

経営発達支援計画の概要

実施者名	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 8 年 4 月 1 日～令和 13 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. 創業支援・事業承継支援による小規模事業者の維持を図る 3. 新たな販売機会の創出や IT ツール導入による販路開拓支援 地域への裨益目標 4. 地域資源を基盤にブランドを形成し、交流人口の増加を通じて地域経済の活性化を図る 5. 企業価値の向上を通じて地域人材の就業を促し雇用創出を図る
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各種経済情報の収集と分析提供 ②地域経済動向の情報収集と分析提供 4. 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 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事業計画策定セミナーの開催 ②DX 推進セミナーの開催 ③事業計画策定支援 ④事業承継計画策定支援 ⑤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事業計画策定後のフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①商談会等出展支援（BtoB） ②即売会等出展支援（BtoC） ③DX による販路開拓支援（BtoC） ④ふるさと納税制度を活用した販路開拓支援 1 2. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること ①地域イベントによる地域経済活性化 ②まちなか賑わい推進事業による中心市街地の活性化 ③建設・設備産業の地域内循環経済の構築 ④地元雇用の拡大による地域経済活性化 ⑤地域ブランド商品の開発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

1. 目 標

(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。

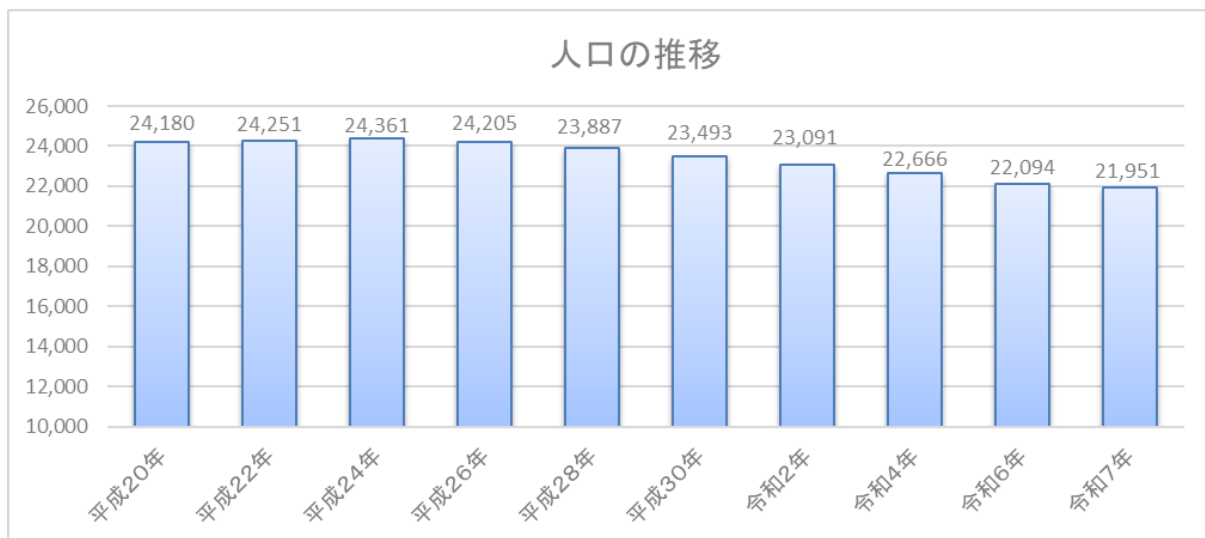
また、根室中標津空港を有し、根室管内の中核都市であることから、周辺自治体からも買い物客が訪れる商業都市として発展してきた。

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22万人の利用客となっている。



【人口の推移】

当町の人口は、平成22年まで順調に増加傾向で推移していたが、平成24年をピークに減少傾向に転じており、令和7年3月末の住民基本台帳人口による人口は21,951人（ピーク時24,361人）である。また、当町の高齢化率（65歳以上）は、令和7年1月1日現在28.7%と北海道179市町村の中で下から5番目の順位となっており、全国（29.6%）全道（33.4%）の平均と比べると低い水準になっている。



(資料：中標津町住民基本台帳より)

中標津町年齢別人口構成比

区 分	令和7年3月31日現在				区 分	令和7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	751	745	1,496	6.82%	60～69 歳	1,382	1,493	2,875	13.10%
10～19 歳	1,040	940	1,980	9.02%	70～79 歳	1,358	1,608	2,966	13.51%
20～29 歳	1,083	876	1,959	8.92%	80～89 歳	617	966	1,583	7.21%
30～39 歳	1,262	1,096	2,358	10.74%	90～99 歳	114	273	387	1.76%
40～49 歳	1,643	1,485	3,128	14.25%	100歳以上	0	13	13	0.06%
50～59 歳	1,608	1,598	3,206	14.61%	総数	10,858	11,093	21,951	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 256 戸（令和 7 年 2 月現在）、乳牛 44,397 頭（令和 6 年度現在）、生乳生産量 228,407 t（令和 6 年度現在）、生乳生産額 268 億 8,459 万円（令和 6 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を中標津町産業連関表をもとに推計すると、1次効果と2次効果を合わせて約 372 億円（1.38 倍）の経済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酪農畜産業であるが、観光産業においては、有力な観光資源として、地平線を見渡せる「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 8 万 1 千人、2 万 2 千人、6 万 8 千人となっており、その他イベント等 6 万 2 千人も含めた年間の観光入込者数は約 23 万 9 千人を数える。

（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。

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込者数			
				開 陽 台	養老牛温泉	ゆめの森公園	緑ヶ丘森林公園
令和6年度	239,500	68,200	98.20%	81,100	22,500	68,800	4,800
令和5年度	243,900	65,500	120.38%	85,900	22,100	68,800	6,800
令和4年度	202,600	64,500	131.99%	85,800	24,700	74,800	4,500
令和3年度	153,500	60,400	74.66%	69,800	20,000	60,500	3,100
令和2年度	205,600	47,600	68.10%	98,500	16,000	89,500	1,600

(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り組みが少なく、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6年の寄附金実績は約19,484万円（10,138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590アイテム、事業者数で61事業者となっており、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とあわせて、町の魅力を発信し、返礼品のPRを強化することで寄附者に選ばれる地元特産品の知名度を高め、新商品の開発や生産体制の改善に取り組む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	商工業者種別内訳							定款会員 になり得る 事業者
				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7年	1,024	1,223	1,201	203	46	38	255	205	349	105	22
令和6年	1,024	1,207	1,186	202	46	37	257	203	341	100	21
令和5年	1,024	1,203	1,183	200	50	37	258	206	335	97	20
令和4年	1,024	1,202	1,182	201	49	38	257	209	335	93	20
令和3年	1,024	1,210	1,189	205	48	37	265	208	332	94	21

（資料：中標津町商工会調べによる）

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多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となっている。

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、コロナによる影響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。

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	令和3年中標津町人口	流入人口
¥45,575,000,000	¥259,167	2.75人	63,946人	22,867人	41,079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：令和3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工場と中標津町農業協同組合工場による生乳加工が中心となっている。令和6年には明治乳業が総額480億円を投じて新工場の建設を開始し、令和9年には稼働予定である。さらに令和8年には雪印メグミルクが460億円規模の大規模拡張を行う計画であり、これらの投資により生産量は大幅に増加し、日本有数の乳製品生産地帯としての地位を確立する見込みである。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、建築業では酪農家の畜産クラスター事業が終了したことや建設資材の高騰の煽りを受け個人住宅の建設が減少していることから売上が減少傾向にあり、土木業においても、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行ってきたが、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中標津経済センター、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新店、以後、現在まで多くの大手資本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の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22万人の利用客がある。

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（町村別）は、令和3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（町村別）	北海道ランク（町村別）
総合・年間商品販売額	53,284[百万円]	13位	1位
総合・事業所数	259[事業所]	11位	1位
総合・従業員数	2,113[人]	20位	2位
総合・売り場面積	62,206[m ²]	17位	3位

※全国町村数 926 町村・北海道町村数 144 町村（令和3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2期計画実施においても、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。

地域経済を支えている小規模事業者が持続的発展を遂げるために、様々な環境変化に対応しながら自社の強みを活かした経営力を向上して競争力を持ち、新たな需要を開拓していくことが求められている。

また、小規模事業者の事業の持続的な発展に繋げるために、事業者との「対話と傾聴」による伴走型支援によって事業者自身が自社の「強み」や「機会」等を的確に理解し、目の前の課題に気づき、自ら課題解決に向けて自走化していく仕組みづくりが必要となる。

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、持続的発展が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2期計画を基本とした継続的な支援を実施していく。

②第7期中標津町総合計画との連動性

第7期中標津町総合計画(令和3年～令和12年)では、「空とみどりが人をつないでいくまち 中標津」～住みたいまち 住み続けたいまち～を中標津町の将来像として定めている。

この将来像とまちづくりの基本理念に基づき、経済・産業分野において、「産業の力みなぎるまちづくり」が基本目標とされており、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) 中小企業の活性化
- 2) まちなか賑わいの創出
- 3) 特産品のPR活動の展開

本計画においては、現在の第7期中標津町総合計画との連動、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「既存企業の経営基盤強化を通じた小規模事業者の収益向上」

イ「まちなか賑わい推進事業による来訪者増加と消費購買力の向上」

ウ「地域資源を活用した地域ブランド確立による販路開拓」

を長期的な振興のあり方として3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7年4月1日現在で1,024事業者の小規模事業者であり、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。

小規模事業者の今後 10 年程度を見据えた際も、日々変化する経営環境や多様化するニーズへの柔軟な対応が求められることから、伴走支援による対話と傾聴を重ね事業者自身が本質的な課題に気づき、納得したうえで自己変革へと導くことができるように、各支援機関と商工会が連携を図り小規模事業者に寄り添った伴走支援を継続して行う必要がある。

第 2 期経営発達支援計画の取り組み及び中標津町の基本構想、基本方針を踏まえ、支援機関として小規模事業者の抱える問題点に適宜対応することにより、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 2 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。

①小規模事業者に対する目標

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

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に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。

- ・ KPI：事業計画策定件数 150 件/5 年（年 30 件）
- ・ KGI：事業計画策定事業者の売上高増加件数（対前年比 3%以上） 30 件/5 年（年 6 件）

目標 2 創業支援・事業承継支援による小規模事業者の維持を図る

地域内の創業希望者に対し創業計画をはじめ多面的（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支援する。

- ・ KPI：創業計画策定事業者数 25 者/5 年（年間 5 者）
- ・ KGI：創業支援による創業者数 35 者/5 年（年間 7 者）
- ・ KPI：事業承継計画策定事業者数 10 者/5 年（年間 2 者）
- ・ KGI：事業承継支援による事業承継者数 20 者/5 年（年間 4 者）

目標 3 新たな販売機会の創出や IT ツール導入による販路開拓支援

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。

- ・ KPI：商談会・即売会出展支援件数 20 件/5 年（年間 4 件）
- ・ KGI：支援先小規模事業者の年間売上高増加件数（前年対比 2%増加）
15 者/5 年間（年間 3 者）

②地域の裨益に対する目標

目標 4 地域資源を基盤にブランドを形成し、交流人口の増加を通じて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形成により、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。

- ・ KPI：地域内の関係機関等との連携回数：10 回/5 年（年間 2 回）
- ・ KGI：地域内の関係機関等と連携し地域資源を活用した特産品開発数：5 年間で 3 個

目標 5 企業価値の向上を通じて地域人材の就業を促し雇用創出を図る

未来を担う子供たちに対して、企業価値の向上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。

- ・ KPI : 合同企業説明会の開催 : 5 回/5 年 (年間 1 回)
- ・ KGI : 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8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者に対する目標達成に向けた方針

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

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、合わせて事業者との「対話と傾聴」を通じ、経営状況の分析などを行い、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、事業者の自走化や体質強化を図り目標の達成に繋げる。

目標2 創業支援・事業承継支援による小規模事業者の維持を図る

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ハンズオン支援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。

事業者を支援するにあたっては、「対話と傾聴」を通じて実行する。

目標3 新たな販売機会の創出やITツール導入による販路開拓支援

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り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。事業者を支援するにあたっては「対話と傾聴」を通じて実行する。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ECサイトの構築やSNSの活用及びふるさと納税制度を活用した販路開拓支援を行う。

②地域の裨益目標達成に向けた方針

目標4 地域資源を基盤にブランドを形成し、交流人口の増加を通じて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ることにより地域経済の活性化を図る。

目標5 企業価値の向上を通じて地域人材の就業を促し雇用創出を図る

中標津町等の関係機関と連携して開催している「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。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状

経済産業省の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ける資料提供に留まり、一部の小規模事業者の支援にしか活用されていない。

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、重要性が浸透しきれていない状況であることから、第3期についても継続実施し、より活用しやすい資料を提供することで経営に対する意識向上を促す。

(2) 目標

支援内容	公表方法	現状	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
各種経済情報の 公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
地域経済動向の 公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①各種経済情報の収集と分析提供

北海道商工会連合会から提供される「中小企業景況調査報告書」（四半期毎に道内事業所を対象に業況や経営課題等を商工会の経営指導員が聞き取り調査）や地元金融機関である大地みらい信用金庫が定期的に発行する「みらいレポート」の統計資料を各項目で整理・分析し、小規模事業者が事業計画策定するための資料として年1回情報提供する。

【調査手法】中小企業景況調査報告書、大地みらい信用金庫「みらいレポート」の統計資料を、経営指導員が地域内小規模事業者向けに見やすく、わかりやすいように業種別・規模別・課題別等の比較、推移等を整理して分析する。

【調査項目】景況観、売上高、採算、設備投資、経営上の問題点等

②地域経済動向の情報収集と分析提供

小規模事業者を取り巻く環境を把握し、将来の事業活動や経営判断等の基礎資料として活用できるよう、国が提供するRE S A S（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い、年1回情報提供する。

【調査手法】「RE S A S（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。人口規模が同一の都市との経済状況の比較などを行う。

【調査項目】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

(4) 調査結果の活用

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、データを中標津町商工会のホームページに掲載し広く周知するとともに、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. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

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することで既存商品のブラッシュアップに活用することができた。

課題

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なかったことから、新商品開発に向けた調査項目を精査し、消費者ニーズやバイヤー目線のニーズを収集、結果をフィードバックすることで、新商品開発や新たな需要の開拓に繋げていく。

(2) 目標

支援内容	現状	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12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

(3) 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動向調査

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

【想定する催事】・FOOD STYLE Japan (BtoB)
・なまらいいっしょ北海道フェア (BtoC)

(4) 調査結果の活用

集計した結果をもとに経営指導員等が専門家と連携してデータを整理・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。また、分析結果を事業計画に反映する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状

現状の指導・支援における経営状況分析は、金融相談に関連する課題解決を目的として、財務諸表をもとにした経営指標や資金繰りの財務分析が中心となっている。一方で、事業計画の策定へとつながる定性的な分析は十分に行われていない状況である。

課題

財務諸表を用いた分析だけでなく、「ローカルベンチマーク」や「SWOT分析」といった手法を取り入れ、定性的な視点から経営を見直すことで、より計画的な経営へと転換することが重要である。加えて、事業者との対話や傾聴を通じて、事業者自身が経営課題を理解し、効果的な事業計画策定につながる分析を行う必要がある。

(2) 目 標

支援内容	現状	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
経営分析事業者数（定量・定性）	61件	60件	60件	60件	60件	60件

(3) 事業内容

①小規模事業者の経営分析の実施

税務相談や金融相談時に財務諸表をもとに定量分析（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、小規模事業者との「対話と傾聴」を通じて、経営指導員等と一緒に分析を行う。

(4) 分析結果の活用

財務分析に加え、非財務分析を行うことで小規模事業者の自社の置かれた状況を可視化し、事業者自らが本質的な課題を捉え、事業計画の策定に活用する。また、分析結果は当会職員間で共有できるクラウド型経営支援ツール「ShokoBiz」により、データベース化することで効率的な支援体制の構築が図られる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

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いただき策定支援に結び付けることができています。第2期においては、毎年30件の事業計画策定を目標に取り組んできましたが、概ね半数近くが各種補助金や支援金に対する申請支援や金融支援をきっかけにした事業計画の策定となっており、事業者自身が本質的な課題の把握に至っていないケースが多く「対話と傾聴」を通じ、自発的な事業計画の策定支援が必要であると考えます。

課 題

自社の本質的な経営課題解決に向けた事業計画策定支援に加え、デジタル化への遅れや多様な消費者ニーズに対応するため、DX化に向けたITツールの導入による業務効率の改善や事業収益の確保が課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

物価高騰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。

小規模事業者にとって事業計画策定は、事業の持続的発展に向けた重要な指針となることから、

引き続き理解を求め、浸透させていく取り組みを行う。

事業計画の策定については、地域の需要動向や自社の経営状況を的確に把握し、伴走型支援による「対話と傾聴」を重ねることで信頼関係を構築し、事業者自らが本質的な経営課題に気づき、納得した上で課題解決に向けた事業計画の策定支援を目指す。

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、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「経営自己診断システム」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者の50%である年30件を目指す。

また、小規模事業者全体の課題となっている慢性的な人手不足やIT化の遅れによる機会損失を招いていることから、限られた経営資源の中でITツールの導入による業務プロセスの改善やセグメントデータを活用した顧客ニーズの把握によって収益性の確保に向けた支援に取り組む。

更に、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。

(3) 目 標

支援内容	現状	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
事業計画策定セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
DX推進セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	22者	30者	30者	30者	30者	30者
事業承継計画策定事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
創業計画策定事業者数	4者	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 【事業内容】

①事業計画策定セミナーの開催

事業計画の重要性を訴求しつつ、地域の経済動向や消費者ニーズ、トレンドを交えた情報を提供し、事業者自身が自社の現状を理解するきっかけとなり、自発的に自社の経営課題に気づきを与えるためのセミナーを開催する。

【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

【講師】 中小企業診断士、各種小規模事業者支援機関に属する専門家等

【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】 年1回

【開催内容】 事業計画策定の基礎知識、販路開拓手法、生産性向上手法等

【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。

②DX推進セミナーの開催

多くの小規模事業者にとって喫緊の課題となっているDX化に向けた取り組みとして、DXの基礎知識及び各種ITツールの導入による業務効率化や販路開拓等の手法を学ぶセミナーを開催する。

【対象者】 DX化による業務改善、販路開拓を目指す小規模事業者

【講師】 ITコーディネーター、各種小規模事業者支援機関に属する専門家等

【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】 1回

【参加者数】 20名

【開催内容】 DXの基礎知識、ITツールの導入による業務効率化、販路開拓手法

③事業計画策定支援

経営力強化や販路開拓に意欲的な事業者に対し、経営指導員等の伴走型支援による対話と傾聴を通じた自発的な経営課題の抽出、課題解決に向けた実効性のある事業計画の策定を支援する。

【支援対象】 経営分析を行った小規模事業者のうち、経営力の強化や販路開拓等による事業の持続的発展を目指す小規模事業者

【支援手法】 経営指導員等は事業者との「対話と傾聴」を重ね、経営分析結果を基に自社の経営資源や強みを把握した上で本質的な経営課題を整理し、課題解決に向けた事業計画書の作成を支援する。尚、専門的及び高度な支援に関しては、中小企業診断士等との連携を図る。

④事業承継計画策定支援

円滑な事業承継を行うため、経営指導員が巡回訪問・窓口相談を通じて現状の課題や事業承継に向けて必要な事項を明確にして、事業承継計画策定の支援を行う。又、高齢で後継者がいない事業者は、経営者の承継に対する意向を把握したうえで、第三者承継に向けたマッチング支援を行う。なお、支援の際は中小企業診断士等の専門家の招聘、または北海道事業承継・引継ぎ支援センター等の支援機関と連携することで実効性の高い事業計画策定支援に繋げる。

【支援対象】 事業承継支援対象の小規模事業者

【支援手法】 事業承継対象事業者に対し最適な承継手法を検討し、後継者がいる場合には中小企業診断士等の専門家と連携し実現性が高い事業承継計画策定を支援する。また、後継者がいない場合には、第三者承継も視野に入れて北海道事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し事業承継計画策定を支援する。

⑤創業計画策定支援

創業を目指す小規模事業者に対し、創業に向けた想いやビジョンを整理し、実現可能な創業計画の策定を支援する。

【支援対象】 創業支援を予定している小規模事業者

【支援手法】 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。

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、創業計画の策定支援を行う。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

現 状

第2期で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、日々変化する経営環境において新たな障壁や計画との乖離の発生確認等には至っていなかった。(1件4回平均)

課 題

これまでのフォローアップについて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。

第3期については、事業計画を策定した全ての小規模事業者に対し、着実な計画を遂行できるようにPDCAサイクルを意識したフォローアップを目指す。

(2) 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を確認し、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 サイクルを回し、経営指導員等が事業者との「対話と傾聴」を通じて、現状の確認等を行い対応策について検討の上、適切な事業計画へと見直し支援を行う。

また、従前から実施している中小企業診断士等専門家の支援によるフォローアップも第三者の視点として有効な手段であることから、着実な計画実行に向けて継続して実施する。

(3) 目 標

支援内容	現状	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
事業計画策定後のフォローアップ対象事業者数	22 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者
フォローアップ頻度	88 回	120 回	120 回	120 回	120 回	120 回
売上増加事業者数 対前 年比 3%以上	5 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
利益率 2%以上増加の事 業者数	5 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
事業承継計画策定後のフ ォローアップ対象事業者 数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
フォローアップ頻度	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回
創業計画策定後のフォロー アップ対象事業者数	4 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
フォローアップ頻度	16 回	20 回	20 回	20 回	20 回	20 回

(4) 事業内容

事業計画を策定した小規模事業者を対象として、経営指導員等が定期的に訪問し、事業計画の進捗状況の確認、見直しを行い、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。

その頻度については、四半期に一度のペースでフォローアップを行い、進捗状況を確認する。ただし、事業者から相談を受ける際は、都度、フォローアップ支援として対応を行う。また、進捗状況が順調と判断できる場合は一時的にフォローアップ回数を減らすなど、臨機応変に対応し、事業計画を策定した事業者にまんべんなく進捗確認を行う。

フォローアップを行う中で、計画と大幅なズレが生じた場合は、計画の見直しを経営力再構築伴走支援モデルに基づき支援を行い、必要に応じて専門家と連携し、原因究明と今後の方針を検証し、計画を実行できるよう支援する。

なお、フォローアップ内容は、クラウド型経営支援ツール「ShokoBiz」により、データベース化することで効率的な支援体制を構築する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

現 状

第2期では、伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し商談会（札幌市・福岡市・東京都）・即売会（東京都）への出展支援で販路開拓に繋げることができ一定の成果がありました。なお、即売会の出展についてコロナの影響等もあり2年間の出展となり、残りの3年間については商談会を重視し商談場所を道内（札幌市）から道外（福岡市・東京都）に変更し実施しましたが、商談会・即売会ともに同じ事業所が出展している傾向にあった。

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。また、小規模事業者の多くは「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みを充分行うことができず、現状以上の販路開拓が行えない状況となっている。

第3期では、より多くの事業者が出展しやすい環境を作り、初めての事業者については、商談会、即売会に於いて新規取引先の成立に向けた伴走支援を行う。また、新たな販路開拓にはDXの推進が必要であるということを理解、認識したうえで取り組みを支援していく必要があることから、DX推進セミナー等で広く意識の醸成を図り、ITツール等の導入による販路開拓支援に取り組む。

あわせて、当町のふるさと納税額も増加傾向にあることから、ふるさと納税制度を活用した販路開拓支援にも取り組む。

（2）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者において、新たな需要開拓を視野に入れた域外への商談会・即売会等の事前準備から出展後のフォローアップに至るまで一貫した出展支援を行う。第2期においては商談会を重視し支援を行ってきたが、第3期についてはコロナの影響等も限定的となっていることから即売会についても並行して支援する。

また、ITを活用した販路先として自社ホームページ、SNSによる情報発信やECサイトの導入なども販路開拓に有効な手段であるため、ITツールを活用した販路開拓支援に取り組む。

また、商談会・即売会への出展が難しい小規模事業者には、DXに向けた取り組みとして、ホームページの開設やECサイトでの販路開拓支援を実施する。その中で、販売促進としてSNS情報発信や必要に応じてITの専門家を招聘するなど販路開拓支援を実施する。

あわせて、町と連携を図りながら、ふるさと納税制度における小規模事業者の参入促進と既存事業者の販路拡大支援にも取り組む。

支援にあたっては、事業者との「対話と傾聴」を通じて、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。

（3）【目標】

支援内容	現状	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
商談会出展事業者数	3者	2者	2者	2者	2者	2者
商談成立件数/1社につき	1件	2件	2件	2件	2件	2件
即売会への出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/1社につき	—	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
IT活用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/1社につき	—	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者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/1社につき	15万円	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円

※上記の支援に対する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。

(4) 事業内容

①商談会等出展支援 (BtoB)

新たな取引先確保による安定的な受注を目的として、道外で開催される企業間取引商談会への出展を支援する。

【対象者】 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

【出展支援者数】 2事業者/年

【想定する商談会】

『FOOD STYLE Japan』など

主催 FOOD STYLE Japan 実行委員会

開催場所 東京都東京ビックサイト

開催時期 例年9月下旬

来場者 バイヤー等の流通・観光関連業者、外食・中食・小売事業者、支援機関等

規模 出展者815社、来場者数 39,062名 ※令和7年度実績

概要 外食・中食・小売業界を対象とした日本最大級の“食”の総合商談展示会に出展することで、小規模事業者の販路開拓・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等）を行う。

出展後の支援：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り組む。

②即売会等出展支援 (BtoC)

域外への新たな販路開拓による売上増加を目的として、道内外で開催される大都市の一般消費者向け物産展への出展を支援します。

【対象者】 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

【出展支援者数】 2事業者/年

【想定する商談会】

『なまらいいっしょ北海道フェア』など

主催 北海道移住交流促進協議会、三軒茶屋銀座商店街振興組合

開催場所 東京都三軒茶屋ふれあい広場

開催時期 例年11月上旬

来場者 一般消費者等

規模 63事業所、24,000人(2日間) (令和7年実績)

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り組む。

③DXによる販路開拓支援（BtoC）

商談会・即売会への出展が難しい小規模事業者には、DXに向けた取り組みとして、ホームページの開設やECサイトの構築、SNSの活用による販路開拓支援を実施し、域外の需要の取り組みを支援する。

DXに際しては、当会職員で統一した知識を有していないため、支援にあたってはITコーディネーター等の支援を交え、職員の資質向上に繋げる。

【対象者】 事業計画を策定し、ECサイトやITツールの導入に意欲のある小規模事業者

【支援者数】 2事業者/年

【支援内容】 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サイト構築サービス「カラーミーショップ」等を活用するとともに、各種SNS等によるPRと併せて支援を行う。

④ふるさと納税制度を活用した販路開拓支援

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6年度の調査では北海道内(179市町村)で108位(194,848千円)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。また、既登録の事業者についても登録アイテム数について検討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】 2事業者/年

【支援内容】 町と連携し未活用者に対し、成功事例等の情報提供を行いながら登録を積極的に促進し登録申請に係る手続きのサポートについて支援を行う。また、既登録の事業者についても登録アイテム数を工夫し増やすことで販路開拓支援を行う。

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り組み

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

第2期においても、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、中標津町経済部経済振興課長、北海道商工会連合会釧根支所長、法定経営指導員と外部有識者として金融機関支店長により「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。

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必要がある。

(2) 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、中標津町経済部経済振興課長、北海道商工会連合会釧根支所長、法定経営指導員と外部有識者として金融機関の支店長により「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、定量的及び定数的に管理・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する。

ホームページアドレス：<http://www.nakamap.or.jp/>

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

従来より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。

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するとともに、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。

また、小規模事業者にとって直近の課題となっている DX 推進の取り組みについては、職員全般知識や経験が不足していることから、DX に関する基礎知識の習得が急務になっている。

(2) 事業の内容

①経営力再構築伴走支援研修等への参加

「対話」と「傾聴」をもとにした「課題設定型」の伴走型支援を推進するために、経営指導員等は、中小企業基盤整備機構等が行う経営力再構築伴走型支援研修等を積極的に受講し、必要とされるスキルの習得を行う。

②OJT による支援能力の向上

中小企業診断等の専門家派遣を実施する際は、随伴した担当職員が指導方法等を学び、支援スキルの向上を図ると共に、職員間で共有化するため、職場内での勉強会や「ShokoBiz」によりデータベース化することで情報の共有を図り、職員全体の支援能力向上を図る。

また、DX 推進に係る支援においては、職員の知識や経験が不足しており、今後一定期間は専門家派遣による支援が主になることが予想されるため、その際も同様に随伴する職員が支援スキルを学び共有を図る。

③DX 推進に向けたセミナーへの参加（新規）

中小企業大学校や北海道経済産業局等が主催する DX、IT 導入に関する研修会等に積極的に参加し、IT スキルの向上に努める。

【想定する研修会等】

ア. 業務効率化等(事業者にとって内部)

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引等の IT ツール、情報セキュリティ対策等

イ. 需要開拓等(事業者にとって外部)

ホームページ・SNS を活用した情報発信、EC サイトの構築等

1.1. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

現 状

第2期では、小規模事業者の経営課題に対し効果的な支援を行うため、専門的な支援機関、根室・釧路管内の経営指導員、地元金融機関との情報交換を行うことで、連携強化及び互いに連絡を取り合った支援ノウハウや情報の共有を行ってきた。

課 題

現状の各種情報交換については、主に経営指導員の参加が多いことから、第3期においては、引き続き各関係機関との積極的な連携を図り、最新の市場動向やトレンド、支援方法等の情報交換を行い、他の職員にも共有することで職員全体の支援ノウハウの向上に繋げていきます。

(2) 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、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とも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「根室管内商工会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(年3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。

1.2. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

現 状

第2期の地域経済の活性化については、地域イベントや「まちなか賑わい推進事業」により、町内のみならず町外からの交流人口が増加し、消費購買力の確保につながった。

また、町の経済に大きな影響力を持つ建設業においては、資材の購入や下請けなど裾野の広さを

活かし、「地元の仕事（お金）は地元で廻そう!!」を提唱し、地域内循環型建設産業の構築を進めてきた。

令和6年には根室管内で初となる高等教育機関が開校し、都市圏への若者流出が一部抑制されたが、依然として都会への憧れから町を離れる子どもも多く、町内企業においては人材不足が深刻な課題となっている。

地域ブランド商品の開発については、乳製品やじゃがいもなどの特産品を対象に、一次加工や二次加工を行う事業者や一部の飲食店が取り組んでいるものの、外部に対する有効な付加価値の付与が十分に行われていない状況にある。

課題

地域イベントとして引き続き、「大平原花火大会」や「まちなか賑わい秋の陣」を開催することで交流人口を増やすとともに町内で開催されるイベント等と連携を図り交流人口の増加につなげる必要がある。

地域内循環型建設産業の構築については、建設業協会と連携し構築を進めているが、周知不足等もあり企業間で取り組み状況にばらつきが見られることからより多くの町内企業に理解を求める必要がある。

また、人材不足は企業経営に大きな影響を及ぼし、事業の成長や競争力強化を妨げる深刻な問題となっていることから、地元雇用の拡大を図り人材の確保のための取り組みが求められている。

さらに、当町においては地場産品を活用したブランド商品が十分に存在していないことから、地域ブランドの構築を通じてご当地メニュー等の開発や商品化に向けた取り組みが必要である。

(2) 事業内容

①地域イベントによる地域経済活性化

「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。

②まちなか賑わい推進事業による中心市街地の活性化

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、J A中標津、なかしべつ観光協会、町消費者協会、商工会青年部・女性部等各種団体と連携して、「まちなか賑わい秋の陣」を中心部である、しるべつと（中標津町総合文化会館）・しるべつと広場にて開催し、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なにぎわいの創出を目指す。

③建設・設備産業の地域内循環型経済の構築

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。

④地元雇用の拡大による地域経済活性化

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。

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。

引き続き、合同説明会を年1回開催することで、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なうことで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（年1回開催）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、高校生に対して「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。

⑤地域ブランド商品の開発による地域経済活性化

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かったことから今後は、中標津飲食業連合会や北海道根室振興局等の地域内関係機関との連携（年2回）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、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。

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。

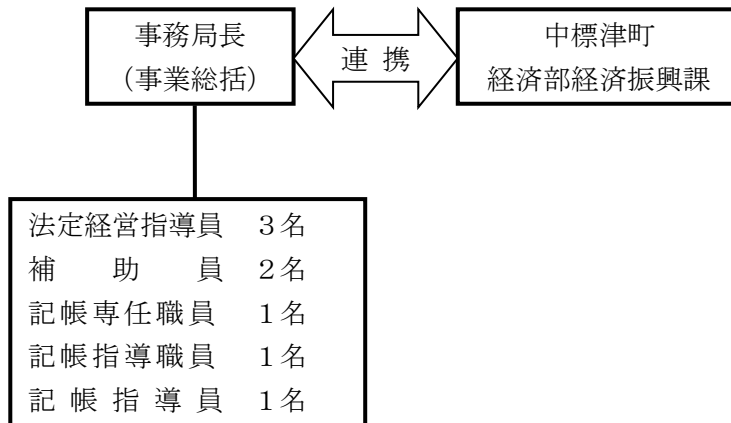
(別表2)

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8年4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)



(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・竹下 修代・松田 久美子

■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。

当地区は小規模事業者数が多いことから支援事業者・業務量が多いため、当計画の法定経営指導員については、全経営指導員を計画の主幹とすることで円滑な計画の実行を図る理由により、3名の配置で行う。

③ 広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員 國奥 志也・竹下 修代・松田 久美子は、施行規則第7条第2項に規定する広域指導員に該当しない。

(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
F A X	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 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
必要な資金の額	10,420	10,420	10,420	10,420	10,420
1. 地域経済動向調査	100	100	100	100	100
2. 需要動向調査事業	600	600	600	600	600
3. 経営状況の分析事業	100	100	100	100	100
4. 事業計画策定事業	420	420	420	420	420
5. 事業計画策定後の実施 事業	280	280	280	280	280
6. 新たな需要開拓事業	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
7. 事業の評価見直し	10	10	10	10	10
8. 資質向上対策	300	300	300	300	300
9. 経営発達支援事業を円 滑な実施に向けた支援力 向上のための取り組み	10	10	10	10	10
10. 地域経済活性化の取り 組み	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600

(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 並びに法人にあつては、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