

経営発達支援計画の概要

|                |  |
|----------------|--|
| 実施者名<br>(法人番号) | 斜里町商工会(法人番号:5460305001535)<br>斜 里 町( 地方公共団体コード : 015458 )  |
| 実施期間           | 令和 3 年 4 月 1 日～令和 8 年 3 月31日   |
| 目標             | 斜里町の基幹産業である農業・漁業・観光業に関連した産業に対して、効果的な<br>個社支援体制を構築することで、小規模事業者が持つ強みを活かした取り組みを<br>行い、経営基盤の強化及び持続的発展をできるよう支援し、販売・売上金額又は付<br>加価値額の年1%増(5年5%増)を図ることを目標とする。  |
| 事業内容           | <p>I.経営発達支援事業の内容</p> <p>3-1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>①「各関係機関」の調査データを分析し情報を提供する</p> <p>②「地域経済分析システム(RESAS)」や観光入り込みによるデータの収集・提供</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること</p> <p>①地域特産品「知床しゃりブランド認証品」のニーズ調査</p> <p>②宿泊客増加のためのニーズ調査</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①巡回訪問・窓口相談及びネット de 記帳での経営状況支援分析支援</p> <p>②補助金利用者に対するによる経営状況分析支援</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①「事業計画策定セミナーの開催」による掘り起し並びに事業計画策定支援</p> <p>②「事業承継計画策定支援個別相談会」による事業計画支援</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①事業計画策定者及び事業承継計画策定者へのフォローアップ支援</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①商談会等出展支援(BtoB 支援)、(BtoC 支援)</p> <p>②IT を活用した販路開拓支援(BtoC)</p> <p>③テレワークニーズ調査</p> <p>11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること</p> <p>①観光物産PR事業等「知床しゃりブランド」による地域活性化事業を行う</p> <p>②にぎわい創出事業</p> <p>③人材育成事業</p> <p>④テレワーク・リモートワーク推進による交流人口増加への取り組み</p> |
| 連絡先            | <p>斜里町商工会<br/>〒099-4113 北海道斜里郡斜里町29番地8<br/>TEL 0152-23-2185 FAX 0152-23-0501<br/>E-mail:shashoko@rose.ocn.ne.jp</p> <p>斜里町役場 産業部商工観光課<br/>〒099-4192 北海道斜里郡斜里町本町12番地<br/>TEL 0152-23-3131(代) FAX 0152-23-5556<br/>E-mail:sh.rousei@town.shari.hokkaido.jp</p>   |

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目 標

(1) 地域の現状及び課題

①現 状

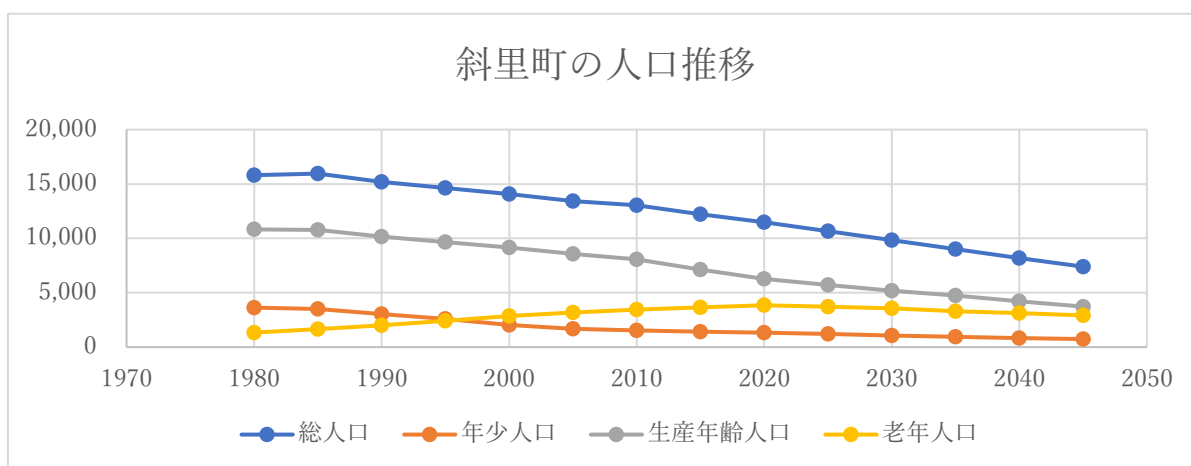
【斜里町概要】

斜里町は、北海道知床半島のオホーツク海に面した弓状の町域で、世界自然遺産「知床」を有している。面積は 73,712ha、森林面積 42,837ha、耕作面積 10,700ha。

市街地等の地区構成は、J R 駅のある斜里市街地と、市街地から 40 km 離れた知床の山懐に近いウトロ地区、その他の集落で構成され、斜里市街地に全体の約 7 割、ウトロ地区に全体の約 1 割、他の集落に残りの約 2 割が居住している。



人口は、昭和 35 年の 18,371 人がピークで、平成 22 年の国勢調査では 13,045 人、令和 2 年 3 月末（住民基本台帳）11,442 人とこの 10 年で人口の 12%、1,603 人が減少している。なお北海道 179 市町村中 52 位の人口である。



【出典】 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【注記】 2020 年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成 30 年 3 月公表）に基づく推計値

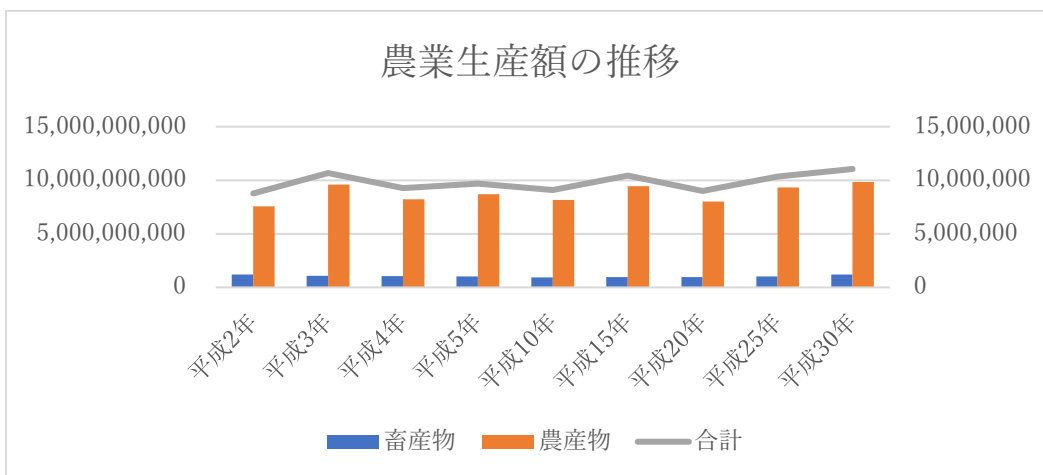
## 地域産業の現状

斜里町の産業構造は、世界自然遺産に登録された知床半島を有し、鮭漁獲量17年連続（平成15年～令和元年）日本一の漁業や、小麦・馬鈴薯・甜菜を中心とする農業など、良好な自然環境の恩恵を受けた第1次産業の基盤の上に、食品加工・製造業を中心とした第2次産業や、知床観光に関する宿泊業やサービス業といった第3次産業が発展してきた。

### 【農業】

斜里町の農業は一戸あたりの耕作平均面積が40haを超える大規模農業を中心としている。農業生産額は平成30年度には110億円（平成30年斜里町農務課）となっている。

- ・主要作物＝馬鈴薯（澱粉原料）、甜菜（砂糖原料）、小麦、人参、玉ねぎ
  - ・耕作面積 10,700ha ・戸数 259戸 ・生産額 111億円
- 農業（農業産出額）は全道で33位（H28年度）である。



出典：斜里町

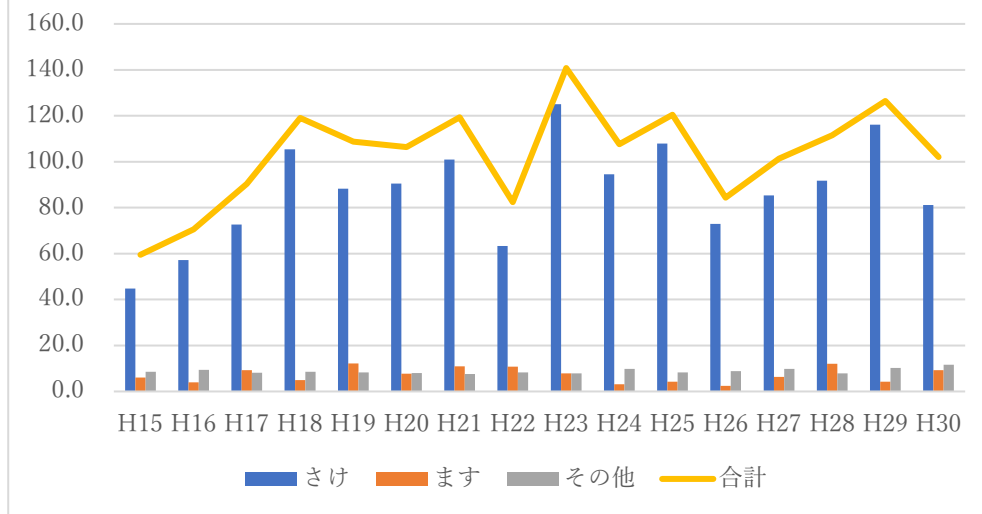
### 【漁業】

斜里町の漁業は沿岸漁業が主体となっている。その中でもサケ・マス定置網漁業が漁獲量・生産額の約88%を占めており、平成15年より連続17年漁獲量日本一を続けている。

近年は、サケマス漁の不漁から漁獲量は減少していましたが、魚価の高騰により漁業全体が好調に推移していたが、令和元年度は、漁獲高の減少に魚価の下落も加わり近年にない厳しい状況となった。今後もふ化放流事業と種苗生産放流事業による回帰資源の確保が重要とされている。

- ・主要漁獲物＝サケ、マス、きちじ、ホッケ
  - ・事業者数 53経営体 ・就業者数 417人（平成30年 漁業センサス）
  - ・漁獲量 16,338トン ・生産額 102.1億円（斜里町水産林務課）
- 漁業（生産高）は全道で7位（H28年度）である。

斜里町の漁獲高



出典 斜里町

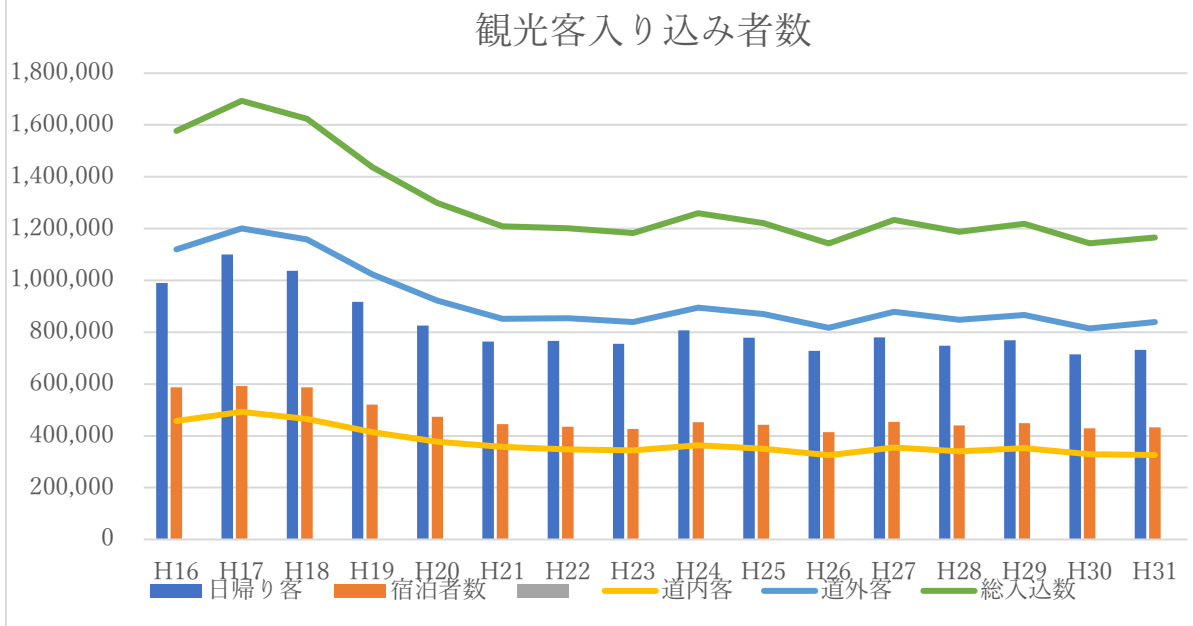
【観光】

観光においては、日本国内最東北端に位置する知床半島中央部から知床岬までの周辺海域を含む約 60,000 ヘクタールが、昭和 39 年に知床国立公園に指定された。

続いて、「知床旅情」のヒットにより第一次知床ブームが到来、昭和 57 年の根室管内羅臼町と斜里町ウトロを結ぶ知床横断道路開通を経て、第二次知床ブームが到来し、多少の増減があるものの順調に観光客が増加し、平成 10 年には年間 180 万人の入り込みを記録した。

その後徐々に減少する中、平成 17 年の世界自然遺産登録により再び脚光を集め、一時的に盛り返したが、レジャーの多様化や観光ニーズに対して魅力あるサービスを見出せないまま国内観光地との競争にさらされた結果、入り込み客は減少し、現在は 120 万人前後の入り込み数となっている。

外国人観光客は増加傾向で、令和元年度では宿泊者数 43 万人のうち 4.7 万人とインバウンド効果による入り込み増加となったが、全体としての伸び率はまだ低い。加えて新型コロナウイルスの影響を大きく受けており、アフターコロナを見据えてもっと多くの外国人の誘致のため、札幌・旭川圏からの二次交通の整備と、当地区の魅力の発信が課題となっている。なお、観光（宿泊者数）は北海道 179 市町村中、12 位（H29 年度）である。



【出典】 知床斜里町観光協会

#### 【商工業】

斜里町の工業は、統計によると平成 29 年には事業所数が 18 社、その従業者は 531 人、工業生産出荷額は 376 億円となっている。その多くは食料品製造業で全体の 95.6%を占めており、その原材料は斜里町産のじゃがいも、甜菜の農産物と鮭鱒などの水産物であり、斜里町の製造業は、基幹産業である農業・漁業に支えられている。

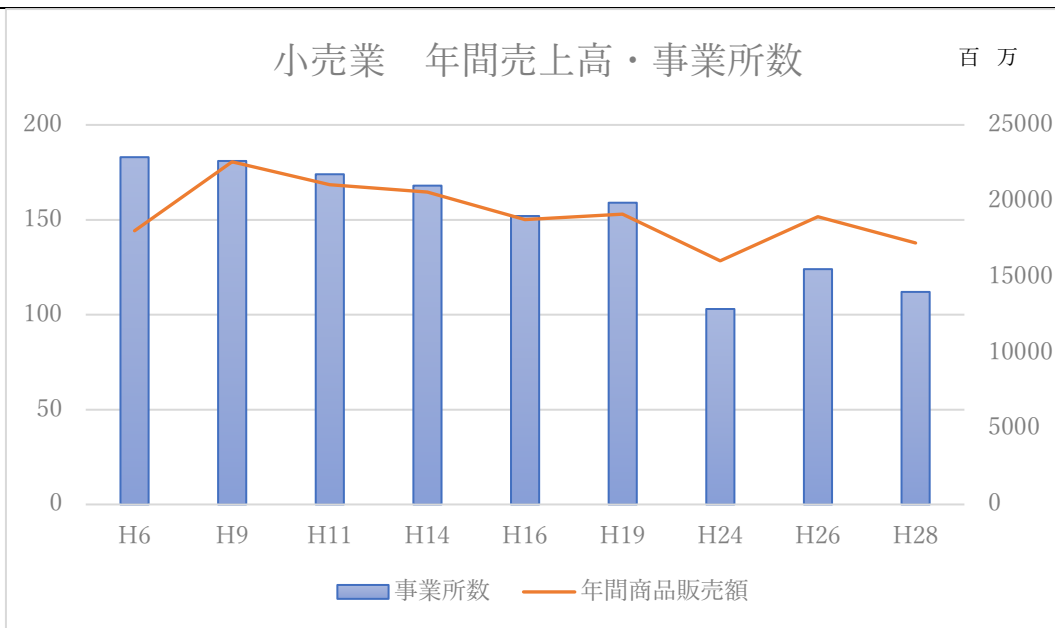
商工業関連の経済指標をみても、製造品出荷額は全道 29 位 (H29 年度) となっている。商業年間商品販売額は全道 45 位 (H28 年度) と、全般的に力があると言える。

#### 【工業統計数値】

単位 百万円

|            | H21    | H23    | H25    | H27    | H29    |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 食料品製造業     | 23,924 | 31,034 | 33,557 | 30,344 | 36,021 |
| 窯業・土石製品製造業 | 699    | 939    | 654    | 856    | 437    |
| その他        | 909    | 2,181  | 1,043  | 3,197  | 1,194  |
| 合計         | 25,532 | 34,154 | 35,253 | 34,396 | 37,652 |

【出典】 経済産業省「工業統計調査」



【出典】 商業統計・経済センサス

【商工業者・小規模事業者・商工会員数の推移】

|          | H28. 4. 1 | H29. 4. 1 | H30. 4. 1 | H31. 4. 1 | R2. 4. 1 | 対比(注) |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-------|
| ①商工業者数   | 539       | 530       | 523       | 508       | 484      | 89.8% |
| ②内小規模事業者 | 476       | 469       | 463       | 443       | 419      | 88.0% |
| ③総会員数    | 357       | 345       | 335       | 323       | 318      | 89.1% |

(注) 対比は平成28年と令和2年との比較

斜里町商工会独自調査

②課 題

このように当町の商工業者は、これまで農業や漁業及び観光業などの基幹産業に支えられ、比較的恵まれた経済環境のもと経営をしてきたといわれているが、近年、様々な課題が顕在化してきている。当商工会として認識している商工業を取り巻く課題は、斜里町としても商工業振興計画において示され、次のとおり共通認識をしており、特に以下の7つの課題について、重点的に解決を図って行く。

(参考)

平成 29 年 4 月より「斜里町商工業振興条例」策定のための「斜里町小規模企業振興策検討懇談会」に参加し、平成 30 年 2 月までに 13 回の協議を重ね平成 30 年 4 月「斜里町商工業振興条例」施行された。

次に条例に基づいた「斜里町商工業計画」策定のため組織変更された「斜里町小規模企業振興策検討懇談会」にて改めて商工業の課題、解決方法などの協議を 15 回重ねて、平成 31 年 4 月に「斜里町商工業振興計画」が制定された。この「斜里町商工業振興計画」策定には、商工会も積極的に関与しており、小規模事業者に対する課題認識は斜里町と共有している。

### **課題 1：城内消費の低迷**

町外資本の進出、都市部への購買力流失に加え、通信販売、amazonなどのインターネット販売により城内購買力の低下が著しい。

### **課題 2：小規模事業者の競争力の強化**

大手資本、インターネット販売などに対抗する競争力強化をはかる必要がある。

### **課題 3：産業連携による地域の総合力の向上**

観光客の旅行形態の変化から、観光業だけではなく、農業、漁業との連携することによって新たなサービスが生み出され商工業の強化も図られる。

### **課題 4：食や特産品の高付加価値化**

農業も漁業も林業も、原材料のまま出荷することも多いが、それらを商工業事業者によって処理・加工されることで、より高値で販売することができる。

### **課題 5：地域プラットフォームの必要**

旅行の多様化に伴い地域間競争が激化し、様々な取り組みが必要であるが、例えばマーケティングやブランディング、物産品企画開発、特産品ブランド認証、着地型旅行商品開発、イベント開発、情報発信、道の駅経営、アンテナショップ経営、旅行サービス開発、生活関連サービスなどが必要とされるようになってきている。

これらは、一定の市場規模が見込めない限り、個々の事業者によるビジネスベースでの事業展開が困難であり、その内容からみても産業団体をはじめ多くの事業者の協力を得られなければ進めることができないものが多い。

地域の共通利益的な分野での事業体（地域プラットフォーム）が必要になってきている。

### **課題 6：人手不足**

全国的な人手不足は、斜里町においてもほぼすべての業種で深刻になっており、特に7月～11月までは主要産業の農業・漁業・加工工場などの一次産業、二次産業と観光業の最盛期が重なり人手不足が深刻な状況です。この人手不足は、人材の争奪戦の様相を呈しており、事業維持・拡大の阻害要因になっている。

### **課題 7：経営者育成**

人手不足とともに、事業後継者不足も深刻であり、経営者としての資質や育成の方法などが課題となっている。

## **(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方**

### **① 10年程度の期間を見据えて**

斜里町商工会では、小規模事業者の持続的発展と活力ある地域づくりを目指し、向こう10年程度の期間を見据えて、小規模事業者が経営改善に取り組み自社の経営基盤を安定させるため、事業計画の策定とその実行による売上増加・利益の確保、販路開拓支援、新たな事業への取組み支援を実施するため、

以下のとおり小規模事業者の長期的な振興のあり方を定め、地域の総合経済団体として小規模事業者に寄り添い持続的発展を支援し、地域経済の活性化に取り組んでいきます。

## **小規模事業者の持つ経営資源と地域の持つ資源の融合により 経営力の底上げを図り、地元から選ばれる小規模事業者**

②第6次斜里町総合計画・斜里町商工業振興計画との連動性・整合性ならびに商工会としての役割

斜里町では、第6次斜里町総合計画（平成26年度～平成35年度）における基本テーマ「幸せを実感できる住みよいまちづくり」を実現するため、その方向性を共有できるよう7つの基本目標を掲げている。

そして、7つの基本目標のうち、産業分野における基本目標「足腰の強い産業をめざす」を達成するため、次の施策を実行するとしている。

### **<施策1：自立的な事業経営のサポート>**

1-1：知床しゃりビジネスサポート事業やミラサポなどによる専門家による助言、相談 指導

#### **知床しゃりビジネスサポート事業とは**

意欲的かつ自立的に経営を維持・発展させていく事業者を増やすことを目指し令和元年度より斜里町の支援を受け開始した事業である。事業内容は、北海道よろず支援拠点の無料相談制度事業と連携関係を結び、チーフコーディネーターの定期的な派遣を受ける（令和2年度は月1回計12回予定）。このチーフコーディネーターとの相談を通して、課題解決に向けた方向性を整理し、必要に応じて個別分野の専門家からの助言を受け、経営改善に資することとする。専門分野の相談には、ZOOMを利用した遠隔相談も実施している。

令和元年度実績 延べ8日間

個別相談事業 小規模事業者 18社23回（全体21社 28回）

### **<施策2：連携による地域価値の向上と地域活性化>**

2-1：地域プラットフォーム（PF）の検討

・地域まちづくり会社、DMOなどといった地域のハブ的な組織の設立（令和元年7月に当商工会と特定非営利団体知床斜里観光協会とともに「**一般社団法人知床しゃり**」（以下「**一社**」）を設立し、まちづくり事業等について検討を始めている）

2-2：エリア・ブランディングと産業連携（一社連携）

2-3：食や特産品の高付加価値化（一社連携）

2-4：「道の駅しゃり」・「ウトロ道の駅シリエトク」を中心とする活性化

2-5：地域内循環・消費の拡大

### ＜施策3：人材の育成＞

#### 3-1：人材育成

- ・事業所の持続的発展や競争力強化及び後継者育成には、新しい知見を獲得していくことが欠かせないことから、可能な限り研修機会の確保に努めていく。

また、斜里町の「第6次斜里町総合計画（平成26年度～平成35年度）」及び「斜里町商工業振興計画（平成31年～平成35年）」において、「町内商業者は小規模経営である場合がほとんどであり、地域資源を活用した特産品づくりやイベント推進などにより、活性化をはかることを求めており、施策の推進は商工会と連携する」と記載されている。

上記を踏まえた当商工会が行う小規模事業者への支援の方向性としては、小規模事業者は事業規模が小さく経営資源に限りがあるため、コストダウンによる利益の確保より、売上自体の増加による利益向上を掲げ、支援を行っていく。

### （3）経営発達支援事業の目標

斜里町商工会では、上記、小規模事業者の長期的な振興のあり方を実現するため、経営発達支援事業の目標を次のとおり掲げて実施する。（5か年計画の目標）

特に、強みの抽出に注力した、効果的な個社支援体制を構築することで、小規模事業者が持つ強みを活かした取り組みを支援するとともに、事業計画の策定支援により各企業の目標を明確化させる。

- ①小規模事業者のうち特に商業者（サービス業含む）においては、認識した「強み」を顧客に訴求していく力が弱い場合が多く、特に販売促進の支援に注力し小規模事業者の売上高年1%増（5年5%増）を図る。
- ②斜里町の持っている地域資源を活用した観光開発や特産品開発を促進し、「知床しゃりブランド」の確立を目指すため、既存商品の販売額年1%増及び地域資源を活用した1事業者新商品1品の開発を図る。
- ③観光客の入り込み数及びテレワーク利用を推進し交流人口の増加を図ることにより、飲食業・宿泊業など観光関連産業の発展を推進することにより、宿泊業、飲食業等の売上高年1%増を図る。
- ④経営者の資質向上並びに適切な事業承継により小規模事業者数の減少率を5年間で5%以内に抑える。

## 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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

- ①経営分析を通して小規模事業者の課題を抽出し、地域経済動向調査・需要動向調査を加味した実効性の高い事業計画策定を支援する。また計画実行段階においても定期的なフォローアップを行い、目標に向かい伴走支援していくことで経営基盤の改善と強化を図っていく。
- ②斜里町の地域資源に、小規模事業者の持つ技術・ノウハウ・アイデア + バイヤー等の視点を組合せ、「売れる商品づくり」を支援する。また事業計画において販売戦略を構築し、展示会出展等で戦略を具現化することで販路拡大や売上・利益増加に向けた支援をおこない、経営基盤の強化を図る。  
地域資源には、「知床しゃりブランド（斜里町の地域資源を有効に活用した地域特産品事業）」を活用し、地域ブランド、地域資源の発掘と紹介を行い、地域ブランドを確立するための支援を行う。
- ③斜里町の交流人口を増加させ地域を活性化させるために、「地域資源を活用した商品による域外需要の取り込み」をはじめとする、宿泊業、飲食業、土産品店などの個店の魅力向上と面的な魅力向上を図り、観光入り込み客数の増加から地域内の売上高増加や創業・雇用の拡大につなげていく。  
またテレワークでの滞在は、観光客より中長期の滞在が多く、大きな経済効果が見込まれるため、アンケート調査を行い、テレワーク滞在者が増加し、小規模事業者の利益に繋がるよう支援する。
- ④研修会等で身につけた知識を習得する事は、事業所の持続的発展や競争力強化に必要な知識となるため、研修会などを開催し人材育成を行う。  
研修会受講者には、個別支援により計画策定・実行をサポートしていく。

### 3-1. 地域経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

これまでは、関係機関や金融機関等の統計資料や調査結果について、収集した情報の分析はされていなかったため、内部資料としての活用や相談業務の一部の提供に留まり、ホームページや広報誌等での情報公開について実施されていない状況であった。

今後は、関係機関等の調査結果を、地域内の小規模事業者が活用しやすいように整理分析し提供することで、身近なデータとして興味を持ってもらうとともに、自社を取り巻く外部環境を把握し、機会や脅威を見据えた事業計画の策定に向けて、意識の喚起に繋げていく必要がある。

## (2) 目標

| 項目                | 単位 | 現状 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|-------------------|----|----|------|------|------|------|------|
| ①地域経済動向情報<br>公表回数 | 回  | 0  | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    |
| ②観光経済動向調査<br>公表回数 | 回  | 0  | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |

※地域経済動向については、情報の収集は行っていたが、公表はしていなかったため、現状は0回としている。

## (3) 事業内容

### ①地域経済動向調査

内部資料として活用していた経済動向調査資料を、小規模事業者が外部環境として把握するため、分かり易いよう整理し情報提供する。

【活用資料】 全 国：中小企業景況調査報告書（中小企業庁）

北海道：中小企業景況調査報告書（北海道商工会連合会）

管 内：ビジネスレポート（網走信用金庫）

【収集項目】 業種毎の業況、売上、仕入、採算、資金繰り等のD I、直面している問題

【整理分析】 小規模事業者を取り巻く外部環境として、全国・北海道・オホーツク管内と対比が出来るよう整理し、想定する販路開拓先ごとに外部環境を把握できるようにする。

【提供方法】 ホームページ及び商工会刊行物への掲載、窓口相談や巡回訪問での提供

### ②観光経済動向調査

国が提供するビッグデータ（地域経済分析システム(RESAS)による「観光マップ」）及び知床斜里観光協会が毎月発表している、観光客入り込み数（日帰り客・宿泊者数、道内、道外客、国別客数）を抽出して、小規模事業者の事業計画策定への活用を図る。（年2回）

【調査項目】 訪問（訪日）分析、滞在エリア分析、観光ルート分析、地域別消費額など

【分析手法】 商工会職員が観光関連の調査項目データを抽出し分析を行って小規模事業者に情報提供を行う。

## (4) 成果の活用

調査結果については、全体としての集計の他、業種毎に集計分析し、地域内の小規模事業者を取り巻く外部環境を把握すると共に、ホームページに掲載して広く情報提供を行う。また巡回訪問や窓口訪問による小規模事業者の経営分析及び事業計画策定の基礎資料として活用する。

## 3-2. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

平成28年に消費動向調査を実施して、その調査結果は相談業務など情報資料と

して小規模事業者に提示していたにすぎなかった。今後は新たな商品開発、販売方法、サービス提供方法を考える際に必要とするかなど、分析内容や情報提供の仕方について改善し、需要動向の活用を図る必要がある。

## (2) 目標

| 項目                    | 単位 | 現状 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|-----------------------|----|----|------|------|------|------|------|
| ①地域特産品ニーズ調査<br>対象事業者数 | 社  | 0  | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    |
| ②宿泊者ニーズ調査<br>対象事業者数   | 社  | 0  | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   |

※需要動向調査については、情報の収集は行っていたが、公表はしていなかったため、現状は0回としている。

## (3) 事業内容

### ①地域特産品「知床しゃりブランド認証品」のニーズ調査

知床しゃりブランド認証品は、斜里町の地場産品を利用した農水産品、加工品、調理品などを、商品コンセプト、独自性、信頼性、市場性、将来性の5つの視点で、専門家とともに認証されている商品であり、小規模事業者6社の認定品、17品目を調査対象とする。

#### 【調査手法】

斜里町内に2カ所ある「知床しゃりブランド」公式オフィシャルショップにおいて、対象商品購入者にハガキによるアンケート調査を行う。(冷凍・水産加工品が多いため店頭での商品評価が難しい為)

#### 【調査項目】

基礎項目：年齢・性別・居住地域・家族構成・購入動機

商品評価：味・価格・量(大きさ・個数)、商品本体・パッケージなど

#### 【分析手法及び結果の活用】

アンケートの調査結果から、想定ターゲットと実際のニーズとの差異評価等を行い、商品ブラッシュアップの参考資料として活用する。

分析結果は、内容により経営指導員等がアドバイスをを行い、必要に応じデザイナーや製造業者等にフィードバックを行い商品のブラッシュアップを行い、より良い売れる商品作りと販路開拓を図る。



## ②宿泊客増加のためのニーズ調査

斜里町には年間約46万人もの宿泊客があるが、その多くは大型のホテルへの宿泊である。小規模事業者の宿泊施設への増加を目指すため小規模ホテル・旅館・民宿にて観光客へのアンケート調査を実施し、新たな需要の拡大に向けた事業計画策定に活用する。

### 【対象事業者】

宿泊業を営む10事業所

### 【サンプル数】

町外からの宿泊者・観光客300件（1事業所30件）を目標とする。

### 【調査手段・手法】

観光ハイシーズン（6月～9月）に宿泊した観光客、アンケート用紙並びに回収箱の設置により行う。

### 【調査項目】

共通項目としての年代・性別・居住地域・職業・家族構成に加え、宿泊施設自体や食事、サービス等の質、金額に対する満足度を実際に利用した立場から調査するとともに、フリーアンサーで特に気に入った点や、あるとうれしいサービスなど、次の宿泊に繋げる項目を調査する。

### 【分析手法及び結果の活用】

アンケート結果を宿泊客の属性ごとに取りまとめることで、事業所ごとの宿泊実態を明らかにして、観光客のニーズを把握し、「あるとうれしいサービス」等の共通する改善項目は全ての対象事業者にフィードバックする。

また、顧客からみた施設毎の強み弱みを分析することで、消費者ニーズにサービスの向上に繋げ、リピーターの増加及び口コミによる新規宿泊者の増加に繋げる。

特に滞在型の「観光入り込み客数」の増加に向けた戦略の立案による新たな需要の開拓に繋がる取組及び地域活性化への取組を図る。

## 4. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

これまでは、個社の経営分析に関する取組は、ネットde記帳利用者と金融相談、持続化補助金等の補助金申請などの依頼があった際に行う受け身の姿勢であった。また、財務分析に重点が置かれ、経営全体の課題抽出に繋がっていなかったことが課題である。

### (2) 目 標

| 項 目     | 単 位 | 現 状 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|---------|-----|-----|------|------|------|------|------|
| 経営状況分析数 | 件   | 1   | 25   | 25   | 25   | 25   | 25   |

※令和元年度財務分析実施件数 45件

### (3) 事業内容

#### ①経営分析を行う対象

- ・巡回指導や窓口相談において、経営課題があると思われる事業者
- ・「知床しゃりビジネスサポート事業」（事業内容はP8参照）での個別相談事業者

- ・小規模事業者持続化補助金等を活用する小規模事業者
- ・ポテトカード（事業内容は P.22④参照）利用実態を分析した事業者  
また、商工会でネットde記帳などを利用し記帳指導している小規模事業者に対して、財務分析だけではなく、定性的な分析を行い、より課題解決に向けた経営分析を行う。

## ②分析項目

分析項目は経営課題把握のため、業界動向、取扱商品・サービスの特徴（強み）、財務状況、後継者の有無等特に気になる経営上の問題点を想定している。小規模事業者の持続的発展のためには、特に強みと顧客ニーズの把握が最重要であり、最重点収集項目は取扱商品・サービスの特徴（強み）である。

経営状況の分析は、計画的な巡回により、できるだけ多くの小規模事業者を巡回することにより行う。巡回指導以外でも、ネットde記帳や確定申告、借入相談等で入手する小規模事業者の財務諸表も収集項目とする。

## ③調査・分析を行う手段

経営分析は、小規模事業者が自覚すべき経営課題、需要の開拓に寄与する取組の抽出のための作業であり、特に強みの抽出に注力する。

経営分析には、経済産業省が企業の健康診断ツールとして提供するローカルベンチマークを活用するとともに、収益性、安全性、資本効率性、成長性に関する指標については、財務情報から得られた内容から分析を行い、小規模事業者の経営状態を把握する。

経営分析は主として経営指導員が行うが、専門的見地を要する場合等は、中小企業診断士などの専門家を招聘し、窓口相談を実施する。相談には指導員も同席し、伴走型支援のためのポイントを把握する。

具体的には定性要因については、事業者からのヒアリングで得られた情報により SWOT 分析等を用い、定量要因については財務分析を用いて経営分析を行う。

|      |                                     |
|------|-------------------------------------|
| 定性項目 | 企業の沿革、取引先、競合、主要取引先、経営ビジョン、人材、設備、差別化 |
| 定量項目 | 比較財務諸表、係数分析（資本、売上総利益率等）、損益分岐点       |

## （４）分析結果の活用

分析結果は、当該事業者へ巡回訪問時に直接フィードバックし、売上の維持向上や 利益率を確保する事業計画の策定等に活用する。

また、設備投資を行う事業者については、積極的に経営分析を進めて金融機関への説明資料として利用するにあたり、経営状況の分析結果を、後述の「５．事業計画策定支援に関すること」に活用を図っていく。

## 5. 事業計画策定支援に関すること

### （１）現状と課題

現状では、持続化補助金やものづくり補助金の申請に関わる事業計画策定支援や金融相談時での簡易なアドバイスを中心に事業計画策定を支援してい

る。加えて、令和元年10月より斜里町の協力を得て「知床しゃりビジネスサポート事業」により北海道よろず支援拠点の相談窓口を定期的に設けることにより支援を行っている。これらの取り組みにより、事業者における課題把握や問題解決に向けた事業計画策定が増えてきたため、引き続き支援する。

## (2) 支援に対する考え方

経営指導員を中心として、巡回支援により事業計画策定の必要性を説明するとともに、経営分析を行った小規模事業者に対する個別相談会で事業計画の策定に繋げる。

また、「知床しゃりビジネスサポート事業」による相談窓口を併せて活用することにより、経営指導員の巡回でカバーしきれない支援対象者の掘り起しを行う。

以上により、計画に基づく経営の重要性についての意識啓発を行うとともに、小規模事業者の課題解決と未来の展望を見据えた事業計画の策定による経営力の強化を図る。

## (3) 目標

| 項目          | 単位 | 現状 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|-------------|----|----|----|----|----|----|----|
|             |    |    | 年度 | 年度 | 年度 | 年度 | 年度 |
| セミナー回数      | 回  | 4  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  |
| 参加者数(1回当たり) | 人  | 4  | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| 個別相談会       | 回  | 7  | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 参加者数 事業計画   | 名  | 6  | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| 事業承継        | 名  | 2  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  |
| 事業計画策定数     | 名  | 6  | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| 事業承継計画策定数   | 名  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  |

## (4) 事業内容

### ① 「事業計画策定等に関するセミナー・個別相談会」の開催

事業計画策定セミナーの実施により、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行うとともに、経営分析を行った事業者や「知床しゃりビジネスサポート事業」による相談窓口への相談者等については、個別相談会により、具体的な事業計画策定を支援する。

- 【支援対象者】 1) 経営分析を行った小規模事業者  
2) 持続化補助金等補助金申請者を行う小規模事業者  
3) 新商品開発や新たな販路開拓を行う小規模事業者

【募集方法】 文書の送付、商工会ホームページへの掲載、  
巡回・窓口での募集

【回数】 セミナー 年2回  
個別相談会年10回（1回1時間30分程度）

- 【参加見込】 セミナー 1回 15名程度  
個別相談会 1回 3名程度
- 【予定専門家】 北海道よろず支援拠点コーディネーター
- 【内容】 事業計画の必要性、事業計画の基礎知識、戦略的思考に必要な視点等
- 【手段・手法】 個別相談会で具体的な事業計画策定を行った事業者については、引き続き経営指導員をはじめとした職員の巡回訪問等で支援をすることにより、確実な計画策定に繋げる。

②「事業承継計画策定支援個別相談会」の開催

【支援対象者】 事業承継が必要となる小規模事業者

【支援内容等】

巡回や窓口相談等を通じたヒアリングにより、事業承継が必要となる小規模事業者を選定し、北海道事業引継ぎ支援センターやよろず支援拠点、税理士などと連携して個別相談等を実施し、事業承継に向けた課題等の整理・説明を行い、円滑な事業承継に向けた支援を実施する。

【回数及び参加見込み等】

上記事業計画策定個別相談会と同時開催とし、参加者は各回1名で延べ10名。

なお、個別相談会は窓口での専門家との対面相談会であるが、専門家との日時が合わないなど面談が難しい場合、ZOOMなどのテレビ電話会議システムを使用した個別相談会も随時実施することで、適切な事業承継のタイミングを逃さないように支援する。

## 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

経営指導員が、融資・補助金採択・経営革新計画承認等の目的を達成するための事業計画策定支援が中心であったこともあり、計画策定後の進捗状況等の確認については、全ての事業者に対する定期的なフォローアップが出来ていなかった。そのため、計画の見直しが必要な事業者への支援が不十分であったことが課題である。

### (2) 支援に対する考え方

新規に事業計画（事業承継計画を含む）を策定した事業者全てに対し、四半期に1回を目安に巡回指導で進捗状況を把握するとともに、計画の進み具合によっては回数を増やして対応する。

### (3) 目標

| 項目              | 単位 | 現状 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|-----------------|----|----|----|----|----|----|----|
|                 |    |    | 年度 | 年度 | 年度 | 年度 | 年度 |
| フォローアップ事業者数     | 人  | 12 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| 頻度(延回数 1人当たり4回) | 回  | 36 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| 売上げ増加事業所数       | 人  |    | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| 利益率年1%以上増加事業所数  | 人  |    | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  |

### (4) 事業内容

- ①計画的な巡回・窓口支援によるフォローアップ  
新規対象事業者(計画策定1年目)には、3ヶ月毎(年4回)、巡回や窓口支援を計画的に実施し、進捗状況を確認する。
- ②専門家による個別支援  
計画見直し等、専門家派遣が必要な場合、「知床しゃりビジネスサポート事業」やミラサポなどを利用し、計画を実現できるよう支援する。
- ③事業計画の進捗状況が順調な事業者に対しては、金融、補助金等の各種制度施策を活用し計画の実現を支援する。
- ④事業計画と進捗状況にズレがある事業者に対しては、原因を究明し必要に応じて、専門家による支援を実施し事業計画達成のための支援を実施する。

## 7. 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

これまで、小規模事業者に対して商談会展出やアンテナショップ出店などの情報提供にとどまり、小規模事業者の意欲に任せた状態で計画的な取り組みがなされておらず、必ずしも新たな需要開拓に繋がっていなかった。そのため、情報提供だけでなく、事業計画に則って積極的に販路開拓を行えるように提案することが必要である。

### (2) 支援に対する考え方

商工会が単独で商談会を開催することは困難であることから、これからは北海道、全国商工会連合会及び北海道商工会連合会などが主催する展示会や商談機会について小規模事業者へ積極的かつ計画的に提案する。

なお、商談会へは、事業計画を策定し、新商品開発、商品のアップグレードを行った小規模事業者を優先に出展できるよう支援する。

併せて、ホームページやSNSを活用しリアルタイムに情報発信を行う事により、来店機会の向上を図り売上の増加を狙う。

### (3) 目 標

| 項 目           | 単位 | 現状 | R 3<br>年度 | R 4<br>年度 | R 5<br>年度 | R 6<br>年度 | R 7<br>年度 |
|---------------|----|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ①商談会等出展事業者数   | 人  | 0  | 4         | 4         | 4         | 4         | 4         |
| 成約数／企業        | 人  | 0  | 2         | 2         | 2         | 2         | 2         |
| ②IT活用研修会      | 回  | —  | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         |
| 参加者数          | 人  | —  | 10        | 10        | 10        | 10        | 10        |
| ②IT活用事業者数     | 人  | 3  | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         |
| 売上高増加率／企業     | %  |    | 2         | 2         | 2         | 2         | 2         |
| ②ニッポンセレクト出展者数 | 人  | 1  | 2         | 2         | 2         | 2         | 2         |
| 売上高(月)／企業     | 万円 | —  | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         |

### (4) 事業内容

小規模事業者が持続的な経営安定を目指すための売上拡大や販路開拓の取り組みに対して、自社の経営状況について需要動向調査等を活用しながら的確に把握し、自社の商品・サービスの訴求ターゲットを明確にし、そのターゲットに対して最も効率的且つ効果的な商品・サービスの提供や情報発信を行う機会が増大するよう、商工会が事業者に寄り添った伴走的な支援を行う。

また、インターネットサービスを利用した販路拡大支援や斜里町にテレワーク等で来訪する人々を、新たな顧客として取り込むため、テレワークニーズ調査を行う。

#### ①商談会等出展支援（BtoB 支援）、（BtoC 支援）

商品・サービスのブラッシュアップにより消費者ニーズを捉えた商品について、商談会等を活用して地域内外に需要を拡大して行けるように支援する。また、出展後は経営指導員等が巡回訪問により商談結果や販売実績の整理・分析を行い、課題や問題点を抽出し改善に向け継続的に支援を実施する。支援内容は下記のとおり。

#### 【支援対象者】

都市部や道内外に広く販路拡大を目指す製造業、小売業、サービス業の小規模事業者

#### 【支援手法】

##### （出展前支援）

商品企画書作成や自社商品のPR手法など、商談能力向上の研修を行う。また必要に応じて専門家の個別相談にて準備を行い、効果的な出展・商談等が行えるように支援する。

##### （出展中支援）

出展当日は経営指導員が同行し展示レイアウトの指導や、来場者の反応、競合商品の状況等を情報収集し、フィードバックを行う。

(出展後支援)

当日接触した見込客への再アプローチについてフォローアップを実施し成約までの支援を実施していく。

【想定する主な展示商談会】

- 1) 「北の味覚発見！！展示会・商談会」
  - ・主催 北海道商工会連合会
  - ・開催場所 札幌市 開催時期 11月頃
  - ・対象及び規模 バイヤー等約160名
- 2) 「北海道産品取引商談会」
  - ・主催 北海道貿易物産振興会
  - ・開催場所 札幌市 開催時期 6月頃
  - ・対象及び規模 バイヤー等約2,000名

②ITを活用した販路開拓支援(B to C支援)

グーペ(無料ホームページ作成システム)を利用したホームページ作成支援、instagramやfacebook等のSNSなどによる情報発信により事業者の認知度向上や新規顧客の獲得に繋がり、売上の増加が期待できる。

また、全国商工会連合会が運営するニッポンセレクトへの小売業者の商品出品を推進し、インターネット通販の活用、販路拡大を図る。

【支援対象者】

主に地域内の飲食業、土産品店及び観光業者で販路開拓に意欲的な特産品等製造小売業者。但し新たな販路開拓に積極的な事業者も対象とする。

【支援手法】

専門家を活用しIT活用セミナー等で小規模事業者に活用方法、並びに職員による伴走支援を行う

【成果】

観光客等はスマートフォン等により現地での情報収集により店舗検索を行い、来店する事が多くある傾向にあるため、SNSの活用によりリアルタイムな情報発信が来店機会の増加に繋がり新規顧客の獲得及び固定客などの来店頻度の増加が見込まれ売上の増加につながる。

インターネット通信販売においては、販売チャンネルの拡大による販路拡大、観光客などのリピート買いが容易なり売上増加が図られる。

**8. 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

これまでは、事業報告等については、年1回斜里町経営発達支援計画評価委員会に報告、理事会を経て年1回の総代会時に事業報告するのみとなっているのが現状であり、詳細な各事業の内容についての評価及び検証までは、報告されていない。

今後においては、毎年度の総代会のほか、以下の方法により評価・検証を行うものとする。

(2) 評価・検証方法

- ①毎月開かれる職員会議において経営発達支援計画進捗状況及び事業内容につ

いての検証と確認を実施する。

なお、事業の実施状況を定量的に把握する仕組みとして、毎年、中小企業庁へ事業実績報告として提出するExcelシートを活用し、日々の支援について小規模事業者毎に作成し都度入力する。また併せて商工会基幹システムの経営カルテへも入力し、商工会職員間の情報共有を図り、実施状況を管理、把握できるようにする。

- ②理事会に対して、職員会議協議内容の報告を行い、事業の進捗状況・実施内容・検証について意見を集約し、実施事業の改善及び変更等について検討する。
- ③理事会終了後、斜里町商工観光課長、商工会役員、事務局長、法定経営指導員、また、外部有識者として、網走信用金庫斜里支店長並びに知床斜里町観光協会長で構成される「経営発達支援計画事業評価会議」にて、事業の実施状況及び成果の評価・見直し等を年1回実施する。
- ④事業の成果・評価・見直しの結果を理事会及び総代会で報告し、斜里町商工会のホームページ ([http:// shari-shokokai.com/](http://shari-shokokai.com/)) で本計画期間中公表する。

## 9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

これまでは、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が見受けられ、結果として事業者支援に同一職員のみが支援するなどの状況が見受けられた。

今後は、これまでの全般的な指導業務に対する資質向上のための研修に加え、不足している内容の研修も積極的に受講する。

また、専門家支援の同行による、実践的な支援のための資質向上に取り組むことで、小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウの習得を目指す。

### (2) 事業内容

#### ①OJT

- ・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。

#### ②OFF-JT

- ・各種研修会への参加による支援能力の向上  
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講座（分析手法等）へ参加し、職員全体の支援能力の向上を図る。

#### 【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講座への参加

### (3) ノウハウの共有方法

- ①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。

- ②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共有をはかる。

## 10. 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目的として実施する。

### (2) 事業内容

- ①金融懇談会（斜里町主催）（年1回 1月）

斜里町、斜里町金融協会（北洋銀行斜里支店、北海道銀行斜里支店、網走信用金庫斜里支店との金融懇談会に参加し、斜里町内の金融情勢や資金需要など情報交換を主として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などで、円滑な資金供給策について学ぶ。融資相談が小規模事業者の支援にいたるきっかけになる事が多いことから、十分な情報交換を行なう。

- ②小規模事業者経営改善貸付連絡協議会（年2回 6月、11月）

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学ぶ。

- ③北海道信用保証協会との連絡会議（年1回7月）

斜里町商工会はオホーツク管内商工会地域唯一の連絡所のためオホーツク管内商工会議所地域の経済動向と支援情報交換をおこなう。

- ④北海道よろず支援拠点等の支援機関との連携（随時）

北海道よろず支援拠点とは、知床しゃりビジネスサポート事業で、個別企業の支援を実施しているが、このような事業者との面談には経営指導員等が同席し、分析手法や支援技術等の情報交換により販路開拓や売上向上に関わる支援ノウハウの向上を図る。

## 11. 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、商工会を中心とした実行委員会組織においてのイベント開催や各種団体が主催する地域イベントへの参加・協力が主たる事業であった。

また斜里町農業協同組合との「斜里町の農畜産品利用促進に向けての協定」においても、商品開発等などは、小規模事業者が自ら取り組みであり、商工会

としての関与が少なかった。

## (2) 事業内容

### ① 「知床しゃり」観光・物産PR事業

「知床しゃり」の観光・物産のPR事業は、斜里町、斜里町農業協同組合との連携により、友好都市である弘前市の「弘前食と産業まつり」会場において斜里の農産物、水産加工品など物産PR事業に参加する。

### ② 「知床しゃり」産農水産物活用による特産品開発事業への取組み

平成24年10月に斜里町商工会と斜里町農業協同組合は「斜里町の農畜産品利用促進に向けての協定書」を締結し、「知床しゃり」産の農畜産品（小麦・でんぷん・小豆など）の普及を進めるなど、地産地消に向けて農業・商工業一体となりお互いに協力・推進していくこととしている。

現在、菓子店、パン屋、飲食店4店舗で、斜里産小麦粉を使用した、スイーツやパン、ピザなど販売している。

100%斜里産小麦を使用した、パンやスイーツには「斜里産小麦100%使用シール」を貼り地域の魅力と価値を町民に周知し売り上げを伸ばしており、今後も斜里町農業協同組合と連携し、小規模事業者による特産品開発を積極的に支援、推進していく。

### ③ 「知床しゃり」の農水産物の活用による特産物の開発

世界自然遺産の町、斜里町では、「真の知床産」の優れた商品をブランド化することで、他の商品との差別化を図ることを目的として、「知床しゃりブランド」の認証制度を設けて、現在11社で25品目認定されている。

なお、「知床しゃりブランド」のPRは札幌、東京で行うとともに、ホームページでの紹介も行っている。

また、斜里町に2つある道の駅に、「知床しゃりブランド」のオフィシャルショップを設けPRしている。

これからも、付加価値のある安心・安全な特産品開発を行うため、東京農業大学オホーツクキャンパスからの支援も受けながら、特産品開発を支援していくほか、安定した特産品の販路拡大も図っていく。

### ④ 町内での購買促進事業への取組み

斜里町では平成7年からICカードを利用した広域のオホーツクカード事業を実施していたが、平成30年にポイントカードの機器更新に伴い斜里町単独システムのポテトカード事業が新たにスタートした。

これは、子ども見守り機能や、ポイントのモバイル機器対応により町内循環バスでも使用可能になるなどの機能も強化されて地域通貨として機能している。

このポテトカードを利用して、小規模小売業への集客を図り地域内循環をすべく、倍アップセールや加入促進事業など積極的に支援している。

### ⑤ にぎわい創出「ふらっとナイト」事業

斜里町の中心商店街の2つの商店街が実行委員会を組織し、これまで毎月第2金曜日の夜に「ふらっとナイト」というイベントを22年間継続して開催し、

商店街を構成する商店による抽選会などを実施、中心商店街への「にぎわい創出」イベントによる活性化を図っており、商工会として継続支援していく。

⑥人材確保のための事業への取組み

斜里町とともに、7月に町内企業による「合同企業説明会」を、地元斜里高校生、求職者、Uターン希望者の親族を主な対象として実施しており、今後も地元企業の紹介の場、人材確保の場として活用していく。

⑦「一般社団法人知床しゃり」支援

令和元年7月に当商工会と特定非営利団体知床斜里観光協会とともに「一般社団法人知床しゃり」（以下「一社」）を設立した。この一社では、斜里町特産品開発販売・観光開発（旅行商品提案）など斜里町の魅力を伝える事業を行うため、商工会としても支援する。

なお、「一般社団法人知床しゃり」とは、①～③迄の事業について協力して事業を実施していく。

⑧テレワーク・リモートワーク推進による交流人口増加への取組み

斜里町において平成28年度から進めているテレワーク事業により、通常のビジネス営業・取引とは別に、テレワークを目的として来町する企業、ビジネスマンが増えている。1年度からは、商工会が指定管理者として管理運営している斜里町産業会館内のフリーワーキングスペースが運用され令和元年度延べ568名が利用した。令和3年4月には産業会館の改装により、さらに利用しやすい環境が整うため、今後も利用者の増加が見込まれる状況にあり、町外からの来訪者を小規模事業者が取り込み交流人口の拡大を図るためアンケート調査を実施する。

【対象事業者】

飲食業・宿泊業

【サンプル】

テレワーカー 100名を目標とする。

【調査手段・手法】

6月～10月、アンケート用紙を配布し回収箱により回収する。

【調査項目】

全体項目－年代・性別・居住地域・業種・滞在日数・宿泊先

斜里を選択した理由、

飲食項目－朝食・昼食・夕食・おやつ等1食あたりの予算、食事開始時間メニュー、量(品数)、金額、営業時間など、

宿泊項目－食事の有無、食事内容、アメニティ、設備（バス・トイレ）  
部屋以外の設備、wifiや有線LANの有無

その他－斜里を選択した理由、仕事以外の過ごし方、フリー回答項目

【分析結果の活用】

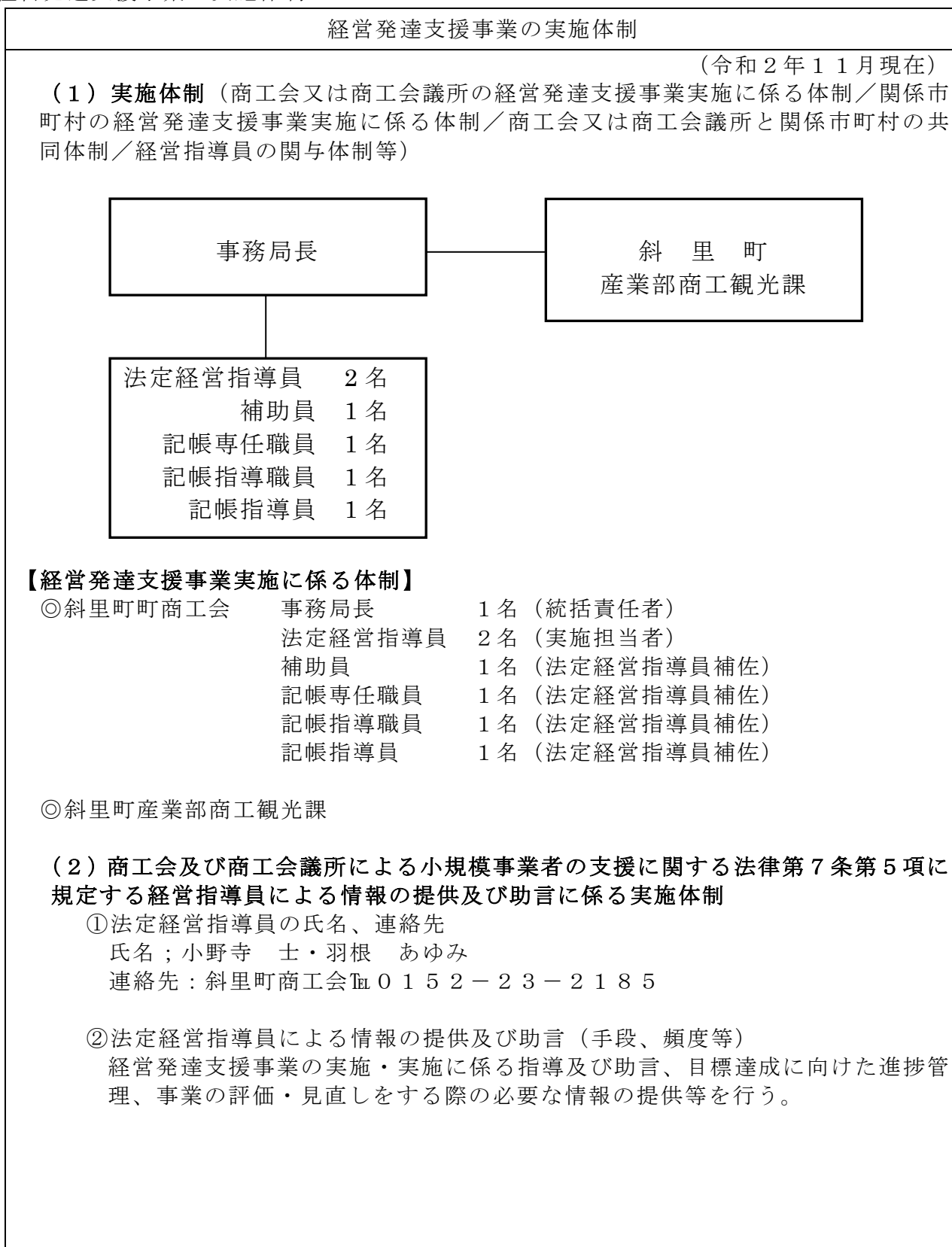
結果を飲食店及び宿泊施設にフィードバックし、新メニュー開発や新たなサービスの開発に活用する。

このことにより、長期滞在のテレワーク利用者の増加や飲食店及び宿泊

施設の利用を高め、町外からの来訪者の取り込みにより交流人口の拡大を図る。

(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

〒099-4113

北海道斜里郡斜里町 2 9 番地 8

斜里町商工会

TEL 0152-23-2185 FAX 0152-23-0501

E-mail : shashoko@rose.ocn.ne.jp

#### ② 関係市町村

〒099-4192

北海道斜里郡斜里町本町 12 番地

斜里町産業部商工観光課

TEL 0152-23-3131(代) FAX 0152-23-5556

E-mail : sh.rousei@town.shari.hokkaido.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)

|          | R 3 年度 | R 4 年度 | R 5 年度 | R 6 年度 | R 7 年度 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 必要な資金の額  | 2,000  | 2,000  | 2,000  | 2,000  | 2,000  |
| 個別相談会開催費 | 1,100  | 1,100  | 1,100  | 1,100  | 1,100  |
| セミナー開催費  | 200    | 200    | 200    | 200    | 200    |
| 商談会費     | 250    | 250    | 250    | 250    | 250    |
| 需要動向調査費  | 200    | 200    | 200    | 200    | 200    |
| 広報費      | 150    | 150    | 150    | 150    | 150    |
| 旅費       | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

(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

道補助金・町補助金・全国連助成金・会費収入・手数料収入・受託料収入

(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<br>並びに法人にあつては、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   |
|  |