

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	置戸町商工会（法人番号 4460305000199） 置戸町（地方公共団体コード 015504）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>（1）対話と傾聴を通じて、本質的な経営課題の解決に対応した事業計画策定を支援する。</li> <li>（2）商業機能を維持するため、事業承継支援等を通じて、新陳代謝を促進し、小規模事業者の減少を抑制する。</li> <li>（3）新たな需要開拓を目指す小規模事業者に対して、販路開拓支援による売上の増加を図る。</li> </ul> <p>地域への裨益目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>（1）経営発達支援事業の目標を達成することにより、経営基盤を強化した事業者や消費者ニーズに対応した事業者、事業承継や創業により新陳代謝が図られた事業者など、商業機能の活性化により地域住民の利便性や満足度の向上に貢献する。</li> <li>（2）置戸町や関係機関と連携し、地域資源活用した商品の販路開拓を行うことで、地域外からの需要獲得により地域経済の活力を図る。</li> </ul>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3. 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> <li>（1）RESASを活用した地域経済動向調査の実施</li> <li>（2）各種経済情報を活用した地域経済動向調査の実施</li> </ul> </li> <li>4. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> <li>（1）物産展における需要動向調査の実施</li> <li>（2）展示会における需要動向調査の実施</li> </ul> </li> <li>5. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> <li>（1）巡回訪問等による支援事業者の掘り起こし</li> <li>（2）経営分析（定量分析である「財務分析」と定性分析である「非財務分析」の双方を行う。）</li> </ul> </li> <li>6. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> <li>（1）DX推進セミナーの開催及び専門家派遣の実施</li> <li>（2）事業計画策定支援の実施</li> <li>（3）事業承継計画の策定支援</li> <li>（4）創業計画の策定支援</li> </ul> </li> <li>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> <li>（1）事業計画策定事業者に対するフォローアップ</li> <li>（2）事業承継計画策定事業者に対するフォローアップ</li> <li>（3）創業計画策定事業者に対するフォローアップ</li> </ul> </li> <li>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> <li>（1）物産展への出展支援（B to C）</li> <li>（2）展示会への出展支援（B to C、B to B）</li> <li>（3）DX活用による販路開拓支援（B to C）</li> </ul> </li> </ul>
連絡先	置戸町商工会

<p>〒1100 北海道常呂郡置戸町字置戸 456 番地の1 TEL 0157-52-3520 / FAX 0157-52-3523 E-mail : okeshoko@abelia.ocn.ne.jp 置戸町 産業振興課 商工観光係 〒099-1100 北海道常呂郡置戸町字置戸 181 番地 TEL 0157-52-3313 / FAX 0157-52-3353 E-mail : syoukou@town.oketo.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

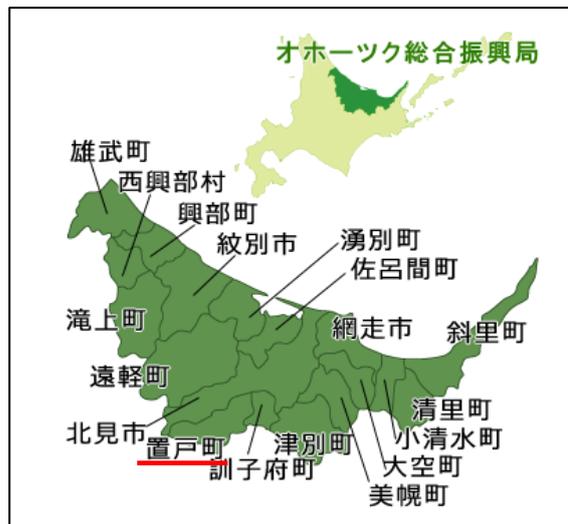
①置戸町の概要

ア. 立地

置戸町は北海道の東部、オホーツク総合振興局（旧網走支庁）管内の西南端に位置し、オホーツクの中心都市である北見市からは36.7 km、車で約40分の距離にあり、東西40.3 km、南北29.6 kmで総面積527.27 km<sup>2</sup>の東西に長い広大な面積を有しています。北は北見市留辺蘂町、東は訓子府町、南西は十勝総合振興局管内の陸別町、上士幌町、足寄町の5市町と接しています。

大雪山の東端に位置し、東部は丘陵地帯、西部は山岳地帯で町の面積の約87%を占める広大な森林が広がり、その多くは国有林です。大雪山系三国山に源流を持つ常呂川が、最上流部の鹿ノ子ダム（おけと湖）から東に向かって町を縫うように流れています。

気候は夏冬、昼夜の寒暖の差が大きく積雪降雨が少ない内陸性気候で、冬期間は気温が低くなるものの晴れた日が多く、日照時間が長いのが特徴です。



置戸町の位置（出典：北海道）

②人口（推移）

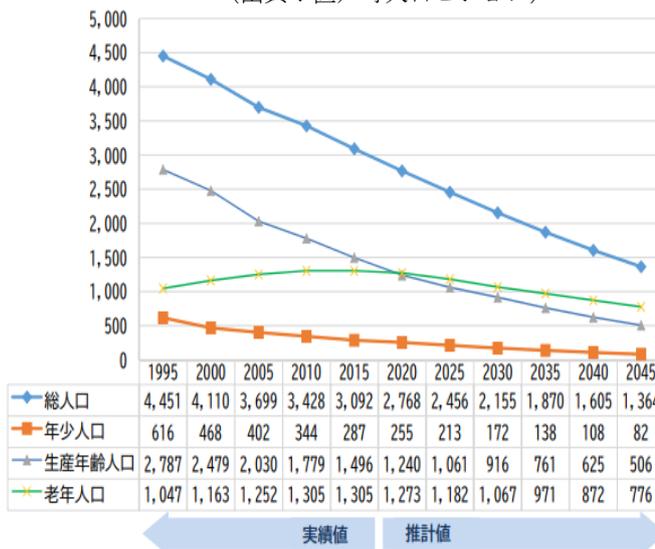
人口は、昭和30(1995)年の12,671人をピークに減少を続け、令和2(2020)年には2,775人とピーク時の約5分の1となっています。また、昭和40(1965)年代に入り輸入材導入によって山村立地の優位性が崩壊し、町の基幹産業である林業に係る山林労働者の減少や製材工場の閉鎖を招いたことが、大きく影響していると思われます。

国立社会保障・人口問題研究所における「日本の地域別将来推計人口(平成30(2018)年推計)では、今後も将来に向けて人口減少が継続し、令和27(2045)年には現在人口の半数以下となる1,364人まで減少すると推計されています。

現在、置戸町では第6次総合計画(令和2(2020)年～令和11(2029)年)の目標人口を2,500人としており、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、施策を推進することとしています。

国立社会保障・人口問題研究所による推計

(出典：置戸町人口ビジョン)



## (2) 産業別の現状及び課題

### ①農業・林業（基幹産業）

基幹産業は農業・林業であり、令和3年度の農業産出額は46.2億円となっています。

農家戸数は89戸で主な農産物は、甜菜、玉ねぎ、馬鈴薯、小麦、豆類、ヤーコンなど、乳用牛飼育や肉用牛飼育など畜産にも取り組んでいます。生産現場においては、経営者の高齢化や後継者不足等による農家戸数は減少、家族経営や規模拡大を支える営農支援組織の労働力不足、進展する国際化への対応や家畜伝染病に対する防疫体制の強化などが喫緊の課題となっています。

林業では、計画的な森林整備により森林の多面的機能を持続させ、森林資源の循環利用を推進しています。森にはエゾマツをはじめ、たくさんの樹種が揃います。2017年東京五輪選手村へ建築材に、トドマツなどの角材を提供しました。また、大規模な製材工場では梱包材・パレット材を主力に、端材はチップにするなど素材を無駄なく活用しています。伐採される森林が増える一方、コスト面や人材不足等を要因として造林未済地が増加していることから、森林資源の適切な循環利用を推進し、将来に豊かな森林を残していくため、森林を守り育てる環境づくりの課題となっています。

なお、林業の町として栄えた置戸町には、「オケクラフト」という地域クラフトブランドがあり、エゾマツのほかセンヤクやカバ等約20種類の道産材を使い、器やカトラリー等、数多くの暮らしの道具を、町内に工房を構える「作り手」が製作しています。置戸町では、その年に誕生した町内在住のお子さんにオケクラフトのオリジナルギフトをプレゼントする「すくすくギフト」に使われており、日本ギフト大賞北海道賞を受賞しました。

オケクラフトは、令和5年度に誕生から40周年を迎え、記念イベントを通じ、町の産業として一層の推進を図るとともにブランド化を進め、食のまちづくりや林業などの関連産業と連携し、多面的な機能を生かした取り組みを推進しております。



「すくすくギフト」  
オケクラフト オリジナルギフト

### ②商工業

置戸町の商工業者数等の内訳（商工会調べ）

令和5年4月1日現在

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店 宿泊業	サービ ス業	その他	計
商工業者数	13	33	7	20	9	43	7	132
小規模事業者数	11	30	4	20	8	38	7	118

商工業を取り巻く環境は、地域での自動車利用が生活の中で欠かせないものとなっていることに加え、道路交通網の整備が進んだことで、近隣市町の大規模量販店等がより身近となり、地域に住む人々の生活圏が拡大し、購買力の流出に歯止めがかからない状況となっております。

また、インターネット環境が各家庭に浸透したことで、数ある選択肢の中から自由にモノを選び、時間や場所を問わない消費活動が可能となるなど、生活スタイルの変化とともに消費者ニーズも多様化しています。このような環境の変化は、本町の商工業に大きな影響を与えており、高齢化に伴う後継者・従事者不足に繋がっていることから、事業承継の対応が喫緊の課題となっています。

一方、町内の高齢化率は、2020年44.8%（全国平均28.7%）と高く、交通手段を持たない高齢者にとって、地域内商工業者等に寄せられる期待と責任は大きいと大きく、地域ニーズに寄り添

った新たな商工業機能のあり方を検討し、各種支援策を活用したスピード感ある対応が必要と考えております。

このような厳しい経営環境の中、商工会は町外からの移住者に対して、町の起業補助金等の活用を支援し、平成30年度から5年間において、オケクラフト工房6件、飲食店3件、理美容業1件の開業につなげたところです。

建設業は、民間需要の低迷や近隣業者との競合による事業所撤退のほか、インフラ業種事業者が高齢化により廃業を検討している状況であります。そのため工業系の業種においては、技術者の高齢化に加え、町内での人材確保が困難となっていることが課題です。

飲食業は、原材料等の高騰やコロナ禍で自宅飲食が浸透し、以前の外食や会合が復活しておらず、営業形態の変更を進め対応している状況です。

商工業の維持は、町全体の経済に密接に関係しており、新たな視点での起業支援や他産業及び専門家等との連携により、新しい人の流れや魅力を生み出すための取り組みを推進していくことが喫緊の課題となっております。

### 【小規模事業者の現状と課題】

当町における商工業者のうち9割弱を小規模事業者が占めていることから、上記「商工業の現状と課題」と共通点が多くみられます。

なお、当町の小規模事業者は、業種別にみると以下のとおりとなっております。

業種	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店 宿泊業	サービ ス業	その他	計
事業所数								
平成30年度	13	30	7	23	11	42	12	138
令和5年度	11	30	4	20	8	38	7	118
増減	-2	0	-3	-3	-3	-4	-5	-20

小規模事業者数については、平成30年度には138者であった小規模事業者数が、令和5年度には118者と6年で20者の減少となっております。要因は、高齢化や病気、赤字等及びコロナウィルス感染症拡大の影響を強く受け、製造業を除く業種において減少しました。製造業者数の維持に至った要因は、地域ブランド「オケクラフト」の作り手6者が創業したことによるものです。小売業、飲食店・宿泊業は減少となりましたが、町の起業補助金を活用した新規創業者があったため、大幅な減少に至らなかったところですが、中心市街地の商業機能の維持が今後の課題となっております。

### 【商工会の現状と課題】

当会は、経営指導員以下3名で地域内小規模事業者に対して経営支援を実施しており、小規模事業者の税務・労働・金融・経営一般など基礎的経営支援を行う一方、平成31年3月に第1期経営発達支援計画の認定を受け、経営課題の解決に向けた伴走型支援に取り組む中で、セミナーや相談会を通じて事業計画策定を支援してきました。

一方、新型コロナウイルス感染症の長期化により、感染リスクの少ないインターネットショッピングの利用が増え、地域内における購買活動が減少したことから、事業者に対してデジタル化に向けた事業再構築の働きかけを行ったものの、次の展開に進めることができませんでした。

また、経営指導員不在時における相談対応が限定的なものとなったことから、対応に時間を要することがありました。

これらの現状を踏まえ、次の課題を解決する必要があります。

#### 商工会の課題

①巡回訪問等、小規模事業者との「対話と傾聴」を通じて、経営課題を事業者自らに気づきを引き出す支援スキルが不足していたことが課題です。そのため職員個々の伴走支援のスキル向上をはじめ、支援スキルの平準化のため、支援内容や進捗状況を共有化する仕組みづくりに一層取り組む必要があります。

②目まぐるしく変化する経済情勢に対応するためにはD X関連の支援力向上は不可欠であることから、関係機関や外部専門家と連携して取り組むことが必要です。

### (3) 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

本町は今後一層、人口減少や少子高齢化が進行すると予想されております。令和7年には75歳以上の人口割合が32%を超え、およそ3人に1人が75歳以上となるとも言われており、今後10年を見据えた場合には更にその割合は増加するものと思われま

す。このことは当町の小規模事業者が抱えている課題（経営者の高齢化）とも連動しておりますが、高齢化の進行は地域購買力や消費マインドの低下が懸念されるため、地域経済において厳しい状況が続くことが予想されます。

また、近年、デジタル技術が加速度的に進展していますが、当町の小規模事業者の多くは従前のビジネスモデルを踏襲しており、多様化する消費者ニーズに対応するためのデジタル化の導入には至っていないことが課題です。

これら諸課題に対応するためには、小規模事業者が自己変革する力を身に付け、本質的な課題を解決するための潜在力を発揮することが必要です。

そのためにも事業者との「対話と傾聴」を通じて「気づき」を促す課題設定型の伴走型支援を行うことが事業の持続的な発展につながると考えます。

加えて、当町の地域ブランドである「オケクラフト」の認知度の更なる向上を行うことで交流人口の増加や地域外からの需要を取り込むことにつながることから、関係機関と連携してオケクラフト製作事業者に対する販路開拓を支援します。

そこで10年程度の期間を見据えた「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を次のとおり設定します。

- 1) 地域社会の構造変化や消費者ニーズの変化に対して、事業者が自らの力で対応・自走化するための支援を行うことで事業の持続的な発展を図ります。
- 2) 事業承継支援により小規模事業者の新陳代謝を促すことで地域経済に活力を取り戻し、商業機能の維持を図ります。
- 3) 地域ブランド「オケクラフト」への支援を通じて地域の魅力を発信し、地域外からの需要を取り込みます。

#### ②置戸町総合計画との連動性・整合性

第6次置戸町総合計画（令和2年度～令和11年度）では基本目標に「にぎわいと活気あふれる産業のまちづくり」が掲げられており、各産業の振興方針が示されております。

その中で、商工業の課題として、(a)インターネットの普及による消費者ニーズの多様化、(b)高齢化に伴う後継者不足、(c)交通手段を持たない高齢者等、町民のニーズに応じた商業機能のあり方、などが挙げられています。

これらの諸課題に対応するためには、「地域商工業の活性化が必要」との考えが示されており、「商工業の振興」における基本施策「地域商工業の活性化」では、「商工会を通じた支援により地域の商工業者の経営安定を図るとともに、町に新たな人の流れを生み出す取り組みや企業に対する支援の充実」が掲げられています。

さらに2つ目の基本施策「商店街の振興」では、「地域に求められる商店街としての機能を確保するため、既存の商店や新たな企業に対する積極的な支援を図り、魅力ある商店街づくりを推進」することが掲げられています。

なお、オケクラフトについては、「オケクラフトの振興」として、農業・林業・商工業・観光と並び置戸町における主要産業として総合計画に振興策が示されており、オケクラフトによる地域活性

化が期待されていることが認識できます。

以上のことから、当会が考える「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」は、置戸町が目指すまちづくりの方向性と連動性・整合性が高いことから、置戸町との連携をより一層強化し、地域商工業の振興発展のため小規模事業者に対する経営発達に資する取り組みを行います。

### ③商工会としての役割

当町の小規模事業者を取り巻く環境は、地区内人口の減少や高齢化、さらには消費者ニーズの多様化への対応など経営課題が多様化しております。

そのような状況下において、当会は事業者との「対話と傾聴」を通じて本質的な課題への「気づき」を促し、「内発的動機づけ」のもと自走化に向けた伴走型支援を推進します。

また、商業機能の維持には事業承継等による新陳代謝を促進する必要があることから、事業承継支援や創業支援を行います。

加えて、地域資源（オケクラフト等）及びDXの活用により新たな需要獲得を目指す、意欲ある事業者に対して販路開拓支援を行うことで、小規模事業者の事業の持続的発展に寄与します。

### （４）経営発達支援事業の目標

小規模事業者の経営力向上、商業機能の維持、地域経済の活性化を目指し、経営発達支援事業の目標を次のとおり設定します。

【目標①】対話と傾聴を通じて、本質的な経営課題の解決に対応した事業計画策定を支援します。

- |                   |         |
|-------------------|---------|
| 1) 事業計画策定事業者数     | 25件／5年間 |
| 2) 利益率2%以上の増加事業者数 | 20件／5年間 |

【目標②】商業機能を維持するため、事業承継支援等を通じて、新陳代謝を促進し、小規模事業者の減少を抑制します。

- |                 |        |
|-----------------|--------|
| 1) 事業承継計画策定事業者数 | 5件／5年間 |
| 2) 創業計画策定事業者数   | 5件／5年間 |

【目標③】新たな需要開拓を目指す小規模事業者に対して、販路開拓支援を通じて売上の増加を図ります。

- |                         |        |      |        |
|-------------------------|--------|------|--------|
| 1) 商談会出展支援者数            | 5件／5年間 | 成約件数 | 5件／5年  |
| 2) 展示即売会出展支援者数          | 5件／5年間 | 売上目標 | 10万円／件 |
| 3) DX活用による販路開拓支援者数      | 5件／5年間 |      |        |
| 4) DX活用により売上2%以上の増加事業者数 | 5件／5年間 |      |        |

### 【地域への裨益目標】

上記経営発達支援事業の目標を達成することにより、経営基盤を強化した事業者や消費者ニーズに対応した事業者、事業承継や創業により新陳代謝が図られた事業者など、商業機能の活性化により地域住民の利便性や満足度の向上に貢献することを目標とします。

また、置戸町や関係機関と連携し、地域資源を活用した商品の販路開拓支援を行うことで、地域外からの需要獲得により地域経済に活力を生み出すことを目標とします。

## 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6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

#### 【小規模事業者の目標達成に向けた方針】

①対話と傾聴を通じて、本質的な経営課題の解決に対応した事業計画策定を支援します。

小規模事業者を取り巻く経営環境は目まぐるしく変化しており、既存事業の再構築等を通じて売上・利益の増加といった経営の発達を図るためには、事業者が目先の経営課題に対応するだけでなく、現状のビジネスモデルに潜んでいる本質的な経営課題に気付き、解決へ向かう意識の醸成が必要です。

そのためには、事業者との「対話と傾聴」を繰り返し行うことで、事業者自身が本質的な課題を認識し、自らが見出した課題として納得（腹落ち）し、解決に向けた意識の醸成（自走化）につながるための支援を行います。

②商業機能を維持するため、事業承継支援等を通じて、新陳代謝を促進し、小規模事業者の減少を抑制します。

人口減少や高齢化が著しい当町において地域経済を維持していくためには、中心市街地の商業機能の新陳代謝は避けて通れない地域全体の課題であることから、事業者との対話と傾聴により円滑な事業承継を支援します。

あわせて置戸町と空き店舗の情報を共有し、置戸町と連携して創業予定者、創業希望者に対して不足業種や後継者不在の事業所とのマッチング支援など、地域経済の機能維持のための支援を行います。

③新たな需要開拓を目指す小規模事業者に対して、販路開拓支援を通じて売上の増加を図ります。

地域資源の活用による販路開拓支援は、置戸町の認知度を高め、新たな顧客の創出や地域外からの需要の獲得などの効果が期待されることから、置戸町、関係機関及び専門家等と連携し、オケクラフトを中心とした製造業者に対して、「対話と傾聴」に重点を置き、物産展や展示即売会への販路開拓支援を行います。

また、商圏外からの需要の獲得にはDX活用は有効な施策であることから、DXに向けた各種ツールの活用を促し、売上利益の向上に向けた販路開拓支援を行います。

#### 【地域への裨益目標の達成に向けた方針】

地域住民の利便性や満足度を向上するためには、中心市街地における商業機能の維持発展が重要であることから、新たな取り組みを目指す事業者や円滑な事業承継等に取り組む事業者などを「対話と傾聴」に重点を置いて支援します。

また、オケクラフトなど地域資源を活用した商品は、交流人口の増加や地域外からの購買活動など地域経済の活性化がもたらされることから、置戸町や関係機関と連携し、販路開拓支援を行います。

## 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

第1期計画においては、地域内経済動向調査の実施や関係機関の経済動向調査に関する情報を定期的に収集し、小規模事業者へ巡回訪問の際に情報提供してきました。

一部の小規模事業者は事業計画策定に活用しておりましたが、地域内経済動向調査については、情報量が限定的でありました。また、関係機関の経済動向調査については、小規模事業者自らを取り巻く経営環境としての認識に至るまでの説明が不足しておりました。

そのため、経済動向調査の内容が個々の小規模事業者の事業計画の反映に至っていないことが課題です。

そこで、第2期計画においては事業内容を見直し、関係機関の経済動向調査を活用した情報提供のほか、国が提供する地域経済分析システム「RESAS」を活用し、小規模事業者自身が事業活動との関連性が可視化された情報であると認識することで、実効性の高い事業計画策定に反映させていきます。

#### (2) 目標

事業内容	公表方法	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
RESASを活用した調査結果の公表回数	HP掲載	—	1	1	1	1	1
各種経済動向調査公表回数	HP掲載	—	4	4	4	4	4

#### (3) 事業内容

##### ① RESASを活用した地域経済動向調査の実施

地域内外の経済動向を把握するため、多角的に可視化できる地域経済分析システム「RESAS」を活用し、事業計画策定の基礎資料とします。

調査回数	年1回
調査項目	<b>【地域経済循環マップ】</b> 地域の生産・分配・支出におけるお金の流入・流出を調査 <b>【産業構造マップ】</b> 地域の製造業、卸売・小売業、農林水産業の構造を調査 <b>【消費マップ】</b> POSデータによる消費の傾向や消費構造を調査 <b>【観光マップ】</b> 観光施設の検索情報や外国人の動向情報を調査 <b>【まちづくりマップ】</b> 人の流れや事業所立地動向、不動産取引状況などの情報を調査
調査結果の分析方法	経営指導員が上記調査項目を抽出し、専門家と連携して分析を行います。

##### ② 各種経済情報を活用した地域経済動向調査の実施

オホーツク振興局管内や道内といった地域外の経済状況を把握するため、関係機関が定期的に公表している「北海道」「オホーツク管内」といったエリア別の経済動向調査を活用し、事業計画策定の基礎資料とします。

調査回数	年4回
調査項目	<b>【北海道】</b> 北海道商工会連合会「中小企業景況調査」 業況DI、売上DI、採算DI、資金繰りDI、原材料・仕入単価DI <b>【オホーツク管内】</b> 北見信用金庫「景況レポート」、 売上DI、収益DI、販売価格DI、原材料価格DI、原材料在庫DI、資金繰りDI 網走信用金庫「管内企業業況調査」

	業況 DI、在庫状況 DI、販売価格 DI、仕入価格 DI、経営上の問題点
調査結果の分析方法	経営指導員が上記調査項目を抽出し、専門家と連携して分析を行います。

(4) 調査結果の活用

分析した調査結果は事業計画策定の基礎資料として小規模事業者にも活用してもらうため、商工会ホームページに掲載します。

また、経営指導員が事業計画策定等の支援における参考資料として活用します。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第1期計画においては、業種毎に個店アンケートを行い、市場動向調査資料の提供を行うこととしていましたが、新型コロナウイルスの感染拡大により、消費者が個店に足を運ばない状況が続いたことから実施に至りませんでした。

そこで第2期計画においては、業種毎の需要動向調査を見直し、販路開拓を目指す小規模事業者の更なる商品の磨き上げや新たな商品開発に寄与し、売上・利益の増加という目標を達成するため、消費者や流通業者が集まる場所での需要動向調査を行うこととします。

(2) 目標

事業内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
商談会における需要動向調査支援者数	—	1	1	1	1	1
展示即売会における需要動向調査支援者数	—	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

①商談会における需要動向調査の実施

北海道商工会連合会が主催する商談会において、試食にあわせアンケート調査を実施し、アンケート分析結果は支援対象となる小規模事業者へフィードバックします。

想定する商談会	北の味覚、再発見！！ 主催：北海道商工会連合会 時期：10月 場所：ホテル札幌ガーデンパレス（札幌市） 規模：出展者58企業、来場者約200人
支援対象者	事業計画を策定し、地域資源を活用した商品により販路開拓を目指す小規模事業者
サンプル数	30人以上
調査対象	北の味覚、再発見！！に来場した流通業者、一般消費者、関係機関
調査項目	属性情報：居住地・性別・年代 商品情報：味・量・価格・パッケージデザイン・満足度・要望（自由欄）
調査方法	職員が同行し、来場した消費者に対しアンケート表を用いて上記調査項目（5段階）について調査を行う。
分析手段・方法	回収したアンケートの集計等を行ったうえで専門家と連携して分析結果を作成し、支援対象の小規模事業者へフィードバックする。

②展示即売会における需要動向調査の実施

一般社団法人おくと森林文化振興協会が主催するイベントにおいて、アンケート調査を実施し、

アンケート分析結果を支援対象となる小規模事業者へフィードバックします。

想定する展示即売会	るんるん市 主催：一般社団法人おけと森林文化振興協会 時期：8月 場所：オケクラフトセンター森林工芸館（置戸町） 規模：10工房、来場者約300人
支援対象者	事業計画を策定し、地域資源を活用した商品により販路開拓を目指す小規模事業者
サンプル数	30人以上
調査対象	るんるん市に来場した消費者等
調査項目	属性情報：居住地・性別・年代・家族構成 商品情報：用途・大きさ・重さ・価格・デザイン・満足度・要望（自由欄）
調査方法	職員が、来場者に対しアンケート表を用いて上記調査項目（5段階）について調査を行う。
分析手段・方法	回収したアンケートの集計等を行ったうえで専門家と連携して分析結果を作成し、支援対象の小規模事業者へフィードバックする。

#### （４）調査結果の活用方法

調査結果は、商品（製品）の磨き上げや新商品開発のヒントとなるよう、専門家と連携してアンケート項目を集計・分析し「需要動向調査報告書」を作成したうえで、個別巡回時に経営指導員が支援事業者へフィードバックし、事業計画策定の資料として活用します。

### 5. 経営状況の分析に関すること

#### （１）現状と課題

第1期計画では、専門家と連携し、事業計画策定のための経営分析セミナーを開催することにより、支援事業者の掘り起こしを行いました。また、確定申告時や金融あっせんの際、決算データを活用し財務面における経営分析を行ってきたところです。

一方、非財務面の経営分析については、SWOT分析を活用し経営戦略立案の支援を行いました。事業者が真の経営課題と捉えておらず、受動的な対応に留まりました。

そこで、第2期計画においては、小規模事業者自身が本質的な経営課題に気付くことで、能動的な対応が行えるよう繰り返し事業所を訪問し、「対話と傾聴」に重点を置いた支援を行うことで、事業計画策定のための実効性のある経営課題を抽出する支援を行うこととします。

#### （２）目標

事業内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
経営分析事業者数	6	6	6	6	6	6

#### （３）事業内容

##### ①巡回訪問等による支援事業者の掘り起こし

巡回訪問等において、繰り返し事業者と面談し「対話と傾聴」を通じて、事業者が抱える本質的な経営課題の「気づき」につなげて、支援対象者の掘り起こしを行います。

事業者による「気づき」は、自らが見出した課題として認識されることから、抽出した課題を解決するための内発的動機付けをもった意欲ある支援対象者を掘り起こします。

##### ②経営分析の内容

支援対象者	巡回訪問や各種補助金申請支援事業者の中から、意欲的かつ経営力向上を目指す小
-------	---------------------------------------

	規模事業者を選定します。
分析項目	【財務分析】直近3期分の収益性、生産性、安全性、成長性 【非財務分析】内部環境における「強み」「弱み」、外部環境における「機会」「脅威」 (外部環境：商圏内の人口、人流 ・ 競合 ・ 業界動向) (内部環境：商品、製品、サービス、仕入先、取引先、人材、組織、技術、ノウハウ、デジタル化、IT活用状況、事業計画の策定、運用状況)
分析方法	財務分析は、経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」等の経営分析ツールを活用して分析を行います。 非財務分析においては、「SWOT分析」等のフレームワークを活用して分析を行います。 分析にあたっては、経営指導員が分析を行います。高度な知見を必要とする場合は専門家と連携して分析を行います。

#### (4) 分析結果の活用

経営分析の結果は、巡回訪問等の際、経営指導員が支援事業者にフィードバックします。フィードバックの際には、「対話と傾聴」による丁寧なコミュニケーションを継続し、事業者とともに課題解決に向けた事業計画策定に活用します。

また、クラウド型経営支援ツール「ShokoBiz<sup>(注)</sup>」を活用することで、支援内容を職員間で情報共有を図ることにより、職員の支援力平準化及び向上につなげます。

(注) 「ShokoBiz」とは、経営発達支援計画の支援対象である事業者及び支援情報をデータ化し、分析・評価するためのクラウド型経営支援ツールのこと

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

第1期計画では、事業計画策定セミナーの開催を通じて事業計画作成の有効性などを啓蒙し、小規模事業者に対する各種支援施策や金融あっせん、各種補助金申請における事業計画策定の支援を行ってまいりましたが、直面する経営課題に対応するための受動的な計画策定支援にとどまり、事業計画策定の意義や重要性の浸透が不十分であったことから、事業者が本質的な経営課題を解決するための計画策定には至っていませんでした。

一方、新規創業及び事業承継の計画策定支援については、セミナー開催の周知や掘り起こしを行い、件数は多くないものの計画策定を支援したところです。

これらを踏まえ、第2期計画では、事業内容を見直し、個別相談により事業計画策定を支援することとあわせ、ポストコロナによる社会情勢や消費者ニーズなどの環境変化に対応するため、DXに向けたセミナーを開催し、経営の効率化・高度化に向けた意識の醸成を図ります。

加えて、当町の商業機能の維持を図るためには、新規創業・事業承継支援による新陳代謝の促進は不可欠であることから、引き続き創業計画及び事業承継計画の策定支援を行います。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定にあたっては、経営分析支援の際に見出した「本質的な経営課題」の掘り下げにより、事業者が「気づき」「腹落ち」することで、内発的動機付けに基づく自走化に向けた事業計画策定に取り組むよう支援します。

事業計画策定では、地域内外の経済動向や経営分析及び需要動向調査の結果を踏まえ、売上・利益の増加に資する計画を専門家と連携して策定支援を行います。

地区内の多くの小規模事業者は、デジタル化に対応したビジネスモデルとなっていないことから、

D Xを推進することでアフターコロナや消費者ニーズの多様化に対応するための取り組みを支援します。

事業承継については、事業者との「対話と傾聴」に重点を置き、適切な時期や方法など事業者・承継者が「腹落ち」することが必要であることから、円滑な事業承継計画策定を専門家と連携して支援します。

また、創業支援については置戸町と連携、情報共有したうえで、創業希望者等が当町で事業を継続できるよう創業計画策定を支援します。

### (3) 目標

事業内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
D X推進セミナー	—	1	1	1	1	1
事業計画策定事業者数	4	5	5	5	5	5
事業承継計画策定事業者数	1	1	1	1	1	1
創業計画策定事業者数	1	1	1	1	1	1

### (4) 事業内容

#### ①D X推進セミナーの開催及び専門家派遣の実施

支援対象	D Xによる需要開拓を目指す小規模事業者
募集方法	チラシを作成し、地域内小規模事業者へ郵送します。あわせて商工会ホームページで開催の周知を行います。
参加者数	5名
開催回数	1回/年
内容	D Xの基礎、D Xに向けたデジタル化、S N S活用による情報発信手法、E Cサイトの利用方法など
講師	I Tコーディネーター等
手段・方法	D Xセミナーを受講した事業者のうち、意欲的な小規模事業者に対して、巡回訪問等により内発的動機付けにつなげるため、「対話と傾聴」を意識したヒアリングを行った上で、専門家と連携し、下記②の事業計画策定支援につなげます。

#### ②事業計画支援の実施

支援対象	ア. 経営分析を実施し、かつ、売上・利益の増加など需要開拓を目指す小規模事業者 イ. D Xセミナー参加者のうち、D X活用に意欲的でかつ経営分析の実施により新たな需要開拓を目指す小規模事業者
手段・方法	経営指導員等が、「地域の経済動向調査」「経営状況の分析」「需要動向調査」を踏まえ、可視化された本質的な経営課題を解決するための事業計画策定を「対話と傾聴」をもって支援します。 事業計画策定にあたっては、専門家と連携し、顧客ターゲットの抽出をはじめ、商品・サービスの改善点や目標を可視化することで、事業者及び支援者が共通認識をもつことができ、実効性・実現性の高い事業計画策定につなげます。

#### ③事業承継計画の策定支援

支援対象	事業承継が経営課題となっている小規模事業者
手段・方法	経営指導員等が、巡回訪問等において経営者の年齢や健康状態、後継者の有無などを把握した上で、事業承継支援が必要な小規模事業者を掘り起こします。 掘り起こしにあたっては、「対話と傾聴」を重視しながら、事業承継診断シート(中小企業庁)を活用して親族内・親族外・第三者における事業承継の対応を可視化します。

	親族内・親族外（従業員等）への事業承継については、経営指導員が専門家と連携の上、早期の事業計画策定を支援します。 第三者承継については、専門家や北海道事業承継引継ぎ支援センターと連携したうえで、マッチングを含めて事業承継計画の策定を支援していきます。 なお、事業承継における税制や金融などは専門性が高いことから、関係機関との連携を十分図りながら支援を行っていきます。
--	---

#### ④創業計画の策定支援

支援対象	創業予定者、創業希望者及び創業から間もない事業者
手段・方法	置戸町と情報連携し、当町で移住を考えている者や創業を計画している者、地域おこし協力隊に所属しており当町で創業しようとしている者を把握したうえで、支援先の掘り起こしを行っていきます。 創業計画策定支援にあたっては、当町において不足している業種の情報提供を行いつつ、事業内容や資金計画、各種申請・届出といった創業時に必要な手続きをあわせて支援します。 なお、専門性の高い創業案件については、専門家と連携して創業計画策定を支援します。

### 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期計画においては、策定した事業計画の進捗状況を定期的（四半期ごと）に巡回訪問することとしていましたが、事業者からの求めに応じた巡回訪問が主体となり不定期になりました。

定期的なフォローアップは支援先との信頼関係の構築する上でも重要であることから、第2期計画では定期的なフォローアップを着実に実行し、支援先が目標達成に向け、PDCAが回るよう、フォローアップを行うことが重要です。

#### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての小規模事業者に対して、定期的（四半期ごと）なフォローアップにより進捗状況の確認を行います。進捗確認にあたっては、年間フォローアップ計画表を支援先と共有することで確実なフォローアップにつなげます。

フォローアップの際においても、「対話と傾聴」に重点を置きつつ、事業者自身が「答え」を見出すよう、内発的動機付けを意識したフォローアップ支援を行います。

なお、事業計画の進捗状況に乖離が見られる場合は、フォローアップ頻度の変更や専門家と連携しズレが生じた原因を分析するなど、支援先の目標達成に向けたフォローアップを行います。

#### (3) 目標

事業内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
事業計画策定後のフォローアップ事業者数	4	5	5	5	5	5
事業計画策定フォローアップ延べ回数（頻度）	16	20	20	20	20	20
売上増加率2%以上の増加事業者数	4	4	4	4	4	4
事業承継計画策定後のフォローアップ事業者数	-	1	1	1	1	1
事業承継フォローアップ延べ回数（頻度）	-	4	4	4	4	4

創業計画策定後のフォローアップ事業者数	1	1	1	1	1	1
創業計画フォローアップ延べ回数（頻度）	4	6	6	6	6	6

#### （４）事業内容

##### ①事業計画策定事業者に対するフォローアップ

支援対象	事業計画を策定したすべての小規模事業者
頻度	四半期に1回
手段	経営指導員等が巡回訪問を行う。
方法	策定された事業計画の進捗状況と売上・利益等の状況を確認し、確認内容は「Shokobiz」にデータを蓄積して、計画の進捗状況を管理します。 あわせて事業計画の進行中における定性的な情報を記録することで、支援先の経営状況のわずかな変化に対応できる体制を整えます。 フォローアップにあたっては、「対話と傾聴」に重点を置き、常に事業者の内発的動機付けを促すことを心掛けながら支援にあたります。

##### ②事業承継計画策定事業者に対するフォローアップ

支援対象	事業承継計画を策定した小規模事業者
頻度	四半期に1回
手段	経営指導員等が巡回訪問を行う。
方法	事業承継計画は長期的な計画になる場合が多いため、策定された承継計画の進捗状況が着実に実行されているか確認します。 確認内容は「Shokobiz」にデータを蓄積して、計画の進捗状況を管理します。 事業承継計画における親族内承継については、家族間の関係性などが関わってくることから、事業者・承継者・家族それぞれに考え方を「対話と傾聴」により整理し、意思疎通を行いながら関係者が「腹落ち」した中で、円滑な事業承継に向けた支援につなげていきます。

##### ③創業計画策定事業者に対するフォローアップ

支援対象	創業計画を策定した小規模事業者
頻度	2か月に1回
手段	経営指導員等が巡回訪問を行う。
方法	創業当初は税務、労務、資金繰りなど経営全般についてきめ細かな支援が必要であることから、フォローアップは2か月に1回を基本としつつ、臨機応変に対応して事業者との信頼関係の構築に努めます。 支援内容は「Shokobiz」にデータを蓄積して、計画の進捗状況を管理してその後の支援に活用します。

##### ④事業計画と進捗状況とズレが生じている場合の対処方法

策定した事業計画の進捗状況に乖離が見られる場合は、「対話と傾聴」に重点を置きつつ、事業者へのヒアリングを行い、ボトルネックとなっている原因の究明を行います。

その際には、広域連携を形成する訓子府町商工会の経営指導員や専門家等と連携し、当該ズレの原因や今後の対応方針を検討します。

対応方針の決定後は、事業者と情報を共有し、フォローアップの頻度を増やして軌道修正のための支援を行います。

事業計画の見直しを行う際には、事業者が新たな経営課題に直面していることから、課題解決に向けた内発的動機付けが図られるよう「対話と傾聴」を通じた支援を行い、専門家と連携のうねフォローアップを実施します。

## 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期計画では、地域資源を活用した商品の販路開拓を目指す事業者に対して、商談会の出展や地域イベントを利用した販売促進支援を支援しました。このほか、北海道商工会連合会が提供するホームページ作成ツール「Shift」の活用を支援し、地域外の需要を獲得する支援を行ったところです。

商談会については、小規模事業者の供給能力などの面から支援までに至らず普及するにとどまりました。

また、地域イベントでの販売促進支援は一定の効果があつたものの、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、イベントが中止されるなど成果が限定的なものとなりました。

「Shift」による商品PRはホームページを持たない小規模事業者にとって有効な施策ですが、小規模事業者が情報を随時更新するためのITの知識不足が課題であります。

それらを踏まえ、第2期計画では、商談会・展示即売会出展支援の際には、事前支援の重要性を認識した上で支援にあたります。

また、社会情勢や消費者ニーズの多様化など、目まぐるしく変化する状況に対応し、販路開拓を行うためDXの取り組みを積極的に推進します。

### (2) 支援に対する考え方

経営分析を経て事業計画を策定した、意欲ある小規模事業者に対して、新たな需要の開拓のための支援を行います。

当会が自前で展示即売会や物産展を開催することは困難であることから、札幌市や置戸町で開催される商談会や展示即売会への出展を支援します。

なお出展にあたっては、成果を挙げるための事前支援や継続的な取引（購入）のための事後支援を行います。出展中は、商談会や展示即売会に経営指導員等が随行し、ブース設営や接客など伴走して支援することにより販路開拓支援の成果につなげます。

また、DXに向けた取り組みでは、SNSによるプッシュ型の情報発信やECサイトの活用による販売促進が有効と考えられることから、活用にあたってはDXに精通する専門家と連携して支援にあたります。

### (3) 目標

事業内容	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
商談会出展事業者数	-	1	1	1	1	1
成約目標件数／者	-	1	1	1	1	1
展示即売会出展事業者数	-	1	1	1	1	1
売上目標額／者	-	10万	10万	10万	10万	10万
DXに向けたSNS活用事業者数	1	1	1	1	1	1
売上増加率／者	1%	2%	2%	2%	2%	2%
DXに向けたネットショップ開設者数	-	1	1	1	1	1
売上増加率／者	-	2%	2%	2%	2%	2%

(4) 事業内容

①商談会への出展支援 (B t o B)

支援対象者	地域資源を活用した商品で新たな需要を開拓するため、事業計画を策定した意欲ある小規模事業者
出展支援者数	1 事業者/年
支援内容	1) 事前支援 出展に係る手続き支援、POP作成支援、ブースレイアウト支援、企業・商品PRリーフレット作成支援、アンケート作成支援、事前告知に関するSNS活用支援 等 2) 出展時支援 ブース設営支援、商品陳列支援、接客支援、アンケート調査・収集支援 等 3) 事後支援 アンケート集計・分析支援、分析結果のフィードバック、商品のブラッシュアップ支援
想定する物産展	北の味覚、再発見!!
主催	北海道商工会連合会
開催時期	10 月
開催場所	ホテル札幌ガーデンパレス (札幌市)
概要	道内各地の魅力ある商品を紹介する展示・商談会
来場者	流通業者、一般消費者、関係機関 約 200 人
規模	出展者 58 企業

②展示即売会への出展支援 (B t o B、B t o C)

支援対象者	地域資源を活用した商品 (オケクラフト) で新たな需要を開拓するため、事業計画を策定した意欲ある小規模事業者
出展支援者数	1 事業者/年
支援内容	1) 事前支援 出展に係る手続き支援、POP作成支援、ブースレイアウト支援、企業・商品PRリーフレット作成支援、アンケート作成支援、事前告知に関するSNS活用支援 等 2) 出展時支援 ブース設営支援、商品陳列支援、接客支援、アンケート調査・収集支援 等 3) 事後支援 アンケート集計・分析支援、分析結果のフィードバック、商品のブラッシュアップ支援
想定する展示即売会	るんるん市
主催	一般社団法人おけと森林文化振興協会
開催時期	8 月
開催場所	オケクラフトセンター森林工芸館 (置戸町)
概要	オケクラフトの作り手による販売ブースで消費者と交流をもち、魅力ある商品を紹介する展示販売会
来場者	約 300 人
規模	出展者 10 工房

③DX活用による販路開拓支援 (B t o C)

支援対象者	DXによる販路開拓を目指し、事業計画策定を行った意欲ある小規模事業者
想定する活用ツール	1) G o o p e (ゲーペ) ※1 2) カラーミーショップ※2 3) SNS (LINE、Instagram、X- X-Twitter)
各ツール活用のねらい	1) G o o p e (ゲーペ) ホームページ立ち上げによる企業の周知や商品の紹介を考えている小規模事業者に対して、自社ホームページ開設を支援することで商圏以外の消費者に認知さ

	<p>れる機会を増大し、売上・利益の向上を支援します。</p> <p>2) カラーミーショップ          販路を商圏外に展開できる商品を保有している小規模事業者に対して、ネットで購入できる仕組みの導入支援を行い、売上・利益の向上を支援します。なお、本ツールは運営会社がG o o p e (グーペ) と同じGMOペパボ㈱であるため、G o o p e (グーペ) との連動性・親和性が高いことから、G o o p e (グーペ) の導入をあわせて支援します。</p> <p>3) SNS (LINE、Instagram、X-Twitter)          商圏が隣接町までに限定されている小規模事業者に対し、商圏以外の顧客の取り込みに導入が容易なSNSの活用により宣伝効果を高め、売上・利益の向上を支援します。</p>
支援内容	<p>1) G o o p e (グーペ)          導入におけるサイト開設支援、企業PR方法の支援、効果的なレイアウト支援等を経営指導員等が行い、必要に応じて専門家の助言を仰ぎます。</p> <p>2) カラーミーショップ          導入におけるサイト開設支援、商品・ページ構成支援、売れる商品の写し方支援、効果的な商品PR支援等を経営指導員等が行い、必要に応じて専門家と連携した上で支援します。</p> <p>3) SNS (LINE、Instagram、X-Twitter)          アカウント登録支援、情報登録(更新)支援、L I N Eクーポン等販促方法支援、効果的な商品PR支援等を経営指導員等が行い、必要に応じて専門家等の助言を仰ぎます</p>

※1:G o o p e (グーペ) は、GMOペパボ㈱が運営するホームページ作成サービスであり、商工会員は無料で利用できる。

※2:カラーミーショップは、GMOペパボ㈱が運営する国内最大級のネットショップ作成サービス

## 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

第1期計画では、経営発達支援事業の成果・評価の見直しについて、経営発達支援対応委員会を年1回開催し、事業実績等について報告を行ってきました。

また職員会議を行い、情報の共有と支援力向上のための取り組みを行ってきたところですが、経営指導員1名が支援担当者であることから、不定期に会議を行う状況にありました。

第2期計画では、経営発達支援対応委員会のもと、事業のP D C Aを適切に回し実効性のある取り組みを行うとともに、定期的に職員会議を実施します。

#### (2) 事業内容

##### ①職員会議の開催

四半期ごとに職員全員で「経営発達支援事業進捗会議」を実施し、事業の進捗状況を確認及び事業内容を検証します。

##### ②事業評価委員会の開催

経営発達支援計画における事業については、事業評価委員会を年1回開催し、クラウド型経営支援ツール「S h o k o B i z」を活用し、定量データを報告、その進捗状況及び実施状況を評価・検証、意見徴収をして事業の推進を行います。

評価委員：正副会長3名、置戸町役場産業振興課長、法定経営指導員  
 北見信用金庫置戸支店長(外部有識者)

事業評価委員会の結果は、商工会理事会へ報告した上で、次年度の事業に反映させます。  
なお、評価結果は当商工会ホームページに年1回掲載し、広く公表します。

## 10. 経営指導員等の資質向上に関すること

### (1) 現状と課題

第1期計画においては、経営指導員等の資質向上に関する事業について、北海道商工会連合会が開催する職種別の研修会や中小企業大学校が開催する支援担当者研修等を受講することで支援能力の向上を図ってきました。

第2期計画については、職員間に経験年数やスキルにバラつきがあることから、これまで受講してきた研修会に加え、経営力再構築伴走支援モデル等、不足している分野の研修会にも積極的に参加するほか、専門家派遣に随行することで実践的な支援のノウハウを学ぶことが必要です。また、DX推進のため、各種研修会への参加により支援能力の向上に努めます。

### (2) 事業内容

#### ①OJTによる支援能力の向上

中小企業診断士等の専門家派遣に同行し聞き取り内容や指導の要点など支援ノウハウを学び資質向上に繋がります。また、経営指導員等が支援した内容を情報共有するなど支援能力の向上を狙います。

#### ②DX推進に向けた研修会への参加

喫緊の課題である事業者のDX推進に向けた取り組みにあたっては、経営指導員等のITスキルを向上させ、ニーズに合った相談・指導を可能にするために中小企業基盤整備機構等、外部機関が実施する研修会に積極的に参加します。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組み>

##### ア. 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組み

会計情報の電子化・クラウド化、電子契約システム等のITツール、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

##### イ. 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組み

ホームページ並びにSNS等を活用した情報発信方法、ECモールの効果的な取り組み方法、ECサイト構築・運用等

##### ウ. その他取組み

WEB会議システムを活用したオンライン経営支援の方法等

#### ③経営力再構築伴走支援研修会への参加

「対話と傾聴」をもとにした「課題設定型」の伴走型支援を推進するため、中小企業基盤整備機構等、外部機関が実施する経営力再構築伴走型支援研修を積極的に受講し、必要とされるスキルの習得を行います。

<経営力再構築伴走型支援研修の内容>

「対話の基本姿勢と態度」、「創造的対話技法」、「対話ツール活用法」など

#### ④職員間の定期ミーティングの実施

商工会全体の支援力の底上げを図るため、職員間の定期ミーティング（毎月）を実施し、研修してきた内容の報告を行うとともに情報共有を図ります。

また経営指導員が行った経営支援結果について、同じく職員ミーティングにおいて報告することで、組織として小規模事業者の支援の方向性を共有していきます。

⑤支援内容のデータベースによる支援ノウハウの蓄積・共有

クラウド型経営支援ツール「Shoko Biz」を活用し、地域内の小規模事業者の支援情報や支援案件の進捗状況等を管理・蓄積させ、一つ一つが職員全体の支援案件として認識・共有できる体制を構築します。

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期においては、北海道商工会連合会の研修会や日本政策金融公庫マル経協議会、広域連携協議会にて支援事例等の情報交換を行ってきました。

第2期においても継続して、他の支援機関と支援事例等の情報交換を定期的におこない、支援事例及び支援ノウハウを職員間で共有し、円滑で効果的な支援につなげることが必要と考えます。

(2) 事業内容

①地元金融機関との連携（随時）

置戸町内の「北見信用金庫置戸支店」の融資担当者と「置戸町中小企業金融資金融資制度」の融資斡旋時などに、町内の資金需要や経済動向、小規模事業者支援策について情報交換を行い、金融面での支援スキルの向上を図ります。

②北海道商工会連合会、オホーツク管内商工会との連携（年2回）

北海道商工会連合会及びオホーツク管内商工会と連携を図り、全道の商工会経営指導員が一同に会す「全道経営指導員研修会」及び「オホーツク管内商工会経改事業研修会」において、支援のノウハウ、支援の現状、課題解決方法について情報交換を行います。

③日本政策金融公庫との連携（年3回）

日本政策金融公庫北見支店主催の「小規模事業者経営改善資金貸付推進団体連絡協議会（マル経協議会）」への出席や、「個別金融相談（一日公庫）」の開催を通し、地域経済動向・資金需要動向等の情報交換を行い、金融面で支援スキル向上を図ります。

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

第1期計画においては、商店街の賑わい創出を図るため、大通商店街協同組合及び銀河スタンプ会と連携し、「ハローウィン祭」「ぴ〜ひゃら祭り」での小規模事業者の出店支援を行い、コロナ禍で開催できない期間はあったものの、中心商店街の賑わい創出に寄与しました。

また、商業振興会による「商工会員全店共通商品券」による「特・得消費活性化事業」は通常の2倍の買い物ができる事業として地元消費者の消費購買活動に大きく貢献したところです。

第2期計画においても、関係機関と連携を密にしながら、各種事業に積極的に参画し、地元での購買を促進する取り組みにより地域経済活性化に寄与します。

(2) 事業内容

### ①置戸町産業会議による地域活性化に向けた検討

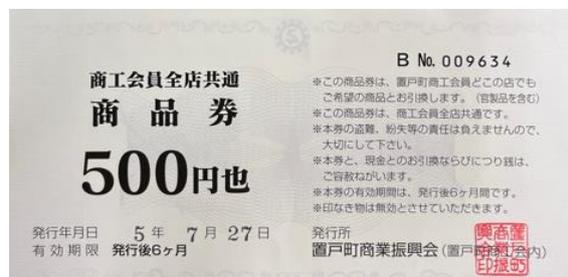
年3回、商工会、農協、森林組合、信用金庫、観光協会等より20名程招集し、農業・林業・商工業等の各分野における現状や全国より圧倒的に高い高齢化率と人口減少等の課題について情報共有を行います。

会議では、人口減少の緩和や人口減少に適応した地域づくり、移住者の増加と定住、雇用の創出などの課題解決に向けて相互に補完し合いながら、今後のまちづくりや地域経済の振興発展へつなげる目的で実施いたします。

### ②「商工会員全店共通商品券」発行事業による地域経済活性化

町外への消費流出を防ぎ、町内での消費購買活動を目的に、商工会員事業所であれば利用できる商品券を発行しています。(有効期限6ヵ月)町民には、お祝い事やイベントの景品で商品券を利用いただいております。町内での商品券の浸透度は高く、年間400万円以上発行しています。

商品券の発行により、町内消費及び商店街の促進に寄与し、近隣商圈への消費流出抑制に一定の効果を発揮しているため、第2期においても継続実施し、さらなる地元購買の促進し、地域経済の活性化を図ります。



### ③「おけと夏まつり・人間ばん馬大会」による交流人口増加による地域経済活性化

「おけと夏まつり」「人間ばん馬」は7月第1日曜日に同時開催しているイベントで、コロナ禍で中止となり4年ぶりの開催となった令和5年の来場者は、町の人口より多い約3千人となりました。「人間ばん馬」は、林業で発展してきたまちの歴史を伝え、昭和52年に始まった置戸町の代表するイベントで、人が馬の代わりに丸太を積んだ重いバチ(そり)を曳いて力を競い合い、熱戦を繰り広げます。出場チームはオホーツクを中心に札幌や帯広など全道各地から40チームほど出場します。会場には「夏まつり」として、子ども縁日や地元グルメの出店もあります。町及び農業・林業・商工業の協力により置戸町の魅力の発信と交流人口の拡大により町内のにぎわいと消費につながっています。



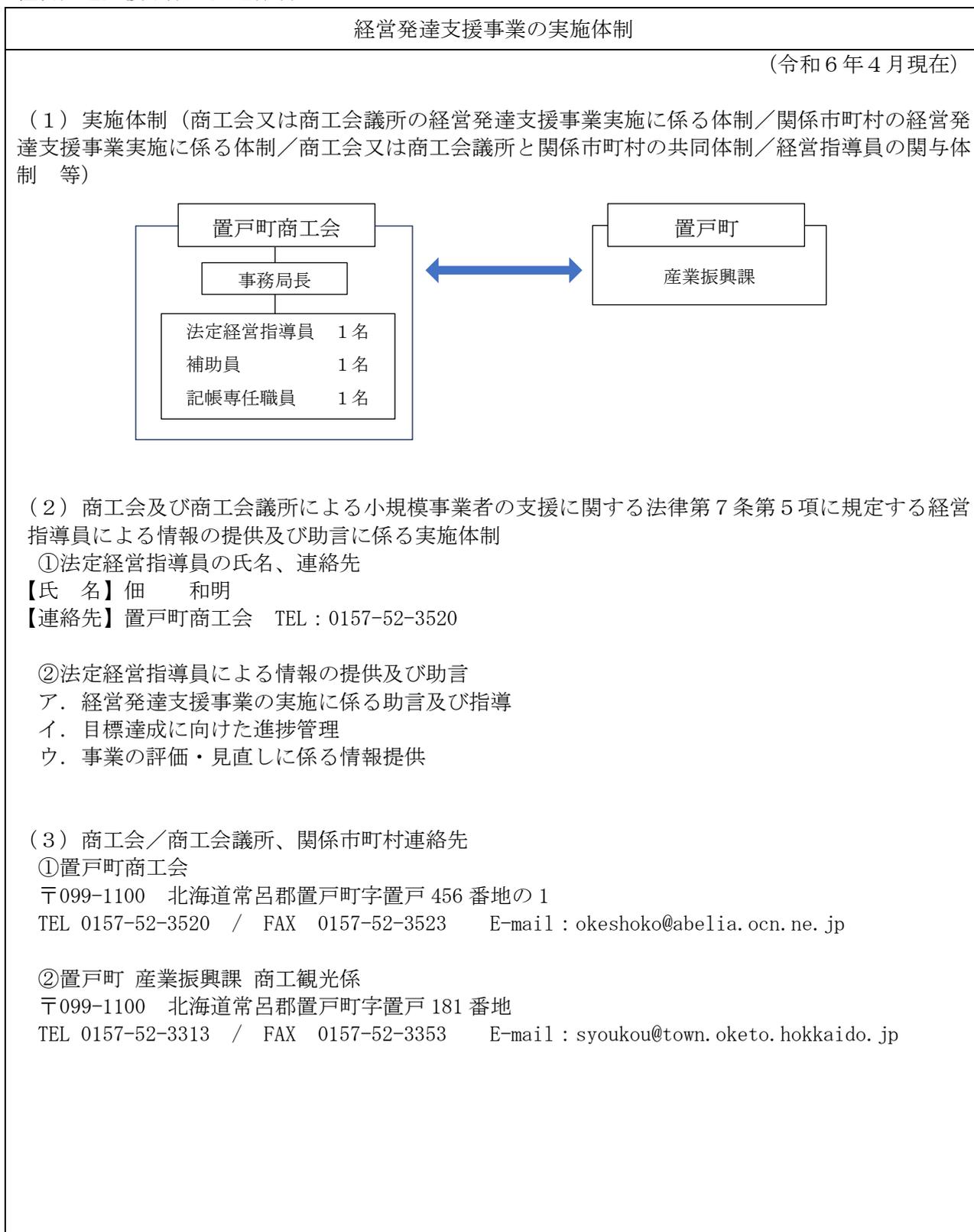
「第46回人間ばん馬大会」



「第 56 回おけと夏まつり」

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
経営状況の分析	200	200	200	200	200
事業計画策定支援	200	200	200	200	200
事業計画策定後の実施支援	150	150	150	150	150
新たな需要の開拓支援	250	250	250	250	250
事業の評価・見直し	300	300	300	300	300

(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
国補助金、道補助金、町補助金、会費収入等

(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。

