

経営発達支援計画の概要

| | |
|------|--|
| 実施者名 | 平取町商工会 (法人番号 3430005009511) |
| 実施期間 | 平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日 |
| 目 標 | <p>当会では、小規模事業者の中長期的な振興のあり方として、「地域資源を活かした観光客の増加と経営力向上の連携による商工業の繁栄」を掲げ、需要動向調査等の結果を踏まえて、共に行動する伴走型の支援を行うべく、経営発達支援の目標を次のとおり掲げます。</p> <p>① 人口減少、少子高齢化など新たなニーズに対応したビジネスプラン策定支援を通じて、<u>小規模事業者の売上を平均 3%増加させる</u></p> <p>② 農産物など一次産品の地域資源を活かした魅力ある特産品の開発・普及により<u>観光客入込数 25 万人</u>を目指す</p> <p>③ 創業・第二創業の推進により<u>開業率を増加させ、小規模事業者の維持</u>を図る</p> <p>④ アイヌ伝統工芸の販路拡大・ブランド化支援により、伝統工芸品を将来に向け維持発展させ<u>地域の雇用を増加させると共にアイヌ伝統文化の保全</u>を図る</p> |
| 事業内容 | <p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること【指針③】</p> <p>(1) 各種情報の収集と提供</p> <p>(2) カード事業のオンラインデータを活用したデシル分析等による経済動向の調査・分析</p> <p>(3) ヒアリングシートを活用した経済動向の収集・分析</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】</p> <p>(1) 巡回訪問による経営分析</p> <p>(2) 専門家による経営分析</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】</p> <p>(1) 専門家による事業計画策定セミナー</p> <p>(2) 事業計画策定</p> <p>(3) 創業・第二創業、経営革新支援と事業承継の計画策定</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</p> <p>(1) 事業計画を策定した事業者に対するフォローアップ</p> <p>(2) 創業・第二創業の事業計画を策定した事業者及び経営革新支援の事業計画を策定した事業者に対するフォローアップ</p> <p>(3) 事業承継支援計画を策定した事業者に対するフォローアップ</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】</p> <p>(1) 観光客のニーズ調査「アイヌ伝統工芸」</p> <p>(2) 観光客のニーズ調査「特産品を活用した食」</p> <p>(3) 重点支援先の商品・サービスに対する需要動向調査</p> <p>(4) 各種指標による需要動向の情報収集、分析、提供</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】</p> <p>(1) 展示会・商談会などを活用した販路開拓・拡大の支援</p> <p>(2) ECサイト及び自社ホームページを活用した販路開拓・拡大の支援</p> <p>(3) ホームページと並行した「SNS」や「ブログ」による情報の発信</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>(1) 食による活性化策</p> <p>(2) 青年部事業による婚活イベント「街コン in びらとり」の実施</p> <p>(3) トマトカード会の発行する「ポイント事業」と行政及び農協との連携拡充</p> <p>(4) 各団体等との懇談会</p> |
| 連絡先 | <p>平取町商工会 (ヒラトリチョウシヨウカウイ) 電話番号 01457-2-2329 FAX01457-2-3615</p> <p>住所 沙流郡平取町本町 34-7</p> <p>E-mail: biratori@coral.ocn.ne.jp URL: http://bira-shokokai.sakura.ne.jp/</p> <p>事務局長 山田秀幸 経営指導員 釜沢 等</p> |

経営発達支援事業の目標

1. 平取町の概況

平取町は北海道日高地方の西端に位置し、一級河川である沙流川や 15 ヘクタールの広さを誇るすずらん群生地、日本百名山に選定されている幌尻岳を望むなど美しく豊かな景観に恵まれた町で、国道 237 号線から国道 36 号線へぬけ新千歳空港（空）・苫小牧港や JR 苫小牧駅（海・鉄道）へのアクセスが 1 時間圏内と交通の利便性は距離的には良好な反面、鉄道駅がなくバス等公共交通機関の運行数も少ないことから滞在型の流入者が少ない状況にある。

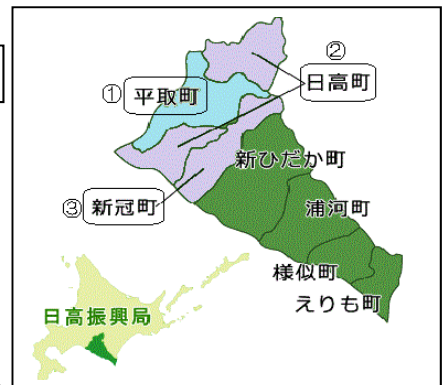
人口 5,308 人（平成 28 年 9 月 1 日現在）、総面積 743.16 平方キロメートルで北海道旭川市（747.6 平方キロメートル）にほぼ匹敵し、東京都全域（2,190.9 平方キロメートル）の約 34 パーセントを占める割合の面積で広範な地域に広がり、夏は冷涼で冬期の積雪は少なく北海道の中では比較的温暖で過ごしやすい気候である。

またアイヌ文化発祥の地で、町の美しい景観を形成する沙流川を中心に独自のアイヌ文化が発達し、今でもアイヌの人々が多く住む二風谷地区はアイヌの聖地と言われ、民俗学の分野で世界的に知られている。同地区にあるアイヌ文化博物館には、年間 1 万 9 千人が訪れ、その古くから伝わる木彫のお盆「イタ」とオヒョウの木の皮を剥いで紡いで作る「アットゥシ織」は、平成 25 年に経済産業省の「伝統的工芸品」に指定された。

町の主産業は農業であり、びらとり和牛や平取産黒豚、「ニシパの恋人」ブランドで知られる桃太郎種の「トマト」、その加工品であるトマトジュースなどが北海道内や関西圏の市場を中心に販売され広く知られている。

トマトの売上高は加工品含め 42 億円（平成 27 年度実績）を超え、北海道一であり、日本でも有数の産地となっている。

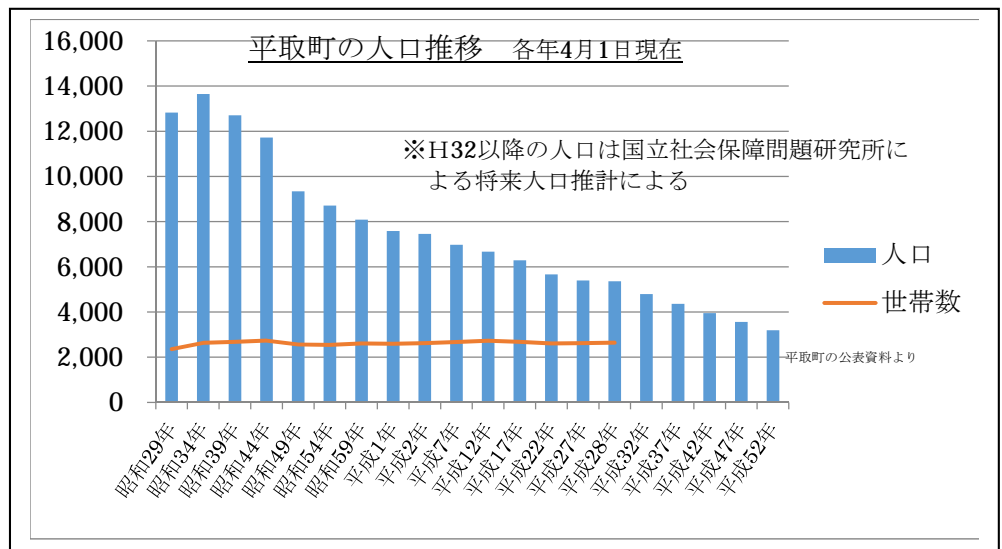
平取町
日高町 新冠町と「日高西部商工会広域連携協議会」
を組んでいる



2. 人口の動き

昭和 34 年の 13,649 人（国勢調査）をピークにその後減少を続け、平成 28 年 4 月には 5,358 人とピーク時の約 4 割となっている。反面、世帯数は昭和 44 年の 2,729 世帯に対し、平成 28 年 4 月では 2,640 世帯で、若干の減少は見られるものの、人口減少に比してほぼ横ばいであり、核家族化と単身世帯の構成が大幅に増加している傾向にあるといえる。

■平取町の人口推移
（図表 1）



3. 地域産業の現状

(1) 農業の状況

稲作中心であった農業は、昭和40年代米の過剰問題に伴う生産調整により、他の作物へのシフトが余儀なくされ、当町では気候的な条件からトマトを中心とした野菜や和牛生産に取り組み、とりわけトマト栽培グループ（昭和47年6戸からスタート）の熱心な活動により、技術体制が大きく前進し、昭和61年、規格外品の付加価値を高めるためにトマトジュースの試作に取り組み、これに「ニシパ※の恋人」とネーミングし販売を開始した。「ニシパの恋人」はネーミングのインパクトとさっぱりとした飲み口の味の良さから一気に消費者の好評を得られ、トマトジュースにおいて道内トップクラスのブランドとなった。

平成2年、試験栽培の結果、市場価値が高かった桃太郎品種に全面変更し、道外市場へ出荷が急増することとなり、平成4年には共同選果施設が設置され、出荷量が大きく伸び、この年の販売額は5億円を突破した。それに伴い転作農家の増加や、若者のUターン、Iターンなどによりトマト農家が増加し、現在（平成27年度実績）ではトマト農家160件、加工品も含めた年間販売額42億円となり北海道一の生産額となっており、坪当たりの生産額も年を追うごとに増加（図表2）しトマト農家の所得は高水準となった。

また、畜産では、昭和37年島根県から黒毛和種の繁殖牛が導入され、「びらとり和牛」ブランドが定着し、現在では、和牛生産戸数55戸、年間400頭を出荷している。更に平成元年にはパークシャ一種の黒豚原種4頭を導入し、2件の生産者が年間1,000頭を出荷しており平取産黒豚の生産にも力を注ぎ、ブランド化を図っているところである。

※ニシパとは…アイヌ語で「紳士・酋長・尊敬される人」を言う。

■びらとりトマト（ニシパの恋人ブランド）栽培の変遷（図表2）

| 年度\項目 | 生産戸数 (戸) | 作付面積 (ha) | 販売金額 (千円) | 坪当たり 金額(円) |
|-------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| 昭和47年 | 6 | 0 | 0 | 0 |
| 昭和50年 | 45 | 1.4 | 21,316 | 5,124 |
| 昭和55年 | 45 | 2.9 | 49,521 | 5,697 |
| 昭和60年 | 45 | 5.7 | 118,900 | 6,948 |
| 平成2年 | 66 | 14.3 | 286,048 | 6,671 |
| 平成7年 | 115 | 35.0 | 1,027,958 | 9,784 |
| 平成12年 | 159 | 79.6 | 2,161,508 | 9,057 |
| 平成17年 | 166 | 102.6 | 2,691,656 | 8,747 |
| 平成22年 | 162 | 116.6 | 3,366,623 | 9,621 |
| 平成26年 | 166 | 121.0 | 4,295,897 | 11,835 |
| 平成27年 | 163 | 118.9 | 4,275,149 | 11,989 |



平取町の公表資料より

(2) 観光産業の状況

平取町の観光は、古くから沙流川流域に伝わるアイヌ伝統文化が中心であり、文化財としての価値が特に重要な「重要文化的景観」として「アイヌの伝統と近代の開拓による沙流川流域の文化的景観」が平成19年に全国で三番目に国からの選定を受けている。

二風谷ダム湖畔に平取アイヌ文化博物館、沙流川歴史館が整備され、更に「匠の道」として工芸家の工房とお店を紹介するマップなどを製作し、来町者への配布や各種イベント等にて配布・紹介している。アイヌの工芸家が製作するイタ（木彫のお盆）やアットゥシ織（オヒョウの木の皮を紡いで製作した反物・その加工品）は世界的にも評価が高く一級品とされているが、手作りがゆえに高価なものであり、その販売にはブランド化が不可欠で、工芸家や民芸品店で組織する二風谷民芸組合が運営する「二風谷工芸館」では、共同販売を行い、修学旅行生や団体旅行客にアイヌの木彫りの体験などを行い、文化の発信も行っている。

「食」の分野では、地場産品を活かそうと、平成22年に町内飲食店6店が組み「地産地消の会」を結成し、研究を重ね、地元産トマトや和牛、米や野菜を使用し、メニュー化した「ニシパの恋人ランチ」を各店舗で開発・提供し、都市部や近隣市町からの来街者増を目指し、紙面PRやパブリシティを強力に行った結果、当プロジェクトを目的とした来街者も多く、平成25年度はびらとり温泉リニューアルの際の休館の影響で激減はあったものの、平成22年から24年まで160,326人から167,255

人、168,531人と微増（図表3）となっており、ランチを展開しているメンバーである、びらとり温泉の入込みが平成26年度は前年比307%、7万4千人余の増、全体で218,348人、“食”が流入増の一端となっている。

しかしながらトータルとしては、公共交通機関の不便さから通過型の観光に過ぎず、長期滞在型ではないことから地元経済には大きな有益にはなっていない現状にある。

【アイヌ伝統文化】



二風谷アイヌ文化博物館



イタ（木彫のお盆）



アットウシ織の着物

【ニシパの恋人ランチ】

ニシパの恋人ランチ 6つの定義

- 1 お米は平取産を使用する。
- 2 お肉は「びらとり和牛」、「平取産黒豚」のうちいずれかを使用する。
- 3 びらとりトマト又はその加工品を使用する。
- 4 野菜は季節に合わせた平取産の野菜を使用する。
- 5 必ず所定の「のぼり」を立てる。
- 6 価格は全店 980円（税込）とする。

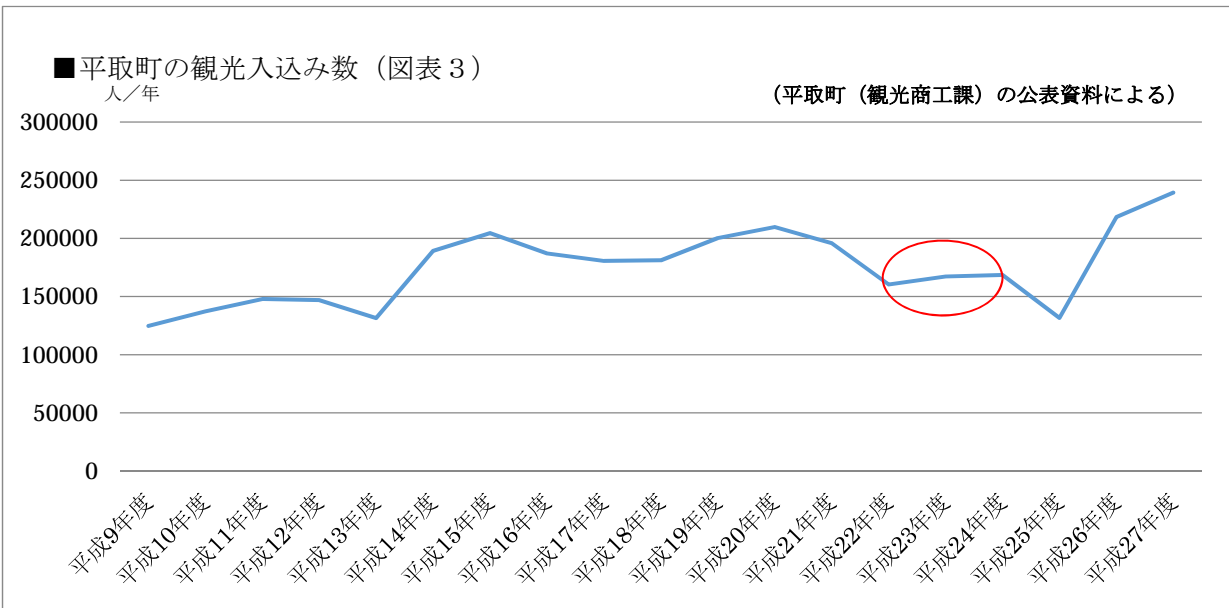


（製作したパンフレット）





(平成 23 年 8 月 29 日 : 町長、農協組合長、役場関係者、農協関係者、議会関係者、商工会役員、マスコミ関係者 30 名以上集まった試食会)



(3) 商工会組織の背景と現状及び商業の現状

平取町の商業集団は、広域な地理的環境から3つに分散し、本町地区(沙流川本流)・振内地区(沙流川上流)・貫気別地区(沙流川支流)に分かれている。

商工会の組織体として3地区で支部制を採用していたが、平成16年、定款を改正し支部制を廃止、部会制の一部に地区部会を組み込み、その下に平取地区会・振内地区会・貫気別地区会を配し、地域のイベントや花壇整備等の振興事業等の受け皿となり活動し現在に至っている。

広域連携の推進については、平成22年、隣町である日高町商工会、新冠町商工会と日高西部商工会広域連携協議会として発足し、現在まで広域の企業支援はじめ、職員の研修、消費動向調査、経営者意識調査など連携して事業を行っている。

現在の平取町の商業については、商店街が機能的に集約した形ではなく、自然発生的な形で点在する部分が多く、また現在では住宅も混在した形であり、消費者が商品別に買い物をしようとして回遊し闊歩できるような商店街形成がなされていない。

また、買回り品及び生鮮品は日高町富川地区へ車で15分、苫小牧市の大型ショッピングモールまで車で1時間圏内と、衣料品や家電等は苫小牧市内の大型家電量販店、札幌市まで2時間、またインターネット及び通信販売等に流出し、現状では建築を除き約80%の消費が流出している状況にあり、その対策は急務である。

(4) 工業の状況

平取町の工業は、古くから林産工業と日高山脈の中でも多くの鉱種に恵まれクローム生産などの鉱工業が盛んであったが、交通環境や経済環境・エネルギー環境などの時代背景と共に減少した。

現在では、一部の林業と、地域の利水補給・洪水調整を目的とした沙流川総合開発事業に伴う二風谷ダム（平成7年完成）建設に関連工事等は直接的又は間接的に携わるようになり、特に土木建設業と小規模運送事業者が多くみられるようになってきた。しかし、二風谷ダム完成後は、小規模な建設事業者や運送事業者は淘汰され、現在では中堅クラス以上の事業者が残存している状況となっている。今後同開発事業の平取ダム建設が本格化し、付随工事含め建設需要が高まることは予想されるが、依然として公共事業依存型は否めない状況にある。

4. 地域・小規模事業者の課題

(1) 消費動向調査

平成25年10月に、日高西部商工会広域連携協議会において各町消費動向調査を共通の調査を行い、当町における集計・分析を行った。

■消費動向調査結果（図表4）

| | | | | | | | |
|------|------|-------------|------|-----------|------|-----|-------|
| 調査対象 | 平取町民 | 調査票 配布枚数 | 600枚 | 有効 回答数 | 471枚 | 回収率 | 78.5% |
|------|------|-------------|------|-----------|------|-----|-------|

※地域・職種に偏りのないよう、役場職員のご家族、農協職員のご家族及び農業従事者、事業者、一般町民、また本町地区・振内地区・貫気別地区広く行きわたるよう、各カテゴリで無作為に抽出し配布をした。

・属性

| | | | | | | |
|------|----------------|----------------|----------------|--------------|----------------|-------------|
| 性別 | 男性 39.5% | 女性 56.1% | 無回答 4.5% | — | — | — |
| 年代 | 20代以下 13.0% | 30代 12.1% | 40代 16.6% | 50代 22.9% | 60代以上 33.5% | 無回答 1.9% |
| 地区 | 本町地区 66.9% | 貫気別地区 10.2% | 振内地区 16.3% | 無回答 6.6% | — | — |
| 世帯構成 | 単身 19.7% | 核家族 65.6% | 三世代以上 12.7% | 無回答 1.9% | — | — |
| 職業 | 農林業 13.6% | 自営業 19.1% | 勤務者 53.7% | 無職 13.0% | 無回答 0.6% | — |

・回答抜粋（※上位3項目まで記載のため構成比合計は100%にならない ※無回答は除外）

Q1 地元商店をどれくらい利用しているか

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|---------|-----|-------|
| 週1回程度 | 158 | 33.6% |
| 週2～3回程度 | 127 | 27.0% |
| 月1回程度 | 73 | 15.5% |

Q2 地元商店以外で最も利用されている地域

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|-----------|-----|-------|
| 苫小牧市 | 264 | 57.4% |
| 日高町（富川地区） | 105 | 22.8% |
| 札幌市 | 52 | 11.3% |

Q3 地元商店で主にどのような業種を利用しているか

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|----------------|-----|-------|
| ガソリンスタンド・灯油・ガス | 371 | 50.7% |
| 飲料 | 291 | 39.8% |
| 生鮮食料品 | 309 | 20.3% |

Q4 地元商店利用頻度の高い理由

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|-----------|-----|-------|
| 自宅や勤務先に近い | 238 | 29.1% |
| 昔からの顔なじみ | 140 | 17.1% |
| 地元にあふがある | 79 | 9.7% |

Q5 地元商店利用頻度の低い理由

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|----------|-----|-------|
| 品ぞろえが悪い | 78 | 23.5% |
| 価格が高い | 70 | 21.1% |
| 一箇所で揃わない | 44 | 13.3% |

Q6 地元商店を利用して頂けるためには何が必要か

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|----------------|-----|-------|
| 個店の魅力アップ | 218 | 29.8% |
| 共同販促事業の活性化 | 113 | 15.4% |
| イベント(まつり、展示会等) | 105 | 14.3% |

(2) 経営者意識調査

平成26年10月、日高西部商工会広域連携協議会では、小規模事業者等の廃業件数の増加、商店街の空洞化、会員数の減少、高齢化の進行、近隣都市部への購買力流出といった共通の課題があったことを受けて、地域商工業の将来に向けての充実度を広域的に調査し、動向を把握・分析したうえで経営課題抽出の基礎データとして活用し商業振興策の推進を図ることを目的に、これからの企業支援におけるニーズ、後継者・事業承継等を含む経営者の意識調査を実施した。

■ 経営者意識調査結果 (図表5)

| | | | | | | | |
|------|-------------|-------------|------|-----------|------|-----|-------|
| 調査対象 | 平取町 商工会員 | 調査票 配布枚数 | 161枚 | 有効 回答数 | 119枚 | 回収率 | 73.9% |
|------|-------------|-------------|------|-----------|------|-----|-------|

・ 属性

| 属性 | 男性 | 女性 | 無回答 | — | — | — |
|------|---------------|----------------|---------------|--------------|----------------|----------------|
| 性別 | 85.7% | 14.3% | 0.0% | — | — | — |
| 年代 | 20代以下 0.0% | 30代 5.0% | 40代 15.1% | 50代 22.2% | 60代以上 38.7% | 70代以上 21.0% |
| 地区 | 本町地区 66.9% | 貫気別地区 10.2% | 振内地区 16.3% | 無回答 6.6% | — | — |
| 世帯構成 | 単身 19.7% | 核家族 65.6% | 三世以上 12.7% | 無回答 1.9% | — | — |
| 職業 | 農林業 13.6% | 自営業 19.1% | 勤務者 53.7% | 無職 13.0% | 無回答 0.6% | — |

・ 回答抜粋 (※上位3項目まで記載のため構成比合計は100%にならない ※無回答は除外)

Q1 直近二期の売上

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|--------|-----|-------|
| 横ばい | 42 | 35.3% |
| 減少した | 27 | 22.7% |
| やや減少した | 22 | 18.5% |

Q2 後継者の有無

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|----|-----|-------|
| 無し | 64 | 53.8% |
| 未定 | 27 | 22.7% |
| 有り | 20 | 16.8% |

Q3 後継者あり その関係は

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|-----|-----|-------|
| 子 | 18 | 15.1% |
| 従業員 | 3 | 2.5% |
| 親族 | 1 | 0.8% |

Q4 後継者あり その時期は

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|------|-----|------|
| 未定 | 11 | 9.5% |
| 3年以内 | 4 | 3.4% |
| 1年以内 | 3 | 2.6% |

Q5 現在の経営上の悩み

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|-----------|-----|-------|
| 地域の人口減少 | 44 | 14.9% |
| 売上・完工高の減少 | 43 | 14.6% |
| 地域住民の高齢化 | 42 | 14.2% |

Q6 今後の経営状況の見通し

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|--------|-----|-------|
| やや悪くなる | 46 | 38.7% |
| 変化なし | 33 | 27.7% |
| 悪くなる | 22 | 18.5% |

Q7 地域住民が商店街に求めるものは何か

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|-------------------|-----|-------|
| 個店の魅力アップ | 60 | 29.3% |
| イベント（まつり・展示会等）の推進 | 27 | 13.2% |
| 共同店舗販売促進事業の活性化 | 26 | 12.7% |

Q8 廃業を考えている時期

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|----------|-----|-------|
| 未定 | 25 | 21.0% |
| 1年～3年以内 | 8 | 6.7% |
| 5年～10年以内 | 8 | 6.7% |

Q9 事業承継についてどこに相談するか

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|-----------|-----|-------|
| 商工会 | 16 | 11.3% |
| 税理士・公認会計士 | 12 | 8.5% |
| 親族・役員・従業員 | 7 | 5.0% |

Q10 商工会の経営支援に何を求めるか

| 項目 | 回答数 | 構成比 |
|------------|-----|-------|
| 税務・労務・経理など | 32 | 14.3% |
| 各種融資制度の斡旋 | 20 | 8.9% |
| 販路拡大 | 17 | 7.6% |

●消費動向調査（図表4）及び経営者意識調査（図表5）の結果から次のことが課題とあげられる。

【課題1】

苫小牧市沼ノ端地区へのショッピングモールを中心に、その周辺に家電量販店、ホームセンター、大手家具店、衣料品店などの進出が急激に増えている。平成18年には日高道富川インターチェンジ（平取町中心部から車で15分）の共用がスタートし、一時間弱の移動で飲食料品や買回り品、家電・家具などワンストップでの買い物ができるようになった。また、大手の回転すしチェーンをはじめ多くの飲食店も同地区に出店し、急激な商業環境の変化により、レジャー型飲食なども含めた

消費の流出が顕著となり売上は減少の傾向にある。それら流出の歯止めと、他からの流入を増やすかが課題となっている。

【課題 2】

高齢化及び後継者不足（図表 5 の経営者意識調査から今後も増加する傾向にある）による廃業等で空き店舗が増加し、商店街が空洞化していることが課題となっている。

【課題 3】

公共交通機関の運行が少ないなどの状況から短期滞在となり通過型観光が定着していることが課題となっている。

【課題 4】

地域商店街として、高齢化などにより各種イベントや大売出し事業など実施する側のコミュニティが減少することにより帰属意識が低下し、スケールメリットが損なわれ、魅力がないからイベントの集客力も低下する悪循環を繰り返してきている。

5. 商工会が行ってきたこれまでの取組

商工会では、地域課題および小規模企業が抱える課題に対して、以下の支援に取り組んできた。

【経営改善普及事業】

- ① 確定申告や記帳継続を中心とした税務指導及び経営分析による経営改善の検討
- ② ㈱日本政策金融公庫と連携した経営改善融資斡旋を中心とした金融相談
- ③ 労働保険事務組合として労災保険の相談、雇用保険の取得喪失手続の相談を中心とした労務指導
- ④ 商工貯蓄共済制度や小規模企業共済制度などへの積極的な加入促進

【地域振興・販売促進策】

- ① 販売促進に係るカード事業に対する支援
- ② 青年部・女性部など若手後継者等育成の支援
- ③ 地域振興事業としての各種イベントの企画・立案・運営指導

【情報化支援】

- ① 町費補助により全商工会員ファックス設置を行い、事務局と役員・会員双方向の情報共有を充実させ情報の迅速な提供や文書連絡手段を構築
- ② 全国商工会連合会が推奨するホームページ作成ツール「SHIFT」を中心としたパソコンの操作やスマホ・タブレットを利用した操作講習会などを行い、ネット販売構築のための商品カタログ作成など、経営改善普及事業の根幹となる「情報」を重点に支援

【産業育成】

伝統産業育成の観点から、平取町のアイヌ工芸品の販路拡大を図るため、国費補助事業等※を活用し、工芸品の作り手などの現状調査からニーズ調査までを行った。その工芸品をベースとした新たな商品展開に向けて、試作品製作から展示会・商談会（主に札幌・東京）に出展し販路拡大を目指すとともに、並行してブランド化を進め、「Sarunkur aynu」（サルウングルアイヌ・沙流川流域のアイヌ文化）を商標登録し、平成 25 年には、平取アイヌが製作する「イタ（木彫のお盆）」と「アットゥシ織（オヒョウの木の皮を剥いで紡いだ反物・その加工品）」が経済産業省の指定する「伝統的工芸品」（全国で 213 番目、北海道では初）の指定を受けたところである。

（※全国展開支援事業は、平成 22 年度：調査研究事業、平成 23 年度：本体事業 1 年目、平成 24 年度：本体事業 2 年目まで 3 年間実施、平成 25 年度は町単費事業にて行った。）

＝以下、近年に行った主な取り組み＝

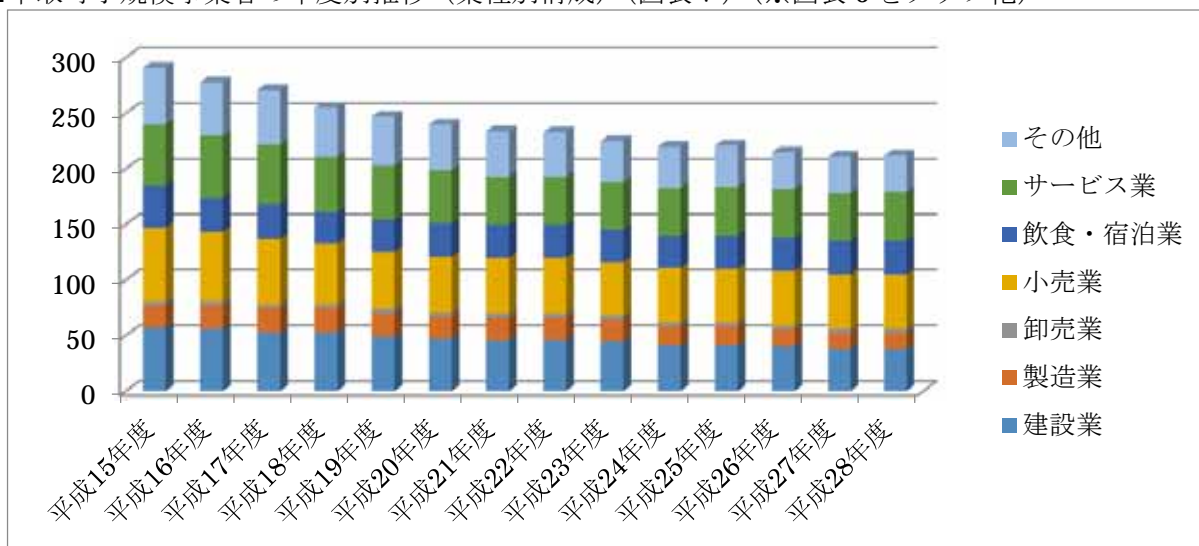
| | | |
|----------|--|---------------------|
| 平成 21 年度 | ポイントカードオンライン化システム導入事業支援 | 町費補助事業 |
| 平成 21 年度 | プレミアム商品券販売事業（20％） | 町費補助事業 |
| 平成 22 年度 | 沙流川流域アイヌ伝統工芸ブランド化支援事業 | 国費：全国展開プロジェクト調査研究事業 |
| 平成 22 年度 | プレミアム商品券販売事業（20％） | 町費補助事業 |
| 平成 23 年度 | 沙流川流域アイヌ伝統工芸ブランドによる特産品開発事業 | 国費：全国展開支援事業本体事業 |
| 平成 23 年度 | プレミアム商品券販売事業（20％） | 町費補助事業 |
| 平成 24 年度 | プレミアム商品券販売事業（20％） | 町費補助事業 |
| 平成 24 年度 | 沙流川流域アイヌ伝統工芸ブランドによる特産品開発事業 | 国費：全国展開支援事業本体事業 |
| 平成 24 年度 | 新・ご当地グルメ「ニシパの恋人ランチ」開発事業 | 道費：地域づくり交付金 |
| 平成 24 年度 | プレミアム商品券販売事業（20％） | 町費補助事業 |
| 平成 25 年度 | アイヌ伝統工芸産業支援事業 | 町費補助事業 |
| 平成 25 年度 | 日高西部商工会広域連携消費動向調査 | 道費：広域連携等モデル事業 |
| 平成 25 年度 | プレミアム商品券販売事業（20％） | 町費補助事業 |
| 平成 26 年度 | 日高西部商工会広域連携経営者意識調査 | 道費：広域連携等モデル事業 |
| 平成 26 年度 | 「冬もあったか！平取スタンプラリー事業」 | 国費：地域商店街活性化事業 |
| 平成 26 年度 | 小規模事業者持続化補助金申請支援（2 件） | 国費補助金 |
| 平成 26 年度 | 街コン in びらとり（青年部婚活イベント） （7 組成立のうち 2 組結婚） | 町費補助事業 |
| 平成 26 年度 | プレミアム商品券販売事業（20％） | 町費補助事業 |
| 平成 27 年度 | 街コン in びらとり（青年部婚活イベント） （8 組成立） | 町費補助事業 |
| 平成 27 年度 | プレミアム商品券販売事業（30％） | 町費補助事業 |
| 平成 27 年度 | 小規模事業者持続化補助金申請支援（5 件） | 国費補助金 |

■平取町小規模事業者の年度別推移（業種別構成）（図表 6）

| 年度 | 建設業 | 製造業 | 卸売業 | 小売業 | 飲食・ 宿泊業 | サービ ス業 | その他 | 合計 |
|----------|-----|-----|-----|-----|------------|-----------|-----|-----|
| 平成 15 年度 | 57 | 20 | 4 | 66 | 38 | 55 | 51 | 291 |
| 平成 16 年度 | 56 | 21 | 4 | 62 | 31 | 56 | 48 | 278 |
| 平成 17 年度 | 53 | 21 | 4 | 59 | 31 | 54 | 49 | 271 |
| 平成 18 年度 | 53 | 21 | 4 | 55 | 28 | 50 | 44 | 255 |
| 平成 19 年度 | 49 | 21 | 4 | 51 | 29 | 49 | 44 | 247 |
| 平成 20 年度 | 47 | 20 | 4 | 50 | 30 | 48 | 41 | 240 |
| 平成 21 年度 | 46 | 20 | 4 | 50 | 30 | 43 | 41 | 234 |
| 平成 22 年度 | 46 | 20 | 4 | 50 | 30 | 43 | 40 | 233 |
| 平成 23 年度 | 45 | 19 | 4 | 48 | 29 | 43 | 37 | 225 |
| 平成 24 年度 | 41 | 17 | 4 | 49 | 29 | 43 | 37 | 220 |
| 平成 25 年度 | 41 | 17 | 4 | 48 | 30 | 44 | 37 | 221 |
| 平成 26 年度 | 40 | 15 | 4 | 49 | 30 | 44 | 33 | 215 |
| 平成 27 年度 | 38 | 14 | 4 | 49 | 30 | 43 | 33 | 211 |
| 平成 28 年度 | 38 | 14 | 4 | 49 | 30 | 44 | 33 | 212 |

※数値は各年度末・平成 28 年度は H28/10/1 現在の数値

■平取町小規模事業者の年度別推移（業種別構成）（図表7）（※図表6をグラフ化）



これまで平取町商工会が行ってきた支援を検証した結果、特に道費補助事業等にて行ってきた「ニシパの恋人ランチ」の展開や、国費補助事業の全国展開支援事業補助金を受けて実施してきた「アイヌ伝統工芸のブランド化」の確立など特定分野への成果は現れてきつつあるものの、小規模事業者の経営改善においては未だ十分な結果が現れておらず、大半の小規模事業者は、時間的余裕がなく経理処理や計数管理がきちとした形でなされていないなど十分な経営支援を享受しにくい環境にあったといえる。このような事情に鑑み、平取町商工会では各支援機関と連携した伴走型支援を中心とした経営発達支援事業に取組み、小規模事業者の持続的発展をサポートしていく。

6. 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

平取町は、地域人口の減少に伴う売上高・完工高の減少が顕著にみられており、小規模事業者の経営は非常に厳しい状況にある。地域産業であるトマト・和牛のブランド力においては良い面が見られてはいるものの、人口の減少による地域経済の縮小を解決していかなければ小規模事業者の持続的発展には繋がってはいかないと考える。

平取町の総合計画（平成27年度策定・平成28年度～平成37年度の10カ年の計画期間）では、商工業育成の目標として「多様化するニーズや社会情勢の変化に対応できる商工業者の育成と強化を図るため、各種融資制度や補助制度の効果的な活用を促進し、支援体制を充実させるとともに、後継者の育成についても商工会と連携し地域産業の発展を推進します。」とされ、商工業振興の具体策としては、【①中小企業への融資支援、②起業化支援、③後継者の育成・確保、④地場産業の育成、⑤商工団体への支援と連携】を掲げている。また、観光振興基盤の目標としては「滞在型観光の拠点となる二風谷地区はじめ、町内の各拠点施設を充実することにより交流人口の増加を図るとともに、外国人観光客にも配慮した観光拠点の施設整備を図ります。」としており、具体策としては、【①観光拠点施設の充実、②外国人観光客の受入体制の充実、③誘客イベントの充実、④地域資源の活用、⑤観光情報発信の強化、⑥観光推進体制の強化、⑦広域観光連携】を掲げている。

これら平取町が目指す将来像は、商工会として認識している地域産業の現状・課題（上述）を解決することで、その方向性と合致するものと認識しており、商工会は、町を含め地域関係機関との連携を強化して地域全体の活力の創出を図っていく。

そのため、商工会では以下のとおり小規模事業者の中長期的な振興のあり方を設定する。

《小規模事業者の中長期的な振興のあり方》

地域資源を活かした観光客の増加と経営力向上の連携による平取町の商工業の繁栄

この小規模事業者の中長期的な振興のあり方を踏まえた経営発達支援事業の目標は以下のとおりとする。

7. 経営発達支援事業の目標

《経営発達支援事業の目標》

- ① 人口減少、少子高齢化など新たなニーズに対応したビジネスプラン策定支援を通じて、小規模事業者の売上を平均3%増加させる。
- ② 農産物など一次産品の地域資源を活かした魅力ある特産品の開発・普及により観光客入込数25万人を目指す。
- ③ 創業・第二創業の推進により開業率を増加させ、小規模事業者数の維持を図る。
- ④ アイヌ伝統工芸の販路拡大・ブランド化支援により、伝統工芸品を将来に向け維持発展させ地域の雇用を増加させると共にアイヌ伝統文化の保全を図る。

上記に掲げた経営発達支援事業の目標を達成するための実施方針を次の通りとする。

《経営発達支援事業の目標を達成するための実施方針》

目標① 人口減少、少子高齢化など新たなニーズに対応したビジネスプラン策定支援を通じて、小規模事業者の売上を平均3%増加させるための実施方針

平取町では、人口減少、少子高齢化、インターネットによる買い物の普及など社会環境、内部環境の変化により地域経済の縮小が進んでいる。

高齢化が進むなか、地域内では高齢者に対応したサービスやコミュニティの場などが求められており、こうしたニーズも地域経済動向調査などを通じてとらえつつ、それぞれの小規模事業者の経営状況分析、事業計画策定を行い、社会環境や内部環境の変化に対応したビジネスの再構築の支援を行い、新たな販路開拓や拡大、ネット販売を並行させるなど販売機会の拡大を図り、もって平均売上が3%増加させる。

目標② 農産物など地域資源を活かした魅力ある特産品の開発・普及により観光客入込数25万人を目指すための実施方針

平取町には、トマトやびらとり和牛などに代表される農産物などの地域資源が存在する。これまでに飲食店6店がタグを組み地場産品を使用したご当地グルメなどの事業を進めてきたが、一過性のもので終わっていた。

そこで、JA びらとりや地域消費者などとの連携を更に進めながら、平取町の農産物を活かした新たな特産品の開発や販売など、地域資源を大いに活用したビジネスの構築支援を行い、飲食店のみならず小売業者にもそれらを波及させる取組を行うことで、平取町商店街としてのストーリーを構築し、来街者が楽しめる店づくり、ひいては商店街づくりを支援し、流入者を増やす取組を行う。

(入込数 平成26年度 196,957人、平成27年度 215,385人 平成27年度に比し14%増の目標)

目標③ 創業・第二創業の推進により開業率を増加させ、小規模事業者数の維持を図るための実施方針

平取町では、人口減少が加速する中、Uターンや移住促進を推し進めている。そこから生まれた住民は、平取町の新たな事業の担い手であり、こうした人々の創業支援を積極的に行っていくことで、地元商店街の活性化や地域経済の活性化につなげていく。

また、小規模事業者や後継者に対しては、創業・第二創業塾などを通じてその動機づけを行う。

現在平取町では、商工会がビジネスプランを作成し推薦をすることにより「起業化補助金」(創業経費の2分の1 限度額100万円)が受けられる制度があり、それが継続的に行われるよう要望していきながら、移住者をもターゲットに含め創業・第二創業の支援をし、もって開業者が増える取組を行っていく。

目標④ アイヌ伝統工芸の販路拡大・ブランド化支援により、伝統工芸品を将来に向け維持発展させ地域の雇用を増加させると共にアイヌ伝統文化の保全を図るための実施方針

平取町には、アイヌ文化やアイヌ伝統工芸といった他にはない独自の地域資源を有しており、これらを活かした観光振興を進めているところである。

小規模事業者においては、町内を主なターゲットとしてビジネス展開を行ってきた。観光振興の施策と連動することにより、交流人口を小規模事業者のマーケットに取り込み、ビジネスの発展と併せて、伝統文化を保全し、雇用の維持を図っていく。

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) 5 年間

(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】

平取町商工会地区内の小規模事業者の多くは、経済動向などの情報に接することは少なく、こうした情報を経営に十分に役立てられていない。当商工会としての地域経済動向の把握は、経営指導員等の巡回訪問やトマトカード会の会議等でのヒアリングを中心に行ってきた。社会経済動向の把握としては、各業種組合での会議、(株)日本政策金融公庫での経営改善貸付団体連絡協議会や税務署等の研修会での資料等及び苫小牧信用金庫「とましん景況レポート」での把握に留まり、当地域が抱える課題の抽出は最近まで行っていなかった。

【改善方法】

上記の調査活動を基点に、今後も継続して地区内の経済動向を調査することにより推移を明確にし、傾向と対策提案をするなど伴走型の支援を行う。

新たに、地域全体の経済動向と小規模事業者の経済動向調査・収集、分析をし、地域内の詳細な経済動向を把握することにより、小規模事業者を取り巻く環境、機会、脅威を捉え、個々の事業計画策定にその方向性の判断材料としての的確な支援が可能となり、当地域に合った経営発達支援事業の円滑な推進が図られる。

【事業内容】

(1) 各種情報の収集と提供

金融機関や行政が公表している各種情報を活用して、地域内の経済動向や業種別・企業規模別・地域別の景況D I、流通動向等の抽出により、例えば北海道の「月例経済報告(景況データ)」と苫小牧信用金庫の「とましん景況レポート(景況データ)」を比較分析するなど小規模事業者の事業機会や事業計画策定の指針となるよう調査・収集する。

それら情報について、商工会のホームページの情報提供欄とリンクを貼り、また巡回訪問等により小規模事業者に対してタイムリーな情報として提供する。

| | |
|--------|--|
| 収集する調査 | ① 総務省統計局(統計調査) ② 北海道経済産業局(地域経済産業調査、生産動向、産業別動向等) ③ 北海道(月例経済報告等) ④ (株)日本政策金融公庫(調査月報) ⑤ 苫小牧信用金庫(とましん景況レポート) ⑥ 日経テレコン ⑦ 日経流通新聞 |
| 頻度 | 毎月、四半期ごと、調査結果が報告される都度、収集 |
| 収集項目 | 各種景況の情報、売れ筋の商品や消費者の購買動向など |
| 情報の整理 | ① 経営指導員等職員が情報収集を行い、電子データにより整理・保存 ② 共有フォルダに保存することで情報の共有化を進める |
| 提供方法 | ① 商工会報にて情報提供を行う(年1回) ② WEBサイトで情報を提供する(年1回) ③ 経営指導員の巡回時などに提供する(四半期ごと) |
| 効果 | 小規模事業者の事業活動予測に活用しやすくなる |

(2) カード事業のオンラインデータを活用したデシル分析等による経済動向

トマトカード会のオンラインデータから、デシル分析(※1)・RFM分析(※2)・ランク分析(※3)・クロス集計(※4)等を行い商工会地区内の更に地区ごとの売上構成や、業種ごとの売上構成、地域のニーズ等の地域経済の動向を調査する。当調査データを見える化したものを、職員間ネット

ワークの共有フォルダにカテゴリ別に常駐させ、わかりやすい形で職員で情報共有し巡回支援に役立て、販促等の具体的活用方法の提案を行う。

| | |
|--|---|
| データ | 4 1 事業所 |
| 分析項目 | ① 顧客属性（性別、年齢、居住地域） ② 購入金額（日別、月別、年別、累計） ③ 来店日時、来店回数、来店頻度 ④ 購入品目 |
| 分析手法 | ① デシル分析（※1） ② R F M分析（※2） ③ ランク分析（※3） ④ クロス集計（※4） |
| 活用方法 | 顧客購買予測を行い、適切なアプローチを行う |
| 効果 | どのグループに施策を打つと効果的かなどのマーケティングを提案する |
| ※1 デシル分析とは…全顧客を10等分し有益な情報を抽出する手法 ※2 R F M分析とは…Recency（直近いつ）、Frequency（頻度）、Monetary（購入金額）の3つの指標で顧客を段階的に分け、グループ化した上で、その性質からマーケティング施策を講じる手法 ※3 ランク分析とは…購買額等上位者を抽出する手法 ※4 クロス集計とは…項目を2つ以上かけ合わせて集計する手法 | |

（3）ヒアリングシートを活用した経済動向の収集・分析

経営指導員等の巡回訪問・窓口相談を通じて、年2回定期的に抽出した小規模事業者からヒアリングシート（自店の景況と業界の動向、資金繰りの状況など）により掘り下げた調査を行う。

また継続して地区内の経済動向を調査・把握することによりそのニーズなどの推移を明確にし、傾向と対策提案を行うなどして当地域にあった伴走型の支援を行う。

| | |
|---------|---|
| 対象者 | 小規模事業者 1回25件×年2回=50件 業種別（建設業10件、小売業15件、サービス業5件、製造業3件、旅館5件・飲食店12件） |
| 調査項目 | ① 自店の景況（売上増減、利益の増減） ② コスト（コストの増減 特に人件費と売上原価） ③ 資金繰り ④ 業界の動向 |
| 頻度 | ① 対象1事業所あたり 1回/年 ② 分析結果の公表 1回/年 |
| 情報の整理 | ① 経営指導員等職員が情報整理を行い、電子データにより整理・保存 ② 共有フォルダに保存することで情報の共有化を進める |
| その活用と効果 | 分析結果については、講習会の開催時や巡回支援時のアドバイス等に活用し、同業他地域の事業者と自店の抱える差異を明確にすることで、地域経済の動向と自店のおかれた状況が把握でき、取り扱う商品構成やサービスの絞り込み、価格設定など対応策を的確に判断することができる。 |

【地域経済動向調査の目標】

| 内 容 | 現 状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-------------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 各種情報の収集・提供 | 未実施 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| カード事業のオンラインデータからの経済動向調査 | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ヒアリングシートによる調査・分析 | 未実施 | 50件 | 50件 | 50件 | 50件 | 50件 |

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

【現状と課題】

小規模事業者への経営分析及びその結果に基づく経営の在り方についての検討は、これまでは、決算時での定量評価と、支援時に求められた場合やマル経資金の融資斡旋、持続化補助金等の申請時での定量・定性評価に限られていた。

【改善方法】

今後は、巡回訪問によるヒアリングや決算内容・経営カルテなどを基にして、経営課題を抱え改善が必要とされる小規模事業者を経営分析対象としてピックアップし、こうした先に対し、持続的発展に資するための経営改善に不可欠な経営分析を巡回訪問時に行い、結果を提供し、計数的な見地から事業の見直しを図る。

また、各種セミナーや青年部や女性部の会合等を通じて経営分析の見方や手法とそのポイント、更にはビジネスプランに繋がる財務分析や指標との比較・需要動向についての集団指導や情報提供を行う。さらに、北海道商工会連合会や地元金融機関、よろず支援拠点、中小企業診断士等支援機関との連携により専門的見地からの支援を行うことで「経営者の気づき」を促す支援としていく。

【事業内容】

(1) 巡回訪問時の経営分析

平取町商工会では、現在 61 件の記帳代行及び税務指導先があり、ほぼ全件が「ネット de 記帳」などの会計ソフトにより決算指導を行い、内 28 件が電子申告により提出している。

決算時には、小規模事業者に対し分析結果（主な分析項目：①ABC分析②損益分岐点分析③比較財務諸表による財務分析（収益性分析、効率性分析、生産性分析））を提供し、その改善策等の提案を行っていたが、そのコメント（総括）は各職員統一性が無く（受ける側からは、「誰（前任）はこう言っていた、前はこう言われた。」という経験が少なからずある。）、個々に行われ、また定性面における経営課題の抽出をしてこなかったため、一面的な経営分析支援であったことが課題である。

今後はヒアリングシート（※別紙1に掲載）により各職員がその情報を共有し、チームとして統一感のある継続した体制を整備し経営発達支援に役立てていく。

また、小規模事業者支援において、個別の経営分析による定量面の分析と、全事業所の合計、平均値などから地域別、業種別、全体の数値として纏め、地域としての傾向を分析しながら、事業者からの要請を待つのではなく、巡回訪問等において積極的に経営分析を行い、必要に応じ専門家も交え、定量面での数値を把握し、その先にSWOT分析も併せて行う。

そこから見えてくる「強み」「弱み」、「機会」、「脅威」や3C分析（customer「顧客」（潜在顧客や市場規模・将来性）、company「自社」（売上高や市場シェア・ブランド力・技術力や経営資源）、competitor「競合」（同業他社との競争状態））に加え、4P分析（product（製品・サービス・品質）、price（価格・割引）、place（立地・流通・販路）、promotion（広告宣伝））を行うことで自社のポジションを分析し、その優位性を築くため内部からの視点と外部からの視点などを多面的に検証し、現状抱える課題や対応策を定性的に導き出すなど、定量面との両面からの総合的な経営分析を行う。

経営分析の結果は、巡回訪問での支援や窓口相談時に積極的に活用するとともに、事業計画策定につなげるための動機付けの資料としても活用していく。また、経営分析をテーマとしたセミナーの開催や青年部や女性部の会合等を通じた経営支援の際にも積極的に活用を行う。経営課題の内容によっては後述（2）の専門家派遣により専門的見地からの経営分析も積極的に行い、単に情報として提供するのではなく、「悩みはあるが何も言わず待っている事業者」がほとんどであるとの捉えで、積極的に巡回し課題解決に向けての伴走型の支援を行う。

■ 経営分析支援のフロー (図表 8)

- ・ヒアリング (巡回、窓口)
- ・経営分析 (財務、損益分岐点、キャッシュフローなど)
- ・地域の分析、競合分析

これまでの経営分析



- ・SWOT分析
- ・3C分析
- ・4P分析

新たな経営分析



- ・自社のポジションの認識
- ・課題の抽出、明確化
- ・対応策の支援

「気づき」を促し対応策を検討し課題解決に結び付ける

■ 巡回支援ヒアリングシート (別紙 1)

(別紙 1)

ヒアリングシート

面談日 年 月 日 窓口・巡回

| | | |
|------|---------|-----------------------------|
| 事業所名 | 代表者名 | |
| 電話番号 | E-mail | |
| 対応者 | 代表者との関係 | ・本人・親族()・役員 ・従業員・その他() |

現状把握

- ・売上高
- ・客単価
- ・客数
- ・資金繰り
- ・仕入額
- ・業況

経営目的・経営目標 (売上・利益) 理念

- ・
- ・

自店の強み

- ・
- ・
- ・

自店の弱み

- ・
- ・
- ・

ターゲット (誰に・何を・どのように)

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

経営課題 (悩み・改善したいこと)

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

次回訪問日 平成 年 月 日 担当 平取町商工会 印

(2) 専門家による経営分析

北海道商工会連合会の支援を受けてのエキスパートバンクや消費税転嫁対策個別支援などは積極的に活用させて頂いているものの、年に2回～3回に留まっており、今後は、巡回支援時に導き出した課題について、専門的見地からの分析が必要な場合、専門家派遣を積極的に活用する。

【経営分析等の目標】

| 内 容 | 現状 | 29 年度 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 |
|--------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 講習会回数 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| 経営分析件数 | 30件 | 30件 | 30件 | 30件 | 30件 | 30件 |

※件数の現状は平成 27 年度実績数値

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【現状と課題】

小規模事業者は、外部環境等の情報に触れる機会が少なく、内部環境においても、特に小売・飲食・サービス業者で特に高齢者は、従来通りの旧態依然とした感覚で商売を継続している方が多く、計画を立てる材料が見つげにくい状況にあり、その動機づけは第三者から受ける情報が大きく左右する。

【改善方法】

経営分析を基にした基礎資料と需要動向の結果等を踏まえ、商工会は事業者に対し積極的にアプローチしながら計画策定の機会を提供し、伴走型で計画策定を実行するまでの支援を行う。

今後の、小規模事業者の持続的発展に向けて、事業計画を踏まえた経営の推進は小規模事業者に対する重点支援ポイントであり、あわせて平取町商工会として支援能力の向上は必須であり、小規模事業者が経営課題を解決していくため、上記の『1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】』及び『2. 経営状況の分析に関すること【指針①】』や後述『5. 需要動向調査に関すること【指針③】』の結果を踏まえて、やる気のある小規模事業者の掘り起し・経営の底上げを重点的に取組み、そのような事業者を「重点支援先」として伴走して支援する。

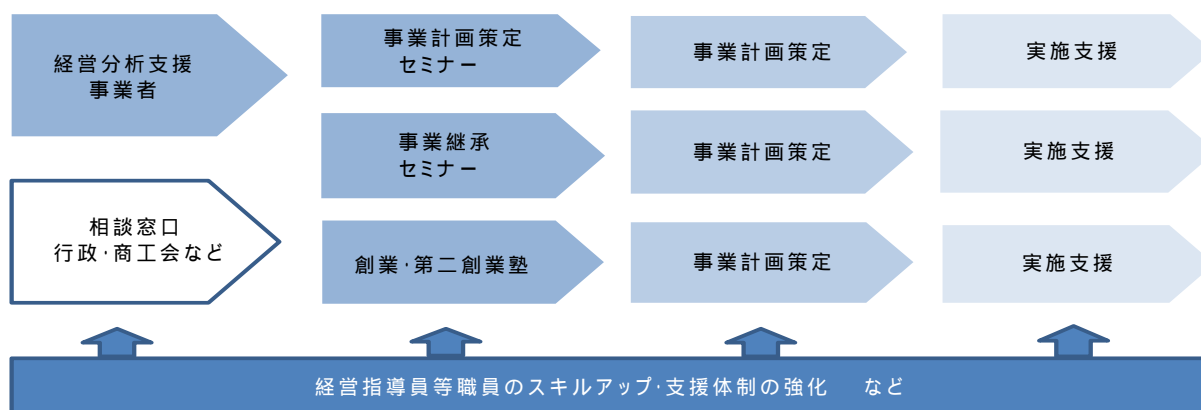
また、事業者自身が計画策定までをできるよう事業計画策定セミナー等を通じて支援する。

さらに、平取町ではUターンや移住促進の施策を進めていることから、こうした人を対象にした創業支援計画の策定も行う。

加えて、社会情勢の変化に伴い新たな事業を始める第二創業計画や事業承継計画策定も行う。

一方、商工会としても計画策定のスキルについて、経営指導員のみならず、全職員これに対応できるよう支援体制に万全を期し、事業策定後も引き続き巡回訪問等でフォローアップしながら、地域小規模事業者から身近な相談者として信頼される商工会として関係を築き、継続支援をする。

■ 事業計画策定支援フロー 図表9



【事業内容】

（１）専門家による事業計画策定セミナー

平取町は、前述のとおり広範な地域から成り立っており、3地区の街区から構成され商工会の組織体制としても地区会制を敷いている。

経営計画策定のため、業種部会別に加え、地域別、あるいは青年部・女性部を対象とした経営計画策定セミナーを、商工会及び日高西部商工会広域連携協議会として開催する。

講師については、よろず支援拠点との連携や専門家派遣制度を活用し、専門家を招聘し、その中でやる気のある事業所を「重点支援先」として事業計画策定から需要開拓支援まで伴走して支援する。

【事業計画策定セミナーの開催】

| | |
|--------|---|
| 対 象 | やる気はあるものの事業計画を作成したことがない事業者や事業計画策定の知識が不足している事業者など |
| 時 期 | 1回/年（4月～5月）・状況に応じて業種別、地域別、青年部、女性部などに分けて開催する |
| 支 援 者 | 専門家および経営指導員 |
| 内 容 | ① 事業計画の意義 ② 売上変化から世の中の動きを分析 ③ 売上アップのための戦略を検討 ④ 実行計画の立案 |
| 想定する効果 | ① 事業計画の意義や必要性を理解してもらう ② 事業計画策定の動機づけ ③ 経営課題の明確化・課題解決の明確化 |

（２）事業計画策定

現在まで、事業計画書・創業計画書については、融資斡旋・創業支援時、また相談される事業者に対応していた。今後はセミナーで掘り起こした「やる気のある」事業者や平常の巡回支援においても、事業計画策定に結び付け新たな販路を求めようとする事業所の支援を行っていく。

これにより一度事業を見つめ直す機会を設けることで、今後の事業の在り方を検討できるよう伴走型の支援・助言を行い、持続的発展を図る。

加えて、計画策定に際し中長期的な資金繰りも検討し、設備・運転資金の要不要を精査、(株)日本政策金融公庫の経営改善融資制度の斡旋は特に実績のない事業者については、今までは消極的な部分もあり、実績としては減少傾向にあったが、経営の安定を図るため積極的に活用する。

（３）創業・第二創業、経営革新支援と事業承継の計画策定

●創業・第二創業塾の開催と計画策定支援

平成26年度に実施した経営者意識調査によると、3年以内に廃業を考えている事業者が8件（6.7%）、5年以内が7件（5.9%）であり、5年以内には20件（=15件+α（年齢等からの予測値5件））の廃業が予測される。今後、廃業が加速度的に進む懸念があるため、創業や第二創業、事業承継支援は喫緊であり重要課題である。

特に、平取町ではUターンや移住促進の施策を進めていることから、こうした施策と連携して、新たな住民による創業を進めることが求められている。

そこで、「創業・第二創業塾」を開講し、社会環境からニーズと事業のあり方など事業を開始する心構え、ビジネスプラン作成方法、計数管理の重要性、融資制度や補助制度などを紹介し、創業および第二創業の支援を行う。

【創業・第二創業塾の開催】

| | |
|-----|--|
| 対 象 | ① 移住者も含めた起業に取り組む人 ② 第二創業を考えている事業者 ③ 六次化を考えている農業者 |
|-----|--|

| | |
|--------|--|
| 時 期 | 1回/年 |
| 支 援 者 | 専門家および経営指導員によるセミナーと個別相談 |
| 内 容 | ① 創業の心構え・基礎知識 ② 成功事例に学ぶ創業体験談 ③ 創業計画の必要性 ④ マーケティングの基礎、販売促進、集客 ⑤ 創業計画の策定 ⑥ 公的支援制度・個別相談会など ⑦ 創業後の計数管理について |
| 想定する効果 | ① 起業実現の後押しになる（動機づけ） ② 実現性の高い創業計画ができる ③ 公的資金が利用しやすくなる |

●事業承継セミナーの開催と計画策定支援

平取町内の小規模事業者の中には、後継者もなく廃業を検討している事業者も多い。こうした事業者には、勉強会などを開催し、情報提供を行うことで、事業承継を喚起して行く。さらに、事業承継の専門家や税理士と連携をとり、事業承継税制等の支援、経営資源の円滑な引継を考慮する法人なりも視野に巡回支援に加えて行う。

【事業承継セミナーの開催】

| | |
|--------|--|
| 対 象 | 地域内小規模事業者のうち ① 後継者がいる ②後継者はいないが事業承継をしたい事業者 |
| 時 期 | 1回/年 |
| 支 援 者 | 専門家および経営指導員によるセミナーと個別相談 |
| 内 容 | ① 事業承継の可能性と方法 ② 事業承継のための事業計画 ③ 事業承継税制について ④ 個別相談 |
| 想定する効果 | ① 事業承継を早期に取り組むことにつながる ② 事業承継のための事業計画を策定することで、引き継ぐ際の課題が明確になる |

【事業計画策定の目標】

| 内 容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|----------|-----|------|------|------|------|------|
| 事業計画セミナー | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 事業計画策定件数 | 3件 | 30件 | 30件 | 30件 | 30件 | 30件 |

【創業・第二創業及び経営革新支援計画策定の目標】

| 内 容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|---------------|-----|------|------|------|------|------|
| 創業・第二創業塾の開催 | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 創業・第二創業計画策定件数 | 2件 | 1件 | 2件 | 3件 | 4件 | 5件 |
| 経営革新計画策定支援 | 未実施 | 0件 | 1件 | 1件 | 1件 | 1件 |

【事業承継・事業計画策定の目標】

| 内 容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|---------|-----|------|------|------|------|------|
| セミナーの開催 | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 事業計画策定 | 2件 | 2件 | 2件 | 3件 | 4件 | 5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】

平取町商工会では、融資斡旋時や創業支援、また事業所からの相談の際に事業計画書の作成を支援してきており、とりわけ創業者には販売促進につながる様々な提案を専門家派遣制度も活用しフォローアップしてきたが、事業者の相談に応える形で一部に偏っていた部分があった。

また、事業計画は策定したものの、日々の事業に追われ実現できないなど具体的に実施することができない事業者も少なからずいた。

【改善方法】

経営計画を策定した事業者に対し、巡回支援を強化し事業計画策定後のフォローアップを行うため、次のような取り組みを行う。

【取組内容】

- (1) 3か月に1回以上の巡回を基本とし、計画を実行に移すために定期的に具体的な取組なども提案しながら伴走型での支援を行う。なお、事業計画の進捗が計画通りに進まなかった場合はその原因を専門家を活用しながらあぶり出し、改善に向けてPDCAを機能させていく。
- (2) (1)の中で見えてくる資金繰りや設備投資などに必要な中期的資金手当てについて、(株)日本政策金融公庫の経営改善融資(マル経)や経営発達支援融資(第2マル経)を積極的に活用するよう促す。
- (3) 持続化補助金やものづくり補助金、農商工連携ファンドなども情報として提供、補助申請等の支援も含めた継続的な支援を行う。
- (4) 「事業計画進捗チェックシート」を導入し「見える化」を行い、巡回支援打ち合わせの際に用いることにより職員間で進捗度を常に把握できる仕組みづくりを行う。
- (5) 事業計画後のフォローアップを行っていくなかで、高度な経営支援が必要とされる場合には、よろず支援拠点等との連携にて専門家を派遣し、課題解決に取り組む。

【事業計画を策定した事業者に対するフォローアップ】

| | |
|-----------------|---|
| 対 象 者 | 事業計画を策定した事業者 |
| 支 援 者 | ① 経営指導員などによる個別支援(3か月に1回以上の巡回) ② 中小企業診断士などの専門家および経営指導員の帯同による個別支援 |
| 支援の基本的 考 え 方 | 事業計画進捗チェックシートで「見える化」により支援を行う ① 事業計画の進捗状況の確認 ② 成果について計画と実績の差についての確認 ③ 計画と実績の差から次に取り組むべき方向性 |
| 支 援 内 容 | ① 各事業者の売上状況などを確認し、販売促進対策を支援 ② 専門家の派遣、よろず支援拠点の協力を得て支援 ③ 持続化補助金やものづくり補助金、農商工連携ファンドなど情報の提供と補助申請等の支援 ④ 税務を含めた計数管理の重要性について ⑤ 事業承継者の育成、次世代の経営戦略等についての助言 |
| 想定する効果 | 経営指導員が事業計画を策定した事業者を巡回することにより、計画と現状との違いをモニタリングしながら助言・指導することでその実現性を高めることができる |

【創業・第二創業、経営革新支援計画を策定した事業者に対するフォローアップ】

| | |
|-----------------|--|
| 対 象 者 | ① 創業・第二創業の事業計画を策定した事業者 ② 経営革新支援の事業計画を策定した事業者 |
| 支 援 者 | ① 経営指導員などによる個別支援(3か月に1回以上の巡回) ② 中小企業診断士などの専門家および経営指導員の帯同による個別支援 |
| 支援の基本的 考 え 方 | 事業計画進捗チェックシートで「見える化」により支援を行う ① 創業・第二創業の事業計画の進捗状況の確認事業成果について |

| | |
|--------|---|
| | ② 計画と実績の差についての確認 ③ 計画と実績の差から次に取り組むべき方向性 |
| 支援内容 | ① 各事業者の売上状況などを確認し、販売促進対策を支援 ② 専門家の派遣、よろず支援拠点の協力を得て支援 ③ 持続化補助金やものづくり補助金、農商工連携ファンドなどの情報提供と補助申請等の支援 ④ 事業承継者の育成、次世代の経営戦略等についての助言 |
| 想定する効果 | 創業者・第二創業者は、経営の安定化を早期に図ることができる |

【事業承継支援計画を策定した事業者に対するフォローアップ】

| | |
|-----------|--|
| 対象者 | 事業承継支援計画を策定した事業者 |
| 支援者 | ① 経営指導員などによる個別支援（3か月に1回以上の巡回） ② 中小企業診断士などの専門家および経営指導員の帯同による個別支援 |
| 支援の基本的考え方 | 事業計画進捗チェックシートで「見える化」により支援を行う ① 事業承継計画の成果について計画と実績の差についての確認 ② 計画と実績の差から次に取り組むべき方向性 |
| 支援内容 | ① 各事業者の売上状況などを確認し、販売促進対策を支援 ② 専門家の派遣、よろず支援拠点の協力を得て支援 ③ 持続化補助金やものづくり補助金、農商工連携ファンドなどの情報提供と補助申請等の支援 |
| 想定する効果 | 事業承継者の育成を含めた事業の安定化につながる |

【目標】

| 内 容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 事業計画策定のフォローアップ回数 | 5回 | 120回 | 120回 | 120回 | 120回 | 120回 |
| 創業後のフォローアップ回数 | 10回 | 4回 | 8回 | 12回 | 16回 | 20回 |
| 事業承継フォローアップ回数 | 10回 | 8回 | 8回 | 12回 | 16回 | 20回 |

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状と課題】

小規模事業者が商品を販売する場合やサービスを提供する場合において、市場の動向を把握することは最も重要な事である。協会としては需要動向に関する情報を提供してきてはいるものの、提供した情報をどのように経営に役立てるのかというところまでは積極的に支援出来ていなかったのが現状である。

小規模事業者の多くは、従来どおりの品揃えやサービスに終始していることが多く、協会としても、個社が必要とする情報をわかりやすく伝える努力が必要である。

こうしたことから今後は、小規模事業者の事業計画策定や実行支援の際に必要な、商圈分析や潜在購買力などの需要動向に関する情報の収集と提供に取り組むことが課題である。

特に当地域の特徴として、古くから伝わる「アイヌ伝統文化」と、トマトに象徴される「ニシパの恋人」（町内で生産される野菜等を一括りで商標登録をしている）というツールがある。トマトは全国シェアで売上は安定しているが、単にトマトの生食やジュースなどの加工品を販売しているにすぎず、町内の「食」や、その残渣利用などのアレンジとしてはまだまだ伸び代はある。

またアイヌの工芸品（家）に関しては、一部業界では工芸家を「現代アーティスト」との評価もあり、逸材であり逸品であるのにもかかわらず、全体的な売上としては低迷している状況にあり、課題である。

【改善方法】

事業計画策定支援をした個社の販売する商品や提供するサービスについての評価を、収集整理し分析、提供していく。具体的には、当会から重点支援先としてピックアップした、また要望のあった事業所について下記（３）の調査・集計・分析を行い、そのニーズを把握し、個社がターゲットを絞り込める支援を行う。

また地元住民や観光客など主要顧客に対しアンケート調査を実施（下記（１）、（２））し、下記（４）の各種指標による需要動向の情報と併せた中で、商圈分析を行い商圈内消費購買力や潜在購買力等現状を把握した上で、将来予測を立て個社の経営に役立つ情報として提供する。

更には、トマトを中心とした野菜や和牛等地場産品を使用した「食」について、現在展開している「ニシパの恋人ランチ」を目当てに来街されている方を対象にアンケート調査を行い、味やヘルシーさのブラッシュアップに役立てていくこととし、その結果としてリピーターを増やし将来に向けて参画店舗数も増やしていきたい。

また、アイヌ伝統工芸品についても、学者や修学旅行生・団体旅行者、伝統文化に興味のある方に限られていたものを、一般にも波及させるとともに、インバウンドにも対応するための作品づくりなどの参考とするためのアンケート調査を行い、その情報を整理し、その分析を専門家に依頼することとし、その結果については、全職員が組織的に活用出来るよう整備し併走型支援時に事業者へフィードバックし、工芸品のブラッシュアップの参考とされるよう活用する。

【事業内容】

（１）観光客のニーズ調査『伝統工芸』（過去に実施：手法を変え実施）

本調査は、観光客のニーズの把握や消費動向を把握するために行うもので、特産品開発や新メニュー開発、サービスレベルの向上に繋げるために実施する。

また、当町二風谷地区はアイヌ文化発祥の地であり聖地とも言われており、アイヌ文化の発信と保護の観点から、伝統工芸品のブランド化と工芸品のブラッシュアップに取り組むべくニーズ調査を実施する。

| | |
|-------|--|
| 支援対象 | 工芸品製造・販売業者・工芸家 |
| 対象者 | 来街者・観光客 |
| 調査対象物 | アイヌ文化伝統工芸品（特に 木彫品・アットウシ織製品） |
| 実施場所 | ① びらとり沙流川まつり ② びらとり温泉「ゆから」 ③ アイヌ博物館 ④ 二風谷工芸館 |
| 調査項目 | ① 属性（年齢・性別・家族構成・職業等） ② 町内で購入したもの（今後購入したいもの） ③ 町内で消費した金額 ④ 平取町の良いところ ⑤ 体験してみたいこと ⑥ 興味深いと思ったところ ⑦ アイヌ伝統工芸品の（印象・認知度・値ごろ感・デザイン・購入したいかなど） |
| 調査方法 | 上記実施場所において、夏場の観光時期に旅行者や修学旅行者などを対象に、スタッフがアンケート用紙を配布しその場で記入してもらう ・サンプル延べ300枚以上を予定 |
| 分析方法 | 記載して頂いたアンケートを数値分析するとともに、調査項目の⑦については、その傾向について図形化し見やすい形で報告書に纏める |
| 活用方法 | ① 来訪者（観光客）のニーズを把握 ② 消費動向の把握 |
| 提供方法 | ① 巡回・窓口相談時に提供する ② 商工会ホームページにて提供する |
| 効果 | ① 新たな特産品の開発に繋げる |

- ② サービスレベルの向上に繋げる
- ③ アイヌ伝統工芸品のブランド化・ブラッシュアップ

(2) 観光客のニーズ調査『食』(過去に実施：手法を変え実施)

本調査は、来街者の「食」に関するニーズや動向を把握するために行うもので、特産品を使用した新メニュー開発、サービスレベルの向上に繋げる為を実施する。

| | |
|-------|---|
| 支援対象 | 町内飲食店及び宿泊業者、農産品などの地元特産品を取り扱う小売業者 |
| 対象者 | 来街者・町内消費者 |
| 調査対象物 | 町内特産品を活用した料理メニュー |
| 実施場所 | ① 町内飲食店（地産地消の会メンバー店）6店 ② 町内飲食店（スナック以外 飲食店全店） ③ びらとり温泉「ゆから」 |
| 調査項目 | ① 属性（年齢・性別・家族構成・職業等） ② 住まい（町内・日高管内・札幌市・苫小牧市 道内（ ）・道外（ ）・国外（ ）） ③ 何を食べられましたか ④ 味などの評価（味・ヘルシーさ・色合いなど） ⑤ 店員のサービスの評価 ⑥ 平取町内での「食」で消費した金額 ⑦ 料理の値段の印象（高い・比較的高い・妥当・比較的安い・安い） ⑧ 平取町の良いところ など |
| 活用方法 | ① ランチのバージョンアップの際の参考とする ② 参加店を増やすための資料とする |
| 提供方法 | ① 巡回・窓口相談時に提供する ② 商工会ホームページにて提供する |
| 効果 | ① 非参画店が参画する動機づけとなる ② 非参画店が参加するうえでの参考となる ③ ランチの味が消費者が求めているものに近づける |

(3) 重点支援先の商品・サービスに対する需要動向調査

上記「2. 経営状況の分析に関すること」を元に「3. 事業計画策定支援に関すること」で重点支援先と位置付けた事業者としてピックアップした事業所、又は要望のあった事業所に対し、個者の商品・サービスに対する需要動向調査（ニーズ調査）を行い、集約した情報を商工会が分析支援する。

分析した需要動向結果を個者に提供し、各自の商品・サービス等のブラッシュアップや価格設定、販売促進に活用することで事業の持続的発展につなげる。

| | |
|-------|---|
| 調査目的 | 個者ごとに取扱う商品・サービスのニーズを把握し、新たな需要の開拓（新たな顧客獲得）につなげる取り組みに資するため |
| 支援対象 | 「3. 事業計画策定支援に関すること」で重点支援先と位置付けた事業者としてピックアップした事業所、又は要望のあった事業所 5者/年 |
| 調査対象物 | 上記支援対象が取扱う商品・サービスについて、（個者の強みが活かされた）主力商品・サービスのうち3アイテム程度 |
| 調査内容 | 個者ごとのニーズ調査票をオーダーメイド対応で作成する。個者ごとに作成した調査票は各個店の店舗や集客施設等に設置し、回収箱を併せて設置することとする。回収後は、専門家と連携しクロス集計やテキストマイニングによりニーズの把握に努める。 |
| 調査項目 | （共通項目①）年齢・性別・お住まい （個別項目②）各個者の商品・サービスの認知度、その商品に対する評価、 |

| | |
|---------|--|
| | 個者の印象・要望 など |
| 活 用 方 法 | 新たな取組みにつながる情報を得ることにより、商品開発やサービス改善等、売上や利益の向上に資する取組みに寄与する取組みにつなげる。 |

(4) 各種指標による需要動向の情報収集、分析、提供 (新規事業)

上記(1)から(3)の需要動向調査に対して以下の指標などをフル活用し、個者の需要動向をあぶりだす。

| | |
|---------------------|--|
| 支 援 対 象 者 | 上記(1)から(3)の調査を支援する小規模事業者 |
| 収 集 す る 需 要 動 向 情 報 | <ol style="list-style-type: none"> 1. マーケティング基本情報 <ol style="list-style-type: none"> (1) 住民基本台帳人口要覧 (総務省統計局) (2) 人口統計 (自治体ホームページ) (3) 家計調査年報 (総務省統計局) (4) 全国消費実態調査報告書 (総務省統計局) (5) 消費者物価指数 (総務省統計局) (6) 商業統計表 (経済産業省経済産業局政策局) (7) 日経テレコンPOSEYES (日経テレコン) 2. 業種・業界動向 <ol style="list-style-type: none"> (1) 調査月報 (株)日本政策金融公庫 (2) 業種別業界情報 (経営情報出版社) |
| 分 析 内 容 | <ol style="list-style-type: none"> (1) 人口・世帯数の推移 (2) 品目別消費動向 (3) 商品の家計消費支出 (4) 小売店品目別売上 (5) 業界特性の把握 |
| 活 用 方 法 | <ol style="list-style-type: none"> (1) 人口動態・世帯構成人員の動向 (2) ライフスタイル変化の把握 (3) 消費者購買行動の変化の把握 (4) 顧客ニーズの変化の把握 (5) 競合他社の動向把握 |
| 提 供 方 法 | <ol style="list-style-type: none"> (1) 事業計画策定及び実行時において提供 (2) 事業計画策定研修等にて提供 (3) 広報等による提供 (4) 巡回・窓口相談にて提供 |
| 効 果 | <ol style="list-style-type: none"> (1) 収集した情報により、市場や消費者がどのような状況にあり、どのように変化しているのか把握することが出来、どのような商品やサービスを提供すれば需要が見込めるか把握することが出来る。 (2) 収集した情報により、経営戦略や商品開発に活かすことが出来る。 (3) 事業計画を策定する際に情報提供することにより実践的な事業計画を策定することが出来る。 |

【目 標】

| 内 容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|----------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 観光客のニーズ調査 (伝統工芸品) | 5件 | 5件 | 5件 | 5件 | 5件 | 5件 |
| 「食」のニーズ調査 | 6件 | 6件 | 6件 | 6件 | 6件 | 6件 |
| 重点支援先需要動向 調 査 | 5件 | 5件 | 5件 | 5件 | 5件 | 5件 |
| 各種指標による需要 動 向 調 査 | 未実施 | 11件 | 11件 | 11件 | 11件 | 11件 |

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針④】

【現状と課題】

人口減少や少子高齢化により地域内の市場が縮小していく中、小規模事業者が経営を継続させるためには、販路の開拓・拡大が必要不可欠である。しかし、現在の当会の取り組みは、展示会や商談会の情報提供程度に留まっていた。今後は、地域小規模事業者の魅力ある商品づくりや高付加価値化の支援を行うとともに、事業者に寄り添った形で展示会・商談会等への出展支援を行い、事業者の売上向上に直結させる。

【改善方法】

経営発達支援事業の目標達成に向け、上記3. 事業計画策定支援を行った事業者に対し、上記5. 需要動向調査で得られた情報に基づき、上記4. 事業計画策定後の実施支援として「課題の解決」を目的に実施する。また、展示会・商談会等の出展、ECサイトの活用やスマホ・タブレットによる情報の発信など需要の開拓に寄与する事業を行い、小規模事業者に寄り添い、売上げに直結する“具体的な支援”を行うことで、計画の実効性を高める為、以下の事業を行う。

【事業内容】

(1) 展示会、商談会などを活用した販路開拓・拡大の支援

全国商工会連合会、北海道商工会連合会等の支援機関等が開催する展示会、商談会に参加し、これまで大手百貨店やスーパーなどに対し販路がなかった小規模事業者や新たに販路を開拓したい小規模事業者に対し支援を行う。展示会や商談会は、業界のトレンドやバイヤーからのアドバイスなど、出展するだけでも多くの情報を得られる貴重な経験であることを説明し、積極的に参加するよう情報提供を行う。

| | |
|------|--|
| 対 象 | 道内及び道外の販路を開拓・拡大したい小規模事業者 (アイヌ伝統工芸品製造・販売、二風谷工芸館所属販売店・飲食店) |
| 実施時期 | 随時 |
| 支援方法 | ① <u>(共通)～展示会、商談会の参加案内は、対象者に巡回や窓口相談時に直接情報提供を行い、出展希望の事業所に対しては、<u>企業概要のエントリーシート</u>の作成や展示の仕方、POPの書き方、バイヤーとの交渉の仕方等について支援を行う。</u> また、全国展開支援事業等の補助事業の活用も視野に入れ、全国商工会連合会や北海道商工会連合会などが主催する展示会・商談会等に積極的に参加し、バイヤーとの接点を増やし、もって <u>商談にこぎつけるまでの機会を多く設ける。</u> ② <u>(アイヌ伝統工芸品)～インバウンドに対応するため、商品カタログ等は英語・中国語・韓国語など外国語表記も含め作成支援する。</u> ③ <u>(飲食店)～「食」では、その評価を確認・徹底するため、飲食店店主及び消費者(10名程度)を交え<u>試食会を開催し、「評価シート」により改善に役立てる。</u></u> |
| 効 果 | 新たな販路の開拓・拡大、出展企業のPR、業界のトレンドの把握、自社商品のポジションの把握 |

(2) ECサイト及び自社ホームページを活用した販路開拓・拡大の支援

事業計画策定支援を行った事業者の中から適合する事業者や、やる気のある事業所を対象に、地域資源を活用した特産品やアイヌの伝統工芸品などを中心に、全国商工会連合会が運営するニッポンセレクトを活用し、販路拡大を目指す小規模事業者のサポートを行う。

また、商工会の簡易ホームページ作成システム「SHIFT」を活用し、自社の取扱商品やサービスのPR、情報発信、販売を行えるよう、ホームページの作成から販売支援までトータルでのサポートを行う。

| | |
|------|---|
| 対 象 | 全国へ自社商品・サービスをPRしたい小規模事業者 (特にアイヌ伝統工芸品製造・販売、二風谷工芸館所属販売店) |
| 実施時期 | 随時 |
| 支援方法 | ① 経営指導員等が企業概要や商品等のPR内容の作成を支援すると共に、販売状況に応じ商品等の見直しを提案する。また、ホームページ作成支援については、 |

| | |
|-----|--|
| | 作成手順とあわせて情報発信のポイント等についても説明する。 ② ホームページ(SHIFT)作成講習会の開催 年1回 |
| 効 果 | 商品・サービス・技術・文化を広く情報発信することによる、新たな販路の開拓 |

(3)「ホームページ」と並行した「SNS」や「ブログ」による情報の発信

上記(2)の②によるサポートに並行して、「食」では、特に来街者が「スマホ」「タブレット」によるツイッターやフェイスブックからの情報により来店するケースが特に若者に多く見られ、実年代でもそれが浸透しつつある中、タイムリーな情報を常に発信することで、販売機会の増が期待でき、更には多くの拡散効果もあり、コストも低く抑えられることから、飲食店や小売店の広告宣伝ツールとしては絶大であると考えます。

ホームページの見た目のクリアさやクオリティを保ちつつ、他方フットワークを生かした「SNS」や「ブログ」を活用し、お店のPR情報を、消費者とりわけ来街者(ターゲット)に発信する取組を行う。

| | |
|------|--|
| 対 象 | 飲食店、小売店 |
| 実施時期 | 年1回 |
| 支援方法 | ① 発信内容については専門家及び経営指導員等がPR内容の作成を支援する。 ② 発信方法について、事業者自身が直接操作できるまでを目標に「スマホ」「タブレット」操作講習会を行う。年1回の講習会と併せ職員が巡回して教える。 |
| 効 果 | 来街者が来店する動機づけ |

【目 標】

| 目 標 | 現 状 | 29 年 度 | 30 年 度 | 31 年 度 | 32 年 度 | 33 年 度 |
|--------------------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 商談会・展示会への参加事業者数 | 1件 | 1件 | 3件 | 3件 | 5件 | 5件 |
| 商談成立件数 | 0件 | 1件 | 2件 | 3件 | 3件 | 5件 |
| 自社ホームページ作成件数 (プロパー・SHIFT含む) | 15件 | 15件 | 20件 | 20件 | 20件 | 20件 |
| スマホ・タブレット操作講習会 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ECサイト登録件数 | 1件 | 3件 | 5件 | 8件 | 10件 | 10件 |
| 事業実施による支援対象者全体の売上増加率 (対前年比) | 100% | 101% | 102% | 103% | 103% | 103% |

II 地域経済の活性化に資する取組

当町における地域活性化策については、地域資源を活かした「食」と「アイヌ伝統文化」を中心としたものが多く(以下後段(1)(2)に記載である)、観光協会主催では、商工会の役職員と青年部女性部が実行委員会のメンバーとして構成している年に一度の「沙流川まつり」(和牛・トマトコーナーなどの(秋の収穫祭的なもの))と、アイヌの伝統文化としては、年に一度8月中旬に行われる「チプサンケ(古来からのアイヌの舟おろしの儀式)」や、振内地区で行われる「幌尻まつり」(和牛・トマト販売・発信がメイン)があり、それぞれ趣向を凝らし、外部への発信ツールとしては効果的なものではあった。しかしながら、昨今、スタッフの高齢化や予算の削減等で縮小傾向にあり、地域別や団体別で行われていることで、スケールメリットが享受されにくくなってきている。

現在、平取町が主幹となり、隣町各関係団体(平取町・びらとり農協・沙流川森林組合・平取町商工会・むかわ町・とまこまい広域農協・鶴川漁協・苫小牧広域森林組合・むかわ町商工会・むかわ町観光協会・日高町・門別町農協・日高町観光協会)で構成)からなる「鶴川・沙流川 WAKUWAKU 協議会」が本格稼働し、三町のイベントや観光ポイント、食のお店を廻る「シャトルバス」が運行し、27年度は18回を数え、延べ419名が都市部やその近郊からの来街客があり、継続的に展開することを

申し合わせており、今後はその協議体を更に発展させ、当町では、アイヌの伝統工芸による活性化策やイベント等については、ストーリー性を有機的に結び付けるためながら、また「食」では平取高校トマトクラブ（地場産を活用した料理同好会）との連携も併せ全町的な取り組みと、広域の取組を整理しながら、議論（後段（4）に記載の懇談会の議論）を深め、次の活性化策を実施する。

（1）食による活性化策

先に採りあげた「びらとり地産地消の会」が取り組む「ニシパの恋人ランチ」は、「食」による活性化策として交流人口増の一端となっており、平成 23 年度から 26 年度まで、平取町保健福祉課で主催する「食育セミナー」に地場産品の活用の観点から、試食会・子供たちとの料理講習会など、また 27 年度には、北海道道立平取高校トマトクラブと連携し、生徒たちが考案したメニューを飲食店 4 店で新たなメニューとしてデビュー（期限つき）させ、ポスター・チラシなどは生徒たちが作成、生徒たちの料理作りの励みともなり、町の話題となった。この流れを縮小させず益々活性化させるには、マンネリ化させず変化をつけることが肝要であり、また、参加店を増やすことも重要ではあるが、事業に安定感と厚みを持たせ、中長期の将来に繋げるには、更に平取町・町議会・町教育委員会・町農協及び生産者（トマト・和牛）など懇談会等を開催し、意識の共有化を図ることが重要である。

また、今までは、当町へ足を運んでいただき食して頂くスタンスであったが、今後は、積極的に平取町の食材を町外に積極的に PR していくことを考え、新たな商品開発として「和牛」、「トマト」を使用した加工品の試作に現在取り掛かっている。

具体的には、レトルトの「びらとり和牛贅沢ハヤシ」の開発を進めている。高齢層には昔ながらの洋風の懐かしい味であり、若年層には新しい味として受け入れられるのではと企画したもので、長期的視点に立った「ニシパの恋人ランチ」の展開と併せて地域ブランディングの一役を担い、もって交流人口の増加、平取町の PR 材料の一つとする。

（2）青年部事業による婚活イベント「まちコン in びらとり」の実施

町の経済発展の基礎は、次代を担う子ども達である。

平取町においても独身男性の割合は多く、また町の青年団等のコミュニティなどパートナーを見出す場も少ない状況で、「結婚したくてもできない」現状がある。

平取町商工会青年部では、それらを解決するため町費補助により平成 26 年度より“まちコン in びらとり”を開催しており、2 年間で 15 組のカップル成立、2 組がゴールインという実績がある。

平取町の自然景観に触れ、食を堪能し、アイヌ伝統文化を体験する当イベントは、体験型観光のメニュー開発としての機能も果たしている。

参加女性のアンケート結果でも、「また来たい」「平取町の良さを広げたい」という声が多く好評を得ており、当イベントを一過性のものではなく今後も継続的に実施することで、カップル成立が増え、それに伴う結婚・出産・子育て家族の増加が期待でき、地域課題である「人口減少」に歯止めをかける有益な事業として、また体験型観光のメニューの一部として滞在型の流入増による交流人口増も期待でき、商工会としては町への助成制度の支援要望や、参加者の拡大を図るべく、町役場や農協、町内勤務者にも働きかけることも含め、事業の運営等に積極的支援を行っていく。

（3）「トマトカード会の発行するポイント事業」と行政及び農協との連携拡充

地域経済活性化の起爆ともなるプレミアム付き地域商品券については、平成 21 年度から町費補助により 20%のプレミアムにて発行し、現在まで恒例となっている。

平成 27 年度は国費補助にて総額 39,000 千円（内 9,000 千円がプレミアム）を発行し、参加店は 71 店舗、農協を含む小売業及びサービス業・飲食店の 95%が加盟している。その売上実績は構成比率で飲食料品小売が 12.2%、飲食店が 7.0%、サービス業が 6.3%、その他小売業（農協店舗含む）が 66.9%、理美容業が 0.7%、家電小売業が 5.9%、製造業が 0.7%、未換金 0.2%（平成 26 年度実績値）であり、地元商業の消費流出の抑止が図られ、地元経済の活性化に大きな貢献となっている。また、平成 27 年度事業では、トマトスタンプのポイント 2 倍に加え 5 倍を付加し更にプレミアム感を創出し、地元における購買意欲を高めている。

今後も消費の流出を抑える特効薬としてプレミアム付き地域商品券は継続して実施し、また、地元農協とトマトスタンプ会との連携を更に拡充しながら、商品券でのお買い物の方へのポイントアップ

事業や、町の実施する健康診断や各種セミナー・イベントに対するポイント付与の事業を採り入れるなど、地域の福祉対策も検討しながら、より相乗効果を高め、「地域のコミュニティ」を支え、地域振興に寄与する事業を提案していく。



(平成 27 年度プレミアム付き地域商品券販売)

(4) 各団体等との懇談会

現在、料飲店組合との懇談会、また「鶴川・沙流川WAKUWAKU協議会」(前段記載)でネットワークを形成し、観光客の誘致や地域の発展に繋げていくことを目的とした会議を年4回開催している。

今後は、経営発達支援に取り組むための有益な情報交換を行うことや、ポイント事業・イベント等でスケールメリットを享受できる事業展開を検討すること、更に地域活性化や福祉対策も視野に町や議会・農協や各関係団体と連携拡充を図るため、広域としては、「鶴川・沙流川WAKUWAKU協議会」を中心として議論する場として、また、全町的な取組として、後段①から④の団体で新たな協議体を組織し、地域活性化に向けテーマに沿った協議を行う。

【想定する懇談会】

| 会議体 | 構成 | 頻度 |
|----------------------|---|----------|
| ① 行政との懇談会 | 平取町産業課、町づくり課、商工会役職員 | 隔年1回<拡充> |
| ② 議会との懇談会 | 平取町議会産業常任委員会、商工会役職員 | 隔年1回<新規> |
| ③ 産業団体との懇談会 | 農協、森林組合、民芸組合等、商工会役職員 | 隔年1回<新規> |
| ④ 金融懇談会 | 行政金融担当課、地域金融機関、商工会金融委員会 | 隔年1回<新規> |
| ⑤ 広域連携協議会 | 平取町商工会、日高町商工会、新冠町商工会 | 年5回<継続> |
| ⑥ むかわ・沙流川WAKUWAKU協議会 | むかわ町、日高町、日高町各町長、商工会長・事務局長、農協組合長・担当課長、森林組合長、観光協会会長ほか | 年2回<継続> |

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

当会では、従来から町担当課との連携は密なものがあり、創業の際は町の「起業化補助金制度(創業者に対する初期投資額の2分の1で100万円限度)」を利用するために、商工会長が意見書を付す経営計画書提出が義務付けられており、創業者の情報については、補助金を絡めて町からは入ってくる(28年1月現在で4件/27年度累計の利用実績(創業計画書の作成支援あり)ものの、それに留まっている状況にある。また、(株)日本政策金融公庫室蘭支店職員と日胆地区(日高・胆振管内)商工会の経営指導員による経営改善貸付団体連絡協議会において、各町村の景況状況や金融ニーズなどの情報交換を年2回行い、更には日高西部商工会広域連携協議会での経営支援会議は年に4回開催し、消費動向調査や経営者意識調査の分析作業等を通し、今後の対策を話し合うなど情報交換や共有を図ってきた。しかしながら、その情報の先を検討するまでに至らず、効果的であったとまでは言えないのが現状である。

今後は、小規模事業者の持続的発展に資する有益な情報を得るため、また商工会におけるチームとしての支援力向上と強化を図るための情報交換を行う。

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) 他の支援機関との連携

小規模事業者の経営課題の抽出やその解決に向け、北海道経済産業局、北海道、よろず支援拠点や（公財）北海道中小企業総合支援センター（各2回以上/年）、平取町、中小企業診断士等（各5回以上/年）と経営計画策定支援やフォローアップ、また、需要動向調査や需要開拓に係る支援ノウハウについての情報交換、更には新商品開発に伴う知的財産に関する取組については、一般社団法人北海道発明協会や弁理士（合わせて年3回以上）と情報交換をし、経営発達支援の実施と商工会職員の資質向上に取り組む。

(2) 地元行政・地元金融機関との連携

地場産品に関しては、町役場産業課や町づくり課との連携や情報交換により、事業者に対する補助制度、融資制度の情報提供をスムーズに行えるよう連絡を密にする。また、地元金融機関（苫小牧信用金庫1行）とは、制度融資に関する情報や、地元企業に関する経営動向など、個人情報保護に留意しながら、短期・中長期的な企業倒産防止や取引先の動向などの課題に対応するため、不定期ではあるが懇談を密に行っており、今後においては、不測の事態を防止、経営支援に役立つ情報共有など、町・金融機関・商工会の3者懇談会を定例的に行うことの提案をしていく。

【懇談会での想定するテーマ】

- ① 3者それぞれに見る町の経済状況と今後の見通し
- ② 町の制度融資に関する事項
- ③ マル経制度に対する利子補給の要望

(3) 広域連携による支援機関との連携と情報交換

平成22年度より、日高町、新冠町との3町商工会にて「日高西部商工会広域連携協議会」を立ち上げ、広域による企業支援や職員の研修等を行っている。

平成25年度実施の消費動向調査、平成26年度実施の経営者意識調査を行った結果を基礎資料にして共通する課題や支援内容について、定期的に懇談の場を設け情報交換をしておりますが、今後とも定期的に消費動向調査や経営者意識調査を実施し、中小企業診断士などの専門家と連携し、その推移や傾向を分析し今後の小規模事業者の持続的発展に資する支援に活かしていく。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【現状と課題】

経営支援スキルについては、本商工会では北海道商工会連合会・中小企業基盤整備機構の研修体系による研修を行っている。基礎研修に加え、以前は北海道職業能力開発促進センター（ポリテクセンター）の職業能力開発セミナーへも派遣し、WEBやオフィス系のPC操作等の研修を受講していたが、現在は当該研修が工業系に絞られているため休止している。

支援体系については、経営改善普及事業を基本とし、個々の支援スキルはおさえてはいるもの事務分掌表に沿った支援に留まり、職員一体となったワンストップの支援体制の構築がなされておらず、チームとしての機能を有せず、支援スキルが共有されていないのが現状です。

現在の支援ニーズは高度化・多様化し、同業種であっても多様な考え方、定性的な対応が求められ、さらなる職員の支援スキル向上の取組が必要となっている。

【今後の取組】

義務的研修は、商工会職員としての最低限必要なスキルを習得するうえで不可欠な事であり、今後とも、北海道商工会連合会による経営指導員研修や補助員等研修、中小企業基盤整備機構による中小企業支援者研修や日高管内商工会職員協議会で行われる経営指導員連絡会議や補助員等研修、更には、日高西部商工会広域連携協議会で行われる広域支援研修などは必ず参加する。

また、広域連携協議会の中で、職員の資質向上は重要課題として掲げており、得意分野を伸ば

しつつ、経営支援に必要な知識（共通課題）の習得についてバックアップすることとなり、外部講師を招聘し、広域連携の構成商工会共通の課題に即応するため、次の取組を行う。

| | |
|--|--|
| ① OFF-JT (職場外教育) | 経営支援の専門的知識（販路拡大策・経営分析・ビジネスモデル策定支援など）の研修を年1回以上参加、また3か月に1回以上、補助員・記帳専任職員・記帳指導職員を対象に、事務局長や経営指導員が講師となり、定期的にテーマ（経営分析・SWOT分析・KJ法・ブレインストーミングなど）を設け、勉強会を開催し、全国商工会連合会で実施している「WEB研修」には全職員が参加しレベルアップを図る。 |
| ② OJT (職場内教育) | 経営指導員が事業所へ出向き巡回支援する際、補助員以下の職員を同行（それぞれ月に1回以上）させ、実務に沿った支援スキルを体得させる取り組みを新たに実施する。 |
| ③ 情報の共有 | 職員間で情報を共有できるようグループウェア（サイボウズなど）を導入（既に導入済ではあるが更にブラッシュアップする）し、スケジュールの共有管理等を行い、またワンストップにて対応できるシステムを構築するため企業ごとの課題を持ち寄り、月に一度ミーティング（経営支援会議）を行い課題解決に結び付ける。 |
| <u>ITを活用しながらも顔の見える情報共有の手法を用いて各種データや支援ノウハウなどの情報を一元管理する ⇒ チームとしての支援力強化を図る。</u> | |

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】

現在は、理事会において事業計画を審議し、立案をする。また、目標値は掲げず総会に提案しているところであり、また事業実績については、年度終了後直ちに、事業報告書として起票し会長閲覧の上理事会に報告しており、その内容は年度の総括はしているものの定性的な文言としてまとめたものであり、客観的評価がしにくい状況にある。

【今後の取組】

定性目標としていたものを可能な限り定量目標を掲げ、計画書を作成し、実績に対し評価・検証を行う。

- ① 外部有識者※1を加えた特別委員会※2を組織（以下：委員会という）し、計画を策定・実施し、事業評価者において年1回評価検証し、見直しの提示を行う。
- ② 月に一度、職員会議にて進捗状況を報告・検証・意見交換を行い、抱える課題について職員が共有し、事務分掌に従い担当役員・担当職員が中心となり、目標達成に向け努力をする。
- ③ ①～②について、P（計画）D（実行）C（検証）A（改善）サイクルに基づき実施し、次年度計画に反映させる。
- ④ ①による事業の成果とその評価者による評価等については、理事会並びに通常総会の議案に揚げ、その見直し案について検討し次の事業に反映させる。またその内容は商工会のホームページに公表する。（<http://bira-shokokai.sakura.ne.jp/>）

※1 外部有識者

評価の客観性に鑑み、特別委員会の外部有識者には、個社支援及び商工会運営の観点から中小企業診断士、並びに地域振興及びまちづくりの観点から技術士にアドバイザーとして参画して頂く。

また、評価者として、※1の中小企業診断士1名及び技術士1名と、北海道商工会連合会職員、平取町産業課長、まちづくり課長の計5名とする。

※2 特別委員会の構成

経営発達支援計画特別委員会（以下：委員会という）を組織し、委員長は経営改善推進委員長とし副委員長に総務企画委員長を充てる。

委員に、外部有識者（※1）・商工会三役・総務企画委員長・地域産業委員長、情報化推進委員長、金融委員長、青年部長、女性部長、商業部会長、工業部会長とし、事務局は、事務局長及び経営指導員・補助員を置く。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

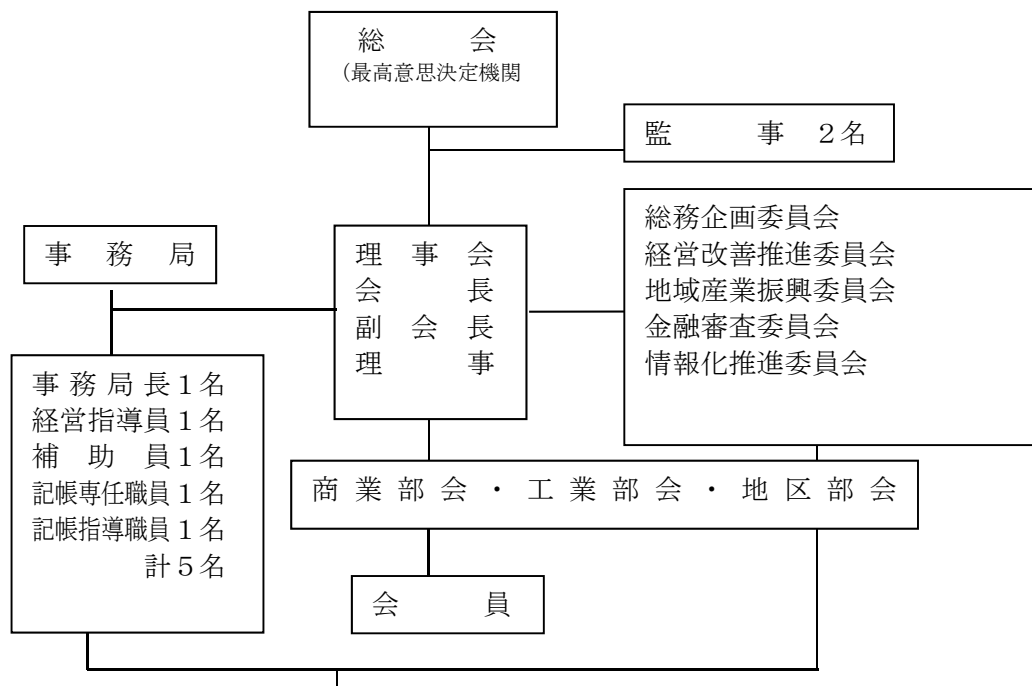
経営発達支援事業の実施体制

(平成 28 年 10 月現在)

(1) 組織体制

経営発達支援計画を円滑に実施するため、事務局長が統括のうえ経営指導員が支援の中心となり、事業の企画・立案については特別委員会にて所管し、その評価・検証を外部有識者にて行う。

平取町商工会組織体制



- ・所管委員会：経営発達支援特別委員会（平成 29 年度より組織化する）
委員長 経営改善推進委員長 1名
副委員長 総務企画委員長 1名
委員 各委員長・部会長・青年部長・女性部長 各 1名
外部有識者ほか 計 10 名以内で構成
=アドバイザー= 2名
中小企業診断士 高田雅文氏
技術士 酒本 宏氏
※商工会長はオブザーバーとする。

- ・評価検証会議：北海道商工会連合会、平取町産業
上記アドバイザー 2名 計 5名

(2) 連絡先

名称：平取町商工会

住所：〒055-0107 北海道沙流郡平取町本町 34 番地 7

電話番号：01457-2-2329/F A X01457-2-3615 /E-mail：birator@coral.ocn.ne.jp

U R L：<http://bira-shokokai.sakura.ne.jp/>

担当者：経営指導員 釜沢 等 E-mail/h-kamazawa@shokokai.hokkaido.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)

| | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 必要な資金の額 | 43,810 | 44,900 | 45,100 | 45,300 | 45,500 |
| 経営改善普及事業 職員設置費 | 17,210 | 17,400 | 17,600 | 17,800 | 18,000 |
| 経営改善普及事業費 | 13,000 | 14,000 | 14,000 | 14,000 | 14,000 |
| 地域振興事業費 | 7,000 | 7,000 | 7,000 | 7,000 | 7,000 |
| 管理費 | 6,600 | 6,500 | 6,500 | 6,500 | 6,500 |

(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・国補助金・道補助金・町補助金・受託事業収入・手数料収入 |

(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. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること 【連携者】(株)日本政策金融公庫・苫小牧信用金庫平取支店・税理士 ※金融機関や行政が調査・公表している資料の分析</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 【連携者】北海道よろず支援拠点、北海道商工会連合会エキスパートバンク、苫小牧信用金庫平取支店、中小企業診断士、税理士 ※専門家による小規模事業者の経営分析</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 【連携者】北海道よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構、中小企業診断士などの専門家 ※専門家による事業計画策定に関する助言・セミナーの開催、個別支援</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 【連携者】北海道よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構、中小企業診断士などの専門家 ※専門家による定期的なフォローアップや創業・第二創業後の定期的なフォローアップ</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 【連携者】北海道よろず支援拠点、(株)日本政策金融公庫、中小企業基盤整備機構、専門家 ※来街者や地域イベント等におけるアンケート調査の実施、集計、分析</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 【連携者】北海道日高振興局、北海道よろず支援拠点、平取町、(株)日本政策金融公庫、全国商工会連合会、北海道商工会連合会 ※販路開拓のための専門家活用と地域資源を活用した新たな商品開発と新メニュー開発</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 【連携者】北海道よろず支援拠点、平取町、全国商工会連合会、北海道商工会連合会</p> <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</p> <p>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 【連携者】北海道経済産業局、北海道日高振興局、北海道よろず支援拠点、平取町、平取町議会、(株)日本政策金融公庫、全国商工会連合会、北海道商工会連合会、平取町農協</p> <p>2. 経営指導員等の資質向上等に関すること 【連携者】中小企業基盤整備機構、北海道商工会連合会</p> |

連携者及びその役割

| 組 織 名 | 住所・連絡先・役割 | |
|----------------------------------|-----------|--|
| 中 小 企 業 庁 | 代表者 | 長官 宮本 聡 |
| | 住 所 | 〒100-8912 東京都千代田区霞が関1丁目3番地1 |
| | 連絡先 | 庁代表 03-3501-1511 |
| | 役 割 | 経営分析、事業計画策定支援、事業計画実施支援 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 |
| 北海道経済産業局 | 代表者 | 局長 児島秀平 |
| | 住 所 | 〒060-0808 札幌市北区北8条西2丁目 札幌第1合同庁舎 |
| | 連絡先 | 局代表 011-709-2311 |
| | 役 割 | 経営分析、事業計画策定支援、事業計画実施支援 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 |
| 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 |
| | 連絡先 | 庁代表 011-231-4111 |
| | 役 割 | 各種展示会・物産展開催などの情報提供 |
| 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 | 〒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 |
| | 連絡先 | 事務所 011-210-7470 |
| | 役 割 | 専門家派遣による経営分析・事業計画策定支援、事業計画実施 支援・需要動向調査支援 |
| 北海道よろず 支援拠点 | 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 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 |
| | 連絡先 | 窓口 011-232-2407 |
| | 役 割 | 経営革新支援、創業・第二創業における専門家派遣及び経営分析 |
| 一般社団法人北海道 発明協会北海道知財 総合支援窓口 | 代表者 | 会長(代表理事) 小砂憲一 |
| | 住 所 | 〒060-0807 札幌市北区北7条西4丁目1-2 |
| | 連絡先 | 窓口 011-747-8256 |
| | 役 割 | 地域ブランド構築のための知財の妥当性の調査・支援 |
| 全国商工会連合会 | 代表者 | 会長 石澤義文 |
| | 住 所 | 〒100-0006 東京都千代田区有楽町1丁目7番1号 有楽町電気ビル北館19階 |
| | 連絡先 | 代表 03-6268-0008 |
| | 役 割 | ・全国展開支援事業などの販路開拓の取組み ・職員の資質向上の取組み |
| 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1番地 プレスト1・7 |
| | 連絡先 | 代表 011-251-0101 |
| | 役 割 | ・経営革新支援、創業・第二創業における専門家派遣並びに情報 提供 ・職員の資質向上の取組み |
| 平 取 町 | 代表者 | 町長 川上 満 |
| | 住 所 | 〒055-0107 沙流郡平取町本町28番地 |
| | 連絡先 | 庁舎代表 01457-2-2221 |

| | | |
|------------------------|-----|---|
| | 役 割 | <ul style="list-style-type: none"> ・商工業施策全般 ・創業における資金対策（起業化補助金・地場産振興資金） ・経営改善資金の利子補給 |
| びらとり農業協同組合 | 代表者 | 代表理事組合長 仲山 浩 |
| | 住 所 | 〒055-0107 沙流郡平取町本町 40 番地 1 |
| | 連絡先 | 事務所 01457-2-2214 |
| | 役 割 | ・特産品を活用したブランド化の連携 |
| 株式会社日本政策金融公庫室蘭支店国民生活事業 | 代表者 | 支店長 梅沢光一 |
| | 住 所 | 〒050-0083 北海道室蘭市東町 2 丁目 9-8 |
| | 連絡先 | 支店 0143-44-1731 |
| | 役 割 | <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定支援、事業計画実施支援 ・事業資金に関する相談、融資 |
| 苫小牧信用金庫平取支店 | 代表者 | 支店長 大沢新二 |
| | 住 所 | 〒055-0107 沙流郡平取町本町 66 番地 1 |
| | 連絡先 | 店舗 01457-2-2321 |
| | 役 割 | <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定支援、事業計画実施支援 ・事業資金に関する相談、融資 ・地域経済動向調査 |
| (株) K I T A B A | 代表者 | 社長（技術士） 酒本 宏 |
| | 住 所 | 〒001-0013 札幌市北区北 13 条西 3 丁目 2 番 1 号 13 条ビル 2 階 |
| | 連絡先 | 会社代表 011-299-8990 |
| | 役 割 | ・地域ブランド構築のための需要動向調査、助言 |
| 中小企業診断士事務所 たかまさ経営総研 | 代表者 | 所長（中小企業診断士）高田雅文 |
| | 住 所 | 〒063-4006 札幌市西区西町北 2 丁目 1-14-406 |
| | 連絡先 | 携帯 090-4878-2583 |
| | 役 割 | <ul style="list-style-type: none"> ・経済動向調査における調査支援、集計、分析 ・中小企業支援策の活用、経営分析、経営戦略の立案 |
| 網野中小企業診断士事務所 | 代表者 | 所長（中小企業診断士）網野柁樹 |
| | 住 所 | 〒065-0019 札幌市東区北 19 条東 9 丁目 |
| | 連絡先 | 携帯 090-1305-5643 事務所ファックス 011-743-2303 |
| | 役 割 | <ul style="list-style-type: none"> ・経済動向調査における調査支援、集計、分析 ・中小企業支援策の活用、経営分析、経営戦略の立案 |
| 成田税理士事務所 | 代表者 | 所長（税理士）成田静治 |
| | 住 所 | 〒053-0005 苫小牧市元中野町 4 丁目 15-12 |
| | 連絡先 | 0144-33-7001 |
| | 役 割 | ・経営分析による指導、助言 |

連携体制図等

