経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	大空町商工会　　（法人番号　1460305001489） 大空町　　（地方公共団体コード　015644）
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** 大空町と連携しつつ、地域の小規模事業者が存続発展していくための支援に取り組む。 （１）　小規模事業者の経営改善、経営安定に資する支援を行う 経営分析や事業計画の策定ならびにＤＸの導入を通じて、課題解決や実行支援による経営力強化を実施する。 （２）　小規模事業者の販路拡大、売上拡大に向けた支援を行う 内外に対するブランド力の強化と購買層の掘り起こしを行い、売上の増加に繋げる。
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 地域経済動向調査 ４．需要動向調査に関すること 消費者需要動向調査、商談会動向調査 ５．経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営状況分析（定量分析・定性分析） ６．事業計画策定支援に関すること ＤＸ推進セミナー、事業計画策定セミナー、創業計画策定支援、事業承継計画策定支援 ７．事業計画策定後の実施支援に関すること 計画実現に向けた経営指導員による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 展示会・商談会への出展支援、ＩＴ活用事業者への支援 情報発信に関する支援
連絡先	大空町商工会 〒099-2310　北海道網走郡大空町女満別本通３丁目２番７号 TEL：0152-74-2641　FAX：0152-74-3998　E-mail：mmb@rose.ocn.ne.jp 大空町　産業課 〒099-2392　北海道網走郡大空町女満別西３条４丁目１番１号 TEL:0152-74-2111　FAX:0152-74-2191　E-mail:info@town.ozora.hokkaido.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大空町の概要

大空町は、北海道北東部に位置し、南に自然豊かな藻琴山（標高 1,000m）がそびえ、北に水産資源に恵まれた網走湖（標高 0m）に面した、東西約 27km、南北約 30km、総面積約 344 ㎢の景観の美しい町です。肥沃な田園丘陵地帯が広がる中央部は畑作地帯となっており、西部の網走川沿岸の平地には稲作地帯、南部の藻琴山山麓では酪農地帯が広がっています。

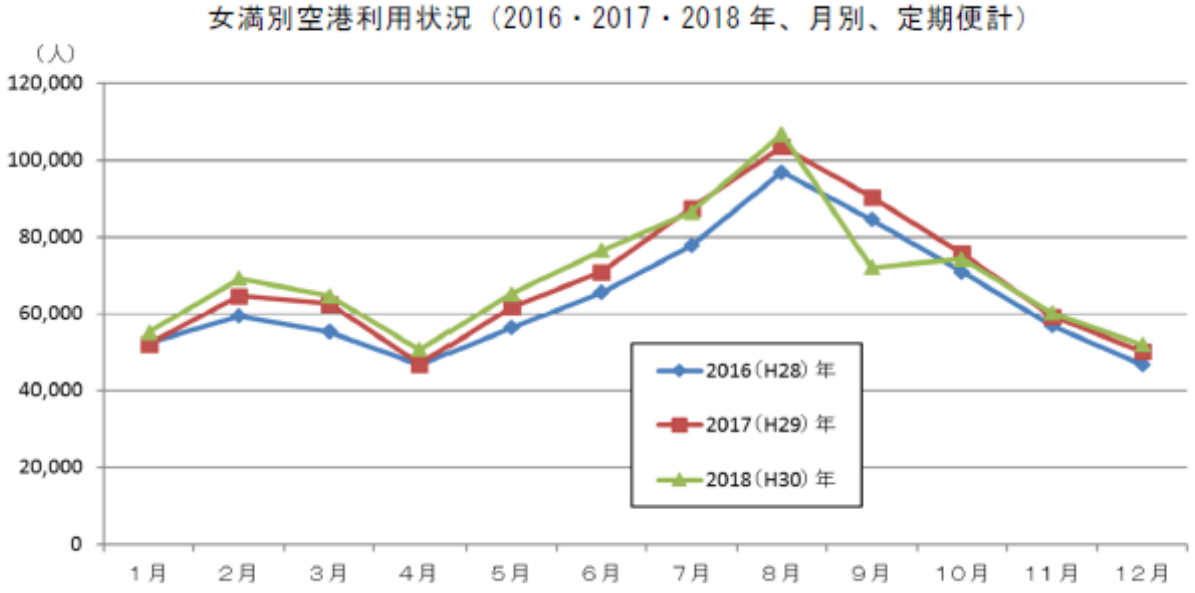
気候は、オホーツク海沿岸の典型的な気候で、夏は太平洋沿岸で、冬は日本海沿岸で雨や雪を降らせた後の乾燥した季節風が吹き込むため、降水量が少なく晴天に恵まれます。

年間平均気温は約６℃、降水量も 650mm 程度で一年を通じて穏やかな気候が続きます。

降雪は 10 月下旬から 4 月下旬にかけて見られ、冬期間の市街地での積雪量は 50 cm から１m 前後です。

また、町内にはオホーツク圏の空の玄関口「女満別空港」が所在し、観光やビジネスの拠点として多くの人が行き交う利便性の高い町です。

出典：大空町 HP



出典：令和２年　第２期　大空町総合戦略

②沿革

平成 18 年に女満別町と東藻琴村が合併し、大空町は誕生しました。お互いの歴史を紐解くと、女満別町は、明治 23 年にマッチ軸の木材伐採のために人が居住したのを開拓の始めとし、鉄道開通により人口が増え、駅前を中心に市街が形成されました。

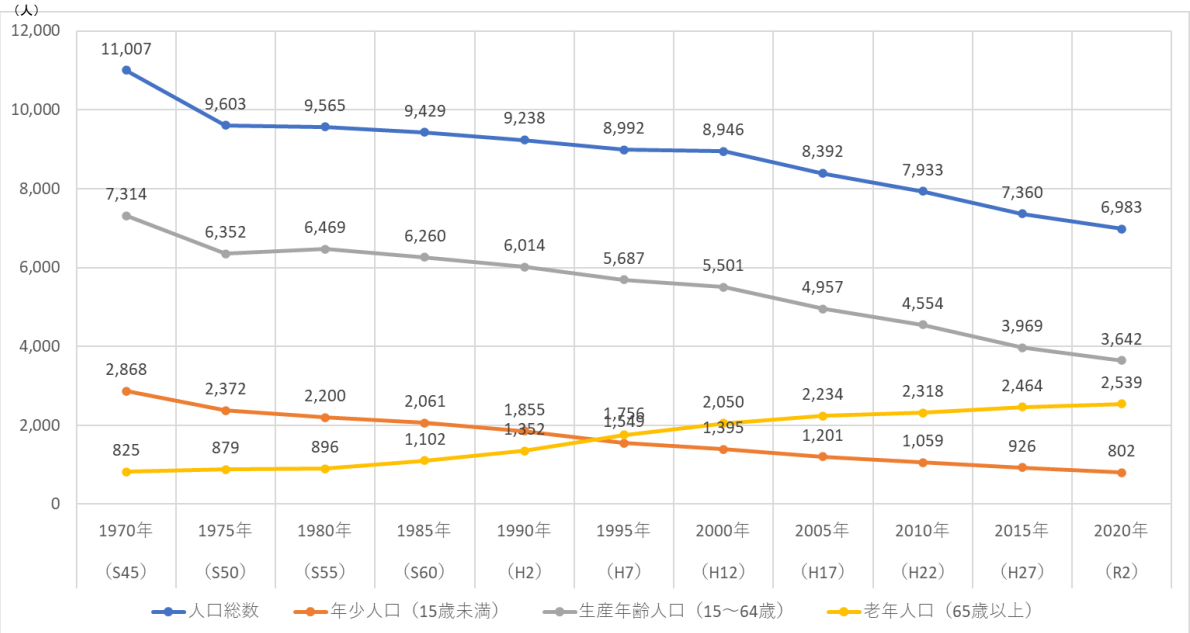
東藻琴村は、基線道路の開通を機に明治 39 年に開拓者が入植し、大正時代に団体入植による本格的な開拓が始まったことで集落形成が進みました。両地域は、網走町の一地域でしたが、人口の増加により、女満別村が大正 10 年に、東藻琴村が昭和 22 年にそれぞれ分村して村制を施行し、昭和 26 年に女満別町が町制を施行しました。そして、互いに豊かな産業や文化を育ててきた両町村は、平成 18 年 3 月 31 日、一つの町として手を取り合い、「大空町」として新たな一歩を踏み出しました。 大空町は、互いの優れた特性を活かし、美しい自然と共生しながら、ふれあいと語らいによる感動のまちづくりを行い現在に至っています。

③人口の推移

令和3年国勢調査における大空町の人口は、6,821人、世帯数は2,746世帯で、平成27年の国勢調査と比較すると、5年間で人口が539人（7.3%）、世帯数が128世帯（4.5%）の減少となっており、人口減少が続いている状況です。昭和30年をピークに急激な減少が進み、昭和50年からは減少が緩やかになりましたが、2000年代に入ってからは減少スピードが徐々に増している状態です。

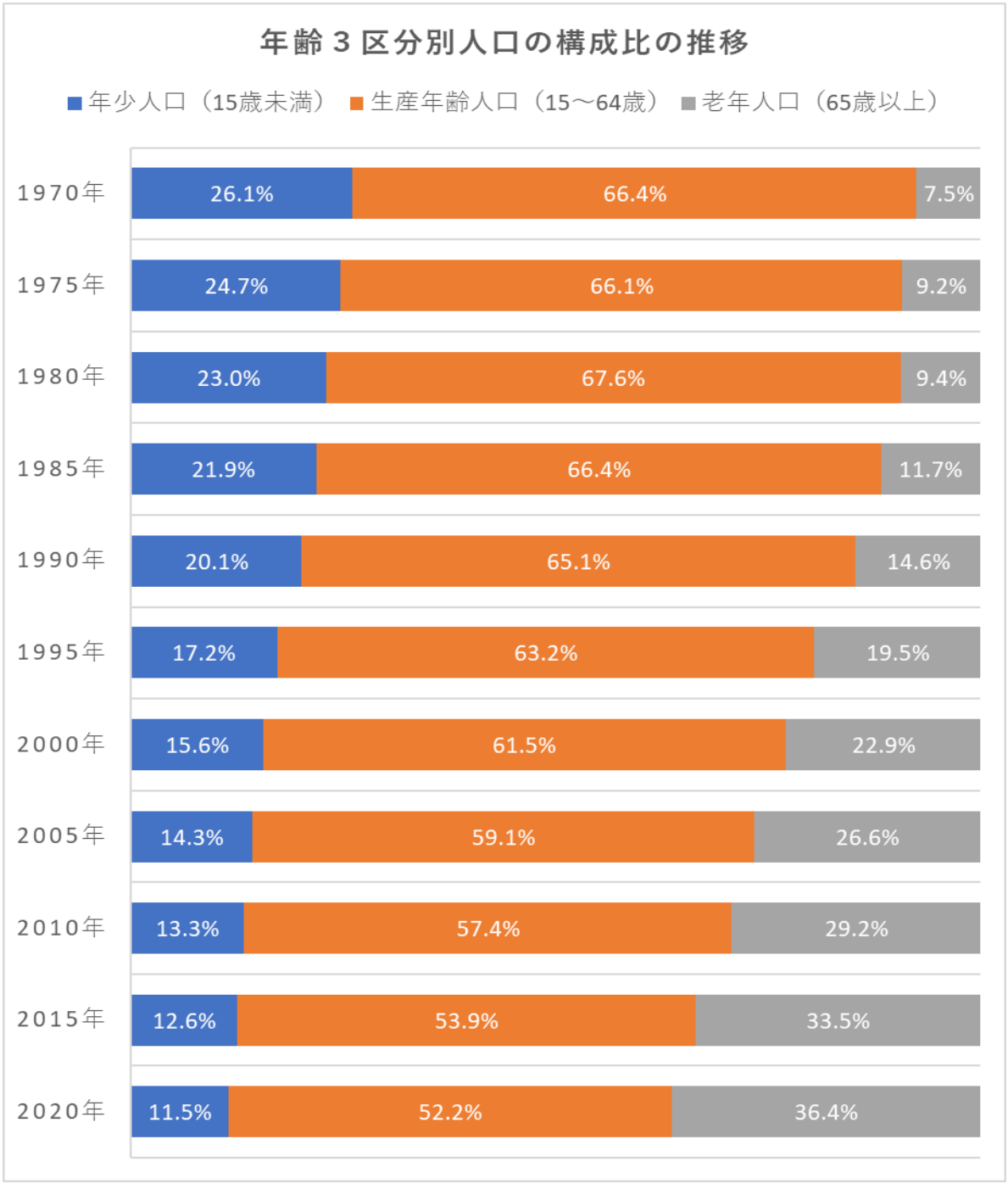
年齢別では、平成27年国勢調査における年少人口（0～14歳）が12.6%、老年人口（65歳以上）が33.5%で、北海道全体（老年人口29.1%）と比較しても高齢化がすすんでいるといえます。

年齢3区分別を見ても平成7年の調査で高齢者人口が年少人口を逆転し、両区分の人口差は開く一方で、将来的には老齢人口数が生産年齢人口を逆転する見通しです。



出典：平成 27 年　国勢調査
令和 2 年　大空町住民基本台帳人口データ

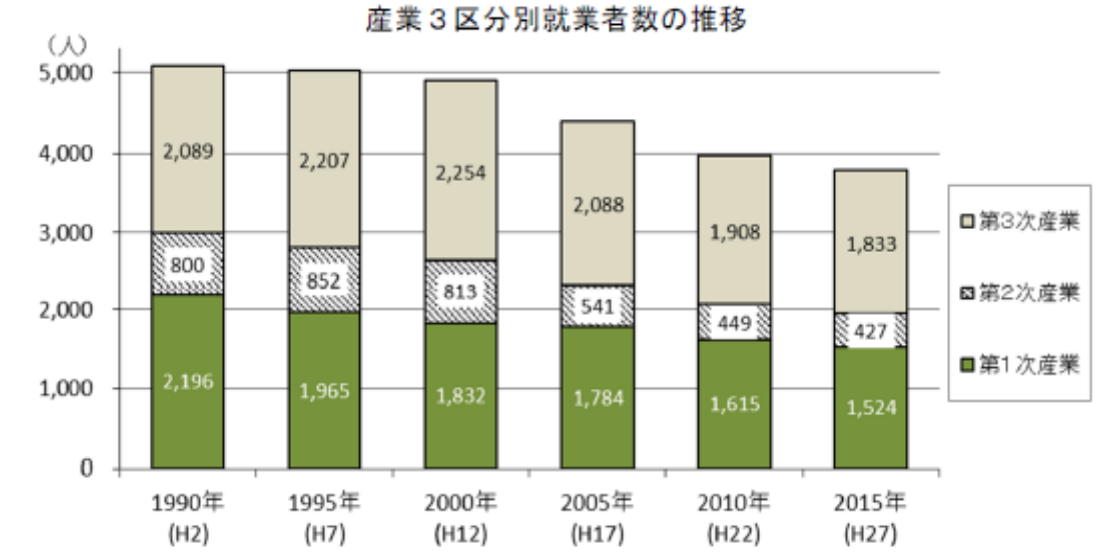
年齢 3 区分における構成比では、生産年齢人口の割合減少は少ないものの、老齢人口の割合の増加と年少人口の減少が顕著であり、少子高齢化が着実に進んでいます。

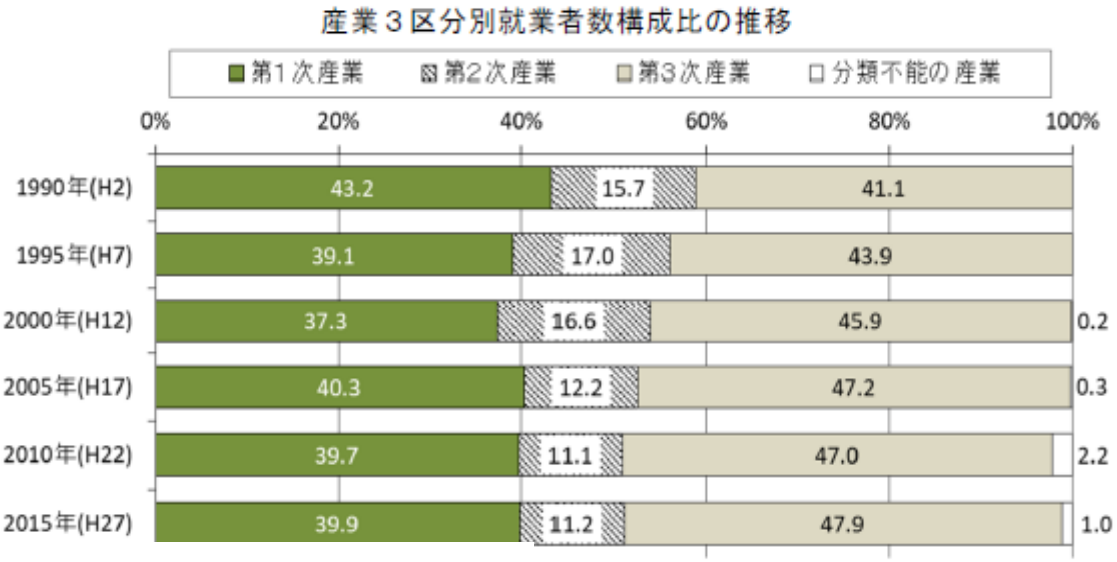


出典：平成 27 年　国勢調査
令和 2 年　大空町住民基本台帳人口データ

④　産業構造

平成 27 年 10 月の国勢調査によると、大空町の就業人口は 3,824 人で、人口に占める割合は 51.9%です。このうち、農林水産業である第 1 次産業は、1,524 人（40.3%）、製造業や建設業などの第 2 次産業は 427 人（11.3%）、小売業やサービス業などの第 3 次産業は、1,833 人（48.4%）となっています。平成 17 年から平成 27 年までの就業人口の推移を見ると、全体の就業者は、4,426 人から 3,824 人と 10 年の間に 602 人が減少しており、人口と同様に就業者数も減少傾向にあります。





出典：平成 27 年　国勢調査

⑤　地域産業の現状と課題

【農業】

大空町の基幹産業は農業です。農業農村整備事業による基盤整備や高度な技術力による大規模生産で、品質に対する市場の評価も高く、日本の食料供給基地としての役割を担っています。

麦類、馬鈴薯、甜菜などの土地利用型作物と、生乳、肉用牛、豚などの畜産物を中心に、玉葱、長いも、豆類、野菜、水稲、飼料作物、花きなどが複合的に経営されています。

また、平成 30 年に完成したオホーツクビーンズファクトリーは、管内 14 箇所の JA が共同で利用する豆類調整工場で、日本一という 11 品目の豆を高い調整能力で集約し、広域の豆農家を支える役目を担っています。

全体的には農業者数の減少に面しており、また、長期的には人口減少による購買の減少も懸念されています。

写真：オホーツクビーンズファクトリー

写真：広大なビート畑

◆農家の状況

総農家戸数（戸）	販売農家戸数（戸）	農家人口			個人経営	団体経営
		総数	男	女		
413	400	1,314 人	739 人	575 人	348 戸	64 戸

出典：2020 農林業センサス

◆農産物生産量の作付面積と割合

	麦類	てん菜	馬鈴しょ	豆類	飼料	野菜	水稲	玉ねぎ	その他
面積	2,592ha	1,576 ha	1,208 ha	948 ha	358 ha	254 ha	183 ha	167 ha	95 ha
割合	36%	22%	16%	13%	5%	3%	2%	2%	1%

出典：2020 農林業センサス

◆農産物取扱高（令和 2 年）

（単位：百万円）

米	麦	豆	馬鈴しょ	てん菜	野菜	花卉	その他	合計
216	1,442	913	1,351	1,266	854	6	5	6,053

出典：2020 農林業センサス

【漁業】

大空町の基幹産業は農業ですが一部の地区が網走湖に面していることもあり、漁業も一次産業として基幹産業の一部を構成しています。

出典：令和３年度版　大空町の概要

西網走漁業組合所属の漁業者によって、しじみ、わかさぎ、しらうお等の漁が営まれており、特に、大和しじみの漁獲量は道内の漁獲量の８割以上を占めており、本州のものと比べて粒が大きく、高い評価と知名度を有しています。

夏のシーズンには湖畔キャンプ場にて、しじみのつかみ取りが体験でき、また冬は氷上ワカサギ釣りが可能であることから、1 年を通じて湖の幸が楽しめます。

水産加工製品の割合は徐々に増加している傾向にあり道の駅等の売り場に出ておりますが、大半はそのまま出荷されています。

写真：網走湖の大和しじみ

近年は湖の環境も変化しており、特にしじみは不漁の年もあり漁獲量が不安定な状況が続いています。

地域の一次産業として漁業者の収入安定のためにも、地域内の商工業者等との連携で付加価値をつけた商品を開発し、両者の安定した収入確保に繋げることが課題です。

写真：網走湖のしじみつかみ取り体験

【観光】

大空町は、阿寒摩周国立公園や知床国立公園、網走国定公園などの主要な観光地に囲まれており、天然記念物に指定されている「湿生植物群落」や、青サギが「集団営巣地（コロニー）」を形成する網走湖女満別湖畔の水辺や、標高1,000mで山頂から摩周岳・阿寒岳、知床連山・オホーツクの大海原などを展望することができる、藻琴山を有するなど、豊かな自然環境に恵まれています。

その中において、花観光では、満開時には芝桜が１０万㎡という広大な斜面に咲き誇る「東藻琴芝桜公園」、網走湖・知床連山・阿寒岳、そして豊な田園風景を一望できる「朝日ヶ丘公園」、地元特産品の販売や情報提供機能を持った、道の駅「メルヘンの丘めまんべつ」と「メルヘン観光交流センター（メルヘンぴっと）」、そして乳製品の開発・製造・体験・販売などが行われている「ひがしもこと乳酪館」など、観光にとっての見所がありますが、隣接する網走の流氷観光や世界遺産となった知床観光と比べると集客力が弱く、女満別空港がオホーツクの空の玄関口となっている環境を十分に活かせていない状況にあります。

2021年にはLCCも就航したことから今後の利用客増加も見込まれますが、近隣観光地に比べると観光資源に乏しく、また大規模宿泊施設が廃業していることから宿泊施設の選択肢も少ないため、観光利用者が通過型になりがちです。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により激減した空港利用客の多くが道東のオホーツク観光を目的としたインバウンドであったため、若干の回復の兆しはあるものの完全な回復の見通しは立っていない状況にあります。

写真：女満別空港周辺のひまわり

写真：東藻琴　芝桜公園

写真：網走湖女満別湖畔の夕焼

今後は、観光スポット等の情報発信にあわせて特産品や飲食店の情報提供を連携して行うことで、通過型の観光利用者を滞在型にシフトする取り組みが課題となります。

◆観光客入り込みの状況

区分	観光客数	主な観光施設
令和２年度	784,900 人	朝日ヶ丘公園、女満別湖畔、メルヘン公園、メルヘンの丘 芝桜公園、乳酪館、藻琴山

出典：令和２年度北海道オホーツク総合振興局観光入り込み調査

大空町観光客 入込数	令和 ２年度	令和 元年度	平成 30 年度	平成 29 年度	平成 28 年度
延べ人数	78.49 万人	123.77 万人	132.92 万人	117.14 万人	93.52 万人
対前年比	63.4%	93.1%	113.5%	125.3%	97.5%

出典：北海道観光入込客数調査

【商工業】

大空町女満別市街と東藻琴市街には、66の商店があります。人口の減少と交通網の発達から、他市町商業地域（北見市、網走市、美幌町）への消費購買力の流出等により各商店への影響がみられますが、特産品の開発販売、プレミアム商品券の発行、ポイントカード導入事業など地元消費の拡大を図る取り組みが必要であり、消費購買力の流出防止と販売促進に向けた事業展開が課題となります。

区　分	総　　額			卸　売　業			小　売　業		
	事業所数（件）	従業者数（人）	年間販売額（百万円）	事業所数（件）	従業者数（人）	年間販売額（百万円）	事業所数（件）	従業者数（人）	年間販売額（百万円）
平成19年	81	414	14,798	8	48	4,129	73	366	10,669
平成24年	63	304	10,484	8	44	3,397	55	260	7,087
平成26年	66	313	16,328	10	47	5,913	56	266	10,416
平成28年	70	326	11,793	10	46	1,802	60	280	9,991

出典：　商業統計調査（H19.6.1調査）
経済センサス(H24.2.1調査　H26.7.1調査　H28.7.1調査）

建設業は、売上の推移は前年並みを維持していますが、今後は新型コロナウイルス感染症の影響による景気の悪化や公共工事等の減少も懸念されます。特に新築戸建住宅売買では、ウッドショックによる木材の輸入不足と原材料の高騰で、需要があっても木材が調達できず足止めが起こると考えられています。地域外の大手ハウスメーカーの進出も多く、今後も競争は激しくなると予想されます。

そのような中、小規模事業者が生き残るためには、消費者へのPR活動を行うことで、リフォームや修繕も含めて総合的に地元業者を使うメリットを考えてもらうことが重要となります。

製造業は、従業者4人以上の事業所が4事業所（内30～299人は1事業所）あり、食料品製造業、木材・木製品製造業、窯業・土石製品製造業、金属製品製造業など、地場資源活用型の工業になっています。

10年前と比べると事業所数は減少しており、水産品の加工においては商品開発と販売先の拡大が課題となります。

◆工業の状況（製造業）の推移

区　　分	事業所数	内従業者 30～299人	内従業者 300人以上	従業者数	原材料使用額など	製造品出荷額など
平成20年	10件	2件	－	236人	103,582万円	249,538万円
平成24年	8件	2件	－	226人	84,489万円	237,477万円
平成26年	5件	2件	－	164人	94,106万円	184,498万円
令和1年	4件	1件	－	151人	79,835万円	195,880万円

出典:令和元年度工業統計

⑥　小規模事業者の現状と課題

町内事業者数の約90％が小規模事業者であり、総事業者数は平成21年の377件から比べると令和元年度には379件と、一定の開廃業があり増減が少ない状況となっています。

近隣都市である網走市や北見市にある大規模商業施設の影響が大きく、モータリゼーション以降、小売商業は常に価格競争と消費の流出に直面しています。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、町内住民の外出機会が減少し、衣料品や化粧品などを扱う小売業の他、理美容業についても顧客の来店頻度低下により売上が減少しました。特に飲食店は、営業時間の短縮により来店客が減少し、感染リスクの高い宴会利用がないため大幅な売上減少となりました。

◆小規模事業者数の推移

	平成 21 年	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年	令和元年
小規模 事業者数	377 者	366 者	365 者	352 者	379 者

出典：RESAS（平成 21 年～平成 28 年）、経済センサス（令和元年）

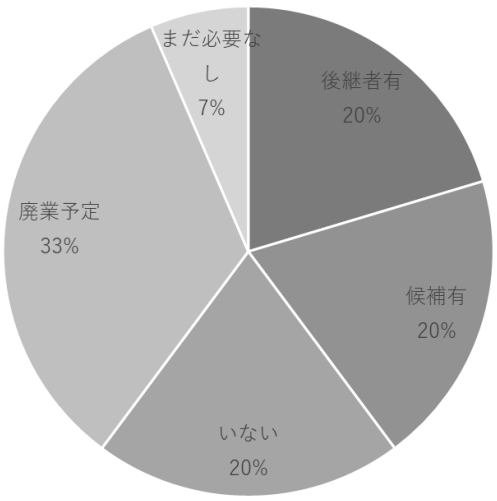
令和2年に商工会がおこなった事業承継調査では過半数の小規模事業者が「後継者がいない」または「廃業予定」と回答しています。後継者が不足していることから、今後は事業主の高齢化による廃業が続き、事業者及び業種が減少する恐れがあります。地域産業として必要な業種業態の存続や、小規模事業者が事業を維持するためにも、早急な事業承継支援に取り組まなければなりません。

また、事業環境が大きく変化する中で、今後10年を見据えた経営を安定化させるためには、これまで人的経営資源が脆弱なことを理由に、事業計画を立てず場当たり的に行ってきた経営手法から、事業環境を把握し長期的なビジョンをもった経営にシフトする必要があります。

さらに、小規模事業者の売上を増加させるためには、地域内に対しては消費の町外流出防止と町内需要の掘り起こしを行い、地域外に対しては独自性のある商品やサービスの研究・開発に取り組むことで競争力を強化し、販路開拓による販売チャネルの拡大に取り組む必要があります。

当町は、女満別空港を利用するために訪れる通過型の観光客が多く、潜在顧客として町内事業者を利用してもらうためには、効果的な情報発信が必要となっています。特に飲食業や小売業はＨＰやＳＮＳを活用した情報発信を行い、空港利用客を取り込んでいくことも課題です。

◆後継者ならびに事業承継の予定



- 後継者あり　20%
- 後継者候補あり　20%
- 後継者がいない　20%
- 廃業予定　33%
- まだ必要なし　7%

出典：令和 2 年度事業承継調査（商工会独自調査）

⑦　商工会の現状と課題

当会は旧女満別町と旧東藻琴村の合併商工会で、町内に本所と支所の 2 箇所の事務所を有します。職員の体制は本所 4 名、支所 2 名の限られた人員で支援を行っています。

商工会員数は 160 前後ですが近年増加傾向にあり、特に令和 2 年においては新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う相談対応や、支援金等の申請支援を通して会員の新規加入者が増加しました。新型コロナウイルス感染症の影響で、小規模事業者が様々な困難に直面し多岐にわたる支援を要している状況です。

平成 28 年度に認定を受けた経営発達支援計画の第 1 期事業においては、計画に基づいた事業の実施により、事業計画の重要性に関する情報伝達を行い、6 事業者の事業計画の策定支援に結びつき、事業計画に基づき商談会へ 2 者が出展し、販路開拓を支援しました。

また、消費の町外流出防止と販路拡大への取り組みとして共同広告による事業者 PR を実施し、新型コロナウイルス感染症の拡大による消費者の外出自粛要請を背景に、地元で買い物する消費者の掘り起こしを行いました。

今後は、地域において小規模事業者が長期的な視野に立ち、経営環境の変化に対応しながら計画的な経営を行うことが重要であり、商工会は事業計画策定を積極的に推進する必要があります。

大空町の商工業者数・小規模事業者数・商工会員数

令和 3 年 4 月 1 日現在

業種 ＼ 事業者数		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	ｻｰﾋﾞｽ業	その他	計
商工業者数		43	20	5	60	31	69	13	241
(小規模事業者数)		36	19	5	56	31	62	12	221
内訳	会員企業数	38	12	0	43	20	37	7	157
	(小規模事業者数)	36	11	0	41	19	37	6	150

※R3 商工会実態調査(定款会員は除く)

会員数の推移

	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年	令和元年	令和 2 年
加入者数	4 件	7 件	4 件	0 件	13 件
脱退者数	7 件	6 件	1 件	2 件	6 件
年度末会員数	160 件	161 件	164 件	162 件	169 件
前年比	-2%	+1%	+2%	-2%	+4%

※商工会調査

（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（小規模事業者のあり方）

当町の小規模事業者を取り巻く環境は、人口減少による町内顧客の減少や、近隣都市への消費流出に加えて、大手資本による宅配販売サービスやインターネット通信販売など購買手段の多様化により競争が増しており、厳しい経営環境となっています。

今後 10 年間を、町内小規模事業者が力強く安定して自身の事業を継続するためには、計画的な経営力を身に着け、大企業には出来ないサービスや商品の提供を行うことで差別化を図ることが必要となります。

また、多様化する顧客ニーズに対応するため、幅広い知識と計画を持って市場開拓に取り組まなければなりません。そのためにも、ＩＴ技術を積極的に取り入れて新たな事業変革を行うデジタルトランスフォーメーションへの知識が必要になり、インターネット販売やＳＮＳによる情報発信等、新しい経営環境への適応が必要になります。

全ての市場が、新型コロナウイルス感染症拡大前に戻る見通しが立っていない状況と、地域の人口減少による売上減少を複合的に考え、商工会は、地域経済や需要の動向調査分析から事業者自身が事業計画を策定し、ニーズに応えた特色ある商品やサービスを消費者に届けられるよう支援することで、10 年先を見据えた経営力と競争力の向上を図り、**「地域経済を支える小規模事業者の経営力の向上」**を長期的な振興のあり方と定めます。

②　市町村総合計画との連動性・整合性

大空町では、令和 2 年 4 月に策定された、「大空町まち・ひと・しごと創生　人口ビジョン・総合戦略」（令和 2 年度～令和 6 年度）のなかで、産業振興として「地域の素材を活かした新たな商品の開発及び販路拡大を図る取組の推進」や「賑わいに満ちた魅力ある商店街づくりの推進」等を掲げ、創業支援や商店街活性化推進、事業承継支援等の各種施策を実施することとしています。

当商工会の支援の方向性と大空町商工業振興施策の方向性は一致しており、地域で唯一の総合経済団体並びに小規模事業者支援機関として、行政及び地域から期待される役割を果たすため、大空町と連携しながら小規模事業者への支援を行います。

③　商工会の役割

当商工会では、事業計画の策定事業者を更に増やすことで、地域経済を支える小規模事業者の経営力向上を図り、新規顧客の獲得など持続的発展が可能な事業者の拡大に取り組むとともに、創業支援や事業承継支援による町内商工業の活性化にも取り組みます。

競争力をもった商品開発支援と効果的な情報発信の支援を通じて、町の総合戦略にある賑わいに満ちた魅力ある商店街づくりに取り組みます。

あわせて、展示会や商談会等の販路開拓に関する支援を行い、販路の開拓に取り組みながら総合的なブランドの確立にも取り組みます。

商品やサービスと市場に適した販売戦略をたて、効率的な販売活動を行えるように関係機関と連携しながら小規模事業者の経営基盤の強化に取り組み、小規模事業者の持続的発展に寄与いたします。

（3）経営発達支援事業の目標

①事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標（数値目標）

上記目標の達成のため、本事業期間内の目標として以下の支援を重点的に実施します。

ア．事業計画の策定支援

コロナ禍の影響を受けて売上減少の著しい小規模事業者（飲食業・小売業・サービス業・製造業等)、商品・サービスの販路開拓に意欲のある小規模事業者を対象に事業計画策定の支援を行います。

事業計画の策定による経営力の向上と、売上の増加を図ります。

【小規模事業者の数値目標】

事業計画策定事業者	50 者／5 年
売上増加率（対前年比３％以上）増加事業者数	25 者／5 年

イ．創業者及び事業承継者の経営安定支援

新規創業予定者、事業承継予定者に対し、情報提供や計画策定支援を行います。

創業計画ならびに事業承継計画に基づいた着実な経営により、事業の安定化を支援します

【小規模事業者の数値目標】

創業計画策定事業者	5 者／5 年
事業承継計画策定事業者	5 者／5 年

ウ．地域資源を活用した商品開発と販路開拓支援

地域資源を活用した商品の開発及び販路開拓を行う小規模事業者に対し支援を行います。商談会・展示会への出展支援により地域外への販路拡大を図り売上の増加を目指します。

【小規模事業者の数値目標】

商談会・展示会出展による売上増加事業者数	10 者／5 年

エ．既存商品・サービスの販路拡大支援

既存商品・サービスを提供する小規模事業者に対して、需要動向調査に基づく商品力・販売力の向上を図り、ＩＴ技術の活用と共同広告による情報発信を通じて販路拡大を支援し、売上の増加を目指します。

【小規模事業者の数値目標】

ＩＴ活用による売上前年比 3%増加事業者数	10 者／5 年
共同広告による売上前年比 3%増加事業者数	60 者／5 年

②地域への裨益目標

小規模事業者の経営力向上を基礎とした持続的発展と新規創業及び事業承継の促進により「賑わいに満ちた魅力ある事業者による活気あるまちづくり」を実現し、地域雇用を支える小規模事業者の維持による定住人口の増加、地域全体の賑わい創出を目指します。

また、地域資源を活用した商品などを扱う事業者の販路拡大を通じて地域ブランドの強化を図り、次の商品開発へと繋がるサイクルを促進し、生産者である第一次産業のみではなく、第二次産業、第三次産業と地域全体の産業活性化を目指します。

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４年４月１日～令和９年３月31日）

（２）目標達成に向けた方針

① 事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標（数値目標）

ア　事業計画の策定支援

事業計画の策定支援の前提として、日常の巡回や窓口の対応から情報の収集に努め、職員間の情報共有をベースに対応の幅を広げることで効果的な支援を行います。

事業計画の策定にあたっては、経営分析による結果を基礎とした計画策定を行い、事業者にとって適切で無理のない実現可能な計画策定を支援し、長期的な計画の実行を最優先事項とします。

また、ＤＸの導入等専門知識が必要な案件においては、専門家と連携して小規模事業者のＤＸ導入推進とフォローアップを行い、売上や利益を向上させ経営力の強化に繋げます。

イ　創業者及び事業承継者の経営安定支援

関係機関との情報共有に努め、創業支援と事業承継支援の効果的な取り組みを目指します。創業や事業承継の場面においては、相談内容が多岐にわたるにも関わらず、十分な支援を受けないまま実施されることがあります。

関係機関との連携を強めることで情報の共有が進み、事業者にとって必要な支援が効率的に行き届くように取り組みます。

ウ　地域資源を活用した商品開発と販路開拓支援

地域資源を活用し独創性、競争力のある商品やサービスの開発や販路拡大に取り組みます。一次産業の農作物に留まらず、出荷先の限定されている水産資源や空港を有する事による立地的な特色やサービスも視野に入れ、様々な角度から有効な支援を検討します。地域資源の未開拓部分を伸びしろと捉え、将来性のある事業展開を目指します。

エ　既存商品・サービスの販路開拓支援

近隣商圏へのアクセスの良さからおきる消費の流出に対してPR事業を展開することで、潜在する市場の掘り起こしから販路の拡大を目的とした支援を行います。

また、IT 技術活用による情報発信の新規顧客開拓等、域外の消費者への有効な情報伝達に取り組むことで消費の流入を創出する支援を行います。

自己の分析から客層の拡大を目指し、様々な情報発信とアピールから有効な手法を認識し、新たな客層の獲得を目標とします。

②長期的な振興のあり方を踏まえた目標（地域への裨益目標）

小規模事業者が地域の経済動向や需要の動向を的確に捉え、経営環境においてどのような強みを持ち、経営上の課題に対応しているのかを認識した上で、事業計画の策定と着実な実施に取り組めるよう商工会は伴走型の支援を行います。

小規模事業者の売上増加による事業基盤の安定化により、雇用の維持・創出を図り、定住人口の維持・増加、地域全体の賑わい創出に繋げます。

また、地域資源の活用においては、商品の販売先を開拓することで地域資源そのもののブランド力が高まり、ブランド力の高まりが新たな商品展開に結びつくことで新商品開発のサイクルが発生します。地域資源を活用した商品の販路拡大を、商談会や展示会への出展支援とともに、各種町内イベント等を活用したＰＲ及び販売促進支援により地域経済全体への活性化に繋げます。

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期計画では、地域経済の動向は巡回や窓口相談による聞き取りが中心でビックデータ等を活用した専門的な分析ができていませんでした。

第２期計画では、巡回を通してのヒアリング情報収集と「地域経済分析システム（ＲＥＳＡＳ）」や道の経済情報等の分析結果と空港の利用状況等も含めて分析し、消費動向と人流データとして再構築し町内事業者の現況に近い動向データとして公表を行います。事業者にとって活用しやすい経済動向データの提供に取り組み伴走型支援に役立てます。

（２） 目標

	公表方法	現行	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
地域経済動向分析の公表回数	ＨＰ掲載	－	１回	１回	１回	１回	１回

（３） 事業内容

① 地域経済動向分析の実施（新規）

「地域経済分析システム（ＲＥＳＡＳ）」のデータを基礎として、巡回による経営指導員のヒアリングや道の経済情報等をあわせて分析を行い、より地域の小規模事業者に密接した内容として年１回公表します。

分析結果は、景気の動向や観光客の動向を長期的な事業計画の策定に活用します。

【分析内容】

分析項目	分析手法
地域経済環境マップ	ＲＥＳＡＳを活用し、地域内の生産分析、分配分析、支出分析の流れや影響等を分析する
産業構造マップ	ＲＥＳＡＳを活用し、産業の現状等を分析する
まちづくりマップ	ＲＥＳＡＳを活用し、町内の From-to 分析、滞在人口率、流動人口等を分析する
売上、仕入、資金繰り等のＤＩ、経営課題	北海道商工会連合会が作成する中小企業景況調査を活用し、整理・分析する。 また、経営指導員が巡回等により地域の小規模事業者へヒアリングによる調査を行い情報収集し、整理・分析する。

【周知方法】商工会ホームページに掲載し、広く情報提供を行います。

（4）成果の活用

○情報収集・調査、分析の結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知します。

○経営指導員等が巡回や窓口相談において経営状況の分析及び事業計画策定のための基礎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期計画では、巡回や窓口相談等における事業者ヒアリングとPOSデータ等から需要を把握し、情報提供とあわせて計画策定の支援等を行いました。

第2期計画においては、より消費者ニーズに対応した情報収集を行い効果的なデータ活用を行うため、消費者アンケートから昨今の多様化した消費者需要を調査し、また、商談会ではバイヤーからの需要動向を把握します。

第三者からの客観的なデータを収集することで、需要にあった情報提供ができることを目指します。

（2）目標

	現行	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
① 消費者需要動向調査 対象事業者数	－	3者	3者	3者	3者	3者
② 商談会による需要動向調査	2者	2者	2者	2者	2者	2者

（3） 事業内容

① 消費者需要動向調査の実施（新規）

消費者需要動向調査を実施し、事業者へのフィードバックを行うことで商品やメニューの改善を行います。このことにより、消費者ニーズにあった商品・メニュー構成から持続的かつ安定した売上につなげます。

【調査手法】　消費者に対し、店舗利用時にアンケートの協力を依頼

【対象事業者】販路開拓が必要な小規模事業者（小売業、飲食業、製造業等）

【サンプル数】60名（3事業者×消費者20名）

【調査項目】　価格、味、性別、年齢、パッケージ、内容量、リピート　等、商品等にあった調査項目を都度検討します。

【調査結果の活用】経営指導員がデータの整理と分析を行い当該事業者へフィードバックし改善の検討を行うことで、事業計画等に組み込み、消費者ニーズに適合した商品・メニュー提供へ結びつけます。

② 商談会・展示会による需要動向調査

商品の販路拡大のためには、その第一歩としてバイヤーに購入いただき市場に商品が並ばなければなりません。本事業においては商談会等でバイヤーからの需要を調査し、様々なバイヤーの意見を検討し商品改善につなげるため、広域で販売が見込める商品へ向けた調査を行います。

【調査手法】　経営指導員が商談会等出展時にバイヤーへの聞き取り調査を行います。

【対象事業者】販路開拓が必要な小規模事業者（小売業、飲食業、製造業等）

【サンプル数】20バイヤー（商談数10件　×　2事業者）

【調査項目】　価格、味、内容量、パッケージ、想定される購入者、地域特性等、対象商品にあった調査項目を都度検討します。

【調査結果の活用】経営指導員がデータの整理と分析を行い当該事業者へフィードバックし改善の検討を行うことで事業計画に組み込み、バイヤーと消費者が求める商品サービスの提供へ結びつけます。

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、経営分析の手法と事業計画の有効性についてのセミナー等を開催し、事業計画策定の必要性についての周知に取り組みました。

第２期計画においては、一層の情報伝達に取り組み、巡回や窓口相談で直接の情報提供と意欲喚起を行いながら、事業者が積極的に経営分析に取り組めるような環境づくりを進めます。

事業計画の積極的な策定と実行のために、基礎となる経営分析を財務分析と非財務分析を通して行い、経営状況の分析が今後の事業には必要である認識へと小規模事業者の意識改革を促す必要があります。

（２）目標

	現行	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
経営分析事業者数	－	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

（３）事業内容

① 支援対象者の掘り起こし

巡回、窓口、前年度確定申告データ等から支援対象者を選出します。

特に売上減少の目立つ事業者を優先的に支援対象者とし、関心の低い事業者には重点的に経営情報の分析にかかる必要性など情報の提供に取り組み、経営力の向上を促します。

【対象者】巡回等で情報提供を行い、事業計画と販路拡大への関心が高い小規模事業者

② 経営分析の実施

経営指導員による経営分析を巡回訪問や窓口相談で実施し、経営分析の第一歩を踏み出します。財務分析と非財務分析から自社の状況を把握し、今後の専門家による経営分析や事業計画の策定につなげます。

経営指導員が経営者とともに財務分析と非財務分析を行い、経営者自身が分析を続けられるよう支援を行います。

【分析項目】定量分析である「財務分析」と、定性分析である「非財務分析」の両面から経営分析を行う。

「財務分析」直近３期における下記指標の分析

売上持続性（売上増加率等）、収益性（営業利益率等）

生産性（労働生産性等）、健全性（EBITDA 有利子負債倍率等）

効率性（営業運転資本回転期間等）、安全性（自己資本比率等）

「非財務分析」事業者の内部環境における強みと弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威と機会を、下記項目について整理する。

内部環境（技術力、販売力、商品力、人材、ＩＴ化等）
外部環境（市場動向、市場規模、シェア、競合）

【分析手法】経営支援ツールを活用し、経営指導員等が分析を行う。
想定活用ツール：経済産業省「ローカルベンチマーク」

（4） 分析結果の活用

○分析結果は事業者にフィードバックして事業計画策定の基礎とします。
○職員間で情報の共有を行い多角的かつ効率的な支援の体制を構築します。

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、小規模事業者が経営の課題を把握し環境の変化を捉えて、経営力向上を図るための事業計画策定について、年１回のセミナー開催や経営指導員の巡回により支援しましたが、事業計画策定の重要性が理解されず、6 者の計画策定に留まりました。

第２期計画においては、セミナー開催方法の見直しや各種支援施策活用による経営力向上の重要性を経営指導員の巡回訪問により助言し、事業計画策定を支援します。

また、町内創業予定者への創業計画策定支援や、小規模事業者の後継者対策として事業承継計画の策定を支援し、町内小規模事業者の新陳代謝による商工業の活性化を促します。さらには、非接触型決済や電子インボイスへの対応などに見られる社会構造の変化にも対応できるようＤＸセミナーを開催し、知識の習得と事業全般にデジタル技術を取り込んだ業務効率化や販路開拓に取り組むことで、小規模事業者の生産性向上と経営環境の変化への積極的対応を目指します。

（2）支援に対する考え方

経営分析の結果と巡回や窓口相談において収集した事業者の情報を集積し、事業者にとって有効な支援を行います。

新型コロナウイルス感染症の影響が小規模事業者に深刻なダメージを与えていることから、新商品・新サービスの開発による販路開拓や事業再構築など、支援施策を活用しながら業績の回復を目指すために事業計画策定は極めて重要です。セミナー開催による集団指導や経営指導員の巡回訪問により重要性を助言し、経営分析を行った事業者の５割程度／年の事業計画策定を目指します。

創業計画と事業承継計画においては、関係機関との連携により情報収集に努め、事業者との早期接触により早い段階における計画策定に向けた情報提供等の取り組みを可能とすることで、事業者にとって有利な創業支援、事業承継支援を目指します。

また、ＤＸに向けた取組が小規模事業者にも様々な局面で必要であることを、理解・認識してもらうために、ＤＸに向けた意識向上を図るべく、ＤＸ推進セミナーを開催します。巡回等を通じて事業者に環境変化と対応についての意識改革を求めながら、ＤＸ推進への意識高揚と積極性の向上に取り組みます。

ＤＸセミナーと事業計画策定セミナーを順番に開催しながら、スムーズな流れでＤＸ導入によるビジネスモデルの変革を取り入れた事業計画策定を支援します。

実現可能なＤＸ推進を図るため、事業計画の策定を通じて小規模事業者が当初から高い目標設定をせず無理なく実行できるＩＴ技術の活用を支援し、効果を実感できるよう、行程の積み重ねから順序よくＤＸの推進を支援します。

（3）目標

	現行	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
① ＤＸ推進セミナー	－	2回	2回	2回	2回	2回
② 事業計画策定セミナー	5回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	6者	10者	10者	10者	10者	10者
③ 創業計画策定事業者数	－	1者	1者	1者	1者	1者
④ 事業承継計画策定事業者数	－	1者	1者	1者	1者	1者

※　②事業計画策定セミナーの現行については、第1期計画期間（5年間）の累計回数

（4）事業内容

① ＤＸ推進セミナーの開催（新規）

ＤＸに関する基礎知識の習得とＩＴ活用事例を学び、ＤＸに向けたＩＴツールの導入を推進するため、専門家を招聘しセミナーを開催します。

【支援対象者】ア　経営分析を行った小規模事業者
イ　ITツールを積極的に活用している小規模事業者
ウ　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
【参加見込】　セミナー　1回　10者程度（小売業、製造小売業、サービス業）
【予定専門家】中小企業診断士等
【内容】　ＤＸの事例紹介および導入支援
【支援・手法】経営指導員の巡回等から情報提供や提案を行いＤＸへの基礎を構築します。
専門家を招聘し、事例発表等の情報提供から計画の方向性をより明確にし、ＤＸのスムーズな導入支援に繋げます。

② 事業計画策定セミナーの開催

【支援対象者】ア　経営分析を行った小規模事業者
イ　事業計画の策定を希望する小規模事業者
ウ　新商品開発や新たな販路開拓を行う小規模事業者
エ　ＤＸセミナーの受講者
【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
【参加見込】　セミナー　1回　10者程度（小売業、小売製造業、サービス業）
【予定専門家】中小企業診断士等
【内容】　ＤＸを取り込んだ事業計画の有効性と策定について
【支援・手法】経営力向上のためには事業計画策定が必要であることから、経営指導員の巡回訪問等により重要性を助言し、事業計画の策定に対する意欲喚起とセミナー参加者の増加を図ります。専門家を招聘し個々の事業に有効な事業計画のブラッシュアップを行いながら、事業計画の着実な策定を支援します。

③ 創業計画策定支援

【支援対象】　創業予定者

【支援手法】　窓口相談において、創業に必要な税務、労務等開業までの必要な支援を行います。日本政策金融公庫の「創業計画書」を活用しながら、計画的な安定した創業が可能となるよう創業計画の策定支援を行います。また、必要に応じて金融機関との連携により、実効性の高い計画策定に繋げます。

【周知方法】　商工会ホームページへの掲載、ポスター・パンフットの配布

④　事業承継計画策定支援

【支援対象】　事業承継を検討している事業者

【支援手法】　窓口相談・巡回支援により、事業承継の方法・時期・税務の取り扱いなど具体的支援と事業承継計画の策定支援を行い、事業のスムーズな承継を支援します。中小企業庁の「事業承継計画表」を活用しながら、事業承継がスムーズに行われるよう計画策定支援を行います。また、必要に応じ、専門家や「事業承継引継ぎセンター」との連携により円滑な事業承継を支援します。

【周知方法】　商工会ホームページ・商工会報への掲載

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期計画では、ヒアリング等によるフォローアップを実施してもデータ化と情報共有は行われずに対応した職員で支援を行ったため、職員間の情報共有等によるメリットを組み込むことができていませんでした。また、フォローアップの回数についても計画的なものではなく、随時職員が対応する事が多く、定期的な支援はできませんでした。

第２期計画では、データベースの作成からフォローアップの情報を確認できるようにし、職員間の情報共有と情報交換から実施に係る適切な支援が行えるように支援体制の見直しを行います。

定期的な事業者訪問をベースに事業者と意見交換を行い、事業計画の実施に必要な補助金の活用手法を事業者に提供するなど事業実施に向けての多角的な支援を行えるよう支援の形態を改善し、事業者が様々な手法を選択しながら遅滞なく事業計画を実施できるよう伴走型の支援を行います。

（2）支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象に定期的なフォローアップを行います。
事業計画の内容をデータベースの作成により職員間で共有し、職員全体が日頃の巡回や窓口業務から事業計画の進捗状況を確認できるようにします。

また、事業計画の進捗状況によっては、フォローアップ回数の見直しから原因の把握と改善等を行い、必要であれば計画の見直しも支援します。

（3）目標

	現行	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
事業計画策定フォローアップ対象事業者数	6者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	10回	40回	40回	40回	40回	40回
事業承継計画策定フォローアップ対象事業者数	－	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	－	4回	4回	4回	4回	4回
創業計画策定フォローアップ対象事業者数	2者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	4回	12回	12回	12回	12回	12回
売上増加率（対前年比３％以上）事業者数	－	5者	5者	5者	5者	5者

（4） 事業内容

① 事業計画策定対象事業者へのフォローアップ

事業計画を策定した全ての事業者に対し、巡回等でフォローアップを実施します。

基本的には四半期ごとに１回の頻度で巡回を行い、遂行状況の確認や課題の解決を行います。あわせて、売上の調査も実施して効果の判定を行います。

② 事業承継計画策定対象事業者へのフォローアップ

事業承継に係る相談を受けて事業計画等を支援した事業者に支援を行います。

基本的には四半期ごとに１回の頻度で巡回を行い、巡回から直面している問題点等のヒアリングを実施し、問題解決と計画に関するフォローアップを行い、スムーズな事業承継を支援します。

③ 創業計画策定対象事業者へのフォローアップ

創業に係る相談を受けて事業計画等を支援した創業者に支援を行います。

基本的には月１回の頻度で巡回を行い、巡回から直面している問題点等のヒアリングを実施し、問題解決と計画に関するフォローアップを行います。

④事業計画と進捗状況がズレている場合の対処方法

進捗状況が思わしくなく、計画との間にズレが生じている場合には、中小企業診断士等と連携し、経営指導員等と事業者を併せた３者による原因究明を行います。

その結果、計画の再検討が必要であれば見直しを行うなど、適宜軌道修正行うことにより、確実な事業計画の実行を支援していきます。

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的とした商談会への出展事業者の掘り起こしを実施しましたが、出展には至りませんでした。また、地域内の需要開拓として共同広告の発行を行い、複数事業者の情報を一括して提供する相乗効果を新規顧客に結びつける販路開拓を支援し、参加事業者の約60%で前月比増の来客となりました。

第２期計画では、引き続き地域資源を活用した商品については、商談会や展示会への出展事業者の掘り起こしを行うとともに出展へつながるよう支援し、販路の継続した拡大を支援します。また、地域消費の掘り起こしによる販路拡大も継続し、町内消費者を中心とした消費の拡大と事業者利用の定着を目指します。販路拡大に有効なＩＴによる情報発信を取り入れたＤＸの推進支援を行いながら小規模事業者の需要開拓を支援します。

（２）支援に対する考え方

地域資源を活用した商品の販路開拓において、主に首都圏の大規模なマーケットへの展開による売上の増加に取り組みます。食品関係は特に商談会等で実食していただくことが重要なため販路拡大を目的とした首都圏で開催される商談会ならびに展示会の出展を支援します。出展では商品構成から売場づくり、成約に向けたフォローアップまで経営指導員が支援を行い、出展を通じて事業者が販路拡大に関するノウハウを蓄積することを目的とします。

ＤＸに向けた取組として、ＨＰの作成やＳＮＳによる情報発信や新規需要の開拓を推進し、経営指導員の窓口や巡回による個者支援の他、高度化する支援内容についてはＩＴの専門家から助言を頂くことで、支援対象事業者の売上増加を図ります。

地元消費者を対象とした展開が有効な事業者には、地域の販売先拡大に繋がる支援を行います。広告の作成を通じて商品やサービスのアピール方法見直しを行い、今後の販売戦略に役立てるように取り組みます。

（３）目標

	現行	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
商談会参加事業者数	２者	２者	２者	２者	２者	２者
成約件数／者	－	１件	１件	１件	１件	１件
展示会出展事業者数	２者	２者	２者	２者	２者	２者
売上額／者	－	５万円	５万円	５万円	５万円	５万円
ＩＴ活用事業者	－	４者	４者	４者	４者	４者
売上増加率／者		3%	3%	3%	3%	3%
共同広告活用事業者数／回	－	12者	12者	12者	12者	12者
売上増加率／者		3%	3%	3%	3%	3%

（４）事業内容

① 商談会・展示会への出展支援（ＢｔｏＢ、ＢｔｏＣ）

首都圏の商談会・展示会等への出展により、消費者ニーズを捉えた商品・サービスのブラッシュアップと地域内外への販路開拓を支援します。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します。支援内容は下記のとおりです。

【支援対象者】

地場産品を活用して商品開発を行っており、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います。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します。

（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います。

（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きます。

【想定される商談会・展示会】

「北海道産品取引商談会」（B to B）

開催時期　：毎年度2月頃（東京・大阪　各１日間）
開催場所　：東京都・大阪府
主　　催　：北海道、（一社）北海道貿易物産振興会、北海道どさんこプラザ、北洋銀行
対象事業者：道内食品製造・加工メーカー及び取扱企業、関係団体
出展事業者数：155者（東京71者、大阪84者／R1年度実績）
来 場 者　：首都圏・関西地域百貨店、スーパー、卸問屋、外食関係のバイヤー588名（東京302名、大阪286名／R1年度実績）
概　　要　：道内で生産された食品の関東・関西地域での販路拡大を目的とした商談会

「なまらいいっしょ北海道フェア」（B to C）

開催時期　：毎年度10月頃（2日間）
開催場所　：東京都（三軒茶屋ふれあい広場）
主　　催　：北海道商工会連合会
対象事業者：商工会・商工会員、商工会議所・商工会議所会員、市町村・団体
出展事業者数：25者
来 場 者　：一般消費者　約20,000名
概　　要　：北海道の商品ＰＲを通じて北海道のファンを増やし、交流・定住人口の拡大や特産品の販路拡大など地域活性化に貢献することを目的とした展示販売会

② ＤＸの推進とＩＴ活用事業者への支援（ＢｔｏＣ）

新規顧客の開拓としてＨＰの作成やＳＮＳ等の活用に取り組む事業者を支援します。
巡回等を通じてＤＸの導入に関連した支援を継続し、事業者が通常の事業の一環として負担なく情報発信等の操作が可能な状態まで到達することを目指します。
また、高度な内容を要する案件については専門家を招聘して支援します。

【支援対象】新たな手法による集客の必要性が分析される事業者
ＤＸへの取り組みに積極的な事業者

【取組内容】巡回や窓口相談において、ＤＸへの取り組みを支援します。ＩＴの操作方法や掲載記事等の助言を行い、ＨＰやＳＮＳ等新たな手法による情報発信に取り組みます。
具体的には、無料ホームページ作成サービス「グーペ」やＳＮＳサービス、

無料ネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」などを活用し、経営指導員等と専門家が連携して作成支援し、情報発信力を高めて販路開拓を積極的に支援します。

【予定専門家】　ＩＴ関係専門家等

③ 共同広告の発行事業（ＢｔｏＣ）

地域需要の掘り起こしを目的として、地元をターゲットとした販路開拓を行います。
網走市、美幌町、北見市への消費の町外流出に悩まされており、この流出の解消が売上回復と経営強化に繋がります。
特に若年層は積極的に安い商品を求めて町外に向かう傾向にあり、地元商店を一度も利用したことがない購買層もいます。
町内事業者をあまり利用したこのない客層に、事業内容や商品をアピールして購買層の掘り起こしを行います。また同時に共同広告の形態を採用することで、商業地域としてのアピールを行って、相乗効果による売上の増加を目的とします。

【支援対象】地域消費者の需要開拓が必要と分析される小規模事業者
【取組内容】複数事業者による共同の広告を、町内と隣接する商圏に発行します。
広告の発行により、消費の町外流出と域外からの流入を目的とします。
掲載内容は、消費者に伝わっていない事業の内容を紹介するもので、町内及び近接地区のマーケットの掘り起こしを行います。
【広告発行】年2回発行
【共同広告活用事業者数】12者/回

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、事業の検証と見直しを事業評価委員会にて行いましたが、評価結果については商工会内部での検証と事業結果報告の商工会窓口配布や会報での周知に留まり、広く外部への公表や適切な事業見直しに至りませんでした。

第２期計画では、事業評価結果を商工会ホームページに掲載し公表することで、広く小規模事業者への周知を行います。

（２）事業内容

① 事業評価委員会を年１回開催し、経営発達支援事業の実施状況報告や成果の評価・見直し等ＰＤＣＡサイクルを適切に回すための事業検証を行います。評価委員会のメンバーは、商工会正副会長、経営指導員、大空町産業課長、外部有識者として網走信用金庫女満別支店長とします。
② クラウド型経営支援ツール「Shoko Biz」を活用して、支援事業者のデータの蓄積を行い、データベースを活用した事業者支援実施状況を定量的に把握します。
③ 事業の成果・評価・見直しの結果については、商工会理事会へ報告し、承認を受けます。
④ 事業の成果・評価・見直しの結果を通常総会議案書に記載するとともに、商工会ホームページによって公表します。

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期計画では、北海道商工会連合会や中小企業基盤整備機構が開催する各種研修に職員が出席し、個々の支援能力向上に努めました。

第２期計画では、職員間で情報共有が課題であり、職員全体の支援能力向上に取り組む必要であることから、研修内容の職場全体への積極的なフィードバックに取り組むと同時に、ＤＸを中心とした専門的なセミナーに参加し、知識の習得により支援力向上を図ります。

（2）事業内容

① 外部講習会等の積極的活用

経営指導員は、北海道商工会連合会が主催する全道商工会経営指導員研修及び中小企業基盤整備機構が主催する中小企業支援担当者研修等に出席し支援能力の向上に努めます。

補助員、記帳専任職員については、北海道商工会連合会が主催する各種研修会に出席し支援能力の向上を図ります。

職員全体で、経営計画策定と実行支援の能力向上に繋がる研修メニューを選択し、情報共有することで全体の支援能力向上を図ります。

【事業計画策定及び実行支援に関する研修会】

ア）北海道商工会連合会が開催する職種別研修会（経営分析の基礎、事業計画の策定、持続化補助金の活用等）

イ）中小企業大学校が開催する中小企業支援担当者等研修（事業承継・廃業支援を見極めるポイント、創業の進め方、経営改善支援の進め方等）

また、ＤＸ関連の知識を習得し支援力向上を図るため、外部団体が開催するＤＸに関連するセミナーに参加します。ＳＮＳ等ＩＴ技術を活用した情報発信技術等の知識を習得し、小規模事業者のＤＸへの取り組みを推進します。

【ＤＸ推進に向けたセミナー】

ア）事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組みに資するセミナー
補助金の電子申請、電子マネー・商取引等クラウド、会計ソフト、情報セキュリティ対策

イ）事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組みに資するセミナー
ホームページ等を活用した自社ＰＲ・ＳＮＳ等ＩＴを活用した情報発信、オンライン展示会

② 職員ミーティングの開催

月１回定期的な職員ミーティングを開催し、情報共有と意見交換により支援力向上を図ります。

また、講習会の開催直後は出席職員による報告会と勉強会を開催し、知識の習得と共有を図ります。ＩＴ関連では実習を行い、全体の習熟度に差異が発生しないように取り組みます。

③ クラウド型経営支援ツール導入による事業者情報のデータベース化

職員がそれぞれ行った支援内容や進捗状況等を随時データ入力し、クラウド型経営ツ

ール「Shoko Biz」を活用した事業者支援情報のデータベース構築に取り組み、共有化することで職員全体の支援能力向上を図ります。
本所・支所それぞれの地域における事業者ごとの支援状況を入力し、支援ノウハウを蓄積することで、継続的・効果的な事業者支援を行います。

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

（１）現状と課題

第１期計画では、日本政策金融公庫北見支店が開催する小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会（マル経協議会）や、全道 商工会経営指導員研修会・全道ブロック別研修会等において支援ノウハウ等の情報交換を行いました。

第２期計画では、連携先が限定的であり、高度化する経営課題へ対応するためには更なる支援ノウハウの共有が必要であることから、各支援機関や地元金融機関である網走信用金庫、近隣商工会との情報交換を行います。コロナ禍における小規模事業者への支援は多岐にわたり、支援ノウハウの共有は一層重要度を増していることを踏まえ、各支援機関との連携を密にすることで、小規模事業者に対する支援事例等の情報と地域課題の共有を図ります。

（２）事業内容

①各支援機関との情報交換（年４回）

各支援機関（北海道よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構、税理士等）との連携を密にとり、セミナー開催時や専門家派遣の際に、年４回程度情報交換を行い、各支援機関のノウハウや新たな施策の情報を吸収し、職員自らの支援能力の向上を図り、そのノウハウを地域小規模事業者の経営分析、経営計画策定、市場開拓、販路拡大などに活かします。

②金融機関との情報交換（年３回）

日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金推薦団体協議会等や網走信用金庫女満別支店・東藻琴支店と金融懇談会等を年３回程度開催し情報交換を行い、小規模事業者の金融支援対策として、小規模事業者経営改善資金融資や各種制度融資を活用するために、連携体制を強化すると共に、職員の支援ノウハウの向上を図ります。

③斜網ブロック広域連携協議会による情報交換（年４回）

近隣４商工会（斜里町、清里町、小清水町、大空町）で組織する斜網ブロック広域連携協議会において、経営指導員等による経営支援会議を年４回程度開催し、他町村の小規模事業者への支援内容や支援課題について情報交換を行い、支援ノウハウ等の情報の共有を図ると共に、地域小規模事業者の経営改善普及事業の円滑な推進と事業計画策定に係る経営発達に向けた支援力の向上を図ります。

Ⅲ．地域経済の活性化に資する取組

１２．地域経済の活性化に資する取組

（1）現状と課題

第 1 期計画では、域内消費活動の効果的な循環と活性化を図るため、「そらっきーポイントカード」によるポイントカード事業の実施や毎年継続事業として、プレミアム付商品券を発行し地元消費の拡大と地域経済の活性化を図りました。

また、町内東藻琴高校とタイアップして、女満別地区及び東藻琴地区において地域活性化事業「東高交流マルシェ」（下記参照）を実施しました。

第 2 期計画では、地域ブランドの向上に向けた町内関係団体が一体となった取り組みがなされていなかったことから、「地域経済活性化協議会」を立ち上げ、今後の地域経済活性化の方向性を共有します。協議会の取り組みにより開発した特産品については、開発事業者の観光イベント出展を促して、販売の機会を創出し、今後の特産品として新たな需要の開拓と売上の向上を目指します。

※地域活性化事業空き店舗対策「東高交流マルシェ」
町内の空き店舗を活用して年６回、東藻琴高校が生産した農産物や農畜産加工品を販売。

（2）事業内容

① 経済活性化協議会の開催（年１回）

一次産業団体（女満別町農業協同組合等）と連携し、「経済活性化協議会」（大空町、女満別町農協、網走信金女満別支店、観光協会、めまんべつ産業開発公社等）を年１回開催し、地域の素材を活かした新商品の開発研究、販路拡大に取り組み、地域ブランドを創出すると共に、ご当地グルメのＰＲ及び販売促進のための新たなイベントスタンプラリー等、を実施し、魅力ある地域特産品の開発を実施します。

② 体験型観光の推進

観光においては、豊かな自然環境や農林水産業をはじめとした地域産業など、地域の特色を活かした自然体験、アウトドア活動やグリーン・ツーリズム、喜びと感動を味わえる体験・滞在型観光を町、観光協会、女満別町農業協同組合と連携し促進する。

また、地域の特性を活かした魅力ある観光イベント(芝桜まつり〔令和元年実績 来場者数 100,000 人 31 日間〕、めまんべつ観光夏まつり〔令和元年実績 来場者数 38,000 人 2 日間〕ノンキ―ランドふるさとまつり〔令和元年実績 来場者数 4,000 人 1 日間〕など)は、特産品の認知度向上や、地域ならではの楽しみを提供するなど、交流人口の拡大を図ります。

大空町の観光情報の発信機能と商業機能を併設した観光拠点施設である、道の駅「メルヘン観光交流センター〔令和元年度　実績 来場者数 140,000 万人〕」を即売会やイベント会場の場として有効活用することにより、地域資源を活用した商品開発を行う小規模事業者の販売促進を図ります。

観光協会や各団体と連携しながら、交流と賑わい、地域の活力を創出すると共に小規模事業者の売上拡大により地域経済の活性化に繋げます。

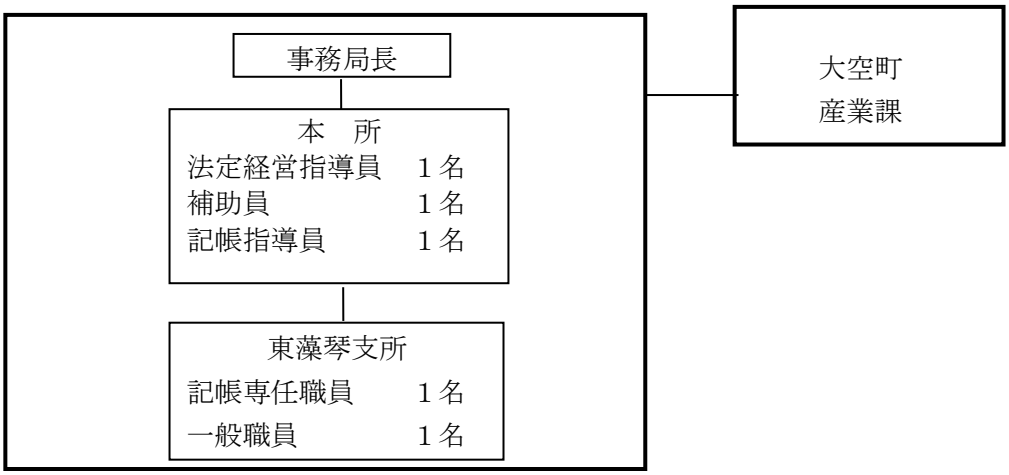
（別表２）

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：高野　慶太
　連絡先：大空町商工会　TEL　0152-74-2641

②法定経営指導員による情報の提供及び助言
　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提供を行う。

（３）商工会、関係市町村連絡先
①商工会
〒099-2310　北海道網走郡大空町女満別本通３丁目２番７号
　　大空町商工会
　　TEL：0152-74-2641　/　FAX：0152-74-3998
　　E-mail：mmb@rose.ocn.ne.jp

② 関係市町村
〒099-2323　北海道網走郡大空町女満別西３条４丁目１番１号
　　大空町　産業課
　　TEL：0152-74-2111　/　FAX：0152-74-2191
　　E-mail：info＠town.ozora.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）

	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	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
セミナー開催費用	200	200	200	200	200
商談会等参加費用	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
販路開拓関係費用	600	600	600	600	600
セミナー等参加費用	200	200	200	200	200

（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、国補助金、道補助金、町補助金・手数料等

（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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等