

経営発達支援計画の概要

実施者名	新篠津村商工会
実施期間	平成27年10月1日 ~ 平成32年3月31日
目標	<p>商店街の小規模事業者の店舗数の維持、増加を目指す。          新しのつブランドを確立し、商談会への参加を図り販路拡大を目指す。          減少する事業者数を食い止め、空き店舗の減少と活用を目指す。          農業者の6次産業化を目指す。          市街地へのツアー客誘導を図り、商店街の既存店の売上増加を目指す。          新規創業や第2創業を支援し、既存店の売上増加を目指す。          事業承継を積極的に伴走型支援する。</p>
事業内容	<p>経営実態・事業承継アンケート・各団体との懇談会開催を実施し、情報収集を図ります。          収集した情報を経営分析し、経営課題の見える化を図ります。          消費動向・新商品開発・販路開拓のための講習会を開催し、小規模事業者の経営課題の抽出を図ります。          事業計画策定セミナー・個別相談会を開催し、経営課題の解決を目指します。          事業承継セミナー・個別相談会を開催し、小規模事業者の維持、増加を目指します。          新規特産品開発業者の増加及び特産品販売業者の新商品開発を図り、売上の増加を目指します。          事業計画策定者に対して、計画がスムーズに実行できるよう、専門家・関係団体とも連携し、伴走型支援を実施します。          地区内の消費者の動向を数値的に把握し、小規模事業者の経営分析や事業計画策定の資料として、情報提供を行います。          商品の磨き上げを行い、新たな需要開拓の創出を支援します。          6次産業化を目指している企業に対し、販路開拓の提案型支援を行い、商品開発を目指す企業の掘り起しを目指します。          新しのつブランド推奨制度を確立し、小規模事業者の販路拡大を図りまらる。          外国人観光客の受入れ体制を整備し、ツアー客を市街地に誘導を図り、小規模事業者の活性化を図りまらる。</p>
連絡先	〒068-1114 北海道石狩郡新篠津村第46線北12番地 新篠津村商工会 電話 0126-57-2231

(別表 1)

経営発達支援計画

### 経営発達支援事業の目標

#### 【新篠津村の概要】

新篠津村は、道都札幌市から 35 km、車で 1 時間ほどの距離にあり、石狩平野の西部、石狩振興局管内の東端に位置している。

また、東は石狩川を隔てて岩見沢市、西は石狩郡当別町、南は江別市、北は樺戸郡月形町の 4 市町と接していることから、他地域と比較しても、より「地の利」を活かした村おこしができる。

そのような地理的利点を生かし、石狩振興局管内はもとより、空知総合振興局管内の近隣自治体とも手を取り合って、今までの概念にとらわれない柔軟な地域づくりを進める必要がある。

そのためにも、子どもや若者が安心して新篠津村に住み続けられる環境を整えることが今後の大きな課題でもある。

#### ●交通体系

本村には、国道と鉄道がなく、村の東側の国道 12 号線と西側の国道 275 号線を結ぶ主要道道岩見沢石狩線、隣接する江別市に繋がる主要道道江別奈井江線のほか、道道月形幌向線、新篠津金沢線、中原金沢線の計 5 路線があり、改良率・舗装率ともに 100%となっている。

本村の公共交通機関は路線バスのみで、岩見沢市までを結ぶ民間バスと、当別町・月形町・江別市を結ぶ村営バスが運行されている。平成 25 年から高齢者の交通手段の利便性の向上を図るため、乗合タクシーを試験運行している。

#### ●人口の推移

本村の人口は戦後、外地からの引揚者の受入れ、篠津地域泥炭地開発事業の進展などによって農業者を中心に増加したが、昭和 35 年の 5,473 名をピークに農業者の流失で人口は減少し、昭和 51 年には過疎地域に指定されるが、福祉施設の開設等により一時、人口減少に歯止めがかかった。

しかし、平成 27 年 3 月末現在の住民基本台帳で 3,285 名となっており、減少は今も続いている。また、「国立社会保障・人口問題研究所」が推計した平成 52 年度の本村の人口は 2,301 人となっている。

#### ●周辺地形の特徴

本村は、石狩低地帯に属している。石狩低地帯は、その大部分が石狩川や千歳川沿いの沖積低地によって形成されており、内陸砂丘、自然堤防、扇状地も見い出される。石狩低地帯を境にして、東西に北海道本島と北海道南西部（渡島半島）に大別される。すなわち、石狩低地帯は北海道を地形上で大きくふたつに分断している。

北海道の古地図の中には、石狩低地帯を流れる石狩川が、北海道をふたつに分断する海峡であるかのように描かれたものが少なくないが、これは石狩川の雄大な印象が原因となっているだけでなく、石狩低地帯の地形的な特徴を及ぼしたものと考えられる。

#### ●地形

本村の地形は、平坦な低地であることが最大の特徴である。低地を構成する扇状地性低地が 39k m<sup>2</sup>、三角州性低地が 33k m<sup>2</sup>、自然堤防砂州が 6k m<sup>2</sup>となっており、山地や丘陵地、台地、段丘などは見られない。この特徴を端的に示すものに、地形分類図（昭和 50 年発行/縮尺 200,000 分の 1）の傾斜区分図、及び起状量・谷密度図がある。この地図によると、本村はそのほとんど（全域 79k m<sup>2</sup>のうち 78k m<sup>2</sup>）が傾斜 0 度から 3 度までの等級（凡例では S1）に該当している。ま

た、標高区分別の面積でこれを見ると、0m～100mの標高にあたる地域が村全域に近い78k㎡である。



### 【産業の現状と課題】

#### ●農業

本村の農業は、耕地面積の約94%を占める水田に、主食用米を約46%の面積に作付けし、転作作物として小麦・大豆で約80%の土地利用型農業を基本として、農家一戸当たりの経営面積は約19haとなっており全国でも有数の規模を誇っている。

また、小麦、豆類を作付けする土地利用型農業を基本に、野菜・花卉を取り入れた複合経営を推進し、担い手への農地集積による規模拡大を図り、本村の経済を支える重要な基幹産業となったが、農産物の輸入拡大、価格の低迷による収益の低下、農業従事者の高齢化や後継者の減少、農地流動化の停滞やTPP問題など将来への不透明感が増している。

#### ●商工業

市街地の商店街には商工会員の約半数（46%）が集積（小売、飲食、サービス、建設）し商店街を形成しているが、小規模事業者が大半を占めている。

農家戸数の減少や少子高齢化の進展等による人口減少が消費人口の減少に直結し、地元の購買力は減少している。又、地元の購買力は、宅配業者、インターネットによる購入、交通手段の発達により、消費者ニーズの多様化に対応した近隣都市（岩見沢市、江別市、札幌市）の大型店などに流失しているため、商店数や商店の売上は年々減少している。

地元には小規模な製造業者が3社と小規模な建設業者16社しかなく、雇用の受け皿が慢性的に不足しており、高校新卒者をはじめとする若年労働者の人口流失に歯止めが掛からない状況が続いている。

観光面では、新千歳空港からのアクセスの良さや、自然との共存、豊富な食・観光資源など、本村の地域特性を活かした北海道観光のインバウンドによる誘客を促進することにより、地域経済への波及効果を見据えた取組みが本村に求められている。

石狩川の河川敷を利用した「ニューしのつゴルフ場」、しのつ湖を中心に「しのつ公園」「温泉施設」「道の駅」「新しのつ産直市場」があり、夏場はしのつ公園でのキャンプ、冬場はしのつ湖でのワカサギ釣りや、産直市場での農産物や加工品の購入、道の駅のスタンプラリーに近

隣市町村から観光客が訪れている。「新しのつ青空まつり」の開催や「ふれあい農園」の貸付けによるソフト型観光も展開しているが、多様化する観光ニーズに対して受入体制が十分でない他、長引く景気低迷、少子化による人口減少などによりここ数年、年間観光入込客数は25万人前後で推移している。

現状では、観光客の市街地への誘導が図られていないため、小規模事業者の新たな顧客確保に連動せず、個店の売上減少が続いている。

又、村の活性化を図る上で、新規雇用の場の確保及び製造業者の創業・育成が急務となっている。

## 【商工会の現状と課題】

### <現状>

商工会では、小規模事業者の経営改善普及事業として、税務指導（記帳代行、確定申告等）、金融相談（各種制度資金の斡旋）、労務指導（労働保険の事務代行）、共済制度（各種共済制度、退職金制度、各種保険制度）、女性部の指導、地域振興事業として各種イベントの開催など実施している。

### <課題>

商工会員の大部分は小規模事業者が占めている。その商工会員の過去5年間の商工会脱退者の脱退理由を見ると「廃業（次年度予定者含）」及び「撤退」で85.7%を占めており、今後、経営者の高齢化、売上の減少による廃業の加速が見込まれる。

	小規模 (会員)	廃業	廃業 (予定)	撤退	規模 縮小	事業 悪化	合 計
26年度	67(55)	1	1				2
25年度	62(53)	2		2		1	5
24年度	66(57)	3			1		4
23年度	68(58)	1					1
22年度	70(60)	2					2
合 計	—	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>14</b>

これらのことから、商工会は自らが変革して小規模事業者の持続的発展に寄与することと併せ、小規模事業者自身が経営計画を立て、経営課題を解決していくことが出来るよう、商工会が寄り添いながら支援していかなければ、小規模事業者は益々厳しい経済状況に晒されることになる。

そのような中、商工会も今までの経営改善普及事業中心の事業展開から一步も二歩も進んだ事業を展開するため、平成22年度に役場・農協・商工会で新篠津村農商工連携協議会を立上げた。

協議会の目的は、「地域の活性化を図るため、村の基幹産業である農業者と商工業者が1次、2次、3次という産業構造の壁を越えて連携し、相互のノウハウや技術を活用して新商品、新サービスの開発や販路拡大等の各種協議を行う」ことである。

その事業展開として「しんしのつ産直市場」を運営しているが、5月から6ヶ月の季節営業となっていることから、地域の活性化及び小規模事業者の持続的発展を地域ぐるみで支援する。

新篠津村まちづくり総合計画（平成 21 年度～30 年度）では、施策方針である「力強く豊かな産業の息づくまち」において、「商工業の活性化と市街地のまちなみづくりの形成を図り、農業も含めた産業間の連携から観光事業の振興を図る」こととなっており、地域の総合的経済団体である商工会は、次のとおり目標を掲げ、経営発達支援事業を推進する。

### 【経営発達支援事業の目標】

- 村の「顔」である商店街の「風景」を維持する。
- 農商工連携を基盤とした「地域のブランド化」による観光事業を推進する。

新篠津村商工会は、上記の目標を達成する為、下記の事業に取り組むこととする。

### 【小規模事業者に対する支援】

1. 職員が随時実施している巡回訪問において、「経営実態・事業承継アンケート調査」を行い、役場、町内産業団体、地域金融機関、専門家とも連携し、現状把握を行い将来の課題を探り、変化する生活環境、経済動向を見据え、企業の持続的発展のため施策の継続性・一貫性を担保し、新篠津村の「顔」である商店街の小規模事業者の店舗数の維持、増加を目指す。
2. 「新篠津村農商工連携協議会」と連携し新商品開発や、統一の規格による「新しのつブランド」を確立し、生産者の商談会への参加を図り新たな需要の創出を目指す。
3. 小規模事業者の経営課題を解決する為の事業計画策定（中長期的）を積極的に支援することにより、売上の維持及び増加を図り、安定的な持続的発展に寄与することにより、減少する事業所数を食い止め、空店舗の減少と活用を目指す。
4. 製造業者は、小規模な事業者のみであることから、巡回訪問等を通じて、講習会、各種セミナーへの参加を推進し、販路開拓や新商品開発・既存商品の改良に向け、専門家の支援を仰ぎながら規模の拡大や農業者の 6 次産業化を目指す。
5. 建設業は、「新篠津村建設協会」と連携し、技術伝承や人材の育成を図るため、各種技能講習会への取次ぎ支援や資格取得情報を提供する。

### 【地域経済活性化に対する支援】

1. 商工会では、千歳空港、道都札幌市からの交通アクセスの良さをPRするため、外国人観光客誘致に向けパンフレット（タイ語・韓国語・中国語・英語）を製作し、「新しのつ産直市場」等で配布している。  
道の駅に併設しているホテル「しんしのつ温泉たっぷの湯」では外国人観光客の受入れ体制を整備し、昨年度は 300 名の外国人（タイ人観光客）を受入れている。  
このような中、平成 27 年度北海道石狩振興局では、「ようこそいしかり」プロモーション事業の中で、タイ人をターゲットとした外国人観光客誘客促進策の一環として、本村の「たっぷの湯」を拠点とした、季節ごとのアクティビティーを含めた管内の魅力を満喫させる管内周遊モデルルートを企画し、タイでのプロモーションの実施やタイの旅行会社やメディア等を招聘し、管内を周遊するファミトリップ\*を実施している。  
今後、この事業を最大限活用し市街地へツアー客を積極的に誘導することにより、商店街の既存店の売上の増加を図る。

2. 「新篠津農商工連携協議会」では、新規参入者向け講習会の開催や情報交換の場、商品改良講習会の開催及び新たな販路開拓の研究やPR方法を検討する。

それにより、新規特産品(商品)開発業者の増加及び既存の特産品販売業者の新商品開発を支援することで魅力ある商品のラインナップを図り、今後は、新規創業や第二創業を支援するとともに既存店の売上の増加に寄与する。

3. 村の「顔」である商店街に空店舗をこれ以上増加させない為、又地元雇用の場確保の為にも、新たに新規創業に取り組み、事業承継を積極的に伴走型支援する。

※観光客などの誘客促進のため、旅行業者等を対象に現地視察をしてもらうツアーのこと。

## 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 27 年 10 月 1 日～平成 32 年 3 月 31 日)

( 2 ) 経営発達支援事業の内容

・ 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】

### 【現状と課題】

会員企業への巡回訪問は随時行っていたが、各種共済制度や各種補助制度等の説明に留まっており、経営者の高齢化・廃業が近づいていることは実感しつつも、具体的な取組みは行なってこなかった。

### 【対応策】

地域内外の経済動向は、小規模事業者の経営判断や事業展開に大きく影響するため、独自調査により収集した景況データと関係機関が公表している景況データを分析し、業種ごとにまとめたレポートを小規模事業者へ情報提供する。また、独自調査において事業承継分野についての設問を取り入れることにより、後継者対策や専門的課題に対応する。

地域内の経済動向については、行政や各産業団体等より有益な情報収集に努める。

### 【事業内容】

(1) 経営実態・事業承継アンケート調査の実施(新規事業)

### 【目的】

本アンケート調査の実施により、地域内における小規模事業者の景況感を把握し、経営分析等、個別具体的な支援策を講じる為の資料とする。あわせて調査結果を分析し、小規模事業者に提供することで経営判断の一助とする。

### 【調査内容】

<調査項目 A (貴社の最近の景況について)> ⇒指針③の活用項目

・ 業況 ・ 売上、仕入、利益 ・ 資金繰り 等

<調査項目 B (貴社の将来について)> ⇒指針②の活用項目

・ 後継者の有無 ・ 事業の継続予定年数(廃業予定年数) ・ 廃業後の店舗の利用予定 等

<調査項目 C (貴社の経営問題について)> ⇒指針①の活用項目

・ 現在貴社が直面している問題 等

### 【調査対象者】

地域内小規模事業者 全事業所 (67 事業所)

### 【調査方法】

巡回訪問、窓口相談時に調査する。

### 【分析方法】

全国商工会連合会の中小企業景況調査の調査方法を参考とする。(業況判断・売上高・経常利益等のD I)

それにより地域内外の経済動向の比較が可能となる。

### 【本調査の活用について】

分析後、小規模事業者が常時閲覧できるようにホームページへ掲載する。(年1回更新)  
情報収集・分析した資料は巡回訪問、経営分析及び事業計画策定時に活用する。

### 【効果】

調査項目A …… 経営判断等の参考資料となる。

調査項目B …… 後継者対策や空き店舗対策に活用することができる。

調査項目C …… 事業者が抱えている経営課題を抽出(見える化)し、情報の共有化を図る。それにより、次なる支援策を講じることが可能となる。

## (2) 各団体との懇談会開催による参考資料収集(継続事業)

### 【目的】

従来より開催してはいたものの、協議内容には統一性が無かった。今後は小規模事業者に有益な地域情報を提供するため、テーマを「地域経済活性化」に絞り本計画の目標達成の資料とする。

#### ●行政との懇談会

目的：まちづくり、産業の活性化

対象者：村理事者と商工会役員(小規模事業者)

#### ●議会との懇談会

目的：地域経済活性化

対象者：村議員と商工会役員(小規模事業者)

#### ●農業協同組合との懇談会

目的：連携による地域や産業の活性化

対象者：代表理事等と商工会役員(小規模事業者)

#### ●金融機関との懇談会

目的：金融面における地域情報

対象者：札幌信用金庫新篠津支店、行政、商工会職員

### 【本調査の活用について】

有益な地域情報として小規模事業者に提供する。

### 【効果】

関係機関との懇談会では、行政・各団体からの有益な地域情報の収集を図る。それにより小規模事業者に対しては適切な情報提供による支援が可能となる。

## (3) 各種経済情報の収集、提供及び分析(継続事業)

### 【目的】

小規模事業者より求められた都度提供していた情報を、今後は内部資料として蓄積するだけでなく、積極的に巡回訪問時・窓口相談時に小規模事業者に提供を行う。



また、(1)で独自調査した分析結果との比較表での提供を行なう。

**【収集する経済動向情報】**

- ア. 北海道財務局「管内経済情報」
- イ. 北海道商工会連合会「中小企業景況調査報告書」
- ウ. 日本政策金融公庫「全国中小企業動向調査」
- エ. 北海道銀行「調査ニュース」 等

**【提供方法】**

上記により収集した情報は該当部分を抜粋・適宜加工し、小規模事業者へ巡回訪問時及び窓口相談時において情報提供する。

**【効果】**

地域外の経済動向を把握することにより、今後の事業展開のヒントや新たなビジネスチャンスへの「気づき」に寄与することができる。

**【本調査の活用について】**

巡回訪問や窓口相談での支援ツールとして活用する。また、経営分析や事業計画策定支援における資料とすることで小規模事業者の経営判断等に活用する。

**【目標】**

小規模事業者の経営判断の道標となる情報を収集・分析する。

支援内容	現 状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度
アンケート調査	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
経済情報の収集・分析	未実施	適宜	適宜	適宜	適宜	適宜
各団体との懇談会	未実施	各 1 回	各 1 回	各 1 回	各 1 回	各 1 回
金融機関との懇談会	未実施	2 回	2 回	3 回	3 回	3 回

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針】

**【現状と課題】**

数値的実績に基づかず、経営指導員の経験によるアドバイスを中心に行っていた。

**【対応策】**

経営指導員の巡回・窓口相談等を通じて、上記1.(1)経営実態・事業承継アンケート調査で収集したデータと財務内容等に基づき経営分析を行い、経営課題の「見える化」を図る。

専門的な課題等については、ニーズに応じたきめ細かい支援サービスをワンストップで提供する「ミラサポ」「よろず支援拠点」等の専門家派遣を積極的に活用する。

また、各種相談内容に応じて、「小規模事業者の町医者」の役割も担う経営指導員が、関係機関と連携して適切な処方箋を提示する。

**【事業内容】**

(1)巡回訪問による経営分析（新規事業）

**【目的】**

小規模事業者が気づいていない経営課題を早期発見するため実施する。

**【対象者】**

決算指導等の対象となっていない地区内小規模事業者 等

**【手法】**

次の支援ツールを巡回訪問時に持参する。

①「課題発見シート」…コミュニケーションツールとしての紙媒体。本シートでSWOT分析等を行う。

分析項目：SWOT分析、PPM分析、3C分析 等

②経済動向調査資料…独自調査した「経営実態・事業承継アンケート調査」の分析結果と各種経済動向調査情報の収集データ。

③需要動向調査資料…独自調査した「消費動向実態調査」の分析結果と各種消費者動向調査資料の収集データ

資料を基にしながら、経営者との面談により個別具体的な経営状況を把握して「課題発見シート」に落とし込み、課題解決策の資料とする。

**【活用方法】**

経営計画策定支援における基礎資料とする。

**【効果】**

「課題発見シート」により、小規模事業者は自らの経営課題に気づくことができ、課題解決に向けての次なる支援策（事業計画策定支援等）に展開することができる。

その際、上記②及び③のデータを提示することで訴求力がより高まる。

**(2) ネット de 記帳 等による経営分析（新規事業）****【目的】**

財務面からの経営分析を実施し、経営内容の改善を提案するため実施する。

**【対象者】**

ネット de 記帳システムの利用事業者及び決算指導の対象事業者

**【手法】**

巡回訪問及び窓口相談において決算データと分析結果をもって実施する。

ネット de 記帳及び決算指導の対象事業者は、財務データを共有しているので、損益分岐点分析等の経営分析を行う。

分析項目：収益性分析、安全性分析、キャッシュフロー分析、損益分岐点分析 等

**【活用方法】**

経営計画策定支援における基礎資料とする。

**【効果】**

特にネット de 記帳はリアルタイムで容易に経営分析ができ、事業者の財務面での経営実態から訴求力のある改善提案が可能であるため、その後の支援策へつなげることができる。

※商工会が推奨するインターネット接続があれば利用可能な経理システム

### (3)高度な経営課題を解決するための対応（新規事業）

#### 【目的】

巡回訪問による「課題発見シート」でのSWOT分析等やネットde記帳等財務データによる経営分析では対応できない経営課題を解決するために支援機関等を活用する。

#### 【対象者】

生産管理等における業務改善、知的財産、M&A等、高度な経営課題を抱える小規模事業者

#### 【手法】

よろず支援拠点、ミラサポ、中小機構北海道等、支援機関の専門家派遣制度を活用して適切な支援を行う。

#### 【活用方法】

経営計画策定支援における基礎資料とする。

#### 【効果】

支援機関の専門家派遣制度を積極的に活用し、高度な経営課題を抱える小規模事業者の問題解決を早い段階から行うことで、事業の持続的発展に寄与することができる。

#### 【目標】

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
巡回訪問件数	430	450	450	500	500	500
経営分析	未実施	10	13	14	15	15
専門機関の活用	未実施	1	2	2	3	3

## 3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

#### 【現状と課題】

融資相談や補助金申請等において相談があった際に事業計画の策定支援を行っていたものの、事業の持続的発展のために計画策定が必要な事業者に対しての掘り起こしは行なってこなかった。

現状、経営者の経営判断は「経験」や「勘」に依拠していた面が大きいため、数値等の客観的観点も加味する事業計画策定の意義を浸透させ、事業計画策定につなげることが必要である。

#### 【対応策】

①巡回訪問等により、事業計画策定を目指す事業者の掘り起こしを行なう。

②経営課題の解決を目指す事業者に対しては、事業計画策定セミナー・個別相談会を開催する。

⇒上記【小規模事業者に対する支援】で掲げた「事業計画策定（中長期的）を積極的に支援することにより、「減少する事業所数を食い止め、空店舗の減少と活用」を目指す。

- ③事業承継予定者に対しては、事業承継セミナー・個別相談会を開催する。  
⇒上記【小規模事業者に対する支援】で掲げた「商店街の小規模事業者の店舗数の維持、増加」を目指す。
- ④新規創業者に対しては、個別に創業計画策定を支援する。
- ⑤商品開発を目指す新規創業者・第二創業者に対しては、商品開発セミナー・個別相談会を開催する。  
⇒上記【地域経済活性化に対する支援】で掲げた「新規特産品開発業者の増加及び特産品販売業者の新商品開発」を図り、「売上増加」を目指す。

## 【事業内容】

### (1) 事業計画策定を行おうとする対象者の掘り起こし（新規事業）

#### 【目的】

巡回訪問時に事業計画策定の啓蒙に関する冊子等を配布するだけであったが、今後は事業計画策定の意義について巡回訪問等を通じて理解してもらい、事業計画策定を目指すよう支援する。

#### 【手法】

- ①巡回訪問時に、a. 課題発見シート、b. 経済動向の各種資料、c. 需要動向の各種資料、d. 小冊子・パンフレット を積極的に活用し、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。
- ②事業計画策定等に関するセミナー、個別相談会の開催により、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。
- ③新商品開発・商品改良セミナーの開催により、新商品開発や商品改良、新規創業者の商品開発の掘り起こしを行う。

#### 【効果】

事業計画策定を考慮していなかった小規模事業者に、事業計画策定の重要性を認識させ、「経験」や「勘」だけによる意思決定に依らない、事業計画策定を目指す小規模事業者の増加が見込まれる。

### (2) 経営課題解決のための支援（新規事業）

#### 【目的】

経営分析により顕在化された経営課題を解決し、事業の持続的発展に寄与する。

#### 【手法】

##### ●事業計画策定セミナー・個別相談会

開催内容：「事業計画策定の意義」「事業計画のPDCAを機能させる為には」等

開催回数：1回／年

対象者：巡回訪問、窓口相談において掘り起こした小規模事業者及び前述「2. 経営分析」において経営課題が可視化された小規模事業者

※個別相談会は、セミナー申込時において対象者を把握する。専門家との面談により事業計画の策定へつなげる。

#### 【効果】

事業計画策定セミナー・個別相談会を通じて、事業計画の策定に対する前向きな意識啓発を喚起することができる。

### (3)スムーズな事業承継支援（新規事業）

#### 【目的】

円滑な事業承継により、商店街の空き店舗の減少を目指す。

#### 【手法】

##### ①事業承継対策セミナー・個別相談会

開催内容：「事業承継の必要性」「事業承継税制等（遺留分、納税猶予制度）について」等  
開催回数：1回／年

対象者：上記「経営実態・事業承継アンケート」において事業承継を検討している、又は事業承継を目指す小規模事業者

※個別相談会は、セミナー申込時において対象者を把握する。専門家との面談により事業承継計画の策定へつなげる。

##### ②北海道事業引継ぎ支援センターへの情報提供と相談指導

a. 上記「経営実態・事業承継アンケート」の<調査項目B>において、「後継者の有無」等の回答により、将来の廃業予備軍等を把握することができる。

b. 把握した情報を元に当該事業主と面談し、その後の方向性を確認する。

c. 確認した内容を元に事業引継ぎセンターへ相談し、連携を図ることでビジネスマッチングを支援する。

#### 【効果】

スムーズな事業承継支援により、小規模事業者の減少を防ぎ地域経済、雇用及びコミュニティの維持に資する。

### (4)新規創業希望者の掘り起こし（新規事業）

#### 【目的】

商店街の空き店舗の減少と地域雇用の確保、コミュニティの維持を目的とする。

#### 【手法】

上記「経営実態・事業承継アンケート調査」及び行政等との連携により、空店舗・不足業種情報を発信し、創業希望者には家主等との仲介にも関わるなどの支援を行う。

#### 【効果】

商工会が村外からの創業希望者の「ワンストップ相談先」としての役割を果たすことで、新規創業支援が円滑に行なわれる。

### (5)情報発信窓口の構築（新規事業）

#### 【目的】

経営指導員が頭の中でのみ押さえていた空き店舗、不足業種の情報を、今後はリスト化し創業支援の情報提供ツールとして活用する体制とする。

### 【手法】

下記①～③の情報をリスト化し、ホームページに掲載する。

- ①役場との連携による、空き店舗貸出し又は売却等情報  
(毎月更新)
- ②上記「経営実態・事業承継アンケート」で把握した空き店舗の利用予定  
(年1回更新。その間、空き店舗情報が発生した場合は都度更新する。)
- ③下記「消費動向実態調査」で分析した不足業種  
(年1回更新。その間、廃業等により不足業種が発生した場合は都度更新する。)

### 【効果】

創業希望者が本村で継続的に事業活動が可能となる為のハード情報(店舗)及びソフト情報(不足業種)を常時閲覧可能なホームページにより情報提供することで、地域内に止まっていた情報が域外に発信されるようになる。

## (6) 創業希望者に対する支援(新規事業)

### 【目的】

創業希望者の開業を支援し、商店街の空き店舗の減少と地域経済及び雇用の確保、コミュニティの維持を目的とする。

### 【手法】

本村での新規開業は実態としては多くはない。そのため、創業セミナーを開催したとしても参加人数が見込めないことから、効率的かつ効果的に成果を挙げる為、隣接する札幌市(札幌商工会議所)で開催される創業セミナーへの参加を勧奨することとする。

なお、創業希望者の創業計画書の策定支援は随時行うこととし、本村での創業にかかる情報提供等は継続して実施するものとする。

### 【効果】

創業希望者へ創業セミナー等への取次ぎ支援をすることで、効率的に創業に係る知識習得の支援を行うことができる。

また、創業計画書の策定により、開業に向けての支援が具体的なものとなる。

## (7) 地域ぐるみによる新商品開発支援(新規事業)

### 【目的】

上記【地域経済活性化に対する支援】で掲げた、特産品(商品)開発を計画策定より支援し、小規模事業者の売上増加に資する。

また、工業系業種の支援については、技能者育成に関わる情報提供を行う等、重要性を十分に鑑み支援する。

### 【手法】

#### ● 商業

- ・新商品開発、商品改良セミナー・個別相談会の開催

開催内容：「6次産業化における成功の秘訣」「特産品マーケティングについて」等

開催回数：1回/年

対象者：商品開発を目指す小規模事業者、新たに特産品開発による創業を目指す者 等  
 効果：食品製造小売業においては、起業家を育て承継させるか、村内外を問わず同業者の参入や第二創業による営業継続と雇用の確保が期待される。

※個別相談会は、セミナー申込時において対象者を把握する。

専門家との面談により、事業計画の策定及び新たな需要の開拓に寄与する事業（商品開発、商談会・展示会出展）へつなげる。

※商工会が行う事業と新篠津村農商工連携協議会事業の連携を深め、相乗効果による売上の増加及び維持が期待される。

※本セミナーは第二創業支援の概念を含み実施する。

●工業

- ・技能講習会の取次ぎ支援
- ・各種資格取得に関する情報提供 等

【効果】

商品開発支援では、新規参入者や既存事業者の新たな取組により、小規模事業者の売上向上等が図られる。

工業系業種における技能講習会や情報提供は、地域における技能者を育成し、本村での独立開業に寄与する。

【目標】

巡回訪問による事業計画者の掘り起こしは勿論のこと、専門家を交えたセミナー・個別相談会の開催により、更なる事業計画者の掘り起こしを行い、後述の「6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」に発展するよう支援する。

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
計画策定セミナー・個別相談会開催回数	未実施	1	2	2	2	2
計画策定セミナー・個別相談事業者数	未実施	5	10	10	10	10
事業計画策定事業者数	未実施	5	10	10	10	10
創業支援者数	1	1	1	1	1	1
創業計画策定者数	未実施	1	1	1	1	1
商品開発セミナー・個別相談回数	未実施	1	1	1	1	1
商品開発セミナー・個別相談事業者数	未実施	1	1	1	2	2
第二創業(商品開発)計画策定事業者数	未実施	1	1	1	2	2
技能講習会参加者数	未実施	1	2	2	2	2

※村の規模を勘案し支援事業者数等は適正と考える。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

【現状と課題】

現状、事業計画策定は融資申請時及び補助金申請時に主に対応しており、事業計画書策定後は特段フォローアップを行なってこなかったため、その後の進捗状況については把握しきれていなかった。

【対応策】

上記3. 事業計画策定支援に関すること、により事業計画を策定した者に対して、事業計画

がスムーズに実行できるよう、きめ細やかな巡回訪問により、事業計画の進捗状況を確認する。  
 また、計画変更の必要が出た場合は、見直し、検証といったPDCAサイクルが機能するよう支援し、必要に応じて村、専門家、道商工会連合会、金融機関等とも連携して伴走型支援を行う。

**【事業内容】**

**事業計画策定後のフォローアップ（新規事業）**

**【目的】**

小規模事業者の事業が持続的発展につながるよう定期的に巡回訪問を行い、フォローアップを実施する。

**【手法】**

事業計画策定後に、3ヶ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行う。

国、道、村、道商工会連合会が行う支援策等を周知し、必要な指導・助言を行い、事業計画実施のためフォローアップを行う。

①事業計画者に対する金融支援フォローアップ（新規事業）

事業計画策定者には積極的に新融資制度を斡旋し、事業の安定化を図る。

事業計画策定を目指す小規模事業者等に、既存の村融資、マル経資金等で金融相談や事業計画の策定支援を行うほか、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援資金」（長期・低金利）を活用し、利用者の借入負担の軽減を考慮し、融資後のフォローアップを図る。

②創業後のフォローアップ（新規事業）

新規创业者の巡回訪問は重点的に行っていなかったが、今後は伴走型支援を行うため、重点的に巡回訪問を実施する。

創業後は、商工会による巡回訪問により、個別フォローアップ、経営（キャッシュフロー）・金融・税務（ネットde記帳）相談を重点的に行い、消費者動向の情報提供とあわせて伴走型の支援を行う。

**【効果】**

事業計画内容は情報共有しているため、定期的な巡回訪問によるフォローアップにより、計画どおり事業運営されているか確認することができる。

計画は経営環境の変化により変更を余儀なくされることが予想されるが、小規模事業者と共にPDCAが機能するよう、伴走型支援を実行し持続的発展に寄与する。

また、新たな融資制度（小規模事業者経営発達支援資金）は事業の安定化に寄与するものであり、地域経済において有効なツールとして積極的に活用する。

**【目標】**

巡回訪問によるフォローアップは勿論のこと、事業計画実施による当初計画の修正も視野に入れ、小規模事業者が継続的に計画を実施出来るよう、専門家も交えながら伴走型支援を行う。

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
専門家派遣	未実施	3	6	6	6	6
フォローアップ件数	未実施	24	48	48	48	48

※フォローアップ件数：「事業計画策定支援者数（創業等を含む）」×4回/年



## 5. 需要動向調査に関すること【指標】

### 【現状と課題】

経営指導員の経験によるアドバイスが中心であったため、適切な消費者ニーズを小規模事業者に提供できていなかった。

### 【対応策】

商工会独自による「消費動向実態調査」を実施し、地域内需要の動向を把握する。

また本村の消費購買力は近隣都市部へ流出している為、域外の需要動向を関係機関の調査により収集する。

### 【事業内容】

#### (1)消費動向実態調査の実施（新規事業）

### 【調査内容】

<調査項目> ⇒指針①、③に活用する。

・居住地 ・年齢 ・日常の購買行動 ・購買頻度 ・不足業種 等

### 【調査方法】

本村には、商店街、カード会、消費者協会が無い為、産直市場、商工まつり、青空まつり来場者にアンケート調査を行う。

### 【調査対象者】

新篠津村及び近隣自治体の住民で、産直市場の来場者 等（500名）

### 【本調査の活用について】

クロス集計等による分析後、小規模事業者が常時閲覧できるようにホームページへ掲載する。  
(年1回更新)

経営分析や事業計画策定に活用する。

### 【効果】

地域内の消費者の動向を数値的に把握し、小規模事業者の経営分析や事業計画策定の資料とする。

#### (2) 各種消費者動向調査情報の収集、分析及び提供（新規事業）

### 【目的】

小規模事業者より求められた都度、収集していた情報を、今後は事前に情報の収集・整理・分析を行い、巡回訪問時・窓口相談時に小規模事業者に情報提供を行い、経営判断等に寄与する。

### 【収集する消費動向情報】

ア. 日本経済新聞「日経テレコン POSEYES」

- イ. 総務省統計局「家計消費状況調査」
- ウ. 内閣府消費者庁「消費者意識基本調査」 等

**【提供方法】**

上記により収集した情報は該当部分を抜粋・適宜加工し、小規模事業者へ巡回訪問時及び窓口相談時において情報提供する。

**【効果】**

地域外の消費者意識を把握することにより、「日経テレコン POSEYES」では現在の売れ筋商品等トレンドを掴むことができ、新商品開発や新たな品揃え等、ビジネスチャンスへの「気づき」が期待される。

また、「家計消費状況調査」「消費者意識基本調査」では消費者の購買行動の把握ができ、小規模事業者の経営判断に寄与する。

**【本調査の活用について】**

巡回訪問や窓口相談での支援ツールとして活用する。また、経営分析や事業計画策定の個者支援における資料とすることで小規模事業者の経営判断に活用する。

**【目標】**

経営分析や事業計画策定等の支援において調査・情報収集・分析を行う。

支援内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
産直市場アンケート調査	未実施	2	2	2	2	2
商工まつりアンケート調査	未実施	1	1	1	1	1
青空まつりアンケート調査	未実施	1	1	1	1	1
消費者動向調査資料収集	未実施	随時	随時	随時	随時	随時

**6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】**

**【現状と課題】**

上記3.(7)で開発された商品等を市場に載せるべく、よろず支援拠点等支援機関による専門家派遣を活用して商品磨き上げ等を行い、新たな需要の開拓の創出に寄与する。

また、特産品販売業者はもとより、農業法人等で6次産業化を目指している企業に対し、商談会・物産展等への販路開拓の提案型支援を行い、商品開発を目指す企業の掘り起しを行う。

工業系の業種への支援については、インターネットを活用し、新規顧客の獲得に寄与するための支援を実施していく。

**(1) 支援機関との連携による商品開発支援（新規事業）**

**【目的】**

小規模事業者の売上向上を図るため、積極的に支援機関と連携し商品開発を支援する。

**【手法】**

食品製造業においては、よろず支援拠点、北海道立総合研究機構食品加工研究センター等支援機関を活用し、食品加工相談、成分分析などの依頼試験などを通じ新商品の開発を図る。

なお、商品開発では、①商品コンセプト ②ポジショニング ③顧客ターゲット 等のマー

ケティングについても専門家派遣において支援する。

**【効果】**

成分分析等、専門的分野について関係機関に依頼することにより公的機関による調査結果という付加価値が創出され商品力が向上する。

あわせてマーケティング分野の支援により、「売れる商品」にするにはどうすればよいか「気づき」を与えることができる。

**(2) 商談会等の出展支援（新規事業）**

**【目的】**

上記(1)で磨き上げた商品の新たな需要の開拓を創出すべく、北海道商工会連合会等支援機関が開催する商談会・展示会に出展支援をする。

**【手法】**

関係機関が開催する商談会・展示会への出展を支援する。

※事務手続支援、随行支援、各種補助金による出展費用支援 等

①北海道商工会連合会「北の味覚・再発見！」

②日本能率協会「FOODEX JAPAN」 等

**【効果】**

商談会等に出展参加することにより、新たな需要の開拓に寄与する。また、磨き上げた商品に対する意見をバイヤー等から取り入れることで更なる商品力向上につながる。

バイヤーや消費者からの意見は、アンケートで収集し、事業者へフィードバックする。当該データは職員間で共有し、その後の支援に活用する。

**(3) 消費者ニーズに合った商品開発及び商品改良支援（新規事業）**

**【目的】**

現状は消費者ニーズ、地域特性を考慮せず事業者の思いで商品開発を行っていた面があった。今後は消費者ニーズ、地域特性を十分に考慮し、商品開発・改良を支援するため、消費者ニーズ等の情報提供を行う。

**【手法】**

①上記5.(1)消費動向実態調査、の結果から消費者ニーズを分析し、事業者へ情報提供する。

②展示会等において消費者アンケートを取り、アンケート内容を参考として商品開発、商品改良を行なえるよう情報提供する。

③商談会時においてバイヤーの意見により「売れる商品」の為の商品改良を支援する。

**【効果】**

市場の意見を取り入れて、商品磨き上げを行うことにより「売れる商品」となることに寄与することができる。

**(4) インターネット、アンテナショップによる新たな需要の開拓支援（新規事業）**

**【目的】**

道外の消費者に対して需要を創出する場合、新規出店を検討することとなるが、その出店費用だけで莫大な費用が発生し、小規模事業者の経営そのものに大きな影響を与えることとなる。そのため、費用負担を抑えつつ新たな需要の創出を支援する。

**【手法】**

①インターネットによる需要の開拓を創出するため、全国商工会連合会「ニッポンセレクト.com」及び道商工会連合会の簡易ホームページ作成ソフト「SHIFT」を積極的に活用する。  
※「SHIFT」は工業系の業種についても、専門分野の紹介等に活用できる為、あわせて積極的に活用する。

②全国商工会連合会が運営するアンテナショップ「むらからまちから館（東京都）」及び北海道貿易物産振興会が運営するアンテナショップ「どさんこプラザ（東京都、札幌市）」のテスト販売制度等を活用する。

**【効果】**

少ない経費負担で大消費地での販路拡大が図られ、小規模事業者の売上増加による持続的発展に寄与する。

**(5)既存商品及び「新しのつブランド商品」の新たな需要の開拓支援（継続事業）**

**【目的】**

上記3.(7)で開発された商品や、下記Ⅱ. 1. で取り組む地域ブランド「新しのつブランド推奨品」の新たな需要の開拓に寄与するため、札幌圏からの需要の取込みと道外への需要の開拓を支援する。

**【手法】**

●札幌圏からの需要の取込み

新篠津村との連携により、新篠津村公式PRキャラクター「おこめちゃん」を活用する。地域イベント等において、「おこめちゃん」が「新しのつブランド推奨品」のPRすることにより、札幌圏（ファミリー層）の需要の取込みが見込まれる。

●道外への需要の開拓

首都圏で開催される全国物産展等イベントの出展に際し、「おこめちゃん」を帯同させ、地域PRを含めて「新しのつブランド推奨品」の新たな需要の開拓に寄与する。

**【効果】**

行政と連携し、地域PRキャラクターを活用した「新しのつブランド」の需要の開拓支援により、交流人口の増加及び全国展開に伴う小規模事業者の持続的発展に寄与することが出来る。

**【目標】**

項目	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
新しのつブランド検討会議	0	2	4	4	4	4
特産品開発に向けた検討会議	1	2	4	4	4	4
新商品開発目標	未実施	0	2	2	3	3
商談会出展事業者	未参加	3	5	6	7	8

## ・地域経済の活性化に資する取組

### 1. 地域ブランド確立による地域経済活性化への取り組み

#### 【現状と課題】

本村では地域資源を使った商品開発が行われ販売されているが、現状は地元業者が独自で製造・販売を行なっている。

地域イメージ・地域ブランドの確立が重要となっている中、当地区においても行政及び関係機関が地域ぐるみで地域資源等をベースとした特産品を地域ブランド化して地域経済活性化に資する必要がある。

#### 【地域ブランド確立に向けた取り組み】

- (1) 「新篠津農商工連携協議会」による「新しのつブランド推奨品」認証制度の発足
- (2) 「新しのつブランド推奨品」認証における認証基準の設定
- (3) 基準を満たす特産品に対しての「認証マーク」の付与
- (4) 「新しのつブランド推奨品」のPR

#### 【事業内容】

- (1) 「新篠津農商工連携協議会」による認証制度の仕組みづくり

#### 【目的】

行政等公的機関で構成する「新篠津農商工連携協議会」による認証スキームを採用することで、村内で生産、製造された農林水産物及び加工品について、地域特産品に「信頼」「安心感」という付加価値が付与され、地域のイメージアップ及び消費者へのアピール並びに村内の特産品を育て、ブランド化した特産品に付加価値が付与される。

#### 【手法】

次の基準を満たした特産品を「新しのつブランド推奨品」として認証する。認証にあたっては協議会で審査する。

- 審査基準 ① 村内で生産された産物を主原料として地元業者が製造している。
  - ② 道内産物を地元業者が製造している。
- ※ 既存商品・新商品を問わない。

上記基準を満たした商品に対して、協議会は「認証マーク（シール）」を付与する。  
なお、認証シールは新篠津村PRキャラクター「おこめちゃん」を取り入れる。

#### 【効果】

この取組みにより基準を満たした商品には、「公的機関の認証」という付加価値が創出される。また認証シールについても村の観光振興キャラクターを活用することで地域PRとの相乗効果が生まれる。

- (2) 地域ブランド「新しのつブランド推奨品」の普及促進（新規事業）

#### 【目的】

商品開発者の「良い商品を開発すれば売れる」との思いから、販路先を見据えた商品開発を行っていなかった。

今後は、地域ブランド化された「新しのつ推奨品」を地域一体となって支援する体制をとる。

#### 【手法】

- ・商工会では、推奨品普及の為、全村民に新たにパンフレット作成配付し、その周知を図る。
- ・推奨品の充実及び変更のあった際にはパンフレットを更新し、ホームページの紹介、ページを追加作成し、全村民への周知はもとより町外にも発信する。

#### 【効果】

新しのつブランドが地域内外において親しまれるブランドとして定着させることにより、地域ブランド化を通して、小規模事業者の持続的発展の基盤を整備することができる。

### (3)新しのつブランド推奨品の積極的な情報発信（新規事業）

#### 【目的】

現在の新篠津村農商工連携協議会は、産直市場の運営が主となっていたが、今後は「新しのつブランド推奨品」の販路開拓及び情報発信についても事業主体とする。

#### 【手法】

新しのつブランド推奨品制度を確立させるべく事業を実施する。

- ①マスコミへの取材依頼、観光情報誌「北海道じゃらん」等によるPR活動
- ②SNS（ブログ、ツイッター等）、YouTube等インターネットによるPR活動
- ③隣接する札幌市で発行されているフリーペーパーによるPR活動 等

#### 【効果】

広告宣伝費用を極力かけずに効果のあるPR活動により、小規模事業者が開発した特産品の売上向上に寄与すると共に、交流人口の増加も期待される。

## 2. 観光客の誘客促進を図る地域経済活性化への取り組み

今まで、年間約25万人の観光入込客に対応すべく、新篠津村農商工連携協議会にて産直市場を運営しているが、5月から11月上旬迄の季節営業となっており、営業期間中、観光客の市街地への誘導がうまく図られていなかった。

現在、外国人観光客（タイ人観光客）を300名受入れているが、平成27年度に北海道石狩振興局では「ようこそいしかり」プロモーション事業を展開する。

本事業では、タイをターゲットとした外国人観光客誘客促進が行なわれ、新篠津村（しんしのつ温泉たっぷの湯）を拠点としたモデルルートが企画されることとなった。

また、タイ現地でのプロモーション活動が行われるため、インバウンド需要の高まりから、次年度以降、大幅な観光客の伸びが見込まれる。

そのため、地元での受入れ体制整備が急務となる。そこで、国内外の観光客に対応した、市街地への誘導を図る季節ごとのツアー内容を協議し、地域経済活性化の方向性を検討する。

また、検討した地域経済活性化の方向性を踏まえ、商店街の既存店の売上増加により、小規模事業者の持続的発展の基盤を構築するものとする。

#### 【事業内容】

##### (1)地域経済活性化の方向性の検討（新規事業）

- ・季節ごとに新篠津ならではのツアー内容の協議と、ツアー客に村内でいかに消費をして頂くかを主眼としたツアー内容を検討実施し、目標の達成を行う。

- ・新篠津村、観光協会、農協、商工会で構成する「協議会会議」を設立し、会議において、「小売業・飲食業」を中心とした地域経済の活性化の方向性について検討する。

## (2)消費拡大のための体験型観光の推進（新規事業）

- ・素材の良さだけでは一過性のツアーになってしまうので、地域を挙げての「おもてなし」「食・土産品」の良さでも集客できるツアー内容を検討実施し、目標の達成を行う。
- ・「小売業・飲食業」のPR、地元特産品販売の「新しのつ産直市場」や地元飲食店での昼食などの食事の提供のさいには、「新しのつメニュー」（ご当地メニュー）を国内外の観光客に対応したメニュー表を含め、新たに開発する。
- ・地元の自然や農林業を体験していただき、お腹を空かせて地元の食材に舌鼓していただけるようなプランニングを計画していく。
- ・ツアーの情報発信には役員、女性部、事務局が一体となり、フェイスブック等のSNSの活用やメディア取材等の媒体で積極的な情報発信を行う。

### 【目標】

新規創業者、第二創業者は勿論ここと、既存の商店・飲食店の経営の安定及び売上の増加を図るため、各種支援策を講ずる。

地元飲食店や商店への観光客の誘導するための導線の確保を目指す。

項目	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
協議会開催（新規）	0	3	3	3	3	3
ご当地メニュー開発（新規）	0	6	6	6	6	6
ツアー内容開発（新規）	0	6	6	6	6	6

## ・経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

### 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

・支援機関との連携がなかったが、今後は支援機関との連携を密にとりノウハウを吸収し、支援能力向上を行う。各団体との連携を密にとり最新の情報に基づき本計画に沿った事業を行う。

○よろず支援拠点、(独)中小企業基盤整備機構の専門家派遣を活用する。その際には必ず支援先企業に職員が随行し、支援ノウハウを学び、伴走型支援に生かす。(頻度：専門家派遣数による)

○行政、議会、農業協同組合、金融機関との懇談会の開催（各1回/年）だけでなく、指導員が積極的に各団体を巡回し、最新の情報を収集分析することにより、本計画改善及び小規模事業者の経営発達に繋げていく。

○石狩管内商工会職員協議会、経営改善普及事業推進研修会の研修（2回/年）において、支援ノウハウ、支援の現状、問題解決方法について情報交換をし、支援能力の向上を図る。

○補助員・記帳指導員は現在、経営指導員の補助的業務しか行っていないが、「当別・新

篠津商工会広域連携協議会（1回／年）」にも参加し、経営発達支援事業を推進するため、経営指導員並みの支援能力の引上げを行う。

## 2．経営指導員等の資質向上等に関すること

・ I のノウハウ吸収による支援能力向上はもとより、定例の職員会議において、研修受講課の報告会の開催、下記の方法により、職員の支援能力を底上げし、指導能力の引上げを行う。

○全国商工会連合会が主催する研修の参加に加え、中小企業大学校の主催する研修に経営指導員が年間1回以上参加し、新商品開発、販路開拓、観光開発に関する研修会に積極的に出席し、経営発達支援計画を実行するため、指導員の新たな指導能力の引上げを行う。

○「当別・新篠津商工会広域連携協議会（1回／年）」で当別町商工会職員との情報交換により支援力を高めるためのノウハウを取得し、経営指導員及び補助員の資質の向上を図る。

○「小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会（2回／年）」（日本政策金融公庫札幌北支店主催）で石狩振興局・空知総合振興局管内の経営指導員・日本政策金融公庫職員との情報交換により支援力を高めるためのノウハウを取得し、経営指導員及び補助員の資質の向上を図る。

○新たに、補助員・記帳指導員は、職場内において、経営指導員とチームで小規模事業者を支援すること等を通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、毎月開催職員会議の中で、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。（1回／月）

○経営指導員が受講しているWEB研修（1回／年）を補助員も受講する。また、北海道商工会連合会研修「経営管理研修」を受講（1回／年）させ、企業診断が出来る能力への引上げを行う。

○新たに記帳指導員には、記帳指導を通じて決算・確定申告等の経理管理は行っているが、ネットde記帳を利用した経営分析を行う能力に至っていない。北海道財務局発行の「管内経済情報」等で得た情報を織り交ぜながら、経営分析・需要動向調査に必要な情報収集能力の向上を図るため、毎月開催職員会議の中で、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。（1回／月）

## 3．事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

事業計画・事業報告は理事会にて審議承認、総会にて議決をしているが、事業計画に沿った年間の事業の進捗状況や、事業の実施が計画どおり行われていたのか検証する仕組みがなかった。また、問題点の改善策も事務局内部で行っていたので下記のとおり見直しを行い実施する。

① 毎月開催する事務局内会議で、事業の実施状況、計画に沿った内容かを検討し、問題点の改善を行う。

② 商工会内に委員会を立上げ年2回開催する事により、中間での事業の実施状況・計画どおりの内容となっているか。また、問題点の改善策を検討し本計画を実施していく。



新篠津村役場総務課参事（企画振興担当）、副主幹（地域振興・商工観光担当）の2名、及び道商工連も外部委員として参加し、行政や関係団体の意見も反映させ、評価・見直しを行う。

- ③ 事業の計画・実施・評価・改善については、商工会理事会（定例理事会年6回開催）、総会へ報告し、本計画を実施する上で小規模事業者の意見を踏まえた内容とし、承認を受ける。
- ④ 事業の計画・成果・評価・見直しの結果を新篠津村商工会のホームページ（<http://www.hokkaido-shinshinotsu.jp/>）で計画期間中公表する。

(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27年10月現在)

(1) 組織体制

新篠津村商工会事務局長が総括を行い、経営指導員、補助員、記帳指導員の5名体制で行う。

役員

役職	氏名	事業所名	担当役職
会長	今田 義春	(有)今田自動車商会	
副会長	高井 博美	高井商事(株)	金融
理事	阿部 時男	(株)阿部建設	総務・広報・夏まつり・商品券
	開口 弘	(株)開建工業	総務・金融・夏まつり
	高橋 敬	新篠津自動車工業(株)	夏まつり
	立蔵 一憲	重岡商店	総務・夏まつり・商品券
	工藤 孝史	新栄工建(株)	夏まつり・商品券
	北川 哲也	(有)砂田電気商会	夏まつり・商品券
	高井 幸子	高井商事(株)	夏まつり・商品券
監事	奥村 保夫	理容・美容おくむら	夏まつり・商品券
	佐藤 悌治	手打そば家 七福	商品券

※ 担当役職欄の略称  
金融 ～ 金融委員会  
総務 ～ 総務委員会  
広報 ～ 広報情報化推進委員会  
夏まつり ～ 商工会夏まつり実行委員会  
商品券 ～ 共通商品券実行委員会

事務局

職名	氏名	備考
事務局長	是 廣 善 行	
経営指導員	関 正 博	
補助員	田 中 静 佳	
記帳指導員	高 田 郁 子	
記帳指導員	堤 初 美	

○新篠津村農商工連携協議会 (平成22年度設立)

構成員：新篠津村、新篠津村農業協同組合、しんしのつ産直市場運営協議会、新篠津村商工会 (事務局)

(2) 連絡先

機関名 新篠津村商工会  
住所 北海道石狩郡新篠津村第46線北12番地  
電話番号 0126-57-2231  
FAX番号 0126-57-2232  
メールアドレス sin4612@rose.ocn.ne.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	27年度 (27年4月以降)	28年度	29年度	30年度	31年度
必要な資金の額	28,779	29,929	31,079	32,229	33,379
・経営改善普及 職員設置費	12,707	12,907	13,107	13,307	13,507
・経営改善普及 事業費	9,030	9,380	9,730	10,080	10,430
・地域振興費	1,913	2,463	3,013	3,563	4,113
・管理費	5,072	5,122	5,172	5,222	5,272
・繰入引当支出	20	20	20	20	20
・予備費	37	37	37	37	37

(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、特別賦課金、手数料、使用料、受託料、助成金、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
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 関係団体 本事業を実施するに当たり、関係団体からの指導助言を頂き、計画を作成し実行に向けた取り組みを行う。</li><li>・ 専門家 本事業を実施するに当たり、経営指導員他職員で企業の支援を行うが、相談内容により専門知識を有する専門家からの、指導を頂き、計画を作成し実行に向けた取り組みを行う。</li><li>・ 新篠津村役場 本事業を実施するに当たり、新篠津村と連携を密にとり、商工会の情報、新篠津村の情報、事業者の情報を交換することにより地域が置かれている現状と課題を明確にし、個別企業への指導を実施する。</li><li>・ 金融機関 本事業を実施するに当たり、金融機関と連携を密にとることにより、創業・第2創業支援を行う為、金融面での支援を実施する。</li><li>・ 産業団体等 新篠津村農業協同組合、新篠津村農商工連携協議会と連携を図ることにより、地域の活性化を資する取り組みを行う。</li></ul>
連携者及びその役割
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 関係団体<ul style="list-style-type: none"><li>・ 名称：中小企業庁 長官 豊永 厚志 住所：〒060-0808 東京都千代田区霞が関1丁目3番地1 電話：03-3501-1511 ◎小規模事業者の相談、案件に応じたきめ細やかな対応、ミラサポによる専門家派遣を頂く。</li><li>・ 名称：北海道石狩振興局 局長 小野塚 修一 北海道石狩振興局 産業振興部 部長 足立 一郎 住所：〒060-8558 札幌市中央区北3条西7丁目 道庁別館5階 電話：011-231-4111 ◎北海道の施策などの情報収集し、関連性のあるものについて指導を頂き、計画を作成し実行に向けた取り組みを行う。</li><li>・ 名称：北海道商工会連合会 会長 荒尾 孝司 住所：〒060-8607 札幌市中央区北1条西7丁目 プレスト1・7ビル4階 電話：011-251-0101 ◎北海道商工会連合会と連携することにより、計画実行に向けたサポートを頂く。</li><li>・ 名称：よろず支援拠点 札幌本部 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：011-232-2407 ◎複雑、高度、専門的な相談案件について、専門家派遣を頂く。</li><li>・ 名称：中小企業基盤整備機構 北海道本部 本部長 中島 真 住所：〒060-0002 札幌市中央区北2条西1丁目 ORE札幌ビル6階 電話：011-210-7475 ◎経営指導員のスキルアップ、資質向上を図るため、開催研修会に参加する。</li></ul></li></ul>

・専門家

- ・名称：中小企業診断士 只野正博

住所：〒060-8607 札幌市中央区北1条西7丁目 プレスト1・7ビル4階

電話：011-251-0101

- ・名称：中小企業診断士 田中修身

住所：〒006-0811 札幌市手稲区前田1条1丁目2-13

電話：090-7650-1757

- ・名称：北海道立総合研究機構 食品加工研究センター 所長 北川 雅彦

住所：〒069-0836 江別市文京台緑町589番地4

電話：011-387-4111

◎専門知識を有する専門家からの、指導を頂き、計画を作成し実行に向けた取り組みを行う。  
又、職員の資質の向上にもつながる。

・行政

- ・名称：新篠津村 村長 東出 輝一

新篠津村役場総務課 参事 吉田 光春

新篠津村役場総務課 副主幹 石若 孝之

住所：〒068-1192 石狩郡新篠津村第47線北13番地

電話：0126-57-2111

◎村との情報を交換することにより地域が置かれている現状と課題を明確にすることにより、町の今後の各種制度の活用及び新制度の創設に向け要望が出来る。

・金融機関

- ・名称：札幌信用金庫新篠津支店 支店長 山形 義久

住所：〒068-1112 石狩郡新篠津村81番地1

電話：0126-57-2008

- ・名称：日本政策金融公庫札幌北支店 支店長 木村 和幸

住所：〒060-0807 札幌市北区北7条西4丁目 伊藤110ビル5階

電話：011-726-4222

◎金融機関と連携することにより、各種資金の円滑な調達が可能となる。

・産業団体等

- ・名称：新篠津村農業協同組合 代表理事組合長 西井 通泰

住所：〒068-1193 石狩郡新篠津村第47線北13番地

電話：0126-57-2311

- ・名称：新篠津村農商工連携協議会 会長 東出 輝一

住所：068-1110 石狩郡新篠津村第46線北12番地

電話：0126-57-2231（事務局：新篠津村商工会）

◎各種団体の懇談会を開催することにより、消費者、各種団体の意見を吸収することにより企業に新鮮な情報提供を行い、各種団体が求めて事業の展開が図られる。

連携体制図等

一般消費者

問合せ・連絡

PR活動・回答・手配

新篠津村農商工連携協議会

構成員  
新篠津村

構成員  
新篠津村農業協同組合

構成員  
しんしのつ産直市場  
運営協議会

構成員  
新篠津村商工会

↑ ↓ ↑ ↓ ↑ ↓ 連絡・調整

事務局 新篠津村商工会

連携

マーケティング

只野 正博 (中小企業診断士)

田中 修身 (中小企業診断士)

北海道立総合研究機構

食品加工研究センター

会員事業者

小売業者

製造業者

農業法人



