

経営発達支援計画の概要

実施者名	標津町商工会（法人番号 7462505000026）
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日
目 標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 観光客入込数の拡大を図る 2. 特産品のブランド化を図り「知床しべつ」の普及拡大を図る。 3. 小規模事業者の経営課題を抽出し持続的発展を図る。 4. 創業、事業承継、後継者マッチングの指導を図る。
事業内容	<p>・経営発達支援事業</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 経済動向調査 各種機関の情報収集・提供 地域内小規模事業者経済動向調査 2. 経営状況分析 巡回訪問等による対象者の掘り起し ネット de 記帳を活用した経営分析 小売業に特化したセミナー開催による経営分析 専門家と連携した経営分析 3. 事業計画策定支援 セミナー・個別相談会、専門家による対象者の掘り起し 創業者支援、後継者・事業承継支援 4. 事業計画策定後の実施支援 PDCAサイクルによる定期的なフォローアップ 支援機関の情報周知によるフォローアップ 創業者・事業承継者へのフォローアップ 5. 需要動向調査 地域特産品ニーズ調査 消費購買力流出防止のための消費者アンケート調査 観光客ニーズ調査 インターネットを活用した地域外情報収集 移動販売車ニーズ調査 6. 新たな需要開拓に寄与する事業 支援機関を利用した販路開拓支援 展示商談会出展後のフォローアップ インターネットを活用した特産品の認知度向上 移動販売車事業の拡充 <p>・地域経済活性化に資する取組み</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域ブランド確立による地域経済活性化事業 交流人口の増加に向けた観光情報発信 知床しべつネーミング普及拡大に向けたPR 農商工連携を利用した新商品開発 2. 地域イベントの賑わい創出による地域経済活性化事業 特産品PR，消費拡大を目的とした「標津カウモン青空広場」実施 町内飲食店の賑わい創出を目的とした「標津はしご酒」実施
連絡先	<p>住 所 〒086-1633 北海道標津郡標津町北3条西1丁目1-4</p> <p>電話番号 0153-82-2333 F A X 0153-82-3381</p> <p>E - mail shibesho@bz04.plala.or.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

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・国後島を臨むことができます。

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。

標津町は町内区域も広く、標津、川北、住吉、茶志骨、伊茶仁、忠類、古多糠、薫別、崎無異と地区が点在しており、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、鮭、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。

また、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でき見学することができます。





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22年に5,646人まで減少し、ピーク時の約3割減となっています。

平成26年3月現在で5,587人、年々減少している反面、世帯数は微増しており、核家族化が進んでいます。

また、高齢化率は25.9%と、北海道の26.3%に比べるとわずかに少ないですが、年々増加しています。

項目		平成5年	平成10年	平成15年	平成20年	平成25年
人口	男	3,309	3,160	3,058	2,853	2,724
	女	3,497	3,363	3,209	3,035	2,863
	計	6,806	6,523	6,267	5,888	5,587
世帯数		2,201	2,313	2,351	2,307	2,344

※国勢調査資料

標津町の産業 (農業・漁業)

標津町の産業割合は農業が全体の約2割を占めており最も多く、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。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。

平成26年度の生産高は100億円程度、農家件数は145件、搾乳業が127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186件あり41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、気候の変動から漁獲高の減少や魚種の変化が問題となってきています。

しかし、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。

町内の高齢化も進んでおり、高齢者にとって商店街は地域の憩いの場であってなくてはならないものとなっています。

水産加工業においては、サケ漁の不漁により、漁獲高が減少し特産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。

平成26年の商業統計調査によると、年間商品販売額は131億円、平成19年と比べ事業所数は減少しているにもかかわらず、販売額は30億円増加しています。

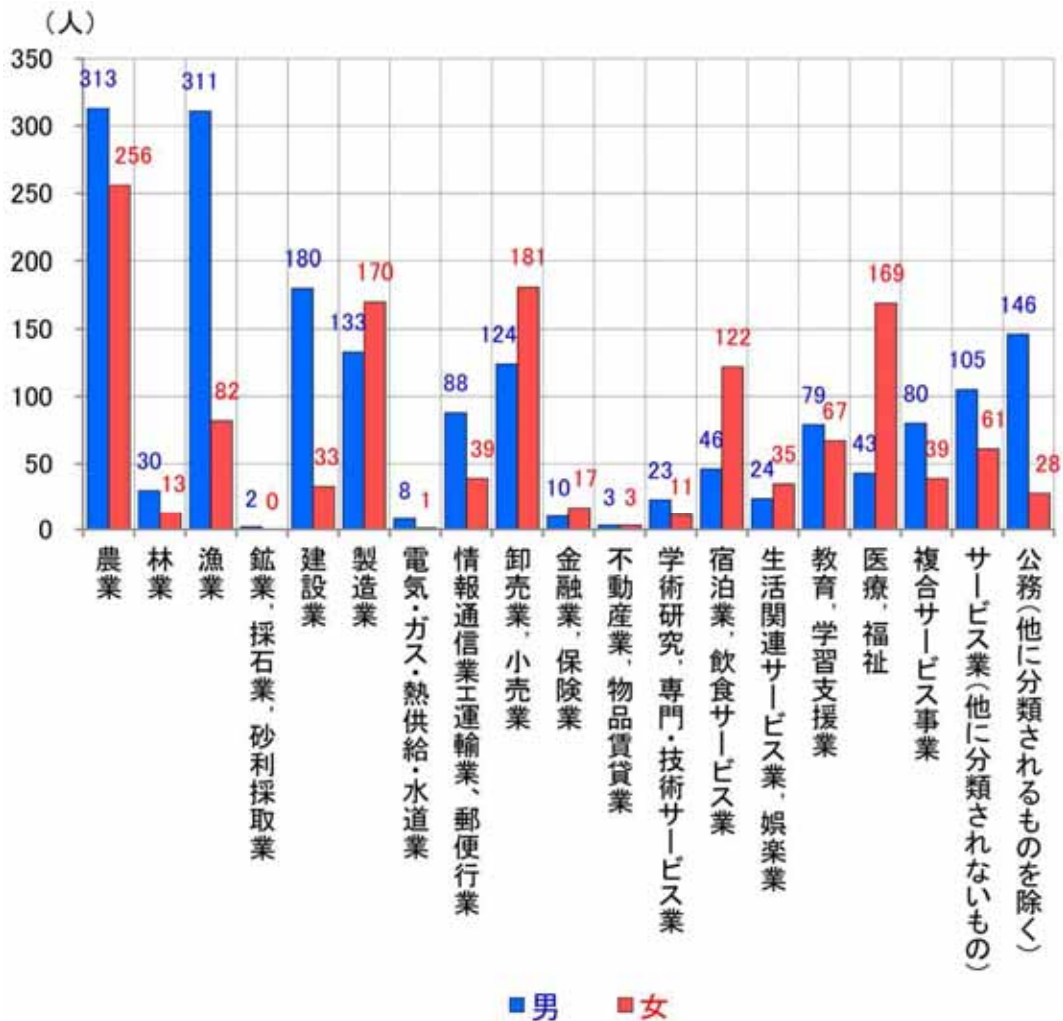
考えられる要因として、消費税の増税、漁獲量減少による浜値の高騰が挙げられます。

	平成9年	平成14年	平成19年	平成26年
事業所数（事務所）	81	67	58	45
従業者数（人）	456	344	342	282
年間商品販売額（百万円）	14,830	10,074	10,093	13,119

※商業統計調査

産業人口についても、男女とも農業従事者が最も多く569人となっています。男性は漁業が農業とほぼ同数の311人、次いで、建設業、公務、製造業、卸売業・小売業の順に多く、女性は、農業に次いで卸売業・小売業、製造業、医療・福祉が多くなっています。（下図1）

図1 【産業人口一覧】



※2010年国勢調査資料

標津町の観光

当町は中標津空港からも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60万人程度のピークを迎えた後、年々減少が続ки、平成26年度に33万人程度でピーク時から約27万人程度減少しています。（下図2）そのような中、隣接する中標津町、別海町とほぼ同程度の規模を維持しています。

なお、一年を通してみると、夏期の入込数が多く、冬期の入込数が少ない結果になっていますが、ピーク時の平成14年度と直近の平成26年度を比較すると、冬期の入込数はほぼ変わりませんが、夏期は著しく減少しています。（下図3）

また、宿泊客延数は1万7千人程度で、こちらについては入込数とは異なり、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。（下図4）

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。（下図5）

また、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、平成26年度においては道内外併せて2,000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、平成27年度は町内外併せて555人と、ピーク時の平成11年度3,383人と比べると、サケの不漁等もあり2,800人程度減少しています。

図2 【観光客入込数年度別推移（根室管内・全道比較）】

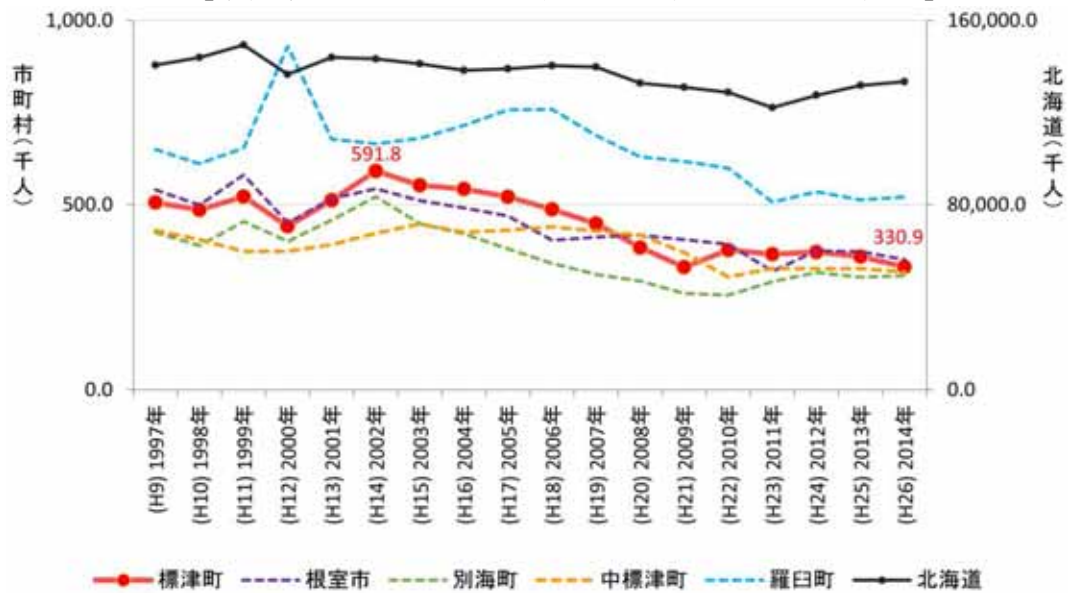


図3 【観光客入込数の月別推移（H14・26年度比較）】

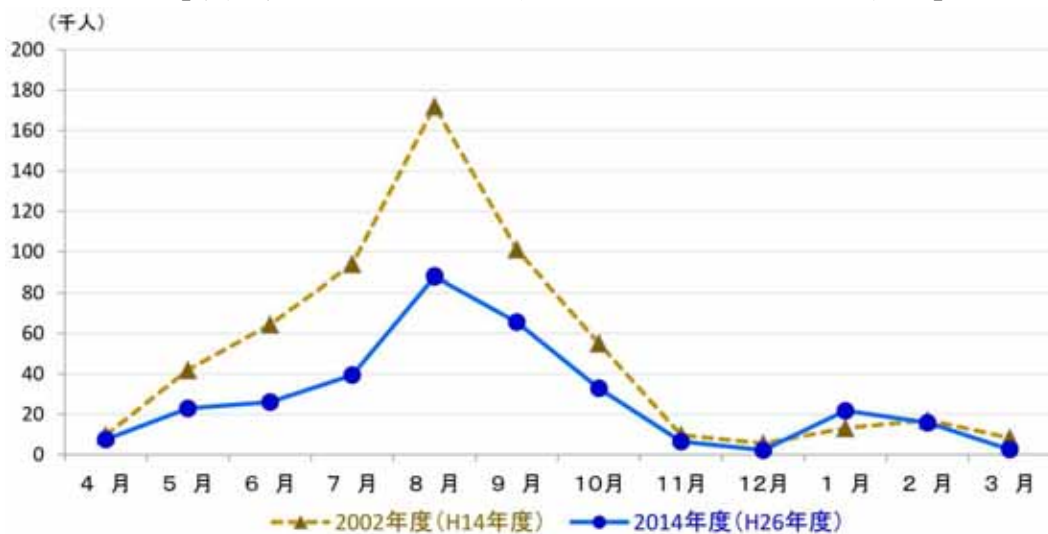


図4 【根室管内観光客入込数】 (単位：人)

市町村名	区 分	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
標 津 町	入 込 総 数	377,200	355,600	371,700	359,100	330,900
	宿泊客延数	12,100	11,100	15,000	15,700	16,700
中標津町	入 込 総 数	303,500	326,800	326,100	326,300	317,600
	宿泊客延数	55,400	56,400	54,900	56,400	57,800
別 海 町	入 込 総 数	254,400	291,000	316,100	303,100	307,300
	宿泊客延数	33,100	22,700	22,200	25,700	31,800
羅 臼 町	入 込 総 数	599,100	506,700	534,900	513,300	520,600
	宿泊客延数	70,400	71,500	78,200	74,300	65,200

※根室振興局資料

図5 【サーモン科学館入場者数推移】

項 目	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
入 場 者 数	52,908	47,774	49,422	48,370	44,259

※平成26年度は館内改修工事のため、休館日があり減少幅が大きくなっています。

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の減退により、地域経済を支える小規模事業者である「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おります。今後、小規模事業者が地域経済の底上げをし、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一方、当町内には食料品スーパーがないため、平成21年度に標津町が行った「まちづくり住民意識調査」において町外への消費購買力の流出は70.8%にのぼり、歯止めがかからない状況となっており、地域内での消費拡大を目的とした各種イベントに取り組み、地域経済を活性化させることが必要です。

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。

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
商工業者数	31	29	4	41	25	33	56	219
小規模事業 者数	30	28	4	41	25	32	56	216

※H28. 4. 1現在 商工会実態調査

商工会の現状と課題

昭和35年12月に設立認可され当時の会員数は157名でスタート、平成5年度の196名をピークに平成26年度には148名とピーク時に比べて50名弱の会員が減少しています。

現在までの巡回訪問では、税務指導、労務指導、金融相談等、経営者に対して対処的な指導となっており、抱える課題・問題点の把握といったところまでの踏み込んだ指導はできていなかったのが現状です。

①観光客入込数の減少について

当商工会の地域振興事業として、当会が主催する「しべつカウモン青空広場」、平成27年度の新規事業として10月に町内の団体や個人を対象に出店を呼びかけ標津産の農産物や鮮魚、フリーマーケットを軽トラ市形式で販売し20件が出店して開催しました。

今後の課題として、主催者と出店者がより一層の連携を図り、標津産ブランド「知床しべつ」のアピール、来場者数の把握、消費者ニーズへの対応、町外からの来場者の増加、毎年継続して開催することが課題です。

さらに新規事業として11月に「しべつはしご酒大会」を町内の飲食店17店舗が参加し開催しました。

開催当日は賑わいを見せていたが、課題として参加できない店舗もあり、飲食店の一致団結した協力が必要です。

参加した町民からは次回開催を望む声も多数あり、今後の協議で内容の充実を図ることが課題です。

青年部が主催する「ビアガーデン」町内の若者からお年寄りまで広い範囲のターゲットで、青空のもとビールを飲み交流し夜は町の飲食店の賑わいを図ります。

女性部が主催する「我が青春歌鑑賞会」年配の方をターゲットに昔懐かしい昭和の音楽を聴きながら、踊りや歌に盛り上がり、こちらも夜は町の飲食店の賑わいを図ります。

青年部・女性部イベントを開催しているが、大よその来場者数の把握はできるが、実際に来場者が町の飲食店の売上にどれだけ貢献しているか不明です。

ただし、イベント自体は盛り上がりを見せており、今後は飲食店等とより一層の連携を図ることが課題です。

以上のイベント事業をもとに、地域資源の活用、観光情報の発信強化、観光施設の魅力づくり等により、標津町及び観光協会と連携し、交流人口の増加を図ることが課題です。

②少子高齢化による人口減少について

地域内の高齢化率も増加し、消費購買力の流出に歯止めがかからない状況ですが、町内の高齢者など、車で買い物に行けない買い物難民支援のために「移動販売車事業」（どこでもカウモン号）を行っています。この事業は平成22年4月16日から開始し、商工会が運営するのは全道で初めての試みとなりました。

標津町内、川北地区においては商店があり配達も行っているが、住吉・茶志骨・伊茶仁・忠類・古多糠・薫別・崎無異の7地区においては商店が無く、高齢者も多いことから買い物に対して不自由さを感じていました。

遠い地区は標津町内から車で片道15分程度かかることから、配達も出来ない状態だったため、この移動販売車事業を行うこととなりました。

この事業により、配達できない地区へ新たに商品の販売ができ、新規顧客の開拓に繋がりましたが、各商店の商品数も限定されるため、品切れになることもあり、利用者に対して満足のいくサービスを提供できないことがマイナス要因となっています。

運行当初は、会員事業所16店舗の商品200種類以上（食品、惣菜、雑貨等）を積み町内を巡回し、現在は常時、会員事業所11店舗の商品を積み季節に応じて商品の変更などで対応し販売を行っています。

また、運行から5年が経ち、現在は社会福祉協議会と連携し移動販売車で独居老人への声掛け運動も実施しており、本町の移動販売車事業は地域にとって必要な事業だと考えられます。

今後は人口減少などにより売上も減少傾向のため、利用者アンケートなどにより、消費者ニーズに合った商品の提供、充実を図り、今後の運行に向けて、移動販売車の必要性について検討することが課題です。

移動販売車売上推移 (単位：千円)

項目	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
売上高	15,106	17,062	15,447	14,095	14,984



(移動販売車：どこでもカウモン号)

③一次産業（農業・漁業）の衰退について

農商工連携等を活用した、特産品開発や販路開拓支援による消費拡大を図ることが課題です。

④商工業の経営環境の悪化について

地域経済を支える小規模事業者である「小売業」「水産加工業」は需要の低下、売上の減少、利益率の低下等、経営状況は厳しく、事業者の経営状態を把握することが課題です。

経営発達支援事業の目標

上記の現状と課題を踏まえて、標津町が平成27年10月に発表した、人口減少による人口ビジョン及び総合戦略では、産業・経済の政策において、「基幹産業の経営の安定と活力ある発展」「経済の域内循環促進、新たな雇用の創出と地域資源の活用」「地域資源を活用した交流人口の拡大」を推進することとなっております。

商工会としてその方向性に基づき、標津町と連携のうへ、『**交流人口の拡大に寄与し、それらを取り込むことによる小規模事業者数の維持及び発展**』を中長期的な振興のあり方と定め経営発達支援事業を実施します。

1. 交流人口の拡大に向け、標津町との連携により観光入込数の向上を目標とします。
2. 新たな販路開拓に向け、地元特産品のブランド化を図りイベント等により「知床しべつ」のネーミングの普及拡大を目指します。
3. 小規模事業者の経営課題を抽出し計画的な支援することを目標とします。

4. 地区内の後継者を把握し、創業・事業承継、後継者マッチング等についての指導を図り、小規模事業者数を維持することを目標とします。

経営発達支援事業の方針

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. 標津町と連携し、観光客入込数の拡大に向け、観光情報の発信強化、観光施設の魅力づくりや整備充実を図ります。
2. 当町において、消費拡大を目的としたイベント「しべつかウモン青空広場」を開催し、町内の団体等と連携し活性化を図ります。
3. 巡回訪問等により問題点の改善、今後の経営の方向性について提案、支援の充実を図り伴走型の支援を行います。
4. 会員へ創業・事業承継等についてのアンケート調査を実施します。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (平成29年4月1日～平成34年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針】

(現状と課題)

経済動向については、金融機関や全国商工会連合会などの景況調査資料のみの活用で、小規模事業者に対しても一部のデータしか周知しておらず、小規模事業者にとっては、提供される情報に乏しいのが現状で、資料が活用されていないのが課題です。

(取組み内容)

小規模事業者に対し当会独自にヒアリング調査を行い、各機関の情報と併せて地区内の経済動向を調査・分析し、小規模事業者を取り巻く外部環境の現状を把握し、取り組む課題の抽出に繋がります。

(事業内容)

①小規模事業者経済動向調査 (新規)

当町の小規模事業者（製造業15件、建設業15件、小売業20件、サービス業15件の合計65件）へ地区内の経済動向に関して、売上の推移、資金繰り状況、雇用状況等の項目を確認するとともに、今後の経営方針（新商品開発などによる販路拡大等）や後継者の有無などのヒアリングを年4回、巡回訪問等において調査します。そして、現状における実態を業種別、規模別に取りまとめそれぞれの事業所にあった情報として巡回訪問等において提供し外部環境の課題抽出に活用します。

②各種情報の収集・提供 (新規)

大地みらい信用金庫の「根室管内景況調査」等の既存情報の整理と、北海道商工会連合会「中小企業景況調査報告書」により、地域の経済動向を調査、地域における売上額、仕入単価、利益率、資金繰り等の推移を調査し、業種ごとに取りまとめ、年4回各業種の小規模事業者へ提供します。

また、地域経済分析システム「RESAS」を活用し、地域経済循環図、滞在人口、流動人口等を年1回調査、観光関連業種を中心とした小規模事業者へ情報提供します。

それらにより、事業者を取り巻く外部環境の把握として活用を図ります。

③小売業に係る情報収集・提供 (新規)

主要業種である小売業については、北海道の家計消費支出資料等を利用して年4回調査を行い世帯収入・支出額等の項目について収集し、北海道内における支出への傾向の

推移を分析、小売業を取り巻く経済動向として巡回訪問において活用して課題の抽出につなげます。

(効果)

既存情報と地区内の経済動向を調査・分析し現状と課題を把握し、小規模事業者を取り巻く外部環境の提供により、事業計画策定に向けて円滑な支援ができます。

(目標)

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①小規模事業者経済動向調査提供企業数	0	160	160	160	160	160
②各種情報の収集提供企業数	0	160	160	160	160	160
③小売業に係る情報収集提供企業数	0	40	40	40	40	40

2. 経営状況の分析に関すること【指針】

(現状と課題)

現在の巡回訪問では、税務指導、労務指導、金融相談等、小規模事業者に対し対処的な指導となっており、ネットde記帳システムについても、簡易分析による情報提供程度で、具体的な支援には反映されておらず、詳細な経営状況を把握できていないことが課題です。

(取組み内容)

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催等を通じて、小規模事業者の経営分析を行います。

また専門的な課題等については、北海道商工会連合会、中小企業基盤機構、中小企業診断士、と連携し、小規模事業者の抱える経営上の課題に対してより丁寧にサポートします。

(事業内容)

①経営状況の分析対象者の掘り起し（新規）

小規模事業者のうち、確定申告指導対象者については、既存データのほかヒアリングによる情報収集を行い、その他の小規模事業者については巡回訪問等において、上記1.地域の経済動向調査における小規模事業者経済動向調査の個者ごとの回答を後継者の有無などにより優先順位をつけて、経営分析の必要な事業者の掘り起しを行います。

②クロスSWOT等による経営状況の分析（新規）

上記①により掘り起こした事業者に対し、強み・弱みという視点から詳細なヒアリング（上記1. 地域の経済動向調査における個者ごとの回答の活用及び、取扱商品・保有する技術など）を実施し、地域の経済動向調査結果による機会・脅威と併せて各要素をクロスSWOTにより分析します。その結果を、下記③ネットde記帳による経営状況の分析結果とともに提供することで、事業者が必要とする経営状況の把握につなげ、事業計画策定に向けて活用します。

③ネットde記帳活用による経営状況の分析（拡充）

上記②クロスSWOT等による経営状況の分析と併せて、ネットde記帳等による経営分析、決算書の数値による財務診断を行い財務指標と経営指標との比較を行うとともに、決算データにおける収益性、生産性、安全性、その他損益分岐点比率等を分析、小規模事業者へ提供することにより、事業計画策定へ向けて活用します。

④小売業に特化した経営状況の分析セミナーの開催（新規）

主要業種である小売業に特化したセミナー等を北海道商工会連合会と連携して、小規模事業者小売業21件を対象として年1回開催します。

内容としては、各個店小売業の来店客数、客層、販売する商品、提供するサービス、商品の販売実績、季節変動に応じた商品等の項目をもとに経営分析への考え方・手法を学び、上記1. 地域の経済動向調査における小売業に係る情報と併せて経営指導員によるフォローにより、事業計画策定へつなげます。

⑤専門家の派遣（新規）

専門的であったり高度な課題を解決するため、中小企業基盤整備機構、中小企業診断士等の専門家と連携し巡回訪問することで、専門的な視点からの経営状況をもとに経営分析を行います。

（効果）

クロスSWOT等による定性分析、ネットde記帳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、経営課題の抽出に繋がります。

また、業種に特化したセミナーを開催することにより、各個店の取組む課題が明確となり、経済動向、需要動向の結果と併せて課題解決に向けた取組みが行えます。

それら経営状況の分析結果を活用することで、事業計画策定をスムーズに行うことが可能となります。

(目標)

支 援 内 容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
① 対象者掘り起し 巡回訪問件数	0	50	50	60	60	70
②・③ 経営状況 分析件数	2	10	10	20	20	30
④-1小売業特化セミナー 開催回数	0	1	1	1	1	1
④-2小売業特化セミナー 参加企業数	0	40	40	40	40	40

※経営状況の分析件数については、SWOT等によるものとネットde記帳によるもの
のどちらも行うこととして、目標件数としています。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

(現状と課題)

税務指導、労務指導、金融相談、補助金申請等現在是对処的な支援となっており、事業計画策定も融資申込時に作成する程度で、小規模事業者の経営理念を実現するための支援ができるよう、経営内容に踏み込んだ支援に変えていくことが課題です。

また、現状では創業支援実績はなく今後の経営者育成についても、創業時から利益確保できるような事業計画策定を伴走型で支援していくことが課題です。

(取組み内容)

事業者が経営課題を解決するため、上記1. 地域の経済動向調査、上記2. 経営状況の分析、後述する需要動向調査等の結果を踏まえ事業計画策定支援を行います。併せて、標津町、中小企業基盤整備機構、中小企業診断士等と連携し、伴走型の支援を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図ります。

また、創業への支援については、標津町と連携し対象者の掘り起しを行い、策定支援を積極的に行います。

同じく、事業承継に係る支援については、上記1. 地域の経済動向調査に活用するためのヒアリングにより確認した後継者の有無に基づき支援を行います。

(事業内容)

①事業計画策定支援（拡充）

- ・セミナー・個別相談会による掘り起し

上記2. 経営状況の分析を実施した小規模事業者の他に、事業計画策定を目指す事業者（補助金活用や融資斡旋等により経営状況の分析が済んでいる事業者や、金融機関からの情報提供によるものを想定）に対し、支援機関や専門家と連携したセミナーを年1回実施します。

それにより、小規模企業白書等を活用した数値的な裏付けをもって事業計画策定の優

位性を説き、事業計画策定支援対象者の掘り起しを行います。

・事業計画策定支援について

掘り起こした小規模事業者を対象に上記1. 地域の経済動向、2. 経営状況の分析、下記5. 需要動向のデータを活用し、問題点や解決すべき課題の抽出を行い資金計画等、提案型の事業計画策定支援を行います。

また、巡回訪問等で対応できない高度・専門的な支援については支援機関や専門家と連携することで、課題解決に向けて効果的な策定支援を行います。

②創業支援者への策定支援（拡充）

標津町が平成28年5月に策定した「産業競争力強化法による創業支援事業計画に基づき、商工会における窓口相談及び標津町との情報共有により、創業希望者の掘り起しを行います。

創業希望者に対しては、標津町及び地域金融機関と連携し、ビジネスモデルの構築から資金計画、融資、設備投資など創業に必要な要素に応じた事業計画策定について支援を行います。

③後継者・事業承継についての策定支援（拡充）

上記1. 地域の経済動向調査における小規模事業者経済動向調査において把握した後継者の有無をもとに、巡回訪問等により後継者にすぐ事業承継できるか、または後継者がいない事業者については、事業承継の意思があるかなど詳しくヒアリングを行い、信頼関係を築きながら状況の把握を行い、実際の事業承継については、中小企業基盤整備機構の事業承継コーディネーターなどと連携し、スムーズな事業承継が行えるよう効果的な支援を行います。

（効果）

セミナーや巡回訪問により、事業計画策定が必要な小規模事業者の掘り起しを行い、問題点の抽出を行うことにより、スムーズな事業計画策定支援が行え、小規模事業者の持続的発展に資することができます。

また、事業計画策定支援を行うことにより資金が循環し活性化が図られます。

（目標）

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①-1【掘り起し】セミナー・相談会実施回数	0	1	1	1	1	1
①-2・③事業計画策定事業者数	8	10	10	20	20	30
②創業支援者数	0	1	1	1	2	2

※事業計画策定事業者数に事業承継に係る計画策定も含まれます。

4．事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

(現状と課題)

事業計画策定は、融資など必要に応じて対応していましたが、事業計画策定後の進捗状況は把握できていないのが現状で、事業計画策定後も巡回訪問、窓口相談等によりP D C Aサイクルを活用し支援することが課題です。

(取組み内容)

事業計画策定した事業者に対して、事業の計画、実行、評価、改善（P D C Aサイクル）が機能するような支援を行い、伴走型の支援を実施します。

また、創業支援・事業承継の計画を策定した事業者に対して、巡回訪問等により個別のフォローアップを行い、税務指導、金融指導を行い伴走型の支援を実施します。

(事業内容)

①定期的なフォローアップ（新規）

事業計画を策定した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して3カ月に1度（年4回）以上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P D C Aサイクルにより、目標達成に向けたフォローアップ支援を行います。

②支援機関の情報の周知によるフォローアップ（新規）

事業計画策定後に、北海道経済産業局、北海道、標津町、北海道商工会連合会等の行う支援策等の広報、案内によりその都度周知し、資金繰り必要な場合については、日本政策金融公庫の経営発達支援資金等による支援を検討し、雇用創出の必要な計画については、労働機関の助成金制度施策を周知するなどフォローアップを実施します。

③創業者へのフォローアップ（新規）

新規創業は、先輩経営者との意見交換会、巡回訪問による個別フォローアップ、税務相談を創業後3か月間重点的に（6回程度）行い、その後も3か月に1度の定期的な巡回訪問等を実施し、創業時から安定的な経営ができるよう伴走型の支援を行います。

④事業承継者へのフォローアップ（新規）

事業承継者は、巡回訪問による個別フォローアップの実施、経営者の税務支援や専門的な支援が必要な場合は、支援機関と連携し支援を行います。

(効果)

定期的な巡回訪問によりフォローアップを行うことで、事業計画どおり運営されているか確認できます。

それにより、進捗状況に応じた支援や、資金面での手当てを迅速に行うことが出来るとともに、事業者自らがP D C Aを意識し経営することに繋がります。

(目標)

支 援 内 容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①・②・④事業計画実施に係るフォローアップ回数	0	40	40	80	80	120
③創業者に係るフォローアップ回数	0	9	9	9	18	18

※事業計画実施に係るフォローアップ回数に事業承継に係るフォローアップも含まれます。

※創業に係るフォローアップ回数は、最初の3カ月に6回程度、それ以降は3カ月に1回を見込んでいます。

5. 需要動向調査に関すること【指針】

(現状と課題)

現在までは、地域の需要を踏まえた調査・分析をしておらず、経営分析に必要な需要動向調査等を行っていない現状で、消費者の需要動向、各個店商品の需要動向等について把握することが課題です。

(取組み内容)

地元特産品の更なる普及を図るため、地域食材を使った商品の販路開拓へ向けた需要動向の調査を実施します。

また、消費購買力は近隣町へ流出しているため、需要動向については各個店の商品や提供するサービスについて調査し、消費者が求める商品やサービスに対する各個店ごとの経営課題を抽出して、顧客満足度向上に繋げ需要開拓と販路拡大に向けた地域内の需要動向を把握、調査・分析を行い、新たな需要の開拓につなげます。

併せて、観光シーズン（夏・秋）において当町を利用する観光客に対しても、同様に各個店の商品・サービスについての調査を実施し、小規模事業者に対し情報提供するとともに今後の支援に活用します。

(事業内容)

①地域特産品の消費者ニーズ調査（新規）

経営発達支援事業の目標である、交流人口の拡大および「知床しべつ」のネーミングの普及拡大に向けて、地域特産品に対する地域外（首都圏等）の消費者ニーズ調査を実施します。

標津町では、相模女子大学（神奈川県）の学生による体験・交流をきっかけに、同大学における大学祭（一般に開放）にて実施の地域物産展に毎年出展しております。そこで、標津町と連携し、地域資源である鮭及びその加工品を使用した試食会を実施、500件以上の回収を目標にアンケート及び聞き取りによる調査を行います。

アンケート項目は、性別や年代、居住地や職業といった人に対する属性情報と、味に対する評価や適正な量と価格のバランスなどとしします。また、『鮭は捨てるところが無い』というフレーズとともに、メفن（腎臓の塩辛）や氷頭（頭の軟骨）なますといっ

た、本州では馴染みの薄い加工品についても同様に調査をし、受け入れられやすい味の方向性やアレンジ方法などの聞き取りを併せて行います。

結果については、属性によりターゲットとする層毎に整理し、それぞれの評価を把握、どの層の評価が高く、また低いのかを分析、水産加工業等を営む小規模事業者を提供します。そして、新商品開発や既存商品の改良に資するデータとして活用し、展示商談会等による地域外への販路開拓につなげます。

また、馴染みの薄い加工品への評価については、北海道外への販路開拓の可能性を探るほか、事業者が想定しないアレンジ方法などを新商品開発への気付きに活用します。

②消費購買力流出の防止に向けたニーズ調査（新規）

標津町住民を対象に地域を支える小売業、飲食業の小規模事業者が持続的発展をするために、地域住民のニーズを把握する必要があります。しかし個店が把握できる顧客ニーズには限界があり、なぜ町外へ流出しているのか等の理由を把握するため業種ごとに利用頻度、商品の品ぞろえ、価格設定、消費金額、提供するサービス等について消費者アンケートを年1回実施し消費者ニーズの調査を行います。

またアンケート用紙は、標津町と連携して町民地区ごと郵送にて発送し、標津町世帯数（2,351世帯）のうち回収率40%（940世帯）を目標に設定します。

結果を取りまとめ年齢層毎にターゲットを整理し、顧客が求める商品・サービス等を小売業、飲食業を営む小規模事業者へ周知し、各個店と消費者の需要と供給のバランスを図り、改善提案や新商品、新サービスの提供に向けての支援につなげます。

③観光客ニーズ調査（新規）

標津町の観光客入込数は年々減少傾向にありますが、平成26年度においても33万人程度が来町しており、近隣町と同等の数値を維持していることから町外からの需要も多いと考えられます。そこで標津町観光協会、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、来町・宿泊目的、接客サービス、お土産品購入商品、消費金額等についての観光客用アンケートを実施します。

方法としては、各施設等にアンケート用紙を配布し、当町の観光シーズン（8月・10月）に実施することで、回収率の向上を図りながらニーズの調査を行い、取りまとめた結果については、観光関連業を営む小規模事業者に情報提供し、自らの提供する商品・サービスに対する消費者の評価を的確に把握するとともに、顧客満足度向上に向けた新商品や新サービスの提供への活用を図ります。

④インターネットを活用した情報収集（新規）

マクロ部分の情報としてインターネット活用（日経テレコンPOSEYES）による、全国の売れ筋商品や商品分類別の売上情報などの動向調査を年4回行い、収集・分析し②消費購買力流出の防止に向けたニーズ調査により取りまとめたデータと併せて、全国と地域の動向との比較を行います。

分析結果については、小売業や飲食業を営む小規模事業者に巡回訪問にて提供し、各個店の商品やサービスを見直し、地域の消費者ニーズに合わせた品ぞろえにするといった、需要開拓や販路拡大に資するデータとして活用します。

⑤移動販売車における消費者ニーズの調査（新規）

買い物難民支援のための移動販売事業ですが、利用客も固定化されつつあり新規顧客獲得に向けて、町内全域を運行する移動販売車利用客（平成27年度延べ利用客567人、月平均47人）を対象に商品ニーズ調査はもとより、運行地域、運行時間、地域ごとの商品に対するニーズ、独居老人の安否確認等、運行に関するアンケート調査を年1回実施し、結果を取りまとめ顧客ターゲットの把握、今後の新サービスの提供に向けて各個店に情報提供するとともに満足度向上、消費購買力向上について支援を行います。

（効果）

地元特産品に対するニーズ調査により、地域商品ブランド「知床しべつ」の知名度アップに資するデータとして活用が図れます。

また、地域内の消費者動向を把握、併せてインターネット活用により地域外の動向も把握することで、個店の売れ筋商品やサービス等の消費者ニーズが明確となり、売上向上に向けた販路開拓のための支援に活用が図れます。

更に、明確になった消費者ニーズを、更に事業計画の策定や変更を活用し、それを繰り返すことにより、消費者目線にたった経営につなげることが出来ます。

（目標）

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①地域特産品ニーズ調査 支援企業数	0	2	3	4	5	5
②消費者ニーズ調査 支援企業数	0	10	15	15	20	25
③観光客アンケート調査 支援企業数	0	3	3	5	5	7
④インターネットを 活用した情報収集 提供企業数	0	10	10	15	15	20

※⑤については、移動販売車に対する提供のため、目標設定はしていません。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

（現状と課題）

これまで、小規模事業者に対して販路開拓支援、町外への消費購買力の流出など地域における需要開拓支援について支援がスムーズに行われていない現状で、今後は展示会・商談会への積極的な参加を促し需要開拓、販路拡大や新商品開発に向けて計画的に支援することが課題です。

（取組み内容）

特産品の販路拡大を図るため、支援機関と連携し展示会、商談会への参加支援を行い

需要開拓、販路拡大に寄与します。

また、特産品については、当商工会ホームページやSNS（Facebook）等の活用により、効果的な認知度の向上を図ります。

移動販売車については、移動販売車におけるニーズ把握を基に改善をはかり、売上アップ及び事業の継続につなげます。

（事業内容）

①支援機関と連携した展示商談会等への出展による販路開拓支援（新規）

北海道商工会連合会が主催する「北の味覚・再発見」等への出展について、標津町及び観光協会等と連携して、事業計画において新商品開発や地域特産品の販路を地域外に拡大するとした小規模事業者に対して出展申請やバイヤーへの提案書作成等の出展支援を行い、地域外における需要開拓や販路拡大に向けて支援を行います。

また、販路拡大を目的に商談会等に出展できなかった小規模事業者には、バイヤーや消費者からの意見を収集して取りまとめデータベース化し、次回の出展に向けて消費者の求める効果的な商品を、事前マーケティング資料として活用し事業者へフィードバックして支援を行います。

②展示商談会出展後のフォローアップ（新規）

展示商談会等においては、出店したバイヤーから消費者の反応を確認し、意見を取りまとめ次回の出展に向けて、消費者の求める味の傾向や、数量と価格のバランス、最低限求められるロット数などを調査し、小規模事業者へ3か月に1度（出展後、年度内2回程度を目安とする）の巡回訪問や文書等の周知によりフィードバックし、商品の更なる認知度の向上や商品力の強化、販路開拓の支援を行います。

③インターネットを活用した認知度向上（新規）

当商工会ホームページやSNS（Facebook）等を活用し、地域特産品をアップし商品の安心・安全もPRし向上を図る一方、標津町と連携しホームページ等に情報ページのリンクを貼り更なる認知度の向上を図り新たな需要開拓に向けて支援します。

④移動販売車事業（拡充）

標津町と連携し、移動販売車ニーズ調査の結果をもとに、品揃えや陳列、新たなサービスの提供等を工夫し、移動販売車としての新鮮味を持たせます。それらにより、客数、客単価の向上に向けて既存の利用者からの口コミ、広報等による新規利用者の獲得を図ります。

（効果）

展示商談会等に参加することにより、新規の需要開拓ができるとともに、バイヤー等からの意見を取り入れることで更なる商品力の向上が図られ、地域商品のブランド化「知床しべつ」の知名度アップに繋がります。

また、ホームページ等で特産品を周知することにより、全国的に多数の人が商品を知ることになり、そこを入口として標津町を知ってもらい、足を運ぶキッカケとなります。

移動販売車の改善により新規利用者の獲得が見込め、売上増加に繋がります。そのようにして事業が継続できることにより、標津町民の生活の利便性向上に繋がります。

(目 標)

項 目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
① - 1 展示商談会 出 展 支 援 件 数	0	3	3	5	5	5
① - 2 商談成立による 売 上 増 加 企 業 数	0	1	1	2	2	3
① - 3 商談成立による 売 上 増 加 額 (%)	0	3	3	5	5	5
② 展示商談会出展 フ ォ ロ ー ア ッ プ 回 数	0	6	6	10	10	10
③-1インターネットを活用 した認知度向上件数	0	3	5	5	10	10
③-2インターネットを活用 した認知度向上による 売 上 増 加 額 (%)	0	2	3	3	4	5
④ 移 動 販 売 車 売 上 増 加 額 (%)	0	3	3	4	5	5

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組み

1. 地域ブランド確立による地域経済活性化事業

(現状と課題)

通過型観光地となっているため、交流人口獲得に向けた取組みが強化されておらず、観光情報の発信や標津町の知名度アップを図ることが課題です。

(取組み内容)

標津町、地域団体、観光協会等との「地域活性化協議会」を計3回行い、今後の地域活性化の方向性を検討し、地域ブランドの発信強化や交流人口獲得に向けた事業を実施します。

(事業内容)

①地域活性化会議の開催 (新規)

新たに標津町、地域団体、地域観光協会で構成する「地域活性化会議」を計3回行い、会議において「小売業・水産加工業」を中心とした地域の活性化の方向性について検討します。

②交流人口の増加について（新規）

通過型観光地となっているため、標津町と連携し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は将来的に、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標津町の知名度アップに向けた取組（拡充）

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。

標津町と連携し地域の特産品に対して、特産品を取り扱う事業所及びイベントにおいて「知床しべつ」のネーミング普及拡大のため商品にシールを貼りPRします。

④農商工連携を利用した新商品開発（新規）

地域活性化会議において、地域の活性化を検討し農商工連携の方向性を踏まえ、地域資源を活用した新商品開発を目指し、地域の付加価値の向上と情報発信強化により地域一体となったブランド戦略の取組みを行います。

（効果）

各種事業の取組みを行うことにより、標津町の知名度が上がり、交流人口の増加または、地域ブランドの認知度の向上が図られます。

2. 地域イベントの販わい創出による地域経済活性化事業

（現状と課題）

イベント等の開催はあるが小規模事業者への経営等に対して、貢献度を把握していない現状で、連携を強化することが課題です。

（取組み内容）

検討した地域活性化の方向性を踏まえ、小規模事業者と連携しイベントを開催し地域活性化を図ります。

（事業内容）

①標津カウモン青空広場の開催（拡充）

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について、実行委員会を開催し、効果、課題の抽出を行い、ブラッシュアップして実施し、商工会駐車場において、標津町、商工会組織、町内商工業者、加工業者等と連携して開催し地域活性化を図ります。

②標津はしご酒の開催（拡充）

今年度開催した「はしご酒大会」について、実行委員会（商工会理事、会員小売企業）で次回開催に向け、効果・課題の抽出を行い、地域特産品のPR、ホームページ等の活用によるイベントのPRにより町外からの参加者の獲得に向けブラッシュアップして実施し、地域の活性化を図るとともに町内の飲食店の賑わいを創出します。

（効 果）

各種イベント等を開催することにより、小規模事業者の売上向上、消費者の消費購買意欲、町外流出に効果を発揮します。

（目 標）

項 目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
青空広場開催回数	1	2	2	3	3	3
出 店 者 数	20	20	22	25	25	25
アンケート調査回数	0	2	2	3	3	3
アンケート資料収集	0	2	2	3	3	3



（しべつかウモン青空広場）

Ⅲ. 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み

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年1回主催する「全道経営指導員研修会」において、経営支援事例発表大会が開催され、全道の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。

②根室管内職員協議会との情報交換

根室管内職員協議会が年2回主催する「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年2回主催する「マル経協議会」において、根室・釧路管内の経営指導員と道東地域の金融状況等の意見交換により、地域における支援の現状について情報交換します。

④その他支援機関との情報交換

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、分析を行い小規模事業者の持続的発展に繋がります。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

現在も北海道商工会連合会が主催する研修について、職種別や分野別で参加しているが、情報の共有がされておらず、小規模事業者への支援についての体制がうまく構築されていない現状です。

このため、課題解決に向けた職員別のスキルアップを目標に研修を計画的に受講します。

研修は小規模事業者の売上や利益確保ができる支援ノウハウを習得し、各研修終了後に報告会を実施し、組織内で情報共有を図り、組織全体で経営指導員のノウハウを共有し経営発達支援事業における支援マニュアルの作成を行い迅速な支援を行えるようスキルアップを図ります。

若手経営指導員については、窓口、巡回訪問等において、事務局長及び補助員等とチームを組み小規模事業者を支援すること等を通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図ります。

①経営指導員

支援能力の向上を図るため、研修会へ積極的に参加し、情報収集と分析能力の向上、専門家派遣事業への随行により、専門家の支援ノウハウを吸収し資質向上に努めると共に組織内での情報交流を図り、小規模事業者に対して提案型支援が行える知識を習得します。

（研修内容）

全道商工会経営指導員研修（北海道商工会連合会主催）

中小企業支援担当者研修（中小企業大学校主催）

根室管内商工会経営指導員研修（根室管内商工会職員協議会主催）

経営指導員等WEB研修（全国商工会連合会主催）

情報化支援システム研修（北海道商工会連合会主催）

②補助員

経営指導員の補佐として、各種研修会に参加し情報収集や経営分析能力を高め、経営指導員と同等の支援が行える知識・ノウハウを習得します。

(研修内容)

全道商工会補助員等研修（専門研修）

全道ブロック別商工会補助員等研修（一般研修）

情報化支援システム研修（北海道商工会連合会主催）

③記帳専任職員

記帳指導から経営状況を把握し、分析能力を身につけ財務面からの支援が行えるよう知識・ノウハウを習得します。

(研修内容)

全道商工会補助員等研修（専門研修）

全道ブロック別商工会補助員等研修（一般研修）

全道商工会新規採用職員研修

全道商工会新規採用職員フォローアップ研修

3．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

現在、当商工会の事業計画及び報告については、理事会で審議し総会で承認を受けて実施しているが、事業の進捗状況等については評価、見直しをする機会はなく、例年同様の事業を消化する繰り返しとなっていました。

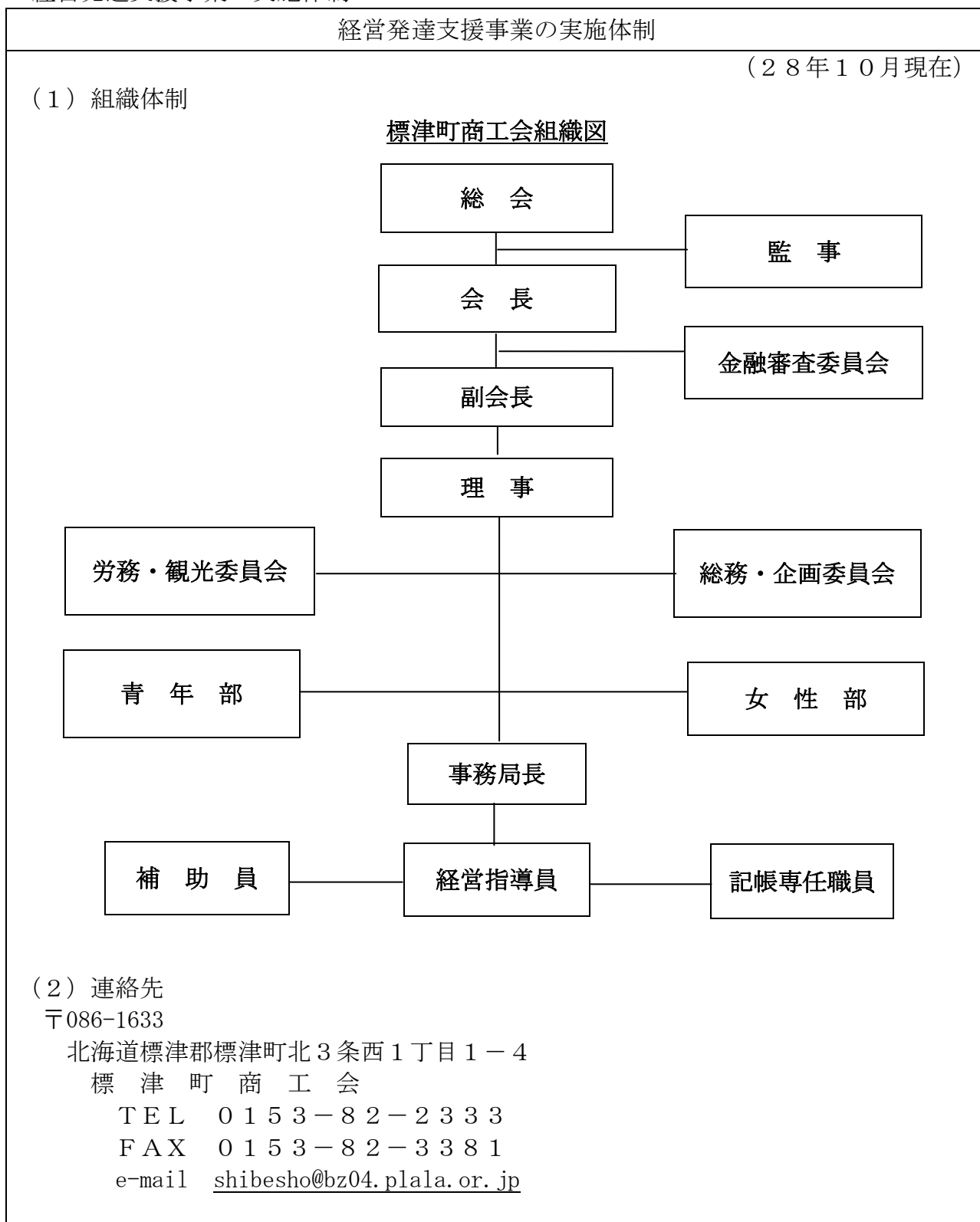
今後は毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行います。

①商工会正副会長、標津町担当課長、大地みらい信用金庫支店長等の有識者で構成する経営発達支援計画委員会を新たに設置し、PDCAサイクルに基づき、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を年2回行います。

②事業の成果・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（<http://www.shibetsu.net/shokokai/>）で計画期間中公表します。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(2) 連絡先

〒086-1633

北海道標津郡標津町北3条西1丁目1-4

標津町商工会

TEL 0153-82-2333

FAX 0153-82-3381

e-mail shibesho@bz04.plala.or.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)

	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
必要な資金の額	7,060	7,060	7,060	7,060	7,060
経改事業費	520	520	520	520	520
旅 費	500	500	500	500	500
施策普及事業費	20	20	20	20	20
地域振興事業費	6,540	6,540	6,540	6,540	6,540
総合振興費	5,350	5,350	5,350	5,350	5,350
商工観光業振興費	560	560	560	560	560
青年女性部対策費	630	630	630	630	630

(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、道補助金、町補助金、手数料、使用料、受託料、雑収入

(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。

(別表4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

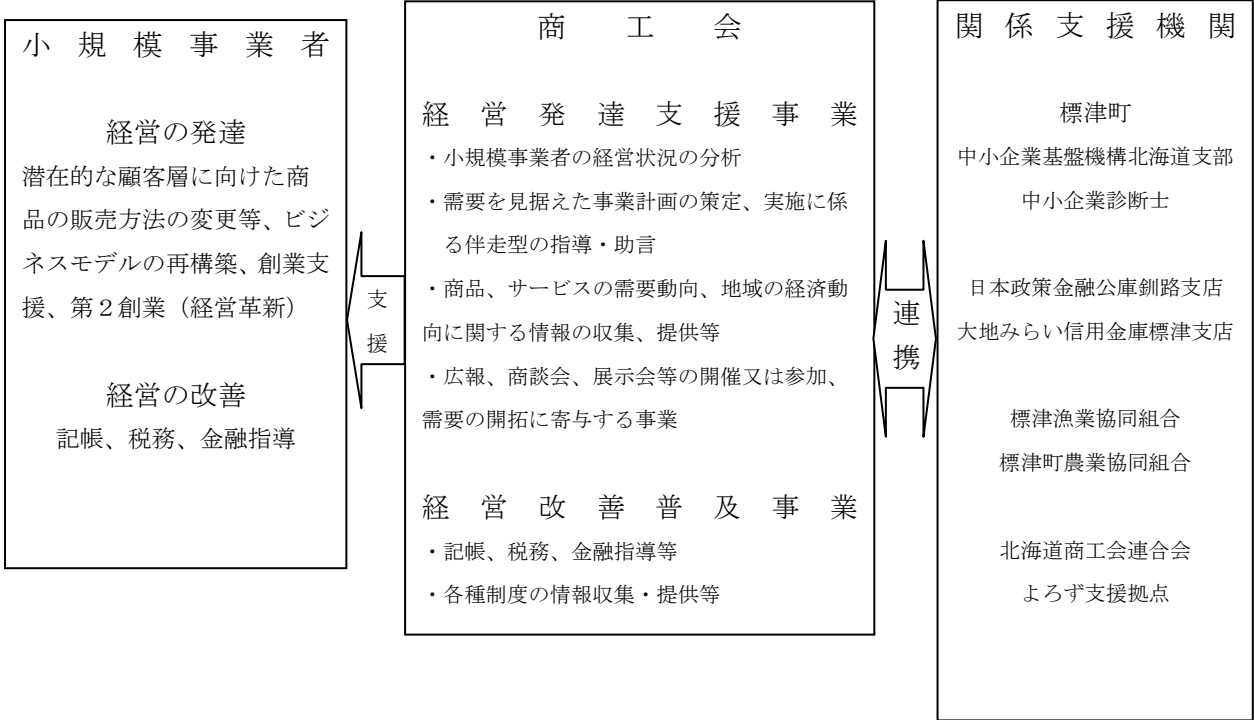
連携する内容	
①地域経済動向調査の情報収集・分析	
連携内容	経済動向の調査・分析・資料の活用
連携者	標津町、大地みらい信用金庫、北海道商工会連合会
②経営状況分析	
連携内容	経営分析の実施、専門的支援
連携者	標津町、中小企業診断士、中小企業基盤整備機構、日本政策金融公庫 大地みらい信用金庫、北海道商工会連合会
③事業計画策定支援	
連携内容	持続的発展のための支援
連携者	標津町、中小企業診断士、大地みらい信用金庫、北海道商工会連合会 よろず支援拠点
④事業計画策定後の支援	
連携内容	持続的発展のための策定後のフォローアップ
連携者	標津町、中小企業診断士、大地みらい信用金庫、北海道商工会連合会 よろず支援拠点
⑤需要動向調査の情報収集・分析	
連携内容	需要動向の調査・分析方法
連携者	標津町
⑥新たな需要開拓に寄与する事業	
連携内容	販路開拓支援
連携者	標津町、北海道商工会連合会
⑦地域経済活性化に資する取組	
連携内容	各種イベントや移動販売車事業
連携者	標津町、標津漁業協同組合、標津町農業協同組合
⑧経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組	
連携内容	情報交換、職員資質向上
連携者	日本政策金融公庫、中小企業基盤整備機構、北海道商工会連合会

連携者及びその役割

<p>名 称：標津町 代表者氏名：町 長 金 澤 瑛 住 所：北海道標津郡標津町北2条西1丁目1-3 電 話 番 号：0153-82-2131</p>	<p>地域の現状と課題を明確にし連携を取り課題解決に向けてのサポート</p>
<p>名 称：中小企業診断士 代表者氏名：只 野 正 博 住 所：北海道札幌市中央区北1条西7丁目 電 話 番 号：011-251-0105</p>	<p>専門的知識を有する専門家からの指導、相談、計画実行のサポート</p>
<p>名 称：中小企業基盤整備機構 北海道支部 代表者氏名：本部長 戸 田 直 隆 住 所：北海道札幌市中央区北2条西1丁目1-7 電 話 番 号：011-210-7474</p>	<p>経営指導員等のスキルアップ、資質向上を図るための研修の実施</p>
<p>名 称：日本政策金融公庫 釧路支店 代表者氏名：支店長 北 川 恭 朗 住 所：釧路市大町1丁目1-1 電 話 番 号：0154-43-3330</p>	<p>マル経融資などについてのサポート</p>
<p>名 称：大地みらい信用金庫 標津支店 代表者氏名：支店長 木 根 淳 也 住 所：北海道標津郡標津町北1条東1丁目2-1 電 話 番 号：0153-82-2521</p>	<p>町融資などについてのサポート</p>
<p>名 称：標津漁業協同組合 代表者氏名：組合長 西 山 良 一 住 所：北海道標津郡標津町北6条東1丁目 電 話 番 号：0153-82-2141</p>	<p>団体からの意見を取り入れ情報提供をし各事業へのサポート</p>
<p>名 称：標津町農業協同組合 代表者氏名：組合長 今 井 和 善 住 所：北海道標津郡標津町川北基線西2 電 話 番 号：0153-85-2121</p>	<p>団体からの意見を取り入れ情報提供をし各事業へのサポート</p>
<p>名 称：北海道商工会連合会 代表者氏名：会 長 荒 尾 孝 司 住 所：北海道札幌市中央区北1条西7丁目 電 話 番 号：011-251-0101</p>	<p>独自で持っている専門家派遣などについてのサポート</p>
<p>名 称：よろず支援拠点 代表者氏名：コーディネーター 中 野 貴 英 住 所：北海道札幌市中央区北1条西2丁目 電 話 番 号：011-232-2407</p>	<p>高度・専門的な相談についてのサポート</p>

連携体制図等

経営発達支援事業・経営改善普及事業を実施するための体制



実際に事業を実施する人員 4名（事務局長、経営指導員、補助員、記帳専任職員）