

経営発達支援計画の概要

|               |  |
|---------------|--|
| 実施者<br>(法人番号) | 様似町商工会 (法人番号 1430005009455)  |
| 実施期間          | 平成29年4月1日～平成34年3月31日   |
| 目 標           | <p>地域消費者人口の急速な減少及び消費者ニーズ・購買行動の変化に対応する情報の提供や新商品の開発及び販路開拓等を小規模事業者の目線に立って支援することで、売上額の増、維持や新たな創業等へ繋げるとともに、アポイ岳ジオパークの世界認定、各種イベント開催による交流人口増加に伴う受入れ体制の整備を図り、地域経済の活性化と小規模事業者の持続的で安定した経営に寄与することを目的とします。</p>   |
| 事業内容          | <p>・経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針】             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) ヒアリングシートを活用した小規模事業者の動向の把握</li> <li>(2) 地域金融機関の調査結果を活用した地域経済動向の把握</li> <li>(3) 各種統計資料からの情報収集</li> </ol> </li> <li>2. 経営状況の分析に関すること【指針】             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 定量面からの経営分析支援</li> <li>(2) 定性面からの経営分析支援</li> </ol> </li> <li>3. 事業計画策定支援に関すること【指針】             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 事業計画策定説明会の開催</li> <li>(2) 創業・第二創業(経営革新)支援</li> <li>(3) 事業継承支援</li> </ol> </li> <li>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 巡回指導によるフォローアップ</li> <li>(2) 各支援機関の支援</li> <li>(3) 事業承継・創業支援・第二創業(経営革新)支援</li> <li>(4) 金融・補助金申請支援</li> </ol> </li> <li>5. 需要動向調査に関すること【指針】             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 食に関する観光客満足度調査の実施</li> <li>(2) 個別の商品等に対するニーズ調査の実施</li> <li>(3) 消費者動向調査の実施</li> <li>(4) インターネットでの情報収集・提供</li> </ol> </li> <li>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 展示会商談会への出展による販路開拓支援</li> <li>(2) アンテナショップ販売による販路拡大支援</li> <li>(3) インターネット販売による販路拡大</li> </ol> </li> </ol> <p>・地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 特産品開発事業の実施</li> <li>(2) 世界ジオパーク認定に伴う「アポイ岳ジオパーク」関連事業の支援</li> <li>(3) 地域イベントによる地域活性化事業の実施</li> <li>(4) 消費拡大のための販売促進事業の実施</li> <li>(5) プレミアム付き商品券発行事業の実施</li> </ol> |
| 連絡先           | <p>名 称 様似町商工会<br/>         住 所 〒058-0014 北海道様似郡様似町大通2丁目2番地先<br/>         電話番号 0146-36-2416 FAX 0146-36-2011<br/>         e-mail samanisk@rose.ocn.jp</p>   |

(別表1)

【経営発達支援計画】

経営発達支援事業目標

I 様似町の概要等

1. 様似町の状況

様似町は日高管内の東南部に位置し、西側に浦河町、東側にえりも町が隣接して、主要交通網はJR日高線と国道336号がありますが、住民の多くは車を移動手段としており、札幌までの所要時間は3時間30分、帯広までは2時間となっています。

地勢は、背面に日高山脈、前面は太平洋を臨み、様似川などの流域地帯を除くとほとんどが丘陵地帯・中起伏山地帯であって、河川の下流域に市街地が太平洋に沿って形成されており、気候は海洋性気候で夏は涼しく冬は雪が少なく、北海道内でも比較的温暖な地域となっています。

様似町には、寒地植物と高山植物の群落の所在地として知られるアポイ岳があります。そのアポイ岳周辺には、地球深部のマンツルの情報をそのまま持っている新鮮なかんらん岩が広がっており、めずらしい地質・地形がたくさんあり、2008年にアポイ岳、かんらん岩や高山植物などの貴重な自然が評価され「アポイ岳ジオパーク」として日本ジオパークに認定され、2015年9月「世界ジオパーク」(地質遺産)に認定されました。

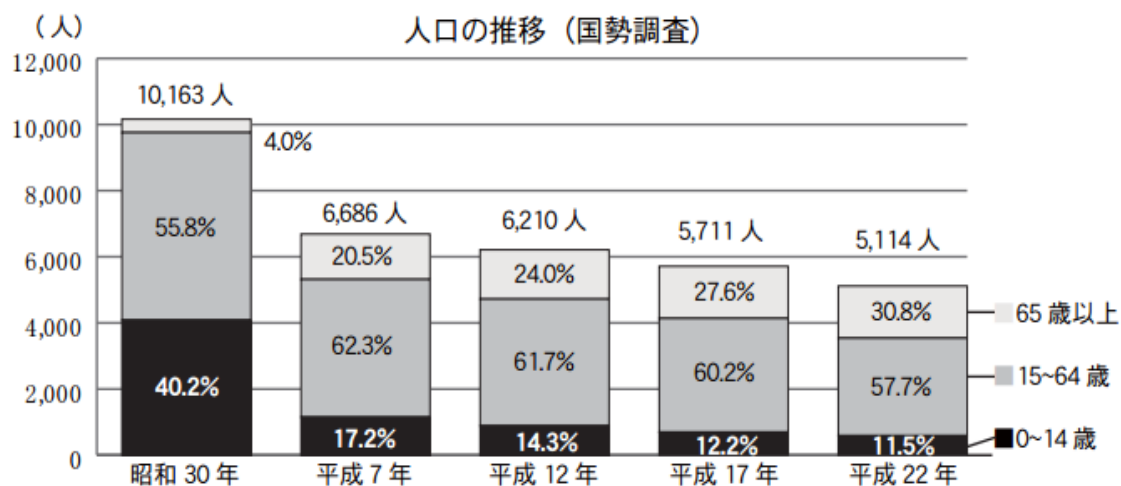


2. 人口の動き

平成22年の国勢調査総人口は5,114人(男2,417人、女2,697人)、世帯数は2,205世帯で、平成17年の同調査と比較すると総人口で597人(10.4%)減少しており、本町の人口が最も多かった昭和30年国勢調査時の10,163人をピークに年々減少しています。特に減少率は昭和60年以降、6~8%という高い状況が続いています。

高齢化率は、平成22年国勢調査で30.8%となっており、平成17年より3.2%上昇し、北海道や全国の数値を大きく上回っています。

平成27年10月末様似町住民基本台帳人口は4,651人(男:2,209人 女:2,442人)となっています。



### 3. 地域産業の状況

#### ① 漁業の状況

基幹産業は漁業であり、町の就業者数のおおよそ2割にあたる520名が漁業に従事しています。

国連海洋法条約で自国の海から200海里(370.4km)の範囲内に排他的経済水域が設定されたことにより、周辺水域の重要性が増しつつも、水産資源の減少から漁業生産量も著しく減っております。このような中、平成13年に成立した水産基本法によって、漁獲量の総量管理に加え、操業水域での資源回復の計画的・総合的な推進が図られています。

また、水産物の輸入は、増加傾向が続いており、活魚出荷や消費者の「安全・健康志向」に伴う輸入水産物との差別化やサケ(日高産:銀聖)のブランド化、通信販売などによる販路も広がってはいますが、国内景気の低迷、デフレ傾向などにより多くの水産物の価格低迷が続き、サケ定置漁獲高も減少傾向、他の主要魚種であるタコやツブ貝、天候状況に左右され易い昆布も減産傾向となっています。

採藻漁業やサケマス流し網漁業などの経営体数も減少傾向にあり、先行きの不透明感から若年層の就業者も減少傾向であることに加えて高齢化が進行していることが、廃業の大きな要因となっており、今後漁業者の減少と併せて生産量の低下が危惧されています。

#### ●漁獲量・漁獲高

|        | 平成16年度 |         | 平成23年度 |         |
|--------|--------|---------|--------|---------|
|        | 魚類     |         |        |         |
| 種類     | 数量(トン) | 金額(百万円) | 数量(トン) | 金額(百万円) |
| さけ・ます類 | 3,382  | 820     | 1,091  | 550     |
| かれい類   | 80     | 51      | 108    | 49      |
| すけとうだら | 6,826  | 287     | 6,052  | 228     |
| まだら    | 224    | 36      | 247    | 48      |
| はたはた   | 19     | 11      | 8      | 4       |
| まつかわ   | -      | -       | 7      | 8       |
| その他魚類  | 171    | 46      | 90     | 16      |
|        | 貝類     |         |        |         |
| つぶ貝    | 377    | 342     | 339    | 232     |
| ほっき貝   | -      | -       | 12     | 5       |

|         |       |     |     |     |
|---------|-------|-----|-----|-----|
| その他貝類   | 53    | 19  | 8   | 3   |
| 水産動物    |       |     |     |     |
| たこ類     | 723   | 306 | 752 | 365 |
| いか類     | 1,242 | 256 | 668 | 141 |
| かに類     | 11    | 25  | 43  | 38  |
| うに類     | 26    | 37  | 18  | 20  |
| その他水産動物 | —     | —   | 9   | 39  |
| 海藻      |       |     |     |     |
| こんぶ     | 687   | 662 | 472 | 711 |
| その他海藻   | 16    | 34  | 11  | 24  |

資料：漁獲統計

●漁家戸数の推移

| 種類        | 平成11年度 | 平成22年度 | 伸長率  |
|-----------|--------|--------|------|
| 昆布採取を主とする | 189戸   | 172戸   | 91%  |
| その他       | 115戸   | 115戸   | 100% |

資料：様似町ホームページ

② 農業の状況

稲作は、減反政策が進められ、昭和43年の184ha、84戸をピークに作付けが減少し、大半は飼料用牧草地に転換利用され、生産額もピーク時の164百万円から現在は20百万円程度に減少しています。

野菜は、いちごを中心とした施設栽培に取り組んでおり、現在は14戸で広域出荷体制により、ほとんどが札幌市場へ出荷し、生産額は100百万円程度と増加しており、様似町も補助金等の活用、ビニールハウスの貸与などいちご栽培施設整備を積極的に行い、さらなる生産額の拡大が期待されます。

軽種馬は、歴史は浅いが減反政策と相まって急激に繁栄しました。しかし、複合経営からの移行で企業的経営者が少ないのが特徴です。現在は、農業総生産の80%程度を占めています。こうした軽種馬生産は、稲作とともに基幹産業として、経済発展に重要な役割を果たしてきましたが、近年、経済情勢の悪化に伴い競走馬の流通不振及び外国産馬の出走制限緩和策などにより厳しい状況にあります。

●農家戸数、農家就業者数、農用地面積等

| 区分    | 平成12年度  | 平成22年度  | 伸長率   |
|-------|---------|---------|-------|
| 農家戸数  | 146戸    | 110戸    | 75.3% |
| 農家人口  | 519人    | 400人    | 77.1% |
| 農業就業者 | 318人    | 240人    | 75.5% |
| 耕地面積  | 1,080ha | 1,040ha | 96.3% |
| ・水稲   | 30ha    | 25ha    | 83.3% |
| ・普通畑  | 52ha    | 40ha    | 76.9% |
| ・牧草畑  | 998ha   | 975ha   | 97.7% |

●農業生産額（単位：千万円）

| 区分  | 平成12年度 | 平成22年度 | 伸長率    |
|-----|--------|--------|--------|
| 水稲  | 3      | 3      | 100.0% |
| 酪農  | 6      | 6      | 100.0% |
| 軽種馬 | 98     | 72     | 73.5%  |
| 肉用牛 | 6      | 7      | 116.7% |
| 野菜他 | 6      | 7      | 116.7% |
| 合計  | 119    | 95     | 79.8%  |

資料：様似町ホームページ

③ 商業の状況

小売業及び卸売業等は、経済活動の重要な役割を担うとともに、雇用の創出や生活の向上、利便性など町民生活に大きな役割を果たしています。しかし、車社会の進展や人口の減少、高齢化等が進み消費者の価値観やライフスタイルの多様化などに伴い、浦河町や新ひだか町、札幌市や帯広市方面に購買力のうち約70%が流出しております。

また、小規模事業者の高齢化、後継者が不足といった課題もあり、事業継続が困難となる事業者も増える等、事業所数の減少とあわせて憂慮すべき事態となっており、商業を取り巻く環境は極めて厳しい状況にあります。

| 商品別買物場所の利用割合 |       |                      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|--------------|-------|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| —平成21年—      |       | 区域内人口 5,338 人 (単位:%) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| (%)          | 食料品   | 日用品                  | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   | 日用品   |
| 浦河町          | 43.3  | 58.9                 | 34.3  | 12.9  | 29.3  | 15.6  | 25.9  | 28.3  | 22.7  | 35.3  | 51.4  | 30.9  | 20.7  | 18.9  | 81.1  |
| 種別町          | 44.2  | 23.8                 | 14.4  | 9.5   | 20.0  | 4.0   | 17.7  | 16.4  | 44.4  | 16.5  | 12.3  | 20.9  | 47.5  | 71.2  | 10.5  |
| 新ひだか町        | 5.8   | 7.4                  | 20.6  | 19.7  | 13.1  | 11.8  | 14.8  | 11.2  | 11.0  | 11.5  | 15.0  | 4.2   | 7.5   | 6.5   | 6.1   |
| 札幌市          | 0.4   | 2.0                  | 5.0   | 19.8  | 8.9   | 24.2  | 11.7  | 17.9  | 8.7   | 10.0  | 7.0   | 12.6  | 5.8   | 1.4   | 7.7   |
| 帯広市          | 1.0   | 0.6                  | 8.7   | 13.7  | 7.4   | 9.4   | 10.2  | 5.5   | 5.5   | 6.9   | 4.1   | 12.6  | 1.9   | 0.8   | 0.2   |
| 苫小牧市         | 0.9   | 0.9                  | 0.2   | 13.0  | 8.3   | 14.0  | 9.5   | 8.8   | 2.6   | 7.5   | 6.4   | 9.6   | 1.2   | 0.3   | 5.1   |
| えりも町         | 1.8   |                      | 0.7   | 0.7   | 0.9   | 0.8   | 0.8   | 2.1   | 0.6   | 0.4   | 1.3   | 2.1   | 1.4   | 0.9   | 1.0   |
| 新冠町          |       |                      | 0.9   |       |       |       | 0.8   |       | 1.3   |       |       |       |       |       | 0.2   |
| 富良野市         |       |                      |       | 0.2   | 0.2   | 0.2   |       |       |       |       |       |       | 0.5   |       | 0.1   |
| 平取町          |       |                      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 0.0   |
| 広尾町          |       |                      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 0.0   |
| 通販・宅配(生協等)   | 2.5   | 6.4                  | 8.5   | 10.0  | 11.9  | 19.0  | 8.6   | 9.1   | 3.2   | 12.0  | 2.5   | 7.0   | 13.7  |       | 2.1   |
| その他          |       |                      |       | 0.7   |       | 1.0   |       | 0.7   |       |       |       |       |       |       | 0.2   |
| 総計           | 100.0 | 100.0                | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

資料：平成21年度北海道広域商圏動向調査

| 区 分 |            | 平成14年   | 平成16年   | 平成19年   |
|-----|------------|---------|---------|---------|
| 総数  | 事業所数       | 92      | 90      | 82      |
|     | 従業員数 (人)   | 422     | 374     | 385     |
|     | 年間販売額 (万円) | 840,575 | 755,867 | 676,100 |
| 卸売業 | 事業所数       | 12      | 15      | 13      |
|     | 従業員数 (人)   | 72      | 62      | 98      |
|     | 年間販売額 (万円) | 303,579 | 252,035 | 210,400 |
| 小売業 | 事業所数       | 80      | 75      | 69      |
|     | 従業員数 (人)   | 350     | 312     | 287     |
|     | 年間販売額 (万円) | 536,996 | 503,832 | 465,700 |

資料：商業統計調査

平成24年度 後継者有無についての独自巡回アンケート結果

| 業種区分      | 調査回答件数 | 有り    | 無し    | 不明    |
|-----------|--------|-------|-------|-------|
| 食料品小売     | 8      | 3     | 5     | 0     |
| 家電        | 4      | 1     | 3     | 0     |
| 衣料品       | 5      | 1     | 4     | 0     |
| 暖房・油脂・タイヤ | 7      | 3     | 0     | 4     |
| 金物・雑貨     | 3      | 1     | 2     | 0     |
| その他       | 9      | 2     | 7     | 0     |
| 合計        | 36     | 11    | 21    | 4     |
| 割合        | 100%   | 30.6% | 58.3% | 11.1% |

平成27年度 商工会員事業主及び代表者年齢構成

| 区 分 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代  | 60歳代  | 70歳以上 | その他   |
|-----|------|------|-------|-------|-------|-------|
| 企業数 | 3    | 8    | 33    | 75    | 38    | 23    |
| 割合  | 1.7% | 4.4% | 18.3% | 41.7% | 21.1% | 12.8% |

※その他は定款会員・支店・出張所等

#### ④ 工業の状況

工業は、地下資源を活用したかんらん岩や石灰石の事業と地場水産資源であるサケ・ますツブ貝やたこ、昆布を活用した水産加工業のほか、大手鉄鋼関連企業の工場立地もあり、本町の経済を支えるとともに雇用の場としても大きな役割を果たしていました。また、平成25年まではコンデンサー用アルミ電極箔製造業（27億円製品出荷額）がありましたが、廃業となったことから工業出荷額が大きく減少し、雇用の場としての役割にも大きな痛手となりました。

| 区 分        | 平成18年   | 平成20年   | 平成22年     |
|------------|---------|---------|-----------|
| 事業所数       | 20      | 19      | 18        |
| 従業員数 (人)   | 294     | 263     | 265       |
| 製品出荷額 (万円) | 952,754 | 976,801 | 1,027,964 |

資料：工業統計調査

#### 4. 観光産業の状況

観光産業は、美しい自然が演出する景勝地がたくさんあります。特殊な地質と海からの濃霧が気温を低下させ、あわせて雪が少ないなど2000m級の高山と同じような条件を生み、標高(810m)が低い山でありながら高山植物が群生している「アポイ岳」やキャンプ場と併設している海水浴場(親子岩ふれ愛ビーチ)があり日高管内や十勝圏より観光客が訪れています。

また、地場の新鮮な海の幸、山の幸を活かしたイベント「地場産フェア」「さまにウニまつり」などの特産品販売イベント等を開催し、観光客入込数は平成26年度20万人となっていますが、観光客が求めている地場の特産品を使用した商品や飲食店メニュー等を販売している飲食店や小売店は限られており、扱っている商品も独自性や品数も少ないのが現状であります。

| 区 分                    | 20年度    | 22年度    | 24年度    | 26年度    |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|
| アポイ岳登山者数               | 7,554   | 6,671   | 7,172   | 7,074   |
| アポイ山麓キャンプ場入込数          | 2,388   | 1,929   | 1,781   | 1,698   |
| 親子岩ふれ愛ビーチ<br>(キャンプ場含む) | 20,308  | 18,681  | 11,233  | 10,219  |
| 町内観光客入込数               | 201,401 | 217,921 | 210,049 | 206,413 |

資料：様似町商工観光課

#### 5. 地域・小規模事業者の現状と課題

##### (1) 小規模事業者の現状

##### 産業(大分類)別事業所数

| 産 業 大 分 類   | 平 成 1 8 年 度 |               | 平 成 2 1 年 度 |               |
|-------------|-------------|---------------|-------------|---------------|
|             | 事 業 所 総 数   | 小 規 模 事 業 者 数 | 事 業 所 総 数   | 小 規 模 事 業 者 数 |
| 農林漁業        | 28          | 28            | 26          | 24            |
| 鉱 業         | 0           | 0             | 1           | 0             |
| 建 設 業       | 30          | 26            | 26          | 21            |
| 製 造 業       | 24          | 17            | 21          | 17            |
| 電 気 ・ ガ ス   | 1           | 1             | 0           | 0             |
| 情 報 ・ 通 信 業 | 2           | 2             | 1           | 1             |
| 運 輸 業       | 9           | 8             | 10          | 9             |
| 卸 売 ・ 小 売 業 | 80          | 63            | 75          | 59            |

|                |     |     |     |     |
|----------------|-----|-----|-----|-----|
| 金融・保険業         | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 不動産業           | 25  | 24  | 23  | 22  |
| 学術研究・専門技術サービス業 | —   | —   | 3   | 2   |
| 飲食店、宿泊業        | 32  | 30  | 28  | 25  |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | —   | —   | 26  | 22  |
| 医療・福祉          | 10  | 4   | 11  | 3   |
| 教育、学習支援業       | 8   | 8   | 3   | 3   |
| 複合サービス業        | 6   | 3   | 7   | 4   |
| サービス業          | 42  | 32  | 24  | 8   |
| 合計             | 302 | 251 | 290 | 225 |

## (2) 小規模事業者の課題

様似町の経済環境は、太平洋がもたらす海洋資源豊富なさけの定置網や昆布、たこ、沖合い底引き網漁業等の漁業が基幹産業であります。近年、温暖化による海水温の上昇による漁獲量の減少により、漁業者の廃業や衰退が進行しているほか、水産物加工業者等の原材料不足等にも影響し経営を圧迫している状況にあります。

また、短期間で重労働である水産加工を中心とする製造業は、人口の減少もあり労働力確保が出来ない状況にあり大きな課題となっております。

加えて、小規模事業者の高齢化、後継者不足や売上不振などによる廃業に追い込まれることも課題であります。

### ① 商業・サービス業の課題

商業・サービス業においては、従前より生協及び農協店舗が大きな売り場面積を持ち営業しており消費者より大きな支持を得ています。加えて、平成24年に大手ドラッグストア（ツルハ）、DIY店（ホームックニコット）が町の中心部に隣接してオープン、既存の小規模事業者には大きな脅威となっております。

小規模事業者の売上減少は、以前から高齢で後継者もなく、人口の減少などの経営環境の悪化や気力の衰退、品揃えの不足等もあり店舗にも魅力がなく、購買力流出に繋がっていることが大きな課題となっております。

### ② 工業・建設業の課題

水産加工業は、地場のサケや昆布、真ツブを原料とし、品質の良さと加工技術の確立もあり販路は安定的に確保できているのが強みとなっておりますが、水産資源の漁獲量の減少、昆布漁は天候の影響による品質及び原材料の確保が課題となっております。

また、建設業は公共事業を中心とした事業を営んでおり、比較的安定して推移しておりますが、人件費及び材料費の高騰や人材不足、技術力の向上による経営体質の強化、新商品や新しい加工技術の開発等に関する研究開発及び販路開拓に経営資源の投入することができない状況が課題となっております。

### ③ 観光産業の課題

零細で高齢な小規模事業者が多く、観光客が求めているニーズも調査せず従来からの経営内容の検討もないまま売上確保が出来ず後継者も無く、高齢により廃業する事業者も多く見受けられ

ます。

また、平成27年9月「世界ジオパーク」(地質遺産)に認定を受け、さらに、素晴らしい自然と優良な地域資源がありながらお客様へのサービス、お土産品や飲食店メニューへの有効活用が図られないことが大きな課題となっています。

## 6. 商工会の現状と課題

商工会の現状～これまでの取組

当商工会では、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に積極的に取組むことにより、地域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。

経営改善普及事業(税務指導、金融相談、労務指導、各種共済制度の普及)及び地域振興事業(各種イベント協力など)は、得てして対処的な指導になりがちでありましたが、巡回指導年間394回・窓口相談219回を実施する中で、小規模事業者に寄り添いながら信頼関係を構築し、継続的かつ効果的な支援の実施に努めてきましたが、経営改善普及事業の基礎的支援業務や地域振興事業に追われ、高齢及び経営不振等の理由による廃業に歯止めを掛けるまでには至っていませんでした。

また、人口減少や少子高齢化などの要因で小規模事業者の置かれている経営状況は非常に厳しい状況にある中、商工会としても地域消費者の購買力向上と町外流出の防止を図ることを目的に、「歳末大売り出し」や「お買物スタンプラリー」、「商品券発行事業」を実施し成果を出しているものの、変化する消費動向や小規模事業者の経営状況など現状の把握が出来ていなく、具体的な支援ができていないことが課題となっています。

## 7. 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

様似町の第8次総合計画(2011～2020)における基本構想は、「町民と歩む 個性あふれる 元気なまちづくり」をテーマとして各種施策が講じられております。

そのなかで、商業振興対策の推進においては、「商工会を中心に(略)買い物環境の整備を推進」することや「地場資源の増大対策をはじめ、観光産業などとの複合的な産業振興と地域の活性化」及び「地場産品の(略)インターネットを活用したPRを推進」することが明記されています。

様似町商工会においても、町外への購買力の流出を防ぐ為には、消費者ニーズをしっかりと捉え、そのニーズに対応した経営を支援することが重要と考えます。また、「アポイ岳ジオパーク」という世界基準の観光資源を関係機関と連携し最大限に活用することで、地域経済に貢献する取組を展開していきます。

これらの取り組みが、上述した課題を解決することにもつながり、また、様似町が目指す方向性と一致するものであることから、様似町商工会は小規模事業者の中長期的な振興のあり方を下記のとおり掲げることとします。

『ひとを呼び込む仕組みをつくり、消費者ニーズの対応による買い物環境を含めた地域経済の再



## 構築を目指す』

この小規模事業者支援に対する考え方（振興のあり方）に基づき、下記のとおり経営発達支援事業の目標を掲げることで小規模事業者の経営発達に貢献する事業を関係機関と連携して実施していきます。

### 経営発達支援事業の目標

- ◆ 小規模事業者との信頼を礎として、支援機関のネットワークを最大限に活用し、小規模事業者数の減少に歯止めをかけ、小規模事業者の発展を目指します。
- ◆ 地域の経済団体としての使命を果たす為、地域資源を活用し、地域全体の経済発展に貢献します。

上記の目標を達成するため、様似町商工会は以下の方針に基づき事業を実施します。

#### 《小規模事業者支援に関する実施方針》

- ① 経済状況や消費者ニーズの情報を収集し、定期的に情報提供を行います。
- ② 巡回訪問等を通じて小規模事業者が直面している経営課題を抽出し、事業計画策定の支援を通じて小規模事業者の経営力強化を行います。
- ③ 交流人口の増加による販売促進、経営力強化に努め事業承継や第二創業の支援を行います。
- ④ 経営改善普及事業から経営発達支援事業に対するいっそうの注力が重要であることを踏まえ、これまで以上に事業の検証や見直しをして行くことと併せ、商工会の全職員の資質向上を図って小規模事業者の売上の維持及び増加に貢献する取組みを行います

#### 《地域活経済活性化に関する実施方針》

- ① 関係機関と連携して「秋サケ」「真ツブ」「たこ」等の新商品の開発や加工技術、保存方法の研究を行い、地域の特産品として付加価値を付ける開発を行います。
- ② アポイ岳ジオパークが「世界ジオパーク」（地質遺産）に認定されたことを起爆剤に、観光客等の交流人口の受け入れ態勢強化として、地域食材を活用した新商品の開発支援をはじめ、新サービス、新メニューの開発、施客マナー講習会の実施に向けた支援、宿泊施設の整備に向けた取組みを行っていきます。

経営発達支援事業内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成29年4月1日～平成34年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I.経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

《課題》

現状の地域経済の実態把握は、経営指導員による巡回訪問、窓口相談や諸会議での小規模事業者からのヒアリングや日高信用金庫発行の「地区内経済概況」及び「小規模企業景気動向調査」を基に各業種における業況や今後の見通しなどを判断していただけており、地域が抱える課題の抽出は行っておらず、資料等の必要な情報提供のみ行っていません。

《目的》

地区内の経済状況を把握するため、ヒアリングシートを作成・活用し、企業が直面している課題や問題点を探るための聴き取り調査等を行うことにより、小規模事業者が抱えている悩みや事業実態を把握し、経営課題解決のための指導・助言を行います。

また、ヒアリングシートの蓄積情報や日高信用金庫の調査データ等を分析し、地区内小規模事業者に対し、質の高い情報提供及び事業計画策定に活用します。

《事業内容》

(1) ヒアリングシートを活用した小規模事業者の動向の把握

小規模事業者が抱えている問題点や悩みを把握するため、巡回訪問や窓口相談時等でヒアリングシートを活用し、小規模事業者へ事業計画策定支援における個別相談時の有効な情報提供に活用します。

|       |   |
|-------|---|
| 対象者   | 地区内小規模事業者の25%（50件/年）  |
| 調査方法  | 経営指導員等が巡回訪問及び窓口相談時にヒアリングを行う。  |
| 調査頻度  | 年1回   |
| 調査項目  | 景況観・売上・仕入・資金繰り・従業員数・採算性・経営課題・支援内容・後継者の有無 など   |
| 調査手法  | 専門家との連携により業種別又は企業毎に、数値による比較（売上・仕入・従業員数等）及び景況観・経営課題等を報告書として集約・蓄積します。   |
| 情報の共有 | ヒアリングから得られた情報は、今後の経営支援を行っていく上での基盤となる情報であることから、個別のヒアリングシートのデータは電子媒体(PDF等)に変換し、商工会内部のネットワーク上の共有フォルダに保存します。また、上記調査手法により数値化したデータは、地域内の経済動向指数として専用フォルダに保存して、職員間の情報共有を図ります。 |
| 活用方法  | 巡回指導・窓口相談及びホームページ等に掲載による小規模事業者への情報提供や個別事業者への事業計画策定支援におけるデータ提供などに活   |

|  |       |
|--|-------|
|  | 用します。 |
|--|-------|

(2) 地域金融機関の調査結果を活用した地域経済動向の把握

様似町を含め近隣地域の経済動向を把握するため、地域金融機関である日高信用金庫が発行している「地区内経済概況」などから産業別漁獲高や農業・軽種馬等の生産額・販売額等、商工業では、建設業や卸・小売業、観光等の種別販売額等から近隣地域の経済概況動向を把握し、小規模事業者へ有効な情報提供に活用します。

|         |   |
|---------|---|
| 収集方法    | ひだかしんきん地区内経済状況（日高信用金庫）<br>調査ニュース（北海道銀行）<br>月例経済報告（北海道）                                    |
| 収集頻度    | 月1回   |
| 収集項目    | 経済動向・業種別業況動向・個人消費動向・雇用情勢、前月との比較、前年同月との比較、今後の景況見通しなど                                       |
| 情報の整理方法 | 収集した項目を抜き出し、電子媒体に貼り付けた上で商工会内部のネットワーク上の共有フォルダに保存します。なお紙媒体は回覧の上、専用ファイルに編纂し、所定のキャビネットに保管します。 |
| 活用方法    | 巡回指導・窓口相談及びホームページ等に掲載による小規模事業者への情報提供や個別事業者への事業計画策定支援におけるデータ提供などに活用します。                    |

(3) 各種統計資料からの情報収集

道内の経済動向の把握には、北海道統計局月例経済報告「最近の経済動向」及び北海道商工会連合会「中小企業景況調査報告書」により把握し、地域金融機関とも連携を取りながら日高信用金庫「ひだかしんきんレポート」等を活用し、北海道内、日高管内及び地域内の景況観や売上などの景気動向把握を目的とし情報収集を行い、小規模事業者へ地域経済動向の基礎データとして積極的に情報提供します。

|         |   |
|---------|---|
| 収集方法    | ひだかしんきんレポート（日高信用金庫）<br>中小企業景況調査報告書（北海道商工会連合会）   |
| 収集頻度    | 四半期毎の年4回 7月（4月～6月分）、10月（7月～9月分）、1月（10月～12月分）、4月（1月～3月分）                                   |
| 収集項目    | 経済動向・業種別売上動向・個人消費動向・雇用情勢、前期との比較、前年同期との比較、今後の景況見通しなど                                       |
| 情報の整理方法 | 収集した項目を抜き出し、電子媒体に貼り付けた上で商工会内部のネットワーク上の共有フォルダに保存します。なお紙媒体は回覧の上、専用ファイルに編纂し、所定のキャビネットに保管します。 |
| 活用方法    | 巡回指導・窓口相談及びホームページ等に掲載し小規模事業者への情報提供、職員の情報共有及び事業計画策定支援などに活用します。                             |

《事業実施による効果》

小規模事業者が地域経済動向を把握することにより、地域内小規模事業者が抱える課題を抽

出、分析検討し経営力向上や販売促進等の諸課題の解決に向けたきめ細やかな情報提供を行うことが可能となり、実態に合致した事業計画策定や実施支援に繋がることも可能となります。また、併せて、情報収集した基礎的データを整理し、データベース化を図り、全職員でデータを共有することにより、小規模事業者の求める情報を提供できる体制を確立することができる。

《目標》

| 項目                | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-------------------|----|------|------|------|------|------|
| ヒアリングシートによる動向把握件数 | —  | 50   | 50   | 50   | 50   | 50   |
| 金融機関調査結果の収集       |    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 調査結果の成果物の提供事業者数   | —  | 70   | 70   | 70   | 70   | 70   |
| 統計資料の調査結果の収集頻度    |    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 統計資料の調査結果の提供事業者数  | —  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

《課題》

独自様式による簡易な経営状況報告書を作成し情報分析を行ってきましたが、小規模事業者の経営改善貸付時など金融斡旋時の一環としての活用に留まり、具体的な経営支援に反映はできていませんでした。

《目的》

ネット de 記帳を活用している会員企業については、貸借対照表や損益計算書及び損益分岐点図表などの経営分析システムを活用し、さらに、SWOT分析等を実施して小規模事業者の強み・弱み・機会・脅威の現状を認識してもらうことを通じ、経営分析データを基本とした経営改善計画や売上目標の策定、利益率向上策の検討などの支援に役立てます。

その際、専門知識を必要とする小規模事業者については、中小企業基盤整備機構及びミラサポ、北海道よろず支援拠点のコーディネーター等と連携し、専門家による経営分析を通して売上拡大、経営改善等の支援を行い経営改善と今後の事業計画策定に活用します。

なお、下記の経営分析を行い、事業計画を策定していく中で、域外に向けて新たな販路の開拓を目指す事業者については「重点支援対象者」として、個別の需要動向調査や新たな需要開拓支援につなげることで個々のやる気を喚起します。

《事業内容》

(1) 定量面からの経営分析支援

|       |  |
|-------|--|
| 支援対象者 | 上記「ヒアリングシート」によりヒアリングを行った小規模事業者で、ネット de 記帳の利用小規模事業者及び経営分析の必要性を理解した小規模 |
|-------|--|

|      |  |
|------|--|
|      | 事業者  |
| 支援時期 | 年間通じて支援を行います。  |
| 分析項目 | 財務分析（総合、財務、生産販売、労務、収益性、生産性、安全性）、経営計数分析、比較貸借対照表分析、損益分岐点分析 |
| 分析手法 | ネット de 記帳の「経営分析機能」や全国商工会連合会が提供する「経営分析システム」をツールとして活用します。  |
| 活用方法 | 経営改善はもとより、利益を確保する為の経営戦略やマーケティング、事業計画策定などに活用します。          |
| 提供方法 | 個別相談等の際、紙媒体（分析レポート）で提供する。また電子媒体による提供にも対応します。             |

(2) 定性面からの経営分析支援

|       |  |
|-------|--|
| 支援対象者 | 上記「ヒアリングシート」によりヒアリングを行った小規模事業者で、ネット de 記帳の利用小規模事業者及び経営分析の必要性を理解した小規模事業者  |
| 支援時期  | 年間通じて支援を行います。  |
| 分析項目  | ①SWOT分析<br>事業者の「強み」「弱み」「機会」「脅威」・・・環境分析から戦略を導く<br>②3C分析<br>自社の周辺環境（顧客・競合・自社）であるマイクロ環境を把握する。<br>③PEST分析<br>自社にとって統制不能なマクロ環境（政治・経済・社会・技術）を把握する。<br>⇒①～③を勘案し、クロスSWOT分析により戦略を立案します。 |
| 活用方法  | 経営改善はもとより、利益を確保する為の経営戦略やマーケティング、事業計画策定などに活用します。  |
| 提供方法  | 個別相談等の際、紙媒体（分析レポート）で提供する。また電子媒体による提供にも対応します。   |

《事業実施による効果》

経営分析を通じ、小規模事業者が現在どのような経営状況にあるのかの把握が可能となり、財務的観点（収益性・安全性・キャッシュフロー等）や定性的観点（強み・弱みなど）による総合的な経営分析による経営戦略の立案を専門家と連携することにより、事業計画策定支援に向けた動機付けにもつながります。

《目標》

| 項目     | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|--------|----|------|------|------|------|------|
| 経営分析件数 | —  | 20   | 20   | 20   | 20   | 20   |

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

#### 《課題》

これまで、事業計画や改善計画は、小規模事業者からの金融斡旋相談や条件変更、補助金等の申請に活用するだけの、単なる提出書類の一部としての作成に留まっており、真の経営改善のために活用していなかったのが大きな課題であります。

#### 《目的》

小規模事業者が厳しい経営環境の中で、事業者単独で事業継続に取り組んで行くのは困難な場合が多く、このため、従来の経営支援に加え、事業計画策定支援に取り組む必要があります。

経営課題を解決するため、上記1の地域経済動向調査、2の経営状況の分析の結果及び5の需要動向調査を踏まえ、支援機関と連携を図りながら伴走型指導・助言を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図ります。

また、創業を考えている方に対し、事業を開始するための心構えやビジネスプランの作成方法等の紹介を行い、創業に役立つ支援を行います。

#### 《事業内容》

##### (1) 事業計画策定説明会の開催

小規模事業者からの相談等に対し、有効な支援として、事業計画策定の必要性に関するセミナーや個別相談会を開催することにより、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行い、経営理念、売上・利益目標などを設定することで活用の重要性を積極的に促します。

##### (2) 創業・第二創業（経営革新）支援

これまでは創業相談を窓口等において対応してきましたが、今後は新たに創業に関する相談会の開催を通じ、移住者や地域内の創業希望者の掘り起こしを行うことにより経営に関する知識向上を図り、創業計画及び新商品や新サービスの開発など、創業や経営革新を目指す小規模事業者の計画作りや取り組みを積極的に支援します。

##### (3) 事業承継支援

巡回等の相談業務により対象となる小規模事業者を掘り起こして事業承継に関する課題を抽出し、確実に円滑な事業承継ができるよう支援します。また、経営方針や経営計画、心理面や税務面等専門的な支援が求められる場合には関係機関と連携して専門家による支援を行います。

#### 《事業実施による効果》

小規模事業者は、自らが事業計画書の作成を行えるように商工会が支援することで、「現状の把握」が出来、それを踏まえて「目標の設定」を行うことにより、経営の安定が図られます。

#### 《目標》

| 項目              | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-----------------|----|------|------|------|------|------|
| セミナー・説明会開催回数    | —  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| 事業計画策定事業者数      | —  | 20   | 20   | 20   | 20   | 20   |
| (創業・第二創業計画支援者数) | —  | 1    | 1    | 2    | 2    | 2    |
| (事業承継計画支援者数)    | —  | 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】

##### 《課題》

これまでは、事業計画実行時の進捗状況や実施困難な状況の確認・検証もなく、計画策定後のフォローアップまで踏み込んだ支援は出来ていませんでした。

また、創業及び第二創業についても、商工会は受け身体制であったことが多く、地区内の情報収集活動も不足しているのが課題です。

##### 《目的》

小規模事業者が事業計画を着実に実行できるよう経営指導員が巡回指導をとおして、北海道商工会連合会、中小企業基盤整備機構等とも連携し、伴走型の指導・助言を行うことを通じて小規模事業者が事業の持続的発展を図ることができるように、実行面においても着実にフォローアップを行います。

##### 《事業内容》

###### (1) 巡回指導によるフォローアップ

事業計画策定後は、必要に応じて3ヶ月に1度の巡回訪問の回数を増やし、進捗状況の確認を行うとともに事業計画の検証や見直し（PDCAサイクル）等に必要な指導及び助言を行います。

###### (2) 各支援機関の支援

事業計画策定後は、巡回指導により国、道、町、各支援機関で行う支援策のパンフレット等の情報提供を行うことで着実な事業計画実施に向けた支援を行います。

###### (3) 事業承継支援・創業支援・第二創業（経営革新）支援

事業承継計画及び創業計画策定後は、経営指導員等が3ヶ月に1度の定期的な訪問を実施し、問題点の抽出や課題解決のための支援を行い、難しい課題には専門家派遣制度等を活用し、助言を仰ぎながら確実な事業承継及び創業等が行えるよう寄り添った支援を行います。

###### (4) 金融・補助金申請支援

事業計画策定後の資金面等は当初の計画通りには進まないことも多いため、3ヶ月に1度の定期的な訪問を実施し、資金繰り表の確認支援と共に、金融機関とも連携して支援を行います。

##### 《事業実施による効果》

経営環境が日々変化する中、巡回指導をとおして各関係機関、専門家や金融機関と連携し、施策情報やその活用など小規模事業者に寄り添う伴走型指導・助言を行うことにより、事業の持続的発展に寄与します。

##### 《目標》

| 項目       | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|----------|----|------|------|------|------|------|
| フォローアップ数 | —  | 80   | 80   | 80   | 80   | 80   |

※フォローアップ数は各年度新規分のみ掲載

## 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

### 《課題》

現在は、数値実績に基づかず、経営指導員の経験によるアドバイスに留まっており、消費者の立場に立った具体的な商品・製品・サービス戦略に反映できていないことから、小規模事業者の顧客数及び売上額増加、サービスの向上に貢献できないことが大きな課題となっています。

### 《目的》

各業界の新商品情報や拡大する市場・縮小する市場、消費者が求める商品やサービスの情報など、業界ごとの需要動向を把握すると共に、地元住民や観光客などに対しアンケート調査を実施し、商圏内消費購買力や潜在購買力等現状の把握と合わせて需要動向や消費者ニーズを把握し、商品やサービス等の改善や新たな商品・サービスの開発に役立て、需要開拓と販路拡大に向けた効果的な事業計画策定支援に活用することを目的とします。

地域固有の消費者ニーズや購買動向を的確に把握するため、消費者の購買動向調査に係わるお買物アンケート等を実施し、小規模事業者に地域消費者ニーズ等の情報提供を行います。加えて、地場資源を活用した商品開発やサービスなど個別の商品等に対してもターゲットとなる販売先のバイヤー及び市場の需要動向を調査し、以前まで活用していなかった専門家を積極的に活用するとともに小規模事業者が抱える問題に対して丁寧にサポートを行ない、「売れる商品」への道筋となる事業計画策定に活用いたします。

### 《事業内容》

#### (1) 食に関する観光客満足度調査の実施

「アポイ岳ジオパーク」は、日本に8カ所しかないユネスコ世界ジオパークに認定された貴重な資源です。この貴重な資源を様似町観光の柱とし観光客の増加を図る為、様似町の地域資源を活用した食に関するニーズ調査を実施します。調査については、そのデータを活用して新商品開発やサービスの向上を図り、様似町全体の魅力やリピート率の向上、ロコミによる新たな観光客の誘致につなげると共に、事業計画策定及び今後の売上向上のための支援につなげます。

|       |   |
|-------|---|
| 支援対象者 | 地域資源を活用して商品開発する小規模事業者（飲食業を想定する）   |
| 調査方法  | 観光協会やアポイ岳学芸員と連携しアポイ岳登山者等へ試食とアンケート調査を実施します。  |
| 調査対象者 | アポイ岳登山者と観光客100名を目標にアンケートを実施します。   |
| 調査頻度  | 毎年実施します。  |
| 調査項目  | 属性：居住地区・職業・年代・性別<br>項目：①味 ②量 ③見た目 ④ロコミ度 ⑤想定金額                                     |
| 活用方法  | 収集した情報は項目ごとに観光客からどの様に評価されているか整理し、分析を行い、巡回訪問時に調査レポートとして関連事業所へ提供し、新商品開発や販路開拓につなげます。 |
| 効果    | 観光客のニーズを十分把握し、伴走型支援により、観光客の満足度の向上をはかりリピーターやロコミ等による観光人口の拡大を図れます。                   |



## (2) 個別の商品等に対するニーズ調査の実施

(1) の調査結果も参考にした中で、小規模事業者が開発した商品等が、ターゲットとする市場に受け入れられるものなのか、流通業者（バイヤー）との面談方式またはサンプルの送付により、個別商品等に対する需要動向調査を実施し、「売れる商品」への道筋をつける支援を行います。

|           |  |
|-----------|--|
| 支援対象者     | 自ら開発する商品等の商品力を上げて新たな販路を求めようとしている小規模事業者（主に特産品を活用した製造業者を想定している）<br>上記「2. 経営状況の分析に関すること」における重点支援対象者 |
| 調査方法      | 専門家と連携し、ターゲットとして想定する市場のバイヤーへの面談を調整した上で個別のヒアリング調査を行います。<br>サンプルを送付する場合は、同封する回答票により返送してもらいます。      |
| 調査時期      | 経営分析の支援によりターゲットとする販路の可視化後または商談会出展支援時など   |
| 調査対象者     | ターゲットとなる販売先のバイヤー等  |
| 調査項目      | 商品の完成度、認知度・顧客層・価格・パッケージデザイン・ニーズに対応する為の供給能力 等   |
| 分析方法・分析手段 | 専門家と連携し、ヒアリング結果や回答票からテキストマイニング等の手法により、課題を抽出します。  |
| 活用方法      | 課題を抽出した結果を、レポートとして当該事業者へ提供し、商品改良や販売促進計画等の策定に活用します。   |
| 効果        | 小規模事業者が開発した個別商品に対する消費者ニーズの動向調査を行なうことにより、経営改善に向けた伴走型支援が容易となり、売上増加につながるより完成度の高い商品製作に活用できます。        |

## (3) 消費者動向調査の実施

町外へ流出している購買力を地域内へ呼び戻すため、個者別の消費者のニーズを把握し事業者ごとのアンケート調査を実施し、各々の小規模事業者におけるターゲット層が町内の商店等に対してどのようなイメージを持ち、何が不足しているか、どのようなものを求めているか、といった視点の需要動向調査を実施します。

小規模事業者が想定する消費者ニーズと実際に消費者が求めている商品やサービスに相違がないかニーズ調査を実施します。

本調査で得られたデータは専門家と連携して分析し、上記2の経営分析で明らかになった販売ターゲットのニーズを抜き出せるように加工し、個別の事業者へレポートとして情報を提供すると共に、事業計画策定及び今後の売上向上・サービスの改善のための支援につなげます。

|       |  |
|-------|--|
| 支援対象者 | 一般小売業・サービス業                                      |
| 調査方法  | 町内の各店舗の利用客に対し、その場で調査票を配布し、回答は商工会宛の返信用封筒で返送してもらう。 |
| 調査対象物 | 個者が主力商品として考えている商品・サービスを1社あたり5アイテム                |

|           |   |
|-----------|---|
|           | 程度ピックアップし調査を実施します。  |
| 調査対象者     | 地域住民。サンプル数は1社あたり150件を目標とします。  |
| 調査項目      | 属性：年齢・性別・職業・居住地区<br><u>項目</u> ：①価格 ②品質 ③量（時間）④購入商品・サービスに関する満足度 ⑤商品・サービスに対する要望 ⑥その他：開店時間、接客、メニュー・品揃え等<br>※調査項目は、事業者ごとにヒアリングにより追加します。                               |
| 分析方法・分析手段 | 調査票を専門家と連携し、 <u>統計資料などの活用により、家計消費量から潜在購買力や地域外への流出額等を推計するとともに</u> 、効果的な成果物として提供できるようクロス集計等により、各小規模事業者が想定する顧客ターゲットのニーズを可視化 <u>します</u> 。                             |
| 活用方法      | 個別の売上向上や顧客満足度向上のための事業計画策定に活用する。<br>具体的には、販売ターゲットを意識した販売計画・品揃え・メニュー開発など売上増加につなげ <u>ます</u> 。<br>また、調査結果の総括については、会報などに掲載することで小規模事業者による消費者ニーズに対応した経営の重要性の「気づき」につなげます。 |

#### (4) インターネットでの情報収集・提供

消費購買力が流出している現状のなか、日本経済新聞「日経テレコンPOSEYES」、総務省統計局「家計消費状況調査」、日刊工業新聞等の地域外の需要動向調査のデータを活用し、新商品の情報や拡大する市場・縮小する市場等の消費者動向、消費者が求める商品やサービス情報を四半期毎に把握レポートにまとめ、巡回訪問等を通して小規模事業者へ情報の提供を行い、売上向上と利益確保の支援を行います。

|       |   |
|-------|---|
| 支援対象者 | ふるさと納税お礼の品協賛事業者、事業計画策定及び情報提供を希望する小規模事業者   |
| 収集方法  | 日経テレコン「POSEYES」、総務省統計局「家計消費状況調査」日刊工業新聞など  |
| 収集時期  | 四半期毎  |
| 収集項目  | 売上情報・売れ筋情報・伸びる市場・縮む市場・月間支出金額・消費動向指数など   |
| 整理方法  | 売れ筋商品や地域比較、ABC分析など需要動向の把握などを四半期ごとに成果物にします。<br>成果物は商工会内部のネットワークの職員共有フォルダに保存することで、情報の共有化を図ります。また、紙媒体については専用キャビネットに編纂し、管理することとします。 |
| 活用方法  | 小規模事業者の仕入、生産、投資、資金、販路開拓等の経営計画策定にフィードバックすることで、小規模事業者の限られた経営資源を市場の需要動向に合わせて効率的に投下出来るよう支援する。<br>商業・サービス業の小規模事業者については、日経テレコンのPOS情   |

|    |  |
|----|--|
|    | <p>報等で商品の最新トレンドの情報を提供するとともに、自社の取扱商品の分野で何が売れているか等の情報を提供する他、新たな 販路の開拓や新商品の開発に活かせるよう支援する。</p> <p>製造業・建築業の小規模事業者については、日経テレコンのPOS情報等で最新の商品トレンドや今後有望な市場等の他、業界に関する情報（日刊工業新聞等の情報蓄積）を提供することで、自社のマーケティングに活用できるように支援する。</p> |
| 効果 | 全国的な市場動向を把握することで、今後、提供する商品やサービスの向上に役立て経営安定、基盤強化のための事業計画策定や新たな販路開拓につなげることができます。   |

《目標》

| 項 目                         | 現状 | 29年度                     | 30年度                     | 31年度                     | 32年度                     | 33年度                     |
|-----------------------------|----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (1) 食に関する観光客満足度調査           | —  | 1回                       | 1回                       | 1回                       | 1回                       | 1回                       |
| (1) 食に関する観光客満足度調査結果情報提供支援者数 | —  | 飲食業：20<br>宿泊：4<br>製造業：20 | 飲食業：20<br>宿泊：4<br>製造業：20 | 飲食業：20<br>宿泊：4<br>製造業：20 | 飲食業：20<br>宿泊：4<br>製造業：20 | 飲食業：20<br>宿泊：4<br>製造業：20 |
| (2) 個別商品動向調査件数              | —  | 4                        | 4                        | 4                        | 4                        | 4                        |
| (3) 消費者動向調査結果情報提供支援者数       | —  | 10                       | 10                       | 10                       | 10                       | 10                       |
| (4) インターネットによる情報提供          | —  | 四半期に<br>1回               | 四半期に<br>1回               | 四半期に<br>1回               | 四半期に<br>1回               | 四半期に<br>1回               |
| 会報発行による情報提供                 | 6  | 6                        | 6                        | 6                        | 6                        | 6                        |

※消費者動向調査結果提供事業者数は創業支援者数及び事業承継支援者数を含めます。

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】

《課題》

小規模事業者に対する販路開拓等支援は、これまで、物産展や商談会など参加に関する案内に留まっており、小規模事業者の自助努力に任せていました。専門家等の助言連携を図り、地域における小規模事業者の売上維持、増加に繋げる経営改善又は経営発達のため、消費者ニーズ、市場動向に即した販売場所の創出、地域イベント実施による販売機会、商圏拡大や物産展・商談会の積極的な参加が課題となっています。

《目的》

小規模事業者の現状を把握し地域の需要動向調査や事業計画策定を踏まえ、専門家や専門機関等と連携を図り、地域における特産品の開発や認知度の向上と販路開拓を図るため、展示会・商

談会への積極的参加及び利用シーンに併せたパッケージデザインへの変更など小規模事業者に  
 新商品、新サービスの開発支援及び新たな販路開拓の支援を行います。

《事業内容》

(1) 展示会商談会への出展による販路開拓支援

関係機関が開催する展示会・商談会への参加に向けた支援を積極的に行なうと共に、新たな  
 需要開拓に向けターゲットの把握や商品認知度の向上と商談機会の創出を行ないます。特  
 に、経営分析・事業計画策定において出展が有効と見込まれる小規模事業者には、試食の補  
 助やアンケート調査・分析等実施し、既存商品の付加価値向上に向けた商品力向上を支援い  
 たします。

|               |  |
|---------------|--|
| 支援に対す<br>る考え方 | 小規模事業者が新たに開発した自社商品等を、取引成立という目標達成の<br>ために、積極的に展示会・商談会等への出展を支援し、バイヤーや流通関<br>係者と販路開拓に向けた商談機会の創出を図ります。   |
| 支援対象者         | 消費者ニーズに対応した商品等の販売促進計画（事業計画）を策定した小<br>規模事業者<br>上記「2. 経営状況の分析に関すること」における重点支援対象者  |
| 訴求対象者         | バイヤー・流通関係者（展示商談会）、一般消費者（物産展）   |
| 支援内容          | ①商談会等への出展準備から出展後のフォローまでの支援<br>②申請事務手続きや随行による試食補助等の支援、補助金活用支援<br>③商談会対策を目的とした専門家相談会やセミナーの実施支援<br>（想定する商談会等）<br>展示商談会「北の味覚再発見」等への出展支援<br>時期：11月、場所：札幌市<br>食の祭典「オータムフェスト」（物産展）等への出展支援<br>時期：9月、場所：札幌市 |

(2) アンテナショップ販売による販路拡大支援

これまでは、「どさんこプラザ」や「むらからまちから館」のアンテナショップへの案内は書  
 面での周知に留まっていますが、展示会・商談会等で地域内の品質の高い特産品と認めら  
 れた商品をアンテナショップで一定期間販売することによりターゲット層、商品認知度、価  
 格商品の改善点等の把握に利用し、地域及び他の特産品のPRに努め更なる販路拡大の支援  
 を行います。

|               |  |
|---------------|--|
| 支援に対す<br>る考え方 | 小規模事業者が新たに開発した自社商品等の認知度を向上させ、道内外の<br>消費者に訴求することで商品仕様や顧客の反応等を測定分析し、本格的な<br>生産販売につなげる販路開拓の創出を図ります。 |
| 支援対象者         | 新たに開発した商品及び自社商品の販路を拡大しようとし、事業計画を策<br>定した小規模事業者<br>上記「2. 経営状況の分析に関すること」における重点支援対象とした者             |
| 訴求対象者         | 都市部の消費者  |

|      |   |
|------|---|
| 支援内容 | ①申請事務手続きから出展後のフォローまでの支援<br>②商品仕様、顧客の反応等の調査・分析支援<br>(想定するアンテナショップ)<br>・全国商工会連合会が運営する「むらからまちから館」等の活用支援<br>・北海道貿易物産振興会が運営する「どさんこプラザ」等の活用支援 |
|------|---|

### (3) インターネット販売による販路拡大

インターネットの普及によりネット販売が有効な自社商品を製造販売する水産加工業者及び地域資源を活用した特産品を製造販売する小規模事業者に向けて補助制度等を活用したシステム構築を積極的に促進し、必要に応じて専門家・専門機関と連携し売上向上安定化に向けた支援を行ないます。

また、商工会インフォメーションツール（SHIF T）への企業登録を推進し、特産品等の情報発信など効果的な活用に向けての支援を行います。

|           |  |
|-----------|--|
| 支援に対する考え方 | 小規模事業者が新たに開発した自社商品等を不特定多数の消費者にPRすることで販路開拓の創出を図ります。                                     |
| 支援対象者     | 新たに開発した商品及び自社商品をインターネット販売や情報発信を希望する小規模事業者  |
| 訴求対象者     | インターネットユーザー  |
| 支援内容      | ・商工会インフォメーションツール（SHIF T）の活用支援<br>・Web サイトを活用した情報発信の支援<br>・専門家によるIT等を活用した新たな需要開拓戦略の策定支援 |

#### 《事業実施による効果》

基幹産業の水産業の素材を活かした商品やサービスについて、専門家・専門機関等を活用し、消費者ニーズにあった商品への改良を行い、展示会商談会に出展・商談成立を目指した支援をすることによって、高品質で高付加価値の商品を作り上げることで販路拡大が期待されます。

加えて、アンテナショップでの販売やインターネットによるネット販売・情報発信を行うことで、更なる認知度向上及び売上増加につながります。

#### 《目標》

| 項 目                      | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|--------------------------|----|------|------|------|------|------|
| 展示会商談会出展支援件数             | —  | 2    | 2    | 3    | 4    | 5    |
| 商談成立目標                   | —  | 2    | 2    | 3    | 4    | 5    |
| 売上増加率目標 (%)              | —  | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   |
| アンテナショップ等出展数             | —  | 1    | 2    | 3    | 3    | 3    |
| アンテナショップ出展による売上増加率目標 (%) | —  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| ネット販売システム構築数             | —  | 1    | 2    | 3    | 3    | 3    |
| ネット販売システム構築に             | —  | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   |

|                          |   |   |   |   |   |   |
|--------------------------|---|---|---|---|---|---|
| よる売上増加率目標 (%)            |   |   |   |   |   |   |
| S H I F T登録件数            | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| S H I F Tによる売上増加<br>事業者数 | — | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

## II. 地域経済の活性化に資する取組

### 《課題》

様似町や近隣町の人口減少が進み、地域の商店街が衰退し廃業に追い込まれる小規模事業者も多く、個々の力を十分に発揮できる環境整備と少子高齢化となった地域の現状を十分認識した上で、地域に必要とされる小規模事業者確保が求められています。

また、地域基幹産業である水産資源を活用した加工商品が少なく、付加価値のある加工商品の開発が求められており、原材料供給基地からの脱却に向けた事業展開に至っていないのが現状であります。

### 《目的》

平成27年9月に当町「アポイ岳ジオパーク」が、地域内の地質はもちろん高山植物やアイヌ文化などが評価され、「世界ジオパーク」(地質遺産)に認定されました。このことを受けて、様似町並びに観光協会、産業団体(商工会・漁協・農協・森林組合)、地元企業との「様似町アポイ岳ジオパーク推進協議会」を活用し、年3回の協議を通じて地域のあるべき方向性を共有し、その結果を町民やその他の団体等にフィードバックを行い、町全体の意思統一を行なっていきます。

更には、アポイ岳ジオパークの世界認定を一つの大きな起爆剤・きっかけとして、今後予想される観光客の増加に対応すべく地域資源を活用した特産品開発や水産資源の加工技術等の向上対策、受入の主となる飲食店・土産物店などを対象とした接客マナー講習会等の実施を通じた売上増加対策、アポイ岳ジオパークに関連した様々な観光事業の実施による交流人口の増加対策、その他地域イベントによる地域活性化事業・消費拡大のための販売促進事業・地域の消費喚起に向けた事業等の実施、観光施設・宿泊施設等に向けた意見提案などにより、様似町の持続的発展を図ることを目的とします。

### 《事業内容》

#### (1) 特産品開発事業の実施

今まで、地場のサケや昆布、真ツブ等を原材料とした商品は、品質の良さもあり販路は安定的に確保されています。また、最近では、自治体の寄付行為である「ふるさと納税制度」の特典である特産品需要にも期待を寄せているところであります。しかし、近年は水産資源の漁獲量が減少傾向にあることから、良質な水産資源を活用した付加価値のある特産品開発、「量」より「質」の特産品開発が求められております。今後は、農商工連携や六次産業化を視野に入れ、基幹産業である水産資源を活用した新商品の開発や飲食店のメニュー開発及び真ツブ等の生食用保存冷凍技術方法の研究など、地域活性化協議会(仮称)や専門家と協議連携を図り、改良・開発の支援を積極的に行います。また、近年、農業分野で夏の冷涼な気候を活

かし国産品が品薄となる時期に出荷するイチゴ栽培が盛んとなり、様似町も補助金等を活用し、いちご栽培用ビニールハウスを建設し農家にリースする事業に着手しており、農産品の新しい特産品になりうる期待もあり、地域経済全体の底上げを図ります。

## (2) 世界ジオパーク認定に伴う「アポイ岳ジオパーク」関連事業の支援

ジオパークとは、特徴のある地質をはじめ、自然や歴史、文化といった資源を活用し、教育や観光分野などを活かすことで地域の活性化を図る事業です。「アポイ岳ジオパーク」は、世界的にもまれに見る、新鮮で多彩なかんらん岩からなる山々や溪谷などによって構成され、特殊な土壌や気候条件によって育まれたアポイ岳の高山植物群落をはじめとした自然のすばらしさを体感できることから、交流人口増加を図るために地質学や地形などの自然やサケや昆布、真ツブやウニ等の良質な水産資源を活用した食と登山やトレッキングなどの自然を楽しむ観光誘致や飲食店・土産物店を対象とした接客マナー講習会等の実施を支援します。

《事業実施された体験ツアーの一例》

### ●旬の秋サケ漁&秋風を感じる乗馬体験ツアー

乗馬をしながら大自然の空気に触れるとともに旬の秋さけ漁を体験

### ●秋深まるアポイ登山&紅葉の幌満峡トレッキング

色彩豊かな幌満峡をトレッキングしながら紅葉狩りと秋深まるアポイ岳登山。

## (3) 地域イベントによる地域活性化事業の実施

様似町、様似町観光協会や日高中央漁業協同組合、えりも漁業協同組合、ひだか東農業協同組合などの産業団体が中心となり、春には地元で獲れたウニをメインにした「さまにウニまつり」を開催、また、秋には秋サケや魚介類、農産物を活用した「地場産フェア」などを開催し特産品のPR及び売上向上を目的とした事業を実施します。加えて、ホームページや雑誌等を活用し更なる町外客を誘引するPR活動を積極的に実施します。

## (4) 消費拡大のための販売促進事業の実施

継続事業ではあるが売上確保や新規顧客の掘り起こしを目的とした「さまにお買物スタンプラリー」を実施するとともに、歳末大売出し事業の更なる充実をはかると共に、特産品を取り扱っている商店のマップ等を作成し、地区内の購買意欲の促進を図ります。

## (5) プレミアム付き商品券発行事業の実施

地方創生事業の一環であり、地域の消費喚起としての位置付けでもあるプレミアム付き商品券発行事業（発行額：36百万円・プレミアム分：6百万円）は参加店も多く、小売サービス事業者のみならず幅広い業種の事業所が期待をしていることから、商工業者の活性化と消費流出の抑制が図られ、地域経済波及効果に繋がるため、今後も継続して実施する予定です。

《事業実施による効果》

「アポイ岳ジオパーク」が世界認定を受け、交流人口の増加が見込めるため、既存の事業である「さまにウニまつり」「地場産フェア」の充実と新たな事業を企画開催し、地域の特産品のPRや地域内で特産品を取り扱っている商店の紹介マップ作成し販売促進につなげます。加えて、プレミアム付き商品券発行及び大売出し事業等は、地区内の購買意欲促進や新規顧客の掘り起こしを狙いとし、参加店の確保、内容充実を図り小規模事業者の活性化と消費流失に歯止めを掛け売上確保につなげます。

《目標》

| 項 目          | 現状 | 29年度  | 30年度  | 31年度  | 32年度  | 33年度  |
|--------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| イベント交流人口数    | —  | 3,000 | 5,000 | 5,000 | 5,000 | 6,000 |
| 販売促進事業数      | 2  | 2     | 2     | 3     | 3     | 3     |
| 特産品開発及び支援数   | —  | 1     | 2     | 2     | 3     | 3     |
| 地域関係機関との連携会議 | —  | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     |

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能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

《課題》

これまで、地域経済の活性化や経営改善事業についての情報交換は行ってきましたが、その内容は、限られた中で表面的なものに留まっていました。

《事業内容・目標》

(1) えりも町商工会との広域連携協議会での情報交換

えりも町商工会との広域連携協議会の経営支援会議（2回程度）において地域経済状況、小規模事業者への支援の現状や指導ノウハウなどの情報交換を実施します。

加えて、金融情報意見交換会や先進地視察事業も実施しています。

(2) 様似町との情報交換

まちづくりに関する総合計画の施策等について意見交換を年2回開催し、商工業及び観光事業等の振興策の議論を通して、地域小規模事業者に対する支援等について意見交換を実施します。

(3) 金融機関との情報交換

日高信用金庫様似支店と年3回の懇談会を開催し、金融情勢及び地域の動向、小規模事業者経営発達支援資金の活用について情報交換を実施します。

《事業実施による効果》

地域が抱えている課題は共通している事が多く、他の支援機関との情報交換を通して支援のノウハウや課題解決のための的確な助言等情報の共有が図られ、小規模事業者への経営支援策を享受することができます。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

《課題》

これまでは、北海道商工会連合会が実施する参加義務が課せられている研修に参加し研鑽していましたが、単なる情報の収集や知識を得ることに留まっており、職員間での情報の共有及び協議をする機会も少なく、小規模事業者への提案、支援能力の教育体制が構築されていないのが課題であります。

《事業内容》

(1) 職種別の資質向上

① 経営指導員



中小企業大学校、北海道、北海道商工会連合会等の支援機関が主催する各種研修会等に参加することで、経営支援力や販路開拓支援力等の資質向上を図ります。

② 補助員

北海道商工会連合会が定める研修会に参加し、税務・金融を中心とした基礎的経営改善普及事業に対応できる資質向上を図ります。

③ 記帳専任職員

北海道商工会連合会が定める研修会に参加し、記帳業務（ネット de 記帳）から決算書及び確定申告書、消費税申告書の作成まで対応できるよう資質向上を図ります。

(2) WEB研修

全国商工会連合会が実施する経営指導員等を対象とした「WEB研修」を経営指導員及び補助員が受講することにより、個人のスキルアップはもとより小規模事業者への指導・助言及び情報提供などを積極的に行います。

(3) 職場内研修

経営指導員と補助員等と一緒に小規模事業者を支援することで指導・助言内容・情報収集方法を学ぶことで職場内における支援能力の向上を図ります。

(4) 情報共有化

職種別研修等で習得した支援ノウハウを共有するために、職員会議を毎月1回開催し情報の共有化を図り、小規模事業者への支援体制の構築を図ります。

また、経営指導員が行った経営分析結果を職員会議において報告し、事業者支援の方向性を共有します。

《目標》

経営発達支援事業を円滑に推進するため、職員間での情報の共有し、計画的に職員の小規模事業者への経営支援能力の向上を図ります。

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

《課題》

これまでは、事業報告等については理事会を経て年1回の総会時に会員に対して報告するのみとなっているのが現状であり、詳細な各事業内容についての評価検証は、一部の事業では部会等で評価・検証を行っているものの、すべての事業が行われていないため、実体のある事業実施が今後の課題であります。

《事業内容》

(1) 事務局での進捗状況の確認及び事業内容の検証

毎月1回事務局で準備期間や事業終了後に事業準備状況や事業結果について検証を行います。

(2) 理事会等で評価及び検証

年4回程度行われる理事会において評価及び検証し、指摘事項については修正及び改善を検討します。

(3) 町への報告等

事業の成果・評価・結果報告については事業年度終了後、商工会総会及び町に報告を行います。

(4) 有識者での評価及び見直し案検証

年2回程度、町担当課長、地域金融機関支店長等の有識者で構成された事業評価会議を開催し、事業実施の状況、成果の評価・見直しや修正箇所において検討提示を行います。

#### (5) 報告書の閲覧

事業の成果や見直し案等は、小規模事業者が閲覧できるよう商工会窓口及びホームページにて事業期間中公表し、小規模事業者からの意見要望を聞き入れながら評価見直しの仕組みを構築します。

#### 《目標》

従来 of 事業実績や予測を基に事業計画を立案し、計画に沿った事業実施、その事業実施が計画に沿って行われているかどうかを確認、点検評価などの検証を丁寧に行い、次の計画のレベルアップを図ります。

(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10月 現在)  |
| (1) 組織体制   |  |
| (実施体制)   |  |
| 事務局長と経営指導員、補助員を経営発達支援スタッフとする「経営発達支援会議」を組織し、四半期毎に事業計画の進捗状況の確認と問題点の洗い出しを議題とする会議を開催し、その結果を商工会長へ報告します。 |  |
| (経営発達支援スタッフ)   |  |
| 事務局長 1名、経営指導員 1名、補助員 1名  | 合計3名   |
| (商工会の組織体制)   |  |
| (役員) 会長 1名、副会長 2名、監事 2名、理事 13名   | 合計18名  |
| (事務局) 事務局長 1名、経営指導員 1名、補助員 1名  |  |
| 記帳専任職員 1名  | 合計4名   |
| (2) 連絡先  |  |
| 住 所  | 〒058-0014<br>北海道様似郡様似町大通2丁目2番地先                                      |
| 電 話  | 0146-36-2416   |
| F A X  | 0146-36-2011   |
| e-mail   | <a href="mailto:samanisk@rose.ocn.ne.jp">samanisk@rose.ocn.ne.jp</a> |

(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     | 35,300 | 35,600 | 36,300 | 36,500 | 36,600 |
| 経改善及事業職員設置費 | 17,200 | 17,400 | 17,600 | 17,700 | 17,800 |
| 経改善及事業費     | 6,600  | 6,700  | 6,700  | 6,800  | 6,800  |
| 地域振興事業費     | 11,500 | 11,500 | 12,000 | 12,000 | 12,000 |

(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   | 道補助金 | 町補助金 | 手数料収入 | 受託料 | 雑収入 |

(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・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、地域の経済動向調査<br/>【連携内容】統計資料、経済動向調査データ、地区内経済状況の分析と活用<br/>【連携者】日高信用金庫様似支店、北海道、北海道商工会連合会、税理士</p> <p>2、経営状況の分析<br/>【連携内容】経営支援に伴う経営分析<br/>【連携者】日高信用金庫様似支店、中小企業基盤整備機構、北海道よろず支援拠点、中小企業診断士、税理士</p> <p>3、事業計画策定支援<br/>【連携内容】経営革新創業等や事業計画策定支援<br/>【連携者】日高信用金庫様似支店、中小企業基盤整備機構、北海道よろず支援拠点、日本政策金融公庫室蘭支店、税理士</p> <p>4、事業計画策定後の実施支援<br/>【連携内容】事業計画実行支援<br/>【連携者】北海道、様似町、北海道商工会連合会、日高信用金庫様似支店、日本政策金融公庫室蘭支店、中小企業基盤整備機構、北海道よろず支援拠点</p> <p>5、需要動向調査<br/>【連携内容】消費動向の情報収集<br/>【連携者】北海道商工会連合会、北海道、様似町、日高信用金庫様似支店、中小企業基盤整備機構、北海道よろず支援拠点、</p> <p>6、新たな需要の開拓に寄与する事業<br/>【連携内容】販路開拓の支援<br/>【連携者】北海道、北海道商工会連合会、様似町、北海道立食品加工研究センター、中小企業基盤整備機構、北海道よろず支援拠点、中小企業診断士、金融機関</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>1、地域経済活性化事業<br/>【連携内容】地域イベント開催及び協力支援<br/>【連携者】様似町、日高中央漁業協同組合、えりも漁業協同組合、ひだか東農業協同組合、ひだか南森林組合、日高信用金庫様似支店、様似町観光協会、様似町アポイ岳ジオパーク推進協議会</p> |

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組み

1、事業連携や情報交換、ノウハウの共有

【連携内容】地域経済の交流事業や相互のイベント協力支援

【連携者】北海道、北海道商工会連合会、中小企業基盤整備機構、北海道よろず支援拠点  
日高信用金庫様似支店、様似町  
(広域連携・日高東部3町・南十勝との協議会・産業団体等)

2、経営指導員等の資質向上等に関する事

【連携内容】経営指導員等の研修等

【連携者】北海道商工会連合会、中小企業基盤整備機構北海道本部、全国商工会連合会  
日高管内商工会職員協議会、中小企業大学校

3、事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事

【連携内容】事業評価及び見直し等

【連携者】様似町、北海道商工会連合会、金融機関

連携者及びその役割

- |       |  |
|-------|--|
| 1、連携者 | 北海道知事 高橋 はるみ (経済部地域経済局中小企業課)   |
| 住所    | 〒060-8588 札幌市中央区北3条西6丁目  |
| 電話番号  | 011-231-4111   |
| 役割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・情報の提供及び事業推進のための指導及び助言</li> <li>・事業計画の指導及び助言</li> <li>・販路開拓のための情報提供及び出展支援</li> </ul>  |
| 2、連携者 | 様似町長 坂下 一幸 (商工観光課)   |
| 住所    | 〒058-0013 様似郡様似町大通1丁目  |
| 電話番号  | 0146-36-2119   |
| 役割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・情報の提供及び事業推進のための指導及び助言</li> <li>・事業計画の指導及び助言</li> <li>・イベントの開催協力及び支援</li> <li>・販路開拓のための情報提供及び出展支援</li> </ul>  |
| 3、連携者 | 北海道商工会連合会 会長 荒尾 孝司   |
| 住所    | 〒060-8607 札幌市中央区北1条西7丁目 プレスト1・7ビル4階  |
| 電話番号  | 011-251-0101   |
| 役割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・エキスパートバンクによる専門家派遣</li> <li>・情報の提供及び事業推進のための指導及び助言</li> <li>・事業計画の指導及び助言</li> <li>・経営指導員等の資質向上研修会及び情報交換</li> <li>・販路開拓のための展示会、商談会の情報提供及び出展支援</li> </ul> |
| 4、連携者 | 北海道よろず支援拠点 コーディネーター 中野 貴英  |
| 住所    | 〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 経済センタービル9階   |
| 電話番号  | 011-232-2407   |
| 役割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・各種支援事業の指導及び助言</li> <li>・事業計画の指導及び助言</li> <li>・経営発達支援計画に対する助言</li> </ul>  |
| 5、連携者 | 日高信用金庫様似支店 支店長 中居 知哉   |
| 住所    | 〒058-0014 様似郡様似町大通2丁目  |
| 電話番号  | 0146-36-2341   |
| 役割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業実施に伴う資金需要に対する金融支援</li> <li>・創業計画の指導及び助言</li> <li>・地域経済情勢についての情報提供及び助言</li> </ul>   |

- 6、連携者 日本政策金融公庫室蘭支店 支店長 梅 沢 光 一  
 住 所 〒050-0083 室蘭市東町2丁目9-8  
 電話番号 0143-44-1731  
 役 割 ・事業実施に伴う資金需要に対する金融支援  
 ・創業計画の指導及び助言  
 ・地域経済情勢についての情報提供及び助言
- 7、連携者 独立行政法人中小企業基盤整備機構北海道本部 本部長 戸 田 直 隆  
 住 所 〒060-0002 札幌市中央区北2条西1丁目  
 電話番号 011-210-7470  
 役 割 ・事業計画の指導及び助言  
 ・専門家派遣事業での支援
- 8、連携者 北海道立食品加工研究センター 理事長 丹 保 憲 仁  
 住 所 〒069-0836 江別市文京台緑町589番地4  
 電話番号 011-387-4111  
 役 割 ・加工特産品開発に係る技術指導及び助言  
 ・事業計画策定のための各種分析及び支援
- 9、連携者 手塚信司税理士事務所 税理士 手 塚 信 司  
 住 所 〒057-0024 浦河町築地2丁目3番17号  
 電話番号 0146-22-2073  
 役 割 ・専門的知識による指導及び助言  
 ・地域経済情勢についての情報提供及び助言
- 10、連携者 中小企業大学校旭川校 校長 飯 田 利 彦  
 住 所 〒078-8555 旭川市緑が丘東3条2丁目2-1  
 電話番号 0166-65-1200  
 役 割 ・各種研修会による資質向上
- 11、連携者 全国商工会連合会 会長 石 澤 義 文  
 住 所 〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-7-1  
 電話番号 03-6268-0088  
 役 割 ・web研修による資質向上



|        |  |
|--------|--|
| 12、連携者 | 日高中央漁業協同組合様似支所 支所長 佐々木 良 一   |
| 住 所    | 〒058-0025 様似郡様似町港町   |
| 電話番号   | 0146-36-3111   |
| 役 割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・加工特産品開発に係る情報提供と助言</li> <li>・地域活性化に関する指導助言</li> <li>・地域経済情勢についての情報提供及び助言</li> </ul> |
| 13、連携者 | ひだか東農業協同組合様似事業所 事業所長 太 田 和 弘   |
| 住 所    | 〒058-0013 様似郡様似町緑町   |
| 電話番号   | 0146-36-3231   |
| 役 割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・加工特産品開発に係る情報提供と助言</li> <li>・地域活性化に関する指導助言</li> <li>・地域経済情勢についての情報提供及び助言</li> </ul> |
| 14、連携者 | えりも漁業協同組合冬島支所 支所長 北 村 和 也  |
| 住 所    | 〒058-0003 様似郡様似町冬島   |
| 電話番号   | 0146-36-3036   |
| 役 割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・加工特産品開発に係る情報提供と助言</li> <li>・地域活性化に関する指導助言</li> <li>・地域経済情勢についての情報提供及び助言</li> </ul> |
| 15、連携者 | ひだか南森林組合 組合長 小 野 哲 弘   |
| 住 所    | 〒058-0033 様似郡様似町鶉苫   |
| 電話番号   | 0146-36-2031   |
| 役 割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・加工特産品開発に係る情報提供と助言</li> <li>・地域活性化に関する指導助言</li> <li>・地域経済情勢についての情報提供及び助言</li> </ul> |
| 16、連携者 | 様似町観光協会 会長 久 野 俊 昭   |
| 住 所    | 〒058-0014 様似郡様似町大通1丁目  |
| 電話番号   | 0146-36-2119   |
| 役 割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・販路開拓のためのイベントの開催及び商品開発等の指導助言</li> </ul>   |
| 17、連携者 | 様似町アポイ岳ジオパーク推進協議会 会長 坂 下 一 幸   |
| 住 所    | 〒058-0014 様似郡様似町大通1丁目  |
| 電話番号   | 0146-36-2119   |
| 役 割    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・販路開拓のためのイベントの開催及び商品開発等の指導助言</li> </ul>   |

連携体制図等

