

経営発達支援計画の概要

実施者名	蘭越町商工会（法人番号 2430005008373）
実施期間	平成29年4月1日 ~ 平成34年3月31日
目標	<p>当商工会は、「TMO構想」を作成し、「町内外人々の交流と憩いの場、郷土の手わざや文化体験、情報発信を行う拠点」と位置づけ、商店街活性化事業に取り組み、商店街の切り札になることを期待し「街の茶屋」を完成するに至った。完成後は一定の効果はあったものの、地域全体の底上げや小規模事業者の減少に歯止めがかかっていない。経営発達支援計画の策定を新たなスタートラインと位置づけ、小規模事業者の持続的発達と伴走型の支援に積極的に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 事業計画策定支援の強化             <ul style="list-style-type: none"> <li>・個店の魅力を再発見し需要拡大と売り上げを向上させる。</li> </ul> </li> <li>2. 空き店舗対策と創業のマッチング             <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街機能維持と不足業種減少、消費購買力の底上げを図る。</li> </ul> </li> <li>3. らんこしブランド確立のための商品開発と商品改良支援             <ul style="list-style-type: none"> <li>・農商工連携や6次化産業の制度を活用し、成果品の需要拡大と販路開拓。</li> </ul> </li> </ol>
事業内容	<p>・経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域の経済動向調査に関すること             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) ヒアリングシートを活用した経済動向の情報収集 (2) 地域経済分析システムの活用・分析 (3) 地域経済指標調査の実施</li> </ul> </li> <li>2. 経営状況の分析に関すること             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 経営分析による経営内容の把握 (2) 巡回訪問による経営状況の把握 (3) 専門家との連携と活用</li> </ul> </li> <li>3. 事業計画策定支援に関すること             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 事業計画策定者の掘り起しと支援 (2) 空き店舗や財務・販路等の情報提供支援 (3) 農商工連携や6次化産業への取組み (4) 創業・第2創業・事業承継を専門家との連携による支援</li> </ul> </li> <li>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 事業計画策定後のフォローアップ事業 (2) 補助金の活用や新たな金融制度による資金調達支援 (3) 事業計画の変更や改善の支援</li> </ul> </li> <li>5. 需要動向調査に関すること             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 観光客動向調査 (2) 地域資源を活用した特産品に対する需要動向調査 (3) 市場環境の動向調査</li> </ul> </li> <li>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) らんこしブランド確立のための展示会・商談会への参加勸奨支援 (2) 物産展・アンテナショップ等の出展による需要開拓支援 (3) インターネット活用による需要開拓支援 (4) 新たな需要開拓に向けた支援</li> </ul> </li> </ol> <p>・地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域ブランド確立による地域経済活性化への取組             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 観光資源を活用するための組織づくり (2) 農商工連携による商品開発 (3) 市街地の商業拠点「街の茶屋」の有効活用</li> </ul> </li> <li>2. 地域イベントを活用したまちの賑わい創出             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) キララ共和国独立建国祭の開催 (2) ワンコイン商店街及びスタンプラリーの開催 (3) 街の茶屋～フード・フェスの開催</li> </ul> </li> </ol>
連絡先	<p>〒048-1301 北海道磯谷郡蘭越町蘭越町8番地2          蘭越町商工会 電話 / 0136-57-5437</p>

(別表1)

経営発達支援計画

### 経営発達支援事業の目標

## I、蘭越町の現状

### 【蘭越町の概要】

#### 1. 地勢

蘭越町は、後志管内の南西部に位置し、周囲をニセコ連峰等の山岳に囲まれた盆地を形成しており、町の中央を道南最大の河川「尻別川」が東西約30kmにわたり貫流し、日本海に注いでいる。また、その流域に広がる平坦地は、肥沃で水田の耕作に適しており、ここで生産される蘭越米は良質美味で道内外で好評を得ている。

北緯 42度38分～42度54分  
東経 140度21分～140度38分  
東西 23.2km、南北 31.1km



#### 2. 気象

周囲を山岳に囲まれた盆地に平坦な地形が広がる当町は、年間雨量約1,486mmで、5月～9月の夏期は平均気温16.5℃と穏やかな気候条件である。最深積雪は、168cmと北海道でも有数の豪雪地帯である。気候は比較的温暖であるが、冬は積雪量が多く、特別豪雪地帯に指定されている。

#### 気象 (平成22年 気象庁蘭越アメダス観測値)

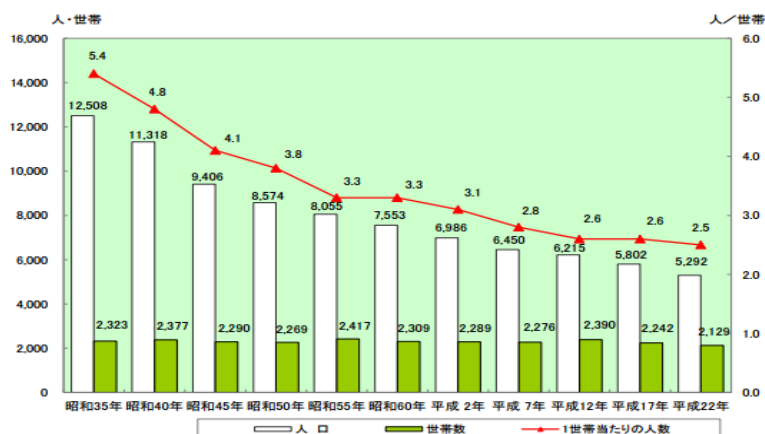
平均気温	最高気温	最低気温
8.0℃	32.5℃	-18.5℃
降水量	日照時間	最深積雪
1,486mm	1,288.6hr	168cm

#### 3. 人口と世帯数、人口構成、人口動態

##### (1) 人口と世帯数

国勢調査による人口は、昭和35年から20年後の人口推移を見たとき、4,453人(35.6%)の減少となり、平成2年からの20年では1,694人(24.2%)で、その減少幅は少なくなったものの、近年は1年に100人程度が減り続けている。世帯数は、過去20年の推移では大きな変化は見られないものの、平成12年はその5年前と比べ114世帯多いのが特徴的である。平成12年は人口と世帯数において他の調査年とは異なる結果が出ている。これは、平成12年の前年に町が定住促進条例をつくり定住化の取組みを始めた効果が現れたものと考えられる。

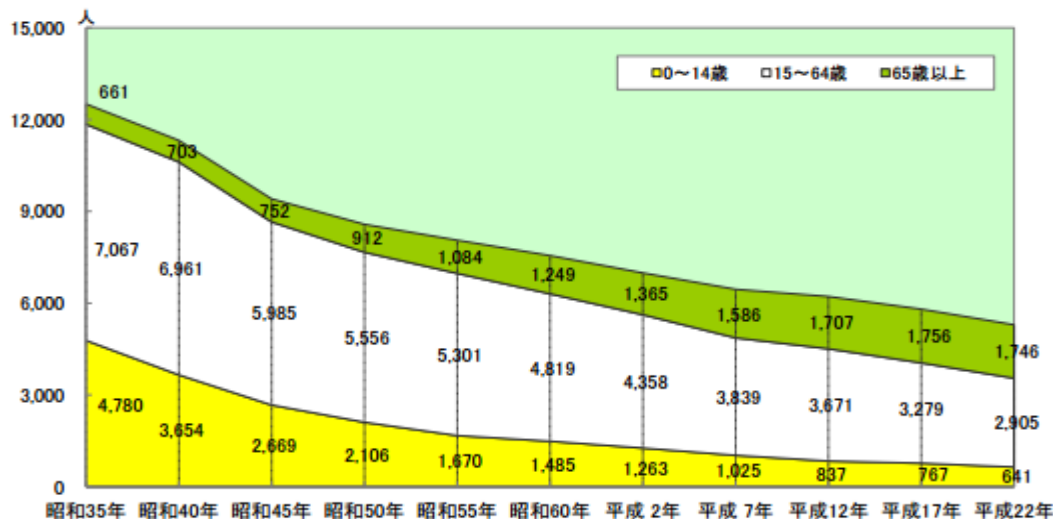
##### ■人口と世帯数 (国勢調査)



## (2) 人口構成

年齢三階層では、全体としては、生産年齢人口（15～64歳）と年少人口（0～14歳）の減少が続き、老年人口（65歳以上）が増えている。特に、年少人口の減少は顕著で、平成22年と平成2年との比較では622人、率にして約50%減少している。一方、老年人口は平成22年と平成17年との比較では、それまで増加を続けていたものが、わずかではあります減少に転じている。

### ■ 年齢三階層別人口（国勢調査）



※1～3は第5次蘭越町総合計画より引用

## (3) 人口動態

自然動態の出生数・死亡数を比較してみると、H20年以降60人ずつ程度減少している。また、社会動態で転入数・転出数を比較すると、転出が200人以上ありその年によっては変動があるものの、全体ではH24年以降100人程度が減少し、今後も同数程度の減少が推移されると考えられる。25年後の2040年には、人口が2,859人となり43%の減少率になることが予想されている。

		平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
自然動態	出生	21	33	30	20	28	29	32
	死亡	84	81	88	80	92	87	63
	増減①	△63	△48	△58	△60	△64	△58	△31
社会動態	転入	178	192	186	154	207	157	149
	転出	243	227	198	182	242	200	222
	増減②	△65	△35	△12	△28	△35	△43	△73
その他増減		0	0	3	2	4	0	0
人口動向		△128	△83	△67	△86	△95	△101	△104

資料：「蘭越町住民基本台帳」

## 4. 産業

平成23年度の本町の産業別事業所及び従業者数は、平成18年度と比較すると、事業所数で112、従業者数で558人減少した。

産業（大分類）別従業者数の割合は、第1次産業が9.0%、第2次産業が25.1%、第3次産業が65.9%と第3次産業が最も多くなっており、その内訳を見ると、建設業が365人、次いで卸売・小売業334人、医療・福祉関係が249人の順となっている。

産業大分類	平成18年		平成23年度			
	事業所数	従業者数	事業所数	割合	従業者数	割合
総数	379	2,158	267	100%	1,600	100%
第1次産業	15	135	16	6.0%	144	9.0%
農林漁業	15	135	16		144	
第2次産業	60	461	51	19.1%	402	25.1%
鉱業	0	0	2		6	
建設業	46	396	41		365	
製造業	14	65	8		31	
第3次産業	304	1,562	200	74.9%	1,054	65.9%
電気・ガス・熱供給	3	8	0		0	
情報通信業	0	0	0		0	
運輸業	11	102	8		68	
卸売・小売業	103	411	80		334	
金融・保険業	3	17	2		13	
不動産業	6	14	9		36	
飲食店、宿泊業	39	160	38		129	
医療、福祉	23	300	10		249	
教育、学習支援業	23	130	7		14	
複合サービス事業	9	99	6		66	
サービス業（他に分類されないもの）	71	199	28		123	
公務（他に分類されないもの）	13	122	0		0	
その他	0	0	12		22	

資料：総務省統計局「平成24年度経済センサス活動調査」

※平成23年「その他」には学術研究、専門・技術サービス業、生活関連サービス業、娯楽業を含む。

本商工会の会員数等の状況をH19年とH27年を比較した場合、商工業者数が330事業所から218事業所、小規模事業者数が302事業所から197事業所と減少している一方、商工会員数は、廃業はあるものの加入推進の効果もあり、9件の減少に留まっている。

	H19	H21	H23	H25	H27
商工業者数	330	287	254	256	218
小規模事業者数	302	234	234	234	197
商工会員数	201	198	199	198	192

### （1）農業

本町の基幹産業である農業の特徴は、尻別川とその支流流域での稲作を中心に、高台地帯での畑作や園芸、一部で肉牛・乳牛等の畜産が営まれている。

代表的な作物は、全道的にも良食味米とされる「らんこし米」で、最近では安全・安心で消費者に喜ばれる米づくりをめざし、北海道クリーン農業推進協議会（YES!clean）への登録や特別栽培米の栽培に取り組んでいる。

また、近年では稲作中心の経営形態から、大豆、小豆などの畑作やトマト・メロンなどの野菜との複合経営に移行しており、農業所得の向上を図るため振興作物の作付けを推進している。

さらに、販売農家戸数は、平成7年と平成22年を比較すると、497戸から301戸に、農家人口は、2,055人から1,081人と農業戸数・農業人口共に大きく減少しているが、今後、TPP交渉の進展によっては、さらに打撃を受けることが懸念される。

## (2) 商業

本町の商業は、会員ベースで見ると平成4年度の231事業者をピークに、平成26年度末は192事業者と、39事業者数が減少している。近年の廃業件数をみると、平成24年度が9件、平成25年度が3件、平成26年度が5件と3年で17企業となっている。その背景には、経営者の高齢化、後継者の不在、売上・利益の減少など、小規模事業者数の減少に拍車がかかっている現状である。特に中心市街地では、長年Aコープと肩を並べ競ってきたスーパーが平成26年8月を以って廃業し、商店街の顧客の流れが変わり他業種への影響も出始めている。さらに、近年廃業と店舗取り壊しなどにより空き店舗・空き地が増え、商店街は空洞化の一途をたどっている。

下記のように、卸売業と小売業の総数で比較すると、平成14年から平成26年に、事業所数で29事業者減少、従業員数では107人減少、年間販売額では5億5,200万円減少している。しかし、年間販売額を平成19年から平成26年で比較すると、8億2,800万円増加しているが、平成25年8月に営業開始したホームックニコットの売上が影響していると考えられる。

区 分		平成14年	平成16年	平成19年	平成26年
総数	事業者数	96	88	92	67
	従業員数(人)	379	313	371	272
	年間販売額(百万円)	7,686	5,948	6,606	7,434
卸売業	事業者数	11	11	11	10
	従業員数(人)	54	37	40	48
	年間販売額(百万円)	2,288	1,594	1,743	1,445
小売業	事業者数	85	77	81	57
	従業員数(人)	325	276	331	224
	年間販売額(百万円)	5,398	4,354	4,863	5,989

資料：商業統計

## (3) 観光

近年、オーストラリア、東南アジアを中心とした外国人観光客は、ニセコエリアに年間300万人と言われているが、隣町である蘭越町への誘導はできていない。平成19年、21年には85万人弱あった観光客は、その後減少し、平成24年には、東日本大震災後一時的に観光総数が増加したが、その後は減少に転じている。

本町の観光は、泉質の異なる七つの温泉郷（新見温泉郷・昆布温泉郷・湯本温泉郷・昆布川温泉郷・五色温泉郷・薬師温泉郷）を楽しむ観光客で賑わい、冬はニセコ山系の一環として位置するチセヌプリスキー場のパウダースノーと森林コースが人気で、多くのスノーボーダーやスキーヤー等が観光客の中心であるが、平成26年春から、国民宿舎の雪秩父が施設老朽化の建て替え工事のため長期休業したことと、104年の歴史を持つ新見温泉が平成28年春に閉館の予定であり、今後の道内外客の減少が予測される。

	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
総数	839,900	814,100	849,000	817,100	790,200	854,200	792,000	774,500
道外客	91,100	99,700	129,700	118,600	100,100	93,000	113,000	141,000
道内客	748,800	714,400	719,300	698,500	690,100	761,200	679,000	633,500
日帰客	751,400	727,800	767,000	741,400	716,500	774,900	712,000	695,600
宿泊客	88,500	86,300	82,000	75,700	73,700	79,300	80,000	78,900
前年比	100%	96.9%	104.3%	96.2%	96.7%	108.1%	92.7%	97.8%
外国人宿泊数	31	23	64	44	44	101	193	248
〃宿泊延べ数	31	31	100	70	70	131	247	460

資料：後志総合振興局商工労働観光課「後志振興局管内観光入込客数調査」

#### (4) 建設業

建設業は、戦後からバブル崩壊期まで国や北海道の官工事への依存度が高く、老舗企業は発展途中であったものの、バブル崩壊後の「物から人へ」という政策のもと、公共事業工事が大きく削減され厳しい経営環境である。本町の面積は約 450 ㎩と広く、国道や道々も多いことから道路維持管理事業や豪雪地帯であるため除排雪工事が建設業の完成工事高の多くを占めている。

住宅の建設件数は、年間 10 件程度であるが、ほとんどが町外の住宅メーカーの施工で、町内建築業者はリフォームを中心とした営繕関係の業務を行っている。

## II、小規模事業者の現状

### 【蘭越町小規模事業者の現状と課題】

#### (1) 立地的課題

蘭越町の中心市街地は、国道 5 号線と道々 525 号線（蘭越停車場線）が交差し、その先に商店街が位置している。函館市と札幌市を結ぶ幹線道路は国道 230 号線であり、幹線道路に比べると交通量も少なく、国道から街の顔である商店街が見えないことも、観光客が増えない要因であると考えられる。

蘭越町の商店街は、小規模ながら高齢化した地域住民にとって日常的な暮らしや生活を支える大変重要な役割と使命を持っている。しかしながら、経営者の高齢化や後継者問題の煽りを受け、この 5 年間で商店街の事業者が 13 件（小売業 7 件、飲食・宿泊業 3 件、製造業ほか 3 件）廃業し、空き店舗・空き地が増え商店街の空洞化が進展している。また不足業種も出始めている。

さらに、車社会の影響から、車で 30 分圏内に倶知安町や岩内町・伊達市などの大型商業施設があり消費購買の流出が 86.6%と顕著である。（北海道広域商圈動向調査〔平成 21 年〕）

こうした現状を踏まえ、不足業種による商店街の機能低下や魅力の低下により、これ以上の衰退を食い止めるために、小規模事業者の持続的な発展への取り組みが課題である。

#### (2) 観光に関する課題

観光については、温泉・川釣り・らんこし米・野球・パークゴルフ場などのスポーツ施設等など趣味や趣向により利用されていたが、これらをリンクさせた観光商品への取り組みができていない現状である。一例をあげると、ゴムボートで川を下るラフティングが人気を集めているが、上流から尻別川の蘭越流域で実施されているにもかかわらず、ニセコというネームバリューに誘導され、当町では観光関連事業者が起業できていない現状である。

また、ニセコエリアのオーストラリアや東南アジアからの外国人観光客は 300 万人とも言われているが、当町はあまり恩恵を受けていない。今後は、受け入れ態勢の確立が課題である。

#### (3) 特産品に関する課題

蘭越町は、らんこし米の PR に力を入れてきた。そのほかにも、アスパラやイチゴ、メロン、トマト、椎茸などの農産品が多いが、観光客の目線での特産品や土産品として、利用できるものがない状況である。町内には 3 件の菓子店があり、各店共に銘菓として人気の高い商品があるが、それに続く特産品が開発されていない。今後は、良質の農産品を活用した農商工連携や 6 次化産業への取り組みが課題である。

## III、これまでの商工会の取り組み

### 【商工会の現状と課題】

商工会の現状として、小規模事業者の経営改善普及事業（主に税務指導・金融相談・労務指導・経営一般・経営革新等）の取り組み、地域振興事業（各種イベントの開催等）の取り組み、委託団体の事業運営など相談案件に応じた受け身型の指導となっており、小規模事業者の持続的発展のための提案型支援を実践することが必要である。

今後は、一過性の補助金に頼ることなく、経営発達支援事業に基づき企業個々の問題点を見出し PDCA サイクルによる問題解決に取り組みや特産品開発を進めることにより、小規模事業者の持続的な発展に寄与するため、巡回指導を重点とした伴走型支援に取り組む。



### (1) プレミアム商品券事業

車社会の影響を受け近隣町の大型店への消費流出が顕著となり、併せて周辺住民の高齢化が進展する中、商店街個店の売り上げが減少し厳しい状況にある中、商工会は蘭越町より補助金を受け、商店街の町外への消費購買流出の歯止め策と地域購買力の向上を目的に、プレミアム付きの商品券を発行し、町民が幅広く活用し、一定の効果上げた。

古くは平成 11 年より 3 年間連続して、景気対策事業の一環としてプレミアム商品券事業を行った。以後、国の施策より実施された定額給付金に併せたプレミアム商品券を額面 4,800 万円発行。

平成 27 年度は、国の景気対策事業の一環として「消費喚起・生活支援型交付」を活用し以下の事業を行った。

- ①発効日／3 月 25 日・「20%プレミアム付商品券」(発行額 6,000 万円)
- ②発効日／5 月 1 日・「10%プレミアム付建設券」(発行額 1,650 万円)
- ③発効日／9 月 15 日・「20%プレミアム付商品券」(発行額 6,000 万円)

本年度のプレミアム商品券発行事業は合計で 1 億 3,650 万円となり、地元での購買力の向上に大きく貢献したが、昨年、長年地域住民が利用していた老舗スーパーが廃業する等、商品券を利用する店が減少している。

### (2) TMO構想による「街の茶屋」の完成

平成 13 年、蘭越町は蘭越町中心市街地活性化基本計画を策定し着手した。町の顔でもある蘭越町市街の街づくりと商業等の振興を図りながら、町全体を活性化することにより、「顧客第一の商業活動」や「地産地消システムづくりによる拠点形成」など 6 つの目標を立てた。商工会はこの考えに沿って、「TMO 構想」を作成し、平成 19 年、町より運営主体 (TMO＝タウンマネジメント機関) に認定された。

この頃、老朽化した公民館の建て替計画があり、本事業を推進する中で、平成 21 年 5 月、旧公民会跡地を活用して「街の茶屋」が完成した。テーマは「食と農」でらんこし米に拘った「町内外人々の交流と憩いの場、郷土の手わざや文化体験、情報発信を行う拠点」と位置づけられた。

現状では、らんこし米の直売と釜炊きおにぎりはあるものの、決め手となる特産品や土産品に欠けるため、大幅な黒字を出すまでの営業活動ができていない。

今後は、特産品・土産品の開発が課題である。

### (3) 各種イベントの開催

地域振興事業については、米どころ蘭越の収穫祭的な商店街のイベントである「キララ共和国独立建祭」、飲食店の活性化と交流の場を提供する「らんこし仮装はしご酒」、商店街の回遊性と街のにぎわいを創出する「らんこしワンコイン商店街」、当会青年部が中心となり、農産品を含めた特産品 PR と交流人口の増加を目的に「らんこ市リターンズ」などを行ってきた。各イベントは集客数も増加しており、交流人口の増加と交流の場を提供している。

### (4) 羊蹄山麓商工会との連携

羊蹄山麓商工会広域連携協議会との連携事業では、平成 19 年度全国展開支援事業の採択を受け、「羊蹄山麓観光ガイド育成事業」を実施し、6 町村 (ニセコ町商工会・真狩村商工会・留寿都商工会・喜茂別町商工会・京極町商工会) と倶知安商工会議所と連携し、行政区域を越え歴史・産業・観光等を網羅したガイドブック「羊蹄まちしるべ」や観光客へのホスピタリティの向上を図るため「観光ガイド検定」の研修プログラムや検定試験を実施した。また、後志管内の青年部が中心となり、青年部女性部パイロット事業補助金を活用し、この地域のジャガイモを使用した定食メニュー開発「ニセコ羊蹄コロッケ街道」事業を支援し、地域の事業者の売上向上に貢献した。

#### IV、これからの小規模事業者の支援目標

##### 【中長期的な振興のあり方】

地域や小規模事業者の現状と課題を踏まえ、商店街を構成する個店の持続的発展等を商工会が積極的に支援することで、これ以上の商店街の機能低下や魅力の低下に歯止めをかけることで、町民の利便性等を維持・向上させるとともに、農業者との協働によるらんこしブランドの確立や商品開発に取り組む。また、広域連携等による観光振興を推進することにより、町外から「外貨の獲得」ができるような取り組みを進めることで、地域経済の持続的発展等につなげる。

##### 【小規模事業者支援の今後の取組】

###### (1) 事業計画策定支援の強化

小規模事業者の中で主要な業種とも言える小売業や飲食サービス業を中心に、売上げの伸び悩みや利益の減少に困っている事業者に対して、気づきを促し積極的に特徴を活かした事業計画書の策定と実行を支援し、個店の魅力を再発見し需要の拡大と売り上げを向上させることを目標と定め、その達成に向けて取り組む。

###### (2) 空き店舗対策と創業のマッチング

今までは空き店舗対策を講じておらず、空き店舗や空き地の情報を行政と連携し、購入希望者に対し提供することで、創業に際しての設備投資の負担軽減し、マッチングをスムーズに行うことにより、創業を後押しすることできる。そうすることで、商店街機能の維持と不足業種を少なくすることに貢献し、地域全体の消費購買力の底上げを図ることを目標と定め、その達成に向けて取り組む。

###### (3) らんこしブランド確立のための商品開発と商品改良支援

これまで地域の農産物は品質もよく知名度もあるが、付加価値をもった商品開発が進んでおらず、らんこしブランドの確立のため、農商工連携や6次化産業の制度を活用し、積極的な支援をする。

また既存の商品についても、支援機関の専門家を積極的に活用し、商品改良することにより需要の掘り起こしと販路開拓の道筋をつけることを目標と定め、その達成に向けて取り組む。



## 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】

##### 【現状と今後の取組】

これまで把握している各種データは、金融機関レポートなどに限られ、金融業務の偏った情報提供であり事務局内の内部資料に留まり、小規模事業者に対して情報提供をするまでには至っていなかった。

今後は、地区内の経済動向を把握するため巡回訪問や窓口相談業務において、個別ヒアリング調査や各機関の統計資料を収集・分析し、積極的に提供し、小規模事業者が向かう方向性を示すために以下の取組を行う。

##### 【取組内容】

小規模事業者の今後の方向性を把握するため、関係機関からの情報収集及び独自にヒアリング調査・分析を行い、有効な情報をデータベース化するとともに小規模事業者に提供し、さらに事業計画策定支援に活用する。

##### 【事業内容】

(1) ヒアリングシートを活用した経済動向の情報収集（新規事業）

当該地区内の小規模事業者を対象としたアンケート調査を行い情報収集と分析を行う。地区内小規模事業者の今後の向かう方向性を正確に捉えるため、経営指導員等の巡回訪問、窓口相談時に毎年100件（地区内小規模事業者の50%）を抽出し、ヒアリングシート「景況感・業況・実態状況・経営課題・支援ニーズ・事業承継等」を活用し、小規模事業者の直面している問題点等について聴き取り調査等を行い、収集情報のデータベース化と職場内の共有化を図ることで、事業計画策定支援時の経営環境分析に活用する。

(2) 地域経済分析システム（RESAS）の活用・分析（新規事業）

産業構造や人口動態、人の流れなどに関する官民のビッグデータを可視化できるインターネットサイト「地域経済分析システム（RESAS）」を活用し、民間消費額や民間設備投資額、外国人訪問動向、将来人口推移等を把握し分析し、当町の地域経済レポートを作成・提供することにより、事業計画策定支援時に活用する。特に「観光マップ」は、地域や時間ごとの人の移動を「見える化」することで、ポイントを絞った観光戦略を立案することができる。

(3) 地域経済指標調査の実施（新規事業）

全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査、日本政策金融公庫の中小企業景況調査や管内の情報として地元金融機関である北海信用金庫の「地域企業景気動向調査」等で、売上・利益・価格・雇用・生産設備・販売等のマクロ的傾向について年4回を目標に分析し、情報の収集と提供を小規模事業者に行う。小規模事業者に対しても巡回指導時や商工会会報配布時に情報提供をする。また、小規模事業者の今後の取り組むべき事業計画に活用する。

##### 【事業効果】

本調査を実施することで、国内の経済動向や地域の経済動向を調査・把握することにより、経営方針決定に必要な調査情報が得られ、小規模事業者の事業機会掘り起しや事業方針決定のための指標として活用できる。

##### 【事業目標】

これまでにも実施している商工会の経営改善普及事業に加えて、商工会が調査・分析結果の提供を行うことで、小規模事業者の現状把握と日頃より抱えている経営に対する問題点や課題等の解決まで、寄り添う巡回訪問を実践し、丁寧にサポートすることにより、伴走型の支援体制を構築していく。

調査内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
ヒアリング調査 (件)	—	100	100	100	100	100
地域経済分析 (回)	—	1	1	1	1	1
地域指標調査 (回)	—	2	2	4	4	4

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

### 【現状と今後の取組】

これまでは小規模事業者に対しての経営状況分析は、確定申告時の決算で簡易な聞き取りと損益計算の前年対比を年 1 回行っているにとどまり、マル経融資や小規模事業者持続化補助金申請などの経営状況分析の必要性に迫られるときのみ行っていたが、小規模事業者の経営課題を把握し指摘するに至っていないため、今後は小規模事業者の経営状況を正確に捉えるため、ネット de 記帳のデータを使用し、経営分析システムを活用し企業の経営課題の解決に取り組む。

### 【取組内容】

#### (1) 経営分析による経営内容の把握 (新規事業)

全国商工会連合会の会計システム (ネット de 記帳) の分析データを使用し、経営分析システムを活用することで、収益性分析・安全性分析・損益分岐点分析・キャッシュフロー等の観点から、小規模事業者の経営課題を明確化し事業計画策への基礎データとして活用する。

#### (2) 巡回訪問による経営状況の把握 (新規事業)

巡回訪問にヒアリングシートの活用やよる聞き取り調査と 1. 地域の経済動向調査の結果を踏まえ活用することに加え、SWOT 分析による強み・弱みの把握と問題点の抽出と各種セミナー等を通じて経営者の意識改革を図り、事業計画策定に支援につなげ小規模事業者の持続的発展に向け、個別事業者に応じた伴走型支援を行う。

専門的な経営課題等については、中小企業診断士などの専門家や支援機関と連携した支援を行う。

#### (3) 専門家との連携と活用 (継続事業)

専門的な課題等については、専門的な支援ノウハウを持つミラサポ、北海道よろず支援拠点のコーディネーター、中小企業診断士等の専門家と連携し、各種セミナー等を開催することで経営者の意識改革を図り、経営革新や事業承継など小規模事業者の多様化した経営課題に幅広く対応できるよう支援する。

### 【事業効果】

経営状況の具体的な結果を提示することより、小規模事業者は自らの経営課題に気づくことができ、自分の向かう方向性を見出し、次のステップへの意思決定を早期に行うことができる。

支援機関の専門家派遣制度を積極的に活用することにより、個者に合った事業の持続的発展に寄与する。

### 【事業目標】

これまでの巡回訪問は受け身の巡回であり、今後については、経営課題の抽出や経営の改善と持続的発展のため事業計画の策定が可能となり、小規模事業者の経営力の向上を図る。

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
巡回訪問 (件)	—	10	20	20	30	30
経営分析 (件)	—	8	10	12	15	20

## 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

### 【現状と今後の取組】

これまでは、借入金目的の金融支援を中心に実施してきた事業計画策定支援を、小規模事業者の実現可能な経営革新や新規創業まで発展させることができなかつた。今後は経営課題の解決に向けて、1. 地域経済動向調査、2. 経営状況分析の結果、5. 需要動向調査を踏まえた事業計画策定に取り組む。

### 【取組内容】

- (1) 巡回訪問等により、事業計画策定者の掘り起こしを行い、事業計画策定セミナーや個別相談会を行う。
- (2) 今後、創業予定者には、空き店舗情報や財務・販路等の情報提供を行う。
- (3) 農業法人を中心に農商工連携や6次化産業を推進する基盤づくりに取り組む。

### 【事業内容】

#### (1) 事業計画策定者の掘り起こしと支援（新規事業）

前述の経済動向調査等の各種調査を踏まえ、窓口相談・巡回訪問時に、ヒアリングシートを活用し見えてきた経営課題の改善のため経営改善計画書の作成を推進する。また、希望者には、専門家派遣を活用した事業計画策定セミナーや個別相談会を開催し策定支援を行う。

事業計画策定者には、その後も経営課題の明確化と中・長期的な事業計画策定への取り組みを支援する。

#### (2) 空き店舗や財務・販路等の情報提供支援（新規事業）

蘭越町や当会のホームページを活用し、空き店舗情報を提供し創業希望者を掘り起こす。創業予定者には地域経済動向調査結果や財務・販路等の情報を巡回訪問により提供支援を行う。また専門を要する案件には関係機関の専門家を活用し手厚い支援を行う。

#### (3) 農商工連携や6次化産業への取組み（新規事業）

これまで地域の農産物は品質もよく知名度もあるが、付加価値をもった商品開発が進んでいないので、個別巡回して、加工品開発に関心のある事業者には、らんこしブランドの確立のため、農商工連携や6次化産業の制度を活用しながら、商品開発に向けた事業計画策定について積極的な支援をする。

#### (4) 創業・第2創業・事業承継を専門家との連携による支援（新規事業）

経営指導員を中心に巡回・窓口相談を通して第2創業等の情報を把握し、専門家派遣等を活用して創業等を目的とした事業者向けのセミナーを開催し基礎的な知識の習得と、若手後継者の意識の改革を図る。また、専門的な知識が求められる場合は、関係機関の専門家やコーディネーター等の協力を得ながら、問題解決に対応する。

### 【事業効果】

事業計画策定セミナーや個別相談会を通じて、新事業展開予定者、創業・事業承継予定者の多様なニーズを把握し、それにあった計画書の策定を推進し、個々の事業者ニーズを知ることによって農商工連携や第三者への事業承継のマッチング効果が期待できる。

### 【事業目標】

上記の事業内容を効果的・効率的に進めるため下記の表の通り進める。

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（件）	—	5	7	7	8	10
セミナー相談会開催（回）	—	2	2	3	3	3
創業支援（件）	—	1	2	2	5	5
第2創業支援（件）	—	0	1	1	1	1
事業承継支援（件）	—	1	2	2	3	3

## 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

### 【現状と今後の取組】

小規模事業者を取り巻く環境は日々変化しており、事業計画策定時は現状に適応していても、その数年後には事業環境が変化しており、現状に乗り遅れてしまう恐れがある。小規模事業者が事業環境の変化にいつでも適合できるような、定期的な巡回訪問により時代に取り残されないよう伴走型の支援を行います。

専門的な課題等については、専門家派遣制度等を活用し支援機関と連携した取組みを行う。

### 【取組内容】

事業計画を策定した小規模事業者には、経営指導員等が定期的な巡回訪問を行い、事業計画の進捗状況を確認する。さらに事業者自らが事業推進できるよう支援機関との連携を持ちながら伴走型の支援に取り組む。

### 【事業内容】

#### (1) 事業計画策定後のフォローアップ事業（新規事業）

事業計画策定後に、原則3カ月に1度巡回訪問を実施し、事業計画の進捗状況の確認を行うとともに、事業計画を的確に進めるために必要な指導及び助言を行う。また、事業計画が早期に軌道に乗れるよう努める。特に新規事業者については、一定の必要売り上げが定着するまでは想像以上の時間と労力が費やされることが予想されるので、重点的に販路拡大へのフォローアップを行い、事業計画が軌道に到達できるよう伴走型の支援を行う。

#### (2) 補助金の活用や新たな金融制度による資金調達支援（継続事業）

事業計画を策定した事業者に対して、(1)同様に計画の進捗を確認し、持続的な事業計画とするため補助金活用や金融支援が必要な小規模事業者に対して、事業実施後年間に4回（原則3カ月に1度）のフォローアップを行います。また、補助金や融資等の各種施策を活用する小規模事業者に対し、申請書類や実績報告等の作成支援並びに効果の検証等を行い、持続的な経営支援を行う。

#### (3) 事業計画の変更や改善の支援（新規事業）

事業計画策定後は、経営指導員等の支援によりPDCAサイクル等の手法により、経営資源に大きな変更が出た場合や外部環境に大きな変化があった場合などについては経営分析を再度行う。また専門家を必要とする案件には、よろず支援拠点や中小企業総合支援センター、金融機関等と連携し支援する。

### 【事業効果】

定期的なフォローアップにより、経営環境が日々変化する中、PDCAサイクル等の進捗管理ができ、状況に合わせて迅速に対応することができる。

また小規模事業者のニーズを読み、事業計画の変更や改善、更なるステップアップ、資金繰りや施策情報や施策活用等をするタイミングを見逃さずに支援することができる。

### 【事業目標】

前述の事業計画策定後の支援にあたり、次の数値目標を設定する。

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)	—	7	12	12	17	19

## 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

### 【現状と今後の取組】

これまで商工会は、経営指導員の経験によるアドバイスが中心であり、その時々商業環境下で消費者ニーズを適切に把握し、小規模事業者に対して情報を提供することができなかったことから、今後は以下の取り組みを行う。

### 【取組内容】

商工会が観光客動向調査を実施し、地域内外の消費者ニーズに対応できるよう需要動向の情報収集、整理分析を行い、小規模事業者のみならず創業予定者に対しても市場性、事業の実現性を見極めた事業計画策定に繋がるよう情報提供し支援する。

### 【事業内容】

#### (1) 観光客動向調査の実施（新規事業）

近隣の俱知安町やニセコ町周辺には、外国人を中心とした観光客が年々増加しているが、外国人の蘭越町への誘導は、外国語表記のホームページや案内、ボランティア通訳の配置等の取組みが必要である。観光客が求めるサービスや特産品を見直し、特産品開発や販路開拓などの経営計画策定の基礎資料として活用することを目的に情報の収集・分析・提供を行う。

調 査 内 容	
目 的	多様化する観光客ニーズの把握及び経営者意識と動向調査の比較・検証を目的とする。
支援対象者	観光事業実施事業者、土産品製造業者、飲食店、宿泊業者
調査対象	当町宿泊者（100人）、街の茶屋来館者（100名）
調査対象物	観光施設、宿泊・温泉施設、らんこし米・特産物使用料理、土産品、体験メニュー・アクティビティなど
調査項目	来町目的・宿泊地（宿泊した施設の満足度・料理・サービスの評価など）・購入した土産品及びその満足度（金額・パッケージ・食味・内容量など）飲食金額・不足している観光商品及びサービス・活用すべき観光資源など（ラフティング・バックカントリースキー・通年キャンプ・溪流釣りなどのアクティビティ）
調査方法	町内主要宿泊でのアンケート調査 街の茶屋は、調査員派遣により聴き取り調査
分析方法	観光客の需要ニーズ・潜在ニーズの分析。各施設・サービス・満足度分析 前述の調査・分析の実施にあたり、専門家からの指導・助言によりミクロ・マクロの観点から、より高度で詳細な情報収集・分析結果を報告書に反映させる。
活用方法	分析結果は観光関連事業者・関係機関に郵送及び巡回訪問にて提供
成 果	観光客の需要を的確に捉え、事業者がそれを理解することにより、事業計画の策定をすることで経営改善を図り、満足度の高い観光地として交流人口の増加が見込まれる。また、専門家を活用することで、的を射た分析結果をわかり易く提供することができる。

(2) 地域資源を活用した特産品に対する需要動向調査（新規事業）

らんこしブランドの確立の為に地域資源を活用して開発された商品に対して、消費者からどのような反応があるか調査することにより、商品磨き上げに寄与し売れる商品につなげ販路開拓に寄与する。

調 査 内 容	
目 的	らんこしの素材を活用し商品開発を行い販売しているが、消費者から見てどのような反応があるか調査し、商品の磨き上げを図ることを目的とする。
支援対象	製造小売業、農産品卸売業者
調査対象	蘭越町内2,322世帯を対象と200程度のサンプルを回収 試食・商品試用会は100程度のサンプルを回収
調査対象物	らんこし米を使った米粉や米粉めん、塩トマトを使った高級トマトジュース、頭皮によいと言われている米糠石鹸、家具職人がつくる木工品など
調査項目	商品の完成度・味・価格・商品説明・パッケージ等・購入意思等
調査方法	蘭越町と連携により、全戸へアンケートを配布し郵送で返送 町内の消費者に依頼し試食及び商品試用を依頼し、アンケートを実施
分析方法	特産品としての需要ニーズ・潜在ニーズ、商品としての可能性を分析。 前述の商品・ニーズ分析の実施にあたり、専門家からの指導・助言によりミクロ・マクロの観点から、より高度で詳細な情報収集・分析結果を報告書に反映させる。
活用方法	情報収集・分析した結果を巡回・窓口相談時の内容に情報提供、事業計画策定の資料として活用する。
成 果	らんこし地域資源を活用し商品化された特産品について、消費者はどのように商品捉えているのかを明確にすることで、より商品価値の高いらんこしブランド商品として完成度を上げることができる。また、専門家を活用することで、的を射た分析結果をわかり易く提供することができる。

### (3) 市場環境の動向調査（拡充実施）

マクロ的な状況を把握するため、下記の調査を実施し消費者ニーズ等を収集・整理・分析を行い、新たな需要の開拓を目指す小規模事業者の販路拡大に活用するとともに、ホームページ等により情報の提供を行う。

調 査 内 容	
目 的	小規模事業者が事業計画を策定する際の売上等の妥当性を判断する目的とする。
調 査 対 象	事業計画策定の小規模事業者
調 査 対 象 物	①日本経済新聞社「日経テレコン POSEYES」 ②総務省統計局「家計消費状況調査」 ③内閣府消費者庁「消費者意識基本調査」
調 査 項 目	①全国の商品マーケット内の売れ筋トレンド商品の把握 ②世帯状況、インターネットを利用した購入状況、特定商品・サービスの購入金額等を把握 ③消費生活における意識・行動や消費者問題の現状等を把握 事業計画を策定する小規模事業者が取扱う品目の中での売れ筋商品等の情報を該当業種の小規模事業者に対し提供する。
調 査 方 法	各機関の集計データを活用し、各事業者が想定する顧客ターゲットの絞り込み
分 析 方 法	①全国的な需要動向を確認し、個店の品揃えの見直し ②小規模事業者が扱う商品等の地域における市場規模を推計 ③消費者の商品購入時の意識や動機等を把握し、個店の現状確認
活 用 方 法	①商品品揃えなどの判断材料として活用 ②市場規模からみた事業計画の妥当性を判断するため活用 ③消費生活の意識・行動等を把握し事業計画へ反映させるため活用 事業計画を策定する小規模事業者が行う事業活動において、関連性のある有益な情報を該当業種の小規模事業者に対し提供し活用する。
成 果	小規模事業者の経営革新（潜在ニーズの高い商品、新サービス提供等）への取組みが、消費者の需要を的確に捉え、精度の高い事業計画を策定することで、販路開拓等を図ることができる。

#### 【事業効果】

地域内外の消費者の動向を把握することで、消費者ニーズを捉え小規模事業者に経営分析や事業計画策定時の資料として活用できる。また、最新の売れ筋情報等トレンドを掴むことにより、新たな品揃えや新商品の開発など、ビジネスチャンスへの発展性が期待できる。

#### 【事業目標】

前述の需要動向調査の実施にあたり、次の数値目標を設定する。

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
観光客動向調査(回)	—	1	2	2	2	2
観光動向調査 支援事業者数	—	5	20	30	30	30
地域資源活用による需要 動向調査支援事業者数	—	5	10	15	20	20
市場環境調査(回)	—	1	1	1	2	2
支援企業数(件)	—	5	7	7	8	10

### 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】

#### 【現状と今後の取組】

販路の開拓支援は希望者があった場合のみ対応していたが、現状では、個別の事業者の強みとなる有力商品の発掘を積極的且つ計画的に支援するには至っていないことから以下の取り組みを行う。

【取組内容】

事業計画策定者や販路拡大を希望する事業者を巡回訪問等により掘り起しを行う。展示会や商談会に積極的に参加勧奨することで、バイヤー等の商品に対する評価機会を継続的に得ることができ、商品改良によるブラッシュアップや新商品開発に結びつけ、その商品をITの活用や道内外の物産展等への出展を積極的に支援する。

【事業内容】

(1) らんこしブランド確立のための展示会・商談会への参加勧奨支援

調査項目	調査内容
目的	らんこしの素材を活用し商品開発を行っているが、展示会・商談会でバイヤー等専門家へのアプローチを行い、その意見をフィードバックすることで売れるらんこしブランドを確立し、売上げの増加を図ることを目的とする。
支援対象者	製造小売業や農産物卸売業等の小規模事業者
支援対象物	らんこし米を使った米粉や米粉めん、塩トマトを使った高級トマトジュース、頭皮によいと言われている米糠石鹸、家具職人がつくる木工品など
支援内容	展示会や商談会に係る補助金活用や出展申込み等の支援ほか、出展に向けた商品規格書の作成支援や、出展ブースにおけるPR手法・PR素材の作成支援、バイヤー対応の事前レクチャーなど、出展者の事務負担を軽減する。
成果	町外ではほとんど知られていないため、展示会や商談会に出展し、バイヤーの評価機会を得ることで商品改良や新商品開発に結びつけ、ヒット商品として新たな販路開拓に結びつけることができる。

(2) 物産展・アンテナショップ等の出展による需要開拓支援

調査項目	調査内容
目的	らんこしブランド確立のため売出し検討商品を、地域外へ向けた新たな販路開拓のため、関連機関等が開催する下記の物産展等への参加を支援する。
支援対象者	地域資源を活用し商品開発に取り組んでいる事業者
支援対象物	らんこし米を使った米粉や米粉めん、塩トマトを使った高級トマトジュース、頭皮によいと言われている米糠石鹸、家具職人がつくる木工品など
支援内容	らんこし特産品東急フェア（札幌）／（蘭越町主催／毎年10月開催） 北の愛食フェア（札幌）／（北海道主催／毎年10月開催） むらからまちから館（東京都）／全国商工会連合会が運営するアンテナショップ どさんこプラザ（東京都、名古屋市、札幌市）／北海道貿易物産振興会が運営するアンテナショップ 出展を勧奨し、出展に際し事務負担を支援し軽減するほか、ターゲットにあったパッケージの改良支援や現場での接客対応の支援などを行うことで、参加の動機づけと取引拡大等を積極的に後押しすることができる。
成果	上記のようなテスト販売制度を活用することで、消費者や流通業者から対面での商品の意見収集ができるため、商品力・販売力向上、取引拡大を図ることができる。



### (3) インターネット活用による需要開拓支援

調査項目	調査内容
目的	小規模事業者自身の情報発信は効果が希少で、インターネットを活用し情報発信の手段として取り組むことは、新たな市場へ向けた需要開拓を図ることを目的とする。
支援対象者	地域資源を活用し商品開発に取り組んでいる事業者及び物産展等出店者
支援対象物	らんこし米を使った米粉や米粉めん、塩トマトを使った高級トマトジュース、頭皮によいと言われている米糠石鹸、家具職人がつくる木工品など
支援内容	①当会ホームページや商工会のホームページシステムである SHIFT（シフト）等の IT を活用支援する。 ②新規顧客獲得に向けた SNS を活用した情報発信、ネット販売システムの構築を支援する。 ③インターネット等を利用できない事業者には、北海道新聞や旅行雑誌等パブリシティ広告を積極的に活用するため、情報提供や企画提案など積極的な支援を行う。
成果	インターネット活用状況に応じた支援メニューを提供し、販路開拓に向けたインターネットを活用する小規模事業者の取組みを増やすことで、取引機会拡大の効果が期待できる。

### (4) 新たな需要開拓に向けた支援【新規】

調査項目	調査内容
目的	上記(1)～(3)の販路開拓支援ほか、関連の支援機関等と連携し「付加価値の高い商品・技術・サービス」の創出に向けた支援を行うことを目的とする。
支援対象者	新商品開発や技術開発、新役務の提供を目指している小規模事業者
支援対象物	「付加価値の高い商品・技術・サービス」へとレベルさせたい既製品
支援内容	①ものづくり支援／各種助成金やものづくり支援センター等の活用により、製品や新技術開発プランのブラッシュアップ支援 ②販路拡大支援／日本販路コーディネート協会等の支援により、企業間のビジネスマッチング支援 ③新産業創出支援／北海道中小企業総合支援センター等の活用により、個者が保有する強みやノウハウを連携させ、新たな製品や技術を生み出すための支援 ④食クラスターの推進／北海道が主催する「フード塾」等に参加勧奨することで地域の食・観光・人脈を融合した食品の開発支援
成果	支援機関と連携することで、今まで商工会単独で対応できなかった専門的な支援の幅を広げることができ、個社支援及び小規模事業者に多様な支援を行う効果が期待できる。

#### 【事業効果】

人目にふれない埋もれた商品も消費者のニーズに合うようにするため、専門家等を活用して磨き上げを行うことで、売れ筋商品・サービスに生まれかわる。

また、ホームページや SNS での情報提供により、画像で見せられることにより購入判断のきっかけとなり、売上増加や認知度向上の効果が期待できる。

## 【事業目標】

需要開拓支援の実施にあたり、次のとおり数値目標を設定する。

支援内容	現 状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
商談成立件数 (件)	—	—	1	1	2	3
商品改良支援 (件)	—	1	2	3	5	7
改良品売上増率 (%)	—	2	3	5	7	10
アンテナショップ出店 (件)	—	1	2	3	3	5
シフト活用支援 (件)	2	10	15	20	25	30
シフト売上増率 (%)	—	3	5	7	8	10
他需要開拓件数 (件)	—	—	1	1	2	3

## II. 地域経済の活性化に資する取組

### 1. 地域ブランド確立による地域経済活性化への取組

#### 【現状と今後の取組】

現在のイベント等の実施は、その折々の集客効果はあり、賑わいを創出しているが、小規模事業者の継続的な売上の向上には至っていないことから、地域資源を有効活用し当町の魅力を積極的に発信し、観光客の取り込みと認知度の向上を図る。

#### 【取組内容】

当町に観光資源の活性化に関する異業種との話し合う機会が無かったことから、「らんこし観光資源活用協議会」(仮称)を創設し、協議会において農商工連携による商品開発や商業拠点の有効活用を含めた今後の地域活性化の方向性を見だし、小規模事業者の持続的な発展のための取り組みを行う。

#### 【事業内容】

##### (1) 観光資源を活用するための組織づくり (新規事業)

今までは観光客が、温泉・川釣り・らんこし米・スポーツ施設等など趣味や趣向によりそれぞれ利用していたが、一連の観光パッケージ化が無いことから蘭越町・教育委員会・観光協会・飲食店組合等、専門家との連携により、「らんこし観光資源活用協議会」(仮称)を創設し、新たな観光パッケージ化について協議し地域活性化の底上げと交流人口の増加により小規模事業者の売上増加に貢献するシステムづくりに取り組む。

##### (2) 農商工連携による商品開発 (新規事業)

蘭越町・蘭越町観光協会・JAようてい・地元町立蘭越高校の連携や専門関係機関の支援により、当町の特産品を活用した商品開発を推進する。特に当町においては、近年代表される土産品が開発されていないことから、蘭越高校の科目履修(フードデザイン・ビジネス実務)している高校生の目線とアイデアにより完成した商品を、商品力を高めるために専門家の派遣やテスト販売スペースの提供によりらんこしブランド品として確立させることで、地域経済全体の底上げに取り組む。

今後は、農商工連携や6次化産業も視野に入れ、上記事業にマッチングした補助事業を活用し事業推進を図る。

##### (3) 市街地の商業拠点「街の茶屋」の有効活用 (継続事業)

本来の目的である「町内外人々の交流と憩いの場、郷土の手わざや文化体験、情報発信を行う拠点」という原点に戻り、らんこしブランドの確立のため本事業により開発された特産品や既存商品改良品を試験的に販売するなど、町内外からの集客増加させることで、商業拠点の役割を果たす取り組みを行う。

#### 【事業効果】

今まで町内の関係団体間の交流や連携がなく、各団体の目的の達成のための事業実施であったが、これからは協働事業により、地域経済全体を見据えた取り組みが必要であり、その効果として地域を活性化し小規模事業者の持続的な発展させるための環境整備をすることができる。

## 2. 地域イベントを活用したまちの賑わい創出

### 【現状と今後の取組】

蘭越町では商工会青年部やらんこしまち商店会振興会が中心となり、蘭越町中心市街地の賑わいの創出や消費の拡大を目的にした以下の3つのイベントを開催し、地域活性化の底上げを図ってきたが、いずれも一過性の効果しかなく、商店街への集客に結び付いていない。

今後は、ホームページやSNSの積極的な活用により、文字・静止画から動画での商店街の情報を発信し、町内外の集客増加を図る取り組みを行う。

### 【事業内容】

#### (1) キララ共和国独立建国祭の開催（継続事業）

米の豊作を祈願し、商店街で感謝の気持ちを表す収穫祭である。青年部・女性部を始め蘭越町土地改良区、社会福祉協議会等の協力を得て、「らんこし米」のPRと消費を促進することを目的とするイベントで、新米即売会、新米すくい、もちつき、もちまきなどを行う。

近隣町村はもとより遠くは札幌、函館からの多くの参加者が集まり、歩行者天国では、各事業者が得意とする逸品を販売することで、イベントの賑わいを一層高め交流人口の増加と地域活性化に貢献している。

今後はホームページやSNSの積極的な活用により、商品開発により生まれた完成品や磨き上げにより改良された特産品を試食できるブースの設置やそれらを含めた特産品を取り扱っている商店マップを作成・配布し、小規模事業者の売上の増加を図る。

#### (2) ワンコイン商店街及びスタンプラリーの開催（継続事業）

コンビニエンスストアやAコープ、一部の個店は定期的な季節ごとのチラシやセールチラシの新聞折込みを行っているが、ほとんどの個店はセールなどの販売促進事業も実施していない。

しかし本事業を継続的に開催することにより、毎回50店舗の参加があり、各々が目玉商品を販売しスタンプラリーを併せることで、集客力を高め個店の売上増加を図ることができる。

今後はホームページやSNSの積極的な活用により、近隣町村からの更なる集客増加を図る。

#### (3) 街の茶屋～フード・フェスの開催（新規事業）

らんこしブランドを確立するため、関係団体と連携によって生まれた新商品を期間限定で試験的に販売することで、特産品としての商品力の見極めと新たな話題性と賑わいを創出することにより、町民や素通りしていた観光客の集客を図ることで、商業拠点としての役割を果たすことができる。

今後はホームページやSNSの積極的な活用により、集客力をアップさせることで売り上げの増加に結びつけることができる。

支援内容	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
キララ建国祭(回)	1	1	1	1	1	1
ワンコイン事業(回)	2	2	2	2	2	3
フード・フェス(回)	—	1	1	2	2	2

## III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能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取組

これまで、地域経済の活性化や経営改善普及事業についての情報交換を行ってきたが、その内容については限られた時間での表面的な情報共有にとどまっていた。今後は、積極的な意見交換等が行われるよう情報交換の場を十分に活用し、小規模事業者に積極的な支援ができるよう環境を整備に取り組み、経営発達支援事業を実施するにあたり、高度な経営課題への対応、職場内におけるノウハウの共有し、商工会全体の資質向上に取り組む。

### 【事業内容】

#### (1) 羊蹄山麓商工会広域連携協議会（継続事業）

本商工会を含めた6商工会（ニセコ町商工会・真狩村商工会・留寿都商工会・喜茂別町商工会・京極町商工会）で構成する羊蹄山麓商工会広域連携協議会内の経営指導員会議等を3ヶ月に1回程度開催し、課題解決に向けた支援ノウハウ及び支援の現状、販路開拓、地域活性化の事例や手法について情報交換と他商工会の経営指導員の互いの意見を聞くことで、当町の経営支援の一助とする。

## (2) 金融機関との情報交換（継続事業）

日本政策金融公庫が実施する、年2回の後志管内地域の「小規模事業者経営改善貸付推進協議会」において、小規模事業者経営発達支援資金の活用手法や金融情勢、企業支援ノウハウ、支援の現状、地域経済状況について情報交換し、小規模事業者の有効な資金活用を支援する。

また、地元金融機関や蘭越町執行者や担当者、商工会正副会長との金融懇談会では、地方金融機関から見た、後志管内・羊蹄山麓エリア・町内の金融情勢や経済動向など情報交換を行い、小規模事業者の営業活動に支障のない金融支援を行う。

## (3) 公的支援機関（継続事業）

本商工会で対応できない小規模事業者が抱える案件の課題解決のため、専門家派遣等の活用時には、よろず支援拠点及び公的支援機関の専門家を帯同することで専門的なノウハウを享受し、情報交換を行う。

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

これまで、商工会連合会が実施する研修については、職種・分野別で参加し研鑽しているものの、個々の単なる情報収集と知識の固定化となっており、職員間での支援ノウハウの共有が図られず、小規模事業者への支援能力や教育体制が構築されていないのが現状である。

このため、小規模事業者及び会員等に対して支援並びに「小規模企業振興基本法」・「改正小規模支援法」に関する事業を始めとする新しい中小企業施策の変化に 대응するため、経営支援機能の強化が大きな課題となっている。商工会職員の経営支援能力及び資質の向上が求められていることから、商工会連合会等が開催する各種研修会に積極的に参加し、本人の自覚と向上心を引き出す環境の整備と職員個々のスキルアップを図る。

### (1) OFF-JT

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校の中小企業支援担当者研修の内、事業計画策定支援、地域活性化支援、販路開拓支援のノウハウ研修を毎年受講し支援能力の向上を図る。また、補助員等についてもチームで行動するためのレベルアップを目指し、北海道商工会連合会が主催する各種研修会を毎年受講して支援能力向上に努める。

### (2) OJT

OFF-JTで取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、小規模事業者の経営状況の分析等の共有、これまでの業務で培ったそれぞれの知識も含め、毎月開催する経営発達支援事務局会議での情報共有を図り、OJTを通して全職員の資質向上を図る。

### (3) 自己啓発

職員の能力向上に向けて、全国商工会職員協議会の奨励金制度を活用し経営発達支援事業に役立つ公的資格取得に挑戦また、経営指導員のWeb研修も活用し、自己啓発を行う。

## 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

### (1) 現状及び取組

これまで経営改善普及事業の計画及び報告については理事会の承認、総会の決議となっていたが、期中の進捗状況は、商工会内の報告・決済程度に留まっており、事業評価を見直す機会がなかった。今後は北海道商工会連合会を含めた「委員会」を設置し、事業評価を見直していく。

### (2) 事業内容

本事業の計画及び報告については、当商工会の総会において決議されるが、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事務局会議の開催

事務局内においては、毎月開催する経営発達支援事務局会議を開催し、事業計画の確認、事業内容の検証、事業の進捗状況、事業の改善について協議する。

②理事会での定期報告と協議

理事会開催時には毎回、事業内容・事業進捗状況について報告し、事業の評価、改善について協議する。

③経営発達支援委員会の設置

蘭越町商工会内に役職員及び蘭越町産業経済課長・主幹に北海道商工会連合会担当者加え（仮称）「経営発達支援委員会」を設置して、年2回程度、事業の実施状況、成果の評価・見直しを行う。

④事業計画・進捗状況の公開

小規模事業者がいつでも事業計画・内容・事業の進捗状況、事業の評価をできるように蘭越町商工会のホームページに掲載し、広く意見を求め計画の改善に活かします。

(<http://www.shokokai.or.jp/rankoshi/>) で計画期間中公表する。

<目標・効果>

事務局、理事会、蘭越町、連携機関と協議し、小規模事業者の意見も反映させ、PDCAサイクルによる継続した改善を重ねることで、小規模事業者のニーズに合った事業に取り組む。

(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

- ・事務局長(総括) 1名
- ・経営指導員 1名
- ・補助員 1名
- ・記帳専任職員 1名
- ・記帳指導員 2名

事業全体を見直しと再構築し、事務の効率化を図り、職員一丸となり以下の実施体制のもと経営発達支援事業に取り組みます。

I. 経営発達支援事業

- 1. 地域の経済動向調査・・・事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員
- 2. 経営分析・・・経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員
- 3. 事業計画の策定・・・経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員
- 4. 事業計画の策定後の実施支援・・・経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員
- 5. 需要動向調査・・・経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員
- 6. 新たな需要開拓に寄与する事業・・・経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員

II. 地域経済活性化事業・・・事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員

III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上

- 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  
・・・経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員
- 2. 経営指導員等の資質向上等・・・経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員
- 3. 事業評価及び見直しをするための仕組みに関すること  
・・・事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員

(2) 連絡先

〒048-1301

北海道磯谷郡蘭越町蘭越町8番地2

蘭越町商工会 電話：0136-57-5437

ホームページ：<http://www.shokokai.or.jp/rankoshi/>

e-mail: ran5576@seagreen.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	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
必要な資金の額	2,040	2,270	2,370	2,570	2,570
<b>経営改善普及</b>					
旅費	250	250	250	250	250
事務費	970	1,000	1,000	1,000	1,000
施策普及費	70	70	70	70	70
<b>地域振興事業費</b>	500	700	800	1,000	1,000
<b>情報化対策費</b>	250	250	250	250	250

(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

会費収入、道補助金、町補助金、手数料

(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
国の小規模施策に係る支援を有効に活用するため、職員のスキルアップを図り、行政、金融機関、その他の支援機関との連携の強化し、地域の経済動向や需要動向を的確に把握して、小規模事業者の持続的発展のため迅速かつきめ細やかな支援を実施する。
連携者及びその役割
名称：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：011-232-2407 ・高度、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の支援。
名称：独立行政法人 中小企業基盤整備機構 北海道支部長 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 ORE札幌ビル6階 電話：011-210-7475 ・専門家派遣や経営指導員等のスキルアップ、資質向上を図るため、研修会による支援。
名称：日本政策金融公庫小樽支店 支店長 若狭 弘幸 住所：〒047-0032 小樽市稲穂2-1-3 電話：0134-23-1167 ・地域の経済動向の情報提供や資金計画について支援。
名称：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1番地 プレスト1・7ビル4階 電話：011-251-0102 ・地域ブランド確立、需要開拓、専門家派遣、各種情報提供、職員のスキルアップ等による支援。
名称：蘭越町（産業経済課） 町長 宮谷内 留雄 住所：〒048-1301 磯谷郡蘭越町蘭越町258番地5 電話：0136-57-5111 ・町の施策などを情報提供や、創業支援、地域振興施策等の支援。
名称：蘭越町観光協会（産業経済課内） 会長代理 松浦 京子 住所：〒048-1301 磯谷郡蘭越町蘭越町258番地5 電話：0136-57-5111 ・基幹産業（観光面）からみた地域動向、道の駅での特産品販売動向、地域経済活性化等の支援。
名称：ようてい農協 蘭越支所 支所長 藤井 覚 住所：〒048-1301 磯谷郡蘭越町蘭越町104番地 電話：0136-57-5211 ・農作物の作況、地域景気動向、商品開発に関する情報交換・連携。
名称：蘭越町立蘭越高校 校長 岩佐 聖司 住所：〒048-1301 磯谷郡蘭越町蘭越町475番地16 電話：0136-57-5034 ・フードデザインを科目履修している高校生の目線から、特産品開発に係る情報交換と連携。

名称：北海信用金庫蘭越支店 支店長 佐藤 伸治

住所：〒048-1301 磯谷郡蘭越町蘭越町 111 番地 6

電話：0136-57-5321

- ・金融動向からみた地域の景況・金融・資金需要動向について情報提供。

名称：羊蹄山麓商工会広域連携協議会 会長 牧野 雅之

住所：〒048-1501 虻田郡ニセコ町字富士見 95 番地（ニセコ町商工会内）

電話：0136-44-2214

- ・広域連携を通しての地域動向及び情報交換、職員スキルアップの情報共有。

名称：中小企業診断士 安達 陽子

住所：〒005-0015 札幌市南区真駒内泉町 2 丁目 2 - 20-301

電話：011-584-0576

- ・経営個別相談を中心に調査分析、経営分析、計画策定、需要開拓支援。

名称：蘭越建設業協会（日野株内） 代表 日野 信夫

住所：〒048-1301 磯谷郡蘭越町蘭越町 586 番地 15

電話：0136-57-5065

- ・業界動向、建設業から見た地域動向、需要動向の情報提供。

名称：らぶちゃんカード会（蘭越町商工会内） 理事長 山口 宏悦

住所：〒048-1301 磯谷郡蘭越町蘭越町 8 番地 2

電話：0136-57-5437

- ・多業種が加盟するカード会のデータから地域の動向、需要動向等の情報提供支援

#### 連携体制図等

