

経営発達支援計画の概要

実施者名	礼文町商工会（法人番号 1450005003118） 礼文町（地方公共団体コード 015172）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （1）事業計画策定支援することで、経営者の意欲を引き出し経営者が思い描く事業プランを実践できるよう支援する。 （2）新規創業者及び事業承継事業者の円滑な取り組みを支援し、早期経営安定を図る。 （3）異業種連携と地域ブランディングを図り、商品開発への意欲向上や地域経済の循環を高め、地域全体の活性化を図る。
事業内容	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) 景気動向調査の実施 (2) 観光経済動向調査の実施 4. 需要動向調査に関すること (1) 観光客を対象とした消費者ニーズ調査 (2) 展示・商談会による需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること (1) 巡回訪問等による経営状況分析対象事業者の掘り起こし (2) 専門家と連携した経営分析支援 6. 事業計画策定支援に関すること (1) 事業計画策定支援 (2) 事業承継に対する支援（個別相談会） (3) 創業希望者に対する支援（個別相談会） 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること (1) 巡回訪問・窓口相談によるフォローアップ支援 (2) 専門家の活用によるフォローアップ支援 8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること (1) 新たな需要開拓のための展示会への出展支援 (2) 礼文町における需要開拓 (3) ITを活用した販路開拓支援
連絡先	礼文町商工会 住 所 北海道礼文郡礼文町大字香深村字ベッシュ 960 番地 1 電 話 0163-86-1376 F A X 0163-86-1580 E-mail: rebun999@rose.ocn.ne.jp 礼文町 産業課 住 所 北海道礼文郡礼文町大字香深村字トンナイ 558 番地 5 電 話 0163-86-1001 F A X 0163-86-1007 E-mail: shoukou@town.rebun.hokkaido.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

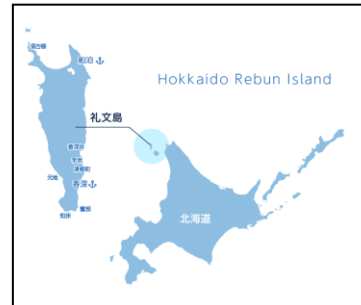
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 礼文町の概況

礼文町は、日本海上に位置する日本最北の島で、最高峰の礼文岳（標高 490 メートル）を中心に南北 29.8 キロメートル、東西 7.9 キロメートル、面積約 81.33 キロ平方メートルのなだらかな丘陵性の地形が広がっている。地形は、冬期間の厳しい偏西風を受けて西海岸は切り立った断崖絶壁が連なり、東海岸はなだらかな山並みが海へと続いている。また、礼文島は利尻礼文サロベツ国立公園に指定されており、約 300 種類の高山植物が咲く「花の島」と呼ばれ、海の幸が豊かな漁業と観光の島であり、日本西北部の国境の島として国防の一翼を担っている。

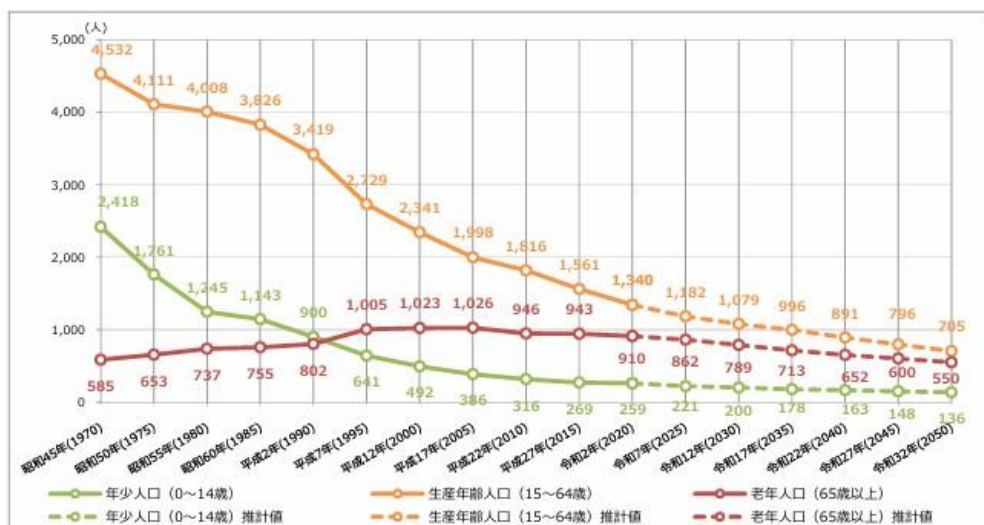
北海道本土とのアクセスは、香深～稚内間のフェリーであり、約 2 時間で結ばれている。気候は、偏西風の影響により夏は涼しく、冬は周りが海に囲まれているため暖かく、気象は標高が低いにもかかわらず 1000 メートル級の山岳のように気象変化が激しいのが特徴である。



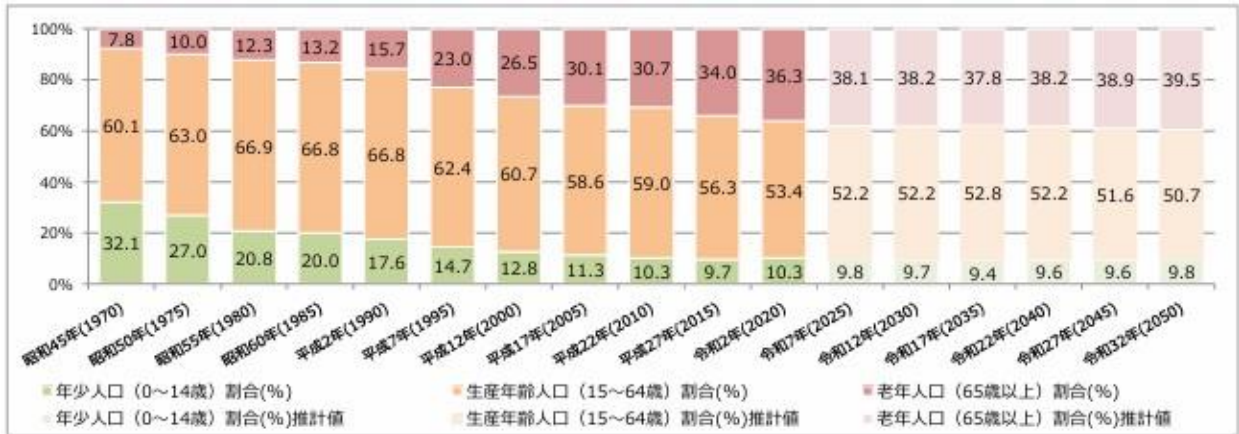
② 人口動態

礼文町の人口は、昭和 30 年の 9,874 人（1,579 世帯）をピークに減少傾向をたどり、令和 7 年 11 月 1 日現在で 2,163 人（1,202 世帯）とピーク時と比較し 78.1%、世帯数で 23.9% の減少率となっている。

令和 7 年の年齢別構成人口は、年少人口（15 歳未満）が 9.8%、生産年齢人口（15 歳～64 歳）が 52.2%、老年人口（65 歳以上）が 38.1% となっており、少子高齢化が進行している状況にある。今後の人口推移は、令和 12 年に 2,068 人、令和 17 年には 1,887 人まで減少すると推計されている。



出典：礼文町人口ビジョン



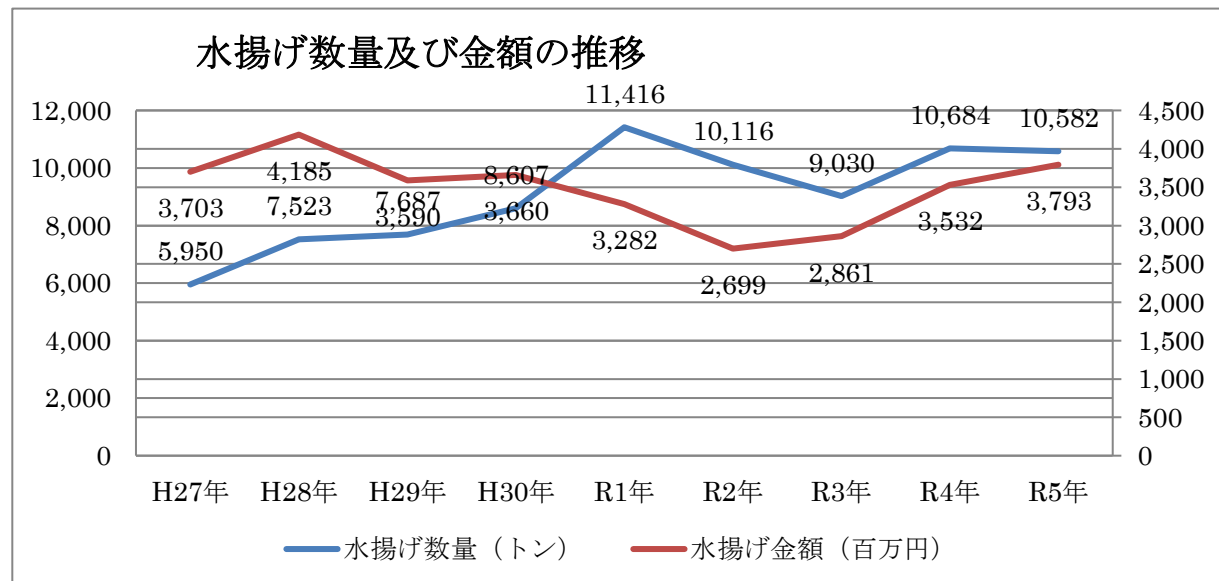
出典: 礼文町人口ビジョン

③産業別の現状と課題

【漁業】

礼文町では、コンブ漁業・ウニ漁業等の浅海漁業のほか、各種刺網漁業やナマコ桁曳漁業、コンブ養殖漁業等を基幹産業とする地域である。生産高は平成28年の41億8千万円をピークに令和5年度においても10,582トン、37億9千万円と維持している。しかしながら近年では、海水温の上昇等の影響で漁場環境が大きく変化し、浅海漁業においては磯根資源の減少が著しい状況にあり、さらに磯焼け現象のほかトド等の海獣による深刻な漁業被害が増大の一途を辿っている。

また、観光客や全国の消費者から高い評価を得ている磯資源であるウニやコンブは高級食材として関東・関西方面へ出荷されているものの、漁獲量の大幅な減少の影響により価格が年々高騰しており、関係業種への影響も懸念されている。くわえて漁業者の高齢化が進み、その多くが後継者不在で、新規就業者対策は重要な課題となっている。



出典: マリンネット北海道

【観光業】

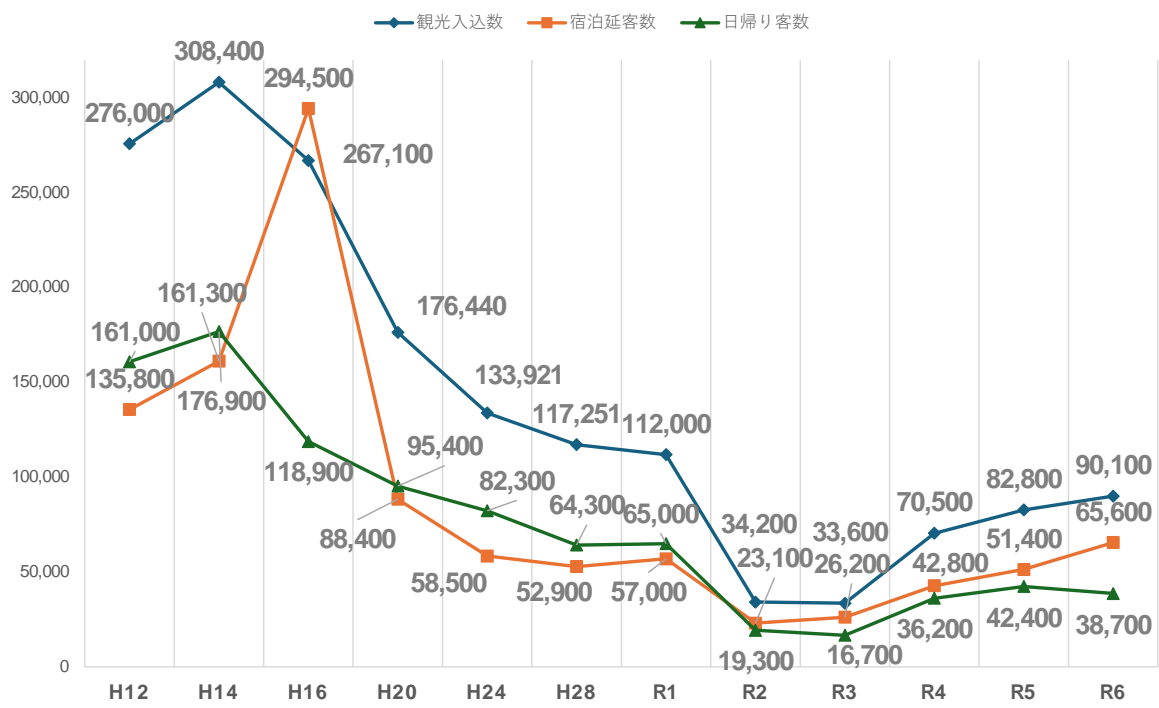
礼文町の観光は、高山植物が咲き誇る5月～9月が観光のベストシーズンとなっている。奇岩や周辺の花畑など素晴らしい景色が楽しめる、全7コースあるフットパスが人気のほか、ウニやホッケなど新鮮な海産物も魅力の一つとなっている。

近年、ライフステージごとの意識変化を背景に、日本人旅行の国内市場については、縮小基調にある一方で、近隣諸国を中心とした海外市場へと旅行先を広げている。このため礼文町の観光客入込数はコロナ後に回復基調ではあるものの、コロナ前の水準まで回復していない。また、旅行の形態は団体旅行から家族や友人といった少人数の個人旅行へと変化し、さらには旅行の動機もアクティビティや食イベント等、目的の明確化や多様化が進んでいる。

このことから、礼文町をはじめとした関係団体との連携をこれまで以上に強化し、地域にある特徴を独自観光資源に活用した事業の展開を協働して推進するとともに、礼文町らしい新商品・メニュー・サービスの開発やプロモーション活動など、積極的な推進が求められている。



■ 観光客及び宿泊入込数の推移（単位：人）



出典：観光入込数調（礼文町）一部加工

【商工業】

礼文町は、離島という地理的条件から生活必需品等の仕入れの大半を稚内市からの海上運送に頼っており、本土と比べて物価水準が高い現状にある。また、島外への人口流失（特に若年層）による人口減少やインターネット通販による購買力の流出が加速しており、事業所数や従業員数、年間販売額ともに減少している。今後も消費者ニーズの多様化が進む中、近年の原材料費の高騰や賃金引上げへの対応など、商工業者にとって一層厳しい経営状況が続くものと考えられる。

また、経営者の高齢化に伴う閉店・廃業により地域の衰退化が引き起こされることが懸念されている。また廃業がさげられない状況にあっても、経営資源を円滑に引き継げるよう対応することが重要である。なお、令和2年の経済センサスによると商品販売額は約28.6億円であり平成16年の47.1億円と比べ、約60%の水準まで減少している。

④小規模事業者の現状と課題

礼文町は、商工業者の約9割が小規模事業者であり、令和元年度157人から令和6年度は155人とほぼ減少していないが、経営者の内60歳以上が60社、70歳以上が30社、その内、後継者不足が全体の20%と後継者不在によりここ数年で廃業が進む可能性がある。

前述のとおり、島外への人口流失や出生数の減少のほか、高齢化といった地域環境の変化に加え、インターネット等を利用した島外マーケット利用の伸展により、町内における購買活動の場は縮小している。

さらに、今後も消費者ニーズの多様化が進むなか、町内の小売業は小規模で地域密着型の経営体が多いことから、景気変動の影響は直接受けることは少ないものの、商工業振興や地域振興の観点からも、観光DXの推進や新たな地場製品の開発など観光業や水産業といった異業種との連携を進める必要がある。

また、全ての業種において事業主の高齢化に伴う廃業や世代交代がスムーズに進んでいない構造的な問題を抱えていることから、事業の継承が困難な小規模事業者への支援や新規起業などへの対応が求められている。

年度	R1	R2	R3	R4	R5	R6
商工業者	175	173	173	173	173	173
小規模事業者数	157	155	155	155	155	155
会員数	119	123	126	126	124	115

〔参考：商工会独自調査〕

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

地域経済を支えている小規模事業者が、社会情勢の変化や競争の激化に耐え、持続的発展を遂げるために、環境変化に対応し自社の強みを生かした経営力の強化や、新たに収益を生み出す事業展開が必要である。特に観光関連事業者を中心として消費者ニーズを的確に捉え多くの需要を獲得するため、積極的な情報発信や商談会への出展による販路拡大など、様々な角度からアプローチし、稼ぐ力を養う支援が重要となる。このため事業者に寄り添い経営戦略をサポートする体制を整え、小規模事業者の経営の自走化による持続的発展を目指さなければならない。

また、人口減少や事業者の高齢化、後継者不足による廃業など経営課題は多いが、経営基盤の強化や創業、事業承継による新陳代謝の促進、交流人口の増加を図ることで、10年先も当地域で多くの人や物が交流し、地域経済が活性化している姿を目指していく。

ア. 小規模事業者の「経営の自走化」支援

10年後における地域のあるべき姿：事業者自らが経営状況を的確に捉え、迅速に行動に移し安定した経営を行うことが理想である。各支援により個社に応じた必要となるリテラシーを高めつつ、事業者自身の自己変革への挑戦を促していく。また、礼文町は土砂災害警戒地区が200箇所を超えるため、事業継続力強化に向けた事業者の意識改革支援を行う。

理由：減少を続ける事業者の持続的発展、地域活性化のためにもこれまでの経営から脱却し変革・挑戦を続けなければならない。しかし営業活動は、事業者やその後継者が行っているため、収益力の向上には効率的かつ効果的な取り組みを見極めて支援を行う必要がある。

イ. 創業・事業承継支援

10年後における地域のあるべき姿：小規模事業者の知財（経営資源）を円滑に次世代に引継ぎ、次代を担う後継者の育成環境を整え、支援する事業者が事業承継計画に基づき承継を完了し、創業支援を通じて新たな活力を創造する。

理由：地域の産業振興や雇用確保、人口流出に歯止めをかける観点からも、関係機関との連携を強化しながら、円滑な創業・承継を支援する必要がある、事業の廃止の際においても生活の安定や再チャレンジに向けた環境整備を行うことが重要である。

ウ. 異業種連携による地域ブランディング

10年後における地域のあるべき姿：地域が一丸となり、異業種連携の強化を図りながら定期的に地域資源を活用した新たなサービス・商品開発を進めることで、事業者の安定的な経営、地域の活性化を実現する。

理由：人口の減少・流失に加え、旅行者も個人旅行へと変化し、更には旅行の動機もアクティビティや食イベントなど目的の明確化や多様化が進む中、ニーズに沿った商品・サービスづくりにより付加価値を創出することで、外貨獲得による地域経済の循環を高め、地域産業全体の活性化を図る必要がある。

②礼文町総合計画との連動制・整合性

礼文町では、第6次礼文町まちづくり総合計画（2020年～2029年）の基本目標「未来につながるたくましい産業づくり」の中で、商工業の基本施策を以下のとおり掲げている。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">I. 新規起業などに対する支援II. 事業承継に対する支援III. 水産業や観光業の連携による新商品の開発や販路拡大の推進 |
|---|

当会では、地域の総合経済団体として事業承継や創業支援による新陳代謝の促進や小規模事業者数の維持による地域経済の循環と、「食」や「自然」など地域資源を活用した商品を、水産業や観光業など『異業種の連携』によって開発し、販路拡大の推進を目指すこととしており、これらは上記（2）①【小規模事業者の長期的な振興のあり方】と連動するものであり、礼文町と連携しながら小規模事業者への支援を行っていく。

③商工会としての役割

当会は、①に記載の【小規模事業者に対する長期的な振興のあり方】及び②の町総合計画に基づき、「食」や「自然」など地域資源を活用した商品開発を、水産業と観光業など『異業種連携』によって開発し販路を拡大することで、多くの産業に経済の波及効果を行き届かせ地域全体の活性化を図っていく。

また、事業承継については、引き続き早い段階からヒアリングによる意思確認を行い、案件に応じて専門家等の協力を得ながら支援していく。創業については、創業者の掘り起こしや創業計画の策定支援と小まめな巡回訪問による経営状況の把握等に努め、事業者数を維持しながら新陳代謝を図ることで、商工業による地域経済の好循環に貢献して行く。

第2期計画では、新型コロナの影響により思うような支援はできず、主にコロナ対策が中心となった。そのような中においても、展示会・商談会等に参加し、なまらいいっしょフェア（東京物産展）では、新規顧客を取り込むことができ、ふるさと納税においては、売上高対前年比5%を超える事が出来た。また、北海道味覚マルシェ（道内）では、新規顧客を既存顧客（リピート）に繋げることができ、R4年からR6年にかけて売上増135%を達成した。いずれも売上の増加、販路の拡大に繋がっている。

第3期目の本計画においては、第2期を踏まえ事業者の経営基盤安定と収益力の強化を図るため、物価高騰対策、高付加価値の新商品開発やデジタル支援や資金繰り支援、観光客を呼び込むための他機関との共同プロモーションに継続して取り組んでいく。

そのため、展示会・商談会展出による商品開発や商品のブラッシュアップ支援、販路拡大支援を行い、単なる計画ではなく、個別相談会や巡回相談からもう一步掘り下げた支援（計画→進捗管理→検証→再計画→検証）を行う。

事業引継ぎセンターとの連携強化を図り、スムーズな事業承継やM&Aの支援を行うとともに、新規創業者には専門家を交えた個別相談会や礼文町と連携をした補助金等を活用しながら、経営・財務・税務・労働指導等を行い安定した経営に向けて開業支援を行う。

事業環境の変化に迅速且つ柔軟に対応するためにも事業者の自走化は不可欠であり、自社の財務や収支状況、業界や消費動向等を踏まえた事業計画の策定が必要であることを、巡回訪問や窓口相談時等ことあるごとに説くことを常態化し、事業者の掘り起しを進め、中小企業診断士などの専門家の助言も加えた実効性の高い事業計画の策定を行い、売上と利益の維持増加を目指す。

地域で唯一の経済団体である当会として、地域経済を支え、地域生活を守ってきた小規模事業者の経営力の強化と再構築は、地域を守る上でも大変重要な課題であり、強力に取り組むべき問題であると認識している。このことから、事業者との「対話」と「傾聴」を重ね、自らが本質的な課題に気づき、腹落ちすることで、納得感と当事者意識を持ち「自走化」に繋がるよう、各支援機関と連携を図りながら伴走型支援を更に強化し、実施していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

①地域への裨益目標

人口の流出・少子高齢化・労働力不足による生産量の減少・観光客の変化・減少など、産業・経済は厳しさを増している。

そのような中、礼文町の強みである「食」や「自然」など地域資源を活用した商品開発を、水産業と観光関連事業など『異業種の連携』によって開発し販路を拡大することで、多くの産業に経済の波及効果を行き届かせ、地域を支える小規模事業者数の維持及び持続的発展に貢献し、地域全体の活性化を図っていく。

また、観光客も団体から個人へと変化していることを受け、ニーズに沿った魅力ある商品やサービスを開発することで、観光客を惹きつけて交流人口の増加に寄与し、あわせて、事業承継や新規創業者の創出による地域経済の循環と雇用の維持を図ることで、礼文町の振興発展を目指していく。

②小規模事業者の目標

上記の(1)及び(2)を踏まえ、本事業期間5年間において経営発達支援事業の効率的な実施を図り小規模事業者の持続的発展を目指す為、以下の目標を掲げ支援して行く。

ア. 小規模事業者の「経営の自走化」支援（重点支援先：観光関連事業者）

KGI：前年比1%以上利益率増加 年間売上高前年比3%増加

KPI：経営分析15件/5年、事業計画策定15件/5年、フォローアップ15件/5年

設定理由：顧客等が減少する中、利益率や売上の増加は安定的な経営を続けるうえでの指標である。自走化に向け、事業計画策定後までのプロセスを示すことで、段階的な管理が可能となり、集中すべき支援を明確にする。

イ. 創業・事業承継支援

KGI：創業・・・創業5件、設定売上高の達成、新規顧客リピート率40%の達成
事業承継・・・承継・マッチング5件、年間売上高前年比3%増加

KPI：創業・・・個別相談3回/年、創業計画5件/5年

フォローアップ1年目6回/年、2年目以降4回/年

事業承継・・・個別相談3回/年、承継計画5件/5年

フォローアップ1年目6回/年、2年目以降4回/年

設定理由：創業・承継件数と事後業績は実行性の最終指標である。創業・承継ともに実行性を高めるためにも、事業者のビジョンに沿った支援が求められるため、個々に応じて進捗状況などを確認しながら、的確な支援を行うための指標となる。

ウ. 異業種連携による地域ブランディング

（重点支援先：地域資源を活用した商品を取り扱う食品関連事業、観光関連事業者）

KGI：前年比1%以上利益率増加、前年比3%以上売上高増加

KPI：地域イベント出展社数25社/5年、商談・展示会出展数10社/5年

デジタル広告15社/5年、商品開発件数5件/5年

設定理由：利益率や売上増加は実効性を示す。KPIはKGIに直結する前段階の指標となる。

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、目標達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施機関（令和8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 小規模事業者の「経営の自走化」支援

多様化する消費者ニーズへ柔軟に対応するため、巡回指導や窓口相談による「経営の自走化」に向けた支援を実施し、経営状況のヒアリングから経営課題の把握に努め、事業計画作成支援を行う。経営分析では、日常の巡回・窓口相談を介した掘り起こしに加え、各種補助金制度の紹介等、事業者が興味を持つ分野を通じて、経営分析の動機づけを行っていく。

また、消費者ニーズを捉えるため、観光客やバイヤー等へのニーズ調査やRESASを活用した観光関連の経済動向分析を行い、調査分析結果を経営分析や事業計画策定に活用する。事業計画策定に関して現状では、補助金等の活用や金融支援を契機として支援することが多いため、補助金の活用事例などの成果に至る過程を説明し、小規模事業者の意欲を引き出し事業計画策定へ繋げる。経営分析では明確化した強みを活かし、事業者とともに課題に優先順位を付けながら解決に向けた効果的な計画書とすることで、経営者が思い描く事業プランを実践できるよう支援する。

中小企業診断士、税理士、社労士、ITコーディネーター、金融機関等と連携し課題を解決することで事業者を軌道に乗せ、経営指導員が継続的なフォローアップを行う事で目標を達成する。

② 創業・事業承継支援

巡回支援や窓口相談を中心に、創業者の掘り起こしを行うとともに、創業計画の磨き上げと、創業後の定期的なフォローアップによる経営の安定を目指す。創業者の掘り起こしでは、町が移住体験住宅を建てるなど積極的に受け入れ体制を整備していることから、町と連携を取りながら、町外からの創業者を受け入れて、支援を行っていく。

また、創業者の経営安定のため、礼文町商工業担い手支援事業補助金等各種施策の活用を支援する。事業承継については、経営指導員等が巡回し、ヒアリングにより後継者の有無や事業継続の意思を確認のうえ、後継者がいる事業者は早期の事業承継計画策定を目指す。

また、後継者がなく財務内容が良好な事業所等においては、第三社承継を視野に北海道事業引継ぎ支援センター等と連携し、円滑な事業承継が行えるよう支援する。

なお、創業後、事業承継後も中小企業診断士等専門家や金融機関等と連携し、経営指導員が継続的なフォローアップを行うことで目標の達成に導いていく。

③ 異業種連携による地域ブランディング

新商品開発では、観光業、水産物加工業、漁業等との連携を図るため、町はもとより、観光協会、香深・船泊漁業協同組合、稚内信用金庫礼文支店の各関係団体とも連携し、異業種交流によるマッチング機会を創出し、商品開発への意欲向上や地域資源の確保等に繋げる。さらに、観光客に対するニーズ調査を実施し、優良な水産資源や観光資源を活用した魅力ある新たな特産品やサービスの開発、既存商品のブラッシュアップ等を行い小規模事業者の売上向上を図り、この成果をもとに異業種連携をさらに強化し、開発アイテム数を増加させ、目標を達成する。

また、新たな特産品やサービスの提供により観光客を惹きつけて交流人口を増やすことで、外貨獲得による地域経済の循環を高め、地域産業全体の活性化に繋げていく。

④ 地域への裨益目標

礼文町などの関係機関との連携を強化し、円滑な事業承継・創業を促進することで小規模事業者数の減少に歯止めをかけ、地域商業機能と雇用を維持するとともに、自然や地場産品など地域資源を活用した商品やサービスの開発・付加価値向上・販売促進を支援することで、地名度の向上や観光関係人口増加・にぎわいの創出に繋がります。

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2期計画において、地域内経済動向調査として事業者30社に調査を行い、情報収集しデータを使用した。情報量が限定的であり、小規模事業者自らを取り巻く経営環境としては、情報が不足していた。

第3期計画には、調査内容を見直し関係機関の経済動向調査を活用した情報提供のほか、引き続き国が提供する地域経済分析システム「RESAS」などを活用し、小規模事業者自身が事業活動との関連性が可視化された情報であると認識することで、実効性の高い事業計画策定に反映させていく。

(2) 目標

	公表方法	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①景気動向調査	HP掲載	1回	2回	2回	2回	2回	2回
②観光経済動向調査	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①景気動向調査の実施（新規）

道内や管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、北海道商工会連合会が行う「中小企業景況調査」、日本政策金融公庫旭川支店の「小企業動向調査結果」と稚内信用金庫の「景況レポート」の各項目を整理・分析し、小規模事業者が事業計画を策定するための資料とする。

【調査手法】各支援機関等から提供される調査方法を活用する。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を提供する。

【調査項目】業況DI、売上DI、資金繰りDI、採算DI他、必要に応じて追加

【調査目的】事業計画策定における投資、設備計画のタイミングや販売計画における消費動向の見極め、生産量の調整等に活用するため

②観光経済動向調査の実施

国が提供するビッグデータ（地域経済分析システム（RESAS））を活用して、国内及び外国からの観光客の動向等を把握し、小規模事業者の事業計画策定支援に活用する。

【調査手法】国籍別訪問者数、観光ルート分析、滞在エリア分析、地域別消費額等の機能を活用

【分析手法】商工会職員がデータを抽出し分析する。

【提供方法】商工会ホームページに掲載し、事業者へ広く周知する。

巡回・窓口相談時に事業者へ提供し、活用について丁寧に説明する。

【調査目的】イベント時期の見極め、動向に応じた人材配置、商品・サービスの準備等に活用するため

(4) 成果の活用

第2期の反省を踏まえて、小規模事業者への巡回訪問の際に、分析結果に基づき景気動向や観光動態を説明し、需要の増減を予測し販売計画や生産量の調整、キャッシュフロー対策、人材確保や設備投資時期の見極めなど、今後の経営見通しや事業展開への活用、経営分析に繋げていく。あわせて、経営分析や事業計画策定支援における基礎資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第2期における調査では、観光施設での調査を行う予定であったがコロナの影響により、思うように実施できずにいた。また、これまで主流であった団体客向けの商品・サービスであったが、昨今の個人旅行へのシフトにより新たな商品・サービスを提供することが求められている。このことから、団体から個人旅行（FIT）や体験型へと変化ことを踏まえ、これに対応できる高付加価値な商品やサービスの提供体制を構築するため、町内外の消費行動を分析することが必要である。第3期では、個者にスポットをあて消費者のニーズに沿った商品の開発・改良、更に掘り下げた支援としてDXの推進（キャッシュレス・ECサイトの活用）を積極的に取り組み、事業者の売上拡大につなげていく。

(2) 目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①観光客を対象とした消費者ニーズ調査事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
②商談会による調査件数(出展目標1件)	—	1者	1者	1者	1者	1者

(3) 事業内容

①観光客を対象とした消費者ニーズ調査

飲食業や土産物店等を営む事業者を支援するため、礼文町の「食」や「自然」といった地域資源を活用した新たなメニュー及び商品開発のための消費者ニーズを調査する。

個店ごとに来訪者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で対象店舗にフィードバックする。新商品・サービス、新メニューの開発のための事業計画策定に反映させるとともに、既存メニューや商品のブラッシュアップに活用する。

【支援対象者】 経営状況の分析・事業計画策定事業者（予定者含む）

新商品・新サービス・新メニュー・既存商品のブラッシュアップ等による売上の拡大を図る意欲のある事業者。

【サンプル数】 来島の多い7月から9月の期間に実施 30名程度×3者

【調査手段・手法】 来訪者が増加する6月以降、開発中の新商品や新サービス等について、飲食店等の来店者にアプリにて調査を行う。

【分析手段・手法】 調査結果は経営指導員が来場者の属性によりクロス集計し、専門家の意見を聞きながら傾向を分析する。

【調査項目】 調査項目については以下を基本に専門家の指導を受けながら設定する。

①属性（年齢、性別、居住地等）②味、③価格、④量、⑤満足度 等

②展示・商談会による需要動向調査

小規模事業者が継続的かつ安定的な売上や利益を確保するためには、取引先の新規獲得を視野に入れた取組を支援していく必要がある。

そのためにも都市部で行われる展示・商談会においてアプリ等を活用して調査を実施し、バイヤー等に対し市場の実態動向やニーズ調査を実施し、商品の改良や改善に繋げていく。

【サンプル数】 1商品当り30件程度

【調査手段・手法】 商談会等の出展時に、当商工会職員がバイヤー等に対し、ヒアリングとともに、アプリやアンケート用紙に記入する。

【分析手段・手法】調査結果は、商品自体の課題や流通における課題等に整理し、専門家との連携により分析する。

【調査項目】①属性（性別・年齢等）②価格、③味、④香り、⑤見た目、⑥サイズ、⑦デザイン、⑧パッケージ、⑨用途先（お土産・贈答・私用）等

【想定する商談会】「北の味覚、再発見！！」（札幌市）

主催：北海道商工会連合会

開催時期：11月上旬

出展社数：約60社

来場バイヤー数：約100社

（4）成果の活用

経営指導員等が外部専門家等の意見を聞きながら、データの収集・整理・分析を行ない簡潔なレポートにまとめ可視化し、当該事業者へ直接説明する形でフィードバックする。

また、巡回訪問により、新たな事業展開に対して意欲の高い事業者並びに販路拡大の可能性が高い事業者に対し、業種毎に参考となる項目をピックアップして活用することで、販売戦略の見直しや新商品開発を提案し、事業計画策定に繋げる。あわせて、調査支援先の事業者の了承を得たうえで、異業種交流のマッチングのための参考資料として活用する。

他、分析結果等の内容について、職員相互で共有を図りスキルアップにも繋げていく。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

第2期では、自社を見つめ直し経営課題を導くなどの小規模事業者の意識改革に繋がる分析までには至っていない。多くの小規模事業者は、経験や直感に基づいて経営状況を把握しており、客観的な情報に基づく経営判断ができていない。特に人手不足で業務の多忙な小規模事業者では、こうした傾向が顕著である。

また、現状の経営分析は「融資斡旋」や「補助金申請」などの短期的なニーズに対応することどまっていたが、第3期では経営指導員等が事業者との対話や傾聴を通じて、より深い本質的な経営課題を掘り起こし、持続的な経営分析を行う体制を整備する。専門的な課題には中小企業診断士や税理士等の専門家と連携し、財務分析や事業再構築に関する具体的なサポートを提供していく。

（2）目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
分析事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者

（3）事業の内容

①支援対象先の選定

経営分析を行う事業者については、日常の巡回・窓口相談を介した掘り起こしに加え、各種補助金制度の紹介等、事業者が興味を持つ分野を通じて経営分析の動機づけを行い、意欲を喚起したうえで重点支援先として抽出していく。

併せて、経営分析から確実に事業計画策定へと繋がるよう必要性について説いていく。

②経営分析の内容

【支援対象】事業計画を策定した事業者、補助金申請者や融資斡旋事業者

価格転嫁や生産性向上、販路開拓に努める事業者、事業承継に取り組む事業者

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

《SWOT 分析》強み、弱み、機会、脅威等

【分析手法】《財務分析》 経営指導員が3期分の決算書から、収益性、安全性、生産性、成長性を分析し、経営者へ巡回訪問で説明する。業種平均との比較等で、自社の立ち位置を把握してもらい、問題点等の抽出を行う。

《SWOT 分析》経営指導員が経営者とともにクロス SWOT 分析を行い、今後の方向性や解決すべき課題等の抽出を行う。

③専門家と連携した経営分析

経営指導員が上記②で経営分析支援を行い、経営課題に対する意識の醸成が図られた事業者には、中小企業診断士等の専門家を招聘し、ローカルベンチマークによる経営分析を行い、経営課題に対する具体的な対応策を検討することで、事業計画策定に繋げる。

【支援対象】 上記②で支援した小規模事業者

【分析項目】 財務分析：売上高増加率（売上持続性）、営業利益率（収益性）、労働生産性（生産性）、EBITDA 有利子負債倍率（健全性）、営業運転資本回転期間（効率性）、自己資本比率（安全性）

非財務面（定性）：経営者（理念、意欲、後継者等）、事業（沿革、強み、弱み、IT等）、関係者（市場、競合、顧客、従業員等）、内部管理（組織、事業計画、商品開発、人材育成）

【分析手法】経営指導員と専門家が連携し、上記②クロスSWOT分析の検証も兼ねて、ヒアリングを行うことで現状認識から将来目標を設定したうえで、課題を導き、対応策を検討する。

（4）分析結果の活用

分析結果を当該事業者へフィードバックし、経営指導員と専門家の支援のもとで小規模事業者自らが経営課題を把握し対応策を導くことで、より具体的な事業計画策定へ繋げる資料として活用する。SWOT 分析では、事業者自らが考える事で、自社の強みや弱みが明確となり、その事項の問題解決や限られた経営資源の投下先を明確にすることで経営方針が定まり、これからの将来像を描く事業計画策定にチャレンジできるように促す。

また、小規模事業者毎の経営カルテに保管することで内部共有を図り、経営指導員以外の職員も当該事業所の支援の際に活用し、経営指導員の指導のもと他の職員のスキルアップを図っていく。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

第2期では、事業計画策定支援は経営分析と同様に、主に補助金申請や融資のための書類作成にとどまっており、実際の経営において計画が有効に活用される機会は少ない状況にある。作成される計画は数も限られ、内容も特定のニーズに応じたものに偏っているため、持続的な事業成長に必要な方向性を示す指導が十分ではなかった。

事業者は受け身の経営が主流で、計画策定の重要性が十分に認識されておらず、経営目標が不明確なまま日々の事業を行っている。補助金の申請や融資の時など、一時的な事業計画にとどまっており、継続的な事業計画策定がなされていないため、第3期に向け改善する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

礼文町経済を牽引する観光関連の事業所や将来的に成長が見込める事業所を中心に個別にアプローチを行う。地域資源を活用した産業振興と小規模事業者の経営基盤強化を図るため、事業計画策定支援においては、事業者自身が自社の本質的な課題を的確に認識し、それを深く納得するプロセスを重視する。事業者が自ら積極的に計画を立案できる環境を整えることを目指すとともに、経営課題を多角的に分析し、その本質に基づく解決策をともに考え販路拡大やDX化等の成長戦略を具体的に描けるよう支援を行う。

また、創業支援では事業構想の具体化から初期運営の安定化まで、事業承継支援では円滑な引き継ぎや経営改善の機会創出を通じて、地域における持続可能なビジネス創出や産業の発展を具体的に推進する。

(3) 目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①事業計画策定事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
②事業承継策定事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
③創業計画策定事業者数	3者	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

【支援対象】経営分析を行った小規模事業者
事業計画策定に意欲のある小規模事業者

【手段・手法】経営指導員が巡回訪問し、経営分析や需要動向調査の結果をもとに支援することとし、まずは、小規模事業者が簡便に考え方をまとめられるよう、持続化補助金の申請様式を活用して行う。

さらに、中小企業診断士等の専門家を招聘し、個別相談による支援によって、事業計画をブラッシュアップする。事業計画のブラッシュアップには、専門家が薦める計画様式や中小機構が提供する「小規模事業者の事業計画づくり・サポートキット」等を状況に応じて活用し、特に商品開発等においては、「地域資源を活用した売れる商品づくりサポートブック様式集」等を活用し、事業者の取り組みにあわせて実効性の高い計画づくりを支援していく。

また、DXに対する取組み意欲が高い事業者には、事業計画に記された目標達成を補完するため、ITツールやSNSの活用、Webサイトの再構築など、中小企業診断士やITコーディネーターなど外部専門家の協力を得ながら新たな販路開拓や省略化に向けた取り組みの後押しを行っていく。

(参考)「小規模事業者の事業計画づくり・サポートキット」

<https://www.smrj.go.jp/tool/supporter/guidebook1/index.html#No01>

「地域資源を活用した売れる商品づくりサポートブック様式集」

<https://www.smrj.go.jp/tool/supporter/guidebook1/index.html#No03>

②事業承継に対する支援（個別相談会）

【支援対象】事業承継を予定している小規模事業者
事業承継の意志を示している小規模事業者

【手段・手法】経営指導員等が巡回訪問により、小規模事業者へ後継者の有無等を確認し、個別相談会への参加を促進し、事業承継計画の策定を支援する。

後継者がいる場合には、個別相談会において中小企業診断士等の専門家から事業承継計画策定について説明し、相談会開催後も継続して経営指導員と専門家が連携し、事業承継計画の策定を支援する。

また、後継者がなく事業承継の意志を示している事業者に対しては、経営状況や当地域における事業継続の見通しなどを分析するとともに、第3者承継も視野に北海道事業引継ぎ支援センター等と連携し、円滑な事業承継が行えるよう支援する。

【個別相談会】

ア. 回数：年1回（状況にあわせて適宜、回数を増やす）

イ. 参集人数（目標）：3名

ウ. 周知方法：ホームページによる周知のほか、職員の巡回で勧奨する。

エ. 招聘する専門家：中小企業診断士、北海道事業引継ぎ支援センター等

③創業希望者に対する支援（個別相談会）

【支援対象】 礼文町において創業を希望する者

【手段・手法】 創業希望者に対し、職員が窓口相談等で事業計画の策定支援や創業に必要な各種申請の届出など様々な支援を行う。創業計画の策定では、日本政策金融公庫国民生活事業の開業計画や中小機構の「創業・サポート様式集」等を活用し策定を支援する。

また、中小企業診断士等の専門家による創業個別相談会を開催する。

【個別相談会】

ア. 回数：年1回（状況にあわせて適宜、回数を増やす）

イ. 参集人数（目標）：3名

ウ. 周知方法：町の広報誌やチラシ、町や当会のホームページにより募集する。

エ. 招聘する専門家：中小企業診断士、日本政策金融公庫、金融機関等

オ. 内容：創業計画策定、創業時の各種申請及び届出等、町の施策説明等

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期では、事業計画が策定された後の計画実行者事業者を対象に、定期的にフォローアップを実施してきた。訪問の頻度は事業者によって異なり、重点的な支援が必要と判断された事業者には、頻度を増やし目標の達成に向けた伴走支援を実施している。第3期に向けて、これまで事業計画の実行支援は実施してきたものの、訪問時期や頻度にバラツキがあり、進捗管理に一貫性が欠けていた。事業者と支援者が一体となって進捗管理を進めるためには、計画的な訪問などフォローアップ体制の強化を行う必要がある。

（2）支援に対する考え方

小規模事業者は人材、時間など限られた経営資源で対応するため、長期で一貫的な進捗管理が難しい。支援対象事業者との面談は事前のスケジュールリングにより、事業者の対応者は固定できるように事業所の都合に合わせ、対応日時は柔軟に対応する。事業者には経営状況分析、事業計画策定に至るPDCAサイクルを実際に体験してもらうことで、その必要性和重要性を理解し、自走化に向けた一歩を踏み出してもらう。なお、計画の遅れや停滞していると判断される場合は、中小企業診断士等の専門家と連携して課題と対応策を検討し、迅速に計画の見直し・改善対応を行う。

(3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①事業計画策定 フォローアップ対象事業者数	2 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
頻度 (延回数)	8 回	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回
②創業計画 フォローアップ対象事業者数	0 社	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
頻度 (延回数)	—	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回
③事業承継 フォローアップ対象事業者数	0 社	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
頻度 (延回数)	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
売上 3%以上増加事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
利益率 1%以上増加の事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

(4) 事業内容

①事業計画策定事業者に対する支援

事業計画策定事業者については、四半期に1度(年4回)の頻度を基本として、経営指導員による巡回訪問により進捗状況を確認し、必要に応じて金融面での支援等を実施する。

経営指導員以外の商工会職員においても事業計画内容を共有し、日々の支援業務などの巡回訪問を通じて進捗確認をすることとし、気になった点や改善策等を経営指導員とともに考えることで、フォローアップ支援の強化と職員の支援力の向上が図られるよう支援体制を構築する。また、「食」や「自然」を活用した新商品・新メニュー等を開発し売上増を図る計画を策定した事業者に対しては、中小企業診断士やITコーディネーター等、各分野の専門家と連携し巡回訪問等による支援を実施する。

②創業計画策定事業者に対する支援

創業計画策定事業者に対しては、創業直後は経営が安定せず手厚い支援が必要なことから、2ヵ月に1度(年6回)の頻度を基本として、経営指導員による巡回訪問により進捗状況の確認及び状況に応じた支援を実施する。なお、頻度については進捗状況等に応じて、月1回の集中支援の実施や、通常の事業計画策定事業者と同様に四半期に1度の支援とするなど、臨機応変に対応する。

③事業承継を行った事業者への支援

事業承継については、同族承継や事前の承継に対する準備等、状況によって対応が異なってくるが、事業計画策定事業者と同様に、四半期に1度(年4回)の経営指導員による巡回訪問を行い進捗状況の確認を実施する。なお、前述のとおり状況により取るべき対応は変わってくるため、必要に応じ月1回の集中支援等も検討しながら実行する。

④進捗状況が思わしくない事業所への対応

事業計画との間にズレが生じていると判断した場合には、中小企業診断士等の専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行うとともに、事業計画の見直し・改善を実行する。

8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

第2期目では、展示会・商談会等に参加し、なまらいいっしょフェア（東京物産展）では、新規顧客を取込み、ふるさと納税において売上高対前年比5%を超える事が出来た。また、北海道味覚マルシェ（道内）に出展した事業所においても、既存顧客（リピート）に繋げ、R4年からR6年にかけて売上増135%を達成した。しかし一方で、人的資源に乏しい小規模の事業者において、店舗を休業しなければならないケースなど出展へのハードルが高く、限られた事業者が出展していた。また、デジタルを活用した情報発信に興味・関心は持つものの、知識不足や人材不足から、その進捗は思わしくない状況にある。

第3期では、引き続き商談会や物産展へ参加可能な事業者の掘り起しを行いながら、売上拡大に向けた支援を行う。また、今後デジタル活用による販路開拓の重要性が増すため、情報リテラシーの向上支援を行い、導入・活用も含めた取組みを行うことが必要である。

(2) 支援に対する方針

【展示・商談会への出展支援】

地域資源を活用した商品を取り扱う食品関連事業所及び事業計画策定支援を行った事業所を対象として、札幌や東京等で開催される既存の展示会等への出展支援を行う。出展にあたり、経営指導員等が商品や価格の設定、POP等の販促物の制作、また事前に選定した売り込み先情報の提供などを行い、出展の際には陳列や接客、アンケート調査等の支援を行う。また終了後には商談のフォローやアンケート調査結果をフィードバックするなど、売上や成約件数の達成や商品のブラッシュアップに向けて伴走支援を実施する。

【礼文町における需要の開拓支援】

地域内（近隣市町村含む）において販路拡大・需要取り込みを図る地域資源を活用した食品製造販売事業者・小売業者、飲食・宿泊業者、サービス業者等に対し、共同広告による相乗効果を図り支援する。なお、一過性の効果とならないよう広告等には、掲載事業所のホームページやSNS等の情報を掲載し、効果的な情報発信方法を支援することで、集客・売上の向上につなげる。

【ITを活用した販路開拓支援】

ITを活用した取組として、SNSでの情報発信やホームページの制作、電子マネーの導入など、DXにアレルギーを持っている高齢の経営者でも取り組める簡単なものから進めていく。実施にあたっては個別に相談対応を行い、事業者の規模や情報リテラシーに沿った柔軟な支援体制を取る。

(3) 目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①展示・商談会等 出展支援件数	2件	2件	2件	2件	2件	2件
成約件数/社	3件	1件	1件	1件	1件	1件
②需要開拓支援事業 参加事業者	—	5社	5社	5社	5社	5社
対前年比売上増加3% 事業者数	—	3社	3社	3社	3社	3社
③IT活用支援件数	2社	3社	3社	3社	3社	3社
対前年比売上増加3% 事業者数	—	3社	3社	3社	3社	3社

(4) 事業内容

①展示・商談会への出展支援

北海道商工会連合会が毎年秋に開催している「北の味覚、再発見!!」に、出展し、バイヤー等流通関係者との接点を設けることで新たな販路の開拓を支援する。

また、新商品や特産品の試食アンケート等を実施することにより、需要動向の把握につなげる。

【支援対象】特産品を活用した商品開発に係る事業計画を策定した小規模事業者

【想定展示会等】「北の味覚、再発見!!」(札幌市)

主 催 : 北海道商工会連合会

開催時期 : 11月上旬

出展社数 : 約60社

バイヤー数 : 約100社

【取組内容】

出展前 : ブースレイアウト指導、商品提案書の作成方法、バイヤーとの対応方法

出展時 : 効果的な陳列指導、商談サポート、アンケート収集

出展後 : アンケート調査の集計分析結果をフィードバックし、商品のブラッシュアップや販売計画の見直し支援、名刺交換したバイヤーへのアプローチ支援
上記取組を必要に応じて、中小企業診断士などの専門家と共に実施します。

②礼文町における需要の開拓支援

観光客の取り込みを中心に飲食店等の事業者の売上・利益増を図る。昨今、主な情報収集の手段としてスマートホン等が利用されている一方で、島内を訪れる観光客のうち、特に高齢者の方には依然として紙媒体の需要が高く、効果的であることから、事業所情報(主力商品・サービス)を掲載した共同チラシ等で個店の集客をあげる。また、自然を満喫できるフットパスと連動したスタンプラリー等の時期と合わせて実施することで相乗効果を生み、小規模事業者の露出度アップによる新規顧客獲得及び周遊促進、小規模事業者自らの顧客囲い込み作戦を展開し、来店客数増加、売上向上につなげる。

【支援対象】商品・サービスの情報を発信し、売上や利益の増加を希望する事業者

【活用媒体】チラシ・パンフレット

【設置先】近隣市町村の観光施設、観光客が利用しやすい飲食店・ホテル・コンビニ・ガソリンスタンド等に設置予定

③ITを活用した販路開拓支援

事業者の販路拡大を図るため、自社ホームページの開設・改善、ECサイトの開設等、各種媒体を活用した販売促進を支援する。また当会のHPを活用し集約したポータルサイトを新たに開設、関係機関と連携しリンクにより各ポイントから閲覧ができるよう整備することで、売上の増加を図る。なお、共同チラシ・パンフレットからもアクセスできるよう工夫し相乗効果を高める。

【支援対象者】事業計画を策定し販路開拓支援が必要な小規模事業者
地域外への販路開拓に意欲的な特産品等製造小売業者

【支援内容】ITコーディネーター等の専門家と連携し、ホームページの作成を支援する。
最終的には自身で更新ができるまで支援する。

(参考)「グーペ」・・・GMOペパボ社が提供する簡易ホームページ作成サービスで、全国商工会連合会が提携しており、商工会員は一部のサービスを無料で利用可能。
<https://goope.jp/>

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

第2期において、事業の評価及び見直しのための「評価委員会」を通じて、問題点の改善を図り、その結果等を理事会で審議承認し、総会にて議決をすることで、事業が計画どおり行われているのかを検証してきた。

第3期においても「評価委員会」を通じて外部有識者等の見解や評価を受けながらPDCAを適切に回せるよう取り組んでいくこととする。

(2) 事業内容

毎事業年度ごとに、本計画の実施状況や成果について、中小企業庁が提供する経営発達支援事業実施状況報告フォーマットを活用し実施状況を管理・把握するとともに、この定量的なデータを用いて事業の成果・評価・見直しを以下の通り実施する。

【定量的把握】各目標・事業ごとの目標数値に応じて判断する。

【評価手法】有識者等で構成する「事業評価委員会」を継続して設置し、本計画の各事業の目標到達度の確認と各事業を5段階で評価、改善について協議し、結果を理事会に報告すると共に次期の事業推進に反映する。

※評価委員会のメンバー:商工会正副会長(3名)、法定経営指導員(1名)、礼文町産業課長(1名)の他、外部有識者として稚内信金礼文支店長(1名)

【評価・見直し頻度】毎事業年度ごとに1回開催し評価・見直し・改善を行う。

【結果の公表方法】事業の成果・評価・見直し・改善の結果については、商工会理事会へ報告し、承認を受けるものとする。事業の成果・評価・見直しの結果を総会で報告、商工会報に記載し商工会員へ配布するとともに、当会ホームページによって公表する。

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

これまで、OFF-JTについては北海道商工会連合会が「職階や職歴等で区分した専門研修」に参加している他、OJTでは、小規模事業者等が求める高度で専門的な経営支援内容に対応するため、専門家派遣事業の活用により、支援ノウハウの習得に努めてきた。しかしこれらの取り組みは個々の能力向上には繋がっているが全体的な共有という視点では不足している。

第3期では、こうした機会を全体の支援力向上に波及させるための取組強化に加え、巡回指導や窓口相談、専門家派遣の機会を通して、支援ノウハウ・専門知識を若手職員に承継していく仕組みを構築する必要がある。

(2) 事業内容

①各種研修会参加による資質向上

北海道商工会連合会や中小機構等が主催する研修会へ参加することに加え、全国商工会連合会のWeb研修にも積極的に参加し、支援能力の向上を図る。

また、職員それぞれが参加した研修会において、参加していない職員とも研修内容の共有を図り、職員全体の支援能力の向上に活かしていく。

※想定研修:北海道商工会連合会が主催する職種別研修会(経営支援能力の向上等)

中小企業大学校旭川校が主催する専門研修(プランニング、問題解決能力等)
各関係機関等が主催する支援業務に関する各種研修会(事業承継、知的財産、DX推進に向けたITスキルの向上等)

②OJTによる支援能力の向上

経営指導員に帰属しがちな支援ノウハウについては、法定経営指導員が講師となり定期的な勉強会（月1回）を開催し職員の支援能力の向上を図っていく。

また、併せて経営指導員を中心にミーティングを行い、地域内の小規模事業者の現状把握や、今後の支援方法について職員全員で考え支援手法を導き出し、実行・検証・改善といったPDCAを習慣化していく。

③データベース化による情報共有

経営指導員等が、支援中の小規模事業者の状況について経営課題や課題解決に向けた情報を基幹システムへ適時・適切にデータ入力し、共有システムを通じて全職員が閲覧し、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ように支援能力の向上を目指します。

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2期においては、小規模事業者経営改善資金推薦団体連絡協議会での日本政策金融公庫との金融動向から見た地域の景況や管内各商工会地域の動向等の情報交換のほか、管内の商工会の経営指導員間で情報交換を行ってきた。また、他の支援機関とは、関係機関が行っている専門家派遣事業の活用時や個別相談会の機会に情報交換を行った。

第3期においても継続して、小規模事業者経営改善資金推薦団体連絡協議会や管内経営指導員との情報交換を行い支援のノウハウを共有し、専門家派遣の際等に情報収集を積極的に行い、支援能力の向上に繋げる。

(2) 事業内容

①広域連携協議会による情報交換（年1回）

利尻富士町・利尻町・礼文町の利礼三町商工会広域連携協議会の経営支援会議において、地域の観光・漁業を含めた経済状況・地域支援の情報交換・支援の事例によるノウハウや離島共通の課題について情報交換を行い小規模事業者への支援に繋げる。

②宗谷管内商工会職員研修会における情報収集（年2回）

管内地域の最新の地域動向及び経済動向等を把握するとともに、小規模事業者支援施策に関する情報の収集や、小規模事業者に対する支援状況や課題などの情報共有が図れる他、各商工会の経営指導員が事業者支援の事例紹介を通して意見交換をすることにより、支援ノウハウの習得や課題解決に寄与することができる。

③経営改善資金推薦団体連絡協議会における情報収集（年1回）

日本政策金融公庫旭川支店が主催する協議会に出席し、全国或いは道内の金融情勢を把握し、金融支援についての情報交換を行う。また、宗谷管内の経営指導員が一堂に集うことから、各地域での取り組み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ります。

12. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

礼文町の地域経済活性化については各団体（礼文町、香深・船泊漁業協同組合・稚内信用金庫礼文支店、商工会）が個別に行動するのではなく、民間連携となって課題解決にあたる必要がある。引続き、専門家や金融機関、関係団体との連携の際に情報交換を行い、事業承継のマッチング等の促進を図ることから、専門分野の支援機関との連携や情報交換を行い、更なる小規模事業者への支援強化に努める。

(2) 取組内容

礼文町・礼文町観光協会・香深・船泊漁業協同組合・稚内信用金庫礼文支店とともに地域の活性化について検討する協議会通じて情報を共有し、そこで検討した方向性を基に各地域振興に資する事業を検討・実施し、地域経済の活性化を継続的に図る。また、礼文町が掲げる商工業振興施策と連動した活性化に資する取り組みを実施するため、関係団体との事業連携を強化し、異業種連携による商品開発など、地域全体が一体となった地域活性化を目指す。

①礼文町地域活性化協議会の設置・運営

【目的】礼文町の地域経済の活性化を協議・検討することを目的として「礼文町地域活性化協議会（仮称）」を年に1度開催する。

【参画者等】協議会は町・観光協会・漁業協同組合・金融機関等により構成する。

【実施事業】・通年型・滞在型観光メニューの開発

・海産物を活用した商品開発、異業種交流の促進

【効果】礼文町のイベント（観光協会主催：うめーべや、観光協会：礼文島悠遊ランニング、青年部主催：「海峡まつり」においては各機関が各々主催や共催、また、連携・協力等とイベントに応じて立場が変わるが、協議会を通じ、各機関が当地域のブランド力向上、異業種交流の促進、地域経済の活性化という共通認識を持つことができる。また、商工会として地元住民や観光客と出店事業者の交流を通し、出店事業者の増加、事業者の宣伝・販売機会の推進に努め地域経済の活性化を図っていく。

②プレミアム商品券発行事業による地域活性化

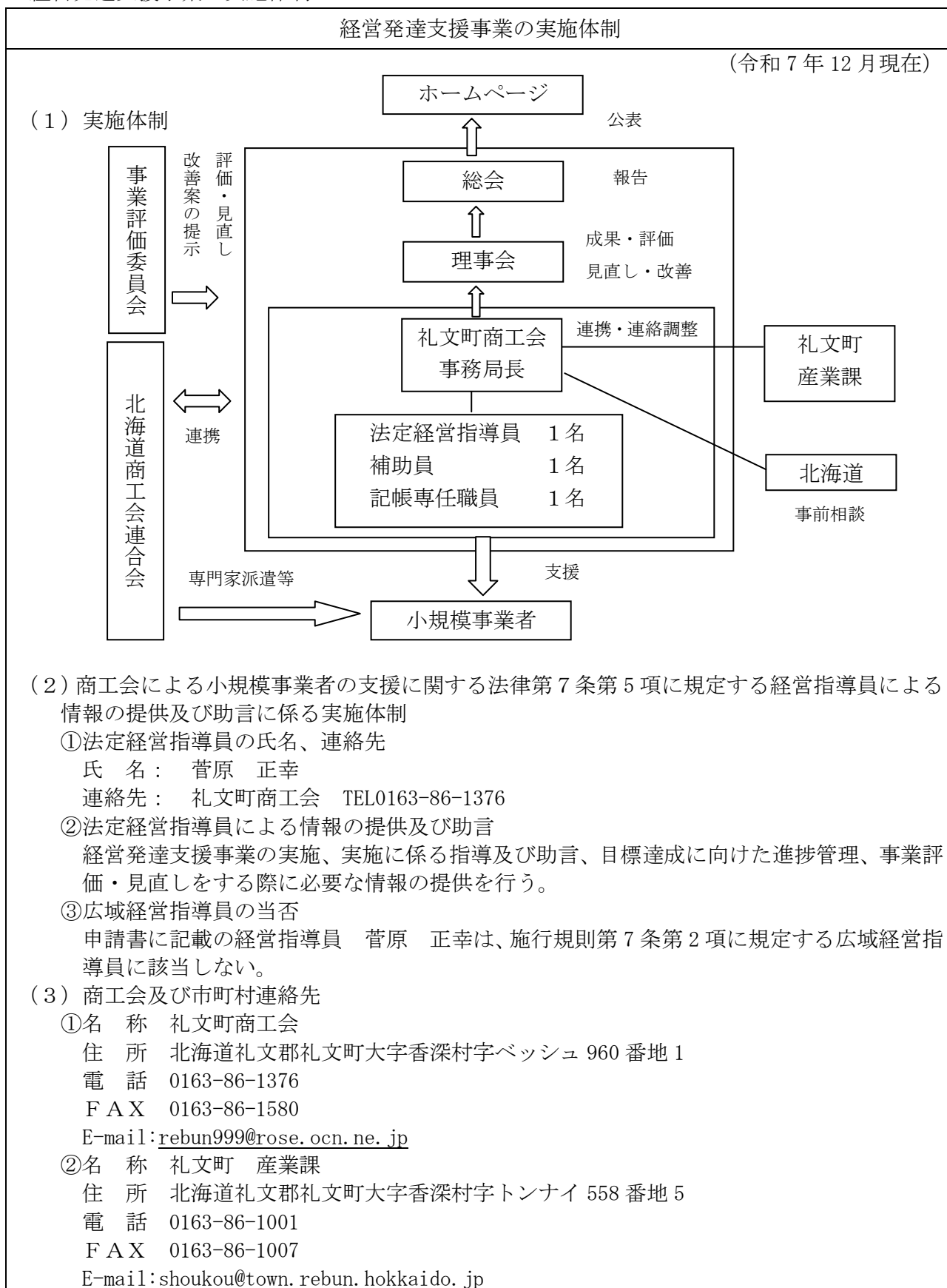
地域活性化に向けたプレミアム商品券の発行を継続して実施していく中で、地域住民が個人を含め商店街に何を求められているかを認識し、地域内での消費拡大による資金循環に取組み、地域経済全体の底上げを図る。

③地域PR活動による活性化

道内、道外、外国人などの交流人口が多い札幌市など都市部を中心に、礼文町の地域や特産品などの魅力を訴えるため、都市部等でのPR活動を展開していくことで、観光入込数の増加による消費購買の向上に寄与する。また、併せて企業の魅力を伝えることでUIJターンの促進を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(2) 商工会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： 菅原 正幸

連絡先： 礼文町商工会 TEL0163-86-1376

②法定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、実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業評価・見直しをする際に必要な情報の提供を行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員 菅原 正幸は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(3) 商工会及び市町村連絡先

①名称 礼文町商工会

住所 北海道礼文郡礼文町大字香深村字ベッシュ 960 番地 1

電話 0163-86-1376

FAX 0163-86-1580

E-mail: rebun999@rose.ocn.ne.jp

②名称 礼文町 産業課

住所 北海道礼文郡礼文町大字香深村字トンナイ 558 番地 5

電話 0163-86-1001

FAX 0163-86-1007

E-mail: shoukou@town.rebun.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
地域経済動向調査	50	50	50	50	50
経営状況の分析	100	100	100	100	100
事業計画策定支援	100	100	100	100	100
事業計画策定後の実施支援	100	100	100	100	100
需要動向調査	100	100	100	100	100
新たな需要の開拓支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
地域経済活性化の取組み	100	100	100	100	100
支援力向上の取組み	100	100	100	100	100
事業の評価見直し	50	50	50	50	50

(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、伴走型補助金、手数料収入、雑収入、国庫補助金、道補助金、町補助金

(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 並びに法人にあつては、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