

経営発達支援計画の概要

実施者名	むかわ町商工会（法人番号：6430005008824）
実施期間	平成 28 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日
目 標	<p>商工会として、「ししゃも」「穂別メロン」「化石」などの特徴ある地場製品の強みを生かし、さらなる販路拡大と知名度の向上により得る、交流人口の増加による経済効果を町内小規模事業者にも波及させることを目指します。</p> <p>事業実施に対する課題克服に向け、むかわ町、地域金融機関その他支援機関と連携し、小規模事業者とともに歩み伴走し、経営力向上や販売促進等を継続して支援します。</p>
事業内容	<p>地域の経済動向調査 地域内の経済動向について、独自調査や各種景況調査、経済レポートから分析し、取りまとめて提供します。</p> <p>経営分析 事業内容の現況確認や決算書から数値的な分析のほか、SWOT 分析等による経営分析により、小規模事業者の持続的発展に寄与します。</p> <p>事業計画の策定・需要動向調査・実施支援 レベルに応じた事業計画策定を支援します。需要動向調査を行い、事業計画策定に利用するほか、レポートにして情報提供します。策定後は実施に向けて伴走型の指導・助言を行い持続的発展へ支援をします。高度な計画については、専門家と連携し策定・実施支援を行います。</p> <p>新たな需要の開拓に寄与する事業 展示会・アンテナショップ・商談会等へ出展支援や無料ホームページ「シフト」でのネット販売支援、そして、地域資源を活かし、来町者を広く町内に回遊する仕組みを検討し、新たな需要開拓を図ります。</p> <p>地域経済の活性化に資する取組 「ししゃも」「穂別メロン」や「穂別の恐竜の化石」などの地域資源の活用により交流人口の増加を図り、地元経済活性化へ結びつけることを検討していきます。</p>
連絡先	<p>むかわ町商工会</p> <p>【本 所】 北海道勇払郡むかわ町松風 1 丁目 24 番地 電話 0145-42-2276</p> <p>【穂別支所】 北海道勇払郡むかわ町穂別 39 番地 5 電話 0145-45-2266</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. むかわ町の現状

地理的状況

むかわ町は、道央圏の南方に位置し、北海道の経済・文化の中心都市である札幌市や空の玄関の千歳市、海の玄関である苫小牧市にも近く、日高・十勝方面への交通の要衝にあります。



◇むかわ町の位置



「むかわ町」は「鶴川町」（以下「鶴川地区」と表記）と「穂別町」（以下「穂別地区」と表記）の 2 つの町が、平成 18 年 3 月に合併してできた、新しい町です。旧 2 町の中心部から中心部までは実測で 38 キロメートルほどの距離があり、それぞれの地域は独自の発展をしてきました。

近年は、高速道路や高規格道路の整備が進み当地区でも交通の利便性が増し、従来にも増して町内から都市部へ流出が加速しています。

人口動向

人口は、町の合併時の平成 17 年度末では、鶴川地区 6,800 人、穂別地区 3,668 人の合計 10,468 人でしたが、平成 26 年度末では、鶴川地区 6,040 人、穂別地区 2,856 人の合計 8,896 人と 9 年間で、1,572 名減少しています。穂別地区の人口の減少傾向が目立ちます。また、少子高齢化も進んでいます。

	平成 17 年		平成 22 年		平成 25 年	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
15 歳未満	1,309	12.3%	1,076	11.0%	974	10.4%
15～64 歳	6,381	60.2%	5,570	57.2%	5,304	56.7%
65 歳以上	2,912	27.5%	3,100	31.8%	3,083	32.9%
総人口	10,602	100.0%	9,746	100.0%	9,361	100.0%

※平成 17 年、平成 22 年は国勢調査結果より。平成 25 年は、平成 25 年 3 月 31 日現在の住民基本台帳による

むかわ町の産業

(就業者構成)

当町の基幹産業は、農業、林業、漁業であり、第1次産業に占める就業者の構成は31.9%となり、全道の平均の7.7%と比べても、高くなっています。(H22年国勢調査結果)

- 参考資料：むかわ町まちづくり計画の現況と推計（平成24年3月）より

就業人口の推移（国勢調査結果） 単位：人、%

	昭和60年	平成2年	平成7年	平成17年	参 考 (H17 結果)	
					全国	全道
総人口	14,068	12,871	11,197	10,602		
総就業者数	7,427	6,838	5,865	5,664		
第1次産業 構成比	34.8	32.3	28.7	28.9	4.8	7.7
第2次産業 構成比	24.3	25.3	23.6	22.4	26.1	19.0
第3次産業 構成比	40.9	42.4	47.6	48.3	67.2	71.3
就 業 率	52.8	53.1	52.4	53.4	48.1	46.3

※就業者総数には、分類不能を含む。

(1次産業の状況)

- ・農業については、水稻栽培から転作し、野菜や畑作、メロンや花卉栽培に肉用牛などの畜産も取り入れて、多種・多品目により、農畜産物価格下落や作況の影響が和らぎ、安定した経営が定着しています。
- ・漁業については、全国的知名度のある「シシャモ」は、漁獲高が減少し、資源動向が不安定な状況となっています。種苗放流により資源が増加しているマツカワ、資源状況が良好なホッキ貝があります。
- ・林業については、本町の森林は、総面積の約79%を占めています。産業的には盛んとは言えませんが、森林の持つ機能は、災害防止や水資源確保を始めとする生活環境の保全に重要な役割を果たしています。

(その他の状況)

穂別地区は、アンモナイトや海獣の化石の町としても知られ、平成26年9月に、ハドロザウルスの化石が発掘され、日本初となる陸上恐竜の全身骨格発掘や新種の可能性もあり、世界中から注目されています。

1次産業の振興を目指して、平成15年10月より、むかわ町の特産品の販売所として「ぼぼんた市場」が開設されました。「ぼぼんた市場」は、町が主導して開設されましたが、農業、漁業、商業者の三位一体での運営されている市場です。

(商工業の現況)

鷓川町商工会と穂別町商工会が合併した年である平成 20 年度と平成 27 年度を比較すると、製造業・サービス業を除く広い業種において、商工業者の減少がみられます。小規模事業者・小企業者の動向でみると、小規模事業者が減少しており、特に小企業者の減少が多いのがわかります。

商工業者数の動向

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食 宿泊	サービ ス業	その他	合計
H20 年度	65	23	6	89	60	75	37	355
H27 年度	58	25	5	82	48	81	31	330
増 減	7	2	1	7	12	6	6	25

小規模事業者・小企業者の動向

	H20 年度	H27 年度	増 減
小規模事業者数	324	300	24
小 企 業 者 数	295	254	41

商 業

鷓川地区には 2,438 m²のコープさっぽろと 1,210 m²のホクレン商事の店舗があり、日常の食料品等の購入の大部分がこの 2 店でまかなわれています。

穂別地区では、A コープを含め 4 店の食料品店がありますが、後継者はなく経営者の高齢化により数年後の閉店が危惧されます。

平成 17 年に隣接する苫小牧市東部地区にイオンモール苫小牧が開店後、ロードサイド型の大型店・専門店の出店が進み商業集積が進んでいます。鷓川地区からは車で 30 分、穂別地区からは 1 時間程度で行ける距離にあり、買回り品のみならず、最寄品においても購買力流出が止められない状況となっております。余暇の一環としてのショッピングをするという娯楽の要素に加え、デフレ消費下の節約志向・低価格指向を強めた消費者志向もあり、両地区の商業者への影響は大きいと言えます。

<飲食・宿泊>

むかわ地域では、宿泊施設が 1 か所で稼働率は良いです。飲食店は、秋のシシヤモの漁の時期には「シシヤモ寿司」などシシヤモ料理を目当てに込み合います。

穂別地区では、宿泊施設は、土木・建設関連の作業員の宿場として利用が多い状況です。飲食店は、地元住民の利用が主なものとなっています。

<サービス業>

介護関係や専門技術系のサービスを提供する業種が、わずかですが、増えています。生活関連サービス業については、町内外にある激安理容店、クリーニング店など、アウトレット的な店舗を利用する人が増えています。理美容店については、事業主の高齢化を迎えても廃業が少ないという特徴があります。

<建設業>

公共工事の減少による直接的影響のほか、道内大手や苫小牧方面の企業の進出により競合関係は厳しくなっております。受注先を町外に求める動きも見受けられます。

<製造業>

近隣地域に工場集積地があることから、町内には工業団地的な区域はありません。そのため、製造業社は少なく、生産品も多種にわたります。

2. 地区の課題

(1) 少子高齢化の進展と人口減少問題への対応

少子高齢化を伴う人口の減少が推計予想を上回る厳しい状況です。平成27年3月末の人口は、**8,896**人で、平成24年に推計された人口予測の**9,315**人より減少数は多くなっています。人口増対策を進めたとしても、即効的な効果は期待できないことが予想され、交流人口の増加により経済の活力を見出す必要があります。

- 参考資料：むかわ町まちづくり計画の現況と推計（平成24年3月）より
むかわ町の将来の人口、世帯数（実勢及び国の推計）

	現 況			推 計	
	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	平成32年
人 口	11,197	10,602	9,746	9,315	8,637
世 帯 数	4,301	4,353	4,127	4,085	3,930
世 帯 人 員	2.60	2.44	2.36	2.28	2.20

現況は国勢調査実績値(各年10月1日)

平成27年以降の人口は、厚生労働省(社会保障・人口問題研究所)の推計値

平成27年以降の世帯数は、人口/世帯人員で算定

平成27年以降の世帯人員は、平成17~22年の5年変化率(0.94)を乗じて算定

(2) 1次産業製品の課題

・農業は、当町を支える基盤産業です。2010年農業センサスでは、農家戸数は、525戸で10年前の734戸に比べ28%減少しています。農村地域の人口減、高齢化、後継者不足は、地域コミュニティ崩壊を招くほか、地域経済にも大きな影響を与えます。農業の担い手を育てることに、農畜産物のブランド化による競争力の強化が有効と考えられるため、今後、地域ブランドとして、広く認知されるようにすることがテーマとなります。

・漁業製品については、町魚である「シシャモ」の保護と、安定した漁獲がある「マツカワ」「ホッキ貝」など良質な水産資源の有効活用策を検討し、地産池消による町内消費体制の強化と近隣地域からの交流人口増加へ繋げるため、むかわ産としての付加価値向上のための検討が課題です。

・林業については、森林資源の適正な管理と循環利用のための整備や環境づくり、木質ペレット等の地材の地産地消や森林環境を活かした交流人口の取り込みが課題です。

課題1

少子高齢化を伴う人口減少による地域経済活力低下を補うために、交流人口の拡大を図ることが課題です。

課題2

交流人口の拡大のための一つの方策として、全国的な知名度がある「シシャモ」や品質の良い「穂別メロン」、そして、世界的に注目を集めている「ハドロザウルス」の化石を中心とした地域資源を、如何に地域ブランド化させ、広く認識をしてもらうことができるようにするかが課題です。

3. 地域小規模事業者の課題

商工業者に対し、小規模事業者は 91%を占め、当町商工業活性化の中心を担っています。小規模事業者数は、ここ 5 年間で 28 件 (8.6%) 減少しており、当町では、小売業、飲食・宿泊業の商業系の減少が目立ちます。

商業・飲食においては、人口減少、少子高齢化が進む中、近隣の大型店や町外大手事業者の町内への進出、余暇の一環としてのショッピングをするという娯楽の要素に加え、デフレ消費下の節約志向・低価格指向を強めた消費者志向の変化に伴い苦境に直面しています。

鶴川地区においては、「シシャモ」の漁期には、「シシャモ押し寿司・シシャモ寿司」などシシャモ料理を目当てに多くの来店者があります。商工業については、廃業が進んだ結果、概ね後継者問題については、落ち着きが見られます。

穂別地区においては、A コープを含め 4 店の食料品店がありますが、後継者がなく、経営者の高齢化により数年後の閉店が危惧されています。

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食 宿泊	サービ ス業	その他	合計
H22 年度	62	19	5	78	62	76	26	328
H27 年度	56	18	5	71	48	72	30	300
増 減	6	1	0	7	14	4	4	28

当会商工業者名簿より各 4 月 1 日現在の小規模事業者数

■ 課題 1

商業・飲食においては、厳しい経営環境下での消費者志向に対応するため、小規模事業者ならではの、互いに顔の見える関係を活かした、財・サービスの提供により、経営の持続的発展を図る。

■ 課題 2

鶴川地区では、「シシャモの時期」以外の時期の来店へ繋がるよう、繁忙期に P R し、新たな地域資源の活用やサービスの提供により閑散期へのリピーターを作る工夫をする。

■ 課題 3

穂別地区では、経営者の高齢化により数年後の閉店が危惧されていることから、経営の分析や企業の維持継承を含めた経営計画の策定・実施により、持続的発展を図り、地域の雇用やコミュニティを維持する。

4. 商工会の現状と課題

(1) 地域経済活性化の取り組み

(穂別地区)

旧穂別町では、アンモナイトやウミガメなどの化石が多数発掘されており、昭和52年にはクビナガリュウの化石が発掘され、中生代から新生代にわたる古代生物の化石を展示する博物館を設置するなど「化石のまち」として取組んできました。

商工会としては、昭和63年に商店街近代化を実施し、商店街の通りを「進化の道」とネーミングしました。地球と人類の進化がわかる工夫を街区ごとに表現し、街路灯には古代生物のモニュメントを設置しました。街路樹には古代の木であるメタセコイヤを植樹するなど化石の街として取組みました。恐竜をイメージしたキャラクターである「ホッピー」を発案し、現在でも、まちの案内看板やパンフレット、菓子のパッケージなどに広く利用されております。

(鶴川地区)

町が主体となった、商店街の近代化整備事業が平成8年に完了し、ポケットパークの設置や歩道整備により商店街の再生を図りました。商工会は、事業実施の権利関係者との調整役を担い、現在は、「維持管理に関する協定書」に基づき、維持管理、美観の向上役を担っています。その後、消費動向調査や大型店影響調査など実施してきましたが、平成9年度には、地域特産品等開発推進事業として、「シシャモ」を中心とした、地域産品を利用した商品開発を進め、その中でも、「シシャモ押し寿司」は、現在でも人気商品として販売されています。平成15年度には、商工会等地域振興対策事業として、商店街の将来にわたる継続的な発展を目指し、「シシャモ」を活用した観光施設を含む、「シシャモ・サンクチュアリー構想」の調査研究を実施して町へ提言してきました。

また、札幌市や苫小牧市で結婚披露宴を挙げるが多かったことから、平成9年に道の駅に併設された多目的ホールの完成に合わせ、結婚披露宴はじめとする各種宴会の運営をする「有限会社カム企画」を立ち上げて、町内への大規模宴会の取り込みを図りました。

「カム企画」は、商工会が中心となり設立し、町内の飲食店、酒小売店、美容院、写真館、贈答品店など関連企業19社で構成されています。都会の宴会会場と遜色のないサービスの提供に努め、黒字経営を設立以来続けています。商工会では現在も、事務受託を通じて支援を続けており、地域商工業者の振興の一助を担っています。

(2) その他地域商工業に貢献する事業

商工まつりはじめとする、イベントの開催による来街者の増加策や、近年は、購買意欲の喚起を目的にプレミアム商品券発行事業を実施しています。

(3) 受託事業を通じた振興支援

スタンプ会の事務受託や、料飲店組合・食品衛生組合の事務受託を通じ地域小売・飲食店の振興に携わってきました。

■ 課題 1

鶴川、穂別の両地区において、商店街の整備に取り組んできたが、事業終了から 20 年以上が経ち、外内部の環境変化に対応した商店街のあり方を再検討する。

■ 課題 2

S63 年の恐竜キャラクター「ホッピー」の創作・活用や、H9 年の「シシャモ押し寿司」等の地域資源の活用の検討をして成果を上げた。しかしながら、その後、見直しや新たな地域資源の発掘・活用していないことから、地域資源について再検討をする。

5. 小規模事業者に対する支援の現状と課題

小規模事業者に対する支援として、講習会の開催や各種施策に関するパンフレットや広報チラシの配布など実施してきました。個別企業への支援は、金融、税務、経理、労働保険など従来の型の指導業務を中心に実施してまいりました。昨今は、巡回支援を中心とした、伴走型支援を念頭に置きながら事業を実施しています。しかしながら、各個別案件は、各職員のマンパワーに依存し、担当職員のみで対応することが多く、指導内容については、相談指導カルテに保存して終わりという状況です。

■ 課題 1

個別企業の支援は、担当職員で対応してきており、商工会組織全体としての個店支援のための取り組みは弱かった。今後は、商工会全体の使命として小規模事業者への支援策を実施する。

■ 課題 2

各企業の相談指導の結果は、各企業別ファイルに綴られているが、網羅的に小規模事業者の動向の把握には利用されてこなかった。地域の経済動向とともに、小規模事業者の経済動向情報の共有化を商工会内で図り、小規模事業者支援策の検討の材料として利用する。

課題 3

小規模事業者の直面する課題の対応で終わることが多く、経営分析や事業計画の策定など、将来を見据えた支援策への取り組みは弱かった。今後は、経営分析や事業計画の策定、需給動向の把握により将来を見据えた持続的発展に資するような事業展開を図る。

6. 商工会の経営発達支援事業の目標

(1) 中長期的な取り組み

- 小規模事業者の「地域資源を活かした交流人口の増加から得る、経済波及効果の町内小規模事業者への取り込み」を目標とします。
- 商業環境は、少子高齢化を伴う人口減や町内外の大型店、大手業者、コンビニの進出により外内部要因が大きく変化しています。従来型の商店街形成から町の顔である中心街として、小規模事業者ならではの互いに顔が見える関係を活かせるような、中心街の美化・機能強化を目標とします。

(2) 事業の目標

課題克服のため、以下の目標を設定します。目標に向かうことにより、個店の事業意欲向上から個店の強化・魅力向上の醸成が期待できます。個店の経営の強化・経営上の魅力向上により、将来性が見込めることになれば、抱える、経営者の高齢化・後継者問題についても解消していくものと考えます。

■ 目 標 地域経済の活性化のための地場産品の活用

商工会としては、「シシャモ」「穂別メロン」「化石」などの特徴ある地場産品の強みを生かし、さらなる販路拡大と知名度の向上により得る、交流人口の増加による経済効果を町内小規模事業者に波及させることを目指します。

■ 目 標 関係機関と連携し個店の経営力強化を図る

事業実施に対する課題克服に向け、むかわ町、地域金融機関その他支援機関と連携し、個別小規模事業者とともに歩み伴走し、経営力向上や販売促進等を継続して支援します。

■ 目 標 巡回による個店の経営力強化のための伴走型支援の実施

- ① 経営改善普及事業の基本である巡回支援を中心に、小規模事業者の持続的発展を遂行するために必要な情報を収集し、個別企業の経営力・販売促進等を継続的に支援し小規模事業者の持続的発展を図ります。
- ② 収集した個別小規模事業者の状況と経営分析から、課題抽出と目標設定をともに検討し、事業計画の策定を図ります。
- ③ 事業計画を策定した小規模事業者に対しては、ともに課題克服や目標達成できるよう、伴走型支援を継続します。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (平成28年4月1日～平成33年3月31日)

商工会が取り組む地域資源を活用した支援事業の調査・検討・効果の検証にかかる期間として、上記の事業の成果を見定め、事業の見直しを図る上で、5年間の事業期間とします。

(2) 経営発達支援事業の内容

・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【指針】

現状と課題

地域経済の動向については、商工会景況調査、各金融機関の経済レポートや経済新聞、地方版企業情報誌を見るだけで、取りまとめて情報提供をるところまでは至っていませんでした。

今後は、小規模事業者に対する的確な支援を行うため、地域の経済状況を把握している必要があります。また、小規模事業者にとっても地域経済の状況を把握しておくことは事業計画を策定する上に必要なことから、各種調査を分析、整理した上で取りまとめ、地域の経済動向の情報の提供をしていくことが課題です。

取組み内容

各種調査レポートの調査分析による情報提供

下記資料を利用し、売上額・収益・販売価格・仕入価格・対前年売上・対前年収益・資金繰りの項目について、道内と管内又は商工会地区の経済動向調査と対比して、地域の経済動向を考察し、各業種の地域経済動向として取りまとめる。調査結果は、4半期に一度、レポートにして経営計画作成をはじめとする経営支援の資料として活用する。公表する調査結果は、小規模事業者が取りつきやすいように、要約した説明と図による見やすい形に工夫したレポートを作成し、会報等と配布するとともにホームページへ掲載して会員並びに町内小規模事業者へ情報提供を行う。(新規事業)

(1) 調査対象資料名・調査項目等

資料名	調査機関	公表頻度	資料の掲載内容
中小企業景況調査	北海道商工会連合会	3ヶ月に1回	道内商工会地区事業所の景況調査報告
とましん景況レポート	苫小牧信用金庫	3ヶ月に1回	管内事業所の景況レポート
調査ニュース	北海道銀行	月1回	道内の主要経済指標を参考とした業況報告
月例経済報告	北海道	月1回	道内の景況感

ヒアリングシートを活用した景況調査

町内小規模事業者の景況感を把握するため、売上額・収益・販売価格・仕入価格・対前年売上・対前年収益・資金繰りの調査項目を記載したヒアリングシートを利用し、巡回等支援において調査する。また、ヒアリング時には、経営上のニーズや現状の抱える問題等についても聞き取り、今後の経営支援への取りつきになる効果も期待できる。

調査した結果は、4半期に一度、取りまとめてレポートにし、経営計画作成をはじめとする経営支援の資料として活用するほか、会報等と配布するとともにホームページへ掲載して会員並びに町内小規模事業者へ情報提供を行う。(新規事業)

目標及び期待される効果

4半期に一度、経済動向調査による各業種の経済動向をレポートにして活用・公表できるよう取りまとめます。レポートの配布とホームページへの掲載により会員並びに町内小規模事業者へ情報提供をするほか、巡回支援、窓口支援において地域経済情報として支援事業に活用します。道内・管内・商工会地区の経済状況と上記ヒアリングした当町での経済景況情報により、客観的な見地から地域の景況・業況感を基に経営計画を策定できることが期待されます。

2. 経営状況の分析に関すること【指針】

現状と課題

ネット de 記帳の利用者には、経営分析結果を提供し説明していましたが、決算内容による過去の分析に留まり、将来の経営方針に繋げる指導とは必ずしも言えませんでした。また、ネット de 記帳の利用者以外には、各種経営調査や金融指導時の対応に留まっており、一部の小規模事業者への対応しかなされていませんでした。

取組み内容

- ① 当会で言う経営分析は、以下の項目とし、必要に応じその他の経営分析を行う。経営分析結果は、小規模事業者と共に検討し内容の理解を深め、今後の経営資料とし活用する。また、経営分析を行った小規模事業者は、事業計画策定の支援対象者とし、事業計画策定支援に活用する。(新規事業)
 - ア. 商品、役務等の提供の状況の把握
 - イ. 保有する技術又は、ノウハウ、従業員等の無形資産の把握
 - ウ. SWOT 分析
 - エ. 損益分岐点売上高分析
 - オ. 財務データから経営分析による財務状況の把握
財務データからの経営分析は、ネット de 記帳の経営分析システムや(独)中小企業基盤整備機構の経営自己診断システムを利用
- ② 経営分析については、応対する小規模事業者が入口から拒むことがないように、各小

規模事業者のレベルに応じた深度から取りつき、経営への気づきの一歩とする。また、高度な案件については、専門家と連携して対応する。(既存・拡充事業)

- ③ 高度・専門的な経営分析案件については、北海道商工会連合会、北海道、地元金融機関、(独)中小機構北海道、北海道よろず支援拠点等と連携するものとし、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していく。(既存事業)
- ④ 経営分析をする対象企業は、経営指導員等の巡回・窓口相談、各種会合等を通じ、経営分析ニーズを把握し実施するとともに、地場産品利用事業所や飲食店からピックアップした小規模事業者の経営分析を行う。(新規事業)

目標及び期待される効果

(目標)次のとおり設定する。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
巡回支援件数	307	400	400	420	420	420
経営分析件数	16	20	22	22	25	25

※小規模事業者会員数 187件

(期待される効果)

経営分析の作成により、感覚のみの理解ではなく、実数を視覚からも捉えることで、客観的な判断の材料になるとともに、資料として、手元に置けることから熟慮する機会にも繋がり、経営向上に資することが期待されます。また、分析結果から提案型支援への参考とすることができ、次のステップとしての経営計画策定へ結びつけることができると期待されます。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

現状と課題

現状では、税務や労務の面からの事業計画は、問題の解決のための対応的指導が多く、金融指導の際でも、資金繰り計画など財務の面からの検討が中心で、将来に向けた経営理念を含む、経営方針、経営計画策定までは至っていませんでした。また、小規模事業者自身も、作成する手間と経営向上効果への疑念から、事業計画策定には関心が薄い傾向があります。

経営計画の策定過程から経営に関する「気づき」を感じるとの結果もあり、如何に関心を持って貰い、計画策定に望ませるかが課題です。

創業者に対しては、金融指導面からの経営計画と経理・税務・労務等の事務的支援をしていましたが、漫然とした経営とならないような、経営計画・目標設定により、事業の持続・発展ができるよう支援することが課題です。

取組み内容

事業者が経営課題を解決するため、上記1の地域の経済動向調査、上記2の経営分析、

下記5の需要動向調査の結果を踏まえ、事業計画策定支援や実施支援について、伴走型の指導・助言を行い小規模事業者の事業の持続的発展を図ります。

また、各策定・実施にあたって、高度な案件については、各分野の専門家等と連携して実施していきます。

- ① 経営分析を終了したものは、経営計画の策定までフォローし、各小規模事業者の実情に合わせ、深度の浅い経営計画からでも実施し、経営上の「気づき」「意識改革」に繋げる。(新規事業)
- ② 事業計画策定及び経営革新(第二創業、農商工連携含む)に関する広報チラシの配布や巡回支援時に小規模事業者からの相談等を受ける中から、事業計画策定及び経営革新(第二創業、農商工連携含む)を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。(新規事業)
- ③ 事業計画策定を目指す小規模事業者のほか、金融相談、持続化補助金の申請時に事業計画の策定支援を行う。(既存・拡充事業)
- ④ 自ら自社の事業計画の策定を行うことに寄与できるセミナーを開催する。(新規事業)
- ⑤ 創業者に対しても、既存事業者と同様の事業計画支援を行う。(新規事業)

目標及び期待される効果

(目標)次のとおり設定する。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
事業計画策定支援(件)	0	4	6	10	10	10
事業計画策定セミナーの開催	0	1	1	1	1	1

※支援件数には創業者に対しての支援も含む

(期待される効果)

事業計画策定については、A4用紙1枚程度の計画であっても、経営への気づき・意識改革に繋がるとの結果から、今後の持続的発展に向けた入り口として、意識改革効果を期待できます。具体的な経営目標の設定に結び付き、経営上の行動指針になることから、持続的に発展する経営へ寄与するものと期待されます。創業者については、事業計画の策定により、目的に向かった事業展開が図られ、漫然とした経営にならず、事業が継続・発展していくことが期待されます。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

現状と課題

金融、税務、労働等で策定した経営計画があっても、事後においては、事業者から問い合わせに応じるのみで、当会からの継続的なフォローアップという面からは課題がありました。

取組み内容

- ① 事業計画策定後に、国、道、町、北海道商工会連合会等の行う支援策等を巡回支援を通じて提供し、フォローアップを実施する。(新規事業)
- ② 事業計画策定後に、進捗状況の確認を行うとともに、必要に応じて計画実施のための問題解消や計画の修正や掘り下げについて助言、指導を行う。(新規事業)
- ③ フォローアップにあたり、高度な案件については、各分野の専門家等と連携して実施していく。
- ④ 事業計画の策定支援を受けた事業者が、計画上の資金需要がある場合は、「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用し金融面からのバックアップをする。(新規事業)
- ⑤ 創業者に対しては、事業計画の進捗状況確認や計画の見直しなどの支援を、巡回支援しフォローする。(既存・拡充事業)

目標及び期待される効果

案件においては随時支援とするが、3か月に一度は巡回支援し、小規模事業者と共に事業計画のPDCAを行い、継続的に改善できるようフォローアップを実施します。

また、巡回による伴走型の支援により、つまづきによる意欲低下や、士気の低下を防ぐ下支えにもなり、事業計画の実行への取り組みを継続していくことが期待されます。

創業者に対しては、1か月に一度は巡回支援し、共に事業計画のPDCAを行います。実際の経営状況と事業計画との比較により、現状確認及び課題の抽出ができ、事業の持続・発展に寄与することが期待できます。

5. 需要動向調査に関すること【指針】

現状と課題

今までは、需要動向を特に意識せず、感覚的に個店の商品・役務の開発、改良の相談に取り組んでいました。また、需要動向を取りまとめて経営支援に活用することも、情報提供をすることもありませんでした。今後は、事業計画の策定にあたっては、感覚のみで作るのではなく、買い手のニーズを調査分析の上、計画策定を支援することや、需要動向を取りまとめて情報提供をし、地場産品を利用した商品の開発、改良がマーケットインの考え方に沿ったものとなるよう支援することが課題です。

取組み内容

- ① 商業に属する小規模事業者の事業計画策定には、「日経テレコンPOSEYES」の、「ABCランキング」、「伸びる市場・縮む市場」より商品の売上動向を調査し、客観的な

需要動向に基づき、重点を置く販売品目や品ぞろえなどの設定に関する情報を提供し、計画策定の支援をする。(新規事業)

② 商業以外に属する小規模事業者の事業計画策定には、「日経テレコンPOSEYES」データや「日経テレコン」の検索記事から情報を収集して、提供品目や役務の需要ニーズの傾向、競合状況、業界情報を中心とした市場動向を調査提供し、客観的な需要動向に基づいた計画策定の支援をする。(新規事業)

③ 地場産品の活用を図るため、「道の駅むかわ四季の館」^{※1}・「ぼぼんた市場」^{※2}と連携し、販売情報から売れ筋商品・価格帯を調査し、売れている商品の傾向を探る。

また、来場者に消費者アンケートを実施し、むかわ町の各特産品の認知度、購入目的、購入したいと思う商品や商品カテゴリー、価格帯を調査する。

上記調査は、年2回行い、取りまとめた結果はレポートにし、経営計画作成をはじめとする経営支援の資料として活用する。また、物産品の製造・販売等を扱う小規模事業者へ巡回し直接資料を提供の上、売れ筋商品や求められる商品の傾向について意見交換を行い、「需要のあるもの」の意識付けを行う。「需要のあるもの」を意識した、品ぞろえや商品の開発・改良により、消費者ニーズに合った特産品関連商品の販売強化へ繋げる。また、地域活性化に関する取組における地域資源の活用における基礎資料として活用する。(新規事業)

※1 「道の駅むかわ四季の館」の販売ブースでは、地場産品の販売のほか、ロイズなど全道展開のお土産などの商品も扱っており、取扱商品の幅が広く需要傾向の検討には適当と思われる。

※2 「ぼぼんた市場」：地元の農業・漁業・商業者の三位一体で運営されている、むかわ町の特産品販売所。

④ 地場産品の販売関係や飲食店等の小規模事業者には、「じゃらん」などの飲食・土産を紹介する情報誌を利用して、飲食や土産に関するトレンドを探り、注目を集めるスイーツや食事、グッズ、サービスについて整理し、人気商品等の品目・内容・価格帯から人気商品等の傾向の情報を取りまとめる。半年に一度、レポートにして、対象業種の小規模事業者を巡回し直接配布の上、人気商品等の傾向の取り入れや応用について意見交換をし、「需要のあるもの」への意識付けを行う。消費者ニーズに合った新商品・新メニューの開発や既存商品等の改良への取り組みへの情報提供と経営計画作成をはじめとする経営支援の資料として活用する。(新規事業)

⑤ 需要動向に対応するための経営課題について、必要に応じて専門家と連携し課題解決を図る。(新規事業)

目標及び期待される効果

「道の駅」「物産品販売所」での、消費者アンケートや販売情報からの需要動向調査及び飲食・土産に関する需要調査は年2回実施又は取りまとめをします。取りまとめた結果はレポートにして、巡回支援において、直接配布し、需要動向について意見交換をします。

対話を重ねることで、「需要のあるもの」を意識した、商品、役務の提供へ繋がり、販路拡大や新たな商品開発や商品改良への取り組みのヒントとなることが期待されます。

事業計画策定小規模事業者に関する需要動向については、毎月需要動向を確認し、状況が変わったときは、速やかに巡回支援を通じて提供します。

提供した情報により、消費者ニーズ、需要ニーズを見据えた、商品、役務の提供へ繋がり、販路拡大や新たな商品開発への取り組みのヒントとなることが期待されます。マーケットインの視点に立った今後の経営計画を策定できることが期待されます。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

現状と課題

商談会、展示会の開催は、小規模商工会のため、参加事業者が集まらないなど単独開催が難しく開催はしていませんでした。他の機関で開催する商談会、展示会、アンテナショップ等への参加・出展については、募集案内を送付するだけにとどまっていました。

平成10年度より、商工会ホームページに希望する会員企業を中心とした企業紹介ページを作成していますが、ネット販売までは取り組んでいませんでした。

今後は、小規模事業者の需要の開拓に目を向け、連携先の商談会等への参加・出展等を支援していくことや、ネット上でも販売できる仕組み作りなど、需要開拓に資する支援策を講じていくことが課題です。

また、町内外から多くの集客がある特産品販売を中心としたイベントで、会場から町内の小売店・飲食店等への誘導策が図られていなかったため、町内へ誘導する取り組みが課題です。

取り組み内容

展示会・アンテナショップ・商談会等への出展支援

販路開拓、販路拡大を図るため、製造部門（食品・非食品製造）を持つ小規模事業者に次表の連携支援機関主催の展示会等の開催情報提供を行うとともに、出展手続きや商品提案書等の作成をサポートすることで、各事業者が出展しやすい環境づくりへ支援を行う。また、出展等の際は、来場者へアンケート調査を行う。調査内容は、商品の評価・価格・機能・パッケージなど、出展品目に合わせた商品の評価に関する項目とする。出展等による直接の販売・販路拡大のほか、アンケートの集計結果やバイヤーの評価から出展品目の強み弱みを把握して、今後の経営目標、経営計画の作成に繋げるよう支援する。（新規事業）

連携支援機関	内 容
全国商工会連合会	アンテナショップ（むらからまちから館）
北海道商工会連合会	展示・催事（北海道味覚マルシェ・北海道フェア）

	商談会（個別相談会・北の味、再発見）
北海道	アンテナショップ（どさんこプラザ札幌店・有楽町店）
中小企業基盤整備機構	企業間取引（事業名：Rin Crossing ※非食品の地域資源商品等を対象としたメーカーとバイヤーをつなぐ事業）

道の駅・地場産品販売所での催事等開催支援

販売拡大、需要の喚起を図るため、地場産品を利用した商品を持つ小規模事業者を対象として、「道の駅むかわ四季の館」や「ぼぼんた市場」と連携して、施設内の販売ブースでの催事等の開催の支援をする。1事業者単位の実施とすることで、他社との調整負担をなくし、柔軟に開催できるようにする。開催期間は2日から3日程度とし、希望する日時に合わせ、実施場所の手配をはじめとする事前準備や当日の運営のサポートをする。また、来場者を対象とした消費者へのアンケートをあわせて実施し、商品の味・価格・見た目・パッケージなど商品の評価に関する調査を行う。調査により対象商品の需要状況や商品の強み弱みを把握して、今後の商品開発・改良に繋がるよう支援をする。（新規事業）

ネットを利用した販路拡大支援

当会のホームページ（以下HP）で、消費者が来町前に取扱い品目や販売場所、営業時間、駐車場状況の情報収集をしていることが予想される。企業紹介ページの掲載企業数の拡大と掲載内容を随時更新することでHPの情報発信力を高める。情報発信力の強化により、商業・飲食業を営む小規模事業者への来店への動機付けを強め、販売機会を創出することによる需要開拓を支援する。

特に広く周知することが有効と考えられる地場産品等を扱う小規模事業者については、全国商工会連合会で展開するネット販売機能を持つHPの「シフト」を利用し、ネット販売による需要の喚起を図る。「シフト」の利用に当たっては、HPの作成支援や更新作業の支援を行う。また、「シフト」上の販売ページは、当会HPの企業紹介ページから訪問できるよう支援する。（既存・新規事業）

ふるさと納税謝礼品の対象となることによる販路拡大支援

むかわ町のふるさと納税額は道内で4番目（H26年時点）と好評であり、謝礼品目の対象とされることは、謝礼品として利用されることでの売上増加と商品PRの絶好の機会となる。地場産品を活用又は活用を考えている小規模事業者を対象として、既存商品、開発商品に係わらず、謝礼品として採用されるために需要動向調査の分析結果を基に、商品の選定、商品改良、個店内又は複数事業者の商品の組合せによるセット商品開発、価格設定、数量設定、発送条件を検討し、むかわ町と連携して支援する。（新規事業）

町内ししゃも等特産品販売店と飲食店への販売拡大支援

マップ形式のパンフを作成し、特産品販売店と飲食店の小規模事業者の店舗情報、商品情報、駐車場情報を掲載する。作成したパンフは、9月末に開催される、町の特産品を集めたイベントの「グルメフェスタ」と11月上旬に開催されるシシャモをメインと

したイベントの「ししゃもアレットピア」で配布する。シシャモ等の特産品を目当てに、それぞれ 4,000 人以上の集客があり、会場から町内小規模事業者のシシャモ等特産品販売店、飲食店への誘客により需要喚起を図る。また、個店には、シシャモの漁期以外にも利用できる地場産品を活用した自店の商品等の紹介チラシ、POP などの PR 物について助言・作成の支援をする。来店者にシシャモの漁期以外にも地場産品を活用した商品・飲食等があることを PR し、通年を通じたりピーター客の増加を図る。(新規事業)

目標及び期待される効果

(目標) 次のとおり設定する。

(単位：件)

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
展示会等への出展支援数 (各年間支援数)	0	1	2	3	3	3
道の駅等での催事の開催支援 (各年間支援数)	0	1	2	3	4	5
当会HP掲載件数 (年度末掲載小規模事業者数)	46	47	48	49	50	52
シフト登録件数 (年度末小規模事業者登録件数)	1	3	5	7	9	12
ふるさと納税謝礼品対象件数 (年度末小規模事業者件数)	0	1	2	3	4	5

(期待される効果)

展示会・アンテナショップ・商談会等への出展や道の駅等での催事の開催は、出展手続き等をサポートすることにより、出展への事務的な負担の軽減や出展への背中を押すことになり、出展希望者が増加することが期待できます。出展事業者は、直接の販売拡大・販路開拓のほか、今後の販売における強み弱みが把握でき、今後の経営目標、経営計画の作成に活かされることが期待できます。

HP については、消費者が来町前に情報収集をされていることが予想されるため、HP の拡充を図ることで、掲載事業所へ来店の動機付けとなり、交流人口増加へ寄与することが期待できます。また、来町の予定者は、企業紹介ページで、事前に販売品目等の情報を得ることができ、販売機会の損失を防ぐことが期待できます。また、「シフト」では、ネット販売も可能なので、直接的な販売機会の創出に繋がります。

ふるさと納税の謝礼の品目の対象となることで、直接の販売拡大へ結びつくことのほか、商品の PR ができることで需要の拡大が期待されます。

集客の多いイベントで、シシャモ等特産品販売店や飲食店の PR に力を入れることで、町内へイベント参加者が会場外に回遊し、更なる需要が生まれることが期待されます。

・地域経済の活性化に資する取組

現状と課題

地域の活性化を図るため、商工まつりなどの主催するイベントの実施や各実行委員会で開催される町内イベントに企画から実施、運営に広くかかわりを持って、交流人口の増加

に貢献し、地域経済の活性化の一翼を担ってきました。

商工会が中心となり、宴会の運営会社として設立した(有)カム企画は、地元で結婚式や法事などの規模の大きな宴会が地元で、開催できるようになり、地域住民に利便性を与えるとともに、地元からの仕入等で地域経済を潤してきました。現在では、結婚式の受注は減りましたが、町内各種団体の懇親会の開催には不可欠な組織となりました。

また、近年は、プレミアム商品券の発行により、生活者支援と地域経済活性化のための取り組みをしています。

観光振興・地域のブランド化については従来から取り組み、恐竜キャラクター「ホッピー」の発案や「シシャモ押し寿司」により、関与してきましたが、陳腐化対策や新たな地域資源の掘り起しが課題です。

取り組み内容

- ① むかわ町の「まちづくり計画」に協調し、地域資源の活用に関する委員会等への参加と取り組みに積極的に関与し、町・観光協会をはじめとする関係団体との共有意識を持つ。(既存事業)
- ② H26年に発掘されたハドロザウルスの化石については、調査終了まであと数年かかるが、地域資源として魅力があり、地域経済活性化への活用方法を、むかわ町や観光協会など関係機関と協議していく。(新規事業)
- ③ イベントの実施、参画による交流人口の増加や地域資源の活用による交流人口の増加を図ることにより、小規模事業者のための良好な環境を整備、維持していく。(既存事業)
- ④ 中心街として、外内部の環境の変化に対応するため、小規模事業者ならではの顔が見える関係を活かした振興策を調査研究する。(新規事業)
- ⑤ 地域資源の検討にあたっては、机上の話で終わることなく、道の駅やぼぼんた市場で、モニタリングなどにより、その魅力等の検証を実施し、実用性のあるものとしていく。

目標及び期待される効果

イベントの実施や特徴ある地域資源を活かしながら、交流人口の増加を図ることによる小規模事業者の良好な環境整備を目標とします。

特に観光・飲食業関連業種の経営力の強化に繋がることが期待されます。経済活性化の核として、地域経済活性化に波及効果をもたらすことが期待できます。小規模事業者ならではの顔の見える関係を活かした中心街の活性化策を調査研究する中から、将来へ向かう、中心街のあり方を考える意識の醸成が期待されます。

・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

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

現状と課題

北海道商工会連合会、同支部、日本政策金融公庫、行政の尽力により、各種研修会や施

策説明会等が開催されており、各連携先から支援ノウハウや地域需要に関する情報、事例発表を聴く機会や意見交換の場があり、積極的に出席してきました。

しかしながら、一部の支援担当職員が出席することが多く、得た情報の整理・活用は出席担当者に任されて、一部の情報の共有で終わっています。全支援担当で支援ノウハウ等を共有し、生かした情報の使い方とは言い切れない面がありました。

取組み内容

今後も積極的に、各支援先の研修会・説明会等に参加し、支援ノウハウ等の情報の取得を目指します。

職種に係わらず出席可能な研修会・説明会等には、支援担当者が偏ることなく出席できる体制を作ります。

今後は、得た支援ノウハウ等は、新たな需要の開拓を進める基盤の構築を意識して整理し、支援担当者全員の情報として共有し、活用できる状態にします。

- ① 胆振管内経営指導員連絡協議会に年2回出席して、管内における支援ノウハウ、支援の現状について意見交換する。(既存事業)
- ② 日本政策金融公庫室蘭支店が開催するマル経連絡協議会に年2回出席して、管内の経済状況、支援状況について情報を得る。(既存事業)
- ③ その他各支援機関が実施する、講習会、セミナー、説明会に積極的に出席する。(拡充事業)
- ④ 得た支援ノウハウは、整理した上、全支援担当者が閲覧、利用できるよう共有体制を強化する。(新規事業)

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

現状と課題

職員は、北海道商工会連合会が定める研修体系に基づき、職種・分野別講習を受講するほか、行政主催の説明会や地元金融機関始めとする連携機関が主催するセミナーに参加することで、スキルアップを図っています。しかしながら、得た情報の整理・活用は出席担

当者に任されて、一部の情報の共有で終わっており、全支援担当者で共有することなく、個々の資質の向上で終わっています。当会事務局は、小規模でベテラン職員で構成されているため、意識して職場内訓練を行っておらず、日頃の会話により、地域情報や施策支援策の新規・変更、業務の引継ぎについて確認しています。今後は、小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウ取得を目的した、職員一丸となった資質の向上が必要です。

取組み内容

支援能力の向上のため得た情報等は個人的活用にとどめず、資料等の情報の整理をし、共有で利用できる体制の構築をします。また、従来型の支援能力取得のほかに、新たにOJTによる小規模事業者の利益の確保に寄与するための資質の向上を図ります。

- ① 経営指導員は、北海道商工会連合会が主催する全道商工会経営指導員研修及び中小企業大学の中小企業支援担当者を年1回以上受講し、小規模事業者の利益の確保に資する支援能力の向上を図る。また、全国連が提供するWEB研修を受講し、広く知識の取得に努める。(既存事業)
- ② 補助員等については、北海道商工会連合会が主催する各種研修会を年間1回以上受講し、小規模事業者の利益の確保に資する支援能力の向上を図る。(既存事業)
- ③ 記帳専任職員等については、ネットde記帳の経営分析システムの利用により得た分析結果を読み取り、個別企業支援や経済動向調査の取りまとめをできるような支援能力の向上を図る。(新規事業)
- ④ 日常から、自らの役割を意識し、知識の習得、情報の収集に心掛け、得た情報の自らへの定着の為に他職員の資質の向上、情報の共有化の観点から、必要なものは努めて発表する。(既存事業)
- ⑤ 経営指導員は、習得した知識・経験等の支援ノウハウ等を活かし、OJTを通じて、各職員の資質の向上と情報の共有化を図る。収集した資料、経営状況の分析等の情報は、全職員が閲覧可能な状態に管理、保存し、小規模事業者の利益の確保に寄与するため支援ノウハウを共有する体制の構築を図る。(新規事業)
- ⑥ 補助員以下についても、自らの取得した経営支援ノウハウ等については、時にはOJTリーダーたる意識をもって、他職員に対して経営指導員と同様な意識を持ち体制の構築に共有意識をもって資質の向上と情報の共有化を図る。(新規事業)

3. 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

現状と課題

事業報告は、事業実施主体となった委員会や理事会を経て、総会の場で会員に対して報告されます。イベント系については、実施後も次回開催に向け、検討されますが、経営改善普及事業については、実施内容の精査はなく報告のみで終わっています。

経営発達支援計画については、下記のとおり実施し、事業の成果・評価・見直しを行います。

実施方法

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行います。

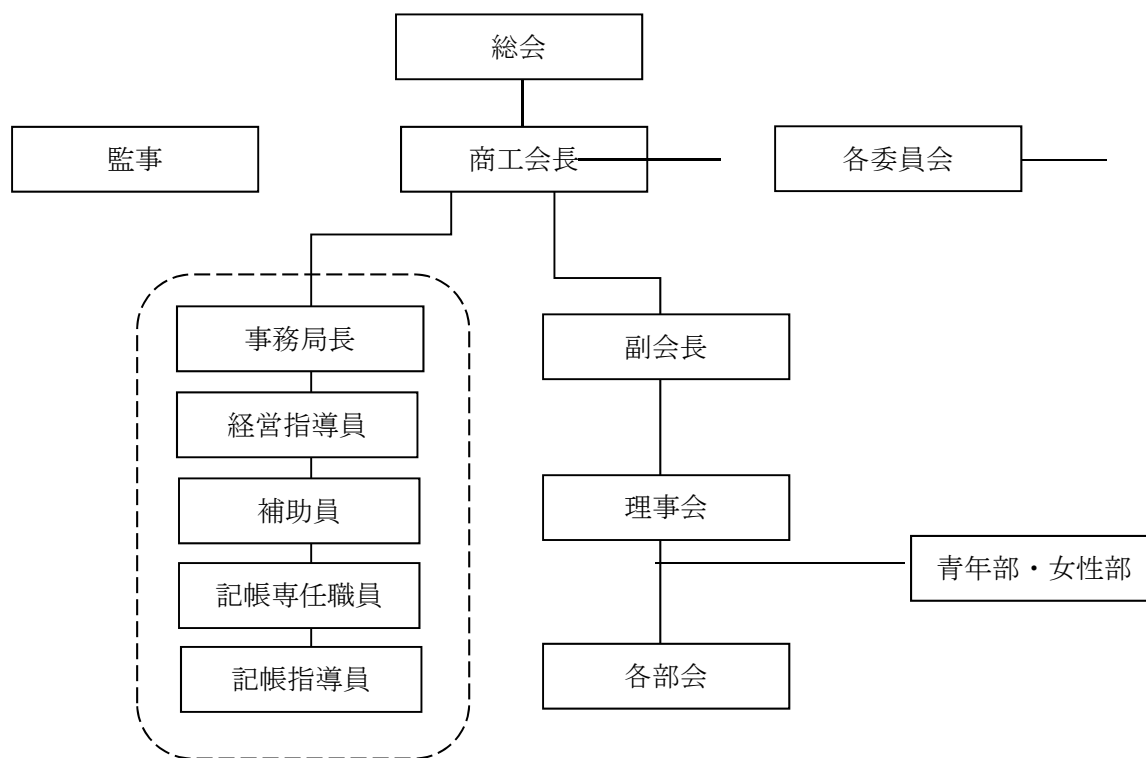
- ① 商工会内の経営改善普及事業推進委員会において、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行います。
- ② 第三者の評価を取り入れるため、むかわ町に事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行い、評価を依頼します。
- ③ 以上の経緯を踏まえて、商工会理事会において事業の成果・評価・見直しの方針を決定します。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果については、商工会総会に報告し、承認を受けます。
- ⑤ 事業の成果・評価・見直しの結果をむかわ町商工会のホームページ (<http://www.do-shokoren.or.jp/mukawa/>) で計画期間中公表します。

(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

(1) 組織体制 (28年1月現在)



■ 職員の人数構成について以下の通り記載する

本 所・事務局長 1名 ・経営指導員 1名 ・補助員 2名 ・記帳専任職員 1名
 支 所・経営指導員 1名 ・記帳指導員 1名
 合 計 7名

(2) 連絡先

経営発達支援計画相談窓口

むかわ町商工会 (本所)	住 所	北海道勇払郡むかわ町松風1丁目24番地
	電話番号	0145-42-2276
	相談窓口	経営指導員 沼田 智明
むかわ町商工会 (穂別支所)	住 所	北海道むかわ町穂別39番地5
	電話番号	0145-45-2266
	相談窓口	経営指導員 佐藤 宏一
ホームページ	http://www.do-shokoren.or.jp/mukawa/	

(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)

	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
必要な資金の額	59,700	60,200	60,700	61,200	61,700
・経営改善普及事業 職員設置費	33,296	33,862	34,437	35,022	35,582
・経営改善普及事業費	9,800	9,800	9,800	9,800	9,800
・地域振興事業費	5,700	5,700	5,700	5,700	5,700
・管理費	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
・予備費	2,904	2,838	2,763	2,678	2,618

(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

- ①会費収入…商工会員へ請求の上、指定金融機関口座より引落又は集金
- ②道補助金…小規模事業指導補助金として、北海道商工会連合会を通じて調達
- ③町補助金…商工会運営補助金として、むかわ町より調達
- ④手数料等…記帳代行手数料、事務代行手数料等受益者より調達
- ⑤雑収入等…その他臨時的な収入について適宜徴収

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>地域経済動向の把握 北海道商工会連合会、金融機関、行政と連携し、調査公表している資料集計・分析して景況感・業況感の把握をする。</p> <p>個別事業所の分析 中小企業診断士などの各種専門家と連携して小規模事業者に向けた経営分析、課題提案を行う。</p> <p>個別事業所の事業計画等作成支援 事業計画策定支援や経営革新計画策定支援について、中小企業診断士などの専門家や金融機関と連携して計画作成支援する。</p> <p>新規需要開拓 北海道商工会連合会等と連携し、展示会・商談会・アンテナショップへ出展の支援、ネット販売による販路拡大を図る。むかわ町や産業団体と連携し、イベントでの集客を町内小売店や飲食店への誘客を図る。</p> <p>地域活性化への取組み むかわ町、地域農協・漁協・森林組合、学術員、町内商工業者グループと連携して、通年で来街いただける仕組みを検討していく。</p> <p>支援能力向上への取組み 北海道商工会連合会、行政機関、各種支援機関、各種専門家、近隣商工会・商工会議所、金融機関等と連携して情報交換や支援能力の向上を図る。</p>
連携者及びその役割
<p>北海道商工会連合会 会長 荒尾 孝司 札幌市中央区北1西7-1 経済動向、施策情報支援、専門家派遣支援、販路開拓支援、支援能力向上支援、情報の提供支援</p> <p>全国商工会連合会 会長 石澤 義文 東京都千代田区有楽町1-7-1 販路開拓支援、支援能力向上支援、情報の提供・共有支援</p> <p>むかわ町 町長 竹中 喜之 勇払郡むかわ町美幸2-88 施策普及支援、販路開拓支援、情報発信、情報共有</p> <p>北海道 知事 高橋 はるみ 札幌市中央区北3西6 施策情報支援、経済動向調査、販路開拓支援、情報発信</p> <p>中小企業基盤整備機構北海道本部 本部長 中島 真 札幌市中央区北2西1-1-7 販路開拓支援、専門家派遣支援、支援能力向上支援、情報の提供</p> <p>北海道よろず支援拠点 理事長 伊藤 邦宏 札幌市中央区北1西2 専門家派遣支援、情報の提供</p> <p>日本政策金融公庫室蘭支店 支店長 梅沢 光一 室蘭市東町2-9-8 金融支援、経済動向情報、情報の提供</p>

苫小牧信用金庫鶴川支店 支店長 佐久間 仁 勇払郡むかわ町美幸 2-21
 金融支援、経済動向情報、地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

北央信組組合鶴川支店 支店長 幸谷 覚 勇払郡むかわ町美幸 1-23
 金融支援、地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

鶴川農業協同組合 代表理事組合長 長門 宏市 勇払郡むかわ町末広 2-124
 地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

鶴川漁業協同組合 代表組合長理事 時田 清一 勇払郡むかわ町汐見 751
 地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

苫小牧広域森林組合 代表組合長理事 小坂 利政 勇払郡むかわ町穂別 433
 地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

(一社)むかわ町観光協会 会長 富士 隆久 勇払郡むかわ町美幸 2-37
 地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

(株)果夢工房(道の駅むかわ四季の館 管理運営) 代表取締役 小金澤 敏郎
 勇払郡むかわ町美幸 3-3-1
 地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

むかわ町立穂別博物館 館長 加藤 秀樹 勇払郡むかわ町穂別 80-6
 地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

有限会社カム企画 代表取締役 数矢 伸二 勇払郡むかわ町松風 1-24
 地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

特産物直売所 ぽぽんた市場 代表 舩岡 昭 勇払郡むかわ町松風 3-1
 地域活性化検討支援、情報の共有、情報の発信

中小企業診断士などの専門家 案件により派遣依頼・随時連携
 経営分析支援、経営計画作成支援、経営計画実施支援、高度・専門的事案支援

連 携 体 制 図 等

北海道商工会連合会・中小企
業基盤整備機構等の
支援機関

むかわ町・観光協会
地元産業団体
地元商業グループ

情報の提供
専門家の紹介
資質向上支援

地域活性化に関
する検討

むかわ町商工会

三 役 会
理 事 会
経営改善普及推進委員会

専門家・金融機関

伴走型支援
フォローアップ

専門的支援
金融支援

小規模事業者

