

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	厚真町商工会 (法人番号 1430005008820)
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日
目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 消費者ニーズを捉えた競争力の高い商品構成により、収益を向上させます。 2. 事業の持続的発展を支援し事業承継、後継者対策に取り組めます。 3. 農協や漁協などの町内関係団体との連携による地域内資金循環を促進します。 4. 地域資源を活かしたイベント事業による交流人口の拡大を目指します。 5. ハスカップなどを活用した地域ブランドを構築します。
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事【指針③】 <ol style="list-style-type: none"> ①商工会独自の景況調査の実施。②空き店舗の状況調査の実施。 ③景況調査や統計資料等を活用した経済動向調査の実施。 2. 経営状況の分析に関する事【指針①】 <ol style="list-style-type: none"> ①巡回訪問による経営分析の実施。②専門的課題解決に対する専門家の活用。 3. 事業計画策定支援に関する事【指針②】 <ol style="list-style-type: none"> ①事業計画策定に対する意識改革。②創業者に対する経営計画の策定。 ③円滑な事業承継支援。 4. 事業計画策定後の実施支援に関する事【指針②】 <ol style="list-style-type: none"> ①定期的な巡回訪問による進捗管理と必要に応じた事業計画の見直し。 ②専門的機関と連携した支援。 5. 需要動向調査に関する事【指針③】 <ol style="list-style-type: none"> ①地域特産品の消費動向調査の実施。 ②個者の商品・サービスに対する消費動向調査事業の実施。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針④】 <ol style="list-style-type: none"> ①展示会・商談会への参加のための出店支援。 ②販売促進のためのITの活用。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <ol style="list-style-type: none"> ①地域資源を活かしたイベント事業による交流人口の拡大。 ②ハスカップなどを活用した地域ブランドを構築。 <p>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り組み</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <ol style="list-style-type: none"> ①専門的な支援機関との情報交換 ②管内商工会職員との情報交換 ③地元金融機関との情報交換 ④厚真町との情報交換 ⑤厚真町観光協会との情報交換 2. 経営指導員等の資質向上等に関する事 <ol style="list-style-type: none"> ①各種研修会への参加。 ②「職員会議」の実施。 ③OJT教育、情報の共有化。 ④専門家の招聘。 ⑤専門家派遣事業への同行。 3. 事業評価及び見直しするための仕組みに関する事 <ol style="list-style-type: none"> ①進捗管理・目標設定・改善案の検討。 ②評価・見直しの提言。 ③評価・見直しの報告・承認。 ④成果・評価・見直しの公表。
連絡先	<p>住 所：〒059-1601 北海道勇払郡厚真町京町37番地</p> <p>商工会名：厚真町商工会</p> <p>電話番号：0145-27-2456 FAX 番号 0145-27-3877</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 厚真町の概要

<位 置>

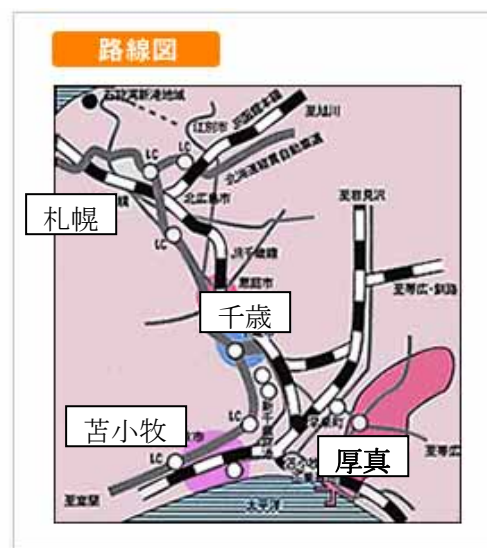
本町は道央圏の胆振管内の東部に位置し、西部は苫小牧市と安平町、北部は由仁町と夕張市、東部はむかわ町に接しています。

<交 通>

海岸線を通る国道235号線、高速道路日高自動車道厚真IC、JR日高線のほか、主要道道千歳鶴川線、主要道道平取厚真線等道道の整備により道内各地と結ばれています。

隣接の苫小牧市中心地まで約35km、道都札幌市まで約65km、北海道の空の玄関「新千歳空港」まで約30kmと近距離です。

また、秋田・新潟・敦賀・舞鶴を結ぶ新日本海フェリーが運航し、交通の利便性に優れています。



<人口の動向>

厚真町の人口は、平成22年国勢調査による総人口は4,890人となっており、平成2年の6,183人と比較すると、20年間の人口減少率は20.9%となっています。

また、15歳以上30歳未満の若年者の比率は12.0%で、人口に占める割合が減少傾向にあり、一方、65歳以上の高齢者の比率は32.4%で、総人口や若年者人口が減少している中であって大きく増加しています。

過疎化の主な要因は、昭和48年の第1次オイルショック以降、人口増加が期待されていた苫東開発の進捗の鈍化により就業機会が十分に確保できなかったことに加え、農業を中心とする第1次産業の低迷、少子高齢化の進行など様々な要因が関連しながら、人口減少が助長されたものと推測されます。

(単位：人、%)

区 分	平成 2 年		平成 7 年		平成 12 年		平成 17 年		平成 22 年	
	実 数	増減率	実 数	増減率	実 数	増減率	実 数	増減率	実 数	増減率
総 数	6,183	△ 6.4	5,734	5,734	5,438	△5.2	5,240	△3.6	4,890	△6.7
0～14 歳	1,065	△18.9	936	936	806	△13.9	660	△18.1	554	△16.1
15～64 歳	4,056	△ 6.4	3,549	3,549	3,214	△9.4	3,038	△5.5	2,751	△9.4
うち 15～29 歳(a)	930	△18.6	778	△16.3	736	△5.4	673	△8.6	587	△12.8
65 歳以上(b)	1,062	10.9	1,249	1,249	1,418	13.5	1,541	8.7	1,585	2.9
(a)/総数 若年者比率	15.0%	—	13.6%	13.6%	13.5%	—	12.8%	—	12.0%	—
(b)/総数 高齢者比率	17.2%	—	21.8%	21.8%	26.1%	—	29.4%	—	32.4%	—

※国勢調査

<地域の現状>

① 地域資源



(厚真産さくら米)

さくら米は、厚真町で生産された高品質米ななつぼし(食味ランキングで最上級の特Aランク)で、JA苫小牧広域農協が販売する地域ブランド米です。

(厚真産ハスカップ)

ハスカップ栽培面積日本一の生産地となっており、実の直径は一般的なハスカップの二倍の2.5cm程と大粒で、糖度は15度になるものもあります。

(あづま成吉思汗)

厳選した羊肉で肉本来の食感を味わえるよう約1センチに厚切りにして、秘伝のタレで味付けしたジンギスカンです。

(厚真の地酒純米大吟醸「あつま川」)

厚真産の酒造好適米「彗星(すいせい)」を使った厚真の地酒純米大吟醸「あつま川」。純米大吟醸らしい、香りが穏やかで、味わい深く重みのある辛口のお酒です。



<厚真町ふるさと納税制度>

厚真町ではふるさと納税制度として、「頑張る ふるさと厚真応援寄附金」を募集しております。

一定金額(1万円)以上寄付いただいた町外の方に「感謝特典」として厚真町特産品などを贈呈しております。

(平成26年実績: 2,737件 約76,952千円)

例 ・さくら米新米 10kg

・あづま成吉思汗 400g 2ケ×2

・厚真産ハスカップセット (ハスカップ 500g・ハスカップゼリー6個)

② 厚幌ダム建設

厚真町では、現在治水と利水、河川環境の保全などの機能を備えた多目的ダム「厚幌ダム」が、平成26年10月から着工しており、平成30年3月までの建設期間約4年間で完成する予定となっています。

そこから食材や雑貨の販売、コメ販売、燃料給油などを、商工会が事務委託を受け支援している「厚幌ダム資材・物資供給事業組合」が集約して受注しており、経済効果の一助を担っています。



③ 農業の現状

本町では、約350戸の農家が約6,000haの農地で農業生産を行い、毎年、約40~50億円(ブロイラー生産を除く)の生産額の農産物を全国の市場に供給しています。

市場で評価が高まる厚真産米を中心に、大豆、馬鈴薯、ほうれんそう、肉牛、豚などの産地であり、カーネーションなどの花卉栽培も行っています。

しかしながら、農家経営者の平均年齢が60歳を超える中で、農業後継者・新規参入者の育成・確保ができていないことが課題であり、中核的な担い手が農地を引き受け、規模拡大を円滑に進めることができるよう推進していく必要があります。

さらに、高齢になっても営農を継続できる仕組みづくりに取り組んでいく必要があります。

主要農畜産物の生産状況

	水稻	大豆	馬鈴薯	ほうれんそう	牛肉	豚肉	カーネーション
H26年	7,910 t	1,010 t	2,980 t	184 t	5220 頭	10,100 頭	1,070 千本

農林水産統計データ

農業就業人口

	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年
農業就労人口数	1,642	1,359	1,252	1,048	992

資料：国勢調査

④ 商工業の現状

本町の商業・サービス業は、厚真町と連携しながら商品券事業など地元購買力を高める事業を推進していますが、価格、品揃え、サービスに関する競争が激化するとともに、札幌や苫小牧市など他地域へ消費が流出しており、また廃業に伴う商店街の空洞化も進んでいる状況です。

製造業では、食肉加工を行う食料品製造業、土石製品製造業の中小事業所が立地しています。

また、建設業関連は建築・土木、造園、板金・塗装、石材、電気工事、測量などを行う会社が計30社あり、地方経済の低迷や燃料費・輸送費の高騰など、厳しい経営環境が続いています。

2. 小規模事業者の現状と課題

町内の商工業者は174件あり、内小規模事業者が157件で業種内訳は建設業33件、製造業17件、小売業39件、飲食店・宿泊業16件、サービス業31件、その他21件であり、小規模事業者が全体の90.2%を占めています。

厚真町の小規模事業者は約半数が60歳以上の経営者であり、10年後には60歳以上の割合は7割にも達することになり、高齢化がますます進むことが懸念されています。

事業承継が円滑にいかないため廃業するケースがあることから、事業承継対策に取り組むことが課題となっています。

小規模事業数の動向

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲 食 宿 泊	サービ ス 業	その他	合計
H22 年度	36	21	0	45	16	28	22	168
H26 年度	33	17	0	39	16	31	21	157
増 減	-3	-4	0	-6	0	3	-1	-11

① 商業・サービス業の現状と課題

商業・サービス業については、人口減少による購買力の低下、近隣の苫小牧市及び千歳市への消費購買流出により売上が減少していることから、今後は品揃えやサービスの向上など消費者ニーズにあった店舗づくりが必要です。

(百万円)

指 標 名	平成 11 年	平成 14 年	平成 16 年	平成 19 年	平成 26 年
小売業 年間販売額	6,292	6,229	5,529	6,909	4,425

資料：商業統計調査

② 建設業の現状と課題

建設業は、町からの公共工事受注が多いですが、公共工事依存体質があるため、町財政が悪化した場合、公共工事発注の減少が予測されるため、厚真町以外の工事受注についても調査研究を進めていく必要があります。

また、後継者がいない事業所が多く、また高齢な経営者も多いため今後廃業が進むことが危惧されていることから、後継者対策を講じていく必要があります。

3. 商工会の現状と課題

<現状>

当商工会は、地域に密着した唯一の総合経済団体として、事業者が抱える諸問題の解決に積極的に取り組むことにより、地域の商工業者の総合的な振興発展と併せて社会一般の福祉の増進を図ってきました。

これまでは、小規模事業者の経営改善普及事業の指導を根幹としながら、ポイントカード事業やプレミアム商品券事業、買い物弱者支援対策事業などを実施し町内消費の増加に努めるとともに、地域経済活性化事業ではイベントを実施し来町者を増加に努めてきました。

経営改善普及事業

地域内の小規模事業者等に対し、窓口相談や巡回訪問を行い金融、税務、労務などの経営改善普及事業に取り組んできました。

しかしながら、受身型の指導が中心であったことから、企業の本質的な課題の抽出を行うことができませんでした。

<課題>

今後は企業自らが事業計画の作成に取組める土台作りを進めていくとともに、巡回訪問を通じて企業課題を把握するとともに、提案型の指導を行い企業の基礎体力の向上を図っていく必要があります。

ママSUNカード事業

あつまスタンプ会から委託を受け、顧客の囲い込み、固定客の増加、大型店とのサービスの差別化を目的にポイントカード事業を実施しています。

- ・導入システム：サーマル／マーク印字、500P満点で金券500円利用
- ・取扱い事業所：33事業所
- ・取扱い金額：約7,259,000円

商品券発行事業

町内消費拡大による地域活性化を図ることを目的に20%の付加価値のついたプレミアム商品券発行事業を実施してきました。

- ・取扱い事業所：110事業所
- ・発行額：9,400百万円

<②③の課題>

消費の町外流出へ歯止めをかけ、個店の売上の向上を目指した取り組みですが、個店が抱える経営上の問題の解決にいたらず、適切な対応策を講じることができていませんでした。

消費者ニーズを把握できていなかったといえることから、今後は消費者動向調査を通じて、消費者ニーズに応えた商品は何かを小売店等へ情報提供し、町内消費を高めていく必要があります。

買い物弱者支援対策事業

厚真町の商店街は、近年、土地区画整備事業にあわせて公営住宅の建設や宅地分譲、公園整備、町並み整備などが行われ「快適で魅力のある新しい街」に生まれ変わってはいますが、商店街以外の地区にはスーパー、コンビニ等はほとんどなく買い物には車を利用する住民が多く不便を抱えている地域です。

また、近年は少子化により子供の数も大幅に減少し高齢者が目立って多くなってきました。

こういった状況であり買い物弱者が増えていることから、町と連携をして、買い物に不便を感じている町民を対象として会員登録していただき、宅配用軽トラックを使用して週に1回登録会員宅へ訪問する「買い物弱者支援対策事業」を平成25年6月から平成26年6月まで実施してきました。

<課題>

商工会が母体となり納品事業所を募集して事業を進めてきましたが、小規模事業者の新規事業参入と育成を図る目的から、事業を民間業者へ平成26年7月から移行している。

今後、商工会として1年間の事業ノウハウを活かし、事業所に対しスムーズな事業の運営と売上向上並びに買い物弱者利用向上のため支援が必要と考えます。

地域経済活性化事業

○あつま国際雪上3本引き大会

厚真町が発祥の新たなスポーツ『3本引き』を行う冬のイベントです。

同時に3本の綱を使って行う綱引きで、2本取ったチームの勝利となります。体力はもちろんのこと、作戦やチームワークが重視される奥の深い競技です。

今年で9回目となる当イベントは道内を中心に48チームが参加し、このイベントを見るために約1,000人来町しております。

○あつま田舎まつり

あつま田舎まつりは、厚真町の2大祭りのひとつです。メインストリートでの踊りパレードやメイン会場のステージで行われる催事など、数々の催し物が行われます。

また、メイン会場では特産品の格安直売やジンギスカンの炭火焼きなどが行われており、地場製品のPRを実施しております。(入込客数：約25,000人)

○ランタン祭り、スターフェスタ in ATSUMA

メイン会場を中心に町内を無数のアイスキャンドルが彩るほか、「ジンギスカンのしばれ焼き」や「ラーメン早食い」をはじめとした数多くのイベントを行っております。

同日には、厚真町の冬の風物詩で、毎年恒例となっている「巨大干支文字焼き」(雪原に松明を灯し、直線距離270m、最大幅50mの日本一大きな干支文字を表現します。)と、冬の夜空を彩る約2000発の打ち上げ花火を楽しめるスターフェスタ in ATSUMAを開催しております。(入込客数：約2,000人)

○あつま海浜まつり

厚真町浜厚真の砂浜を会場にした浜の夏祭りです。

和太鼓演奏、スイカ割り、子供相撲大会、ホッキつかみ取りなどのイベントのほか、ビアガーデン、海産物の即売コーナー、海辺の味覚コーナーなどが設置されます。(入込客数：約2,000人)

<課題>

いずれのイベントにおいても知名度がまだ低いことから、PR活動を展開し、集客力を高めていく必要があるほか、来町者をいかに町内商店などへ足を運ばせ、

消費を向上させることできるかが今後の課題となっております。

また、地域特産品であるさくら米やハスカップ、ジンギスカンなどの知名度が低いことから、イベント時に提供しても2次的購買に繋がらないことが多いといえます。

商品のブランド力を高めるとともに、商品PRのための情報発信を強化していく必要があります。

厚幌ダム資材・物資供給事業

商工会が事務委託を受けている厚幌ダム資材・物資供給事業組合では、平成26年11月より平成27年3月までの取り扱い売上が、20事業所で71,641,795円あるほか、工事関係者が利用する飲食や宿泊などにおいても大きな経済波及効果をもたらしています。

<課題>

平成28年度まで本体工事が続く予定ですが、完成後売上が減少することが予測されるため、今後の影響を最小限に抑えていくことが重要です。

そのために現在の経済波及効果の現状を把握し、関係事業者の売上等の動向を把握するための調査、分析を行い、対応策を検討していく必要があります。

また交流人口を増やすためにも、完成後のダムを観光資源として活用できないかを研究をしていく必要があります。

厚真町起業化支援事業

起業に向けた取組みを支援するため、起業時における開業経費等の必要な経費の負担を軽減すること目的に、厚真町と連携し「厚真町起業化支援事業」を実施しています。

内容は、起業するために必要な店舗の建築及び改修等を行う「事業新規開業支援事業」（補助上限200万円※空き店舗を活用する場合250万円）と安定的な事業継続を図るために行う「事業化支援事業」（補助上限 同上）です。

利用実績としては、平成26年に5件、平成27年度は6件となっております。

<課題>

開業したいとの相談がありますが、起業するための場所の確保が難しいことや、空き店舗を利活用したいとする場合においても商工会で把握している物件では適さないことが多いことから、町や地元不動産業者等との連携による情報の収集が必要です。

また早い段階で廃業を考えている事業所へアプローチし、起業希望者へ情報提供できる体制づくりを構築していく必要があります。

4. 経営発達支援事業の目標

厚真町は、第3次厚真町総合計画（平成18年度から平成27年度）によると、10年のまちづくり目標として「いのち満ちる 農（みのり）の里 あつま 大いなる田園の町」としております。

基本テーマの中の一語「大いなる田園」には、自然環境の保全や自然と農業、工業が調和した農工都市を目指すといった意味合いがあり、農業との関わりが非常に大きい町であることを示しています。

当町に存在する農産物をはじめとする多くの地域資源を活かした地場産業の創出が商工業の発展に欠かせないものであり、また高齢化、過疎化が進んでいる現在、町のコミュニティの核となる商店街の再生こそ地域の存続のために非常に重要であるといえます。

以上を踏まえ、商工会の中長期的な振興のあり方として「農・水・商の連携による活力ある地域産業の構築とにぎわい溢れる商店街の再生」を掲げ、小規模事業者の持続的発展のため以下の経営発達支援事業の目標を設定します。

目標 消費者ニーズを捉えた競争力の高い商品構成により、収益を向上させます。

<方針> 近隣への消費購買流出による売上減少を把握・分析して消費者ニーズの明確化を図り、競争力の高い商品や厚真ブランド商品などの取り扱いにより、個店の魅力を高め売上拡大を目指す。

目標 事業の持続的発展を支援し事業承継、後継者対策に取り組めます。

<方針> 空き店舗調査や廃業の可能性を有する事業者の調査などを通じ、積極的な事業承継を推進するとともに、後継者対策を実施し、空店舗による商店街空洞化を防ぎ、にぎわいある商店街づくりを目指します。

目標 農協や漁協などの町内関係団体との連携による地域内資金循環を促進します。

<方針> 農協や漁協、厚幌ダム資材・供給事業組合などの町内関係団体と連携を図り、地域内の経済循環を促すことによって、小規模事業者の売り上げ維持及び増加を目指します。

目標 地域資源を活かしたイベント事業による交流人口の拡大を目指します。

<方針> 「あつま国際雪上3本引き大会」などの厚真町独自のイベントのPRを強化し、交流人口を増やし、厚真町の知名度向上につなげるとともに、魅力ある地域資源の提供を通じて、新たな顧客の確保につなげ商工業者の売上の増加を目指します。

目標 ハスカップなどを活用した地域ブランドを構築します。

<方針> 地域資源の中に作付面積日本一の「ハスカップ」があることから、ブランド化にむけて厚真町ハスカップブランド化推進協議会と連携し、生産・加工・販路拡大・PRなど総合的なブランド化戦略に取り組んでいき地域活性化を目指します。

また、ハスカップのほか、地域に存在する魅力ある地域素材を発掘し、商品化への可能性を検討し、あらたな厚真ブランドを創出します。

(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>

景況感を把握するために、従来は金融機関や各関係機関が作成した経済動向に関する景況調査等を利用していました。しかし事務局内の内部資料に留まっており、小規模事業者に対する情報提供は限定的なものでした。

また、商工会ではこれまで、窓口相談や巡回指導時における景況感をヒヤリングにより実施していましたが、漠然としたものであり、町内の経済動向について調査分析を行っていませんでした。

また空き店舗の情報について、職員による実態の把握に留まっていることから、情報不足のため開業予定者に対する的確な情報提供をすることができず、開業に結びつかないケースがあることから、情報収集方法を改める必要があります。

小規模事業所の持続的発展を目指すためにも、業種ごとの景況感や今後の動向、空き店舗情報などについて適切なアドバイスを行うことが重要でありと考えます。

<事業内容>

(1) 商工会独自の景況調査の実施。

①目的

地域内の小規模事業者に対してヒヤリング調査を行い、業種ごとに抱える経営上の課題を抽出し、企業診断実施時や経営計画策定時の資料として活用するため実施します。

②調査対象

地域内の小規模事業者のうち、建設、製造、卸小売、サービス業の4つに分類し、5事業所を選定します。(小規模事業者の10%程度)

調査票の回収が確実とみられる事業所を選定し、原則として一定期間(最低2年間)変更しないで実施します。

③調査方法

半期に一度巡回及び電話による聞き取りにより実施します。

④調査事項

Q1 今期の状況、来期の見通しについて(前年同期、前期と比較、今期の水準)
・売上額(完成工事額・請負工事額)

- ・売上単価（客単価） ・売上数量（加工数量・客数）
- ・資金繰り ・仕入単価 ・在庫量 ・経常利益
- ・従業員数 ・設備操業率 ・業況 ・借入金難度 など

Q2 今期および来期の新規設備投資の状況（実施、計画の状況）

Q3 今期直面している経営上の問題点 など

⑤活用方法

全国商工会連合会の中小企業景況調査の調査方法を参考としながら集計結果を分析し報告書を作成します。

作成した報告書については、商工会が隔月作成している商工会報の中で簡潔にまとめて報告するとともに、巡回指導を通じて小規模事業者へ情報提供します。

⑥効果

地域独自の経済動向や課題の把握をすることができ、経営上の内的・外的要因を整理することができます。また、地域の実態にあったアドバイスをを行うことで、小規模事業者の持続的発展、経営計画の策定や経営判断に活かすことができます。

⑦目標

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
地域の経済動向調査	未実施	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
会報への掲載	未実施	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回

(2) 空き店舗の状況調査

①目的

地域内に点在する空き店舗の状況を把握し、新規開業希望者などに対し情報提供することで、円滑な開業を促すことを目的に実施します。

②情報収集方法

- ・厚真町との連携による情報収集
- ・町内不動産関係者との連携による情報収集
- ・巡回を通じたヒヤリングによる情報収集

③活用方法

- ・開業予定者に対する情報提供
- ・商工会ホームページを活用した情報提供

④効果

町内の空き店舗を各種方法による収集し、情報提供することで、新規開業を促すことにつながることを期待できる。

また、商店街における空き店舗を利用する事業者が増えることで町全体の活性化につながり、賑わいを創出することができ、町内全体の売上向上が期待できる。

⑤目標

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
役場及び関係業者の情報収集	未実施	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
インターネットへの掲載	未実施	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回

※巡回による情報収集は随時実施します。

(3) 景況調査や統計資料等を活用した経済動向調査

①目的

各種景況調査や統計資料を整理分析して、全国および近隣地域の経済動向を把握し、広く地域の小規模事業者に対して提供することで、小規模事業者の経営判断の一助として活用することを目的に実施します。

②活用する調査資料

- ・全国商工会連合会「中小企業景況調査報告書」
- ・苫小牧信用金庫「とましん景況レポート」
- ・日本政策金融公庫「全国中小企業動向調査」
- ・北海道「統計資料」 ・厚真町「統計資料」
- ・経済センサス「基本調査」 ・総務省統計局「家計調査」

③活用方法

年に2度各種調査を整理分析し、商工会が隔月作成している商工会報の中で簡潔にまとめて報告するとともに、巡回指導を通じて小規模事業者へ情報提供します。

④効果

全国および近隣自治体の経済動向を分析し、小規模事業者に情報を提供することで、経営力向上に資することができます。

また、事務局においても、情報を整理分析することで、業種業態や規模別による景況感を把握し、経営支援に生かすことができます。

⑤目標

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
景況調査、統計資料の分析	未実施	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
会報への掲載	未実施	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

<現状と課題>

これまでは、金融や税務指導時に必要に応じて簡易的に計数的な分析を行うなど限定的な経営分析を実施するに留まっていました。

しかし、財務以外の定性面における分析は少なく、小規模事業者の経営上の課題解決には至っていませんでした。

小規模事業者の中長期的視点に立った経営戦略の策定や抜本的な体質強化、改善のための指導を行う必要があります。

<取組み内容>

(1) 巡回訪問による経営分析の実施

①目的

巡回訪問を行う際に経営課題を抽出するためのヒヤリングシート等を活用し、SWOT分析などを通じて、個者の潜在的な経営課題や強み、弱みなどを整理し、経営の改善を図るための資料とすることを目的に実施する。

②対象者

小規模事業者

③分析内容・ヒヤリング項目

【定量的分析】

- ・収益性分析
- ・安全性分析
- ・生産性・効率性分析
- ・キャッシュフロー分析

【定性的分析】

- ・事業所のもつ経営資源
- ・従業員の状況
- ・設備の状況
- ・後継者の有無、事業承継計画
- ・その他経営上の課題、問題点

④手法

定量的分析については、過去3期分の決算指導データや財務諸表を活用し、決算期別の比較を行うほか、業種別の平均値と比較し、A4サイズを1枚の用紙にまとめ、巡回訪問を通じて内容の説明を行います。

また、定性的分析では、ヒヤリングシートを活用して、経営の内的・外的要因を整理分析し、事業者の思い描く将来ビジョンをより明確にさせ、上記同様A4サイズ1枚にまとめ事業所へ提示します。

⑤効果

定量的、定性的な分析を行うことによって、企業の強み、弱みが整理され、小規模事業者自身が経営課題を目に見える形で把握することができ、経営ビジョンや方針、事業計画の策定に繋げることができます。

また、経営分析によって、より専門的な支援が必要な小規模事業者については、専門家派遣事業へと繋げることで、持続的発展に寄与できます。

(2) 専門的課題解決に対する専門家の活用

①目的

上記の経営分析を行った結果、より専門的な支援が必要な小規模事業者に対して、専門家派遣事業等を活用した高度な支援を行うことにより、課題解決を後押しすることを目的に実施します。

②対象者

- ・ M& Aや事業承継などの高度な専門性が必要な小規模事業者
- ・ 農商工連携や経営革新などの経営課題を抱える小規模事業者
- ・ その他高度な経営課題を抱える小規模事業者

③手法

各関係団体の実施している専門家派遣事業を活用する。

- ・ 北海道商工会連合会のエキスパートバンク事業
- ・ 中小企業庁のミラサポによる専門家派遣
- ・ 北海道よろず支援拠点のコーディネーター等との連携
- ・ 北海道事業引継ぎ支援センターによる専門家派遣
- ・ 中小機構北海道による専門家派遣
- ・ 北海道知的財産戦略本部による専門家派遣

また、日本政策金融公庫の「ビジネスマッチング」サイトを活用し、販売先および仕入先等の取引先の開拓等、経営課題の解決に向けて、専門家と連携し支援します。

④効果

高度な専門性を有する中小企業診断士や税理士等と連携して支援することで、商工会のみでは対応が難しい、高度な経営課題の解決を図ることができます。

また、専門家と商工会が連携し、高度な経営分析を行って経営の方向性を示し、日常のフォローアップをすることで、事業計画の策定につなげることができます。

<目標>

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
経営分析件数	未実施	5件	6件	7件	8件	9件

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

<現状と課題>

どんぶり勘定であったり、経営の勘によって商売を行っている事業所が多く、小規模事業者が自ら事業計画を策定し、経営を行っている事業者は少ないのが現状です。

商工会としても、金融相談時に資金繰り表を作成する程度の事業計画作成支援を行っているにすぎず、事業所の持続的な経営改善を踏まえた計画作成支援とはいえませんでした。

経営環境が厳しくなっている中でいかにして事業を継続していくかが大きな課題であり、経営分析を踏まえ事業者自らが経営計画を作成していくことへの支援をしていく必要があります。

<事業内容>

(1) 事業計画策定に対する意識改革を行います。

①目的

事業計画策定の意義について、巡回訪問や経営セミナーにおいて周知し、小規模事業者が事業計画策定の重要性を理解してもらうことを目的に実施します。

②対象者

小規模事業者

③手法

1) 経営計画策定セミナーの実施

事業計画策定に向けた経営計画策定セミナー及び個別相談会を開催し、事業計画策定の重要性の認識を深めるとともに、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。

2) 巡回訪問による経営計画の作成

巡回訪問や窓口指導を通じ、経済動向調査、需要動向調査及び経営分析結果を踏まえて、事業計画の策定し、計画性をもった経営へシフトさせていきます。計画作成時に、必要な場合には中小企業診断士等の専門家と連携して、小規模事業者の課題解決、持続的発展に向けた計画策定支援を行います。

④効果

経営セミナーの開催や巡回による説明を行うことで、経営の計画的実行の必要性への気づきをあたえることに期待できます。

また、具体的な経営目標の設定に結びつき、経営上の行動指針となることから、小規模事業者の経営の持続的発展へ寄与するものと期待されます。

そのため、事業計画策定の重要性の認識が深まり、事業計画策定を行う小規模事業者の増加が見込まれます。計画作成に伴って、計画、実行、検証、見直しといった PDCA サイクルの確立させることで、経営の高度化、持続的発展が図られることが期待できます。

(2) 創業者に対する経営計画の策定

①目的

創業希望者や創業者に対して、事業計画策定に関する意識向上を図り、創業者の早期の廃業等を防止し、持続的経営を目指すことを目的に実施します。

②対象者

創業者・創業予定者

③手法

1) 創業支援窓口の設置

商工会内に経営指導員を中心とした創業支援窓口を設置し、商工会のHP等を活用して周知します。

2) 経営セミナーの開催

創業者や創業希望者に対して、創業に関する心得や各種手続き、経営の基礎を学ぶための経営セミナーを開催します。

3) 巡回を通じた事業計画の作成支援

創業者等に対し、開業前後の集中した巡回訪問を行い、事業計画策定の進捗状況を確認するとともに、短期的、中期的な事業計画作成のための支援を行います。

④効果

経営セミナーの開催や事業計画策定の支援をすることで、創業希望者が思い描いている事業を具体化できるとともに、開業へ向けた集中した支援を行うことで、開業時の課題に対し早期の解決を図ることができ、事業の持続的展開が期待されます。

また、創業時から、事業計画の重要性を認識してもらうことで、継続的に事業計画の策定や見直しを行う経営者の育成に繋がり、目標に向かった事業展開が図られることから、漫然とした経営にならないことが期待できます。

(3) 円滑な事業承継支援

①目的

円滑な事業承継を支援し、突発的な廃業等を減少させ、空き店舗化を防止することも目的に実施します。

②対象者

廃業予定事業者・後継者不在の事業者・事業承継を考えている事業者 他

③手法

1) 巡回を通じた後継者、廃業予定者の情報収集

巡回訪問時の経営課題抽出のためのヒヤリングシートを活用し、後継者や廃業予定の情報の収集を行い、事業のマッチングの可能性を探る上の資料とする。

2) 事業承継対策セミナーの開催

事業承継対策セミナー及び個別相談会を開催し、早期の事業承継対策の必要性を認識させるとともに、事業承継の基礎知識の習得を図ります。

3) 事業承継に係る専門家との連携

廃業を予定している事業者がいる場合には、北海道事業引き継ぎ支援センターを活用し、専門家を招聘し、第3者への事業譲渡の方策を検討し、事業のマッチングを積極的に推進していきます。

④効果

後継者の有無を把握することで、親族内承継のほか、親族外承継に対しても、積極的に支援することによって、小規模事業者の円滑な引継ぎが期待されます。

また、廃業に伴う空き店舗化の防止や地域での不足業種の発生を防止することができ、商店街の空洞化を防ぐことにつながります。

<目標>

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
セミナー・個別相談会 ・経営計画策定セミナー ・創業セミナー ・事業承継セミナー	年1回	年3回	年3回	年3回	年3回	年3回
事業計画策定事業者数	未実施	5件	6件	7件	8件	9件

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

<現状と課題>

経営計画の進捗管理については特に行っておらず、個別の相談があった場合に支援するという受動的な対応となっていたことから、計画策定後のフォローアップ体制の構築が必要となっております。

また、創業者や事業承継予定者に対する経営計画策定後のフォローアップも不十分であったといえることから、事業の持続的な展開を促すための支援が必要であります。

<事業内容>

(1) 定期的な巡回訪問による進捗管理と必要に応じた事業計画の見直し。

①目的

事業計画策定後、PDCA サイクルに基づいて進捗状況を確認し、常に実効性のある計画とすることと、小規模事業者の安定的な経営を行うことを目的に実施します。

②対象者

- ・ 事業計画策定の小規模事業所
- ・ 創業者及び創業予定者
- ・ 事業承継者及び事業承継予定者

③手法

事業計画策定後においても、定期的（四半期に一回）に巡回訪問をすることによって、小規模事業者が相談しやすい環境を作ります。

また、事業計画の進捗状況について、ヒヤリングおよび計数管理を行う事で、着実な実行支援を行います。

創業者（創業予定者）や事業承継者（事業承継予定者）については、巡回頻度を高め集中した支援を行います。

④効果

事業計画策定後についても、巡回訪問し進捗管理をすることによって、定期的な検証や見直しをすることの重要性を認識させる事ができます。

また、進捗管理をすることで、小規模事業者の計画に対する責任感や達成意欲を継続させ、事業の持続的発展につながります。

なお、最初に立てた事業計画年度が終了した際にも、次年度以降の事業計画をスムーズに策定することができます。

創業者（創業予定者）や事業承継者（事業承継予定者）については、創業や引継ぎ時に起こる問題点や課題を、早期に解決させ事業の持続的な展開を図ることが期待できます。

⑤目標

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
巡回フォローアップ	未実施	20回	24回	28回	32回	36回

※創業者（創業予定者）や事業承継者（事業承継予定者）については創業、事業承継の前後3ヶ月以内においては、週1回の巡回を行います。

(2) 専門的機関と連携した支援の実施。

①目的

高度な課題に対しては、専門家と連携することによって課題を解決させ、確実な事業計画策定及び実行を行うことを目的に実施します。

②手法

前述している経営状況の分析に関する項目に記載したとおり北海道商工会連合会や中小機構等の専門家派遣制度を活用し、中小企業診断士等の専門家と連携し、小規模事業者のフォローアップを行います。

③効果

専門家と連携することで、小規模事業者が抱える高度、専門的な課題にも対応することができ、課題解決に向けた支援を行うことができると期待される。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

<現状と課題>

需要動向については、経営指導員の経験によるアドバイスが中心であり、適切な消費者ニーズの提供においては不十分であった。

今後は、個者に対して買い手のニーズを調査分析の上、計画策定を支援することや、需要動向を取りまとめて情報提供するほか、地域特産品のニーズやイメージ等を調査し、特産品の改良点及び新たな特産品開発に繋がるマーケットインの考え方に沿ったものとなるよう支援することが必要です。

<事業内容>

(1) 地域特産品の消費動向調査事業の実施

①目的

地域特産品の販売促進・需要拡大を図るため、特産品購入目的で来町した消費者に対して特産品取扱店別にヒヤリングシート等を作成支援し、各特産品取扱店及び町内温泉宿泊施設等の協力により回収箱設置して巡回訪問時に回収し整理する。

収集した調査データを基に地域特産品の改良点などを分析して各特産品取扱店

に情報提供すると同時に消費者ニーズに合った新たな特産品需要の開拓へ繋げることを目的とする。

※ヒヤリングシート作成事業所は5件を目標とします。

※「特産品取扱店とは」

厚真町の農産物を使用した特産品小売店及び自社で精肉（あづま成吉思汗等）等を製造・販売する小規模事業者。

②調査内容

各特産品取扱店別にオーダーメイドのヒヤリングシートを作成し、各特産品取扱店及び温泉宿泊施設「こぶしの湯」等に回収箱を設置して収集。また、当日回収箱に投函できない消費者には返信封筒添付し返信していただき収集する。

回収については商工会職員が巡回訪問時に回収し整理を行う。

収集した調査データは北海道商工会連合会と連携し、特産品の認知度・イメージ・PR手法等の分析を行い、巡回訪問等により各特産品取扱店に特産品の改良点及び消費者ニーズに合った新たな特産品の提言支援等を実施する。

【ヒヤリングシート調査項目例】

- ・年齢 ・性別 ・住所 ・アクセス方法 ・特産品のイメージ
- ・特産品の認知度・味 ・ラベル・包装 ・PR方法 等

※ヒヤリングシート回収件数300件を目標とします。

③効果

各特産品取扱店独自のヒヤリングシート作成することにより個社それぞれの取扱う地域特産品消費動向等についての理解を深め、特産品購入者とのミスマッチを把握することにより特産品の認知度及び改良点を事業主が気づくことができ、今後の特産品販売方法や新商品・サービス・技術の開発に繋げる ことができる。

(2) 個者の商品・サービスに対する消費動向調査事業の実施

①目的

各個店のニーズに合ったオーダーメイドのヒヤリングシートを作成し、各個店別の需要動向に関する情報を収集、整理分析をし、各個店がそれぞれ取り組まなければならない課題を解決する提案をしてニーズのある商品の取り扱いを促しサービスの向上などに寄与することを目的とする。

②調査内容

各個社は取扱商品もそれぞれ違うため、各個社独自のヒヤリングシートを各事業主と協議の上作成する。なお、調査対象とする商品・サービスは個社にそれぞれヒヤリングを行い、原則3～5アイテム程度選定する。アイテム選定にあたっては、

個社の主力商品（サービス）や個社の強みを生かした商品等を選定するものとする。

作成したヒヤリングシートは、店頭記入や店頭記入できない消費者には返信封筒添付して返信していただき収集する。また収集したヒヤリングシートは、職員が巡回訪問時に回収・整理する。

収集したデータを基に北海道商工会連合会及び専門家と連携し分析し各個店ごとに情報提供を行い、今後個店が取り組まなければならない課題の提言及び取扱商品・サービスの向上について支援をする。

【調査項目例】

- ・お買い物頻度 ・平均購入金額 ・主な購入品の内容
- ・来店時の交通手段 ・商店や商品についての要望 等

④効果

各個店それぞれで販売する商品の需要動向調査により商品の優位性や劣性などの調査情報を収集し、北海道商工会連合会及び専門家連携して分析することにより、個社の消費者に対する今後の課題が見えてくる。また、市場が求める各個店の製品や取扱商品の向上に繋げることができ、収益性を上げることが期待される。

<目標>

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
地域特産品の消費動向調査に伴うヒヤリングシートの作成事業所	未実施	5件	5件	5件	5件	5件
地域特産品のヒヤリングシートによる消費動向調査・分析	未実施	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
個者の商品・サービスに対する消費動向調査提供事業者数	未実施	10件	10件	10件	10件	10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>

これまでは、商工会として新たな需要の開拓支援に関しては、あまり積極的に関与しておらず、物産展や商談会の開催情報を小規模事業者に対して情報提供するだけに留まっていました。

今後は、特産品取扱店の商圈拡大・売上向上のため、商談会・物産展等の積極的な出店を促し、バイヤー等への販路開拓等による売上増進に繋がる提案やITツールを活用してプロモーションを行い、広範囲な情報発信を行うなど特産品の認知度アップや新たな需要の開拓に寄与する支援を行う必要があります。

<事業内容>

(1) 特産品取扱店の物産展・商談会への出店及び分析・フォローアップ支援

①目的

地域資源等を活用した特産品取扱店の売上増加のため、北海道商工会連合会等が開催する物産展や商談会等へ職員巡回訪問を通じて積極的な出展を促し、バイヤー等への商談成立に向けての支援を行う。

また、物産展などへの参加の機会に消費者アンケート等を実施し、上記「5. 需要動向調査に関すること」と併せて内容を専門家等と連携して分析してフォローアップに繋げて行きます。

②対象者

物産展・商談会による特産品販売の商圏拡大を目指す小規模事業者

③内容

特産品の商圏拡大を目指す個社に対し、商工会ホームページ・SNSや巡回指導により北海道商工会連合会が主催する商談会「北の味覚再発見」や都市部や近隣町村で開催される物産展等の情報発信を行い、個社の想定する商圏に応じた商談会や物産展への参加を促し、売上増進に繋がる商品提案書の作成支援や、バイヤー等へのヒヤリングシート調査支援など、出展者に同行して各種支援を行います。

商談会ではバイヤー等の意見を出展者にフィードバックし、その意見を参考に特産品の磨き上げを行い、次回の商談会での商談成立を目指します。商品の改良等には専門家と連携し、分析を行い「売れる特産品づくり」に向けた支援を行います。

物産展等では来場者へのアンケート調査を実施し、直接、消費者の反応等を確認したものをレポートにまとめ、巡回指導などで物産展出展者へフィードバックし、消費者ニーズに対応した特産品の改良及び新たな特産品開発に繋がります。

④効果

上記支援の実施によりバイヤー等との商談成立による特産品の売上増加が見込めます

また、特産品の改良点や特産品に関する消費者のニーズを把握することができるため、新たな需要の開拓や認知度の向上を図ることができます。

(2) ITツールを活用した特産品のプロモーション支援事業

①目的

特産品取扱店の強みを活かした特産品情報を整理し、全国商工会連合会が提供しているホームページ作成支援ツール「SHIFT」を活用して自らのHPを立ち上げて情報発信できるよう作成支援を行い、ITツールの更なる有効活用を促す。また、北海道新聞や全国紙等に取材依頼を行い、特産品の認知度向上による新たな需要の拡大に繋げるよう、プロモーション支援に努め、全国商工会連合会が運営するインターネット販売サイト「ニッポンセレクト」への出品登録の支援をし、販路開拓機会の喪失を抑止及び全国への販路を拡大し、売上の向上を目指す。

②対象者

ITツールを活用して特産品販売の商圏拡大を目指す小規模事業者

③手法

巡回を通じて「SHIFT」の作成支援や「ニッポンセレクト」への出品登録を促し、コストを抑えたITツールを活用した特産品販売促進策を提案。

また、マスメディアの取材による特産品の認知度向上による新たな需要の拡大に繋げるよう、プロモーション支援の実施。

④効果

事業者向けのホームページ簡易作成ツール「SHIFT」の活用支援や全国から特産品の集まるインターネット販売サイト「ニッポンセレクト」出品登録をすることで、高度な知識が無くても、自分で情報発信可能なホームページを作成することができます。

また、マスメディアへのプロモーション支援により観光産業関連事業者や全国の消費者に対し特産品の認知度向上を図ることができます。

<目標>

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
商談会等参加事業所数	未実施	5件	6件	7件	8件	9件
商談成立目標	未実施	1件	1件	1件	1件	2件
商談成立における売上額	未実施	50万円	50万円	50万円	50万円	100万円
SHIFT等の登録件数	未実施	8件	9件	10件	11件	12件
SHIFT等活用による売上額	未実施	400万円	450万円	500万円	550万円	600万円
ニッポンセレクト外登録事業者数	未実施	2件	3件	4件	5件	6件
ニッポンセレクト外活用による売上額	未実施	100万円	150万円	200万円	250万円	300万円

II. 地域経済の活性化に資する取組み

<現状と課題>

今まで、地域活性化に向けたあつま国際雪上3本引き大会・スターフェスタ in ATSUMAなどのイベント事業は役場や商工会、農協などの町内関係団体による実行委員会形式で行ってきましたが、それぞれ出店、イベント実施などの与えられた役割を実施するに留まり、地域経済活性化に向けた共通認識に基づく事業の実施とはなっていないでした。

イベントのあり方や特産品のPR方法などを全体の協議会の中で検討し、交流人口

の増加に努めていくことが必要となっています。

また、地場特産品における認知度が低いことから、地域資源のブランド化を図り商品価値を高めていく必要があります。

<事業内容>

(1) 地域資源を活かしたイベント事業による交流人口の拡大

①目的

各種イベントの実施、参画による交流人口の増加や地域資源の活用による交流人口の増加を図ることにより、地域全体での経済の活性化と小規模事業者の売上向上・販路拡大につなげていくことを目的として実施します。

②内容

1) 地域活性化協議会の開催

町内イベントの各実行委員会を構成する役場、農協、漁協などの各団体担当者で構成される「地域活性化協議会」を開催し、地場産品の活用方法や交流人口の増加のための取組み方法などを協議し、共通認識のもとイベント事業に取り組めます。

2) 町外へのPR活動

各実行委員会と連携し、札幌・苗穂に誕生した110を超える賑わいのあるファッション&グルメの専門店「アリオ 札幌」とイトーヨーカドーからなるショッピングセンター等で宣伝イベント実施します。

3) 特産品の活用

イベント実施時には、景品等に厚真産さくら米・厚真の地酒純米大吟醸「あつま川」なおの地域特産品の活用し、また農協、漁協との連携により農産、海産物の提供をもとめ、地場特産品や観光資源等をPRしたブースを設け町内外の消費者に広く周知します。

③対象イベント

- ・あつま国際雪上3本引き大会
- ・ランタン祭り、スターフェスタ in ATSUMA
- ・あつま田舎まつり
- ・あつま海浜まつり

④効果

「あつま国際雪上3本引き大会」などの厚真町独自のイベントのPRを強化することで、交流人口を増やし、厚真町の知名度向上につなげるとともに、イベント時には魅力ある地域資源の提供を通じて、イベント終了後においても新たな顧客の確保につながり小規模事業者の売上増加が期待されます。

⑤目標

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
地域活性化協議会の開催	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
交流人口入込数 (4イベント合計)	30,000	31,500	33,000	34,500	36,000	37,500
イベントPR回数	未実施	1回	2回	2回	2回	2回

(2) ハスカップなどを活用した地域ブランドを構築

①目的

地域資源の中に作付面積日本一の「ハスカップ」があることから、新たな町のブランド化にむけて総合的なブランド化戦略に取り組んでいき地域活性化を目指します。

②取組内容

1) 飲食メニューの提供

町内女性団体などと連携をし、ハスカップを活用した飲食メニューの開発を進め、町内飲食店にハスカップを使用した料理の提供を促し町内外の消費者に提供していきます。

2) 新商品開発

厚真町ハスカップブランド化推進協議会と連携し、新商品開発を含めた研究を行うとともに、総合的なハスカップブランドを推進していきます。

③効果

ハスカップを使用した料理等を提供することにより、地元消費者及び町外から訪れた来町者等に厚真町の知名度向上や特産品を広くPRすることができ売上向上・販路拡大につなげていくことが期待できます。

また、厚真町ハスカップブランド化推進協議会と連携することにより、新たな特産品開発につなげ、取り扱い事業者が増えることで地域経済の活性化につながることが期待されます。

④目標

項目	H28	H29	H30	H31	H32	H33
特産品料理等提供店舗数	未実施	1件	1件	1件	1件	1件

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み

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>

北海道商工会連合会、同支部、日本政策金融公庫により、各種研修会や施策説明会等を受講し、各地域の支援ノウハウや地域需要に関する情報、事例発表を聞く機会や意見交換の場があり、積極的に出席してきました。

しかしながら、一部の支援担当職員が出席することが多く、得た情報の整理・活用は出席担当者に任されて、一部の情報の共有で終わっています。全支援担当者で支援ノウハウ等を共有し、生かした情報の使い方とは言い切れない面がありました。

<今後の取組み>

今後は、職種に係わらず出席可能な研修会・説明会等には、支援担当者が偏ることなく出席できるようにし、得た支援ノウハウ等は、資料整理を行い、支援担当者全員で共有の情報として活用できる状態にします。

<事業内容>

①専門的な支援機関との情報交換

各種案件に応じた迅速な対応が必要であるため、北海道、日本政策金融公庫、北海道商工会連合会、地元金融機関、中小企業基盤整備機構等の得た専門的知識を職員全体で情報交換を行うことで迅速な小規模事業者の問題解決につなげていく。

②管内商工会職員との情報交換

今までは「胆振管内商工会職員協議会・経営改善貸付推進団体連絡協議会」の研修会において、各地域の問題点や課題の情報交換で留まっていましたが、今後においては他の経営指導員が問題解決のために実施した支援内容や専門家派遣によって行われた経営分析の結果などの情報交換を行い、問題解決に導くきっかけを掴みます。

③地元金融機関との情報交換

地元金融機関(苫小牧信用金庫厚真支店)と地域の動向や経済状況、金融面等に関する情報交換については行ってきましたが、情報などの内部資料として留めており、小規模事業者の支援体制に活かされていませんでした。

今後においては、新たな需要開拓等の情報基盤構築を行うとともに、小規模事業者への巡回訪問などで情報伝達をしていくこととします。

④厚真町との情報交換

厚真町とは、事業実施に関しての事業協力と協調した地域づくりの面で連携をし、地域経済活性化及び各種調査実行時の協調支援体制を構築します。

⑤厚真町観光協会との情報交換

地域動向調査や地域活性化対策実施に際して、厚真町観光協会と協調連携体制を構築し、円滑な事業運営を目指します。

<目標>

項目	H29	H30	H31	H32	H33
専門的支援機関との情報交換	随時	随時	随時	随時	随時
管内商工会職員との情報交換	年2回	年4回	年4回	年4回	年4回
地元金融機関との情報交換	年2回	年4回	年4回	年4回	年4回
厚真町との情報交換	年2回	年4回	年4回	年4回	年4回
厚真町観光協会との情報交換	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

<現状と課題>

職員は、北海道商工会連合会が定める研修体系に基づき、職種・分野別講習を受講し、個々の知識の向上に努めてはいるが、職員間での知識・情報の共有する機会が少ないことから、組織全体としての支援体制が構築することが必要。

<今後の取り組み>

下記のとおり研修参加や情報を得ることにより、高度・専門的な知識を習得し、小規模事業者支援のためスキルアップを図り、強力な支援体制を作ることを目指します。

①各種研修会への参加

北海道商工会連合会が主催する全道商工会経営指導員研修や中小企業大学校で開催される中小企業支援担当者研修などを経営指導員、補助員等は年1回以上受講し、小規模事業者の利益の確保に資する支援能力の向上を図ります。また、全国連が提供するインターネットを活用したWEB研修を受講し、広く知識の取得に努めます。

<研修例>

経営指導員

- ・全道経営指導員研修会：北海道商工会連合会主催
(主な内容：中小企業施策・経営指導員指導事例など)
- ・中小企業支援担当者研修会：中小機構北海道主催
(主な内容：経営戦略強化・地域経済活性化支援・事業展開支援など)

補助員等

- ・全道ブロック別補助員等研修会：北海道商工会連合会主催

(主な内容：基礎的な経営改善事業の技法・指導事例研究など)

- ・ 専門研修：北海道商工会連合会主催
(所得税法・マーケティング・問題解決手法など)

全職員等共通

- ・ 情報化支援システム研修：北海道商工会連合会主催
(主な内容：新ネット d e 記帳システム研修・財務分析システムなど)

②職員会議の実施

職員会議を週 1 回開催し、補助員、記帳専任職員も参加し、日常業務と現場を通して、必要な知識・技能・仕事への取り組み方を学ぶことや組織内で経営指導員のノウハウを共有します。

③O J T 教育、情報の共有化

職員は、習得した知識・経験等の支援ノウハウ等を活かし、O J T や商工会内研修・会議等を通じて、各職員の資質の向上と情報の共有化を図ります。

また、収集した資料、経営状況の分析等の情報は、全職員が閲覧可能な状態に管理、保存し、小規模事業者の利益の確保に寄与するため支援ノウハウを共有する体制の構築を図ります。

④専門家の招聘

商売やビジネスの専門家を招いて、小規模事業者の販売力向上に資するため研修会を開催し、能力向上を図る。

⑤専門家派遣事業への同行

専門家派遣事業に経営指導員や補助員が同行し、高度な課題解決策の支援方法を学び、指導・助言内容や支援のスキルを習得します。

3. 事業評価及び見直しするための仕組みに関すること

<現状と課題>

従来、経営改善普及事業における事業報告は、事業実施主体となった各委員会へ報告し理事会を経て、総会の場で会員に対して報告しておりました。

しかしながら、実施内容の評価や見直しについては十分に検討されてきませんでした。

今後は、PDCA サイクルに基づき、Plan (計画) → Do (実行) → Check (評価) → Act (改善) の 4 段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善していくことが重要です。

<今後の取り組み>

毎年度、本計画に記載の事業について成果の評価・見直しの提示を行うこととし、

以下のとおりに実施いたします。

①進捗管理・目標設定・改善案の検討

月に1回の事務局会議にて進捗管理・目標設定の見直しを検討し、提言に基づき事務局会議において計画・目標の改善案について検討します。

②評価・見直しの提言

経営発達支援計画の遂行状況について、厚真町の商工担当者と中小企業診断士等の有識者を含めた総務委員会で報告し、成果についての評価をしていただきます。あわせて事業の改善案を検討し見直し案の提言をいただきます。

(年1回)

③評価・見直しの報告・承認

事業の成果・評価・見直しの結果については、適時理事会へ報告し、承認を受けるとともに、総会においても報告し、承認を受けます。

④成果・評価・見直しの公表

事業の評価・見直し結果について、当会H P (<http://www.atsuma.jp/>) で計画期間中公表します。

(別表 2)

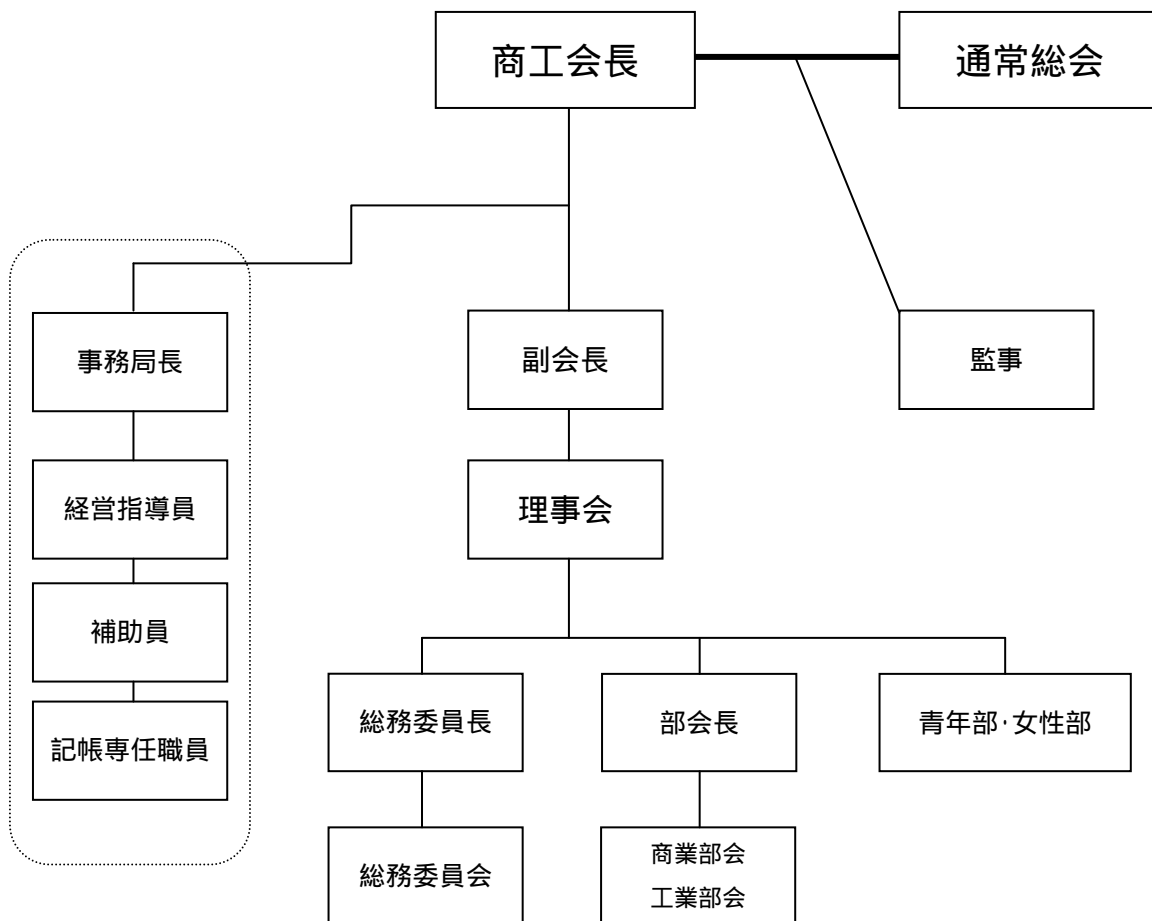
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成 28 年 3 月現在)

(1) 組織体制

①組織図＝経営発達支援計画を確実に遂行するための実施体制について次の通り図示する。



② 職員の人数構成について以下のとおり記載する。

役職名	事務局長	経営指導員	補助員	記帳専任職員
職員数	1名	1名	1名	1名

(2) 連絡先

① 経営発達支援計画相談窓口

厚真町商工会	住 所	北海道勇払郡厚真町京町 37
	電話番号	0145-27-2456
	相談窓口担当者	経営指導員 野呂 政幸

(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)

	29年度 (29年4月以降)	30年度	31年度	32年度	33年度
必要な資金の額	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
小規模企業対策事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○経済動向調査事業費	50	50	50	50	50
○計画策定支援事業費	150	150	150	150	150
○計画策定後支援事業	100	100	100	100	100
○需要開拓支援事業	200	200	200	200	200
○地域活性化支援事	500	500	500	500	500

(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、道補助金、町補助金、各種受託収入、手数料収入等

(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>I. 経営発達支援事業</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること 厚真町、各種支援機関、金融機関等と連携して情報の把握に努める。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 中小企業診断士などの各種専門家と連携して小規模事業者に向けた経営分析、課題提案を行う。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定支援や経営革新計画策定支援について、中小企業診断士などの専門家や金融機関と連携して計画作成支援する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 専門家と連携し、事業計画を策定した既存事業者等に対するフォローアップ支援する。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 厚真町等と連携し、地域内外住民の需要動向に基づく小規模企業者の経営力向上支援。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 北海道商工会連合会等と連携し、展示会・商談会への出店意欲を掘り起こす情報発信。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組み</p> <p>厚真町、厚真町ハスカップブランド化推進委員会、厚真の地酒頒布会、各イベント実行委員会と連携し、厚真町特産品と地域の魅力のPR強化と特産品の消費者への訴求力を高める取組みを進める。</p>

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み

専門的な支援機関、管内商工会職員、地元金融機関、厚真町、厚真町観光協会と連携して、地域の支援ノウハウや地域需要に関する情報を商工会組織全体で共有し、支援力向上を図る。

Ⅳ. 経営指導員等の資質向上等に関すること

全国商工会連合会、北海道商工会連合会、中小企業大学校、商売やビジネスの専門家と連携して高度・専門的な知識を習得し、職員の小規模事業者支援のためスキルアップを図る。

連携者及びその役割

1. 中小企業庁

代表者：中小企業庁長官 宮本 聡

住 所：東京都千代田区霞が関1丁目3番1号

役 割：施策普及支援、経済動向調査、情報発信、情報共有

2. 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、情報共有

3. 厚真町

代表者：厚真町長 宮坂 尚市朗

住 所：北海道勇払郡厚真町京町120番地

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
情報発信、情報共有

4. 日本政策金融公庫室蘭支店 国民生活事業

代表者：室蘭支店長兼国民生活事業統轄、梅沢 光一

住 所：北海道室蘭市東町2-9-8

役 割：施策普及支援、経済動向調査、金融支援、情報発信、情報共有

5. 苫小牧信用金庫厚真支店

代表者：支店長 阿武 徹

住 所：北海道勇払郡厚真町表町1-1

役 割：施策普及支援、経済動向調査、金融支援、情報発信、情報共有

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

7. 厚真町観光協会

代表者：会長 池川 徹

住 所：北海道勇払郡厚真町本郷305番地の2

役 割：情報発信、情報提供、商品・サービス発掘支援

8. 北海道商工会連合会

代表者：会長 荒尾 孝司

住 所：札幌市中央区北1条西7丁目1番地 プレスト1・7ビル4階

役 割：専門家派遣、施策普及支援、経営分析支援、支援能力向上支援、情報発信
情報共有

9. 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 戸田 直隆

住 所：北海道札幌市中央区北2条西1丁目1番地7

役 割：専門家派遣、施策普及支援、経営分析支援、支援能力向上支援、情報発信
情報共有

10. 厚真町ハスカップブランド化推進協議会

代表者：会長 下司 義之

住 所：北海道勇払郡厚真町京町120番地

役 割：商品・サービス発掘支援、情報発信、情報共有

11. とまこまい広域農業協同組合

代表者：代表理事組合長 秋永 徹

住 所：北海道勇払郡厚真町錦町10-2

役 割：商品・サービス発掘支援、情報発信、情報共有

12. 鶴川漁業協同組合厚真支所

代表者：代表理事組合長 時田 清一

住 所：北海道勇払郡厚真町字浜厚真 3 3

役 割：商品・サービス発掘支援、情報発信、情報共有

連携体制図等

