

経営発達支援計画の概要

実施者名	いわみざわ商工会（法人番号 3430005006731）
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日
目 標	<p>当会地域は人口減少と小規模事業者の高齢化、後継者不足が課題であり、新規創業と後継者対策、売上増加を小規模事業者への主な支援目標とし、新商品開発、販路拡大による消費購買力の流出防止など地域活性化に向けて小規模事業者の持続的発展に寄与するため、支援機関と連携し伴走型支援を実施します。</p>
事業内容	<p>I 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 各種地域経済動向調査の収集及び提供 (2) 商工会地域の小規模事業者アンケート調査 2. 経営状況の分析に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 巡回訪問等による経営分析 (2) 経営分析ツール(ネットde記帳等)による経営分析の実施 (3) 専門家との連携による経営分析 3. 事業計画策定支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 巡回による事業計画策定対象者の掘り起こし (2) 事業計画策定支援セミナー及び個別相談会の開催 (3) 事業継承計画の策定支援 (4) 創業支援セミナー等の情報提供及び計画策定支援 4. 事業計画策定後の支援 <ol style="list-style-type: none"> (1) 巡回訪問によるフォローアップ支援 (2) 事業承継におけるフォローアップ支援 (3) 創業計画策定支援後のフォローアップ支援 (4) 各種制度の活用による資金繰り支援 5. 需要動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 商談会・展示会でのバイヤーニーズ調査 (2) 地域内消費者ニーズアンケート調査の実施 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) イベント・物産展・商談会等の出展支援による「新たな顧客」開拓支援 (2) インターネットを活用した需要開拓支援 (3) マスメディア等の活用による需要開拓支援 <p>II 地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 地域資源を活かした観光地域づくり (2) 地域イベントの充実による賑わいの創出 (3) プレミアム付商品券発行事業に伴う小規模事業者のサービス提供支援
連絡先	<ul style="list-style-type: none"> ・名称 いわみざわ商工会 ・住所 〒 068-0127 北海道岩見沢市栗沢町本町 11 番地 ・電話 0126-45-2002 ・FAX 0126-45-4655 ・Eメール kurisyo@aurora.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

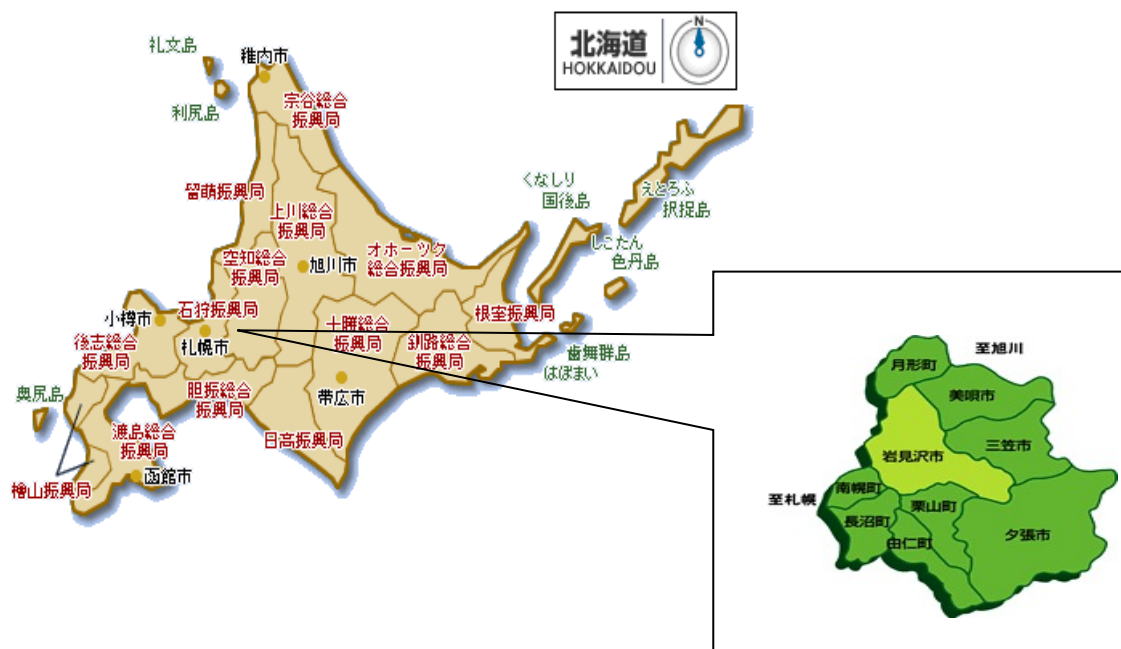
【岩見沢市の概要】

岩見沢市は、北海道空知地方(空知総合振興局管内)の南部、石狩平野の東部に位置し、札幌から東方約40kmにあり、市域は石狩川左岸から夕張山地にかけて東西に広がっています。

東部側には夕張市、三笠市、西部側は江別市、新篠津村、北部側は美唄市、月形町、南部側は栗山町、長沼町、南幌町と接しています。

札幌市から車で1時間程度に位置し、JR 函館本線・室蘭本線をはじめ、道央自動車道、国道12号・234号及び道道6号・81号・116号などが交差、接続する地点にあり、交通便は非常に良い所であります。しかしながら北村地区や美流渡地区においては、市内までの公共交通機関であるバスの運行が少ないという不便さがあります。

平成の大合併に伴い、空知南部地域の岩見沢市・美唄市・三笠市・栗沢町・月形町・北村の6市町村で合併を検討、協議会を設立し協議を重ねましたが、美唄市・三笠市・月形町は単独継続の意向により協議会を離脱し、最終的に3市町村で合併協議会を設置し協議を重ね、平成18年3月27日に栗沢町・北村を編入し、新「岩見沢市」が誕生いたしました。



【人口、世帯数の推移】

人口は、平成7年の97,042名をピークに年々減少が続き、平成29年4月30日現在で83,437名となり、**65歳以上の割合は33.78%**になっています。国立社会保障・人口問題研究所による推計では、平成52年には60,523名までに減少すると推計されています。

国勢調査及び住民基本台帳による岩見沢市人口の推移

年次	地区	世帯数	人口
平成17年 国勢調査 (常住人口) (平成17年10月1日)	岩見沢市	33,671	83,202
	栗沢町	2,539	6,857
	北村	1,112	3,618
	計	37,322	93,677
平成22年 国勢調査 (常住人口) (平成22年10月1日)	岩見沢市	33,362	80,722
	栗沢町	2,346	6,191
	北村	1,015	3,232
	計(新市)	36,723	90,145
平成29年 住民基本台帳による (平成29年4月30日)	岩見沢市	38,232	75,517
	栗沢町	2,652	5,283
	北村	1,074	2,637
	計	41,958	83,437

年齢別・性別人口割合

	男	女	計	人口割合
0歳以上14歳以下	4,489	4,371	8,860	10.62%
15歳以上64歳以下	22,766	23,625	46,391	55.60%
65歳以上	11,750	16,436	28,186	33.78%
合計	39,005	44,432	83,437	100.00%

平成29年の住民基本台帳の世帯数が平成22年の国勢調査の世帯数より増加し、人口が減少している要因としては独居老人・単身者等の増加と思われます。

岩見沢市は平成27年に「人口ビジョン(素案)」を纏め、今後5か年の施策の方向を提示する「**岩見沢市総合戦略**」を策定し、今後の様々な分析・対策を講じていくものと思われます。

【産 業】

(1) 農業

基幹産業は農業で、耕地面積 19,800 ha の広大で肥沃な土地 と石狩川水系の豊富な水を活かし、水稲作付面積・収穫量ともに 全道一の稲作 を中心に、畑作、野菜、果樹、花きなど幅広く農畜産物を生産し、道内有数の食料供給地域 として、特性を活かした多様な農業を展開しています。

平坦な地域では、水稲・小麦・大豆や、玉葱・白菜・人参など広い農地を活用した土地利用型農業が特徴となっており、さらに花きなどの施設園芸も組み入れた複合経営が行われています。また、丘陵地域では、果樹や醸造用ぶどうなどが生産されるなど、圃場や土壌の条件に合わせ、各地域において農業・農村の振興に向けた様々な取り組みが行われています。

近年では、ワインの醸造・販売、フルーツ狩り、直売所や観光農園など農畜産物の生産だけでなく、付加価値をつけた 6次産業化 の取り組みも進んできています。

しかしながら、総農家戸数は、平成 22 年の 1,398 戸から平成 27 年には 1,265 戸に減少し、農業就業人口も平成 22 年の 3,175 人から平成 27 年には 2,686 人に減少しており、そのうち、65 歳以上 は 931 人で(34.7%)で高齢化の割合が上がっています。

(2) 商工業(産業別事業所及び従業者数)

岩見沢市の総事業所数は平成 8 年の 3,933 事業所から減少傾向にあり平成 21 年の経済センサス基礎調査・活動調査によると産業別事業及び従業者数の推移は総事業所数 3,654、従業者数 34,965 人で、平成 26 年では総事業所数 3,497(4.3%減)、従業者数 33,637(3.8%減)と減少しています。

産業別で第一次産業は平成 21 年に比べ事業所数は増加していますが、従業者数は減少、第二次及び第三次産業も事業所数、従業者数は減少しております。

岩見沢市 産業別事業所数及び従業者数(経済センサス)

		平成 21 年	平成 26 年
第一次産業	事業所数	95	97
	従業者数	1,112	805
第二次産業	事業所数	489	444
	従業者数	5,369	5,331
第三次産業	事業所数	3,070	2,956
	従業者数	28,484	27,501
総事業所数		3,654	3,497
総従業者数		34,965	33,637

(3) 観光

岩見沢市は、札幌市に近接(40km)する地理的に恵まれたエリアであり、高速道路など主要道路及び鉄道駅を有した優位な位置にあります。

しかしながら、観光客の入込数はここ数年減少傾向にあります。

岩見沢市 観光客入込数

単位：千人

年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
観光客入込数	1152.4	1,115.3	1,331.8	1,290.8	1,194.9
うち、道外客	34.9	36.1	50.4	56.2	56.7
うち、道内客	1,117.5	1,079.2	1,281.4	1,234.6	1,138.2
うち、日帰り客	1,106.5	1,067.4	1,267.6	1,228.7	1,135.7
うち、宿泊客	45.9	47.9	64.2	62.1	59.2

また、観光客入込数の 95%が道内客を占めているとともに、日帰り客も 95%になっています。

【岩見沢市地域の現状と課題】

(1) 人口

平成 29 年 4 月 30 日現在において岩見沢市の人口は 83,437 人で、平成 22 年の国勢調査時から約 7.4%減少しており、商工会地域の栗沢町地区では約 14.6%、北村地区は 18.4%の減少で中心街より離れた地域の人口減少が加速しています。

将来的にも人口減少は続く見込みにより岩見沢市は「人口減少に対応したまちづくり」と「地域経済活性化」の観点からみた、強みと弱みを SWOT 分析 で抽出し 人口減少対策 の課題を整理している状況です。

「人口減少に対応したまちづくり」の観点からみた強みと弱み

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none">・ 高度情報通信基盤の充実・ 芸術、スポーツに特化した大学・ 基幹産業として農業がある・ 医療機関が整っている・ 豊かな自然環境	<ul style="list-style-type: none">・ 地域ブランドの認知度が低い・ 新卒の雇用先がない・ 第 1 次産業(農業)の後継者不足・ 多くの空き店舗や休業商店・ 市内の交通アクセス

「地域経済活性化」の観点からみた岩見沢市の強みと弱み

・札幌へのアクセスが良好(消費・雇用面で恩恵) ・「食」の分野の産業に特色	・札幌への人口・消費流出傾向 ・域外資本が多い産業構造 ・弱い地域ブランド力
--	--

(2) 農業

岩見沢市の農業を取り巻く情勢は、高齢化、後継者不足、国際化の進展、食の安全安心の問題など非常に厳しいものがあり農村地域の活力低下が見られています。

このような状況のなか、「食の安全と消費者の信頼確保」、「農業の持続的な発展」、「担い手の育成・確保」、「農村の振興」の対策を行っている状況です。

(3) 商工業

中心市街地では、居住人口の減少と高齢化や空き店舗の増加により、まちなか歩行者の減少などが顕著となっており、「にぎわいのある中心市街地の創出」を含め商業活性化、生産性の向上や販路拡大などの対策が必要です。

岩見沢市は平成 28 年 6 月に全国の自治体に先駆け 「健康経営都市宣言」の認定を受けました。市民の健康を”まもり”、”つくり”、”つないでいく”ことが源泉であり活力と好循環を創り続ける地域戦略として 「健康経営」を推進しているところです。

市内に本社を持つ企業の 99.9%が中小企業で 市民の 73.5%が地元中小企業に勤務している状況のなか、更なる中小企業の成長・発展に様々な事業の推進はもとより、商工会地域の小規模事業者にも寄与できるよう支援を行い、行政と連携を図りながら地域商工業の発展に期待します。

(4) 観光

岩見沢市の観光入込客数は空知総合振興局管内でも砂川市に続いて第 2 位(平成 28 年)の入込数になっています。月別の入込数は 5 月～9 月に約 8 割が集中しています。また、1 年間の入込数のうち、約 95%が日帰り客で滞在型が非常に少ない状況です。

岩見沢市は 遊園地や 温泉などの施設、鉄道などの歴史遺産、農産物や 自然という

観光資源にめぐまれており、さらに 大都市圏(札幌)に近い好条件にあり、今後の観光資源を活かし、滞在型観光入込数の増加と岩見沢市の経済活性化のため、商工会地域の観光資源も含めた 「魅力ある観光」の整備・活用について行政と連携を図りながら取り組みます。

【商工会地域小規模事業者の現状と課題】

(1) 農 業

商工会地域(栗沢・北村地区)は 道内有数の生産量を誇る米、たまねぎ、白菜をはじめ、小麦、花きなどの農産物産地であり中山間地域ではりんごなどの果樹栽培も行われています。

しかしながら、近年は商工会地域農家戸数の減少や農業従事者の高齢化、後継者不足、また米をはじめとする農産物の価格低迷による収益の低下による農業所得低下も懸念されます。

市は、食の安全と消費者の信頼関係、農業の持続的発展などの施策を打ち出していることで、当会としても商工会地域は農産物の宝庫であり、地元農産物の米などを活かした特産品開発へ向けた取組みに対して、各関係機関との連携を図ってまいります。

(2) 商 業

商工会地域の商業は、景気低迷、商店主の高齢化、人口減少、消費者ニーズの多様化へ対応できていない小規模事業者(個社)が多く、年間売上額は年々減少しています。

また、市内への大型店進出や札幌市に近いことから購買力の流出が著しく増加している状況のなか、平成 28 年度には栗沢地区、北村地区において小売店が 3 件廃業しております。

今後は購買力流出の防止のため、需要動向調査、消費動向調査など消費者ニーズの把握などの分析を行い、きめ細かな役務の提供、ニーズにあった品揃えなど、個社の経営改善と経営意欲を高めるため伴走型支援を行う必要があります。

また、行政・商工会・商店が連携を図りながら 賑わいある商店街 の活性化を促進する必要があります。

(3) 工 業

商工会地域の建設業は 35 件、製造業は 22 件のうち、個人事業所においては後継者や人材不足の状況になっています。また、建築関係の技術職従業員の高齢化も進んでおり、建設業就業者の確保と人材育成する必要があります。また、公共工事減少に伴い売上減少抑える必要があり、個社の経営分析による「強み・弱み」の課題を抽出し、経営改善及び改革の支援を行う必要があります。

商工会地域の製造業では、「食料品関係製造業」がないため、今後の特産品開発や観光振興へのステップになる製造業者の新規創業開拓や企業誘致などの必要があります。

(4) サービス業

商工会地域の理美容業は 13 件で、事業主の高齢化と後継者不足が進んでおり、また地元住民の都市部への人口流出により売上も減少している状況にあります。

今後は、後継者対策、事業承継対策支援の必要があります。

また、自動車整備業においても地域の高齢化と人口減少に伴い、地域外へ若年層をターゲットに事業所 PR を含めた新たな顧客開拓支援の必要があります。

(5) 観 光

当会の栗沢・北村地区の観光資源は、北村地区では北村温泉による観光振興、栗沢地区では農業体験施設「クラインガルテン」を中心とした農村体験公園などが整備されています。

しかしながら、空知管内の市町には同様施設が多いことと、観光客入込数の約 95%が日帰り客のため、滞在型観光への取り込みが必要です。

空知管内は、新たなワイン産地として注目を集めており、栗沢地区にも醸造所、ぶどう農園があり、ファームレストランも開業し、基幹産業である農産物を活かした特産品開発による「食」を通じた観光の促進により滞在型観光への推進が課題となっています。

【商工会の現状と課題】

平成 18 年 3 月 27 日の市町村合併に伴い、旧栗沢町商工会と旧北村商工会が合併協議会で合併に関する協議を行い、平成 21 年 3 月 31 日に「いわみざわ商工会」が設立しました。

なお、旧栗沢町と旧北村は商工会議所地域(旧岩見沢市地域)を挟んでの商工会合併となっているため商工会地域は飛び地となっています。

当会は職員 5 名体制(記帳指導員含む)であり、小規模事業者への経営改善普及事業である経営、税務、労務、金融、共済制度などの相談・指導の他に、地域振興事業の各イベントの開催や地域イベントへの協力など行ってきましたが、小規模事業者に対しての指導体制は十分でなかったと思われま

す。現在の当会会員は 高齢化と後継者不足が深刻化 しており、30 件の事業所からの事業承継アンケート調査の内容を確認したところ、後継者がいない又は決まっていないが 18 事業所、そのうち 65 歳以上の事業主が 12 事業所となっており、後継者、事業承継対策を早急に対応する状況にあります。

また、栗沢町地区には廃業に伴う空き店舗が点在しており、新規創業者へ空き店舗情報の相談と創業支援を積極的に行いたいところではありますが、空き店舗の殆どが「店舗併用住宅」のため、居住者のプライベート部分の閉鎖に不安があるため、賃貸での契約を拒むケースが多い状況にあります。

当会地域の小規模事業者は、今後一層各業種での事業主の高齢化が加速する現状であり、後継者対策、事業承継対策を進めることが重要課題です。

また、小売業はもとより各業者において人口減少や購買力流出により売上や利益が減少し、経営内容も年々厳しい状況にあり、16 事業所(個人)の平成 23 年分と平成 27 年分の売上を対比したところ、横ばい又は 5%以上増の事業所は 2 件

にすぎず、5%以下の減少が2件、5～10%の減少が3件、10～20%が3件、20%以上の減少が6件にも上りました。早急に各小規模事業者(個社)の経営課題を明確し、消費者ニーズに対応した「店舗づくり」で、売上減少に歯止めをかける支援も急務な課題です。

当会員数は、合併当初は186件の会員数でしたが、平成29年4月1日現在は152件に減少しています。

商工会員数の推移

	H21	H22	H23	H24	H25	H26
年度初会員数	186	184	177	166	160	162
加 入	2	2			12	7
脱 退	4	9	11	6	10	9
脱退の内、廃業	3	6	8	2	9	5
年度末会員数	184	177	166	160	162	160

※会員数は定款会員を含んだ数字です。

商工業者数等と商工会員数

平成21年4月1日現在

	合計	建設	製造	卸売	小売	飲食・ 宿泊	サービス	その他
商工業者数等	270	42	22	13	72	25	49	47
小規模事業者数	225	41	11	8	70	20	44	31
会員数	186	33	15	8	52	20	31	27

平成29年4月1日現在

	合計	建設	製造	卸売	小売	飲食・ 宿泊	サービス	その他
商工業者数等	232	35	19	11	56	20	44	47
小規模事業者数	194	34	10	8	53	17	41	31
会員数	152	29	13	2	37	15	22	34

今後は、商工会事業の推進強化と組織基盤の強化を図りながら、人口減少や少子高齢化にも堪えうるような経営を推進するため、事業者自ら立ち位置を認識し、消費者ニーズに対応できるような事業活動を支援し、小規模事業者(個社)の売上増に繋がる取り組みを行います。

【経営発達支援事業の目標】

(1) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

岩見沢市総合計画(平成30年度～39年度)では、岩見沢市の将来都市像「人と緑とまちがつながりともに育み未来をつくる健康経営都市」の実現を基本構想とし、商工業の振興方針において「中小企業の活性化と経営基盤の強化」、「中

心

－ 8 －

市街地の活性化」を具体化するため、生産性向上や人材育成、創業、新分野進出、事業承継等の多様な経営課題に対する相談・支援・情報提供の充実を図るなど総合的な中小企業振興策を推進することとなっています。

また、観光振興方針においては 「地域資源を活かした観光の振興」を具体化する

ため「観光資源の魅力向上」、「観光誘客の推進」を図るため、地域の特性を活かした、地元食材の活用による特産品の開発、販路拡大やブランド化とともに、インターネットやマスメディア等の多様な媒体を活用し、積極的な観光PRを展開し、新事業の創出も推進することとなっています。

地域の総合的経済団体である商工会は、前述の諸課題を解決するために岩見沢市の目指す取り組みを認識し、「賑わいある商店づくり」、「創業の推進」、「円滑な事業承継」、「地域資源を活用した商品開発による事業高度化」を中長期的な振興のあり方」とすることとし、岩見沢市、各関係団体との連携を図りながら経営発達支援事業を推進します。

1. 小規模事業者支援に関する目標

(1) 経営発達支援事業の計画

商工会地域の商店街活性化、振興を図るため支援機関との連携を図りながら創業、事業承継を支援し小規模事業者(個社)の経営基盤強化と 「賑わいある商店」を推進します。

○経営課題解決により小規模事業者(個社)の売上維持・増加を目指します

当会地域の小規模事業者(個社)の売上が年々減少している中、経営課題を分析・明確にするとともに、課題解決のための伴走型支援を行います。

また、消費者ニーズに対応した商品開発・品揃えなど売上増加に繋がります。

○創業支援と事業承継支援により小規模事業者の減少に歯止めをかけます

当会地域の課題である小規模事業者(個社)の高齢化と後継者不足が重大な問題になっており、関係機関との連携を図りながら経営持続化に向けた事業承継や新規創業者を支援し、後継者不足解消のためマッチングを推進します。

○地域資源を活用した商品開発・販売による売上増加を目指します

農産物等の地域資源を活用した商品開発により販売、サービスを提供する事業者の売上の5%向上を目標として支援を行います。

2. 地域経済活性化に関する目標

○地域資源を活かした観光づくりを目指します

行政、観光協会と連携を図りながら、地域資源を活かした観光施策により新たな人の流れをつくり、滞在型観光客を5年後には10万人に増加するよう交流人口の拡大を図ります。

－ 9 －

○小規模事業者の利益に直結したイベントの開催

小規模事業者に対し、商工会主催のイベントが、利益に直結した催事を取り入れ、「賑わい」の創出により来場者増加と各商店の売上増加を図るとともに、新たな消費力の発掘に繋がります。

○プレミアム付商品券発行事業に伴う小規模事業者独自のサービス提供支援

商工会プレミアム付商品券発行事業に合わせて小規模事業者独自のサービスの提供を行い顧客及び売上の増加が図れるよう支援します。

上記の目標を達成する為に、下記に記載の実施方針の下、経営発達支援事業を実施し、小規模事業者(個社)の売上維持・増加を目指し、行政、各支援機関と連携を図りながら小規模事業者(個社)の経営発展と地域活性化に寄与することを目標とし、下記方針により事業を実施いたします。

《小規模事業者支援の目標達成に向けた実施方針》

○巡回訪問において、小規模事業者の経営動向、需要動向、経営資源など分析し、消費者ニーズへの対応など経営の持続化を図るため、企業の「強み・弱み」を把握し事業計画策定・遂行・見直しなど伴走型支援を行います。

○創業・事業承継支援により地域内の小規模事業者の減少に歯止めをかけるため、セミナーの開催や専門家派遣など支援機関を積極的に活用しながら、持続的な支援を行います。

○事業計画策定した小規模事業者が資金需要などの相談に応じて円滑な資金繰りを支援し、経営安定を図ります。

○小規模事業者に新たな商品開発や販路開拓のため、インターネット上での情報発信やマスメディア等の活用、商談会、展示会におけるバイヤーニーズの調査など、従来にはなかった手法を活用した支援を行います。

《地域経済活性化の目標達成に向けた実施方針》

- 観光資源の活用により通過型から滞在型観光客への転換を推進するため、地域の関係者と様々な協議を行い、地域特性に合致した観光振興を図る取り組みを行います。
- 「賑わい」のある地域イベント開催により小規模事業者の利益に直結した催事を行い地域経済活性化を推進します。
- 商工会プレミアム付商品券発行事業を継続させ、地元消費を促進するとともに、事業所自らPRを行い売上増加を図る小規模事業者(個社)に対して支援し、経営持続化を推進します。

(1) 経営発達支援事業の実施期間 平成31年4月1日～平成36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】

【現状と課題】

金融機関等からの情報収集と全国商工会連合会の中小企業景況調査などの経済動向資料は内部資料に留まり、地域内の小規模事業者への経営支援に活用されてなく、今後は定期的に情報提供することが課題になっています。

【新たな取り組み】

今後は、経済動向を調査するため、関係機関の景気動向調査等の情報収集により、分析結果を小規模事業者へ提供します。

また、関係機関の外部収集した経済動向と地域内の小規模事業者の経済動向調査を比較するために、巡回・窓口によりアンケート調査を実施します。

【事業内容】

(1) 各種経済動向調査の収集及び提供

【目的】

関係機関の各種経済動向調査の情報を収集・分析を行い、商工会会報や巡回等により小規模事業者に定期的に提供し、経営相談や事業計画策定等の資料として活用します。

【内容】

全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査、中小企業景況調査、日本政策金融公庫の全国中小企業動向調査、空知信用金庫の景況レポート等を利用した情報収集・整理を行います。

【提供方法】

関係機関より収集した 景況、業況、売上、利益、雇用などの情報を分析(DI値)・整理し、小規模事業者へ巡回訪問や商工会報 (年3回)にて提供します。また、ホームページ等 (年3回)に掲載することで広く小規模事業者へ情報の開示を行います。

【効果】

北海道内や空知地域の経済動向を把握することにより、小規模事業者へ経営分析の際の外部要因として活用し、現状分析と新たな事業展開への活用寄予することができます。

(2) 商工会地域の小規模事業者アンケート調査

【目的】

商工会地域の小規模事業者が抱えている経営課題や、地域の経済動向を把握し、経営相談や事業計画策定等の資料として役立てます。

【調査内容】

- ・景況、売上、仕入、人件費、利益、資金繰り等の状況
- ・現在の経営課題、後継者の状況
- ・商工会に対する支援ニーズ

【対象者】

地区内小規模事業者(5事業所/年)

【分析方法】

クロス集計等を活用する。

【調査方法】

巡回訪問等においてヒアリング調査を実施します。

【活用方法】

調査資料を基に経営分析及び事業計画策定に基礎資料として活用します。

【期待される効果】

小規模事業者の課題や経営環境を把握することができ、経営分析や事業計画策定に向けた意識付けを行い、小規模事業者の持続的発展に向けた取り組みを推進することが可能となります。

【目標】

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経済動向情報提供	未実施	年3回	年3回	年3回	年3回	年3回
アンケート調査	未実施	年1回	—	年1回	—	年1回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

【現状と課題】

経営分析は決算期等において事業者には経営内容の説明程度で、詳細な経営分析まで行っていないのが現状です。

これからの小規模事業者支援は、需要を見据えた事業計画を策定する為に小規模事業者自らの経営資源を把握し、経営戦略の策定を支援することが課題です。

【新たな取組み】

経営状況を把握するため、巡回時において情報収集を行い、SWOT分析では地域経済動向調査の資料を活用し、外部環境の「機会」、「脅威」と小規模事業者へのヒアリングによる内部環境の「強み」、「弱み」を把握し経営課題を抽出し、経営課題解決支援を行います。

さらに、ネット de 記帳システム等による財務分析等の経営分析を行い、事業計画策定へ繋がります。

また、高度な経営分析を行う場合は支援機関と連携し専門家派遣を利用し支援します。

【事業内容】

(1) 巡回訪問等による経営分析

【目的】

小規模事業者が気づいていない経営課題を、早期発見により事業計画策定のための経営分析を行います。

【対象者】

地区内小規模事業者(5事業所/年)

【調査方法】

巡回訪問時においてヒアリングを行います。

【調査項目】

小規模事業者(個社)の「強み」「弱み」「機会」「脅威」の調査

【分析方法】

SWOT分析により現状内容を把握し、クロスSWOTで経営課題を抽出します。

【効果】

小規模事業者(個社)へ経営課題について把握させ、事業計画策定支援へ繋がります。

(2) 経営分析ツール(ネット de 記帳等)による経営分析の実施

【目的】

「ネット de 記帳」の機能を活用することにより、財務面での経営分析等を行い、小規模事業者(個社)の改善内容を把握します。

なお、ネット de 記帳未利用の小規模事業者に対しては確定申告書のデータを基に中小企業庁の「経営自己診断システム」や全国商工会連合会の「自社再確認シート」などを活用します。

【対象者】

地区内小規模事業者(5事業所/年)

【方法】

ネット de 記帳等の経営分析システムの活用し、財務分析(収益性、効率性、生産性、安全性)、損益分岐点分析、キャッシュフロー分析などを行います。

【効果】

財務面での経営課題を把握することができるとともに、小規模事業者(個社)

が抱える課題を数字上から説明できるようにし、事業計画策定に繋げることが出来ます。

(3) 専門家との連携による経営分析

【目的】

商工会職員で対応できない専門的分析支援が必要な場合は、支援機関(中小基盤整備機構など)の専門家派遣制度を活用して適切な支援を行います。

【対象者】

M&A、事業承継、高度な専門的経営課題を抱える小規模事業者

【手法】

ミラサポ、北海道事業引継ぎ支援センター等の支援機関の専門派遣制度を利用します。

【効果】

高度な経営課題に専門家派遣制度を利用することにより、経営課題解決と将来に向けた事業計画策定に繋がります。

【目標】

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経営分析巡回訪問件数	未実施	30	30	30	30	30
経営分析件数	未実施	5	5	5	5	5

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

今までは、補助事業や金融相談に係る事業計画書作成支援だけに留まっていた。そのため、今後は小規模事業者(個社)へ経営課題や経営分析結果のもと、持続と発展に繋げるための事業計画策定の重要性を浸透させることが重要であり課題です。

【新たな取り組み】

経営状況の分析により課題が明確となり、課題解決のための事業計画が必要になることから、経営分析を行った 全ての小規模事業者(個社)に対して 事業計画策定セミナー、個別相談会、支援機関との連携による巡回支援等により確実に事業計画・事業承継計画の策定に繋がります。

経営状況の分析によって課題を明確にした小規模事業者に対しては、その課題に取り組めるよう幾度も巡回訪問を行い、セミナーへの参加を促し、優先的な個別相談会で専門家の助力を得ながら意識喚起を行い、着実に事業計画策定に繋がります。

また、高齢の小規模事業者に対しては、率先して巡回訪問を行い、ヒアリングすることで、後継者不在などの情報を把握して事業承継計画策定を支援します。

さらに、岩見沢市や地元金融機関と連携して、創業に関する情報の発信と収集を行い、新規創業者に対して創業計画の策定を支援します。

【事業内容】

(1) 巡回による事業計画策定対象者の掘り起こし

【目的】

経営分析を行った全ての小規模事業者に対して、巡回訪問を通じて明確となった課題に対する取り組みとして、事業計画策定が必要であり、計画に基づいた取り組みが課題解決に重要であることを認識してもらい、確実に事業計画策定へ繋がります。

【手法】

巡回、窓口相談において、支援対象者(経営分析を行った全ての小規模事業者)に対して課題解決の取り組みとして事業計画策定が不可欠であることを認識してもらい、事業計画策定セミナー及び個別相談会の参加へ繋がります。

【効果】

経営課題解決のため事業計画策定による対応策が見えてくることにより、経営意識力を高めることができ、事業計画策定を目指す小規模事業者の増加が図られます。

(2) 事業計画策定支援セミナー及び個別相談会の開催

【目的】

掘り起こしを行なった対象小規模事業者(個社)に対して、事業計画策定に関するセミナーを開催し、計画策定のノウハウや課題解決の手法を学ぶとともに、個別相談会で具体的な事業計画策定に繋がります。

【手法】

各支援機関の専門家派遣による事業策定の基礎知識や重要性を学ぶ事業策定セミナー、個別相談会を開催します。

【募集方法】

会報、ホームページ、チラシ等の配布によって周知を行い、特に経営分析を行った小規模事業者については巡回訪問によって参加を勧奨します。

【開催回数】

年1回セミナーを開催し、あわせて専門家と連携して個別相談会を実施します。

なお、個別相談会に参加した小規模事業者については、必要に応じて専門家と連携して巡回支援を行い、確実な事業計画策定に繋がります。

【参加者数】

以下の目標に記載のとおり。

【効果】

事業計画策定のための基礎知識と小規模事業者(個社)の直面している経営課題を認識し、専門家による助言等により課題解決に寄与することができます。

【目標】

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定セミナー	未実施	1	1	1	1	1
セミナー参加者数	—	10	10	10	10	10
個別相談会	未実施	1	1	1	1	1
相談会参加者数	—	2	2	2	2	2
事業計画策定数	未実施	4	4	4	4	4

(3) 事業継承計画の策定支援**【目的】**

巡回訪問や経営分析によって、事業承継を課題とする小規模事業者に対して、円滑な事業承継を行えるための事業計画策定支援を行います。また、後継者のいない小規模事業者に対してもマッチングやM&Aの支援を行います。

【手法】

事業承継が必要とされる小規模事業者(個社)に対し、北海道事業引継ぎ支援センター等の支援機関と連携しながら、円滑な事業承継支援を行います。

①事業承継の事業計画策定にあたっては、中小企業庁の事業承継ガイドラインに基づき、事業承継診断票を活用してヒアリングを行い、ステップ1の準備の必要性を把握してもらい、専門家と連携して経営課題の把握と経営改善(磨き上げ)を行い、事業承継計画の策定を支援します。

②マッチングやM&Aが必要な小規模事業者(個社)に対し支援機関と連携し支援を行います。

【効果】

高齢化が進む小規模事業者(個社)に対し、事業承継の課題を早期に解決しスムーズな事業承継に寄与できます。また、マッチングやM&Aが必要な小規模事業者(個社)に対し、支援機関と連携しながら解決することにより、空き店舗の空洞対策、雇用対策に寄与することが期待されます。

【目標】

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業承継計画策定数	未実施	1	1	1	1	1

(4) 創業支援セミナー等の情報提供及び計画策定支援**【目的】**

小規模事業者の高齢化により廃業が多くなっていく中で、地域の経済活性化

や地域コミュニティの維持のために、不足業種が発生しないよう新規創業や第二創業が不可欠であり、創業計画策定支援を行います。

また、創業者より空き店舗の相談があった場合は商工会が把握している情報を提供し、創業に向けた支援を行います。

【手 法】

創業支援にあたっては、岩見沢市や地元金融機関などの支援機関と連携し、支援機関等が開催する創業支援セミナーや創業に対する支援施策等の情報を商工会ホームページや会報により積極的に発信します。

また、岩見沢市や地元金融機関などの支援機関と情報交換を密にしながら、創業希望者の相談があった場合には必要に応じて専門家との連携を図りながら、開業に向けた創業計画策定を支援します。

また、創業希望者の業種や事業内容に基づき、空き店舗や空き地の情報提供や必要に応じて第3者事業承継を希望する事業者とのマッチングなどを支援します。

【効 果】

商工会地域の空き店舗、空き地を活用し新規創業者に対し、情報提供することにより、空洞化防止と雇用の拡大に期待できます。

【目 標】

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
創業支援セミナー情報提供者数	未実施	1	1	1	1	1
創業計画策定数	未実施	1	1	1	1	1

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

今までは、融資斡旋及び補助金等申請後のフォローアップは、事業者からの個別案件に対する相談対応のみで、定期的な巡回訪問による支援等を行っていませんでした。

このため、小規模事業者が策定した事業計画を継続して実行できるよう事業者のPDCAによる取り組みが課題となっています。

【新たな取組み】

これからは、事業計画を策定した全ての小規模事業者(個社)に対して、定期的な巡回による進捗状況の確認を行うとともに、必要に応じて事業計画の見直しや専門派遣等の支援を行います。

【事業内容】

(1)巡回訪問によるフォローアップ支援

【目的】

小規模事業者(個人)が策定した事業計画の進捗状況を巡回訪問により確認するとともに、状況に応じて計画見直しや専門家派遣、支援機関との連携のもと

必要なフォローアップを行い、事業者のP D C Aによる事業計画の実行を支援します。

【手法】

事業計画策定後に、3ヶ月に一度、定期的に巡回訪問を行い、計画の進捗状況の確認により経営内容・環境の変化により新たな課題で計画の見直しがあるかなどをチェックします。

【効果】

定期的な巡回訪問により、計画策定後の進捗状況の確認と計画見直しが必要な場合は速やかに対応することで、事業者にP D C Aのサイクルを認識してもらい、支援事業者の事業計画に基づく継続的な取り組みが可能になります。

【目標】

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フォローアップ対象事業者数	未実施	4	4	4	4	4
頻度(延数)	—	16	16	16	16	16

(2)事業承継におけるフォローアップ支援

【目的】

小規模事業者(個人)が策定した事業承継計画の進捗状況を確認し、事業承継が円滑に行われるよう必要に応じて支援機関との連携を図りながらフォローアップ支援を行います。

【手法】

計画策定後、3ヶ月に一度の巡回訪問により事業承継が円滑に行われてきているか状況確認し、その状況によって支援機関との連携のもとフォローアップ支援を行います。

【効果】

フォローアップを行うことにより、円滑な事業承継への実行が可能になります。

【目標】

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フォローアップ対象事業者数	未実施	1	1	1	1	1
頻度(延数)	—	4	4	4	4	4

(3) 創業計画策定支援後のフォローアップ支援

【目的】

創業希望者が策定した創業計画の進捗状況を定期的に確認し、状況に応じて支援機関や金融支援などのフォローアップ支援を行います。

【手法】

3ヶ月に一度の巡回訪問により創業者希望者に対して、創業計画の進捗状況を確認し、新たな問題点がないかなど、必要に応じて支援機関や金融支援のフォローアップ支援を行います。

【効果】

定期的な巡回訪問により、進捗状況の変化に対応ができ、迅速な支援を行うことが可能になります。

【目標】

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フォローアップ対象事業者数	未実施	1	1	1	1	1
頻度(延数)	—	4	4	4	4	4

(4) 各種制度の活用による資金繰り支援

【目的】

上記(1)～(3)の支援により資金需要が発生した場合は、日本政策金融公庫による「小規模事業者経営発達支援融資制度」などを活用し、円滑な資金繰りを支援します。

【手法】

上記(1)～(3)で行うフォローアップ支援により状況内容を確認のうえ、融資条件等を説明し斡旋支援を行います。

【効果】

各種融資制度の活用により、資金調達が可能になり小規模事業者(個社)の経営改善と経営強化に繋がります。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状と課題】

当会としては、需要動向調査の支援ができていない状況であり、多くの小規模事業者が「顧客ニーズがどこにあるのか」という視点が欠けがちであります。

売上・利益の目標を達成し、企業の持続的発展を促進するために事前の需要動向は不可欠ではありますが、その必要性和情報の集め方を理解している小規模事業者が少ないことから、小規模事業者自身が需要動向調査の必要性を認識し、その手法を理解し実施することが課題となります。

【新たな取組み】

今後は、小規模事業者(個社)に対して、販路開拓のために需要動向調査の必要性を経営指導員等が日々の巡回・窓口相談等を通じて説いていきます。

また、需要動向調査は、商談会・展示会等において、バイヤーが把握している消費者ニーズを聞き取り、調査した結果に基づいて他の支援機関や専門家との連携を行い個社支援に繋がります。

また、地域内消費者のアンケート調査を実施し、消費者が求めているニーズを把握することで、小規模事業者(個社)の新メニュー開発やサービス向上等の支援に役立てます。

【事業内容】

(1) 商談会・展示会でのバイヤーニーズ調査

【取組内容】

バイヤーが把握している消費者ニーズの調査方法として、北海道商工会連合会が主催する「北の味覚・再発見」等の商談会・展示会において、バイヤーにサンプルの説明及び試食後、アンケートに記入して頂き、その後のバイヤーとのヒアリングにより得た消費者ニーズ情報を後述の「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」に記載する事業で活用します。

※「北の味覚・再発見」展示・商談会について

北海道商工会連合会が主催し、例年11月初旬に札幌で行われる展示・商談会。60社程度の出展企業があり、バイヤーを中心におよそ200名が来場する。

【支援対象】

事業計画を作成した小規模事業者(食品製造業者・食料品小売業者)

【調査対象】

来場バイヤー 30名

【調査内容】

価格、味、デザイン、内容量、商品コンセプトに対する評価(ターゲットにあった商品か)、バイヤーから見た商品の訴求対象者へのアプローチに対する意見(販売チャネルの動向と選択(どこで売ったら売れそうか)など)

【調査手法】

出展者と随員職員によるバイヤーとの対面式にてヒアリングを行います。

【分析の活用】

調査終了後、専門家を活用したクロス集計等の分析結果を、経営指導員等が巡回等により小規模事業者(個社)に対し分析データを提供し、バイヤーの意見等を参考に、事業計画で仮定した訴求対象者の検証を行い、必要に応じて訴求対象者の更なる絞り込みや販売チャネルの選択など事業計画の見直しを行い、顧客ニーズに合うように商品の改良や開発と販路開拓に向けた支援を行います。

す。

【効果】

バイヤーから聞き取りした調査結果を出展事業者に提供する際に「顧客ニーズがどこにあるのか」という視点を捉えることができ、その調査結果を踏まえて、更により良い商品開発やサービスを提案することが期待できます。

【目標】

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
調査対象事業者数	未実施	2	2	2	2	2
バイヤーヒアリング件数	—	30	30	30	30	30

(2) 地域内消費者ニーズアンケート調査の実施

【取組内容】

事業計画を作成した小売や飲食業の小規模事業者に対しては、提供している商品と訴求対象者が求めている価値が合致しているかが重要になることから、その検証のために地域住民が小規模事業者(個社)に対して、「何を必要としているのか、何を期待しているのか」を把握するため、購入した商品に消費者ニーズアンケート調査を実施し、調査結果を個社の新メニュー開発や商品構成の見直しなどのサービス向上へ繋がります。

【支援対象】

事業計画を作成した小規模事業者(衣類、食料品小売業者・飲食業者)

【調査対象】

来店消費者 100名(1社あたり)

【調査内容】

●小売業者

年齢、性別、地区、購入品目、価格、品揃え、営業時間、接客、店舗レイアウト、要望 等

●飲食業者

年齢、性別、地区、注文品目、価格、メニュー種類、営業時間、接客、要望 等

【調査方法】

5月～6月の2ヶ月間を1クールとして、各個社に来店した消費者へアンケートを依頼し、回収ボックスに投函して頂き、回答内容を把握する。

なお、本アンケート調査は10月～11月にも行い、年2回実施することとし、事業者から積極的に回答への声かけをしてもらうなどにより回収率を高める。

【分析の活用】

アンケート票回収後、専門家を活用したクロス集計等により、個社の事

業計画において、主力となる商品やメニューがどのような年齢、性別、地区などから選ばれているのかを分析し、事業者が想定している訴求対象者との乖離などを検証します。

また、あわせて品揃えやサービスについて要望を整理し、想定している訴求対象者への付加価値が高まるように事業計画の見直しを支援します。

分析結果は、経営指導員等が巡回等で分析データを小規模事業者に提供し、必要に応じて専門家等と連携し、商品構成を見直して粗利ミックスによる利益率の改善を図ることや新メニュー開発とサービス向上への取り組みに活用します。

さらに、調査結果の居住地区によって、より細かな商圈設定が可能となるため、主力商品や新メニューの販促活動においても調査データを活用し訴求する地区に重点的にチラシなどによる広告宣伝を行うことで、売上向上に繋がるよう支援を行います。

【効果】

消費者ニーズを把握することにより、自社に足りない「商品・メニュー・サービス」を理解するとともに、販売商品の見直しや商品・メニュー開発及びサービス向上へ繋げることができます。

【目標】

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
調査支援事業者数	未実施	2	2	2	2	2
調査延回数(年)	—	2	2	2	2	2

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】

これまでは、支援機関が実施する商談会等への情報は巡回訪問時において、PR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るとは言えない状況でした。

また、商工会員のなかでも高齢の個人事業所においては、自社のホームページ開設は殆ど無く、IT活用を行っていない状況にあります。

【新たな取り組み】

今後は、既存のサービス・商品の他に6次産業化で地域資源を活用し開発した商品の認知度向上のため各商談会、展示会等への参加を勧奨し、商品の評価と課題を確認することで「売れる商品づくり」を目指した販路開拓を行います。

【事業内容】

(1) イベント・物産展・商談会等の出展支援による「新たな顧客」開拓支援

【支援内容】

岩見沢市内で開催される来場者の多いイベント「ふるさと百餅まつり」、「いわみざわ情熱フェスティバル」等に参加できるよう巡回訪問や当会ホームページにてイベント出展を支援します。

さらに、地域外に向けた新たな取引先等の開拓のため、北海道商工会連合会が主催する「北の味覚・再発見」、全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」等への出展も支援します。

【対象者】

新たな商品開発や需要開拓を目指し事業計画を策定支援した小規模事業者（個社）

【支援手法】

出展前の申込手続き、商品・サービスの検討・選考支援

出展当日の随行、商品陳列・レイアウト等の支援

出展後は販売実績のデータ化、バイヤーニーズのデータ化、商品改良や新商品開発の検討等の支援

【効果】

岩見沢市内で開催されるイベントで、来場者に対し自社商品等をPRすることにより、固定客づくりに向けた新たな顧客獲得の効果が期待されます。

さらに、物産展・商談会等への出展時には 職員も随行 し、市場開拓と消費者や流通業者から直接商品の意見収集ができるため、商品力・販売力向上や取引拡大を図ることができます。

(2) インターネットを活用した需要開拓支援

【支援内容】

全国商工会連合会が運営する、地域の特産品をインターネット上で全国的に販売を行う「ニッポンセレクト」への出展を推進し、小規模事業者（個社）の販路拡大に取り組みます。また、自社のホームページを持たない小規模事業者も多いため、全国商工会連合会で提供されている情報発信ツール「SIFT」を活用したホームページの立ち上げの支援を行うなど、ITを活用した販売促進支援を行い、取引先企業の信頼を高め、商談がよりスムーズに進められるよう支援します。

(3) マスメディア等の活用による需要開拓支援

【支援内容】

地元マスメディア（地方新聞・地元生活情報マガジン等）に小規模事業者（個社）の情報を伝達し、新商品・サービスなどのPRを図るとともに、今後

は巡回・窓口相談においても プレスリリースによる販路開拓支援 の内容を積極的に説明し、マスメディアとの仲介役となり、本事業の円滑な運営に努めます。

【効 果】

IT を活用できない小規模事業者(個社)に対し、商工会が情報発信の支援を行うことにより地域内の消費者はもとより、地域外の消費者への宣伝効果に期待ができます。

【目 標】

項 目	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
商談会出展支援者	未参加	2	2	2	2	2
商談成立目標	0	2	2	2	2	2
商談成立による売上増加率	未実施	3%	3%	3%	3%	5%
商工会 HP 活用掲載	未実施	2	2	2	2	2
マスメディア活用掲載	未実施	2	2	2	2	2
インターネット販売売上増加率	0	3%	3%	3%	3%	5%
マスメディア活用売上増加率	0	2%	2%	2%	2%	2%

II. 地域経済の活性化に資する取組

【現状と課題】

当会地域では、住民の高齢化率の上昇と土地収用(遊水地事業)等による人口流出により地域内の人口が著しく減少しております。

また、急速なインターネット等の普及により、地域内での需要の確保が難しい状況になっており、これ以上の地域の衰退を避けるためには、地域の現状を十分理解した「必要とされる・期待される」商店街づくりと小規模事業者による地域の活性化が必要となります。

【今後の取組み】

小規模事業者(個社)支援を通じて地域活性化に取り組むために、経営者自らが改革を図り、商工業の活性化を図ることを目的として設置されている当会内部組織の「町のべんり屋さん事業部会」を活発化させ、その上で今後は岩見沢市中心市街地活性化協議会との関係者間で、地域の現状、課題、地域経済の方向性等に

ついて共有するため、年1回協議会を開催し、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。

【事業内容】

(1) 地域資源を活かした観光地域づくり

当会地域の観光資源は、豊かな景観・農産物・農業体験施設・温泉等があ

ります。都市部にはない、これらの資源を強みとして「岩見沢市観光振興戦略」の策定に基づき、行政、観光協会等とともに新たな「人の流れ」をつくる観光施策を積極的に展開し、交流人口の拡大を図ります。

(2) 地域イベントの充実による賑わいの創出

当会のイベント事業は本所(栗沢)地区で「商工感謝祭」、北村地区で「商工夏まつり(ビールパーティー)」を開催していますが、両地区で地元住民参加型の企画を取り入れた内容により、来場者が大幅に増えています。

今後も継続して事業を実施し、地域内で新たな消費力の発掘に繋がるよう取り組んでいきます。

また、今後は市外へホームページ等によるイベント情報発信と地元既存特産品のPR・販売はもとより今後、新商品開発がされた場合も積極的にPRを行い販路拡大へ繋がるよう地域経済活性化を図ります。

(3) プレミアム付商品券発行事業に伴う小規模事業者のサービス提供支援

平成28年度より岩見沢市の公募型補助金を活用し、10%プレミアム付商品券の発行事業を実施し、当会地域内での消費流通の確保並びに地元消費を促進しており、今後も地域の活性化を図るため継続します。

また、商品券発行事業期間に小規模事業者独自で顧客及び売上の増加を図るため事業所のPR・サービスの提供を企画する小規模事業者に支援します。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

- (1) 支援機関である北海道よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構等との連携を積極的に行い、専門的知識と支援ノウハウを、小規模事業者(個社)への伴走型支援に活かします。
- (2) 空知管内商工会職員協議会の「経営指導員研修会」において、経営発達支援事業における小規模事業者(個社)への支援に関する情報交換を通じて、支援ノウハウや問題解決等の支援能力の向上を図ります。(年2回)
- (3) 日本政策金融公庫札幌北支店主催の「経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会」において支店管轄の商工会地域の経済動向や金融支援の状況など経営発達支援に関する情報交換を行い、支援ノウハウなどの共有化を図り当会の支援向上に繋がります。(年2回)
- (4) 行政、金融機関、農協、観光協会等の各団体との情報交換会等の開催のほか、経営指導員が積極的に各団体を巡回し、地域の経済動向等の情報を収集し経営発達支援事業に繋がります。(年4回程度)

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【現状と今後の取り組み】

毎年、北海道商工会連合会主催する研修体系で職種別・テーマ別の研修に経営指導員をはじめ、各職員が参加していますが研修については共有化がされていないのが現状です。

今後は、各職員の経営支援能力及び資質の向上を図るため、北海道商工会連合会及び中小企業基盤整備機構北海道本部が主催する研修会に積極的に参加することにより、経営分析の専門的手法や販路開拓関連のノウハウ等の知識を習得し、経営支援能力の向上を図ります。

また、参加した研修資料を共有キャビネットに保管し、職員間での知識の共有化を図ります。

【内容】

- (1) 北海道商工会連合会が主催する「全道経営指導員研修会」に年1回参加し、補助員、記帳専任職員等は「全道ブロック別補助員等研修会」に年1回参加し、国や北海道の施策情報など経営発支援における支援ノウハウなどを学び支援能力の向上を図ります。
- (2) 全国商工会連合会が実施する「WEB研修」に経営指導員だけでなく補助員、記帳専任職員も受講することにより、支援能力の向上を図ります。
- (3) 中小企業基盤整備機構北海道本部が主催する「支援担当者研修」に経営指導員が年1回参加し、商品開発、販路開拓、地域資源活用などの知識を学び、支援能力に役立てます。
- (4) 経営指導員が小規模事業者に対する巡回時に補助員等職員の同行によるOJTを実施し、指導、助言等の内容を学ぶことにより支援能力の向上を図ります。

【効果】

研修等の参加により職員の支援力が向上されるとともに、小規模事業者の問題・課題等の情報の共有化を図ることにより、支援強化が図れます。

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

【現状と今後の取り組み】

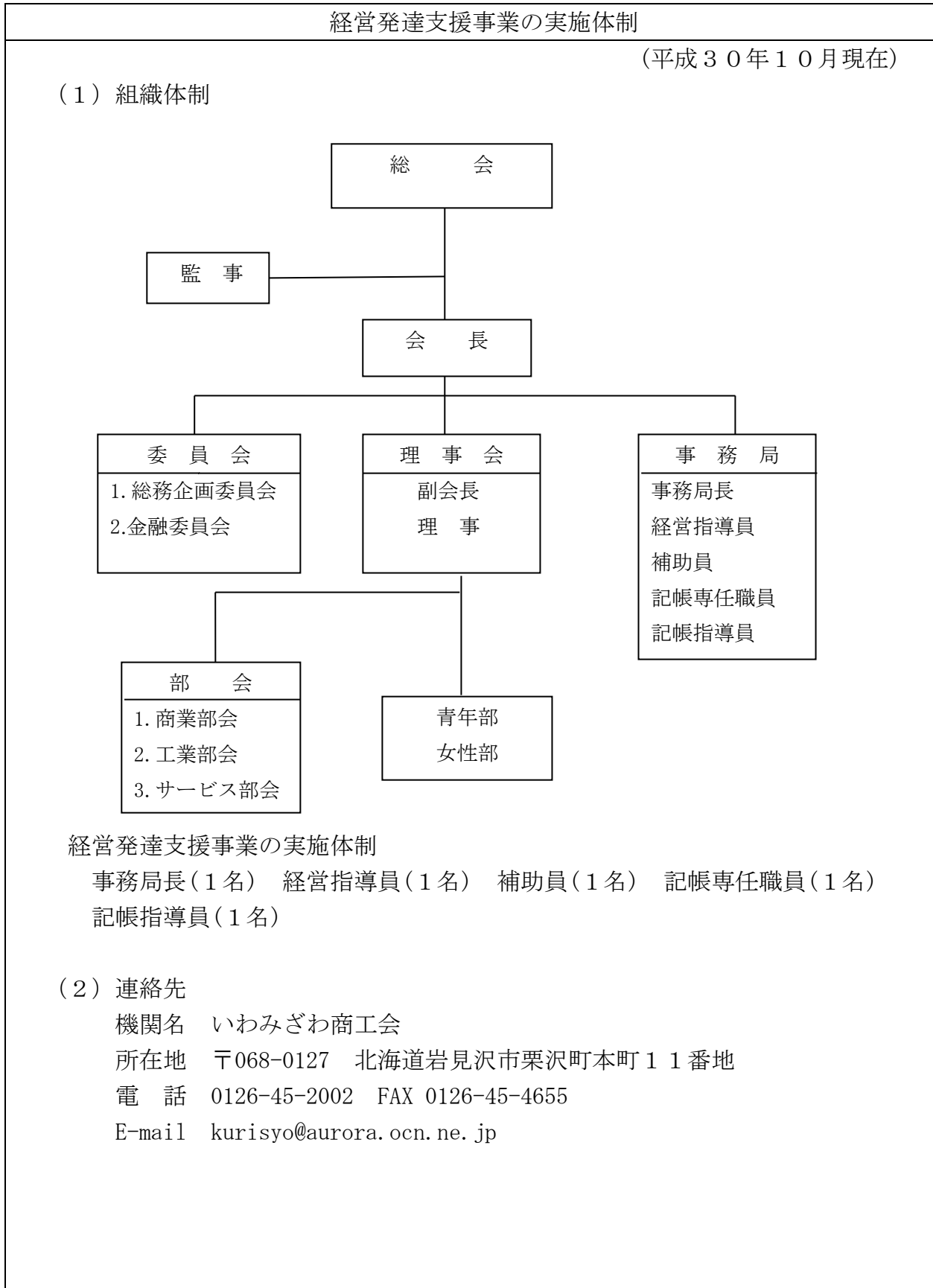
これまで、理事会において事業計画や事業報告を審議了承され通常総会において議決されていますが、計画通り実施されているか進捗状況・評価・見直しを行うまでには至っていませんでした。

今後は、経営発達支援計画の取り組みと目標を数値化し、効果的事業推進を行うため、定期的実施状況・成果を理事会等で報告し、評価・検証・見直しを行います。

【内 容】

- (1)事務局会議の中で、各事業の進捗状況を確認した上で3ヶ月毎に理事会において報告し、成果・検証、見直し等の決定を行います。
- (2)外部有識者(市商工担当課長、農協組合長、観光協会長等)で構成する(仮称)事業推進委員会を開催し、事業の実施状況、事業成果の評価・見直し等について検討します。
なお、事業推進委員会での検討結果は年1回理事会に提出することになります。
- (3)事業推進委員会での事業実施の成果・評価・見直し等の結果について理事会、総会において報告し承認を受けます。
- (4)事業の成果及び評価・見直し等の結果等については、商工会ホームページで公表します。

経営発達支援事業の実施体制



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 31 年度 (4 月以降)	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
必要な資金の額	300	350	1,150	1,200	700
旅費	100	150	150	200	200
セミナー開催費	200	200	200	200	200
調査費			300	300	
外部委託費			500	500	
印刷費					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
会費収入、国補助金、道補助金、市補助金 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。

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
地域の経済動向調査や小規模事業者の経営分析を行い、各セミナーを開催することにより、事業計画策定時や策定後のフォローアップ支援、創業や事業承継における支援において専門家派遣など、支援機関との連携を図りながら経営発達支援事業を推進します。
連携者及びその役割
<p>名 称：経済産業省北海道経済産業局 代表者：局長 牧野 剛 住 所：〒060-0808 札幌市北区北8条西2丁目 札幌第1合同庁舎 電 話：011-709-2311 ◆北海道経済産業省の施策等の情報収集とそれに伴う助言を頂く。</p> <p>名 称：北海道 代表者：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 ◆北海道の施策等の情報収集とそれに伴う助言を頂く。</p> <p>名 称：岩見沢市 代表者：市長 松野 哲 住 所：〒068-8686 岩見沢市鳩が丘1丁目1-1 電 話：0126-23-4111 ◆中小企業振興と地域経済活性化について助言支援を受ける。</p> <p>名 称：全国商工会連合会 代表者：会長 森 義久 住 所：〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-7-1 電 話：03-6268-0088 ◆WEB研修による支援力向上の支援を受ける。</p>

名 称：北海道商工会連合会

代表者：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

電 話：011-251-0101

◆北海道商工会連合会より専門家派遣の支援を受ける。

名 称：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：〒060-0001 札幌市中央区北2条西1丁目 経済センタービル9階

電 話：011-232-2407

◆高度な専門的相談について、専門家派遣の支援を受ける。

名 称：北海道事業引継ぎ支援センター

代表者：統括責任者 瓜田 豊

住 所：〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 経済センタービル7階

電 話：011-222-3111

◆事業承継マッチング支援に関する支援を受ける。

名 称：中小企業基盤整備機構 北海道本部

代表者：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 ORE 札幌ビル6階

電 話：011-210-7475

◆職員の資質向上を図るため、研修会を受講する。

名 称：日本政策金融公庫 札幌北支店

代表者：支店長 河野 哲

住 所：〒060-0807 札幌市中央区北7条西4丁目5-1 伊藤110ビル

電 話：011-726-4221

◆経済情報の収集及び各種融資の支援を受ける。

名 称：空知信用金庫 本店

代表者：本店長 平川 卓

住 所：〒068-0023 岩見沢市3条西6丁目2-1

電 話：0126-22-1150

◆市融資制度、一般融資等の相談支援を受ける。

名 称：空知信用金庫 栗沢支店

代表者：支店長 渋谷 充宏

住 所：〒068-0127 岩見沢市栗沢町5 5 番地1

電 話：0126-45-2324

◆市融資制度、一般融資等の相談支援を受ける。

名 称：北海道中小企業総合支援センター

代表者：理事長 伊藤 邦宏

住 所：〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 経済センタービル9階

電 話：011-232-2001

◆専門家派遣や助成金等の助言支援を受ける。

名 称：月形商工会

代表者：会長 廣野 和男

住 所：〒061-0511 樺戸郡月形町1068番地

電 話：0126-53-2341

◆経営発達支援事業に係る情報交換を行う。

連携体制図等

