

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	阿寒町商工会（法人番号 8460005000446） 釧路市（地方公共団体コード 012068）
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. 小規模事業者の課題解決による経営基盤の強化と経営力向上 2. 特産品の開発・ブランド化による小規模事業者の付加価値向上と販路開拓 3. 後継者対策や新規創業者の取り込みによる小規模事業者数の維持
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地域の経済動向分析 ②景気動向分析 4. 需要動向調査に関すること ①観光需要動向調査（新規） ②物産展・商談会需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること ①巡回訪問等による経営状況分析 ②財務分析・非財務分析による経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること ①「DX推進セミナー・IT専門家派遣」の開催（新規） ②事業計画策定支援 ③事業承継計画策定支援 ④創業計画策定支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①巡回訪問等による定期的な支援 ②金融支援及び補助金活用による支援 ③専門家及び各支援機関との連携による支援 ④SNS・ECサイト等の活用による支援 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・商談会、即売会への出展支援 ②SNS・HP等の活用（新規） ③ECの活用（B to C）（新規） 12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること ①「阿寒地区協議会」への参画 ②「釧路市ビジネスサポート協議会」への参画 ③地域資源を活用した阿寒ブランドの構築 ④観光振興に資するイベント事業の開催
連絡先	〒085-0218 北海道釧路市阿寒町新町2丁目6番3号 阿寒町商工会 TEL:0154-66-3311 FAX:0154-66-3312 E-mail:akan@shokokai.hokkaido.jp 〒085-0467 北海道釧路市阿寒町阿寒湖温泉2丁目1番15号 阿寒町商工会 阿寒湖畔支所 TEL:0154-67-2038 FAX:0154-67-3100 E-mail:akankoshisho@plum.plala.or.jp 〒085-8505 北海道釧路市黒金町7丁目5番地 釧路市産業振興部商業労政課商業労政担当 TEL:0154-31-4548 FAX:0154-23-0606 E-mail:sho-shougyourousei@city.kushiro.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

阿寒町は平成17年10月に、釧路市・音別町・阿寒町の1市2町が行政合併し釧路市阿寒町となりました。したがって、地方公共団体としては釧路市となります。

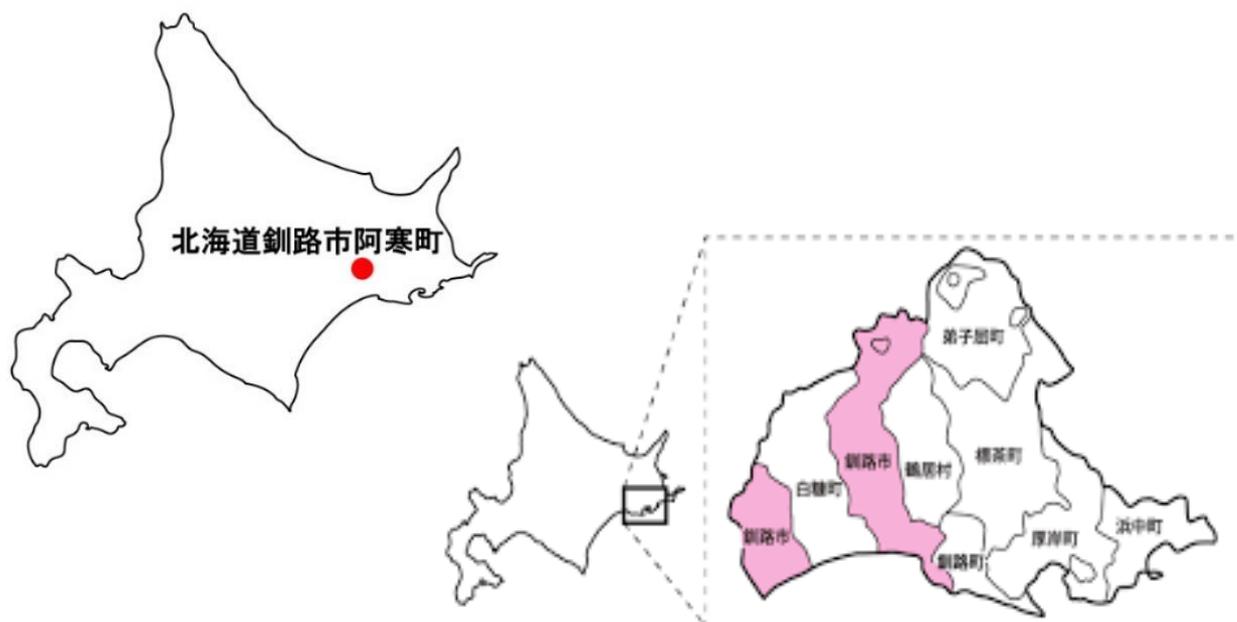
阿寒町は、本町のある「阿寒地区」と温泉街のある「阿寒湖温泉地区」の2つに分かれております。阿寒地区は、北海道東部の政治・経済の中心都市である釧路市から北西約40km(車で約40分)のところ、阿寒湖温泉地区は更に北部40km(車で約1時間30分)のところ、釧路市都市部から網走郡美幌町を経て網走市に至る一般国道240号線沿いに位置しており、町全体の面積が739.25km²を有しています。

阿寒湖温泉地区は、阿寒摩周国立公園内にあり、悠然とそびえる雄阿寒岳・雌阿寒岳やその周辺に広がる阿寒湖、オンネトーなどの湖沼の美しい景色が見どころとなっており、北海道を代表する観光地の一つです。

阿寒町は内陸に位置しているため、夏季は気温30度を超える日も珍しくない夏らしい気候ですが、湿度が低く、常に心地よい風が吹いているので、むしろ爽やかに感じられることが多く、冬季は好天が多いですがマイナス10度を下回る日が珍しくなく寒暖の差が大きい地域です。

道路体系は、道都の札幌市に繋がる道東自動車道の阿寒ICまで車で約5分(4km)、北海道東の玄関口である釧路空港まで約15分(10km)です。

釧路空港には、札幌丘珠空港、新千歳空港、東京羽田・成田空港、大阪関西国際空港との直行便が発着しています。また、2018年8月からLCC(格安航空会社)のPeach Aviation株式会社が就航しており、東京成田空港と大阪関西国際空港との直行便が片道1万円以下の価格で大都市圏と繋がっています。





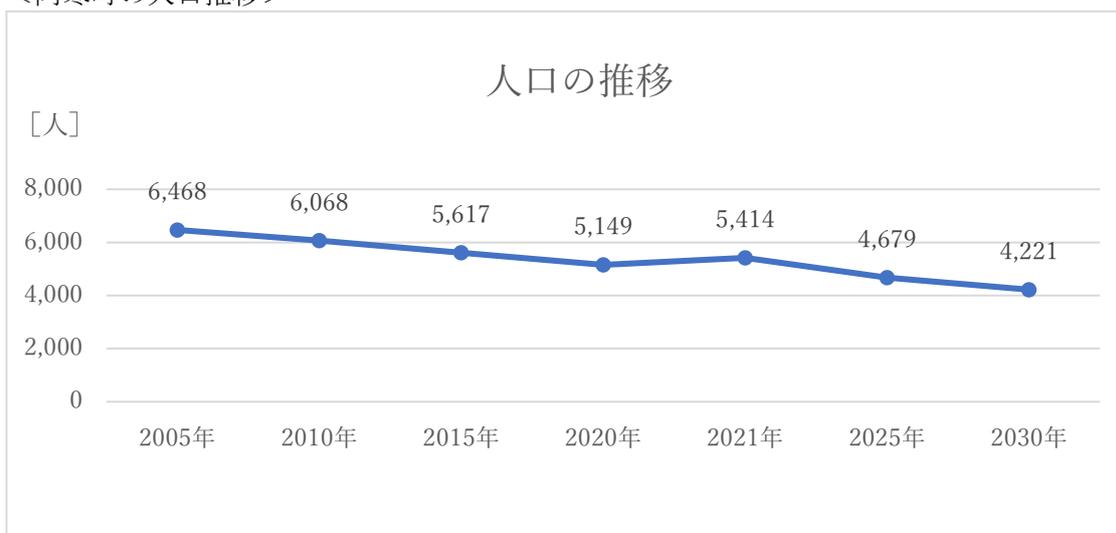
・人口

阿寒町の人口は、令和3年7月末現在で5,414人（阿寒地区：4,279人 阿寒湖温泉地区：1,135人）世帯数は3,131世帯であり、5年前の平成28年7月末と比較すると約800人（▲12.4%）減少しています。

阿寒町はかつて、炭鉱（雄別炭鉱）の町として栄えており、昭和45年の閉山を迎えるまでは人口20,000人を超えていましたが、閉山以降は人口減少が進み、毎年およそ6～10%の減少幅で推移しています。

釧路市阿寒町地区（阿寒地区及び阿寒湖温泉地区）では、2030年には4,221人になると推計されています。

<阿寒町の人口推移>



(出典：阿寒町将来推計人口より)

②産業の現状と課題

ア. 農業

阿寒地区の主要産業は農業（酪農・畑作）です。

近年、当地区では若い新規就農者が見られ、その中には先進的な機械の導入により、内外から新しい酪農経営モデルとなるよう取り組み、省力化、軽労化や精密化・情報化などの観点からその革新を図り、新たな農業である「スマート農業」の実現に向けた農業者もおります。

土壌は、中山間地の火山性土壌、平坦地の泥炭性土壌など厳しい自然条件ではありますが、土地の改良に努めながら、草地型酪農を主体に肉用牛飼育や野菜生産を中心に発展してきております。

畑作では、ばれいしょ、豆類を主体に、かぼちゃ、だいこん、キャベツ、トマト、ピーマン、パプリカ、いんげんなどの野菜が栽培されております。

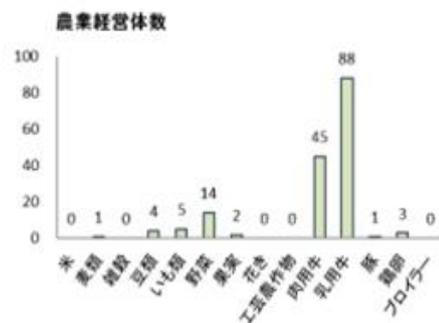
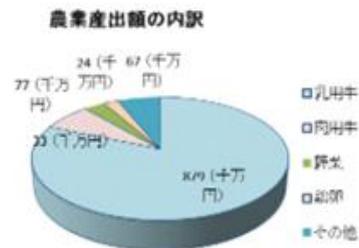
平成 27 年には、建築資材会社と設備会社が合同で会社を設立し、冷涼な気候により病害虫の発生が少ない利点を生かし「イチゴの水耕栽培」を始めております。

課題としては、「食」の鮮度や安全・安心を確保しながら、阿寒町ならではの「食」の地域資源の高付加価値を図り、魅力ある製品づくりや他地域との競争力の強化、地場産品の販路開拓・拡大を推進することが求められます。

農業部門別の産出額・農業経営体数

農業産出額(推計)	農業経営体数	
合計	1,080 千万円	151 経営体
耕種計	41 千万円	-
米	-	X
麦類	0 千万円	1 経営体
雑穀	-	-
豆類	0 千万円	4 経営体
いも類	0 千万円	5 経営体
野菜	33 千万円	14 経営体
果実	1 千万円	2 経営体
花き	-	-
工芸農作物	-	X
種苗・苗木類・その他	8 千万円	-
畜産計	1,039 千万円	-
肉用牛	77 千万円	45 経営体
乳用牛	879 千万円	88 経営体
うち生乳	708 千万円	-
豚	X	1 経営体
鶏	24 千万円	-
うち鶏卵	24 千万円	3 経営体
うちブロイラー	-	-
その他畜産物	X	-
加工農産物	-	-

注1:農業産出額(推計)についてはR元年値、農業経営体数については2020年農林業センサス。
注2:農業経営体数の合計は実経営体数のための内訳と一致しない。



(出典：釧路市基本データ)

イ. 観光業

北海道を代表する滞在型の観光地である阿寒湖温泉は、阿寒摩周国立公園内にあり、雄阿寒岳と雌阿寒岳の間に位置する阿寒湖の湖畔にある自然豊かな地域となっています。

阿寒湖は、阿寒摩周国立公園内にある周囲約 26km、面積 13 km²、水深約 45m のカルデラ湖で、国の特別天然記念物に指定されている「阿寒湖のマリモ」の生息地でもあります。

昭和 27 年に阿寒湖のマリモが国の特別天然記念物に指定されると、その後、遊覧船事業や国設阿寒湖畔スキー場が整備され、東北北海道における観光の中心地として発展してきました。

また、「マリモ国道」と呼ばれる国道 240 号線沿いに、道の駅「阿寒丹頂の里」があり、周辺には、特産品販売所の「阿寒マルシェ」、レストラン・日帰り入浴・宿泊施設を有する「赤いベレー」、タンチョウの人工給餌発祥の地であり、日本国内唯一のタンチョウに関する施設「阿寒国際ツルセンター（グルス）」、釧路湿原美術館、キャンプ場、パークゴルフ場などの施設があり、国内外から観光客が訪れます。

2015(平成 27)年の「水のカムイ観光圏整備実施計画」「広域観光周遊ルート形成計画」の認定、翌年の「観光立国ショーケース」、そして「国立公園満喫プロジェクト」への選定など、国内外から本地域への注目が高まり、観光客の入込数は平成 28 年に 120 万人、令和元年には 153 万人の来客となっています。そのうち、道外からの観光客は 100 万人を超え国内有数の観光地となっています。

しかしながら、令和 2 年においては、新型コロナウイルスの影響により 84 万人となっています。

課題としては、コロナ禍・アフターコロナに対応した早急な取り組みと道内外をターゲットとした販路開拓が必要となっています。

また、釧路市がまちづくり基本構想で掲げている「国内外の多くの観光客に選ばれ続ける世界一級の観光地づくり」を目指すために、地域の自然、歴史、文化、地場産品などを観光資源として磨き上げるとともに、その魅力を十分に発信し、観光客の誘客と滞在促進を図っていくことが必要となっています。



阿寒湖と遊覧船



特別天然記念物
阿寒湖のマリモ



阿寒湖温泉街



道の駅 阿寒丹頂の里



阿寒マルシェ



赤いベレー



(出典：釧路市観光入込客数 調査結果)

③商工業における小規模事業者の現状と課題

【商業】

当町は、近年、大型店や専門店の進出が進む釧路市まで車で約40分の距離にあります。

生活様式の変化や消費者ニーズの多様化・交通アクセスの改善などにより、地域内の購買力が釧路市内の大型店や専門店に流出しています。また、インターネット通販の普及もあり、地域内の小規模事業者を取り巻く環境は、年々厳しさを増しています。

そのような中、平成29年、当町に食料品や衣料品も取り扱う小型ホームセンターが出店し、商業を取り巻く環境はさらに大きく変化しています。

当町では、経営者の高齢化や後継者不足、地域の人口減少などが大きな問題となっており、今後、小規模事業者の廃業数が増加すると懸念されることから、事業承継や新規創業などによる小規模事業者数の維持が求められます。

また、道の駅を訪れる年間約30万人の観光客や、阿寒湖温泉を訪れる年間100万人以上の観光客について、その消費を地域内の小規模事業者へ繋げ、観光業を中心に地域への経済効果を波及させていく必要があります。

【建設業】

建設業においては、公共事業と関連がある事業所が多く、国道や道道などの道路維持をはじめ、現在建設が進んでいる道東自動車道延伸工事にも携わっています。

そのような中で、企業の中には、公共工事が一段落した後を見据えて、公共工事の受注と並行して酪農関連工事の受注を多く占める企業も存在し、大型牛舎・たい肥舎・バイオマス発電設備などの建設工事を手掛けています。その他、イチゴの栽培、山わさびの生産、パークゴルフ場の経営、黒豚育成事業の模索など、様々な事業転換や多角化経営を行う企業も出始めています。

また、阿寒町は釧路市街から離れていることから、建設業の人材が集まりにくい環境にあり人手不足の状況が続いています。

【製造業】

製造業においては、阿寒町はもともと木材が豊富であることから、木材製材業が盛んであります。一般建築用製材、各種製函製造、D I Y用製材製造などが行われており、製函製造では、サンマや秋鮭などの木箱を製造しております。

食品製造業では、国の特別天然記念物である「タンチョウ」や「マリモ」、**「世界三大夕日」**の一つといわれる釧路市の夕日をモチーフにした郷土菓子などを製造する事業者があり、当町を訪れる観光客の支持を得ています。

課題としては、木材製造業などでは、経営者の高齢化や後継者不在などが問題となっていることから、専門家などと連携を図りながら事業承継等により解決に向けて支援する必要があります。

食品製造業においては、今後はアフターコロナ・ウィズコロナを見据えて、これまで以上にE Cサイトを活用した販路開拓・需要開拓に向けた取り組みが求められます。

【商工業者数・小規模事業者数・商工会員数の推移】※商工会独自調査 (単位：者)

	2017. 4. 1	2018. 4. 1	2019. 4. 1	2020. 4. 1	2021. 4. 1
商工業者数	280	274	281	277	256
うち小規模事業者	246	225	229	229	229
うち総会員数	205	203	196	192	188

(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

この先10年間で、阿寒町の人口は現在の約5,400人から約4,200人にまで減少することが予想され、商業圏の縮小や産業の衰退による雇用の喪失や近隣地域への購買力の流出、事業者の高齢化や後継者不足による小規模事業者の廃業等が増加し、地域の商業環境の低下が懸念されます。

そのため、不確実性の高い社会情勢や経済状況の変化に対応出来るように、小規模事業者の経営基盤の強化並びに経営力の向上が求められます。

また、阿寒町という地域の持つ特性や地域資源をブランド化し有効活用することで、観光業を中心に周辺業種へ経済効果を波及させることが必要です。これにより、地域内の小規模事業者の持続的な経営に繋げるとともに、今後、各産業で新たな担い手となる後継者や新規創業者を増やしていかなければなりません。

これらのことから、阿寒町商工会では、「阿寒地域のブランド化による小規模事業者の魅力向上と、それによる地域及び産業の活性化」を小規模事業者の長期的な振興のあり方と定め、本計画を実施してまいります。

② 釧路市まちづくり基本構想との連動性・整合性

釧路市では、平成30年に、地域における総合的かつ計画的な行政の運営を図るための指針として「釧路市まちづくり基本構想」を策定しました。

「釧路市まちづくり基本構想」(2018年～2027年)の実実施計画において、次のとおり商工業振興関連施策の方針が示されています。

◆分野別施策（関連する部分を一部抜粋）

〔観光業〕

自然環境や歴史・文化、地場産品など、ここにしかない観光資源の磨き上げを行うとともに、釧路の魅力を最大限に生かし、観光客の誘客と滞在促進に結び付けます。

また、滞在・周遊型観光の拠点となる総合的な観光地を目指すとともに、ひがし北海道の観光拠点・観光エリアとしてのブランド力を高めます。

観光は、宿泊、飲食、交通などの裾野の広い業種から構成され、地域への経済波及効果が大きいことから「地域のリーディング産業」と位置付けたうえで、市民一人ひとりや多様な担い手の観光に対する理解と関与を促し、観光消費の拡大と域内循環の強化などを図ることにより観光産業の育成を進めることが重要です。

〔商 業〕

経済・社会環境の変化に柔軟に対応できる中小企業等を育成するため、商工会議所などの経済団体と連携して経営の高度化や効率化を促進するとともに、金融機関等との連携による各種融資・助成制度などの経営安定に向けた支援を進め、中小企業者等の経営基盤の強化を図ります。

創業希望者に対して、ビジネスモデルの構築、資金調達など、創業に必要となる要素に応じて、関係機関の強みを生かした適切な創業支援を行います。

上記のとおり、基本構想に示されている内容には、「観光を地域のリーディング産業として地域活性化」「経営の安定化や効率化・経営基盤の強化」等が示されている。前述した小規模事業者に対する「今後 10 年後を見据えた振興のあり方」は、釧路市と阿寒町商工会が小規模事業者支援の方向性を一致させて掲げたものであり、連動性・整合性は一致しているため、行政と商工会が共同で策定する第 2 期経営発達支援計画は小規模事業者の持続的発展及び地域産業の形成・活性化に大きく貢献することができる。

③阿寒町商工会としての役割

阿寒町商工会では、第 1 期の経営発達支援計画（実施期間：平成 29 年 4 月～令和 4 年 3 月）において、小規模事業者による事業計画の策定及び実行を支援するとともに、札幌市で開催された展示・商談会に 2 者が出展しました。

2 者とも、新規契約までには至りませんでした。この出展において、他の出展事業者との情報交換や、バイヤーからのアドバイス等を受け、地域外への販路開拓の重要性の認識に繋がりました。

また、これまでインターネットを活用した販路拡大に関心の薄かった事業主の意識に変化が生まれ、自社ホームページの開設から EC サイトの設置までを専門家派遣や持続化補助金を活用することで実施し、現在ではインターネット販売を通して販路の拡大及び需要の開拓に繋がっています。

併せて、第 1 期の期間中において専門家との連携などにより創業計画策定並びに事業承継計画策定を支援した結果、創業が 5 者、事業承継が 7 件の成果に繋がりました。

第 2 期の本計画においては、新型コロナウイルスの影響を踏まえたうえで、展示・商談会への出展を引き続き支援していくと同時に、なかには「オンライン会場」を設けている展示・商談会もあることから、出展方法を模索しながら多くの事業主に出展を促し、販路の拡大及び需要の開拓に取り組んでいきます。

小規模事業者数の減少対策として、特に経営者の高齢化が進んでいる事業承継支援は喫緊の課題であることから、巡回訪問等で承継状況を把握することにより対象者を掘り起こし、事業承継計画策定に繋がる支援を行っていきます。

新規創業については、釧路市とも連携し創業希望者の掘り起こしを行い、希望者には巡回訪問や窓口相談を通して、事業計画の策定や創業後の経営状況を把握することで、安定的な経営に繋

がる支援を行っていきます。

また、アフターコロナ・ウィズコロナを見据えて、「インターネットを活用した販売形態の構築」「道内外及び外国人観光客の誘客に繋げるために観光需要動向調査」などを実施し、小規模事業者の経営力向上に取り組みます。

これらの取組みについて阿寒町商工会としては①に記載の「10年程度の期間を見据えて」及び②の「釧路市まちづくり基本構想との連動性・整合性」に基づき、観光業を地域のリーディング産業としてブランド力の強化を図り、地域の小規模事業者の経営の安定化や効率化・経営基盤の強化、また、産業人材の育成・確保により新規創業に繋げることで、地域経済の活性化を図っていきます。

(3) 経営発達支援事業の目標

阿寒町商工会としては、上記(1)地域の現状と課題、(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、経営発達支援事業の目標を次のとおり掲げて実施します。

【目 標】

①小規模事業者の課題解決による経営基盤の強化と経営力向上

小規模事業者が抱えている課題を解決するため、事業計画を策定し実行することで経営基盤の強化を図るとともに経営力向上に繋げ、前年比で利益率3%増加を目指します。

②特産品の開発・ブランド化による小規模事業者の付加価値向上と販路開拓

阿寒町の持っている地域資源を活用して、新商品を開発し阿寒のブランド化を図り、全国に阿寒ブランドを広めることで販路拡大や需要開拓に繋げ、前年比で売上3%増加、物産展出展者の売上10万円を目指します。

③後継者対策や新規創業者の取り込みによる小規模事業者数の維持

後継者対策や新規創業者の取り込みは地域の重点課題となっており、これらを解決するために、中小企業診断士などの専門家と連携をとり、後継者育成に向けたセミナーや新規創業者の掘り起こしを行うことにより、5年間で創業5者、事業承継5件を目指し、地域の小規模事業者数の維持に繋がります。

これらの取組みにより、小規模事業者の魅力を向上させるとともに賑わいと交流を創出し、数多く訪れる観光客を阿寒地区全体に誘引することで地域全体での経済活性化を図り、地域の裨益に繋がります。

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) 目標の達成に向けた方針

上記の目標を達成するため、次の方針により経営発達支援事業を実施します。

①小規模事業者の課題解決による経営基盤の強化と経営力向上の達成に向けた方針

小規模事業者が抱えている課題は個々に異なるため、巡回訪問や窓口指導を行いながら個社の経営課題を把握し、ABC分析などを活用しながら現状の問題点を分析することで重要度や優先度を検討しながら解決策を提示していきます。

分析結果を基に、事業計画の策定を行い、計画の実行・評価・見直しといったPDCAサイクルを行うことによってフォローアップを実施し、この工程を繰り返すことにより事業者に明確な目標を与え経営構造の改善を図っていきます。

併せて、計画の策定及び実行を確実なものとするため、中小企業診断士などの専門家や釧路市ビジネスサポートセンターk-Biz（注1）等の支援機関との連携を密にするとともに、経営指導員等職員の支援ノウハウの向上を図りながら支援を実施します。

また、新型コロナウイルス等による経営環境の変化に対応する支援を早急に実施し、支援施策情報の提供や事業計画の見直し・修正等を行い、安定的な経営を支援します。

※（注1）釧路市ビジネスサポートセンターk-Bizとは

中小企業の経営相談や起業支援を目的に釧路市が開設した支援センター。

地域経済のプラス成長と雇用の創出を図るため、企業の「稼ぐ力」の強化の取り組みとして、平成22年度から継続的に連携を深めてきた「富士市産業支援センターf-Biz」をモデルに、平成30年に設立運営を開始。

②特産品の開発・ブランド化による小規模事業者の付加価値向上と販路開拓の達成に向けた方針

地域の食品製造業や小売業、飲食業、宿泊業、観光関連事業等の小規模事業者が持っているアイデアの掘り起こしを行い、阿寒町の地域資源を活用して、新商品や地域ブランドの開発に努めます。

併せて、販路拡大や需要開拓に向けて動向調査（アンケート等）のデータを収集し、その結果を小規模事業者にフィードバックすることで売上増加に繋がります。

商品の高付加価値化を図るため、関係機関や専門家との連携を行い、商品のブラッシュアップと阿寒町のブランド強化を図り、認知度や商品力の向上を支援します。

また、IT活用によるECや広報戦略を推進し、商品やサービスの販路開拓を支援します。

③後継者対策や新規創業者の取り込みによる小規模事業者数の維持の達成に向けた方針

小規模事業者数の維持に向けては、事業者の高齢化に伴う後継者対策として、対象事業者の掘り起こしを早急に行うとともに、専門家との連携による事業承継計画の策定及び実行で事業承継に繋がります。

また、新規創業についても、釧路市や釧路商工会議所等の関係機関と連携して対象者の掘り起こしや創業計画策定支援を実施し、小規模事業者数の維持を図ります。

加えて、第二創業にも目を向け、新事業の立ち上げや新分野への進出など新たな風を吹き込むことで地域の活性化を図ります。

令和7年に、道東自動車道が現在の「阿寒IC」から「釧路西IC」まで延伸することを好機に捉え、釧路市ビジネスサポートセンターk-Biz や北海道事業承継・引継ぎ支援センター等の支援機関や行政・専門家と連携を密にし、道内外の承継希望者や創業予定者に対して情報発信・事業計画

策定等の伴走型の支援を行い、地域内の創業者数の向上と廃業者の抑止を図り、商店街の活性化や持続的な経営の実現を支援します。

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) 現状と課題

[現状]

第1期経営発達支援計画においては、北海道商工会連合会が実施する中小企業景況調査票を活用して、年2回（7月・1月）巡回訪問時にヒアリングを行い、情報を整理・分析して小規模事業者にフィードバックする計画でしたが、労力とコストの過多によりヒアリング等を実施することができず、公表された中小企業景況調査の結果を業種ごとに提供する形で留まっています。

[課題]

小規模事業者を取り巻く景気動向の資料として、中小企業景況調査の報告資料を提供してきましたが、有効活用されていない状況のため、今後は事業者にとって身近な地域の経済動向や景況感の情報として提供し、グラフ化により分かり易い情報に整理したうえで活用することが課題です。

第2期においては、第1期で実施出来なかった巡回訪問でのヒアリング調査について方法を改善し実施するとともに、小規模事業者が活用しやすい資料を提供することで効果的な支援を行います。

(2) 目標

	公開方法	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地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

中小企業景況調査票を活用し、小規模事業者の景況感を把握、D I 値を整理・分析して情報を提供します。

【対象者】 地域内小規模事業者

【調査手法】 経営指導員他、商工会職員でチーム体制を組み、巡回訪問による聞き取り調査を行い、地域の小規模事業者4業種（小売業・製造業・建設業・サービス業）から各5社（計20社）を対象に5段階で評価し、業種別にD I（景気動向指数）で数値化します。

調査は全職員で行い効率的に実施します。

【調査項目】 業況、売上、仕入、採算、資金繰り

②景気動向分析

経済動向調査資料を小規模事業者が外部環境として把握するため、数値をグラフ化する、全国、北海道、釧路管内と比較する等、分かり易いよう整理し情報提供します。

【調査手法】 各調査報告書等の活用（下記を参照）

- ◎全 国：中小企業景況調査報告書（中小企業庁）
- ◎北 海 道：中小企業景況調査報告書（北海道商工会連合会）
- ◎釧路管内：地区内経済レポート（釧路信用金庫）

【調査項目】 売上額、仕入価格、資金繰り、雇用、業種毎の業況など

（４）成果の活用

- ・調査結果は商工会 HP に掲載し、地域の小規模事業者に広く周知します。
- ・経営指導員が巡回指導する際には調査結果を持参し、外部環境の変化を小規模事業者に説明し経営状況の分析や事業計画の策定に活用します。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】

第 1 期においては、道産品の販売と PR を目的とした展示・商談会に参加する小規模事業者に経営指導員等が同行し、商品に関するアンケート調査を実施、調査内容の整理・分析を行い、参加事業者に調査結果として情報提供を行い、商品開発や商品改良のアイデアとして活用しました。

また、当初計画していた買い物動向調査や外国人消費動向調査については商品やサービスに対する評価を得ることはできないと判断し、実施を取りやめました。

【課題】

今後は、観光需要の取り込みのための調査と、引き続き展示・商談会でも調査を行います。その結果は事業計画策定時に活用し、需要動向を反映させた商品を開発することの意義を認識することが課題です。

また、これから実施する各動向調査については、新型コロナウイルス感染を考慮し「非接触型」の調査方法を模索する必要があります。

（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
①観光需要動向調査対象事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②物産展・商談会需要動向調査対象事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

※①観光需要動向調査は新規

（３）事業内容

①観光需要動向調査（新規）

道内有数の観光地の阿寒湖温泉にて、全国各地から来られる観光客と新型コロナウイルス収束後には外国人観光客を対象にホテル・旅館等にて観光行動や需要動向についてオンラインアンケートを実施します。

【対象事業者】 地域資源を活用した特産品（新規および従来商品）やサービスの開発・販路拡大を図る小規模事業者（製造業・小売業・飲食サービス業等の観光関連事業者）

- 【サンプル数】 町外観光客の回答数 300 件
- 【調査方法】 ホテルや旅館などの客室に、回答用 QR コードを添付したアンケート実施案内を設置し、宿泊客に回答いただく。併せて、客室に新商品の試食サンプルを用意し、その評価についてのアンケート調査も実施します。
回答率を高めるため、回答者には景品として地域の特産品を抽選で進呈します。
- 【調査項目】 ①属性（年齢、性別、居住地、家族構成） ②旅行目的・日程 ③観光先
④食事・サービス・宿泊先 ⑤消費行動（お土産など）
⑥試食品（味、量、価格、パッケージ等） ⑦阿寒町のイメージ
⑧期待するもの・要望・意見など
- 【調査結果の活用】 経営指導員等が観光関連事業者等にフィードバックし、効果的な事業計画策定に活用を図る。また、アンケート結果を分析することで、観光客の需要動向を把握し、新商品・サービス開発や既存商品のブラッシュアップ、ブランディング、IT 活用による販路拡大など、事業者の計画に適した効果的な出口戦略に繋げていきます。

②物産展・商談会需要動向調査

小規模事業者の販路拡大を図るため、物産展・商談会の来場者（消費者やバイヤー等）に対し、特産品や新商品の評価についてアンケート調査を実施し、調査結果を分析することで販路拡大に繋がるよう支援します。

- 【対象事業者】 ①地域資源を活用した新商品開発等の事業計画を策定し、物産展等に
出展する事業者
②地域資源を活用し流通業者等への卸売りを通じて販路拡大を目指す
事業者
- 【調査手法】
（情報収集） 来場者に、新商品や既製品を実際に試食してもらい、準備したアンケート用紙の各項目に回答してもらいます。
（情報分析） 調査結果については、中小企業診断士などの専門家と連携しながら集計・分析を行い、当該事業者へ結果をフィードバックすることで、既製品の改良や新商品開発の計画策定、新たな需要開拓支援に活用します。
- 【サンプル数】 来場したバイヤー・来場者 50 名
- 【調査項目】 ①味 ②見た目 ③大きさ ④量 ⑤価格 ⑥パッケージ 等
- 【想定される展示商談会及び即売会】
◎「北海道味覚マルシェ in 札幌」出展事業（B to C） 札幌市
◎「北の味覚 再発見！！」出展事業（B to B） 札幌市
- 【調査結果の活用】 当該事業所を巡回訪問した際に、直接説明する形でフィードバックし、新商品開発や既製品のブラッシュアップに繋げていきます。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

[現状]

第 1 期経営発達支援計画においては、経営状況の分析の多くがネット de 記帳等を活用した財務分析にとどまっていた。

また、小規模事業者の経営の方向性により細分化して次の支援に繋げるとしていましたが、新

型コロナウイルスを始めとした急激な環境変化の影響で細分化がうまく機能しませんでした。

[課題]

これまでの取り組みでは、小規模事業者の高齢化による事業改善意欲の低下などから、ヒアリング調査等を行う事業所が一部にとどまっていたため、多くの小規模事業者が経営分析を行うことが必要となります。

個社の経営分析に関する取り組みでは、ネット de 記帳等の利用者、金融相談者、持続化補助金等の申請依頼があった際に行う受け身の姿勢でありました。

また、財務分析に重点を置いた支援が多かったため、今後は、財務分析のみならず SWOT 分析等（非財務分析）を活用し、小規模事業者の強み・弱み等を把握し事業計画策定や経営改善に繋げることが課題です。

(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	10件	12件	12件	12件	12件	12件

※現行は令和2年度実績

(3) 事業内容

巡回訪問や会報等で経営状況分析の実施勧奨を積極的に行い、経営基盤の確立や販路拡大に意欲的な事業者を選定して実施します。

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、財務分析主体の現状から非財務分析にも積極的に取り組み、地域内と地域外からの両面の需要の取り込みを意識した経営状況の実態把握を行い、環境変化に応じた事業計画策定に繋げていきます。

【対象者】 巡回訪問等により新商品開発や販路拡大などに意欲的な事業者を選定する。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の両方を行う

①財務分析

収益性分析（売上高総利益率）、安全性分析（流動比率、自己資本比率）、生産性分析（労働生産性）、成長性分析（売上高増加率、利益増加率）等

②非財務分析

SWOT分析：外部環境（社会・経済情勢的要因、競合・規制・地域性等）、内部環境（事業主・従業員・後継者・組織・商品・製品・設備・生産状況・収益性・安全性・成口性等）

ABC分析：（売上、コスト、在庫）

【分析手法】 経済産業省「ローカルベンチマーク」を活用し、売上持続性・収益性・生産性・健全性・効率性・安全性の6つの項目により過去の状況を分析するとともに、経営者・事業・関係者・内部管理体制の4つに着目して現状を分析し、課題を抽出します。

なお、上記分析については、経営指導員が中心となり、支援事業者とのヒアリング等を通じて行っていきます。また、必要に応じて専門家（中小企業診断士等）との連携により実施効果を高めます。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果は、経営指導員等が巡回訪問や窓口相談時に、当該事業者¹に直接フィードバックすることで、課題解決に向けた事業計画の策定等に活用します。
- ・分析結果をクラウド型経営支援ツール「Shoko biz」に入力しデータベース化することで、職員間で内容を共有することができ、経営指導員をはじめ職員全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

[現状]

第1期の事業では、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金等の申請に伴う事業計画の策定支援及び、資金繰りなど金融相談時での事業計画の策定支援を中小企業診断士などの専門家と連携して実施しました。結果として持続化補助金20件、ものづくり補助金1件、それぞれにおける事業計画策定に繋がりました。

[課題]

第1期における事業計画策定は、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金等の申請者に支援が集中していることから、第2期経営発達支援計画では、事業計画を策定すること自体の意義や重要性について意識改善を図り、事業計画策定を促す取り組みが必要です。

併せて、小規模事業者数の維持によるにぎわいの創出に向け、後継者不在といった事業承継に課題を抱える事業者の把握並びに、創業希望者の掘り起しが必要です。

また、コロナ禍の状況を踏まえ、観光関連事業者においては、新たな生活様式に対応する事業展開の実践が急務となっており事業者の経営力の底上げを図るための現状を踏まえた事業計画策定が課題です。

(2) 支援に対する考え方

事業者が計画的に経営課題を解決できるよう、①地域の経済動向調査、②需要動向調査の結果を踏まえ、小規模事業者の経営状況にあわせた提案型の支援として、経営課題の解決に向けた事業計画策定支援を行います。

また、事業計画の策定支援を行う際、DX（デジタルトランスフォーメーション）に向けたセミナーを開催することで、事業者²にDXの内容や取り組みの必要性を理解してもらい、事業計画策定支援に反映させることで、コロナ禍の状況でも、「新たな生活様式」に対応したビジネスモデルを事業計画に取り入れ、経営基盤の構築・競争上の優位性の確立を図ります。

なお、事業計画策定支援に当たっては、中小企業診断士などの専門家、地元金融機関（釧路信用金庫など）、釧路市ビジネスサポートセンターk-Biz等の支援機関と連携を密に図りながら、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の持続的な発展に繋がります。

事業承継支援においては、経営者の高齢化や後継者不足に対する対策を早急に講じなければ、当地域の小規模事業者は廃業に追い込まれ、地域にとっても雇用環境や経済面について大きな損失となることから、専門家や事業承継・引継ぎ支援センターと連携し事業承継に結び付ける取組を支援します。

創業支援においては、創業スクールを主催する釧路商工会議所や釧路市との情報共有などにより、積極的な創業希望者の掘り起しを行うとともに、中小企業診断士等との連携を図り創業計画の策定支援を実施します。

(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
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
③事業承継計画策定事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
④創業計画策定事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者

※現行は令和2年度実績

※①DX推進セミナーは新規

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー・IT専門家派遣」の開催（新規）

DXについて、導入の必要性・導入による効果・効果を得るために必要なこと等、基礎的な知識を習得し、実際の導入に向けたWebサイトの構築やITツールの導入等の推進を図ります。

【支援対象】 経営分析を行った小規模事業者、IT・デジタル化が必要な小規模事業者

【募集方法】 ・チラシを作成し新聞折り込み等による周知

・阿寒町商工会HPに掲載し広く周知

・巡回訪問・窓口相談時に周知

【講師】 ITコーディネーター等の専門家

【回数】 年1回の実施

【カリキュラム】 ・DXとは

・DXを導入することによる効果

・DXの具体的な活用事例

・SNSを活用した情報発信方法

・ECサイトの活用方法 など

【参加者数】 セミナー：1回につき、10者程度

また、セミナーに参加した事業者の中で導入に意欲的な事業者に対しては、経営指導員等が巡回訪問の際に支援を行い、必要に応じて専門家と連携して実効性の高い事業計画策定の支援を行います。

②「事業計画策定支援」

【支援対象】 ・経営分析を行った小規模事業者

・小規模事業者持続化補助金等の申請を行う小規模事業者

・販路拡大や新商品開発を行う小規模事業者

・新規創業、第二創業を行う小規模事業者

【支援方法】 経営指導員等による巡回訪問や窓口相談、個別相談会等で支援対象者の掘り起こしを行い、事業計画の必要性や基礎知識、戦略的思考に必要な視点など、事業計画策定に必要な基礎的な知識を習得させるとともに、事業計画の策定を促します。

事業計画策定支援には、中小企業庁が発行する事業計画作成書や中小機構が提供している事業計画づくりのサポートブックの活用、中小企業診断士等の専門家と連携により支援を複数回実施することで、実効性の高い事業計画策定に繋がります。

特に観光関連業種への計画策定支援については、コロナ禍を踏まえ「新たな生活様式」に対応したビジネスプランの転換や新商品・新サービスの開発のため、上記DX推進セミナーで習得した知識も取り入れたデジタル化の対応等、それぞれ複数の専門分野の専門家の協力を仰ぎながら計画策定を支援します。

また、より専門的な事案については、専門家派遣の活用や各支援機関との連携を図ることにより、個々の事業者における課題の抽出やその解決策の提示など、具体的な事業計画策定を繋げます。

③「事業承継計画策定支援」

【支援対象】 事業承継が必要とされる小規模事業者、及び、事業承継の準備を必要とする小規模事業者

【支援対象者の掘り起こし】 65才以上の経営者をリストアップし巡回訪問で後継者の有無等をヒアリングする。

【支援手法】 事業承継に対する支援として、経営指導員等が巡回訪問や窓口相談を通して事業所の現状を把握、北海道事業承継・引継ぎ支援センター、よろず支援拠点、中小企業診断士、税理士等の専門家と連携して個別相談会や専門家派遣等を実施することにより、事業承継に必要な知識の習得や課題等の整理を行い、円滑な事業承継に向けた計画策定支援を実施します。

なお、対象事業者に後継者がいる場合は、円滑な事業承継に向けた巡回訪問等でヒアリングにより課題を整理し、優先順位等及びスケジュール等を踏まえた事業承継計画策定の支援を実施します。

逆に対象事業者に後継者がいない場合は、関係支援機関や専門家と連携して創業者や事業承継希望者等との第三者承継を見据えたマッチング支援を実施します。

また、親族内外の承継や第2創業など経営状況分析のうえ、中小企業診断士や税理士等の専門家や北海道事業引継ぎ支援センター等各種支援機関と連携を図りながら、事業承継計画策定を行い円滑な事業承継を支援します。加えて、「事業承継・新規開業支援補助金」等の補助事業も活用し総合的な支援を図ります。

④「創業計画策定支援」

【支援対象】 阿寒地区において創業を希望する者

【支援手法】 釧路市が主催する創業スクールの受講者で、阿寒町での創業を検討している情報があれば釧路市より随時、提供してもらうよう連携します。

創業希望者に対し、経営指導員等が窓口相談等を行い、創業に向けた事業計画の策定支援や創業に必要な各種申請の届出など様々な支援を行います。

なお、創業計画の策定では、中小企業診断士などの専門家による創業に向けた個別相談会を開催します。併せて、日本政策金融公庫の「創業の手引・創業のポイント集」や中小企業基盤整備機構の「創業・サポート様式集」などの関係資料を活用しながら策定支援を行います。

さらに、釧路市等と連携した町内空き店舗情報や施策情報を提供し、課題・問題点等の内容により必要に応じて専門家・各支援機関と連携し、実効性高い創業計画策定支援を図ります。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期の事業では、策定した事業計画の実現に向けて、専門家や釧路市ビジネスサポートセンターk-Bizと連携して実行支援を行いました。ただ、事業計画策定後の進捗状況の確認やフォローアップについては、巡回訪問時に売上高等を確認する程度であり、また定期的な確認までには至っておらず、十分なフォローアップに繋がっていない状況です。

[課題]

計画的かつ効果的なフォローアップの実施が課題として挙げられます。また、新型コロナウイルスの影響等による計画の見直し・修正が必要な事業者への早急な支援が課題です。

また、中小企業診断士などの専門家や関係機関と連携して、質の高いフォローアップを行うことも必要です。

(2) 支援に対する考え

事業計画策定後の実施支援については、事業計画（事業承継計画・創業計画を含む）を策定した全ての事業者を対象に実施します。経営指導員が中心となり巡回訪問等を通して事業計画の進捗状況を確認し、四半期に1度（年4回）フォローアップを行い、事業計画どおりに事業が実施されるよう支援を行います。

第2期の支援では、経営指導員の定期的な巡回訪問以外にも、職員間で当該事業者の事業計画内容の共有を行い、日々の支援業務において状況把握に努めることで支援の強化に繋がります。

経営指導員の定期的な巡回訪問や他の職員からの情報を基に、計画と現状にズレが生じていると判明した場合には、速やかに中小企業診断士等の専門家と連携して対応策を検討し、臨機応変に計画の見直し等の対応を行います。

(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
フォローアップ対象事業者数	10者	12者	12者	12者	12者	12者
頻度（延回数）	24回	48回	48回	48回	48回	48回
売上増加事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
利益率3%以上増加の事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者

※現行は令和2年度実績

フォローアップ対象事業者は事業計画策定事業者、事業承継計画策定事業者、創業計画策定事業者を含む

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者については、四半期に一度（年4回）の定期的な巡回訪問を行い、事業計画の進捗状況や課題・改善点を確認するとともに、進捗状況によってはフォローアップ頻度を増すなど臨機応変に対応します。

また、新型コロナウイルス感染症の影響が大きい業種等、国・道・市や他の支援機関が行う補助金制度や制度融資などの事業の推進に有効な支援施策の活用を図るとともに、計画の修正・事業再構築等の早急な支援により、事業の円滑な推進に繋がります。

事業承継計画策定事業者については、確実な承継へ向けて四半期に一度（年4回）の巡回訪問

で計画の進捗状況を確認し、計画の見直し等が必要な場合は専門家（中小企業診断士・税理士）と連携し支援します。

新規創業者や第二創業者については、創業当初は財務面での問題が発生しやすいことから、記帳指導とヒアリングを中心とした財務面の支援を四半期に一度（年4回）の頻度で支援します。

なお、計画と現状にズレが生じていると判明した場合は、外部の専門家や釧路西部広域連携協議会を組んでいる商工会の経営指導員等など第三者の意見を取り入れ、ズレが生じた要因と今後の対応方策を検討し、速やかにフォローアップができるよう対応します。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期においては、小規模事業者の販路拡大や需要開拓に向け、展示・商談会の開催情報を提供し、出展に意欲的な事業者に対して個別の出展支援を行ってまいりました。

道内で開催された展示・商談会へ当町より2社が出展、バイヤーとの成約には至りませんでした。同行した経営指導員等が来場者に商品に関するアンケート調査を行い、その結果を集計し参加事業者へフィードバックすることで、既存商品の改良や新商品開発に繋がっています。

また、地域内における需要開拓の事業としては、地域商品券事業に併せてスタンプラリー事業を実施することで、地域内消費が向上し新たな需要の開拓に繋がっています。

しかし、地域内消費の取り込みだけでは、商圏として限られた狭い範囲のため、新たな販路開拓としては限定的なモノとなっております。

[課題]

1期目の取り組みでは、展示・商談会の出展の結果、収集した商品への評価を既存商品の改良や新商品開発に繋げることができましたが、商談の成約には至らなかったため、商談会出展における効果を得られるよう、事前支援や出展後の検証など、支援内容を改善したうえで実施する必要があります。

また、コロナ禍による外出自粛等により観光客が減少し、その結果、道外やインバウンドからの需要の取り込みが困難となった経験から、近隣市町村や道内客の需要の取り込みを重要課題として認識し、需要開拓を進める必要があります。

併せて、これからのアフターコロナ・ウィズコロナの中において地域内外への新たな販路を開拓するためには、ホームページやSNSによる情報発信、ECサイトによる販売などDXの活用が必要不可欠となってくることから、事業者にはDXの重要性を認識してもらい、取り組みを支援していく必要があります。

(2) 支援に対する考え方

第1期の課題を踏まえ、展示・商談会等への出展を希望する事業所については、事前準備から出展時、出展後のフォローアップまで一貫して支援を行い、効果的な販路拡大に繋がります。

併せて、これからのアフターコロナ・ウィズコロナに向けたビジネスモデルへの対応策として、自社ホームページの作成やSNSを活用した自社の情報発信支援、ECサイトの開設など「コロナ禍」の影響を受けない販売方法（非対面型販売）の構築支援が必要不可欠となってくることから、DX取り組みに向けた迅速な支援を実施します。

展示・商談会等の出展やSNS・HPの活用により商品のPRとともに、阿寒ブランドを広く周知することにも繋がります。

(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北海道味覚マルシェ in 札幌 出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者		10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②北の味覚 再発見!! 出展事業者数	—	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
③SNS・HP等の活用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ECサイト活用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

※①の現行は第1期経営発達支援計画5年間の物産展出展実績

(4) 事業内容

①展示・商談会、即売会への出展支援

【支援対象】 地域資源を活かした商品・サービス開発に取り組み販路拡大に意欲的な事業者

【支援内容】 展示・商談会等へ出展することにより、都市部の消費者やバイヤーなど流通関係者との接点を設けることができるため、新たな販路開拓に繋がるよう支援を行います。また、新商品や特産品の試食アンケート等を行うことにより、需要動向の把握に繋がります。

展示・商談会等では、商品開発には取組んでいるものの、当日参加出来なかった事業者のパンフレットを作成・配布し阿寒ブランド全体の認知度向上を図ります。

事前の支援として、出展事業者と綿密な打ち合わせを行うとともに、高い出展効果を得られるよう、専門家と連携を図りながら商品を魅力的に見せるブースレイアウトやバイヤーへの対応方法などについて支援を行います。

また、試食アンケート等のサポートを行い、事後の支援としてアンケート調査の集計・分析によるフィードバックや調査結果に基づき商品のブラッシュアップを専門家と連携して行います。

商品改良後には、商談会で接点を持つことができたバイヤーに再度アプローチをかける等の販路開拓に向けてのフォローアップ支援を行います。

【想定される展示会等】

ア.「北海道味覚マルシェ in 札幌」出展事業 (B to C)

[主 催] 北海道商工会連合会

[開催場所] 札幌市

[対 象 者] 道内の中小企業・小規模事業者 (自社で食品製造・開発、または販売事業者)

[来 場 者] 消費者 (約 45,000 人)

[開催概要] 北海道丸井今井本店で例年9月頃に開催され、道内地域特産品等が多く出展される札幌圏の消費者を中心とした催事です。また、オンライン会場も開設されます。

イ。「北の味覚 再発見!!」出展事業 (B to B)

[主催] 北海道商工会連合会

[開催場所] 札幌市

[対象者] 道内商工会地区に、本社（本店）のある食品製造・販売業者及び関係団体等

[来場者] バイヤー等（約150人）

[開催概要] 例年10月頃に開催される北海道内では数少ない商談会となり、地域特産品、自慢の逸品、新商品等が多く出展されています。

② SNS・HP等の活用 (新規)

近年、旅行やグルメ等の情報収集手段として、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）やHP、地図アプリ等による検索が多く利用されていることから、SNS・HP等のITツールを効果的に活用し自社の商品や店舗情報などを積極的に発信することで、道内外や海外を対象とした世界に需要開拓・販路開拓に繋がっていきます。併せて、SNS等による情報発信は阿寒町の認知度を向上させブランド化に繋がります。

また、ITコーディネーターなどの専門家と連携しながら、導入や効果的な活用方法等の支援を実施します。

特に、新型コロナウイルスの影響により、観光関連事業者を取り巻く環境変化や商談会・物産展が中止になっている状況を踏まえると、今後はSNS等を活用して事業者自らが地域資源の魅力を積極的にPRしていくことも重要となることから、動画投稿サイトの活用や口コミサイト付き地図アプリへの情報発信など効果的な支援を実施します。

③ ECの活用 (B to C) (新規)

近隣の都市部や大型店・インターネット通販などへの消費流出、コロナ渦での外出自粛など、地域内の小規模事業者を取り巻く環境は、年々厳しさを増しています。

したがって、商圏に制限が無く、非対面販売であり、効率性の高いECサイトの活用を支援することにより、菓子製造業や阿寒地域の特性を活かした商品を販売する小売事業者も新規顧客・販路開拓に繋がります。

大手ショッピングサイトなどのモール型や自社サイト型など、事業者の状況に合わせてECサイトの活用に向けた提案を行います。

また、お客様が使いやすいサイトを作り、効果的な商品の紹介方法、商品構成、掲載する写真などについて、ITコーディネーターなどの専門家と連携しながら支援を実施します。

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

[現状]

経営発達支援事業の成果・評価・見直しについては、阿寒町商工会長、釧路市阿寒町行政センター地域振興課長、専門家（中小企業診断士）、釧路信用金庫阿寒支店支店長、阿寒農業協同組合参事、NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構専務理事、阿寒町商工会関係者として北海道商工会連合会釧根支所長、商工会事務局長、経営指導員で組織する評価委員会を年1回開催して行っています。

【課題】

第2期目においては、評価委員会において高い評価を受けた事業を伸ばし、評価の低い事業については、別の事業に置き換えるなど深い検証を行い、経営発達支援計画を実施するために効果的なPDCAサイクルを回すことが課題となっています。

(2) 事業内容

本計画の実施状況や成果について、「クラウド型経営支援ツール Shoko biz」を導入し実施状況を管理・把握するとともに、この事業者情報データを用いて事業の成果・評価・見直しを行います。

また、阿寒町商工会の理事会と併設して、阿寒町商工会長、釧路市阿寒町行政センター地域振興課長、専門家（中小企業診断士）、釧路信用金庫阿寒支店支店長、阿寒農業協同組合参事、NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構専務理事、北海道商工会連合会釧路支所長、商工会事務局長、法定経営指導員をメンバーとする「評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の成果・評価・見直しを行います。

評価委員会の評価結果については、理事会に報告した上で事業実施方針等に反映させるとともに、阿寒町商工会HPに掲載することで地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とします。

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

【現状】

現状としては、北海道商工会連合会・釧路管内商工会連合会が実施する職種別研修会の受講、中小企業大学校等で実施される研修会の受講などを通して、職員の資質向上を図り個々のスキルアップに努めています。

【課題】

研修会や業務を通じて個々の支援能力の向上は図られていますが、ノウハウ等の共有がうまく図られていないほか効果的なOJTを実践することができておらず、知識の習得に偏りが見られることが課題となっています。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的な活用

【中小企業支援担当者向け研修会】

中小企業大学校旭川校で実施されている研修や中小企業庁が実施する研修を積極的に受講することで、知識の習得と支援能力の向上を図ります。

研修については支援課題をもとに、観光産業の支援や事業承継、創業支援といった内容を選定し支援課題に対応できる知識の習得に努めます。

併せて、北海道商工会連合会が実施する研修会を積極的に受講することで、経営指導員及び記帳専任職員等の更なる資質向上を図ります。

【DX推進に向けたセミナー】

地域の小規模事業者に対するDX推進に向けた対応については、多様な相談にも対応し指導できるよう、経営指導員及び記帳専任職員等のITスキルを向上させるため、DX関連のITセミナーへ積極的に参加します。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組み>

- ・自社ホームページの開設による、商品や店舗情報の発信

- ・ SNSの活用による、商品や店舗情報の発信
- ・ ECサイトの構築による、販路の拡大や需要の開拓、アフターコロナやウィズコロナに向けた非対面型販売の運用
- ・ 労務・会計・顧客管理・受発注などのクラウドシステムや管理ソフト、キャッシュレス化等に伴うITデジタルツール、テレワークの導入
- ・ 顧客や経営支援のオンライン対応

②OJT制度の導入

- ・ 経営指導員が行う定期的な巡回訪問や窓口相談の際に記帳専任職員等も同行し、職員全体の資質向上を図ります。
- ・ 中小企業診断士などの専門家が行う個別相談や個社支援に、経営指導員をはじめ記帳専任職員等も同行し、支援ノウハウの習得を図ります。

③ノウハウの共有

毎月1回、職員間でのミーティングを開催し、各種研修やOJTで習得した知識や支援機関との連携により習得した支援ノウハウ・知識も含め、情報の共有を行うことで組織全体としての支援能力向上を図ります。

また、担当経営指導員等が、小規模事業者の支援情報をリアルタイムに管理できる「クラウド型経営支援ツール Shoko biz」により支援中の小規模事業者の状況等をデータベース化することで、職員全員が相互共有できるようになり、組織で知識とノウハウの蓄積を図るとともに記帳専任職員等が窓口・巡回訪問での経営相談に対応できるようにします。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営発達支援事業の円滑な実施を図るため、各支援機関及び金融機関・専門家等との事業連携や研修会を通じた支援ノウハウ等の情報交換を行い、小規模事業者に効果的な支援を図っています。

[課題]

経営環境の変化に対応した支援を実施していくために、引き続き、他の支援機関との連携強化を進めていくことで、支援ノウハウの共有化を図っていくことが必要となります。

(2) 事業内容

①釧路管内商工会の経営指導員による「経改委員会」への出席（年2回）

阿寒町・白糠町・音別町・鶴居村・弟子屈町・厚岸町・浜中町・釧路町・標茶町の9商工会の経営指導員で構成される「経改委員会」に出席し、それぞれの商工会で実施している支援内容や課題解決策について情報交換を行うことにより、地域の小規模事業者への支援に繋がります。

②釧路西部商工会広域連携協議会への出席（年2回）

釧路西部商工会広域連携協議会（阿寒町商工会・白糠町商工会・音別町商工会・鶴居村商工会）が開催する「経営支援会議」に出席し、広域連携地域における共通の課題について、経営指導員の知見を集約し課題解決を図るとともに、これら支援ノウハウの共有を図り、地域の小規模事業者への支援に繋がります。

③他の支援機関が開催する協議会等への出席（年2回）

日本政策金融公庫釧路支店が開催する「経営改善貸付推薦団体連絡協議会」に出席し、地域経済の動向や資金需要の動向、金融支援及び手法について情報交換を行うことにより、地域の小規模事業者における資金需要への適切な支援に繋がります。

④中小企業診断士など専門家との連携（随時）

小規模事業者が抱える課題は多岐に渡るため、専門家派遣に経営指導員を始めとした商工会職員が同行することで、専門家が行う様々な支援及び課題解決方法に触れることができ、また、支援ノウハウについて専門家と情報交換を行うことにより、地域の小規模事業者への支援に繋がります。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕

当町の地域経済活性化の取り組みは、釧路市や観光協会など各組織がそれぞれに実施してきたため、地域全体としての戦略的な事業展開となっていない傾向が見られます。

また商品開発やブランド化などは、小規模事業者自身の取り組みによる部分が大きく、商工会や関係機関での組織的な関与が少ない状況にあります。

〔課題〕

令和7年に道東自動車道の終点が現在の「阿寒IC」から「釧路西IC」まで延伸することから、観光客の入込数の減少が危惧されるため、今後は地域の各関係団体等が連携して地域経済活性化の取り組みを展開していく必要があります。

また、地域資源を活用した商品開発やブランド化、情報発信等を組織的に支援し、地域経済活性化を目指す必要があります。

（2）事業内容

①「阿寒地区協議会」への参画

年1回「阿寒地域協議会」（注1）を定期的で開催し、地域経済活性化に向けた取組等を情報共有します。

主な内容としては、行政を含む関係機関との間で、地域の観光資源や特産品を生かした経済活性化策の方向性や事業内容の検討を行い、国内外からの観光入込客数の増加による新たな販路の拡大や需要の開拓、地域認知度の向上、地域ブランド化及びにぎわいの創出による活性化を協議します。

※（注1）阿寒地域協議会

行政・商工会・農協・観光協会・連合町内会・社会福祉協議会・地域福祉推進委員会・ふるさとまつり実行委員会などの代表者10名から構成され、市政への住民意思の反映並びに市民協働の推進による市民の一体感の醸成を図るために、市長の附属機関として組織されています。

②釧路市ビジネスサポート協議会への参画

年2回「釧路市ビジネスサポート協議会」（注2）を定期的で開催し、釧路市ビジネスサポートセンターK-Bizの事業者支援の事例や活動内容について報告を受け、構成団体間で情報を共有しています。

併せて、構成団体間で地域の経済状況や小規模事業者がおかれている状況、今後の地域経済活性化の方向性等について意見交換を行い、これからの小規模事業者支援に向けての連携強化を図っています。

※（注2）釧路市ビジネスサポート協議会

2017（平成29）年8月に釧路市・経済団体・金融機関の10団体（釧路市・釧路商工会議所・阿寒町商工会・音別町商工会・中小企業家同友会くしろ支部・北洋銀行・北海道銀行・釧路信用金庫・大地みらい信用金庫・釧路信用組合）で設立。

翌2018（平成30）年8月に北海道・東北エリアで初となる「釧路市ビジネスサポートセンターk-Biz」をオープン。地域経済のプラス成長と雇用の創出を図るため、あらゆる業種の中小企業、個人事業主、創業希望者に対して無料で相談に応じ、企業の「稼ぐ力」の強化に取り組んでいます。

③地域資源を活用した阿寒地域ブランドの構築

当地域では、これまで地域資源（エゾ鹿・わかさぎ・天然ウチダザリガニなど）を活用して様々な特産品の開発が行われてきました。

今後は、行政・農協・漁協・観光協会をはじめ各関係機関との連携を強化し、経済動向調査や需要動向調査等の結果を基に、新商品開発や既存商品へのブラッシュアップや情報発信・阿寒地域のブランド化等を行うことにより、地域経済の活性化に繋がります。

また、自然やアイヌ文化などの地域資源を活用した体験サービス等についても、行政や観光協会等関係機関との連携を図り、メニュー開発の支援を通じて地域経済の活性化を図ります。

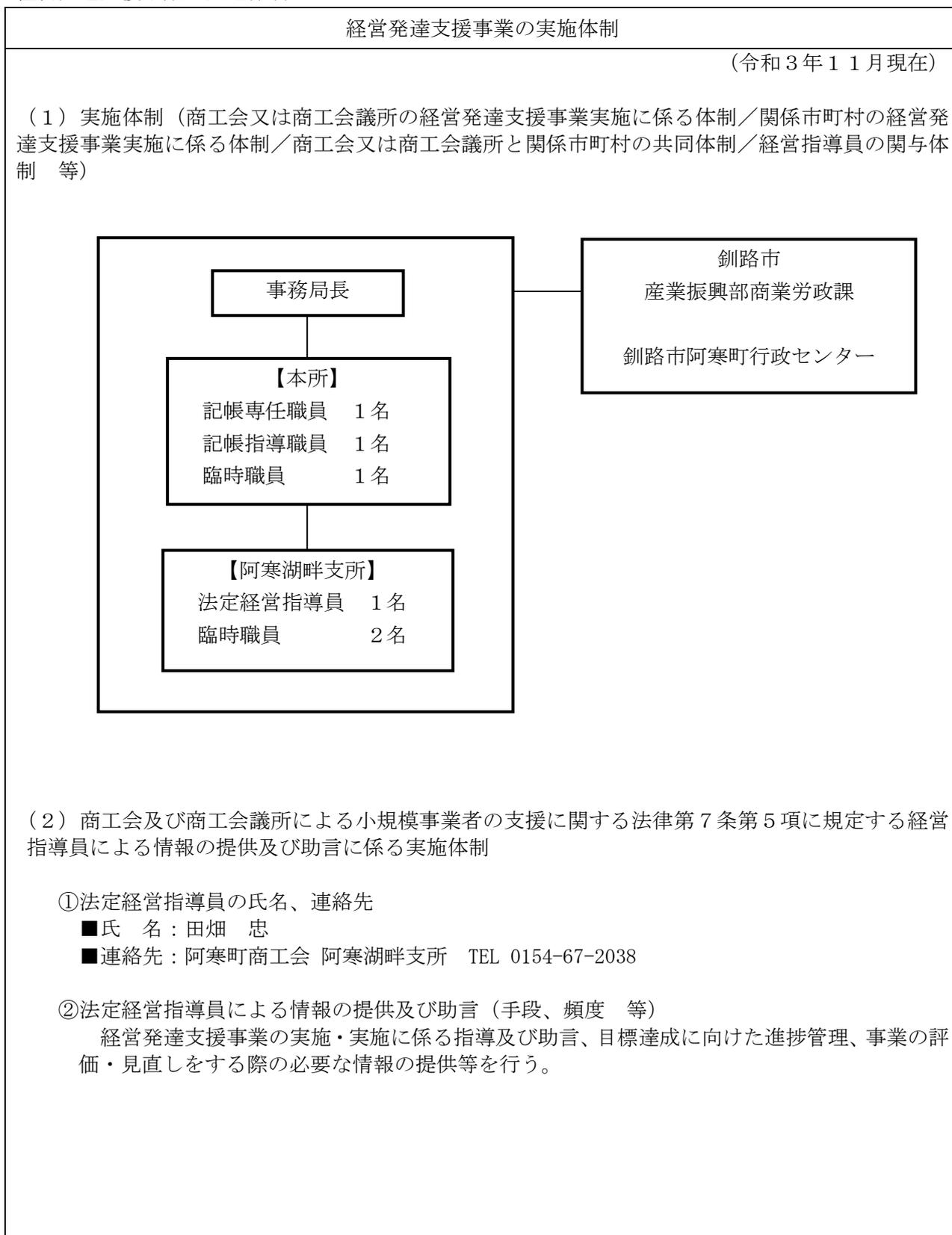


④観光振興に資するイベント事業の開催

観光振興を担う、釧路市やNPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構と定期的に密な情報交換を行い、地域イベントへの参加・協力を引き続き実施するほか、国際観光地としての住民の意識改革・醸成を図りながら、地域経済の活性化に繋がります。

(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商工会／商工会議所

〒085-0218

北海道釧路市阿寒町新町2丁目6番3号

阿寒町商工会

TEL : 0154-66-3311 / FAX : 0154-66-3312 E-mail : akan@shokokai.hokkaido

〒085-0467

北海道釧路市阿寒町阿寒湖温泉2丁目1番15号

阿寒町商工会 阿寒湖畔支所

TEL : 0154-67-2038 / FAX : 0154-67-3100 E-mail : akankoshisho@plum.plala.or.jp

②関係市町村

〒085-8505

北海道釧路市黒金町7丁目5番地

釧路市産業振興部商業労政課商業労政担当

TEL : 0154-31-4548 / FAX : 0154-23-0606

E-mail : sho-shougyourousei@city.kushiro.lg.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	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360
専門家派遣謝金	330	330	330	330	330
専門家派遣等旅費	400	400	400	400	400
会議費	30	30	30	30	30
需要動向調査費	500	500	500	500	500
展示・商談会等出展費	300	300	300	300	300
広報費	300	300	300	300	300
委託・外注費	500	500	500	500	500

(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、手数料収入、受託料収入、道補助金、釧路市補助金

(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。

