

経営発達支援計画の概要

実施者名	標茶町商工会（法人番号：4460005001150） 標茶町（地方公共団体コード：016641）
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 1. 地域内の事業承継を推進し、小規模事業者の活性化を目指します 2. 新商品開発及び販路開拓により小規模事業者の地力強化を目指します 3. 小規模事業者の抱える課題や目標を明確にすることで計画的な経営を 実践し利益率の向上を図ります
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること ①町内小規模事業者の景況調査による情報収集と分析提供 ②金融機関等の統計資料を活用した経済動向の情報収集と分析提供 ③小規模事業者への事業承継に関する調査の実施 4. 需要動向調査に関すること ①国内外観光客の満足度調査 ②ふるさと納税制度利用者の満足度・需要調査 5. 経営状況の分析に関すること ①小規模事業者の経営分析の実施 6. 事業計画策定支援に関すること ①事業計画・事業承継計画策定セミナー等の開催 ②専門家との連携による事業計画・事業承継計画策定支援 ③DX推進セミナー開催・個別相談会の開催 7. 事業計画等策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定後のPDCAサイクルの確立とフォローアップの強化 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①特産品開発・販路開拓セミナーの開催 ②物産展への出展支援事業 ③ふるさと納税を活用した販路開拓支援 ④SNSやHPを活用した販路開拓支援 ⑤共同チラシを活用した売上向上支援
連絡先	標茶町商工会 ・住所 〒088-2301 北海道川上郡標茶町旭2丁目5番地23号 ・電話 015-485-2264・FAX 015-485-6073 ・e-mail shokokai@sip.jp 標茶町 観光商工課 ・住所〒088-2312 北海道川上郡標茶町川上4丁目2番地 ・電話 015-485-2111・FAX015-485-4111 e-mail k_shoko@town.shibecha.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 標茶町(しべちやちょう)の概況

ア. 位置・地勢・気候

標茶町は、東北北海道の内陸部に位置し、2つの国立公園（釧路湿原国立公園・阿寒摩周国立公園）と厚岸霧多布昆布森国定公園を有する自然豊かな町です。東部は厚岸町・別海町・中標津町、西部は鶴居村、南部は釧路町、北部は弟子屈町に隣接し、東西 58.9 km、南北 60.5 km、総面積は、1,099.37 km²であり、東京 23 区の約 2 倍の広大さです。地勢は、概ね丘陵地帯と平野部に大別され、釧路川、別寒辺牛川及び西別川の各流域は平坦形状であり、南東部には塘路湖、シラルトロ湖が広がり、釧路湿原国立公園の湿地帯が分布しています。気候は春期から初夏にかけては冷涼ですが、夏は日照時間が短いものの最高気温が 30℃に達する日もあります。秋は比較的晴天が続きますが、晩秋の早朝は冷え込み、全国の最低気温のニュースに「標茶町」の名前が流れることもあります。冬の積雪は少ないものの寒さが厳しく、夏熱く冬寒いというやや内陸的な気候です。

【出典】標茶町ホームページ
(標茶町へのアクセス)



【出典】標茶町観光協会 HP
(標茶町全域マップ)



360°の地平線が見渡せる広大な牧場「多和平」

多和平の広大な土地には、標茶町の基幹産業である農業を支える「標茶町育成牧場」があり、この牧場では、生後6ヶ月以上の雌牛を預かり14～15ヶ月まで放牧により育て、また、14ヶ月以上の牛に人工授精を施し、妊娠・出産により乳用牛へ育成されており、広い北海道でも珍しい360度の地平線が見渡せる大牧場です。

【ホームページ URL】

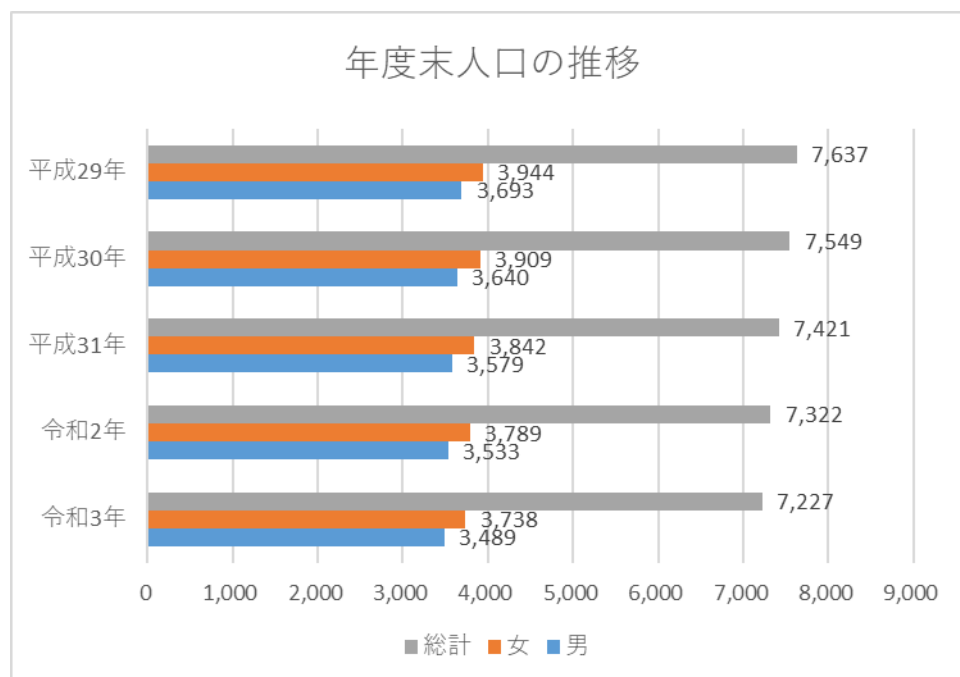
<http://www.sip.or.jp/~tawa360/index.html>

イ. 人口動態

国勢調査によると標茶町の人口は、昭和 35 年 17,424 人をピークに減少傾向を続け、直近の令和 3 年 7 月末（町データ）では、人口 7,337 人、世帯数 3,666 世帯となっています。

平成 27 年の国勢調査（人口 7,742 人）による年齢階層別人口は、幼齢人口（0～14 歳）が 991 人（11.2%）、生産年齢人口（15～64 歳）が 4,315 人（57.3%）、高齢人口（65 歳以上）が 2,436 人（31.5%）となっており、5 年前の平成 22 年国勢調査の階層構成と比較すると、幼齢人口が 6.1%の減、生産年齢人口が 11.7%の減で、高齢人口は 3.8%の増となり、全国の動きと同様に少子化、高齢化が進んでいる状況です。国立社会保障・人口問題研究所のデータでは、2045 年の総人口は 4,041 名となり、生産年齢人口が 2,045 人になると推計されています。

また、平成 27 年の国勢調査による 15 歳以上就業者数は 3,953 人で、第 1 次産業従事者数は 1,262 人（31.9%）、第 2 次産業従事者は 494 人（12.5%）、第 3 次産業従事者は 2,178 人（55.1%）となっています。



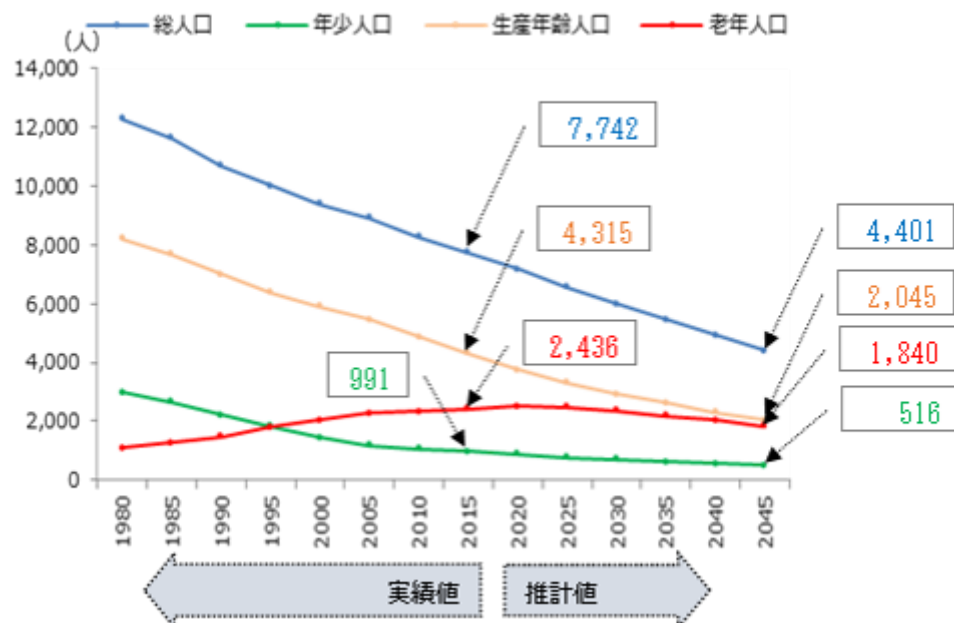
【出典】標茶町統計資料

【標茶町年齢別人口構成比】

区分	令和 3 年 3 月 31 日現在				区分	令和 3 年 3 月 31 日現在			
	男性	女性	総数	構成比		男性	女性	総数	構成比
0～9	252	237	489	6.77%	60～69	565	619	1,184	16.38%
10～19	311	347	658	9.10%	70～79	473	548	1,021	14.13%
20～29	251	193	444	6.14%	80～89	269	416	685	9.48%
30～39	408	341	749	10.36%	90～99	73	147	220	3.04%
40～49	428	423	851	11.78%	100 以上	2	4	6	0.08%
50～59	457	463	920	12.73%	総数	3,489	3,738	7,227	100.00%

【出典】標茶町統計資料

【人口推移】 RESAS 人口マップ>人口構成→「人口推移」



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

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

【15 歳以上就業者数】

就業者数	総数 3,953 (人)			
	1 次産業	2 次産業	3 次産業	分類不能
	1,262 (31.9%)	494 (12.5%)	2,178 (55.1%)	19 (0.5%)

【出典】 総務省「平成 27 年国勢調査」産業(大分類), 男女別 15 歳以上就業者数及び産業別割合

② 地域産業の現状と課題

ア. 農業

標茶町の農業は、戦前は馬産を中心として発展してきましたが、昭和 31 年に「釧路内陸集約酪農地域」の指定を受けたことに伴い、基幹産業を「酪農」、基幹作目を「牛乳」とし、以後、冷涼な気候条件や特殊土壌等の厳しい自然条件を克服し、広大な土地資源を利用した草地型酪農を根幹として、基盤整備の積極的な推進とクラスター事業（※1）の活用により酪農経営の規模拡大を続け、国内でも有数の酪農地帯として成長を遂げてきました。

近年は酪農の複合経営として馬産・肉牛の振興が見直され、特に馬産はその需要も高く飼養頭数が年々増加の傾向にあり注目されています。また、野菜生産においては、寒冷地野菜として大根の栽培が行われ、「釧路ほくげん大根」のブランド名で各市場へ出荷され、共同選果場を整備し共同出荷体制による高収益野菜の産地形成化が図られており、農林水産省「市町村別農業産出額（推計）」によると平成 30 年の農業産出額の総額は 285 億円となっています。

※1：クラスター事業・・・国による畜産・酪農収益力強化整備等対策事業の名称で酪農家の機械化・大型化の推進により収益力を向上させることが目的。

イ. 商業

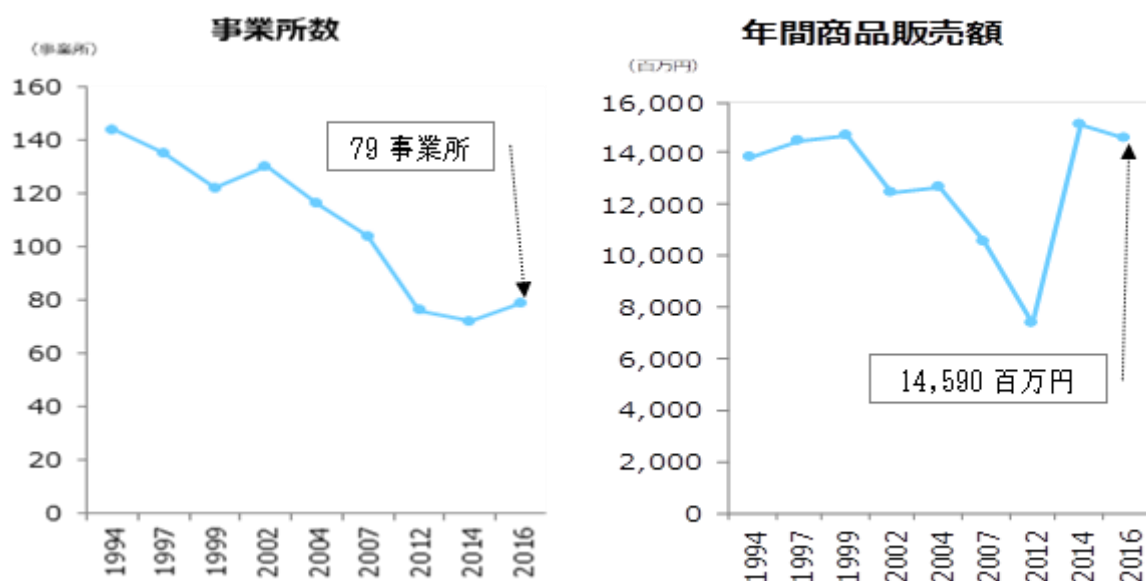
標茶町の商業は、平成 28 年経済センサス活動調査の事業所数は 79 事業所、年間販売額は 145 億 9 千万円となっており、農機具・農業用車両販売等の農業関連小売業が 33 事業所で 115 億円と販売額の多くを占めており、当町の小売業の特徴となっています。

町内の小売業においては、堅調な基幹産業に支えられてきましたが、経営者の高齢化や後継者不足により円滑に事業承継がなされておらず、新商品の開発や販路の開拓、新たな試みや事業展開へ踏み切ることができない事業者も多く、加えて町外の大型店や量販店への消費購買力の流出、コロナ禍での巣ごもり需要の拡大による急激な通販市場の台頭、人口の減少などにより、今後は、事業所数・販売額ともに減少することが予想されます。

このため、コロナ禍での「新たな生活様式」やアフターコロナ社会に対応した商品・サービスを提供し、消費購買力の流出を抑えて町民による域内循環率を高めることが必要となっています。また、社会環境変化に対応するための I T 技術の導入や活用による生産力の向上と競争力の強化、D X の推進、それに伴う人材育成などの課題が山積しており、チャレンジ精神を持った若い後継者へ事業を円滑に承継し、新たな取り組みを通じてこれらの課題を解決していくことが必須となっています。

【小売業全体の事業所数及び年間販売額】

RESAS 産業構造マップ>小売・卸売業（消費）>商業の構造→「産業構造変化を分析」



【出典】 経済産業省「商業統計調査」 総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」

【注記】 2007 年以降は、日本標準産業分類の大幅改定の影響や、「商業統計調査」と「経済センサス活動調査」の集計対象範囲の違い等から、単純に調査年間（表示年）の比較が行えない。

これまでの標茶町における商業活性化への取り組みでは、町内に「買い物困難地域」（商店が無く高齢者・独居が多い）が存在し、地域住民、とりわけ交通手段を持たない高齢者の日常生活に支障をきたしていることから、このような状況を改善すべく、月 3 回、商店のない「買い物困難地域」に中心部の商店が出向く社会貢献事業「出前商店街」を当商工会が中心となって実施して買い物の場を提供しており、日常の社会参画が少ない高齢者・独居者の交流の場としても活用されています。

また、地元消費購買意欲を高める目的で当会が発行している「町内共通お買い物券」は、会

員事業所の約半数にあたる 105 店で使用できる地域通貨として町民に定着し、お祝い・入院等の慶弔関係の返礼品や町内会・職場等の親睦会の景品、更には町の実施する子育て支援事業（医療費還元事業）や各種助成事業等にも利用されており、年間発行額は約 5,200 万円と町内経済の域内循環に大きく貢献しています。

加えて、平成 20 年より現在まで、「生活応援プレミアム付きお買い物券事業」としてプレミアム相当額に町の補助支援を受けて「町内共通お買い物券」を販売する事業を毎年 10 月に実施しており、年間販売総額 3,900 万円（プレミアム率 30%）と年末商戦の購買喚起にも貢献しています。その他にも、どんぐりスタンプ会によるスタンプ発行事業や買物還元イベントの開催等、様々な事業に取り組んでいます。

また、空き店舗等を有効活用してのチャレンジ事業（※2）を実施継続しており、商店街のにぎわいを目的とした LED イルミネーション及び植栽プランターの設置のほか、農産加工品、食料加工品を取り扱う小規模事業者 10 店と乳・肉製品加工のノウハウを持つ標茶高校との産学連携による「うまいもん発見市場」を平成 18 年より毎年 9 回継続的に開催して、にぎわいを創生するとともに、地元の高校生による特産品開発や販路拡大等、商品企画から製造・販売までの一貫した職業体験の場としても好評を得ています。

今後においても消費購買力の流出を抑えて、にぎわいと魅力がある商店街づくりを継続するとともに、高齢化社会における消費者ニーズを小売商業のチャンスと捉えて地域密着型の取り組みをしていくことが必要となっています。

※2：標茶町GOGOチャレンジショップ支援事業補助金

町内で、個人又は法人が新たに店舗、事務所、事業所を開設し、商業もしくはサービス業に該当する事業を開始する際に、店舗工事費や設備費等の一部に活用できる補助金。

ウ. 工業

標茶町の工業は乳製品加工が主体となっており、大規模加工場や関連業種が立地しており、平成 30 年の工業出荷額は、288 億円となっています。

また、酪農業の規模が拡大していることや当町が酪農の盛んな根釧台地の中心部に位置し、近隣町村へのアクセスが良いことから、基幹産業である酪農に関連した農業機械販売修理業などの事業所が多く立地している状況にあります。

標茶町には生乳や牛肉、カラマツなど地域資源が豊富にありますが、この資源を有効に活用して付加価値を高めた加工品、製品が製造されるようになったのは近年になってからであり、異業種、公的支援機関等と連携し付加価値をより一層高めていく必要があります。

また、標茶町では、平成 30 年 9 月から「ふるさと納税」を開始し、登録されている返礼品は 21 事業者 190 点とバリエーションが豊富になっている状況ですが、標茶町の納税額は令和 2 年度で約 1.2 億円と周辺の高額納税地区（令和 2 年度根室市 120 億円・白糠町 90 億円）等と比べて少額にとどまっています。

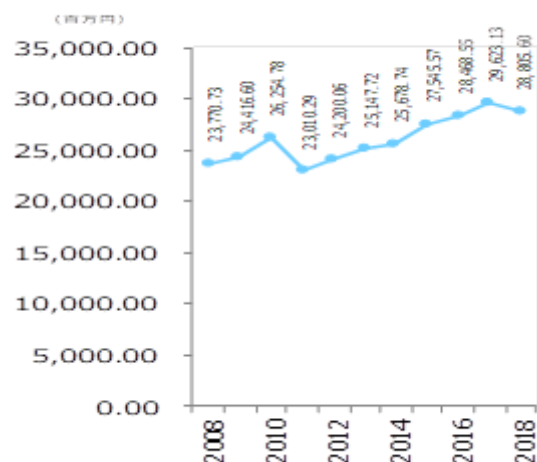
納税件数は約 8,000 件、平均単価は約 15,000 円、返礼品額は約 4,000 円となっており、少額納税をする層が中心のため、返礼品として地域資源を活用した付加価値の高い特産品を開発するとともに、当町の魅力発信と認知度向上を図ることで、返礼品製造業者への相乗効果が期待されています。

この他、土木建設業等は、公共投資の縮減の影響を受けており、経済センサスによる全体の売上高は、平成 24 年の約 67 億円から平成 28 年では約 58 億円と減少しております。

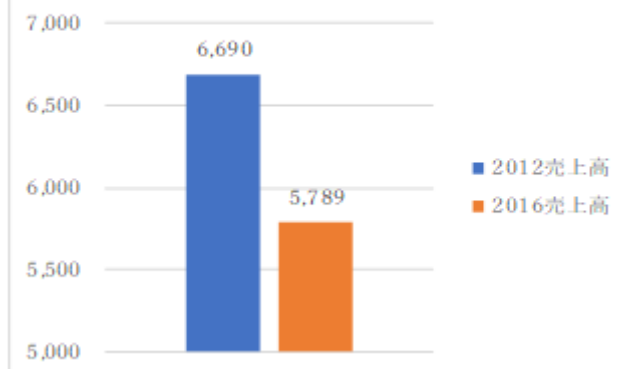
生産性の向上や新分野への進出などの経営革新に向けた取り組みとして地場産業の課題を解決するビジネスへ進出している企業も見られ、他の企業においても新たな事業展開が必要となることが予想されます。

【製造品出荷額及び建設業の売上高】 RESAS 産業構造マップから再編加工

製造品出荷額等



建設業の売上高 (百万円)



【出典】総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工

【出典】経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工、
【その他の留意点】従業員数4人以上の事業所が対象。

【ふるさと納税返礼品：標茶町カタログより一部抜粋】



【ヨーグルト】



【ブランド牛「星空の黒牛」】



【星空の黒牛カレー・シチュー】



【木製フェンス】

エ. 観光

標茶町の観光振興は、南側に位置する釧路湿原国立公園の塘路湖、シラルトロ湖、コッタロ湿原と、北東側に位置する地平線の見える大牧場「^{たわだいら}多和平」、虹別オートキャンプ場、阿寒摩周国立公園の西別岳を中心に基盤整備が図られてきました。近年の国内旅行形態は、景勝地などを周遊する「見る観光」から、旅行雑誌やインターネットの情報を活用した自然体験・学び・食・健康増進などの「体験する観光」に移行しつつあり、その規模も個人や家族等の少人数のグループが主体となっています。当町では、2つの国立公園でのワイズユースとして、塘路湖や釧路川のカヌー、西別岳の軽登山が体験型観光に代表されますが、平成20年には弟子屈町の硫黄山関連として郷土館が近代化産業遺産として登録され、「学び」の誘客が期待されているところです。

また、第1次産業を主とする地域において、自然・文化・人々との交流を楽しむ滞在型のグリーンツーリズムとして虹別オートキャンプ場がメニュー開発に取り組んでおり、コロナ禍で感染リスクが少なく家族で楽しめるキャンプ需要の高まりから、新たな分野として成長が期待されます。その一方で、世界各国での新型コロナウイルス感染症の蔓延による国際的な移動制限の影響により当町を訪れていた外国人観光客は激減しています。

加えて、日本人観光客においても緊急事態宣言等の影響による都道府県間の移動自粛等により来町客は激減しており、未だ収束の目途が立たない中、アフターコロナを見据えた観光戦略の見直しが必要となっています。

また、当町は、近隣市町村と比べ認知度が低いため、魅力発信による認知度向上を図るとと

もに、当面は地元や近隣町村からの短距離観光等の持続性に主眼を置き、安定した市場につながるマイクロツーリズムへの環境整備が必要となっています。

【近隣市町村への観光入込客数（単位：千人）】

市町村名	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度	対前年度比
標茶町	108.0	129.5	53.6	41.4%
釧路市	5,301.9	5,307.3	2,460.8	46.4%
釧路町	99.6	123.4	74.8	60.6%
厚岸町	430.2	445.2	280.8	63.1%
浜中町	304.7	305.3	187.8	61.5%
弟子屈町	880.9	887.5	524.6	59.1%
鶴居村	346.2	354.1	280.8	79.3%
白糠町	613.6	612.8	444.2	72.5%

【出典】北海道釧路総合振興局

③ 小規模事業者の現状と課題

ア. 現状

(i) 小規模事業者数の推移

令和 3 年 4 月 1 日の小規模事業者数は 287 事業者で、商工業者 330 事業者の約 87%を占めています。事業者数は、商工業者・小規模事業者ともに減少しており、小規模事業者数は平成 27 年度の 303 事業者から 16 事業者（5%）減少しており、商工会員においては平成 27 年度の 232 会員（定款会員を除く）から 214 会員と 18 会員（7.7%）の減少となっています。商工会員の主な脱退理由は「経営者の高齢化に伴う廃業」となっており、次代の経営者として期待される年齢 45 歳以下の青年部員（正部員）は平成 27 年度の 12 人から 14 人（うち承継済み 6 人）に増加したものの、平均年齢が 32.9 歳から 37.2 歳に上昇しています。これは、卒業年齢引き上げの影響があるものの、青年部加入率は平成 27 年度の 32.4%から 70.0%と上昇しており、青年部員対象者の母数自体が減少し、若年層の新規加入が減少していることが原因となっていることが読み取れ、後継者不在の状況が顕在化しています。

【標茶町地区別事業者数(令和 3 年 4 月 1 日現在)】

地区	商工業者数	小規模事業者数	商工会員数	地区	商工業者数	小規模事業者数	商工会員数
常盤	16	14	7	多和	2	2	1
川上	29	25	20	磯分内	24	22	14
開運	37	32	27	塘路	16	14	9
旭	51	49	40	茅沼	4	4	1
平和	19	17	15	久著呂	1	1	0
富士	37	31	28	虹別	26	23	13
桜	22	21	20	阿歴内	6	3	2
麻生	17	14	9	茶安別	8	4	3
栄	3	1	1	御卒別	10	8	4
南標茶	2	2	0	合 計	330	287	214

【出典】標茶町商工会調べ

【標茶町商工業者種別構成（各年 3 月 31 日現在）】

	商工業者	小規模事業者	会員内訳							
			建設	製造	卸売	小売	飲食 宿泊	サービス	その他	合計
平成 27 年度	388	303	38	18	5	83	30	33	25	232
平成 28 年度	388	315	39	18	6	81	29	34	26	233
平成 29 年度	388	315	40	18	5	79	28	34	26	230
平成 30 年度	341	295	40	17	5	78	28	34	23	225
令和 元年度	335	289	36	16	5	78	27	32	23	217
令和 2 年度	330	285	34	16	5	76	26	32	23	212

【出典】北海道商工会連合会商工会実態調査

（ii）小規模事業者の経営環境

小規模事業者を取り巻く環境としては、基幹産業である農業が好調であることから機械整備販売業、運輸業といった関連業種の景気も連動して堅調であり、また、公共事業が減少傾向にあるものの、乳製品加工の大企業による工場改築があったことから、ここ数年においては建設業等も安定傾向にあります。さらに、これらに関連して町内外の下請け業者が大量に行き来したことによって飲食業や宿泊業、小売業といった業種にも波及効果が及んでいたこともあり、それらの業種においてはコロナ禍による影響はあったものの、コロナ関連による倒産は 0 件、解雇も商工会で把握している中では 0 件となっています。

一方で、インバウンド需要がほぼ皆無となったことや人流抑制により観光関連事業や酒類を提供する飲食店は苦戦を強いられている状況です。

（iii）商店街の状況

町内の小売業においては、スーパー系チェーン店、ドラッグストア等の中規模店舗が 4 店あり、「町内共通お買い物券」の使用率の約 70% がそれら中型店及びコンビニに集中しています。これは、小規模事業者への需要が限定される一方で生活必需品の大半が町内で賄えることを示しており、それらの店舗がない町村に比べ町外への買い物依存度が低いことが考えられます。

中規模店舗の資本は町外であるため最終的には経済流出となってしまうものの、地域内雇用の地盤ともなっており、人口が減少していく中で共存を図りながら、「②地域産業の現状と課題のイ．商業」で記載したとおり、商業の活性化に向けた事業展開により魅力ある商店街づくりに取り組んでいるところです。

イ．課題

（i）事業承継に向けた取り組み

地域経済については基幹産業が安定しているため、今後も堅調な推移が期待されるようですが、直接の後継者である青年部員が減少・高齢化していることから顕著のように、小規模事業者において後継者不足が顕在化しており、親族内に後継者がいない事業者も増加しております。このため、現経営者のリタイア＝廃業となってしまうケースが増加していくことが予想され、親族外承継にも繋がる魅力的な企業を育成していく取り組みが急務となっています。

また、経営者が高齢化している状況にあるため、後継者がいる事業者においては、企業の状況にあわせて円滑に事業承継を進めることが必要となっています。

(ii) 新たな需要開拓に向けた取り組み

人口減少に伴い、地域内の消費購買力が低下していく中、小規模事業者の持続的発展を図るためには新たな需要開拓が必要であり、当町の豊富な地域資源を活用した付加価値の高い商品開発が求められています。

このため、異業種連携や公的機関の支援を得ながら、新たな需要開拓に向けて意識の向上を図り、町内住民はもとより、ふるさと納税者や観光客などから消費者ニーズを把握し、経営状況の分析から事業計画策定による新商品開発や販路開拓をしていく必要があります。さらに、(i)に記載のとおり、事業承継が進まず経営者が高齢化する傾向にあり、新規事業への参入、IT化といった取り組みに難色を示す経営者も多く、新たな事業展開の障壁となっていることから、事業承継を円滑に進めるとともに、若手経営者・後継者を中心にDXに向けたITやデジタル活用について意識の向上を図っていく必要があります。

(iii) 新事業展開による個店の魅力創出

観光関連事業においては国内、特に道内近郊からの需要が高まりを見せていることから、インバウンドのみに頼らず、国内層の取り込みを強化し、売上の回復を図っていくことが急務となっています。

また、地域の魅力発信を行い認知度の向上を図ることで、交流人口の回復やふるさと納税などの関係人口を増加させるとともに、地域のにぎわい創出や魅力ある商店街づくりに向けて、小規模事業者の新事業展開によって売上向上を図り、地域内経済循環を維持していくことが必要となっています。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 十年程度の期間を見据えて

これまでの人口減少による購買力の低下や事業承継問題、さらに新型コロナウイルス感染症の拡大といった社会情勢の変化等、今後ますます複雑化・多様化していく小規模事業者の課題を解決するため、消費者ニーズを的確にとらえ、自社の強みを活かした経営戦略を構築するだけでなく、環境の変化に負けない経営力を強化することが求められています。

新たに標茶町と共同で経営発達支援計画を策定することで、より一層の連携強化を図り、各種支援制度の活用や販路開拓ツールの充実により十年後も小規模事業者が地域と共にあり、それぞれの強みを活かした事業展開を図り、安定した事業を継続できることを目指し、長期的な振興のあり方を以下のとおりとします。

【小規模事業者の長期的な振興のあり方】

- ア．小規模事業者が地域内の経済循環を支えられるように、事業承継や創業を円滑に進めることで、必要業種の確保と小規模事業者数の維持に努めます。
- イ．小規模事業者の新商品開発やIT活用への意識向上を図り、新たな需要開拓による地域経済の活性化を目指します。
- ウ．商店街の賑わいづくりと交流人口の増加により集客・消費購買の増加に繋がります。

② 標茶町総合計画との連動性・整合性

第5期標茶町総合計画（令和3年～令和12年）では、標茶町のまちの将来像を「みんないきいき みんなでつくる ～自然とともに生きるまち しべちゃ～」と定めています。

それらを達成するための商工業の目指す姿を「商工会などと連携し、魅力ある商店街づくりを進めるとともに、起業支援や空き店舗対策などで人が集い、まちが賑わい活性化が進む」と掲げ

ています。また、「ふるさと納税や企業版ふるさと納税などの事業を進める中で、本町に関わりのある関係人口や企業を増やしていくことでまちの活性化を図っていく必要がある」とされています。

〈総合計画内の商工業の主な取組〉（抜粋）

- ・消費拡大の促進や賑わいづくりのイベントなど、商店街活動の支援に努めるとともに、消費者が町内で買い物をしたくなるような機運を高める商店街づくりを目指します。
- ・中小企業の経営相談や経営指導などを行う商工会の運営支援に努めるとともに、経営安定や設備投資のための融資制度の充実に商工会や金融機関と連携して取り組むなど、中小企業の振興に努め地域経済の活性化を図ります。
- ・多様なコミュニケーションが求められることから、商工会と連携し事業者のIT化、ICT化の推進について研究します。

〈総合計画内の観光の主な取組〉（抜粋）

- ・多言語対応の充実や無線LAN環境整備など、観光基盤の適切な整備と観光資源の保全に努めます。
- ・紙媒体はもとより、SNSや動画配信サービスなどインターネットを活用しタイムリーで視覚的に魅力を伝える手段を活用するほか、各種イベントへの参加や企画により地場産品のPRを積極的に行うなど、観光情報の発信を進めます。
- ・くしろ湿原ノロッコ号・SL冬の湿原号などが運行されていることも踏まえ、観光客をおもてなしする取組を町民全体で盛り上げていくなど、受け入れ態勢の強化充実を促進します。
- ・観光協会や産業団体との連携により、観光産業と経済の活性化、新たな観光資源の発掘や開発に取り組みます

これらの町の方針は、商工会が掲げる「事業承継及び創業の推進」、「新商品開発やIT活用による販路開拓」、「商店街のにぎわいづくりと交流人口増加」と連動・整合しており、町並びに商工会、関係団体が一体となって、小規模事業者の経営発達に向け事業を推進していきます。

③ 標茶町商工会としての役割

これまで当商工会は小規模事業者の支援機関として地域の小規模事業者（令和3年4月1日現在287者）に対し金融、税務、労務を中心とした経営改善普及事業や販路開拓などの経営発達支援事業を中心に支援してきました。

地域内の小規模事業者においては、堅調な基幹産業によって地域内の経済循環があるものの、人口減少や消費者ニーズの変化に加え、新型コロナウイルス感染症の影響による環境変化に対応する必要があります。商工会は、町内の小規模事業者にとって「かかりつけ医」のような身近な支援機関であり、地域の総合経済団体として町、関係団体と連携しながら地域経済の活性化に取り組む役割を担っています。

このことから、専門家や各種支援機関と連携をとりながら、多様化する小規模事業者の経営課題に対して真摯に向き合い、傾聴と対話をもって提案を行う事業者に寄り添った伴走型支援を実施していきます。

上記②に記載したように、第5期標茶町総合計画の連動・整合を図りながら、商工会が掲げる長期的な振興を目指し、円滑な事業承継や創業を支援し、地域経済の活性化に向けて新商品開発や販路開拓に小規模事業者とともに取り組みます。

また、地域内の経済循環を維持するため、地域コミュニティ支援機能の創出など複合的な機能を持つ魅力ある商店街づくりに向けて取り組み、小規模事業者の事業の持続的発展を通じて地域の持続的発展を図ります。

（３）経営発達支援事業の目標

上記の「地域の現状と課題」や「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、伴走型による小規模事業者支援を実施するため次の目標を設定します。

《事業計画策定に係る支援をすべき小規模事業者を想定する目標》

①目標 1

地域内の事業承継を推進することで、小規模事業者の活性化を目指します。

数値目標：事業承継件数 延べ 14 者（5 年間）

②目標 2

新商品開発及び販路開拓により小規模事業者の地力を強化することを目指します。

数値目標：売上 3%増加事業者 延べ 11 者（5 年間）

③目標 3

小規模事業者の抱える課題や目標を明確にすることで計画的な経営を実践し利益率の向上を図ります。

数値目標：前年比利益率 3%以上増加事業者数 延べ 30 者（5 年間）

支援目標：事業計画策定 延べ 58 者（5 年間）

《地域への裨益目標》

①目標 1

雇用促進に取り組むことで、地元企業への就職促進を目指します。

②目標 2

インバウンドのみに依存しない新たな観光需要の開拓・取り込みを目指します。

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) 目標達成のための実施方針

《事業計画策定に係る支援をすべき小規模事業者を想定する目標達成のための実施方針》

① 目標1に対する実施方針

事業承継に向けては、小規模事業者の課題を分析し事業承継計画を策定、円滑な事業承継を行えるよう支援します。また、標茶町の起業支援制度の活用や廃業予定者とのマッチング等により必要業種の確保を図ります。

事業承継については、小規模事業者が高齢化しており喫緊の課題であることから、「事業承継調査」を実施し、緊急支援先をリストアップして取り組みます。

また、直接の承継者である青年部員などを中心に事業承継セミナー等を実施し、次期経営者としての意識改革を進めるとともに、事業承継計画策定についても指導を行うことで円滑な引継ぎを行える環境を整備します。

外部承継に向けては、事業継続の可能性も含めて検討し、経営状況にあわせて北海道事業引継ぎセンター等の専門家と連携しながら事業承継計画の策定を支援していきます。

② 目標2に対する実施方針

新商品開発及び販路開拓においては、地域資源を活用した特産品開発を推進するため、商品開発セミナーを実施、併せて専門家による個別支援により小規模事業者の販路開拓と認知度の向上を図ります。

地域内経済が比較的安定して推移してきたこともあって、販路開拓に積極的な小規模事業者が少なく、また、興味・関心はあっても事業の拡大のためには多額の設備投資が必要となることや人材不足などの理由から、商品開発や販路開拓に手を出す余裕がないという事業者もあることから、このような小規模事業者へは、ふるさと納税返礼品による需要開拓を支援し、利益率の向上を図ります。

また、販路開拓にあたっては、即売会への出展支援やECサイトの構築、SNSの活用などを支援し、あわせて、ふるさと納税ポータルサイトを活用することで、売上向上を目指します。

③ 目標3に対する実施方針

小規模事業者の抱える課題や目標を明確にし、計画的な経営を実践による利益率の向上を図るためには、積極的な巡回訪問等により小規模事業者の経営状況を分析し、地域経済動向調査や需要動向調査の結果を事業計画策定に活用できるよう支援します。

また、事業計画策定により既存商品・サービスの改良に繋げ高付加価値化を目指すとともに、インターネット、SNSを活用した情報発信による販路開拓により利益率の向上につなげます。観光関連事業者においては、コロナ禍によってターゲット層の切り替えなど、事業計画の見直しが必要な事業者もあることから、経営状況を分析したうえで、経営環境にあわせた事業計画策定を支援します。

さらに、デジタル化・IT化が進展し、小規模事業者においても業務効率化等に積極的に活用する必要があるため、若手経営者・後継対象者を中心にDXの取組に向けたセミナーを開催し、DXについての認識を深めながら競争力の維持・強化を図る取り組みに繋がります。

《地域への裨益目標に対する実施方針》

目標1に対する実施方針

①に掲げた雇用促進への取り組みについては、標茶町では人口減少を要因として、あらゆる分野で人手不足が生じているにもかかわらず、地元高校の卒業生の多くが進学や就業の場を求めて町外に流出している現実があります。

地元における雇用機会の拡大のためにも小規模事業者が雇用の受け皿となるよう売上増加、利益率向上のための事業に取り組むとともに、標茶町のほか近隣の弟子屈町・鶴居村及び各商工会と連携し「地域雇用創造協議会」を立ち上げ、事業者向け、求職者向けそれぞれに講習会や面接会、合同企業説明会等を実施し、地域の雇用状況改善を推進していくことで地域経済の活性化を図ります。

目標２に対する実施方針

②に掲げた新たな観光需要の開拓・取り込みについては、新型コロナウイルス感染症の影響により今後一定期間はインバウンド客が見込めないことから、釧路圏内、道内、国内客向けのメニューが必要とされます。

本事業を通じて、小規模事業者が観光客ニーズを捉え標茶町の地域特性・資源を見極めながら地域の魅力をブラッシュアップすることで、地域全体の波及効果に寄与します。

さらに、地域経済活性化事業として取り組んでいる「うまいもん発見市場」、「ＳＬ冬の湿原号送迎事業」等の取り組みを通じて、商店街の賑わいづくりにより交流人口の増加と消費購買増加に繋がります。

なお、上記「地域雇用創造協議会」及び「うまいもん発見市場」、「ＳＬ冬の湿原号送迎事業」等の取り組みについては、「１２．地域経済の活性化に資すること」で記載いたします。

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) 【第1期における取り組みと課題】

第1期では巡回訪問及び窓口相談時においてヒアリングした小規模事業者の景況感や公的機関等の調査資料を整理・加工することで経営分析及び事業計画策定の基礎資料としていました。

新型コロナウイルス感染症により経営課題等も変化していることから、アフターコロナを見据えた中長期的観点からの経済動向調査の必要性が高まっています。

(2) 【現状と課題】

ヒアリングによる事業者の景況感、公的機関等の調査資料の整理・加工を行い、巡回訪問及び窓口相談によって経営分析や事業計画策定に活用しているものの、一部の小規模事業の活用に残っています。

このことから、公表した分析結果の活用について経営指導員等が巡回訪問時に説明し、幅広く有効的な活用ができるよう支援することが必要です。

(3) 【目標】

	公表方法	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①町内景況調査公表回数	HP掲載	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②金融機関等統計資料活用調査公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
③事業承継調査回数(年5者)	-	-	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 【事業内容】

① 町内小規模事業者の景況調査による情報収集と分析提供

町内の業況や採算、景況に関する経営上の問題などに関する項目を小規模事業者に把握してもらい経営の参考としてもらうため、北海道商工会連合会の景況調査の回答シートを活用して、小規模事業者の景況動向を収集・分析し、ホームページにより年1回公表するとともに、巡回訪問による情報提供によって小規模事業者等の事業計画策定等のために活用します。

＜調査対象＞町内の小規模事業者から商業、工業、建設業、サービス業の4業種に分け、各5～10者程度を抽出し調査を行います。

＜調査項目＞北海道商工会連合会の景況調査の調査項目（景況、業況、採算、資金繰り等に加えて、経営上の問題点など）

＜調査手法＞四半期に1度、経営指導員等が巡回訪問時に景況調査の回答シートによりヒアリング調査を行います。

＜分析手法＞北海道商工会連合会の結果報告書を活用し経営指導員等が比較分析を行います。

＜成果活用＞結果を業種毎のDIとして整理分析し、北海道や他地域と比較し、事業計画策定の参考資料として活用します。また、データを商工会のホームページや会報にて、年2回（上期：7月、下期：2月）公表するとともに、小規模事業者が有効的に活用できるよう巡回訪問を通じて小規模事業者へ説明を行います。

② 金融機関等の統計資料を活用した経済動向の情報収集と分析提供

地域の経済動向は、日本政策金融公庫や大地みらい信用金庫等が発行する「ビジネスレポート」等の統計資料に基づき管内の業種ごとの景況等のデータを活用して経済動向の把握と分析を実施します。また、分析については、専門家との連携により地域における経済動向の高度な分析を実施し、ホームページ等により年に1回公表するとともに、巡回訪問により経営指導員が小規模事業者への情報提供と具体的な活用方法の提案を行います。

＜調査項目＞景況、業況、採算、資金繰り、地域の景況調査との比較等

＜分析手法＞各関係機関作成レポート等のデータを経営指導員が地域別、業種別に整理分析します。

＜成果活用＞個社に対しては整理分析したデータを活用し、自社を同業や地区内の動向と比較することにより、経営の参考としてもらい、経営分析や事業計画策定の資料として活用します。また、データを商工会のホームページや会報にて、年1回公表するとともに、必要に応じ巡回訪問を通じ小規模事業者へ適宜情報提供します。

③ 小規模事業者への事業承継に関する調査の実施

これまで、事業承継に関する情報収集については、巡回訪問や窓口相談での聞き取りにより行っていました。今後は後継者の有無、事業承継に対する意識等の調査を定期的に独自調査します。

この調査結果に基づき、事業承継を必要とする小規模事業者の現状の把握や課題を明確化することにより、円滑な事業承継を推進するとともに事業計画策定への反映を図ります。また、これらの取り組みを通じて小規模事業者の事業継続による空き地・空き店舗対策にも繋げていきます。

＜調査対象＞町内の小規模事業者から、経営者の年齢や後継者の状況等を鑑みて抽出し、調査します。

＜調査方法＞経営指導員等による巡回訪問によりアンケート用紙に記入いただく。

＜調査回数＞年1回

＜調査内容＞事業承継の意思、後継者の有無、事業承継の予定、課題等

＜調査数＞年間5者（経営者の年齢、後継者の状況等を勘案して対象企業約60者から選定）

＜成果活用＞調査結果から分類分け（①早急に対応が必要②5年以内の対応③10年以内の対応）し、①早急に対応が必要な事業者に対しては、専門家派遣等を活用した支援を行い、②5年以内の対応と③10年以内の対応については、円滑な事業承継のための計画策定を目指します。町民生活の必要業種については「早急に対応が必要」に分類します。

4. 需要動向調査に関すること

（１）【第1期における取組と課題】

第1期では新型コロナウイルス感染症の影響もあり消費者向け、高齢者向け、国内外観光客アンケート調査が予定通り実施できない部分がありました。販路開拓に向け需要動向は必要であることから調査手法の検討が必要となります。

（２）【現状と課題】

当町では域内消費が一定数確保されており、地域住民のニーズには対応していますが、新型コロナウイルス感染症の影響等により地域内外のニーズ変化が予想され、その変化への対応が求められています。

直接アンケート調査が難しくなっていることから、新たにWEBアンケートを活用することが必要

となってきます。観光客やふるさと納税者等のニーズを把握し販路開拓を強化するため、需要動向調査を実施することで新たな商品開発や新たなサービス提供に向けた事業計画策定に繋がります。

(3)【目 標】

	現状	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
国内外観光客調査 支援対象者数	-	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
ふるさと納税需要調 査支援対象者数	-	21 者	23 者	25 者	27 者	29 者

(4)【事業内容】

① 国内外観光客の満足度調査

JR 北海道「SL 冬の湿原号」に乗りし当町を訪れる国内外の観光客を対象に接客・商品・サービスのニーズ・満足度を調査します。小規模事業者が改善点等の課題を把握できるよう集計結果を該当小規模事業者へ提供し、商品やサービスの改良につなげるとともに、アフターコロナに向けた事業計画策定に活用します。

＜支援対象＞観光関連事業の小規模事業者

＜調査対象＞SL 冬の湿原号に乗りし当町を訪れる国内外観光客

＜調査方法＞Web アンケートを活用し、観光パンフレットにアンケート告知チラシを折り込む等して実施

＜調査項目＞属性（国籍、性別、年齢等）、訪町目的、主な宿泊地、消費額、飲食店・小売店・ホテル等の満足度（5段階評価）

＜調査期間＞1 月下旬から 2 月下旬の運行期間における土・日曜日の 3 回程度

＜サンプル数＞1 日 50 件（合計 150 件）

＜分析手法＞集計結果は経営指導員が属性分析等により数値化しグラフにして表記します。改善点等が明確になるよう専門家と連携して分析します。

＜結果活用＞小規模事業者が提供する商品・メニュー・サービスごとに結果を取り纏め、該当小規模事業者へフィードバックすることでサービスの向上や新商品・新メニュー開発に係る事業計画策定の基礎資料として活用します。

※SL 冬の湿原号…平成 12 年度より毎年 1～3 月の期間の閑散期における観光対策として運行されている

② ふるさと納税制度利用者の満足度・需要調査

ふるさと納税制度を利用して標茶町に納税した方を対象に、動機や理由、満足度を調査し、ニーズや課題を把握し、返礼品登録小規模事業者へフィードバックすることで返礼品メニュー開発に活用します。

＜支援対象＞ふるさと納税返礼品を登録している小規模事業者

＜調査対象＞ふるさと納税制度利用者

＜調査方法＞Web アンケートを活用し、QR コードを記載したパンフレットを返礼品に同封して実施。

＜調査項目＞属性（居住地域、性別、年齢等）、返礼品として選定したアイテム、選定理由、利用回数、満足度（5段階評価）等

＜調査期間＞通年実施し、年度ごとに集計

＜サンプル数＞年間 350 件

- ＜分析手法＞集計結果は経営指導員が属性分析等により数値化しグラフにして表記します。改善点等が明確になるよう専門家と連携して分析します。
- ＜結果活用＞小規模事業者が提供する商品・メニュー・サービスごとに結果を取り纏め、該当小規模事業者にフィードバックすることで商品・新メニュー開発に係る事業計画策定の基礎資料として活用します。
- ＜特記事項＞回答率を向上させるため、回答者の中から抽選で特産品等を贈呈するなどのインセンティブを用いて回答促進を狙います。

5. 経営状況の分析に関すること

（１）【第１期における取組と課題】

第１期においては、記帳指導を通じて小規模事業者の税務申告や月次処理の機会に、財務分析を行っていましたが、事業計画策定に向けたSWOT分析等による経営分析はまだ少ない状況です。

（２）【現状と課題】

巡回訪問や窓口相談時での金融、税務、記帳等の支援を通じて、財務状況による分析は行っているものの、堅実な経営をモットーとする小規模事業者が多い事もあり、新たな事業に取り組むための経営分析まで実施するケースは少ない状況です。

人口減少や新型コロナウイルス感染症収束後の社会に対応していく中で、新たな取り組みが必要な小規模事業者も出てくることが予想され、財務部門だけではなく事業者の強み・弱み、外部環境等を踏まえた経営分析に取り組んでいくことが必要となっています。

（３）【目標】

	現状	R４年度	R５年度	R６年度	R７年度	R８年度
経営分析事業者数	３者	10者	15者	20者	25者	30者

（４）【事業内容】

① 小規模事業者の経営分析の実施

経営指導員が巡回訪問や窓口相談時に経営者に対してヒアリングし、新たな事業展開や販路開拓、特産品開発等に意欲を持つ事業者を選定し、税務相談時の決算書から実施する定量分析（収益性・安全性・生産性等）や定性分析（SWOT分析等）を行い、小規模事業者自らが経営状況を把握することで、これまでの勘や経験に基づく経営から計画性のある経営に移行させるきっかけを作ること、事業計画策定へ繋がります。

なお、3. 地域経済動向調査において、事業承継に関する調査を行った小規模事業者には、優先的に経営分析の支援を行います。

＜対象者＞特産品開発や販路開拓等に取り組む小規模事業者
事業承継に取り組む小規模事業者

＜分析項目＞財務諸表を基にした定量分析（①売上高増加率（売上持続性）、②営業利益率（収益性）、③労働生産性（生産性）、④EBITDA 有利子負債倍率（健全性）、⑤営業 運転資本回転期間（効率性）、⑥自己資本比率（安全性））

SWOT分析を活用した定性分析（①経営者への着目、②関係者への着目、③事業への着目、④内部管理体制）からみる自社の強み、弱み、脅威、機会等

＜分析手法＞ネット de 記帳による経営分析や経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用し、小規模事業者に経営指導員等が伴走型で分析を行います。

＜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し、専門家と連携して事業計画策定等に活用します。また、分析結果を事業者毎の「経営カルテ」ファイルに保

存、また、データベース化することで、職員間で内部共有し、各種支援に活用します。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）【第１期における取組みと課題】

事業計画策定の掘り起こしを図るため、専門家と連携し３回の「事業計画策定セミナー」や「個別相談会」を開催しました。延べ４０者の参加はあったものの、その後の事業計画策定に至った件数は少なく、小規模事業者持続化補助金の申請についても２件という実績でした。事業者が高齢化している事もあり、新たな事業への取り組み等に対するニーズが低いと考えられます。

（２）【現状と課題】

現在の小規模事業者に対する事業計画策定支援については、事業計画策定セミナーの開催時や巡回訪問、窓口相談時に事業計画策定の必要性について説明しているものの、小規模事業者の事業計画策定数は３件と少ないのが現状です。巡回訪問や事業計画策定セミナーの開催をしても事業計画策定の必要性の浸透が進まず、今後も巡回訪問やセミナーの開催による掘り起こしが必要となっています。

また、事業承継が進んでおらず承継へ向けた取り組みに向けて消極的である事業者も少なくない状況です。主な状況としては、以下の３パターンに大別されと考えられます。

- ①後継者はいるが、経営者・後継者ともに承継に向けて積極的な取り組みを行っていない
- ②後継者がおらず、外部への譲渡も考えていない
- ③承継自体を考えておらず、経営者の引退＝廃業と考えている

①については経営者・後継者間での具体的な承継計画の策定、②については外部譲渡へ向けた検討、③については外部譲渡も含めた事業の継続可能性の検討がそれぞれ必要となっています。

（３）【目標】

項目	第一期	R４年度	R５年度	R６年度	R７年度	R８年度
①事業計画策定セミナー	３	１		１		１
②事業計画策定者数	３	８	１０	１２	１３	１５
③事業承継計画策定セミナー	－		１		１	
④事業承継計画策定者数	－		２	３	４	５
⑤後継者向け事業承継セミナー	－	１		１		１
⑥DX推進セミナー		１		１		１

（４）【支援に対する考え方】

新型コロナウイルス感染症の影響による消費行動の変化や人口減少などによる消費購買力の低下が続くことから、これまでの勘や経験に基づく経営だけでは長期的な事業継続が困難となります。

このことから、事業の持続的発展を目指すためには、事業計画策定が必要であることを巡回訪問及びセミナー等により小規模事業者に説明・周知し、意識付けを図ります。

基礎資料となる「地域経済動向調査」、「経営状況分析調査」、「需要動向調査」等の結果を分析活

用し、事業者毎に必要な情報を提供し、持続的発展へ繋がるよう事業計画策定支援を行います。

事業計画策定支援にあたっては、中小企業診断士、税理士等との連携を図りながら伴走型による指導・助言を行うことで、小規模事業者の事業の持続的発展を図ります。

事業承継については、小規模事業者の平均年齢も高くなっており喫緊の課題でもあることから、前述の「事業承継調査」の結果を踏まえ緊急支援先をリストアップし事業承継計画の作成支援を効果的に実施します。併せて、直接の承継者である青年部員などを中心に事業承継セミナー等を実施し、次期経営者としての意識改革を進めるとともに、事業承継計画策定についても指導を行うことで円滑な引継ぎを行える環境を整備します。

また、外部承継に向けては譲渡に不可欠な魅力（売上・実績等）を醸成するための事業計画策定を支援し、経営状況にあわせて北海道事業引継ぎセンター等の専門家と連携しながら事業承継計画の策定を支援していきます。

さらに、今後ますますデジタル化・IT化が進展し、小規模事業者においても業務効率化等に活用が必要となるため、新たに、若手経営者・後継対象者を中心にDXの取組に向けたセミナーを開催し、DXについての認識を深めながら競争力の維持・強化を図る取り組みに繋がります。

（５）【事業内容】

① 事業計画策定セミナーの開催

＜支援対象＞経営分析を行った小規模事業者、計画策定に意欲のある小規模事業者

＜募集方法＞巡回訪問及び商工会ホームページ、会報等

＜開催回数＞隔年１回

＜開催内容＞事業計画策定について（事業計画策定の必要性、事業計画策定者の成功事例等）

＜参加者数＞10名

＜特記事項＞意欲のある事業者については専門家による個別相談に移行し策定を目指します。

② 専門家との連携による事業計画策定

＜支援対象＞前述①のセミナーを受講し、事業計画策定に取り組む小規模事業者

＜事業内容＞専門家と連携し、事業計画策定に取り組む小規模事業者に事業計画策定支援を行います。個別相談会を開催し経営課題を明確化し、課題解決に向けた事業計画となるよう支援します。

＜手段・手法＞前述①セミナーの受講終了後に専門家と連携し個別相談会を開催。事業計画の策定に意欲のある事業者に対し経営課題等のヒアリング、さらに経営分析の結果から経営課題を「見える化」することで具体的な事業計画策定に繋がります。策定に至るまでは専門家と連携して支援していきます。

③ 事業承継計画策定セミナーの開催

＜支援対象＞事業承継調査から、事業承継が必要とされる小規模事業者

＜募集方法＞巡回訪問及び商工会ホームページ、会報等

＜開催回数＞隔年１回

＜開催内容＞事業承継計画策定について（計画策定の必要性、事業承継の具体的事例等）

＜参加者数＞10名

＜特記事項＞意欲のある事業者については専門家による個別相談に移行し策定を目指します。

④ 事業承継に向けた事業承継計画の策定支援

＜支援対象＞前述③セミナーを受講し、事業承継計画策定に取り組む小規模事業者

＜事業内容＞調査分析したデータ等を活用し、事業承継計画策定支援を行います。

＜手段・手法＞小規模事業者への事業承継に関する調査結果を活用するとともに、標茶町の「標茶町 GOGO チャレンジショップ支援事業」との連携により、経営指導員等が創業予定のある事業者と廃業の予定がある事業者とのマッチングによる積極的な事

業承継を推進し、事業承継計画策定を支援します。支援にあたっては、中小機構の「事業承継マニュアル・様式集」等を活用し、様々なデータや制度を活用し事業承継課題の解決を図ります。

＜特記事項＞具体性があり緊急性のある事業者については、専門家による個別相談に移行し早期の策定を目指します。また、後継者がいない事業者で財務状況が良好な事業者に対しては、北海道事業引継ぎ支援センターと連携し、第三者継承の検討も視野に入れた支援を行います。

⑤ 後継者に向けた事業承継セミナーの開催

＜支援対象＞商工会青年部員を中心とした親族後継者並びに後継対象の役員・従業員等

＜募集方法＞巡回訪問及び商工会ホームページ、会報等

＜開催回数＞隔年 1 回

＜開催内容＞事業承継について（事業承継の重要性や後継者としての心構え等）

＜参加者数＞10 名

＜特記事項＞意欲のある後継者については、専門家による個別相談や現経営者とのすり合わせ支援等のフォローアップを行い、円滑な事業承継に繋がります。

⑥ DX 推進セミナー開催・個別相談会の開催

今後、本格的なデジタル社会を迎えるにあたり DX への取組は必須となってくることから DX に関する意識付けや基礎知識を習得するため、また、実際に DX に向けた IT ツールの導入や WEB サイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催します。

＜支援対象＞事業計画策定に取組もうとする事業者

＜募集方法＞巡回訪問及び商工会ホームページ、会報等

＜講師＞IT コーディネーター等の専門家

＜開催回数＞隔年 1 回

＜開催内容＞DX への必要性、DX 関連技術の具体的な活用事例、SNS を活用した情報発信方法等

＜参加者数＞10 名

＜特記事項＞意欲のある事業者については、専門家による個別相談に移行します。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

（１）【第 1 期における取組みと課題】

事業計画策定後のフォローアップは巡回訪問時や窓口相談時に実施し、計画策定内容の進捗状況や活用した補助金の実績等についての確認を行いました。さらに、今後の事業の進め方や新たな課題が生じた時の支援策等について事業者と共有を図りました。しかし、定期的なフォローアップではありませんでした。

（２）【現状と課題】

現在の事業計画策定後の支援は、巡回訪問や窓口相談により進捗状況の確認を行うことが中心で、PDCA の内計画、実行、評価までとなっています。1 期目では巡回訪問や窓口相談でフォローアップを実施していましたが、支援先の進捗状況等により訪問回数が一定していませんでした。このことから、定期的な支援を基本としますが、支援先ごとに支援頻度の濃淡を付け PDCA サイクルに沿って実施することが必要となっています。

(3) 【目標】

項目	現状	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
フォローアップ 対象事業者	3 者	8 者	12 者	15 者	17 者	20 者
フォローアップ延回数	12 回	32 回	48 回	60 回	68 回	80 回
売上増加事業者	-	2 者	4 者	6 者	8 者	10 者
利益率 3%以上増加事業者数	-	2 者	4 者	6 者	8 者	10 者

(4) 【支援に対する考え方】

事業計画を策定した事業者及び事業承継計画を策定した事業者に対して進捗状況の確認や効果の検証を行うとともに、計画内容の見直しや事業者へ有効な情報提供、国等の施策を併せて活用、必要に応じて専門家や金融機関等と連携するなどして年 4 回フォローアップを行います。進捗状況においては職員間で共有し、一体となって支援していきます。

2 期目においては、経営指導員以外の職員についても該当する小規模事業者の事業計画内容を共有し、記帳指導等の日常業務の中でも進捗状況の把握や新たな課題等の情報収集に努めます。

(5) 【事業内容】

① 事業計画後の PDCA サイクルの確立とフォローアップの強化

< 支援対象 > 事業計画策定を行った小規模事業者

< 支援方法 > 事業計画策定を行った小規模事業者へ巡回訪問により行う。

< 支援内容 > 事業計画策定事業者へ PDCA サイクルに沿って計画から実施、検証、改善までを一連にして支援します。

< 手段・手法 > 事業計画の評価や検証、計画の見直しなどの際、専門的支援が必要な場合は中小企業診断士等の専門家と連携して実施します。小規模事業者には計画策定後、原則、年に 4 回（3 カ月毎）のフォローアップを行い、継続的な事業計画策定後の支援を行います。

< 特記事項 > 事業の進捗状況に合わせてフォローアップ回数の見直しを行います。

② 事業承継計画策定後の実施支援

< 支援対象 > 事業承継計画策定を行った事業承継予定者（小規模事業者）

< 支援方法 > 事業承継計画策定を行った小規模事業者へ巡回訪問により行う。

< 支援内容 > 事業承継予定者への承継まで、当初計画に対する進捗状況の確認や見直し PDCA サイクルに沿った、計画から実施、検証、改善までを一連にして支援します。

< 手段・手法 > 事業承継計画の評価や検証、計画の見直しなどの際、専門的支援が必要な場合は中小企業診断士、税理士等専門家と連携して実施します。小規模事業者には計画策定後、原則、年に 4 回（3 カ月毎）のフォローアップを行い、継続的な事業承継計画策定後の支援を行います。

< 特記事項 > 事業の進捗状況に合わせてフォローアップ回数の見直しを行います。

③ 進捗状況が計画通りではない小規模事業者への対応

事業計画及び事業承継計画との間にズレが生じている事が分かった場合には、中小企業診断士等の専門家などによる外部からの視点を必ず入れることで、発生原因、今後の対応策等を早急に検討し、事業計画及び事業承継計画の見直しに取り掛かります。この際、フォローアップ頻度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）【第１期における取組みと課題】

第１期における新たな需要開拓に寄与する事業については需要開拓が必要と思われる事業者に対し商談会・展示会等の情報提供を行ったものの、生産体制や人員調整の困難等により出展には至りませんでした。

インターネット等を活用した新たな販売機会の創出についても、情報提供を行ったものの上記同様にホームページの作成までには至りませんでした。

（２）【現状と課題】

上記第１期における取組みの中で顕在化した点として、町内小規模事業者の大部分が町内や周辺地域内での販路を中心として一定の利益を獲得しており、積極的に商談会・展示会への出展を希望する小規模事業者が殆どなかったことが挙げられます。また、販路拡大に興味・関心はあっても設備・人員といった生産態勢の面からみて販路拡大・増産や展示会への出展等に対応できないといった声も事業者から上がっています。

今後においては、喫緊の課題として事業承継支援に取り組んでいくことから、事業承継に取り組む後継者や承継後間もない若手経営者が事業を継続していくため、売上増加や販路拡大が必要となってくることが予想され、小規模事業者が展示会への出展に対応できる態勢を整えるとともに、より魅力ある商品を開発することが必要となります。

また、展示会に出展する余裕のない小規模事業者については、新たな形での販路開拓が必要であり、ふるさと納税等の活用も進めていく必要があります。

さらに、上記の販路開拓を有効なものとするため、SNS等を活用して店や商品をPRする必要性が高まっています。

（３）【支援に対する考え方】

商工会が独自で物産展等を開催することは困難なため、既存の物産展への出展を支援し、小規模事業者の販路開拓に向けて取り組みます。

物産展等への出展支援対象事業者については、若手経営者等を中心に経営状況の分析や需要動向調査結果を踏まえた事業計画（販売計画）を策定し、出展に向けた人員体制・生産体制を整えるとともに、支援対象者を明確化して支援します。

人員体制の支援としては、出展前の段階から、出展時、出展後のフォローアップまで支援し効果的な販路拡大に繋がります。

出展に向けては、新商品（特産品）開発の支援についても取組み、売上増加はもとより、出展事業者や商品の知名度向上を図ります。

物産展への出展が困難な事業者については、単純な増産や商品開発が負担となってしまうため、現在出品している小規模事業者を中心に「ふるさと納税返礼品」のメニュー整理や組み合わせ内容の検討等によって、「高付加価値化」に主眼を置いた支援を実施し、利益率の向上を図ります。

また、上記と併せて、新型コロナウイルス感染症の影響から対応が必要であるDXに向けたIT活用支援や地域内需要の拡大に向けた支援にも取組みます。

IT活用支援としては、SNSやHPを活用した自社商品のPR手法等についてセミナーを実施し、販路開拓に繋がります。支援にあたっては、事業者が「SNSアカウントを作成した」「HPを作成した」といったスタートの段階で満足してしまい継続的な運用が出来ていないということにならないよう、フォローアップまで含めた持続的な支援を行っていきます。

地域内需要の拡大支援については、地域内需要のウエイトが高い、飲食店を対象とした支援として共同チラシを作成配布し、地域内の消費の喚起を図ります。

(4)【目標】

項目	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①特産品開発セミナー参加者数	-	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
①特産品及び新規メニュー開発者数	-	2 者	2 者	3 者	3 者	4 者
③物産展出展事業者数	-	1 者	1 者	2 者	2 者	3 者
③物産展活用売上 3%増加者	-	1 者	1 者	2 者	2 者	3 者
④ふるさと納税を活用した販路開拓		5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
④ふるさと納税売上 3%増加者	-	1 者	2 者	2 者	3 者	3 者
⑤⑥SNS 活用セミナー参加者数	-	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
⑤⑥SNS 活用売上 1%増加者	-	1 者	1 者	2 者	2 者	3 者
⑦飲食店応援共同チラシの作成	-	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者
⑦共同チラシ売上 3%増加者		2 者	2 者	3 者	3 者	4 者

(5)【事業内容】**① 特産品開発・販路開拓セミナーの開催**

<支援対象>特産品開発に興味・意欲のある小規模事業者等

<募集方法>巡回訪問及び商工会ホームページ、会報、チラシ折込等

<開催回数>年 1 回

<開催内容>魅力ある特産品の開発について

(最近のトレンド、他地域の人気商品事例等)

効果的な販路開拓の手法について

<参加者数>15 者

<特記事項>意欲のある小規模事業者については専門家による個別相談に移行し、事業計画策定のうえ、商品開発を支援します。

販路開拓については効果的な手法（ふるさと納税の活用等）事例を用いて説明し、事業者にとって取組みやすい形で提案します。

② 専門家との連携による特産品開発支援

<支援対象>前述①のセミナーを受講し、特産品開発に取り組む小規模事業者

<支援内容>専門家と連携し、事業計画策定に取り組む小規模事業者に開発支援を行います。個別相談会の開催等、魅力あるメニュー開発の一助となるよう支援します。

<支援手法>前述①セミナーの受講終了後に個別相談会を開催。

開発した商品は③の物産展等への出展に繋げ販路開拓までの一連の支援とします。併せて、ふるさと納税返礼品の登録にも繋げます。

③ 物産展への出展支援事業（BtoC）

<支援対象>上記①②の支援対象者のほか、事業計画を策定し売上拡大のため出展を希望する小規模事業者

<募集方法>巡回訪問及び商工会ホームページ、会報、チラシ折込等

<出展回数>年 1 回

＜支援手法＞出展前：出展事務申請支援、ブースのレイアウト指導、パンフレット等作成支援
出展時：ブースレイアウト・商品陳列・POP 指導、消費者へのヒアリング支援
出展後：消費者へのヒアリング結果のフィードバック、商品改良等支援

＜出展予定の物産展＞にぎわい市場さっぽろ

札幌のアクセスサッポロを会場とし、毎年 11 月中旬に 3 日間にわたり開催される道内最大級の物産展。報道機関も多数来場することから物産展での販売効果の他にも事業者の PR 効果が期待される。

④ ふるさと納税を活用した販路開拓支援

＜支援対象＞新たにふるさと納税事業に取り組む小規模事業者

＜募集方法＞町広報誌、チラシ折込、商工会ホームページ、会報等

＜開催回数＞年1回

＜開催内容＞新規出品に向けた手続き等の説明を行います。

＜参加者数＞5者

＜特記事項＞標茶町役場と連携し、新たな出品者の掘り起こしを図ります。意欲のある小規模事業者に対しては上記①及び②を活用した支援も実施します。

講師はふるさと納税ポータルサイトの運営会社より招聘を予定し、ポータルサイトの活用方法について支援します。

⑤ SNS や HP を活用した PR セミナー

＜支援対象＞上記①④の受講者及び希望者

＜募集方法＞上記①④支援内での説明、商工会ホームページ、会報、チラシ折込等

＜開催回数＞年 1 回

＜開催内容＞SNS・HP を活用した店舗・商品の PR や誘客について

＜参加者数＞10 者

＜特記事項＞SNS を活用したマーケティングに実績のある講師を招聘します。

⑥ SNS・HP を活用した販路開拓支援（BtoC）

＜支援対象＞上記⑤の受講者のなかで活用に向けて意欲的な小規模事業者

＜支援内容＞事業者毎のニーズに即した専門家を派遣し、持続的な活用が行えるよう支援します。

＜特記事項＞「HP を作った」「SNS アカウントを開設した」といった段階で満足せず、継続更新していける態勢を整えられるよう支援します。

また、ふるさと納税出品者においてはふるさと納税ポータルサイトへの誘導・導線づくりを主眼においた販路開拓について支援します。

⑦ 飲食店応援共同チラシの作成（BtoC）

＜支援対象＞町内で飲食店を経営する小規模事業者

＜支援内容＞コロナ禍で減少した売り上げ回復を図るため、営業時間、テイクアウトやデリバリーの有無、おすすめメニュー等を掲載したチラシを作成します。

＜利用方法＞商工会や役場、公民館等の施設に設置するほか、町広報や新聞に折り込み

＜作成回数＞状況に応じて随時

＜特記事項＞新たな生活スタイルや感染防止対策等、顧客のニーズにマッチした情報を随時更新し、集客を図ります。

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】

理事会にて当会役員への事業報告、事業検証、意見交換を実施しています。また、外部有識者として北洋銀行標茶支店長・大地みらい信用金庫標茶支店長等を招いて「経営発達支援事業評価委員会」を開催し、毎年度（年1回）本事業の評価及び見直し、改善案の検討を行っています。

実施した事業内容、成果について評価シートによる「数値的評価」で取りまとめているのですが、期間中の進捗状況の報告が行われておらず、定期的に目標に対する達成状況、改善策を図り効果的な経営発達支援計画となるような取り組みが必要となっています。

(2)【事業内容】

①事務局内にて四半期ごとに経営発達支援計画の進捗会議を開き、各事業の進捗状況等について意見交換を実施しPDCA サイクルにより検証・改善を図ります。

事業の実施状況は、新たに導入する経営支援システム（Shoko Biz）により日々の支援実績を管理します。

②標茶町観光商工課、当会役員、法定経営指導員のほか外部有識者として北洋銀行標茶支店長・大地みらい信用金庫標茶支店長等を招いて「経営発達支援計画評価検討委員会」を開催し、毎年度（年1回）本計画の事業評価及び見直し、改善案を検討します。

上記、経営支援システム（Shoko Biz）を基に事業の進捗状況及び成果をわかりやすくまとめることで、評価委員の事業内容への理解を深め、評価委員会からの評価及び意見に基づく計画への見直しを行います。

③「経営発達支援計画評価検討委員会」から示された事業評価及び見直し・改善案を適時理事会において報告、方針を決定し、通常総会において承認を受けることで事業実施方針に反映します。結果はHP 及び会報へ掲載することで、地域の小規模事業者が常時閲覧できる状態とします。

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】

職員の資質向上等については北海道商工会連合会が主催する中小企業支援担当者研修や職種別研修等への参加を中心に対応を図っていますが、研修等で習得した知識・情報の職員間での共有が十分でないことから、経験年数や担当業務の違いによる指導能力の差異が生じています。今後は多様化する小規模事業者ニーズに対応するため、DX 推進に関連するセミナーにも参加する等、職員個々の専門的研修等の積極的参加によるスキルアップ及び知識・情報の組織内共有の強化を図り、組織全体としての支援体制を構築します。

(2)【職種別の資質向上】

① 経営指導員

経営発達支援事業の主担当として中小企業大学校が主催する支援機関向けの研修や中小機構北海道本部の主催する研修に参加することで事業計画策定手法をはじめとする売上の向上や利益の確保を重視した支援能力の向上を図ります。また、研修内容は過去の受講状況を踏まえて選定し、効果的に職員のスキルアップが図れるよう計画的に研修会へ参加します。

② 補助員

経営発達支援事業の副担当として中小企業大学校が主催する支援機関向けの研修、北海道商工

会連合会が主催する職種別研修等に参加することで、経営分析や事業計画策定、販路開拓等の支援能力の向上を図ります。

③ 記帳専任職員・記帳指導職員

経営発達支援事業の副担当として中小企業大学校が主催する支援機関向けの研修、北海道商工会連合会が主催する職種別研修等に参加することで、経営分析、販路開拓等の支援能力の向上を図ります。

④ 新たな外部講習会への参加

これからデジタル社会を向かえるにあたり必要となる、地域小規模事業者のDX推進の対応については経営指導員はじめとする職員のITスキルを高め、事業者からの相談・支援が可能となるようDX推進に関連するセミナー等へ積極的に参加します。

〈想定されるDX推進に向けたセミナー〉

ア. 事業者にとって内部的（業務効率化等）な取組に向けたセミナー

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等

イ. 事業者にとって外部的（需要開拓等）な取組に向けたセミナー

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用

オンライン展示会、SNSを活用した広報等

⑤ 職場内研修

現状で小規模事業者支援において不足している支援スキルを補うため、職場内での勉強会等を都度行い、必要に応じ専門家等の指導を視野に入れ事業者に対しての支援能力の向上を図ります。

また、経営指導員が研修で得た知識や支援ノウハウ、IT等の活用方法や具体的なツール及び伴走型支援により事業者へ提供する各種動向調査の結果や経営分析等の支援ノウハウをOJTにより共有を図り、小規模事業者への支援に対応する体制を構築します。

商工会内で、経営指導員等が研修及び情報収集で得た内容、支援中の小規模事業者の状況等を共有サーバー上に項目毎に整理したデータベースにより情報の共有を図り、職員全体の事業者への支援能力向上を図ります。特に、法定経営指導員は研修で習得した知識を活かし巡回訪問時に補助員等を同席させ、支援ノウハウの伝達を行います。

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】

他の支援機関との連携については、高度な技術支援等の際の専門家派遣や金融機関との融資斡旋の際の個別案件についての情報交換に限られており、具体的な支援ノウハウ等の情報交換に関しては一部に限定されています。

他の支援機関との情報交換を積極的に行い支援に係る連携体制を強化すると共に、各支援機関が持つ小規模事業者に対する経営分析、事業計画策定や需要開拓に関する専門的な知識等を吸収し、支援ノウハウの向上を図ることが課題となっています。

（２）【事業内容】

① 支援機関との連携強化及び情報交換（年１回）

中小企業基盤整備機構、北海道中小企業総合支援センター、北海道よろず支援拠点釧路支部、中小企業診断士等と経営支援手法や需要動向調査・需要開拓に関する支援ノウハウや新たな施策に関する情報交換を年１回以上行い、小規模事業者の経営課題が多岐にわたる事業

計画策定に対応するための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。

② 金融機関との連携及び情報交換（年１回）

日本政策金融公庫釧路支店、地元金融機関と地域の経済動向調査、需要動向調査や金融制度に関する支援や創業・販路拡大支援に関する情報交換等を年１回以上行い、小規模事業者の金融支援対策としてマル経融資や各種制度融資を活用するための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 商工会関連との連携及び情報交換（年３回）

「釧路管内商工会職員協議会経改委員会」や日本政策金融公庫が実施する「経営改善貸付推薦団体連絡協議会」等において近隣町村商工会等の小規模事業者への支援内容・支援課題に関する情報交換を定期的に行い経営発達支援事業に関する総合的なノウハウ等の情報の共有を図ると共に、北海道商工会連合会が主催する全道経営指導員研修会等において地域小規模事業者の経営発達支援事業の円滑な推進と販路開拓等に係る経営発達に向けた支援力向上に努めます。

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こと

（１）商店街の賑わいづくりについて

①【現状と課題】

当町の駅前から十字に展開する商店街があり第１期申請時に空き店舗は１件もありませんでした。その後、経営者の高齢化がさらに進み現在は７件となっています。この数字で抑えられているのは当会が中心となり、空き店舗対策に取り組んできた成果であります。また、平成２０年より域内経済循環対策として実施している「生活応援お買い物券事業」は年間３,６００万円の流通があり継続しています。

また、新型コロナウイルス感染症により変化しているライフスタイルを見据えた活性化策の検討が求められています。

②【今後の取組】

ア．出前商店街事業の実施

平成２２年度から買物難民地域である塘路地区で「出前商店街事業」を月３回、小規模事業者１０店舗で実施中。日常の社会参画が少ない高齢者・独居者の交流や見守りの役割も果たします。

イ．うまいもん発見市場

平成１８年より地域ブランド創出と中心市街地の空き店舗対策として実施している「うまいもん発見市場」は地元農産加工品、食料品を取り扱う小規模事業者と地元標茶高校との連携により年９回開催していましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により昨年は６回の開催となりました。来場者からも地域の物産を買うことができる場として好評を得ています。また、「ＳＬ冬の湿原号送迎事業」との連携開催も実施しています。

ウ．ＳＬ冬の湿原号送迎事業

平成12年度より毎年1～3月の期間、冬の閑散期における観光関連に対する取組として実施している「SL冬の湿原号送迎事業」は、SLを利用する観光客の利便性を踏まえて町内飲食店で昼食や町内ホテルでの入浴に対して送迎事業を実施しておりますが、集客力向上を図るために、「うまいもん発見市場」との連携開催も実施しています。

また、コロナ禍においてインバウンド観光客が激減し、「SLで標茶駅に乗り付けそこから発車するバスツアー」が無くなったにもかかわらず、町内飲食店は普段よりも大いに賑わい、入りきれないお客様が列をなすという状況も見られました。これは、家族や友人等の少人数単位での旅行が増加し、また、普段はインバウンドで混み合っていたために利用できなかった釧路近郊の国内客が多数を占めることが聞き取り調査より判明しています。飲食店からは「受入れキャパシティを鑑みても十分以上の来客があった」との声もあり、これら新たな客層を取り込むことができるよう飲食店等と連携して事業を継続していきます。

エ. 「町内共通お買い物券」利用促進

商工会で発行している「町内共通お買い物券」は現在105店舗で使用でき、贈答や慶弔など幅広い分野で町民が利用しています。また、「町内共通お買い物券」を流用し、町補助金を受けて実施する「プレミアム付きお買い物券事業」も例年実施し、好評を受けています。「町内共通お買い物券」事業を継続実施し、域内循環に繋げるとともに、「しべちゃどんぐりスタンプ会」と連携した抽選イベント等を実施し、賑わい創生にも努めます。

オ. 地域経済活性化意見交換会の開催

現在実施している各イベントや事業を充実させていくためには、若い世代を含めて、今後の地域経済活性化の方向性を検討していく必要があります。当会が中心となって、標茶町、観光協会、標茶駅前商店街協同組合および各支援機関の専門家を交えた地域経済活性化意見交換会を年1回開催し、賑わいの創出、消費拡大に向けた取り組み方針を検討しながら実行していきます。

(2) 雇用状況の改善について

①【現状と課題】

小規模事業者に限らず、地域内では雇用の需要に対して供給が不足する状態にあり、人不足が慢性化しています。特に建設業や整備機械業等の技術職においてはその傾向が顕著ですが、地域内で合同企業説明会等を実施する機会もなく、多くの企業はハローワークに求人を出すのみに留まっています。

求人に対してマッチングが上手くいかず、結果として事業の質の低下を招く等の問題が発生しています。

②【今後の取組】

標茶町のほか弟子屈町・鶴居村及び各商工会と連携し「地域雇用創造協議会」を立ち上げ、事業者向け、求職者向けそれぞれに講習会や面接会、合同企業説明会等を実施し、地域の雇用状況改善を推進していきます。

なお、本事業は厚生労働省の地域雇用活性化推進事業補助金を受けて実施するものですが、地区町村との連携・商工業の活性化といった点で関連性が非常に高いため本項に記載するものです。

③【事業内容】

ア. 事業所の魅力向上、事業拡大に係る講習会の実施（事業者向け施策）

＜実施対象＞三町村の事業者

＜募集方法＞町広報折込、巡回訪問及び商工会ホームページ、会報等

＜開催内容＞a. 経営活性化、DX化、食産業開発等の事業力強化講習会の実施

b. 建設・飲食・介護等、事業ごとに即したスキルアップ講習会の実施

＜特記事項＞意欲のある事業者に対しては専門家による個別相談に移行し、事業拡大を支援します。

イ. 専門家との連携による魅力向上、事業拡大支援（事業者向け施策）

＜支援対象＞ア. 講習の参加事業者の中から意欲のあった事業者

＜支援内容＞各事業者のニーズに合った専門家を派遣・連携し、事業の魅力向上に努めます。

ウ. 雇用を前提として人材育成に係る講習会の実施（求職者向け施策）

＜対象者＞UIJ ターン求職者、移住希望者、高齢者、女性

＜募集方法＞協議会ホームページ掲載、チラシ折込等

＜開催内容＞ICT、建設、介護等の職種に応じたスキルアップ講習会の実施

＜特記事項＞就職を希望する人材に必要なスキルを習得させることで就職率・定着率を向上させ、事業者の安定化を図ります。

エ. 情報発信事業（マッチング施策）

＜実施内容＞a. 各町村の企業を紹介する「企業ガイド」の作成

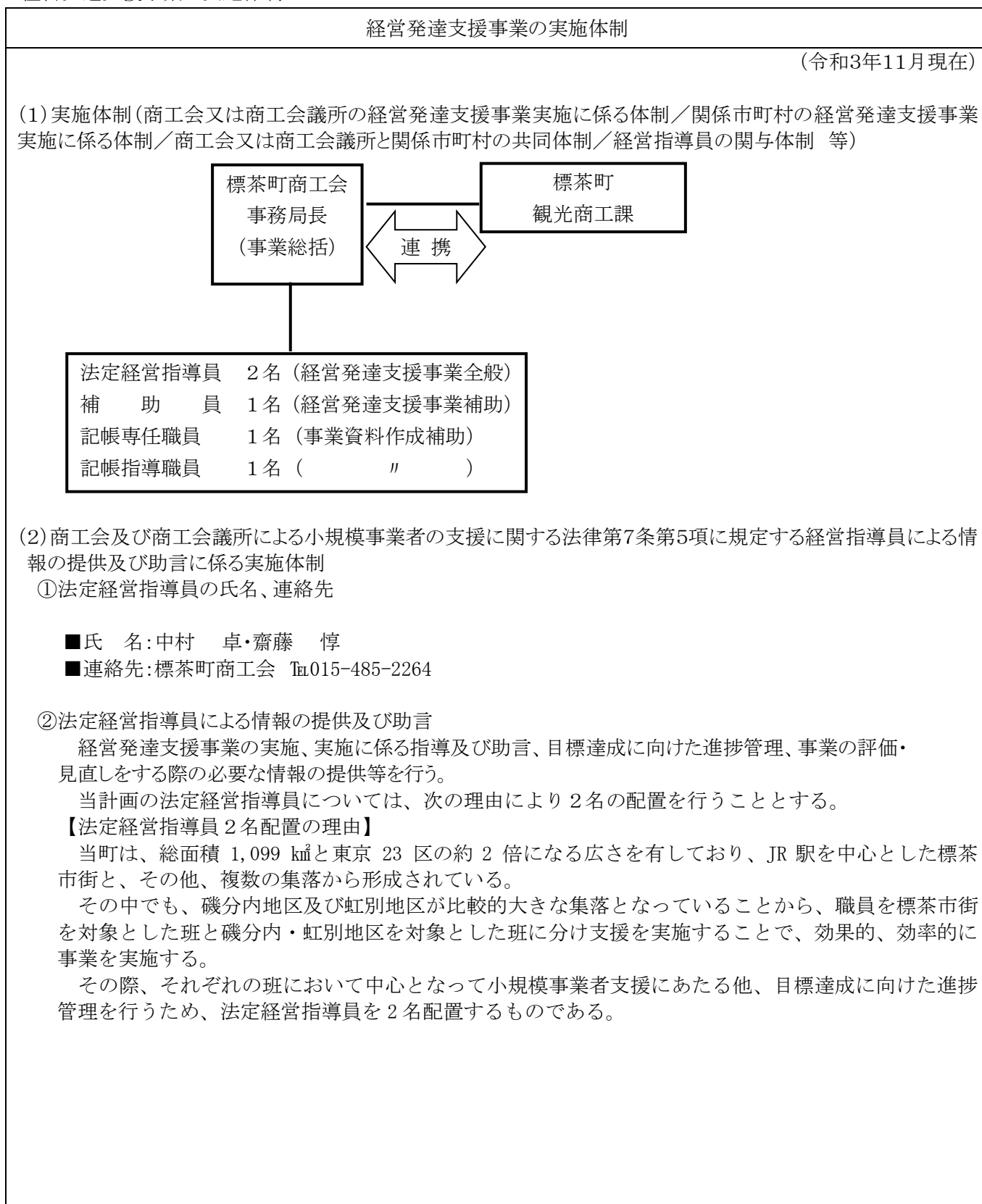
b. 各種合同企業説明会の開催（UIJ ターン、学生等）

c. 各種取組内容を協議会ホームページ、SNS等で発信

＜特記事項＞作成した企業ガイドは各町村役場、商工会のほか、ハローワーク等に据え付け雇用拡大に繋がります。各種説明会は単体での実施が難しい企業を中心に合同で実施することで就職の間口を広げ、雇用促進に繋がります。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

① 標茶町商工会	
所 在 地	〒088-2301 北海道川上郡標茶町旭 2 丁目 5 番 23 号
電 話 番 号	015-485-2264
F A X	015-485-2073
メールアドレス	shokokai@sip.jp
ホームページ	http://www.sip.jp/~shokokai/
② 標茶町観光商工課	
所 在 地	〒088-2312 北海道川上郡標茶町川上 4 丁目 2 番地
電 話 番 号	015-485-2111
F A X	015-485-4111
メールアドレス	k_shoko@town.shibecha.lg.jp
ホームページ	http://www.town.shibecha.hokkaido.jp/index.html

(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	1,420	1,180	1,420	1,180	1,420
地域の経済動向調査	10	10	10	10	10
需要動向調査	50	50	50	50	50
事業計画策定支援	360	120	360	120	360
事業計画策定後の実施支援	100	100	100	100	100
新たな需要開拓に寄与する事業	800	800	800	800	800
経営発達支援事業の評価・見直しを行う事業	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
会費収入、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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等