

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	古平町商工会(法人番号 1430005008127)
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"> ・個別企業の経営力向上、販売促進、販路開拓等を継続して、新たに経営戦略に踏み込んだ支援を行い、『意欲ある小規模事業者の経営を持続させること』を目標とします。 ・創業・第二創業(経営革新)・事業承継支援に係る、事業計画策定の支援を行い、伴走型の経営発達支援事業を展開して、『小規模事業者の事業を持続的発展に繋げること』を目標とします。 ・小規模事業者の個者支援を通じて、地域経済の活性化に取り組むために、地域の現状と課題を踏まえ、地域コーディネーターとして、地域貢献事業を策定し、町のにぎわいの創出を演出し、地域の魅力の特性を十分に備えた地域ブランド化を促進させることで、小規模事業者の経営環境の整備を行い、『地域資源の活用により町を活性化させる取り組みを行うこと』を目標とします。
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・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】 <ul style="list-style-type: none"> (1)経済動向調査の手法と助言 (2)金融需要動向の情報提供 2. 経営状況の分析に関すること【指針】 <ul style="list-style-type: none"> (1)小売業(製造含む)飲食業の業種別経営セミナーの講師 (2)小規模事業者の経営分析の手法と助言 3. 事業計画策定支援に関すること【指針】 <ul style="list-style-type: none"> (1)事業計画の策定の手法と助言 (2)事業計画策定セミナーの講師 (3)経営革新計画の認定申請についての助言 (4)創業セミナーの講師 (5)創業計画の策定の手法と助言 (6)事業承継計画の策定の手法と助言 (7)後継者等関係者との仲介・協議 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】 <ul style="list-style-type: none"> (1)事業計画策定後の今後の経営戦略についての助言 (2)資金繰りを円滑に進めるための金融支援と返済状況確認等事後指導 (3)国、北海道の公的支援策の紹介と申請についての助言 (4)創業計画策定後の今後の経営戦略についての助言 (5)事業承継計画策定後の今後の経営戦略についての助言 5. 需要動向調査に関すること【指針】 <ul style="list-style-type: none"> (1)需要動向調査の手法と助言 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】 <ul style="list-style-type: none"> (1)ネット活用の個別セミナーの講師 (2)マーケティング企画からテストマーケティング活動 (3)展示会、商談会、見本市の斡旋支援と出展支援 ・地域経済の活性化に資する取組 <ul style="list-style-type: none"> (1)買い物弱者流出対策支援 (2)共同販売促進事業の支援 (3)漁商工連携イベント事業の支援
連絡先	<ul style="list-style-type: none"> *名称：古平町商工会 *住所：046-0112 北海道古平郡古平町大字新地町7番地 *電話：0135-42-2377 *FAX：0135-42-4220 *Eメール：furusho@rose.ocn.ne.jp

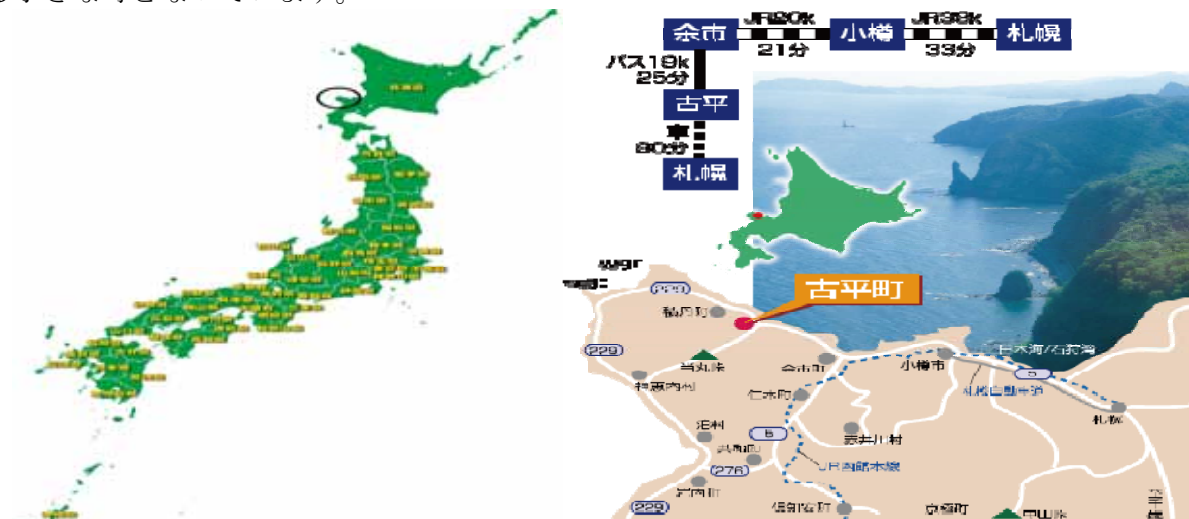
(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【古平町の概況】

古平町は、北海道後志総合振興局管内（1市、13町、6村）、積丹半島の東側中央部に位置し、北は日本海に面し、東・南・西の3方向を余市町、仁木町、共和町、神恵内村、泊村、積丹町の6町村と山地を介して接しています。面積は188.41k㎡であり、北海道の総面積0.23%に相当する小さな町となっています。



総面積の90%が山林であり、地形は南北に長く、その中央を古平川が縦貫して河口周辺に平坦地をつくり、この地区と西北部を流れる丸山川沿いに人口が集中し、市街地を形成しています。

国道229号を主要道路として、道都札幌から西に約75kmの距離に位置し、ニセコ積丹小樽海岸国定公園の一部で美しい景観に恵まれており、海岸線は侵食によって急峻な崖地となっていますが、山地の起伏は比較的小さく、なだらかです。

気候は日本海を北上する対馬海流（暖流）の影響により比較的温暖であり、年間の平均気温は約8.3℃、平均降水量約1,000mmとなっています。また、年間降雪量と積雪量の平均はそれぞれ約853cm、134cmと道内では比較的多いほうであります。

人口は昭和30年の10,073人が過去最高で、その後は減少が続き、平成28年9月30日現在は3,222人となっています。

平成27年の国勢調査では、古平町の人口の40.9%が65歳以上という結果になっています。

世帯の推移をみても、昭和40年から平成28年まで、1,912世帯から1,498世帯と414世帯が減少し、一世帯当たりの人員は4.4人から2.1人と半減しています。地域住民の高齢化は古平町の疲弊を感じさせ、雇用の受け皿の不足と少子化による生産人口の減少による消費減少は、小規模事業者直結し、売上低下、かつ事業者の高齢化と後継者不在（未定）など、経営環境は非常に厳しい状況にあります。

また基幹産業である漁業と水産加工業は、平成22年の就業者数で見ると、一次産業が264人、二次産業626人、三次産業831人となっています。一次産業のうち漁業従事者が222人で、現在の主な漁獲物は、エビ、タコ、ホッケ、カレイなどで、水揚げ高は12億円程度です。二次産業のうち製造業従事者は437人で、水産加工業従事者が大部分を占めています。古平町ではタラコの製造量が2,000tで、明太子を除いたタラコ製造において、全国の出荷量の10%を占めています。最近では減船に伴う漁業従事者の減少と平成26年2月の水産加工協組と組合員6社の経営破綻による従事者160名余りの解雇により、生産人口に大きな影響を与えています。また、同調

査において 15 歳以上の生産人口割合も昭和 30 年には 58.0%だったものが、44.2%まで落ち込んでいます。

古平町の商工業者は、コンパクトな商業集積としての密度は高くないものの、幹線道路である国道 229 号に沿って、浜町地区と本町地区の大きく 2 つに分かれています。業種としては水産加工販売店を中心としてスーパーマーケットや飲食店が多く、地域住民の生活に密着した近隣商店街としての性格を有していますが、移動販売業者 2 社の往来があり、購買力の流出があります。

【古平町の商工業者数等】

〈平成 28 年 9 月 30 日現在〉

産業大分類		経営事業所数※1	小規模事業者数※2	商工会員数
A～B	農林漁業	6	6	1
D	建設業	25	23	15
E	製造業	20	13	12
H	運輸業、郵便業	5	4	-
I	卸売業、小売業	49	37	35
J	金融業、保険業	3	3	1
K	不動産業、物品賃貸業	4	4	-
L	学術研究、専門・技術サービス業	-	1	-
M	宿泊業、飲食サービス業	22	19	12
N	生活関連サービス業、娯楽業	22	21	18
O	教育、学習支援業	1	1	-
P	医療、福祉	14	3	-
Q	複合サービス業、郵便局	4	2	1
R	サービス業	16	4	5
定款会員				7
合 計		191	150	107

※1 平成 24 年経済センサス活動調査-事業所に関する集計

※2 平成 21 年度経済センサス基礎調査

【商業統計から見る古平町】

調査年	行政人口 (人)	商店数 (店)	年間販売額 (万円)	販 売 充足率	人口 1 人当 年販売額	商業人口 (人)	潜在購買力 (万円)	流出入額 (万円)	流出比
S60	5,456	96	232,133	43.2%	42.5 万円	2,357	537,254	-305,121	-56.8%

S63	5,556	85	253,602	44.2%	45.6万円	2,456	573,706	-320,104	-55.8%
H3	5,212	88	257,281	39.8%	49.3万円	2,076	646,007	-388,726	-60.2%
H6	4,981	81	241,364	38.5%	48.4万円	1,918	626,948	-385,584	-61.5%
H9	4,654	75	294,480	48.3%	63.2万円	2,250	609,051	-314,571	-51.6%
H11	4,590	69	243,333	42.5%	53.0万円	1,952	572,203	-328,870	-57.5%
H14	4,474	64	242,278	46.1%	54.1万円	2,062	525,584	-283,306	-53.9%
H16	4,322	61	217,978	43.6%	50.4万円	1,884	499,930	-281,952	-56.4%
H19	4,045	53	181,614	40.8%	44.9万円	1,652	444,797	-263,183	-59.2%
H24	3,612	40	144,000	42.3%	39.8万円	1,531	339,748	-195,748	-57.6%
H26	3,482	40	179,779	45.8%	51.6万円	1,596	392,241	-212,462	-54.2%

昭和60年から平成26年の人口減少は1,974人(S60比36%減)、商店減少は56店(S60比58%減)となっています。

昭和60年から平成26年の調査で考察すると、平成21年度より商業振興事業としてプレミアム商品券の販売を始めた効果【ついで買い】が徐々に表れ、年間販売額と販売充足率、商業人口を多少引き上げ、潜在購買力の増加を生みましたが、小売業が厳しい状況にあることを読み取ることができます。そこから見える古平町小売業(H26)は人口1人当の年間町内消費額51.6万円(全道平均112.6万円)と小さく、潜在購買力を約39.2億円と試算した時、流出額が約21.2億円(流出比54.2%)となり、潜在的に町外流出比が大きい町であります。

【地域の現状と課題】

- ①人口減少と高齢化が進んでいます。
→高齢化により、若者の定住化が必要であります。雇用の場がないため町外地域へ働きに出ている状況であるため雇用の場が必要です。
- ②水産加工特産品、生鮮等(うに、たらこ、エビ等)は築地市場等に出荷されていますが、積丹半島地域の一部地区としての認識で古平町産がかすんでいる状況です。また、古平町内には日本で唯一の「ヒメマス」専門養殖場(製造小売業)がありますが、PR不足により認知度は低い状況です。
→古平町単独での認知度UPは厳しい面があるので、地域ブランド調査・魅力度1位の北海道の中の古平町地域資源PR等、北海道「古平ブランド」として認知度UPに繋げる取組みが必要です。
- ③町の基本が漁業の町、製造業の街として生きてきたため、観光に対し小規模事業者の意識が低いことを、税務等による巡回指導により感じ取れます。
→小規模事業者の意識改革と観光資源の掘り起こし、観光イベントによる観光客誘致の取組みが必要です。観光資源の活用により認知度UPにも繋がります。

【小規模事業者の現状と課題】

- ①購買力の流出と移動販売業者の往来が増加しています。
→消費者ニーズを把握し、流出している購買力を引き止める取組みが必要です。また、移動販売業者に負けない事業取組みも必要です。

②町内の小規模事業者（小規模小売店 43 事業者）の高齢化（65 歳以上事業主 29 名）、後継者（後継者ありは 7 事業者）はなく、売上も年々減少しているため、廃業を検討するところが巡回訪問等を通じて多くなったと感じられます。

→創業、事業承継による新陳代謝を促し「事業を持続的発展」させる取組が必要です。

【商工会の現状と課題】

①記帳指導や税務指導といった事後支援が中心で行っています。

→課題解決に向けた取組みや、売上が向上するため等の支援展開を行う取組が必要です。

②地域イベント（東しゅこたん漁協祭、古平町ロードレース大会）への受身的協力をしています。

→当会が主催する「納涼ビアガーデン」は町民中心であり、町外客の誘致につながっていない現状を踏まえて、地域小規模事業者の売上に直結する新たな取組みをすることが必要です。

③商工会員の高齢化が進んでいます。（廃業脱退の増加）

→創業、事業承継による「事業を持続的発展」させる取組が必要です。

【商工会のこれまでの取組】

「経営改善普及事業」

①小規模事業者が抱えている経営面での問題や技術の改善発達を図るため、小規模事業者の様々な相談に応じています。〈金融斡旋、税務指導、記帳指導、講習会・研修会開催、各種共済〉

「商業振興事業」

②平成 21 年度より行政の支援を受け、「プレミアム付商品券」を発行し町内消費の需要喚起を促しており、住民には定着しています。

③平成 26 年度に全国商店街振興組合連合会（にぎわい活性化事業）助成金を利用し、商店街活性化を目的に次の事業を行いました。

イ) 地場食材を使ったオリジナル料理の作成。

「たらこ」「ヒメマス」を利用したオリジナル料理を公募し、優秀作品レシピを商店街会員へ提供し、飲食店にはメニュー提案を行いました。

ロ) 町内を回遊できる商店街マップとウエルカムボードの作成。

来街者が迷うことなく観光と買い物、飲食が容易にできるマップを作成し、小樽市、札幌市で配布し、商店街会員店舗前にウエルカムボードを作成、設置しました。

ハ) 古平町マスコットキャラクターの作成。

古平町らしさを表現したマスコットキャラクターの公募を行いました。

最優秀作品データは、商店街活性化に繋がる活用ができるよう各団体へ提供し、封筒、名刺、商品券などの印刷物に利用されています。

着ぐるみを作成しイベント等に参加することで、にぎわいの一助となっています。



【中長期的な振興のあり方】

町が策定した「第 5 次古平町総合計画」（平成 23 年～平成 32 年）は「協働で創る住みよいやすらぎの郷、ふるびら」の実現に向けて取り組んでおり、基本計画「IV 魅力ある資源を活かす地場産業の活性化したまち」を目指し、【商業主要施策支援】【観光主要施策支援】が実施されています。当商工会は基本計画との整合性を図りながら、地域や小規模事業者の課題を解決することにより、町が目指す将来像「協働で創る住みよいやすらぎの郷、ふるびら」の実現に繋がるとの考えの下、『地場資源を活用したまちづくりと商工業の振興』を商工会が目指す小規模事業者の中長期的な振興のあり方とした上で、下記支援目標を掲げ、古平町、漁協、観光協会等との協働により地域資源、産業を活用した事業に取り組み、小規模事業者の維持に努めます。

—第5次古平町総合計画「協働で創る住みよいやすらぎの郷、ふるびら」抜粋—
「IV魅力ある資源を生かす地場産業の活性化したまち」

商業主要施策支援	観光主要施策支援
①商業環境の整備「異業種間の連携強化」 ②地域商業の活性化「プレミアム商品券発行业業」 ③消費者対策の推進「安心して消費活動できる町づくり」	①観光振興体制の充実「商工会等町内関係機関との連携強化」 ②観光地域の整備「地場資源を活用したイベント等の企画、研究」 ③観光振興対策「観光客誘致のためのHP作成等、観光の情報発信をする」

〈経営発達支援事業について〉

【小規模事業者への支援目標】

- ① 主要業種である小売業（製造含む）、飲食業の意欲ある小規模事業者に対し関係機関と連携して、個別企業の経営力向上、販売促進、販路開拓等を継続して、新たに経営戦略に踏み込んだ支援を行い、『意欲ある小規模事業者の経営を持続させること』を目標とします。
- ② 廃業等の歯止めとなるよう、関係機関と連携しながら創業・第二創業（経営革新）・事業承継支援に係る、事業計画策定の支援を行い、伴走型の経営発達支援事業を展開して、『小規模事業者の事業を持続的発展に繋げること』を目標とします。

【地域経済の活性化への支援目標】

- ③ 小規模事業者の個者支援を通じて、地域経済の活性化に取り組むために、地域の現状と課題を踏まえ、地域コーディネーターとして、地域貢献《①買い物弱者流出対策、②協働販売促進、③漁商工連携イベント》事業を策定し、町のにぎわいの創出を演出し、地域の魅力の特性を十分に備えた地域ブランド化を促進させることで、小規模事業者の経営環境の整備を行い、『地域資源の活用により町を活性化させる取り組みを行うこと』を目標とします。

【小規模事業者支援・地域経済活性化支援実施方針】

地域内小規模事業者の発展と存続、並びに地域経済活性化に必要な町内での消費を高めるため、商工会、行政、並びに各支援機関と連携を行い目標達成のため積極的に、小規模事業者と向き合った事業支援を行います。

- ①商工会体制の構築を行い、経営指導員の計画的な巡回指導、金融、税務等の窓口相談等機会を通じて各個店及び、小規模事業者の経営課題の掘り起こしを行い、経営課題に対応した事業計画策定を支援し、経営指導員が定期的な巡回によるフォローアップを行うことにより、魅力ある個店と持続的発展力を持つ事業者の育成を行います。経済動向、需要動向、金融動向の情報収集分析したものを事業計画の策定に役立てることにより経営課題の解決を図ります。
- ②創業、第二創業と小規模事業者の廃業の直接要因である後継者対策について、経営指導員の計画的な巡回指導、専門家等とのヒアリング等の情報収集、分析、個別指導により創業、第二創業を成功させるための「夢と情熱」と達成すべき事業構想を実現させるための事業計画策定の支援を行います。また、事業承継は経営方針や経営目標を明確化したうえで、円滑な事業承継を実現するため、現在の経営者がやらなければならない課題を整理し、後継者等との間の引継ぎをスケジュール化し事業計画の策定支援を行います。経営指導員が定期的な巡回によるフォローアップをすることにより、小規模事業者の持続的発展を図ります。
- ③行政と連携して地域活性化に取り組むとともに、地域の課題、問題点を解決できるよう支援機関の協力体制の構築を進め、イベント等事業、新商品開発も地域経済の活性化を意識し、小規模事業者の経営環境を整え、地域経済が持続的に発展するための取り組みを行います。

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】経営指導員が年末資金等の需要期に、関係金融機関との情報交換（金融需要動向）、また経営、決算指導時に売上等より地域経済動向として把握している程度です。

【今後】小規模事業者の現況を把握するため、地域内・外の経済動向を定期的な巡回と公的機関の資料により調査、情報収集し、集計、分析を行い、調査分析内容を基礎的資料として内部共有し、経営環境課題の克服に向けた巡回訪問、個別相談において積極的に活用します。

これらを経営分析への指導に繋げ、需要を見据えた事業計画策定の指導、助言を行い、これに基づいた経営を定着させることで小規模事業者の事業を持続的に発展させることが期待できます。

《事業内容》

(1) 全国商工会連合会が実施する「中小企業景況調査」を参考に、地域内小規模事業者を対象に、巡回指導によるアンケート調査を実施します。調査項目は、全国商工会連合会のアンケート様式を利用します。(①前年同期及び前期と比較した業況、②売上額、③資金繰り、④設備投資状況、⑤直面している経営上の問題点)

小規模事業者の相談時に外部環境の把握のため活用します。

(2) 「産経レポート」(北海信用金庫 毎月発行)により、当管内の概況《地方公共団体、商業、農業、漁業、水産加工、土木・建築、預金、貸出金》の情報収集を行い、地域経済動向を整理し、結果は定期的な巡回訪問、経営相談時に提供することで経営改善等の相談指導に役立てます。

(3) 地域の金融機関と定期的(四半期に1度)に情報交換を行い、金融需要動向の情報収集、整理、分析を行います。

(4) 年末年始資金の需要期は、関係金融機関と町担当係を交え、四半期に1度の金融懇談会を開催し、情報交換を行い、金融需要動向の情報収集、整理、蓄積を行います。

(5) その他、北海道等からの〈道民経済計算年報〉〈企業経営者意識調査〉〈月例経済報告〉等各種調査を情報収集《地域総生産推計、経営状況、雇用状況、在庫・価格水準、個人消費、生産活動、企業倒産等》、整理、分析、蓄積した情報は定期的な巡回訪問、経営相談時に提供し、経営改善等の相談指導に役立てます。

【効果】アンケート調査、情報交換等により地域内・外の事業所情報、経済情報、金融情報、北海道の動向情報等の収集、整理を行い、分析結果情報をパワーポイントや3Dグラフ化し、タブレットを使用した巡回、個別指導時の事業者支援資料として提供するとともに、業種に合わせた個者支援をすることができます。事業計画策定における資料としても活用できます。

《目標》

支援内容	現状	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度
① アンケート調査	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 情報収集分析	1 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

③ 情報交換会	-	4回	4回	4回	4回	4回
---------	---	----	----	----	----	----

【算出根拠】

- ①アンケート調査（年1回調査）150小規模事業者 ※サンプル数 ±5%精度 80回答
- ②情報収集分析（関係金融機関等） 四半期に1回 年4回
- ③情報交換会（関係金融機関等） 四半期に1回 年4回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

【現状】経営指導員の金融指導、決算指導時に得た情報により、事後処理事務支援が中心となっています。経営課題を探るための経営分析調査は行っていません。

【今後】地域の主要業種である小売業（製造含む）、飲食業を対象に、定期的な巡回により経営資源等の調査、情報収集、集計等による小規模事業者の経営分析を行い強み・弱みを認知させるとともに、情報を内部共有し、巡回訪問、個別相談において積極的に活用し、小規模事業者の事業を持続的に発展させることが期待できます。

《事業内容》

- (1) 小規模事業者が感じている経営課題を把握するため定期的（1週6件）に巡回訪問を行い、ヒアリング調査《財務全般、主要取扱商品、資金繰り、後継者等》を実施します。また意欲ある小規模事業者を抽出するため業種別集団セミナー（年2回）、個別相談会（年2回）を開催します。
- (2) 抽出した小規模事業者についてヒアリング調査の結果を経営カルテ（稼働状況、競合状況、課題、求められる支援内容等）に記載し、売上拡大、経営改善などの経営上の悩みに対し、SWOT分析等により経営分析を行い、結果は巡回訪問時にわかりやすくフィードバックし、個々の強み・弱みを認知します。高度な課題は専門家と連携して分析を行います。
- (3) 上記により抽出できなかった小規模事業者においては、意欲がなくならないよう巡回訪問等により必要とされる情報はタブレットを使用し即座に回答します。
- (4) 抽出した小規模事業者について記帳機械化（ネットde記帳）を委託しているものについては、「出力帳票」経営計数分析表・比較貸借対照表・比較損益計算書・月別売上実績表・経営分析レーダーチャート・損益分岐図表も参考に経営分析を行い財政面から見た強み・弱みの結果は、巡回訪問時にわかりやすくフィードバックし、小規模事業者が認知します。
- (5) 専門家の選定、派遣は、北海道商工会連合会のエキスパートバンク制度や国のワンストップ総合支援事業、北海道よろず支援拠点を活用します。

【効果】小規模事業者の経営課題を把握し、専門家との連携で専門的な経営分析を行い、課題解決に向けた事業計画策定への動機付けとすることができます。またネットde記帳委託事業者には出力帳票での経営分析で、小規模事業者の財政面等の改善を提案し、今後の伴走型経営支援へ繋ぐことができます。

《目標》

支援内容	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
①巡回訪問件数	-	288件	288件	288件	288件	288件
②集団セミナー開催回数	-	2回	2回	2回	2回	2回

③②実施により抽出した事業者数		4件	4件	4件	4件	4件
④個別相談開催回数	-	2回	2回	2回	2回	2回
⑤④実施により抽出した事業者数		2件	2件	2件	2件	2件
④経営分析件数	-	6件	6件	6件	6件	6件

【算出根拠】

①巡回訪問件数(経営指導員、補助員、記帳専任職員)	1週 6件×4週×12ヶ月	288件
②集団セミナー開催回数	4月～9月期 1回 10月～3月期 1回	年2回
③②実施抽出事業者数	4月～9月期 2件 10月～3月期 2件	年4件
④個別相談開催回数	4月～9月期 1回 10月～3月期 1回	年2回
⑤④実施抽出事業者数	4月～9月期 1件 10月～3月期 1件	年2件
⑥経営分析件数	2カ月に1件	年6件

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【現状】融資斡旋における事業計画作成提案を行う程度です。

【今後】小規模事業者が経営課題を解決するため、2. 経営状況の分析に関すること【指針①】、5. 需要動向調査に関すること【指針③】、1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】等の結果を踏まえ、北海道商工会連合会、中小企業基盤整備機構、金融機関等と連携し、経営指導員が事業計画策定を支援します。

また廃業等の歯止めとなるよう、創業及び、経営意欲のある小規模事業者の経営戦略に基づく第二創業（経営革新）を成功させるための「夢と情熱」と達成すべき事業構想を実現させるための事業計画策定の支援を行い、事業承継は経営方針や経営目標を明確化したうえで、円滑な事業承継を実現するため、現在の経営者がやらなければならない課題を整理し、後継者等との間の引継ぎをスケジュール化し事業計画の策定支援を行います。

策定支援をするにあたり、専門家や「中小企業経営力強化支援法」に基づく経営革新等支援機関である金融機関、さらに、北海道商工会連合会、北海道事業引継ぎ支援センター、北海道中小企業総合支援センターと連携し、経営指導員を中心に伴走型の支援を実施し事業の持続的発展を図ります。

《事業内容》

- (1) 経営分析を行った経営意欲のある小規模事業者を対象に、計画策定セミナー（年4回）・個別相談会（年2回）を開催し事業計画策定を目指します。また、どうして事業計画策定が必要なのか、どうして作らなければならないのか、個人のニーズにあったきめ細かい作成支援を実施します。
- (2) 自前による創業支援セミナーを開講し、地域内での地域資源等の活用によるビジネスの可能性を地域内（町広報誌、新聞チラシ等）・外（商工会HP等）に向けて広く周知を行い、地域内での創業希望者の掘り起こしを行い、知識の向上を図り、創業計画の策定支援を行います。
- (3) 経営分析を行った新たな事業を目指す意欲ある小規模事業者〈第二創業（経営革新）〉を対象に個別相談会を開催し、第二創業（経営革新）希望者の知識の向上を図り、事業計画策定支援を行います。
- (4) 定期的な巡回訪問により、後継者不在事業者の掘り起こし、ヒアリングを行い、事業

承継計画の策定を支援し、後継者等関係者との協議、空き店舗、マッチング情報等をデータリスト化し、データベース登録（内部情報）により具体的な承継支援を行います。

【効果】事業計画策定の重要性を策定セミナー等で、意識啓発を喚起すると共に、策定支援を行い、策定を目指す小規模事業者及び、創業、第二創業、事業承継を目指す個人、小規模事業者の事業計画策定支援を行うことで、PDCA サイクルを利用し伴走型支援を行うことができます。小規模事業者が事業を継続的に展開、発展することで、雇用の確保も見込めます。

《目標》

支援内容	現状	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度
① 計画策定セミナー開催回数	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
② 個別相談開催回数	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
③ 第二創業計画策定事業所数	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
④ 事業承継計画策定事業所数	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
⑤ 事業計画策定事業所数	-	6 件	6 件	6 件	6 件	6 件
⑥ 創業セミナー開催回数	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
⑦ 創業計画策定事業所数	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

【算出根拠】

①計画策定セミナー開催回数	6ヶ月に1回	年2回
②個別相談開催回数	6ヶ月に1回	年2回
③第二創業計画策定事業所数		年1件
④事業承継計画策定事業者数		年1件
⑤事業計画策定事業所数	経営分析件事業所数	年6件
⑥創業セミナー開催回数	6ヶ月に1回	年2回
⑦創業計画策定事業者数		年1件

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

【現状】事業計画策定提案を行っていますが、提案検証はなく巡回訪問時の事後処理指導のみで進捗状況について把握しきれいていません。

【今後】事業計画策定後の実施支援は定期的に巡回訪問し進捗状況の確認を行います。小規模事業者と共に考える伴走型の指導及び助言を行い事業計画実施のためのフォローアップを行います。また、関係機関が行う支援策等を周知し、小規模事業者及び、創業者、第二創業者（経営革新）、事業承継者の持続的発展を図ります。

《事業内容》

(1) 事業計画策定後、資金需要が発生した小規模事業者に対しては、日本政策金融公庫が、事業の持続的発展を取組むために必要な事業資金を低利で融資する「小規模事業者経

営発達支援融資制度」を活用し、金融支援を行います。また、当会として、新たに事後指導実施要領《事業計画策定後の実施支援に係る金融支援事後指導を実施することを目的とする。》を設け、融資実施後の事後指導は、この要領に基づいて日本政策金融公庫小樽支店や地域金融機関と緊密な連携を取り、その後のフォローアップは四半期に1度以上、経営指導員が定期的な巡回訪問を行います。

- (2) 事業計画策定後に、関係チラシ、商工会 HP を通じて、国、北海道、北海道中小企業総合支援センター等の行う支援策を周知します。当該企業に該当する施策がある場合、必要に応じて連絡し、支援策の申請支援を行います。
- (3) 事業計画策定後に、四半期に1度以上の巡回訪問を行い、進捗状況の確認を行うと共に、計画に携わった専門家や金融機関に報告し、必要な指導及び助言を行います。
- (4) フォローアップに際して、専門的な支援が必要な場合は、北海道中小企業総合支援センターやミラサポ、よろず支援拠点の専門家派遣事業を活用します。
- (5) 創業者・第二創業者（経営革新）・事業承継事業計画策定後は、四半期に1度以上の巡回訪問により進捗状況の把握と新たな問題の発生や困難の有無などの確認作業を実施し、問題解決に取り組みます。経営指導員での対応が難しい場合は、専門家等の招聘により問題解決に取り組み、事業実施への軌道修正を行います。常にこちらから事業者へアプローチを図り、伴走型支援を実施します。

【効果】 事業計画策定後、経営指導員が四半期に1度以上の定期的な巡回訪問によりフォローアップを実施し、事業が計画的に事業運営されているか確認を行う伴走型の支援体制により PDCA サイクルが機能し、その後の継続支援に繋がります。

《目標》

支援内容	現状	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度
① 融資推薦件数 (事業資金)	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
② 計画策定事業所 フォローアップ巡回回数	-	72 回	72 回	72 回	72 回	72 回

【算出根拠】

①融資推薦件数（事業資金）	1 年に	1 件
②フォローアップ巡回回数（計画策定事業所【目標件数】への巡回訪問）		
事業計画策定事業所数	6 件×四半期×2 回訪問	年 48 回
創業計画策定事業者数	1 件×四半期×2 回訪問	年 8 回
第二創業計画策定事業所数	1 件×四半期×2 回訪問	年 8 回
事業承継計画策定事業者数	1 件×四半期×2 回訪問	年 8 回
		計 72 回

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状】 経営指導員の経験的アドバイスのみで需要動向調査は行っていません。

【今後】 町の特産品として活用可能な【たらこ、ヒメマス、お菓子】を利用した商品の試食会の開催によるヒアリング調査を、加工食品担当バイヤーを対象に開催し、調査結果を整理して商談会等への出展支援のための個者支援資料とします。

潜在的な顧客、需要を探索するため、消費者向け「買い物調査」を実施し、地域内の需要動向を把握します。

また、消費流出が 50%を超えている現状（本計画 p2「商業統計から見る古平町」参照）を詳細に知るため、関係機関からの各種情報を収集、整理、分析をします。

調査分析内容は基礎的資料として内部共有し、巡回訪問、個別相談において販路開拓や新商品開発に活用できるデータとして積極的に活用し、個者支援の際のフィードバック資料とします。

上記「2. 経営状況の分析に関すること【指針①】」の結果を踏まえ、クロス SWOT 分析により小規模事業者ごとに実行すべきことを検討・戦略を練り、「買い物調査」結果を個者のマーケティング調査に活用することにより個者の商品・サービスのニーズを把握します。

《事業内容》

(1) 【特産品を活用した需要動向調査】

自社商品等を有する当該小規模事業者が販路の開拓や新商品の開発に必要な情報を収集するため、後志圏、札幌圏の食品加工品の仕入れを担当しているバイヤー【スーパーマーケット2名、百貨店2名】を北海道商工会連合会と連携し招聘します。調査は食品製造業者の思いとバイヤーの商品に対するニーズの違いを知ることが重要であるため、参加事業者は商品アピール票を作成します。一方、バイヤーには事業者とは異なる視点からの意見を求めます。

その結果を商工会が取りまとめ、個者支援（商品開発、展示会・商談会への出展）資料として個者へ情報提供します。

①支援対象者及び調査対象物：10事業者【たらこ商品6事業者12品目、ヒメマス商品1事業者2品目、お菓子1事業者2品目】

②商品アピール票項目：Ⅰ. 商品内容 ①商品名、②対象素材・原材料名、③対象素材の選定理由、④商品としての魅力・アピールポイント、⑤ターゲット客層（希望販売先）、⑥価格帯、⑦原材料確保の見通し

Ⅱ. 事業所内での検討事項

Ⅲ. 現時点での課題

③分析方法：調査項目Ⅰについては5段階評価で数値化した上で、調査対象物毎の課題を発見します。

調査項目Ⅱ及びⅢについてはフリーアンサー形式として個者が気づかない点をあぶりだします。

(2) 【マクロの消費者ニーズ情報を活用した個者向けニーズ調査の実施】

地域の需要を支えている小規模事業者（小売業、サービス業、飲食店）の商品・サービスの需要動向を把握する為には、消費者向け「買い物調査」（基礎調査）を実施し、「誰が」「どのようなもの」を求めているのかを把握した上で、特定個者が取り扱う商品やサービスとのギャップを顕在化させ、販売促進のための「仮説」を立て、「検証」するためのマーケティング調査を行います。

《基礎調査について》

①調査目的：特定個者の需要動向を把握する為には、「誰に」「何を」「どのように」といった視点に立ち「仮説の設定～検証」のプロセスを踏む必要があります。そのため本調査では「誰に」「どのように」の部分をあぶり出し、個者の商品・サービスに対するマーケティング調査を実施する上での重要なデータを収集します。

②調査項目：調査世帯状況、品目別「食料品・日用品、外食、生活サービス」の購買地域・利用店舗、買い物理由、他町村を利用する理由、町村を利用しない理由、古平町の商店に求めるもの（役割）、各個店における価格・品揃え・サービス等の満足度

- ③調査方法：地域住民から郵送や回収などによりアンケートを収集し、「年代×性別」の対象が「どのような理由」で「どのような行動」を取るか捕捉します。
- ④活用方法：各世代及び性別ごとの属性の購買行動及び購入されない要因（価格なのか？品揃えなのか？など）を分析し、ターゲティング及びマーケティングミックス（4P）の視点で、⑤の個者に対するマーケティング調査のデータとして活用します。

《個者に対するマーケティング調査について》

- ⑤調査目的：基礎調査で顕在化させた「個者のターゲット層の購買行動理由」と個者の販売（提供）する商品（サービス）のターゲットとのミスマッチをあぶり出し、個者の商品・サービスに対するマーケティング調査を実施します。個者のアンケート票は個者ごとにターゲットや求めるニーズが異なるため、オーダーメイドにより必要な項目をヒアリングしながら作り上げます。
 - ⑥支援対象：小売業者、サービス業者、飲食店
 - ※町内を商圈とする企業であり、経営分析の進捗度の高い企業を重点支援先として先行実施します。
 - ⑦調査項目：個者が販売（提供）する商品（サービス）を3～5アイテム程度ピックアップした上で、「この商品（サービス）はいくらなら購買につながるだろうか？」といった仮説を立てた上で、「商品（サービス）の認知度」や「価格と購買行動の相関」など個別商品（サービス）の満足度についての「仮説」を「検証」する項目を調査します。
 - ※具体的調査項目
 - 個別商品（サービス）の価格満足度、品揃え及び陳列方法、営業形態（休日・営業時間等）当該商品の使い道、当該商品への不満
 - ⑧調査方法：個者の店舗や商工会のイベント時等においてヒアリング調査やアンケート調査を行います。
 - ⑨活用方法：調査結果から仮説が正しければ販売促進計画につなげ、正しければ仮説を立て直し再度リサーチすることとします。
 - アンケート結果は対象事業者にフィードバックし、販売促進活動や商品・サービスの改良に際しての指針とするとともに、顧客の声を聴くことの重要性を啓発します。
- (3) **【各種消費者動向調査情報の収集、分析及び提供】**
 経営状況分析を行った小売業（製造業含む）、飲食業者に対しマクロ的な消費動向調査として「日経テレコン POSEYES」、総務省統計局「家計消費状況調査」等の情報《業界レポート、売れ筋ランキング、年間収入階級、1世帯当たり1ヶ月の支出等》から情報収集を行い、そこから得た必要と思われる調査結果を整理データ化し、地域外消費情報として、四半期に1度以上の定期的な巡回訪問により、調査結果に合った個者支援資料として積極的に活用します。
- 【効果】**バイヤーへの商品試食会、ヒアリング調査をとおして、市場ニーズに商品を反映させるための、商品の改善・改良を行い販路の開拓、新商品の開発が見込めます。「買い物調査」をとおして、地域内の消費情報（需要動向）を収集、分析、整理把握することで、潜在顧客（うまくニーズに気付かせることができれば見込顧客になる人たち）から見込顧客（無理なくターゲットユーザーになり得る人たち）へ移行させる気付きを把握し、新たな需要を見込めます。
 地域外の消費情報と比較することで、個者販売商品や新商品開発支援と消費者ニ-

ズを捉えた小規模事業者の経営分析や事業計画策定資料とすることができます。

《目標》

支援内容	現状	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度
①バイヤー向け試食会、 ヒアリング調査	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
① 試食会参加 支援事業者数	-	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
② 消費者向け 「買い物調査」回数	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②個別商品等の需要 動向調査事業者数	-	4 件	4 件	4 件	4 件	4 件
③ 調査情報の収集・ 分析・提供回数	-	48 回	48 回	48 回	48 回	48 回

【算出根拠】

- ①バイヤー向け商品試食会、ヒアリング調査回数 年 1 回
- ②消費者向け「買い物調査」（基礎調査）回数 年 1 回
 - ・調査対象 古平町全世帯（1,800 世帯）
 - ・サンプル数 ±5%精度 300 回答
 - ・調査方法 古平町広報誌への調査票の折り込み
- ②個別商品に対する需要動向調査
 - ・調査対象 小売業、サービス業、飲食店
 - ・調査方法 店舗・イベント時のアンケート調査
- ③調査情報の収集・分析・提供件数
経営状況分析事業所【目標件数】へ巡回訪問 6 件×四半期×2 回訪問 年 48 回

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

【現状】展示会等の情報提供のみで計画的な支援はありません。

【今後】3. により事業計画を策定し、4. により実施支援する過程において、当該小規模事業者が自ら開発した新商品、サービス、技術等の認知度向上を図り、需要開拓に繋げるため、専門家や北海道商工会連合会、北海道中小企業総合支援センター、中小企業基盤整備機構等と連携し、マーケティング企画の支援と、道内外の見本市、商談会等の出展支援を行うことで、事業計画を策定した経営意欲のある小規模事業者（食品製造業者）の販路開拓を支援します。経営指導員が、定期的な巡回で抽出した地区内の経営意欲のある小規模事業者（食品製造業者）の強みやノウハウ、潜在的能力を商工会 HP 公開し、小規模事業者同士の取引や連携の場をコーディネートするマッチング支援を行い、新たな需要の開拓を進める基盤を構築します。

《事業内容》

- (1) 自力では広告宣伝、販路拡大に限界がある小規模事業者のため、商工会の支援ネットワークを活用して、アンテナショップ（北海道：北海道どさんこプラザ、全国商工会連合会：むらからまちから館等）、マスメディア（新聞、雑誌、テレビ、ラジオ）に新商品やイベント情報などを提供することで、宣伝活動支援を行い認知度の向上を図ります。また、ホームページ、インターネット、SNS を活用した販路拡大を目指す小規模事業者を対象に、個別相談会を開催し販路開拓の支援を行い展示会や商談会への参加支援を行います。また、平成 26 年度に作成した古平町マスコットキャラクター着ぐる

るみを積極的に活用しイメージアップに繋がります。

(2) 新商品や新サービスを持つ小規模事業者がマーケティング企画からテストマーケティング活動に向かうにあたって、独自での解決が困難である事業者に対し、専門家と連携し個別巡回によりマーケティング支援、情報提供を行います。その際には、需要動向調査で得た数値も活用します。

① マーケティング企画支援

- ・ ターゲティング、市場絞り込み
- ・ 競合商品の確認、優位性の確立など

② テストマーケティング活動準備支援

- ・ 商品化評価
(市場投入適否、商品最終仕様、流通経路確認、説明資料等の検討)
- ・ マネジメント (支援方法の検討、活動のマネジメント)

③ テストマーケティング活動サポート支援

- ・ 支援先企業とのマッチング
- ・ 想定市場の企業とのアポイント取りと同行
- ・ 市場評価をフィードバック

(3) 北海道内はもとより、首都圏等で開催される「食品製造業」が中心の展示会、商談会、見本市開催情報を収集し、小規模事業者に対して出展情報を提供し、申請支援、随行支援をし、事業者に寄り添った支援指導を行います。また、関係機関と連携して販路開拓と認知度向上支援を図り、出展者・出展商品へのアドバイスをバイヤーへのアンケート調査《①展示・商談方法、②パッケージ、③商品開発》から行い、意見の整理をし、出展事業者へフィードバックします。今後、出展等を行う同業種事業所にも定期的な巡回訪問時に情報提供を行います。

【効果】 各方面への積極的な宣伝活動により新商品等の認知度向上を図ることができ、販路拡大につなげることが期待できます。展示会等へ出展参加することにより、新たな需要開拓に寄与します。商談機会を得ることで新たな取引先を開拓することができ、今後の商品開発や商品の改良等、新規事業への取組意欲が増します。また、取引先が増えることで、売上の向上、収益の安定に繋げることができます。地域 PR マスコットキャラクターを帯同させることで、地域ブランドの需要開拓にも寄与します。

《目標》

支援内容	現状	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度
① IT活用した販路開拓支援相談会回数	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
② IT 活用した販路開拓支援者件数	-	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
③ 商談会・展示会参加支援回数	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
④商談会・展示会出展支援者件数	-	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
⑤商談会・展示会出展による成約件数	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

【算出根拠】

①IT活用した販路開拓支援相談会開催回数 4月～9月期1回・10月～3月期1回 年2回

- ②IT活用した販路開拓支援者件数 4月～9月期1件・10月～3月期1件 年2件
- ③商談会・展示会参加支援回数 4月～9月期1回・10月～3月期1回 年2回
- ④商談会・展示会出展支援者件数 食品製造業者10企業より年2件支援(5ヵ年)
- ⑤商談会・展示会出展による成約件数 ④の内、年2件支援のうち年1件成約(5ヵ年)

II. 地域経済の活性化に資する取組

【現状】人口減少や高齢化等による地域活性化の担い手不足や地域の活力低下があります。当会組織内で「納涼ビアガーデン」を企画運営し開催しているほか、催(祭)事には受け身的な協力をする程度です。

【今後】小規模事業者の個者支援を通じて、地域経済の活性化に取り組むため、第5次古平町総合計画、また地域の課題を踏まえて、地域貢献事業《①買い物弱者流出対策、②協働販売促進、③漁商工連携イベント》を当商工会で事業策定し、地域支援を実施します。当商工会は地域の中心経済団体、地域のコーディネーターとして《多面的ネットワーク》《ビジネス感覚》を活かし、地域資源の課題、人材などを結びつけ、ビジネスモデルを作り事業を継続的に実施します。具体的には組織内の部会(①商業部会、②観光部会、③水産加工部会、④工業部会)を活発化させ、事業ごとに企画立案し、古平町、町内関係団体等に広く地域貢献事業への参加協力を提案します。その上で、今後は、古平町、漁業協同組合、観光協会、金融機関、町内企業等との連携により「古平町経済活性化委員会(仮称)」を組織、開催(年6回)し、地域の現状、課題、今後の地域経済の方向性等について関係者間で共有すると共に、小規模事業者が事業を持続的発展させるための良好な環境を整備します。また、地域の特産品、観光資源を掘り起こし、「魅力度」「認知度」「情報接触度」等の向上を図り、地域ブランドを確立させ、観光客の交流人口を増加させ、外貨を稼ぎ地域ににぎわいを与えることで、地域経済の持続的発展に繋げ、小規模事業者の利益を上げることに寄与します。

《事業内容》

(1) 買い物弱者流出対策支援

現在、当町の買い物弱者等においては、町外からの移動販売業者の利用頻度が増しています。上記「古平町経済活性化委員会(仮称)」を開催し、現状を把握した上で、買い物弱者等の困り込みを行い、既存移動販売業者に替わる町民ニーズに合わせた移動販売事業を商工会が主体となり小規模事業者を公募、抽出し、意欲ある小規模事業者間の連携により支援を行います。

また、当町は高齢化比率が高いことから、高齢者顧客には古平町、古平町社会福祉協議会を中心に介護に関わる団体と連携することで、安否確認、健康情報伝達機能を持つ、公共的な地域「見張り番」的な役割も担います。連携団体会議を半期に一度開催します。

【効果】小規模事業者の連携は町民意識、地元意識を強くし、町内購買力を引き上げ、消費流出を下げるができます。

《目標》

支援内容	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
① 移動販売	-	週2日	週3日	週4日	週5日	週6日

② 安否確認	-	週2日	週3日	週4日	週5日	週6日
③ 健康情報伝達	-	週2日	週3日	週4日	週5日	週6日
④ 連携団体会議	-	2回	2回	2回	2回	2回

【算出根拠】

①運行販売	②安否確認	③健康情報伝達
平成29年度	週2日	火曜日・金曜日
平成30年度	週3日	月曜日・水曜日・金曜日
平成31年度	週4日	火曜日・水曜日・木曜日・金曜日
平成32年度	週5日	月曜日・火曜日・水曜日・木曜日・金曜日
平成33年度	週6日	月曜日・火曜日・水曜日・木曜日・金曜日・土曜日
④連携団体会議	6ヶ月に1回×2ヶ月	年2回

(2) 共同販売促進事業の支援

現在、古平町の支援を受けてプレミアム付商品券を発行し、町内消費の需要喚起を促していますが、生活補助としてのウエートが増えています。そこで、上記「古平町経済活性化委員会（仮称）」を開催し、現状のプレミアム付商品券購買について協議し、プレミアム付商品券を魅力的なもの、また利用者が上乗せ消費をしたくなるようなイベントを開催します。古平町商工振興会、古平町かつらカード会が中心なり、企画、立案し共同販売促進事業を実施することを付加価値とし、消費増税への対応と、商店の賑わいを創出します。連携団体会議を半期に一度開催します。

【効果】プレミアム付商品券に付加価値を持たせることで、購買意欲を増幅させることができ、今後のプレミアム付商品券発行に寄与し、売上の向上に繋げることができます。

《目標》

支援内容	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
① イベント回数	-	2回	2回	2回	2回	2回
② 参加店数	-	加盟店	加盟店	加盟店	加盟店	加盟店
③ 連携団体会議	-	2回	2回	2回	2回	2回

【算出根拠】

①イベント回数	9月・3月	年2回	(商品券使用期限/8月31日・2月28日)
③連携団体会議	6ヶ月に1回×2ヶ月	年2回	

(3) 漁商工連携イベント事業の支援

①【イベント支援】現在、古平町においては目立ったイベント活動がなされていないため、上記「古平町経済活性化委員会（仮称）」を開催し、「イベント活動実行委員会（仮）」の設立を提案、組織し委員会を開催(年2回)し、町の目玉となる特産品イベントを行います。イベントを通して観光客の交流人口を増加させ、外貨を稼ぎ地域ににぎわいを与えることで、地域経済の持続的発展に繋がります。

②【特産品開発支援】地域ブランド創出を目的として第一産業の生産業者等と連携して、既存の水産（漁業）加工品等の地域資源の掘り起こしを行い、「たらこ」「ヒメマス」は、北海道立総合研究機構（食品加工研究センター）を活用し技術相談、依頼試験・分析等を通じ新規商品（製品）の開発を行い、完成商品（製品）、及び既存商品（製品）を地域内、外にPRできるイベントを行い、古平町の認知度向上を図り、小規模事業者（製造業）の売上向上、利益の増大に繋がります。

【効果】地域内団体の関係強化と小規模事業者（製造業）の経営強化に繋げ、古平町の認知度アップにも寄与します。

《目標》

項目	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
① イベント開催	-	1回	1回	1回	1回	1回
② 出展者数	-	10件	10件	10件	10件	10件
③ 新規商品開発数	-	2件	2件	2件	2件	2件
④ 来場者数	-	200人	300人	300人	300人	300人
⑤ 委員会開催	-	2回	2回	2回	2回	2回

【算出根拠】

- ②出展者数 地域内製造業者 10企業
- ③新規商品開発数 地域内製造業者 10企業より年2件（5ヵ年）
- ⑤委員会開催 6ヶ月に1回 年2回

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

【現状】他の支援機関との情報交換の場があったものの、経営支援力の向上のための情報発信や共有化がされていません。そもそもは現場の力不足が一番の要因です。

【今後】経営発達支援事業を着実に推し進めていく中で支援ノウハウの蓄積と他の支援機関との連携による情報共有化を図り、現場の力不足を一掃します。

(1) 北海道商工会連合会「全道経営指導員研修会」（年1回）

経営支援事例発表大会（全道代表4名）の発表から支援ノウハウ、支援の現状等の情報が図られ、当商工会地域の経営支援策として享受します。

(2) 北後志ブロック商工会広域連携協議会「指導員グループ会議」（年2回）

赤井川村商工会、仁木町商工会、積丹町商工会、古平町商工会で構成する北後志ブロック商工会広域連携協議会内に経営指導員グループを設置し、課題解決に向けた支援ノウハウ、支援の現状、販路拡大、地域活性化野事例や手法等について情報交換し、当商工会地域の経営支援策として享受します。

(3) 北海道後志管内商工会連合会「後志管内経営指導員連絡会議」（年2回）

各地域の小規模事業者の需要の動向、支援ノウハウ、支援の現状、支援の進捗状況、課題点について情報交換し、当商工会地域の経営支援策として享受します。

(4) 日本政策金融公庫小樽支店「マル経協議会」（年2回）

全国、全道、管内の金融動向について、また小規模事業者経営発達支援資金活用法の情報交換を行い、小規模事業者に有利な資金の活用について支援します。
 その他、公的支援機関、専門家、地区内金融機関とは、個別案件ごとに、電話、FAX、メール等の連絡手段により、また必要に応じて直接訪問し情報交換の時間を設け、商品開発、販路開拓などの成功事例に基づく支援ノウハウ、支援現状、支援の進捗状況、課題点について情報共有し、当商工会地域の経営支援策として享受します。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【現状】北海道商工会連合会が定める研修体系に基づき、職種や課題毎に職員が参加しスキルアップを図ってきました。結果は、自己完結に終始したために、スキルを職員間で共有することはしていません。

【今後】記帳指導や税務指導といった従来型の経営指導に必要な能力向上の他、コミュニケーション能力や事業計画の策定手法、小規模事業者の売上向上や利益を確保することを重視した個者支援能力向上と、地域活性化支援に必要となるマーケティング知識や地域支援の手法を習得し、地域支援能力の向上を図ります。また、経営指導員等が修得した支援ノウハウ及び小規模事業者の経営状況分析を職員会議（年6回）の開催で共有化します。

(1) 経営指導員

北海道経済産業局並びに中小企業大学校、北海道、北海道商工会連合会等の支援機関が主催する研修会の参加にあたり、自己に不足している能力を得られる研修会へ参加をし、経営支援等の能力向上を図ります。全国商工会連合会で実施するWEB研修を受講します。

(2) 補助員

北海道商工会連合会が定める研修会への参加にあたり、自己に不足している能力を得られる研修会へ参加し能力向上を図ります。全国商工会連合会で実施するWEB研修を積極的に受講し、経営指導員と遜色ないスキルを修得することで、伴走型の支援能力向上を図ります。

(3) 記帳専任職員

北海道商工会連合会が定める研修会への参加にあたり、自己に不足している能力を得られる研修会へ参加し能力向上を図ります。記帳指導の中心業務からインターネットやネットde記帳での決算書、経営分析帳票から経営数値が読み取れるまでのスキルを修得し、伴走型の支援能力向上を図ります。

職員会議では、職員間において支援を受けた案件に係る個人情報、企業情報の守秘義務、社外秘を徹底します。

次の方法により、個者支援及び地域支援のスキルや、資質向上を図り、支援ノウハウを組織内で共有します。

(1) 職場外研修

中小企業基盤整備機構、北海道商工会連合会、中小企業庁が主催する「小規模事業者支援人材等育成事業」等の集団研修に参加します。

《目標》

資質向上（職場外）	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
経営指導員	2回	3回	3回	3回	3回	3回
補助員	1回	2回	2回	2回	2回	2回

記帳専任職員	1回	2回	2回	2回	2回	2回
--------	----	----	----	----	----	----

【算出根拠】

経営指導員	4月～9月期	2回	・	10月～3月期	1回	計	年3回
補助員	4月～9月期	1回	・	10月～3月期	1回	計	年2回
記帳専任職員	4月～9月期	1回	・	10月～3月期	1回	計	年2回

(2) 職場内研修

北後志ブロック商工会広域連携協議会、職種別グループ会議において、経営支援事例発表を行います。

《目標》

資質向上（職場内）	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
経営指導員	-	4回	4回	4回	4回	4回
補助員	-	4回	4回	4回	4回	4回
記帳専任職員	-	4回	4回	4回	4回	4回

【算出根拠】	職員会議	4月～9月期	2回	・	10月～3月期	2回	計	年4回
	広域グループ会議	4月～9月期	2回	・	10月～3月期	2回	計	年4回

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

毎年度、本計画に記載の事業状況及び成果について、以下の方法により客観的に評価、検証を行います。

- (1) 古平町役場産業課長、商工観光係主任、中小企業診断士等の専門家の外部有識者により年1回、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行います。
- (2) 年6回、商工会理事会において、事業の実施状況を報告し、評価、見直しの方針を決定します。
- (3) 事業の成果、評価、見直しの結果については、事業の実施状況を含め、商工会理事会、総会へ報告し、承認を受けます。
- (4) 2ヶ月ごとに事務局内で実施状況の進捗について確認し事業内容を検証します。
- (5) 事業の成果、評価、見直しの結果を、事業の実施状況を含め、古平町商工会の会報やホームページ (<http://shokokai.or.jp/01/014061S0001/index.htm>) で計画期間中公表します。

(別表2)

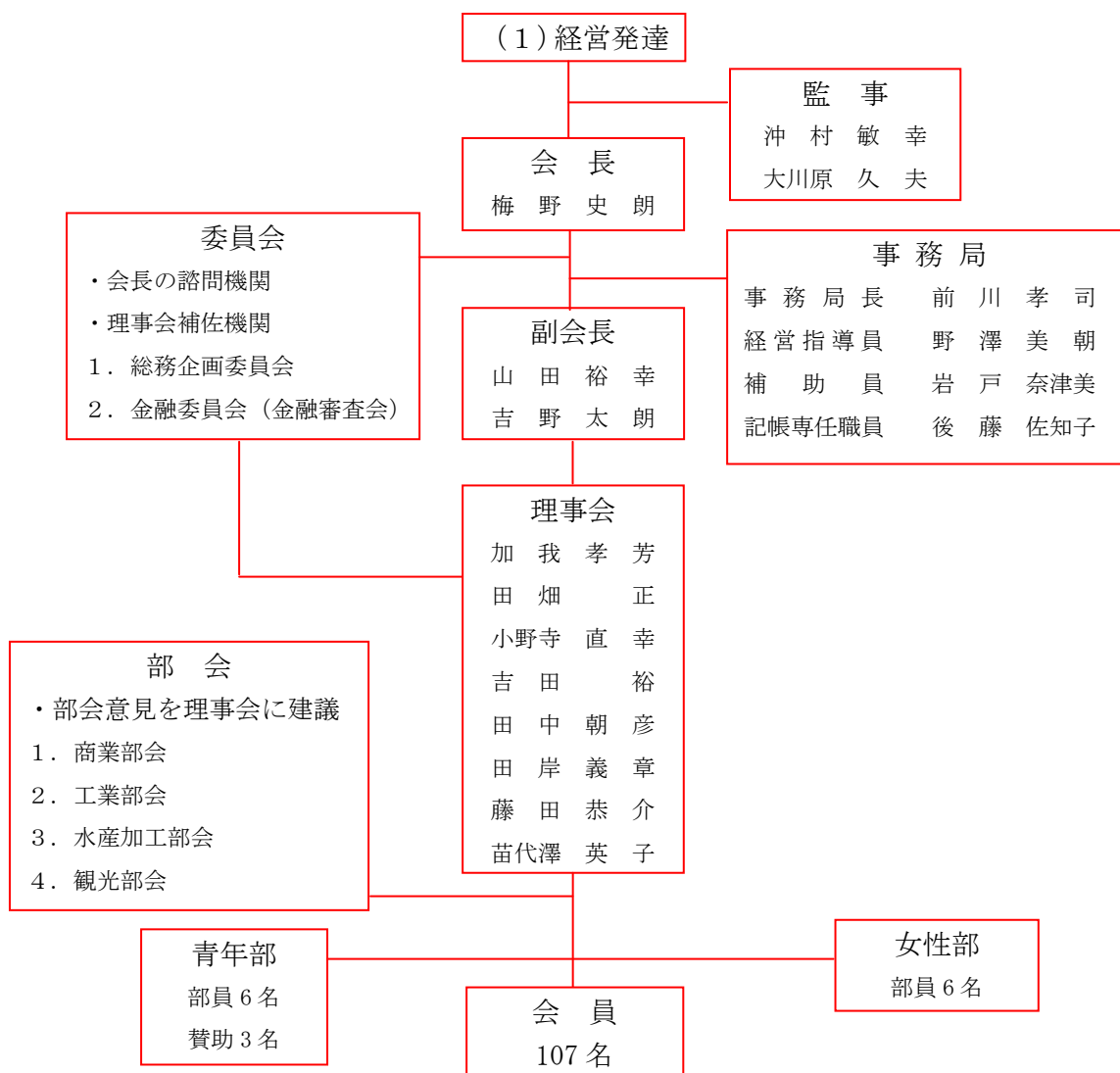
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成28年 9月現在)

(1) 組織体制

古平町商工会組織図・事務局



(2) 実施体制 経営指導員1名、補助員1名、記帳専任職員1名

(3) 連絡先

名称 : 古平町商工会
住所 : 北海道古平郡古平町大字新地町7番地
電話番号 : 0135 - 42 - 2377
FAX番号 : 0135 - 42 - 4220
URL : <http://shokokai.or.jp/01/014061S0001/index.htm>
E-mail : furusho@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)

	H29 年度 (H29 年 4 月以降)	H30 年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
経営改善事業費	800	800	800	800	800
講習会開催費	500	500	500	500	500
調査研究費	300	300	300	300	300
地域振興事業費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
総合振興費	300	300	300	300	300
商業振興費	300	300	300	300	300
工業振興費	300	300	300	300	300
観光振興費	300	300	300	300	300

(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、町補助金、事業受託料、雑収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>【個者支援】</p> <p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>【連携者】 北海信用金庫古平支店、中小企業診断士、税理士</p> <p>【内容】 (1) 経済動向調査の手法と助言 (2) 金融需要動向の情報提供</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること</p> <p>【連携者】 北海信用金庫古平支店、中小企業診断士、税理士</p> <p>【内容】 (1) 小売業（製造含む）、飲食業の業種別経営セミナーの講師 (2) 小規模事業者の経営分析の手法と助言</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>【連携者】 北海信用金庫古平支店、中小企業診断士、税理士、古平町、日本政策金融公庫小樽支店、中小企業庁、中小企業総合支援センター、よろず支援拠点、事業引継ぎ支援センター</p> <p>【内容】 (1) 事業計画の策定の手法と助言 (2) 事業計画策定セミナーの講師 (3) 経営革新計画の認定申請についての助言 (4) 創業セミナーの講師 (5) 創業計画の策定の手法と助言 (6) 事業承継計画の策定の手法と助言 (7) 後継者等関係者との仲介・協議</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>【連携者】 北海信用金庫古平支店、中小企業診断士、税理士、古平町、日本政策金融公庫小樽支店、中小企業庁、中小企業総合支援センター、よろず支援拠点、事業引継ぎ支援センター</p> <p>【内容】 (1) 事業計画策定後の今後の経営戦略についての助言 (2) 資金繰りを円滑に進めるための金融支援と返済状況確認等事後指導 (3) 国、北海道の公的支援策の紹介と申請についての助言 (4) 創業計画策定後の今後の経営戦略についての助言 (5) 事業承継計画策定後の今後の経営戦略についての助言</p> <p>5. 需要動向調査に関すること</p> <p>【連携者】 北海信用金庫古平支店、中小企業診断士、税理士</p> <p>【内容】 (1) 需要動向調査の手法と助言</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>【連携者】 全国商工会連合会、北海道商工会連合会、古平町、東しゃこたん漁業協同組合、古平町観光協会、北海信用金庫古平支店</p> <p>【内容】 (1) ネット活用の個別セミナーの講師 (2) マーケティング企画からテストマーケティング活動 (3) 展示会、商談会、見本市の斡旋支援と出展支援</p>

【地域支援】

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

(1) 買い物弱者流出対策支援

【連携者】古平町、古平町社会福祉協議会

【内容】①顧客（高齢者等）情報の共有

②顧客（高齢者）の心配事相談、安否確認や健康情報伝達、食生活の提案

(2) 共同販売促進事業の支援

【連携者】中小企業診断士、古平町商工振興会、古平町かったら君カード会

【内容】①プレミアム付商品券で客単価を上げるための経営手法と助言

(3) 漁商工連携イベント事業の支援

【連携者】古平町、東しゃこたん漁業協同組合、中小企業診断士、北海道立総合研究機構

【内容】①既存の水産（漁業）加工品等の地域資源の掘り起こし、新商品の開発とその供給

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こと

【連携者】北海道、日本政策金融公庫小樽支店、北海道商工会連合会、北後志ブロック商工会
広域連携協議会構成商工会、北海信用金庫古平支店、よろず支援拠点

【内容】①支援ノウハウ、支援の現状、支援の進捗状況、課題点を情報共有し、情報交換

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【連携者】全国商工会連合会、北海道商工会連合会、中小企業基盤整備機構

【内容】①職場外研修

②職場内研修

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

【連携者】古平町、東しゃこたん漁業協同組合、北海信用金庫古平支店、北海道商工会連合会、
中小企業診断士、税理士

【内容】①本計画に記載の事業状況及び成果について、客観的な評価、検証

連携者及びその役割

【連携者】

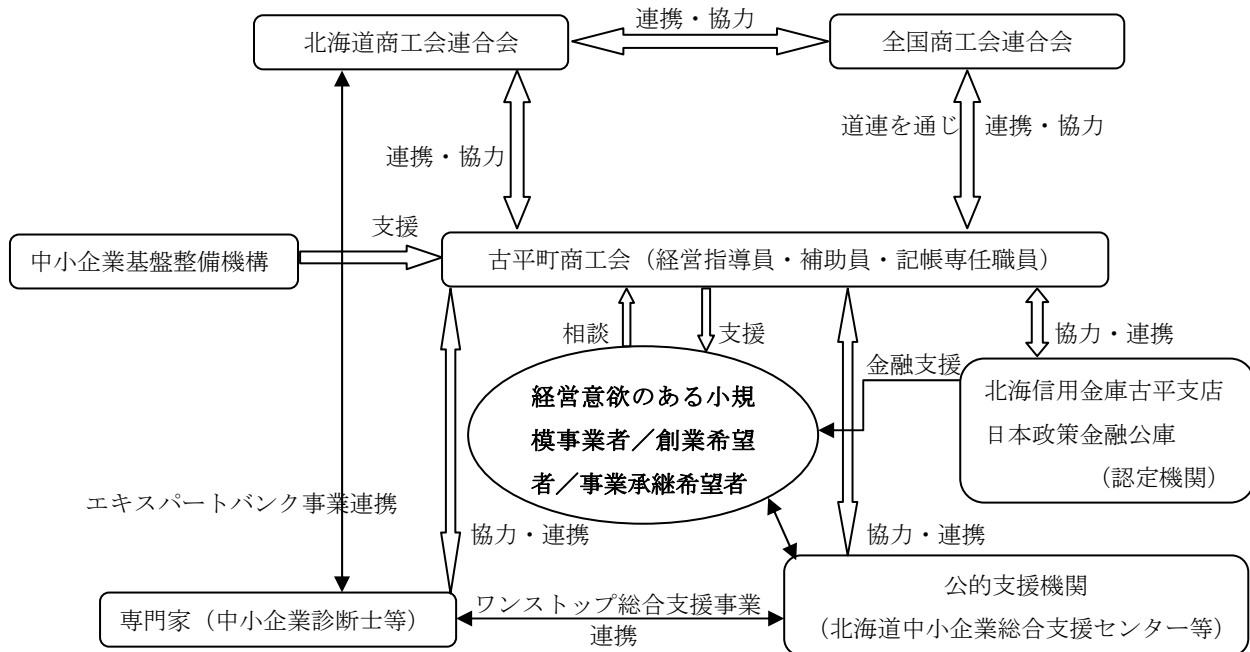
1. 中小企業庁 長官 宮本 聡
住 所 東京都千代田区霞ヶ関1丁目3番地1
電話番号 03-3501-1511
「役割」 小規模事業者の相談、案件に応じた極め細やかな対応、ミラサポによる専門家派遣。
2. 北海道 知事 高橋はるみ
住 所 北海道札幌市中央区北3条西6丁目
電話番号 011-231-4111
「役割」 経営発達支援事業推進の情報提供、調査、分析、事業計画策定に向けた助言、協力。各種施策の情報提供。
3. 独立行政法人 中小企業基盤整備機構北海道本部 本部長 戸田直隆
住 所 北海道札幌市中央区北2条西1丁目1番地7 ORE札幌ビル6階
電話番号 011-210-7470
「役割」 小規模事業者の相談、案件に応じたきめ細やかな対応、専門家派遣等により連携し、協力や情報提供。各種研修会等資質向上。
4. 公益財団法人 北海道中小企業総合支援センター 理事長 伊藤邦宏
住 所 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ビル9階
電話番号 011-210-7470
「役割」 小規模事業者の相談、案件に応じたきめ細やかな対応、専門家派遣等により連携し、協力や情報提供。
5. 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 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ビル7階
電話番号 011-222-3111
「役割」 小規模事業者の相談、案件に応じたきめ細やかな対応、専門家派遣等により連携し、協力や情報提供。
6. 北海道よろず支援拠点 コーディネーター 中野貴英
住 所 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ビル9階
公益財団法人 北海道中小企業総合支援センター内
電話番号 011-210-7470
「役割」 経営相談に対する総合的先進的経営アドバイス、小規模事業者の相談、案件に応じたチーム編成による支援機関等の紹介、自ら支援リソースを連携し補完・強化を図る。
7. 全国商工会連合会 会長 石澤義文
住 所 東京都千代田区有楽町1丁目7番1号 有楽町電気ビル北館19階
電話番号 03-6268-0088
「役割」 地域特産品等の物産展、展示会、商談会等の開催による地域ブランド確立、販路開拓支援、専門家派遣、経営技術強化支援による連携を図る。WEB研修によるスキルアップを図る。

8. 北海道商工会連合会 会長 荒尾孝司
住 所 北海道札幌市中央区北1条西7丁目1番地 プレスト1・7ビル4階
電話番号 011-251-0101
「役割」 地域特産品等の物産展、展示会、商談会等の開催による地域ブランド確立、販路開拓支援、経営技術強化支援による連携を図る。エキスパートバンク制度の活用による専門家派遣、事業計画の指導及び助言、経営指導員等研修会の開催及び情報交換。事業の評価及び見直し。
9. 古平町 町長 本間順司
住 所 北海道古平郡古平町大字浜町40番地4
電話番号 0135-42-2181
「役割」 経営発達支援事業推進の情報提供、調査、分析、事業計画策定に向けた助言、協力。計画に基づく補助金等の支援と情報提供。事業の評価及び見直し。
10. 東しゃこたん漁業協同組合 代表理事組合長 神哲也
住 所 北海道古平郡古平町大字入船町14番地
電話番号 0135-42-2511
「役割」 小規模事業者の販路開拓支援における商品開発支援、特産品販路拡大に向けた展示会、イベントへの出展協力及び助言、情報提供。事業の評価及び見直し。
11. 北海信用金庫古平支店 支店長 坂井俊明
住 所 北海道古平郡古平町大字新地町21番地
電話番号 0135-42-2545
「役割」 小規模事業者の経営分析、事業計画策定において助言、事業計画策定後のフォローアップ支援協力。事業の評価及び見直し。
12. 日本政策金融公庫小樽支店国民生活事業 事業統轄 若狭弘幸
住 所 北海道小樽市稲穂2丁目1番3号
電話番号 0134-23-1167
「役割」 小規模事業者の経営分析、事業計画策定において助言、小規模事業者経営発達支援融資制度の活用及び事業計画策定後のフォローアップ支援協力。
13. 地方独立行政法人 北海道立総合研究機構 理事長 丹保憲仁
住 所 北海道札幌市北区北19条西11丁目 北海道総合研究プラザ
電話番号 011-747-0200
「役割」 小規模事業者の新製品・新技術の開発や食品加工・品質管理などの技術的課題についての助言指導。
14. 沖秀一税理士事務所 所長 沖 秀一
住 所 北海道余市郡余市町入舟町231番地1
電話番号 0135-21-6166
「役割」 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、情報提供、税務指導協力。事業の評価及び見直し。

15. 佐藤尚文中小企業診断士事務所 所長 佐藤尚文
住 所 北海道小樽市新光3丁目14番10号
電話番号 0134-52-2028
「役割」 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、情報提供、経営指導協力。
事業の評価及び見直し。
16. 古平町観光協会 会長 吉野浩次
住 所 北海道古平郡古平町大字浜町40番地4
古平町産業課内
電話番号 0135-42-2181
「役割」 経営発達支援事業推進の情報提供、調査、分析、事業計画策定に向けた助言、協力。
17. 古平町商工振興会 会長 梅野史朗
住 所 北海道古平郡古平町大字新地町7番地
古平町商工会内
電話番号 0135-42-2377
「役割」 経営発達支援事業推進の情報提供、調査、分析、事業計画策定に向けた助言、協力。
18. 社会福祉法人 古平町社会福祉協議会 会長 加我孝芳
住 所 北海道古平郡古平町大字浜町711番地
古平町地域福祉センター内
電話番号 0135-42-2833
「役割」 経営発達支援事業推進の情報提供、調査、分析、事業計画策定に向けた助言、協力。
19. 赤井川村商工会 会長 安達正樹
住 所 北海道余市郡赤井川村字赤井川83番地
電話番号 0135-34-6755
「役割」 経営発達支援事業推進の情報提供、調査、分析に向けた助言、協力。
20. 仁木町商工会 会長 津司康雄
住 所 北海道余市郡仁木町西町1丁目2番地1
電話番号 0135-32-2689
「役割」 経営発達支援事業推進の情報提供、調査、分析に向けた助言、協力。
21. 積丹町商工会 会長 山本俊三
住 所 北海道積丹郡積丹町大字美国町字大沢313番地
電話番号 0135-42-2011
「役割」 経営発達支援事業推進の情報提供、調査、分析に向けた助言、協力。

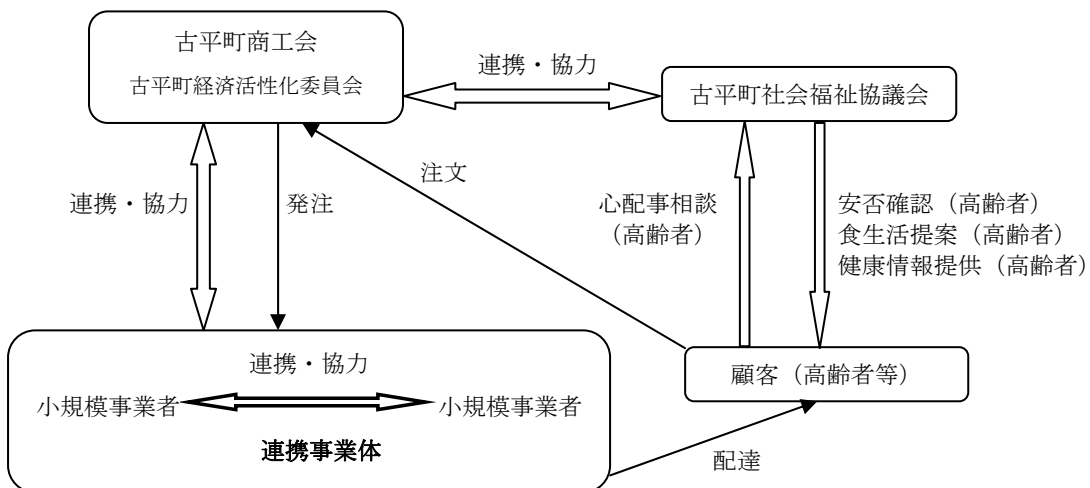
連携体制図等

【個者支援】
経営発達支援事業

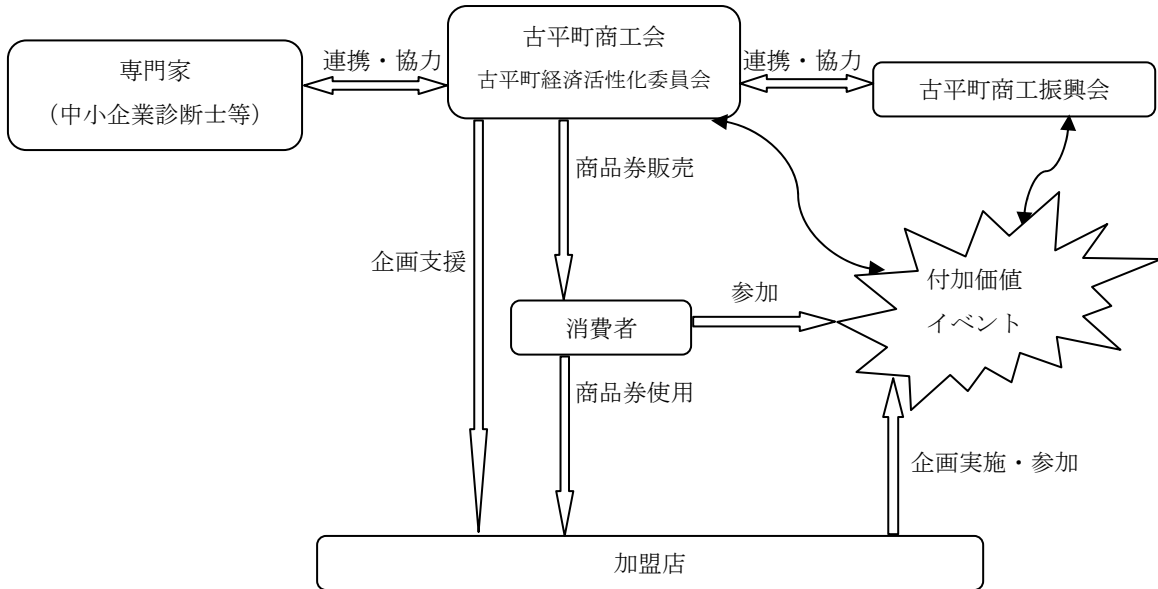


【地域支援】

(1) 買い物弱者流出対策支援



(2) 共同販売促進事業の支援



(3) 漁商工連携イベント事業の支援

{地域内}

