

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	上ノ国町商工会 (法人番号 4440005001961)
実施期間	平成28年4月1日～平成33年3月31日
目標	<p>小規模事業者の売上減少による事業衰退や廃業に対し、事業の維持・回復に向けて、個別企業の経営基盤強化・経営力向上・販売促進等を継続的に支援し、持続的発展を図ります。</p> <p>後継者育成と廃業の可能性を有する店舗に対する積極的な事業承継を推進し、伴走型支援を図ります。</p> <p>固定客に対する継続的なサポートと、消費購買力の流出の抑制等に向けて、新規顧客の獲得を図り、売上維持、回復又売上増加を図ります。</p> <p>地域ブランドと成り得る魅力ある商品への育成、商品開発による「ブランド化」を図り、小規模事業者の販路開拓を図ります。</p> <p>交流人口の増加策により、地域の消費購買力確保と創出での小規模事業者の販売促進を図ります。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針】 (1) アンケート調査の実施 (2) 各種経済情報の収集・提供 (3) 農業協同組合と漁業協同組合との情報交換による情報共有</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針】 (1) 小規模事業者の経営分析 (2) 「ネットde記帳」を活用した経営分析 (3) 経営分析セミナーの開催</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針】 (1) 事業計画策定に関するセミナーの開催 (2) 事業者の意識改革と事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起し (3) 各融資制度及び各種補助金を活用した事業計画策定支援 (4) 施策広報による創業・第二創業等支援 (5) 第二創業（経営革新）支援 (6) 後継者対策の取り組み</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】 (1) 各支援機関が行う支援策の周知 (2) 巡回訪問によるフォローアップ (3) 新商品開発の計画実施のフォローアップ (4) 販路開拓へのフォローアップ (5) 創業後の伴走型・提案型による支援</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針】 (1) 地域内の消費者ニーズ調査 (2) 各種データでの消費者の需要動向把握 (3) 専門家との連携による調査 (4) 小規模事業者の商品・サービスに対する需要動向調査 (5) 需要動向に関する専門家からの聞き取り調査の実施</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】 (1) 展示会・商談会の開催 (2) 各機関主催の展示会・商談会への出展支援 (3) アンテナショップへの出展による販路開拓支援 (4) S H I F T（商工会簡易ホームページシステム）及びニッポンセレクト.com等の活用による販路開拓支援</p> <p>地域経済の活性化に資する取組</p> <p>1. 観光振興等を含む地域ブランド確立による地域経済活性化への取組 (1) 地域資源を活用した上ノ国ブランドの創出 (2) 観光需要を見据えた地域内外消費の拡大 (3) スポーツ合宿誘致による観光振興と地域経済活性化の取組み</p> <p>2. 地域イベントを活用したまちの賑わいの創出 (1) 地域イベントを活用した消費拡大に向けた取組み (2) 集客を活かした消費拡大と賑わいの創出</p>
連絡先	<p>上ノ国町商工会 会長 小林恭平</p> <p>・住所 〒049-0611 北海道松山郡上ノ国町字大留244番地2</p> <p>・電話 0139-55-2121 ・FAX 0139-55-2281</p> <p>・e-mail s-kaminokuni@hakodate.or.jp</p> <p>・ホームページアドレス http://www.host.or.jp/net/s-kaminokuni/</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【上ノ国町の概要】

1. 上ノ国町の立地

上ノ国町は、北海道檜山振興局管内の最南端に位置し、北には江差町、南には松前町が隣接しその中間にある町で、渡島総合振興局管内の函館市までは国道 228・227 号線で結ばれており東方約 80km、車で約 1 時間 30 分の距離にあります。平成 26 年 5 月には人口減少の影響で乗車客も減ったことから J R 江差線(江差～木古内間)が廃線となり上ノ国町へのアクセスは函館バス、車、一部 JR (木古内～函館間)となっています。

また、北に隣接する江差町は、本町から約 8 km・車で約 10 分に位置し、平成 25 年 10 月に大型店の国道 228 号線沿いの商業集積が図られ本町小売業に大きな影響を与えています。

地勢は、道南の名川「天の川」を中心に、北・西に日本海、南・東に大千軒岳をはじめとする山岳地と、木古内方面へ 16 km の位置に源泉掛け流し方式の「湯ノ岱温泉」、市街地にあり便利な簡易温泉の「花沢温泉」、市街地に程近い標高 159m の山「夷王山」があり、豊かな自然環境に囲まれた農漁業の町であり、北海道では数少ない中世の史跡・文化財を有する歴史の町でもあり、観光の中心的役割を担っています。



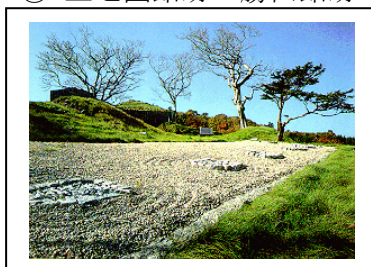
○上ノ国町の重要文化財及び史跡 (国指定)

① 旧笹浪家住宅



北海道の現存民家では最古

② 上之国館跡 勝山館跡



後の松前氏の祖である武田信広が、15 世紀後半に築いた山城

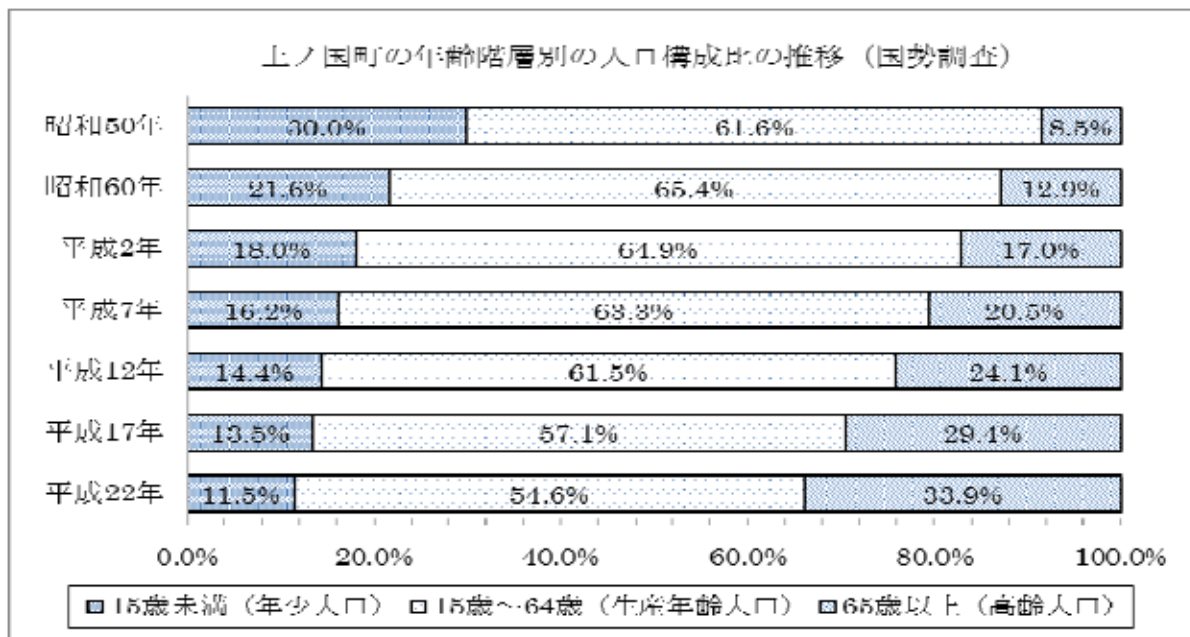
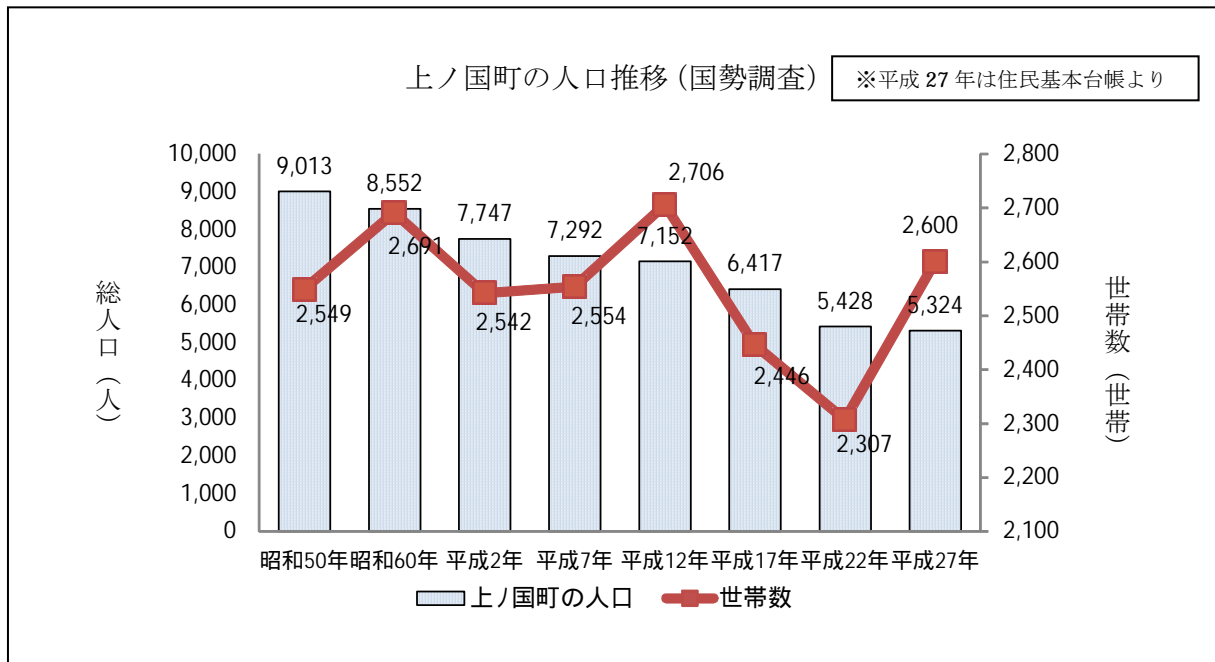
③ 上國寺本堂



北海道における十八世紀に遡る数少ない仏堂建築

2. 人口の動き

昭和35年の14,674人(国勢調査)をピークに減少の一途を辿り、平成22年には5,428人(国勢調査)とピーク時の約37%となり人口減少は深刻な問題となっています。また、世帯数も昭和35年の2,744世帯(国勢調査)をピークに減少し、昭和50年から平成12年までは増加と減少があり、平成22年には2,307世帯まで減少、平成27年には2,600世帯(住民基本台帳)まで増加し、人口は5,324人(住民基本台帳)まで減少しました。昭和60年及び平成17年、平成27年の増加については、町営による住宅の整備及び宅地造成、民間によるアパート建設の進行と、「単独世帯」増加の後押し、世帯の分散化(少人数による世帯構成化)したことが要因に挙げられます。



3. 地域産業の現状

●漁業の状況

上ノ国町では従来、日本海沿岸海域のイカ、マス、スケトウダラなどの回遊魚中心の漁船漁業を主体とし、ウニ、アワビなど根付け漁業がそれを補完する経営形態をとってきました。しかし、地球温暖化による海水温度の上昇、磯焼け現象や回遊魚の減少などから、漁業を取り巻く環境は厳しさを増しています。そこで、資源管理型漁業への転換を図るため、増養殖漁業への取り組みとして「栽培漁業センター」、「海洋牧場」の一連の施設整備を行い、アワビやなまこ、ホッケの養殖に力を入れています。魚種別水揚げ高では、平成17年（数量：約2,195t、金額：約664百万円）をピークに減少し、平成22年には数量、金額共に増加しましたが、以降平成26年（数量：725t、金額：359百万円）まで減少の一途を辿っており、高齢化が進む中で、若手担い手グループでの6次産業化へ向けた取り組みなど、漁業の意識改革が進められています。

●農業の状況

上ノ国町の農業は、北海道でも比較的温暖な気候に恵まれているため、古くから稲作を中心に複合経営を取り入れた農業を営んできました。しかし、経営耕地面積は極めて小さく、50%を超える減反の影響で農業経営は厳しい状況におかれています。このため、町では時代の変化に即応した基礎的研究と生産技術の普及を図るため、農業指導センターを設置し、取り組みを強化してきました。高齢者と女性にやさしい農業、ふとこにやさしい農業、土にやさしい農業を推進するため、絹サヤエンドウ、ニラ、立茎アスパラなどの野菜を中心とした高収益作物の栽培を奨励して、生産性の高い農業経営に力点を置いて「農業」の活性化を図っています。JA出荷高をみると平成22年の約699百万円がピークとなり、それ以降は減少・微増を繰り返し平成26年には約628百万円まで落ち込んでいます。

●観光の状況

上ノ国町は北海道発祥の地と言われ、最も早い時期に和人が定住した地であるとされています。1189年、源頼朝による奥州藤原氏の討伐の難を逃れ、津軽・南部の人々が移り住んだ歴史があり、15世紀中ごろから16世紀にかけての北の中世世界を体験できる町となっています。18世紀から19世紀にかけてのニシン場としても栄え、国指定史跡「勝山館跡」等、重要文化財「旧笹浪家住宅」・「上國寺」等が多く点在しています。また、町の中心部を流れる「天の川」や日本海の人と自然の融合した美しい景観なども見どころの一つとなっているほか、温泉資源にも恵まれ、湯量を誇る山間の秘湯「湯ノ岱温泉」や、市街地にあり便利な簡易温泉「花沢温泉」の人気も高く上ノ国町の観光資源となっています。他には、「夷王山」、「夜明けの塔」、道の駅「文珠」などがあり地域活性化の一助となっています。観光入込客数をみると、平成17年には約114,958人、宿泊客数1,680人で、この数字をみても分かる様に、前述した江差町・松前町に位置し、通過型傾向の強い観光地であることが分かります。平成23年には入込客数97,010人に落ち込みましたが、ツアー客の誘致、観光ガイドの充実、道の駅でのイベントなど、地道な活動により平成25年に入込客数117,855人まで増加しましたが、平成26年には入込客数115,643人に落ち込んでいます。

上ノ国町の観光入込客数（上ノ国町調査）

（単位：人）

入込客数等	平成17年	平成19年	平成21年	平成23年	平成25年	平成26年
観光入込客数（ア）	114,958	100,463	97,608	97,010	117,855	115,643
宿泊客数（イ）	1,680	2,283	2,520	1,692	2,416	2,423
日帰り客数（ア-イ）	113,278	98,180	95,088	95,318	115,439	113,220

【商工業者の概要】

1. 上ノ国町の商工業者数

平成 27 年 4 月 1 日現在

		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
総事業所数		40	22	10	42	28	32	23	197
(小規模事業者数)		37	22	10	37	27	30	23	186
内 訳	会員企業数	33	15	5	31	18	16	10	128
	(小規模事業者数)	30	15	5	26	17	16	7	116

(参考) 商工業者の推移 (商工会調査)

		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 22 年		37	16	5	46	31	29	17	181
平成 17 年		47	16	1	52	40	30	12	198
平成 12 年		50	20	2	50	40	36	12	210
平成 7 年		49	24	3	53	41	36	16	232

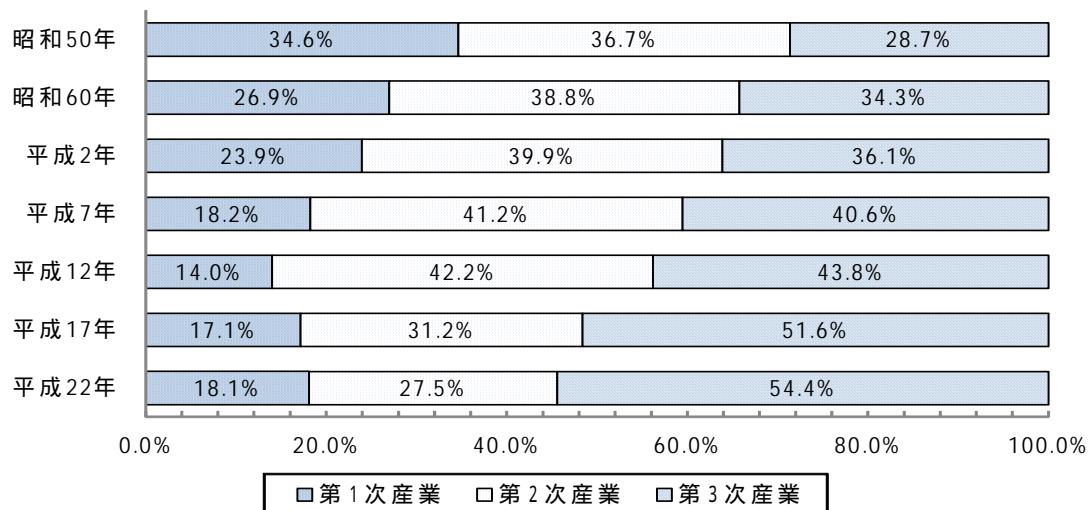
2. 商工業者の概要

上ノ国町の産業別就業人口割合は、平成 12 年 (国勢調査) には第 1 次産業 14.0%、第 2 次産業 42.2%、第 3 次産業 43.8% となっていました。平成 22 年 (国勢調査) には第 1 次産業 18.1%、第 2 次産業 27.5%、第 3 次産業 54.4% となっています。第 2 次産業は建設業に従事する者が多く、最近の公共工事の減少による就業離れが顕著にでており、それに伴い第 1 次産業の農業、第 3 次産業のサービス業へと労働力の主な移動がありました。平成 17 年から平成 27 年までここ 10 年間の開廃業数は開業 25 件、廃業 48 件と開業数の約 2 倍で、当町の人口減少、事業者の高齢化に伴い商工業者数の減少傾向はこれからも続くと予想され、小規模事業者においても、同様に続くものと予想されます。商業販売額は平成 23 年 3,037 百万円 (小売業 90%)、平成 18 年 4,308 百万円 (小売業 87%) をピークに減少しており、販売額の内ほぼ小売業が占めています。安さを売りに 2 店の競争が激化し、近隣町からも消費購買力が流入していた時期もありましたが、江差町の国道 228 号線沿いの商業集積が図られた結果、平成 25 年 10 月を期に、消費購買力の町外流出が著しい状況となっています。一方で、平成 23 年 12 月に(株)マルハニチロ上ノ国海産 (マルハニチロ(株)のグループ関係会社) が設立され、ナマコ養殖池での育成から輸出までの完全養殖に近い技術により「つくる漁業」で、真空乾燥ナマコを海外輸出に向けて生産・販売し、更に、同社社長が平成 27 年 1 月に(株)寅福を設立し、ハウス 3 4 棟の建設を進め、栄養分を含んだ水を自動で与える養液栽培システムを導入し、食品メーカーのカゴメ (本社: 名古屋) 向けのトマトの契約栽培も行っており、地元雇用の創出にも繋がっています。

上ノ国町の商業販売額 (北海道)

	平成 18 年		平成 23 年	
	商業小売	商業卸売	商業小売	商業卸売
販売額 (百万円)	3,737	571	2,737	300
販売額計 (百万円)	4,308		3,037	
販売額比率 (%)	86.7	13.3	90.1	9.9

上ノ国町の産業別就業人口割合（国勢調査）



●商業・サービス業の状況

当町の商業・サービス業においては、現状で卸売業 10 件、小売業 42 件、飲食・宿泊業 28 件、サービス業 32 件、その他 23 件となっています。

10 年前との比較では、全体では 1 件の減となっていますが、小売業と飲食・宿泊業で 22 件減少し、卸売業、サービス業、その他で 14 件増加しています。

小売業については、当町には大型店の進出は無いが、2 店の競争激化と近隣町での商業集積による消費購買力の流出のほか、人口減少問題などが重なって既存商店が衰退の一途を辿り、高齢化による廃業や後継者不足による円滑な事業承継、新規顧客の獲得、販路拡大が課題となっています。

卸売業については、道の駅内に物産センターが開設されたことに伴い販路拡大に繋がり、サービス業については、平成 8 年から平成 14 年の上ノ国ダム建設での従業員流入による消費購買力の増、その他については、医療福祉関係で介護サービス施設の増加により件数の増加に繋がりましたが、高齢化による廃業、後継者不足による事業承継が課題となっています。

●工業・建設業の状況

当町の工業・建設業においては、現状で製造業が 22 件、建設業が 40 件となっています。

10 年前との比較では、製造業、建設業で 9 件増加しています。

製造業においては、6 件の増加となっており、地域資源を利活用した水産加工品の製造販売業者が増加しましたが、一部においては資金面での設備投資の課題、それ以外では人材不足での人材確保、高齢化による円滑な事業承継、販路拡大が課題となっています。

人材確保については、外国人研修生制度等の活用により一部カバーされているが、3K のイメージにより地元雇用に繋がらず、3K イメージ払拭の課題もあります。

建設業においては、7 件の減少となっており、公共工事は勿論の事、民間需要も消費税増税の影響で減少しており、今後も減少傾向は続くと予想されます。一部を除いては、やはり高齢化による後継者不足での円滑な事業承継が課題となっています。

【地域活性化に向けた取組の現状】

基幹産業である、農業ではT P P（環太平洋経済連携協定）問題、減反による経営耕地面積問題、漁業では、地球温暖化による海水温度上昇等に伴う漁獲高の減少、磯焼け問題、林業では、地球環境問題や安価な外材の輸入、需要と供給の関係から価格が一定に推移していません。また、商業者では近隣町への購買力の流出による売上の減少、建設業関係者では公共工事の著しい減少、消費税増税による住宅建築の落ち込みに景気低迷が追い打ちをかけています。

地元には20から30人規模の水産加工業者2社、建設業者2社、小売業者2社、卸売業者1社、10人規模の小売業者1社、林業1社、製造業3社、サービス業1社といった様に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出に歯止めが掛からない状況が続いており、地元商店の売上減少も続いているなか、事業の維持・回復、新規の雇用の場の確保及び人材不足が課題となっています。

商工会では、1次産業の活性化を図る為、平成23年度に道の補助事業「むらおこし総合活性化事業」により、地場産品「青柳貝」を使用したレトルトカレー「ばか貝カレー」を開発、平成24年度には「地域振興調査事業」により、有効な地域資源の利活用方法の調査と検討、加工技術及びノウハウやメニューの蓄積、道内外に向けたニーズ調査と検討、新たな特産品開発に向けた調査と検討、既存特産品の再開発や改善の可能性調査と検討、他地域における地域資源の利活用状況等の視察を実施しました。これらの事業を継続していく段階において、前述の「青柳貝」のレトルトカレー「ばか貝カレー」は、その後の「青柳貝」の資源減により販売には至りませんでした。後述の地域資源のブラッシュアップによる未利用資源の発掘で、農・漁産品のブランド化、加工品開発、名物メニュー開発、歴史・観光資源PRといった方向性でありましたが、地元の農・漁産品の市場化テスト販売や、町外催事等でのPR・販売に留まっているのが現状となっています。

生産者は、既存商品の生産・販売に時間を取られ、人的要因で出展機会を断念せざるを得ない状況で、積極的に催事、商談会等に参加出来ず、直接消費者の動向を把握する状況には至っていない為、特産品のPR・販売を実施し、新規顧客の獲得など販路拡大も図る、消費者の要望による商品改良、継続的な販売先の確保といった課題があります。

上ノ国町では政策に「農業・漁業で喰える町」を掲げており、平成24年度から農業、平成25年度から平成27年度まで漁業及び商工業への設備等の投資に対して助成し、営業継続・拡大、産業基盤の強化、雇用の維持・創出を目的に実施してきました。基幹産業及び商工業に元気がない状況では、今後の生産・営業活動の基盤強化の一助となっています。

【地域活性化の課題】

●人口減少による消費購買力に対する課題

地域の活性化は、交流人口の増減で大きな影響を受けます。当町は、人口減少率は高く、過疎地域に指定（平成23年9月現在）されており、日本創生会議分科会の2040年の人口推計では、当町の人口は現在の約半分2,500人にまで落ち込むとされており、平成28年3月北海道新幹線開業による交流人口の増加による賑わいの創出が期待される中、通過型傾向の強い観光地である当町にどうやって観光資源を有効活用して地域の消費購買力の流出・低下を防ぐかが課題となっています。

●地域内の雇用に対する課題

上ノ国町の雇用の場は限られており、前述P2の年齢階層別の人口構成比の推移（国勢調査）を見て取れるように、都市部への労働人口の流出が顕著にみられ、雇用の場の創出、人材不足が大きな課題となっています。

●事業承継に対する課題

当町の商工業者において、後継者不足の問題を抱える事業者は約63%（平成27年聞き取り調査）を占めており、後継者不足による事業の維持、事業承継が大きな課題となっています。

【商工会の現状と課題】

上ノ国町商工会では、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）、青年部・女性部の指導、地域総合振興事業として各種イベントの開催などの活動をしてきました。しかし、巡回訪問等において、小規模事業者が抱えている経営面での課題の抽出、課題解決に向けた取り組みを事業者と共に行う、といった支援展開まで至っておらず、基礎的な支援に留まっており、結果として、経営改善普及事業が受動的又は対処的指導となる傾向が課題となっています。

過年度に取り組んできた事業

年度	実施事業	年度	実施事業
01	商店街近代化調査事業	23	むらおこし事業
02	商店街近代化事業（3ヵ年）	24	商工会等振興調査事業
10	街おこし推進事業（2ヵ年）	25	上ノ国町中小企業者設備投資・促進支援事業（3ヵ年）
19	檜山南部5町商工会等振興調査事業	26	小規模事業者ものづくり・商業・サービス革新事業補助金（1事業所）
19	特産品等販路開拓支援事業（継続事業）	27	小規模事業者持続化補助金（1事業所）

今後は、小規模事業者の持続的発展のため、消費購買力の流出の抑制等に向けて、地域経済動向調査、消費動向調査、需要動向調査、経営分析等を踏まえて事業者の事業計画策定支援を実施するほか、高齢化による後継者不足に対応する円滑な事業承継支援、販路開拓や販路拡大による事業者の経営の安定化支援、地域資源の利活用による新商品開発やそのブランド化を目指す取り組みを支援するとともに、平成28年3月北海道新幹線開業による交流人口の取り込みや、地域イベントを活用した賑わいの創出による地域経済活性化と、職員の資質向上等を通じて、提案型支援を行う経営発達支援事業の実施をします。

【経営発達支援事業の今後の目標】

上ノ国町では、商工業活動への支援、特産品開発、新産業創出等への支援による、既存企業の体質強化を目指し、この計画を掲げています。

○第5次上ノ国町総合計画（平成22年度～平成31年度）

基本目標

「創意工夫で地域の活力を起こす産業交流のまちづくり」

商工業の施策方針

「にぎわいと活力あふれるまちづくりの一環として商工会と連携し、魅力ある商業環境づくりを進め、商業の活性化を図ります。また、地域経済の活性化と雇用場の確保に向け、既存企業の体質強化を目指します。」

＜小規模事業者の中長期的な振興のあり方＞

上ノ国町商工会は、前述の基幹産業の取り組みや商工業の課題を踏まえ、上ノ国町総合計画と連動し「小規模事業者の自助努力を基本に経営環境を改善し、経営基盤強化による、企業の売上維持、廃業率減少を目指し、地域経済の回復を図る」を中長期的な振興のあり方と定め、上ノ国町、町内産業団体、地域金融機関、関係機関と連携し、小規模事業者への伴走型経営支援により経営発達支援事業を実施します。

<上ノ国町商工会の目標>

目標① 小規模事業者の課題に対する目標

小規模事業者の売上減少による事業の衰退や廃業に対し、事業の維持・回復に向けて、個別企業の経営基盤強化・経営力向上・販売促進等を継続的に支援し、持続的発展を図ります。

【実施方針】

巡回訪問を中心に、窓口相談においても事業の維持・回復に向けて、課題解決に必要な情報を各種調査、分析により収集し、実態把握をします。その情報を活用し事業計画策定・実施により個別企業の経営基盤強化・経営力向上・販売促進等について継続的な支援を実施します。

目標② 後継者不足による事業承継に着目した目標

後継者育成と廃業の可能性を有する店舗に対する積極的な事業承継を推進し、伴走型支援を図ります。

【実施方針】

事業計画策定支援による後継者育成と、施策広報やセミナー等による創業・第二創業希望者の掘り起しを行い、マッチング事業を実施し、後継者対策の前進と、円滑な事業承継を推進します。また、事業承継後もフォローアップにより、伴走型・提案型支援を実施します。

目標③ 消費者の購買力流出の課題に対する目標

固定客に対する継続的なサポートと、消費購買力の流出の抑制等に向けて、新規顧客の獲得を図り、売上維持、回復又は売上増加を図ります。

【実施方針】

アンケート調査による地域内外の需要動向の把握による課題抽出と、町外へ流出する20歳から50歳程度までの車での買い物を主とする子育て世代を中心に、フェイスブック（SNS）等を活用した各個店の「お買い得」情報の提供によるサービス向上で、新規顧客の獲得、売上の維持、回復又は増加に向けた支援をします。

目標④ 地域ブランド化に着目した目標

地域ブランドと成り得る魅力ある商品への育成、商品開発による「ブランド化」を図り、小規模事業者の販路開拓を図ります。

【実施方針】

関係機関及び一次産業者との連携により、地域資源を有効活用した新商品開発に取り組む事業者の掘り起しと、新商品開発に向けた伴走型支援により、上ノ国ブランド創出へ繋げ、小規模事業者の商品・サービスを活用した新メニューの提供や、「ふるさと納税」の返礼品として行政へ提案し、販路開拓を支援します。

目標⑤ 地域経済活性化に対する目標

平成28年3月北海道新幹線開業に伴う交流人口の増加策、地域イベント等の交流人口の増加策により、地域の消費購買力確保と創出での小規模事業者個別企業の販売促進を図ります。

【実施方針】

観光需要を見据え、交流人口を消費人口へ転換し、スポーツ合宿誘致等での地域内消費の拡大と地域外からの資金獲得による、消費購買力の創出、さらに、町の知名度アップによる地域ブランドの定着、通過型観光から滞在型観光への進展による地域経済活性化に向け支援します。

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28年4月1日～平成33年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

＜現状及び課題＞

現在把握している各種データは、金融機関レポートなどに限られ、金融業務に偏った情報提供に留まっており、巡回訪問や窓口相談時における基礎資料として十分な活用がされておらず、小規模事業者へは多くの情報提供がなされていなかったことが課題となっています。

＜新たな取組み＞

地域の経済動向を調査するため、北海道商工会連合会の「中小企業景況調査報告書（四半期毎）」、江差信用金庫発信の「営業地区内の景気動向調査（四半期毎）」、㈱日本政策金融公庫発信の「全国中小企業動向調査（四半期毎）」など、各種統計資料の活用や、巡回訪問での独自アンケート・ヒアリング調査の実施で収集した情報、税務指導（決算支援）の機会により地域の経済動向を調査・分析することで小規模事業者の今後の経営方針の参考資料となるような情報提供を図ります。

（事業内容）

(1) アンケート調査の実施

巡回訪問や窓口相談時等でのヒアリング（項目：景況・売上・仕入単価・従業員数・資金繰り・採算性・経営課題・支援ニーズなど）、消費者アンケート（項目：職場地域・職業・世帯年収・家族構成・商品やサービス購入の際の参考程度（価格・ポイント・店員等）・車の有無など）など独自調査により、小規模事業者への個別相談時の基礎データとして活用し、提供を図ります。

(2) 各種経済情報の収集・提供

各機関の発行している、北海道商工会連合会の「中小企業景況調査報告書（四半期毎）」、江差信用金庫発信の「営業地区内の景気動向調査（四半期毎）」、㈱日本政策金融公庫発信の「全国中小企業動向調査（四半期毎）」等、人口統計、上記(1)で実施するヒアリングから地域の経済動向を調査分析し、調査結果は主に小規模事業者への個別相談時の基礎データとして活用し、提供を図ります。

『期待できる効果』

各小規模事業者の現状を確認し、調査実施により浮かび上がる課題を抽出し、把握することにより、経営分析及び事業計画策定における基礎資料としての活用が可能となり、小規模事業者に役立つ情報提供が図られる。

(3) 農業協同組合と漁業協同組合との情報交換による情報共有

地域の基幹産業である、農業・漁業の動向は、当町の小規模事業者への売上に大きな影響を与えます。基幹産業の動向の把握は、小規模事業者への影響度合いの尺度と捉え、生産高・漁獲高について定期的な情報交換と、併せて農林業センサス・漁業センサスでの情報収集も図ります。

『期待できる効果』

地域の基幹産業の農業・漁業の動向把握により、小規模事業者への売上の影響について、予測精度の向上と支援の方向性の明確化に繋がる。

(目標)

地域の経済動向を把握し、地域ニーズと今後の見通しを個別相談時に、小規模事業者へ提供し、次のとおり設定します。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
アンケート調査回数	未実施	2	2	2	2	2
経済情報の収集・分析	未実施	2	2	2	2	2
農協・漁協との情報交換	未実施	2	2	2	2	2

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

<現状及び課題>

現在の巡回訪問において、金融、税務、記帳など事業者からの相談に対しての巡回に留まっており、受動的となる傾向にあることと、経営分析においてはネット de 記帳から出力される財務分析や、融資斡旋時の決算書からの分析の説明、配布に留まるなど、限定的な提供だけで、分析データを事業計画策定に活用させていなかったことが課題となっています。

<新たな取組み>

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催により計数管理の向上や経営分析、事業計画策定への意識啓発を図り、SWOT分析やネット de 記帳による各種データ分析等を活用して、小規模事業者の経営分析を行い、専門的な課題等については、専門家と連携し、小規模事業者の抱える経営上の問題等に対しサポートを図ります。

(事業内容)

(1) 小規模事業者の経営分析

巡回訪問、日常の相談業務により分析の対象となる小規模事業者を選定し、収益性、安全性、生産性、成長性の4つの視点に着目した経営分析、「小企業の経営指標（日本政策金融公庫）」や「TKC経営指標」等との比較、中小企業基盤整備機構提供の「経営自己診断システム」の利用による経営状況等の把握、これらに加えSWOT分析による強み・弱みの把握、4Pの視点から売場・商品・価格・プロモーションの定性的な分析を図ります。

『期待できる効果』

各事業者の課題が明確化され、それらの課題解決に向けた取り組みが図られる。

また、地域の経済動向とあわせて、自社の経営指標、課題などを明確化し、小規模事業者のマーケティング力の向上と事業計画策定に向けた意識啓発が図られる。

(2) 「ネット de 記帳」を活用した経営分析

現在23件の記帳経理処理を実施していますが、確定申告に係る決算業務時に出力される財務分析データの配布・説明に留まっていた。今後は、「ネット de 記帳」活用による個別データ分析により、各事業者の計数管理の把握が可能になり、小規模事業者の経営資源との組み合わせによる事業計画策定及び経営安定化を図ります。

『期待できる効果』

「ネット de 記帳」を活用している小規模事業者へは、リアルタイムで計数が把握できることから、業界経営指標との比較や、強み、弱みなどの経営資源に関する分析を組み合わせ、事業計画策定及び経営安定化が図られる。

(3) 経営分析セミナーの開催

小規模事業者に対し、専門知識を有する専門家等と連携し、計数管理の理解を深める為「経営分析セミナー」を実施し、経営改善と今後の事業計画策定での活用を図ります。

『期待できる効果』

セミナーの開催により、自己研鑽を得られると共に見聞も広められ、計数管理の理解が深まることで個社の改善点が明確化され、経営改善に向けた事業計画策定が図られる。

(目標)

次の通り設定します。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
巡回訪問回数	480	510	540	570	570	600
セミナー開催回数	未実施	1	1	2	2	3
経営分析件数	未実施	25	30	30	35	40

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

<現状及び課題>

現在は、金融（融資申請時等）、税務、労務、補助金申請時など対処的、受動的な支援が中心となっており、事業者においても、自ら事業計画を作成し、将来像を描く事ができず、自社の維持・発展を願うも、行動に移せない現状があり、会員満足度向上（「行きます」「聞きます」「提案します」）により、解決すべき経営課題を調査した情報・分析結果などの数値等の客観的観点から伴走型・提案型の支援への切り替えが課題となっています。また、創業等にあたる支援の実施は、偶発的な窓口相談が中心となっており、創業による新たなビジネスや雇用の創造、事業承継等を契機とした第二創業を促進し、経済の新陳代謝を図ることが課題となっています。

<新たな取組み>

上記1.の地域経済動向調査、上記2.の経営分析、下記5.の需要動向調査等の結果を踏まえ、事業計画策定支援及び各支援機関（㈱日本政策金融公庫・中小企業総合支援センター・よろず支援拠点等）とも連携し、伴走型・提案型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業計画策定支援を図ります。

また、各支援機関と連携し、創業支援を行い、後世の経営者の育成を図るとともに、創業希望者を掘り起し、後継者のいない企業とのマッチング等や、新規創業者に対する事業計画策定支援に取り組み、さらに、創業後も金融や税務相談といった基礎的支援に加えて、事業計画を着実に実行し、経営安定が図られるよう提案型・伴走型の支援を実施し、開業率の上昇、事業者数の維持を図ります。

(事業内容)

(1) 事業計画策定に関するセミナーの開催

事業計画策定に関するセミナー、個別相談会の開催はなかったが、経営課題の抽出による経営改善に向けて、主に経営分析を行った事業所を対象に、それらの開催により、経営分析の際のSWOT分析で把握した強みを活かし、4Pの視点やバランススコアカードの4つの視点から戦略を練り事業計画の策定支援を図ります。

『期待できる効果』

SWOT分析や4Pの視点からの事業計画を策定することで、普段分らない、見えていない課題を抽出、可視化し、事業計画策定の必要性の再認識が図られる。

(2) 事業者の意識改革と事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起し

窓口相談、巡回訪問において地域内の動向調査などの基礎データ活用やSWOT分析・4Pの視点を取り入れ、一歩踏み込んだ支援による小規模事業者の意識改革、それに伴う相談等を受けると共に、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを図ります。

『期待できる効果』

窓口相談、巡回訪問等の各相談時において、地域内の動向調査等の基礎データの活用やSWOT分析・4Pの視点を取り入れた提案型支援により、事業計画策定を目指す小規模事業者の増加が期待でき、今後における事業の健全化が図られる。

(3) 各融資制度及び各種補助金を活用した事業計画策定支援

小規模事業者の持続的発展を図っていく上で、前述の各融資制度の情報提供及び活用や、各種補助金の情報提供及び活用も視野に入れ、事業計画策定に係る融資制度については、(株)日本政策金融公庫が実施する「小規模事業者経営発達支援融資制度」をツールとして活用し、また、各種補助金の活用も併せて事業計画の策定支援を図ります。

『期待できる効果』

各小規模事業者への、各融資制度及び各種補助金の情報提供及び有効活用により、持続的発展に向けた事業計画策定と、事業計画策定において資金調達を必要とする小規模事業者に対しては、本計画認定で利用可能となる(株)日本政策金融公庫の小規模事業者経営発達支援融資制度の申請を視野に事業計画策定の支援を行い、資金調達や資金繰りの支援をあわせて行うことで、小規模事業者の円滑な業務遂行と経営安定化・基盤強化が図られる。

(4) 施策広報による創業・第二創業等支援

定期的に、国の実施する、創業に関する支援策、インターネット・チラシ媒体などを活用し広く周知し、創業・第二創業を目指す小規模事業者の掘り起しと、専門家・外部機関と連携した創業計画の策定支援を行うことにより、創業者の増加を図ります。

『期待できる効果』

インターネット・チラシ媒体などを活用し広く周知し、創業・第二創業を目指す小規模事業者の掘り起しと、専門家・外部機関と連携した創業計画の策定支援を行う事により、地区内での創業の増加、開業率の上昇、事業者数の維持が図られる。

(5) 第二創業（経営革新）支援

第二創業（経営革新）に係る相談会等の開催実績はなく、今後は第二創業（経営革新）に係る相談会等を開催し、第二創業（経営革新）計画の策定を支援し、第二創業（経営革新）支援を行います。

『期待できる効果』

相談会等の開催により、企業の衰退期を迎える前に、業務転換や新事業、新分野進出などの将来性を見据えた計画的な支援により、第二創業のスムーズな移行が図られる。

(6) 後継者対策の取り組み

青年部などの後継者育成に留まっていたが、上記(5)に並行して、後継者対策にも取り組み、巡回訪問、個別相談会等において創業希望者を掘り起しマッチング事業等を実施し、問題解決に向けた支援を行います。

『期待できる効果』

創業希望者の掘り起しを行い、マッチング事業を実施することにより、後継者対策を前進させ、スムーズな事業承継及び世代交代が図られる。

(目標)

次の通り設定します。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
事業計画策定による巡回訪問回数	未実施	10	20	20	30	30
セミナー・説明会開催回数	未実施	1	2	2	3	3
創業支援者数	未実施	1	1	1	2	2
第二創業(経営革新)支援者数	未実施	1	1	1	2	2
事業承継支援者数	未実施	1	1	1	2	2
事業計画策定支援者数	未実施	25	30	30	35	40

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

<現状及び課題>

事業計画策定と同様に、金融(融資申請時等)、税務、労務、補助金申請時など対処的、受動的な支援が中心となっており、現状及び創業後の経営に対し、その後の進捗状況の把握に対しての支援が課題となっています。

<新たな取組み>

事業計画策定後の小規模事業者に対し、定期的な巡回訪問によるフォローアップによりP D C Aサイクルの機能の確認後の支援や、関係機関、専門家とも連携を図ります。

(事業内容)

(1)各支援機関が行う支援策の周知

各支援機関で行う支援策の周知については、商工会新聞への折込みに留まっていたが、事業計画策定後には、国、道、町、各支援機関で行う支援策や、(株)日本政金融公庫の「小規模事業者経営発達支援資金」の融資実施支援策等を広報案内及び巡回訪問により周知し、フォローアップを図ります。

『期待できる効果』

各機関が実施する支援策を情報提供すると共に有効な支援策を選択し、着実な事業計画の実施が図られる。

(2)巡回訪問によるフォローアップ

定期的な巡回訪問に留まっているが、事業計画策定後には、必要に応じ四半期に一度巡回訪問し、進捗状況の確認を行い、必要な指導・助言によりフォローアップを図ります。

『期待できる効果』

事業計画の進捗状況の確認に加え、継続的な巡回訪問によるフォローアップを実施することにより、小規模事業者のP D C Aサイクルの取り組みを定着させるとともに、ブラッシュアップが成され、新たな商品、サービスの掘り起しが図られる。

(3)新商品開発の計画実施のフォローアップ

上記(2)と並行して、事業計画策定後の新商品開発の計画実施において、必要に応じて四半期に一度巡回訪問し、進捗状況の確認を行い、専門家(アドバイザー)と連携し、必要な指導・助言によりフォローアップを図ります。

『期待できる効果』

事業計画の進捗状況の確認と、継続的な巡回訪問によるフォローアップを実施することにより、円滑な計画の実施の為にスケジュール管理や、商品のブラッシュアップなど、伴走型の支援が図られる。

(4) 販路開拓へのフォローアップ

上記(2)と並行して、事業計画策定後の販路開拓において、必要に応じて四半期に一度巡回訪問し、展示会・商談会・催事等への参加、SHIFT（商工会簡易ホームページシステム）等の活用による進捗状況の確認を行い、専門家（アドバイザー）と連携し、必要な指導・助言によりフォローアップを図ります。

『期待できる効果』

事業計画の進捗状況の確認と、継続的な巡回訪問によるフォローアップを実施することにより、展示会・商談会・催事等への参加への意識啓発につながり、販路開拓による売上の向上及び経営の安定化など、伴走型の支援が図られる。

(5) 創業後の伴走型・提案型による支援

相談対応は行っていましたが、定期的な巡回訪問による伴走型支援には至っていませんでした。創業後は、先輩経営者との意見交換会、巡回訪問による個別のフォローアップ、税務等の個別相談会を開催し、創業間もない小規模事業者の不安材料を取り除きながら、着実な経営が行えるよう伴走型・提案型の支援を行います。

『期待できる効果』

創業後の支援として、巡回訪問時における税務、金融といった基礎的支援に加え、専門的な相談業務にも積極的に取り組み、個別のフォローアップにより経営の安定化が図られる。

(目標)

次の通り設定します。

支援内容		現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
意見交換会・個別相談会		未実施	1	1	1	2	2
創業支援者数		未実施	1	1	1	2	2
第二創業（経営革新）支援者数		未実施	1	1	1	2	2
フォローアップ	件数	未実施	25	30	30	35	40
	回数	未実施	100	120	120	140	160

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

<現状及び課題>

需要動向調査については、地域内の小規模事業者を対象とした情報の収集では無く、また、事業者からの相談時において対応する程度に留まり、情報提供に至りませんでした。

<新たな取り組み>

関係機関からの情報収集や、独自アンケート調査実施による地域内の需要動向の把握、購買力流出のため、地域外の需要動向、小規模事業者個別の商品、サービスに対する需要動向調査を実施し、情報収集、データ分析の活用による小規模事業者の経営戦略の基礎とし、サービス・売上の向上、販路開拓などを図ります。

(事業内容)

(1) 地域内の消費者ニーズ調査

地域内の小規模事業者を対象とした消費者ニーズに対し、下記「消費需要動向調査」を実施し、その消費動向調査を基に情報収集、分析し、需要動向の把握と巡回訪問・窓口相談時に内容に応じた情報提供を図ります。

「消費需要動向調査」

調査内容：消費者ニーズの把握

調査項目：男女別、年齢別、居住地区、職業、買い物をする事業所の地区、事業所の品揃え、商品の価格、購入品目、購入頻、サービスなど

調査方法：調査票の新聞折込み（各地区会員事業所（選定）に回収箱を設置、巡回訪問時に回収）又は街頭調査

『期待できる効果』

各小規模事業者に対し、消費需要動向調査を基に分析した結果をフィードバックすることで、地域内の消費動向の把握と、事業計画策定の資料とし、販路開拓などが図られる。

(2) 各種データでの消費者の需要動向把握

過去に実施された事業のデータ分析などの活用は行われておらず、商工会独自発行の商品券や、過去に実施したプレミアム商品券発行の消費需要動向についても内部資料に留まっていた。しかし、消費購買力が近隣町へ流出していることから、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」、内閣府消費者庁「消費者意識基本調査」を活用した地域外の需要動向調査、情報収集及びデータ分析の活用を図ります。

『期待できる効果』

過去の販売実績からみる消費需要動向データ分析調査と、関係機関から提供される需要動向調査資料を収集・分析し、また消費動向調査を実施しデータを分析することで、消費者の消費需要動向を把握し、購買力の町外流出についての課題抽出が可能となり、これらの情報提供と共に、各小規模事業者のサービス、売上の向上のための提案型支援が図られる。

(3) 専門家との連携による調査

専門家との連携による地域内外の消費需要動向調査（項目：男女別、年齢別、居住地区、職業、買い物をする事業所の地区、事業所の品揃え、商品の価格、購入品目、購入頻度、サービスなど）を実施し、情報収集・分析した動向を巡回訪問・窓口相談時に内容に応じた情報提供、事業計画策定の資料として活用を図ります。

『期待できる効果』

小規模事業者に対し、地域内外の消費需要動向について、専門家からの指導・助言により、ミクロ・マクロの各観点から詳細な収集・分析結果が得られ、これらの情報提供と共に、各小規模事業者のサービス、売上の向上のための提案型支援と事業計画策定での活用が図られる。

(4) 小規模事業者の商品・サービスに対する需要動向調査

上記(1)から(3)の調査及び結果を踏まえ、小規模事業者個社の商品・サービスに対し、新商品開発での試食会等の実施でモニター調査（地域住民を無作為に抽出し選定（20名）、調査項目：味・見た目・価格・パッケージデザインなど）を行います。又、小規模事業者の業種別、品目別の商品・サービスに対し、日経テレコンPOSEYESを活用して「全国的に何がヒットしているか」「売れ筋商品は何か」といった流行情報を掴み、情報収集・分析した需要動向を巡回訪問・窓口相談時に内容に応じた情報提供、事業計画策定の資料として活用を図ります。

『期待できる効果』

小規模事業者の個社と全体の双方の視点から、情報収集・分析から需要動向の把握、情報提供により、課題抽出からの「売れる商品」・「サービス提供」といったヒントによる改善から、新商品開発、新たな販路開拓への事業計画策定が図られる。

(5) 需要動向に関する専門家からの聞き取り調査の実施

今まで商談会、展示会等には事業者が参加することのみで終わっており、その後の聞き取り調査等は行っておらず、今後は商品やサービスに係る最新の需要動向を把握するため、職員が事業者と同行し、商談会等への参加時において、バイヤーとの意見交換を実施し、ニーズの把握を図ります。

『期待できる効果』

専門家（バイヤー）からの聞き取りにより、最新の需要動向などが把握でき、その情報から今後の事業の方向性や販路開拓、次なる新商品開発等が図られる。

(目標)

次の通り設定します。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
アンケート調査回数	未実施	2	2	2	3	3
消費者動向調査の分析・提供 (専門家との連携による調査を含む)	未実施	2	2	2	3	3
バイヤーとの意見交換 (6. のバイヤーへの相談アンケート数と同数)	未実施	5	10	10	15	15

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

<現状及び課題>

小規模事業者に対する支援は、これまで商談会及び物産展開催と参加に関する広報活動や、職員が事業者の代行をして物産展へ出向いてのPR・販売に留まっていますが、新たに外部機関・専門家と連携を図り、地域における小規模事業者の売上の維持・回復、増加による経営改善又は発達のため、消費者ニーズや地域内外の市場動向に基づき、販売場所の創出と、地域イベント実施による販売機会の拡大と併せ、地域外への商圏拡大については、物産販売などの商談会への積極的参加が課題となっています。

<新たな取組み>

外部機関・専門家と連携を図り、地域における小規模事業者の売上増加による経営発達のため、消費者ニーズや地域内外の市場動向に基づき、販売場所の創出と、地域イベント実施による販売機会の拡大と併せ、地域外への商圏拡大については、物産販売などの商談会への積極的参加を図ります。

(事業内容)

(1) 展示会・商談会の開催

北海道商工会連合会主催の展示会・商談会への参加等でありましたが、参加における時間等の制約でなかなか出向けない現状や、当会単独開催は難しいことから、近隣3町（江差町、厚沢部町、乙部町）商工会と連携し、商談会・展示会を開催し、北海道貿易物産振興会等との連携によ

り、情報収集、情報の共有を図ります。そして積極的なバイヤーへのアプローチを行い、また、各商品を消費者に認知して頂くため、消費者ニーズ動向調査（商品の認知度、顧客層、価格、パッケージデザイン等）を実施し、これらの結果を小規模事業者へ必要に応じて2か月に一度の巡回訪問、窓口相談時等でフィードバックし、今後の販路拡大を目指します。

『期待できる効果』

近場での開催のため、各小規模事業者の多くの積極的な参加が望めると共に、費用面で最小限に止めることが可能となり、小規模事業者の負担軽減となり、また消費者ニーズ動向調査により、消費者の望む姿、現状の把握、地域のコンセンサス形成、自己責任の明確化、実現方法の確認ができ、今後の販路拡大が図られる。

(2)各機関主催の展示会・商談会への出展支援

展示会・商談会への参加については、周知に留まっていたが、各事業者が販路開拓、販路拡大を図るため、大都市圏である札幌や東京で開催される、各業種に特化した「東京ギフトショー」、「北海道味覚マルシェ」、「北の味覚再発見！」などの展示会や商談会に向けて、各関係機関（道、町、金融機関）と連携し、各事業者が販路開拓に積極的に取り組めるよう出展支援を行い、また、バイヤー等からの声を活かして商品をブラッシュアップし、商談成立に向けた支援を行います。さらに上記(1)の消費者ニーズ動向調査を実施し、これらの結果を小規模事業者へ必要に応じて2か月に一度の巡回訪問、窓口相談時等でフィードバックし、今後の事業展開に役立てていきます。

『期待できる効果』

全国的なイベントに参加することにより、各小規模事業者の指標、存在価値が把握でき、市場開拓に関するノウハウが身に付けられ、また、出展した結果をフィードバックすることにより事業計画を見直し、販路開拓を確実なものとする事が図られる。

(3)アンテナショップへの出展による販路開拓支援

札幌にある「どさんこプラザ」、「きた・キッチン」などへの出展はありますが、東京への出展は無い状況で、東京、札幌などに設置されているアンテナショップ、厚沢部商工会と連携し、厚沢部町のアンテナショップの一部での「上ノ国フェア」などの実施により多く出展出来る様に、各事業者へのPR及び周知はもちろん、出展にあたってのノウハウや書類作成などの支援を行い、出展への環境整備により、多数の出展を図ります。

『期待できる効果』

大都市圏で店舗を構えると、莫大なコストが発生するが、アンテナショップへの出展により、大都市圏への有効なPR・販売手段として販促効果が期待でき、経費削減が図られる。

(4)SHIFT（商工会簡易ホームページシステム）及びニッポンセレクト.com等の活用による販路開拓支援

当会で管理している事業者は3件程度であるが、このシステムの活用による自社のホームページを立上げと、フェイスブック（SNS）等を活用し各個店の「お買い得」情報の提供によるサービス向上により、地域内外へリアルタイムによる商品PRを可能とし、SHIFTでの登録事業者の増加と、情報発信により販路開拓、販路拡大支援を図ります。

『期待できる効果』

SHIFTは商工会で管理し、経費を掛けずにPRできることがメリットであり、フェイスブック（SNS）等は幅広い年齢層に情報発信が出来る為、小規模事業者の経費削減と、地域内外からの集客及び地域外に向けた販路開拓が図られる。

(目標)

次の通り設定します。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
展示会・商談会支援者数	未実施	4	4	5	5	5
バイヤーへの相談アンケート数	未実施	5	10	10	15	15
東京・札幌展示会支援者数	未実施	4	4	5	5	5
個別企業（展示会・商談会支援者）に対する指導回数	未実施	24	24	30	30	30
SHIFT活用事業者数	3	5	5	7	7	7
展示会・商談会での成約件数	未実施	2	2	3	3	3

II. 地域経済の活性化に資する取組

1. 観光振興等を含む地域ブランド確立による地域経済活性化への取組

<現状及び課題>

地域資源の掘り起し、特産品開発までは行っていましたが、報告及び内部資料に留まり、関係機関との連携不足や資源の減少により、それらの有効活用がなされておらず、地域ブランドの確立まで至りませんでした。また、観光では認知度のある近隣町の江差町及び松前町の間に位置する上ノ国町は、通過型傾向の強い観光地ということで、平成28年3月新幹線開業に向けて、今後の交流人口の取り込みや観光資源の利活用による通過型観光から滞在型観光への転換と、それに伴う外貨獲得が課題となっています。

<新たな取組み>

課題解決に向け、今後は、上ノ国町、上ノ国町観光協会、上ノ国中央商店街協同組合、JA新函館上ノ国支店、ひやま漁協上ノ国支所、アドバイザー（民間）、榊上ノ国町観光振興公社（道の駅もんじゅ）、上ノ国観光ガイド協会（任意団体）などにより、会議を開催し、地域経済の活性化の方向性について検討する。検討した結果、その方向性を踏まえ、地域資源の利活用による地域ブランドの確立、町内外消費拡大を目的とし、既存の特産品のPR・販売についても積極的にバックアップを図ります。

(事業内容)

(1) 地域資源を活用した上ノ国ブランドの創出

上ノ国町には、潜在的な物（想定：寒のり、あわび、ひらめ、メークイン、サヤエンドウ、ニラ等の地域資源）がまだ存在していることから、JA新函館上ノ国支店、ひやま漁協上ノ国支所、榊上ノ国町観光振興公社、一次産業者との連携により、検討会議を実施します。そこで一次産品の地域資源を有効活用した新商品開発に取り組む事業者を掘り起し、商品開発に向けた伴走型支援を行うことで、将来的に「上ノ国ブランド」と成り得る魅力ある商品へと育成し、また、アンテナショップへの出展、SHIFTやニッポンセレクト.com等の活用による情報発信による販路開拓支援により、「ふるさと納税」の返礼品として行政へ提案し、それらの活用により地域経

済の活性化を図ります。

また、6次産業化へ向け、漁業者自らが獲ったウニを加工（塩水と一緒にパック詰め）した物を、「塩水ウニ」としてテスト販売し、消費者アンケート（項目：味・価格・見た目・パッケージデザイン等）を実施し、改良を加え、販路開拓に向けて支援を図ります。

『期待できる効果』

関係機関等との連携により、一次産品の有効活用による新商品開発に取り組む事業者の掘り起し、新商品開発に向けた伴走型支援により、上ノ国ブランドの創出へ繋がり、「ふるさと納税」等での活用により地域経済の活性化が図られる。

(2) 観光需要を見据えた地域内外消費の拡大

平成28年3月から新幹線開業に伴い、交流人口の増加が見込まれ、その増加が見込まれる観光客を消費人口に転換することが、地域経済を活性化させていく有効手段であると捉えます。上記(1)の取り組みにより、上ノ国町の事業所の約5割を占める「商業」「宿泊飲食業」の事業者の育成を図り、新たに開発された商品・サービスの提供により、地域内消費を図ると共に、新幹線関連イベント出店において、観光客へのPR・販売を支援し、地域外からの資金獲得を図ります。

上述から、地域資源を活用した新たなメニューの開発から地域ブランドの創出、併せてイベント出店等での提供により、地域内外消費の拡大に繋げ地域経済活性化を図ります。

『期待できる効果』

魅力ある商品は地域ブランドの創出、上ノ国町の知名度アップに繋がり、事業者の育成は交流人口の増加による地域内消費へと繋がり、地域外の資金獲得となり地域経済活性化が図られる。

(3) スポーツ合宿誘致による観光振興と地域経済活性化の取組み

上ノ国町は「スポーツの町」宣言をしており、商工会は、スポーツ合宿等の際の、交流施設使用許可申請の事務をしており、上ノ国町、JA新函館上ノ国支店、ひやま漁協上ノ国支所、上ノ国観光ガイド協会との連携により、この合宿等での交流人口促進、食では地元特産品の提供による消費購買力の創出や上ノ国ブランドの定着、併せて観光ガイドによる町内の観光名所等の案内での観光振興による通過型観光から滞在型観光を目指し、小規模事業者の持続的発展のための経営基盤の強化に繋げ地域経済活性化を図ります。

『期待できる効果』

スポーツ合宿等の誘致により、交流人口の増加による消費購買力の創出、町の認知度向上と通過型観光から滞在型観光への進展により、小規模事業者の持続的発展の為の経営基盤の強化に繋がり、地域経済の活性化が図られる。

(目標)

次の通り設定します。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
上ノ国ブランド創出にむけた検討会議	未実施	1	1	1	1	1
新商品開発に取り組む事業者の掘り起し支援数	未実施	2	2	2	3	3
新幹線関連イベント出店支援事業者数	未実施	3	3	4	4	5
スポーツ合宿誘致回数	5	8	8	10	10	12

2. 地域イベントを活用したまちの賑わいの創出

<現状及び課題>

上ノ国町、上ノ国町観光協会などと連携し、年4回程度実施している地域イベント等で、内容重視と限られた小規模事業者の出店に留まっていることが現状であり、小規模事業者のその後の経営や地域内での消費に反映されていないことが課題となっています。

<新たな取組み>

地域イベントを活用し、道の駅内の上ノ国町物産センター連絡協議会、上ノ国中央商店街協同組合とも連携し、集客を活かし、街の中心部及びイベントの賑わい創出と、小規模事業者の地域内外の消費拡大、販路拡大を図ります。

(事業内容)

(1) 地域イベントを活用した消費拡大に向けた取組み

イベントの集客効果を個別企業の利益や雇用に結びつけるため、地域住民への再認識や町外へのPRも含め、企業PRブースを設置し、新規顧客獲得や新規雇用のため、小規模事業者の取扱う商品・サービスの宣伝、雇用に関する情報提供の場とし、地域内での消費拡大と雇用及び人材確保に向け、イベントの賑わいと地域経済に波及させる方策を、会議開催により検討します。

『期待できる効果』

地域イベントにおいて、限られた小規模事業者の出店での商品・サービスの宣伝だったものが、他の小規模事業者の宣伝や情報提供ブースの設置による、地域経済への波及についての方策の検討により、地域内での消費拡大と新規顧客の獲得、雇用や人材確保、販路拡大に繋がり、賑わいの創出が図られる。

(2) 集客を活かした消費拡大と賑わいの創出

地域の賑わいを創出するため、上ノ国町、上ノ国町観光協会、JA新函館上ノ国支店、ひやま漁協上ノ国支所、(株)上ノ国町観光振興公社、上ノ国町物産センター連絡協議会と連携し、「エゾ地の火まつり」、「上ノ国町産業まつり」、「夷王山まつり」、「食遊祭」、「よってけ市」、「秋の味覚祭」などを開催し、地域内外の来場者と出店する小規模事業者の商品PR・販売によって、コミュニケーションの場ができ、事業者の認知度向上と、消費者ニーズの収集による把握の機会となり、交流人口の増加による賑わい性の創出を図ります。

『期待できる効果』

イベント開催による地域内外からの集客により、小規模事業者の認知度向上、消費者ニーズの収集による把握の機会の提供と交流人口の増加が期待され賑わい性の創出が図られる。

上述の事業を実施することにより、小規模事業者の売上機会の創出に寄与、地域経済の活性化の一助となっていくものと考えます。

(目標)

次の通り設定します。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
賑わい創出に向けた検討会議	未実施	1	1	1	1	1
関連イベント開催回数	4	4	5	6	6	7
イベント出展者数	4	5	5	7	8	10
イベントによるPR事業者数	未実施	8	8	10	10	15

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

<現状及び課題>

近隣町の一部の経営指導員や金融機関の融資担当職員との情報交換は行っていますが、他の支援機関との連携については、案件の発生時の経営分析や事業計画策定時の専門家派遣など、機会が限られており、支援ノウハウ等の情報交換は図られていませんでした。

<新たな取組み>

経営分析や事業計画の策定にあたり、高度な専門的ノウハウを吸収し支援能力向上のため、専門家派遣を積極的に活用するとともに、北海道よろず支援拠点をはじめ、北海道中小企業総合支援センター、中小企業基盤整備機構北海道本部、地元金融機関、近隣町商工会などと連携を図り、支援ノウハウ、支援の現状、これからの問題、問題解決に向けての対策について定期的な情報交換を実施します。

また、北海道商工会連合会との連携を図り、全道の商工会経営指導員が一堂に会す研修会等において、支援ノウハウ、支援の現状、問題解決手法について情報交換を図ります。

(事業内容)

(1) 専門家及び関係機関との情報交換による情報共有

小規模事業者の経営分析及び事業計画策定において、年1回開催の北海道中小企業基盤整備機構北海道本部での中小企業支援担当者研修にて、支援機関の紹介、指導・助言や支援ノウハウの習得、参加経営指導員との支援ノウハウ、支援の現状の情報交換を図ります。また、必要に応じて専門家派遣での北海道よろず支援拠点「ミラサポ」、北海道中小企業総合支援センターの活用による、各種支援事業、事業計画策定に関する指導・助言により、支援ノウハウの吸収、向上を図ります。北海道商工会連合会との連携により、年1回開催の全道経営指導員研修会、年2回開催の管内（渡島・松山合同）経営指導員研修会では、支援ノウハウ、支援の現状、今後の問題及び問題解決に向けての情報交換による情報共有を図ります。

『期待できる効果』

上記の支援機関との連携による専門家派遣や全道の商工会経営指導員により、支援ノウハウ、地域の経済動向、小規模事業者の現状や今後の問題、その問題解決に向けた手法などの支援力向上の為の職員間同士での情報交換による情報共有が図られる。

(2) 金融機関との情報交換による情報共有

個別の融資案件での事務的処理が主となっていましたが、地域の経済動向について、江差信用金庫上ノ国支店職員と商工会との情報交換等を実施するほか、そこが発行している景気動向調査なども活用することにより情報共有を図ります。

『期待できる効果』

金融機関との情報交換により情報共有を図ることで、地域の経済動向の把握と、資金面での円滑な業務遂行や、更には販路拡大やビジネスマッチング等の支援ノウハウによる新たなビジネスチャンスへの進展が図られる。

(目標)

次の通り設定します。

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
専門的な支援機関との情報交換	未実施	2	2	2	2	2

地元金融機関との情報交換	未実施	2	2	2	4	4
管内（渡島・桧山合同）経営指導員との情報交換	未実施	2	2	2	2	2
全道商工会経営指導員との情報交換	未実施	1	1	1	1	1

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

<現状及び課題>

職員の資質向上については、北海道商工会連合会、中小企業大学校や中小機構北海道本部主催の研修会参加を中心に職種別に図ってきましたが、研修後の書面での報告に留まり、その後の職員間での情報共有が成されず、十分な経営支援が図られていませんでした。

<新たな取組み>

北海道商工会連合会、中小企業大学校や中小機構北海道本部主催の研修会に積極的に参加することにより、売上向上・維持や利益確保を重視し、知識の習得と、また、各支援機関との連携による専門的支援業務により、経営指導員の支援能力の向上を図り、それらによって吸収した支援スキルを、職員間で共有する仕組みとして新たに職員研修会を実施し、OJTによる職員全体の資質向上を図ります。

(取組み内容)

- (1) 北海道商工会連合会が主催する研修会に加え、中小企業大学校や中小機構北海道本部の主催するセミナーや研修会に経営指導員が年1回以上参加し、「経営支援基礎」、「事業展開支援」、「地域経済活性化支援」、「経営戦略強化」各研修会に積極的に参加し、売上向上・維持や利益確保を重視し、知識の習得と支援能力の向上を図ります。
- (2) 各支援機関からの専門家派遣による支援の際、経営指導員が同行し、指導・助言内容、情報収集方法を習得し、支援スキルの吸収を図り、職員間での共有する仕組みとして新たに職員研修会を月1回（月末）実施し、習得した支援ノウハウの内容により必要に応じて職場内OJTにより伴走型の支援能力の向上を図ります。
- (3) 渡島・桧山管内商工会職員協議会の経改事業委員会の合同による研修会等で、各地域の経営指導員から、小規模事業者への指導・助言・支援方法の情報交換により、支援能力の向上を図ります。
- (4) 補助員は北海道商工会連合会が主催する専門研修に隔年で、各管内研修会を年1回以上受講し、経営指導員業務のサポートをしながら、支援ノウハウ等を実践的に学び、小規模事業者の軽微な経営課題について、職員間の情報共有により、単独で対応出来得る資質の向上を図ります。
- (5) 記帳専任職員は、補助員同様に、北海道商工会連合会が主催する専門研修に隔年で、各管内研修会を年1回以上、「情報化システム研修」を受講し、経営分析に必要な地域経済動向の情報収集力の強化と、経営指導員業務のサポートをしながら、支援ノウハウ等を実践的に学び、資質向上を図ります。
- (6) 職員の指導能力の向上は、日頃からの職員の自己啓発が必要であることから、職員の支援業務に関する資格取得に対し、職員間で促し、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

<現状及び課題>

毎年度、各事業に関して事業計画及び事業報告については、理事会及び通常総会の審議・議決を経て事業の実施・報告としていますが、事業内容の評価については、期中の進捗状況など期末

の事業報告に留まっており、機能していなかった為、問題点の改善策については事務局内部で行っていたことが課題となっています。

<新たな取組み>

本計画に記載の事業の実施の状況及び成果について、P D C Aサイクルに基づき評価検証を毎年度行い、改善プロセスを明確にするとともに、経営支援発達計画に基づいた小規模事業者への支援施策の周知徹底を図ります。

(具体的な方法)

- ① 本計画による事業の実施状況について、事業終了2か月以内に報告書を作成します。
- ② 事務局内部で毎月末に事務局会議を開催し、事業の成果・見直し案を精査し、提示します。
- ③ ②で事務局から提示された事業の成果・見直し案を、商工会三役、北海道商工会連合会と当町水産商工課課長及び主幹、江差信用金庫上ノ国支店長、中小企業診断士による有識者の意見を反映させる評価委員会を設置し、年2回の前期・後期に分けて、P D C Aサイクルを基に事業の評価・見直し案の提示を行います。
- ④ ③で提示された事業の評価・見直し案を理事会において審議し、事業の評価・見直しの方針を決定します。
- ⑤ ④で決定された事業の評価・見直し案は、通常総会において報告し、承認を受けます。
- ⑥ ⑤で承認された事業の成果・評価・見直しの結果を上ノ国町へ報告すると共に、上ノ国町商工会ホームページで計画期間中公表します。

ホームページアドレス：[\(http://www.host.or.jp/net/s-kaminokuni/\)](http://www.host.or.jp/net/s-kaminokuni/)

(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1月現在)

(1) 組織体制

経営発達支援事業は、事務局長が総括責任者となり、実務の担当者は経営指導員とし、補助員、記帳専任職員が補佐する体制としています。

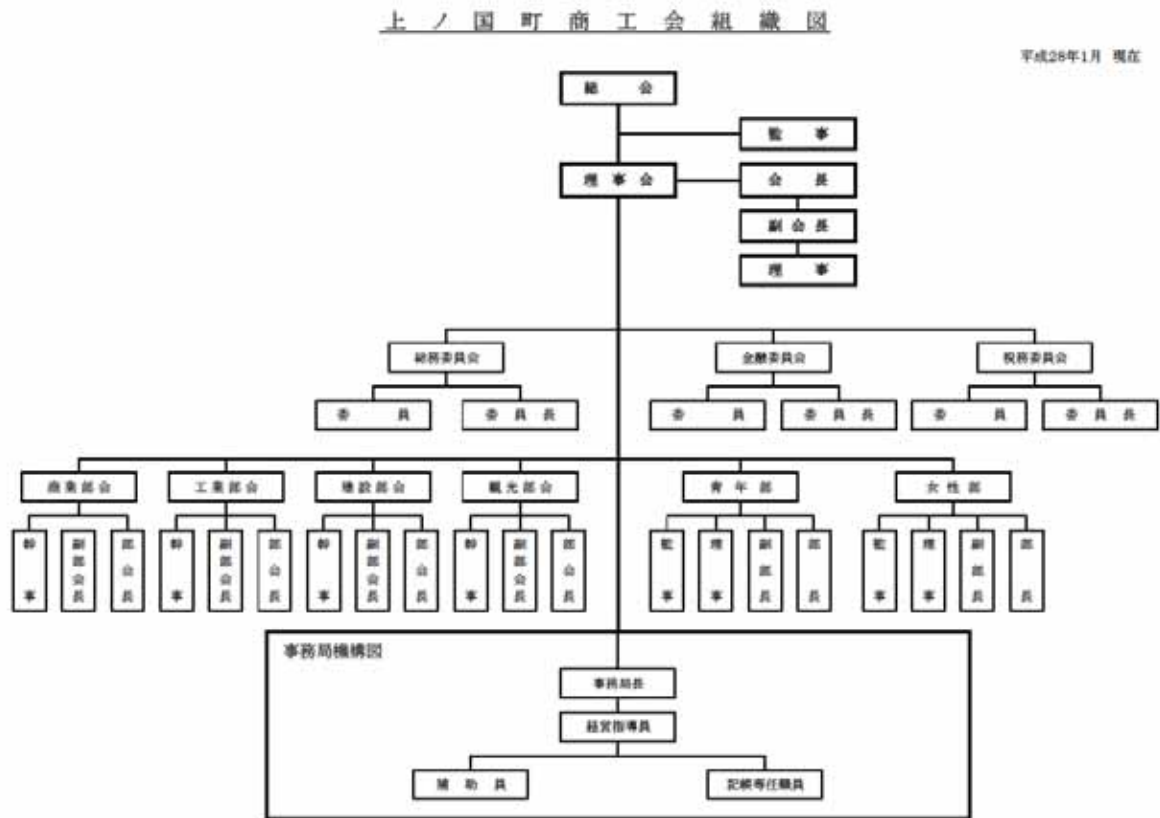
【組織】

商工業者数	小規模事業者数		商工会員数
		内商工会員	
197件	186件	116件	128件

【商工会役員構成】

役職名	氏名	事業所名	委員会	部会
会長	小林恭平	(株)小林商店	金融	商業
副会長	岩坂與一	(有)岩坂呉服店	○ 金融 税務	○ 商業 ○ 観光
	小林誠	(株)小林建設	○ 金融 総務	○ 建設 ○ 工業
理事	小林貢	(株)北栄電設	金融	建設
	八十科剛	(株)ワカサ商事	税務	商業
	橘宏	橘水産(株)上ノ国工場	総務	工業
	若狭正仁	(株)若狭組	税務	建設
	加賀隆宏	(名)岩坂商店	総務	商業
	松塚清人	(有)光土建	税務	建設
	久末正彦	(有)久末製材所	金融	工業
	谷口隆	(株)谷口水産	税務	工業
	森祐介	(有)森農場	総務	工業
	大谷恵子	(株)古館石油	総務	商業
監事	草間明	クサマ保険事務所	○印は委員長又は部会長	
	森田豊彦	(有)上ノ国電気工業所		

【商工会組織図】



【事務局員数】

事務局長	経営指導員	補助員	記帳専任職員
1	1	1	1

(2) 連絡先

上ノ国町商工会

会長 小林恭平

・住所 〒049-0611 北海道檜山郡上ノ国町字大留244番地2

・電話 0139-55-2121

・FAX 0139-55-2281

・e-mail s-kaminokuni@hakodate.or.jp

・ホームページアドレス <http://www.host.or.jp/net/s-kaminokuni/>

(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)

	平成 28 年度 (28 年 4 月以降)	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
必要な資金の額	37,541	38,638	39,018	39,798	40,178
経営改善普及事業職員設置費	17,428	17,808	18,188	18,568	18,948
経営改善普及事業費	7,387	7,700	7,700	8,000	8,000
地域振興事業費	2,946	3,250	3,250	3,250	3,250
特産品等販路開拓支援事業	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
管理費	4,180	4,280	4,280	4,380	4,380
繰入引当支出	300	300	300	300	300
予備費	300	300	300	300	300

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法

会費収入、国補助金、道補助金、町補助金、受託料収入、手数料収入、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	
<p>・経営発達支援計画における事業の円滑な遂行の為、国の小規模政策に係る支援を有効に活用するため、行政、北海道商工会連合会、金融機関、支援機関、その他関係機関との連携を図り、小規模事業者に対して支援を実施します。</p> <p>① 地域経済動向の情報収集、把握、分析 ② 各種需要動向調査に基づく情報交換や専門的な支援 ③ 経営分析、事業計画策定に係る業種別、専門別支援 ④ 小規模事業者の事業実施、創業・第2創業の際の資金調達支援 ⑤ 新商品開発、販路開拓等に関する販売促進支援 ⑥ 地域イベント開催など地域活性化に資する取組み ⑦ 経営指導員等の資質向上等に関すること</p>	
連携者及びその役割	
連携者	上ノ国町 町長 工藤 昇
住所	〒049-0611 北海道桧山郡上ノ国町字大留 100
電話番号	0139-55-2311
役割	・調査資料の提供・閲覧および助言 ・事業計画の指導・助言 ・加工特産品開発に係る情報提供及び助言 ・地域イベント参画・助言 ・事業の評価・見直しの指導・助言
連携者	檜山振興局 振興局長 幡宮輝雄
住所	〒049-8858 北海道桧山郡江差町陣屋町 336-3
電話番号	0139-52-6500
役割	・調査資料の提供・閲覧および助言 ・加工特産品開発に係る情報提供及び助言
連携者	中小企業庁 長官 豊永厚志
住所	〒100-8912 東京都千代田区霞が関 1丁目 31-1
電話番号	03-3501-1511
役割	・ミラサポによる専門家派遣
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 北海道札幌市中央区北 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	・各種支援事業の指導及び助言 ・事業計画の指導助言 ・経営発達支援計画に対する助言

連携者 北海道商工会連合会 会長 荒尾孝司
住 所 〒060-8607 北海道札幌市中央区北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 ・課題解決支援による専門家派遣
・事業計画の指導及び助言
・展示会、商談会の情報提供及び出店支援
・経営指導員研修会の開催及び情報交換

連携者 網野中小企業診断士事務所 中小企業診断士 網野征樹
住 所 〒049-0422 北海道上磯郡木古内町本町32-1 (道南オフィス)
電話番号 090-1305-5643
役 割 ・各種支援事業の指導及び助言
・事業計画の指導及び助言
・専門家派遣事業での支援

連携者 税理士法人 小形税務会計事務所 代表社員税理士 小形雅晴
社員税理士 小林浩幸
住 所 〒043-0052 北海道松山郡江差町字茂尻町141番地
電話番号 0139-52-4567
役 割 ・専門的知識による指導及び助言
・情報交換、税務指導及び事業承継など高度な知識のノウハウの提供

連携者 (株)日本政策金融公庫函館支店 (国民生活事業) 支店長 久木田眞郎
住 所 〒040-0065 北海道函館市豊川町20-9
電話番号 0138-23-8291
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
・金融制度支援情報の提供、助言
・経済情勢の提供、助言

連携者 江差信用金庫上ノ国支店 支店長 富澤敦司
住 所 〒049-0611 北海道松山郡上ノ国町字大留244-9
電話番号 0139-55-2616
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
・金融制度支援情報の提供、助言
・経済情勢の提供、助言
・松山管内での創業者情報の提供、助言

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 ・専門家派遣事業及び経営改善計画に基づく円滑な資金調達の助言
・web研修によるスキルアップ

- 連携者 (公財) 北海道中小企業総合支援センター 理事長 伊藤邦宏
住所 〒060-0001 北海道札幌市中央区北1条西2丁目 経済センタービル9階
電話番号 011-232-2001
役割 ・小規模事業者の経営指導及び設備資金の支援
・創業支援セミナー、創業者情報の提供と助言
- 連携者 中小企業大学校旭川校 校長 飯田利彦
住所 〒078-8555 北海道旭川市緑が丘東3条2丁目2-1
電話番号 0166-65-1200
役割 ・各種研修会によるスキルアップ
- 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 中島 真
住所 〒060-0002 北海道札幌市中央区北2条西1丁目1番地7
電話番号 011-210-7470
役割 ・よろず支援拠点による支援機関の紹介、指導・助言
- 連携者 上ノ国町観光協会 会長 八十科 剛
住所 〒049-0611 北海道檜山郡上ノ国町字大留244
電話番号 0139-55-2121
役割 ・地域活性化の情報提供、指導及び助言
- 連携者 上ノ国中央商店街協同組合 代表理事 小林恭平
住所 〒049-0611 北海道檜山郡上ノ国町字大留244
電話番号 0139-55-2121
役割 ・商店街活性化の情報提供及び助言
- 連携者 新函館農業協同組合 上ノ国支店 支店長 高橋 守
住所 〒049-0611 北海道檜山郡上ノ国町字大留246
電話番号 0139-55-2321
役割 ・加工特産品開発に係る情報提供及び助言
・地域活性化に関する指導及び助言
- 連携者 ひやま漁業協同組合 上ノ国支所 支所長 花田幸則
住所 〒049-0608 北海道檜山郡上ノ国町字汐吹383
電話番号 0139-58-5211
役割 ・加工特産品開発に係る情報提供及び助言
・地域活性化に関する指導及び助言
- 連携者 (株)上ノ国町観光振興公社 代表取締役 工藤 昇
住所 〒049-0602 北海道檜山郡上ノ国町字原歌3
電話番号 0139-55-3955
役割 ・加工特産品開発に係る情報提供及び助言
・地域活性化に関する指導及び助言

連携者 上ノ国町物産センター連絡協議会 会長 佐藤真治
住 所 〒049-0602 北海道檜山郡上ノ国町字原歌 3
電話番号 0139-55-3955
役 割 ・加工特産品開発に係る情報提供及び助言
・地域活性化に関する指導及び助言

連携者 上ノ国町観光ガイド協会 会長 岩田 靖
住 所 〒049-0612 北海道檜山郡上ノ国町字上ノ国 271-1
電話番号 0139-55-2078
役 割 ・地域活性化に関する情報提供、指導及び助言

連携者 日本清酒株式会社 代表取締役社長 堀 秀幸
営業本部 味噌事業部 営業チームマネージャー 横山富夫 (アトバイザー)
住 所 〒060-0053 北海道札幌市中央区南 3 条東 5 丁目 2 番地
電話番号 011-221-7107
役 割 ・地域活性化に関する情報提供、指導及び助言
・新商品開発に関する情報提供、指導・助言

連携者 株式会社アブ・アウト 代表取締役社長 菊田伸一
営業Ⅱ部 部長 高橋 司 (アトバイザー)
住 所 〒064-0806 北海道札幌市中央区南 6 条西 1 丁目 5 番地 3 6・1 ビル 2 階
電話番号 011-520-2015
役 割 ・地域活性化に関する情報提供、指導及び助言
・新商品開発に関する情報提供、指導・助言

連携者 江差商工会 会長 赤石智恵美
住 所 〒043-0044 北海道檜山郡江差町字橋本町 85
電話番号 0139-52-0531
役 割 ・展示会・相談会に関する情報共有
・支援ノウハウ等の情報交換

連携者 厚沢部商工会 会長 高田一弥
住 所 〒043-1112 北海道檜山郡厚沢部町緑町 72-1
電話番号 0139-64-3024
役 割 ・展示会・相談会に関する情報共有
・支援ノウハウ等の情報交換

連携者 乙部町商工会 会長 三上岩雄
住 所 〒043-0103 北海道爾志郡乙部町字緑町 67-1
電話番号 0139-62-2920
役 割 ・展示会・相談会に関する情報共有
・支援ノウハウ等の情報交換

連携体制図等

- ・上ノ国町
- ・檜山振興局

- ・北海道商工会連合会
- ・全国商工会連合会
- ・北海道よろず支援拠点
- ・中小企業庁
- ・中小企業診断士
- ・税理士

- ・上ノ国町観光協会
- ・J A新函館上ノ国支店
- ・ひやま漁協上ノ国支所
- ・上ノ国中央商店街協同組合
- ・(株)上ノ国町観光振興公社
- ・上ノ国町物産センター連絡協議会
- ・上ノ国観光ガイド協会
- ・日本清酒(株)
- ・(株)アブ・アウト

- ・江差信用金庫上ノ国支店
- ・(株)日本政策金融公庫函館支店
- ・北海道中小企業総合支援センター

連携

連携内容

- ① 地域経済動向の情報収集、把握、分析
- ② 各種需要動向調査に基づく情報交換や専門的な支援
- ③ 経営分析、事業計画策定に係る業種別、専門別支援
- ④ 小規模事業者の事業実施、創業・第2創業の際の資金調達支援
- ⑤ 新商品開発、販路開拓等に関する販売促進支援
- ⑥ 地域イベント開催など地域活性化に資する取組み
- ⑦ 経営指導員等の資質向上等に関する事

支援・提言

上ノ国町商工会
経営改善普及事業
(経営発達支援事業)

支援

- ・支援提言
- ・調査報告
- ・分析報告
- ・情報景況

小規模事業者・創業者
(経営改善・発達)

支援依頼

連携

- ・江差商工会
- ・厚沢部商工会
- ・乙部町商工会
- ・展示会・商談会
情報共有
- ・支援ノウハウ情報交換