

経営発達支援計画の概要

| | |
|------|--|
| 実施者名 | 神恵内村商工会（法人番号 5 4 3 0 0 0 5 0 0 8 5 5 2） |
| 実施期間 | 平成 2 9 年 4 月 1 日～平成 3 4 年 3 月 3 1 日 |
| 目 標 | <p>地域小規模事業者の経営課題を的確にとらえ、個別企業の経営力の向上、販売促進等の相談指導を伴走型で支援し、事業者の経営の持続的な発展を目指します。観光客等の交流人口の増加を図り、地域団体との連携により継続的な事業を行い、特産品等の開発や新たな販路開拓に努力する企業を重点的に支援することにより、企業活動、地域企業の売上の拡大、技術・技能の維持向上、安定的な雇用の維持に努め、地域経済の持続的な発展を図ることを目標とする。</p> |
| 事業内容 | <p style="text-align: center;"><u>経営発達支援事業の内容</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること 村内及び地域内の経済動向を調査・分析、地区内の購買層、観光客の動向等を認識し、各事業所へ提供する。 2. 経営状況の分析に関すること 地区内の事業者の経営分析を行い、問題点の改善や将来への不安を取り除き、今後の経営への気力を増進せる。 3. 事業計画策定支援に関すること 事業者が経営課題を解決するため、記帳機械化による事業計画策定支援を行い、専門家と連携し、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の持続的な発展を図る。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 策定された事業計画の実施の把握とあらゆる機関を利用した伴走型支援により事業の持続的な発展を図る。 5. 需要動向調査に関すること 域内の需要動向を的確に把握し、経営分析、事業計画実施支援への基礎データとして活用し事業者の持続的な発展を図る。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 関係機関と連携し、地域の特産品を広く P R するため、全国連、連携機関が開催する展示会、商談会への参加を図る。また、地域の特産品及び地域の観光資源等を P R するために、簡単に各自発信していく仕組みづくりを行う。 <p style="text-align: center;"><u>地域経済の活性化に資する取組</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域経済活性化事業 地域連携機関と協力し、各地区の祭り行事等に参画及び意見交換等を行い、イベントでの特産品販売の機会の創出。及びテスト販売を行い P R を強化し、地域経済活性化を図る。また、岩宇地区（近隣）の商工会との連携による地区において特産品の販売、試食を行う場を設け、販売促進・P R に繋げる。既存観光振興事業と神恵内村が進める域学連携道の駅強化プロジェクト事業を積極的に推進し、村外からの誘客に繋げ地域活性化を図る。 |
| 連絡先 | <p style="text-align: center;">神恵内商工会 北海道古宇郡神恵内村字ヘルカレイシ59-3 TEL 0135-76-5115 FAX 0135-76-5512 E-mail kamoenai@rose.ocn.ne.jp HP http://www.shokokai.or.jp/01/0140410000/</p> |

(別紙1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業目標

1 地域の現状

1. 神恵内村の概況

日本海に突き出た積丹半島の西海岸に位置する神恵内村。長さ 39 km からなる海岸線の大部分は「ニセコ積丹小樽海岸国定公園」に指定され海食崖が連なる急峻な海岸地形と点在する奇岩怪石の変化に富んだ威容なたたずまいは、まさに「秘境」と呼ぶにふさわしく、地域固有の貴重な景観資源となっています。

神恵内は周辺を積丹町、古平町、泊村に囲まれ、隣村の泊村には現在停止中ではありますが、道内唯一である原子力発電所があります。

村域は東西 13.7 km、南北 39.27 km で総面積 147.80 km² であり、その大半を山岳地帯が占めており、平坦地である沖積平野は古宇川下流部に見られ、数少ない平坦地に中心街が形成されています。

札幌からの車のアクセス状況は古平町経由で約 2 時間 10 分、千歳空港からは 3 時間 10 分の距離にあります。



2. 人口の推移

1. 神恵内村の総人口は平成 22 年の国勢調査で 1,122 人となっておりますが、平成 2 年から 22 年の約 20 年で約 470 人減少、直近の**平成 28 年 9 月末現在の人口は 904 人**となっており、北海道では 2 番目に人口の少ない自治体であります。

総世帯数は平成 22 年では 473 世帯、平成 2 年からの 20 年においても 155 世帯が減少となっており、平成 28 年 9 月末現在は、487 世帯であり平成 22 年と比較すると若干ではありますが増加しています。

2. 年齢別人口の割合推移は、高齢者の人口割合の増加が顕著であり、平成 22 年におきましては 65 歳以上は既に 40% を超えており、北海道の老年年齢の平均値 27% よりもかなり高い数値となっていることから、地域住民の高齢化と合わせて、人口減少が着実に進行し消費動向の低迷に繋がっていくのが予想されます。



■人口・世帯数の推移表（神恵内村国勢調査）

| | 平成 2 年 | 平成 7 年 | 平成 12 年 | 平成 17 年 | 平成 22 年 |
|----------|--------|--------|---------|---------|---------|
| 総人口 | 1,596 | 1,481 | 1,325 | 1,319 | 1,122 |
| 世帯数 | 628 | 612 | 579 | 612 | 473 |
| 1世帯当たり人数 | 2.54 | 2.41 | 2.28 | 2.15 | 2.37 |

■ 年齢階層別人口推移表（神恵内村国勢調査）

| 年齢階層 | | 平成 12 年 | 平成 17 年 | 平成 22 年 |
|---------|-----|---------|---------|---------|
| 0～19 歳 | 人数 | 161 | 134 | 118 |
| | 構成比 | 12.1% | 10.1% | 10.5% |
| 20～64 歳 | 人数 | 660 | 671 | 520 |
| | 構成比 | 49.8% | 50.8% | 46.3% |
| 65 歳以上 | 人数 | 504 | 514 | 484 |
| | 構成比 | 38.0% | 38.9% | 43.1% |

3. 地域基幹産業の現状

①水産業の状況

古宇郡漁協神恵内村支所では、春はサクラマス、ホッケ、カレイ類、夏はウニ、イカ、秋はサケ、冬はタラやアンコウなどを水揚げしておりますが、近年、地球温暖化による海水温度上昇に伴い漁獲高は年々減少傾向にあり、漁業の安定化を図るため、各種増養殖漁業に取り組み「獲る漁業」から資源管理型の「つくり育てる漁業」へ転換を図っております。

平成 22 年からは磯焼けの海域でコンブなどの藻場造成に取り組む「神恵内村藻場 LAND プロジェクト」を実施しており、かつての豊かな海を取り戻すため、産・学・官・漁業者が協働し、海の森林づくりを進めております。

近年はナマコの養殖にも力をいれて事業の回復を図っているところではありますが、従事者の高齢化、後継者不足などの問題が多岐に渡り、基幹産業は減衰傾向にあり地域経済の衰退が懸念されております。

②観光産業の状況

神恵内村にとって観光産業は、漁業とともに地域経済の礎を担う基幹産業の一つです。現在の観光客の入込状況は、昭和の年代においては年間 23 万人近い観光客が入込しており、平成の代に入ってから増加の傾向を示し、国道 229 号の開通した平成 8 年度には 73 万人となり、それ以降は徐々に下降し、平成 26 年度においては 17 万人まで落ち込んでおります。

観光客の減少は、宿泊・土産品等の観光関連業者に与える影響は大きく基幹産業である観光産業の復興が重要であると言えます。

このような中、観光復興による入込客数の増加に繋げるため、現在、村と道都大学が連携し、「域学連携道の駅機能強化プロジェクト委員会」を設置（H27 年 8 月）。大学・自治体、商工会や地域

の団体と連携し、自然資源、温泉資源や歴史文化資源、地域特産品など複合的に組み合わせた観光の検討を進めており、観光客の集客増による地域活性化を進めています。

4. 地域の小規模事業者の現状

①地域小規模事業者の現状

- ・小規模事業者数 47 企業（平成 28 年 4 月 1 日現在）

村内の商工業者数は 48 件、内小売業 21 件、サービス業 7 件、宿泊業 9 件、飲食業 4 件、建設業 5 件、製造業 2 件であり、小規模事業者数は全体の 97.9%を占めています。

| 業 種 | 建設業 | 製造業 | 卸売業 | 小売業 | 飲食業 | 宿泊 | サービス業 | 計 |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|----|-------|----|
| 商工業者数 | 5 | 2 | - | 21 | 4 | 9 | 7 | 48 |
| 小規模事業者数 | 5 | 2 | - | 21 | 4 | 8 | 7 | 47 |
| 商工会員数 | 2 | 2 | - | 14 | 4 | 6 | 4 | 32 |

- ・小規模事業者の高齢化、新規創業・廃業の状況

経営者の高齢化は深刻な状態にあり、商工業者 48 事業者の平均年齢は 66 歳となっており、60 歳以上の事業者は 34 事業者で後継者のいる事業所は現在のところ 4 事業者となっており、

新規創業事業者は平成 12 年に 1 件（サービス業）、平成 26 年に 1 件（住宅設備業）と極めて少ない状況であり、廃業状況は平成 20 年から 7 事業者が廃業しており、加えて、10 年後には 8 割の事業者が 70 歳を超え高齢化がますます進み、高齢化による廃業により生活関連業種の減少、地域経済の衰退による「買い物難民問題」などの地域住民の生活にも影響が及び地域コミュニティーの崩壊が懸念されます。

②商業・サービス業の現状

小規模事業者の 80%以上を占める小売業、飲食サービス業ですが、人口の減少と消費者の高齢化によって購買力の低下、消費者ニーズへの対応の遅れや、不足商品（日配品、生活雑貨の一部、家電、書籍等）、不足業種（コンビニ、娯楽施設等）による近隣町村への購買流失、大手移動販売車利用増等によって年々売上げが減少しております。平成 20 年と平成 25 年の比較をみても 21.7%売上額が減少している状況にあります。

③工業・建設業の現状

村内の製造業者は、海産物加工業 1 事業者、お菓子製造業 1 事業者の 2 事業者であります。いずれの事業者も神恵内で唯一の加工特産品を製造販売している店舗であり、観光客の減少、魚介類の漁獲量の減少に伴う原材料の高騰、人口減少・高齢化による雇用の人材不足などから積極的な営業活動や設備投資もできない状況であり、経営環境は大変厳しい状況にあります。

建設業においては 2 事業者であり、村民からの受発注や公共工事の減少により、地域外での工事が多く、原材料の高騰によるコストの増加、人材不足により経営環境は益々厳しい状況であります。製造業・建設業についても後継者の見通しは立っていない状況であります。

④観光宿泊業の現状

宿泊業においては9事業者が民宿・旅館を営んでおり、事業者の高齢化・後継者不足による廃業が進んでいる状況です。

宿泊状況（ビジネス客）については、当村や近隣の公共・民間事業の削減、企業の経費削減による宿泊費の削減等により年々減少傾向にあり、観光客の宿泊状況においても、個々による顧客に対するサービスの向上、施設情報等のPRを図っておりますが、近隣町村への通過客・海釣り等の来村は見受けられるものの、通過型観光の割合が多くみられ、観光に係る情報発信不足もあり、宿泊にはいたらず売上は年々減少しており、経営状況は大変厳しい状況であります。

4. 地域の小規模事業者の課題

①商業・サービス業の課題

多様化する消費者ニーズへの対応、事業者の高齢化による消費者ニーズのずれの修復、廃業や事業減少による地域住民の買い物困難者問題については重要課題であり、新たな事業展開による売上の確保が課題であります。

②製造業の課題

製造業においては、コスト増加による利益の確保が課題となっており、経営改善などの対応が求められております。又、新たな事業展開による売上の確保が課題であり、地域の素材を利用した新たな特産品の開発・販売による販路拡大を図ることが課題となっております。

③建設業の課題

建設業については、公共・民間工事の減少により売上の減少しており、経営改善や新たな収益の確保、人材の確保が課題となっております。

④観光宿泊業の課題

観光宿泊業についてはビジネス客、観光客が伴に減少していることから利用客のニーズに則した特色あるサービスを適時情報発信しPRに努め、当会の観光事業や、村の新たな体験観光等の観光事業との連携による観光客の受け入れ態勢の強化が課題となっております。

⑤地域小規模事業者の課題

各業種に共通し経営者の高齢化が進んでいる中、後継者の不在により廃業するなど地域コミュニティの崩壊が懸念される為、新規創業対策、円滑な事業承継、事業承継マッチングなどの取り組みが課題となっております。

5. 商工会の現状と課題

当会では、これまで地域の唯一の総合経済団体として、事業者が抱える諸問題に対し、平成26年度においては年間指導件数425回、内巡回指導件数382回行い、必要に応じ、エキスパートバンクによる専門家派遣を活用し、経営課題の解決に向けた支援をしておりますが、金融、税務、労務相談等の基礎的な経営支援が多く、経営問題解決に向けた積極的（提案型）な支援ができていないことが課題であり、小規模事業者の各業種共通（上述⑤）の高齢化による廃業問題の解決に向け、早急な事業承継、事業承継マッチングの取り組みが急務となっております。

又、地域活性化事業では、平成27年度に「プレミアム商品券事業」を実施し、購入者へのアンケート調査を行っており、また観光客入込対策事業として、「おもてなし旅行券（プレミアム付き）事業」

を行い、域外からの観光客 300 人に旅行券を販売、旅行券購入時にアンケートを配布し観光客動向調査をおこないました。それぞれのアンケート結果から、地域事業者の消費者へのサービスの課題や、観光客の受け入れ態勢の課題が多く抽出され、消費者からの小規模事業者に対する様々な課題の解決に向け、早急な対応が求められております。

6. 商工会の取り組み方針

【小規模事業者の中長期的振興のあり方】

神恵内村は、神恵内村総合計画（平成 21 年～30 年）の中で、むらの将来像を「自然学びの邑・神恵内」として”次世代を担う子どもたち”に焦点を当て、地域住民が心身ともに健やかに過ごせるむらづくりを掲げて将来像を示しています。

村では、その将来像を掲げ、産業分野における基本方針を「交流を介した連携型産業づくり」として「特産品の開発」や「海資源の活用」など商工業施策を展開しています。

村が目指す将来像を実現する為には、子ども達だけではなく地域住民が安心して暮らす為の商機能の維持や働く「場」の存続は不可欠であり、上述の地域の現状から浮かび上がった諸課題の解決には、こうした振興策をしっかりと進めることが不可欠であると考えております。

そこで神恵内村商工会は、地域で唯一の総合経済団体であることを踏まえ、村が目指す方向性を共有することが地域発展につながるとの認識の下、小規模事業者の中長期的な振興のあり方を「ネットワークと産業間連携による新たな産業の創出」と掲げ、下記のとおり経営発達支援事業の目標として実施いたします。

7. 小規模事業者への支援目標

(1) 小規模事業者の支援目標

商工会においては、上述の様々な小規模事業者の経営課題・地域課題の解決に向け支援する為、以下の支援目標による経営発達支援事業の効率的な実施と併せ、従来、当商工会が取り組んできた事業を含め P D C A サイクルを実施し、その事業の評価、見直しを行い、複雑化・多様化してきた経営課題に、職員の資質の向上はもとより北海道、神恵内村、北海道商工会連合会、全国商工会連合会、地域団体、地域金融機関等との連携を図りながら、地域内小規模事業者の事業の底上げし、経営の持続的発展を目指します。

目標① 小規模事業者の売上維持

<方針>

小規模事業者の地域の事情、個々の長年の営業にて消費者に提供してきたサービスを活かした事業計画を策定・実施を支援し、地域内外の需要を確保に努め、小規模事業者の売上げの維持を目指します。（事業計画策定：実施 25 件）

目標② 観光関連産業の誘客強化による売上増加

<方針>

観光関連業種については、個々の観光客受け入れ体制の整備を図り、平成 27 年商工会で実施した『おもてなし旅行券事業』や村の観光施策である域学連携事業（後述記載）と事業連携し、

観光客の積極的な誘致施策を効果的に実施し、域外からの交流人口の増加を目指します。

又、地域全体の観光産業の振興や観光客の回遊性を生かした中心市街地の活性化を図る為、SNS等の情報発信ツールを利用して、観光関連産業へ誘客の強化を図り、継続的な売上・利益の増加につなげ、小規模事業者の持続的発展を目指します。（支援事業者：観光関連業種）

目標③ 地域資源を活用した新商品開発と販路開拓による売上拡大

<方針>

新たな需要を獲得するため、地元海産物、地域資源を活用した新たな商品開発の支援、イベントへの参加等による地域外への販路開拓を支援し、支援事業者の売上拡大を図ることを目指します。（支援事業者：観光関連業種）

目標④ 事業承継アンケート調査・分析・改善支援による地域商業機能の維持・拡大

<方針>

地域商工業の縮小化を食い止めるべく、小規模事業者を対象に「事業承継アンケート調査」を行い、円滑な事業承継、村内事業者による事業マッチング（M&A）、個人譲渡や地域に不足する業種の誘致等の検討・提案・改善支援を図り、地域商業機能の維持・拡大に努めます。

目標⑤ 広域連携協議会による新たな販路拡大、域外からの誘客による地域経済の活性化

<方針>

平成26年度、国内外の観光客が過去最高の159万人超の入込があるニセコ町や、2030年の北海道新幹線札幌延伸による観光客増が期待される倶知安町の近隣町からの誘客を図る為、広域連携協議会（神恵内村商工会、泊村商工会、共和町商工会）の岩宇商工会広域連携協議会（年3回）において、新たな販路拡大、域外からの誘客による地域経済の活性化について検討を実施します。

上述の小規模事業者への取り組みに対し、神恵内村や必要に応じて専門家とのマッチングを図り、様々な経営課題に対応し、商工会が地域において果たしていく役割を踏まえ、地域の実態に応じた取り組みを支援し、今後5年間にわたり地域の特性、課題を踏まえながら地域経済の活性化による小規模事業者の売上の維持・拡大による持続的発展を目指します。

（2）地域経済の活性化の目標

地域の総合経済団体である商工会は、神恵内村総合振興計画（平成21年～31年）【ひと・もの・情報の連携】を図り、単体では弱くても連携で力を発揮していく取り組み【みがくこと、そしてつなぐこと】のまちづくりの展開の視点に沿い、現在単体での活動となっている神恵内村観光協会、古宇郡漁協神恵内村支所、神恵内村魅力創造研究会等の各地域団体と、地域間の連携と産業の連携強化【ひと・もの・情報の連携】を図り以下の目標を実施し、地域産業の活力を生み出すことで、地域経済の活性化を推進します。

目標① 地域団体との連携による今後の地域経済活性化に対する事業の方向性の共有・検討

<方針>

神恵内村、神恵内村観光協会、古宇郡漁協神恵内村支所、神恵内村魅力創造研究会の代表又は、担当者による地域団体地域活性化検討会議を開催し、【現状・課題・情報・目標】を共有し、頂いた意見を集約、今後の地域経済活性化に対する事業の方向性を共有・検討します。

目標② 行事・イベントのPRと地域特産品販売との相乗効果による賑わいの創出

<方針>

村内の各団体が行う古くから伝わる伝統的な行事、各種イベント、地域情報を、現在各自で情報発信している神恵内村魅力創造研究会や神恵内村観光協会等との連携を図り、効率的なPR方法を専門家を交え協議し、フェイスブック、各ホームページ等の様々な媒体での地域情報のPRを強化し、村への観光客、交流人口の増加を目指します。

また、村内各団体が行う各種イベント等を各地域団体と連携を図り、地域資源を活用した特産品の販売や新商品の開発、テスト販売を推進・支援し、イベントと魅力ある地域特産品販売の相乗効果による観光客、交流人口の増加を目指し、賑わいの創出に取り組みます。

目標③ 既存事業と、特産品開発事業、村の観光推進事業の事業連携による地域活性化

<方針>

「プレミアム付神恵内村おもてなし旅行券事業」を継続実施し、観光客の増加を図り下記④の「道の駅強化プロジェクト」道の駅集客強化・観光客着地型・体験交流推進事業や、下記⑤「特産品開発事業」との事業連携を図り、観光客を受け入れる体制を整え、神恵内村ファンを増やし観光客、交流人口の増加による地域活性化を目指します。

目標④ 域学連携事業への積極的な推進・支援による地域活性化

<方針>

域学連携（地域と大学の連携）による道の駅機能強化プロジェクト【委員：神恵内村、道都大学、商工会、魅力創造研究会】と連携し、道の駅集客強化・観光客着地型・体験交流事業を推進し、村への交流人口の増加を図るとともに、観光関連事業者の経済活動基盤の強化を支援し、地域活性化を目指します。

目標⑤ 地域特産品の開発およびPRの強化による地域活性化

<方針>

当商工会商業・サービス部会において、地域特産品の見直し、素材の掘り起し、検討・開発を進め、特産品などを詰め合わせたセット商品を企画・検討。観光関連施設でのセット商品の販売、村内外イベント等で販売し、事業者の売上げの確保を図ると共に、神恵内村の特産品のPRを図り地域活性化を目指します。又、村、漁協等の地域団体と連携し、地域特産品の付加価値化（地域ブランド）を推進し、村の認知度の向上を図ります。

今後5年間にわたり各村内団体と連携し、地域の特性、課題を踏まえながら村の総合計画との整合性を図り、地域経済の活性化事業を行い、交流人口増加による小規模事業者の売上の維持・拡大、事業の存続を目指し、地域経済活性化を図ります。

(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 5年間)

(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・課題)

これまで、当商工会において地域経済動向調査は、商工会連合会が行っている「中小企業景況調査」の企業動向情報による把握や、巡回・窓口、金融支援、決算指導時の聞き取りにおいての地域情報の把握をしておりましたが、情報は内部情報として留まり十分な活用が出来ていない状況でありました。又、関係機関から届く各種調査資料についても、閲覧後の内部資料に留まっており、地域全体の動向把握には至っておらず、小規模事業者への経営支援に有効に活用されていない状況でありました。

(今後の取り組み)

地域の小規模事業者が持続的に事業を発展させていく為、経営環境の変化を的確に捉える必要があり、環境変化に対応した経営戦略を促す為、地域の景気動向や業界動向、事業承継等の地域経済動向に関する必要な情報を定期的にかつ継続的に収集し、個別相談、巡回訪問などの機会を活用し継続的に情報提供、経営課題解決に向けた事業計画策定の基礎資料に活用します。

(事業内容)

①公的機関等の公表データの活用と情報提供

内部資料としての情報収集に留まっていた北海道商工会連合会「中小企業景況調査報告書四半期毎」、「地域別経済動向調査(北海道)」、金融機関等で実施している「景況調査資料」等の調査資料による国内、道内の、中・小規模事業者の景気動向の把握【調査項目：景況、業況、売上、採算、資金繰り、設備投資、雇用等】と、神恵内村の統計資料、下記②地域内経済動向調査の調査結果と併せ、今後の当地区への影響を広域的に分析し、小規模事業者へ巡回訪問、会報により広く情報の提供を図るとともに、経営課題解決に向けた事業計画策定の基礎資料に活用します。

②地域内経済動向調査

経営指導員等の巡回時において、地域経済動向調査を目的に、ヒアリングシートを活用した地域内情報調査(調査内容：景況、業況、売上、採算、資金繰り、雇用、助成制度の活用、イベント・展示会・商談会やインターネットを利用した新たな販路拡大への意識調査、経営問題等の課題等)と、別紙による事業承継アンケート調査(調査内容：後継者又は後継者候補の有無、親族外承継へのニーズ、事業承継税制の利用及び周知等)による事業承継の状況把握、宿泊関連業種には追加項目で(調査内容：観光・ビジネス客の宿泊状況・購買動向等)調査を年1回行い、公的機関等の公表データの調査結果と併せ、商工会において分析、個別相談、巡回訪問などの機会を活用し、小規模事業者へ情報の提供を図るとともに、経営課題解決に向けた事業計画策定の基礎資料に活用します。

③地域連携機関からの地域動向調査

基幹産業である漁業、観光の動向について古宇郡漁協神恵内村支所、神恵内村産業建設課、観光協会と情報交換（年2回）を行い、地域基幹産業の動向を速やかに把握し、小規模事業者へ経営課題解決に向けた事業計画策定の基礎資料の精度を高めます。

上記①～③により作成した地域内の経済動向調査の結果については、年4回発行する会報等により周知するとともに、巡回相談時等に適宜提供していきませんが、より効果的な活用を図るため、調査情報を基に専門家の支援をいただきながら、小規模事業者が活用しやすい内容や活用方法、継続的、効率的に実施する為の収集方法等を、専門家を交え検討します。

【目 標】

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 公的機関公表情報調査 | 未実施 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 地域動向調査件数（事業承継含む） | 未実施 | 20件 | 20件 | 20件 | 20件 | 20件 |
| 漁協・観光協会等との懇談会数 | 未実施 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 商工会会報による情報提供 | 未実施 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

【効 果】

上記、動向調査や、内部資料として留まっていたデータを目標に沿って調査・分析を行い、経営活動の基盤である地域経済の動向・課題を的確に把握し提供することで、今後の経営課題解決に向けた経営分析、事業計画策定の基礎資料として活用します。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状・課題)

現在の小規模事業者への経営分析は、金融相談、税務申告の経営相談時による必要に迫られた場当たり的な経営分析の実施に留まっており、売上の維持、拡大や利益の確保に向けた積極的な支援に取り組めていないことが課題となっています。

(今後の取り組み)

今後は、小規模事業者の持続的発展に向け、個々の経営課題に十分に対応できるよう、**1.地域の経済動向調査、5.需要動向調査(後述記載)**を踏まえ、経営指導員の巡回指導・窓口相談、各種セミナーの開催を通じ、小規模事業者の経営状況の把握、分析・提案を行います。

専門的な経営課題等の分析については、北海道商工会連合会、中小企業基盤整備機構のコーディネーター、北海道よろず支援拠点等の専門家と連携し、小規模事業者の経営課題に対し支援を行い事業計画策定・実施支援に繋げていきます。

(事業内容)

①経営分析に繋がる巡回・窓口相談。

経営分析に繋がる計画的な巡回指導を実施するに当たり、記帳指導先事業所や、巡回支援・窓口相談により分析対象となる小規模事業者をピックアップし、訪問計画を立案した上で、商圈を拡大するにはどうしたらいいのか、ターゲットの絞り方、新たなニーズの掘り起し方はどうしたらいいのか等、一步踏み込んだ訪問型から指導型への巡回・窓口相談への転換を図り、きめ細かい伴走型支援体制を構築します。

②経営分析に繋がる経営セミナーの実施

これまでの経営講習会は、小規模事業者の経営分析に繋がる講習会の開催はしておらず、事業者の多くは経営分析に対する意識は低い状態にあります。

今後は事業計画作成についての講習会を開催（年2回）し、的確な経済知識、経営方法の習得を目指し、経営分析への意識を高め、小規模事業者の経営分析、経営改善に向けた事業計画作成への意識の向上を図ります。

③ヒアリングシートの活用による分析

1. 地域内経済動向調査によるヒアリングシートの調査結果を活用し、小規模事業者の課題要望を吸い上げ、経営目標や経営課題改善に向けた有益な情報を抽出します。

分析については、地域内経済動向調査、業界環境動向を踏まえ、SWOT分析による事業者の「機会・脅威・強み、弱み」、損益の状態を明確化させ経営課題を分析します。

分析により経営課題が特定された場合や、経営発展に目標を有している場合は、積極的に窓口相談の利用、経営セミナーへの参加及び事業計画の策定を推奨します。

特に専門的な課題や問題がある場合は、北海道商工会連合会の専門家派遣事業や中小機構のコーディネーター、よろず支援拠点等、事業承継課題については、北海道事業引継ぎ支援センター等の支援機関と連携して、必要に応じた専門知識を有するコーディネーターと経営分析にあたります。

④ 記帳機械化事業 ネット de 記帳による分析

ネット de 記帳を活用している事業所（13 事業所）については、財務分析システムを活用し、各事業所の「安全性、効率性、収益性、成長性、生産性」の財務分析、財務分析損益分岐点図表や資金繰り表、キャッシュフロー計算書を作成し、巡回指導により、分析結果と、1. 地域の経済動向調査、5. 需要動向調査を踏まえ、経営課題の設定を行うとともに、経営計画の作成の基礎資料として利用する他、経営分析の重要性の意識を高め、自己によるネット de 記帳での分析システム利用者の推進を図ります。

（目 標）

| 支援内容 | 現状 | H29 | H30 | H31 | H32 | H33 |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 経営分析件数 | 未実施 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 巡回訪問数 | 未実施 | 20 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| 経営セミナー回数 | 未実施 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ネット de 記帳分析件数 | 未実施 | 6 | 6 | 8 | 10 | 13 |

(効果)

分析につながるきめ細かい伴走型支援体制による巡回指導、経営セミナーを定期的で開催し、経営分析への意識を高め、上記分析支援と1.地域経済動向調査と需要動向調査(後述5)と併せ、経営実態を的確に把握した経営分析を行うことで売上の維持、拡大に向けた方向性を導き、経営改善に向けた事業計画の策定と事業実施が可能となります。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

現状では、小規模事業者への経営計画は、金融相談、税務申告の経営相談時による経営計画の実施に留まっており、事業者の事業計画の必要性についての意識は薄く、重要視していない事業者が多くみられ、これまでも事業計画の策定支援を実施しておりますが、その多くは金融支援を目的とした対処的な経営計画の策定が主でありました。

(今後の取り組み)

今後は巡回・窓口相談・経営セミナーを通じて事業計画の必要性の理解に努め、1.地域の経済動向調査、2.経営状況分析、5.需要動向調査(後述5)の結果を踏まえ、小規模事業者の経営改善や消費・需要動向を見据えた効果的な事業計画策定支援を行います。

事業計画策定支援に当たり事業者の専門的支援が必要となる場合は、専門家派遣事業を活用し、中小企業診断士(よろず支援拠点)、地域金融機関等と連携し、伴走型の指導・助言を行い、精度の高い事業計画支援を実施します。

(事業内容)

①事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起し

窓口相談・巡回指導、経営セミナー(前述:経営分析に繋がる経営セミナー)を通じて、事業計画の作成の必要性について理解を深めていただき、需要を見据えた事業計画を目指す小規模事業者の掘り起しを行います。

新規創業・第二創業、漁業者による6次産業化、農商工連携等による創業や新商品・新サービスの開発を目指す創業希望者についても、日々の巡回・創業支援施策の周知活動により掘り起こしを行います。

事業承継計画を検討している事業者は1.地域内経済動向調査の事業承継調査の結果において把握、掘り起こしを行います。

②事業計画策定を目指す小規模事業者への対応

事業計画を目指す小規模事業者へは、経営革新、新たな販路の開拓、事業承継等の様々な課題解決に向け、関係機関と連携し事業計画の策定を支援します。

計画の策定にあたって、自社の弱み・強み、地域の1.経済動向調査・2.経営状況分析や5.需要動向調査などの結果を踏まえ、事業者個々のレベルに合わせ、経営環境分析(SWOT分析)を行い、中長期的な経営改善計画を事業所と共に策定します。又、小規模事業者ニーズ

に沿った支援を行う為、税理士や、北海道商工会連合会「エキスパートバンク事業」、「よろず支援拠点」、中小企業庁の「ミラサポ」、北海道事業引継ぎ支援センター等の専門家派遣事業を活用し、様々な視点から計画策定を支援していただき精度の高い支援を行います。

③創業・第二次創業目指す事業者への支援

創業・第二次創業目指す事業者への支援は、健全な売上・利益を確保できるよう、事業計画策定、経営に関する基礎知識や創業計画書の実行支援、資金調達等について指導を行い、専門的な知識が必要な案件については、税理士、北海道商工会連合会、よろず支援拠点と連携関係機関と連携して伴走型支援を行います。

④個別相談会による事業継承計画策定支援の実施

1. 地域内経済動向調査の事業承継調査の結果から、事業承継予定者や村内他事業者への事業マッチング等の状況を把握し、各事業所の課題解決に向け北海道事業引継ぎ支援センター等の各支援機関、専門家と連携しながら、個別相談会を定期的（年2回）に開催し、円滑な事業承継、共同による新たな業態店舗の展開、村内事業者による事業マッチング（M&A）、個人譲渡や地域に不足する業種の誘致等の検討・事業引継ぎ計画策定の提案を図り、地域商業機能の維持・拡大に努めます。

※経営課題解決のため目標を持って取組もうとする企業や課題を何とかしたいという意欲的企業を優先に支援に取組みます。

（目 標）

| 目標支援内容 | 現状 | H29 | H30 | H31 | H32 | H33 |
|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 経営計画策定事業者数 | 未実施 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 事業継承個別相談会 | 未実施 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

（効 果）

事業計画書の作成により、自社の問題、課題、商品・サービスの独自性及び技術等の再認識ができ、売上・利益の増加を図る事業実施に繋がります。

事業承継予定者に対し個別相談会をすることで円滑な事業承継を支援し小規模事業者の廃業の減少、不足業種の増加に歯止めをかけます。

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）

今までの小規模事業者の計画策定後のフォローアップは、各種補助金、税務申告、金融相談における簡易的な実施状況把握に留まっていたため、その後のフォローアップが十分といえない状況でありました。

（今後の取り組み）

今後は経営指導員の定期的な巡回指導等による事業の進捗状況の把握に努め、問題・課題の抽出を行い、北海道商工会連合会やよろず支援拠点等の支援機関、日本政策金融公庫等との連携を図りながら、定期的なフォローアップを行い事業計画実現に向けた伴走型の支援を実施します。

(事業内容)

① 定期的かつ継続的なフォローアップの実施

事業計画策定後は、事業計画の策定、金融支援、各種補助金導入における全ての支援において経営指導員・補助員による2ヶ月に1度の定期的な巡回や窓口相談において、進捗状況の確認を行うとともに、継続的な記帳指導や計画策定後の状況に応じた支援をします。また問題・課題が見つければ、新たな経営分析をし事業計画の見直しをするなどのフォローアップを行います。

② 金融・補助金等の活用による計画策定後のフォローアップ

事業実施のため資金の調達が必要な場合は、日本政策金融公庫等の金融機関と連携し、「小規模事業者経営発達支援融資制度」や「マル経融資資金」、「北海道の融資制度」、「小規模事業者持続化補助金」、「ものづくり補助金」等の活用や申請支援を行い、事業に必要な資金の円滑な調達を支援します。

③ 支援機関の施策情報等の周知によるフォローアップ

計画実行者に対しては、事業計画の検証、見直しを行い、国、北海道、各支援機関等が行う支援策や支援策の活用事例を会報や2ヶ月に1度の巡回訪問時により周知しフォローアップを実施します。

④ 創業・第二創業、事業承継後の継続的な支援

創業・事業承継後の支援は記帳・税務・労務・金融などの支援に加え、商工会の部会活動通じ、多くの経験のある事業主との意見交換の機会（年2回）を提供します。又、経営指導員による2ヶ月に1度の定期的な巡回や窓口相談において、進捗状況の確認を行うとともに、**創業・第二創業、事業承継後の状況に応じた支援をします。**又問題・課題が見つければ新たな経営分析をし、事業計画の見直しなどのフォローアップを行います。

(目標)

| 支援内容 | 現状 | H29 | H30 | H31 | H32 | H33 |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| フォローアップ件数 | 未実施 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| 意見・情報交換会(年) | 未実施 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

(効果)

上記①～④の取り組みによって、事業計画策定事業者へ定期的な進捗状況の確認を行い、あらゆる機関を利用した伴走型の支援をしていくことにより、事業の持続的な発展を確かなものとしませす。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状・課題】

人口 900 人余りの当村において、観光資源等を活用した観光客の誘引は急務であります。特産品加工・製造、販売をする事業者が 2 社と少なく、地域特産品が不足している状況であります。

そのような現状の中、平成 28 年 5 月、地域の観光関連事業者が、地元漁場で水揚げされた魚を利用した、「ほっけバーガー」、郷土料理である「マス(鱒) カレー」を商品化し、地元商店 1 か所と、当村道の駅で短期間での試験販売を実施しました。結果、ほぼ商品は完売したものの、販売量も少なく、目的をもった需要動向調査ではなかった為、今後の継続的な販売に向けた情報や、新たな販路開拓、新商品開発に繋がる十分な需要動向調査結果は得られませんでした。

又、現在行っている②域内消費動向需要動向調査、③域外消費者需要動向調査、④各種統計資料による需要動向調査においても、関連業種毎の単なる需要動向の情報提供に留まっており、個者が必要としている利用可能な情報が不足している為、十分に活用されていないことが課題であります。

【今後の取り組み】

■需要動向調査の取組み概要

当地域において地域資源等を活用した観光客の誘引は急務であることから、新たな特産品(ほっけバーガーとマスカレー)を手掛ける観光関連事業者を支援事業者と位置づけ、地域特産品の認知度の向上と、付加価値の向上、新たな特産品の開発に向けた①地域特産品需要動向調査を実施致します。

又、現在実施している域内の小規模事業者の取り扱う役務を対象とした②域内消費動向需要動向調査と、域外からの観光客を対象とした③地域外消費者需要動向調査、④各種統計資料による需要動向調査については、域内の小規模事業者の取扱う役務のブラッシュアップと、新たな需要開拓に繋がる潜在能力の高い役務の掘り起しを目的に、既存調査内容に地域特産品の需要動向調査を加え拡充実施致します。

上述②～④の調査で得られる結果を基に、役務の潜在力分析調査及び重点支援対象者(商品)の選定調査を商工会、専門家と連携実施し、新たな需要開拓に繋がる商品を取り扱う事業者を、重点支援対象者(商品)として選定。選定目標を年/1 事業者又は 1 商品以上とし、①又は⑥の調査へ繋げ、地域特産品(観光客誘引アイテム)の支援強化とアイテムの周期的な増加を目指します。

選定された重点支援対象者の取扱う商品は、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】後述記載のアンテナショップや、ECショップでの販売、バイヤーによるマッチング商談の出展等への検証を行う為、①地域特産品需要動向調査や、支援商品・支援する役務の提供が想定される商圈に対し⑥テストマーケティング調査を実施し、新たな需要開拓へと繋がります。

■各需要動向調査を実施。

①地域資源を活用したニーズ調査

②域内の市場を対象にした「域内消費者に対する消費動向需要動向調査」。【拡充】

③観光客を対象にした「地域外消費者需要動向調査」。【拡充】

④国や各機関の動向調査を分析する「各種統計資料による需要動向調査」。【拡充】

⑤上記②～③を基に役務の潜在力分析調査及び重点支援対象者（商品）の選定調査。【新規】

⑥テストマーケティング需要動向調査。【新規】

[事業内容]

1. 各需要動向調査の実施内容

①観光資源を活用したニーズ調査

目的：地場の魚ほっけを利用した「ほっけバーガー」と、郷土料理である「マスカレー」の需要動向を把握し、新たな商品開発に寄与する為、観光資源ニーズ調査を実施します。

| 調査項目 | 調査内容 |
|-------|---|
| 支援対象者 | 観光関連事業者 20 事業者(内宿泊施設 5 事業者、特産品加工業者 2 事業者、サービス小売業 13 事業者) |
| 調査対象品 | ほっけバーガー、マスカレー |
| 調査方法 | 対象者：道の駅に訪れた観光客及びイベントに来場した観光客 200 人。年 1 回実施 |
| | 調査方法：試食会を通じてアンケート調査を実施します。 |
| 調査項目 | 商品の認知度、味、想定価格、また食べたいか?等。 |
| 分析方法 | アンケート用紙に調査項目を 5 段階評価で記入してもらい、その他自由記入欄等を設け、フリーア ンサー形式とした上で、クロス集計やテキストマイニングを通じ販路開拓の可能性等を分析する。 |
| 提供方法 | 分析結果は円グラフ等により見やすく加工し、支援対象者へ提供をする。 |
| 活用方法 | ほっけバーガー、マスカレーのニーズを把握することで、人口 900 人余りの当村への観光客誘引の アイテムとして、支援対象者による商品の磨き上げを行い、郷土料理から一步進めた地域特産品と して認知度の向上と付加価値の向上を図り、新たな需要開拓へと繋げます。 |

②地域内に対する消費動向需要動向調査

目的：域内小規模事業者を対象とした、多様化する消費者ニーズの的確な把握による役務の
ブラッシュアップと、観光資源を活用した新たな販路開拓に向けた潜在ニーズの高い
商品や役務を掘り起こす調査を実施します。

| 調査項目 | 調査内容 |
|-------|---|
| 支援対象者 | 村内小規模事業者 47 事業者。 |
| 調査対象物 | 域内事業者の役務の提供物。及び観光資源を活用した潜在需要の高い役務の提供物。 |
| 調査方法 | 調査対象：村内全世帯対象 約 490 世帯に年/1 回実施 回収率 25%を目標 |
| | 調査方法：調査表の戸別配布（村広報紙への折込）、回収率が低い場合は聴き取り調査。 |
| 調査項目 | 需要動向調査：購買額(4 半期)、頻度、価格、移動販売車等の域外利用状況調査、交通手段、ネ ット購買状況、村内の店舗を利用しない理由、事業者への要望等。 |
| | 潜在ニーズ調査：域外に自慢できる商品や役務、食材、施設、人物、地元食材を使ったお勧め家庭 料理、珍料理、郷土料理等の情報提供。 |
| 分析方法 | アンケート用紙に調査項目について記入してもらい、支援対象者の取扱役務に対する評価や問題点 の記入欄等を設け、クロス集計やテキストマイニング、データマイニングを通じて問題点の改善策 や、販路開拓の可能性等を分析する。 |
| 提供方法 | 実態把握調査結果は、巡回による支援対象者への情報提供と当会ホームページ、会報、広報誌で提 供。潜在ニーズ調査結果は、円グラフ等により見やすく加工し、支援対象者、会報にて提供をする。 |

| | |
|------|--|
| 活用方法 | <ul style="list-style-type: none"> ・事業者の勘やこれまでの経験で得た情報と、域内消費者の動向分析データとの比較による経営の見直しにより、消費者ニーズに沿った役務の取扱いと既存役務のブラッシュアップが図られる。 ・ブラッシュアップされた既存役務の付加価値の向上と、観光客誘引に繋がる潜在ニーズの高い商品、サービスの掘り起しを行うことにより、新たな需要開拓へと繋がります。 |
|------|--|

③地域外の消費者需要動向調査

目的：域外者（観光客）が求めるサービスや特産品の把握による役務のブラッシュアップと、新たな販路開拓に向け、観光資源を活用した潜在ニーズの高い商品や役務を掘り起こす調査を実施します。

| 調査項目 | 調査内容 |
|-------|---|
| 支援対象者 | 観光関連事業者 20 事業者(内宿泊施設 5 事業者、特産品加工業者 2 事業者、サービス小売業 13 事業者) |
| 調査対象物 | 観光資源、施設、お土産品及び観光関連事業者の域外者への役務提供について。 |
| 調査方法 | 調査対象：当村宿泊施設客（観光客 100 組）、道の駅来館者（300 人） 年 1 回。 |
| | 調査方法：村内宿泊（観光）施設 4 か所、青少年旅行村（アウトドア施設）の利用者へ調査表によるアンケート調査。道の駅来訪者へは、調査員配置による聴き取り調査。 |
| 調査項目 | 実態把握調査 ：宿泊施設利用者⇒旅館、観光施設の満足度、観光関連事業者の利用状況調査及び認知度、来訪目的、宿泊人数、日数、主要目的地、利用交通機関等の旅行形態の把握、消費額等の購買調査、問題点、改善点等、移住の検討。（短期・長期） |
| | 潜在ニーズ調査 ：観光資源の感想、特産品の購入状況・認知度・味・見た目等、域外の購入頻度の高い特産品、趣味、当村で体験したいこと、興味深いと思ったこと、当村にあったら良いもの（施設、お土産）、当村にしかないもの等。その他、自由記入欄等を設けたフリーアンサー形式。 |
| 分析方法 | アンケート用紙に調査項目について記入してもらい、支援対象者の役務や、観光資源、特産品の購入状況に対する評価や問題点の記入欄等を設け、クロス集計やテキストマイニング、データマイニングを通じて問題点の改善策や、販路開拓の可能性等を分析する。 |
| 提供方法 | 実態把握調査結果は、巡回による支援対象者への情報提供と当会ホームページ、会報、広報誌で提供。潜在ニーズの調査結果は円グラフ等により見やすく加工し、支援対象者へ提供をする。 |
| 活用方法 | <ul style="list-style-type: none"> ・事業者の勘やこれまでの経験で得た情報と、観光客の動向分析データとの比較による経営の見直しにより、観光客のニーズに沿った商品の取扱いと既存役務のブラッシュアップが図られる。 ・ブラッシュアップされた既存役務の付加価値の向上と、観光客誘引に繋がる潜在ニーズの高い商品、サービスの掘り起しを行うことにより、新たな需要開拓へと繋がります。 |

④各種統計資料による需要動向調査

目的：各種統計資料や日経テレコン等の調査ツール活用し、多様に変化する消費者ニーズの的確な把握による事業者の役務のブラッシュアップと、②地域内の消費者需要動向調査、③地域外の消費者需要動向調査から導き出した、潜在ニーズの高い商品、役務の提供や新たな特産品等を比較調査し、消費行動に基づいた「売れる」商品の開発にむけての意思決定資料等に活用します。

| 調査項目 | 調査内容 |
|-------|--|
| 支援対象者 | 観光関連事業者 20 事業者(内宿泊施設 5 事業者、特産品加工業者 2 事業者、サービス小売業 13 事業者) |
| 調査対象物 | 観光関連業の役務に対する消費動向資料、観光資源、施設、お土産品及び観光関連情報。 |
| 調査方法 | 消費動向調査⇒家計消費状況調査(総務省)、全国消費動向調査、消費者意識基本調査(内閣府)、調査月報、消費動向調査(日本政策金融公庫)資料等を活用する。(年/1回) |
| | 各地域特産品等の需要調査⇒日経テレコン POSEYES、インターネットの価格情報サイトや、売れ筋ランキングサイト、ふるさと納税利用ランキングサイト等を活用する。(随時実施) |
| 調査項目 | 消費動向調査⇒業種別、商品別、役務の提供別の消費者状況調査。 各地域特産品等の需要調査⇒全国お土産ランキング調査、人気スポットの概要、潜在ニーズ調査 |
| 分析方法 | ・消費動向調査⇒各地域の消費動向のデータ収集及び域内外消費動向調査との比較分析(年1回) ・各地域特産品等の需要調査⇒域外の人気商品・支援商品別のトレンド情報の分析。(随時) |
| 提供方法 | ・消費動向調査結果は整理、分析し、巡回による支援対象者への情報提供と当会ホームページ、会報、広報誌で提供。 ・各地域特産品等の需要調査結果は巡回により、支援対象者へ都度情報提供を図る |
| 活用方法 | 域内外消費動向調査で得られる新たな特産品や潜在ニーズの高い商品等を比較調査し、消費行動に基づいた「売れる」商品の開発にむけての意思決定資料として活用し新たな需要開拓へと繋げます。 |

上記①～④による需要動向調査の結果は、会報や商工会ホームページにて公表し、小規模事業者の需要動向調査への意識の向上や、取扱う役務のブラッシュアップに繋げるとともに、支援対象者の提供する商品・サービスの特徴と地域特産品等の潜在需要調査を実施し明確化することで、⑤役務の潜在力分析調査及び重点支援対象者(商品)の選定調査への基礎資料として活用します。

⑤役務の潜在力分析調査及び重点支援対象者(商品)の選定調査

①～④の各動向調査と、地域の経済動向調査、個店の経営分析結果を基に、商工会、専門家(北海道商工会連合会のエキスパートバンク、よろず支援拠点等)と連携し、多様化する消費者ニーズと合致し、新たな地域特産品や潜在需要の高い商品や役務を取扱う支援対象者を**重点支援対象者**として選定(年/1事業者又は1商品以上を選定)します。

選定した、重点支援対象者の取扱う役務については、新たな需要開拓へと繋げる為、テストマーケティング等の検証方法を提案します。

⑥テストマーケティング需要動向調査

重点支援対象者は、商品力調査として地域内外から集客のあるイベントで試食会・試作品の展示会を開催し、アンケート調査を実施する他、選定した商品・サービスの提供が想定される商圈に対し、アンテナショップ等を活用したテスト販売(短期間)にて需要動向を検証し、調査、分析結果をもとに後述6. **新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針4】**に記載のアンテナショップや、ECショップでの販売、バイヤーによるマッチング商談の出展等へ展開を図ります。

| 調査項目 | 調査内容 |
|---------|---|
| 重点支援対象者 | ⑤の調査で選定された役務を取り扱う事業者。 ※現段階ではほっけバーガー、マスカレーを取り扱う2事業者。 |
| 調査対象品 | ⑤の調査で選定された商品及び、①の地域特産品ニーズ調査で評価の高い商品 |
| 調査方法 | ・試食会、試作品の展示会の開催による商品力調査。 対象：神恵内村沖揚げ祭り又は域内外者を対象とした地域イベントの来場者村内外者200名。 内容：イベント会場でブースを設け、試食会を実施。調査員配置による聴き取りによるアンケート調査。 ・アンテナショップ（短期間：半期又は1年）を利用したテスト販売でのマーケティング調査。 ※北海道どさんこプラザ、むらからまちから館等を活用したテスト販売調査 |
| 調査項目 | 試食会等の調査内容：見た目、味、商品化での購入の有無、購入希望額、購入予想頻度、商品の利用価値等、買わない理由、改善点、調査対象者情報。 アンテナショップ調査内容：商品別販売管理データ、競合商品、類似商品、購入者情報等。 アンケート用紙に調査項目を5段階評価で記入してもらい、調査対象品に対する評価や問題点の記入欄。その他自由記入欄を設け、フリーアンサー形式を用いる。 |
| 分析方法 | 調査表を基にクロス集計やテキストマイニング、データマイニングを通じて問題点の改善策や、販路開拓の可能性等を分析する。 |
| 提供方法 | 分析した情報は、重点支援対象者へ個別に提供する。 |
| 効果 | 支援対象品のニーズを把握することで、人口900人余りの当村への観光客誘引のアイテムとして、支援対象者による商品の磨き上げを行い、地域特産品として認知度の向上と付加価値の向上を図り、 後術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】 に記載のアンテナショップや、ECショップでの販売、バイヤーによるマッチング商談の出展等へ展開を図ります。 |

(目標)

| 支援内容 | 現状 | H29 | H30 | H31 | H32 | H33 |
|-------------------------------|------|---|------|------|------|------|
| ①観光資源を活用したニーズ調査 | 未実施 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 |
| ②地域内消費動向調査 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 |
| ③地域外消費動向調査 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 |
| ④市場動向調査（各種統計資料等） | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 | 年/1回 |
| ⑤役務の潜在力分析調査及び重点支援対象者（商品）の選定調査 | 未実施 | ②～④の動向調査後、速やかに実施（年/1回）。 選定目標：1事業者又は1商品以上の選定を目標とし①又は⑥の調査へ繋げる。 | | | | |
| ⑥テストマーケティング需要動向調査 | 未実施 | 各年/1事業者又は1商品以上を目標とする。 | | | | |

(効果)

上記、取り組みによって、域内外の需要動向を的確に把握し、経営分析、事業計画策定と実施支援、フォローアップ時の基礎データとして活用するとともに、新たな需要の開拓に寄与する事業への検証を図り、観光客の増加、販路の拡大や商談に繋がる機会を創出することで、計画の目標を達成し、小規模事業者の売上向上、利益確保に期待できます。

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・課題)

現在、全国商工会連合会、北海道商工会連合会、北海道後志総合振興局を通じ、様々な需要開拓に向けた物産展やイベント出店情報等が寄せられておりますが、それらの情報は、巡回時の広報活動に留まり、イベントや展示会・全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」等のECサイトへ出展参加は、事業者それぞれの意欲に任せたものであり参加も限定的な状況となっております。

(今後の取り組み)

商工会に寄せられる需要開拓に向けた情報を、事務局内で整理・管理し、巡回、ホームページにて情報提供を行い、下記①～⑤の事業を推進し、小規模事業者への新たな需要開拓への意識づけを図り、各地で開催されるイベントや商談会への出店を積極的に支援し、商品の認知度の向上に努め、小規模事業者の新たな需要の販路拡大を目指します。

又、経営資源・経営状態等の分析結果に基づき、自社の商品やサービスの強みや技術力等のPRをするため事業者自ら情報発信ができるようIT活用講習会を開催します。

(事業内容)

① IT講習会の開催、SHIFTの活用による新たな市場開拓支援

小規模事業者（観光関連業種）の多くは情報化の対応に遅れが生じている（自社ホームページ開設事業者平成27年12月現在2事業者）ことから、**1. 地域内動向調査**（調査項目：インターネットによる販路拡大への意識調査）において支援対象者を絞り、事業者自らが情報発信ができるようIT活用講習会を開催し、**Facebook、LINE**などの**SNS**を利用した情報発信や、費用負担のない**SHIFT**（商工会インフォメーションツール）の活用を推進し、自店の強みや技術力等のPRをする一つのツールとしてホームページの作成を支援し、新たな市場の開拓支援を図ります。

② 商工会ホームページを活用した域外への販路開拓支援

これまで商工会のホームページの情報発信は、商工会の情報、宿泊施設等の情報を一部掲載した簡易的な情報発信となっており、域外の消費者ニーズを把握したものになっておりませんでした。今後は**1. 地域内動向調査（調査項目：インターネットによる販路拡大への意識調査）**において支援を希望した事業者を対象として、商工会ホームページをリニューアルし、地域の観光ルートマップ、広域連携商工会地域との広域観光ルートマップ、地域特産品情報、村観光施設の紹介と併せ、**事業者自らが情報発信しているホームページ、上記①IT講習会で作成したホームページ等をリンクし、事業者情報と商工会が発信する地域情報を連携させた観光客へ有益な情報を発信し、ITを活用した新たな販路開拓を希望する事業者への支援を強化し、販路拡大に結びます。**また、商工会ホームページは、当青年部員をモニターとし、PDCAサイクルを行い日々の更新の改善を図ります。

③ 村内イベントでの販売支援や商談会、ECサイトへの出品販売機会の創出による販路拡大

（前述）1. 地域内動向調査（調査項目：イベント・展示会商談会等への出店意識調査）にお

いて支援を希望した事業者を対象に、村内の各団体が行う古くから伝わる伝統的な行事や、各種イベント会場、ECサイト等において、支援事業者の地域資源を活用した特産品の販売や新商品のテスト販売の機会を創出し、魅力あるイベントと地域特産品販売の相乗効果による観光客増加を図り、地域特産品の認知度の向上を図ります。

地域イベント等の出店後は、販売実績等の状況を分析しフォローアップを行い、今後の事業計画策定・出店の実施を伴走型で支援し、分析結果から導き出した厳選した商品を全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」、北海道の各商工会が地域情報を発信する「北海道なまらいいっしょ」等のECサイト、北海道が運営する「どさんこプラザ」、全国商工会連合会が運営する「むらからまちから館」などのアンテナショップ等への出品、また、北海道内を商圈として行っている『北の味覚再発見』北海道商工会連合会主催等への商談会への参加を促します。

販路開拓事業を実施した事業者（実施予定事業者含む）へは、各種需要動向調査により抽出された情報提供や、出店にあたっての各種申請書の作成支援、商談会等での実績・分析結果を基にした次回出店にあたっての計画策定支援を繰り返し伴走型で支援し、販路開拓事業を行う事業者の持続的経営に繋がります。

④神恵内村道の駅の有効活用による販路拡大

道の駅については4月から11月までの期間営業ではありますが、販売している活ホタテや海産物加工品、土産品を求めて来店する客も多く見受けられます。しかし来店数は年々減少傾向にあり地域特産品の開発の遅れ等により、地域特産品の品揃えが少なく、一人当たりの購買客単価は低い状況にあります。

商工会としても（後述：Ⅱ．地域経済の活性化に資する取り組み ⑤特産品開発・販売による地域活性化）で実施する地域特産品や小規模事業者の特産品を道の駅へ積極的な取り扱いの推進をはかるとともに、広域連携商工会（神恵内村商工会、泊村商工会、共和町商工会）へ協力を仰ぎ、岩宇地区（神恵内村、泊村、共和町）の各地域にある遊休施設・道の駅等を結びつけた観光ルートマップ等を作成、ホームページによる案内や各施設にマップを配布し、広域により岩宇地区の魅力を高め、各町村からの観光客の誘客を図り、地元特産品の認知度を高め新たな販路拡大を目指します。

⑤広域連携商工会による新たな販路拡大の検討

当村から車で50分の地域に、海外からの観光客や道内外の観光客に人気のニセコ町があります。ニセコ町のパウダースノーを求め世界中から訪れる観光客は、平成26年度、過去最高の159万人超の入込みがあり、2030年の北海道新幹線札幌延伸によるニセコ町隣町の倶知安町（神恵内村から40分）に新幹線の駅が開設されることと併せ、近隣町村に観光客増による経済活性化の明るい兆しがみえております。

そのような中、ニセコ町、倶知安町から当広域連携地区への誘客をはかるべく、広域連携協議会（神恵内村商工会、泊村商工会、共和町商工会）の岩宇商工会広域連携協議会（年3回）において、ニセコ町、倶知安町からの誘客につなげ入込客増加による新たな販路拡大を図るべく検討

会議を開催し、俱知安町・ニセコ町への**岩宇地域のアンテナショップ等**の開設も視野に入れ、中・長期にわたり検討を進め、地域経済の活性化による販路拡大の可能性を探ります。

(目標)

| 支援内容 | 現状 | H29 | H30 | H31 | H32 | H33 |
|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| ①SHIFTの活用 | 1 | 3 | 4 | 5 | 6 | 6 |
| ②商工会観光情報発信 | 未実施 | 随時 | 随時 | 随時 | 随時 | 随時 |
| ③イベント等への出店 | 0 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| ④ルートマップの作成配布 | 未実施 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ⑤広域連携会議 (アンテナショップ検討) | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |

(期待される効果)

地域の小規模事業者が、あらゆる機会を利用して商品開発や販路開拓、取引先の増加や商品の認知度を向上させ活動を支援し、広域商工会、道の駅等との連携、自社の強みをITを駆使しPRすることで全国の新たな需要を開拓し、売上の拡大を目指し小規模事業者の持続的発展につながります。

II. 地域経済の活性化に資する取組

(現状と課題)

今まで地域活性化に向けた取り組みについては、イベント事業の継続的な実施に重点を置いた実施となっていたため、観光・交流人口はイベント事業により一時的に増加するものの、小規模事業者の事業に結びつく対策をとっておらず、持続的で効果的なPRもしていないことから、地域経済の活性化につながっていないのが課題であります。

(今後の取り組み)

地域の総合経済団体である商工会は、神恵内村の総合振興計画（平成21年～31年）【ひと・もの・情報の連携】単体では弱くても連携で力を発揮していく取り組みを図り、神恵内村の様々な資源を【みがくこと、そしてつなぐこと】のまちづくりの展開の視点に沿い、現在単体での活動となっている神恵内村観光協会、古宇郡漁協神恵内支部、神恵内村魅力創造研究会等の各地域団体との地域間の連携と産業の連携の強化【ひと・もの・情報の連携】を図り、地域産業の活力を生み出すことで、地域経済の活性化を推進します。

(事業内容)

①地域団体地域活性化検討会議（仮称）の開催

神恵内村、神恵内村観光協会、古宇郡漁協神恵内村支所、神恵内村魅力創造研究会の代表又は、担当者による地域団体地域活性化検討会議を新たに開催（年1回）し、各団体で行っているそれぞれの地域経済活性化に対する取り組みの現状・課題・情報・目標を共有し、頂いた意見を集

約、今後の地域経済活性化の方向性を共有・検討します。

②地域内イベントの活性化による賑わいの創出

地域団体地域活性化検討会議の方向性を踏まえ、村内の各団体が行う古くから伝わる伝統的な行事や、各種イベント等を観光協会や地域団体と連携を図り、各イベント会場において、地元漁業者や小規模事業者の地域資源を活用した特産品の販売や新商品のテスト販売を推進し、イベントと魅力ある地域特産品販売による相乗効果による観光客、交流人口の増加を目指し賑わいの創出に取り組みます。

6月：道の駅物販販売（魅力創造研究会）

7月：神恵内村沖揚げまつり（沖揚げまつり実行委員会）

7月：赤石地区神社まつり

7月：神恵内地区神社まつり

8月：神恵内村盆踊り（魅力創造研究会）

9月：近隣町村イベントへの出店

③観光振興による地域活性化 観光客入込対策事業（おもてなし旅行券事業）の実施

観光客の取り込みが日帰り・滞在型観光ともに進んでおらず、これらの対策が急務であることから、平成28年度に観光振興事業として、観光客の増加、宿泊先と観光関連業種への消費の増加、村のPRを目的に、域外の方を対象にした、宿泊券7千円とお買い物券3千円、合わせて1万円分の商品券を6千円で購入できる「プレミアム付神恵内村おもてなし旅行券事業」を実施致しました。

結果、販売は予想を上回り2日で予定数360セットを完売し、来村への関心度の高さが伺え、宿泊先と観光関連業種への消費の増加へは繋がる事業となりました。

しかしながら、来村者へのアンケート調査の結果、地域の特産品の少なさ、時期によって魚介類等の販売のばらつき、宿泊先から観光関連業種、観光施設への誘客への課題等、問題点も多くみられたことから、来年以降の「おもてなし旅行券事業」の継続実施に向け、様々な課題・問題点の改善を図る為、下記の④「道の駅強化プロジェクト」の道の駅集客強化・観光客着地型・体験交流推進事業や、⑤「特産品開発事業」と事業の連携を図り、観光客を受け入れる体制を整え、神恵内ファンを増やし観光客交流人口の増加による地域活性化を目指します。

④大学と連携した道の駅集客強化、着地型観光・体験交流事業（域学連携事業）との連携

神恵内村と道都大学が共同で「道の駅の機能強化及び観光施設への誘致」への課題解決に向けた取り組み「域学連携道の駅機能強化プロジェクト」が進められており、役場・大学・商工会・村内各団体が委員となり地域活性化へ向けた事業を進めております。

H28年度事業については、「道の駅の機能強化」、「村内キャンプ施設を利用し大学生を対象としたアートキャンプ」の実施、村内観光施設であり、昔ながらの日本全国の玩具が展示している「玩具館」の所蔵品のアーカイブ化（展示品のデジタル画像での保存）、村内の染料、植物、海産物を利用した「染付体験事業」等の実施が予定されております。

今後も道都大学・各団体と連携し、中・長期的な観光産業の発達の実現に向け連携を密にし、**③おもてなし旅行券事業**、**④域学連携事業**による神恵内村への観光客・交流人口の増加を図り、着地型観光・体験交流事業を推進し、地域活性化を推進します。

⑤特産品開発・販売による地域活性化

当商工会商業・サービス部会において、①地域団体地域活性化検討会議の方向性、1. 経済動向調査や各調査資料の分析結果を基に、消費者ニーズに沿った特産品のセット販売商品の開発を進め、**③おもてなし旅行券事業**でのアンケートで多く意見が寄せられた、地域特産品不足の解消を図ります。

又、H28年7月実施の商工会主催「第38回沖揚げ祭り」の来場者3000人、H28年度おもてなし旅行券購入者360人に向け地域特産品セットをテスト販売、購入者・来場者に対しアンケート調査を実施し、要動向調査等の分析結果とあわせ、今後の新商品の開発、事業化による雇用の創出、特産品のブランド化による神恵内村の認知度のアップに向けた検討の基礎資料として活用し、地域経済活性化を図ります。

⑥地域の魅力情報の発信による地域活性化

現在は、観光・イベント情報は村のホームページ、神恵内村魅力創造研究会のフェイスブックを活用した積極的な情報発信をしておりますが、今後は商工会で作成するホームページにも観光・イベント等の地域の魅力ある情報を発信をすると共に、観光雑誌、新聞取材等の媒体に積極的な情報提供を行い、行楽シーズンの特集記事に取り上げられる機会を増やし交流人口の拡大を図り、観光関連企業の収益の拡大につなげ、地域経済の活性化を目指します。

(期待される効果)

神恵内村、神恵内村観光協会、古宇郡漁協神恵内村支所、神恵内村魅力創造研究会の地域団体と連携を強化し、イベントでの特産品の販売による集客の増加、おもてなし旅行券と域学連携事業との連携による集客の体制の強化、地域特産品の販売強化及び域外への地域の魅力PR事業を実施し、地域経済の活性化を図ります。

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

(課題と取組概要)

これまで、近隣町村の経営指導員、金融機関、税理士と地域経済の活性化や経営改善事業についての情報交換は行ってきたが、その内容については限られた中での表面的な情報共有にとどまっていたことから、支援に活かせる細かな情報交換は限定的なものとなっておりました。

(目標)

今後は、積極的な意見交換等がされるよう情報交換の場を十分に活用し、支援機関との連携を通じた的確な経済動向並びに需要動向の収集を行うとともに、相互の情報交換により抽出される課題について掘り下げ、小規模事業者への支援の向上を図ります。

(事業内容)

①支援機関との連携による情報交換

他の支援機関・専門家派遣を受けた際、事業計画の策定、各種調査に係る企業支援を実施する課程で他の支援事例や企業支援事例等の情報交換・収集を行い、支援ノウハウの習得をすることで資質の向上を図ります。

②観光産業支援に関する情報交換

観光産業の支援に関する支援ノウハウは、観光を担当している村役場商工建設課課長、係長との懇談会を年1回以上開催し、観光客の消費動向、施設入込情報を含めた情報交換を行い行政と歩調を合わせた観光施策の実施支援を行う為実施します。

③税務研修会による情報交換

神恵内村・泊村・共和町・寿都町・黒松内町・島牧村商工会の各経営指導員と税理士で構成し、各商工会地域の経営改善事業の情報交換、税制改正対策、地域経済活性化についての意見交換を実施している「税務研修会」を今後も年3回実施し、地域小規模事業者の問題及び課題、地域動向、新しい税制改正への対応や経営改善に向けた支援の現状、支援ノウハウについて情報交換し、各地域における問題、課題解決につなげていきます。

④各関係機関との情報交換

日本政策金融公庫が実施する、後志管内地域の「小規模事業者経営改善貸付推進団体連絡協議会」(年2回開催)において、地域の金融情勢、経済動向、地域小規模事業者への支援事例等の情報交換を通じ、小規模事業者への支援及び地域振興に向けた支援能力の向上を図り、小規模事業者の新たな需要開拓に資する取り組みを推進します。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

これまでも、商工会連合会が開催する職種別研修、分野別の専門研修等それぞれに参加し、研鑽しているものの、個々の単なる情報収集と知識の習得に留まり、職員間での知識等の共有が図られず、小規模事業者への経営改善・経営計画策定支援能力の向上させる体制が構築されていないのが現状であります。

(目標と事業内容)

小規模事業者のニーズの高度化・多様化や新たな施策の変化にこたえる為、北海道商工会連合会・中小企業基盤機構等の研修会を積極的に活用し、研修で得た知識、情報を小規模事業者支援へ繋げるための組織体制の構築を図ります。

①経営指導員等の現状と課題、目標

経営指導員については、経営改善普及事業の基礎的な知識は有しているものの、人事交流(転勤)により神恵内地域での勤務が1年未満の為、地域小規模事業者、地域の実態の把握が浅く、

踏み切った経営分析や事業計画に結びついていないのが現状であり、小規模事業者へ積極的な実効性のある事業計画の作成支援を行うことが課題です。

(今後の目標：経営指導員)

経営指導員については、日々の巡回、各種アンケート調査の情報収集・分析において、地域の小規模事業者の実態把握に努めると共に、地域に適した積極的な提案型の支援を行う為、各種研修会へ参加し、経営分析能力、知識、支援ノウハウを習得し、伴走型による経営発達支援計画の支援に対応するスキルの取得を目指します。

(資質向上への取り組み内容：経営指導員)

- ・過去の受講した講習・研修会において不足しているスキルの習得を図るため、中小企業大学校や、北海道商工会連合会等の支援機関が主催する研修会を受講し、事業者の支援策や、経営分析、販路開拓支援などのスキル習得を目指します。
- ・企業支援時の専門家派遣事業を積極的に活用し、指導員が企業支援について同行し、専門的支援の知識・ノウハウを習得します。

②補助員の現状と課題、目標

補助員については、中小企業大学校や、北海道商工会連合会等の支援機関が主催する研修会を受講しておりますが、経営指導員と比べ、講習会で学んだ経営支援手法を実践で支援する機会が少ないため、経営支援、経営分析スキルの向上が図られないのが課題であります。

(今後の目標：補助員)

経営指導員と経営支援案件を共同で支援し、3年をめどに経営指導員と同等程度の経営分析スキル、税務、金融支援スキルの習得を目指します。

(資質向上への取り組み内容：補助員)

- ・過去の受講した講習・研修会において不足しているスキルの習得を図るため、中小企業大学校や、北海道商工会連合会等の支援機関が主催する研修会を受講し、事業者の支援策や、経営分析、販路開拓支援などのスキル習得を目指します。
- ・経営指導員と同様に企業支援時の専門家派遣事業を積極的に活用し、指導員とともに補助員が企業支援について同行し、専門的支援の知識・ノウハウを習得します。

③記帳指導職員の現状と課題、目標

記帳指導業務のネット de 記帳への入力支援に留まり、決算書の作成や経営分析等については経営指導員が作成しており、自らが決算書の作成や経営分析等についての作成支援ができるようになることが課題です。

(今後の目標：記帳指導職員)

ネット de 記帳への入力支援に留まらず、決算書の作成や経営分析等についての作成支援ができるよう職員間の勉強会の開催。北海道商工会連合会が定める研修会に参加し、ネット de 記帳による記帳業務から決算書及び確定申告書の作成まで対応できるスキルの習得を目指します。

また、商工会ホームページの更新やインターネットを活用した地域動向調査に必要な情報収集能力の習得を目指します。

(資質向上への取り組み内容：記帳指導職員)

- ・経営指導員、補助員による勉強会。(税務・企業支援 年4回)
- ・北海道商工会連合会が定める研修会の受講。
- ・ネット de 記帳システムの記帳操作やインターネットによる情報収集のスキル向上のための北海道商工会連合会が主催する情報化支援講習会の受講。

④職員間での情報・知識の共有

上記研修を受け習得した支援ノウハウや各種動向調査の結果、経営分析等を職員間で共有を図るため、職員会議(月1回)を開催し、職員間での情報の共有を図り小規模事業者への支援に対応する体制を構築致します。

⑤WEB研修の活用と資質の向上

全国商工会連合会が実施する経営指導員及び補助員を対象とした「WEB研修」については、小規模事業者の経営相談等の知識として、経営指導員だけではなく補助員等についても積極的に受講し、小規模事業者への指導・助言及び情報提供ができる体制を構築致します。

⑥OJTによる資質の向上

神恵内村・泊村・共和町商工会広域連携協議会の勉強会(岩宇商工会職員研修)年1回実施において、全職員が、税理士等の専門家を招き、地区内の小規模事業者に対する問題解決に向けた研修会を開催し、事業者への指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなどOJT等により小規模事業者に対して伴走型の支援能力の向上を図ります。

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)

これまでは、事業報告等については理事会を経て年1回の総会時に会員に対して報告するのみとなっており、詳細な各事業の内容についての評価及び検証までされておらず、次年度の事業へ十分に活かされていない状況であります。

今後においては、事務局会議を(毎月1回)実施し事業の検証を行います。

さらに商工会総務委員会においても(年2回上期、下期)に事業の検証を行い、検証による改善案や設定した目標を再度見直し改善を図るため、理事会・通常総会に検討結果を諮ることとし事業の評価・検証は以下の方法により行います。

(1) 評価・検証方法

- ①事務局内にて経営発達支援計画進捗会議を毎月1回実施し、各事業の進捗状況及び事業内容等の検証と意見交換を実施します。

- ②経営発達支援計画進捗会議で検討・精査した内容を上半期、下半期毎に商工会総務委員会に提示し評価・検証・見直しの方針を決定する。
発達支援計画の評価・検証・見直しの方針を決定する商工会総務委員会においては、神恵内村役場産業建設課課長、係長、観光協会会長、税理士に出席を依頼し、行政・観光等の意見も踏まえ評価見直しを図ります。

- ③理事会において、年2回の経営発達支援計画に関する支援会議を開催し、総務委員会において検討された評価・見直し案を理事会に上程し承認を受けます。
又、通常総会においては事業内容を報告し、理事会にて承認された見直し案を反映した次年度事業計画（案）を提案します。

- ④承認を受けた、事業の成果及び評価・見直しの結果については、商工会ホームページにて計画期間中公表し、小規模事業者に意見を広く求め、事業の改善を図ります。
(商工会HP：<http://kamoenai-cci.com/>)

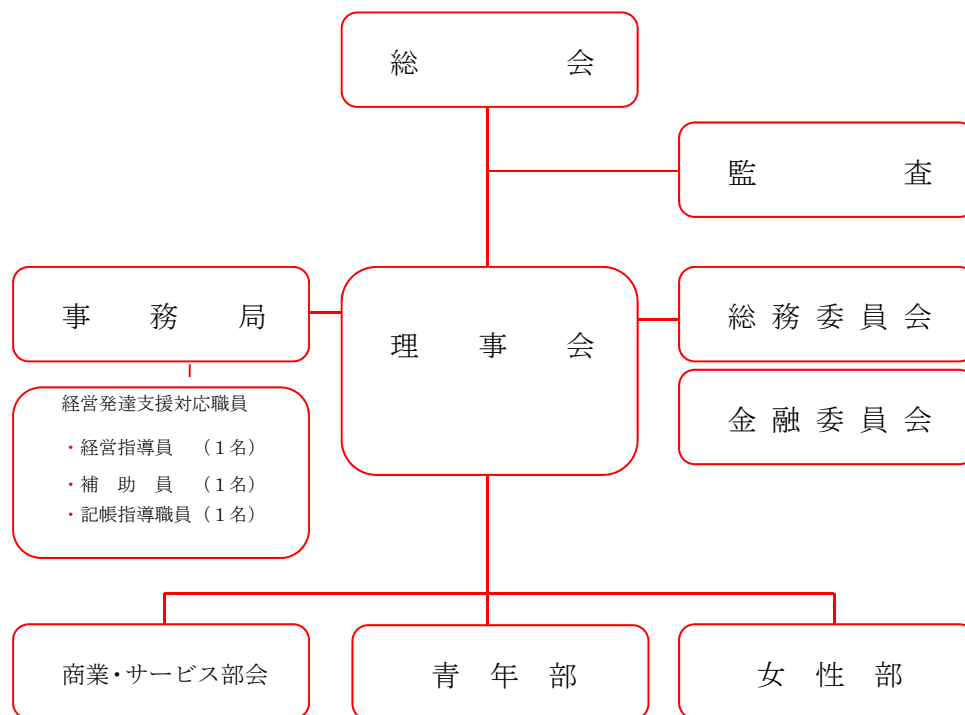
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

(平成28年10月現在)

(1) 神恵内村組織図

神 恵 内 村 商 工 会 組 織 図



(2) 組織体制【神恵内村商工会】

- ・経営指導員 (1名) ・補助員 (1名) ・記帳指導職員 (1名)

【事業評価】

- ・商工会総務委員会 (3名)
- ・神恵内村産業建設課 課長、神恵内村産業建設課 係長
- ・TRY会計 税理士

【支援連携関係機関】

全国商工会連合会・北海道商工会連合会・日本政策金融公庫、中小企業診断士
税理士法人TRY会計税理士・神恵内村観光協会・古宇郡漁協神恵内支部

(3) 連絡先

住 所 北海道古宇郡神恵内村ヘルカレイシ 59-3

電話番号：0135-76-5115 F A X 番号 0135-76-5512

E- mail : kamoenai@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 | 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 | 27,600 | 27,800 | 28,300 | 28,500 | 28,800 |
| ・経営改善普及事業職員設置費 | 10,300 | 10,500 | 10,700 | 10,900 | 11,200 |
| ・経営改善普及事業費業費 | 4,000 | 4,000 | 4,100 | 4,100 | 4,100 |
| ・地域振興事業費 | 8,800 | 8,800 | 9,000 | 9,000 | 9,000 |
| ・管理費 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,500 |

(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、国補助金、道補助金、道連補助金、手数料収入、受託料収入 |

(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。

(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。

(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 | |
|--|--|
| 国の小規模政策に係る支援を有効に活用するため、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図り、スムーズ且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 知事 高橋 はるみ |
| 住 所 | 〒060-8588 札幌市中央区北 3 条西 6 丁目 |
| 役 割 | 北海道の小規模企業支援施策の活用に関する情報提供と支援 |
| 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 ブレスト 1・7 |
| 役 割 | 専門的知識の提供と専門家派遣などについての支援 |
| 名 称 | 神恵内村 村長 高橋 昌幸 |
| 住 所 | 〒045-0301 北海道古宇郡神恵内村大字神恵内村 81 番地 4 |
| 役 割 | 村の施策の情報提供、創業支援、地域振興施策等の支援 |
| 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 北海道小樽市稲穂 2 丁目 1 番 3 号 |
| 役 割 | 地域経済動向の情報提供及び融資、資金計画についての支援 |
| 名 称 | 中小企業基盤整備機構北海道 北海道本部長 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 |
| 役 割 | 専門家派遣や職員の資質向上をはかるため研修会による支援 |
| 名 称 | 中小企業庁 北海道よろず支援拠点 コーディネーター 中野 貴英 |
| 住 所 | 〒030-0001 札幌市中央区北 1 条西 2 丁目 経済センタービル 9 階 |
| 役 割 | 複雑で高度な専門的な相談案件について、アドバイス及び専門家派遣の支援 |
| 名 称 | 北海道事業引継ぎ支援センター 統括責任者 村越 憲三 |
| 住 所 | 〒060-0001 北海道札幌市中央区北 1 条西 2 丁目 北海道経済センター 7 F |
| 役 割 | 事業承継全般の相談・支援 |

名 称 税理士法人 TRY 会計 税理士 代表税理士 森 敏幸
住 所 〒045-0032 北海道岩内郡共和町老古美 48 番地 20
役 割 小規模事業者の経営分析を支援、商工会事業評価

名 称 有限会社 ケイ・エス・シー 代表取締役 笹山 喜市
住 所 〒003-0029 北海道札幌市白石区平和通 9 丁目北 1 番 29 号
役 割 小規模事業者の経営分析・経営革新等の支援

名 称 古宇郡漁協神恵内支部 理事 金田一 輝昭
住 所 〒045-0301 北海道古宇郡神恵内村大字神恵内村 81 番地 4
役 割 村の基幹産業の情報収集、特産品開発に向けた地場産品の情報提供及び連携

名 称 神恵内村観光協会 会長 稲葉 寛久
住 所 〒045-0301 北海道古宇郡神恵内村大字神恵内村 81 番地 4
役 割 観光事業における情報の提供及び協力

名 称 神恵内村産業建設課 課長 阿部 賢
住 所 〒045-0301 北海道古宇郡神恵内村大字神恵内村 81 番地 4
役 割 地域産業全般における情報の提供及び協力

名 称 神恵内村産業建設課 係長 住吉 正行
住 所 〒045-0301 北海道古宇郡神恵内村大字神恵内村 81 番地 4
役 割 地域商工業における情報の提供及び協力

名 称 道都大学地域総合研究所 所長 鈴木 重政
住 所 〒061-1196 北海道北広島市中の沢 149 番地
役 割 大学との連携を図った観光事業の実施や、情報の提供及び協力

名 称 神恵内村魅力創造研究会 会長 松本 遊
住 所 〒045-0301 北海道古宇郡神恵内村大字神恵内村 81 番地 4
役 割 イベント事業の実施や、地域 P R 情報の共有、提供、協力

名 称 泊村商工会 会長 宇留間 文宣
住 所 〒045-0202 北海道古宇郡泊村字茅沼村字北坂ノ上 129 番地 2
役 割 広域連携事業での事業基盤の強化及び協力

名 称 共和町商工会 会長 原田 勇雄
住 所 〒048-2202 北海道岩内郡共和町南幌似 37 番地 13
役 割 広域連携事業での事業基盤の強化及び協力

連携体制図等

