

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	標津町商工会 (法人番号) 7462505000026 標津町 (地方公共団体コード) 016934
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小規模事業者の経営課題解決による経営力の向上 2. 地域資源を活用した特産品開発・情報発信によるブランド力の強化 3. 創業及び事業承継による小規模事業者・地域経済の維持発展
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①地域経済動向分析の公表 ②中小企業景況調査等資料の活用 4. 需要動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①観光客を対象とした消費者ニーズ調査 ②展示商談会出展によるバイヤー・外部消費者の需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①経営分析セミナーの開催 ②セミナー開催後の巡回支援・窓口相談による経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①DX推進セミナーの開催・専門家派遣の実施 ②事業計画策定セミナー・個別相談会の開催 ③事業承継計画策定セミナー・個別相談会の開催 ④創業計画策定支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①巡回訪問等による定期的なフォローアップ ②補助事業等の施策活用及び金融支援によるフォローアップ ③専門家派遣によるフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①展示会及び商談会への出展による販路開拓支援 ②IT・デジタルツールを活用した販路開拓支援 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 <ol style="list-style-type: none"> ①評価委員会の設置及び外部専門家による見直しの実施 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①外部研修会等の積極的な活用による支援能力の向上 ②専門家との連携による支援ノウハウの習得による支援能力の向上 ③OJTによる支援能力の向上 ④定期的な職員会議とデータベース活用による情報共有化 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 <ol style="list-style-type: none"> ①北海道商工会連合会との情報交換 ②根室管内商工会職員協議会との情報交換 ③金融機関との情報交換 ④その他支援機関や専門家との情報交換 12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①標津町地域経済活性化協議会の設置 ②地域のにぎわい創出・地域外からの誘引による地域経済の活性化 ③地域ブランド力の強化による地域経済の活性化 ④移動販売車事業の強化による地域経済の活性化
連絡先	<p>名称 標津町商工会 住所 〒086-1633 北海道標津郡標津町北3条西1丁目1番4号 電話番号 0153-82-2333 FAX番号 0153-82-3381 電子メール shibesho@bz04.plala.or.jp</p> <p>名称 標津町 商工観光課 住所 〒086-1632 北海道標津郡標津町北2条西1丁目1番3号 電話番号 0153-82-2131 FAX番号 0153-82-1787 電子メール kankou@shibetsutown.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 標津町の概要

標津町（面積：624.38km²）は北海道の最東端に位置しており、周辺を山、川、海に囲まれ、東に根室海峡、その水平線上に北方領土・国後島を望むことができます。

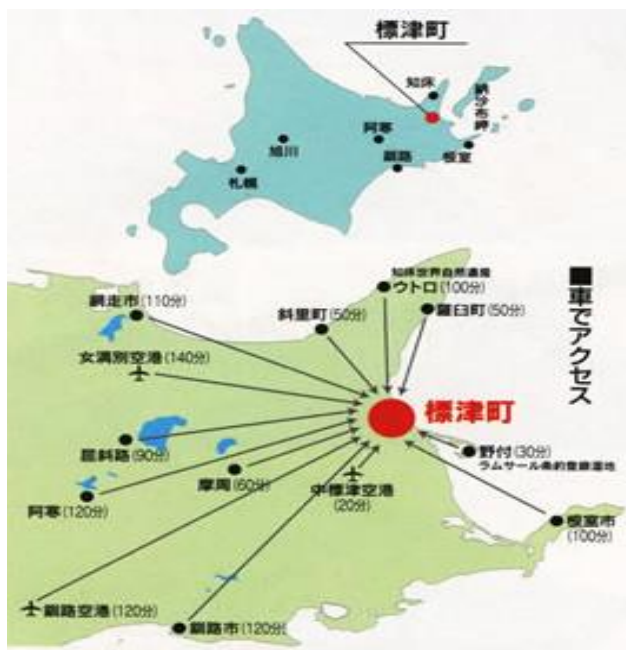
交通アクセスは車で釧路市から約120分、根室市から約90分、中標津町から約20分のところに位置しています。

また、町中心部から車で約20分の距離にある中標津空港には、新千歳空港、東京羽田空港との直行便が発着しています。

標津町は町内区域も広く、標津、川北、住吉、茶志骨（ちゃしこつ）、伊茶仁（いちゃに）、忠類（ちゅうるい）、古多糠（こたぬか）、薫別（くんべつ）、崎無異（さきむい）と地区が点在しており、中心部である標津から遠い地区は車で15分程度もかかる場所にあります。

夏は低温多湿、秋から冬にかけて好天が続く気象条件から、酪農を基盤とする農業が発展し、「漁業と酪農」の地場一次産業を基幹産業とし、牛乳、サケ、ホタテは日本有数の産地であり、それに伴う水産加工業も盛んです。

特にサケに関しては、令和2年度根室管内1市3町（標津町・羅臼町・別海町・根室市）において、地域の歴史文化のストーリー『「鮭の聖地」の物語～根室海峡一万年の道程～』が日本遺産に認定される代表的な特産品であり、そのサケをテーマとした標津サーモンパーク内に標津サーモン科学館があり、ここではサケの水族館で世界に生息しているサケの仲間30種類以上を展示しており、サケ科展示数は国内で一番多い施設で、サケの誕生から産卵までを観察・見学することができます。



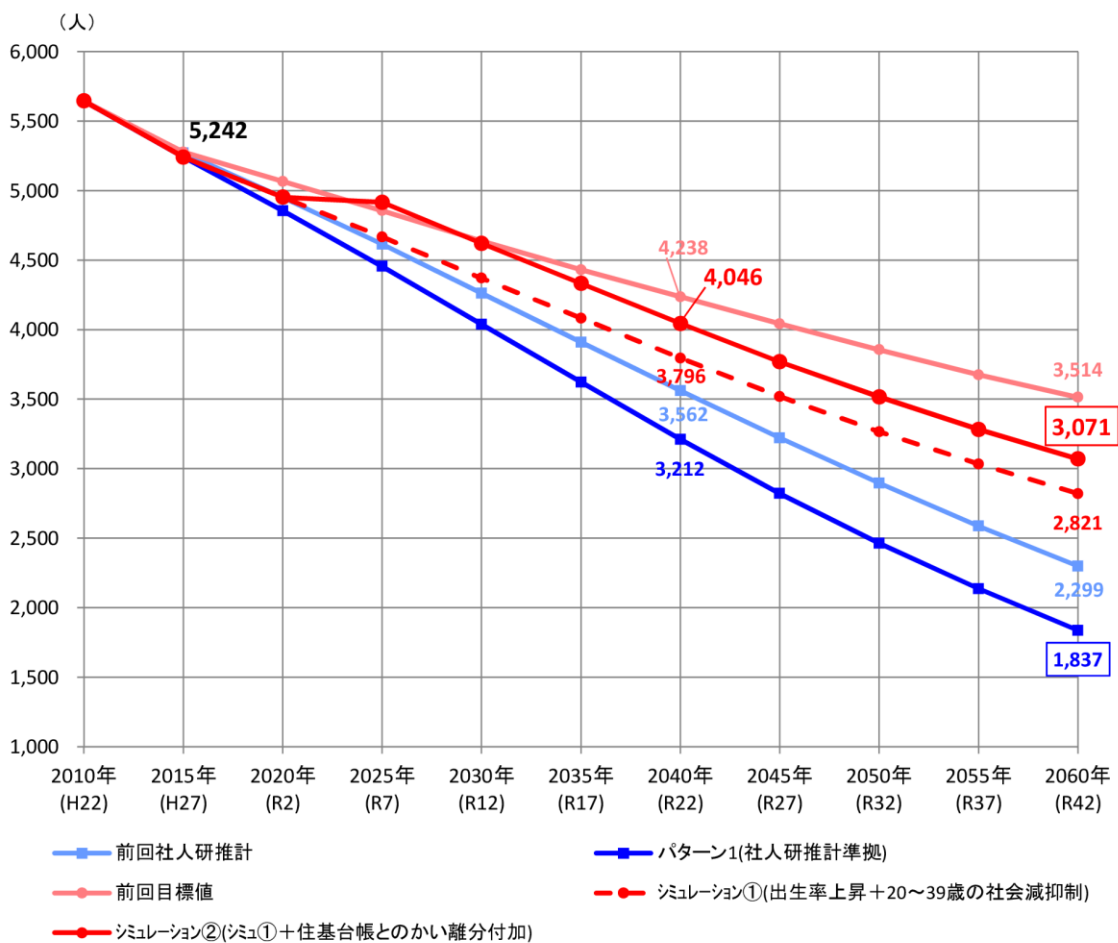
②標津町の人口

標津町の総人口は昭和40年の8,051人をピークに、平成27年に5,242人まで減少し、ピーク時の約3割減となっています。

令和3年3月末現在の人口は5,079人、世帯数は2,308世帯となっており、年々人口減少している反面、世帯数は平成27年とほぼ同数となっており、核家族化が進んでいます。

人口推計では、当町の2017年の人口5,242人に対し、国立社会保障・人口問題研究所の推計では2040年に3,212人、2060年に1,837人になると推計しています。

当町は将来の人口ビジョンとして「基幹産業の活力ある発展と安定経営への支援」「地域雇用の創出と交流人口の拡大を促進」を掲げ、2060年で人口3,000人確保を目指す事としており、基幹産業である酪農と漁業の振興、子育て世帯や教育等への切れ目ない支援から人口減少を抑制し、高齢者が元気に暮らせて、若者世代が活躍できる環境づくりを目指しています。



(出典：標津町人口ビジョン及び総合戦略)

③産業別の現状と課題 (農業・漁業)

標津町の産業割合は農業が全体の約2割を占めており、その大半が畜産業であり近隣町とともに酪農地帯を形成しています。北海道において生乳生産量は年間400万トンで安定的に推移し、総合乳価も緩やかに上昇をしているところです(農林水産省「農業物価統計」より)。しかしながら、TPPによる関税率の減少、撤廃等、国策による経営環境の悪化が懸念されています。

令和元年度の農業生産高は145億円程度、農家件数は146件、搾乳業が120件と大部分を占

め、チーズやバターの加工原料となっています。

平成9年のピーク時には農家件数が186件と40件減少しており、要因として事業主の高齢化や後継者不足による廃業となっています。

漁業は全体の約1割以上を占めており、特にサケが多く獲れ、秋サケは日本有数の水揚げ量を誇りますが、近年気候の変動から漁獲高が減少しております。かわってホタテの養殖は盛んに行なわれ、漁業者の所得を下支えしているのが現状です。

標津町では「地域HACCP」の取組みを平成11年度から北海道と連携し、標津前浜の水産物（サケ、ホタテ）を対象とした漁獲から市場、加工、流通までの地域HACCPマニュアル策定事業が実施され、標津町地域におけるHACCPが業界一体となって動き出しています。

また、農商工連携等を利用した新商品の開発や販路開拓支援を積極的に行い、販売強化による地域ブランド力の強化「知床しべつ」ネーミングの普及拡大を推進する必要があります。

（商工業）

商店街は市街地に位置しており、商店数は最盛期の半数ほどまで減少し、現在は30軒ほどの商店が点在して商店街を形成しています。

町内の高齢化が進んでおり、高齢者の利用頻度が高い商店街は、地域の憩いの場となっています。地理的条件から町内消費に売り上げの中心を置かざるを得ない各店は、生活圏域の広域化に伴う町外大型店への購買力流出拡大による影響を大きく受けているのが実情です。

当会では町内の高齢者など、移動手段が限られている買い物難民支援のために「移動販売車（どこでもカウモン号）事業」を平成22年4月から行なっています。この事業により、買い物が困難な地区での商品販売が可能となり、新規顧客の開拓に繋がりましたが、参加事業者の確保や消費者ニーズに合った商品の提供など、今後の運行に向けて移動販売事業の必要性等含め、高齢者が安定的に日用品を購入できる環境を整備するなど、更なる買い物弱者対策が求められています。

水産加工業においては、主要原材料であるサケ漁の不漁により、漁獲高が減少し特産加工品であるイクラにも影響を与えています。

しかし地域HACCPの取組みにより、標津町の地域資源を活かした高付加価値化の対策となっています。

標津町におけるサケ・イクラ・ホタテ等の特産加工品は、個々の事業者が独自に商品を開発・販売していますが、標津町としての情報発信が弱く、地場産品・特産品を活かした商品開発による新しい販路開拓やブランド化、全国へのPRや消費の拡大が課題となっています。

移動販売車売上推移

（単位：千円）

項目	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度
売上高	13,456	12,689	13,340	13,032	13,924

（出典：標津町商工会会計データ）

（観光業）

当町は中標津空港から20分程度の場所に位置しており、世界遺産「知床」への通り道として、地域観光の周遊ルートになっています。

観光客入込数は、平成14年度に約60万人のピークを迎えて以降、減少傾向にあり、令和元年度には、約60万人から約23万人減の約37万人とピーク時の6割程度まで落ち込んでいます。そのような中、観光入込客数は隣接する中標津町、別海町とほぼ同じの規模を維持しています。

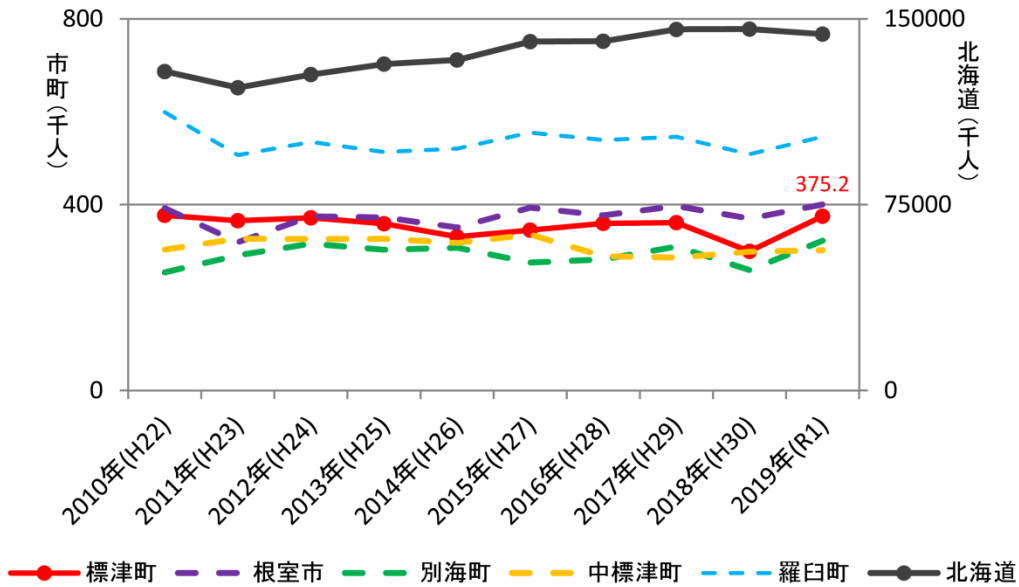
なお、外国人観光客宿泊者数を見ると、平成24年から徐々に増加しており、令和元年度には前年度対比1.5倍となっています。

しかし、宿泊客延数は平成30～令和元年度1万3千人程度で、こちらについては入込数とは異なる

り、極めて低調な数値となっており、標津町は「通過型観光地」となっていることが課題です。

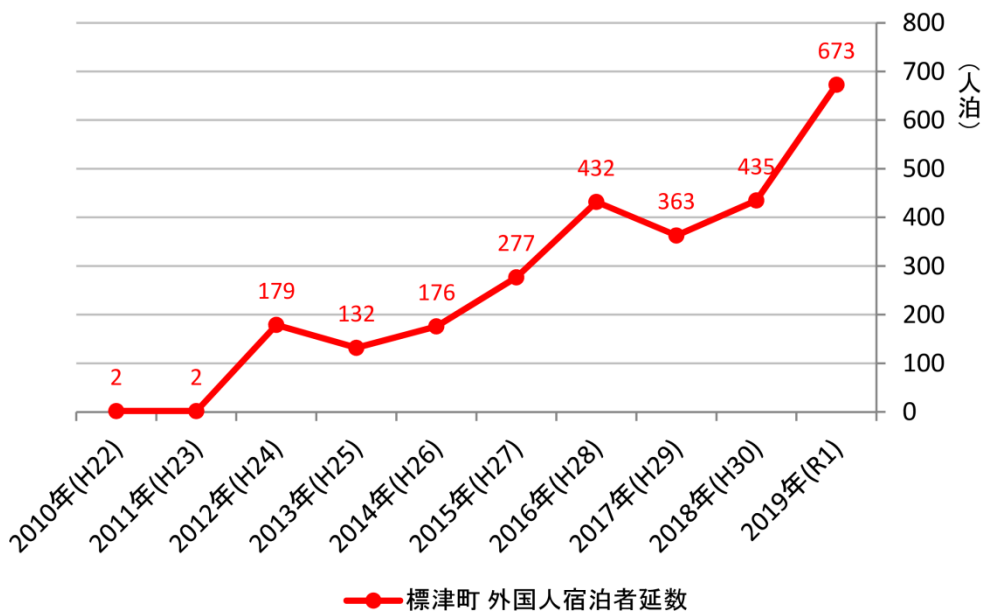
標津サーモン科学館の入場者数も、年間5万人程度で推移していますが、年々わずかながら減少しています。

図1 【観光客入込数年度別推移（根室管内・全道比較）】



(出典：標津町人口ビジョン及び総合戦略)

図2 【外国人観光客宿泊数の年度別推移】



(出典：標津町人口ビジョン及び総合戦略)

図3【根室管内観光客入込数】（単位：人）

市町村名	区 分	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
標 津 町	入 込 総 数	345,100	360,000	361,400	299,600	375,200
	宿 泊 客 延 数	16,600	16,600	15,800	12,700	13,100
中 標 津 町	入 込 総 数	335,700	289,200	286,200	298,900	302,000
	宿 泊 客 延 数	56,700	55,300	62,200	64,400	63,200
別 海 町	入 込 総 数	275,500	282,300	309,800	259,200	322,400
	宿 泊 客 延 数	28,300	22,600	23,200	19,200	35,900
羅 臼 町	入 込 総 数	555,300	539,000	546,200	508,800	546,600
	宿 泊 客 延 数	80,900	67,900	68,300	50,500	37,500

（出典：北海道根室振興局）

図4【サーモン科学館入場者数推移】

項 目	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
入 場 者 数	47,900人	49,300人	48,600人	45,300人	47,400人

（出典：標津町）

エコツーリズムの推進により修学旅行生等団体の受入も活発で、令和元年度においては道内外併せて2千人程度が来町し、道外からの受入が多く地域HACCPにより生産された海産物の紹介や体験型観光でイクラ作りなどを行い標津町の特産品をアピールしています。

その他にも、交流人口拡大に向けて平成7年度から「忠類川サーモンフィッシング」※を8月初旬から11月初旬まで行っておりますが、令和元年度は町内外併せて700人程度と、ピーク時の平成11年度3,300人と比べると、サケの不漁等もあり約80%減少しています。

当町は観光施設として標津サーモン科学館がある他は観光地としての知名度が低く、着地型観光地として豊かな自然などの観光資源を活かした観光事業の構築、並びに魅力ある観光資源として如何に情報発信を行なっていくかが課題となっています。

令和2年以降新型コロナウイルス感染症の影響によって飲食・宿泊業をはじめ観光業が深刻な影響を受けました。令和2年度の観光入込客数は21万6千人と対前年比56.1%となり、外国人宿泊客に至っては2名で対前年比0.4%という結果となりました。

したがって、コロナ収束後、ウィズコロナに向けた道内・国内需要や終息後のインバウンドに対して、標津町の魅力や宿泊事業者等の情報発信、飲食・小売店への誘引など、長く町内に滞在してもらえる仕組みづくりが必要となります。

※忠類川サーモンフィッシング・・・平成7年から始まった一般の釣り人が河川でサケ釣りが認められている事業。有料ではありますが一定のルールに従いサケ釣りができることから全国各地から標津町を訪れています。

④小規模事業者の現状と課題

標津町における経済状況は、少子高齢化による人口減少、経済社会の構造的変化による地域経済の活力減退により、地域経済を支える小規模事業者、特に「小売業」「水産加工業」にとって、需要の低下、売上の減少、利益率の低下等、厳しい経営環境となっています。今後、小規模事業者が地域経済の底上げをし、新たな事業の担い手創出や付加価値の高い企業を育成することが課題であり、根本的な経営体質の強化が必要です。

また、隣接する中標津町は車で約20分程度の距離であり、大型商業施設や大型店が多数あるため、町外への消費購買力の流出に歯止めがかからない状況となっています。したがって、地域における商

店や飲食店のPR等、消費拡大を目的とした事業に取り組み、消費流失の抑制を図ることが必要です。

特に新型コロナウイルス感染症により、飲食・宿泊業などの観光に直結する事業者をはじめ、小売業・サービス業等広い業種の小規模事業者に影響があるため、地域資源やIT等の活用による地域購買力の拡大を図る取組みが不可欠です。

更に、各業種に共通する問題として、事業主の高齢化、後継者不足から廃業を余儀なくされる企業もあり、スムーズな事業承継ができていない現状も含め、後継者のいない企業との後継者マッチング等による支援をすることが求められています。

基準	項目	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	合計
H28 4.1	商工業者数	31者	29者	4者	41者	25者	33者	56者	219者
	小規模事業者数	30者	28者	4者	41者	25者	32者	56者	216者
R3 4.1	商工業者数	27者	23者	4者	39者	39者	32者	38者	202者
	小規模事業者数	26者	22者	4者	39者	39者	31者	38者	199者

(出典：商工会実態調査)

(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

標津町は、人口の減少や事業主の高齢化・後継者不足による事業廃業などが今後予想され、近隣自治体の商業施設への購買力流出による売上高の減少、それに伴う商店街の衰退、新型コロナウイルスの影響による経済の不確実性など、小規模事業者の経営を取り巻く環境は厳しい状況にあります。

地域資源やIT等の活用による経営力の向上、持続的な経営基盤の確立、事業承継や創業等による事業継続など、地域経済の活力を取り戻し、次世代へ向けて更なる発展を遂げることが、小規模事業者の持続的な発展に繋がるものと考えます。

このようなことから、標津町商工会では10年程度の期間を見据えて、

「地域資源・ITを活用したブランド力の強化と経営力向上による地域商工業の維持・活性化」

を長期的な振興のあり方として位置付け、小規模事業者の経営支援を実施します。

② 標津町人口ビジョン及び総合戦略との連動性・整合性

標津町の総合計画として位置付けている標津町人口ビジョン及び総合戦略(令和3年度～令和7年度)の政策分野において、下記の通り商工業の施策方針が示されています。[一部抜粋]

産業・経済の政策

① 基本的目標

地域の資源を活かし、まちの産業、まちの経済を守り育てる環境をつくとともに都市からの人の流れを呼び込む環境をつくる

② 基本的方向

- 生産基盤の整備や環境の保全、担い手の確保、製品の付加価値向上及び販売力の強化など、生産や販売に関する総合的な取組を実践する
- 雄大な自然や美しい景観、再生可能エネルギーなどの地域資源を有効に活用した雇用の創出による持続的なまちづくりを促進する

- 町民との協働、都市部や近隣自治体との連携及び地域資源の有効活用などにより、交流人口の拡大を促進する

当商工会では長期的な振興のあり方で示した「地域資源・ITを活用したブランド力の強化と経営力向上による地域商工業の維持・活性化」と標津町の総合計画に示された商工業の施策内容の

「製品の付加価値向上及び販売力の強化など、生産や販売に関する総合的な取組を実践する」、

「雄大な自然や美しい景観、再生可能エネルギーなどの地域資源を有効に活用した雇用の創出による持続的なまちづくりを促進する」、

「地域資源の有効活用などにより、交流人口の拡大を促進する」

と方向性は同じであり、運動性・整合性は一致しているため、自治体・農協・漁協・観光協会等各種団体と連携し、地域経済の活性化を図ります。

③標津町商工会としての役割

標津町商工会はこれまでの取組みとして、経営改善普及事業を中心に小規模事業者が抱える問題に対して、巡回訪問による相談や専門家派遣の活用を通し、課題整理や目標設定、事業計画策定支援など行なってきました。

また全国で開催される展示商談会等へ出展する小規模事業者への支援から、少しずつではありますが確実に地域ブランドとしての「知床しべつ」知名度拡大に寄与してきました。

今後さらに高度で多様化してくる小規模事業者の諸問題に対し、地域の総合的な経済団体及び支援機関として、各種支援機関や専門家と連携を図り、横に並び同じ目線で共に考える伴走型の支援を実施していきます。

特に、新型コロナウイルス感染症により幅広い業種の小規模事業者に影響が出ており、今後も同様に急激な経営環境の変化が訪れる可能性もあるため、変化に即応できる支援体制の構築を図ってまいります。

(3) 経営発達支援事業の目標

前述の「地域の現状と課題」「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、行政や関係機関等と連携を図りながら、今後5年間の目標を以下のとおり掲げて実施します。

①小規模事業者の目標

目標1：小規模事業者の経営課題解決による経営力の向上

小規模事業者自らが抱える経営課題を把握し、その解決により経営力の向上を図るとともに売り上げ増加につなげます。小規模事業者の経営力の向上を目指し、個社の経営分析及び地域の経済動向を分析し、経営課題を目に見える形で提示することにより経営者の課題解決に対する意識を高め、巡回訪問等を通じて対象事業者の掘り起こしを行い、事業計画策定及びフォローアップ支援に取り組まします。

(数値目標)

支援対象事業者の売上高が5%増加 25事業者/5年

目標2：地域資源を活用した特産品開発・情報発信によるブランド力の強化

地域資源を活用した特産品開発及び販路開拓支援を行ない、事業者に商品の強みや弱みなどを具体的に把握してもらうことでブランド力強化の基礎を構築し、商談会や展示会等の積極的な活用を図りながら、情報発信及び販路開拓に繋がります。

(数値目標)

標津町の地域資源を活用した新たな特産品開発 2アイテム/5年

目標 3：創業及び事業承継による小規模事業者の維持

当町における小規模事業者は高齢化等により減少してきていますが、創業及び事業承継を推進することで減少幅の抑制に努め、小規模事業者数・商店街機能の維持に繋がります。

(数値目標)

創業支援による創業者数	5 事業者/5 年
事業承継者数	10 事業者/5 年

②地域への裨益目標

上記①小規模事業者の目標 1～3 を達成することにより、小規模事業者の経営力向上並びに小規模事業者数・商店街機能の維持に繋げ、地域の活性化と地域住民の生活環境維持を図ります。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (令和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

上記の目標を達成するため、次の方針により経営発達支援事業を実施します。

①小規模事業者の目標

目標1：小規模事業者の経営課題解決による経営力の向上

購買力の流出や人口減少などにより小規模事業者の売上高が年々減少している中、経営状況の分析及び地域の経済・需要動向を分析し、事業者が抱える課題を提示することにより課題解決に対する意識を高め、SWOT分析（強み・弱み・機会・脅威）の視点から事業計画策定を行ない、課題解決と売上向上へ向けた支援を実施します。

目標2：地域資源を活用した特産品開発・情報発信によるブランド力の強化

標津町の豊かな海産物や自然を中心とした地域資源を活用し新商品等特産品開発を行ない、自治体や漁協、観光協会など各種団体と連携し、小規模事業者との結びつきを強め、確固たる地域ブランドの創出と確立を図ります。

また、コロナ禍による観光関連産業の落ち込みに歯止めをかけ、地域の活力を取り戻し魅力ある標津町を発信するため、ITや展示商談会出展等を活用した、地域ブランド力の発信及び強化と販路開拓を図ります。

目標3：創業及び事業承継による小規模事業者・地域経済の維持発展

当町においても小規模事業主の高齢化と後継者不在は目に見えて顕著になっており、今後不足業種が発生することが懸念されます。

よって、空き店舗など現状の実態を把握し専門家と連携した上で、創業による事業計画策定を支援します。

事業承継についても、親族内承継や従業員等への第三者承継など、個別の事案に対応したきめ細かな支援を行ない、高度で専門的な相談には専門家との連携を図りながら、事業承継計画策定を支援します。

②地域への裨益目標

本事業を通じ小規模事業者の経営力を高め、販路開拓、地域の情報発信等を積極的に行い、小規模事業者の持続的発展に寄与することで、地域の事業者数の減少抑制及び商店街機能維持並びに雇用確保に繋がります。

併せて、標津町が目指す地域ブランド「知床しべつ」の拡大と販売促進、PR活動を展開することにより地域経済活性化に寄与することを目標として支援を実施します。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

北海道商工会連合会が公表している中小企業景況調査、日本政策金融公庫が提供している景況調査及び消費者動向調査、地域金融機関が発行する地域経済動向レポートから情報を収集し、巡回支援及

び窓口相談時に提供してきました。

〔課題〕

提供してきたデータが、問題提起や課題解決のツールとして分かりやすく提供されていないため、事業計画策定や経営支援に活かしきれていないのが課題です。

また第1期事業計画では小規模事業者経済動向調査として製造業・建設業・小売業・サービス各業種へヒアリング調査を実施する予定でしたが、職員の人事異動等があったため、実施することが出来ませんでした。

第2期事業においては、国が提供する「地域経済分析システム」(RESAS)を活用した地域経済動向調査を年1回実施し、当町を基準とした経済環境の分析結果を提供することで身近なデータとして関心を持ってもらうとともに、事業計画策定の基礎資料として活用します。

また、金融機関等が実施している中小企業景況調査の結果を国・北海道と比較分析しグラフ化するなど見やすい資料として提供するとともに、事業計画策定の基礎資料として活用するなど、確実な実施と情報提供を図ります。

(2) 目標

支 援 内 容	公表方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①地域経済動向分析の公表回数 (RESAS)	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②中小企業景況動向分析の公表回数	HP掲載	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域経済動向分析 (RESAS)

地域経済分析システム (RESAS) を用い、当地域における経済動向を把握・分析し、小規模事業者の経営状況及び経営分析の基礎資料とするほか、事業計画策定に活用します。

また、調査・分析した結果を当商工会ホームページにて年1回公表します。

【分析項目】

- ・産業動態等 「地域経済循環マップ」、「産業構造マップ」等
- ・人の動き等 「人口マップ」、「観光マップ」「まちづくりマップ」、「From-to 分析」等

【分析手法】

経営指導員等が裏付けのあるデータに基づいて、次について分析、検討を行います。

- ・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します。
- ・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、滞在人口率、来町の目的地(観光スポット)等について把握・分析します。

②中小企業景気動向分析

北海道商工会連合会の「中小企業景況調査」、日本政策金融公庫の「景況調査及び消費者動向調査」、地域金融機関(大地みらい信用金庫)の「地域経済動向レポート」から情報を収集し、小規模事業者にも身近なデータとして分かりやすく伝わりやすいレポートにして、地域の景気動向について四半期ごとに公表を行ないます。

【分析項目】業種別業況推移、設備投資の実施や計画状況、経営上の問題点、季節毎の観光客数等

【分析手法】全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」に、日本政策金融公庫が発表している企業動向調査の結果を追加し、当該地域の状況を調査・把握し、観光客の入込数を行政機関から入手のうえ調査

【分析手法】経営指導員が中心となり調査及び分析を行ない、必要に応じて専門家と連携して調査分析を行ないます。

事業者に対しては整理分析したデータを活用し、自社を同業や同地区の景況感と比較分析しグラフ化するなどします。

(4) 調査結果の活用

分析した結果をまとめ、当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します。

また、経営指導員等が巡回支援において直接小規模事業者に提供することで、経営分析及び事業計画策定支援の資料として活用します。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

第1期事業においては、経営指導員等の欠員により地域の需要を踏まえた調査分析をしておらず、経営分析に必要な消費者の需要動向、各事業者が扱う商品の需要動向などの把握、情報提供など適切な支援ができていないのが現状です。

そのため、小規模事業者が需要動向調査を行う意義の認識や適切なニーズの把握が出来ていない状況です。

〔課題〕

第2期事業においては、職員の支援体制の構築や事業者との連携を行い、需要動向調査の確実な実施と、小規模事業者へ需要動向調査の意義を認識していただく必要があります。

また、本事業の目標である地域資源のブランド力強化を見据え、小規模事業者に適切な需要動向をフィードバックするために、必要に応じて専門家と連携しながら市場ニーズに即した調査項目を加えた上で需要動向調査を行い、より高度・専門的見地に立った支援による販路拡大・開拓に活かすことが必要です。

(2) 目標

支援内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①地域の需要動向調査 対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
②バイヤー・外部消費者需 要動向調査対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①観光客を対象とした消費者ニーズ調査

標津町観光協会、町内宿泊施設と連携し、町内施設を訪れた観光客や宿泊客を対象に商品・サービスの消費動向についてのニーズを対象に宿泊等のサービスや特産加工品の試食などによる調査を実施し、専門家との連携を図るなどで分析を行い、消費者のニーズ情報として事業計画に反映させます。

また、顧客満足度の向上や観光客を商店街へ誘引する仕組み構築などに併せて活用を図ります。

【調査対象】 標津町へ訪れる観光客

【調査内容】 標津町の観光関連産業に関するニーズ調査

- 【調査方法】 アンケート調査票設置による記入（100件回収を目標）
- 【調査場所】 標津サーモン科学館・町内宿泊施設
- 【調査項目】 共通項目：回答者の属性・標津町（知床しべつブランド）へのイメージや知名度 等
 サービス：接客サービスの質への評価（金額・評価すべき点、改善すべき点 等）
 宿泊目的・宿泊施設選択の理由 等
 商 品：商品への評価（味・価格・内容量）お土産品に求めること 等

②展示商談会出展によるバイヤー・外部消費者の需要動向調査

北海道物産振興会が運営する「どさんこプラザ」などのアンテナショップにおいて町外消費者のニーズを調査、「スーパーマーケット・トレードショー」や「全国食の逸品EXPO」などの展示会や商談会においては、バイヤーなどプロの目から見た標津町の海産物を活かした特産品に対する印象やトレンドとの比較、売り場側の意見等を調査分析し、商品の改良や販路拡大への支援に繋がります。

また、職員全体で支援体制を構築し、分析については専門家との連携を行い、確実な事業実施と高度・専門的な支援により販路拡大に繋がります。

【調査対象】 町外消費者及びバイヤー

【調査方法】 聞き取りによるアンケート調査。

・アンテナショップでは50件を目標（消費者）とします。

・商談会展示会では5件を目標（バイヤー）とします。

【調査項目】 『消費者』 価格・パッケージデザイン・容量・味・香り・見た目
 （地域ブランドとして標津町らしさが伝わるか）の他、
 回答者の属性（住所・性別・年代・職業）など

『バイヤー』 属性以外の上記項目に加えて、トレンド情報・競合他社商品との比較や他社の動向など

【分析方法】 経営指導員等が専門家と連携して、個社の事業計画策定や新たな需要開拓に活用できるようニーズ分析を行ないます。

（4）調査結果の活用

①観光客を対象とした消費者ニーズ調査

分析結果については、経営指導員等の巡回訪問により、調査対象事業者へ還元し、宿泊等サービスの改善や、特産品開発・特産品等のブラッシュアップへの事業計画策定に活用を図ります。

②展示商談会出展によるバイヤー・外部消費者の需要動向調査

分析結果については、経営指導員等が巡回訪問により展示商談会出展事業者へ還元し、特産品等のブラッシュアップや新たな特産品開発の事業計画策定に活用する他、市場トレンド等の情報は同業種の小規模事業者への経営支援にも活用します。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕

第1期事業において、主要業種である小売業に特化した経営状況分析セミナーを開催し、同業他社との比較による定量分析や、自社の状況を振り返る定性分析を行ない課題解決のための事業計画策定に繋がりました。

〔課題〕

新型コロナウイルス感染症の影響により、特に経営状況が悪化している観光関連産業（製造業・小売業・飲食サービス業・宿泊業）を中心に、小規模事業者が抱える課題を的確に捉え、経営状態を把握し今後の方向性を導くため、引き続き、財務諸表等から見える定量分析とSWOT・3Cによる定

性分析など、財務と非財務の両面より精度の高い分析を行ない、事業計画策定を見据えた支援を行ないます。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①セミナー開催件数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②経営分析事業者数	8 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

新型コロナウイルス感染症の影響が特に大きい観光関連産業の小規模事業者や、新たな事業展開や販路拡大などを目指す小規模事業者等を対象に「経営分析セミナー」を開催します。

また、参加した事業者の経営資源や分析内容を基に、具体的な経営課題の抽出へ向けた分析を行います。

【募集方法】巡回訪問等による掘り起し並びに、チラシやHPで地域の小規模事業者に広く周知する

【開催回数】年1回

【参加事業者】15事業者

【講師】中小企業診断士、税理士

【内容】

経営課題抽出の手法としての経営分析の必要性について、セミナーを通し小規模事業者に伝えるとともに、定性分析（SWOT・3C分析）と定量分析（財務諸表）の基礎知識の重要性を理解していただきます。併せて、簡易的な定性分析を行うことにより基礎知識の習得を図ります。

②セミナー開催後の巡回支援・窓口相談による経営分析

セミナーに参加し経営状況の分析に関しての理解と意識付けが得られた小規模事業者は、事業計画策定へ繋げるべく巡回支援及び窓口相談を行ない、具体的な経営分析を進めていきます。

セミナーの受講だけでは抽出できない課題に対しては、個別にヒアリングを行なうことで課題の整理を行ない、経営分析を実施します。

支援にあたっては、経営分析セミナー参加者の中より簡易的な分析により早急に解決すべき課題が見つかった事業者や、商品・サービス等の改良を希望する事業者を中心に15名程度を抽出したうえで、経営指導員が中心となり支援計画を立て、経営分析支援を計画的に実施していきます。

【支援対象者】セミナー参加者を中心に15名程度

【分析項目】定性分析

・SWOT分析 強み・弱み・機会・脅威

定量分析（財務諸表等を活用）

・収益性、生産性、効率性、安全性、成長性

上記の他、必要に応じて専門家と連携し、以下の視点からも分析を行ないます

・3C分析 顧客・自社・競合

・マーケティング4P 商品・価格・流通・広告

【分析手法】

経営指導員がネットde記帳システムや中小企業基盤整備機構の経営自己診断システム等を活用

し定量分析を行いません。

定性分析については経営指導員が事業者とともにヒアリングからSWOT分析を行います。

また、必要に応じて専門家と連携して高度で専門家的な視点を入れた経営分析を行いません。

(4) 分析結果の活用

SWOT等による定性分析のほか、ネットde記帳や経営自己診断システム等による定量分析により、財務面の裏付けを持った経営状況の分析が可能となり、経営課題の抽出のために経営状況の分析を行い、その解決のための事業計画の策定及びその実行に繋がります。

また経営状況の分析結果を活用することで、課題解決のための事業計画策定をスムーズに行うことが可能となります。

さらに、クラウド型経営支援ツールShokobizを活用して支援データを蓄積し、職員間で情報共有を行い、将来目標設定や課題解決策の提案力強化など支援スキルアップに繋がっていきます。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

第1期事業において、事業計画策定セミナー及び個別フォローアップ支援を実施し、専門家と連携しながら事業計画策定の必要性を伝え、課題解決や販路開拓に積極的な小規模事業者の事業計画策定に繋がりました。

しかしながら、補助事業の活用に係る事業計画策定が大半を占め、多くの小規模事業者は、事業計画を策定し実行すること自体の必要性を認識するに至っていません。

事業承継については、事業承継セミナーの開催と巡回訪問の実施、相続税や贈与税等の専門的な相談内容には専門家派遣を活用し、スムーズな事業承継への支援を行うことで、経営力の強化及び小規模事業者の維持に繋げることができました。

また補助金申請時や税務申告時に事業計画の策定支援を行い販路開拓に繋がりましたが、補助金活用や金融支援等の機会を通じての限定的な計画策定に留まっておりました。

創業については、標津町起業等支援事業補助金があるものの、過去5年間での支援実績は2件であり、補助制度の周知や創業予定者の声を拾い切れていないのが現状です。

※【参考：標津町起業等支援事業補助金】

補助金の対象となる経費の 50% (上限300万円)

補助金の対象となる経費工場や店舗などの増改築費用、設備や備品の購入費、空き店舗等の賃料(最大12ヵ月分)、試験研究や必要な技術の習得に関する研修、人件費(最大12ヵ月分/最低賃金を基に一定額を補助)など、開業に必要な経費が該当。

〔課題〕

セミナー開催や巡回訪問により事業計画を策定する小規模事業者は着実に増加していますが、経営状況の分析から自社の課題を捉え、課題の解決による先を見据えた事業計画策定の必要性を更に広め、事業計画を策定する小規模事業者を増やすことが課題となります。

また、今後はコロナ禍の状況を踏まえ、新たな生活様式に対応する事業展開の実践が急務となっていることから、DXなどの取り込みを図りながら事業者の経営の安定及び強化を図ることが課題です。

併せて、事業承継は引き続き専門家と連携しながらスムーズな承継が実施されるよう、引き続き支援します。

創業については、空き店舗の状況を常に把握し巡回訪問等による小規模事業者や新規創業者の動向

を見逃さず、標津町と連携した創業予定者の掘り起こしを行ないます。

(2) 支援に対する考え方

地域の経済動向及び需要動向調査、経営状況の分析結果を踏まえ、事業者ごとの課題解決に則した事業計画策定支援を確実に実施します。

巡回支援・窓口相談により経営分析を行なった小規模事業者に対し、事業計画策定セミナー及び個別相談会によるきめ細かな支援を行ない、小規模事業者の未来を見据えた事業計画を実施する基盤を整え、経営の強化を図ります。

事業承継が必要な事業者においては、将来を見越した事業計画の策定を支援し、事業承継後も安定した経営を行なえるよう支援します。

創業予定者においては、創業の心構えや資金調達、空き店舗の利活用や各種施策の活用など、町や関係機関・専門家と連携を図りながら伴走型の支援を行います。

また、事業計画の策定支援を行なうにあたって、支援を実施する小規模事業者の業種や支援内容などにより、複雑で高度な事業計画策定が必要な場合は、専門家を活用した事業計画の策定を支援します。

なお、事業計画策定支援の前段階においてDXに向けたセミナーを行ない、新たな生活様式に対応するため、DXに向けた取り組みの基礎知識習得を図ります。

(3) 目標

支 援 内 容	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	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・個別相談会	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③事業承継計画セミナー・個別相談会	2回	2回	2回	2回	2回	2回
④事業計画策定事業者数	8者	10者	10者	10者	10者	10者
⑤事業承継計画策定事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
⑥創業計画策定事業者数	2者	1者	1者	1者	1者	1者

※DX推進セミナーは新規 現行の創業支援者数は1期目の実績

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催・専門家派遣の実施

【支援対象】 経営分析を行なった小規模事業者、観光関連事業者、補助事業の活用等に意欲的な事業者などの町内小規模事業者

【開催回数】 事業計画策定セミナー前 年1回開催

【周知方法】 文書での通知及び商工会報による周知、巡回訪問等による呼びかけ

【参加事業者】 15事業者

【講師】 ITコーディネーター・中小企業診断士等

【手段・手法】

「DXとは何か」をまず小規模事業者に浸透させるため、DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）、電子決済等による基礎知識の習得、DX導入の意義や動機付けを行ないます。

また、実際にどのような取組みがDXの推進に繋がるのか、ITツールの導入やwebサイト構築等

の取組みなど、事例等を分かりやすく交えたセミナーを開催します。

また、セミナー受講者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、ITコーディネーター等の専門家派遣を実施し、競争力の強化を目指した事業計画策定を支援します。

②事業計画策定セミナー、個別相談会の開催

いまだ多くの小規模事業者は事業計画の策定及び実行の必要性を認識しておらず、自社の事業計画策定を行なったことがないため、事業計画策定セミナー及び個別相談会の実施やその後の巡回訪問等により、課題解決から目標を見据えた実行可能な事業計画の策定支援を行ないます。

また、特産品開発が必要な事業者についても商品開発・販路開拓計画策定のため当セミナーへの出席勧奨し同様に支援します。

【支援対象】 経営分析を行なった小規模事業者、観光関連事業者、補助事業の活用等に意欲的な事業者、経営環境の変化に対応が必要な小規模事業者

【開催回数】 セミナー 年1回 個別相談会 年1回

【周知方法】 文書での通知及び商工会報による周知、巡回訪問等による呼びかけ

【参加事業者】 セミナー 10事業者 個別相談会 3事業者

【講師】 中小企業診断士等

【手段・手法】

経営指導員が中心となり、事業計画の必要性や基礎知識などを習得させるとともに、販路開拓などの出口を見据えた事業計画の策定を支援します。

また、個別相談会において、個々の事業者における課題の抽出やその解決策の提示など、具体的な事業計画策定を行います。

さらに、複雑で高度な事業計画策定が必要な場合、専門家や関係機関と経営指導員が連携しながら巡回訪問等により策定を支援します。

③事業承継計画策定セミナー、個別相談会の開催

【支援対象】 事業承継に前向きな小規模事業者

【開催回数】 セミナー 年1回 個別相談会 年1回

【周知方法】 文書での通知及び商工会報による周知、巡回訪問等による呼びかけ

【参加事業者】 セミナー 10事業者 個別相談会 3事業者

【講師】 中小企業診断士等

【手段・手法】

経営指導員が中心となり、事業承継を行うに当たっての準備や手続きなど小規模事業者自身わからない事などを中心に、きめ細かな支援を行いながら、専門家と連携し事業承継計画の策定を支援します。

また、親族内外の承継や第三者承継による承継者のマッチング、第2創業など、中小企業診断士・税理士等の専門家や北海道事業引継ぎ支援センター等の各種支援機関と連携を図りながら、事業承継計画の策定を支援します。

④創業計画策定支援

【支援対象】 創業予定者、創業後1年以内の小規模事業者

【手段・手法】

創業予定者の掘り起こしについては、行政や金融機関等と情報共有を図るなどで実施します。

創業予定者には経営指導員等によるヒアリングを行ったうえで、創業計画策定の意義や効果・資金計画、空き店舗状況、公的施策情報等について説明などの創業計画の策定支援を行います。

また必要に応じて各金融機関や各支援機関・専門家と連携し、実効性の高い創業計画の策定を支援します。

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

〔現状〕

第1期事業においては、経営指導員が中心となり事業計画を策定した小規模事業者に年2回程度の巡回支援を行ない、専門家と連携したフォローアップ支援を実施しましたが、事業者自らが事業計画の重要性を意識しPDCAサイクルを機能させるまでにはいきませんでした。

〔課題〕

計画に基づく事業展開を定着させていくには、定期的・計画的に進捗状況を確認し、適切な助言等を行なうことが求められますが、小規模事業者への巡回支援数不足や、これまでの商工会事業等への関わり度合いなどによる支援先事業者の偏りなどがあったため、今後は定期的・計画的なフォローアップにより、PDCAサイクルを機能させることが課題です。

(2) 支援に対する考え方

上記で述べたように、これまでは支援先事業者への巡回支援数不足や偏りがあったため、今後は定期的・計画的な巡回訪問等により事業の計画、実行、評価、改善（PDCAサイクル）が機能するような支援を実施します。

また、計画と実績に乖離がある場合は、中小企業診断士などの専門家と連携し、原因とそれを解決するための課題を整理して、臨機応変に対応します。なお、事業計画に無理が生じている場合には、小規模事業者とともに事業計画の修正を行います。

(3) 目標

支 援 内 容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①フォローアップ対象事業者数	8者	13者	13者	13者	13者	13者
②頻度（延回数）	16回	52回	52回	52回	52回	52回
③売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
④売上高5%以上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

※フォローアップ対象事業者数については、事業計画・事業承継計画・創業計画の合計

(4) 事業内容

①巡回訪問等による定期的なフォローアップ

事業計画（事業承継計画及び創業計画を含む）を策定した全ての小規模事業者に対して、地域の経済動向や需要動向などについて最新の結果を提供しつつ、事業計画の進捗状況を確認するため、3カ月に1度（年4回）の定期的な巡回訪問により、事業の計画、実行、評価、改善といったPDCAサイクルによる目標達成に向けたフォローアップ支援を行います。

なお、事業計画の進捗状況や創業等の重点支援対象者等により、訪問回数を増やして支援を行い実状に応じた支援を行います。

②補助事業等の施策活用及び金融支援によるフォローアップ

①による定期的な巡回訪問によるフォローアップ支援に加えて、小規模事業者の更なる事業活動の活発な推進を支援するため、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金などの補助事業や、日本政策金融公庫の各種融資制度、標津町の制度融資の活用についても定期的に周知し、補助メニューと融資制度の両面からの円滑なサポートを実施します。

③事業計画と進捗状況とがズレている場合の対処方法

事業環境の大きな変化などにより新たな問題が発生し、事業計画と進捗状況にズレが生じるなど、遂行に支障が出る場合、また事業承継等による相続税制など専門的な事案が発生した場合などには、専門家と連携し課題解決へ向けた支援を行います。

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

〔現状〕

第1期事業において、事業計画を策定した小規模事業者の中で水産加工業を中心に、道内外の展示会及び商談会への出展を支援し、地元海産物を活用した特産品のPRや商談会での成約成立による新たな販路開拓先の確保など、一定の成果を得ました。

一方、当町における観光関連業種については、コロナ後を見据えた情報発信が重要ですが、自社ホームページ自体を作成していない事業者もあり、ITを活用した情報発信や販路開拓の取組みに積極的な事業者と、消極的な事業者でバラつきがあるのが現状です。

〔課題〕

展示会及び商談会への出展は、出展自体に消極的な事業者が多く、現状限られた一部の事業者しか参加していないため、今後はきめ細かな出展前後の支援を行ないながら出展への抵抗感をやわらげることが課題となります。

コロナ後に向けて、観光関連事業者を中心に情報発信の強化による需要開拓が必要となっており、ITを活用したホームページやSNSによる情報発信が課題となります。

(2) 支援に対する考え方

地域資源を活用した特産品の販路拡大及び知床しべつブランドの浸透を図るため、支援機関と連携し展示会、商談会への参加による販路開拓を支援します。

なお、掘り起しにおいて、1期目の取り組みの成果や支援体制を説明することで出展事業者の抵抗感をやわらげ多くの出展へ繋がります。

コロナ後へ向けた新たな販路開拓及びDXに向けた取り組みとして、ホームページやSNS等のITツールを活用した情報発信の強化や、ECサイトによる販売機会の創出を支援します。また、IT・デジタル化を活用したセミナーや相談対応を行い、認識・意識の向上や導入支援について個々の小規模事業者の状況に合わせた支援を行います。

さらに、新型コロナウイルス等による環境変化に対して、関係機関との連携や各種施策を活用し、臨機応変な伴走型支援を行います。

(3) 目標

項目	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①展示商談会出展支援件数	2者	4者	4者	4者	4者	4者
商談成立による成約件数	2者	4者	4者	4者	4者	4者
売上増加額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
② I T ツール活用事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①展示会及び商談会への出展による販路開拓支援

地域資源を活用した特産品の販路開拓のため、水産加工業を中心とした小規模事業者に対し、展示会及び商談会への出展を支援します。出展にあたっては、北海道よろず支援拠点の「専門家派遣制度」の活用や中小企業診断士等と連携して販路開拓に繋げる支援を行います。

また、ほとんどの事業者は不慣れであることから、事前に必要とされるノウハウ（商品の展示方法、商談の進め方等）を専門家等と連携し個別に支援します。

出展後についてもバイヤー等へのアプローチ支援など成約に向けての支援を行い、商談会から得られた情報に基づき、商品のブラッシュアップなど課題に応じて、専門家と連携し継続的なフォローアップを実施します。

展示会及び商談会への出展は、販路開拓はもとより商品の認知度向上にも繋がることから「知床しべつブランド」の強化も図れる相乗効果が図られます。

【支援対象】 地域資源を活用した特産品で地域外へ販路開拓を目指す事業者

【事前支援】 ブースレイアウト指導、商品提案書・企画書作成、POP等作成、バイヤーへの対応支援など

【出展支援】 ブース設置指導、商品陳列・装飾指導、バイヤーへのヒアリング、アンケート収集支援など

【事後支援】 名刺交換したバイヤーへのアプローチ（メール及びサンプル送付・提案書の確認支援）、アンケート集計・分析支援、分析結果のフィードバックによる商品改良、EC・SNSの導入・運用など

【想定する展示会・商談会】

(イ)「北海道味覚マルシェ in 札幌」(BtoC)

開催時期 9月中旬

主催 北海道商工会連合会

開催場所 北海道札幌市

概要 北海道各地の特産品と食を集めたフェア

来場者数 一般・バイヤー 1万人程度

出展者数 2者予定

(ロ)「全国食の逸品 EXPO」(B to B)

開催時期 10月上旬
主催 全国食の逸品 EXPO 実行委員会
開催場所 東京都
概要 外食・中食・小売の販路拡大をする為の食品・飲料・設備・サービスが集まる商談展示会
来場者等 一般・外食及び小売バイヤー 5万人程度
出展者数 2者予定

(ハ)「FOOD STYLE Kyushu」

開催時期 11月上旬
主催 FOOD STYLE Kyushu 実行委員会
開催場所 福岡県福岡市
概要 小売・中食・外食業界への販路開拓と他社との差別化を図りたい事業者が集まる商談会
来場者等 バイヤー(主に九州地域) 1万5千人程度
出展者数 2者予定

(ニ)「スーパーマーケット・トレードショー」

開催時期 2月中旬
主催 スーパーマーケット・トレードショー実行委員会
開催場所 千葉県千葉市
概要 スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会
来場者等 バイヤー(主に関東地域) 8万人程度
出展者数 2者予定

② IT・デジタルツールを活用した販路開拓支援

【支援対象】 コロナ後を見据えた新たな情報発信及び販路開拓が必要な事業者 ITを活用した販路開拓に積極的な小規模事業者

【実施内容】 グーペ等HPの活用、ECサイト、SNS等を活用した販路開拓手法に関する個別支援、IT・デジタル化を活用したセミナー開催

【手段・手法】

経営指導員が中心となり巡回訪問による支援を行ない、事業者の状況に合わせ、必要に応じて専門家と連携した販路開拓支援を行ないます。

具体的には、新型コロナウイルス感染症の影響により売上が減少している観光関連事業者や、地域資源を活用した特産品を開発した水産加工業者を中心とした小規模事業者に対し、IT・デジタル化の認識や意識の向上、導入支援についてのセミナー開催、及びSNSやホームページ作成サービス等のHPを活用した情報発信や、ネットショップ作成サービス等を活用したECサイト構築の支援を行います。

SNSやホームページ作成サービスの利用にあたっては、経営指導員等が巡回訪問において事業者のターゲットに応じて、盛り込む内容を精査しながら作成を支援します。

なお、商工会員以外の小規模事業者には、他の簡易作成サービス等の無料サービスを活用し支援を行います。

また、SNSなど複数組み合わせでの情報発信や、ECサイトの活用を検討している小規模事業者については、専門家と連携してより効果的な情報発信や事業者の状況に応じたスタイルによる販売ツール導入・活用等について支援し、道内外・インバウンド向けに対して事業者の認知度向上や新規顧客・販路開拓を図ります。

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

〔現状〕

第1期事業において、経営発達支援事業の評価・見直しは、商工会正副会長・標津町商工観光課長・信用金庫支店長及び事務局長・経営指導員で、年1回評価委員会を開催して行いました。

〔課題〕

事務局長の交代や経営指導員等の人事異動により、評価委員会が開催できなかった年度もあったため、第2期事業においては確実に年1回の評価委員会開催による評価及び見直しを実施します。

また、新たに中小企業診断士等の外部専門家をメンバーとし、客観的な視点から評価見直しを行います。

さらに、事業実施に係る進捗状況や成果の評価・分析等について、定量的に把握できる仕組み作りに対応していくことが課題となっております。

(2) 事業内容

商工会正副会長、標津町商工観光課長、法定経営指導員、大地みらい信用金庫支店長の有識者で構成する経営発達支援計画評価委員会を設置し、新たに中小企業診断士等外部専門家をメンバーとして迎え入れ、PDCAサイクルに基づき、事業の実施状況、成果の評価・見直しの提示を年1回行います。

事業計画及び実施状況、成果・評価・見直しの結果については、標津町へ報告し、結果を当商工会のホームページ (<https://shibetsucc.com>) に掲載しいつでも閲覧できるように公表します。

また、事業実施期間中の進捗管理については、クラウド型経営支援ツール (Shoko Biz) 活用により、支援状況を定量的に把握する仕組み作りを構築します。

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

〔現状〕

第1期事業において、北海道商工会連合会が実施する研修会及び中小企業大学校等が実施する各種研修会に参加し、職員の資質向上を図りました。

各種研修会参加や専門家派遣等を通じて、一定の支援ノウハウを職員個々が保有しているが、職員間でそれを共有する仕組みが構築されていませんでした。

〔課題〕

現状を踏まえ、組織として情報を共有する仕組み及び体制を構築し、職員個々が事業の遂行に必要なスキルとノウハウの取得を図ることが必要です。

また、事業者への支援項目に掲げるDX推進について、経営指導員等の資質向上を図ることによる、組織的な支援能力の向上が求められます。よって組織として情報を共有する仕組み及び体制を構築し、職員個々が事業の遂行に必要なスキルとノウハウの取得を目指します。

また、事業者への支援項目に掲げるDX推進について、経営指導員等の資質向上を図り、組織的な支援能力の向上を目指します。

(2) 事業内容

①外部研修会等の積極的な活用による支援能力の向上

【経営支援能力向上に係る研修会】

北海道商工会連合会が実施する「全道ブロック別商工会職員研修会」や中小企業基盤整備機構

が実施する「中小企業支援担当者研修会」などに経営指導員等が年1回以上参加します。

特に新型コロナウイルスの影響への対応や観光関連事業者への支援についてスキル・ノウハウが必要となるため、新商品開発と付加価値の向上、情報収集と分析能力の向上、小規模事業者の売上・利益確保などを重点とした研修を受講することで、支援能力の向上を図ります。

【DX推進に係る研修会】

小規模事業者へのDX推進に対応するための知識・ノウハウが不足しているため、経営指導員等のITスキル向上を図ります。

ITスキルの取得及び向上については、ホームページの作成やSNSの活用方法など、外部へ向けた発信力強化のスキルアップを図るための研修を受講し、売上確保や新規顧客獲得などの支援へと繋がります。

また、外国人観光客への対応や新型コロナウイルス感染症対策にも有効なキャッシュレス決済の導入に係るスキル習得により、アフターコロナに対応した小規模事業者への支援を図ります。
<DX推進に向けたIT・デジタル化への取り組み>

○業務効率化関連への取り組み

クラウド会計、電子マネー商取引・テレワークシステムの導入、

○需要開拓関連への取り組み

HP・SNS等を活用した情報発信ツールの活用、ECサイトの構築・運用等

○その他

情報セキュリティ対策、オンライン経営指導の方法等

②専門家との連携による支援ノウハウの習得による支援能力の向上

専門家派遣事業を積極的に活用し、研修では身につけにくい実践的な支援手法を学ぶため、専門家に経営指導員等が同行し高度な専門的知識やスキル等のノウハウ習得を図ります。

③OJTによる支援能力の向上

上記研修や支援実績を積んだ経営指導員等から、補助員等の職員へ支援ノウハウや支援スキル等の情報の共有を図るため、経験の浅い職員が経営指導員とチームで巡回支援を行い、OJTによって助言や情報収集の方法を学ぶなど、職員の支援能力の向上を図ります。

④定期的な職員会議とデータベース活用による情報共有化

職員会議を定期的（月に一度）に開催し、知識等の共有化を図ります。

また、日々の支援情報の管理をデータ化し共有するため、クラウド型経営支援ツール（Shoko Biz）を活用し、組織として支援ノウハウの蓄積・向上を図ります。

11. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

第1期事業においては、中小企業診断士等専門家や日本政策金融公庫、地元金融機関などとの連携や支援ノウハウ等情報交換を行なったことにより、効果的な支援を実施することができました。

〔課題〕

第2期事業においても、引続き専門家や金融機関等支援機関と連携を行い、支援ノウハウ等情報交換を実施し、効果的な支援を行ないます。

(2) 事業内容

①北海道商工会連合会との情報交換

北海道商工会連合会が主催する年2回の「経営指導員研修会」において、全道の商工会の成功事例や、販路開拓等の支援ノウハウの情報交換を各商工会の経営指導員及び北海道商工会連合会職員と行ないます。

特に、事例発表をもとに経営分析から事業計画策定、販路開拓に至るまでの一連の支援ノウハウについて情報交換を行うことで、支援力向上を図ります。

②根室管内商工会職員協議会との情報交換

根室管内商工会職員協議会が年2回開催する「経営指導員協議会」において、根室管内4商工会（標津町、中標津町、別海町、羅臼町）経営指導員の支援ノウハウ、支援の現状、支援メニューについて情報交換します。

③金融機関との情報交換

日本政策金融公庫が主催する年2回の「小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会」の情報交換会において、根室管内商工会の経営指導員と経済状況や支援の取り組み状況等について情報交換を行ないます。

特に、小規模事業者支援の成功事例や特産品開発及び販路開拓の手法に主眼を置き、個別に情報交換を行うことで、支援ノウハウの向上を図ります。

④その他支援機関や専門家との情報交換

その他の支援機関（標津町、地域金融機関、経済団体）等を積極的に巡回し、情報の収集、分析を年1回以上行い小規模事業者の持続的発展に繋がります。

また、北海道よろず支援拠点、北海道中小企業総合支援センター等の専門家派遣等活用の際に、支援事例・手法や施策情報等の情報収集を行うことで、法定経営指導員等の小規模事業者に対する支援力向上を図ります。

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

〔現状〕

第1期事業においては、地域イベントの開催によるにぎわい創出など、一時的もしくは一過性の賑わい創出に留まり、商店街や小規模事業者への効果波及は限定的なものでした。

また、地域経済活性化に関する要望は商工会理事会を経て随時標津町へ行なっているが、自治体や観光協会など町内各団体が集まった協議の場が無いのが現状です。

〔課題〕

今後は行政や支援機関等で構成する地域経済活性化協議会（半年に1回程度開催）を開催し、地域ブランドの発信強化や交流人口の獲得に向けた地域経済活性化の方向性を共有する仕組みづくりを行います。

(2) 事業内容

①「標津町地域経済活性化協議会（仮称）の設置（新規）」

【目的】 標津町の地域経済の活性化を協議・検討することを目的として「標津町地域経済活性化協議会（仮称）」を半年に1度を目途に開催します。

【参画者等】 町、観光協会、漁業協同組合、農業協同組合、金融機関等

【取組内容】

標津町の地域経済活性化について検討する協議会を開催し、地域資源を活用した商品・サービス

の開発や「知床しべつ」ブランドの強化、道内外やインバウンド向けの情報発信、移住定住の促進、地域のにぎわい創出など、地域経済の活性化の方向性を組織的に共有し、小規模事業者が事業を持続的に発展させるための環境を構築します。

②地域のにぎわい創出・地域外からの誘引（交流人口の増加）による地域経済の活性化

新型コロナウイルス感染症により人々の生活様式や行動形態は大きく変化しているため、新しい生活様式に対応したにぎわいの創出と魅力あるイベントの実施を推進していきます。

町内各団体と連携し方向性や情報共有を行ない、標津町最大の観光イベントである「水キラリ」や、特産品の販売PR、消費拡大を目的とした「標津カウモン青空広場」、町内の飲食店の賑わい創出を目的とした「しべつはしご酒」などのイベントを実施します。

また、通過型観光地となっているため、交流人口増加を目的に観光情報の発信強化、宿泊施設の魅力づくり・整備充実を図り、ホームページやSNS等により情報発信します。

また、標津町と連携し修学旅行生等が将来的に、再度標津町へ来町してもらう体験型観光の充実を図ります。

③地域ブランド力の強化による地域経済の活性化

標津町の地域商品のブランド化「知床しべつ」のネーミング普及拡大を図り、標津町地域経済活性化協議会の参画者と連携し、「水キラリ」「あきあじ祭り」等のイベントにおいて特産品の販路開拓と認知度の向上を図ります。

また、標津町の豊かな海産物や地域資源を活用した新商品・サービスの開発を目指し、地域の付加価値の向上とIT活用による情報発信強化により、行政や関係機関等で地域一体となったブランド戦略の取組みを行い、地域経済の活性化を図ります。

④移動販売車事業の強化による地域経済の活性化

標津町においては、移動販売車「どこでもカウモン号」の町内循環運行による買物弱者対策を行っていますが、人口減少により年々利用者が減ってきており、住民のニーズに則した安定的な事業継続が求められていることから、行政等町内各団体、商工会、各事業者が連携し、高齢者に配慮したサービス向上等の仕組みづくりを、小規模事業者へ支援することにより需要の機会拡大を図ります。

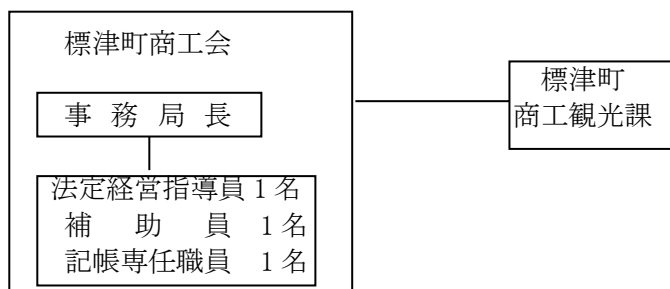
(別表2)

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3年11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当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名 勝藤 広幸

連絡先 標津町商工会 0153-82-2333

②法定経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

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/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒086-1633

北海道標津郡標津町北3条西1丁目1番4号

標津町商工会

TEL: 0153-82-2333 / FAX: 0153-82-3381

E-mail: shibesho@bz04.plala.or.jp

②関係市町村

〒086-1632

北海道標津郡標津町北2条西1丁目1番3号

標津町 商工観光課

TEL: 0152-82-2131 / FAX: 0153-82-1787

E-mail: kankou@shibetsutown.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)

	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
必要な資金の額	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
旅費	500	500	500	500	500
事務費	500	500	500	500	500
調査費	200	200	200	200	200
セミナー開催費	500	500	500	500	500
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
国補助金、道補助金、町補助金、会費収入、受託事業収入、手数料収入 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。

