

経営発達支援計画の概要

実施者名	浜頓別町商工会（法人番号 9450005002582） 浜頓別町（地方公共団体コード 015121）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>小規模事業者に対する地域の現状及び課題と長期的な振興なあり方を踏まえ、経営発達支援事業の目標を次のとおりとする。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 自社経営の持続化に向けた、売上増加と利益確保による経営と資金計画の安定による経営体質の強化を目指す。 2) 廃業阻止による事業の持続化を根ざした円滑な事業承継のための支援仕組みづくりによる環境整備を目指す。 3) すべての創業者（創業希望者、創業後5年未満の者等）に対する手厚い支援による、安定経営に向けた事業定着化を目指す。
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 <ol style="list-style-type: none"> (1) 景気動向調査 (2) 地域経済分析システム「RESAS」の活用 4. 需要動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 地場産品を活かしたメニュー開発調査 (2) 展示・商談会での需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 経営分析セミナーの開催 (2) 巡回訪問・窓口相談による経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 巡回訪問・窓口相談等における策定支援 (2) 事業承継等における策定支援 (3) 創業における策定支援 (4) DX推進セミナー開催・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 <ol style="list-style-type: none"> (1) 巡回訪問・窓口相談等におけるフォローアップ (2) 事業承継・引継ぎ支援におけるフォローアップ (3) 創業支援におけるフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) ITの活用による新たな需要開拓支援 (2) 共同広告・チラシ・パンフレット等による新たな需要開拓支援 (3) 物産商談会への出展支援
連絡先	<p>浜頓別町商工会 〒098-5704 北海道枝幸郡浜頓別町中央北 21 番地 1 TEL:01634-2-2369 FAX:01634-2-3805 Mail:hamaton@rose.ocn.ne.jp</p> <p>浜頓別町 産業振興課 〒098-5792 北海道枝幸郡浜頓別町中央南 1 番地 TEL:01634-2-2346 FAX:01634-2-4766 Mail:kankou@mail.towm.hamatonbetsu.hokkaido.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

(1) 地域の現状と課題

1) 位置

浜頓別町は、北海道最北端・宗谷管内に位置し、東西方向に 28.2km、南北方向に 24.9km、海岸線は 18.3km、面積 401.64 km²を有しており、海岸沿いであることから「漁業（カニ、ホタテ、サケ等）」が盛んである。

気候は、年間を通して概ね冷涼で、冬期は流氷の接岸など積雪寒冷地域のため厳しい自然条件であり、12月以降は真冬日となることが多い。

年間を通じて南西の風の影響が多く、一年を通して北海道内でも風の強い地帯となっている。

【浜頓別町の位置】



2) 地勢、土地利用

浜頓別町は、豊富な漁業資源の宝庫で知られる「オホーツク海」に面し、北西、南西、及び南東の三方は山岳によって囲まれ、中央部から北東部、オホーツク海岸まで頓別平野が開けたものとなっている。

土地利用は、総面積の 401.59 km²のうち、70.0%が山林・原野であり、豊かな自然環境に恵まれており、宅地は 0.3%となっている。

【地目別面積】 令和5年

(単位：k m²)

	畑	住宅	池沼	山林	牧場	原野	雑種地	その他	総面積
面積	43.62	1.28	17.38	239.27	26.19	41.89	10.37	21.59	401.59
	10.9%	0.3%	4.3%	59.6%	6.5%	10.4%	2.6%	5.4%	100.0%

資料：浜頓別町HP はまもんべつの統計（令和6年度）

3) 人口動向

浜頓別町は、国道 238 号線と国道 275 号線が結節する交通の要衝地として栄え、昭和 30 年の 8,231 人（国勢調査）をピークに減少の一途をたどり、その後、交通事情の変化や産業構造の激変等により、令和 2 年には 3,501 人（国勢調査）となり、往時の半数以上減少している。

我が国全体の人口が減少していく社会的背景を踏まえると、本町においても人口の減少は避けて通れない状況にあり、「浜頓別町人口ビジョン（令和 2 年 3 月版）」では、令和 7 年の総人口を 3,139 人と予測しているが、令和 6 年 10 月末時点では 3,252 人（実績値）となっている。

また、総人口の推計では、直近では「3,000 人を割ろうとしている」点に着目されがちだが、30 年後には 1,000 人を割る可能性が濃厚なことの方が重大な問題であり、経営者にとっては厳しい事業環境となる。

総人口の減少要因としては、高齢者人口の増加に伴う死亡数の増加や、人口ピーク時に比べて出生数が減少してきていることが挙げられる。

【総人口の推計（国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所推計）】 (単位：人)

年度	令和 2 年	令和 7 年	令和 12 年	令和 17 年	令和 22 年	令和 27 年	令和 32 年	令和 37 年
人口	3,501	3,139	2,784	2,450	2,121	1,811	1,543	1,315

資料：浜頓別町人口ビジョン（令和 2 年 3 月版） ※実績値（令和 2 年）。推計値（令和 7 年以降）。

4) 年齢別人口

人口の年齢別構成については国勢調査によると、総人口の減少に伴い、「0～14 歳」と「15～64 歳」の 2 区分は減少が続いている。しかし、「65 歳以上」の老齢人口については、増加の一途をたどり、若年世代と高齢世代については反比例する結果となっている。

将来人口については、「第 6 次浜頓別町まちづくり総合計画 2019～2028」によると、人口減少対策の推進を行った上で 3,100 人（令和 10 年予想）と設定している。

労働人口の高齢化に伴い、若手の積極採用に注力する事業者がほとんどである。例年開催されている浜頓別高等学校での合同企業説明会にて、採用活動そのものを積極化し、若手人材の確保に対する姿勢は、以前に増して強まっている。

【年齢別構成】 (単位：人)

		国勢調査実績値				目標年次
		平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 10 年
総人口		4,957	4,582	4,168	3,881	3,100
年齢 3 区 分別人口	年少人口（0～14 歳）	738	600	504	416	290
	生産年齢人口（15～64 歳）	3,221	2,876	2,516	2,218	1,660
	老年人口（65 歳以上）	998	1,106	1,148	1,246	1,150

資料：第 6 次浜頓別町まちづくり総合計画 2019～2028

5) 商工業

・酪農と漁業のまち

浜頓別町は、酪農と漁業の町であり、雄大なオホーツク海の恩恵によりサケ・ホタテ等の漁業資源が豊富である。また、町内には大手乳業メーカーが参入するほどの乳牛の産地としても栄えている。また、自然の豊かさにより一次産業が栄える一方で、商業関連となる二次産業、三次産業については人口減少と、平成元年に国鉄廃線となったこともあり、衰退の一途を辿っている。

・新たにできた町民交流施設「浜頓別町交流館」について

令和元年5月にオープンした「浜頓別町交流館」では、町民同士の交流を目的に新設され、道の駅機能も付属している施設である。これまで町内にはなかった憩いの場として、子どもから高齢者まで幅広い年代層に親しまれている。

また、道の駅機能を有していることから町外利用者も多く、これまで当町に訪れなかった人々が、この浜頓別町交流館のオープンにより急増した。テレビや雑誌の取材が「道の駅」という名前をきっかけに行われることが増えたことも一因にあるが、「町民交流施設」としての位置づけに興味を示す、町外の行政や商工会関係者が視察に訪れる機会も増えている。

【浜頓別町交流館来場者数・年度集計】

西暦・年	2019	2020	2021	2022	2023
来場者数・人	276,841	182,762	206,789	232,449	261,289

資料：浜頓別町交流館の日計カウンター

2020年には、新型コロナウイルス感染症の影響により、外出自粛の影響から来館者数を大きく落としたものの、直近の2023年にはオープン時に迫る来館者数となっており、来町者へのアプローチとなる新たな拠点として、浜頓別町交流館の存在は大きなものとなっている。

・中小・小規模企業振興基本条例の制定による恩恵について

町内中心市街地については、商店街を形成する商業やサービス業をはじめとする小規模事業者が集積しており、地域住民が求める商品やサービスはもとより、まちの賑わいの創出や地域貢献活動などを通し、地域コミュニティを支える重要な担い手として機能してきた。

しかし、商店街地域における経営者層が高齢化により、廃業を選択するケースも少なくない。後継者難はもとより、後継者へ引き継げるだけの企業体質が高くない等、そもそも経営の維持が難しくなっている状況である。

一方で新規創業の状況としては、1年に約1~3件ベースで増えており、平成30年度に浜頓別町が策定した「中小企業・小規模企業振興基本条例」における創業者向け補助金の新設が大きく影響している。

【新規創業者数・年度集計】

西暦・年	2020	2021	2022	2023	2024
創業者数・人	2	2	1	3	2

資料：浜頓別町商工会独自調べ

また、商店街地域の空き店舗改修等に対して、事業者に対する補助金額が上限 500 万円になる等、商店街の空洞化を防ぐ取り組みは続いている。その結果、空き店舗を利用して飲食店をオープンさせた事業者は過去 5 年で 2 件あり、補助金の恩恵により円滑な事業活動を行えていることが窺える。

尚、令和 5 年度には、この中小企業・小規模企業振興基本条例が大幅に改正され、特産品開発や設備導入時のハードルを低くする等、事業者にとって使い勝手の高い補助金制度として整備された。

・商工会員数の動向について

過去 10 年の商工会員数については、2018 年（平成 30 年）頃に減少スピードが落ち着き、その後は横ばい傾向になっている。減少率の歯止めに一躍買っているのが、前述した平成 30 年に新設された新条例によるものである。事業の持続化や創業者支援等、事業環境を整えるのに必要な施策を浜頓別町との連携により完備されてきた証拠である。

【商工会員数の推計 2014～2023（総計）】

西暦・年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
商工会員数	133	131	127	122	121	121	122	118	119	117

資料：商工会実態調査

6) 浜頓別町の小規模事業者の現状と課題

近年の日本経済においては、日経平均株価の高騰など好景気に沸いている一方で、地方には好景気感はもたらされていないのが実情である。特に小規模事業者に対する波及効果は見え、商店街地域での購買状況は低調なままであり、商店街地域の賑わいも戻っていない。

・経営環境の厳しさから苦戦を強いられる小規模事業者

浜頓別町の小規模事業者の多くは、商店街を形成する中心市街地に集積し、商業やサービス業を営んでおり、地域を支える重要な担い手として、町の中心部の賑わいに大きく貢献してきた。

原材料価格の高騰、エネルギーの高騰等、経営環境に直接的な影響を及ぼすマイナス要因が多く、更には新型コロナウイルス感染症拡大による経済活動自粛の影響から、売上状況が大きく冷え込んだことは記憶に新しい。卸売業・建設業・サービス業の業績低迷と共に、製造・小売業も苦戦を強いられている。また、地場品を利活用した商品開発は行われているものの、広く周知されていないことから新たな販路の開拓が進んでいない状況も顕著である。

・事業の持続化を最優先

人手不足感については、解消されないまま事業活動を行っている状況であり、人材確保が難しく事業活動を維持することができていない事業者が増えつつある。商店街の空洞化への対処だけでなく、小規模事業者を如何にして廃業させないかが、地域維持するためには重要な要素である。

それでも、小規模地域にも関わらず、毎年新規創業者がコンスタントに発生していることはプラスと捉えることができ、ハード・ソフト事業関係なく、新規創業者の案件を、常に抱えることができている。

新規創業者が増えることで、町内経済の活性化に寄与することから、既存事業者における廃業の先延ばしが可能となる。例えば、飲食店の創業となれば、町内小売店より仕入し、売り先も町内顧客となるので、町内経済の循環に一役買うことができる。

今後の廃業阻止に向けた具体的取組については、浜頓別町と連携しながら進めているところである。

【商工業事業者の現況（前回申請当時との比較）】

（令和6年4月1日現在）

事業所数		業種							合計
		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店 宿泊業	サービ ス業	その他	
総事業所数		23(24)	13(13)	2(2)	35(36)	20(21)	31(32)	41(56)	165(184)
〈小規模事業者数〉		18(19)	13(12)	2(2)	23(24)	19(20)	22(22)	25(55)	122(154)
後継者不在の事業者 (内、5年以内に廃業予定)		8 (3)	3 (0)	2 (0)	10 (4)	19 (2)	7 (1)	4 (0)	53 (10)
内 訳	会員企業数	19(20)	10(11)	2(2)	25(28)	15(16)	18(16)	28(30)	117(123)
	〈小規模事業者数〉	18(19)	9(10)	1(1)	20(23)	15(16)	13(15)	27(29)	103(113)

※（ ）内は平成31年4月1日現在

事業所数		業種							合計
		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店 宿泊業	サービ ス業	その他	
後継者不在の事業者 (内、5年以内に廃業予定)		8 (3)	3 (0)	2 (0)	10 (4)	19 (2)	7 (1)	4 (0)	53 (10)

資料：商工会実態調査

（2）浜頓別町商工会におけるこれまでの取組

当商工会は、これまで経営指導員、補助員、記帳専任職員の3名体制により小規模事業者に対して、税務・労務・金融・経営全般に関する経営改善普及事業を行ってきた。平成26年の小規模支援法の改正により、当商工会の経営発達支援計画が認定（計画期間：平成27年度～平成31年度）され、5年後の第2期目となる計画についても認定（計画期間：平成31年度～令和5年度）されたことに伴い、伴走型小規模事業者支援推進事業（補助金）を活用しながら、小規模事業者支援を実施してきたところである。

【第1期における取組み（計画期間：平成27年度～平成31年度）】

当初計画期間においては、(1)経営体質の強化、(2)事業承継の促進、(3)創業・第二創業、経営革新の促進、を目標に掲げ経営発達支援事業に取り組んだ結果、これまで実績のなかった経営分析件数や事業計画策定件数について8件の実績があった。

【第2期（直近5年間）における取組み（計画期間：令和2年度～令和6年度）】

1) コロナ禍における事業者支援

第2期においては、特に個者支援の重点強化を実行した。そのきっかけとなったのが、新型コロナウイルス感染症の出現である。特に飲食業への重点的支援を行い、全飲食店へ支援を実施した。結果として、新型コロナ関連の廃業1件（飲食業）があった一方で、経営指導により企業再生した先は1件（飲食業）の実績であった。更には、コロナ禍で逆風となっていた飲食店の新規オープンが4件あった。

2) 個者支援の実績とその内容

アフターコロナによる事業再構築に向けて、国関連の補助金等への申請支援や販路拡大に向けた取組みに係る個者支援を、専門家との連携支援により解決に導いた。経営革新計画策定支援、事業承継支援、販路開拓支援等、20名以上の多種多様な専門家の招へいを行い、個者支援を実施した。事業計画策定支援実績は、41件となり、実績件数については第1期から比べると大きく飛躍できた。

専門家派遣事業については、北海道商工会連合会事業の活用をメインに行い、これまで専門家派遣事業に触れる機会がなかった商工会員から、継続的な利用の声が多く、専門的知見に触れることで「新たな気付き」に繋がった。

また、事業環境や相談内容に応じて、浜頓別町の補助金と小規模事業者持続化補助金等のダブル申請を行うなどし、事業活動における指導を実施した。商工会員が、商工会事業を知るきっかけとなり、商工会の存在意義を確認できる機会となっている。

各種補助金の活用において、その多くはハード事業（什器設備、店舗改修、機械導入等）であり、目につくものがほとんどであることから、補助金の使い方を知るきっかけが生まれやすく、例年10件程度の申請実績があり、制度周知が図られてきたものと思料する。

【中小企業・小規模企業振興基本条例（町補助金）の利用実績・過去5年】

西暦・年	2020	2021	2022	2023	2024
件数	9件	8件	3件	10件	11件
補助金額	25,151千円	14,748千円	9,000千円	24,235千円	17,412千円

3) 浜頓別町交流館が生み出す小規模事業者への波及効果について

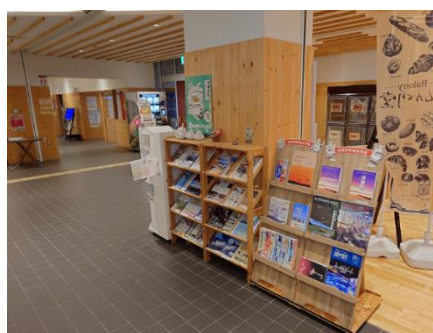
令和元年5月にオープンした浜頓別町交流館にて、飲食店マップの配布とボードの設置を行い、飲食店への誘導動線を敷き、特に観光客の多い4～9月の間は各飲食店へ誘導を行うことができている。

浜頓別町交流館は、道の駅機能を有しているが、建物機能の趣旨としては町民同士の交流の場として建設された「交流館」であり、世間一般的に思い描いている飲食店のある道の駅とは異なる。交流館インフォメーションでの問い合わせが多いのが「①食べる場所はあるか」「②ガソリンスタンドはどこか」「③お土産屋はあるか」の3点であり、飲食店への視線が熱いことが窺える。

特に日中の問い合わせが多く、ランチ時間での売上の多くは、町外からの観光客や、営業マンであり、浜頓別町交流館での休憩ついでに情報を入手する傾向にある。

また、お土産物屋については、町内唯一の菓子処へ案内していることから、立ち寄りお客様も増え、特に令和元年は売上を大きく伸ばした。

観光資源の目玉が少ない浜頓別町は、これまで通り過ぎるだけの町であったのが、浜頓別町交流館のオープンにより「道の駅」のネーミング効果で立ち寄る人が大幅に増加した。



浜頓別町交流館・道の駅内（左：飲食店マップボード、右：飲食店マップの設置）

4) 販路開拓支援について

浜頓別町は、ホタテ・毛ガニ・サケ等の水産資源、そして乳牛の産地として一次産業が強い町であるが、特産品開発やその販路開拓については低調である。

地理的条件で言えば、「天然ほたて貝水揚げ日本一の村・猿払村」と「毛ガニの水揚げ日本一の枝幸町」の間に挟まれた、漁業資源の宝庫であるが、特産品へのブランディングには一足遅れをとっている。

眠っている特産品の販路拡大を狙い、「北海道味覚マルシェ（北海道札幌市）」と「なまらいっしょ北海道フェア（東京都世田谷区）」の2つの催事へ出展し、販路拡大を狙う取組みを行った。

結果として、個人客の自社HPへの誘導と、商談成立に至っているが、パッケージングや魅力度の引き出し方など、まだブラッシュアップが必要であることが明白となった。引き続き、需要動向を探りつつ、販路拡大への取組み支援を強化し、売上増の足掛かりとしたい。

5) 第2期における総評

当初目標の数値設定との乖離はもちろんのこと、テーマごとに事業者個々に寄り添った支援の在り方については、都度修正を行いながら、事業者支援に徹した。経営支援体制にギャップが生じていたことや、地域資源の活用による「新たな需要の開拓」に向けた支援といった取組についても積極的に取り組むことが求められていることから、今後は、事業内容の精査・見直しを行った上で実施していくこととしたい。

(3) 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

浜頓別町内における小規模事業者の実態としては、小売業の減少による商店街地域の衰退と、空き店舗および空き地の増加による、商店街地域の空洞化が大きな問題となっている。商店街地域の活性化に向けて、当会と行政を交えての懇談会を継続実施しており、現在も協議を重ねている。

そのため、小規模事業者の振興のあり方の基本の考えとして「小規模事業者の持続的発展」をテーマとし、以下の通りとする。

・浜頓別町交流館を活かした基本構想（町民同士の交流）

令和元年度にオープンした「浜頓別町交流館（指定管理者：浜頓別町商工会）」の波及効果は大きく、四季に応じた各種イベントの開催や、町内団体から利活用され、子どもから子育て世代、さらには高齢世代が町の中心部に位置する浜頓別町交流館へ足を運ぶようになった。町民による、町内交流人口が増加傾向となっていることは確かである。

町内交流人口が増加するきっかけができて、商店街地域における空洞化が解消されなければ、イベントがあるときのみの一過性の盛り上がりで終わってしまう。地域経済の衰退が進行している状況に歯止めをかけるためには、“事業環境の創出や良質な居住環境の創出”などのステージづくりが必要であり、そのためには大通商店街周辺の利便性や魅力を高めることが不可欠である。

そこで、旧計画において地域経済活性化のために組織された「まちづくり協議会」で見出した「4つの戦略プロジェクト」を実現していく必要性があり、町と協議を重ねながら、現在進行中である。

1. 「空き店舗有効活用プロジェクト」
2. 「事業継続・承継、活性化の担い手育成プロジェクト」
3. 「特産品開発プロジェクト」
4. 「住環境づくりプロジェクト」

これらのプロジェクトの推進は、住民が地域で住み続けるために最も必要な施策であり、地域生活者のニーズを捉えた商品・サービスの提供等の事業活動により、小規模事業者の事業継続・承継、起業・創業や新商品（特産品）サービスの研究開発による経営革新に繋がるものである。

・空き店舗情報の発信

現在、浜頓別町における空き店舗情報は広く公開されていないことから、商工会 HP 等で周知する仕組みを構築する。現在も元飲食店の空き店舗が存在し、リノベーションして飲食店をオープンさせる事例も少なくないので、新規創業者の誘発のため、見える化を進めていきたい考えである。

・浜頓別町交流館を発信の基地に

町内外問わず、人的流動が多いのは浜頓別町交流館である。特に町外の方が、これまで通過型で終わっていたこの町に立ち寄るきっかけとなったのが、この施設である。

現状の取り組みとしては、飲食店マップにより商店街地域へ人が流れる仕組みができているのみである。今後は、商店街地域の小売業に消費活動が行われるよう、この浜頓別町交流館を情報発信の基地と捉え、誘導動線を敷いていきたい。

・継続的な個者支援の実施と売上増への取り組み

個者支援による取り組みについては、これまで同様、中小企業診断士等の専門家とのタイアップにより、事業者支援を進めていく。専門家による助言指導については、利用価値を認識していただけている状況から、業種問わず、経営相談をいただいた際は的確な専門家との連携を強化していく。

引き続き、きめ細かな事業者支援に努めることで事業活動の下支えを徹底したい。

2) 浜頓別町総合計画との連動性・整合性

浜頓別町では平成31年度から10年間における「第6次 浜頓別町まちづくり総合計画」を策定したところである。

【第6次 浜頓別町まちづくり総合計画】

浜頓別町のまちづくり総合計画の“将来像”「住み続けたいまち かえりたいまち 輝くふるさと はまとんべつ」を実現するため、まちづくりの基本目標の一つである「いきいきとした産業で潤いのあるまちづくり」を目指し、交流館やその周辺を拠点とし隣接する商店街への波及を促進する、様々な中小企業等の振興に関するメニュー(施策)が整備されている。

【計画を受けての現在の状況】

現在5年経過し、10年を迎えるまでには折り返し地点である。商工業振興に係る当会としての取り組みは、小規模事業者の持続化を後押しし、事業活動に係る設備更新に対する補助金申請支援等を行い、また、資金繰り円滑化に向けた事業計画策定支援や借入の妥当性判断等、個者に対し、きめ細やかな支援に徹した。設備改修費等で規模が大きくなるものの代表例として、空き店舗活用事業があげられる。これに関しては、町の空き地・空き店舗対策や創業促進及び事業承継・人材育成事業を活用し、商工会が重点とする「空き店舗有効活用・住環境づくりプロジェクト」と連動しこれまで以上の連携強化を図り、浜頓別町が目指す方向性の実現に向けて取り組んでいく。

将来像	住み続けたいまち かえりたいまち 輝くふるさと はまとんべつ
基本目標【産業】	いきいきとした産業で潤いのあるまちづくり
商工業振興	
基本的考え方	商工業者の経営安定・住民の身近な買物の場の充実
施策	商店街の活性化（空洞化対策含む） 経営相談、指導体制の充実
起業支援・特産品開発	
基本的考え方	起業支援の促進や地域資源を活かした特産品開発を支援
施策	起業支援、地域資源を活かした特産品開発、ブランド化

出典：浜頓別町総合計画（商工業関連部分のみ抜粋・加工）

【浜頓別町中小企業・小規模企業振興条例(平成30年度～)の制定による効果】

平成30年に町と連携し、「浜頓別町中小企業・小規模企業振興条例」を制定し、事業者支援制度の拡充が図られ、具体的には各事業者における事業活動に必要な什器備品の整備や、店舗改修にかかる費用を補助金交付する形で支援するものである。過去5ヵ年累計で、41件、90,546千円の申請状況となっている。

本制度の制定により、小規模事業者の経営基盤強化に大きく貢献し、新サービスの提供や創業支援への取り組みに寄与しているところであり、抱き合わせで国及び北海道の補助金制度の活用を行っている。

尚、令和5年度には本条例の改正に踏み切り、創業および事業承継に係る補助率の見直しや、特産品開発に向けた補助事業の上限額の増など、事業者ニーズに合わせた制度内容に再整備された。

今後は、特産品開発に取り組む小規模事業者への支援制度を活用することで、町総合計画との整合性を図りつつ、組織一丸となって小規模事業者支援にあたっていくこととする。

【創業支援等事業計画の策定による効果】

浜頓別町では、令和元年6月に「創業支援等事業計画」の認定を受けたことから、当商工会が認定連携創業支援等事業者として、創業支援を行っていくこととなっている。この認定に関連した、小規模事業者持続化補助金（経済産業省）の新規創業枠で1件の申請を行った。過去5年間で、飲食業の創業が6件と業種別の創業では最も多い状況となっている。

当商工会としても、創業支援を行うことが中心市街地の賑わいを取り戻すことにつながると考えていることから、浜頓別町と連携を強化しながら取り組んでいくこととする。

3) 商工会としての役割

町内の小規模事業者が身近に相談できる支援機関として、これまでと変わらず「まずは商工会へ相談」の基本を果たす。

前述した第2期の取組みを踏まえ、第3期では小規模事業者に寄り添った伴走型支援を強化し、対話と傾聴により課題を解決することで経営者との信頼関係を深め、経営者の自走化のための内発的動機づけを促し、小規模事業者に持続的発展を図る。

また、地域資源を活用した新商品開発や販路開拓を支援するとともに、事業承継や創業支援、雇用機会の創出により地域経済活性化の一役を担い、活力と賑わいのある商店街・まちづくりに取り組む。

(4) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者に対する地域の現状及び課題と長期的な振興のあり方を踏まえ、経営発達支援事業の目標を次のとおりとする。

1) 経営体質の強化と経営革新の促進

◆ 目 標

自社経営の持続化に向けた、売上増加と利益確保による経営と資金計画の安定による経営体質の強化を目指す。

■年間 10 者に対して事業計画策定を行い、前年対比利益率 3%増を目標とする

■事業計画に基づく新たな販路開拓支援により売上・利益率増加を目標とする

(I T活用販路開拓 年間 3 者/前年対比売上 2 %増)

(紙媒体等での販路開拓 年間 3 者/売上額 2 0 万円)

(商談・物産展での販路開拓 年間 3 者/売上額 2 0 万円)

2) 事業承継の促進

◆ 目 標

廃業阻止による事業の持続化を根ざした円滑な事業承継のための支援仕組みづくりによる環境整備を目指す。

■年間 2 者に対して事業承継計画の策定を行い、円滑な事業承継・引継ぎを支援する。

3) 創業・第二創業の促進

◆ 目 標

すべての創業者（創業希望者、創業後 5 年未満の者等）に対する手厚い支援による、安定経営に向けた事業定着化を目指す。

■年間 3 者の創業を目標値とし、フォローアップを複数回実施することで創業計画の目標を達成するための継続的な支援を行っていく。

4) 地域への裨益目標

1) ～ 3) の目標達成により小規模事業者の持続的発展を実現させ、円滑な事業承継や創業支援により地域コミュニティの維持を図る。また、「浜頓別町交流館」を核とした観光客の取り込み並びに、商店街地区への回遊等について、浜頓別町をはじめ地域関係団体と連携し実施していくことで、関係人口の増加による地域の賑わいの創出を図る。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成にむけた方針

経営発達支援事業の目標を達成する為の方針を次のとおり定め、事業を実施していく。

<基本目標①>経営体質の強化と経営革新の促進

1) 方針

小規模事業者の事業の持続化に向けて、売上・利益向上等の維持を実現するため、小規模事業者の実態把握を行い、課題抽出と解決のための分析等により事業計画策定支援に繋げ、増収増益に向けた支援を実行する。

また、事業計画に基づく販路開拓に向け、小規模事業者が個々に抱える課題や商品力に応じて、IT活用や商談・物産展への支援など、きめ細かい伴走型支援により、増収増益に向けた支援を実行する。

ア. 事業計画策定には、数値面だけでなく具体的な事業活動が裏付けとして必要となることから、相談内容やジャンルに応じて専門家を招へいし、1～3回にかけて事業者支援を実施し、自信をつけて事業活動に臨めるよう支援する。

イ. 経営の方向性として、町内での経済循環を第一に考え、町内ニーズを的確に捉えた事業の方向性を確立する。また、売上の底上げを図るために、近隣町村をターゲットとした事業展開及び経営戦略を立てる等、事業活動を町内だけで完結しないよう先を見据えた事業者支援に徹する。

ウ. 過去5年の実績から見て、浜頓別町の事業者向け補助金を活用する事業者数は年間平均8件程度となっており、補助金相談者全者への事業計画策定を促す。また、融資による借入が発生する場合は、資金繰り円滑化への指導を実施し、日本政策金融公庫や地元金融機関と連携し、適正な借入額と返済内容となるよう指導を行う。また、借入が発生しない場合は、自己資金力が高いことが窺え、5年後に向けた設備投資や新たな取り組みに向けた提案を行う。

エ. 消費者ニーズを踏まえた中でターゲットの設定、販売手法、コストや経営資源等について事業計画を策定し、新たな商品等の開発と商品のブラッシュアップ、販路拡大の支援に繋げ、小規模事業者の売上アップ、収益アップを図る。また、取り扱い商品・サービスの内容・性質や、需要開拓先に応じてホームページやSNS等のITの活用や、紙面によるPR、物産展・商談会への出展支援など、支援手法を使い分けることで支援事業者個々の売上最大化に寄与する。

<基本目標②>事業承継の促進

1) 方針

過去5年における廃業の理由のほとんどが「高齢化」によるものであり、可能な限り廃業を阻止するための支援体制を敷かなくてはならない。関係機関との連携と、情報収集、そして現経営者の「思い」に沿った事業承継をプランニン

グし、気持ちに寄り添った支援を実行する。

ア. 高齢化による廃業が積年の課題となっており、廃業を食い止めることが小規模地域の生活を守ることに直結する。まずは、廃業予定者の把握、事業承継の相談は商工会へ促す体制づくり、支援機関同士での情報共有等、徹底した情報収集に徹する。経営指導員の巡回指導の重要性が発揮されるもののひとつとなる。

イ. 事業承継は、案件ごとに対応を替える必要があり、①M&Aなのか、②親族内承継なのか、③数年後に向けた生前承継なのか、頼るべき支援機関や専門家を見極めることが重要と考える。

ウ. 法人規模の事業承継となれば、実績の高い北海道事業引継ぎ支援センターへ相談する等、個人規模の場合でも知見者からの意見は貴重であることから、各支援機関の活用を推し進める。

エ. 事業規模の大小に関わらず、事業承継時には費用が発生することから、浜頓別町の補助金（事業承継枠）の活用促進し、円滑な事業承継にすべての支援機関と連携し、支援体制を敷く。

＜基本目標③＞創業・第2創業の促進

1) 方針

創業者にとっての相談できる場所、使える支援の種類等、総合窓口として商工会が受け皿となり、手厚い支援を行う。思い切った事業活動に移れるよう、創業時の不安を払しょくできるようきめ細かな伴走型支援に徹する。

ア. 創業セミナー等により、創業予定者の掘り起こしを行い、商工会がセミナー主催することで接点をもつ機会を提供していく。また、町内関係機関と連携し情報共有により新規創業者の状況把握に努める。

イ. 創業者の多くが抱える問題として、自己資金力や知識の希薄さであり、そこを補完する役割として商工会が存在する。当然ながら、浜頓別町の事業者向け補助金の活用提案は勿論のこと、国及び関係機関が実施している創業者向け補助金の提案を行い、事業活動に対する発想の豊かさを持ってもらい、円滑な創業活動となるよう支援する。

ウ. 創業前には必ず専門家を招聘し、アドバイスをいただくことで「気づき」への一歩を踏み出してもらおう。創業者の抱える悩みや問題は、専門家の言葉と支援力でフォローしていただくことで、自信を持って創業に臨んでもらう。

エ. 創業後5年未満の者を「創業者」と捉え、安定経営に乗るまでは商工会からの手厚いフォローの手綱は緩めず支援にあたる。

＜地域の裨益目標＞に対する方針

前回計画では、「浜頓別町交流館」の構想を盛り込んだ、まちづくりや商店街空洞化にスポットを当てた考えとした。実際に、当交流館がオープンから6年となり人的流動の変化をもたらした大きなきっかけとなったが、それをチャンスと捉えて

事業活動に移れた事業者はごくわずかであった。

本計画では、当交流館がもたらした新たな人の流れにより、町外と町内を結びつけるきっかけ、そして町民同士の交流が生まれたことが大きな価値となり、浜頓別町の新たな発信基地として機能することを盛り込んでいる。また、浜頓別ブランドを発信するショップの展開も行われていることから、地域ブランド化を目指し、地域経済活性化事業の機会を通じて、販売促進支援や統一的なPR活動を展開する。

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2期事業では、地域内の全小規模事業者を対象に企業動向についてのアンケートや日本政策金融公庫による全国中小企業動向調査などから情報を収集・整理し資料として活用してきたが、公表には至ってなく、収集データを活用しきれなかった面があった。

第3期事業では、国が提供するビッグデータを新たに調査項目に加えて活用していく。さらにより身近な情報として関心をもつていただくために地域金融機関が発行するレポート等を加え、地域経済動向を的確に把握・分析し、事業計画の策定へと繋げていく。

(2) 目標

支援内容	現状	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
① 景気動向分析結果の公表回数 (公表方法：HP掲載)	0回	1回	1回	1回	1回	1回
② 地域経済分析結果の公表回数 (公表方法：HP掲載)	0回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①景気動向調査

景気動向を近隣地域に絞って把握するため、全国商工会連合会の「小規模企業景気動向調査」(北海道分)、日本政策金融公庫旭川支店の「小企業動向調査結果」と、稚内信用金庫が発行する「景況レポート」、北洋銀行が発行する「ほくよう調査レポート」の各項目を整理・分析し年1回情報提供し事業計画の策定へ活用する。

【調査手法】各支援機関等から提供される調査報告を活用する。経営指導員等が各調査資料から、近隣地域に特化した景況感を比較分析及び各調査項目の推移等を整理して情報提供する。また、必要に応じて稚内信用金庫浜頓別支店や日本政策金融公庫旭川支店と連携して調査分析を行う。

【調査対象】全国商工会連合会「小規模企業景気動向調査」
日本政策金融公庫「小企業動向調査」
稚内信用金庫「景況レポート」
北洋銀行「ほくよう調査レポート」

【調査項目】景気動向(業況、売上高、資金繰り、採算性)、設備投資
経営上の問題点等

②地域経済分析システム「RESAS」の活用

当会において、これまでビッグデータを活用した事業者支援を実施してきておらず、個者支援に特化し、徹底した課題抽出のための巡回指導を強化していたため、ビッグデータの活用には至らなかった。今後は、小規模事業者を取り巻く環境を把握し、将来の事業活動や経営判断等の基礎資料として活用できるように、国が提供

する「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向を分析し、年1回公表する。

【調査項目・分析手法】

- ・地域経済循環マップ：地域経済の循環を把握しお金の流出入の状況等を分析。
 - ・産業構造マップ：経済を支えている主要産業等の状況を分析。
 - ・観光マップ：観光人気度（注目度）を分析。
 - ・まちづくりマップ：地域別の滞在人口・通期通学人口等を分析。
- ※調査結果をふまえて、観光業等の取り巻く外部環境とする。

（４）成果の活用

- ①調査結果は、ホームページに掲載し、広く地域内事業者等に周知する。
- ②経営指導員等が巡回訪問を行う際の参考資料や経営状況分析、事業計画策定時における外部環境データとして活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第2期事業では、個社が持つ商品・サービスごとに調査を行い、集約・分析を行ったうえでフィードバックしたことで、一定程度の売り上げ増加等に繋がっていることから、第3期事業においても対象者別や調査項目を工夫しながら、引き続き個社が持つ商品・サービスごとの調査を行い、集約・分析を行ったうえで、支援先小規模事業者が必要とされる情報を提供し、実効性のある事業計画の策定に繋げていく。

(2) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①地場産品を活かしたメニュー開発調査対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
②展示・商談会での需要動向調査対象事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①地場産品を活かしたメニュー開発調査

飲食・宿泊業の食事メニューが、浜頓別町に訪れる消費者ニーズに沿っているのかを把握するため、個者ごとに調査を行う。

【対象事業所】 飲食業、宿泊業等

【調査手法】 店舗ごとにアンケート用紙や回収率を上げるためQRコードを活用した簡易アンケートシステム等で、来店されるお客様に対し調査する。

【サンプル数】 30件程度

【調査項目】 属性（居住地、性別、年齢）味、価格、地場産品を羅列（素材選定）
※5段階評価で調査し、事業者の要望に応じて項目を追加。

【結果の活用】 経営指導員等が集約し分析を行った上で、調査結果を当該小規模事業者並びに同様の商品等を提供する事業者へフィードバックし、改良・開発に繋げる。必要に応じて中小企業診断士などの専門家と連携し、分析結果に対する商品・メニューへの助言を行う。

②展示・商談会での需要動向調査

広域需要に対応することができる商品・サービスを商談会等に出展した際、来場したバイヤーに対し、アンケート調査を実施する。

【対象事業所】 特産品製造業者、食品小売業、特産品販売小売業等

【調査手法】 経営指導員等がヒアリングによるアンケート調査を行う。

【サンプル数】 1商品あたり50件程度

【調査項目】 商談会：味、価格、見た目、内容量、パッケージ等

【結果の活用】 経営指導員等が集約し分析を行った上で、調査結果を当該小規模事業者並びに同様の商品等を提供する事業者へフィードバックし、商品の改良・開発に繋げる。

【展示商談会】 北海道商工会連合会主催

「北海道味覚マルシェ」、「なまらいいっしょ北海道フェア」

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第2期事業では、小規模事業者に対する経営分析セミナーや専門家等による個別相談を実施し、自社の経営状況の把握や課題解決に向けた取り組みの提案等により、目標値を上回る成果を上げている。

第3期事業においても、引き続きセミナーや専門家による個別相談会を開催し事業者ごとに支援を行う。提案だけでなく事業者との対話と傾聴により、事業者自身が経営状況の分析結果と向き合い、経営の本質的な課題の抽出を行い、実効性の高い事業計画策定へと繋げていく。

(2) 目 標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
経営分析セミナー 開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
経営分析事業者数	11者	15者	15者	15者	15者	15者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

事業者自らが経営内容の見直しをすることで、自社の置かれている状況を確認したうえで、経営強化に繋げるよう支援を行う。また、日々経営環境が変化していることを踏まえ、地域内外からの需要の取り込みを意識し経営状況を把握したうえで、環境変化に対応した事業計画の策定支援を実施する。

【募集方法】 ホームページでの周知、広報・巡回・窓口での開催案内

【開催回数】 年1回

【参加者数】 15者／回

【支援対象】 ・経営分析への意欲のある事業者
・事業計画策定や補助事業の活用を考えている事業者 等

【講師】 中小企業診断士等

【内容】 経営分析の必要性、財務分析、事業性分析

※必要に応じて個別相談会を開催

②巡回訪問・窓口相談による経営分析

セミナー参加事業者を中心に経営指導員等による巡回訪問や窓口相談時に、現在の財政状況等から問題点を分析することによって会社の健康状態を診断する。

また、必要に応じて中小企業診断士等と専門家と連携し、現状をより正確に把握することで課題に対処するための事業計画策定に繋げる。

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

《財務分析》 直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

《非財務分析》 下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会の整理

(内部環境) 商品、製品等、知的財産、仕入・取引先、人材、後継者
ITの活用状況 等

(外部環境) 商圏の人口、人流、競合、業界動向

【分析手法】 主にセミナー参加者を対象に経営指導員等が巡回支援・窓口相談を通じ経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」等を活用し必要に応じて専門家を招聘し知見を参考に経営分析を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、経営指導員等が巡回訪問・窓口相談時に対象事業者へフィードバックし、抽出された経営課題に対応する事業計画の策定支援に活用する。

また、事業所ごとの課題等の情報は、ShokoBiz等で管理するとともに、職員間で共有し地域内小規模事業者の課題・傾向等の分析に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第2期事業は、コロナ禍にあったことから特に飲食業に対し、補助金申請や融資斡旋時の支援を行ってきた。一方で経営状況の分析は行ったが、事業計画の策定までに至らないケースもあることから、第3期事業では着実に事業計画の策定まで繋げる必要がある。この厳しい経営環境の中、経営課題を解決しながら安定した経営を行うため事業計画策定の意義や重要性を浸透させるとともに、新たな販路開拓や事業展開、持続化補助金等の申請や融資斡旋時などにおいて、事業者自らが事業計画を策定し自走化できるように支援していくことが重要となる。

また、事業承継計画については、高齢化する小規模事業者の実態があることから、親族内・第三者承継いずれも専門家と連携しながら丁寧な支援を行う必要があり、創業計画については、Uターンや移住者の創業傾向にあることから、円滑な創業行動に向けた伴走型支援が重要である。

(2) 支援に対する考え方

経営分析支援をした事業者を対象に、事業計画策定支援を行うことでビジネスプランに基づく経営改善を図り、小規模事業者を取り巻く経営環境への対応、またDXセミナーを通じた競争力の強化により持続的発展を目指す。さらに事業承継・創業を希望する小規模事業者に対し、円滑な支援が行えるよう、関係機関と連携を図りながら継続的に実効性のある計画策定支援を行う。加えて地域の持続的発展のため日常生活の維持に必要不可欠な業種のうち、高齢で後継者がいない事業者については、第三者承継の支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業計画策定事業者数	2者	10者	10者	10者	10者	10者
事業承継計画策定事業数	—	2者	2者	2者	2者	2者
創業計画策定事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
DX推進セミナー 開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①巡回訪問・窓口相談等における策定支援

経営状況の分析を行い事業の成長・持続的発展、新たなメニューや商品開発等を目指そうとする小規模事業者に対し、本計画で収集した情報や分析結果から見た、本質的な問題点や解決すべき課題の把握と強みを更に伸ばせる事業計画策定支援を行う。また、事業に必要な資金調達や補助金申請等の際に、迅速に対応できるよう伴走型支援を行う。

【支援対象】 経営状況の分析を行った小規模事業者

【支援手法】 経営指導員等の巡回訪問・窓口相談を通じて経営課題に向けた支援を行い、各種調査、経営の状況分析結果を踏まえた事業計画の策定支援を実

施する。

必要に応じて中小企業診断士などの専門家と連携し、知見を参考に実効性のある事業計画の策定支援を行う。

②事業承継等における策定支援

円滑な事業承継を行うため、経営指導員が巡回訪問・窓口相談を通じて現状の課題や事業承継に向けて必要な事項を明確にし、事業承継計画策定の支援を行う。

また、高齢でかつ後継者がいない事業者については、経営者の承継に対する意向を把握したうえで、第三者承継に向けたマッチング支援を行う。なお、支援の際は中小企業診断士等の専門家の招聘、または北海道事業引継ぎ支援センター等の支援機関と連携することにより、専門家の知見も踏まえた実効性の高い事業計画策定支援に繋げる。

③創業における策定支援

経営指導員が巡回訪問・窓口相談を通じて支援対象者に、創業の心構え、許認可各種届出、資金調達など幅広い準備等と事業計画策定の支援を対象者に対し継続的に行う。また、浜頓別町と連携し空き店舗を活用支援等の総合的な支援を行う。

なお、初回から中小企業診断士等の専門家と連携しながら支援を行う

④DX推進セミナー開催・IT専門家派遣の実施

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、また実際にDXに向けたサイト構築やSNSの活用等の取組みを推進するためセミナーを開催する。

【支援対象】 小規模事業者

【募集方法】 ホームページで広く周知、広報・巡回・窓口相談等時に案内

【講師】 ITコーディネーター、中小企業診断士等

【回数】 1回／年

【内容】 DX総論、DX関連技術（サイト構築、SNSの活用等）や具体的な活用事例

【参加者数】 10者

セミナーを受講した事業者の中から取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じて専門家派遣を行う。

【支援対象】 上記セミナーを受講した小規模事業者

【募集方法】 巡回・窓口相談等時に案内

【講師】 ITコーディネーター、中小企業診断士等

【回数】 2回／2者

【内容】 SNSを活用した情報発信方法、ECサイト等の利用方法等

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2期事業における事業計画策定後の支援では、事業計画策定を支援した事業者に対して四半期ごとのフォローアップを実施してきたものの、毎年度ごとに変わる制度や日々変化する経営環境に対応した事業計画の見直しが必要であった。第3期事業では、職員全体で情報共有を行い、計画的な巡回訪問により、進捗状況の確認ときめ細やかなフォローアップ支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が事業計画に基づき事業を遂行し、安定した経営を営むため、事業者が策定した事業計画の進捗状況を経営指導員等が巡回訪問等により確認し、対話と傾聴を通じて一緒に悩むことで、事業者自らが計画的な事業の実行に納得し、自立した経営に取り組むことができるよう引き続きフォローアップを行う。また、事業計画の進捗状況や経営状況の変化に応じ、訪問回数を増やし集中的に支援すべき事業者と、順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

1) 事業計画策定者

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数	12者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度(延回数)	28回	40回	40回	40回	40回	40回
前年対比利益率増加3%以上の事業者数	3者	10者	10者	10者	10者	10者

2) 事業承継計画策定者

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業承継フォローアップ対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
頻度(延回数)	—	8回	8回	8回	8回	8回
売上増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

3) 創業計画策定者

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
創業フォローアップ対象事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
頻度(延回数)	12回	18回	18回	18回	18回	18回
売上増加事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

①巡回訪問・窓口相談等におけるフォローアップ

事業計画を策定した事業者を対象に、年4回経営指導員等が巡回訪問支援等を通じて、策定した計画が着実に実行されているか「外部環境の変化」「計画実現上の課題解決」「資金繰り等」についてヒアリングし、継続的にフォローアップを行う。

また、融資が必要となった事業者には「小規模事業者経営改善資金（マル経）」等の活用のための支援、補助金申請を要望する事業者には「小規模事業者持続化補助金」等の補助事業活用のための支援を行う。

さらに融資及び補助金を活用した事業者に対しては、必要に応じてフォローアップ頻度を変更し、調達した資金が効果的に活用されているかどうか等の検証を行う。

②事業承継・引継ぎ支援におけるフォローアップ

事業承継計画を策定した事業者に対し、年4回巡回訪問を行い、円滑な事業承継を進めるために計画の進捗状況を確認し円滑な事業承継につなげる。

③創業支援におけるフォローアップ

創業計画を策定した事業者に対し、経営状況の安定が見られるまで2か月に1回程度のペースで巡回訪問を行い、状況を確認する。

④事業計画と進捗状況がズレている場合の対処方法

進捗状況が芳しくなく事業計画との差異が生じた場合には、中小企業診断士や税理士等の専門家を連携し今後の対策方針を検証し、必要に応じてフォローアップ頻度の変更等を行う。

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2期事業では、「北海道味覚マルシェin札幌（北海道・10月）」、「なまらいいっしょ北海道フェア（東京都・11月）」に1社（水産加工業）が出展した。福島第一原発のALPS処理水放水の報道が連日取り上げられ、北海道知事発信の「食べて応援！北海道」といった道産品の消費喚起があった背景から、北海道での催事では大きな売上をあげることができた。一方、東京の催事では値段設定と戦略不足もあり、低調な売上状況で終えた。

成果としては、一過性の売上とテレビ報道等で問い合わせが続いたが、その後の継続した販路開拓にはつながらなかった。物産展への出展趣旨を理解し、今後の商談に繋がる行動が不足していた点、フォローアップ不足が原因の一つとなった。お客様との接点を有することが重要であり、HPの整備が急務であると感じた。一方、飲食店を網羅したMAP制作による誘客をはじめ、ITを活用した需要開拓については、新たな顧客の獲得など一定の成果を見せている。このことから、第3期事業では、引き続き物産展・商談会を通じた販路開拓支援や紙媒体での誘客支援を行うとともに、新たにSNSの活用、HP策定支援などIT活用支援を行うことで個者の売上増加に寄与する支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

<ITを活用した販路開拓支援について> BtoC

ITを活用した新たな販路開拓支援については、DXの推進が必要不可欠なため、事業計画策定の前段としてDXの推進に向けた相談会開催により、理解度を深め自社ホームページ等の作成支援を実施する。ホームページやECサイトでは売上と利益向上には直接繋がりにくいため、業種や取り扱い商品・サービス等に応じてSNSを交えつつGoogleビジネス等の各WEB媒体を連動させた効果的な情報発信手法を支援することで、販売促進効果を最大化する。

また、高度な案件については、IT専門家等と連携を図りながら支援を行う。

<共同チラシ・パンフレットの作成による販路開拓支援> BtoC

当町の課題である、他市町への購買流出や交流人口減少による町内消費・需要の低迷の対応策とし、紙媒体によるPR支援を実施する。特産品製造業者、小売業者、飲食業者等を中心に、町内や周辺地域、観光客の需要取り込みを目指す小規模事業者を掲載した、共同チラシやパンフレットを作成する。作成した広報物については、情報紙への掲載や町内の新聞や町の広報への折り込み、交流人口の多い近隣町村の道の駅等へ設置する。

<物産展・商談会等への出展支援について> BtoB、BtoC

地域資源を活用した新商品、新サービスにより域外へ販路開拓を目指す小規模事業者に対し、出展支援を実施する。出展支援については、状況に応じて専門家と連携して事前・事後の対応方法や、自社や自社商品のPR資料・映像の作成支援や出展時にはバイヤーやターゲット層への需要調査も併せて支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①ITの活用による需要 開拓実施事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率 (%)	—	2%	2%	2%	2%	2%
②共同チラシ等 広告掲載事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上額	—	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
③物産商談展 出展事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
売上額	18万円	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円

(4) 事業内容

①ITの活用による新たな需要開拓支援 (BtoC)

新たな生活スタイルに応じた販売手法が定着する中、ホームページやSNS、PR動画は有効な手段であり、販路拡大への足掛かりとなるツールとして導入に向けた支援が必要となる。

これまでもホームページやSNS等は活用されているが、想定するターゲットに向けた販売手法に関し、これまで取組む事業所は少なく効率的な販売スタイルの確立のためにも専門家を交え、より効果的な取組みを行わなければならない。

これらを踏まえ、DX推進に向け意欲的な小規模事業者に対し、無料でホームページが作成できるツール「グーペ」等を活用した作成支援を通じて、ターゲットに向けたや商品・サービス等の魅力を発信し、加えてSNSやPR動画による広報活動を通じてファンを獲得することで販路拡大・売上増加に繋げる。また、ターゲットに向けた広報活動は、中小企業診断士やITコーディネーター等の専門家と連携し、より戦略的な売上拡大に向けた支援を行う。

②共同広告・チラシ・パンフレット等による新たな需要開拓支援 (BtoC)

飲食・宿泊・サービス業等において販売促進計画を策定した小規模事業者を集約し取扱商品、新メニューやテイクアウト等の情報をまとめて情報紙への掲載や「共同チラシ・パンフレット」を制作し、フリーペーパーや新聞広告、町内外主要観光施設等に常設し、来町客に情報提供することで集客力を高める支援を行う。

ア. 支援対象者

事業計画策定小規模事業者（飲食業・宿泊・サービス業等）

イ. 掲載内容

店舗情報（取扱商品・サービス及び金額、テイクアウト商品リスト等）

③物産商談会への出展支援 (BtoB、BtoC)

多くの小規模事業者は、バイヤーとの商談機会を持っておらず、自社の商品を評価してもらう機会が少ないことから意欲的な事業所に対して物産商談展への出展を支援し、新たな販路の開拓支援を行うとともに、消費者やバイヤーからの意見を個社ごとに整理・フィードバックすることで「売れる商品づくり」支援を行う。

想定物産商談展 : 「北海道味覚マルシェ」(北海道)
支援対象 : 地域外へ販路拡大を目指す事業計画を策定した小規模事業者
主催・共催 : 北海道商工会連合会
開催時期 : 9月
規模 : 出展 68 事業所
来場一般消費者、流通バイヤー等 約 48,000 名※R5 年実績

【支援内容】

出展前 : 出展ブースレイアウト、販売促進手法支援
出展時 : アンケート調査、陳列等のサポート
出展後 : 商談先等へのアプローチ支援、アンケート調査の分析結果に基づく商品の改良・新たな商品開発に向けた支援

想定物産商談展 : 「なまらいいっしょ北海道フェア」(東京都)
支援対象 : 地域外へ販路拡大を目指す事業計画を策定した小規模事業者
主催・共催 : 北海道移住交流促進協議会・北海道商工会連合会
開催時期 : 11月
規模 : 出展者 21 商工会 33 事業所
来場一般消費者、流通バイヤー等 約 18,000 名※R5 年実績

【支援内容】

出展前 : 出展ブースレイアウト、販売促進手法支援
出展時 : アンケート調査、陳列等のサポート
出展後 : 商談先等へのアプローチ支援、アンケート調査の分析結果に基づく商品の改良・新たな商品開発に向けた支援

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

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

毎年度1回、評価委員会を開催し、経営発達支援事業の実施状況及び成果について事業の評価・検証を行ってきた。

第3期事業においても、引き続き事業の進捗状況の確認を定期的に行うとともに、評価委員会を行う。

(2) 事業内容

①事務局会議の開催

事務局内で、3ヶ月ごとにPDCAサイクルにて進捗管理・目標設定の確認、見直しを検討し、問題点の改善を行う。

なお、事業の実施状況を定量的に把握するため基幹システムや経営支援ツール上のデータ入力を適時・適切に行い、管理することで職員間での情報共有を図り、実施状況の確認と把握を行う。

②評価委員会の開催

商工会法定経営指導員及び浜頓別町担当課長・担当課係長・稚内信用金庫支店長等の外部有識者をメンバーとする「評価委員会」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評価を行う。なお、評価結果は理事会等で役員に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、当商工会のホームページにて公表し、地域の小規模事業者等がいつでも閲覧可能な状況にする。

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

小規模事業者を取り巻く環境は、非常に厳しく不透明感が強まり、求められるニーズは高度化・多様化している。これに対応すべく職員の経営支援能力及び資質向上対策として、北海道商工会連合会職員研修体系に基づき全職員が研修を受講して支援力向上に努めている。

しかしながら、単なる情報の収集や知識を得ることに留まり、また、職員間で情報の共有に対する意識が低かったことや、研修で得た知識をOJTやOFF-JTなどで活用することが少なかったのが現状となっている。

第3期事業では、商工会内のDXの推進により企業情報や新たな施策内容を共有し、職員の資質向上と支援ノウハウの習得に繋げていく。

(2) 事業内容

①外部講習会への参加

第2期事業に続き、北海道商工会連合会や中小企業基盤整備機構が定期的実施する経営支援や情報発信手法等に関する職員研修に参加することで、職員個々の資質向上に努める。

研修受講後には職員間の定期ミーティングにおいて受講者が研修内容について報告を行うことで支援ノウハウの共有に繋げる。

また、DX推進に向けて職員全体のITスキルを向上させ、ニーズに合った相談・

指導を可能にするためにも DX 推進取組に係る指導能力の向上のため、セミナー等に積極的に参加する。

【想定される DX 推進に向けたセミナー】

- 事業者にとって内部（業務効率化等）の取組に向けたセミナー
クラウド化、電子マネー商取引等の IT ツール、情報セキュリティ対策等
- 事業者にとって外部（需要開拓等）の取組に向けたセミナー
ホームページ等を活用した情報発信、EC サイト構築・運用、
SNS を活用した情報発信等

②OJT 制度の導入

経営指導員が巡回指導や窓口相談業務を行う際、補助員もしくは記帳専任職員が同席して、支援のための知識とノウハウを習得するため、OJT を積極的に実施し組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

研修や情報交換で習得した支援ノウハウについての報告や支援担当者として、研修で学んだことが実際の業務に反映されているか検証するために 3 ヶ月ごとに経営発達支援進捗会議を開催し、意見交換等を行うことで職員の支援能力の向上を図る。また、全職員が DX 推進に向けて相談や指導能力の向上を図るために、定期ミーティングにあわせて、セミナーに参加した職員が講師となり職員内研修を実施する。

④データベース化

全職員が基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を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支援ができる体制を構築する。さらに、データとして支援実績、ノウハウ等を蓄積することにより職員全体の支援能力向上に繋げる。

1 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

(1) 現状と課題

他の支援機関との連携については、専門家派遣によるものなど機会が限られており、支援ノウハウ等の情報交換は図られていなかったのが現状となっている。

これまでと同様、専門家派遣を積極的に活用するが、支援の現状、問題解決方法について各支援機関と連携し、高度で専門的なノウハウを吸収していくための情報交流を積極的に行うことが課題となっている。

(2) 事業内容

①浜頓別町・町内産業団体との連携・情報交換

浜頓別町とは、地域経済状況・助成事業活用状況などの情報交換を行っておりますが、今後は、これまで以上に小規模事業者対策に向けた検討を行うため、本発達計画で得る地域内小規模事業者の経営状態と経営分析についての情報を、町及び町内産業団体と共有し、地域の実情に合わせた事業の実施や地域資源を活用した活性化事業を連携して行いながら、小規模事業者の持続的な発展と維持を図る。

(頻度：年1回)

②広域連携協議会での情報交換

天北三商工会広域連携協議会（猿払村、中頓別町、浜頓別町の3商工会で形成）により支援ノウハウや支援状況または支援事例についての情報交換を行い、支援力のレベルアップを図る。（頻度：年2回）

③金融機関との連携・情報交換

北洋銀行浜頓別支店、稚内信用金庫浜頓別支店や日本政策金融公庫から経済動向、経済指標の情報提供をいただいているが、金融機関が得られる小規模事業者の経営状況や金融支援策についての情報交換を行うことで、指標等から読み取ることの出来ない地域の経済状況を知ることができ、小規模事業者の経営発達に資する金融支援が行えるため連携を図る。（頻度：年1回）

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

当町における「4つの戦略プロジェクト」実現に向け、①空き店舗対策、②担い手の育成、③特産品開発、④住環境づくりに取り組んでいるおり、計画実現に向け着実に進行しているものの、第2期事業期間では作業部会が実質活動を行わなかった。実際に、空き店舗活用と特産品開発については、町と協議を重ね、事業者向け補助金の利便性や補助率が改善された。事業活動における環境が整備された一方で、再度作業部会を動かしていくことが課題となっている。

第3期事業では、行政や関係機関団体等との連携を深め、まちとしての一体感を高めるとともに、既存事業の発展と更なる地域経済の活性化に努める。

(1) 事業内容

小規模事業者の事業活動を側面的に支援するためには、人を呼び込む仕組みづくりを行い事業者にとって良好な環境を整備することが重要である。

そこで、「まちづくり協議会」（構成員：町民、事業者、浜頓別町、日本政策金融公庫、稚内信用金庫浜頓別支店、北洋銀行浜頓別支店、商工会：年1回開催）を通じて、観光客の誘引による小規模事業者のビジネスチャンスの創出や地域資源を活用した新商品の開発に向け取り組みの方向性を共有し、次の取組を行うことで、観光人口の増加による地域のにぎわいの創出を図る。

① 一過性のイベントから販促型イベントへの転換

商工会を中心として行っている販促イベントは、一時的な集客力しかなく、継続的な店舗集客にはつながっていない。今後は、効果的な販促型イベントへの転換を図っていくため「浜頓別町観光物産展inポールスター（北海道札幌市）」など、各関係機関の各種イベント含め、浜頓別町の知名度のアップを図ることで、観光人口の増加による町内小規模事業者のPR機会の創出、新たな顧客獲得による売上拡大を図る。

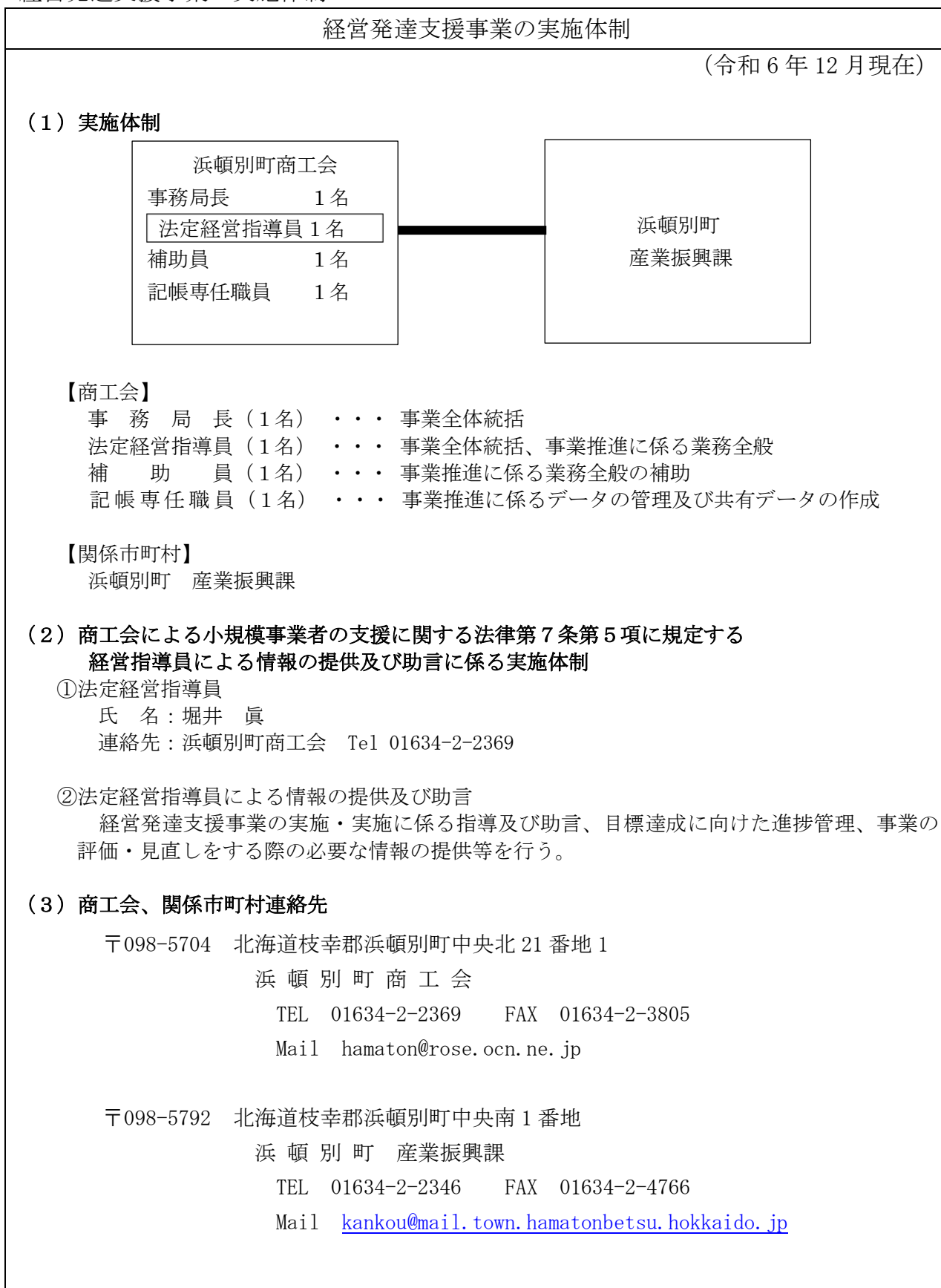
② 広域連携協議会の活用

天北三商工会広域連携協議会において3町が連携したイベント事業を行い、町のPR、新たな観光ルートの開発や商業地区への誘導等により、小規模事業者の売上向上を図り、地域経済の活性化を目指す。

また、PR事業の際に個社アンケートに取り組み、結果をフィードバックすることで、既存商品のブラッシュアップや新商品・新メニュー開発に繋げ、小規模事業者の売上・利益の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
必要な資金の額	1,051	1,237	987	1,237	987
地域経済動向調査	30	30	30	30	30
需要動向調査	100	100	100	100	100
経営状況の分析	110	110	110	110	110
事業計画策定支援	174	174	174	174	174
事業計画策定後の支援	64	64	64	64	64
新たな需要の開拓支援	260	510	260	510	260
事業の評価見直し	50	50	50	50	50
経営指導員等資質向上	71	71	71	71	71
地域経済活性化の取組	192	128	128	128	128

(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、各種手数料、国補助金、北海道補助金、町補助金、事業受託費 等

(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。

