

経営発達支援計画の概要

実施者名	稚内商工会議所
実施期間	平成27年4月1日～平成32年3月31日
目標	水産と観光を中心に発展してきた稚内市であるが、国際的な漁獲規制強化や消費低迷による観光客減少で、水産や観光関連業者を始め、あらゆる業態に影響を与え、事業所数の減少など地域の活力が減退している。 「地域特性を生かした“産業の創造”」を指針に掲げ、地域金融機関などと連携の下「小規模事業者を面的に支援する体制」を強化構築し、事業計画の策定と着実な実施に努め、地域経済の活性化を志向する。
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査 関係機関が発表するデータの即時広報と業況調査シート等を活用した現下の経済動向調査の実施、情報公開による、新たな発想やアイデア醸成による効果的な経営計画を策定。 2. 経営状況の分析 財務分析の基本となる簿記知識習得講座、財務分析やSWOT分析等の実践的な経営分析セミナー実施で、実現可能な経営計画を策定。 3. 事業計画策定支援 「面倒・難しい」の認識解消への取組み強化、セミナーによる経営者の意識改革と手法指導、更には個社対応の強化により、経営ビジョンの明確化、従業員との共有化による経営基盤を強化。 4. 事業計画策定後の実施支援 PDCAサイクルの経常化と、多様な支援機関連携によるフォローアップ体制の強化で計画の実現。 5. 需要動向調査 的確な情報収集と需要トレンドの把握による商品・サービスの改善指導による販路開拓。 6. 小規模事業者販路開拓支援 道内外への販路開拓を目指す意欲の向上を目的とした各種セミナーの積極的な開催と、出展結果を基にした商品改良まで一貫した指導体制の構築による、売れる商品への変換。 <ul style="list-style-type: none"> ・地域経済活性化に資する取組 官民及び広域連携強化による観光客等の交流人口増加への取組み推進、イベントでの新たな特産品の発掘と認知度向上による消費拡大。 ・指導体制の資質向上に向けて 所内勉強会や専門家が実施する個別相談会への同行による資質向上指導ノウハウの共有化と職員間の助言提言の活発化等による、組織としての支援能力の強化。
連携内容	域外の北海道よろず支援拠点、中小企業診断協会北海道、旭川産業創造プラザなどの支援機関、域内では地域金融機関や市・道（宗谷総合振興局）税理士等との広域的な連携により、各機関の特性を活かした伴走型の指導助言による効果的な事業の実施を図る。
連絡先	稚内商工会議所 稚内市中央2丁目4番8号 0162-23-4400

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

日本の最北に位置する稚内市は良質な漁場に恵まれた地の利を生かし、漁業並びに水産加工業を主要産業として発展、関連する形で運輸業や小売・卸売業などあらゆる業態で隆盛を極め、人口は昭和40年に5.8万人を超え、事業所総数も3,000社超となり、旭川以北の中核都市として発展した。

また、日本最北端という地理的優位性や、北海道遺産に登録されている古代ローマ建築物を彷彿とさせる70本の円柱からなる北防波堤ドーム、2万年前の氷河時代に形成された周氷河地形の宗谷丘陵、また利尻礼文サロベツ国立公園を有し、離島ブームも手伝って、ピーク時の平成14年度には観光客が80万人を超え、ホテル・旅館などの観光サービス業も栄えてきた。

地域及び小規模事業者の現状と課題

1. 漁業

稚内市の基幹産業の一つであり、全国有数の水産物供給基地として地域経済を支えてきた漁業は、国際的な規制強化の影響で水揚量が大幅に減少、経営的な先行き不透明感から漁業従事者の減少や高齢化、担い手不足などで非常に厳しい状況におかれている。

こうしたことから、地先の良質な漁場における「つくり育てる」資源管理型漁業への転換や、消費者の食に対する安全・安心への関心に対し、漁獲から流通に至る衛生管理体制の整備を進めるとともに、国際的な衛生基準であるHACCP認定による水産物の輸出に取り組むなど、生産物の高付加価値化や「稚内ブランド」商品の開発と、普及販路拡大に努めているところである。

2. 観光産業

漁業同様、地域経済を支えてきた観光産業は、知床の世界遺産登録、旭川市の旭山動物園の人気の影響、更に原油高騰やリーマンショック後の個人消費減退などにより、距離が遠い稚内を敬遠してか、平成23年度の観光客入込数が46.5万人と最盛期の半分近くまで落ち込んだ。

稚内市は、「観光地としての受入基盤の整備」、「観光誘致宣伝体制の確立」を2本柱とする観光振興計画を平成22年に策定、官民一体となった観光を核とした産業振興に取り組んでおり、また当所としても、体験型観光の推進として「フットパスによる観光振興事業」や、近隣商工会と広域連携の下「映画ロケ地を活用した誘客事業」を、それぞれ国の補助事業を活用し展開、これらの取り組みにより、平成25年度の観光客入込数は50万人弱まで回復し、本年度上半期は団体ツアーの減少等により若干の落込みはあるものの、台湾を始めとする外国人観光客が増加傾向にあることから、今後の入込に期待が持てるところである。

3. その他の産業

他産業についても、前述の水産業の衰退や観光客の落込み、更には人口の減少による消費低迷により、事業所総数は2,000社程に減少している。

一方、中心市街地の活性化については、国の戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金を活用し、駅前再開発ビルに映画館や高齢者向け専用住宅がテナント入居、全国的にも例が無い取組みにより中心市街地活性化の芽が出ていること、更には、地下資源開発によりインフラ整備や住民所得の高騰が目覚ましいロシア・サハリンとの交易促進、悩みの種であった年間を通して吹く「強い風」を強みへ変えた「風力発電事業」など、自然エネルギーの推進にも鋭意取組みを進めている。

これらの取組みにより、新たな企業進出があるものの事業所数の減少が続いており地域経済は停滞、建設業や水産加工業を中心とした「技術者の高齢化や人手不足」の問題、ネット販売等消費動向の多角化による域内消費の減少、地域全体の情報発信力が脆弱なことなどもあり、総じて売上の増加が見られず経営環境は厳しい状況にあるのが現状である。

これらの影響は、小規模事業者程受けやすく、地域経済を支えてきた小規模事業者の経営の持続的発展を支援するため、以下の経営発展計画を策定し取組みを進める。

経営発達支援事業の内容

1. 地域経済動向調査

相談者に応じた資料収集等の、後追いつ的な経済動向調査を改め、関係機関が発表するデータの即時広報と経営動向調査シートを活用した現下の経済動向調査の実施と情報公開による、新たな発想やアイデア醸成による効果的な経営計画の策定へ。

2. 経営分析 及び 5. 需要動向調査

相談者の求めに応じて実施していた経営分析等の調査支援スタイルを改め、財務分析の基本となる簿記知識習得講座、続いて、財務分析やSWOT分析など実践的な経営分析セミナーを開催、実現可能な経営計画の策定へ。

3. 事業計画の策定支援 及び 4. 事業計画策定後の実施支援

小規模事業者にとって「面倒・難しい・我が社には関係が無い」などの認識解消のため、簡易チラシの作成広報強化による必要性の周知徹底、策定に当たってのセミナーは、そもそも論的な大局的な内容と、実際の数値などを用いた演習スタイルの二パターンを実施、実際の計画策定に当たっては、北海道よろず支援拠点の出前相談や、必要に応じた支援チーム組成により、より高度で取組み可能な経営計画の策定を支援する。

更には、策定後の実施段階で壁にぶつかる小規模事業者に対し、各支援機関との連携支援により、課題の検証や計画変更等を提案し、強固なフォローアップ体制の構築による計画の実現を図る。

（創業・第二創業支援）

希薄であった支援体制を改め、2007年以來となる本格的な創業セミナーや経営革新セミナーを開催、毎年度継続した実施により、創業者数や第二創業の増加による雇用機会の確保増進を図り、地域経済の活性化へ。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

一部業者に限定的であった支援体制を改め、小規模事業者自らが道内外への販路開拓を目指す意欲の向上を目的とした各種セミナーの積極的な開催、出展結果を基にした商品改造まで一貫した指導体制の構築による、新たな特産品開発へ。

【地域活性化に資する取組み】

少子高齢化や人口減少による域内消費の低迷を打破するため、官民並びに広域連携強化による観光客等の交流人口増加への取組み推進と、イベントによる新たな特産品の発掘と認知度向上による消費拡大へ。

【指導体制の資質向上に向けて】

各種セミナーへの積極参加や所内勉強会、専門家が実施する個別相談会への同行等による個々人の資質向上、併せて、指導ノウハウの共有化と職員間の助言提言の活発化等による組織としての支援能力の強化へ。

先述の地域の強み、課題を踏まえ、「地域特性を生かした“産業の創造”」を指針に掲げた「経営発達支援計画」の実施は、北海道、稚内市、地域金融機関やその他支援機関との連携力向上による小規模事業者への支援体制を確立し、市場調査や経営分析、事業計画の策定などにより、個別企業の経営力向上、販売促進等を継続支援するとともに、地域の需要にあった新たな起業を促進、「域内事業所数や従業者数を維持・増加」させることを大局的な目標として、地域経済の活性化を志向する。

特に、当市の基幹産業である「水産及び水産関連業」、「観光サービス業」の振興に向けた情報発信力を強化し、稚内ブランドの道内外への浸透を目標とする。

本計画における主な目標値（平成27年度）

- ・ 事業計画策定事業所数 15件
- ・ 事業計画策定事業所の売上高 平均5%以上アップ
- ・ 事業計画策定事業所の人件費 平均2%以上アップ
- ・ 創業支援者数 12者
- ・ 経営革新支援者数 10者

(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)

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 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③】

《現状及び課題》

これまで地域の経済動向調査については、景況調査等を実施しておらず、経営指導時に行った事業者からのヒアリングや決算書等に基づいた判断の下、また、相談者やその内容に応じて資料を収集するなど、後追いの調査に基づき対応しており、正確な経営環境や業況判断、更にはタイムリーな指導助言とは言い難い状況であった。

また、その結果についても域内小規模事業者への周知が不十分であり、有効的な活用とは言えない状況であった。

《今後の取組み》

今後については、売上や客単価などの業況調査シートを新たに作成、域内事業者へ定期的実施するとともに、税理士や金融機関に対する同様な調査も行い、精度の高い域内の経済動向を把握査分析する。

更に、北海道や北海道財務局などの公的機関や地元紙が発表する経済動向調査をその都度収集、現下の地域経済動向と併せ、その結果をホームページへ掲載するなど広報強化に努め、小規模事業者へ提供するとともに、経営相談時にも活用し、新たな発想やアイデアの醸成による効果的な経営計画の策定に繋げる。

事業内容

(1) 各種情報の迅速な収集

これまでの、相談者の求めに応じた情報の収集分析に留まっていた経済動向調査の対応を改め、北海道（最近の経済動向）、北海道財務局（道北経済月報）、稚内信用金庫（地域の経済概況）など公的機関が発表する経済状況調査、また、地元紙発表の、魚種別水揚高や生乳生産など一次産業の状況、公共事業発注高や住宅等の確認申請状況から域内における設備投資状況を、逐一ピンポイントで収集し、今後の経営方針の参考となるよう情報提供に活用する。

(2) 事業者、税理士、金融機関に対する景況調査実施による現下の経済動向を把握

これまで一貫した地域の経営動向調査を実施しておらず、経営相談時に各事業者からのヒアリングにより経済状況を判断していたため、地域全体としての経営

動向を把握しているとは言えない状況であった。

今後は、売上や客単価・客数、仕入単価や労務費等からなる景況調査シートを作成し、窓口や巡回相談時、またメール登録先の会員事業所に対し、四半期ごとの調査を実施する。

併せて、事業者との接触機会が多い税理士や金融機関に対しても、収益性・安全性などからの財務状況や、資金需要・設備投資状況などの地域経済状況に係る調査を実施し、より精度が高くタイムリーな域内の経済動向を把握し、今後の経営方針の参考となるよう情報提供に活用する。

(3) 経済動向調査の広報力強化

経済動向調査の小規模事業者に対する広報については、経営相談に対応した事業者への支援に留まっており、域内事業者への周知は徹底されていないのが現状である。

今後は、(1)(2)で収集分析した情報を、当所や地域金融機関などのホームページへの掲載、また、事業者が訪れる機会が多い地域金融機関や市・宗谷総合振興局（北海道）などの公的機関に設置し、小規模事業者が目にする機会を高めるとともに、当然の如く、相談者へも提示し、新たな発想やアイデアの醸成による効果的な経営計画策定に繋げる。

目 標

- ・情報収集 インターネットや紙媒体等により、10種類以上の情報の収集分析を目標に実施する。
- ・景況調査 100社以上（事業者・税理士・金融機関）からの回答を目標に分析を行う。
- ・活用数 ホームページや相談窓口への設置等による情報提供に努め、100社以上の相談対応で活用する。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

《現状及び課題》

小規模事業者に対する経営分析は、相談者の求めに応じた対応やセミナー等からその必要性を説くことを中心とした指導に留まっており、経営分析による自社の現状把握が今後進むべき経営指針に反映されるなど、その効果については多くの事業者に認知されていないのが現状である。

《今後の取組み》

この課題を解消するため、今後については、各種セミナーによる勧奨はもとより、多くの事業者と接することが必要であることから、現在、事業者からの問合せにより実施している出前相談を、当方が勝手に訪問する世話焼き相談的なスタイルへ転換し、その必要性等を説明、1社でも多くの経営分析を行うこととする。

事業内容

(1) 財務分析の基本となる簿記講座、経営分析セミナーの開催

経営分析に係るセミナーは、労務や税務等の法律改正や施策説明会、接客やパソコン講座などの従業員向け研修会などに比べて、開催頻度が低く、基本となる簿記知識の習得に係る講習会も過去10年以上実施しておらず、域内の小規模事業者に対して、その必要性や知識を習得させる機会が少なかったのが現状である。

こうした状況を変えて行くため、先ずは、日々の取引に係る仕訳から試算表、財務諸表の作成までの簿記講座を開催し、財務分析の基本的知識の習得を図る。

次に、財務諸表から自社の収益性や安全性・生産性などの経営指標はもとより、営業力や販売力、技術・生産力や商品力などの内部環境分析、1の経済動向調査による小売販売額や旅行・外食消費額などの消費者動向、域内の水産物の水揚げ高や漁師町としての地域性などの自然・社会環境からなる外部環境分析などの経営分析セミナーを開催、分析の内容や手法の習得を図る。

(2) 経営分析の実施による実現可能な事業計画の策定へ

経営分析については、その必要性を強く訴えていなかったことから、事業者からの需要が少なく、求めに応じて支援を行う程度であった。

こうしたことから、(1)で開催するセミナーや世話焼き相談、日々の経営相談等で必要性や手法などの周知に努め、セミナーの参加企業を始め、売上の減少や仕入価格・光熱費等の高騰などにより経営上の課題を有する小規模事業者をピックアップし、1社でも多くの経営分析を行うものとする。

財務分析やSWOT分析などの経営分析に当っては、道内で数多くの小規模事業者へ経営の改善指導実績がある、中小企業診断協会北海道に所属する診断士と当所経営指導員が一体となり、1の経済動向調査や財務諸表からその分析を進め、専門的な課題等については、多種多様な専門家を配する、北海道よろず支援拠点（北海道中小企業総合支援センター）の出前相談を活用、また、道内のものづくり産業に精通している「旭川産業創造プラザ」などと連携し、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するとともに、自社の位置付けや方向性を客観的に判断出来る資料の作成を支援し、実現可能な事業計画の策定実施に繋げる。

目標

15社以上の経営分析を実施するため、以下のとおり巡回訪問・各種セミナーを開催する。

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
巡回訪問事業者数	40	50	50	60	60	60
セミナー開催回数	2	4	5	5	5	5
経営分析事業者数	6	15	15	15	15	15

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

《現状及び課題》

事業計画の策定支援については、補助事業申請や融資申込など、必要に迫られた中での支援業務に終始しており、計画策定の意義である企業の「経営理念・ビジョン」「経営戦略」が小規模事業者の殆どで明確にされておらず、結果、経営者と従業員との意識の共有が図られず、一体的な経営活動がなされていないのが現状である。

また、小規模事業者にとっては「事業計画」という名称自体に「面倒、難しい、我が社には関係が無い」など、アレルギー的な認識を持っている事業者が殆どである。

創業・第二創業（経営革新）

創業に係る事業計画策定支援としては、平成19年度から21年度の3年間に亘り、創業支援塾やチャレンジショップ事業を、まちづくり会社と共に実施したが、以降は、窓口を中心とした対応を中心に、起業に係る融資申し込みに必要な創業計画書の作成支援に留まっており、第二創業（経営革新）支援についても、このテーマに特化したセミナー等を実施しておらず、業態転換や新事業・分野進出への支援業務は低調であった。

《今後の取組み》

今後については、2の経営状況分析を実施した指導事業者を始め、経営相談時における勧奨を強化するとともに、簡易な「経営計画作成勧奨チラシ」を作成、地域金融機関等との連携により、チラシの設置や策定を促すことで、事業計画の策定が事業の持続的発展になぜ必要なのかを認識させる取り組みを進める。

併せて、経営計画策定セミナーを開催するとともに、案件ごとに経営指導員の担当制を設けるなど個社対応の強化を図り、事業計画策定による経営ビジョンの明確化、従業員とのビジョン共有化による経営基盤の強化を図る。

創業・第二創業（経営革新）

今後の取組みとして、本格的な創業者向けセミナーや個別相談会を開催し、創業者数の増加を図るとともに、経営革新に係るセミナーや相談会も開催、先述の2経営状況分析と連動した支援強化により、自らの強みを生かした新たな事業機会の創出を図る第二創業の実現企業を1社でも多く輩出する。

事業内容

(1) 経営計画策定セミナー（個別相談会）の実施

経営計画策定に係るセミナーや相談会は、小規模事業者持続化補助金の活用を目指した形で平成26、27年に実施しているが、それ以前についての開催は皆無と言ってよい状況である。

経営計画の策定が、時代の変化に迅速に対応し、事業の継続発展には欠かせないものであるとの認識に改め、経営計画策定セミナーを継続開催していく。

内容については、その意味や必要性などの大局的な説明と、具体的な数値を用いた演習を合わせた形で実施する。

セミナーの講師（個別相談会含む）には、2の経営状況分析同様、中小企業診断協会北海道等からの紹介派遣により対応する。

(2) 経営計画への嫌悪感払拭と、個別対応強化による1社でも多くの経営計画の策定を支援

小規模事業者に対する経営計画の策定に係る勧奨については、先述の(1)同様積極的な取り組みを行ってこなかった。

今後は、2の経営状況分析を実施した事業者や経営相談等で対応した企業への勧奨はもとより、まずは、A4サイズ1枚程度の簡易な「(仮称)経営計画策定の勧め」というチラシを作成、当所や地域金融機関、市・北海道などの公的機関に設置し「面倒・難しいと」いったイメージを払拭させる取り組みを進める。

次に、経営計画セミナー受講者を中心に、事業者ごとに置かれている経営状況が異なっていることから、個別案件ごとに当所経営指導員による窓口・巡回指導の取り組み強化を図るとともに、案件によっては北海道よろず支援拠点の出前相談を活用、併せて診断士や企業OB等からなる支援チームの組成支援も視野に、取り組み可能な計画策定を1社でも多く実現する。

(3) 創業セミナーによる起業意欲の喚起と実現を支援

地域の雇用確保や住民生活の需要に堪えうる環境を維持させるためにも、起業意欲の喚起と創業者数の増加が地域の課題であることから、今迄希薄であった創業支援の充実強化を図る。

そのため、中小企業診断協会北海道に所属する診断士を講師とした創業セミナー（全3回）を開催し、創業の心構えから税や労務の基礎知識、事業計画の策定まで一貫した内容の講義を実施、創業希望者の知識向上と創業計画などの策定によりその実現を支援する。

尚、稚内市の広報支援により、セミナーの実施を広く周知徹底し、一人でも多くの参加者を募り実施するものとする。

(4) 第二創業に係る経営革新セミナー実施による新たな事業機会の創出

事業の継続と発展を進める上で重要となる、事業転換や新たな事業機会の創出を図る第二創業の実現と成功は、雇用を維持する観点からも地域経済にとって喫緊に取り組むべき課題であることから、その必要性を訴えるとともに、方法や成功例などを提示し、今後の取組に参考となる経営革新セミナーを実施する。

実施に当たっては、先述の(3)同様、中小企業診断協会北海道からの講師紹介を受け、自らの強みを気付かせる機会にするとともに、実現可能な事業計画の策定を支援する。

(5) 個別相談会による精度の高い計画を策定

創業、経営革新の両セミナーとも個別相談会の場を設け、より精度の高い計画策定に努める。

目標

15 件以上(平成 28 年度以降)の事業計画を策定するため、以下のとおりセミナー・相談会を開催する。

支援内容	現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度
セミナー・相談会参加者数	15	20	30	30	30	30
事業計画策定事業者数	6	8	15	15	15	15

目標 創業・第二創業（経営革新）

3 年以上経営を継続する創業目標数を 5 者以上とするとともに、経営革新支援者全ての事業継続を目標とする。

支援内容	現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度
創業セミナー相談会参加者数	—	15	20	20	20	20
創業計画策定数	5	7	10	10	10	10
経営革新セミナー・相談会参加者数	—	20	20	20	20	20
経営革新計画策定数	—	1	3	5	5	5

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

《現状及び課題》

既存事業者や創業者の事業計画策定後の実施支援については、国・道等への補助申請支援や日本政策金融公庫や北海道の制度融資等の斡旋紹介等を中心に行っていたが、実施後については訪問頻度も少なく、また実施後の検証である PDCA サイクルについては、口頭で説明する程度で、実際の結果を基にした改善指導が十分になされていなかった。

《今後の取組み》

今後の取組みについては、既の実施している金融や補助金活用の支援を強化するとともに、3. 事業計画策定支援で実施する経営計画作成セミナーや創業セミナー内で、PDCA サイクルの内容や手法を説明するとともに、計画策定事業者や創業者への巡回訪問を必ず実施し、その具体的な数値等の結果をチェックし、改善すべき点等を検証指導するとともに、必要に応じた計画の変更を促し、伴走型の指導助言による小規模事業者の持続的な発展を図る。

(1) 各種支援施策を活用した計画の実現化を支援

計画の実施に当っては、北海道よろず支援拠点や旭川産業創造プラザ、地域金

融機関、北海道発明協会等の中小企業支援機関と連携の下、国や道などの支援施策を周知紹介、また活用することで計画の実現を支援する、

尚、各種計画の実現には資金面における支援が不可欠なことから、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」などの公的資金を上手に活用するなど、金融支援をより一層強化し計画の実現を図る。

(2) フォローアップ体制の強化による計画実現を後押し

原則2ヶ月に1度の巡回訪問を実施、実際の数値等から結果をチェックし、その原因等を検証、改善すべき点等を洗い出すことによって、計画の修正や新たな計画の策定を促すPDCAサイクルにより、再度実行させる等の流れを経常化させ、伴走型の支援を強化し、小規模事業者の経営の持続的な発展を図る。

尚、案件によっては、北海道よろず支援拠点や中小企業診断協会北海道などと連携したフォローアップ体制により、計画の実現を進めることとする。

目 標

事業計画策定事業者(創業・第二創業含む)が計画を実施するため、以下の融資実行目標を掲げ、フォローアップは、3. 計画策定支援の策定事業者全てで実施する。

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
計画策定事業者融資	2	4	8	10	10	10
創業者融資	3	5	7	7	7	7
フォローアップ数	3	16	28	30	30	30

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

《現状及び課題》

これまで地区内や道内外の需要動向や消費動向調査については、1. 地域の経済動向調査同様、相談者の内容によって資料を収集するなどの対応が主で、積極的な情報収集を実施しておらず、また、個別の小規模事業者に対して、それぞれが扱う商品やサービスに係る消費者のニーズ調査についても、専門家から助言等を受ける機会を殆ど設けていなかったため、偏った判断と言わざるをえず、その動向を正確且つ、タイムリーに捉えた指導等は言えない状況であった。

《今後の取組み》

今後については、域内はもとより道内外の需要動向を把握するため、国や道などの各種需要・消費動向調査などのデータ収集を行うとともに、市場ニーズを正確に把握するため、最近の需要動向等を捉えたセミナーや、専門家による既存商品等に係る個別相談会を開催し、事業者の持つ経営資源の改善発展を進め、需要動向に基づいた商品・サービスの提供による販路開拓支援を実施する。

事業内容

(1) 需要動向調査の収集分析

相談内容に応じて収集する調査手法を改め、全国的な動向については国や道が行う消費動向調査のような既存調査結果を、域内の動向については地元金融機関（稚内信用金庫「地域の経済概況」）や地元新聞社（稚内プレス社・宗谷新聞社、住宅確認申請や消費動向）が発表する情報を収集する内部機能（担当付）を設け、また、相談案件によっては、北海道よろず支援拠点や旭川産業創造プラザなどへ情報の提供も求めるなどで、タイムリーで精度の高い情報の収集分析を行い、その内容をホームページや紙ベースで提供し、消費トレンドの情報発信強化による商品・サービスの向上を図る。

主要産業である「観光サービス業」については、稚内市観光入込客調査（稚内市）、宗谷管内観光客入込数調査（北海道）、稚内空港旅客実績調査（稚内市）、利札航路利用実績（ハートランドフェリー）などにより、団体と個人旅行の動きや滞在日数、来訪者の居住地区やインバウンドの状況など当地区へ訪れる観光形態を調査分析し、観光関連業者に対する指導に活用する。

交易の進展が望めるサハリンの動向については、月刊サハリン情報（稚内日ロ経済交流協会発行）、稚内市が開設しているサハリン事務所の情報等によりロシアループルの為替やインフラ整備の状況などの経済動向の調査分析を行い、需要の見込める建設資材や食料品、日用雑貨等の取扱業者への指導に活用する。

(2) 需要トレンドセミナー、個別相談会開催による商品力（サービス力）の向上

市場ニーズや売れ筋情報等の需要トレンドセミナーを開催し、マクロ的な需要動向の情報を提供周知させるとともに、個別の事業者が持つそれぞれの商品やサービスの消費者需要については、各業界に精通した専門家による個別相談会を開催し、時流に沿った商品やサービスの開発を進め、域内はもとより域外への販路開拓を進める。

テーマについては、当地の基幹産業である「観光」と、経済発展が目覚ましい「サハリン（旧樺太）」など、地域事業者に効果が期待できる内容を十分に精査し実施する。

尚、既存経営資源の改良が必要と判断されたときは、北海道よろず支援拠点や旭川産業創造プラザ等と連携し、商品やサービスの改善指導も実施する。

目 標

需要動向を小規模事業者への指導に活用するため、以下のとおり情報の収集とセミナーを開催する。

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
情報収集件数	適宜	10	12	12	12	12
セミナー開催回数	—	1	2	2	2	2
セミナー参加者数	—	20	50	50	50	50
個別相談会開催回数	—	1	2	2	2	2
個別相談会参加者数	—	3	8	8	8	8

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

《現状及び課題》

域内事業者の販路開拓支援については、2年に1度程度、百貨店のバイヤーを講師としたセミナー（首都圏における食品トレンドの紹介等）や終了後の個別相談会、また、当所が事務局を担っている稚内観光物産協会の加盟店に対する、道内外における北海道物産展への出店調整を主に行っており、支援の対象企業や内容は限定的なものに留まっており、積極的な支援活動とは言えない状況にある。

《今後の取組み》

今後については、パッケージデザインや売れ筋商品などに関する販路開拓セミナーと個別相談会を毎年度定期開催するとともに、地域金融機関等が主催する物産展やアンテナショップについても、当所ホームページやメール配信などを通じて、その開催を広く周知徹底し、出展業者や商品数の拡充を図る。

また、北海道商工会議所連合会が運営する逸品発掘サイト「美味いっしょ北海道」などのネット活用による情報発信力の強化にも取組みを進め、販路開拓支援を全市的な形に広げ、ひいては地場産品等の普及と販売促進に繋げていく。

更には、個別相談会や展示会などを通じてバイヤー等からの評価を頂き、価格設定やサイズ、食味等について、中小企業診断協会北海道や旭川産業創造プラザ等の指導・助言を仰ぎ、もって、先述の地域金融機関等多種多様な支援機関との連携の強化促進により、新たな需要の開拓による小規模事業者の持続的な発展を図る。

事業内容

(1) 多種多様な支援機関との連携拡充強化と、アフターフォローの充実による売れる商品へ

地域金融機関が実施する展示会（北洋銀行ものづくりテクノフェア）や北海道のアンテナショップ（どさんこプラザ有楽町店など）については、稚内観光物産協会の加盟店を中心とした紹介に留まっており、支援対象は限定的であった。

支援の範囲を全市的なものとするため、展示会等を主催する地域金融機関や公的機関より、計画段階からの情報提供を働き掛け、その内容をメール配信等で周知し、埋もれている商品の発掘に繋げ、更には評価の高かった商品などの成功例を広く広報し、出展動機の高揚を図り、1品でも多くの出展に繋げる。

尚、結果に応じて、数量や価格設定、パッケージ等を検証し、製造原価などの収支計画については中小企業診断協会北海道と、見せ方などのパッケージデザイン等については旭川産業創造プラザなどにも助言を求めるなど商品の改良改善を進め、多種多様な支援機関との連携の強化促進により、売れる商品への変換と新たな需要開拓を図る。

(2) セミナーと個別相談会開催による販路拡大を実現

販路開拓や商品づくりに関するセミナーは2年に1回程度、他の支援機関との共催開催、または後援団体としての事業周知レベルの支援に留まっている。

地域の人口減少に歯止めがかからない現状からも、道内外への販路拡大は地域小規模事業者にとって生き残りのカギと言っても過言ではなく、消費者の需要にあった商品づくりや情報発信力の強化が大きな課題となっている。

こうしたことから、「売れる商品づくり（商談会含む）」や「情報発信強化」などのセミナーと個別相談会を当所主催で開催、商品づくりについては、変化の激しい現在のマーケティングの基礎知識はもとより、ブランド力強化のためのコンセプトづくりや消費者心理を掴むデザイン等を解説、個別相談会では、小規模事業者が実際に扱う商品の食味やサイズ、価格設定などについて、より実践的なアドバイスによる売れる商品の開発を図る。

情報発信力強化に向けたセミナーでは、最近のネット市場の現状からその効果や有効性を示すとともに、ホームページ・SNSの各媒体の特性と効果的な情報発信事例や北海道商工会議所連合会などの既存サイトも紹介し、希望する事業者についてはITコーディネーター等の活用も働きかけ、集客に役立つコンテンツの作成により、新たな取引先の開拓など販路開拓支援の充実強化、小規模事業者の持続的発展に繋げる。

目標

展示会・アンテナショップへ出展した商品については、前年比10%以上の売上増を目標とする。

項目	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
展示会・アンテナショップへの出店支援数	未実施	5	10	10	10	10
セミナー開催回数	2年に1回程度	2	2	2	2	2
商談会(個別相談会)開催回数	2年に1回程度	2	2	2	2	2
IT活用支援企業数	—	5	8	10	10	10

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

《現状及び課題》

稚内市は、利尻礼文やサハリンに向けたフェリー航路、日本最北端の駅である稚内駅、更には東京や札幌を結ぶ稚内空港があり、主要な交通施設が整備された街である。

しかしながら、平成25年度より夏季限定で就航していた大阪と名古屋の飛行機が休止となり、また、JRの寝台列車が廃止されるなどの影響で観光客の入込数が減少、また、水産物を中心とした豊富な資源による商品開発を進めているものの、情報発信力の弱さからか、域内はもとより域外への流通が思うようには進んでおら

ず、人口の減少と相まって、地域経済は厳しい状況となっている。

こうした状況から、観光客を中心とした交流人口増加への取り組みとして、稚内市を始め、旅館ホテル業者や飲食業者、交通事業者からなる稚内観光協会や当所が連携し、地方空港とのチャーター便を結ぶツアーの造成を働き掛け、静岡県に本社を持つフジドリームエアラインズ（FDA）が就航するなど一定の効果が表れてきており、また、特産品の開発についても、稚内市が稚内ブランドの認定制度を設け、流通拡大に向けた取り組みを進めており、市民への認知度も向上し、現在は域外へのPR強化に鋭意取り組んでいる所である。

《今後の取り組み》

・ 広域連携強化による、観光客等の交流人口増加による活性化

第3種旅行業の認可を取得した（一社）稚内観光協会や稚内市、また、稚内市を含む1市4町1村からなる北宗谷観光推進協議会等との広域連携を進め、距離的ハンディを埋めるためには不可欠な航空路線の存続拡充を求める活動はもとより、「行ってみたい」と思わせるPR事業の強化や広域体験観光コースの設定も進め、観光客を中心とした交流人口の増加を目指す。

・ 特産品の開発並びに流通促進による活性化

特産品の開発拡充については、既存イベント内でのチャレンジコーナー設置等による新たな特産品の開発を進めるとともに、稚内ブランドへの認定を奨励し、多種多様な品揃えによる魅力向上を図り、併せて域内外への普及PRも強化し、「わっかない」の認知度向上による販路開拓、もって、地域への誘客促進も図る。

事業内容

(1) 自治体の枠を超えた広域連携並びに支援体制の強化による、観光客等の交流人口増加で地域を活性化

観光客誘客へ向けた当所の取り組みは、平成22、23年度に「フットパスによる観光振興事業」、同24年度から26年度の3年間に亘っては、「映画ロケ地を新たな観光資源とした観光客誘客事業」を、それぞれ国の補助事業である「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」の採択を受け実施している。

FDAは、平成25年度に名古屋の小牧空港と19便を就航し1,150名、平成26年度は道外5空港から3,360名を送客、平成27年度についても8,000名強を送客する計画となっており、徐々にその効果は表れてきている状況である。

しかしながら、当所が実施した全国展開事業は実証的な範囲に留まっており、商品化に向けては、ガイドを始めとした人材の育成確保や着地型観光商品の充実などソフト面の充実強化が課題となっている。

課題解消に当っては、平成26年に第3種旅行業の認可を取得した（一社）稚内観光協会の充実強化が必須であることから、稚内市と協調の下、協会に対する補助メニューの斡旋や紹介、全国展開事業で培った近隣自治体との広域連携の礎を活用した新たな広域観光ルート策定へ向けた専門家の紹介斡旋、更には、北宗谷観光推進協議会（北宗谷管内の自治体・観光協会で構成）が進める観光PR事業に

積極的に関与し、観光客を中心とした交流人口の増加を図る。

(2) 新たな特産品の開発と稚内ブランド認定品の磨き上げによる「わっかない」の知名度向上と地域の活性化

稚内市の2大イベントは、8月開催の「稚内みなと南極まつり」、2月開催の「わっかない氷雪の広場」で、稚内市や稚内観光協会、稚内観光物産協会、稚内市料理飲食店組合、稚内青年会議所などの団体等で実行委員会組織を立ち上げ、当所が事務局を担っている。

この実行委員会には他に、稚内市町内会連絡協議会や稚内交通安全協会、稚内市文化協会などの公的な団体、商店街の有志や大学生等で構成し中心市街地活性化事業に鋭意取り組む地域づくり団体“街にいき隊”、稚内をこよなく愛し「日本最北端わっかない白夜祭」など多くのイベントの企画運営を行っている“稚内地元愛育成協議会”等多種多様な団体も参画しており、従来のイベント内容はもとより、地域振興に向けた新たな取組みに係る議論の場としての機能も有している。

しかしながら、イベント内に設置している「物産コーナー」は、6. 新たな需要開拓支援と同様、稚内観光物産協会加盟店の産品が中心の取り扱いとなっており、全市的な広がりには乏しく、画一的な内容と言わざるを得ない状況である。

この状況を変えるため、稚内市を始め多種多様な団体で組織している上記実行委員会における議論を更に活発化させるとともに、稚内ブランド認定品を主宰する稚内市との協議も進め、イベント内でのブランド認定品コーナーに加えて、チャレンジ店舗的なブース設置も検討し、埋もれている地域物産品の発掘と稚内ブランドへの認定も勧奨、多種多様な品揃えによる魅力向上を図るとともに、購入者からの声を集約し、百貨店のバイヤー等の指導の下、商品をブラッシュアップし、売れ筋商品への確立を進める。

広報強化策としては、各種イベントや当市で行われる各種大会へのパンフレット配布は勿論、稚内出身者や勤務経験者らで組織する東京や札幌にある稚内会の協力を得、商店や飲食店等への設置を進めるなど消費者の目に触れる機会を高め、小規模事業者の売上増強による経営の安定的な発展を図って行く。

目 標

地域経済活性化のため、以下の目標を設定する。

項目	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
イベント開催(協賛)回数	5	7	8	8	8	8
出展者数	26	28	30	30	30	30
物産コーナー入込数	2.3万	2.4万	2.5万	2.7万	2.8万	2.8万
観光客入込数(稚内市)	48万	49万	50万	51万	53万	55万
観光客入込数(宗谷管内)	180万	183万	185万	188万	190万	195万
ブランド認定品数	33	35	37	40	42	45

Ⅲ. 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

《現状及び課題》

他の支援機関との情報交換の場としては、稚内市や宗谷総合振興局(北海道)、地元金融機関や当所と旭川産業創造プラザにより、ものづくり支援を中心とした「宗谷地域連携会議」や、日本政策金融公庫旭川支店の主催で、道北商工会議所の経営指導員による「連絡会議」程度で、限られた情報の共有に留まっていた。

また、その他支援機関との連携については、相談案件ごとに情報提供先を当方が判断し、取得した情報により小規模事業者支援に活用していたが、多種多様な支援策が混在する中、果たして最良の支援となったかは疑問が残る点もあり、改善の必要性を感じていたところである。

《今後の取組み》

今後については、小規模事業者に対してタイムリー且つ最良な支援策を講じるよう、各支援機関との定例的な会合を持つとともに、案件によっては支援チームの組成等による集中的な指導を実施、一つでも多くの成功例を作り上げ、またこの成功事案を広報することによる更なる案件発掘へ結びつける。

(1) 宗谷地域連携会議の拡充強化

課題ごとの連携会議の立上げは専門性がある反面、偏った指導に陥ることも多く、多種多様な支援機関の専門性をトータルで判断することが小規模事業者への各種支援には有効である。そこで、現在の宗谷地域連携会議の構成メンバーを拡充し、支援ノウハウの多角化による情報交換内容の質的・量的な向上を図る。

具体的には、中小企業診断協会北海道、北海道発明協会等へ参加を呼び掛け、現在の不定期開催から2~3ヶ月に1度の定期開催とし、各支援機関が有する支援策の情報の共有化を図るとともに、具体案件に対する取組みの方向性を検討する場とする。

(2) 課題案件ごとの作業チームの組成

経営発達支援計画に沿った小規模事業者への支援を進める上では、各事業者ごとの課題や進むべき方向性は様々である。

(1) 内で方向性を検討する具体案件について、必要に応じて、財務力や商品力、販路開拓などの課題に応じて、よろず支援拠点北海道等との連携により、専門家による作業チームを組成、事業者の持続的な経営発展に資するとともに、その議論に参加することで支援力の向上に繋げる。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

職員の資質向上については、北海道商工会議所連合会等が主催する研修会や施策

説明会への参加、また、各種相談案件に沿った支援機関への調査等により、知識の習得を図っているところである。

しかしながら、多様化する経営課題に全て対応出来ている状況とは言えず、特に計数管理の指導に比べ、販路開拓や経営革新に対する指導経験が乏しいこと、また、職員間で情報の共有化を図る機会も不十分であることから、組織としての資質向上も課題となっている。

この課題を解消していくため、前項で掲げた宗谷地域連携会議や作業チーム参加による個々の支援能力の向上はもとより、以下の取組みを進め職員並びに組織としての資質の向上を図って行く。

(1) 経営分析・経営計画策定支援能力の向上

従来への対応は、各担当者が講習会や実際の相談経験を活かし、また必要に応じて中小企業診断士等の助言を求め、各計画策定の指導業務を行っていた。

経営指導員の更なる資質向上を図るため、経営発達支援計画の中で実施する、経営分析や事業計画策定などに係るセミナーは、小規模事業者に対する支援の場であることは勿論、経営指導員等の資質向上を図る場としての位置づけの下、原則担当者全員の参加を義務付け、知識の習得と支援能力の向上を図る。

(2) 個別相談会を通じた支援ノウハウの習得

経営発達支援計画に沿って実施する各種個別相談会には、相談者の理解を得、可能な限り経営指導員が同席し、支援ノウハウを習得する。

特に、経験値の少ない小規模事業者の販路開拓については、食味やサイズ等最新の消費者嗜好やIT活用の好事例を、経営革新については、消費行動の最新トレンド等の知識習得を図る。

(3) 所内勉強会による全職員のレベルアップと指導力の向上

(1)のセミナーや(2)の個別相談会で得た知識や支援ノウハウについて、経営指導員等を講師とした所内勉強会を開催し、他職員の能力向上を図るとともに、講師を務めることによって「教える・伝える」指導力の向上にも繋げる。

(4) 指導ノウハウ共有による支援内容の高度化

経営指導員等が受けている相談内容や指導内容を、他の職員が確認できるようデータを整理し、指導ノウハウの共有化を図るとともに、職員間の助言提言を誘発し、支援内容の高度化に繋げる。

(5) 育てる環境の整備

経験の浅い経営指導員等については、管理者クラスの指導員が行う窓口相談や巡回相談に同行させ、必要な知識や技能、対応方法や専門家(機関)への引継ぎ手法等を効果的且つ有効に身につけさせ、強固な指導体制組織を構築する。

(6) 評価と改善による更なる資質の向上

経営発達支援計画の実施結果について、各事業の目標との実数等を精査確認するとともに、上記の(1)～(5)についての取組みについても、検証を行い、「Ⅲの事業評価及び見直しをするための仕組みに関すること」同様、資質の向上に向けた改善を図って行く。

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

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ① 市の経済状況に精通している稚内市の建設産業部長や、道北地域の「ものづくり」産業に根ざした活動を実践している旭川産業創造プラザなどへ事業の実施状況等を報告し、評価や見直し等の支援を受ける。
- ② コメントを受けた評価・見直し内容を、事務局内部において分析検証し、方針を決定する。
- ③ 事業の成果・評価・見直しの結果について、正副会頭会議へ報告し承認を受ける。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果を当所のホームページで計画期間中公表する。

(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	
(平成 26 年 1 2 月現在)	
(1) 組織体制	中小企業相談所長をトップに、経営指導員 3 名、補助員 2 名、記帳専任職員 1 名で対応。
・役員	会頭 1 名、副会頭 2 名 (以上は非常勤) 専務理事 1 名 (常勤)
・事務局	事務局長 (相談所長兼ねる) 1 名、経営指導員 3 名、補助員 2 名、記帳専任職員 1 名、総務課職員 2 名
(2) 連絡先	稚内商工会議所 稚内中小企業相談所 稚内市中央 2 丁目 4 番 8 号 TEL 0 1 6 2 - 2 3 - 4 4 0 0 http://www.wakkanai-cci.or.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)

	平成 27 年度 (27 年 4 月以 降)	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
必要な資金の額	48,100,000	48,500,000	48,500,000	48,500,000	48,500,000
中小企業相談所	46,100,000	46,500,000	46,500,000	46,500,000	46,500,000
商工振興費	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000

(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、国庫補助金、北海道補助金、稚内市補助金

(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
<ol style="list-style-type: none">1. 地域の経済動向調査に関すること 地域金融機関、税理士2. 経営状況の分析に関すること 北海道よろず支援拠点（北海道中小企業総合支援センター）、 中小企業診断協会北海道、旭川産業創業プラザ3. 事業計画策定支援に関すること 中小企業診断協会北海道、北海道よろず支援拠点、地域金融機関4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 中小企業診断協会北海道、北海道よろず支援拠点、 旭川産業創業プラザ、地域金融機関、北海道発明協会5. 需要動向調査に関すること 北海道よろず支援拠点、旭川産業創業プラザ、地域金融機関6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること 地域金融機関、北海道、中小企業診断協会北海道、旭川産業創造プラザ7. 地域経済の活性化に資する取組 稚内観光協会、稚内観光物産協会、宗谷管内自治体並びに観光協会
連携者及びその役割
<ul style="list-style-type: none">・北海道よろず支援拠点 コーディネーター 中野 貴英 札幌市中央区北1条西2丁目 Tel011-232-2407 役割：道内の起業から経営の安定まで、各段階のニーズに合わせた相談支援拠点。 効果：既存の支援機関では十分に解決の出来ない経営相談に対し、売上拡大や再生・経営改善案、生産性向上など総合的且つ先進的なアドバイス、また必要に応じて診断士や企業OB等による支援チームを編成し複数の経営課題の解決を図るとともに、大学や大企業等事業連携の相手先との調整も実施している。更には、相談内容に応じた支援機関や専門家を紹介するなど多種多様な指導機関等との繋がりが強固であり、事案に応じた適切なアドバイスが実行される。・北海道中小企業総合支援センター 理事長 伊藤 邦宏 (よろず支援拠点受入れ機関) 札幌市中央区北1条西2丁目 Tel011-232-2407 役割：新商品の生産や販売、新たな役務の提供等経営革新に係る経営分析や需要動向への助言並びに実施支援。 効果：シンクタンク機関として、道内における事業者の経営革新に係る技術開発や事業化支援、また、人材育成や取引拡大支援など総合的な支援業務を行っている。 更には、新事業の創出を支援する「ほっかいどう地域プラットフォーム」

の中核的支援機関を担っていることから、資金・技術開発・販路開拓など各分野における専門機関との繋がりが強固であり、課題に応じた連携支援が見込め、適切な経営分析と需要動向を認識でき、効果的且つ実行可能な経営計画が策定・実行される。

- 中小企業診断協会北海道 会長 平野 陽子
札幌市中央区北4条西6丁目1 Tel011-231-1377
役割：経営分析等のセミナー講師派遣、経営の診断及び助言、実行に当たっての経営計画策定支援。
効果：国家資格である中小企業診断士は、多種多様で数多くの事業者の診断指導に当たっていることから専門家として高い知見を有しており、客観的視点の下、適切且つ効果的で実行可能な事業計画が策定される。

- 旭川産業創造プラザ 理事長 新谷 龍一郎
旭川市緑が丘東1条3丁目1-6 Tel0166-68-2820
役割：新製品や新技術開発等のものづくりを中心とした経営分析や需要動向調査への助言並びに実施支援。
効果：大学や公共試験研究機関と連携の下、道北地域の事業者の新製品や新技術の研究開発、新分野進出に向けた事案を数多く取り組んでおり、各種助成金の申請交付に対する支援事業も実施している。
これらのことから、地域事情に沿った適切な経営分析と需要動向の助言が受けられるとともに、計画実施に当たって資金調達への助言が望め、計画の実行が図られる。

- 地域金融機関
稚内信用金庫 理事長 増田 雅俊 稚内市中央3丁目9-6 Tel0162-23-5131
北海道銀行稚内支店 支店長 工藤 正人 稚内市中央3丁目15-12 Tel0162-23-5221
北洋銀行稚内支店 支店長 今野 徳幸 稚内市中央2丁目13-15 Tel0162-23-3710
役割：事業計画実施に係る金融支援と販路開拓支援。
効果：地域に密着し、域内の経済状況や個別事業者の経営状況を把握している金融機関との連携により、計画した事業を実施する上で不可欠となる新規融資や返済条件の緩和等により計画の実行が図られる。
また、各行が主催する物産展などのイベントや道内外の金融機関との連携により、地場製品の普及PRを進め販路開拓が図られる。

- 北海道発明協会 会長 鈴木 俊幸
札幌市北区北7条西4丁目1-2 KDX 札幌ビル5階 Tel011-747-7481
役割：知的財産権に係る指導による事業計画実施支援
効果：事業者のアイデア段階から事業展開までの知的財産に関する相談機関であり、知的財産制度の概要から出願手続き、取得後の戦略策定支援まで広域的な支援を実施している。
計画を進める上で必要となる知財について指導助言を受けることにより、

不要なトラブルを回避し計画の実行を図る。

・北海道

役割：道内外のアンテナショップ活用による販路開拓支援

効果：現在、北海道の物産を紹介販売するアンテナショップ「北海道どさんこプラザ」は、全国各地に5店舗設置されており、いずれも高い集客力と販売力を上げている。

連協を強化することで、地場製品の普及と知名度の向上に繋げ、販路開拓を図る。

・稚内観光物産協会 会長 中野 修二 稚内市中央2丁目4-8 Tel0162-23-4400

役割：物産展への出店協力による地域活性化支援

効果：稚内の地場産品を製造販売する業者により構成されている団体で、全国各地の百貨店や商店街での物産展に数多く出展していることから、売れ筋商品などの業界情報に精通している。

域内イベント内の物産コーナーへの出展支援により、地場産品の域内での認知度向上や販路開拓が図られる。

・稚内観光協会 会長 吉井 繁 稚内市中央3丁目6-5 Tel0162-24-1216

役割：地域イベントや観光誘客事業による地域活性化支援

効果：稚内市とともに当市の観光振興を担っており、観光に関するイベントや従業員教育などは中心的な立場で実施している。

また、管内の他の観光関連団体とも密接な関係が構築されており、日本はもとより海外での共同観光PR事業を実施、更には、全国各地の旅行エージェントとの関係も強固なことから、稚内市は勿論全国の観光動向に精通している。

以上のことから、連携したイベントによる地場産品の消費拡大とともに、各種PR事業への協力体制構築による誘客促進を進めることで、交流人口増加による地域活性化が図られる。

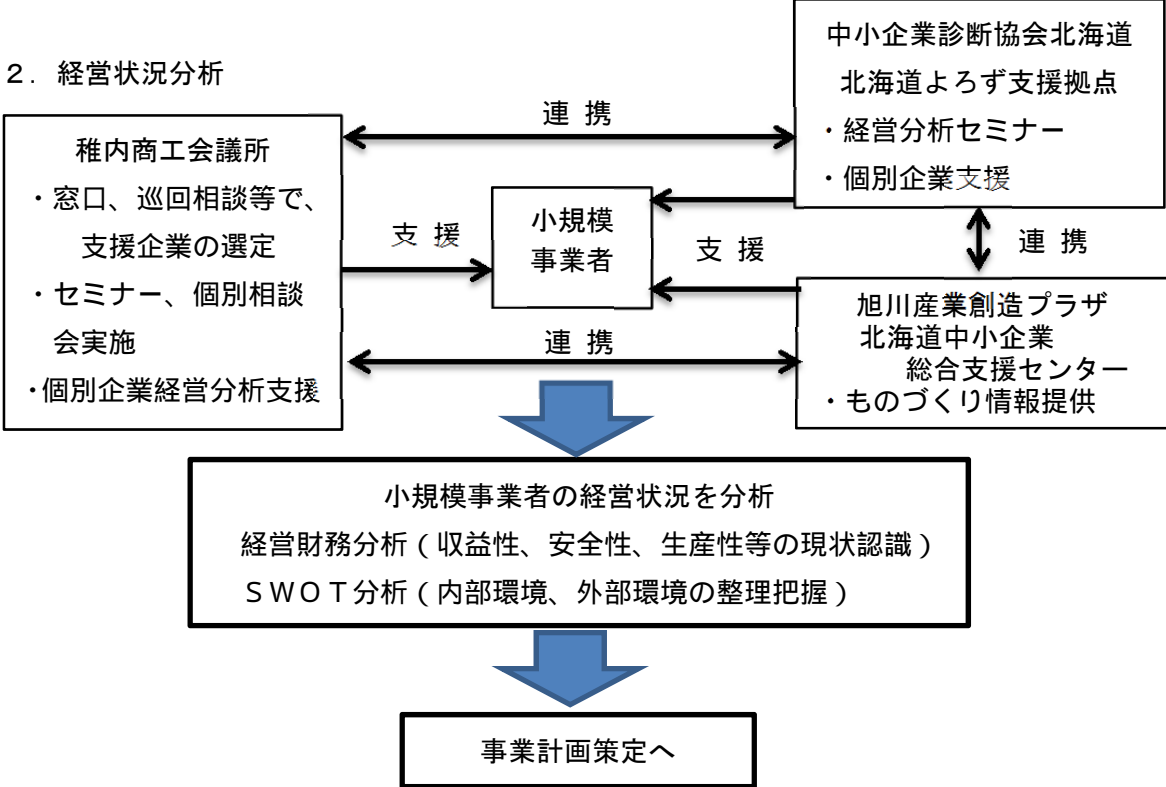
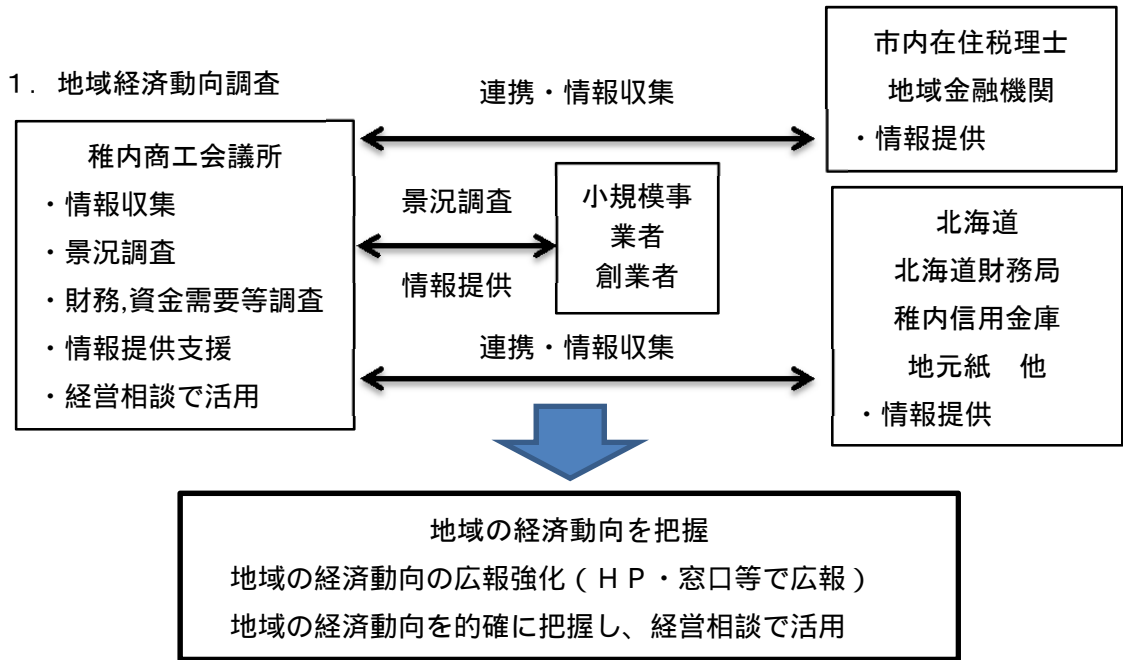
・宗谷管内の自治体並びに観光協会

役割・効果とも先述の稚内観光協会と同じ

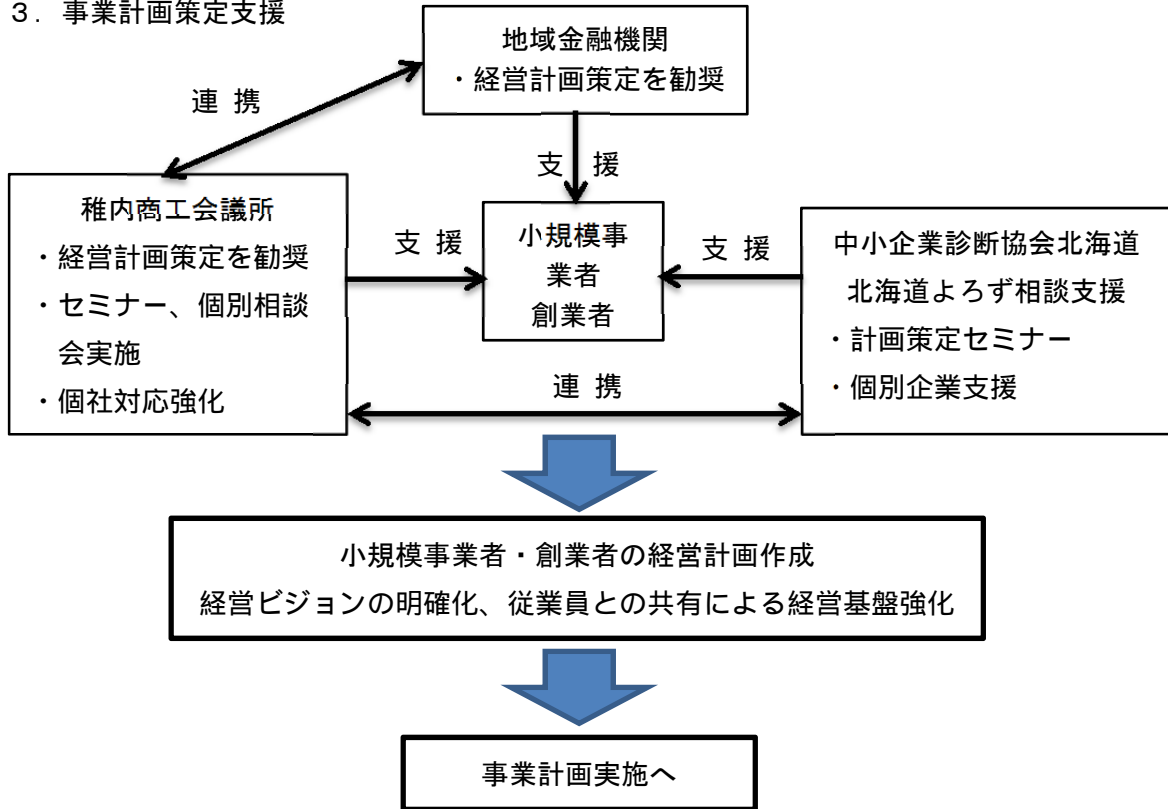
連携体制図等

別紙に記載

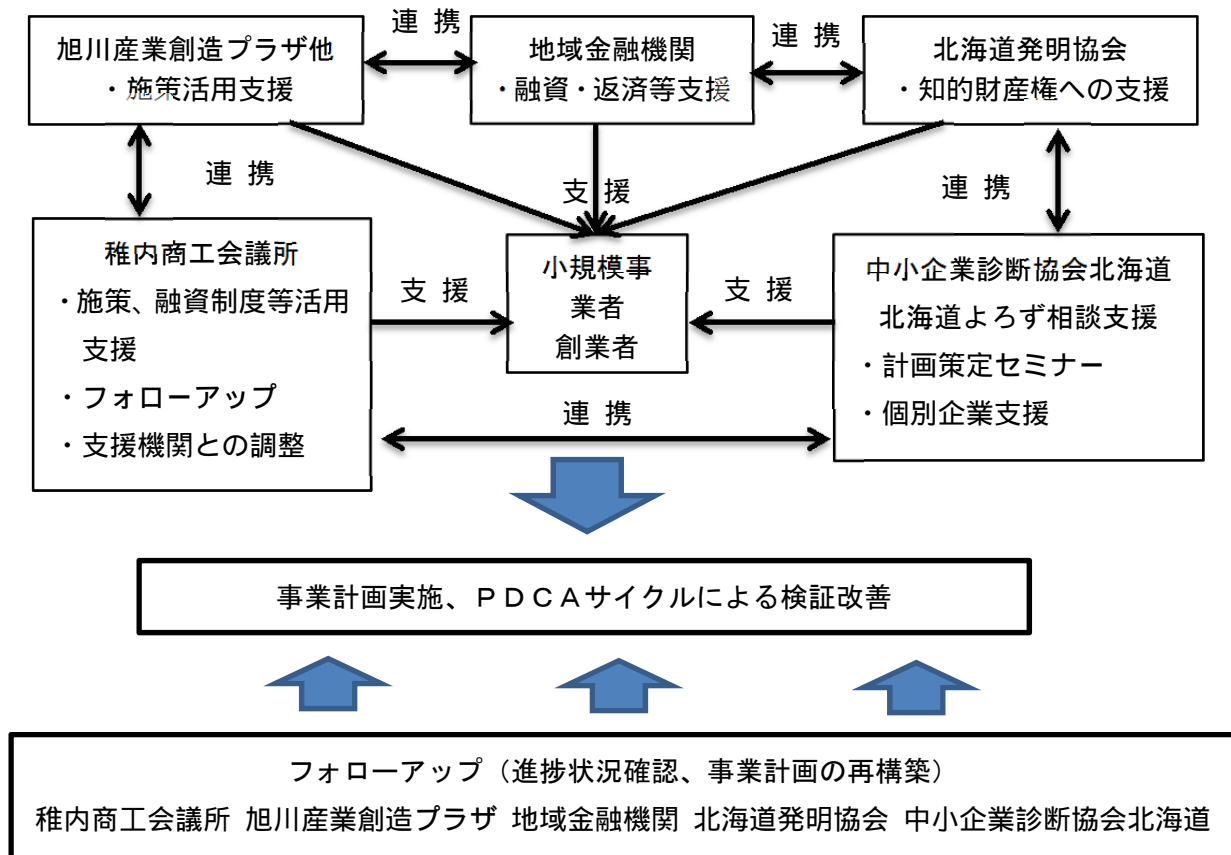
連携体制図



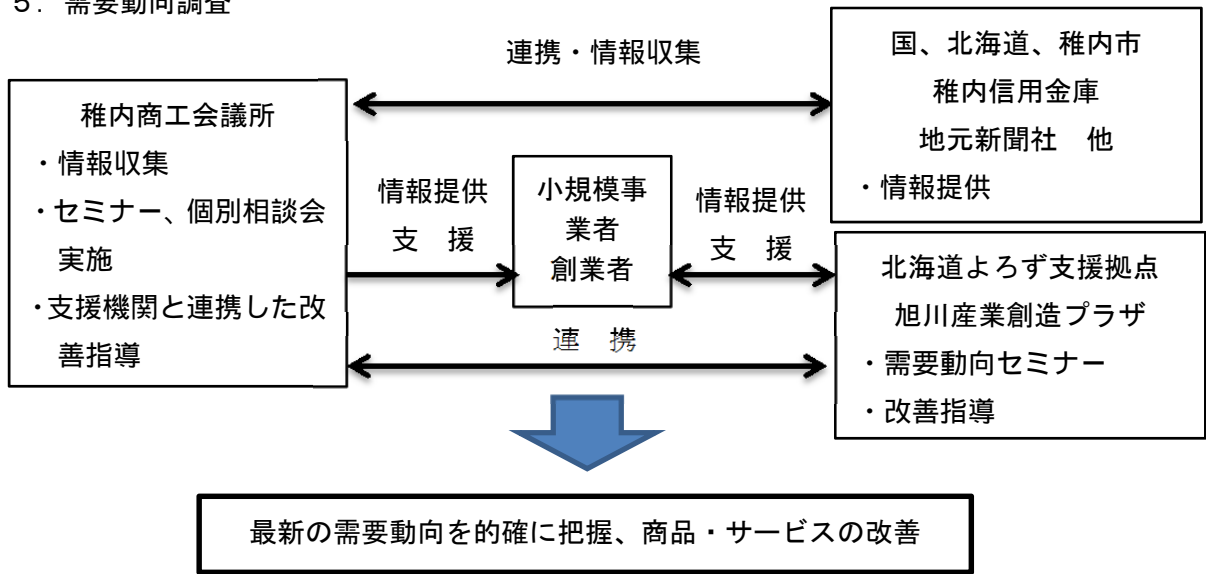
3. 事業計画策定支援



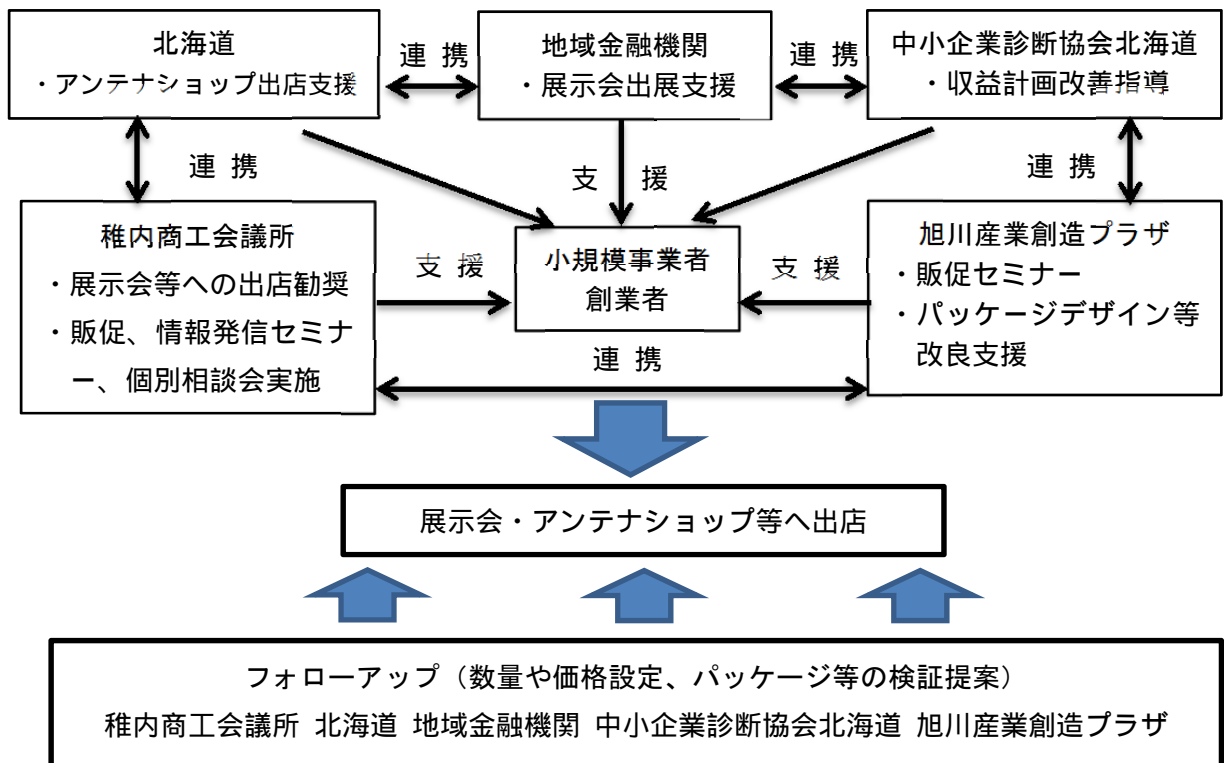
4. 事業計画実施支援



5. 需要動向調査



6. 新たな需要の開拓



7. 地域経済活性化

