

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	厚真町商工会（法人番号：1430005008820） 厚真町（地方公共団体コード：015814）
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 ・新型コロナウイルス感染症の影響により売上の減少している小規模事業者や販路開拓に取り組む小規模事業者の事業計画の策定の支援を行い、売上、利益の拡大を図ります。 ・地域資源を活用した商品の販路開拓を支援します。 ・事業承継を支援し、地域の小規模事業者数の維持を行います。 ・創業者や創業間もない小規模事業者の経営支援を行い、早期の経営安定化を図ります。
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向の調査に関すること ①地域の経済動向調査 ②景気動向調査 4. 需要動向調査に関すること ①地域資源を活用した商品、サービス等の需要動向調査 ②商談会、展示会等の需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること ①補助金活用に向けた経営分析 ②需要開拓に向けた経営分析 ③事業承継に向けた経営分析 ④経営拡大、経営安定化に向けた経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること ①補助金活用に向けた事業計画策定 ②需要開拓に向けた事業計画策定 ③事業承継に向けた事業計画策定 ④経営拡大、安定化に向けた事業計画策定 ⑤創業計画策定 ⑥D X推進セミナーの開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会、商談会出展事業（B t o B） ②物産展出展事業（B t o C） ③ホームページ、G o o g l eマイビジネスの活用（B t o C） 9. 事業評価及び見直しをするための仕組みに関すること 10. 経営指導員等の資質向上に関すること 11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること ①厚真産ハスカップブランド化推進協議会への出席 ②厚真町産業活性化協議会の開催 ③厚真町、(株)あつまスタンプ会、厚真町商工会の3者協議会の開催
連絡先	厚真町商工会 〒059-1601 北海道勇払郡厚真町京町 37 番地 TEL：0145-27-2456 FAX：0145-27-3877 E-mail：atsuma@olive.ocn.ne.jp 厚真町 産業経済課 〒059-1601 北海道勇払郡厚真町京町 120 番地 TEL：0145-27-2486 FAX：0145-27-3944 E-mail：keizai@town.atsuma.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 現状

【立地】

厚真町は道央圏の胆振管内東部に位置し、西部は苫小牧市と安平町、北部は由仁町と夕張市、東部はむかわ町に接しています。面積は 404.61 km²で北部は自然豊かな森林地帯、中央部は豊穡な稲作地帯、南部は牧草地や耕作地として活用されています。

湾岸線を通る国道 235 号線、高速道路日高自動車道厚真 I C、J R 日高線のほか、主要道道千歳鶴川線、主要道道平取厚真線の整備により道内各地と結ばれており、隣接の苫小牧市までは約 35km、道都札幌市までは約 65km、北海道の玄関口である新千歳空港までは約 30km と近距離です。また、秋田、新潟、敦賀を結ぶ新日本海フェリーが運航し、交通の利便性に優れています。

なお、太平洋と面した町南部の浜厚真海岸は道内屈指のサーフスポットで、年間を通してサーファーが訪れています。

また、苫小牧市から安平町、厚真町にかけて広がる日本最大の産業地域である苫小牧東部地域は、自動車関連企業などの大規模工場が多数立地しているほか、厚真町区域にも道内最大規模の火力発電所である北海道電力苫東厚真発電所や国内最大の石油備蓄基地が置かれています。

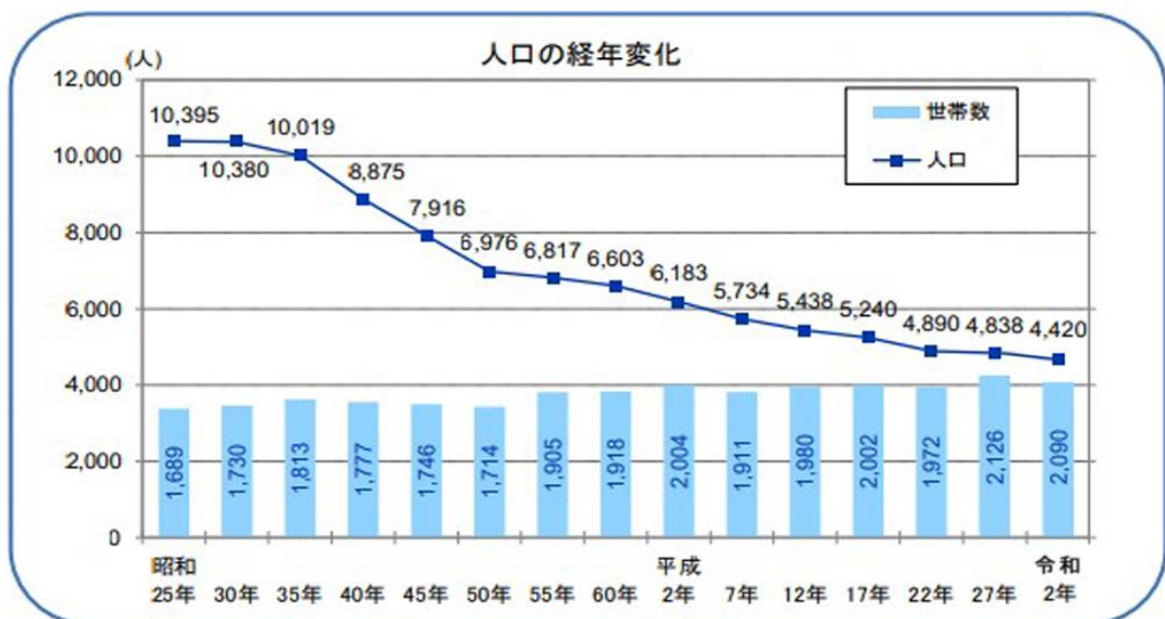


※出典：厚真町都市計画マスタープラン

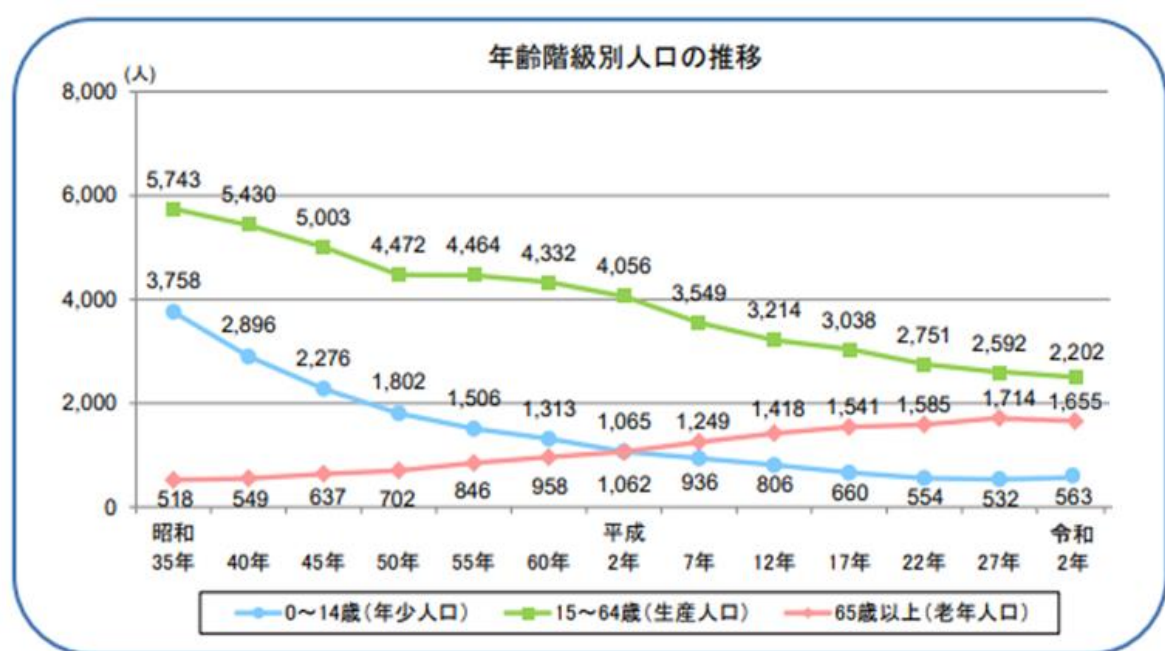
【人口】

厚真町の人口は、昭和 33 年の 10,597 人をピークに減少傾向に転じ、令和 2 年には 4,420 人と大幅に減少しています。世帯数は、昭和 25 年の 1,689 件から増加を続け、平成に入ってから 2,000 件程度で推移しており、平成 22 年から平成 27 年にかけては 154 戸の増加と新規宅地開発などによる転入がみられ、平成 27 年から令和 2 年にかけては 36 戸の減少と胆振東部地震による人口および世帯数の減少が見られます。

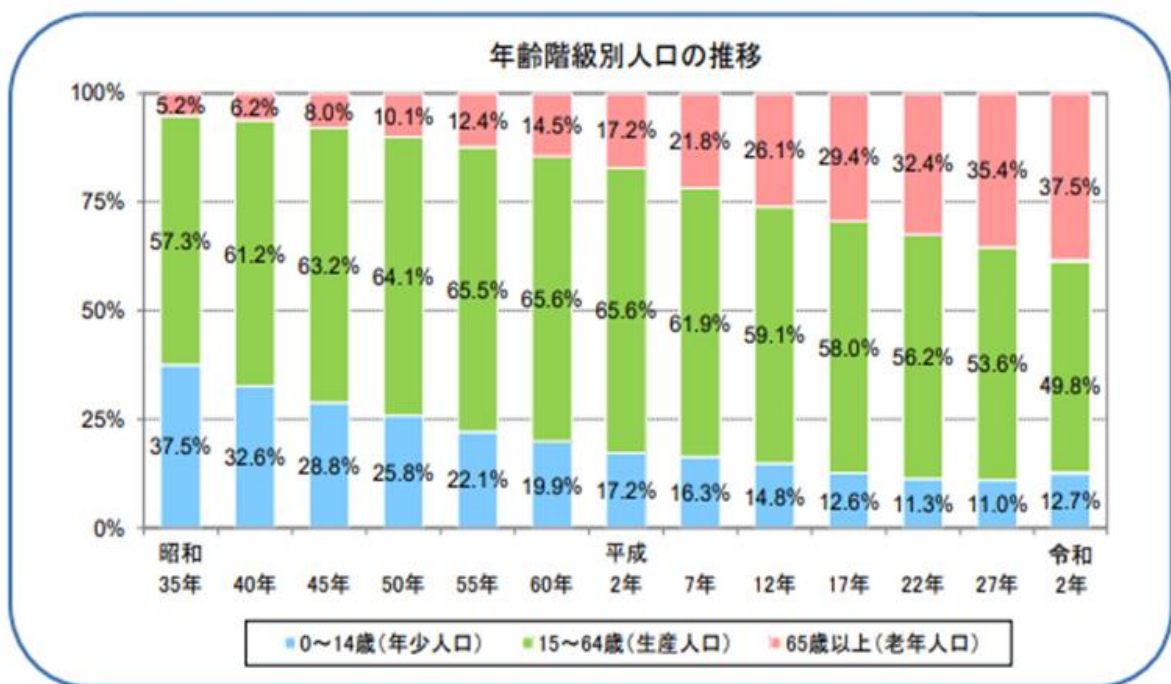
年齢階級別人口は、昭和 35 年から年少人口（0～14 歳）・生産人口（15～64 歳）ともに 3,000 人以上の減少と著しい減少となっています。一方で、老年人口（65 歳以上）は 1,100 人以上の増加となっており、少子高齢化の現状が顕著に現れています。高齢化率（総人口に占める 65 歳以上の人口の割合）は、令和 2 年には 37.5%となっており、超高齢社会とされる 21%を大きく上回っています。



※出典：平成 27 年までは国勢調査、令和 2 年は住民基本台帳より



※出典：平成27年までは国勢調査、令和2年は住民基本台帳より



※出典：平成27年までは国勢調査、令和2年は住民基本台帳より

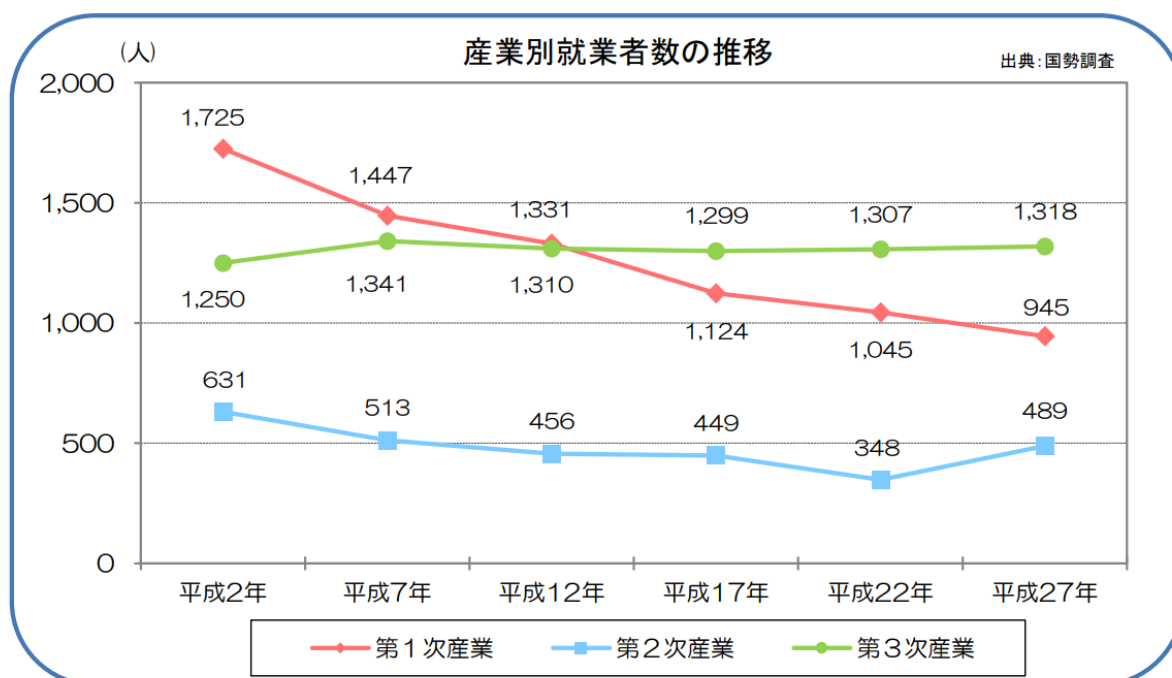
【産業別就業者の推移】

厚真町の産業別就業者は、第1次産業が34.3%（945人）、第2次産業が17.8%（489人）、第3次産業が47.9%（1,318人）となっており、近隣市町村や北海道平均と比べても第1次産業の占める割合が多く、農業が基幹産業となっています。

一方で、産業別の人口推移では、第1次産業の人口は、平成27年には945人と平成2年の1,725人から大幅に減少しており、今後も高齢化や後継者不足などから減少が予想されています。

第2次産業、第3次産業は100～150人程度の増減にとどまっており、平成17年には第3次産業の就業者が第1次産業の就業者を上回っています。

なお、近年、苫小牧市などの近隣都市圏で仕事を持つ子育て世代の移住促進に力を入れており、宅地開発も盛んに行われています。厚真町南部の上厚真地区からは苫小牧東部地域にも近いことから多くの移住者がおり、第2次産業、第3次産業の人口増加につながっていると考えられます。



※出典：国勢調査

【産業】

・農業

厚真町の基幹産業である農業は、稲作を中心に、馬鈴薯（メークイン）や大豆、ホウレンソウなどの畑作のほか、ハスカップなどの果樹、カーネーションなどの花卉栽培も行われています。また、平飼いの養鶏や放牧の養豚など特色ある農家もいるなど、農業生産額は令和元年度で約46億円と、例年40～50億円で推移しています。

特に当町特産のハスカップは、農業生産額全体に占める割合は少ないものの栽培面積日本一の作物であり、生食のほかお菓子などの加工用としても人気が高まっています。特に厚真町だけで栽培されている品種「あつまみらい」と「ゆうしげ」は、大粒で甘みが強く生食用としても出荷されています。

また、平成30年に発生した北海道胆振東部地震では、155.31haの農地が土砂流入などの被害を受けましたが、復旧事業の進捗により農地の復旧が進んでいます。

・林業

林業は、町域の約 70%が山林で、従前より重要な産業として森林資源の適切な管理と安定的な林産物の生産が図られてきましたが、平成 30 年に発生した北海道胆振東部地震により大規模な土砂崩れが発生し多くの山林が崩壊しました。現在は林道等の復旧や新設、植林等によって森林の再生が図られているほか、木材生産が可能な林地については、造林や除間伐などによる保育活動を進めており、薪炭やシイタケ材、製材などの木材加工により木材の活用が行われています。

また、林業従事者の高齢化が進んでおりましたが、近年、町の地域おこし協力隊制度を活用した林業の新規就業者が増加しており、造林造材から製材業、木材加工業、薪炭業まで幅広い林業従事者がおり、林業および関連産業の復興が期待されています。

・商工業

厚真町は近隣都市圏である苫小牧市、千歳市とも車で 30～40 分圏内と近く、従前から消費流出は顕著となっています。また、大手事業者による移動販売やインターネット通販等の拡大もあり、地域商業の事業環境は厳しさを増しており、直近 10 年間では食料品店は 4 店舗減、日用品店は 1 店舗減と生活に密着した最寄り品店が減少しています。

商店街には、食料品店や文房具店、日用品店、金物店、家電・家具販売店、飲食店などがあり、官公庁や苫小牧東部地域の立地企業との取引があるなど一定の売上を確保している事業者も複数いますが、一般消費者を取り込めておらず、購買力の流出が継続しています。

そのため厚真町とも連携して町内の店舗で利用できるプレミアム商品券事業の実施や商店街の事業者（小売業、サービス業、飲食業等）のうち約 7 割が加盟する(株)あつまスタンプ会と連携して町内共通ポイントカード（あつまるカード）事業を実施するなど、購買力の流出防止を図っています。

また、厚真町の施策として、子育てや福祉に関する町民還元を現金ではなくあつまるカードのポイントで行っているほか、プレミアム商品券事業では、希望者には商品券を電子マネーで発行するなど、購買力の流出防止とキャッシュレス化による利便性の向上を図っています。

これまでは、これらの購買力の流出防止の取り組みや新規創業者の拡大により、小規模事業者数の維持、拡大を図ってきましたが、今後、高齢化の進展や後継者不足などにより小規模事業者数の減少が懸念されます。

【小規模事業者の現状】

(ア)小規模事業者数の推移について

厚真町内の商工業者数は令和 2 年度末時点で 185 件、うち小規模事業者数は 169 件と 9 割以上を占めています。また、平成 28 年度からの比較では小規模事業者数は 9 件増加していますが、この間に創業が 22 件あったことが影響しています。

業種別の小規模事業者数の推移では、サービス業が 3 件増加、宿泊・飲食業が 3 件増加、卸売業が 2 件増加などとなっており、理美容業やリラクゼーション業（整体、マッサージ）、飲食業の増加が目立っています。

商工業者数および小規模事業者数、会員数の推移

年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	R 元年度	R 2 年度
商工業者数	171	181	181	183	185
小規模事業者数	160	165	165	167	169
会員数	137	141	142	143	145

※出典：当会議案書より

業種別の商工業者数および小規模事業者数、会員数の推移

		建設業	製造業	卸売業	小売業	宿泊・飲食業	サービス業	その他	定款賛助	合計
平成28年度	商工業者数	37	19	0	43	16	29	27	—	171
	小規模事業者数	34	16	0	38	15	33	24	—	160
	会員数	30	12	0	31	14	26	15	9	137
令和2年度	商工業者数	36	17	2	42	19	38	31	—	185
	小規模事業者数	33	15	2	39	18	36	26	—	169
	会員数	29	12	2	27	15	33	18	9	145
比較	商工業者数	▲1	▲2	+2	▲1	+3	+9	+4	—	+14
	小規模事業者数	▲1	▲1	+2	+1	+3	+3	+2	—	+9
	会員数	▲1	0	+2	▲4	+1	+7	+3	0	+8

※出典：当会議案書より

(イ) 企業経営者の年齢構成について

地域の小規模事業者の多くは高齢化が進行しており、商工会員に限ってみても70歳以上の経営者は令和2年度末で25.0%となっており、平成28年度末の18.0%から増加しています。なお、60～64歳、65～69歳の割合は減少しており、60歳代の経営者が事業承継をせずに70歳以上になっていることが窺えます。これは後継者が不在で事業承継ができていない、または、後継者がいても後継者への事業承継が進んでいないことが考えられます。

また、新規創業者が増加していることから59歳以下の比率は微増しておりますが、依然として会員に占める60歳以上の割合は50%と高くなっています。

現在70歳以上となっている事業者の業種としては、食料品販売店や理美容業、飲食業、書店、家具・家電販売店などがあり、商店街の機能維持のために必要な業種も多くあります。

近年は年平均で4～5件の創業があることから、小規模事業者数は微増の状況にあります。が、理美容業や飲食業の創業はあるものの、各種小売業などは少なく、将来的な商店街機能の低下が懸念されています。

また、現在80歳を超えている事業者も9名おり、その多くは後継者が不在となっているなど、今後、廃業が急速に増加することも予想されます。

商工会員の年齢構成

	平成 28 年度末	比率	令和 2 年度末	比率
59 歳以下	62	48.4%	68	50.0%
60～64 歳	21	16.4%	17	12.5%
65～69 歳	22	17.2%	17	12.5%
70 歳以上	23	18.0%	34	25.0%
会員数（賛助、定款除く）	128	100.0%	136	100.0%

※出典：商工会独自調べ

※会員数は賛助・定款会員の 9 件を除いています。

(ウ) 地域資源を活用した商品を扱う小規模事業者の現状

厚真町の特産品としてはあづまジンギスカンが有名で、それ以外の商品は米、メイクイン、しいたけなどの農産物や農産物の素材を活かした氷室メイクインや乾燥シイタケ等がメインでした。

ジンギスカン以外の加工品は、これまであまり多くありませんでしたが、ここ数年、農業者が 6 次産業化して開発したハスカップジャムやクレープ、スムージー、平飼卵を使用したマヨネーズやスモークチキンの他、メイクインを使用したお菓子など、地域資源を活用した商品が増加しつつあります。

しかし、既存の商品は賞味期限の短いものや家庭で使用するものが多く、お土産等に適した日持ちのする商品は少ない状況です。地域資源を活用した商品の開発意欲のある小規模事業者もあり、販路開拓にも積極的なため今後の商品拡大が期待される状況です。

(エ) 創業者や創業間もない小規模事業者の現状について

小規模事業者数は平成 28 年から令和 2 年にかけて 9 件増加しておりますが、これはこの間の創業者が 22 件あったことが影響しています。

平成 29 年から厚真町がスタートさせたローカルベンチャースクール（※1）経由の創業は 4 年間で 8 件あり、その他、厚真町起業化支援事業補助金（※2）を活用した創業も 5 年間で 16 件（ローカルベンチャースクールと厚真町起業化支援事業補助金の重複利用 2 件あり）あるなど、近年は年に 4～5 件の新規創業者がいます。

商工会としても、ローカルベンチャースクールへの協力や厚真町起業化支援事業補助金の申請支援、その他の町補助金、小規模事業者持続化補助金等の申請支援を積極的に行っていることから創業間もない事業者の入会も多く、会員数も 5 年間で 10 件増加しています。

また、創業者の業種は多岐にわたっておりますが、林業や製造業（製材、パン）、専門・技術サービス業（デザイン、盲導犬の繁殖）、リラクゼーション業（整体、マッサージ）など、専門的技術を生かした業種については、比較的安定的な売上を確保しております。

一方で、飲食業、小売業、美容業など住民の生活に密着した業種の創業もあり、飲食業は 4 件（うち 1 件は町外移転）と多くなっていますが、小売業は 2 件（うち 1 件は廃業）、美容業は 1 件（町外移転）と売上を確保できずに廃業や町外移転を余儀なくされるなど、経営の安定化につながっておりません。

創業者の推移

年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	R 元年度	R 2 年度
起業型ローカルベンチャーによる創業	—	2	3	3	0
起業化支援事業補助金活用による創業（※）	3	3	4	2	4

※起業型ローカルベンチャースクール卒業生による利用 2 件を含む

※1 ローカルベンチャースクール

厚真町での起業を目指す人を対象に実施している創業支援プログラムで、役場職員や商工会職員のほか、外部の企業経営者や経営コンサルタントなどのメンター、コーディネーターが事業計画に対するアドバイスを行うとともに、事業プランの採択に関する審査委員を務めるなど、町内での創業に向けた支援を行っています。

また、事業プラン採択者のうち地域おこし協力隊制度の活用が可能な方については、起業型地域おこし協力隊として採用することで事業計画の実施に向けた支援を行います。

なお、起業型地域おこし協力隊の採用者については、令和 3 年度からは、商工会や専門家と定期的に面談することで事業の進捗状況の確認をするなど、経営安定化および事業拡大に向けた支援を行っているほか、税務・労務や補助金などの経営相談を行っています。

※2 厚真町起業化支援事業補助金

対象者	・町内において起業を予定しているもの ・起業 3 年以内のもの（起業型地域おこし協力隊は採用後 4 年以内）
対象事業	・起業するために必要な施設の建築および修繕等（工事請負費、委託費、備品購入費、報償費、役務費等） ・安定的な事業継続を図るために行う事業（委託費、備品購入費、償還費、報償費、役務費、需用費等）
補助率	2 分の 1 以内
補助限度額	200 万円（空き店舗を活用する場合は 250 万円）

（オ）北海道胆振東部地震の影響と復旧、復興状況について

平成 30 年 9 月 6 日に発生した北海道胆振東部地震では、厚真町で震度 7 を観測するなど甚大な被害を受け、大規模な土砂崩れ等により町内で 37 名の死者を出したほか、建物被害やインフラの被害も大きなものでありました。

町内の小規模事業者についても、建物や備品等に 400 百万円程の直接被害（大手企業の被害額を除く）があったほか、停電や断水も長期間に渡ったことから、営業の停止や在庫の廃棄などの間接被害も多大ものでありました。

震災以降は、町内小規模事業者の復旧復興および経営拡大のため、小規模事業者持続化補助金（北海道胆振東部地震型）について、平成 30 年度に 32 件、令和元年度に 59 件の申請を行いました。その他、地震型以外の小規模事業者持続化補助金や商工業経営強化促進補助金（※）の申請を行うなどの経営支援を行いました。

また、震災直後より、土砂崩れ現場の復旧工事や砂防、治山などの緊急対策工事、災害公営住宅の建設等があり、建設業のみならず小売業や飲食業、宿泊業への波及効果も多大なものであったが、今後は、農業用水路や林道などの比較的小規模な工事を中心となり、波及効果は減少することが予想されています。

各種補助金の申請状況について

	H28 年度	H29 年度	H30 年度	R 元年度	R 2 年度
小規模事業者持続化補助金	3	0	32	63	13
うち北海道胆振東部地震型	—	—	32	59	—
ものづくり補助金	0	0	2	0	0
商工業経営強化促進補助金（※）	6	6	1	3	5

※厚真町商工業経営強化促進補助金

対象者	・ 町内において 1 年以上営業している中小企業者
対象事業	・ 施設リニューアル事業 （施設の増改築または改修等に必要な経費） ・ 新製品、新技術チャレンジ事業 （新製品または新技術の試験、研究または開発に必要な経費） ・ I C T 化事業 （ホームページの作成、W i - F i の整備、新たに購入するパソコンやソフトなど、I C T 化に必要な経費） ・ 新分野拡大事業 （新分野への事業拡大に必要な経費）
補助率	2 分の 1 以内（ただし、施設リニューアル事業について、資本金 1, 000 万円以上の法人は 3 分の 1 以内）
補助限度額	200 万円

（カ）新型コロナウイルス感染症の影響について

令和 2 年 1 月頃より拡大を始めた新型コロナウイルス感染症は、緊急事態宣言等による外出自粛や飲食店等の営業時間短縮の要請等により、夜営業をしている飲食店を中心に 13 店舗が時短営業または休業に追い込まれるなど、飲食店を中心に大幅な売上減少となっています。また、町内で仕事をする震災関連の工事業者等が、これまで宿泊であったものが通いに変更になるなど、飲食業のみならず、宿泊業や小売業、サービス業にも売上減少等の影響を与えています。

現在、町内飲食業は、アクリル板や空気清浄機の設置、換気機能の充実などの感染対策を実施しているほか、テイクアウトの強化などにより売上の確保を図っていますが、外出自粛の影響が大きく売上は低調な状況です。

また、国や道、町の各種給付金や支援金等の申請に加えて、厚真町とも連携して町内商工業者や飲食店で使用できるプレミアム商品券の発行により来客の拡大を図ったり、感染対策に必要な備品購入に対する補助金を創設したりするなど、事業継続に向けた支援を行っています。

新型コロナウイルス感染症の収束以降についても、来店客の回復には長期間を要することが予想されるため、売上の回復、拡大に向けて、ホームページ開設や G o o g l e マイビジネス（※）の登録による新規顧客の獲得、新メニューの開発支援などの継続した支援が必要となっています。

※G o o g l eマイビジネス

G o o g l e検索やG o o g l eマップなどG o o g l eのサービスにお店などの情報を表示する無料のツールです。写真等の情報を掲載することで店舗のセールスポイントをアピールできたり、口コミ機能で双方向のコミュニケーションが取れたりします。

事業者が登録しなくても一般の方が投稿できるため不正確な情報が掲載されていることも多く、事業者が管理して正確な店舗情報やメニュー等を発信することで、店舗のアピールと顧客の獲得が期待できます。

② 課題

【小規模事業者の課題】

1. 小規模事業者の売上減少対策
2. 地域資源を活用した商品の販路開拓
3. 高齢化による事業承継対策
4. 創業者や創業間もない小規模事業者の経営安定化対策

人口減少、高齢化による購買力の低下や近隣都市圏への購買力の流出、インターネット通販等の拡大により、地域商業の事業環境は厳しさを増しているとともに、北海道胆振東部地震からの復旧・復興需要が一巡したこと、小売業や飲食業における売上確保が課題となっています。また、新型コロナウイルス感染症の拡大により、飲食業を中心に売上減少が顕著となっており、地域を支える小規模事業者数を維持するためには、町内外の需要取り込みを図るべく地域資源を活用した品揃えやサービスの充実など、販路開拓に向けた取り組みが課題です。

また、経営者の高齢化や後継者不足により廃業を余儀なくされる事業者の増加が予想されるほか、後継者への事業承継も低調となっており、今後急速に事業承継の必要性が高まることが予想されます。廃業の増加は商店街への集客力の低下をもたらすことから、後継者への円滑な事業承継を進めることで地域の小規模事業者数を維持することが課題です。

なお、創業者や創業後1年から4年程度の創業間もない事業者の支援も併せて行い、早期の経営安定化を図ることで廃業や町外移転等の防止を図ることも必要です。

(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

少子高齢化等により地域の人口減少が進むと考えられることから、購買力の低下や地域商工業者の売上減少など、地域の小規模事業者の経営環境は厳しさを増していくことが考えられます。また、経営者の高齢化も進んでおり、小規模事業者の廃業の増加が予想されるなど、商店街の機能低下が懸念されます。

そのような環境の中、円滑な事業承継を進めるとともに、新規創業者の早期の経営安定化を図ることによって、地域の商工業者数の維持を目指します。また、行政とも連携して購買力の流出防止を図るのに加えて、地域の小規模事業者の経営強化および持続的発展を目指すことによって、商店街の活性化を図ります。

そのため、以下の取り組みを実施します。

1. 行政とも連携して購買力の流出防止を図ることで、小規模事業者の活性化を目指します。
2. 地域資源を活用した商品の販路開拓を支援するなど、売上・利益の拡大を図ります。
3. 小規模事業者の事業内容を適切に分析して事業承継計画を策定することで、承継後の円滑な事業継続を支援し、小規模事業者数の維持を図ります。
4. 創業者や創業間もない小規模事業者の経営安定化を支援し、経営者の育成を図ることで、地域を支える小規模事業者数の維持、拡大を図ります。

② 厚真町総合計画との連動性・整合性

厚真町は第4次厚真町総合計画（改訂版）において、具体的な取り組みとして主に以下の項目を挙げています。商工業の活性化や起業に関する支援、また、地域資源を生かした特産品の開発やビジネスモデルの開拓などを支援することとしています。これらは地域商工業の持続的発展を目指すものであり、町と連携しつつ小規模事業者の支援を行っていきます。

・施策項目 12-1 商工業活性化への支援

商工会などと連携し、町内の既存事業所の設備の近代化や情報対策、環境整備、人材育成などへの支援、勤労者の就労環境対策などをきめ細かく支援するとともに、域内消費の活性化を図るため、地域通貨などの導入やコンビニエンスストアなどの誘致を検討します。また、空き店舗の利活用についても支援していきます。

【主な取組・事業】 ・商工業振興事業、中小企業振興資金利子補給事業

・施策項目 12-2 起業、新分野への進出と6次産業化への支援

これまで培ってきた知識・経験・技術を生かして、町内でのビジネスチャンスを生かせるよう起業化を支援していきます。また、既存の各事業所が、内外の業界交流・異業種交流を進め、アイデアやノウハウなどを交換しながら創意・工夫し、地域資源を生かした多様なビジネスモデルの開拓が行えるよう支援していきます。さらに、町のさまざまな産業が連携し、ハスカップをはじめとする特産品の開発やブランド化など、新たな商品づくりを行う6次産業化を積極的に推進していきます。

【主な取組・事業】 ・起業化支援事業、起業化人材育成事業、特産品の開発支援、民間事業者との連携による特産品の開発

・施策項目 12-3 企業誘致の推進

厚真町の優れた立地、気候条件や充実した情報通信基盤などの優位性を生かし、サテライトオフィスとして地方移転やテレワークでの勤務が可能な企業や人材の誘致活動を展開するとともに、苫小牧東部開発地域と連携し、製造工場や流通機能などの誘致を推進します。

【主な取組・事業】 ・サテライトオフィス運営事業、企業立地推進事業

・施策項目 12-4 雇用機会の確保

若者の雇用の場、女性や障がい者が働きやすい雇用・就業機会の確保を図ります。また、業種や職種の不一致解消を図るため、ハローワークと連携を深め雇用機会が拡大するよう、求人情報や資格取得の案内周知など身近な就業相談に対応していきます。さらに、厚真町で生まれ育った子供たちが、地元に戻って就職できるよう、マッチング活動を中心とした支援施策を推進し、移住・定住者の増加を図ります。

【主な取組・事業】 ・U、Iターン者の雇用確保の推進

③ 商工会としての役割

商工会は地域で唯一の経済団体として、経営改善普及事業を中心に地域の小規模事業者等に対して身近に相談できる場所としての機能を果たしています。また、商工業の活性化や起業等に関して、国、道、町の補助金制度等の活用を積極的に行うことで、小規模事業者等の支援を行ってまいりました。

現在、地域の小規模事業者は、購買力の流出や経営者の高齢化、後継者不足など、今後の事業継続や地域商工業の機能維持および活性化に向けた課題は多く、事業継続、売上拡大に向けて商工会に求められる役割は拡大しています。

小規模事業者の売上および利益の増加などの経営拡大、安定化を通じて小規模事業者数の維持拡大を図るため、厚真町や各種支援機関と連携して町内小規模事業者を支援することが商工会の役割です。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 地域への裨益目標

(ア) 地域資源を活用した商品の販売拡大により、地域産品および厚真町の知名度向上が図られます。

厚真町の特産品であるハスカップやメイクイン、また、平飼いの養鶏など特色ある一次産品を活用した商品の販売拡大を通じて、地域産品および厚真町の知名度向上を目指します。

(イ) 経営支援による小規模事業者数の維持、拡大により、地域の雇用拡大が図られます。

既存小規模事業者に対する経営支援や事業承継支援により、小規模事業者数の維持、拡大を図り、PDCAを意識した経営を行える企業を育成することで、地域の雇用拡大を目指します。

(ウ) 事業承継や創業者の育成による商店街の機能維持により、利便性の高い街づくりや人口減少の緩和につながります。

事業承継支援や創業者の育成により地域の消費者が町内で買い物できる環境を維持することで、町民の利便性の維持、向上を図り、人口流出等による人口減少を抑制することを目指します。

② 小規模事業者の支援に係る目標

(ア) 新型コロナウイルス感染症の影響により売上の減少している小規模事業者や販路開拓に取り組む小規模事業者の事業計画策定の支援を行い、売上・利益の拡大を図ります。

(事業計画策定件数 40 件／5 年、売上 3%増加)

(イ) 地域資源を活用した商品の販路開拓を支援します。

(販路開拓支援 20 件／5 年、売上 3%増加)

(ウ) 事業承継を支援し、地域の小規模事業者数の維持を行います。

(事業承継計画策定件数 10 件／5 年)

(エ) 創業者や創業間もない小規模事業者の経営支援を行い、早期の経営安定化を図ります。

(事業計画策定件数 20 件／5 年、売上 3%増加)

(創業計画策定件数 10 件／5 年)

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 地域への裨益目標の達成に向けた方針

(ア) 地域資源を活用した商品の販売拡大により、地域産品および厚真町の知名度向上を図られます。

優良な農産物等の一次産品を活用した商品について、需要動向調査による消費者ニーズの把握や商談会等での販路開拓を支援するほか、新商品開発や既存商品のブラッシュアップにつなげることで更なる販売拡大を図ります。

また、ホームページ等の作成やSNSの活用により情報発信を強化することで、地域資源を活用した商品、サービスの知名度向上を図ります。

これらにより、地域産品および厚真町の知名度向上を図ります。

(イ) 経営支援による小規模事業者数の維持、拡大により、地域の雇用拡大を図られます。

事業承継に対する支援や既存小規模事業者に対して、経営分析や事業計画等の策定支援を行い、必要に応じて各種補助金の申請や商談会、物産展などへの出展により販路開拓を支援します。

これにより、小規模事業者の経営拡大、経営安定化につなげ、小規模事業者数の維持、拡大を図ることで地域での雇用の創出を図ります。

(ウ) 事業承継や創業者の育成による商店街の機能維持により、町民生活の利便性の維持、向上を図ることで人口減少の緩和につながります。

人口減少、少子高齢化などによる購買力の縮小と、近隣都市圏への購買力の流出が継続しているなど、地域商工業は厳しい環境に置かれていますが、廃業等の増加による商店街機能の低下は更なる人口減少をもたらす可能性があります。

そのため、事業承継や創業者の育成等により小規模事業者数の維持、拡大を図り、商店街の機能低下を防止することで、地域の消費者が町内でお買い物をできる環境の維持を図ります。これにより、町民生活の利便性の維持、向上を図り、人口の減少の抑制を図ります。

② 小規模事業者の支援に係る目標の達成に向けた方針

(ア) 新型コロナウイルス感染症の影響により売上の減少している小規模事業者や販路開拓に取り組む小規模事業者の経営強化により、売上・利益の拡大を図ります。

日常の巡回訪問や窓口相談により地域の小規模事業者の経営実態の把握に努めるとともに、事業計画策定の意義や有効性を周知し、計画策定につなげます。

また、各種補助金の相談や記帳、税務相談等の際にも事業計画策定事業者の掘り起こしを行うほか、必要に応じて中小企業診断士などの外部専門家や金融機関などと連携することにより、計画の策定および実行を支援します。

(イ) 地域資源を活用した商品の販路開拓を図ります。

特産品等の地域資源を活用した商品開発や高付加価値化を行うなど、優良な一次産品等を活用した魅力ある商品づくりや商品のブラッシュアップを支援するとともに、必要に応

じて展示会等への出展を行い、陳列やPOPの作成支援、アンケートの作成、分析を行うなど、小規模事業者の販路開拓を支援します。

また、ホームページの活用やネット販売等、販路開拓につながる取り組みを実施します。

なお、支援にあたってはPDCAを意識することによって、商品力の向上と合わせて事業者の意識の向上を図ります。

(ウ) 事業承継を支援し、地域の小規模事業者数の維持を行います。

地域の小規模事業者においては、高齢化が進んでいるうえに後継者不足もあり、今後急速に事業承継または廃業が進む状況にあります。今後、後継者の有無や経営状況の確認、経営者の意向等も確認することで事業承継計画策定の支援を行います。また、北海道事業承継・引継ぎ支援センター等との連携により、事業承継に関する知識の習得や対象事業者の掘り起こしを行い、円滑な事業承継を目指します。

(エ) 創業者や創業間もない小規模事業者の経営支援を行い、早期の経営安定化を図ります。

創業者の掘り起こしについては、厚真町がローカルベンチャースクールによる創業支援や厚真町起業化支援事業補助金等により行っており、商工会もスクール参画や補助金の申請支援等を行うことで協力をしております。これにより、毎年4～5件程度の創業者がいるなど、町内の小規模事業者数の拡大につながっています。

一方で、創業後の事業の進捗状況の確認やフォローアップは不十分なものとなっており、創業計画通りの売上や利益が確保できていない事業者もいるなど、売上拡大や事業安定化が課題となっています。

商工会としては、創業予定者には事業プランや資金計画などの確認をし、創業計画の策定や厚真町起業化支援事業補助金の申請支援を行うほか、創業間もない事業者（創業後1～4年程度）に対しては、定期的な巡回訪問や窓口相談等を通じて経営実態を把握し、経営分析や事業計画の策定を行います。

これらにより、早期に経営の安定化を図ることで地域の商工業の活性化を図ります。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向の調査に関すること

(1) 現状と課題

地域の経済動向や景気動向については、小売業や飲食業、サービス業を中心に売上調査を行っておりますが、過去に採択された商店街向け補助金の報告資料としての活用に留まっています。

また、苫小牧信用金庫の景況レポートや商工会連合会の中小企業景況調査等についても、事業計画策定等には利用されていないなど活用は不十分でした。

今後は、地域の経済動向や景気動向を把握するため国の提供するビッグデータや各種支援機関が提供する景況調査等を活用、分析し、小規模事業者が閲覧できるように商工会ホームページ等で公表します。

(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地域の経済動向調査の公表回数	HP掲載	—	1	1	1	1	1
②景気動向調査の公表回数	HP掲載	—	4	4	4	4	4

(3) 事業内容

① 地域の経済動向調査

小規模事業者が事業計画を策定する上で必要な外部環境分析の情報を提供するため、国が提供する「RESAS」を活用して地域経済の分析を行い、小規模事業者向けに年1回公表します。

【調査項目】 地域経済循環マップ・生産分析
まちづくりマップ・From-To分析
産業構造マップ

【調査手法】 経営指導員等がRESASを活用し、商圏内の人口や産業構造の変化などの地域の経済動向分析を行います。

② 景気動向調査

小規模事業者が事業計画を策定する上で必要な外部環境分析の情報を提供するため、全国商工会連合会の「小規模企業景気動向調査」や苫小牧信用金庫の「とましん景況レポート」を活用して、項目の整理、分析をし、年4回公表します。

【調査対象】 小規模企業景気動向調査（全国商工会連合会）
とましん景況レポート（苫小牧信用金庫）

【調査項目】 業況、売上、収益、仕入価格、資金繰り等

【調査手法】 各機関が発行する調査レポート等を活用します。

【分析手法】 経営指導員が、各調査レポートから近隣地域の情報を整理して提供します。

(4) 調査結果の活用

調査結果は商工会ホームページで公開するなど地域の小規模事業者に広く周知します。また、経営指導員等が巡回や窓口相談の際の参考資料として活用する他、経営状況の分析や事業計画策定に活用します。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第1期では、胆振東部地震からの復旧復興のための補助金申請等に注力しており、需要動向調査に関する事業は実施できていませんでした。

今後は商品のブラッシュアップに活用する他、需要開拓に向けた経営状況の分析、事業計画策定にも活用するため需要動向調査を実施します。これにより、需要動向を把握した実効性のある計画づくりを行います。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地域資源を活用した商品、メニュー等の需要動向調査事業者数	0	4	4	4	4	4
②商談会、展示会等の需要動向調査事業者数	0	2	2	2	2	2

(3) 事業内容

① 地域資源を活用した商品、メニュー等の需要動向調査

地域資源を活用した商品やメニューについて、商談会や展示会への出展、または正規メニューとして販売する前に、自店舗や協力を得られる地元の小売店、温浴施設等において、テスト販売や試食等を行い、アンケート等の調査を行います。また、調査結果は、経営状況の分析や事業計画策定に活用する他、商品ブラッシュアップ等につなげます。

- | | |
|-----------|---|
| 【対象事業者】 | 商談会等への出展を考えている事業者や新商品、新メニュー開発に取り組む事業者など |
| 【調査数】 | 来場者 50 名程度 |
| 【調査方法】 | 来場者にアンケートやヒアリングを実施します。 |
| 【調査項目】 | 消費者属性（年齢、性別、職業、居住地域）、味、価格、デザイン、容量等、商品に応じた調査項目を設定します。 |
| 【分析方法】 | 経営指導員が調査結果を分析する他、必要に応じて中小企業診断士等の専門家にアンケート結果等の分析を依頼します。 |
| 【調査結果の活用】 | 当該事業者フィードバックし、需要開拓に向けた経営状況の分析や事業計画策定の他、商品ブラッシュアップ等に活用します。 |

② 商談会、展示会等の需要動向調査

地域資源を活用した商品、メニュー等の需要動向調査を実施した小規模事業者のうち、商談会、展示会等に出展する事業者に対して、出展時にアンケート調査を行うことでニーズを把握し、商品ブラッシュアップや新商品の開発、販路戦略の方向性の検討に活用します。

- | | |
|-----------|--|
| 【対象事業者】 | 地域資源を活用した商品、メニュー等の需要動向調査を実施した事業者で、商談会・展示会等に出展をする事業者 |
| 【調査数】 | 来場したバイヤー、消費者 50 名程度 |
| 【調査方法】 | 来場者にアンケートやヒアリングを実施します。 |
| 【調査項目】 | 消費者属性、味、価格、デザイン、容量、取引条件等、商品に応じた調査項目を設定します。 |
| 【分析方法】 | 経営指導員が調査結果を分析するほか、必要に応じて専門家に分析を依頼します。 |
| 【調査結果の活用】 | 需要動向調査の結果については、当該事業者フィードバックし、商品ブラッシュアップや需要開拓に向けた事業計画に反映させます。 |

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第 1 期では、補助金活用に向けた経営分析を中心に行っており、小規模事業者持続化補助金や商工業経営強化促進補助金等の申請支援にあたって合計 22 件の経営分析を行っています。

これまで経営分析は、補助金申請時や金融あっせん時等を実施することが多く、本質的な経営課題の解決のための活用は不十分なものとなっています。また、事業承継支援についても具体的な承継ニーズを把握できておらず、事業承継の相談があった際には手続きをするのみで経営分析は実施できていません。

なお、専門家との連携も不十分だったため、高度、専門的な分析には至っていませんでした。

今後は、経営分析の結果について、事業者が的確に内容を理解できるように説明することで、経営上の気付きを促せるようにするとともに、事業計画策定につなげることで小規模事業者の長期的な持続的発展につながるよう支援します。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①補助金活用に向けた経営分析事業者数	18	8	8	8	8	8
②需要開拓に向けた経営分析事業者数	0	4	4	4	4	4
③事業承継に向けた経営分析事業者数	0	2	2	2	2	2
④経営拡大、経営安定化に向けた経営分析事業者数	4	4	4	4	4	4

(3) 事業内容

① 補助金活用に向けた経営分析

日常の巡回訪問や窓口相談時において経営実態の把握を行い、新型コロナウイルス感染症の影響により売上の減少している小規模事業者や、新たな取り組みや販路開拓、設備投資を検討している事業者に対して、各種補助金（小規模事業者持続化補助金、商工業経営強化促進補助金など）の説明を行います。そして、補助金の申請を検討する事業者に対して、経営分析の重要性や有効性を説明して経営分析へとつなげます。

なお、財務分析などの定量分析とSWOT分析などの定性分析を行い、事業者と共有することで、事業計画策定に向けた自社の現状把握と問題点の確認に必要なことを説明し、事業計画策定につなげます。

これらの経営分析から事業計画の策定、各種補助金の申請につなげ、小規模事業者の新たな取り組みを支援することで売上の拡大につなげます。

【支援対象】 小規模事業者持続化補助金などの補助金申請を検討している事業者 8 件

【分析項目】 財務分析などの定量分析とSWOT分析などの定性分析を行います。

<財務分析> 売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性

<非財務分析> 経営者、事業、企業を取り巻く環境・関係者、内部管理体制

【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営計画つくるくん」等を活用し、経営指導員等が分析を行うほか、必要に応じて、中小企業診断士等の専門家と連携します。

【提供方法】 分析結果は当該事業者にはフィードバックし、経営分析の内容を説明することで事業者が的確に理解できるようにするとともに、非財務分析は、事業者とともに行うことで経営上の気付きを促します。また、分析結果を事業計画に反映させることで、実効性のある事業計画書の策定を行います。

② 需要開拓に向けた経営分析

地域資源を活用した商品の販路開拓など新たな需要開拓を目指す事業者に対して、日常の巡回訪問や窓口相談時において経営実態の把握を行い、経営分析の重要性や有効性を説明して経営分析へとつなげます。

【支援対象】 展示会や物産展への出展やホームページ等の作成、SNSの活用による新たな需要開拓に取り組む小規模事業者 4 件

【分析項目】	財務分析などの定量分析とSWOT分析などの定性分析を行います。 <財務分析> 売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性 <非財務分析> 経営者、事業、企業を取り巻く環境・関係者、内部管理体制
【分析手法】	経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営計画つくるくん」等を活用し、経営指導員等が分析を行うほか、必要に応じて、中小企業診断士等の専門家と連携します。 なお、非財務分析は、事業者とともに行うことで経営上の気付きを促し、課題解決のための事業計画策定につなげます
【提供方法】	分析結果は当該事業者にフィードバックし、経営分析の内容を説明することで事業者が的確に理解できるようにします。

③ 事業承継に向けた経営分析

経営者の高齢化が進展しているため、概ね65歳以上の経営者を対象に事業承継に関するヒアリングを行い、後継者の有無や経営状況の確認、経営者の意向等を確認します。これにより、各事業者の事業承継に対するニーズを確認して、経営分析や事業承継計画の策定支援につなげます。

【支援対象】	事業承継を検討しており支援が必要な事業者2件
【分析項目】	財務分析などの定量分析とSWOT分析などの定性分析を行います。 <財務分析> 売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性 <非財務分析> 経営者、事業、企業を取り巻く環境・関係者、内部管理体制
【分析手法】	経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営計画つくるくん」等を活用し、経営指導員等が分析を行うほか、必要に応じて、北海道事業承継・引継ぎ支援センター等の専門家と連携します。 また、非財務分析は、経営者、後継者とともに行うことで経営上の気付きを促し、課題解決のための事業計画策定につなげます
【提供方法】	分析結果は当該事業者にフィードバックし、内容を説明することで経営者および後継者が的確に理解できるようにします。

④ 経営拡大、経営安定化に向けた経営分析

厚真町が主催するローカルベンチャースクールに採択され、起業型地域おこし協力隊として採用されている事業者や創業間もない事業者（創業後1～4年程度）のうち、経営拡大や経営安定化に取り組む事業者を対象として経営分析を行います。

これらの事業者は経営基盤が安定していないため、経営分析を行い会社の問題点の把握を行うことで、課題解決のための事業計画の策定につなげます。

【支援対象】	起業型地域おこし協力隊や創業間もない事業者（創業後1～4年程度）のうち、経営拡大や経営安定化に取り組む事業者4件
【分析項目】	財務分析などの定量分析とSWOT分析などの定性分析を行います。 <財務分析> 売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性 <非財務分析> 経営者、事業、企業を取り巻く環境・関係者、内部管理体制
【分析手法】	経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営計画つくるくん」等を活用し、経営指導員等が分析を行うほか、必要に応じて、中小企業診断士等の専門家と連携します。 また、非財務分析は、事業者とともに行うことで経営上の気付きを促し、課題解決のための事業計画策定につなげます
【提供方法】	分析結果は当該事業者にフィードバックし、内容を説明することで事業者が的確に理解できるようにします。

(4) 分析結果の活用

経営分析の結果は、事業計画の策定に活用する他、データベース化し、商工会内部で共有することで、経営指導員等の職員のスキルアップに活用します。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期では、小規模事業者持続化補助金や厚真町経営強化促進補助金等の申請に係る事業計画書の作成支援や、厚真町起業化支援事業補助金の申請にかかる創業計画書の作成支援を行いました。一方で、事業承継については支援できておらず経営者の高齢化が進んでいることから、事業承継計画策定の促進が今後の課題となっています。

また、事業計画策定の意義、必要性を周知し、事業計画策定につなげることも課題となっています。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定については、経営分析を行った事業者を対象として、補助金の申請支援の実施や創業間もない事業者に対して経営拡大や安定化に向けた事業計画の策定を支援するほか、小規模事業者の事業承継支援に対するニーズがある事業者には事業承継計画の策定を支援します。

また、地域資源を活用した商品の販路開拓などを目指す事業者に対しては、需要開拓に向けた事業計画の策定を支援します。

創業予定者については、事業プランや資金計画等を確認することで、創業計画の作成や厚真町起業化支援事業助金の申請につなげます。

なお、高度な課題解決を伴う場合には、必要に応じて中小企業診断士等の専門家と連携することで、適切な事業（承継）計画の策定を行います。

その他、事業計画策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の業務効率化や販路開拓などにつながる事業計画の策定につなげることで、競争力の向上を図ります。

経営状況の分析を実施した事業者については、基本的に全ての先で事業計画策定につなげることを目標とします。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①補助金活用に向けた事業計画策定事業者数	18	8	8	8	8	8
②需要開拓に向けた事業計画策定事業者数	0	4	4	4	4	4
③事業承継に向けた事業計画策定事業者数	0	2	2	2	2	2
④経営拡大、安定化に向けた事業計画策定事業者数	2	4	4	4	4	4
⑤創業計画策定事業者数	0	2	2	2	2	2
⑥DX推進セミナーの開催	0	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

① 補助金活用に向けた事業計画策定

補助金の申請を検討している事業者に対しては、経営分析を実施した上で事業計画の策定を行うなど、事業者の課題解決や経営拡大のための支援を行います。

【支援対象】 補助金申請を検討しており、経営分析を実施した事業者

【手段・手法】 小規模事業者に対して各種補助金等の情報を提供し、補助金申請を検討する事業者の経営分析を実施した上で、経営指導員等が事業者の課題解決に向けた事業計画の策定を支援します。

また、必要に応じて中小企業診断士等と連携を行い、事業計画の策定を支援します。

② 需要開拓に向けた事業計画策定

地域資源を活用した商品の販路開拓など新たな需要開拓を目指す事業者に対しては、経営分析を実施し、地域の経済動向や需要動向調査を加味した上で事業計画策定を支援します。

これにより、販路等の方向性を検討し、商談会や物産展などへの出展による販路開拓につなげます。

【支援対象】 新たな販路開拓を目指しており、経営状況の分析をした小規模事業者

【手段・手法】 新たな販路開拓を目指す小規模事業者に対して、経営分析を実施した上で地域の経済動向調査や需要動向調査を加味した事業計画の策定を支援します。

また、必要に応じて中小企業診断士等と連携を行い、事業計画の策定を支援します。

③ 事業承継に向けた事業計画策定

概ね 65 歳以上の事業者を対象に事業承継に関する調査を実施することで事業承継のニーズを把握します。そして、経営分析を実施することで、ニーズにあわせた事業承継計画の策定支援を行います。

【支援対象】 事業承継向けの経営状況の分析をした小規模事業者

【手段・手法】 巡回や窓口相談において事業承継に関するニーズを把握し、北海道事業承継・引継ぎ支援センターと連携して、円滑な事業承継に向けた実効性の高い事業承継計画の策定を支援します。

④ 経営拡大、経営安定化に向けた事業計画策定

ローカルベンチャースクールに採択され、起業型地域おこし協力隊として活動している事業者や創業間もない事業者（創業後 1～4 年程度）を対象とし、定期的な面談によって経営目標や経営課題を確認することで、事業計画策定や見直しを支援します。

【支援対象】 起業型地域おこし協力隊や創業間もない事業者（創業後 1～4 年程度）のうち、経営分析を実施し、経営拡大や経営安定化に取り組む事業者

【手段・手法】 経営指導員等が事業者と定期的な面談を行うことで事業者の現状を把握し、経営拡大、安定化に向けた事業計画策定につなげます。また、必要に応じて中小企業診断士等と連携し、事業計画の策定を支援します。

⑤ 創業計画策定

町内において創業を予定している事業者に対して、創業計画の策定や厚真町起業化支援事業補助金の申請支援を行うなど、創業支援を行います。

【支援対象】 町内において創業を予定している事業者

【手段・手法】 創業に向けて、経営や財務、販路開拓のアドバイスや各種届出書類等の作成支援を行うほか、事業プランや資金計画の確認を行い、創業計画の策定につなげます。

⑥ D X推進セミナーの開催

D Xに関する知識や活用方法を習得するため、D X推進セミナーを開催します。これにより、事業者の業務効率化や販路開拓を支援します。

【支援対象】 経営分析をした小規模事業者や新たな需要開拓を行う小規模事業者の他、創業予定者等

【募集方法】 経営分析を実施した小規模事業者への案内および巡回訪問、窓口相談における周知やチラシの配布等

【講 師】 I Tコーディネータや中小企業診断士などのI T活用に関する専門家

【セミナーの事例】 D Xの概要、基礎知識、ホームページやG o o g l eマイビジネスを活用した広報、フェイスブックなどのS N Sを活用した情報発信、自社ホームページのネットショップ化やモール型E Cサイトの活用方法、クラウド型会計システムによる業務効率化等

【参加者数】 20 名程度

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

事業計画策定後の実施支援については、事業計画策定後、巡回訪問等によって適宜行っておりますが、回数も少なく、不定期であり頻度も定めていないためばらつきがありました。

今後は事業計画を策定した全ての事業者に対して複数回のフォローアップができるよう、計画的な巡回訪問等より支援することが課題です。

(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として、計画策定後のフォローアップを行います。事業計画の進捗状況等によりフォローアップ回数等を増減させることで、事業者にあった支援を行います。

なお、事業計画策定事業者 20 件のうち半数以上となる 10 件について、3%以上の売上増加を目指します。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ対象事業者数	18	20	20	20	20	20
頻度（延べ回数）	36	80	80	80	80	80
売上 3%増加事業者数	—	10	10	10	10	10

(4) 事業内容

事業計画策定後のフォローアップについては、事前に事業者の売上データ等を準備してもらうことで、効率的な支援をするほか、事業者がその資料等を確認することでP D C Aを意識できるようにします。

フォローアップ回数については原則として3ヶ月毎としますが、必要に応じて回数の増減を行うなど、目標達成に向けた実効性のあるフォローアップを行います。

また、事業計画との間のズレが大きい場合など、必要に応じて中小企業診断士等の専門家と連携し、質の高い支援を行います。

【事業計画とのズレが大きい場合の対処方法】

フォローアップにおいて事業計画とのズレが大きい場合には、フォローアップの頻度を上げるなど、事業計画通りに進捗していない原因を探るとともに対応策を検討します。また、中小企業診断士等の専門家と連携し、事業計画の達成に向けた助言を受けるほか、必要に応じて事業計画の見直しを行います。

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期では展示会や商談会等の出展は1回のみで、商工会の支援によるネットショップの開設も1件のみとなっています。展示会等への出展者については、他の物産展などへの出展につながるなど一定の成果が見られましたが、ネットショップについては、開設間もないこともあり注文は少ない状況です。

また、経営者の高齢化が進んでいるほかIT関連知識も不足しており、DXを活用した販路開拓の取り組みについても限定的となっています。

今後は、展示会や商談会への出展を増加させて売上の拡大を図るとともに、ホームページやGoogleマイビジネスの開設、登録を進めるなど、販路開拓の取り組み強化が課題です。

(2) 支援に関する考え方

需要開拓に向けた事業計画を策定した小規模事業者に対して、都市圏等で開催される商談会等への出展を支援します。出展にあたっては、陳列や接客、POPの作り方等の支援を行うほか、出展後の結果分析、商品のブラッシュアップ等の支援を行います。

また、DXに向けた取り組みとしては、IT活用、DX推進等のセミナーを行うとともに、ホームページの開設やGoogleマイビジネスの登録、ECサイトの活用などの販路開拓に向けた支援を行います。

なお、DX推進にあたっては、DXに関する専門家と連携するなど事業者にあった支援を行います。

展示会・商談会の出展者や物産展の出展者については、売上の3%拡大を目標とします。また、ホームページやGoogleマイビジネスの活用事業者は、半数について売上の3%増加を目指します。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①展示会・商談会出展事業者数	0	1	1	1	1	1
・商談会成約件数/者	—	1	1	1	1	1
②物産展出展事業者数	0	1	1	1	1	1
・売上3%増加率/者	—	1	1	1	1	1
③ホームページ、Googleマイビジネスの活用事業者	0	2	2	2	2	2
・売上3%増加率/者	—	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

① 展示会、商談会出展事業（B to B）

小規模事業者に対して商談会、展示会に関する情報を提供し、地域資源を活用した商品の販路開拓に向けた支援を行います。

【支援対象】 経営分析の実施および事業計画の策定をした事業者のうち、特産品等の販路開拓に取り組む事業者

【支援内容】 出展前：出展手続き支援、商品企画書の作成支援、POP作成等の支援、接客方法の支援、アンケートの作成

出展中：商談サポート、陳列方法やブースレイアウトの支援、アンケートの収集

出展後：アンケートの分析や商品のブラッシュアップの支援など

【想定する商談会、展示会】

北の味覚、再発見	主 催：北海道商工会連合会 来 場 者：バイヤー（80社程度） 開催場所：札幌市 内 容：道内の小規模事業者を対象とした商談会で、地域特産品が多数出展されている。
----------	--

② 物産展出展事業（B to C）

小規模事業者に対して物産展等に関する情報を提供し、地域資源を活用した商品の販売拡大に向けた支援を行います。

【支援対象】 経営分析の実施および事業計画の策定をした事業者のうち、特産品等の販売拡大に取り組む事業者

【支援内容】 出展前：出展手続き支援、商品企画書の作成支援、POP作成等の支援、接客方法の支援、

出展中：販売サポート、陳列やブースレイアウトの支援

出展後：販売分析、商品のブラッシュアップの支援など

【想定する物産展】

北海道味覚マルシェ in 札幌	主 催：北海道商工会連合会 来 場 者：消費者 開催場所：札幌市 内 容：道内の地域特産品が多数出展され、札幌圏の消費者が多数来場している。
-----------------	---

③ ホームページ、Googleマイビジネスの活用（B to C）

近年は、インターネットによる情報収集をした上での来店が一般的となっており、自社情報の発信ツールとしてホームページやSNSは重要な役割を担っております。特に地域資源を活用した飲食物などを扱う事業者は、ホームページやGoogleマイビジネス、SNS等を活用することによる集客が期待できるため、情報発信を行うことで新規顧客の獲得を目指します。

また、自社ECサイトやモール型ECサイトの開設、登録による販売拡大に向けた支援を行うとともに、実際の開設にあたっては、必要に応じてITコーディネータや中小企業診断士などのITに関する専門家と連携して支援します。

【支援対象】 需要開拓に向けた事業計画を策定した小規模事業者で、ホームページ等を活用して販売促進を図る事業者

【支援内容】 事前支援：IT活用による集客、販売促進策の説明

実施支援：ホームページの開設支援、Googleマイビジネスの登録支

援、SNSの開設支援、ECサイトの開設・出店など
事後支援：ホームページ、Googleマイビジネス等の見直し、IT活
用の成果の検証など

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期では、北海道胆振東部地震からの復旧復興に注力しており、小規模事業者持続化補助金などの補助金申請を中心に行うなど、経営発達支援計画に沿った経営支援を実施することができませんでした。そのため、事業評価や見直し等がされておらず委員会は機能していませんでした。

今後は、商工会理事5名で構成する総務委員会や理事会に適切に報告するとともに、外部有識者を交えた事業評価委員会に年1回以上報告することで、事業の評価、見直しを行います。

(2) 事業内容

- ① 支援実績については小規模事業者毎にデータベース化して管理することで、実施状況を確認できるようにします。
- ② 経営発達支援計画の実施状況について、委員会に報告し、その評価、検証、見直し等の意見聴取をして事業を推進します。
- ③ 事業評価委員会は、商工会理事、厚真町産業経済課長、法定経営指導員の他、外部有識者として苫小牧信用金庫厚真支店長を構成メンバーとします。
- ④ 事業の成果、評価、見直しの結果については、適時理事会へ報告するとともに、当会ホームページ等に掲載することで公表します。

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

【現状と課題】

経営指導員等の資質向上については、北海道商工会連合会が定める研修体型に基づき積極的に参加することで資質の向上を図っていますが、研修内容の情報共有が図られていないため、当該職員の資質向上のみにとどまっています。

また、事業者の経営支援は担当した各職員が個々に行っており、事業者の支援状況や支援ノウハウ等の共有については、担当者間で必要な都度行っているのみで職員全体では共有されていません。

今後は、職場内訓練（OJT）や支援状況についての情報共有を図ることで、組織全体での経営支援体制と整えるとともに、支援ノウハウの向上を図ることが課題です。

(2) 事業内容

① 外部講師の積極的活用

【経営支援能力の向上や事業計画策定に関する研修】

経営指導員および補助員については、中小企業大学校の中小企業支援担当者研修等に年1回以上参加します。現在、創業や事業承継の支援能力が不足していることから、これらの研修を中心に、事業計画策定などの知識および支援手法を習得し、経営支援能力の向上を図ります。

②D X推進に関する研修

地域の事業者のD X推進については、職員のI Tスキルを向上させることで各事業者のニーズにあわせた支援を行うため、下記のような各種研修会等にも積極的に参加します。これにより、職員のD X知識および支援能力の向上を図り、各事業者にあった業務効率化や需要開拓についてのD X化を推進します。

● 業務効率化の取り組み

クラウド会計ソフトの導入、キャッシュレス化、テレワークやテレビ会議システムの導入、補助金の電子申請、労働保険等の電子申請、情報セキュリティ対策等

● 需要開拓等の取り組み

ホームページの活用、G o o g l eマイビジネスの活用、S N Sの活用、ネット販売等

③O J T制度の導入

経営指導員等の実施する小規模事業者に対する経営支援について、他の職員も同席するなどの取り組みにより、職員間での情報の共有化を図るとともに経営支援能力の向上を図ります。

④職員間でのミーティングの開催

研修等で得た知識の職員間で共有化や、経営指導員等の実施する小規模事業者に対する経営支援内容や支援ノウハウについての共有化を目的に、職員間でのミーティングを実施します。これにより、各職員間での情報の共有化と支援能力の向上を図ります。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 1. 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

人口減少、少子高齢化等の影響による地域の購買力の減少や近隣都市圏への流出が継続しており、購買力の流出防止策として、厚真町と協力したプレミアム商品券の発行や㈱あつまスタンプ会と連携した町内共通ポイントカードの発行を行ってまいりました。

また、お祭りなどの地域イベントの開催にあたっては、商工会が多数の事務局を務めるなど、交流人口の拡大や地域活性化に向けた取り組みを行っています。

厚真町が力を入れる創業支援につきましても、町が実施する創業プログラムであるローカルベンチャースクールへの協力等により、創業者の拡大および育成を図っているなど、地域商工業の育成を図っています。

今後も購買力の縮小や町外流出が予想されるとともに、後継者不在等による廃業が増加することが予想されますが、地域資源を活用した商品開発やサービス提供等により地域活性化を図ることや、小規模事業者の事業承継の取り組みや創業者の育成により小規模事業者数の維持、拡大を図るなど、商店街の機能維持を図ることが課題です。

商工会としましても、厚真町と連携して地域商工業の活性化につながる支援に取り組んでまいります。

(2) 事業内容

① 厚真産ハスカップブランド化推進協議会への出席。(年2回)

厚真町が栽培面積日本一を誇るハスカップについては、厚真町、厚真町商工会、とまこまい広域農業協同組合、厚真町観光協会の他、生産者や農業指導員、有識者等が参画する厚真産ハスカップブランド化推進協議会を年に2回開催しています。

事務局は厚真町ですが、商工会は商店等の事業者の代表として参加しており、ハスカップを使用した商品の販売拡大に向けた取り組みを支援しています。

ハスカップ以外の地域資源については特段の協議会は設置されておりませんが、厚真町観光

協会やとまこまい広域農業協同組合と連携を図ることで、販売促進を図るなど地域産品や厚真町の知名度向上を図ります。

② 厚真町産業活性化協議会の開催。(年 1 回)

事業承継に対する支援や既存小規模事業者にする経営支援により小規模事業者の経営拡大、経営安定化につなげ、小規模事業者数の維持、拡大を図ることで地域での雇用の創出を図ります。

また、地域の特性を生かした雇用機会の創出を図ることや、起業、新事業の創出を促進することで雇用を生み出す方策等を協議するため、厚真町、厚真町商工会、とまこまい広域農業協同組合、苫小牧広域森林組合、鹉川漁業協同組合、苫小牧信用金庫などの関係者が一同に参画する協議会を年 1 回開催します。

商工会が事務局を担当し、各団体および各団体を構成する会員等の雇用に関する情報を共有した上で、地域を担う産業と人材の育成確保を図ります。

③ 厚真町、㈱あつまスタンプ会、厚真町商工会の 3 者協議会の開催 (年 1 回)

事業承継に関する支援や創業者の育成等により、小規模事業者数の維持、拡大を図り、商店街機能を維持することで、町民のお買い物環境の維持、向上を図ります。

また、町内共通ポイントカードを活用したプレミアム商品券の電子マネー化、子育て支援還元ポイントの発行など、町内での買い物環境の整備や購買力の流出防止について、厚真町、㈱あつまスタンプ会、厚真町商工会で協力して実施しています。

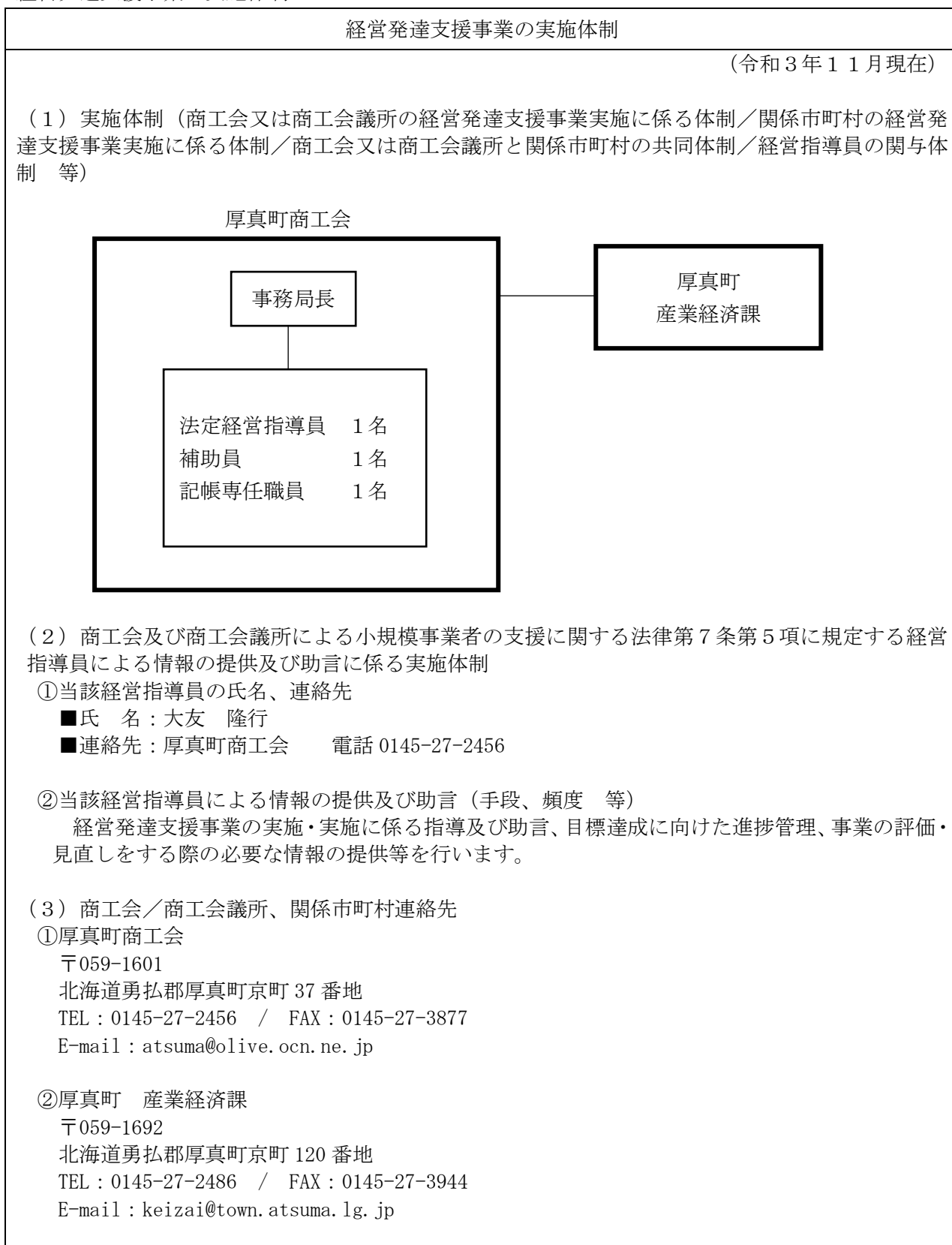
現在もプレミアム商品券や電子マネーの通年化、地域通貨の導入検討など、購買力の流出防止につながる施策についての検討を継続しており、今後も厚真町、㈱あつまスタンプ会、厚真町商工会の 3 者による協議会を年 1 回開催します。

商工会が中心となり、各施策についての効果や実施可否を検討するなど、町民の利便性向上と町内商工業者の振興の両立を図ります。

これらにより、小規模事業者の活性化を図り、消費者が町内で買い物できる環境を維持することで、人口流出等による人口減少の抑制化を図ります。

(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 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	1, 250	1, 250	1, 250	1, 250	1, 250
・ 地域の経済動向調査	50	50	50	50	50
・ 需要動向調査	50	50	50	50	50
・ 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	100	100	100	100	100
・ 新たな需要開拓	500	500	500	500	500
・ 事業評価および見直し	50	50	50	50	50
・ 経営指導員の資質向上	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
会費、国補助金、道補助金、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	