

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	「共和町商工会 (法人番号 3430005008554)」
実施期間	平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域経済動向調査と情報提供、経営分析による経営状況の把握と提供を行う。 ・ 小規模事業者の経営計画策定と計画の進捗状況を把握し、国・道・町の施策を積極的に活用し、伴走型の支援を行う。 ・ 町内の需要動向を把握し、創業者・第二創業者・事業承継等を支援し、小規模事業者の維持・増加を目指す。 ・ 新商品開発及び販路開拓支援等新たな需要に関する取組により経営を支援する。
事業内容	<p>I－1 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 ①アンケートによる地域経済動向調査 ②地域経済分析システム「RESAS」を活用及び分析 ③公的資料の活用</p> <p>I－2 経営状況の分析に関すること【指針①】 ①経営状況分析 ②商工会経理ソフト「ネット de 記帳」を活用した経営分析 ③専門家の活用・支援機関との連携による経営分析</p> <p>I－3 事業計画策定支援に関すること【指針②】 ①事業計画策定セミナー・新商品開発セミナーの開催 ②事業計画の策定支援 ③創業相談会の開催 ④第二創業（経営革新）支援の実施 ⑤後継者対策の取組</p> <p>I－4 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 ①事業計画策定後のフォローアップ ②創業等への伴走型支援 ③金融支援 ④補助金の活用</p> <p>I－5 需要動向調査に関すること【指針③】 ①市場環境動向調査 ②宿泊者ニーズ調査の実施 ③イベントを活用したテストマーケティング ④関係機関と連携した調査 ⑤バイヤーからの情報収集</p> <p>I－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】 ①新商品開発や販路拡大の取組支援 ②展示会・商談会参加による需要開拓支援 ③各種メディアを活用した需要開拓支援 ④広域エリアでの新たな販路拡大の検討支援</p> <p>II 地域経済の活性化に資する取組 ①共和町地域経済活性化次世代会議（仮称）による検討 ②特産品開発と販路開拓 ③特産品による地域振興 ④建設工業部会振興事業 ⑤プレミアム商品券発行事業</p>
連絡先	名称 共和町商工会 住所 〒048-2202 北海道岩内郡共和町南幌似 37 番地 13 電話 0135-73-2475 fax 0135-73-2662 e-mail skyowa@rose.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. 町の現状

(1) 沿革

当町は、昭和30年4月に、小沢村、前田村、発足村の3村が合併し共和村となり、昭和46年4月の町制施行により現在の共和町(旧前田村)となった。そのため役場庁舎は町内中心の南幌似地区に構えているが、地域の顔となる昔ながらの中心商店街は無い。



(2) 位置

当町は、北海道の南西部に位置し、東は倶知安町、北は仁木町、古平町、南は蘭越町、西は泊村、岩内町、そして日本海に面しており、総面積は304.96km²で、東西端の距離は約20km、南北端の距離は約23kmの緑豊かな町である。



(3) 産業

当町の基幹産業は農業で、特にメロン・スイカ・米・スイートコーン(札幌市大通公園のとうきびワゴンで販売している。)の生産が盛んであり、道内では「らいでん」ブランドとして高く評価されている。

注) ※らいでんブランド: 隣接する岩内町に雷電海岸という景勝地があり、共和町の畑作平野から農民が雷電岬を見ながら日本海沿いの日照時間が多い気候で農作物を作った事に由来している。

メロンとスイカの収穫量がともに道内第1位の一大生産地となっている。

平成26年度のJAきょうわの売上高は52億円であり、うちメロンの売上高は20億円である。そして、稲作が盛んな当町のキャッチフレーズは「かかしのふるさと共和町」であり、毎年8月下旬開催の「かかし祭」ではユニークなかかしの数々が会場を愉快地に彩り、コンテストを行うほか、ばん馬競技大会や歌謡ショーや「らいでん」ブランドのメロン・スイカ等の農産物販売を行い2日間で33,000人の集客がある。

また、産業別割合は、第1次産業が28%(うち農業99%、漁業1%)第2次産業が22%(うち建設業62%、製造業38%)、第3次産業が50%(うちサービス業53%、電気・ガス・水道業17%、卸・小売業14%、その他16%)となっている。

この中に、住鋳国富電子(株)という事業所があり、スマートフォンやタブレット端末に組み込まれる結晶材料を製造し、急速な市場の伸びによりフル稼働中で、世界の30%のシェアを持っている。

注) ※結晶材料とは、表面弾性波(SAW・Surface Acoustic Wave)フィルターのチップに用いられるタンタル酸リチウム基板及びニオブ酸リチウム基板である。

(4) エネルギー

隣接する泊村には道内唯一の原子力発電所があり、現在は運転停止中だが、運転稼働中の当町への経済波及効果は多大であった。直近の平成 26 年度泊発電所が、岩内・共和町、泊・神恵内村の地場産業等（外注費、材料費、日用雑貨等、地元雇用費、民宿等利用費）を活用した経済効果は、64.7 億円である。

(5) 人口

人口は、6,225 人（平成 27 年 10 月 31 日現在）であり、人口は昭和 30 年の 14,403 人をピークに減少傾向である。また、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2040 年時点では 4,177 人まで減少する予想がされている。

(6) 商工業者数

ここ 10 年の商工業者数を見ると、平成 17 年が 170 件であるが、泊発電所関連のメンテナンス技術サービス業等が増えたことにより平成 27 年には 188 件と微増している。

(7) 地域の建設業

当会地域の建設業は、10 年前は 41 件の関連事業者が存在したが、平成 27 年は 33 件となり、近年の公共事業削減の影響を受け減少している。

(8) 観光

当町は通過型観光地であり、パノラマライン周遊とニセコ積丹小樽海岸国定公園内の神仙沼が有名である。観光入込客数は、平成 19 年度は洞爺湖サミット [H20. 11. 14 開催] の開催前の波及効果もあり 26 万人であったが、平成 24 年度は 17 万人となり減少した。

注) ※神仙沼：海拔 750m 以上の高原に位置し、湖面に景色が映る景勝地で多くのハイカーには大人気の観光スポットで、紅葉の季節には多くの見物客で賑わっている。

(9) 特産品

名産品として、「らいでんメロン・スイカ・メロンゼリー」のほか、地元の三田牧場の「三田アイス（搾乳から製造まで行い、砂糖・水あめ・卵黄・保存料は一切使用していない。）」や、菓子の「串団子・熊笹もち」、「すいか糖」、クレイルの「カマンベールチーズ（乳酸菌を殺していない無添加のフランス仕込みのナチュラルチーズ）」や、町内有志・女性の会で開発した「夏菓子漬（かかしづけ）」（メロン・大根で作った唐辛子と生姜を効かせた醤油漬・未利用の地域資源の活用）や、日本酒「安政浪漫」などがある。

また、平成 21 年度策定の共和町第 7 次振興計画では「農業、観光など他産業との連携による地域に密着した商業活動の支援」が主要施策としてあり、当商工会平成 27 年度事業計画には「特産品開発の支援・調査」を行っている。

(10) 交流人口

当町の観光客は、上述のとおり減少傾向であるが、平成 30 年度には北海道横断自動車



道の高規格道路の小樽 JCT～余市 JC が供用予定にあり、平成 36 年度には余市 JC～共和 JC の供用構想があり、これにあわせて平成 25 年度から「共和町道の駅構想（平成 36 年度供用予定）」が始まり、小樽 JCT－倶知安 JC－黒松内 JCT 間の高規格道路構想に合わせて交流人口の拡大が期待される。

(1) 商業販売額

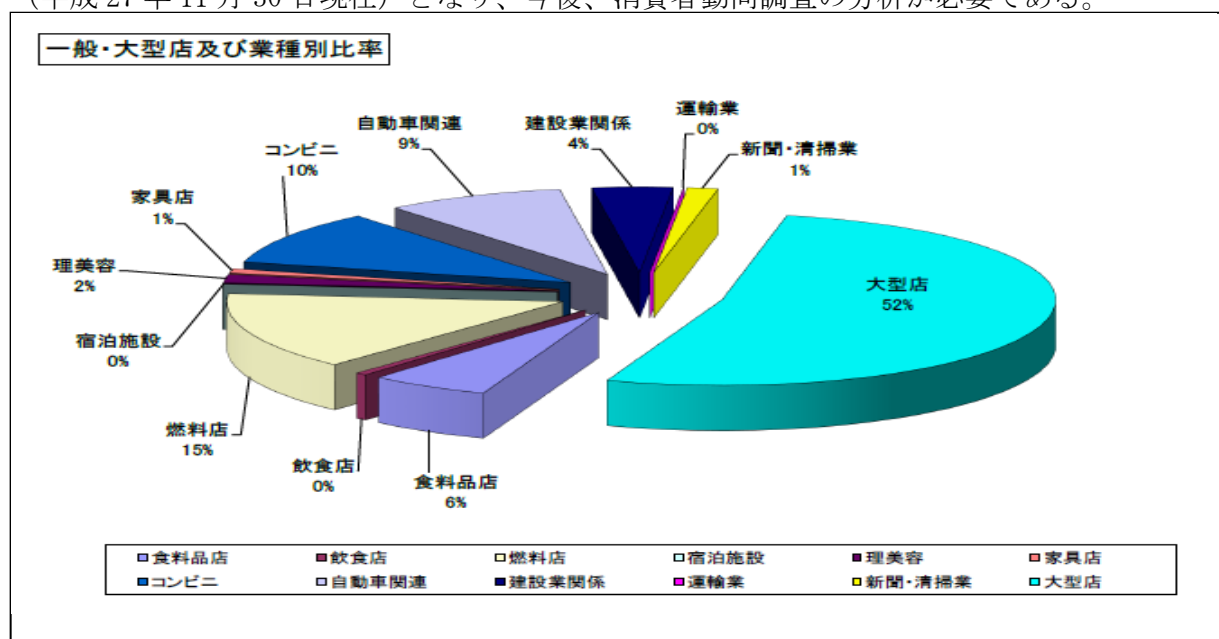
当町の商業販売額は 75 億円（平成 26 年度速報値）であり、販売額のうち小売業が 8 割を占めている。販売額の推移を見ると、平成 19 年度が 113 億円の最高値であり、郊外型大型店集積（マックスバリュ・ホームック・ツルハドラッグ・ジョーシン電機・ファッションセンターしまむら・コンビニエンスストア 4 店舗）が、その中心である。一方、従来型中小小売店の販売額は、年々減少している。また、隣接している倶知安・岩内町への大型店の進出やコープさっぽろの宅配事業の影響も大きい。

(2) 共和町プレミアム商品券事業

商工業者が厳しい状況下にある中で、商工会では購買力の向上と町外流出の防止を目指し会員加盟店で利用できる共通商品券を発行している。

平成 25 年度・26 年度には 20% プレミアム付商品券を、それぞれ総額 3,000 万円分を完売し、平成 27 年度には国・道・町の補助金を活用し 30% プレミアム付商品券を、総額 7,150 万円分を完売し、町民の地元購買に一定の効果を上げた。

しかし、平成 27 年度のプレミアム商品券事業に、当会会員の大型店 3 店（マックスバリュ・ホームック・ツルハドラッグ）を商品券取扱加盟店に加えた結果、大型店 3 店の換金率が約 52%（平成 27 年 11 月 30 日現在）となり、今後、消費者動向調査の分析が必要である。



2. 当会地域の課題

(1) 消費

当町では、身回り品（日用品）を町内大型店等と岩内・倶知安町の大型店で購入し、買回り品（耐久消費財・趣味品）を札幌・小樽市や倶知安町、インターネットで購入するケースが多く、平成 21 年度北海道広域商圈動向調査において当町の購買流出率は 24.9% となっている。

地元で購入してもらう手法のさらなる検討が必要である。

(2) 雇用・定住

当会地域の雇用の場合は、町内小売業大型店や地元建設業に限られており、近隣の岩内町、泊村へ労働力の流出や、札幌市等へ移り住む傾向が見られ、人口減少に繋がっている。

今後さらに、従業員の処遇改善・雇用維持ができるように既存企業の経営安定化を図る取組が必要である。

(3) 観光

隣接する倶知安町ヒラフ地区、ニセコ町は、近年の外国人による観光ブーム・資産投資ブームにより飛躍的に伸びており、札幌市、小樽市、倶知安町、ニセコ町滞在の観光客や近隣住民の交流人口の共和町への取込が課題である。

3. 小規模事業者の課題

課題1：域外流出

当町には地域の顔となる中心商店街はないが、大型店のロードサイド型商業集積はある。

中小小売業・飲食業の経営環境は、人口減少や高齢化の進行、大型店への進出や、週1回の買い物レジャー化等による消費購買力の町外流出など多大な影響を受け悪化している。



課題2：廃業率

長きに及ぶデフレの影響や後継者不足により廃業率が高く、建設業では公共工事の減少から債務超過に転落し、ここ8年程度で10件ほど倒産・廃業となっている。

課題3：小規模事業者の分散・点在と後継者難

旧3村の市街地の小売業・サービス業が町内各地区（小沢・国富・南幌似・梨野舞納くりにむない）地区）に点在しており集客力が弱い。さらに、梨野舞納地区の大型商業集積への消費流出などからの経営環境がさらに悪化している。

また、後継者不足などの要因から世代交代が難しい状況である。

課題4：顧客の高齢化

顧客層が固定・高齢化され、新たな顧客の獲得を求めており、当地域内の若い世代のニーズに対応した事業展開が必要である。

4. 中期的な振興のあり方と経営発達支援事業の目標

当町の平成 21 年度から平成 30 年度までの第 7 次総合計画の施策方針は、①「消費者ニーズに対応した商業の振興を目指し、経営の改善や近代化などにより、地域住民に密着した商業サービスの提供を促します。」、②「商工業の育成」の施策では、「農業、観光など他産業との連携による地域に密着した商業活動の支援」である。当商工会平成 27 年度事業計画においても「特産品開発の支援・調査」を掲げていることから、当町と強力に連動した取組を目指す。

また、これまでは経営改善普及事業の基礎的支援業務（金融、税務、労務）と地域振興業務の比率が高く、個々の企業の活性化提案型の経営支援業務の比率が低いことも課題であった。

共和町商工会では、消費の域内循環、人材資源である起業家や後継者の育成、農商工連携による町外消費者の満足度向上や地域ブランドの確立は、地域唯一の総合経済団体として、小規模事業者の持続的発展とともに取組む重要な課題であるとの認識のもと、各関係機関と連動して経営発達支援事業を実施する。

【共和町商工会の目標】

目標 1 らいでんブランドと連動した商品開発/ブランド開発

らいでんブランドとして確立している農産物（メロン、スイカ、米等）の付加価値を高める加工品開発や既存の名産品等の磨き上げを行い、販路開拓支援を行い、支援地域ブランドの確立を目指す。

目標 2 小規模事業者にも密着した伴走支援

小規模事業者の経営状況を把握し、需要動向を捉えた事業計画の策定支援を行う。

補助事業である情報提供事業と商品開発、商談会等の販路拡大事業を推進し、事業者目線に立った伴走型支援を目指す。

目標 3 事業承継支援

今後、小売業・サービス業事業者の高齢化による廃業が予想され、世代交代に大きな困難を伴うと予想されることから創業希望者とのマッチング事業により後継者不足問題の解決を目指す。

目標 4 新たな需要開拓支援

新規創業希望者に対して、持続・発展的な経営が行えるよう、創業計画の策定について支援する。地域内、若年層を取り組み子育て世代のニーズを把握し、商店の賑わい創出と小規模事業者の新規顧客の獲得を目指す。

5. 小規模事業者支援の目標達成に向けた方針

実施方針 1

消費の町外流出対策では、個店ごとの経営状況分析を行い、マーケティングミックス（製品、価格、流通、プロモーション）の視点から事業計画の策定支援を行う。

また、イベントを通じた消費者の誘引と囲い込みなどを図り、各個店に来客者を増やす。

実施方針 2

小規模事業者へのアドバイスとして、地域の経済動向、業種別調査の実施、事業承継ニーズの把握、公的資料の活用などを行い小規模事業者がわかりやすく、利用しやすいデータを作成し、巡回訪問、窓口相談の際の基礎データとして支援充実を図り、提案・伴走型の支援により小規模

事業者の持続的発展を図る。

実施方針 3

高齢化による廃業が更に予想される。後継者塾や創業塾の開催により、新たな経営者の育成を図ると共に、創業希望者の掘り起しを行う。

また、後継者のいない企業とのマッチングや新規創業者に対しては、事業計画策定支援を行い地域内事業者数の維持を目指す。

実施方針 4

新たな顧客の獲得では、地域内若年層や消費者にアンケート調査等を行い、消費者ニーズの把握を図る。また、事業者の意見交換や商品開発の参画を促し、事業者と一緒に展示会参加等の機会を作り、伴走型支援を深める。

6. 地域経済活性化に向けた方針

実施方針 1

特に若年層の買い物客が少ない事から、人を呼び込む仕掛けづくりに取組み、地域イベント等を通して、各事業者の収益力アップを目指し、「人→賑わい→消費」の域内循環を目指す。

実施方針 2

町外からの観光客の要望を把握し、共和町をPRする企画を立案する。地元住民・小規模事業者及び行政と連携して、地元の名産品や農産物の強み・長所を把握し、「きょうわブランド」の特産品開発や販路開拓する必要がある。

商工会が中心となり、小規模事業者会員を中心に「特産品開発・販路開拓プロジェクト(仮称)」を立上げる。外部より、共和町、観光協会や有識者(中小企業診断士等)にプロジェクトへ参画して頂き、試作を踏まえながら地域ブランドの完成を目指す。

実施方針 3

当地区内では、平成25年度から「共和町道の駅構想(平成36年度供用予定)」がある。

この「道の駅きょうわ(仮称)」は小樽-倶知安-黒松内の高規格道路のインターチェンジ付近の建設が計画され、多くの交通量となり来場見込み数も20万人の予想である。

また、当商工会は、隣接するニセコ町の外国人観光客も呼び込むためにも、新商品開発も含め、これらの施設運営に取組み、小規模事業者が出店しやすい環境づくりを整えていく必要がある。

さらに、各個店と当地域がオールウィンの関係となる様に行政と連携を図った取組を進めていく。

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】

(1) 現状と今後の取組

現在、官公庁や金融機関、業界情報誌等の情報を入手していたが、事務局内部での活用に留まっていた。

今後は、地域内外の経済動向を各種統計資料やアンケート調査でのニーズを基本として定期的に調査・分析し、巡回・窓口相談等を通じて小規模事業者に提供する。調査結果は、3. 事業計画策定支援における外部環境調査として活用する。

期待できる効果

地域経済動向と小規模事業者の外部環境や市場動向を調査することにより、各事業所の進むべき方向性を見出すことができる。また、次の段階である事業計画策定支援の参考資料とする。

(2) 事業内容

①アンケートによる地域経済動向調査

【目的】

地域の事業者の実情を把握し、個々の経営分析や具体的な支援策について指導及び助言を行うことを目的とする。

【内容】

売上、雇用、資金繰り、設備投資、経営者の悩み、景況、経営課題、事業承継等

【対象者】

地域内小規模事業者（177 事業所）

【手段・手法】

郵送によるアンケート調査を実施（年 1 回実施）。

業況・売上高・採算等についてはD I（景気動向指数）により測定し、今後の業況判断に活かす。個別企業の業況については、業種別・規模別に分類し、経営分析に活用する。

また、調査結果をグラフ化することで可視化し、商工会独自の考察を加え、経済レポートとして調査対象事業所にフィードバックする。

【提供方法】

アンケートによる分析結果については、会報誌や商工会ホームページを活用し掲載するなどして結果を公表する。

また、巡回訪問時の個別相談基礎データとしても活用する。

【効果】

小規模事業者が地域内・外における自社の立ち位置を把握するとともに、上記で収集した情報は、経営状況を SWOT 分析にて分析し、事業計画策定に活用することで、小規模事業者の持続的発展に繋げることができる。

②地域経済分析システム「RESAS」を活用及び分析

「まち・ひと・しごと」創生本部から提供された地域経済分析システム「RESAS」を活用し、産業構造や交流人口の動態、将来人口推移や域内循環、観光客入込等を把握し分析して、当町の地域経済動向調査レポートを作成し、会報誌や商工会ホームページにて掲載する。

当町の地域経済を「見える化」することで、個社の事業計画策定支援や販売力強化支援に寄与する。

③公的資料の活用

経済センサス（年間販売額等の推移）、家計消費状況調査（全国・道内の世帯あたり家計消費額の推移）、中小企業庁及び金融機関の中小企業景況調査、北海道財務局小樽出張所のしりべし経済レポート等の公的統計資料等を活用し、全国・北海道・後志管内、共和町内におけるそれぞれの景況状況、業種別商工業者数、従業員数、販売額等を比較分析することで、各地域の景況感を把握し、経営計画策定時において、対象となる商圏設定やターゲットの絞り込みに活用する。

また、調査結果については、巡回訪問や窓口相談及び会報誌（年2回）、商工会ホームページにて小規模事業者へ情報提供を行い、事業計画策定支援に繋げる。

目標：次のとおり設定する。

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
アンケートによる地域経済動向調査	0	1	1	1	1	1
地域経済分析システムの活用及び分析	0	1	1	1	1	1
公的資料の情報提供回数	0	2	2	4	4	4

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1) 現状と今後の取組

現在の巡回訪問は、融資、税務、ネット de 記帳など記帳や融資事務に対する巡回に留まっていた。

また、経営分析は、前期比較や収益性、利益率中心の簡易的なもので行っており、小規模事業者の抱える経営上の課題発見のための経営分析ではなかった。

今後は、自己資本の内容（株主構成）や借入金の適正化（借入金月商倍率）など財務安定性と事業承継に係る分析やキャッシュフロー分析を行い、小規模事業者の持続的発展のため、伴走型支援を行う。支援については、ネット de 記帳の各種データ分析を活用した商工会職員の支援はもとより、各種セミナーの開催で計数管理の啓蒙やタブレットを活用した分析結果の見える化を図る。

さらに、専門的課題は、各支援機関（中小企業基盤整備機構、中小企業総合支援センター・よろず支援拠点、地域金融機関、北海道商工会連合会等）の専門家と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対してより深く支援する。

期待できる効果

小規模事業者が自社の経営状況が数値的に把握することにより、やる気や危機感の醸成が可能となる。また、従来の受動的な経営支援から能動的な伴走型の経営発達支援を図ることにより、商工会の体質改善と、経営分析手法の習得と専門家との連携による商工会職員の支援力向上を図ることができる。

(2) 事業内容

①経営状況分析

巡回訪問、各種セミナーの開催、日常の相談業務より、分析対象となる事業計画策定予定の小規模事業者を抽出する。

売上高総利益率、売上高経常利益率、各種回転率（収益性）や、従業員一人当たり売上総利益額や労働分配率（生産性）や、流動比率や自己資本比率等（安全性）などを基礎に数値的（定量的）経営分析を行う。

これは、小規模事業所の内部資源の「強み」、「弱み」や外部環境の「機会」、「脅威」の把握（SWOT分析）や、マーケティングミックスの製品、価格、流通、プロモーションの視点から定性的分析も行う。

また、現在支給されているタブレットの簡易ソフトを活用し、収益性、安全性、成長性の主要財務指標を分析し、小規模事業者に説明する。

さらに、業種に即したセミナーを開催することで、小規模事業者自身の課題を明確にし、これらの課題解決に向けた取組を進める。

これらは、商工会職員のOJT、OFFJTの場となり、商工会の支援体制の強化につながる。地域経済動向と自社の置かれている立場、課題を明確にすることにより、小規模事業者が顧客への訴求力向上と事業計画策定に向けた意識改革へ繋げる。

②商工会経理ソフト「ネット de 記帳」を活用した経営分析

ネット de 記帳を利用した各店個別データ分析（経営分析、資金繰り、キャッシュフロー分析）を行う。各事業者に決算だけでなく、月次で試算表を提示・説明することにより、タイムリーな計数管理が可能となり、強力な支援に繋げる。

この商工会経理ソフト、ネット de 記帳を利用している小規模事業者（19件）には、即時に計数管理の把握ができ個店の強み、弱みなどの経営資源に関する分析を加えることで、経営の安定と事業計画策定支援へ繋げる。

③専門家派遣の活用、支援機関との連携による経営分析

上記①、②の経営分析を行うにあたって専門的な知識や対応が必要な場合は、各支援機関（中小企業基盤整備機構、中小企業総合支援センター・よろず支援拠点、地域金融機関、北海道商工会連合会等）と連携し専門的支援を行う。

目標：次のとおり設定する。

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
セミナー開催回数	0	1	2	2	3	3
経営分析件数	0	5	10	10	15	15
巡回訪問件数	0	15	30	30	45	45

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 現状と今後の取組

現在、小規模事業者に対する事業計画の策定については、金融事務の添付資料として必要の際、随時作成支援を行っているが、本来の経営改善には活用されていなかった。

今後は、小規模事業者の経営課題解決のため、調査・分析結果に基づいた事業計画の策定支援と、事業段階・経営課題に沿った事業計画策定を支援し、巡回を中心とした伴走型支援により小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

期待できる効果

セミナーの開催や個別対応により創業予定者、第二創業や事業承継等の多様なニーズを把握して、目的にあわせた計画書の策定支援をする。個々の事業者ニーズを知ることで事業承継等のマッチング機能も発揮できる。

(2) 事業内容

①事業計画策定セミナー・商品開発セミナーの開催

2-③専門家派遣活用により、経営状況の把握、経営課題の抽出を行い、中・長期的な事業計画策定に取り組んでもらうため、事業計画策定セミナー（年1回）・商品開発セミナー（年1回）を開催し、策定事業者の掘り起しを行い、個別相談へと繋げる。

②事業計画の策定支援

小規模事業者に対し、需要動向、ターゲットマーケティング、損益・財務分析を活用し、策定計画と期日目標を持った中期目標の策定支援を行う。また、金融支援において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」の情報提供を行う。

③創業相談会の開催

これまでは受動的な窓口相談として対応していたが、今後は新たに創業に関する相談会を開催し、創業希望者の掘り起しとともに経営に対する知識向上を図り、創業計画の策定支援を行う。創業者については、計画策定支援のみならず、成功に導くための伴走型支援と必要に応じ専門家派遣を活用した支援を行う。

④第二創業（経営革新）支援の実施

第二創業（経営革新）に関する相談会を開催し、第二創業（経営革新）計画の策定支援を実施する。相談会開催により、企業の衰退期を迎える前に、業態転換や新事業、新分野進出などの将来性を見据え、また、業種環境を踏まえ計画的に支援する。

⑤後継者対策の取組

後継者対策は巡回訪問等により、創業希望者を掘り起し、マッチングの相談会等を実施し、スムーズな問題解決（経営権の委譲）に向けた支援を図る。

目標：次の通り設定する。

支援内容	現状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
巡回訪問回数（事業計画策定説明）	0	5	10	10	15	15
事業計画策定セミナー・説明会出席者数	0	5	10	10	15	15
商品開発セミナー出席者数	0	5	5	5	5	5
事業計画策定事業者数	0	5	10	10	15	15
創業支援者数	未実施	1	1	1	1	1
第二創業（経営革新）支援者数	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】

（1）現状と今後の取組

これまで事業計画策定を行ってきた事業者に対しての支援は、金融相談時の再事業計画策定が主であり実績評価のみだった。今後は事業計画・創業計画策定事業者に対し定期的なフォローアップを実施し、事業目標達成に向けた伴走型支援を行う。また、円滑な事業計画遂行と持続的な営業活動が行えるよう、日本政策公庫の融資申し込みや地元信用金庫などの資金活用提案も行う。

期待できる効果

定期的なフォローアップにより小規模事業者のニーズを把握し、事業計画の変更や改善、さらに、ステップアップする時期を見逃さずに支援することに繋げる。

（2）事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ

事業計画策定後は、3ヵ月ごとに定期的な巡回訪問により、進捗状況の把握、計画と実態の差異を確認・検討を行い、計画達成に向けての支援、計画改善についての提案を伴走型支援によりフォローアップする。専門的な課題については、よろず支援拠点や中小企業診断士等を活用し専門家と連携を図り支援する。

②創業等への伴走型支援

創業者や第二創業者に対し、事業計画策定後は、3ヵ月ごとに定期的な巡回訪問により同業他社及び異業種の経営者と意見交換（年1回）や、事業計画に基づきPDCAサイクルの手法に沿った支援を実施し、創業や第二創業後も安定した経営を持続できるように支援する。

③金融支援

事業計画の策定支援する小規模事業者に資金需要が発生した場合には、日本政策金融公庫小樽支店の「小規模事業者経営発達支援融資制度」と「小規模事業者経営改善資金」や、北海信用金庫岩内支店共和出張所の「共和町中小企業特別融資制度」を活用し、円滑な事業計画推進が図れるよう資金制度の情報発信と融資斡旋の支援を行う。

④補助金の活用

国の施策に基づいた各種補助金を活用する小規模事業者の補助申請の支援に取り組む。

目標：次の通り設定する。

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定支援企業に対する フォローアップ件数	未実施	7	12	12	17	17
融資あっせん件数・ 補助金申請件数	1	2	2	2	4	4

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状と今後の取組

これまで商工会は、消費者ニーズを的確に把握するための個社の取扱商品やサービスの改善につながる事業及びテストマーケティング等は実施しておらず、小規模事業者に対して情報提供をすることができなくなったことから、今後は、小規模事業者の新商品開発や販路開拓等において、事前に需要動向を把握するために、個社の取扱商品のトレンド分析やイベント等を活用したテストマーケティング等を実施し、消費者ニーズを把握して小規模事業者への情報提供と事業計画策定の支援をする。

期待できる効果

定期的に個社の取扱商品のトレンド分析やテストマーケティングを活用した需要動向調査を実施し、その結果を分析し把握することで、消費者ニーズを捉えることができ、個社の取扱商品及びサービスの改善や、新商品開発、新規顧客開拓などのマーケティングに有効に活用できる。

(2) 事業内容

①市場環境動向調査

【目的】

多様に変化する消費者ニーズを定期的に把握するために、日経テレコン POSEYES 等のツールを活用し、広域的な経済動向を調査・分析して、巡回訪問や窓口相談により、町内を商圏とする小規模事業者へ情報提供及びテストマーケティングを実施し、個社の商品、プロモーション、サービスの改善及び売上向上や事業計画策定支援に繋げることを目的とする。

【支援対象者】

町内を商圏とする小規模事業者（生鮮食料品・日用品小売業等）

【調査対象物】

加工食品（酒類等の飲料、加工食品等）、日用品（日用雑貨等）

【調査内容】

①日経テレコン POSEYES 等のツールを活用して、商品別（加工食品、家庭用品等）の季節ごとの売れ行きや特定商品の購入層（性別・世代）、地域別の販売傾向を分析し、考察を加えることで地域経済レポートを作成する。

②日経テレコン POSEYES 等のツールを活用した商品のトレンド分析情報や、作成した地域経済レポートをもとに、町内を商圏とする小規模事業者（生鮮食料品・日用品小売業等）にお

いて、トレンド商品（加工食品、日用品）のテストマーケティングを実施し、売上動向、購入層（性別・世代）及び品揃え満足度や、置いて欲しい商品、陳列・プロモーション・サービス（営業時間・営業日）などの消費動向やニーズを分析し、的確に把握する。

【提供方法】

①日経テレコン POSEYES 等のツールを活用した、商品のトレンド分析情報や作成した地域経済レポートは、会報誌及び当会ホームページにて支援対象者へ提供する。（年 2 回）
また、巡回訪問等において情報提供を行う。

②町内を商圈とする小規模事業者（生鮮食料品・日用品小売業等）において実施した、トレンド商品（加工食品、日用品）のテストマーケティングの結果から、売上動向や商品の売れ行き等の消費動向を分析し、個社にフィードバックして、商品ラインナップや商品陳列、ターゲットの絞り込み等、売上向上につながるプロモーション支援を行う。

【効果】

個社が今後取扱いを検討している商品等の市場動向が把握できることに加え、テストマーケティングの実施により、さらに個社の商品ラインナップ及びプロモーションやサービスの向上に繋がる。

②宿泊者ニーズ調査の実施

【目的】

隣接する泊村には、道内唯一の原子力発電所があり、現在は運転停止中であるが当町への経済波及効果は多大であり、平成 26 年度に泊発電所が公表した、岩内町、共和町、泊村、神恵内村への地場産業等（外注費、材料費、日用雑貨等、地元雇用費、民宿等利用費）を活用した経済効果は 64.7 億円であった。

また現在、原子力防災道路工事（泊村と共和町を結ぶ防災トンネル掘削工事）や高規格道路工事等で、本町の宿泊施設の稼働率は極めて高い状況にある。

そこで、長期滞在する工事関連作業員の宿泊者ニーズ調査を実施し、宿泊施設に宿泊する顧客の満足度を調査し、観光客等の需要に寄与することを目的として実施する。

【支援対象者】

町外を商圈とする小規模事業者（宿泊業：5 事業所）

【調査対象者】

長期滞在する工事関連作業員

【調査方法】

町内宿泊施設（5 施設）の宿泊部屋に、商工会にて作成したアンケート用紙を設置し、回答してもらう。事業者は宿泊者へ積極的な回答を促す。（回収目標 1 施設当たり 100 枚）

【調査内容】

「接客」、「料金」、「料理」、「アメニティ」、「宿泊回数」、「宿泊期間」、「宿泊した理由」等

【活用方法】

アンケート結果を集計し、結果をフィードバックして、個社の現状把握及びサービスの向上に活用する。

【効果】

個社の現状及び強み、弱みを明確にすることにより、宿泊者ニーズの動向が把握でき、長期滞在の顧客に対してのサービスの向上や新規顧客獲得につながる。

③イベントを活用したテストマーケティング**【調査目的】**

目標において掲げられている、らいでんブランドの農産物（メロン、スイカ等）の維持向上及び付加価値を高める商品開発を図るために、本町のイベントにおいて、消費者ニーズの調査を実施、結果を小規模事業者を提供することで、新商品の開発や既存商品の改良に係る事業計画策定に活用することを目的とする。

【支援対象】

事業計画策定を支援した小規模事業者で製造業者（らいでんブランドの農産物等を扱う製造業者3件）

【調査対象物】

地域資源である農産物及び農産物を活用した商品（らいでんメロンゼリー、スイカ糖、夏菓子漬等）

【調査対象者】

共和かかし祭に訪れた来場者500人の回収を目指す。

【調査方法】

イベント会場にアンケート調査用のブース（アンケート用紙等）を設置する。そこで調査対象物の試食を行い、アンケート調査を実施する。また、共和町観光協会と連携して人員の配置をし、回収率の向上を図る。

【調査内容】

1) 基礎項目

「居住地」、「年齢」、「性別」

2) ニーズ把握

「商品に対する味、消費者が求める味」、「手に取りやすいパッケージ」、「量及び価格のバランス」、「商品に対する信頼性（原材料の産地など）及び評価」、「土産品としての購買意欲」、「共和町という地域性からイメージする食材やキーワード」、「新商品開発へのアイデア」。

【活用方法】

アンケートにより得られた結果を、性別や年代といった階層ごとのデータとして整理・分析し、事業計画へのフィードバックによる経営力向上や商品の強化及び新商品開発に資する取り組みにつなげる。

【効果】

商品の評価や商品への期待することが明確になることにより、新商品開発等に係る事業計画の策定をスムーズに行うことができる。また、得られたデータを基に下記 6. (2)、②商談会等への出展を図る。そこでバイヤーからの意見聴取や消費者アンケートを実施。更なる消費者ニーズの把握に努めるとともに、首都圏への販路拡大を図り、ブランドの知名度向上につなげる。

④関係機関と連携した調査**【調査目的】**

らいでんブランドの強化を図るべく、小規模事業者に対して地域農産物の販路拡大と農商工連携や六次産業化を活用した新商品・新サービス開発に繋がる情報提供を行うため、関係機関と連携強化を図ることを目的とする。

【調査対象物】

地域資源である農産物及び農産物を活用した商品（らいでんメロンゼリー、スイカ糖、夏菓子漬等）

【調査対象者】

関係機関（共和町、JA きょうわ、観光協会）

【調査方法】

関係機関に調査対象物を試食してもらい、5- (2) . ②の調査結果を踏まえて、年2回の全体の情報交換を実施して、「らいでんブランド」としてふさわしいかを検討をする。

【活用方法】

その結果をまとめて、事業計画策定を支援した小規模事業者で製造業者にフィードバックする。

【効果】

事業計画策定を支援した小規模事業者と、農協や農業者との連携強化が見込まれ、らいでんブランドの強化を図るべく、地域農産物の販路拡大と農商工連携や六次産業化を活用した新商品・新サービス開発に繋がる。

⑤バイヤーからの情報収集**【調査目的】**

事業計画に基づき商談会等の出展を予定している小規模事業者に対して、事前に出展商品に対するアンケート調査（ヒアリング調査）を実施し、その結果をフィードバックして、出展商品のブラッシュアップを行い、スムーズな商談会等への出展ができることを目的とする。

【調査対象】

調査対象物を取扱っている取引先及び未取引先（大型量販店、近隣スーパー等）

【調査対象物】

地域資源である農産物及び農産物を活用した商品（らいでんメロンゼリー、スイカ糖、夏菓子漬等）及び開発した新商品

【調査項目】

「商品に対する味」、「パッケージデザイン」、「価格」、「購買意欲」、「改善点等の評価」、「ロット」、「納期」、「引渡し条件」、「支払い条件」、「包装状態」、「梱包形態」等

【調査方法】

- ・調査対象物を取扱っている取引先に対しては、事業計画策定を支援した小規模事業者で製造業者が開発した新商品を試食してもらい、上記項目によるアンケート及びヒアリング調査を実施する。
- ・未取引先（大型量販店、近隣スーパー等）に対しては、既存の調査対象物を試食してもらい、上記項目によるアンケート及びヒアリング調査を実施する。

【活用方法】

アンケート結果は、事業計画策定を支援した小規模事業者で製造業者にフィードバックして、出展商品のブラッシュアップを行い、円滑な商談会出展等を支援する。

【効果】

事前に市場及び流通などの消費者ニーズを取り入れることにより、出展商品の磨き上げを行うことができる。また、スムーズな商談会等への出展や、更なる売上向上及び販路開拓に寄与することができる。

目標：次の通り設定する。

支援内容	現状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
市場環境動向調査及び情報提供回数	0	2	2	2	2	2
市場環境動向調査に係るテストマーケティング回数（事業所数）	0	1（5）	1（5）	1（10）	1（10）	1（10）
宿泊者ニーズ調査（事業数）	0	1（5）	1（5）	1（5）	1（5）	1（5）
イベントを活用したテストマーケティング	0	1（3）	1（3）	1（3）	1（3）	1（3）
関係機関と連携した調査・情報交換会	0	2	2	2	2	2
バイヤーからの情報収集・結果提供事業数	0	1（1）	1（3）	2（3）	2（3）	2（3）

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】**（1）現状と今後の取組**

販路開拓支援といえば、商工会役員や過去に商談会等に参加した事業者以案内するだけであり、参加する小規模事業者も限定されていた。

今後は、平成 36 年度の北海道横断自動車道の高規格道路「余市 JC～共和 JC」の供用構想に伴い、交流人口の増加を見据えた取り組みが重要となる。

特に需要動向調査の分析から得た情報を基に、企業の販路開拓や商品・サービスの見直し及びブラッシュアップに繋げることや、新商品開発や各商談会等への参加を積極的に促す。

期待できる効果

町外需要を開拓することにより、特に観光関連の業種（宿泊業・飲食業・サービス業等）においては、効率的な売上・利益の増加につながる。

また、インターネットを活用した情報発信を積極的に行い新たな需要開拓の支援を実施する。

(2) 事業内容

①新商品開発や販路拡大の取組支援

【目的】

事業計画策定を支援した小規模事業者で製造業者と、農協及び農業者とのマッチングを支援し、らいでんブランドの農産物等を活用した農商工連携や六次産業化に向け、情報提供及び補助金の活用等の支援をすることで、個社の販路拡大及び売上向上につなげることを目的とする。

【対象者】

事業計画策定を支援した小規模事業者で製造業者(らいでんブランドの農産物等を扱う製造業者3件)

【支援方法】

農協及び農業者へ5-(2)・③及び④の需要動向調査の結果を公表し、小規模事業者との農商工連携や、六次産業化等のマッチングに向けた情報提供及び補助金等の活用について支援を行い、農協関連市場に進出できるよう支援する。

【効果】

支援対象小規模事業者においては、需要動向調査を踏まえ、補助金等を活用した新商品開発をすることにより販路拡大及び売上向上につながる。

また、農協や農業者とのマッチングによる地域活性化も見込まれる。

②展示会・商談会参加による需要開拓支援

【目的】

既存の商品や新たに開発した商品に対して、需要の開拓に向けて、支援機関が開催する商談会や展示会への出展支援を行います。

【対象者】

事業計画策定を支援した小規模事業者で製造業者(らいでんブランドの農産物等を扱う製造業者3件)

【手法】

北海道商工会連合会で実施する「北の味覚、再発見」等の展示会や商談会への出展に際して、出展事務手続支援や、専門家(バイヤー等)による商品規格書作成及びバイヤーへの対応セミナー、需要動向調査を基に商品やパッケージのブラッシュアップ支援を行う。また出展している個社に対しては、出展した際に出た課題を整理し、商品やパッケージのブラッシュアップ支援及び、専門的な支援が必要な場合は、専門家派遣や補助金を活用した支援を行う。

【効果】

需要動向調査や経営分析においてターゲットの絞り込みによる、商談会等への出展支援により、商談成立を目指した新たな需要の開拓に寄与します。

③各種メディアを活用した需要開拓支援

現在、ITツールを活用した販売促進を行っている小規模事業者は少ないため、外部機関、専門家と連携を図り、インターネット販売の構築による販路開拓支援を実施する。主に商工会インフォメーションツール「SHIFT」や「ニッポンセレクト.com」を活用した販路拡大の支援を行い、実施する小規模事業者に対して、実施後の販売状況や商品アイテム等に関するマーケティング等について、4ヶ月毎に巡回してフォローアップを行う。

【目的】

現在、IT ツールを活用した販売促進を行っている小規模事業者は少ないため、外部機関、専門家と連携を図り、インターネット販売の構築による販路開拓支援を実施し、新たな市場へ向けた需要開拓を図ることを目的とする。

【対象者】

広域的な需要が想定される商品を有する小規模事業者

【手法】

インターネットによる需要の開拓を創出するため、北海道商工会連合会と連携して推進している無料HP作成ツール「SHIFT」による操作方法支援を行います。また、更に売上のアップを目指す事業所には「楽天市場」「YAHOO ショッピング」等の大手ネットショップポータルサイトへの登録等についても支援する。

【効果】

SHIFTは、無料でかつネットショッピング機能が備わっている為、個者の商品のみならず、技術やサービスといった無形資産による需要開拓にも寄与することができます。また、大手ポータルサイトに出店することで売上を大きく伸ばす可能性がある。

④広域エリアでの新たな販路拡大の検討支援

【目的】

平成28年度より後志管内北部に位置する岩宇4カ町村（岩内町、共和町、泊村、神恵内村）の行政では、広域的な地域の魅力発信やPR事業等を行うことを目的に「岩宇まちづくり連携事業」を実施している。商工会においては、岩宇商工会広域連携協議会（共和町、泊村、神恵内村）において、ニセコエリアの観光客の需要を取り込む事業を実施することが目的である。

【対象者】

地域の土産品となる商品を有する製造小売業者

【手法】

当町には岩宇地域特産品の販売促進機能を兼ね備えた道の駅等の施設がない。

そこで岩宇商工会広域連携協議会において年3回、販路拡大を目的とした検討会議を開催し、商品開発及び出展に適した商品の検討についても併せて協議して、平成31年を目標に近隣であるニセコエリア（倶知安町、ニセコ町）において「くっちゃんアンテナショップ運営推進協議会」が運営しているアンテナショップ（くっちゃんマルシェゆきだるま）や道の駅等に出展するとともに、広域連携協議会のホームページを作成しPRすることで新商品等の知名度向上に繋げる。

【効果】

道内外及び海外から、年間約160万人を超える観光客が訪れるニセコエリアで、岩宇地域の魅力を発信するアンテナショップに出店することにより、対象事業者の売上増加（前年対比10%増）を見込め販路拡大につながる。また、広域連携協議会のホームページを活用することにより、小規模事業者の売上機会の創出に寄与できる。

目標：次の通り設定する。

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
新商品開発・販路拡大取組み企業数	0	1	2	3	3	3
展示会・商談会成立件数	0	1	2	3	3	3
S H I F T活用事業者	18	20	50	80	100	130
売上増加事業者数（IT活用）	0	0	1(10%)	2(10%)	3(10%)	3(10%)
広域エリアでのアンテナショップ出店企業数（アイテム数）	0	0	0	3(3)	3(5)	5(10)

II. 地域経済の活性化に資する取組

（1）現状と今後の取組

現在はイベント等の実施に留まっており、小規模事業者の経営への波及・貢献を考慮した企画にまでは注力できていないことが課題であった。

これら課題解決に向け今後は、共和町、観光協会、商工会青年部・女年部・農業関係団体等による若い世代を含めて「共和町地域経済活性化次世代会議（仮称）」を年2回開催し、今後の地域経済活性化の方向性を検討する。

また、地域経済の活性化へのテーマとしては「共和町への新しいひとの流れをつくる」ことを第一に考え、検討した地域経済活性化の方向性を踏まえ、賑わいの創出、町内消費拡大を目的とした、新たなイベント等を実施する。

さらに、地域における特産品の開発や売り込み、PRについても積極的なバックアップを図る。

（2）事業内容

①共和町地域経済活性化次世代会議（仮称）による検討

上述の「共和町地域経済活性化次世代会議（仮称）」において、「商工業」を中心とした地域経済活性化の方向性について検討する。

②特産品開発と販路開拓

地元住民・小規模事業者及び行政と連携して、地元の名産品や特色ある農産物をコラボレーションして「きょうわブランド」の特産品開発・販路開拓をする必要がある。商工会が中心となり「特産品開発・販路開拓プロジェクト（仮称）」を立上げ、小規模事業者から構成し、外部より町担当者や有識者（中小企業診断士等）にプロジェクトへ参画して頂き、特産品開発・試作・試売を行い地域ブランドの完成を目指す。また、共和町の特産品についても広く当会HPや展示会・商談会出展により積極的なPRを図る。

③特産品による地域振興

JAきょうわとの農商工連携事業の一環として、当町名産の農産物と名産品をコラボレーシ

ョンした高付加価値の地域特産品を、「かかし祭」（2日間で、33,000人の集客がある。）等のイベントでのPRと販路拡大を目指す。これにより当町の農産品・特産品のPRと、あわせて「出張：岩宇地域のアンテナショップ」を開設してまちに人を呼び込むための仕掛けづくりをして、小規模事業者による農商工連携の取組みを一層促進させる。

④建設工業部会振興事業

建設工業部会事業の一環として近隣町民を対象としたリフォーム関連のイベントを実施し、新規顧客の獲得を支援する。また、かかし祭においても、建設工業部会のブースを出展し、町内外への広告宣伝強化を図るなどの支援を強化する。

⑤プレミアム商品券発行事業

平成25年度より共和町等の補助金で、20%プレミアム付商品券を総額3,000万円販売するプレミアム商品券発行事業を実施している。この事業は、町外への購買力流出を防止し、地元小規模事業者の育成に大きな効果があることから、共和町へ要望し引き続き事業継続する。

目標：次の通り設定する。

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
特産品開発件数	0	2	3	3	5	5
消費活性化イベント開催回数	未実施	1	2	2	2	2
リフォーム関連イベント開催回数	未実施	1	2	2	2	2
プレミアム商品券事業 (※現状は、国等の補助あり。)	71,500 千円	30,000 千円	30,000 千円	30,000 千円	30,000 千円	30,000 千円

期待できる効果：①～⑤

商品開発・PRでは、早期商品化を目指し、積極的な売り込み、伴走支援を図ることで、小規模事業者の売上機会の創出に寄与できるものと考えている。

イベント開催では、新たな需要の開拓を促すことができる。また、プレミアム商品券事業では、消費流通の確保並びに地元消費を促進し、小規模事業者の持続的発展に寄与できる。

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

(1) 現状と今後の取組

現在、他の支援機関との情報交換については、日本政策金融公庫、地元信用金庫、岩宇商工会広域連携協議会および北海道商工会連合会などによるものに限られていた。

今後については、中小企業基盤整備機構、北海道中小企業総合支援センター、よろず支援拠点などと連携を図り、支援ノウハウ、支援の現状、地域経済状況などについて情報収集を行う。

また、小規模事業者の支援をスピーディーかつ具体的に実施するための支援ノウハウについて、情報共有を図る。

さらに、北海道商工会連合会との連携を図り、全道の商工会経営指導員が一堂に会する「全道経営指導員研修会」等において、支援のノウハウ、支援の現状、問題解決方法について情報交換をする。この他、初めて実施する商談会の開催ノウハウについてなどの情報交換を図る。

(2) 取組内容

①関係機関と連携した情報交換

専門家（中小企業診断士等）、当町産業課担当（共和町産業課長）、町内企業の有識者（税理士）、北海信金岩内支店共和出張所などの外部委員による外部委員会を設置し委員会前に、専門家と事業計画策定・実行支援や需要動向調査・需要開拓に係る支援手法、支援の現状・新たな施策状況等について情報交換を行う。

また、職員の資質向上と経営発達支援事業の実施に向けた具体的な実施状況についての意見交換を行う。

②金融機関との連携

日本政策金融公庫小樽支店が主催する後志管内地域の「小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会」と地域金融機関との懇談会において創業・第二創業や地域経済活性化等の情報交換を行い、職員の資質向上と経営発達支援事業の実施に向けた取組を図る。（年2回）

③経営支援研修会による情報共有

従来から実施している後志管内商工会経営指導員研修会（16商工会・年2回）と全道商工会経営指導員研修会（152商工会・年1回）時に経営支援事例発表があり、その支援ノウハウ等の情報共有を図る。

また、岩宇商工会広域連携協議会（構成：泊村商工会、神恵内村商工会、共和町商工会）の経営指導員から補助員までの経営支援会議を年1回以上開催し、その中で支援のノウハウ、支援の現状、問題解決方法について情報交換を行い、職員の資質向上と経営発達支援事業の実施に向けた取組を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と今後の取組

北海道商工会連合会の定める研修体系要項により、職種別・分野別で専門及び一般研修に参加し、知識の習得に取組んでいるが、それらの研修で得た知識を職員間で共有する機会は少なく、担当者によって相談対応に差が生じていることから、次のとおり職員全体の支援レベルの向上に取り組む。

(2) 取組内容

(1) 職種別研修

経営指導員：経営支援計画を進めるうえで、経営課題の抽出を目的とした経営分析手段や小規模事業者の持続的な経営に必要な販路開拓支援に対するスキルと提案型支援が行われる知識・技能・支援ノウハウを習得する。

- ① 全道商工会経営指導員研修会（一般研修）
- ② 中小企業基盤整備機構北海道本部主催の中小企業支援担当者等研修（専門研修）
- ③ 管内経営指導員研修（管内職員協議会主管）
- ④ 全国商工会連合会WEB研修
- ⑤ 関係機関が開催する支援能力の向上に資する研修会、情報交換会、説明会等

補助員：経営支援計画を進めるうえで、指導員補佐役として経営指導員と遜色のない税務・金融スキルの習得及び経営状況の把握と分析力・提案力を高め提案型支援ができよう知識とノウハウを習得する。

- ① 全道商工会補助員等研修会専門研修（専門研修）
- ② 全道ブロック別商工会補助員等研修会（一般研修）

③ 全国商工会連合会WEB研修

④ 管内補助員等研修（管内職員協議会主管）

⑤ 関係機関が開催する支援能力の向上に資する研修会、情報交換会、説明会等

記帳専任職員等：経営支援計画を進める上で、インターネットを活用した地域・経済動向調査に必要な情報収集能力や需要開拓を創出するためのSNS等を活用した情報発信能力のスキルを向上させ、記帳継続指導から経営状況把握と分析力を高め、金融・税務面からの提案型支援に取り組めるように知識とノウハウを習得する。

① 全道商工会補助員等研修会専門研修（専門研修）

② 全道ブロック別商工会補助員等研修会（一般研修）

③ 情報化支援システム研修

④ 管内補助員等研修（管内職員協議会主管）

⑤ 関係機関が開催する、支援能力の向上に資する研修会、情報交換会、説明会等

（2）職場内研修・情報共有

各職員が研修会で修得した知識は、毎月1回実施する職員会議時に勉強会を開催し、習得した支援ノウハウ及び小規模事業者の経営状況の分析結果等について報告する。また、研修等で得られた支援及び分析知識や小規模事業者の経営状況や支援に係る進捗状況等を共有するために、電子媒体を活用してデータベース化を図り商工会の共有フォルダへ保存する。

経験の浅い職員については、支援キャリアを踏まないで経営支援能力は向上しないためOJTにより経営支援の機会を与え支援能力の向上を図る。

（3）広域連携協議会による資質向上

後志地域の近隣商工会の経営指導員や岩宇商工会広域連携協議会の3商工会による独自の勉強会（経営支援会議）を年1回以上開催し、スキルアップ並びに組織内における経営指導員のノウハウを共有する。

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

本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、PDCAサイクルに基づき評価検証を毎年度行い、改善プロセスを明確にすると共に年1回以上見直しを図り、年4回程度開催する商工会理事会に説明し、経営発達支援計画に基づいた小規模事業者への持続化支援を図る。

具体的には以下の方法による。

現在、経営改善普及事業については、理事会で審議され総会で承認を受けて実施しているが、事業の進捗状況を報告する委員会を開催していないため、事業の評価や見直しでこなかった。

今後は毎年度、次のとおり事業の実施状況及び成果について評価・見直しをする。

（1）毎月1回職員会議で各事業の進捗管理・事業評価を行い、事業内容の見直しを検討する。

（2）専門家等による外部委員会（年1回）を設置し、当町産業課担当（共和町産業課長）、町内企業の有識者（税理士）・北海信金岩内支店共和出張所などの外部委員により、事業の実施状況、事業成果に対する評価・見直し案の提示を行う。

（3）総務委員会及び商工会理事会において、評価・見直しの方針を決定する。

（4）事業の成果・評価・見直しの結果については、町へ報告し、承認を受ける。

（5）事業の成果・評価・見直しの結果を計画期間中、当会HPにおいて公表するとともに、当会事務所に備え付け、小規模事業者が閲覧できるようにする。

<http://www.shokokai.or.jp/01/014011000/index.htm>

(別表2)

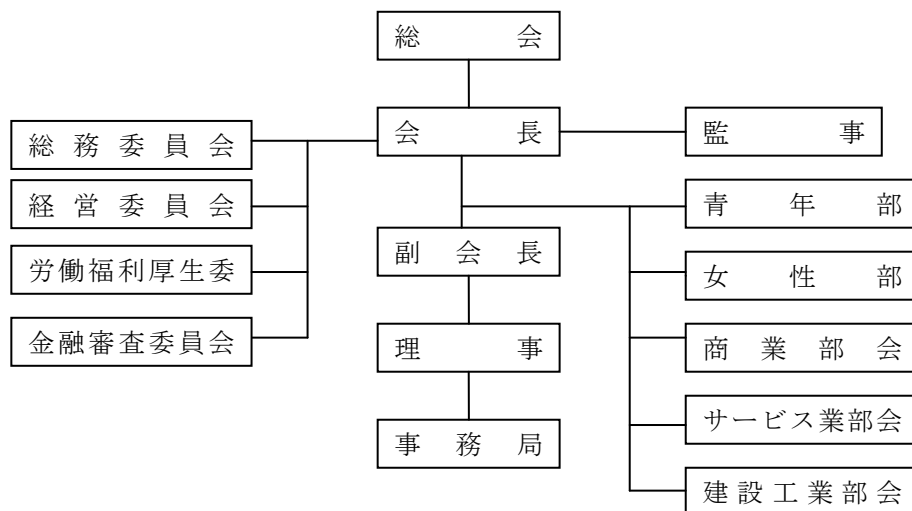
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成28年11月現在)

(1) 組織体制

① 共和町商工会組織図



② 共和町商工会事務局

事務局長	1名	山田	幸夫
経営指導員	1名	高見	正人
補助員	1名	和田	善裕
記帳専任職員	1名	水谷	安里

(2) 連絡先

共和町商工会

〒048-2202

北海道岩内郡共和町南幌似37番地13

電話：0135-73-2475 fax：0135-73-2662

ホームページ：<http://www.shokokai.or.jp/01/0140110000/index.htm>

e-mail: skyowa@rose.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)

	平成 29 年度 (29 年 4 月以降)	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
必要な資金の額	3,320	3,310	3,500	3,500	3,500
経営改善普及事業	660	810	1,000	1,000	1,000
旅費	130	200	200	200	200
指導事務費	490	600	650	650	650
小規模事業施策普及費	40	100	150	150	150
地域振興事業費	2,000	2,500	2,500	2,500	2,500
総合振興費	2,000	2,500	2,500	2,500	2,500

(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、国補助金、道補助金、町補助金

(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
<p>国の小規模政策に係る支援を有効に活用するため、商工会職員の資質向上と支援力の向上を図り、行政、北海道商工会連合会、金融機関、その他支援機関との連携を強化し、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に迅速かつ細やかな支援を実施する。</p>
連携者及びその役割
<p>1. 名 称：北海道経済産業局 代表者：局長 児嶋 秀平 住 所：〒060-0808 札幌市北区北8 条西2 丁目 札幌第1 合同庁舎 電 話：011-709-3140 ・北海道経済産業局（中小企業課）の施策などを情報提供し、関連性のあるものについてサポートいただく。</p> <p>2. 名 称：北海道 代表者：知事 高橋 はるみ 住所：〒060-8588 札幌市中央区北3 条西6 丁目 電話：011-231-4111 ・北海道の施策などを情報提供し、関連性のあるものについてサポートいただく。</p> <p>3. 名 称：北海道商工会連合会 代表者：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 電 話：011-251-0101 ・北海道商工会連合会独自で持っている、専門家派遣などについてサポートいただく。</p> <p>4. 名 称：北海道よろず支援拠点 担当者：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 ・複雑、高度、専門的な相談案件について、専門家派遣のサポートいただく。</p> <p>5. 名 称：独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道支部 代表者：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 ・経営指導員等のスキルアップ、資質向上を図るため、研修会を実施する。</p>

6. 名 称：北海道中小企業総合支援センター
代表者：理事長 伊藤 邦広
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9F
電 話：011-232-2001
・中小企業総合支援センターや中小企業庁WEBサイト「ミラサポ」の専門家或いは、独自で持っている補助金や助成金等についてサポートいただく。
7. 名 称：共和町
代表者：町長 山本 栄二
住 所：〒048-2292 岩内郡共和町南幌似38番地13
電 話：0135-73-2011
・地域産業振興と特産品開発事業などについてのサポートをいただく。
8. 名 称：きょうわ農業協同組合
代表者：組合長 石田 吉光
住 所：〒048-2201 岩内郡共和町前田167番地
電 話：0135-73-2121
・特産品開発事業などについてのサポートをいただく。
9. 名 称：(株)日本政策金融公庫小樽支店 国民生活事業
代表者：事業統括 若狭 弘幸
住 所：〒047-0032 小樽市稲穂2-1-3
電 話：0134-23-1167
・小規模事業者経営発達支援融資などについてのサポートをいただく。
10. 名 称：北海信用金庫 岩内支店共和出張所
代表者：共和出張所長 清原 一美
住 所：〒048-2143 岩内郡共和町国富2
電 話：0135-72-1671
・町融資やプロパー融資などについてのサポートをいただく。
11. 名 称：(有)ケイ・エス・シー
代表者：代表取締役 笹山 喜市（中小企業診断士）
住 所：〒003-0029 札幌市白石区平和通9 丁目北1番29号
電 話：011-231-1377
・各種支援事業の指導や事業計画の指導や加工特産品開発の指導についてサポートいただく。
12. 名 称：税理士法人TRY会計
代表者：代表税理士 清須 直人
住 所：〒040-0032 岩内郡共和町老古美48番地2
電 話：0135-62-0700
・小規模事業者の経営計画策定においての専門的課題の助言についてサポートいただく。

連携体制図等

