

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>江差商工会（法人番号：3440005001962） 江差町（地方公共団体コード：013617）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日 ～ 令和8年3月31日</p>
<p>目 標</p>	<p>経営発達支援事業の目標          (1) 地域資源を活用した新商品開発による売上増加          江差町の地域資源活用による新商品開発及び販売促進などの強化により、売上増          加率については、前年比3%以上を5年間維持することを目標とする。          (2) 新規創業者・事業承継予定者等の創出による市街地及び商店街の活性化          新規創業者等を創出することで、小規模事業者数の減少を抑制すると共に、併せ          て地域内の経営者の高齢化が進んでいることから、商業機能を維持していくための          事業承継支援により、空洞化が進む中心市街地及び商店街の活性化に繋げる。</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3-1. 地域の経済動向調査に関すること          ①統計調査・金融機関等が発表している景気動向調査の収集と分析提供          ②地域内消費動向調査の実施          ③情報交換会の開催による情報収集</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること          ①展示会でのアンケート調査          ②顧客満足度向上のための個店調査</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること          ①事業計画策定に向けた経営分析支援</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること          ①事業計画策定セミナーの開催          ②事業計画の策定支援          ③創業・事業承継計画の策定支援</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること          ①既存の事業計画策定支援先に対するフォローアップ          ②創業・事業承継計画策定支援先に対するフォローアップ</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること          ①商談会・展示会への出展支援          ②IT活用セミナーの開催及びインターネット活用による販路開拓支援          ③広告媒体を活用した販路開拓支援</p> <p>1.1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること          ①江差町観光まちづくり協議会への参画          ②ポイントカード事業の推進・強化</p>
<p>連絡先</p>	<p>江差商工会          〒043-0044 北海道檜山郡江差町字橋本町 85 番地          電話：0139-52-0531 FAX：0139-52-4704          E-mail：esashi@seagreen.ocn.or.jp          江差町産業振興課          〒043-8560 北海道檜山郡江差町字中歌町 193-1          電話：0139-52-0531 FAX：0139-52-4704          E-mail：info@town.hiyama-esashi.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

【第1期取り組みにおける総括】(実施期間：平成28年4月1日～平成33年3月31日)  
第1期の目標

- ①外部要因に左右されない足腰の強い企業の育成
- ②事業承継の推進
- ③個店及び商店街の魅力維持・発展
- ④流通機能の維持
- ⑤地元愛に着眼したマーケティング

第1期に目標を掲げ、実施した取り組み内容と評価は下記の通りである。

①外部要因に左右されない足腰の強い企業の育成

町内小規模事業者のほとんどが、大型店や域外消費流出、人口減少、観光入込数の減少などの外部要因に業績が左右されているが、従前どおりの経営を続ける経営者が多かった。そのため専門家派遣を活用し、小規模事業者の経営に対する意識の改革をはじめ、SWOT分析等で個社の魅力を再確認した上で、事業計画策定支援と補助金を活用した販路開拓支援を実施した。

■小規模事業者持続化補助金利用者

平成28年度4件、平成29年度6件、平成30年度6件、令和元年度4件

②事業承継の推進

小規模事業者の高齢化が進み、経営が悪化している事業を後継者候補に引き継ぐことが出来ず、廃業に至るケースがあったことから、職員による巡回訪問時にヒアリングシートを活用した調査を行い、事業者の情報の把握を行った。

また、必要に応じて専門家や支援機関等と連携しながら事業承継支援を行った。

■事業承継支援件数4件

③個店及び商店街の魅力維持・発展

商店街等の魅力維持に必要な個別企業をピックアップしながら、専門家派遣等により事業計画を策定した上で、販路拡大に向けた取り組みとフォローアップ支援を行ったことで、小規模事業者の売上高向上と個店及び商店街の魅力維持向上に繋がった。

④流通機能の維持

これまで公設の江差町地方卸売市場を運営してきた「江差青果卸売市場」が令和元年度末で廃業となったが、令和2年4月に檜山管内の小売業者が江差町の支援を受けながら「檜山卸共同組合」を設立した。当会としても、地域の流通機能の拠点となる組織の維持継続のため、経営の早期安定化に向けた経理及び労務等を中心とした支援を行っている。

⑤地元愛に着眼したマーケティング

地方創生が進められる中、外需でありながら地元有缘のある顧客をターゲットにした取り組みとして、全国各地の江差町出身の方や、江差に縁のある方々に対し、ふるさと納税を中心とした新商品の開発や販路拡大等の支援を行ったことで、域内小規模事業者の売上向上に繋がった。

## (1) 地域の現状及び課題

### ①江差町の現状

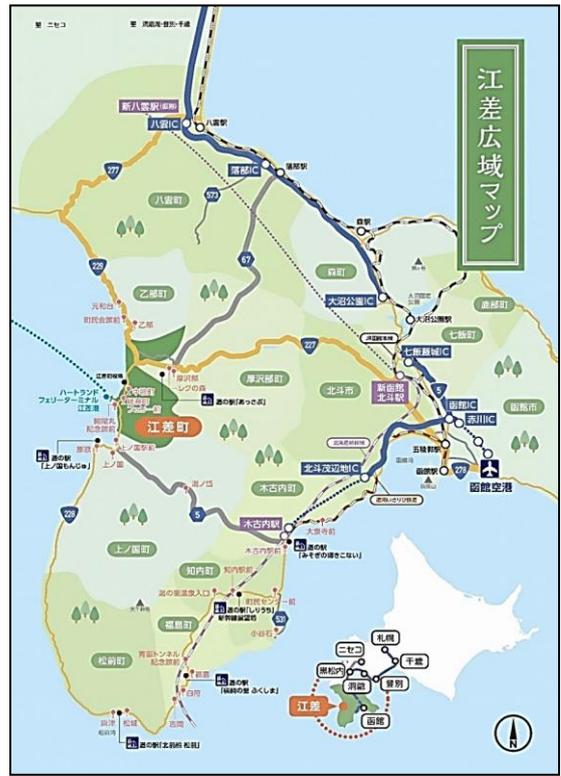
江差町は、北海道の南西部、檜山振興局の南部に位置し、総面積 109.48 ㎢のアルファベットの「B」の形をした町で、当町の中央に厚沢部川が流れ、北は乙部町、東は厚沢部町、南は上ノ国町に隣接し、北西方向では日本海を挟んで奥尻町と対している。

また、当町は、檜山振興局の立地するまちであり、檜山地域（7 町）で最も交流人口が多く、JR 新函館北斗駅、木古内駅、函館空港から檜山地域に来る場合には各町の交通の結節点ともいえる場所に位置し、機能的・位置的に檜山地域の中心地となっている。（函館市からは自動車です 1 時間 30 分の距離にある）

江戸時代から明治時代にかけてのニシン漁とニシン加工品の取引は、当町における歴史文化の基盤を形成した。現在でも、江差にニシンをもたらした折居伝説に関連する瓶子岩や姥神大神宮、ニシンの大漁を祈念した姥神大神宮渡御祭、かもめ島にある北前船の碇泊場や航海安全を祈願した巖島神社、いにしえ街道に残る商家や蔵などの建造物、北前船によって江差に伝わり今日まで受け継がれている江差追分や江差三下りなどの民俗芸能などが、住民によって大切に守られ、北海道内では例を見ない歴史的・文化的資源が観光資源に結び付いている。

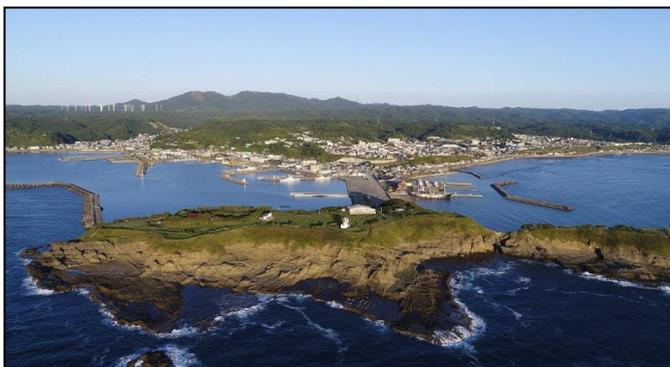
かもめ島をはじめとした自然豊かな環境が整っており、長く資源が枯渇していたニシンの群衆が平成 29 年 2 月、104 年ぶりに確認され、水揚量により回復基調となっている。

また、祭事の時節には、町内の宿泊受容数を超過する観光客が来町するなど、当町の産業は個別には成果をあげており、飛躍する可能性を秘めている。



(江差町の位置関係)

[出典：江差町]



(道立自然公園「鷗島」上空からの江差町市街地)

[出典：江差町]

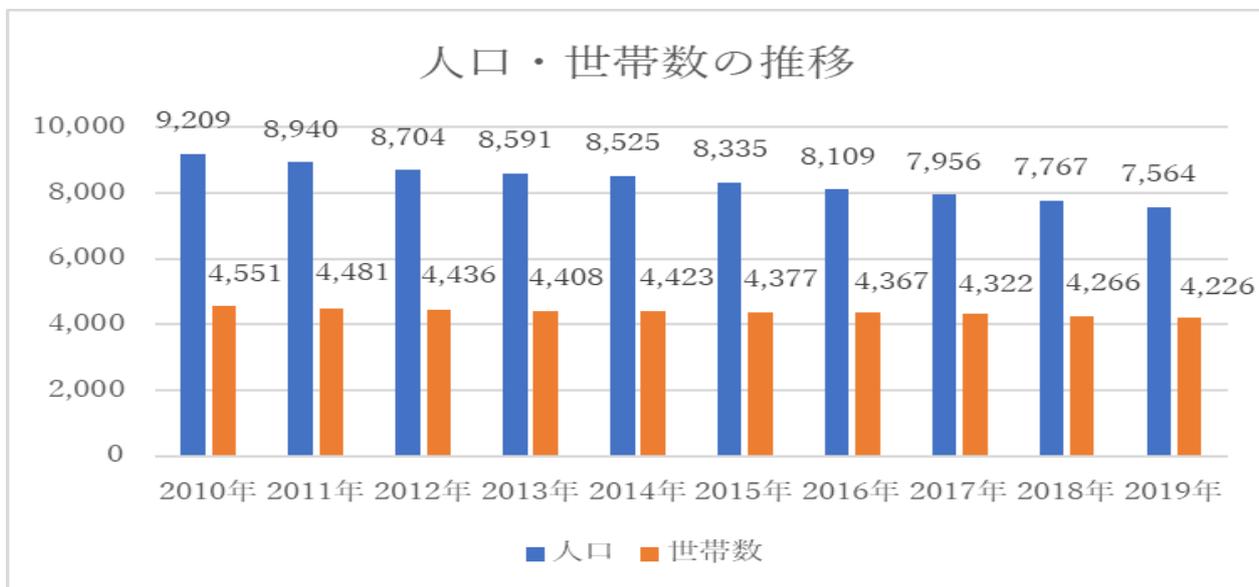


(北海道最古の祭り姥神大神宮渡御祭)

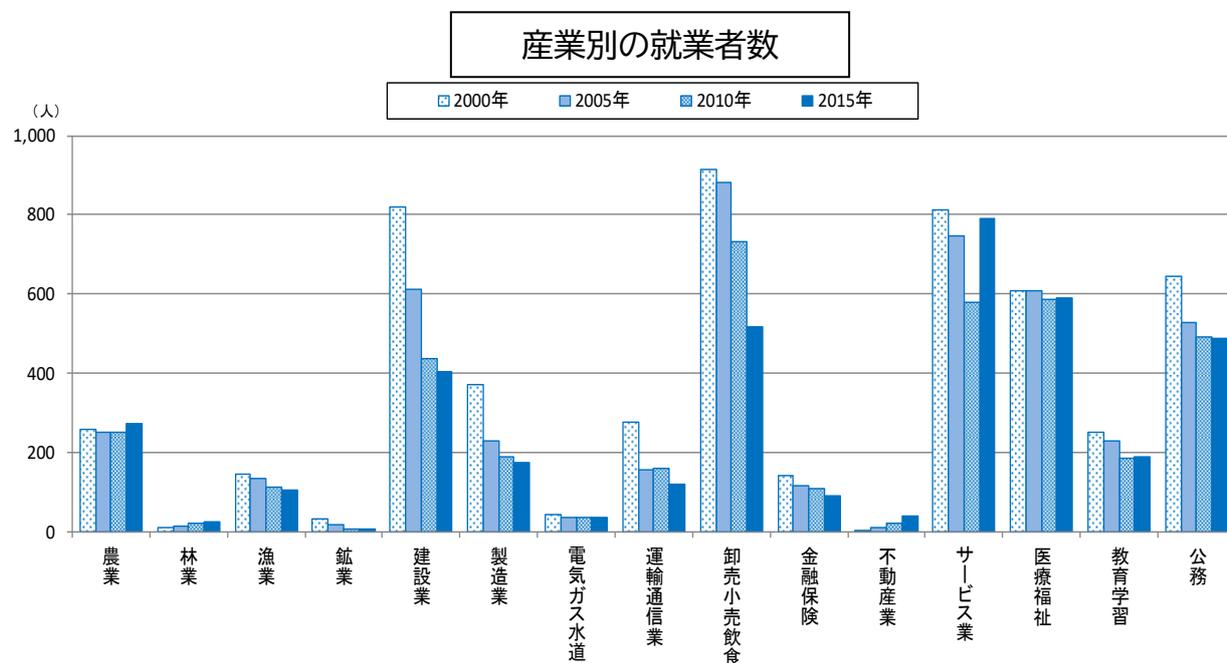
[出典：江差町]

## ②江差町の人口動態

当町は昭和40年頃に15,000人ほどの人口であったのが最大で以後減少傾向となっており、令和2年9月30日現在の人口・世帯数は、7,378人・4,226世帯となっている。人口減少は、産業構造にも影響を与えており、二次産業や卸売・小売・飲食業の就労者が顕著に減少している。



(資料：江差町)

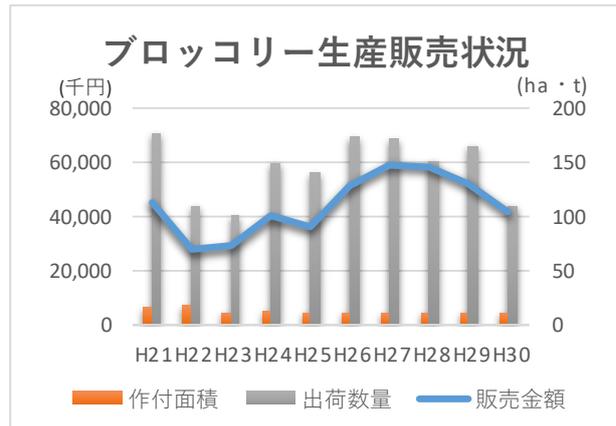
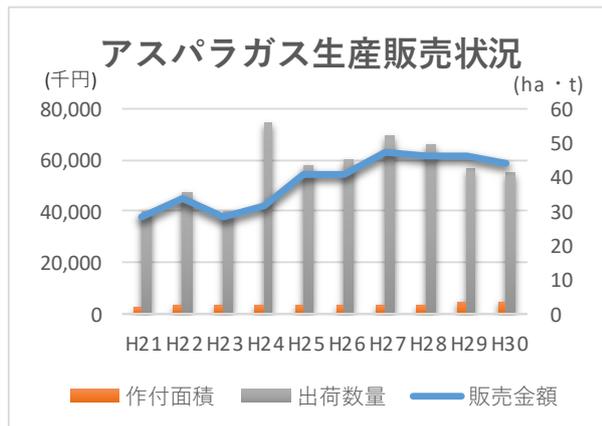


(資料：江差町)

### ③地域における産業別の状況、課題等

#### [1] 農業

地域振興作物であるアスパラガスとブロッコリーは、少ない面積で栽培可能ながら高単収・高収益が望める作物であり、江差町水田フル活用ビジョンでも重点振興作物として位置づけており、収穫増加や品質向上の取組を推進してきた。



(資料：江差町)

また、当町では、6次産業化やブランド開発などによる農産品の付加価値向上を目的として、異業種間の横断的な取組を促進するための「三業懇話会」(農業、林業、漁業、商業)を実施し、その話し合いで出たアイデアから、新商品製造・販売につながった事例もあり、令和元年度からは五勝手屋羊羹創業時の味を再現すべく、当時使っていた品種のインゲン豆の栽培を行っている。

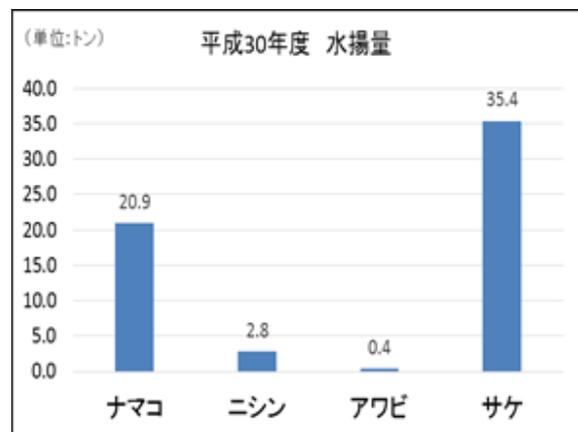
#### [2] 漁業

江差町では、平成28年に設立した活メ鮮魚販売部会による活締め・神経締め技術の確立、平成29年に設立した江差ナマコ協議会販売促進部によるフリーズドライナマコの開発など、漁業者による新たな経営体の組織化や付加価値向上の取り組み支援を行っている。

また、栽培漁業を推進する中で、ニシンの水揚量があがってきており、当町に縁の深い魚種であることから、継続的に種苗放流等の取り組みを助成しながら、町内における利用促進を図っていく必要があるなどの課題がある。

重点課題としては、付加価値を向上し、当町独自の水産ブランドを確立することである。

また、近年、中国の経済発展に伴い、中華料理の高級食材としてのナマコの人気が高まっており、特に、北海道檜山産のナマコは形がよく、高値で取引されている。平成30年度のひやま漁協全体の水揚げは、スルメイカに次ぐ、第2位となり、金額で5億2千万円を超えているが、一方で将来に向けた持続性といったところでは懸念が残るなどの課題がある。



(資料：江差町)

### 〔3〕商工業

既存商店等については、高齢化に伴う継業や事業承継が課題であり、町・道・国等の補助事業により、新型コロナウイルス感染症の影響を跳ね返すべく持続経営に向けた取組を行っている。

江差町としては、地場資源の活用が重要であるとの認識に立っており、一次産業と商工業の連携の推進や、特産品販売店の「ぷらっと江差」を中心とした販路拡大のための流通促進に取り組んでいる。

また、当町では、特典付ふるさと納税の推進のため、平成 28 年度から「ふるさと納税推進員」を配置して、新たな返礼品の掘り起こしをしながら、各事業所が「稼ぐ力」・「儲ける仕組」を構築し、特産品の PR 及び自主財源の確保に向けて取組を行ってきた。

平成 29 年度には、江差町が「江差町創業支援事業計画」を策定し、商工会、地域金融機関と連携し、町内の起業・創業に対するワンストップ窓口の開設や各種の支援策を講じてきたが、利用は低調な状況である。

商工会と江差町との繋がりでは、当会の取組に理解を示していただき、より良い関係性が築かれており、今後に於いても引き続き連携しながら産業力の強化を図る体制を構築し、地域経済の活性化に取り組んで行く。

#### 【重点（重要）課題】

現在、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、飲食業、宿泊業、小売業等を中心に売上減少等の打撃を受けている状況にあることから、小規模事業者の事業継続と売上回復に向けた取組が急務となっている。

加えて、人口減少、高齢化の現状にあって、商工業者の経営安定化と持続が困難となっており、生活を支える拠点として、商店街機能を維持しなければならない状況となっているほか、商店街が賑わい、その機能を発揮するためには、空き店舗対策の推進が必要である。

また、平成 30 年度の制度改正に伴い、ふるさと応援寄附金総額及び件数が当初は伸び悩んだが、令和元年度には大きく回復している。江差町出身者に関わらず全国各地の方に魅力を感じてもらえるまちづくりを進め、ふるさと応援寄附金額の増加による地域振興を図るとともに、関係人口の増加に繋げていくことなどが課題となっている。

#### 【継続的な課題】

全体としては、商店数は減少傾向にあるが、中心市街地から離れた国道沿いの柳崎地区に商業施設を誘致できたことにより、町全体で減少傾向にあった商業関連指標（従業者数、年間商品販売額等）が改善している。しかし、北部地区に限定された改善と考えられ、中心市街地については検討が必要となっている。

当町はこれまで商業を中心に発展してきた経緯もあり、地場資源を活用するための加工場等の工業展開が課題となっている。工業関連指標（従業者数、製造品出荷額等）については、目立った下落はなく、既存事業所については事業を継続している状況である。

また、当町の市街地では大きく 2 つの商店街が形成されており、近年になり、大手ドラッグストアやコンビニエンスストア等が市街地へ進出してきたことから、商店街で買い物をする顧客が減少傾向にある。

#### 【商工業者及び小規模事業者の現状と課題】

町内の多くの小規模事業者が大型店や域外への消費流出、人口減少、観光入込数減少等の外部要因により業績を左右されていることから、経営発達支援事業により、事業者の現状把握、経営分析、事業計画策定、事業計画策定後のフォローアップ、販路開拓支援という一連の支援を講じる必要がある。また、必要に応じて外部専門家を交えながら行政や支援機関等と連携を図り、外部要因に左右されない足腰の強い企業育成を目指した伴走型支援が求められている。

【参考：商工業者数及び小規模事業者数の推移（当会調べ）】

年 度	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
会員数	287	285	265	266	269	264	256
商工業者数	481	478	452	449	434	427	418
小規模事業者数	415	396	396	325	315	308	297
〃 割合 (%)	86.2	82.8	87.6	72.3	72.5	72.1	71.0

〔4〕観光業

江差町は、平成 27 年に「日本で最も美しい村」連合に加盟し、平成 29 年には、北海道第 1 号となる「日本遺産」の認定地となるなど、当町の魅力を発信するための重要な資源を獲得した。

平成 31 年には、当町の観光振興の核となる「一般社団法人北海道江差観光みらい機構」が本格稼働し、具体的な行動計画に基づいた観光メニューの構築や運用に取り組んでいる。

また、全国的にインバウンド観光客が増加する中で、当町においても主要観光施設において Wi-Fi 環境の整備を行ったほか、一部観光施設や看板、観光ポータルサイトで英語表記の案内機能化を図った。

【重点（重要）課題】

当町は、檜山エリアで最も観光入込客数が多く、毎年 30 万人以上が訪れている。観光の目的になっているのは、かもめ島をはじめとした自然環境と、いにしえ街道に残る商家や蔵などの歴史的建造物や、江差追分や江差三下りなどの民俗芸能など地域の人々が大切に守ってきた有形・無形の文化遺産である。

しかし、観光地としての認知度が低いという現実があり、情報発信の方法と強化が必要であることや、町内の宿泊受容数が減少傾向にあり、観光イベント等の際には不足するなどの課題がある。

また、江差追分の普及伝承を担う江差追分会は、全国的に少子高齢化に加え民謡離れが進む中、会員はピーク時の 3 分の 2 に減少し、かつ 70 歳以上が 60% となっており、江差追分の魅力について発信を強化しなければならない状況にある。

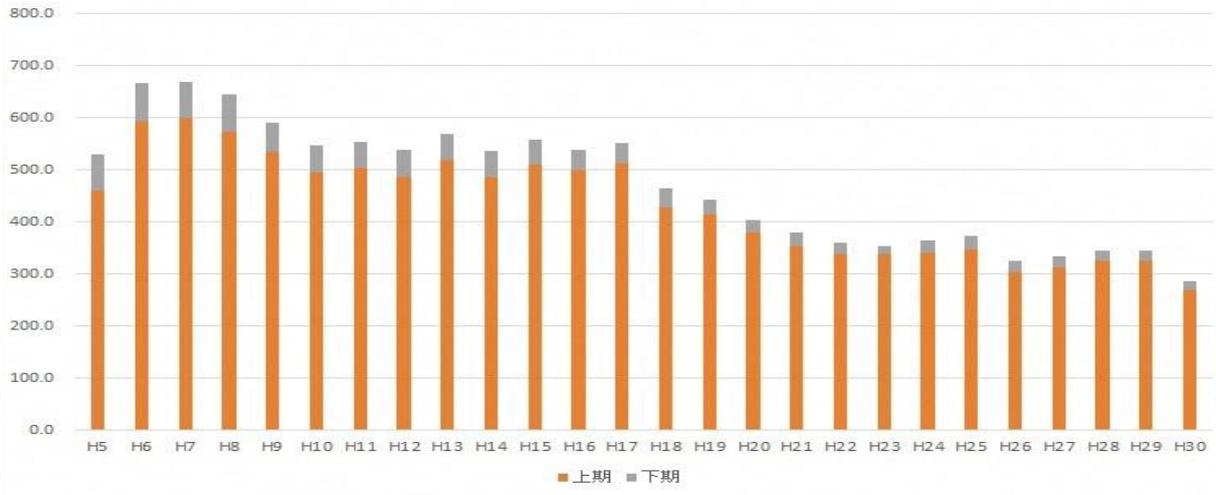
加えて、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、令和 2 年の当町の観光関連イベントがほぼ開催中止となったことから、観光関連事業の再構築に向けた取組が急務となっている。

【継続的な課題】

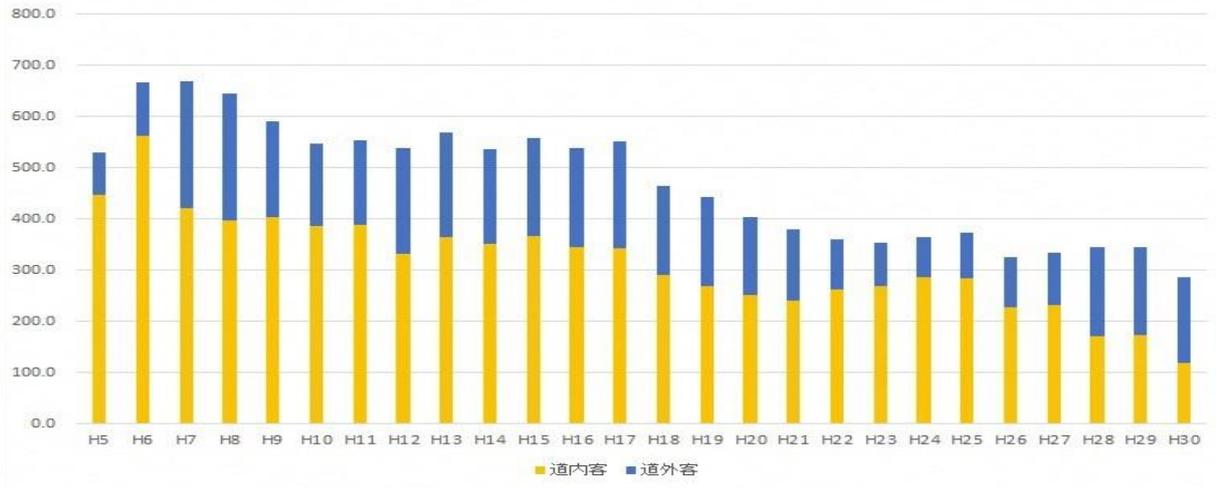
観光客をひきつける江差町特有の資源は、これからの人口減少社会においてその維持管理に不安を抱えており、サービスの質が維持できるように未来を見据えた対策が必要である。また、当町における観光客入込の特徴として繁忙期と閑散期の格差と、閑散期が長いことがあげられることから、今後、観光で経済振興を進める上では、繁忙期では滞在時間をより長くしてもらうことや、閑散期にも江差を目指してもらうための魅力づくりが必要となっている。

道内観光地と比較して他をリードしているのが、住民のホスピタリティ（心のこもったもてなし）であり、例として、いにしえ街道をはじめとした花のまちづくり、地域住民が立ち上げた観光ガイドがあげられ、これらの取り組みを将来に繋げられるようサポートが必要となっている。

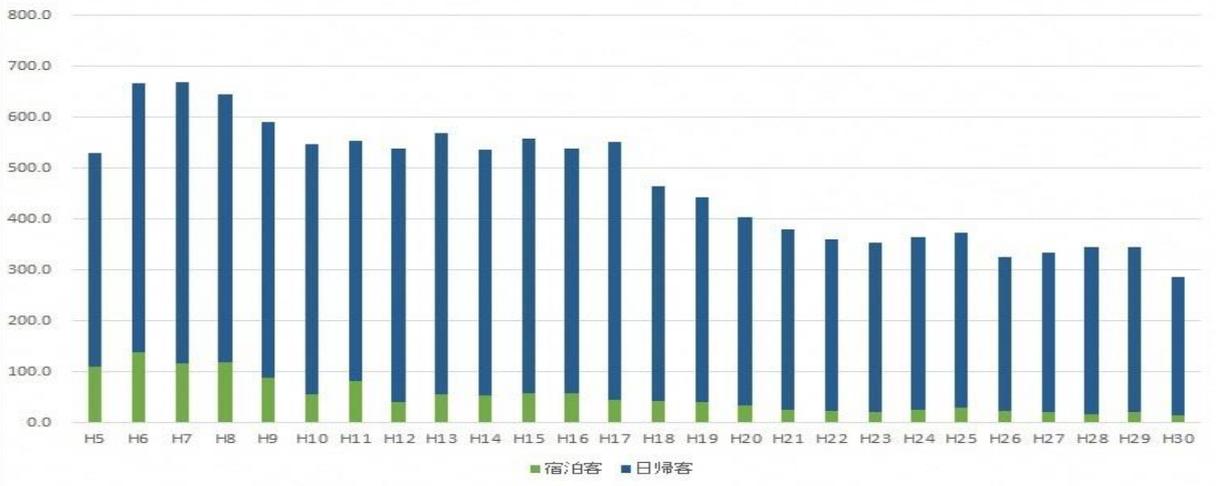
江差町の観光客入込状況(上期・下期)

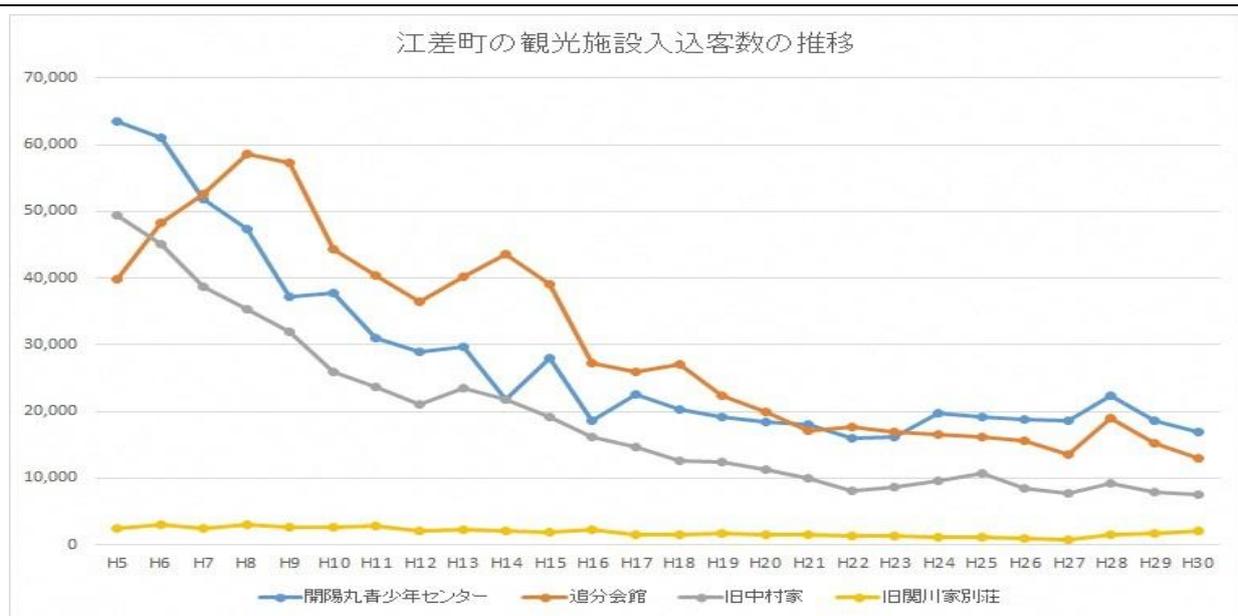


江差町の観光客入込状況(道内・道外)



江差町の観光客入込状況(日帰り・宿泊)





(資料：江差町)

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ① 10年程度の期間を見据えて

当町は、江戸時代には日本海航路の北前船によるニシン、ヒノキアスナロの交易により「江差の五月は江戸にもない」といわれるほど、商業のまち、文化のまちとしての発展・繁栄を極め、現在も、日本遺産に認定された「歴史」や「文化」、かもめ島を象徴とする「自然」などの誇るべき地域資源が数多くあり、「高い潜在力」と「発展可能性」を有した地域である。

したがって、これらの地域資源を活用し、「観光」を基軸とした小規模事業者の経営力向上を図ることにより、他業種等へ経済効果を波及させる。加えて、小規模事業者の持続発展可能な経営体制の構築により、商店街振興を図り、江差町の特色を生かした地域経済再興を目指す。

### ②江差町総合計画との連動性・整合性

第6次江差町総合計画〔令和2年度から令和11年度〕において、基本計画の分野別施策の中に、「拠点となる商店街の維持及び賑わいの創出」「空洞化が進む中心市街地及び商店街の活性化」などが重点施策として掲げられているほか、中小企業及び小規模事業者の経営安定化対策の推進などを継続施策事業として実施することとしている。

また、雇用創出における重点施策としては、現在、創業支援事業として江差町・江差商工会・道南うみ街信用金庫本店の3者が連携実施しているワンストップ窓口相談事業等を継続実施することとしていることから、当会としても域内小規模事業者の増加と持続的発展に繋がる企業支援に取り組むことで、江差町と歩調を合わせた支援が可能となる。

### ③商工会としての役割

当会としては、第6次江差町総合計画における商工業者の重点施策と継続施策の取り組むべき方向性から、経営発達支援事業における小規模事業者に寄り添った伴走型支援を強化し、江差町と情報共有を図りながら第6次総合計画と連動した企業支援を実施する。

加えて、地域資源を活用した域内の小規模事業者支援を行うことで、交流人口や関係人口を拡大させ、就業や雇用の機会を確保し、歴史、文化、自然などの地域資源の積極的な活用により地域外の経済の取り込みを行いながら、活力と賑わいのあるまちづくり形成の一役を担う。

### **(3) 経営発達支援事業の目標**

江差町における総合計画の方向性や、当会がこれまで取り組んできた経営発達支援事業による小規模事業者支援を通して、今後、5年間については地域資源を活用し、特に「観光」を基軸とした小規模事業者支援に注力することで周辺業種へ経済効果を波及させ、加えて、新たな経済の担い手となる創業者の増加に取り組むことで、地域経済の持続的発展と江差町のまちづくりに寄与することを目指す。

#### **①地域資源を活用した新商品開発による売上増加**

江差町の地域資源活用による新商品開発及び販売促進などの強化により、売上増加率については、前年比3%以上を5年間維持することを目標とする。

【目標数値：売上増加率3%】

#### **②新規創業者・事業承継予定者等の創出による市街地及び商店街の活性化**

新規創業者等を創出することで、小規模事業者数の減少を抑制すると共に、併せて地域内の経営者の高齢化が進んでいることから、商業機能を維持していくための事業承継への支援により、空洞化が進む中心市街地及び商店街の活性化に繋げる。

【目標件数：創業2件以上／年・事業承継1件以上】

## 2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

### ①地域資源を活用した新商品開発による売上増加

新型コロナウイルス感染拡大の影響を跳ね返すべく、地域資源を活用し、特に「観光」を基軸とした小規模事業者個々の事業計画に沿った取組を支援することで、域内の周辺業種へ経済効果を波及させる。具体的にはヒアリング等の現状把握により課題を抽出し、事業計画を策定することで取組内容を明確化し、売上増加率3%以上、向上に繋がる取組を行う。

### ②新規創業者・事業承継予定者等の創出による市街地及び商店街の活性化

当町が地域を維持するためには転入を促進することが最も重要であり、地元で雇用がなければならぬことから、町と連携を図りながら、新規創業等により商店街の新たな魅力創出に取り組むことでまちに人を呼び込み、定住人口・交流人口の促進に寄与する。

また、地域内の経営者の高齢化が進んでいることから、商業機能を維持していくための事業承継予定者への支援により、空洞化が進む中心市街地及び商店街の活性化に繋げる。

## 3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状（第1期）と課題

第1期における取組では、次の3つの事業を実施し、それぞれ成果や課題が見つかったため、それらに対応するべく取組方針を掲げて実施していく。

### ①統計調査・金融機関等が発表している景気動向調査の収集と分析提供

全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査や、日本政策金融公庫の全国中小企業月次動向調査、地域金融機関の営業地区内の景気動向調査等を活用したことは地域の経済動向を把握する上で有効であった。しかしながら、対象データが広範囲で小規模事業者が必要とするデータと少し乖離があったことから、今後は小規模事業者が興味を持てる身近な情報の提供を行っていくことで、円滑な事業計画策定支援等に繋げていく。

### ②地域内消費動向調査の実施

第1期では買物動向調査結果や、過年度に実施した「調査事業等」を整理分析し、小規模事業者へ情報提供を行った。有効活用がある一方で、データの活用方法が分からないなどの事業者が見られたことから、第2期では小規模事業者に地域や自社を取り巻く内部・外部の経営環境を把握してもらうため「地域経済分析システム（RESAS）」を活用して地域の経済動向を総合的に分析し、経営判断の基礎資料として使用して頂くことで事業計画策定支援等に反映する。

### ③情報交換会の開催による情報収集

第1期では、地域金融機関の道南うみ街信用金庫本店融資担当者及び地元会計事務所専務取締役との定期情報交換を上期・下期の年2回実施し、域内の景気動向や企業情報等について情報交換を行った。

各企業の踏み込んだ情報については制限があるものの、地域の経済・消費動向等を把握出来ることや、連携機関との情報交換会を開催することで、業務の円滑化に結び付けることが出来

たことから継続実施して行く。

## (2) 目標

	現状	R3	R4	R5	R6	R7
①地域の小規模事業者の経営実態調査の公表回数	未実施	1	0	1	0	1
②地域の経済動向分析の公表回数	未実施	1	1	1	1	1
③情報交換会の開催回数	2	2	2	2	2	2

## (3) 事業内容

### ① 町内小規模事業者の経営実態調査

町内小規模事業者の経営状況及び動向を的確に把握し、整理・分析提供することで身近なデータとして興味を持ってもらい、機会、脅威の外部環境を把握し、事業計画策定等に活用する。具体的には、アンケート調査を2年に1回郵送により実施し、域内の小規模事業者が抱える課題や、地域の経済動向を把握することで、事業計画策定や経営相談に資する情報の集約と可視化を実現する。

調査項目	売上、採算、仕入、販売単価、資金繰り、雇用動向、景況判断等
調査方法	当会職員が巡回指導時にアンケート調査を行う。
対象事業者	小規模事業者 30社/年 (卸・小売10社、サービス10社、建設：5社、製造その他：5社)
分析方法	商工会職員が全体、業種毎等に集計・分析する。
提供方法	商工会ホームページ等で公表する。

### ② 国等が提供するビッグデータの活用

小規模事業者を取り巻く内部・外部の経営環境を分析するため、「地域経済分析システム (RESAS)」を活用して地域の経済動向分析を行い、下記の分析結果を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。また、分析結果はホームページ等で公開する。

分析項目	分析内容
地域経済循環マップ	地域における生産、分配、支出の流れや影響度を分析する。
産業構造マップ	業種別の稼ぐ力を分析する。
観光マップ	訪問客の動線や消費動向を分析する。

### ③ 情報交換会の開催による情報収集

地域金融機関の道南うみ街信用金庫本店融資担当者及び地元会計事務所専務取締役との情報交換会を継続実施することで、地域の経済・消費動向等を把握できることや、

連携機関相互の業務の円滑化に結び付けることが出来ることから、上期と下期の2回／年を目標とし、継続実施する。

#### (4) 成果の活用

調査結果については、経営状況の分析及び事業計画策定の際の基礎資料とし、巡回訪問時などに参考資料として活用するほか、当会ホームページへ掲載することで、域内小規模事業者に広く周知し活用を図る。

### 3-2. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状（第1期）と課題

第1期で取組を行った事業内容・課題等については、下記のとおりであり、いずれも調査内容が広範囲で事業者が上手く活用できたとは言い難く、第2期では、消費者のニーズを把握するための「個別アンケート調査」等を実施することで、事業者の商品・サービス等の磨き上げと販路拡大に繋げるための需要動向調査を実施する。

内容	課題
①商店街ニーズアンケート調査結果の活用 平成26年度に実施した商店街ニーズ調査結果を、巡回訪問時に情報提供し、事業計画策定に活用。	商店街ニーズから更に深化した各商店の商品・サービスの需要動向が必要。
②買い物動向調査の実施 アンケート調査により、町内の消費者意識を把握し、事業計画策定に活用・小規模事業者へ情報提供。	データの活用方法が分からないなどの事業者が見受けられた。
③各種消費動向調査情報の収集、分析及び提供 各関係機関から提供される需要動向調査資料を四半期毎に巡回訪問時やホームページで情報提供。	対象データが広範囲で小規模事業者が活用しづらい。

#### (2) 目標

	現状	R3	R4	R5	R6	R7
来場者アンケート調査事業者数	未実施	2	2	2	2	2
来場者アンケート調査回数	未実施	2	2	2	2	2
個店調査調査事業者数	未実施	2	2	3	3	4
個店調査調査回数	未実施	2	2	3	3	4

#### (2) 事業内容

##### ① 展示会でのアンケート調査

経営分析・事業計画を策定した小規模事業者で、地域資源活用等の商品・サービスを取り扱う事業者が、販路拡大を目的に北海道商工会連合会が主催する「北の味覚、再発見!!」等へ出展した際に、来場者（バイヤー・消費者）アンケートを実施する。

また、販路拡大へ結び付けるため、アンケート結果を分析後、出展者へフィードバック

クすることにより、事業計画のブラッシュアップに繋げる。

目的	展示会等でのアンケート調査から小規模事業者の「売れる商品・サービス」など販路拡大に役立つ情報収集を行う。
調査方法	出展時にバイヤー、来場者（消費者等）に試食、試用をお勧めするとともに、聞き取り調査に協力を依頼する。
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・回答者属性、性別、年齢、居住地</li> <li>・価格、品質・味・量、パッケージデザイン</li> <li>・購入や利用のしやすさ</li> <li>・商品、サービスに対するイメージ</li> <li>・用途・目的（贈答用、私用等）</li> <li>・商品に対する改善点、要望等</li> <li>・バイヤーのみの調査事項（商品への興味、助言、取引条件等）</li> </ul>
分析と活用方法	分析は、専門家の意見を聴きつつ経営指導員が行い、事業者にフィードバックする。また、結果をもとに事業計画や販促計画を見直しながら、商品・サービス等の改良を行い、新たな需要開拓事業の取組に活用する。

## ② 顧客満足度向上のための個店調査

第1期で実施した買い物動向調査や、各種消費動向調査では、活用できるデータが広範囲であったため、第2期目では、個店ごとの商品・サービスに対する調査を行うことにより、事業者が身近で分かりやすいデータを収集する。

具体的には、飲食店、小売店等を中心とした小規模事業者を対象に自店の来店客に対し、人気メニューや売れ筋商品等について「アンケート調査」を実施し、商工会職員が集計、分析した結果を当該事業者へフィードバックすることで、事業計画の策定及び見直しにより商品等の改善・改良に活用する。

目的	個別調査により、結果を当該事業者へフィードバックすることで、改善・改良の行動変容を促すとともに、事業計画の策定及び見直しに活用する。
調査方法	商工会職員がアンケートシートを作成し、店頭設置等により個店調査を実施する。サンプル数については30名程度として、商工会職員が集計、分析を行う。
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・回答者属性、性別、年齢、居住地</li> <li>・価格、品質・味・量、パッケージデザイン</li> <li>・購入や利用のしやすさ</li> <li>・商品、サービスに対するイメージ</li> <li>・用途・目的（贈答用、私用等）</li> <li>・商品に対する改善点、要望等</li> </ul>
活用方法	商工会職員が巡回指導時に個社にフィードバックし、事業計画策定及び見直しにより商品等の改善・改良に活用する。

#### 4. 経営状況の分析に関すること

##### (1) 現状（第1期）と課題

第1期の計画期間において、ヒアリングシートをマニュアル化し、巡回指導等で四半期毎にヒアリングシートを作成した上で財務分析支援を行った。これにより、小規模事業者の基礎情報や隠れた問題点、悩みなどを統一したかたちで把握することが出来た。

今後は、小規模事業者の内部・外部環境の分析等をローカルベンチマーク等の分析ツールを活用し支援を行うと共に、外部専門家等の意見を取り入れながら第1期計画よりステップアップさせた経営分析支援を行うことで、より効果的な事業者支援へと繋げたい。

また、小規模事業者の高齢化に伴う経営意欲の減退などが見受けられているが、経営分析の必要性を、巡回指導等を通してこれまで以上に粘り強く訴えていくことで、円滑な事業計画策定支援とそのフォローに結び付ける。

##### (2) 目標

	現状	R3	R4	R5	R6	R7
財務分析・非財務分析の実施件数	11	15	15	15	15	15
計	11	15	15	15	15	15

##### (3) 事業内容

###### ① 経営分析の充実

「マル経融資」等を受けた金融支援先や「小規模事業者持続化補助金」等の施策活用支援先、「事業承継診断ヒアリングシート」の結果により事業承継を検討している事業者のほか、巡回訪問において支援重要度の高い事業者などを柔軟に選定し、ローカルベンチマーク（経済産業省）を活用しながら、経営指導員等が外部専門家と連携した経営分析支援を行う。

定量分析項目	売上増加率、営業利益率、労働生産性、EBITDA 有利子負債倍率、営業運転資本回転期間、自己資本比率
定性分析項目	業務フロー（バリューチェーン）、商流、経営者属性、内部環境、外部環境
分析手法	ローカルベンチマーク（経済産業省）を活用し、経営指導員等が必要に応じて専門家と連携して分析を行う。
提供方法	経営指導員等が巡回指導時に個社提供し説明する。

##### (4) 成果の活用

経営分析結果は、支援先事業者へフィードバックし、販路拡大の取組や施策活用等の事業計画策定支援に活用するほか、当会職員間で共有することで、支援体制の向上を図り、円滑なチーム支援に繋げる。

## 5. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状（第1期）と課題

これまでの支援は、マル経融資等の金融支援先や、小規模事業者持続化補助金等の施策活用を行った支援先などを中心に事業計画策定支援を実施した。

また、創業者・第二創業者向けのセミナーを年1回開催してきたが、参加者はあるものの十分な成果には繋がらなかった。依然として、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、第2期は改善した上で実施する。

### (2) 支援に対する考え方

域内小規模事業者に対し、事業者の売上増加に結び付けるための地域資源を活用した新商品開発に係る事業計画策定セミナー等を開催する。なお、セミナーのカリキュラムには、創業者・事業承継予定者向けの内容を一部盛り込むことなどを勘案しながら実施する。

また、上記で経営分析を行った事業者に対し、事業計画の必要性を説き、理解度を高め、事業計画策定へと繋げ、必要に応じて伴走型支援事業等の専門家派遣制度を活用しながらきめ細かな支援を実施する。

### (3) 目標

	現状	R3	R4	R5	R6	R7
セミナー開催回数	1	1	1	1	1	1
事業計画策定件数	10	15	15	15	15	15
創業計画策定件数	未実施	2	2	2	2	2
事業承継計画策定件数	未実施	1	1	1	1	1

### (4) 事業内容

#### ① 事業計画策定セミナーの開催

募集方法	当会職員による巡回等での掘り起こしや、江差町広報誌、当会SNS等掲載、商工会だより等により域内小規模事業者へ広く周知する。
カリキュラム	事業計画策定の必要性、留意点など
回数	年1回
参加者数	15名×1回

#### ② 事業計画の策定支援

支援対象	経営分析を行い将来に向けて事業意欲がある事業者
手段・手法	事業計画策定セミナー受講者等を対象として、各事業者の事業計画策定が円滑に進むよう、経営指導員等が担当制で張

	<p>り付き、支援を行う。 また、必要に応じて伴走型補助事業等の専門家派遣制度を活用したきめ細かな支援を行う。</p>
--	---

### ③ 創業・事業承継計画の策定支援

支援対象	<p>創業に向けて意欲がある事業者または将来事業承継を検討している事業者。 江差町が産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」の認定を受けていることから、連携先である地元金融機関等と協力しながら支援対象者の掘り起こしを行う。</p>
手段・手法	<p>創業予定者については、江差町創業支援事業の活用を促しながら業務フロー、商流、経営者属性、内部環境、外部環境等の定性分析の精査を行い、収支計画と合わせて実現性の高い創業計画策定支援を行う。 事業承継予定者については、関係支援機関と連携を図りながら既存事業の取組内容の確認と事業承継後の事業展開の妥当等について分析を行いながら事業承継計画の策定を行う。 いずれも事業計画策定が円滑に進むよう、経営指導員等が担当制で張り付き支援を行う。 また、必要に応じて伴走型補助事業等の専門家派遣制度を活用したきめ細かな支援を行う。</p>

#### (5) 期待される成果

コロナ禍の厳しい環境を跳ね返すべく、事業の棚卸しを行いながら、新たな取組を実行することで、事業の再構築及び事業の持続的発展に繋げることが期待出来る。

## 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状（第1期）と課題

第1期では、事業計画策定支援を実施した事業者に対し、適切なタイミングでのフォローアップや、進捗状況確認等が出来たとは言い難く、今後は小規模事業者の進捗状況に応じた支援を計画的に実施することで、計画した事業の成功率を高める支援を実施する必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、事業の進捗状況等により、巡回訪問回数の設定を行い、計画的なフォローアップを実施する。

また、遅延が発生した場合には、原因究明と解決策の提案を速やかに行い、必要に応じて専門家の助言等により早期に事業の軌道修正を行うなどPDCAサイクルを基本とした事業者支援を実施する。

### (3) 目標

#### ①通常の事業計画策定支援先

	現状	R3	R4	R5	R6	R7
フォローアップ 対象事業者数	10	15	15	15	15	15
頻度（延回数）	46	90	90	90	90	90
売上増加事業者数	3	5	5	5	5	5
売上増加率3% 向上の事業者数	3	5	5	5	5	5

#### ②創業・事業承継計画策定支援先

	現状	R3	R4	R5	R6	R7
フォローアップ 対象事業者数	未実施	3	3	3	3	3
頻度（延回数）	未実施	18	18	18	18	18

### (4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を支援対象とし、小規模事業者の進捗状況に応じた支援を計画的に実施する。また、1事業者あたり原則的な支援実施頻度を四半期（3か月）に1回（年間4回）として、進捗状況により下表の通り支援頻度を設定する。

	事業計画の進捗状況	支援頻度
通常の事業計画策定事業者	計画が順調な事業者	6か月に1回とする（年間2回）
	計画どおりであるが目標に達していない事業者	3か月に1回とする（年間4回） ※必要に応じて外部専門家を活用する。
	計画に遅延が発生した事業者	早期に支援を講じて、最低限2か月に1回巡回訪問し、原因究明と打開策の立案・実施を行う。（年間6回） ※必要に応じて外部専門家を活用する。
創業・事業承継策定事業者	集中支援が有効な事業者	短期間に支援を行うことで事業の成功率を高める（2ヶ月に1回） ※必要に応じて外部専門家を活用する。

### (5) 期待される成果

事業計画策定後のフォローアップ支援により、事業者が抱える課題を早期に発見し、必要な対策を講じることで、計画した事業の成功率を高めることが期待出来る。

## 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状(第1期)と課題

第1期では、小規模事業者が行う新商品の開発や、既存商品の磨き上げ等の支援をセミナー開催や、専門家・支援機関等と連携したかたちで実施した。

しかしながら、それらの商品等を積極的にブラッシュアップし、域内外へ計画的に売り込む機会を設けていないなどの課題があった。

また、ITを活用した販売促進については、支援対象者の絞り込みや、有効な支援が出来ずにいたことから、第2期については、セミナーを開催し、ITコーディネーター等の専門家と連携しながら、効果的な販売促進に繋がるPR方法・操作技術等の習得を行い、あらゆるジャンルの商品を積極的に広くPRしていくことが望まれる。

加えて、現在のコロナ禍において大きな影響を受けている飲食業・宿泊業を中心とした小規模事業者に対し、早期支援が必要であり、当町の観光関連事業者の業績回復と経営の安定化が急務となっている。

### (2) 支援の考え方

小規模事業者の新商品や既存商品の磨き上げを行い、自社の逸品を広く周知しながら、新規顧客獲得を目指すため、商談会・展示会へ出展参加する。

また、ホームページ等のIT活用や、広告媒体等による域内外への情報発信により、小規模事業者の取扱商品、サービス内容等について積極的にPRすることで、新たな需要開拓の機会を創出する。

### (3) 目標

	現状	R3	R4	R5	R6	R7
①商談会・展示会 出展件数/社	—	2	2	2	2	2
①成約件数/社	—	2	2	2	2	2
②IT活用セミナー 開催回数/年	—	1	1	1	1	1
②IT活用支援者数 (グーペ等)	—	2	2	2	2	2
②IT活用による 売上増加率(%)	—	2	2	2	2	2
③共同広告事業 実施回数/年	—	1	1	1	1	1
③共同広告事業 売上増加率(%)	—	3	3	3	3	3

### (4) 事業内容

#### ① 新たな需要の開拓のため商談会への出展支援(BtoB)

北海道商工会連合会やその他支援機関が実施する商談会へ出展し、取引先の獲得に向けた支援を行う。出展にあたっては、事前支援として経営指導員がバイヤーへの対応方法の説明やPR資料の作成、商品提案書等の作成について支援し、事後支援としてはバイヤーからの意見等を集約し、商品をブラッシュアップするための資料として活用する。

また、支援にあたって、専門的な知識を有する案件が生じた場合については専門家を派遣し、販路拡大に繋がる支援に取り組む。

なお、支援対象者としては、地域資源等を活用した事業者とし、菓子製造業、食品加工製造業、食品小売業者等々を選定し出展する。

#### ■出展目標とする主な商談会・展示会（BtoB）

催事名	内容
北の味覚、再発見！！	主 催：北海道商工会連合会主催 来場者：出展者約 50 社、バイヤー約 80 社 160 名 場 所：札幌市 概 要：新たな特産品の開発や販路拡大を目的とした展示・商談会。地域特産品等や自慢の逸品、新商品等が多く出展される。アンケート調査を実施し、その後は出展者へフィードバックする。
北海道産品取引商談会 (札幌会場)	主 催：(一社)北海道貿易物産振興会 来場者：出展者約 350 社、来場者約 1,600 名 場 所：札幌市 概 要：道内外の流通バイヤーと食品を中心とする道内製造業者との取引商談会。道内外の百貨店、スーパー、卸問屋、外食関係バイヤー等が来場するため、道内外に向けた販路開拓が期待出来る。

#### ② ホームページ等の IT 活用による販路開拓支援（BtoC）

コロナ禍の影響により対面販売等が難しい状況となっている中、IT を活用した販売戦略は有効手段の一つであることから、全国商工会連合会が提供する「グーペ」等を活用して自店のホームページを作成し、取扱商品、サービス内容等について域内外へ積極的に PR することで新たな需要開拓の機会を創出する。

また、作成にあたっては、セミナーを開催し、IT コーディネーター等と連携して事業者自らが更新できるように支援を行う。

なお、支援対象については、地域資源を活用しながら事業計画を策定して販路拡大に取り組む事業者を中心に支援する。ただし、Web 上で自社製品等を PR 出来ることから、全業種の小規模事業者を対象とする。

#### ③ 共同広告による需要開拓支援（BtoC）

新型コロナウイルス感染拡大の影響を跳ね返すべく、江差町経済動向調査結果により影響の大きい飲食業、宿泊業・小売業等の観光関連業種を中心とした小規模事業者の共同による広告媒体を活用した支援を行う。

広告媒体には、自社の取扱い商品やサービス等の情報を掲載し、交流人口の増加を図りながら域内外からの需要を取り込むことで、小規模事業者の売上増加に結び付ける。

#### (5) 期待される効果

商談会・展示会に参加することにより、新たな販路開拓による売上増加が期待できるほか、小規模事業者の商品に対する評価を把握することにより、商品のブラッシュアップに繋げることが出来る。

併せて、商談会出席に関するノウハウを習得すると共に、他の事業者へのノウハウの情報共有による商談会出展への裾野を広げることも期待出来る。

また、IT活用による販路開拓支援については、自店のホームページを作成し、取扱商品、サービス内容等について域内外へ積極的にPRすることで、新たな需要開拓の機会を創出することが可能となる。

加えて、共同広告による需要開拓支援を行うことは、掲載事業者の相乗効果なども得られ、小規模事業者の売上増加と交流人口の拡大が期待出来る。

併せて、コロナ禍において、気持ちが沈みがちな小規模事業者の事業継続等のモチベーションを高めることが期待出来るほか、周辺業種への経済波及効果なども期待出来る。

## 8. 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

### (1) 現状(第1期)と課題

経営発達支援事業の成果・評価・見直しについては、「経営発達支援事業評価委員会」を設置し、年1回開催している。

また、評価結果については、総会にて承認を得ているほか、当会HPに掲載し、広く周知を行っている。

第2期では、上期と下期の2回の開催とし、半期に1回修正ポイントを設けることで、PDCAサイクルによる事業検証を行い、取組内容の質の向上に繋げていく。

### (2) 事業内容

#### ① 経営発達支援事業評価委員会による評価

第1期に引き続き外部有識者による評価委員会を設置し、半期ごとに経営発達支援事業の進捗状況等の評価を行う。

委員会の構成員は、江差町産業振興課担当者、商工会事務局長、法定経営指導員とし、加えて外部の評価委員として檜山振興局商工労働観光課長、江差観光コンベンション協会会長、西野会計㈱江差事業部長とする。

評価については、事業評価シートを使用し、定量的に管理・把握しながら実施する。

#### ② 評価結果の公表

評価委員会の評価結果は、当会理事会に報告した上で、事業実施方針等に反映させるとともに、当会HPに掲載することで、域内小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

## 9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状(第1期)と課題

第1期において、北海道商工会連合会や中小機構が実施する職員研修に積極的に参加し、経営指導員のみならず、補助員や記帳専任職員個々のスキル向上が図られた。

また、経営指導員1名については、全国商工会連合会の経営支援マネージャーの認定を受けている。

今後の課題としては、研修等により各職員のスキル向上を図りながら、組織として課題解決能力の底上げを行うことが課題である。

### (2) 取組方針

各職員が研修等により習得した知識や、支援業務における経験、事例を組織として蓄積・共有化するため、定期的(月1回)な職員ミーティングにおいて対応していく。

### (3) 事業内容

#### ① 外部研修の積極的活用

引き続き、北海道商工会連合会や中小機構が実施する職員研修に積極的に参加するとともに、他の支援機関や関係団体、民間企業が行う無料のセミナー、さらにはeラーニングを活用した自習等を積極的に推進する。

## ② 支援ノウハウの共有

経験豊富な職員から若手職員へのスキルの移転を行う。また、各職員が携わった成功事例・失敗体験について、定例の職員会議において共有する時間を設けるとともに、小規模事業者個々の支援案件については、商工会基幹システムの経営カルテによりデータベース化を行い、組織全体としての問題解決能力の向上を図る。

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

### (1) 現状(第1期)と課題

第1期では、当会主催の金融機関・民間支援機関との情報交換会を開催し、地域内の景気動向等についての情報共有を図り、支援力向上に繋げるための取組を行った。

また、日本政策金融公庫函館支店主催のマル経協議会への出席や、北海道商工会連合会が主催する会議、江差町が主催する創業支援事業計画担当者会議等に参加したことで、各地域の具体的な支援事例についての情報収集や、小規模事業者支援に必要な支援ノウハウの向上に繋がった。

今後も行政や支援機関等と定期的に情報交換を行い、連携を深めることで本事業の円滑な実施に向けた取組に繋げる。

### (2) 取組方針

各支援機関との連携により、情報共有を図りながら円滑な業務遂行を目指し、小規模事業者支援に繋げる。

### (3) 事業内容

#### ① 金融機関・民間支援機関との情報交換(年2回)

江差商工会、道南うみ街信用金庫本店、西野会計(株)江差事業部による現況報告を含む、町内の金融経済情勢や、注目すべき業界動向に関する情報交換を定期的に行い、連携促進を図る。

#### ② 経営改善資金推薦団体連絡協議会(マル経協議会)への出席(年2回)

日本政策金融公庫函館支店が主催するマル経協議会にて、全国或いは道内の金融情勢を把握し、金融支援及び渡島・檜山管内各商工会地域の経済動向等について情報交換を行う。

また、各地域での取組や支援事例等をもとに、事業計画策定やフォローアップ支援における課題解決手法などの支援ノウハウについて情報交換し、より一層の支援能力の向上を図る。

#### ③ 江差町中小企業融資懇談会への出席(年1回)

江差町が主催する北洋銀行江差支店、道南うみ街信用金庫本店、江差町、江差商工会の4者で毎年1回開催される融資懇談会に参加し、制度運用状況や内容充実を図るため金融支援におけるポイント等について情報収集し、町内の小規模事業者支援に繋げる。

#### ④ 創業支援事業計画担当者会議への出席(年1回)

江差商工会、道南うみ街信用金庫本店、江差町の3者で毎年1回開催される創業支援

事業計画担当者会議に出席することで、創業予定者（事業承継含む）や第二創業予定者に対する支援強化と体制整備を図り、段階に応じたきめ細かなサポートに向けた取り組み等について情報交換等を行うことで、域内小規模事業者の円滑な創業支援に繋げる。

## 1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### (1) 現状（第1期）と課題

第1期では、江差町の地域資源を活用した賑わい創出に取り組む協議会として、江差町観光まちづくり協議会があり、当会役員が構成員として参画していることから、この協議会を通じて「地域資源（歴史・文化）を活用した賑わいの創出事業」について意見具申を行ってきた。

また、商工会が事務局として年間の事業運営を行っている追分カードえさし会主催による「ポイントカード事業の推進・拡充」を目指し、ポイント発行増額等に繋げるための側面的な支援を行った。

今後も2つの取組を強化・拡充させることで、小規模事業者への売上貢献度を高めて地域の活性化に繋げることを目標に事業を実施する。

### (2) 事業内容

#### ①「江差町観光まちづくり協議会」への参画

江差町観光まちづくり協議会は、観光地域づくり推進主体である一般社団法人北海道江差観光みらい機構を中心に、関係団体・企業等との連携のもと、江差町が平成29年4月に認定となった「日本遺産」や「日本で最も美しい村連合」といったブランド力を活かしながら、江差町の強みである歴史・文化とともに発展していける地域づくりを観光の側面から推進し、構成員及び関係者と協働により、観光地域づくりのための助言や提案、役割分担を行うこととなっている。

主な事業概要としては、「地場製品の販路拡大」「積極的な情報発信」「体験観光の推進」などの事業の方向性が示されており、地場産品・地域資源を活用した販路拡大や、ITを活用したネット販売に向けた検討なども行うこととなっている。

このことは、当会の地域資源活用による取り組みや、ITを活用した販路拡大の取り組みに合致していることから、引き続き協議会へ参画し、意見を具申することで、当町の地域活性化と観光振興の一役を担う。

#### ②「ポイントカード事業の推進・強化」

当町ポイントカード事業は実施から15年を迎えており、町内及び近隣町に多くの利用者を有しているが、人口減少や利用者の高齢化により、ポイントカードによる売上が減少傾向にある。

消費動向調査によると追分カードの利用状況は、「よく利用する」57.7%「たまに利用する」35.8%と回答した方が全体の93.5%にのぼり、十分に定着していることから、ポイントカード事業の更なる推進・強化により、小規模事業者支援へと繋げることが期待出来る。

しかしながら、ポイント付与の機器が老朽化のため、キャッシュレス化やICカード事業へのシステム変更の検討が課題となっている。

町民に浸透した現状システムを変更することで、消費者や事業主の高齢により使いにくくなることが懸念されるが、江差町内の大多数が追分カードユーザーであることから、新たな機能を持ったシステムへ移行することで、大きな消費効果に発展することも考えられることから、今後は、商工会として江差町と連携を図りながら、追分カードえさし会によるポイントカード事業の支援を推進・強化することで、地域経済の活性化に寄与する。

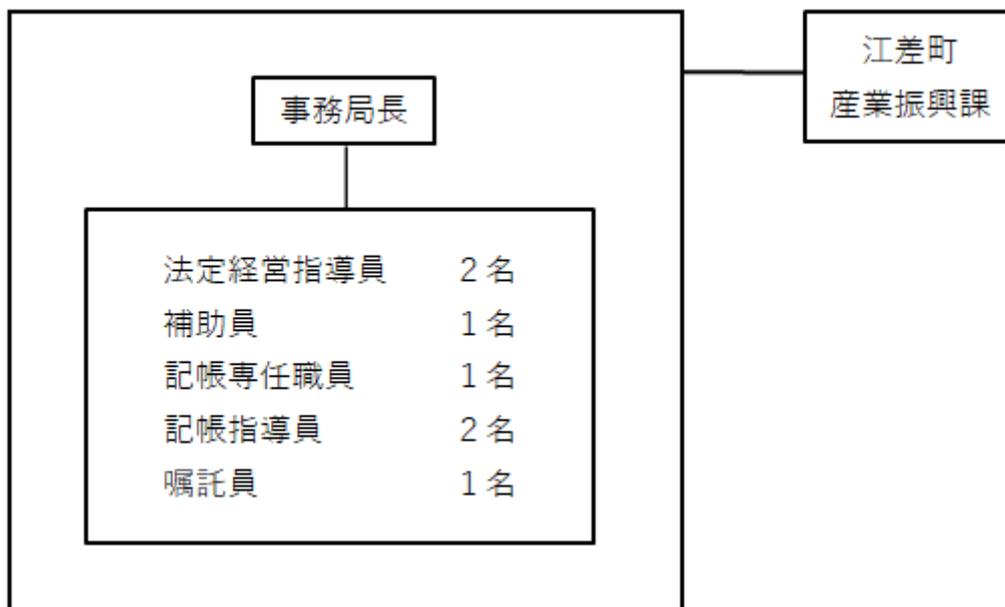
(別表2)

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

(令和2年11月現在)

**(1) 実施体制 (商工会の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会と関係市町村の共同体制)**



**(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制**

①法定経営指導員の氏名/連絡先

■氏名：若山 聡志  
竹田 直人

■連絡先：江差商工会 TEL. 0139-52-0531

②当該経営指導員による情報の提供及び助言 (手段、頻度等)

- ・経営発達支援事業の実施に係る助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価、見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

**(3) 商工会、関係市町村連絡先**

①江差商工会

〒043-0044

北海道檜山郡江差町字橋本町 85 番地 TEL : 0139-52-0531 FAX : 0139-52-4704

②江差町産業振興課商工係

〒043-8560

北海道檜山郡江差町字中歌町 193-1 TEL : 0139-52-1020 FAX : 0139-52-0234

(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)

	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
必要な資金の額	2,440	2,440	2,440	2,440	2,440
専門家派遣費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
セミナー開催費	140	140	140	140	140
通信運搬費	100	100	100	100	100
共同広告事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入・国補助金・道補助金・町補助金等により行う。

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等