

経営発達支援計画の概要

実施者名	寿都商工会（法人番号 4440005002134）
実施期間	平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日
目標	<p>(1) 寿都町と寿都スタンプ会及び寿都町大磯商店街協同組合と連携を図り、カード事業並びに買物弱者対策事業等併せ、小規模事業者への事業計画策定を支援し取り組むことにより、所得を高めることを目指す。</p> <p>(2) 一般社団法人寿都観光物産協会と連携を図り、町内地域資源を活用し食と観光を有機的に連携させ、交流人口を増やし、売上増大を図る。</p> <p>(3) 町内金融機関などと連携を図り、創業支援に対する情報発信を強化、創業に関する相談体制を確立することにより、創業者創出を目指し、空店舗の解消を図る。</p> <p>(4) 小規模事業者の補助金等の有効活用を推進し経営の効率化を目指す。</p>
事業内容	<p>I 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の経済動向についてアンケート調査を実施 ・地域経済情報の収集、提供及び分析 <p>2. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営指導員の巡回訪問、窓口相談を通じて収集したデータと財務内容等の数値的実績に基づいた経営分析 ・ネット de 記帳による経営分析 ・専門家派遣による経営分析 <p>3. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営指導員が巡回訪問等により事業計画策定を行おうとする対象者の掘り起し ・経営課題解決のための支援 ・専門家を活用した事業計画策定支援 ・新規創業希望者の掘り起し ・創業希望者に対する支援 <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定後、定期的な巡回訪問によるフォローアップを実践することで事業の進捗状況を把握し、P D C A を機能させ、効率的な事業実施を伴走支援する <p>5. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光客向けアンケートの実施 ・テストマーケティング需要動向調査の実施 ・個別消費者アンケート調査の実施 ・各種消費者動向調査情報の収集、分析及び提供 <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談会への出展支援 ・インターネット、アンテナショップによる新たな需要の開拓支援 <p>II 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>1. 地域振興による地域経済活性化の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光振興と地域のブランド化による地域経済活性化 ・地域資源を生かした特産品開発と地域イベントによるにぎわいの創出
連絡先	<p>寿都商工会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住 所 : 〒048-0404 北海道寿都郡寿都町字大磯町 81 番地 ・電 話 : 0136-62-2185 ・F A X : 0136-62-3685 ・E-mail : minato@cup.ocn.ne.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 寿都町の概要

寿都町は小樽市の南方100kmの日本海に面し、江戸時代より豊富なニシン漁を背景に、漁業を中心として発展してきた町である。しかし、ニシンの減少とともに定置網・刺網漁が減退していき、沖合漁業も200海里問題以降伸び悩んだが、一方で比較的穏やかな寿都湾の特性に応じた栽培漁業の展開を図ったため、一定の漁獲量は確保できている。現在も、漁業・水産加工業が主産業であり、「生炊きしらす佃煮」「ほっけ飯寿し」等の特産品を出荷している。

また、古くからの水産業の拠点として、水産資源の集散地として栄えてきた歴史があることから、日本海岸特有の景観と、ニシン御殿、商家跡や寺院など歴史的建造物を多く保有している。



2. 人口の動き

寿都町の総人口は、昭和 30 年（国勢調査）10,794 人をピークに減少し、平成 22 年の国勢調査によると 3,443 人で、10 年前の平成 12 年の人口（4,114 人）と比べ、約 15% 減少しています。



3. 寿都の地域資源

i. シラス

寿都の水産加工業は、古くは江戸時代より定着してきており、明治時代になるとニシン漁で栄えたことから、町内に海産物や米、醤油などを扱う事業者が集積し、前浜で獲れた水産物を加工するところから始まった。

当初は、ニシン・数の子の加工品が中心であったが、東北から出稼ぎにきた人たちから干した小女子（こうなご）を佃煮にする加工法が伝えられ、町内で改善を繰り返し、生のまま炊く製法が生み出され「生炊きしらす佃煮」として定着、その後、昭和 30 年代に衰退していったニシン漁とその加工品の身欠きニシンに代わって「生炊きしらす」が町内加工の中心を占めるようになった。

昭和 50 年頃には、塩辛くなく、やわらかい佃煮と評判になり寿都の「生たきしらす佃煮」はブランドとして定着するようになった。

ii. 寿カキ

町としても内湾での栽培漁業から地域資源としたものを育成していく観点からホタテ養殖技術を活用し、平成 6 年より寿都にはなかったカキの試験養殖を開始した。

養殖技術の安定化と町民への定着に時間を要したが、現在では養殖技術も定着、特に、他地域のように冬季には十分な身が熟成しないことが課題であったが、山の栄養を豊富に含んだ春の雪解け水が寿都湾に流れ込み、その栄養素が充実する 4 月から 6 月頃が旬となっており、春から初夏にかけての行楽シーズンに販売が伸びることもあり、今では「寿カキ」が寿都ブランドとして名物になるまでに至った。

更に、カキの冷凍技術の研究・開発に取り組んでおり、このほど冷凍保存によって食感を保ったままシーズン以外にも食べられることで 1 年間通して提供すること（平成 28 年実用化予定）と、蓄養施設の改善による生産量の増加を町として進めている。

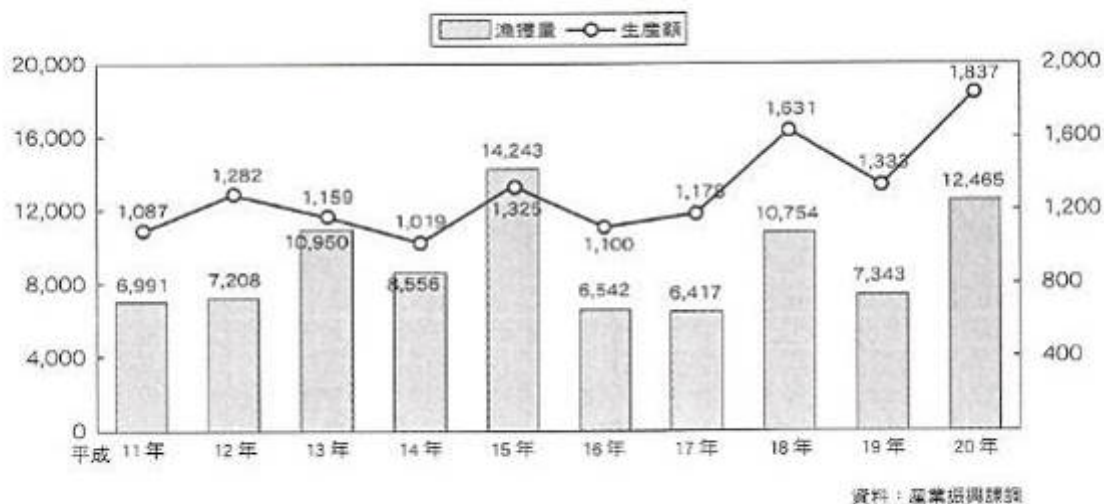
4. 地域産業の現状と課題

寿都町の基幹産業は古い歴史を持つ漁業で、漁獲物を活用した水産加工業とともに経済を支えている。

(1) 漁業

漁業は、回遊魚の生産が不安定なことや根付資源の減少傾向が顕著になってきたことなどから、「育てる漁業」「資源管理型漁業」を積極的に推進し成果を上げているが、磯焼け問題や水産資源の減少、魚値安などの問題があり、今後とも、資源管理の徹底と海域環境の保全など水産業を支えていく体制づくりと消費者ニーズに対応した信頼性の高い水産物として、漁獲から流通まで徹底した品質管理を行うとともに、水産物の品質向上と高付加価値を付け、小規模事業者との連携強化を図ることが課題である。

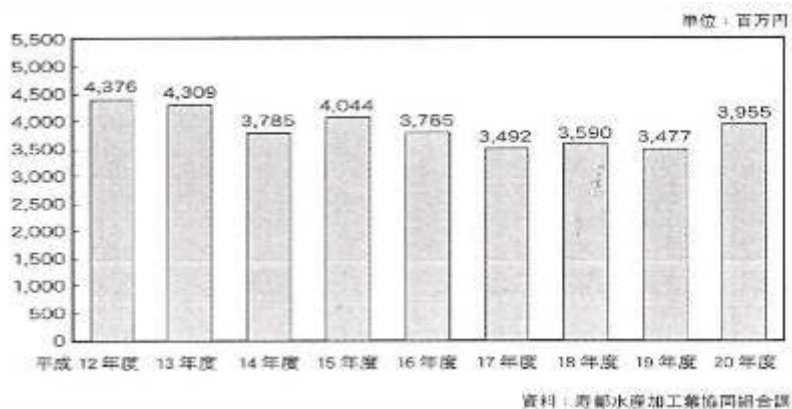
■ 漁獲生産量・生産額



(2) 水産加工業

水産加工業は、比較的安定傾向にあるが、新商品の開発や地域に根づいた新たな統一ブランドの確立など、水産加工品の商品価値向上や販路拡大とPR、商業・観光との連携強化等、消費者ニーズへの的確な対応などを図ることが課題である。

■ 水産製造品出荷額等

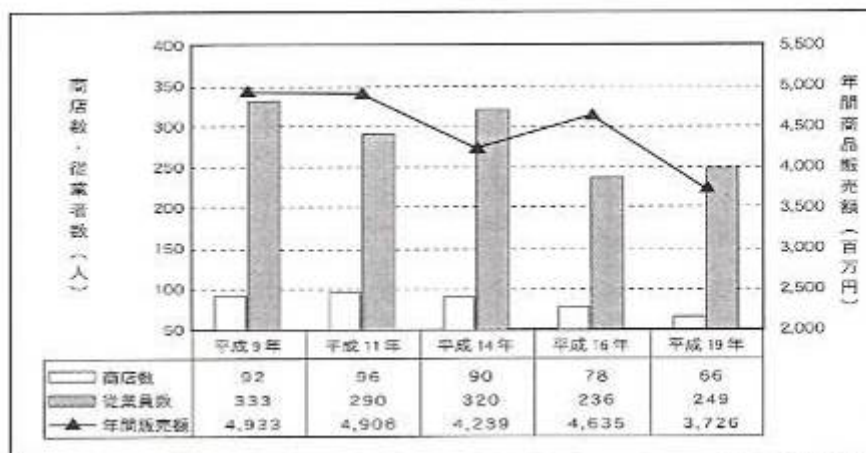


(3) 商業

商業は、商店の約90%は市街地地区に集中している。平成19年の商業統計調査によると、商店数66店、従業員数249人、年間販売額は3,726百万円となっており、10年前と比較して全体規模で約25.5%の落ち込みがみられる。近年では、道路交通網の発達、近隣市町村に大型店舗の進出など、町内消費者の流出により、町内の消費が著しく減少している。

道道拡幅による市街地整備が成された現在、消費者ニーズに対応した「品揃え」「品質」「価格」などで消費者から支持を獲得するとともに、「売れる商品・サービス」の開発、新たな販路開拓に努め、地域商業の再生に向けた既存企業の体質強化、消費者ニーズを的確に捉えた取組み等が課題である。

■年間商品販売額等

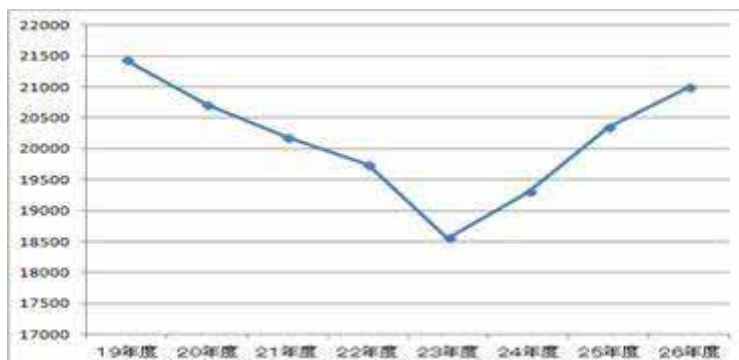


資料：産業振興課

(4) 観光

後志総合振興局管内の観光集客状況を見ると、ニセコ近辺のリゾート滞在客の増加等もあって、ニセコ町、倶知安町併せて観光入り込み客数が年間約300万人を数える（平成25年度後志総合振興局）。その効果もあって、数年にわたって減少傾向であったところが平成23年度より増加傾向にある。

平成28年3月の北海道新幹線開業に際し、更なる増加が期待されており、ニセコ周辺の滞在型観光客に加え、積丹半島など有名観光地を巡る観光コースへの流入も期待されている。

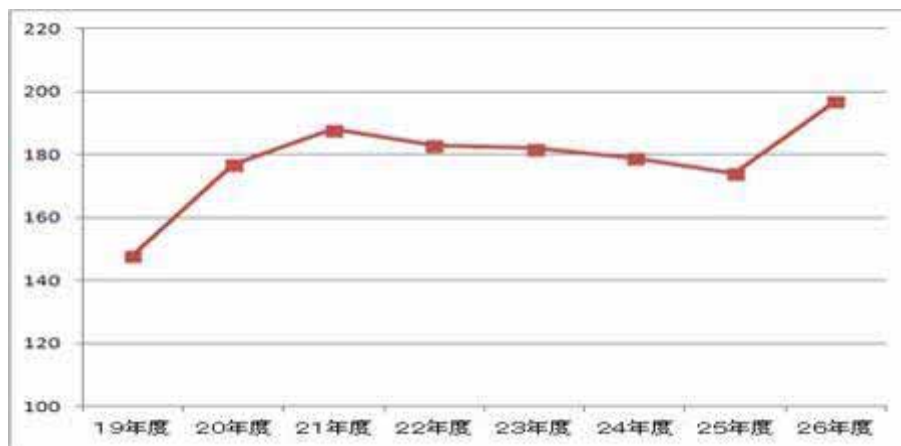


後志総合振興局管内の観光入込数の推移（単位：千人）

一方、寿都町は、「弁慶岬（狩場茂津多道立自然公園）」、「カクジュウ佐藤家（北海道有形文化財指定）」、自治体として全国で初めて導入した「風力発電施設」、寿都温泉「ゆべつのゆ」などの観光名所を有する。

観光客入り込み数では、減少傾向にあったが、近年では、特産品「寿カキ」を浜値で提供、寿都の海の味覚やせり体験、乗船体験など寿都の海をまるごと堪能できる「寿都港かき・おさかな市」などの体験型観光イベントを行い、集客につながってきた。平成12年から進められた市街地整備事業は、「故郷の資源を活かした、安全・安心な交流、賑わいの創出」をテーマに、十年の歳月を経て道路の拡幅と共に街並み修景が整備された。市街地整備に合わせて、平成20年4月には、道の駅「みなとま〜れ寿都」がオープン、寿都町の観光情報発信の拠点として、都市との交流を推進している。

町内にある「ゆべつのゆ」の温泉成分が科学的・医学的に調査した結果、入浴の美容とアンチエイジング効果（老化防止）のある泉質と認められたことによる広報効果もあり、観光入り込み客数は増加に転じている。



寿都町の観光入り込み数の推移（単位：千人）

また、平成26年には、寿都町が進める滞在交流プログラムの展開事業として「寿都ファンクラブ」が誕生。会員制のファンクラブとして、寿都町の魅力（歴史的資源・食・景観・体験など）楽しめるプログラムを展開している。

後志管内の観光入り込み客数の増加傾向に加え、さらにニセコエリアから30km以内の好立地条件、北海道新幹線の開業を踏まえ、町として更なる集客プログラムの構築が課題となる。そのため、町内各関係者が取り組んできた観光集客の取組を有機的に連携させることと、それを受け入れする体制整備が課題である。



5. 小規模事業者の現状と課題

【現状】

商圈動向調査買物別利用割合によると、岩内町、札幌市、小樽市、伊達市、共和町等で50%を超えている。寿都商工会による平成19年商業統計調査の分析によると、潜在的消費購買額は6,280百万円と想定され、寿都町の年間販売額は3,726百万円あることから約40%が隣接する大型商業施設等への消費購買の流出が見込まれ、売り上げが減少傾向にある。平成21年度に市街地整備事業も完了し商店街等整備されたが、経営者の高齢化や後継者問題等厳しい状況にある。

平成28年3月31日現在

業種	商工業者数	小規模事業者数	会員数
建設業	23	22	16
製造業	11	9	10
運輸・通信業	6	5	5
卸売・小売・飲食業	77	77	61
金融・保険業	8	8	3
サービス業	22	21	20
合計	147	142	115

製造業事業所数と従業員数



工業【工業統計調査(12月31日現在)(人・百万円)】

年次(平成)	15年	16年	17年	18年	19年
事業所数	15	13	12	11	12
従業員数	323	320	298	317	330
製造品出荷額	4,127	4,106	3,891	3,160	3,251

年次(平成)	20年	21年	22年	23年	24年
事業所数	12	11	11	9	9
従業員数	284	269	263	212	215
製造品出荷額	3,246	3,260	3,047	2,691	2,739

【課題】

・寿都スタンプ会「風太カード」及び寿都町大磯商店街協同組合イベント「年金データベース」と連携し消費者ニーズの把握等取り組んでいる。購買力の流出が年々大きくなっている傾向がみられ、個々の店舗がこうした流れを巻き返せるような魅力的な商品・サービスの提供、消費者嗜好を捉えた事業展開等でできていないことが課題である。



・創業に関する動きはここ数年少なく、創業に関する相談も少ない。寿都町と地域金融機関と連携し、創業・事業承継等による「事業を持続的発展」させる取組みと空店舗を活用して创业者の開業支援が課題である。

・小規模事業者の経営体質の強化、収益性の高い経営に向け、新商品の開発や地域に根づいた新たな統一ブランドの確立など、水産加工品の商品価値向上や販路拡大とPR、商業・観光との連携強化、消費者ニーズへの的確な対応など新商品開発支援・販路開拓支援等の取組みを図ることが課題である。

・消費者ニーズに対応した信頼性の高い水産物が、漁獲から流通まで徹底した品質管理を行うとともに、水産物の品質向上と高付加価値を付け、小規模事業者との連携強化を図ることが課題である。

・豊富にある地域資源を活用しリピーター確保に向け、定期的なイベントの実施等道の駅で観光情報発信に努め、交流人口の確保が重要であり、市街地整備事業の完了と北海道新幹線の開業に際し、一般社団法人寿都観光物産協会と連携し、観光メニューの開発等により交流人口の拡大を図り、その効果が小規模事業者へ波及する取組が課題である。

6. 商工会の現状と課題

【現状】

寿都商工会は、昭和 26 年商工業者の任意団体として設立され、商工業の相互扶助のため、小規模事業者の金融斡旋や年末年始の連合売出し等を行ってきた。昭和 36 年商工会の法制化により、昭和 37 年 2 月に寿都商工会を登記し、正式な団体として位置付けられて以来、国民金融公庫の融資制度の利用が始まり、その斡旋業務を行う商工会の声価が高まり、小規模事業者の経営改善普及事業を行う商工会の組織は益々充実したものとなった。

商工会が行う経営改善普及事業は、小規模事業者が経済社会情勢の変化に対応し、自らのビジネスモデルを再構築するため、顧客ニーズや自らの強み・弱みを踏まえた事業計画に基づく経営を推進することであり、徹底した巡回訪問年間約 420 回・窓口相談約 200 回を通じ、小規模企業と日々取組み、培った信頼感・信用を前提とし、商店街や地域全体の振興、観光事業の推進、活性化を目指し継続的に効果的な支援を行っている。しかし、以下記載の平成 3 年から 26 年まで、地域小売商業活性化推進事業、寿都町大磯商店街活性化基本計画策定事業、小規模事業者全国展開支援事業、小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業等推進してきたが、経営課題の抽出、課題解決に向けた取組み等支援には至っていない。

(主な補助事業の取組)

平成 3 年	地域小売商業活性化推進事業
平成 4 年	商工会地域ビジョン策定事業
平成 5 年	地域中小商業活性化事業
平成 6 年	寿都町大磯商店街活性化基本計画策定事業
平成 9 年	広域経営改善普及事業
平成 12 年	インターネット活用情報交流事業
平成 15 年	小売商業体質強化事業
平成 16 年	地域特産品等開発事業
平成 18 年	地域経済活性化 F/S 事業
平成 19 年	小規模事業者全国展開支援事業
平成 26 年	小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業

【課題】

・個店の経営改善普及事業が主体であり、金融、税務、労務等基礎的支援業務、更なる具体的な案件が生じた際に経営支援業務を実施していたが、計画的な巡回訪問等を通じて経営課題を抽出し、課題解決に向けた取組みを事業者と共に行う、といった支援展開にまで至っていなかった。

・地域振興に関するイベント等を実施しているものの、町内外の誘引にはつながっていないため、地域小規模事業者の売上に直結するような取組みをすることが課題となっている。

・商工会の事務局体制は、職員5名となっており、小規模事業者の幅広いニーズに対応し支援するためには、職員の資質向上はもとより、関係機関と専門家との連携を強化し、今後中長期的な小規模事業者の持続的発展に取り組まなければならないことが課題である。

【小規模事業者の中長期的な振興のあり方】

寿都町は、寿都町第7次総合振興計画（平成22年度～平成31年度）では、産業振興方針において「地域資源を活かし、にぎわいを創出するまち」を目指して、「既存企業の体質強化」「消費者ニーズの対応」「商業経営の対応」「地域間交流の対応」「観光資源の活用・PRの推進」などの各施策を展開している。

地域唯一の総合的経済団体である寿都商工会は、上述で抽出した課題を解決するためには、町の施策を推進することが不可欠であるとの認識の下、町の施策を町の施策を推進するとともに『「地域資源」の活用による「賑わいの創出」を通じた「魅力ある地域資源の活用による商工業の発展」』を小規模事業者の中長期的なあり方として、次のとおり目標を掲げ、行政や関係団体と連携して経営発達支援事業を推進します。

【経営発達支援事業の目標】

(1) 寿都町と寿都スタンプ会及び寿都町大磯商店街協同組合と連携を図り、カード事業並びに買物弱者対策事業等併せ、小規模事業者への事業計画策定を支援し取り組むことにより、所得を高めることを目指す。

(2) 一般社団法人寿都観光物産協会と連携を図り、町内地域資源を活用し食と観光を有機的に連携させ、交流人口を増やし、売上増大を図る。

(3) 町内金融機関などと連携を図り、創業支援に対する情報発信を強化し、創業に関する相談体制を確立することにより、創業者創出を目指し、空店舗の解消を図る。

当会は、上記の目標を達成するため、下記の方針により事業を実施する。

【小規模事業者支援に対する実施方針】

(1) 地域内外の経済情報や消費者動向を関係機関から収集・分析し、小規模事業者に定期的に情報提供する。

(2) 小規模事業者への巡回訪問を通じて、経営分析を行い、経営課題を抽出し、事業計画策定を行う。

(3) 事業計画策定支援者に対して、定期的に巡回訪問によるフォローアップを行う。

(4) 創業希望者の開業を支援し、地域経済及び雇用の確保、空店舗の解消を図る。

(5) 商談会・物産展への出展支援により商談成立を目指す。

【地域経済活性化に対する実施方針】

(1) 「ふるさと名物応援宣言」した町としての強みを活かして、地域一体となって寿都の地域資源である「シラス」「寿かき」の高付加価値化を目指す。

(2) 地域機関との連携により、高付加価値化した地域ブランドを活用して、にぎわいの創出につながる取組みを行う。

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29年4月1日～平成34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】

【現状と課題】

地域の経済動向については、商工会連合会や各関係機関による調査報告、巡回訪問・窓口相談時における小規模事業者への聞き取り等で得た情報により把握しているが、得られた情報は内部資料に留まり、有益な情報を小規模事業者に広く提供するまでに至っていないことが課題である。

【取り組み内容】

小規模事業者へのアンケート調査により地域内の景況感等を把握し、地域経済システム（RESAS）により人口動態や地域産業の現状、観光客の入込み状況等を把握する。それらの情報と各関係機関による地域経済情報を専門家とともに整理し広く提供する。

【事業内容】

(1) 地域の経済動向についてのアンケート調査の実施（新規）

①目的

地域経済の動向・課題を的確に把握し、小規模事業者の事業計画策定の基礎資料として活用可能な情報を提供する。また、経営分析等、個別に具体的な支援策を講じるための基礎資料とする。

②調査内容

- <景況感> 地域内小規模事業者の業況、売上、仕入、利益、資金繰り 等
- <将来感> 地域内小規模事業者の後継者の有無、廃業後の店舗の利用予定 等
- <経営感> 現在、地域内小規模事業者が直面している問題 等

③調査対象者

地域内小規模事業者 全事業所

④調査方法

漏れ・ダブリが無いようヒヤリングシートを作成し、毎年第1四半期中に巡回訪問にて調査する。

⑤調査手法

北海道商工会連合会の中小企業景況調査を参考にD.I.を算出し、業種別にクロス集計する。

⑥提供方法

巡回訪問・窓口相談時、ホームページ（年4回更新）、会報（年2回）等により提供する。

【効果】

本調査により、内部資料に留まっていた聞き取りによる情報がより具体的に形として見えるものとなり、地域内の小規模事業者の事業計画策定における基礎資料として活用可能な情報となる。また、経営分析等の個別支援のための資料としても活用することができる。

(2) 地域経済情報の収集、提供及び分析（新規）

①目的

内部資料に留まっていた商工会連合会や関係機関の地域経済情報、地域経済分析システム（RESAS）を活用した地域経済動向資料、前述（1）のアンケート結果を業種別に小規模事業者が活用しやすい内容に整理し、小規模事業者へ年2回提供することで、経営環境の把握、経営計画策定に活かす。

②分析資料

- ・北海道財務局「管内経済情勢報告」（四半期毎の地域経済の動向）
- ・北海道商工会連合会「中小企業景況調査報告書」（商工会地区事業所の業況DI）
- ・北海道銀行「調査ニュース」（道内の主要経済指標を参考とした業況報告）
- ・北海信用金庫「産経レポート景況情報」（後志地区内経済を調査した経済レポート）
- ・地域経済システム「RESAS」（人口動態や地域産業の現状、観光客の入込み状況等）

上記分析資料から得られる国内、道内、管内の小規模事業者の景気動向（景況、業況等）と前述（1）で記載したアンケートの結果を専門家の協力のもと業種ごとに小規模事業者が活用しやすい内容に整理する。

③提供方法

巡回訪問・窓口相談時、ホームページ（年4回更新）、会報（年2回）等により提供する。

【効果】

内部資料に留まっていた情報が活用しやすい内容で提供されることにより、道内全体の経済動向と地域の経済動向の把握・比較が容易となり、的確に外部環境を捉えることが可能になるとともに適時適切な経営判断が可能となる。また、小規模事業者の経営分析、需要動向調査とあわせて事業計画策定につなげ、新たなビジネスチャンスの創出に寄与する。

【目標】

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経済動向アンケート調査	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
経済情報の収集・分析	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
会報による情報提供	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

【現状と課題】

経営指導員の小規模事業者への巡回訪問や窓口相談等において、決算指導時や金融指

導時の一時的な経営分析や前期との比較等、簡易な経営状況の把握にとどまり、経営戦略につながる分析に至っていないことが課題である。

【取組み内容】

経済動向アンケートや経営指導員の巡回訪問、窓口相談等を通じて収集した基礎データ（業種、従業員数、売上、財務状況、決算資料等）に基づいたSWOT分析、ローカルベンチマークやネット de 記帳を活用した財務分析を行うことで経営課題を把握するとともに目指す方向を明確化、事業計画策定や実施支援などの伴走型支援につなげる。

【事業内容】

(1) 経営指導員の巡回訪問、窓口相談等を通じて収集したデータと財務内容等の数値的実績に基づいた経営分析（拡充）

①目的

小規模事業者が気づいていない経営課題を早期発見し、事業所の持つ強み、弱みを掘り起こすことで、課題解決につながる経営計画の策定、実施支援に活かす。

②対象者

事業計画策定を目指す小規模事業者

③分析項目

定量面：売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性

定性面：自社の強み、弱み

④手法

定量面：財務状況、決算資料等を基にローカルベンチマークにより経営分析を行う。

定性面：経済動向アンケートや巡回訪問等により収集した情報によりSWOT分析を行う。

⑤成果の活用

上記、経営分析を通じて小規模事業者個々の支援する局面を把握した上で、今後個者の目指す方向により「地域需要志向型」と「広域需要志向型」に類型化することで類型化ごとにグルーピングされた個者に対してオーダーメイド型の伴走型経営支援を実施することとする。

※「地域需要志向型」…今後目指す市場を「町、隣接市町村、管内」としている企業

※「広域需要志向型」…今後目指す市場を「全道、全国」としている企業

【効果】

ローカルベンチマークによる分析により財務面での課題を把握することができ、SWOT分析により自社の持つ強み、弱みを把握できる。小規模事業者が自らの経営課題に気づくことで、セミナーへの参加や専門家派遣等、課題解決に向けた事業計画策定の次なる支援策に展開することができる。

(2) ネット de 記帳による経営分析（拡充）

①目的

商工会が推進する「ネット de 記帳」は容易に財務分析ができるシステムであるため、利用への推進を図るとともに、利用者にはネット de 記帳の財務分析システムを活用し

て財務分析を行い、前述した（１）のSWOT分析も併せて行うことで事業所の強みや弱みを把握し、経営内容の改善、事業計画策定を提案する。

②対象者

ネット de 記帳システムの利用事業者（約 20 事業所）及び決算指導の対象者

③手法

ネット de 記帳の新規利用を推進し、利用者を対象に収益性分析、安全性分析、キャッシュフロー分析、損益分岐点分析等の経営分析等を行う。分析結果は前述（１）のSWOT分析と併せて、事業計画策定につなげる。

【効果】

ネット de 記帳の利用者が増えることで事業者の財務面の状況、課題を把握することが容易になり、財務分析による定量分析とSWOT分析による定性分析により、課題解決への方向性が明確化し、その後の事業計画策定支援につながる。

（３）専門家派遣による経営分析（新規）

①目的

経済動向アンケートや巡回訪問、窓口相談にて把握した課題等の中で、特に専門的な知識を要する経営戦略の策定等、高度な経営課題に対し、関係機関と連携しながら分析し、解決に向けた支援を行う。

②対象者

経営戦略等高度な経営課題を抱える小規模事業者

③手法

巡回訪問、窓口相談にて把握した高度な経営課題に対し、「エキスパートバンク」「ミラサポ」「よろず支援拠点」等の専門家派遣制度を活用、専門家と連携して小規模事業者へ適切な支援を行う。

【効果】

支援機関の専門家派遣制度を積極的に活用することで、小規模事業者の専門的な経営戦略や策定支援等、高度な経営課題を解決できるとともに、経営指導員が専門家と同行することで専門家の支援ノウハウを身に付けることができ、その後の支援に寄与することができる。

【目標】

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経営分析に係る巡回訪問数	未実施	48	48	72	72	96
経営分析	未実施	12	12	18	18	24

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

現在、小規模事業者に対する事業計画策定については金融相談等、随時作成支援を行

ってきたが、本来の経営課題の改善には活用されていない。また、事業計画の重要性に対しての意識が低く、経営は小規模事業者の「経験」や「勘」に頼るところが大きいため、具体的な数値等の客観的観点も加味した事業計画策定の意義を浸透させ、事業計画策定につなげるのが課題である。

【取組み内容】

前述2. 経営状況の分析で類型化した小規模事業者に対し、類型化ごとの事業計画策定セミナー・個別相談会を開催し、専門家との連携により事業計画の策定を支援する。また、新規創業希望者を掘り起し、新規創業者に対して個別に創業・事業計画策定を支援する。

【事業内容】

(1) 経営指導員が巡回訪問等により事業計画策定を行おうとする対象者の掘り起し(拡充)

①目的

小規模事業者が事業計画策定の意義を理解してもらい、より多くの小規模事業者が事業計画策定に踏み出すよう促し、事業計画策定セミナー・個別相談会への参加につなげる。

②手法

経営分析を行った小規模事業者に対し、経営分析結果等から得られた経営課題等の情報を巡回訪問等を通じて説明し、経営計画策定への意識を高めるとともに事業計画策定セミナー・個別相談会等への参加を促進する。

【効果】

事業計画策定に対する意識の醸成を通じ、事業計画の重要性を認識することで、より多くの小規模事業者が事業計画策定を目指し、それぞれの経営課題に合った計画策定セミナーや個別相談へ参加することで事業計画策定支援につながる。

(2) 経営課題解決のための支援(拡充)

①目的

「地域需要志向型」「広域需要志向型」それぞれを対象とした事業計画策定セミナー・個別相談会を開催することで、自社に合った経営計画策定のノウハウ、知識を身に付けさせ、顕在化された経営課題を解決する事業計画の策定を支援する。

②手法

専門家の協力のもと「地域需要志向型」「広域需要志向型」それぞれの小規模事業者を対象にした事業計画策定セミナー・個別相談会を年1回ずつ開催する。

- ・「地域需要志向型」の小規模事業者向け「地域のニーズに応じた事業展開」等
- ・「広域需要志向型」の小規模事業者向け「全国で売れる商品・販路開拓」等

【効果】

事業計画策定セミナー・個別相談会の参加を通じて事業計画策定のノウハウや知識が身に付き、小規模事業者の経営課題の解決に向けての目指すべき目標が明確化すること

で事業計画策定へつながる。

(3) 専門家を活用した事業計画策定支援（新規）

①目的

事業計画セミナー・個別相談会に参加した事業計画策定に対する意識の高い小規模事業者に対し、専門家とともに支援し、より実効性の高い事業計画を策定する。

②手法

「エキスパートバンク」「ミラサポ」「よろず支援拠点」等、専門家派遣制度を活用し、自社の強みや経営課題を踏まえたドメイン、ターゲットの設定や経営戦略等策定の支援を行う。

【効果】

専門家の助言により、的確で実効性の高い事業計画の策定が可能となるとともに、経営指導員も同行することで支援ノウハウの習得にもつながる。

(4) 新規創業希望者の掘り起し（継続）

①目的

寿都町及び地元金融機関と連携し、商店街の空店舗の減少と地域雇用の確保、雇用及びコミュニティの維持のため、創業支援者に対する情報発信を強化し、創業に関する相談体制を確立し、相談件数の増加を図る。

②手法

寿都町及び地元金融機関と連携し、創業支援サイトを商工会のHPや町のHPに立ち上げ、当町で創業を希望する潜在的創業予定者に対して、空店舗・不足業種情報の発信支援を行う。

【効果】

情報発信と相談しやすい環境の整備により、潜在している新規創業希望者の掘り起しが図られ、的確な支援により新規創業につなげることで空き店舗の減少と雇用の確保が図られる。

(5) 新規創業者に対する支援（新規）

①目的

新規創業者に経営・経理・金融等の指導やマーケティング戦略、事業計画策定のアドバイス等を行う。

②手法

専門家派遣の利用や寿都町、地元金融機関との連携により、創業時における様々な不安、課題を整理し、事業計画策定の支援を行う。

創業支援セミナー・個別相談会を開催する。

開催内容：「創業に必要な情報収集」等

開催回数：1回/年

対象者：創業を目指す小規模事業者

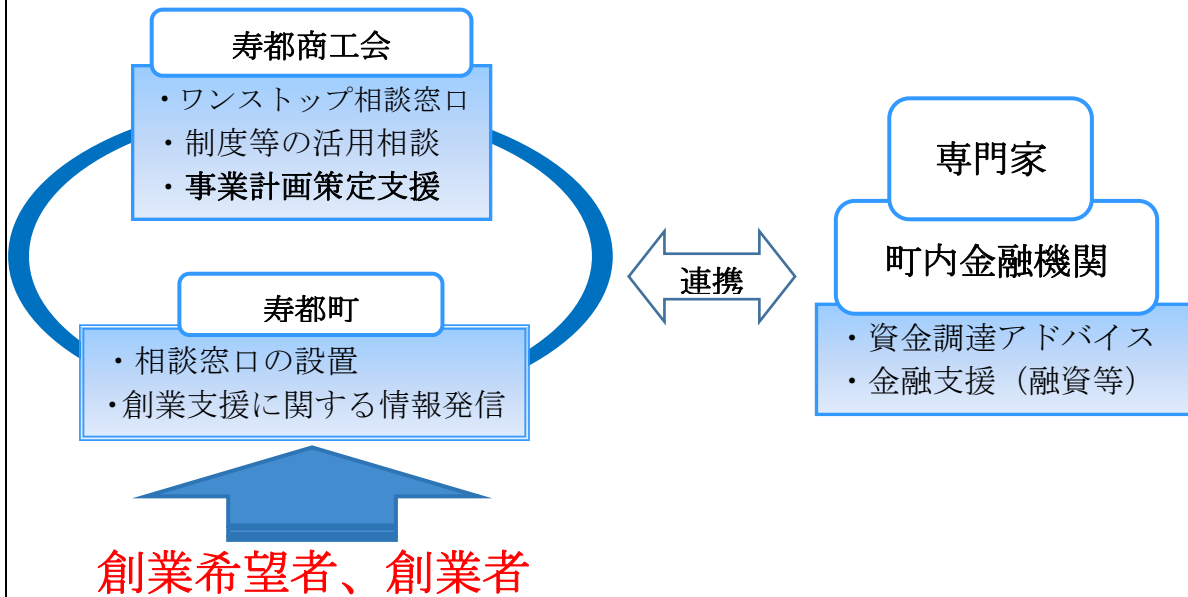
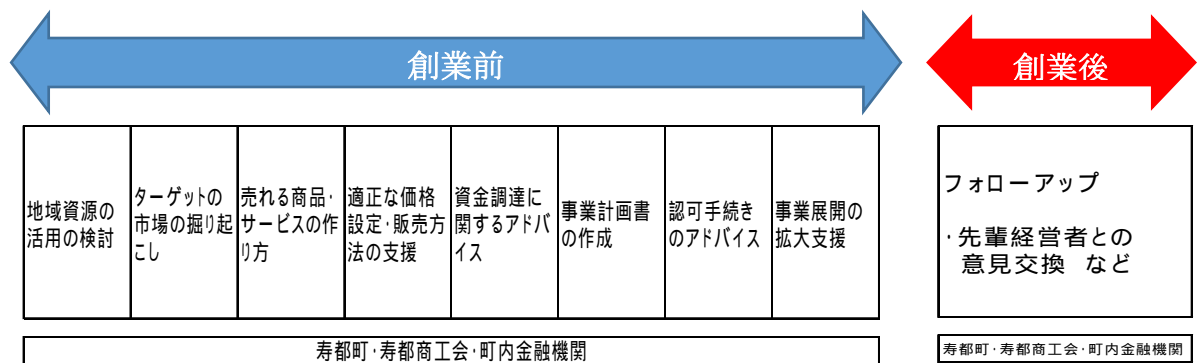
③支援内容

相談窓口を設置し、専門家派遣の利用、寿都町や地元金融機関との連携により、創業時における様々な課題を整理する。また、相談窓口では、町・道・国の支援施策一覧を作成し、紹介できるようにする。

創業計画策定にあたっては、当町で起業にまで結びつくよう伴走して支援を行う。

【効果】

専門家や寿都町、町内金融機関との連携により、効率的に創業に係る知識習得の支援を行うことができ、創業計画の策定により起業に向けての伴走型の支援が具体的なものとなる。



支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定セミナー・個別相談会開催回数	未実施	2	2	2	2	2
事業計画策定数	未実施	12	12	18	18	24
創業計画策定数	未実施	1	1	1	1	1

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

小規模事業者の事業計画策定は金融相談時に随時作成支援を行ってきたが、資金調達後の進捗状況について把握しきれていなかった。また、小規模事業者への巡回訪問が年1～2回程度だったこともあり、計画実行後の支援が手薄となり事業計画の評価や本来の経営課題の改善等に活用されていないことが課題である。

【取組み内容】

小規模事業者の事業計画を策定したものに対して、定期的に事業計画の進捗状況を確認する。また、PDCAサイクル（計画・実行・評価・改善）が機能するよう支援し、必要に応じて専門家、関係機関等とも連携し、各種補助金を活用しながら効率よく支援する。

【事業内容】

①目的

小規模事業者の効率的な事業実施を促すとともに、事業実施の中で発生した新たな課題を把握し、課題の解決方法や計画の見直し等の支援を行う。

②手法

事業計画策定後に、計画策定事業所へ3か月毎、創業支援者に対しては2か月ごとに定期的に巡回訪問し、事業計画の進捗状況の確認を行う。

巡回訪問により把握した新たな課題に対し解決方法を提案する。高度な案件は専門家派遣を利用し、資金需要がある場合には「小規模事業者経営発達支援資金制度」等、金融面からのバックアップをする。

計画の見直し等が出てきた場合には、必要に応じて再度経営分析や事業計画の策定を行うなど専門家や外部機関と連携し、PDCAが機能するよう伴走してフォローアップを行う。

【効果】

定期的な巡回訪問によるフォローアップにより、計画どおり事業運営されているか確認することで、新たな課題の把握や情報の提供、課題解決のための提案ができ、PDCAが機能させることができる。

【目標】

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
フォローアップ件数	未実施	48	48	72	72	96
創業支援フォローアップ件数	6	6	6	6	6	6

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状と課題】

観光資源を扱った商品やサービス、小規模事業者が取扱う商品やサービス等の需要動向については、データに基づいた利用可能な情報が不足しており、適切な消費者ニーズ

の把握、提供ができていないことが課題である。

【取組み内容】

地域資源を活用した交流人口の増加が急務であるため、観光客向けのアンケート調査を行い、地域資源に関するニーズを把握し、商品、メニューの開発、ブラッシュアップに活かす。また、新たに商品化しようとするものに対しては試食会の開催によるテストマーケティング需要動向調査を行い、新商品の開発に結び付ける。また、地域需要志向型の小規模事業者には消費者動向調査を実施し、各種消費者動向調査情報と併せ強化すべき商品やサービス、不足している商品やサービス等の消費者ニーズを把握する。調査で得られた情報はクロス集計し、マーケティング戦略の策定に活用し、需要開拓へつなげる。

【事業内容】

(1) 観光客向けアンケート調査の実施（新規）

①目的

地域資源（ホッケ、シラス、寿カキ）に関する観光客のニーズを把握することにより、地域資源を活用した商品、メニューを取り扱っている個社の商品開発や既存商品のブラッシュアップに活かすことを目的とする。

②支援対象者

広域需要志向型の観光関連事業者 10 件

③調査対象物

地域資源を活用したメニュー（ホッケめし、シラス丼、寿カキ等）

④調査項目

回答者属性の他、各品目における認知度、味、価格、満足度、見た目、ロイヤリティ、新商品に対するニーズ 等

なお、1年目はホッケめし、2年目はシラス丼、3年目は寿カキ、というように毎年度1品目に絞って調査する

⑤調査対象者

温泉施設や道の駅の利用者、イベント来場者 300 名の回答を目標とする。

⑥調査方法・活用方法

観光客が利用する温泉施設、道の駅等の協力により、1年に1回アンケート調査を行い、専門家等と連携してクロス集計等で分析し、新商品、新メニューの開発に活かす。

【効果】

地域資源であるホッケ、シラス、寿カキに関する需要動向調査により観光客のニーズを把握し、地域資源を活用した商品、メニューの開発、ブラッシュアップに活かすことができ、付加価値が向上するとともに認知度も向上し、交流人口と売り上げの増が見込める。

(2) テストマーケティング需要動向調査（新規）

①目的

新たに商品化しようとする地域資源を活用した商品やメニューについて、町内外の消

費者の評価を把握することで、売れる商品・メニューの開発、ブラッシュアップに活かすことを目的とする。

②支援対象者

広域需要志向型の観光関連事業者のうち、新商品の開発を目指す小規模事業者 1 件

③調査対象物

地域資源（ホッケ、シラス、寿カキ等）を活用した新商品・新メニュー

④調査項目

回答者属性の他、各品目の味、量、見た目（パッケージ）、購入希望金額、購入希望頻度、改善点 等

⑤調査対象者

イベント来場者 200 名の回答を目標とする。

⑥調査方法・活用方法

町内外から集客のあるイベントにて試食会を開催し、アンケート調査を行う。調査結果はクロス集計等で分析し、対象者に提供することで商品・メニューの見直し、ブラッシュアップに活用し、売れる商品・メニューの開発に結び付ける。

【効果】

地域資源を活用して新たに商品化しようとする商品・メニューに対し、どういった改善が必要かを認識することができ、付加価値を向上させることで消費者ニーズに合った商品・メニューの開発に結び付けることができる。ブラッシュアップした商品は商談会等への出展等につなげることで、新たな需要の開拓が期待できる。

（3）個別消費者アンケート調査の実施（新規）

①目的

地域需要志向型の小規模事業者の扱う商品、サービスについての改善すべき課題を把握するとともに、不足している商品やサービス、ニーズの高い商品やサービス等を把握し、マーケティング戦略、品揃え等に活かす。

②支援対象・調査項目・調査方法

支援対象	調査対象物	調査項目
全業種共通	個者サービス	接客・陳列・店舗照明・不良商品・開店時間など
小売業	支援対象者が主力商品と 考え考えピックアップした商品	調査対象物の「見た目」「価格」「品質」「改善点」
飲食店	考え考えピックアップした商品（3 アイテム以内）	見た目、味、量、価格、改善点等
生活関連サービス業	支援対象者が主力と 考え考えピックアップしたサービス	技術、価格、品質、アフターケア等
建設業	支援対象者が主力と 考え考えピックアップした商品・サービス	

③調査対象者

町内店舗利用者のほか、町内外の消費者

④調査方法・活用方法

各店舗・役場・集客施設に調査票・回収箱を設置する。

既存顧客には個者が調査票を配布し回答を得る。
 回収目標は各個者 150 件を目標とする。
 回収方法は設置箱の設置の他、返信用封筒なども活用する。
 調査項目を 5 段階評価により回答してもらい、専門家と連携して集計・分析を行う。

【効果】

対象事業者の主力商品（サービス）に対する消費者ニーズを捉えることができ、主力商品（サービス）のブラッシュアップ、課題の改善により新規顧客の獲得、リピーターの増加につながるとともに、後述（４）による情報と併せて地域消費者のニーズに適合したマーケティング戦略、品揃えの展開が可能となり、需要の開拓につながる。

（４）各種消費者動向調査情報の収集、分析及び提供（拡充）

①目的

多様な消費者ニーズの的確な把握により有益な情報提供することで事業計画策定につなげ、新たな需要の開拓に寄与する。

②収集する消費動向情報

- ・日本経済新聞「日経テレコンPOSEYES」（売れ筋等市場の動向調査）
- ・総務省統計局「家計消費状況調査」（消費者購買動向調査）
- ・内閣府消費者庁「消費者意識基本調査」（消費者動向調査）等

上記の最新の専門情報データから「いつ」「どこで」「何が」売れているか、消費者の購買行動等を把握し、前述（３）の個別消費者アンケート調査と併せ、マーケティング戦略に活用する。

③提供対象者

地域需要志向型、全事業者

④提供方法

上記により収集した市場の動向や売れ筋商品等の情報は、巡回訪問時に地域需要志向型の小規模事業者提供するほか、ホームページや会報への掲載により年 1 回情報提供する。

【効果】

「日経テレコンPOSEYES」では現在の売れ筋商品等トレンドを掴むことができ、新商品開発や新たな品揃え等、ビジネスチャンスの創出が期待される。

「家計消費状況調査」「消費者意識基本調査」では消費者の購買行動の把握ができ、小規模事業者の事業計画策定に繋げ、新たな需要の開拓に寄与する。

【目標】

支援内容	現状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
観光客向けアンケート調査回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
観光客向けアンケート調査対象事業者数	未実施	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
テストマーケティング需	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

要動向調査						
テストマーケティング需要動向調査対象事業者数	未実施	1社	1社	1社	1社	1社
個別消費者アンケート調査回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
個別消費者アンケート調査対象事業者数	未実施	5社	5社	5社	5社	5社
各種消費者動向調査情報提供回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

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】

【現状と課題】

小規模事業者より需要の開拓等の相談があった場合には、展示会・商談会の開催案内等の消極的な対応に留まっていたことから、小規模事業者への情報のみで伴走型の支援になっていないため、小規模事業者の需要の開拓支援につながっていないことが課題である。

【取組み内容】

支援機関が主催する商談会への積極的な出展による認知度の向上や取引の成立のため、書類作成やPR、アンケートの取りまとめ等支援を行う。また、ホームページやSNS等インターネットを活用した商品やサービスの販売、PRについて支援し、新たな需要の開拓を支援する。

【事業内容】

（1）商談会展示会等への出展支援（継続）

①目的

支援機関が開催する商談会・展示会への積極的な出展を支援し、地域資源を活用した商品の認知度の向上、取引の成立による新たな需要の開拓を創出する。

②対象者

地域資源を活用した商品の開発またはテストマーケティングにより商品のブラッシュアップを行った広域需要志向型の小規模事業者

③手法

北海道商工会連合会主催の「北の味覚・再発見!」、全国商工会連合会主催の「ふるさと名物商品事業」、㈱日本ビジネス社主催の「グルメ&ダイニングスタイルショー」等、関係機関が開催する商談会・展示会の情報を随時提供し、事務手続き、随付、各種補助金による出展費用支援等、積極的な出展の支援を行う。

④支援内容

商品規格書の作成やアンケート作成等の事務手続き支援やPOPの作成等プロモーション能力開発支援、随付による試食やアンケート、バイヤーからのニーズの聞き取りの支援等、取引の成立のための支援を行う。

【効果】

支援機関と連携し商談会等に積極的に出展参加することにより、商品やサービスの認

知度が向上し、取引の成立により新たな需要の開拓に寄与することができる。また、商品に対する意見をバイヤー等から取り入れ、需要の高い商品やロット数などのニーズを把握することで更なる商品力、商談力の向上と取引成立につながる。

バイヤーや消費者からの意見は、アンケートや聞き取りにより収集し、事業者へフィードバックし、その後の支援に活用できる。

(2) インターネット、アンテナショップによる新たな需要の開拓支援（拡充）

①目的

人的確保の問題や経費等の負担により新たな開拓支援ができない事業者や、更なる販路拡大を目指す事業者に対し、今や利用することが当然となっているインターネットでの取引やPR、アンテナショップへの出展を支援し、地域外への需要の開拓を図る。

②対象者

地域資源を活用した商品の開発またはテストマーケティングにより商品のブラッシュアップを行った広域需要志向型の小規模事業者

③手法

全国商工会連合会公式ショッピングサイト「ニッポンセレクト.com」への出品、道商工会連合会の事業者支援システム簡易ホームページ作成ソフト「SHIFT」（工業系・サービス系業種についても専門分野の紹介等に活用可能。）を活用した商品やサービスのPRを積極的に支援する。

全国商工会連合会が運営する全国の隠れた逸品や特産品が見つかるアンテナショップ「むらからまちから館（東京都）」や北海道貿易物産振興会が運営する北海道オフィシャルサイト「どさんこプラザ（東京都、札幌市）」のテスト販売制度等の活用を推進し、商品、サービスのPRを支援する。

【効果】

少ない経費負担で広範囲の消費者、バイヤーに対する商品やサービスのPRが可能となり、認知度が向上し、大消費地での販路拡大が図られ、小規模事業者の売上増加による持続的発展に寄与する。

【目標】

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
商談会出展事業者数	2	2	3	3	4	4
商談会成約数	0	2	3	3	4	4
商談会出展による売上増加率	-	5%	5%	5%	5%	5%
ITを活用した支援件数	未実施	1	2	3	4	5
IT活用による売上増加率	-	3%	3%	3%	3%	3%

II. 地域経済の活性化に資する取組

1. 地域振興による地域経済活性化の取り組み

【現状と課題】

地域活性化事業の取組は、事業計画の実施直後に評価はされているが、改善や新たな事業展開等に向けての話し合いが少なく、各団体との連携が足りないため、現状のまま発展性に乏しいものになっていることが課題である。

【取組み内容】

寿都町、寿都町建設協会、寿都町漁業協同組合、寿都町水産加工業協同組合、一般社団法人寿都観光物産協会との「異業種交流会議」を設立し、今後の地域経済活性化の方向性を検討する。(年 2 回) また、検討した地域産業経済活性化の方向を踏まえ、地域振興に資する事業の実施により、地域経済活性化を継続的に図る。

【事業内容】

(1) 観光振興と地域のブランド化による地域経済活性化(拡充)

全国でトップクラスの抗酸化能力を持ち、体の疲れを取る「還元力」の高い温泉で、その力は科学的・医学的に実証されている寿都温泉ゆべつのゆと「寿都鉄道を巡る旅」「寿都鉱山跡地の旅」等、寿都の歴史散策を通じた集客に努め、観光振興を図り、また、魚介類の加工場・養殖場・漁協の直売場見学、ホッケのかまぼこづくり、魚や貝の捌き方、海のまち探索、サケの遡上見学、磯遊び体験(磯の生物の採取・観察)、地引網や漁船体験など水産業を体験するメニューの提供等、地域のブランド化が図られ、交流人口が増えるにより消費購買力創出となることから持続可能な経営の基盤確保に資することに繋がり更なる地域経済の活性化を図る。

(2) 地域資源を生かした特産品開発と地域イベントによるにぎわいの創出

市町村が地域資源の魅力を生かして地域ブランドの創出を目指す「ふるさと名物応援宣言」した町として、地域一体となって地域資源を活用したプロジェクトを進め、地域経済の活性化につなげていくことから、寿都ブランドとして定着している地域資源「シラス」「寿かき」をさらに付加価値を創出するため、新商品開発・新メニューの開発を支援し、地域のイベントによりにぎわいを創出するために、商店街の中心にある「道の駅みなとま〜れ寿都」と隣接する「すつつ浜直市場」を地域住民と共に街を活性化させる拠点としてイベント等を実施し、SNS、HPの積極的活用によりイベントPRに力を入れ町外客の誘引を図り、また、イベント開催中に地域内で特産品を取り扱っている商店のチラシ配布し誘導することで、まちなかへの回遊性の向上と商店街等の認知度の向上に努め、年間を通して実施されるイベントで、地域のにぎわいを創出し、地域経済の活性化を図る。

また、開発されたご当地グルメ等の新商品(新メニュー)を、既存イベントの試食会等でPRし、取扱店舗のマップを作成することにより、商店街への誘導を図り、にぎわいを創出することで小規模事業者の売上増加に資する。

イベント名	概要
寿都港かき・おさかな市	5月下旬日曜日に漁協でイベント、魚介類の販売や焼き貝類の販売、鮮魚のセリ体験など
はしご酒ラリー	2月に町内飲食店でのはしご酒ラリー終了後抽選大会。
屋台テント村の実施	商工青年部による魚介類の焼き物販売【牡蠣、ホタテ、つぶなど】
山岳との道の駅交流事業による農産品による販売。	山方面の道の駅交流による農産品販売。
寿都ファンクラブの交流会年4回	寿都ファンクラブによる年4回の交流会。町内鉱山跡地視察、寿都鉄道視察、町内商店街視察など
寿都神社例大祭	7月14日15日町内、山車をだしての例大祭
寿都漁協納涼花火大会	8月16日寿都漁港で花火大会開催
大漁豊漁ほっけ祭り	10月ホッケ祭り、ホッケのフライやホッケ飯の提供、ホッケの詰め放題などのイベント

【目標】

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
異業種交流会議	1	2	2	2	2	2
道の駅入込客数(単位:千人)	196	200	205	210	215	220
イベント実施回数	8	8	8	8	8	8

【効果】

「ふるさと名物応援宣言」した町として、地域一体となって地域資源を活用したプロジェクトを進め、地域経済の活性化につなげていくことから、町と連携することにより、観光振興、地域のブランド化、地域資源を活用した特産品開発、地域イベントによるにぎわいの創出が図られ、地域経済の活性化に繋がる。

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

【現状と課題】

・地域の経済動向に関する情報収集、分析提供については、地域金融機関及び日本政策金融公庫との地域金融動向による情報収集に留まっていた。また、寿都スタンプ会が発行する「スタンプカード」「商品券」の分析は、商工会による単独の分析だったため、ノウハウ等の情報交換に広がり少ない状況となっていることが課題である。

・経営分析・需要動向調査については、地域情報に精通した、金融機関との情報交換に留まっていたため、情報交換に広がり少ない状況となっていることが課題である。

・事業計画の策定・実施支援については、事案が生じた際に、地域情報に精通した、地域金融機関との情報交換に留まっていたため、情報交換に広がり少ない状況となっていることが課題である。

・創業・第二創業支援については、創業に関する事案が少ないことから、地域情報に精通した地域金融機関との情報交換に留まっていたため、情報交換に広がり少ない状況

となっていることが課題である。

・小規模事業者販路開拓支援については、物産販売等の開催案内広報に留まっていたため、情報交換に広がり少ない状況となっていることが課題である。

・地域経済の活性化に資する取組については、主に、自治体との連携に留まっていたため情報交換に広がり少ない状況となっていることが課題である。

・商工会関連での情報については、限られた人員体制の中での支援業務実施のため、要請案件を優先することから、基礎的支援業務である金融・経理・税務・労働の関係が中心で、小規模事業者の業績向上に直結する事業計画策定支援などへの取組を増加させることが難しい状況が課題となっている。

【取組み内容】

経営発達支援事業の円滑な実施に向けた、金融機関等他の支援機関との連携を通じ高度な専門的支援ノウハウの情報交換を図る。

【事業内容】

（１）地域の経済動向に関する情報収集、分析提供についての情報交換

寿都町、地域金融機関、日本政策金融公庫の情報を、中小企業診断士等と連携を密にし、定期的（年１回以上）に地域経済の各種経済動向の総合的な資料とするためのノウハウ等の情報交換を図る。また、寿都スタンプ会が発行する「スタンプカード」「商品券」の分析については、顧客属性等を活用した専門的な分析とするため、需要動向を見据えた分析とするためのノウハウ等の情報交換を図る。

（２）経営分析・需要動向調査についての情報交換

品揃え、製造品、サービス等の分析を実施し、需要を見据えた戦略の基礎的数値として活用を図るため、専門的な分析と総合的な評価が求められる。小規模事業者の経営課題の抽出と解決に向けた経営分析・需要動向調査についての情報は、よろず支援拠点、や（公）北海道中小企業支援センター、寿都町、北海道中小企業団体中央会、税理士、金融機関、北海道商工会連合会等との連携を通じ、定期的（年１回以上）に小規模事業者の、事業計画を策定するためのノウハウ等の情報交換を図る。

（３）事業計画の策定・実施支援についての情報交換

地域の経済状況、経営分析、各種の需要動向等を総合的に勘案した計画策定を目指した支援体制が求められる。小規模事業者の事業計画の策定・実施支援についての情報は、寿都町、北海道商工会連合会、中小企業庁、金融機関、税理士、北海道中小企業団体中央会等と連携し、定期的（年１回以上）に伴走型の指導・助言の支援ノウハウ等の情報交換を図る。

（４）創業・第二創業支援についての情報交換

創業・第二創業支援についての情報は、創業者の掘り起こしと、創業計画の策定支援を図ることから、よろず支援拠点、北海道、寿都町、北海道銀行寿都支店、北海信用金庫寿都支店、（公）北海道中小企業支援センター、税理士等とも連携を密にし、創業後も事後指導を徹底するなど、定期的（年１回以上）に伴走型の指導・助言の支援ノウハウ等の情報交換を図る。

(5) 小規模事業者販路開拓支援についての情報交換

小規模事業者販路開拓支援についての情報は、多様化する販売手法等の支援をするなど専門的な知見が必要とされるため、全国商工会連合会・北海道商工会連合会などの支援機関と連携を図り、定期的（年1回以上）に物産販売などの情報提供と実施後のフォローアップに関する支援ノウハウ等の情報交換を図る。

(6) 地域経済の活性化に資する取組についての情報交換

地域経済の活性化に資する取組についての情報は、地域コミュニティの活性化に向けた取組を構築するため、寿都町、（一社）寿都観光物産協会等の地域団体連携を図り、小規模事業者等による、地域特有の課題を解決する取組等について、定期的（年1回以上）に情報交換を図る。

(7) 商工会関連での情報交換

商工会関連での情報は、南後志広域連携協議会において、支援現状を情報交換し、寿都町の経営発達支援事業にフィードバックするための、定期的（年1回以上）に総合的なノウハウ等の情報交換を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【現状と課題】

職員の資質向上等について、職種別や担当業務に対応した北海道商工会連合会、管内商工会連合会が実施する研修会、中小企業大学校等の研修会等実施される各種研修等への参加を中心に対応を図っている。限られた時間の中で実施される年次別カリキュラムのため、職員間で支援ノウハウの共有化が図りにくく、効果的なOJTになっていないことから、個々の支援能力の向上に頼っていたことが課題となっている。

【取組み内容】

多様化する小規模事業者のニーズに応えられるよう職員個々でスキルアップを図り、習得した知識や、支援機関との連携により習得した支援ノウハウ等を毎週1回開催する職員会議や相談カルテの有効活用により共有化し、プロジェクト型業務によりOJTを行い、職員全体の支援能力の向上を図る。

(1) 職員別に求められる資質

・経営指導員

小規模事業者の経営課題の把握、その解決の方向性、解決まで管理等支援の進捗状況や事業者の満足度等を把握し、多様化する小規模事業者のニーズに応えられるようWEB研修を積極的に受講し、マーケティング（市場調査等）・経営分析（SWOT分析等）等業務に対応できる資質の向上と需要開拓支援の支援力向上を図る。また、知識やノウハウを他の職員と共有し、プロジェクト型業務におけるプロジェクトリーダーとしての資質を向上し、OJTによる若手職員の育成に寄与する。

・補助員

経営指導員の業務をサポートしながら、支援ノウハウ技術を実践的に学び、職員間の情報共有により小規模事業者の経営課題、その解決の方向性を把握し、また、経営指導

員の不在時において対応できるだけの経営分析（SWOT分析等）等支援力が求められるため、その業務に対応できる資質の向上を図る。

・記帳専任職員・記帳指導職員

指導員の業務をサポートしながら、支援ノウハウ技術を実践的に学び、また、記帳支援から一步前進した財務分析等の支援力が求められるため、北海道商工会連合会の情報化システム研修会を受講する等、その業務に対応できる資質の向上を図る。

(2) 研修参加による資質向上

全国商工会連合会並びに北海道商工会連合会が主催する研修の参加に加え、中小企業大学校が主催する「中小企業担当者研修」や中小機構北海道本部の主催する研修に経営指導員及び補助員が年間1回以上参加することで、売上げや利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。

(3) 職員間の支援ノウハウの共有化による資質の向上

経営指導員等が研修及び情報収集で得た支援ノウハウは毎朝開催する職員会議で報告し、必要に応じて研修を受けた職員が講師となり内部研修会を開催する。研修内容等の情報はデータベース化して共有フォルダに保存、紙媒体の研修資料等は共有のキャビネットに保存し、全職員がいつでも閲覧可能な支援ノウハウの共有・蓄積システムの構築が図られ、支援能力の向上につながる。また、相談指導カルテを活用し、小規模事業者の支援の方向性を職員間で共有化をすることでOJTを効率的かつ効果的に進めることができ、職員の小規模事業者支援の資質向上につなげる。

(4) 外部機関・専門家と連携した支援業務による資質向上

専門家派遣事業へ同行することにより、小規模事業者の高度なニーズに対応する支援ノウハウを習得し、実践での経験を増やすことで支援能力の向上を図る。

(5) 自己啓発による資質向上への支援

職員の指導能力の向上には、職員自身の日頃からの自己研鑽が必須事項であることから、WEB研修で専門化や資質向上に必要な知識を習得し中小企業の支援体制を高め、支援能力の向上を図る。

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

【現状と課題】

商工会が実施する事業は、これまで、「事業計画を立案」し「承認を得て実施」後に「報告」する基本的な仕組であり、事業見直しのための、「事業成果」の評価基準が十分に可視化されていないため、評価結果に基づく明確な改善策が、「事業計画見直し」に反映されにくいことが課題となっている。

【取組み内容】

事業の実施状況及び成果について、実施する事業の目標達成度合等評価を図り、検証と計画の見直しを行い、経営発達支援計画の実施効果を高める。

【実施内容】

(1) 経営発達支援計画の事業評価及び見直し体制

商工会の正副会長、(一社)観光物産協会会長、寿都町役場産業振興課課長及び専門家(中小企業診断士等)も含め、「寿都商工会経営発達支援計画評価委員会」を設置し、P (Plan)・D (Do)・C (Check)・A (Action) 事業活動の「計画」「実施」「評価」「改善」サイクルにより事業成果の評価・見直し案の提示を年1回行う。

(2) 経営発達支援計画の事業評価及び見直しの決定

「寿都商工会 経営発達支援計画評価委員会」から示された、事業成果の評価・見直し案を、理事会において年1回審議し、評価・見直しの方針を決定する。

(3) 経営発達支援計画の事業評価及び見直しの承認

理事会において決定された、事業の成果・評価・見直しの案については、通常総会へ報告し、承認を受ける。

(4) 経営発達支援計画の事業評価及び見直しの公表

事業の成果・評価・見直しの結果を計画期間中、ホームページを作成し公表する。

(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 28 年 10 月現在)

(1) 組織体制

寿都商工会経営発達支援事業は、事務局長が総括責任者となり、実務の担当者は経営指導員とし、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員が補佐する体制としている。

・役員

役職名	氏名	事業所名
会長	金子 光司	(株)洋品呉服金子
副会長	寺門 隆次	寺門商事(株)
	南波 恭平	(株)カネキ南波商店
理事	小坂 良司	(株)マルイゲタ小坂水産
	千葉 哲夫	(株)千葉建設
	石澤 洋二	(株)石澤組
	小田 章	(株)上田屋
	田中 則之	(株)田中電機商会
	吉野 寿彦	(有)マルトシ吉野商店
	岡本 政明	たつ巳
	三浦 博規	三浦板金工業所
	川島 恵二	川島組
	本田 稔一	ヤマチョウ本田菓子舗
	米坂紀一郎	(有)米坂印刷商事
	山本 秀幸	(株)山本
	本間 裕子	(有)ミツウロコ
	前野ひな子	(有)カクサンマート
	石澤 洋之	(株)石澤組
監事	大崎 一廣	大崎商店
	本田 英之	(株)カネゲン本田水産

・事務局

職名	氏名	備考
事務局長	吉田 正二	
経営指導員	朝倉 裕介	経営発達支援業務担当者
補助員	小林 建	〃
記帳専任職員	近江谷悠杜	〃
記帳指導員	福士加代子	〃

(2) 連絡先

寿都商工会

- ・住 所 〒048-0404 北海道寿都郡寿都町字大磯町 81 番地 1
- ・電 話 0136-62-2185
- ・F A X 0136-62-3685
- ・e-mail minato@cup.ocn.ne.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)

	29年度 (29年4月以降)	30年度	31年度	32年度	33年度
必要な資金の額	40,800	41,100	41,500	41,900	42,300
・経営改善普及 職員設置費	11,996	12,355	12,725	13,106	13,498
・経営改善普及 事業費	9,990	9,990	9,990	9,990	9,990
・地域振興費	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000
・管理費	5,520	5,520	5,520	5,520	5,520
・予備費	294	235	265	284	292

(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、道補助金、町補助金、特別賦課金、手数料、使用料、受託料、助成金、雑収入

(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
(1) 地域の経済動向調査に関すること 連携内容：地域の経済動向調査に関する専門的な支援 連携者：寿都町、地域金融機関、北海道商工会連合会
(2) 経営状況の分析に関すること 連携内容：経営分析結果と需要動向調査に基づく専門的な支援 連携者：寿都町、よろず支援拠点、税理士、金融機関、北海道商工会連合会
(3) 事業計画策定支援に関すること 連携内容：事業計画策定支援に関する専門的な支援 連携者：寿都町、北海道商工会連合会、中小企業庁、よろず支援拠点、金融機関 税理士、北海道中小企業団体中央会
(4) 事業計画策定後の実施支援に関すること 連携内容：事業計画策定後の実施支援に関する専門的な支援 連携者：北海道、寿都町、金融機関、税理士
(5) 地域の経済動向調査に関すること 連携内容：地域の経済動向調査に関する専門的な支援 連携者：全国商工会連合会、北海道商工会連合会
(6) 地域活性化に資する取り組み 連携内容：イベント開催等地域活性化に資する取り組みに向けた支援 連携者：寿都町、寿都町建設協会、寿都町水産加工業協同組合、一般社団法人寿都 観光物産協会、寿都スタンプ会
(8) 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り組み 連携内容：情報交換等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 り組みの専門的な支援 連携者：北海道商工会連合会、地域金融機関、北海道よろず支援拠点、税理士
(9) 経営指導員等の資質向上等に関すること 連携内容：経営指導員等の資質向上等に関する専門的な支援 連携者：北海道商工会連合会
(10) 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 連携内容：事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する支援 連携者：寿都町、一般社団法人寿都観光物産協会

連携者及びその役割

連携者 寿都町 町長 片岡 春雄
 住所 〒048-0406 北海道寿都郡寿都町字渡島町 140 番地 1
 電話番号 0136-62-2511
 役割

- ・調査資料の提供・閲覧及び助言
- ・事業計画の指導及び助言
- ・商店街空き店舗対策事業補助、調査、分析及び情報提供
- ・イベント参画及び助言
- ・情報提供及び推進のための指導及び助言

連携者 中小企業庁 長官 宮本 聡
 住所 〒100-8912 東京都千代田区霞が関 1 丁目 31-1
 電話番号 03-3501-1511
 役割

- ・ミラサポによる専門家派遣

連携者 北海道経済産業局 局長 児嶋 秀平
 住所 〒060-0808 北海道札幌市北区北 8 条西 2 丁目
 電話番号 011-709-2311
 役割

- ・調査資料の提供・閲覧及び助言

連携者 北海道 知事 高橋 はるみ
 住所 〒060-8588 北海道札幌市中央区北 3 条西 6 丁目
 電話番号 011-231-4111
 役割

- ・調査資料の提供・閲覧及び助言

連携者 全国商工会連合会 会長 石澤 義文
 住所 〒100-0006 東京都千代田区有楽町 1-7-1
 電話番号 03-6268-0088
 役割

- ・調査資料の提供・閲覧及び助言

連携者 北海道よろず支援拠点 コーディネーター 中野 貴英
 住所 〒060-0001 札幌市中央区北 1 条西 2 丁目 経済センタービル 9 階
 電話番号 011-232-2407
 役割

- ・専門的な相談案件について、先進的アドバイスのための専門家派遣

連携者 北海道商工会連合会 会長 荒尾 孝司
 住所 〒060-8607 札幌市中央区北 1 条西 7 丁目 プレスト 1・7ビル 4 階
 電話番号 011-251-0101
 役割

- ・エキスパートバンクによる専門家派遣
- ・事業計画の指導及び助言
- ・展示会、商談会の情報提供及び出店支援
- ・経営指導員研修会の開催及び情報交換

連携者	税理士 清須 直人 税理士 森 敏幸
住所	〒045-0032 北海道岩内郡共和町老古美 48 番地 20
電話番号	0135-62-0700
役割	・専門的知識による指導及び助言 ・情報交換、税務指導及び事業継承など高度な知識のノウハウの提供
連携者	日本政策金融公庫小樽支店（国民生活事業）支店長 若狭 弘幸
住所	〒047-0032 小樽市稲穂 2-1-3
電話番号	0134-23-1167
役割	・事業実施に伴う資金需要に対する金融支援 ・創業計画の指導及び助言 ・金融制度支援情報の提供、助言 ・経済情勢の提供、助言
連携者	北海道銀行寿都支店 支店長 村上 憲吾
住所	〒048-0404 北海道寿都郡寿都町字大磯町 21 番地 2
電話番号	0136-62-2416
役割	・事業実施に伴う資金需要に対する金融支援 ・創業計画の指導及び助言 ・金融制度支援情報の提供、助言 ・経済情勢の提供、助言
連携者	北海信用金庫寿都支店 支店長 青塚 和幸
住所	〒048-0404 北海道寿都郡寿都町字大磯町 17 番地 2
電話番号	0136-62-2531
役割	・事業実施に伴う資金需要に対する金融支援 ・創業計画の指導及び助言 ・金融制度支援情報の提供、助言 ・経済情勢の提供、助言
連携者	独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部 本部長 戸田 直隆
住所	〒060-0002 札幌市中央区北 2 条西 1 丁目 1 番地 7
電話番号	011-210-7470
役割	・よろず支援拠点による支援機関の紹介、指導・助言
連携者	一般社団法人寿都観光物産協会 会長 寺門 隆次
住所	〒048-0406 北海道寿都郡寿都町字大磯町 29 番地 1
電話番号	0136-75-7201
役割	・調査資料の提供・閲覧及び助言 ・事業計画の指導及び助言 ・商店街空き店舗対策事業補助、調査・分析及び情報提供 ・イベント参画及び助言 ・情報提供及び推進のための指導及び助言
連携者	寿都建設協会 会長 長 勇
住所	〒048-0401 北海道寿都郡寿都町字新栄町 17 番地
電話番号	0136-62-2525
役割	・イベント参画及び助言

連 携 者 寿都水産加工業協同組合 組合長 南波 恭平
住 所 〒048-0404 北海道寿都郡寿都町字大磯町 196 番地
電話番号 0136-62-3111
役 割 ・イベント参画及び助言

連 携 者 寿都町漁業協同組合 専務理事 木村 親志
住 所 〒048-0404 北海道寿都郡寿都町字大磯町 20 番地
電話番号 0136-62-2555
役 割 ・イベント参画及

連携体制図等

