

(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) 北見市 (北見自治区) の概要

北見市は、北海道のオホーツク海側東部に位置し、オホーツク地域における商業の中核都市であると共に日本一の生産量を誇る「玉ねぎ」、「じゃがいも」、「ほたて」など一次産業の一大産地でもある。平成18年に北見市、端野町、常呂町、留辺蘂町の1市3町が合併し、総面積は1,427.41 km²と全道一の面積を有し、東西に延びる道路の距離は東京駅から箱根までの距離に相当する約110 kmとなっており、都市交通では国道39号線が通り、高規格道路の延伸により十勝、札幌方面との距離間が縮まってきている。鉄道は市中心部にJR石北本線、一般路線バスは北見バスターミナルを中心として放射状に路線が整備されており、札幌、旭川、釧路方面への高速バスも運行されている。

四季折々の鮮やかな自然とゆとりある都市空間を有する“北見”、美しく広大な田園が広がる“端野”、日本有数のホタテの産地として知られる“常呂”、北海道屈指の温泉郷・おんねゆ温泉がある“留辺蘂”の、それぞれ魅力にあふれた4つの地域が一つになった街で、行政区域として4自治区があり、当所は北見自治区エリア (420.93 km²) を所管している。

北見自治区には、本市の都市機能が集積しており、経済・教育・医療などさまざまな分野において、オホーツク圏域の中心的役割を担っている。また、北見工業大学や日本赤十字北海道看護大学を中心とした高等教育機関や企業、行政が連携し産学官連携などによる創造的な研究教育拠点としての機能を有している。

2) 人口の推移



北見自治区の人口は、102,697人(2019年9月末日)であるが2028年には95,023人となり、老年人口比率は35.3%に達する見通しである。

3) 小規模事業者数の推移

平成21年経済センサスと平成26年を比較すると、全体で3,501→3,317と184事業所減少し、人口減少や後継者不足による廃業等減少傾向に歯止めがかからない状況である。また、業種別でみると不動産業・物品賃貸業△51、建設業△50、卸売・小売業で△47と一部の業種を除き減少している。

北見自治区の小規模事業者数集計表(非農林事漁業、公務を除く)

	2009年 (平成21年)	2014年 (平成26年)	比較増減
農林漁業	40	54	14
鉱業、採石業、砂利採取業	4	4	0
建設業	469	419	-50
製造業	148	147	-1
電気・ガス・熱供給・水道業	2	7	5
情報通信業	37	29	-8
運輸業、郵便業	113	96	-17
卸売業、小売業	826	779	-47
金融業、保険業	115	87	-28
不動産業、物品賃貸業	385	334	-51
学術研究、専門・技術サービス業	105	108	3
宿泊業、飲食サービス業	548	569	21
生活関連サービス業、娯楽業	393	389	-4
教育、学習支援業	55	55	0
医療、福祉	83	86	3
複合サービス業	23	15	-8
サービス業(他に分類されないもの)	155	139	-16
小規模事業者数	3,501	3,317	-184

データ出典)「経済センサス活動調査」(平成21年、26年)

(2) 小規模事業者の現状と課題

当所では毎年四半期ごとに市内事業所150社を対象に景気動向調査を実施。併せて経営指導員による巡回・窓口相談を通じて業況について生の声を拾い上げている。その中で、各事業者が抱える経営上の問題点について、最も重要度が高い項目を多く挙げられた順で図示したものが下記の表となる。全業種で見ると、近年では「人材不足」、「諸経費増」、「人件費増」が問題点として挙げられ深刻化している。

また、北見市でとりまとめた中小企業振興プラン(平成31年3月)においても、課題として「人材不足の解消」、「収益力の向上」、「魅力的な商品・サービスの開発」、「市場開拓、営業力の強化」、「市内産業の「自力」の向上」、「円滑な事業承継」が取り上げられており、当所調査結果と重なる部分が多いことから、より重い課題と認識しているところである。

社会・経済情勢が変化している中で、各事業者は直面する諸問題について常に対応を迫られており、適切な支援がなされないと廃業が今後ますます増加すると考えられるため、円滑な事業承継支援を含め、事業継続性を高める事業者に寄り添った支援が求められている。

業 種 別 経 営 上 の 問 題 点

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
製 造 業	諸 経 費 増	人 材 不 足	人 件 費 増	得 意 先 減 少	同 業 者 間 の 競 合
建 設 業	人 材 不 足	諸 経 費 増	人 件 費 増	同 業 者 間 の 競 合	得 意 先 減 少
卸 売 業	人 材 不 足	諸 経 費 増	得 意 先 減 少	同 業 者 間 の 競 合	人 件 費 増
小 売 業	同 業 者 間 の 競 合	諸 経 費 増	人 材 不 足	得 意 先 減 少	人 件 費 増
サ ー ビ ス 業	諸 経 費 増	人 件 不 足	人 件 費 増	同 業 者 間 の 競 合	得 意 先 減 少
合 計	人 材 不 足	諸 経 費 増	人 件 費 増	同 業 者 間 の 競 合	得 意 先 減 少

データ出展) 北見商工会議所「北見市における景気動向調査

※ 問題点は、各業種とも3つ選択。

《業種別課題》

《製造業》

「食品製造業」が多く、次いで「木材・木製品製造業」、「金属製品製造業」、「印刷・同関連業」となっているが、事業規模が脆弱で自社商品の特性、魅力等の発信が効果的にできていないことと、新商品開発等に係る資金不足、原材料の高騰と共に諸経費増、人材不足等が長年の課題となっており、今後働き方改革の浸透により一段の生産性向上が求められている。

《建設業》

近年、合併特例債を活用した公共工事により好転していたが、市庁舎が令和二年度に完成し、大型公共投資が最後となることから今後の民需開拓に向けた取り組みが課題となる。併せて人材不足が喫緊の重要課題となっており、土木・建設分野では従業員や下請け企業の高齢化問題も山積しており、事業所の統廃合への対応と共に事業承継に向けた取り組みが課題となっている。

《卸・小売業》

商業では、卸・小売業ともに人材不足、市場縮小による同業者間競合の激化、原材料の高騰・消費税増税による諸経費の増加が挙げられると共に、平成19年経済センサスと平成26年を比較すると以下の表のとおり従業者数10,348人→8,319人(△2,029)、年間販売額51,209,374万円→29,725,612万円(△21,483,762)といずれも減少が著しく、今後事業所の存続に対する支援と創業・起業支援による新たな事業所の創出を図ることが課題である。

北見自治区における卸売・小売業の従業者数(人)・年間販売額(万円)の推移

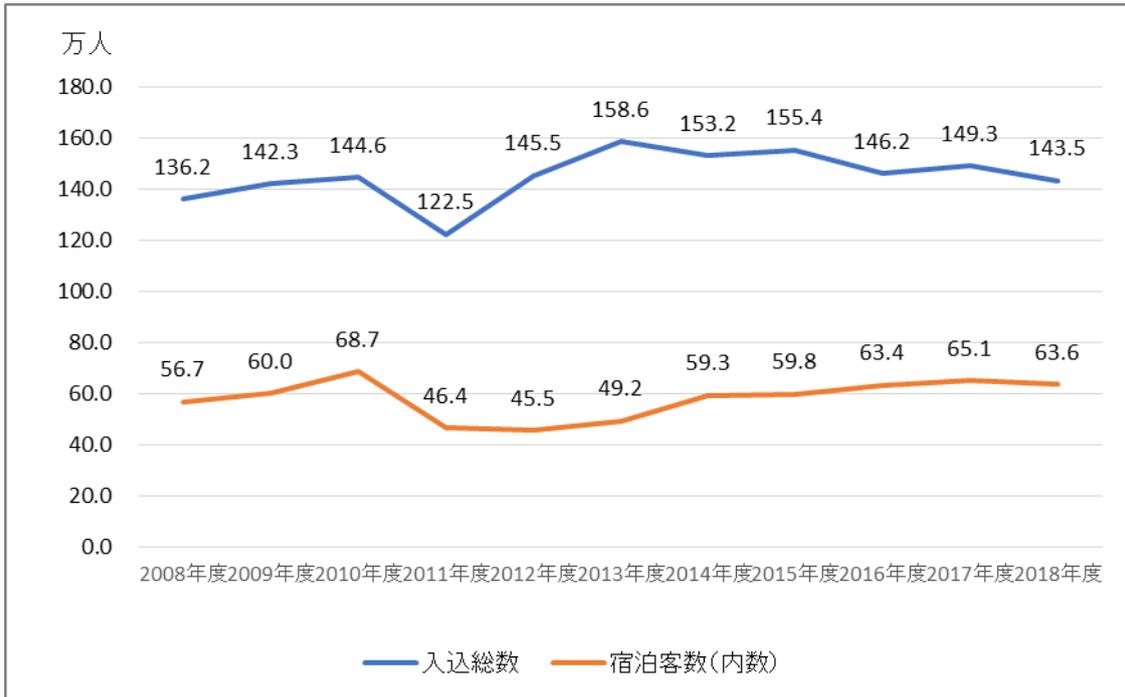
	2007年(平成19年)		2014年(平成26年)		比較増減	
	従業者数	年間販売額	従業者数	年間販売額	従業者数	年間販売額
卸売・小売業	10,348	51,209,374	8,319	29,725,612	△2,029	△21,483,762

データ出典) 北見市の商工業

《サービス業》

理美容業は、事業者の高齢化により廃業が増加している。一方ネイル、エステ等は新規創業が増えている。また、当市は観光資源は乏しいものの網走、阿寒、知床等観光地に近く、「食」を通しての着地型観光に力を入れている。併せて、ビジネス客も多く年間観光入込数(総数)は近年150万人前後で推移しており、平成30年度は約144万人(資料:北海道経済部観光局「平成30年度北海道観光入込客数調査報告書」)となっており、今後外貨を稼ぐ手段として観光の役割は大きく、観光客に対する商品販売、サービス提供を推進していくことが重要となる。そうした際に、地域間の連携と着地型観光の推進が課題となる。

北見市の観光入込客数の推移



データ出典) 北海道経済部観光局「平成30年度北海道観光入込客数調査報告書(令和元年8月)」

《農業・農業関連》

当市では、日本一の生産を誇る「玉ねぎ」、「じゃがいも」等が強みであるが、生産者の高齢化、後継者不足が課題となっている。そうした中、若年者の就農者（農業法人等）が増えており、高付加価値化、6次化、農商工連携、地域ブランド化による販路・需要開拓が課題である。

(3) 北見商工会議所のこれまでの取り組み

北見商工会議所は1940年11月の設立以来、地域の総合経済団体として管内事業者に対する経営相談、金融支援、地域振興の役割を担ってきた。小規模事業者の経営改善普及事業に従事する経営指導員は現在4名体制（平成29年より1名削減）であり、巡回相談では経営、金融、税務、労働や各種補助金申請等にあらゆる課題解決のための経営支援を行ってきた。併せて、①小規模事業者の事業拡大・継続・継承の推進による地域事業所数の減少防止、②産業間並びに地域間連携による産業振興の推進、③新たな活力となる企業の創業と育成、若年者の雇用機会の確保と人口流失防止、④各関係機関の情報共有と連携による支援体制の確立を目標に掲げ、経営発達支援計画の認定を受け地域経済動向を把握すべく「景気動向調査」、「予定初任給調査」、「IT利活用調査」、「事業承継調査」等を実施してきた。併せて小規模事業者の経営状況を分析すると共に、事業計画策定支援を行い数字・データに基づく支援を実施、フォローアップを行い、専門分野の相談では連携機関と連携し専門家派遣等を実施してきた。

また、販路開拓支援においては域外に対する支援では、首都圏における展示会・商談会への出展を促すと共に首都圏商店街におけるアンテナショップでのテスト販売を行い、地区内ではまちづくり会社と連携しテスト販売等を行ってきた。更に、地域力の低下を防ぐため、若年者の労働力確保を推進すべくオホーツク6商工会議所（北見・網走・紋別・遠軽・美幌・留辺蘂商工会議所）によるオホーツク合同企業セミナー・説明会を北見・札幌において開催すると共に、UIターン事業を実施してきた。また、「きたみde街コン」、「きたみde婚カツ」事業等による地域活性化事業に取り組んできた。併せて小規模事業者に対する支援体制の充実を図るべく、他支援機関の研修等に職員を派遣し資質の向上を図ってきた。

しかしながらマンパワーも限られ市内事業所へのサポートが行き届かないこともあり、長引く景況感に起因する廃業、人口減少・後継者不足による事業所数の減少に歯止めがかかっていない状況である。このことから今後は、事業者との連携を更に強化し、事業体制の構築、商品のプロモーション、ターゲットの設定、商品のストーリー作りや観光に対する積極的なかわりによる企画提案者として商工会議所職員のスキルの向上やノウハウの習得が重要となってくることを気付かされた。

更に若年者の雇用機会の確保と人口流失防止では、企業セミナー・説明会を開催するも、近年の売り手市場から学生に対してオホーツク企業の魅力や情報を十分に発信・PRすることが出来なかった。

(4) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

当地域の現状と課題を踏まえたうえで、10年程度の先を見据えた、当地域における中長期的な振興のあり方については次のとおり。

北見市の経済・地域力が中長期的に発展していくためには、この地域の経済を支えている小規模事業者の経営力・競争力の強化と若手経営者等の人材育成が重要である。併せて、地域力の源泉となる事業所数の減少防止を図るべく、事業承継・新規創業支援に対する取り組みも当所における重要な役割である。更に、小規模事業者の労働力確保は喫緊の課題であり、近隣商工会議所及び北見市や教育機関等と連携し人材確保の推進を図る。また、北見市が進める「地場産品の高付加価値化の推進」による域外への販路開拓や多様な観光資源を活かした着地型観光の推進を地域間連携により図っていく必要がある。

以上のことから、当所では法定経営指導員を中心に支援担当者個々の支援スキルの向上と所内体制の強化を図ると共に、事業者ニーズに即応した支援体制の構築を常時整備し、地域小規模事業者に対し経営分析や事業計画策定等の支援を行うと共に、販路開拓支援等を実施し当地域における10年程度の先を見据えた振興策として、小規模事業者の「稼ぐ力」の向上と「稼ぎ手」の増加を図り、地域に根差し地域経済の牽引役として、発展する小規模事業者の創出を図り、「**地域力**」の低下を防ぐ。

上記振興のあり方については、「北見市中小企業振興プラン」における北見市の中小企業が目指すべき目標の展開施策

「稼ぐ力」の向上

1. 企業の競争力強化 (①商品・サービスの魅力向上と開発力の強化、②販路の開拓と顧客の発掘、③資産の有効活用、④リーディング企業の育成)
2. 企業の体幹強化 (①安定した資金調達、②設備投資の支援、③経営相談の充実、④ICTの活用促進)

「稼ぎ手」の増加

1. 人材の確保・育成 (①優秀な人材確保、②人材の教育・育成、③多様で柔軟な雇用と新しい働き方の定着)
2. 新たな稼ぎ手の増加 (①創業・第二創業の促進、②事業承継の支援、③企業立地の促進)

と方向性を同じくしており連動して支援を進める。

(5) 北見商工会議所の経営発達支援事業の目標と方針

地域内の小規模事業者の中長期的な振興のあり方を踏まえた、当所の経営発達支援事業の目標と方針は次の通り。

目標 (1) 小規模事業者の経営力・競争力強化に向けた事業計画作成支援と企業・人材の育成

方針 地域経済の動向を把握すべく調査を行い、その回収に併せて巡回による経営課題のヒアリングを実施。また、経営問診票を活用し事業所の現況をきめ細かに把握すると共に課題の抽出を行い、事業者との信頼関係を構築し経営分析や事業計画作成の必要性について説明・理解を求め、継続的に支援を実施し経営力・競争力の強化に繋げる。また、事業所の持続的な経営活動を担う若手経営者をはじめとした人材の育成についても個々のスキルアップに取り組む。

目標 (2) 小規模事業者数の減少防止に向けた事業承継・新規創業支援

方針 事業所数の減少防止には関係機関との密接な連携が必要不可欠であり、課題解決に向けた素早いきめ細かな対応が不可欠であり、事業承継では巡回・セミナー等により「気づき」を促し経営者・後継者双方の理解を推進すると共に中小企業基盤整備機構北海道本部北見オフィス等の専門家等と連携し個別相談を実施する。創業では、オホーツク産学官融合センター等関係機関連携のもと最近当市でも増えている女性やシニア層に対する支援を強化すると共に、入門から事業計画の作成を学ぶ実践編までのセミナーを複数回開催し創業・起業者の創出を図る。併せて創業後のフォローアップとして創業者間の情報・意見交換を行い、事業存続の向上に繋げる。

目標 (3) 人口減少に向けた小規模事業者の労働力確保事業の推進

方針 これまでオホーツク商工会議所協議会6会議所(北見・網走・紋別・遠軽・美幌・留辺蘂商工会議所)、北見市、北見工業大学が連携し当市で開催してきた「オホーツク企業セミナー」、札幌において開催している「オホーツク企業説明会」、及び「高校生のための企業概要説明会」の継続による新規学卒者の地元小規模事業者への就職を促し労働力の確保を図る。併せて「U・Iターンの促進」、「外国人技能実習生の受け入れ制度の活用」などあらゆる方法で労働力確保に繋げる。また、巡回・窓口相談を通じて健康経営の重要性を周知し、従業員の健康を経営的な投資と捉え、健康促進に積極的に取り組む事業者の増加を図る。更に北見市が進めている「きたみワークライフバランス認定事業所」(働きやすい職場環境づくりなどに積極的に取り組む企業)制度への取り組みを促進する。

目標 (4) 地域資源の活用と観光の推進による交流人口の拡大

方針 全国1位の生産量を誇る「北見玉ねぎ」や「じゃがいも」等の農産品、オホーツク海産「ホタテ」、「カキ」等の水産品といった魅力ある地域産品の高付加価値化等への取組と観光振興への取組が重要であり、専門家等の意見も取り入れながら、他の支援機関と共に商品開発、販路支援等についての伴走型支援を行う。併せて地域イベント等との連携や着地型観光の推進により交流人口の拡大を図る。

目標 (5) 支援機関の連携強化と伴走型支援体制の強化

方針 小規模事業者の支援にあたっては、法定経営指導員を中心に会議所全職員で伴走型支援体制の構築を図る。特に小規模事業者への巡回を強化し、必要とされる段階的な支援を実施することにより管内小規模事業者発展に寄与する。併せて北見市や他の支援機関・金融機関・管内会議所等との連携をこれまで以上に強化。定期的な情報交換等を行い業界情報や企業情報の共有化を図り支援策に役立てる。更に全国・地域的な情報についてはRE S A S等の情報を提供し、事業者の将来を見据えた伴走型支援に取り組む。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (令和2年4月1日～ 令和7年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること【指針(3)】

①現状と課題

当所では、連携している日本政策金融公庫北見支店・北見信用金庫等が行う地域景気動向調査の活用と、独自調査としてアンケート方式による景気動向調査、新規学卒者予定初任給調査を行うと共に中小企業振興委員連絡会議を開催しているが、調査ではアンケート方式あるため、小規模事業者個社の課題収集が充分でなかった。また、中小企業振興委員連絡会議も現状1回と少なく、早期の業界情報の収集が不足していた。

今後、これら調査・連絡会議を継続実施するうえでは**経営指導員等による巡回訪問を強化し聞き取りによる調査票等の回収を行い、景気動向(客観的な数字等のデータ)のみならず、小規模事業者等の「生の声」の収集を強化**することがより一層重要となる。あわせて、日本政策金融公庫北見支店、北見信用金庫等との情報交換会を開催し、地域経済動向情報の分析・共有化を図る。また、これまで国等が提供するビックデータ等を活用した具体的な分析が出来ていないため、実施していく。

②事業内容

小規模事業者に対して的確な支援を行うため、地域の経済動向を把握しておく必要があることから、そのための情報収集・分析、結果の提供について下記のとおり実施する。

(1) 北見市における景気動向調査

地域内の景気・景況動向をいち早く把握、小規模事業者等に対する経営支援に活用するため年4回調査・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者150社

(製造・建設・卸売業各30社、小売業35社、サービス業25社)

【調査項目】自社の業況・売上・採算・資金繰り・次期見通し・現状課題等

【調査手法】往復ハガキにより調査項目を回収する。併せて、経営指導員等の巡回により回収率(80%120社)の向上を図る。

【分析手法】経営指導員等が分析を行う。

(2) 新規学卒者予定初任給調査

地域内小規模事業者の賃金実態を把握し、若年者従業員の採用を検討する事業所に対して提供。労働力確保並びに財務指標の資料として活用するため調査・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者350社(製造・建設・卸売・小売業各60社、運輸通信35社、金融保険業20社、サービス業55社)

【調査項目】新規学卒者採用予定状況、学歴別予定初任給、年間収入、雇用・賃上げ状況等。

【調査手法】調査書を郵送し、返信封筒で回収する。

【分析手法】経営指導員等が分析を行う。

(3) 中小企業振興委員連絡会議

地域内各業界動向等について早期に把握するために連絡会議を開催。

【調査対象】 建設事業協同組合、木工組合、社交飲食組合、理・美容組合等選出委員17名。

【調査内容】 業界動向の現状・課題、事業所における経営課題。

【調査手法】 連絡会議開催によるヒアリング。

(4) 国等が提供するビックデータの活用

管内小規模事業者の効果的な経営活動に反映させるため、データに基づく説得力ある情報提供と事業計画等策定時に活用するため、経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域経済動向分析を行い、地域の強み、弱みを見える化する。

【分析手法】・「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

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

③成果の活用

情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知すると共に経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

目 標	現 状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
(1) 景気動向調査対象者数	150	150	150	150	150	150
(1) 景気動向調査回収数(率)	100 (67%)	120 (80%)	120 (80%)	120 (80%)	120 (80%)	120 (80%)
(1) 景気動向調査結果公表回数	4	4	4	4	4	4
(2) 新規学卒者予定初任給調査対象者数	350	350	350	350	350	350
(2) 新規学卒者予定初任給調査結果公表回数	1	1	1	1	1	1
(3) 中小企業振興委員連絡会議委員数	17	17	17	17	17	17
(3) 中小企業振興委員連絡会議開催回数	1	3	3	3	3	3
(4) ビックデータの活用・公表	未検証	1	1	1	1	1

3. 経営状況の分析に関すること【指針①】

①現状と課題

これまで地域小規模事業者の安定した発展に向け、経営指導員が巡回や窓口相談などを通じて経営概況の把握、理解に努めてきたが、希望のあった事業者への対応が自ずと多く、相談内容も金融や税務申告、補助金申請等に使われる分析に留まり、個社支援を進める効果的な情報提供に

は程遠い状況であった。小規模事業者は自社の経営分析をする機会に乏しく、状況打開のための方向性が定まっておらず、事業好転のタイミングや新たな取り組みへのポイントが分からないことが散見される。そのため自社の弱みを的確に他者に伝えることができないために、経営指導員等も巡回・窓口相談時において短時間で効果的な支援を行うことができなかった。

②支援に対する考え方

今後は経営分析の重要性・必要性を説きながら事業者の掘り起こしを行い、小規模事業者が自社の経営課題や強みを的確に把握・説明できるよう気づきを促し、効果的な支援に繋げる。

③事業内容

経営分析に取り組む事業者の掘り起こしと支援を下記の通り実施する。

(1) 小規模事業者等の掘り起こし

- ◎経営指導員による巡回訪問において、「経営問診票（事業者の企業概要・市場・顧客・財務・労務状況）」の更なる活用により、小規模事業者の抽出を行う。
- ◎各種経営セミナー等の開催により、経営状況の把握に前向きな小規模事業者等の抽出を行う。
- ◎金融（マル経融資・北海道・北見市融資）相談による分析の対象となる小規模事業者等の抽出を行う。
- ◎中小企業振興委員、商工会議所青年部・女性会との連携による第二創業（経営革新）等の施策パンフレット等を配布すると共に支援施策説明会を開催、支援を希望する小規模事業者等の抽出を行う。

(2) 経営指導員による個別相談対応・経営分析

- ◎上記(1)で掘り起こした小規模事業者等に対して経営指導員による定期的な個別相談を実施。
【対象者】(1)において抽出した経営状況の分析に意欲ある小規模事業者を抽出し40社を選定。
- 【分析項目】「財務分析」と「SWOT分析」の双方を行い現状・問題点を明確にする。
財務分析＝売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等
SWOT分析＝強み、弱み、脅威、機会 等
- 【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用、経営指導員等が分析を行う。

(3) 専門家と連携した相談対応・経営分析

- ◎上記(2)経営指導員による個別相談を実施した中で、更に専門的な経営分析などが必要と判断される場合、北海道商工会議所連合会（エキスパートバンク事業）・北海道中小企業総合支援センター・北海道よろず支援拠点等と連携し、専門家相談を実施しより高度な経営分析を行う。
- ◎専門家相談では、経営指導員も同席し支援ノウハウ等を学び、支援能力向上にも繋げる。

④成果の活用

分析結果は、事業者へフィードバックすると共に事業計画策定に活用する。併せて分析結果は経営支援基幹システム「BIZミル」を活用、データ化し所内における情報共有を図り経営指導員等のスキルアップにも活用する。

目 標	現 状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
各種経営セミナー開催回数	16	16	16	16	16	16
経営分析件数	31	40	40	40	50	50
専門家相談件数	53	40	40	40	50	50

4. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

①現状と課題

当所管内に所在する小規模事業者は、そのほとんどが事業計画策定そのものについて認識が低い。また、その必要性についてもそれほど感じていない状況である。当所の支援においても新規創業支援の際の融資を受ける場合や小規模事業者持続化補助金を申請する等で、事業計画書が必須となる案件について事業計画策定・経営革新・創業セミナー等を通して事業計画策定支援を行ってきた状況にある。今後は事業計画策定の意義や重要性をより一層理解出来る様、セミナーの開催方法等を見直し改善した上で実施し、事業計画策定支援に繋げていく。

②支援に対する考え方

小規模事業者にとって事業計画策定の重要性を理解することは困難であり、また、重要性を理解したとしても分析結果を自社の計画にどの様に反映させれば良いか解らず、実行性ある計画策定支援では、事業計画策定セミナーを開催し、経営分析を行った事業者や経営革新を目指す事業者及び創業予定者・事業承継予定者等から掘り起こしを行い事業計画策定支援に繋げることで、3. で経営分析を行った事業者の1年間あたり6割程度の事業計画策定を目指す。

③事業内容

地域の経済動向調査や経営分析の結果を踏まえ、需要を見据えた事業計画策定支援について下記のとおり実施する。

(1) 経営分析を行った事業者を対象とした事業計画策定セミナーの開催

【募集方法】 チラシを作成、当所ホームページに掲載、併せて地元情報誌への広告掲載を行い経営分析を行った事業者に対して周知する。

【開催回数】 年間2回

【開催内容】 ・事業計画策定の意義と取り組み事例と活用できる施策
・問題の要因と課題の分析
・ニーズ、市場の把握
・競合、強みの把握
・事業戦略の立案、実施事項の確認 等

【参加者数】 10名

(2) 経営革新支援セミナーの開催

【募集方法】 チラシを作成、当所ホームページに掲載、併せて地元情報誌への広告掲載を行い周知する。

【開催回数】 年間1回

【開催内容】 ・経営革新の必要性と取り組み事例
・自社の外部、内部環境の把握
・将来ビジョンの設定
・新たな取り組みの考え方
・売上を伸ばすためのマーケティング、ターゲットの選定
・自社の戦略、提携、販売方法の検討
・利益を得るための販売戦略手法の習得 等

【参加者数】 10名

(3) 創業セミナーの開催

【募集方法】 チラシを作成、当所ホームページに掲載、併せて地元情報誌への広告掲載を行い周知する。

【開催回数】 創業入門編 年間2回

創業実践編 年間4回

【開催内容】 創業入門編 ・創業に向けての心構え、準備について

・創業者からの体験談

・創業環境の現状分析 等

創業実践編 ・会計の基礎と資金計画のポイント

・創業に必要な実務、手順のポイント

・事業アイデアの抽出、事業コンセプトの立案

・マーケティングと顧客視点の商品、サービスの提供

・ビジネスプランの作成・発表 等

【参加者数】 各10名

(4) 事業計画の策定支援

【支援対象者】 ・経営分析を行った結果、事業計画策定が必要と判断された事業者

・掘り起こしによって事業計画策定に意欲のある事業者

・創業予定者、事業承継予定者

【支援内容】 経営指導員が経営分析の結果を踏まえ、経営方針や経営課題のヒアリングを行い、支援対象者とともに事業計画の策定を目指す。

④手段・手法

支援対象者に対して経営指導員等が個別に担当し、オホーツク産学官融合センター（当地域におけるワンストップ機関）、北海道中小企業総合支援センター、北海道よろず支援拠点、日本政策金融公庫等と連携し、専門家派遣による個別相談を行い確実な事業計画策定に繋げるべく支援していく。

目 標	現 状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
事業計画策定 事業者数	17	24	24	24	30	30
創業計画策定 事業者数	20	20	20	20	20	20

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

①現状と課題

これまで管内小規模事業者にとって事業計画策定が経営改善に繋がるとの認識が薄く、当所の支援が必要となる小規模事業者持続化補助金や新規創業の融資を受ける場合等、事業計画書の作成が必須となる案件に限られていたため、策定後の支援についても、これまで実施しているものの要請があった時の対応がほとんどであったため訪問回数が少なかったことが課題でもある。

②支援に対する考え方

事業計画策定支援を実施した事業者に対して、きめ細やかな策定後の支援を実施すべく、経営指導員等の巡回訪問相談を強化し、事業者の計画の進捗状況等をいち早く確認し、必要に応じて他の支援機関と連携し専門家による個別相談を実施すると共に、フォローアップの頻度を設定し臨機応変に対応する。

③事業内容

事業計画を策定したすべての事業者を対象とするが、事業者の進捗状況に応じて訪問回数を増やして短期集中で支援すべき事業者と、概ね順調と判断できる事業所に対しては訪問回数を減らしフォローアップ頻度の設定を行う。具体的には、事業計画策定24社及び創業者20社の計44社の内、34社は2ヶ月に1回、5社は四半期に1回、5社は年2回とし、事業者からの申請等により臨機応変に対応する。なお、進捗状況が思わしくない事業者に対しては、事業計画とのズレを確認し、他の支援機関等と連携し各分野における専門家等による個別相談を実施し、第三者の視点を入れ要因・今後の対応策を検討しフォローアップ頻度の変更を行い支援していく。また、創業のフォローアップでは、創業時における課題・悩み等の共有・解決や地域内における創業マインドの向上を目的に、**創業者・経営者同士の仲間づくりに向けた創業者（創業後5年以内事業者）間の情報交換会を開催し、創業後の存続率を上げて行く。**

目 標	現 状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
創業者間情報交換会	1	2	2	2	2	2
計画実施等の フォローアップ件数	37	44	44	44	50	50
同フォローアップ頻度 (延回数)	197	234	234	234	258	258
売上増加事業者数	—	15	15	15	18	18
利益率3%以上増加の 事業者数	—	15	15	15	18	18

※なお、現状のフォローアップ件数・頻度は年度末見込みであるため、当該年度のフォローアップ対象事業者数には含んでいない。

6. 需要動向調査に関すること【指針③】

①現状と課題

これまで地域内の需要動向では、コミュニティプラザパラボ【運営：株式会社まちづくり北見（まちづくり会社）】の協力を得て地元小麦を活用したスイーツ（スイーツフェア）並びに手作り商品（モノフェス）のテスト販売等を通じて消費者動向を把握するほか、小規模事業者等に地域「食」のイベント（地産地消フェスタ）等への参加を促し、地元小麦を活用したスイーツ、ハッカ・ハーブを活用した商品・サービスの需要動向を把握してきた。域外に対する需要動向では、玉ねぎ・ハッカ・ハーブ等地元食材を活用した商品を展示会・商談会に出展支援し、「バイヤー・来場者の生の声」を収集（アンケート）するなどして、商品・サービスの需要を把握してきたが、事業計画策定による戦略や、それに伴う情報の提供が不足していたことから、調査項目・分析内容等を検討・改善した上で実施する。

②事業内容

（1）「食」に係る需要動向調査

イ) 地元産小麦を活用した新商品開発を進めるため、管内菓子店6店における新商品をコミュニティプラザパラボ【運営：株式会社まちづくり北見（まちづくり会社）】の協力を得て8月・2月に実施するテスト販売等を通じて、アンケートを実施し、調査結果を当該6店にフィードバックし、新商品の開発・改良に資すると共に分析結果を事業計画に反映する。

【サンプル数】購入者100名

【調査手段・手法】コミュニティプラザパラボにおける、8月（夏）、2月（冬）に実施。購入客にアンケートを配布、回答してもらう。併せて、経営指導員等が聞き取る。

【分析手段・手法】調査結果は、専門家の意見を入れつつ、経営指導員等が分析する。

【調査項目】購入した商品名、購入理由、食味、価格、容量、パッケージ 等

- 【分析結果の活用】分析結果は、当該菓子店にフィードバックし、商品の改良等に活用する。
- ロ) 地域の特産品（玉ねぎ、ハッカ、小麦等）の域外への販路拡大を進めるため、管内食品製造業者5社における商品について、北洋銀行が開催する「インフォメーションバザール」、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」等において、来場するバイヤー及び来場者の「生の声」を収集し、分析結果を事業計画に反映する。
- 【サンプル数】来場者30名
- 【調査手段・手法】インフォメーションバザール9月、スーパーマーケット・トレードショー2月に実施。バイヤー来場者に経営指導員等が聞き取る。
- 【分析手段・手法】調査結果は、専門家の意見を入れつつ、経営指導員等が分析する。
- 【調査項目】商品に対する食味、価格、容量、パッケージ、取引条件等
- 【分析結果の活用】分析結果は、当該製造業者にフィードバックし、商品の改良等に活用する。

(2) 各種需要動向調査

- ◎支援要請のあった個々の小規模事業者等に対して、上記2. 地域の経済動向調査、3. 経営分析、4. 事業計画策定支援を通じて行った各種分析（市場規模の分析、市場動向の分析、商圈分析、競合分析等）を活用して、自社商品の強み・弱みや市場及び競合相手等を把握する。
 - ◎日本政策金融公庫北見支店・北海道中小企業総合支援センター・北見信用金庫及びその他支援機関等が実施している各種調査等を活用して、市場及び競合相手等を把握する。
 - ◎地域内外における各種展示会・商談会への出展を促し、個々の事業者における商品・サービスの需要動向を把握する。
- 各種調査にて得られた分析結果は、当該事業者等にフィードバックし、商品の改良等に活用する。

目 標	現 状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
(1) 食関連出展 支援事業者数	8	11	11	11	11	11

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

①現状と課題

当所では平成18年度に地域力活用新事業の全国展開プロジェクトに取り組み、新たな需要開拓に寄与する事業に取り組むと共に平成28年には「観光」をテーマに、オホーツク6商工会議所（北見・網走・紋別・遠軽・美幌・留辺蘂商工会議所）による同プロジェクト調査事業を実施してきたが、当地域の小規模事業者は経営基盤が脆弱で資金・人手不足等から販路開拓に対する取り組みが遅れている。また、当所では、これまで北見市や金融機関等と連携して展示会・商談会出展支援やイベントにおける出展支援を実施してきたが、限られた事業者に対する支援となっていたことと、展示会・商談会出展の事前事後のフォローが不十分であったことが課題である。

②支援に対する考え方

当地域は、豊かな一次産業を有し今後特に地域資源を活用した新商品（サービス）の開発・販路開拓が重要であり、そうした意欲ある事業者に対して地域内ではコミュニティパラボと連携すると共にイベントを活用した支援を実施し、域外に対する意欲ある事業者に対しては展示会・商談会への出展支援を行い事前・事後のフォローを充実し伴走型支援を実施する。併せて地域の産業間の連携を図り、地域経済の活性化に繋げていく。

③事業内容

管内小規模事業者に対し、実効性のある需要開拓の機会を提供するため、以下の事業を実施する。

(1) 域内販路開拓支援 (BtoC)

◎コミュニティプラザパラボ【運営：株式会社まちづくり北見（まちづくり会社）】の協力を得て地域商品販売コーナーにおいて管内菓子店6社を選定し販売支援（北見スイーツフェア）を行い商品の認知度向上を図るほか、消費者ニーズを把握し商品づくりに活かす。

◎北見市観光協会・きたみらい農協等と連携し開催する地域「食」イベント【北見地産地消フェスタ】に地域特産品である玉ねぎ、ハッカ、小麦、小豆等を活用した商品を製造販売する事業者2社を選定し出店・参加を促し、商品の認知度向上を図るほか、消費者ニーズを把握し商品づくりに活かす。

※ 参加事業所に対して事前に商品開発等にあたって、ターゲットとすべき顧客の選定等について支援・確認すると共に実施後は需要動向等での分析を活かし商品の改良等に繋げる。

※北見スイーツフェア（数字は2018年実績）

～2月21～26日の6日間にわたりコミュニティプラザパラボにて開催。

支援事業者5社が出店（売上約150万円）、来場者約5,000名となっている。

※北見地産地消フェスタ（数字は2019年実績）

～9月7日（土）1日開催、北見駅南多目的広場にて開催。

地域商品の販売促進を目的に開催、35ブースが出店（内支援事業者1社 売上1.5万円）。来場者約9,500名。

(2) 域外販路開拓支援 (BtoB及びBtoC)

◎ 当所が自前で展示会・商談会等を開催するのは困難であるため、北海道・北海道商工会議所連合会・オホーツク地域食品加工技術センター・金融機関等と連携し、首都圏で開催される既存の展示会への出展を促す。

具体的には管内の食品製造卸・小売業者5社を選定し東京で開催される卸・小売業に特化した展示会（※インフォメーションバザール、スーパーマーケット・トレードショー）への出展支援を行う。

※ 参加事業所に対しては、商談会時のプレゼンテーションが効果的になるよう事前指導を行い、展示会期間中は陳列、接客・説明の仕方等について支援すると共に事後には名刺交換先へのフォローの仕方等商談成立に向けた実効性の高い支援を行う。

※インフォメーションバザール（数字は2019年実績）

～ 主催：北洋銀行。毎年9月に2日間にわたり、池袋サンシャインにて開催。200社を超える出展がある。卸・商社、中食、外食等から3,800名を超える多数のバイヤーが来場し、出展者新たな販路やビジネスチャンスに繋がる場となっている。

※スーパーマーケット・トレードショー（数字は2019年実績）

～ 主催：全国スーパーマーケット協会。毎年2月に3日間にわたり、幕張メッセにて開催。2,000社を超える出展がある。卸・商社、中食、外食、海外等から88,000名を超える多数のバイヤーが来場し、出展者の新たな販路やビジネスチャンスに繋がる場となっている。

◎北海道・北海道商工会議所連合会・北見工業技術センター運営協会等と連携し、ものづくり小規模事業者2社を選定し札幌等で開催される（工業・IT）展示会・商談会（ビジネスエクスポ、ものづくりテクノフェア）等への出展支援を行い、新たな顧客獲得を図る。

※ 参加事業所に対しては、商談会時のプレゼンテーションが効果的になるよう事前指導を行い、展示会期間中は陳列、接客・説明の仕方等について支援すると共に事後には名刺交換先

へのフォローの仕方等商談成立に向けた実効性の高い支援を行う。

※ビジネスエキスポ（数字は2018年実績）

～ 主催：ノーステック財団、アクセスサッポロ（札幌）にて11月8～9日に開催。
357の事業者・団体・大学・研究機関が出展（289小間）。21,200名を超える経営者、ビジネスマン等が来場し、新たなビジネスチャンス創出の場となっている。

※ものづくりテクノフェア（数字は2019年実績）

～ 主催：北洋銀行、アクセスサッポロ（札幌）にて7月25日に開催。出展者225社（内道外7社）。優れた技術や製品を有する中小企業者及び団体等が参加、販路拡大や企業間連携の促進、技術交流の場として4,600名を超える多くの事業者等が来場し、商談件数は1,280件を数える。

（3）商品づくり支援

◎商品づくりでは、経営指導員等が巡回等で得た各種情報を支援機関と共有を図り技術支援を行うと共に専門的課題では、北海道中小企業総合支援センター、北海道よろず支援拠点・中小企業基盤整備機構北海道本部北見オフィス等と連携して専門家相談等を実施し、売れる商品・新商品づくり等の伴走型支援を行う。

（4）情報発信と支援施策の活用

◎北見市観光協会等と連携しITの活用による地域商品の販売・情報発信を行うと共に、FMオホーツク等地元情報メディア等を活用し、地元消費者に対して地域商品等の情報発信を行う。

※ 事業者に対しては、ITを活用するにあたってのメリット・デメリットについて事前説明すると共に商品の選定・ターゲットを明確化し利用することを促し、利用するにあたっては専門家による下記セミナーの受講等を勧め支援すると共にメディア等の活用を支援し。実施後の売上・利益率の向上など確認し伴走型支援を行う。

・ネット通販・SNS等を活用した販売手法・ITリテラシー等の説明会・セミナーを開催し、域内外への販路開拓支援に繋げる。

【募集方法】チラシを作成、当所ホームページに掲載、併せて地元情報誌への広告掲載を行い事業者に対して周知する。

【開催回数】年間2回

【開催内容】ネットショップの始め方と運営手法 等
SNS等を活用した自社PR、ファンづくり 等

【参加者数】10名

・FMオホーツクの活用

【募集方法】FMオホーツクと連携、放送にてPRを希望する事業者を募集

【放送回数】四半期毎（年間4回）

【放送内容】事業者名、商品名、商品ストーリー、価格 等

◎国、北海道等の支援施策の周知・活用を促すと共に「小規模事業者持続化補助金」の活用による、事業計画の作成に基づく自社商品の認知度向上・広告宣伝・PRについて伴走型支援を行う。

◎北見工業技術センター運営協会・きたみらい農協・北見工業大学・北見市観光協会・北海道発明協会等と連携し、知財の活用による地域ブランド化事業等の発掘・推進を図る。

目 標	現 状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
(1) パラボとの連携による展示会の開催(スイーツフェア)	2	2	2	2	2	2
(1) 同出展事業者数	各6	各6	各6	各6	各6	各6
(1) 同売上額/社	25万円	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
(1) 同売上増加率/社	3%増	3%増	3%増	3%増	3%増	3%増
(1) 地産地消費フェスタの開催	1	1	1	1	1	1
(1) 同フェスタ出展事業者数	1	2	2	2	2	2
(1) 同売上額/社	1.5万円	1.5万円	1.5万円	1.5万円	1.5万円	1.5万円
(1) 同売上増加率/社	1%増	1%増	1%増	1%増	1%増	1%増
(2) 食品製造卸・小売展示会(インフォメーションバザール、スーパーマーケット・トレードショー)参加回数	2	2	2	2	2	2
(2) 同出展事業者数	各2	各5	各5	各5	各5	各5
(2) 同成約件数/社	—	2	2	2	2	2
(2) 工業・IT等の展示会(ビジネスエキスポ、ものづくりテクノフェア)参加回数	—	2	2	2	2	2
(2) 同出展事業者数	—	各2	各2	各2	各2	各2
(2) 同成約件数/社	—	1	1	1	1	1
(4) ITリテラシー等セミナーの開催	2回	2回	2回	2回	2回	2回
(4) 同セミナー参加事業者売上額/社	—	15万円	15万円	15万円	15万円	15万円
(4) 同セミナー参加事業者売上増加率/社	—	2%増	2%増	2%増	2%増	2%増
(4) 広報・PR活動回数	HPによるPR	HPの活用とFMオホーツクの活用4回	HPの活用とFMオホーツクの活用4回	HPの活用とFMオホーツクの活用4回	HPの活用とFMオホーツクの活用4回	HPの活用とFMオホーツクの活用4回
(4) 同活動事業者売上額/社	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
(4) 同活動事業者売上増加率/社	—	2%増	2%増	2%増	2%増	2%増

II. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取組

1. 現状と課題

当所は地域の総合経済団体として、地域活性化事業において、おまつり等イベント事業及び「地域力」の向上を図るべく、平成27年度に締結したオホーツク6会議所（北見、網走、紋別、遠軽、美幌、留辺蘂）地域総合包括連携協定に基づき、小規模事業者に対する労働力確保事業を行うと共に、北見市商店街振興組合連合会等と連携し、「街ゼミ」、「きたみ de 街コン・きたみ de 婚カツ」事業等を開催してきた。

今後も各種地域活性化事業の開催等を通じて、経営分析・計画策定支援の対象である小規模事業者に対して同事業への参加並びに出店を促すことにより、当該小規模事業者の販売機会のチャンスを増やすと共に人口減少対策、若年労働力の確保を行い、地域力の向上に繋げる。

2. 事業内容

(1) 地域活性化事業の検討と情報共有

北見工業大学、オホーツク地域食品加工技術センター、北見工業技術センター運営協会、北海道中小企業総合支援センター、オホーツク産学官融合センターと毎月第一月曜日「連絡会議」を開催し、経営支援並びに地域活性化に向けた取組についての情報の共有化を図ると共に事業等を検討する。

(2) 食によるイベント

地域の特産品（玉ねぎ、じゃがいも、ホタテ、エゾシカ肉等）のPR、地元消費拡大を目的とした「北見地産地消フェスタ」を北見駅南多目的広場において、北見市、北見観光協会、きたみらい農協、消費者協会、大学等と連携して開催。

また、10万人以上都市における市民1人当たり店舗数が全国第2位の「北見焼肉店」と「焼肉文化」のPRと認知度の向上を目的とした「厳寒の焼肉まつり」を毎年2月上旬に北見駅南多目的広場において、北見市、北見観光協会、きたみらい農協、出先企業の会（ぼらんち会）と連携して開催。上記イベントにおいて、小規模事業者の出店を促し自店の認知度の向上と販路開拓を支援する。また、関係機関と連携し地域ブランド化等の検討を行う。

(3) 交流人口拡大イベント

地域内外の交流人口の拡大と地域活性化、次代を担う子供たちの「ふるさと心」の醸成を図ることを目的とした「北見ぼんちまつり」を毎年7月中旬に北見市、観光協会、青年団体、企業と連携して開催。

(4) 中心市街地の活性化、賑わい創出事業

中心市街地の活性化を目的とした空き店舗対策事業「まちななかSHOW10」を北見市、北見市商店街振興組合連合会と連携し開催すると共に、個店の魅力を消費者に伝えるべく「街ゼミ」を開催する。

また、人口減少対策・交流人口の拡大・中心飲食店街の活性化を目的とした「きたみ de 街コン、きたみ de 婚カツ」事業 を中心飲食店街において北見市、青年団体、きたみらい農協等と連携して開催する。

(5) 若者の雇用機会確保（地元就職のためのU I ターン事業）

人口減少対策と優秀な労働力の確保を目的とした「オホーツク企業説明会」「高校生・専門学校生・大学生の地元企業見学会」を北見市、北見工業大学と連携して開催。あわせて北海道内各大学の学生を対象に含め就職支援を行い、地元企業とのマッチングによって、小規模企業において優秀な人材確保に繋げる場の創出を行う。あわせて首都圏等の在住者で当地域へのUターン・Iターン希望者および移住・定住希望者をターゲットにした「U I ターン

相談会」を東京にて開催。

また、オホーツク地域の企業の採用担当者と、北海道内の大学・高等学校の就職担当者が情報交換を行う「スキヤナビフォーラム」を開催し、一段の雇用機会確保を目指すなど、あらゆる方法で小規模事業者の労働力確保につながる事業の推進に積極的に取り組み、採用者の増加を図る。

(6) 地域間連携による産業振興

オホーツク地域6商工会議所（北見、網走、紋別、遠軽、美幌、留辺蘂商工会議所）における地域総合包括連携協定に基づき事業の推進・検討を行い、オールオホーツクによる産業振興等を推進し、地域資源活用・農林水産商工連携、人材確保・育成に繋げる。

(7) 新たな需要開拓

北見市地場産品高付加価値化推進委員会と連携し地域資源、観光資源を活用した6次化・農商工連携等の推進を図る。

Ⅲ. 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. 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

北見商工会議所では、主に北海道地区の支援機関担当者を対象とする「支援機関研修」において支援ノウハウ、支援の現状・支援策等について研修・情報交換を通じて支援能力の向上を図ってきたが、今後は事業者からの相談・支援ニーズは多岐に亘り相談対応の迅速化と相談内容に応じた適切な支援窓口の紹介が重要であることから、本事業を通じ各機関との更なる連携を図り情報共有を図る。

②事業内容

- (1) 北見工業大学・北見工業技術センター・オホーツク食品加工技術センター・北海道中小企業総合支援センター、中小企業基盤整備機構北海道本部北見オフィス・オホーツク産学官融合センターとの事務局連絡会議（月1回/年12回開催）において、各機関の支援メニュー並びに中小企業者・小規模事業者への技術支援等の支援状況の把握と情報共有化を図ると共に地元企業セミナー等を通じて、大学生の就職・雇用動性などの情報交換を行う。
- (2) 日本政策金融公庫北見支店が主催する小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体協議会（年間2回開催、構成員：北見・網走・紋別・遠軽・美幌・留辺蘂商工会議所）において公庫が調査分析している地域景気動向情報の共有を図ると共に地域小規模事業者の事業資金等の活用状況について情報交換を行う。
- (3) 北見市が主催する金融担当者会議（年間2回開催）において、当所も参加し市内金融機関（5機関：北洋銀行北見中央支店・北海道銀行北見支店・北見信用金庫本店・網走信用金庫北見支店・遠軽信用金庫北見支店）と地域金融動向及び創業・起業、支援施策の活用状況等について情報交換を行う。
- (4) オホーツク商工会議所経営指導員連絡協議会（北見・網走・紋別・遠軽・美幌・留辺蘂商工会議所）年間3回開催において、各地会議所地域における経済の動向・金融・支援状況の情報交換及び支援ノウハウの共有を図る。
- (5) 地場産品の活用では、北見市が主催する北見市地場産品高付加価値化委員会（年間2回開催、その他随時）に当所職員も委員として参画し、きたみらい農協・北見工業技術セン

ター・オホーツク食品加工技術センター等と連携し地場製品の活用、販路開拓に取り組む。

- (6) 当所が主催する創業者間情報交換会（年間2回開催）に市・北海道中小企業総合支援センター及び金融機関（日本政策金融公庫北見支店・北洋銀行北見中央支店・北海道銀行北見支店・北見信用金庫本店・網走信用金庫北見支店・遠軽信用金庫北見支店）の参加を促し創業後の課題・実態・経営課題・資金需要等についての情報共有を図る。

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

現在、北見商工会議所では日本商工会議所が主催する研修の参加・WEB研修受講に加え、北海道商工会議所連合会が行う「小規模事業者支援研修」等への参加並びに中小企業大学校の主催する研修に経営指導員・補助員が受講し支援能力の向上を図ってきたが、一般職員や記帳専任職員等の研修は、北海道商工会議所連合会及び東北海道商工会議所連絡協議会主催の課題別研修が主たるものとなっていた。このため、一般職員や記帳専任職員等の支援能力の向上が喫緊の課題である。

本計画を推進するにあたり、経営指導員のみならず補助員、記帳専任職員等や一般職員を以下の研修に派遣等を行うこととする。併せて、研修・派遣終了後、受講した職員を講師に定期ミーティングを実施し、支援ノウハウの共有を行うことで、北見商工会議所組織全体の経営支援能力の拡充に繋げる。

②事業内容

- (1) 日本商工会議所における専門研修及びG-Suiteを活用したオンライン配信による研修受講により、支援ノウハウの習得を図る。
- (2) 北海道商工会議所連合会主催並びに中小企業大学校における「支援機関職員研修」（年1回）への参加並びに、オホーツク管内6商工会議所（北見、網走、紋別、遠軽、美幌、留辺蘂）の経営指導員が集まる「オホーツク商工会議所経営指導員連絡協議会」（年3回開催）において、支援ノウハウの向上を図る。併せて支援施策、地域経済・金融動向等の現状について情報交換を行う。
- (3) 商談会・展示会へ職員派遣し、市場動向を目視すると共に来場者からの「生の声」を活用（アンケート等）し商品・サービスの需要動向を把握・分析することにより、事業計画策定、販路拡大における情報提供・助言能力の向上を図る。
- (4) 補助員、記帳専任職員等や一般職員においても小規模企業事業者経営改善資金（マル経資金）調査や小規模事業者持続化補助金申請における計画作成支援におけるベテラン経営指導員とチームで小規模事業者を支援すること等を通じて、指導・助言内容・情報収集方法等、OJTにより伴走型支援の向上を図る。併せて、よろず支援拠点等におけるOJT研修の受講を促し、支援能力の向上を図る。
- (5) 上記研修の受講により習得した支援ノウハウ・情報は四半期に一度、職員ミーティングを実施し支援ノウハウの共有を図る。
- (6) 支援事業者の情報共有では、経営支援基幹システム「BIZミル」を活用し、事業者のデータを蓄積・共有・データベース化し、活用を図り商工会議所全体で事業者支援を行う。

11. 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

毎年度、本計画に記載の事業実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

①事業内容

- (1) 正副会頭会議において計画の進捗状況を報告し計画進捗管理を行う。
(年4回、四半期毎)
- (2) 北見市（商工観光部長）、北見工業大学社会連携推進センター（センター長）等の外部有識者およびに当所法定経営指導員の同席により、事業の実施状況、成果の評価、事業の見直し案の提示を行う。また、事業の実施・見直しにあたっては支援した小規模事業者等の声を吸い上げ計画に反映する。（年2回、5月・11月）
- (3) 正副会頭会議において評価・見直しの方針を決定する。（年2回、5月・11月）
- (4) 事業の成果・評価・見直しについては正副会頭会議、常議員会に報告し、承認を受ける。
- (5) 事業の成果・評価・見直しの結果については事業報告書並びに事業計画書に記載し公表する。
併せて、当所ホームページ (<http://kitamicci.or.jp/>) において計画期間中掲載する。

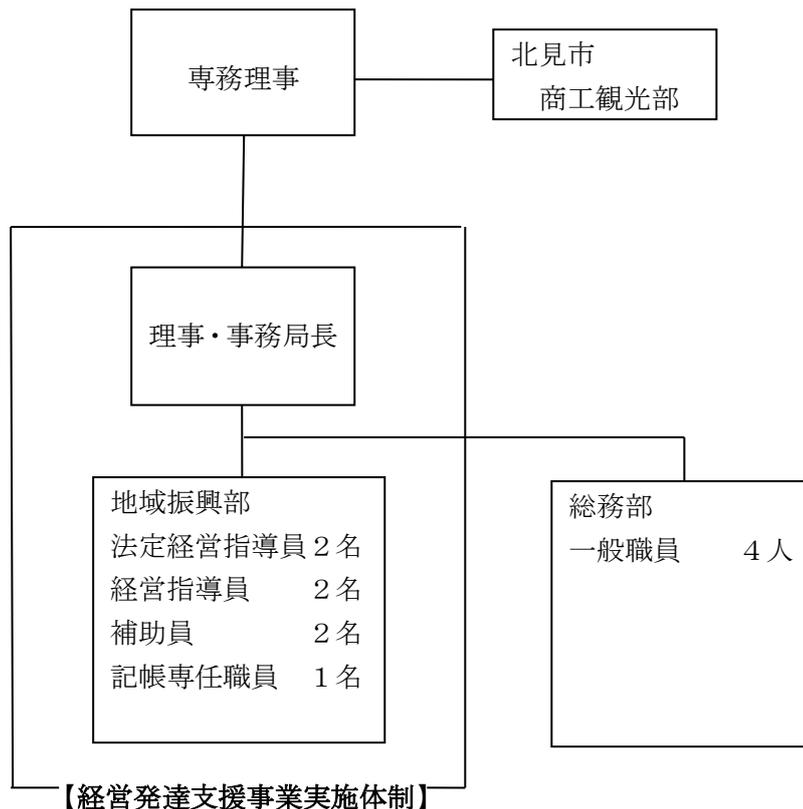
(別表2)

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

(令和元年10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： 後藤 達哉
竹中 秀之

■連絡先： 北見商工会議所 TEL 0157-23-4111

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

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

〒090-0023

北海道北見市北3条東1丁目2

北見商工会議所 地域振興部経営指導課

TEL 0157-23-4111 / FAX 0157-22-2282

E-mail info@kitamicci.or.jp (代表)

②関係市町村

〒090-0024

北海道北見市北4条東4丁目

北見市 商工観光部商業労政課

TEL 0157-25-1148 / FAX 0157-26-2712

E-mail shoro@city.kitami.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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	5,840	5,880	5,950	6,000	6,000
【内訳】					
地域の 経済動向調査	100	100	100	100	100
経営状況の 分析	300	300	350	400	400
事業計画 策定支援	1,680	1,700	1,700	1,700	1,700
事業計画 策定後のフォ ローアップ	730	750	750	750	750
需要動向調査	50	50	50	50	50
新たな需要の 開拓に寄与 する事業	2,330	2,330	2,350	2,350	2,350
地域活性化に 資する取組	200	200	200	200	200
支援力向上 事業	450	450	450	450	450

(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、各種事業収入、国補助金、北海道補助金、北見市補助金、事業委託費

(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。