

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)
実施期間	平成29年 4月1日～平成34年 3月31日
目 標	<p>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のための取組を伴走して支援します。</p> <p>2. 「知床らうす」ブランドを活用した商品・サービスの開発により新たな需要開拓を支援します。</p> <p>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。</p>
事業内容	<p>・ 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関する事【指針】</p> <p>(1) 金融機関の調査レポートによる情報収集及び提供</p> <p>(2) 関係機関との意見交換による情報収集、提供</p> <p>2. 経営状況の分析に関する事【指針】</p> <p>(1) 経営セミナーの開催による経営分析支援対象者の掘り起こし</p> <p>(2) 経営分析ツールを活用した経営状況の分析支援</p> <p>(3) 関係支援機関との連携による経営状況の分析</p> <p>3. 事業計画策定支援に関する事【指針】</p> <p>(1) 関係支援機関と連携した事業計画策定支援</p> <p>(2) 創業者に対する事業計画策定支援</p> <p>(3) 事業承継に関する事業計画策定支援</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関する事【指針】</p> <p>(1) 定期的なフォローアップによる着実な事業計画の実施支援</p> <p>5. 需要動向調査に関する事【指針】</p> <p>(1) アンテナショップを活用した需要動向調査(テストマーケティング)</p> <p>(2) 地域資源を活用した商品力強化のための需要動向調査(グループインタビュー)</p> <p>(3) 滞在型観光に向けた観光客ニーズの把握</p> <p>(4) 消費購買力を呼び戻す為の需要動向調査</p> <p>(5) 地域住民向け住環境ニーズ調査の実施</p> <p>(6) 外部データを活用した需要動向調査</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針】</p> <p>(1) 商談会等への出展支援による新たな需要開拓支援</p> <p>(2) アンテナショップの活用による新たな需要開拓支援</p> <p>(3) ITの活用による新たな需要開拓支援</p> <p>(4) リフォーム相談会開催による新たな需要開拓支援(新規顧客獲得)</p> <p>(5) 地域需要の掘り起こしによる新たな顧客獲得に資する支援</p> <p>・ 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>(1) 豊富な地域資源を活かした羅臼ブランドの普及推進</p> <p>(2) 地域内流通の強化による統一メニュー等の検討(飲食店向け)</p> <p>(3) 滞在型観光等の検討と観光メニューの創出</p> <p>(4) 道の駅周辺エリアの活性化によるにぎわいの創出</p> <p>(5) 仮称「羅臼町おもてなし力向上事業」の検討と実施</p>
連絡先	<p>羅臼町商工会</p> <p>住 所 〒060-1121 目梨郡羅臼町船見町46番地1</p> <p>電 話 0153-87-2300 F A X 0153-87-2579</p> <p>E - m a i l rausu-shoukoukai@siretoko-rausu.com</p>

(別表1)  
経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 羅臼町の概要

(1) 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8km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、半島先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、平成26年の年間平均気温が6.1度、月別平均気温は1月が最も低く-5.3度、8月が最も高く18.1度、海洋の影響を受けて寒暖の差が少なく、また、降水量は平成26年の月平均が139.1mm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。



(2) 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。平成27年3月末における住民基本台帳によると、人口5,503人、世帯数2,144世帯、1世帯当たりの世帯人員は2.57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2015年の人口5,503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3,423人、日本創成会議では同年2,756人になると推計されているため、両機関の平均を取って、2040年に人口が3,000人程度になると推計し、また、2040年以降は年

50人程度の人口減があると仮定して、2060年に2,000人の人口になると推計しています。

当町は、将来の人口を2060年で人口3,500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 7年		2,341	3,717	3,754	7,471	第16回 国勢調査10月1日
12年		2,355	3,499	3,457	6,956	第17回 "
16年		2,230	3,338	3,383	6,721	住民基本台帳人口 3月末
17年		2,231	3,295	3,355	6,650	"
18年		2,217	3,229	3,268	6,497	"
19年		2,189	3,159	3,197	6,356	"
20年		2,158	3,090	3,112	6,202	"
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	"

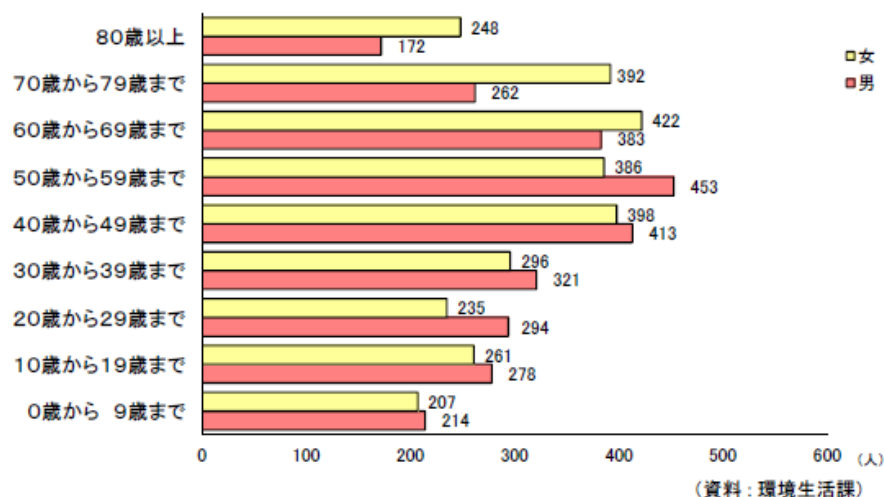
■人口動態の推移

各年12月末現在

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			
18年		41	57	-16	151	234	-83	-74	37	15
19年		51	65	-14	167	218	-51	-67	35	18
20年		46	56	-10	158	275	-117	-131	28	17
21年		38	56	-18	149	236	-87	-97	32	13
22年		37	58	-21	173	235	-62	-80	35	12
23年		53	55	-2	142	218	-76	-97	33	14
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

■10歳階級別人口

住民基本台帳年報 平成27年1月1日



## 2. 地域産業の現状と課題

### (1) 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の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漁を中心として平成2年に253億円の水揚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年の水揚高平均は130億円となっています。

特に、主要魚種であるスケトウダラやホッケの不漁が続いていることから、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、漁協の直売所が道の駅に併設され、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います。

■漁業生産状況

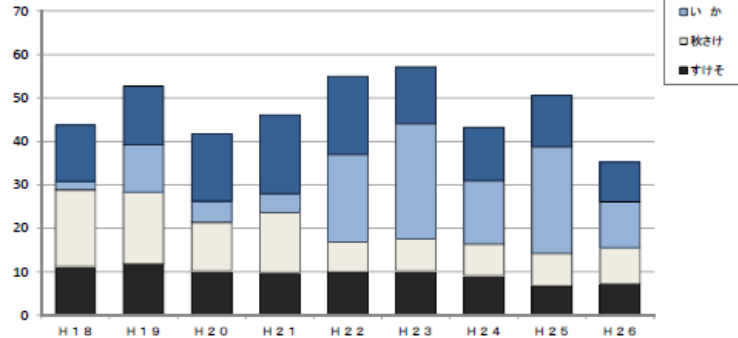
(単位 トン:千円)

年次 魚種	平成22年		平成23年		平成24年		平成25年		平成26年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
すけそ	10,013	1,021,030	10,224	815,468	9,183	885,739	6,762	734,327	7,216	857,159
秋さけ	6,865	2,489,370	7,367	3,759,010	7,166	3,636,478	7,486	3,624,221	8,305	4,258,910
けいじ	1	16,214	6	57,942	2	21,299	2	27,747	2	26,306
ほっけ	7,841	1,136,142	3,423	713,658	2,544	621,312	3,182	744,205	966	383,539
めんめ	49	149,252	75	223,142	88	261,410	77	241,360	77	262,481
うに	128	166,738	119	134,398	96	146,778	135	198,184	130	225,300
たら	3,140	1,035,128	3,422	956,583	3,401	1,012,600	2,428	724,995	2,033	665,026
かれい	1,031	225,141	1,164	230,524	1,480	203,333	1,411	206,544	1,175	195,417
いか	20,131	4,514,839	26,476	4,732,231	14,581	3,589,008	24,516	5,807,504	10,557	2,390,552
おひょう	37	21,191	41	24,507	41	26,697	37	20,092	30	19,060
その他	5,320	1,323,695	4,542	1,372,865	4,174	1,363,482	4,326	1,483,039	4,286	1,553,616
こんぶ	503	1,013,127	305	651,887	512	1,003,986	213	405,908	394	813,439
合計	55,059	13,111,867	57,164	13,672,215	43,248	12,772,122	50,575	14,218,126	35,171	11,650,805

(資料:水産商工観光課)

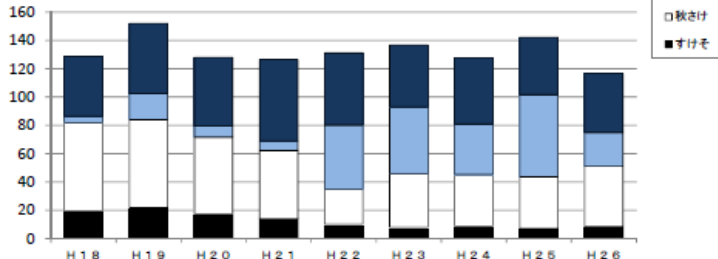
■主要魚種水揚量の推移

(千トン)



■主要魚種水揚高の推移

(億円)



## (2) 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年からは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24年には67店舗と大きく減少しました。反面、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ており、平成24年には138億円と平成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の拡大による影響を大きく受けているのが実情です。

またその一方で、外出や行動範囲が限られる高齢者の割合が、現時点では北海道平均より低いものの増加することが見込まれており、高齢者が安定的に日用品を購入できる環境を整備する等の、買い物弱者対策も求められてきています。

工業については平成19年から平成25年にかけて、事業所数、出荷額ともに多少の落ち込みはあるものの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ことが課題となっています。

■工業の推移

年次	事業所数	従業者数	製造品出荷額(万円)
15年	25	325	919,988
16年	25	363	887,222
17年	22	306	851,489
18年	21	307	1,105,818
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

※平成23年度は調査なし

(工業統計調査より)

■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57年	110	411	6,778
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

※平成26年度は、調査結果を累計中です。

(商業統計調査より)

## (3) 観光業

平成17年7月に知床が世界自然遺産に登録されてから、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いますが、観光客の入り込み状況は遺産登録の平成17年度は前年比6%と増加したものの、平成18年度は予想推計を下回り、観光客の入り込みに対する宿泊率も20%以下であり、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、平成26年度の14.5万人など一定程度確保されています。

世界自然遺産・国立公園「知床」の自然環境については、情報発信拠点として平成19年5月に新しい羅臼ビジターセンターがオープンし利用者が増加している中、更に平成21年6月にはルサ地区に世界自然遺産の羅臼側の拠点としてフィールドハウスが建設されました。

近年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水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。

滞在型観光を進めるためには、1日遊べる(遊びたいと思う)題材が必要で、スポーツ(釣り、シーカヤック、春山スキー、トレッキングなど)、ネイチャーウォッチング(オオワシ・オジロワシ、クジラ類など)、羅臼の生活体験(ウニ漁、コンブ干し、スケソ漁など)のメニューを幅広く充実させていくとともに、インターネットやテレビ、新聞、雑誌などを通じて、羅臼の自然や遊び、生活を積極的に発信し、多くの人々が体験し滞在してみたいような情報を発信しています。

また、これらの受け入れに伴うガイド養成が急務となっております。

### 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	観光船	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	228,767	368,043	-	369,359	241,717	479,021	132,055	29,077	9,511	18,667	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	155,706	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	(15,651)	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	(21,268)	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	(20,991)	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	(22,082)	352,716	167,814	456,539	63,991	12,562	16,905	13,542	20,982

### 外国人観光客の宿泊推移

		H21	H22	H23	H24	H25	H26
<b>入込総数</b>		<b>275</b>	<b>542</b>	<b>422</b>	<b>665</b>	<b>760</b>	<b>1,234</b>
内訳	上半期	109	179	95	253	242	366
	下半期	166	363	327	412	518	868

### 3. 小規模事業者の現状と課題

#### 小規模事業者数

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食 宿泊	サービ ス業	農林 水産	その他	合計
商工業者数	21	36	10	50	72	39	47	24	299
小規模事業者数	21	36	10	50	72	39	47	24	299
小企業者数	10	18	7	38	68	33	0	17	191

#### (1) 消費購買力の流出

生鮮食品については町内に点在するコンビニチェーンや小規模な商店が利用されていますが、本町より車で1時間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著しくなっています。

北海道広域商圈動向調査（北海道・平成21年度実施）によると、一般消費において当町での消費（買物）は20.1%となっており、前回調査（平成3年度は39.1%）と比較すると、地域内消費がほぼ半減しております。

半減した消費購買力はそのほとんどが中標津町へ流出（平成3年度38.0%⇒平成21年度54.3%）しており、小規模事業者が持続的に事業活動を行っていくためには、流出し続けている消費購買力を再び町内消費へ呼び戻す取組みをすることが喫緊の課題となっております。

## (2) 空き店舗・空き地の増加

昨年度については開業・廃業はなかったものの、現状、賑わいの中心となる道の駅周辺の商店街には2ヶ所の空き家・空き店舗があり、今後の人口減少の加速とともに、更なる商店や飲食店などの閉店により、それらの増加が予想されます。

また、事業者への巡回訪問での対話の中でも、「廃業を予定している」や「親族（息子・娘）への承継は考えていない」などの声が上がっており、早急に事業承継対策を講じる必要があることから、事業承継できる環境を整える意味においても、賑わいを維持するための取組が求められてきています。

## (3) 公共事業の工事発注状況

公共事業については工事発注増が徐々に現れてきていますが、小規模事業者には対応できる工事規模や労働力における課題があり、一般住宅等の改修工事等に活路を見出していく必要があります。

## 4. 商工会の現状と課題

羅臼町商工会はこれまで、小規模事業者支援機関として、巡回訪問を中心に税務・金融・労働等の経営の改善発達を目的とした経営改善普及事業を実施してきました。

そのほか、地域で唯一の総合経済団体という側面から、地域振興を図る為に以下の事業等を実施し、地域の小規模事業者の発展に尽力してきました。

### (1) 商工会友の会について

昭和58年から実施しており、内容としては全国に広く会員を募集し会費1万円で年3回羅臼町の特産品を発送、地域のPR及びブランド力の向上に繋げておりました。

しかしながら、インターネット通販の普及などにより欲しい商品を個別に購入することが容易となり、また、羅臼町においてふるさと納税に対する返礼品として、地域の特産品を活用、PRに繋げるという方向性が打ち出されたこともあり、本事業は平成27年度に廃止し、羅臼町と連携したブランド力の向上を図っていくこととしました。

### (2) 小規模事業者新事業全国展開支援事業「羅臼ブランドの確立と魚の城下町づくり」

未利用資源等を活用した特産品開発及び販路開拓などにより、小規模事業者の新たな事業機会を創出することを目的に、平成18年度に実施しております。

本事業については、新たな特産品の開発及び販路開拓を通じ、羅臼町の食材の品質の高さを再認識すると同時に、全国的な知名度としては、まだ改善の余地があることを実感しました。

また、商談会や展示会において、提供する側ばかりではなく、消費者が求める商品開発の重要性について、バイヤーからの視点も含めて認識することができました。

以上のとおり、羅臼町商工会は、経営改善普及事業及び地域振興事業に積極的に取り組み、とりわけ、経営指導員を中心として巡回訪問や窓口相談による経営支援業務を行ってきましたが、小規模事業者の売上や利益を伸ばす為の具体的な経営支援にまでは至っていませんでした。

これは、小規模事業者の経営課題を巡回訪問における対話の中で引き出せなかったことも要因のひとつとして考えられます。

そのため、小規模事業者が真に求める経営課題の解決や、小規模事業者のおかれた実態に基づいた経営支援を行っていくことが課題です。

また、当商工会の職員体制は経営改善普及事業に従事する職員が3名となっており、慢性的なマンパワー不足となっております。

そのため、幅広い経営支援ニーズに対応することが困難な状況が続いており、関係支援機関との連携による体系的な経営支援体制の構築が必要であり喫緊の課題となっております。

## 5. 中長期的な小規模事業者の振興のあり方

羅臼町第7期総合計画（平成28年度～平成35年度）において、羅臼町では「人・まち・自然いきいき 知床創生 ～魚の城下町 らうす～」を将来目指すまちづくりのテーマと掲げており、その将来像へ向かう為の行動方針のひとつに「地域資源を活かした活力ある産業のまち」を含めた各種施策を展開することとなっております。

また、上記総合計画で掲げられた将来の目指すべき姿を実現するために策定された、羅臼町総合戦略（平成27年度～平成31年度）では、基本目標のひとつに「若い世代が安心して働ける魅力ある産業の振興」が明記されています。

羅臼町商工会においても、これからの当地域を支える若い世代が安心して暮らすためには、地域産業の一翼を担う商工業の魅力を高め、地域資源の活用により賑わいのあるまちづくりを行うことが必要不可欠であるとの認識の下、上述した諸課題を解決していくことで、町の目指すべき姿と連動させていきます。

そこで、羅臼町商工会は中長期的な小規模事業者の振興のあり方を下記のとおり掲げることとします。

### 『活力ある企業づくりと魅力あるまちづくりによる知床・らうすの創生』 ～地域小規模事業者の発展に向けて～

この小規模事業者支援に対する考え方（振興のあり方）を踏まえ、下記のとおり経営発達支援事業の目標を掲げることで小規模事業者の経営発達に貢献する事業を関係機関と連携して実施していきます。

## 6. 経営発達支援事業の目標

### < 基本目標 >

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のための取組みを伴走して支援します。

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。

そのため羅臼町商工会では、小規模事業者が自らの経営課題を解決し、新たな需要を取り込むための取組みを支援するため、経営指導員が小規模事業者にこれまで以上に伴走して経営支援を行います。

この取組みにより、小規模事業者が経営指導員から「気づき」を得て経営課題を真摯に見つめ直し、前向きな問題解決の取り組みにつなげます。



<基本目標 >

「知床らうす」ブランドを活用した商品・サービスの開発により新たな需要開拓を支援します。

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支援を行い、札幌市や東京都といった大消費地への需要開拓を支援します。

また、魅力あふれる地域資源を有効活用した「知床らうす」ブランドの確立に向けて、羅臼町内の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メニュー開発を通じて、町外からの観光客の誘引につなげ地域経済の活力につなげます。

<基本目標 >

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。

小規模事業者が地域経済の活性化に寄与するには、まず、地域小規模事業者自らが時代のニーズに迅速に対応し、地域住民が地域に安心して暮らせる生活環境の提供が必要となることから、新規創業者や事業承継の支援を含め、地域商店街に活力ある賑わいの創出を行います。

## 7. 経営発達支援事業の目標の達成に向けた方針

上記6に掲げた基本目標を達成する為の方針を次のとおりとして、事業を実施していきます。

小規模事業者に対する巡回訪問の質を高め、小規模事業者に対する支援ステージを見極めた上で、それぞれの支援ステージに応じたオーダーメイド型の経営支援を行います。

少子高齢化が進行する当町において、若い世代を中心とした産業と地域の担い手を確保するため、新規創業や事業承継を支援し、小規模事業者の活力の回復・向上に向けた支援を行います。

既存の小規模事業者や新規開業希望者等に対する情報提供や地域住民の憩いの場、コミュニティの場としての環境の整備、商店街を往来する地域住民が憩い楽しめる商店街を目指します。

それに伴い、経営者の高齢化による事業廃止等についての情報確認を徹底し、後継者の存在の把握と確保を行い、商店街店舗数の維持につなげます。

地域資源を活用した新商品・新サービスの開発や地域ブランドの確立により、通過型観光から滞在型観光への転換による地域経済の活性化を関係機関と連携して推進します。

## 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

・ 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】

( 1 ) 現状と課題

地域経済の動向については、関係機関が発行する調査レポート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。

これまで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行っていました。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るものの、結果的に属人的な取組みであったと考えられます。

そのため、各業種における地域経済データを小規模事業者に対して情報提供する仕組みをつくり、ビジネスチャンスを上等につなげる支援を行うことが課題となっています。

( 2 ) 課題解決のための方針 ( 定性目標 )

関係機関の調査資料により、基幹産業の現況や各業種の経済動向を収集して、特定の業種に偏ることなく、地域経済情報を提供していきます。

また、地域における関係機関との定期的な意見交換の場を設けることで、小規模事業者の経営の判断材料となり得る「旬」の情報を収集する取り組みを行います。

( 3 ) 事業内容

〔事業 I〕 金融機関の調査レポートによる情報収集及び提供 (改善)

〔現 状〕 大地みらい信用金庫より調査レポートが定期的に送付されており、回覧等により地域経済動向の確認は行っているものの、情報提供においては巡回訪問時の対話や調査レポートの窓口設置といった、限定的な活用にとどまっています。

〔取組内容〕 大地みらい信用金庫発行のビジネスレポートに掲載されている管内 (根室地方・釧路地方) の各種経済データを小規模事業者が効果的に事業計画策定に活用できるよう定期的に収集し、業界動向の情報提供を行います。

〔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

〔調査手段・手法〕

大地みらい信用金庫発行のビジネスレポートを調査手段として活用し、業界動向のデータを引用する手法により調査します。

〔情報提供対象〕

建設業、観光関連産業、製造業 (水産加工業)、小売業、卸売業、サービス業であって、下記「2. 経営状況の分析に関する事」において「地域持続型」に分類した小規模事業者

〔提供方法〕 四半期ごとに収集した情報を業種ごとに取りまとめ、小規模事業者へ提供します。

〔情報の蓄積・共有〕

収集・活用した情報は、小規模事業者に提供すると同時に、電子データを共有フォルダに保存します。この電子データは紙媒体に出力し、専用ファイルに編纂・共有ラックに保存することで組織的に共有化を図ります。

〔成果の活用〕

下記「2. 経営状況の分析に関すること」において、非財務面の分析（SWOT分析等）を行う際の外部環境（機会）の情報として活用することとあわせ、事業計画の策定における資料として活用します。

〔効果〕 客観的な地域経済動向を把握した上で経営判断を行ってこなかった小規模事業者に対して、関係機関の調査資料を定期的に情報提供することは、データに裏打ちされた外部環境の把握にもつながり、経営戦略を立案していく上で有用なツールとして活用することができます。

〔事業Ⅱ〕 **関係機関との意見交換による情報収集、提供（改善）**

〔現状〕 関係機関との意見交換は都度行っているものの、結果報告については内部処理でとどまっております、得られた情報を有効に活用するまでに至っていませんでした。

〔取組内容〕 下記のテーマについて、関係機関と定期的に意見交換の場を持ちます。

- ①地域経済の状況（雇用、設備投資等）や資金需要の推移等について意見交換、情報収集を行います。
- ②基幹産業である水産業の状況（水揚げ量、水揚げ高、漁獲種等）について意見交換、情報交換を行います。
- ③観光客の動向や観光客入込数の状況について意見交換、情報交換を行います。

〔調査手段・手法〕

下記関係機関との意見交換会を調査手段として、上記〔取組内容〕をテーマに数値データを収集し、さらに対話による手法を用いて定性的な景況感等の情報を収集します。

- ①大地みらい信用金庫羅臼支店（上記①に対応）
- ②羅臼漁業協同組合（上記②に対応）
- ③（一社）知床羅臼町観光協会（上記③に対応）

〔情報提供対象〕

- ①全業種の小規模事業者を対象とします。（上記①に対応）
- ②水産加工業、飲食業の小規模事業者を対象とします。（上記②に対応）
- ③飲食業、宿泊業、小売業の小規模事業者を対象とします。（上記③に対応）

〔実施方法〕 各関係機関と年2回意見交換を行います。

〔提供方法・成果の活用〕

商工会の各部会（商業、工業建設、水産加工、観光サービス）において収集した情報をレポートとしてまとめた上で提供します。

併せてホームページに掲載することにより、小規模事業者に対して情報提供する体制を整えます。  
また、上記〔事業Ⅰ〕と同様、SWOT分析等非財務分析を行う際の外部環境（機会）の情報として活用することとあわせ、個別の事業計画策定における資料として活用します。

〔情報の蓄積・共有〕

意見交換した結果は、復命書（報告書）で回覧、共有ラックに保存します。  
また、業種ごとにまとめたレポートの電子データは共有フォルダに保存して組織的な共有化を図ります。

- 〔効果〕 ①地元金融機関である大地みらい信用金庫からみた当町の経済状況の分析は、今後の資金調達計画等において重要な情報であることから、小規模事業者の経営判断の一助となります。（上記①に対応）  
②基幹産業である水産業の動向は、地域住民の消費マインドに大きな影響を与え、地域経済と密接な関係があることから、現状を把握し情報提供することで経営分析や事業計画策定に寄与することができます。（上記②に対応）  
③観光協会から観光客の動向について情報収集することで、観光関連産業の商品・サービスの見直し等による経営分析や事業計画策定の基礎資料として役立てることができます。（上記③に対応）

〔目標〕 ※ローマ数字は上記事業内容と連動

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
I. 調査レポートの情報収集	0回	4回	4回	4回	4回	4回
I. 情報提供事業者数 ※1	-	12	12	12	12	12
II. 関係機関との意見交換	0回	各2回	各2回	各2回	各2回	各2回

※1：情報提供事業者数については、事業計画策定支援事業者に対して個別に提供した分を目標とします。

2. 経営状況の分析に関すること【指針】

（1）現状と課題

これまでの経営分析の支援対応は、小規模事業者からの要請によるものが多く、その内容の多くは融資や補助金申請関連によるものでした。

それらの要請に対して、商工会は適切に対応してきたものの、受動型な支援であったことは否めません。

また、現状で実施している「経営状況の分析」は、財務分析が中心となっており、表面的かつ一面的なものとなっていました。

一方、小規模事業者においても、日々の事業活動の中において自社を見つめ直す機会を作れない状況となっていました。

そのため、小規模事業者との対話を通じて、非財務面を含めた総合的な経営分析を行い、各小規模事業者の今後の事業展開を考慮した支援策を提案していくことが必要であり課題となっています。

（2）課題解決のための方針（定性目標）

今後は、経営分析支援ツールを活用することで小規模業者との対話を深め、その先にある事業計画策定支援や販路開拓支援につなげます。

そのため、経営分析によって得られた情報から小規模事業者ごとの支援の方向性（支援

ステージ) を定め、小規模事業者と共有していきます。

支援ステージに関しては、「地域の需要を把握する(掘り起こす)ことで、その後の事業活動を持続的に展開していく」小規模事業者(以下「地域持続型」という。)と、「自らの商品・サービスの開発や磨き上げにより新たな販路を求めようとする」小規模事業者(以下「需要開拓型」という。)に分類し、それぞれのステージに合致した支援をしていきます。

また、関係支援機関との連携を図ることで、経営指導員が行う経営分析支援ツールでは対応しきれない課題等の解決を図っていき、新たな需要の開拓を創出する為の実効性のある事業計画策定等へとつなげます。

### (3) 事業内容

#### 〔事業Ⅰ〕経営セミナーの開催による経営分析支援対象者の掘り起こし(新規)

〔取組内容〕経営計画の重要性や自社の強みを活かしたアクションプラン等の内容により経営分析に対する動機づけを図るセミナーを関係機関と連携して実施します。

〔支援対象〕売上を伸ばしたい、経営力を身につけたい、と考える地域内小規模事業者(業種問わず)

〔周知方法〕巡回訪問及び商工会報等により周知を行います。

〔実施内容〕経営計画の必要性/経営戦略とは何か/自社の立ち位置の確認 等  
※動機づけを図る為のセミナーである為、カリキュラムは変更となる場合があります。

〔実施頻度〕年1回

〔事後フォロー〕

セミナー終了後、アンケートを取り、経営分析への動機づけを確認し、その後の巡回訪問において、次の展開(下記〔事業Ⅱ〕経営分析ツールによる分析支援)につなげていきます。

〔効果〕ほとんどの小規模事業者は、自らの事業の経営状況の分析を行うといった経験がないため、その意義を浸透させることで真の見えざる経営課題の発見と課題解決(売上UPのための行動目標)に向けた動機づけを行うことが出来ず。

また、自社の強みを可視化することで小規模事業者が自ら強みを伸ばすアクションプランを立案し、販路拡大等、その後の事業展開につなげることが可能となります。

#### 〔事業Ⅱ〕経営分析ツールを活用した経営状況の分析支援(改善)

〔現状〕経営分析については、小規模事業者持続化補助金等の補助金申請や小規模事業者経営改善資金貸付(マル経融資)等の融資申し込み時において形式的な分析にとどまっていた。

〔取組内容〕売上確保や顧客獲得に向けて経営分析の重要性の認識が事業計画策定への前向きな動機付けとなるため、支援ツール等を活用することにより、事業計画策定につながる経営状況の分析を支援します。

〔分析項目〕 財務面：経営計数分析表／比較貸借対照表／比較損益計算書／月別売上実績表／経営分析レーダーチャート／損益分岐図表／重点分析／キャッシュフロー分析 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／外部環境・内部環境／販売ターゲット 等

〔支援対象〕 経営セミナー受講者を中心として、売上を伸ばしたい、経営を見直したいと考える地域内小規模事業者（業種問わず）⇒この結果、支援ステージを分類し、適切な支援につなげていく。

#### 〔分析手段・手法〕

北海道商工会連合会が提供する「ネット de 記帳」や中小企業庁が提供する「経営自己診断システム」の経営分析機能等の活用により財務面の経営分析を行います。その他、ABC分析を通じて在庫管理面からの分析を行います。また、非財務面については上記の非財務面項目についてヒアリングシートを作成・記入することで、クロスSWOT分析をはじめとした定性分析により小規模事業者が抱える真の経営課題を可視化します。

#### 〔成果の活用と効果〕

財務面と非財務面の両面からの経営分析により、経営者が目指す方向性を可視化し、経営指導員が共有することで、総合的な中長期的事業計画策定の支援を行うことができます。

### 〔事業Ⅲ〕 関係支援機関との連携による経営状況の分析（改善）

〔現 状〕 関係支援機関の専門家派遣制度の活用などを通じて経営分析の支援を行ってきたものの、限定的な活用にとどまっていました。

〔取組内容〕 地域持続型の小規模事業者は、地域内需要の掘り起しにより新たな商品やサービスを提供するための「気づき」が必要となります。また、需要開拓型の小規模事業者は、地域内人口の減少等により地域外の需要動向を視野に入れた経営戦略が必要となっていきます。そのため、上記〔事業Ⅱ〕における経営分析の他、より高度な経営分析を行なう際には、関係支援機関と連携を図りながら戦略経営の重要性について支援するとともに総合的な経営分析を支援していきます。

〔分析項目〕 地域持続型の小規模事業者は上記〔事業Ⅱ〕の分析項目をさらに深化させ、クロスABC分析の活用等を行います。需要開拓型の小規模事業者については、上記〔事業Ⅱ〕の分析項目の他、政治・経済面を考慮に入れたPEST分析や競争に勝つための5フォース分析といったマーケティング分析を追加します。

※想定される分析項目を記載しましたが、状況に応じてSTP分析から4P分析につなげる手法など適切な支援手法を導入します。

〔支援対象〕 上記〔事業Ⅱ〕により経営分析を行った小規模事業者

#### 〔分析手段・手法〕

関係支援機関と連携し、専門家による専門的見地を交えたヒアリングを行い、上記〔事業Ⅱ〕で記載した分析項目を活用したクロスABC分析、PEST分析、5フォース分析等による総合的かつ戦略的な経営分析を行います。

### 〔成果の活用と効果〕

地域持続型、需要開拓型とも、新たな取引先（新規顧客）の創出には、経営者が真の目指すべき方向性（ビジョン）を商工会と関係支援機関が共有した上で経営支援を行うことが必要である為、経営状況の分析時から伴走して支援することで、その後の事業計画の策定につなげます。

クロスABC分析は販売数量に着目した分析手法であるため、利益率など2つの側面から分析するクロスABC分析を行なうことで、店舗のメニュー分布図が明確になり、カテゴリーの中で、価格や粗利益の高い商品のバランスを調整することも可能になります。

PEST分析では、外部環境の変化により、自らの組織・商品を時代に即したものにへと変えるための「気づき」を得ることができます。

5フォース分析では、事業者自身が置かれた競争環境を理解し、その環境が将来どのように変化するかを正しく予測し、強固な市場地位をもたらしてくれる競争の仕方を選ぶことができます。

### 〔目 標〕 ※ローマ数字は上記事業内容と連動

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
I. 経営分析支援対象者の掘り起こしに係る巡回訪問先数	未実施	24	24	24	24	24
II. 経営セミナー受講者数	未実施	12	12	12	12	12
II. 経営分析件数	未実施	12	12	12	12	12

※事業IIIについては、必要に応じ専門家と連携するため目標設定していない。

## 3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

### （1）現状と課題

これまでの「事業計画策定支援」は、上記2の「（1）現状と課題」と同様、融資や補助金申請を前提とした事業計画の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、経営状況がうまく改善できなかったことが課題です。

また、創業支援においては、町を通じて創業希望者が来所してきた際には、創業にあたっての事前支援の対応は行ってきたものの、その後の状況確認を含めた創業計画策定等に至っていないこともありました。

地域小規模事業者数が減少傾向であることから、中心市街地の活気を取り戻すためにも、例えば空き店舗の利活用による創業を支援する等、創業予定者に対して開業から事業安定化まで伴走して支援することが必要であり課題と考えます。

一方、既存の小規模事業者においては、経営者の高齢化と後継者不在により「廃業」という選択を視野に入れている小規模事業者も存在します。

空き店舗が増えると、観光客はもとより地域住民の足が商店街から遠のくため、事業承継支援にも力を入れて支援していくことが必要であり課題です。

## (2) 課題解決のための方針(定性目標)

今後は、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にするほか、上記「1. 地域経済動向の調査」を見極めつつ、小規模事業者の強みである商品やサービスの需要(消費者ニーズ)を調査した結果を踏まえ、関係機関と連携して経営戦略や営業戦略の見直しなどを行うなど、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。

また、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画の認定を受けた羅臼町と連携し、創業予定者に対する創業計画書の策定支援を創業予定者の不安を取り除きながら実施していきます。

さらに事業承継支援においては、上記2で行った経営分析の非財務面のヒアリングにより後継者の有無について確認済みであるため、後継者不在と回答した小規模事業者を対象として事業承継マッチング支援を事業引継ぎ支援センター等関係機関と連携して実施します。

## (3) 事業内容

### 〔事業Ⅰ〕関係支援機関と連携した事業計画策定支援(改善)

#### 〔支援に対する考え方〕

2016年版「小規模企業白書」によると、「小規模事業者の活動実態と取組」の中で、「経営計画を作成することによる効果(第1-2-38図)」について、最も多い回答は「経営方針と目標が明確になった」となっています。

さらに、「経営計画の作成の有無と売上高の傾向(第1-2-39図)」では、経営計画を「作成したことがある」者の方が「作成したことがない」と比較して売上高が増加傾向にあるとなっています。

商工会は、これらのデータを認識し、小規模事業者に訴求していくことで、売上増加のための目標に基づいて事業活動に取り組むといった、前向きな事業計画策定への取組みにつなげます。

そこで、上記2の経営分析によって、それまで感覚的に把握していた解決すべき経営課題や目指すべき目標が明確化(可視化)されるため、経営分析の支援を行った小規模事業者の経営ビジョンを把握・共有化したことを受け、支援ステージ(地域持続型、需要開拓型)に沿った事業計画の策定支援を専門家等と連携し推進します。

〔支援対象〕 解決すべき経営課題や目指すべき目標が上記2の経営分析において可視化された小規模事業者

#### 〔支援手段〕 ①「地域持続型」の小規模事業者に対する事業計画策定支援

上記「1. 地域経済動向調査」で収集した地域の経済環境を踏まえつつ、下記5の〔事業Ⅳ〕地域消費者向けニーズ探索の掘り起こしや〔事業Ⅴ〕地域住民向け住環境ニーズ調査により把握したニーズ、〔事業Ⅵ〕外部データの活用による「売れている商品」の情報提供等により、自社の強みを最大限に生かしながら事業計画に反映させるよう、専門家と連携を図り伴走して支援します。

#### ②「需要開拓型」の小規模事業者に対する事業計画策定支援

需要開拓を志向する小規模事業者に対しては、各自が保有する商品等が未知の市場においてどのような評価を受けるのか、下記5の〔事業Ⅰ〕アンテナショップを活用した需要動向調査(テストマーケティング)、〔事業Ⅱ〕地



域資源を活用した商品力強化のための需要動向調査(グループインタビュー)、〔事業Ⅲ〕滞在型観光に向けた観光客ニーズの把握を実施し、その結果を事業計画に反映させるべく、専門家と連携して支援します。

〔効果〕 地域持続型の小規模事業者に対する事業計画策定支援においては、既存顧客の潜在的なニーズの掘り起しによる「新たな需要の開拓」という視点に立つことで、人口が減少していく中であっても、地域において持続的に事業を継続していくことが可能となります。

また、需要開拓型の小規模事業者に対する事業計画策定支援においては、戦略的な支援を行うため、都市部でのテストマーケティング等により、小規模事業者の保有する商品等が未知の市場でどのような評価を受けるのかデータとして確認することができ、実効性の高い事業計画の策定が可能となります。

## 〔事業Ⅱ〕 創業者に対する事業計画策定支援（改善）

〔現状〕 創業希望者に対しては、相談窓口を常時開設していますが、新規相談案件が少ない状況となっています。

また、相談があった際は対応してきたものの、その後の状況確認を含めたフォローアップには至っていませんでした。

### 〔支援に対する考え方〕

小規模支援法に基づく基本指針（平成26年経済産業省告示第200号）では、小規模事業者は自らの事業活動のみならず、「地域の雇用を担い」、「地域住民の生活の向上・交流の促進に寄与する極めて重要な存在」とされています。（一部抜粋）

現在、当地域では廃業が進行し、地域の必要な業種（業態含む）を維持・継続のための支援を行うことがテーマであり、喫緊に解決すべき課題であります。

そのため、創業支援を継続して行っていますが、減少傾向に歯止めがかからないのが現状です。

そのような中、羅臼町では産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画に対して第7回認定がなされました。

これにより、当会は従前にも増して、地域住民の生活を守るためにも創業支援を推進し、同法に規定される「特定創業支援事業」を町と連携して実施していきます。

〔支援対象〕 羅臼町での創業を希望する者及び創業5年未満の創業者

〔支援手段〕 「ビジネスプラン」「資金調達」「販路拡大」「IT」「税務」「労務」「開業に伴う諸手続き」など、創業希望者からの相談内容に応じて、経営、財務、人材育成、販路開拓や支援制度などに関するアドバイスを行い、必要に応じて専門家と連携することで、伴走して創業計画の策定を支援します。なお、主な計画策定の支援内容は以下のとおりです。

- ①週5日間の窓口相談の設置
- ②専門家との連携による巡回訪問の実施
- ③高度な相談内容に対する専門家との連携による支援

〔効果〕 創業前後に必要な支援のマネジメント及びきめ細やかなハンズオン支援を行うことで、創業者の輩出のみならず、創業者の事業継続率の向上を図ります。

### 〔事業Ⅲ〕 事業承継に関する事業計画策定支援（改善）

〔現状〕 前述（P6）に記載のとおり、事業者における事業承継の意識は、「廃業を予定している」や「親族（息子・娘）への承継は考えていない」といった考えが多い状況であるため、第三者承継についての小規模事業者の認識が不足がちであり、商工会においても事業承継の周知が不足している状況となっています。

#### 〔支援に対する考え方〕

経営者の高齢化に伴う廃業等が進行していくことにより、地域商工業の衰退が懸念されます。

廃業に歯止めをかけることは、雇用を確保するとともに、小規模事業者の「暖簾」を守ることを通じて優れた技術・技能を伝承し、それを後世にわたって磨き高めていくことで、地域を支える資産の損失を防ぐという重要な取り組みと考えます。

そのため、空き店舗を増やさないためには、事業承継対策は不可欠な取り組みであるため、関係機関と連携して事業承継支援を行います。

〔支援対象〕 上記2の経営分析（ヒアリング）において、後継者対策が必要と考えられる小規模事業者

〔支援手段〕 事業承継税制や民法の特例等を含めた、事業承継に係る諸手続きを支援します。また、事業計画策定支援を経営者及び後継者との対話（巡回訪問）を通じて、中長期的な視野に立った上で専門家と連携して支援していきます。また、第三者承継が必要な場合には関係機関（事業引継ぎ支援センター等）と連携して円滑に事業承継が進むよう支援します。

〔効果〕 事業承継は時間が要する取り組みであるため、経営者のみならず後継者とも対話をしながら推進することで、円滑な事業承継につなげることができます。また、この取り組みにより廃業の抑制にもつながり、地域の活力である商工業の維持等につなげることができます。

#### 〔目標〕 ※ローマ数字は上記事業内容と連動

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
I. 事業計画策定支援者数	0	12	12	12	12	12
II. 創業計画策定支援者数	0	4	4	4	4	4

※ I. 事業計画策定支援者数には III. 事業承継に関する支援者数を含めます。

## 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

### （1）現状と課題

現状、実施している「事業計画策定後の実施支援」は、上記3「（1）現状と課題」に記載のとおり、融資や補助金申請を前提とした支援が大半を占めていた為、巡回による支援はしていたものの、融資の実行や補助金の交付決定後の進捗管理までは行っていませんでした。

そのため、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ることが課題です。

## (2) 課題解決のための方針(定性目標)

今後は、小規模事業者自らがビジネスモデルの再構築の為に策定した事業計画が着実に実行されているのか、定期的な巡回訪問により事業計画の進捗管理をするほか、事業計画が円滑に実施されるための支援へと改善します。

また、事業計画の変更が余儀なくされた際には、臨機応変に修正・見直しの対応を行うことも含め、事業計画の実効性を高めていきます。

## (3) 事業内容

### [事業 I] 定期的なフォローアップによる着実な事業計画の実施支援(改善)

[支援対象] 上記3において事業計画の策定支援を行った小規模事業者

[支援内容] 事業計画に従って行われる事業が計画どおりに実行され、上記2の経営分析で抽出した課題の解決や、目標が達成されるため、“伴走型”の経営支援を行っていきます。

進捗管理ツールとして、商工会基幹システムのひとつである経営カルテシステムを活用して計画の実行度合を管理し、商工会組織として情報の共有化を図っていきます。

また、必要に応じて、よろず支援拠点や中小企業基盤整備機構等の支援機関が行う支援策の周知、中小企業庁が運営するミラサポによる各種情報の提供や、小規模事業者持続化補助金等補助制度の情報提供をあわせて行っていきます。

不測の事態により計画を変更する必要がある場合には、目標設定などを見直しを行い、必要に応じて最新の地域経済動向情報及び需要動向情報の提供を行います。

計画を実行していく中で、資金調達が必要な場合にあっては、日本政策金融公庫の経営発達支援融資制度の利活用により円滑な資金繰りを支援します。

さらに、専門的かつ高度な指導・助言が必要な小規模事業者には、専門家と連携して問題解決にあたります。

### [フォローアップ頻度]

四半期に1度、経営指導員等が巡回訪問し、事業計画の進捗状況の確認を行います。

なお、創業者に対して事業計画を策定した場合には、2ヶ月に1度の頻度で巡回訪問を行うと共に、事業の定着化を図る為の支援を行います。

### [進捗状況の共有]

経営指導員等が四半期に1度、フォローアップ支援を行った際には、経営カルテシステムに進捗度合いや新たな支援の際の対応等を記録し、アウトプットしたものを個者ごとのファイルに編纂し、共有ラックに保管します。

さらに毎月実施する職員会議において、フォローアップ事業所の状況報告等も行います。

[効果] 定期的な巡回訪問によるフォローアップは、事業計画の進捗度を小規模事業者と共有することにつながり、事業の持続的発展寄与することができます。

また、計画の見直しを行う際には、目標設定を変更するだけでなく、必要に応じて、経営分析や個別アンケートによる需要動向調査等を行うことで、小規模事業者自らがPDCAを意識した取り組みにつなげることができま

〔目 標〕

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定支援者数（前掲）① ※事業承継支援者数を含む。	0	12	12	12	12	12
創業計画等策定支援者数（前掲）②	0	4	4	4	4	4
フォローアップ支援先数（合計）	0	16	16	16	16	16
フォローアップ延べ回数	0	72	72	72	72	72

※フォローアップ延べ回数 = (①×4回/年) + (②×6回/年)

5．需要動向調査に関すること【指針】

(1) 現状と課題

これまで消費者に対しアンケート調査など、品目毎の需要動向を把握する調査を実施した実績が無く、巡回訪問などで集めた情報をもとに支援してきましたが、具体的な活用までには至っていませんでした。

また、個別商品に対する試食会等の開催による消費者ニーズの収集など行ったことがあるものの、一過性のものにとどまり、新規取引先の獲得といった明確な目的に基づいた取り組みではありませんでした。

これからの需要動向調査のあり方は、「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考えます。

(2) 課題解決のための方針（定性目標）

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。

併せて、地域における商品・サービス等の状況を把握する取組みにより、潜在的なニーズを引き出し、小規模事業者の事業の持続的発展につながる情報を提供します。

(3) 事業内容

〔事業 I〕 アンテナショップを活用した需要動向調査（テストマーケティング）（新規）

〔取組内容〕 小規模事業者が開発した（提供する）商品・サービスの需要動向を把握する為、支援機関が運営するアンテナショップのテスト販売制度を活用して、そこで得られた情報を基に、上記3「事業計画策定支援」や下記6「需要開拓支援」に活かしていきます。

〔支援対象〕 都市部や首都圏の消費者ニーズを把握する必要があると考えられる小規模事業者であって、上記2の経営分析において「需要開拓型」に分類した小規模事業者（主に食品製造業者を想定する）

〔調査対象〕 地域資源等を活用して開発された商品

〔支援手段・手法〕

(一社)北海道貿易物産振興会が運営する「北海道どさんこプラザ(有楽町店、札幌店)」において北海道が実施しているテスト販売制度(3ヶ月間・延長あり)等により、需要動向におけるマーケティング支援を行います。

〔支援内容・情報収集項目〕

小規模事業者との対話を通じて、新たな販路をどこに求めるか(北海道もしくは首都圏)をヒアリングし、それに応じた出品の為の事務手続き支援を行います。

また、北海道どさんこプラザからフィードバックされた情報(売上データ、販売店からの改良アドバイス等)の提供および商品力向上に寄与するための提案書(成果物)の作成(味・価格・量・パッケージ等)を行い、専門家と連携してパッケージ改良等の支援につなげます。

〔成果の活用と効果〕

テスト販売終了後は、北海道どさんこプラザから売上の状況や商品改良アドバイス等が小規模事業者にフィードバックされるため、商品改良に向けた提案とあわせ、その情報を専門家との連携により3者間で情報共有し、その後の事業計画策定をはじめ、プロモーション活動等、さらなる需要の開拓に向けた支援につなげることができます。

〔事業Ⅱ〕 地域資源を活用した商品力強化のための需要動向調査(グループインタビュー)(新規)

〔取組内容〕 地域資源を活用して開発された商品・サービスが、実際の消費者ニーズに対応したものなのかを調査するため、個者が上記2の経営分析で明確化した販売ターゲット層を対象として試食会等を実施します。そこで得られたデータは専門家と連携して分析し、調査結果を成果物として提供していきます。

〔支援対象〕 地域資源を活用して開発された商品・サービスを保有する小規模事業者で上記2の経営分析で「需要開拓型」に分類した小規模事業者(主に食品製造業者を想定する)

〔支援手段・手法〕

商品を販売(開発)する小規模事業者が、販売ターゲット層と考えるメンバー(調査員)を地域関係機関との連携により無作為に選定(5~6名程度)し、モデレーター(司会者)を専門家に依頼した上で、フォーカスグループインタビュー(FGI)による定性的なニーズ調査を行います。

〔支援内容〕 インタビュー時には商工会職員は録音を含め記録を行い、FGIにより得られた定性データを専門家との連携により分析した結果を成果物として事業者に提供し、その後の事業計画策定支援や販路開拓支援につなげます。

〔情報収集項目〕

開発又は販売している商品の「味」「商品の見た目」「大きさ」「量」「価格」「パッケージ」「想定される販路」等といった項目を消費者の本音の部分まで掘り下げて情報収集します。

〔成果の活用と効果〕

FGI はメンバーの本音を聞きだす有効な調査手法であり、その後の事業計画策定や販路開拓のための支援に活用することは勿論のこと、下記「外部データを活用した需要動向調査」の取組みと絡めながら、メンバーからウォンツを引き出し、新たな商品開発のアイデア発見にもつなげることができます。また、地域資源を活用することにより、地域ブランド商品として認知度の向上が期待され、そのためのフォローアップを伴走して実施していきます。

〔事業Ⅲ〕 滞在型観光に向けた観光客ニーズの把握（新規）

〔取組内容〕 経営発達支援事業の<基本目標②>では『「知床らうす」ブランドを活用した商品・サービスの開発により、魅力あるまちづくりを目指す』こととしています。

そのため、当町へ来訪する観光客の増加による個者の売上向上を目的として、来訪者が感じている地域の魅力の把握や宿泊施設や豊富な「海の幸」についてといった観光関連業者にとって有益なデータを調査する取組みを実施します。

〔支援対象〕 需要開拓型に分類した、観光関連業者（宿泊業、飲食店、観光サービス業などを想定）

〔調査対象・調査手段〕

当町に来訪した観光客に対してアンケートを羅臼町観光協会や宿泊施設と連携して実施します。

〔調査項目〕 属性（年齢、性別、居住地、宿泊日数）、来訪回数・交通手段・旅行形態、旅行地として羅臼町を選択した理由、目的の観光スポット、羅臼町の印象、サービスの印象（宿泊施設、観光施設、飲食施設、物販施設）、町内での消費先・消費額、観光情報の入手方法、再来訪の有無

〔分析手法〕 回収した調査票は専門家と連携してクロス集計を行うなど、販売ターゲットの需要動向を顕在化するための多面的な分析を行います。また、フリーアンサーに対する分析はテキストマイニングによりニーズの探索・分析を行います。

〔成果の活用と効果〕

観光客のニーズ把握の結果は観光関連業者（宿泊業、土産品小売業、観光サービス業）に対して、個者毎に必要な調査結果を成果物として整理した上で提供し、事業計画に反映させていきます。

この取組みにより、観光客ニーズとのギャップがあるものについては、改善を促進することとあわせ、個者ごとの新たな取組み（おもてなし向上策、ニーズに対応した海鮮料理の提供、新たな観光アクティビティの取組み、土産品開発など）に寄与するデータを提供することができ、ひいては下記「Ⅱ. 地域経済活性化に資する取組」にも連動することで、地域の魅力アップによる観光客の増加に資することができます。

#### 〔事業Ⅳ〕消費購買力を呼び戻す為の需要動向調査（新規）

〔取組内容〕 前述「中長期的な小規模事業者の振興のあり方」（P7）でも掲げた、「若い世代が安心して働ける環境」を整備する為には、当地区で生活する若い世代の需要に対応した商品・サービスを提供する必要があります。

しかしながら、P5「（1）消費購買力の流出」でも述べていますが、隣接する中標津町へ消費購買力が流出している状況から、地域住民のニーズと個者が提供する商品（サービス）とのギャップが存在していると推察されます。また、今後急速に進展していくことが予想される少子高齢化社会に対応するため、交通用具を持たない高齢者をはじめとした買物弱者のニーズを捉えた事業展開もあわせて行っていく必要があります。

そのため、消費購買力が流出先である中標津町の商業施設や人気飲食店が「どのような」取組みにより消費者に訴求しているのか調査し、地域小売店・飲食店が行っている取組みとの「差」を個者が認識することで、改善を促し新たな商品構成や新たなサービスの提供につなげる動機づけを図ります。

そこで得られた情報を成果物として個者に提供し、上記3の事業計画策定支援やその後の販売促進活動に活かしていきます。

〔支援対象〕 地域持続型に分類した、生活関連業（小売業・飲食店）を営む小規模事業者

〔調査対象〕 隣接する中標津町の大型商業施設や人気飲食店等が取り組んでいるサービス、陳列方法、訴求POP、商品構成・価格等

〔調査手法〕 商工会職員や調査員等により、現地（中標津町）に足を運び、商業施設や繁盛店がどのような取組みを行っているか観察調査等によりデータを収集します。その際、参考になる訴求POPや陳列方法については、可能な限り写真撮影など行って持ち帰ることにより地域持続型の個者の店づくりに反映するよう取り組みます。

#### 〔成果の活用と効果〕

調査結果は、画像データを活用して訴求力の高いレポートとして小売店や飲食店に提供します。地域の小売店や飲食店は中標津町の人気店が取り組んでいる活動から各自が取組むことができる活動につなげることができます。

具体的にPOPや陳列の技術についての支援については、関係機関による専門家派遣制度などを活用することで技術の習得を図り、人を呼び込む店づくりに寄与する取り組みを支援します。

#### 〔事業Ⅴ〕地域住民向け住環境ニーズ調査の実施（新規）

〔取組内容〕 現在の当町における年齢別人口（平成22年国勢調査）において、高齢人口（65歳以上）の割合は23.0%と北海道平均より低い高齢化率となっておりますが、今後急速に進展が予想される高齢化社会に向けて、高齢者層の住環境の再整備（リフォーム・バリアフリー化）は必要と考えます。

また、若い世代（子育て世代）が当町で子供を産み育て、働くことができる住環境のニーズ把握も併せて必要と考えております。

そのため、地域小規模事業者が日常生活の多様なニーズに対応できるよう、住環境に関するニーズ調査を実施し、そこで得られた情報を基に、上記3の事業計画策定支援やその後の営業活動に活かす支援を行います。

併せて、「御用聞き」による新規顧客獲得を図るため、高齢世帯における日常生活の困りごとなどの調査項目を取り入れ、新たな需要を見据えた調査として実施します。

〔支援対象〕 地域持続型に分類した地域住民の生活を支えている建設業、家電小売店等を営む小規模事業者

〔調査対象物〕

リフォーム及び御用聞きサービスについて調査します。

〔調査対象〕 地域住民のうち、持ち家世帯（約 1,200 世帯）を対象として、20%（約 240 世帯）の調査票の回答を目標とします。

〔情報収集項目〕

- ①調査対象世帯の特性(年齢、家族構成)
- ②住宅種類、築年数、リフォーム済の有無
- ③リフォーム理由、予算上限
- ④リフォームに対する要望
- ⑤日常の困りごと
- ⑥子育てにおいてあると便利なサービス
- ⑦家族内におけるアレルギーの有無 等

〔調査手段〕 郵送等により調査を行うとともに、回収にあたっては地域関係機関に調査協力依頼を求めることで回収率を高めることとします。

〔分析手法〕 回収した調査票は専門家と連携してクロス集計を行うなど事業者ごとに想定する顧客ターゲットのニーズを把握するための多面的な分析を行います。

〔成果の活用と効果〕

地域住民の住環境の整備は、今後の少子高齢化問題にとって早急に対応しなければならない問題であるため、ニーズ調査の結果を上記 3 の事業計画策定支援や下記 6 の新たな需要の開拓に資する事業につなげます。

この調査結果の提示により小規模事業者へ新たな事業活動の提案を行っていき、小規模事業者は企業経営においての前向きな営業活動の支援に寄与することができます。

また、下記 6 の新たな需要の開拓に資する事業における「リフォーム相談会」開催の基礎データとしても活用していきます。

さらに日常生活の困りごとのニーズ把握は需要の掘り起こしの基礎となるデータとして、下記 6 の新たな需要の開拓に資する事業における「生活お困りごと解決マップ」による新規顧客獲得に寄与することができます。

〔事業 VI〕 外部データを活用した需要動向調査（改善）

〔現 状〕 巡回訪問において、対話の中で日経テレコン POSEYES の「伸びる市場」について情報提供することはありますが、一過性かつ限定的なものとなっていました。

〔取組内容〕 業種別審査辞典や日経テレコン POSEYES 等を活用して、上記の取組みを補完する統計資料の提示によって、データの信頼性を高め経営計画等の策定時に役立つ市場動向などの情報提供（提案）を行います。



情報元	調査項目	活用方法	支援対象
業種別審査辞典、業種別業界情報	業種ごとの財務指標、課題と展望	経営分析を行う際に課題と展望などを提示しニーズに沿った経営判断を行えるようにします。	全業種
日経テレコン「POSEYES」	商品分類別の売上情報、売れ筋商品、伸びる市場・縮む市場など	小売業（製造小売業を含む）の小規模事業者に対して経営分析を行った結果、調査したい商品（品目）をインターネットの活用により個別に情報収集し、収集した成果物をレポートとして当該事業者へ提供します。	主に小売業者
総務省統計局「家計消費状況調査」	品目別の世帯1か月間支出金額、消費動向指数など	四半期ごとに総務省統計局ホームページよりダウンロードし、支援用資料として活用しやすいように加工したうえでポイントなどを整理します。	小売業者 サービス業者 建設業者
日経MJ、日経トレンディ	各種業界の市場動向、消費・サービス・流通のトレンド情報 ヒット商品、幅広いジャンルの流行情報	定期購読を行い、小売業（製造小売業を含む）の小規模事業者に対して新商品開発のための「旬」の記事を抜粋し提供していきます。	製造業者 小売業者

〔目 標〕 ※ローマ数字は上記事業内容と連動

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
I. テストマーケティング支援事業者数	未実施	2	2	2	2	2
II. FGIによるニーズ調査支援事業者数	未実施	1	1	1	1	1
III. 観光客ニーズ把握調査	未実施	1	1	1	1	1
III. 観光客ニーズ把握後の情報提供事業者数	—	72	72	72	72	72
IV. 地域購買力動向調査結果による情報提供事業者数	—	20	20	20	20	20
V. 地域住環境ニーズ調査	未実施	—	1回	—	1回	—
V. 住環境ニーズ調査結果による情報提供事業者数	—	—	20	—	20	—
VI. 外部データ活用による情報提供支援者数	—	5	5	5	5	5

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

### (1) 現状と課題

これまでの需要開拓支援は、需要を見据えたビジネスプランに基づく経営の促進には至っておらず、他の支援機関による商談会等の開催があった際に、小規模事業者に対して限定的な告知等の支援をしていたのみであり、能動的な働きかけを行うことが課題であります。

## (2) 支援に対する考え方

少子高齢化等、小規模事業者の取り巻く環境が変化している中、小規模事業者の事業の持続的発展に寄与する為には、需要の掘り起しや需要の開拓といった「売上を伸ばす」ための取組みを支援していかなければ、地域で雇用を支え、地域住民の生活を支える小規模事業者はますます衰退してしまいます。

商工会は、自らの事業の持続的発展を考えている小規模事業者に対して、売上や利益を確保する支援を積極的に提案し、伴走して支援を行っていくことこそ、これから求められている役割と考えます。

## (3) 課題解決のための方針（定性目標）

今後は、関係支援機関等との連携を図りながら、顧客ニーズや自らの強み・弱みを踏まえ、需要を見据えた事業計画を策定した小規模事業者に対して、地域内需要の掘り起しや地域外における新たな取引先の開拓などの「売るための」支援を商工会の総力を挙げて支援します。

## (4) 事業内容

### 〔事業Ⅰ〕 商談会等への出展支援による新たな需要開拓支援（新規）

〔支援目的〕 自らのビジネスモデルの再構築により、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。

〔実施主体〕 ①「北の味覚、再発見！」（主催：北海道商工会連合会）札幌市  
②「グルメ&ダイニングスタイルショー」（主催：日本ビジネスガイド社）東京ビックサイト 等

〔実施時期〕 ① 11月上旬 ② 2月上旬

※実施主体及び実施時期は当面想定され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〕 「需要開拓型」に分類され、事業計画の策定を行った小規模事業者（地域ブランド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）

〔訴求対象〕 道内大手百貨店（東急札幌店、三越札幌店等）、きたキッチン等セレクトショップのバイヤー（〔実施主体〕①に対応）  
道外大手百貨店、高級食材店等のバイヤー（〔実施主体〕②に対応）

〔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〕 上記「2. 経営状況の分析」により「需要開拓型」に分類した小規模事業者が「5. 需要動向調査」の結果を通じて磨き上げた商品を「3. 事業計画策定支援」に基づき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。

### 〔事業Ⅱ〕 アンテナショップの活用による新たな需要開拓支援（新規）

〔支援目的〕 上記「5. 需要動向調査に関すること」で行ったテストマーケティングで得

た商品に対する消費者及びショップスタッフの「生」の声を反映させ、新たな顧客を獲得するためにアンテナショップの活用による支援を行います。

〔実施主体〕 北海道

〔実施時期〕 通年を通して実施

〔支援対象〕 上記2において「需要開拓型」に分類され、事業計画の策定を行った小規模事業者（食品製造業者）のうち、新たな需要の開拓を目指すも、マンパワー不足等経営資源が不足しているため商談会等へ行くことの出来ない者 等

〔訴求対象〕 都市部の一般消費者に対して磨き上げた商品を訴求します。

〔支援内容〕 北海道（運営主体：北海道貿易物産振興会）が実施する道産品アンテナショップ「どさんこプラザ」への出品に係る事務手続き支援

〔支援効果〕 上記「2. 経営状況の分析」により新たな顧客獲得を目指す「需要開拓型」に分類した小規模事業者が「5. 需要動向調査（テストマーケティング）」の結果を通じて磨き上げた商品を「3. 事業計画策定支援」に基づきアンテナショップへ出品することは、「新たな需要を見据えた経営の促進」に合致した戦略的な取組みであり、マンパワー不足の小規模事業者であっても新たな市場での売上増に対する取組みが可能となります。

### 〔事業Ⅲ〕 I Tの活用による新たな需要開拓支援（改善）

〔現 状〕 商工会が無料で提供しているホームページ作成ツール「SHIFT」による導入支援は行っているものの、SHIFT 開設支援までにとどまっており、その後の運用等は小規模事業者に委ねていました。

〔支援目的〕 需要開拓型の小規模事業者は、自社の取り組みにより既にネットショッピング等に取り組んでいる傾向にありますが、地域持続型の小規模事業者においては、I Tツールを活用して自社の商品・サービスの情報発信やネット販売といった意識が薄い傾向にあります。

I Tツールの活用は若い世代を中心にライフスタイル化しているため、日々の情報発信により顧客の掘り起しや顧客の取り込みを支援します。

〔実施主体〕 羅臼町商工会

〔実施時期〕 通年を通して実施

〔支援対象〕 地域持続型に分類され、事業計画の策定を行った小規模事業者（観光関連業種を中心に支援する）

〔訴求対象〕 地域内消費者、町外からの観光客

〔支援内容〕 SHIFT に小規模事業者それぞれの取扱商品や提供サービス、開店時間等を掲載するための操作・更新支援等を行います。あわせて、買い物かご機能によるネット販売を支援することで、新たな顧客獲得に向けた支援を行います。また年1回、小規模事業者に対する聞き取り調査において、SHIFT 閲覧による来店調査やSHIFT によるネット販売実績調査を実施し、効果を検証します。

〔支援効果〕 「SHIFT」は簡易的なホームページではあるものの、それまでI Tを活用した自社P Rを行ってこなかった小規模事業者にはI T活用の「入口」支援とし

ては有用なツールであります。

この取組みを推進し、多くの小規模事業者に活用支援を行うことで、町内はもとより当町を訪れた町外観光客が、町内飲食店をはじめとした店舗に足を運んでもらうきっかけづくりに寄与します。

「SHIFT」によるネット販売は初期投資が不要なことから、商品アイテム追加など操作面から全面的にサポートすることで新たな需要の開拓に寄与することができます。

また、SHIFT 導入後に効果検証の調査（ヒアリング）を行うことで、SEO 対策を含めて、改善点などの把握・提案により実効性の高い支援に寄与することができます。

#### 〔事業Ⅳ〕 リフォーム相談会開催による新たな需要開拓支援（新規顧客獲得）（新規）

〔支援目的〕 上記5（需要動向調査）において実施した住環境ニーズ調査により、地域における潜在的顧客を把握した上で、小規模事業者の受注機会及び新規顧客獲得のためのリフォーム相談会を商工会として実施します。

〔実施主体〕 羅臼町商工会（工業建設部会主催）

〔実施頻度〕 隔年実施とします。

〔支援対象〕 地域持続型に分類され、事業計画の策定を行った建築業を営む小規模事業者

〔訴求対象〕 バリアフリー化を考えている地域住民、子育て世帯等におけるシックハウス症候群等アレルギー対策等を考えている地域住民 等

〔支援内容〕 リフォーム相談会の開催告知を折り込みチラシ等で行います。地域住民が参加しやすいよう、土曜日などに開催することで集客効果を高めます。相談会はブースを設けてプライバシーに配慮していきます。相談会終了後にお客様アンケートを回収し、小規模事業者へフィードバックする支援を行います。

〔支援効果〕 建設業における需要開拓支援は羅臼町という地域特性もあり、地域外への需要開拓は小規模事業者にとっては困難なため、地域の潜在的な需要をアンケート調査により把握した上で相談会を実施することで、連動性のある事業展開により、発注機会の可能性を高め、地域における事業の持続的発展に寄与します。

#### 〔事業Ⅴ〕 地域需要の掘り起こしによる新たな顧客獲得に資する支援（新規）

〔支援目的〕 上記5の需要動向調査（〔事業Ⅳ〕消費購買力を呼び戻す為の需要動向調査、〔事業Ⅴ〕地域住民向け住環境ニーズ調査）において明らかになった消費者のニーズに対応することで、地域外に流出していた購買力を地域内に引き戻すこととあわせて、新たな顧客獲得のための支援を行うことで、小規模事業者の売上増を支援します。

〔実施主体〕 羅臼町商工会

〔実施頻度〕 ①消費者購買力の呼び戻しに関連した需要開拓支援：年2回  
②住環境ニーズ調査に関連した需要開拓支援：1回

〔支援対象〕 地域持続型に分類され、事業計画の策定を行った小規模事業者（小売業、サービス業、建設業）

〔訴求対象〕 地元及び近隣の消費者に対して訴求していきます。（①に対応）  
地元の一般消費者（②に対応）

〔支援内容〕 消費購買力の流出先の取組み事例を参考に、新たな取組みを始めた小売業・飲食店に対しては、商工会がパブリシティの活用やフリーペーパーへの掲載などを支援します。（①に対応）  
また、「日常生活の困りごと」のニーズ把握に対応するべく、「生活お困りごと解決マップ（仮称・保存版）」を作成し、各家庭に配布します。（②に対応）

〔支援効果〕 パブリシティの活用・フリーペーパーへの掲載は、費用をかけずに効率的に販促活動を行なうことができる有効なツールとして、関係機関と連携して支援することで個店が紹介され、認知度の向上により集客力アップと売上増加に寄与します。（①に対応）  
また、生活お困りごと解決マップの作成により、潜在していたニーズに対応した新規顧客の獲得による小規模事業者の売上増加に寄与することができます。（②に対応）

〔目 標〕 ※ローマ数字は上記事業内容と連動

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
I. 商談会等出展支援者	0	0	3	3	6	6
I. 商談件数目標			15	15	30	30
I. 商談会等出展支援に係る取引成立事業者目標	0	0	1	1	2	2
II. アンテナショップ出品支援数（※1）	0	2	2	2	2	2
II. アンテナショップ出品による売上増事業者目標	0	2	2	2	2	2
II. アンテナショップ支援による売上目標（万円）	-	100	100	100	100	100
III. IT活用支援事業者数	0	12	12	12	12	12
III. IT活用支援による売上増事業者目標	0	12	12	12	12	12
III. IT活用支援による売上目標（万円）	-	120	120	120	120	120
IV. リフォーム相談会支援事業者数	0	-	4	-	4	-
IV. リフォーム相談会商談件数目標	0	-	8	-	8	-
IV. リフォーム相談会契約成立事業者目標	0	-	4	-	4	-
IV. リフォーム売上目標（万円）	-		600		600	
V-①. パブリシティ等の活用による支援事業者数	0	5	5	5	5	5

V-①. パブリシティ等の活用による売上目標（万円）	-	50	50	50	50	50
V-②. 生活お困りごとマップ作成	0	-	-	作成	-	-
V-②. 新たに顧客の獲得による売上目標（万円）	0	-	-	50	50	50

## ・地域経済の活性化に資する取組

### （１）現状と課題

現状、地域活性化に資する取り組みとして「観光振興」「特産品開発」を町や観光協会、漁業協同組合と連携し、事業を推進しておりますが、小規模事業者の売上拡大等、目に見える成果を挙げるまでには至っておりません。

今後は、地域全体の方向性を町内主要組織において共有すべく商工会が中心となり羅臼町・観光協会・漁業協同組合による「地域活性化会議（仮称）」を設置し年2回開催していきます。

これにより、豊富な地域資源を活用した「地域ブランド化」に取り組み、地域一丸となって事業を推進します。

### （２）課題解決のための取組み

#### 豊富な地域資源を活かした羅臼ブランドの普及推進

平成27年度から羅臼町が制度化した羅臼ブランド化推進事業において、現在、地元産の海産物等19品目が認証されている状況となっておりますが、町内の水産加工業者を中心とした小規模事業者に制度の普及推進を図り、認証品目を充実させ裾野を広げること、市場に対し地域ブランドとして更に認知度を高めることに取り組みます。

また、同様に平成27年度から制度化された「ふるさと納税返礼品」に対する認証されたブランド品の積極的な提供についても検討することで認証企業の売上拡大に寄与します。

#### 地域内流通の強化による統一メニュー等の検討（飲食店向け）

当町に水揚げされる豊富な魚介類等の食資源を地域内提供する観点から、「食」を素材とした観光振興を図るため、毎年漁業協同組合が実施するレシピコンテストと連携し、町内飲食店にて提供できる統一メニュー等を検討します。

このことにより、地元素材の地域内提供が実現されるとともに、観光客等に認知されることにより飲食店が集中する中心商店街への回遊に寄与します。

#### 滞在型観光等の検討と観光メニューの創出

当町の近年の観光客入込数は平成17年の知床世界自然遺産認定以降減少傾向にあり、平成26年度は52万人程度と平成17年当時から10万人程度の減となっております。

また、上記入込数の内、宿泊客数は12%の64,000人程度であり、通過型観光であることが顕在化しています。

この現状から脱却するため、滞在型観光を目指した取り組みが急務であることから当会としても観光協会と連携し、アンケート調査による観光客の実態把握及び分析、その分析結果に基づき、漁業協同組合との連携なども図りながら着地型観光メニューの開発を検討します。

### 〔町内の主要観光資源〕

・知床世界遺産 ・国後島（北方領土） ・ドラマロケ地（北の国から「遺言」） ・温泉 ・道の駅 ・羅臼岳等

### 〔着地型観光メニューのコンセプト〕

『羅臼町でしか体験できない』をコンセプトに、海や山での様々な野生動物との遭遇や、1年を通して50種類以上の魚が漁獲される豊かな海の恵みを思う存分味わうための加工体験など。

<豊富な自然資源の活用：クジラ・シャチ・イルカ・ウォッチング、トレッキング>

<漁業との連携による体験観光：ウニや昆布といった海産物の加工>

<北方領土関連の学習体験の検討>

#### ア．観光客実態調査の実施 観光シーズンに道の駅にて実施：一年目

調査項目：移動手段、性別、年齢、宿泊の有無、当町で立ち寄った場所、居住地、宿泊、交通手配の方法、来訪回数（再来訪の希望）、旅行メンバー、羅臼を選んだ理由、羅臼以外の立ち寄り場所、目的の観光ポイント、羅臼の印象、サービスの印象（景観、施設）、買い物金額、当町に欲しい特産品、欲しい施設（店舗）、体験観光について

#### イ．調査結果の分析によるコンセプトの検証及び着地型観光メニューの検討：二年目

<一般観光・体験観光><学習体験>

※メニュー完成時点で首都圏及び札幌圏にて市場調査を実施

#### ウ．開発した着地型観光メニューによるモニターツアーの実施：三年目

※モニターツアー参加者に対し満足度調査を実施

### 【効果】

着地型・滞在型観光の創出により、国内外観光客の羅臼町内の滞在時間を拡大することで、小規模事業者の売上機会の拡大と売上向上を図ることができます。

#### 道の駅周辺エリアの活性化によるにぎわいの創出

羅臼町の道の駅の入込客数は平成21年度の約13万人に対し平成26年度は約15万人と年々増加傾向にあります。

しかしながら、ゴールデンウィークや夏場の観光シーズンには、駐車場の狭隘化等によりやむなく通過する観光客が多いなどの課題も抱えています。

今後は道の駅利用者に対し、道の駅の印象や利用状況等の実態調査を行うことで詳細な現状を把握し、加えてテナントミックスの観点から、町が実施する「空き地、空き家バンク制度」と連携し、道の駅周辺エリアに存在する2箇所の空き家・空き店舗に不足業種を誘致するなど、集客施設である道の駅との相乗効果を図ることを目的として周辺エリア全体の活性化を検討します。

#### 仮称「羅臼町おもてなし力向上事業」の検討と実施

##### 【現状及び課題】

「おもてなし」については、主要サービス業関連事業者には一定のレベルにありますが、全業種間でみると、業種や意識の違いもあり「おもてなし力」には若干の偏りがあると考えます。

そのため、地域内全体としての「おもてなし」の意識や環境もまだ醸成されているとは言えないのが現状です。

## 【取組内容】

### ア．「おもてなし力向上」セミナーを開催する。（集団向け）：一年目

専門家等によるセミナー開催を通して、小規模事業者・従業員・関係団体のおもてなし力の向上を図ります。

またインバウンド対応による外国語表記・接客方法・ビジネス英会話などのソフト面の対応策や改善策等についてもセミナーで幅広く支援して、受け入れ態勢の充実を図ることで満足度の向上をさせます。

### イ．小規模事業者「おもてなし力」支援事業を実施する。（個別事業者向け）：二年目

小規模事業者のおもてなし力を専門家等の視点からチェックして改善案を提示します。

それによりお客様の満足度を高めて、リピーターの増加を図っていきます。

また、インバウンド対応による小規模事業者の個別課題の抽出や改善策等についても、専門家を取り入れて効果的な支援をし、受入態勢の充実を図ることで満足度の向上に繋がります。

## 【事業内容】

### ア．目的

「おもてなし力」向上の必要性について、セミナーや専門家派遣を通して啓発と指導をしていきます。

### イ．手法

- ・巡回訪問等による啓発を行います。
- ・商工会ホームページ・商工会報を活用した啓発を行います。
- ・おもてなし力向上セミナーの開催による啓発・指導を行います。
- ・小規模事業者の事業所への専門家派遣による啓発・指導を行います。

## 【効果】

「おもてなし」の必要性について認識して頂くとともに、羅臼町内（行政・小規模事業者・関係機関・町民）の一体となった取組みをすることにより、子供から大人まで誰もが「羅臼らしいおもてなし」の心や機運を醸成されるほか、事業者の「おもてなし力」の向上とソフト面の環境整備を推進することで、観光客の満足度や魅力を高めて羅臼町のリピーター増加を図り、小規模事業者の持続的発展に寄与します。

## ・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

### 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

これまで、他の支援機関との情報交換は、経営改善普及事業等で関係事案が生じた際のみ不定期に実施している状況でした。

従来のような取組みでは、小規模事業者に対しての支援にバラつきが出てくることが想定されるため、改善する必要があります。

#### （2）課題解決のための方針

今後は、関係支援機関や行政機関及び金融機関と連携して小規模事業者への面的な支援体制を構築する為、支援ノウハウについての情報交換を定期的で開催し、経営発達支援事業に必要な支援ノウハウの吸収を行います。



### ( 3 ) 事業内容

#### [内 容 I] 支援機関、行政機関との連携及び情報交換 (改善)

[相 手 先] 北海道商工会連合会、北海道経済産業局

[情報交換頻度]

北海道商工会連合会 (年 8 回程度)、北海道経済産業局 (年 1 回)

[情報交換の方法]

北海道商工会連合会：年 4 回程度開催される経営指導員研修会及び北海道商工会連合会による商工会巡回運営支援時 (年 4 回程度) に面談により情報交換を行います。

北海道経済産業局：北海道商工会連合会が実施する「全道商工会経営指導員研修会 (札幌市・年 1 回)」時に併せて情報交換を行います。

このほか、電話や電子メールなども活用します。

[情報交換の狙い]

事業計画策定、需要開拓に係わる支援ノウハウ、支援の現状・新たな施策情報等の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することを目的とします。

[情報資産の蓄積]

復命書の作成、回覧及び職員会議での報告を行います。

支援ノウハウのポイントはエクセルファイルでデータベース化し共有フォルダに保存します。

#### [内 容 II] 金融機関との連携及び情報交換 (改善)

[相 手 先] 日本政策金融公庫国民生活事業、大地みらい信用金庫

[情報交換頻度]

日本政策金融公庫国民生活事業 (年 2 回)、大地みらい信用金庫 (年 4 回程度)

[情報交換の方法]

日本政策金融公庫国民生活事業：同公庫が主催する「小規模事業者経営改善資金貸付団体連絡協議会 (マル経協議会・年 2 回)」時に情報交換を行います。

大地みらい信用金庫：同金庫担当者の当会来所時又は経営指導員による同金庫への巡回訪問時に情報交換を行います。

[情報交換の狙い]

創業、第二創業、資金調達に関する支援ノウハウと経済動向・市場動向に関しての情報交換をして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することを目的とします。

[情報資産の蓄積]

復命書の作成、回覧及び職員会議での報告を行います。

町内金融機関との情報交換の際は「業務連絡票」を活用し、職員全員が最新の金融動向等を共有できるようにします。

なお、支援ノウハウのポイントはエクセルファイルでデータベース化し共有フォルダに保存します。

#### (4) 事業実施による効果

支援機関、行政機関との定期的な情報交換を行うことで、巡回訪問等における小規模事業者への支援の際に、新たな施策情報の提供を行うことができます。

この取組みにより、小規模事業者は「旬」な情報を入手することができ、経営判断の一助につながるとともに新たな取組みへのきっかけづくりにも寄与することができます。

また、金融機関との定期的な情報交換を通じて、金融面における有用な情報の入手により、資金繰り等の計画立案に寄与することができます。

さらに経営指導員に属人的に集積していた支援ノウハウを、情報共有する仕組みを導入することで、組織的に支援ノウハウの蓄積を図ることができます。

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

当会の経営発達支援事業の実施体制は3名（経営指導員、補助員、記帳専任職員）となっており、各職員の業務が属人的になっていることから、個々の幅広い支援力の向上心が希薄となっています。

職員の資質向上に関しては、北海道商工会連合会が定めている職員研修や中小企業大学の専門研修において、職種別・分野別で研修に参加し研鑽していますが、単なる情報収集と知識の属人化により、職員間での知識等の共有が図られておらず、小規模事業者への効果的な支援につながっていないのが現状となっています。

また、経営支援業務においては、小規模事業者支援の情報が経営指導員に集約化されており、職員全員に個別事業者支援の方針等の共有化がされていません。

そのため、小規模事業者に対して適時・適切に支援するための経営支援機能の強化が組織としての課題です。

### (2) 課題解決のための方針（考え方）

職員全員の支援能力向上を図るため、計画的に支援機関等が主催する研修会へ受講することと併せ、職員個々の保有する支援ノウハウが属人化することのないよう、情報やノウハウを共有化するための取組みを実施します。

### (3) 事業内容

#### 〔取組みⅠ〕経営指導員の資質向上について（改善）

〔内 容〕経営指導員は基礎的支援業務（従来型経営改善普及事業）における支援ノウハウには精通しているものの、経営発達支援業務において求められる需要開拓のためのマーケティング支援等の経営発達支援ノウハウを強化する必要があるとの考えの下、下記の研修会等を受講することで支援ノウハウの補強を行います。

①経営指導員等WEB研修（全国商工会連合会主催・年1回）

⇒マーケティング等、小規模事業者の新たな需要開拓に必要な支援スキルを習得します。

②全道商工会経営指導員研修（北海道商工会連合会主催・年1回）

⇒企業支援の実態や支援事例などから、経営発達の支援ノウハウを習得します。

- ③専門研修（中小企業大学校主催・年1回）  
⇒企業分析手法・マーケティング・財務分析・販売管理手法など支援力強化に必要な知識を習得します。
- ④根室管内経営指導員研修会（根室管内職員協議会主催・年2回）  
⇒経営分析手法や需要動向調査の手法などについて習得し、小規模事業者の経営発達支援に活かします。
- ⑤支援機関が主催する研修会・講習会・セミナーへの参加（年1回以上）  
⇒支援機関の研修・講習に参加することで企業支援の情報を習得し支援に活かします。

〔取組みⅡ〕 補助員の資質向上について（改善）

〔内 容〕 補助員は経営指導員の補佐ではあるものの、経営支援業務に関しては経営指導員に依存する傾向があります。そのため、経営指導員の不在時に経営支援を行えるよう、従来受講している支援機関主催の研修の他、経営指導員等WEB研修を新たに受講することで支援力向上を図ります。

- ①全道商工会補助員等研修（北海道商工会連合会主催・年1回）  
⇒基礎的支援業務スキルの底上げのほか、財務分析などの手法について習得し支援に活かします。
- ②経営指導員等WEB研修（全国商工会連合会主催・年1回）  
⇒マーケティング等、小規模事業者の経営発達に必要な支援スキルを習得します。
- ③根室管内補助員等研修会（根室管内職員協議会主催・年1回）  
⇒基礎的支援業務スキルの底上げのほか、財務分析手法を習得し支援に活かします。
- ④支援機関が主催する研修会・講習会・セミナーに参加（年1回以上）  
⇒支援機関の研修・講習に参加することで企業支援の情報を習得し支援に活かします。

〔取組みⅢ〕 記帳専任職員の資質向上について（改善）

〔内 容〕 記帳専任職員はネットde記帳による記帳支援にとどまっており、計数面での経営分析による支援力が不足していますので、財務面からの業務改善の提案等を行なえるよう、従来受講している研修の他、経営指導員WEB研修を受講することで支援力向上を図ります。

- ①全道商工会補助員等研修（北海道商工会連合会主催・年1回）  
⇒基礎的支援業務スキルの底上げのほか、財務分析の手法等について習得し支援に活かします。
- ②根室管内補助員等研修会（根室管内職員協議会主催・年1回）  
⇒基礎的支援業務スキルの底上げのほか、財務分析手法を習得し支援に活かします。
- ③経営指導員等WEB研修（全国商工会連合会主催・年1回）  
⇒財務・会計等、計数面での経営分析における必要な支援スキルを習得します。

- ④支援機関が主催する研修会・講習会・セミナーに参加（年1回以上）  
⇒支援機関の研修・講習に参加することで企業支援の情報を習得し支援に活かします。

〔取組みⅣ〕 **OJTによる組織一体となった支援力向上の取組みについて（新規）**

〔内 容〕 小規模事業者支援を円滑に実施していく為には、組織一体となった支援体制の構築が必要です。  
そのためには、経営指導員はもとより、補助員等の支援力向上が必須との考えの下、経営分析及び事業計画の策定に当初から関わり、指導・助言内容・情報収集方法を学ぶなど、今後OJTにより伴走型支援能力のスキル向上を図ります。

〔取組みⅤ〕 **支援ノウハウを共有する仕組みの構築について（新規）**

〔内 容〕 研修会受講後は研修内容の報告をしていますが、復命書に受講内容を記載・回覧するに留まっていました。  
また、経営指導員は小規模事業者の支援の方向性等を経営カルテへ記載しているものの、全職員がその情報を共有している状況ではありませんでした。  
今後は、毎月職員会議を開催し、支援ノウハウを共有する為の報告会を実施します。  
小規模事業者の経営分析結果等の報告や販路開拓等の成果については、毎月開催する職員会議において経営指導員が報告することにより、全職員が小規模事業者の支援の進捗について情報共有できる体制を構築します。  
職員会議後は、会議内容をエクセルによりデータベース化することと併せて、職員が参加した研修の資料を共有ラックに保管することで職員全員が閲覧できる体制を整えることとします。

**（４）事業実施による効果**

支援ノウハウのデータベース化やファイリングによる情報の共有化といった、これまで行っていなかった支援ノウハウの仕組みを構築することで、経営指導員に偏りがちだった支援ノウハウの集積から組織としての情報資産の集約へシフトすることができます。

**３．事業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**

現状では、2ヵ月に1回開催される理事会において各種事業報告を行い、一般会員に対しては総会のみでの報告となっています。また、各種の評価等については事務局内部のみで実施されていたため、十分な見直しがされてきたとは言えず、効果的にPDCAを機能させる仕組みづくりが課題となっています。

**（２）課題解決のための方針**

今後は、外部有識者等の視点を加味した仕組みを取り入れることとし、見直した内容等については、小規模事業者が常時閲覧できる体制を整えることで、PDCAが機能する仕組みを構築します。

### ( 3 ) 事業内容

- ①事務局内で概ね2ヵ月ごとに経営発達支援計画進捗会議を実施し、各事業の進捗状況および事業内容等の検証と意見交換を実施します。
- ②商工会の理事会は年6回程度開催しておりますが、理事会において事業の進捗状況・実施内容報告および検証を行います。
- ③新たに有識者等で構成する「経営発達支援計画事業評価委員会」を設置し、年2回開催し、事業の実施状況および評価・見直し等について審議します。  
審議された内容については、毎年4月に開催する理事会に提出し承認を得た後、毎年度、通常総会に諮ることとします。

※有識者の構成員：羅臼町産業課長、大地みらい信用金庫支店長などで構成

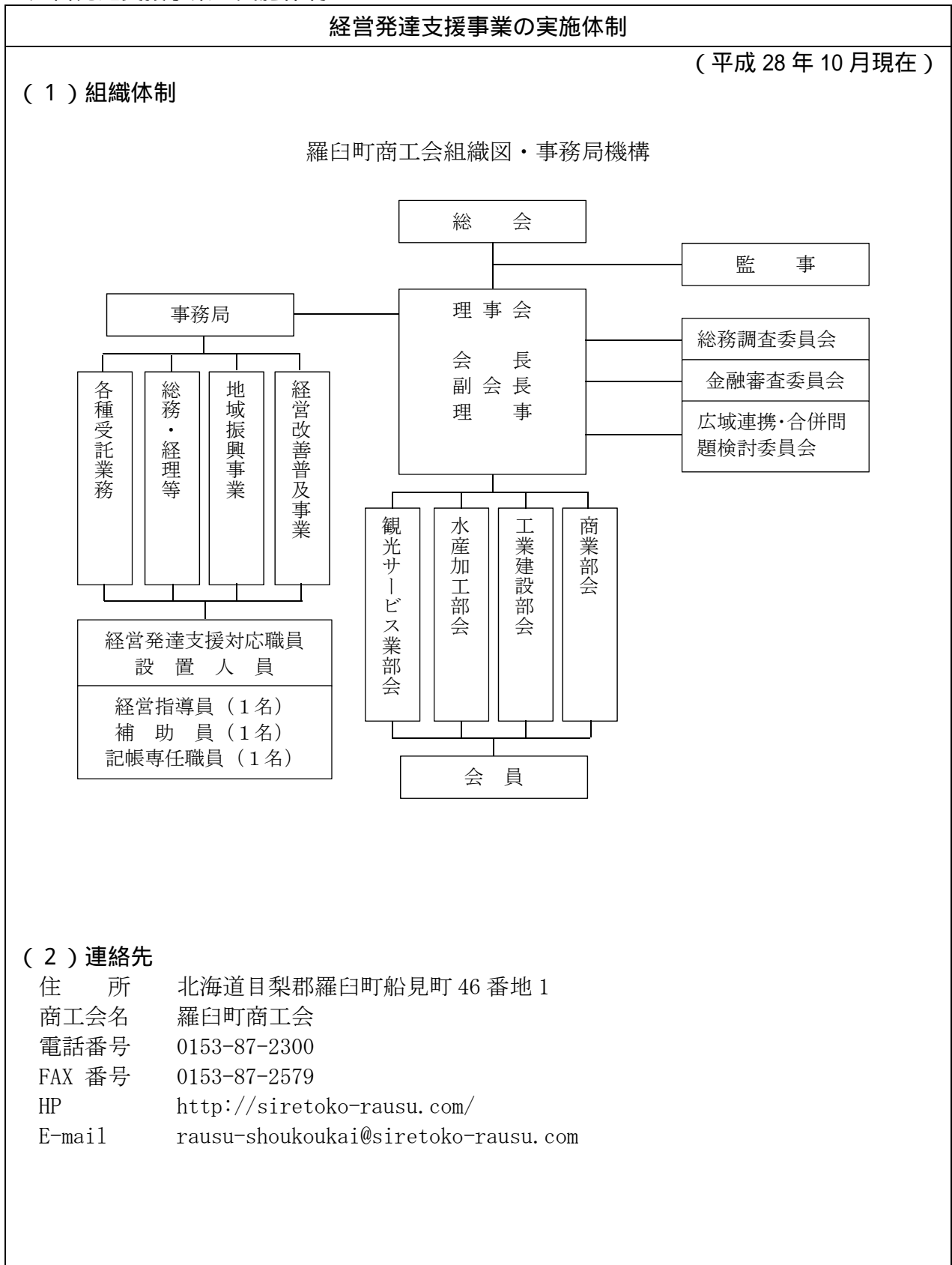
- ④総会への報告・承認後については、事業の実施状況および評価・見直し結果を商工会ホームページに計画期間中掲載して、広く小規模事業者に意見を求めることとし、その後の計画改善に活かします。

### ( 4 ) 事業実施による効果

上記の取組みを毎年度実施することで、経営発達支援事業におけるPDCAが有効に機能し、小規模事業者の持続的発展のために掲げた目標達成につながります。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(2) 連絡先

住 所 北海道目梨郡羅臼町船見町46番地1  
商工会名 羅臼町商工会  
電話番号 0153-87-2300  
FAX 番号 0153-87-2579  
HP <http://siretoko-rausu.com/>  
E-mail [rausu-shoukoukai@siretoko-rausu.com](mailto:rausu-shoukoukai@siretoko-rausu.com)

(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)

	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
必要な資金の額	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
経営改善普及事業費					
旅費	500	500	500	500	500
事務費	800	800	800	800	800
小規模企業施策普及費	70	70	70	70	70
地域振興対策事業費	6,630	6,630	6,630	6,630	6,630

(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・受託料・手数料

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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
<p>1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>[連携先]</p> <p>①大地みらい信用金庫羅臼支店 ②羅臼漁業協同組合 ③(一社)知床羅臼町観光協会</p> <p>[連携内容]</p> <p>①地域経済の状況(雇用、設備投資等)や資金需要の推移等について意見交換、情報収集 ②基幹産業である水産業の状況(水揚げ量、水揚げ高、漁獲種等)について意見交換、情報収集 ③観光客の動向や観光客入込数の状況について意見交換、情報収集</p>
<p>2. 経営状況の分析に関すること</p> <p>[連携先]</p> <p>よろず支援拠点、中小企業庁(ミラサポ)、北海道商工会連合会</p> <p>[連携内容]</p> <p>経営セミナーの開催、高度な経営分析に係る支援</p>
<p>3. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>[連携先]</p> <p>よろず支援拠点、中小企業庁(ミラサポ)、羅臼町、北海道商工会連合会</p> <p>[連携内容]</p> <p>専門家派遣による事業計画策定支援(事業承継計画を含む) 産業競争力強化法に基づく創業計画策定支援</p>
<p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>[連携先]</p> <p>よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構、中小企業庁(ミラサポ)、日本政策金融公庫、北海道事業引継ぎ支援センター、北海道商工会連合会</p> <p>[連携内容]</p> <p>支援機関が行う支援策や小規模事業者持続化補助金等補助制度の情報提供 目標設定などの見直しに伴う専門家派遣制度の活用 経営発達支援融資制度の利活用による円滑な資金繰りの支援 専門的かつ高度な指導・助言における専門家の活用</p>
<p>5. 需要動向調査に関すること</p> <p>[連携先]</p> <p>北海道、北海道中小企業総合支援センター、全国商工会連合会、北海道商工会連合会</p> <p>[連携内容]</p> <p>アンテナショップのテスト販売制度を活用した需要動向調査 専門家を活用した消費者アンケート調査及び住環境アンケート調査</p>



6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事

[連携先]

北海道、全国商工会联合会、北海道商工会联合会

[連携内容]

商談会等への出展支援、アンテナショップへの出品支援

7. 地域経済の活性化に資する取組

[連携先]

羅臼町、(一社)知床羅臼町観光協会、羅臼漁業協同組合

[連携内容]

地域活性化会議(仮称)の設置に伴う地域ブランド化の推進

町内飲食店にて提供できる統一メニュー等の検討

滞在型観光等の検討と観光メニュー開発の検討

8. 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事

[連携先]

北海道商工会联合会、北海道経済産業局、日本政策金融公庫国民生活事業、大地みらい信用金庫

[連携内容]

事業計画策定、需要開拓に係わる支援ノウハウ、支援の現状・新たな施策情報等の情報交換

創業、第二創業、資金調達に関する支援ノウハウと経済動向・市場動向に関する情報交換

9. 経営指導員等の資質向上等に関する事

[連携先]

全国商工会联合会、北海道商工会联合会、中小企業基盤整備機構

[連携内容]

経営指導員等WEB研修、全道商工会職員(職種別)研修、専門研修を通じた支援ノウハウ向上の為の研修の実施

10. 事業評価及び見直しをするための仕組みに関する事

[連携先]

羅臼町、大地みらい信用金庫

[連携内容]

効果的なPDCAを機能させるための経営発達支援計画進捗会議の実施

以上、小規模事業者の課題解決に向けて専門知識を有する連携支援機関等と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対して、よりきめ細やかな巡回訪問を通じた事業計画の策定支援による売上や利益の増加を支援していきます。

## 連携者及びその役割

連携機関名	羅臼町
代表者名	町長 湊屋 稔
住所	〒086-1892 北海道目梨郡羅臼町栄町 100-83
電話番号	0153-87-2111
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・資料の提供、閲覧及び助言</li> <li>・事業計画の指導及び助言</li> <li>・補助金・利子補給制度の支援と情報提供 他</li> </ul>
連携機関名	中小企業庁
代表者名	長官 宮本 聡
住所	〒100-8912 東京都千代田区霞が関 1 丁目 31-1
電話番号	03-3501-1511
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ミラサポによる専門家派遣</li> </ul>
連携機関名	北海道経済産業局
代表者名	局長 児嶋 秀平
住所	〒060-0808 札幌市北区北 8 条西 2 丁目 札幌第 1 合同庁舎
電話番号	011-709-2311
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援ノウハウ向上の為の情報提供 他</li> </ul>
連携機関名	北海道
代表者名	知事 高橋 はるみ
住所	〒060-8588 札幌市中央区北 3 条西 6 丁目
電話番号	011-231-4111
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・資料の提供、閲覧及び助言</li> <li>・融資制度・補助金の支援と情報提供</li> <li>・販路開拓支援 他</li> </ul>
連携機関名	北海道よろず支援拠点 札幌本部
代表者名	チーフコーディネーター 中野 貴英
住所	〒060-0001 北海道札幌市中央区北 1 条西 2 丁目 経済センタービル 9 階
電話番号	011-232-2407
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高度、専門的な相談案件についての専門家派遣の支援</li> </ul>
連携機関名	独立行政法人中小企業基盤整備機構北海道本部
代表者名	本部長 戸田 直隆
住所	〒060-0002 北海道中央区北 2 条西 1 丁目 1-7
電話番号	011-210-7470
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小規模事業者支援に関する情報の提供 他</li> <li>・事業計画策定に関する指導</li> <li>・人材の育成</li> <li>・小規模事業者、商工会職員のスキルアップ 他</li> </ul>

連携機関名	北海道中小企業総合支援センター
代表者名	理事長 伊藤 邦宏
住所	〒060-0001 北海道札幌市中央区北1条西2丁目
電話番号	011-232-2991
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業計画、創業計画書の作成及び助言</li> <li>・人材育成</li> </ul>
連携機関名	北海道事業引継ぎ支援センター
代表者名	統括責任者 村越 憲三
住所	〒060-0001 北海道札幌市中央区北1条西2丁目
電話番号	011-222-3111
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業計画、創業計画書の作成及び助言</li> <li>・人材育成</li> </ul>
連携機関名	全国商工会連合会
代表者名	会長 石澤 義文
住所	〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-7-1
電話番号	03-6268-0088
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Web研修による職員のスキルアップ</li> <li>・販路開拓に伴う支援（事業の実施）</li> <li>・小規模事業者支援に関する情報の提供 他</li> </ul>
連携機関名	北海道商工会連合会
代表者名	会長 荒尾 孝司
住所	〒060-8607 北海道札幌市中央区北1条西7丁目プレスト1・7ビル4F
電話番号	011-251-0101
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・専門家派遣事業（エキスパートバンクの活用）</li> <li>・経営の分析、事業計画の指導及び助言</li> <li>・販路開拓に伴う支援（事業の実施）</li> <li>・小規模事業者支援に関する情報の提供 他</li> </ul>
連携機関名	大地みらい信用金庫羅臼支店
代表者名	支店長 成田 智之
住所	〒086-1823 北海道目梨郡羅臼町栄町100-55
電話番号	0153-87-2141
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業計画、創業計画書の作成及び助言</li> <li>・資金需要に対する円滑な金融斡旋、経営分析</li> <li>・地域経済に関する情報提供 他</li> </ul>
連携機関名	日本政策金融公庫釧路支店（国民生活事業）
代表者名	支店長 北川 恭朗
住所	〒085-0847 北海道釧路市大町1丁目1-1 道東経済センタービル7F
電話番号	0154-43-3330
役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業計画、創業計画書の作成及び助言</li> <li>・資金需要に対する円滑な金融斡旋、経営分析</li> <li>・地域経済に関する情報提供 他</li> </ul>

連携機関名 羅臼漁業協同組合  
 代表者名 代表理事組合長 田中 勝博  
 住所 〒086-1893 北海道目梨郡羅臼町船見町 2-13  
 電話番号 0153-87-2131  
 役割
 

- ・特産品開発
- ・地域活性化に関する情報提供・助言 他

連携機関名 (一社) 知床羅臼町観光協会  
 代表者名 会長 平原英雄  
 住所 〒086-1833 北海道目梨郡羅臼町本町 361-1  
 電話番号 0153-87-3360  
 役割
 

- ・特産品開発
- ・地域活性化に関する情報提供・助言 他

連携体制図等

