

経営発達支援計画の概要

実施者名	小清水町商工会（法人番号 4460305001536）
実施期間	平成29年4月1日 ～ 平成34年3月31日
目標	<p>小清水町が掲げる総合計画に掲げられた『活力と夢を育むまちを創る』を推進するため農業者・観光業者・商工業者が手を取り合って地域経済全体の活性化を目標とします。</p> <p>又、経営発達支援計画に基づく伴走型支援を推進することによって小規模事業者が抱える課題を解決に導き小清水町経済が活力を育めるように推進することを目標とします。</p>
事業内容	<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【指針③】 地域内外の経済動向を調査・分析して小規模事業者へ情報提供することにより新たなビジネスチャンスの創出、販路開拓に繋がります。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 小規模事業者の経営状況を分析することにより自社の強みと弱み、財務状況を把握し事業者が抱える経営課題を明確にします。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 小規模事業者が販路開拓や販売促進活動を行う際に、進むべき指針となる目標となる事業計画を策定することを支援します。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 事業計画の進捗状況の確認、事業計画に支障が生じていないなどフォローアップを行ってPDC Aサイクルを回すことにより事業計画の遂行に繋がります。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】 地域内外の需要動向を小規模事業者へ情報提供することにより商品トレンドや消費者ニーズを把握することができ販路開拓や新しいサービスの提供に繋がります。</p> <p>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】 商談会・展示会への参加を支援することにより販路開拓、新しい顧客の増加、商圏の拡大に結びつきます。新たな特産品を開発することにより交流人口を増加させ小規模事業者の経済活性化を実施します。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>1. 地域経済活性化事業 町外への消費流出防止のため『プレミアム商品券事業』を実施し各店舗の新しいサービスなどを取り入れ新規顧客の増加や『100円商店街』を実施して個店の魅力の発信や商店街全体の集客効果を高める取組みを実施します。 空き店舗を活用したチャレンジショップを実施することにより新規創業者の発掘と未来の経営者の育成を行います。</p>
連絡先	<p>名称：小清水町商工会（担当者：成戸 明男）</p> <p>住所：〒099-3628 北海道斜里郡小清水町字小清水658番地の4</p> <p>電話：0152-62-2608 F A X：0152-62-2622</p> <p>E-mail:ksmz@dream.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

【町と基幹産業の概要】

小清水町は網走市から世界自然遺産を有する斜里町の間地点に位置する町で、直線距離で約25kmの場所に位置し面積287.04平方kmを有しており、北側には北海道遺産に選定された網走国定公園小清水原生花園やラムサール条約に指定される濤沸湖などの湿原があり、南側には藻琴山や野上峠などの山岳地帯を形成する様々な自然の顔を有する地域です。

人口は、昭和35年の11,517人をピークに減少傾向になり平成27年11月1日現在では5,160人と最盛期と比較すると44.8%まで減少しています。

又、生産年齢人口の分布(次ページ)を見ても少子高齢化が進み約3人に1人が高齢者となっています。

(国勢調査参照 小清水町HP参照)



基幹産業は町土の約40%を占める畑作を中心とした農業であり、ゴボウ・アスパラ・じゃがいも・ブロッコリー・玉ねぎ・小麦・大豆・てん菜、などの多岐に渡り生産されており、畜産としては牛乳・黒毛和牛を生産しています。特に大豆については全国豆類経営改善共励会の農林水産大臣賞を受賞するなど、全国的にも指折りの地域となっています。(JAこしみずHP参照)

観光産業においては、美しい農村景観に囲まれた100万本のゆりが栽培されている「リリーパーク」と、温泉の里として弱食塩泉の天然温泉が楽しめる温泉保養施設「ふれあいセンター」など観光資源には恵まれています。

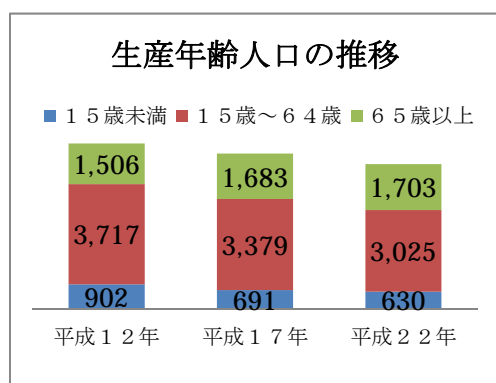
観光客全体の入込が年々減少傾向にあるものの昨今の外国人観光客の増加により外国人の入込数は増加している傾向にあります。

【商業・サービス業の現状と課題】

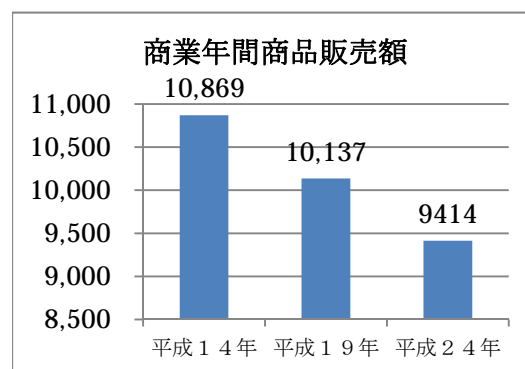
商業・サービス業においては、平成元年度に任意団体である『ふれ愛スタンプ会』（現在は法人化して一般財団法人ふれ愛こしみずに変更）を設立し、商工会と連携をとって近隣市町村への消費流出に歯止めをかけるために消費者サービスとしてスタンプ事業を実施致しました。

しかし、商業年間商品販売額は平成14年度に10,869百万円から平成19年度10,137百万円、平成24年度には9,414百万円と減少しています。これについては人口減少による販売額の低下と町外への消費流出を防ぎきれなかったためではないかと考えられ対策を検討しているところでしたが、平成26年度に町外資本による小型ホームセンター『ニコット』の出店など、町内における顧客の分散などの問題が新たに浮上してきました。

商業者数は、平成21年度に小売業、飲食宿泊業、その他サービス業で111件ありましたが、現在では88件（20.7%の減少）となっており、廃業理由については経営不振、高齢化による廃業、その他の理由（死亡等）による廃業が主だっており経営内容の改善による売上増加・利益確保、高齢化による事業承継の円滑化が課題となっています。



（商業統計参照）



（商業統計参照）

又、国道391号線に面した商店街については、平成元年度の76件のピークから右肩下がり減少で平成27年度には36件（52.6%の減少）となり、空き店舗となった業種は製造業1件、建設業2件、小売業19件、飲食・宿泊業8件、サービス業10件となっています。

空き店舗が解消されない理由として、①店舗兼住宅が主であり住宅として使用しているので店舗部分を貸すことに抵抗がある、②店舗老朽化により家主が修繕費用を捻出できない、③借り手が不在などの理由が考えられ有効な空き店舗対策を講じられていないのが課題となっています。

しかし、平成27年12月に小清水町独自の制度として、商工会経由で町に経営計画と資金計画を提出した町内の商業・サービス業者だけに限定した支援施策（店舗の新築・改築・備品購入・家賃の助成などに対する補助制度）が制定され、空き店舗解消の有効な手立てや既存店舗の振興・活性化に結びつくものと期待が高まっています。

年間商品販売額の減少理由は、①人口減少による購買力の減少、②町外への消費流出は町内でお買物をする選択肢が少なくなったことが原因ではないかと推測され、販売促進による新規顧客の開拓と新たな販路開拓を行うことが課題となっています。

【工業・建設業の現状と課題】

当町の建設業は平成元年度のピークである建設業38件から平成27年度は建設業25件(34.2%の減少)となっています。

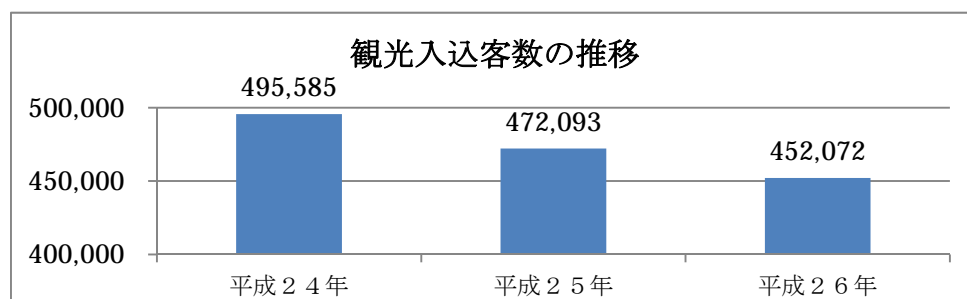
土木及び一般住宅の建設、電気工事、塗装工事などがメインとなっていますが、公共事業の減少や今後における建設業を危惧し、介護事業への進出をした企業が1件、酪農業への飼料生産販売に進出をした企業が1件、建設業者が空き家を数件購入し自社でリフォームをして貸し出す企業が1件、基幹産業である農業の収穫時期に建設業者が有している大型トラックとタイヤショベルを活用して運送事業を行っている企業が4件あり、経営資源を活用した取組みを行える強み、公共事業に過度に依存しなくても経営を行える強み、時代に適応するためのフットワークの軽さ、経営体力を温存できるなど大きな強みを持っていると言っても過言ではありません。

地域の現状としては、一般住宅の新築・改築工事の受注は増加傾向にあり、その要因として小清水町が平成22年度から個人が所有する住宅の新築・改築工事に最大30万円分の商品券を助成する補助制度が施行され、6年間で約320件の着工件数となっています。

しかし、町内全体として材料費の高騰による製造原価の増加(平成22年から平成26年の間に約12%の高騰)によつての収益率低下、近隣市町村のハウスメーカーとの競合による価格競争によりさらなる利益の圧迫が大きな課題です。

【観光業の現状と課題】

当町の観光地として、ラムサール条約に指定されている濤沸湖や、季節の花を楽しめる北海道遺産に選定された網走国定公園小清水原生花園、登山を楽しめる藻琴山があるものの、網走から知床、網走から摩周湖などへ向かう通過地点となり、平成24年からの観光入込客数は右肩下がりであり毎年約2万人ずつの観光客が減少しています。(小清水町調べ)



しかし、地域の賑わいを創出するために小清水町、小清水町農業協同組合、当商工会、地元関係機関が連携して開催している『ふるさと祭り』では約6,500人の来場者の内、約70%の参加者が地域住民であり賑わい創出のイベントとして集客は成功しているのではないかと考えています。

次に食文化ですが、地元に素晴らしい農産物や畜産物がありますが、その地元食材を有効活用した飲食店が無いため観光客のお腹と心を満足させられる商品やサービスを提供できていないのが課題となっています。

その中で、小清水町民の有志グループ『これぞ小清水実行委員会』で地元産じゃがいもから獲れるでんぷんを活用しギネスブックにも認定された『でんぷん団子』、道の駅に併設された店舗で地元産100%の小麦を使用したマフィンを提供する製造小売業者、持続化補助金を活用し地元産100%小麦を活用したパンの開発・販売を開始した宿泊業者がいるものの、それは個別企業の自助努力の賜物であり、観光客の確保に向けて町ぐるみとなって取組みを行ったものではないため、街を上げて地元食材を活用した特産品を開発し、それを活かした交流人口の増加などを行うことが課題となっています。

【商工会の現状】

当商工会は地域に密着した経済団体として昭和35年に発足し、地域事業者が抱える問題解決や事務指導、経営相談などの経営改善普及事業と地域発展、社会福祉の増進を目的とした地域振興事業の2つの柱を中心に積極的に取組み、巡回指導を年間約600回、窓口相談は年間約500回行い、会員を始め地域の小規模事業者に必要な経営支援と情報提供を実施してきました。

会員数（定款会員を除く）は平成元年の201件（建設業38件、製造業15件、小売業67件、飲食宿泊業32件、サービス業34件、その他15件）をピークに減少傾向にあり、平成27年3月には148件（建設業25件、製造業8件、小売業43件、飲食宿泊業18件、サービス業41件、その他13件）と26.4%減少しています。（商工会調べ）

下記の表を見ると、飲食宿泊業や小売業の事業者数の減少を如何にして食い止めるかが重要となっています。

小清水町の商工業者数等の内訳（商工会調べ）

平成27年3月31日現在

	建設業	製造業	卸売 小売業	飲食 宿泊業	サービス業	その他	合計
商工業者数	29	13	60	27	53	30	212
小規模事業者数	27	10	54	25	48	27	191
会員企業数	25	8	43	18	41	13	148
会員割合	86.2%	61.5%	71.7%	66.7%	77.4%	43.3%	69.8%

小清水町の小規模事業者数のピーク時と現在の比較（商工会調べ）

	建設業	製造業	卸売 小売業	飲食 宿泊業	サービス業	その他	合計
昭和55年度	31	12	74	36	62	32	247
平成27年度	27	10	54	25	48	27	191
減少割合	12.9%	16.7%	27.0%	30.6%	22.6%	15.6%	22.7%

平成27年度の従業員雇用状況は、定款会員を除く148件の内、72件が従業員を雇用していない企業となっています。

しかし裏を返すと、半数以上の企業が従業員を雇用する『雇用の受け皿』として地域を守る重要な役割を担っており、この雇用を続ける小規模事業者が減少するとさらなる人口減少、地域の衰退が加速するため一層の持続的発展が重要と考えられます。

当商工会が行ってきた事業は以下のとおりです。

(1) 平成元年度に、近隣市町村への大型店進出による環境変化や購買力流出防止のため消費者ニーズにマッチした商店街作りを推進するための近代化方策の調査研究事業。

<調査項目>

- ①小売商業と取り巻く経済環境
- ②小売商業の現況と問題点
- ③消費者動向と消費者意識の調査
- ④近隣市町の大型店進出に伴う既存店影響度とその対策
- ⑤小売商業における近代化の基本的方向

(2) 平成7年度に、『魅力ある店づくり』を創出するために店舗の老朽化や新規創業者に向けての政策として当商工会が小清水町に要望し施行された『商業振興店舗建設等促進条例』に基づく店舗の新築・増築・改築に対する補助制度の導入。

この補助制度により平成7年度から10年間で54件、総費用約6億4千万円、補助金額約1億2千万円の経済効果、新規会員数の増加（小売業3件、飲食業2件、サービス業5件）がありました。

(3) 平成9年度に、小売商業者の諸問題の抽出とその対応策を探求するための調査研究、啓発活動、先進地視察による商業活性化ビジョンの策定事業。

<活動内容>

- ①小売商業の存立基盤と問題点の調査研究
- ②小売商業の集積実施と問題点の調査研究
- ③地域住民・商工業者・関係行政との研修会による啓発活動
- ④先進的な商工会との情報交換、ノウハウの交流

(4) 補助制度活用時における現状分析と経営計画の策定支援

<支援内容>

- ①個別事業者の強み・弱みの現状分析と市場ニーズの調査支援
- ②今後の事業展開及び経営計画目標の策定支援
- ③新たな事業の取組による販路開拓及び顧客満足向上支援

【商工会の課題】

＜小規模事業者支援の課題＞

当商工会における個別企業への経営支援は、具体的な案件や相談があった際に実施しており、重点事業として行ってきたことは経理・税務・労務など経営改善の基礎的な相談指導と、地域振興を目的としたイベント開催であり『企業の発展と地域振興を同時進行で実施する』が当商工会の方針で基礎的指導と地域振興の業務比率が非常に高く、提案型の経営支援については比率が低かったことは否めず、「やや受け身の経営支援」であったと認識しています。

このことから、本来の重点事業である個別事業者への集客サービスや経営力向上、販路開拓や顧客満足度の向上、専門的な知識が必要な相談案件などにたいしては、場当たりの対応が多く職員個々の知識や資質に左右されてしまい事業者と一緒に経営計画や資金計画を立てることが疎かでしたので早急に体制の見直しを行うことが課題となっています。

＜地域経済活性化への課題＞

観光業の現状にも記載した地域イベント『ふるさと祭り』は、来場者数6,500人（主催者発表）であり、参加者の70%は地域住民となっています。そのイベントに出店する事業者は町内業者に限定されており、出店者の9割が当商工会会員です。

しかし、出品している商品はお祭り用の商品に特化され（焼き鳥、焼きそば、生ビールなど）その日限りの販売商品と利益となっています。

又、新規出店業者が少なく、毎年同じような販売商品で構成されるため、来場者のリピーターの多くはお祭りの歌謡ショーを楽しみにしている傾向があります。

イベントには『食べる楽しみ』が必要であり、その食べる楽しみをそのイベントの時だけでは無く、①地域内の小規模事業者の日々の売上に結びつく取組みにすること、②地域住民に喜んでもらえる取組みにすること、③町外から来場者を集客できる取組みにすることが課題です。

厳しい経営環境の中にある小規模事業者の成長発展及び持続的発展を支援すると伴に、商工会としても成長を図りながらより有効な支援を実施するためにも上記2つの課題を解決するために下記の中長期的な目標を立てます。

【中長期的な振興のあり方】

小清水町が平成23年3月に第5次総合計画（平成23年～平成32年）で提言している『地域に密着した商店づくり、他産業との連携、経営基盤の強化、起業家の支援』を達成するため“地域に密着した商工業の振興”をあり方として目標を次のとおり掲げます。

＜小規模事業者に対する中長期的な目標＞

小規模事業者の持続的発展を支援するため巡回訪問・相談体制の充実強化、雇用の維持・創出支援、経営基盤の強化支援を目標とします。

＜地域経済活性化に対する中長期的な目標＞

他業種と連携することによる地域農産物を活用した農商工連携や販路開拓、6次産業化による新商品開発を支援し『小清水の食文化』の振興と地域基幹産業の発展、滞留時間を長くとれる交流人口の増加を目標とします。

【小清水町商工会の方針】

小清水町商工会は地域と密接な係りをもつ経済団体として上記の中長期目標を達成するにあたり、小規模事業者の経営改善による持続的発展の支援と地域経済活性化を両手に掲げ、下記の6つの柱を軸に商工会と小規模事業者が2人3脚で進み、外部関係機関と連携をすることで後押しを受けながら地域経済と地域社会の発展に努めることを方針に掲げます。

①事業者の経営内容の改善及び持続的発展支援

- ・企業が持っている強み、弱み、特性、地域性を分析し売上の増加、利益率の向上を目指します。
- ・販路開拓など新規取引先などのマッチングを行って販売促進を目指します。

②地域住民から支持される企業作り支援

- ・顧客満足度向上と新たなサービスによる地域住民に必要とされる企業作りを目指します。
- ・小規模事業者の地域イベント参加による新商品PRや新規創業者の住民認知度の向上を目指します。

③後継者育成及び第2創業の支援

- ・高齢化した経営者に対する事業承継及び後継者育成の支援を目指します。
- ・経営内容、不足業種から見た新分野進出への支援を目指します。

④空き店舗を活用し地域住民から必要とされる商店街の構築支援

- ・新規創業者の発掘を行い空き店舗対策を目指します。
- ・未来の経営者育成のためのチャレンジショップの開催を目指します。

⑤商工会職員に対する資質向上及びOJTの開催

- ・商工会職員の業務知識や経営分析手法に対する支援方法の平準化を目指します。
(平準化：いつでも誰でも同じようにある一定レベルのことができること)

⑥農商工連携による特産品開発や新たな産業の創出支援

- ・町の農産物をブランド化し関係機関と連携した特産品開発や新しい商品開発を目指します。
- ・地域内農業者と地域内製造業とのマッチングによる販路開拓を目指します。

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）

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】

【現状と課題】

これまで、小清水町商工会は関係機関で調査した結果を窓口で閲覧できるようにするだけに留まり、データの有効活用が出来ていない現状でした。

又、日本全体の経済動向と地域内での経済動向は乖離していると感覚的に判断し、外部の経済動向は北海道商工会連合会の機関誌や日本政策金融公庫からの機関誌、中小企業白書などの情報を小規模事業者へは窓口での閲覧による情報提供しか行っていませんでした。

しかし、地域経済については日々変化しているので、生きた情報を得てこれからの経済発展に結びつけて事業者が抱える問題を把握できる取組みを行うことが課題です。

【目的】

地域内小規模事業者の客数、売上、収益性、主力商品、などの情報を取得することによって経営状況、経営課題、を把握するためのアンケート調査を行い、生きた情報、生の声を産業分類毎に分けて景況感調査をし、その調査結果を整理し分析結果を小規模事業者に情報提供することを目的とします。

【事業内容】

(1) アンケート調査を活用した地域内経済動向調査の実施

地域内小規模事業者（266件）を対象に商工会職員が年に1度、第1四半期に巡回訪問、郵送等を行いアンケート方式（売上の増減、利益の増減、資金繰りの良し悪し、主力商品、ニーズの変化などの10項目）で調査を実施し、地域の実態に合った景況感を的確に把握することで、事業計画策定の基礎資料として活用できるような情報提供を実施します。

(2) 地域外の経済動向調査の情報提供

中小企業庁の中小企業景況調査で日本全体の調査結果、北海道商工会連合会小規模企業景況調査で北海道内の調査結果、日本政策金融公庫の景気動向調査、北海道地域別経済動向調査などでオホーツク地域の調査結果の情報収集を行い、(1)で実施した調査結果と比較します。

地域経済動向と外部経済動向の特徴の違いを地元金融機関の支店長と商工会職員が調査結果について協議し、(1)の調査結果を併せて公表することで新たなビジネスチャンス、新しい商圏の発見のために情報提供を実施します。

（３）新規創業・第２創業者への情報提供

市町村が支援する創業補助制度を活用した新規創業が増加傾向にありますが、創業者が地域経済動向、外部経済動向に関する情報収集の機会が少なく、感覚でしか判断することができません。

そこで、新規創業者への受け皿として上記（１）、（２）、５．（１）で実施するアンケート調査の調査結果を情報提供することにより、地域経済動向の判断、商圏・集客傾向の判断などに活用します。

【効果】

地域内小規模事業者の景況感を分析することによって地域動向が把握でき適切な経営支援が行えます。

又、北海道内の経済動向を把握することによって新しいビジネスチャンスの創出や、新規取引先確保のための商圏拡大に結びつく指針となる基礎資料となり経済トレンドに合った事業計画を策定することができます。

分析データを商工会の会報及びホームページへの公開、巡回訪問での情報提供をすることで先行きを見越した事業計画策定の資料として活用できます。

【目標】

支援計画の対象とする経済動向調査の実施は次表を目標とする

内 容	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
地域内経済動向調査	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
アンケート調査結果 の情報提供	未実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
外部経済動向の提供 (ホームページ)	未実施	4半期毎	4半期毎	4半期毎	4半期毎	4半期毎

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

【現状と課題】

現在は商工会職員が税務支援時、年間巡回計画・窓口相談計画に則って経営相談・経理相談や損益計算書、貸借対照表の作成支援を実施し、財務分析による定量面についての経営支援は記帳機械化対象企業のみとなっていたのが現状です。

しかしそれでは地域の特性、企業がそれぞれ持っている強み、消費者ニーズの変化などを踏まえた数字では表せられない定性面を捉えることが出来ません。

小規模事業者の持続的発展を支援するには定性面（ヒト・モノ）と定量面（カネ）の2つの面を十分に理解していただき、感覚だけに頼らない数字から見える支援と企業の強みと弱みを把握した数字では表せられない事を踏まえた支援を行う事が課題です。

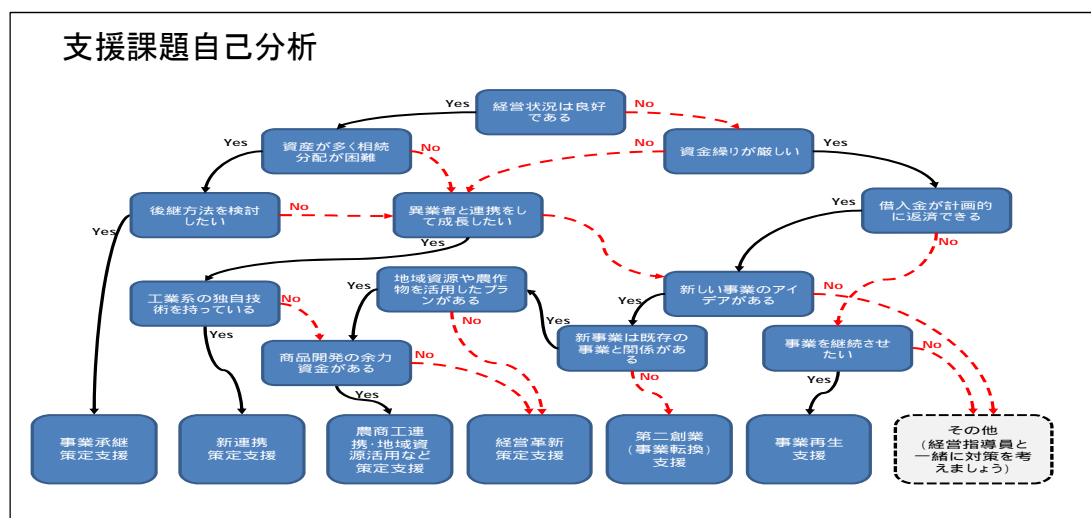
【目的】

下記（１）、（２）の手法で経営分析を実施することで、経営資源に限りのある小規模事業者が利益を確保して持続的発展へ向かうために自社の強みと弱み、財務状況を把握し経営を内面・外面から客観的な視線から見つめ直すことを目的とします。

【事業内容】

（１）経営チェックシートを活用した定性面分析の実施

条件として商工会職員間での対応に差が見られると正しい分析結果を得られないため、経営チェックシート（経営を見直したい、新たな取組みの案がある、他社に負けない技術やノウハウがあるなどのYES・NOでの選択式による課題抽出、下図の分岐式による自己分析表）を活用し、企業が持っている経営資源の内容と実態を分析（初年度は商業・建設業・サービス業の中から各5件、次年度からは各8件）し自社の強み、弱み、機会、脅威の4分類を抽出し計数では表せられない自社の特性（ヒト・モノ）を導き出す支援を実施します。



(2) 財務諸表を活用した定量面分析の実施

(1) の分析と併せて、決算書の内容から売上高、変動費、限界利益率、固定費、営業利益などの収益性に関する項目と損益分岐点、1年以内の支払能力に対する流動比率などによる安全性に関する項目とキャッシュフロー計算、売掛金・買掛金に対する債務回転期間による循環性に関する項目を財務分析することにより、自社の現在の経営状態を知る事で企業が持っている能力を計数管理（カネ）し理想の経営力と現状のギャップを理解し理想に近づけるように支援を実施します。

(3) 専門家との連携によるセミナーの実施

小規模事業者の複雑で多岐にわたるニーズに対応するために専門家（よろず支援拠点、北海道商工会連合会、小規模企業活性化オフィス、北海道中小企業再生支援協議会、税理士法人アドヴァンス会計）と連携し、小規模事業者自らが経営分析を実践するセミナー（集団講習会）又、個別企業のもっと深い潜在能力を分析するためのセミナー（個別相談会）を実施し、売上増加、技術的課題の解決に繋がります。

【効果】

経営チェックシートを活用することにより経営者が気づいていなかった自社の強み、弱みや経営課題の早期発見をすることができます。

又、作成したシートを商工会職員間で情報共有することで支援レベルの平準化ができます。

経営セミナーを開催する事により経営分析の必要性に気づき、数字に強いリーダーへと変化し経営の舵取りが明確になります。

※経済動向調査で得た情報とリンクさせることにより新しいビジネスチャンスのキッカケを図ります。

※現在の経営内容による目標と事業計画策定による目標のギャップを把握することにより経営内容の革新を図ることができます。

【目標】

支援計画の対象とする経営分析の実施は次表を目標とする

内 容	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経営分析の実施件数	年2件	年15件	年24件	年24件	年24件	年24件
集団セミナーの実施 (参加企業数)	未実施 (0件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)
個別相談会の実施 (参加企業数)	未実施 (0件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

当商工会は小規模事業者からの金融斡旋相談、事業再生による条件変更相談、持続化補助金を始めとした各種補助制度の申請相談時に経営計画作成支援を行ってききましたが、事業者からの具体的な案件があつてから作成支援をするという「受け身の支援」が中心でした。

一方で日々の仕事に追われている小規模事業者は時間的、技術的に経営計画書を作成する機会に乏しく、経営計画書の必要性についての周知も不足しています。

そこで、小規模事業者が現在どのような経営をして今後どのような経営の道を進んで行くかの指針となる事業計画書の策定について『なぜ事業計画が必要なのか、事業計画があるとどのような効果があるのか、どうやって事業計画を作るのか』などの必要性の理解、事業計画作成による実現性の向上、自社の経営課題解決のための指針作りを、“受け身の支援”から小規模事業者と共に進む“伴走型支援”にしていくかが課題となっています。

【目的】

『将来の経営ビジョン、企業の将来像』を描くことで経営内容が明確になり実現性の向上と目指すべき方向性が定まった事業計画策定を支援することを目的とします。

【事業内容】

(1) 事業計画策定対象者の掘り起し

『2. 経営状況の分析に関することの目標』で記載した小規模事業者や、経営課題を抱えている小規模事業者を日々の巡回訪問・窓口相談で把握し、事業計画書の必要性・有効性の理解を深めることにより事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを実施します。

(2) 事業計画策定支援セミナーの実施

専門家と連携して策定支援セミナーを開催する事により、事業計画策定に着手しようとしている小規模事業者に対して“計画書を策定することによって自社にどのようなメリットがあるか”“計画策定をする上での留意点”“経営者が考えている理想と今後の経営方向に矛盾・相違がないか”などを認識していただく場として活用し小規模事業者の意識改革に繋がります。

又、売上向上、販路開拓を目指す小規模事業者へは新たな経営の指針作りのために実施します。

(3) 巡回訪問・窓口相談の強化による事業計画策定支援の実施

現状で記載したとおり具体的な案件があつてからの計画作成支援を行ってきたが、巡回訪問・窓口相談時において事業計画策定の必要性や有効性について説明することにより理解を深め、地域動向調査と経営分析で得た情報を活用することによってそれぞれの企業に合った事業計画の策定を支援します。

(4) 事業承継・新規創業・第2創業を見据えた事業計画策定支援の実施

事業承継が今後の経営課題となっている小規模事業者や、後継者への世代交代を見据えた小規模事業の業種転換、新規創業や新分野進出などの第2創業に積極的な事業計画策定の支援を実施します。

この支援は企業の代表者や業種を変更するということによって、経営に最も重要な経営理念（企業の使命、経営哲学）という言わば経営のスタートラインに関する事業計画を策定するので重点的な支援を実施します。

(5) 企業再生支援における事業計画策定支援の実施

厳しい経営環境の中で事業を営む小規模事業者が、債務超過による条件変更など経営内容を見直しする際に、中長期的な債務返済を行うための“合理的で実現可能な事業計画”を策定するために小規模事業者と一体となって支援し、企業再生支援に向けての実現性の高い支援を構築するために北海道中小企業再生支援協議会などと連携して再生支援を実施します。

【効果】

事業計画を策定することにより経営の指針となる目標が定まり“誰に”“いつまでに”“何を”“どのように”実行していくかが明確になって合理的かつ実現性の高い経営活動を実施することができます。

※地域動向調査で得た情報と経営分析で得た自社の経営内容をリンクさせることにより定性面と定量面を活かしたオーダーメイド型の事業計画策定を図ります。

【目標】

支援計画の対象とする事業計画策定の実施は次表を目標とする

内 容	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定 セミナーの開催 (参加企業数)	未実施 (0件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)	年1回 (10件)
事業計画策定企業掘り起 しのための巡回訪問回数	0回	70回	120回	120回	120回	120回
①事業計画策定 企業数	2件	14件	22件	22件	22件	22件
②事業承継・創業・企業 再生による事業計画策 定企業数	0件	1件	2件	2件	2件	2件

※ 2. 経営状況の分析に関することの『経営分析の実施件数』は上記①+②の数字です。

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】

これまで当商工会は、事業計画策定支援やマル経融資による金融斡旋支援の実施までが中心となっており、実施状況の把握については決算期による損益計算書や確定申告書での確認で年に1回のフォローアップとなっていたのが現状です。

しかしそれでは小規模事業者が自ら課題に気づき、場合によっては計画変更をして事業の軌道修正を図っていくことは、経営資源と人材に乏しい小規模事業者にとって簡単に克服できるものではありません。

そこで、新たな経営課題の浮上や事業計画に支障が起きた際に、スピーディな対応をとることができないこと、計画の実施状況を把握出来ない事が課題となっています。

【目的】

小規模事業者が円滑な経営活動を実施するために、策定した事業計画の進捗状況を把握して定期的なフォローアップを実施することで“策定した計画との差異”“不測の事態”など計画に支障が起きた際に、迅速で適切な対応を図れるようにPDCAサイクルを回し事業計画の見直しを支援します。

【事業内容】

(1) 事業計画策定後のフォローアップの実施

策定した事業計画の目標達成に向けて、小規模事業者の事業計画策定後は3ヶ月に1度巡回訪問・窓口来所による計画の進捗状況を確認し適切な支援を実施します。

又、事業計画の頓挫など進捗状況の内容によっては『なぜ計画どおりに進行していないのか、進行を妨げる原因はどこにあるのか、どのように計画を変更すればいいのか』など仮説を立てて検証するPDCAサイクルを回すことにより、目標達成に向けた計画変更などを専門家と連携し効果的な支援を実施します。

(2) 創業・第2創業者へのフォローアップの実施

新規創業・第2創業は新しい事業のスタートであり、初期計画段階で頓挫することは今後の経営に重大な支障をきたすため、毎月1度の巡回訪問・窓口来所による進捗状況の確認を実施し、必要に応じて専門家と連携し課題解決に向けた支援を実施します。

又、同業種経営者や、異業種経営者との意見交換、情報収集の機会を提供するために当商工会が開催する同業種・異業種交流会への参加を促します。

(3) 企業再生によるフォローアップの実施

企業再生支援を行う小規模事業者は、借入金の返済に追われるなど経営体力に問題があるため、“早期で実効性の高い計画実施”が求められるので事業計画策定から1年間は毎月1度の巡回訪問・窓口来所による進捗状況の確認を実施し、再生計画が有効な場合は3ヶ月に1度の進捗確認を行い、再生計画が頓挫する場合は即座に専門家と連携を行い早期の課題解決に向けた支援を実施します。

(4) 各種補助・助成制度の活用によるフォローアップの実施

策定した事業計画の実効性を向上するために国、北海道、小清水町が施策する補助事業を有効活用することによって、資金面でのフォローアップをすることができ、巡回訪問・窓口来所の時に進捗確認を行って事業計画の目標達成に向けた支援を実施します。

又、進捗状況が思わしくない場合は、専門家と連携し目標達成に向けた計画見直しを実施していきます。

(5) 金融支援によるフォローアップの実施

事業計画の目標達成のために資金が必要な場合は、北海道、小清水町、地元金融機関、日本政策金融公庫北見支店と連携し道融資、町融資、マル経資金、小規模事業者経営発達支援資金などを活用し必要な運転資金や設備資金の円滑な調達支援を実施します。

【効果】

事業計画の進捗状況を把握することにより計画に支障が起きた際の早期計画変更や改善計画を支援することができます。

(2) で実施する同業種・異業種交流会の参加を促すことにより新たな需要の開拓を図ります。

※事業計画策定とリンクし当初計画の目標と計画を実行した際の成果を把握することにより理想と現実のギャップを明確にして質の高いフォローアップを図ります。

【目標】

支援計画の対象とする事業計画書策定後の実施支援は次表を目標とする

内 容	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定後の巡回訪問回数	2回	68回	112回	112回	112回	112回
①事業計画策定後のフォローアップ企業数 (フォロー回数)	2件	14件 (年4回)	22件 (年4回)	22件 (年4回)	22件 (年4回)	22件 (年4回)
②事業承継・創業・企業再生のフォローアップ企業数 (フォロー回数)	0件	1件 (毎月)	2件 (毎月)	2件 (毎月)	2件 (毎月)	2件 (毎月)
同業種・異業種交流会の実施	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回

※ 3. 事業計画策定支援に関する『事業計画策定支援企業数、事業承継等による事業計画策定支援企業数』のフォローアップ件数は上記①+②の数字です。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状と課題】

平成元年度に地域内消費動向調査を実施しましたが、その後は経営分析に必要な各種業界などの市場動向調査は当商工会で実施していないのが現状です。

事業計画策定や日々の事業活動を行うにあたり、需要動向の把握は販売戦略を練る際に必要不可欠であるが、小規模事業者のほとんどは需要動向の把握を自己感覚や仕入先、同業者などの関連企業に頼るしかなく、最新の需要動向を把握することができなかつたのが課題となります。

【目的】

需要動向を調査することにより個者が有する商品に関するマーケティング調査を実施し、その集めた情報を整理・分析して個社に提供することで、個者が販売する商品やサービスの改良支援、新商品開発、新メニューの開発、新サービスの提供に繋げ、新たな需要の開拓に反映させることを目的とします。

【事業内容】

(1) 既存商品におけるマーケティング調査の実施

①目的：個者が有する既存商品のマーケティング調査を実施し、消費者が求めている商品や提供するサービスをマーケットインの考え方によって新商品開発支援や商品改良支援することを目的とします。

②支援対象者： 2. 経営状況の分析に関すること（1）に記載している経営分析を実施した小規模事業者を重点支援先とし、その内自社の商品を有する食品製造小売業を支援します。

③調査内容：既存商品そのものの味や大きさなどによる“商品が本来有する本質的価値”の調査及び商品価格における値頃感、パッケージデザインや商品ネーミングなどによる“商品に付属する付加的価値”の2項目を単一選択式及びフリーワードによる記載によって、各個社が所有する商品1～2アイテムを調査します。又、調査項目は専門家と連携し、新商品開発や商品改良支援に繋がる項目になるよう拡充いたします。

<p>商品の本質的価値を 訴求するための 調査項目</p>	<p>この商品の満足度はどうですか この商品はいくらから高いと思いますか この商品はいくらから安いと思いますか この商品はいくらから高すぎて購入しないと思いますか この商品はいくらから安すぎて品質に問題あると思いますか この商品を購入するとしたら商品価格や量の満足度はどうですか その他として商品の味や量についてどうですか e t c</p>
<p>商品の付加的価値を 訴求するための 調査項目</p>	<p>この商品パッケージの好感度はどうですか この商品パッケージで品質の良さは伝わりますか この商品パッケージと商品コンセプトは合っていると思いますか この商品ネーミングで商品の特徴がわかりますか 商品パッケージとネーミングを見て手にとりたいと思いますか その他として商品パッケージとネーミングについてどうですか e t c</p>

※商品の本質的価値と付加的価値の調査をすることにより、既存商品のブラッシュアップ、商品改良支援、価格設定支援や商品ブランディングに繋がります。

④調査対象者と調査方法：各個社の店舗内において既存商品のマーケティング調査を実施し、顧客や観光客などの来店者100人を目標に③に記載しているアンケート形式による調査表を配布し、回収ボックスを設置して回収し地域内外の声を集めます。

⑤情報提供方法：収集した情報を専門家と連携して整理・分析し、巡回訪問時に紙ベースに起こした分析結果を個社の実情に合わせて年に1度情報提供し、商品改良支援や新商品開発支援や新たな販路開拓に活用します。

（２）観光客を対象としたアンケート調査の実施

①目的：観光業の現状と課題に掲げた『交流人口の増加』と『観光客のお腹と心を満足させられる商品やサービス』のニーズを調査することによって把握し、交流人口の増加計画、新メニューの開発や新サービスの提供をすることを目的とします。

②支援対象者：重点支援先の内、観光に関連する小規模事業者（宿泊業、飲食業）を支援します。

③調査項目： 調査項目として性別・年齢・家族構成・居住地などの属性情報及び新メニューの開発や新サービスの提供に繋がる項目について単一選択式及びフリーワードによる記載によって、宿泊施設に関する事項と飲食に関する事項の2項目について調査します。又、調査対象項目は専門家と連携し、交流人口の増加計画や新メニューの開発に繋がる項目になるよう拡充いたします。

尚、飲食店に関する事項についてはⅡ. 地域経済の活性化に資する取組(2)に記載の観光イベント『ふるさと祭り』や『収穫感謝祭』の会場において、地域内消費者や観光客を対象に地域で収穫される食材を活用した試食会を開催することによって、来場者が直接食べてみた『生の声』を飲食業者が直接聞くことができ、アンケート調査の精度を高めるようにします。

属性情報	性別・年齢・家族構成・居住地など
宿泊施設に関する項目	宿泊価格についてはどうですか サービスの満足度についてはどうですか こんなサービスがあれば嬉しいと思ったことはありますか 朝食や夕食の満足度についてはどうですか 朝食や夕食の価格についてはどうですか 宿泊の際に一番満足したことを教えてください 宿泊の際に一番不満に感じたことを教えてください 小清水町で収穫される食材で食べたいのはどれですか (アスパラ・じゃがいも・小麦・牛乳・黒毛和牛から選択) e t c
飲食店に関する項目	試食した食材で一番おいしかったと思うのはどれですか (アスパラ・じゃがいも・小麦・牛乳・黒毛和牛から選択) アスパラの味の満足度と料理のネーミングはどうでしたか じゃがいもの味の満足度と料理のネーミングはどうでしたか 小麦の味の満足度と料理のネーミングはどうでしたか 牛乳の味の満足度と料理のネーミングはどうでしたか 黒毛和牛の味の満足度と料理のネーミングはどうでしたか 上記5種類の食材でこんな風に調理してほしいとかはありますか 試食した各料理でいくらから高いと思いますか 試食した各料理でいくらから安いと思いますか e t c

※宿泊施設と飲食店に関する項目を調査することにより、既存サービスのブラッシュアップ、新メニューの開発に繋がります。

④調査対象者と調査方法：小清水町に來訪して宿泊をした観光客100人を目標に重点支援先の宿泊施設にアンケート調査表と回収ボックスを設置し回収します。

年に1度開催される『ふるさと祭り』と『収穫感謝祭』に來場した地域内消費者や観光客100人を目標に試食会の会場内にアンケート調査表と回収ボックスを設置しその会場内で回収します。

⑤情報提供方法：収集した情報を専門家と連携して整理・分析し巡回訪問時に紙ベースに起こした分析結果を年に1度情報提供し、宿泊施設のリピーター増加支援、サービスの改善や新サービス支援、飲食店による新メニューの開発支援や新たな顧客の獲得に活用します。

(3) 地域内小規模事業者を対象としたアンケート調査の実施

①目的：商業・サービス業及び建設業の現状と課題に掲げた『販売促進による新規顧客の開拓と新たな販路開拓』と『収益率の低下、価格競争による利益の圧迫』を解消するためアンケート調査を実施することにより、販売する商品や提供するサービスの改善点や不満点などを炙り出し、サービス改善支援や潜在顧客を発掘することを目的とします。

②支援対象者：重点支援先の内、上記以外の商業・建設業・サービス業の小規模事業者で地域内の事業所件数が多い産業分類の小規模事業者（木造建築工事業及び設備工事業・自動車整備業・理美容業）について支援します。

③調査対象内容：調査項目として性別・年齢・家族構成・居住地などの属性情報及び顧客が何を求めているかなどや潜在顧客へのアプローチに繋がるようなアンケート調査を実施します。

又、調査項目は専門家と連携し、サービス改善支援や潜在顧客の獲得へと繋がる項目になるよう拡充いたします。

尚、木造建築工事業及び設備工事業建設業においては住宅リフォームや住宅設備の購入や取付けのみならず、水道工事や舗装工事、冬季間の除雪請負など多岐にわたる業務を行っているため、下記④調査方法で郵送するDMに個社に応じた業務内容を記載することにより、地域内消費者への宣伝効果も高まり新たな顧客の獲得や新たな販路開拓に繋がります。

属性情報	性別・年齢・家族構成・居住地など
木造建築工事業 設備工事業に 関する項目	<p>住宅の建築やリフォームを最後に行ったのはいつですか その時の満足度はどうでしたか リフォームをして不満に思ったことはありますか リフォームを行わなかった方はなぜですか リフォームにかかる予算はいくらぐらいですか 一番リフォームしたいものがあれば教えてください (内装・外壁・屋根・窓やサッシ・バリアフリーなど) 住宅設備で老朽化してきた設備はありますか (給湯器・冷暖房・キッチン・洗面台・照明器具など) 業者を選ぶときに重視することや不安に思うことを教えてください 業者を選定する際にどうやって情報を得ますか e t c</p>
自動車整備業に 関する項目	<p>自動車整備をする業者はどこですか (購入先・ディーラー・地域の整備工場・ガソリンスタンドなど) かかりつけの自動車整備工場はありますか あるとしたら理由は何ですか・無いとしたら理由は何ですか 現在所有している自動車を購入したのはいつですか 現在所有している自動車で何か不満な点はありますか 部品やタイヤなどを購入する際にどのように情報を得ていますか 自動車整備工場の良いところと悪いところがあれば教えてください 今後自動車整備工場に求めるものはありますか e t c</p>
理美容業に 関する項目	<p>理美容院は1年間で何回行きますか 1回当たりの利用金額はいくらですか 理美容院を選ぶ際に最も重視することはなんですか 行きつけの理美容院はありますか 行きつけの理美容院の満足度はどうですか 行きつけの理美容院で何か不満に思ったことはありますか 理美容院のサービスで嬉しかったことや良かったことはありますか 理美容院で実施してほしいサービスはありますか 髪型をオーダーする際にどのように伝えますか e t c</p>

④調査対象者と調査方法：各個社の顧客情報によりDM郵送によりアンケート調査を実施し、各個社50世帯の回収を目指します。回収方法は返信用の封筒を同封し回収します。

⑤情報提供方法：当事業内容は、木造建築工事業及び設備工事業・自動車整備業・理美容業の小規模事業者への支援のため、収集した情報を専門家と連携して整理・分析し巡回訪問時に紙ベースに起こした分析結果を年に1度情報提供し、顧客ニーズの把握、リピーター増加支援、サービスの改善支援や新たな顧客獲得のために活用します。

（４）商品トレンド情報や外部機関が実施した地域外需要動向調査の情報提供

①目的と情報提供対象者：地域外の需要動向を収集して上記（１）既存商品におけるマーケティング調査で支援する食品製造業者を対象に、販売する商品と類似する商品の販売情報などを個社に提供することにより、商品改良計画支援や新商品開発支援、顧客ターゲットの分析に活用します。

②調査対象項目：全国265万商品の情報を有する“日経テレコンPOSEYES”を活用し、支援対象者の販売する商品と類似する商品のABCランキング（類似商品の売上ランキングを把握しマーケットインの考えによる商品改良計画に活用）及びレシート診断（購入者の性別・年齢・購入回数・年代別による購入金額・購入時間帯・購入曜日を把握し顧客ターゲットが明確になるため販売戦略と新商品開発支援に活用）の2項目について調査し支援対象者へ情報提供いたします。

③情報提供方法：支援対象者に対し、上記の調査内容を紙ベースに起こし個社の実情に合わせ3ヶ月に1度の巡回指導のときに情報提供します。

【効果】

（１）マーケティング調査を行う事により、消費者が求めるもの、マーケットインの考えを持つことができ個者の商品構成や、商品改良における判断材料の基礎資料とすることができ消費者の需要を見据えた経営に繋がります。

（２）観光客が何を求めて来町するかを把握することにより、観光客から見た観点での地域特産品（農畜産物、飲食物）のニーズを把握でき消費者の需要を見据えた新メニューの開発や新商品開発に繋がります。

（３）地域内アンケート調査を実施することにより、地域内消費者の今後の需要見込みやニーズを把握でき、販売する商品や提供するサービスの改善点や不満点などを炙り出し、マーケットのニーズに対応したサービス改善と新たな顧客の獲得に繋がります。

(4) 域外の需要動向を把握することにより、新たな販路開拓先の選定、域外消費者のニーズを踏まえた品揃えの改良などに繋がります。

※需要動向調査をリンクさせることにより経営分析、事業計画策定に消費者ニーズに合った事業戦略や販売戦略を構築することができます。

【目 標】

支援計画の対象とする需要動向調査の支援は次表を目標とする

内 容	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
マーケティング調査の支援件数	未実施	2件	3件	3件	3件	3件
地域内消費者観光客へのアンケート調査支援件数	未実施	7件	10件	10件	10件	10件
地域内アンケート調査支援件数	未実施	6件	11件	11件	11件	11件
需要動向調査の情報提供件数	未実施	2件	3件	3件	3件	3件

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】

【現状と課題】

地域内の人口減少と消費流出が進む中で、交流人口の増加による外からの消費の流入、地域外への商圈拡大、新しい販路の獲得は小規模事業者が持続的発展していくためには避けて通れない道ですが、当商工会は北海道商工会連合会が主催する『北の味覚再発見！地域特産品展示・試食・商談会』への周知、さっぽろオータムフェスト実行委員会が主催する『さっぽろオータムフェスト2015』と、オホーツク総合振興局が主催する『オホーツクフェア in 新千歳空港』への出店協力を小清水町観光協会と連携して販路拡大への活動に取り組んで参りました。

しかし、商圈や販路を拡大するための上記の商談会の一部の小規模事業者に限定された出展に留まることや、地域外への商品PRの機会、他市町村から消費流入を狙うに当たり核となる目玉商品が不在しているなどが課題となっています。

【目的】

付加価値を高めた地域特産品の活用による交流人口の増加や商圈拡大、販路拡大のために展示会や商談会の参加支援、商品PRの機会を創出することによって新たな需要を開拓し小規模事業者の持続的発展に繋げることを目的とします。

【事業内容】

（１）地域特産品を活用したご当地メニューの開発・農産物のブランド化による需要の開拓

現状に記載したオータムフェストやオホーツクフェアに地域特産品の『でんぷん団子』『じゃがいもを活用したスイートポテト』『苺を活用したドレッシング』の販売をしています。

そこで、畜産物の黒毛和牛を活用した新しい『食』を北海道立オホーツク圏地域食品加工技術センター、小清水町、小清水町観光協会、小清水町農業協同組合と連携して開発し地域飲食店で食べられるようにし、他市町村から交流人口の増加を狙った新しい需要の開拓を図ります。

又、農産物においては全国豆類経営改善共励会の農林水産大臣賞を受賞した大豆や、てん菜、小麦の商品開発や特産品開発を行い“小清水ブランド”として新しい需要の開拓を図ります。

（２）道央圏での展示会・商談会出展による需要の開拓

引き続き北海道商工会連合会、さっぽろオータムフェスト実行委員会、オホーツク総合振興局と連携し展示会・商談会の出展支援の推進、来場者への意見集約、販売数量の集計・整理を実施し、当町の知名度・地域特産品の認知度の向上を図り、来町する機会の創出に努めます。

展示会参加後は、商品改良、商品PRの効果を向上できるように、来場者の意見の分析、販売数量の分析などを行い、必要に応じて専門家と連携し新しい需要を開拓できるよう図ります。

又、（１）に記載した黒毛和牛を使ったご当地メニューについても北海道商工会連合会が主催する試食会などに参加しバイヤーや料理人からの改善点の抽出、味・値段・見た目などによるアンケート調査を行って商品開発・商品改良に反映します。

(3) インターネット・SNS・プレスリリースを活用した需要の開拓

地域小規模事業者でホームページでの企業PRや商品PR、オンラインショップを活用して販路開拓を行っている企業は15件程度と非常に少ないことから、簡易ホームページ作成ツールのSHIFT活用による企業・商品PR支援、全国商工会連合会が実施しているニッポンセレクトへの掲載による全国への商品販売支援を当商工会が行うことにより、全国的な企業・商品PRを行い新たな販路開拓を実施します。

又、小清水町観光協会と連携して、SNSによる地域情報や商品PR、企業PRの実施や北海道新聞へプレスリリースを行うことで積極的な情報発信を行って販路開拓を実施します。

(4) 工業・建設業における需要の開拓

地域小規模事業者における工業・建設業者については、特許やオンリーワンサービスなどの強みがなく、地域密着型の経営活動を行っているため、新しい需要の開拓については専門家と連携し、新しいサービスの開発、新技術の開発、近隣市町村への販路開拓、企業が有している建設機械の多目的活用、潜在顧客の発掘、見込み客の育成、などを実施します。

【効果】

地域の農畜産物を活用した特産品を使用することにより、地域の知名度が向上し来町者の増加に繋がり、外貨を獲得することで小規模事業者への経済波及効果に結びつきます。

又、新しい取引先や新しい顧客の発掘、商圏の拡大による販路開拓に結びつきます。

※地域が持つ強み、消費者の需要動向をリンクさせることで新しい特産品開発の指針や、消費者ニーズを把握した販売戦略の構築をすることができます。

【目標】

支援計画の対象とする新たな需要に対する取組の支援は次表を目標とする

内 容	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
ご当地メニューの開発	未実施	開発検討	試作品開発・評価	完成	販売促進PR活動	販売促進PR活動
商談会出展支援企業数	2件	2件	3件	3件	3件	3件
商談会参加企業の商談成立件数	不明	4社以上	6社以上	6社以上	6社以上	6社以上
SHIFT・HP・SNSの開設件数	13件	35件	35件	35件	35件	35件
工業・建設業の販路開拓件数	未実施	2件	3件	3件	3件	3件

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

【現状と課題】

<商業・サービス業の活性化に関する取組>

当商工会では地域通貨の発行団体である一般財団法人ふれ愛こしみずと連携し、消費流出防止を目的としてその法人の加盟店で商品を購入した場合に、100円に対して1枚のスタンプシールを発行し、そのスタンプシールを一定数集めると地域通貨に変わる取組みを行っています。

又、地域の消費者をターゲットにしたイベントの開催、販売促進と町民還元を目的とした抽選会、毎週土曜日スタンプ3倍セールなどの取組みも行っています。

その中で、平成11年から現在まで継続実施しているプレミアム商品券販売事業は、住民認知度が高く、非常に好評を得ており、発行金額と発行する地域通貨額を換算すると、総額8億6千万円となりますが、商品券の使用店舗に偏りがあり地域小規模事業者に万遍なく経済効果が回らないのが課題となっていることや、町内の既存商店が個々で実施しているチラシ折込み、新商品の宣伝は行われているが、商店全体の集客に繋がっていないのが課題となっています。

<観光業の活性化に関する取組>

観光イベントとして、原生花園と道の駅を活用した観光協会と連携して実施する『はな・花フェスティバル』、地域農畜産物のPRと普及を目的とした『収穫感謝祭』、又、小清水町、小清水町農業協同組合、農協青年部、農協女性部、当商工会、商工会青年部、商工会女性部、地元青年団体、老人クラブ、自治会連合会で構成された“ふるさと祭り実行委員会”で実施する町内最大のイベント『ふるさと祭り』を開催しています。

しかし、観光イベントでは地域外からの集客が得られるが、町内イベントについては約70%が地元住民客であるため、多くの出店事業所を地域外へ知ってもらう機会があまりにも少ないのが課題となっています。

<空き店舗と創業支援に関する取組>

現在、経営者の高齢化や後継者不足により廃業が増え、空き店舗が目立ちその対策を講じられていないのが現状です。

しかし、地域内でお買物をする選択肢の増加や新規創業者の設備投資抑制、雇用の新しい受け皿となるような新たな取組みを行うことが課題です。

<地域経済活性化に関する検討協議の取組>

現在、小清水町全体で地域課題である観光イベントによる交流人口増加、空き店舗対策による商店街構想などを地域内の支援機関や団体で検討協議する機会がないのが現状です。

そのため各団体や支援機関で把握している地域課題、今後の街作りのビジョン、支援方法がバラバラで情報の共有や連携した取組みを行う機会をどう持つのかが課題です。

【目的】

消費流出防止と経済波及効果を高め、企業収益を向上させ、既存の特産品の活用と新たな特産品を開発し交流人口の増加による外貨の獲得、空き店舗の有効活用と新規創業者の発掘・育成による持続的発展に取り組むことを目的とします。

小清水町内に有する様々な支援機関や団体が参画して、地域経済活性化に対してどのように向き合っていくかの方角性を定める検討協議をする機会を創出することを目的とします。

【事業内容】

(1) プレミアム商品券発行事業の継続による地域経済活性化への取組み

地域通貨の発行団体である一般財団法人ふれ愛こしみずと引き続き連携し、プレミアム商品券の発行を実施します。

平成27年の発行金額が1,800万円あり、地域経済への波及効果が非常に高いが使用店舗の偏りを解消するためにプレミアム商品券と併せた各店舗独自の特典やサービスの提供を提案し販売促進、新たな顧客の開拓を支援します。

(2) 地域ブランドの確立及び地域イベント活用による小清水の食文化の振興

現在イベントで行われている地元農畜産物の販売実績から小清水町農業協同組合、地元製造業者、小清水町、小清水町観光協会と連携し新たな特産品開発の考案、地域ブランドの発掘を実施します。

その開発した特産品を地域イベントの『ふるさとまつり』、『収穫感謝祭』で試食、啓蒙をすることにより他市町村からの交流人口を増加させ、出店業者の商品PRにも繋がります。

観光イベントの『はな・花フェスティバル』では地域外からの来場者が多いため、小清水町の特産品PRと併せ、出店業者の企業PRを行うことで販路開拓に繋がります。

又、新規創業者にも地域イベントへの積極的な参加を促すことによりPRの場を増やし、住民認知を高める支援を実施します。

(3) 地域団体と連携した100円商店街の実施

現在、地域通貨の発行団体である一般財団法人ふれ愛こしみずが地元住民を対象にして開催しているスタンプシールイベントが年に5回ほど行われ、また毎週土曜日スタンプ3倍セールを実施しています。

このスタンプシールイベントに100円商店街(商店街の各個店で100円の独自商品を店頭販売し、集客効果を高めることで新規顧客の発掘と個店の魅力をPRする事業)を実施し、地元住民客の消費喚起を促し、新規顧客獲得と商店街全体の集客を支援します。

（４）空き店舗を活用した賑わいの創出と未来の創業者の発掘（新規事業）

地元学校と地域住民にも参加を促し空き店舗を活用して就労体験ではなく、経営体験型のチャレンジショップを行うことにより賑わいの創出と創業者の掘り起しを実施し、地域経済の新陳代謝と雇用の増加を図ります。

又、様々な空き店舗を使用することにより創業予定者に適した店舗を見つけることができ初期投資の抑制に繋がります。

（５）小清水町地域振興協議会（仮称）における地域経済活性化の方向性の検討

新しく協議会を創設して地域の商業振興、観光振興、起業創出などの現状と課題を情報共有し、各支援機関や団体が一丸となってどのようにして交流人口を増加させるか、イベント会場だけでは無く商店街へ来場者を誘導するか、今後の街作りには何が求められていて何が必要なのかなど地域課題について協議する機会を創出し課題解決に向けた取組みを図ります。

<対象者> 小清水町、小清水町農業協同組合、一般財団法人ふれ愛こしみず、
小清水町観光協会、特定非営利法人グラウンドワークこしみず、商工会理事など

【効果】

（１）プレミアム商品券発行により消費流出防止と新しいサービスの提供や独自の特典によって顧客満足度の向上、新規顧客開拓へのPRに繋がります。

（２）農畜産物を活用した特産品による『食』の力によって観光客や周辺地域からの交流人口が増加し地域経済活性化に繋がります。

（３）100円商店街を行うことにより、商店全体を通して結束力が生まれ既存店の顧客獲得や販売促進、賑わいの創出に繋がります。

（４）チャレンジショップを行うことで、未来の創業者の掘り起しにつながり雇用の受け皿となるような創業支援に効果があります。

空き店舗を活用することにより初期設備投資の抑制、チャレンジショップにより新規創業者の発掘、中高生を対象とした経営体験により未来の創業者の育成に繋がります。

（５）上記（１）～（４）の取組などの地域経済活性化策等について検討協議をすることにより進むべき方向が定まり、町全体が一丸となって地域経済活性化に取り組める環境を作ります。

【目 標】

支援計画の対象とする地域経済活性化に資する取組の支援は次表を目標とする

内 容	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
プレミアム商品 券発行	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
イベント集客数	7,000人	7,200人	7,500人	8,000人	8,000人	8,200人
100円商店街 の開催	未実施	2回	4回	6回	6回	23回
チャレンジ ショップの開催	未実施	1回	1回	2回	2回	2回
振興協議会 の開催	未実施	2回	2回	2回	2回	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

【現状と課題】

現在は小清水町・斜里町・清里町・大空町の4つの商工会で構成される斜網地域の経済活性化のために『斜網ブロック商工振興会議』の開催と『斜網地区商工会職員研修会』を毎年各1回開催し地域動向について情報交換をしています。

又、小清水町、地域金融機関との金融懇談会を開催して地域内の金融情勢について情報交換を行っています。

経営指導員はオホーツク管内の15商工会と北海道商工会連合会オホーツク支所、日本政策金融公庫北見支店が開催する『小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会』でオホーツク管内の金融情報と地域動向の情報交換を行っています。

【目的】

経営発達支援に焦点を当て各支援機関の最新情報の取得、取組み内容による意見交換を密接にすることにより、円滑な支援事業の実施と問題解決能力の向上を高め、地域経済の活性化を目指すことを目的とします。

【事業内容】

(1) 斜網ブロック商工振興会議及び斜網地区商工会職員との情報交換会

引続き斜網ブロック商工振興会議において小清水町・斜里町・清里町・大空町の正副会長、商工会職員で情報交換をすることにより近隣市町村での地域動向や、各地域の商工業者から求められている商工会としての役割、各地域の経済活性化事業などの情報交換を行い課題解決に向けて連携をとります。(頻度：斜網ブロック商工振興会議、斜網地区商工会職員研修会：各年1回)

<対象者> 小清水町・斜里町・清里町・大空町商工会の事務局長、商工会職員など

(2) 金融機関との情報交換会

小清水町、地元金融機関、当商工会の役職員で開催する金融懇談会において地域経済の金融情勢、経済動向の情報交換や計画的な設備投資に対する融資案件、利子補給制度施策の情報交換を行い金融課題、企業再生支援などの解決に向けて情報共有を図ります。

又、引き続き日本政策金融公庫北見支店が開催する『小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会』においてオホーツク管内全域の地域動向及び経済動向の情報交換を行うことで支援ノウハウの共有を図ります。(頻度：年1回)

<対象者> 地域金融機関職員、町担当職員、商工会金融委員など

(3) 他の支援機関・専門機関との情報交換

北海道商工会連合会、中小企業基盤整備機構北海道、中小企業大学校旭川校などが開催する研修会に参加した際、別に時間を設けて“企業に対する売上向上などの支援手法”“地域における経営問題の解決に向けた取組み方”“地域における経済活性化事業などの情報交換”を行い支援ノウハウの向上を図ります。

又、北海道よろず支援拠点などの支援機関職員及び専門家派遣を実施した際、別に時間を設けて“業種毎の経営分析の注意点や着目点”“経営問題の解決事例などの情報交換”などを行い支援ノウハウの向上を図ります。

(頻度：年5回以上)

<対象者> 商工会職員

【効果】

上記の情報交換会を行うことにより、現在より高いレベルでの情報収集が出来るようになり商工業者に対する情報提供や事業計画策定、策定後のフォローアップによる問題解決、販路開拓、新商品開発に結びつきます。

【目標】

支援計画の対象とする連携機関との情報交換会は次表を目標とする

内 容	現 状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
斜網ブロック商工振興 会議による情報交換会	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
斜網地区商工会職員研 修会による情報交換会	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
金融機関情報交換会	隔 年	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
支援機関・専門家 との情報交換	年5回	年5回以上	年5回以上	年5回以上	年5回以上	年5回以上

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【現状と課題】

商工会の事務局体制は5人（局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員）で構成され小規模事業者が求める広く深いニーズに対し適切な支援を行わなければなりません。

現在は北海道商工会連合会が実施している研修体系要綱に基づき、職種別での研修参加や中小企業大学校旭川校で実施している専門研修へ参加し能力向上を図っています。

しかし、経験年数や知識量の違いにより習得能力や支援能力に差が生まれ、職員個々のスキルをどのようにして小規模事業者に反映させていくかが課題となっています。

又、毎日開催している朝礼で研修内容の報告や復命書での回覧を実施していますが、職員間で習得した知識や指導ノウハウの共有ができていないのが課題となっています。

【目的】

小規模事業者の高度で多様化した広く深いニーズに対応した提案型支援の習得、商工会職員間の資質向上による能力の平準化によって小規模事業者のさらなる経営改善支援の充実と持続的発展を円滑に支援できる能力向上を目的とします。

【事業内容】

（1）職種別研修会の参加による資質向上

引続き北海道商工会連合会が実施している職種別研修会の参加と、中小企業基盤整備機構北海道や中小企業大学校旭川校で実施している専門研修へ参加し、職員個々の資質向上を図ることにより小規模事業者へ質の高い支援を実施することができます。

経営指導員は小規模事業者の経営課題の解決方法、販路開拓支援、地域資源活用、経営力向上などに関する支援能力の習得・向上を図ります。

補助員は小規模事業者の財務分析、事業計画書策定支援、経営課題の抽出などに関する支援能力の習得・向上を図ります。

記帳専任職員・記帳指導職員は財務分析の手法を習得し経営指導員と補助員をサポートできるよう支援能力の習得・向上を図ります。

（2）専門家派遣による資質向上

小規模事業者の課題解決に向けて専門家派遣を実施する際、経営指導員が企業支援の場に同席することによって研修では習得が難しい“現場での支援方法”“助言方法や経営課題に対する切り口”などの支援力向上を図ります。

(3) OJTによる職員間の資質向上、見える化による情報・指導ノウハウの共有

OJTを開催する事により、商工会職員がそれぞれ各研修で得た知識や習得した能力の職員間での共有、経験豊かな職員が経験の浅い職員の育成、指導ノウハウの向上などを図ります。

又、小規模事業者に対してどのような相談があつてどのように支援したかの企業カルテ、分析した経営内容の結果、策定した事業計画書などのデータは共有ファイルで商工会職員がいつでも閲覧できるようにし、紙に落とし込んだ書類は各企業ファイルに編纂し時系列でどのような支援をしたか情報の共有・支援ノウハウの共有を図ります。

【効果】

商工会職員の指導能力向上には日々の自己研鑽と能力強化に対する意識が重要となり研修参加、OJT、実務現場への同席を行うことによりさらに高い資質の習得、データ共有により職員相互間の密接した業務内容の把握と意識改善に結びつきます。

【目標】

支援計画の対象とする資質向上は次表を目標とする

内 容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経営指導員の研修	企業診断 実務	販路開拓 支援	地域資源 活用	経営改善 支援	CFと 利益確保	事業承継 支援
補助員の 研修	企業立地 実践研修	一般研修	マーケ ティング	一般研修	消費税 所得税	一般研修
記帳専任 職員の研修	一般研修	マーケ ティング	一般研修	問題解決	一般研修	消費税 所得税
記帳指導 職員の研修	消費税 所得税	一般研修	問題解決	一般研修	マーケ ティング	一般研修
OJT 開催回数	未実施	4回	4回	4回	4回	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

【現状と課題】

今までの当商工会における事業計画及び評価は理事会での計画承認と総会での実施報告による報告説明のみとなっていました。

そこで計画的に開催しなかった事業計画の策定、進捗状況、検証・評価、再計画についての見直しをどのように構築していくかが課題となっています。

【目的】

本事業の計画に記載している事業の実施状況及び進捗状況、問題点や課題の改善策検討、事業の評価・検証、事業の結果報告についての仕組みを作ることを目的とします。

【事業内容】

(1) 商工会事務局による経営発達支援事業の進捗確認及び内部検証

3ヶ月に1度の頻度で事務局内部において事業内容の進捗確認と内部検証を実施します。

(2) 外部委員を招聘した経営発達支援計画の評価・検証

6ヶ月に1度の頻度で経営発達支援委員会（仮称）を開催し計画の実施状況・評価・検証・見直しを実施します。

委員構成は、小清水町（産業課長）、地元金融機関（網走信金小清水支店長、釧路信組清里支店長）、街づくり団体（特定非営利法人グラウンドワークこしみず理事長）、商工会正副会長、商業部会長、工業部会長、観光サービス業部会長などです。

(3) 理事会での計画進捗報告・見直し方針の検討・決定、総会での報告・承認

年4回開催している理事会において（2）で実施する委員会での経過報告、進捗状況の報告、計画に支障があれば今後の見直し案を提示し実施方針の検討・決定を実施します。

又、通常総会へ経営発達支援事業計画の内容を報告し承認を受けます。

(4) 事業結果の公表

事業の成果・評価・見直しの結果は小清水町商工会のホームページで計画期間中公表します。

(<http://www.jagaimo-kaido.com/>)

【効果】

事業内容の実行・評価・検証・見直しを実施することにより本事業におけるPDCAサイクルを商工会内部、外部委員を交えた委員会の両面から回すことにより計画実行の確実性を高め小規模事業者の持続的発展に繋がります。

【目 標】

支援計画の対象とする事業の見直しをする取組は次表を目標とする

内 容	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～3月
事務局内部 による検証	進捗確認 内部検証	進捗確認 内部検証	進捗確認 内部検証	進捗確認 内部検証
外部委員 による検証	—	評価・検証	—	再評価・再検証
理事会 による見直し	理事会①	理事会②	理事会③	理事会④
事業結果 の公表	総会で 承認後に公表	—	—	—

(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	
(1) 組織体制	(平成28年11月現在)
事務局長 : 1名 成戸明男	経営指導員 : 1名 宇野智紀
補助員 : 1名 長谷川恭司	記帳専任職員 : 1名 印牧利津子
記帳指導職員 : 1名 不破可成江	
(2) 実施体制	
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】	(事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員)
2. 経営状況の分析に関すること【指針①】	(経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員)
3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】	(経営指導員、補助員)
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】	(経営指導員、補助員)
5. 需要動向調査に関すること【指針③】	(事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員)
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】	(事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員)
II. 地域経済の活性化に資する取組	(事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員)
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	(事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員)
2. 経営指導員等の資質向上等に関すること	(経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員)
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	(事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導職員)
(3) 連絡先	
住所 : 〒099-3628 斜里郡小清水町字小清水658番地の4	
組織 : 小清水町商工会 (担当者 : 成戸明男) 電話 : 0152-62-2608	
HP : http://www.jagaimo-kaido.com/ e-mail : ksmz@dream.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

(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	11,840	11,980	12,100	12,220	12,340
経営改善普及事業費	2,540	2,580	2,600	2,620	2,640
旅費	600	620	620	620	620
指導事務費	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
小規模事業施策普及費	20	30	40	50	60
インターネット事業費	120	130	140	150	160
地域振興事業費	9,300	9,400	9,500	9,600	9,700
総合振興費	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
商業活性化事業費	8,200	8,300	8,400	8,500	8,600

(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、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。

(別表4)

商工会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
1. 地域経済動向調査に関すること【指針③】 連携内容：経済動向に関する景気動向調査、統計資料の活用 連携先：中小企業庁、日本政策金融公庫北見支店、北海道商工会連合会 北海道、小清水町
2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 連携内容：経営分析結果に基づく専門的な支援、経営分析セミナーの講師 連携先：北海道よろず支援拠点、小規模企業活性化オフィス、北海道商工会連合会 税理士法人アドヴァンス会計、北海道中小企業再生支援協議会
3. 事業計画策定支援に関すること、策定後の実施支援に関すること【指針②】 連携内容：事業計画の策定支援、策定後計画に支障が生じたときのフォローアップ 連携先：北海道、小清水町、北海道よろず支援拠点、小規模企業活性化オフィス 網走信用金庫小清水支店、釧路信用組合清里支店、日本政策金融公庫北見支店 北海道商工会連合会、北海道事業引継ぎ支援センター
4. 需要動向調査に関すること【指針③】 連携内容：需要動向に関するマーケティング調査、統計資料の活用 連携先：小清水町、北海道商工会連合会
5. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】 連携内容：新たな特産品の開発、展示会・商談会の開催 連携先：北海道、小清水町、小清水町農業協同組合、小清水町観光協会 北海道商工会連合会、北海道立オホーツク圏地域食品加工技術センター
6. 地域経済の活性化に資する取組 連携内容：地域イベントの開催、プレミアム商品券事業の実施 連携先：小清水町、小清水町農業協同組合、小清水町観光協会 一般財団法人ふれ愛こしみず、特定非営利法人グラウンドワークこしみず

7. 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

連携内容：各業界の情報提供、支援ノウハウ等の情報共有、情報交換

連携先：網走信用金庫小清水支店、釧路信用組合清里支店、日本政策金融公庫北見支店
小清水町、税理士法人アドヴァンス会計、小規模企業活性化オフィス

8. 経営指導員等の支援向上等に関すること

連携内容：研修会の開催、専門家派遣による資質向上

連携先：北海道商工会連合会、北海道中小企業再生支援協議会
中小企業基盤整備機構北海道、中小企業大学校旭川校

9. 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

連携内容：経営発達支援計画の評価・検討・見直し

連携先：小清水町、網走信用金庫小清水支店、釧路信用組合清里支店
特定非営利活動法人 グラウンドワークこしみず

連携者及びその役割

1. 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
電話：011-231-4111
役割：経営発達支援事業推進にあたり情報の提供、調査、各種施策の情報提供
2. 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 プレスト1. 7ビル4階
電話：011-251-0101
役割：物産展、展示会、商談会等の開催による情報提供、出店支援
専門家派遣事業による事業計画の策定支援、各種研修会の開催及び情報提供
3. 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 ORE札幌ビル6階
電話：011-210-7470
役割：経営指導員等のスキルアップ、資質向上を図るための研修会の開催
複雑で高度な専門的な相談案件についての助言及び専門家派遣
4. 名称：網走信用金庫小清水支店 支店長 水牧 宏明
住所：〒099-3625 斜里郡小清水町字小清水320番地
電話：0152-62-2221
役割：事業実施に伴う資金需要に対する金融支援、経営発達支援計画の評価・検証
経済情勢、金融制度支援情報の提供、助言
5. 名称：釧路信用組合清里支店 支店長 寺崎 俊明
住所：〒099-4405 斜里郡清里町羽衣町8番地の3
電話：0152-25-2757
役割：事業実施に伴う資金需要に対する金融支援、経営発達支援計画の評価・検証
経済情勢、金融制度支援情報の提供、助言
6. 名称：小清水町 町長 林 直樹
住所：〒099-3624 斜里郡小清水町字小清水217番地の1
電話：0152-62-2311
役割：小規模事業者支援のための補助制度
町制度融資による補助制度
経営発達支援計画の評価・検証

7. 名称：日本政策金融公庫北見支店 支店長 佐藤 英
住所：〒090-0036 北見市幸町1-2-2
電話：0157-24-4115
役割：事業実施に伴う資金需要に対する金融支援
8. 名称：小清水町農業協同組合 本所 組合長 佐藤 正昭
住所：〒099-3626 斜里郡小清水町字小清水379番地
電話：0152-62-2111
役割：商工振興及び観光振興のための農商工連携についての助言
基幹産業の情報提供
9. 名称：小清水町観光協会 会長 橘 芳和
住所：〒099-3628 斜里郡小清水町字小清水658番地の4
電話：0152-62-3217
役割：観光振興のため観光事業者との連携
10. 名称：北海道中小企業再生支援協議会 会長 高向 巖
住所：〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 北海道経済センター6階
電話：011-222-2829
役割：複雑で高度な専門的な相談案件についての助言、専門家派遣
11. 名称：北海道事業引継ぎ支援センター 統括 村越 憲三
住所：〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 北海道経済センター7階
電話：011-222-3111
役割：複雑で高度な専門的な相談案件についての助言、専門家派遣
12. 名称：北海道よろず支援拠点 コーディネーター 中野 貴英
住所：〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 北海道経済センター9階
公益財団法人北海道中小企業総合支援センター
電話：011-232-2407
役割：複雑で高度な専門的な相談案件についての助言、専門家派遣

13. 名称：小規模企業活性化オフィス 中小企業診断士 只野 正博
住所：〒063-0823 札幌市西区発寒3条5丁目8-1
電話：011-666-6369
役割：複雑で高度な専門的な相談案件についての助言、専門家派遣
14. 名称：全国商工会連合会 会長 石澤 義文
住所：〒100-006 東京都千代田区有楽町1-7-1
電話：03-6268-0088
役割：物産展、展示会、商談会等の開催による情報提供、出店支援
専門家派遣事業による事業計画の策定支援、助言
各種研修会の開催及び情報提供
15. 名称：税理士法人アドヴァンス会計 代表者員税理士 荒木 哲夫
住所：〒093-0035 網走市駒場南1丁目1-15
電話：0152-44-8023
役割：税務指導及び事業継承など高度で専門的な相談案件についての助言、専門家派遣
16. 名称：中小企業庁 長官 宮本 聡
住所：〒100-8912 東京都千代田区霞が関1丁目31-1
電話：03-3501-1511
役割：中小企業庁WEBサイト「ミラサポ」による専門家派遣、専門的知識の提供
17. 名称：中小企業大学校旭川校 校長 飯田 利彦
住所：〒078-8555 旭川市緑が丘東3条2丁目2-1
電話：0166-65-1200
役割：各種研修会によるスキルアップのための研修会開催
18. 名称：一般財団法人 ふれ愛こしみず 理事長 佐藤 智
住所：〒099-3628 斜里郡小清水町字小清水658番地の4
電話：0152-62-2608
役割：スタンプシールによる消費者動向の情報提供
商店街活性化のための情報提供について

19. 名称：特定非営利活動法人 グラウンドワークこしみず 理事長 檜原 功
住所：〒099-3626 斜里郡小清水町字小清水648番地の1
電話：0152-62-4300
役割：経営発達支援計画の評価・検証
20. 名称：北海道立オホーツク圏地域食品加工技術センター 理事長 水谷 洋一
住所：〒090-0008 北見市大正353番地19
電話：0157-36-0680
役割：特産品を活用した商品・ご当地メニューの開発

連携体制図等

