

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	千歳商工会議所 (法人番号 9 4 3 0 0 0 5 0 0 5 9 4 2) 千歳市 (地方公共団体コード 0 1 2 2 4 6)
実施期間	令和 4 年 4 月 1 日～令和 9 年 3 月 3 1 日
目標	① 小規模事業者の社会構造変化への対応 ② 事業承継の推進 ③ 地域ブランディング (6 次産業化を含む) の推進
事業内容	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b> 市内事業者に景気動向調査と国のビッグデータを基にした現状分析を行い、結果を公開するほか事業者への支援に活用する。</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b> 支援先の商品等についてイベント等において消費者やバイヤーに対し調査を行い、商品・サービスのブラッシュアップ等に活用する。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b> 経営相談や補助金申請支援、セミナー開催等を通じて支援対象事業者を掘り起こし、SWOT分析と財務分析等を実施して事業者とともに状況を把握する。さらに事業計画策定支援に繋げていく。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b> 経営分析を実施した小規模事業者や創業、事業承継、販路拡大に取り組む事業者等に対し、専門家派遣等を活用して事業計画・創業計画・承継計画の策定を支援する。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> 事業計画策定を支援した事業者に対し、事業の進捗状況確認等のフォローアップを行う。頻度は支援先の状況に応じて設定し、必要に応じて専門家等の助言をもとにPDCAサイクルによる計画の見直し等を行う。</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> 地域ブランド構築に向けた取り組みとして、展示会出展やSNS・ECサイトを通じた市外と道外への情報発信と販路開拓を支援する。</p> <p><b>II. 地域経済の活性化に資する取組</b> まちゼミや千歳市官民連携まちなか活性化推進事業、外国人留学生の雇用促進等を通じ、商店街・中心市街地の活性化を目指すとともに、労働者確保のための取り組みを行う。</p>
連絡先	千歳商工会議所 中小企業相談所 〒066-8558 北海道千歳市東雲町 3 丁目 2 番 6 号 TEL:0123-23-2175 FAX:0123-22-2122 MAIL:iinfo@chitose-cci.or.jp 千歳市 産業振興部 商業労働課 〒066-8686 北海道千歳市東雲町 3 丁目 34 番地 TEL:0123-24-0598 FAX:0123-22-8851 MAIL:shogyorodo@city.chitose.lg.jp

(別表 1)

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①千歳市の概要

a. 位置・面積

千歳市は、北海道の中南部、石狩平野の南端に位置する都市で、北海道庁所在地である札幌市へは北へ 40 km、JR で約 30 分の至近距離にある。南には港湾都市である苫小牧市に隣接し、その他、東に由仁町、安平町、南に伊達市、白老町、北は恵庭市、長沼町に隣接する東西 57.2Km、南北 30.4Km、面積 594.5 km<sup>2</sup>で北海道の交通の要衝となる都市である。

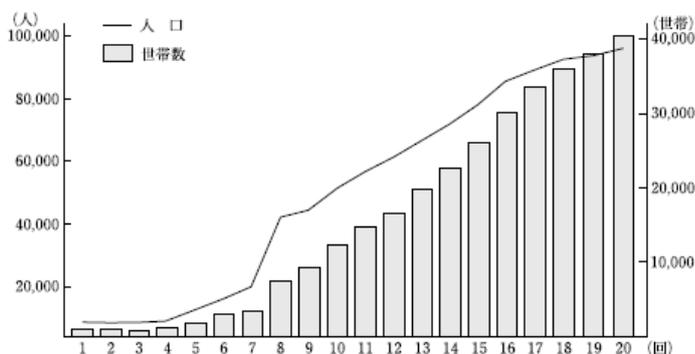


図表 1 千歳市の位置 (出所：第 3 期千歳市商業振興プラン)

千歳市内をみると、西部に国立公園支笏湖地域がある「支笏湖エリア」、東部は牧場や農園が広がる「農村エリア」となっている。中央には新千歳空港を始め、商業地・住宅地並びに工業団地がある「空港・市街地エリア」となっている。また「空港・市街地エリア」を中心に自衛隊駐屯地も点在する基地の町でもある。

b. 人口・世帯数

令和 3 年 9 月 1 日現在で 97,887 人、世帯数は 51,298 世帯となっている (令和 3 年千歳市住民基本台帳より)。



図表 2 千歳市の人口推移

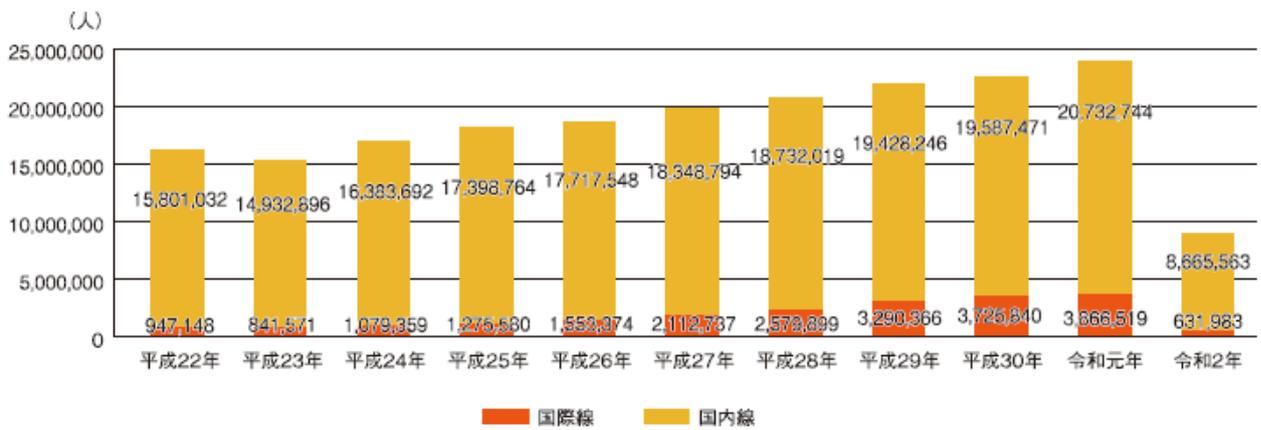
令和 2 年国勢調査による人口が、前回の平成 27 年国勢調査から増加したのは、北海道内 179 市町村のうちわずか 12 市町村で、千歳市は増加数で札幌市に次ぐ第 2 位、増加率では道内市部で第 1 位の伸びとなった。千歳市の人口の変遷を図表 2 でみると、昭和 10 年 (国勢調査第 4 回) までは 5 千人前後で横ばいであったが、一級町村制が施行された昭和 14 年に 1 万人超え (第 6 回調査)、戦後順調に人口が増加し、昭和 33 年の市制移行後第 10 回調査で人口 5 万人を突破し、北海道内市部 13 位の都市となり、その後現在まで順調に人口が増加している。

### c. 交通・物流

千歳市は、国内有数の国際空港である新千歳空港をかかえ、北海道の空の玄関口として、日本のみならず世界各地からの観光客等のインバウンド拠点となっている。乗降客数は平成23年の東日本大震災で一旦減少したものの、その後上昇の一途をたどり、平成31年1月～令和元年12月には海外渡航者を含む旅客数は、2,439万9,000人（うち国際線約366万人）となっている。航空路線は、平成27年実績で国内各地29都市、海外では台湾、韓国、中国等、アジア圏を中心に14都市と結ばれている。

さらに航空貨物輸送の取扱いも平成27年に21万トンとなり、物資輸送の拠点としての側面も合わせ持つ。

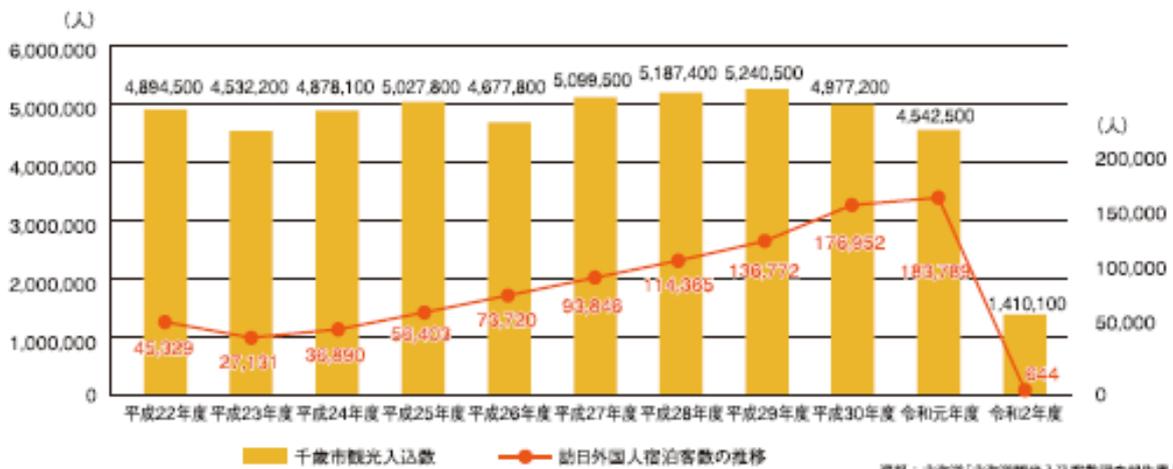
JR北海道が空港に乗り入れる快速エアポートは道内屈指の収益路線であり、高速道路は道央道のインターチェンジも平成25年に整備され、苫小牧・室蘭という特定重要港湾とのジョイントで、千歳市は北海道における「陸・海・空」一大交通拠点となっている。



資料：国土交通省「空港管理状況調書」  
※令和2年は速報値の数値

図表3 新千歳空港における国内線・国際線乗降客数の推移（出所：国土交通省「空港管理状況調書」より）

しかしながら、平成30年の北海道胆振東部地震、昨今の新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で、令和2年度の千歳市の観光入込数は141万人となり、ピークであった平成29年度と比較すると73%の大幅減となっている。

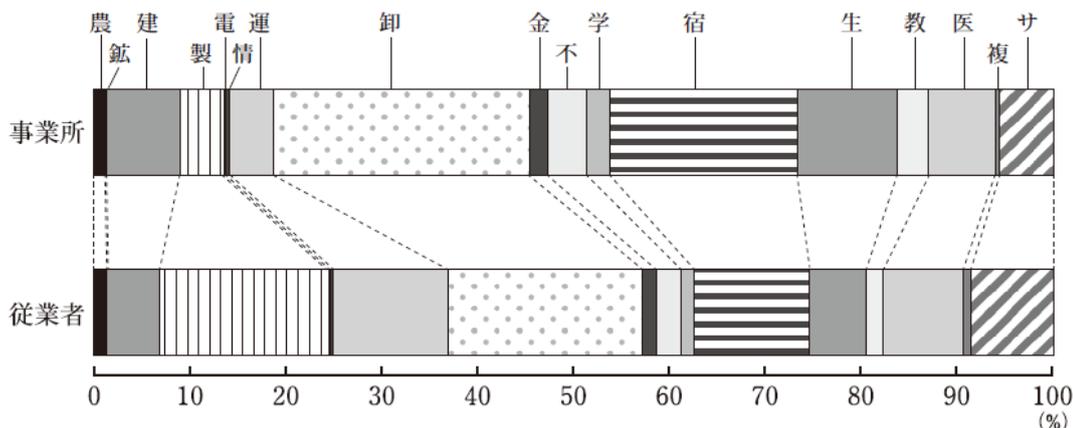


資料：北海道「北海道観光入込数調査報告書」

図表4 千歳市観光入込数と訪日外国人宿泊客数（出所：北海道「北海道観光入込数調査報告書」）

#### d. 地域産業の現状

平成 28 年実施の経済センサス（基礎調査）においては、千歳市内の事業所数は 3,157 事業所、従業者数は 39,568 人であった。前回調査（平成 26 年）と比較すると、事業所数は 15 事業所増、従業者数は 1,510 人増となった。産業別事業所数（構成比）をみると、卸売・小売業が 847 事業所（26.8%）、宿泊・飲食サービス業が 616 事業所（19.5%）、生活関連サービス・娯楽業が 328 事業所（10.4%）と続いている。また、産業別従業者数（構成比）をみると、卸売・小売業が 8,050 人（20.3%）、製造業が 6,945 人（17.6%）、運輸・郵便業が 4,735 人（12.0%）と続いている。



総務省統計局「経済センサス（活動調査）」（総務課）

図表 5 事業所・従業者産業別構成比

（出所：「要覧ちとせ」令和 3 年版 平成 28 年経済センサス（基礎調査）より）

千歳市における事業所・従業者の特色として、次の 2 点を挙げる事が出来る。

1 点目は、宿泊・飲食サービス業と運輸・郵便業の割合が北海道内の構成比を上回る点である。千歳市内の事業所数と従業者数の構成比（括弧内＝北海道内構成比）は、それぞれ宿泊・飲食サービス業が 19.3%・9.3%（13.9%・8.9%）、運輸・郵便業が 4.2%・9.5%（2.7%・5.8%）で北海道内構成比を上回る。この主因は、宿泊については市内に国立公園「支笏湖」をかかえ、毎年 2 月期に開催される「氷濤まつり」のほか、支笏湖内遊覧船の定期運航で、季節を問わずインバウンドを主体とした観光客が訪れる有力な観光地となっていることがある。加えて、「ノース・スノーランドイン千歳」や「サケのふるさと千歳水族館」等の大型観光施設もあり、これらの施設を結ぶ冬期無料巡回バス「ぐるぐる千歳・冬号」や市内・支笏湖エリアでのレンタサイクルの導入で、市内観光を容易にしている点があげられる。



図表 6 ぐるぐる千歳冬号



図表 7 支笏湖エリアレンタサイクル



図表 8 支笏湖氷濤祭り



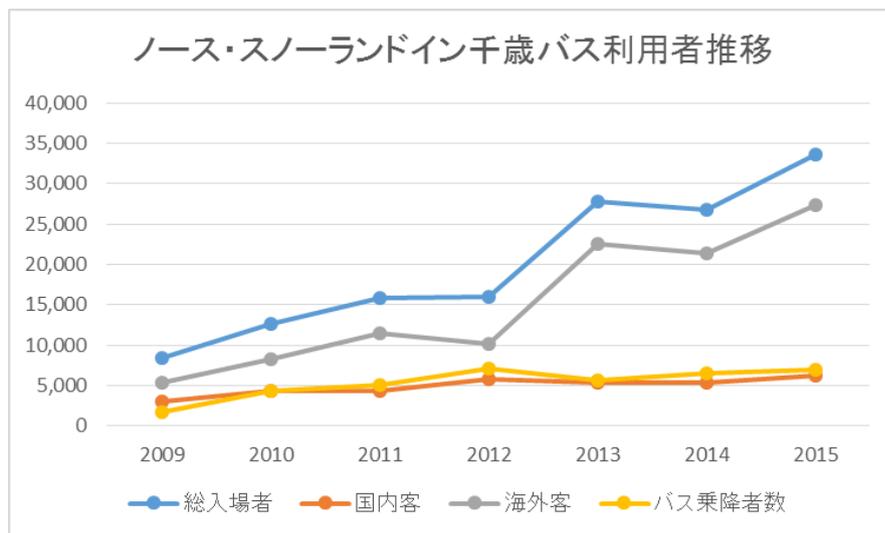
図表 9 さけのふるさと千歳水族館



図表 10 ノース・スノーランドイン千歳



図表 11 アウトレットモール・レラ



図表 12 ノース・スノーランドイン千歳での入場者・無料バス乗降客数対比表  
(出所：ノース・スノーランドイン千歳実績報告書より作成)

北海道最大級のショッピングモールである「アウトレットモール・レラ」は、従業者数 1,000 人規模となっており、観光サービス産業・施設に従事する従業者数が、道内他地域と比較して千歳市では高くなっている。

また、宿泊業従事者が多い事由として、海外を含む道外空港利用者が到着日の後泊・出発日の前泊で利用する宿泊施設（ホテル等）が多いことが挙げられる。市内の宿泊施設は、観光客が利用するリゾートタイプのホテルや温泉旅館の他に、ビジネスや若年層が観光目的で利用するビジネスホテルも近年新設・増床している。また、国際マラソンに代表されるスポーツイベント時の利用や道内外の大学等の合宿での利用も安定的である。

地 区	施設数	客室数	収容人員
市街地・周辺地区	23	2,759	4,826
支笏湖地区	10	226	795

図表 13 市内宿泊施設の概要（令和 3 年 5 月 1 日現在）（出所：要覧ちとせ令和 3 年版）

加えて、運輸業従事者については、新千歳空港周辺に多くのレンタカー事業所が集中していることも従事者が多いことに影響している。

2 点目は製造業の従業者数の構成比が特に高い点である。千歳市内製造業の事業所数・従業者数の構成比（括弧内＝北海道内構成比）は、それぞれ 4.7%・14.3%（4.8%・8.2%）となっており、1 事業所当たりの従業者数が多い大規模な工場が多く立地していることが影響している。これは、交通立地条件の良さから物流拠点としての工業系用地・流通団地の需要が高く、古くは昭和 39 年に市営第 1 工業団地造成を皮切りに、昭和 54 年には職住近接型の工業団地「千歳臨空工業団地」の造成、昭和 61 年には試験研究用団地「千歳サイエンスパーク」等、用途に特色を持たせた工業団地が分譲され、平成 28 年においては 11 か所の工業団地があり、250 社を超える様々な企業が立地、7,000 人超の市民が製造業に従事している。都市開発は豊かな緑と都市機能が融合された街づくりが進められており、住みやすい生活環境の観点から立地企業に高く評価されている。

また、北海道の平均年齢が 48.3 歳であるのに対し、千歳市は平均年齢 42.9 歳と全道一若い「まち」で、高校卒業者の採用をはじめ、基地がある町として、技能や経験を持つ自衛隊除隊者や隊員家族の働き手の雇用ニーズもあり、豊富な労働力の確保が可能となっている（自衛隊関係者約 24,000 人）。

## ②小規模事業者における課題

### a. 商業

千歳市は住民の住みやすい生活環境の整備と誘致によって、大型の小売店舗や取扱商品を特化させた大型店舗の立地整備が進んでいる。また、新型コロナウイルス感染症の拡大により一段と拡大したオンラインショッピングの利用など買物の機会の多様化、生活形態の変化により、商業を取り巻く状況も大きく変化している。

大型店舗や市外、オンラインでの購入・消費が進んでおり、市民が身近な商店街で買物をする機会が減りつつあるのが現状である。このため、喫緊の課題として、地域商業者による活動・連携の推進や商業機能の充実・創造を図り、社会構造の変化に対応することが求められている。

千歳市は、商業振興プランを 3 期に渡り策定しており、現行の第 3 期プランでは、「チャレンジする商業」「商業の魅力向上」「歩いて楽しい人が集まるまちづくり」の 3 つの基本方針を策定して、「活力が共鳴する新たな機会と機能の形成」の実現を目指している。これら施策の実行には個店の財務的な基礎体力と経営する強さ・柔軟さが必要である。しかし、マーケティングや DX など経営に関する知識が乏しい事業者も少なくなく、経営状況に問題を抱えていても認識できていない、あるいは対処方法がわからないといったケースも見受けられる。そのため、個々の事業者への経営支援が欠かせない状況となっている。



図表 14 人通りが減少した市内商店街

## b. 観光

情報化や少子高齢化の進展、環境意識の高まり、観光のグローバル化による外国人観光客の増加など、観光を取り巻く環境は大きく変化しており、ライフスタイル等の変化により旅行形態や観光客のニーズも多様化している。近年は、アジア圏を中心に北海道を訪れる外国人観光客が増加しており、市内においても観光入込客数は増加傾向になっている。新千歳空港国際線ターミナルビルの拡張など国際機能の強化により、ハード面では更に多くの外国人観光客を受け入れることができるようになったが、多様化する観光ニーズや外国人観光客に対応できる環境の整備、人材の育成・確保などソフト面の受入体制を強化していく必要がある。また、千歳市を通過点としている観光客がまだ多く、観光地としての魅力づくりや知名度向上に向けた情報発信が課題となっている。さらに、令和3年現在は新型コロナウイルス感染症の拡大により観光客をはじめ旅行者が激減していることから、感染症対策に取り組んだ上でワーケーションなど新たな需要に対応していく必要がある。

## c. 工業

千歳市は、前述の通り「空・陸・海」の交通アクセスの利便性が高い。加えて、公立千歳科学技術大学が立地しているなど理工系の専門知識や技能を有する人材にも恵まれているほか、豊富な地下水や上下水道、天然ガスなどの産業インフラが充実し、企業立地に適した環境が整った北海道内屈指の工場適地となっている。そのため、大規模事業者を中心に工業団地への立地件数は250社を超えており、行政も製造業をはじめ多業種にわたる企業誘致に取り組み、立地初期費用を軽減する各種サポート、投資や雇用に対する助成等、様々な制度を充実させている。

一方で、市内の小規模事業者は、特にリーマンショック以降については、世界規模での受注・生産の減少により、大規模事業者における内製化やコスト優先での市外企業への外注等で、従来の発注元一辺倒での受注・製造だけでは、立ち行かなくなる事業者が増加している。加えて、従来培われてきたものづくりの技術・ノウハウも技術者の流出・高齢化とあわせて、新卒技術者が大規模事業者への就労に流れる傾向から、小規模事業者では新規採用が一層困難となり、技術継承が円滑に行われている状況とは言い難い。さらに、経営者自身が高齢化し、親族内等での事業承継も難しくなっていることから、企業間の事業引継ぎの活性化等が大きな課題となっている。

## d. 農業・水産業

千歳市の農業は、農業基盤整備をもとに大規模経営と近代化を進め、令和元年の作付面積の大きな作物を見ると、小麦(1,320ha)、てん菜(674ha)、大豆(617ha)の順となっていて、高い生産量(全作付面積5,870haのうち田638ha、畑5,230ha)を誇っているが、農業従事者においても製造業と同様、高齢化・後継者不足による生産力の低下が懸念され、令和3年度からスタートした第4次千歳市農業振興計画においては「地域資源を生かし次世代につなぐ農林業を推進します」を基本目標に掲げ、「優良農地の確保」「農業経営の強化」、「農業の担い手の育成・確保」、「環境と調和した農業の推進」「森林の整備と保全」の5つを基本方向として各種施策が展開されている。千歳農産品のシンボルであるハスカップが、地域食品企業との連携で洋菓子等様々な商品開発に活用され、ジャム・ゼリー・ワインを始めとして、約30種類の加工品が製造され全国的にも有名となっている。また、鶏卵は千歳を代表する1次産品で、食材として利用される「千歳バーガー」が地域飲食店とのコラボレーションで、一定のブランディングがなされ、地域の消費者や観光客向けに提供されている。



図表 15 千歳のシンボル ハスカップの実

(出所：令和2年版「要覧ちとせ」より)

水産業では、支笏湖から市内に流れる千歳川において、サケ・マス増殖事業が水産研究・教育機構北海道区水産研究所千歳さけます事業所を中心に長年継続的に実施され令和元年には約26万尾余のサケが捕獲され、3,000万尾を超える稚魚が令和2年に放流された。商業・サービス事業者との連携にお

いては、道の駅「サーモンパーク千歳」が平成 28 年 8 月にリニューアルされ、溯上するサケを捕獲するための捕魚車（インディアン水車）の設置や、サケのふるさと千歳水族館、サケを原材料とした飲食・物販を行う地域振興施設の配置、利用しやすい駐車場の整備等を行い、道内外観光客や児童をターゲットとした千歳水産業の発信拠点としている。



図表 16 道の駅サーモンパーク千歳の全景  
(出所:北の道の駅 WEB サイト Hokkaido-michinoeki.jp)



図表 17 溯上するさけを捕獲する捕魚車（インディアン水車）  
(出所:北の道の駅 WEB サイト Hokkaido-michinoeki.jp)

また、支笏湖のヒメマスを「支笏湖チップ」と名付けブランディングするとともに、魚醬など加工品の製造がおこなわれている。



図表 18 支笏湖チップ



図表 19 支笏湖チップの魚醬「姫しずく」

このような動きはあるものの、農商工連携や 6 次産業化の取組は散発的であり、認知度も高いと言えないことが課題となっている。

## (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

千歳市は北海道で最も平均年齢が若く、現在も人口増加を続けている数少ない市であるが、今後はゆるやかに人口減少の局面を迎えることが想定されており、また、それに伴い高齢化も進行していくと考えられる。市内の住宅地には、スーパーマーケットやドラッグストアなど中規模の商業施設が分布しているが、今後は高齢化の進展等に伴い買い物や生活必需サービスを受ける際不便を感じる市民が増加することが懸念される。利便性の高い商業・サービス業の環境を確保するためには小規模事業者が担う役割は非常に大きい。小規模事業者を減らさないために既存の事業者がしっかりとした経営体制を築いて事業を継続することと、経営者の高齢化も進んでいくため事業承継の推進が必要であると言える。

また、人口は緩やかに減少していくものの、コロナ禍以前は国内外から多くの観光客が千歳市を訪れており、アフターコロナを見据え市外に商品やサービスを提供できるよう地域ブランドを確立することが重要であると考えられる。

### ②千歳市総合計画との連動性・整合性

千歳市では令和3年から令和12年までを期間とする、千歳市第7期総合計画を策定しており、目標の1つとして「地の利と資源を生かした産業のまち」を掲げている。その展開方針の中にある、「支笏湖チップの保全と活用に努めます」「身近な買い物やサービスを支える商工業の振興に努めます」「色々な千歳を知り楽しむことができる、観光の振興に努めます」「雇用者、求職者の支援と安定に努めます」これら4項目を達成するために、当商工会議所としても小規模事業者の経営持続化と事業承継、地域のブランドの確立について取り組む。またそれを通じて将来にわたり人口増加が続く活気あふれるまちづくりに向け、変わることはない千歳らしさを保ちつつ、全ての市民にとって住み良く、安全で安心できる魅力的なまちを実現する。

### ③商工会議所としての役割

千歳商工会議所は千歳市や関係団体と連携しながら、事業者の発展を通じて、地域全体の発展に資する役割を担っている。具体的にはセミナーの開催や各種情報提供、専門知識が必要となる内容については専門家派遣を行うなど、事業者それぞれの課題解決に適した、行政が直接できないきめ細やかな支援を継続的に行っていく。

## (3) 経営発達支援事業の目標

### ①小規模事業者の社会構造変化への対応

小規模事業者は、急速な少子高齢化、第三次産業革命（IC・プログラムなど）にも対応しきれない中での第四次産業革命（AI・クラウドなど）の進展、働き方改革をはじめとした政策等、社会構造の変化や経済動向に影響を受けやすい。そのため、経営に関する知識の定着を図るべく情報を提供するとともに、事業者の経営状況を分析し、ヒト・モノ・カネなどの経営資源を販路開拓やデジタル化による生産性向上など無駄なく事業に活かせるよう支援を行う。

### ②事業承継の推進

中小企業庁の「事業承継5ヶ年計画」では、平成29年以後5年間で30万以上の経営者が70歳になるにも関わらず、6割が後継者未定であり、70代の経営者でも、事業承継に向けた準備を行っている経営者は半数にとどまっているといわれており、千歳市においても買い物や生活必需サービスの環境維持や製造業の技術承継、雇用環境の維持を図っていくためには事業承継の推進が急務であるといえる。その実現に向け、後継者候補の存在の有無や事業者の意思を確認し、小規模事業者の経営状況等を的確に把握することで、事業承継を推進する。

### ③地域ブランディング（6次産業化を含む）の推進

地元の小規模事業者は、地元産品を使用した魅力的な商品を持っているにも関わらず、商談会等への出展ノウハウがなく、ECサイト等の利用も進まない事業者が多いために北海道外の消費者へ商品を届けることがまだまだできていないと言える。また、農業や工業も盛んであるため地元の生産物と地元企業の技術や製品を掛け合わせることでさらに千歳の魅力を伝えられる商品作りができると考えている。そこで、事業者の連携も含め地域資源を活用した新商品の開発につながるような支援を行う。さらにその商品の販路開拓の支援を行うことで商品・事業者の競争力を高め、地域ブランドの確立を推進する。

## 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 小規模事業者の社会構造変化への対応

小規模事業者が社会構造変化に対応して事業を継続するために必要なことは2点あると考える。1点目は、DXに向けた取り組みをはじめとする経営効率化や制度改正等への必要な対応をするために、小規模事業者が経営における知識を習得して適切に反映させること。2点目は、様々な取り組みの進捗状況の確認を容易にすることや金融機関をはじめとしたステークホルダーの理解を得やすくするために、さまざまな取り組みを可視化することである。そのために、巡回相談やセミナー等を通じて情報提供を行うと同時に事業計画の必要性の理解を深めてもらい、経営効率化のための取り組みを含めた様々な事業を可視化するために経営分析から事業計画策定、事業計画実施後のフォローアップまでを伴走して支援する。

[5年間の目標値合計]

- ・デジタル化促進のためのセミナー開催（計14回）
- ・SNSやECサイトの活用に関する個社支援（延べ34者）
- ・経営セミナーの開催（計29回）
- ・経営状況の分析（延べ105者）
- ・事業計画の策定（延べ38者）※創業計画や事業承継計画を含む
- ・事業計画実施後のフォローアップ（延べ38者、124回）

#### ② 事業承継の推進

市民の買い物や生活必需サービスの環境維持や製造業の技術承継、雇用環境の維持を図っていくため、事業者に対し経営分析を行う際等に事業の承継予定者の有無を確認した上で、事業に対する長期的な視点や事業承継の必要性等の「気付き」を提供する。セミナーを通じて理解を促進し、外部専門家のサポートを受けて事業承継計画策定の支援を行う。

[5年間の目標値合計]

- ・事業承継セミナーの開催（計5回）
- ・北海道事業承継・引継ぎ支援センター等のサポートを受けて事業承継計画の策定支援（実施する事業者数は上記事業計画の策定支援を行う延べ38者に含む）

#### ③ 地域ブランディング（6次産業化を含む）の推進

市内の顧客を増やすことも重要であるが、地域経済の発展のためには市外や道外における需要の掘り起こしが必須であると考え。そのために、需要動向調査等による商品等のブラッシュアップを行い、展示会への出展とECサイトやSNS活用によって市外道外における需要を開拓し地域のブランディングを推進する。

[5年間の目標値合計]

- ・需要動向調査による商品等のブラッシュアップ（延べ35者）
- ・展示会出展やECサイト利用等による新たな需要の開拓（延べ48者）

## 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〕 実施していない。

〔課題〕 これまで実施してきていないため、小規模事業者が千歳市全体の経済動向や四半期など短期での景気動向について把握できる機会がほぼなかった。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
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 景気動向調査の公表回数	HP掲載	—	2回	2回	4回	4回	4回

#### (3) 事業内容

##### ① 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

小規模事業者が経営判断をする際は、自身が通常経営する事業領域のミクロ視点に寄ってしまいがち。そのため、千歳市の現状をマクロ視点で情報提供することで、限られた経営資源での効率的な経営発達と地域の活性化を目指し、分析結果を年1回公表する。

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【分析項目】 「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。

「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析。

「産業構造マップ」→産業の現状等を分析。

⇒上記3点等を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

##### ② 景気動向調査

市内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、年2～4回調査を実施する。

【調査手法】 対面や郵送、メール等で依頼し、調査票はFAXやオンラインの入力フォームで回収する。（特に税務指導等を既に実施していて信頼関係のある事業者を積極的に調査対象に加えることで、調査の実施効率と回収率向上を図る。）

【調査対象】 市内事業者100社（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業、その他の業種から従業員数や市内の事業者数を考慮しておおよそ20社ずつ）

【調査項目】 売上高、仕入単価、経常利益、資金繰り、雇用、事業承継、等

#### (4) 調査結果の活用

調査した結果はホームページに掲載し、広く事業者にも周知する。また、経営指導員が事業計画策定支援や個別に相談を受ける際の参考資料とする。

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

[現状] 実施していない。

[課題] 小規模事業者は、消費者の意見を広く聴く機会が少なく、商品開発等に反映できなかった。

##### (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食関連イベントを活用した需要動向調査対象事業者数	—	2者	3者	3者	3者	3者
②当所主催事業等における試食・アンケート調査対象事業者数	—	3者	4者	4者	5者	5者

##### (3) 事業内容

支援対象とする小規模事業者は、地域資源を活用した商品開発を行う事業者や、6次産業化に取り組む事業者等の食品を扱う事業者を想定しており、以下の支援等を通じて地域のブランディングに繋げる。

###### ①食関連イベントを活用した需要動向調査

スーパーマーケットトレードショー（(一社)全国スーパーマーケット協会主催）、北海道まるごとフェア（北海道商工会議所連合会他主催）、FOODEXPO 北海道食の大商談会（北海道商工会議所連合会、北洋銀行他主催）、北海道産品取引商談会（北海道、北海道貿易物産振興会他主催）等のイベント会場で、需要動向調査を実施する。

【調査手法】 来場者に試食を提供し、経営指導員等が聴き取りの上、アンケートへ記入する。

【分析手法】 経営指導員等が、専門家の意見を聞きつつ調査結果の分析を行う。

【サンプル数】 各イベントの来場者 30 人

【調査項目】 ①味、②大きさ、③パッケージデザイン、④価格、⑤取引条件など

【調査結果の活用】 当該事業者へ経営指導員等が直接フィードバックし、更に改良等を行う。

###### ②当所主催事業等における試食・アンケート調査

当所が主催するちとせ川ビール祭り、郷土餅つき大会、チャリティカラオケフェスティバルや当所が共催・後援するスカイピア&YOSAKOI 祭、婚活イベント等で、試食とアンケートを実施する。

【調査手法】 【分析手法】 【調査結果の活用】 上記①と同じ

【サンプル数】 各イベントの来場者 30 人を目安にイベント規模により変動

【調査項目】 ①味、②大きさ、③パッケージデザイン、④価格、など

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

〔現状〕 経営指導員によるものは、年に数回、小規模事業者 10 者程度に対し、経営支援の際や補助金申請の相談時に簡易的かつ部分的な聴取や分析を実施している。また、国や北海道商工会議所連合会の無料専門家派遣制度を活用した専門家派遣時（年に小規模事業者 3 者程度）には、必要に応じて専門家による分析がなされている。

〔課題〕 小規模事業者にとっては、これまで詳細な分析を行っていなかったことで事業の強みや弱みを客観的に把握することや可視化することが難しいことが課題である。小規模事業者にとって経営分析が必要になるタイミングは、補助金申請時が特に多いが、国等の無料専門家派遣制度を活用すると、補助金申請のための派遣は禁止されているため、詳細な分析の実施に至ることは少なく、他の経営課題の解決に向けた話のみになってしまうことが多い。また、現在よりも精度が高い分析を経営指導員が行うには知識・経験が不足しており、聴き取りの手法から学ぶ必要がある。ある程度のスキルが習得できるまでの間は外部専門家と連携をし、Biz ミル等のシステムを利用することで支援体制を整えて実施する。

### (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セミナー開催件数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②経営分析実施 事業者数	—	15 者	20 者	20 者	25 者	25 者

### (3) 事業内容

#### ①経営分析を行う事業者の掘り起こし

- ・ 当所が主催する事業承継セミナーと経営に関するセミナーへの参加事業者  
事業承継セミナーや経営に関するセミナーと抱き合わせた経営分析セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画等の必要性について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。  
【募集方法】 地元情報誌への広告掲載、チラシ作成・配布、相談時に案内、当所ホームページや SNS で広く周知  
【開催回数】 2 回  
【参加者数】 経営に関するセミナー 20 者、事業承継セミナー 10 者  
【カリキュラム】 経営分析の種類や手法等
- ・ 補助金申請相談や、金融相談等の経営相談で来所した事業者
- ・ 過去に経営支援を行った小規模事業者で、経営指導員が特に経営分析が必要と考える事業者

#### ②経営分析の内容

- 【対象者】 上記の事業者から、特に意欲的で販路拡大の可能性の高い 15～25 者を選定
- 【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」の双方を行う。  
＜財務分析＞収益性、生産性、安全性及び成長性等の分析  
＜非財務分析＞SWOT 分析（内部環境（強み・弱み）と外部環境（機会・脅威））
- 【分析手法】 ローカルベンチマークや Biz ミル等を利用し、専門家と連携して経営指導員が分析する。

### (4) 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、事業計画の策定等に活用する。また、分析した事業者の結果をデータベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 主に小規模事業者持続化補助金申請時や創業時の相談では、事業計画・創業計画の策定について支援している。

[課題] 相談で来所する事業者を含む多くの小規模事業者は、補助金の申請等の明確な目的が無い限り事業計画策定の必要性を理解していない。事業計画策定支援の対象となる事業者（経営分析を実施する事業者や創業者）に対し、セミナーや巡回・窓口での相談を通じて事業計画策定の必要性と有効性をよく説明する。経営状況の分析と同様、経営指導員等が事業計画策定支援を実施するには知識・経験が不足しているため、外部専門家等と連携して支援する。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者が、経営の中で事業計画策定の必要性を理解することは難しいため、各種セミナーや補助金申請、金融相談など計画が必要となるセミナーや相談を通じて、事業計画策定が客観的に自社の事業内容を理解してもらうために必要かつ有効であることを理解した事業者への支援を想定している。特に DX に向けた事業は今後社会構造変化に対応して事業を継続する上で必須となることと、事業承継は事業者数減少を抑えるのに有効であるため、テーマを絞ったセミナーを開催して積極的に支援する。経営分析を行った事業者の 3 割程度／年と、創業支援セミナー参加者等で特に意欲の高い事業者 1～2 件の事業計画策定を目指す。

### (3) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
① DX 推進セミナー	—	2 回	3 回	3 回	3 回	3 回
② 創業支援セミナー	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
③ 事業承継セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
④ その他の 経営セミナー	—	5 回	6 回	6 回	6 回	6 回
⑤ 事業計画（創業計画・事業承継計画を含む）策定事業者数	—	6 者	7 者	7 者	9 者	9 者

### (4) 事業内容

#### ①DX の推進に向けた取り組み（セミナー開催・専門家派遣）

DX に関する意識の醸成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 サイト構築等の取り組みを推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象】 市内小規模事業者

【開催回数】 2 回

【参加者数】 各回 20 者ずつ

【募集方法】 地元情報誌への広告掲載、チラシ作成・配布、  
相談時に案内、当所ホームページや SNS で広く周知

【カリキュラム】

EC サイトや SNS 活用の利点、ネットとリアルを融合した効果的な店舗展開、DX 関連技術や具体的な活用事例等

また、セミナーを受講した事業者や経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で取り組み意欲の高い事業者に対しては、必要に応じて IT 専門家派遣等を実施する。

【支援対象】上記セミナー参加者や特に意欲が高い市内小規模事業者

## ②創業支援の取り組み（セミナー開催・個別相談）

これまでの創業支援の取り組みを通じて、個別支援で年間 7～8 事業者程度、セミナー参加者は 15 事業者程度と需要がある事を感じているが、事業計画を持たずに資金調達の相談を受けることも多く、全般に知識が不足していると感じている。特に多くの情報を要する創業時の支援の効果を高められるよう、千歳市が認定を受けている「創業支援事業計画」（産業競争力強化法）と連動して、事業者がスムーズに創業できるようセミナーを実施する。

【支援対象】市内で創業を考えている方

【開催回数】2 回

【参加者数】各回 15 者ずつ

【募集方法】地元情報誌への広告掲載、チラシ作成・配布、  
相談時に案内、当所ホームページや SNS で広く周知

【カリキュラム】創業の心構え、資金調達や資金計画の立て方、集客や販売促進、ビジネスプランや事業計画書の立て方等

また、セミナーとは別に創業者の個別相談も随時受け付けていることから、特に意欲的な事業者に関しては経営指導員等が個別に創業計画の策定について伴走して支援を行う。

## ③事業承継支援の取り組み（セミナー開催）

後継者不足・コロナ禍による業績悪化で廃業する事業者が増加している（当所の廃業を理由とする脱会はこの 1 年間で 19 件）。これにより、市内事業者が減少傾向にあることから、創業支援と並行して商店街の空洞化対策や製造業のサプライチェーン維持を目的に、事業承継の早期認知を促すセミナーや相談会を実施し、現状の認識・課題の見える化をサポートする。

【支援対象】後継者不在または事業承継を検討している小規模事業者

【開催回数】1 回

【参加者数】10 名

【募集方法】地元情報誌への広告掲載、チラシ作成・配布、  
相談時に案内、当所ホームページや SNS で広く周知

【カリキュラム】承継方法の種類、承継方法ごとの流れ、後継者探しと上手な引継ぎ方など

## ④その他経営に関する支援の取り組み（セミナー開催）

小規模事業者の経営や IT のリテラシーを向上し、事業継続をより強固なものにする目的で、ビジネススクール（仮称）として、複数回に分けて経営に役立つマーケティング等の知識の補完、IT ツールや補助金等の情報提供、金融、事業計画策定までを包括的に支援する。

【支援対象】市内小規模事業者

【開催回数】5 回（2 カ月間程度で集中して実施）

【参加者数】各回 20 者ずつ

【募集方法】地元情報誌への広告掲載、チラシ作成・配布、  
相談時に案内、当所ホームページや SNS で広く周知

【カリキュラム】マーケティング基礎、IT ツールの紹介、補助金の情報提供、資金繰り、  
事業計画策定、労務関連、食品表示法改正やインボイス等

## ⑤事業計画（創業計画・事業承継計画を含む）策定支援

【支援対象】上記①～④の支援対象や経営分析を行った事業者で事業計画策定の意欲が高い事業者

【支援手法】経営指導員等が相談を受けて課題の抽出を行うなど個別に対応し、継続して外部専門家と連携する伴走型支援を実施する。

## 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] これまで体系的には実施してこなかったが小規模事業者持続化補助金の申請や創業相談で計画を立てた後、進捗状況のヒアリングや事業が円滑に実施できているかの確認を行ってきた。

[課題] 事業計画策定を支援した全ての事業者についてフォローしていないことと、計画に遅れ等が生じていても特段の対策をしてこなかったことが課題であるため、改善して実施する。

### (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するが、事業計画の進捗状況等により、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。

### (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	—	6者	7者	7者	9者	9者
頻度（延べ回数）	—	20回	22回	22回	30回	30回
売上増加事業者数	—	2者	2者	2者	3者	3者
利益率 3%以上増加の事業者数	—	2者	2者	2者	3者	3者

### (4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

頻度については、フォローアップ対象事業者のうち、三分の二は四半期に1回、他の三分の一は年2回を目安に、事業の内容と進捗状況・事業者からの申し出等により臨機応変に対応する。

事業計画と進捗状況にズレが生じていると判断する事業者には、専門家を派遣し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

## 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] これまで実施していない。

[課題] 小規模事業者は、展示会等に出展する概念がないことが多く、SNSの活用やECサイトの活用も日々の経営に追われて後手に回ってしまうことが多いため、市外道外への販路開拓の機会がなく販路が限られてしまっていた。経営指導員等は、これまで展示会等の出展を支援したことがなく、ノウハウもないため、専門家等にアドバイスをもらいながら実施する。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者にとっては、商品やサービスの開発から販売に至る一貫した支援が不可欠と考え、特に消費者の購買行動の法則の最初の2点「注意」「興味」の段階がボトルネックになっている小

規模事業者が多い状況から、チラシやWEBなど様々な媒体の広告宣伝やプレスリリース、商談会や物産展への出展など専門家のアドバイスを受けながら支援を行う。

また、DXに向けた取り組みとして、オンラインを活用した販売促進、SNSでの情報発信、ECサイトの利用等についてセミナー開催や窓口相談や巡回指導で支援し、売上増加による経営安定化を目指す。

商談会等への出展支援やDXに向けた取り組みを通じ、特に市外道外への販路を開拓して地域ブランディングの促進に繋げる。

### (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商談会等出展支援	—	2者	3者	3者	3者	3者
成約件数/売上額(/者)	—	1者/30万円	1者/30万円	1者/30万円	1者/30万円	1者/30万円
②SNS活用事業者数	—	2者	3者	4者	4者	4者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
③ECサイト 利用事業者数	—	2者	3者	4者	4者	4者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

### (4) 事業内容

#### ①商談会等出展支援

1年に1回、北海道商工会議所連合会が主催する「北海道まるごとフェア」や一般社団法人全国スーパーマーケット協会が主催する「スーパーマーケットトレードショー」等のいずれかのイベントにおいて、一部を当商工会議所で借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先して2～3者を選定・出展し、新たな需要の開拓を支援する。

出展前は展示物や商談シート、設備等の準備について支援し、出展中は経営指導員等も一緒に会場に立って来場者へ声掛けを行う。出店後は需要動向調査の結果を元に商品をブラッシュアップする。出展前～出店後まで、専門家のアドバイスを受けながら支援を実施する。

【参考】「北海道まるごとフェア」は例年10月に、5日間（2021年実績）池袋サンシャインシティにて開催されており約60店舗が出展している。2020年はコロナ禍にもかかわらず3日間で18,000人を超える来場があった。「スーパーマーケットトレードショー」は例年2月に、3日間幕張メッセにて開催されており、約1,300社が出展している。2021年はコロナ禍のため26,000人ほどの来場であったが、2020年は80,000人（開催日数3日間）を超える来場があった。

#### ②SNS活用促進

既存顧客の居住地と商品やサービスの特性を合わせて考え、より遠方の顧客を取り込むことが経営持続化に効果的である場合やリピート率の向上が経営安定化につながる場合等は、専門家のアドバイスを受けながら各SNSの特性を説明し宣伝効果を向上させるため、「6.事業計画策定に関すること」のDX推進セミナーとの抱き合わせでセミナーを開催することで支援先の掘り起こしを行い、窓口相談や巡回指導での支援を行う。

【支援対象】市内小規模事業者

【開催回数】1回

【参加者数】 20 者

【募集方法】 地元情報誌への広告掲載、チラシ作成・配布、  
相談時に案内、当所ホームページや SNS で広く周知

【カリキュラム】 SNS を活用した情報発信方法等

### ③EC サイト利用促進

オンラインで自社製品を販売したいが方法がわからない事業者を対象に、EC サイト活用の提案を行いながら、集客方法や効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等について専門家のアドバイスを受けながら窓口相談または巡回指導で支援する。「6. 事業計画策定に関すること」の DX 推進セミナーとの抱き合わせでセミナーを開催することで支援先の掘り起こしを行う。

【支援対象】 市内小規模事業者

【開催回数】 1 回

【参加者数】 20 者

【募集方法】 地元情報誌への広告掲載、チラシ作成・配布、  
相談時に案内、当所ホームページや SNS で広く周知

【カリキュラム】 EC サイトの種類と利用方法等

## 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取り組みに関すること

#### (1) 現状と課題

[現状] これまで中小企業への支援事業について中小企業振興委員会等で件数のみ報告を行っている。

[課題] 現状では、経営発達支援事業の評価・見直しを行うための体制等にはなっておらず、新たに評価委員会を立ち上げる。

#### (2) 事業内容

##### 【計画】

本経営発達支援計画の各施策については、ブレイクダウンした 1 ヶ年の実行計画を法定経営指導員等が年度当初に作成し、目的・目標の明確化、責任者と期限並びに段取りを明示して各施策の進捗状況を把握することで施策の実行性を担保する。

##### 【実行】

法定経営指導員を統括とし、各施策の責任者を中心に目的・目標と小規模事業者を常に意識して施策を遂行する。進捗については月 1 回の三役会議において会頭副会頭とも共有し、必要に応じて修正・改善点を整理する。

##### 【評価】

法定経営指導員、千歳市（担当課長、担当職員）、北海道銀行や北海道信用金庫を始めとした市内金融機関の有識者（支店長等）を含めた評価委員会を設置し、毎年 3 月に本経営発達支援計画の全事業における評価・改善の意見を求める。

当商工会議所内の中小企業振興委員会には年に 2 回進捗状況を報告し、評価と意見を求める。月 1 回の三役会議において随時会頭副会頭からの評価を受ける。

##### 【改善】

評価委員会と中小企業振興委員会、三役会議等で出た改善点を整理する。

評価結果と改善点をホームページで公開し、さらに意見を募る。

改善点と意見を翌年度の実行計画に反映させる。

## 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] 日本商工会議所、北海道商工会議所連合会、中小企業基盤整備機構が主催する研修に中小企業相談所に所属する職員が参加し、知識や経営分析技術の習得・更新をすることで事業者への支援に役立ててきた。

[課題] 経営支援に必要な知識・指導レベルについて、所属課やこれまでの支援経験などによって職員間で差があるため標準化を図る。

### (2) 事業内容

#### ①外部講習会等の積極的活用

##### 【経営支援能力向上研修会】

中小企業相談所に所属する職員が日本商工会議所や北海道商工会議所連合会、中小企業基盤整備機構が主催する研修会に年1回以上参加し、より一層の知識向上を図る。課題である職員間の知識・指導レベルの標準化を促進するため、「②職員間の情報共有」の際に他職員への知識共有の機会を設ける。

##### 【DX推進に向けたセミナー】

経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、喫緊の課題である事業者のDX推進への対応や事業者のニーズに合わせたデジタル化支援を可能にするため、日本商工会議所や北海道商工会議所連合会、中小企業基盤整備機構等が主催するECサイト構築・運用、SNSを活用した広報、情報セキュリティ対策(事業者が新たにオンラインで個人情報を取り扱うケースを想定)等をテーマとしたセミナーにも積極的に参加する。こういったセミナーの開催が無いもしくは少ない場合は、外部講師を招聘し、知識を習得する。

##### 【職員向け研修会】

法令等の改正や補助金制度等の新設により知識の習得や更新が必要な場合、中小企業基盤整備機構や外部講師による職員研修会を実施する。

#### ②職員間の情報共有

各種セミナー等に参加した職員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、Webマーケティングの手法や経営支援の基礎に至るまで、月2回以上の定期的なミーティングを開催し、意見交換等を行うことで職員の支援能力の向上を図る。

また、相談内容に応じてOJTを積極的に実施することや「5. 経営状況の分析に関すること」で得た分析結果をデータベース化して共有することで、全体としての支援能力向上と知識・支援レベルの標準化を図る。

## 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

[現状] 担当者レベルでの情報交換や、会議や研修会等において他の商工会議所の経営指導員や職員との情報交換を行っている。

[課題] 体系的に実施されているものは少なく、必要に応じて対応してきている状況であるため他の商工会議所や支援機関の取り組みについて聞ける機会があまりない。経営指導員レベルでの情報交換を積極的に実施する。

## (2) 事業内容

### ① 指導員研修会への参加

経営指導員等がそれぞれ年1回ずつ参加する「10. 経営指導員等の資質向上に関すること①【経営支援能力向上研修会】」の終了後の懇親会において、他の商工会議所・商工会の職員や講師等と支援におけるノウハウ等の情報交換を図る。

### ② 金融機関との連携

年に1回開催されている日本政策金融公庫札幌支店との意見交換会を継続することで事業資金の借入状況等の情報交換を図る。

### ③ 近隣商工会議所との連携

近隣の苫小牧・恵庭商工会議所と連携し、正副会頭による会議や議員による交流会を年2回実施し、各地域の情報交換を行っている。この中で経営指導員レベルでも連携を密にし、支援手法や取り組み等の情報交換を図る。

## Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

### 12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

#### (1) 現状と課題

[現状] これまでも地域経済の活性化を目的に特に中心市街地ににぎわいを創出する事業を実施してきている。

[課題] 中心市街地のにぎわい創出として夏まつり等のイベントは実施しているものの、市民に商店街の個店が認知されていない、または魅力的な個店やスポットがない、イベント開催時以外に中心市街地へ行く目的がないなどの理由で根本的な課題を解決した中心市街地活性化には至っていない。また、千歳市には工業団地を始めとした大企業の立地により、労働者は安心感があり福利厚生がしっかりしている大企業に流れやすい。そのため、人口減少の局面を迎えて労働力の確保が困難になっている小規模事業者が多い。

#### (2) 事業内容

##### ① 商店街の活性化を目的とした取組

###### 【まちゼミ】

これまで千歳市商店街振興組合連合会は、商店街等の個店のファンを創出する活動として、「得する街のゼミナール」通称“まちゼミ”に取り組んできている。

“まちゼミ”では、各店舗で少人数制のゼミを1時間程度実施し、プロならではの専門的な知識や技術、ノウハウを学ぶのは勿論、その人柄や店の雰囲気も感じて楽しめる学びの場を一般消費者向けに提供している。

令和4年度より当商工会議所も共同で主催し、参加店舗や参加者の増加により個店の魅力をPRすることで売上増加に貢献する。

##### ② 中心市街地活性化を目的とした取組

###### 【千歳市官民連携まちなか活性化推進事業】

千歳市では、未来ビジョン（令和4年度策定予定）に向けて、公共空間を有効活用した中心市街地活性化のための意見を若年者（高校生）や各団体など様々な角度から募集・取りまとめを行う会議（エリアプラットフォーム）を定期的で開催しており、経営指導員も参加している。引き続き、事業者等からの意見を吸い上げながら中心市街地に市民が集まる魅力的な場所の実現に向けて積極的に取り組む。

③企業の人材確保を目的とした取組

【外国人留学生の雇用促進事業】

技能実習生とは違って10年を超える長期労働が期待できる外国人留学生の雇用を促進するため、集団面接会等の企画・実施をして市内事業者の労働力確保を図る。小規模事業者が直接的に外国人留学生を雇用することはビザの関係で難しいケースが多いが、中企業や大企業の外国人雇用を促進することで市内の労働者数の底上げを図る。

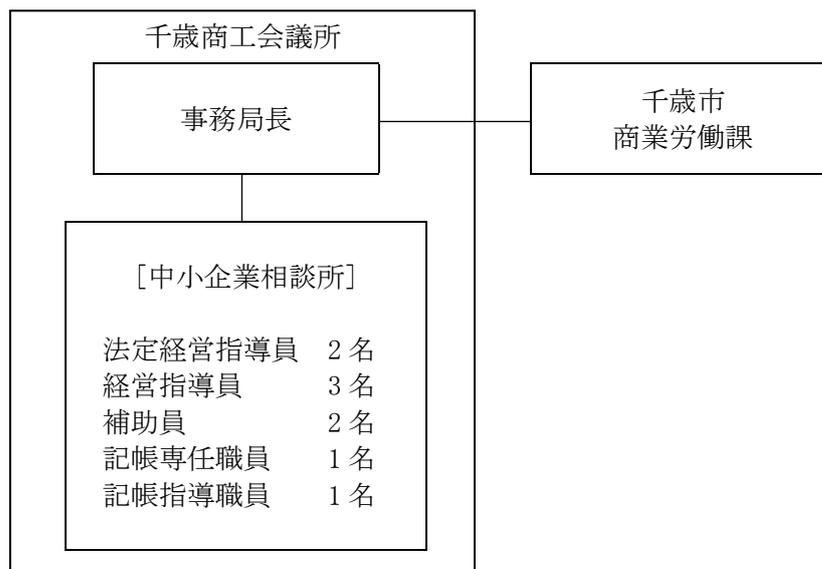
(別表 2)

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 6 年 7 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：石橋 美奈代

大窪 崇文

連絡先：千歳商工会議所 TEL0123-23-2175

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報提供を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

千歳商工会議所

所在地：066-8558 北海道千歳市東雲町 3 丁目 2-6

TEL：0123-23-2175

FAX：0123-22-2122

E-mail：info@chitose-cci.or.jp

②関係市町村

千歳市産業振興部商業労働課

所在地：066-8686 北海道千歳市東雲町2丁目34

TEL：0123-24-0598

FAX：0123-22-8851

E-mail：shogyorodo@city.chitose.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	5,112	5,702	5,702	6,082	6,082
セミナー開催費	1,200	1,310	1,310	1,310	1,310
専門家相談事業費	1,440	1,920	1,920	2,300	2,300
商談会等出展費	650	650	650	650	650
職員研修費	60	60	60	60	60
給与費	1,512	1,512	1,512	1,512	1,512
通信費等	250	250	250	250	250

(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、各事業収入、国補助金収入、道補助金収入、市補助金収入等

(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。

