

経営発達支援計画の概要

実施者名	洞爺湖町商工会（法人番号 4430005009733） 洞爺湖町（地方公共団体コード 015849）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>（1）裨益目標として地域活力・商業機能維持のため、創業支援や事業承継支援を継続的に行い、小規模事業者の減少率を10%以内に抑える。</p> <p>（2）「観光」を軸とした異業種間の連携による持続的発展を目指す。</p> <p>事業計画策定支援30件、需要開拓した事業所の売上前年対比3%増加</p>
事業内容	<p>経営発達支援計画の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>（1）RESASを活用した地域経済動向調査</p> <p>（2）行政・金融機関等の調査レポートを活用した情報の収集と情報発信</p> <p>（3）独自アンケート調査</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>（1）観光客へのアンケート調査</p> <p>（2）商談会出展時等の需要動向調査</p> <p>（3）イベント出展時等の需要動向調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>（1）経営状況の分析（財務分析・非財務分析）</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>（1）伴走的な事業計画策定のための支援</p> <p>（2）DX推進セミナーの開催</p> <p>（3）創業希望者に対する創業計画策定支援</p> <p>（4）事業承継計画の策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>（1）巡回訪問によるフォローアップ強化</p> <p>8. 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）</p> <p>（2）物産展等出展支援（BtoC）</p> <p>（3）ネットショップ開設による販路開拓支援（BtoC）</p> <p>（4）映像プロモーションを活用による販路開拓支援（BtoC）</p>
連絡先	<p>洞爺湖町商工会 〒049-5615 北海道虻田郡洞爺湖町本町 58 TEL：0142-76-2311 Fax：0142-76-2292 e-mail：abu2311@rose.ocn.ne.jp</p> <p>洞爺湖町役場 産業振興課 水産商工グループ 〒049-5692 北海道虻田郡洞爺湖町栄町 58 番地 TEL：0142-74-3005 Fax：0142-76-4727 e-mail：syoukou@town.toyako.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

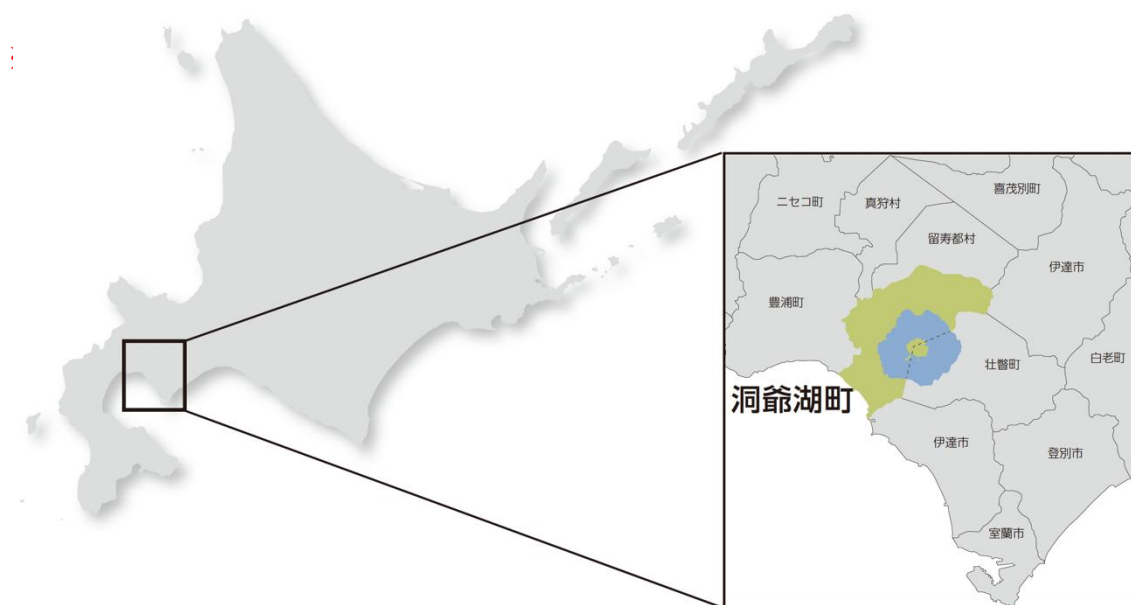
経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状と課題

① 立地

洞爺湖町は、平成18年3月に旧虻田町と旧洞爺村の合併により誕生したまちで、北海道の中央南西部の支笏洞爺国立公園内にあり、湖（洞爺湖）と山（有珠山）と海（噴火湾）に囲まれた自然豊かなまちで、北海道縦貫自動車道の虻田・洞爺湖インターやJR洞爺駅を有し、国道37号と国道230号を結ぶ交通の要所となっており、北海道の空の玄関口である新千歳空港、道都札幌市からはともに車で1時間30分程度と都市圏への交通の便が良い事も、観光業における集客力と、生産物の都市圏への輸送に効果的となっている。



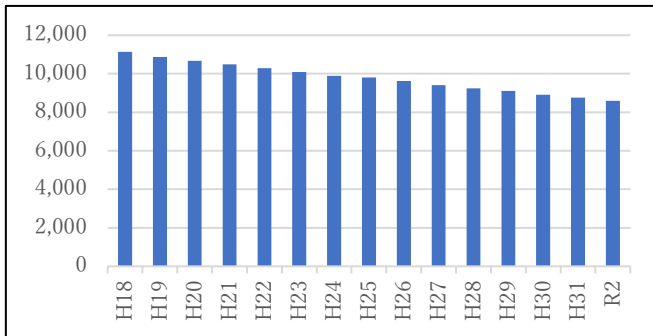
【出典：洞爺湖町の概要】

② 人口

総人口は令和3年3月31日現在8,390人で、近年は毎年約200人ずつ減少しており、平成18年の合併時11,221人からの15年間で、2,831人（約25%）が減少。人口減少は、若年層が進学や就職を都市部に求めることによる転出超過の要因もあり、今後もそれらの社会的減少が要因で減少が続くとみられる。

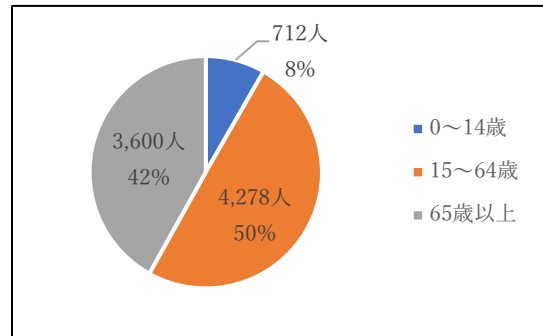
また、合計特殊出生率は、1.32%と、全国平均1.43%と比べ低く、65歳以上の高齢人口の割合も、令和3年3月31日現在41.91%で全国各地に見られる少子高齢化の町となっている。

<人口推移>



【洞爺湖町住民基本台帳より作成】

<令和2年 年齢別人口割合>



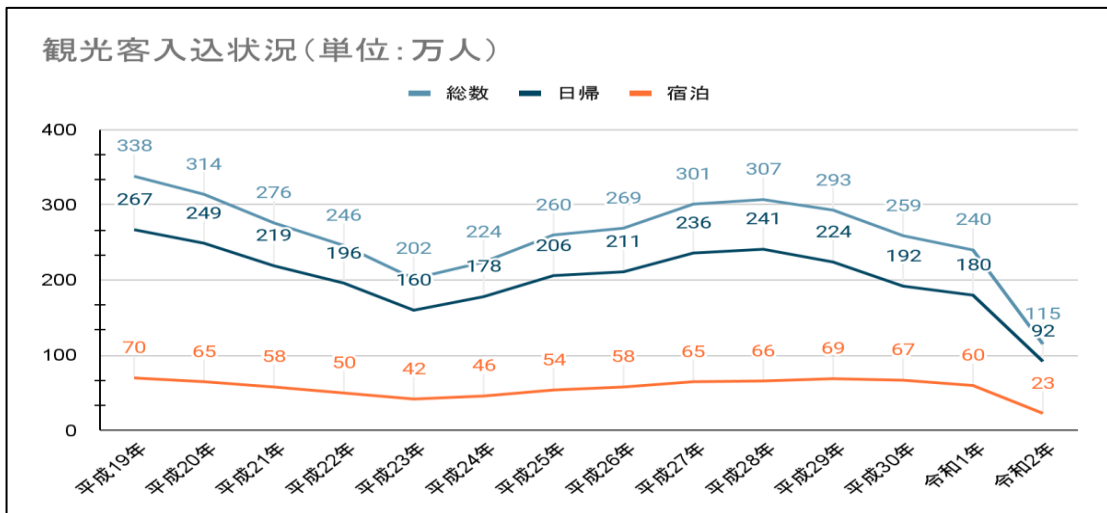
【洞爺湖町住民基本台帳より作成】

### ③産業

当町の基幹産業は観光業で、平成 21 年には「洞爺湖有珠山ジオパーク」が世界ジオパークに認定され、令和 3 年には「入江・高砂貝塚」が北海道・北東北の縄文遺跡群として世界遺産登録されるなど貴重な観光資源を有していることで、北海道有数の観光地となっており、年間約 250 万人もの観光客が訪れている。

当町における観光業は、宿泊業、飲食業、小売業（土産品販売等）、製造業（特産品）、娯楽・レジャー業など幅の広い業種で構成され、互いに連携する事で、町内の経済効果を波及させている。

しかし、観光業は当町特有の有珠山噴火や国内外の景気経済状況、為替や外交問題など様々な要因で経営状況が敏感に影響を受ける産業であり、観光客の入込推移では、平成 19 年度に 338 万人を数えたが、東日本大震災時には 202 万人まで減少、平成 28 年にアジア圏を中心としたインバウンドの増加をピークに、近年では旅行形態に変化がみられ、国内ツアーをはじめ、団体旅行の減少、少子化による修学旅行生の減少、国際政治情勢の不安定化によりインバウンドも減少、令和元年には 240 万人まで減少している。令和 2 年度には新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、観光客入込数は 115 万人まで落ち込みを見せている。



【出典：洞爺湖町「観光客入り込み調査」】

また、北海道でも気候温暖な地方に位置していることから、基幹産業の観光業の他にも、一次産業では、噴火湾で養殖しているホタテなどの漁業が盛んで、農業でも、北海道を代表する品種「男爵」「とうや」を中心にじゃがいも 5,828t、甘味と粘り強い風味豊かな味わいが特徴の長芋 1,450t、などのイモ類、温泉水を利用したハウス団地で栽培された「オロフレトマト」などトマト 563t、地元お菓子メーカーの製餡原料として使用される大福豆 38t や小豆・大納言 497t など豆類の生産が行われ、特に「セロリ 152t、赤しそ 0.97t」は北海道でもトップクラスの生産量を誇っている。



温泉街花火



赤しそ



入江・高砂貝塚

当町の二次・三次産業では、平成 28 年事業所数は、494 事業所で、平成 21 年の 619 事業所から約 20%減となる 125 事業所が減少、従業員数においては、平成 28 年に 4,052 人と平成 21 年の 5,393 人から約 25%減となる 1,341 人が減少しており、事業主の高齢化や後継者不在による廃業などが事業所数減少の要因と考えられ、事業所数減少や生産年齢人口の減少などが従業員数減少の要因と考えられる。

町内の商工業者数や従業員数は下表のとおり全業種が減少傾向であり、雇用の場の維持・確保などにも影響が出ている。

産業別	平成 21 年		平成 28 年	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
卸売・小売業	143	732	115	593
宿泊業・飲食業	128	1,372	102	1,123
建設業	62	368	47	279
サービス業	119	804	101	416
医療・福祉介護事業	42	878	39	902
その他	125	1,243	90	739
合計	619	5,397	494	4,052

【出典：経済センサス-基礎調査、経済センサス-活動調査】

## 【小規模事業者の現状】

当町の基幹産業である観光業は町内の小規模事業者全体の約 5 割を占めており、観光客の入込数により事業者の経営は大きく影響を受ける仕組みとなっている。

当会の会員企業を対象に行った新型コロナウイルス感染症による影響調査（四半期おきに、月次の売上前年比等を調査したもの）では、コロナ流行前の 2019 年とコロナ禍における売上対比を調査し、宿泊業：37%、飲食店：48%、小売業：65%、サービス業：68%、製造業：76%と、殆どの業種で大きく減少し、観光業の中でも宿泊業と飲食店は新型コロナウイルスの影響を大きく受けており、コロナ対策の支援金や助成金がなければ事業継続は厳しい状況にある。

サービス業においては、93 事業所のうち 20 事業所が観光関連のサービス業となっており、自然を活かしたアウトドア・アクティビティが盛んである。特に夏場は洞爺湖温泉街の宿泊施設だけではなく湖畔沿いのキャンプ場に訪れる観光客も多く、カヌーや水上バイクといったレイクスポーツの体験サービスも充実している。また洞爺湖の特異な自然環境をネイチャーツアー的に体験できるホーストレッキングや、洞爺の丘の上で行えるアロマウォーター蒸留体験など観光サービスが充実している。新型コロナウイルス感染症の影響により GoTo トラベル事業を活用したマイクロツーリズムが促進され地元の魅力再発見に繋がっている状況ではあるが、観光サービスにおいては地元住民の利用は少なく、厳しい状況となっている。より付加価値の高いサービスを提供することによる消費単価の拡大や多様なニーズへ対応が求められ、サービス業の発展により町が促進している滞在型観光地の形成の一翼を担う必要がある。

製造業においては、33 事業所のうち当会で観光業と位置付けている特産品製造業が 22 事業所あり、地場の原材料を使用したしそジュース、納豆、ホタテスモーク、チーズ等の加工特産品を製造している。地場産品の直売施設である道の駅を運営する企業組合を中心に積極的な PR 活動を行っているが、主に町内近隣の販売のみで、売上が頭打ちとなっている。そのため特産品製造業はネットショップや新規取引先獲得など販路拡大のための新たな取組が求められている。また、販路拡大には既存商品の提供だけではなく、時代の変化に応じた消費者が求める新たな特産品の開発も進めていく必要がある。経済産業省工業統計調査による 2019 年製造品出荷額は 601,887 万円となっている。



【道の駅特産品コーナー】

地域消費者を顧客とした小規模な小売業では、近隣の伊達市や室蘭市等の大型商業施設や、町内の大手・中小チェーンのスーパーに消費者が流れるケースが多く、厳しい状況が続いている。

<地域内小規模事業者数等>

地区別事業者数		建設業	製造業	卸小売業	サービス業	飲食宿泊	その他	計
平成 28 年 3 月 31 日	小規模 事業者数	64	34	101	95	88	41	423
	商工業者数	68	37	114	107	116	41	483
令和 3 年 3 月 31 日	小規模 事業者数	58	33	97	93	90	39	410
	商工業者数	63	36	111	104	116	39	469

【出典：商工会独自調査】

小規模事業者数の推移で見ると、近年は観光地特有の景観の良さや特産品を活用したメニューを提供し、観光客を客層とするランチ営業の飲食店など新規で開業する小規模事業者も増えている。平成 29 年 4 月以降の新規創業の小規模事業者数は 16 事業所となっている。創業する小規模事業者が増える一方で、29 件の小規模事業者の廃業があり、うち 15 件は後継者不在の高齢事業主の小規模事業者である。さらに令和 3 年 3 月末時点の小規模事業者のうち事業主の年齢が 60 歳以上で後継者不在事業所は 108 事業所となっており、早急な対応が求められている。

【小規模事業者の課題】

上記の現状により以下のとおり課題を設定する。

①新型コロナウイルス感染症により影響を受けた観光業の早急な対策として、販路拡大や商品開発、新たな販売手法

②地域を支える小規模事業者を維持するための事業承継・創業対策

地域の約 5 割が観光業者である洞爺湖町は、新型コロナウイルス感染症の影響により、大きな経済的ダメージを受けている。観光業として位置づけた特産品製造業者や観光資源を活用した小規模事業者においても新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、既存の販売手法では、売り上げの減少の歯止めがきかず、新たな取り組みが求められている。

また、創業者は近年増加傾向にあるが業種が偏っており、後継者不在や経営者の高齢化により地域経済を支える小規模事業者の減少を抑制しなければならないと考える。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

商工業機能維持のため創業支援や事業承継を積極的に支援していくことはもちろんのこと、小規模事業者は町内の人口減少、経営者の高齢化等の社会の構造変化により、需要の低下、売上の減少になど、特に観光客の旅行形態や客層の変化への対応が求められており、多様化・複雑化する経営環境に対応した支援を実施していく。

また新たな販売手法による商品・サービスの提供や、観光地の特性を活かした新商品開発のため、国内外の需要の動向や自らの強み等を分析し、新たな販路開拓支援を実施する。

洞爺湖町商工会はこれら支援により、観光業の維持・発展させていくことを、長期的な振興のあり方と捉え、「観光」を軸とした周辺業種への経済効果の波及を目指す。

#### ②洞爺湖町まちづくり総合計画との連動性・整合性

第2期洞爺湖町のまちづくり総合計画（平成29年～令和8年）では、洞爺湖町の将来像の基本理念の1つとして「交流・連携による活力づくり」があり、その中で「豊かな自然を活用し、多くの人々が集い交流する観光地づくり、観光との連携・融合による農水産業など産業の活性化を柱とした活力あふれるまち」を掲げており、地域資源を活用した滞在型観光地の形成を目指すことで、観光を軸に交流人口の増加によるにぎわいの創出を施策に挙げている。これらは、上記に定めた「10年の期程度の期間を見据えて」と取り組みの方向性が一致している。

#### ③商工会としての役割

地域で唯一の総合経済団体である商工会は、町内の小規模事業者が身近に相談できる支援機関となっており、新型コロナウイルス感染症の影響による被害からの復興や、ITを活用した新たな販売手法による販路開拓、事業承継、特産品を活用した商品の開発・販路開拓など、多様化・複雑化する課題を捉え、各支援機関と連携を図り、積極的に解決できる支援体制を確立し、事業者に寄り添った伴走型支援を実施していくことが役割である。

### (3) 経営発達支援事業の目標

#### ①地域への裨益目標として

当町は湖（洞爺湖）や温泉といった観光資源に恵まれており、道内外から観光地として既に認知されている状況ではあるが、洞爺湖町独自の特産品を物産展や商談会などを通じて積極的にPRすることで、地域の認知度向上を図り、地域における魅力や価値をさらに高める。

#### ②「観光」を軸とした経済効果の波及

新型コロナウイルス感染症による被害が特に甚大で経営状況の悪化を招いている観光業（宿泊業、飲食店、小売業、サービス業、特産品製造業）には、被害からの早期復興を図るため、商品開発や販路拡大等への取組みを支援し、事業計画策定事業所数30件/年、売上12%増加事業所数25件/年を目指す。

※新型コロナウイルス感染症の影響による平均売上減少率41.2%とし、5年で復興するため、平均売上増加率12%と目標を算出。業種ごとの売上減少率は下記の通り。

宿泊業	飲食店	小売業	サービス業	製造業
63%	52%	35%	32%	24%

#### ③小規模事業者の経営維持と発展

地域の活力・商業機能維持のため、新規創業、事業承継を検討している事業者に対し、支援を行う事で持続的発展に努め、地域内の小規模事業者数の維持を図る。地域内小規模事業者数410事業所を保つため、創業計画策定数2件/年、事業承継計画策定数2件/年を目指す。

## 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) 目標の達成に向けた方針

①地域への裨益目標

当町の豊富な地場産品を活用した魅力ある特産品を、物産展や商談会などを通じて積極的にPRし、地域の魅力を発信することによって、地域の認知度向上を図り、観光地としての価値を高める。観光地としての価値を高めることにより、さらなる集客を図り、地域活性化に寄与する小規模事業者の、需要開拓などの取組に対し、積極的に支援を行う。

②観光関連事業者への重点的支援体制の強化

新型コロナウイルス感染症による影響が大きく、今後当町における産業の中で欠かす事のできない観光関連業の小規模事業者に対し、経営環境の変化に対応する新サービスの提供・新商品の開発支援など、販路拡大のための支援体制を強化することで事業所個々のブラッシュアップを図り、観光地として地域全体の魅力向上に繋げ、観光業を営む事業者の売上向上を目指す。

また、新たな販路の開拓先として、これまで実施していないネットショップ開設のための支援など、DXに関する取組についても実施し、売上増加を目指す。

③小規模事業者の経営維持と発展

地域の裨益目標として、地域の活力・商業機能維持のため、創業支援や事業承継支援に取り組むことで、小規模事業者数の維持を図り、地域経済力の低下を食い止めるため、創業支援については、創業希望者に対し、「産業競争力強化法における創業支援等事業計画」に基づいた窓口相談を実施し、創業に必要な知識（経営、財務、人材育成、販路開拓等）についての習得のための支援を行い、事業承継については、北海道事業承継・引継ぎセンターと連携し、事業承継のための手法を伝え事業承継を円滑に進めるための支援を行う。

### I. 経営発達支援事業の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

経営発達支援計画第1期申請（平成29年4月～令和4年3月）（以降、第1期）では、会員企業への巡回や窓口相談時において景況等の聞き取り調査を行い、経済動向に関する調査結果内容を事業者に対して提供してきた。

また、新型コロナウイルス感染症の影響について、独自のアンケートを作成し、売上等の調査を実施した。

<課題>

巡回や窓口相談時において、実施した景況等の聞き取り調査による結果を事業者を提供してきたが、調査結果を踏まえた事業計画策定に結びついていないことが課題である。

また、調査分析にはアンケートの回収や集計などの労力がかかりマンパワー不足に陥っていることも課題であった。

(2) 目標

事業内容	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
① RESAS を活用した地域経済動向の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
②行政・金融機関等の調査レポートを活用した情報収集の発信の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
③独自アンケート調査の公表回数	HP掲載	2回	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

① RESAS を活用した地域経済動向の分析、情報の発信

当地域における効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が RESAS（地域経済分析システム）を活用し、観光動向を含む地域の経済分析を行い、年1回商工会 HP 上で公表する。

【調査項目】

- a. 「地域経済循環マップ・生産分析」…何で稼いでいるか等を分析
- b. 「まちづくりマップ・From-to 分析」…人の動き等を分析
- c. 「産業構造マップ」…産業の現状等を分析
- d. 「観光マップ」…観光スポットの目的地・検索数等を分析

【活用方法】

上記の分析を全体の集計の他、業種ごとに集計分析し、地域内の小規模事業者全体の経営実態を把握できるよう総合的にわかりやすく行い、年1回商工会 HP 上に掲載し周知するとともに経営状況の分析や事業計画策定のための基礎資料として活用する。

②行政・金融機関等の調査レポートを活用した情報の発信

地域の景況動向のみならず、他の地域や北海道の景況動向を確認し、地域と全道の動向を比較することで、地域特性を整理分析し、年1回商工会 HP 上で公表する。

【調査内容】

- a. 洞爺湖町「観光客入り込み調査」…宿泊者数、入込客数を分析
- b. 北海道商工会連合会「中小企業景況調査報告書」…景況 DI 等を分析
- c. 北海道銀行「調査ニュース」…道内景気動向の分析

d. 日本政策金融公庫室蘭支店「管内小企業景況調査」

…資金繰り、借入、設備投資等を分析

**【活用方法】**

整理分析した結果は年1回商工会 HP 上で公表するほか、経営状況の分析 や事業計画策定のための基礎資料として活用する。

③独自アンケートを活用した情報収集

経営分析や事業計画策定のための基礎資料の収集を目的に、町内の小規模事業者向けにアンケートシートを作成し、四半期ごとに調査を行い分析する。

**【調査対象】**

洞爺湖町内の小規模事業者（無作為抽出）

製造業 10 件、建設業 10 件、卸小売業 20 件、飲食業 35 件、サービス業 20 件

**【調査項目】**

a. 景況感（売上、原価、諸経費、経常利益）

b. 資金繰り、設備投資の予定、雇用見込、今後の見通し

**【調査方法】**

労力とコストを軽減するため Google フォームを活用しアンケートを実施し、回収が困難な場合に職員が巡回しヒアリングを行うとともに、郵送・メール・FAX により対応する。

※Google フォームとは、Google が無料提供しているクラウドコンピューティングサービスの一つで、アンケートフォーム作成・情報収集及び管理を行うソフトウェア。

**【活用方法】**

上記調査内容を集計し、業種ごとにデータを分析。分析は半年間の推移・対比など踏まえて行うため、分析結果を調査報告書として年2回 成し HP に公表する。

(4) 調査結果の活用

①～③いずれも調査分析結果を当会ホームページに公表するとともに、経営分析や事業計画策定のための基礎資料として活用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

<現状>

第1期においては、支援機関の専門家から商品・特産品の課題とする項目について意見を伺い、顧客ニーズやトレンド情報を基にした商品のブラッシュアップを行うことで、9事業所（製造業3件、小売業1件、飲食業2件、サービス業1件）の支援を行ってきた。

<課題>

第1期において、商品のブラッシュアップと言う一定の成果を得ることが出来たが、マンパワー不足によって、十分な調査ができず、分析内容も不十分であり、本来の活用方法の1つである経営状況の分析や事業計画の基礎データとしての活用についても希薄であったため、第2期において改善し実施する。

(2) 目標

事業内容	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
①QRコードを活用したアンケート実施事業者数	-	31者	31者	31者	31者	31者
②商談会・物産展時のアンケート調査実施事業者数 (商談会/物産展)	3/3者	3/3者	3/3者	3/3者	3/3者	3/3者
③イベント時のアンケート実施事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①QRコードを活用したアンケート調査

新商品開発やメニュー構成に役立てるため、洞爺湖町へ訪れる観光客に対し、QRコードを活用し web 回答形式のアンケートを行い、下記の調査項目について調査する。また回答を web 上で受け付ける事によって、回答側の精神的な作業負担の軽減となり、より多くのサンプル回収を目指す。また、web 回答形式のアンケートを実施することで集計側の作業負担の軽減も図る。

【対象者】

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた観光業の小規模事業者

【サンプル数】 観光客 50人 (1店舗あたり)

【調査方法】

需要動向調査を行う店舗等に、QRコードを設置し、観光客がバーコードを読み込むことで web 上において、それぞれ店舗ごとに調査項目の異なるアンケートの回答を募る。

【調査項目 (業種共通)】 (回答選択式及び自由記述回答等)

- ・洞爺湖へ訪れた目的や来場手段
- ・年代やメンバー構成
- ・宿泊、飲食、購買等に関する予算
- ・どこから来て、どこへ向かうか
- ・店舗の立地について
- ・価格について

【調査項目 (各業種ごと)】 (5段階評価及び自由記述回答)

- ・鮮度、味、盛り付け、内容量、色彩について (飲食店)

- ・商品ラインナップ、値札や商品説明などのPOP、商品の陳列方法について（小売業）
- ・提供サービスのクオリティ、リピートの希望有無、希望する次回来店時期について（サービス業）
- ・商品パッケージデザイン、独自性、商品の説明について（特産品製造業）

#### 【分析方法】

アンケート調査で得られた評価や意見から経営指導員等が整理・分析を行い、必要に応じて、よろず支援拠点等の中小企業診断士等専門家の意見も交え分析を行う。

#### 【分析結果の活用】

経営指導員等が巡回時に分析結果を事業者へフィードバックし、事業者ごとの経営状況の分析や事業計画策定の基礎資料とし、今後の商品開発やメニュー構成にも役立てる。

#### ②商談会・物産展時のアンケート調査

得られた評価を集計・分析することで、経営状況の分析や事業計画策定の基礎資料とし、商品のブラッシュアップや今後の商品開発に活用するため、小規模事業者が道内外で開催される物産展等に出展する際にアンケート調査を実施する。

#### 【対象事業者】

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた特産品製造事業の小規模事業者

#### 【サンプル数】

商談会：来場するバイヤー50名

物産展：来場する消費者50名

#### 【調査方法】

商談会：バイヤーに対し試食を通じ、調査票を元にヒアリングを行い、評価を集計する。

物産展：商品購入者へアンケート用のQRコードを記載したショップカードを配布し、購入商品の消費後の評価をGoogleフォームを活用し集計する。

#### 【調査項目】

下記の項目について、5段階評価とし調査を実施する。

- ・商品の品質やパッケージデザイン、味に関すること
- ・価格に関すること・満足度
- ・販売場所や販売方法に関すること
- ・納期、取引条件に関すること

#### 【分析方法】

アンケート調査で得られた評価や意見を集計し、経営指導員が分析を行う他、必要に応じて、中小企業診断士等専門家の意見も交え分析を行う。

#### 【分析結果の活用】

経営指導員等が巡回時に分析結果を事業者へフィードバックし、経営状況の分析や事業計画策定の基礎資料とし、今後の商品ブラッシュアップや商品開発にも役立てる。

### ③イベント時の試食を通じたアンケート調査の実施

経営状況の分析や事業計画策定の基礎資料とし、今後の商品開発やメニュー構成に役立てるため、小規模事業者が町内で開催されるイベントに出展する際に、試食を通じてアンケート調査を実施する。

#### 【対象事業者】

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた特産品製造事業の小規模事業者

#### 【サンプル数】

来場する消費者 60 名（町民 30、観光客 30）

#### 【調査方法】

来場者に対し試食を通じて、調査票を元にヒアリングを行い、アンケート調査を実施し、評価を集計する。

#### 【調査項目】

下記の項目について、5段階評価とし調査を実施する。  
・商品の品質や見た目、味、内容量に関すること

#### 【分析方法】

アンケート調査で得られた評価や意見を集計し、経営指導員が分析を行う他、必要に応じて中小企業診断士等専門家の意見も交え分析を行う。

#### 【分析結果の活用】

分析結果は当該事業者へフィードバックを行い、経営状況の分析や事業計画策定のための基礎資料とし、今後の商品開発や既存商品のブラッシュアップに繋げる。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### <現状>

第1期の事業においては、日頃の職員の巡回等によって地域事業者の現状が把握できており経営分析を必要とする事業者を特定できていたため、セミナーは開催せず、ネットde記帳の利用者を中心に財務分析を行い、小規模事業者の経営分析を確定申告支援や金融指導時に併せて実施してきた。

#### ※ネットde記帳とは

北海道商工会連合会が提供するインターネットを利用したASPシステムで、伝票入力や決算、各種申告書作成などが簡単に行える経理システム。入力された財務データを基に、損益分岐点図等の経営状況の分析帳票を出力することができる。

#### <課題>

これまでネットde記帳の利用者を中心に財務諸表をもとにした財務状況についての定量分析を行ってきたが、定性分析については行ってこなかった。観光業においては新型コロナウイルス感染症の影響で、特に経営環境が大きく変化していることから、定量分析とともに、定性分析についても重点的に実施し、網羅的な分析をすることで経営課題をより明確

にし、事業計画策定に繋げる。

## (2) 目標

事業内容	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経営分析事業者数	17者	40者	40者	40者	40者	40者

## (3) 事業内容

### ①経営分析の実施

観光関連業においては、新型コロナウイルス感染症の影響で大きく経営環境が変化していることから、地域の経済動向や需要動向調査を踏まえた上で、従来実施している財務分析に加え、SWOT分析（定性分析）も行うことで、課題抽出を行い、解決に向けて事業計画策定に繋げる。

また、事業承継計画に係る経営状況の分析では、後継者の有無や交代時期など事業承継に関するヒアリングを行い、現状を正確に把握することで、円滑な事業承継に向けた事業承継計画策定に繋げるよう支援を実施する。

#### 【対象事業者】

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた観光業の小規模事業者  
事業承継を課題と捉えている小規模事業者

#### 【分析項目】

定量分析「財務分析」と定性分析「SWOT分析」の双方を行う。

<財務分析>売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

<SWOT分析>

内部環境：商品、サービス、仕入先、人材、後継者、技術、IT活用状況等

外部環境：商圏内の人口や人流、競合、業界動向等

#### 【分析手法】

SWOT分析、ネットde記帳による経営分析、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」等のツールを活用し、経営指導員等が経営分析を行うほか、高度で専門的な分析を要する場合は中小企業診断士等の専門家を活用する。

## (4) 分析結果の活用

分析結果は事業者へフィードバックし、事業計画策定の基礎データとするほか、分析結果は内部でデータベース化することによって職員間で情報共有が可能となり、組織的な支援体制の構築に繋げる。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### <現状>

策定をした事業計画の多くは、小規模事業者持続化補助金をはじめ、経営力向上計画等の国の補助金や支援施策活用目的に作成しており、その半数は経営指導員が主体となって策定してきた。

#### <課題>

これまで補助金目的とした事業計画の策定に留まり、策定の意義や重要性の理解が浸透していなかった。また、新型コロナウイルス感染症の影響を受けている観光業においては、新たな取り組み等による販路開拓を行うことで、持続的な経営の維持をしていくことが急務となっている。支援体制としては、経営指導員が主体となって策定支援を行ってきたが、小規模事業者への支援状況の情報共有が職員間で図れてこなかったため改善して取り組む必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

新型コロナウイルス感染症の影響で小規模事業者を取り巻く環境は大きく変化しており、こうした変化に対応し、持続的発展を遂げるための事業計画策定が重要になる。経営分析を行った事業者の7割程度の事業計画策定を目指す。加えて、地域内の小規模事業者数の維持を図るため、創業や事業承継を課題と捉えている小規模事業者に対して創業計画や事業承継計画の策定支援を行う。事業者情報や支援の進捗状況等は電子データとして事務所共有サーバーに蓄積することにより職員間での情報共有を行う。DXの推進にあたっては、近年増えている電子申請等への対応はもちろん、事業戦略に合わせた有効なITツールの活用方法やWebサイトの構築等の支援を行うことが重要となるため、DXに関する基礎知識習得に向けたDXセミナーを開催し、小規模事業者に対し「DX」推進のための意識啓発も行っていく。

### (3) 目標

事業内容	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事業計画策定事業者数	17者	30者	30者	30者	30者	30者
②DX推進セミナーの開催	-	2回	2回	2回	2回	2回
③創業計画策定事業者数	3者	2者	2者	2者	2者	2者
④事業承継計画策定事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

#### (4) 事業内容

##### ①事業計画策定支援

###### 【対象事業者】

経営状況の分析を実施し、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた観光業の小規模事業者

###### 【支援手法】

地域の経済動向や需要動向調査、経営状況の分析結果を踏まえて、経営指導員等が巡回訪問・窓口相談にて、事業計画策定支援実施する。事業計画策定には「経営計画つくるくん」を活用し、必要に応じ中小企業診断士等の専門家の知見も踏まえた上で、事業計画策定支援を行う。

##### ②DX 推進セミナーの開催

事業計画策定支援を実施するにあたり、策定の前段階として DX を盛り込んだ事業計画の策定を勧めるため、DX に関する基礎知識から IT 活用の事例などを習得する目的で本セミナーを開催する。

###### 【対象事業者】

経営分析を行った小規模事業者 40 名

###### 【開催内容】

DX に関する基礎知識習得に向け、また実際に DX に向けた IT ツールの導入や Web サイト構築等の取り組みを推進していくために下記の内容でセミナーを開催する。

募集方法	・商工会ホームページによる開催告知 ・郵送による開催通知の送付 ※申込受付は書面受付と Google フォームによるオンライン受付
開催回数	・年 1 回
講師	・IT コーディネーター等
参加人数	・40 名
カリキュラム	・DX 総論 ・Google フォームの活用法 ・Instagram、TikTok を活用した情報発信方法 ・BASE (ベース) の利用方法 等

※BASE(ベース) とは、インターネット上で商品を販売する際に必要な機能を提供し、簡単に自分のネットショップを作成できるサービス

### ③創業希望者に対する創業計画策定支援

【対象者】 創業予定者

#### 【支援手法】

- a. 創業を希望する創業予定者に対し、創業計画の策定支援を行う。支援の際は洞爺湖町役場産業振興課と連携し、空き店舗の状況や創業希望者の状況など情報共有し、「チャレンジショップ支援事業補助金」の活用も併行して一体型の支援を行う。
- b. 経営指導員等が開業間もない店舗を訪問し、事業計画策定等の支援を行う。

#### ※チャレンジショップ支援事業補助金

: 町内の空き店舗等を活用し、新たに事業を始める起業者を支援する洞爺湖町の制度。令和3年10月現在、空き店舗の登録は4件となっており、年間2～3名程度の創業希望者が制度を利用し新規創業に至っている。そのため空き店舗の状況は毎年変動している。

### ④事業承継計画の策定支援

#### 【対象者】

経営状況の分析を基に事業承継に課題があるとした小規模事業者

#### 【支援手法】

経営状況の分析を基に事業承継に課題があるとした小規模事業者に対し、経営指導員が巡回等を行い、円滑な事業承継を行うため事業承継計画の策定支援を行う。事業承継計画の策定支援は、必要に応じ、北海道事業承継・引継ぎセンター等の専門家派遣制度を活用して行う。

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### <現状>

これまで持続化補助金を申請した小規模事業者に対し、費用対効果に関する検証や、売上アップのためのフォローアップを行ってきた他、事業承継計画策定者には、円滑な承継のための法務支援、創業間もない事業者に対しては、金融・経理・税務・労務等の基礎的な支援に加え、専門的な経営課題に関する事案には、中小企業診断士等の専門家による相談対応を行ってきた。

#### <課題>

これまで事業計画策定後のフォローアップ支援を行っているものの、実施時期が不定期で、支援回数にもばらつきがあり、策定した計画が実行できていない事業所も見受けられたため、改善して支援を実施。また、小規模事業者の事業計画策定状況や策定後の進捗状況を経営指導員等の担当者以外把握できておらず、職員間の情報共有が図れていなかった事も課題であった。

## (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、四半期に1回程度の巡回を行い計画の進捗状況を確認し、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。売上増加目標を12%と設定し、事業計画策定後のフォローアップを行った事業者の8割程度の達成を目指す。また、支援内容や進捗状況を、担当した職員のみならず、情報共有することで、チーム型支援を実施する。

## (3) 目標

事業内容	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
事業計画策定者フォローアップ対象事業者	17者	30者	30者	30者	30者	30者
フォローアップ頻度 (延べ回数)	30回	120回	120回	120回	120回	120回
12%売上増加事業者数	-	25者	25者	25者	25者	25者

※新型コロナウイルス感染症の影響による平均売上減少率41.2%とし、5年で復興するため、平均売上増加率12%と目標を設定。(p.6(3)-②参照)

## (4) 事業内容

### 【巡回訪問によるフォローアップ強化】

計画策定した事業者に対して、四半期に1回程度の巡回を行い、進捗状況の確認をするとともに、必要な助言や指導を行っていく。計画の経過が良好な事業者へは年2回、新規創業者などより密な伴走が必要と思われる事業者へは月に1回を目安に臨機応変にフォローアップを実施する。また、策定した計画のみならず、確認した進捗状況や指摘事項などを、データ化し、職員間で共有化することで、経営指導員や担当者が不在の際も的確な事業者支援を行える組織的なフォローアップ体制の構築も図る。

### 【事業計画と進捗状況にズレが発生した場合の対処】

計画と進捗状況にズレが生じた際は、原因を究明し、計画の軌道修正を行い、課題解決が困難な案件等は、よろず支援拠点や地元金融機関等と連携を強化し、よろず支援拠点など各種専門家派遣制度等を活用した専門的な支援を行い、計画を実行できるようフォローアップ支援を随時実施する。

## 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状と課題

<現状>

第1期では「北海道産品商談会」、「北の味覚再発見販売会」、「どさんこプラザ出展」、「百貨店催事」、「展示見本市」など商談会等へ事業者が出展する際に、支援を実施してきており、固有技術を持った製造業が見本市で国外企業と約60万円の商談を成立させ、百貨店催事への出展が成約した他、見本市終了後も作成した商品商会パンフレット

の配布効果により、新規の大口契約に繋がり、新たな販路開拓に寄与している。  
 また、DXに関する取組支援として、InstagramなどSNSを活用した宣伝効果を向上させる目的で専門家の指導を受け、SNSを新たな広報手段として取り入れている事業所も増えており（令和2年度支援実施：3事業所）、SNS活用した広告手法への対応も求められている。

<課題>

これまで、物産展出展時のブースレイアウトについて専門家の意見を交えた事前支援を行ってきたが、出展後のフォローアップ支援に至っていなかったため改善した上で実施する。

また、新型コロナウイルスの影響による巣籠需要の高まりなどから、急速にインターネット通信販売の利用が増加しているが、知識不足によってITを活用した販路開拓等の取組が進んでおらず、商圏が限られた範囲に留まっていたため、今後はDXに着手する事業者に対しても支援を行っていく必要がある。

**(2) 支援に対する考え方**

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた製造業の新たな需要開拓のため、商談会等の出展支援を行う。商工会が自前で商談会や物産展を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の商談会への出展を目指す。出展にあたっては商工会職員が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取組としてデータに基づく顧客管理や販売促進、SNSによる映像プロモーションの情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業や販路開拓に関する相談対応を行い、専門性が求められる案件には、IT専門家による専門家派遣を実施し、事業者には段階にあった支援を実施する。

**(3) 目標**

事業内容	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北海道産品取引商談会出展事業者数 (BtoB)	2者	3者	3者	3者	3者	3者
新規成約数/者	0件	2件	2件	2件	2件	2件
②北海道物産展等出展事業者数 (BtoC)	-	3者	3者	3者	3者	3者
売上12%増加の事業者数/者	-	2者	2者	2者	2者	2者
③ネットショップ開設事業所数 (BtoC)	-	15者	15者	15者	15者	15者
売上12%増加の事業者数/者	-	10者	10者	10者	10者	10者
④映像プロモーション作成事業所数 (BtoC)	-	10者	10者	10者	10者	10者
売上12%増加の事業者数/者	-	5者	5者	5者	5者	5者

※新型コロナウイルス感染症の影響による平均売上減少率41.2%とし、5年で復興するため、平均売上増加率12%と目標を設定。(p.6 (3) -②参照)

#### (4) 事業内容

##### ①北海道産品取引商談会等出展事業 (BtoB)

###### 【対象者】

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた特産品製造事業の小規模事業者。

###### 【支援内容】

出展前：出展手続きや商品規格書作成、ブースレイアウト、パンフレット作成 等  
出展時：効果的な商品陳列、商談サポート、アンケートの収集  
出展後：アンケート結果の集計・分析、分析結果のフィードバックから商品改良やパッケージデザインの見直し

###### <商談会参考>

北海道産品取引商談会：北海道産品の取引商談会で東京会場と大阪会場で開催される。出展者は両会場ともに道内食品製造・加工メーカーが約 80 社。来場者は首都圏・関西地域百貨店、スーパー、卸問屋、ホテルや外食関係のバイヤーで東京会場約 200 社 (360 名)、大阪会場約 180 社 (330 名) が来場する。

##### ②北海道物産展等出展支援 (BtoC)

###### 【対象者】

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた特産品製造事業の小規模事業者

###### 【支援内容】

出展前：出展手続きや商品規格書作成、ブースレイアウト、POP 作成 等  
出展時：効果的な商品陳列、販売促進、アンケートの収集  
出展後：アンケート結果の集計・分析、分析結果のフィードバックから商品改良やパッケージデザインの見直し

###### <物産展参考>

なまらいいっしょ北海道フェア：北海道商工会連合会主催の商工会員企業の商品 PR を推進する展示販売会で、2 日間東京で開催され 22,000 人の一般消費者が来場する。

にぎわい市場さっぽろ：にぎわい市場さっぽろ実行委員会主催 3 日間アクセスサッポロ (札幌市) で開催され、北海道内の農水産物や加工品が販売される。約 60,000 人の一般消費者が来場する。

##### ③自社HPによるネットショップ開設 (BtoC)

###### 【対象者】

事業計画を策定し、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた観光業  
特産品製造業や観光資源を活用した販路拡大や商品開発に取り組む小規模事業者

#### 【支援方法】

EC サイト構築には「BASE (ベース)」の利用を推奨し、販路開拓のためのホームページ作成支援やページ更新支援を行う。BASE は難しい操作がなくホームページの編集を行え、完全無料でホームページを作成可能、ネットショップ開設実績 No1 の実績を持っているため、現在ホームページを持っていない事業者でも安心して利用ができる。また、BASE (ベース) 内の顧客管理ツールやアクセス解析ツールを活用し、販売促進に対する支援を行う。DX に取組む事業者に対しても、IT 専門家の意見を取り入れるなど支援を行っていく。

#### ④映像プロモーションを活用した事業者支援 (BtoC)

#### 【対象者】

事業計画を策定し、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた観光業  
特産品製造業や観光資源を活用した販路拡大や商品開発に取り組む小規模事業者

#### 【支援方法】

店舗紹介やそれぞれの特色ある商品やサービス等のPR映像(1分程度)を撮影。InstagramやTikTok、YouTubeなどのSNS及び動画投稿サイトを活用し、自社商品や観光施設情報のPRを行うことで販路拡大を図る。またターゲット分析や効果的なPR動画の作成については、必要に応じITコーディネーター等の専門家の意見を取り入れ支援を行っていく。

【映像プロモーションツール】 Instagram、YouTube、TikTok

## II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

### 9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

#### (1) 現状と課題

##### <現状>

経営発達支援事業の成果・評価・見直しについては、組織内部の評価委員会を設置し、年に1回事業の検証等を実施してきた。

##### <課題>

より有効な経営発達支援事業を実施していくために、外部有識者を評価委員に新たに加え、PDCA サイクルに基づいた評価、見直しを行っていくことで、計画のブラッシュアップを図っていくことが課題である。

#### (2) 事業内容

##### ①評価委員会による評価の実施

当会法定経営指導員、洞爺湖町役場産業課担当者に加え、下記の外部有識者で構成する評価委員会により、年に1回経営発達支援計画における事業の実施状況を精査し、評価、見直しを行う。

※外部有識者：伊達信用金庫虻田支店長、一般社団法人洞爺湖温泉観光協会事務局長

## ②評価結果のフィードバック・公表

評価委員会で検証した評価結果は洞爺湖町商工会理事会にフィードバックし、今後の事業実施方針等に反映させるとともに、HP上に掲載し（年1回）地域の小規模事業者等が閲覧可能な状態とする。

## 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

#### <現状>

北海道商工会連合会が主催する職種別の研修会や、他の機関が主催するセミナーなど積極的に受講し、個々の能力向上を図ってきた。

#### <課題>

セミナーや研修など積極的に受講し、個々の能力向上に努めてはいるものの、習得した支援ノウハウ等が受講職員に帰属しがちとなってしまう、職員間の情報共有不足が課題となっており、今後はさらに習得した知識やノウハウを職員間で共有し、事業所支援を取り組むことで組織全体の支援能力の底上げを図る。

### (2) 事業内容

#### ①各種研修会への積極的参加

事業承継に関する知識や事業計画策定手法など職員の支援能力の一層の向上を図るため、中小企業大学校主催の「中小企業支援担当者等研修」などの、事業承継や事業計画策定に関するセミナー等に積極的に参加し、知識の習得と支援能力の向上を図る。また、習得した小規模事業者の支援に有力なノウハウ等については、電子データとして事務所共有サーバーに蓄積することによって、適時・適切に職員全員が相互共有できるようにする。

#### ②職員間の定期ミーティングの開催

セミナーや研修会に参加した経営指導員等が、習得した小規模事業者の支援に有力なノウハウを組織内で共有するための職員ミーティングを月1回開催し、組織全体の支援能力の向上を図る。

#### ③専門家支援を交えたOJTの導入

巡回指導や窓口相談の際に経営指導員と他の職員がチームを編成し、小規模事業者の経営課題の解決に取り組むことで、チーム全体のスキルアップにつなげ、組織力の底上げを図る。

また、専門家派遣制度を活用し、事業所支援を行う際についても、経営指導員に対し、専門家から支援ノウハウの助言を受けることで、個々のスキルアップも図っていく。

#### ④DX推進に向けたセミナー

地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員等のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取り組みに係る相談・指導能力の向上のためのセミナーに積極的に参加する。また、当商工会で実践できるものは通常業務の中に取り入れ各職員のITリテラシーの向上を図る。

<DXに向けた IT・デジタル化の取り組み>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策、クラウド顧客管理システム

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、SNS を活用した広報、EC サイト構築及び運用、映像プロモーションを活用した広報

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

### **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**

<現状>

新型コロナウイルス感染症の流行以降は一度も開催出来ていないが、とうや湖農協、いぶり噴火湾漁協、洞爺湖温泉観光協会、まちづくり観光協会、洞爺湖町商工会で組織する委員会でイベントの開催をし、団体が連携しイベントを通し地域の特産品や観光 PR を町内外に対し行ってきた。また、新型コロナウイルス感染症の流行時に、洞爺湖町、洞爺湖温泉観光協会、とうや湖温泉旅館組合、洞爺湖温泉飲食店組合、洞爺まちづくり観光協会、洞爺湖町商工会の「オール洞爺湖」で地域独自の感染対策に取組み、「感染防止の取組み宣言書」を店舗や施設に掲示し、安心・安全を町外に PR し、観光誘致を行い、当会は事務局的な役割を果たしてきた。

<課題>

新型コロナウイルス感染症の影響で一堂を会してのイベントの開催は困難な状況となっており、イベントを通じて特産品の PR を図ることが出来ないため、町内の産業団体等との話し合いの場が必要となっている。

##### **(2) 事業内容**

①町内経済産業団体の連携した地域イベントの開催のための会議（年3回）

町内経済産業団体が連携し、特産品や観光地としての魅力を町内外に発信することを目的としたイベントの開催のための会議を年3回行う。会議ではイベント運営に関する内容の他、特産品の認知向上を図るための意見交換や観光地としての「洞爺湖」の更なる認知向上を図るための協議も行い、各団体の保有する特産品の情報や観光資源の情報を共有し、イベントや個々のフィールドで相互発信することで、地域発展を目指す。当会はイベントの事務局の他、特産品を町内外に PR する役目を担う。

##### **【構成団体】**

洞爺湖町商工会、とうや農業協同組合、いぶり噴火湾漁業協同組合、一般社団法人洞爺湖温泉観光協会、NPO 法人まちづくり観光協会

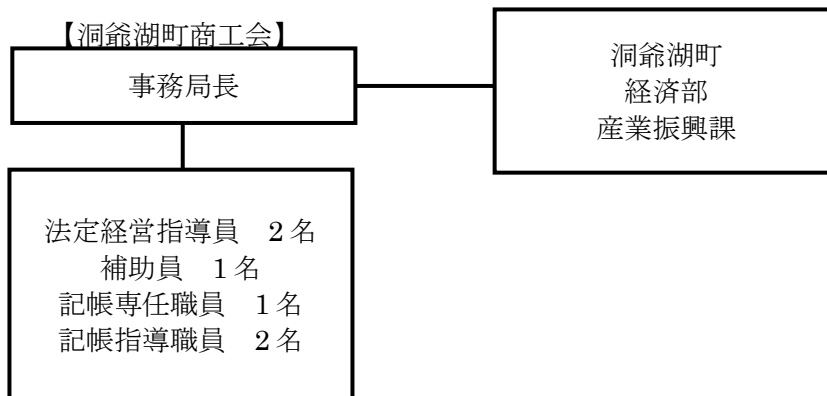
(別表2)

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7年4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：加藤 貴之、内村 稔

連絡先：洞爺湖町商工会 TEL. 0142-76-2311

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の提供を行う。

当計画の法定経営指導員については、次の理由により2名の配置を行うこととする。

【法定経営指導員2名配置の理由】

当町は、JR 駅が立地する本町地区、洞爺湖温泉街地区、旧洞爺村である洞爺地区の3地区で独立的商圈を形成しており、商工会においても本町地区に本所を置き、その他2地区に支所を設置し業務を行っている。

体制としては、洞爺湖温泉地区の支所に職員を1名常駐させるとともに、洞爺地区の支所も含めて担当経営指導員が交互に勤務している。

したがって、経営発達支援事業においても同様に、本町地区担当と、洞爺湖温泉地区及び洞爺地区担当に分け、それぞれ1名ずつ法定経営指導員を配置することで、目標達成への進捗管理及び効果的・効率的な支援業務を行うこととする。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒049-5615 北海道虻田郡洞爺湖町本町 58 番地  
洞爺湖町商工会  
TEL. 0142-76-2311 / FAX. 0142-76-2292

②関係市町村

〒049-5692 北海道虻田郡洞爺湖町栄町 58 番地  
洞爺湖町経済部産業振興課  
TEL. 0142-76-3005 / FAX. 0142-76-2292

(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	1,490	1,490	1,490	1,490	1,490
地域の経済状況動向調査事業	120	120	120	120	120
需要動向調査事業	120	120	120	120	120
事業計画策定事業	150	150	150	150	150
新たな需要の開拓に寄与する事業	800	800	800	800	800
経営指導員等の資質向上	100	100	100	100	100
地域経済の活性化に資する取組	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、洞爺湖町補助金、北海道補助金 等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載

