

経営発達支援計画の概要

実施者名	奥尻商工会（法人番号 9440005002113）
実施期間	平成28年4月1日～平成33年3月31日
目 標	<p>1．小規模事業者の経営力強化と創業及び事業承継の取組み強化を図り、売上の向上と商店街の活性化及び雇用の維持を図る。</p> <p>2．潜在的な地域資源の掘り起こしを行い、新たな観光資源としての活用と地域特産品の開発及びブランド化を推進する。</p> <p>3．観光まちづくりの取組みを推進し、観光交流の拡大による地域活力の維持と地域コミュニティの活性化を図るとともに、小規模事業者の経営環境の改善や地域経済活性化のための共存共栄を推進し、人口減少にあっても活力を失わない地域循環型経済を確立する。</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) 小規模事業者への景況感等のアンケート調査の実施（新規） (2) 各種経済情報等の収集と提供（新規）</p> <p>2．経営状況の分析に関すること【指針】 (1) 巡回訪問等による経営分析（拡充） (2) ネットde記帳を活用した経営分析（拡充） (3) 専門家派遣を活用した経営分析（新規）</p> <p>3．事業計画策定支援に関すること【指針】 (1) 事業計画策定者の掘り起こし（新規） (2) 事業計画策定セミナー及び個別相談会の開催（新規） (3) 創業・第二創業、事業承継に伴う事業計画策定支援（新規） (4) 地域ぐるみによる新商品開発支援（新規）</p> <p>4．事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】 (1) 事業計画策定後のフォローアップ（新規）</p> <p>5．需要動向調査に関すること【指針】 (1) 買い物アンケート調査の実施（新規） (2) 観光客満足度調査の実施（新規） (3) 消費動向調査情報の収集、分析及び提供（新規）</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) 関係機関が主催する商談会・展示会への出展支援（拡充） (2) ネット販売システムの構築による販路拡大（拡充）</p> <p>・地域経済の活性化に資する取組み (1) 「観光まちづくりプロジェクト」の設立による地域経済活性化の方向性の検討（新規） (2) 観光客のリピート率向上による地域活性化（拡充）</p> <p>・経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み</p> <p>1．他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換にかんすること 小規模事業者への経営支援に対して、的確な課題分析や効果的アドバイスを提示するため、他の支援機関と定期的に情報交換を行い、支援事例の共有化を図るとともに支援能力の向上に努める。（拡充）</p> <p>2．経営指導員等の資質向上等に関すること 伴走型支援を実施するため、北海道商工会連合会や中小企業大学校等が主催する各種、専門的研修会に年1回以上参加し支援能力の向上を図るとともに、得られた知識、ノウハウ等は、月1回職員会議を開き報告し、全職員で共有する。（拡充）</p> <p>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 基本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、行政及び観光協会等の有識者へ事業成果の評価、見直し案の提示を行い、経営発達支援事業の実施効果を高める。（新規）</p>
連絡先	奥尻商工会 〒043-1401 北海道奥尻郡奥尻町字奥尻 812 電 話 01397-2-3030 FAX 01397-2-2215 Eメール nabeturu@hakodate.or.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【奥尻町の概要】

奥尻町は北海道の南西海上約 20km の日本海に浮かぶ離島である。産業の中心である漁業はイカ、ホッケ等回遊魚の近海漁業とウニやアワビの磯根漁業が主体となっており、5月から8月には観光客の入島により観光関連業（飲食業、宿泊業、サービス業）が繁忙期をむかえる。

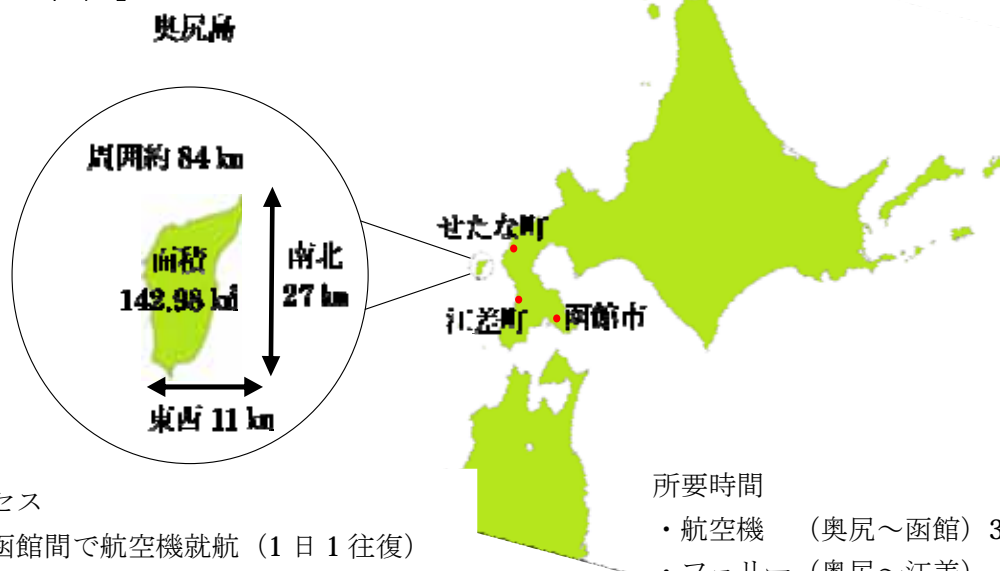
島の居住地域は、東海岸中央にあつて役場などが所在する奥尻地区と南部にある青苗地区に大きく二分されており、併せて商業地域が形成されている。

気候は、周囲が海に囲まれているため海洋性の気候であり8月の平均気温 21.9℃、最も寒い1月の平均気温は-0.2℃であり、北海道で一番冬が温かい地域となっている。

奥尻町への交通アクセスは、航空機（奥尻～函館）とフェリー（奥尻～江差、奥尻～せたな）が整備されているが、時間的制約の要因と併せ、冬期間の減便や天候での運休などが離島振興の展開を困難にさせる一因となっている。

平成5年の北海道南西沖地震の津波により奥尻町は甚大な被害に見舞われたが、公的支援による復旧、復興事業や全国からの義援金が大きな支えとなって平成10年に完全復興を果たしている。しかしながら奥尻町は被災以前から高齢化・過疎化が進行しており、地域経済の活性に影響を及ぼしている。

【奥尻町の位置】



交通アクセス

- ・奥尻～函館間で航空機就航（1日1往復）
- ・奥尻～江差間で定期フェリー就航（通年運航、5～11月は2便、12～4月は1便）
- ・奥尻～せたな間で定期フェリー就航（季節運航、5～9月1便）

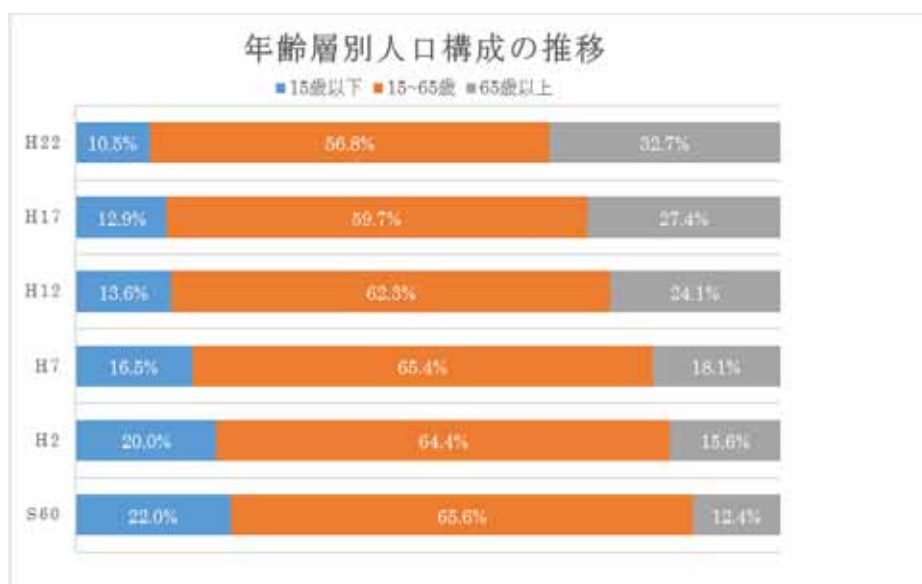
所要時間

- ・航空機（奥尻～函館）30分
- ・フェリー（奥尻～江差）2時間10分
- （奥尻～せたな）1時間40分

【奥尻町の現状と課題】

(1) 人口の推移

奥尻町の人口は、昭和45年の6,425人(国勢調査)以降、島外への労働力の流出や高齢化による人口減少に歯止めが掛からず、平成17年3,643人から平成22年3,033人まで減少し、また人口減少率は町として全国で2番目(みずほ総合研究所リサーチ)の高さ記録するなど衰退が進行している。平成27年には2,939人(平成27年3月31日住民基本台帳)まで減少し、少子高齢化の加速に加え、地域活力の衰退など人口減少は地域経済において極めて深刻な課題となっている。

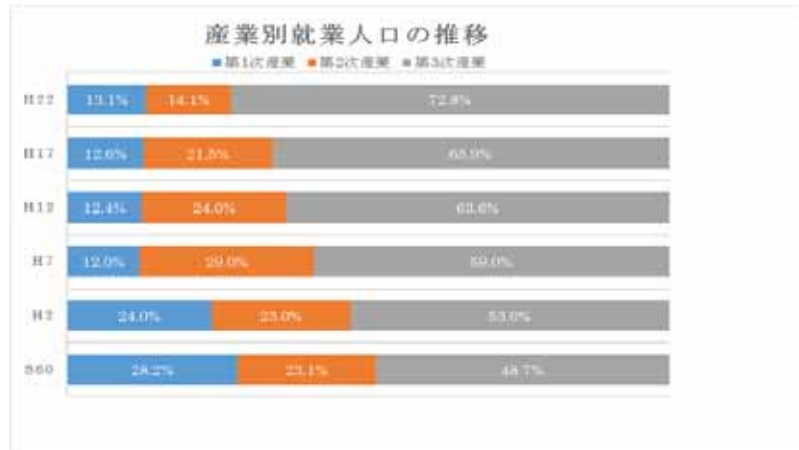


	S60		H2		H7		H12		H17		H22	
	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比
15歳以下	1,115	22.0%	921	20.0%	708	16.5%	532	13.6%	469	12.9%	317	10.5%
15-65歳	3,325	65.6%	2,965	64.4%	2,811	65.4%	2,443	62.3%	2,175	59.7%	1,723	56.8%
65歳以上	629	12.4%	718	15.6%	782	18.1%	946	24.1%	999	27.4%	993	32.7%
合計	5,069	100.0%	4,604	100.0%	4,301	100.0%	3,921	100.0%	3,643	100.0%	3,033	100.0%

(資料データ 国勢調査)

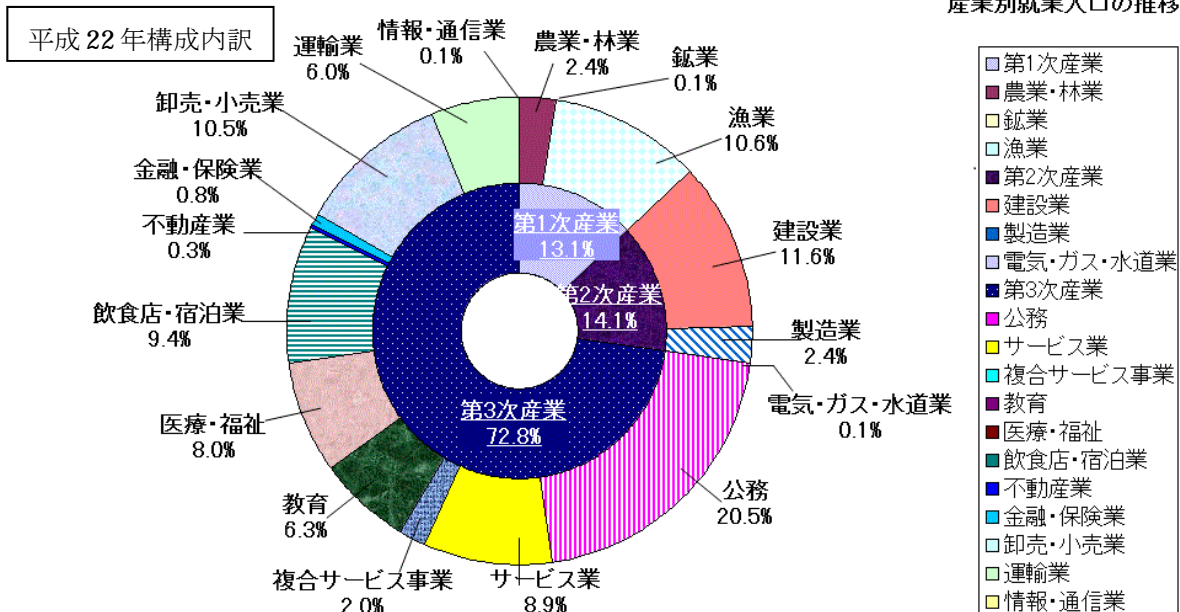
(2) 産業構造

主要基幹産業は漁業と観光業となっており、産業別人口では第1次産業の漁業、農業が平成2年から平成7年まで大きく減少し、その後現状を維持している。第2次産業の建設業においては平成7年に震災の復興需要により急速に増加したが、平成10年の工事終了後より減少が進み、平成17年時点で震災前の水準を下抜けている。第3次産業においては第2次産業の減少によって比率が拡大し、平成22年では全体の割合の72.8%を占めている。第3次産業の内訳で公務の20.5%は行政職員その他、航空自衛隊の駐屯地であるため隊員の関与が大きく、次いで卸・小売業10.5%、飲食・宿泊業9.4%、サービス業8.9%となっていることから観光関連産業への依存度が高く、観光客の入込数と近年の漁業の不振が地域産業の不安定要素となっている。



	S60		H2		H7		H12		H17		H22	
	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比
第1次産業	660	28.2%	518	24.0%	271	12.0%	256	12.4%	234	12.6%	191	13.1%
第2次産業	539	23.1%	498	23.0%	652	29.0%	493	24.0%	398	21.5%	205	14.1%
第3次産業	1,139	48.7%	1,146	53.0%	1,326	59.0%	1,309	63.6%	1,220	65.9%	1,060	72.8%
合計	2,338	100.0%	2,162	100.0%	2,249	100.0%	2,058	100.0%	1,852	100.0%	1,456	100.0%

産業別就業人口の推移



(資料データ 国勢調査)

(3) 観光客の動向

奥尻町は、恵まれた自然環境や豊かな食材などの地域資源を活用したモニターツアーやフェリー車両航送運賃助成事業の取組みなどにより、観光客誘致の展開を図っているものの、景気の長期低迷に加え、交通アクセスの問題や本土地域との広域観光ルート開発の取組みの現状などの要因から入込客数の減少が進んでいる。観光客の動向は4月以降上昇が始まり8月でピークを迎え、その後大きく減少し、11月～3月は横ばい傾向が続く夏型観光が中心となっている。入込み客数は平成15年度の57,654人がピークとなり以降減少が進み、平成26年度は26,782人、率にして最盛期の53.5%の減少まで落ち込んでいる。その結果、地域産業の衰退による地域経済の悪化に加え、離島生活におけるインフラ整備（医療環境の確保、福祉機能の充実）の面でもマイナスに働く要因となり、人口も減少するといった負の循環に陥っているのが現状である。しかしながら、平成28年3月に開業が決定した北海道新幹線（新青森～新函館北斗間）の開業後における二次交通ネットワークの充実により、潜在的観光客や外国人観光客への波及に期待を寄せている。



資料データ：奥尻島観光協会

【地域産業の現状と課題】

(1) 観光産業

奥尻島の観光対象は自然観光資源を素材としたものが中心であり、島独特の海岸景観とユニークな形状の岩や、水産資源のウニ、アワビ、イカなどを使用した食事メニューにより観光客に感動や驚きを与えている。また、いくつかの海岸は海水浴や釣りの好スポットとなっており、地域の魅力を活かしながら、観光客から選択される観光地づくりの取組みが進められている。

近年、町や観光協会では目的行為優位型の体験観光を積極的に推進しており、それは「アワビ狩り体験」、「フットパス周遊」といった地域資源を活用した取組みとして実現し、フットパス周遊に関しては平成27年9月に島の2コースが「新日本歩く道100選」に認定され、健康志向の高まりによるフットパスを目的とした観光客への波及に期待ができる。

奥尻島の観光シーズンは5月1日の「しまびらき」から始まり、それ以降、島の三大祭、6月の「賽の河原祭」、7月の「室津祭」、8月の「なべつる祭」と続き、主に夏のアクティビティである海水浴、キャンプはこの時期に集中している。また、平成26年より開催している「奥尻ムーンライトマラソン」（島マラソン）は新たな観光資源の対象に加わり、マラソンを目的とする目的志向型観光客の顕在化に繋がることを期待できる。

奥尻島を訪れる観光客の 98%が宿泊客であるという特性を考えると、宿泊施設のあり方は大きな意味を持ち、個々の宿泊施設のサービス水準の向上はもとより、宿泊業全体で観光客に魅力的と映る食シーンを提供しながら、島の歴史や生活文化を伝えるといったふれあいの機会を創出するなど、リピーターに繋げるための創意工夫が重要となっている。



なべつる岩



ご当地メニューなべつるカレー

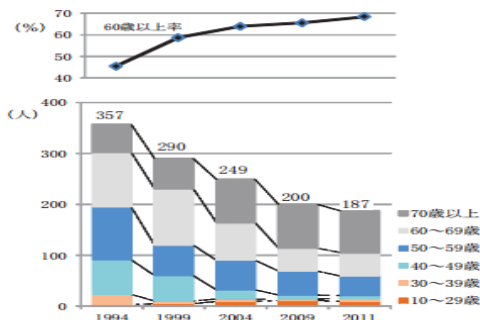


奥尻ムーンライトマラソン

(2) 水産漁業

四方を日本海に囲まれていることから、豊富な水産資源の恩恵を受けながら漁業を主産業として発展し、地域経済の基幹産業として重要な役割を果たしてきた。しかし、漁業者の高齢化や漁船への省力機械の導入により漁業雇われが縮小し、漁業就業者の減少が進んだことに加え、平成 5 年の震災が高齢者を中心とした漁業者の廃業を促進することになった。

漁業センサスでの漁業経営体数は平成 20 年には 179 経営、昭和 64 年の 45%にまで減少し、年齢構成は 60 歳以上の割合が平成 6 年の 45%から平成 23 年には 68%にまで上昇、こうした漁業者の減少と高齢化とが漁業生産の不振に影響していると考えられる。



第9図 ひやま漁協奥尻支所の年齢別正組合員数
資料：ひやま漁協奥尻支所資料。
注：各年度当初の人数。

スルメイカの漁獲量・漁獲金額の推移					
	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
漁獲量(トン)	1,312	1,957	1,187	893	743
漁獲金額(千円)	347,773	490,318	297,123	273,288	234,321
ホッケの漁獲量・漁獲金額の推移					
	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
漁獲量(トン)	747	456	149	129	90
漁獲金額(千円)	45,376	31,538	10,776	11,088	9,458

資料データ マリンネット北海道

(3) 農業

農家は水田作と肉牛の複合経営が主体となっており、水田は 21 戸で 36ha、うち 7 戸が肉用牛を合せて約 300 頭飼育して素牛を生産している。

農業の新たな動きとして、完全復興の翌年、平成 11 年に遊休地を活用したブドウ栽培を開始し平成 21 年からワインを醸造・販売している。公共事業が集中する震災景気後の雇用機会確保として地元建設業者がワイン用ブドウの生産とワイン醸造の 6 次産業に取り組んだものである。また平成 25 年に特産品開発として行政と農業関係者が一体となった「奥尻島・離島最北限のお米を守れプロジェクト」の取組みにより「おくしり米」が生まれ、島の大半を覆うブナ原生林より湧き出る沢水を田に引き入れて生産されているため味が良くブランド米として安定的な生産と需要を得ている。さらに平成 26 年度より「地酒開発プロジェクト」が開始

され、道産酒造好適米「吟風」の作付けとブナ原生林から湧き出る天然水で酒造した「特別純米 奥尻」が誕生し、平成 27 年 6 月より全国販売が開始された。こうしたワイン生産や地酒造りの取組みは、農産物の付加価値向上による新たな地域資源としての波及とおくしりブランドとしての知名度向上に向けた取組みとして、ふるさと納税の景品として実用されている。



おくしり米



特別純米 奥尻



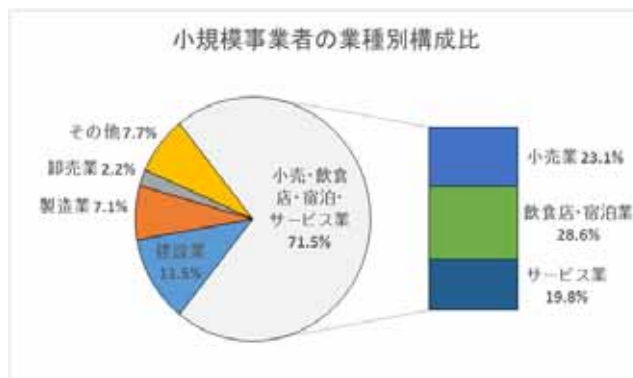
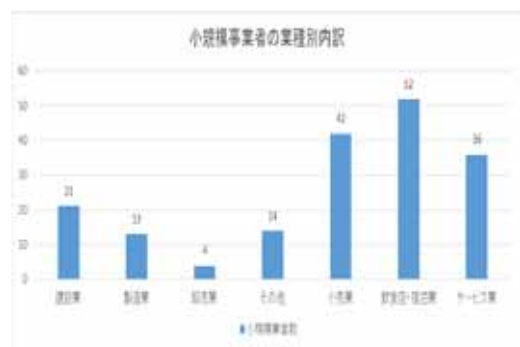
奥尻ワイン

【地域小規模事業者の現状と課題】

奥尻町の小規模事業者数（平成 27 年商工会実態調査）

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サービス 業	その他	計
小規模事業者数	21	13	4	42	52	36	14	182
業種別構成比	11.5%	7.1%	2.2%	23.1%	28.6%	19.8%	7.7%	100%
(内会員企業数)	15	9	3	34	38	19	5	123

※会員企業数は定款会員数を除く



奥尻町の小規模事業者数は 182 事業所（平成 27 年商工会実態調査）、業種別構成比は飲食・宿泊業 28.6%、小売業 23.1%、サービス業 19.8% の 3 業種で 7 割を超えており、観光関連業に携わる事業者の割合が大きい状況である。

地域課題である人口減少、観光客数の低迷、漁獲量の減少等の要因により、小規模事業者の経営資源は減少傾向にあり、また、高齢化による廃業や後継者不足による空き店舗の増加によって商店街の空洞化が進み、地域住民の生活面においても利便性を失うことになるなど、商店街の果たす地域コミュニティの役割や住民の離島生活での安心感を備えたまちづくりの取組みが課題となっている。

（商業の現状と課題）

奥尻町の事業者はこれまで離島という条件において競合が限られ、顧客の囲い込みや住み分けができていた。しかし、流通の高速化や情報化時代の到来により、顧客はより手軽で有利なネット購入や通信販売に流出し顧客離れによる経営基盤の弱体化が明確になり、さらには小規模事業者自体の高齢化と後継者不足の要因が廃業を促進させることになった。加えて、人口減少による厳しい経営状況によって、地域の特産品開発等に必要な設備投資に関する資金調達や運転資金の確保に意欲を失い、地域特有の有効な資源を積極的に活用できない状況が続いている。

離島であるがゆえ外部からの重大な競合脅威に曝される機会が少なかったため事業者には対処経験の蓄積がされてこなかったことが弱みとなっている。

このような現状問題点を踏まえ、小規模事業者の持続的発展に向けて、消費者ニーズを的確に把握し流出している購買力の割合を低下させる取組みや、空き店舗を活用した創業者の開業支援、円滑で計画的な事業承継についての支援体制を推進するとともに、離島ならではの弱みを商機に変える具体策や潜在している地域資源の掘り起こしを地域ぐるみで推進することにより、新たな地域ブランドの形成や地域全体のにぎわいの創出に繋げる取組みづくりが課題である。

（工業の現状と課題）

震災による奥尻町の復旧工事中は建設業に加え、工事人員の長期滞在により宿泊業を始めとする商業が復興需要を得ることになった。また、漁場や船に被害を受けた漁師が復旧工事に従事することでその期間の収入確保に繋がり、震災後の3年間は復興需要で建設業を中心に地域経済の活性を図ることができた。しかし、その後の公共工事の長期間の停滞の中で建設業は厳しい経営が続くことになり、その結果、建設業人口の推移は平成7年の537人をピークに、平成22年には169人まで減少し（平成22年国勢調査）、若年労働者の減少や収益力の低下による経営資源の衰退が進行している状況である。したがって事業の持続的発展を図るためには、多角化による経営の安定化や民間ニーズへの対応とニーズの創造などの新たな役割への取組みが課題となっている。

製造業においては、スルメやホッケの開きなどの珍味加工や生ウニ加工が中心で、事業所規模はほとんどが小規模であり、高齢化による工場の閉鎖や漁獲量の低迷等により就業者人口の減少が進み経営は厳しい状況に置かれている。このため事業の持続的発展を図るためには、漁期により量的変動の大きい漁獲物を加工し、その保存性を高める技術や製造コストの改善、加工技術やノウハウの承継による人材育成の取組みが課題となっている。

【奥尻商工会の現状と課題】

（1）奥尻商工会のこれまでの取組み

商工会では、巡回、窓口相談等を通じて小規模事業者に対し、節税への提案や助言を含めた税務指導、金利負担の軽減を重視したマル経資金や利子補給制度の活用による金融指導、記帳業務効率化に向けたネットde記帳による経理指導、労働保険事務組合制度を活用した労務指導等の経営改善普及事業の取組みを積極的に推進してきた。また、人口減少や少子高齢化による地域購買力の減退や町外流出の防止を図るための「奥尻町プレミアム商品券事業」や、委託団体で実施している商品券事業及びポイントカード事業の運営にも加わり「歳末セール」や「ポイント交換会」など愛町購買運動の取組を推進してきた。さらに、小規模事業者向けに「タブレット・スマートフォンを活用したビジネス講座」を開催し、ビジネス機会の創出による売上向上や収益改善を図る取組みについて実施してきた。

小規模支援法の施行による、小規模事業者持続化補助の計画策定や計画実行支援及び消費税

転嫁対策事業に係る専門家派遣など各種補助金を活用した経営支援も併せて取組んでいる。

(2) 奥尻商工会の課題

これまでの経営改善普及事業での指導業務においては、事業者からの経営上の相談に応じる受け身型の支援業務が多く、内容や手法においても一時的な対処に留まっており、その後の継続的な確認やフォローアップについては不十分であり、また、経営課題の抽出や課題解決に向けた支援に対しても積極的な提案型支援に取り組めていなく、その場凌ぎの経営指導に近いものであった。そのため経営発達支援事業の実施にあたり、事業計画にて策定した目標を達成するための、強みの発揮や経営課題の解決を事業者と一体となつて行う伴走型支援に向けて、経営指導員等の支援能力の向上や専門家等の支援機関と連携した機動力の有る支援体制の構築が課題である。

地域購買力の町外流出対策として「奥尻町プレミアム商品券事業」を行政の支援を受け平成21年度より継続して取組んでいるが、期限付き地域内通貨として一定の消費効果は得られているものの、利用先や購入品目に偏りが生じており、緩和策についての検討が必要である。また、衣料品等の買い回り品については依然として町外流出を抑制できず、離島特有の島外診療の増加も一因として影響していると考えられるため、地域内で互いに買い支える域内循環の取組みについて検討を進めることが課題である。

小規模事業者に対する各種講習会の開催においては、経営課題や地域課題に即した内容で計画するとともに、課題によっては業種別での開催を考慮するなど実施効果を高める工夫が必要となっている。

小規模事業者持続化補助金や専門家派遣制度について、巡回訪問等を通じ施策について丁寧に説明しながら事業者の掘り起こしを行い、支援ツールとして積極的に活用するとともに、申請事業者の増加とその後の計画的なフォローアップについての取組みが課題である。

商工会の事務局は5名体制となっており、小規模事業者の多様化するニーズに応じ、伴走支援するためには職員の資質向上はもとより、経営課題や指導内容等を職員間で共有し一丸となつて支援する体制づくりを進めるとともに、関係機関との連携の仕組みづくりも早急に取り組まなければならない課題である。

【小規模事業者の中長期的な振興のあり方】

第5期奥尻町発展計画（平成23年度から平成32年度）の前期実施計画に下記のとおり商工業の施策指針が示されている（抜粋）

○商業発展施策

①商店街及び商店の活性化

- ・商店街としての魅力を高めるための商業機能の転換・充実
- ・共同事業や地域通貨導入の推進

②新しい商品の開発

- ・奥尻町らしさや伝統技術を活かした新製品の積極的開発促進
- ③後継者の育成支援
 - ・後継者の育成及び発掘を推進する体制づくり
 - ・新規創業や起業、多角化経営に対する支援の推進

○工業発展施策

- ①足腰の強い工業の創造
 - ・地元同異業種交流による技術向上、製品開発などの促進
- ②多様な人材の育成
 - ・多角化経営に対する指導

奥尻町における小規模事業者は、地域経済の活性化や雇用の創出など、地域社会の活力を維持していく上でも極めて重要な役割を担っている。このため地域の総合的経済団体である商工会は、商店街の衰退に歯止めをかけ、地域コミュニティの維持を図り、小規模事業者の持続的経営の実現を支援するため、上記の奥尻町発展計画に基づく商工業施策を行政や関係機関と連携強化を図り積極的に実施するとともに、「小規模事業者が経済社会情勢の変化に自立的に対応し、変革できる経営体制の構築を図り、地域経済の源泉として活躍し、地域の生活基盤を支えるかけがえのない存在になる」ことを小規模事業者の中長期的な振興のあり方と定め、商工会が策定する経営発達支援計画における伴走型支援により小規模事業者の経営課題の解決及び新たな付加価値の創出による経営基盤の強化と地域経済の好循環に向けた創業・第二創業の支援や起業環境の整備を図り、中長期的な視点に立ち、小規模事業者の経営環境の改善による事業の持続的発展及び円滑な事業承継による地域活力の維持、向上を推進する。

【奥尻商工会における経営発達支援事業の目標】

上記の中長期的な振興のあり方を踏まえ、本経営発達支援計画を以下の目標を設定し実施する。

1. 小規模事業者の経営力強化と創業及び事業承継の取組み強化を図り、売上の向上と商店街の活性化及び雇用の維持を図る。
2. 潜在的な地域資源の掘り起こしを行い、新たな観光資源としての活用と地域特産品の開発及びブランド化を推進する。
3. 観光まちづくりの取組みを推進し、観光交流の拡大による地域活力の維持と地域コミュニティの活性化を図るとともに、小規模事業者の経営環境の改善や地域経済活性化のための共存共栄を推進し、人口減少にあっても活力を失わない地域循環型経済を確立する。

当会は、上記の目標を達成するため、下記の方針により、行政、各支援機関、観光協会等の関係機関と連携し実施する。

【小規模事業者支援に対する実施方針】

1. 経営力の強化に関すること

- 地域内外の経済情報や需要動向を業種別に調査分析し、顧客ニーズに適応した事業計画策定を支援するとともに、SWOT分析を行い経営資源の強み弱みを把握することで支援ニーズの明確化を図り、オーダーメイドの伴走型支援により経営力の強化を図る。
- 小規模事業者の利益確保を図るため、経営分析により経営課題を明確にし、専門家派遣を活用しながら経営の効率化や顧客ニーズの創造による多角化経営などの経営改善を支援し経営力の強化を図る。

2. 創業・第二創業に関すること

- 地域活力の維持を図るため、巡回訪問等により創業及び第二創業予定者の掘り起こしを行い、行政や金融機関等と情報共有し、創業予定者に対し空き店舗や不足業種等の情報提供に関する体制を整備し円滑な創業に向けて積極的に支援を行う。

3. 事業承継に関すること

- 巡回訪問等により、事業承継予定者や潜在的対象事業者の掘り起こしを行い、行政や金融機関等と情報共有し、創業希望者とのマッチングする仕組みを構築し、円滑な事業承継による地域雇用の維持、向上を推進する。

4. 地域資源の活用による商品開発及び販路開拓に関すること

- 奥尻ブランド確立のため、農商工連携の取組みを推進し、地域資源を活用した新商品の開発及び既存商品の高付加価値化による商品力の強化を図る。また、関係機関が実施する商談会、アンテナショップ等への出展やネット販売システムの構築を積極的に推進し、販路開拓や潜在的顧客の発掘による新たな需要開拓に向けた支援を積極的に行う。

5. 地域活性化に関すること

- 奥尻島の潜在化している地域資源を観光によって顕在化するため、SNSやホームページを活用し地域内外への情報発信に取組み、観光交流の拡大による地域活力の維持を図り、リピーターを増やす取組みとともに、官民連携と地域住民との協働による「観光まちづくりプロジェクト」を立ち上げ、地域経済活動に対する住民ニーズの把握や人口減少の抑制に向けた総合的な施策の方向性を地域一体で推進し、地域経済の維持、向上を目指す。

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成 28 年 4 月 1 月～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】

(現状と課題)

これまでの地域経済の実態把握は、経営指導員による巡回訪問や窓口相談、委託団体等の会議でのヒアリングや、日本政策金融公庫及び税務署による研修会での内部資料をもとに判断しているだけであり、当地域が抱えている問題点の抽出は行わず、小規模事業者へ情報提供するまで至っていないのが現状である。

(取組み内容)

関係機関からの情報収集及び小規模事業者へアンケート調査を実施する。

(事業内容)

「小規模事業者へのアンケート調査の実施」【新規】

①目的

小規模事業者の感じている景況感や経営課題等を把握するとともに、強み、弱みなどの経営状況を分析し、地域内外の需要動向に適応した個別具体的な支援策を講じるため。

②調査内容

事業計画策定に必要な小規模事業者の景況感等の調査

ア. 景況感（業況、売上、仕入、利益、資金繰り等）

イ. 将来感（後継者、廃業後の店舗利用予定等）

ウ. 経営感（直面している経営課題等）

③調査対象者

地域小規模事業者 全事業所（182 事業所）

④調査方法

毎年第 1 四半期中に巡回訪問等にて調査を行う。

⑤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。

(効果)

本調査により業種別の景況感の把握ができ、今後の見通しや影響を会報等により情報提供が可能となる。また、データベース化し事業計画策定における基礎資料としても活用可能となる。

「各種経済情報の収集と提供」【新規】

①目的

業種別のマクロ的な経済情報や需要動向を収集、提供することで、データに基づく事業計画

の策定支援に活用するため。

②収集情報

ア. 北海道商工会連合会「中小企業景況調査報告書」

イ. 北海道「経済ウォッチ」

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」

オ. 中小企業庁「小規模企業白書」等

※既存の統計資料で足りない場合は、専門の調査機関等へ委託し必要な調査を行う。

③提供方法

巡回訪問や会報を通じて、必要な事業者に必要な情報を適時提供する。また、収集した情報は業種別や地域別に整理し、巡回訪問時にはタブレット端末を携帯し、ミラサポや中小企業庁のホームページを閲覧しながら経営革新等の提案指導も併せて行う。

(効果)

地域外の経済動向や市場規模等の収集、分析により、新たなターゲット層の把握や絞り込み
に有効なデータとして事業計画策定に活用が可能になる。また、多面的な角度からのデータ分
析により地域内需の掘り起こしに活用することができる。

分析した情報は、データベース化を図り、全職員で共有することにより、小規模事業者の求
める情報を常時提供できる体制を確立することができる。

(目標)

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	未実施	1回	1回	2回	2回	2回
経済情報の収集・提供	未実施	4回	4回	4回	4回	4回
会報の発行	未実施	4回	4回	4回	4回	4回

※経済情報の収集・提供についての数値目標は四半期毎の定期的な提供回数としており、伴走
型支援実施時においてはタブレット端末を携帯しているため、適時提供が可能となる。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

経営状況の分析は、経営指導員が決算申告指導や金融指導の際に一部の小規模事業者に対し
提供するに留まっており、巡回訪問等を通して経営課題を可視化する取り組みまでには至ってい
ないのが現状である。

(取組み内容)

経営指導員の巡回、窓口相談等を通じて収集したデータ（事業所の強み・弱み等）と財務内
容等に基づき経営分析を行うことで経営課題を明確にし、個別事業所に応じた伴走型支援に繋
げる。併せて巡回訪問等を通じて収集した基礎的データ（取扱品目、立地、商圈、従業員数、
営業時間等）を整理しデータベース化を図ることで、マーケティング戦略や業務効率化に向け
た提案指導が可能になる。

(事業内容)

「巡回訪問等による経営分析」【新規、既存拡充】

①目的

小規模事業者が気づいていない経営課題を早期に発見し明確化するため。

②対象者

地域小規模事業者 全事業所（182 事業所）

※巡回訪問や事業計画策定セミナー等の開催、補助金申請などの相談を通じ、経営分析の対象とする小規模事業者の掘り起こしを行い、課題内容に応じたグループ分けや解決課題の優先順位を考慮するなど支援効果を高める工夫をする。

③手法

ア. ヒアリングシートを導入し、巡回訪問時等で経営分析する。

イ. 決算資料等による経営分析。

※ヒアリングシートとは、小規模事業者の現状分析に有効な質問事項を記載した統一シートで、経営課題の抽出や、その解決方策の具現化に活用するとともに、経営状況の可視化を図る為に新たに導入するもの。

(効果)

ヒアリングシートの活用により、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支援策が明確になる。また、ヒアリングシートは職員間で情報共有することで小規模事業者に対する迅速で円滑な相談、指導の体制が構築される。

経営分析を通じて小規模事業者個々の支援策を課題に応じて類型化することが可能になり、オーダーメイド型の伴走型経営支援を実施することができる。

「ネット de 記帳を活用した経営分析」【既存拡充】

①目的

財務諸表からの経営分析を行い、係数に基づく経営改善を提案するため。

②対象者

ネット de 記帳システムの利用事業者（29 事業所）

※ネット de 記帳システムの普及促進を継続して行い、利用事業者の拡大を積極的に推進する。

③手法

各種分析手法

ア. 販売分析（季節指数、ABC 分析、損益分岐点分析）

イ. 経営環境分析（PEST 分析、3C 分析、SWOT 分析）

※業種によっては原価や客単価にまで掘り下げた分析や、抱合せ販売などの商品訴求についても提案していく。

(効果)

財務諸表による係数分析を行うことで精度の高い経営診断が可能になる。また、小規模事業者には、経営分析や資金繰り管理等の係数概念の認識が備わり、経営資源の変化等に柔軟に対処できる経営力の向上が図られる。

「専門家派遣を活用した経営分析」【新規】

①目的

小規模事業者の販売活動が適切に行われているか各種データを基に分析し、販売についての

管理、運用面などの改善を提案するとともに、販売計画を支援し事業計画策定に反映するため。

②対象者

巡回訪問等において掘り起こした小規模事業者のうち、店舗販売を行う小売業者及び飲食業者。

※商店街の活性化や地域コミュニティの維持、向上を図るため、小売店舗及び飲食店舗を重点的支援先と設定し実施する。

③手法

マーチャンダイジングの概念において商品やサービスの提供について専門家と連携し商品力分析を行い、販売計画の策定を支援する。

- ・商品品揃え力：主力商品を中心とした商品展示数、アイテム数が最適化されているか
- ・商品構成力：売れ筋の商品を適切に配置できているか
- ・価格競争力：競合に比べ価格競争が十分にあるか
- ・価格訴求力：売り場で価格が顧客にしっかりと伝わっているか
- ・価格提案力：販促ツールなどで商品の価値がしっかりと伝えられているか

※これまでの複数年の販売実績に対する商品売上高貢献度分析等を行い、業種業態ごとの現状把握や品揃えの改善による売上予測と利益設定を行い、今後の販売方針や販売戦略に活用し、事業計画策定に反映する。

(効果)

販売活動の分析及び販売計画書の策定を専門家と連携し伴走型支援することで、需要動向調査や販売分析により明確となった顧客に対し、必要な商品やサービスの組み合わせを最も適した方法で提供が可能となり、併せて仕入に関しては多すぎず、少なすぎない適正量の把握や在庫管理においても売れ筋の把握によるロスの削減が図られ、経営基盤の強化が図られる。

(目標)

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
巡回指導件数	410	420	420	420	420	420
ネットde記帳システムの利用事業者数	29	30	31	32	33	34
経営分析件数	3	10	20	30	30	30

※伴走型支援を実施するため、巡回指導件数は現状を維持しながら指導内容の充実を図る。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

事業計画の策定支援については、小規模事業者持続化補助金を申請した一部の事業者や融資書類作成時に限った支援に留まっており、積極的な作成支援まで至っていなかったのが現状である。今後においては事業計画策定の意義を感じさせ、事業計画に基づく経営が持続的発展に有効であることを広く啓蒙することが課題である。

(取組み内容)

事業者が経営課題を解決するために、地域の経済動向調査、経営状況の分析の結果を踏まえ、小規模事業者の事業承継や創業・第二創業、経営革新に向けた事業計画策定支援に取組み、併せて、北海道、北海道商工会連合会、専門家等と連携した伴走型の助言・指導を行い、

事業計画の実現性を高め、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

(事業内容)

「事業計画書策定者の掘り起こし」【新規】

①目的

計画経営の意義や必要性について巡回訪問等を通じて啓発し、事業計画策定に導くため。

②手法

- ア. 巡回訪問、窓口相談時に事業計画に基づく経営の必要性を啓発し、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。
- イ. 事業計画策定セミナー及び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。
- ウ. 商工会で支援した各種補助金採択事業者及びマル経融資実行者事業者に対しては、積極的にアプローチを行い事業計画策定支援者に繋げる。
- エ. 定期的な会報やホームページを活用し、事業計画策定の意義を理解してもらうため継続して周知を行う。

(効果)

計画経営の必要性の認識に繋がる事に加え、支援事業者の成功事例を生み出すことで支援成果の実績となり、事業計画策定を目指す小規模事業者の増加に繋がる。

※巡回訪問時にタブレット端末を携帯し、中小機構が開発した経営計画策定アプリ「経営計画つくるくん」を活用し簡易的な事業計画書を作成しながら積極的に計画策定を促進する。

「事業計画策定セミナー及び個別相談会の開催」【新規】

①目的

経営分析により明確になった経営課題の解決や経済動向調査により分析した顧客ニーズに応じた事業計画策定を行うため、専門家等と連携し事業計画策定セミナー及び個別相談会を開催し支援するとともに、小規模事業者が将来的に自ら計画、行動、検証、改善を自律的に行える状態まで導くことを目的とする。

②手法

事業計画策定セミナー及び個別相談会の開催

開催内容「事業計画策定について」等

開催回数 1回/年

対象者 巡回訪問等において掘り起こした事業計画策定を目指す小規模事業者

(効果)

需要を見据えた計画経営が促進され、利益の確保や売上の向上により廃業の歯止めに繋がる。また、計画経営の重要性の意識が備わり、新たな需要の開拓による多角化経営や経営革新への取組みが期待できる。

「創業・第二創業・事業承継に伴う事業計画策定支援」【新規】

①目的

人口減少や少子高齢化が進行する中で、地域活力の維持やコミュニティの向上、地域雇用の維持を図るため、創業・第二創業及び事業承継に係る円滑な支援を行政や金融機関等と情

報共有を図りながら連携し、空き店舗や不足業種の情報発信体制を構築するとともに、事業承継予定者と創業希望者とのマッチングについての仕組みづくりに取組み、積極的に支援を行い、地域活力と地域雇用の維持、向上を図ることを目的とする。

②手法

ア. 「創業・第二創業」、「事業承継」に関する計画書策定セミナー及び個別相談会の開催
開催回数 各1回/年
対象者 創業・第二創業、事業承継を希望又は予定する小規模事業者
※函館市等で開催される各種セミナーへの参加は都度勧奨する。

イ. 行政や金融機関等との連携により、当町で創業を希望する予定者又は創業予備軍に対して、空き店舗や不足業種の情報提供を行い、円滑な創業に向けた支援や創業資金及び各種施策補助金の活用についても積極的に支援を行う。

ウ. 巡回訪問等により、自分で事業を起こしたいと考えている潜在的な起業希望者の掘り起こしや、趣味を活かした起業を模索している女性やシニア層への働きかけもを行い、起業に結びつけるようノウハウ等を積極的に提供し、新たな活力の導入を図る。

エ. 下記情報をリスト化しホームページや会報に掲載し地域内外への情報発信を行い、創業・第二創業希望者の掘り起こしを行う。

○行政との連携による、空き店舗貸出しや売却等情報（1ヶ月更新）

○アンケート調査で把握した空き店舗の利用予定情報（年1回更新）

○買い物アンケート調査で分析した不足業種情報（年1回更新）

※創業・第二創業及び事業承継による計画策定については、専門家や行政、金融機関と連携を密にしながら、円滑な創業等に向けて、切れ目のない伴走型支援を実施する。

(効果)

商工会が窓口となり創業・第二創業について、リスト化した空き店舗や不足業種の情報を支援ツールとして利用し、創業・第二創業促進補助金や小規模事業者持続化補助金等の施策補助金の活用と併せることで新規創業等支援が円滑に行われる。

後継者不在による廃業に歯止めを掛けるため、行政や金融機関等と連携を図り、事業承継予定者と創業希望者をマッチングさせる体制を構築し、適切なタイミングで承継が行われるよう計画策定について専門家と連携し伴走型支援を行うことで地域雇用の維持、コミュニティの向上が図られる

「地域ぐるみによる新商品開発支援」【新規】

①目的

新商品開発を計画策定より支援し小規模事業者の売上向上を図るとともに、地域資源を活用した特産品開発により奥尻ブランドの確立と知名度向上に向けた取組みとして、展示会及びアンテナショップへの出展支援に繋げるため。

②手法

新商品開発、改良セミナー及び個別相談会の開催

開催内容「地域資源を活用した特産品開発」等

開催回数 1回/年

対 象 者 特産品開発による創業等を目指す者及び第二創業に取り組む後継者等

(効果)

第二創業による雇用の確保や既存事業者の経営多角化が推進され、小規模事業者の売上向上が図られるとともに、農商工連携や6次化産業への波及に期待できる。

(目標)

支 援 内 容	現 状	28 年 度	29 年 度	30 年 度	31 年 度	32 年 度
計画策定セミナー・個別相談会開催回数	未実施	1	1	2	2	2
事業計画策定支援事業者数	3	10	20	30	30	30
創業計画策定支援事業者数	未実施	1	1	1	1	1
商品開発セミナー・個別相談会開催回数	未実施	1	1	2	2	2
第二創業計画策定支援事業者数	未実施	1	1	1	1	1
空き店舗情報発信	未実施	12	12	12	12	12

※空き店舗の情報発信はホームページで公開し、毎月情報の更新を行う。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

事業計画策定は、融資申請時や補助金申請時に作成支援しているが、その後の進捗状況の確認については不定期に実施するのみであった。

(取組み内容)

策定された事業計画の進捗状況を定期的に確認しながら、P D C Aサイクルが機能するよう支援し、必要に応じて関係機関等とも連携する。

(事業内容)

「事業計画策定後のフォローアップ」【新規】

①目的

経営環境の変化や需要動向に適合しているか確認し、必要に応じて修正を行い目標達成に向けた伴走型の指導、助言を行うため。

②対象者

事業計画策定支援を行った全ての事業者。

③手法

ア. 事業計画策定後に3か月に1度巡回訪問し、事業計画の進捗状況を確認する。

イ. 創業者には1か月に1度巡回訪問し、創業者の目線に立ったきめ細かい支援を行う。

- ウ. 資金繰りについては日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援資金」を積極的に活用し支援を行う。
- エ. 中小企業施策の各種支援策を活用し、事業計画実施のためのフォローアップを行う。
- オ. 小規模事業者持続化補助金等の各種補助金を積極的に活用し、必要に応じて専門家派遣を実施し支援する。

(効果)

定期的な巡回訪問によるフォローアップを行うことで、策定された事業計画のPDCAが機能し、経営基盤の強化が図られることで持続的発展を促進させることができる。

(目標)

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
フォローアップ事業者数	未実施	10 (2)	20 (2)	30 (2)	30 (2)	30 (2)
フォローアップ件数	未実施	64	104	144	144	144

※フォローアップ件数 「事業計画策定支援者数」×4回/年（創業等については1ヶ月1回）

※（ ）の数値は創業等の事業者数

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

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

(取組み内容)

買い物アンケート調査を実施し、消費者の地域内需要の動向を把握し、小規模事業者に随時提供する。

(事業内容)

「買い物アンケート調査の実施」【新規】

①目的

地域消費者の購買動向を的確に把握するため、消費者の購買行動範囲などを調査し、地域小規模事業者の需要を見据えた事業計画策定に反映させる事を目的とする。

②調査内容

買い物動向等の分析に必要な事項

(年齢・居住地・交通手段・時間帯・購買頻度・不足業種・ネット購入の利用状況等)

③調査方法

行政と連携してアンケート用紙の町内全戸配布を行い調査する。

④調査対象者

奥尻町世帯数（1575世帯）のうち790世帯（50%）の回収を目指す。

⑤提供方法

収集した情報は整理、分析し、地域の消費者ニーズとして小規模事業者へ会報等で随時情報提供を行う。

(効果)

買い物アンケート調査の実施により、地域の消費者の景況感や生活行動の傾向が把握でき、分析した情報は今後の事業計画策定や販路開拓、新商品開発に活用できる。

「観光客満足度調査の実施」【新規】

①目的

奥尻島が観光地として持続的発展をするために、観光地の魅力向上と観光客の維持、他者に奥尻島を紹介してもらうことによる観光交流の増加を目的とする。

②調査内容

観光客満足度調査に必要な事項

- ・ 回答者属性（年齢、性別、居住地、宿泊日数）
- ・ 来訪回数・旅行メンバー・宿泊、交通手配の方法・旅行形態
- ・ 旅行地として奥尻島を選んだ理由
- ・ 道内周遊池
- ・ 利用交通機関
- ・ 目的の観光ポイント
- ・ 奥尻島の印象、サービスの印象
（景観、宿泊施設、観光施設、飲食施設、物販施設）
- ・ 奥尻島内での消費額
- ・ 観光情報の入手方法
- ・ 再来訪の希望

③調査方法

観光協会と連携して島内全宿泊施設にて観光宿泊客へアンケート調査を実施する。

※奥尻島を訪れる観光客の98%が宿泊客となるため。

④調査対象者

観光宿泊者のうち70%の回収を目指す。

※平成26年度観光客数26,782人（実績値）

⑤提供方法

収集した情報は整理、分析を行い、関連事業所へ巡回訪問等で提供する。

- ・ アンケート調査の項目ごとに観光客からどの様に評価されているかを把握する。
- ・ 誰からの評価が高く、誰からの評価が低いかを把握する。
- ・ 対象とした属性が何に満足して、何を不満に思ったのかを把握する。

(効果)

観光客の視点から得られた結果を、地域の視点に組み直し、強み、弱みの対象を明確にし、観光客のニーズを満たすサービス品質や価値については更なる向上を図るとともに、弱みについては対応策を検討し、改善に向けた伴走型支援に繋げることが可能になる。

調査結果に基づくことで実効性の高い改善支援に繋がり、観光客の満足度を高めることによりリピーター化や他者への紹介による観光交流の拡大が図られる。

「消費動向調査情報の収集、分析及び提供」【新規】

①目的

マクロ面からの消費動向情報を、地域動向と比較検証することで中長期的な市場ニーズの把握を図るため。

②収集する消費動向情報

- ア. 北海道「価格動向調査」
- イ. 総務省統計局「家計消費状況調査」
- ウ. 日本経済新聞社「日経テレコン POSEYES」
- エ. 小規模企業白書等

③提供方法

収集した情報は、指数や数値の変動等が可視化されたデータに加工し、定期的な巡回訪問時に情報提供をする。また、タブレット端末を携帯することにより随時必要な情報を取得・提供できるようになる。

(効果)

各種消費動向情報の提供により、マクロ的な消費者の購買動向の把握ができ、中長期的なトレンドとして事業計画に反映することで精度の向上が図られる。

(目標)

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
買い物アンケート調査	未実施	2	2	2	2	2
観光客満足度調査	未実施	1	1	1	1	1
消費動向情報収集	未実施	4	4	4	4	4

※消費動向情報は四半期毎に収集を行う。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(現状と課題)

地域海産物の加工品について一部の事業所ではネット販売や催事出店により販路開拓の取組を行っているが、小規模事業者であるため地域外への需要開拓に向けては商品力の強化や営業力強化が課題となっている。

(取組み内容)

巡回訪問等において、既存商品の磨き上げや新商品の販路開拓、インターネットを活用した新たな需要の開拓について支援する小規模事業者の掘り起こしを行う。

(事業内容)

「関係機関が主催する商談会・展示会への出店支援」【既存拡充】

①（目的）

関係機関が開催する商談会や展示会への出店支援を行い、新たな需要獲得に向けたターゲット層の把握や商品認知度の向上及びバイヤーとの交流による商談機会の創出を図るため。

②（対象者）

経営分析、事業計画策定の結果、商談会等への出展が有益であると見込まれる小規模事業者。

③（手法）

ア. 展示商談会「北の味覚 再発見」への出店支援（札幌市）

イ. 展示商談会「北海道味覚マルシェ」への出店支援（札幌市）

ウ. アンテナショップ「むらからまちから館」への出品支援（東京都）等

※出店申請事務手続きや随行支援、出店費用の補助金活用について積極的に支援を行う。

※展示商談会への出店は業界動向や同業他社との優位性等の比較に最も有効であるため出店支援は重点的に推進を図る。

（効果）

商談会等への出店により、販路開拓に向けた新たなターゲット層の把握や絞り込みが可能になる。またバイヤー等との交流により既存商品の付加価値向上に向けたアイデアを探り、差別化による商品力強化に繋げることができる。

継続的な出店参加により、出店者同士の交流にも繋がりビジネスマッチングの機会創出も期待できる。

（目標）

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
商談会・展示会 出店支援回数	未実施	2	2	3	3	3
商談会・展示会 出店事業者数	未実施	2	4	6	6	6
商談会・展示会 成約件数	未実施	1	2	3	3	3
アンテナショップ 出店支援回数	未実施	2	2	2	2	2
アンテナショップ 出店事業者数	未実施	2	4	6	6	6

※商談会・展示会成約件数については、新規取引先の成立及び新規顧客への販売ルートの確立数を表す。

「ネット販売システムの構築による販路拡大」【既存拡充】

①（目的）

ネット販売を事業化し売上の安定化を図るため。

②（対象者）

経営分析及び事業計画策定を支援した小規模事業者の内、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事業者。

③ (手法)

ア. 北海道商工会連合会の簡易ホームページ制作ソフト「SHIFT」を積極的に活用する。
イ. 小規模事業者持続化補助金等の各種補助金を活用したネット販売システムの構築。
※巡回訪問やセミナーの開催により、ホームページの作成や更新作業を定期的に支援する。また、小規模事業者持続化補助金を活用したシステム構築を積極的に促進し、必要に応じ専門家派遣制度を活用し売上の安定化に向けて支援する。

(効果)

季節による売上変動を緩和させ安定的な売上の確保が図られるとともに、小規模事業者の経費負担を軽減することで経営資源の向上が図られる。また、ネット販売による商圏拡大のメリットを活かし、地域資源を活用した特産品等の販路開拓と地域PRを促進することで、離島特有の地理的要因の改善が図られる。

(目標)

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
SHIFT登録件数	0	5	5	5	5	5
ネット販売システム構築数	1	3	3	3	3	3

II. 地域経済の活性化に資する取組み

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み

(現状と課題)

奥尻町の観光振興を効果的に推進していくためには、人口の減少に歯止めをかけ、地域の活力を維持し、それを観光交流に繋げていくといった「観光まちづくり」の取組みが必要である。

奥尻町には恵まれた自然環境や景観、地域の食、地震による大災害からの復興など、これからのまちづくりに向けて、島の資源を活用した多様な魅力づくりを進め、観光客から選択される観光地づくりを地域ぐるみで推進し、観光交流による地域活力の維持、向上を図ることが大きな課題となっている。

(事業内容)

「観光まちづくりプロジェクト」の設立による地域経済活性化の方向性の検討【新規】

(手法)

官民連携と地域住民との協働による「観光まちづくりプロジェクト会議」の開催。
(構成：町、観光協会、金融機関、漁業組合、団体、住民、商工会)

(テーマ)

- ①観光資源を活用した地域ブランド化への取組みの検討
- ②北海道新幹線の開業による交流人口拡大に向けての取組みの検討

- ③交通アクセスの改善（運賃助成、割引）やクルーズ観光の誘致への取組みの検討
- ④既存の集客イベント開催による観光交流及び地域内交流拡大に向けた取組みの検討
- ⑤6次産業として立ち上がった「奥尻ワイン」のブランド化に向けた取組みの検討
- ⑥奥尻のファンづくりへの取組みの検討 等

(効果)

上記の組織化により、小規模事業者の振興と地域経済の活性化の方向性を、地域全体として一体的に推進する体制が整備され、観光交流の拡大による地域活力の維持及び集客イベントを通じた賑わいや外貨獲得機会の創出など、観光まちづくりへの推進に繋がる。

2. 地域イベントを活用したまちの賑わいの創出

(現状と課題)

奥尻町は夏型観光を中心に観光振興を図っており、代表的な三大イベント、「賽の河原祭（6月）」、「室津祭（7月）」、「なべつる祭（8月）」はこの期間に集中している。また平成26年より開催している「奥尻ムーンライトマラソン（6月）」はマラソンを目的とした目的志向型観光者として今後の需要拡大に期待できる。

新たに組織化する「観光まちづくりプロジェクト」において観光交流の拡大に向けた取組みを検討し、多様な地域資源の魅力を活かしながら満足度を高め、リピーターとして来島を動機づけるような島づくりと島の売り方について創意工夫することが課題となっている。

(事業内容)

「観光客のリピーター率向上による地域活性化」【拡充】

(手法)

- ア. 地域事業者や住民とのふれあい交流及び離島特有の生活文化の提供
- イ. ふるさと納税制度の積極的な推進による奥尻のファンづくり

(効果)

奥尻島を訪れる観光客の98%が宿泊客という特性から、水産資源のウニ、アワビ等の提供の他、島ではごく当り前の食事や、郷土料理、市場に出回らない魚種の刺し身などを野趣豊かな形で提供することが満足度を高めることになり、また、観光施設やイベントなどにおいての地域事業者及び住民とのふれあいによる人間関係の構築がリピーター率を高める要素として重要であると考えられる。

島の資源を最前面に押し出すのではなく、島の生活感をプラスアルファの要素とすることで、全体の価値を高める効果が期待され、リピーター率の向上による選択される観光地として地域経済の活性化が図られる。

ふるさと納税で特産品を送ることにより納税者は島との結びつきが生まれ、また、納税額の一部が地場産品の購入という形で島の事業者にわたることによって経済の域内循環が高まるほか、特産品のプレゼントを契機に新たな販路開拓に結びつく可能性もあるなど、地域経済面で大きな効果を上げることも期待できる。

(目標)

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
------	----	------	------	------	------	------

「観光まちづくりプロジェクト」会議	未実施	1	2	2	2	2
賽の河原祭 来場者数	400	420	450	450	500	500
室津祭 来場者数	1300	1400	1500	1600	1700	1800
なべつる祭 来場者数	800	850	900	1000	1100	1200
奥尻ムーンライトマラソン 出場者	360	400	450	500	500	500
ふるさと納税寄付件数	2486	2600	2700	2800	2900	3000
ふるさと納税寄付金額	44,748 千円	46,800 千円	48,600 千円	50,400 千円	52,200 千円	54,000 千円

※平成 26 年度ふるさと納税実績 寄付件数 1130 件 寄付金額 21,088 千円 (平均 18 千円)

※平成 27 年度 (現状) 以降、1 件あたり 18,000 円として試算

※平成 27 年度 (現状) は 4 月～12 月までの実績値

平成 26 年度に比べ件数、金額共に大幅に増加している要因は、ネット受付やクレジット決済の開始及びパンフレットの作成が寄与している。今後、新特産品の開発により景品のバリエーションが増えることから、更なる拡大が期待できる。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み

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

(1) 他地域の商工会との情報交換

北海道商工会連合会や全道商工会職員協議会で地域別に各 1 回実施する「経営指導員研修会」において、他地域の経営指導員と小規模事業者や地域動向の情報交換を行い、支援事例等の共有を図り、支援ノウハウの蓄積と支援能力の向上に努める。

(2) 日本政策金融公庫との情報交換

日本政策金融公庫が年 2 回開催する、渡島檜山地域の「小規模事業者経営改善貸付推進協議会」において、支援ノウハウや支援事例、地域経済の状況について情報交換を行う。

(3) 税務署との情報交換

江差税務署で年 2 回開催する「税務指導協議会」において、管轄地域の経済動向等の情報交換を行い、小規模事業者に有益な情報収集を行う。

(4) 行政機関との情報交換

檜山振興局で年 1 回開催する「施策説明会」においての管内経済動向や小規模事業者対策予算について情報収集し、支援に向けた意見交換を行う。

奥尻町役場地域政策課と毎月 1 回、地域小規模事業者の経営課題等について意見交換し、支援策の要望等について協議を行う。

(5) 金融機関との情報交換

江差信用金庫奥尻支店職員と毎月1回、地域経済動向や金融支援ノウハウについて情報交換を行う。

(6) 専門家との情報交換

専門家派遣事業の実施により専門家を招聘した場合には、企業支援に加えて、積極的に支援ノウハウの情報交換を行い、支援能力の向上に努める。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること【拡充】

(1) 経営指導員の支援能力の向上

経営指導員が経営発達支援計画に基づいて小規模事業者の伴走型支援を実施するため、関連する専門的知識を計画的に習得し、指導能力を高めるための専門コースの研修を積極的に受講する。

- ・北海道商工会連合会や中小企業大学校の主催する専門コースに年間1回以上参加する。
- ・全国商工会連合会「Web研修」の受講において、各種施策メニューの知識や企業診断のノウハウを習得する。

(2) 補助員の支援能力の向上

経営指導員が行う支援業務の補佐を目的とするため、一般的な経営改善普及指導における指導能力を習得する。

- ・経営指導員の巡回訪問や個別指導に同行し、OJT等により金融・税務・経理・経営管理等の経営改善普及事業に関する指導能力の向上を図る。
- ・企業支援の知識習得のために全国商工会連合会「Web研修」を積極的に受講する。

(3) 記帳専任職員、記帳指導職員の支援能力の向上

これまでの記帳指導業務に加え係数分析の知識を習得し、売上総利益率など財務面からの助言や、利益を確保することを重視した指導能力の向上を図る。

- ・経営指導員の巡回訪問や個別指導に同行し、OJT等により高度な記帳指導のスキルアップを図る。

※上記の取組みで得られた知識、ノウハウや小規模事業者へのアンケート調査結果及び経営分析結果等は、月1回職員会議を開き報告し、研修会に出席した職員が講師となり説明をする。また、研修資料をいつでも閲覧できるよう所定の位置にファイリングし保管することで事務局長を含めた全職員で共有を図る。

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【新規】

毎年1度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ①奥尻町役場地域政策課長及び奥尻町観光協会会長、江差信用金庫奥尻支店長等の有識者により、事業の状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ②正副会長会議において、評価・見直しの方針を決定する。

- ③事業の成果・評価・見直しの結果について理事会に報告し承認を受ける。
- ④事業の成果・評価・見直しの結果を総会資料及び商工会ホームページで計画期間中公表し、地域の小規模事業者が常時閲覧可能な状態とする。
- ※商工会ホームページは事業開始までに開設する。(平成28年3月予定)

(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

①実施体制 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、記帳指導職員1名の5名体制で実施する。

事務局長

事業全体の統括及び行政、連携機関との連絡調整。

経営指導員

事業の円滑な推進に関わる業務全般。

補助員

事業の円滑な推進に関わる業務全般の補助及び事務全般。

記帳専任職員、記帳指導職員

事業の円滑な推進に関わるデータの管理及び共有データの作成。

②商工会の組織

会 員 129名

役 員 会 長 明上 雅孝

副会長 竹内 司 三上 勝廣

理 事 川尻 幸一 神崎 通 菊地 勇人 成田 久

平木 悟 岡本 司 辺見 明広 佐々木久利

監 事 藤谷 太 干場 明

青年部 部 長 大須田亮平 副部長 菅川 仁 明上 隼也

女性部 部 長 辻 八重子 副部長 成田久美子 高森みな子

事務局 事 務 局 長 大須田 均

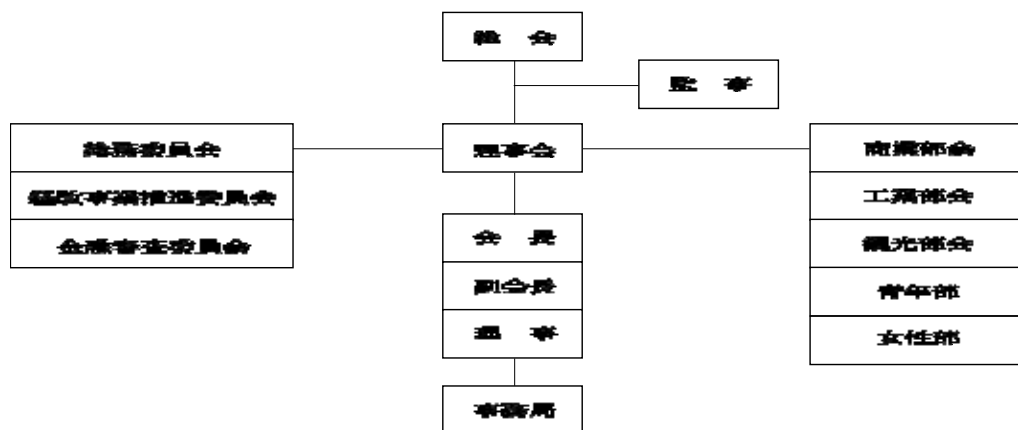
経 営 指 導 員 齊藤 秀則

補 助 員 野口由美子

記帳専任職員 西村恵美子

記帳指導職員 棚橋 佑記

奥尻商工会 組織図



(2) 連絡先

経営発達支援事業担当者

奥尻商工会 経営指導員 齊藤 秀則

〒043-1401 北海道奥尻郡奥尻町字奥尻 812

電話番号 01397-2-3030 FAX 番号 01397-2-2215

メールアドレス nabeturu@hakodate.or.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)

	平成28年度 (H28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	26,200	27,500	28,300	28,600	28,900
経改事業費	25,000	26,300	27,100	27,400	27,700
職員設置費	14,000	14,300	14,600	14,900	15,200
事業費	11,500	12,000	12,500	12,500	12,500
地域振興事業費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200

(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>1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">① アンケート調査の実施による小規模事業者の景況感の把握及び課題抽出② マクロ的な経済動向の調査及び分析 <p>2. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">① 経営環境の分析による課題抽出及び改善策の提示② 高度な経営課題の支援 <p>3. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">① 計画経営に向けたセミナー及び個別相談会の実施② 円滑な事業承継に向けたセミナー及び個別相談会の実施③ 創業及び第二創業に取り組む後継者等への創業計画策定支援 <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">① 各種施策及び補助金の活用② 小規模事業者経営発達支援資金の活用③ 小規模事業者持続化補助金の活用 <p>5. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">① 買い物アンケート調査の実施による消費者動向及びニーズの把握② マクロ的な消費動向の調査及び中長期的な市場ニーズの把握 <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none">① 商談会、展示会への参加による商品力の向上② ネット販売システムの構築による販路開拓 <p>7. 地域経済の活性化に資する取組み</p> <ul style="list-style-type: none">① 「観光まちづくりプロジェクト」の設立による地域経済活性化の方向性の検討② 地域ブランドの形成及び地域イベントによる賑わいの創出③ 観光者のリピート率向上に向けた奥尻のファンづくり <p>8. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み</p> <ul style="list-style-type: none">① 他の支援機関との連携による、支援ノウハウの蓄積及び支援事例等の共有② 経営指導員等の支援能力向上に向けた研修会及びWeb研修の受講③ 経営発達支援計画の評価、見直しに関する仕組みづくりの連携

連携者及びその役割

1. 名称 北海道経済産業局 局長 秋庭英人
住所 〒060-0808 北海道札幌市北区北8条西2丁目 札幌第1合同庁舎
電話 011-709-2300
役割 小規模事業者支援の各種施策及び地域経済動向の情報収集に関する連携。
2. 名称 北海道 知事 高橋はるみ
住所 〒060-8588 北海道札幌市中央区北3条西6丁目
電話 011-231-4111
役割 小規模事業者支援の各種施策に関する連携（中小企業課）。
観光交流による地域活性化に向けた取組みの連携（観光局）。
3. 名称 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丁目7番1号
電話 03-6268-0088
役割 マクロ的な経済動向や小規模事業者支援策の情報についての連携。
Web研修を活用した職員の支援能力向上に関する連携。
4. 名称 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1番地
電話 011-251-0101
役割 北海道の景況感調査に関する情報収集及び創業、事業承継等による専門家派遣の連携。
販路開拓、商品開発に向けた商談展示会への出店支援に関する連携。
5. 名称 中小企業基盤整備機構北海道 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7 ORE 札幌ビル6階
電話 011-210-7470
役割 経営分析や事業計画策定及びフォローアップ支援に関する専門家派遣の連携。
地域資源活用による農商工連携及び6次化産業支援に関する連携。
6. 名称 北海道中小企業総合支援センター 理事長 青木次郎
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 011-232-2001
役割 経済動向の収集及び創業計画策定、フォローアップ支援に関する連携。
市場開拓及び販路拡大支援に関する連携。
7. 名称 桧山振興局 局長 幡宮輝雄
住所 〒043-8558 北海道桧山郡江差町字陣屋町 336-3
電話 0139-52-6500
役割 地域動向及び地域づくり交付金等の施策に関する連携。
8. 名称 中小企業大学校旭川校 校長 飯田利彦
住所 北海道旭川市緑が丘東3条2丁目2番1号
電話 0166-65-1200
役割 経営指導員等の資質向上に向けた研修受講に関する連携。

9. 名称 日本政策金融公庫函館支店 支店長 久木田眞郎
住所 北海道函館市豊川町 20 番地 9
電話 0138-23-8291
役割 金融動向の収集及び経営発達支援資金によるフォローアップに関する連携。
10. 名称 江差税務署 署長 宮本 信
住所 〒043-0041 北海道檜山郡江差町字姥神町 167-1
電話 0139-52-0078
役割 地域経済動向及び税制情報の情報発信に関する連携。
11. 名称 奥尻町 町長 新村卓実
住所 〒043-1498 北海道奥尻郡奥尻町字奥尻 806 番地
電話 01397-2-3111
役割 地域産業の動向及び地域課題についての意見交換。
プレミアム商品券事業による地域経済活性化に向けた取組みの連携。
地域資源及びイベントを活用した地域活性化に関する連携。
12. 名称 奥尻島観光協会 会長 制野征男
住所 〒043-1401 北海道奥尻郡奥尻町字奥尻 309 番地 2
電話 01397-2-3456
役割 観光まちづくりプロジェクトによる地域活性化に対する取組みの連携。
観光者のリピート率向上に関する連携。
13. 名称 江差信用金庫奥尻支店 支店長 澤口 修
住所 〒043-1498 北海道奥尻郡奥尻町字奥尻 809 番地
電話 01397-2-2525
役割 地域金融動向の収集及び金融支援のノウハウ等に関する連携。
14. 名称 ひやま漁業協同組合奥尻支所 支所長 坂本治広
住所 〒043-1403 北海道奥尻郡奥尻町字球浦 42
電話 01397-2-3141
役割 観光まちづくりプロジェクトによる地域活性化に対する取組みの連携。
15. 名称 JA 新はこだて奥尻事業所 所長 吉田秀敏
住所 〒043-1521 北海道奥尻郡奥尻町字青苗 313-1
電話 01397-3-2131
役割 観光まちづくりプロジェクトによる地域活性化に対する取組みの連携。
16. 名称 奥尻なべつるスタンプ会 会長 川尻幸一
住所 〒043-1401 北海道奥尻郡奥尻町字奥尻 812 番地
電話 01397-2-3030
役割 ポイントカード事業の活性化による資金の域内循環に関する取組みの連携。
観光まちづくりプロジェクトによる地域活性化に対する取組みの連携。
17. 名称 奥尻商工振興会 会長 佐々木宏明

住所 〒043-1401 北海道奥尻郡奥尻町字奥尻 812 番地

電話 01397-2-3030

役割 地域内商品券事業による資金の域内循環に関する取組みの連携。
地域再生プロジェクト会議による観光まちづくりに関する連携。

連携体制図等

連携体制図等

