

経営発達支援計画の概要

実施者名	芽室町商工会
実施期間	平成27年4月1日～平成32年3月31日:5カ年
目 標	事業計画を策定し販路開拓等による効果として利益3%向上 平成 27 年度:経営計画策定事業者 5～7事業者 平成 28 年度: " 7～10事業者 平成29～31年度: " 10～15事業者
事業内容	<p>【概要】 需要低下による売上減少、後継者難など様々な経営上の悩みに対し、今一度自分の商売を見つめ直し、新商品開発や販路開拓、売れる仕組み作りなどを行い、今後も経営を持続できるよう商工会が小規模事業者の皆さんを支援します。</p> <p>【主な事業項目】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1, 経済動向に関する事業計画策定等に有効な情報提供を行います 各調査機関で公表されている既存データの外、地域内の関係機関等との経済動向等を収集・分析し情報提供します。 2, 経営分析を支援します 専門家による勉強会の開催、簡易な経営分析から、経済動向や商品の需要動向を考慮した専門家を活用した経営分析を支援します。 3, アイデアシートの活用による目標設定や各種調査や経営分析結果に基づいて実施する事業計画の策定を専門家等と連携して支援します。 「小さな成功」の積み重ねや、専門家等を活用した事業計画作りなど、今後の経営方針や新商品等の開発など、持続的な経営を目指す計画作りを支援します 4, 事業計画策定後の実施支援を行います 事業計画の実施に伴い、進捗状況等を見ながら、伴走型の支援を行い、円滑な事業計画の実施をお手伝いします。 5, 商品等の需要動向についての情報提供を行います。 既存の需要動向情報や、過去に実施したアンケート調査結果の情報、新たに収集する需要動向情報など、専門家との連携により収集・整理・分析し情報提供を行います。 6, 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商品や売れる仕組みができれば、売り込みも支援します ・展示会、物産展、商談会などの出展支援、地域内外への積極的なPR、SNSやインターネット販売など、地域イベントの実施に伴う試験販売、来場者アンケートなど、新たな需要の掘り起こしやPR等の取組を支援します。 7, 地域経済の活性化に資する取組 各種イベントや販促事業の実施に伴う事業者や新商品のPRや、地域内需要の回復を目指した取組などを通じて、小規模事業者の皆さんの経営環境の改善を、経済の地域内循環を目指した取組を支援します。 <p>【支援に当たって】 経営発達支援計画に基づくご相談、商工会の実施する支援は基本的に無料です(一部実費負担のある場合もございます)、お気軽にご相談ください</p>
連絡先	〒082-0030 北海道河西郡芽室町本通1丁目19番地 芽室町商工会 ☎0155-62-2339/FAX0155-62-2333 電子メール:staff@shokokai.memuro.net URL:http://www.shokokai.memuro.net/

別表1:経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

(現状)

芽室町は北海道十勝地方のほぼ中央に位置し基幹産業の農業を中心に産業が構築されており、農産物の加工等の工業出荷額も非常に多い地域として総合的な経済環境では安定した地域である。

また、十勝地方の産業・経済の中心地であり、卸売業・小売業の年間商品販売額は8,927億円(2007年)で札幌、旭川に次ぐ規模を誇る帯広市に隣接しており、本町の小売り商業等の経営環境は、①帯広市の大型商業施設の新規出店および郊外化に伴い、芽室町の商圈化が進行。

●新規出店:昭和54年5月ニチイ帯広店・平成9年3月長崎屋西帯広店(平成21年4月MEGAドン・キホーテ西帯広店に業態転換)、白樺通り沿い(芽室へ向かう幹線道路)などにはロードサイド型と呼ばれる郊外型店舗の出店が進む。

●郊外移転:平成10年11月イトーヨーカドー帯広店が帯広郊外の稲田町南8線西10へ移転、併せて同敷地内外に家具・家電・履物・衣料品量販店、100円ショップ等の出店があり、さらに商業集積化が進行中。

帯広市の大型商業施設の新規出店・郊外化は本町の購買力を一層吸引する体制の強化を意味しており、平成25年度に実施した住民買い物動向調査結果でも明らかになっており、商業・サービス業等の経営環境はますます厳しさを増している。

また、個人住宅や公共工事に係る建設関連事業においても、帯広市等の大手建設事業者の入り込みも多く、非常に厳しい経営環境にある。



○芽室⇄帯広間:約16km

○帯広西地区(芽室側)の商業集積まで、車で10分(およそ8km)

○札幌市内までおよそ180km、買い回り品の流出、大手建設事業者の入り込みあり

(1)芽室町の商業

芽室町の主な商業等の状況として、約185の事業所が存在し、中心市街地商店街には3つの商店会が組織(任意)されている。業種をみると最も多いのが飲食料品小売業を中心とする物販店で72店(38.9%)、次いで食堂喫茶や居酒屋スナックなどの飲食店で68店(36.8%)である。その他旅館や金融機関などのサービス業は16店(8.6%)を含めると、小売・サービス業は84.3%を占める。

土木建設工事や電気設備、各種修理業は29社(15.7%)立地している。

(2)立地別集積状況

①本通り/街路整備事業の実施に伴い、個店が平成14~15年にかけて近代化された商店街である。飲食料品小売業及び衣料品小売業、書籍文具小売業などの物販店が21店舗(47%)立地し、飲食サービス業も18店舗(40%)立地し、金融機関が2行存在していることに特徴がみられる。

- ②東1条通り／飲食料品小売業が最も多く立地している商店街であり、かつ居酒屋スナックなどが最も多く集積しているエリアであることに大きな特徴がある。
- ③メープルストリート／再開発ビルめむろード(平成10年11月オープン)が立地する商店街で、物販店(24店46.2%)と飲食店や理美容などのサービス業(23店舗44.2%)が最も多く集積している。
- ④郊外／大型スーパーやコンビニエンスストアが立地し、建設関連の事業所22社46.8%が最も多く立地している。

(3)商店街の特徴

メープルストリートは、飲食料品店をはじめとする物販店や飲食サービス店など多種多様な業種が集積していることに特徴があり、本通りには、飲食サービス店が集積していること、東1条は、飲食料品店や衣料品店などの物販店が集積していることに特徴がみられる。

経営発達支援計画の対象となる事業所は、本会地区内の小規模事業者であり、商業・サービス業の多くは商店街に属しており、商店街をベースに支援策を打ち出すことで効果的に支援することが可能。

また、郊外に立地する一部商業・サービス業や建設関連事業等の小規模事業者に対する支援については、個別に巡回や資料配付等により支援策のPRを実施する。

(4)北海道広域商圈動向調査にみる芽室町の商圈

北海道では、これまで昭和57年と平成3年、平成21年の3回全道一斉の買い物調査を行い「北海道広域圏動向調査報告書」を取りまとめている。それによると、芽室町は、帯広広域圏に入っており、帯広市の商業力の強い影響下にあるとされている。過去3回の同調査にあっても、帯広市への買物流出は 37.1→47.3%→70.4%、金額に換算すると 23 億 8 千万円→37 億 2 千万円→75 億 7 千万円(その他ネット販売等を含む)と流出に拍車がかかっていることが判明した。このままでは、芽室町の商業は崩壊の危機に瀕する危険があるので、抜本的な見直しが必要であるといわざるを得ない。(平成 25 年度地域商業活性化総合対策事業調査結果報告書より)

(5)芽室町の工業

本町の工業出荷額は、平成10年、51社、従業員数1,204名、出荷額515億77百万円であったものが、平成20年には、38社、従業員数985名、出荷額698億39百万円となり、町外資本の大手の企業誘致が順調であることがうかがわれる反面、小規模事業者の割合が減少しているとの見方もできる。

*本地域に限らず地方における事業者、特に小規模事業者は、生活必需品の調達先であると共に生活の糧を得る場でも有り、地域経済の源泉である。

今後は、**地域小規模事業者の廃業防止対策の構築が必要。**

(6)芽室町総合計画では

「第4期芽室町総合計画後期実施計画」において本町の商工業については、「企業誘致や中心市街地の活性化による商工業の売上確保と地域内での経済循環」を進めていく事としており、①芽室駅前を核とした中心市街の活性化、②町外への消費流出の抑制と地域内経済循環の促進、③商工業振興のための基礎データ収集・分析の実施、④(仮称)産業連携ビジョン検討会議の設置、⑤企業誘致・立地企業に対する支援、以上5つの項目を進めていく事としており、当会としても地域商工業の持続的発展に向け積極的に取り組んでいく。

(7)既存の商工業振興対策の実施状況

現在実施している小規模事業者を主に対象とした代表的な活性化対策として、

- ①商店街活性化対策として、大阪近郊で実施されている「100円商店街事業」、消費者との意見交換会から要望のあった「年金データーサービス事業」等の取組の他、町内既存のイベントや販促事業を実施。
- ②建設業関係では、個人消費の需要増強を目的に「住宅新築・リフォーム協議会」を立ち上げ、芽室町工業振興施策との連携により、「住宅リフォーム促進事業」として、芽室町民が住宅の新築・リフォームを実施する際、一定割合以上の町内事業者を活用した工事を発注したのものには、本会の発行する共通商品券を最大10万円補助する事業等により、小規模建設事業者支援策を実施。

(8) 経営発達支援事業の実施について

小規模事業者の経営マインドとしては、積極的な事業展開を希望するも、長引く経営低迷のなか経営継続に必要な自己防衛措置をとっていることもあり、最小限の経営資源で事業を維持することに必死の毎日を送っているなど日々の経営に忙殺され、事業の見直しや新たな事業活動への計画づくりにまで手が回らない環境にあるとともに、どこから手をつけていいのかわからないといった声も聞かれ今後の経営方針等の設定には切実な悩みが多い。

こうした事業者への支援では、経営者の生の声を聞き、潜在的な課題等の認識を共有し、何を取り組む事が有効なのか等についての理解を深めていくことが重要であると考えている。その支援体制を構築することにより、当地区内の小規模事業者の更なる経営力の向上を図ることが必要であり、経営発達支援事業の実施について大きな期待を寄せるものである。

(課題)

ア、町内商店等への依存度が減少し消費購買力の流出が非常に顕著になっている。

町内商業購買依存率：S57年61.2%、平成3年49.9%、平成21年24.0%。

平成25年度、北海道地域商業活性化総合対策事業補助(アンケート調査、先進地実地調査・消費者との意見交換会などを実施し、空き店舗活用計画を策定するなど)を受け実施した芽室町民(市街地域)に対する買い物動向調査(食料品、衣料品、家具・家電、化粧品、時計・めがね、書籍・文具、趣味用品、理美容、飲食店について調査)によると、食料品関係では89.5%が町内消費だが町外資本の大手スーパーに占める割合がそのうち99%、次いで理美容、化粧品・医薬品では約30%が町内、書籍・文具が約23%、時計・めがねが約13%、その他衣料品、家具家電品、レジャー用品では5~7%が町内で購買との状況である。

アンケート調査結果について説明会を開催し事業者へ配布するに留まっている。

イ、事業者の新規開業、転入による出店など事業者数の増加が見込めない。

特に、中心市街地商店街の空き店舗は増加傾向にあり、新規出店も散見されるが営業を継続できない事例が多い。

ウ、現在営業を継続している商店等の売上減少が顕著。

経営資源も同様に減少傾向にあり非常に厳しい環境が続く。

エ、活性化対策を試行錯誤の中で実施しているが、資金の捻出も困難で訴求力に乏しい。

オ、小規模事業者は、情報の収集や加工などが苦手で活用しにくい場合が多い。

長引く景気の低迷も相まって、事業体としての規模も縮小傾向にあり家族経営に近い事業規模の事業者が多く、最小の経営資源で経営を継続しており、事業に必要な情報を収集・分析・活用するという作業が非常に苦手なことが多く、また、ある程度対応可能であっても、対応する時間的余裕が限られている。

カ、PR不足

先の買い物動向調査の個別意見の中には、町内商店街にどのような業種の店があるのか知らないという意見も見られ、PR不足である事が浮き彫りとなっており、今一度積極的なPR活動等を重視した取組が必要である。

キ、経営発達支援事業実施体制について更に向上する必要がある

今後は経営発達支援事業に係る、経営分析や事業計画の策定等の相談件数も増加することが予測されるため、経営指導員のより一層の相談対応力の向上が必要である。併せて経営指導員については、現在の研修体系では、税務・労働に関する業務内容に合わせたカリキュラムで実施しているため、経営発達支援事業に係る経営計画等の策定に関するノウハウを取得す機会が乏しい。

(芽室町商工会の支援の視点)

芽室町の小規模事業者は、町外への消費の流出が顕著な環境で、最小の経営資源で経営しており、今後の経営環境の改善の大きな目標の一つに、**地域内における需要の増強を図り廃業リスクの低減を図る**ことが急務の課題と捉えています。

本経営発達支援事業計画の実施にあたっては、小規模事業者の経営発達支援事業の実施希望に基づき**今一度、「小さな成功体験」や「手応え」を感じられるよう支援を行い、一定以上の成果を実感できるという体験を増加させ、次のステップに容易に進める様、4つの指針に基づいた事業計画を策定**し、連携する関係機関との意思の疎通を図り、小規模事業者の実施する各種事業を伴走型で支援するという視点を持つ。

特に本会の実施する経営発達支援事業において、成功事例を排出可能な小規模事業者から事業計画策定に向けた取組を提案し支援する。

経営発達支援事業による事業効果として

1年度：小規模事業者に対する経営発達支援事業の理解度の向上と事業参画意識の醸成及び事業実施者に対する支援（事業実施事業者数目標5～7件）

2年度：経営発達支援事業の理解度向上と事業参画意識の醸成及び事業実施者に対する支援（事業実施事業者数目標7～10件）

3年度～5年度：積極的な経営発達支援計画事業実施者に対する支援（事業実施事業者数目標10～20件）

以上の各事業年度の支援目標数とし、事業計画策定に取り組む事業所の利益率平均3%向上を目指す。

(支援体制)

支援体制の構築にあたっては、地域で如何に協力して地元商店や企業を支え守っていくことが必要であるとの共通認識に基づいた連携を重視し、芽室町、北海道商工会連合会、地元金融機関（北海道銀行芽室支店・帯広信用金庫芽室支店・日本政策金融公庫帯広支店：予定）、北海道よろず支援拠点、近隣商工会等その他支援機関等と連携し、個別企業の経営力向上、販売促進等を継続して支援すると共に、産業競争力強化法に基づく認定連携創業支援事業者による特定創業支援事業の実施による支援を実施する。

併せて、潜在経営者育成事業として、小学生等を対象としたベンチャーキッズ事業等を実施し、将来に向けた取組も手がけながら持続的経営環境の構築を図り小規模事業者支援を行うことを目標とする。

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27年4月1日～平成32年3月31日：5カ年

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】

(現状及び課題)

項目	現状及び課題
経済動向調査	過去10年の間に2度事業者意識等調査を実施したが、報告書の作成と配布に留まっている。金融機関等で実施・公表している既存の経済動向調査結果の情報の収集や提供は、求めに応じて対応するに留まっていた

(目的)

地域内の経済動向について、既存データ・新たに収集するデータの収集・整理・分析を行うことにより、地域内の経済動向の実情を把握し、小規模事業者の経営計画の策定支援や売上向上等の支援を行う際の基礎資料として活用するほか、巡回や窓口相談などで情報提供に活用することを目的とする。

(事業内容)

(1) 既存情報の収集・分析を行う【新規】

【課題】各種調査機関等で公表されている既存情報は目的を持って収集・分析は行っていないかった。

また、情報提供は要望に応じた単に資料提供に留まっていた。

【目的】小規模事業者の事業計画策定等の事業につなげる基礎資料として、既存情報の収集・分析を専門家等との連携により実施し、商工会の実施する巡回・窓口支援の場などにおいて情報提供を実施することで小規模事業者の経営マインドの醸成を図る。

【事業】既存の情報として、帯広財務事務所発行のとから経済情報、帯広信用金発行の NEXTWAVE、北海道銀行発行調査ニュースなどで得た情報に加えて、町内金融機関(北海道銀行芽室支店・帯広信用金庫芽室支店)との情報交換で得た情報などを、専門家等との連携を図り整理・分析して小規模事業者の事業計画の策定を目指した経営分析に活用可能な情報提供を行う。

【成果】既存データを収集・分析し補足説明等を付し提供することで、経営計画策定等の支援に活用すると共に、小規模事業者に対する相談指導場面で活用できる。また、新たに収集するデータとの融合による有効な活用が期待できる。

(2) 地元金融機関との情報交換による情報収集及び提供を行う(拡充実施)

【課題】従来の金融機関との情報交換は、融資の斡旋・実行に伴う情報交換が主で、個別事業者毎の情報が多く提供していなかった。

【目的】地域の経済動向の情報として、地元金融機関((株)北海道銀行芽室支店、帯広信用金庫芽室支店)との情報交換を行い小規模事業者に提供する。

【事業】地元金融機関との四半期景気動向に関する情報交換会等により情報収集を行い、小規模事業者の実施する事業計画策定等に有効な情報発信を行う。

【成果】既存のデータの収集・分析と併せて地域の経済動向情報を収集・分析し提供することで、小規模事業者への持続的な経営に向けた支援とすることができる。

(3) 地域内各種団体等との懇談会の開催による情報収集(継続事業)

【課題】芽室町内関係機関等団体や本会商業・工業・サービス業部会毎の意見交換会など、情報交換や懸案事項の協議などを実施しているが情報の収集・分析までは行っていないかった。

【目的】各種意見交換会等で得た情報を収集・分析し、経営分析、事業計画策定支援の参考資料とする。

【事業】毎年実施している部会意見交換会や、関係諸機関との意見交換会において経済動向に関する情報収集を実施し、小規模事業者への支援の基礎資料としての位置づけを行うことで本計画の目的達成の資料とする。

【成果】地域内の関係諸機関等の情報等を事業者支援の参考資料として提供することで、小規模事業者に生の情

報を提供することが出来る。

(地域内経済動向調査の目標)

項目	現状	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
既存情報収集・提供	未実施	事業 PR	年 1 回～	年 1 回～	年 1 回～	年 1 回～
地元金融機関情報	未実施	事業 PR	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎
地域内経済情報	未実施	事業 PR	年 1 回～	年 1 回～	年 1 回～	年 1 回～

2. 経営状況の分析に関すること(指針)

項目	現状及び課題
経営状況の分析実施状況	小規模事業者持続化補助金の申請を目的とした軽微な定性分析(SWOT分析)とネット de 記帳利用者による財務分析(実施率17%)の実施に限られる。 また、平成 26 年度に経営計画の策定を目指したセミナーを開催したが参加者が 2 名で、個別相談会も開催を予定していたが参加者はなく、現状では経営分析実施の希望はない状況にある。

(目的)

今後は、小規模事業者の持続的発展に向け、収益構造の改善や補助金を活用した事業展開を希望する小規模事業者に対し、経営分析を実施または支援し、課題解決に向けた取組を支援する。**(①分析実施事業者支援)**

また、こうした取組に至らない、希望していない小規模事業者に対しては、小規模事業者の持続的発展を希望する意識への転換を図るための支援を提案するなど小規模事業者の底上げを図っていく。**(②分析意識付支援)**

(事業内容)

(1)解決可能な経営課題の見つけ方等のセミナーの実施(②分析意識付支援)

【課題】経営計画の策定を目的としたセミナー・個別相談会を開催したが、小規模事業者のセミナー参加も2名で、個別相談会の参加につながらなかった。

【目的】経営分析の必要性や有効性に気づいていない小規模事業者に対し、解決可能な経営課題の把握を行うためのセミナーを実施し、経営課題の視覚化を行い、意識転換を支援する。

【事業】簡単な財務分析と財務管理を行うなど、解決可能な経営課題についての理解を深め、目標を立て、その解決の可能性について検証する、目標到達に向け実行することまで支援し、「小さな成功体験」につなげる事で小規模事業者の意識の向上を図る。

【成果】事業参加等の意識付けにより、小規模事業者の意識の底上げが期待できる。

(2)ネット de 記帳及び独立行政法人中小企業整備基盤機構運営の「経営自己診断システム」活用促進による簡易財務分析の推進(②分析意識付支援)

【課題】ネット de 記帳利用事業者18件中、3事業者と利用度が低い、経営自己診断システムの活用もない。

【目的】ネット de 記帳利用事業者全員に対し、財務分析を実施し、財務管理などを説明及び提案していく。

また、ネット de 記帳利用以外の事業者については、中小機構運営の「経営自己診断システム」の活用を推進し、係数経営の推奨により意識転換を図る。

【事業】軽微な財務分析等と補足説明や提案の実施により、計数概念を経営に取り入れるよう支援する。

【成果】財務分析の実施により、計数概念の醸成を行い経営内容の把握と改善について数値的目標管理等の意識付けとなり、経営分析から商品開発等につなげる事が期待できる。

参考 URL:「経営自己診断システム」 http://k-sindan.smrj.go.jp/crd/servlet/diagnosis.CRD_0100

(3)経営分析支援(専門家の活用支援を含む)【新規】(①分析実施事業者支援)

【課題】経営分析は実績が無い状況である。

【目的】経営分析の実施を希望する小規模事業者(意識転換により分析を実施希望する小規模事業者を含む)に対し、経営分析(専門家活用を含む)の実施を支援する。

【事業】既存データ、新規収集したデータ、財務分析データ、アイデアシート等を活用した小規模事業者が、経営分析(専門家を活用を含む)を実施することで、持続的経営の促進に結び付ける。

【成果】経営分析を実施することで経営課題や強み弱みを把握することにつながり、事業者自らの経営発達意識を喚起し、明確な経営目標の設定等につなげて行くことで、収益構造の向上を支援する事につながる。

(経営分析目標)

支援内容	現状	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
巡回・窓口相談等による意識喚起	未	事業 PR	200	200	200	200
経営課題セミナー開催回数	未	事業 PR	1	2	2	2
上記セミナー参加者数	未	事業 PR	10	20	20	20
ネット de 記帳財務分析	3	18	18	18	18	18
経営自己診断システム分析	未	事業 PR	10	10	10	10
アイデアシート活用	未	事業 PR	10	10	10	10
経営分析件数	未	事業 PR	5	5	7	7

3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

項目	現状及び課題
事業計画策定支援	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定に向けた革新セミナー及び個別相談会を実施するが、セミナー参加者が少なく事業計画策定に至らなかった ・事業計画策定にかかる PR 不足 ・事業計画策定の支援実績は少ない(持続化補助金活用2社あり)
新規創業・新規出店(商店街)	<ul style="list-style-type: none"> ・H26年H25に各1件新規創業したが現在1件廃業、その他1件他地域へ移転 ・中心市街地の状況は、微減状態が続いている。 ・H26、新たに空き店舗の活用事業を始めた。 ・空き店舗活用事業など実施するが、実施効果は少ない

(目的)

本事業により事業計画の策定支援を行う事で、小規模事業者自らの経営を見つめ直し新たな商品開発等の可能性を見だし、持続的経営体制の確立に寄与する事を目的とする。

また、地域における創業希望者及び創業予備軍の育成及び第二創業(経営革新)希望者の醸成及び育成を目的に(仮称)芽室創業塾及び創業予備軍の育成を目的にベンチャーキッズ(経営者体験学習会:現在青年部事業として継続実施)を実施し、将来の創業予定者の指導育成を目的に実施する。

特に新規創業や第二創業にかかる事業資金の調達に際しては、平成27年度創設予定である「小規模事業者経営発達支援融資制度」の活用により、資金調達面からも支援する体制固めとすると共に、金融面から見た創業等事業計画の有効性についてのチェック機関としての役割を果たし支援力向上を図る。

(事業計画策定支援の視点)

事業計画の策定に係る支援は、小規模事業者の希望やニーズにより事業計画策定意識が①高②中③低のレベルに合わせて次の3つの視点で意識付けから事業計画策定へ結び付け、策定した事業計画のローリングまで伴走型の支援を実施する。

- ①事業計画策定の目的や仕組みの理解を深める
- ②事業計画策定を支援する案件の排出

(案件別(簡易計画、経営改善、補助事業活用、新商品開発、経営革新など)事業計画策定支援)

③事業計画の検証・ローリング等のフォローアップによる伴走支援

(事業内容)

小規模事業者の事業計画策定支援に際し商品開発・販路開拓等を視野に入れた事業計画策定セミナーの開催や、専門家派遣等事業の積極的な活用を通して支援する。

支援に当たっては、他の支援機関との有機的連携体制を構築する。

また、現状の創業・第二創業に伴う相談実績は非常に少ない状況にある。経営発達支援事業の実施に伴い、積極的に支援事業についてPRすることで、創業者・第二創業者の掘り起こしにつなげていく。

(1)事業計画策定に向けた発達支援計画認定講習会及び個別相談会の開催

【課題】事業計画の策定は実績が無い状況である。事業計画というと敷居が高く取り組みにくいイメージが強いため、小規模事業者の希望等も考慮して支援する必要がある。

【目的】事業計画の策定目的は、新商品開発や販路開拓に結びつけて行くことが理想だが、アイデアシートの作成からイメージを膨らませ試作品づくりや試験販売などの取組も推進しながら、販路開拓へつなげて行くことを目的とする。

【事業】①セミナー・個別相談会等の開催にかかるPR

文書による開催案内、各種会議等による周知、巡回・窓口におけるPRにより参加意識を喚起する。

②専門家による事業計画策定セミナー・個別相談会を開催する。

小規模事業者のレベルに応じて、新商品開発や売れる仕組み作りや、反応のいいチラシづくりなどにかかる事業計画の策定を実施。

【成果】事業計画の策定に際し、専門家を活用することで計画の高度化を図る事ができる。小規模事業者に対し伴走型の支援を行うことで、事業計画策定にかかる負担を軽減することにつながる。

(2)特定創業支援事業に係る創業塾の開催による事業計画策定支援【新規】

【課題】新規創業にかかる相談実績は非常に少ない。

【目的】創業塾の開催により、創業者の発掘と経営の基礎について地域向上を図ることで創業後の安定経営に資する。

【事業】①創業塾の開催

経営の基礎について、経営計画について、資金計画について等、経営の基礎的な地域の習得の機会を提供する。

特に資金調達に関わる案件に関しては、連携予定である地元金融機関をはじめとした支援機関との協力体制の活用も含む。

②ベンチャーキッズ事業の実施

将来の創業予備軍の育成として、ベンチャーキッズ(小学生を対象とした経営体験事業)事業を今後も継続実施し、将来の経営者育成を支援する。

【成果】新規創業については、事業経験も無いことから経営に関する基礎的な情報等を創業塾で提供することで円滑な創業を支援する事ができる。

また、創業塾の開催をPRすることで創業者の掘り起こしに寄与する。

●上記①創業塾の開催については、産業競争力強化法に基づく、「とちぎ創業支援ネットワーク会議」による枠組みに寄り実施される「特定創業支援事業」の各種事業を基本に支援する。

(3)第二創業(経営革新)塾の開催による事業計画策定支援【新規】

【課題】現状では、第二創業(経営革新)相談案件は見受けられない。

【目的】既存の小規模事業者の第二創業（経営革新）事業をPR、参加意識の喚起により、積極的な第二創業者の育成を図る。

【事業】①第二創業（経営革新）相談会の開催

第二創業（経営革新）相談会を開催し、第二創業（経営革新）計画書策定にかかるアイデアのまとめ方から事業推進にかかる指導助言を行い事業計画の策定を支援する。

特に支援に当たっては、連携予定の他の支援機関や専門家との連携により支援に当たる。

【成果】第二創業（経営革新）の実施は、本地域では相談実績が無いことから、モデル的な取組になることが予測されるので、他の小規模事業者目標となる取組になることを想定しており、積極的に推進及びPRすることで波及効果が期待できる。

(目標)

支援内容	現状	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
講習会・個別相談会開催回数	1	1	2	3	3	3
事業計画策定事業者数	未実施	7	10	15	15	15
ベンチャーキッズ事業	1	1	1	1	1	1
第二創業（経営革新）塾開催回数	1	1	1	1	2	2
第二創業（経営革新）塾参加者数	2	3	3	3	5	5

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

項目	現状及び課題
事業計画の策定後の実施支援状況	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定に向けた革新セミナー及び個別相談会を実施するが、セミナー参加者が少なく事業計画策定に至らなかった ・事業計画策定にかかるPR不足 ・事業計画策定の支援実績は少ない(持続化補助金活用2社あり)

(目的)

本事業により事業計画の策定後の実施支援を行う事で、小規模事業者自らの経営を見つめ直し新たな商品開発等の可能性を見だし、持続的経営体制の確立に寄与する事を目的とする。

また、創業後も、経営に関するあらゆる情報提供や悩み解決に向けた指導相談、先輩経営者との仲間作り支援(当会会員の場合は、商業・工業・サービス業部会のいずれかの所属になり、各種商工会事業による交流の場の他、部会員交流会を実施、その他会員以外の事業者を含む名刺交換会等)などにより伴走型支援を実施する。

(事業内容)

(1) 事業計画実施支援(第二創業に係る事業計画を含む)【新規】

【課題】事業計画の策定は実績が無い状況である。事業計画というと敷居が高く取り組みにくいイメージが強いため、小規模事業者の希望等も考慮して支援する必要がある。

また、第二創業（経営革新）に係る事業計画の実施については、一定の不安や疑問も存在することが想定されるので、早めの相談、アドバイスの実施等が必要であり、きめ細かい対応が必要である。

【目的】事業計画の実施は、一長一短では進行しない事が予測されるので、日頃より小規模事業者との連携を密に円滑な推進を支援する。

【事業】①巡回・窓口支援等による進捗状況の把握

②事業計画の円滑な推進を支援する

【成果】策定後の事業計画の実施について、定期的な巡回訪問等により進捗状況の確認及び必要な指導・助言を

行うことで円滑な事業推進を支援する。

(2) 創業後の経営者ネットワークの活用

【課題】先輩経営者等との接点を持つことが困難。

【目的】創業後の相談会や名刺交換会などの実施により、人脈づくりを支援する。

【事業】①情報交換会、各種会議等の開催

商工会に加入することで事業毎の交流会等の参加が可能となるので、積極的に勧奨する。

【成果】人的ネットワークの構築に寄与することで創業者の不安や悩みの解消に寄与する。

(目標)

支援内容	現状	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
巡回訪問等フォローアップ数	未	7	10	15	15	15

5. 需要動向調査に関すること【指針】

(現状及び課題)

項目	現状及び課題
需要動向調査	平成 25 年度、芽室町民に対し①食料品②衣料品③家具・家電④化粧品⑤時計・めがね⑥書籍・文具⑦趣味の用品⑧理美容⑨飲食店の9つの分類ごとの買い物動向調査を実施し結果について専門家の分析結果と提言を受けた報告書の配布と概要説明に留まっており、調査結果の活用まで至っていない。 また、本調査結果により改めて明らかになった地域住民に対する需要度の低下(消費の町外流出)、サービスに関する意識の差について早急な対策が必要であるとの提言を受けたが、現在、未実施である。

(目的)

今後は、経営発達支援事業計画により、早急な対応が必要な案件として、地元事業者の特に小規模事業者の認知度の向上と地域内需要の減少の抑制を図り廃業リスクの低減につなげて行くこと、地域の消費者と事業者の間に存在するサービスに関する意識のギャップの解消に努めることが必要である。

(事業内容)

(1) 既存の情報を活用した小規模事業者の主力商品に係る需要動向調査支援

【課題】小規模事業者は、主力商品等の需要動向について、調査実績はない。

【目的】小規模事業者の主力商品等(売上や利益に貢献している商品等のほか、今後新たに扱うものも含む)の需要について、売れ筋商品情報など既存データ等の収集・分析を専門家等との連携を図り実施し、補足説明を付して小規模事業者に提供し、経営分析や事業計画策定等の参考資料とする。

【事業】小規模事業者の経営分析や事業計画の策定の支援に際し、商品開発や新商品の取り扱いも視野に入れた情報収集・整理・分析を専門家等との連携により実施し小規模事業者の事業計画策定に向けた情報提供と指導・助言などの支援を実施する。

【成果】主力商品等に対する既存データの収集・整理・分析による情報提供と指導・助言等の支援を実施することで小規模事業者の需要動向調査を円滑に進める事が期待できる。

(2) 過年度実施の調査結果や他の経営発達支援事業実施商工会との情報共有による需要動向調査支援

【課題】平成 25 年度に実施した買い物動向調査結果により9つの商品群毎の芽室町民の動向についての調査結果の報告を行っているが活用まで至っていない。また、これまで近隣商工会との情報交換も単なる知識として

の情報交換に終始していたことが課題である。

【目的】小規模事業者の主力商品や今後新たに取り扱おうとする商品等に対する需要動向に関する情報の収集・整理・分析については、専門家のスキルも積極的に活用するとともに、過去の調査結果の活用と、十勝地方の共通した消費の町外流出の状況として、帯広市への一極集中型の流出状況となっており、特に経営発達支援事業を実施する商工会地域の需要動向調査結果は、実施商工会地域相互に比較検討することで、調査結果の信頼性も向上するものと考えている。

今後は、過去に当会で実施した芽室町特有の需要動向と併せて近隣の商工会地域との連携による情報共有を図り、小規模事業者への厚みのある情報提供を実施する。

【事業】過去に当会で実施した買い物動向調査結果の専門家との連携により、再分析の実施及び、近隣商工会の実施する需要動向調査結果も情報共有を図り、整理・分析の上、小規模事業者の事業計画策定に必要な且つ有益な情報提供の実施を行う。

【成果】過年度実施の需要動向調査の再分析による有効活用と、近隣商工会との情報共有を図った需要動向情報の提供を行うことで、提供する情報に厚みを持たせる事につながり、情報の信頼性の向上を図る事ができる。

(3) 専門家を活用した需要動向調査

【課題】当会の目指す小規模事業者の経営の持続化に向けた発達支援事業は、地域内の需要の低減の抑制と需要や売上の向上を図ることとしているが、町外への需要についても調査する事が必要であるが、現在はその手段もなく未実施である。

【目的】町外への需要動向について、バイヤー等の招聘によりセミナー等を開催し、町外の需要動向に係る状況について勉強会を開催し提案型の情報提供事業を実施し新たな需要の発掘につなげる。

【事業】①町外需要動向等のセミナーや個別相談会を開催し、招聘した専門家の指導により地域外需要動向に係る情報提供を行う。

②インターネットを活用した地域外売れ筋商品等にかかる需要動向情報の収集・整理・分析を専門家との連携により実施し提供する

【成果】町外への需要動向について、専門家の活用によりその可能性等について調査・検証を行い情報提供と商品開発等を目指した提案を行える事業を実施することで小規模事業者の地域内需要の増強や販路開拓の可能性を示す事ができる。

(4) 消費者懇談会事業実施による需要動向調査

【課題】地域住民の需要動向については紙面アンケート調査によるもので通り一遍の調査となることが課題である。

平成 25 年度に消費者懇談会事業を実施し、年代別の女性消費者に懇談会参加を依頼し、調査票では得られない生の声を聞き取りにより調査を実施し販促事業も構築し実施しているがその検証までは未実施。

【目的】過去に実施した消費者懇談会事業を今後再実施することで地域内需要の減少の抑制と回復に必要な情報収集を行う。

【事業】専門家との連携により、各年代(30代、40代、50代以上)の女性消費者を各3名合計9名検討委員として参加を依頼し、同じ参加者と3回の懇談会を開催、第1回目は、商店街や商店に対する苦情を聞き取り、第2回目までに商店会等に持ち帰り解決策を検討する、第2回目は、聞き取った苦情の解決策について案件毎に解決の可能性を参加者に示す、第3回目の懇談会では、より良い商店街、商店になるために必要な事業などについて、消費者の意見を重点に検討し、出来るものから実行に移す、事業計画に掲載する等の措置を図り、消費者の期待に応える商店街・商店として実感できる効果を排出する。

【成果】消費者との懇談会を複数開催することで、小さな意思の疎通が図られ、特に消費者懇談会事業の成果として顕著なのは、一種の信頼関係が構築されることにある。消費者が、小規模事業者たる商店等の店主とよりより買い物環境の構築という共通の課題について議論し解決策を模索し実行に移す、事業の結果がすぐに現れる、これが「小さな成功体験」につながる。こうした取組によって、次の展開に進んでいくことが期待できる。

(5) 日経テレコン POS の活用による売れ筋商品などの最新情報の提供を行う

【課題】売れ筋商品情報など最新情報については活用していなかった。

【目的】日経テレコン POS 情報等を活用し、売れ筋商品情報や消費トレンドについて情報提供することで、小規模

事業者等の販促活動の促進を図る。

【事業】日経テレコン POS 情報の入手できる事について PR し、定期的に消費トレンド情報の発信を行うとともに、小規模事業者の求めに応じ即時情報提供する。

【成果】売れ筋商品情報や消費トレンドの活用によって、売り漏れ、売り逃しを回避する事につながり、小規模事業者の販促活動を支援することで売上や需要の増加に寄与できる。

(目標)

項目	現状	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
既存情報を活用した需要動向調査	未	調査・分析	情報提供	調査・分析	情報提供	調査・分析
過年度調査結果を活用した需要動向調査	未	整理・分析	情報提供	整理・分析	情報提供	整理・分析
専門家を活用した需要動向調査	未	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
消費者意見の聴取	過去に1回	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
日経テレコン POS 情報	未実施	事業 PR	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

(現状及び課題)

項目	現状及び課題
地域外への販路	地域外への販路・特産品の農産物を活用した商品が少ない、一部の事業者では、得意な素材や調理法を使用した料理や、他の事業者で扱っていない商品の取り扱いのある事業者もあるが、商品パッケージや配送等保存期間など課題があり地域外への販路開拓が少ない。 SNS、ネット販売等新たな販売方法の活用が不足している
地域内における需要	平成 25 年度に実施した芽室町民に対する買い物動向調査結果より、地域事業者と消費者の間にサービスに関する意識のギャップのほか、町内事業者特に小規模事業者の認知度、需要率が非常に少ない事が明らかとなった。 地域内における需要・販促イベントを実施しているが、売上の増加などの効果が少ない、商店情報やイベント情報についての PR 不足があるなど課題が多い。

(目的)

今後は、買い物動向調査で指摘のあった、地域の消費者とのギャップの解消と、地元の小規模事業者の認知度の向上を図ることを重点的に解消することが急務の課題であるとの認識に立ち、また、芽室町の第 4 期総合計画に規定されている「経済の地域内循環の促進」について、小規模事業者の意思の疎通を図り取り組んでいくこととする。

併せて、昨今、ふるさと納税制度の普及により、地域の特産品等の販路開拓を実施しやすい環境も整ってきていることから、ふるさと納税制度にかかる返礼品開発も専門家との連携を図り推進していくことで新たな販路の開拓を推進する。

また、販路開拓は次の基本的な要因を認識し取り組む事が重要である。

- ①縁に備える: 人と人との縁から新たな販路につながる事が多い
- ②縁を導く: 人と人の縁に出会うためには、縁を導く事が重要である
- ③縁を切らない: 掴んだ、導いた縁を切らない工夫が必要である

(事業内容)

現状では、販路開拓が可能な商品等が少ない、販売方法の多様化への対応が困難、PR 不足、サービスに関する消費者意識とのギャップや、地元小規模事業者の認知度不足があるなどの課題が多い。

以下の事業を実施することで、課題解決につなげていく。

(2) 特産品等活用した新商品開発【新規】

【課題】特産品の農産物等を活用した商品が少ない。

【目的】基幹産業である農産物等を活用した新商品開発支援を実施することで地域外経済との交流を促進する。

【事業】地域住民を巻き込んだ新レシピ募集や評価会の開催など、食イベントの実施に伴う新商品開発や、専門家活用によるアイデアの具現化などを支援し、新商品開発を推進する。

【成果】特産品の農産物を活用したお土産品などの新商品が完成することで、地域外への販路開拓が可能となる。

(3) 販路開拓

【課題】現状では、地域外への販路開拓等の取組は少ない。

また、販路開拓に結びつく縁を導く、引き寄せる手立てを持っていないなどの課題がある。

【目的】地域外に対する販路開拓の支援を行うことで、芽室町の認知度向上と小規模事業者の売上に寄与する。

特に、販路開拓につながる縁を引き寄せる、導く場の情報を提供する等の取組を行う。

【事業】①北海道一の消費地である札幌市内で実施される展示会、商談会情報の提供と参加者支援を行う。

②東京にある全国商工会連合会の運営するむらからまちから館への試験販売やその他首都圏で実施される展示会・商談会等への参加支援を行い、地元特産品の販路開拓を支援する。

③地域のイベント等への積極的な出店及び試験販売・試食会の支援

④販路開拓にあたり、商品パッケージデザインや商品の保存性を高めるなど、専門家等を活用(小規模事業者持続化補助金等を含む)した商品力向上対策などの支援を行う。

⑤SNS やネット販売の活用

北海道商工会連合会ネットショップ「なまらいっしょ北海道」、無料インターネット販売サイト shift の積極的な活用促進支援

⑥連携予定である北海道経済産業局、(財)中小企業総合支援センター、金融機関等の実施する、ビジネスマッチング等への積極的な参加支援による販路等開拓支援。

⑦事業者(商品・サービス等)の紹介パンフレットの新規作成や充実等による販路拡大策を支援する。

【成果】地域外の販促イベントへの積極的な推進や、新たな販売方法の採用など、様々な販路開拓方法を提案したり、販路開拓のキーマン等との縁をつなぐ場の情報提供等を専門家等との連携を図り実施する事で地域外経済との交流を促進し売上向上に寄与する。

(4) 芽室町観光物産協会による「めむろ逸品」制度の利活用促進による新たな販路開拓

【課題】現在の「めむろ逸品」の登録商品は、本制度発足当初より食品を中心に登録され PR を行っている。

また、昨今のふるさと納税制度の普及により、芽室町も他市町村と同様に同制度の取組を開始し、納税者への返礼品として同観光物産協会の「めむろ逸品」を採用しているが、登録アイテム数が少ない状況にある。

【目的】今後は、特産品である農産物のほか、地域資源等を活用した新商品開発も進め食料品は元より工芸品などの「めむろ逸品」への登録及び積極的な PR と需要増加対策を講じることで地域経済の活性化に向けた取組を行う。

【事業】芽室町観光物産協会との連携により、新たな「めむろ逸品」作りを推進し、登録アイテムの充実とふるさと納税返礼品としての採用等による PR 事業を実施する。

併せて、地域外への販路開拓の推進に重要な商品力の向上について、例えば、パッケージデザインを更新することで手にとってもらえる頻度を向上させるなどの事例もあることから、「めむろ逸品」としての商品力向上についても専門家との連携に寄り支援する。

【成果】芽室町観光物産協会との連携による新たな PR 方法として小規模事業者の売上や需要の対策につなげる事ができる。

(目標)

項目	現状	平成 27 年 度	平成 28 年 度	平成 29 年 度	平成 30 年 度	平成 31 年 度
特産品新商品開発相談会	未実施	1	1	2	2	3
サービス意識向上勉強会	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
空き店舗活用件数	0	3	3	3	3	3
展示会・商談会参加回数	未実施	2	2	2	2	2
参加事業者数	未実施	3	5	8	8	10
商品力向上相談者数	2	3	5	8	8	10

地域経済の活性化に資する取組**(現状と課題)**

項目	現状及び課題
地域経済の活性化	<p>北海道は昭和57年、平成3年、21年の3回一斉の買い物調査を行い「北海道広域圏動向調査報告書」を取りまとめ、それによると、芽室町は、帯広広域圏に入っており、帯広市の商業力の強い影響下にあるとされ、帯広市への買物流出は 37.1→47.3%→70.4%、金額に換算すると 23 億 8 千万円→37 億 2 千万円→75 億 7 千万円(その他ネット販売等を含む)と流出に拍車がかかっていることが判明した。</p> <p>平成 25 年度地域商業活性化総合対策事業調査により芽室町民に対する買い物動向調査を実施し、消費者の自由意見から、「芽室町の商工業者、とりわけ小規模事業者の PR 不足による認知度が低いこと」「商店街の利活用者から接客等の苦情について」「店舗への入りにくさ」等の意見が多い事がわかった。また、事業者意識調査の結果をみると「自店等の強みに接客や対応の良さを挙げる小規模事業者が多い」事がわかり、両者の間にギャップが存在することも明らかとなった。</p> <p>また、芽室町は、市街地において南地区及び東地区の住宅団地の造成を行っており、当該地区のおよそ 1,600 世帯(約 4,000 人)の新しい住民が住居を構えているが、特にこの新興住宅における町内消費の比率が少ないことが H25 年度実施のお買い物動向調査でも明らかになっている。</p>

(目的)

小規模事業者の経営環境として、益々顕著となる町外への消費購買力の流出の抑止策として、地域内の消費者に対する PR 事業の強化と、接客やサービスに対するギャップの解消が急務であると専門家の提言も受けており、今後はこの2つの点の解消策をイベントや各種販促事業の実施などあらゆる場面を通して講じることが地域経済の活性化につながるものとして、地域での意思の疎通と関係する支援機関等と連携を図り小規模事業者の持続的経営に向けた支援を行う。

(事業内容)**(1)町外への消費流出の抑制方法等についての検討会議の開催**

【課題】芽室町の消費の町外流出は、S57、H3、H21年の3回北海道が広域動向調査を行っており、その報告で芽室町の消費流出率が S57年 37.1%から H21年 70.4%と拍車がかかっている。また、新興住宅地(市街地南地区約 1,200 世帯及び東めむろ地区約 400 世帯)を筆頭に町内の小売りや飲食業に対する認知度及び利用率が非常に低いこと、事業者と消費者の間にサービスに対する意識のギャップが指摘されるなどから、町内事業者の特に中心市街地商店街に店舗を有する小規模事業者の認知度の向上と及び町内需要の増加対策が急務の課題である。

【目的】現在既存の販促事業や PR などを実施しているが、地域経済の循環に思うようにつながっていない、また、H25 年度に実施した買い物動向調査結果で明らかになった消費者とのギャップの解消の必要性について、協

議会等を設置し地域で検討・協議することで意思の疎通を図り小規模事業者の経営の持続化と地域経済活性化を目指す。

【事業】既存の販促事業(シルバーデーサービス事業、100円商店街、年末売りだし、ポイントカード事業、はしご酒 in めむろ等)の実施について、実施目的、実施方法、販促事業実施の効果等について、検討委員会で再構築を含めて今後の方向性を協議・検討することで、思うように効果が上がらない原因等を抽出し、改善策等の構築を専門家などと連携して支援する。

【成果】現在各販促事業や PR などは、実施団体も違うことから実施目的も統一したことがないため、それぞれの販促事業で求める効果などにばらつきが見られるが、今後、検討会議を設置し意思の疎通などにより相乗効果等が期待できる。

(2)食による中心市街地商店街の賑わい創出による小規模事業者 PR の促進【新規】

【課題】一部の飲食店では、北海道内でも知名度の高い料理を提供しているが、PR 不足等によりうまく活用し切れていない側面がある。

【目的】特異性の高い料理等の提供を行っている飲食店の PR と併せて、既存の特産品や開発した新商品の販促物を再構築するなど、積極的な PR 事業の支援を行い、認知度が向上することで食べ歩き事業などの実施につなげ、域外経済との交流を促進する原動力とする。

【事業】新商品開発等の推進と併せて、「はしご酒 in めむろ」実施支援による飲食店食べ歩き事業実施団体との連携などにより PR 活動を行い地域内外の来店者数増加対策を実施。

【成果】地域内外からはしご酒事業実施に伴う参加者により、中心市街地商店街への入り込み数の増加対策により、小規模事業者の認知度向上と売上増加に寄与する。

(3)小規模事業者 PR と中心市街地活性化のためのイベントの実施

【課題】平成 27 年 8 月、新たに中心市街地の賑わい創出を目的に新たに「めむろまちなかマルシェ」を開催し、特産品の活用イベントとして実施しました。本年度初開催にもかかわらず、1万人超の来場者により実施し特産品や本町の小規模事業者の PR が行う事ができた。

今後は、こうしたイベントの開催に合わせて、①特産品を活用した新メニュー開発の促進、②小規模事業者の PR 活動の促進とイベント終了後の利活用促進対策等を構築し実施していくことが求められる。

【目的】イベント開催による PR 活動の促進と一過性に終わらない売上・需要向上対策の構築推進による小規模事業者の販促対策の支援による地域経済活性化を目指す。

【事業】イベント終了後の需要増加を目指しイベント会場にて特産品等を使用した商品と事業者 PR を強化する。

対象イベント:芽室夏フェス(7月)、めむろまちなかマルシェ(8月)、芽室町納涼盆踊り大会(8月)、駅前ビアガーデン(7~8月)、商店街ふれあいまつり(9月)、イリスフェスタ in めむろ(2月)など

【成果】イベントの開催目的の一つに、特産品の活用と事業所の PR という目的を共有することで、日常的な小規模事業者の需要や売上の向上につながる事が期待できる。

(4)地域消費者と事業者特に小規模事業者とのサービスに関する意識のギャップ解消対策

【課題】平成 25 年度に実施した買い物動向調査及び事業者意識調査の結果より、サービスに関すること、特に接客応対に対する意識に大きな隔たりがあった。この意識の差が、中心市街地商店街から地域消費者の足を遠ざける原因の一つであることが判明し、早急な対応が求められる。

【目的】上記(1)の検討会議において、消費者との意識のギャップを埋める対策等を検討し、地域消費者の地元購買促進につなげ、小規模事業者の経営環境の改善を図る。

【事業】事業者と消費者の意識のギャップについて詳細な報告会及び勉強会を開催し、その解消対策について検討委員会で協議し構築する。

【成果】地域内経済の循環による活性化対策を構築する事で、既存の販促事業や PR 事業の実施効果を向上させることにつながる。

(5)めむろ新築・リフォーム協議会との連携による新築・リフォーム事業 PR 及び商談会の開催

【課題】住宅建築等の受注状況は、帯広市等からの大手建設業の入り込みも多く、特に小規模事業者における建設業及び関連事業者の住宅等の受発注は非常に厳しい環境にある。

特に、建設関連の小規模事業者は、宣伝広告や営業活動などを行う人的経営資源に乏しいため新築リフォーム協議会を立ち上げ、全体的な PR や受発注を目指した「めむろ住まいるフェア」を開催しているが、思うように工事の受注につながっていないことが課題である。

今後は、「めむろ住まいるフェア」の更なる PR を実施し、来場者数の増加対策を図り建築工事受注増加対策を実施することが求められている。

【目的】地域小規模事業者による建設事業者の PR と工事等の受注増大のために開催している、「めむろ住まいるフェア」の認知度の向上と、事業者 PR を促進し、建設事業者の販路拡大を目指す。

【事業】「めむろ住まいるフェア」は、「町内の循環型経済の促進事業」の一環として芽室町の住宅新築・リフォーム奨励事業と連携して実施しており、町広報誌を活用した PR の充実や、個別建設小規模事業者の PR 力や提案力等の向上など専門家を活用したセミナーや個別相談会を開催し支援する。

【成果】小規模事業者の商品等の PR 力、提案力の向上を図り、大手建設業者には出来ないきめ細やかな対応等の強みを活かし、地元建設業者ならではの安心感と信頼感の向上につながる。

(6) 当会販促事業の積極的推進による地域内販路の再構築

【課題】買い物動向調査結果及び事業者意識調査結果より、サービス面におけるギャップが大きいこと、消費者に対する PR 不足が見られることについて指摘があった。

【目的】アンケート調査結果の活用とサービス意識の再構築を図り、地域内需要の増進を支援する目的で勉強会等を開催する。

既存の販促イベントは新規事業として開始間もない事から徐々に浸透しており今後も継続実施する。

【事業】①サービス意識向上(消費者との意識のギャップ解消)勉強会開催

②100円商店街事業・年金サービスデー事業

100円商店街事業によって、初めてお店に来られる方が発生する、何を売っているお店なのかこの事業に参加して初めて知った、など、新たな顧客獲得の糸口になっている。

消費者懇談会事業より、消費者の意見を発端に「年金サービスデー」事業を実施し、新たな顧客獲得に徐々に浸透しており、来店頻度の増強を図り地元における販路開拓につなげる。

*100円商店街事業は、単に100円で販売可能な商品を仕入れて販売するのではなく、事業PRも含めてアイデアを投入することで消費者に買い物に対する楽しさの場を提供する事業として、新たなアイデアや商品開発につながることも期待できる。

③中心市街地商店街活性化事業

中心市街地商店街の空き店舗活用事業について試験的に運用しており、当会としても積極的プロジェクトに参加し、空き店舗の活用に伴う様々な消費者意見や事業者意見を収集するとともに、こうした商店街活動から小規模事業者へアプローチすることで、経営マインドの向上へのきっかけとし、新たな商店街イベントや販促事業などの構築も含めて小規模事業者経営環境活性化に向け支援する。

【成果】事業者と消費者の間に存在するサービスに関する意識のギャップを解消し、既存販促事業を推進することで、地域内需要の向上を図り、売上増加対策に貢献する。

販促イベントの実施については、イベント参加者アンケートの実施等により次年度事業計画の具体的な構築に際し評価委員会の評価結果と併せてフィードバックするなどの仕組みを構築し事業を実施する。

(目標)

項目	現状	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
検討会議	未	2～6回程度	2～6回程度	2～6回程度	2～6回程度	2～6回程度

食による新規販促物活用	未実施	5事業者	5事業者	10事業者	10事業者	15事業者
イベント開催	各1	各1	各1	各1	各1	各1
100円商店街事業参加者	28	35	40	45	45	50
年金サービスデー事業	35	40	45	50	50	55
ギャップ解消策	未	検討	実施	見直・実施	見直・実施	見直・実施
新築・リフォームフェア	1	1	1	1	1	1
販促事業	各1～3	各1～3	各1～3	各1～3	各1～3	各1～3

、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)

項目	現状及び課題
他の支援機関との情報交換	<p>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実績は、各種研修会の実施に伴う場のほか、西部十勝商工会広域連携協議会における情報交換を目的とした会議等での実績があるが、単に情報交換するに留まっている。</p> <p>また、研修や会議の場以外での情報交換は、明確な目的意識を持たない情報交換が多かった。</p>

(目的)

今後は、小規模事業者の経営発達に役立てる支援ノウハウの構築や蓄積という明確な目的意識を持って情報交換を行う様、役職員の意思の疎通を図り推進する。

(事業内容)

(1)他の支援機関との情報交換

【課題】地域外の支援機関等との情報交換が限定的である。

【目的】支援ノウハウの多様化及び高度化、情報提供の数量の増加を図ることで経営発達支援事業推進に効果的なノウハウの蓄積・構築を行う。

【事業】①北海道商工会連合会、(公財)北海道中小企業総合支援センター、独立行政法人中小企業基盤整備機構北海道本部については、各種研修会等で集まる機会が多く情報交換の時間を新設してもらい情報交換することで他の商工会等の経営発達支援事例等に関する情報交換を行い、経営発達支援事業を推進する商工会職員との情報交換により支援の現場における必要かつ有効な支援のツボや事例について情報収集を行う。

②中小企業団体中央会帯広支部、日本政策金融公庫国民生活事業帯広支店等との情報交換会の開催(年1回程度実施)により、他の支援機関の目から見た経営発達支援事業に関する情報収集し事業のPDCAに必要な情報を収集する。

③芽室町商工振興戦略会議による情報交換会(月1回)を開催し、地域小規模事業者動向を報告するとともに、「地域内の循環型経済」の推進に必要な情報交換を行うことで、芽室町への経営発達支援事業実施状況の実施に対する意思の疎通と円滑な推進に係る支援を強固なものにつなげる。

【成果】他の支援機関との情報交換により、経済動向や事業計画策定支援に必要な連携力、提案力

等の向上を図り、各種支援の現場に有効なノウハウの蓄積や、支援担当者の悩み等の共有により解決策の構築やモチベーションの維持が可能となり小規模事業者の相談や情報提供に幅が広がることで支援能力の向上が図られる。

(目標)

項目	現状	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
研修会等における情報交換	未	各1	各1	各1	各1	各1
他の支援機関との情報交換	未	年2	年2	年2	年2	年2
商工戦略会議	年6～10	年6～10	年6～10	年6～10	年6～10	年6～10

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状及び課題)

○北海道商工会連合会：商工会職員研修体系要項より

商工会における研修体系は、会員ニーズの高度化・多様化と「中小企業経営力強化支援法」をはじめとする新しい中小企業施策の変化に因應するために必要な能力の強化を図ることを目的に各種研修カリキュラムを組んでおり、

■経営指導員は、主に中小企業支援担当者として必要な相談能力の習得及び向上を目的にア：全道経営指導員研修、イ：独立行政法人中小企業整備基盤機構北海道本部主催の中小企業支援担当者研修(専門研修)、ウ：企業診断実務研修(一般社団法人北海道中小企業診断士会主催)、エ：中小企業代学校東京校等が主催する中小企業支援担当者研修

■補助員は、一般研修及び専門研修を隔年で受講(経営指導員任用候補者は、経営指導員に準じ中小企業支援担当者研修を受講)

ア：一般研修：十勝圏ブロック研修、イ：専門研修

■記帳専任職員等は、一般研修及び専門研修を隔年で受講する。

としており、現在の各職員支援能力及び今後の目標は下表のとおり

職種	現状の支援能力及び目標とする支援能力
経営指導員	経営分析・経営計画等の支援能力を有する(但し指導員経験年数、相談指導案件実績により指導能力にバラツキ有り)が高度化する相談案件に対する更なる支援能力の向上が求められる
補助員	経営指導員の補助として、税務・労務を中心とした支援能力を有するが経営分析・経営計画策定に必要なノウハウの取得が必要
記帳専任職員外	主に記帳指導に関する支援能力を有するが簡易な財務分析能力の取得が必要

(事業内容)

(1) 各種研修会等の参加による支援力向上に関すること

【課題】現状の研修体系要項では、各職種において習得目標を分けていることから経営指導員と補助員・記帳専任職員間に中小企業支援担当者としての指導能力に差が生じている。

経営発達支援事業に推進に際しては、経営指導員に引き継げるまでの相談対応可能な支援能力の能力底上げが必要である。

経営指導員を講師とした研修参加後の報告会やOJT、近隣商工会との連携による専門家を招聘した研修会の開催などの職員研修体系を独自に構築することが求められる。

【目的】会員等の相談案件は、経営発達支援事業の有無にかかわらず複雑化・専門化・高度化しており、経営指導員の支援能力の向上はもとより、経営指導員以外の職員についても支援能力の向上を図ることで、経営発達支援事業を円滑に推進の原動力とする。

【事業】

ア、既存研修による経営指導員等の資質の向上等に関すること

- ①北海道商工会連合会及び十勝管内商工会連合会主催の各種研修会参加
 - 経営指導員：全道商工会経営指導員研修会（6月7h）
- ②独立行政法人中小企業整備基盤機構が主催する中小企業支援担当者研修会、セミナー等への参加
 - 経営指導員及び経営指導員任用候補者（補助員等）：
中小機工北海道本部「中小企業支援担当者研修」（6～11月21h）
 - 経営指導員：経営支援認定マネージャー対象研修
- ③十勝管内商工会職員協議会主催の研修会参加
 - 経営指導員：春期1回、秋期1回（各4～6h）、補助員外：秋期1回（4～5h）
- ④十勝管内商工会職員協議会経改事業委員会第1ブロック（鹿追・清水・新得・芽室町の4商工会で組織）会議における支援ノウハウ、支援の事例研究等の情報交換会の開催。
 - 経営指導員：年4回程度（4半期に1回程度実施各約2h）
- ⑤その他支援能力の向上に資する研修会、情報交換会、説明会等への積極的参加

イ、独自に実施する経営指導員等の資質向上等に関すること【新規】

- ①外部専門家、外部支援機関を招聘し発達支援事業計画認定研修会の実施により、売上向上対策等の支援能力強化研修を実施する。
 - （当会単独開催の他職員協議会経改事業委員会第1ブロック共催を含む：予定）
 - 年1～2回程度実施（予定）
- ②事業場内研修・報告会の実施（補助員ほか職員にかかる支援能力強化対策）

経営指導員をはじめ各職員が参加した研修会、勉強会の報告会を事業場内で実施し、小規模事業者支援に必要な情報・ノウハウの共有と高度化を図ることにつながり、小規模事業者支援機関としての能力強化を図る。

 - 全職員参加：各種研修会等の参加報告会及び情報提供、指導事例紹介など報告会の開催（各職員研修終了後随時実施）
 - 全職員参加：全国連による全国統一研修「WEB研修」受講（随時）
 - 小規模事業者支援事業として専門家派遣を活用の際には、指導の現場に同行するなど生の指導ノウハウの研修を行う。

【成果】既存研修体系による支援能力の向上の外、新規に独自研修を実施し、小規模事業者支援担当職員の支援能力の底上げを図ることで、経営発達支援事業の円滑な推進が図られる。

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

【課題】芽室町商工会における事業評価・見直しについては、現在有効に機能していない。

【目的】経営発達支援事業の推進に伴い、小規模事業者に対する伴走型支援を行う上で、事業評価、検証を実施する仕組みを確立することで、小規模事業者の経営発達に資する事を目的に事業評価・見直しの仕組みを構築する。

【事業】事業評価委員会を設置し毎年度、本計画に記載の事業の実施状況・成果について、報告し評価・検証を行う。

- 1, 芽室町商工観光課課長佐藤三舟氏・事業者代表・当会理事者代表(担当副会長、商・工・サービス業部会長)により評価委員会を設置し評価・検証を行う。(年1回)
- 2, 当会担当委員会において、評価結果を踏まえた見直しの方針を決定する。(年2回)
- 3, 事業の評価・見直しの結果については当会理事会に報告し承認を受ける。(年1回)
- 4, 事業の評価・見直し結果について当会HP(<http://www.shokokai.memuro.net/>)で計画期間中公表する。
- 5, 事業期間中に見直しの必要が出た場合、事務局で見直し素案を検討し、所管委員会(後記)に提案し承認を得た上で理事会の承認を受ける。

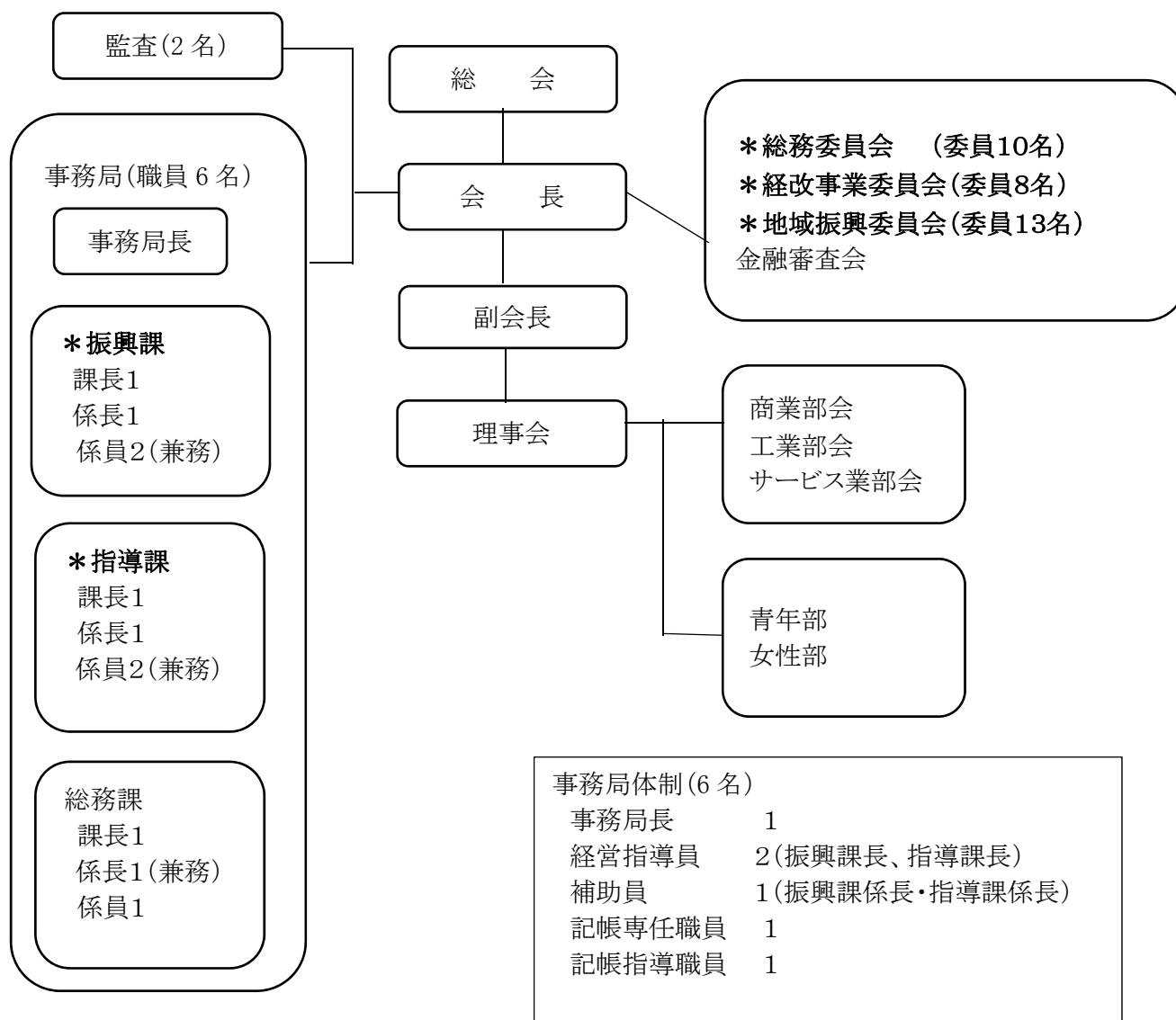
【成果】事業の評価及び見直しを行うための仕組みを有効に機能させることで、被支援者の信頼に応えることができ、事業効果を発揮することに寄与できる。

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

平成27年4月1日現在

(1) 組織体制



* 経営発達支援事業所管委員会及び所管課

(2) 連絡先

名称: 芽室町商工会
 住所: 北海道河西郡芽室町本通1丁目19番地
 電話: 0155-62-2339 / FAX: 0155-62-2333
 電子メール: staff@shokokai.memuro.net
 HPアドレス: <http://www.shokokai.memuro.net/>

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)

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
事業所要額	7,360	8,620	10,370	10,210	10,530
小規模企業対策費	7,060	8,320	10,070	9,910	10,230
○経済動向調査費	800	800	800	800	800
○経営分析費	1,270	1,270	1,390	1,390	1,390
○事業計画策定費	1,840	2,540	3,680	3,800	3,800
○事業計画推進費	200	200	200	200	200
○需要動向調査費	700	420	700	420	700
○新たな需要開拓費	750	790	1,000	1,000	1,040
○地域経済活性化事業費	1,500	2,300	2,300	2,300	2,300
支援能力向上費	300	300	300	300	300
○支援担当者研修費	300	300	300	300	300

調達方法

- 補助金収入:国補助金、北海道補助金、芽室町補助金
- 助成金等:全国商工会連合会助成金、北海道商工会連合会助成金、北海道中小企業支援センター助成金、中小企業整備基盤機構助成金、全国商店街振興組合助成金、北海道よろず支援拠点助成金、その他支援機関助成金
- 自己資金:会費、各種事業特別賦課金、各種委託料・手数料収入、その他負担金等

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
別表1 II, 経営発達支援事業 2, 経営分析〔指針①〕 ●経営分析の実施に伴い、専門的相談案件については、北海道、中小企業基盤整備機構、北海道商工会連合会、地元金融機関(北海道銀行芽室支店・帯広信用金庫芽室支店・日本政策金融公庫帯広支店:予定)、北海道よろず支援拠点等連携機関へ橋渡しを行う。 ●その他経営発達支援事業全体に係る、小規模事業者の相談内容によって、当該事業者の希望の有無にかかわらず、連携する支援機関の協力を必要と判断した場合、相談者の承諾を得ながら、連携機関の協力を要請する。
連携者及びその役割
連携者(予定): (施策・補助金関係外) 北海道 北海道知事 高橋はるみ 様 :帯広市東3条南3丁目・電話0155-26-9044 (十勝総合振興局産業振興部商工観光課商工労働係) 芽室町 芽室町長 宮西義憲 様 :芽室町東2条2丁目・電話0155-62-9736(商工観光課) (専門家派遣・助成金関係外) 中小企業基盤整備機構 北海道本部長 中島 真 様 :札幌市中央区北2条西1丁目1番地7 ORE札幌ビル6階: 中小機構北海道・電話:011-210-7470 (専門家派遣・助成金関係) 北海道商工会連合会(道商工連) 会長 荒尾孝司 様 :札幌市中央区北1条西7丁目1番地 プレスト1・7ビル4階・電話011-251-0101 (専門家派遣等) 北海道よろず支援拠点等連携機関 コーディネーター 中野貴英 様 :札幌市中央区北一条西二丁目 北海道経済センタービル9階 (公財)北海道中小企業総合支援センター内 電話011-232-2407 地元金融機関(融資・資金繰り・資金計画関係・その他) 北海道銀行芽室支店 支店長 正司 毅 様 :河西郡芽室町本通3-1・電話0155-62-2111 帯広信用金庫芽室支店 支店長 常山宏一 様 :芽室町本通2丁目20-1・電話0155-62-2531 日本政策金融公庫帯広支店 国民生活事業統括 河野 哲 様 :帯広市大通南9-4 帯広大通ビル・電話0155-24-3525 その他の機関 芽室町観光物産協会 会長 鈴木健充 様(事業連携):芽室町本通2丁目・電話0155-66-6522 芽室町商店会連合会 会長 武藤健護 様(事業連携):芽室町本通1丁目・電話0155-62-2339 めむろ新築リフォーム推進協議会 会長 小林信之 様(事業連携):芽室町東5条5丁目・電話0155-62-2289 めむろ愛ちゃんカード会 会長 珠玖謙一 様(事業連携):芽室町本通1丁目・電話0155-62-2339 中小企業診断士(経営発達支援事業に関する事業全般):(連携先未定) *()内/役割

連携体制図等

