

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	知内商工会 (法人番号 2440005000858) 知内町 (地方公共団体コード 013331)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目 標	経営発達支援事業の目標 (1) 収益力の向上による地域小規模事業者の経営基盤確立強化 (2) 地域を支える小規模事業者の存続と創業を支援 (3) 地域特産品を活用した商品開発及び販路開拓による売上向上 (4) 一次産業活用による地域基幹産業への寄与及び、観光資源の掘り起こしと磨き上げによる交流人口増加
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること ①ビッグデータ「RESAS」等の活用 ②近隣商工会と連携した広域的地域動向の把握 4. 需要動向調査に関すること ①商談会等における需要動向調査の実施 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析セミナーの開催 ②巡回訪問等を通じたヒアリングによる経営課題の抽出支援 6. 事業計画策支援に関すること ①事業計画策定等に関するセミナーの開催 ②事業計画策定の支援 ③事業承継計画・創業計画策定支援 ④DX推進セミナーの開催・IT専門家派遣の実施 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定支援先に対する継続的フォローアップ支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示商談会への出展による販路開拓支援 (B to B) ②ITを活用した販路開拓支援 (B to B、B to C) ③地域広報媒体を活用した販路開拓支援 (B to C)
連 絡 先	名 称：知内商工会 住 所：〒049-1103 北海道上磯郡知内町字重内 66-77 電 話：01392-5-5340 F A X：01392-5-6119 メール：ssci@rose.ocn.ne.jp 名 称：知内町産業振興課 住 所：〒049-1103 北海道上磯郡知内町字重内 21 番地 1 電 話：01392-5-6161 F A X：01392-5-7166 メール：syokou@town.shiriuchi.hokkaido.jp

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①地域の概況

知内町は、北海道南西部の渡島半島南端に位置し、渡島振興局内では中核となる函館市から車で約 1 時間の距離にあります。

総面積 197 km² の 80% 以上が森林地帯で占められ、二級河川「知内川」が町の中央を西から東へ貫流し、河川流域や海岸地域に平地が開け、肥沃な農地が広がっております。豊富な漁場が広がる「津軽海峡」が前面にあり、農林水産資源に恵まれた立地で 1 次産業が盛んです。

また、南北 21km に延びている海岸線は、変化に富んだ海岸景観をなし「松前矢越道立自然公園」の一部を形成し、近年は訪れる観光客も徐々に増えてきている状況です。

令和 4 年には、函館と渡島半島西部を結ぶ高規格道路の木古内 I C まで延伸されることから、一層の交流人口増加が期待されます。



②人口の推移

人口については昭和 30 年の 9,735 人をピークに減少傾向にあり、平成 27 年の国勢調査から、令和 2 年度（令和 3 年 3 月末時点）までを見ると、529 人（△11.3%）減の 4,124 人となっています。

知内町で公表している人口ビジョン（令和 2 年 3 月発表）によると、今後も人口減少は進み推計では 40 年後となる 2060 年には、現在から 50% 以上減少の 2,140 人になると示されています。

年齢別人口構成比は、平成 27 年国勢調査では若年人口（0～14 歳）が 10.9%、生産年齢人口（15～64 歳）が 54.9%、高齢者人口（65 歳以上）が 34.2% となっており、これも 2060 年における将来推計では、高齢者人口比率が 41.5% とあり、若年層の流出が継続する一方、少子高齢化が進行し高齢者比率が今後ますます高まっていくことが予測されます。



（出典：知内町住民基本台帳（各 3 月末）の数値）

③産業別就業人口

知内町の産業別就業人口構成比率は、平成 27 年の国勢調査によると、第 1 次産業 26.3%、第 2 次産業 28.8%、第 3 次産業 44.9%となっています。

産業別就業者数の推移を見ますと、第 2 次産業の減少が顕著に表れており、地域雇用の中核となる製造業や建築業者の縮小傾向が課題としてあげられます。

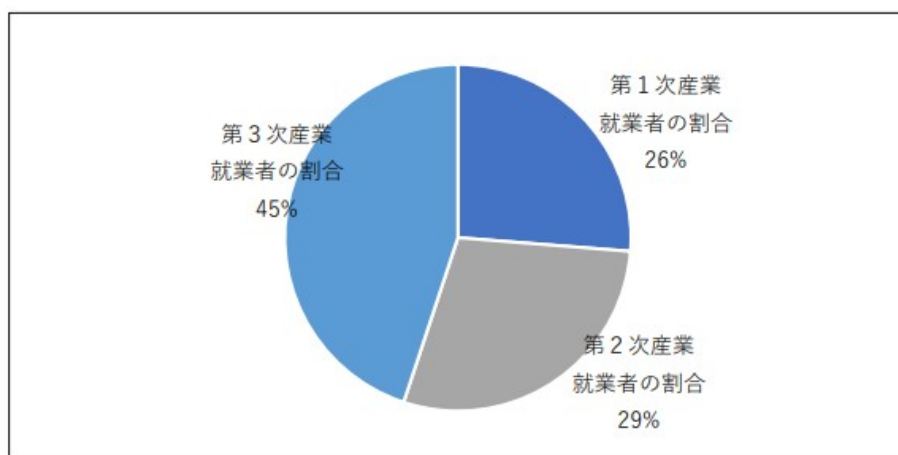


図 産業別割合（出典：平成 27 年国勢調査）

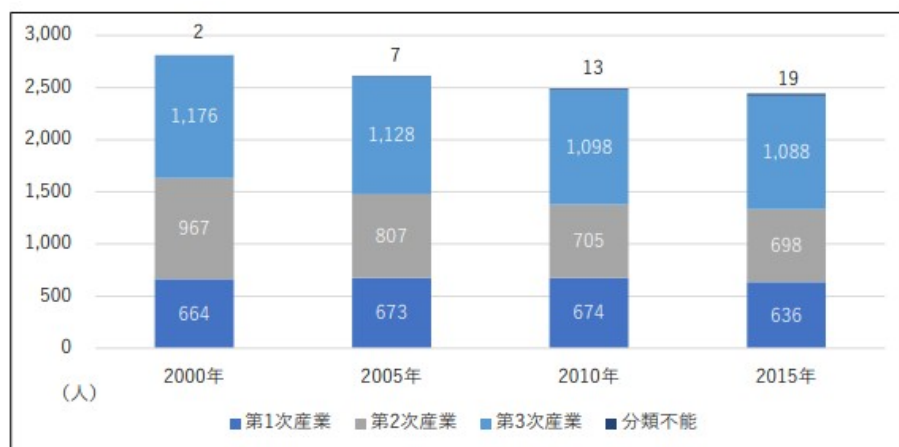


図 産業別就業者数推移（出典：国勢調査）

④地域産業の現状と課題

A) 商業

小売・サービス業を見ますと、知内町には組織としての商店街は存在せず、小規模事業者が町内に分散しているため、まとまった活動が難しく、各自において日常的な事業活動を行っている状況にあります。

町には火力発電所が立地していることから、定期的なメンテナンス工事による一定の滞在需要があり、その受け皿となる宿泊事業者は近隣町に比べて多く存在し、多人数の受入態勢が整っております。そのことから、野球などのスポーツ大会・合宿による需要が定期的に発生しております。

また、二次的効果として、日中の食事や夜の懇親等に伴うコンビニやスナック等への波及効果も見

られます。

しかし、この需要割合が高いことから、今後、政策により発電事業の転換や新型コロナウイルス感染症（以下、コロナ）に見られる不測の事態が生じた場合は深刻な影響が懸念され、特に、火力発電所のメンテナンス作業は年々縮小傾向にあることから、関連小規模事業者においては、新たな需要の開拓が課題となっています。

また、一般小売・サービス業等の日常的な業種においては、令和４年に高規格道路が、隣接する木古内町まで延伸されることから、更なる購買力の流出が予想され、町内消費の拡大を図るために魅力ある商品、サービスを提供していくことが課題となっています。

B) 工業

工業については、木材加工及び食品加工に関する事業者が地域経済の重要な地位を占めており、比較的規模が大きいことから、一定の地域雇用創出に繋がっています。

小規模事業者を見ますと、多くが「一人親方」としての個人建築事業者であり、高齢化も顕著となっており、担い手の確保と円滑な事業承継を行うことが課題となっています。

C) 観光

観光関連事業を見ますと、道立自然公園区域の景観や、湧出している温泉を活用して取組む事業者がいますが、主体となって行っている経営者の年齢層が若いため、SNS等を積極的に活用したPR活動を行い、地域観光を牽引しています。

令和４年には高規格道路が延伸されることから、一層の当町地域へのアクセスが容易となり、交流人口の増加が期待されます。

コロナ禍における人と人との接触機会を避ける取組みが求められる中、豊かな自然環境が生み出す観光資源やロケーションの更なる磨上げが求められています。

現在の観光業に従事する小規模事業者を見ますと堅調な事業活動を行っていますが、コロナのような不測の事態には大きく影響を受けることから、外部環境に左右されない安定的な需要の確保による強靱な経営基盤確立を図ることが課題となっています。

D) 林業

林業については、水源の涵養、温暖化防止等多様な機能の発揮を通じて、地域環境に多大な貢献を果たす森林を大切に保全・育成しながら、バランスのとれた整備計画の推進を図っています。

特に本町は、造林・造材・素材生産・製材・木材加工などの業態が存在しており、いわゆる「川上から川下まで」の連動した特色ある事業が展開されています。

長期に渡る木材価格の低迷が続いておりましたが、近年は世界中で建築需要が高まり木材供給が追いつかず価格が高騰する、「ウッドショック」と呼ばれる状態となっており、豊富な資源を有する当地域でも懸念されており、国産素材への転換などで対応していますが、引き続き、需要の把握や供給体制の構築のため、従事者の雇用確保や育成が課題となっています。

そのため、町では町民に向けて森林資源重要性への理解を深めるため、植栽活動や森林散策等の自然体験活動など、森林とのふれあいの機会の充実にも注力しています。

E) 農業

転作田の有効利用を図り、施設型園芸作物への積極的な取組みから、全町規模で推進してきた「ニラ」は市場から高い評価を得ながら、令和2年には販売額15億円を記録し、以降堅調に販売額を伸ばしています。平成28年度に整備した共同調整包装施設の運用に加え、トレーサビリティの推進等一層のブランド力向上に努めています。

このような中、GAP等公的認証制度による外部からの評価や、TPPによる将来的な市場の実質的な大幅解放等による更なる競争激化等、取り巻く環境は厳しいものとなっています。

また、担い手の高齢化や後継者不足により農地の荒廃が課題となっていることから、第6次まちづくり総合計画では農業の生産基盤確立はもとより、農業経営者の育成や組織強化、地域ブランド確立による販路拡大に重点を置いた各種取組みを行うことが示されています。

F) 漁業

牡蠣・ホタテ・ウニ・コンブ等の養殖漁業が盛んで、積極的な販売戦略に取組んでおり、特に牡蠣はニラとともに知内町の特産品として、道内外の市場でポジションを確立しつつあります。

町内の飲食・宿泊事業者においては、提供するメニューには必ず牡蠣を取り入れる等、地域食材の活用に注力しており、より一層活用できるよう生産者側と連携した販売促進に取組むことが今後の課題となっています。

⑤小規模事業者の現状と課題

A) 商工業者の推移

知内町における商工業者の約90%が小規模事業者で、第1期経営発達支援計画（平成29年～令和3年 以下、第1期事業）策定時点（平成28年度）から直近年度（令和2年度）までの事業者等推移を見ますと、商工業者数全体で4事業者が減少（△2.4%）、小規模事業者では5事業者が減少（△3.3%）しています。事業者の傾向から見る要因としては、代表者の死去及び転居が多く占めており、一定の需要や設備はあるものの後継者不在による廃業も見られました。

開業の状況については、地域柄、宿泊業・林業・水産加工業の創業がありました。一方、廃業では域内購買力が減少していることから、サービス業関連の廃業がやや多く見られ、一般消費者向けの事業者には厳しい環境が続いています。

〔商工業者推移〕

【知内町商工業者数等推移（各年度3月末日 知内商工会調べ）】

年 度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
商工業者数	164	161	161	165	160
小規模事業者数	150	145	145	149	145
会員数	114	116	117	124	119
（うち定款会員）	(8)	(8)	(8)	(10)	(10)

B) 現状と課題

高規格道路の延伸により交通アクセスが向上し交流人口拡大が期待される反面、今後も町内消費購

買力の流出が懸念されることから、経営状況の分析を踏まえた事業計画の策定と実行により、既存顧客等に対して魅力ある商品・サービスを提供していくことが課題となっています。

また、地域特産品を活用した商品開発やPR活動も重要であり、地域が一体となって作り上げていく地域ブランド創出と発信による新たな販路開拓の取組みが必要であります。

現状、ITツールを活用して商品等をPRしたり、電子決済や受発注システム、予約システム等を導入している事業者は少ないことから、ポストコロナを見据えたDXを推進する取組みを行い、小規模事業者の経営力を強化することが課題です。

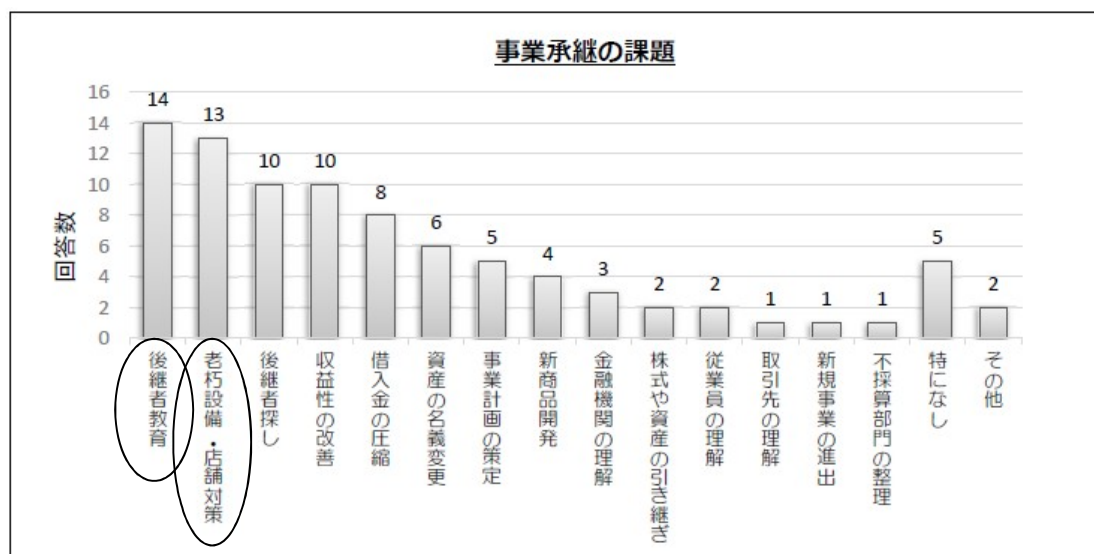
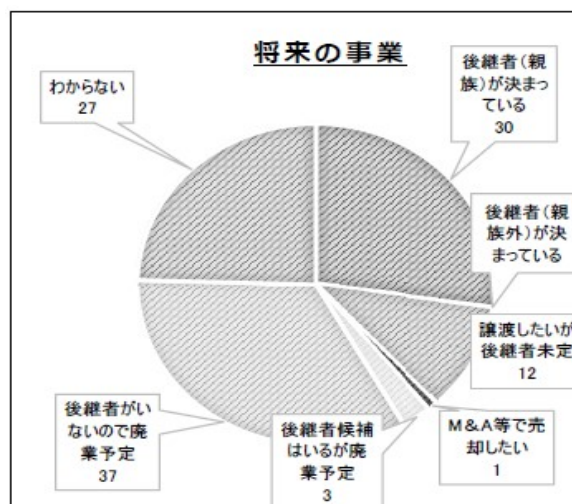
さらに、当商工会データベースでは、高齢の小規模事業者は約35%と依然として深刻な状況であり、令和2年に実施した地域経営動向調査では、「後継者がいないので廃業予定」との回答が全体の3割を占め、更に、事業承継に対する課題として、後継者教育や施設の老朽化に係る設備面での不安が多く上げられており、円滑な事業承継の取組みを行うことが急務となっています。

【渡島西部4町商工会広域連携協議会地域動向調査より（抜粋）】

(2) 将来の事業承継

・後継者が決まっている事業者は約4分の1。譲渡したいが後継者が決まっていないが約1割。彼らが感じている事業承継の課題は「後継者教育」が最も多い。次いで「老朽設備・店舗対策」となっている。

・後継者がいないために廃業予定は約3分の1。廃業に向けた課題としては「特になし」が最も多く、まだ現実味を帯びていない状況がうかがえる。



(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

知内町の今後10年を見据えると、町内の人口は15%減少し、地域の核となる商業をはじめとした多くの事業所で経営者の高齢化による廃業等が急速に進むことが予想され、円滑な事業承継を行うことが急務となっています。

知内商工会では、小規模事業者の現状と課題を踏まえ、知内町まちづくり総合計画と方向を同じくし、地域における商工業者が一社でも多く事業持続、事業継続できるよう、次の2点を長期的な振興のあり方と定め、関係機関と連携を図ります。

○事業者自らが事業計画の磨き上げを行い、経営資源、地域資源を最大限活用しながら経営基盤の強化を図り、活力ある地域産業の創造を目指します。

○「笑顔で住み続けられるまちづくり」を目指して、地域小規模事業者の廃業率をできる限り抑制させるため、事業承継や新規開業支援などに取組み、地域の振興発展に寄与していきます。

② 知内町まちづくり総合計画との連動制・整合性

知内町の「第6次知内町まちづくり総合計画」(平成28年度～令和7年度計画)の第3部基本計画のⅠ「まちに希望を持ち安心して住み続ける(定住)」の中では「地域商業の販売力強化及び雇用の創出」「特産品を活用した商業の推進」「担い手・後継者・新規就業者の育成」が施策として掲げられています。

また、町の「第2期知内町まち・ひと・しごと創生総合戦略」(令和2年度～令和6年度計画)においては、戦略プロジェクトとして次の3つを掲げています。

- ・豊かな暮らし創造プロジェクト
- ・活力ある地域産業創造プロジェクト
- ・新たな時代に向けた地域創造プロジェクト

このうち活力ある地域産業創造プロジェクトの基本目標としては、地域産業の活性化による魅力あるまちづくりと示されており、知内町の豊かな自然環境や地域資源を最大限活用するとともに、新たな担い手の確保や生産性向上に関する取組みを推進し、活力ある地域を創ることを目指しています。

商工会では、地域金融機関や支援機関と連携しながら商工業者の経営力の向上と販売促進などを支援し販売力を高め、新たな産業の創出と雇用機会の拡大を図っていくこととしており、町の総合計画と連動するものと考えます。

③ 商工会としての役割

商工会では前述のあり方を踏まえ、地域小規模事業者の現状把握・整理及び課題の抽出を行い、関係機関をはじめ専門家等による助言をいただきながら、個者の課題解決のための事業計画の策定とその実行支援を行い、売上向上や利益確保につなげるとともに、事業の継続と活力ある地域産業の創造のため、事業承継と創業の支援にも取り組んでまいります。

また、行政との連携を密にしながら、確実な経営発達支援計画の遂行により、地域小規模事業者の

持続的発展へつながる経営基盤の強化や、新たな事業資源となる地域観光振興等の取組みに積極的に参画し、目標達成を目指します。

（３）経営発達支援事業の目標

知内商工会では、今後の地域小規模事業者に対する長期的な振興の在り方を踏まえ、次のとおり第２期経営発達支援計画（以下、第２期事業）における、経営発達支援事業の目標を以下のとおり定めます。

〔目標１〕 収益力の向上による経営基盤確立の強化

小規模事業者の持続的発展に向けて、事業計画策定を支援し、ＤＸの推進を含め、確実な事業展開により経営力の強化を図り、既存及び新たな需要の確保による売上の増加、収益力の向上を目指します。

○事業計画策定事業者数 ２５者／５年

○営業利益率（３％以上）増加事業者数 ２０者／５年

〔目標２〕 地域を支える小規模事業者の存続と創業を支援

地域経済・住民生活を支える小規模事業者が末永く事業活動を行うために、経営分析により事業者の引継ぎ等の状況を把握し、課題等を抽出し、計画策定を行うなうことで円滑な事業承継につながります。また、地域内での創業者の掘り起こしと創業支援を通じて、地域内の小規模事業者数の維持・増加を目指します。

○事業承継計画策定事業者数 ５者／５年

○創業計画策定事業者数 ５者／５年

〔目標３〕 地域特産品を活用した商品開発及び販路開拓による売上向上

需要動向調査の分析結果を基に地域の特産品を活用した新商品・サービスを開発し、地域情報誌等による販路開拓支援を行い小規模事業者の売上増加を目指します。

○販路開拓支援事業者 １０者／５年

○売上増加率３％以上増加事業者数 １０者／５年

〔地域への裨益目標〕

知内町の地域資源である「ニラ」や「牡蠣」等を活用した新商品開発やブラッシュアップの取組みを支援し、地元特産品等の高付加価値化につなげ、一層の基幹産業の発展に寄与いたします。

また、道立自然公園区域という好環境立地の活用に加え、市街地に隣接する広大な自然環境を活用した、新たな滞在型観光等への取組みをＰＲし、町を始めとした関係機関と連携し、交流人口増加による小規模事業者の売上アップと地域活性化を図ります。

○一次産業活用による地域基幹産業への寄与

○観光資源の掘り起こしと磨き上げによる交流人口増加

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

〔目標1に対する方針〕

事業計画の重要性を認識させるとともに、計画策定についての基礎知識を取得するために、事業計画策定セミナーを開催します。実際の事業計画を策定する段階においては経営分析や経済動向調査結果などを踏まえ実効性の高い事業計画となるように策定支援を行い、専門家と連携したフォローアップ体制を構築し、事業者の経営基盤強化につなげます。

I Tを活用した新たな販路開拓としてSNSの活用やホームページ開設の支援を通じて商品や店舗のPRを行うなどして、販促活動を強化し、経営力の強化につなげます。

〔目標2に対する方針〕

巡回訪問や窓口相談等における事業者との面談機会において、ヒアリングシート等の活用により、定性的な事業情報を効率的かつ効果的に抽出するとともに、ローカルベンチマーク等を活用し、情報を経営指導員等が分析整理し、必要に応じて専門家の助言を得ながら実効性のある事業計画策定への取組みへつなげます。

ヒアリング結果を踏まえて、事業承継が課題となっている事業者に対しては、迅速に現状分析の把握に努め、専門家や事業引継ぎ支援センターなどの各関係機関と連携しながら事業持続（廃業回避）や事業承継の促進につなげます。

また、知内町と連携し新規創業者や創業予定者の掘り起こしを行い、創業計画書の策定を支援し、地域内の事業者を増やす取組みを行います。

〔目標3に対する方針〕

需要動向調査の分析結果により市場のニーズを的確に把握し、地域資源を活用した付加価値の高い新商品開発を行います。

支援にあたっては事業計画策定から販路開拓まで一貫して行うことで、状況や進捗を把握しながらの伴走型の支援とし、小規模事業者の売上アップに繋がります。また、観光情報誌など、幅広くPRを行うことのできる媒体での販路開拓を行い、効果的な支援となるよう実施します。

〔地域への裨益目標に対する方針〕

知内町の地域資源である「ニラ」や「牡蠣」等を活用した商品開発を行い、新たな販路開拓を目指す事業者に対して、大都市圏等での商談会への積極的な参加支援を行い、バイヤー等に対しては需要動向調査を行うなどして、商品のブラッシュアップを図り高付加価値化を進め、地域資源需要の拡大を図り、1次産業の振興につなげます。

また、取組みの側面的支援として、商品開発の礎となる地域資源の活用方法等について、地域産業団体と連携した6次産業に向けた取組みの検討会を開催するほか、先進事例の学習等を行い地域

一体となった新商品開発への動きにつなげます。

また、道立自然公園区域立地という好環境立地に加え、人家に隣接する広大な自然環境は、コロナ禍で萎縮している外出需要に対する絶好の観光資源と捉え、町をはじめ地域関係団体と連携し、新たな滞在型の観光メニューの開発と観光ゾーン（マップ）の作成し道内外に広くPRを行い、交流人口増加による地域活性化を図りながら、地域小規模事業者の売上アップと地域振興につなげます。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

（1）現状と課題

第1期事業では巡回等、事業者との面談機会において、業況等をヒアリングにより抽出し、統計調査の情報などを活用しながら、個社支援時やホームページ・会報等で発信していました。

また、近隣商工会と連携した広域の事業者動向調査を行い、年1回の調査報告書を配布し情報提供を行いました。

しかし、実際に聴き取り調査を行った事業者などに対して詳細な分析結果の説明を行う機会が少なく、事業計画の策定や見直しのための活用につなげることが不十分となりました。

第2期事業では、一層の事業課題抽出と個社の経営分析につなげられるよう、新たに公的ビッグデータを活用し、地域動向調査の結果について、経営指導員がわかりやすく整理し、ホームページを活用した情報提供のほか、事業計画策定支援時やフォローアップ支援時等に積極的に活用していきます。

（2）目標

内 容	公表 方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①ビッグデータを活用した 地域の経済動向調査分析 の公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②地域動向調査の分析結果 の公表回数	HP 掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

（3）事業内容

①地域の経済動向調査（国が提供するビッグデータの活用）（新規）

地域小規模事業者が行う事業持続的発展の取組みを着実にを行うための基礎的なデータとして「RESAS」（地域経済分析システム）等を活用した地域の経済動向分析を経営指導員等が行い、定期的に公表いたします。

また、事業計画策定支援時における基礎資料として活用し、各取組みの実効性向上に努めます。

- 【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」を活用し地域の経済動向分析を行う。
- 【調査項目】 ・「地域経済循環マップ・生産分析」 →何で稼いでいるか等を分析
 ・「まちづくりマップ・From-to 分析」 →人の動き等を分析
 ・「産業構造マップ」 → 産業の現状等を分析
 ⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定等に反映する。

②地域動向調査の実施及びデータの公表 （継続）

当町並び近隣町の地域動向調査については、近隣商工会との連携による「渡島西部4町広域連携協議会」で年1回実施します。調査内容や調査分析結果については、経営指導員と中小企業診断士が連携し作成し「調査報告書」としてまとめ、ホームページへの掲載や会報等とあわせて配布するなどし、広く地域事業者へ提供します。

- 【調査手法】 地域小規模事業者に対し調査票を配布（FAX・郵送等）
 その後、個別に回収（提出）し経営指導員等が回収したデータを整理。
 外部専門家（中小企業診断士）と連携し分析を行う
- 【調査対象】 町内小規模事業者30社程度
- 【調査項目】 業況（売上、原材料価格、資金繰り、雇用、設備投資）、時事諸問題 等

（4）調査結果の活用

- ①各調査データを分析整理した結果は商工会ホームページに掲載し、広く町内事業者が閲覧し参考資料として利用できるよう周知し、活用を推進します。
- ②巡回訪問や窓口相談においては、各調査分析内容について詳細な説明を行いながら、経営課題の抽出や事業展開の方向性を検討するなど事業計画策定の資料として活用します。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

第1期事業では、新商品開発等の新たな取組みを計画する者に対する、ミクロ的な観点からの個別需要動向調査や消費者動向調査を行う計画でしたが、計画に掲げた調査事業の実施には至りませんでした。

今後は、地域資源を活用した新商品などのニーズを的確に把握してもらうためにも、展示・商談会等において需要動向調査を行いバイヤー等の意見を吸い上げ、商品開発やブラッシュアップを図るための支援を行うことが課題となっています。

(2) 目標

内 容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
需要動向調査対象事業者数	－	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

商談会等での個別需要動向調査（新規）

新商品を開発し新たな販路開拓の取組みを目指す事業者を対象とし、商談会等に出展し、地域資源を活用して開発した商品について、需要動向調査を行います。経営指導員は調査結果の分析を行い事業者へフィードバックし、新商品開発や、商品のブラッシュアップなどの事業計画策定から、販路開拓までの支援へつなげていきます。

需要動向調査の内容

【想定する商談会】「北海道産品取引商談会」、「北の味覚再発見」等

【調査手法】

（情報収集）アンケート用紙を活用した記入又はヒアリング

（情報分析）必要に応じバイヤーの業態等もクロス集計し、専門家の意見も参考に傾向を分析。

【調査項目】 味、ボリューム、パッケージ、価格、ネーミング、ラインナップ

【サンプル数】一商品あたり10者以上

【結果の活用方法】調査結果は、事業者と市場とのミスマッチ解消を図り、新商品の開発や、既存商品のブラッシュアップを行うために活用します。また、職員相互の情報共有による支援力向上にも活用します。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第1期事業では地域小規模事業者との日々接触機会において、ヒアリング等による事業課題抽出を行い、事業計画策定への取組みにつなげる目的で経営状況分析を行ってきました。

しかし、財務分析による定量的な分析結果の提供に留まることが多く、定性分析に基づく数値では表れない経営課題の抽出が疎かになっていました。

今後は、経営状況分析について、定量的、定性的な分析の両面から行い、事業者の課題を洗い出し、実効性のある事業計画の策定へつなげていくことが課題となっています。

また、事業者自身も経営分析や事業計画の策定を行うことの重要性を認識していないことが多く、漫然と経営を行っていることから、経営分析セミナーを開催し経営状況分析への理解を深め知識の向上を図ることが必要です。

(2) 目標

内 容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①経営分析セミナー回数（※）	－	1回	1回	1回	1回	1回
②経営状況分析事業者数	6者	10者	10者	10者	10者	10者

※関連性があるので、事業計画策定セミナーとあわせて実施いたします。

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催 (新規)

経営分析の重要性の認知度の低い小規模事業者や、新規創業等を計画している者などに対して、広く参加できるセミナーを開催し、経営分析や事業計画の重要性についての理解を深めるとともに、今後実際に経営分析や事業計画を行う事業者の掘り起こしを行います。

【支援対象】 経営分析、事業計画策定の重要性の認知度の低い小規模事業者
新規創業等を計画している者 等

【募集方法】 新聞折込チラシ、ホームページへの掲載、広報等

【講師】 中小企業診断士等の専門家

【内容】 経営分析の手法・財務分析と非財務分析について 等

【参加者】 1回あたり5名程度

②経営状況分析の内容 (継続)

小規模事業者の持続的発展に向けて、俯瞰的・客観的な視点での経営状況を把握することが不可欠のため、経営分析に必要な財務分析に加え、巡回支援時にヒアリングシートを活用して経営状況の聞き取りを行い、SWOT分析や3C分析、4P分析等により経営課題の抽出を支援します。

知り得た情報はローカルベンチマーク等の分析ツールを活用し、また、必要に応じて専門家との連携を図りながら分析を行い、支援先事業者がわかりやすいように整理してフィードバックします。

【対象者】 経営分析セミナー参加者、事業計画の策定に意欲のある小規模事業者、
新たな販路開拓を目指す小規模事業者 など10者/年

【分析内容】

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行います。

《財務分析》

直近3期分の財務6指標による定量分析

(売上持続性・収益性・生産性・健全性・効率性・安全性)

《非財務分析》

経営者への着目・関係者への着目・事業への着目・内部管理体制への着目

環境分析(SWOT分析): 外部環境(機械・脅威)・内部環境(強み・弱み)

3C分析: 市場・顧客、自社、競合

4P分析: 製品・サービス、価格、販売場所・提供方法、販促活動

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行います。

非財務分析はSWOT分析のフレームで整理いたします。

(4) 分析結果の活用

得られた分析結果については、分析した事業者にとって客観的な経営のモニタリングに活用できるとともに、中長期的展望に基づく事業計画策定の基礎資料としても活用します。

経営分析を行うことで、経営上の課題を早期に発見することにもつながり、必要に応じ専門家の助言を得ながら、迅速な解決に向けて対応することに活用できます。

なお、各事業者の分析結果は「商工会基幹システム」や「クラウド型経営支援ツール」等を活用し、データベース化して職員間で共有することで、職員一体となった支援体制の構築につながります。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期事業では、事業計画を策定する事業者は補助金申請や金融の申込に必要なことから策定する場合が多かったと言えます。商工会としては中長期視点に基づく事業計画の策定の重要性を説明し、専門家を講師としたセミナー開催し事業計画策定に向けた意識醸成や実際に策定を目指す者の掘り起こしに努めてきました。

自発的に事業計画の策定に取り組む事業者も増えてきており、伴走支援により事業計画の着実な実行へもつなげることができました。

今後は、事業承継への準備やポストコロナを見据えた環境変化に対応していくためにも、引き続き事業計画策定セミナーを行い、事業計画策定事業者や事業承継計画策定事業者の掘り起こしを行うとともに、実効性のある事業計画の策定に向けた支援を行っていくことが必要です。

また、DXを推進し、経営力の強化を図ることが重要となっていることから、ITを活用した新たな販路開拓支援等に取り組むことが課題となっています。

(2) 支援に対する考え方

経営状況分析を行った事業者や新商品の開発等により、新たな販路開拓を目指す小規模事業者等に対して積極的な参加を勧奨し、あわせて広くチラシ等で周知をして潜在的に事業計画策定に取り組む意欲のある事業者の掘り起こしを行うことに努めます。

事業計画策定の重要性を理解してもらうとともに、自発的に事業計画の策定に取り組む事業者を育成していくために、中小企業診断士などの専門家と連携しながら、参加者が興味を示し理解が深められるカリキュラムづくりを行い、事業計画策定セミナーを開催します。

事業計画策定を行う事業者については、経営分析を行った事業者の5割程度を目標として、着実な目標達成に向けた事業計画策定支援を行います。

巡回を通じて後継者の情報収集を行うほか、経営分析を行う際のヒアリングシートを活用して、事業廃業や事業承継などを考えている事業者の情報を把握し、事業継続の可能性の検討や円滑な事業承継を行うために、事業引継ぎ支援センター等の関係機関と連携を図り、事業承継計画の策定につなげます。

また、ポストコロナを見据えITを活用した新たな販路開拓や生産性向上のためのシステム導入等についてのセミナーを開催するほか、場合によってはITコーディネーターなどの専門家を派遣し、小規模事業者のDXを推進し競争力維持・強化を目指します。

(3) 目標

内 容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①事業計画策定セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定事業者数	6者	7者	7者	7者	7者	7者
③事業承継計画策定事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
創業計画策定事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
④DX推進セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①「事業計画策定セミナー」の開催（継続）

事業計画策定の重要性の理解を深めてもらうため、事業者を取り巻く喫緊の課題や時事テーマなどを中小企業診断士などの専門家を招聘しセミナーを開催します。

また、実際に事業計画策定を目指す者に対しては、専門家と連携した中で個別の課題解決のための支援を行っていきます。

- 【支援対象】 経営分析、事業計画策定の重要性の認知度の低い小規模事業者
新規創業等を計画している者

【募集方法】 新聞折込チラシ、ホームページへの掲載、広報等

【講師】 中小企業診断士等の専門家

【内 容】 事業計画策定の重要性、事例、各種制度による位置づけ 等

【参加者】 1回あたり5名程度

②事業計画策定支援（継続）

経営分析セミナーや事業計画策定セミナーに参加した事業者や、実際に経営状況分析を行った事業者や事業計画策定に意欲のある事業者に対して、必要に応じ専門家を交えながら実効性のある事業計画策定につなげます。

小規模事業者持続化補助金等の様式の活用や、中小企業基盤整備機構で提供しているオンライン分析ツール「経営計画つくるくん」等の計画書策定ツールを活用し、経営指導員等が策定手法の説明を行い、事業者自身が日常的に事業計画策定を行える環境づくりを支援します。

③事業承継計画策定支援及び創業計画策定支援（新規）

巡回や経営状況分析を行った事業者のうち、事業廃業や後継者不在の課題を抱えている事業者に対して、必要に応じて事業引継ぎ支援センター等と連携しながら事業存続への道筋を探り、第三者承継も視野に入れた事業承継計画策定支援を行います。

また、セミナーへの参加や相談等により把握した、地域内で創業を図る者に対しては着実な事業実施につなげる目的で、創業計画策定支援を行います。

④DX推進セミナー開催・IT専門家派遣の実施（新規）

ポストコロナに向けた事業活動に有効的な各種ITツールの活用につなげていくため、DXに関

する意識の醸成や基礎知識習得を目的としたセミナーを開催します。

また、セミナー受講者の中から取組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行い、必要に応じてIT専門家派遣を実施しながら、実際のIT等ツール導入に向けて支援いたします。

- 【支援対象】 ITを活用した新たな販路開拓に意欲のある小規模事業者
顧客管理や工程管理などのツールの導入に意欲のある小規模事業者 等
- 【募集方法】 新聞折込チラシ、ホームページへの掲載、広報 等
- 【講師】 中小企業診断士、ITコーディネーターなどの専門家 等
- 【内容】 DXの現状、クラウド型顧客管理ツールの紹介、SNSを活用した情報発信方法 等
- 【参加者】 1回あたり5名程度

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期事業では事業計画策定後は巡回訪問等によるフォローアップを行いました。個々の事業者の事業計画の進捗状況に合わせた支援が行えず、単なる面談等に留まった形骸的なケースもありました。

今後は、事業の進捗状況に合わせて必要に応じてフォローアップ頻度を変えるなどして支援し、また、外部環境、内部環境の変化などの状況を確認し、場合によっては事業計画の見直しを行いながら、PDCAサイクルが円滑に回るようにフォローアップ支援を実施していく必要があります。

(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て、四半期1回のフォローアップを基本として、フォローアップシートを活用して支援します。

事業計画の進捗状況に合わせて、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定し支援を行います。

(3) 目標

内 容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
フォローアップ対象事業者数(※)	6者	9者	9者	9者	9者	9者
フォローアップ延べ件数(※)	24者	36者	36者	36者	36者	36者
売上増加事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
営業利益率3%以上増加事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者

※フォローアップ対象事業者数は、6の事業計画策定事業者（事業承継計画・創業計画策定者）を対象としております。

※支援先事業者の取組み状況によって増減しますが、1者あたり年4回をベースに目標数値を設定しております。

(4) 事業内容

①「フォローアップシート」による事業進捗状況の確認 (新規)

事業計画策定による取組みを行う事業者に対しては、四半期1回(年4回)程度の巡回訪問等による面談により事業進捗状況を確認します。

その際、スムーズな確認を行うため、あらかじめ必要な事項を整理した「フォローアップシート」(調査票)を用意し、効率的な確認と課題の把握につなげます。

課題が見られる場合は、必要に応じ専門家と連携し迅速な解決につなげ、事業者の売上や利益の増加を目指します。

②事業の進捗状況等に合わせた事業者に対する支援 (継続)

事業の進捗状況とフォローアップシートの内容を確認し、事業計画のズレや特段の課題等が見られない事業者に対してはフォローアップ回数を減らし、年2~3回程度とします。

逆に、事業計画のズレや課題が見られる事業者に対しては、フォローアップ頻度を高めるとともに、場合によっては専門家の派遣を行い集中的な支援も行います。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

第1期事業では、新たな販路開拓の機会につなげるため展示商談会への出展支援を行ってきました。

実際に出展した事業者数は1社で成約実績は1件に留まったことから、展示商談会についての情報提供を強化し支援対象者の掘り起こしを行うとともに、需要動向調査を含め出展支援を行い成約件数の増加につなげることが課題となっています。

また、町内事業者はITを活用した販路開拓への関心は高いものの、技術不足やコストが掛かることから実際に取組みまで至らないことが多くあります。

今後は、地域外へ向けて新たな需要の開拓を行うためにも、DX推進セミナーを開催しITに対する意識の醸成や基礎知識習得等を図り、HPやSNSを活用した商品等のPRを強化し、売上の増加につなげていくことが課題となっています。

高規格道路の延伸により交流人口の増加が予想されていることから、地域資源を活用した新たな商品やサービス、観光資源を広く町内外へPRし、域内需要の増加につなげることが重要です。

(2) 支援に対する考え方

経営分析と事業計画を策定した事業者に対して、巡回を通じて展示商談会への積極的な参加勧奨を行うとともに広く町内事業者に対し商談会の開催情報を周知します。

また、出展を希望する事業者に対して、事前に経営指導員等によりバイヤーへのプレゼン用資料の作成や需要動向調査のための調査票の作成等について支援を行います。

出展時にはブースの設置支援やバイヤーへのヒアリング支援などを行い、出展後にはバイヤーからの意見集約を支援し商品のブラッシュアップにつなげ、成約件数の増加を目指します。

また、新たな販路開拓に意欲のある事業者に対して、商工会ホームページサービス「グーペ」等による事業者のHP作成やSNSサービスを活用した情報発信による宣伝力強化を、ITコーディネーターなどの専門家と連携して支援します。

さらに、観光情報誌等幅広い地域・読者を有する広報媒体を活用したPRを行い、地域資源を活用した新商品の販路開拓を図り、小規模事業者の売上増加だけでなく、地域経済の活性化や交流人口の増加へつなげます。

(3) 目標

項目	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①商談会参加事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数／者	1件	各1件	各1件	各1件	各1件	各1件
②HP開設事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／者	—	3%	3%	3%	3%	3%
SNS活用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／者	—	3%	3%	3%	3%	3%
③地域情報誌等によるPR	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①商談会（展示会）の出席による販路開拓支援（BtoB）（継続）

事業計画を策定した新たな販路開拓に意欲のある小規模事業者を対象として、各関係機関が開催する商談会への出席に対する支援を経営指導員が行います。

【支援対象】事業計画を策定し、新たな販路開拓に意欲のある小規模事業者
（想定する業種：食品製造業、卸・小売業 等）

【想定される商談会】

○北海道産品取引商談会（2月 東京・大阪）

- ・主 催：北海道貿易物産振興会
- ・来場者：出展者約80社、バイヤー約150社（約300名）
- ・概 要：道内外の流通バイヤーと道内製造業者との取引商談会

○北の味覚、再発見

- ・主 催：北海道商工会連合会
- ・来場者：出展者約50社、バイヤー約80社（約160名）
- ・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

【支援内容】

- 事前支援
 - ・出展に関する手続き支援
 - ・ブースの装飾やPOPの作成支援
 - ・バイヤーに対する対応シミュレーション
- 出展時支援
 - ・ブースの設置支援
 - ・商品陳列、装飾支援
 - ・アンケート調査支援
 - ・来場者への対応支援
- 事後支援
 - ・アンケートの集計と分析支援
 - ・出展時の対応や課題に関する情報共有（態度、会話、所作、雰囲気等）

② I Tを活用した販路開拓支援（B t o B、B t o C）（新規）

I Tを活用し新たな販路の開拓を行うため、関係機関や専門家との連携を図りながら、ホームページの作成やネットショップの開設、S N Sを活用した広告宣伝などを支援します。

【支援対象】 事業計画を策定し、I Tを活用した新たな販路開拓に意欲のある小規模事業者

【支援内容】

D Xの概要、ホームページやネットショップの開設方法、S N Sの活用による効果的な宣伝手法等をテーマとしたD X推進セミナーを開催して、I Tツールに関する意欲の醸成や基礎知識習得等を図るとともに、I Tを活用した新たな販路開拓に意欲のある事業者の掘り起こしを行います。

支援対象事業者のホームページ開設のために、無料ホームページ作成ツール等を活用して事業者自らがホームページの運営を行えるように支援します。側面支援として、ページコンセプトの設定、リード文の作成や写真撮影などを支援し、魅力あるホームページの開設につなげます。

また、I Tコーディネーターなどの専門家と連携しながらネットショップの開設を支援し、新たな販路開拓へつなげます。

【想定するツール】

- G o o p e（グーペ）無料ホームページ作成ツール
G M Oペパボ社が提供するホームページ作成・サービス
- カラーミーショップ
国内最大級のネットショップ作成サービス
- S N S：Twitter、Facebook、LINE、Instagram 等

③地域情報誌等への掲載による販路開拓支援（B t o C）（新規）

地域資源を活用した新商品やサービスなどのP Rを行うために、観光情報誌や地域発行フリーペーパー等の広告媒体を活用した情報発信の支援を行い、販売促進へつなげます。

【支援対象】 地域資源を活用した新商品開発に係る事業計画を策定した小規模事業者

- 小売業 …地域産品や地域資源活用商品等を取り扱う者
- 飲食・宿泊業 …地域資源を活用したメニュー提供している者
- サービス業 …地域資源を活用した観光者向けサービスを提供している者

【支援内容】 新商品やサービスを対象としているターゲットへ向けて、広くP Rができる媒体を選定し、専門家と連携の上、効果的な販路開拓支援を行います。

【想定する媒体】

- 北海道じゃらん（リクルート社で発行する地域観光情報誌）
- 函楽（道南の主要観光施設や商業施設に設置されるフリーペーパー。）
- ダテパー（〃）

Ⅱ．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

9．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) 現状と課題

第1期事業では、知内商工会内に設置されている経営改善普及推進委員会小委員会において、毎年1回経営発達支援事業の実施状況の成果に対する評価・検証を行ってきました。

第2期事業においても、当委員会にて事業の検証・見直しを行い、PDCAサイクルを循環させて効果的な小規模事業者支援を行います。

(2) 事業内容

①事業の定量的把握（拡充）

事業を定量的に把握するために、経営指導員がクラウド型経営支援ツール「経営支援システム Shoko Biz」を利用して、小規模事業者ごとの支援実績や事業計画策定状況の管理等を行い、共有データは経営指導員、補助員等が小規模事業者の支援に活用していきます。

②小委員会の開催（継続）

知内町産業振興課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、道南うみ街信用金庫支店長等をメンバーとする、「小委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等についての評価を行います。

当小委員会の評価結果は、知内商工会理事会において各理事へフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページと会報へ掲載し、地域小規模事業者等が常に関連可能な状態とします。

10．経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

第1期事業では、職員の資質向上のため、北海道商工会連合会や中小企業大学等、関係機関が行う研修会等へ積極的に参加し、知識向上・自己研鑽に努めました。

しかし、職員間で知識・情報を共有する機会が少なく、組織全体として支援体制が十分に構築されていないことが課題となっています。

(2) 事業内容

①各種研修会への参加

職員の支援能力一層の向上を図るため、北海道商工会連合会や中小機構等が主催する、支援能力向上のための各種研修会へ積極的に参加します。

また、喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、経営指導員ほか全職員が下記のようなDXに向けたIT・デジタル化の取組みに係る内容の研修会に参加します。

【職種別研修会への参加】（継続）

ア）経営指導員

事業者への支援スキルの向上を目指し、経営分析手法や事業計画策定、事業承継計画策定に関する知識・支援ノウハウの習得に関する研修を受講。

イ）補助員

経営指導員の支援をサポートしていくために同様の支援スキルの向上を目指し、定量的・定性的経営分析の手法や経営状況の把握、分析能力の向上のための研修を受講。

ウ）記帳専任職員

経営分析を行うスキルの向上を目指し、主に事業者の定量的な財務分析手法や経営状況の把握、分析能力向上のための研修を受講。

【ＤＸに向けたＩＴ・デジタル化の取組み】（新規）

ア）事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組み

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のＩＴツール、補助金の電子申請情報セキュリティ対策、電子決済や受発注システム、予約システム等

イ）事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組み

ホームページ等を活用した自社ＰＲ・情報発信方法、ＥＣサイト構築・運用、オンライン展示会、ＳＮＳを活用した広報、等

ウ）その他取組み

オンライン経営指導の方法等

② Ｏ Ｊ Ｔ （継続）

経営指導員以外の職員については、経営指導員の巡回支援時や専門家派遣時に同席するなどして、支援のための手法を習得するためＯＪＴを積極的に実施し、組織全体としての支援能力向上を図ります。

③ 職員間の情報共有化・データベース化 （拡充）

経営指導員が基幹システムや経営支援ツール等を活用し、小規模事業者の定性的、定量的な情報をデータ入力し、職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができる体制を構築します。

11. 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）現状と課題

第1期事業では、北海道商工会連合会や地域関係機関が主催する会議や研修等において、経営指導員や各支援担当職員との情報交換を行い、日頃の小規模事業者に対する支援の取組みや地域経済の動向など事業者支援の参考となる情報の収集につながりました。

第2期事業においても、これらの関係機関との情報交換を継続して行い、支援機関ごとにどのような内容で連携するかを整理し、経営発達支援事業の円滑な実施につなげていきます。

(2) 事業内容

①北海道商工会連合会（情報交換頻度：1年に1回）

北海道商工会連合会が主催する全道経営指導員研修会において、地域小規模事業者の経営体質強化と経営改善普及事業の円滑な推進を図るとともに、事業計画の策定や販路開拓についての情報交換を行い、小規模事業者の経営発達に向けた支援能力向上を図ります。

②渡島管内商工会連合会（情報交換頻度：1年に1回）

渡島管内商工会連合会が主催する研修会において、各地域の経済情勢や新たな取組みについて、他の認定商工会と情報交換をすることによって、支援ノウハウを習得することができ、小規模事業者の事業計画策定や事業承継支援、販路開拓に向けた支援能力の向上を図ります。

③渡島西部4町商工会広域連携協議会（情報交換頻度：1年に4回）

知内町と松前町、福島町、木古内町の4町が広域連携協議会を設置し、4町の経営指導員が集まり、地域動向調査作成や小規模事業者の課題解決のための経営支援会議を行っています。

中小企業診断士と連携しながら、各地域の経済動向や小規模事業者の経営状況について情報交換を行い、小規模事業者に対する支援力の向上につなげています。

④日本政策金融公庫函館支店（情報交換頻度：1年に2回）

小規模事業者に対する豊富な金融支援実績に基づき蓄積された支援ノウハウの吸収と、広域的な地域情勢の把握を目的に情報交換を行い、地域経済動向調査や経営分析等の効果的な実施を図ります。

⑤地域金融機関（情報交換頻度：1年に1回）

小規模事業者が大きく関わる道南うみ街信用金庫知内支店、北海道銀行木古内支店に加えて、新函館農業協同組合知内基幹支店も含めながら、これら機関が有する豊富な金融実績に基づき蓄積された支援ノウハウを吸収し、小規模事業者の経営発達に向けた支援につなげていきます。

⑥専門家（情報交換頻度：随時）

経営に係る専門家（税理士・中小企業診断士・他士業）との連携密度を高めて、経営分析や事業計画策定に向けた支援能力向上を図ります。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組み

1 2. 地域経済の活性化に資する取組みに関すること

(1) 現状と課題

第1期事業では、北海道新幹線開業の機会を捉えた交流人口増加による地域活性化を図るため、町で行うプロモーション活動等への協力や、観光振興による地域の稼ぐ力を引き出すための組織として、「DMO」の立ち上げを、町をはじめ関係機関と連携して行いました。

しかし、地域事業者においては点在的な取組みが多いため、これら事業者や関係機関との一層の結びつきを強め、一体となった面的な取組みへ進展させていくことが課題です。

第2期事業では、これまでの観光振興等に関わる基盤整備の取組みから発展させ、より積極的な地域資源の活用を推進した商品開発への取組みや、観光資源の磨き上げについて、関係機関と連携を密にし、小規模事業者への取組み支援へつなげます。

(2) 事業内容

① 地域資源を活用した新商品開発 (新規)

当町の代表的な特産品である「ニラ」や「牡蠣」は、市場からも高い評価を受けており、広く流通しております。町内飲食店ではこれを活用したメニュー等を提供しておりますが、土産品のような加工品は少ないことから、これら製品の活用方法等について各関係機関と連携しながら検討・研究を行い、地域事業者に対してその活用方法等についての情報提供を行い、地域資源を活用した商品づくりに意欲のある事業者に対しては、必要に応じて専門家の派遣による商品のブラッシュアップなどの支援を行いながら、販路開拓の取組みにつなげます。

② ロケーションを活用した地域観光資源の創出 (新規)

近年増加する自然環境下でのアクティビティを求める観光需要に対応する目的で、町内の身近に広がる自然環境を活用した体験型・滞在型観光事業やゾーニングの検討等、町をはじめとした各関係機関と連携しながら取組み、新たな地域観光資源の創出につなげます。

③ 地域特産品・観光情報発信の強化 (拡充)

8で行うホームページ等による情報発信の際には、地域事業者が活用している地域資源の情報も積極的に掲載し、消費者への訴求力を高め購買意欲の向上を図ります。

町内観光情報については町と連携しながら、商工会ホームページへも掲載や簡易なパンフレット等を作成し町内各店舗に設置し、潜在的需要の掘り起こしを図ります。

(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3年11月現在)

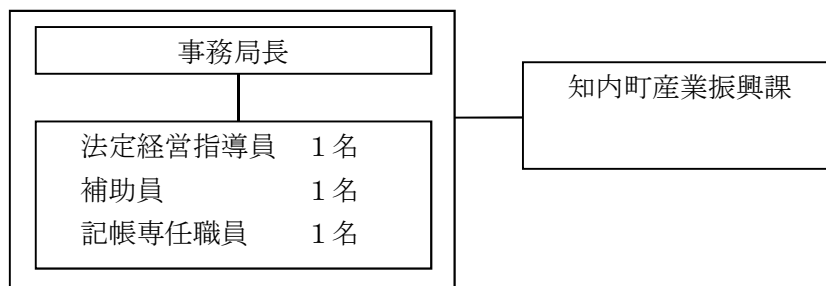
(1) 実施体制

①事務局 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)

②実施体制 経営指導員と補助員が主として事業を実行し、記帳専任職員は補佐を行なう。
事務局長は事業進捗状況の確認と把握に努め事業の円滑な実施を図る。

③評価体制 小委員会の設置
知内町産業振興課長、道南うみ街信用金庫知内支店長、中小企業診断士(専門家)、
北海道商工会連合会道南支所長

④組織図



(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: 吉田 竜介

連絡先: 知内商工会 電話 01392-5-5340

②当該経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施に係る指導及び助言、目標設定に向けた進捗管理、事業の評価・見直し
をする際の必要な情報の提供を行います。

(3) 商工会及び市町村連絡先

①知内商工会 住 所: 北海道上磯郡知内町字重内 66-77

電 話: 01392-5-5340

FAX: 01392-5-6119

メール: ssci@rose.ocn.ne.jp

②知内町 住 所: 北海道上磯郡知内町字重内 21-1

電 話: 01392-5-6161

FAX: 01392-5-7166

メール: syoukou@town.shiriuchi.hokkaido.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)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	2,220	2,220	2,220	2,220	2,220
・経営状況の分析	195	195	195	195	195
・事業計画策定支援	195	195	195	195	195
・事業計画策定後の実施支援	195	195	195	195	195
・需要動向調査	260	260	260	260	260
・新たな需要の開拓に寄与する事業	1,375	1,375	1,375	1,375	1,375

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、道補助金、町補助金、特別賦課金、手数料、使用料、受託料、助成金、雑収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

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