

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	興部町商工会（法人番号：3450005003520） 興部町（地方公共団体コード：015610）
実施期間	令和4年4月1日から令和9年3月31日まで
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①：定住人口の維持・増加及び、興部町経済全体の活性化を目指す。</p> <p>②ア：事業計画に基づいた足腰の強い経営を推進して売上を増加し、小規模事業者を5年後においても維持する。</p> <p>②イ：地域ブランド戦略を通じた販路開拓及び、DXの推進による新たな需要創出や販路拡大により、小規模事業者の売上を増加させる。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>①地域の経済動向分析 ②景気動向分析</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①展示会・商談会出展に係るアンケート調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）</p> <p>②個別相談による経営分析</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①「DX推進セミナー開催」の開催 ②「事業計画策定セミナー」の開催</p> <p>③事業承継・廃業に向けた事業計画策定支援</p> <p>④創業予定者の掘り起しと創業計画策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①事業計画策定事業者に対する支援</p> <p>②事業承継計画策定事業者に対する支援</p> <p>③創業計画策定事業者に対する支援</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①展示会・商談会等への出展支援と販路開拓支援</p> <p>②IT活用による販路開拓支援 ③チラシ等活用による販路拡大支援</p>
連絡先	<p>興部町商工会</p> <p>〒098-1607 北海道紋別郡興部町字興部 716 番地 5</p> <p>T E L : 0158-82-2217 F A X : 0158-82-2234</p> <p>E-mail: okoppe@rose.ocn.ne.jp</p> <p>興部町役場まちづくり推進課</p> <p>〒098-1692 北海道紋別郡興部町字興部 710 番地</p> <p>T E L : 0158-82-2131 F A X : 0158-82-2990</p> <p>E-mail: shokokanko@town.okoppe.lg.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

## 経営発達支援事業の目標

### 1. 目標

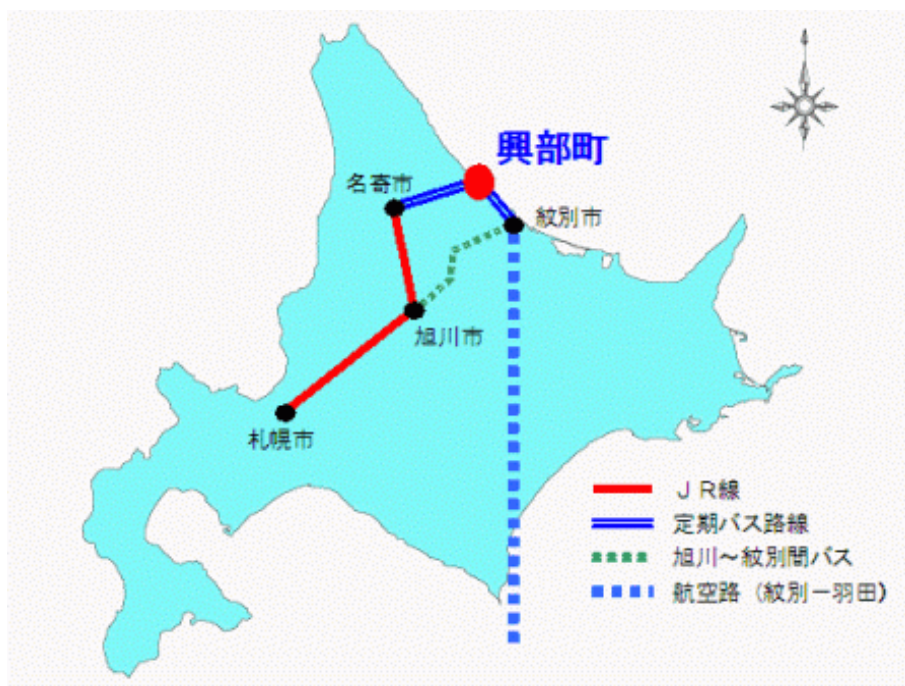
#### (1) 地域の現状及び課題

##### ①町の概要

興部町は北海道の北東部、オホーツク海沿岸の中央に位置し、東は紋別市、西南は西興部村及び滝上町、西北は雄武町に隣接している。東西34.2km、南北24.4kmで総面積は、362.45㎏を有し、北見山地系山間部を源としてオホーツク海に注ぐ5つの河川と、その支流の流域に広がり海岸線に近づくにしたがってなだらかに起伏する段丘地となっている。

気象はオホーツク海流の影響を受けるため、年間を通じ概ね冷涼であり、冬季は北西風が強く海岸に流氷が接岸するなど厳しい自然条件の中にある。

興部町への交通アクセスは、JR 北海道名寄駅からの路線バスもしくは、紋別市発着の都市間バス経由により、大都市札幌と結ばれている。平成11年には、新オホーツク紋別空港が開港し、東京からの直行便によるアクセスも可能となった。



出典：興部町ホームページ

##### ②人口の推移

興部町の人口は、昭和35年の9,363人をピークに年々減少し続け、令和3年8月には3,714人となり、ピーク時の半数以下にまで減少している。この要因は、産業構造の変化や官公署・国鉄の廃止、少子化の進展、雇用不足による労働人口の流出など、多様な要因が考えられ、今後も減少傾向は避けて通れない状況である。

## 興部町の人口推計

区分	平成 22 年	平成 27 年	平成 29 年	令和 2 年	令和 7 年	令和 12 年
総人口	4,301 人	3,909 人	3,904 人	3,748 人	3,488 人	3,228 人
年少人口 (14 歳以下)	553 人	607 人	456 人	410 人	367 人	330 人
生産年齢人口 (15~64 歳)	2,550 人	2,801 人	2,210 人	2,083 人	1,873 人	1,719 人
高齢者人口 (65 歳以上)	1,198 人	1,181 人	1,238 人	1,255 人	1,248 人	1,179 人

※令和 7 年・令和 12 年は予測値

出典：興部町第 6 期総合計画

### ③基幹産業の現状と課題

#### (酪農業)

基幹産業である酪農業は、昭和 30 年代に畑作専業地域から寒冷地に強い酪農専業地域へと転換しており、健康な草と健康な牛を育て、生乳と肉用牛の品質向上に取り組んでいる。

また、6 次産業化において、自家用生産物を用いた牛乳・乳製品・食肉製品の製造や販売、産直活動にも取り組んでいる。

経営者の高齢化や後継者不足により農家戸数が減少し、労働環境の改善や新規就農の促進による担い手確保が重要な課題となっており、地元農協や関係団体を中心に課題に取り組んでいるところである。

家畜排せつ物の管理や洗浄廃水の処理など悪臭対策を含めた環境保全問題への対応として、資源循環型の酪農畜産を進めることを重要な課題としており、当町は「興部町バイオマス産業都市構想」を掲げ課題の取組みを図っている。

興部町の農業産出額（令和元年度数値）

（単位：1,000 万円）

農業 産出額	耕種	畜産									加工 農産物
	その他 作物	小計	肉用 牛	乳用 牛	生乳	豚	鶏	鶏卵	ブロイ ラー	その他 畜産物	
690	10	680	16	661	501	-	-	-	-	3	-

出典：農林業センサス 市町村別農業産出額

#### (水産業)

水産業はほたて、さけ・ます、毛がに等の沿岸漁業が主であり、地元水産加工業など関連産業への波及効果大きい。漁獲量では、ほたてが全体の約 9 割を占め、漁獲高も約 6.5 割を占めており、近年は全体の漁獲高も 40 億円を超えるなど、漁獲量及び漁獲高が増加傾向にある。しかし、基幹漁業であるホタテは、度重なる時化による漁場被害により漁獲量が下がり品薄となった為、災害に強い漁場整備を実施しているものの回復には数年かかることから、依然として漁業者及び水産加工業者ともに厳しい経営が続いている。

魚価安、燃油高騰等で漁業経営が厳しい状況の中でも、将来的にも安定した漁業を営むため、経営の健全化を進めるとともに、国内外の消費者ニーズに対応できる衛生管理型漁港の整備、資源培養等の推進と環境保全活動の促進が課題であり、地元漁業協同組合が中心となり課題解決に取り組んでいる。

興部町の海面漁業及び浅海養殖業生産高（令和元年度数値）（単位：千円）

海面漁業及び 浅海養殖業生産高	さけ・ ます他	いか・たこ かに他	ほたて つづ	こんぶ
4,059,337	798,995	535,516	2,661,703	63,122

出典：北海道 水産現勢

#### ④小規模事業者の現状と課題

当町商工業者の8割を占める小規模事業者を取り巻く環境は、人口減少による労働力不足や消費の低迷、都市部への消費流出に加え、新型コロナウイルス感染症の影響による売上減少など、厳しい状態が続いている。

商業では、隣接都市である紋別市への大型小売店舗の進出やインターネットの普及・販売等により、地元での消費が著しく低下し、小売店の経営環境は非常に厳しい状況にある。

また、経営者自身の高齢化と後継者難により閉店が各所に見られ、商店街の空洞化が進行している状況である。

既存商店街の現状として、平成26年9月に商店街の核店舗的存在である「Aコープおこっぺ店」が商店街から外れた場所に新築移転し、更に平成27年4月「興部町国民健康保険病院」がその近隣に新築移転した為、人の流れが完全に変わり、商店街の通行量が激減している。平成27年12月4日に小型ホームセンターである「ホームックニコット興部店」が同様に商店街から外れた場所で新規開業し、競合する地元スーパーやコンビニエンスストア等に与える影響は計り知れない。

今後、興部町をはじめ関係団体と連携し、商店街の魅力度アップ及び消費購買力の町外流出を抑制するための対策が喫緊の課題となっている。

工業では、水産加工業などの製造業、乳製品をはじめとする町特産品製造業者と建設業が主体であり、ほとんどの事業所において地元住民の雇用が図られている。今後も地域経済の活性化と安定した雇用の確保に向けて、企業の経営体質の強化や産業活性化を促進していくことが必要である。

地域資源を活用した特産品については、主要産業である酪農業と関連した乳製品（チーズ、ヨーグルト、牛乳等）を主力としており、3,700人程の町に4者の工房が存立する。4者の工房はそれぞれ全国的に顧客を確保しており（レストラン・百貨店等）、個別に物産展等に参加し地域ブランドとして周知を図っているが、個々の活動に留まり、地域ブランドとしてまだまだ知名度が足りていない現状である。

今後は、興部町・（一社）おこっぺ町観光協会等と連携し、商品開発、既存特産品の販路拡大へ積極的に支援し、地域ブランド認知度向上により地域経済活性化を図ることが求められる。

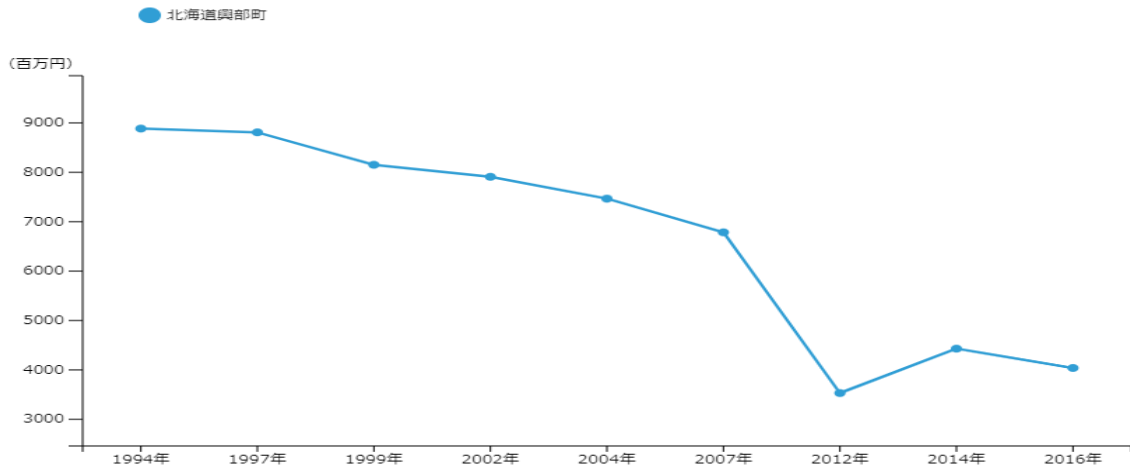
商工業者数の業種別推移（過去10年比較）

	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 業種	合計
令和3年 (2021年)	22	33	1	37	16	39	9	157
平成23年 (2011年)	17	31	1	44	20	38	12	163

出典：商工会実態調査

### 年間商品販売額

すべての大分類 > すべての中分類



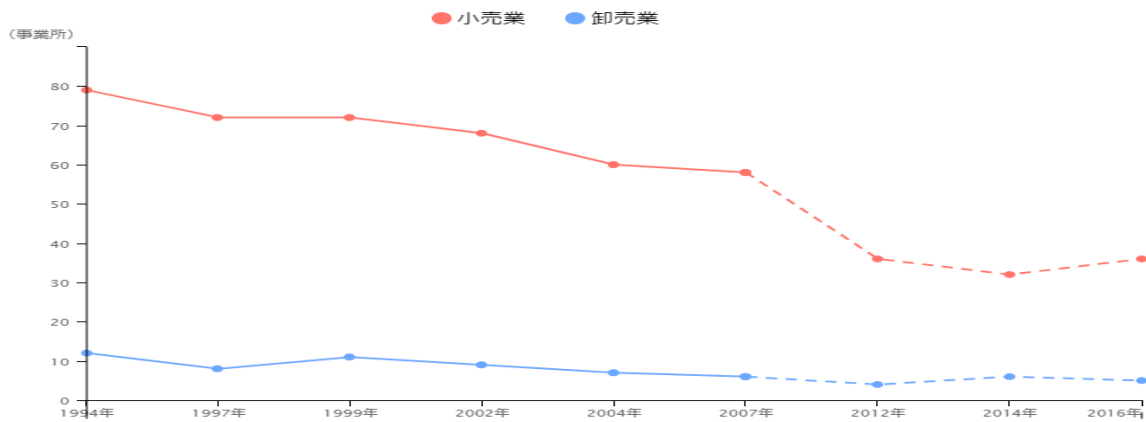
【出典】  
経済産業省「商業統計調査」  
総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

出典：商業統計調査・経済センサス-活動調査

### 事業所数(実数)の推移

北海道興部町

すべての大分類 > すべての中分類



【出典】  
経済産業省「商業統計調査」  
総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

出典：商業統計調査・経済センサス-活動調査

### 興部町商工業者数・小規模事業者数・会員数の推移

	平成 28年度	平成 29年度	平成 30年度	令和 1年度	令和 2年度	令和 3年度
商工業者数	175	172	172	167	159	157
小規模事業者数	156	143	137	137	135	135
会員数	112	113	114	116	117	115

出典：商工会実態調査

## ⑤商工会の現状と課題

商工会として地元消費を高める為、平成 23 年度より商工会が発行（販売）する「興部町商工会共通商品券（商工会員事業所のみ使用可）」を活用した「買夢（かむ）バック賞」事業（※商品券購入 5,000 円毎に 1 本抽選に応募。抽選を行い 5,000 円の商工会共通商品券が毎月 10 名にあたる。）を実施し、実施前は年間 200 万円～300 万円程度の販売額しかなかったが、現在は年間 1,761 万円の販売額となっている。

また、令和 2 年度には、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業者への支援として、緊急経済対策プレミアム商品券を発行し、令和 2 年 4 月には 2,285 万円、令和 2 年 10 月には 2,842 万円の販売額となっている。

その他、「プレミアム商品券発行事業」、「商工会会員参加店限定 歳末セール&スタンプラリー事業」といった地元商品券利用促進事業を例年実施し、消費の町外流出防止と地元消費喚起を図っている。

地元住民を対象に令和 2 年 12 月に商工会が実施した「興部町消費者意識調査」では、紋別市への消費流出が多く、コープさっぽろのトドック（宅配事業）を利用する消費者も多いとの調査結果をまとめた。町内消費者から地元商店街への意見として「20 時以降に単身で気軽に入れる飲食店の選択肢が少ない」「なるべく商店街で買い物をしたいが仕事後閉まっている店が多い」「普段の買い物には不自由はないが種類が乏しい」「御用聞きサービスがほしい」との意見があった。

消費者ニーズに沿った商品構成とこまめなサービス・配慮が今後の小規模事業者に求められ、需要開拓に向けた支援が引き続き必要である。

商工会では、平成 30 年度に経営発達支援計画の第 1 期計画認定を受け、計画に沿った小規模事業者への伴走型支援により、3 年間で 14 者が事業計画を策定した。また、商談会や展示会への出展支援により、商談成立による販路開拓や売上の増加に繋がっている。

第 2 期計画においては、小規模事業者の課題解決に向けた支援手法の改善が課題であり、より効果的な支援を実施することで、計画目標達成に向けた着実な事業実施に繋げ、実現性の高い事業計画策定と売上増加により小規模事業者の経営基盤強化を図っていく。

## （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（小規模事業者のあり方）

当町の小規模事業者が、10 年程度の期間を見据えて持続的な発展を遂げるためには、日々変化する経営環境への対応や将来的な経営ビジョンを持って、事業の変革に取り組まなければならない。

小規模事業者自身が主体性を持って事業計画の策定に取り組み、質の高い魅力ある商品・サービスを提供することで新たな需要が生まれ、売上の増加につながる事業の好循環を目指し、商工会は必要な伴走型支援を継続的・効果的に実施していく。

当町基幹産業の強みと商工業の課題を踏まえつつ、小規模事業者が抱える経営課題を克服することで、長期的な経営の維持発展と活性化を図る。

10 年先の小規模事業者のあり方を次のとおりとして、興部町と一体となって目指していく。

ア 活力ある「おこっぺ賑わい再生」を目指す小規模事業者

イ 魅力ある「おこっぺ商工業創生」を目指す小規模事業者

## ②興部町総合計画との連動性・整合性

興部町が平成 29 年度に策定した第六期総合計画（前期計画・平成 30 年-令和 4 年）において、「未来へ輝く産業を育てる」という目標が掲げられており、商工業振興の基本方針及び主要施策の推進により、事業者・商工会・行政が連携した取り組みを展開している。

（平成 30 年 3 月 第六期興部町総合計画より商工業振興部分を抜粋）

### 【基本方針】

地元消費者が必要とする需要に対して商業サービスを維持するとともに、消費拡大に向けて事業者・商工会と行政が連携した取り組みを展開します。

新たな起業や事業の承継の取り組みに対する支援により、新たな産業の創出や雇用の増加など地域経済の維持発展と活性化を図ります。

観光振興と連携を持ち、質の高い地場製品の P R ・販売と、地域への誘客並びに消費拡大に努めます。

### 【主要施策】

#### （1）商業の振興

- ①商工会との連携強化 ②商業・商店の維持と企業支援・活性化
- ③地場特産品の販売促進と地域連携

#### （2）工業の振興

- ①地場企業の育成・支援 ②地元事業者との連携
- ③起業・企業進出（誘致）への対応

#### （3）地産地消の推進

#### （4）労働環境の整備

- ①就労対策の充実 ②生活安定対策の充実 ③情報提供・相談の充実

商工会が実施する、商業サービスの維持や消費拡大を目的とした地元商品券利用促進事業、地域特産品を活用した商品の販売促進を目的とした各種商談会展出支援は、興部町が掲げる商工業振興の方針に基づいた、各種施策の商業振興や工業振興と方向性が一致している。

興部町と連携を図り、一体となって商工業振興を実現するため、商工会が持つ支援機能を最大限に発揮して役割を果たすことで、地域の雇用や産業を支える小規模事業者の維持発展と活性化に取り組む。

## ③商工会としての役割

人口減少や少子高齢化、消費購買力の流出等により地域経済が衰退する中、商工会が、10 年程度の期間を見据えた興部町の商工業活性化に寄与し、小規模事業者の維持発展を図るためには、地域経済動向と事業者個々の経営内容を綿密に分析した上で、事業計画策定による経営力向上を積極的に支援していくことが必要である。

また、豊かな酪農業と水産業が発展している興部町において、乳製品製造業・鮮魚加工業に加え、食品製造業の商品力強化と販路開拓に向けた展示会展出等の支援を行うことは、地域の強みを活かした経済活性化の足掛かりとなるものであり、「魅力あるおこっぺ商工業創生」を目指した支援を行っていく。

さらには、消費購買力の流失を防ぎ、商店街の活性化・消費拡大に向けた地元商品券利用促進事業等により、「活力あるおこっぺ賑わい再生」を目指して活性化を図っていく。

### (3) 経営発達支援事業の目標

#### ① 小規模事業者の目標 (数値目標)

ア 事業計画に基づいた足腰の強い経営を推進して売上を増加し、小規模事業者を5年後においても維持する。

地域の経済・雇用を支える小規模事業者を維持し、事業計画に基づいた足腰の強い経営を推進するため、5年間で事業計画策定事業者45者を目指す。

また、事業計画策定事業者の実施支援により、売上増加(対前年比3%以上)事業者20者を目指す。

事業承継計画策定事業者5者、創業計画(第二創業計画)策定事業者5者を目指すことで、町内小規模事業者の存続と新陳代謝を図り、空き店舗の減少による商店街のにぎわい再生にも取り組む。

イ 地域資源を活用した商材を創出し、地域ブランド戦略を通じた販路開拓の取り組みと、DXの推進による新たな需要創出や販路拡大の取り組みにより、支援する小規模事業者の売上を増加させる。

地域資源を活用した商品やサービスを創出し、販路開拓に取り組む小規模事業者に対して、事業計画に基づいた展示会・商談会出展を支援し、5年間で展示会出展による売上増加事業者(売上額40万円)8者、商談会参加による販路開拓事業者8者を目指す。

また、事業計画に基づいたITツール(SNS・ECサイト・ネットショップ)活用による地域内外への販路拡大を支援し、5年間で販路拡大事業者35者、売上3%増加事業者35者を目指す。

なお、ITツールを利用しない潜在顧客も存在することから、事業計画に基づいたチラシ等活用による販路拡大についても支援し、5年間で販路拡大事業者15者、売上増加事業者(売上増加率3%)15者を目指す。

#### ② 地域への裨益目標

本事業の上記①の目標を達成に向けて取り組むことで、地域の雇用を支える商工業者の8割を占める小規模事業者の経営力を向上させ、事業基盤を強化するとともに、新規創業や事業承継の促進を図り、小規模事業者を維持して雇用の場を守り、定住人口の維持を目指す。

また、地域資源を活用した商品サービスの開発や、新たな需要と販路を開拓する小規模事業者を増やし、魅力ある商工業を創生することで、基幹産業である酪農業・水産業との連携による地産地消や消費拡大を図り、興部町経済全体の活性化を目指す

## 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

### ① 小規模事業者の目標（数値目標）の達成に向けた方針

ア 事業計画に基づいた足腰の強い経営を推進して売上を増加し、小規模事業者を5年後においても維持する。

長期にわたり事業を継続するための事業計画策定支援を実施し、多くの事業主がこれまで単なる生業として行ってきた事業をビジネスとして捉えてもらうよう、セミナーの開催や巡回訪問・窓口相談を通して意識改革を図る。

事業者の計画次第ではあるが、タイミングによって補助金の活用や経営革新計画認定等を活用し、より効果的な計画策定を支援する。また、一度事業計画策定を支援して終わりではなく、巡回・窓口支援を増加しPDCAサイクルを重視した支援を実施する。

事業承継や創業（第二創業）に関する事業者等のニーズを確認し、専門家・興部町・金融機関等と協力した支援体制による空き店舗の減少や、不足業種の補填を目指す。

町民に「これからの未来を見据えた」不便を感じない環境（商店街）を維持していく。

イ 地域資源を活用した商材を創出し、地域ブランド戦略を通じた販路開拓の取り組みと、DXの推進による新たな需要創出や販路拡大の取り組みにより、支援する小規模事業者の売上を増加させる。

小規模事業者の売上増加を目指すため、新たな顧客創造・既存事業とのシナジー効果を得るべく新商品開発・新規事業を推進する。特に基幹産業である乳製品や水産加工品といった地域資源を使った事業を推進し、地域のブランド力を高めると共に、展示会や商談会などを活用した販路開拓を積極的に支援することで、売上増加に繋げる。

また、商工会が小規模事業者のDXへの取り組みを推進することで、ITツールの活用による商圏に制限の無い販売や、新たな顧客層への販売促進、需要掘り起こしを実現する。

販路拡大への取り組みを多角的・継続的に支援することで、売上増加に繋げる。

### ② 地域への裨益目標の達成に向けた方針

小規模事業者が地域の経済動向や需要の動向を的確に捉え、経営環境においてどのような強みを持ち、経営上の課題に対応しているのかを認識した上で、事業計画の策定と着実な実施に取り組めるよう商工会は支援を行う。小規模事業者の売上増加による事業基盤の安定化を図り、雇用の維持に繋げるとともに、創業支援による新たな雇用の創出や後継者への円滑な事業承継支援により廃業と人口の流出を防ぐことで、定住人口の維持と増加に繋げる。

また、地域資源活用による商品の開発・販路開拓を行う小規模事業者に対して、商工会が需要の分析から事業計画策定、需要の開拓までを一連の流れで支援することにより、新商品開発や展示会出展等による販路開拓が効果的に実施される。良質な地域資源のブランド力向上と消費拡大により、酪農業・水産業を含めた興部町経済全体の活性化に繋がる。

## 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1期計画では、北海道商工会連合会の中小企業景況調査報告書及び北見信用金庫が提供する四半期毎に発行の景況レポート、(株)東亜リサーチ発行の「オホーツク経済情報誌TOA」を活用し、地域経済の動向に関する情報提供を行った。

第2期計画では、情報提供に留まり小規模事業者の活用が進まなかった現状を踏まえ、小規模事業者が活用できるよう判り易い整理と活用方法の説明が必要となることから、上記調査の分析に加えて、新たに国が提供する「地域経済分析システム RESAS」によりビッグデータを活用することで、地域の情報を判り易く整理、分析し広くホームページで公表するとともに、巡回訪問によって活用方法の説明を行う。

#### (2) 目標

項目	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地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

※ 地域の経済動向分析については新規

#### (3) 事業内容

##### ①地域の経済動向分析（新規）

町内小規模事業者が当町における経済動向を把握し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下して的確な経営判断を行うことで、円滑な事業計画策定に繋げることを目的に、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員が「地域経済分析システム RESAS」を活用し、地域の経済動向分析を行う。

##### 【調査項目】

分析項目	分析手法
地域経済環境マップ	地域内の生産分析、分配分析、支出分析の流れや影響等を分析する
産業構造マップ	産業の現状等を分析する
まちづくりマップ	町内の From-to 分析、交通量、滞在人口率、流動人口等を分析する
観光マップ	目的地分析（地域の魅力）

##### ②景気動向分析

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発行の「中小企業景況調査報告書」、北見信用金庫発行の「景況レポート」、(株)東亜リサーチ発行

の「オホーツク経済情報誌T O A」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

【調査手法】 調査票を郵送し返信用封筒で回収する

経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う

【調査対象】 町内小規模事業者15者（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から3者ずつ）

【調査項目】 ・北海道地区・オホーツク管内の隣接地区業種別状況

・業況に対する経営課題

（売上・仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資、経営上の問題）

#### （4）調査結果の活用

調査結果は、商工会ホームページに掲載し、広く町内事業者等に周知する。

また、経営指導員等が巡回訪問や窓口相談を行う際に活用し、小規模事業者の経営状況分析支援や事業計画策定支援の基礎資料として活用する。

北海道地区・オホーツク管内・興部町内の3つエリアの景気動向を比較・分析することで、事業計画策定時におけるより有効なデータとして活用できる。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### （1）現状と課題

第1期計画では、町内消費者を対象とした消費者意識調査を、令和元年度に近隣4商工会（興部町、西興部村、雄武町、滝上町）と共同で実施し、調査結果報告書を広く町内小規模事業者へ配布した。

本調査は、消費者の店舗利用頻度等のデータの他、購買意識や店舗への意見収集に留まり、商品・サービス自体の需要動向を捉えることができず、有効活用されなかったため、今後は商品・サービスの改良や販路開拓に繋がる調査により消費者需要を把握することが課題である。

第2期計画では、商品・サービス自体に対する消費者ニーズを把握するため消費者需要動向調査を実施する。また、地域資源を活用した商品・サービスを開発し、販路開拓を積極的に行う小規模事業者の展示会・商談会展出による需要動向調査についても実施する。消費者ニーズや市場動向を把握するため、展示会や商談会において消費者やバイヤーを対象に調査を行い、マーケットインに基づいた商品・サービスの開発や改良に繋げる。調査結果の分析を経営指導員が行い、対象事業者へ提供することで、事業計画策定における資料となり、新たな需要開拓を行うための仮説の設定に寄与する。

#### （2）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
消費者需要動向調査対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
展示会・商談会等での需要動向調査対象事業者数	1者	1者	1者	2者	2者	2者

### (3) 事業内容

#### ①消費者需要動向調査の実施（新規）

消費者需要動向調査を実施し、事業者へのフィードバックを行うことで商品やメニューの改善を行います。これにより、消費者ニーズにあった商品・メニュー構成から持続的かつ安定した売上につなげます。

【調査手法】 消費者に対し、店舗利用時にアンケートの協力を依頼

【対象事業者】 販路開拓が必要な小規模事業者（小売業、飲食業、製造業等）

【サンプル数】 60名（3事業者×消費者20名）

【調査項目】 回答者の属性（職種、性別、年齢、居住地）、パッケージデザイン、味、価格、内容量、リピートの有無等、商品等にあった調査項目を都度検討します。

【調査結果の活用】 経営指導員がデータの整理と分析を行い当該事業者へフィードバックし改善の検討を行うことで、事業計画等に組み込み、消費者ニーズに適合した商品・メニュー提供へ結びつけます。

#### ②展示会・商談会等での需要動向調査

地域資源を活用した商品を開発し、町外消費者の需要を捉えた販路開拓に取り組む小規模事業者が、北海道商工会連合会が主催する「北の味覚、再発見」や北海道貿易物産振興会が主催する「北海道産品取引商談会」などの展示会・商談会において、来場したバイヤーや消費者に対して、試食、アンケート調査を実施する。

併せて、地域資源を活用した商材を創出し、地域ブランド戦略を通じた販路開拓に取り組むためにも、町外消費者へアンケート調査を行うことで、興部町の地域特産品の魅力を探り、ブランド力の向上に寄与する。

【調査手法】 出展展示会・商談会において、試食や商品説明を通じてヒアリング及び専用用紙への記入によりアンケート調査を実施する。

【サンプル数】 1商品あたり30件程度

【調査項目】 回答者の属性（職種、性別、年齢、居住地）、商品の見た目、パッケージデザイン、味、価格、内容量、取引条件、ロット、興部町の認知、来町経験、興部町地域資源の魅力、新商品アイデア、購買手段等

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が集計・分析し、出展事業者へ直接説明してフィードバックすることで、商品の改良や新商品開発に活用し、今後の販路開拓を見据えた事業計画策定や策定後の実施支援に活用する。

また、調査結果を地域ブランド戦略に効果的に繋げ、ブランド力を高めるためのニーズについても分析を行い、小規模事業者へのビジネスチャンスの提供や地域ブランド品開発の資料として活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

第1期計画における小規模事業者の経営状況分析は、融資斡旋に係る金融指導及び確定申告時の決算支援において得られた情報等（売上推移、収益性、財務状況等）の財務分析を実施したが、各種補助金申請支援への活用に限られた。

第2期計画では、多角的な視点でより高度な経営状況の分析を行うことが課題であり、事

業計画策定を行うためには最も重要であることから、財務面と非財務面の両面から経営状況の分析を実施し、経営課題の可視化を行う。また、多くの小規模事業者には経営分析が必要なことから、経営分析セミナーを開催し、広く対象事業者の掘り起こしを行う。より高度・専門的な知識が必要な分析については、専門家と連携して助言・指導を仰ぎながら、実効性の高い事業計画策定に繋げる。

## (2) 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
経営分析セミナー 開催件数	—	1回	1回	1回	1回	1回
経営分析事業者数	4者	15者	15者	15者	15者	15者

※ 経営分析セミナーの開催については新規

## (3) 事業内容

### ①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）（新規）

セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

### ②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い10者を選定

【分析項目】定量分析である「財務分析」と、定性分析である「非財務分析」の両面から経営分析を行う

「財務分析」直近3期における下記指標の分析

売上持続性（売上増加率等）、収益性（営業利益率等）

生産性（労働生産性等）、健全性（EBITDA有利子負債倍率等）

効率性（営業運転資本回転期間等）、安全性（自己資本比率等）

「非財務分析」事業者の内部環境における強みと弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威と機会を、下記項目について整理する。

内部環境（技術力、販売力、商品力、人材、IT化等）

外部環境（市場動向、市場規模、シェア、競合）

【分析手法】経営支援ツールを活用し、経営指導員等が分析を行う。

想定活用ツール：経済産業省「ローカルベンチマーク」

## (4) 分析結果の活用

○ 分析結果は、小規模事業者に提供・提言することで今後の経営判断、事業計画策定・見直しに活用し、PDCAサイクルのP「プラン」C「チェック」機能の役割を果たす（可視化）。

○ 分析結果は、経営支援ツール「Shoko biz」に支援情報として登録、データベース化し内部共有することで、経営指導員等の支援力向上に活用する。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

第1期計画では、小規模事業者が長期的な視野に立って持続的発展を図り、事業計画の着実な実行による売上増加に繋げることを目的として、経営指導員による事業計画策定支援や、事業計画策定セミナー及び個別相談会を開催した。参加した事業者が事業策定の意義、策定の必要性、重要性について理解を深めた上で、類型化による策定支援対象事業者への明確な支援アプローチにより、14者が事業計画策定を行った。(R1年度6者、R2年度7者、R3年度1者)なお、創業計画及び事業承継計画については、各1者の計画策定支援を行った。

第2期計画では、小規模事業者の事業存続・発展を目指した事業計画策定支援とともに、デジタル化やIT化の取り組みが加速する社会変化への対応が重要性を増しており、小規模事業者の理解と認識が必要であることから、DXに向けた意識の向上を図り、変化に対応した事業計画策定を支援する。

また、創業希望者への創業計画策定や事業承継を希望する小規模事業者に対しての承継計画策定についても引き続き支援し、策定計画に基づいた安定的な経営に繋げる。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に「地域の経済動向」、「経済状況の分析」及び「需要動向」を踏まえた事業計画策定の必要性について理解してもらうため、引き続き、事業計画策定セミナーや巡回訪問・窓口相談により意識の醸成と着実な計画策定を図る。また、事業計画策定した事業者の中には、継続して計画書を策定していくことで、知識や経験値が蓄積されて実際の計画策定イメージができつつあり、その後の事業計画策定や補助金申請により、知識の取得向上が図られる。

なお、策定支援対象事業者の経営課題を解決するため、経営状況分析の結果を踏まえた上で、次に示す類型化した策定支援を行う。

成長型	持続的発展型	衰退型
事業計画は既に策定済みであり、販路開拓、新商品・新規事業開発、補助金等活用支援等を行うことを想定済みである事業者	経営課題解決に向けて事業計画策定支援を行う見込みがある事業者	廃業までの道筋などの事業計画策定支援する(資金繰り、事業承継等)見込みのある事業者

このように分類した理由としては、業種や規模に関わらず、既に廃業を検討している・事業承継を検討している事業者(衰退型)に対して、成長している(成長型)、または成長意欲がある事業者(持続的発展型)と統一的な事業計画策定支援は支援する側と事業者の間にミスマッチが起こるためとしている。このように類型化することで支援メニューの相当程度のパターン化も可能であり、支援担当者が変わった場合等も対応がしやすくなるメリットがある(完全なパターン化は個々の事業者毎に違うため不可能)。

また、これらの分類方法はこれまで過去に商工会が把握している情報を基に行い、普段の巡回訪問や窓口相談におけるヒアリングで随時更新し、経営支援ツール「Shoko biz」でデータベース化を行って職員間の情報共有を図る。

類型化により策定支援事業者へのアプローチを明確にするとともに、「事業計画策定セミナー」において事業計画策定の必要性と策定事業者の具体的事例紹介など、カリキュラムを工

夫し、経営分析を行った事業者の6割程度／年の事業計画策定を目指す。

また、IT技術を活用して生産性向上や競争力の維持・強化を図ることは、小規模事業者にとって重要度を増しており、DXに向けた意識の向上が必要であることから、「DX推進セミナー」を行い、実現性の高い事業計画策定に繋げる。

「事業計画策定セミナー」にて、経営分析での明確になった強みを伸ばし、短所を改善した効果的な計画書を作成し、実践・修正できるよう支援する。

「事業承継」については、経営指導員が巡回訪問により、後継者の有無、事業承継の時期（個人事業所で働いている者、将来事業所に戻ってくる者）を確認し、事業承継支援を行う。後継者のいない事業者には、北海道事業引継ぎセンター等の支援機関を活用し円滑な支援を行う。

「創業」に関しては、現在は、企業から独立する創業支援が多い。今後は、町と連携を取りながら創業者の掘り起こしにも力を入れ、興部町創業支援補助金の活用した創業計画策定を支援する。

### (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
①DX推進セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	14者	9者	9者	9者	9者	9者
③事業承継計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
④創業計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者

### (4) 事業内容

#### ①「DX推進セミナー開催」の開催（新規）

DXへの取り組みを小規模事業者に広く推進するためのセミナーを開催する。IT技術による業務プロセスの改善や業務効率化、競争力の強化など、DXの必要性について理解を深め、基礎知識の習得により、具体的ITツールの導入やWebサイト構築等の取り組みを推進する。

また、DXへの理解を深め、取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による導入支援の他、IT専門家を活用した専門的支援を実施する。

【支援対象】経営分析を行い、ITツール等の導入を検討している「成長型」「持続的発展型」の小規模事業者

【募集方法】案内文書の送付、商工会ホームページや会報により広く周知

【講師】ITの専門知識を持つ中小企業診断士

【回数】年1回

【カリキュラム】DXの必要性、DXの基礎知識、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例、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、ECサイトの利用方法等

【参加者数】10者程度

## ②「事業計画策定セミナー」の開催

地域小規模事業者の事業計画策定を推進する為、「よろず支援拠点」、北海道商工会連合会と連携した専門家を活用し、「成長型」「持続的発展型」の小規模事業者を対象とする事業計画策定に関するセミナーを開催し、セミナーの開催後は経営指導員による計画策定支援を行う。事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しや既に作成している事業計画の見直しについても積極的に支援を行う。

【支援対象】 経営分析を行った「成長型」「持続的発展型」の小規模事業者

【募集方法】 案内文書の送付、商工会ホームページや会報により広く周知

【講師】 中小企業診断士

【回数】 年1回

【カリキュラム】 事業計画の必要性、事業計画の基礎知識、戦略的思考に必要な視点、策定事業者の具体的事例等

【参加者数】 10者程度

【セミナー開催後の策定支援】

経営指導員がセミナー開催後の巡回訪問等により、事業計画の策定を支援する。また、必要に応じて中小企業診断士等の専門家との連携により、実効性の高い事業計画の策定を支援する。

## ③ 事業承継・廃業に向けた事業計画策定支援

【支援対象】

高齢化や財務上の理由等で事業継続が困難な「衰退型」の小規模事業者

【支援手法】

廃業や事業承継に至るまでの事業計画策定支援を行う。具体的には、事業承継を検討している、または事業の将来性がある事業者には専門機関と連携した体制作りを構築してスムーズな事業承継計画策定を目指す。

また、廃業を検討している事業者については、なぜ廃業するのかを再確認し、高齢であれば事業承継の検討、財務的な理由であれば事業再生に関わる支援の検討などを行い、「持続的発展型」への移行を目指す。それでも廃業を決意する事業者については、廃業までの事業計画を策定支援する。

## ④ 創業予定者の掘り起しと創業計画策定支援

【支援対象】

創業予定者、第2創業予定者、創業間もない小規模事業者

【支援手法】

当町における新規創業の相談件数は年間1件程度であり、積極的に情報発信及び創業予定者の把握をしていなかった。今後は町広報誌、商工会報誌、興部町HP、商工会HP等により空き店舗情報、各種補助金情報を提供の上、創業相談の募集を行い、興部町内における創業予定者の掘り起しを図る。

創業計画策定事業者には、よろず支援拠点、北海道商工会連合会と連携した専門家の活用や、地元金融機関や日本政策金融公庫と連携して個別に創業計画策定支援を行い、創業融資、奨励金、興部町創業支援補助金等の活用による円滑な創業と道筋を積極的に支援する。

## 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期計画では、事業計画策定を支援した小規模事業者に対して、経営指導員が巡回訪問及び窓口相談により事業計画の進捗状況を確認し、助言等のフォローアップを実施するとともに、高度な相談案件にたいしては、北海道商工会連合会の専門家派遣事業を活用して支援を行った。

しかしながら、定期的なフォローアップに至らなかったところもあり、計画遂行上の問題を早期に把握することができなかったことが課題である。

第2期計画では、経営指導員の定期的な巡回訪問等による事業進捗確認により、早期の問題点等の抽出を図り、事業計画の見直し等の対応を行うことで、小規模事業者の経営力向上を図る。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定後の実施支援については、事業計画・事業承継計画を策定した全ての事業者を対象にフォローアップを行う。四半期毎を基本とした計画的な巡回訪問により、経営指導員等が独自様式のフォローアップシートを用いて事業計画の進捗状況を確認する。

なお、創業計画策定事業者については、経営が軌道に乗るまで集中的なフォローアップが必要であることから、支援頻度を多くして創業者の修正をしながら支援を行う。

軽微な計画とのズレについては都度助言を行うが、計画と実施内容に大きなズレが生じ、高度な支援が必要な場合は、専門家の活用による助言により、適切な軌道修正を行っていく。進捗状況の確認と支援内容については、経営支援ツール「Shoko biz」への入力により、職員間の情報共有と支援内容の均一化を図り、着実な計画実行を支援する。

### (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事業計画策定フォローアップ対象事業者数	14者	9者	9者	9者	9者	9者
頻度(延回数)	56回	36回	36回	36回	36回	36回
売上増加(対前年比3%以上)事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
②事業承継計画策定フォローアップ対象事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延回数)	4回	4回	4回	4回	4回	4回
③創業計画策定フォローアップ対象者事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延回数)	4回	8回	8回	8回	8回	8回

### (4) 事業内容

#### ①事業計画策定事業者に対する支援

事業計画を策定した事業者を対象に、四半期毎を基本として、経営指導員の巡回訪問により事業計画の進捗状況を確認し、フォローアップを行う。経営指導員以外でも、他の職

員が小規模事業者の計画内容を把握し、経営指導員と共に巡回の際に改善点を共に考え、職員の資質向上が図られる体制を構築する。経営指導員等が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定9者に四半期に一度行い、事業者からの申し出や計画の進捗状況により、必要に応じて頻度の変更を行う。

#### ②事業承継計画策定事業者に対する支援

事業承継については、事業計画策定事業者と同じく、四半期に1度を基本として経営指導員による定期的な巡回訪問時にて状況を確認する。状況に応じ対応しなければならないので、必要に応じ月1回の集中支援も検討しながらフォローアップを行う。

#### ③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、創業時から経理・資金繰り・経営等の細かい支援が必要であることから、創業時の半年間は月1回の集中支援を、経営指導員による巡回訪問により状況に応じて支援を行い、集中支援後は四半期に1度の頻度でフォローアップを行う。

#### ④事業計画と進捗状況がズレている場合の対処方法

事業計画との間に大きなズレが生じていると判断する場合には、専門家の活用など第三者の視点で経営課題を抽出し、専門的な支援を検討すると共に、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策の検討やフォローアップ頻度の変更を行う。

### 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1期計画では、支援対象事業者の類型化による最適な販路開拓支援の内容を選択し、「成長型」事業者を対象に、展示会・商談会の出展による販路開拓と消費者ニーズを捉えた新商品開発を支援した結果、商談成立や売上増加など一定の成果を得ることができた。

第2期計画では、提供する商品・サービスの販売ターゲットを捉えた上で、引き続き支援対象者の類型化に基づいた支援内容の適切な選択が必要であることから「成長型」事業者を対象とした展示会・商談会への効果的な出展支援を行い、「持続的発展型」事業者を対象とした地域内需要の掘り起こしによる販路拡大を支援する。

また、販路拡大に有効なIT技術の活用による情報発信を取り入れ、DXの推進支援を行いながら小規模事業者の需要開拓を支援します。

#### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者が持続的に発達していくためには、新たな需要が不可欠であり、事業の実施により、事業者が目指すターゲットに対する積極的な販路の開拓や拡大を支援していく。

興部町の資源を活かした商品・サービスの開発や普及を進め、商談会や物産展の出展支援及び地域外需要の取り込みを行う。

出展支援対象事業者と販路開拓の可能性を検討した上で、出店に係る手続きの支援、タイミングと事業内容によっては、各種補助金活用による出店費用支援を実施し、新たな需要の開拓と商品磨き上げにより経営力向上を図る。

コロナ禍により外出自粛による交流人口の減少からの需要開拓の取り込みが困難になった事実を踏まえ、域内需要の取り込みについても重要事項として認識し、販路開拓を支援していく。

また、DXに向けた取組として、HPの作成やSNSによるIT技術を活用した情報発信や新規需要の開拓を推進し、経営指導員の窓口や巡回による支援の他、高度化する支援内容についてはITの専門家から助言を頂くことで、支援対象事業者の売上増加を図ります。

### (3) 目標

	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
展示会出展事業者数	1者	1者	1者	2者	2者	2者
売上額/者	5万円	5万円	5万円	10万円	10万円	10万円
商談会参加事業者数	1者	1者	1者	2者	2者	2者
成約件数/者	2件	1件	1件	2件	2件	2件
IT活用による 販路開拓事業者数	—	7者	7者	7者	7者	7者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%
チラシ等活用による 販路拡大事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%

### (4) 事業内容

#### ① 展示会・商談会等への出展支援と販路開拓支援 (B to C及びB to B)

##### 【支援対象】

事業計画を策定し、販路開拓、新商品・新規事業開発に積極的な小規模事業者  
(成長型に分類される小規模事業者)

##### 【支援内容】

新たな需要の開拓や販路開拓を目的に、道内で開催される「北海道味覚マルシェ in 札幌」「北の味覚、再発見!!」や道外で開催される「ニッポン全国物産展」「北海道産品取引商談会」等、多くのバイヤーや消費者が訪れる、販路開拓効果の高い展示会・商談会を選定して出展支援を行う。

出展事業者には、経営指導員が出展前から出展後までカテゴリーごとに、下記具体的な支援を行い、必要に応じて各関係支援機関の専門家との連携により、着実な販路開拓に繋げる。

また、出展時に収集したアンケートやヒアリングの分析結果については、一部加工の上、販路開拓を目指す他の小規模事業者にも情報提供して地域内でニーズを共有することで、さらなる商品開発や販路開拓、地域ブランド力の向上に繋げる。

出展前支援：農林水産省「FCP 展示会・商談会シート」の作成（記載内容：商品の価格、内容量、特徴、ターゲット、発注リードタイム等）、各種パンフレット作成、展示ブースのレイアウト及び装飾、アンケート作成、出展手続き等

出展時支援：展示ブース運営、バイヤー及び消費者へのアンケート・ヒアリング調査、商談サポート等

出展後支援：アンケート・ヒアリング集計及び分析結果のフィードバック、商談先へのフォローアップ、商品改良、製造工程の見直し等

【想定する展示会・商談会等】

○「北海道味覚マルシェ in 札幌」(B to C、B to B)

開催時期：毎年度9月頃(6日間)

開催場所：札幌市(デパート等)

主催：北海道商工会連合会

対象事業者：道内の中小企業・小規模事業者(自社で食品製造・開発、または販売している事業者)

出展事業者数：約60者

来場者：一般消費者、バイヤー 約40,000名

概要：消費者に魅力ある商品を紹介する展示販売会を開催。バイヤー等による事前セミナーの開催や商品に対する消費者の評価等の情報を得る。

○「ニッポン全国物産展」(B to C、B to B)

開催時期：毎年度11月頃(3日間)

開催場所：東京都(展示ホール等)

主催：全国商工会連合会

対象事業者：全国の中小企業・小規模事業者(自社で食品製造・開発、または販売している事業者)

出展事業者数：約350者

来場者：一般消費者・流通・観光関係企業のバイヤー 約15,000名

概要：地域資源や伝統技術を活かした新しい商品づくりなど、各地域の特色を活かした製品の販路拡大を目的とした商談会

○「北の味覚、再発見!!」(B to B)

開催時期：毎年度10月頃(1日間)

開催場所：札幌市(ホテル等)

主催：北海道商工会連合会

対象事業者：道内商工会地区に本社(本店)のある食品製造・販売業者及び関係団体等

出展事業者数：37者(R2年度実績)

来場者：流通・観光関係企業のバイヤー、関係機関 248名(R2年度実績)

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(販売不可)

○「北海道産品取引商談会」(B to B)

開催時期：毎年度2月頃(東京・大阪 各1日間)

開催場所：東京都・大阪府

主催：北海道、(一社)北海道貿易物産振興会、北海道どさんこプラザ、北洋銀行

対象事業者：道内食品製造・加工メーカー及び取扱企業、関係団体

出展事業者数：155者(東京71者、大阪84者/R1年度実績)

来場者：首都圏・関西地域百貨店、スーパー、卸問屋、外食関係のバイヤー  
588名(東京302名、大阪286名/R1年度実績)

概要：道内で生産された食品の関東・関西地域での販路拡大を目的とした商談会

### ③ IT活用による販路開拓支援 (B to C)

#### 【支援対象】

事業計画を策定し、販路開拓、新商品・新規事業開発及び、経営課題解決に向けた販路拡大に積極的な小規模事業者（成長型・持続的発展型に分類される小規模事業者）

#### 【支援内容】

町内外の広域的な商圈の顧客を対象として、ホームページやSNS、ECサイトの活用による販路開拓支援を行う。支援先事業者の商品・サービスを動画や画像で効果的にアピールできるように撮影・加工の上、インターネット上に公開し顧客に訴求する。

例えば、水産加工業者による公開できる範囲の加工現場の動画を撮影しどのような工程で商品ができるかという過程を消費者が知ること、その商品の信頼性が高まり、売上高向上に寄与することが期待できる。

具体的には、無料ホームページ作成サービス「グーペ」や、「Instagram」・「Twitter」・「Facebook」などのSNSサービス、無料ネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」などを活用し、経営指導員等と専門家が連携して作成支援し、情報発信力を高めて販路開拓を積極的に支援する。

### ④ チラシ等活用による販路拡大支援 (B to C)

#### 【支援対象】

事業計画を策定し、経営課題解決に向けた販路拡大に積極的な小規模事業者（持続的発展型に分類される小規模事業者）

#### 【支援内容】

顧客対象として、近隣市町村・地元客、高齢層に対しては、アナログの側面が有効的であるので、新聞折込チラシや新聞広告、フリーペーパーへの広告活用の販路拡大支援を行う。

支援先事業者の商品・サービスを画像で効果的にアピールできるように撮影・加工し、紙媒体で顧客に訴求する。地元をターゲットとして販売している鮮魚や野菜といった賞味期限が短いものや体験サービスなどといった商材など、またインターネットをあまり見ない顧客層には画像を効果的に用いた紙媒体のチラシの作成、業種毎の商品やサービスをまとめた共同広告チラシなどにより販路拡大を支援する。

## 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1期計画では、年1回開催する経営発達支援検討会議や、正副会長会議、理事会において事業実施報告を行ったが、定性面での報告と見直しに留まり、具体的な評価及び見直しに至らなかった。

第2期計画では、事業の実施状況を定量的に把握する仕組みづくりが課題であることから、経営支援ツールを導入の上、活用して得られるデータを基に、引き続き開催する検討会議において、十分な評価及び見直しの方針を検討する。

#### (2) 事業内容

##### ①経営発達支援検討会議の開催

毎年度、事業の実施状況や成果について、経営支援ツール「Shoko biz」を活用して定量的に把握するとともに、得られるデータを基に、興部町まちづくり推進課長、商工会正副会長、法定経営指導員を含む職員、北見信金興部支店長で構成される「経営発達支援検討会議」を引き続き年1回開催し、事業の実施状況や目標の達成度を検討したうえで成果の評価、見直し方針の提示を行う。

##### ②正副会長会議における評価、見直し方針の決定及び理事会への報告

「経営発達支援検討会議」の開催後、商工会正副会長会議において、検討会議で提示された成果の評価、見直し方針について協議し決定する。

決定した成果の評価、見直し内容については理事会へ報告し、承認を受ける。

##### ③事業成果の評価、見直し結果の公表

理事会で承認を受けた成果の評価、見直し内容については、今後の事業内容に反映させるとともに、商工会ホームページで公表する。

### 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

第1期計画では、北海道商工会連合会が開催する職種別研修会や、中小企業大学校が開催する中小企業支援担当者等研修を受講し各職員の支援スキルの向上を図ってきたが、職員間の知識やスキルにばらつきがあり、また、支援ノウハウが共有されていないことが課題となっている。

第2期計画では、金融、労務などの基礎的な研修に加え、事業計画策定や実施、事業承継、創業に関する支援に向けスキルが不足している分野や、DX推進に向けたITスキルを向上させるためのセミナーを受講するとともに、専門家派遣への同行による支援スキルの向上、経営支援ツールを活用した職員間での支援ノウハウ共有を行う。

#### (2) 事業内容

##### ①OFF-JTによる支援スキル向上

###### 【事業計画策定及び実行支援に関する研修会】

北海道商工会連合会が開催する職種別研修会及び中小企業大学校が開催する中小企業支援担当者等研修を引き続き受講し、各職員の金融、労務などの基礎的な知識に加え、不足している事業計画の策定や実施支援に向けた支援スキルの向上を図る。

- ア 北海道商工会連合会が開催する職種別研修会（労働保険の実務、金融・経営分析の基礎、経営計画・持続化補助金の基礎等）
- イ 中小企業大学校が開催する中小企業支援担当者等研修（事業承継・廃業支援を見極めるポイント、創業の進め方、経営改善支援の進め方等）

#### 【D X推進に向けたセミナー】

昨今のD X推進への対応にあたっては、小規模事業者の事業デジタル化等を支援するために、経営指導員等のデジタル技術等に関する知識向習得及び支援能力の向上を目的に下記内容のセミナーへ積極的に参加する。

#### ＜D Xに向けたI T・デジタル化の取組＞

- ア 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組に関するセミナー  
クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のI Tツール、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等
- イ 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組に関するセミナー  
ホームページ等を活用した自社P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用  
オンライン展示会、S N Sを活用した広報等

#### ②O J Tによる支援力向上

中小企業診断士等の専門家派遣に、経営指導員のみならず補助員等が同行し支援を行うことで、ヒアリング内容や課題解決への助言等、実践的な支援ノウハウを習得し支援スキルの向上を図ります。

#### ③情報の共有

研修・セミナーや専門家派遣への同行で習得した支援ノウハウについては、1か月に1回程度行う職員ミーティングにおいて、研修受講者や専門家派遣同行者が内容説明を行うことにより情報を共有する。

また、巡回や窓口相談で得られる事業者情報や課題、支援の状況等を基幹システムや経営支援ツール「Shoko biz」を活用してデータベース化することで情報共有を図り、随時参照可能な状況にするとともに、支援ノウハウの蓄積により職員全体の支援スキル向上を図る。

### 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

第1期計画では、日本政策金融公庫北見支店が開催する小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会（マル経協議会）や、西紋地区四商工会広域連携協議会（雄武町商工会、西興部村商工会、滝上町商工会、興部町商工会）において支援ノウハウ等の情報交換を行ってきた。

第2期計画では、前述した協議会において引き続き情報交換を行うとともに、地元金融機関である北見信金との情報交換を行う。コロナ禍における小規模事業者への支援は多岐にわたり、支援ノウハウの共有は一層重要度を増していることを踏まえ、各支援機関との連携を密にすることで、小規模事業者に対する支援事例等の情報と地域課題の共有を図る。

## **(2) 事業内容**

### **①小規模事業者経営改善貸付連絡協議会での情報交換（年2回）**

日本政策金融公庫北見支店が開催する「小規模事業者経営改善貸付連絡協議会（マル経協議会）」に出席し、オホーツク管内における金融支援状況や、管内商工会における支援事例や市町村の施策等について年2回程度情報交換を行い、当町における小規模事業者への支援に活用する。

### **②西紋地区四商工会広域連携協議会での情報交換（年4回）**

雄武町商工会、西興部村商工会、滝上町商工会、興部町商工会で構成される協議会において、経営支援会議（経営指導員会議）を年4回程度開催し、近隣商工会の支援ノウハウや支援状況、課題について情報交換を行い、支援スキルの向上を図る。

### **③金融懇談会での情報交換（年1回）**

地元金融機関である北見信金網走支店との懇談会を行い、融資状況や小規模事業者に対する支援事例等の情報交換を行うとともに、地域における課題とその解決に向けた方向性について共有し、連携した支援体制の構築を図る。

### Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

#### 1 2. 地域経済の活性化に資する取組

##### (1) 現状と課題

第1期計画では、地域経済活性化の取組のうち、地域ブランド確立に向けた取組は興部町と商工会が連携して町外イベントへ出展し、特産品PRを図ってきた事と、各特産品製造小売業者が個別に販路拡大・PRを行うのみであった。イベント実施についても一時的に地域経済活性化に寄与しているものの、単発的な実施に留まっている。

第2期計画では、商工会を含め、町内関係団体全体で今後の地域経済活性化の方向性を共有し、街中に住民・観光客を呼び込む仕組みを計画し推進する「にぎわい創出会議」を開催する。地域ブランドの確立と、より効果的なイベントの実施により、小規模事業者と地域を一体化させて魅力を創出し、交流人口の増加を図る事により、地域経済の活性化に寄与する。

##### (2) 事業内容

###### ①「にぎわい創出会議」の開催（年1回）

地域の魅力度を向上させ、町内・町外から集客を図るべく町内消費向上に繋がる方策として、興部町・地域金融機関・おこっぺ町観光協会と連携し、小規模事業者の持続的発展に寄与するため下記の事業を遂行する。

また、多様な地域コミュニティを提供することを目的として、興部町産業振興課職員と商工会役職員、JA、漁協等を含めた「にぎわい創出会議」を年1回定期的に実施し、街中に住民・観光客を呼び込む仕組みを計画し推進する。

###### ②商店街のにぎわいを創出する為の取り組み

高齢による廃業が相次ぎ、空き店舗が増加傾向にある中、これまで商工会として、具体的に空き店舗対策事業を遂行するまでに至っていない状況である。今後、空き店舗の増加に歯止めをかける為、興部町と連携し中心市街地商店街の施設、設備等の再整備を推進する。

具体的には「にぎわい創出会議」において、転居を伴う「住居と店舗の一体化の解消」など行政の協力無くして不可能である取り組みやJA・漁協における資産・設備（網などの漁具・トラクターなどの農器具 他）を活用したイベント、農産物・海産物の販売の可能性を協議し商店街におけるにぎわいを創出する取り組みを行い、商店街における小規模事業者の持続的経営に寄与する。

###### ③町外・町内における地域特産品の販路拡大・PR支援事業

北海道最大の都市である札幌市で毎年9月、北海道のテレビ局「HTB」が主催する「HTB イチオシ!まつり」、「さっぽろオータムフェスト」、旭川市で9月に開催される「北の食べマルシェ」などといった食のイベントに、興部町、おこっぺ町観光協会と連携して小規模事業者（特産品製造業者）に対して出店申請等事務手続支援、随伴支援、各種補助金活用による出店費用支援等の各種支援を行う。

特産品の販路開拓と認知度向上により、町外から興部町へ来町する機会を増やし（交流人口の増加）、小規模事業者の持続的発展に繋げる。また、町内において定期的な地域特産品活用イベント（朝市等）の開催についても協議検討の上実施する。

#### ④更なる消費喚起と購買力向上への取り組み

町の補助により歳末時期に実施している「プレミアム付き商品券」（発行総額平均：2,500万円）は40%のプレミアム分が加わる事が消費者にとり大きな魅力であり、例年販売後早急に完売している。興部町内でしか使用出来ない為、確実に消費の町外流出防止と歳末時期における地域経済活性化に貢献している。また、これに合わせて商工会事業「歳末セール&スタンプラリー」を実施し、参加事業者の売上向上に寄与している。今後も興部町と連携し、商工会がこれまで実施してきた事業の見直しを図り、より効果の高い事業を実施する事で更なる消費喚起・購買力向上を図る。

#### ⑤専門機関との連携による商品開発

これまでは新商品開発に係る相談案件数自体少なく、依頼があった場合は専門機関を紹介する程度に留まっていた。既に地域特産品として主要産業である酪農業から生産される生乳を活用した「おこっぺ牛乳」や「チーズ・ヨーグルト類」が町内4工房で製造され、興部町の特産品として町民も認知している中、更に新商品開発について積極的な伴走型支援により人気商品に育て上げ、町内外から集客を図り小規模事業者の持続的経営と地域ブランド確立を目指す。

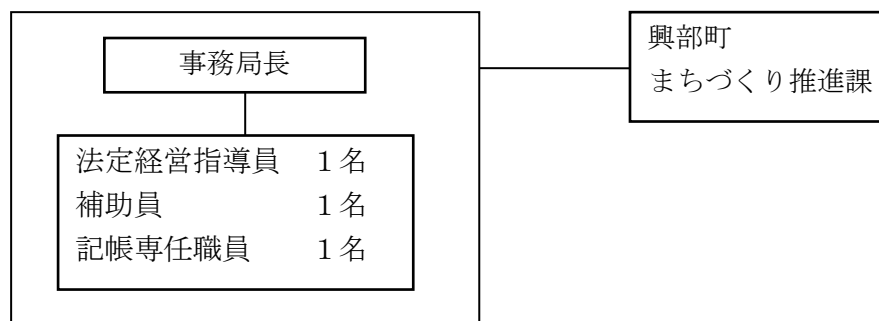
(別表 2)

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 5 年 5 月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制 等)



(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：横田 麻耶

連絡先：興部町商工会 電話 0158-82-2217

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、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

① 商工会

〒098-1607

北海道紋別郡興部町字興部 716 番地の 5

興部町商工会

TEL 0158-82-2217

FAX 0158-82-2234

E-mail okoppe@rose.ocn.ne.jp

② 関係市町村

〒098-1692

北海道紋別郡興部町字興部 710 番地

興部町役場まちづくり推進課

TEL 0158-82-2131

FAX 0158-82-2990

E-mail shokokanko@town.okoppe.lg.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	2,750	2,750	2,750	2,750	2,750
地域の経済動向調査	100	100	100	100	100
需要動向調査	100	100	100	100	100
経営状況の分析	100	100	100	100	100
事業計画策定支援	150	150	150	150	150
事業計画策定後の 実施支援	150	150	150	150	150
新たな需要の開拓に寄 与する事業	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
事業の評価及び見直し をするための仕組み	50	50	50	50	50
経営指導員等の資質 向上等	100	100	100	100	100

(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
国庫補助金、道補助金、町補助金、会費収入、手数料収入、受託収入 他

(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