

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	寿都商工会（法人番号 4440005002134） 寿都町（地方公共団体コード 013927）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目 標	1. 目標 ①小規模事業者の経営基盤強化 ②事業承継や創業支援による小規模事業者数の減少率の縮減 ③ビジネスモデルの変革の支援
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 地域経済動向及び観光経済動向を調査・分析 4. 需要動向調査に関すること 地域需要動向調査及び物産展・商談会時のアンケート調査 5. 経済状況の分析に関すること 巡回訪問等による経営状況の分析及び支援ツールの活用による経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定やDX推進、事業承継や新規創業者への伴走型支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画及び事業承継計画等を策定した事業者へのフォローアップ支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示・商談会、物産展への出展支援及びDXに向けた販路開拓支援 9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること 評価・検討委員会による評価及び評価結果の公表 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること 各種研修会への参加、OJTの強化による支援能力の向上及び支援ノウハウの共有 11. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること 各関係団体、支援機関と連携した情報交換及び支援ノウハウの共有 12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること ・寿都町まち・ひと・しごと創生推進委員会への参画 ・地域経済活性化イベントの開催及び実行委員会による検証 ・プレミアム商品券及び地域応援券の発行事業 ・ふるさと納税返礼品事業 ・ベーカリーショップの運営事業
連絡先	寿都商工会 〒048-0404 北海道寿都郡寿都町字大磯町 81 番地 1 TEL:0136-62-2185 FAX:0136-62-3685 E-mail:minato@cup.ocn.ne.jp 寿都町産業振興課商工観光係 〒048-0406 北海道寿都郡寿都町字渡島町 140 番地 1 TEL:0136-62-2511 FAX:0136-62-3431 E-mail:kankou@town.suttu.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寿都町の概況

寿都町は、北海道の南西部に位置し、道南の主要都市である函館市からは車で約170分、道都札幌市からは車で約180分の位置にある。東西14km、南北23.5kmの総面積95.25km²と道内では小さな町であり、日本海に面し、弓状に形成された寿都湾と蘭越町、黒松内町、島牧村の町村境界線上に連なる天狗岳(839.4m)、幌別岳(892.3m)、母衣月山(503.5m)の3つの山に囲まれた自然環境豊かな町である。土地のほとんどが森林、原野となっており、海岸線に沿って居住・施設・産業空間が形成され、中心市街地には官公庁や文教、保健・医療等の公共施設が集積し、商業地、漁港区、住宅地が広がっている。

気候は日本海に流れる対馬海流(暖流)の影響により、年間平均気温は8.6℃と同緯度の地域と比較すると温暖な気候であるが、春には寿都町特有の「だし風」が1週間ほど続くほか、冬には「季節風」の影響を受けるため農漁業や町民の生活にも影響を与えている。

このように年間を通して風が強い気候であるが、この気候を活かして大型風力発電施設を11基建設し、自然エネルギーを活用したまちづくりを展開している。

また、江戸時代より豊富なニシン漁を背景に発展してきた町であるため、旧歌棄佐藤家漁場(国指定史跡)やカクジュウ佐藤家(北海道有形文化財)といった文化資産も多く保有している。

寿都町の位置



(資料：後志総合振興局)

寿都町への交通アクセス



札幌市から
約150km、車で約180分
小樽市から
約100km、車で約120分
函館市から
約140km、車で約170分

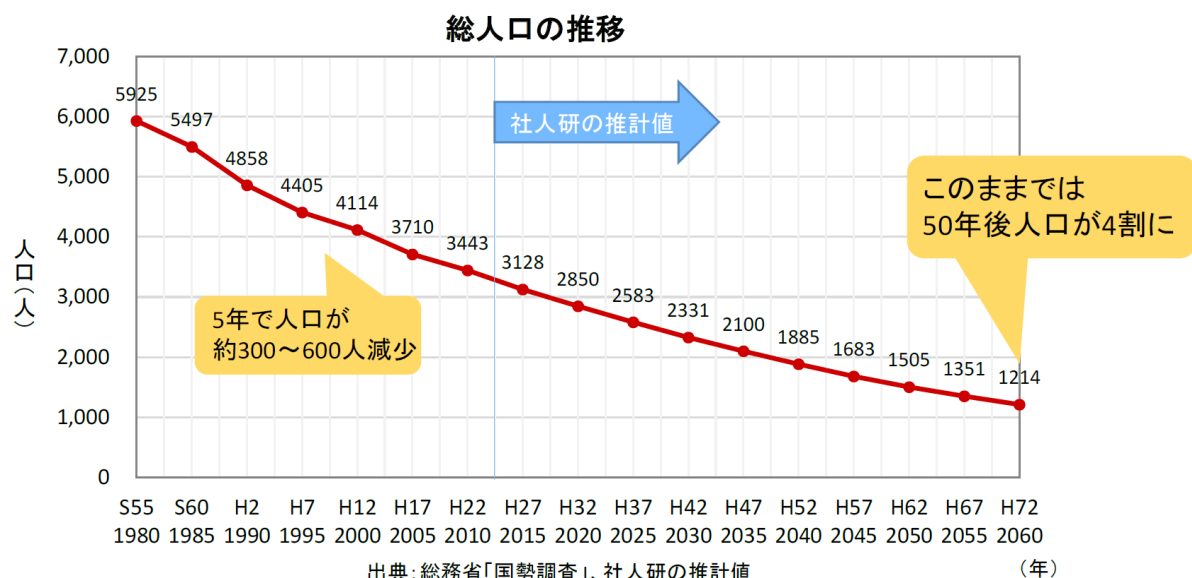
(資料：寿都町)

②人口動態

当町の人口は、令和元年9月末現在2,936人となっており、町村合併で現在の寿都町となった昭和30年(10,794人)と比べると、72.8%も減少している。今後も人口減少は続くことが予想され、国立社会保障・人口問題研究所(社人研)では、令和22年には1,885人、令和42年には1,214人と、5年ごとに約10%の減少が続くと推測されている。

また、年齢3区分別構成人口割合では、平成27年10月1日現在で、年少人口(0歳~14歳)

が 10.2%、生産年齢人口（15 歳～64 歳）は 52.9%、老年人口（65 歳以上）は 37.0% となっており、この数値は国や北海道と比較すると、年少人口と生産年齢人口の割合は低く、老年人口の割合は高くなっているため、少子高齢化が進んでいるといえる。



■年齢三階層別人口（各年 10 月 1 日現在）

単位：人、%、世帯

	総人口	年少 (0～14 歳)		生産年齢 (15～64 歳)		老年 (65 歳以上)		世帯数	1 世帯 あたり 人数
		人口	割合	人口	割合	人口	割合		
平成 12 年	4,114	467	11.4	2,419	58.8	1,228	29.8	1,678	2.23
平成 17 年	3,744	376	10.0	2,157	57.6	1,211	32.3	1,636	2.07
平成 22 年	3,443	336	9.8	1,892	55.0	1,215	35.3	1,536	2.01
平成 27 年	3,137	319	10.2	1,658	52.9	1,160	37.0	1,420	1.96

資料：国勢調査

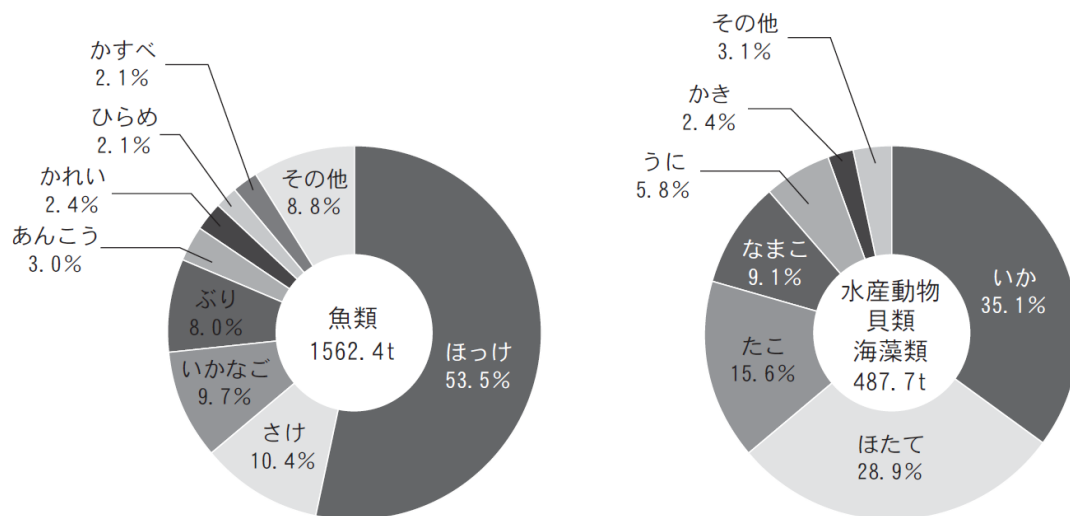
③産業別の現状

【漁業】

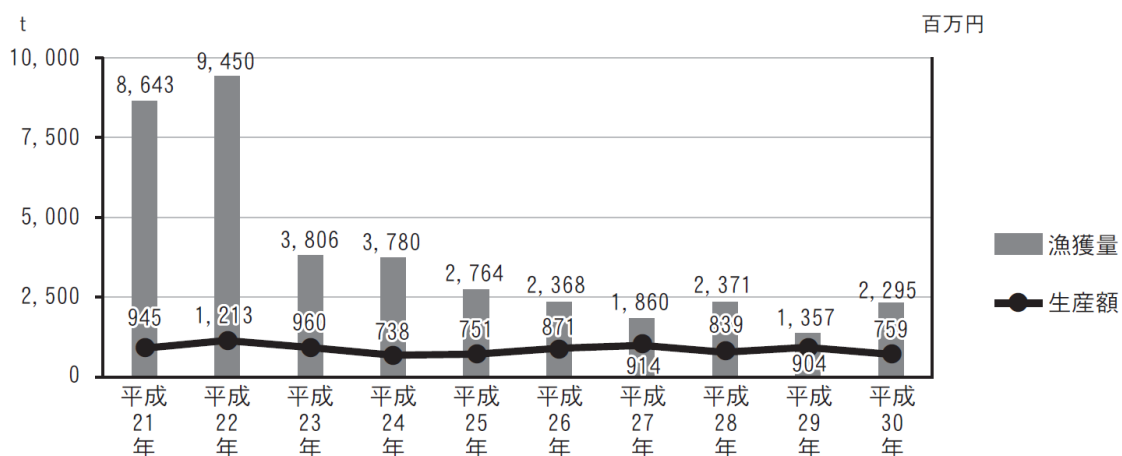
当町の基幹産業である漁業は、1600 年代に豊富なニシンを背景に人々が住み着き、集落が形成され発展した。その後 200 海里問題、回遊漁の不安定化や根付資源の減少により「獲る漁業」から「育てる漁業」、「資源管理型漁業」に変化し成果を上げ、平成 30 年度の漁獲高は約 2,295 トン、生産額にすると 75 億 9 千万円となっており、年間のばらつきはあるもののほぼ横ばいの生産額を保っている。

漁獲量の割合は、平成 26 年から平成 30 年の平均でみると魚類が 76.2%、水産動物・貝類・海藻類が 23.8%となっており、魚類のなかでも 53.5%を占める「ほっけ」は寿都を代表する魚といえる。その他にも「さけ」や「いかなご」、「いか」、「ほたて」など豊富な魚介類が水揚げされている。

■漁獲量割合（平成 26 ～ 30 年平均）



■漁獲生産量、生産額



資料：寿都町産業振興課調べ

【水産加工業】

当町の水産加工業は町の魅力発信の重要な役割を担っており、近年はふるさと納税の返礼品として地域経済の活性化に欠かせない原動力となっている。特に「生焚きしらす佃煮」や「寿カキ」は寿都町を代表する特産品として全国でも知名度は高い。また、事業者数は減少しているものの出荷額は比較的安定している。

【商工業】

当町の商店は約 90%が市街地地区に集中しており、平成 28 年の経済センサス調査によると、商店数 48 店、従業員数 176 人、年間販売額は 36 億 2 千万円となっている。これは平成 19 年の数値と比較すると、商店数は約 23%減、従業員数は 30%減、年間販売額では約 3%落ち込んでいる。平成 26 年から平成 28 年にかけて事業者数及び従業員数が増加した要因としては、ホタテ・カキ養殖場施設の再整備や浜直市場の開業、子育て支援センターの開設が影響していると考えられる。

また、商工業者数と商工会員数は下記の図のとおり横ばいの傾向ではあるが、経営者の高齢化

や人口減少の影響、過去5年間の新規創業者は0件となっていることから商工業者数及び商工会員数は減少傾向になっていくことが予想される。

■商業の推移(各年6月1日現在)

	平成16年	平成19年	平成21年	平成24年	平成26年	平成28年
事業所数(店)	78	66	60	49	45	48
従事者数(人)	236	249	233	184	167	176
年間販売額 (百万円)	4,635	3,726	-	3,156	2,864	3,620

資料：商業統計調査、経済センサス

※商業統計調査は平成26年調査をもって廃止され、経済センサス活動調査については、令和3年に実施のため、平成28年調査が最新となります。

※平成21年については、平成21年経済センサス基礎調査からの出典となっており、「年間商品販売額」の調査項目が無い
ため算出されません。

	H28	H29	H30	R1	R2
商工業者数	147	146	147	147	148
商工会員数 (定款会員を除く)	113	112	110	110	111

資料：寿都商工会調べ

【観光業】

当町の観光業は「道の駅みなとま〜れ寿都」が魅力発信の中心となり、道立公園内の「弁慶岬」や「旧歌棄佐藤家漁場」、「カクジュウ佐藤家」などの文化財のほか、自治体として初めて導入した「風力発電施設」、さらには食の魅力として全国的にも知名度の高い「生焚きしらす佃煮」や「寿カキ」といった多くの観光資源がある。

観光客入り込み数も年々増加傾向にあったが、令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により平成30年度と比較すると約51%も落ち込んだ。当町の観光業は、地域経済に潤いを与えるほどの産業としては発展途上であるが、早急にポストコロナ時代に向けた観光スタイルを確立させ、観光業の回復を図ることで地域経済の柱となることが期待できる。

■観光客入り込み数(人)

年次		28年度	29年度	30年度	令和元年度	2年度
地点別	道の駅	47,689	59,622	64,117	64,845	48,091
	ゆべつのゆ	59,693	55,570	64,193	58,761	46,794
	弁慶岬	148,366	169,161	207,835	202,861	79,565
	イベント	9,200	6,310	6,410	6,450	936
計		264,948	290,663	342,555	332,917	175,386

資料：寿都町統計資料

④寿都町の現況を踏まえた課題

【地域経済の課題】

当町の地域経済は、近郊市町村への購買力の流出や人口減少による買い手不足、大手スーパーによる宅配事業などにより町内消費の減少が続いている。また、集落が形成されている海岸線は28.9 kmにも及び、商店が集中している市街地から離れた場所の住民は買い物弱者の状況にある。

さらに、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため発令された緊急事態宣言の影響により、町内の飲食店、小売店は大きく売上を落とし厳しい状況にある。そのため町民のニーズに対応した商店街づくりや町内の消費拡大を目指す取り組みが今後の課題である。

【水産加工業の課題】

当町の水産加工業は、比較的安定した出荷額を維持しており、特産品として町の魅力発信の重要な役割を果たしているが、新型コロナウイルス感染症や社会のIT化等の影響により、変化していく経営環境や需要動向に対応していくため、商業や観光との連携を強化し、さらなる魅力アップを図っていくことが重要である。

【商工業及び小規模事業者の課題】

当町の商工業者のうち小規模事業者は約95%と町内のほとんどが小規模事業者であり、経営状況は新型コロナウイルス感染症の影響により厳しい状況が続いている。また、多くの事業者はECの活用や自社のHPを作成しておらず、新型コロナウイルス感染症拡大後のEC販売の需要増に対応できていない事業者が多い。そのため消費者の動向やニーズに対応していくためにもECやHP、SNSの活用に向けた支援が今後の課題である。

また、現在の商工業者数は横ばい傾向にあるが、人口減少、少子高齢化の影響により今後は減少傾向になっていくことが予想される。加えて、経営者の高齢化や新規創業者がいないことも商工業者数の減少に影響すると考えられる。これらの問題を解決するためには町と商工会が連携して、事業承継や新規創業者の掘り起こしを行い、支援を充実させていくことで商工業者数の減少を抑えることが必要である。

【観光業の課題】

当町の観光業は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、観光客入り込み数は大きく減少した。近隣町村には世界的なリゾート地である倶知安町、ニセコ町が存在しているため、新型コロナウイルス感染症収束後には、当町にも多くのインバウンド客が見込まれる。そのためポストコロナ時代における新たな観光スタイルの確立やインバウンド観光客への対応能力向上を図り、新たな需要として獲得することが今後の課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

寿都町の小規模事業者を取り巻く環境は、近隣市町村への大型店舗進出による町内消費の流出や人口減少・少子高齢化による購買意欲・購買力の低下により厳しい状況が続いている。

また、当町の商工業者の経営者は高齢化が進み、後継者のいない事業者も多く見受けられることや新規創業者がいないため、商工業者数の減少が予想される。

さらに、新型コロナウイルス感染症により消費者の動向、ニーズが急激に変化したことにより、需要が増加しているECなどに対応できない事業者も多いため。

加えて、当町の観光入込者数は増加傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症拡大後は約51%も減少した。

そのため、今後10年先を見据えた振興のあり方として、以下のア.～エ.の4つを掲げる。

ア. 町内消費喚起を促し、小規模事業者の事業継続を目的とした売上・利益の確保、

- イ. DX にむけた IT 化への取組、
- ウ. 北海道内外への販路拡大、
- エ. 新たな観光スタイルの確立やインバウンド客への受入体制の強化

上記の長期的な振興のあり方に基づき、小規模事業者の事業の持続的発展を図るとともに、特に地域の生活に欠かすことのできない食料品店やガソリンスタンドなどの小規模事業者については、地域循環型経済が成り立つように支援を重点的に実施していくことで、雇用の確保や経済活性化を図り地域への裨益につなげていく。

このためには、町や関係機関と連携し、早期に事業承継に取り組むよう推進するとともに、新規創業者の掘り起こしや既存事業者の新たな需要開拓、観光消費獲得に向けた伴走型支援を行う。

②寿都町総合計画との連動性・整合性

当町の第 8 次総合計画(令和 2 年度から令和 11 年度)では、「地域の資源を地域の活力とした、賑わいあふれるまち」を町が目指す将来像として掲げており、その中でも商業振興、観光・交流の推進の基本方針として以下の施策が掲げられている。

【第 8 次寿都町総合振興計画】(商業・観光振興に関する部分を一部抜粋)

・商業の振興

基本指針：既存企業の育成・創業支援の推進や、多様な消費者ニーズに対応したサービス提供と魅力ある商店街づくりのための支援により、商業の活性化を図ります。

主な施策

1. 既存企業の体質強化・創業支援

主要施策	主要施策の概要
各種支援制度の活用・支援	○企業育成制度、就業促進制度の周知により活用を促進するとともに、商工会と連携した創業支援を推進します。 ○既存事業者の経営力強化と企業誘致、起業促進など商工業・新産業の育成を図ります。
魅力ある商店づくり	○店舗の情報発信による購買意欲の向上対策など、利用促進に関する取組を支援します。 ○地域を支える商店街ならではの役割を発揮できるよう、新たな取組や新規出店者のチャレンジの場を提供し、コミュニティ機能の創出を促進します。 ○商店街などの賑わいの創出を図るため、個性ある店舗展開を促進します。
商店街機能強化への支援	○商工会と連携し、個店が取組む魅力発信を支援し、商店街全体の機能強化につなげます。
定期イベントの開催	○消費拡大を推進する定期イベント開催を支援し、賑わいの創出につなげます。

2. 消費者ニーズへの対応

主要施策	主要施策の概要
消費者ニーズ調査の実施	○買物動向調査の実施により住民ニーズを把握し、商店の利用促進につながる取組や買物支援など利用者に配慮した仕組みづくりを促進します。

商品・サービスの向上	○地域商業を取り巻く環境変化を捉えながら、日常の買い物困難者の増加などに対応した施策や新たな事業を促進します。 ○多様化する消費者ニーズに対応するため、魅力ある品揃えや売り場改善、消費者とのコミュニケーションを通じたサービスの提供など、支持される店づくりを支援します。
------------	--

3. 商業経営の推進

主要施策	主要施策の概要
経営の安定化・広域連携	○近隣市町村、商工会組織との広域連携事業を展開し、商工会組織の強化を推進します。 ○U・Iターンによる後継者や担い手の確保に努め、特色ある商業機能の充実を推進します。 ○次世代のリーダーを育成するためのネットワークづくりや、研修制度による先進事例の情報収集など、人材の発掘・育成に努めます。 ○企業、商工会、行政の連携を強化し、定期的な異業種交流による地域全体の活性化を推進します。 ○観光と連動した町の産業全般の販売やPRを推進し、町の魅力を発信します。

・観光・交流の推進

基本方針：地域資源を活用したイベントの開催や滞在型・体験型観光を充実し、「道の駅みなとま〜れ寿都」を中心とした本町の魅力発信による交流人口の増大により、持続可能な観光の推進と地域経済の活性化につなげます。

主な施策

1. 滞在型・体験型観光の推進

主要施策	主要施策の概要
滞在型観光の推進	○道の駅を中心に、町内各所の観光関連施設との連携による観光客の集客向上を図ります。 ○外国人観光客や個人旅行者などの多様なニーズに対応するための宿泊環境整備や受入体制の強化を図るなど、観光消費拡大に向けた取組を推進します。
体験型観光の推進	○地域の伝統、文化、産業、景観などの特色を活かした体験型観光や観光ルートの創出に努めます。 ○地域資源を活用した既存観光資源を有効活用するなど、民間事業者のノウハウを活かして多様な体験型観光を推進します。
人材養成の推進	○インバウンド観光客への対応や歴史案内など、総合的に対応できる人材を養成し、観光機能の充実を図ります。

2. 観光資源の活用・PRの推進

主要施策	主要施策の概要
まちの魅力の情報発信	○道の駅を拠点として各種情報発信ツールの活用などにより、まちの魅力を広く発信します。

集客機能の充実	○寿都温泉ゆべつのゆの集客効果を高めるため泉質を活用し、食や健康、美容といった新たな魅力の創出を図ります。
地場産業との連携	○関係団体との連携・協力による道の駅を核としたイベントの開催により交流人口の増加に繋がります。
協働する観光づくり	○異業種との交流、さらには産学官協働による観光づくりを推進します。
地域食材の活用	○地場産地域食材を活用したご当地グルメ開発など、地域の食を通じた魅力を発信します。

3. 広域観光の推進

主要施策	主要施策の概要
観光広域組織との連携	○観光客をもてなしの心で迎える体制づくりや、魅力的な各種イベント、近隣町村との観光ルートの開発、さらには独自の資源を活用した観光企画商品を提供するため、地域を包括した体制を構築します。

10年後を見据えて記載した当会の振興のあり方は、町の掲げる第8次総合計画の「魅力ある商店づくり」「商店街機能強化への支援」「消費者ニーズ調査の実施」「商品サービスの向上」「経営の安定化」「創業支援」「滞在型・体験型観光の推進」と連動しており、寿都町と連携して整合性を保ちながら以下の商工会の役割をふまえて、小規模事業者支援に取り組んでいく。

③寿都商工会としての役割

寿都商工会の役割としては、地域唯一の総合経済団体としての自覚を持ち、地域経済の活性化、地域への裨益につながるよう経営発達支援計画を実行していく。

また、地域経済の活性化及び観光・交流の促進を図っていくうえでは、寿都町のみでなく、各産業団体とも連携を密にすることで、商工会単独ではなく地域全体として課題に取り組むことで、町内小規模事業者の支援につながると考えている。

第一期経営発達支援計画では、地域経済動向調査や需要動向調査を実施し、小規模事業者持続化補助金の申請や事業計画策定の資料として有効活用することができた。

新たな需要の開拓に資する支援としては、展示・商談会へ出展支援を行い、出展した事業者は一日の商談会で約20社以上のバイヤーや商社と名刺交換し、その後2件の商談成立や3件の催事への出展が決まるといった成果があった。しかし、事業承継や新規創業支援については支援先の掘り起こしができず、事業承継計画等の策定まで至らなかった。

二期目にあたる本計画においては、成果のあった地域経済動向調査及び需要動向調査、展示・商談会への出展支援は継続し、事業承継については事業者との積極的な対話の中で事業承継の重要性について「気づき」を与えることで推進を図る。

また、新規創業者の掘り起こしについては町と連携し、創業支援制度の策定や移住・定住促進を図ることで、町内外から新規創業者の掘り起こしを図る。

さらに、新型コロナウイルス感染症などによる購買変化や各種手続きの電子申請化などのデジタル化・IT化のビジネス環境の変化に対応するために、ポストコロナ時代の新しい経営スタイルの確立やDXに向けた取組を支援し、小規模事業者の経営基盤を強化支援していくことが役割である。

観光業への支援については、新型コロナウイルス感染症により落ち込んだ需要の回復を図るため、ポストコロナ時代に向けた国内旅行者やインバウンド客の受け入れ体制に必要な宿泊環境整備や受入体制の強化を支援する。

(3) 経営発達支援事業の目標

【目標 1】小規模事業者の経営基盤強化

小規模事業者の経営状況を把握し、事業者にあった事業計画策定支援を行う。特に地域の生活に欠かせないサービスの提供を行う事業者への支援を重点的に行うことで、町民の生活機能を維持し、雇用を確保するなど地域の裨益につなげていく。また、町内での消費喚起を促すために既存のポイントカード事業の IC カード化や当町の特産品の販路開拓支援などを通じて町内小規模事業者の売上向上を目標とする。

数値目標

- ・年間 10 件以上の事業計画を策定する。
- ・事業計画を策定した小規模事業者の売上を年間 2%以上増加させる。

【目標 2】事業承継や創業支援による小規模事業者数の減少率の縮減

人口減少、経営者の高齢化等により商工業者数の減少が予想されるため、円滑な事業承継への支援を実施する。また、新規創業者の掘り起こしや寿都町の活性化を図るため、町と連携して創業者への支援を強化していく。具体的には、創業者への支援制度の策定や空き店舗の情報共有・発信を行う。これらのことを実行していくことで、小規模事業者数の減少率の縮減を図る。

数値目標

- ・小規模事業者数の減少率を 2%以内に抑える。
(現状事業所数 142 件→5 年後事業所数 139 件以上)

【目標 3】ビジネスモデルの変革の支援

新型コロナウイルス感染症による消費者ニーズの変化や各種手続きや申請のデジタル化・IT 化により DX への取組が加速する中で、小規模事業者もビジネスモデルの変革が必要となってくる。そのため、小規模事業者の DX に向けた意識の向上、デジタル化や IT を活用した業務効率化や販路開拓等を支援する。

また、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた観光関連事業者の売上回復を図るため、観光スタイルの変化に応じた事業計画策定を支援する。

数値目標

- ・IT の利活用による販路開拓の事業計画策定 年 5 件
(支援した小規模事業者の売上 2%増加/年)

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標1 達成に向けた方針】

小規模事業者の経営基盤を強化するにあたり、事業計画の策定を支援する。そのため第一に、支援する事業者の選定を行い、経営改善や事業拡大に向けて積極的な事業者を優先的に新事業展開への事業計画策定の支援を行う。特に地域の生活に欠かせないサービスの提供を行う事業者に対しては、町民の生活機能を維持し地域の経済循環を活性化していくよう重点的に魅力ある店舗づくりに向けた事業計画策定を支援し、地域の裨益に貢献していく。

また、事業計画の実行に専門的な助言が必要であれば専門家派遣の活用、計画の遂行に小規模事業者持続化補助金等の補助金制度の要件にあてはまる場合は、制度の紹介から申請、実行、報告といったように事業者に合わせて経営状況の分析から事業計画策定及びフォローアップ支援の伴走型支援を実施していく。

伴走型支援にあたっては、商工会職員が計画策定、事業実施の代行とならないよう、常に事業者が主体となり、当事者意識を持って事業が実行できるように支援する。最終的には、事業者自らがPDCAサイクルを意識した自走型の計画実行ができるよう支援していく。

さらに、小規模事業者が町内での需要を獲得し、地域経済循環を活性化していくために、消費喚起を促すためのポイントカード事業のIC化を図る。既存のポイントカードでは対応できない消費者へのポイント支援事業（例：子育て支援ポイント付与や来店ポイント）を実施することで町内の消費喚起を促す。また、ICカードを導入することで、ポイントカード利用者の消費動向を把握することができ、さらなる町内消費喚起を促す事業計画のための資料として活用する。

上記方針によって、小規模事業者の事業計画策定及び売上増加の目標を達成する。

【目標2 達成に向けた方針】

直近5年間の小規模事業者数は横ばいを保っているが、今後は、年間約50名ずつ減少している人口減少の影響や経営者の高齢化により減少していくことが予想される。

小規模事業者数の減少を抑えるためには、高齢化した事業者に対して巡回訪問時や経営相談時に事業承継に対する対話と傾聴を繰り返すことで、事業者の実態を把握し、事業承継が必要な事業者の掘り起こしを行う。

事業承継の必要な事業者に対しては、引き続き経営状況の分析とヒアリングを繰り返すことで事業承継に向けた課題を表面化し、専門家と連携することで事業承継計画を策定し着実に進めていくよう支援をしていく。

新規創業者への支援は、町と連携し空き店舗の情報を共有・発信することで新規事業者の掘り起こしを図る。

支援にあたっては、創業計画策定から開業及び経営の安定が図られるまでフォローアップ支援を継続して行い、早期に地域に定着できるよう支援を行う。

また、商工会としては、町とともに創業時に活用できる支援策をPRし、創業者に魅力のある街づくりを目指し、創業者の増加を促すことで移住・定住促進、町の活性化につなげていく。

上記方針によって事業承継や創業支援に対する目標を達成する。

【目標3 達成に向けた方針】

小規模事業者のビジネスモデルの変革を支援するにあたり、まずDXに向けた取組に対する重要性を理解してもらうことが必要である。そのうえでデジタル化・IT化を活用した業務の

効率化などのビジネスモデルの変革に対し積極的な事業所を選定し、IT 等を活用した販路拡大などの事業計画策定を支援していく。EC サイト設立などの専門的な知識が必要な支援に関しては、IT 専門家と連携し支援していく。

また、観光関連事業者においても SNS 等の IT 活用による情報発信機能の強化を支援し、まずは回復基調にある国内旅行者へのアプローチを進めるとともに、インバウンドの回復に向けた受入体制等の準備を支援していくことで目標達成を目指す。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第一期目では、計画一年目に調査した「寿都町地域経済動向調査事業」の調査結果を小規模事業者へ情報提供し、小規模事業者持続化補助金の申請、事業計画策定時の内部・外部環境の分析に活用した。

【課題】

第一期目では、「寿都町地域経済動向調査」を小規模事業者へ提供したが、有効的に活用した事業者は一部に留まっていたため、第二期目の計画では情報を提供するだけでなく、活用方法についても説明を行い、多くの事業者に活用していただく必要がある。

また、第一期目では計画一年目に実施した調査以降、データの更新をしておらず、5年間同じデータを利用していたため、二期目では継続的にデータを最新のものにしていく必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP に掲載	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②観光経済動向調査の実施	HP に掲載	実施なし	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

※①の現行は令和 2 年度の実績であり、商工会 HP が機能していなかったため 0 回としているが、H28 年度～R 元年度は各 1 回公表し、巡回支援や事業計画策定支援などの個別支援に活用している。

※②の調査方法は新規のため現行は実施なしとなっている。

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

当地区における小規模事業者の経済状況及び動向を調査分析し、小規模事業者に広く公表することで、地域内の経営環境を把握してもらい、新たな事業機会を捉える資料として活用方法とあわせて分析結果を提供する。

【調査件数】当地区小規模事業者 30 社

【調査方法】経営相談や巡回訪問時に商工会職員による聞き取り

【調査項目】①売上②経費③経常利益④資金繰り

⑤業況⑥経営上の問題点⑦今後の経営課題

【提供方法】調査したデータを経営指導員等が分析・整理し HP にて提供する。

また、合わせてデータの活用方法についても掲載する。

②観光経済動向分析

RESAS（地域経済動向システム）やV-RESASを活用して当地区の観光客の動向及び新型コロナウイルス感染症が観光経済に及ぼす影響を調査分析し、当会HPにて年1回公表する。また、公表したデータを小規模事業者の経営分析や事業計画策定に活用するための資料として活用していただけるよう活用方法についても掲載する。

【調査方法】経営指導員等がRESAS（地域経済動向システム）及びV-RESASを活用し当地区のデータ抽出する

【調査項目】RESAS ①From-to分析②滞在人口率③流動人口メッシュ
④外国人訪問分析⑤外国人滞在分析⑥外国人メッシュ分析
V-RESAS ①人流②消費③飲食店④宿泊

【提供方法】調査したデータを経営指導員等が分析・整理しHPにて提供する。
また、合わせてデータの活用方法についても掲載する。

（４）調査結果の活用

調査結果は経営指導員等がまとめ、HPにて公開し、当地区の小規模事業者（会員外も含む）へ広く情報提供する。また、提供した情報の活用方法についても調査した結果とともに掲載することで、多くの事業者を活用していただく。また、商工会職員が経営相談時の経営分析や事業計画策定時の参考資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】

第一期目では、計画一年目に調査した「寿都町地域経済動向調査」を小規模事業者へ情報提供し、小規模事業者持続化補助金の申請、事業計画策定時の内部・外部環境の分析に活用した。

【課題】

第一期目では「寿都町地域経済動向調査事業」を小規模事業者へ提供したが、個別商品の需要動向調査には至っていなかったため、小規模事業者が商品開発や改良の資料として活用できるよう特産品や個別の商品についての調査分析を行う必要がある。

（２）目標

	対象事業者	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
① 地域需要動向調査	道の駅に商品を提供している事業者	実施なし	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
② 物産展・商談会時のアンケート調査	物産展・商談会へ出展する事業者	実施なし	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

※①②ともに新規の調査方法のため現行は実施なしとなっている。

（３）事業内容

①地域需要動向調査

道の駅で年2回（春と秋）に観光客を対象としたアンケート調査を実施する。寿都町の特産品でもある「生焚きしたす佃煮」「寿カキ」などの特産品の消費者ニーズを把握することで、支援対象事業者の商品開発や既存商品のブラッシュアップに活用する。

【支援対象者】道の駅に商品を提供している事業者

【調査対象者】道の駅利用客 50 名

【調査方法】アンケート調査

【調査項目】①購入品目②購入理由③認知度④価格⑤見た目⑥商品に対する意見等

【分析方法】調査したアンケートを基に経営指導員等が分析する

【調査結果の活用方法】調査結果を当該小規模事業者へフィードバックし、今後の商品開発や既存商品のブラッシュアップの参考にする。また事業計画策定時の資料としても活用する。

②物産展・商談会時のアンケート調査

経営指導員等が物産展・商談会へ出展した事業者に同行し、バイヤーや消費者に対してアンケート調査を行う。バイヤーや消費者から生の声を聞き取ることで最新の消費者ニーズを知り、今後の商品開発や既存商品のブラッシュアップに活用する。また、調査した結果は経営指導員等が整理し、当該事業者へフィードバックすることで事業計画策定時の資料としても活用する。

【支援対象者】物産展・商談会へ出展する事業者

【調査対象】バイヤー及び消費者

【アンケート件数】30 件

【調査方法】アンケート調査

【調査項目】①価格②味③内容量④デザイン⑤改善点

【分析方法】調査したアンケートを基に経営指導員等が分析する

【調査結果の活用方法】調査結果を支援対象の小規模事業者へフィードバックし、今後の商品改善や商品開発の参考にする。また事業計画策定時の資料としても活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第一期目ではネット de 記帳を活用し「売上分析」「収益性」「生産性」について簡易的な分析を行った。分析結果を支援事業者へ提供することで、経営課題の把握や今後の経営方針の明確化などの支援を行った。また、一部の事業者は分析結果を活用し、小規模事業者持続化補助金等の事業計画策定につながった。

【課題】

第一期目では分析した結果を有効的に活用できた事業者は少数に留まったことから、より多くの事業者を経営分析から事業計画策定につなげる必要がある。

このため、分析結果を伝えるだけでなく、自社の経営課題や今後の経営方針について検討していくよう誘導し、事業計画策定につなげていく。また、新型コロナウイルス感染症の影響により変化した経営環境に対して経営分析を行う必要がある。

(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	20 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者

※現行は令和 2 年度の実績件数

※目標 30 者の内訳は経営指導員が 20 者、補助員、記帳専任職員が各 5 者を目標としている。

(3) 事業内容

①巡回訪問等による経営状況の分析

巡回訪問や窓口相談の際に、販路拡大や事業計画策定に意欲的な事業者を把握し、重点支援先として経営分析が必要である事業者を選定して経営分析を実施する。

重要支援先として選定した事業者に対しては事業計画策定の必要性について説明し、経営分析から事業計画策定へと伴走型の支援を行っていく。また、新型コロナウイルス感染症の影響により経営環境は大きく変化しているため、RESASなどのビックデータを活用し、地域内外の需要にも注視するなど環境変化にも対応した経営分析を実施する。

【対象者】

自社の経営分析の必要性を理解し、意欲的で販路拡大の可能性が高い事業者

【分析項目】

財務分析（定量）：売上持続性（売上増加率）、収益性（経常利益率）

安全性（自己資本比率）、生産性（労働生産性）

効率性（営業運転資本回転期間）、健全性（EBITDA 有利子負債倍率）

非財務分析（定性）：SWOT 分析、企業を取り巻く環境、内部管理体制、現状把握、将来目標、課題、対応策、商圈、競合商品

【分析手法】

経営指導員等が事業者とともに「ローカルベンチマーク」や「Shoko BiZ」を活用し、今後の方向性や解決すべき課題の抽出を行う。

※Shoko BiZ とは北海道商工会連合会が推奨するクラウド型経営支援ツールシステム

である。支援ツールを利用して事業者情報を蓄積することにより、当地域における事業者属性ごとの分析・評価することが可能となるツールである。

(4) 分析結果の活用

分析結果を事業者へフィードバックし、事業計画策定時の資料として活用していただく。

また、経営分析したデータは、商工会内部で共有することで、全ての職員が当該事業者の支援の際に活用することができ、支援を通じて職員のスキルアップを図ることができる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第一期目では事業計画策定支援について依頼のあった事業者に対し、専門家派遣等を活用した個別相談で支援していた。特に小規模事業者持続化補助金の申請から事業計画策定を目指す事業者への支援を行ってきた。

【課題】

第一期目では開催したセミナーを通して、事業計画策定の重要性について理解を深めたものの、事業計画策定まで至っていない事業者も多数いるため、事業者に対して確実に事業計画策定ができるよう支援していく必要がある。

また、事業計画策定の前段階として DX に対する取組のセミナーを開催し、今後の事業計画策定に重要な IT 面の推進について理解を浸透させる必要がある。

(2) 支援に対する考え方

第一期目で事業計画策定の重要性について理解したものの、計画策定まで至っていない事業者については、前述の 5. の経営分析を通じて、再度、課題の抽出を明確に行い、事業計画策定に向けて経営指導員の巡回等の頻度を多くして、策定の理解や事業活動に対する意欲向上を図る。また、

経営状況の分析を行った全ての小規模事業者に対して、事業計画策定セミナーへの参加を勧奨する。セミナーにおいては、補助金活用の事例などを交えて小規模事業者の意欲向上を図りながら、事業計画策定に積極的な事業者を選定する。

選定した事業者へは、経営指導員が巡回し、確実に事業計画策定が行えるよう支援を行う。

小規模事業者持続化補助金の申請を契機に事業計画策定を目指す事業者に対しては、事業計画策定が職員による代行とならないよう事業者と経営指導員が一緒に考えながら、事業者自らが策定できるよう支援を行う。

また、事業承継計画の策定においては、経営指導員が巡回訪問し、事業者との対話を重ねながら、事業者の経営状況やタイミングにあわせた計画策定を支援する。

創業計画策定にあたっては、資金面や各種手続きとあわせて、早期に安定した経営ができるよう実践可能な計画策定を支援する。

さらに、事業計画策定の前段階として、今後の事業展開には欠かせないIT活用をはじめとするDXに向けた基礎的知識の習得を目指すセミナーを開催する。

(3) 目標

	現 行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①事業計画策定セミナー	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②事業計画策定支援 (個別相談)	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
③DX 推進セミナー	なし	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
④事業計画策定事業者数	10 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
⑤事業承継策定事業者数	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
⑥創業計画策定事業者数	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

※①②④⑤⑥の現行は令和2年度の実績。

※③は新たな取り組みのため現行は実施なしとなっている。

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナー

【目的】経営分析後の次の段階である事業計画策定の意義や策定方法を学ぶことで参加事業者の事業計画策定への理解度と意欲向上を図る。

【支援対象者】経営分析を行った小規模事業者

【回数】年2回

【参加者数】15 者／1 回

【内容】中小企業診断士などの専門家を講師に招き、事業計画を策定する意義や策定方法について理解を深める。また、セミナー開催後に経営指導員が巡回支援を行い、確実に事業計画策定までつなげる。

②事業計画策定支援（個別相談）

【目的】上記①で記載した事業計画策定セミナーを受講した事業者の内、事業計画策定に向け

てより具体的な課題の抽出、解決方法等の次のステップに向けた事業計画策定を支援する。

【支援対象者】上記①の事業計画策定セミナーを受講した事業者

【内容】上記①の事業計画策定セミナーを受講した事業者へのフォローアップとして経営指導員が巡回支援を行っていくうえで、より専門的で高度な支援が必要な事業者に対し、専門家派遣制度を活用して事業計画策定を支援する。

③DX 推進セミナー

【目的】DX に関する意識の醸成や基礎知識について学び、今後の事業計画策定の前段階として知識の向上を図る。

【支援対象者】IT の利活用及び DX の取組に対し興味のある小規模事業者

【回数】年 2 回

【参加者数】10 者／1 回

【内容】IT 専門家などの DX に関する知識が豊富な専門家を講師に招き、DX に関する基礎知識や活用事例についてのセミナーを開催する。また、基礎的な知識の習得後には具体的な取り組み（EC サイトや SNS、クラウド型顧客管理ツール等）についてのセミナーも段階的に開催する。

③事業承継支援

【目的】小規模事業者数の減少が見込まれる中、事業承継問題に直面している事業者や事業承継への準備を必要とする事業者に対し、円滑な事業承継を進めることが出来るよう支援していく。

【支援対象】事業承継を必要とする事業者

【支援方法】中小企業診断士や税理士などの専門家や北海道事業承継・引継ぎセンターなどの支援機関と連携し、事業承継計画の策定を行う。

支援にあたっては、計画策定ができるまで、経営指導員が巡回による対話を重ねて課題を整理し、経営状況にあわせて中小企業庁の事業承継マニュアルをもとに計画策定を支援する。

④創業支援

【目的】直近 5 年間の新規創業支援件数は 0 者となっており、今後小規模事業者の減少が見込まれる中、新規創業者の掘り起こしや創業予定者への確実な創業支援を実施する。

【支援対象】新規創業者及び創業予定者

【支援方法】創業計画の策定支援や創業時の許認可各種手続き、税務労務に関する基礎知識など創業者が抱える不安に対し、臨機応変に対応し支援する。また、町と連携し、空き店舗の活用や移住・定住促進など町内のみならず域外の創業者について掘り起こしを行いながら創業計画策定の支援を行う。

支援にあたっては、日本政策金融公庫国民生活事業の開業計画などを活用しながら、経営指導員が資金計画を含めて創業計画の策定支援を行う。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第一期目での事業計画策定後のフォローアップ支援では、小規模事業者持続化補助金の実績報告支援や簡単な売上の増加率の確認にとどまっており、進捗状況や計画実行中の事業計画とのずれに処置できるような伴走型の支援ができていなかった。

【課題】

第一期目では事業計画策定後のフォローアップを実施する時期や回数が不定期であった。そのため進捗状況の確認ができておらず、事業計画とのずれも把握することが出来ていなかった。今後は事業計画を立てた事業者ごとにフォローアップ計画を立てるなどの対策が必要である。また、新型コロナウイルス感染症の影響により悪化した経営状況に対し、計画の見直しが必要な事業者への支援が必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業経計画策定後の支援については、事業計画を策定したすべての事業者に対し実施する。実施方法については経営指導員が中心となり、四半期に1度のフォローアップを基本とするが、事業者ごとのフォローアップ計画を策定し進捗状況に合わせた事業計画の実施を支援する。

実施内容としては、進捗状況の確認、事業計画とのずれがないか等を確認し、今後の方向性について事業者と密に打ち合わせをしていくことで、円滑な事業実施を支援する。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により悪化した経営状況を改善していくための支援や計画の見直しが必要な事業者に対しては、フォローアップの回数を増やし、専門家派遣等を活用することで第三者の視点を投入するなど、より重点的に支援する必要があると考えている。

さらに、職員間で事業計画とフォローアップした進捗状況の内容について共有することで、円滑にフォローアップ支援を進め、職員の支援能力の強化を図る。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①事業計画フォローアップ対象事業者数	10 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
頻度（延回数）	30 回	60 回	60 回	60 回	60 回	60 回
②売上増加事業者数	2 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
③売上 2%以上増加の事業者数	2 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
④創業計画フォローアップ対象事業者数	実績なし	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度（延回数）	実績なし	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回
⑤事業承継フォローアップ対象事業者数	実績なし	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度（延回数）	実績なし	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回

※①②③の現行は令和2年度の実績となっている。

※④⑤は第一期計画での調査実績なし。

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者に対しては、四半期ごとの巡回訪問を基本とするが、事業者ごとにフォローアップ計画を策定し、計画とのずれはないか、金銭面での支援は必要ないかなどについて進捗状況の確認を行う。計画とのずれなど計画実行に問題が生じた場合には、中小企業診断士や税理士

等の専門家に計画のずれの要因、計画の見直しについて助言いただき、フォローアップの回数を見直すことで対応していく。

また、小規模事業者持続化補助金等を活用した事業者には、補助事業の実施支援から実績報告に向けた進捗状況についても確認をしながら支援する。

創業計画を策定した事業者についても四半期ごとに、経営指導員等による巡回訪問により支援する。創業後は経営面では安定していないことも多く、各種手続きや税務労務関係等の様々な手続きがあるため、これらに対しては必要に応じて支援していく。

事業承継計画を策定した事業者に対しては、四半期ごとに経営指導員等が巡回訪問を行い進捗状況の確認を実施する。また、事業承継には専門的な支援が必要となることが多くあるため、専門家派遣を活用し円滑で着実な事業承継を支援していく。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第一期目では計画一年目より毎年1者が展示・商談会に出展し、商談成立や個別商談といった成果を上げることができている。しかし、令和2年度は新型コロナウイルス感染症を危惧し、国内最大級の商談会であるスーパーマーケット・トレードショーの出展を取りやめるといった状況となった。

DXに向けた取組は、小規模事業者の高齢化や知識不足、人手不足により自社のHPをもっていないところも多く、今後の新たな販路開拓に必要な認識不足が顕著に表れている。

【課題】

出展者数の少なさが課題である。出展者数が少ない理由としては、展示・商談会や物産展への出展へのハードルを高く感じている事業者が多くいることが要因であると考えられる。今後は事業者の出展に対する不安を払拭させることやポストコロナ時代に向け WEB 商談会等への出展支援も重要となってくる。

また、DXへの取組についての課題は、第一に小規模事業者がDXの必要性について理解・認識してもらう必要がある。

(2) 支援に対する考え方

北海道商工会連合会が主催する展示会・商談会への出展支援をはじめ、北海道内外で開催される展示会・商談会及び物産展への出展を積極的に支援することで事業者の販路拡大を支援する。

支援内容としては、経営指導員等が商談会へ同伴し、陳列や接客などの支援をするほか、事前の事務手続や事後の商談相手に対するアプローチ支援といった伴走型の支援を行う。

また、出展を検討している事業者に対し、出展要項、会場内の雰囲気といった事業者が不安に感じる点について詳しく説明することで出展への不安の払拭、出展意欲の向上を図る。

さらにWEB商談などについても職員が同席し、WEB環境の支援を行うことで出展者の増加を図る。

DXに向けた取組としては、ITを活用した業務効率化や販路開拓に関するセミナーの開催、個別相談を行い、参加事業者のDXに対する理解を深めていただく。次にSNSの活用方法といった初歩的な支援から自社HPの作成方法、ECサイトの活用等について事業者に合わせた支援を行い、小規模事業者のDX推進を図る。

(3) 目標

事業内容（実施回数）	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①商談会への出展支援	1者	3者	3者	3者	3者	3者
商談成立件数	1者	3者	3者	3者	3者	3者

②物産展への出展支援	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率（年間）	—	2%	2%	2%	2%	2%
③自社 HP 作成	実績 なし	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率（年間）	—	2%	2%	2%	2%	2%
④SNS の活用事業者	実績 なし	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
売上増加率（年間）	—	2%	2%	2%	2%	2%

※①②は令和 2 年度の実績。②は物産展への出展者がいなかったため 0 者となっている。

※③④は新たな取組のため実績なしとなっている。

（４）事業内容

①展示会・商談会等への出展支援事業（BtoB）

当町の地域資源を活用した商品の製造・販売をしている事業者に対し、北海道内外で開催される展示会・商談会への出展を積極的に紹介し、新たな需要の開拓に向け伴走型の支援を行う。

出展前の商品規格書の作成や申込に係る事務手続き支援から出展時における POP 作成などのプロモーション能力開発支援、バイヤーへのニーズ調査やアンケート調査、さらに出展後の商談相手に対してのアプローチ支援などの商談成立後の継続的な取引に対し支援する。

【出展予定の展示会・商談会】

①北の味覚、再発見！！（BtoB）

北海道商工会連合会が主催する展示・商談会で毎年 10 月に開催されている。令和 2 年度はコロナ過での開催となったが、出展事業者が 37 企業・団体、来場者は 248 名、商談件数は 194 件となっている。

②北海道産品取引商談会（BtoB）

一般社団法人北海道貿易物産振興会が主催する、北海道産の加工食品をはじめクラフト製品や日用雑貨などを含んだ道産品の販路開拓、拡大を図ることのできる商談会である。年 2 回程度開催され、北海道での開催のみではなく東京や大阪での開催もあり、道外バイヤーとの商談も期待できる。前回の実績は出展企業数が 340 社、来場バイヤーが 2,195 名となっている。

③スーパーマーケット・トレードショー（BtoB）

全国のスーパーマーケットをはじめ、卸、商社、中食、外食等の幅広いバイヤーが来場する日本最大級の商談展示会である。令和 2 年度の実績は 3 日間の合計入場者数が 26,385 名、出展者数が 1,308 社・団体となっており、出展者の名刺取得数平均 245 件と新たな販路開拓に期待もてる商談会となっている。

②物産展への出展支援事業（BtoC）

当町の地域資源を活用した商品の需要開拓・販路拡大を図るため、都市部で開催される物産展への出展支援を行う。

物産展では普段購入していただく機会のない消費者と直接コンタクトをとることが出来るため、新たな顧客獲得や消費者の反応、ニーズの調査が可能である。個社での出展支援のほかにも繁忙期や人手不足で出展が難しい事業所に対しては、商工会でブースを借上げ、共同での出展支援を行うことで新たな需要開拓・販路拡大に積極的な事業者への出展を支援する。

【出展予定の物産展】

①北海道味覚マルシェ

北海道商工会連合会が主催する、6 日間にわたり札幌丸井今井本店で開催される物産展となっており、R3 年度はオンライン会場も完備されているため今後のポストコロナ時代にも対応できる物産展である。前回実績は出展数 60 社、来場者数は約 44,000 人となっている。

②にぎわい市場さっぽろ

札幌のアクセスサッポロを会場とし、毎年 11 月中旬に 3 日間にわたり開催される道内最大級の物産展である。STV ラジオやテレビ中継等の報道機関も来場することから物産展での販売効果の他にも事業者の PR 効果が期待される。

③DX に向けた販路開拓支援事業

当町の小規模事業者は自社 HP を開設している事業者や EC サイト・ネット販売を活用している事業所は少ないため、今後の新たな販路拡大に必要な DX への取組についての基礎知識を学ぶことが出来るセミナーを開催する。次にセミナー参加者の中から DX の取組に対して意欲的な事業者を選定し、HP の立ち上げやネット販売の活用方法、IT を活用した顧客管理など、事業者に合わせて段階的な支援を行う。HP の立ち上げについては「グーペ」を活用し、EC サイトの構築には「カラーミー」を活用することで小規模事業者の販路開拓支援を図る。これら 2 つのサービスは GMO ペパボ株式会社が運営するサービスであり、全国商工会連合会との業務提携により商工会員は無料で利用することができるためコスト面での不安がなく販路開拓に向けた取組ができる支援ツールとなっている。また、IT の活用に専門的な知識が必要な場合は IT 専門家を派遣することで支援内容の充実を図る。

※グーペとは誰でも簡単に HP を作成できる Web サービスである。

※カラーミーとは無料で簡単にネットショップを開設することができるネットショップ作成サービスである。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第一期目での事業評価は年 1 回、評価・検討委員会を開催し、事業の見直しや委員からの評価・意見をいただいた。しかし、計画実行期間中に商工会 HP の運営サービスが終了してしまい、公表に関しては常時商工会事務所で閲覧可能とした。

【課題】

現行の評価・検討委員会では外部有識者が少数であるため、客観的な視点や専門的な知識からの評価について外部有識者を新たに加えるといった対策を講じる必要がある。

また、事業の実施状況や評価についての閲覧がうまく機能がしていないため、早急に商工会の HP の作成し閲覧可能にできるよう準備する必要がある。

(2) 事業内容

第一期目と同様に年 1 回の評価・検討委員会については継続的に開催し、計画の見直しや進捗状況について評価する。また、一期目の評価・検討委員会の構成員であった商工会正副会長、(一社)観光物産協会代表理事、寿都町役場産業振興課課長の他に、外部有識者として新たに北海道信用金庫寿都支店長及び北海道銀行寿都支店長を評価委員会に加えることで、より専門的で客観的な意見をいただき、事業計画の評価及び見直しを図る。

なお、本事業の進捗状況を定量的に把握するため、新たに導入する経営支援システム (Shoko Biz)

により日々の支援実績を管理し、これを基に事業の進捗状況及び成果をわかりやすくまとめることで、事業内容への理解を深め、評価及び意見に基づく計画への見直しを行う。

評価・検討委員会を開催することで、経営発達支援計画（P：計画）を1年間でどのように実行したか（D：実行）を評価（C：確認）し、翌年の計画実行にむけた改善点（A：改善）を表面化していくことで、経営発達支援計画のPDCAサイクルを実行していく。

評価・検討委員会での評価結果については、商工会役員会へ報告し、事業実施の方針や予算構成に反映させるとともに、HP への掲載と商工会事務所に常時備え付けることで、地域の小規模事業者が常に関連可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

（1）現状と課題

【現状】

第一期目では、北海道商工会連合会が開催する職種別講習会やWEB講習、中小企業大学校が主催する各種研修会へ参加し、職員の資質向上を図った。OJTについてはうまく機能しておらず、小規模事業者へは主に1対1での支援となっており、補助員や記帳専任職員が支援方法や問題解決力のノウハウについて学ぶ機会が少なかった。支援ノウハウの共有についても担当者のみが支援方法や状況について把握しており、内部での共有が不十分であった。

【課題】

OJTや支援ノウハウの共有については業務内容や支援方法の見直しを図り、商工会全体の支援能力向上に寄与するような改善が必要である。また、今後小規模事業者の販路拡大、業務効率化などを支援していくうえで必要となってくるDXに対する取り組みへの支援能力や知識不足が課題である。

（2）事業内容

①各種研修会参加による職員資質向上

第一期目でも実施した北海道商工会連合会や中小企業大学校が開催する研修会・講習会への参加は今後も継続し、経営支援能力の向上を図る。また、北海道商工会連合会が実施するWEB研修へは経営指導員のみではなく補助員、記帳専任職員も参加し職員全体の支援レベル向上を図る。

次に昨今、WEB開催のセミナーが増加しており、交通費や移動時間をかけずに知識の向上を図ることが可能となっている。そのため、これまで業務の都合上、受講を断念していたセミナーへも積極的に受講する。特に日々変化していく技術情報や補助金・助成金情報、マーケティング調査手法等の小規模事業者の技術向上、販路拡大に寄与するセミナーへは上部団体が開催するセミナーだけでなく、外部組織が開催するセミナーにも積極的に参加し、知識の更新を図る。

さらに、小規模事業者を支援するにあたり今後重要となってくるデジタル化・IT化に向けたDXへの取組に関して、支援機関として理解を深めていくため、下記に記載している取り組みに関する講習会に積極的に参加し、知識の向上を図る。また、補助金の申請や各種申請の電子化により商工会職員に求められる支援能力としてのDXの取組について理解し、職員全体の支援能力向上を図る。

〈DXに向けたIT・デジタル化の取組〉

ア. 事業者にとって内向けの取組

クラウド会計ソフト、補助金の電子申請、電子マネー商取引システム等のITツール

イ. 事業者にとって外向けの取組

ECサイトの構築、SNSを活用した広報、HP等を活用した自社PR、

ウ. その他の取組

オンライン経営指導の方法

②OJTの強化

小規模事業者の支援時には、原則二人体制（経営指導員と他職員1名）で支援を行う。そうすることで経営指導員以外の職員が経営指導員の支援方法や問題解決力のノウハウについて学ぶことができ、組織全体の支援能力の向上を図る。また、専門家派遣にも同席することでより高度な支援内容についても理解を深め、今後の支援に向けた知識の向上を図る。

③支援ノウハウの共有方法

研修で習得した支援ノウハウについては職員全体で共有するため、復命書の回覧、週に1度行っている朝礼時に詳細な研修内容について報告することで商工会職員全体の支援能力向上を図る。また、観光経済動向分析で調査した結果については小規模事業者へ情報提供するだけでなく職員間でも共有し、経営分析や事業計画策定時の参考資料として活用することで商工会職員の支援レベルの向上を図る。さらに、小規模事業者の支援を行った際には、支援内容を共有フォルダに保存し、職員全員が閲覧可能な状態にするほか、基幹システムや経営支援システム（Shoko Biz）を随時更新することで知識やノウハウの共有を図る。

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

【現状】

第一期目では、北海道商工会連合会が開催する研修会や事例発表、日本政策金融公庫小樽支店が主催する経営改善貸付団体連絡協議会、近隣商工会で構成する「南後志広域連携協議会」での定期会議等により支援ノウハウ等の情報交換を行った。

また、専門家派遣を利用した支援時には必ず職員が同席し、中小企業診断士や税理士等の支援ノウハウを習得し、経営課題の解決方法についても情報交換を行った。

【課題】

新型コロナウイルス感染症等の影響により変化する経営環境に対応した経営支援を実施していくため、金融機関や各種支援機関との連携をより強化し、最新の支援施策や支援ノウハウを蓄積できる体制づくりが必要である。

また、IT化が加速する中で、今後、小規模事業者にもDXに向けた取組が必要となることが想定されるため、ITを利活用する支援ノウハウを蓄積することができる支援体制も必要である。

（2）事業内容

①金融機関との連携及び情報交換（年2回程度）

北海道信用金庫寿都支店及び北海道銀行寿都支店、日本政策金融公庫小樽支店と連携し、地域経済や支援状況についての情報交換、支援ノウハウについて共有することで、当町の小規模事業者への支援につなげる。特に新型コロナウイルス感染症の影響により変化した経営状況の情報について共有することで、事業所にとって最善の支援策を提案できる支援体制を確立する。

②南後志広域連携協議会への出席（年3回程度）

黒松内町商工会・島牧村商工会・寿都商工会により構成される南後志広域連携協議会の定期会議に出席することで、管内の経営業況、地域支援について情報交換を行い、支援ノウハウの共有を図ることで当会地区の小規模事業者への支援につなげる。

③北海道商工会連合会及び後志管内商工会連合会の開催する研修会への出席（年3回程度）

北海道及び後志管内の地域経済の動向を把握し、小規模事業者への支援策に関する情報収集や事例発表により支援ノウハウの習得を図り、小規模事業者の支援につなげる。

④北海道よろず支援拠点や北海道中小企業総合支援センターとの連携（年２回程度）

小規模事業者の事業計画策定に向けた方向性や販路拡大に向けた取組について北海道よろず支援拠点や北海道中小企業総合支援センターと連携し、より専門的な支援を実施していく中で、経営指導員などが随行し、支援ノウハウを習得することで支援能力の向上を図る。

特に今後の販路拡大等に必要な DX への取組についての支援ノウハウ習得のため、IT コーディネーター等の専門家との連携を強化していく。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

（１）現状と課題

【現状】

第一期目では、（一社）寿都観光物産協会との共催による「すつつ寿かき・しらすフェスタ&軽トラ市」及び「すつつ鮭・ホッケフェスティバル&軽トラ市」や大磯商店街と共同でのセミナーの開催などにより地域経済の活性化を図ってきたが、令和２年度は新型コロナウイルス感染症の影響により全ての事業を中止した。

また、新型コロナウイルス感染症により疲弊した地域経済の景気対策としてプレミアム商品券及び地域応援券を発行し、地域内での消費拡大を促した。

さらに、H29 年度より地域振興の一環としてふるさと納税返礼品事業、H30 年 11 月より空き店舗の活用及び雇用の促進、交流人口の増加を目標にしたベーカリーショップの運営を実施している。

【課題】

イベントやセミナーの開催では各団体と連携して実施しているが、事業を実施する上での役割を分担しているだけとなっており、地域全体としての戦略的な取り組みとなっていない。

また、ポストコロナ時代におけるイベントやセミナーの開催方法についても検討が必要である。

ふるさと納税返礼品事業については、R2 年度の実績は H30 年度と比較すると約 74% も売上が減少しており、今後、商品構成や PR 方法について改善が必要である。

ベーカリーショップの運営については、新型コロナウイルス感染症の影響により減少した売上の回復、町内の高齢者に対する消費拡大が課題である。

また、当町の地域経済や観光業の動向についての情報を収集する機会が少なく、町内の主要団体とのつながりが弱い点が課題である。

（２）事業内容

①寿都町まち・ひと・しごと創生推進委員会への参画（年２回程度）

「寿都町の強みである地域資源を活かした雇用の創出と産業振興」「地域資源の連携による多様な交流と文化の醸成」「しごとづくりと連携した移住・定住促進と地域力を活かした子育てしやすいまちづくりの推進」「健康で元気な住みよい環境づくりの推進」の４つの基本目標を掲げている「寿都町まち・ひと・しごと創生推進委員会」に商工会職員として経営指導員が参画する。

委員会は、寿都町漁業協同組合、寿都町立寿都小学校、北海道信用金庫寿都支店、テレビすつつ（地元ケーブルテレビ局）、株式会社 KITABA（まちづくり、地域づくりを支援する民間会社）、寿都商工会により構成されているため、町内の主要な団体と連携を図ることができ、地域経済の活性化や観光事業の推進について、共通の方向性を検討する場として協議、検証していく。

②地域経済活性化イベントの開催及び実行委員会による検証（年１回）

寿都町の特産品を活かした「すつつ寿かき・しらすフェスタ&軽トラ市」及び「すつつ鮭・ホッ

ケフェスティバル&軽トラ市」については引き続き開催し、町内の小規模事業者の売上や利益に寄与する場を提供し、地域経済の活性化を図る。

また、これまで共催団体である（一社）寿都観光物産協会をはじめ、協力団体として「寿都水産加工業協同組合青年部」「大磯商店街協同組合」「寿都町漁業協同組合」と実行委員会を設置し、同イベントを開催しているが、開催前に２回程度の会議のみ行っているため地域全体としての取り組みとはなっていない。そのため、今後はイベント後にも委員会（年１回）を開催し、イベントの評価、反省を行い、次年度に向けた問題点の掘り起こしや上記①とともに地域経済の活性化や観光振興を図るための方向性を協議する場としてPDCAサイクルを実行し、さらなる地域経済の活性化を図る。

③プレミアム商品券及び地域応援券の発行事業

プレミアム商品券及び地域応援券の発行を継続することで、地域内の消費喚起を促し、地域経済の活性化を図る。また、当町のプレミアム商品券の換金率は100%と発行した商品券はすべて使用されており、確実に消費増加につながっているため、今後も本事業を継続的に実施していくことにより、地域商店の魅力を再確認し、継続的な消費増加につなげていく。

④ふるさと納税返礼品事業

町内事業者が生産する特産品を商工会で取りまとめ、セット商品としてふるさと納税サイト「ふるさとチョイス」を活用し出品している。商工会が出品に関する事務処理、梱包、発送を一貫して行うことで事業者の負担になることがなく、町内事業者の売上に寄与する取り組みとなっている。

ふるさと納税の需要は増加傾向にあるが、当会が出品している商品の売上は大きく落ち込んでいいる。要因としては、ふるさと納税サイトや返礼品数の増加により消費者の選択肢から外れていることが想定される。

今後は商品のセット内容や価格設定を再度検討し、魅力ある返礼品を提供することで、寿都町の魅力をPRし全国に広めていくことで、地域経済の活性化と寿都町の税収増加に寄与する。

⑤ベーカリーショップの運営事業

空き店舗の活用による賑わいの創出を目標として創設した町内唯一のベーカリーショップの運営事業を実施している。寿都町の総合戦略でもある、地域ふれあい空間の創出、新規雇用者数の増加、交流人口の増加に寄与する事業となっており、地域経済の循環を図る。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ売上の回復を図るため商品のPRを積極的に行い、交通手段のない高齢者への宅配事業を実施し、販路拡大を図る。

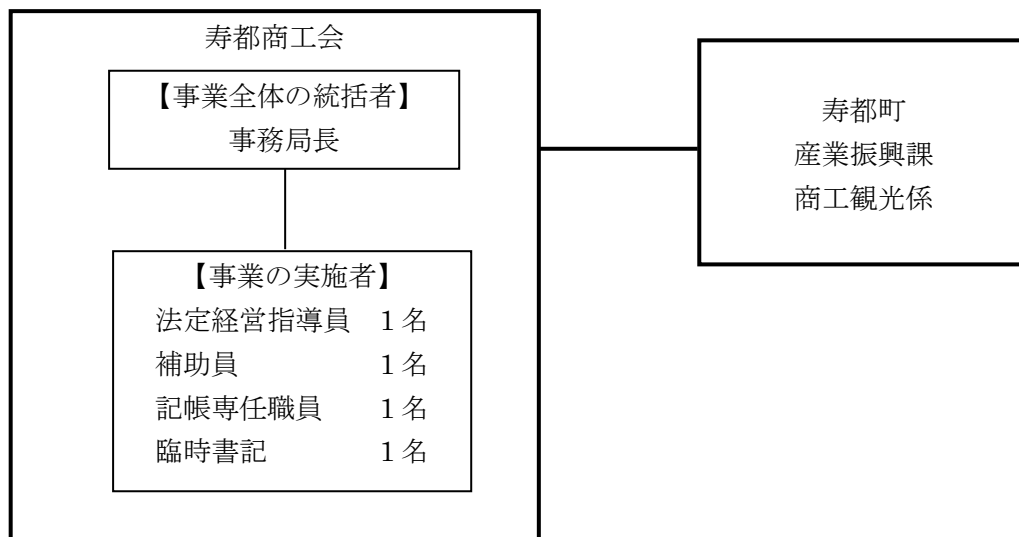
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3年11月現在)

(1) **実施体制** (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：岡田 涼平

連絡先：寿都商工会 TEL0136-62-2185

②法定経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会市町村連絡先

①商工会

寿都商工会

〒048-0404

北海道寿都郡寿都町字大磯町 81 番地 1

TEL:0136-62-2185 FAX:0136-62-3685

E-mail:minato@cup.ocn.ne.jp

②市町村

寿都町 産業振興課 商工観光係

〒048-0406

北海道寿都郡寿都町字渡島町 140 番地 1

TEL : 0136-62-2511 FAX : 0136-62-3431

E-mail : kankou@town.suttu.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)

	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
・経営状況分析事業	200	200	200	200	200
・セミナー開催事業	150	150	150	150	150
・新たな需要の開拓に寄与する事業	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
・経営指導員等の資質向上等に関する事業	150	150	150	150	150

(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
会費収入、手数料収入、受託料収入、国補助金、北海道補助金、寿都町補助金 等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(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	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	