にて、商談会での成約に繋げていく。

③会議所連携を活かした販路開拓（B to C）

当所では、地域連携モデルとしてセカンドシティ（県庁所在地ではない都市）の商工会議所との連携を推進している。平成 27 年度からは「地域物産の協働」を目的として掲げ、「津軽の食と

産業まつり」に6商工会議所（函館・弘前・松本・上田・下関・北九州）連携ブースを構えるなど相互の連携促進を図る事業を展開している。

特に、当所と函館商工会議所は、2011年より北海道新幹線開業の経済効果を高めるために「津軽海峡観光クラスター会議」を組織し、両商工会議所の連携を深めたのを機に当所及び当所青年部の交流をメインとして2014年から「はこだてグルメサーカス」に出店している。

以前までは交流がメインであったため販路開拓を視野に出展をしていなかったものの、今後は道南へのテストマーケティングを実施し販路開拓を目指す。

商談会の概要	2023年で12回目を迎える函館最大級のグルメイベント 主催：はこだてグルメサーカス実行委員会 場所：はこだてグリーンプラザ・太陽パーキング 来場者：約14.9万人 出展者：77社(者) ※来場者・出展者いずれも、はこだてグルメサーカス2023実績 経営分析及び事業策定支援を通じて販路開拓をしたい事業者を対象に、新たな販路開拓を図る
支援対象	経営分析及び事業策定支援を通じて選定された以下の事業者 ・工芸品製造事業者（津軽塗・津軽打刃物・津軽こぎん刺し・津軽木工） ・食品加工事業者（りんご・野菜・山菜・桃・ブドウ・ニンニク等）等 ※小規模事業者及び販路開拓意欲の高い事業者を優先
支援内容	販路開拓等の目的を達成できるよう、セミナーの開催や専門家を活用し、以下について出展準備のフォローを実施する。 ・リサーチ&商品企画・コンセプトの構築 ・SNSやウェブサイトでの広報 ・商品・サービスのデザイン ・テスト販売、試作品製作 展示会時は、陳列、接客、需要調査など伴走支援を行う。出展後も需要調査結果のフィードバック等のフォローアップを実施する。 上記方法にて、商談会での成約に繋げていく。

④DXに取り組む事業者支援（B to C及びB to B）

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取り込みのため、取り組みやすいSNSやウェブサイトを活用した宣伝強化、ECサイト利用による販路拡大といったDXに取り組む事業者支援を行う。

支援概要	SNSやウェブサイト活用による宣伝強化や、ECサイト利用による域外への商圈拡大といったDXに取り組む事業者の支援を図る。 年に1回開催／約30名想定／講師はDX関連の専門家（市内事業者を想定）
支援対象	DXに取り組む意欲の高い事業者

支援内容	SNS による効果的な広報や EC サイトの新規開設から、活用による商圈拡大についてのセミナーを開催し対象事業者を掘り起こす。 対象事業者の掘り起こし後は、具体的な方向性と課題を探るため、指導員が経営分析及び事業計画策定を伴走支援し、専門的な課題には専門家の派遣を行いながら、売上の向上に寄与できるように継続して支援する。 【セミナーの具体的テーマ】 ・ IT 活用に関しての事例と活用ツール ・ 売れる WEB サイト制作、マーケティング ・ WEB・SNS を活用した発信力向上 ・ EC サイトの設立 等
支援効果	自社の認知度向上、新規の取引先・顧客の獲得による売上増加

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

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]

年一回開催している「弘前商工会議所経営発達支援計画事業評価委員会」において、当所の経営発達支援事業にかかる個別事業について、内容の評価・検証・見直しを行っている。

[課題]

評価委員の異動等で事業内容の理解が乏しいことにより、事業の部分的な意見が主であるため、評価委員会以外での情報共有を密にしながら、事業のブラッシュアップに向けた意見の集約に努める。

(2) 事業内容

経営発達支援事業を進めるにあたり、事業の妥当性、公平性、適正性を確保するため、弘前市、金融機関、特別民間法人、中小企業診断士等の有識者及び当所法定経営指導員で構成する評価委員会を設置し、計画の進捗状況のチェック並びに評価及び改善指導を年1回実施する。事業の成果・評価・見直しの結果については、当所正副会頭会議へ報告し、承認を受けた後、結果については当所のホームページにて公表する。

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]

中小基盤整備機構、日本商工会議所の研修を受講するほか、専門家やベテラン経営指導員の同行・同席によるOJTを実施している。

[課題]

個々の経営指導員が、研修やOJTによって資質向上に努めてきたものの、学んだノウハウの共有・蓄積が出来ていなかったことにより、経営指導員毎に支援力・方法にばらつきが生じている。

また、一般職員の支援力向上に向けた取り組みを実施しておらず、経営指導員の異動等による経営支援力の低下が懸念される。

(2) 事業内容

伴走支援の習得・向上を図るためには、OJT等で経験を蓄積し、共有しながら経営指導員全体の支援力を向上することが重要である。経営指導員だけではなく一般職員も地域企業との接触機会が多いため、指導力の向上に努める。

また、DX化や賃金引上げといった全国的な時流を捉えた支援は地域企業の維持・発展には必要であるため、外部講習会への積極的な参加や他の支援機関との情報交換を密に行っていく。

以下が具体的な取り組みである。

①支援力の平準化に向けたOJT

一般職員が専門家や経営指導員と同行する回数を増やすなど、支援ノウハウ（実際の現場でのヒアリングの仕方など）を学ぶ機会を設ける。また、一般職員にも現場感を知ってもらう機会とする。

②支援力向上に向けた外部講習会等の積極的活用

経営分析、事業計画策定、創業支援、事業承継、DX関連など経営指導員に求められる支援内容も多岐に渡っており、継続的な支援力の向上が必須であるため、以下の研修に積極参加をする。

ア) 中小企業大学校

経営状況の分析、事業計画策定の能力向上に繋がる講義（経営革新、販路開拓、創業、ものづくり支援等）のテーマは、優先して受講する。

イ) 中小企業基盤整備機構

経営指導員等の資質を高め、小規模事業者の利益に資する支援ノウハウ習得に繋がる小規模企業の支援能力向上研修を、積極的に受講する。

ウ) 日本商工会議所

経営支援のための知識を体系的に学ぶ『経営指導員等WEB研修』を経営指導員以外の職員も受講、全職員のレベルアップに活用する。

③DX推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のIT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

イ) 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 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用、オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

④情報共有に向けた体制

ア) 情報のデータベース化と共有

経営指導員等が習得した支援ノウハウ及び小規模事業者の経営状況や分析結果等の情報はデータベース化し、全職員がいつでも閲覧できる仕組みを構築する。共有を図るため、Bizミルや TOAS 上にデータベース化することにより組織全体の経営力向上に努める。

イ) 定例支援会議（月 1 回）

支援内容が属人化しないように指導員毎の支援状況・ノウハウについて共有の場とするとともに、支援が急務な事業者に関しては指導員全体で即時対応する。

また、支援会議ではデータベース化した情報を基に共有することで、定性的な内容だけではなく定量的な内容についても把握する。

1 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

(1) 現状と課題

[現状]

U ターン事業者の創業支援時に行政、金融機関、経済団体の各支援機関がスクラムを組んで支援を実施以降、体制を構築済。

[課題]

情報交換・共有の在り方と定期的な場の設定が出来ていない。

(2) 事業内容

経営発達支援事業を円滑に実施するため、他の支援機関と支援ノウハウ等の情報交換を行い、当所の支援能力の向上を図るために以下の連携を実施する。

①弘前市

経済に関する情報の共有や支援機関が取り組む事業の周知を図ることを目的に、年数回『弘前市地域経営基盤強化対策連絡会議』を開催。当所、青森県中小企業団体中央会、弘前市、岩木山商工会で構成され、当所もこれに参画している。各機関が収集した経済に関連する情報や需要開拓に役立つ情報の交換、共有する場となっており、新たに需要開拓に寄与する基盤の構築に繋がっている。

②日本政策金融公庫弘前支店

マル経資金の融資あっせんを通じて、長年の取引があり、日頃から情報交換を密に行っており、従来からも様々なアドバイスを受けていることから、これからも連携を深め年2回『マル経協議会』を開催する。 日常の渉外活動や融資案件の事務手続きにおいて、最新の金融情報を提供頂く他、各地域の需要の動向、支援のノウハウ、並びに小規模事業者の販路開拓の成功事例や需要開拓支援に有効と思える施策などの情報を提供頂くことで、新たな需要開拓を進める基盤を構築する。

③ひろさきビジネス支援センターとの連携

弘前市から委託を受け、青森県中小企業団体中央会が運営している当センターは、創業・起業関連の支援に特化しており、当所と連携しながら創業前後の事業者支援を実施している。

創業計画や資金計画の策定だけではなく、創業までに必要な手続きや知識について学ぶことが出来る「創業塾」のような位置づけとなっている。

④青森県よろず支援拠点との連携

全県を網羅した情報や全国の事例など需要開拓に資する情報の提供を受けると共に、必要に応じて当所が支援する小規模事業者の課題解決における協力を要請する。加えて月1回『よろず出張相談会』を開催する。コーディネーター及びサブコーディネーターにより、経営革新、IT、ものづくり等のテーマに即した研修を行う。また、商談会による商談成立確率を高めるために有効なノウハウを紹介頂くと共に、各地で開催される商談会等のうち、当所が地域小規模事業者にお勧めすることが有効な事業の紹介を頂くことで、新たな需要開拓を進める基盤を構築する。

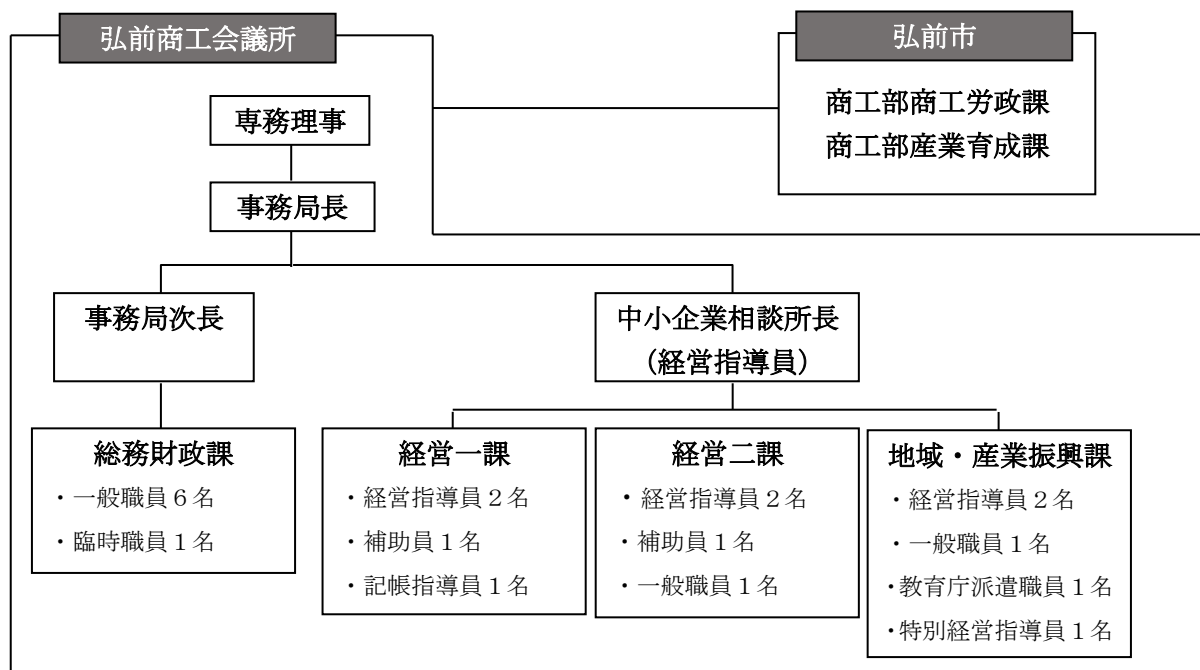
(別表 2)

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 5 年 1 0 月現在)

(1) 実施体制 (弘前商工会議所及び弘前市の経営発達支援事業実施に係る体制)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者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：齊藤 耕成、三上 浩平

○連絡先：弘前商工会議所 TEL.0172-33-4111

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。

当計画の法定経営指導員については、属人化防止のため 2 名の配置を行う。

(3) 商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会議所 〒036-8567 青森県弘前市上鞆師町 18-1

弘前商工会議所 経営二課

TEL：0172-33-4111/FAX：0172-35-1877/E-mail：info@hcci.or.jp

②関係市町村 〒036-8551 青森県弘前市上白銀町 1-1

弘前市 商工労政課 商業振興係

TEL：0172-35-1135/FAX：0172-35-1105/E-mail：shoukou@city.hirosaki.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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	6, 990	6, 990	6, 990	6, 990	6, 990
○地域の経済動向調査	110	110	110	110	110
○セミナー開催費	750	750	750	750	750
○クラウド型支援ツール	800	800	800	800	800
○新たな需要の開拓に 寄与する事業	4, 600	4, 600	4, 600	4, 600	4, 600
○専門家派遣	330	330	330	330	330
○支援力向上事業	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
会費、国補助金、県補助金、市補助金、協賛金、参加費 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	