

経営発達支援計画の概要

実施者名	増毛町商工会（法人番号 3450005003157）
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日
目 標	<p>1. 小規模事業者への個社支援 小規模事業者の持続的発展のための経営力強化を支援します。</p> <p>2. 地域経済の活性化 地域の魅力アップの取り組みにより地域経済の好循環を目指します</p>
事業内容	<p>・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 （1）経済動向調査 （2）会員ニーズ調査</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること （1）経営分析の対象者の選定 （2）各種分析やセミナーの開催 （3）専門家との連携</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること （1）計画策定に関する支援方法 （2）事業承継・第二創業者の発掘と事業計画支援方法 （3）専門家との連携による支援方法 （4）計画策定を必要としている事業者の抽出 （5）新たな金融支援</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること （1）事業計画策定後に職員間で定期的に巡回指導を行い改善点等の指導や助言 （2）事業計画策定後に専門家等のフォローアップ強化 （3）創業者に対して、専門家等による経営支援や融資相談等について指導、助言</p> <p>5. 需要動向調査に関すること （1）市場動向調査 （2）消費者ニーズ調査 （3）各種イベント来場者アンケート</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること （1）商談会・物産展等への出展支援 （2）インターネットを活用した販路拡大支援 （3）行政等と連携した販路開拓支援</p> <p>・地域経済の活性化に資する取組 （1）イベント「増毛えび地酒まつり」による特産品や観光のPRで地域経済活性化 （2）イベント「秋の味まつり」による特産品や観光のPRで地域経済活性化 （3）イベント「港まつり」による特産品や観光のPRで地域経済活性化 （4）イベント「サマーフェスティバル」による特産品や観光のPRで地域経済活性化 （5）町営の「ましけマルシェ」による特産品や観光のPRで地域経済活性化 （6）町主催の「各産業団体による地域活性化懇話会」を開催し地域経済活性化</p>
連絡先	<p>名 称：増毛町商工会 住 所：〒077-0204 北海道増毛郡増毛町稲葉町1丁目9番地 電話番号：0164-53-2319 F A X：0164-53-3093 E-Mail：mashikeshou@ia3.itkeeper.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

増毛町の現状

1. 増毛町の立地

増毛町は北海道西海岸の日本海に面し、留萌振興局管内の南に位置しています。東は留萌市、南は北竜町、雨竜町、新十津川、石狩市に接しており、北西は 38 kmの海岸で東西 30.2 km、南北 24.4 kmのやや方形をなし、面積は 369.71 キロ㎡で、東京都のおよそ 6分の1です。

増毛町の南部は暑寒別岳を主峰とする増毛山地であり、北西部は日本海に面しています。

山地から北流する河川は短く急流で狭い堆積平野をつくり、この平野と海岸線に集落が発達しました。

沿岸は豊富な魚類に恵まれ古くから漁業が栄え、冬季は風雪を伴う季節風が強いものの、夏期は温暖な気候により、水稻、果樹栽培などの農業も盛んです。約 20 kmにわたって暑寒別連峰の山裾を日本海の荒波が削った豪壮な絶壁が奇岩、怪岩の海蝕崖が続いており暑寒別天売焼尻国定公園の重要な観光ポイントとなっています。



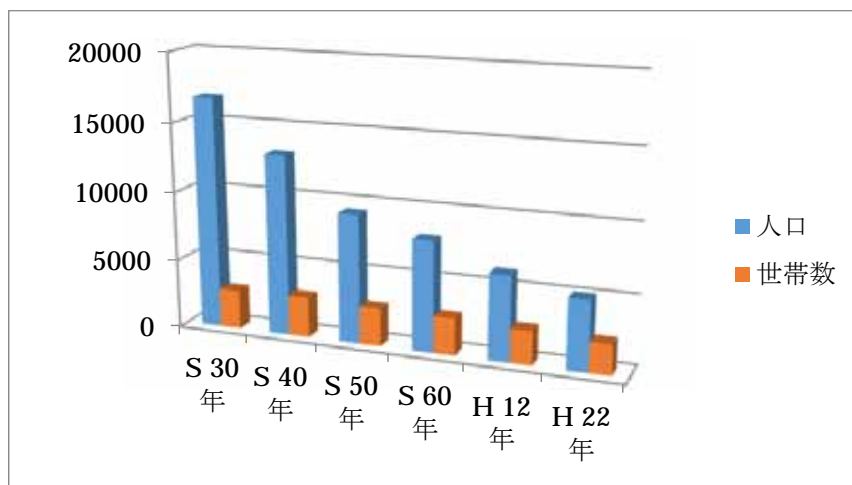
比較的に大都市が近郊にあり札幌市が約 115 kmで旭川市が約 75 km、滝川市が約 55 kmであります。増毛町から約 20 km北に位置する留萌市には大型店の商業集積が図られており、増毛町の小売店には大きな影響を与えています。

2. 人口の動き

人口は、昭和 30 年の 16,768 人をピークに減少傾向が続いています。特に、昭和 40 年代の国内経済の高度成長期で、人口の都市集中が加速してから、さらに過疎化が進み世帯数も減少傾向にあり、また一世帯当たりの構成員人口も減少している状況にあります。

平成 28 年 9 月末時点においては 4,754 人、世帯数 2,348 世帯と減少しており、加えて地域住民の高齢化と合わせて企業の活性化や活発な企業経営にも体力の限界が見えており、各小規模事業者の売上も低下傾向にあり、事業主の高齢化と後継者不足など、小規模事業者における経営環境は益々厳しものとなっています。

増毛町の人口推移 (国勢調査)



3. 産業の現状

■農業の状況

増毛町の農業は稲作と果樹が中心であり、稲作につきましては本地面積約 **450ha** で水稲が約 **270ha**、転作作物はそばが主体で約 **115ha** その他小麦等の作付けを行っています。

果樹につきましては、観光果樹が中心でさくらんぼ・ぶどう・洋ナシ・りんごまで多品目にわたり約 **100ha** 栽培されています。

現状の課題は稲作・果樹ともに農家戸数の減少、農業従事者の高齢化と後継者不足により労働力不足が大きな課題とされています。

しかし、道民や転勤族でも増毛町で果樹が出来る事をほとんど知らない人が多く、もっと上手くPRしていき、さらに果樹の加工品を研究していくと、もっと観光客が増えると思われれます。

■漁業の状況

漁業については、漁業資源量の減少と一部魚種を除いては漁安価が続いています。

この様な厳しい状況下において、漁業者の漁獲努力により、平成 **27** 年度の総水揚高は **28** 億 **2** 千万円と前年度実績を **3** 億 **1** 千万円上回る結果となっております。

主な漁業別にみると、ほたて養殖漁業は出荷数量の増加により水揚高増、えび籠漁業は漁獲数量が減少しました。

単価の上昇に加えて風にも恵まれ水揚高増、なまこについても単価の上昇により水揚高増となりましたが、刺網・たこ漁については水揚高が減少しており、今後の資源量が危惧されます。

しかし、ほたての養殖技術が進歩して安定した水揚があり、なまこ・うに・アワビ等の養殖も行なっており期待しているところです。

■商工業の状況

商業については、留萌市の大規模商業施設の立地が進み、消費者の流出が進んでいます、また大都市にも近隣のため滝川市、札幌等の大型店への消費購買の流出など、消費者の動向の多様化と広域化が進み、年間販売額や商店数は減少している状況にあります。

また、地域内の過疎化による人口の減少と高齢化が進み、古くからの個人商店を中心とした小規模店舗は衰退傾向となっております。

さらに、事業主の高齢化が進み、後継ぎも所得の問題を含み皆無の状態ではありますが、増毛駅前通りには **10** 年前から夏期だけの開店も含め **8** 件の飲食店が出店し賑わいをみせています。

■観光の状況

増毛町は日本海オロロンライン観光ルートの留萌管内の南の玄関口に位置していますが留萌管内の他の市町村と同じく日帰り通過型の観光が主流であります。

本町には暑寒別天売焼尻国定公園に指定されている豊かな自然景観と景勝地のほか、映画「ステーション」のロケ地でも有名なJR増毛駅（留萌本線、留萌～増毛間、平成 **28** 年 **12** 月廃止）や夏期の岩尾温泉、リバーサイドパーク、オートキャンプ場、管内唯一のゴルフ場や冬季の暑寒別岳スキー場などの施設が整備されています。

また、道内でも古い歴史を有し、特に駅前通りは「ふるさと歴史通り」と称し、国重要文

化財・旧商家丸一本間家のほか北海道遺産に指定された増毛駅前の歴史的建物群があり、6月からのイチゴ・サクランボ・プルーン・梨やリンゴ等の11月までの果実や四季を通じての生鮮魚介類など特にウニの採取期間には寿し屋の前は行列が出来るほど観光客が訪れ、味覚と合わせて重要な観光資源となっています。

しかし、12月から3月までは積雪寒冷の季節になり観光客が極度に減少しています。

観光入り込み客数は平成26年度で26万4千人であります。95%以上が日帰り客で、宿泊客は延べ12,300人とどまっており、町内の産業間連携による滞在・通年型の観光への転換と観光拠点の充実と観光資源の発掘などが必要ですが、まず生鮮魚介類や果樹の「食の魅力」や歴史的建物群の「歴史の魅力」とオートキャンプ場やスキー場などの「体験の魅力」をインターネットやふるさと納税者等、外部への情報発信次第では大いに可能性はあると思います。

4. 増毛町商工業者数

平成28年3月31日現在

業種 事業所数		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サービス業	その他	計
		総事業所数	29	23	2	50	45	25	39
(小規模事業者)		27	16	2	43	44	23	39	194
内 訳	会員企業数	24	21	2	41	28	15	13	144
	(小規模事業者数)	22	14	2	34	27	13	13	125

10年前の平成18年3月31日では総事業所数が250件で約85.2%になり内会員企業数が179件で約82.6%に激減しております。

5. 小規模事業者の課題

○商店街の状況は、過疎化による人口の減少と高齢化、生協による宅配やネット・通販による買い物や他市へレジャーを兼ねた買い物など購買力流失に伴って売上げの減少など解決するには商店街だけでは難しい状態にあり、売上を増やす新たな創出が課題となっています。

○町内の小売業や飲食業等は零細企業がほとんどで売上の減少などから事業承継を諦め自らの高齢化によって廃業するケースが増えていて世代交代がうまくいって無い状態であります。

○既存の地域資源及び地域の特性を活かした新創業や起業者支援など、地域の特産品を開発し広域的なPRなどブランド化にしていくことにより、地域特産品と「食の魅力」、「歴史の魅力」、「体験の魅力」で訪れた観光客に合わせた地域の活性化を実施するには行政と地域の小規模事業者が一体となり根本的な商店街づくりの新しい構想が必要となっています。

6. 商工会の現状

(1) 商工会のこれまでの取り組み

これまで、当商工会は小規模事業者の経営改善普及事業（経営、金融、記帳、税務、労務等）を中心に実施し、現在は消費者ニーズの多様化、購買行動の変化や、交通網の整備による消費者の利便性の向上、隣接市における大型店の進出等、さらに景気低迷による消費者所得の減少など、町内の消費購買力の低下への対応を中心に経営支援を行っています。

経営支援を行う中、町内の小規模な商店では、後継者不足や経営者の高齢化などの問題もあり、商店数は減少傾向で自然淘汰的に廃業するケースが増えております。

こうした中、町内の購買力低下や町外流出の防止などに対応するため、行政や各種団体と協力して、イベントなどの地域振興事業を実施するほか、商工会の商品券事業を平成 12 年から継続実施し、さらに平成 22 年からは、行政からの支援で 20%増のプレミアム商品券事業も行っております。

また、スタンプ会によるポイントサービスや年末の連合大売出しなどを実施。平成 18 年度は道の補助金で商工団体食と観光の地域ブランド創出支援事業、平成 19 年度と 23 年度は全国展開支援事業により特産品の開発及び観光について実施しました。

平成 27 年度は、増毛町の住宅リフォーム等助成金（100 万円以上の工事で地元の業者に委託）で 30 万円の助成の内、10 万円を商工会の商品券で助成し、子ども医療費助成事業では、中学生の医療費を商工会の商品券で新たに助成しており、地域振興事業による地域経済の活性化を図っております。

(2) 商工会の取り組みの課題

当商工会のこれまでの取り組みとして、経営改善普及事業は基礎的業務が多く、結果として個社に対する直接的な支援は、事業所から相談があった際に都度対応する受け身の姿勢であり、本来の経営改善普及事業よりも、地域振興事業に対するウエイトが高くなっております。

業務のウエイトが高い地域振興事業は、地域経済が活性化すれば、地域の小規模事業者の活力が向上するという方針のもと、行政や各種団体と協力してイベントや商品券事業などの販売促進事業を実施しているものの、実施している事業の効果は一過性を脱せず、商店街などに関係する一部の小規模事業者に偏っている上、個社に対する支援が間接的になっており、本来実施すべき個社への積極的な経営支援が不足していると感じております。

以上、これまででは、町内の購買力低下や町外流出の防止など、増毛町の住民に目を向けた取り組みとなり、地域の小規模事業者が売上の維持・増加をめざし長期にわたり事業を営むことができるよう個社と向き合った直接的な経営支援を十分に行っていないことが課題となっております。

また、今まで経営支援の際に目を向けていなかった増毛町が持つ豊かな基幹産業（漁業、農業）や観光資源、人口動態などの社会動向、加えて経済動向や技術動向など外部環境を考慮しながら、個社に対する直接的な提案型の経営支援に業務のウエイトを置き、地域振興事業と連動した取り組みが必要です。

当商工会は職員 4 人の小規模な組織体制の中、職員の資質向上やチームワークを強化して、個社と向き合う直接的な経営支援にウエイトを置く体制づくりが課題であり、又、地域振興事業は、単なる一過性のイベントではなく、基幹産業や観光資源を活かした地域の活性

化が行えるよう、行政や各種団体との関係をより一層強化し、増毛町外への情報発信や交流人口の誘因を図るなど、継続的な販路開拓や町の活性化につなげていけるよう再検討していく課題があります。

(3) 地域小規模事業者の中長期的な振興のあり方

町は、「増毛町」の名とその特産品をこれまで以上に全国へ広めていくため、ふるさと納税制度の「お礼の品」として増毛町の特産品を使用するといった取り組みを進めています。

一方、商工会においても、果樹協会の協力を得ながら地域農業者と商工業者を結びつけて、地域内外の方々に地域の特産品や商品を楽しんでもらえるようスタンプラリー事業などを実施しておりますが、町が進めるふるさと納税制度の活用の取り組みに比べて域外への情報発信や販路開拓にはつながっていないと感じています。

前述のような小規模事業者が抱える課題の解決を図るためには、こうした状況も踏まえて地域資源の一層の有効活用・情報発信等を念頭に、地域の小規模事業者における「基幹産業（漁業、農業）の特色を活かした付加価値の高い商品開発」支援や「域内への観光客増に向けた取組」支援により、「元気な小規模事業者を育成し続けること」が重要であり、これがまさに当商工会における中長期的な小規模事業者の振興のあり方と考えます。

7. 商工会の経営発達支援事業の目標と方針

これまで当商工会は、基礎的な経営改善普及事業（金融、税務、労働相談）が中心の経営支援と各種イベントの開催などによる地域振興事業を行うことで、地域の小規模事業者の経営基盤の安定に注力してきました。しかしながら地域の小規模事業者の経営環境は複雑化・多様化しており、従来の支援手法では環境変化に対応した小規模事業者の育成には対応できておらず、今後は小規模事業者の経営力の強化を目的として、小規模事業者個々の課題を解決する伴走型の経営支援が必要です。

個々の課題には、増毛町が持つ基幹産業の特色や観光資源を活かすことも必要であり、町や関係機関とのより一層の連携を図り、小規模事業者が持続的に発展していく、にぎわい溢れる地域づくりへの取り組みを実施します。

こうした取り組みを進めるにあたり、前述の当商工会が掲げる小規模事業者の中長期的な振興のあり方を踏まえて、本経営発達支援計画における目標とその達成方針を以下のとおり設定します。

○小規模事業者への個社支援

目標①「小規模事業者の持続的発展のための経営力強化を支援します。」

～地区内小規模事業者の事業計画策定割合 40%（会員企業 50%）～

方針：自社の経営資源の活用と経営力を強化するために、自ら考え、実行していく小規模事業者を育成していけるよう、経営発達支援計画の5年間は、小規模事業者に対する事業計画の策定・実行の意識づけを重点的に行います。

そのために、当商工会は、従来型の基礎的支援から専門的な経営支援へ意識を改革し、経営分析や事業計画策定、フォローアップ支援を行います。また、事業計画の作成支援には、経営力強化のほか、事業承継による新陳代謝の促進や、増毛町が持つ基幹産業などの地域資源を自社の経営資源に活かせるよう支援していくため、関係機関などの専門家との連携を行

い、併せて専門的な経営支援を行えるよう職員全体の資質向上を図ります。

○地域経済の活性化

目標②「地域の魅力アップの取り組みにより地域経済の好循環を目指します。」

～行政、関係団体との横断的な連携強化による地域の魅力の掘り起こし～

方針：当町で実施する『増毛えび地酒まつり』『秋の味まつり』『港まつり』など一定の来場者を誇るイベントや、豊かな基幹産業（漁業、農業）、北海道遺産に指定された増毛町駅前の歴史的建物群などによる観光資源を再認識し、地域の魅力アップにつなげていくために、行政や漁業組合、JAなどの各種団体と適切に横断的な連携を強化します。

このことで、増毛町が持つ地域資源を個社の事業計画に活用していき、小規模事業者とともに持続的に発展する地域づくりを目指します。

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・課題)

前述のとおり、町内の人口減少と共に町内全体が低迷している現状にあります。

しかしながら、一部の事業所ではJR増毛駅から町内へ続く「ふるさと歴史通り」を活用して観光客向けの販促につとめるなどの経営努力を行う経営者も見られます。

このような中、現在の巡回等の支援は、小規模事業者の抱える経営課題についてその場しのぎで対応していた傾向があるため、今後は地域の経済動向などの情報をキャッチし、小規模事業者が望む支援を職員間で共有しながら、小規模事業者に対する有益な情報を提供していくことが必要であります。

(取組)

地域内動向調査として、観光客流入の推移について、春の「えび地酒まつり」夏の「港まつり」秋の「秋の味まつり」等、観光客及び町内各施設への入場者数等を増毛町で把握しているのので、町からデータをいただき、年度別、季節別等を分析し巡回の基礎資料とします。

更に会員企業への巡回訪問時にヒアリングシートを活用し、会員企業が直面している問題点について聞き取り調査等を行い、職員間の情報の共有化も図り、相談内容の分析に利用し、留萌地区管内及び留萌信用金庫の動向調査と照らし合わせながら、今後の地区経済の全体的な動向を踏まえ、事業計画の策定を行う際の基礎資料として活用していきます。

(事業内容)

(1) 経済動向調査

①観光動向調査

増加傾向にある道内観光客と増毛町の観光客流入等について動向を調査し、北海道全体と町内の観光情報を比較することで、観光客をターゲットとした小規模事業者の経営分析や事業計画策定の基礎資料とします。

ア.増毛町観光客流入の推移：増毛町で把握している町内の各種イベントにおける観光客及び町内各施設への「入場者数」を季節別、年度別に整理、提供
イ.北海道観光入込客数報告書：北海道経済部観光局が公表している報告書から、「来道観光客数」「訪日外国人来道者数」を季節別、年度別に整理、提供

②金融機関が公表する経済動向調査

地元金融機関である留萌信用金庫が4半期ごとに提供する経済動向調査の結果を業種ごとにまとめて小規模事業者へ提供することで、地域全体の経済動向や変化を把握し、事業計画策定の基礎資料とします。

調査する項目：「業況」「景況」「売上」「利益」「雇用」「投資」等の経済指標。

①②の調査結果を4半期ごとにまとめ、ホームページで掲載し、いつでも閲覧可能な状態に

します。

また、職員間で情報を共有し、事業計画策定の資料とし、小規模事業者の経営相談時等にタブレット端末を活用する等の方法により提供します。

地域の経済動向や観光客の動向の変化を把握することで、地域経済や観光動向を考慮した事業計画策定が可能となります。

(2) 会員ニーズ調査

今までは、漠然とした状況の聞き取り程度の情報収集であり、情報が蓄積されることなく経営支援に有効といえませんでした。

今後は上述の「(1) ②金融機関が公表する経済動向調査」で調査する経済指標（「業況」「景況」「売上」「利益」「雇用」「投資」等）をヒアリング項目としたヒアリングシートを利用し、巡回指導時に経営者へ聞き取り調査を行い、情報を5段階評価で整理し、金融機関が公表する地域の経済動向と経営者が感じる経済動向の違いについてまとめ、経営者にフィードバックすることで、経営者の経営の悩みを確認し、経営状況の分析や事業計画策定の基礎資料とします。

また、収集して整理した情報は、職員間で情報共有し経営支援に役立てます。

より高度な支援については、専門機関と連携し、調査項目の見直しや提供方法について検討しながら、小規模事業者の経営に有効な情報提供を行えるよう取り組みを行います。

(調査目標)

増毛町市街地区を中心に、町民及び来町者から収集したニーズ調査や、経済動向調査を基に分析したものを、今後の事業計画策定の基礎資料とします。

特に経済動向を4半期ごとの調査で比較分析して提供していくことで、観光需要が落ち込む時期（11月～3月）を考慮した事業計画の策定に役立たせます。

【目 標】

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経済動向調査		4	4	4	4	4
会員ニーズ調査		1	1	1	1	1
情報提供回数		4	4	4	4	4

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状・課題)

小規模事業者の現状把握が金融指導・決算指導時等の経営相談において得た情報を（売上、収益、財務状況など）提供するだけにとどまり、知り得た情報を経営課題に活用することはなく、結果的に事業計画策定など経営に役立たせていくことができていませんでした。

(取 組)

今後は、1. 地域経済動向調査や5. 需要動向調査で収集する資料を活用して、経営状況の分析を行い、事業計画策定につなげていきます。

現状、経営資源を把握した上で事業計画策定し、自社の経営戦略を立案できるまでに至る小規模事業者からの相談はほとんどないため、まず初めに経営分析や事業計画策定への必要性について経営者に意識付けを行って状況を把握することから始めます。

意識付けは、経営指導員の巡回、窓口相談で行い、初めて経営分析を行う経営者向けのセミナー等の開催を通じて、事業者が自ら強みや弱みを踏まえて事業計画を策定するきっかけを作り、

自社の経営資源を把握し、潜在的な顧客にアプローチできるよう支援します。

専門的な課題等については、よろず支援拠点をはじめ、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地域金融機関と連携し小規模事業者の抱える経営上の悩みに対して丁寧サポートします。

(事業内容)

(1) 経営分析の対象者の選定

現在、ネット de 記帳を利用する小規模事業者を対象者として選定し、システムから出力される経営分析帳票（レーダーチャート、売上3年度比較表）の数値の意味が理解できるよう巡回指導時に説明していきます。

また、巡回訪問のヒアリングにおいて、「商品、製品」「強み、弱み」「組織」「顧客、取引先」などの情報を収集し商工会基幹システムに登録し、出力される基本台帳を財務諸表とあわせて提供していくことで、自社が持つ経営資源の見える化を図り、自社の財務データや経営資源について興味を持ってもらいます。

(2) 各種分析やセミナーの開催

選定した対象事業者に対して、経営分析を実施し、経営指導員が巡回時に分析項目を説明しながら情報を提供していくことで、自社の経営資源を活かした事業計画策定につなげていきます。

(経営分析項目)

- ・財務分析：貸借対照表分析、損益計算書分析、売上総利益推移分析
- ・経営資源に関する分析：SWOT分析、競合分析、商品・製品分析

また、「売上目標や利益率向上」を目指す戦略セミナーを開催することで、経営分析の理解と自社の経営資源の活用について把握する機会を創出します。

そこから売上・収益を伸ばす方法について、巡回等を通じて小規模事業者と共に検討します。

(3) 専門家との連携

専門的な分析等については、よろず支援拠点公益財団法人北海道中小企業総合支援センターの高度・多様な支援ノウハウを活用、独立行政法人中小企業基盤整備機構のコーディネーター等の助言を受ける等連携し、実現可能な事業計画の策定につなげます。

【目標】

支援内容	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
分析に係る巡回訪問件数(2回/社)	10	20	30	40	60
セミナー開催回数	1	1	2	2	2
経営分析件数	5	10	15	20	30

※経営分析件数は、地区内小規模事業者40%（5年間）

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状・課題)

現在の経営相談においては、金融、税務、労務など対処療法的な支援が中心となることが現状であり、断片的で継続的な支援にはなっていない状況で、経営に一步踏み込んだ提案型の支援に切り替えていくことが課題です。

(取組)

今後は、経営課題から事業計画の目的・効果について、その意義を認識させ、持続的に経営活動を維持するため事業計画の策定を支援します。

小規模業者が、厳しい経営環境の中で生き残りをかけて新たな取り組みを行おうとしても、情報やノウハウなどの経営資源に乏しく、事業者単独の取り組みでは実施困難な場合が多い状況です。

このため、商工会が従来の経営支援に加え、事業計画策定支援に取り組む必要があります。

事業者が経営課題を解決するため、経済動向調査、経営状況の分析結果を踏まえ、経営指導員による事業計画策定支援及び北海道商工会連合会、中小企業基盤整備機構、よろず支援拠点とも連携し、伴走型の指導、助言を行い小規模事業者の事業の継続的発展を図り、実行面においても着実にフォローをしていきます。

(事業内容)

(1) 計画策定に関する支援方法

現状は、金融の斡旋指導や補助金の活用申請等における事業計画策定が主なものとなっていました。

今後は、事業計画策定を目指す小規模事業者に対して、新たな取組として経営者が考えている事業経営構想を、より具体的なものとし事業計画の策定を手助けする認知型策定支援を行うことにより、経営者のアイデアを引き出す事業計画の策定支援を推進します。

また、新たにタブレット端末が導入され巡回訪問に活用しているので、独立行政法人中小企業基盤整備機構の経営計画アプリなどを活用し、事業計画作成の支援をすることで、小規模事業者の事業計画に対する意識付けをしながら、支援件数の向上を図ります。

(2) 事業承継・第二創業者の発掘と事業計画支援方法

人口の減少、高齢化により、地域に必要不可欠な業種についても小規模事業者の後継者がいない等の現状から、積極的な事業承継・第二創業者の掘り起こしについては、町と連携を図り、創業者の受入体制整備を目的とした創業支援補助金等の施策についてリーフレット等での広報により広く告知します。

また、巡回支援時に使用するヒアリングシートから、小規模事業者の後継者育成と併せて第二創業に対する意識調査をすることによって積極的な伴走型の指導・助言を行います。

(3) 専門家との連携による支援方法

現状は、小規模事業者への支援や、創業者へのニーズが十分に把握できておらず、北海道よろず支援拠点のコーディネーターを活用し事業計画策定等に関するセミナー及び個別相談会等の開催により、新たなビジネスにチャレンジする企業や新商品の開発や販路開拓など、事業計画策定を目指す小規模事業者の支援及び創業者の掘り起こしを行います。

(4) 計画策定を必要としている事業者の抽出

窓口相談・巡回訪問時に、小規模事業者からの経営相談等を受けるとともに、計画策定を検討している事業者に対し、計画策定の書類形式にこだわらず、事業者が将来の事業イメージがわかりやすい様式で提案し、関係書類の作成に抵抗をなくし、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行います。事業計画策定後、各支援機関と連携しフォローアップしていきます（詳細は後述4）。

(5) 新たな金融支援

小規模事業者の持続的発展を金融面から支援するため、事業計画の策定を支援した事業者が商品・サービスの開発や販路開拓において、設備資金や運転資金などの資金需要が発生した場合、既存の小規模事業者経営改善資金融資制度（マル経融資）に加え、新たな金融支援制度である「小規模事業者経営発達支援融資制度」も活用し、金融面からバックアップします。

【目 標】

支 援 内 容	29 年 度	30 年 度	31 年 度	32 年 度	33 年 度
事業計画策定に係る巡回訪問件数(2回/者)	10	20	30	40	60
セミナー開催回数	1	1	2	2	2
創業・第二創業計画策定者	1	1	2	2	2
事業計画策定事業者	5	10	15	20	30

※セミナー参加、巡回対象を経営分析企業とし、対象企業の事業計画を策定。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状・取組)

今まで事業計画策定した小規模事業者に対して、定期的な助言や指導がなく、さらに職員がバラバラ指導等していました。これではまったく指導等が活かされなく事業者も統一性がない為どう対処すればよいか分からない状態でした。

経営指導員を始めとする全職員が連携を密にし、事業所の方向性など意見を出し合い方向性を見出して一丸となって定期的かつ継続した支援体制を構築して支援します。

(事業内容)

- (1) 事業計画策定後、職員間で定期的(2ヵ月に1回)に巡回指導を行い計画書と現実との相違について計画の変更や改善点等の指導や助言等行うことにより、小規模事業者の持続的な経営の発展を図ります。
- (2) 事業計画策定後に関係機関と連携し、必要に応じて専門家によるフォローアップを実施することで、諸問題等の改善や計画の見直し等含め小規模事業者の経営発達に寄与します。
- (3) 創業者に対しては、同業種の事業計画を参考に月々の売上計画や仕入管理、税務相談等特に利益率や資金繰り等について指導、助言を行うと共に、経営支援や融資相談等については、中小企業診断士や金融機関、よろず支援拠点等と連携を図り、持続的な経営発展を図ります。(フォローアップ頻度:2ヵ月に1回)

【目 標】

支 援 内 容	29 年 度	30 年 度	31 年 度	32 年 度	33 年 度
事業計画実施事業所巡回指導	36	102	204	396	588

※事業計画実施事業所巡回訪問=計画策定数(創業等含)×6回(2ヵ月に1回)

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状・取組)

近年需要動向調査は、商工会発行の商品券事業で取り扱う事業所から利用者の様子を口頭で

聞き取る程度で、地域住民のニーズを把握しておりません。

一方で、増毛町に観光需要があると感じながら、観光客のニーズを把握することがない状況であり、そのことが基幹産業である漁業を活用した水産加工業者（販売を含む）の新たな販路の開拓につながっていないと感じております。

今後の取り組みとしては、まず新たな需要を観光ニーズから掘り起こしていくことが必要ととらえ、観光客のニーズや基幹産業である漁業を活用した水産加工業者向けの市場動向調査を実施します。

調査結果を分析することで、水産加工業者が観光客を対象とした販売戦略をおこなえるよう事業計画の策定資料として活用していきます。

また、必要に応じて専門家と連携を図りながら販売力を確保できるよう支援します。

(事業内容)

(1) 市場動向調査

インターネットから定期的（4半期ごと）に「日経テレコン・POS情報」や内閣府の「消費動向調査」の情報収集を行い、全国的な市場動向を把握して販路開拓支援に結び付ける基礎資料として活用します。

【調査項目】

- ・日経テレコン・POS情報：「業界シェア」「業況」「消費トレンド」「売れ筋商品」
 - ・消費動向調査（内閣府）：「消費者の意識」「物価」「レジャー・趣味への支出」等
- ※市場動向を把握することで、基幹産業である漁業、果樹や観光（レジャー）などの関連付け等を検討する。

(2) 消費者ニーズ調査

増毛町を訪れる観光客を対象とした消費者ニーズは現在行っていないため、一般消費者の消費傾向等を観光客のニーズととらえ、インターネットを活用した情報を収集して提供するほか、現在実施している各種イベントにおいて来場者（観光客）を対象にアンケート調査を新たに実施します。

① WEBマーケティングによる消費者ニーズ調査

インターネット検索サイトである Google 社が提供する「Googleトレンド」で、増毛町の観光に関連する情報などをキーワード検索することで、そのキーワードが『いつ』『どのくらい』検索キーワードとして検索されているのか調査し、調査結果から「消費者の動向」「消費者の価値観」「消費者意識の変化」などを分析します。

キーワードは『増毛町』『特産品』『観光スポット』『おみやげ』などです。

キーワードの組み合わせで分析することで、基幹産業である漁業や農業に関連する商品開発や販売戦略の立案を行うための事業計画策定の参考資料とします。

また、過去の検索結果を年別・月別で集計することが可能なため、トレンドの変化や季節により変動する観光需要を見据えた事業計画策定の一助として活用します。高度な活用が必要になる場合は、外部専門家を活用します。

収集した情報は、推移をグラフ化しタブレット端末で見易いかたちで巡回時に提供していきます。

② 各種イベント来場者アンケート

増毛町で開催するイベント時に来場者を対象としたアンケート調査を新たに実施します。

イベントは「増毛えび地酒まつり」「秋の味まつり」です。いずれのイベントも増毛町の人口を超える来場者があり、増毛町の基幹産業である漁業や農業の特産品等が販売されているため、町外の消費者ニーズを直接収集することができ、上記のWEBマーケティングと組み合わせで水産加工業者へ提供することで、新たな需要を見据えた事業計画策定の基礎資料として活用することができます。

現在はイベント時の来場者アンケートを行っていないため、今後、増毛町観光協会と連携して調査方法や調査項目を検討し、早期に実施します。

また、上記のWEBマーケティングの活用やイベント来場者向けアンケートの収集等で高度な活用が必要な場合、外部専門家を活用いたします。

【調査項目】来場目的、来場頻度、性別、年齢層、購入品（飲食含む）、購入額、消費意識、満足度、特産品イメージ、期待する特産品、他町村で気に入った特産品 等

前述の「1. 地域の経済動向調査に関すること」と上記「5. 需要動向調査に関すること」を組み合わせ提供することにより、水産加工業者が増毛町の地域資源を活用して、新たな需要開拓に向けて事業計画を策定するための資料として活用することができる。

より高度な支援が必要な場合には、各種関係機関などの専門家と連携し、調査項目の見直しを図るなど、専門家の目線から需要動向調査を行っていきます。

【目 標】

支 援 内 容	29 年 度	30 年 度	31 年 度	32 年 度	33 年 度
市場動向調査	4	4	4	4	4
WEBマーケティング提供事業者数	1	2	2	3	3
来場者アンケート	検討	1	2	2	2

※来場者アンケートは、29年度に調査項目検討、30年度に実験的实施

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・取組)

今まで、支援機関が実施する物産展、展示会、商談会など開催案内のチラシなどを巡回訪問時に提供するに留まっており、新たな需要の開拓を目指した積極的な支援を行っていない状況でした。

今後は、開催案内を提供する前に、自社の経営資源を分析し、新たな商談や販売機会を求める（事業計画に反映している）小規模事業者を支援対象として、物産展や商談会の目的や実施地域、販売する商品やサービスの選定やPR方法を個社とともに検討しながら、適切な情報提供を行います。かつ、単なる出展にならないよう、事前に必要な準備や事後の取り組みについて事業計画と連動しながらフォローアップします。

新たに、増毛町や漁業協同組合、JAなどで構成する「増毛町地域活性化懇談会」や支援機関との情報交換時に、個社の提供する商品やサービスを関係機関等へPRし、関係機関等経由で新たな商談機会やマッチングなどが行えるよう情報提供していきます。

また、業種に限らずインターネットを活用した需要開拓支援を行い、インターネットを通じた『商品、サービス（経営資源）』を情報発信していきます。

(事業内容)

(1) 商談会・物産展等への出展支援

現状、増毛町で開催されるイベント等へ、単なる出店支援を行っているだけでしたが、今

後は、支援機関等が主催の札幌市や旭川市で毎年開催される『商談会や物産展（北の味覚再発見、オータムフェスティバル、食べマルシェ等）』へ積極的に出展し、町外へ魅力的な商品を発信できるよう支援します。支援対象は、増毛町の基幹産業である水産加工業者、農産物の加工業者とし、販路拡大を目指す機会として活用していきます。出展希望する事業所に対して、経営資源の確認や販売計画の策定支援を行い、取り引きや引き合いを増やすために商談時のシミュレーションを行うなど必要な事前準備を行います。また、商談後に取り引き増加に向けたフォローアップ支援を行い、専門的な支援が必要な場合には、専門家と連携を図りながら取り引きや引き合いを増加させるよう支援します。

また、物産展や商談会などの一時的な支援だけでなく、北海道貿易物産振興会が主催する「どさんこプラザ」でのテスト販売、全国商工会連合会主管の「むらからまちから館（物産店）」への出品を支援することで、一定期間の販売機会を設け、将来的な販売戦略を立てられるよう取引拡大に向けた支援を行います。

以上の取り組みを実施する小規模事業者を育成していくことで、増毛ブランドを確立し、地域特産品の販路開拓や認知度の向上を図り、個社の取引拡大に相乗効果をもたらしていきます。

（２）インターネットを活用した販路拡大支援

当商工会のホームページで会員事業所の商品やサービスの情報提供を行っておりますが、情報提供は紹介程度の内容となっており、更新頻度も少なく、掲載している会員事業所からの反応も少ない状態です。

一部の会員事業所では、**Facebook**による情報発信を行っていますが、全体的に、地域の小規模事業者は町民を対象とした販売促進の傾向が強く、インターネットの活用による域外への情報発信を販売促進の機会として認識していないと感じております。

今後は、町民だけをターゲットとするのではなく、増毛町を訪れる観光客等をターゲットとしたインターネットによる情報発信の重要性を認識し、販路拡大につながるよう以下の支援を行います。

支援対象者は、増毛町の基幹産業（漁業、農業）を取り扱う事業所とし、域外に対して販路を拡大し、かつ増毛町ブランドが浸透できるよう情報発信します。

①商工会ホームページの会員紹介ページの刷新

観光客等を意識した経営分析を行い、自社のもつ経営資源の強みを抽出する。

分析した経営資源（商品、サービス）を会員紹介ページに反映する。

会員紹介ページは、会員だけでなく地域小規模事業者全てを対象とする。

②商工会簡易HP作成ツール「SHIFT」による情報発信

①商工会ホームページの会員紹介ページだけでは、情報発信する内容が限定的なので、自社のホームページを持って情報発信する意識づけを行い、北海道商工会連合会が提供する「SHIFT」で情報発信できるよう、ツールの操作方法や情報発信する内容についてアドバイスを行い、新たな需要開拓を行う。

③ECサイトの活用

次に、事業計画の実施に関するフォローアップを行う中で、域外へ販路を広げることが有利な事業所については、全国商工会連合会の「ニッポンセレクト」や北海道商工会連合会の「なまらいっしょ北海道」のWEBサイトから商品を販売できるよう支援する。

情報発信や発信する商品・サービスについて、専門的なアドバイスが必要な場合には、支援機関と連携して発信内容を改善し、取引が拡大できるよう支援を行う。

(3) 行政等と連携した販路開拓支援

増毛町ではふるさと納税制度の「お礼の品」として特産品を使用することで「増毛町」の名と特産品を全国に広める取り組みを実施しており、この機会を小規模事業者の域外への販路開拓で活かせるよう行政等と連携しながら支援していきます。支援対象者は、増毛町の基幹産業（漁業、農業）を取り扱う事業所とし、既存のパッケージの変更や、新たな商品開発に向けた支援を専門家と連携しながら行います。加えて、増毛町商工会ホームページでふるさと納税制度や「お礼の品」を取り扱う事業所の情報を発信することで、域外に向けた販路開拓支援を行います。

【目 標】

支 援 内 容	29 年 度	30 年 度	31 年 度	32 年 度	33 年 度
展示会・商談会出展事業所	2	3	5	5	5
・商談等成立事業所	1	1	2	2	2
商工会ホームページ 事業所 PR 掲載（累計）	20	40	60	90	120
SHIFT 登録（累計）	10	15	20	25	30
EC サイト活用事業者（累計）	—	2	4	6	8
・取り引き件数	—	40	80	120	160
ふるさと納税取扱事業所（累計）	20	20	25	25	30
・取り扱い商品	35	35	40	40	50

EC サイト取り引き件数＝年 2 回（お中元、お歳暮）×10 件×事業所数

ふるさと納税取扱事業所：商工会会員 17 事業所、30 品目（平成 28 年 10 月現在）

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

(課題と取組概要)

平成9年から『増毛えびまつり』の名称で実施し、平成24年からは『増毛えび地酒まつり』と名称を変更し、活甘エビ販売を主にイベントを実施しています。

ここ近年は会場を変更し、イベント内容も規模を拡大し、町道を歩行者天国として来場者が年々増加傾向にあります。

イベントには実行委員会を発足し、実行委員長に町長、副実行委員長以下はJA南るもい、漁業協同組合、商工会等の協力を得て組織を形成。近年、2日間の拡大実施した事に伴い、34,000人の来場者を誇る増毛町きっての一大イベントとなっています。

えびを中心に三国フェス監修による「えびカレー」も注目を集める他、一般の商工業者を中心に多くの売店を設け、増毛前浜産の魚介類をアレンジした品目も多く多数の来場者を魅了しています。

その他のイベントは町外向けとして『秋の味まつり』、町内向けとして『港まつり』、「サマーフェスティバル」を実施し、町民と町外者との情報交換の場を設けつつ、地域活性化となっています。

特産品を扱う「ましけマルシェ」においても好評の為、開店期間延長となり、増毛産の水産加工品、果樹、酒と多種多様な品揃えで町外者の需要を満たしています。

こういった多くの需要を満たす事業の中、問題点も様々見え、単年度で終わる事なく一貫性を通すのも大前提ですが、マンネリ化を抑えなければならず、又、積雪に伴う冬のイベント事業の実施の不可避の問題も挙がっています。

また、増毛町の事業所においては、事業主の高齢化及び後継者問題による、地域を見直した問題点を解決するため対策を練る必要があります。

(事業内容)

(1) 増毛町、増毛町議会、漁業協同組合、JA、商工会、観光協会、水産加工組合を集め今まで各産業団体の横の繋がりが無かった為「増毛町地域活性化懇話会」を開催し各産業団体の現状の課題や今後の展望、また、産業間の連携や活性化に向けた取組みなどについて意見交換を行う事により、下記の取組みを実施します。

(2) 実行委員会で「増毛えび地酒まつり」を開催します。「増毛えび地酒まつり」は増毛一大イベントとして町外向けのイベントとなっており、来場者数は2日間で34,000人となっています。

商工会からは青年部・女性部がそれぞれ売店参加協力を行っています。小規模事業者を中心に多くの売店が参加し、増毛町特産品や観光のPR出来る場であり、海産物等や果樹等もあり、徐々に来客数も増えて増毛町をアピールする絶好の機会となっています。

(3) 実行委員会で『秋の味まつり』を開催します。「増毛えび地酒まつり」に次ぐ増毛町の町外者向けのイベントとなっており、1日限りの実施で9,000人の来場者数。増毛産の鮭やその他海産物・果樹販売を会場で行い、近郊だけでなく遠方からの来場者が見込め、増毛町の認知度を高め、観光にも寄与しています。

(4) 実行委員会で『港まつり』を開催。増毛町漁業協同組合青年部が売店で参加協力し、抽選会も行われ、多くの町民の憩いの場となり、また、増毛唯一の花火大会でもあり近隣の市町村からの来場者もあり、増毛町PRの場となっています。

(5) 増毛町商工会主催で「サマーフェスティバル」を開催。市街地の一部を歩行者天国にし、ステージを設け、抽選会や各サークルのお披露目、各事業所対抗歌合戦等を行っている。地元住民が多数訪れる情報交換の場となり地域活性化となっています。

(6) 増毛町で運営の「ましけマルシェ」 増毛町の水産加工品、果樹等多種多様な品揃えで特産品をワンストップショッピング出来る町外者向けに実施。季節により農家からの産地直送の野菜の販売も行い、地元住民も訪れる事が出来る場所となっており、情報交換の場となっています。

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
えび地酒まつり出店者数	18	19	19	20	20	20
えび地酒まつり来場者数	34,000	35,000	35,000	38,000	38,000	38,000
秋の味まつり出店者数	13	14	14	14	15	15
秋の味まつり来場者数	9,000	9,000	10,000	10,000	10,000	10,000
サマーフェスティバル出店数	3	3	3	4	4	4
サマーフェスティバル来場者数	300	400	400	500	500	500
港まつり出店数	1	1	2	2	3	3
港まつり来場者数	3,000	3,000	3,200	3,200	3,500	3,500
ましけマルシェ来場者数	29,000	29,000	29,000	30,000	30,000	30,000
地域活性化懇話会回数	1	2	2	2	3	3

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事

(現状と取組)

これまでは、他の支援機関との連携については専門家派遣や経営改善普及事業等に限られた場合のみで内容についても形式的な部分のみでした。

今後は、日本政策金融公庫や地域金融機関などと連携して地域の経済状況を定期的に把握し、その結果をこれからの経営や事業等へ生かすため詳細にかつ分かり易く理解できるように定期的な情報交換を実施します。

(事業内容)

(1) 各関係機関との情報交換

日本政策金融公庫旭川支店の道北地区商工会小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会において、経営状況の分析や事業計画策定などに係る、支援ノウハウなどについて年2回の情報交換を行い、効果的な小規模事業者支援を行う。

(2) 広域連携協議会での情報交換

留萌南部商工会広域連携協議会(増毛町、小平町商工会)において、情報交換、支援ノウハウについて年2回情報交換を行う。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と取組)

経営指導員等の資質向上について、北海道商工会連合会や中小企業大学校などで実施する研修に職種・分野別で参加し研鑽しているものの、個々の単なる情報収集と知識の固定化となっており、研修後の復命書による報告にとどまり、職員間での知識等の共有が図られておりませんでした。又、経営指導員、補助員、記帳専任職員の職種ごとに業務を分担しているため、経営支援を行う体制として十分とはいえませんでした。

今後の取り組みとして、北海道商工会連合会や中小企業大学校等の研修は、経営支援に役立つ知識を習得するため、得意分野の向上や不得意分野の克服を受講目的として参加し、復命書だけによる報告ではなく、新たに職員会議を毎月開催し、知識やノウハウの情報共有と蓄積を行います。又、経営指導員の巡回訪問においては、各支援機関と連携した専門家派遣業務に同行することで、専門的な支援ノウハウを吸収し、毎月開催する職員会議で支援内容について情報共有し、段階的に経営指導員以外の職員も経営支援を行えるよう職員全体の資質向上を図り、組織として経営支援できる体制を構築します。

(事業内容)

- ①北海道商工会連合会が主催する研修会(専門分野別支援能力強化研修)、中小企業大学校の研修会(中小企業支援担当者研修)に加え、中小機構北海道本部の開催するセミナーに年1回以上参加し、小規模事業者の売上向上や利益確保、販路開拓、地域資源の活用をテーマとした知識の習得を行い、支援能力の向上を図ります。
- ②各支援機関と連携した専門家派遣業務を積極的に活用し職員が同行することで、通常の巡回支援では発見できない経営課題や、解決できない課題に対する支援スキルやヒアリング能力の吸収を図り、吸収した支援ノウハウを毎月開催する職員会議で情報共有することで職員全体の資質向上を図ります。
- ③毎月1回、定例の職員会議を新たに実施し、小規模事業者支援の状況報告を行います。状況報告は、巡回訪問や窓口相談後に登録している商工会基幹システムの基本台帳や経営カルテを利用します。基本台帳は経営分析のヒアリングで得た「商品、製品」などの経営資源の情報を登録。経営カルテは各職員の支援内容や個社の経営課題等が登録されており、指導事項(経営、金融、情報、労務など)ごとに分類されているので、経営指導員を中心

に課題解決に向けた方針を示し、個社の経営資源や経営支援の方法を共有化します。又、巡回や窓口相談の指導事項ごとに集計される毎月の実績報告を出力し、巡回頻度や指導事項（経営、金融、情報、労務など）から各職員の支援内容をモニタリングすることで、支援方法や支援内容、支援対象者の偏りを確認し、基礎的支援から専門的支援に支援体制を改善します。

なお、各職員が受講する研修会やセミナーは、受講後、復命書や資料を元に報告を行い、今後、どのように小規模事業者の経営支援に活かせるか検討していきます。

さらに、定期的に提供する経済動向等の各種調査データをどのように経営支援に活用するか方向性を共有し、個々の支援スキルを向上しながら、組織としての支援手法を確立していくとともに、今後実施するセミナーやイベント等の開催についても企画から開催後の成果まで職員全員で共有し、どのように小規模事業者支援や地域活性化に活かすかを検討することで、今まで個々の担当者が単独で行っていた業務を職員全員で取り組む体制とします。担当者は職員全員が情報共有できるように取り組むことで、一層の責任感と支援スキルの向上が図られます。

職員会議では、商工会基幹システムから出力される基本台帳や経営カルテを活用します。商工会基幹システムは商工会の事務所限定で、職員だけが利用可能な機密性のあるシステムで、日々の経営支援における各企業の状況や職員の支援状況などの情報がデータベースに蓄積されます。職員は常に最新の登録情報を閲覧可能で、蓄積した情報の集計や検索を容易に行うことができるため、情報の共有や支援方法等の標準化が図られ、組織全体で行う支援体制が構築できます。

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

毎年度、本計画の実施状況を以下の方法にて評価、検証、見直しを行います。

- ・事務局内にて、経営発達支援計画会議を毎月実施し、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。
- ・商工会正副会長と町観光課長・金融機関の支店長などの有識者を加えた経営発達支援計画に関する支援会議を年2回開催（上期、下期）し、事業の進捗状況・検証・見直しを行い検討します。
- ・年2回開催する支援会議で示された事業の進捗状況や見直し等を支援会議終了後の理事会で諮り、見直し方針について決定します。
- ・事業の成果・評価・見直し結果について、事業年度終了後の通常総会で報告し、承認を受けます。
- ・事業の成果・評価・見直し等は計画期間中商工会のHPに公表するとともに、商工会館に備え付け、小規模事業者が閲覧可能にします。

(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

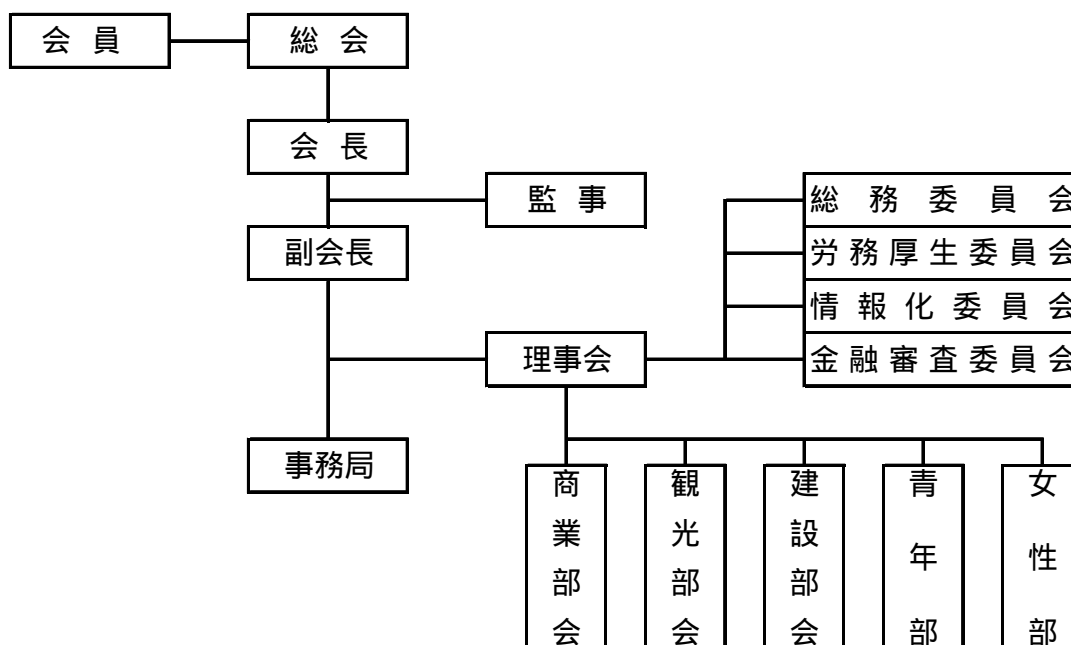
(平成28年11月現在)

(1) 組織体制

増毛町商工会では、事務局長が統括を行い、経営指導員が全体の計画・企画立案と連携先機関との調整を行い、補助員が需要動向調査等の指導員のサポートを行い、記帳選任職員が経営分析等のサポートを行う

事務局長	経営指導員	補助員	記帳選任職員
1名	1名	1名	1名

組織機構図



(2) 連絡先

名 称 増毛町商工会

住 所 〒077-0204 北海道増毛郡増毛町稲葉町1丁目9番地

電話番号 0164-53-2319

F A X 0164-53-3093

e-mail : mashikeshou@ia3.itkeeper.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
必要な資金額	44,200	44,200	44,200	44,200	44,200
・経営改善普及人件費	23,000	23,100	23,000	23,000	23,000
・経営改善普及事業費	2,850	2,850	2,850	2,850	2,850
・地域振興費	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150
・管理費他	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、国補助金、道補助金、町補助金、

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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

連携する内容
<p>①地域経済動向の把握 ②地域活性化のイベント事業 ③経営分析、事業計画策定に係る支援 ④小規模事業者の創業支援 ⑤特産品開発、販路開拓等に関する支援</p>
連携者及びその役割
<p>名 称：北海道経済産業局 住 所：〒060-0808 札幌市北区北8条西2丁目 札幌第1合同庁舎 代表者：児嶋 秀平 ・ミラサポ等、国の小規模企業支援施策について</p> <p>名 称：北海道 住 所：〒060-8588 札幌市中央区北3条西6丁目 代表者：高橋 はるみ ・北海道の経済動向等を情報収集し、関連性のあるものについて</p> <p>名 称：全国商工会連合会 住 所：〒100-0006 東京都千代田区有楽町一丁目7番1号有楽町電気ビル北館19階 代表者：石澤 義文 ・職員の資質向上等について</p> <p>名 称：北海道商工会連合会 住 所：〒060-8607 札幌市中央区北1条西7丁目 プレスト1・7 代表者：荒尾 孝司 ・特産品の物産展、展示会、商談会や販路開拓等について</p> <p>名 称：北海道よろず支援拠点 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ビル9階 (公財)北海道中小企業総合支援センター内 代表者：コーディネーター 中野 貴英 ・総合的な経営相談や専門家派遣等について</p> <p>名 称：独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部 住 所：〒060-0002 札幌市中央区北2条西1丁目1番地7 代表者：戸田 直隆 ・商工会職員等の資質向上を図るための研修会の実施や専門家派遣等について</p>

名 称：(株)日本政策金融公庫 旭川支店

住 所：〒070-0034 旭川市4条通9丁目1704-12

代表者：斉藤 清和

- ・融資や管内の経済動向などについて

名 称：増毛町

住 所：〒077-0205 増毛町弁天町3丁目

代表者：堀 雅志

- ・イベント事業や創業支援、各種の情報提供等について

名 称：公益財団法人北海道中小企業総合支援センター

住 所：〒060-0001 札幌市北1条西2丁目 経済センタービル9F

代表者：伊藤 邦宏

- ・総合的な経営相談や支援機関等の紹介について

名 称：増毛漁業協同組合

住 所：〒077-0221 増毛町港町46番地の1

代表者：西野 憲一

- ・地域資源を活用した加工特産品の開発・商品化支援等について

名 称：南るもい農業協同組合増毛支所

住 所：〒077-0224 増毛町南島中5丁目162番地の2

代表者：小松 雅俊

- ・地域資源を活用した加工特産品の開発・商品化支援等について

連携体制図等

