

経営発達支援計画の概要

実施者名	浜中町商工会（法人番号 8460005001080） 浜中町（地方公共団体コード 016632）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 1. 地域ニーズに対応した小規模事業者の経営力強化による事業継続の実現 2. 地域ブランド（浜中ブランド）確立による域外需要の獲得 3. 小規模事業者の新陳代謝の促進による商業機能の強化 地域への裨益目標 持続可能な商業機能の向上、地域ブランドの確立による交流人口の拡大と雇用の確保などにより浜中町の持続的発展につなげる。
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること （1）景気動向調査 （2）RESAS（地域経済分析システム）による地域経済動向調査 4. 需要動向調査に関すること （1）一般消費者需要動向調査（BtoC） （2）バイヤー等需要動向調査（BtoB） 5. 経営状況の分析に関すること （1）ローカルベンチマークによる経営分析 （2）クラウド会計ソフト「MA1」システムの記帳継続指導による経営分析 （3）専門家との連携強化による経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること （1）DX推進セミナーの開催 （2）経営課題解決のための事業計画策定支援 （3）円滑な事業承継支援 （4）新規創業希望者の支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること （1）巡回訪問によるフォローアップ （2）事業承継計画策定事業者へのフォローアップ （3）新規創業者へのフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること （1）商談会等の出展支援（BtoB、BtoC） （2）インターネットによる新たな需要の開拓支援 （3）アンテナショップ出展による新たな需要の開拓支援
連絡先	浜中町商工会 〒088-1513 北海道厚岸郡浜中町霧多布東3条1丁目13番地 TEL (0153) 62-2144 FAX (0153) 62-2494 E-mail <a href="mailto:hamashoko@marimo.or.jp">hamashoko@marimo.or.jp</a> URL <a href="http://shoko.hamanaka-net.jp/">http://shoko.hamanaka-net.jp/</a> 浜中町 〒088-1592 北海道厚岸郡浜中町湯沸445番地 TEL (0153) 62-2111（代表） FAX (0153) 62-2229 URL <a href="http://www.townhamanaka.jp/">http://www.townhamanaka.jp/</a>

(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 浜中町の概要

【位置】

当町は、北海道東部の釧路総合振興局管内東端に位置し、東は根室市、北は別海町、西は厚岸町に接し、東南は太平洋に面し、霧多布半島を形成しており、厚岸霧多布昆布森国立公園の一角をなしている。

【面積・地形】

当町は面積は、423.43k㎡（東京23区の面積621k㎡参考）で約67kmに及ぶ海岸線は、砂浜・奇岩絶壁を有し、嶮暮帰島をはじめとする大小の島々が点在し、内陸部の台地状平原、湿原など変化に富んだ地形と美しい景観に包ま

れている。南部に位置する霧多布湿原は、火散布沼・藻散布沼とあわせ、『ラムサール条約登録湿地』に認定されているほか、北海道遺産に選定されており、その中央部は、「霧多布泥炭形成植物群落」として国の天然記念物に指定されている。内陸部は、中央を東西に走る鉄道、南部は森林、農村地帯、北部一帯は農村地帯で平坦な丘陵原野を形成している。

【気候】

気候は年間平均5℃、最高気温は20℃前後、最低気温-10℃前後と冷涼であり、春から夏にかけては、沿岸部を中心に霧が発生しやすく、一方、秋から冬にかけては好天が続き年間雨量は1,000mm程度となっている。

【交通】

交通は、釧路市と根室市を結ぶ国道44号のほか、中標津空港へのアクセスとなっている道道別海厚岸線、海岸線を結ぶ根室浜中釧路線（太平洋シーサイドライン）、町道298路線は地域住民の生活・産業道路及び観光道路としても重要な役割を果たしている。

② 立地などの状況

当町は大きく6つの地域（28個の集落）によって構成されており、このうち、4つの地域（茶内地区、浜中地区、霧多布地区、琵琶瀬・散布地区）に住居及び公共施設等が集中している。

当町には役場等が所在し、町の中心である霧多布地区（浜中町役場）から茶内地区までは約12km。浜中地区までは約11km、散布地区までは約14kmの距離があり、山側地域（茶内地区、浜中地区）と海側地域（霧多布地区、琵琶瀬・散布地区）とは、東西約9km、南北約3～4km、総面積3,168haにも及ぶ霧多布湿原によって物理的に分断されている。

こうした地理的特徴のほか、当町は1700年代から厚岸と根室・標津・国後方面とを結ぶ重要な交易の拠点として海側から発達し、大正6～7年（1917年～1918年）頃から農業移住者が入りはじめたという歴史的背景から、海側地域と山側地域が別々に発展してきた経緯があり、そのことにより海側、山側の連携が進んでいない。





【住居及び公共施設等が集中している4つの地域】



【浜中町の各地区の位置】

- ①茶内地区（茶内原野地区）
- ②姉別地区
- ③浜中地区
- ④貫人地区
- ⑤茶内地区（茶内市街地区）
- ⑥霧多布地区（暮帰別・新川地区）
- ⑦霧多布地区（霧多布市街地区）
- ⑧琵琶瀬・散布地区

当町の JR 花咲線沿線には、茶内駅（<sup>ちやない</sup>⑤地区）、浜中駅（<sup>あねべつ</sup>③地区）、姉別駅（②地区）と3つの駅が存在する。

当町の役場本庁舎並びに商工会事務所のある地区は、北海道本土と2本の橋でつながっている霧多布半島（<sup>きりたつぷ</sup>⑦地区）にあり、国道とJRの駅までは、車で約15分位かかる。最寄のJRの駅や町外へのバス便が少ないため、町民の生活の足が課題となっている。

海側の霧多布地区、散布地区には浜中漁業協同組合、散布漁業協同組合と2つの漁組があり、その購買部と、食料品等小売店は個人商店が2店舗あり、食料品も扱う小規模なホームセンターが1店舗あるが、大型スーパーは存在していない。その他にコンビニエンスストアが2店舗、雑貨金物店、理美容店、飲食店、燃料店などがある。

国道周辺の山側（①地区、②地区、④地区）は酪農が盛んで、世界的に有名なアイスクリーム「ハーゲンダッツ」の原料乳が生産され、茶内地区（⑤）には大手の乳製品製造工場が立地している。

国道とJR茶内駅付近には、浜中町農業協同組合があり、農協の店舗コープと資材部、コンビニエンスストア1店と小売店舗等15店（食品、金物、衣料、理美容、飲食など）と建設業者、海岸部から移転した水産加工業者が存在し、大型店舗は存在していない。一部は任意団体の茶内商店会を結成している。

浜中駅周辺は工業地帯で、建設業者が多数と運輸業者が存在している。

### ③人口の推移・動向

#### 【総人口】

当町の総人口は、昭和 35 年の 11,915 人をピークに減少に転じ、平成 27 年には 6,061 人となっている。以降、社人研の推計では、人口減少の傾向は変わらず、令和 2 年には 5,568 人（ピーク時の約 50%）、令和 6 年は 5,333 人（ピーク時の約 44%）、令和 42 年には 2,303 人（ピーク時の約 25%）と推計されている。人口減少が続いている要因は若者を中心とする町外への流出と少子化が進んでいるためである。

浜中町総人口の推移

（単位：人）

昭和 35 年	平成 27 年	令和 2 年	令和 6 年	令和 42 年
11,915	6,061	5,568	5,333	2,303

出典：国勢調査

#### 【年齢別人口構成】

人口構成については、令和 6 年では年少人口（15 歳未満）が 10.3%、生産年齢人口（15 歳～64 歳）が 56.1%、高齢者人口（65 歳以上）が 33.5%となっており、平成 27 年度と比較すると年少人口と生産年齢人口が減少する一方で高齢者人口の増加が続き、少子高齢化となっている。

年齢別人口構成

区分	年少人口 (15 歳未満)	生産年齢人口 (15 歳～64 歳)	高齢者人口 (65 歳以上)
平成 22 年	13.1%	60.9%	26.0%
平成 27 年	13.3%	58.0%	28.7%
令和 6 年	10.3%	56.1%	33.5%

出典：国勢調査

### ④産業別の現状と課題

産業の主軸は漁業・農業・観光である。当町が誇る高品質な牛乳や乳製品、牛・豚肉などの畜産物、昆布やウニなどの海産物などにより魅力ある産業の育成を図るとともに、当町の有する豊かな自然環境や地域資源の活用に務めながら、商工業や観光業などすべての産業が主体的に一体となって雇用創出や就業機会の確保、後継者対策、人材育成、外国人及び移住者の受入れなどを進める必要がある。

#### 【漁業】

漁業は、昆布漁を中心とした沿岸漁業とサケ・マス漁等の沖合漁業に分けられる。近年、ウニの完全養殖や種苗の放流、昆布藻場の岩盤清掃などの実施により、栽培漁業及び資源管理型漁業の推進を図ったほか、ウニの生産拡大のため、種苗生産センターが稼働している。同時に後継者不足の解消や定住促進のため、新規就業者やUターン就業者に対する就業支援、技能習得のための研修支援などを行い、担い手の確保を行っている。

今後は担い手確保や生活基盤の維持に務めながら、産業全体で連携し、消費者のニーズに合った水産物・水産加工物の生産、ブランド化による付加価値向上に取組、地域の特性を活かした水産業の活性化が必要となっている。

#### 【農業】

農業においては、足腰の強い酪農を目指し、昭和45年から着手した国営総合農地開発事業が平成3年に完成を見ている。全国に先がけて乳質、土壌・飼料等の解析を行う新農業構造改善事業での酪農技術センターをもって、生産技術を高める取り組みや、新規就農者研修牧場を核に農業者の技術向上と地域に適合する営農技術体系の確立による農業の活性化を図っており、生産高は堅調に伸びている。

今後は当町の特色ある酪農業及び畜産物の確立を関係機関と協力し、さらには情報媒体などを活用しながら町内外の魅力を発信していく必要がある。

### 【観光業】

当町は奇岩絶壁をみせる断崖、岬などの海岸線の景勝、海跡湖、国の天然記念物に指定されている霧多布泥炭形成植物群落など学術的に貴重な資源を有する霧多布湿原を中心とした厚岸霧多布昆布森国定公園を始め、牧歌的な風景の内陸部や広大な大地での酪農、豊かな漁業資源、その他貴重な野生動植物などの生息地として注目されるなど、バラエティに富んだ価値の高い観光資源に恵まれている。

当町の令和5年観光入込客数は384,531人でコロナ前の令和元年と比較すると約8万人増加している。近年の釧路地域への訪日外国人観光客の増加により、今後も当町への観光客入込数の増加が期待できる。

現在の観光形態は「団体旅行」から「個人・グループ型」に移行し、「見る観光」から「体験・食」という目的の観光のスタイルへと移り変わっている。さらに、インターネットの普及により、多様な観光情報が気軽に利活用できる社会基盤が確立されていることから、観光情報を積極的に発信していくことが求められている。

また、当町出身である、「ルパン三世」の生みの親、モンキー・パンチ氏（加藤一彦氏）のご協力のもと、「ルパン三世」による地域活性化事業に取り組んでおり、現在の観光振興の中核を担っている。全国的に知名度の高いアニメキャラクターを活用した地域ブランドの創出や、地域のにぎわい演出への活用など、「ルパン三世」を地域資源として町おこしができることは当町の強みとなっている。

なお、「モンキー・パンチ・コレクション」のリニューアルOPENにあわせて開催された「ルパンフェス」（令和6年9月7日・8日開催）は同時開催の「きりたっぷ岬まつり」とあわせ域内外から約3,000人の来場者があった。

※令和元年4月11日モンキー・パンチ氏（加藤一彦氏）死去

浜中町観光入込数の推移

(単位：人)

区分	宿泊客	日帰り客	計
令和元年	9,562	295,708	305,270
令和2年	6,399	181,243	187,642
令和3年	6,051	198,309	204,360
令和4年	9,733	218,636	228,409
令和5年	4,046	380,485	384,531

出典：浜中町商工観光課

### 【商業】

近年の商工業を取り巻く環境は、少子高齢化等の影響による人口減少から、商店等の売上が減少傾向にあり、それに伴い商店の数が著しく減少している状況にある。また、近隣地域の大型店進出や消費者行動の広域化により、町外への消費購買力の流出が続いているとともに、基幹産業である農・漁業の低迷、少子高齢化による買い物難民の増加も懸念され、町内における消費購買

力の落ち込みも続いている。さらには、そのような状況から事業承継などの後継者不足、空き店舗特に飲食店の減少なども深刻な課題となっている。

今後は、当会が取組む「ルパン三世 pay カード」や「まちおこしラベル「お宝シール」」を活用しながら、消費者目線にたった経営などの事業経営の改善、購買力の流出防止、後継者不足の解消及び定住の促進などを図り、経営の安定化を図ることが必要である。

#### 〈浜中町の特性を活かした「浜中町商工会」の取組〉

##### 【ルパン三世 pay】

域内経済の循環の活性化と地域住民の利便性を図るため、浜中町内で利用可能な電子マネーシステム「ルパン三世 pay カード」の運用を令和3年度より開始し小規模事業者に対し販売促進を支援している。導入前は釧路市、根室市など近隣市に購買力が流出していたが、導入により最大の目的である町内での消費を増やすことができた。また、浜中町の協力のもと、抽選会等イベントを開催し、「ルパン三世 pay」を通じて、地域のコミュニティづくりを進めることができ、利用者は年々増加し、浜中町民の生活の一部として受け入れられている。

##### 【まちおこしラベル「お宝シール【モンキー・パンチの故郷<sup>ふるさと</sup>浜中町】」シール】

地域ブランドを確立し、浜中町の知名度を上げることを目的に、平成26年度から、全国的に知名度の高い「ルパン三世」を活用したまちおこしラベル「お宝シール【モンキー・パンチの故郷<sup>ふるさと</sup>浜中町】」シールを開発し、地場産品の特産品等に貼って浜中町の宣伝PRの充実を図ってきた。

シールを貼付できる商品の承認については、当会関連組織である「浜中町ルパン三世オリジナルグッズ開発販売委員会」で協議し承認する。現在は17事業所で活用されている。



(お宝シール【モンキー・パンチの故郷<sup>ふるさと</sup>浜中町】)

##### 【工業】

工業は、交通の立地条件や労働力の確保の制約などにより、基幹産業である農水産物を中心とした乳製品加工製造業や海産物加工製造業が主となっている。

前述の農業の現状に記載のとおり、酪農技術センター等の管理により高品質の生乳が生産され、一部はアイスクリームの原料とされていることから、乳製品については大手乳製品工場により、首都圏でブランド化もされている。

今後は農業・漁業・商工業が連携し、一次産品の付加価値化を図るため、新製品の開発等を推進し、新しい産業の創出による雇用の拡大や地域経済の活性化を促進する必要がある。

#### ⑤小規模事業者の現状と課題

令和5年3月31日現在の当町の商工業者数（商工会独自調査）は245者で小規模事業者数が232者であるため、小規模事業者の割合が9割を超えている。上記記載のとおり、海側周辺並びに、山側の国道とJR駅周辺のように、各地区別に分散している。小規模事業者を取り巻く環境はエネルギー、食糧、輸入物価の高騰等により、物価上昇による消費の落ち込みへの不安などが

ら、価格転嫁が思うように進まず、経営は不安定な状況が続いている。小規模事業者数においては、令和元年度 241 者から令和 5 年度 232 者と 9 者減少しており、新規創業より後継者不足や高齢化による廃業が上回っており、特に 60 歳以上の経営者の事業承継準備が進んでいない状況である。また、事業者の高齢化や人的な要因等により、IT の活用が遅れがちなことから、事業者が取扱う魅力ある商品・サービスが域内外の消費者に伝わりきれていない現状である。

〈課題〉

- ・ 地域ニーズに対応した事業展開による売上・利益の増加
- ・ 浜中町の地域資源を活用した新商品開発等による新たな需要の創出
- ・ 事業承継や創業支援による商業機能の強化

浜中町の小規模事業者数の推移

(単位：者)

区分	令和元年	令和 2 年	令和 3 年	令和 4 年	令和 5 年
小規模事業者数	241	227	234	232	232

浜中町商工会独自調査

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

浜中町の今後の 10 年は、人口減少や少子高齢化、各産業における就業者数の減少が予想される。また、近隣地域の大型店への流出や消費者行動の広域化により域内での消費購買力はますます低下することが予想される。さらに経営者の高齢化や後継者不足による廃業も懸念され、空き店舗が増加するところで商店街の空洞化が進み、商業機能の低下により地域住民の生活環境に支障をきたすことが考えられる。小規模事業者にとっては「地域ニーズに対応した事業展開」による経営の安定化、「浜中町の地域資源を活用した新商品開発等による新たな需要の創出」、「後継者不足の解消及び定住促進による商業機能の強化」を図るための支援が求められる。

当商工会では、小規模事業者との「対話」と「傾聴」を通じて、事業者との信頼関係を醸成し経営課題を解決できるよう継続的な支援を行う。

②第 6 期浜中町まちづくり総合計画書との連動性・整合性

第 6 期浜中町まちづくり総合計画では、「笑顔輝く共創のふるさとを 未来へ 自然とともに生きる 豊かな大地と海のまち はまなか」をテーマに、商工業の振興として、「商工業活性化対策の推進」、「商工業活動の促進」、「地域ブランド化の推進」、「消費生活の対策」を掲げている。

当商工会では、浜中町の総合計画の振興施策に沿い、従来の支援を拡充しながら小規模事業者の売上・利益を伸ばすための個社支援を強化する。農商工連携等により浜中町の地域資源を活用した新商品開発等による付加価値化や魅力ある一押し商品の開発など地域ブランドを確立し新たな需要創出を図るための支援を強化する。小規模事業者が提供する魅力ある商品・サービスなど IT を活用して域内外へ情報発信することで、交流人口の拡大を図り、域外からの外貨獲得による地域経済の活性化を支援する。また、小規模事業者の新陳代謝を活性化するため、事業承継や創業などの支援を強化し、事業者の減少と空き店舗の増加に歯止めをかけ、商業機能を強化することで、雇用の安定と創出に繋がるように支援する。

浜中町の地域資源の活用などによる地域ブランド化や、伴走型支援を通じた小規模事業者の自立化は、持続可能な商業機能の向上が図られ、浜中町全体の活性化につながることから、浜中町の総合計画との連動性・整合性を持つ計画である。

③商工会としての役割

小規模事業者は、激変する経営環境や直面している地域ニーズの変化、後継者不足による事業承継問題等の厳しい課題に直面している。そのような中、地域住民の利便性向上と購買力流出の抑制、地域資源を活用した交流人口の増加による外貨獲得を見据えて、持続的な発展を遂げていくために、小規模事業者の自己変革力を高め、自走化できるよう支援していくことが当会の役割である。

そのために、浜中町や関係機関との連携を一層強化し、ワンストップで実効性のある支援を行うことで、小規模事業者の自走化を繰り返し支援していく。小規模事業者の自走化が、浜中町の地域ブランド化や購買力の流入など商業機能に良い影響を与え、経済・交流人口の拡大や雇用の確保により、持続可能なまちづくりにつなげる。

### (3) 経営発達支援事業の目標

上記「1 (1) 地域の現状及び課題」、「1 (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」により、当会の経営発達支援事業の目標を以下に定め、実行していく。

#### 【目標①】 地域ニーズに対応した小規模事業者の経営力強化による事業継続の実現

地域コミュニティの維持や買い物困難者への対応を含む地域ニーズに対応した事業展開を図り、実効性の高い事業計画策定により経営力を強化し売上・利益増加を目指す。

<u>事業計画策定事業者数</u>	<u>5年間で15者</u>
<u>対前年比利益率5%増加事業者数</u>	<u>5年間で15者</u>

#### 【目標②】 地域ブランド（浜中ブランド）確立による域外需要の獲得

地域資源を活用した新商品・新サービス等の開発とともに、物産展や商談会への出展、ITを活用した情報発信等を支援し域内外から需要を創出させ、販路開拓を目指す。

<u>物産展出展業者数</u>	<u>5年間で10者/売上目標1者当たり15万円</u>
<u>商談会出展事業者数</u>	<u>5年間で10者</u>
<u>商談会等成約件数</u>	<u>5年間で10件</u>
<u>IT活用販路開拓支援事業者数</u>	<u>5年間で5者/売上増加率5%</u>
<u>アンテナショップ等による需要開拓事業者数</u>	<u>5年間で5者/売上増加率5%</u>

#### 【目標③】 小規模事業者の新陳代謝の促進による商業機能の強化

小規模事業者との「対話」と「傾聴」により事業承継・創業支援の強化を図り、小規模事業者の減少と空き店舗の増加を抑制させ、商業機能の強化を目指す。

<u>事業承継計画策定事業者数</u>	<u>5年間で5者</u>
<u>創業計画策定事業者数</u>	<u>5年間で5者</u>

#### 【地域への裨益目標】

上記目標に取り組み、持続可能な商業機能の向上、地域ブランド確立による交流人口の拡大と雇用の確保などにより浜中町の持続的な発展につなげることを目標とする。

## 2. 経営発達支援事業の実施機関、目標達成方針

### (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) 目標の達成に向けた方針

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

#### 【目標①】地域ニーズに対応した小規模事業者の経営力強化による事業継続の実現

「対話」と「傾聴」による伴走型支援を通じて、本質的課題への気づきを与えることで、自己変革力を高め、経営の自走化を目指し経営力の強化を図る。

経営分析による経営課題の抽出、地域経済動向調査や需要動向調査の結果を踏まえ、地域コミュニティの維持や買い物困難者への対応を含む地域ニーズに対応した事業展開を図り、事業計画策定による経営改善を支援し、売上・利益を増加し経営の安定化を図る。

#### 【目標②】地域ブランド（浜中ブランド）確立による域外需要の獲得

農商工連携等による地域資源活用の取組みを促進し、販路開拓等を通じた域外需要の獲得を目指す小規模事業者の売上向上を図る。

小規模事業者の事業計画に基づき、個々の商品、サービス等にあったターゲット、コンセプトに沿って価格、販売チャネル、宣伝PR方法を事業者と経営指導員等が対話と傾聴を通して検討、整理して、それに見合った物産展や商談会への出展、IT活用、アンテナショップの活用などを戦略的に選択して支援し、新たな需要開拓を支援する。

#### 【目標③】小規模事業者の新陳代謝の促進による商業機能の強化

「対話」と「傾聴」を通じて事業者の潜在力を引き出し、自己変革力を高め、経営の自走化ができるよう各支援機関と連携しながら事業承継及び創業支援を行い、小規模事業者の新陳代謝を促進し商業機能の強化を図る。

事業承継支援については、事業承継計画の策定による円滑な事業承継に向けた準備を支援する。計画的な事業承継を進めることで、後継者の資質向上とあわせて円滑に経営権の移行を進め、廃業等を抑止し、町内事業所の空き店舗を減少させ、商店街の活性化を図る。

創業支援にあたっては、創業後、早期に経営を安定させて事業活動を持続させるため、綿密な計画を立てられるよう専門家と連携し、個別相談による計画策定を支援する。また、第3者への事業承継を希望する事業者とのマッチング支援や、空き店舗の活用を支援し商店街の活性化を図る。

#### 【地域への裨益目標】

以上の方針で当会が浜中町の小規模事業者に対する伴走型支援を実施していくことにより、地域の裨益目標である「持続可能な商業機能の向上、地域ブランド確立による交流人口の拡大、雇用の確保など」に寄与し、浜中町の持続的発展につなげる。

## 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期事業では、当商工会の商業部会、卸・製造業部会、運輸・建設業部会、船舶・機械整備部会、観光・サービス業部会の5部会の会議の中で、業種・業界に併せた情報交換を通じた情報収集に努めたが、事業者の実態に即した経済動向を調査するまでには至らなかった。

第2期事業では地域内の事業者の地域経済動向を的確に把握・分析を行い、事業者の実態に即した動向を把握できる調査を実施し事業計画の策定へと繋げる。

#### (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町内景気動向調査分析 結果公表回数 (公表方法：HP 掲載)	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②町外景気動向調査分析 結果公表回数 (公表方法：HP 掲載)	未実施	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
③REASAS 調査分析結果 公表回数 (公表方法：HP 掲載)	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

#### (3) 事業内容

##### ①町内景気動向調査の実施

町内の小規模事業者の景気動向を調査分析し、小規模事業者が自社を取り巻く環境を把握し経営判断や事業機会発見の糧に活用する基礎資料を提供するため、景況アンケート調査を実施する。アンケート調査の回答は、経営指導員等が巡回訪問により聞き取りで情報収集をする。

【調査対象】 町内小規模事業者

(製造業、建設業、小売業、サービス業の各5者、計20者)

【調査項目】 業況、売上額、客数、客単価、仕入額、後継者有無等の経営課題

【調査手法】 10月～11月を目途に年1回調査をする。

調査票を郵送し、経営指導員等が巡回訪問により聞き取りし記入のうえ、回収する。

【分析手法】 D.I (ディフュージョン・インデックス) を使い、データの動きを一目で把握できるように分析する。

分析は、経営指導員が専門家と連携し、浜中町の景気動向を業種ごとに捉えると共に、傾向や特色を明らかにする。

【公表方法】 商工会 HP で年1回公表する。

##### ②町外景気動向調査の実施

各業種の今後の見通しなどマクロ的な経営環境を掴み、上記(①)同様に小規模事業者が経営判断や事業機会発見の糧に活用できる基礎資料とするため、町外の景気動向を調査分析する。

全国商工会連合会や金融機関等が発行するレポート等を活用して調査分析を行う。調査分析においては、専門家と連携し4半期に1度、小規模事業者等の業況を把握するとともに、設備投資の動きや経営上の課題などを整理する。

調査結果は商工会 HP で年4回公表するとともに、事業所と関連の深いテーマについては、日常的な巡回訪問により小規模事業者に提供し説明する。

(ア) 全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査 (D. I) を活用し分析する。

【調査項目：業況、売上額、資金繰り、仕入単価、採算（経常利益）設備投資、経営上の問題点、全国各地域の商工会経営指導員のコメント等】

(イ) 下記の関係機関の情報内容を整理、分析する。

a) 日本政策金融公庫の「全国中小企業動向調査」

⇒業種別、規模別、地域別の景況 D. I や流通動向等を抽出して分析する。

【調査項目：業況判断、売上、資金繰り、採算、借入、設備投資、価格動向等】

b) 北海道銀行の「調査ニュース」

⇒最近の道内の経済動向を基に各情報を整理する。

【調査項目：個人消費、設備投資、公共工事、生産、輸出、観光、雇用情勢等】

上記 (ア)、(イ) の分析手法： 経営指導員が外部専門家のアドバイスを受けながら、(ア) 全国連「小規模企業景気動向調査」と (イ) a) 公庫「全国中小企業動向調査」の D. I 値を規模別、地域別、業種別に比較分析する。また、設備投資や経営上の課題については推移から動向を分析する。

(イ) b) の北海道銀行「調査ニュース」からは、毎月発行の各動向（調査項目記載）について4半期毎に推移を整理するとともに、各業種や地域の事業所に関連深い記事をピックアップしてピックアップとしてレポートに整理する。

### ③「RESAS」（地域経済分析システム）による地域経済動向調査の提供

当町においては、小規模事業者の経営に一次産業や観光が大きく関わっていることから地域経済循環や各産業構造、観光客の動向などを経営に活用し新たな事業機会発見の糧とするため、経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、専門家のアドバイス等を受けながら分析を行い、レポートに整理して商工会 HP で年1回公表する。

【分析項目及び手法】

(ア) 「地域経済循環マップ・生産分析」

「地域産業関連表」及び「地域経済計算」による当町の産業構造を分析。また、各産業の一人当たり生産額、付加価値額、雇用所得について分析を行う。

(イ) 「地域経済循環図」によって地域の経済循環を分析する。

(ウ) 「まちづくりマップ及び観光マップ・From-to分析」

「まちづくりマップ・From-to分析」、「流動人口データ」によって滞在者の動向を分析、また、「観光マップ・From-to分析」、「観光マップ・目的地分析」によって、国内外の宿泊者や交流人口の動向などの実態について分析を行う。

(エ) 「産業構造マップ」

地域の景況に大きく影響する一次産業を中心とした産業構造を分析する。

### ④調査分析結果の活用（成果の活用）

(ア) 各調査結果は、それぞれ、当会 HP で公表するとともに、商工会報「はまなか」にも掲載し、広く小規模事業者へ提供し活用してもらう。

(イ) 地域の景気動向の調査分析の結果により外部環境の把握が可能となることから、巡回訪問等で経営指導員等の職員が小規模事業者へ説明し、自社の立ち位置を確認することや経営判断への活用を図る。

(ウ) 町内業況と外部のレポート情報を比較することで、自社を取り巻く環境や経済動向が的確に把握できることから、新しいビジネスチャンスの発見の資料として、経営分析支援と事業計画策定支援に活用する。

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

第1期事業では、売上向上を図るための消費者ニーズなど個別の商品などに対する具体的な対応策への情報提供は行っていなかった。

第2期事業では、町内外の消費者ニーズの調査等を行い、個別事業者の商品・サービスと連動した品目別の需要動向の情報収集を行い、小規模事業者へ需要動向をフィードバックし、経営分析や事業計画策定に活用を図る。

##### (2) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
一般消費者需要動向調査対象事業支援者数	未実施	1者	1者	1者	1者	1者
バイヤー等需要動向調査対象支援事業者数	未実施	1者	1者	1者	1者	1者

##### ①一般消費者需要動向調査 (BtoC)

当町にある飲食店・宿泊施設・観光体験事業を利用する地域内外の一般消費者を対象に、小規模事業者が提供する商品・サービスの改良・開発を目的に調査を実施する。

【支援対象】 地域資源を活用した新商品・サービスの改良・開発を目指す事業者

【サンプル数】 利用者100人程度

【調査手段・方法】 地域内外からの利用者に対し、各店舗や施設などにおいて商品購入時やチェックアウト時等に、事業者や従業員が個々の新商品や既存商品改良、観光部門に対するアンケート用紙の記入を依頼する。

【実施時期】 観光シーズンである10月までに実施する。

飲食店や宿泊施設はアンケート回答者への粗品等の進呈を検討し、回収率のアップを図る。商品購入時は、「アンケートはがき」による郵送での回収を行い、同様に抽選等による粗品等の進呈を検討して、回収率のアップを図る。

【分析手段・方法】 調査結果は商工会職員が年齢、性別、居住地域等の属性別の単純集計を行い、経営指導員等が専門家と連携してクロス集計分析を行う。

【調査項目】 年齢、性別、家族構成、居住地域は共通項目とする

(a) 価格 (b) 味 (c) 量 (d) 見た目 (e) サービス内容

(f) 改善点 (自由記載：品質、価格、その他改善を要する点)

【分析結果の活用】 浜中町の地域資源を活用した特産品開発を行う事業者、観光関係事業者(宿泊、飲食店等)に巡回訪問等で説明、フィードバックする事で事業計画策定や新商品の開発、既存商品の改良、新たな観光サービスの開発・改良に繋げる。また、経営分析支援、事業計画策定支援及び見直し支援に活用する。

## ②バイヤー等への個者商品の市場動向調査 (BtoB)

地域資源を活用し開発された商品をバイヤー等が参加する展示会・商談会に出展することでバイヤー等から改善点を提案いただき、その意見を取り入れた商品開発や既存商品の改良を図る。

【支援対象】地域資源を活用した新商品・サービスの改良・開発を目指す事業者

【サンプル数】来場バイヤー等 1アイテムに20人

【調査手段・方法】展示会場内で意見交換によるアンケートを実施。新商品や既存商品改良についてのアンケート調査。

【分析手段・方法】調査結果は商工会職員が単純集計し、経営指導員が専門家と連携して分析する。

【調査項目】(a)商品の価格、味、量の改良点 (b)パッケージに関する改良点  
(c)取引ロット (d)納期、納品方法 (e)最近のトレンド(流行)  
(f)改善点(自由記載：品質、価格、その他改善を要する点)

### 【想定する商談会】

(ア)「北の味覚 再発見！」(BtoB)

a) 主催：北海道商工会連合会

b) 開催時期：9月

c) 開催場所：北海道札幌市 ホテル札幌ガーデンパレス

d) 出展企業：50社

e) 対象：小規模事業者

f) 来場バイヤー：281人

※令和6年度の実績

(イ)「北海道産品取引商談会」(BtoB)

a) 主催：北海道貿易物産振興会 主に道内外バイヤー対象

b) 開催時期：2月

c) 出展企業：東京会場 76社

大阪会場 74社

d) 対象：道内事業者

e) 来場バイヤー：東京会場 131社 251名

大阪会場 91社 200名

※令和5年度実績

【分析結果の活用】商品開発・改良を目指す事業者に巡回訪問で提供、フィードバックする事で商品の改良に繋げ、商品ターゲットの見直しや販売戦略の変更など事業計画策定に活用し売上向上を図る。

## (3) 成果の活用

特産品やメニュー開発については、一般消費者やバイヤー等から個々の商品に対する需要動向についてのアンケート調査を実施し、当該事業者へフィードバックすることで、マーケットインの考えに基づく商品開発や改良等に活用する。

また、必要に応じてマーケティングの専門家による市場分析など、専門家の視点を入れることで、実態に即した実行可能性のあるアドバイスが得られ、消費者ニーズにマッチした商品開発を行うための資料として経営分析支援や事業計画策定支援に活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

第1期事業では経営課題解決に向けた事業計画策定のための経営分析を行ってきたが、支援事業者は限定的であった。

第2期事業も引き続き事業者の課題解決に向け、財務・非財務の両面から経営状況の分析を行う。支援にあたっては、「対話」と「傾聴」を通じて経営の本質的な課題を把握し、実効性の高い事業計画策定へと繋がるよう支援する。

### (2) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
経営分析事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者

### (3) 事業内容

小規模事業者が日常の経営では気づいていない項目を経営指導員等が事業者との「対話」と「傾聴」を通じて定性、定量の両面から分析を行う。経営分析結果に基づく事業計画策定の必要性・重要性について理解を深めることで内発的動機づけを高めていき、本質的な経営課題の把握と対応策を検討することを目的とする。

#### ①「ローカルベンチマーク」による経営分析（財務・非財務）

経営指導員等による巡回訪問や窓口相談において、事業者との対話と傾聴を通じてSWOT分析し、「強み」と「弱み」を事業者に認識してもらう。外部環境を含めた「3. 地域経済動向調査」の資料を活用し定性的な経営分析を行い、事業者がおかれている経営状況を理解してもらい、経営課題の把握に向けた資料を作成する。それらを踏まえて、事業計画策定の必要性・重要性について理解を深めることで内発的動機づけを高めていき課題解決に向けた対応策を検討する。

【支援対象】・巡回訪問、窓口相談において、意欲的で販路開拓の可能性が高い事業者  
・補助金等活用を目指す小規模事業者

【分析項目】・財務分析：売上持続性、収益性、生産性、安全性、健全性、効率性  
（売上増加率、経常利益率、労働生産性、EBITDA 有利子負債倍率、営業運転資本回転期間、自己資本比率）  
・非財務面：経営者（理念、意欲、後継者等）、自社を取り巻く環境・関係者（市場、競合、顧客、従業員等）、事業（沿革、強み、弱み、IT等）、内部管理体（組織、事業計画、商品開発、人材育成、商流・業務フロー）

【分析手法】経営指導員が専門家のアドバイスを受けながら、経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用して分析し、事業者との「対話」と「傾聴」を通じて、将来目標の設定と現状の把握を行い、経営課題を解決するための対応策を導き出す。

#### ②クラウド会計ソフト「MA1」システムの記帳継続指導による経営分析

（財務、非財務：ローカルベンチマーク活用）

決算書による財務面からの分析など各種の数値分析を行い、利益が出ている商品やサービスを明確にして、財務内容の改善点がある場合には指摘をし、財務分析をきっかけとして、非財務分析に繋げて本質的な課題解決に向けた対応策を検討することを目的とする。

経営指導員等は支援対象者に対し、記帳継続指導の巡回訪問や窓口相談において、会計ソフト「MA1」から出力される財務分析の結果を説明し、3月の段階で4月以降の計画に役立てる計数管理を支援する。また、事業者との対話と傾聴を通じて、計数面から経営課題を把握し、

経営課題に対する対応策については、上記①ローカルベンチマークによる非財務分析を提案し、今後目指す方向性を確認し、課題解決に向けた対応策を検討する。

【支援対象】 会計ソフト「MA1」利用事業者

【分析項目】 ・財務：収益性、安全性、効率性、生産性の各経営指標、レーダーチャート等  
・非財務面：経営者（理念、意欲、後継者等）、自社を取り巻く環境・関係者（市場、競合、顧客、従業員等）、事業（沿革、強み、弱み、IT等）、内部管理体（組織、事業計画、商品開発、人材育成、商流・業務フロー）

【分析手法】 財務分析については、経営指導員等が会計ソフト「MA1」の経営分析システムをを活用して分析する。

非財務分析については上記①「ローカルベンチマーク」を活用して、経営指導員が専門家のアドバイス受けながら、事業者との「対話」と「傾聴」により将来目標の設定と現状の経営課題の把握を行い、本質的な経営課題に対する対応策を導き出す。

### ③専門家との連携強化による経営分析

上記「①」「②」では対応できないような専門的な分析が必要な場合に、各種専門分野の支援ノウハウをもつ専門家と連携して、小規模事業者の多様化した経営課題に幅広く対応することを目的とする。

北海道商工会連合会のエキスパートバンクや、「北海道よろず支援拠点」の専門家との連携を強化し、小規模事業者の支援を行う。専門家を活用する場合には、巡回支援に経営指導員等も同行し、支援ノウハウの向上を図るとともに支援の方向性について情報交換し、職員の資質向上を図る。

【支援対象】 高度な経営問題を抱える事業者

【分析項目】 専門的かつ高度な経営課題、生産性の向上に係る工程管理や効率化、設備の導入や業種固有の技術導入、人材育成や労働環境の改善、働き方改革、店舗改装や陳列レイアウト変更、ものづくり補助金や経営革新計画等の申請認定に向けた経営分析等

【分析手法】 専門家派遣等を活用し、経営指導員が専門家と連携して分析を行う。

### ④分析結果の活用（成果の活用）

分析結果は、支援した小規模事業者にフィードバックし経営指導員が専門家と連携して説明することで、事業者が経営状況や経営課題を明確に把握できる資料として、事業計画策定支援に活用する。

非財務面において、ローカルベンチマークを活用することによって、現状認識、将来目標、経営課題、対応策と簡潔にまとめることができ、事業者の事業計画策定への意識喚起を図ることに活用でき、事業者の事業計画づくりに近づけるものとなる。

また、会計ソフト「MA1」による記帳継続指導により、正確な財務内容を分析することで、事業者の資金繰りや納税準備に対する助言に活用することができ、事業者自らが財務状況を把握した経営に繋げることができる。

それらを踏まえて今後目指す方向性を確認し、課題解決に向けた対応策を検討する。そのデータは職員間で情報共有化を図り、経営発達のための個別支援における個々の事業者の支援ニーズを加味し、組織全体での支援を図っていく。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

経営環境が大きく変化している中で、自社の課題を踏まえ、需要を見据えた事業計画を策定し、計画に基づく事業活動が持続的な経営につながることを十分に理解してもらうことが必要となっている。さらに小規模事業者がこの厳しい経営環境の中、経営課題を解決して安定した経営を行うためには、自ら事業計画を策定して事業者が取り組むべき事業展開の把握を促す必要がある。

また、事業承継や創業の対応支援は、これまでは相談や紹介があった場合のみ行っていたため、事業承継に関しては、後継者不在の問題が出ている事業所も出始めていることから、第3者への事業承継を見据えた支援が必要である。創業者に関しては、各種届出や資金繰りなどについて、経営経験の未熟から自ら対応できないことがあり、事業の安定期まで伴走型の支援が必要である。近年、廃業者数が創業者数を上回っている状況であり、創業希望者の掘り起こしや円滑な事業承継支援を行い、小規模事業者の新陳代謝を促進し商業機能を強化する必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者が地域コミュニティの維持や買い物困難者への対応を含むニーズに対応した事業展開を図り、実効性の高い事業計画策定を支援し、経営力強化による売上・利益増加を目指す。

地域の特性を活かした商品開発を目指す小規模事業者に対しては、農商工連携等による地域資源を活用した商品・サービス等の開発等を支援し、商談会等への出展や IT 等を活用した情報発信力を高める方策などもあわせて検討し事業計画策定に取り組む。

特に後継者や49歳以下の若手経営者等、次世代を担う当町の事業者には、『地域コミュニティ維持や地域経済循環に欠かせない、地域消費者のニーズに応えた事業展開を目指す小規模事業者』や『農商工連携の取り組み等によってお宝シールの承認が可能な商品開発を目指す小規模事業者』を重点的に支援する。

支援対象者については、上記「5. 経営状況の分析」により経営分析を実施した事業者を中心に経営指導員等が巡回訪問や窓口相談により「対話」と「傾聴」により事業計画策定の必要性を説明し、「気づき」や「腹落ち」を促し、内発的動機から事業計画策定を目指す事業者を掘り起こし、事業者自らが実効性の高い事業計画の策定に取り組めるよう支援する。

また、環境変化に対応するためDXへ向けた取り組みについて、当町の小規模事業者全体を対象としたセミナーを事業計画策定の前段階で開催し、DXの必要性や効果等並びに基礎知識の習得を図り、事業計画策定に繋がるよう支援する。

事業承継については、60歳を超える経営者については、事業承継計画の作成による円滑な事業承継に向けた準備を支援する。事業承継を予定している事業者に対しては、明確に承継時期を定めたくえ、後継者の資質向上や従業員の意識付け、資産及び経営権の承継など、準備を段階的に行うため、経営指導員が個別相談による支援を実施する。

新規の創業予定者に対しては、創業後、早期に経営を安定させて事業活動を持続させるため、綿密な計画を立てられるよう経営指導員等の職員が専門家と連携し、個別相談による計画策定支援を行う。また、第3者への事業承継を希望する事業者とのマッチング支援や、空き店舗の活用を支援して開業することで初期投資の削減を勧めるとともに、商店街の活性化を目指す。

### (3) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
------	----	------	------	------	-------	-------

①DX 推進セミナー（新規） 開催回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業計画策定セミナー・個別相談会開催回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③事業計画策定事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
④事業承継対策セミナー・個別相談会回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
⑤事業承継計画策定事業者数	未実施	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
⑥創業計画策定事業者数	未実施	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

### (3) 事業内容

#### ①DX 推進セミナーの開催（新規）

環境変化に対応するため、IT ツールの導入や SNS・EC サイト構築等の取組みにより生産性向上に繋げるため、DX の必要性や効果等並びに基礎知識の習得を図ることを目的として実施する。

【支援対象】 経営分析を実施し事業計画策定に意欲的な DX に関心がある事業者

【手段・手法】 a) 開催回数：年 1 回

b) 開催内容：DX の基礎知識 ・DX へ向けたデジタル化、IT 化について、自社 HP や SNS による情報発信について、効果的な EC サイトの構築並びに運営方法 等

c) 講師：IT コーディネーター、中小企業診断士等

d) 参加者数：10 名程度

e) 募集方法：案内文書の送付、商工会 HP で案内  
巡回訪問や窓口相談時に案内

上記セミナー参加者の中から、特に取組意欲の高い事業者に対しては、専門家と連携し事業者の段階に合った業務効率化など生産性向上を図るための事業計画策定を支援する。

#### ②経営課題を解決するための事業計画策定支援

経営分析により浮き彫りになった経営課題を経営者のみで判断するのではなく、専門家の意見を取り入れて対応策を検討することを目的として実施する。

また、地域の特性を活かした商品開発を目指す小規模事業者には、農商工連携等による地域資源を活用した商品・サービス開発等を支援しお宝シールの活用承認などにより販路開拓を目指す。

【支援対象】巡回訪問や窓口相談による経営分析において、経営課題が浮き彫りになり、事業計画策定の意欲を持つ事業者（以下（ア）、（イ）を重点支援）

（ア）『地域コミュニティ維持等に欠かせない、地域消費者のニーズに応えた事業展開を目指す小規模事業者』

（イ）『農商工連携の取り組み等によって「お宝シールの承認」が可能な商品開発を目指す小規模事業者』等

【手段・手法】

（ア）事業計画策定支援セミナー・個別相談会の開催

a) 開催回数：年 1 回

b) 開催内容：経営課題解決に向けた事業計画策定のポイント等

専門家を講師として開催し、終了後に個別相談会を実施

する

- c) 講師：中小企業診断士等
  - d) 参加者数：10名程度
  - e) 募集方法：案内文書の送付、商工会 HP で案内  
巡回訪問や窓口相談時に案内
- (イ) 需要動向調査を活用しての商品改良・マーケティング等を含めた計画策定支援

上記セミナー参加者から、需要動向調査を踏まえた、地域資源を活用する商品・サービス開発の計画策定支援を経営指導員が専門家との連携により実施する。

### ③円滑な事業承継支援

小規模事業者の新陳代謝を促進するため、事業承継は必要であることから各支援機関と連携して支援体制を整備し、伴走型の支援により計画的な事業承継を進めることで、後継者の資質向上とあわせて円滑に経営権の移行を進め、廃業等を抑止し、町内事業所の空き店舗を減少させ、商業機能を強化することで商店街の活性化を図る。

【支援対象】60歳を超える経営者

【手段・手法】(ア) 事業承継対策セミナー・個別相談会の開催

- a) 開催回数：年1回
- b) 開催内容：事業承継計画策定のポイント、活用できる国や町の施策等  
専門家を講師として開催し、終了後に個別相談会を実施する。  
終了後は、北海道事業引継ぎセンター等の専門家と連携して、個別に伴走型による事業承継計画の策定を支援する。
- c) 中小企業診断士等
- d) 参加者数：10名程度
- e) 募集方法：案内文書の送付、商工会 HP で案内  
巡回訪問や窓口相談時に案内

### ④新規創業希望者の支援

当商工会内に新規創業者希望者の相談を受け付けるためのワンストップ型の窓口を設置するとともに、新規創業希望者へのマッチング支援等を実施することで、空き店舗の減少を目指す。また、若年層の新規事業等で成果を出している者を商工会ホームページ等で紹介する等により、新規創業希望者が興味を持っていただけるような情報提供を行う。

【支援対象】新規創業希望者

【手段・方法】ワンストップ窓口での経営指導員等による個別相談

必要に応じて経営指導員が専門家と連携し、創業に係る知識習得や、健全な資金繰りによるキャッシュフロー経営の知識、明文化された計画書の策定等を伴走型支援により経営安定期まで継続的に支援する。また、第3者事業承継を希望する事業者とのマッチングや空き店舗の紹介などの支援を行う。

### (4) 効果

事業計画策定の重要性を理解してもらうとともに、事業計画策定支援セミナー等を通して、事業計画の策定方法について理解することで、上記「5. 経営状況の分析」で浮き彫りとなった経営課題の解決に向け、個々にあわせた実践可能な事業計画の作成を支援することで、需要開

拓につなげることができる。

また、円滑な事業承継を支援することにより、企業体質である経営理念や経営資源などの強化見直しとなり、事業の持続的発展を実現させることで、雇用の維持安定と創出が図られる。創業については、創業計画作成支援等を通じて、新規創業者に対して事業の収益性や将来性などの的確な助言が行えることで、早期に経営安定が図られ、継続的な営業による成長発展が見込まれる。

## 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期事業の事業計画策定後の支援では、事業計画を策定した事業者に対して4半期ごとのフォローアップを目標としていたが、進捗状況の確認が行われず適切なフォローアップができなかった。今後は、小規模事業者が新たな需要開拓や課題解決に向けた事業展開に繋げるため、長期的視点に立った支援が必要である。

### (2) 支援に対する考え方

経営指導員等はフォローアップを確実にを行うため、巡回訪問を4半期に1度行い、支援事業者が策定した計画の進捗状況に対話と傾聴を通じて把握し、内発的動機から自己変革力を図り潜在力を発揮できるよう支援する。必要に応じて専門家との連携を図り、適切な事業実施支援を行う。

支援情報は、※クラウド型支援ツール「Shoko Biz」のデータベースを活用し、組織内の職員で情報共有を図る。

支援の結果、計画とのズレが生じている場合は、専門家と連携して原因究明を行い、計画の見直しや支援頻度を増やすことで、PDCAサイクルの重要性を認識させる。

※Shoko Biz：経営発達支援計画の支援対象である事業者及び支援の情報をデータ化し、分析・評価するための支援ツール

### (3) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①事業計画フォローアップ対象事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
頻度(延回数)	14回	12回	12回	12回	12回	12回
②事業承継フォローアップ対象事業者数	2者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延回数)	6回	4回	4回	4回	4回	4回
③創業フォローアップ対象事業者数	3者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延回数)	8回	4回	4回	4回	4回	4回
利益率5%以上増加の事業者数	0者	3者	3者	3者	3者	3者

### (4) 事業内容

#### ①巡回訪問によるフォローアップ

【支援対象】事業計画を策定した全ての事業者

【実施頻度】4半期に1度

【支援手法】巡回訪問により事業計画の進捗状況を確認し、必要に応じて専門家と連携し支援する。

【支援内容】原則、経営指導員等が4半期に1度、フォローアップし、PDCAサイクルをうまく回すように支援する。フォローアップにより計画に変更が生じた場合は

事業者と相談しながら再検討し効果が現れるよう支援する。また、高度な経営革新や、事業がスムーズに行かない事業者に対しては、必要に応じて専門家と連携し、経営者の不安を取り除く伴走型の支援を行う。

事業計画策定後、新しい設備の導入や運転資金の金融支援が必要な場合には、浜中町の「小規模事業継続支援制度」、商工貯蓄共済融資や浜中町中小企業特別融資、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営改善資金貸付」「小規模事業者経営発達支援資金貸付」を活用する。

## ②事業承継計画策定事業者へのフォローアップ

【支援対象】 事業承継計画を策定した全ての事業者

【実施頻度】 4半期に一度

【支援手法】 巡回訪問により事業承継計画の進捗状況を確認し、必要に応じ専門家と連携し支援する。

【支援内容】 事業承継後も営業活動が途切れないう上記①「巡回によるフォローアップ」と同様に伴走型の支援を行う。また、後継者による経営理念や経営資源の強化見直しが図られているかも確認する。

資金での課題が生じた場合は浜中町の支援施策である「小規模事業継続支援補助金制度」や国の支援施策である「事業承継・引継ぎ補助金」等の活用についても支援する。専門的な支援が必要な場合は、事業承継コーディネーターや税理士など専門家と連携し支援する。

## ③新規創業者へのフォローアップ

【支援対象】 新規創業者

【実施頻度】 4半期に1度

【支援手法】 巡回訪問により創業計画の進捗状況を確認し、必要に応じ専門家と連携し支援する。

【支援内容】 上記①「巡回訪問によるフォローアップ」と同様に伴走型の支援を行う。創業時に必要な各種届出支援から創業融資斡旋等の支援により、事業が軌道に乗るまで伴走型の支援を行うことで新規創業者の経営安定を図る。また、必要に応じて専門家と連携して支援する。

## (5) 効果

①巡回訪問を定期的実施してフォローアップすることにより、計画どおりに事業が進められているか確認し、PDCA サイクルの重要性を認識させ、計画とのズレが生じている場合には、専門家と連携して、原因を究明するなど検証を行い、事業計画の見直し、もしくは、事業計画に基づく事業展開ができるよう支援頻度を増やすことで、PDCA の重要性を認識させることができる。

②経営改善資金貸付等の融資を活用することで、円滑な経営の安定化に寄与する。

## 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

小規模事業者向けの販売促進としては、チラシの作成支援と浜中町商工会ルパン三世 pay 電子カード会の電子マネーシステム「ルパン三世 pay カード」(5 ページに記載)に伴う販売促進支援に留まり、個別の事業者の強みとなる商品やサービスの発掘までには届かず、計画的な支援は行っていなかった。

小規模事業者の販路開拓支援にあたっては、上記の「3. 地域経済動向調査」「4. 需要動向

調査」「5. 経営状況の分析」「6. 事業計画の策定支援」に基づき、事業者の強みを活かして開発改良された商品やサービスについて、ターゲットを明確にして、そこに向けた訴求が必要であることから、他の支援機関との連携によって個々の小規模事業者にあった販売手法やチャネルを選択して支援を行う必要もある。

## (2) 支援に対する考え方

今後は、地域内の人口減少により域内消費はますます減少することが予想され、個別の事業所の強みとなる商品やサービス等を域外へ発信するために、首都圏等の新たな市場への販路開拓による売上向上を図ることが求められる。

事業者の事業計画に基づき、個々の商品、サービス等にあったターゲット、コンセプトに沿って価格、販売チャネル、宣伝PR方法を事業者と経営指導員が専門家とともに「対話」と「傾聴」により検討、整理して、それに見合った物産展や商談会への出展、IT活用、アンテナショップの活用などを戦略的に選択して支援をすることにより、新たな需要開拓を進める。

支援にあたっては、小規模事業者においては展示会等への出展など不慣れな場合が多いことやITの活用についても人的に余裕がないことから、出展のハードルを下げて、小規模事業者向けの北海道商工会連合会主催の展示会の活用や無料での活用が可能な簡易ホームページ作成サービスなどを活用しながら支援を行う。

## (3) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①(ア) なまらいっしょ北海道 出店事業者数(BtoC)	未実施	1者	1者	1者	1者	1者
1者目標売上額	未実施	15万円	15万円	15万円	15万円	15万円
①(イ) 北海道フェア in 代々木 出店事業者数(BtoC)	未実施	1者	1者	1者	1者	1者
1者目標売上額	未実施	15万円	15万円	15万円	15万円	15万円
①(ウ) 北海道商工会連合会 商談会出展事業者数(BtoB)	未参加	1者	1者	1者	1者	1者
〃 商談成立件数	未実施	1社	1社	1社	1社	1社
①(エ) 北海道貿易物産振興会 商談会出展事業者数(BtoB)	未参加	1者	1者	1者	1者	1者
〃 商談成立件数	未実施	1社	1社	1社	1社	1社
②インターネット等による需要開拓事業者数	未参加	1者	1者	1者	1者	1者
②インターネット等による対前年比 売上増加率(1社あたり)	未実施	5%	5%	5%	5%	5%
③アンテナショップによる需要開拓事業者数	未参加	1者	1者	1者	1者	1者
③アンテナショップ等による対前年比 売上増加率(1社あたり)	未実施	5%	5%	5%	5%	5%

## (4) 事業内容

### ①北海道商工会連合会及び関係機関等が主催する商談会等への出展支援

地域特性を生かした商品(当町の豊富な農業漁業資源を活かした商品)や既存商品の新たな需要の開拓を行い、支援機関が開催する商談会に出展し、新たな需要の開拓による売上の

向上、利益の確保を行い、経営の安定による持続的発展や雇用の確保、地域商店の減少防止を目的とする。

**【支援対象】**

事業計画策定に基づき域外への販路開拓支援が必要な小規模事業者

**【支援内容】**

関係機関が開催する物産展や商談会への出展を支援する。専門家と連携し、効果的なバイヤーとのやり取りやブースの効果的な作り方等の事前の支援、商談後のアフターフォロー等の事後の支援を行う。また経営指導員等の職員が随行し、バイヤー等へのアンケート調査を支援する。

**【想定する参加物産展】(BtoC)**

(ア) 北海道商工会連合会主催の「なまらいいっしょ北海道フェア」(東京都)

東京都内(三軒茶屋)で行われる物産展の出展により、北海道のファンを増やし、交流・定住人口の拡大や特産品の販路拡大などを目的に開催されるイベントに出展し首都圏への販路開拓につなげる。

主催：北海道商工会連合会

- a) 開催時期：11月
- b) 開催場所：東京都世田谷区三軒茶屋
- c) 概要：ふるさと納税の案内、特産品の販売、販路開拓
- d) 規模：出展者40団体 来場者数25,000人

※令和6年度の実績数

(イ) ㈱北日本広告社が主催する「北海道フェア in 代々木 ザ・北海道食道」(東京都)

東京都内(代々木公園)で行われる「北海道の旨いを全国に！」をコンセプトにしたグルメイベントに出展し、浜中町の特産品を活用したメニューは勿論の事、新たに開発する商品のテスト販売を行い、首都圏の販路開拓につなげる。

- a) 主催：㈱北日本広告社
- b) 開催時期：10月
- c) 開催場所：東京都渋谷区
- d) 概要：飲食店出店
- e) 規模：出店者数100店
- f) 来場者数：400,000人

※例年実績

**【想定する参加商談会】(BtoB)**

(ウ) 北海道商工会連合会主催の「北の味覚・再発見!!」(札幌市)

道内外の流通関係者・観光関係者・札幌消費者協会に加盟する一般消費者が集まり、展示商談会で道内外への販路開拓につなげる。

- a) 主催：北海道商工会連合会
- b) 開催時期：9月
- c) 開催場所：北海道札幌市 ホテル札幌ガーデンパレス
- d) 出展企業：50社
- e) 対象：小規模事業者
- f) 来場バイヤー数：281人

※令和6年度の実績数

(エ) 北海道貿易物産振興会主催の「北海道産品取引商談会」(札幌市)

道内外の百貨店、スーパー等の流通バイヤーと食品を中心とする道内製造業者との取引商談会で道内外の販路開拓につなげる。

- a) 主催：北海道貿易物産振興会

- b) 開催時期：6月
  - c) 開催場所：北海道札幌市
  - d) 概要：加工食品を中心とした商談会
  - e) 規模：出展企業 282 社
  - f) 来場バイヤー数：743 社 2096 人
- ※令和 5 年度の実績数

## ②インターネットによる新たな需要の開拓支援

人的に余裕のない事業者や財務面に余力のない事業者に対しては、DX 化に向けた一歩として、簡易的なツールや無料や比較的安価なサービスを活用し効果的に新たな需要の開拓につなげる。

### 【支援対象】

事業計画策定支援に基づき地域内外への販路開拓支援が必要な事業者  
また、域外に販路開拓支援が必要であるが人的・財務面で展示会出展等が困難な事業者

### 【支援内容】

- (ア) インターネットによる需要の開拓を創出するため、全国商工会連合会が推奨する無料の HP 作成サービス「グーペ」(※1) や EC サイト作成サービス「カラーミーショップ」(※2) の無料プランを活用し HP と EC サイトの作成支援を行う。
- (イ) 全国商工会連合会「ニッポンセレクト.com」(※2) で、出展支援をすると共に、売り上げ状況を把握し改善が必要であれば、専門家と連携して、効果的な掲載写真や記載内容についての改善支援も行い、販路開拓と商品 PR に繋げる。
- (ウ) 経済産業省認定情報処理支援機関等の活用によるセミナーを年 1 回行い、必要に応じて個別相談会を開催し、小規模事業者が不特定多数に向けた情報発信を行えるよう支援し、商品等の認知度向上を図り新たな需要開拓に繋げて売上・利益の確保を図る。

### 〔IT 活用セミナーの開催概要〕

- a) 周知方法：事業計画策定をした小規模事業者を中心に参加を勧奨し、他の小規模事業者に対しても HP で周知を行う。
- b) 開催回数：年 1 回
- c) 開催内容：フェイスブック、エックス、インスタグラム等による情報発信手法等
- d) 参加者数：10 名程度

### (参 考)

- (※1) 「グーペ」・・・GMO ペパボ(株)が運営する HP 作成ツール。あらかじめ用意されている多数のテンプレートに簡単な入力作業で HP が作成・更新ができるサービス。全国商工会連合会との提携により商工会員限定の無料サービスが可能。
- (※2) 「カラーミーショップ」・・・GMO ペパボ(株)が運営する EC サイト作成ツール。メールによるサポートや 80 種類もの豊富なデザインテンプレート、動画による使い方講座など、初心者でもあっという間にショップが完成することができるサービス。インスタグラムショッピング連携などの追加機能も充実しており、無料で始められるプラン、低コストで運営できるお得な月額制プランがある。
- (※3) 「ニッポンセレクト.com」・・・地域経済を支える中小企業・小規模事業者等が、農商工連携や地域資源の活用などにより開発した商品等や、魅力ある隠れた地域産品等ウェブを通じて紹介・普及を行うことにより、地域の優れた産品を紹介・販売し、中小企業・小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図る

ことを目的とした全国商工会連合会公式のショッピングサイト。

### ③アンテナショップ出展による新たな需要の開拓支援

HP 等による情報発信が可能な事業所に対しては、首都圏等のアンテナショップによる新規需要の開拓支援を行う。出展後は巡回訪問により売上状況を把握し今後の方向性を検討する。

【支援対象】 事業計画策定支援に基づき地域内外への販路開拓支援が必要な事業者

また、域外に販路開拓支援が必要であるが人的・財務面で展示会出展等が困難な事業者

#### 【支援内容】

北海道貿易物産振興会等が運営するアンテナショップ「どさんこプラザ(東京都、札幌市)」

(※1) のテスト販売制度は、これまで事業者への書面による周知に留まっていたので、出展支援を積極的に行い、販路開拓と商品 PR を支援する。また、消費者等からアンケート調査を行い、収集した情報をデータ化し事業者へ情報提供する。

(参 考)

(※1) 「どさんこプラザ(東京都、札幌市)」・・・北海道のアンテナショップ。

新商品については、3カ月のテスト販売が可能であり、出品期間中は、事業者個々による消費者への対面販売催事が開催でき、消費者へ訴求できるとともに消費者ニーズの把握ができる。

<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/sss/marke/dosanko/test.htm>

### (5) 効果

展示商談会や物産展に参加することにより、新たな需要開拓を行うことが可能となる。

また、展示商談会等にて取得したアンケート調査の分析結果を当該事業者へフィードバックすることで、商品の改良やコンセプトにあったターゲットの絞り込みなど、消費者ニーズやバイヤーの意見を活かした販路開拓に繋げることが可能となる。

職員間においてもこれらの収集した情報を共有し、商工会全体での支援が可能となる。

インターネットやアンテナショップの活用では少ない経費負担で大消費地での販路拡大が図られ、事業者の売り上げ増加による持続的発展に寄与できる。

## 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期事業では通常総会に提出している事業評価システムの資料を理事会に進捗状況と併せて報告してきた。第2期も引き続き、事業評価を見直すとともに改善策を反映するための事業を行う。

#### (2) 事業内容

経営発達支援計画に記載の事業内容の事業評価システムを構築し、実施状況と成果についてはクラウド型支援ツール「Shoko Biz」を活用し以下の方法により評価・検証を行う。

#### ①経改事業推進委員会による計画の進捗状況報告と事業内容の検証

4ヶ月に一度、経改事業推進委員会において、計画の進捗状況を報告する。経改事業推進委員会により事業内容の検証を行い、改善策や見直し案について検討する。

## ②正副会長会議による計画の進捗状況報告と事業内容の検証

経改事業推進委員会において見直しされた内容を4ヶ月に一度、正副会長会議において報告し、経改事業推進委員会にて検証された内容を更に改善見直しの検討を行い理事会に提案する。

## ③有識者による事業計画の評価と見直し案の策定

6ヶ月に一度、評価委員会を開催する。評価委員として、大地みらい信用金庫浜中支店長等の外部有識者、この他、浜中町商工観光課担当職員、商工会副会長、商工会経営改善普及事業推進委員長、法定経営指導員等により、事業の実施状況と成果を評価し、見直し案を提示する。

## ④理事会による事業計画、事業評価・見直しの方針の決定

6ヶ月に一度、理事会において事業の実施状況と成果を報告するとともに、正副会長会議で提示された見直し案を踏まえた方針を決定する。

## ⑤会員への報告・承認

事業の成果・評価・見直しの結果については、通常総会に報告し承認を受ける。

## ⑥事業の成果並びに評価、見直し結果の公表

事業の成果・評価・見直しの結果を当会ホームページ (<http://shoko.hamanaka-net.jp/>) で計画期間中公表する。

## ⑦浜中町への報告

通常総会で承認された事業の成果・評価・見直しについて、浜中町へ報告する。

## 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

小規模事業者のニーズの高度化・多様化する中で、新しい中小企業施策の変化に対応するため、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に基づき職員が研修を受講して支援力向上に努めている。

経営発達支援事業を実施するにあたり、高度な経営課題への対応と職場内におけるノウハウの共有、商工会内全体の資質向上が課題となっている。

### (2) 上記課題を解決させるための取組み

経営指導員等は、「新商品開発・販路開拓・売り上げや利益を確保することを重視した内容」の研修に積極的に参加し支援能力の向上を図る。

OJTの取り組みの一環として、上記の専門的な研修を受講した経営指導員等が職員会議にて研修内容を報告し、事務局長をはじめ全職員が経営指導員等の研修内容を共有するとともに、小規模事業者の支援事例の研究や、小規模事業者が活用できる中小企業支援策の情報などの共有を図り、経営指導員と補助員以下の職員が一体となった伴走型支援体制を構築する。

補助員以下の職員は巡回訪問や専門家派遣時において、経営指導員とチームで小規模事業者を支援することなどを通じて、指導・助言内容・情報収集方法を学ぶほか、OJTによる伴走型の支援能力の向上を図る。

### ①外部講習会への参加

#### ア. 経営指導員

北海道経済産業局や北海道、中小企業大学校、北海道商工会連合会等の支援機関が主

催する各種研修会に参加し、個別支援に経営支援能力が発揮できる高度なスキルを磨き、小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウ等を習得する。

#### イ. 補助員

中小企業大学校や北海道商工会連合会が主催する各種研修会に参加し、経営指導員と同等の基礎的な経営支援能力が発揮できるスキルを磨き、小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウ等を習得する。

#### ウ. 記帳専任職員等

北海道商工会連合会が主催する各種研修会に参加し、税務支援や労務支援の軽微な経営支援能力が発揮できるスキルを磨き、小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウ等を習得する。

#### エ. 全職員

DX 推進に向けて職員全体の IT スキルを向上させ、事業者の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 推進セミナー】

- ・事業者にとって内部（業務効率化）の取組に向けたセミナー  
クラウド化、電子商取引等の 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  
HP 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

### ②経営力再構築伴走支援に必要なスキルの習得

「対話」と「傾聴」をもとにした「課題設定型」の伴走支援を推進するために、経営指導員等は中小企業基盤整備機構等が行う経営力再構築伴走型支援研修等を積極的に受講し、必要とされるスキルの習得を行う。

#### 【経営力再構築伴走型支援研修の内容】

「対話の基本姿勢と態度」「創造的対話技法」「対話ツール活用法」など

### ③職員会議

職員の情報を共有するため職員会議を月 1 回定例で開催し、経営支援ノウハウ及び情報の共有をより一層強固にする。取得した小規模事業者の経営状況の分析結果等の支援情報は、クラウド型支援ツール「Shoko Biz」を活用し、組織内の職員で共有する体制を構築する。

### ④OJT（職場内研修）

中小企業診断士等の専門家派遣に同行し、聴取した内容や指導の要点など支援ノウハウを学び資質向上につなげる。また、経営指導員等が支援した内容を情報共有するなど職員個々の支援能力と支援体制の強化を目指す。

### ⑤WEB 研修（自己啓発）

全国商工会連合会が実施する WEB 研修を全職員が積極的に受講することで、自己啓発による知識を習得し、また経営支援事例を参考に小規模事業者の伴走型の経営支援を実施する。

## 11. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

### (1) 現状と課題

第 1 期事業では事業者への経営支援の際に必要なに応じて専門家を派遣し支援ノウハウ等の情報交換の他、日本政策金融公庫が開催する「マル経協議会」や管内商工会職員協議会の「経

改委員会」等に参加し支援機関と連携を図ることで、支援ノウハウの向上につなげることができた。

第2期事業でも経営発達支援事業を実施するにあたり、高度な経営課題への対応、職場内におけるノウハウの共有、商工会内全体の資質向上を図る必要があるため、引き続き、他の支援機関と連携を図っていく。

## (2) 事業内容

### (ア) 国・北海道や公的機関との連携

北海道経済産業局や北海道、支援機関が実施する施策説明会、農商工連携や観光セミナーに積極的に参加し、各担当者と新たな特産品開発に関する支援ノウハウや異業種間の連携促進を図るための支援ノウハウについて情報交換する。(年2回)

また、小規模事業者が抱える経営課題解決のための企業の目利きとなることを目的に、事業の将来性や代表者の経営能力等を把握するためのヒアリングやコーチングに関する支援のノウハウについて専門家派遣を活用して専門家と情報交換を行う。(随時：最低年4回) 専門家派遣を活用する際は、常に経営指導員等が同行することで支援ノウハウの向上を図る。

### (イ) 金融機関との連携

日本政策金融公庫との懇談会(マル経協議会)で実施している、金融情勢及び地域動向の情報交換により、小規模事業者経営発達支援資金の活用方法など、創業支援、事業承継支援のノウハウについての情報交換を年2回行う。

また、地元金融機関との金融懇話会を開催し、町制度融資や利子補給の意見交換を行い小規模事業者が望む金融支援の情報交換を年2回行う。

### (ウ) 釧路管内商工会の経営指導員との連携

釧路管内商工会職員協議会の経営指導員で構成する「経改委員会」において、各町村が実施している施策や、商工会事業として実施している支援事例をもととした事業計画策定支援のノウハウ等を情報交換し、商工会経営指導員同士の連携を深めて支援ノウハウを習得する会議に年3回参加し支援力向上を図る。

## 12. 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

当町では平成21年度から、浜中町出身の漫画家で浜中町の「ふるさと大使」でもある「モンキー・パンチ氏と、その代表作である「ルパン三世」のキャラクターを活用した「モンキー・パンチ&ルパン三世 de 地域活性化プロジェクト」を立ち上げ、地域経済の活性化に向けての方向性を検討し共有する仕組みを構築している。

構成員は「浜中町商工会、浜中町及び浜中町教育委員会、浜中町観光協会、産業団体(浜中町農協、浜中漁協、散布漁協)、商工業者及び金融機関、その他賛同者(町内団体・一般町民)」で、町内の主たる団体等はもとより地域住民に至るまで多くの人々が参画して、浜中町が持っている魅力と可能性を活かした地域振興を推進してきている。

今後においてもこの仕組みを活用して、調査研究などを行い、新たな観光資源の発掘や農業・漁業・商工業など地域産業との連携による新たな町おこしを推進し、更なる浜中町の知名度を高める地域経済の活性化を図ることを目的に、「産業団体・行政・一般町民の3者」が一体となり連携した協議会(仮称：浜中町地域資源活用向上・交流人口拡大プロジェクト)を開催(年4回)して、更なる進化をさせるべく地域全体で地域経済の活性化の方向性を検討、共有し、商工会が中心となって下記の(2)取組内容「①～③」の事業を推進する。

### (2) 取組内容

### ①仮称：浜中町地域資源活用向上・交流人口拡大プロジェクトの開催

年4回開催し、町内の主な団体等が地域経済の活性化に向け、その方向性を検討・共有し、連携が図れるよう中心的な役割を果たす。

構成員：「浜中町商工会、浜中町及び浜中町教育委員会、浜中町観光協会、産業団体（浜中町農協、浜中漁協、散布漁協）、商工業者及び金融機関、その他賛同者（町内団体・一般町民）」

### ②地域のブランド化

#### 地域ブランド確立による地域経済活性化への取組み

##### (ア) 現状と課題

当町は海あり山あり湿原ありと自然環境に大変恵まれていることもあり、一次産品の直送が大半を占めている。酪農者は農協から大手乳業企業の北海道工場に生乳を納品し、漁業者は豊富な魚種を漁協から鮮魚仲買人組合を経由して大都市に納品している。

これまでも上記の「モンキー・パンチ&ルパン三世 de 地域活性化プロジェクト」において、活力ある町づくりのため特産品などの差別化を検討してきた。

当会は地域小規模事業者のため農商工連携を最大限に活用し、付加価値をつけた新たな特産品開発のための支援を行い、販売拡充及び宣伝PRを実施するための、当町にしかできない最大の強みである「ルパン三世」を活用した、地域ブランド確立が課題となっているが進んでおらず、本町の潜在能力が活かしていない状況である。

##### (イ) 事業内容

地域・産業の横断的なつながりを強化し、若手・女性を中心とした地域資源を活用する協創の取組みを促進。

##### (ウ) 手法

浜中町内に、町内での生活を楽しむことが浜中町の持続的発展につながる仕組みとして、地域資源を活用した新たな商品・サービスを開発する地域サークル活動を推進するネットワーク組織を構築し、この活動についてサークルの運営、技術支援、広報等を支援することで、着地型観光開発や地域資源を活用した商品開発等を促進する。

##### (エ) 効果

地域資源を活用し、様々なニーズに対応した商品・サービスが自律的・継続的に創出され、交流人口の拡大や新たな市場が開発される。

### ③アニメキャラクター（ルパン三世）を活用した魅力ある商業空間づくりのための、「ルパン三世」による、「はまなか」の地域経済活性化の取組み

##### (ア) 現状と課題

全国的に知名度の高い「ルパン三世」のキャラクターを活用した、浜中町オリジナルグッズの製作は、当町出身の原作者のモンキー・パンチ氏並びに「ルパン三世」権利元東京関係者の特段のご理解を得られる当商工会のみの強みである。

その地域資源を活用した「ルパン三世通り」といった地域経済活性化事業や「ルパン三世はまなかオリジナルグッズ」は、「モンキー・パンチ&ルパン三世 de 地域活性化プロジェクト」においても、活力ある町づくりのための一番の起爆剤として、プロジェクト発足当時から当会のメンバーが中心に事業を進めてきた。

今後も新たなグッズを製作し、全国から訪れるルパン三世ファンの方に販売し、購入いただくことによって町内の商工事業者の繁栄を促進し、さらなる交流人口の増加を目指すことが課題である。

##### (イ) 事業内容

「ルパン三世」による地域経済活性化事業の創出、「ルパン三世」はまなかオリジナルグッズの新アイテムを製作する。

##### (ウ) 手法

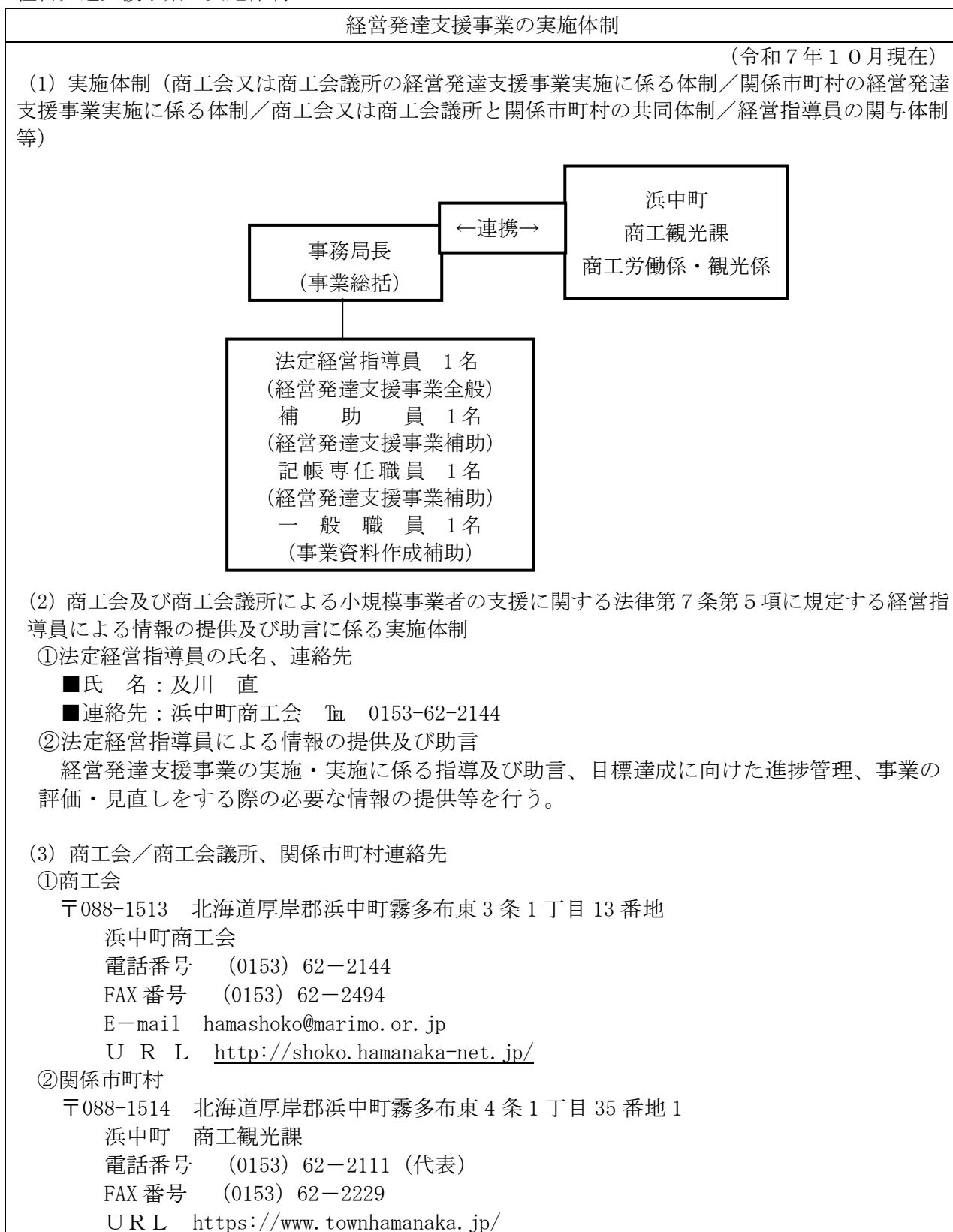
新アイテムを「ルパン三世」権利元東京関係者のご理解をいただき開発する。

(エ) 効果

浜中町でしか入手することのできない、「ルパン三世」はまなかオリジナルグッズの販売は、全国のルパン三世ファンの方々に当町へ訪れる機会を与え、交流人口の増加により地域経済の活性化に寄与する。

(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)

	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
1. 事業計画策定支援	800	800	800	800	800
① 専門家謝金	300	300	300	300	300
② 専門家旅費	500	500	500	500	500
2. 需要動向調査	800	800	800	800	800
① 委託費	500	500	500	500	500
② 雑役務費	300	300	300	300	300
3. 新たな需要開拓	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
① 旅費	300	300	300	300	300
② 職員旅費	300	300	300	300	300
③ 展示会出展費	200	200	200	200	200
④ 広告宣伝費	100	100	100	100	100
⑤ 委託費	500	500	500	500	500

(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、事業受託収入や手数料収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

