

「取り組むべき視点」に対する事業案

②若者に魅力のある環境づくりや地元定着、生産性向上による人手不足への対応

No.	事業名	事業内容	補足
就業支援			
①	合同企業説明会（新規高校卒業予定者）	7月12日に行われた合同企業説明会は16企業の参加であったが、まだまだ多くの企業が参加して行った方が良いため、合同企業説明会の参加企業を増やす。	合同企業説明会は小樽市雇用促進協会の主催で年2回開催しており、高校生と地元企業が直接接することのできる貴重な場となっている。会員企業が優先して参加しているが、参加企業数は例年であれば24社程度としているが、今回は新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から17社とした。（当日1社キャンセルがあったため実際は16社参加） また、市内企業と若者のマッチング機会を充実させるため、令和元年度から、市内高校、札幌圏の大学、大学校及び専門学校に在籍する生徒及び学生を対象に、企業が高校や大学等へ出向く「出前企業説明会」を実施。令和2年度は3回実施（3校14社）。
②	港湾関連企業現場見学会及びセミナー、インターンシップ	産業・経済を物流面から支える日本海側の拠点港としての小樽港における「原料輸入、保管、荷主企業への輸送、消費者へ届くまで」のサプライチェーンの見学及びセミナーを通じて物流の重要性や社会的意義などの理解浸透を図る。 港湾関連企業・行政機関等が連携し、コンテナターミナル等での荷役作業やサイロ・倉庫の見学やセミナー実施。 輸出入の貿易実務、港湾作業などインターンシップを実施。	少人数での生徒の希望職種にあわせ市内企業における職場体験を実施している。令和2年度は15事業所（全20回）での開催を設定し、市内4校、延べ8名の生徒が7事業所でのインターンシップに参加した。 令和2年度の参加企業の業種は小売・サービス・建設・福祉・運輸業。
③	就職希望者と市内企業者とのマッチング事業	市内での就職希望者に対して、実際に市内の企業で期間を決めて働いてもらうシステムを行う。	
④	高校生、大学生に向けたインターン+小樽居住生活体験【事務局案】	市内の高校生、大学生はもとより、市外の高校生以上の学生も対象に、市内企業にインターン受入れをしていただき、おむね1～2週間程度（夏休み等の長期休暇期間など。希望があれば長期の受入れも視野にいれる。）の小樽暮らしを体験してもらう。	小樽へ「移住」・「起業」することを希望している方を対象に小樽に関する研修や空き物件等の視察、先輩移住者や移住して起業された方との交流などを行い、小樽への移住・起業について検討いただくとともに、冬の小樽を体験できるツアーを例年2月に実施（新型コロナウイルス感染拡大前）。 テレワークモニターを募集し、宿泊費を補助する「おたるちよつと暮らし」を実施予定。（新型コロナウイルス感染拡大により募集停止中）
⑤	女性復職支援制度【事務局案】	<ul style="list-style-type: none"> ・生産年齢人口の減少する中、労働力確保のためにも、就業経験のある女性が継続して働くことが望ましい。 ・出産・育児に対して育休制度等が整備されていても、女性の復職には、家族、同僚の理解と協力が必要で、活用されていないケースもある。 ・女性の復職の実績があるということが、制度が形骸化しておらず、活用されている証になる。 ・育児などによる家庭と仕事を両立する先輩女性職員がいることで、若い女性にとってもアピールポイントになる。 ・当該企業で就業経験のある女性職員の復職を後押しすることで、人材確保の一助となる。 ・また、女性に優しい企業が増えることにより、女性従業員の増加が見込まれ、結婚を機とした転出の抑制につながることを期待できる。 ・これらのことから、女性の復職した実績に対して奨励金を支給する。 	
⑥	学生アルバイト優先雇用	札幌を中心に転勤や新入学などで年間4万人前後が移動すると言われているため、そういう人をターゲットとし、学生アルバイトを優先雇用する仕組みを作る	

No.	事業名	事業内容	補足
人材育成			
①	おたるスペシャリスト養成事業	他都市から若者を集めて、「水産加工品」「ガラス」「食」のスペシャリストを養成する学校の創設、又は市内企業で就業した際にかかる経費の一部を市で負担する。定住してもらうのが望ましいが、全国・全世界の若者に小樽市の良さと小樽ならではの「技術」や「伝統」に触れてもらい、ここにしかない宝をアピールすること、さらには家賃や固定費の減免など、行政と企業の努力を重ねることで、他都市の若者の定住、そして地元の若者の定住を目指す。	
②	若い従業員の技能検定支援 【事務局案】	若手社員の技能向上のため研修やセミナーを受ける際の受講料を補助し、若者に魅力ある職場環境を作る。	
デジタル化			
①	現行の人手による作業をデジタル化することで創出する稼働効果を生産力に	現行業務における手作業工程の中で、定型反復作業をロボット化・デジタル化が可能になればその効率化した稼働力を生産側にシフトできる。	経済産業省では、中小企業・小規模事業者が自社の課題やニーズに合ったITツールを導入する経費の一部を補助するIT補助金（30万円～450万円）を実施している。
②	デジタルツール導入に関する支援事業 【事務局案】	ITコンサル等によるセミナー（デジタルツールの活用事例等の紹介）を開催し、その後、個別の相談会を開催。よろず支援拠点を活用し、市内事業者のデジタル化を目指す。	
③	IT人材関連支援事業 【事務局案】	IT技術活用による生産性向上を目指すため、AI,IoTを活用できる人材の派遣を支援する事業。（専門家派遣により、どこをIT化するか助言等）	
情報発信			
①	都市型観光	未来に向けての観光産業を中心に一次産業、製造業、サービス業を含めた都市型観光を目指す小樽の明るいメッセージの発信（特に若者向け）	本年7月に「北海道の『心臓』と呼ばれたまち・小樽～「民の力」で創られ蘇った北の商都」が日本遺産（地域型）の候補地域に認定されたことから、これまでに認定を受けた二つのシリアル型日本遺産とともに、日本遺産を活用した観光振興に向けた取組を進めている。 ※日本遺産には以下の2種類がある。 ・地域型：単一の市町村内でストーリーが完結 ・シリアル型：複数の市町村にまたがってストーリーを展開 ①荒波を超えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落 ②本邦国策を北海道に観よ！～北の産業革命「炭鉄港」
②	優位性のアピール	国内、道内での海、鉄道、歴史遺産、比較的少ない自然災害、海の幸や山の幸、自然環境などの絶対的差別化要因をアピールする。	歴史遺産や自然環境等については、本市の魅力であり、観光資源の一つにもなっていることから、今後は国の認定を受けた日本遺産を活用し、更なる観光振興につなげていくよう取り組むとともに、市外・道外企業への誘致活動の際に自然災害が少ないということはアピールポイントになるため、誘致活動資料に掲載するなどによりアピールしている。
③	市民向けPR	域内循環を活性化させるため、小樽市民が憩える居酒屋街を整理し（パンフレット等）、小樽市民に向けてPRする	小樽市の情報発信については、市のホームページ・FacebookなどのSNSを活用して行っている。
④	街の魅力発信	街の魅力を整理し、インターネット等を利用して発信する。同時に街の魅力の向上に寄与する都市整備事項を整理する。	
⑤	子育て世代と若者を呼び込む	①小樽をより知ってもらう為の取り組みとしてFacebookやインスタなどのSNSを更に活用する。小樽に興味あるインフルエンサーの力を借りる ②観光協会も発信しているがオール小樽として発信する	

No.	事業名	事業内容	補足
起業支援			
①	スペース貸したい人と借りたい人、起業したい人と就業したい人をつなぐマッチングサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・空きスペースを活用し、起業に向けた準備や必要な人材（スキルノウハウ者：ビジネス、語学、PC、技術等）の情報提供 ・空きスペースを活用し、多様な働き方をフォローできる環境を整備し、『市内若者および市街・道外からの移住・定住就労者の受け入れ環境がある街』のイメージをPRし、貸しスペース（オープンオフィス、シェアオフィス、レンタルオフィス、サテライトオフィス、コ・ワーキングスペース、テレワークスペース）の事業と併せ、空き家・空き部屋の提供事業にする。 	中小企業支援センターの議論の中で、センターに起業者と起業希望者との交流や化学反応が期待できる“たまり場”としての異業種交流機能を持たせたインキュベーション・ビジネス交流施設の併設について議論した経過がある。
②	起業希望者と事業承継を考えている企業とのマッチング事業	起業希望者には現在商工会議所がワンストップ窓口となり小樽市や市内金融機関と連携して取り組んでいる。しかし、すべての事業が創業後に順調に営業しているわけではなく、ハードルが高く断念する人も多数存在する。一方、後継者問題により、事業継続に不安を抱える企業が存在する。この両者をマッチングさせる事業を展開する。	日本政策金融公庫において、事業を譲り渡したい方と事業を譲り受けたいと考えている方、また、事業を引き継いで創業したい方をつなぐ「マッチング支援」を実施している。また、北海道事業承継・引継ぎ支援センターにおいても、後継者不在の事業者と創業意欲の高い人材とのマッチングを行い、事業を引き継ぐための必要な支援を行う「後継者人材バンク」がある。
③	マッチング支援	後継者不足のため経営を取り止めようとする会社と事業を経営したいと考えている若者とのマッチング事業	
④	市内の高校生を対象としたビジネスコンテストの開催と実業化支援	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年1回、市内の高校生を対象としたビジネスコンテストを開催する。 ・コンテストで発表するビジネス案のブラッシュアップ作業については、可能であれば日本政策金融公庫スタッフによる支援も検討する。 ・入賞したビジネス案については、市が大学や研究機関、企業などと連携し実業化を支援。市内で創業する若手企業家の発掘、育成に努めるとともに、市内高校生に対して地元での起業家マインドを醸成することにより、若者の地元定着を促す。 	
その他			
①	明るく・楽しく働くプロジェクト	<ol style="list-style-type: none"> 1) 明るく・楽しく働くと社員の脳が活性化することの検証→医師等によるセミナー 2) 若手社員（20代～30代）による明るく・楽しく働くためにそれぞれの会社でやって欲しいことの提案→ブレイン・ストーミング×10～KJ法～目的達成感 3) 生産性向上は会社を明るく・楽しく働ける場にするか？の検証→5回 《全2年程度の期間で若手社員だけの企業の枠を超えた交流&研修》	
②	婚活支援事業	公的な婚活事業であれば信頼度も高く、本気で婚活を考えている人が参加し、成功率も高くなるのではないかと。	小樽市総合戦略（人口ビジョン）において、行政に求める結婚支援ニーズを大学生にアンケートした結果、①安定した雇用の確保、②結婚祝金などの経済支援、③婚活イベントなどによる出会いの場の提供、という順となっており、雇用に関する問題点の解消と経済的負担の軽減が有効とされている。
③	子育て世代と若者を呼び込む	小樽への移住や起業の意志が強い子育て世代を対象にした無料体験ツアーを企画	移住・起業希望者を対象とした体験ツアーを例年2月に開催している。また、北海道では移住者には移住支援金（最大100万円（単身は60万円））、及び移住して社会的事業を起業等した場合は企業支援金（最大200万円）を実施している。
④	クラフト職人街作り	旧手宮線沿線の古民家・倉庫・石蔵倉庫群に若者を迎え入れる環境づくりを進め、クラフト職人街を作る。全国から若者を迎え入れる「若者優遇措置」を設けて多くの若者が移り住み続ける、物づくりのゾーン化を推し進める。	

No.	事業名	事業内容	補足
その他			
⑤	空き家の有効利用	小樽市内にある空き家（古民家・アパート含む）を利用し若者向けに事務所・工房・住宅として賃貸する事業を小樽市の直営または実施する業者を積極的に支援する。	市内にある空き家・空き地の物件情報を登録・公開することで物件の有効活用を図り、市への定住人口や地域の活性化を促進するための「空き家・空き地バンク」制度を行っている。
⑥	学校誘致	小樽には魅力的な学校が少ないので学校を誘致することで出入りはあるが街が活性化する（小・中・高・大・専門問わず）	
⑦	働く場所への取り組み	「地方創生応援税制」をアピールする	地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）は、地方公共団体による地方創生のプロジェクトを応援する寄附をした場合に法人関係税から税額控除するもので、本市においても地域再生計画に対象事業を定め、寄附を募集している。
⑧	住むための環境整備の徹底	居住環境整備として、子育て世代に対する優遇補助の徹底	児童手当（3歳未満は月15,000円、3歳以上15歳まで月10,000円）、医療費の助成、出産時に指定ごみ袋の配布、第3子以降の保育料免除などを実施している。
⑨	子育て特区	札幌を中心に転勤や新入学などで年間4万人前後が移動すると言われているため、そういう人をターゲットとし、商大生のための格安な寮の建設や、小樽に住んで札幌に通ってもらう優遇策、子育て世代用の特区を作る	
⑩	子育て世代と若者を呼び込む	0歳児及び1歳児の保育施設と夜間保育施設の充実	0～1歳児を保育できる施設数 45施設中30施設 閉所時間は基本的には18時。延長保育を実施している施設は19時。（15施設）
⑪	子育て世代と若者を呼び込む 子供の医療費助成の拡大	・15歳までの医療費の全額支給。 ・22才まで医療費助成拡大させることで、子育てしやすい環境づくりと若年労働者の囲い込みをする	未就学児は初診時一部負担金のみ。 小学生は初診一部負担金または1割負担（住民税課税世帯の通院が1割負担） 中学生は住民税非課税世帯の入院が初診時一部負担金のみ、住民税課税世帯が1割負担（外来は助成対象外） （参考）札幌市 小学生までは初診時一部負担金のみ。 中学生は住民税非課税世帯の入院が初診時一部負担金のみ、住民税課税世帯が1割負担（外来は助成対象外）
⑫	公園の増設	小樽は公園が少ないので、より楽しめるアスレチック的な公園を増やす→子育てしやすい環境づくり	一人当たりの公園面積は、札幌市が区単位では9.0㎡～21.6㎡で、本市は10.8㎡となっており、必ずしも本市の方が狭いとは言えないが、小樽公園(23.5ha)、手宮公園(19.7ha)、長橋なえぼ公園(31.1ha)の3カ所で全体の約6割を占めているため、子育て環境としての身近な公園が不足していると感じている市民も多いものと思われる。
⑬	札幌間アクセス	札幌中心部で開催されるイベントに対する手稲と小樽での優劣はそれほど大きくないことから、小樽から札幌にアクセスしやすい仕組みを考える（JR列車時刻の調査・見直し提案）	鉄道、路線バス、タクシーで構成される地域公共交通の利便性の向上と利用促進を図っていくとともに、安定的かつ持続可能な地域公共交通の維持・確保に向け、地域の特性や市民ニーズを踏まえた、本市にふさわしい交通網の構築を進めるため「小樽市地域公共交通網形成計画」を策定し、本計画の基づき、具体的な施策に取り組むこととしている。
⑭	住むための環境整備の徹底	居住環境整備として、びっくりするような家賃補助	
⑮	子育て世代へのアピール	家賃の補助	
⑯	若者に対する家賃補助事業	理想は小樽市での勤務であるが、札幌に通勤（通学）しているとしても30才未満は一定の家賃補助があると、小樽に若者が住むようになる。子供でも生まれれば、学校との兼ね合いもあり、住宅を建てることにもつながる。対象者が増えてくれば、住宅取得に関しても補助を創設し定住を促す。	本市では、市外から転入し、三世帯での同居等をされる方を対象に、中古住宅の購入費用等の補助制度を実施している。

④魅力ある小樽産品の開発と国内外への販路開拓・拡大

No.	事業名	事業内容	補足
商品開発等			
①	地場産業の集結で新産品の開発	<ul style="list-style-type: none"> ●小樽・後志管内の事業者間のコラボにより産品の開発 ※既存小樽後志産品のさらなるPR、販路拡大の取り組み(短期実現)と並行しつつ新産品の研究開発(中長期実現)を地場各事業者の集結により進める ●その他 キャラクターコラボの可能性、復刻品の可能性追求。小樽・後志の歴史人物や歴史自体の具象化。 	商工会議所が中心となり、経営発達支援計画に基づき実施する小規模事業者支援として、商品の磨き上げや後志地域の食材を活用した新商品開発等により、新たなソウルフードを目指す「しりべしソウルフードチャレンジ」を開催する予定である。
②	商店街と大学生が連携し小樽産品の開発(商店街の活性化から)	「これまで取り組んだ活性化の方法の検証」、「活性化のアイデア・PR」、「新たな商品開発」、商店街だけではできなかったことを連携により期待できる。	商大生が、街へ繰り出し、小樽の活性化について本気で考えるプロジェクト(本気プロ(マジプロ))として、地域の活性化をねらいとした課題について、地域の企業等と一緒に取り組んでいる。
③	同業者、異業者間によるコラボ商品の開発	小樽観光協会もバックアップしてキャンペーンを開催しているが、単発で終わらせるのではなく、マッチング支援、課題解決支援を継続していく。	小樽観光協会では「小樽で買ってくれてありがとうキャンペーン」として、小樽市内の事業者間コラボ商品を対象としたキャンペーンを行い、小樽に来なければ購入できない商品をPRすることで、小樽への誘客に取り組んでいる。
④	漫画やアニメとのコラボレーション商品の開発	『ゴールデンカムイ』や『聖樹のパン』といった小樽が出てくる有名漫画とのコラボ商品(酒・菓子・パン・工芸品など)を自動販売機で観光各所にて販売する。また全国のアンテナショップや小樽アニメパーティ、海外のイベントでも販売	
⑤	“小樽”ブランドを確立する新産品を開発から販売戦略まで支援する総合支援	小樽産の食材を使い、「これが小樽名物だ」と言える加工品を開発する。開発に係る支援から商品化やパッケージに対する支援、販路に関する支援まで総合的な支援を行う。	
⑥	商品名に「小樽」と明記された商品の開発【事務局案】	全国的に見ると、「讃岐うどん」、「札幌、旭川ラーメン」、「明石焼き」、「長崎ちゃんぽん」、「有田焼」、「益子焼」などがあり、食品、工芸品ともに全国的な人気を誇るとともに、海外からの人気もあるのが現状。 「小樽」という地名を前面に出した商品開発を行い、まずは国内の人気を獲得することで、国外への販路開拓・拡大にも繋がると考えられる。	
⑦	小樽産ラベルの活用	小樽産であるものにはラベルを貼り、市民が優先的に購入する気運を醸成する。	
⑧	小樽ブランドでの統一ロゴやパッケージの活用	小樽市内の業者がバラバラやるのではなく、一定の要件を設定しロゴやパッケージを合わせる。特に物産展では統一感を前面に出した販売でより小樽を意識してもらう	
⑨	パッケージ作成支援事業(パッケージデザイン費用補助)【事務局案】	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者が商品を選択する場合にパッケージデザインは重要な要素となる。 ・コロナにより落ち込んだ需要を取り戻すため、現在ある魅力的な商品や新商品を、新たなターゲットに訴求するためには、売る場所や売る方法に応じたパッケージのリデザインが必要である。 ・パッケージデザイン費用についてはコストとの認識により、積極的な投資は企業において負担となることから、費用の一部を補助することにより、商品力向上の後押しをする。 	

No.	事業名	事業内容	補足
商品開発等			
⑩	おもしろいものめつけたプロジェクト	1) 年寄中心に小樽・後志地区の産品で国内外に売って欲しい物の意見を集める。 2) 若手住民を集め小樽・後志地区の産品でとにかくおもしろいものの情報を集める。 3) 学生を集め小樽・後志地区の産品に限らず今までに面白いと思ったものの情報を集める 4) 情報が出揃ったところで企業からの老年代表達が自分達が加工販売したいものを数点に絞る。	
情報発信			
①	PR媒体の集結で発信力強化	小樽後志産品のPRコンテンツへの入り口(ポータルサイト)の充実・発信力強化 ネット検索から小樽後志産品にたどり着く検索上位を目指すSEO対策の検討と並行し、既存の小樽PR関連サイト、リンクに総合力(単一の生産事業者だけでは発信力が弱い産品もプッシュできる)。 (既存の『おたるしりべし』PR関連サイト・リンク)：小樽観光協会『おたるぽーたる』、小樽物産協会『小樽家族』、小樽商科大学HP内、小樽商工会議所HP内、小樽市HP内・・・,etc	
②	「おたるPR大使」事業	他都市へ転出した住民に小樽産品の資料や、ネットでのお取り寄せ資料、小樽来訪時に活用できる優遇クーポンを送付し、活用・来訪を促す。	関西小樽会、東京小樽会では、企業誘致に関する情報収集や、小樽物産品の販売促進、小樽観光PR等の事業を展開している。 小樽ふれあい観光大使運営協議会では、小樽市にゆかりのある著名人を「小樽ふれあい観光大使」として任命しており、協力している小売・飲食店で「小樽ふれあい観光大使」の名刺を提示すると、割引などのサービスを受けられる。
販路拡大			
①	販路の開拓・拡大支援	北海道国際流通機構(HIDO)会員となることでHIDOからの情報を市内の企業へ還元することで販路の開拓・拡大支援に繋げていく。 また、食品関係に限って言えば、アジア最大級の食品・飲料総合展示会と言われているFOODEX JAPANへの出展支援を行っていくのも方法の一つと考えられる 小樽市内にある国際交流関連団体(小樽日韓友好親善協会・小樽日台親善協会など)の活用による販路拡大支援も検討できるのではないかな。	本市は令和2年度まで自治体会員となり海外でのニーズのある商品の情報を団体を通じて市内企業に情報提供していたが、単発での取組となり、ほかの取組に参加するには、企業としても会員になる必要があり、他の事業との差別化を図ることができないため退会したところである。 海外に向けた販路拡大については、札幌市等が組織する「札幌食と観光国際実行委員会」と連携し、世界各国で開催される物産展や商談会、バイヤーを招へいして行う商談会への出展支援を行っているが、令和3年度事業の中に、FOODEX JAPANについて計画されており、出展支援を行う予定である。 国際交流関連団体については、現地会員との交流は現在年一回であり、販路拡大につながるほど交流に発展していないのが現状である。
②	販路開拓・拡大に向けた海外事業部の新設	中小の食品製造業に対して、新商品開発に向けて必要となる機械・設備等の無料貸し出しによる事業者への支援。 又、海外特にアジアへのオール小樽進出を考える際、現地との窓口強化策として、若手市職員のジェトロ等への出向を進めて行く。本庁に海外事業部を新設し、小樽産品拡大化を目指し、事業者の販路開拓・拡大を押し進めていく。	海外に向けた販路拡大については、札幌市等が組織する「札幌食と観光国際実行委員会」と連携し、世界各国で開催される物産展や商談会、バイヤーを招へいして行う商談会への出展支援を行っており、海外取引に関する相談等があった場合には、ジェトロと情報収集を行うとともに、現地事務所との連携により進めていくこととしている。
②	ふるさと納税の更なる活用	①寄付金額の設定が全体的に高め ②ビュジュアルがまいち。 グイグイ迫る迫力がない。	昨年度まで財政部の契約管財課で所管していたが、多くの寄付を期待できる一次産品を中心に返礼品を充実させるため、今年度からは産業港湾部農林水産課で所管し、寄付額増加に向けて取り組んでいる。

No.	事業名	事業内容	補足
販売拠点等			
①	「道の駅」	第3埠頭近くに「道の駅」を造り、コロナ禍の終息後の国内観光客やクルーズ船での海外から観光客に小樽産品や特産品の販売。レストラン、喫茶等で小樽の美味しい食事の提供。小樽全体の観光案内所、A T M, ガソリンスタンド、E V急速充電機、ベビーベッド、その他を設置し、国内、海外に小樽産品をアピールする。	道の駅については、幹線道路との接続可能な設置に適した敷地や整備費用等の課題があり、現段階においては、それらの課題を整理することは難しい状況にある。一方で、現在、第3号ふ頭及び周辺地域では、大型クルーズ船対応の岸壁整備等を予定しており、道の駅と類似機能である物販機能や観光拠点などの交流機能として「みなとオアシス」に登録する予定である。
②	第3号ふ頭周辺再開発に関連し販路拡大	クルーズ客船専用岸壁・ターミナルや観光船ターミナル駐車場の整備、国際インフォメーションセンター（仮称）の建設等の第3号ふ頭再開発が進められており、このエリアに小樽産品の情報発信の場をつくる。	
③	販売拠点	魅力商品群を集めた販売拠点を作り、観光客を集め、情報発信する。	
④	販売拠点	山側と海側では商店のカラーが異なっていることから、山側にも観光客が訪問するような拠点施設を作り、商品群を展示・販売する	
⑤	小樽産品アンテナショップ	国内・道内（小樽市外）大都市での小樽産品販売と新商品等の試験販売等を通じて消費者の声を直接商品開発や販売戦略に反映させて販路拡大を目指していく拠点運営実質はリアルとバーチャルを融合させ、小樽産品を直接消費者や小売業者に卸・小売りしていく変形地域版SPA的な運営を目指す	東京都板橋区大山商店街「とれたて村」にて平成19年から平成31年まで、首都圏での継続的な小樽産品のPR及び商品ニーズの把握のためアンテナショップ展開事業を行った。平成21年度をピークに売上は減少、平成29年度はピーク時の1/3程度となり、販路として赤字の状態であり、売上低下によりアンテナショップ機能は低下。ニーズ把握は10年間のデータ分析により大方終えたことから事業を終了している。
⑥	原材料費低減	企業収益を上げるための送料問題を含む原材料費低減対策	