

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	羅臼町商工会 (法人番号：5462505000028) 羅臼町 (地方公共団体コード：016942)
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. 小規模事業者の活力を取り戻すため、売上増及び新規顧客獲得のための取組を伴走して支援します。 2. 「知床らうす」ブランド認証品制度を活用した商品・サービスの開発により新たな需要開拓を支援します。 3. 魅力ある商店街の再生により、まちの賑わいを創出します。
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 国が提供するビッグデータ (RESAS) の活用 (2) 地域経済動向調査情報の収集及び提供 (3) 観光経済動向調査情報の収集及び提供 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 地域資源を活用した商品・サービス開発に伴う消費者ニーズ調査実施 (2) 物産展・商談会等でのアンケート調査の実施 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 巡回訪問等による経営分析支援対象者の掘り起こし (2) 経営分析ツールを活用した経営状況の分析支援 <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) DX推進セミナーの開催とITコーディネータの派遣 (2) 専門家との連携による事業計画策定セミナーの開催 (3) 巡回訪問等による事業計画の策定支援 (4) 事業承継に係る事業計画策定支援 (5) 創業に係る事業計画策定支援 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 定期的な巡回訪問による事業計画策定後のフォローアップ実施支援 (2) 事業承継・創業者へのきめ細かなフォローアップ実施支援 <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 商談会等出展支援による新たな需要開拓支援 (BtoB) (2) ITツール活用による新たな販路開拓支援 <p>12. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 「知床らうす特産品販売振興会」等への参画 (2) 地域資源を活用した「知床らうす」ブランドの普及推進 (3) 町内飲食店等の魅力を積極的に発信した地域活性化 (4) 地域イベントによる地域活性化
連絡先	<p>羅臼町商工会 住 所 〒086-1832 目梨郡羅臼町船見町 46 番地 1 電 話 0153-87-2300 F A X 0153-87-2579 E-mail rausu-shoukoukai@siretoko-rausu.com</p> <p>羅臼町 産業創生課 住 所 〒086-1892 目梨郡羅臼町栄町 100 番地 83 電 話 0153-87-2126 F A X 0153-87-2916 E-mail shiretoko-rausul20@rausu-town.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 羅臼町の概要

ア. 地勢・立地条件

羅臼町は北海道の東北端、知床半島の東側に位置し、南は植別川を境に標津町に接し、東に北方領土の四島の1つである国後島を望み、西北一体は標高1,661mの羅臼岳を最高峰とする知床連山を境に斜里町と接しております。

町の面積は397.72k㎡で、南北に約64.0km、東西に約8.0kmと細長い地形で、町域の約95%が森林で占められています。

海岸線から標高差が大きいため平地が少なく、川沿いに広がる平地と海岸沿いの平地に集落が形成されています。また、半島突端に向けて急峻な海岸線が多く、岬町が集落形成の東端となり、その先の相泊以北は道路も整備されていないため、交通手段も海上輸送に頼らなくてはなりません。

気候は、令和2年の年間平均気温が6.6度、月別平均気温は2月が最も低く-4.9度、8月が最も高く18.4度、海洋の影響を受けて寒暖の差が少なく、また、降水量は令和2年の月平均が116.0mmで、近隣地域と比較しても大きく上回り、全道でも有数の多雨地帯です。

周辺地域との広域道路体系は、標津～羅臼間を結ぶ国道335号と、斜里～羅臼間を結ぶ国道334号によって形成されていますが、国道334号は冬季閉鎖のため、国道335号が広域的な社会経済活動を担う唯一の通年期間道路です。

道東地方最大の都市である釧路市までは約160km（車で約3時間）、道都・札幌市までは約510km（車で約7時間（高速道路使用））に位置しています。

また、町中心部から車で1時間程度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。

イ. 人口

羅臼町の人口は、町制施行後の昭和40年国勢調査における8,931人をピークに、その後は年々減少傾向となっています。特に昭和45年～昭和50年にかけて大きく減少し、その後、昭和50年～昭和55年までは横ばい状態、昭和55年以降、再び減少傾向となり、徐々に人口減少率が大きくなりました。

世帯数は、昭和45年～昭和50年にかけての人口減少にもかかわらず増加傾向となり、昭和55年に2,804世帯とピークを迎え、以降、減少傾向を示し、平成12年には世帯数2,355世帯に対し人口が7,000人を割りました。令和2年3月末における住民基本台帳によると、人口4,803人、世帯数2,048世帯、1世帯当たりの世帯人員は2.34人となり、町外流出などによる更なる人口減少、少子高齢化が今後の課題となっています。

人口推計では、当町の令和2年の人口4,803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2,861人、2060年には1,392人になると推計されています。

当町は、将来の人口を2060年で2,300人を維持できるよう、主要産業である漁業の振興と観光の振興、さらに少子化対策を軸として、若者の雇用の場の確保と合計特殊出生率の上昇を目指し、若い世代が将来に希望を持てるまちづくりを推進しています。



■人口・世帯数の推移

年次	区分	世帯数 (戸)	人口(人)			備考
			男	女	計	
平成	20年	2,158	3,090	3,112	6,202	住民基本台帳 3月末
	21年	2,150	3,034	3,067	6,101	〃
	22年	2,166	2,988	3,036	6,024	〃
	23年	2,146	2,927	2,981	5,908	〃
	24年	2,155	2,914	2,964	5,878	〃
	25年	2,161	2,859	2,915	5,774	〃
	26年	2,156	2,787	2,852	5,639	〃
	27年	2,144	2,727	2,776	5,503	〃
	28年	2,096	2,637	2,707	5,344	〃
	29年	2,077	2,575	2,642	5,217	〃
	30年	2,052	2,511	2,565	5,076	〃
	31年	2,033	2,448	2,482	4,930	〃
令和	元年	2,048	2,390	2,413	4,803	〃

(出典：住民基本台帳)

■人口動態の推移

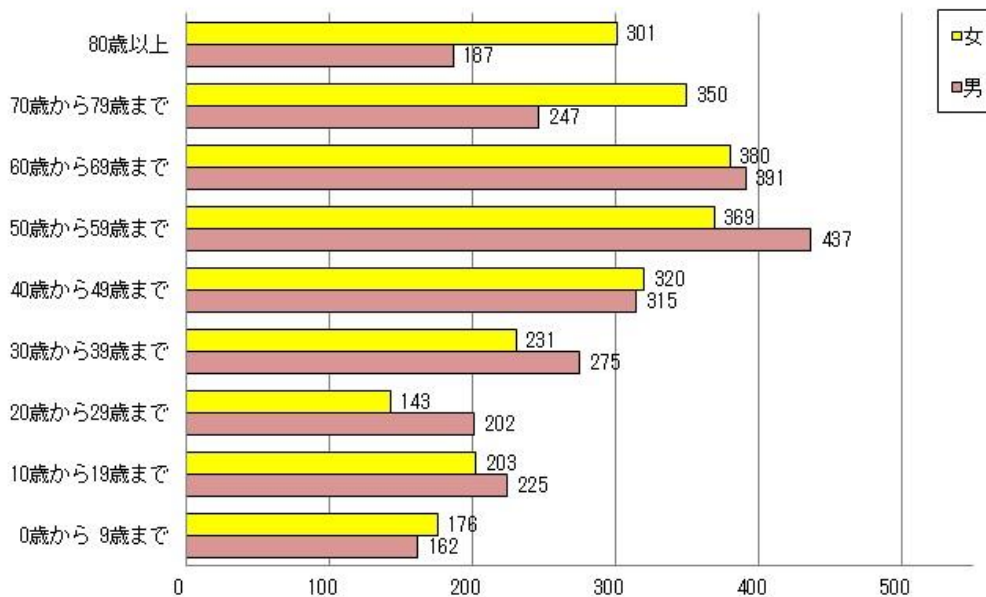
各年12月末現在(単位：人)

年次	区分	自然的人口増減			社会的増減			増減計	婚姻	離婚
		出生	死亡	増減	転入	転出	増減			
平成	24年	53	54	-1	167	190	-23	-24	26	11
	25年	38	59	-21	158	245	-87	-108	39	15
	26年	38	53	-15	151	243	-92	-107	21	11
	27年	28	61	-33	126	288	-162	-195	27	12
	28年	30	75	-45	125	204	-79	-124	31	9
	29年	38	73	-35	133	228	-95	-130	25	11
	30年	25	63	-38	112	215	-103	-141	16	8
令和	元年	27	70	-43	123	228	-105	-148	14	11

(出典：住民基本台帳)

■10歳階級別人口

住民基本台帳年報 令和2年1月1日



②地域産業の現状と課題

ア. 基幹産業

羅臼町の基幹産業である漁業は、古くは江戸時代の安永年間より漁場の開拓が始められ、太平洋とオホーツク海の交錯する、世界でも屈指の水産資源豊富な海により発展を続けてきました。

しかしながら、主力であったスケトウダラ魚を中心として平成2年に253億円の水揚げ高を記録したのを境に急激に落ち込み、年によって変動はあるものの過去5年の水揚げ高平均は84.3億円となっています。

現在は特に、主要魚種であるスケトウダラや秋さけの不漁が続いており、刺網漁業においては依然として厳しい現状にあり、平成27年には、漁業種間の格差是正や経営の安定を図るための漁業種類の転換、漁協組合員の脱退を含む大規模な漁業再編が進められています。

また、漁業協同組合の方針としても「育てる漁業」へとシフトチェンジを図っており、年々取扱いが増えている「ほたて養殖」に着目するなど、半永久的な町の収入源の確保に尽力しています。

道の駅に併設された羅臼漁協直売店「海鮮工房」は、観光客をはじめとした一般消費者にも直接提供されており、漁業経営安定のため、ブランド化などによる更なる羅臼産魚介類のPRや消費の拡大が求められております。

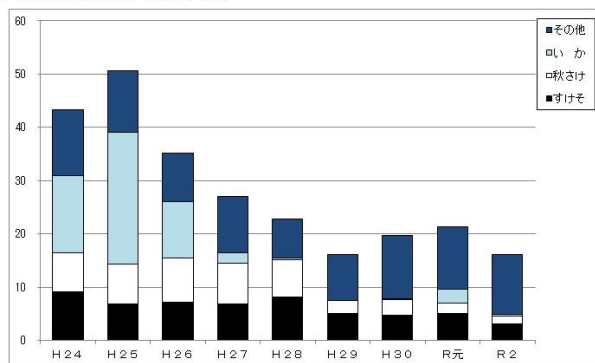
■漁業生産状況

(単位 トン：千円)

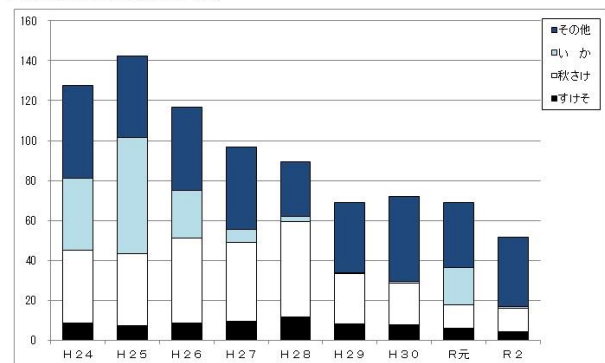
区分 魚種	平成28年		平成29年		平成30年		平成31(令和元)年		令和2年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
すけそ	8,126	1,150,733	5,110	807,310	4,640	760,613	4,990	611,408	3,082	440,548
秋さけ	6,968	4,774,476	2,306	2,549,943	2,982	2,116,933	2,007	1,176,935	1,492	1,146,954
ほっけ	119	63,703	272	114,136	1,013	225,140	1,091	228,815	1,511	269,210
めんめ	46	174,960	49	172,038	50	179,041	60	213,367	51	163,422
うに	97	248,746	79	256,900	86	258,091	98	320,209	66	183,842
たら	2,107	945,142	2,854	856,704	4,668	1,117,141	4,343	1,084,057	3,959	846,758
かれい	1,142	186,453	1,376	221,469	1,221	194,157	1,375	228,561	1,181	172,483
いか	429	279,898	107	43,009	168	73,412	2,669	1,873,596	223	122,425
おひょう	32	22,396	26	18,452	39	16,310	25	11,419	16	6,707
その他	3,739	1,082,475	3,564	1,066,952	4,571	1,490,997	4,630	1,151,021	4,166	977,768
こんぶ	314	723,338	284	785,722	289	776,596	183	489,387	336	846,925
ほたて貝	2,544	1,103,876	1,935	1,038,697	3,152	1,365,081	2,848	1,181,427	2,982	1,142,117
合計	25,663	10,756,196	17,962	7,931,332	22,879	8,573,512	24,319	8,570,202	19,065	6,319,159

(出典：羅臼町 産業創生課)

■主要魚種水揚げ量の推移 (単位：千トン)



■主要魚種水揚げ高の推移 (単位：億円)



(出典：羅臼町漁業協同組合)

イ. 商工業

商業について、商店数は昭和63年の111店舗をピークに年々減少し、平成9年以降ほぼ横ばいに推移

していたものの、平成16年の90店舗から平成26年には65店舗と大きく減少しました。一方、販売額については平成6年の99億円から緩やかに上向きに推移しましたが、平成26年には109億円と平成19年より減少したものの、ほぼ横ばいとなっています。

しかしながら、地理的条件から町内消費に売上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の拡大による影響を大きく受けているのが現状です。

工業については平成25年から令和元年にかけて、事業所数、出荷額ともに若干の落ち込みはあるものの、ある程度安定的に推移していますが、基幹産業である漁業の関連業種となる水産加工業は低次加工が主体であり、付加価値化が進展していない状況となっております。

これらの状況から、商工業に求められているもの（課題）として、①域外への購買力流出の抑制、②創業及び事業承継による商業機能の維持、③地域資源を活用した商品開発が挙げられます。

■工業の推移

年次	事業所数	従業者数	製造品出荷額(万円)
平成19年	22	295	1,652,732
20年	22	313	1,646,790
21年	23	325	1,729,566
22年	22	310	1,415,812
24年	22	331	1,565,812
25年	21	341	1,797,615
26年	20	351	1,536,759
29年	19	288	1,342,131
30年	19	259	1,252,065
令和元年	19	262	1,481,335

■商業の推移

年次	商店数	従業者数	年間商品販売額(百万円)
昭和63年	111	467	13,447
平成3年	106	450	14,267
6年	96	414	9,903
9年	85	424	10,716
11年	89	445	12,359
14年	89	471	12,995
16年	90	467	13,310
19年	83	439	14,520
26年	65	355	10,976
28年	70	362	16,028

(出典：工業・商業統計調査)

ウ. 観光業

平成17年7月に知床が世界自然遺産登録されてから、宿泊施設の新設や増改築、観光船の新規参入など、民間事業者による観光事業の拡大が進められてきましたが、観光客の入り込み状況は世界自然遺産登録の平成17年度は前年比6%増加したものの、平成18年度は予想推計を下回り、以後減少傾向となっております。また、観光客の入り込みに対する宿泊率も平成30年度以降は10%を下回り、依然として通過型の観光であります。

一方、道の駅への入り込みは、令和2年では新型コロナウイルスの影響もあり7.5万人程度と極端に落ち込みましたが、平成30年度以前は15万人程度（知床羅臼町観光協会調べ）と安定的に確保されていた状況です。

コロナ禍以前では観光船事業が好調であり、ホエール・バードウォッチングや流氷観光に国内外から多くの観光客が訪れています。しかしながら外国人の宿泊者は増加しているものの、全体的な観光客の滞在型にはつながっておらず、観光客の宿泊数は減少傾向にあります。

当町のインバウンドによる観光客は主にアジア圏（台湾、中国、香港、シンガポール等）であり、中でも台湾、香港からのツアー客は平成30年度まで増加傾向にありました。しかしながら令和元年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響により1,700人（対前年比▲25.2%）、令和2年度においては、インバウンドの入り込みはゼロに近く、観光船事業はもとより宿泊業や飲食業に甚大な影響をもたらしました。

このような現状から、年間を通じて町内で最も集客率の高い「道の駅」へ来訪される観光客を、町内へ滞在させる観光スタイルへのシフトが求められており、町内滞在観光客を増やすことで飲食店や小売店への波及効果が生まれるよう、地域の魅力発信機能の向上が課題となっております。

併せて、新型コロナウイルス感染症の影響により失われてしまった観光客（道内・国内及びインバウンド）を取り戻すため、ポストコロナを見据えた観光客受け入れ環境の整備も重要課題のひとつと捉えております。

■羅臼町年度別観光入込客数

(単位：人)

年別	入込総数	定期バス	貸切バス	乗用車外	計		左の内訳		宿泊の内訳			
					道内	道外	日帰り	宿泊	温泉	市街	民宿	キャンプ
9	649,796	21,778	217,611	410,407	429,092	220,704	502,091	147,705	42,772	8,394	17,783	78,756
10	611,076	14,246	228,787	368,043	369,359	241,717	479,021	132,055	29,077	9,511	18,687	74,780
11	653,668	13,375	205,717	434,576	406,798	246,870	528,920	124,748	29,056	6,822	14,591	74,279
12	630,269	23,233	155,708	451,330	414,784	215,485	519,922	110,347	17,889	6,093	13,131	73,234
13	678,105	11,879	182,083	484,143	465,421	212,684	567,955	110,150	20,341	3,702	13,106	73,001
14	665,678	5,996	164,261	495,421	460,007	205,671	560,717	104,961	18,147	4,998	14,734	67,082
15	680,320	7,183	163,535	509,602	422,070	258,250	579,135	101,185	17,248	4,667	14,323	64,947
16	715,077	6,127	154,442	554,508	448,660	266,417	589,912	125,165	15,798	7,955	18,459	82,953
17	758,102	8,413	206,398	543,291	465,749	292,353	613,725	144,377	17,908	9,696	16,921	99,852
18	758,977	8,613	216,593	533,771	473,981	284,996	650,479	108,498	15,769	10,460	16,559	65,710
19	688,114	6,628	170,678	510,808	440,878	247,236	581,175	106,939	12,140	12,577	14,024	68,198
20	630,734	7,528	159,888	463,318	409,302	221,432	567,524	63,210	12,055	7,296	14,473	29,386
21	617,656	7,147	122,522	487,987	407,236	210,420	546,091	71,565	12,213	11,589	14,144	33,619
22	599,275	5,479	104,156	489,640	410,140	189,135	529,850	69,425	12,173	13,689	13,034	30,529
23	506,844	5,047	91,022	410,775	345,713	161,131	436,765	70,079	11,423	14,682	14,185	29,789
24	535,041	5,449	97,070	432,522	351,705	183,336	458,373	76,668	14,950	17,208	13,788	30,722
25	513,329	5,396	79,087	428,846	348,266	165,063	440,450	72,879	14,448	21,890	14,253	22,288
26	520,530	5,248	96,680	418,602	352,716	167,814	456,539	63,991	12,562	16,905	13,542	20,982
27	555,408	7,273	105,600	442,535	388,999	166,409	477,730	77,678	12,528	27,850	11,937	25,363
28	534,571	5,758	95,557	433,255	366,252	168,319	468,063	66,508	12,975	20,893	12,306	20,334
29	552,881	8,659	86,714	457,509	363,478	189,403	485,253	67,629	12,496	28,064	12,896	14,173
30	509,653	5,827	80,276	423,550	350,852	158,801	460,662	48,991	12,368	11,083	10,686	14,854
元	546,568	4,112	99,592	442,864	369,147	177,421	511,386	35,182	11,977	8,612	10,180	4,413
2	269,293	2,260	17,902	249,131	206,798	62,495	246,346	22,947	7,772	6,508	3,628	5,039

(出典：羅臼町 産業創生課)

■外国人観光客の宿泊推移

(単位：人)

		H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R元	R2
入込総数		275	542	422	665	760	1,234	1,578	1,577	2,349	2,274	1,700	12
内訳	上半期	109	179	95	253	242	366	418	593	1,039	1,223	992	12
	下半期	166	363	327	412	518	868	1,160	984	1,310	1,051	708	0

(出典：羅臼町 産業創生課)

③小規模事業者の現状と課題

令和3年4月現在における商工業者数及び小規模事業者数は252者(商工会独自調査)であり、第1期経営発達支援計画当初と比較して47者(年間平均9.4者)の減少となっております。

大きな要因として、事業主の高齢化や、後継者候補となる親族の町外転出等による後継者不在、第三者承継(M&A)に対する認識不足等により事業承継が進まず、廃業が増加していることが挙げられます。

また、地域内消費購買力について、生鮮食料品に関しては町内に点在するコンビニチェーン店や小規模な商店が利用されていますが、当町から車で一時間程度の距離に大型商業施設が多数営業している中標津町があり、車社会の進展や買い物のレジャー化も相まって、若年層を中心に買回品や日用品の消費購買力流出が続いております。

更には、新規創業者の減少もあって空き店舗も増加してきており、商店街の集客力減少に伴う衰退が深刻さを増しています。

なお、新型コロナウイルス感染拡大については、町外から観光客を呼び込み「地域外から外貨を稼ぐ」経済環境の当町において、影響は甚大です。

国内観光客はもとより、国外の渡航制限等によるインバウンド観光客入り込み数についても大きく

減少しており、対面によるリアル販売等の従来の事業スタイルでは、コロナ禍による経済環境変化に対応しきれていない状況が続いております。

これらの現状から、まずは円滑な事業承継、第三者承継への対策として、候補者の掘り起こしに向けた取り組みが課題となっております。

また、新規創業者数は少数に留まっており、創業希望者の掘り起こしから、資質向上への取り組みをはじめとした創業者支援も必要です。

なお、既存の小規模事業者に対しては、消費購買力の地域外流出への対策等により、売上増加や利益確保に向けた支援が求められております。

以上のとおり、めまぐるしく変わる経営環境と、ポストコロナを見据えた経営体制の整備に取り組むことによる小規模事業者の事業継続、ITの活用等新たな取組による地域内外の需要の取り込みが課題です。

羅臼町の商工業者数等の推移（第1期経営発達支援計画策定時との比較）

事業所数		業種							
		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食 宿泊	サービス 業	その他	合計
平成28年4月	商工業者数	21	36	10	50	72	39	71	299
	小規模事業者数	21	36	10	50	72	39	71	299
	商工会員数	17	32	4	43	40	20	24	180
令和3年4月	商工業者数	20	32	8	38	46	35	73	252
	小規模事業者数	20	32	8	38	46	35	73	252
	商工会員数	17	25	5	37	31	16	25	156

（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

国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、10年後の当町人口は4,803人（令和2年3月末現在）から3,791人（▲1,012人）に減少することが予想されています。さらに購買力の流出や事業者の高齢化、後継者不足等により、小規模事業者の廃業件数増加が予想され、町内の商業環境の機能低下が懸念されております。

また、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、地域を取り巻く経営環境・経営スタイルが大きく変化してきております。

当商工会では、地域コミュニティの維持を図るため、羅臼町や関係機関と連携を行い、創業や事業承継、経営力の向上を支援し、小規模事業者の減少を抑えて商業機能を維持していくと共に、地域資源を活用した商品やサービスの推進と情報発信等による小規模事業者の持続的な発展と地域経済の活性化を目指します。

これらを踏まえ、今後10年程度の期間を見据えた振興のあり方として、次の通り定めます。

「地域資源を活用した新たな取り組みによるまちのにぎわいの創出」

②羅臼町総合計画と連動性・整合性

当町では「羅臼町第7期総合計画」（平成28年度～令和5年度の8年間）及び「第2期羅臼町総合戦略」（令和3年度～令和7年度の5年間）の二本柱により、『人口減少問題に特化した施策の展開』に取り組むこととしており、その実現に向け4つの基本目標が掲げられています。

前述した「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」では、4つの基本目標のうち、商工業に関する2項目（基本目標1、2）で掲げる施策との連動性・整合性を図ることができます。連動・整合する項目については、下記のとおりです。

第2期羅臼町総合戦略 4つの基本目標（一部抜粋）

基本目標1 若い世代が安心して働ける魅力ある産業の振興

【基本的方向】

○漁業を中心とした産業の活性化を目指します。

羅臼漁協及び関係機関が一堂に会し、新たな取り組みを推進することで、地域経済を支える漁業の確立を目指します。

また、知床らうすブランド認証品制度やふるさと納税制度を活用し、全国における水産加工製品の認知度の向上と消費を促進します。

○若者が働きたいと思える安定した就業環境の整備を目指します。

地元で安定的な生活を営めるよう、既存産業の収益性の向上と新規産業の創出・展開を図るとともに、町外企業の誘致に取り組み、雇用の創出を図ります。

基本目標2 知床羅臼町の魅力を活かした移住、定住の推進

【基本的方向】

○年間を通じた交流人口の拡充を目指します。

羅臼町の魅力的な資源を活用した誘客を進めるため、観光関係団体と連携したPRやプログラム開発を行い、交流人口の拡大を目指します。

これらの計画に示された基本目標は、前述の「①10年程度の期間を見据えて」と方向性は同じであり、連動性・整合性は一致しているため、行政と商工会が共同で策定する第2期経営発達支援計画は小規模事業者の経営改善及び地域産業の活性化に大きく貢献することができます。

③羅臼町商工会としての役割

羅臼町内には小規模事業者が252者（令和3年4月現在・商工会独自調査）おり、当会は地域密着型支援機関として経営相談を受け、支援ができる組織です。

また、当町の小規模事業者は、少子高齢化による人口減少、町外への消費流出等、厳しい経済環境変化の中、各個店独自の経営努力により事業継続・維持をしてきております。

第1期の経営発達支援計画（実施期間：平成29年4月～令和4年3月）における主な取り組みとしては、新たな需要の開拓に寄与する事業として東京・横浜の両卸売市場を会場に当町から7者参加による商談会を主催し、結果として1者が新規取引先を獲得し、売上増加に即効性をもたらすと同時に「知床らうす」ブランドの強みを認識いたしました。

事業承継に対しては、親族内による事業承継相談に個別に対応しながら、専門家と連携してきめ細かな支援を実施していきました。これにより後継者の事業運営に対する様々な不安要素が解放され、廃業を回避して1件の円滑な事業承継が図られました。

新しい取り組みを実現させるための事業計画策定においては、ものづくり補助金などの活用も含め、期間中17件の事業計画策定に繋がりました。これにより、事業計画策定を通じて商工会との信頼関係が深まり、更なる発展のための計画づくりにつながるなど、事業者や評価委員会からも高い評価を得ています。

第2期の本計画においては、展示・商談会への出展支援を継続するほか、コロナ禍を踏まえた新たな取組として「インターネットを活用した販路開拓」や「観光客による外貨獲得のための観光客ニー

ズ調査」等を実施し、小規模事業者の経営力向上に取り組んでいきます。

また、引き続き専門家との連携を密にし、あらゆるケースの事業承継支援を図りながら、廃業件数の抑制、強いては商店街賑わいの維持に取り組んでいきます。

これらの事業者に対し「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」に掲げた支援・対応策に関する商工会としての役割は『経営環境変化を的確に捉え、事業者との連携をより密にし、事業者の目標を可視化し実現するための支援』であると考えます。

また、支援遂行にあたっては、羅臼町の総合計画及び総合戦略と連動し、町の支援策を活用しながら支援を実施します。

そのための目標と、その目標を達成するため実施する事業内容については、下記のとおりとなります。

(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、行政や各関係機関と積極的に連携を図りながら、今後5年間の目標を以下のとおり定め実施します。

<目標①>

小規模事業者の活力を取り戻す為、売上増及び新規顧客獲得

地域人口の減少と比例して、地域小規模事業者の経済活動の活力も失われつつあります。しかしながら、その失われつつある活力の本質にあるものは、外部環境もさることながら、小規模事業者が「売りたい」ものを供給する体制から、消費者が「買いたい」ものを供給する、という思考の転換が必要であり、小規模事業者がそのことに気づき、行動していくことが必要です。

したがって、小規模事業者が自らの経営課題を解決し、ITの活用といった新たな取り組みによる需要を取り込むことで売上や利益の向上につなげ、事業の継続を図ります。

【目標数値】 計画期間5年間での支援先25者において、売上総利益3%以上向上

<目標②>

「知床らうす」ブランド認証品制度を活用した商品・サービスの開発による新たな需要開拓

消費者の食に対する関心が高い中、地域の安心・安全な食材や特産品等を活用することによる安心・安全な食の提供を検討するべく、消費者ニーズに対応した地域特産品の開発を行い、札幌市や東京都といった大消費地への需要開拓を目指します。

また、魅力あふれる地域資源を有効活用した「知床らうす」ブランド認証品制度を活用し、小規模事業者と漁業者及び観光関連業者が連携し、羅臼の魅力を表現した商品開発やPRを通して、町外需要の増加と外貨獲得を図り、小規模事業者の販路開拓と持続的な経営につなげていきます。

【目標数値】 計画期間5年間での支援先10者において、新規取引先5件以上獲得

<目標③>

事業承継及び創業・第二創業による地域経済の維持・活性化

小規模事業者の事業承継・創業・第二創業の円滑な取り組みにより、早期の経営安定と持続的な発展につなげていきます。

また、地域経済の新陳代謝を促し、廃業による小規模事業者や空き店舗の減少を抑制することで、小規模事業者数の維持を目指します。

【目標数値】 円滑な事業の承継と創業への支援 当町において事業承継5件、創業5件

以上の3つの目標の達成に取り組むことで、商業機能・雇用の維持と消費の町外流出を防ぎ、町民が豊かに住み続けることができる町を維持するとともに、羅臼町の魅力を表現した商品開発を通じて、町外からの観光客の誘因を図り、地域経済全体に波及効果を行き届かせ、地域への裨益につなげます。

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) 目標の達成に向けた方針

目標①小規模事業者の活力を取り戻す為、売上増及び新規顧客獲得

小規模事業者に対する日々の巡回訪問をより強化し、地域経済動向・需要動向を活用して自社が置かれている状況の把握と経営課題の抽出につなげ、専門家や各支援機関と連携しながら課題解決のための事業計画策定を支援します。

策定した事業計画については、着実に実行されるよう、巡回訪問を定期的に行いPDCAサイクルを回し実践することで、事業者の経営力向上を図るとともに、売上と利益の維持・拡大を図ります。

目標②「知床らうす」ブランド認証品制度を活用した商品・サービス開発による新たな需要開拓

地域資源を活用した地場製品の開発及び既存商品の高付加価値化を図るため、地域内外への販路開拓・新規顧客の開拓やビジネスマッチングの場として、北海道商工会連合会や関係機関等が実施する展示商談会・即売会等に出展します。また、出展の際には、バイヤーを通じ消費者ニーズ・市場動向・消費トレンド等を把握・分析して既存商品の販路拡大や新商品開発、新サービスの提供を支援いたします。

また、地域資源には「知床らうす」ブランド認証制度登録品を活用し、地域ブランド、地域資源の発掘と紹介を実施し、地域ブランドを確立するための支援を行います。

現在「知床らうす」ブランド認証品登録されている商品を購入された観光客等に対しては、アンケート調査を実施し、アンケート集計結果を当該事業所へフィードバックします。内容によっては専門家と連携しながら高度な課題解決につなげ、また製造業者への商品改良に係る提案を繰り返しながら商品力の向上を図り、新規取引先の獲得につなげる支援を行います。

③事業承継及び創業・第二創業による地域経済の維持・活性化

当町の小規模事業者の高齢化が進んでいるため、後継者の有無並びに事業継続の意思といった確認を行い、状況把握に努めます。その後、詳細な経営状況の分析により経営資源や課題の抽出を行うとともに、それを事業者と共有したうえで専門家との連携を図り事業承継計画の策定を支援します。

また、創業については、町や金融機関との情報共有を密に行い創業希望者の掘り起しに努めるとともに、専門家と連携して事業の先行きをしっかりと見定めたいと、実効性の高い創業計画の策定につなげます。

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

地域経済動向調査について第1期事業期間では、関係機関が発行する調査レポートや、北海道商工会連合会が主体となって実施する中小企業景況調査報告書によるデータ等の収集により把握していたものの、小規模事業者に対して広く情報の提供を行うまでには至っていませんでした。

また、地域経済の情報提供については、経営指導員が巡回訪問時において実施していましたが、相談内容に応じて経営指導員が都度、必要な情報を入手し提供していたものの、結果として属人的な取組みによるものでした。

今後は、関係機関等により収集した調査結果を、地域内小規模事業者に対して情報提供できる仕組みをつくり、ビジネスチャンスを上増につなげる支援を行っていくことが課題となります。また、より専門的な分析を行うため、国が提供するビッグデータ「RESAS」（地域分析システム）を活用し、調査手法を改善して実施します。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①地域経済動向情報の公表	HP掲載	—	4回	4回	4回	4回	4回
②観光経済動向調査の公表	HP掲載	—	2回	2回	2回	2回	2回

(上記2項目の現状として、情報収集に留まっており公表していなかったため、実績なしとしています。)

(3) 事業内容

①地域経済動向調査

内部資料、及び経営指導員が巡回訪問時に特定の事業者へ提供する情報として活用していた経済動向調査資料を、地域の小規模事業者が外部環境として把握するための情報として、国内・道内・管内と対比させる等整理し、年4回公表・情報提供します。

〔活用資料〕 全 国：中小企業景況調査報告書（中小企業庁）
 北海道：中小企業景況調査報告書（北海道商工会連合会）
 管 内：ビジネスレポート（大地みらい信用金庫）

〔収集項目〕 住宅着工戸数、公共工事前払保証請負額、観光入込客数、水揚量・漁獲高、業種別売上DI、業種別収益DI

〔調査方法〕 上記資料を活用し、業界動向のデータを引用する手法により調査します。

〔活用方法〕 商工会経営指導員が四半期毎に収集した情報を業種毎に取りまとめ、羅臼町商工会ホームページ及び刊行物への掲載、窓口相談や巡回訪問により小規模事業者へ提供します。

②経済動向調査

国が提供するビッグデータ「RESAS」（地域経済分析システム）による地域経済循環マップ等と、羅臼町産業創生課が毎月公表している「観光入込客数」（北海道内外・外国人観光客、日帰り・宿泊者数）データを抽出・分析し、年2回公表します。

〔調査手法〕 商工会経営指導員が「RESAS」及び「羅臼町観光入込客数」データを活用し観光経済の動向分析を行います。

〔調査項目〕 RESAS : 地域経済循環マップ…産業別の生産額や、別の産業に与える影響等を分析
 産業構造マップ …基幹産業である水産業や商工業全体の現状等を分析
 観光マップ …国内外の訪問客の導線や消費動向を分析
 観光入込客数 : 北海道内外・外国人観光客、日帰り・宿泊者数、交通手段

(4) 成果の活用

分析結果については、羅臼町商工会ホームページへ掲載する他、地域小規模事業者への刊行物郵送時に掲載、同封することで広く周知いたします。

分析データは電子データとして共有フォルダに保存することで組織的な共有化を図り、また紙媒体に出力することで、巡回訪問時の経営相談を実施する際の基礎資料として活用します。

本分析データは、事業者の定性分析精度を高め、ビジネスチャンスを上増につなげるため、

より効果的な事業計画策定に資することといたします。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

需要動向調査について第1期事業期間では、商談会出展等に係る個社支援においてバイヤーからの情報収集や商品購入者へのアンケート結果を集計する形で事業を展開してきました。集計した情報をもとに分析して得られたデータは地域商工業者へ提供し、事業計画策定する際の活用を図ってきました。ただ、新商品開発や新規取引先獲得等といった明確な目的に基づいた取り組みではなく、個別商品进行评估した一過性のものに過ぎない状況でした。

〔課題〕

第1期事業期間の状況を踏まえ、第2期事業期間においては、需要動向調査のあり方として「誰に」「何を」「どのように」といった事業コンセプトを明確にした上で、マーケティングリサーチを行っていくことが必要であり、その取り組みを定着させていくことが課題となります。小規模事業者が事業を持続的に発展させていく為には、消費者が「買いたい」と思うような商品・サービスを提供していくことが必要である為、小規模事業者ごとに取り扱っている商品に対する消費者の「声」を商品に反映させていく取組みを行います。

(2) 目標

項目	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地域需要動向調査の支援対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②物産展・商談会等アンケート調査	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(3) 事業内容

①地域需要動向調査

「知床らうす」ブランドの認証商品や、地域資源を活用した商品・サービス開発に伴う消費者ニーズを調査し、得られた情報を基に販促物の作成やIT活用による販路拡大など、効果的な事業計画の策定につなげていきます。

併せて、観光客を対象として、観光関連のサービス改良等に活用を図るためのニーズも調査します。

〔対象事業者〕

- ・地域資源を活用した販路拡大に意欲的な小規模事業者
- ・新商品開発・既存商品のブラッシュアップ等に意欲的な小規模事業者
- ・「知床らうす」ブランドの認証を受けている、または認証を目指す小規模事業者

〔サンプル数〕

町内外の消費者 30名

〔調査手段〕

飲食店や観光施設にて、開発中または改良を希望する商品やサービスを題材に経営指導員等が地元消費者や観光客に聞き取りのうえ、来場者アンケートを実施

〔調査項目〕

調査項目については以下を基本にし、専門家の指導を受けながら事業コンセプトを明確化して設定する。

属性（年齢、性別、居住地域等）、味、価格、色、大きさ、見た目、パッケージ、来町の目的、同行者、地域イメージ、土産品のニーズ、地域特産品の知名度、旅行予算等

〔分析手法〕

調査結果は専門家に意見を聞きながら、経営指導員が分析

〔結果の活用〕

調査結果を経営指導員等が分析したうえで、当該事業者ならびに同様の事業計画策定事業者等へフィードバックします。

また、第一期事業の反省を活かし、専門家と連携を行い、高度で専門的なフィードバックを行うとともに、小規模事業者自身に調査の意義や活用方法を認識していただき、より売れる商品づくりへの仕組みづくりを行います。

※「知床らうす」ブランド認証品制度は、羅臼町の農林水産物ならびに加工製品の中で優れたものを「知床らうすブランド品」として発信することにより差別化を図り、知床羅臼町の魅力を全国に知ってもらうことで地域振興につなげていこうと考え、平成28年に制定された認証制度です。

登録事業所数は21者、登録アイテム数は45アイテム（令和3年10月末現在）

このうち小規模事業者3者、10品目程度。



「知床らうす」ブランドシンボルマーク

雄大な自然とともに生きる町・羅臼町には、日本に誇る豊かな恵みがたくさんあります。自慢の海の幸を通して笑顔を届ける、羅臼のブランドシンボルとして表現しました。べろっと舌を出した口の冠が特徴的なこのシンボルには、羅臼にふれあい、羅臼が育む食のおいしさを感じることで、人々を笑顔にしたいという思いが込められています。

（引用：羅臼町ホームページ）

②物産展・商談会等アンケート調査

新規取引先の獲得・販路拡大のための物産展・商談会出店者の出展時においてアンケート調査を実施し、新たな需要の可能性を検証します。

収集し調査・分析したアンケート結果は、商品力向上につなげる目的で、専門家のアドバイスを受けながら事業者へフィードバックします。

〔支援対象〕

- ・事業計画策定において、自社商品の開発や磨き上げによる新たな販路開拓が必要と判断され、商談会等への出展に前向きな事業者
- ・地域資源を活用し流通業者等への卸売りを通じて販路拡大を目指す事業者

〔サンプル数〕

出展した商談会等の来場者（バイヤー・消費者等） 50名

〔調査手段・手法〕

来場者に対し試食を通じてヒアリングによる調査を実施。商品の形態（冷凍品等）により試食ができないものについては、購入商品に調査項目が書かれたハガキを添付し、返信いただく形で実施いたします。

〔想定される商談会等〕

- (1)「北の味覚、再発見！」（主催：北海道商工会連合会）札幌市
- (2)「北海道産品取引商談会」（主催：北海道貿易物産振興会）東京・大阪会場

〔実施時期〕

- (1)11月上旬
- (2)2月上旬

〔分析手段・手法〕

調査・収集したアンケート結果は、経営指導員が分析を行います。専門的な判断が必要な場

合は、専門家や関連する支援機関（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）と連携を図りながら分析を実施する。

〔調査項目〕

調査項目については以下を基本にし、専門家の指導を受けながら事業コンセプトを明確化して設定します。

味、食感、見た目、大きさ（量）、素材、価格、商品本体またはパッケージ等

〔分析結果の活用〕

分析した結果は、経営指導員等が出展商品を取り扱う事業者に対して直接フィードバックし、既存商品の改善や新商品開発に係る事業計画策定に活用します。また、他の出展事業者に対しても、巡回訪問や窓口相談時において、フィードバックできる部分は利用し、既存商品の改善や新商品に係る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

〔現状〕

経営状況の分析に関して第1期事業期間における支援対応は、小規模事業者からの要請によるものが多く、その内容の多くは金融相談や補助金申請関連によるものでした。これらの要請に対し経営指導員による巡回や商工会職員による窓口相談等において適切に対応してきたものの、受動的な支援であったことは否めません。

また、金融相談や補助金申請関連以外で実施している「経営状況分析」は、財務分析中心によるものが多く、表面的かつ一面的なものとなっていました。また、小規模事業者においても日々の事業活動の中で自社を見つめ直す機会を作れない状況となっておりました。

〔課題〕

金融相談や各種補助事業の申請支援をした事業者の多くは、財務・非財務分析による経営課題の原因を理解し、資金投入による課題解決が今後の売上増加につながる仕組みをある程度定量的に把握できています。このように財務・非財務分析により目標を持った事業者の経営意欲の高まりが消費者にも評価され、分析結果以上の成果をもたらすものと感じております。

ただ、現状に記載のとおり、財務分析中心に行った事業者については、経営課題を把握する情報が不足しており、経営課題解決に向けた事業計画策定時に行き詰まる場面もありました。

以上のことから第2期事業期間においては、引き続き経営指導員を中心とした巡回訪問等により経営分析の重要性の認識を深めるとともに、対象事業者に対して財務・非財務の両面から分析を行うことで事業者の経営課題を把握し、事業計画策定への活用を図ります。

（2）目標

内容	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 (財務・非財務分析)	12 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

※現行の経営分析事業者数については令和3年度実施の予測値です。

（3）事業内容

経営指導員を中心とした巡回訪問等で経営分析による課題抽出並びに課題解決のための事業計画策定の重要性を説明することで対象事業者を掘り起し、財務・非財務両面からの経営分析を行います。分析結果の提供により課題を特定し、その解決に向け支援を行います。内容によっては専門家と連携し高度な課題解決に向けた取り組みなどを実施いたします。

併せて、事業承継支援対象者の掘り起しのため、後継者の有無や事業継続についても確認し、支援が必要と判断された場合は事業承継計画策定へ繋がります。

〔分析項目〕

財 務 面：売上増加率（売上持続性）、営業利益率（収益性）、労働生産性（生産性）、EBITDA
有利子負債倍率（健全性）、営業運転資金、回転率（効率性）、自己資本比率（安
全性）等

非財務面：経営ビジョン／経営理念／後継者有無／主要取引先企業の推移／組織体制／
強み・弱み／外部・内部環境／販売ターゲット 等

〔分析手法〕

経済産業省が提供している「ローカルベンチマーク」を活用し、経営指導員等が分析を行
います。また、高度な課題については専門家と連携して解決支援を行います。

（４）分析結果の活用

分析結果については、経営指導員が巡回指導をする際に当該事業者へフィードバックし、明ら
かになった問題点を解決するための事業計画策定に活用します。また、分析結果を内部共有する
ことで、経営指導員をはじめとした全職員のスキルアップ等に活用いたします。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

事業計画策定支援に関して第1期事業期間では、巡回訪問やセミナー開催などを通じて事業計画策
定の必要性を訴えていましたが、上記経営分析と同様、金融相談や補助事業申請を前提とした事業計
画策定支援が大半を占めていました。

そのため、小規模事業者の真の経営課題の抽出などが不足していたほか、経営分析が十分に行われ
なかったことにより、自社の「強み」や「機会」等が不明確であったため、小規模事業者が事業計画
を計画どおりに実行していても、経営状況が上手く改善できなかったことが課題です。

〔課題〕

巡回訪問の強化による対象者の積極的な掘り起こしが課題として挙げられ、また、新型コロナウイ
ルスによる環境変化への対応も課題と考えられます。さらに、より事業に直結した事業計画策定とな
るためには、事業者自身がその必要性を真に理解し、策定によって事業拡大につながることへの意欲
を高めてもらうことが必要です。第2期事業期間では、そのような事業者数を増加させることが最大
の課題であるといえます。

（２）支援に対する考え方

上記課題解決のため、経営分析で抽出した本質的な課題の解決を事業計画策定の軸とするほか、地
域経済動向・需要動向の結果を踏まえながら関係機関と連携して実効性の高い事業計画策定支援へと
改善し、小規模事業者にとって効果を実感できる事業計画の策定につなげます。金融相談や補助事
業申請を前提としていた従来の策定支援はひとつのきっかけと捉えながら、巡回訪問により対象者の
掘り起こしと意識の醸成を図り、真の経営課題を抽出する内容をカリキュラムとした経営計画策定セ
ミナーを開催し、事業者が自発的に課題解決に向けた行動を起こせるよう、経営指導員が伴走し支援
を行います。

なお、新型コロナウイルス感染症等、経営環境が大きく変化する中で経営の維持・持続的発展を目
指すためには、事業計画策定の重要性や早急な対応が不可欠であることから、巡回訪問等により小規
模事業者の説明し、事業計画の策定につなげます。

併せて、経営状況分析の際に掘り起こした事業承継を必要とする事業者に対し、「北海道事業承継・
引き継ぎ支援センター」等といった各種支援機関や専門家とともに支援することで、確実な事業承継
につなげます。

また、創業予定（希望）者に対しては、創業にあたっての心構え、創業計画、羅臼町の「創業支援事業」等を活用した町と一体となった支援を実施し、場合によっては日本政策金融公庫の「創業支援資金」を活用するなど当該者に寄り添い、創業後のスムーズな定着、その後の経営持続化を支援いたします。

加えて、現状で事業継続していくためにDX等の新たな技術は必要不可欠であることから、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、DXへ向けたIT活用の基礎知識の習得を図るとともに、それらを活用した事業計画の策定により、小規模事業者の競争力の強化を図って参ります。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①DX推進セミナー	－	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定事業者数	6者	14者	14者	14者	14者	14者
④創業計画策定事業者数	－	1者	1者	1者	1者	1者
⑤事業承継計画策定事業者数	－	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナーの開催・ITコーディネータ派遣」の開催

DXに対する理解・意識の向上のため、DXに向けたデジタル化・IT化を推進するセミナーを開催し、DXを取り入れた経営や競争優位性の確立につなげるための事業計画の策定支援を行います。

- 〔支援対象〕 羅臼町内小規模事業者
- 〔募集方法〕 羅臼町商工会ホームページに掲載
- 〔講師〕 中小企業診断士、ITコーディネータ 等
- 〔回数〕 1回
- 〔カリキュラム〕

DXの基礎知識、導入のメリット・方法、DX・デジタル化・IT化の関連ツールの紹介、小規模事業者のDX・デジタル化・IT化導入事例（経費削減・効率化・販路開拓等）

〔参加者数等〕 20者想定

上記セミナーに参加し、デジタル化・IT化を含むDXの取り組み意欲の高い事業者については、経営指導員等の巡回・窓口相談を通じたヒアリングを行い、ITコーディネータ等の専門家派遣を行って実効性の高い事業計画の策定を支援します。

- 〔支援対象〕 DXセミナー受講者のうち、取り組み意欲が高いと経営指導員が判断した事業者
- 〔募集方法〕 巡回・窓口相談等でDXへの取り組み意欲の高さが伺えたセミナー受講者を指名
- 〔講師〕 中小企業診断士、ITコーディネータ 等
- 〔回数〕 3回
- 〔参加者数〕 8名想定
- 〔カリキュラム〕 DXセミナーでのカリキュラムを高度化し、より実践的な内容

②「事業計画策定セミナー」の開催

- 〔支援対象〕 販路開拓や経営革新等の新たな事業展開、コロナ禍やポストコロナを見据えた経営環境変化への対応に自発的に取り組む意思のある小規模事業者
- 〔募集方法〕 商工会報及び羅臼町商工会ホームページへの掲載

〔実施回数〕 年1回
〔講師〕 中小企業診断士等
〔カリキュラム〕

事業計画策定の意義、効果、進め方、事例等
即効性があり、事業者が策定して良かったと思える事業計画となるための支援

〔参加者数〕 20名想定

〔手段・手法〕

外部講師（中小企業診断士等）との連携により、経営指導員が受講者に張り付きながら、着実な事業計画につなげていくための支援を行います。なお、セミナー終了後は参加者アンケートをとり、事業計画策定への動機付けを確認するとともに、策定に自発的に取り組もうとする事業者に対しては個別による相談に移行するなど、効果的な事業計画となるための支援を行います。

③巡回訪問等による事業計画の策定支援

〔支援対象〕 「DX推進セミナー」及び「事業計画策定セミナー」参加者

〔手段・手法〕

セミナー参加者を対象に経営指導員等による巡回・窓口支援により確実な計画策定を支援し、事業計画策定者数の増大と事業者自身の自発的な取り組みにつなげます。

また、地域資源を活用した商品開発及び新たな需要開拓を目指す小規模事業者については、商圏・ターゲットの設定等を踏まえた事業計画の策定を支援します。

なお、相談案件に応じて専門家や関係機関と連携して、支援の効率化と質の向上を図ります。

④事業承継に係る事業計画策定支援

〔支援対象〕 経営分析を行った事業者のうち、事業承継の可能性のある小規模事業者

〔手段・手法〕

事業承継に対する支援として、経営指導員等が巡回訪問や窓口相談を通じたヒアリングにより中小企業診断士等と連携して個別相談等を実施し、円滑な事業承継に向けた計画策定支援を行います。

また、第三者承継（M&A）が必要な場合など、高度な課題については北海道事業承継・引き継ぎ支援センターやよろず支援拠点等と連携したうえで事業計画策定を支援します。

⑤創業に係る事業計画策定支援

〔支援対象〕 創業予定者、及び創業後間もない小規模事業者

〔手段・手法〕

創業予定者や創業後間もない小規模事業者には、経営指導員等から創業（事業）計画策定の必要性、効果、進め方、事例等を説明します。

計画策定は日本政策金融公庫所定の創業計画書を基に実施し、羅臼町が運営する「空き家・空き地バンク」による情報提供、当町における「創業支援事業」を活用しながら町との一体化による支援を推進するとともに、中小企業診断士ほか専門家と連携し、実効性の高い事業計画策定を支援します。

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期事業期間において、事業計画策定後、巡回訪問による定期的なフォローアップを行い、高度な課題の解決は専門家と連携するなど、支援を行ってきました。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により経済環境変化がめまぐるしい中、策定された計画

によっては、新たな課題に対応しきれないなどの問題が発生した際、商工会がその事実に関して把握しきれず、当初立てた計画が活かされていない面がありました。

また、上記6「(1) 現状と課題」に記載のとおり、金融相談や補助金制度申請を前提とした支援先については、日々の巡回訪問における支援は行っていたものの、融資実行や補助金交付決定後の進捗管理までには至っていない状況でした。

〔課題〕

第2期事業期間においては、事業計画を策定し経営意欲が向上した小規模事業者に対し、継続的なフォローを実施することで事業者自身が策定した計画の進捗を意識させ、当初想定していなかった経営課題に対してどのような手段を執れば解決につながるのか、気づけるスキルを習得する必要があります。

また、全ての事業計画策定事業者に対する進捗管理を行う必要があるため、定期的かつ計画的な巡回訪問による進捗管理を行い、新型コロナウイルス感染症など経営環境の変化に対応した計画修正など、量・室ともにメリハリをきかせたフォローアップ支援の強化が課題となっています。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者自らが策定した事業計画が着実に実行されているか、経営指導員等の定期的な巡回訪問により進捗の確認を行い、必要に応じて見直しなどの支援を行うことで、事業の円滑な実施につなげていきます。

特に、事業承継計画並びに創業計画を策定した事業者に対しては、進捗確認の頻度を上げるといった支援により、経営の安定化を図ります。

また、環境変化に対応すべく事業計画の変更を行う場合は、専門家との連携等により修正・見直しの対応を迅速に行うこととし、事業計画の実効性を高めていきます。

なお、過去に策定した事業計画については、新型コロナウイルス感染症による経営環境の変化に応じた見直しが必要であるため、過去の事業計画を基礎資料としながら、上記の考え方に基づいた支援を行って参ります。

(3) 目標

	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	6 者	14 者	14 者	14 者	14 者	14 者
頻度 (延回数)	—	56 回	56 回	56 回	56 回	56 回
創業・事業承継計画策定 フォローアップ対象事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度 (延回数)	—	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回
利益率 3%以上増加の事業者数	—	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(4) 事業内容

〔支援対象〕 事業計画（事業承継計画・創業計画含む）を策定した全ての小規模事業者

〔支援手法〕 定期的な巡回訪問による進捗状況確認のフォローアップ

事業計画を策定した事業者を対象として、四半期に一度（4 回/年）の経営指導員等の巡回訪問により、策定した計画に基づき事業が着実に実行されているか、定期的かつ継続的な進捗

確認を行います。

また、事業の進捗状況に応じて、補助金制度や制度融資など事業の推進に有効な支援施策の活用を行い、着実な事業実施の支援をするとともに、経営環境の変化等による重点支援対象者等については、進捗状況により巡回訪問回数を増やすなどしてフォローアップの強化を行うなど、臨機応変に対応します。

併せて、地域資源を活用した新商品・新メニュー等を開発し販路開拓等を図る事業者に対しては、中小企業診断士やITコーディネータ等、各分野の専門家と連携し巡回訪問等による支援を実施します。

なお、事業承継計画策定事業者については、承継までの期間に応じてPDCAサイクルの実施体制を確立させるため、また、創業計画策定事業者については、経営基盤が不安定でありその安定を図るため、それぞれ2ヶ月に一度(6回/年)の巡回訪問により状況確認を実施します。

〔事業計画と進捗状況にズレが生じている場合の対処〕

上記のとおり、事業計画、事業承継計画、創業計画の策定事業者に対してフォローアップを行った結果、進捗状況が思わしくない場合や、経営環境変化等による事業計画とのズレが生じていると判断される場合は、専門家等の第三者視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行い、事業者の経営スキルの向上やPDCAが正常に機能するよう支援します。

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期経営発達支援計画においては、「北の味覚・再発見」(平成29年度)に3者で出展し、商談につなげました。また、令和元年度には羅臼町商工会主催による商談会を東京・横浜の両卸売市場で実施し、7者が参加しました。結果として1者が新規取引先を獲得し、売上増加に即効性をもたらすと同時に「知床らうす」ブランドの強みを認識いたしました。

地域内小規模事業者におけるECサイト運用等については、巡回訪問等による聞き取りの中で関心は伺えるものの、事業主の高齢化や人材不足等の理由により、実際に取り組んでいる状況にまでは至っておりません。新型コロナウイルス感染拡大により遠方からの商圏がほぼ途絶えてしまった経営環境の中において、近隣の限られた範囲に留まっている状況です。

〔課題〕

催事の事前及び事後のフォローが十分に行き届いていなかったため、より効果的な事業とするための事前打ち合わせ及び事後検証を実施いたします。当町は漁業を基幹産業とする街であり、第1期の計画においては結果として水産加工業者主体の商談会等となりましたが、より幅広い業種での事業支援をしていくことが必要となります。

また、新型コロナウイルス感染拡大の影響で特に巣ごもり需要が増加したことで、以前にも増してインターネットを活用した販売、SNSを活用した個社PRが効果的に売上増加につながる環境となっております。この機会を活かせるよう、専門家と連携して事業者に対し、DX推進に向けた取り組みが必要となります。

(2) 支援に対する考え方

第1期経営発達支援計画期間に引き続き、首都圏で開催されている既存の商談会・展示会等に出展します。なお、出展にあたっては経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中についても商品の陳列や接客など、きめ細かな伴走支援を行います。

また、幅広い業種を対象に販路開拓を支援するため、DXに向けた取り組みとしてSNSでの情報

発信、ECサイトの利用等、ITを活用した営業・販路開拓に関する支援についてITコーディネータ等と連携し支援を行います。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①商談会等出展事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
②ITツール活用事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①商談会出店事業 (B to B)

[支援目的]

自らのビジネスモデル再構築により、新たな取引先の獲得を目指している小規模事業者を支援するため、商談会等への出展を支援します。

[想定する商談会]

(1) 「北の味覚、再発見！」(主催：北海道商工会連合会) 札幌市

ア. 概要 商工会地域の特産品をバイヤー等流通業者に向けて販路開拓・拡大を図る商談会
イ. 実施時期 10月頃

ウ. 訴求対象 道内大手百貨店(東急札幌店、三越札幌店等)、きたキッチンセレクトショップのバイヤー等流通業者(約150名)

(2) 「北海道産品取引商談会」(主催：北海道貿易物産振興会) 東京・大阪会場

ア. 概要 道内で生産された食品を関東及び関西地区での販路拡大を図る商談会

イ. 実施時期 1月～2月頃

ウ. 道内大手百貨店、高級食材店等のバイヤー等(約300名)

※実施主体及び実施時期は当面想定されている商談会等を記載していますが、小規模事業者とのヒアリング等において効果的な商談会への出展を支援していきます。

[支援対象]

事業計画策定において、自社の商品力向上による新たな販路開拓が課題となった小規模事業者(主に「知床らうす」ブランド認証品を活用して商品開発を行った食品製造業を営む小規模事業者)

[支援内容]

出展申込事務手続き支援/職員随行による試食補助支援/試食におけるアンケート収集支援(パッケージ、量、価格に対する評価)/アンケート結果の分析・提供支援/商談時におけるプレゼンテーション力向上支援 等

[支援効果]

経営状況分析(事業計画策定)において、自社商品のブラッシュアップにより販路開拓の必要性が明確となった小規模事業者が、上記「4. 需要動向調査」の結果を通じて磨き上げた商品を戦略的に商談会へ出展することで、新規取引成立の実現可能性が高まります。また、アンケート結果を分析し、レポートとして提供することで商品力の向上が図られます。さらに、事前に専門家等と連携し、商談時におけるプレゼンテーション力を高める支援をすることで商談成立の可

能性が高まります。

② ITツール活用による販路開拓支援

〔支援目的〕

DXに向けたIT化・デジタル化ツールの活用を行い、地域内外への新たな販路・需要の開拓を支援します。

〔支援対象〕

IT・デジタルツールを活用した販路開拓に積極的な取り組みを考えている小規模事業者、商談会等への出展が困難な小規模事業者

〔支援内容〕

ツール導入支援の際には、無料ホームページ作成システム等を活用し、スマートフォンから手軽に閲覧可能なPR戦略を推進します。

また、専門家（中小企業診断士やITコーディネータ等）と連携し、SNS活用による情報発信により、事業者の認知度向上や新規顧客の獲得を図り、売上増加につなげる取り組みを支援していきます。

作成したホームページ及び活用するSNSは、「作成して終わり」「数回更新して終わり」ではなく、検証（必要に応じて改良）を繰り返しながら、より効果的で「生きた」ツールとなるよう、専門家と連携し情報更新作業等の支援を行います。

事業計画策定において、特にインターネットによる販路開拓が有効な小規模事業者や、新型コロナウイルス感染拡大による巣ごもり需要を取り込む等、新たな販路獲得に意欲的な小規模事業者への支援として、専門家（中小企業診断士やITコーディネータ等）との連携による専門家派遣や必要に応じてセミナー・個別相談会を開催し、ECサイト作成支援を行います。

ECサイトには大手インターネットショッピングサイトへの参入といった「モール型」や、「自社サイト型」等、事業者の状況に応じたスタイルによる活用支援を実施します。

〔支援効果〕

SNSやホームページなどの活用により、リアルタイムかつ少ないコストで道内外やインバウンド向けに情報発信が可能となり、来店や購買等の売上増加による新たな需要開拓につながります。

また、EC等のインターネット通信販売においては、販売チャネルの拡大による販路拡大や観光客などのリピート購入による売上増加が図られます。

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

〔現状〕

経営発達支援事業の成果・評価・見直しについては、外部有識者を加えた評価委員会を設置し、年1回開催して進捗状況の確認及び事業の評価・検証を行って参りました。

〔課題〕

第2期事業期間においては、引き続き、経営発達支援事業をより効果的に実施していくための取り組みとして、PDCAサイクルを適切に回していけるように評価委員会を開催します。

なお、事業実施に係る進捗状況、各項目における成果の評価、次年度に向けた見直しのための分析等、定量的に把握できる取り組み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

羅臼町商工会会長及び副会長2名、事務局長と法定経営指導員のほか、羅臼町役場産業創生課長及び係長、外部有識者として大地みらい信用金庫羅臼支店長で構成される羅臼町経営発達支援事業評価委員会を年1回開催し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示等を行います。

ここでの指摘等を基に計画見直しを行い、次年度以降の計画実施の方向性を見出すことでPDCAサイクルを適切に回していくことができます。

なお、事業実施期間中の進捗管理については、新たに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。

また、委員会での評価結果は、当会理事会へフィードバックするとともに、羅臼町商工会ホームページや商工会報等へ年1回掲載し、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態にします。

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期事業期間においては、北海道商工会連合会及び管内商工会連合会により実施される研修会、中小企業大学校が実施する支援担当者研修会等への出席により、職員個々のスキルアップに努めて参りました。ただ、習得したスキルの職員間共有については復命書の回覧に留まっており、参加者個人に帰属している部分が未だ大きく、組織全体の支援力向上にはつながっていないのが現状です。

〔課題〕

第2期事業期間においては、現状において実施されている支援能力向上を目的とした研修会への参加は継続し、職員個々のスキルアップに努めることを前提として、経営指導員をはじめとする各職種の職員において不足している支援能力の分析・把握をすることで、不足部分を補填するための効率的な研修会の選定・受講への取り組みが必要となります。

また、研修会受講後のOJT、定期的な職員会議による情報共有・意見交換を行うことで、習得したスキルが出席者個人に帰属することなく、結果として組織全体の支援能力向上に反映させられるよう取り組むことが課題となります。

第2期事業期間において事業者への支援項目に掲げるDX推進について、相談・指導能力の習得・向上を図り、組織的に支援能力を向上させる必要性があります。

(2) 事業内容

①各種研修会等の積極的な活用と、支援機関との連携による支援ノウハウの習得

支援能力向上を目的とした、北海道商工会連合会や管内職員協議会、中小企業大学校等が実施する支援担当者研修会への出席は、経営指導員をはじめ、補助員や記帳専任職員等が今後も継続して自発的・積極的に参加します。新型コロナウイルス感染症による急激な経営環境変化への対応や、後継者不足といった事業承継対策、地域資源活用による販路開拓支援等、地域の実情に合った研修テーマを積極的に受講し、地元小規模事業者等に即効性のある支援ができるようスキルアップに努めます。

また、より高度な小規模事業者のニーズに応えるため、専門家（中小企業診断士等）や地元金融機関との連携しながら、実践を通じ具体的な支援手法を身近に学ぶことで、経営指導員等の支援スキル向上につなげていきます。

②定期的な職員会議実施による情報共有化

研修で得た支援知識やスキルが、当該研修会に出席した職員のみには帰属することがないよう、職員会議を定期的（四半期に一度）に開催し、知識の共有化を図ります。また、日常の巡回訪問や支援時の経験で得た支援ノウハウを組織内で共有し、各事業におけるPDCAについて協議することで、職員の支援能力向上を図り、組織全体の支援体制強化につなげます。

③データベース活用による情報共有力強化

上記①による研修会受講等で培った支援スキルを、上記②による定期的な職員会議を通じ支援能力の向上に努めることは、組織全体で経営発達支援計画を円滑に遂行していくことにつながります。

日々の支援情報の管理や、支援進捗状況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、組織としての知識の蓄積を図ります。

④DX推進のための支援能力向上

地域の小規模事業者にとって喫緊の課題である「DX推進」への対応にあたっては、経営指導員をはじめ補助員、記帳専任職員等のITスキルを向上させ、ニーズに合った相談・指導を可能にするため、DX推進取り組みに係る相談・指導能力の向上に向けたセミナーについても積極的に参加します。

<DX推進に向けたIT・デジタル化への取り組み>

○需要開拓関連への取り組み

無料ホームページ作成ツール・ECサイト（自社型・モール型）・SNSの導入・活用方法等
WEB会議システムの活用によるオンライン事業

○業務効率化関連への取り組み

クラウド会計・人事・労務・販売・顧客管理ソフト、キャッシュレス化
個人情報等のセキュリティ対策、確定申告・雇用保険・補助金等の電子申告

○その他

WEB会議システムの活用によるオンライン支援の方法等

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

〔現状〕

第1期事業期間においては、北海道商工会連合会を通じ全道の各商工会等の具体的な支援事例について情報を入手するとともに、同管内商工会及び近隣管内商工会の経営指導員による定期的な会議を通じ、支援ノウハウの情報交換に努めることができました。

一方で、高度な経営相談に対して派遣する専門家（中小企業診断士等）や、金融相談時における金融機関との情報交換については、相談内容に限定した情報交換に留まっている状況です。

〔課題〕

第2期事業期間において、既に情報交換の体制が整っている支援機関との連携体制は今後も維持することを前提として、経営環境の変化が著しい現状において、高度な経営課題にスピード感をもって取り組んでいくためには、支援機関や金融機関とのより一層の連携強化が必要となるため、そのための体制を構築いたします。

（2）事業内容

①他の支援機関との連携及び情報交換

事業計画策定や需要開拓、その他様々な経営課題に係る支援ノウハウ、支援の現状、新たな施策情報等情報交換を積極的に行うことで、職員の支援ノウハウの向上を図り、小規模事業者の持続的発展に向け経営発達支援事業を実施します。

○北海道商工会連合会：年1回札幌市で開催される「全道商工会経営指導員研修会」や、管内単位で実施される「根室管内職員協議会経営指導員連絡会議」において、情報交換を行います。

○北海道経済産業局：年1回札幌市で開催される「全道商工会経営指導員研修会」において情報交換を行います。

○その他の支援機関：北海道中小企業総合支援センター、北海道事業承継・引き継ぎ支援センター、よろず支援拠点、中小企業診断士等（随時）

②金融機関との連携及び情報交換

創業や第二創業、資金調達に関する支援ノウハウと、経済動向・市場動向等に関する情報交換を行い、職員の支援ノウハウ向上を図り、小規模事業者の持続的発展に向けた経営発達支援事業を実施します。

○日本政策金融公庫国民生活事業：年2回実施されている「小規模事業者経営改善貸付団体連絡協議会（マル経協議会）」や、年1回当会に公庫担当者が常駐し金融相談業務を行う「一日公庫」実施時に情報交換を行います。

○大地みらい信用金庫：年1回実施されている「羅臼町金融懇談会」や、同金庫支店長の当会への来所時または経営指導員による同金庫への巡回訪問時（随時）に情報交換を行います。

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

〔現状〕

第1期事業期間においては、地域活性化に資する取り組みとして、羅臼町や観光協会、羅臼漁業協同組合との連携によるイベント事業への参画・実施、また関係諸団体との連携による観光振興、特産品開発に係る委員会等への出席を行い、積極的な意見交換を行ってきました。しかしながら、特定の事業実施に限定した協議への関与のみで、地域全体の活性化に向けた取り組みへの具体的な発展は図っておりませんでした。

〔課題〕

第2期事業期間においては、関係諸団体等への会議には引き続き参画し、日々の巡回訪問により収集した小規模事業者の実情も踏まえ、地域経済活性化に資する事業の検討・協議を行っていく必要があります。また、当町の強みである多目的魚種を誇る水産資源を高付加価値商品として活用しながら、既存の「知床らうす」ブランド認証品制度の基盤拡充のため、関係諸団体との連携により地域経済の底上げを図っていく必要があります。

新型コロナウイルス感染症により失われつつある市街地賑わいを、コロナ以前のものに呼び戻すため、飲食店等の魅力発信機能を強化することで、新規顧客の開拓につなげていける取り組みを、地域一体となって継続実施していくことが必要です。

(2) 事業内容

①「知床らうす特産品販売振興会」等への参画

「知床らうす特産品販売振興会」をはじめとする各関係機関で構成される会議へ積極的に参加し、地域経済活性化の方向性について協議するとともに、下記事業の取り組みについても認識を共有し、事業を実施していきます。

- ・知床らうす特産品販売振興会（四半期に1回程度）

参画者：羅臼町、羅臼町商工会、大地みらい信用金庫羅臼支店、釧路信用金庫羅臼支店

- ・知床らうすブランド運営委員会（年2回）

参画者：羅臼町、羅臼町商工会、羅臼町観光協会、羅臼漁業協同組合

羅臼町水産加工振興協会

②地域資源を活用した「知床らうす」ブランドの普及推進

「4. 需要動向調査に関すること」で前述の通り、平成28年度より「知床らうす」ブランド認証品制度がスタートしました。また、制度運用にあたり、町内の水産加工品製造販売業者17者（令和3年9月末時点）で構成される「知床らうす特産品販売振興会」には当会や地元金融機関2行も参画し、四半期に一度の委員会開催による積極的な意見交換が行われています。

本制度制定から5年経過と日は浅く、未だ全国への認知度が高いとは言えない状況ですが、「地域資源を有効に活用した独自の価値発信」「地産地消・地域ブランドの確立」を目標に、当町の基幹産業である漁業を核として産業間の連携を強化していきます。そして、新たな産業の創出による商工・観光業との一体的な振興につなげ、地域全体の活性化に派生していく仕組みを構築します。

また、「知床らうす」ブランド認証品制度の認知度向上は、ふるさと納税（当町における令和2年度ふるさと納税額412百万円）の受け入れにも貢献できます。小規模事業者の売上向上を図ると同時に、地域活性・地方創生・地域共生につなげていく取り組みを実施していきます。

③町内飲食店等の魅力を積極的に発信した地域活性化

平成17年に知床半島が世界自然遺産に登録されて以降、羅臼町は国内外にその名が知れ渡り、例年およそ50万人程度の観光客が訪れる北海道でも有数の観光地ですが、入り込み客数は年々減少の傾向にあります。また、令和2年度では新型コロナウイルス感染症の影響により、特にインバウンド観光客の入り込み数が極端に落ち込みました。一方で、町内各事業所におけるツアー会社からの問い合わせ件数は、依然として多い状況から、ポストコロナを見据えると国内外観光客のリバウンド需要にも大きな期待を寄せることができます。

以上から、インターネットの普及が急速化している今日において、SNSやホームページ活用による地域の強みである「食」や「体験」といった情報を、飲食店等を中心に積極発信していく取り組みを実施します。さらには、特に現金による精算に対し慎重な姿勢を見せる傾向にあるインバウンドへの対応として、キャッシュレスツールの普及を町一体となって促進していくことで訪町者への「おもてなし」につながり、結果として小規模事業者の持続可能な経営につなげていく取り組みを実施します。

飲食店や観光業等の魅力発信が新規顧客の開拓や観光客入り込み数の増加につながり市街地の賑わいが創出されるよう、地域全体の活性化に資する事業を継続して実施します。

④地域イベントによる地域活性化

当町におけるイベント「知床開き」は、町外からも多数の観光客が訪れるイベントです。イベントを通じ交流人口を増やすことで、地域活性化につなげます。

- ・「知床開き」・・・世界自然遺産登録地「知床」の1年において最初に行われる、当町最大のイベント。当漁港で水揚げされるホッケやタコなど種類豊富な海産物を、イベント会場に設置された焼き台で焼いて食べることができるほか、歴史ある知床千人踊りや郷土芸能の知床いぶき樽の披露、花火大会も実施されます。また、地元高校生考案の「高校生チャレンジグルメコンテスト（北海道主催）」に出品したメニューを、地元高校生自らが販売するなど、羅臼町の未来創造への一翼も担っています。（例年6月開催、羅臼町 産業創生課主催）

引き続き当会、青年部、女性部参画による全面的なバックアップのもと、地域資源の積極的な活用に取り組むとともに、関連事業者（飲食店や観光施設等）との連携を密にしながら、地域全体の経済活性化、交流人口増加への貢献、地元商工業者との連携強化を図っていきます。

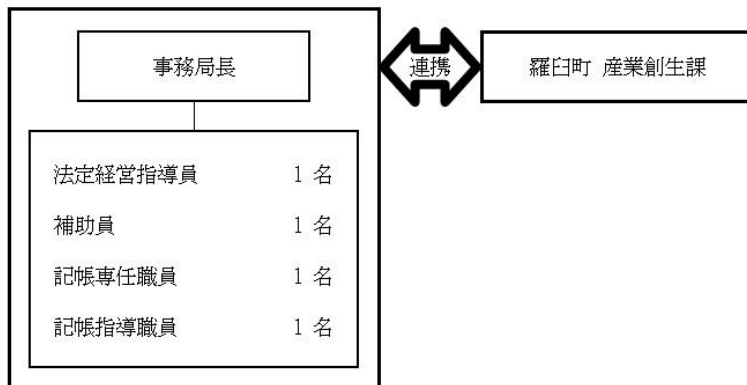
(別表2)

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法定経営指導員の氏名、連絡先

○氏名：留目直樹

○連絡先：羅臼町商工会 TEL. 0153-87-2300

②当該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を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒086-1832 北海道目梨郡羅臼町船見町46番地1

羅臼町商工会

TEL: 0153-87-2300/FAX: 0153-87-2579

E-mail: rausu-shoukoukai@siretoko-rausu.com

②関係市町村

〒086-1892 北海道目梨郡羅臼町栄町100番地83

羅臼町 産業創生課

TEL: 0153-87-2111/FAX: 0153-87-2358

E-mail: shiretoko-rausu120@rausu-town.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700
○セミナー開催費	200	200	200	200	200
○専門家派遣費謝金	500	500	500	500	500
○通信運搬費	200	200	200	200	200
○印刷製本費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○商談会等出展費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○広報費	500	500	500	500	500
○職員研修費	300	300	300	300	300

(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、手数料収入 等

(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。

