

# ニッ井町商工会

## アクションプログラム

### 戦略・施策の体系表

戦略		施策	
共通 戦略 1	革新的な経営戦略に踏み込んだ支援の推進	施策 1	商工会ならではの徹底的サポートによる事業承継と創業の推進
		施策 2	販路開拓や事業再構築など事業者の新たな挑戦の支援を強化
共通 戦略 2	新たな可能性を切り拓く多様な連携の推進	施策 3	姉妹商工会など地域外連携による地域活性化の推進
		施策 4	行政など地域内連携による賑わい創出の推進
共通 戦略 3	成果を創出し続ける組織・運営体制の構築	施策 5	商工会館移転計画などハード・ソフト両面による支援機能の強化
		施策 6	会員の加入促進による長期的な運営体制の確立
独自 戦略 1	「道の駅ふたつ」から街なかへの回遊性向上による交流人口の増加	施策 7	「恋文すぽっと きみまち」を活用した「道の駅ふたつ」からの誘客活動
		施策 8	他団体との連携と地域資源を活かした誘客による地域活性化

## 1 ニツ井町商工会アクションプログラム推進のスローガン

『事業者に寄り添い、より信頼される商工会』

第2期プランの推進に当たっては「事業者に寄り添い、より信頼される商工会」をスローガンに、個社支援を強化していきます。平成28年度の会員実態調査では後継者不在68.2%・平均年齢64.2歳でしたが、事業者を取り巻く環境は第1期プラン時より更に厳しくなっております。商工会では、徹底したサポートにより多様化する事業者ニーズに対応し、地域経済を発展させていきます。

## 2 ニツ井町商工会の目指す姿

『ニツ井町の地域コミュニティを支える事業者を全力で守り抜き、新たな挑戦をサポートする商工会』

第2期プランでは、「ニツ井町の地域コミュニティを支える事業者を全力で守り抜き、新たな挑戦をサポートする商工会」を目指します。

ニツ井町は街なかに商店街が形成されるなど、事業者は個店の強みを活かしながら地域コミュニティを支えております。事業者を取り巻く環境は厳しいものの、道の駅ふたつ来場者や自動車専用道路延伸など地域外から多くの人を呼びこむチャンスもあります。そこで、個社支援の強化と地域外から街なかに多くの人を呼び込む取り組みを行うことで、5年後の地域コミュニティを維持・活性化して、地域からより信頼される商工会を目指します。

## 3 ニツ井町商工会アクションプログラムの推進に当たっての基本方針

### (1) 個社支援の強化

ニツ井町は卸小売業・飲食サービス業の構成比率が63.3%と高く、街なかの中心部には商店街が形成されております。しかし、地域の人口減少、後継者の不在、新型コロナウイルス感染症の影響、更に令和3年秋に東能代地区に大型ショッピングセンターがオープンするなど、地域の事業者を取り巻く環境は厳しく多様化・高度化する課題を抱えております。そこで、事業者に寄り添った個社支援を強化し、課題を一つ一つ丁寧に解決していきます。

## (2) 地域外から人を呼び込む地域活性化

人口減少が進む中では、地域外から街なかに人を呼び込んだり、外部へ販路拡大していくことが必要不可欠です。例えば、当地域の道の駅ふたついは高い集客力を誇っております。道の駅ふたついから街なかに人を呼び込んだり、地域内外の団体と連携して販路拡大の取り組みを行うことで、地域活性化に繋がっていきます。

## (3) 商工会運営基盤の強化

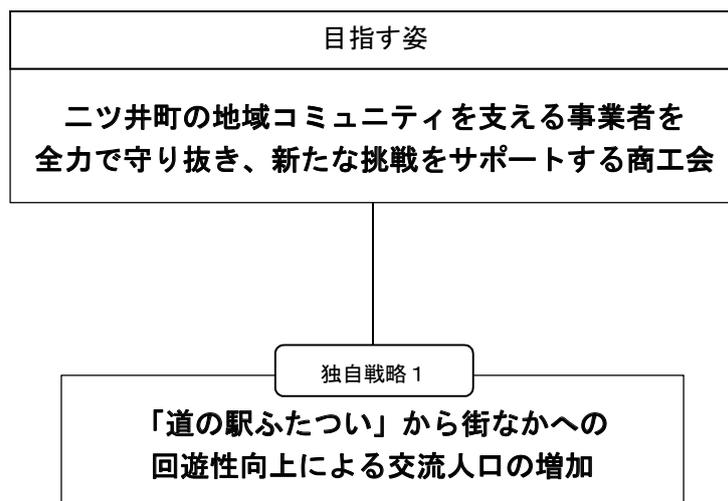
個社支援を強化していくためには、商工会自身の支援機能を強化する必要があります。そこで、喫緊の課題である商工会館の移転先の選定と会員の加入促進を行うことで、商工会の運営基盤を強化していきます。

## 4 独自戦略の設定理由とその概要

### 【独自戦略1】「道の駅ふたつい」から街なかへの回遊性向上による交流人口の増加

道の駅ふたついは移転オープンから3年で来場者数が300万人を超えるなど、高い集客力を誇っております。また、令和5年度には二ツ井今泉道路と小繫IC(仮称)が開通する予定で、更に多くに人が二ツ井町を訪れることが見込まれます。一方、道の駅から街なかへの誘客は限られており、地域の事業者はその集客力をうまく活かせておりません。

そこで、道の駅から街なかへの回遊性を高める施策に取り組み、交流人口を増やすことで地域活性化を図っていきます。



## 施策1 商工会ならではの徹底的サポートによる事業承継と創業の推進

### 1 施策展開方向

会員の平均年齢は第1期当初から更に上昇しており、「継ぎたい」と思うような経営に導く支援を、秋田県事業承継・引継ぎ支援センターなどとも連携しながら世代交代を推進します。また、第1期中には空き店舗紹介からの徹底したサポートによる創業実績がありました。現在も創業に関する相談は定期的に寄せられており、創業者が今後も増加して地域が活性化するように、創業希望者のニーズに迅速に対応できる環境整備を進めて参ります。

### 2 施策目標

#### (1) 後継者データを活用した事業承継の増加

高齢化が進む中で事業者毎に最適な事業承継を推進していくためには、正確なデータの活用とそれを基にした専門家との連携が不可欠です。最新の後継者データを活用しながら事業承継を効果的に支援することで、事業承継を増やしていきます。

後継者データを活用した事業承継の実現 <small>管内事業者の後継者の有無を調査し登録した商工会基幹システムのデータ活用</small>	基準値	目標値(単位:件)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	1	3	3	5	5	5

#### (2) 空き店舗を活用した創業者の増加

創業希望者のハードルを低く抑える支援の一環で空き店舗情報を整備しておりますが、貸出し可能な物件が中々増えない状況です。選択肢を増やしていくことで、地域での創業者数の増加と、空き店舗を減らすことによる地域の活性化にも繋がります。

空き店舗を活用した創業者数 <small>管内の空き店舗を活用した創業の実現</small>	基準値	目標値(単位:件)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	0	1	1	2	2	2

### 3 取組内容

#### (1) 円滑な事業承継の推進

高齢化が進む中で円滑な事業承継を推進するため、まずは最新の正確な実態と課題を把握し、その情報を基に専門家などとも連携しながら解決策を模索し、事業者毎に最適な事業承継支援を行っていきます。

##### ① 商工会員実態調査の実施

3年に一度行っている会員実態調査を継続して、後継者の有無など最新の实態を把握し情報を整備。前回とも比較しながら、事業承継の推進に活用していきます。

②秋田県事業承継・引継ぎ支援センターなどとの連携

「継ぎたい」と思うような経営に導くため、あるいは事業承継計画を作成して事業承継を具体的に進めていくため、秋田県事業承継・引継ぎ支援センターや専門家を活用しながら事業承継を推進し、場合によっては後継者人材バンクへの登録も促します。

【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
会員実態調査の実施	非会員事業所調査	→→→→→→→→	会員実態調査の実施	非会員事業所調査
支援センターと帯同巡回の実施	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

(2) 創業環境整備の推進

地域の空き店舗調査を継続するに当たって、様々な理由から賃貸人に断られる現状があります。旧能代市と比較し手が行き届かない当地域の創業者支援制度について、創業環境を整備するため制度拡充を要望していきます。また、創業希望者にとって商工会がより身近な相談窓口となれるよう、地元紙を通じて定期的に業務内容の周知を図っていきます。

①行政への創業者支援制度拡充の働きかけ

市長や市議との懇談会を開催して、創業者支援制度の拡充を要望。賃貸人にもメリットがあるようにして貸出し可能な空き店舗を増やし、地域の創業環境を整備していきます。創業希望者の選択肢が増えることで、地域での創業者増加に繋がります。

②創業希望者への相談窓口周知の働きかけ

潜在的なニーズを含めた創業希望者に対して商工会が身近な相談窓口である旨をPRするため、地元紙に業務内容を紹介する広告を定期的に掲載します。また、毎年6月頃の商工会報『商工通信ふたつ』第1回発行分の二ツ井町内全戸配布を継続します。

【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
市長・市議との懇談会での要望	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
新聞広告の掲載 (年3～4回)	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
商工会報の町内全戸配布 (年1回)	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## 施策2 販路開拓や事業再構築など事業者の新たな挑戦の支援を強化

### 1 施策展開方向

二ツ井町は卸小売業・飲食サービス業の構成比率が高く、街なかには商店街が形成されています。しかし、地域の人口減少が進み、事業者による新たな挑戦が重要となっております。新型コロナウイルス感染症の影響長期化により厳しさが増す中でも、多くの事業者にとって販路開拓や事業再構築など新たな挑戦を展開しやすくするため、事業者の経営発達を支援していきます。

### 2 施策目標

#### (1) 経営発達支援による事業者の課題解決の推進

事業者を取り巻く経営環境は大きく変化しており、課題解決に当たっては調査情報の提供や経営状況の分析などの提案から支援を進めるなど、新たな挑戦を効果的なものとするため経営発達支援の割合を向上させていきます。

経営指導員(2人)の相談・支援件数における課題解決、提案の割合 <small>事業者へ情報提供・ルーティン業務は含まず。</small>	基準値	目標値(単位:%)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	50	52	54	56	58	60

[課題解決、提案率=課題解決・提案の件数(経営指導員)÷相談件数(経営指導員)×100 8/30現在 35%]

#### (2) 各種補助金の活用数の向上

経営環境が大きく変化する中で販路開拓や事業再構築など新たな挑戦を行うに当たって、補助金の活用は費用負担の軽減だけでなく事業計画作成の面でも有効であり、各種補助金の積極的な活用を推進します。

販路開拓などの補助金の採択件数 <small>商工会が申請支援して採択された件数</small>	基準値	目標値(単位:件)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	5	7	7	10	10	10

### 3 取組内容

#### (1) 経営発達支援やチーム支援による課題解決の推進

事業者の新たな取り組みを効果的なものとするため、調査情報の提供や経営状況の分析などにより、事業者の経営発達を下支えします。また、商工会単独では解決が難しい高度な経営課題については、専門家などと連携したチーム支援により課題解決を図ります。

##### ① 経営発達支援の実施

事業者が新たな挑戦を行うに当たっては、地域の経済動向・需要の調査結果に基づく情報の活用、経営状況の分析、事業計画の策定などを支援し、新たな挑戦内容を効果的なものとします。

## ② 専門家と連携した積極的なチーム支援の実施

高度な経営課題には、県連合会の専門家派遣制度や北部拠点、あるいは地域の金融機関、税理士、社会保険労務士、司法書士、弁護士など多様な経営支援機関との連携を深め、各種専門家の多角的な視点からのチーム支援により、事業者の課題を確実に解決していきます。

### 【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
経営発達支援の実施	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
専門家と連携した積極的なチーム支援の実施	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## (2) 施策情報の発信強化と活用支援

販路開拓や事業再構築などの新たな挑戦を支援する一環で、国・県・市の施策情報をタイムリーに届けたうえで、その実行を支援していきます。

### ① 施策情報の提供

販路拡大や新型コロナウイルス感染症対策などの支援施策について、タイムリーなチラシ発送やホームページ掲載により事業所へ情報を届けていきます。また、身近な事業者が取り組んだ事例も参考情報として提供し、新たな挑戦を後押しします。

### ② 補助金の活用推進

事業者と一緒に寄り添いながら、最適な施策情報を提供し活用を提案します。補助金であれば、費用負担の軽減を図るだけでなく、今後の事業をより効果的にするため事業計画作成の面でも有効であり、積極的な活用を支援していきます。

### 【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
施策情報の提供	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
補助金の活用推進	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## 施策3 姉妹商工会など地域外連携による地域活性化の推進

### 1 施策展開方向

当商工会と青森県の横浜町商工会は、経済や観光の交流により相互理解を深めて地域経済を発展させるため平成28年に姉妹商工会協定を締結し、現在は道の駅ふたついで横浜町の商品が販売されるなどとなっております。また、「きみまちの里フェスティバル」の際に行われる物産フェアは地域の一大物産フェアであり、「東京二ツ井会」の総会でも地域の特産品販売コーナーが設けられております。それら地域外との連携を深めることで、地域活性化を図っていきます。

### 2 施策目標

#### (1) 横浜町商工会との連携による販路拡大の促進

横浜町商工会とはお互いに行き来して情報交換も行っておりますが、連携をさらに深めることで事業者の県外への販路拡大などに繋げていきます。

町内事業者の横浜町での販路拡大	基準値	目標値(単位:件)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
町内事業者の商品の横浜町での取扱い	-	1	2	3	4	5

#### (2) 物産フェアを活かした販路拡大の促進

「きみまちの里フェスティバル」は県外客も多く訪れ、「東京二ツ井会」総会は首都圏在住の町出身者で構成されております。いずれも物産販売の機会があり、連携を深めて積極的な出店を促すことで販路拡大を支援します。

物産フェアへの出店者数	基準値	目標値(単位:件)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
きみまちの里フェスティバルと東京二ツ井会総会に出店する事業者数(二ツ井地区)合計	-	22	24	26	28	30

### 3 取組内容

#### (1) 横浜町との取り引きを支援

青森県横浜町は、道の駅よこはまの来場者数が年間約20万人、毎年5月開催の「菜の花フェスティバル」の来場者数が約4万人で、ホタテなどが特産品です。県外に販路拡大などを図る事業者に対して、姉妹商工会の繋がりを活かして取り引きを支援し、お互いの強みを活かした地域活性化に繋がります。

##### ① 横浜町での販路拡大を支援

県外への販路拡大を検討している事業者に対して、販路の一つとして横浜町を紹介し、姉妹商工会の繋がりを活かして横浜町での販売を支援します。

## ②横浜町の商品の取り扱いを支援

横浜町はホタテやナマコなどの海産物と菜の花が特産品です。二ツ井町には無い物であり、二ツ井町で横浜町の商品の取り扱いあるいはコラボ商品の開発など、お互いにノウハウを提供し補完し合うことを検討する場合は、姉妹商工会の繋がりを活かしながら支援していきます。

### 【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
横浜町との取り引き支援	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## (2) きみまちの里フェスティバルなどを活かした販路拡大の推進

毎年10月開催の「きみまちの里フェスティバル」では「きみまち二ツ井マラソン」と物産フェアが行われ、6月開催の「東京二ツ井会」総会でも物産販売の機会があります。県外客や首都圏在住者に二ツ井町の特産品をPRする大きな機会であり、様々な出店機会の積極的な活用を事業者に促すことで、販路拡大に繋がります。

### ①「きみまちの里フェスティバル」物産フェアへの出店促進

きみまちの里フェスティバルは例年1万人以上の来場者があり、県内外のランナー2,000人も訪れます。運営の改善に努めながら、事業者に積極的な出店を促します。

### ②「東京二ツ井会」総会への出店促進

首都圏在住の二ツ井町出身者で構成される東京二ツ井会の総会には、毎年多数の方が参加しております。首都圏に二ツ井町の特産品をPRする機会であり、事業者に積極的な出店を促します。

### 【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
きみまちの里フェスティバルへの出店促進	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
東京二ツ井会総会への出店促進	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## 施策4 行政など地域内連携による賑わい創出の推進

### 1 施策展開方向

二ツ井地域全体のにぎわい創出と活力あるまちづくりを、行政と商工会・観光協会・商店会・商業協同組合・道の駅が一体となって推進することを目的に、「二ツ井地域にぎわい創出推進会議」が設置されております。また、高い集客力を誇る道の駅ふたつについては、直売所出荷者団体が野菜や加工品を納めて売上を伸ばしております。それら地域内の各種団体との連携を更に深めることで、地域の賑わい創出を図っていきます。

### 2 施策目標

#### (1) 「きみ恋軽トラ市」の出店者数の増加

行政などと連携して推進している恋文のまちづくり事業の一つとして、例えばきみ恋軽トラ市を行っています。軽トラ市は来場者を商店街に回遊させることも目的であり、イベントの魅力アップにより来場者を増やすことで、賑わい創出に繋げていきます。

きみ恋軽トラ市への出店者数	基準値	目標値(単位:件)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
商店街中心部で年3回実施している軽トラ市へ出店する平均事業者数	10	12	13	14	15	16

#### (2) 直売所出荷者との連携によるビジネス創出

道の駅ふたついの直売所には地域の多くの方々が農産物などを納め売上を伸ばしております。6次産業化などを支援することで、更に地域活性化に繋げていきます。

農業者の6次産業化	基準値	目標値(単位:件)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
農業者の6次産業化の支援件数	0	1	2	3	4	5

### 3 取組内容

#### (1) 恋文商店街事業の推進

行政の支援を得て行っている恋文のまちづくり事業は現在2期目です。魅力ある恋文商店街づくりを目指して地域の各種団体と連携しながら、中核施設の「恋文すぽっときみまち」運営だけではない恋文にちなんだ事業を展開して、きみまち阪公園と一体となった恋文のまちづくりを推進します。

##### ① 「きみ恋軽トラ市」の魅力アップ

二ツ井町中心部の商店街に賑わい創出を図り、来場者を各商店にも回遊させることを目的に開催している軽トラ市。例えば、道の駅ふたつい直売所の出荷者など新たな出店者を増やし、二ツ井きみまち商店会とも連携してイベントの魅力アップを図って来場者数を増やすことで、地域活性化に繋げていきます。

## ②商店街ガイドマップのブラッシュアップ

現在の恋文商店街マップに、町外から来る人を意識して利用可能な駐車場も載せるなどして更にブラッシュアップ。道の駅ふたついのなどの集客施設に設置することで、街なかへの回遊を図って地域活性化を推進します。

### 【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
きみ恋軽トラ市の開催	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
商店街ガイドマップの作成	商店街ガイドマップのリニューアル	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## (2) 道の駅直売所の出荷者などとの連携

道の駅ふたついの直売所には、地域の多くの方々が野菜などを出荷しております。それらの方が新たに6次産業化などを検討する場合、商品化から販路拡大まで経営を総合的に支援していきます。

### ①6次産業化の支援

直売所の出荷者が農産物を活かして6次産業化を検討する場合、連携する事業者の紹介や専門家派遣の活用などにより、商品化・販路拡大を支援していきます。

### ②経営一般の支援による商工会の加入促進

近年、農業者から労働保険や共済など経営一般の相談が増えており、直売所の出荷者に対して商品開発以外にも経営支援していくことで、商工会の加入促進に繋がります。

### 【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
農業者の6次産業化支援	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
農業者の商工会加入促進	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## 施策5 商工会館移転計画などハード・ソフト両面による支援機能の強化

### 1 施策展開方向

昭和47年に建設され築50年となる商工会館の在り方は、会員数の減少と共に喫緊の課題です。そこで、将来においても個社支援機能を維持するため、商工会館移転に関する議論を加速し、併せて職員の資質向上のため人材育成の機会を増やします。ハードとソフトの両面で支援機能を強化することで、会員サービスの向上に繋げていきます。

### 2 施策目標

#### (1) 商工会館移転の早期実現

現在の商工会館は老朽化が進み、毎年の修繕費用が負担となっております。今後も個社支援機能を維持していくため、商工会館移転計画を作成しそれに沿っていくことで、できるだけ早期の移転を実現します。

商工会館移転計画の作成に関する検討 商工会館移転検討委員会で移転について議論する回数	基準値	目標値(単位:回)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	-	4	4	2	2	-

#### (2) 職員の資質向上機会の拡大

職員個々の支援スキルとチーム支援力の向上のため、日常の業務内でも職員の育成機会を積極的に拡大していきます。

職員研修会の開催 職員向けの各種研修会の開催回数	基準値	目標値(単位:回)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	2	3	3	3	3	3

### 3 取組内容

#### (1) 商工会館移転計画の作成

現在の商工会館は昭和47年建設で、老朽化が進んでおります。そこで、商工会館移転検討委員会を設置して、移転先、費用、スケジュールなどについて協議。商工会館移転計画にまとめて、それに沿うことで移転を実現し、会員サービスの向上にも繋げていきます。

##### ① 移転先の選定

移転先となる建物について行政とも連携しながら複数の案を挙げたうえで、それを移転検討委員会できちんと見える化して、それぞれのメリット・デメリットを協議。理事会・役員会にも報告しながら、早期に移転先を選定していきます。

②商工会館の移転あるいは維持に掛かる費用のシミュレーション

現在の老朽化した商工会館を維持するにしても、新しく移転するにしても、多額の費用が掛かります。移転先に関する議論でベストな選定ができるように、取得費用、修繕費、維持費、解体費などについての長期的なシミュレーションを行います。

【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
商工会館移転先に関する議論	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	
商工会館移転に関する財政シミュレーションの実施	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	

(2) 職員の研修機会の拡大

当会は、事業所数・職員数が小規模な商工会です。多様化・高度化する課題に対応し個社支援を強化していくためには、全職員が幅広い業務に精通し最大限能力を発揮する必要があります。そのため、職員研修会の開催や職場内教育（O J T）を積極的に実践します。

①職員研修会の定期的な開催と Web セミナーの積極的な受講

支援スキルを向上させるため、職員研修会を定期的で開催します。また、新型コロナウイルス感染症対策として Web 会議の環境整備が進み出張しなくても Web セミナーを受講できるようになっており、多種多様な Web セミナーも積極的に受講させます。

②業務のローテーション化

少数の職員で効果的な個社支援を行っていくためには、各職員が幅広い業務に精通している必要があります。例えば、労働保険の担当者を毎年交代して前任者が指導するなどして、全職員が一定レベル以上の個社支援を行えるようにします。

【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
職員研修会開催と Web セミナー受講	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
業務のローテーション化	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## 施策6 会員の加入促進による長期的な運営体制の確立

### 1 施策展開方向

会員数の減少は、商工会館の在り方と共に当会の喫緊の課題です。今後も個社支援機能を維持するため、会員の加入促進を行って会員数の維持・増加を図り、財政基盤の安定化に繋げることで、長期的な運営体制を確立していきます。

### 2 施策目標

#### (1) 新規会員数の増加

会員の加入促進を行うに当たって、ハード・ソフト両面での支援機能強化や商工会活動のPRとの相乗効果を図りながら、会員数を維持・増加させていきます。

新規加入の会員数	基準値	目標値(単位:件)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	6	11	12	13	14	15

#### (2) 自己財源比率の増加

長期的な運営体制を確立するため、会員の加入促進による会費の増額だけでなく各種手数料の増加にも繋げて、財政基盤を安定化させます。

自己財源比率	基準値	目標値(単位:%)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	収入に占める会費と手数料の割合	38	39	40	41	42

自己財源比率 = (会費 + 手数料) ÷ 経常収入 (窓文すぼっと受託事業費は除く)

### 3 取組内容

#### (1) 会員の加入促進

廃業者の増加で会員数は減少傾向ですが、役職員が一体となり会員の加入促進に改めて取り組むことで、少しでも多くの新規会員を獲得していきます。

##### ① 計画的な加入促進の実施

非会員名簿を基にした地区毎の加入促進計画を作成し、役職員が一体となって会員の加入促進を行います。

##### ② 地域への商工会活動PRによる加入促進

商工会の活動を広く地域の人にも知ってもらうため、事業内容をホームページに掲載するだけでなく、商工会報を二ツ井町内に全戸配布したり地元紙の広告欄へ定期的に掲載するなどして、商工会活動を積極的にPRします。そして、非会員の加入だけでなく、創業希望者や農業関係者の案件掘り起こしにも繋げていきます。

【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
計画的な加入促進	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
商工会活動のPR	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## (2) 中長期財政計画の策定

会員数の減少は会費だけでなく手数料の減少にも繋がるため、会員の加入促進を手数料の増加にも繋げて、財政基盤を安定化させます。また、その結果を中長期財政計画にまとめることで、今後の運営体制を確立します。

### ① 手数料の増加

会員の加入促進の結果、例えば非会員だった方は経営支援全般からの共済、創業者であればネット de 記帳、農業関係者であれば労働保険など、それぞれに合った支援メニューから各種手数料の増加に繋げていきます。

### ② 財政シミュレーションの実施

会員の加入促進により会員数の維持・増加を図ることで、自己財源である会費や手数料を増やしていきます。その結果を財政シミュレーションし、中長期財政計画にまとめることで、今後の運営体制を安定化させていきます。

【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
財政シミュレーションの実施	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## 施策7 「恋文すぽと きみまち」を活用した「道の駅ふたつ」からの誘客活動

### 1 施策展開方向

「道の駅ふたつ」は移転から3年で来場者数が300万人を超えるなど高い集客力を誇っております。また、令和5年度には二ツ井今泉道路と小繫IC（仮称）が開通する予定で、更に多くの人々が二ツ井町を訪れることが見込まれます。そこで、今後も「地域コミュニティを支える事業者を全力で守り抜き新たな挑戦を支える」ため、商店街活性化の拠点「恋文すぽと きみまち」（臨時職員2名）を活用。道の駅から街なかに少しでも多くの誘客を図ることで、地域活性化により地域コミュニティを守っていきます。

### 2 施策目標

#### (1) 新たな誘客ツールの活用数の増加

道の駅ふたつから街なかへの誘客数を増やしていくため、恋文すぽとが道の駅来場者をターゲットに絞った新たな誘客ツールを作成し、道の駅や商店会などとも連携しながら、その活用店舗数を増やしていきます。

新たな誘客ツールの活用店舗数	基準値	目標値（単位：件）				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
加盟登録店舗	0	15	20	25	30	35

#### (2) 商店街への来場者数の増加

商店街の各店舗と恋文すぽとによる商店についての情報発信強化により、まずは道の駅ふたつから商店街中心部に位置する恋文すぽとへの来場者数を増やします。そして、恋文すぽとの街なか案内所機能により、各店舗への回遊に繋げていきます。

商店街への来場者数	基準値	目標値（単位：人）				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
指標の一つとして、商店街活性化の拠点「恋文すぽと きみまち」の来場者数	4,500	4,700	4,900	5,100	5,300	5,500

### 3 取組内容

#### (1) クーポン券やパンフレットなど誘客ツールの活用

恋文すぽとが新たな誘客ツールの一つとして、道の駅ふたつの来場者を対象としたクーポン券や店舗紹介パンフレットなどを作成し、二ツ井きみまち商店会などの取り組みとも連携を図りながら、道の駅から街なかへの誘客を図ります。

##### ① クーポン券（電子媒体、紙媒体）事業の実施

現在実施しているクーポン券事業を発展させた取り組みとして、QRコードから店舗の情報を読み取れるようにした紙媒体のクーポン券を作成して道の駅に掲示し、I

CTとして観光アプリ「能代きみまち散歩」の電子クーポン券機能などの活用も検討。幅広い年代の人が気軽に利用できるようにして、街なかへの誘客を図ります。

## ②町外者向けパンフレットの作成

新型コロナウイルス感染症対策として始めた、飲食店やテイクアウト対応店を紹介するチラシと、地域の宝物を季節ごとに紹介するパンフレット『「おらほの街」の宝もん』は地域で大きな反響がありました。そこで、町外から道の駅を訪れる人を対象とする内容を刷新したパンフレットも新たに作成し、道の駅に設置していきます。

### 【取組実施工程表】

R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
クーポン券事業の実施	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
町外者向けパンフレットの作成	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## (2) 商店情報の発信の強化

商店街の魅力発信などを行っている商店街活性化の拠点「恋文すぽっと きみまち」。道の駅ふたついの来場者をターゲットにした情報の発信を強化することで、まずは道の駅から街なか案内所である恋文すぽっとに来てもらい、そこから各店舗への誘客を図ります。

### ①商店の情報発信の支援

街なかの商店はそれぞれ強みを持っていますが、情報発信は得意ではありません。そこで、恋文すぽっとが各商店のお勧めの一品や売出し情報などの発信を支援し、誘客に繋げていきます。併せて、商店街に対するWi-Fi機能の整備についても検討します。

### ②SNSによる情報発信の強化

Facebook、Twitter、Instagramによる地域の情報発信を、町外から道の駅ふたついを訪れる人も意識した内容とします。

### 【取組実施工程表】

R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
商店の情報発信の支援	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
SNSによる情報発信	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## 施策8 他団体との連携と地域資源を活かした誘客による地域活性化

### 1 施策展開方向

令和5年度に自動車専用道路が道の駅ふたつ前まで開通する予定であり、地域外から更に人を呼び込むチャンスを迎えます。例えば、道の駅に隣接する観光協会のカヌー体験は新型コロナウイルス禍でも安心して楽しめるとして注目を集めており、近くにはきみまち阪公園もあります。また、街なかの事業者は個店の強みを活かしながら地域コミュニティを支えています。そこで、街なか全体をサービスエリアと捉えて、地域活性化の一翼を担う行政・観光・商業の他団体と連携を深めながら、二ツ井町の多様な地域資源を活用。その相乗効果により、高い集客力を誇る道の駅から街なかへの誘客を増やすことで、地域活性化を図っていきます。

### 2 施策目標

#### (1) 道の駅ふたつへの出品者数の増加

お店を知ってもらうきっかけの一つやテストマーケティングの場として、高い集客力を誇る道の駅ふたつの活用は有効です。そこで、道の駅への出品を支援して出品者数を増やすことで、興味を持った来場者の街なかへの回遊増加や商品の改善に繋げていきます。

道の駅ふたつへの出品者数	基準値	目標値(単位:件)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
自社商品の出品者数	5	7	9	11	13	15

#### (2) 誘客環境整備による道の駅ふたつ来場者数の増加

自動車専用道路とICの新規開通後も二ツ井町への導線を維持するため、少しでも立ち寄りやすい環境を整備し道の駅ふたつ自身の取り組みとの相乗効果により、町外から道の駅への来場者数を増やします。そして、街なかへの誘客増加に繋げていきます。

道の駅ふたつの来場者数	基準値	目標値(単位:万人)				
	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
道の駅ふたつに1年間で来場した数	100	100	100	110	120	130

### 3 取組内容

#### (1) 関係団体と連携した道の駅ふたつから街なかへの誘客事業

二ツ井町観光協会が道の駅ふたつ横の米代川で行っているカヌー体験は、年間利用者が約1,000人と増加傾向で注目を集めています。また、二ツ井きみまち商店会や二ツ井町商業協同組合の加盟店は、取扱い商品や接客サービスでそれぞれ強みを持っています。そこで、関係団体とも連携して、道の駅から街なかへの誘客を増やしていきます。

### ①道の駅への出品支援

商店会や商業協同組合と連携し、既存商品の販路拡大や新商品開発を考えている事業者に対して、補助金活用や専門家派遣などの支援を行いながら道の駅ふたつへの出品を促すことで、道の駅来場者に個店への興味を持たせて街なかへの誘客を図っていきます。

### ②関係団体と町内事業者を組み合わせた周遊ルートの整備

例えば、観光協会のカヌー体験だけでなく、きみまち阪公園や桜づつみ公園、町内の温泉施設や飲食店、あるいは旧羽州街道の船着場の歴史などを組み合わせた体験型周遊ルートを整備することで、道の駅から街なかへの人の流れを増やして地域活性化に繋がります。

#### 【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
道の駅への出品支援	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→
周遊ルートの整備	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→	→→→→→→→→

## (2) 地域外から二ツ井町への誘客環境の整備

令和5年度に開通予定の二ツ井今泉道路と小繫 IC（仮称）について、地域外の人が少しでも二ツ井町に立ち寄りやすい環境を整えることで、自動車専用道路→道の駅ふたつ→街なかと誘導して交流人口増加による地域活性化に繋がります。

### ①新 IC の名称や地域住民が勧める地域の魅力に関するアンケートの実施

新しい IC のそばには道の駅ふたつやきみまち阪公園などがあります。どうすれば自動車専用道路を利用する地域外の人が二ツ井町に立ち寄りやすくなるか、地域住民に新 IC の名称などに関するアンケートを実施し、今後の要望に活かしていきます。

### ②新 IC の名称に関する国土交通省への要望

商工会にできる誘客環境整備の一つとして、住民アンケートの結果を基に新 IC の名称（案）などについて国土交通省へ要望。少しでも分かりやすい名称を実現して二ツ井町へ降車しやすい環境を整備することで、IC 開通後も地域外から二ツ井町への導線を維持し、街なか誘客活動との相乗効果から地域活性化に繋がっていきます。

#### 【取組実施工程表】

R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
国土交通省への要望	要望効果の検証	要望効果の検証	要望効果の検証	要望効果の検証