

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	中標津町商工会（法人番号 6462505000027） 中標津町（地方公共団体コード 016926）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目 標	1. 小規模事業者が抱える課題や目標を明確にし事業計画策定に取り組み売上増加を図る 2. 新規創業・事業承継による小規模事業者の維持・増加と雇用の創出・維持を図る 3. 新たな販売機会の創出による販路開拓支援を行う 4. 地域資源を活用した特産品開発により交流人口の増加を目指し中心市街地・地域経済の活性化を図る 5. 企業のイメージアップを図り地元企業への就職促進により雇用創出を図る
事業内容	経営発達支援事業の内容 3－1. 地域の経済動向調査に関すること (1) 町内の小規模事業者の景況調査による情報収集と分析提供 (2) 交通量調査を活用した経済動向等の情報収集と分析提供 (3) 行政・金融機関等統計資料を活用した経済動向の情報収集と分析提供 (4) 小規模事業者への事業承継に関する調査 3－2. 需要動向調査に関すること (1) 商談会・即売会出展時のアンケート調査による需要調査 4. 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 5. 事業計画策定支援に関すること (1) 事業計画策定セミナーの開催 (2) 販路開拓のための事業計画の策定支援 (3) 事業承継に向けた事業計画の策定支援 (4) 創業支援・第二創業に関する事業計画策定支援 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること (1) 事業計画後のPDCAサイクル確立とフォローアップの強化 (2) 事業承継と連携した事業計画策定後の実施支援 (3) 販路開拓のための事業計画策定支援後の実施支援 (4) 金融支援・施策活用事業者への事業計画策定後の実施支援 (5) 創業・第二創業者への事業計画策定後の実施支援 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること (1) 商談会・即売会への出展支援による販路開拓支援 (2) 中標津町特産品パンフレットによる小規模事業者の販路開拓支援 (3) インターネット販売の構築による販路開拓支援 (4) ふるさと納税制度を活用した販路開拓支援 1 1. 地域経済の活性化に資する取り組み (1) 「カモン！なかしべつインバウンド振興推進協議会」での地域経済活性化の協議・検討・支援 (2) 建設・設備産業の地域内循環経済の構築 (3) 地域ブランド商品の開発による地域経済活性化 (4) まちなか賑わい推進事業による中心市街地の活性化 (5) 地域イベントによる地域経済活性化 (6) 地元雇用の拡大による地域経済活性化
連絡先	【中標津町商工会】 〒086-1002 北海道標津郡中標津町東2条南2丁目1番地19 TEL：0153-72-2720 FAX：0153-72-1986 E-mail：NAKASHO@arens.or.jp 【中標津町 経済部経済振興課】 〒086-1197 北海道標津郡中標津町丸山2丁目22番地 TEL：0153-73-3111 FAX：0153-73-5333 E-mail：shoukou@nakashibetsu.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

I. 目 標

【第1期の経営発達支援計画における取組みと評価等】

第1期の経営発達支援計画については、平成28年4月より5年にわたり6つの目標を掲げて事業を実施した。

それぞれの目標と各事業の取組み内容に対し、外部評価を依頼している経営発達支援事業評価検討委員会の評価については、以下の通りである。

①小規模事業者の抱える課題や目標を明確にすることにより、計画的な経営を目指します

事業者が抱える課題や目標を明確にするための事業計画策定セミナーの実施や金融機関が発行する統計資料等による経済概況や中小企業景況調査の結果を収集し、巡回訪問や窓口相談等において資料提供を行う事で、業種別の地域状況等を理解・把握してもらい、地域の状況や事業所が抱える課題を理解した上で、延べ955件の経営分析を行い、その内144件の事業計画策定支援を行った。

事業計画策定支援では補助金の活用も促進し「小規模事業者持続化補助金」では52件の申請を行い、採択は9割を超え、事業者の売上拡大に繋がった。また、新規創業者に対して中標津町が実施する「空き地空き店舗対策事業補助金」の申請の際の開業計画に合わせて26件の創業事業計画策定支援を行い、年間で創業者が5件ずつ増えており徐々に成果を上げている。

評価検討委員会では、セミナーの実施や地域経済情報の提供及び経営分析、事業計画策定、創業支援について高い評価をいただいたことから、今後もセミナーの実施や最新の地域情報を提供し、さらに経営分析、事業計画策定に取り組む事業者や新規創業者の掘り起こしを行う。

②小規模事業者へのビジネスチャンスを創出し、売上高増加を目指します

地域イベントの実施による販売機会の拡大や道内外で開催される商談会や即売会への出展勧奨を行い、商談会・即売会合わせて延べ9回、8事業者の出展支援を行った。事業者自らが商談会等への出展の重要性を認識し、出展することでバイヤーからの引き合いや、商品改良の助言、リピーター客の増加により売上増加が実感でき出展して良かったと好評であった。また、商談会等の出展に際しアンケートを実施、分析結果を事業者にフィードバックすることで商品の見直しや改良の参考となったことから大きな成果となった。

評価検討委員会では、ビジネスチャンスを創出するための商談会等の出展について評価をいただいた。

また、今後はITやふるさと納税制度を活用した販路開拓支援に取り組んでいただきたいとの意見もあったことから小規模事業者にとって有効的手段として効果がえられるようにビジネスチャンスを創出し、売上増加に向けて支援する。

③商店街の空き地空き店舗を減少させる事により中心市街地の活性化を目指します

まちなか賑わい推進事業等イベントの実施により、事業計画策定に取り組む小規模事業者が出店したことで町民に対する出店者の認知度が図られ、中心市街地商店街と地域生活者とのふれあいによるにぎわい性を高めることができた。

また、イベントの実施や周辺観光施設から中心市街地への誘客を促進することで中心市街地の継続的ににぎわい創出が図られ、空き地・空き店舗の減少に繋がった。

評価検討委員会では、まちなか賑わい推進事業等のイベント実施について評価していただいたため、今後もイベントの実施により中心市街地の活性化を図る。

④未来を担う子供達に対して、小規模事業者のイメージアップを図り、地元企業への就職促進を目

指します

近隣の高校並びに企業等が参加する「求人懇談会」の開催や地元企業による「合同企業説明会」の開催により、地元企業が自社のPRを行う事で地元企業の認知度を高め、人手不足の解消と卒業後の地元企業への就職希望者の拡大が図られた。

評価検討委員会では、人手不足の解消と地元企業への就職希望者の拡大のための合同企業説明会等の開催について評価していただいたため、今後も企業のイメージアップを図り、より良い人材を確保するとともに新規就職者の定着を図ることで地域活性化を図る。

⑤消費購買力確保のため中長期的に各種スポーツ施設やイベントを活用し、交流人口としての観光入込客数を1割増加させ35万人台へ拡大することを目指します

総合体育館の建設に伴い、町や教育委員会、各種団体等と連携して、スポーツ大会や合宿等誘致を図ることで、宿泊や飲食、物販等関連産業の販売機会の増加が図られましたが、観光入込客数に関しては観光施設等の観光入込客数（平成30年度29.8万人）が減少し、目標に達しなかった。

評価検討委員会では、交流人口の増加を図る上で町等と連携してスポーツ大会や合宿等の誘致により一定の成果があったが、今後も消費購買力確保のために交流人口を増やすための方策が必要であることから、引き続き、イベント等を活用した中で各種団体と連携して取り組む。

⑥未利用地域資源を活用した特産品（観光）開発による地域ブランド化を目指します

地域資源である乳製品やじゃがいも、ブロッコリー、椎茸、鹿肉、蕎麦などを活用した特産品開発を北海道根室振興局、飲食業連合会等の関係団体と行ったが、一部の飲食店で提供に止まり中標津ブランドの構築までには至っていない。

評価検討委員会では、小規模事業者の売上の増加や交流人口の増加に結びつく特産品開発は必要であるとの認識から、今後も北海道根室振興局、飲食業連合会等の関係団体と連携をした中で「中標津ブランドの構築」を推進し確立することで、地域経済活性化が図られ小規模事業者の販路開拓による売上増加を目指す。

（１）地域の現状及び課題

【中標津町の概況】

中標津町は、北海道の東部に位置し、周辺の100km範囲には世界自然遺産の知床、北方領土を望む納沙布岬、阿寒湖や摩周湖、釧路湿原等の国立公園などがある。

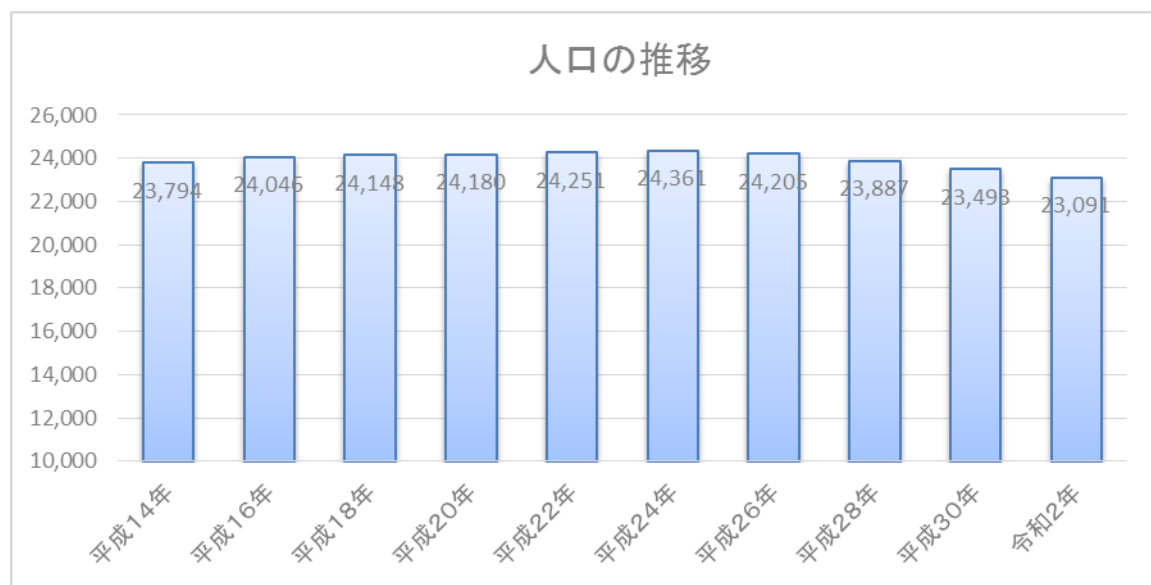
また、根室中標津空港を有し、根室管内の中核都市であることから、周辺自治体からも買い物客が訪れる商業都市として発展してきた。

当町の面積は、684.87平方キロメートル。内陸性の気候で、災害も少なく、夏の平均気温は20°前後、冬の平均気温はマイナス10°前後、積雪は道内でも少ない方である。根室中標津空港は市街地から北へ約4kmと近距離に位置し、定期航路である東京便と札幌便合わせて年間約20万人の利用客となっている。

【人口の推移】

当町の人口の推移は、平成22年まで順調に増加傾向で推移していたが、平成24年をピークに横這い状態から微減になっており、令和2年3月末の住民基本台帳人口による人口は23,091人（ピーク時24,361人）である。また、当町の高齢化率は、令和2年1月1日現在26.0%と全道で下から3番目の順位となっており、全国（28.4%）全道（31.7%）の平均と比べると低い水準になっている。





中標津町年齢別人口構成比

区 分	令和2年3月31日現在				区 分	令和2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 歳	981	962	1,943	8.41%	60～69 歳	1,474	1,704	3,178	13.76%
10～19 歳	1,198	1,112	2,310	10.00%	70～79 歳	1,186	1,421	2,607	11.29%
20～29 歳	1,090	920	2,010	8.71%	80～89 歳	598	844	1,442	6.24%
30～39 歳	1,404	1,322	2,726	11.81%	90～99 歳	89	202	291	1.26%
40～49 歳	1,793	1,684	3,477	15.06%	100 歳以上	0	9	9	0.04%
50～59 歳	1,530	1,568	3,098	13.42%	総数	11,343	11,748	23,091	100.00%

（資料：中標津町統計資料より）

【基幹産業】

当町の基幹産業は農業、特に酪農畜産業であり、酪農畜産農家 294 戸（平成 30 年 2 月現在）、乳牛 38,475 頭（平成 30 年度現在）、生乳生産量 187,258 t（平成 30 年度現在）、生乳生産額 196 億 8,800 万円（平成 30 年度現在）と、一大酪農・畜産基地として発展してきた。酪農畜産業の波及効果は 1 次と 2 次合わせて 2.66 倍と言われており、当町では約 523 億円の波及効果が有るものと推計される。

【産業等から見る現状と課題】

①観光面から見る現状と課題

当町の基幹産業は前述のとおり農業であるが、観光産業においては、有力な観光資源として、平線を見渡せる「開陽台」、道東の秘湯「養老牛温泉」、根室中標津空港に隣接する「道立ゆめの森公園」などがあり、入込者数としては、それぞれ 10 万 9 千人、2 万 2 千人、8 万 4 千人などと、その他イベント等 5 万 3 千人も含めた年間の観光入込者数は約 30 万人を数える。（下記「入込者数推移」参照）特に「養老牛温泉」は、道内外にその存在を広く知られ、多くの観光客の宿泊を誘致する観光の中心となっている。しかし、養老牛温泉以外の観光地においては通過型観光が多く、また、

主な観光資源と中心市街地とは距離が離れており、中心市街地への誘客が課題となっている。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンドや国内旅行者等の観光需要は激減したが、国の施策により国内旅行者は一時的に回復傾向となっている。

新型コロナウイルス感染症は未だに終息が見えない状況となっているが、国内旅行者を中心に新スタイルの中での「with コロナ」や収束後の「after コロナ」に向けた取り組みが課題となっている。

中標津町主要施設観光入込者数の推移 (単位：人)

	総 数	うち宿泊客数	前年比	主要観光施設等別入り込み数			
				開 陽 台	養老牛温泉	ゆめの森公園	緑ヶ丘森林公園
平成30年度	298,900	64,400	104.44%	109,800	22,400	84,900	5,300
平成29年度	286,200	62,200	98.96%	117,200	21,100	84,200	5,400
平成28年度	289,200	45,000	86.12%	95,700	21,200	89,800	5,500
平成27年度	335,800	45,100	105.70%	128,800	21,700	101,700	6,400
平成26年度	317,700	47,500	97.33%	102,700	23,500	102,300	6,600

(資料：中標津町統計資料より)

②地域経済の現状と課題

当町を取り巻く経済情勢は、消費の低迷、人材不足、後継者不足等厳しい状況が続いており、小規模事業者の経営環境も依然として先行きの見えない状況が続いていることから、中標津町では平成22年4月1日に中小企業振興基本条例を制定し、小規模事業者を含む中小企業に関する施策を総合的に推進する方針を打ち出している。また、具体的な振興策については見直しを図りながら、現在も検討が続いており、今後も社会経済情勢の変化に対応しながら検討を続けて行く。

③地域資源の活用における現状と課題

地域内で生産される地域資源である乳製品やじゃがいも、ブロッコリー、椎茸、鹿肉、蕎麦などの農産品等の付加価値を高める取組みが少なく、中標津町のブランド化につながっていない。また、現在の特産品についても高付加価値化を図る上でパッケージデザインの改良と町外・道外へのPR活動も弱く限定された販路となっている。

また、平成28年9月よりふるさと納税の返礼品制度をスタートさせ、令和元年の寄附金実績は約9,055万円(4,624件)となり、年々寄附金額は増加傾向にあるが、アイテム数で137アイテム、事業者数で21企業となっており、取扱事業者や出品品目の拡充が必要となることから、地域特産品を取り扱う事業者に対し、登録を推進し登録事業者を増やしていくことが今後の課題となっている。

【小規模事業者の現状と課題】

○中標津町商工業者数等の推移

中標津町商工業者業種別構成

	小規模事業者数	商工業者等合計	計	商工業者業種別内訳							定款会員になり得る事業所等
				建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・宿泊業	サービス業	その他	
令和2年	978	1,200	1,181	204	50	37	276	197	320	97	19
平成31年	978	1,184	1,166	203	49	36	278	194	309	97	18
平成30年	1,046	1,179	1,162	204	49	35	281	194	302	97	17
平成29年	1,046	1,170	1,154	199	50	34	281	193	301	96	16
平成28年	1,046	1,179	1,162	203	51	36	281	198	298	95	17

(資料：北海道商工会連合会商工会実態調査より)

①商業・サービス業の現状と課題

小規模な商業サービス業においては、平成5年に国道272号線(通称：中標津バイパス)が開通

以来、郊外型大型店の出店が相次ぎ消費者の流れが変化し、中心市街地の空洞化が進み、特に商店街では空き店舗が取り壊され空き地が目立ってきている。

しかしながら郊外型大型店により近隣からの消費の流入が大きく見られることから、バイパス沿いの大型商業施設の集客を利用し如何に市街地へ消費を流入させるかが大きな課題となっている。また、一部のサービス業等では創業もあるが、今後は小売業や飲食業の廃業が増加すると予想される事から事業承継や創業者へのマッチング支援も課題になっている。

飲食業においてはレストランや居酒屋といった業態の開業はあるが、スナックやバーは若者の減少や趣味趣向の多様化も相まって減少傾向となっている。飲食業の課題としては当町にはブランド力のあるご当地メニューがなかなか出来ない事から、今後は地域の食材を活かした定番メニューの開発も課題となっている。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、2月には北海道独自の緊急事態宣言、4月には全国すべての都道府県で緊急事態宣言が発令され、飲食業や宿泊業を中心に大打撃を受けている。緊急事態宣言解除後についても、自粛ムードが消えず売上の減少が続く中、影響の長期化が懸念されることから、新スタイルの中での「with コロナ」や収束後の「after コロナ」に向けた取り組みが課題となっている。

中標津町消費購買推計人口

年間小売販売額（機械器具販売除く）	北海道1世帯家計消費支出	北海道1世帯当たりの人数	消費購買推計人口	平成28年中標津町人口	流入人口
¥46,801,000,000	¥256,736	2.78人	65,573人	23,818人	41,755人

※消費購買推計人口＝小売販売額÷1世帯家計消費支出÷世帯人数

（資料：平成28年度商業統計資料より）

②製造業・建設業の現状と課題

当町の工業生産の多くを占めるのは、町内にある雪印メグミルクと中標津町農業協同組合の工場であり、生乳加工によるものとなっている。平成19年に雪印メグミルクにより、工場の増設がなされ大規模なチーズの生産工場となっている。しかしながら、地域資源である牛乳や農作物の付加価値付けは一部にとどまり殆どがそのまま出荷されており、地元での1次加工や2次加工による付加価値付けが余りなされていない事から、大手工場だけでなく自ら生産される農産品に付加価値を付けるため農商工連携や6次産業化といった取り組みが必要になっている。

建設業に関しては、建築業では酪農家の畜産クラスター事業により売上が増加傾向にあるが、土木業においては、公共事業の減少が大きく影響しているなか、民間需要の拡大を目指し、『地元の仕事（お金）は地元で廻そう！！』という、町内循環型建設産業の構築を提唱し、町内企業が優先的に受注機会を確保するための活動をしてきたが、慢性的な人手不足や建設資材の高騰もあり収益の低下を招いている。未来へ希望を持ち働く人材の育成や建設業等の企業のイメージアップにより雇用の創出を図ることが大きな課題となっている。

【中心市街地の現状と課題】

当町の中心市街地は、町を東西に横断する道道13号中標津・標茶線（通称：中央通り）に面し、町の交通機関の拠点である中標津バスターミナルや経済センター、総合文化会館等が隣接している。

そのような立地の商店街であることから、食料品・最寄品・買回品店等が混在し、その多くは小規模事業者で構成されている。

また、地域住民だけでなく周辺自治体からも多くの買い物客が訪れ、中標津町で最も賑わいのある商店街として発展してきた。

しかしながら中心市街地商店街の南側2kmに東西に延びる国道272号線（通称：中標津バイパス）が開通すると、平成11年にバイパス沿線に町立中標津病院が移転し、平成16年に大型商業施設フレスポが出店、以後、多くの商業施設等が相次いで出店している。

その結果、中標津町中心市街地への来町客は、中標津バイパス沿線の商業施設に移り、中心市街

地での消費は大幅に減少した。

更には、町内や周辺市町村の人口減少による消費購買力の減少も懸念される。

中心市街地商店街の中には、先行きに不安を感じ、中標津バイパス沿線への移転や廃業する方もおり、空き店舗や賃貸店舗を更新しない店が増加している。更に、経営者の高齢化や後継者への事業承継の課題も抱えている。

このため、中標津町の中心市街地商店街として賑わいを再生するためには、地域住民や周辺自治体の買い物客を呼び戻す取り組みが必要になっている。

そこで、小規模事業者が多く存在する中心市街地の活性化及び空き店舗対策が求められている。

また、当町には、市街地から北へ4kmと近距離に根室中標津空港があり、世界自然遺産に登録されている知床など道東地域の観光地を結ぶ空の玄関口として、年間約20万人の利用客がある。

しかし、現状では中標津町は通過点であり、観光客を中標津町に滞在させる取り組みが急務となっている。

中心市街地商店街は、道東各地につながるアクセス道路やバスターミナルを有していることから、観光客が立ち寄り、購買・消費・周遊する魅力ある商店街づくりやイベントの開催による誘客が課題になっている。

なお、商業に関するデータは、平成28年の総務省による経済センサス調査によると次の表のとおりとなっている。

小売業項目	データ	全国ランク	北海道内ランク
総合・年間商品販売額	55,873[百万円]	462位	18位
総合・事業所数	247[事業所]	712位	22位
総合・従業員数	1,568[人]	627位	23位
総合・売り場面積	57,947[m ²]	518位	20位

※全国市町村数1,719市町村・北海道市町村数179市町村（平成28年現在）

（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

第1期計画実施によって、地域の小規模事業者に対し、事業計画の策定をはじめとする経営力向上に向けたきっかけづくりに取り組み、事業計画の必要性や新たな販路開拓に寄与することができたが、当町における小規模事業者の抱える根本的な課題解決には至っていないのが現状である。

第2期計画では、人口減少による購買力の低下、事業承継問題等、山積される地域の課題を解決するため、新たに中標津町と共同で計画を策定することで、より一層のネットワーク強化を図る。

10年後においても、小規模事業者が地域に根ざしながらそれぞれの強みを活かした事業展開を図り、安定して事業を継続できるように長期的な伴走型の支援が必要であることから、第1期計画を基本とした継続的な支援を実施していく。

②第6期中標津町総合発展計画との連動性

第6期中標津町総合発展計画（平成23年～令和2年）では、中標津町が目指す姿として、「空とみどりの交流拠点・中標津」～あつまるまち つながるまち ひろがるまち～を中標津町の総合的発展の基本構想としている。

この目指す姿（基本構想）を達成するため、経済・産業分野において、「力みなぎる産業のまちづくり」が基本方針とされており、商工業の振興において、下記【中標津町主要施策】が展開されている。

【中標津町主要施策】

- 1) 中小企業支援策の検討推進
- 2) 融資制度の充実
- 3) 既存企業の体質強化
- 4) まちなか賑わいの創出

- 5) 空店舗対策及び創業者への支援
- 6) 特産品の開発・PR 活動の展開

第 7 期中標津町総合発展計画は現在策定中であり、基本的な考え方は踏襲される予定から、本計画においては、現在の第 6 期総合発展計画との連動、整合をもって小規模事業者の経営発達を図るものとし、地域の総合的経済団体である商工会は、町や関係機関と連携し

- ア「既存企業の体質強化による小規模事業者の売上拡大」
 - イ「地域資源を活用したブランド化による販路開拓」
 - ウ「まちなか賑わい推進事業による集客・消費購買力の増加」
- を長期的な振興のあり方として 2 期目の計画に取り組む。

③中標津町商工会の役割

当商工会は地域経済団体であるとともに支援機関としての役割がある。地域内には令和 2 年 4 月 1 日現在で小規模事業者が 978 事業者であり、これらの小規模事業者に対して経営改善普及事業を中心とした資金調達、経営改善、販路開拓を巡回訪問や窓口相談及び専門家や関係機関と連携を図りながら支援を実施している。また、イベント等を通じて地域に賑わいを創出するために地域振興事業に対して積極的に参画している。しかし、小規模事業者を含む中小企業者を取り巻く環境は厳しく、特に新型コロナウイルス感染症の影響により疲弊した経済環境下では経営を持続するには町と商工会が連携し支援を行う必要がある。

第 1 期経営発達支援計画の取組み及び中標津町の基本構想、基本方針を踏まえ、小規模企業支援機関として小規模事業者の抱える課題を抽出し、経営力の維持・向上のための役割を担っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状と課題や(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方、さらにこれまで取り組んできた第 1 期計画の実績を踏まえ、小規模事業者に寄り添った支援を行っていくための目標として以下の 5 つを設定する。

このようなことから、上記②で掲げた長期的な振興のあり方に基づき、第 1 期経営発達支援計画の取組み及び中標津町の基本構想、基本方針を踏まえ、小規模企業支援機関として小規模事業者の抱える課題を抽出し、経営力の維持・向上のための役割を担っていく。

【事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標】

①小規模事業者が抱える課題や目標を明確にし事業計画策定に取組み売上増加を図る

顧客ニーズや自社の強み・弱みを把握し、業種別の地域状況の経済概況等を共有した上で、持続的発展をするための事業計画策定支援を行う。事業計画策定後は定期的なフォローアップを行うことで、事業計画策定事業者の売上増加を図る。

(想定される重点支援先)

- ・ 中心市街地の小売・飲食業等の小規模事業者

(目標数値)

- ・ 事業計画策定事業者の対前年比売上増加率 3% (1 社平均)

②新規創業・事業承継による小規模事業者の維持・増加と雇用の創出・維持を図る

地域内の創業希望者に対する多面的(経営・税務・労働・金融など)な支援により雇用の創出や空き店舗の活用を図る。また、国などの支援施策や専門家の助言を受けながら円滑な事業承継を推進することで小規模事業者と雇用の維持を図る。

(想定される重点支援先)

- ・ 創業者・事業承継を目指す小規模事業者

(目標数値)

- ・ 創業支援による創業件数：年間 5 件
- ・ 支援機関等と連携を図る事業承継件数：年間 1 件

③新たな販売機会の創出による販路開拓支援を行う

関係機関等が開催する商談会や即売会等へ出展を促し新たな販路開拓支援を行い取引の拡大を図る。また、インターネット販売や SNS 等を活用した販路開拓支援やふるさと納税制度を活用した販路開拓支援により小規模事業者の売上拡大を図り、外貨獲得により地域経済活性化を図る。

（目標数値）

- ・ 支援先小規模事業者の年間売上高：5 年間で 10%増加

【地域の裨益に対する目標】

④地域資源を活用した特産品開発により交流人口の増加を目指し中心市街地・地域経済の活性化を図る

地域資源を活用した特産品の開発や地域ブランドの確立により、町内はもとより町外からのお客様を誘客する。さらに、まちなか賑わい推進事業と連動させることで交流人口の増加に繋げ、中心市街地・地域経済の活性化を図る。

（目標数値）

- ・ 地域資源を活用した特産品開発数：5 年間で 3 個

⑤企業のイメージアップを図り地元企業への就職促進により雇用創出を図る

未来を担う子供たちに対して、企業のイメージアップのための支援を行うことで、地元企業へ就職する学生が増え雇用創出が生まれることにより企業の持続的発展を図る。

（目標数値）

- ・ 地元企業への就職率の向上：5 年間で 10%増加

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者が抱える課題や目標を明確にし事業計画策定に取組み売上増加を図る

小規模事業者の事業計画策定支援をするための基礎資料として地域経済動向調査や需要動向調査を実施し、合わせて事業者の経営状況の分析を行い、上記調査の分析結果を踏まえた中で事業計画策定支援を行う。また、事業計画策定後のフォローアップ支援についてPDCAサイクルの実施体制を確立させ、計画から実施、効果、改善までの一連の検証による支援を行うことで、体質強化を図り目標の達成に繋げる。

②新規創業・事業承継による小規模事業者の維持・増加と雇用の創出・維持を図る

創業者に対して産業競争力強化法における創業支援等事業計画により、町や地域金融機関等と連携を図りながら、創業に必要な知識（経営・財務・人材育成・販路開拓）の習得を図るための創業セミナー等を開催し創業者の掘り起こしを行う。また、事業承継についてはアンケート調査を実施し、廃業予定がある事業者に対し積極的な事業承継を推進し、合わせて中標津町の空き地・空き店舗対策事業との連動により空き店舗対策を図る。

③新たな販売機会の創出による販路開拓支援を行う

事業計画を策定した事業者において、新たな需要開拓を視野に入れた取組みに対し専門家等の助言を交え、側面（消費者ニーズ分析、商品コンセプト等）から支援するとともに北海道商工会連合会や金融機関等と連携しながら商談会や即売会への積極的な出展を支援する。また、現在ITツールを活用していない小規模事業者に対し、専門家等と連携しながらインターネット販売の構築やSNSを活用した販路開拓支援を行う。さらに、ふるさと納税制度を活用して販路開拓支援を行う。

④地域資源を活用した特産品開発により交流人口の増加を目指し中心市街地・地域経済の活性化を図る

地域資源を活用した特産品開発を町や北海道根室振興局、飲食業連合会等の関係機関と連携しながら支援すると同時に町内で開催されるイベントや、まちなか賑わい推進事業とリンクさせSNS等で情報発信を行うことにより、小規模事業者の売上増加と交流人口の増加に繋げ、中心市街地、地域経済の活性化を図る。

⑤企業のイメージアップを図り地元企業への就職促進により雇用創出を図る

中標津町等の関係機関と連携して開催している「求人懇談会」や「合同企業説明会」において、企業の認知度等を高めることにより企業のイメージアップを図り、地元企業への就職促進を図ることで地元就職者の拡大や人手不足の解消へ繋げて企業の持続的発展を図る。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 【第1期における取組みと評価等】

当商工会では、小規模事業者に対する確かな支援を行う為、第1期に実施した経済動向調査、交通量調査や中標津町等が公表している各種調査データ等を基礎データとして活用している。

各種調査結果の周知については、経営指導員等の巡回訪問や窓口相談の際の提供に留まっていることが課題となっている。第1期における評価委員会において、事業計画策定の重要性和策定の基となる経済動向調査は必要であるとの評価をいただいたので、課題を改善し継続実施する。

交通量調査等については、外部への調査委託が必要であり、その調査費用が高額であることから

調査周期を5年に1回とし、地域構造、消費構造に大きな変化が生じた際に適時迅速に対応することと併せ実施する。

(2)【現 状】

経済産業省のRESAS（地域経済分析システム）や金融機関等が作成する経済レポート、北海道商工会連合会が発行する中小企業景況報告書等により広域的な経済動向情報の収集を行っているが分析までには至らず、情報の提供についても経営指導員等の巡回訪問や窓口相談等においての資料提供に留まり、一部の小規模事業者の支援にしか活用されていない。

(3)【課 題】

経済動向調査等の収集は行っているが、提供については一部の小規模事業者の支援にしか活用されておらず、分析結果を広く有効活用することが課題となっている。

(4)【目 標】

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
町内景況調査公表回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
専門家による経済動向分析回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
交通量調査情報公表回数	—	1 回	—	—	—	—
統計資料による情報公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業承継に関する調査件数	—	100 件	—	100 件	—	100 件

(5)【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（継続実施）

業況や採算、景況に関する経営上の問題などに関する独自ヒアリング調査を行い、小規模事業者の景気動向を収集し、専門家等と連携し収集した情報の分析を行うとともに巡回訪問並びにホームページ等の媒体により年1回情報提供を行い、小規模事業者等の事業計画策定のために活用する。

【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、小規模事業者978社の内、業種毎に3%に相当する30社程度を抽出し調査を行う。

【調 査 項 目】景気動向（景況、業況、採算、大型店出店の影響、資金繰り等を段階的に回答いただく他、経営上の問題点などを任意記載）を独自アンケート用紙により調査を行う。

【調査の手法】1年に1度、経営指導員等が巡回訪問時に独自アンケート用紙によりヒアリング調査を行う。

【分 析 手 法】経営指導員が中小企業診断士などの専門家と連携して行う。

【成果の活用】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、経営支援ツールとして活用する。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する。

②交通量調査を活用した経済動向等の情報収集と分析提供（継続実施）

過去に実施した主要道路の車両交通量調査は、大型店の出店等の事案が生じた際に実施していたが、今後は、5年に1回、実施する。調査においては、過去の調査データや中標津町等で実施する調査データと比較対比しながら、バイパスや主要道道の集客に影響する調査ポイントにおいて、交通量の調査を実施し、主に交流人口による経済動向の分析を行う。また、過去に実施している歩行者通行量調査も、継続的に実施し中心市街地商店街の歩行者動線を把握し、消費者動向調査資料としての活用を図り、小規模事業者等へ巡回訪問並びにホームページ等で情報提供を行う。

【調 査 対 象】平日と休日の時間帯別の車と歩行者

【調 査 項 目】 平日と休日の時間帯別に町内主要箇所で車両の交通量、歩行者の通行量

【調査の手法】 観測地点に調査員を配置し、調査項目についてカウントする

【分 析 手 法】 経営指導員等が各数値を単純集計及びクロス集計により分析する

【成果の活用】 通行に関する情報を場所や時間帯ごとに整理分析し、ターゲット層の設定や販売計画の作成に活用する。また、データを商工会のホームページや巡回訪問等を通じ小規模事業者へ適宜情報提供する。

③行政・金融機関の統計資料を活用した経済動向の情報収集と分析提供（継続実施）

地域の経済動向は、経済産業省のRESAS（地域経済分析システム）や北海道経済産業局が発行する「北海道百貨店・スーパー販売動向調査」及び大地みらい信用金庫が発行する「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、経済動向の把握と分析を実施する。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、巡回訪問やホームページ等により、年に1回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う。

【調 査 項 目】 統計資料を活用し、北海道等と当地区の分析結果を対比する

RESAS：人口マップ・・・人口構成、人口増減

地域経済循環マップ・・・中標津町の生産・分配・支出における
お金の流れ

観光マップ・・・目的地・周遊状況

北海道百貨店・スーパー販売動向調査：衣料品、身の回り品、飲食料品の販売額

ビジネスレポート：住宅着工戸数、公共工事請負高、観光入込客数

【分 析 手 法】 各関係機関の作成レポート等のデータを経営指導員が地域別、業種別に分類し整理分析する

【成果の活用】 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、自社の強みや弱み、機会や脅威を把握することができる。
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する。

④小規模事業者への事業承継に関する調査の実施（継続実施）

これまで、事業承継情報の収集については、巡回訪問や窓口相談での聞き取りにより行っていたが、今後は後継者の有無、事業承継に関する意識等の調査を隔年で独自調査により実施する。

この調査に基づき、小規模事業者自らが経営の内部を把握して課題点を明確化することを支援し、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る。

また、これらの取り組みを通じた小規模事業者の事業継続により空き地・空き店舗対策を図る。

【調 査 対 象】 小規模事業者

【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】 隔年

【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】 1年間100件（データベースより60歳以上の事業主を対象に抽出する）

【成果の活用】 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す。

3-2. 需要動向調査に関すること

（1）【第1期における取組みと評価等】

第1期の計画期間では、商談会や即売会の来場者を対象に需要動向を把握するため、アンケート

調査を4回行った。成果としては、調査結果をもとに需要動向を把握し、既存商品の改善に活用することができた。第1期における評価検討委員会において、需要動向を把握分析し提供したことは、既存商品の改善に繋がり、事業計画に反映させるデータとして有効であるとの評価をいただいたので継続実施する。

(2)【現 状】

需要動向調査については、商談会や即売会参加時に、バイヤーや消費者にアンケート調査を実施しており、集計結果等を当該事業者へフィードバックしている。

(3)【課 題】

課題として、調査結果は既存商品の改善等には繋がったが、新たな商品開発までには至らず、今後は新商品開発に向けた調査項目を増やしアンケートの内容を改善して実施する。

(4)【目 標】

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
商談会・即売会出展時の調査対象事業者数	4 企業	4 企業	4 企業	4 企業	4 企業	4 企業

(5)【事業内容】

①商談会・即売会出展時のアンケート調査による需要調査（拡充実施）

商談会・即売会出展時に専門家と経営指導員等が連携し、商談会にはバイヤー、即売会には消費者に対しアンケート調査を実施し、バイヤー及び消費者が求める商品を把握し、既存商品の改善や新商品開発に活用し売上向上を図る。

【対 象 者】販路開拓に係る事業計画を策定し商談会・即売会に出展する事業者

【対象事業者数】・商談会 2 事業者

・即売会 2 事業者

【分 析 項 目】・商談会：味、内容量、価格、パッケージ、購買意向、取引条件、取引意向等

・即売会：味、内容量、価格、パッケージ、購買意向等

【サンプル数】各 50 件

【分 析 手 法】専門家により分析を行い、項目ごとに分析結果及び数値によりグラフ化する。

【想定する催事】・北の味覚、再発見！！（BtoB）

・なまらいいっしょ北海道フェア（BtoC）

【分析結果の活用】データを整理分析し、当該事業者へフィードバックを行うことで商品改良や新商品開発の資料として活用する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1)【第1期における取組みと評価等】

第1期においては、経理ソフトを活用した小規模事業者の税務申告や月次処理の機会に、財務分析を行い、また、事業計画策定に向けて経営分析を行った。第1期における評価委員会においても、調査事業と同様に事業計画策定の重要性を理解いただき策定の基となる経営状況の分析は必要であるとの評価をいただいたので、第2期も継続実施する。

(2)【現 状】

現状における指導、支援としての経営状況分析については、主に金融相談に関する経営支援の際に直面する課題を解決するため、貸借対照表や損益計算書に基づいた経営指標や資金繰りに関する財務分析が多く、事業計画策定に繋げる定性分析は少ない状況である。

(3)【課 題】

決算書等に基づく財務分析と併せて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や「SWOT 分析」などを活用した定性分析を行うことで計画性のある経営へ転換する必要がある。

(4)【目 標】

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
経営分析件数（定量・定性）	200 件	60 件	60 件	60 件	60 件	60 件

※現状の数値は財務分析のみの件数が含まれているが、R3 年度以降は定量、定性分析の両方を行う件数で目標を設定している。

(5)【事業内容】

①小規模事業者の経営分析の実施（拡充実施）

税務相談や金融相談時に決算書を基に定量分析（収益性・安全性・生産性等）や定性分析（SWOT 分析等）を行い、経営状況を把握することで、勘や経験を頼りにした経営から計画性のある経営へと転換させるきっかけづくりとなり、事業計画策定へ繋げる。

【対 象 者】 税務相談及び金融相談を行う小規模事業者

【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】 会計ソフトにおける経営分析、経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用し、小規模事業者と経営指導員等と一緒に分析を行う。

【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し、専門家と連携して事業計画策定等に活用する。また、分析結果を事業者毎のカルテファイルに保存し、職員が閲覧を可能とすることで内部共有し、各種支援に活用する。この他、職員会議等において職員研修会を行い、分析事例を紹介し職員のスキルアップを図る。

5. 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評価等】

事業計画策定を推進するため、専門家を招聘し「かんたん事業計画策定セミナー」や「新規事業や事業承継が見える化する」など巡回訪問により把握したニーズに併せた事業計画策定セミナーを開催した。実施により事業計画策定を目指す小規模事業者の掘りおこしと、自社の現状把握、経営改善や新たな販路開拓に向けた事業計画の策定を支援した。第 1 期における評価委員会においても継続実施が必要であるとの評価をいただいている。

また、セミナーで策定した事業計画は、補助金等の申請や金融機関等への提出書類に活用できるため、参加者からの評価が高く、第 2 期においても継続的に実施する。

(2)【現 状】

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等において事業計画策定の必要性について説明することで、小規模事業者に対して理解をしていただき策定支援に結び付けることができている。また、各種補助金制度の活用や金融支援等の機会においても策定支援を実施している。

(3)【課 題】

事業計画策定セミナーの開催や事業計画策定支援をしても、まだ全ての小規模事業者に事業計画の必要性は浸透しておらず、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

る。

また、多くの経営者は従来の経営方針を継続しており、生産人口の減少やコロナ禍による購買行動の変化などにより収益の低下を招いており、事業計画の策定による具体的な解決策が講じられていないことが課題となっている。

(4) 【目 標】

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
販路開拓のための事業計画の策定件数	31 件	30 件	30 件	30 件	30 件	30 件
事業承継に向けた事業計画の策定件数	—	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
創業支援・第二創業に関する策定件数	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件

(5) 【支援に対する考え方】

コロナ禍による消費低迷などの経済的要因や人口減少などの社会的要因によるマイナス要因があることから、従来の勘や経験を頼りにした経営では長期的な事業継続が困難である。

このことから、持続的発展を目指すためには、事業計画策定が不可欠であることを巡回訪問及び講習会等により小規模事業者の説明し、理解いただく。

先述した調査に基づいたデータである「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、各事業者に必要な情報を提供し、持続的発展への指針となる事業計画書策定支援を行う。

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、中小企業基盤整備機構の「小規模事業者の事業計画づくりサポートキット」や「経営計画つくる君」を活用し伴走型の指導・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る。

目標件数については、経営分析を行った事業所の 50%である年 30 件を目指す。

また、空き地の有効活用を図る観点から、創業、第二創業についても中標津町や関係機関との連携により掘り起こしを図り、創業計画の策定を積極的に支援する。

(6) 【事業内容】

①事業計画策定セミナーの開催（継続実施）

【支援対象】経営分析を行った小規模事業者、計画策定の意欲の高い小規模事業者

【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】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】20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す。

②販路開拓のための事業計画の策定支援（拡充実施）

【支援対象】経営分析を行った小規模事業者、販路開拓が必要な小規模事業者

【事業内容】調査分析したデータ等を活用し、事業計画策定支援を行う。

【手段・手法】小規模事業者への事業計画策定支援は、経営指導員等が中小企業診断士等の専門家とともに巡回訪問や講習会等により、提案型による事業計画策定の必要性の訴求を行い、より実効性の高い事業計画の策定を行う。

なお、支援には、中小機構の「小規模事業者の事業計画づくりサポートキット」を活用する。

また、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしと、専門家と連携し積極的な提案により、随時、需要を見据えた伴走型の指導・助言により事業計画策定支援を

行う。

③事業承継に向けた事業計画の策定支援（拡充実施）

【支援対象】経営分析を行った事業承継を予定している小規模事業者

【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う。

【手段・手法】前述、3－1．地域経済動向調査で実施する、小規模事業者への事業承継に関するアンケート結果を活用するとともに、中標津町の空き地空き店舗対策事業との連携により、経営指導員等が廃業の予定がある事業者に対して積極的な事業承継を推進し、事業承継計画策定を支援する。

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」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る。

（参考）<https://www.smrj.go.jp/tool/supporter/succession2/index.html>

【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す。

④創業支援・第二創業に関する事業計画策定支援（拡充実施）

【支援対象】経営分析を行った創業支援・第二創業を予定している小規模事業者

【事業内容】調査分析したデータ等を活用し、創業計画策定支援を行う。

創業セミナーの開催（年1回）

【手段・手法】創業者に対しては、経営指導員が、窓口相談で日本政策金融公庫の新規創業融資の際の事業計画書及び中標津町が実施する「空き地空き店舗対策事業補助金」申請の際の開業計画を活用し支援を行う。

第二創業に関しては、小規模事業者への事業承継に関するアンケート調査結果等を活用し、経営指導員が積極的に第二創業の提案を行う。

支援にあたっては、中標津町や金融機関等の関係機関と連携を図り、中標津町が策定する「産業競争力強化法における創業支援事業計画」と連動し、創業セミナー等の開催により創業予定者の掘り起しを行い、創業計画、第二創業計画の策定支援を行う。

【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す。

6. 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評価等】

事業計画策定後のフォローアップは、巡回訪問や窓口相談を通じて、計画策定内容の進捗状況の確認を行い、計画遂行に必要な情報の提供を図るとともに、必要に応じて専門家派遣等により課題解決に取り組んだ。また、新たな販路開拓に取り組むために商談会や即売会の出展、持続化補助金等を活用した取組みを支援し、事業計画の遂行に繋げることができた。

第1期における評価委員会においても、各種補助金を活用した事業計画を一過性のものとしないうように継続的にフォローアップを実施するとともに、新規創業や事業承継後の経験年数が浅い事業者へは、計画の遂行状況や財政状況の把握、資金繰りを中心とした経営サポートを強化し支援を継続実施するよう意見をいただいている。

（2）【現 状】

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い、専門的な支援が必要な場合には専門家による支援を実施したが、計画、実行、評価までで留まっている場合が多かった。（1件3回平均）

（3）【課 題】

1期目では定期的に巡回を行ったが、支援先の進捗状況や職員間で訪問回数のバラツキが出たため、一律の間隔ではなく、支援先ごとに支援頻度の濃淡を付けることが必要である。

(4) 【支援に対する考え方】

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、細やかで積極的なフォローアップ支援を行う。経営指導員による巡回訪問により、事業計画の進捗状況の確認し、計画が滞っている場合には、支援頻度を増やし濃密な支援に切り替え、事業遂行を図る。また、進捗状況が、おおむね順調と判断した事業所に対しては、頻度を減らすなど、都度支援回数・内容の見直しを行う。

なお、事業計画と進捗状況にズレが生じている場合には速やかに PDCA サイクルによる評価・改善を行い、適切な事業計画へと見直し支援を行う。

併せて、事業者へ有効な情報提供や、国等の施策も併せて活用しフォローアップを行う。

(5) 【目 標】

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業所数	36 企業	37 企業	37 企業	37 企業	37 企業	37 企業
フォローアップ頻度	108 回	148 回	148 回	148 回	148 回	148 回
売上増加事業者数	-	6 企業	6 企業	6 企業	6 企業	6 企業
利益率 2 % 以上増加の事業者数	-	6 企業	6 企業	6 企業	6 企業	6 企業

(6) 【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（継続実施）

【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の定期訪問により行う

【支援内容】事業計画策定事業者へ PDCA サイクルの実施体制を確立させ、計画から実施、効果、改善まで一連の検証を行う。

【手段・手法】事業計画の評価や検証、計画の見直しなどの専門的支援を要する取り組みについては中小企業診断士等と連携した専門的なアドバイスを取り入れ、小規模事業者へ計画策定後、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う。

【特記事項】進捗状況によりフォローアップ回数の見直しを行う。

②事業承継と連携した事業計画策定後の実施支援（継続実施）

【支援対象】事業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】事業計画策定を行った小規模事業者への定期訪問により行う

【支援内容】事業承継予定者の承継まで期間に応じ事業計画の進捗状況の確認や見直し PDCA サイクルの実施体制を確立させ、計画から実施、効果、改善まで一連の検証を行う。

【手段・手法】事業計画の評価や検証、計画の見直しなどの専門的支援を要する取り組みについては中小企業診断士等と連携した専門的なアドバイスを取り入れ、小規模事業者へ計画策定後年間に 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う。

【特記事項】進捗状況によりフォローアップ回数の見直しを行う。

③販路開拓のための事業計画策定支援後の実施支援（継続実施）

【支援対象】事業計画策定を行った販路開拓を予定している小規模事業者

【支援方法】事業計画策定を行った小規模事業者への定期巡回により行う

【支援内容】販路拡大への事業計画の進捗状況の確認や見直し PDCA サイクルの実施体制を確立させ、計画から実施、効果、改善まで一連の検証を行う。

【手段・手法】事業計画の評価や検証、計画の見直しなどの専門的支援を要する取り組みについて

は中小企業診断士等と連携した専門的なアドバイスを取り入れ、小規模事業者へ計画策定後年間に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う。

【特記事項】進捗状況によりフォローアップ回数の見直しを行う。

④金融支援・施策活用事業者への事業計画策定後の実施支援（拡充実施）

【支援対象】事業計画策定を行った金融支援・施策を活用している小規模事業者

【支援方法】事業計画策定を行った小規模事業者への定期訪問により行う

【支援内容】金融支援・施策を活用した事業計画の進捗状況の確認や見直し PDCA サイクルの実施体制を確立させ、計画から実施、効果まで一連の検証を行う。

【手段・手法】金融支援や補助金の活用が必要な事業者に対して、事業実施後3ヶ月に1回程度のフォローアップを行う。また補助金や融資等の各種施策を活用する事業者に対し、申請書類や実績報告等の作成支援並びに効果の検証等を行い継続的な経営支援を行う。

【特記事項】進捗状況によりフォローアップ回数の見直しを行う。

⑤創業・第二創業者への事業計画策定後の実施支援（拡充実施）

【支援対象】事業計画策定を行った創業・第二創業した小規模事業者

【支援方法】事業計画策定を行った小規模事業者への定期巡回により行う

【支援内容】金融支援や補助金の活用が必要な事業者に対して、事業実施後3ヶ月に1回程度のフォローアップを行います。また補助金や融資等の各種施策を活用する事業者に対し、申請書類や実績報告等の作成支援並びに効果の検証等を行い継続的な経営支援を行う。

【特記事項】進捗状況によりフォローアップ回数の見直しを行う。

7. 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評価等】

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、新たな需要開拓に取り組む事業者を支援対象者と定めて実施した。

事業内容は、①新たな需要開拓に向けた小規模事業者の業種別に実施する販売促進活動（「マーケティング戦略」「チラシ販売戦略」「販売促進計画」に基づく販促活動）と、②事業計画策定支援を通して得られた小規模事業者別の「販路拡大計画」に沿って実施される「商談会・即売会」の出展による販路開拓を併せて支援することで、事業計画策定の実施効果を高めた。

第1期における評価検討委員会においても、「商談会・即売会」は新たな販路として有効である。今後はITやふるさと納税を活用した販路開拓にも取り組んでいただきたいとの評価をいただいたことから、拡充し継続実施する。

（2）【現 状】

上記、第1期における取組みのとおり、地元開催の各種スポーツ大会や各種団体の全国・全道大会等においての出店支援、また、伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し商談会・即売会への出展支援で成果を上げているが、参加企業が限られている状況にある。

（3）【課 題】

参加企業も限定的になっており、効果が一部に限られていることから、新たな販路開拓支援が必要となっている。今後は、評価検討委員会の意見をもとに、ITやふるさと納税を活用した販路開拓支援に取り組むこととする。

(4) 【目 標】

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
商談会出展事業者数	2 企業	2 企業	2 企業	2 企業	2 企業	2 企業
商談成立件数／1 社につき	0	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
即売会への出展件数	2 企業	2 企業	2 企業	2 企業	2 企業	2 企業
売上額／1 社につき	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円
パンフレット支援事業者数	-	10 企業	10 企業	10 企業	10 企業	10 企業
売上額／1 社につき	-	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
インターネット支援事業者数	3 企業	3 企業	3 企業	3 企業	3 企業	3 企業
売上額／1 社につき	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円
ふるさと納税制度を活用した 販路開拓支援事業者数	-	2 企業	2 企業	2 企業	2 企業	2 企業
売上額／1 社につき	-	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円

※以下の支援の考え方に記載のとおり、フォローアップを徹底することとし、支援回数は、販路開拓支援件数と商談会・即売会への出展件数に対して年間 4 回を予定している。

(5) 【支援に対する考え方】

今後も外部機関・専門家と連携を図り、事業計画を策定した事業所において、新たな需要開拓を視野に入れた小規模事業者による経営発達のため、需要動向調査の分析結果に基づき、首都圏で開催される既存の即売会における販路開拓機会の創出による販売機会の拡大を図る。また、小規模事業者へ広く周知し物産販売並びに商談会への積極的参加を促進するとともに、新たにインターネット販売を活用した販路開拓支援を行う。

支援にあたっては、実施後のフォローアップを徹底することにより、小規模事業者の販路拡大と認知度の向上を図る。

(6) 【事業内容】

①商談会・即売会への出展支援による販路開拓支援（継続事業）

1) 想定する催事

〈1〉【催 事 名】『北の味覚、再発見!!』（特産品展示・商談会）(BtoB)

【主 催】北海道商工会連合会

【開 催 地】北海道札幌市

【出 展 者】事業計画書を策定し、新たな販路開拓の意欲のある小規模事業者

【出 店 者 数】2 事業所

【来 場 者】バイヤー等の流通業者等

【集客(来場者)数】250 名（過去実績）

【募 集 方 法】事業計画書を策定し、BtoB による販路開拓を計画している事業者へ情報提供を行うと共に、商工会ホームページにより参加者を募る。

【概 要】地域特産品を販路開拓支援事業の一環として、流通業者との商談会を実施し、これら特産品の販路開拓・拡大を図る。

【支 援 内 容】事前の支援：出展商品に対するパンフレットの作成を支援する。効果的な陳列方法や出店に関する事務手続き等の支援、ポップ作成、販売計画書の策定支援を行う。

当日の支援：商工会職員も帯同し、パンフレットの配布のほか、バイヤーへの商品提案、プレゼンテーションについての支援を行う。
さらに、バイヤーにアンケート用紙によりヒアリング（味・価格・内容量・パッケージデザイン・評価等）を行う。

出店後の支援：アンケート結果を整理分析し事業者フィードバックし販路拡大に役立てていく。商談会後もフォローアップを定期的に

行い、商談成立に向けたアプローチの支援や専門家と連携し
改善点をふまえた商品のブラッシュアップなどの継続的な販
路開拓支援に取組む。

【成果目標】バイヤー等との新規成約件数1事業所当たり2件

〈2〉【催事名】『なまらいっしょ北海道フェア』（催事・即売会）（BtoC）

【主催】北海道商工会連合会

【開催地】東京都 三軒茶屋商店街 三軒茶屋ふれあい広場

【出展者】事業計画を策定し、新たな販路開拓の意欲のある小規模事業者

【来場者】一般消費者等

【集客（来場者）数】25,000人（2日間）（過去実績）

【募集方法】事業計画を策定し、BtoCによる販路開拓を計画している事業者へ情報提供を行うと共に、商工会ホームページにより出展者を募る。

【概要】北海道内の各地域から、地域資源を活かした特産品を各事業者が持ち寄り出展する。小規模事業者は首都圏在住者に対してアピールする機会が少ない状況であることから、各事業者と連携して、小規模事業者が開発した商品により首都圏で集客力のある北海道フェアを開催することにより、特産品の販路拡大を目指す。

【支援内容】事前の支援：出展商品に対するパンフレットの作成を支援する。効果的な陳列方法や出店に関する事務手続き等の支援、ポップ作成、販売計画書の策定支援を行う。

当日の支援：商工会職員も帯同し、パンフレットの配布のほか、レイアウト等の支援、さらに、消費者にアンケート用紙によりヒアリング（味・価格・内容量・パッケージデザイン・評価等）を行う。

出店後の支援：アンケート結果を整理分析し事業者にフィードバックし販路拡大に役立てていく。商談会後もフォローアップを定期的に行い、商談成立に向けたアプローチの支援や専門家と連携し改善点をふまえた商品のブラッシュアップなどの継続的な販路開拓支援に取組む。

【成果目標】売上額1事業所当たり200,000円

②中標津町特産品パンフレットによる小規模事業者の販路開拓支援（BtoC）（継続実施）

【支援対象者】事業計画を策定し地域特産品を販売している町内の小規模事業者

【掲載者数】10事業所（現時点での対象事業者）

【対象者】中標津町にゆかりのある東京中標津会や札幌中標津会の会員の方

【対象者数】650人（東京中標津会会員300名、札幌中標津会会員350名）

【募集方法】事業計画書を策定し、地域特産品を販売している町内の事業者へ情報提供を行うと共に、商工会ホームページや会報等により出展者を募る

【支援内容】中標津町特産品パンフレットを作成し、総会時や会報等を送付する際に中標津町特産品パンフレットを配布し販路開拓支援を行う。

【成果目標】売上額1事業所当たり50,000円。中標津町への関心の高い方々のため、認知度向上によりリピーターとなる可能性が高い。

③インターネット販売の構築による販路開拓支援（BtoC）（継続実施）

現在ITツールを活用した販売促進を行っている小規模事業者は少ないため、外部機関・専門家と連携を図り、ホームページ作成ツール「Goope」やECサイト「ニッポンセレクト.com」等を活用するとともに、小規模事業者持続化補助金等を活用し自社ECサイトの制作やSNSを活用し、需要動向調査の結果を踏まえた小規模事業者の販路拡大を支援する。

(参 考)

「Goope」・・・GMO ペパボ(株)が運営するホームページ作成ツール。あらかじめ用意されている多数のテンプレートに簡単な入力作業でホームページが作成・更新できるサービス。
全国商工会連合会との提携により商工会員限定の無料サービスが可能。

「ニッポンセレクト. Com」・・・地域経済支える中小企業・小規模事業者が農商工連携や地域資源の活用などにより開発した商品等や魅力ある隠れた地域産品等をウェブを通じて紹介・普及を行うことにより、地域の優れた産品を紹介・販売し、中小企業・小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図ることを目的とした全国商工会連合会公式のショッピングサイト。

【支援対象者】事業計画を策定した I T を活用した販路開拓を目指す小規模事業者

【支 援 者 数】1 年 3 事業所

【提供するECサイト】自社 E C サイト・全国商工会連合会 「ニッポンセレクト. com」

【成 果 目 標】売上額 1 事業所当たり 200,000 円

④ふるさと納税制度を活用した販路開拓支援（新規）

中標津町では豊富な地域資源が多くあるが、ふるさと納税額では総務省の令和 2 年度の調査では北海道内(179 市町村)で 94 位(90,551 千円)と低迷していることから、制度の未活用者に対し、成功事例等の情報提供を行い、ふるさと納税返礼品の登録を積極的に促進し登録申請に係る手続きと併せて支援することで販路開拓の支援を行う。

【支援対象者】事業計画を策定し地域特産品を販売している町内の事業者

【出 展 者 数】1 年 2 事業所

【対 象 者】ふるさと納税を行う方又は中標津町に興味を持つ方

【成 果 目 標】売上額 1 事業所当たり 200,000 円

8. 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】

当会副会長、総務企画委員長及び経営改善普及推進委員長・副委員長また外部有識者として、金融機関支店長などの有識者により、「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、改善案の検討を行っている。

(2)【課 題】

本計画に記載事業の実施状況、成果について評価シートを活用した「数値的評価」を導入しているが、期中の点検が行われていないことから、定期的に目標に対する評価、改善を図り経営発達支援計画の実効性を高める。

(3)【事業内容】

①経営発達支援計画の事業評価及び見直し体制

職員会議にて「経営発達支援計画進捗会議」を 3 ヶ月に 1 度開き、各事業の進捗状況等について PDCA サイクルにより発達改善を図る。

また当会副会長、総務企画委員長会及び経営改善普及推進委員長・副委員長また外部有識者として、金融機関支店長などの有識者により、「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、改善案を検討する。

事業の実施状況は、経改事業の実施状況報告に使用する CSV シートを活用し、定量的に管理・把握する。評価委員会の際は、各項目の支援件数等を集計し、評価シートにまとめたうえで、事業報告を行う。

②経営発達支援計画の事業評価及び見直しの決定・承認

「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、通常総代会において承認を受けることとする。

③経営発達支援計画の事業評価及び見直しの公表

事業の成果・評価・見直しの結果を中標津町商工会のホームページで計画期間中公表します。
ホームページアドレス：<http://www.nakamap.or.jp/>

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1)【現 状】

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る。

(2)【課 題】

習得した知識については職員間での知識・情報の共有に至っておらず、経験年数の違いによる指導能力の差異が生じている。

今後は、多様化する小規模事業者ニーズに対応するため、より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。

また、支援ノウハウを職員間で共有化を図るため、組織内で定期的に職員研修会の実施並びにOJTによる職員全体のレベルアップを図る。

(3)【職種別の資質向上】

①全国商工会連合会が主催する研修の参加に加え、中小企業大学校が主催する「経営支援に関するセミナー」や、中小機構北海道本部の主催する研修に経営指導員が年間各1回以上参加することで、売上げや利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。

また、研修内容は過去の受講状況を精査して選定し、効果的に職員のスキルアップが図れるよう計画的に実施する。

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も同席し、指導ノウハウの伝達を行う。

②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職員間で共有化するため、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る。

③職種別研修、分野別の専門研修等に積極的に参加し、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、OJT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る。

④研修で得た知識や支援ノウハウ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職員間で共有を図るため、職員会議(3ヶ月に1回)を開催し、職員間での情報の共有を図り、小規模事業者への支援に対応する体制を構築する。

10. 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】

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融資斡旋の際に金融機関との個別案件の情報交換にとどまっており、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る。

(2)【課 題】

他の支援機関との情報交換を積極的に図り、連携体制の構築を強化すると共に、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各支援機関が持つ支援ノウハウを吸収し、支援ノウハウの向上を図ることが課題となっている。

(3)【事業内容】

①支援機関との連携及び情報交換

北海道中小企業総合支援センター、よろず支援拠点釧路支部、中小企業診断士等と経営分析、事業計画策定支援や需要動向調査・需要開拓に関する支援、農商工連携、地域資源活用、新連携等の新事業支援ノウハウや新たな施策に関する情報交換を必要とする事案が生じた際には随時行い、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の構築を強化すると共に、職員の支援ノウハウの向上を図る。

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、創業・第二創業、販路拡大支援に関する情報交換等を年に一度開催の金融懇談会や随時、日本政策金融公庫並びに地元金融機関と情報交換を行い、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に連携体制の構築を強化すると共に、職員の支援ノウハウの向上を図る。

③商工会関連との連携及び情報交換（年3回）

北海道商工会連合会が実施する「根室管内職員協議会経営指導員連絡会議」または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、全道及び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（4ヶ月に1回）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、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改善普及事業の円滑な推進と事業計画の策定に係る経営発達に向けた支援力向上に努める。

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】

地域経済の活性化について協議を行っている、中標津町、中標津町商工会、中標津飲食業連合会、（一社）なかしべつ観光協会、中標津町農業協同組合等により構成された「カモン！なかしべつインバウンド振興推進協議会」において、今後の中標津町の観光産業や地域ブランド商品について検討し、冬のアクティビティ商品の開発を行い、冬の閑散期に観光客の誘客により地域経済の活性化の取組を行った。

(2)【課 題】

観光産業による冬のアクティビティは確立されたが、食に関する「中標津ブランドの構築」までには至っておらず、農商工連携を見据えた地域振興に資する事業の実施により、付加価値を発生させ地域経済の活性化を継続的に図ることが課題となっている。

(3)【事業内容】

①「カモン！なかしべつインバウンド振興推進協議会」での地域経済活性化の協議・検討・支援（拡充事業）

上記、(1)現状で記載した「カモン！なかしべつインバウンド振興推進協議会」を年1回開催し、委員である、中標津町、中標津町商工会、中標津飲食業連合会、（一社）なかしべつ観光協会、中標津町農業協同組合の担当者等と基幹産業である農業との連携による地域ブランド化、滞在型観光の推進等の地域経済活性化に資する内容について協議・検討し方向性を共有する。

②建設・設備産業の地域内循環型経済の構築への取り組み（継続実施）

町内建設業は町財政（町予算額の17.9%）や町内の雇用（産業人口の12.8%）にも大きな影響がある。町の経済の大きな影響力を持ち、資材の購入や下請など裾野が広い建設業では、「地元の仕事（お金）は地元で廻そう!!」を提唱し、町内循環型建設産業の構築を目指している。

また、平成20年に実施した。商工会建設業部会の独自調査結果では、2次下請までの受注額を換算すると、当初発注額の2.52倍の経済効果になる結果となった。

地域内循環型経済の構築への具体的な取り組みとしては、町内業者間や建設業協会との連携を図り、地元発注を提案するとともに、HP等による広報活動や巡回訪問を通じて、町内循環型建設産業についての理解を深め、大手企業や町外へ流出していた仕事を地元企業への新しい需要として取り込むこと、さらには中標津町独自の補助金である中小企業応援事業補助金（設備投資や改修を町内の企業の発注した場合に30万円を上限に補助される）の活用も併せて推奨し、町内循環型産業の構築を目指す。

③地域ブランド商品の開発による地域経済活性化（継続実施）

乳製品やじゃがいも、ブロッコリー、だいこん、椎茸、鹿肉、蕎麦などの特産品は1次加工や2次加工を行っている事業者の一部が行っているが、外部に対する有効な付加価値付けがなされていないかった。

今後は、中標津飲食業連合会や北海道根室振興局等と連携を通じ、農商工連携や6次産業化の促進を図ることにより、加工の取り組みを通じた高付加価値化やパッケージデザインの改良等によるブランド化を目指した商品の開発を行い、町内小規模事業者との連携による地場商品を活用し、5年間で3アイテムのご当地メニュー等の開発、商品化を目指し地域経済の活性化を図る。

④まちなか賑わい推進事業による中心市街地の活性化（継続実施）

バイパス等の周辺施設から中心市街地への集客対策として、中標津町、JA中標津、なかしべつ観光協会、町消費者協会、商工会青年部・女性部他各種団体と連携して、「まちなか賑わい秋の陣・清流物語」を中心市街地にある中標津経済センター並びに親水広場にて開催し、モニュメントの「あきんど君（リアカーを引き商売に勤しむ少年の像）」を中心とする中標津町商業発祥の地としてのイメージとストーリーを浸透させ、周辺の観光地やバイパスの商業施設からの集客を図る。また、地域特産品の展示会・販売会を開催し町内外の消費者に対してPRするとともに、事業計画策定に取り組む小規模事業者へ出店を勧め、各店舗の認知度を高めることで、持続的に来店いただくことにより、中心市街地の空き地等の減少並びに継続的にぎわいの創出を目指す。

⑤地域イベントによる地域経済活性化（拡充実施）

当商工会が主催する「大平原花火大会」では、新たに花火とレーザーショーとのコラボレーションによる花火大会を実施し、町内外から多くの方が訪れ、多くの交流人口を増加させることができ、より多くの消費購買力を確保することができた。

引き続き「大平原花火大会」において、新たな企画により、交流人口を増やすと共に各種団体等が実施する「なかしべつ夏まつり」、「なかしべつ冬まつり」、「じゃがいも伯爵まつり&ふれあい広場」において、情報を一元化することにより観光施設との連動を図り、観光客や周辺自治体からの集客を促し、地域全体の活性化を図る。

また、「中標津ブランドの構築」を図るため、地域資源の積極的な活用に取り組むことと併せ、地域資源を活用したなかしべつ特産品等の消費拡大を図ることにより商品認知度を高め、年間を通して実施されるイベントでは、周辺の開陽台や道立ゆめの森公園等の観光施設から中心市街地への集客を促進して、地域経済の活性化及び交流人口の増加による消費購買力の確保を図る。

⑥地元雇用の拡大による地域経済活性化への取り組み（継続実施）

現在も毎年1回、中標津町及び北海道中小企業同友会くしろ支部と共催により根室管内4町（中標津町、別海町、標津町、羅臼町）の企業及び高校生、一般求職者を対象に合同企業説明会

を開催している。

開催前には中標津高校、中標津農業高校、中標津支援学校、別海高校、標津高校、羅臼高校の校長、進路担当教諭及び企業等が参加する求人懇談会を開催し、高校生の現状やニーズを調査すると共に、建設業協会等と連携を図り、就業体験学習を行い、就業意欲の向上を図っている。

説明会では、地元企業の事業内容や利点などについてのより具体的な説明を行い就職促進を図り地元企業への理解度を深め地元雇用の拡大及び定着を図る。

更には、新規就職者の社会人としての心得えやマナーを学ばせるために新入社員研修会を実施し、職場への長期的な定着を図る。

長期的な観点では敬遠されがちな技術系の仕事の3K職種のイメージを脱却するために、小学生や中学生に対して「ものづくり」の良さを理解させるため、建設業協会等と連携を図り建設の仕事についての出前講座や、実際に作られた道路や建築物等の現場見学により技術系の仕事のイメージアップを図る。

(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2年11月現在)	
(1) 実施体制(商工会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/商工会と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制 等)	
事務局長 (事業総括) 中標津町 経済部経済振興課 連携 法定経営指導員 3名(経営発達支援事業全般) 補助員 2名(経営発達支援事業補助) 記帳指導員 4名(事業資料作成補助) ※令和3年4月より、記帳専任職員1名・記帳指導職員1名を採用予定	
(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：國奥 志也・茂又 規彰・竹下 修代 ■連絡先：中標津町商工会 TEL0153-72-2720	
② 当該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等を行う。	
(3) 商工会/関係市町村連絡先	
① 中標津町商工会	
所在地	〒086-1002 北海道標津郡中標津町東2条南2丁目1番地19
電話番号	0153-72-2720
FAX	0153-72-1986
メールアドレス	NAKASHO@aurens.or.jp
ホームページ	http://www.nakamap.or.jp/
② 中標津町 経済部経済振興課	
所在地	〒086-1197 北海道標津郡中標津町丸山2丁目22番地
電話番号	0153-73-3111
FAX	0153-73-5333
メールアドレス	shoukou@nakashibetsu.jp
ホームページ	https://www.nakashibetsu.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 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
必要な資金の額	7,390	6,890	6,890	6,890	6,890
1. 地域経済動向調査	600	100	100	100	100
2. 需要動向調査事業	715	715	715	715	715
3. 経営状況の分析事業	100	100	100	100	100
4. 事業計画策定事業	415	415	415	415	415
5. 事業計画策定後の実施事業	330	330	330	330	330
6. 新たな需要開拓事業	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
7. 事業の評価見直し	10	10	10	10	10
8. 資質向上対策	310	310	310	310	310
9. 経営発達支援事業を円滑な実施に向けた支援力向上のための取組	10	10	10	10	10
10. 地域経済活性化の取組	2,300	2,300	2,300	2,300	2,300

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、道補助金、町補助金、事業委託費、手数料 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