

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	きたみ市商工会 (法人番号 5460305000198) 北見市 (地方公共団体コード 012084)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ①「稼ぐ力」の向上に向け、売上の増加、諸経費の減少に向けた取組みを推進し、収益性の高い小規模事業者の実現を目指します。 ②「稼ぐ力」の向上に向け、売れる商品の開発・販売、サービスを強化し、販路開拓に導くことで、売上高の増加へと繋がります。 ③「稼ぎ手の増加」に向け、創業や第2創業、事業承継を推進し、域内小規模事業者数の減少抑制及び事業の継続を図り、地域住民を中心とした域内消費の循環を促し地域経済活性化に繋がります。
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること ①国等が提供するビッグデータの活用 ②景気動向ヒアリングシートの活用 ③統計情報、レポートの活用 4. 需要動向調査に関すること ①商談会、アンテナショップ等におけるアンケート調査 ②専門家等の招聘による商品・サービスの評価 5. 経営状況の分析に関すること ①経営指導員等による経営分析支援 ②ネットde記帳利用者を対象とした経営分析 ③補助金等活用事業者を対象とした経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること ①DX推進セミナーの開催 ②売上拡大に向けた事業計画策定個別相談会の開催 ③創業、第2創業、事業承継個別相談会の開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定後の継続的フォローアップの実施 ②創業、第2創業、事業承継に係る継続的フォローアップの実施 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①DXの活用に向けた取組支援 ②商談会等への出展勧奨、事前・事後支援の実施 (BtoB) ③アンテナショップでのテスト販売による事前・事後支援の実施 (BtoC)
連絡先	きたみ市商工会 〒099-2104 北海道北見市端野町端野 238 番地 5 TEL : 0157-56-3000 FAX : 0157-56-2976 E-mail : tnshokou@peace.ocn.ne.jp 北見市端野総合支所産業課 〒099-2192 北海道北見市端野町二区 471 番地 1 TEL : 0157-56-4003 FAX : 0157-56-2923 E-mail : ta.sangyo@city.kitami.lg.jp

(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北見市の概要

北見市は、北海道のオホーツク海側東部に位置し平成18年3月に北見市・端野町・常呂町・留辺蘂町の1市3町が合併。

自治体としての「面積」は1,427,41km²と北海道最大、東西に延びる道路の「長さ」は箱根駅伝のコースに匹敵する110kmに達する。この広大な市域をカバーするため、旧市町を単位とした、北見、端野、常呂、留辺蘂の4つの自治区が設置されている。

きたみ市商工会は平成21年4月に端野町商工会、常呂町商工会の合併により誕生し（令和3年4月1日現在会員数207名）、端野・常呂の2自治区を事業範囲とし業務を行っている。



～端野自治区の概況～

北見自治区に隣接し、公共交通機関の便にも恵まれており、企業の支店・営業所が多数進出している。屯田の杜公園を中心に子育て支援施設や小中学校、社会教育施設などが集積し、快適な居住空間と基幹産業である農業を背景とした田園風景が調和したまちづくりが進められている。

高い生産性と高品質の北見産たまねぎは作付面積及び収穫量、出荷量は全国一を誇り、4自治区の中でも端野自治区はその中核を為し、たまねぎの他にも北海道でも有数の出荷量を誇るじゃがいもは菓子・食品メーカーの原料など、肥沃な大地に恵まれた農業が非常に盛んな自治区である。

～常呂自治区の概況～

北海道最大で網走国定公園の一部である「サロマ湖」、オホーツク管内で数少ない海水浴場である『ところ常南ビーチ』、北海道遺産の「ワッカ原生花園」、世界文化遺産登録をめざし堅穴式住居跡で世界一といわれる国指定史跡の「常呂遺跡」などの豊かな自然に恵まれている常呂自治区は、4自治区の中で唯一オホーツク海沿岸部に位置し、1月下旬から3月下旬まで流水が接岸し海を覆い尽くす。

その様な厳しい自然環境の中で育った「帆立、牡蠣、サケ・マス」等を主とした漁業及び「麦、じゃがいも、ビート」等を主とした農業が基幹産業となっており、中でも帆立については、帆立養殖発祥の地として知られており、国内有数の漁獲量を誇っている。

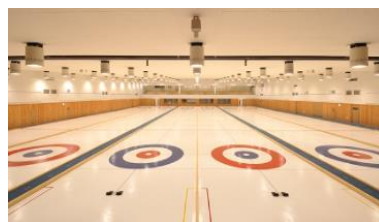
また、国内のカーリング競技の先駆者的地域であり、長野オリンピック以降平昌オリンピックに至るまで6大会連続で数多くのオリンピック選手を輩出するなど、多くの自然、人的資源を有する

自治区である。

平成 25 年 11 月に国際大会開催規格に準拠し、国内最大の競技場数 6 シートを備えた専用屋内施設である『アドヴィックス常呂カーリングホール』がオープンするまでは、上述の『ところ常南ビーチ』等を擁するため、春～秋のシーズンには安定した集客が見込める一方、冬期においては天候等に左右され、安定的な集客が難しく、年間を通じた継続的な交流人口を確保することが課題となっていた。

しかし、現在は平昌オリンピック女子カーリングで銅メダルを獲得し、人気を博した『ロコソラーレ北見』が常呂自治区出身でホームリンクであることから、試合観戦等で多くのファンが訪れている。

そのため、試合の合間等に選手行きつけの飲食店に観戦者が立ち寄る姿も見られ、冬期のにぎわい、集客に一役買っている。



【アドヴィックス常呂カーリングホール】

表 1 <北見市における過去 3 ヶ年の人口推移>

年度 自治区	平成 31 年 3 月末	令和 2 年 3 月末	令和 3 年 3 月末	構成比	3 ヶ年での 減少人口
北見自治区	102,744 人	101,808 人	101,281 人	88.2%	-1,463 人
端野自治区	4,515 人	4,482 人	4,378 人	3.8%	-137 人
常呂自治区	3,688 人	3,600 人	3,519 人	3.1%	-169 人
留辺蘂自治区	5,997 人	5,871 人	5,672 人	4.9%	-325 人
合 計	116,944 人	115,761 人	114,850 人	100%	-2,094 人

出典：広報きたみより抜粋

表 2 オホーツク管内市町村別商業事業所数

	事業所数	占有率
北見市	1,200	40.9%
管内他 17 市町村	1,731	59.1%
合 計	2,931	100%

出典：Outline of Okhotsk 2021オホーツクの商工業を一部加工

表 3 オホーツク管内市町村別工業事業所数

	事業所数	占 有 率
北見市	110	27%
管内他 17 市町村	298	73%
合 計	408	100%

出典：Outline of Okhotsk 2021 オホーツクの商工業を一部加工

②端野・常呂自治区商工業者の現状と課題

これまでの地区内商工業者は安定した基盤を誇る基幹産業の発展による、地域内の消費購買力を背景に発展してきたが、地域において以下のとおりの課題等が顕在化している。

- ・平成 29 年度から令和 2 年度にかけて、事業主の高齢化や後継者がいない等を要因とした会員の脱退件数は 13 件となっている。事業主の年齢構成も上昇しつつある中、事業承継や創業等支援により新陳代謝を図っていくことが喫緊の課題である。
- ・表 1 のとおり北見自治区は他の自治区に対して圧倒的な人口を有し、表 2～3 ではオホーツク管内の商工業事業所数においても多数を占めていることから、郊外のロードサイドへは多数の大型商業施設等が出店をしている。その為、地区内商工業のうち、特に小売業・サービス業については、同一市でありながら、北見自治区への購買力の流出による消費の低迷に繋がっている。また、常呂自治区においても北見自治区、隣接する網走市への購買力流出による、空き店舗の増加により店舗が点在化し、商店街機能の低下を招く要因になっている。
- ・建設業については、近年市営団地の建替え工事や施設等の更新時期等を迎えた公共工事により好転していたが、北見市発注の大型公共事業も一段落の時期を迎えている。新型コロナウイルス感染症の感染拡大により個人住宅等の民間需要も不透明感を増しており、元請工事の減少やそれに連なる塗装業・内装業など下請工事を主体とする職別工事業も受注の減少が危惧されている。
水産加工業についても近年の天候不順や海水温の上昇等で、魚種の変化、漁獲量が減産し、原材料の買い入れ価格が上昇傾向にあり、利益の確保が難しい状況となっている。全般的に巡回訪問等の際に寄せられる声として、人手不足に伴う人材の確保・育成が課題となっており、一部の事業所では外国人実習生を迎え入れ対応している。

③商工会の現状と課題

- ・きたみ市商工会は、事務局長 1 名、経営指導員 2 名、補助員 1 名、記帳専任職員 1 名、臨時職員 1 名の 6 名体制であり、規模からみれば道内商工会では標準的な人員配置であるが、端野自治区に本所・常呂自治区に支所機能を有し、職員も 3 名ずつの配置と 2 分している。その為、近年の事業者からの多岐、高度化する相談案件への対応は非常に困難な面が多々あり、専門家派遣を活用しながら支援を実施している状況である。
- ・5 年前の第 4 回申請において経営発達支援計画の認定を受けて以降、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を毎年実施した結果、徐々にではあるが、成果が実ってきている。具体的には「地域の経済動向調査」では景気動向調査を経営指導員が地区内の業種毎の事業者に対してヒアリングを実施し、その結果を公表しているとともに、それを経営分析にも取り入れながら活用している。

「事業計画策定・実行支援」では、集団セミナー、個別相談会を開催し、事業計画策定の意義・メリット等の浸透を図りつつ、「小規模事業者持続化補助金」等の各種補助金等も積極的に活用しながら支援を実施し、事業計画の策定及び適切な実行支援に繋がった。

「小規模事業者持続化補助金」の採択を受け、継続的なフォローアップを実施した結果、採択前の売上高と比較して数年で1.5倍の売上高を計上した事業者もいるなど売上の増加に寄与している。

- ・会員数は平成21年4月の合併時には217件を有していたが、廃業等が相次ぎ平成29年度の期中では一時201件にまで減少をしたが、役職員が一丸となって加入促進に取り組んだ結果、徐々にではあるが回復基調となっている。今後も未加入者への加入促進に取り組みつつ、事業主の総体的な年齢構成も上昇しているため、引き続き、事業承継や創業等支援を積極的に実施する。

【参考：会員数の推移】

年 度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	R1 年度	R2 年度
会員数	209	203	203	207	207	208

④小規模事業者の現状と課題

小規模事業者数は直近の調査の平成26年度では表1のとおりとなっている。その他の業種を除いては、卸・小売業が一番多く、次いでサービス業、建設業、製造業、飲食業・宿泊業の順になっているが、高齢化・後継者不足等による廃業が増加しつつある。

表1

【業種別自治区内 小規模事業者数】							
	(計)	建設業	製造業	卸・小売業	飲食業・ 宿泊業	サービス 業	その他
H26年	311	32	32	81	27	49	90

※小規模事業者数は経済センサス（平成26年調査）

表2

業種別 経営上の問題点

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
全 体	得意先減少	諸経費増	人材不足	そ の 他	人件費増
製 造 業	得意先減少	諸経費増	そ の 他	人材不足	人件費増
建 設 業	諸経費増	人材不足	得意先減少	人件費増	同業者間競合
卸小売業	得意先減少	人材不足	-	-	-
サービス業	得意先減少	-	-	-	-
飲 食 業	得意先減少	そ の 他	人件費増	-	-

※問題点は、各業種とも3つまで選択（データ出典：きたみ市商工会景気動向調査 R2 下半期）

- ・きたみ市商工会の経営発達支援計画に基づいて実施している、「地域の経済動向調査」における景気動向調査は年2回上半期と下半期で実施している。直近の集計結果である、上記表2業種別経営上の問題点より、顕在化した小規模事業者の問題点（現状と課題）は全体を通して、得意先減少が最多となっており、2位以下についても業種間で概ね共通して諸経費増、人材不足となっている。

<課題①>

「得意先減少」については、これまでの記載のとおり、隣接するオホーツク管内の大消費地北見自治区へ消費購買力が流出し売上、利益の確保が難しい状況である。その為小規模事業者は新たな顧客や販路の開拓、販売方法の見直し等を図ることで、流出している消費購買力を戻すことが必要となっている。

<課題②>

「諸経費増」については、消費税率の引上げや原材料の高騰等が要因の1つとして挙げられ、同業他社との競合も相まって価格に転嫁し切れていない現状も表されている。その為小規模事業者は、それらに左右されないそれぞれの強みや特性を生かした魅力ある商品やサービス等によって、消費者を誘引し、売上向上や利益の確保を図ることが必要となっている。

<課題③>

「人材不足」については、人材の確保と共に、既存の従業員の資質向上による企業力向上が課題である。したがって、先行して若年層や中間層に対して研修等の機会を創出し人材育成を図るとともに、それらの取組みにより、将来の経営層や後継者の確保を図ることが必要となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①【北見市中小企業振興プランの展開施策】

- ・北見市では、第2期北見市総合計画（平成31年度～40年度）と同時に、中小企業振興に特化した「個別計画」としての性格を有する北見市中小企業振興プランを策定している。

このプランでは北見市の中小企業が抱える課題として、主に2つを挙げており、1つ目は企業活動の原資となる収益の面で課題を抱えているため、その解消となる「稼ぐ力」の向上、2つ目には最も深刻かつ早急な対策が必要なこととして、優秀な人材の確保＝「稼ぎ手」の増加とし、「稼ぐ力」の向上と「稼ぎ手」の増加をとともに図りながらの事業展開が必要であるとしている。

そのため、これらの課題に対し、必要な施策とその方向性を整理し、目指すべき目標を以下のとおり示している。

北見市の中小企業が目指すべき目標

「稼ぐ力」の向上と「稼ぎ手」の増加を図り、
地域に根差し、
地域経済の牽引役として発展する北見市中小企業



展開施策

《稼ぐ力の向上》

1. 企業の競争力強化～①商品・サービスの魅力向上と開発力の強化、②販路の開拓と顧客発掘、③資産の有効活用、④リーディング企業の育成
2. 企業の体幹強化～①安定した資金調達、②設備投資の支援、③経営相談の充実
④ICTの活用促進

《稼ぎ手の増加》

1. 人材の確保・育成～①優秀な人材の確保、②人材の教育・育成
③多様で柔軟な雇用と新しい働き方の定着
2. 新たな稼ぎ手の増加～①創業、第二創業の促進、②事業承継の支援、③企業立地の促進

出典：北見市中小企業振興プランより抜粋、加工

②【きたみ市商工会が設定する小規模事業者の長期的なあり方（10年後を見据えて）】

域外への消費購買力の流出が顕著である現状において、これを解決するには、新たな商品・サービスの展開とともに、域外からの消費購買力の流入、域外への販路開拓による新規顧客の獲得が必要不可欠である。

また、上記の取組みには、小規模事業者の持つ企業力を高める必要があり、そのための人材育成も不可欠である。

次に、きたみ市商工会の所管自治区は高齢者の増加及び人口減少に伴う消費購買力の減退等を要因に数年前には廃業が相次ぎ、商店街も空き店舗が増加し個店が点在化しているため消費購買力の流出を最小限に抑え、域内消費の循環に繋げるための、創業・第2創業の促進並びに事業承継による小規模事業者の事業継続を図ることが地域の活性化に必要である。

そのため、北見市中小企業振興プランの展開施策で示された《稼ぐ力の向上》における『企業の競争力強化』に注力し、新商品・サービスの開発及び販路開拓による新規顧客の獲得とともに、地域住民が求める商品・サービスの提供により購買力の流出を食い止める。

また、同じく示された《稼ぎ手の増加》については、『新たな稼ぎ手の増加』に注力し、地域生活において必要な業種を中心として事業承継支援及び創業促進を図り、商店街等における空き店舗の増加に歯止めをかける。

これらの考え方は、前述の【北見市中小企業振興プランの展開施策】を踏まえたものであり、方向性を同じくしていることから、『小規模事業者が稼ぐ力の向上と稼ぎ手の増加により事業を維持することで、端野・常呂自治区の地域住民の生活環境を守る』を10年後を見据えた小規模事業者の長期的な振興の在り方と設定する。

③商工会としての役割

きたみ市商工会は、①に記載の【北見市中小企業振興プランの展開施策】及び②の【小規模事業者の長期的なあり方】に基づき、新たな商品・サービスの展開、域外からの消費購買力の流入や域外への販路開拓による新規顧客の獲得等に向けた支援を実施し、収益の面で課題を抱えている小規模事業者の「稼ぐ力」の向上を図る。

また、企業力を高めるための人材育成とともに創業、第2創業については創業者の掘り起こしによる創業支援、巡回訪問で経営状況等を把握した上で、第2創業を促し、事業承継では、事業承継を円滑に進めるには、数年を要するため、承継の意思確認等について早めにヒアリングを行いながら、状況に応じて専門家派遣等による支援を実施する。

人材育成、創業、事業承継支援により、「稼ぎ手」の増加を図ることで、小規模事業者の減少を抑制し事業の継続を図りながら、域内の消費循環へと繋げ地域活性化を図る。

（３）経営発達支援事業の目標

①地域への裨益目標

消費購買力の流出や後継者不在のための廃業等、端野・常呂自治区の経済は厳しさを増している。

そのため、以下の②小規模事業者の目標に掲げているとおり、新商品・サービスの展開による「稼ぐ力の向上」により新規顧客の獲得とともに、購買力の流出を食い止め、人材育成による「稼ぎ手の増加」として、事業承継、創業を促進し、小規模事業者数の維持を図る。

これらの取組み並びに、各関係機関との連携による地域に人を呼び込む事業を行うことにより端野・常呂両自治区の住民の生活環境の維持及び地域経済の活性化を目指す。

②小規模事業者の目標

本事業5年間において、経営発達支援事業の効率的な実施及び小規模事業者の持続的な発展を目指し、以下の目標を掲げ支援していく。

<目標 1、2>の取組により、域内小規模事業者の5年後売上高3%向上を目指す。
<目標 3>の取組により、創業・第2創業、事業承継2件／年を目指す。

<目標 1>

「稼ぐ力の向上」に向け、従来の経営改善普及事業に加え、前期実施してきた取組（経営分析・事業計画策定、策定後支援）を継続し、自社の現状分析や強みを伸ばし弱み等の改善を図りながら売上の増加へと繋げる。これら売上の増加、諸経費の減少に向けた取組みを推進することで、収益性の高い小規模事業者の実現を目指す。

<目標 2>

「稼ぐ力の向上」に向け、売れる商品の開発・販売、サービスを強化し、販路開拓に導くことで、新規顧客（ファン）を獲得し、課題である得意先の減少を抑えながら、売上高の増加へと繋げる。

<目標 3>

「稼ぎ手の増加」に向け、創業や第2創業、事業承継を推進し、域内小規模事業者数の減少抑制及び事業の継続を図る。これにより、地域住民を中心とした域内消費の循環を促し、地域経済活性化に繋げる。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日 ～ 令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①地域への裨益目標達成に向けた方針

端野・常呂両自治区の住民の生活環境の維持及び地域経済の活性化のため、下記、小規模事業者の目標達成に向けた方針に基づき支援を実施するとともに、両自治区における関係機関と連携した体制の構築を図る。

その中で、コロナ後を見据え、地域に人を呼び込むためのイベントの開催や、消費喚起のための取り組みを実施していく。

②小規模事業者の目標達成に向けた方針

<目標1>達成に向けた支援方針

きたみ市商工会が所管する端野、常呂自治区は大手スーパーの宅配便、消費購買力の流出、高齢者の増加及び人口減少による消費購買力の減退等を要因に数年前には廃業が相次ぎ、商店街も空き店舗が増加し個店が点在化している。そのため、消費購買力の流出を最小限に抑えるための消費者ニーズの把握を行うとともに、費用対効果を大きくするための財務分析を行い、それらを落とし込んだ事業計画の策定並びに実行支援を実施することで、域内消費の循環に繋げるとともに収益性の高い小規模事業者の実現を目指す。

<目標2>達成に向けた支援方針

北見市の人口は、今後減少が見込まれているとともに域外への消費購買力の流出が顕著であり、主に域内の顧客を中心とする小規模事業者にとって域内消費人口、事業者の減少は大きな課題である。これを解決し、今後も持続的な発展を遂げていくためには、新たな商品・サービスの展開とともに、域外からの消費購買力の流入、域外への販路開拓による新規顧客の獲得が必要不可欠である。そのため、第1期事業を拡充し、消費者ニーズ等需要動向の的確な把握による情報の提供、専門家を招聘し需要動向やトレンドについて「生の声」を聴く場の創出を図るとともに、アンテナショップへ出展等着実な販路開拓への取り組みを支援する。

<目標3>達成に向けた支援方針

第1期では創業支援5件、事業承継支援3件、法人成支援を4件実施し、小規模事業者数の維持及び事業継続に貢献していると考ええる。

第2期についても、これまで培ってきた創業等支援ノウハウや行政及び各支援機関との連携や人材育成を図りながら、創業・第2創業、事業承継の支援を実施する。

年 度	H29 年度	H30 年度	R1 年度	R2 年度	R3 年度
創業件数	-	1	1	1	2
事業承継件数	1	-	1	-	1
法人成件数	-	1	-	-	3

I. 経営発達支援事業の内容

3 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第1期では、連携している北見信用金庫が行う景気動向調査の活用と、独自調査として年2回の景気動向調査を実施し、管内事業者へ提供をしてきた。独自調査についてはこれまで端野・常呂自治区の小規模事業者から得た回答を一括集計した結果の公表を行ってきた。しかし、端野・常

呂自治区間の距離が約 40 kmと離れており消費者の消費行動等において、異なる点もあることから、一括集計とは別に各自治区のより詳細な集計結果も必要であった。

また、これまでは国等が提供するビッグデータ等を活用した分析を行っていなかった。

第2期ではこれまで行っていなかったビッグデータの活用による大局的な視点での経済動向調査の実施、さらには、第1期事業で行っていた独自の経済動向調査等を継続・拡充しながら、得られる身近なデータを、掛け合わせた結果を基に支援を実施していく。

(2) 目標

	公表方法	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
ビッグデータ分析の公表回数	HP 掲載	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
景気動向調査の公表回数	HP 掲載	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(3) 事業内容

①国等が提供するビッグデータの活用（新規）

事業計画策定に必要な環境分析のため、経営指導員が「地域経済分析システム（RESAS）」を活用して地域の経済動向調査を行い、ホームページで年1回公表する。

分析項目	分析内容
地域経済循環マップ	地域における生産、分配、支出の流れや影響度を分析する。
産業構造マップ	産業の現状等を分析する。
まちづくりマップ	人の動きを平日・休日別、男女別などで分析

②景気動向ヒアリングシートの活用（拡充）

従来は、端野・常呂自治区の小規模事業者から得た回答を一括集計した結果の公表を行ってきた。しかし、端野・常呂自治区間の距離が約 40 kmと離れており消費者の消費行動等において、異なる点もあることから、今後は一括集計をマクロな視点、新たに各自治区をミクロな視点として集計し、結果をホームページで年2回公表する。

【調査回数】

4～9月（上期）、10～3月（下期）の年間2回、各回34事業所を予定

【調査対象業種】

建設業、製造業、卸売業、小売業、飲食業、サービス業の6業種

【調査内容】

- ①業況判断②完成工事額・売上額③採算性④資金繰り⑤来期見通し
⑥経営上の問題点などの調査項目を予定。

③統計情報、レポートの活用（継続）

北見信用金庫『北見地区の経済動向調査』【域内】、北海道商工会連合会『中小企業景況調査報告書』、日本政策金融公庫『調査月報』【域外】等官公庁、金融機関などが発表している統計情報データやレポートの金融動向等を活用し、売上額、資金繰り、業況等のデータを整理、分析を行った上で小規模事業者へ提供する。

(4) 調査結果の活用

巡回訪問時の参考資料や窓口設置、事業計画策定の際の基礎資料として活用するとともにホームページ等で広く管内事業者等へ周知し活用を図る。

4 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第1期では、各種補助金等申請時における事業計画書を作成する際に、対象事業者の業種における需要動向等を調査し、それを小規模事業者にフィードバックし、事業計画を策定していく上での判断材料としていたが、購買層の反応を特に意識しない、いわゆる“肌感覚”で事業を行っている小規模事業者もまだ多く、需要動向についての感覚が事業者によって高低差がある。

第2期では肌感覚のみに頼らない既存顧客や潜在顧客の嗜好、ニーズを把握するため、適切な情報に基づく需要動向調査の分析データの提供を行うことで、売上の増加に繋げていく。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
商談会等アンケート 対象事業者数	1 者	1 者	2 者	2 者	3 者	3 者
専門家等招聘による 商品等の評価	未実施	1 者	2 者	2 者	3 者	3 者

※専門家招聘による情報提供は新規

(3) 事業内容

①商談会、アンテナショップ等におけるアンケート調査（継続）

経営分析実施事業者や巡回訪問等で掘り起こした事業者が商談会やアンテナショップ等に出展する際に、来場したバイヤーや消費者に対して、販路開拓に繋げるためのアンケート調査を実施する。

調査結果は経営指導員等が集約・分析した上で、当該事業者にフィードバックし、新商品開発や商品改良に向けた支援を実施するとともに、その分析結果を事業計画にも反映する。

【調査手法】

来場したバイヤーや消費者に対し、試食等を通じてヒアリングによるアンケート調査を行う。

【サンプル数】

1 商品あたり 50 件程度

【調査項目】

①性別 ②年代 ③味 ④見た目 ⑤パッケージ ⑥購入の選択基準（無添加、内容量など）
⑦価格設定等

②専門家等の招聘による商品・サービスの評価（新規）

地域の小規模事業者は、バイヤー等から現在のトレンドや市場で求められている製品等について直接話を聞ける機会が少なく、メディア等や肌感覚での情報に頼らざるを得ず消費者ニーズと大きな乖離が生じる場合がある。

そのため、今後は経営分析実施事業者や巡回訪問等で掘り起こした事業者に対し、専門家やバイヤー等を招聘し、小規模事業者が提供する実際の商品やサービスに対して評価をするための機会を設ける。直接「生の声」を聞ける場を設けることにより、需要動向等の時流を知る機会にもなる。また、経営指導員等が専門家の意見等について集約・分析・フィードバック等を行うとともに、その結果を事業計画にも反映する。

【評価項目】

①味 ②見た目 ③パッケージ ④購入の選択基準（無添加、内容量など）⑤価格設定等

(4) 成果の活用

・アンケート調査の実施により、自社の商品等に関する新たな認識や気づきが生まれ、新商品開

発や既存商品の改良等に繋がる。

- ・ 専門家等から直接商品等の評価についての「生の声」を聞くことにより、より具体的な修正や提案等に繋がるのが期待でき、また、肌感覚等に頼らない経営が身につく。
- ・ 事業計画策定の際の基礎資料として活用が可能となる。

5 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第1期では事業者の平均年齢が上がっている中、経営分析までを求める事業者は少なく、第1期で、経営分析を実施した事業者は小規模事業者の約15%で、主に巡回訪問や窓口相談時において経営分析等を希望する小規模事業者への実施が必然的に多くなり、やや受動的な対応となっていた。第2期では経営指導員等が巡回訪問等を通して、経営分析の必要性を今まで以上に強く説明していくとともに、日頃巡回訪問等で接する中で感じる事業意欲旺盛な事業者等を予め選定し、優先的に経営分析支援へと誘引する。その過程で経営分析の必要性を浸透させ、地域における裾野を広げていきながら、効果的な支援へと繋げる。また、商工会で記帳指導を行っている事業者にも、継続して職員が経営分析結果を提供する。

(2) 目標

	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	8 者	20 者	20 者	25 者	25 者	30 者

(3) 事業内容

①経営指導員等による経営分析支援（拡充）

経営指導員等による巡回訪問において、経営分析ヒアリングシートを更に活用し、自社の内部・外部環境における強み・弱みを知るための定性的分析、数値による自社の収益性等を知るための決算データ等に基づいた定量的分析を共に支援する。

また、ヒアリングシートに数式を記載することで、小規模事業者が自ら分析を行う事も可能にする。

【ヒアリングシートによる調査項目等】

1：基礎的データ	個人／法人、業種、創業年月日、従業員数、資本金、売上高 HP・SNS 活用の有無、後継者の有無、事業承継の予定時期
2：定性的分析	自社の内部・外部環境等を考え、検討することにより課題等を抽出
3：定量的分析※1	売上増加率、営業利益率、労働生産性、EBITDA 有利子負債倍率、営業運転資本回転期間、自己資本比率
4：分析ツール	ローカルベンチマーク（経済産業省）を活用

※1 財務分析では数式を記載し自ら分析を行う事も可能にする。

②ネットd e 記帳利用者を対象とした経営分析（拡充）

ネットd e 記帳（商工会会計ソフト）の経営分析結果は、数値のみならずレーダーチャート等を用いて表示され、視覚的にわかりやすいため、利用者には引き続き定量的分析で使用するるとともに、上記①の事業で使用する経営分析ヒアリングシートも活用し、併せて、定性的な分析も実施する。

1：基礎的データ	個人／法人、業種、創業年月日、従業員数、資本金、売上高 HP・SNS 活用の有無、後継者の有無、事業承継の予定時期
----------	--

2：定性的分析	自社の内部・外部環境等を考え、検討することにより課題等を抽出
3：定量的分析	売上増加率、営業利益率、労働生産性、EBITDA 有利子負債倍率、営業運転資本回転期間、自己資本比率
4：分析ツール	ローカルベンチマーク（経済産業省） ネット d e 記帳の分析

③補助金等活用事業者を対象とした経営分析（拡充）

「小規模事業者持続化補助金」等各種補助金、経営革新計画等の認定を受けた事業者及び「マル経融資」申込者等、小規模事業者向けの国の支援施策の活用に積極的な事業者に対しフォローアップとPDCAを回していくために活用する手段として、経営指導員が経営分析を行う。

1：基礎的データ	個人／法人、業種、創業年月日、従業員数、資本金、売上高 HP・SNS 活用の有無、後継者の有無、事業承継の予定時期
2：定性的分析	自社の内部・外部環境等を考え、検討することにより課題等を抽出
3：定量的分析	売上増加率、営業利益率、労働生産性、EBITDA 有利子負債倍率、営業運転資本回転期間、自己資本比率
4：分析ツール	ローカルベンチマーク（経済産業省）

（４）分析結果の活用

- ・分析結果は、事業者へフィードバックするとともに、事業計画策定に活用する。
- ・事業計画策定済み事業者に対しては、PDCA サイクルの確認等を行うとともに、必要あれば計画の見直し等の支援を実施する。
- ・事業計画未策定の事業者に対しては、事業計画策定の意義等の意識喚起を図っていく。

6 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

第1期では、主に各種補助金の申請時や、マル経融資を始めとした各種融資斡旋時等に、計画策定支援を実施してきたところである。

したがって、事業計画に沿った経営を行うことによる持続的発展という大きな側面よりも、補助金や融資といった必要に迫られての計画策定が主体となっていた。

そのため、企業の成長のための事業計画策定及び実行の必要性について、地域の小規模事業者の認識を更に高めることが課題である。

また、創業及び事業承継の支援については、各関係機関との連携により5件の創業、3件の事業承継と成果に繋がっている。

加えて、当地域はITの活用が十分ではない事業者が多く、今後経営におけるDXへ向けた取組みがますます重要となることから、その必要性を理解してもらうことも課題である。

（２）支援に対する考え方

- ・巡回訪問等による事業計画策定が必要な事業者の掘り起こしを実施しながら、事業計画策定の必要性を説いていく。
- ・個別相談会等を通じ、事業計画の作成の意義が浸透し、これまで以上に事業計画策定を目指す小規模事業者の増加が期待できる。
- ・各種補助金や支援金等申請における電子申請など、IT化の取組みが加速する中で、今後益々

小規模事業者にもDXに向けた取組みが様々な局面で必要になるため、また、小規模事業者の競合他社との差別化、競争力の維持及び強化を図っていくため、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを開催する。

- ・DXの必要性や基礎的な知識を習得することにより、DXに取り組む事業者が増加し地域全体におけるDXを活用した事業計画策定の取組みが加速することが期待できる。
- ・第1期同様、高度化かつ専門的な知識を要する案件については、専門家派遣を実施しながら伴走型での支援を実施する。
- ・北見市中小企業振興プラン「稼ぎ手の増加」新たな稼ぎ手の増加と連動した取組みを実施する。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
DX推進セミナー	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定個別相談会	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	13 者	20 者	20 者	25 者	25 者	30 者
創業、第2創業、事業承継個別相談会	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
創業、第2創業、事業承継事業者数	3 者	3 者	4 者	4 者	4 者	5 者

①DX推進セミナー、②売上拡大に向けた事業計画策定個別相談会は新規

(4) 事業内容

地域経済動向調査や経営分析、巡回訪問等の結果を踏まえた、事業計画の策定について下記のとおり実施する。

①DX推進セミナーの開催（新規）

持続的な発展に向けてDXの必要性や基礎的な知識の習得、また、そこから発展したWEBサイトの構築等の取組みを推進するため、セミナーを開催する。セミナー終了後は経営指導員等が小規模事業者に対し丁寧にサポートを行い、高度な課題には専門家派遣を実施し実効性の高い支援を行う。

【支援対象】経営分析を行った事業者、巡回訪問で掘り起こした事業者を対象とする。

【募集方法】ホームページ、FAX及び巡回訪問時において周知を行う。

【講師】中小企業診断士等外部講師

【回数】1回

【内容】DXに取り組むための基礎的な知識の習得 等

②売上拡大に向けた事業計画策定個別相談会の開催（新規）

第1期では、集団セミナーを実施したが、多数の参加者に対し、一斉に事業計画策定の意義等の認識をもってもらうためには有効な手立てであった。しかし、必要な支援等に対し伴走型で実施していくには、より個社にフォーカスを当てた個別相談会の開催が有効であるため、巡回訪問等により掘り起こした事業者に対し、参加を促し、事業計画策定に繋げていく。相談会終了後も、巡回訪問等により継続的なフォローアップや、専門家派遣等も実施しながら支援を行う。

【支援対象】経営分析を行った事業者、巡回訪問で掘り起こした事業者を対象とする。

【募集方法】ホームページ、FAX及び巡回訪問時において周知を行う。

【講師】中小企業診断士等外部講師

【回数】 1 回

【内容】 売上拡大に向け、個々の事業に応じた事業計画策定について

③創業、第2創業、事業承継個別相談会の開催（継続）

きたみ市商工会地域は事業者の高齢化等により創業等の促進は喫緊の課題であるため、事業を継続実施する事で、地域の課題解決に向け引き続き取り組んでいく。

創業支援については、北見市創業促進補助金と連動した事業計画策定支援を引き続き実施するとともに、事業承継支援については、北海道事業承継引継ぎ支援センター等関係機関と連携し、事業を実施する。

【支援対象】 巡回訪問等で掘り起こした事業者を対象とする。

【募集方法】 ホームページ、FAX及び巡回訪問時において周知を行う。

【講師】 中小企業診断士等外部講師

【回数】 1 回

【内容】 ・個々の事案に応じた円滑な事業承継、第2創業について
・創業における事業計画書の作成について

7 事業計画策定後の実施支援に関すること

（1）現状と課題

第1期では、主に各種補助金等申請時に、補助金の採択等に向け、自社の強み弱み等の現状分析や顧客ニーズ等の把握による事業計画策定支援を実施してきた。しかし、多くの小規模事業者は事業計画を策定したことに満足し、補助金の実績報告時等において事業の振り返り等で検証することが多く、以降は要請があった時等の対応がほとんどを占めていた。

したがって絶えず変化する経営状況に対応していくための準備が必要であり、そのために定期的に計画の進捗状況を確認することが課題である。

（2）支援に対する考え方

事業計画策定支援を実施した事業者に対して、経営指導員等が巡回訪問等の実施により定期的に計画の進捗状況の確認を行いながら、きめ細かい支援を実施する。状況に応じて専門家等とも連携を図り、PDCAサイクルによる事業者支援を実施する。

（3）目標

事業計画を策定した全ての事業者を支援対象者とするが、巡回訪問等を通じて把握した事業者の経営状況の変化等による進捗状況等に応じて、下表のとおり支援回数を設定する。

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ対象事業者数	13 者	20 者	20 者	25 者	25 者	30 者
創業、第2創業、事業承継フォローアップ対象事業者数	3 者	3 者	4 者	4 者	4 者	5 者
頻度(延回数)	64 回	92 回	96 回	116 回	116 回	140 回
売上増加率3%向上の事業者数	-	3 者	3 者	3 者	4 者	5 者

（4）事業内容

策定した事業計画に対し、巡回訪問等により経営状況の変化等に伴う計画とのズレを早期に確認し、対応・対策を取っていくことで、当初掲げた目標の達成に繋げていく。

	支援頻度
1 事業者あたり原則的な支援実施頻度	四半期(3 か月)に 1 回 (年間 4 回)
事業計画と進捗状況にズレ(遅延)が発生した事業者	早期に支援を実施し、原因究明と打開策の立案実施を行う。 必要に応じて外部専門家を活用する。

8 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

第 1 期では、商談会・物産展等の周知について、都度郵送等の手段により関係業種に周知・情報の提供を行いながら出展を促し、各事業者の販路開拓、販路拡大に結び付けてきた。しかし北見市外の商談会等への出展には、概ね 1 週間程度、店舗から離れる必要があるため、人的資源に乏しい多くの小規模事業者では店舗を止む無く休業しなければならないケースも想定されるなど出展のハードルが高く、限られた小規模事業者が出展していた。

出展勧奨は継続しながら、今後は地域内外へ販路開拓による売上の増加を目指し事業計画を策定した小規模事業者が商談会等への出展に確実に繋げていくための方策に加え、インターネットを活用した販路開拓への取組みが不可欠である。

特に、小規模事業者の多くはオンラインを活用した情報の発信や販路開拓等に興味・関心を持つものの、その取組みは進んでいない。その要因として、DX (IT 等) に関する知識不足や人材不足等が挙げられ、その結果従前どおりの限られた商圏で事業を行っている。

したがって、DX に取り組むための基礎的知識の習得も課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

- 今後地域の人口が減少していく中において、限られた商圏から脱却して新たな販路を開拓していくには、**DX の推進が必要不可欠であることを認識してもらい、それに向けての取組みの支援を実施**する。
- 各事業者が製造する優れた商品を域内外に広く PR するため並びに新規顧客（ファン）の獲得による販路開拓、販路拡大に結び付けるため、**商談会、展示会の出展の勧奨を引き続き行う。**
- 北見市中小企業振興プラン「稼ぐ力の向上」企業の競争力強化と連動した取組みを実施する。**

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
① SNS 活用事業者	-	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	-	5%	5%	10%	10%	10%
① EC サイト利用事業者	-	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	-	5%	5%	10%	10%	10%
② 商談会・物産展	2 者	2 者	2 者	2 者	3 者	3 者
成約件数/者	1 者	2 者	2 者	2 者	3 者	3 者
③ アンテナショップ	-	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者
売上額/者	-	3 万円	3 万円	4 万円	5 万円	6 万円

(4) 事業内容

札幌市や首都圏等で開催される商談会等に出展することにより、他地域の同業の製品等を直に見て、触れる事により、相互交流、新たな製品作りへの着想や刺激を受けるとともに、現時点

での自身の立ち位置の把握、今後の道しるべへと繋がり、更には販路開拓へのノウハウが蓄積できる。

また、出展結果のフィードバックにより、製品のブラッシュアップ、事業計画のPDCAの精度向上により、販路開拓の実現性が高まる。

インターネットを活用した販路開拓支援では、広く情報等の発信を行うことで、小規模事業者の負担軽減を図りながら、販路開拓に結び付けることができるとともに、今後地域の人口が減少していく中において、限られた商圈から脱却して新たな販路を開拓していくことで、持続的な発展が期待できる。

①DXの活用に向けた取組支援（新規）

小規模事業者の多くはオンラインを活用した情報の発信や販路開拓等に興味・関心を持ってはいるものの、その取組みが進んでいない要因として、知識不足等が挙げられる。そこでDXに向けた取組みとして、SNSを活用した情報の発信、ECサイト等を活用した営業・販路開拓に関するセミナーの開催等を行い、ITの導入や運用時は必要に応じてIT専門家派遣等を実施しながら、事業者のニーズに沿った支援を行う。

【支援対象】 事業計画を策定した事業者、巡回訪問で掘り起こした事業者を対象とする。

【募集方法】 ホームページ、FAX及び巡回訪問時において周知を行う。

【講師】 IT専門家等外部講師

【回数】 1回

【内容】 営業・販路開拓に向けたSNSの活用、ECサイトの構築について

②商談会等への出展勧奨、事前・事後支援の実施（BtoB）

食品製造業を中心とした小規模事業者に北海道商工会連合会主催の『北の味覚 再発見！！※1』等、関係機関が開催する商談会・物産展等の周知を行うとともに、開催情報を巡回訪問、窓口等にて随時提供する。事業計画策定により販路開拓が必要な事業者、新商品開発に取り組む事業者等に積極的な出展勧奨を行う。

出展者に対しては、巡回訪問による事前・事後支援を行い、事前支援では、出展に際して申請書の作成支援等を行い、事後支援では、事業者とともに出展の振り返り等を行いながら、需要動向調査で得られた情報を共有し、小規模事業者の販路開拓による売上増加、認知度の向上に向けた取組みを継続的に支援する。

※1『北の味覚 再発見！！』令和2年度開催実績

・主催者：北海道商工会連合会 ・開催場所：札幌市 ・出展事業者 37 企業

・来場者（流通業者・観光関連業者 175 名、札幌消費者協会 23 名、北海道フードマイスター6 名、関係機関等 39 名）

・商談件数 194 件

③アンテナショップでのテスト販売による事前・事後支援の実施（BtoC）

食品製造業を中心とした小規模事業者全国商工会連合会のアンテナショップ『むらからまちから館※1』、北海道のアンテナショップ『どさんこプラザ※2』でのテスト販売について周知を行うとともに、巡回訪問、窓口等にて随時提供する。事業計画策定により販路開拓が必要な事業者、新商品開発に取り組む事業者等に積極的な出品勧奨を行う。

出品者に対しては、巡回訪問による事前・事後支援を行い、事前支援では、出店に際して申請書の作成支援等を行い、事後支援では、事業者とともにテスト販売の振り返りを行いながら、需要動向調査で得られた情報を共有し、小規模事業者の販路開拓による売上増加、認知度の向

上に向けた取組みを継続的に支援する。

※1 『むらからまちから館』の概要

東京都JR有楽町駅前に立地し、全国の中小企業の地域特産品を扱うアンテナショップで、日本唯一の公設地域総合専門館。

※2 『どさんこプラザ』の概要

札幌市の他首都圏を中心に7店舗を有し、販路拡大・商品開発などに取り組む道内企業を応援するための北海道の公式アンテナショップ。

④販路開拓の負担を軽減

北見市外で開催される展示会等出展事業者に対して、『きたみ市商工会展示会等出展助成制度

※1』に基づき、出展に係る経費の一部について助成を行う事により、販路開拓の負担を軽減する。

※1 きたみ市商工会展示会等出展助成制度は、販路開拓に繋がると認められる北見市以外で開催される展示会、見本市、商談会等の出展に係る小間料（ブース代）を助成。助成額は小間料の1/2以内で2万円を限度とし、助成は1事業所年間1回が限度。

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（第1期）と課題

第1期では、初めて取り組む事業が多く、また、過去においてもこの様に外部委員会を設置して、事業の評価・見直しをするという事がなく、外部委員会の意見、評価は真摯に受け止め、緊張感を保ちながら事業を実施したとともに、次年度事業へと反映させてきた。今後も、小規模事業者と同じ目線での事業評価をこの外部委員会に委ね、事業を進めていく必要がある。

（2）事業内容

毎事業年度ごとに、本計画の実施状況や成果について、「Shoko Biz」※を用いて実施状況を管理・把握するとともに、このデータを用いて事業の成果・評価・見直しを行う。その他、以下の通り実施する。

■外部委員会による評価

第1期に引続き、外部委員会を設置して、年1回経営発達支援事業の進捗状況等の評価を実施する。外部委員会の構成員は、北見市端野総合支所産業課長、北見市常呂総合支所産業課長、きたみ市商工会正副会長、北海道商工会連合会オホーツク支所長、事務局長、法定経営指導員、外部有識者として北見信用金庫端野、常呂支店長及び網走信用金庫常呂支店長とする。

■評価結果の公表

外部委員会の評価結果は、きたみ市商工会理事会に報告した上で、事業実施方針等に反映させるとともに、第1期同様、商工会ホームページに掲載することで、管内事業者が常に閲覧可能な状態とする。

※「Shoko Biz」とは、経営発達支援計画の支援対象である事業者情報をデータ化し、分析・評価するためのクラウド型経営支援ツール

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

第1期では、北海道商工会連合会や中小機構が実施する職員研修に積極的に参加し、経営指導員のみならず、補助員や記帳専任職員も個々のスキル向上に努めた。

しかし、職員の職種別カリキュラムによる資質向上のための研修を受講するにとどまり、知識の習得に片寄りも見受けられた。今後は、全般的な指導業務のための研修に加え、販路開拓や創業等不足している分野の研修も積極的に受講するとともに、専門家派遣へ同行し、実践的な支援の習得に取り組むことで、資質向上を図る必要がある。

また、地域のDX推進への対応にあたっては、職員間でITスキルのバラツキがあるため、これを埋める必要がある。

(2) 事業内容

- ・研修会等で得た知識、日々の巡回訪問等で得た小規模事業者に関する諸問題や個別情報について、1ヶ月に1回程度行なう職員間の打合せ会で共有し、効果的な支援に活用する。

また、本所支所間の日常的な打合せ等については、これまでは電話によることが多かったが今後はZOOM等も活用しながら、職員間でITツールに触れる機会をより多く設けることとする。

- ・小規模事業者に対して実施した支援について、詳細な内容を経営カルテとして基幹システムに記録しておき、職員全員がいつでも閲覧可能な状態にすることで、組織的なノウハウの蓄積、共有を図る。

①OFF-JT

支援能力の向上に向け、経営指導員及び補助員、記帳専任職員等が北海道商工会連合会主催の職種別、経験別の各種研修会等や、中小企業基盤整備機構による大学校研修（分析手法等）へ出席し、職員全体の支援能力の向上を図る。また、DXの推進に対して経営指導員等職員のITスキルを向上させ、職員間のITスキルのバラツキを埋めることでニーズに合わせた相談支援を可能にするため、想定される下記のようなDX推進取組みに係る相談・支援能力向上のためのセミナーについても積極的に出席する。

【参加研修会】

- ・北海道商工会連合会による研修会への出席
- ・オホーツク管内商工会職員協議会による研修会への出席
- ・各種支援業務に関する研修会や説明会への出席
- ・中小企業基盤整備機構実施の大学校研修への出席

【想定されるDX推進に向けたセミナー】

- ・情報セキュリティ対策・ECサイト構築・運用・SNSを活用した情報発信 等

②OJT

- ・定期的に経営指導員の巡回訪問や窓口相談に補助員等が同行し、職員の全体の資質向上を図る。
- ・中小企業診断士等の専門家が事業者を個別指導する時に、経営指導員等が同行し、専門家が持つ支援ノウハウを取得する。

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

第1期では、商工会主催の金融懇談会（日本政策金融公庫北見支店、北見信用金庫端野・常呂支店、網走信用金庫常呂支店）を開催し各機関と現況報告、金融情勢等についての情報交換を行ってきた。

現在、北海道商工会連合会をはじめ各支援機関等との連携は図られているが、個別支援時の限定的な連携や会議等での慣例的な連携に留まるケースが多くなっている。

したがって、本事業を進めるにあたり、他の支援機関等との連携をより強化し、経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上を図る必要がある。

(2) 事業内容

- ・各支援機関との連携を密にし、情報の共有を図りスムーズな業務遂行を目指す。
- ・この横の繋がりを有効に活用し、小規模事業者への支援に繋げる。

①商工会主催の金融懇談会の開催（年1回）

第1期に引続き、日本政策金融公庫北見支店、北見信用金庫端野・常呂支店、網走信用金庫常呂支店と、現況報告及び地域における資金需要等の金融動向・情勢に関する情報交換を行う。情報交換を主眼とする他、融資相談から小規模事業者の支援に至るきっかけ作りになる事が多いことから、融資判断等の金融支援のノウハウなどの情報提供を受けることで、円滑な資金供給策についても知識を深める懇談会とする。

②小規模事業者経営改善貸付連絡協議会（マル経協議会）への出席（年2回）

オホーツク管内商工会経営指導員と日本政策金融公庫北見支店で連絡協議会を開催し、各種の政策金融制度について学ぶとともにマル経融資の推進策について意見交換を行い、効果的活用について知識を深める協議会とする。

③全道商工会経営指導員等研修への出席（年3回）

北海道内（年1回）、ブロック別（年1回）、経験年数別（年1回）の経営指導員等を対象とした研修会において、支援の現状・ノウハウ、先進事例等についての意見・情報交換を行う。そこで得られた手法等は当地での支援業務に活用し、支援ノウハウの向上、蓄積を図る。

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り組みに関すること

(1) 現状（第1期）と課題

第1期では、地域唯一の総合経済団体として、「域内に人を呼び込む」ことを念頭に、イベント事業等を実施し、地域活性化を図ってきた。今後に向けても、北見市をはじめ各機関等と連携を図り、活性化に繋がるイベント等を実施、協力・連携していく必要がある。

(2) 事業内容

①「端野まちづくり協議会」及び「常呂まちづくり協議会」への参画（年6回）

端野自治区及び常呂自治区の地域経済活性化などを協議するために、各自治区に北見市が設置し、きたみらい農業協同組合、常呂町農業協同組合、常呂漁業協同組合、きたみ市商工会、自治会などの関係者が一堂に会し、定期的に年6回程度開催される協議会に引き続き参画する。第2期においても商工会が地域実態を把握した中で、コロナ後を見据え、地域に人を呼び込み地域経済の活性化を始めとした地域課題の解決に向けた取り組みについて、中心的な役割を果たしていく。

※まちづくり協議会

住民自治の推進や住民の意見反映による行政と密接に連携した地域づくりのため、各団体などの推薦を受けた者や公募委員などを構成員とし、旧市町の区域（自治区）ごとに北見市が設置。

②たんの・ところd e お買い物スタンプラリーの実施

端野・常呂両自治区にまたがる独自のお買い物スタンプラリーを継続実施する。実施回数は令和3年度で第7回を数え、秋口の定番事業として認知度が向上しており、域内消費者のみならず域外の周辺市町村からの参加者も年々増加している。

事業内容は参加店約60軒で、期間中1,000円以上のお買上で1個スタンプを押印し、全て異なる店舗のスタンプを5個集め応募すれば、抽選で参加店舗限定で使用出来る商品券が当た

るものである。参加者からのアンケートでは、「参加店を巡りスタンプを収集する過程で、認識のなかった店舗や、新たな商品を知るきっかけになっている」、「毎年楽しみにしている」と好評を得ており、参加店にとっても、域外からの購買力流入による集客や認知度の向上に繋がる事業となっている。

③食によるイベント

地域の特産品(玉ねぎ、じゃがいも、ホタテ、エゾシカ肉等)のPR、地元消費拡大を目的とした「北見地産地消フェスタ」を北見駅南多目的広場において、北見市、北見観光協会、きたみらい農協、消費者協会、大学等と連携して開催している。今後も、小規模事業者の出店を促し、自店の認知度の向上による域外への販路開拓を支援するとともに、関係機関と連携し地域ブランド化等の検討を行っていく。

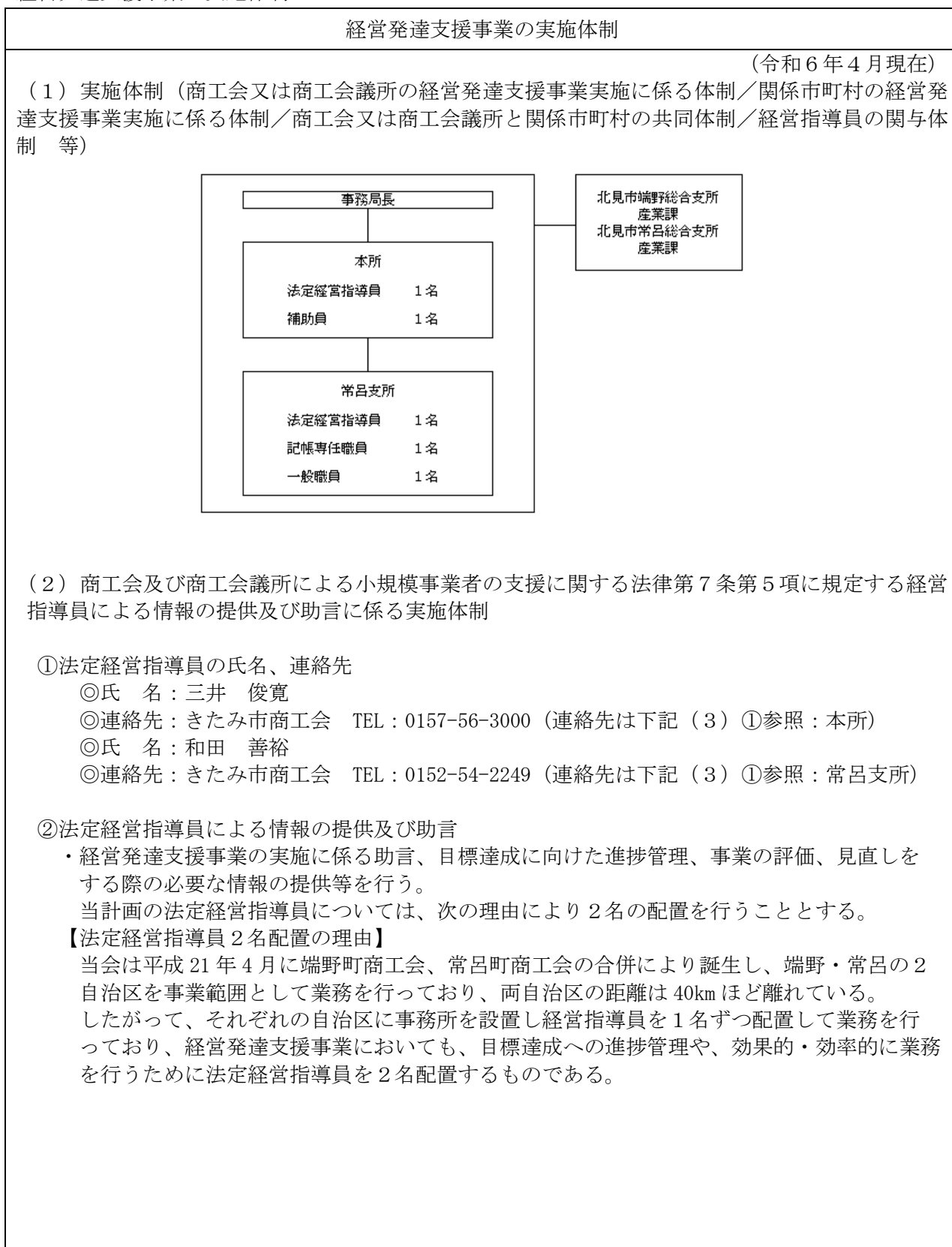
④ところ物産まつり

毎年12月に常呂町、サロマ湖の新鮮な海産物、水産加工品や、豊富な農産物、手作りのドライフラワーなど、さまざまな「ところ」の特産品が大集合し、地方発送コーナーを設け、その場で発送も行っており、域外から毎年多数の来場者がある。

今後も主催の常呂町物産振興会と連携を図り、小規模事業者が製造する水産加工品や農畜産加工品の出品を促し、域外からの購買力流入による売上の増加、認知度の向上に繋げていく。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒099-2104 北海道北見市端野町端野 238 番地 5
きたみ市商工会本所
TEL : 0157-56-3000 FAX : 0157-56-2976
E-mail : tnshokou@peace.ocn.ne.jp

〒093-0210 北海道北見市常呂町字常呂 298 番地
きたみ市商工会常呂支所
TEL : 0152-54-2249 FAX : 0152-54-2965
E-mail : kitashouko@true.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒099-2192 北海道北見市端野町二区 471 番地 1
北見市端野総合支所産業課
TEL : 0157-56-4003 FAX : 0157-56-2923
E-mail : ta.sangyo@city.kitami.lg.jp

〒093-0292 北海道北見市常呂町字常呂 323 番地
北見市常呂総合支所産業課
TEL : 0152-54-2140 FAX : 0152-54-3887
E-mail : to.sangyo@city.kitami.lg.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	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
Ⅰ. 経営発達支援事業	(2,300)	(2,300)	(2,300)	(2,300)	(2,300)
1. 地域の経済動向調査	100	100	100	100	100
2. 需要動向調査	100	100	100	100	100
3. 経営状況の分析	100	100	100	100	100
4. 事業計画策定支援	500	500	500	500	500
5. 事業計画策定後の 実施支援	500	500	500	500	500
6. 新たな需要の開拓 に寄与する事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Ⅲ. 地域経済の活性化 の取り組み	(500)	(500)	(500)	(500)	(500)

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
北海道・北見市補助金、会費及び事業収入

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等