

厚岸町中小企業振興計画

平成27年3月

厚 岸 町

目 次

第1章	はじめに	1
第1節	計画策定の趣旨	1
第2節	中小企業を取り巻く時代背景	2
第2章	計画策定にあたって	6
第1節	厚岸町の現状	6
第2節	中小企業が抱える課題	22
第3章	厚岸町中小企業振興計画の位置付けと期間	26
第1節	本計画の位置付け	26
第2節	計画期間	26
第4章	中小企業振興施策の展開	27
第1節	中小企業振興施策の段階的实施	27
第2節	具体的振興施策推進の考え方	30
参考資料		44
1	平成26年度における厚岸町の中小企業振興施策の概要	44
2	厚岸町中小企業振興基本条例	50

第1章 はじめに

第1節 計画策定の趣旨

厚岸町は、恵まれた自然環境のもと、多様な水産物や広大な草地など豊かな地域資源による産業を基軸に、人々の生活の基盤を築き上げてきた。

しかし、地域経済を支える中小企業を取り巻く環境は、人口減少や少子高齢化の進行、生産年齢人口の減少、経済活動の広域化・グローバル化^{*1}などにより、厳しい状況におかれている。

このような状況下にあっても、本町が今後も安定した発展を続け、豊かな町民生活を営むことができる環境を維持するためには、時代の変化に的確に対応した中小企業の事業の持続的発展^{*2}が不可欠である。

本町における事業所のほとんどが中小企業である。この中小企業は、本町の経済と雇用の担い手であり、地域の経済活動において重要な役割を果たし、この存在は、豊かな町民生活の暮らしには欠かせないものである。

本町では、平成23年1月、地域経済の進展において重要な地位を占めるこの中小企業の振興が本町の発展に欠かせないものであるという認識を、企業はもちろんのこと、町やすべての町民が共有し、中小企業の振興と地域経済の活性化を図ることを理念とする「厚岸町中小企業振興基本条例」を制定し、同年4月から施行した。この条例を有効なものとするためには、条例制定に止まらず、中小企業振興の具体的な施策を検討していかなければならない。

商工業者をはじめとした中小企業の経営は、今後一層厳しさを増すものと予想されており、将来展望を描けないばかりか、雇用環境にも大きな影響を与えかねない現状にあることを踏まえると、その中小企業振興施策の具体化と行動開始までに残された時間は多くはないといえる。

この「厚岸町中小企業振興計画」は、本町の持つ潜在能力を最大限に生かし、国内外の環境の変化に積極的かつ柔軟に対応しながら、本町の中小企業(対象範囲を、商工業とそれらに関連する産業とする)の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図ることを目的に策定するものである。

*1 グローバル化：地域の垣根を越え、地球規模で資本や情報のやりとりが行われること。

*2 事業の持続的発展：事業規模や売上の拡大に限らず、技術・ノウハウの維持・向上、安定的な雇用の維持等といった、事業の充実を図ろうとする様々な取組を含む概念をいう。

第2節 中小企業を取り巻く時代背景

1 人口減少と少子高齢化する日本

わが国の総人口は、平成17年から減少局面に入り、出生率の低下により今後も減少し続けることが予想されている。また、出生率の低下と平均寿命の伸長により、さらに少子高齢化が進むと予想されている。

一般的に、人口減少がもたらす影響は、消費力(需要)減退で経済成長を阻害することであると言われている。また、少子高齢化は、生産年齢人口の減少を加速させることとなり、そのため、人口減少の影響に加え、消費力と生産力がさらに減退する結果となり、国内の経済はますます疲弊するという見方もある。

経済界では、減少した生産力や消費力を補うため、国外へと企業活動範囲を拡大し、生産コストの圧縮の実現と新たな市場形成が進む一方で、「国内の労働機会が奪われる」「下請け構造にある中小企業の経営を圧迫し国内経済基盤が弱体化する」といったマイナス効果も懸念されている。このため、ものづくりやサービス業などでは、中小企業などに採用意欲を掘り起こさせ、下請け構造から脱却するための高度化・専門化、小規模で小回りのきく体質を生かした環境変化への迅速な対応を加速させようとする動きが見られる。

少子高齢化は、他の国と比べて経済の成長率が急速に低下した要因であると指摘される一方、長寿社会がもたらした新たな消費(医療・介護・健康関連分野)の登場で、経済成長の源泉にすることができるともいわれており、経済界としてはシニアマーケットという新たな市場として捉えているが、高齢者も含んだ全世代の就労促進による消費力の確保(生活収入の増加)を推進しなければ、国内の潜在的な需要を拡大することが難しいとされている。

2 地方のまちにおける地域の仕組みの変化

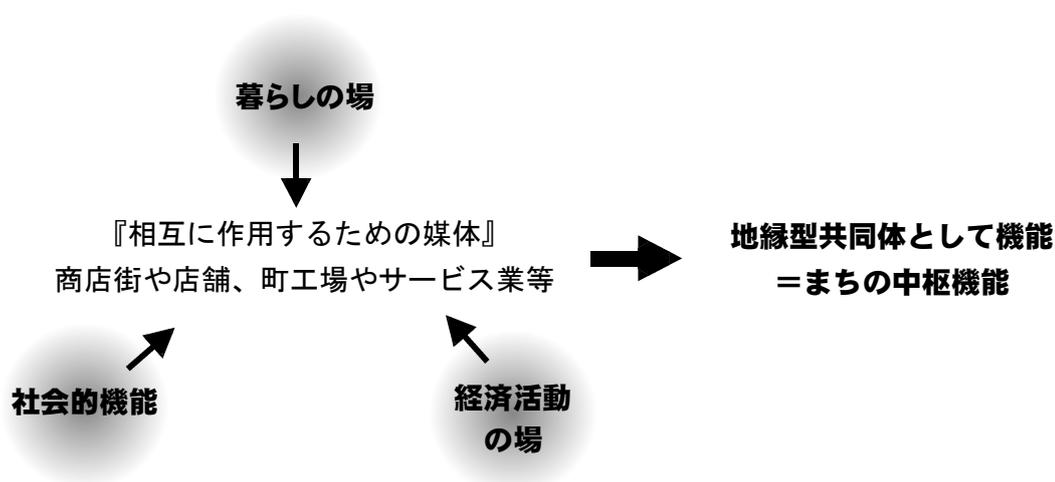
時代の経過とともに国民の生活様式も大きく変わってきている。

かつては、地域というと、住民の暮らしと経済活動(需要・生産・消費)が、商工業(商店街や店舗、工場、その他サービス業)を媒体にして相互に作用しあい発展する「地縁型共同体」であり「地域独自の消費市場」であった。そのため、地域には相互扶助をはじめとする多くの社会的機能が働き、「地域の形＝人の繋がり」を形成していた。これが近隣同士の依存の必要性となって地域を一つにまとめ、暮らしと経済が両立するまちの中樞を担っていたといえる。

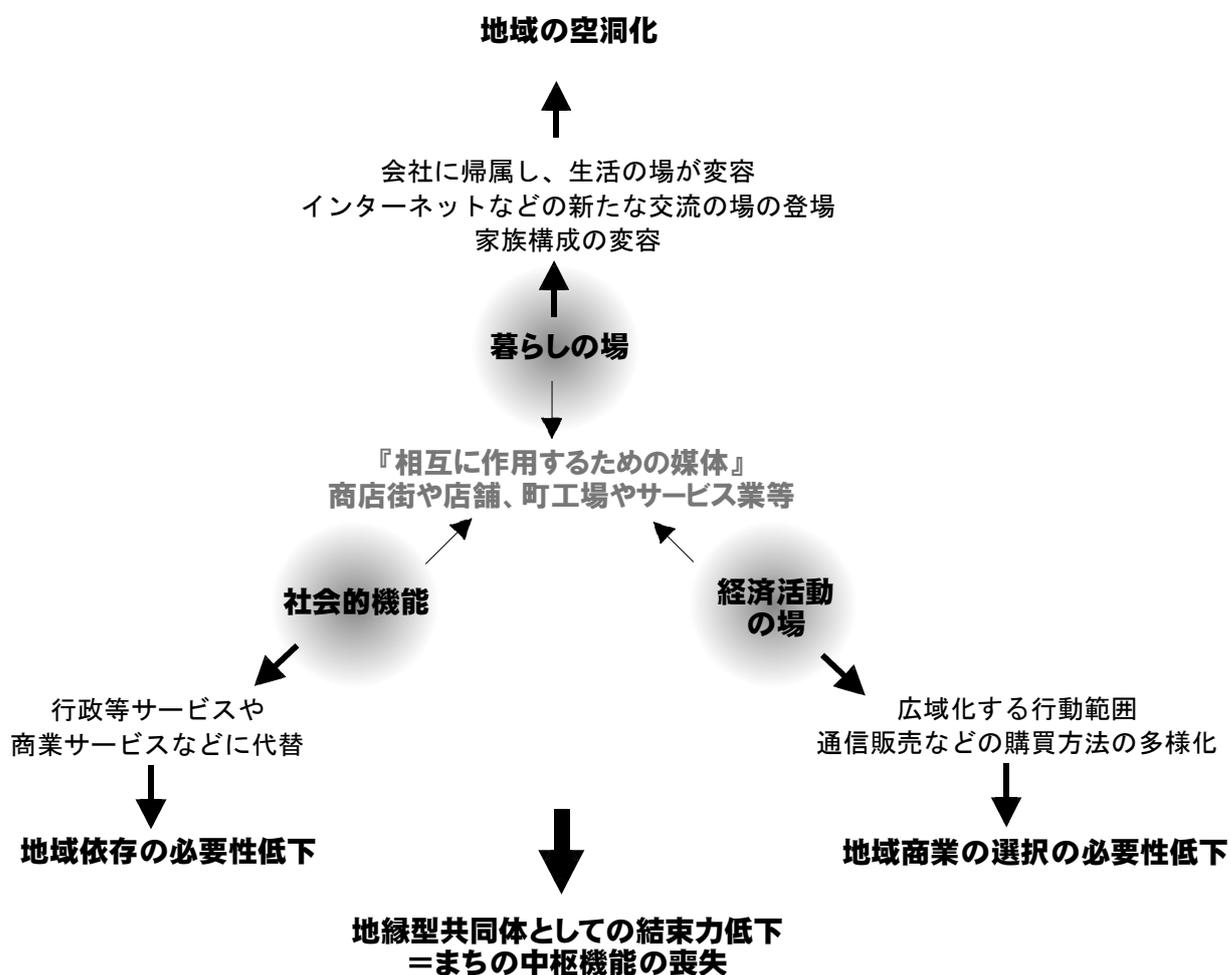
しかし、現在は、成熟期を迎えた経済社会となり「個の主張」が強まってきたため、消費者の志向は個人の生き方を重視した需要が増え、交通の発達とさまざまな技術革新が消費者の選択肢を広げ、消費地はより広く、グローバル化する傾向にある。

また、生活拠点であったはずの地域との関わりは希薄になり、まちの形成にとって必要不可欠であり良質な仕組みであるはずだった「人の繋がり」が弱体化し、「生活共同体＝消費市場」の原理は崩れ、結果、地域の中の商業は、大型店や域外商業との競争に耐えながら、自分のお膝元の消費市場を自らの経営努力で開拓しなくてはならない困難な時代を迎えている。

【昔のまち(地域)の仕組み】



【現在のまち(地域)の現状】



3 迫り寄る危機

国立社会保障・人口問題研究所によると、厚岸町の人口は、平成27年には9,862人、平成52年には6,467人まで減少すると想定しており、ますます町内の生産力・販売力・消費力が減退することが予測される。

商いが成り立たなくなった事業所は淘汰され、釧路市などの近隣商圈に立地する企業に消費が流出し、ますます厚岸町独自の経済活動が低下する恐れが現実には迫っている。

少子高齢化が加速し、ますます生産年齢人口が減少すれば、企業が雇用したくても町内で人手をまかなうことができなくなり、町外から人を呼ばなくてはならない。今現在も、町内の水産加工場などでは、人手不足に悩む企業がある一方で、厚岸町に残って働き手となるべき年代の高校生などは、事務

職などの職種を中心に働く場を町外に求めざるを得なく、残ることのできない現実がある。

人が減り、まちの商いが減り、働き手も減った厚岸町は、まちの維持すら困難になる恐れがある。

都市部のようにNPO法人^{*1}などの民間が中心となって質の高い各種サービスを担えると良いが、人が減ってしまったまちでそのような組織が形成できるか疑問である。

まつりやイベントなど、暮らしを豊かにするまちの文化すらも規模や内容を縮小するか、廃止といった検討を迫られることも考えられる。

現在の町民が将来まで、将来の町民がさらにその先の将来まで暮らし続けられる厚岸町を考え、「暮らしと生きがいと経済が共存するための人の繋がり」を、行政と中小企業などが今まで以上に連携し支えるための行動が求められている。

*1 NPO法人：ボランティアをはじめとする住民が行う自由な社会貢献活動としての非営利活動の健全な発展を促進し、もって公益の増進に寄与することを目的に制定された特別法に基づき設立(認証)された特定非営利活動法人。

第2章 計画策定にあたって

第1節 厚岸町の現状

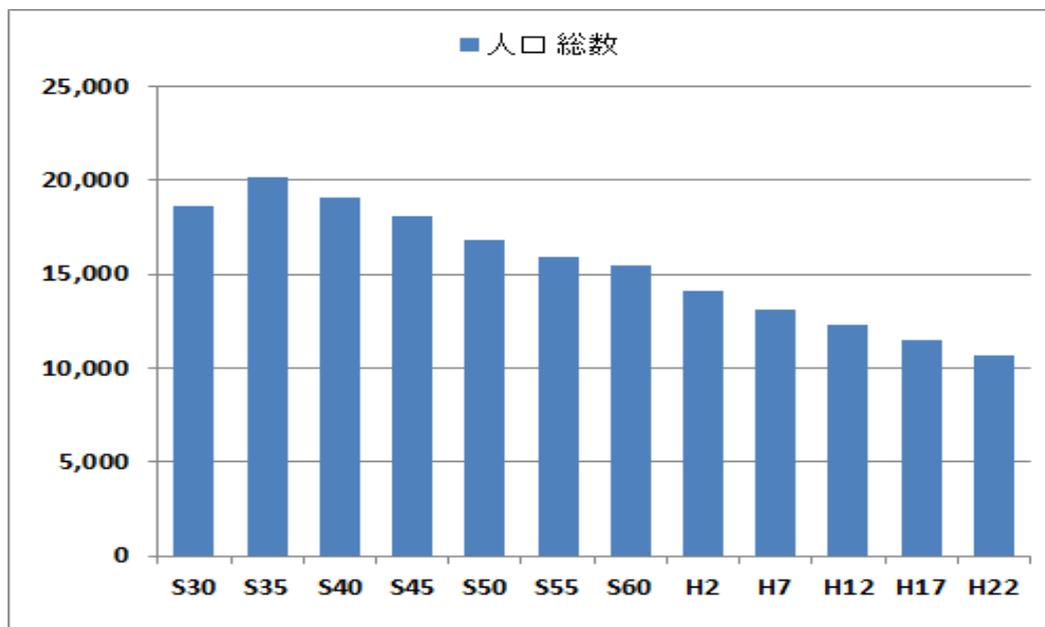
1 人口及び世帯数

(1) 人口動態

- ◆厚岸町の人口は、昭和35年の20,185人をピークに減少に転じ、平成22年の国勢調査では10,630人に減少している。
- ◆世帯数は、人口が減少してきた一方で、核家族化や一人暮らし世帯の増加により、昭和60年の4,631世帯まで増加を続けてきたが、その後は漸減傾向ぜんげんに転じている。
- ◆1世帯当たりの人数は減少傾向が続き、平成12年の国勢調査からは3人を下回る状況が続いている。

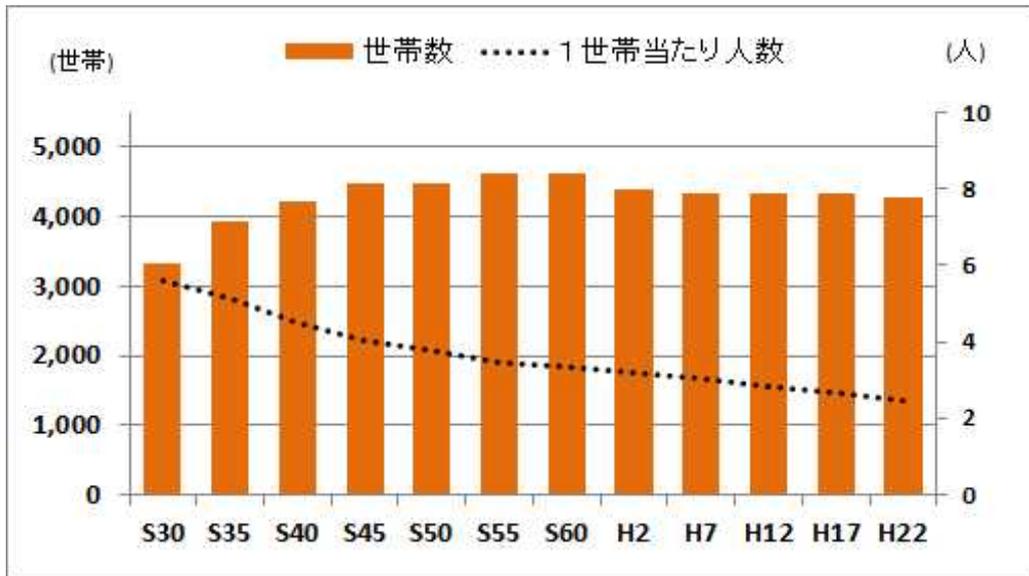
【人口動態】

(単位：人)



※『国勢調査』各年10月1日現在

【世帯数及び1世帯当たりの人数】



(単位:人、世帯)

	人 口			世帯数	1世帯当たり 人数
	総数	男性	女性		
S30	18,591	9,646	8,945	3,318	5.6
S35	20,185	10,451	9,734	3,934	5.1
S40	19,039	9,673	9,366	4,218	4.5
S45	18,114	9,036	9,078	4,466	4.1
S50	16,778	8,347	8,431	4,469	3.8
S55	15,940	7,903	8,037	4,608	3.5
S60	15,417	7,563	7,854	4,631	3.3
H2	14,093	6,796	7,297	4,399	3.2
H7	13,076	6,278	6,798	4,341	3.0
H12	12,307	5,893	6,414	4,320	2.8
H17	11,525	5,473	6,052	4,325	2.7
H22	10,630	4,978	5,652	4,278	2.5

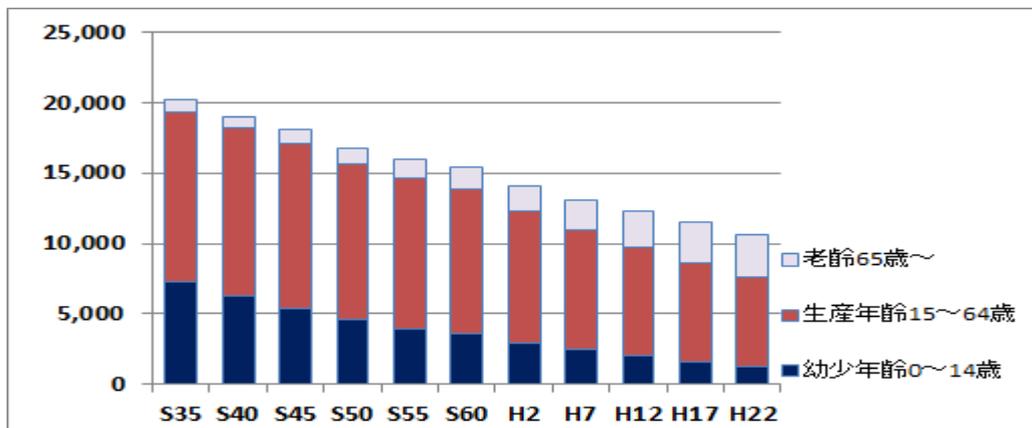
※『国勢調査』各年10月1日現在

(2) 年齢別人口及び構成比

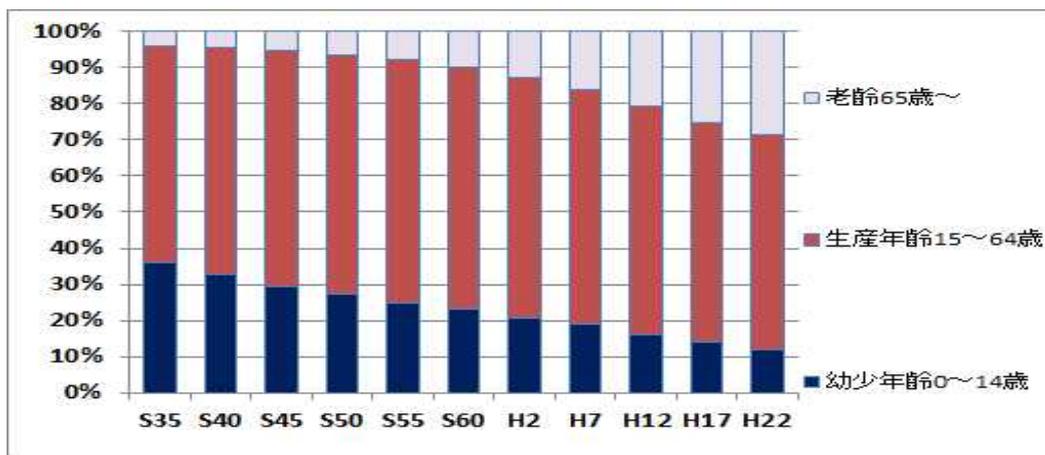
◆ 幼少年年齢人口と生産年齢人口が減少する一方で、高齢人口のみが増加しており、高齢化率が急速に高くなってきている。

【年齢別人口動態】

(単位：人)



【年齢別人口構成比】



(単位：人)

	S35	S40	S45	S50	S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22
幼少年年齢0～14歳	7,294	6,252	5,348	4,587	3,953	3,566	2,934	2,457	1,997	1,605	1,274
	36.1%	32.8%	29.5%	27.3%	24.8%	23.1%	20.8%	18.8%	16.2%	13.9%	12.0%
生産年齢15～64歳	12,051	11,917	11,772	11,065	10,731	10,334	9,369	8,526	7,758	6,990	6,315
	59.7%	62.6%	65.0%	65.9%	67.3%	67.0%	66.5%	65.2%	63.0%	60.7%	59.4%
老齢65歳～	840	870	994	1,126	1,256	1,517	1,790	2,093	2,552	2,930	3,041
	4.2%	4.6%	5.5%	6.7%	7.9%	9.8%	12.7%	16.0%	20.7%	25.4%	28.6%
合計	20,185	19,039	18,114	16,778	15,940	15,417	14,093	13,076	12,307	11,525	10,630

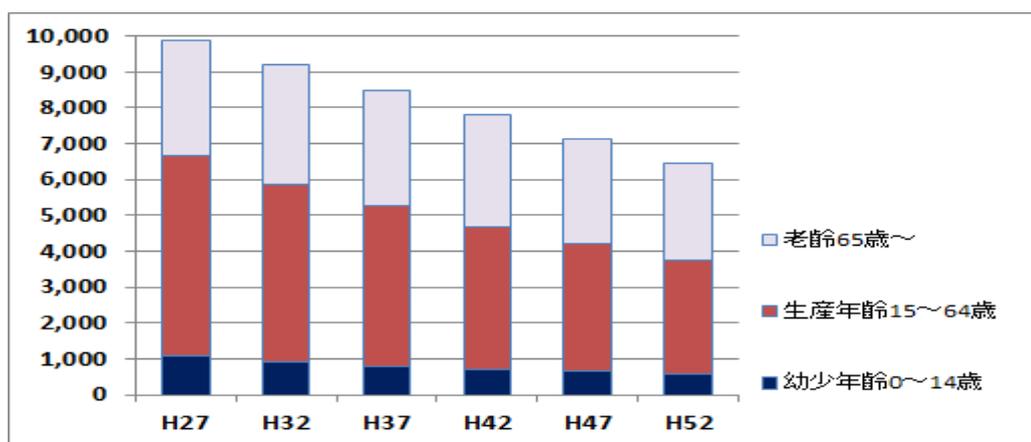
※ 『国勢調査』 各年10月1日現在

〈参考：将来推計人口〉

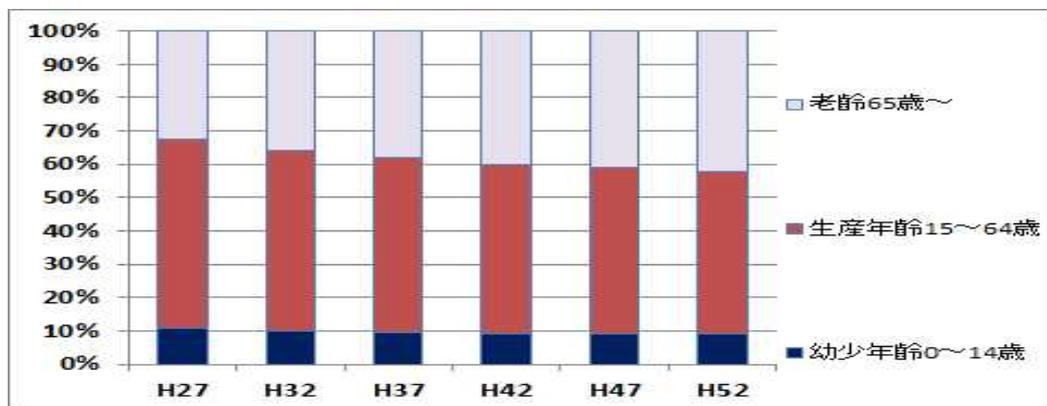
- ◆将来推計人口は、今後も引き続き減少が続き、平成27年には9,862人、平成52年には6,467人まで減少すると推計されている。
- ◆年齢別人口の構成比においても、64歳以下の比率は今後も減少を続け、高齢化が一層進むものと推計されている。

【年齢別人口動態】

(単位：人)



【年齢別人口構成比】



(単位：人)

	H27	H32	H37	H42	H47	H52
幼少年年齢0～14歳	1,066 10.8%	927 10.1%	807 9.5%	715 9.2%	650 9.1%	591 9.1%
生産年齢15～64歳	5,606 56.8%	4,953 53.9%	4,446 52.4%	3,962 50.9%	3,565 50.1%	3,147 48.7%
老齢65歳～	3,190 32.3%	3,307 36.0%	3,232 38.1%	3,109 39.9%	2,902 40.8%	2,729 42.2%
合計	9,862	9,187	8,485	7,786	7,117	6,467

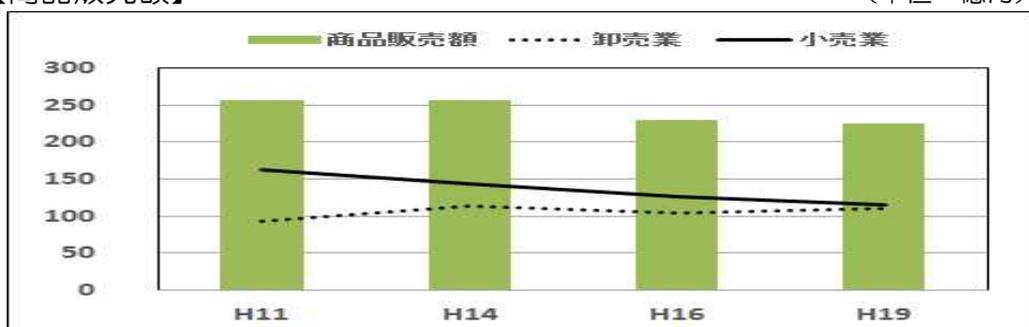
※『国立社会保障・人口問題研究所』による将来推計(H25.3公表)

2 商品販売額と釧路市への購買率

- ◆厚岸町の商品販売額は、平成14年には約257億円あったが、平成19年には約225億円まで減少している。小売業は減少傾向にあるが、卸売業は横ばい傾向にある。
- ◆北海道広域商圈動向調査によると、釧路市への購買率は、昭和57年には27.8%だったが、平成21年には42.5%まで増加しており、釧路市への購買率の増加、つまり消費の流出が顕著になっている。

【商品販売額】

(単位：億円)

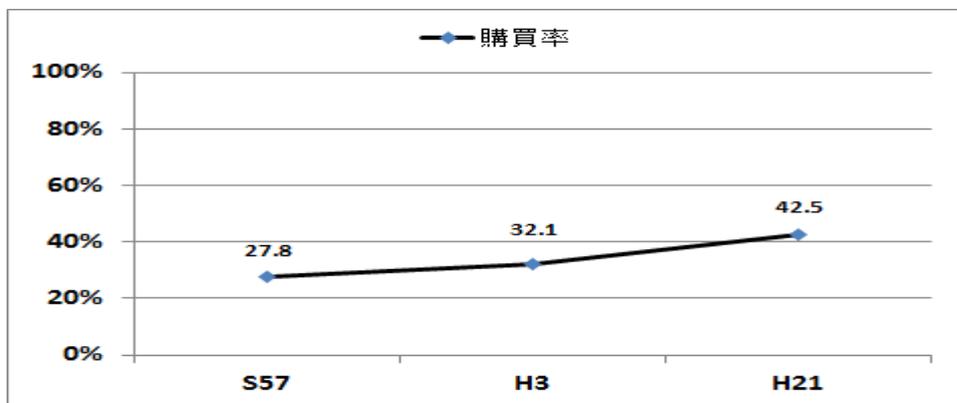


(単位：万円)

	卸売業	小売業	商品販売額
H11	926,972	1,633,098	2,560,070
H14	1,129,343	1,443,628	2,572,971
H16	1,039,343	1,263,313	2,302,656
H19	1,102,127	1,147,539	2,249,666

※『商業統計調査』各年6月1日現在

【釧路市への購買率】



※『北海道広域商圈動向調査』

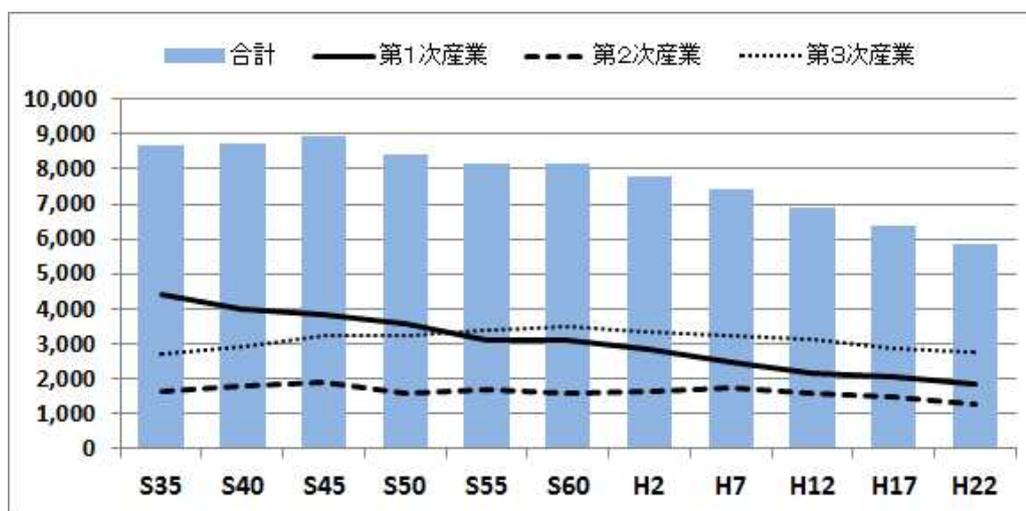
3 産業の現状

(1) 就業者数及び構成比

- ◆厚岸町の就業者数は、昭和45年の8,947人をピークに減少傾向にあり、平成22年には5,859人となっている。
- ◆産業別の構成比では、第1次産業は減少傾向にあり、昭和35年の50.6%から、平成22年には31.2%に減少している。
- ◆第2次産業では、昭和35年の18.5%から増減を繰り返しながら、平成22年には21.4%となっている。
- ◆第3次産業は、昭和35年の30.8%から、平成22年には47.4%まで増加している。

【産業別就業者数】

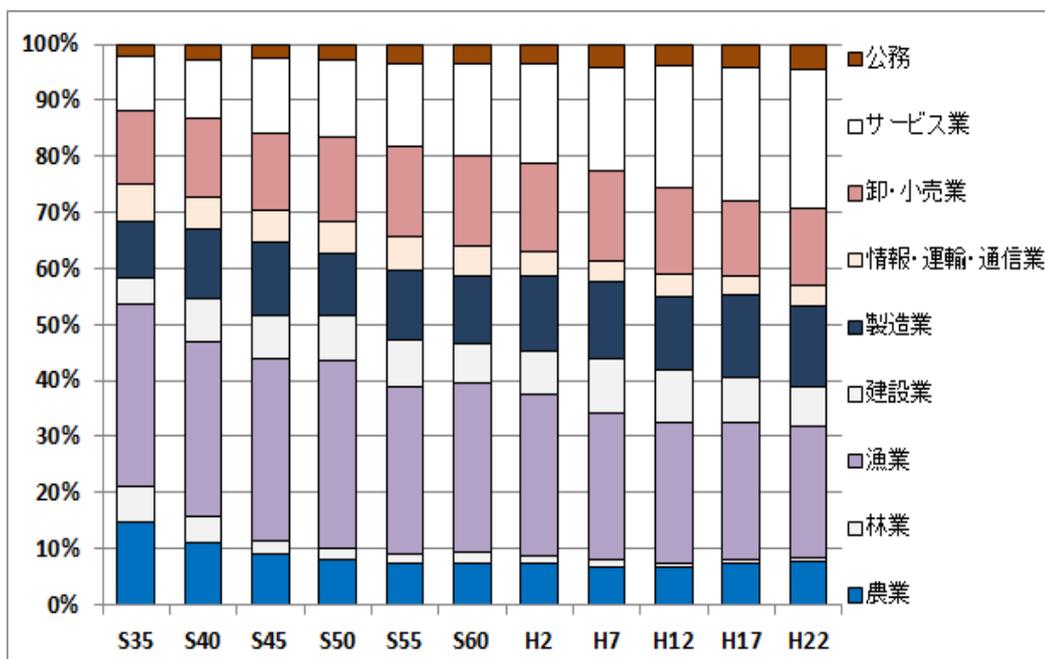
(単位：人)



	第1次産業	第2次産業	第3次産業	分類不能	合計
S35	4,396 50.6%	1,609 18.5%	2,679 30.8%	1 0.0%	8,685
S40	4,004 45.8%	1,792 20.5%	2,939 33.6%	1 0.0%	8,736
S45	3,817 42.7%	1,886 21.1%	3,241 36.2%	3 0.0%	8,947
S50	3,584 42.5%	1,583 18.8%	3,253 38.6%	7 0.1%	8,427
S55	3,079 37.8%	1,665 20.5%	3,394 41.7%	1 0.0%	8,139
S60	3,114 38.2%	1,556 19.1%	3,491 42.8%	1 0.0%	8,162
H2	2,820 36.3%	1,633 21.0%	3,311 42.6%	0 0.0%	7,764
H7	2,462 33.2%	1,733 23.3%	3,228 43.5%	0 0.0%	7,423
H12	2,173 31.6%	1,564 22.7%	3,149 45.7%	0 0.0%	6,886
H17	2,034 31.9%	1,468 23.0%	2,882 45.1%	0 0.0%	6,384
H22	1,826 31.2%	1,254 21.4%	2,775 47.4%	4 0.1%	5,859

※『国勢調査』各年10月1日現在

【産業別就業者構成比】



	第1次産業			第2次産業			第3次産業						分類不能	構成比合計	
	農業	林業	漁業	鉱業	建設業	製造業	電気ガス	運輸通信業	卸小売業	金融保険業	不動産業	サービス業			公務
S30	13.9%	5.9%	30.8%	4.6%	4.5%	9.4%	0.2%	6.4%	12.5%	0.8%	8.9%	2.1%	0.0%	100.0%	
S40	10.7%	4.8%	30.4%	1.1%	7.3%	12.1%	0.2%	5.8%	13.4%	1.2%	10.4%	2.6%	0.0%	100.0%	
S45	8.9%	2.3%	31.5%	1.0%	7.6%	12.4%	0.3%	5.5%	13.4%	1.4%	0.1%	13.3%	2.3%	0.0%	100.0%
S50	7.6%	2.0%	32.9%	0.2%	7.7%	10.9%	0.4%	5.6%	14.4%	1.9%	0.1%	13.5%	2.7%	0.1%	100.0%
S55	7.1%	1.7%	29.0%	0.3%	8.0%	12.1%	0.4%	5.8%	15.9%	1.8%	0.2%	14.4%	3.3%	0.0%	100.0%
S60	7.2%	1.9%	29.1%	0.7%	7.0%	11.4%	0.2%	5.3%	15.5%	2.3%	0.1%	15.8%	3.5%	0.0%	100.0%
H 2	7.1%	1.2%	28.1%	0.6%	7.3%	13.1%	0.2%	4.4%	14.9%	2.2%	0.2%	17.2%	3.5%	0.0%	100.0%
H 7	6.6%	1.1%	25.5%	0.8%	9.3%	13.2%	0.3%	3.6%	15.5%	1.9%	0.2%	17.9%	4.1%	0.0%	100.0%
H12	6.5%	0.7%	24.4%	0.7%	9.4%	12.6%	0.3%	3.9%	15.1%	1.3%	0.1%	21.4%	3.6%	0.0%	100.0%
H17	7.3%	0.7%	23.9%	0.6%	7.8%	14.6%	0.2%	3.0%	13.1%	1.0%	0.3%	23.5%	4.0%	0.0%	100.0%
H22	7.5%	0.8%	22.9%	0.6%	6.6%	14.2%	0.4%	3.6%	13.6%	1.0%	0.2%	24.1%	4.4%	0.1%	100.0%

※『国勢調査』各年10月1日現在

(2) 事業所数と従業者数

- ◆厚岸町の事業所数は、調査客体の違いはあるものの、昭和50年以降では、昭和61年の857事業所をピークに減少傾向にあり、平成21年には661事業所となっている。
- ◆従業者数についても、昭和53年の6,240人をピークに減少傾向にあり、平成21年には4,539人となっている。

【事業所数と従業者数】



(単位：人、件)

	従業者数	事業所数	調査方法
S50	6,228	849	民営の事業所・国、地方公共団体及び公営企業体の経営する事業所
S53	6,240	845	民営の事業所・国、地方公共団体及び公営企業体の経営する事業所
S56	5,761	822	民営の事業所・国、地方公共団体及び公営企業体の経営する事業所
S61	5,749	857	民営の事業所・国、地方公共団体及び公営企業体の経営する事業所
H3	6,005	797	民営の事業所・国及び地方公共団体の事業所
H8	5,622	779	民営の事業所・国及び地方公共団体の事業所
H11	4,350	653	民営の事業所
H13	5,629	742	民営の事業所・国及び地方公共団体の事業所
H16	3,941	594	民営の事業所
H18	4,813	677	民営の事業所・国及び地方公共団体の事業所
H21	4,539	661	民営の事業所・国及び地方公共団体の事業所

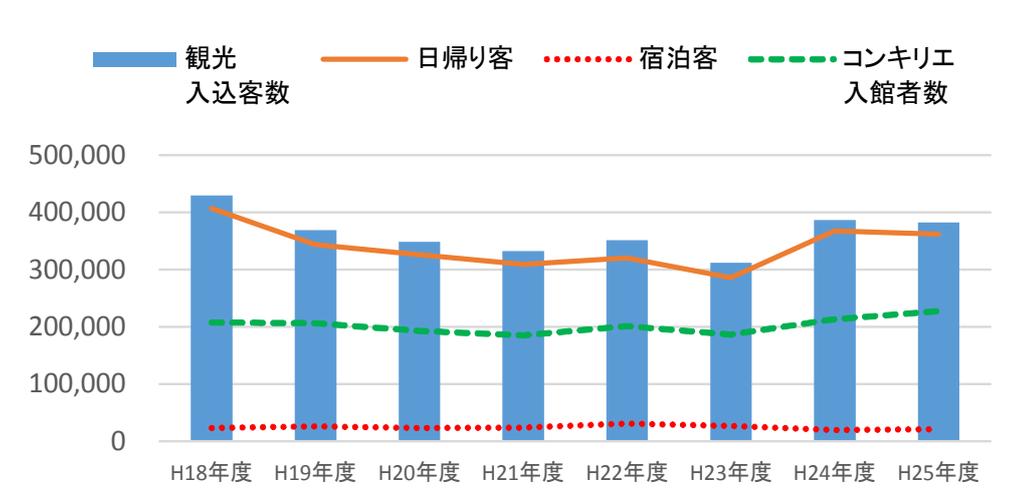
※ S50～H18は『事業所・企業統計調査』、H21は『経済センサス基礎調査』
各年10月1日現在

4 観光の現状

- ◆減少傾向にあった観光入込客数は、平成22年度からは増加(平成23年度には東日本大震災の影響による減はあるもの)の兆しに転じている。
- ◆厚岸町に来る観光客の多くは日帰り客である。
- ◆全体の観光入込客数に対し宿泊客の割合は、平成25年では5.4%となっており通過型の観光から脱却できていない。

【観光入込客数の推移】

(単位：人)



(単位：人、%)

	観光入込客数	日帰り客	宿泊客	宿泊客割合	コンキリエ入館者数
H18年度	429,300	406,500	22,800	5.3	207,147
H19年度	369,200	343,500	25,700	7.0	205,596
H20年度	348,300	325,300	23,000	6.6	192,388
H21年度	332,400	309,000	23,400	7.0	184,842
H22年度	351,000	320,100	30,900	8.8	200,960
H23年度	312,200	285,700	26,500	8.5	186,348
H24年度	386,700	367,200	19,500	5.0	213,230
H25年度	382,000	361,500	20,500	5.4	227,101

※『観光入込客数調査』

5 過去の調査から読み取れる町民のニーズ

(1) 町民満足度調査(平成26年2月実施)

■対象：住所・年齢階層・男女別により無作為に抽出した15才以上の男女2,000人(821人から回収)

◆厚岸町の各施策に対する満足度と重要度に対する「現在の満足度」では、「満足している」と「やや満足している」を合わせると、「病気の予防や各種診断検診などの健康づくり」が46.7%と最も高く、次いで「消防・救急体制の推進」が45.3%、「上水道の整備や水質保全」が43.7%、「下水道の整備など生活排水の処理」42.3%の順になっている。

「不満である」と「やや不満である」を合わせると、「雇用や就労の場の確保」が42.9%と最も多く、次いで「風力や太陽光・バイオマスなどエネルギーの適切かつ有効な利用」42.3%、「バスや自動車などの公共交通機関の確保」36.0%、「公園や広場、子どもの遊び場の整備」34.2%となっている。

◆今後の重要度では、「重要である」と「まあ重要である」を合わせると、「自然の豊かさ、海や川の水質、空気などの自然環境の保全」と「上水道の整備や水質の保全」が81.6%と最も高く、次いで「医療機関・医療体制の充実」が81.5%、「下水道の整備など生活排水の処理」が77.6%となっている。

「重要ではない」と「あまり重要ではない」を合わせると、「国際交流・地域間交流の取り組み」の6.8%が最も高くなっている。

◆今後の居住意向で「これからも厚岸町に住み続けたいと思いますか」の問いに対し、「ずっと住み続けたい」と「できれば住み続けたい」と思う人が77.4%と高い割合になっている。

年齢別でみると、20歳未満は「転出したい」割合が42.9%と高くなっている。

また、30歳以上は年齢が高くなるにつれて「住み続けたい」と思う人の割合が高くなり、70歳以上では約9割が「住み続けたい」と答えている。

◆住み続けたい理由としては、「気候や自然環境が良いから」という回答が26.1%と最も多く、次いで「近所づきあいや人間関係で安心できるから」が23.0%、「自分にあう仕事・職場があるから」が15.3%となっている。

その他の理由では、「生まれ育った町だから」という回答が多かった。

- ◆転出したい理由としては、「医療や福祉で不安だから」という回答が23.4%と最も多く、次いで「老後の生活が不安だから」が17.5%、「自動車やバスの交通機関が不便だから」が15.6%、「自分にあう仕事・職場がないから」が8.4%となっている。

(2) 小中学生アンケート調査(平成20年4月実施)

- 対象：町内の小学校5・6年生の児童と中学校の全生徒、男女543人(529人から回収)

- ◆厚岸町への愛着や親しみについて、「ある程度感じている」と回答した人が49.3%と最も多く、「とても感じている」と合わせると80.9%と高い割合を占めている。

また、性別で比較すると男性に比べ、女性の方が高く、約9割の人が愛着を感じていると答えている。

- ◆厚岸町をどのような町だと感じていますかの問いに対し、約7割の人が「個性や特色がある町である」、「雰囲気明るい町である」、「互いに協力したり思いやりがある町である」と答えていて、高い割合となっている。

- ◆これからも厚岸町に住み続けたいと思いますかの問いに対し、「ずっと住み続けたい」と「できれば住み続けたい」と思う人を合わせた割合は40.8%で、低い割合となっている。

また、性別と「今後の居住意向」の関係では、「できれば町外に移りたい」と回答した人の割合が、男性の28.4%に比べ女性は39.2%と高い割合となっている。

また、愛着度と「今後の居住意向」の関係では、愛着が薄れるにつれて「できれば町外に移りたい」と思う人の割合が高くなっているが、愛着を「とても感じている」人の中にも、「できれば町外に移りたい」と思う人の割合が21.0%となっている。

- ◆できれば町外に移りたい主な理由としては、「進学したい学校がないから」という回答が24.6%と最も多く、次いで「自分に合う仕事(職業)がないから」が21.4%で、約5割の人が、今の厚岸町に進学や就職したい場所が無いと感じていることがうかがえる。

以下、「買い物などが不便だから」15.7%、「趣味や娯楽の場が少ないから」14.1%、「新しい物や情報が不足しているから」9.9%となっている。

また、性別で比較すると、女性では「進学したい学校などがないから」が最も多く26.5%、男性では「自分に合う仕事（職業）がないから」が21.6%で最も多い結果となった。

- ◆今後、厚岸町にどのような町になってほしいかの問いに対し、「自然とともに暮らす美しい町」と回答した人が21.0%と最も多く、次いで「生活していて安全な町」が15.1%、「便利で快適に暮らせる町」が12.7%、「たくさんの人が訪れる観光・交流の町」が11.6%、「教育・文化・スポーツなどが充実した町」が11.7%で、合わせると全体の7割強を占めている。
しかし、「農林漁業や商工業などの活力ある産業の町」は、7.2%と低い割合になっている。

(3) 経営者意識調査（平成22年度商工会実施）

- 対象：町内の小売業者、サービス業者から無作為に抽出した120業者（106の業者から回収）
 - ◆現状として、商店街のお客は町内の割合は82%、経営上の課題として、売上げ低下と客足低下が55%を占めた。
また、今後の経営方針として、業種業態・立地場所・品揃え策・価格戦略・店舗規模・販売戦略に関して、「現状のまま」と回答した割合が約7割を超えた。
 - ◆小売業者などから見た消費者が大型店、町外に購買力が流出する理由として、「商品：豊富さと安価であるから」「サービス：気楽に楽しめる、営業時間の長さ、駐車場完備」「店舗・立地：ワンストップショッピング^{*1}が可能だから」となった。
 - ◆厚岸町の商店街へ期待、充実するために必要なこととして、「日曜営業・営業時間の延長」「空き店舗の活用」「地元野菜の直売」「宅配サービス」となった。

(4) 消費購買力動向調査（平成22年度商工会実施）

- 対象：無作為に抽出した町民500人（475人から回収）
 - ◆大型店で買い物をする理由として「商品の種類が豊富なこと」が多かった。

*1 ワンストップショッピング：ひとつの店舗で全ての買い物ができること。

- ◆町内の商店街を利用する理由については「商品：食品類(生鮮品)が新鮮だから」「サービス：馴染みの店だから」「店舗・立地：近所にあるから」となった。
- ◆厚岸町の商店街への期待、充実するために必要なこととして、「日曜営業・営業時間の延長」「地元野菜の直売」「カード・スタンプ・ポイント事業」「空き店舗の活用」となった。
- ◆厚岸町の将来像に対しての苦言や希望が多かった意見は、「商店街が暗い、魅力を感じない」「商店街のコンパクト化、集約化」「温泉施設の必要性、宿泊施設のニーズ」「地元生鮮品(魚介類・野菜)を安価で販売」となった。

(5) ICT^{*1}を活用した買い物難民救済に関する調査

(平成22年11月～平成23年2月実施)

① 買い物難民実態把握調査

■対象：無作為に抽出した町内994世帯(555世帯から回収)

- ◆何らかの理由で買い物難民という認識を持っている人は全体の約28%、そのうち約80%が「健康面・交通手段」を理由とした。
- ◆買い物に行く交通手段の約73%が自家用車、日用品や食料品の買い物をする回数は週2～3回が約35%と最多であった。
- ◆一番よく買い物をする曜日では、平日が約32%、週末は約11%、曜日を意識していない人は約52%を占めた。
- ◆5年先、体力面や健康面の理由から買い物をすることに困難になるという不安を持っている人は、全体の約50%を占めた。
- ◆現在、カタログ通信販売で日用品や食料品を購入している人は約27%を占めたが、逆に、利用していない人は約50%となった。
- ◆自宅にパソコンがある人は約34%、インターネットやパソコンに興味のある人は約50%、インターネットで食料品や日用品を買っている人は10%弱、買ってみたい人は約30%であった。

② 地域商店訪問インタビュー調査

■対象：厚岸町商工会所属の小売業者20店(19店のインタビューを実施)

*1 ICT：Information and Communication Technology(インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジー)の略で、日本ではすでに一般的となったITの概念をさらに一歩進め、IT＝情報技術に通信コミュニケーションの重要性を加味した言葉。

- ◆現経営者が60代の店は、後継者不在により現経営者の代で店をたたく予定が殆ど。現経営者が40～50代の店は、工夫しながら他店にはない取り組みを実践し生き残りを図っている。全体像としては、この二極化の構造となっている。
- ◆どの店も、固定客が殆どであり、客層は高齢者が多く、大型店の出店に影響を受けたと回答。
- ◆売り出しやチラシなどの販売促進を実践している店は少なく、消費期限の問題もあり、商品は在庫しにくい状況。
- ◆若い消費者は、明らかに大型店に流れていると推測され、全てのお店で配達サービスを実践しているが、一部の地域を除く店が多かった。
- ◆家族経営で運営している店が殆どであり、大型店との価格競争では勝負にならないという、悩みのポイントは共通している。

(6) 中小企業振興施策調査事前ヒヤリング(平成24年6月実施)

中小企業振興計画の策定に向け、町内の12事業所・団体(商工会、漁業協同組合直売店、会社経営者、厚岸味覚ターミナル・コンキリエ、湖北商業連合会、商店会、湖南まちづくり協議会、あつけしの家づくり協会、中小企業家同友会厚岸地区会、厚岸を考える会「うるする」、女性団体連絡協議会、消費者協会)からヒヤリングを実施。

主な意見は次のとおり

■現状について

- ◆町への貢献はしたいし、実際活動し続けているが、疲弊する一方。
- ◆若い人を中心に大型店や町外への流出が顕著と感じる。
- ◆大型店同士も価格競争・消耗戦を行っているようだ。
- ◆大手を中心に次々と新しいサービスが展開され、追いつけない感じがする。
- ◆小さなまちだからこそそのしがらみ、営業力のなさ、閉塞感ばかりが目立つ。

■観光について

- ◆観光はこれからも可能性がある。
- ◆体験観光は良いプログラムがすでにある。

- ◆まちの中の改善点もまだまだあり、ハード*1とソフト*2、合わせて努力していくことが必要だ。
- ◆質を上げ、まちの中の可能性を繋げてやることが大切だ。
- ◆トレンド*3が変われば工夫してリニューアル*4することができる。
- ◆地元の人がガイドをする、地域をよく知る人だからこそできる人的観光資源。
- ◆牡蠣だけでは、牡蠣に何かあったとき何もできなくなる危機感がある。
- ◆牡蠣生産量に限界があるなら、質を上げて利幅を上げれば良い。
- ◆漁業、酪農、商業、地区ごとに違う顔があり、そこにしかない魅力があるのは人が集まるきっかけになれる。

■新ビジネスの可能性について

- ◆コンキリエの集客は大きい。あの場で商業者が売れば儲けられる。
- ◆葉物農家のいない厚岸で、葉物は無理という定説を覆す野菜工場プランは画期的な事業の一つ。
- ◆新事業は雇用創出に繋がり、収益をあげ納税義務を果たすことが大事。

■町内事業者の内需拡大策について

- ◆プレミアム商品券は一時的なもので、効果の持続性がない。
- ◆地域には地域の基本の形があり、だからこそ独自に発展できる仕掛け、仕組みを作る前向きさを持ちたい。
- ◆行政も町全体のルールにしていくような支援があれば良い。
- ◆よろず屋でまちの声に答え、助け合いからコミュニティ*5を再構築、売り先拡大に繋がっていけば良い。
- ◆漁師まちのコミュニティの強さが商業の存続を可能にしていると感じる。
- ◆文化、社会教育、まちでの楽しみとコミュニティも町内需要のきっかけづくりになることができる(=コミュニケーションの大切さ)。
- ◆オイスターDEナイトのように、観光も町内需要喚起に協力することができる。

*1 ハード：施設の整備や改修など物(目に見える形で提供できる物)を作る業務。

*2 ソフト：サービスなどの役務(形として残らない物)を提供する業務。

*3 トrend：傾向。経済変動の長期的動向や、ファッションの動向など。

*4 リニューアル：店舗などの改装・改修。

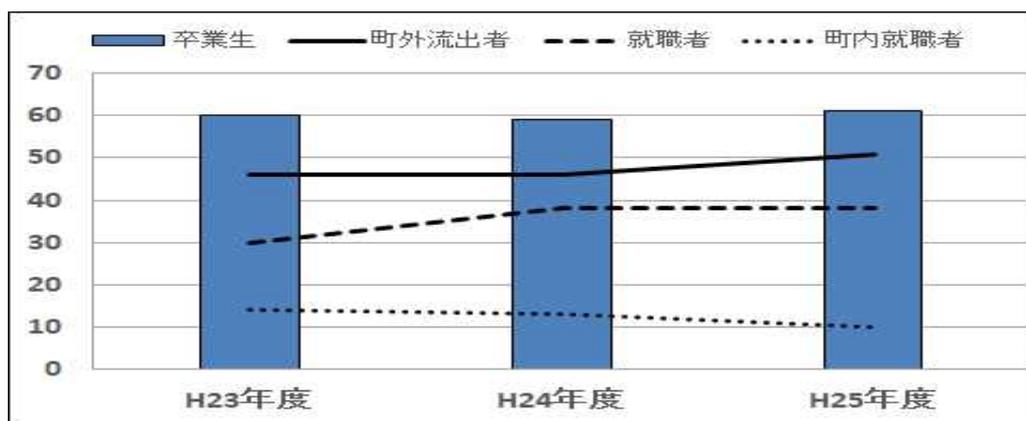
*5 コミュニティ：町内会のような地縁型の共同体や、地域での共同の活動、暮らしを支える結びつき。地域社会、地域共同体。

6 厚岸翔洋高等学校卒業生の進路状況

- ◆平成23年度は、卒業生60人中、30人が就職を希望し、全てが就職できたが、うち町内での就職者は14人、進学も含めて町外への流出は46人、割合にして76.7%を占める。
- ◆平成24年度は、卒業生59人中、38人が就職を希望し、全てが就職できたが、うち町内での就職者は13人、進学も含めて町外への流出は46人、割合にして78.0%を占める。
- ◆平成25年度は、卒業生61人中、38人が就職を希望し、全てが就職できたが、うち町内での就職者は10人、進学も含めて町外への流出は51人、割合にして83.6%を占める。
- ◆過去3年間の町外流出者の割合は増加傾向にある。

【進路状況】

(単位：人)



	卒業生 A+B	就職者	うち 町内就職者 A	町外流出者 B
H23年度	60	30	14	46
H24年度	59	38	13	46
H25年度	61	38	10	51

※ 各年度3月31日現在

第2節 中小企業が抱える課題

1 商業

(1) 商店街の活性化

商店街は、人口減少による消費購買力の減退、大型店の進出に伴う価格競争の激化、釧路方面への買い物客流出の増加、経営者の高齢化・後継者不足といった問題を抱え、本町の商業を支えてきた商店街を取り巻く経営環境は厳しさを増し、商店街では空き店舗や空き地が目立ち、中心市街地の疲弊が顕著になってきている。一方、地域ではコミュニティの核となるような地域の交流の場が求められている。

こうしたニーズに対応して、地域のさまざまな課題をビジネスの手法を用いて解決するコミュニティビジネス^{*1}を積極的に展開するなどの取組により魅力ある商店街を創り上げ、活性化を図る必要がある。

(2) 商店の魅力づくり

商店は、各店の独自性を発揮し、配送・見守り・相談事など地域に必要とされる商店づくりなどの地域との繋がりを深めたサービスを行い、その商店街の独自色を出しアピールを行う必要がある。

このため、各店及び商店街が、町や商工会などと連携しながら意識改革や商品開発を行い、特色ある商店づくりや魅力ある商店街を形成することが重要となっている。

2 工業

(1) 製造業

製造業において水産加工業がその中核をなしているが、輸入品との価格競争や鮮魚など原材料の減少、燃油価格の変動、電気料金の値上げ、さらには長引く経済の低迷などによって経営は厳しい状況にある。

このため、経営環境の変化への対応や情報の共有、異業種間交流による高付加価値製品の開発や環境整備などに取り組むことが必要である。

また、水産加工業では、求人はあるが求職者の少ない状況が続き人材不

*1 コミュニティビジネス：地域資源を活かしながら地域課題の解決を「ビジネス」の手法で取り組むものであり、地域の人材やノウハウ、施設、資金を活用することにより、地域における新たな創業や雇用の創出、働きがい、生きがいを生み出し、地域コミュニティの活性化に寄与するものと期待されている。

足になっていることや、企業が求める人材と求職者が求める条件が合わないというミスマッチが原因と思われる若年層の早期離職の増加もあり、雇用に関わるさまざまな課題に直面している。

(2) 建設業

長期化する景気の低迷の影響を受け建設業者は、地域経済の好循環の実現が十分に進展していない状況が続き、経営体力が低下していることや先行きの不透明感などから、後継者の人材育成に向けた取組や若年層を積極的に雇用することができなくなっている。

人材不足は、品質管理や安全対策に悪影響を及ぼすばかりでなく、受注機会の喪失に繋がる恐れがあることから、技術、技能の伝承・向上のための支援を図ることも必要である。

また、労務費や原材料費の価格上昇などにより利益が減少しており、事業所の経営革新や新分野への進出に対する支援が必要である。

3 観光

観光客の入込数は、平成23年3月の東日本大震災の影響による減はあるものの、増加の兆しに転じている。旅行形態では、景観地などを巡る「見る観光」から目的を持った「体験・食の観光」に移行し多様化しているとともに、個人や少人数のグループによる旅行が増大してきている。

こうしたことから、これら多様化した観光客のニーズに対応しながら、地域資源を活用した魅力と特色ある観光メニューや観光ルートの基盤整備が求められている。

このため、変化する観光客のニーズへの柔軟な対応や本町の特徴・資源・魅力を十分に生かした厚岸町ならではの観光戦略の設定が必要であり、推進母体となるべき観光協会の組織強化を図り、関連団体や大学などとの連携を強化することが重要となっている。

また、滞在型観光を推進するため、宿泊施設・設備の充実をはじめ、食や自然環境などを観光資源として適切に継続活用するための各種ガイドの養成と観光事業の企画展開により、観光・交流に対する町民の意識高揚を図りながら観光産業の確立に努める必要がある。

4 事業経営支援

事業者が厳しい経営環境を乗り越えるため、自らの努力による経営基盤の確立や経営革新、新分野への進出、あるいは第二創業^{*1}などを行うのに際し、必要な資金調達が円滑に受けられるよう支援の充実が求められている。

このため、地域の金融機関との連携により、町の制度融資による貸付金の増額検討などのほか、国・道・民間の各種融資制度などを利活用し、さまざまな資金需要に適切に対応するために総合的な調整ができる支援機関の設置が必要となっている。

5 後継者対策の支援

事業所の多くは、経営者の高齢化や後継者不足などにより、将来的な展望を描けず、経営の低迷や廃業に直結する可能性が大きい現状にある。事業所が活力を失うことは、地域経済が力を失い衰退することに繋がるため、後継者対策が重要である。

このため、後継者のいない事業者や既に廃業してしまった元事業者が、自身の担っていた仕事をまちに残すために自分の店舗を貸し出し、若い経営者の創業を支援することや希望者に対して指導を行うといった取組の工夫により、事業継承を行っていくことが重要となっている。

6 創業の支援

地域経済の活性化を図るためには、町内の経営資源を活用した創業を促進する必要がある。創業希望者、特に若年層にとっては、創業に係る経済的・技術的負担が大きいことから、創業の取組に対する支援や相談体制を整備する必要がある。

7 人材の確保と育成

少子高齢化の進行や新卒者の町外への流出は、労働力不足や消費購買力の減少、人口の減少などに拍車をかける恐れがあり、町の経済はますます疲弊することが懸念される。

このため、雇用動向の把握と職業紹介・情報の提供の充実に努め、若者のみならず働く意欲ある女性や高齢者、障がい者等の個性や特性、能力を生か

*1 第二創業：既に事業を営んでいる中小企業・小規模事業者において、後継者が先代から事業を引き継いだ場合などに、業態転換や新事業・新分野に進出すること。

す雇用や能力開発を促進する必要がある。

8 関係者の連携の強化

中小企業の各分野に共通して必要とされる「人材確保・後継者育成」や「研究・開発」などの取組は、個々の業種・分野でのみ行われるのではなく、異業種と連携し、それぞれの専門技術や知識を生かして行われることが効果的である。

また、先行きが不安定なことなどから、施設や設備機器の更新に踏み切れない事業者もあり、既存の設備機器では新たな受注に対応ができないことや、設備投資や経営改善が停滞している状況が見られる。

このため、商工会をはじめとした中小企業支援機関や各種研究機関、金融機関などとの連携を強化し、こうした中小企業の動きが活発化するよう、積極的な支援が必要である。

第3章 厚岸町中小企業振興計画の位置付けと期間

第1節 本計画の位置付け

この計画は、第5期厚岸町総合計画を上位計画とし、厚岸町中小企業振興基本条例第4条第1項の規定に基づく中小企業振興施策を推進するための基本的な考え方を示し、限られた財源を厚岸町民の将来に結びつける視点に立って、必要性・緊急性・優先性の高い施策に振り向けるという観点のもと、中小企業振興施策を着実に進めるための指針としての性格を持つものである。

このため、国や北海道、町内で事業を営む者、町民など、さまざまな主体となる皆さんの本計画への理解と協力をいただき、事業や産業活動、日常生活において積極的な配慮を期待するものである。

第2節 計画期間

この計画は、厚岸町の現状や中小企業が抱える課題などを踏まえ、5年程度以内に取り組むべき喫緊の施策展開についてまとめたものであり、計画期間を平成27年度から平成31年度までの5年間とし、第5期厚岸町総合計画との整合性を図るものとする。

なお、本計画に基づく中小企業振興施策の進捗状況や成果等の評価・検証とともに、変化する中小企業の課題を的確に捉えるための分析調査などを継続的に行いながら、経済的社会的環境の変化に柔軟に対応できるよう、必要に応じて計画の見直しを行うこととする。

第4章 中小企業振興施策の展開

近年、社会経済を取り巻く環境変化のスピードは加速している。本計画策定検討の間にも、消費税率の引き上げや電気料金の再値上げ、円安による原材料費や物価の上昇など、国策等の動向がニュースを賑わし、経済界は一刻の猶予もない経営戦略の立て直しを迫られている。

厚岸町では、こうした外部環境変化の加速も視野に、本計画全体の実施期間を5年と設定し、地域経済が著しく衰退してから着手したのではこの計画自体の意味が喪失してしまう恐れもあることから、早期に着手すべき優先的事項を設定する必要がある。

このため、2年以内に着手すべき優先的事項を推進する「活動第1ステージ」と、第1ステージの行動開始を受けて推進・発展させる「活動第2ステージ」に分け、第1ステージ内で具体的な制度設計を行いながら支援体制や支援環境の整備を進め、まちの活動（個人・法人を問わず、まちの振興にかかわる活動）を活性化させる第2ステージへの発展を目指す段階的な実施を進めることとする。

第1節 中小企業振興施策の段階的实施

活動第1ステージは、本計画樹立後2年以内に町が行動を起こすことで、中小企業振興施策展開のための環境整備に向けた取組が始まったことを町民や事業者などに示すステージである。

具体的には、町内中小企業の振興に向けた新たな動きを町民や事業者に気づいてもらうきっかけを作るため、町自身の行動が必要不可欠である。そのため、町では「域内循環の拡大に向けた取組の推進」を掲げ、自らが発注権限を持つ公共調達における地元企業の受注機会の拡大等に向けた仕組みを整え実践するとともに、事業者に対する町内中小企業の振興に貢献する取組の喚起や町民・事業者による地元商店の利用促進・販売促進に関する運動の取組を進めるものとする。

また、町では、商工会の協力を得て、既存商工業者の事業継続の意向を確認しながら、現状のまま推移した場合の5年後・10年後における町内商工業者の状況を見通す作業を進めるものとする。その結果から、厚岸町での暮らしや経済にとって、なくなっては困るが、このままでは将来的に失われてしまうことが想定

される業種*1・業態*2などを見極め、その業種・業態を町内に存続させるため必要な事業継承や創業などに係る支援策や手立ての検討を行い、優先的に対策を講じるものとする。

こうした各種の取組を展開することによって、町内で事業活動が活性化されると、個々の事業者によって取組内容は変わってくるものである。それぞれに必要な支援内容を整理しながら活用できる支援策をアドバイスしたり、用意された支援策ではうまく機能しないといった場合には速やかに支援内容の再検討を町へ要請・提言したりと、町内の事業活動に対応し続ける柔軟性のある専門機関を設置して取り組むことがより有効となる。

この専門機関を「アドバイス・コーディネート*3機関」と位置付け、商工会・金融機関・協同組合などの経済団体が中心になって組成し、第1次産業から第3次産業までの業界動向の看視と法人・個人を問わない支援体制を整備する。

特に、事業者などの直面する課題や支援要望を直接くみ取り、提言することのできるアドバイス・コーディネート機関の役割は大きく、産業間の連携推進時に町のリーダーシップを支援したり、支援策の制度設計や新規メニューの検討に参加したりと、町の支援機能としての役割を担う。

また、人口減少などから町内の経済市場が縮小する中で、地域経済の活性化を図るためには、外貨を町内に引き込む有効な手段として観光産業の育成が重要であるが、平成2年策定の観光振興ビジョンは大きく時代背景が変わっていることから、既存体制で実施できる各種調査を行いながら、新・観光振興ビジョンの策定を進めるものとする。

活動第2ステージでは、町とアドバイス・コーディネート機関が中心となって、民間活動の拡大に向けた行動喚起の仕掛けや改革・革新に挑戦する人への支援を計画的に進めるものとする。

なお、活動第2ステージ以降は、事業実施の成果を検証し、可能なものは年度ごとの目標を設定し、事業所・事業者などの事業成長に見合った支援環境を整えながらチャレンジする人の広がりを推進する。

また、環境変化に迅速かつ柔軟に対応し制度内容の見直しを図るほか、効果目標の達成に向けた具体的アクションプラン*4を適時明示しながら、次の振興策に着手できるような体制を維持しつつ、事業所・事業者などの支援に努めるものとする。

*1 業種：どのような商品やサービスを取り扱っているかによって分類される事業の種類。

*2 業態：営業形態(どのような売り方をするか)の違いを基準とした分類。

*3 コーディネート：物事を調整し、まとめること。

*4 アクションプラン：ある政策や企画を実施するための基本方針。または、行動計画。

【5年間で実施すべき振興策の段階的推進内容一覧】

活動第1ステージ（町のリーダーシップで2年以内に着手）

- (1) 域内循環の拡大に向けた取組の推進
 - ① 域内循環を推進する町の姿勢を内外に示す取組
 - ② 地域に貢献する事業者の自覚を高める取組
 - ③ 地元商店の利用・販売促進に向けた運動の取組
- (2) アドバイス・コーディネート機関設立による支援環境の整備
 - ① アドバイス・コーディネート機関の整備
 - ◆既存事業者の事業継承意思と手法の確認
 - ◆新規創業ニーズの確認
 - ◆経営革新や業種業態転換ニーズの確認
 - ② 町とアドバイス・コーディネート機関での検討
 - ◆支援制度の創設に向けた検討
 - ◆勉強会・研究会などの行動喚起メニューの検討
- (3) 外貨を引き込む環境の整備
 - ① 観光振興ビジョンの再構築
 - ◆経済波及効果を生む仕組みの検討
 - ◆変化した観光ニーズへの対応検討
 - ◆推進体制強化のための具体策の検討
 - ◆短期集中目標を持ったアクションプランの明示

活動第2ステージ（町の行動に続き民間活動を拡大）

- (1) 民間行動を喚起する仕掛けづくり
 - ① 行動を起こしてもらうための仕掛け
 - ◆趣味の仕事化応援活動（事例情報発信、各種勉強会）
 - ◆趣味の仕事と買い手の交流会など、活動支援事業を実施
 - ◆優先すべき支援の方向性に沿った事例情報発信、各種勉強会、創業塾、経営塾などの実施
 - ◆既存事業の継承応援活動（事例研究、勉強会）
 - ◆新規創業応援活動（事例研究、勉強会、創業塾など）
 - ② 仕事ができる場をつくり、働きたい人に提供する仕掛け
 - ◆学生向けの就労意識醸成事業の実施
 - ◆事業継承、技術移転などのための働き手マッチング事業の実施
 - ◆その他移住・就労支援の総合支援策の展開を検討
 - (2) 改革・革新に挑戦する人への支援
 - ① 次の「改革・革新」の仕組みをトータルでマネジメント
 - ◆支援制度の実施
 - ◆新・観光ビジョンのアクションプランを実施
 - ◆アドバイス・コーディネート機関によるワンストップ相談事業の実施
- 【6年目以降に向けた準備】
- 事業実施の成果を検証しながら、中小企業振興施策を進化させる
- ◆支援制度の見直し
 - ◆新・観光ビジョンの推進を加速
 - ◆アドバイス・コーディネート機関によるワンストップ相談事業の加速
 - ◆事業者の改革・革新・創業のステージに合わせた新たな支援策の整備

第2節 具体的振興施策推進の考え方

1 活動第1ステージ／町のリーダーシップで、2年以内に着手

- ◆域内循環の拡大に向けた取組の推進
- ◆アドバイス・コーディネート機関設立による支援環境の整備
- ◆外貨を引き込む環境の整備

(1) 域内循環の拡大に向けた取組の推進

人口減少や少子高齢化の進行、生産年齢人口の減少、消費購買力の減退、経済活動の広域化やグローバル化などの実態を踏まえると、町内の中小企業の持続的経営を支えるためには、基幹産業の振興とともに観光産業の展開による交流人口の増大を図り、外需で取り込んだ財貨を町内で循環させていく施策が今後ますます重要となっている。

このため、域内循環の拡大に向けた意識の醸成は、町がリーダーシップを発揮し、商工会との連携を密接にしながら官民一緒になって取り組むものとする。

また、中小企業振興施策に関する情報発信を行う際には、町民の皆さんが関係していることを意識できるような文言や呼びかけの工夫に配慮する必要がある。

① 域内循環を推進する町の姿勢を内外に示す取組

中小企業振興施策展開のための環境整備に向けた取組が始まったことを町が行動で示すため、町が行う工事や物品などの公共調達において、適正な競争原理のもと公正性を保ちつつ、地元企業の受注機会の拡大に向けた取組を行うものである。

その取組のイメージとして、次の「公共調達における地元企業の受注機会の拡大等に関する実施方針」を示したが、こうした取組の実施にあたっては、今後十分な検討を要するものである。

なお、以降に示す取組のイメージは、いずれも同様の考えで進めるものである。

【地元企業の受注機会の拡大等に向けた方針の策定(イメージ)】

公共調達における地元企業の受注機会の拡大等に関する実施方針

1 目的

本町が行う工事、物品などの公共調達において、地元企業への優先発注及び地域資源の活用を推進するため、公共調達における地元企業の受注機会の拡大等に関する実施方針を定め、適正な競争原理のもと公正性を保ちつつ、地元企業の受注機会を確保し、持続的な成長・発展を通じて、地域経済の活性化を図ることを目的とする。

2 適用対象

本町の全部局の公共調達を実施方針の適用対象とする。

3 事業者の定義

区 分		定 義
地 元 企 業	町 内 業 者	町内に本社、本店を有する事業者
	準町内業者	町外に本社、本店を有するが、町内に支店、営業所等がある事業者
町 外 業 者		町内業者及び準町内業者に該当しない事業者

4 町内製品の定義

町内の工場で生産、製造、加工されたもの又は町内代理店等から調達されたもの。

5 各分野における実施方針

原則として、地元企業のうち、町内業者を選定する。ただし、町内業者で対応できないもの又は競争性が確保されないものについては、準町内業者、町外業者の順に対象を拡大するものとする。

なお、本方針は、地元企業の受注機会の確保及び育成を図るため、地元企業への優先的な発注を推進するものであり、本町の公共調達から町外業者を排除することを目的とするものではない。

分 野	対象範囲	取 扱 要 領
公共工事	町が発注する次の契約 (1) 建設工事の請負 (2) 建設工事に関する設計、調査及び測量業務等の委託 (3) 施設の修繕	① 建設工事等競争入札参加資格者名簿に登録された事業者から選定することとし、原則として町内業者を選定する。 なお、技術的難易度の高い公共工事で町内業者では対応できないとき、又は町内業者だけでは競争性が確保されないときは、事業者の有する資格、実績、経験等を総合的に勘案して、準町内業者、町外業者の順に対象を拡大するものとする。 ② 事業の効率的執行及びコスト縮減を図る観点を踏まえた上で、適切かつ合理的な範囲での分離・分割発注に努めることにより、町内業者の受注機会の拡大を図る。

		<p>③ 町の公共工事の受注事業者が、下請事業者を選定する場合は、町内業者の優先に配慮するよう特記仕様書に記載する。</p> <p>④ 町の公共工事の受注事業者が、建設資材を調達する際は、町内産資材を優先して使用すること並びに町内で生産されていないものを使用する場合も町内業者からの調達に配慮するよう特記仕様書に記載する。</p>
物品調達	<p>町が発注する次の契約</p> <p>(1) 物品の購入及び修繕</p> <p>(2) 印刷製本</p>	<p>① 建設工事等競争入札参加資格者名簿に登録された事業者から選定することとし、原則として町内業者を選定する。</p> <p>なお、町内業者では調達や対応できないとき、又は町内業者だけでは競争性が確保されないときは、事業者の有する資格、実績、経験等を総合的に勘案して、準町内業者、町外業者の順に対象を拡大するものとする。</p> <p>② 印刷を主たる業務としていない事業者に、企画・デザインを含めて印刷を発注する場合は、可能な範囲で分離発注することにより、町内業者の受注機会の拡大を図る。</p>
その他の分野	<p>公共工事、物品調達以外の公共調達</p>	<p>① 町内業者では調達や対応できないとき、又は町内業者だけでは競争性が確保されないときを除き、原則として町内業者を選定する。</p> <p>② 継続的に発注している業務委託等で、準町内業者又は町外業者と契約しているもののうち、分離・分割した発注を行うことにより、事務の効率的な執行が可能なものについては、契約更新の際に町内業者への発注に努める。</p> <p>③ 町が行う各種行事の記念品等の発注にあたっては、町内産品を活用するなど可能な限り町内業者への発注に努める。</p>

6 実施方針の解釈と運用

(1) 本実施方針は、関係法令等の遵守及び予算の適正な執行の観点を踏まえた上、契約の目的の達成のため、合理的な範囲で発注方法を見直し、地元企業の参入の余地を考慮する契機とするものであって、いたずらに町外業者を本町の公共調達から排除することを目的とするものではない。

また、本実施方針は、地元企業の受注機会の確保及び育成を図ることを目的とするものであり、地元企業が本町の全ての公共調達を受注することまで目的としたものではない。

(2) 本実施方針の運用においては、地元企業の受注機会の確保及び地元企業の育成に努めると同時に、地元企業の自主的な努力を助長し、公正な競争が行われるよう配慮するものとする。

7 その他

この取組については、必要に応じてその成果等について評価・検証し、本方針の見直しを行うものとする。

② 地域に貢献する事業者の自覚を高める取組

地域に貢献している企業が自覚を高められるよう、事業者に地域貢献を宣言していただくなどの意識醸成活動を仕掛け、厚岸町中小企業振興基本条例の基本理念に基づく取組を実施する事業者を募り公表する。

こうした取組を実践する事業者にとっては、広報誌やホームページなどで事業者の紹介を行うことで事業者の情報発信が行われるメリットがあるほか、広く公表することで、町民の意識醸成にもつながる仕組みでもある。

【地域貢献宣言の実施(イメージ)】

宣 誓 書	
平成 年 月 日	
厚岸町長 様	
	住 所 法人名 代表者 _____
<p>弊社は、厚岸町中小企業振興基本条例の基本理念に基づく地域経済の活性化のため、以下の取組を推進し、真摯な姿勢で臨むことを宣誓いたします。</p>	
記	
— 地域を担う人材の育成に積極的に取り組む。	
— 人材(社員)は地元雇用を基本とする。	
— 物品の調達を可能な限り町内中小企業から行う。	
— 地域経済活性化の中核的な担い手としての気概を持つ。	
—。	
—。	

③ 地元商店の利用・販売促進に向けた運動の取組

町外への消費の流出により地元購買力が減退する中、まちなかの商店が年を追う毎に減少している。

町内の事業所を利用すると、町内の事業所が元気になる。町内の事業所が元気になることによって、私たちの豊かな生活が満たされ、地域全体が元気になる。町民のみならず事業所・事業者に、地元企業を活性化させる活動に参画してもらう意識改革を促す情報発信等には、これまで以上の工夫と配慮が重要である。

今後も少子高齢化の進行が想定される中で、町内の商店を利用したくても閉店していて利用できない状況になることを回避するため、町民や事業所・事業者同士で「地元のお店を利用しよう」を合い言葉に、地元商店の利用促進や地元の人によっていただく販売促進に関する運動の取組を進める。

以前にも厚岸町では、同様の運動を展開してきたが、町外への購買力流出に歯止めがかからない状態が続いており、地元商店等の存在意義の重要性に対する町民などの意識醸成を図る取組を、事業者自らの経営努力とともに商工会や地元商店街組織等と連携して強力で推進する。

(2) アドバイス・コーディネート機関設立による支援環境の整備

事業所などの経営努力の方向性と行政戦略の合致を図り、「暮らしと生きがいと経済が共存するための人の繋がり」を前提としたまちづくりを推進するために、町と商工会が中心となって「事業継承の意思」「事業発展の意思」「店舗や工場・事務所など資産活用の意思」などを確認する基礎調査を実施し、5年後・10年後において、既存の事業所・事業者では担えないが、まちにとって必要不可欠であるもの、将来不足すると予想される業種・業態は何かを明らかにしなくてはならない。

その基礎調査によって、必要でありながら将来不足すると予想される業種や業態こそが、中小企業振興施策として講じる支援メニューによって優先的に投資し育成すべき対象である。

基礎調査の結果で明らかになったまちの未来への優先投資(=育成支援)は、資金的支援のほか、経営支援・環境整備支援と多岐にわたるため、適切な支援策を検討し事業展開を補佐することができる「アドバイス・コーディネート機関」を設立し、支援環境の整備を図ることが必要である。

① アドバイス・コーディネート機関の整備

アドバイス・コーディネート機関には、中小企業振興施策として実施する支援策や支援ニーズの調整のほか、個々の相談者へのアドバイスや支援者、専門相談窓口の紹介、各種の申請手続きの補助など、アドバイスやコーディネートの役割が必要になる。また、事業者の支援ニーズを町へ提言・提案できる第三者的な立場が望ましいため、経済団体を中心にした組織体制での新設が重要である。

農商工連携^{*1}や6次産業^{*2}化、経営改革・革新には、多岐にわたる専門知識が必要になることから、経営支援の中核となる商工会・金融機関に加え、漁業協同組合や農業協同組合のほか、相談内容や支援内容に応じた専門機関や専門家に参画いただくなど、さまざまな取組に対応できる仕組みとする。

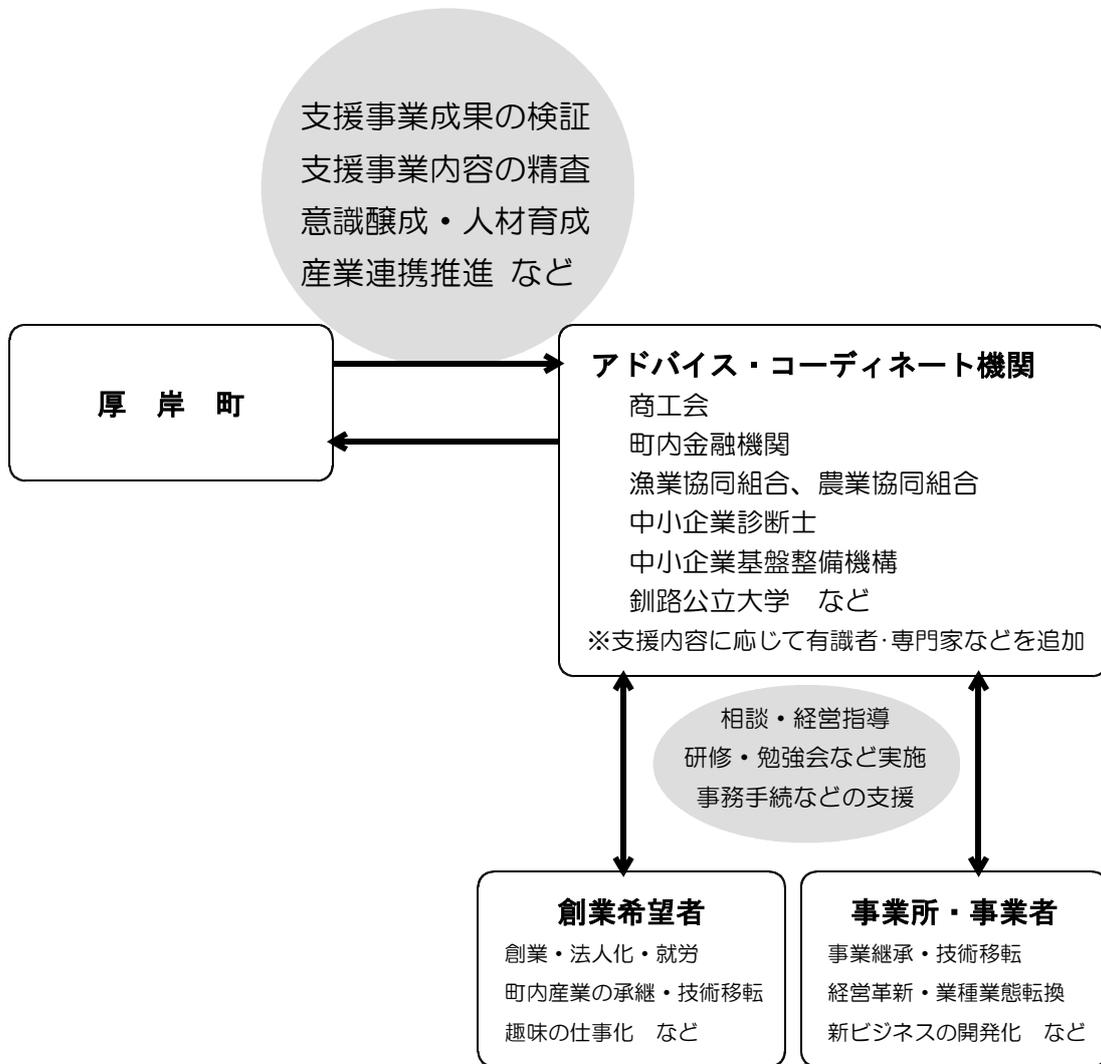
また、本計画を効果的・効率的に推進していくため、アドバイス・コーディネート機関は、中小企業振興施策の進捗状況や成果等の評価・検証に

*1 農商工連携：農林水産業と商工業者がそれぞれの有する経営資源を互いに持ち寄り、新商品、新サービスの開発などに取組むこと。

*2 6次産業：農業や水産業などの第1次産業が食品加工・流通販売にも事業展開している経営形態。

よる本計画の進捗管理に加えて、必要な制度設計の見直し検討にも関わるものとする。

【アドバイス・コーディネート機関(イメージ)】



② 町とアドバイス・コーディネート機関での検討

アドバイス・コーディネート機関の整備後は、支援ニーズに基づく効果的かつ適切な支援メニューの制度設計を行い、有効な支援制度の創設に向けた検討を進める。

アドバイス・コーディネート機関では、基礎調査結果により導かれた町内における必要不可欠な事業活動を行う事業者に対して積極的な支援を行うほか、さらに発展・拡大すると見込まれる「先駆的・革新的」な取組を行う事業者に対しては、事業者の活動状況を常に把握したうえで、支援制度利用の斡旋と経営支援などを実施する。

(3) 外貨を引き込む環境の整備

町内の経済市場が縮小する中、町外市場開拓策は、産業を育成する環境づくりでは重要な仕掛けである。

将来の動向予測から優先的な支援策の検討を行うのと同時に、町内の事業者が十分な収益を上げられる経済のパイ^{*1}を獲得できるよう、観光を活用した販路拡大・町外PR支援等により、外貨を引き込むための環境整備などを行う。

① 観光振興ビジョンの再構築

農商工連携や6次産業などによる地域資源を活用した商品類は、観光客の土産品としての利用ニーズがある。

このため、これからの観光は、厚岸町の産業のセールスマン機能も担い、町外での観光プロモーションや来町観光客へのPRなど従来の観光資源の宣伝に合わせ、地場産品のPRを積極的に仕掛けるなど、産業の売上機会の拡大に役立つ直接的な支援を行うことも必要である。

また、現在の観光振興ビジョン「アクティブ・タウンあっけしプラン」は、平成2年から変わっておらず、観光市場も大きく変化しているとともに、地域経済の縮小を補うための外貨獲得に向けた観光産業への期待の膨らみに応じ、観光振興ビジョンを見直しすることとする。

*1 パイ：分け合うべき費用の総額。

【観光振興ビジョン再構築ポイント】

- ◆現ビジョンの検証とともに、時間経過に伴って変化した観光ニーズへの対応を検討する。
- ◆経済波及効果を生む仕組みを検討しながら、経営感覚に富んだビジョンを策定し、推進する必要がある。
- ◆第1次産業から第3次産業まで、まちのあらゆる資源を活用した外貨獲得策を検討する。
- ◆観光振興ビジョンの実現に向かって段階的に事業拡大しながら、推進体制を強化するための具体策を検討する。
- ◆短期集中目標を持ったアクションプランを明示する。

【観光経営(事業)強化ポイント(例)】

- ◆経済波及効果のある観光事業の運営
 - ・観光関連事業の一元化で環境を整備
 - ・既存の観光振興事業をブラッシュアップ^{*1}
 - ・地域ブランド（観光・特産品）づくり
 - ・観光プログラムや旅行商品の開発
 - ・観光ガイド、セールスマン育成
- ◆町内イベントでの収入UP
 - ・収益構造のあるイベントに転換
 - ・イベント来場者からのさらなる収入、駐車場料／飲食物販の仕掛け
- ◆地場産品販路拡大、PRによる手数料収入
 - ・既存地場産品を集め、販路拡大や催事などの出展拡大を仕掛ける
 - ・観光商品などの営業を行い、町のPR拡大に努める
- ◆体験観光収入
 - ・体験プログラムと飲食物販を組み合わせた厚岸町特有市場の醸成
- ◆地域ブランド商品の開発
 - ・町内事業者との協力により、製作販売する独自ブランド商品を企画
- ◆チケットセンター事業
 - ・第3種旅行業者^{*2}資格を取得し、着地型・発地型旅行商品を開発
 - ・出張手配など、釧路に流出する消費を町内に留める

*1 ブラッシュアップ：磨き上げること。

*2 第3種旅行業者：旅行業法に基づき、地域限定の国内募集型企画旅行、受注型企画旅行、手配旅行の業務を行うことができる旅行業者。

2 活動第2ステージ／町の行動に続き、民間活動を拡大

- ◆民間行動を喚起する仕掛けづくり
- ◆改革・革新に挑戦する人への支援

(1) 民間行動を喚起する仕掛けづくり

行動を起こしてもらうための仕掛け

- ・趣味の仕事化応援活動(事例情報発信、各種勉強会)
- ・趣味の仕事と買い手の交流会など、活動支援事業を実施
- ・優先すべき支援の方向性に沿った事例情報発信、各種勉強会、創業塾、経営塾などの実施
- ・既存事業の継承応援活動(事例研究、勉強会)
- ・新規創業応援活動(事例研究、勉強会、創業塾など)

仕事ができる場をつくり、働きたい人に提供する仕掛け

- ・学生向けの就労意識醸成事業の実施
- ・事業継承、技術移転などのための働き手マッチング事業の実施
- ・その他移住・就労支援の総合支援策の展開を検討

まちの将来予測から、優先すべき支援の方向性が固まった後は、民間の活動拡大に向けた行動喚起を仕掛けることとする。

まずは、未来の厚岸町がどのようなまちであるべきか、という意識の共有を促す事業展開から始める必要がある。町の産業PRや町民の趣味・手仕事などの小さなビジネスチャレンジを促し、毎日の暮らしの中に地域の人、地域の事業所などの存在を認識してもらうことが重要である。

続いて、学生など、子供たちの就労に対する意識の醸成に向けた取組を行い、大人たちには「町内の働く場の必要性や重要性」の意義を再認識してもらい、子供たちには「まちの将来を担う自分の役割」を意識づける。

また、行動喚起などの成果が現れ始めた事業者などには、引き続き創業・事業継承の支援を展開するほか、産業間の相互扶助といった次のステップに向けた活動へと進展させる。

① 行動を起こしてもらうための仕掛け

町民には、趣味の仕事化を創出するための情報提供や販売活動の場の提供、自分の商品を上手に売するための勉強機会の提供などにより、行動を起こすためのきっかけを与え続け、楽しく行動し続けられる環境をつくることも必要である。

また、事業者が行う町内経済活動の新たな取組に対しては、それぞれがどう行動するべきかを勉強する機会を提供し、店舗や事業所ごとに事業の方向性を修正し、改革・革新に取り組める準備を進める環境をつくることも必要である。

○町民に対する『まちの産業を知り意識改革を図る啓発』

- ・まちの産業と働き方のPR、啓発活動を実施
- ・地域コミュニティを強化するための、町民の意識改革を図る

○町民の趣味や手仕事で『ビジネスチャレンジ』できる環境づくり

- ・手仕事フェア、趣味の交流販売会といった町民イベントで仕掛ける
- ・まちのイベント内で、個人出店できる環境をつくる
- ・空き店舗活用などの事業と合わせて、自分のペースで交流販売できる環境をつくる



【効果目標】新時代の「地縁型地域」を意識する環境への転換

- ・まちの要素として必要不可欠な業種・業態があると知る町民意識改革
- ・交流から「地縁」を感じ取り、その一員であろうとする町民意識改革
- ・普段の暮らしの中で、まちの人、事業所などの存在を意識し、「買物をする時に一度考えてみる、そして選択をする」という初期行動の喚起

○既存事業者に対する『経営意識の向上を図る意識改革』

- ・経営改善、経営革新に必要な情報の提供
- ・事業PRやニーズの把握に役立つ事業への参加促進
- ・事業継承や産業継承を考える意識醸成
- ・独立開業を目指す人の受け入れ体制整備の推進



【効果目標】 産業界全体で「育成ムード」が向上

- ・ 自分の商売も含め、将来どうあるべきかを考える環境づくり
- ・ 若きチャレンジャーを応援する環境づくり
- ・ まちの要素として必要不可欠な業種・業態を守る意識の向上

② 仕事ができる場をつくり、働きたい人に提供する仕掛け

仕事ができる場をつくるには、事業者の改革・革新の取組に合わせて働き手を募集する取組と、学生や子供に対してまちの仕事を知ってもらい就労意識を高めてもらう意識醸成の取組、趣味の仕事化の支援が必要である。

事業者に対しては、必要に応じて家族以外の人を働き手として受け入れ、後進の指導にあたってもらうといった、自身の仕事を家業として継承する以外の手法も検討してもらい、改革・革新の準備の進む事業者には、従業員確保のための情報発信、働く場と就労希望者とのマッチングといった支援を行うこととする。

また、町民の趣味の仕事化には、イベント会場での販売場所の整備やチャレンジショップのような常設型の販売機能の整備といった支援を行うこととする。

○学生などの若手に対する『学校と連携した担い手育成』

- ・ まちの産業と働き方のPR、自分の目標を立てる意識醸成
- ・ 町内事業者とのミスマッチの解消



【効果目標】 まちに残って生きていく、まちを守る意識の醸成

- ・ まちに残り先輩達からまちの将来を引き継ごうとする意識の醸成
- ・ 同世代から支持される商売を形作り、未来の産業を創り出す意識の醸成

○創業予定者、新産業創出予定者に対して

- ・事業計画、経営計画策定支援など

○産業間の相互扶助／連携に対して

- ・6次産業化、農商工連携、商工観光連携など、産業連携できる体制づくり
- ・観光などの町外市場開拓が可能なツールを活用する環境整備



【効果目標】 政策や経済の変化に対応し続けるための環境整備

- ・行動し始めた人への支援活動の展開と、これから起こりうる変化に対応し続けていくため、産業の垣根を越えた知恵の結集と行動を起こすための準備活動

(2) 改革・革新に挑戦する人への支援

支援制度の実施

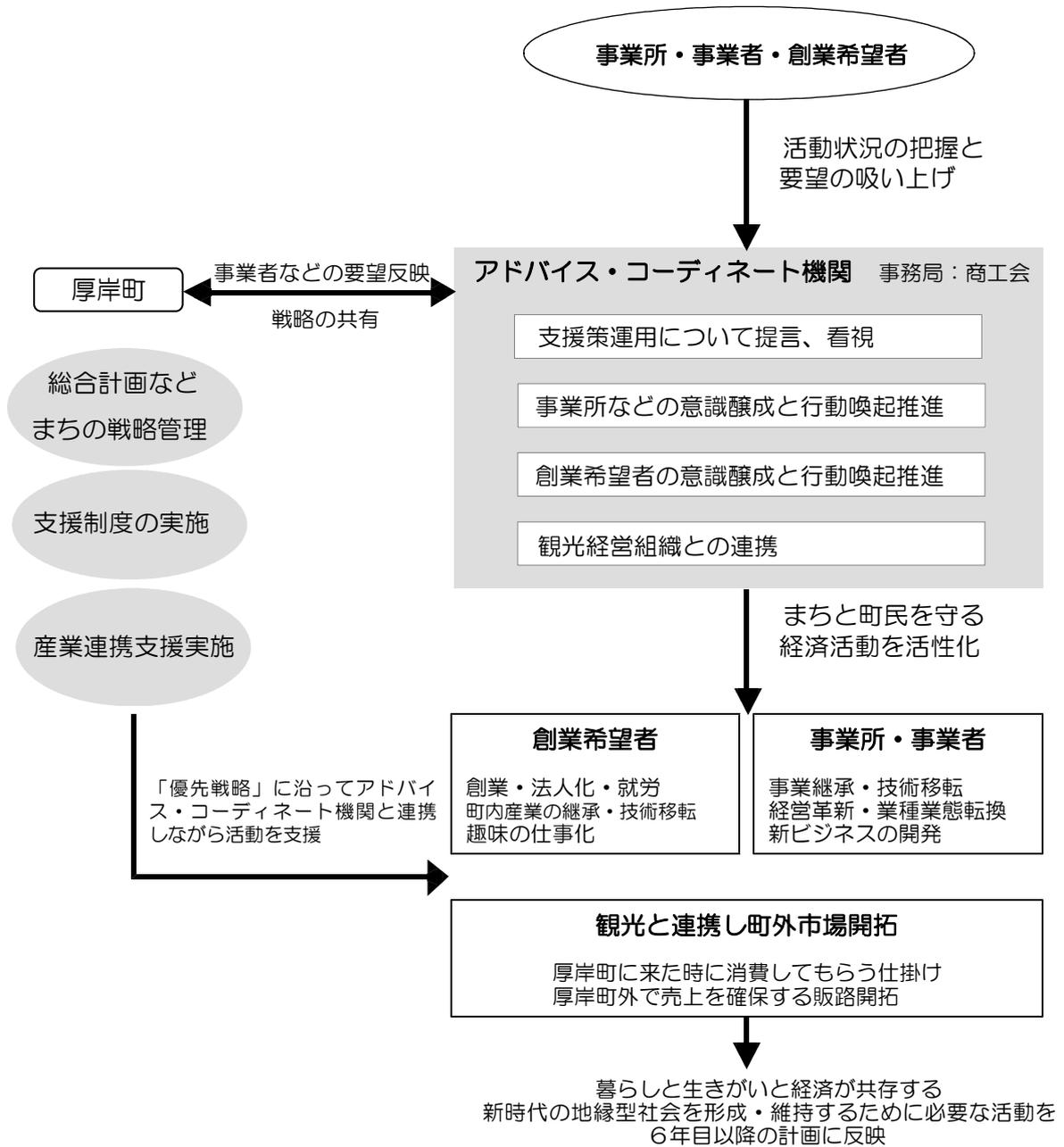
新・観光振興ビジョンのアクションプランを実施

アドバイス・コーディネート機関によるワンストップ相談事業の実施

ビジネスの芽に気づいた人が迅速に事業として活動ができるよう、書類作成の支援から事業計画へのアドバイス、資金調達の相談、助成・補助金の利活用の相談やアドバイス、人材確保の支援など、改革・革新に向けた幅広いサポートが重要であり、アドバイス・コーディネート機関の機能的な活動を促進する。

また、「支援機関の整備」「産業育成ムードの高まり」「町民の意識改革」「観光振興ビジョンの再構築と観光経営改革」のすべての活動が連携し始め、相乗効果のある中小企業振興施策が展開されることが目標であり、6年目以降のまちの基盤となる仕組みを考えながら、革新や改革を推進する。

① 次の「改革・革新」の仕組みをトータルでマネジメント



参 考 資 料

1 平成26年度における厚岸町の中小企業振興施策の概要

●厚岸町小規模商工業者設備近代化資金利子補給制度

▷小規模商工業者における設備の近代化を支援

以下の要件に該当する場合に、融資機関に支払う利子を支援（利子補給）

【交付対象者】

- (1) 町内に独立した事業所又は店舗を有し、同一事業を引き続き1年以上営んで常時使用する従業員が商業及びサービス業にあっては5人以下、製造業その他にあっては20人以下の事業者
- (2) その他経営内容が(1)と同様の実態にあると町長が認めた事業者
- (3) 町税等に滞納がない事業者（ただし、現に滞納がある場合であっても、その納入について町長が確実に認めるときは、この限りでない）

【対象となる貸付資金】

- (1) 機械等（機械、店舗等その他これらに類する事業用資産）を取得又は改良するための資金
- (2) 北海道信用保証協会の定める保証対象業種を営む小規模商工業者に貸し付ける資金
- (3) 町長の推薦により貸し付ける資金

【利子補給の対象となる貸付限度額】

- 1 小規模商工業者につき500万円

【貸付利率】

町と融資機関との協議により決定する利率

【償還期間】

- (1) 貸付資金が300万円以下の場合 3年以内
- (2) 貸付資金が300万円を超える場合 5年以内

【信用保証】

原則として、北海道信用保証協会の保証付きであること。

【償還方法】

月賦償還（元金均等払い）

【利子補給の金額】

貸付資金を借り入れた小規模商工業者が融資機関に支払う利子を全額補給する。ただし、延滞利子については、この限りでない。

●厚岸町中小企業融資制度

▷中小企業の育成振興並びに経営の合理化を支援

以下の要件に該当する場合に、保証協会に支払う保証料を支援（保証料補助）

【交付対象】

- (1) 中小企業基本法(昭和38年法律第154号)による中小企業者及び中小企業等協同組合法(昭和28年法律第181号)による協同組合
- (2) 町内に独立した事業所又は店舗を有して同一事業を引き続き1年以上営む事業者で、その事業が保証協会の保証対象業種であるもの
- (3) 町税等に滞納がない事業者（ただし、現に滞納がある場合であっても、その納入について町長が確実に認められるときは、この限りでない）

【貸付金の種類】

運転資金及び設備資金

【貸付金額及び貸付期間】

種類	貸付金額	貸付期間
運転資金	500万円以内	5年以内
設備資金	1,000万円以内	7年以内

【貸付利率】

町と融資機関との協議により決定する利率

【償還方法】

月賦又は一括償還

【信用保証】

保証協会の保証付きであること。

【保証料の補助】

融資を受けた者が負担する保証協会の保証料を補助する。

●厚岸町工業等振興条例

▷本町に事業場を新設又は増設する者を支援

以下の要件に該当する場合に、固定資産税の課税を3年間全額免除

【対象業種】

- (1) 製造業（電気・ガス業を含む）
- (2) 旅館業
- (3) ソフトウェア業

【対象要件】

- (1) 事業場の新設又は増設のための投下設備額が1,000万円を超えるもの
- (2) 町の産業振興に寄与すると認められ、事業の指定を受けた事業者（工事着工前に、あらかじめ事業の指定を受ける申請が必要）
- (3) 町税等に滞納がない事業者（ただし、現に滞納がある場合であっても、その納入について町長が確実に認められるときは、この限りでない）

【措置の対象となる固定資産税】

- (1) 事業の用に供する家屋
- (2) 償却資産
- (3) その敷地である土地（取得してから1年以内のものに限る）

【課税の免除】

措置の対象となった固定資産税を操業開始又は増設後、事業場に最初に課税された年度から3年間全額免除

●厚岸町住宅新築支援助成事業

▷町内で住宅新築を行う者を支援

以下の要件にすべて該当する場合に、住宅新築に要する費用の一部を助成

【助成対象者】

- (1) 助成金の交付申請書兼完了届出書の提出までに、厚岸町の住民基本台帳に記録されている年齢満20歳以上の者
- (2) 助成金の交付申請書兼完了届出書の提出までに、当該住宅に居住している者
- (3) 町税等に滞納がない世帯

【施工者の条件】

町内に本店を有し、建築業を営んでいる業者、又は個人の事業者で、あらかじめ登録された「町内参加登録業者」が施工を行うこと。

【対象工事】

床面積が50平方メートル以上の住宅で外構工事、敷地造成工事を除く工事費が1,000万円以上（用地購入費含む）となる工事

【助成金の額】

助成金の額は、1戸あたり20万円

●厚岸町住宅リフォーム支援助成事業

▷町内で住宅リフォームを行う者を支援

以下の要件にすべて該当する場合に、住宅リフォームに要する費用の一部を助成

【助成対象者】

- (1) 助成金の交付申請書兼完了届出書の提出までに、厚岸町の住民基本台帳に記録されている年齢満20歳以上の者
- (2) 町内に存する住宅の所有者であって、助成金の交付申請及び完了届までに当該住宅に居住している者
- (3) 町税等に滞納がない世帯

【施工者の条件】

町内に本店を有し、建築業を営んでいる業者、又は個人の事業者で、あらかじめ登録された「町内参加登録業者」が施工を行うこと。

【対象工事】

住宅リフォーム費用が10万円以上（消費税含む）となる工事

【助成金の額】

住宅リフォームに要した費用に100分の10(65歳以上又は中学生以下の子どもがいる世帯の場合は、100分の15)を乗じて得た額(1,000円未満の端数が生じたときは、これを切り捨てた額)とし、その額が1戸当たり20万円を超える場合は、20万円とする。

●厚岸町住宅エコリフォーム補助金交付事業

▷町内で環境負荷低減等のため住宅リフォームを行う者を支援

以下の要件にすべて該当する場合に、住宅エコリフォームに要する費用の一部を補助

【補助対象者】

- (1) 町内に住所を有し、自ら居住の用に供している既存住宅を所有する者
- (2) 町内業者により住宅エコリフォームを行う者
- (3) 補助金交付決定通知書の受理後にリフォームを実施する者
- (4) 申請年度の2月末日までに住宅エコリフォームを完了できる者
- (5) 町税等に滞納がない世帯

【施工者の条件】

建設業法第2条第3項に規定する建設業者又は同法第3条第1項ただし書に規定する軽微な建設工事のみ請け負うことを営業とするもので、法人にあっては、本店を町内に有し、個人にあっては、町民で建設関連業を営んでいる者

【対象工事】

住宅エコリフォーム費用が50万円以上（消費税含む）となる工事

【補助金の額】

対象工事費の100分の10(65歳以上の者又は中学生以下の子どもがいる世帯は、100分の15)を乗じて得た額(1,000円未満の端数が生じたときは、これを切り捨てた額)とし、その額が1戸当たり50万円を超える場合は、50万円とする。

●厚岸町住宅用太陽光発電システム設置奨励事業

▷町内で住宅用太陽光発電システムを設置する者を支援

以下の要件すべてに該当する場合に、太陽光発電システム設置に要する経費を助成

【交付対象者】

- (1) 平成26年4月1日以降に、電力会社の低圧太陽光発電設備系統連系・電力購入への申請を行い、太陽光発電電力受給契約確認書を受理した者
- (2) 町内に住所を有する者、又は住所を有する予定の者
- (3) 自ら居住している又は居住しようとする町内の住宅（店舗等との併用住宅を含む）に、新たな太陽光発電システムを設置し、電力会社との受給契約を締結したうえで、設置完了報告書提出時までに発電を開始する予定の者
- (4) 建売住宅供給者から自ら居住するため、新たに太陽光発電システムが設置された住宅を購入し、電力会社との受給契約を締結したうえで、設置完了報告書提出時までに発電を開始する予定の者
- (5) 町税等に滞納がない者
- (6) 以前に町から太陽光発電システムへの奨励金の交付を受けていない者

【奨励金の額及び交付方法】

- (1) 奨励金の額は、1キロワット当たり3万円に発電システムを構成する太陽電池の最大出力を乗じて得た額とする。ただし、15万円を上限とする。
- (2) 奨励金は、厚岸町商工会が発行する商品券により交付する。

●厚岸町ハッピーブライダル奨励事業

▷町内で結婚披露宴を行う者を支援

以下の要件すべてに該当する場合に、結婚披露宴に要する経費を助成

【交付対象者】

- (1) 厚岸町内で、平成26年4月1日から平成27年3月31日までの間に結婚披露宴を行う者
- (2) 出席者が50人以上の結婚披露宴を行う者（ただし、特別な理由により50人を下回った場合でも、町長が特に認めたときは、この限りでない）
- (3) 町税等に滞納がない世帯（ただし、現に滞納がある場合であっても、その納入について町長が確実と認めるときは、この限りでない）

【奨励金の額】

- (1) 町内で行う結婚式及び結婚披露宴に要する経費のうち、地元事業者を利用した経費に10分の2を乗じて得た額(その額に1,000円未満の端数が生じたときは、これを切り捨てた額)とし、30万円を限度とする。
- (2) 平成26年1月1日から平成27年3月31日までの間に婚姻届を提出し、町内に住所を有する者には、20万円を加算する。

●厚岸町新産業創造等事業助成事業

▷新たな産業の創造に資する事業及び新たな産業の創造上必要な事業を行う事業者を支援

以下に該当する事業を行う場合に、助成対象事業に要する経費を助成

【助成対象事業】

助成対象事業	事業内容	助成対象経費
新たな産業の創造に資する事業	食、観光、IT、バイオ、住宅、環境・リサイクル、生活関連産業などの産業分野、地場資源の活用及びものづくりに係る起業化、新分野進出及び新技術・新商品開発に真に必要な事業	<ol style="list-style-type: none"> (1) 地域における新産業シーズ^{*1}の発掘、マーケティング・販売ルート開拓及び事業化計画策定など起業化に要する経費 (2) 企業の経営多角化、産学官連携による研究開発、産業クラスター研究会・異業種間交流事業、成長分野産業との連携など新分野進出に要する経費 (3) 新技術開発に係る専門家の招へい・研究機関への社員派遣などによる人材育成、新技術・新製品・新サービスPRなど、新技術・新製品開発に要する経費 (4) 新技術を用いた製品の高付加価値化、量産化などに必要な施設・設備などに要する経費
新たな産業の創造上必要な事業	(1) 新たな投資や雇用開発効果などがある真に必要な事業	新たな設備投資や雇用増につながる事業に要する経費
	(2) その他町長が特に認める事業	町長が特に必要と認める事業に要する経費

【助成金の額】

助成対象事業に要する経費の3分の2以内とし、5千万円未満

*1 シーズ：企業がもつ「技術、ノウハウ、アイデア、人材、設備」など。

●厚岸町商工業振興事業補助制度

▷厚岸町商工会が行う小規模企業に対する指導事業及び商工業者の振興と安定を図るための事業を支援

【補助の対象】

補助金は、商工会が行う小規模事業者の経営改善普及事業および一般事業のうち、町長が必要かつ適当と認めるものを対象とする。

【補助金の額】

補助金の額は、次の表により算出するものとする。

経営改善普及事業費	指導員人件費 補助員人件費	道の交付する小規模事業指導推進費補助金を超える額の100/100以内で予算の範囲内
	記帳専任指導職員	// 80/100
	福利厚生費 福利環境整備費	// 50/100
	小規模事業対策特別推進費	// 80/100
	指導事業費	// 60/100
一般事業費	地域振興対策事業費	事業費の1/3以内で予算の範囲内。ただし、町長が特に認めた事業は事業費の1/2以内で予算の範囲内

2 厚岸町中小企業振興基本条例

平成23年2月2日

条例第1号

厚岸町は、天然の良港と広大な草地など恵まれた自然環境の下、豊かな地域資源による産業を基軸に、人々の生活の基盤を築きながら歴史ある文化を育み、今日まで発展を遂げてきた。

このような中で、商工業を中心とした中小企業は、漁業、酪農業をはじめとするその他の産業の盛衰の影響を受けながら、先人たちのたゆまぬ努力により、関連する幅広い産業とともに着実な歩みを続けてきた。

この間、様々な中小企業が創業され、その振興により、町民生活を支える多くの雇用や所得がもたらされるなど、中小企業は、地域経済活性化の重要な役割を担ってきた。

こうした厚岸町の地域経済を支える中小企業は、豊かな町民生活の実現には切り離すことができないものとなっており、次の世代へ伝えていくべき代えがたい財産である。

ここに、私たちは、中小企業の振興が、厚岸町の更なる発展に欠かせないものであることを共通の認識とし、関係するすべての人の協働により、この代えがたい財産を守り、町民生活の維持、向上を図るため、この条例を制定する。

(目的)

第1条 この条例は、本町の中小企業の振興に関し、基本理念を定め、町、中小企業者等、大企業者等及び町民の役割を明らかにするとともに、町の施策の基本となる事項を定めることにより、中小企業の振興に関する施策（以下「中小企業振興施策」という。）を総合的に推進し、もって本町経済の発展及び町民生活の向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

(1) 中小企業者 中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項各

号に規定する中小企業者であって、町内に事務所若しくは事業所又は住所を有するものをいう。

(2) 中小企業団体 商工会及び中小企業団体の組織に関する法律（昭和32年法律第185号）第3条第1項各号に掲げる中小企業団体その他これに類する中小企業者を構成員とする団体で、事務所又は事業所を町内に有するものをいう。

(3) 中小企業者等 中小企業者及び中小企業団体をいう。

(4) 大企業者等 中小企業者以外の会社及び個人であって、町内で事業を営むものをいう。

（基本理念）

第3条 中小企業の振興は、次に掲げる基本理念にのっとり推進されなければならない。

(1) 中小企業者の創意工夫が生かされること。

(2) 中小企業者の経営の改善及び向上に対する自主的な努力が促進されること。

(3) 中小企業者の経済的社会的環境の変化への円滑な適応が図られること。

(4) 町、中小企業者等、大企業者等及び町民の協働により行われること。

（町の役割）

第4条 町は、前条に定める基本理念にのっとり、国、北海道その他の様々な主体と連携し、町の自然的経済的社会的諸条件に応じた中小企業振興施策を策定し、及び実施する役割を担うものとする。

2 町は、工事の発注、物品及び役務の調達等に当たっては、予算の適正な執行に留意しつつ、中小企業者の受注機会の増大に努めるものとする。

3 町は、学校教育における勤労観及び職業観の醸成が中小企業の人材の確保及び育成に資することにかんがみ、児童・生徒に対する職業に関する体験の機会の提供その他の必要な施策を講ずるよう努めるものとする。

（中小企業者等の役割）

第5条 中小企業者は、事業活動を行うに当たっては、経済的社会的環境の変化

に即応してその事業の成長発展を図るため、自主的に経営及び取引条件の向上に努めるものとする。

- 2 中小企業者は、町内において生産され、製造され、又は加工された産品（以下「地場産品」という。）を取り扱い、及び町内で提供される商工業サービスを利用するよう努めるものとする。
- 3 中小企業者等は、町が実施する中小企業振興施策に協力するよう努めるものとする。
- 4 中小企業者等は、地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し、地域社会との調和を図り、暮らしやすい地域社会の実現に貢献するよう努めるものとする。
- 5 中小企業者等は、児童・生徒に対する職業に関する体験の機会の提供に協力するよう努めるものとする。
- 6 中小企業団体は、事業活動を行うに当たっては、中小企業者とともに、第3条に定める基本理念の実現に主体的に取り組むよう努めるものとする。

（大企業者等の役割）

第6条 大企業者等は、事業活動を行うに当たっては、地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚するとともに、中小企業者等との連携・協力を努めるものとする。

- 2 大企業者等は、中小企業の振興が本町経済の発展において果たす役割の重要性を理解し、町が実施する中小企業振興施策に協力するよう努めるものとする。
- 3 大企業者等は、地場産品を取り扱い、及び町内で提供される商工業サービスを利用するよう努めるものとする。

（町民の役割）

第7条 町民は、自らの活動が本町経済に影響を及ぼすこと並びに中小企業の振興が本町経済の活性化及び発展に寄与することとなることを理解するよう努めるものとする。

- 2 町民は、地場産品及び町内で提供される商工業サービスを利用するよう努めるものとする。

(基本方針)

第8条 町は、次に掲げる基本方針に基づき、中小企業振興施策を講ずるものとする。

- (1) 中小企業者の経営の革新及び中小企業の創業の促進を図ること。
- (2) 中小企業者の新技術、独創的な技術等を利用した事業活動の促進を図ること。
- (3) 中小企業者の人材の育成及び確保に関すること。
- (4) 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- (5) 中小企業者等と関係機関との連携、中小企業者等相互の連携その他の連携の促進を図ること。
- (6) 地域の資源の活用等による産業の発展及び創出を図ること。

(厚岸町中小企業振興会議)

第9条 町長は、中小企業振興施策について調査審議するため、厚岸町中小企業振興会議（以下「振興会議」という。）を設置する。

- 2 振興会議の委員は、中小企業者等、消費者及び識見を有する者のうちから町長が委嘱する。
- 3 振興会議の委員の数は、10人以内とし、任期は2年とする。

(委任)

第10条 この条例の施行に関し必要な事項は、町長が別に定める。

附 則

この条例は、平成23年4月1日から施行する。