

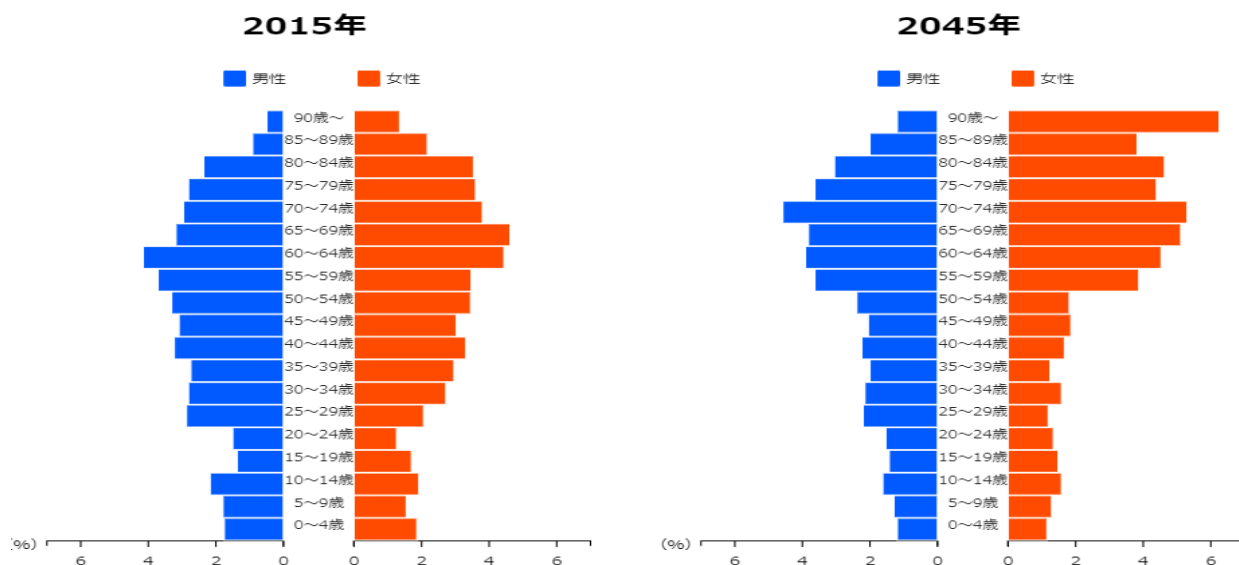
経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	雄武町商工会（法人番号 2450005003521） 雄武町（地方公共団体コード 015631）
実施期間	令和4年～令和9年3月31日
目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 小規模事業者の経営分析・事業計画策定支援</li> <li>(2) 事業承継、創業・第二創業の計画策定支援と空き店舗の解消</li> <li>(3) 新たな需要開拓を支援し、売上拡大</li> <li>(4) 域外への販路拡大支援、展示会（商談会）へ参加</li> </ul>
事業内容	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①「RESAS（地域経済分析システム）」の活用</li> </ul> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①展示会や商談会の出展時における需要動向調査の実施</li> </ul> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①経営状況ヒアリング調査の実施 ②巡回訪問による経営分析</li> <li>③専門家派遣による経営分析</li> </ul> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①DX推進セミナー・IT専門家派遣の実施</li> <li>②事業承継・創業計画策定支援の実施</li> </ul> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①事業計画策定後のフォローアップ支援</li> </ul> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①展示会（商談会）への出展による販路開拓支援（B to B）</li> <li>②アンテナショップへの販路開拓支援（B to C）</li> <li>③SNSの活用、ネットショップの開設支援</li> </ul>
連絡先	<p>雄武町商工会</p> <p>〒098-1702 北海道紋別郡雄武町字雄武 1885 番地 14</p> <p>電話：0158-84-3141 FAX：0158-84-4338</p> <p>メール：oushoko@jasmine.ocn.ne.jp</p> <p>雄武町役場（産業振興課 商工観光係）</p> <p>〒098-1702 北海道紋別郡雄武町字雄武 700 番地</p> <p>電話：0158-84-2121 FAX：0158-84-2844</p> <p>メール：kanko@town.oumu.hokkaido.jp</p>



## 人口ピラミッド

北海道雄武町



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【注記】2020年以降は、「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

### ③ 地域産業の現状と課題

#### 【漁業】

本町の基幹産業である漁業は、流氷が流れ着くオホーツク海で、ホタテ、サケ・マス、毛蟹、タコ、ナマコ、イカ、ホッケ、昆布など、豊かな水産資源に恵まれております。毛ガニや鮭は近年水産資源の保護として漁獲制限がかかり、漁獲量が大幅に減っておりますが、地域経済を支える産業として大きな役割を担っております。

また、ホタテ等は、国内消費だけにとどまらず、中国やEU諸国、アメリカなどにも輸出しており、HACCP対応の「屋根付き岸壁」などの衛生管理施設も整備しております。

課題は、コロナ禍によって外食産業市場の停滞により、出荷量が減少しているものもあり、多角的な販路開拓の取り組みや、後継者不足などが挙げられます。

雄武町漁業生産額及び主要海産物の漁獲生産量

	平成18年度	平成23年度	令和2年度
漁業生産額	40億円	46億円	44億円
ホタテ生産量	7,911t	13,313t	21,130t
サケ・マス漁獲量	3,672t	2,745t	2,085t

(出典：雄武町総合計画)



《ほたて貝柱》

《雄武町ブランド鮭：雄宝》



《雄武産 毛がに》

### 【観光業】

北海道周遊旅行などで多くの観光客が通過しますが、観光入込施設が少ないことから、経済振興への効果は大きくありません。当町の観光基盤として、天然温泉を有し町の一部出資により運営されている「オホーツク温泉ホテル日の出岬」の他に、豊かな自然を満喫する滝や紅葉などもあり、平成26年4月に法人化した雄武町観光協会を中心に、観光振興の人づくり・仕組みづくりを進めつつ、本町の自然や食の魅力を堪能できる積極的な情報発信と、体験型の観光事業を積極的に展開しておりますがコロナの影響もあり、観光客は大幅に減少しております。

イベントでは、地元で獲れた毛ガニや鮭などの、新鮮な海幸や山の幸を楽しめる「雄武毛ガニまつり」「おうむ産業観光まつり」「雄武の宝 うまいもんまつり」などの来場者で賑わいます。しかし、来場者はイベントの終了とともに帰ってしまうため、市街地へ人を呼び込む仕掛けづくりが課題となっています。

また、新型コロナウイルスの影響もあり、観光客数は下降傾向となっております。



《ホテル日の出岬》



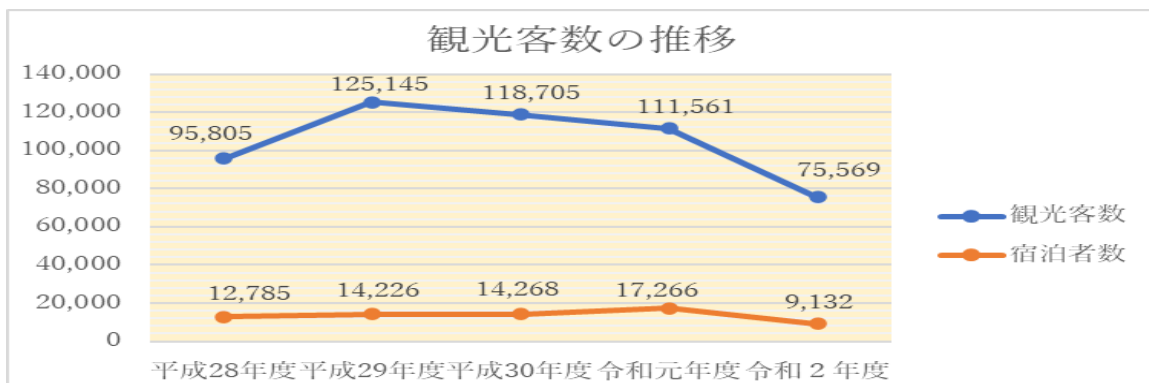
《雄武毛ガニまつり：4月下旬開催》



《おうむ産業観光まつり：6月下旬開催》



《雄武の宝うまいもんまつり：9月下旬開催》



出典：北海道オホーツク総合振興局観光室  
オホーツク管内観光入込客数調査

#### ④ 地域小規模事業者の現状と課題

##### 【製造業・建設業】

基幹産業に関連する水産加工業についても本町の主要産業の一つとして、雇用及び地域経済活性化に寄与しているところではありますが、企業間での格差は大きく、労働者不足のほか、町外からの原料依存、経済情勢の変化に伴い経営基盤が厳しい状況にあります。

鉄工所関連の製造業が漁業・農業などの一次産業が好調に推移しておりますが、水産加工関連の製造業は、原材料高騰などによる経営は不安定となっており、廃業も増えてきており予断を許さない状況となっております。

今後は新たな付加価値を付ける商品化や販路開拓が必要です。また、建設業（特に一人親方による建築関連業種）も、コロナショックで木材や原材料の高騰によって経営環境はますます厳しい現状です。

##### 【小売商業】

近年、町の補助制度の浸透等は見られ、補助金の活用が増えてきております。商業、とりわけ老舗商店街を構成する企業にあっては、少子高齢化の著しい進展と、人口減少、消費者の行動の多様化などにより、依然として厳しい状況にあり地域コミュニティの崩壊に直面しております。また、日常の食材、日用品の購入に欠かせない地元商店の振興を図るとともに、商工会が空き店舗の活用や、買い物に不便な地域への移動販売事業も行っております。



《空き店舗活用事業》



《移動販売車》

現在、雄武町の中心商店街は、「錦町商店街」と「大通り商店街」に大別されておりますが、両商店街とも近隣市町村の郊外型ショッピングセンターの参入、通販・ネット販売等の新しい販売方法の急激な拡大の影響などによって、商店街への購買力が、大幅に流出している状況下で、ピーク時の50%以下の売上となっている企業が大半となっており、売上が増大している一部企業を除けば、廃業も視野に入れて企業活動している企業が散見される状況であります。

また、新規で始める方もおらず、経営者の高齢化と後継者不足による廃業が目立ってきており、空き店舗対策を、町と提携し行う必要があります。

～錦町商店街～

錦町商店街においては、オコツナイ・ポンオコツナイ両河川の改修事業の関係で転居した企業や、この機に、廃業された企業もあり商店街崩壊の危機に直面しております。

～大通り商店街～

大通り商店街では、近代化事業を取り入れファサード整備や、街区全体の整備を進め、平成10年頃の完了時には売上増等の成果は出せましたが、一時的な現象にとどまり、近代化事業を取り入れた当初から比べ現在は売上も商店街全体で約55%減という状況で、後継者不在などの影響により空き店舗が目立ち始めています。

#### ◆ 「経営者意識調査」と「消費者意識調査」

西紋地区四商工会広域連携協議会（興部町、滝上町、西興部村、雄武町）では、近隣町村における過疎化と高齢化の進行や、事業所の廃業と商工会員の減少、並びに近隣都市への購買力の流出など、小規模事業者の現状を把握し、共通課題の認識による支援の方向性を探るため、「経営者意識調査」と「消費者意識調査」を実施しております。

##### ア 経営者意識調査の実施

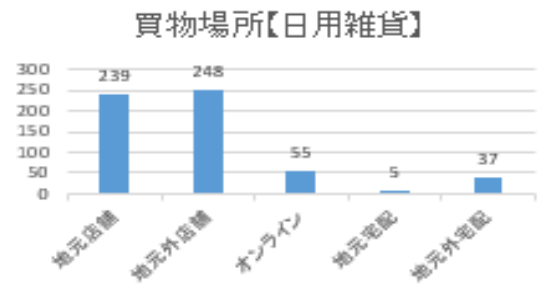
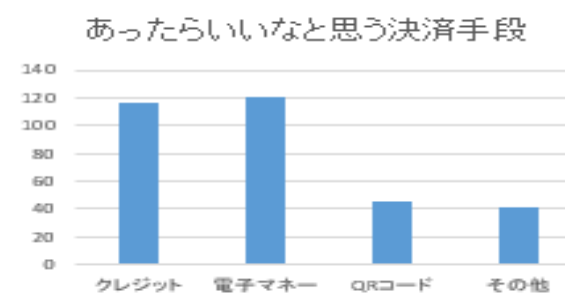
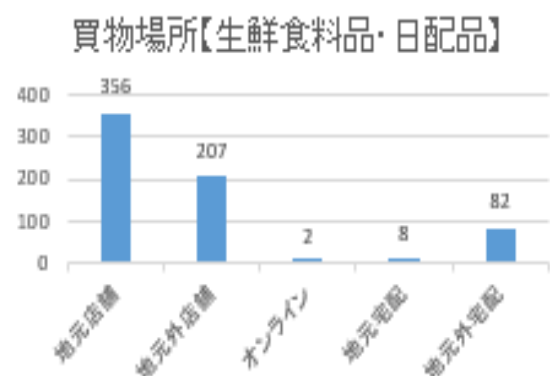
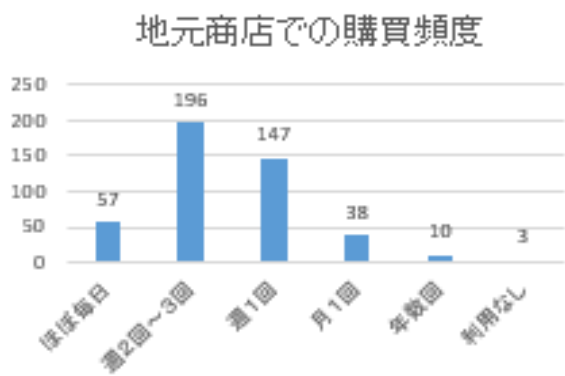
平成25年度と平成30年度に標記調査を実施しました。その結果、当町小規模事業者の経営上の悩みとして、平成25年度調査では、「地域の人口減少や、売上の減少」が上位でしたが、平成30年度の調査では「経営者自身の高齢化、事業承継（後継ぎ）」が上位にシフトしてきており、商工会に求める支援内容も、事業承継に係る支援が重要になってくると思われれます。

経営上の悩み	1位	2位	3位
平成25年度	人口減少(16%)	売上減少(15.7%)	経営者の高齢化(13.8%)
平成30年度	経営者の高齢化(20%)	事業承継(17.5%)	売上減少(15%)

##### イ 消費者意識調査の実施

令和元年度に実施した標記調査では、それぞれの地元商店の魅力の欠如、或いは消費者ニーズの把握不足等の様々な課題が抽出されました。紋別市への消費流出はみられるものの、他町村に比べて雄武町内での購買客や購買頻度が多い結果となっています。また、インターネットを使ったオン

ラインショップの利用も 20 代～30 代の利用が増えており、改善点としては、「日曜日が休みのところが多い」「商品の種類」「商品の値段」「商品の品質」が多くみられるなどの課題が挙がりました。コロナ禍において、今後益々オンラインショップ、インターネットでの販売が増加していくものと思われます。



### ⑤ 商工会の現状と課題

当会では、地域に密着した唯一の総合経済団体として、事業者が抱える諸問題の解決に積極的に取り組むことにより、地域の商工会業者の総合的な振興発展と、併せて社会一般の福祉の増進を図ってきました。巡回指導を年間 500 回以上・窓口相談 100 回以上を通じ、経営改善普及事業（金融斡旋、税務・労働保険、記帳指導、創業支援、補助金申請等）を中心に、経営支援業務を実施し、小規模事業者に寄り添いながら継続的な支援実施をしてきております。

ただ、会員数については年々減少傾向にあり、創業による新規加入会員は毎年数件ありますが、脱退会員の数が加入会員数を上回っています。脱退会員のほとんどは廃業で、後継者がいない小規模事業者が、必然的に廃業している現状です。

また、経営者の高齢化や後継者不在による事業廃止の増加、事業承継支援や新規創業者の掘り起こしが喫緊の課題となっています。また、小規模事業者が今後も持続的発展をしていくためには、事業計画策定による経営基盤の強化が求められています。

今後は新たな付加価値を付ける商品化や特産品の販路開拓が必要になってくるため、新たな需要開拓支援を支援し、売上拡大を目指します。

【雄武町商工業者数・小規模事業者数・商工会員数 業種別推移】 (令和3年4月現在)

	建設業			製造業			卸売業			小売業			飲食・宿泊業			サービス業			その他業種			合計		
	商工業者数	内小規模事業者数	会員数	商工業者数	内小規模事業者数	会員数	商工業者数	内小規模事業者数	会員数	商工業者数	内小規模事業者数	会員数	商工業者数	内小規模事業者数	会員数	商工業者数	内小規模事業者数	会員数	商工業者数	内小規模事業者数	会員数	商工業者数	内小規模事業者数	会員数
平成29年	30	29	26	33	29	27	8	8	4	37	33	27	30	29	24	45	42	34	41	39	12	224	209	154
平成30年	28	27	25	33	29	28	8	8	4	36	33	25	30	29	24	45	42	35	44	41	14	224	209	155
令和元年	28	27	24	31	26	28	8	8	4	35	30	25	28	27	24	45	40	36	44	36	14	219	194	155
令和2年	28	27	25	29	26	22	8	8	4	35	30	24	28	27	25	40	38	31	42	37	17	210	193	148
令和3年	27	26	26	32	29	20	7	7	4	31	24	24	31	30	27	45	37	32	46	40	17	219	193	150

雄武町商工会独自調査

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ① 10年程度の期間を見据えて

雄武町は人口の減少及び少子高齢化が進んでおり、今後も人口の減少が続くことが見込まれております。10年後には人口も4,000人を切ることが予測されており、地域の小規模事業者においても、「経営者自身の高齢化と後継者不足」による事業廃止により空き店舗が目立ち始めています。

したがって、雄武町商工会では、10年程度の期間を見据えて小規模事業者の事業承継や創業により商工業の新陳代謝と活性化を促し、地域資源を活用した特産品開発を町外へ販路開拓を行うことで、魅力ある事業者を増やします。

これにより、持続的発展と多様な産業を発展させ、小規模事業者が安定した経営を継続できるよう、事業計画の策定による売上増加・利益の確保・販路開拓を支援すると共に、事業者に寄り添った事業承継や創業の取り組みを支援し、小規模事業者が変化する経営環境を乗り越え、魅力と活力ある経営の維持・発展を目指すことで雄武町経済の振興発展に寄与していきます。

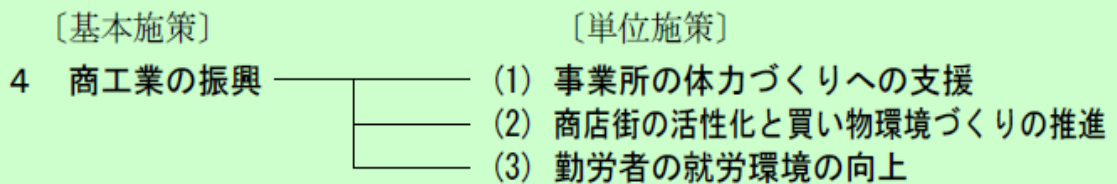
### ② 第6期雄武町総合計画(平成30年～令和9年度)との連動性・整合性

雄武町第6期総合計画では、商工業の基本施策である「商工業の振興」において、「1. 事業所の体力づくりへの支援 2. 商店街の活性化と買い物環境づくりの推進 3. 勤労者の就労環境の向上」が掲げられています。

この中で、特に1. 事業所の体力づくりへの支援の施策において、『商工会等と連携し、町内企業の技術開発や情報化・近代化、環境対策などへの指導や経済的支援を進めるとともに、小規模事業者創業、異業種参入、ソーシャルビジネス化など、多様なビジネス展開を支援していきます。』としています。

このことから、上記で掲げている小規模事業者の長期的な振興のあり方と方向性を同じとしており、当会では引き続き地域の経済団体として「**頼られる商工会**」を目指し、小規模事業者の経営の底上げと、ビジネスモデルの再構築に向け、経営発達支援事業を実施します。

## 基本施策の体系



出典：雄武町第6期総合計画  
商工業振興基本施策（抜粋）

### ③ 雄武町商工会としての役割

これまで、地域の経済団体として、小規模事業者に寄り添い持続的発展を支援し、経営改善と地域の活性化を行ってきました。

現在、小規模事業者を取り巻く環境は、人口減少や少子高齢化、経営者自身の高齢化、事業承継、後継者不在による事業廃止の増加、働き方改革、インボイス制度の周知など、制度面においても対応が求められております。

引き続き雄武町商工会は、幅広い支援体制とこれまで以上にきめ細やかな、「頼られる商工会」を目指し、その役割と期待は高まっております。

第1期計画では5年間で、事業計画策定支援のべ25件、創業計画策定支援6件実施しました。また、東京などの域外へ販路拡大を目指し、商談会等への出展支援をすることで、小規模事業者の売上増加につなげることができ、経営発達支援計画に取り組んできました。

事業内容については、販路拡大・売上増加は少しずつ支援事業者の成果として表れ始めていますが、安定的な営業利益を確保できるよう事業計画からフォローアップまで一貫した継続支援が必要であるとともに、これまでの小規模事業者への継続支援を重点に置きながら、効果と成果が表れるよう、現状と課題をふまえて、当会評価委員会から、頼られる商工会を目指してほしいと提言を受けております。

第2期の経営発達支援計画においては、記載した①～③を踏まえて、小規模事業者に対して「頼られる商工会」を目指すため、事業計画策定支援による創業支援や事業承継支援の他、DXに向けた取組を推進し、需要開拓や販路開拓による売上増加と経営力向上を積極的に支援いたします。

雄武町商工業の発展による町内経済の活性化を実現すべく、町や関係機関と連携を図っていき、以下の経営発達支援事業を実施します。

### (3) 経営発達支援事業の目標

#### ① 事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標

ア 売上拡大・利益向上を目指していくためには、自社が置かれている状況を把握・分析を行い、分析結果に基づいた事業計画の策定・計画実行を行っていき、強みを伸ばし、弱みを改善して売上増加を図ります。

##### 【目標事業者数】

事業計画策定者数 50者／5年

売上増加事業者数 25者／5年

営業利益率（3%以上）増加事業者数 10者／5年

イ 事業承継事業者に対しては、経営者自身の高齢化問題や円滑な事業承継を促進します。  
また、創業者・第二創業事業者に対しても、雄武町・各関係機関と連携して伴走型支援に取り組みます。

**【目標事業者数】**

事業承継計画策定者数 5者／5年

創業計画策定者数 5者／5年

ウ 商談会出展やSNS情報発信、自社HPによるネットショップの開設を通じて商品の販売促進、販路獲得を支援し売上増加を図ります。

**【目標事業者数】**

域外への販路拡大による対前年比売上増加 10%以上事業者数 15者／5年

IT活用販路拡大による対前年比売上増加 3%以上事業者数 10者／5年

**② 地域への裨益目標**

少子高齢化や若者の人口流出によって、消費市場の縮小や人口の減少に伴う産業の衰退・労働力供給の低下による生産量の減少など、雄武町の産業・経済は厳しさを増しています。

したがって、町内小規模事業者の事業承継や創業により商工業の新陳代謝と活性化を促し、地域資源を活用した特産品開発と町外への販路開拓を行うことで、魅力ある事業者を増やします。

これにより、地域を支える小規模事業者が活性化し、雇用の場を維持することで地域経済全体の活性化を図るとともに、地域特性を活かした魅力ある商品・サービスを提供する事業者が増加することにより、町外からの交流人口を拡大させることで地域への裨益に繋がります。

## 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) 目標達成に向けた方針

### ① 事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標

#### 目標アの達成方針

事業計画策定支援では、健康診断時に使用する「問診票」を参考に、小規模事業者の自らの経営状況を簡易に把握する「企業経営問診票」を事前に配布しヒアリング調査で作成します。

その情報をもとに「企業カルテ」を作成し、計画策定の基礎データとして活用することで、事業計画策定並びに実行まで支援します。

また、専門的な知見が必要な場合については、中小企業診断士等の外部専門家と連携のうえ、更に実効性の高い事業計画策定支援により小規模事業者が抱える経営課題の解決を図ります。

#### 目標イの達成方針

事業承継については、地域の小規模事業者において高齢化・後継者不在による事業廃止が増加する中、各種連携機関と連携し、事業承継マッチング支援を行うと共に、事業承継計画の策定を支援することで円滑な事業承継に繋げていきます。

創業については、セミナーなどを通じて創業予定者の掘り起こしを行い、町・金融機関・商工会が連携し、三者で空き店舗情報の共有や、町の創業補助金を活用しながら、創業計画策定の支援を行うと共に、創業後の経営が軌道に乗るまで、巡回等によりフォローアップを行います。

#### 目標ウの達成方針

需要動向調査などから得た情報を活かし、ニーズを捉えて小規模事業者の事業計画に沿った実施から改善まで、積極的な支援に取り組み、域外への商談会参加により、新たな需要の開拓による売上向上を目指します。DXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、自社HPによるネットショップの開設、IT活用による営業・販路開拓に関する相談対応を行い、理解度を高めた上で事業者の段階に合った支援を行います。

### ②地域への裨益目標

町内小規模事業者の後継者不在などの課題抽出及び支援対象者の掘り起こしを行い、経済動向や需要動向の調査に基づく経営分析と、事業承継計画策定支援による円滑な事業承継を促進します。また、創業予定者に対しては、関係機関と連携を行いながら空き店舗情報や創業補助金を活用し、創業計画策定と経営安定を支援します。事業承継対策と創業支援による町内商工業の新陳代謝促進と雇用の場を維持することで、地域経済全体の活性化を図ります。

また、地域資源を活用した商品・サービスを提供し、町外への販路拡大を目指す小規模事業者には、需要動向調査を実施し、調査結果を分析することで商品・サービスのブラッシュアップを図ります。併せて、新たな需要開拓に向けた経営分析及び事業計画策定を支援し、展示会・商談会・物産展の出展支援をすることで、販路拡大を目指します。地域特性を活かした魅力ある商品・サービスを提供する事業者が増加することで、域外からの交流人口を拡大させ、通過型観光から滞在型観光へのシフトを促します。

## 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期計画においては、全国商工会連合会が四半期に一度提供「中小企業景況調査報告書」の情報提供及び、国や金融機関が公表している各種統計データを収集・分析し、事業計画策定時の基礎資料として活用してきましたが、うまく活用しきれておらず、内部での支援資料として活用していました。

第2期計画においては、小規模事業者に対して的確な支援を行うために、基礎的資料及び小規模事業者への情報提供資料を国が提供する「ビッグデータ：RESAS」を活用することで、効率化を図っていきます。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
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
景気動向調査・分析の公表回数	HP掲載	—	4回	4回	4回	4回	4回

#### (3) 事業内容

##### ① RESASの活用による地域の経済動向調査・分析（国が提供するビッグデータの活用）

雄武町及び経済圏であるオホーツク管内（3市15町村）の経済動向を調査し、小規模事業者の外的経営環境について、RESASを活用して把握することで、事業計画の策定等に活かすとともに、商工会ホームページでも把握した情報を広く提供することで、小規模事業者の地域の経済動向の把握に資することを目的とする。

##### 【調査手法】

- ・人の動き：RESAS内「人口マップ」「観光マップ」「まちづくりマップ」ツールにて、近隣市町村を含めた人口・流動人口、滞在人効率、来町の目的地（観光スポット）等について把握・分析する。
- ・産業動態：RESAS内「地域経済循環マップ」「産業構造マップ」ツールにて、地域のお金の流れ及び各業種における事業所数や販売額、生産額等を把握・分析し、地域全体の経済動向を把握する。

##### ② 景気動向調査・分析

内部資料としてとどまり活用されていなかった四半期ごとに発行する北見信用金庫の「景況レポート」に加え、全国商工会連合会が四半期に一度提供「中小企業景況調査報告書」を活用し、経営指導員等が雄武町内の経済動向調査と対比することにより景気動向を見極め分析した結果を小規模事業者に提供いたします。

##### 【調査手法】

北見信用金庫が発表している、「オホーツクの経済指標概況」・「地域企業景気動向調査レポート」や、全国商工会連合会が提供している「中小企業景況調査報告書」の調査結果を収集します。

##### 【調査項目】

景気動向指数、設備投資、経営上の問題点等

(4) 活用方法

- ・情報収集・分析した結果は雄武町商工会ホームページに掲載し、広く地域の小規模事業者等に周知する。
- ・小規模事業者の支援時には、経営状況の外的要因の把握・新たな事業展開や販路拡大等の事業計画策定の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1期計画においては、首都圏の大規模商談会である「グルメ&ダイニングスタイルショー（東京）」に、特産品を活用した新商品開発や販路拡大を目指す小規模事業者が出展した際に試食を実施し、アンケート調査で評価等の情報収集を行ってきました。その調査結果を集計・分析し、経営指導員が出展事業者へ巡回訪問時にフィードバックし、マーケットインによる商品のブラッシュアップや新商品開発に係る事業計画策定支援時に活用してきました。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、試食が思うように行えず、味の評価が行えないことも多く、調査が限定的にとどまっています。

第2期計画においては、試食が出来ない場合は出展後に商品評価を収集できるように、試食品の送付など対策を講じると共に、商談会・物産展等に出品する特産品の需要動向調査結果を情報提供するだけでなく、消費者需要動向調査の実施による商品・サービスの需要動向把握にも努め、小規模事業者が商品・サービスの開発や改良に活用できるよう集約・分析した内容を提供することで実効性のある事業計画策定へ繋げていきます。

(2) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8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
商談会・展示会による 試食・アンケート調査 対象事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業の内容

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。このことにより、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】** 価格、味、性別、年齢、パッケージ、内容量、リピート 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商談会・展示会による試食・アンケート調査

特産品等を活用した新商品開発や販路拡大を目指す小規模事業者において、試食・販売等の実施、出展・商談会などによるアンケート調査による情報収集と分析を引き続き行います。分析結果を小規模事業者にフィードバックすることで、新商品開発や販路拡大への支援に活用します。

また、調査の分析結果を事業計画に反映させP D C Aサイクルを機能させ、地域経済活性化に資する取り組みなどにも活用するため、雄武町の認知度などについても調査します。

【支援対象者】 展示会及び商談会、アンテナショップへの出展事業者（3者予定）

【予定展示会】 グルメ&ダイニングスタイルショー、秋葉原ちゃばら店、その他

【調査回数】 年1回

【調査内容】 ①市場動向の調査（対象商品毎）

→業界の団体や見識者及び、公開の情報収集活動の実施

②販売店の評価調査（対象商品毎に取引条件の確認）

→5店舗程度のバイヤーへ面接調査を行います

③消費者の評価調査（対象商品毎）

→男女年代別にグループインタビュー調査とアンテナショップでの試食アンケート調査を実施

※ なお、試食が出来ない場合は試食品の送付などにより評価の収集を行います。

【調査項目】 ①味、②見た目、③大きさ（量）、④価格、⑤パッケージデザイン、⑥雄武町の認知度、⑦雄武町の来訪有無・回数など

【調査手段】 ・アンケート件数は1事業所30枚

・アンケート総数約90枚

・事業者3者予定（各30枚ずつ）

【調査手法】 ・A I S C E A S分析（注意・関心・検索・比較・検討・行動・共有＝購買法則）

・商品別ニーズ分析・購入要因分析

【活用方法】 調査結果を対象商品ごとに集計、専門家と連携のうえ分析し面談等で小規模事業者にフィードバックすることで、消費者が求める商品の開発やブラッシュアップのための事業計画策定に活用します。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### （1）現状と課題

第1期計画期間中の経営分析の支援は、伴走型支援や外部専門家（中小企業診断等）と連携し、巡回訪問時に掘り起こした対象事業者に対し、決算書等からの財務分析等の支援をすることができました。現在、小規模事業者の経営分析の取り組みは、専門的な知見を必要とする場合は、ミラサポやよろず支援拠点等との連携により、専門家の協力のもと実施しています。

しかしながら、経営指導員等が中心となった支援については、金融支援や税務指導、持続化補助金の申請依頼があった際に行う財務分析を中心とした受動的な支援が中心となっています。

第2期計画においては、経営指導員等による積極的な経営状況のヒアリングから、財務・非財務の経営分析に繋がります。

また、専門的な知見を必要とする場合などは、引き続き各種専門家派遣事業を活用しながら支援していきます。

### （2）目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
経営分析事業者数	10者	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①経営状況ヒアリング調査の実施

【調査内容】

現在使っている、企業問診票を改良し、経営者に回答しやすい内容とし、「企業カルテ」作成への誘導と支援課題の抽出を行います。

【企業問診票記載内容】

調査項目
「はい」「いいえ」「わからない」で回答
1. 経営を見直したい
2. 新たな取り組みがある
3. 自分の企業には技術やノウハウがある
4. 新たな取り組みにも積極的に取り組みそう
5. 自社商品の販路開拓を行いたい
6. 経営計画を策定している
7. 5年以内の目標がある
8. 設備投資を検討している
9. 売上は前年並みを維持できている
10. 経営計画の作成方法を学びたい
11. インターネットで情報発信をしたい
12. 赤字決算が続いている。
13. 売上不振で事業の見直しが必要
14. 今後の資金繰りに不安がある
15. 事業を継続することが困難
16. 事業の継続や再生方法を検討したい

(一部抜粋)

【調査対象者】

巡回訪問等で業種別に地区内構成比率を参考に 20 企業程度、製造・建設・小売・サービス業に分けてピックアップし行います。

【分析方法】

商工会が現在使用している、改良した企業経営問診票に記載されている「ハイ・イイエ」により回答できる簡単な質問により経営分析への誘導と、「YES・NO」で答えられる「支援課題自己分析」図を回答してもらい、求めている「持続的発展を目指す支援」「事業承継支援」「事業再生支援」「経営革新支援」などの支援内容を簡潔に出せる方法を活用し、支援内容の判断材料といたします。

【効果】

本分析調査により、簡潔、的確に小規模事業者が求めている支援メニューが抽出され、企業カルテ作成への誘導と、事業計画策定の基本方針資料として活用可能となります。

②巡回訪問等による経営分析

【目的】

事業計画策定の基となるデータの収集と、気付いていない経営課題を発見する為に行います。

【対象者】

経営状況ヒアリング調査の実施で行った結果を基に企業カルテの作成に意欲的な小規模事業者。

【手法】

ヒアリング調査の実施で行った結果を基に、2種の企業カルテ（通常版、事業再生版）を利用し聞き取り等にて記載します。記載内容をもとに、売上持続性や収益性といった財務分析並びにクロスSWOTといった非財務分析を行います。

### 【企業カルテ記載内容】

共通記載内容	通常版	事業再生版
<ul style="list-style-type: none"><li>・企業基本情報</li><li>・後継者有無</li><li>・主要取扱商品とその構成比</li><li>・販売先とその構成比</li><li>・直近3カ年の売上と営業利益</li><li>・環境分析(SWOT分析)</li><li>・現在の財務・資金繰り状況</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・経営課題</li><li>・将来像</li><li>・新たな取組と取組に対する問題点(簡略に)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・再生の方向性(選択式)</li><li>・原因分析(業績が悪化した原因)</li><li>・現在考えられる改善策(選択式)</li></ul>

### 【効果】

企業カルテ(通常版)により、自らの経営課題に気付くことができ、事業計画策定に必要な情報を収集することが出来ます。また、企業カルテ(事業再生版)により、経営改善計画書の基となるデータを作成することができ、早急な対応が可能となります。

更に、この企業カルテにより、職員間で情報共有を図ることができ、支援の目的と内容の統一を図ることが出来ます。

### ③専門家派遣による経営分析

【目的】 専門的・高度な経営課題を解決する為。

【対象者】 ①及び②の経営分析により企業カルテを作成し、経営課題として知的財産や企業・事業の譲渡など専門的・高度な経営課題を抱える小規模事業者

【手法】 ミラサポ、よろず支援拠点、北海道、北海道商工会連合会など各種支援機関の専門家派遣制度を活用し高度な経営分析支援を行います。

【効果】 支援機関の専門家派遣制度を積極的に活用して専門家の高度な経営分析を行い問題解決に向けた取り組みを迅速に実施する事で、小規模事業者の課題解決に繋がり、事業の持続的発展に寄与することが出来ます。

#### (4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、経営課題を明確にするとともに、今後の方向性を決めるための基礎資料とし、事業計画の策定等に活用します

併せて、分析結果を経営指導員が職員に説明し、情報共有したうえで各種支援を行い、職員のスキルアップにも活用します。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

第1期計画における事業計画策定については、経営分析を行った小規模事業者を主な対象としたセミナーの実施により計画策定の重要性を認識してもらい、専門家との連携を図りながら経営指導員等による支援を実施しました。

なお、支援による成果は少しずつですが表れており、評価委員会からは、その支援法について高い評価を頂いております。

しかしながら、経営状況の分析と同様に、事業計画策定についても補助金申請等を契機とする場合が多いため、事業計画策定の意義や重要性を認識し、計画策定に取り組む小規模事業者を増やすことが課題です。

第2期計画においては、経営状況の分析を行った小規模事業者に対して、課題解決のための事業計画の重要性について周知を図るとともに経営指導員等による積極的な策定支援を行っていきます。

## (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対して、経営指導員等による積極的な巡回訪問により、事業計画策定の意義や重要性について理解を深めてもらい、5. で経営分析を行った事業者（20 者／年）の **5 割程度／年**の事業計画策定を目指します。

なお、事業計画の策定にあたり、新型コロナウイルス感染症への対応や効率的な経営等のためDXへ向けた取り組みを検討する必要があることから、セミナー等による基礎知識の習得を図ります。

また、今後さらに進行することが予想される経営者自身の高齢化や後継者不在などの課題に対して、専門家の活用や各支援機関と連携して、事業承継に向けた支援を実施します。

創業予定者に対しては、町と金融機関と連携を行いながら三者で空き店舗情報の共有や、町の創業補助金を活用しながら、創業計画の策定及び計画に基づく創業への支援を実施します。

## (3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
DXセミナー・IT専門家派遣の活用	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	3 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
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	1 者

## (4) 事業内容

### ①「DX推進セミナー・IT専門家派遣の活用」の開催

セミナーを通じてDXに関する意義や重要性等を理解いただくとともに、基礎知識を習得するため開催します。

#### 【セミナー受講者】

雄武町内の小規模事業者

#### 【募集方法】

セミナーの案内の送付、新聞の折り込み、ホームページへの掲載、巡回や窓口で募集

#### 【セミナー回数】

1回2時間（年1回）

#### 【参加者見込】

5名～10名

#### 【内容】

DXに関する意義や重要性等を理解いただくため、「DXセミナー」を開催いたします。デジタル技術で新しいビジネスモデルを生み出す新規参入者によって、現代の企業間の競争はますます激しくなる傾向にあるため、企業が競争力を強化するためにDXの推進が求められています。国内におけるDXの必要性は、企業やビジネスのネガティブな要素を払拭する目的がその大部分を占めている現実にあるため、セミナーを開催し重要性を理解していただき、事業計画策定支援を行います。

また、セミナーを受講した事業者の中から、取り組み意欲の高い事業者に対しては、DXを活用した事業計画策定を支援していきます。

**【カリキュラム】**

- ・DXに関する基礎知識
- ・DXへ向けた具体的な取組事例の紹介
- ・SNS等を活用した情報発信

**②事業計画策定支援の実施**

事業計画の策定にあたっては、経営指導員等により支援先の現状・課題把握とともに、各種施策の活用アドバイスしながら支援を行います。また、高度な専門的案件については、専門家の活用や各支援機関と連携のもと策定支援を実施します。

**【対象者】** 経営分析をおこなった小規模事業者

**【取組内容】** 経営指導員の巡回訪問等により、補助金申請のためだけでなく、課題解決や生産性の向上等に向けた事業計画策定の意義や重要性を助言し、策定を支援します。必要に応じ、専門家を招聘し個々の事業に有効な事業計画のブラッシュアップを行いながら、事業計画の着実な策定を支援します。

**【専門家】** 中小企業診断士 等

**③事業承継計画策定支援の実施**

65歳以上の経営者を中心に事業承継に対するヒアリングを行い、円滑な事業承継に向けた支援を専門家等と連携し、事業承継計画の策定支援を実施します。

**【対象者】**

経営者が65歳以上の小規模事業者

**【取組内容】**

経営指導員等による巡回訪問等を通じて、中小企業庁「事業承継ガイドラインの事業承継診断書」を活用して、町内の事業承継に関する現状を把握します。

状況の把握後は、【ア 検討中、イ 後継者あり・・・時期は未定、ウ 後継者不在】の順に優先順位をつけて、事業承継計画の必要性と知識の説明、事業所状況把握のための経営分析を実施し、事業承継計画の策定へとつなげていきます。

また、支援にあたっては、専門家の活用や各支援機関と連携し、円滑な事業承継に向けた計画策定支援を実施します。

**④創業計画策定支援の実施**

町内の創業予定者に対して、創業の心構えや創業計画作成のポイント、町や金融機関と連携を図りながら、空き店舗情報を共有し、創業計画の実行を行っていきます。

創業に向けた事業計画の策定等について知識を深めるとともに、町の創業補助金の周知や、近隣の創業セミナーの参加を推奨し、その都度、創業計画策定の支援を行い継続した経営が行えるよう、フォローアップを含めて一貫した支援を実施します。

**【対象者】** 創業予定者

**【周知の方法】**

- ・雄武町商工会ホームページに掲載
- ・職員による巡回訪問による掘り起こし

## 7. 事業計画策定支援後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

第1期の事業計画策定後のフォローアップについては、巡回訪問等により、事業計画の進捗状況の確認や信金繰り、補助金申請等の支援を実施し、

計画実行の問題点を早期発見し対策を講じることで、売上増加といった成果に繋がる小規模事業者も表れています。

しかしながら、フォローアップについて事業者ごとに必要に応じて随時行ってきており、問題点の発見が遅れることもあったため、今後は定期的なフォローアップを行うことで、成果につながる小規模事業者を増やすことが課題です。

第2期計画においても、事業計画策定事業者に対して計画の進捗状況を経営指導員等が巡回により定期的に確認し、目標達成のための補助事業の活用や新たな需要開拓支援に繋げていきます。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画に基づいた確実な事業実施が行われるように、事業計画（事業承継・創業計画含む）を策定した全ての事業者に対し定期的に進捗状況の確認と検証を行います。各小規模事業者に必要な経営支援（国・北海道・町・専門家派遣・よろず支援拠点等）を行い、フォローアップによる成果を実感できる支援を実施します。

また、専門的な案件や課題が生じた場合は、専門家の活用や各支援機関と連携のもと速やかに課題解決に向けた支援を行うことで、PDCAサイクルが機能するよう支援を実施します。

### (3) 目標

#### ①事業計画策定事業者

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
事業計画策定 フォローアップ対 象事業者数	3 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
頻度（延回数）	12 回	40 回	40 回	40 回	40 回	40 回
売上増加 事業者数	3 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
利益率3%以上 増加事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
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
頻度（延回数）	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
創業計画策定 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	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回

#### (4) 事業内容

①事業計画策定後、小規模事業者へ3か月に1回程度の訪問などにより、事業計画の進捗状況の確認を行います。その結果、計画が順調に推移していない場合は、要因を分析し、解決策を検討し事業計画書の修正を行います。また、関係機関が行う支援策（専門家派遣等）・補助事業等の事業計画に沿った提案や周知を行い、より有効な事業計画実施のためのフォローアップを行います。併せて、金融面では、国民生活金融公庫の小規模事業者経営発達支援融資制度等の紹介を行い、小規模事業者の事業の持続的発展のための取組に必要な資金調達の支援を目指します。

#### ②事業承継計画策定支援後のフォローアップ

事業承継計画を策定した小規模事業者に対して、3か月に1回程度の訪問などにより、事業承継に関する税務制度等の情報提供を行うとともに、外部専門家と連携した支援を実施することで、円滑な事業継承に繋がります。

#### ③創業計画策定後のフォローアップ

創業計画を策定した事業者に対して、創業から経営が安定するまで、2か月に1回の頻度で巡回訪問によるフォローアップを行い、新たな問題が発生した際などは、専門家との連携による解決を図ります。

また、急な資金需要などに対して、各種融資制度が活用できるよう金融機関と連携を密にして対応します。

併せて、持続化補助金や雄武町による各種助成金を活用することで、創業による新たな取り組みへの支援を実施します。

#### ④事業計画と進捗状況がズレている場合の対処方法

進捗状況が思わしくなく、計画との間にズレが生じている場合には、中小企業診断士等と連携し、経営指導員等と事業者を併せた3者による原因究明を行います。

その結果、計画の再検討が必要であれば見直しを行うなど、適宜軌道修正を行うことにより、確実な事業計画の実行を支援していきます。

## 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期計画においては、一番重点的に支援してきた部分であり、これまで、旧計画の1年目から、数々の商談会（B to B）、アンテナショップ（B to C）、独自イベントの開催を行い、小規模事業者の販路拡大に寄与し支援してきました。

展示会に出展している3社については、1年目は各企業・商工会職員も初めてであったことから、わからないことだらけではありましたが、参加するたびに課題が見つかって、市場ニーズ・消費者ニーズをとらえて、小規模事業者の事業計画に沿った実施から改善まで、（P D C Aサイクル）積極的な伴走型支援を行って成果を出してきています。

ただ、3社以外に関心をもつ小規模事業者は少なく、限られた業者ばかりになってしまっている現状にあります。評価委員会からも、一定の成果が出てきているとの評価がなされておりますが、これに加わる事業者の再選定を求められています。

さらに、地域内の小規模事業者の多くは高齢化と人材不足からITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みが進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっています。

第2期計画においても、引き続き伴走型補助金等を活用し、商談会（B to B）、アンテナショップ（B to C）、独自イベントの開催を行い、小規模事業者の販路拡大に寄与し効果的な需要開拓支援をしていきます。

【これまでの出展】

年度	支援企業数	出展名	商談成立総件数
H29	3者	第22回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2017(東京)	1件
H30	3者	第24回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2018(東京)	4件
	3者	福岡フードスタイル 2018	
R1	3者	第26回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2019(東京)	7件
R2	3者	第28回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2020(東京)	8件
	1者	食品開発展 2020(東京)	
R3	3者	第30回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2021(東京)	(交渉中)

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が持続的に経営発展していくためには、新たな需要の開拓は不可欠であり、経営分析及び事業計画を策定した小規模事業者に対して、新たに出展事業者の掘り起しを行うとともに、首都圏や地域外に新たな需要開拓を求めた展示会や商談会の出展支援を継続します。

なお、事前・実施後のフォローアップまで一貫して支援することにより、小規模事業者の新たな販路拡大・売上の増加を図ります。

また、DXに向けた取り組みとして、IT活用による営業・販路開拓に関する相談対応、自社HPによるネットショップの開設、SNS情報発信等を職員の巡回訪問で支援し、理解度を高めた上で、専門的な相談の場合は、IT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行います。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
展示会出展事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	5件	5件	5件	5件	5件	5件
アンテナショップ 出展事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
対前年売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
SNS活用事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%
ネットショップ 開設事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%

#### (4) 事業内容

##### 【支援対象者】

首都圏や地域外に新たな需要開拓を求めて、経営分析及び事業計画を策定した小規模事業者

##### 【支援内容】

事業計画を策定した小規模事業者に対して、経営指導員等が巡回訪問を行い、事業者の出展時期等を考慮した上で掘り起しを行い、展示会・商談会・物産展の出展支援による需要開拓を支援します。

##### ①展示会・商談会への出展による販路開拓支援 (BtoB)

首都圏の需要の開拓を見据えた事業計画を策定した小規模事業者に対して、(株)ビジネスガイド社主催の展示会や商談会への出展を積極的に促し、新たな販路先を創出し、販路拡大を目指します。

##### 《出展支援》

- 事前支援 経営指導員が必要に応じて専門家を活用し、経営分析と事業計画策定支援を行い、今年度の活動方針の確認を行います。
- 事後支援 経営指導員が必要に応じて専門家を活用し、バイヤーとの名刺交換リストを作成していきます。そのリストへ商品の企画書を提出・サンプルを送付し、商談成立を目指しアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行います。
- 支援対象者 首都圏や地域外への、需要開拓を見据えた経営分析及び事業計画を策定した小規模事業者
- 出展見込事業者 3者予定 (農業・製造業・飲食業等)
- 想定商談会 (株)ビジネスガイド社主催 グルメ&ダイニングスタイルショー秋  
来場者約 18,000人 開催規模 150社/200小間  
10月上旬予定 (3~4日間)
- 第1期計画における出展の様子



《グルメ&ダイニングスタイルショー》

##### ②秋葉原ちゃばら店 (アンテナショップ) への出展支援 (BtoC)

首都圏への需要の開拓を見据えた、経営分析と事業計画を策定した小規模事業者に対して、経営指導員等による巡回訪問により出展事業者の掘り起しを行い、秋葉原ちゃばら店への出展支援を行います。

##### 《出展支援》

- 事前支援 経営指導員が必要に応じて専門家を活用し、経営分析と事業計画を策定した事業者に対して、出展商品の確認と分析を行います。
- 事後支援 経営指導員が必要に応じて、専門家を活用し、出展期間中の販売個数を分析し、課題解決及び今後のフォローアップ支援を実施します。
- 支援対象者 首都圏や地域外への、需要開拓を見据えた経営分析及び事業計画を策定した小規模事業者
- 出展見込事業者 3者予定 (農業・製造業・飲食業等)

●第1期計画における出展の様子



《秋葉原ちゃんばら店（アンテナショップ）》

②SNS を活用した販路開拓支援（BtoC）

I T を活用した販路開拓に取り組むことで現状の商圈を広げることを目的として、経営指導員等による巡回訪問により Instagram や Twitter 等の SNS を活用した情報発信の手法を支援します。

なお、SNS による情報発信についてより効果を上げるため、I T コーディネーター等の専門家や既に SNS を活用した情報発信により効果をあげている事業者等との連携を図ります。

③自社HPによるネットショップの開設（BtoC）

ホームページ作成サービス（GMOペパボ社 グーペを想定）及びネットショップ作成サービス（GMOペパボ社 カラーミーショップ）を活用した自社HPの作成及びネットショップ開設を支援します。

なお、I T 専門家との連携により、効果的なページ構成や掲載商品の写真の撮り方、説明文作成のコツなどの習得を図り、小規模事業者の売り上げ増につなげます。

## 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期計画において、経営発達支援計画の事業報告については、年1回評価委員会を開催し、評価・実績については理事会に報告を行っています。しかし、まだまだ事業の改善が不十分な面もあり、成果は限定的なものとなっているため、今後は、評価に基づく改善を十分に協議検討する必要があります。

第2期計画においては、事務局内部でも3か月毎に事業の進捗状況の打ち合わせを行い、毎年度末には、年1回の評価委員会を継続して開催してPDC Aサイクルを機能させ、目標設定の見直しを行います。

#### (2) 事業内容

- ①雄武町理事、雄武町産業振興課長・商工観光係長、法定経営指導員、外部有識者としてNPO法人雄武町観光協会理事長、北見信用金庫支店長、稚内信用金庫支店長等により組織し、「雄武町商工会経営発達支援事業評価委員会」を事業の実施状況及び成果の評価、次年度に向けた見直しについての分析を年1回実施することで実施効果を高めていきます。
- ②当該委員会の評価結果は理事会に報告し、事業実施方針等に反映させるとともに、HPへ掲載することで、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とします。
- ③事業内容を評価・検証することで、問題と課題が見える化しPDC Aサイクルによる改善が図られます。

### 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期計画においては、北海道商工会連合会が定める職種別・分野別の研修会及び中小企業大学校実施の研修会へ職員を派遣し資質向上を図りましたが、個々の知識・情報習得に留まり、知り得た情報を職員間で共有する体制が構築されていませんでした。

第2期計画においては、第1期で派遣した研修に引き続き参加するほか、小規模事業者へのDX推進に向けたITスキル習得のための研修へも派遣します。また、経験の浅い職員とベテラン職員がチームで支援を行い、OJTを実施するとともに、商工会内のDX推進により企業情報や新たな施策内容を共有することにより、これまで以上の職員の資質向上と支援ノウハウの共有に繋げていきます。

#### (2) 事業内容

##### ①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び補助員、記帳専任職員の支援能力の一層の向上のため、北海道商工会連合会が主催する研修会や、中小企業基盤整備機構（中小企業大学校）の研修会に年間1回以上研修を受講し、実践的な支援（財務・経営分析、経営計画策定・販路開拓支援等）が出来るようスキルを習得し、小規模事業者の売上や利益、付加価値を確保することを重視した支援能力の向上を図ります。

また、小規模事業者のDXを推進し、ITを活用した業務効率化や需要開拓を効果的に支援できるよう、不足しているITスキルを向上させるためのセミナーを受講します。

#### 【想定される支援力向上研修】

- ・北海道商工会連合会が主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）
- ・中小企業大学校が主催する中小企業支援担当者等研修（地域で稼げる観光産業支援の進め方、事業継続のための資金繰り支援等）

#### 【想定されるDX推進に向けたセミナー】

- ・事業者にとって業務効率化等の取組に向けたセミナー（クラウド化、情報セキュリティ対策、電子マネー商取引等のITツール）
- ・事業者にとって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、SNSを活用した情報発信、ECサイトの運用等）

#### ②OJT制度の導入

OJTを活用し、経営指導員等が具体的な提案・支援が出来るよう、また職員間で情報の共有を図るとともに、経験の浅い職員とベテラン職員とチームで巡回指導・助言内容、情報収集の方法を学ぶなどOJTにより伴走型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

日々の巡回訪問等で得た小規模事業者に関する諸問題、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、個別情報について定期的に年4回程度開催し、研修等に参加し習得した知識や情報に関する内容、実際に企業を支援した支援手法、助言した内容を会議で共有することで、個々の支援力向上について取り組んでいきます。

#### ④データベース化による情報の共有

小規模事業者に対して実施した支援について、詳細な内容を経営支援ツール「Shoko biz」に記録しておき、職員全員がいつでも閲覧可能な状態にすることで、組織的なノウハウの共有を図り、個々の支援力向上について取り組んでいきます。

### 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期計画においては、各関係支援機関からの情報提供や、各関係機関との情報交換の場はありましたが、表面的な情報交換にとどまっていました。

第2期計画においては、小規模事業者の個者支援に繋げていくために必要なノウハウや支援情報の情報交換を主眼に置くことで、経営指導員等の支援ノウハウの向上が図られるように取り組みます。

#### (2) 事業内容

##### ①支援機関との連携及び情報交換

北海道商工会連合会が主催する各種研修会等に年1回以上出席し、中小企業基盤整備機構等の研修会や懇談会で新たな施策情報に加え、経営支援の現状や課題解決、支援スキルなどについて情報交換を行い、また、専門家を招聘した際、販路開拓などの成功事例等の情報交換を行うことで販路開拓支援や需要動向を把握する際の支援ノウハウの向上を図ります。

##### ②オホーツク管内商工会・金融機関と税理士会等との連携及び情報交換

オホーツク管内15商工会及び日本政策金融公庫北見支店国民生活事業による、小規模事業者への貸付動向や各地域の需要動向の情報交換を行うとともに、今後は、本事業に必要な支援ノウハウ向上を主眼に情報交換を行います。

具体的には、「小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会（年2回）において、小規模事業者に必要な金融動向等に関する情報や創業、事業承継支援に必要な支援ノウハウ、事業計画策定に必要な支援ノウハウの情報交換を行い、支援力向上を図ります。また、北海道税理士会北見支部の税理士と小規模事業者の事業承継に関する税制改正や納税に関する情報交換会（年1回）を行います。

③西紋地区四商工会広域連携協議会（雄武町・滝上町・興部町・西興部村）

年4回開催する「経営支援会議」で、地域経済状況やトレンド、小規模事業者へ活用した支援事例のノウハウについて情報交換を図ります。

また、事案に応じて相互の商工会の支援先に同行して現場で支援ノウハウを学び、支援力向上を図ります。このほか、広域連携協議会では、経営者意識調査や消費動向調査を共同で行っており、各種調査事業を通じて調査分析ノウハウについても習得を行います。

### 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に関すること

##### (1) 現状と課題

第1期計画において、地域内の人口が減少する中、地域経済の活性化のため、雄武漁業協同組合主催の「毛ガニまつり」(4月下旬)、雄武町産業観光まつり実行委員会主催の「おうむ産業観光まつり」(6月下旬)や同実行委員会主催の「雄武の宝 うまいもんまつり」(9月下旬)等を実施し交流人口の拡大を図ってきました。また、このまつりによる開催でキャンピングカー等による長期滞在者がみられますが、地域経済の活性化は一時的なものとなっています。町内各団体が情報共有と活性化の方向性を共有するための協議会立ち上げを目指しましたが、同意が得られず個々の活動に留まっている現状です。

第2期計画においては、年間を通した誘客を図り地域全体を活性化すべく、地域ビジョン策定協議会を立ち上げ、通年型・滞在型観光メニューの開発や海産物を活用した魅力ある特産品の開発を行っていきます。

##### (2) 事業内容

##### ①地域ビジョン策定協議会

現在ある中心商店街活性化検討会議を核として、商工会、町、町民、業組等各産業団体、金融機関、高校生等若年層、専門家などを交えた協議会を立ち上げ、将来の地域規模などを見据えた、新たな地域イベントの創設や、新たな商業集積の研究等、地域の経済活性化に向けた方向性を協議します。(年1回、年度当初に開催)

##### ②地域外からの人の誘致による地域経済の活性化

地域経済の活性化のため、雄武町や雄武町観光協会等の各関係機関と連携し、「毛ガニまつり」「おうむ産業観光まつり」「韃靼そばまつり」「雄武の宝 うまいもんまつり」等を継続して開催することで、町内外へPRを図っていきます。また、西紋地区四商工会広域連携協議会(雄武町・滝上町・興部町・西興部村)も、互いの町村の出展協力を年間1回以上の出店協力を行い、特産品のPRと交流人口を図っていくことで、特産品の認知度向上を図ります。

##### ③地域の拠点(小さな拠点)における購買・福祉・コミュニティ機能向上事業の取り組み

(企画・運営:雄武町商工会)

この取り組みは、買い物弱者救済対策として機能し、2トントラックを改造したミニスーパーとして、週に4日営業する中で、幌内地区(中心市街地から10km)、魚田地区(中心市街地から3km)、沢木地区(中心市街地から10km)の皆様へ新たな販売拠点として商品の提供はもとより、ミニイベント等を開催し、町と提携し「街カフェ」や「移動図書館」等、様々なサービスを提供など、地域の皆様にはなくてはならない事業となっています。



《販売拠点でのミニイベントの様子》



《販売拠点で街カフェの様子》

④空き店舗活用コミュニティビジネス創出事業（企画・運営：雄武町商工会）

人口減少や高齢化が進む中、中心市街地の空き店舗を活用し気軽に立ち寄り、自由に休憩、懇談する施設として、シニア世代を中心に利用していただいております。そのほかにも、

- ・新規創業を目指したチャレンジショップ
- ・講座等の開催
- ・特産品を活用した新商品・新メニューの試食会
- ・展示会・即売会 等

様々に活用されています。



《特産品試食会の様子》



《ハンドメイドのチャレンジショップの様子》

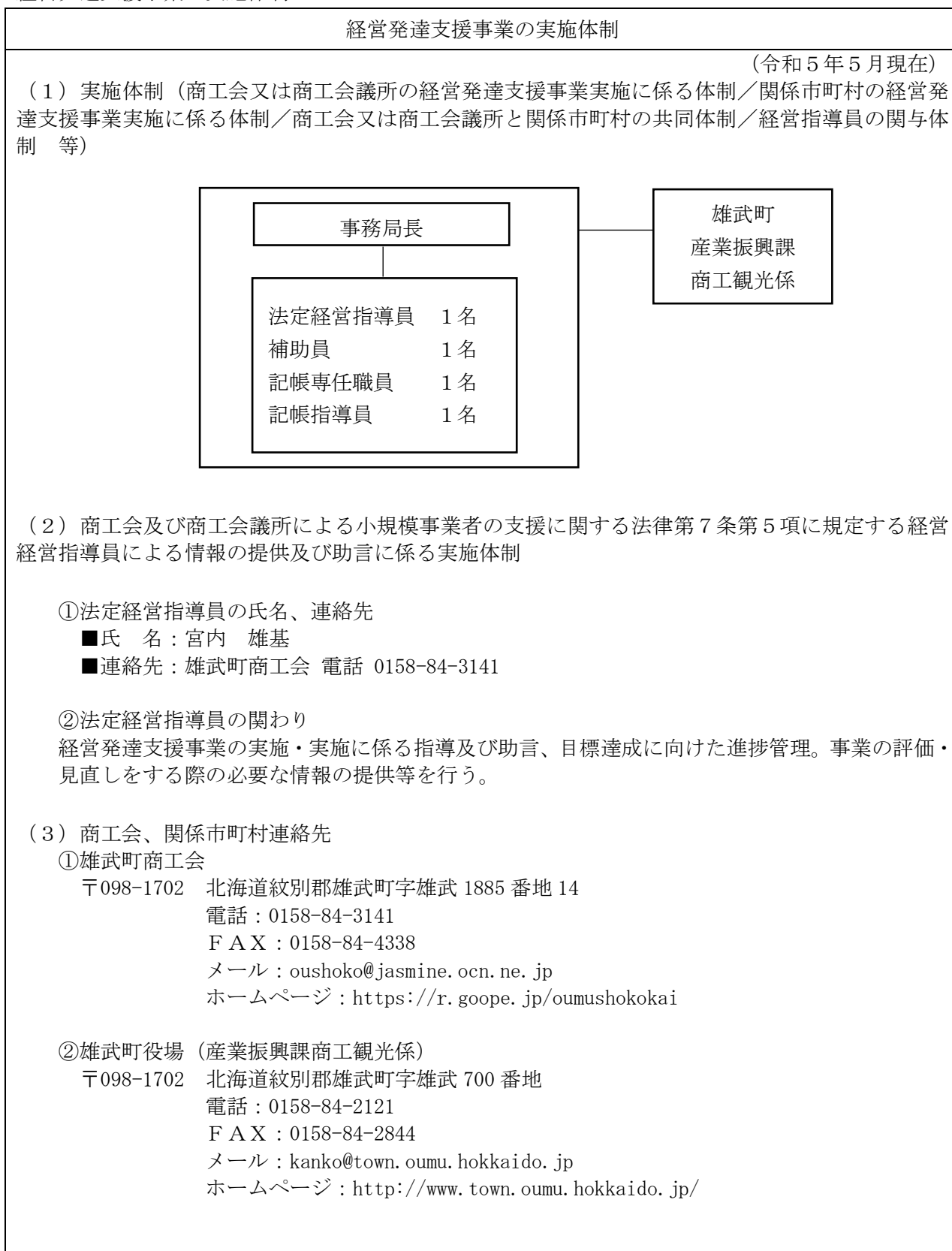
⑤ 雄武町イメージキャラクターの積極的活用

雄武町のイメージキャラクターである、鮭の稚魚をイメージした、町の公式キャラクター「いくらすじ子」を活用して、町内外のイベント会場や、おまつり会場などの来場者に対して、地域や商品などをPRし、特産品や観光メニューの知名度の向上を図っている。



(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	10,850	10,850	10,850	10,850	10,850
①地域経済動向調査 ・専門家派遣費	150	150	150	150	150
②経営状況の分析 ・専門家派遣費	150	150	150	150	150
③事業計画策定支援 ・専門家派遣費 ・セミナー開催費	150 300	150 300	150 300	150 300	150 300
④事業計画策定後の 支援 ・専門家派遣費	150	150	150	150	150
⑤新たな需要開拓支援 ・展示、商談会出展費 ・チラシ作成費	1,500 300	1,500 300	1,500 300	1,500 300	1,500 300
⑥職員資質向上	150	150	150	150	150
⑦地域経済活性化の 取組	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000

(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・国補助金・道補助金・町補助金・手数料・使用料・受託料

(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