

経営発達支援計画の概要

実施者名	中川町商工会（法人番号 9450005002368）
実施期間	平成28年4月1日～平成33年3月31日
目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 消費動向等に関する調査を継続的に行いながら地域経済動向を把握して、その結果を基に情報提供や経営分析による経営状況の把握と提供を行います。</li> <li>2. 経営環境の急激な変化に対応するために、小規模事業者に対する経営計画の策定と国・道・町の施策を積極的に利用し経営を支援します。</li> <li>3. 後継者対策等の問題を解決するために町内需要動向を把握して新規創業者・第2創業・事業承継を支援し、小規模事業者数の維持・増加を目指します。</li> <li>4. ニーズに対応した新商品・新サービス開発及び販路開拓支援等を行いながら、新たな需要に関する取組により経営を支援します</li> </ol>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域の経済動向調査に関すること 独自調査による基礎データを活用（町内の消費動向調査等）し、各種専門情報データや金融機関との情報共有による経済動向の調査を実施します。</li> <li>2. 経営状況の分析に関すること 巡回訪問等により諸問題を把握して、財務データ等による経営分析を実施し、その結果による経営内容の改善支援や個別の経営革新支援、さらには、専門家・機関の活用支援や金融機関・町との連携支援を行います。</li> <li>3. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定セミナーや個別相談会、巡回訪問等により策定支援を行い、金融施策利用、創業計画支援、第二創業（経営革新）事業承継支援に関してフォローアップを行います。</li> <li>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 創業や事業承継で事業計画の策定を行った小規模事業者に対して、巡回訪問等によりフォローアップを行います。</li> <li>5. 需要動向調査に関すること 経営動向調査を多くの経営者に対して実施し、消費動向や地域での需要に関する聞き取り等を含めた調査を実施します。</li> <li>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 新しい商品やサービスの開発を行い、改良等に関して外部機関と連携し、販路開拓やホームページ等の整備やネット販売を含めて支援を行います。また、大都市圏での展示会や商談会への参加も促しながら、後継者対策、第二創業、経営革新を推進・支援します。</li> </ol> <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み ハスカップサイダーやハチミツサイダー等の特産品開発や販路開拓、さらには地域ブランド創出として、「ナカガワのナカガワ」ブランド作りを積極的に行います。 また、東京都世田谷区・下高井戸商店街との新たな事業として、物産販売や人的な部分に関する交流を行い、地域経済の活性化を推進します。</p>
連絡先	<p>名称 中川町商工会 住所 〒098-2802 北海道中川郡中川町字中川 400 番 1 電話 01656-7-2117 F A X 01656-7-2177 e-mail midriver@rose.ocn.ne.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 中川町の概況

中川町は、北海道の北部に位置し、東に北見山地、西に天塩山地が走り、この両山地の中央を流れる北海道遺産に指定されている天塩川と、その支流である安平志内（あべしない）川流域に沿った南北に細長い地勢で、一部の泥炭地を除くと肥沃で農耕に適した平野地を有しています。総面積は594.87km<sup>2</sup>、山地が84.5%の森と川の町です。



気候は、日本海沿岸型に属していて、盆地のため気温の差が激しく、寒暖の差は夏と冬で60℃以上になり、特に冬は積雪が多くなります。

なお、中川町が位置する場所は、交通の要所に成り得る所で、稚内や名寄・旭川方面へは国道40号線と現在建設中の音威子府バイパスがあります。また、オホーツク海へは知駒峠や音威子府からの国道275号線があり、さらに、日本海へは道道遠別中川線がある等、移動に関する中間的なポジションであることから、道北観光や移動に関する中継地として重要な位置付けになっています。

2. 人口の動き

中川町の人口は、昭和32年の7,337人をピークに、平成27年3月末時点において1,704人となっています。離農や都市部への労働力の流出などによって過疎化が進み、それに連動して世帯数や一世帯当たりの構成員も減少している状況です。現在も人口減少と流出に歯止めがかからず、特に、平成25年3月に地域唯一の高校が廃校になったことから、その動きに拍車がかかりました。

現在は、音威子府バイパスに関する高規格道路建設やトンネル工事の関係で、関連業者が多数出入りしていることから、かなりの賑わいを見せていますが、平成30年3月には、その工事も終了する予定となっており、その後は地域全体が疲弊することが容易に想像出来、他の類似地区と同様に、公共事業の終了と同時に急激な経済の冷え込みと人口の流出が起き、マチ自体の存続が危ぶまれています。地域住民の高齢化は37%を超えており、地域の企業の活性化は大変厳しく、各事業者の売上げは低下傾向で、事業主の高齢化や後継者不足等、小規模事業者における経営環境は一層厳しいものとなっています。

10歳未満	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	総計
120人 (7%)	106人 (6%)	117人 (7%)	171人 (10%)	184人 (11%)	252人 (15%)	260人 (15%)	273人 (16%)	221人 (13%)	1704人 (100%)
0-14歳	15-64歳 (生産年齢人口)	65-74歳 (前期高齢者)	75歳以上 (後期高齢者)	65歳以上 (高齢者)	総計	男性	女性	総計	
178人 (10%)	905人 (53%)	283人 (16%)	380人 (21%)	623人 (37%)	1704人 (100%)	858人 (50%)	846人 (50%)	1704人 (100%)	

※各欄の上段は人数、下段は人数割合

平成27年3月末現在の人口



### 3. 地域産業の動き

#### (1) 農業の状況

農業については、日本最北野菜の産地としての畑作や、牛乳生産を主体とした酪農が盛んです。これら農業は、マチの基幹産業と位置付けされていますが、高齢化や廃業も進んでおり、戸数が減少しています。ただし、畑作に関しては、異業種参入で売り上げを伸ばしている事業所もあり、期待出来る産業の一つに成長する要素があります。また、酪農に関しては、若手の後継者がUターンや新規就農で活性化しており、放牧農業によるコストをかけない農業経営のモデル事業になるレベルの個性派が出てくる等、見直されてきています。

#### (2) 林業の状況

林業は、中川町においても、昭和30年代まで相当繁栄していましたが、輸入材等の影響により3社あった木材会社は、全て廃業する形となり、衰退した悲しい歴史があります。しかしながら、地球温暖化の原因となる温室効果ガスの一種である二酸化炭素等の削減について話し合われた京都議定書から、国連加盟国の多数が参加して全世界的にそれらを抑制する動きが活発化し、森林関連事業は見直されています。中川町では、植林や山道整備を中心とした分野について、就労人口も増加傾向であり、山林の保全等に関する事業について、特に力を入れており、今後、成長が期待出来る分野となっています。

#### (3) 商業、サービス業等の状況

商業については、人口減少や消費生活の多様化、モータリゼーションの進展による購買行動範囲の拡大、通信販売やインターネット普及、近隣町村における大型店の出店等、環境の変化に伴い、大変厳しい状況となっています。

事業者数については、平成27年3月末の段階で、卸売・小売・飲食等の合計で25件、理美容・自動車整備等は22件となっており、経営者は、大半が60歳を超えており、自分の代で事業を終了することをイメージしている方が平成26年度に実施した経営者からの経営動向調査結果からも多い状況となっています。

顧客層は、高齢者や建設関係者が主なターゲットとなっており、大型公共事業が終了する平成30年3月の後は、見通しが相当厳しいものとなっています。また、顧客も同様に高齢者が多くなっており、売り上げの減少傾向に歯止めがかからない極めて厳しい状態です。

#### (4) 工業の状況

工業は、建設業が中心となっており、昨年度末で16件が事業を営んでいます。中川町の経済は、商業、サービス業においても、建設業関係者の動向に影響を受けやすい状況となっています。現在は、高規格道路関係の事業により活気がありますが、工事終了後は、一般的な公共工事の減少等により、急激な経営の厳しさが予想出来ます。後継者問題については、ほぼ半数が移行しているものの、残りは廃業を考えている雰囲気もあり、企業合併等を実施している実績もある等、今後の見通しは減少傾向にあると予想出来ます。

建設業の減少は、当該地域では致命的な影響があり、今後においては地域的な要望をまとめ、経済界としても積極的な公共事業に対する提案を行いながら、町内における人口減少への歯止めに関する動きが必要となっていると言えます。

#### (5) 観光産業の状況

中川町の観光の現状は、観光について、中川町には、世界的に有名な海底温泉の化石をはじめ、アンモナイトやクビナガリュウの化石等がありますが、幾つもの貴重な資源があるものの、観光資源として十分に活用できていない状況となっています。観光施設としては、パークゴルフ場、オートキャンプ場、温泉等があるものの、その知名度は低い状況です。



中川町産アンモナイト等の化石

町の観光産業として考えられる業種は、宿泊、飲食、ハイヤー等が数件ある程度で、未だ観光産業として成り立っているとは言えない状況であり、そのほとんどが地域住民やビジネス関係者を対象とした事業運営を行っています。

その一方で、平成14年に自然誌博物館と廃校を改修した宿泊研修施設の備わったエコミュージアムセンター「エコールなかがわ」が建設され、観光客の入込数を押し上げています。本施設は、中川の地域資源（自然・歴史など）の調査研究を行い、そのデータやノウハウを活用し、展示や教育・普及事業を行っています。また、夏と冬には、研究者とともに中川の自然を学ぶサイエンスツーリズム「森の学校」事業を行い、化石や森に興味のある子供たちや大人たちに少しずつ人気を得ているものの、大きな広がりを持たせるには至っていない状況です。



エコミュージアムセンター「エコールなかがわ」

経済の低迷や人口減少に歯止めが掛からない現在、観光・交流事業に取り組むことによる地域活性化に期待する空気があり、移住・定住事業等に対する地域住民の関心は高く、過去に農業を中心とした移住事業を行って、一定程度の新規就農者が誕生した実績はあるものの、現在はひと段落したことから、異なる視点での事業展開が模索されています。

なお、現在は観光協会に専門職員を設置して、さらなる観光振興を目指すべく、四季のイベント企画や積極的な事業を行い、町内外へ情報発信を行っており、北海道開発局や、北海道との協力により、スイスモビリティに関する観光事業を実施することが決定している等、今後、数年に渡り近隣町村の協力も含めた広域的な事業展開が行われます。

#### 4. 中川町の商工業者数

平成26年度末における商況業者数は、次のとおりです。

事業所数	業種	建設業	製造業	運輸 通信業	卸売、 小売、 飲食業	サービ ス業	その他 定款、 賛助等	計
	総事業所数		16	10	2	25	32	36
小規模事業者数		14	10	2	24	25	9	84
内 訳	会員企業数	16	7	2	25	22	31	103
	(小規模事業者数)	14	7	2	24	22	9	78

#### 5. 中川町商工会におけるこれまでの取り組み（過去から現在まで）

##### (1) 市街地活性化事業

- ・平成14年から道道の拡幅工事があり、商店街再開発事業を実施しました。
- ・専門の事業委員会を設置して協議しましたが個店別対応の町並みとなり、事業実施後、町並みは新しくなりましたが、商店数は若干減少しました。
- ・空き店舗は少ない状況ですが空地が増加し商店街の雰囲気が希薄になりました。
- ・新規町並みとなったタイミングで、ポイントカード事業をスタートしました。

##### (2) むらおこし事業（地域資源調査、特産品開発、販路開拓）

- ・平成14～16年に北海道の補助により「むらおこし事業」を行い、地域の関係者を収集して委員会を設置して事業を行いました。
- ・初年度は地域資源の調査を行い、何が資源であるかリストアップし、山わさび、蕎麦、ハスカップ等に着眼して、商品開発を行うこととなりました。
- ・2年目は、初年度データを利用して、スイーツ関連の新商品を開発し、3年目は、新商品をどのように販売していくか東京等に出向き調査しました。
- ・その後も町の協力により新商品を開発して、ラインナップを増加させましたが、期限の関係から、スイーツは保存が短く、厳しい販売状況となりました。
- ・継続事業として町行政の協力を受けて、日持ちのする商品開発を行っており、中川町産ハスカップを利用したサイダーを平成26年度に開発し、サイダー販売取り扱い業者を町内民間事業所に委託して好評販売中です。（平成26年の販売実績は4,800本）
- ・現在、中川町産ハチミツを利用したサイダーも試作中で平成27年度内に製品化予定です。
- ・販売するときのきっかけ作りとして、より多くの人々に中川町を知って頂く方法の一つとして、地域特有のブランド化が必要であると判断しました。
- ・統一ブランド「ナカガワのナカガワ」デザインを考案したので利用を推進します。
- ・ポスター、パンフレット等に統一デザインを使用して、中川町をPRします。

##### (3) 移住定住事業

- ・平成21年に北海道の補助により移住定住促進事業を行い、小学校の古い教員住宅等を利用して全国にPRし、数名の来町者がありました。
- ・ショートステイのみであった為、移住につながる案件にはなりませんでしたが、この事業により、仕事、病院等がセットでなければ難しいことがわかり、さらに、当然ですが、住宅もある程度のレベルになれば駄目であると判明しました。
- ・予算的にも限界があり、行政との連携が重要であることを再認識しました。

#### (4) 観光振興事業

- ・平成元年から町より観光事業について商工会が行うことになりました。
- ・イベント実施の中心となり、丸太押し相撲や秋味祭り等を企画・運営しました。
- ・平成 22 年には、全国展開事業を行い、秋と冬に中川町での観光体験を行うためのモニターツアーを行い、各 20 名の申込みがあり、かなり盛況でしたが、予算終了と同時に事業推進が難しくなりました。
- ・美深町、音威子府村、中川町の 3 町村で実施している広域連携事業である、北いっしょ推進協議会にて、モニターツアーを継続して実施することになりました。
- ・その後、国や道より観光推進が強く叫ばれるようになったことから、規模を拡大して事業を行うことになり、町の補助により専門職員を設置しました。
- ・平成 25 年より北海道開発局の協力も得ながら「天塩川 de 水切り北海道大会」を開催し、毎年参加者が増加する状況となっています。
- ・さらなる観光振興と地域活性化を推進するために、事業を充実させて人員拡大等を図りながら事務局体制を整備する計画が観光協会にはあることから、それに対して当会は側面的に運営・経理等に関する支援を行っています。

#### (5) 商品券事業

- ・当会が中心となり運営委員会を設立して、事業を行っています。
- ・平成 26 年度は町の補助を受けて 20% のプレミアムを付けて 1,000 万円ずつ 2 回に分けて販売した結果、双方とも即日完売となりました。
- ・その後、実施したアンケート調査結果によると、購買割合が 10% 以上、町外から町内に戻り、有効な事業であったことが数字となって現れました。
- ・平成 27 年は、販売額を増加して実施していますが、大変好評で町内購買がかなり増加している雰囲気であり、地域活性化に寄与していることがわかります。
- ・今回は、商品券を購入した方に対して、どのような利用をする予定であるかアンケート調査を行っており、現在集計をとっているところです。
- ・効果について検討を行い平成 28 年度に以降の地域振興事業に役立てる予定です。

#### (6) ポイントカード事業

- ・平成 14 年まで夏冬の商店街事業として抽選券配布による福引を行っていましたが、マンネリ化等による人気の低迷や、事業所の減少による予算の減少も重なり、新しい事業への移行が当会の中で意見として出ていました。
- ・市街地活性化事業として道道の拡幅を行ったタイミングで、ポイントカード事業へ移行して新たなカード事業をスタートしました。
- ・当初は 8 万円のお買い物もので満点となり、500 円の商品券と 50 円の地域支援券が付くものとなっていたため、なかなか満点にならず不評でした。
- ・状況を把握するため、お買いもの調査を行い、町民の購買力が地方へ流れている現状をまとめ、町行政へ対策を協議するように依頼しました。
- ・大空町へ行政職員と一緒に視察を行い、この町で行われているポイント支援について学ぶことが出来、それを参考にして中川町で取り入れる方向となりました。
- ・平成 24 年から半額を地域活性化事業として町が支援してくれたことから、4 万円の買い物で満点になり、前記調査結果からも地域へ購買力が戻って来ました。

#### (7) 消費動向調査

- ・平成15年、19年、20年、22年、23年、26年と5回の調査を行いました。
- ・調査項目は、A群～F群までの各商品群に関して、地元とそれ以外の購買状況について、小中学の親を中心に、老人クラブや行政等に対して配布しまとめました。
- ・プレミアム商品券販売、ポイント事業の実施、バイパスの開通、大型ショッピングセンターの開店、宅配事業者の参入等のタイミングで状況を確認しました。
- ・現在も、どんな形で買い物が行われているか貴重な資料となっています。
- ・平成26年に行った町民向け消費動向調査の結果では、過去の結果と比較すると町内での消費が増加する傾向が見受けられました。平成23年には、A群である肉、魚、野菜、果物等の生鮮3品関係の町内購買率は56.8%でしたが、平成26年に行った結果では、70.6%となっており、プレミアム商品券とポイントカード事業は、かなり効果があったと推測出来る結果となりました。

#### (8) 経営動向調査

- ・平成26年度、天塩川中部商工会広域連携協議会では、地域経営者の問題意識について定量的に調査するため専門家のアドバイスを活かして調査を行いました。
- ・後継者、売り上げ、人口、ネット等、様々な問題がある中で、売上減少の理由や経営上の課題、その解決方法等について、意見をまとめました。
- ・特に、後継者に関する問題は73%がいると答えていますが27%がいない状況という結果になりました。(回答率が1/4程度で、偏った数字の可能性大)
- ・今後、サンプル数を増加させて精度の高い基礎データを調べる必要があります。

#### (9) 東京都・世田谷区の下高井戸商店街との交流

- ・平成13年度より、札幌国際大学の越塚学長(当時は教授)の進めにより、東京都・世田谷区にある下高井戸商店街との交流をスタートさせました。
- ・当初より都会とのふるさと交流を目指しており、現在では、北海道で唯一、世田谷区民祭りに参加して独自の地域間交流を行っています
- ・毎年3月末の春に開催される、しもたか大さくらまつりにも出店しており、下高井戸商店街や日大生との人的な交流会を開催する等、人の往来も行われています。
- ・モニターツアーを通じて、活発な交流を行っているところです。

#### (10) 地域振興イベント

- ・水切り大会 (7月2週日曜日、観光協会への協力)
  - ・ぽんぴら市 (7月下旬の金曜日、商工会主催)
  - ・ビールパーティー (8月2日、商工会青年部主催)
  - ・丸太押し相撲大会 (9月下旬の日曜日、観光協会への協力)
  - ・秋味まつり (9月下旬の日曜日、観光協会への協力)
  - ・利き酒大会 (2月中旬、商工会主催)
  - ・天塩川春発信 in なかがわ (3月頃に終了、募集開始は1月頃、観光協会へ協力)
- ※その他、地域イベントに多数協力しています。

## 6. 小規模事業者の課題

### <課題①>

- ・商店街（小売業・飲食業）の経営環境は、人口の減少や高齢化の進行、周辺自治体への大型量販店の進出、インターネット通販の拡大や、買い物のレジャー化等により、消費購買力の町外流出など多大な影響を受けています。色々な対策により、効果が出ているものもありますが、持続的に効果があるかは不明です。

### <課題②>

- ・現在は、音威子府バイパスに関する高規格道路事業により町内は活気があるものの、その後については、売上の落ち込みが予想出来るため、経営状況は大変厳しい見通しとなっています。よって、新たな売り上げの確保等に関する事業の模索が必要となっていることから、経営分析や消費動向調査等の結果から、今後に関する企業としての方向性を見出さなければならない状況となっています。

### <課題③>

- ・中心市街地で商売を営んでいる事業所は、後継者難等の問題を抱えており、商店街を取り巻く環境は非常に厳しさを増しています。特に、飲食業関連では平均年齢が60才以上となっており、高齢化による廃業も予想出来ることから、世代交代がスムーズに進んでいない現状となっています。これらに対して、経営動向調査の結果を踏まえながら、事業承継や集約化について、積極的な情報の収集と方向性の判断について、整理することが重要な状況となっています。

### <課題④>

- ・町内を利用する顧客層が固定化されており、今までとは異なる新たな顧客の獲得が求められていることから、新たなニーズに対応した事業展開が重要視されており、今までとは異なる形での広報活動等が必要となってきています。

## 7. 課題を踏まえた商工会の取り組み目標

地域経済における様々な課題は、商圈人口の減少やインターネット通販、大型のショッピングセンター等への購買力の流出により、地域力が損なわれ地域全体の活力に影響していることが問題となっています。また、観光事業の模索や、新しい事業に関する提言も含めて、経済界が行政に対して積極的に提言していくことが重要であることから、新たな需要の開拓等により小規模事業者の持続的発展を支援し、地域経済の活性化につなげる取り組みを行うため、次の4つの課題に取り組みます。

### <課題①>への対応

- ・消費購買力の町外流出に歯止めをかける方法については、商店街全体の問題として捉え、小規模事業者の売上機会を創出するポイントカード事業の継続実施や、プレミアム商品券の販売に関する販売期間の短縮化や購入限度額の変更等、実際に内容を変化させながら、これからも新たな企画を取り入れ、積極的に活性化の企画に取り組み、地域経済の活性化を目指して事業を行います。



<課題②>への対応

- ・平成30年3月に高規格道路事業が終了した後は、同様の工事を行っていた他町村と同様に、地域経済の落ち込みが予想出来ることから、経営に関する抜本的な見直しを含めた、経営改革を行う等が重要で、商工業者への的確なアドバイスによる巡回訪問の充実を図りながら、廃業率の低下や開業率の上昇とともに、建設業のソフトランディング等に関する業態転換についても対応しながら、事業の持続性並びに継続性を目指します。

<課題③>への対応

- ・経営動向調査結果から、後継者問題等について、地域で抱える問題が深刻な状況が浮き彫りになってきているものの、サンプル数が少ないことから、再度調査を実施して、詳細な問題点についてまとめて現状を把握し、当町においても事業所内での世代交代がスムーズに進んでいない所へのアドバイスやマッチングの調整等を含めて、セミナーの開催や斡旋、創業希望者の掘り起こし等についてアナウンスしながら、後継者不足問題の解決や、地域内の業種確保を目指します。

<課題④>への対応

- ・現状の固定客以外の掘り起こしについて、地域と連携した取り組みを行いながら、新たな客層についてのニーズを把握し、ホームページ作成支援ソフトであるSHIFITを利用したホームページの作成等によるインターネットの活用や、ICT事業にて導入されている全戸配布されているテレビ電話を有効に活用して、商店街のにぎわい創出や小規模事業者の支援を行います。

これらの上述内容を踏まえた中で、地域行政や、地域の金融機関、その他支援機関等と連携を図りながら、各事業者の経営力の向上を目的に、積極的な支援活動を行います。

また、小規模事業者が直面する問題は様々であり多岐にわたることから、その課題を解決して、持続的に経営可能となるように、同じ目線に立った支援を行いながら課題を解決します。

## 8. 小規模事業者への支援目標

本事業を実施することにより、各種データ分析を通じて各事業者自らの強みや弱みといった現状をSWOT分析等により把握することで、各々の意識改革を図りながら、課題にあった事業計画を策定し、各事業者の抱える課題を解消して経営の安定化や、経営基盤の強化を目指します。

<課題①>への対応

- ・消費の町外流出対策では、個店にあわせた経営分析を行います。売場、商品、価格、広告に関する調査を実施して、戦略に関する事業計画の策定を行いながら、イベントを通じた顧客の誘引と地域全体によるポイントカード等を利用した販促事業等により、各個店に来店させるかを考えます。

#### <課題②>への対応

- ・小規模事業者への細目なアドバイスとして、売上減少に関する対策を練るために、【地域の経済動向、会員の経営動向、消費者の需要動向】等の様々なテーマを分析し、数多くのデータを集積、データベース化した上で、巡回訪問、窓口相談の際の基礎データとして支援の充実を図りながら、提案型・伴走型の支援をすることで、小規模事業者の持続的発展に努めます。

#### <課題③>への対応

- ・高齢化による事業者の廃業が多くなっている現状においては、後継者塾や創業塾の開催により、次世代の経営者の育成を図るとともに創業希望者を掘り起こし、後継者のいない企業とのマッチングや新規創業者に対する事業計画策定支援を行い地域内事業者数の維持に努めます。

#### <課題④>への対応

- ・新たな顧客の獲得では、様々な調査データを用いて、ニーズの把握を図ると共に、商店街との意見交換の場や地域イベントに参加してもらいながら、事業者との交流機会を増加させます。

### 9. 地域振興の目標

- ・当町では重点施策に「地域ブランドの創出」、「新たな特産品の開発・販路開拓」や「東京・世田谷区との連携・交流」を掲げていることから、これらと連動した取り組みの実施を目指します。
- ・人を呼び込む仕掛けづくりに取り組み、各事業者の消費購買力のアップを目指し、ひいては「人＝賑わい創出＝消費」に繋がる取り組みを目指します。
- ・若者の買い物客は町外へ出向き買い物をしている状況であることが消費動向調査の結果表れており、町内での買い物が少ない傾向にあります。これらの世代の方に商店街を知ってもらい、にぎわいを創出し、若い子育て世代へも波及させられるように、広い世代のニーズに応えられる新たな商店街づくりを目指します。
- ・現在行っている事業として、地域の商店街は、商品を販売するだけの考えから、地域住民を中心に、特に高齢者にとってはなくてはならない生活の場であると同時に、数少ない地域との交流の場でもある事から、あらゆるサポートが可能な商店街を目指して、地域が一体となった商店街づくりを目指します。
- ・行政、商工会より実施している、「ハスカップサイダー」や、「ハチミツサイダー」等による新商品の開発を積極的に行い、販路の開拓を進めながら、新たな地域ブランドである「ナカガワのナカガワ」を町内外へ広めるPR活動を行い、浸透させることを目指します。
- ・様々な拠点に成り得る「道の駅」の有効活用を考え、地域の特産品販売の中心となるように、指定管理を受けている業者との協力体制を強化して、さらには行政と連携を図った取り組みを目指します。



ナカガワのナカガワ  
包装紙デザイン

## 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28年4月1日～平成33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】

##### 《現状及び課題》

現在把握している各種データは、独自調査を平成15年から継続的に実施している消費動向調査と、平成26年度より実施した経営動向調査、さらには公共データ、金融機関レポート等があり、貴重な基礎資料として整備していながら、売り上げ増加につながるような、活用がされていなかったことが課題でした。

##### 《新たな取り組み》

今後についてはデータの活用方法について、巡回時に直接伝えながら利用を促し、地区内の経済動向に関する公的機関の景気動向調査等についても、各種統計資料の活用や、日頃の巡回支援などで収集した情報、さらには税務決算支援時に地域の経済動向を調査・分析することで、今後の経営方針の参考となるよう情報提供していきます。

(事業内容)

#### (1) 【独自調査による基礎データの活用】

- ・現状：定期的な消費動向調査、さらには、平成26年に実施した経営動向調査を行い、さらに一部の資料データを用いて情報等の提供をしていました。
- ・今後：公的機関の景気動向調査、人口統計、定期的な企業訪問、さらには、当会独自に行っている消費者動向調査、経営動向調査、巡回訪問の充実等のヒアリングなど独自調査により、景況・経営課題・資金繰り・支援ニーズなど多岐にわたる項目により総合的な地域の経済動向を調査分析し、調査結果は主に小規模事業者への個別相談時の基礎データとして活用します。

(期待できる効果)

各小規模事業者の現状を確認し、小規模事業者の立ち位置を把握することにより、次なるステップへ繋げることが可能となります。

#### (2) 【最新専門情報データの活用】

- ・現状：専門情報データの活用は積極的に利用していませんでした。
- ・今後：日経テレコンPOS情報等の活用により、その時期の売れ筋商品等調査し、最新のデータとして情報提供し販売促進に繋がります。

(期待できる効果)

最新のトレンド傾向を把握するために、日経テレコンPOS情報を活用することにより、これらのデータを活用して、各小規模事業者の販促効果をバックアップ出来るようになります。

### (3) 【金融機関との情報共有】

- ・現状：融資のあっせん等に関する事務処理的な処理がメインとなっており、詳細な情報交換を行ってはいませんでした。
- ・今後：地域の経済動向については、金融機関等が一番敏感であることから、こちらとの情報交換等を実施するほか、金融機関で発行している調査レポート誌なども拝読し共有を図っていきます。

(期待できる効果)

金融機関との共有を図る事で、違った目線からのアドバイスや情報などが得られ、お互いの情報交換によりスムーズな業務が遂行できます。

(目標)

地域の経済動向を把握し、地域ニーズと今後の見通しを年1回、小規模事業者へ提供したいと考えています。

## 2. 経営状況の分析に関すること 【指針①】

### 《現状及び課題》

巡回訪問については、金融、税務、記帳等に関する問題に対しての内容となっており、経営分析は限定的な提供だけで行っていたことから、売り上げの増加につながるような活用をしていないことが課題となっていました。

また、経営分析を実施した結果については、報告書の配布のみであったことから、詳細な説明をしていませんでした。

### 《新たな取り組み》

経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーへの参加斡旋等により、小規模事業者の持続的な発展を目的に、計数管理の向上や経営分析、経営計画策定への意識啓発を図り、ネットde記帳による各種データ分析等を活用して、小規模事業者の経営分析を行います。専門的な課題等については、北海道、地域金融機関、商工会連合会や中小企業基盤整備機構のコーディネーター等と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対して、より丁寧にサポートします。

(事業内容)

#### (1) 【一般的な経営分析】

- ・現状：今までは、決算等による財務結果の説明、配布に留まる等、財務データを事業計画策定に活用させていませんでした。  
また、セミナー等を開催した場合は、持続化補助金の申請時等、事案がある場合のみ行っている状況で、通常の経営支援時には経営分析を実施しておらず、平成26年度に実施した経営動向調査においても、アンケートへの回答者のみ整理したものとなっており、返答のない事業所については対応していませんでした。
- ・今後：巡回訪問を行い、各業種に特化したセミナーを紹介する等しながら、日頃の相談業務により分析の対象となる小規模事業者を選定して経営状況等を把握し、専門知識を有する専門家等と連携することで、収益性を示す売上高営業利益率等や、生産性を示す労働分配率等、安全性を示す流動比率等の項目を基に経営分析を行い、これら財務分析に加えて、SWOT分析などの強み、弱みの把握や、売場、商品、価格、広告の4Pの視点からの定性的な分析を行います。

(期待できる効果)

各種セミナーを紹介する事により、見聞を広められ各事業者の課題が明確になり、それらの解決に向けた取り組みが図られると考えています。また、地域の経済動向とあわせて、自社の立ち位置、課題などを明確にし、小規模事業者のマーケティング力の向上と事業計画策定に向けた意識啓発につなげます。

(2) 【商工会経理ソフト「ネットde記帳」を活用した経営分析】

- ・現状：24件の記帳経理処理を実施していますが、確定申告に係る決算の事務処理時に出力される財務データの配布と結果を説明するのみとなっていました。
- ・今後：「ネットde記帳」による個別データ分析を実施することにより、各事業者の計数管理の把握が可能となることから、これらを活用して支援を行います。

(期待できる効果)

この商工会経理ソフト「ネットde記帳」を活用している小規模事業者へは、リアルタイムで計数が把握できることから、強み、弱みなどの経営資源に関する分析を加えることで、事業計画が策定でき、経営の安定化が図れます。

(3) 【専門家並びに支援機関の活用】

- ・現状：巡回や直接相談を受けた時のみ、専門家派遣や支援機関の紹介をしており、積極的には活用していませんでした。
- ・今後：巡回時や各種会議において、利用する項目を調査しながら、支援機関等の活用し支援を行います。

(期待できる効果)

売上増加が困難な時代になっていますが、専門家等による異なる視点による強み等を見出して、新たなビジネスチャンスを見つけるきっかけになることを期待して実施します。

(4) 【経営分析調査の総括】

以上に記載した結果をもとに、経営課題を抽出するとともに、地域経済動向を把握し、データ分析をした上で、相談時の基礎データとして、提案型の支援を実施します。

(期待できる効果)

前記の事業内容を実施することで、総括的な経営課題が抽出され、これらの基礎データは巡回訪問、窓口相談時の必須アイテムとして、フル活用することで各小規模事業者の経営の安定化、経営基盤の強化に繋がります。

(目標)：次の通り設定します。

支援内容	27年度 見込み	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
巡回訪問回数	600	600	600	600	600	600
セミナー・説明会開催回数	2	2	2	2	2	2
経営分析件数	7	7	7	7	7	7
専門家派遣数	1	1	1	1	1	1

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

#### 《現状及び課題》

現在は、個別に相談があった場合について、金融、税務、労務等、実際の状況に応じて対処する支援が中心となっており、提案型の支援に切り替えていくことが課題でした。

#### 《新たな取り組み》

今後については、上記1の地域経済動向調査、上記2の経営分析調査等の結果を踏まえ、地域行政の産業振興課並びに事業計画策定支援及び各支援機関（日本政策金融公庫・中小企業総合支援センター・よろず支援拠点等）とも連携し、伴走型で提案型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図ります。

#### (事業内容)

##### (1) 【事業計画策定セミナーの開催】

- ・現状：今までは事業計画策定に関する個別相談会等の開催は、積極的に実施していない状況となっていました。
- ・今後：事業計画策定等に関するセミナーや個別相談会を開催することで、経営分析の際のSWOT分析で把握した強みを活かし戦略を練り事業計画の策定支援をします。

##### (期待できる効果)

経営分析による事業計画を策定することで、普段見えていない課題を可視化し、事業計画策定の必要性を再認識させることができます。

##### (2) 【事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こし】

- ・現状：事業計画策定について積極的な情報提供をしていなかったため、意識の啓発が図られにくい状況であったことから、計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしは、特段していませんでした。
- ・今後：窓口相談、巡回訪問において地域内の動向調査などの基礎データ活用やSWOT分析・4Pの視点を取り入れて相談等を受け、事業計画策定を目指し、小規模事業者の掘り起こしを行います。

##### (期待できる効果)

各相談時に於いて、これまで以上に事業計画策定を目指す小規模事業者の増加が期待でき、事業の健全化が図れます。

##### (3) 【事業計画の策定支援】

- ・現状：現在、事業計画の策定では、融資に係る書類作成時にのみ行って来ました。
- ・今後：事業計画策定を目指す小規模事業者の他、金融相談、各種補助金(持続化補助金等)の申請時に事業計画の策定支援を行います。

##### (期待できる効果)

各小規模事業者への基本的な支援では、金融相談や各種補助金に係る事業計画の策定支援を行うことにより、金融・補助金＝お金が市場を循環することになり経済の活性化が図られます。

(4) 【小規模事業者経営発達支援融資制度の活用】

- ・現在：日本政策金融公庫では、マル経融資、普通融資のみ対応しています。  
※平成26年実績は、9,550万円（10件）
- ・今後：小規模事業者の持続的発展を図っていく上での金融に於いて、日本政策金融公庫が実施する「小規模事業者経営発達支援融資制度」の活用並びに事業計画の策定支援を行います。さらに、少額融資についても積極的な支援を実施します。

(期待できる効果)

この制度を有効に活用することで、持続的発展に取り組む小規模事業者の事業計画策定と、実施段階での資金調達が可能となり小規模事業者の経営安定化並びに経営基盤強化が図れます。特に、本年度から国民生活金融事業においては、小口の対応と件数増加に力を入れている状況であることから、積極的な支援を行うことで、事業の活性化が図られると考えられます。

(5) 【各支援機関の支援策PR】

- ・現状：今までは、各支援機関で行う支援策の広報については、積極的な取扱いをしていませんでした。
- ・今後：今後は、国、道、町、各支援機関で行う支援策等の広報案内と各種文書配布時に同封する等の方法により、今までより積極的なPRを行うことにより周知し、フォローアップを実施します。

(期待できる効果)

各機関が実施する支援策を情報提供するとともに有効な支援策を選択し、着実な事業計画の実施が可能となります。

(6) 【巡回訪問によるフォローアップ】

- ・現状：現在は、定期的な巡回訪問に留まっており、(5)と同様に支援機関の施策に関しては要望があった場合以外は、積極的な紹介をしていませんでした。
- ・今後：支援機関から出ている情報を基に、利用可能な事業所についてピックアップして整理し、必要に応じて巡回訪問しながら、進捗状況の確認を行うとともに、必要な指導・助言を強化します。

(期待できる効果)

事業計画の進捗状況の確認に加え、継続的な巡回訪問によるフォローアップを実施することにより、小規模事業者のPDCAの取り組みを定着させつつ、新たな商品、サービスの掘り起しが可能となります。

(目標)：次の通り設定します。

支援内容	27年度 見込み	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
巡回訪問回数（事業計画策定）	2	2	2	2	2	2
セミナー・説明会開催回数	1	1	1	1	1	1
事業計画策定事業者数	2	2	2	2	2	2
周知によるフォローアップ件数	2	2	2	2	2	2

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

##### 《現状及び課題》

特殊な補助事業等がない限り、事業計画を策定することは少なく、地域行政や専門家並びに地域の金融機関と連携もしていませんでした。

##### 《新たな取り組み》

今後については、上記3で事業計画策定した小規模事業者に関する情報収集や経営分析等の結果を踏まえた中で、計画通り事業を実施できているかどうかの進捗状況の確認や新たな課題抽出・その解決に向けて、行政・地域金融機関・専門家等との連携しつつ伴走型で提案型の指導・助言（フォローアップ）を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図ります。

##### (事業内容)

###### (1) 【巡回型フォローアップ】

- ・現状：今までは事業計画策定に関してあまり実施していなかったため、策定後のフォローアップを行っていませんでした。
- ・今後：国、道、町等が行う施策について周知し、策定後も計画に沿った事業を展開出来るようにフォローします。その回数は、1事業所当たりPDCAの確認が可能なものとして、3か月に1度（年4回）各種補助金申請等の対応も含めた形で巡回型のフォローアップを行います。

###### (期待できる効果)

事業計画に基づいて経営を行うことにより、計画策定の重要性を理解することが可能なため、経営の改善になることが期待出来ます。

###### (2) 【各支援機関及び金融機関の支援策等に関するフォローアップ】

- ・現状：過去には当会から案内を行った上で、それに対して相談のあった事業所についてのみ支援策等に関するフォローを行っていました。
- ・今後：上記3で記載したように、各種施策に関するアナウンスを積極的に行いながら、経営に有利な伴走型の支援を行うことを第一として、経営者が必要とする様々な事案に関する情報提供や課題解決に関するフォローを拡充し、継続的に実施します。

###### (期待できる効果)

効果的な施策がたくさんあることを理解して頂き、経営に有利な情報をうまく取り入れながら、売上増加や第二創業等へ繋げて、常に経営に関する専門的な支援を受けられる状況にいることを実感していただき、経営者と一緒に経営基盤の強化を図ることが期待出来ます。

(目標)：次の通り設定します。

支援内容	27年度 見込み	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
フォローアップ事業所数(巡回型)	2	4	6	8	10	12
フォローアップ事業所数(支援策等)	2	4	6	8	10	12
専門家招聘回数	1	2	2	2	2	2



## 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

### (1) 【商品・サービスに係る需要動向調査】

- ・現状：個別的な商品の調査、分析等の実績は、開発毎に実施しているものの、それが売上等に結びつくような利用をしていませんでした。
- ・今後：ピックアップした事業者の商品の需要動向について、消費動向調査の統計を基に情報収集、分析し、相談内容に応じた情報を提供します。

(期待できる効果)

各個店の商品について、各動向調査を基に分析した結果、個店の売れ筋商品は何かなどの把握と事業戦略の策定、販路開拓に繋げることが期待出来ます。

### (2) 【消費者動向調査実施等による需要を把握】

- ・現状：平成15年から地域における消費動向調査を行っており、商工会における企画立案に関する重要なデータをして利用しているものの、需要動向に関連付けた形での活用はしていませんでした。
- ・今後：今後も地域データの推移を確認する指標として、継続的に隔年で実施し、さらには日経テレコンPOS情報、インターネットを利用した需要動向調査、専門家との連携による消費動向調査などを実施し、データ分析に活用します。

(期待できる効果)

過去の実績から見る各種動向調査を実施することで、消費者側からの需要を把握し、これらの情報提供とともに、各小規模事業者のサービスや売上の向上のための提案型支援に繋がります。

### (3) 【需要動向に関する聞き取り調査の実施】

- ・現状：今までは商談会、展示会等には終始参加することのみで終わっており、その後のフォローをきちんとしていませんでした。
- ・今後：商品やサービスに係る市場動向や消費トレンドを把握するため、商談会への参加時に於いて、バイヤーとの意見交換を実施し、さらには、インターネット等を活用して需要開拓のための調査を実施し、ニーズの聴き取りを行います。

(期待できる効果)

先端を走る企業の情報を見聞きすることで、現状における市場動向や最新のデータが把握でき、これら情報の共有が即戦力（小規模事業者の力）となり、次なるステップ（販路開拓や新商品開発等）へと繋がることを期待出来ます。

### (4) 【需要動向調査の総括】

需要動向を調査することで、市場ニーズに関するトレンドを把握し、データ分析をした上で、相談時の基礎データとし提案型支援を実施します。

(期待できる効果)

事業内容を実施することで、総括的な需要動向が抽出されることから、経営支援時に活用して小規模事業者の経営の安定化、経営基盤の強化に繋がります。

(目標) : 次の通り設定します。

支援内容	27年度 見込み	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
商品・サービスに係 る需要動向調査	1	1	1	1	1	1
消費者動向調査 ※隔年	0	1	0	1	0	1
需要動向に関する 聞き取り調査	1	1	1	1	1	1

## 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】

### 《現状及び課題》

平成14年から北海道の補助事業により地域資源開発調査を行い、その後、特産品開発や販路開拓と事業を実施しました。参画事業者に新商品を多数作って頂き、住民アンケート等による調査を経て、製品開発を行いました。なかなかヒット商品となるまで育成することが出来ず、専門家のアドバイスを受けながら挑戦していますが、実績を出すのは容易ではありませんでした。

現在も継続して様々な商品開発を実施していますが、利益商品に育てる厳しさを実感しているところであり、どのような形で支援すべきか課題となっていました。さらに、個別に行っている事業者への支援も継続していますが、微増程度であり大ヒットとなるには困難さを感じている状況でした。

また、現在は創業等にあたる支援は、偶発的な窓口相談が中心となっていたことが現状であり、創業による新たなビジネスや雇用の創造、事業承継等を契機とした第二創業を促進し、経済の新陳代謝を図ることが課題でした。

### 《新たな取り組み》

これらの課題を解決するため、専門家派遣事業や、各種セミナーへの積極的な参加を進めます。ここでは小規模事業者が開発した商品を流通経路に乗せ、現在の売上より増加させることで販路拡大を目指し、各事業者の自慢の逸品を売り込むことから認知度の向上を図ります。

また、今後については、各支援機関と連携を図り創業塾への参加を斡旋し、創業支援を行い、次世代の経営者の育成を図るとともに創業希望者を掘り起し、後継者のいない企業とのマッチング等に取り組みます。

さらに、新規創業者に対する事業計画策定支援にも取り組み、創業後も金融や税務相談といった基礎的支援に加えて、事業計画を着実に実行し、経営安定が図られるよう提案型・伴走型の支援を実施し、開業率の上昇、事業者数の維持に努めます。

### (事業内容)

#### (1)【専門家派遣事業の利用】

- ・現状：今までは、希望者にのみ専門家を紹介し、相談事業を行っていましたが、関係者は少ないこともあり、一般的な広報資料を配布する以外、噛み砕いた形での事業について細かく紹介はしていませんでした。

- ・今後：興味のある事業者に対して、積極的に声掛けを行い、専門家事業を紹介の上、販路拡大に関する支援を伴走型で行っていきます。また、バイヤーへの売り込みが必要不可欠であることから、北海道貿易物産振興会等、関係機関との連携を図り、情報収集並びに情報の共有などを行いながら、積極的な関与を行います。さらに、各商品を広く消費者に認知してもらうことをイメージして、各種アンケート調査を実施して、これらの結果を各小規模事業者へフィードバックし、今後の事業展開に活用して経営発達につなげます。

(期待できる効果)

第二創業等も含めた紹介となり、各小規模事業者が積極的に参加することが期待出来ます。また、経費についても、必要最小限に留めることが可能になり、小規模事業者の負担軽減に繋がります。

## (2) 【各機関主催の展示会・商談会への参加】

- ・現状：現在、展示会・商談会への参加については周知に留まっていた。
- ・今後：各事業者が販路開拓、販路拡大を図るため、大都市圏である札幌や東京で開催される、各業種に特化した展示会や商談会の出展に向けて、各関係機関（道・町・金融機関）と連携し、各事業者が販路開拓に積極的に取り組めるよう出展支援を行います。また、専門的知識を有するバイヤー等からの意見を参考にして商品をブラッシュアップし、商談成立に向けた支援を行います。さらに各種アンケート調査を実施し、これらの結果を小規模事業者へフィードバックし、これからの事業展開に役立てて頂きます。

(期待できる効果)

この様なイベントに参加することにより、各小規模事業者の立ち位置（存在価値）が把握でき、市場開拓に関するノウハウが身に付けられるようになることを期待します。また、出展した結果をフィードバックすることにより、事業計画を見直して、販路開拓を確実なものとしします。

## (3) 【公設アンテナショップへの出展】

- ・現状：現在、各地での催事やイベント参加等により、商品紹介を行っていますが、公設ショップへの出展は少ない状況でした。
- ・今後：東京、札幌などに設置されているアンテナショップ（むらからまちから館）等に、より多く出展出来る様に、各事業者へのPR周知はもちろん、出展にあたってのノウハウや書類作成などの支援を行い、出展しやすい環境を整え、数多くの出展者を輩出します。

(期待できる効果)

東京、札幌に店舗を構えるとなると、毎月の経費が莫大に発生しますが、これらアンテナショップへの出展により経費の節減が図られ、大都市圏への有効な売り込み手段として期待できます。

## (4) 【創業塾の紹介・斡旋による創業支援】

- ・現状：今までに、当会が主催する創業塾の開催はなく、実績はありませんでした。

- ・今後：創業塾に参加するような希望者を見出し、創業塾開催情報を伝えて、創業に関する知識向上を図りながら、創業計画の策定支援を行うことにより、創業支援を行います。また、ビジネスプランの作成についても支援していきます。

(期待できる効果)

当会地域内に於いて、創業塾を開催することにより、起業者の掘り起しに繋がり、地域内での創業（開業）により、開業率の上昇、事業者数の維持にも繋がります。

(5) 【後継者対策の取り組み】

- ・現状：今までは、青年部などの後継者育成に留まっており、新規創業や台に創業については、希望者のみへの支援となっていました。
- ・今後：創業塾と並行して、後継者対策にも取り組み、創業希望者の掘り起しやマッチング事業等を実施し、問題解決に向けた支援を図ります。

(期待できる効果)

創業希望者の掘り起しを行い、マッチング事業を実施することにより、後継者対策を前進させ、スムーズな事業承継及び世代交代が可能となります。

(6) 【第二創業並びに経営革新に関する支援の実施】

- ・現状：第二創業や経営革新に関する相談会の開催実績は、個別には実施していたものの、全体向けの相談会としては実施していませんでした。
- ・今後：第二創業や経営革新に関する相談会を開催し、計画の策定を支援し、多数の参加が可能な形で支援を実施します。

(期待できる効果)

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た計画的な支援が可能となります。

(7) 【商工会簡易ホームページシステム「SHIFT」の活用】

- ・現状：現在、当会で管理している事業者は2件程度です。
- ・今後：商工会簡易ホームページシステム「SHIFT」を活用し、自社のホームページを立ち上げ、リアルタイムによる商品PRを可能にします。また、これらの登録事業者を増やしていきます。

(期待できる効果)

このシステムは商工会で管理し、経費を掛けずにPRできることがメリットであることから、小規模事業者の経費削減を図ることが出来ます。

(目標)：次の通り設定します。

支援内容	27年度 見込み	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
専門家派遣	2	2	2	2	2	2
商談会・展示会参加	2	2	2	2	2	2
アンテナショップ出店支援	3	3	3	3	3	3
創業塾の紹介	1	1	1	1	1	1
第二創業・経営革新	1	1	1	1	1	1
ホームページ作成支援	2	3	3	3	3	3

## II. 地域経済の活性化に資する取組

### 1. 地域経済の活性化について

#### 《現状及び課題》

現在はイベント等の実施までに留まっていることが現状であり、小規模事業者の経営への貢献までは注力できていないことが課題でありました。

#### 《新たな取り組み》

これら課題解決に向け今後は、町、観光協会、青年部等による若い世代を含めて会議を複数回程度開催し、今後の地域経済活性化の方向性を検討します。また、地域経済の活性化へのテーマとしては「まちに人を呼び込む」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、様々なイベント等を実施します。さらに、地域におけるブランド品（特産品）の売り込み、PRについても積極的なバックアップを図ります。

#### (事業内容)

- (1) 上述の会議において、「小売業」「サービス業」を中心とした地域経済活性化の方向性について検討します。
- (2) 当会特産品開発委員会で企画している「サイダー」関連の商品についてのPR並びに販売に積極的なバックアップを行います。この商品の売り込みを視野に入れ取り組みます。
- (3) 「ナカガワのナカガワ」地域ブランドの確立による小規模事業者の販路開拓を支援するため、町の特産品についても広く積極的なPRを図ります。
- (4) ポイントカード事業を活用して、「小売業」、「サービス業」に関連する消費拡大活性化を目的としたイベントとして、「サマーセール」、「年末セール」、その他不定期イベントを複数回、実施します。
- (5) 東京都世田谷区・下高井戸商店街との交流事業を通じて、各商品のPRや販売促進を行い、さらに、交流人口の増加により地域経済の活性化を推進します。

#### (期待できる効果) (1) ~ (5)

当会としては、町の重点施策にもある地域ブランドの創出事業として、「ナカガワのナカガワ」を新たなブランドに育てながら、地域の活性化を図りたいと考えています。

また、当会が中心となり、実施している特産品開発事業において、中川町、農協等との連携により開発した「ハスカップサイダー」や、現在開発中の「ハチミツサイダー」を新規商品として販路を開拓しながら事業を推進します。

これらの商品を中心として、販路を拡大しながら、既存の事業所にある様々な商品についても同時にPRすることで、小規模事業者の売上増加に寄与できるものと考えています。

さらに、大都市圏である東京との物産並びに人的交流により、経済の活性化を図ることが可能となり、大きな消費にもつながるきっかけとなることが期待できます。



ハスカップサイダー

### Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

#### 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

##### 《現状と課題》

現在、他の支援機関との連携については、専門家派遣によるものなど機会が限られており、支援ノウハウ等の情報交換は図られていませんでした。

##### 《新たな取り組み》

今後については、経営分析、事業計画の策定にあたり、より高度な専門的なノウハウを吸収していくため、専門家派遣を積極的に活用すると共に、北海道よろず支援拠点をはじめ、北海道中小企業総合支援センターや中小企業基盤整備機構北海道支部、金融機関、地元行政、近隣商工会と連携を図り、支援の現状や、これからの課題、問題解決に向けての対策について定期的な情報交換を実施します。

また、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全道経営指導員研修会や上川管内職員協議会で行う研修会等において、これらの解決方法、経営発達支援に関する有益な情報等に関して情報交換を図ります。

#### 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

##### 《現状と課題》

現在は、北海道商工会連合会や、中小企業大学校等の研修会参加を中心にスキルアップを図っていますが、職員間の情報共有と小規模事業者への支援に活かされにくいことが課題でした。

##### 《新たな取り組み》

今後は、中小企業大学校等主催の研修会参加に加え、支援機関との連携による専門的支援業務により経営指導員の支援スキルの向上を図ります。

また、吸収した支援スキルを共有する仕組みづくりをし、OJT による職員全体のレベルアップを図ります。

##### (取組内容)

- (1) 全国商工会連合会、北海道商工会連合会、中小企業大学校の主催する研修会に経営指導員が年2～3回参加します。
- (2) 各支援機関が主催するセミナーに年1回以上参加します。
- (3) 各支援機関からの専門家派遣による支援の際、経営指導員が支援スキルの吸収を図り、内部での共有する仕組みとして新たに職員研修会を開催します。
- (4) 研修会参加による知識の習得についても、復命、報告書の回覧で終わっていることから、週1回の職員ミーティングや職員研修会を開催し、情報やノウハウの共有を図ります。

また、地域の近隣商工会の経営指導員や広域連携をしている商工会による独自の勉強会を開催し、スキルアップ並びに組織内における経営指導員の情報を共有します。職員によるチームで小規模事業者を支援すること等を通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTにより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

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、経営発達支援計画に基づいた小規模事業者への支援施策の周知徹底を図ります。

具体的には以下の方法により実施します。

- ① 本計画による事業の実施状況について、事業終了2ヶ月以内に報告書を作成します。
- ② 専門家等による外部委員会を設置し、当町商工担当課（経済課担当室）、町内企業の有識者、北海道商工会連合会・中小企業診断士・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います。
- ③ 提示された評価・見直し案に基づき、当会総務委員会において計画の具体的な改善計画案を策定します。
- ④ 当会理事会において、具体的な改善方針を決定します。
- ⑤ 事業の成果・評価・見直しの結果については、町へ報告し、承認を受けます。
- ⑥ 事業の成果・評価・見直しの結果を計画期間中、当会のホームページやブログ等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します。
  - ※HP (<http://nakagawashokokai.web.fc2.com/index.html>)
  - ※BLOG ([http://blogs.yahoo.co.jp/midriver\\_n](http://blogs.yahoo.co.jp/midriver_n))
- ⑦ 公表された事業の成果・評価・見直しの結果については、懇談会や意見交換会開催時に説明を行い、巡回訪問によるヒアリング時に意見を聴取する等、地域小規模事業者からの意見を踏まえ、次期の経営発達支援計画を策定します。

(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1月現在)

(1) 組織体制

【中川町商工会役員】

会 長	片 山 峯 輝
副会長	植 村 美記夫
”	佐々木 英 和
理 事	笹 森 弘 志
”	戸 井 宇 一
”	宮 脇 政 義
”	安 西 克 巳
”	高 橋 充 弘
”	吉 田 義 一
”	菊 地 広 幸
”	佐 藤 正 樹
”	今 野 美津子
監 事	梅 津 剛
”	三 和 寿 志

【中川町商工会事務局】

事務局長	菊 田 浩 司
経営指導員	横 山 英 樹
補助員	畠 山 明 美
記帳指導職員	斉 藤 慎 英
臨時職員	前 崎 綾 乃

(2) 連絡先

中川町商工会

〒098-2802 北海道中川郡中川町字中川400番地1

01656-7-2117 Fax 01656-7-2177

e-Mail [midriver@rose.ocn.ne.jp](mailto:midriver@rose.ocn.ne.jp)

H P <http://nakagawashokokai.web.fc2.com/index.html>

blog [http://blogs.yahoo.co.jp/midriver\\_n](http://blogs.yahoo.co.jp/midriver_n)



## (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)

項目	28年度 (見込み)	29年度	30年度	31年度	32年度
必要な資金の額	33,135	33,135	33,135	33,135	33,135
経改事業費	955	955	955	955	955
旅費	420	420	420	420	420
指導事務費	520	520	520	520	520
小規模事業施策普及費	15	15	15	15	15
地域振興事業費	27,180	27,180	27,180	27,180	27,180
総合振興費	3,770	3,770	3,770	3,770	3,770
商工業振興費	560	560	560	560	560
広域連携事業費	250	250	250	250	250
商工業活性化事業費	22,600	22,600	22,600	22,600	22,600
経営発達支援事業費	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
発達支援関係費	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000

(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
補助金収入：国補助金、道補助金、町補助金
自己収入：会費、手数料、使用料、受託料、助成金、雑収入等

(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

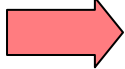
連携する内容
<p>1. 経営分析・需要動向調査分析における専門的課題解決 2. 創業・第二創業支援における講師等 3. 小規模事業者販路開拓支援における出展支援 4. 空き地、空き店舗の活用方法計画策定 5. 地域活性化事業イベントの実施     ぽんぴら市(夜市)、利き酒大会、ポイントカードイベント、商品券イベント、丸太押し相撲大会、秋味祭り、きこり祭り、天塩川春発信 in なかがわ(解氷クイズ)、天塩川水切り大会等</p> <p>中川町、観光協会と協賛事業</p>
連携者及びその役割
<p>1. 北海道 代表者：北海道知事 高橋 はるみ、住 所：北海道札幌市中央区北3条西6丁目 役 割：施策普及支援、経済動向調査、情報発信</p> <p>2. 中川町 代表者：中川町長 川口精雄、住 所：北海道中川郡中川町字中川 役 割：施策普及支援、経済動向調査、商品・サービス発掘支援・特産品開発支援 特産品販路開拓支援・情報発信・情報共有</p> <p>3. 日本政策金融公庫旭川支店 国民生活事業 代表者：事業統括 森田 太郎、住 所：北海道旭川市4条通9-1074-12 役 割：金融支援、経済動向調査、情報共有</p> <p>4. 北星信用金庫 中川支店 代表者：支店長 木村健二、住 所：北海道中川郡中川町字中川 役 割：金融支援、経済動向調査、情報共有</p> <p>5. 独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部 代表者：本部長 中島 真、住 所：北海道札幌市中央区北2条西1丁目1番地7 役 割：専門家派遣、施策普及支援、経営分析支援、情報発信、情報共有</p> <p>6. 北海道よろず支援拠点 代表者：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 役 割：専門家派遣、経営分析支援、商品・サービス発掘支援、情報発信、情報共有</p> <p>7. 中川町観光協会 代表者：会長 吉田寛、住 所：北海道中川郡中川町字中川400番地 役 割：情報発信、情報提供</p> <p>8. 北はるか農業協同組合 中川支所 代表者：基幹支所長 菅昭治、住 所：北海道中川郡中川町字中川308番地 役 割：特産品開発支援、特産品販路開拓支援、情報発信、情報共有</p>

連携体制図等

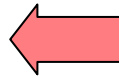
経営改善普及事業

- ・理事会
- ・街づくり委員会
- ・総務委員会
- ・商業部会
- ・工業部会
- ・サービス業部会
- ・青年部
- ・女性部

計画  
・実行  
見直し  
・改善

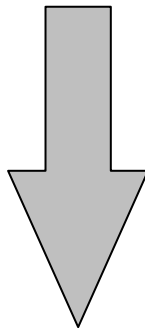


連携



- ・北海道
- ・中川町
- ・北海道開発局
- ・日本政策金融公庫
- ・北星信用金庫
- ・ミラサポ
- ・よろず支援拠点
- ・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
- ・中川町観光協会
- ・北はるか農業協同組合
- ・各関係機関
- ・学識経験者

事業実施内容



||  
・事務局

